

黃冠麟表示，當情感需求被資本系統性捕捉與放大，平台演算法優先推薦最能「引爆情緒」的內容，以延長用戶停留時間，結果是社會對話變得極化，共識難以形成。更值得警惕的是，過度依賴「我心急我即要」、「下一刻我改要其他」的情緒消費，可能弱化人在現實中構建深度關係的能力。

他表示，情緒經濟的崛起，是當代社會結構演變的必然結果。它既與大眾普遍的情緒狀態深度綁定，也和人們的情感需求、社會氛圍的互動緊密相連。從公共治理的視角出發，我們不禁要思考：究竟該引導社會回歸理性，秉持「保持冷靜、繼續前行」的克制態度，還是該全力追逐經濟增長、鼓勵情緒消費？其實這並非非此即彼的兩難抉擇。情緒經濟的核心價值，恰恰在於它精準回應了現代人的深層心理訴求：在碎片化的都市生活裏，人們內心始終渴望着被關注、被理解、被陪伴。

### 盲盒經濟：追求「開盒刺激」「賭運氣」

盲盒經濟作為情緒消費的典型代表，在香港引發監管關注。香港立法會議員李浩然提出書面質詢，直指盲盒銷售模式的潛在問題：他認為部分人抽盲盒並非為了收藏，而是單純追求「開盒刺激」與「賭運氣」。他擔憂未成年人對「概率遊戲」的抵抗力更弱，這種銷售機制可能對他們造成不良影響。

研究顯示，虛擬盲盒已在青少年群體中高度普及。今年3月，香港路德會青亮中心與香港大學的研究發現，71%受訪中學生曾接觸虛擬盲盒，57%曾支付「真金白銀」，其中19%每月花超過港幣500元。更令

知名香港貓店長網紅「阻B」。



人憂慮的是，每月支出超過500元的群體，其自殺意念、自殘及自殺企圖的盛行率顯著高於其他群體。

香港商務及經濟發展局局長丘應樺回應指出，香港並非「無規可管」，現有多條法例已覆蓋盲盒銷售，其中《商品說明條例》是核心監管依據。該條例明確禁止六種不良營商手法，包括虛假商品說明、誤導性遺漏、具威嚇性的營業行為等。然而，監管明確了「紅線」，但更值得思考的是，盲盒經濟的本質是否已經偏離了「收藏興趣」，變成了「概率遊戲」。

### 構建健康情緒消費生態

面對情緒消費的雙刃劍特性，香港社會需要多管齊下，構建健康的發展生態。香港政府可借鑒內地經驗，加快完善行業標準與監管規則。江西、貴州、重慶等地已將「情緒經濟」寫入政府工作報告，香港可考慮設立專項工作組，研究情緒消費業態的監管路徑。

對此，香港立法會議員黃永威對記者表示，情緒經濟需超越「快消、概率邏輯」，例如挖掘深度文化情感代替貼標籤，或是強化科技賦能。從「快消」轉向「資產」，核心在於生態化與長線運營。這需要構建完善的IP授權生態，通過規範

的跨界合作與授權經營，使IP成為可持續產生收益的資產。

談到監管，他認為，可通過「分級監管」實現情緒經濟創新與規範的平衡。

第一級，文創潮玩等普通情緒消費產品，適用通用消保法規，聚焦安全、定價、宣傳底線，最大化釋放創新空間。

第二級，AI陪伴、情感傾訴等深度交互服務，需強化監管：強制AI身份告知，嚴格規範心理情感數據使用，搭建便捷投訴通道。

第三級，涉心理健康醫療的商業專案，實施最嚴監管：服務方需具備專業資質，嚴禁違規診療、誘導行銷，建立嚴重心理困擾用戶的專業轉介機制。

他強調，情緒經濟無疑是未來極具潛力的市場藍海，但行業的健康發展離不開清晰的規則指引。政府既要扮演「助推器」的角色，鼓勵技術創新和模式探索，更要做好「守夜人」，通過科學的分級監管體系劃定行為邊界，為行業可持續發展保駕護航。



掃碼閱讀原文