

# 陪伴经济需监管相伴

林丽鹂

假期旅行没有伴儿,有人陪游;老人看病,子女不在身边,有专业陪诊;玩网络游戏想快速提高技能,有游戏陪玩……近年来,陪伴经济兴起,这种新兴经济形态服务形式涵盖线上陪聊、陪玩,以及线下陪诊、陪同、陪游、陪学等多种场景。

陪伴经济带来新的就业机会、服务供给与消费场景,但也浮现出服务质量参差不齐、安全保障缺失、伦理边界模糊等问题,陪伴经济在快速发展的同时,也需监管相伴。

陪伴经济有着广泛的社会需求。很多老年人觉得就医流程复杂,不会用手机挂号,记不住路线,难以独立完成就诊流程。专业陪诊不仅能协助老年人完成就医流程,还能提供一定的慰藉和支持。很多年轻人自发形成“搭子文化”,陪跑、陪练、陪聊、陪吃饭、陪看展……多种陪伴服务逐渐商业化、平台化。以陪游为例,消费者可以得到更本地化、更个性化的服务。对于有陪伴需求的人而言,陪伴服务不仅能解决一些实际问题,还能提供

情绪价值;对于提供陪伴服务的人而言,可以将自己某方面的特长、爱好、技能、经验等以灵活的方式“劳动变现”,实现供需双赢。

但陪伴经济在发展过程中出现的一些问题引发不少质疑和争议。私人陪游收费不透明,缺乏规范保障,口头协议容易产生纠纷;专业陪诊不专业,缺乏基本的医疗常识,还可能泄露患者个人信息;游戏陪玩涉嫌商业代练,诱导消费,甚至存在灰色地带等等。陪伴经济的供需双方都需要权益保障,服务提供者可能面临服务争议、费用争议、责任划分等风险;雇佣者可能对服务质量、服务费用等不满意却难以维权。如果发生人身安全意外,双方还会产生责任划分等问题。因此需要从制度、监管等层面保障陪伴服务供需双方的权益。

互联网平台是加强陪伴经济监管的重要抓手。互联网的普及为陪伴经济发展提供了便利,使得供需双方可以在网络平台快速对接。平台不仅是信息中介,还应承担起对从业者资质审核的责任,比如应严格禁止未成年人被招募为游戏陪玩。监管部门应将

平台开展的陪伴服务纳入监管范畴,明确平台的审核义务,完善相应的信用评价机制。相关平台若想真正做大陪伴经济,也需要不断加强管理,可考虑根据具体使用场景提供“服务过程录音备案”和“一键报警”等功能。

陪伴经济涉及的行业,监管手段也要迭代升级。今年3月,成都市人社局、市卫生健康委等单位颁发了全国首批《陪诊服务专项职业能力证书》。今年5月,中国社会福利与养老服务协会联合包括服务平台在内的22家单位发布《老年陪诊服务规范》,对服务流程、安全守则、投诉机制等作出规定。监管部门、行业协会等多方发力,老年陪诊服务正从“野蛮生长”进入规范化、专业化发展的新阶段。陪伴服务多元,涉及诸多行业,相关各方应紧随市场变化完善监管。

陪伴经济前景广阔,有机构预测,2025年我国陪伴经济的市场规模将达到500亿元。促进陪伴经济持续健康有序发展,应完善相关法律法规、标准规范,加强外在监管、行业自律,引导陪伴经济走向正规化、专业化,真正成为温暖人心的产业。

## 网红骑马闯洱海 践踏了公共规则底线

高低

近日,一则“古装男子骑马硬闯大理洱海生态廊道”的视频在社交平台引发关注。视频显示,一名身着古装、头戴斗笠的男子试图骑马进入云南大理喜洲镇洱海生态廊道,遭多名保安阻拦后双方发生冲突。

这场闹剧看似是个人与规则的冲突,实则是流量时代精心策划的表演。当古装侠客的浪漫想象撞上生态保护的现实围墙,折射出的不仅是规则意识的缺失,更是某些人为追逐流量而不惜撕裂公共秩序的癫狂。那个头戴斗笠、纵马硬闯的“侠客”,在镜头前卖力演绎着快意恩仇的江湖梦,却忘了真正的侠义精神绝不包括对公共规则的践踏。

在这场冲突中,最讽刺的莫过于男子反复高喊“他打我的马”时所呈现出的虚假的悲愤之情。他将坐骑塑造成无辜受害者,将规则维护者妖魔成施暴者,这正是网红经济中的一个典型的叙事策略。当现实逻辑无法论证其行为正当性时,便诉诸情感绑架与舆论煽动。值得注意的是,现场保安那句“洱海的环境是大家共同营造的”,这一朴素表达反而道出了文明社会的真谛——公共空间的和谐依赖大家对规则的共同遵守。

生态廊道的禁令并非无的放矢。马匹粪便会对水体造成污染,马受惊后还可能引发游客安全问题,这些都值得关注。当网红博主以“只是路过”为借口强行闯入时,这不仅在挑战管理规则,还在突破整个社会对生态保护形成的共识。他的古装扮相与言行的矛盾尤为刺眼——外表模仿着古人的形貌,内里却丢失了传统文化中“天人合一”的生态智慧。

更值得深思的是,这类事件为何总能成为网红博主的选题?在注意力经济的驱动下,一些网红通过制造公共空间冲突来博关注。他们深谙冲突性场景的传播价值,将公共秩序视为可消耗的表演道具。遏制这种行为,一方面,需要平台做好内容审核工作,及时下架涉及违法违规行为的视频,并对相关内容生产者采取惩罚措施;另一方面,还需织密生态法治防护网,紧盯重点区域,提前告知行为边界和底线,加大对破坏生态违法行为的打击力度。

这种将个人表演凌驾于公共秩序之上的行为,被不少网友批评。这表明,社会对规则意识的坚守从未松懈。这种共识是文明社会的基石,它告诉我们:无论人物包装得多么华丽,粉丝数量多么庞大,规则面前人人平等。网红账号的迅速注销,既是舆论压力的直接结果,又从侧面说明这种表演不可持续——没有正确的价值观作为依托,虚拟人设终将在现实规则面前崩塌。

此事也提醒我们反思对“古风”文化的理解。真正值得传承的不是古人的衣着与坐骑,而是那份对自然的敬畏、对秩序的尊重、对社会的担当。若只取古人形象之皮毛,而丢弃其精神之内核,所谓的“古风”不过是一场空洞的角色扮演。在生态保护意识日益增强的今天,真正的“侠者”是那些默默守护绿水青山的人,而非骑着高头大马硬闯保护区的人。

公共空间的规则是社会文明的毛细血管,它们共同维系着社会肌体的健康运转。当网红博主凭借自身的影响力吸引着众多粉丝的目光时,他们更应注重自己的一言一行、一举一动。尤其要认识到:个人表演不能以牺牲公共利益为代价,规则的缰绳绝不容许任何人以任何名义“策马奔腾”。唯有如此,我们才能在保护与发展、个人与集体之间找到平衡,让真正的文明之树在规则的土壤中茁壮成长。



## 破解养老难

针对养老新挑战、新问题,近日新修改的《上海市老年人权益保障条例》进一步细化明确备受关注的意定监护制度,并新增陪护假制度。

新华社 曹一

## 扶起被流量“绊倒”的孩子

张西流

近日有媒体报道,在社交媒体上,部分博主“晒娃”失去边界,有些在MCN机构加持下,将一些未成年人推至镜头前吸引流量。如何划定展示未成年人成长与过度商业化之间的界限,杜绝以“晒娃”博取流量牟利,值得社会各方关注。

父母记录孩子成长、分享喜悦,无可厚非。然而,当镜头下的童真被精心编排成剧本,当“萌娃日常”演变为精心策划的商业秀,缺失必要边界的“晒娃”就异化为了“啃娃”“坑娃”。

“4岁颠勺”“9岁浓妆”“小肉包被绊倒泪崩”……看似可爱的视频背后是一条完整的打造网红儿童产业链:父母成为“经纪人”,MCN机构化身“造星工厂”,平台算法充当“推手”,共同将儿童推向流量漩涡。

在该自由奔跑、无忧无虑的年

纪,却被要求背台词、摆表情,甚至反复排练“哭戏”以博取同情与点击,他们的生活被镜头切割,成长被数据定义,自我认知被“点赞数”绑架。更令人担忧的是,暴露于公众视野的孩子,可能因网络暴力、隐私泄露、心理创伤等问题而面临不可控的影响。

“晒娃”变“坑娃”,在于部分家长被流量红利蒙蔽双眼,忘却了对孩子应有的保护与引导。平台也难辞其咎,算法推荐机制偏爱高情绪、强冲突内容,对儿童过度出境、广告植入等问题审核不严,甚至主动推流,助长了歪风。

法律早已划出红线。未成年人保护法明确禁止组织未成年人进行有害身心健康的表演,广告法规定不满10周岁儿童不得代言广告。然而,在短视频平台上,针对孩子的“孵化约”“商务约”等签约方式依然存在。

扶起被流量“绊倒”的孩子,必须多方合力,家长应守住道德与法律底线;平台应对儿童类账号实施强监管,限制商业化功能,主动限流违规账号;监管部门须常态化执法,公开典型案例,形成震慑。