

“造梦”有风险 Cos委托服务是情感圆梦还是虚幻依赖?

本报记者 卢岳 □ 王琦琛

乙女游戏的热潮,催生了一个独特的市场:Cos委托服务。记者看到,越来越多的女性玩家不再满足于虚拟世界中的角色互动,而是将目光置于由现实中的Coser(角色扮演者)扮演的虚拟游戏角色,与她们一同吃饭、看电影、逛街,甚至模拟恋爱,完成一场“虚拟恋人”的体验,借此满足情感需求。

然而,这种情感“造梦”服务的背后却隐藏着不少隐忧。这种以交易形式满足情感需求的模式,已逐渐演化为一种情感商品化的现象,虚拟与现实的界限愈发模糊,涉及到人身安全、情感欺骗及法律伦理等问题。

从“二次元”到“三次元”的情感支持

在搭子经济、情绪消费的背景下,Cos委托成为了一种短暂的情感满足机制,为委托者提供了与二次元角色恋爱的机会。Cos委托主要通过小红书、微博等社交平台发起,委托人需支付几百至上千元不等的费用,换取与Coser共同进餐、看电影等现实中的“约会”体验。

22岁的大学生小悠通过Cos委托体验了一天她喜欢的角色陪伴。她向记者分享道,委托老师不仅穿上了角色的衣服,还模仿了该角色的语气和动作,仿佛角色从屏幕中走到了现实世界,“我们一起吃饭、逛街时,真的有种在和这个角色谈恋爱的感觉。”

如今,Cos委托服务的模式已经超越了单纯的剧情扮演,逐渐演变为一种情感补偿机制。许多消费者不再仅仅满足于“体验恋爱”,而是希望通过Cos委托寻求心理疗愈与情感寄托。知名Coser“甜馒头头”在接受采访时谈到,她时常感到自己像是“心理咨询师”。不少消费者在委托结束后,依然通过社交媒体与她分享个人情感困惑,并寻求支



持与安慰。

她解释道:“如今,许多年轻人对现实中的情感关系感到恐惧或不安,因此更愿意在二次元世界中找到情感寄托。”

Cos委托服务恰好满足了这一需求,使他们能够与心中的理想角色互动,从而获得情感满足。”

正是因为这种服务打破了二次元与三次元的界限,才让许多人得以实现自己对虚拟角色的幻想。“每个人对自己喜欢的角色有不同的情感寄托,所以在委托时,需求也各不相同。有人是为了体验恋爱,有人则是为了弥补失去亲人的遗憾。Cos委托不仅仅是一种情感消费,更像是一种心灵疗愈的过程。”

虚拟与现实交织的伦理隐忧

根据惊蛰研究所发布的《乙游玩家

或其他纠纷,双方往往难以达成一致,引发消费纠纷。

此外,由于许多委托活动涉及线下互动,潜在的人身安全问题也不容忽视。一旦未能合理沟通,可能会导致Coser或消费者在互动中产生不适甚至受到人身伤害。

“造梦”有风险 警惕法律灰色地带

尽管Cos委托在情感补偿上提供了新的消费选择,但其背后的情感、伦理和法律风险也不容忽视。

10月10日,心理分析师肖雪萍接受记者采访表示,Cos委托的流行揭示了年轻人对于情感联系的深切渴望,这既是一种逃避现实情感压力的方式,也是一种心理上的补偿机制。“虚拟情感互动的‘虚拟’本质使得消费者容易陷入对虚幻关系的依赖。某些消费者可能会对Coser产生过度依恋,而Coser则可能利用这种依恋来获得更多的金钱回报。”肖雪萍表示。

全球商品战略高级顾问潘俊进一步指出,Cosplay本质上涉及版权和知识产权保护,未经授权使用虚拟角色形象可能构成侵权。此外,由于Cos委托的情感和物质交易特征,服务中的行为边界模糊,甚至存在潜在的性骚扰和欺骗风险,“行业的健康发展离不开透明化和标准化的服务流程,以及有效的法律和伦理约束。行业应尽快出台明确的行业规范和服务标准,以防止情感剥削和虚假宣传等问题的发生,确保参与者的权益得到充分保护。”

业内人士认为,未来可能会有更专业化的平台出现,可以借鉴心理咨询师等职业的服务模式,通过标准化服务流程和权益保护机制,为消费者提供更安全、规范的情感服务,“通过设立标准化的服务流程,加强消费者权益保护,Cos委托有望逐渐发展成为一个成熟的细分市场。”

乙女游戏充值流水破十亿 内容“尺度”争议仍存

本报记者 卢岳 □ 王鑫坤

今年9月,说唱歌手轮番发歌攻击“乙女游戏”的相关话题冲上热搜,在乙游圈子引起了广泛的舆论争议。

乙女游戏,是指以年轻女性为主公公的恋爱模拟游戏(下文简称“乙游”)。随着“她经济”的崛起,曾经被看作“亚文化”的乙游已成为极具影响力的游戏门类,坐拥超千万的粉丝群体,但针对其“尺度”相关的争议热度却仍居高不下。专家指出,该类游戏在加强监管同时,应进一步关注未成年人群体的保护。

说唱歌手“怼”乙游惹广泛争议

据记者了解,此次案件起因是说唱歌手派克特(本名王昆)在公开发表针对乙游的游戏歌曲时,其MV使用了《恋与深空》的游戏元素。随后,《恋与深空》官方发文回应了派克特及相关舆论,并表示“对侵权和侮辱绝不容忍、绝不接受”“将会追究到底,法庭见”。记者了解到,涉事视频已经被删除。

据悉,《恋与深空》是叠纸互娱旗下的女性向恋爱互动手游,在国内iOS畅销榜上一度超过《原神》。Sensor Tower数据显示,截至2024年8月11日,《恋与深空》的全球总收入已达2亿美元(约合14.25亿元人民币)。此

外,叠纸互娱也曾推出过《奇迹暖暖》《恋与制作人》等其他知名国产乙游作品。

记者看到,此类争议并非个例。8月29日,“绘旅人开战痞老板”话题登上微博热搜,内容涉及另一位说唱歌手对乙游的攻击。“一直以来,社会对乙游题材和受众特点的刻板印象,使得乙游深受偏见,此次事件则成为了矛盾积累的爆发点。”业内人士表示。

叠纸互娱指出,演艺圈艺人的言论影响范围较大,相关负面言论会对乙游造成极其恶劣的影响,严重伤害游戏玩家的情感。据了解,“派克特事件”一经发酵,游戏粉丝已在派克特微博评论区留下超14万条评论,对其进行谴责。《恋与深空》等乙游粉丝群体的社区文化认同究竟从何而来?

摆脱“恋爱脑”冷门标签 乙游不再小众?

“乙游的确存在‘饭圈化’的可能,毕竟‘纸片老公’的营销卖点,本身就是在塑造‘虚拟偶像’。”游戏产业分析师张书乐表示,此类争议的本质是一种热门IP的文化现象,其背后是玩家对乙游愈发热爱。

叠纸互娱旗下的《恋与制作人》于2017年正式上市,成为国内首款乙游。相关数据显示,《恋与制作人》上线仅短一个月,其日活跃玩家数量便超过400万,月流水超过2亿元。此后,米哈游、网易、腾讯等大厂纷纷加入局,《世界之外》《未定事件簿》《以闪亮之名》等乙游先后亮相。

七麦数据显示,今年7月,《恋与深空》iPhone端总收入达9601万元。值得注意的是,《恋与深空》在2.0版本推出新男主秦彻后,第二天其单日流水便飙升至1294万元。业内人士指出,乙游如今的发展并非全由“恋爱脑”成就。

“一开始,我一度认为自己不会为这个游戏花一分钱。”乙游爱好者曾帆宇告诉记者,“但随着剧情的深入,我发现游戏角色的人设很立体,吸引我充值了月卡。”她表示,吸引玩家长期留存的关键,在于乙游所能提供的情感价值。

“乙游的走红,也与年轻一代的恋爱和择偶观息息相关。”在广州大学新闻与传播学院副教授曾丽红看来,这种快餐式的情感消费,为玩家提供了不同的人生体验。

但也不能就此说歌词里提到的现象(乙游擦边软色情)并不存在。”

记者了解到,自己游诞生以来,相关“尺度”争议便一直存在。例如在《恋与深空》与《恋与制作人》游戏中,便出现了虚拟男性角色裸露半身的画面,玩家可以与其拥抱、接吻,甚至触碰隐私部位;《光与夜之恋》曾因为“尺度”过大对游戏内容进行修改。

先前有媒体报道称,乙游的擦边做法引发了许多家长的担忧和不满。曾帆宇补充到,“乙游的较大‘尺度’的确会对青少年产生不良影响。虽然现在大多数的乙游都设置为‘16+’等级(《网络游戏适龄提示》划分的最高适龄等级),但在我周围用家长手机玩乙游的未成年人也不在少数。”江苏苏博律师事务所主任律师吴波强调,乙游先行的登陆审核是不够的,厂商应采取身份证号码登录或者人脸识别登录的方式,强化适龄标准落地实效。

记者从业内人士处得知,游戏行业对“尺度”擦边球似乎有一定潜规则,“尺度”的具体界限并不明确。张书乐指出,“乙游的‘尺度’问题从根本上源于创新不足。当游戏本身缺乏吸引力时,开发商往往借助擦边内容或营销噱头来吸引注意,然而,这种做法难以长久维系用户兴趣,也难以支撑乙游持续向上发展。”

本报记者 卢岳 □ 王琦琛

在快节奏的现代生活中,年轻人越来越重视高效利用时间,由此催生出一种新的消费形式——“替身经济”。消费者通过购买服务,将生活中的琐碎任务外包出去,从而节省时间用于工作、娱乐或休息。

无论是手工拼装、代买奶茶,还是“代肝”游戏,“替身经济”正渗透到年轻

代拼、代喝、代肝 年轻人掀起“替身经济”热潮

人生活的方方面面。然而,这一新兴市场的背后也隐藏着潜在的风险。

“替身经济”兴起: 快节奏生活下的多元化服务

曾被年轻人视为心头宝的手工拼装,如今已被诸多消费者列入“替代”完成的任务清单。

27岁的王女士是一位乐高迷,但繁忙的日常工作让她无暇亲自拼装乐高模型。于是她在小红书找到了一位代拼师傅,在支付了600元费用后,不出几天便收到了拼好的作品。

“我经常加班,实在没时间拼那些模

型,但看到成品还是很有成就感。”王女士说。虽然她表示少了亲自动手的乐趣,但对来说,节省了时间才是关键。“有些模型实在太复杂,自己拼容易出错,代拼后省力,还避免了烦恼。”

记者了解到,除了乐高拼装,奶茶代购也在“替身经济”中颇受欢迎,尤其是在限量款或联名款推出时。24岁的李先生就曾通过代购服务,以三倍原价买到了一款限量奶茶和相关周边。“新品刚上市时,我根本抢不到,也没时间去排队。”他说,“看有人可以代买,我就试了一次。”虽然觉得代购价格略高,但在李先生看来,此次消费仍是值得的。

另一个热门领域是游戏“代肝”服务。许多游戏玩家因时间紧张,无法完成日常任务,便选择付费找人代打。张先生是一名资深游戏爱好者,但繁忙的工作使他无力兼顾游戏任务。“最初我很抗拒找代练,觉得失去了乐趣,但后来实在没时间完成任务,只能花钱让人帮

忙。”张先生坦言。

“替身经济”中的消费陷阱: 便利与风险并存

在现代多元消费需求的推动下,替代性服务逐渐成为一种趋势。然而,记者调查发现,这类服务中消费者不仅面临高昂费用,还需应对潜在的消费陷阱。

以乐高拼装为例,记者在闲鱼二手平台上看到,代拼一套中等难度乐高模型的费用在300至600元之间,而一些复杂的DIY小屋拼装甚至可以达到千元。奶茶代购市场同样如此,原价20元的奶茶在代购者手中价格可能翻倍至60元甚至更高。游戏“代肝”服务的收费则根据任务难度和时间长短浮动,从几元的简单日常任务到数百元的高级装备获取,价格差距较大。

然而,高价格并不意味着服务质量有所保障。26岁的刘小姐就曾在社交平台上为虚拟跑步任务支付了300元,代

本报记者 卢岳 □ 王鑫坤

此前,“家长遭遇游戏退费骗局被骗2万元”话题登上微博热搜,目前阅读量已累计突破1750万。记者看到,游戏退款作为常见的消费现象,是消费者保护自身权益的重要方式之一。但近年来,一些不法分子却从中找到了生财之道,并创造出一种新型诈骗方式。

中国互联网协会发布的《未成年人网络游戏服务消费管理要求(征求意见稿)》指出,八周岁以上的未成年人,未经其监护人同意在游戏中进行的大额充值,可以提出退费申请。近期,有消费者反映遭遇“黑中介”,其宣称只需交纳几百元“服务费”,成年人也可申请到高比例游戏退款。然而,在消费者缴纳“服务费”后,非但未收到退款,且中介也不知所踪。

消费者为何屡屡陷入“游戏代退费”骗局?这些骗局应如何分辨?

“游戏代退费”只收不退 相关诈骗事件频发

“我也清楚,成年人理论上是不可能拿到游戏充值退费的,但还是想尝试一下。”24岁的游戏爱好者陈元隆告诉记者,其曾通过小红书平台一位名叫“职业退费”的中介与一家“法律咨询公司”取得联系,“公司声称,只需缴纳500元的服务费就能通过秘密手段获取高比例(95%)游戏退款。因为我的游戏账号已累计充值近万元,在被诱导的情况下,和他们签了一份协议,并让我提供了姓名、身份证号、手机号等个人隐私信息。”陈元隆补充到,“与先前约定时不同,他们并未按照‘协议要求’在3—7天内完成退款流程。当我进行催促时,反而被要求再交300元的手续费。在沟通未果后,他们便把我踢出了群聊。”

据了解,与陈元隆有类似经历的消费者不在少数。相关媒体报道数据显示,截至2024年7月底,国内某知名游戏公司后台已累计接收到消费者“游戏代退费”诈骗投诉204起,受骗金额从20元到2万元不等。

记者调查发现,有不少“受益者”会在社交平台上分享自己成功退费的“经验”而当消费者向他们咨询是如何做到时,他们会向其引荐“专业退费团队”。除此之外,在网购交易平台也出现大量为消费者提供代退款服务的店铺。例如在淘宝平台,一家名为“店铺粉丝数90”的店铺,会将点入链接的消费者转入闲鱼查看具体“服务”内容,截至目前已有超千人付款。

编造细节、拿捏心理 消费者易陷“代退骗局”

近期,“游戏代退费”相关话题频频登上微博热搜。有网友点出了许多人的疑问:为何如此明显的骗局仍会不断有消费者上当?记者从陈元隆处得到了一些骗局细节。“在协议拉扯阶段,他们不会主动催促你签

约,但会时不时地更新朋友圈,上传许多消费者退款成功的截图和聊天记录。”陈元隆进一步表示,除了公司的营业执照等资格证件,在签约时他们的法务甚至还给我拟定了一份难分真假的文件,强调游戏公司应承担退费责任,并附上了公司公章。“此类骗局屡屡发生的根源在于,不法分子抓住了消费者的心理诉求。”游戏退费行业顾问李先生指出,致使消费者“病急乱投医”的原因有很多,以未成年人游戏退款为例:一方面,对于不了解正规的退费渠道且希望获得高比例退费的家长而言,此类骗局的宣传能够满足其心理预期;另一方面,部分未成年人不希望家长得知自己乱花钱,便会想通过此类“服务”绕过家长的监管,“而对于一些想要‘薅羊毛’的成人消费者来说,正规渠道走不通的情况下(目前仅有针对未成年人的退费标准),只得怀着侥幸心理向第三方求助。”记者看到,“游戏代退费”广告大多会伴随“成人退款合法”“高比例退返”“快速到账”等常规话术,以迎合特定消费者需求。

另值得注意的是,这些骗局尽管都围绕游戏产品,但其诈骗行为本身却并不在游戏内发生,因而难以进行监管。“很多消费者因为被骗金额不多,且维权困难大,只能算自己倒霉。”李先生表示。

“专业机构代理”实为非法 游戏退费需走官方渠道

“依据我国的相关法律,上述‘专业代退机构’向消费者的所谓‘承诺’不可能实现。”数字化领域专家袁帅在接受记者采访时表示,这些机构通过虚假宣传、误导消费者等方式,侵犯消费者的合法权益,会对游戏市场及公共环境造成严重不良影响,败坏社会风气。文化和旅游产业资深分析师高东旭也指出,“此类机构行为涉嫌违法,市场监管部门应当积极进行剔除整治。”

谈及如何提防“游戏代退费”骗局,广东环球经纬律师事务所律师方梓楠表示,如今绝大多数游戏企业都要求账号必须进行实名认证,因此在消费者申请退款的流程中理应会进行身份核验。仅从这个角度看,完全将退款流程托管给第三方服务机构,都是几乎不可能的,“如果有任何机构声称其能够在较短时间内,百分百实现成年人的退费诉求,此类宣传一定是虚假的,家长和未成年人都应提高警惕,谨防上当受骗。”

业内专家提醒,消费者如有正当、合理的退费需求,应直接联系游戏公司,“正规游戏厂商都有官方渠道供消费者进行退费,而第三方游戏代退机构大多无法律资质、风险高。”袁帅补充到,消费者应当随时保留证据,如若发现被骗,应第一时间向当地消费者权益保护机构、公安机关进行投诉举报,在必要时可通过法律手段进行维权。

反映了现代年轻人对个性化和高效生活方式的追求,随着这一市场的逐步扩大,如何在提供便捷服务的同时,确保消费者权益和服务质量,成为了亟待解决的问题。

对此,产业经济评论家洪宾指出:“替代性服务的快速发展,既是现代社会分工进一步细化的体现,也是年轻人消费需求变化的结果。但与此同时,这种新模式也带来了新的挑战。”洪宾强调,未来“替身经济”的发展需要在便捷和监管之间找到平衡,只有在建立健全的市场机制和法律规范的前提下,才能实现长远发展。

知名战略定位专家詹军豪表示,目前市场上“替身经济”的服务商良莠不齐,消费者应在选择服务时提高警惕。同时,相关部门应加强对这一新兴市场的监管,保护消费者权益,促进其健康发展,“替代性服务无疑是现代生活方式的一大创新,但在追求便捷的同时,我们也需要审慎评估其中的风险。未来,只有在消费者权益得到充分保护的基础上,这一市场才能真正实现双赢局面。”

成年人「游戏代退费」成新骗局