

盲卡盲盒哪能“无拘无束”

疑

消费失控：从“零花钱”到“豪掷千金”

周五一放学，重庆江北区13岁的明明攥着50元零花钱，三步并作两步冲进学校旁的文具店，眼睛盯着货架上的盲卡，“老板，来10包最新款奥特曼卡！”

随着包装撕开的脆响，明明快速翻找卡片，脸上从期待转为失落——又都是普通卡。“再买一些说不定就能抽到黄金卡！”他咬咬牙，又掏出了剩下的30元。

这两年，继盲盒火爆后，盲卡凭借“未知惊喜”的卖点，迅速在儿童青少年群体中走红。非理性消费在儿童青少年中屡见不鲜，部分孩子为了追求稀有卡牌，单次消费高达数百元甚至数千元。

“盲卡其实就是盲盒和‘谷子’结合起来的一类变种。”在天津从事相关生意多年的张先生向记者介绍，“谷子”是英文“goods(商品)”的谐音，基本是动漫、影视剧和游戏的周边，比如徽章、钥匙扣、卡牌等小商品。卡牌大多围绕热门IP的主人公限量发售，一般上市就引发抢购，然后二级市场跟着炒作。盲卡在中小學生中很火：一方面在同IP的各种衍生品中，盲卡也就一二十元，比动辄上千甚至上万元的手办入门门槛低；另一方面与球星卡这类成年人比较喜欢的盲卡类别相比，围绕动漫类的盲卡更符合中小學生的偏好。

如今，盲卡早已超越简单的收藏功能，变成儿童青少年社交圈里的“硬通货”。为了在社交中不“掉队”，不少孩子省吃俭用，甚至与抽到卡的同学进行高价交易。“要是谁有最新的稀有卡，就能成为班里的‘卡王’！”明明说，“午休时大家围在一起晒卡，没几张厉害的根本插不上话！”

网络直播带货自然也少不了盲卡。

“我只追原神的盲卡，1周花100多块钱，零花钱都花在这上面了。”天津初中生王小萍给记者展示在家里陈列的盲卡。她拿出手机给记者看自己常看的盲卡直播间。

“新人14.9元5包！可以代拆！”在主播大声吆喝下，记者注意到直播间在线人数已经有100多人，不时就有下单提示。在直播间背景的不起眼处，一张白纸上印着“未成年人禁止下单”，但是主播全程没有就此进行任何提示。

“这种14.9元5包的抽不出什么稀有卡，都是用来引流的。”王小萍说，



·资料图片

“一次下单10包甚至‘抬箱’(购买整箱)的，也许能抽出来1张稀有卡。”

“带着孩子出去逛街，衣服不买、餐厅不去。见到‘谷子’店就走不动道，非要买盲卡。晚上回家拿着平板说是看网课，其实偷偷看盲卡直播，给的零花钱和饭钱都攒下来买它了。”王小萍的父亲王先生对记者说。

孩子为啥会沉迷购买盲卡？孩子为什么可以随意购买盲卡？针对这些问题，记者开展了调查。

探

沉迷背后：“商业陷阱”与监管滞后

“盲卡设计堪称精准捕捉未成年心理弱点的‘商业陷阱’。”西南大学国家治理学院副院长张永红分析，“它利用心理学中的‘斯金纳箱’原理，通过随机奖励制造期待感。比如抽卡时‘下一次可能中奖’的错觉，会刺激大脑分泌多巴胺，让孩子不断重复购买行为。”

这些精心设计的“商业陷阱”，正在线上和线下的消费场景中不断蔓延。

在重庆，盲卡商家将“战场”布局在人流聚集的区域，例如观音桥、龙湖时代天街等热门商圈。2024年12月，一家知名商场改名后，正式开启二次元运营，大批“谷子”店入驻，也包含盲卡商店。这些商家地处热门商圈，人流量较高。

在线上，各类短视频平台的直播中，“10连抽必中”“最后3箱！错过再无”等营销话语十分常见。主播们夸张展示拆出稀有卡时的兴奋表情，镜头还会刻意放大包装撕开的声响。这些设计好的视听效果，配合“集齐整套就能兑换限量手办”等诱导性奖励机制，让缺乏消费自制力的儿童青少年不断冲动下单。曾有网友在直播间15分钟内下单200包小马宝莉

卡牌，“豪掷”1500余元。

盲卡的商业模式很容易“套牢”小消费者。记者调查中发现，部分盲卡评级机构与厂商形成利益关联，将普通卡片包装成具有投资价值的“理财产品”。商家以“越贵的卡包抽到好卡的概率越大”“稀有卡片可获得高额回报”“反手赚10倍卡费”等噱头，通过营销话术和抽奖机制诱导未成年人不停购买卡包。

“此类设计涉嫌利用未成年心理发育尚未成熟、自控能力较弱的特点，诱导他们进行非理性消费，有悖于未成年人保护法中‘不得危害未成年人身心健康’的立法宗旨。”西南大学法学院教授杨复卫说。

记者走访发现，部分卡牌如“游戏王”“宝可梦”“万智牌”等，在部分店里会涉及年龄提示，一般是12+或16+，但在结账时商家并未严查顾客年龄，常有一些小学阶段的学生结伴出现在店里。而线上平台依赖用户自主填写信息，缺乏严格身份验证。

此前国家市场监督管理总局印发的《盲盒经营行为规范指引(试行)》明确规定，“盲盒经营者不得向未满8周岁未成年人销售盲盒。向8周岁及以上未成年人销售盲盒商品，应当依法确认已取得相关监护人的同意。”但这只是一个规范性文件，并未规定相应处罚。实际经营中很难落实身份核验。“我也不可能让人家给我看身份证，说白了只要不穿校服，看着别太小，我也就卖了。”张先生说。

析

多方施策：完善立法和联合执法如何规范盲卡市场？消费者权益如何保护？

“盲卡本是一种娱乐方式，若缺乏约束，可能演变成‘收割’孩子钱包的工具。特别是通过话术诱导消费、模糊概率、虚构稀缺的行为，

已经有违法之嫌。”天津盈科律师事务所律师郭振杰说。

“未成年人不具备完全民事行为能力，不能随意购买高价盲卡。相关部门应当给盲卡盲盒出台严格的规章制度，加强对未成年人的保护。”郭振杰表示，“可以借鉴《盲盒经营行为规范指引(试行)》禁止向8岁以下未成年人销售，8岁以上的需监护人同意。同时设置金额限制，避免天价盲卡。明确概率公示，不得虚假宣传。”

杨复卫建议进一步细化盲卡、盲盒监管规则，增设技术监管条款。要求线上平台实施“实名认证+人脸识别+监护人二次验证”三重验证机制，禁止未通过年龄核验的未成年人账户进行交易。线下实体店则应设立“未成年人专区”，同时对违规商家处以高额罚款。

在执法监管层面，杨复卫认为，需建立市场监管、网信、教育等部门的联合执法机制，运用大数据分析识别异常交易，对虚假宣传、诱导消费等违法行为开展专项整治。

如果孩子出现大额消费，家长如何追回权益？《重庆市消费者权益保护委员会关于盲选卡片的消费提示》提出，家长发现孩子未获允许在线下门店消费，应提供该未成年人的年龄证明材料及所购商品、转账记录、收银小票等消费凭据。如孩子用家长账户在卡牌公司APP及小程序、直播间下单购买，应保留家长在该消费时间段不具备消费可能性等证据。当自身合法权益受损时，应及时与商家协商；如协商不成，及时向消委会投诉，依法维护自身合法权益。

据《人民日报》



·资料图片