

如何让未成年人远离“盲盒陷阱”？

盲盒，不少年轻人对它情有独钟。作为一种新兴业态，近两年，盲盒越来越多地走进我们的视野中。对于消费者而言，盲盒的魅力在于，盒里物品不确定，增加了消费的新鲜性、刺激性。然而，个别商家利用盲盒销售“售出不退不换”的规则“清库存”，严重损害了消费者利益。中消协官网曾发布消费提示，提醒消费者勿盲目购买。

值得一提的是，在盲盒消费风潮下，许多中小学校周边店铺里出现盲盒销售盛行的现象。盲盒产品涵盖文具、玩具、卡片等各种类型，而且还专门针对青少年的喜好设计，让孩子们喜欢上盲盒，有的学生甚至对开盲盒痴迷上瘾，对青少年形成正确的消费观产生极大影响。这一现象让一些家长和老师十分担忧，引发了社会各界热议。



漫画/李昂

网友热议

@清晨的露水：文具是孩子用来学习的日常用品，属于刚需消费，价格本不高，但被商家套上盒子，变成盲盒之后，立刻“改头换面”，价格就能翻上数倍，乃至数十倍之多。比如一只普通的中性笔，换上文具盲盒包装，售价翻了6倍。买盲盒就像拆礼物一样新奇，学生一不小心就会买上瘾。一些中小生痴迷“文具盲盒”，把零花钱、压岁钱都用光，甚至有学生将吃饭钱都省下来，花费数百元、

数千元，就为抽中所谓的隐藏款、限定款文具，变相增加了家庭负担，得不偿失。

@华安花草：随着不断崛起的盲盒“陷阱”，未成年人要节制消费、避免成瘾是一项主要任务。但是，监管部门进一步规范市场也是消除盲盒“陷阱”任务的重中之重，对交易不透明以及各类违规炒作，需及时清理打击，保证这一新兴行业能够良性运转。

媒体评论

《中国青年报》：盲盒陷阱的出现是商家利用未成年人心智发育尚未成熟，认知水平有限，因此容易产生对未知事物不确定性的追逐好奇心而进行的商业行为。长期购买盲盒容易形成“行为成瘾”，常常沉溺于此，可能会造成攀比、不劳而获、天上掉馅饼的心理，荒废学业，影响正常生活。基于这些，为了避免未成年人沉迷盲盒消费，在同学之间形成攀比炫耀之风，使未成年人权益受到损害，建议在购买盲盒时，家长应引导孩子结合经济能力、消费需求等量力而行，不要过分沉迷，避免成瘾。

《北京青年报》：“盲盒”具有不确定性和神秘性，未成年人需根据自己的实际需求合理消费，切勿盲目跟风。购买时，多注意查看生产厂家、质量合格证等重要信息，避免购买“三无”产品。作为家长，要深刻认识购买盲盒的危害性和紧迫性，正确引导孩子树立正确的消费观，远离“三无盲盒”；作为经营者，更要提升其依法经营意识和法律意识，不要只顾眼前利益，追求短期暴利，忽视长远发展。

（本报综合报道）

多管齐下，防范未成年人掉入“盲盒陷阱”

江德斌

近期，“盲盒经济”发展迅猛，呈现“万物皆盲盒”的火爆场面，各行各业纷纷推出盲盒产品，诸如图书、食品、文具、玩具、卡牌、宠物等都卷进来，引起消费者抢购风潮，却也衍生出不少社会问题。盲盒是新生事物，具有不确定性、赌博性、神秘感，强烈刺激着神经感官，产生心理快感，不少成年人都会“上瘾”，而对价格不敏感、缺乏自控力的未成年人，更加难以抗拒诱惑，很容易沉迷其中，不能自拔，甚至影响到学习。

未成年人身心智不成熟，对社会上的商业营销套路缺乏辨识力，又难以控制冲动情绪，容易掉入商家的营销套路，养成不良消费习惯。很多未成年人热衷于买盲盒，家里积压一大堆文具、卡牌、玩具，远远超出了合理消费，而且，如果有些款式不满意，拆开就会扔掉，如此一来，又造成了严重的资源浪费。由于未成年人没有经济来源，购买盲盒的钱，都是从父母处获得，则加重了家庭经济负担。

盲盒的利润高，普通商品包装成盲盒后，成本并未增加多少，利润却能翻上数倍之多，这也是商家一窝蜂涌入“盲盒经济”的主因。由于盲盒存在信息不对称、商品不透明等问题，消费者只有购买拆开，才知道具体商品内容，后悔了又无法退换。一些商家利用信息差牟取暴利，导致盲盒质量差异很大，甚至故意以低廉的“三无”文具、滞销玩具、有毒有害商品塞入盲盒内，给未成年人的身体健康构成侵害。

为让未成年人远离“盲盒陷阱”，需要多管齐下采取规制措施，由市场监管部门、学校、家长等各方联手合作，构建一个健康有序的盲盒市场环境。可见，对“盲盒经济”立法予以规范，收紧行业标准，提高产品质量，强化政府监管力度，规范销售模式，防范未成年人沉迷盲盒，引导树立正确消费观，已经势在必行。

如今，让未成年人远离盲盒，已经形成法律共识。此前，上海市市场监管局发

布《上海市盲盒经营活动合规指引》，明确单个盲盒的售价一般不超过200元。不得向8周岁以下的未成年人销售盲盒。向8周岁以上未成年人销售盲盒商品，要经过监护人同意。市场监管总局公开征求《盲盒经营活动规范指引（试行）（征求意见稿）》意见，也有类似规定。

因此，各地监管部门应及早行动起来，加大对盲盒经济的监管力度，加强对生产、销售等各个环节的监管。可建立完善的监管体系，督促厂商合规生产供应商品，从源头上保障盲盒质量可靠。同时，对盲盒终端市场进行全面排查，严格执行相关法规，对“三无”产品，以次充好、名不副实、假冒伪劣等违规行为予以严厉处罚。商家也需认清形势，自觉规范经营，在显著位置标明相关规定，不向未成年人推荐、销售文具盲盒，或要求疑似低龄消费者出示身份证明，以验证年龄是否符合购买要求。

目前，商家往往以盲盒拆开，就不

能再销售为由，拒绝退换货存在质量问题的盲盒，导致消费者利益受损，特别是部分线上商家，更是钻这个漏洞，拒不履行“七天无理由退货”承诺，用劣质盲盒商品坑骗消费者。因此，针对此种情况，监管部门可明确盲盒只是一种商品销售模式，亦属普通商品，也应遵守商品退货标准。如果属于可退换货商品之列的盲盒，商家也应承担退换货责任，做好相应的售后服务，以堵住销售漏洞。

同时，家长和学校可以发挥更大的作用。家长应关注孩子的日常消费行为，引导其理性消费，并在必要时采取经济限制，防范乱花钱买盲盒，如果消费金额支出过大，可以主张未成年人消费受限权利，要求商家退货退款。学校可以加强宣传和引导，给学生上一课，比如用数学计算抽奖概率、普及经济常识、角色扮演等授课形式，让他们了解盲盒文具市场存在的风险和问题，帮助树立正确消费观念，明白什么是理性消费方式，提高消费意识。

对“盲盒陷阱”该建立分级治理机制

李英锋

近年来，盲盒销售日趋火爆，让很多未成年消费者着了迷。这种现象十分令人担心。因为盲盒越来越像博彩新潮流玩具，其极高的溢价拜其玩具属性所赐。可以说，盲盒的功能已经严重异化，本末倒置，售价比正常市场价格高出数倍甚至一二十倍，加重了未成年消费者的负担，其诱发的盲盒社交以及虚荣、攀比现象也不利于未成年人的健康成长。无论从保护未成年人权益的角度出发，还是从维护市场秩序的角度出发，对盲盒都应该采取必要的整治措施。

上海市消保委关于禁止向未成年人销售盲盒的建议切中了盲盒消费的焦虑点、困惑点和痛点，顺应了社会的呼声和需求。但在法治社会，监管部门要对盲盒采取限制措施应该有合理的法理理由，应

该有准确的法治切入点。笔者以为，不妨参照月饼、粽子、茶叶等食品的包装标准对盲盒进行规制。

国家标准《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》第1号修改单对食品、化妆品的包装层数、包装空隙、包装成本等均做出了更严格的限定，并对销售价格进行了重点限价——生产组织应采取控制除直接接触与内装物接触的包装之外，所有包装的成本不超过产品销售价格的15%。去年，国务院办公厅印发《关于进一步加强商品过度包装治理的通知》，要求完善标准体系，修订限制商品过度包装通用标准，提出更适用的要求。针对玩具及婴童用品、电子产品等领域，制定推行简约包装和限制过度包装的推荐性国家标准，明确判定

过度包装的依据，引导包装减量化。盲盒中玩具之外的部分都可视为包装部分，标准制定部门应以问题为导向，制定限制文具、玩具等商品过度包装的国家标准，比照月饼、粽子等食品的包装标准对文具、玩具等商品的包装层数、空隙以及包装成本占比等提出明确要求，并将盲盒的“盲盒溢价”定性为包装溢价。这样，就能从源头制约盲盒过度包装、过度溢价的现象，让盲盒多守住一分“本真”，从生产端和消费端倒逼盲盒厂家回归理性，让附着在文具盲盒上的一系列乱象失去原始的价值推动力和炒作空间。

同时，对于未成年人尤其是无民事行为能力未成年人，还有必要设置“盲盒防火墙”。去年8月，市场监管总局公开征求《盲盒经营活动规范指引（试行）》意

见，拟禁止盲盒经营者向8周岁以下未成年人销售盲盒，并对向8周岁及以上未成年人销售盲盒商品设定了监护人知情同意的必要条件，还鼓励相关部门对小学校园周边的盲盒销售拒拒距离、拒拒内容等进行探索。用监管规则给未成年人筑起一道盲盒营销防护网，给未成年人划出保护圈，有效净化盲盒市场，拦阻屏蔽不利于未成年人健康成长的负面盲盒因素，引导未成年人健康理性消费。

盲盒让很多孩子迷失了正确价值观。因此，对盲盒采取分级治理措施很有必要。一方面，参照限制商品过度包装的法治机制对文具盲盒进行瘦身限控；另一方面，针对未成年人尤其是低龄未成年人建立盲盒“拒止机制”，给盲盒营销套上规则笼头，助推盲盒市场进入规范发展的新时代。

以“潮”而“出圈”的盲盒产品，“玩法”越来越多，“玩局”越来越大，从文具、图书到美妆、餐饮，大有“万物皆可盲盒”之势。可是，人们真的会“盲目”买单吗？答案好像没有那么“乐观”。

3月17日，京津冀消协组织发布的“盲盒”消费调查报告显示，88.54%的受访者支持尽快出台盲盒管理办法或规定。与此同时，网友们对“禁止向未成年人销售文具盲盒”的讨论度和支持率也在持续攀升。这充分说明，广大消费者对“盲盒毒性”是有敏感度和警惕性的，对盲盒消费是有清醒认识和清晰底线的，以严格制度对盲盒市场进行引导、规范，以严密法治去除盲盒“毒性”，是民之所望，亦是大势所趋。

“盲盒毒性”的“症状”，可谓五花八门。一些商家利用所谓的“隐藏款”“限量款”为陷阱，诱导消费者重复购买不明示抽取概率的盲盒产品；一些商家更是无底线地以次充好，以假充真，甚至兜售“三无产品”。这些行为不仅侵害消费者合法权益，而且严重影响正常市场秩序，为人们长期诟病。而相比于其他盲盒产品，文具盲盒消费受到更多人“讨伐”，因为文具盲盒的主要消费群体是中小学生。

中小学生还是未成年人，未形成稳定而正确的价值观和消费观，盲盒营销给他们带来的“次生伤害”更大。比如，文具盲盒引发的“买笔上瘾”，会助长非理性消费，危害正确消费观的树立，甚至会导致他们精神恍惚而影响正常学习。再比如，文具盲盒本身具有的“赌性”，以及其带来的社交绑架和攀比行为，会对他们的性格形成造成严重影响。

文具变玩具，盲盒的“毒性”已严重影响未成年人的身心健康，这绝非危言耸听，媒体和网络不止一次地负面报道就是最硬的“铁证”。孩子是父母的底线，文具的“盲盒毒性”向未成年人渗透，对于身为父母的广大网友来说，无疑就是赤裸裸的“触线”。于是乎，各大网络平台上就有了一浪高过一浪的“讨伐”和立法呼吁。

民有所呼，政有所应。规范文具盲盒经营保护未成年人的行动已经展开，不管从地方层面看，还是在国家层面，打击“毒性盲盒”的铁拳已经祭出。

以制度规范文具盲盒经营、保护未成年人是一项长期的系统工程，显然目前离我们预期的目标还有较大的距离。而且更值得注意的是，从盲盒市场依旧乱象丛生的现实来看，不管是上海还是国家层面出台的《指引》，因其相关规定不具备法律强制性，不足以震慑和遏制住不良商家的“财迷心窍”，文具的“盲盒毒性”依然在危害未成年人的身心健康。从这个角度看，立法禁止以盲盒的形式向未成年人销售文具盲盒，势在必行。

立法禁止向未成年人销售文具盲盒，有法可依。《未成年人保护法》第五十五条规定：生产、销售用于未成年人的食品、药品、玩具、用具和游戏游艺设备、游乐设施等，应当符合国家或者行业标准，不得危害未成年人的人身安全和身心健康。文具盲盒危及未成年人身心健康已成既定事实，已经到了必须法律“亮剑”的时候了。

法治不会放任“盲区”的存在。期待盲盒市场早日进入有法可依、循法而行的良性发展阶段，更期待孩子们手中的文具不再有“毒性”，回归“书写”的本真功能。

用法治去除盲盒「毒性」势在必行

衣竹