



Z 北京晚报

深夜11点,某直播间弹幕飞滚:“求求了让我欧皇(意为运气特别好)一次吧!”“吹口仙气再开一包”……弹幕之下,“已下单”的提示闪烁不停。如今,网上直播间已经从卖盲盒变为拆盲盒,并且将未成年人当作重要的消费群体。从卡牌、文具到潮玩,直播间拆的盲盒里几乎都是孩子们追捧的商品。同时,主播还利用精心设计的玩法和话术,引诱未成年人沉迷其间。

直播中

现象

看直播拆盲盒
花掉七八千元

陈女士近来忧心忡忡,只因上四年级的女儿圆圆迷上了看直播拆卡,甚至偷偷使用家长账号下单。“小学生圈里流行卡牌,哪吒、小马宝莉这些卡几乎成了‘社交货币’。”陈女士说,起初,她对女儿观看此类直播并未在意,直到有一天晚上,她的银行卡被刷走了近2000元。

“一问才知道,为了抽中一种稀有卡,孩子一口气在直播间拆了200多包卡牌。”陈女士说,女儿曾炫耀“抓猪”,用20包换来60多包卡,“原来,‘抓猪’就是在直播间拆卡,抽中特定图案卡牌,主播会送卡包。”短短数月,圆圆就在直播间花费了七八千元。

时髦玩具、毛绒公仔、便签、签字笔……直播间拆盲盒的对象并不局限于卡牌。可以说,时下什么热卖就拆什么,孩子追捧什么就拆什么。

“家里都快被塑料乌龟淹没了!床底下、书桌上到处都是。”程女士抱怨,8岁的女儿最近看拆盲袋直播入迷,每次至少下单8包,一个多月下来,积攒的小乌龟玩具已达数百只。

现在,就连最火爆的潮玩LABUBU也被火速拿到直播间。石女士发现女儿房间里突然堆满各种香片,细问才知道都是在直播间买的,就是为了有机会得到LABUBU挂件。这种玩法叫“代拆猜数”,每个香片都有6位数独立编号,孩子需要猜编号最后一位数字,猜中就能以44.9元的“幸运价”获得原价99元的LABUBU挂件。“孩子说班上同学都在玩这个,猜中就像中彩票一样兴奋。”石女士说,女儿为此先后已经花掉1000多元。

孩子们为何痴迷主播代拆盲盒?“直播间买4包能变10包,感觉自己运气爆棚”“手气越‘黑’越要连追,直到抽中稀有款才算完”“就喜欢看拆出来的玩具越来越多,最好能堆满整个屏幕”……多名小朋友直言,喜欢直播间现拆的刺激感。

探访

拆卡竟需排队 诱发冲动消费

让孩子们欲罢不能的直播拆盲盒到底怎么玩?记者连续探访了数十个直播间。

6月11日凌晨2点,拥有百万粉丝的拆卡主播“烧鸡拆卡”的直播间仍有近2000人在观看,下单后需排队半小时方能拆卡。而在晚上8点的黄金时段,热度更高,观众逼近8000人,排队等待拆卡时间通常超过一小时。

记者观察到,在主播挂出的54个商品链接里,销量最高的是《哪吒之魔童闹海》斗天包的代拆链接,售出了1199件。带拆卡玩法的链接销量也不低,“抓猪”玩法链接售出435件。

“来!给豆宝拆5个盲袋,第一个是红龙果……”6月12日晚上7点,“暖暖diy潮玩”直播间里,主播正热情地

直播拆盲盒
围猎未成年人

专家:平台应强化源头管控,家长也要切实履行监护责任
孩子喜欢什么就上什么,有孩子一晚上刷了两千元;

与名为“豆宝”的买家互动,逐一拆开装有不同塑料多肉玩具的粉色盲袋。记者点开“豆宝”主页发现,简介显示其2012年出生,年仅13岁。

一轮过后,19.99元8包的盲袋拆完了,结果却没有一对颜色相同,这意味着“豆宝”没有任何额外奖品赠送。

拆出同色的一对,正是时下直播间流行的新玩法,名为“对对碰”:拆出两个同色物品就算成功“碰中”一次,奖励再加拆一袋。记者观察发现,主播极具煽动性的“碰”声刺激,极易诱发冲动消费。

四年级同学依依告诉记者,她点进直播间本想“只玩一把”,但主播那声“碰”就像有魔力,让她心痒难耐,“想着再玩一把听听”,结果常常连刷三四单也停不下来。

揭秘

饥饿营销作饵 拆盒暗藏猫腻

记者调查发现,为了诱导孩子消费,直播间的主播都有一套相似的话术。

用言语制造稀缺感,是直播的第一步。6月11日晚上11点,在“布丁潮玩”直播间,主播反复催促“库存不多,拆完这波就下播,抓紧上车”。半小时后,记者再次进入直播间,主播还是重复着一样的话,而直播仍在进行中。

当孩子们进入直播间下单、屡次拆卡不中时,主播就会暗示,福利在后面。

再试一手就能中吗?有不少用户表示,在直播间购买了主播承诺必含高稀有卡牌的所谓“福利包”,结果开出的全是普通卡。业内人士刘先生透露,这很可能是“重塑包”——商家提前拆包取走高价值卡牌后重新封装,混入普通包售卖,人为降低中奖概率。

“重塑包”的做法获利不菲。市面上回收小马宝莉普

卡,一斤约45张仅需13元至15元;专门售卖的空包装袋更便宜,9.9元就能买到100个“品相完好、带自封口”的袋子。记者算了笔账,主播只需采购这些散装普通卡和空袋,分装组合成所谓的“盲盒重塑包”,一盒108张卡的成本价算下来不超过50元。然而,同样一盒108张卡在正规渠道的零售价却高达150元至180元。这意味着,主播用不到三分之一的价格炮制出的“新盲盒”依然能按原价销售。

此外,也有玩家告诉记者,主播会在手速上玩猫腻。卡牌玩家王先生向记者提供了一段“抓猪潮玩”直播间录屏,慢放后可以看到,过牌时,主播会用拿牌的手刻意遮挡镜头,偷偷丢弃一部分卡牌,并将可兑奖的稀有卡牌藏于上一张牌下方故意快速翻过。录屏中,这个主播仅拆了4包20张卡,就刻意忽略了3张稀有卡牌。

质疑

未成年人限售 审核形同虚设

2023年,国家市场监督管理总局在《盲盒经营行为规范指引(试行)》中规定: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,须依法取得监护人同意,并采取有效措施防止沉迷。然而,在记者的调查过程中,直播间对未成年人购买盲盒的审核机制形同虚设。

在记者查看的直播间中,超过95%的直播间在醒目位置放出了“未成年人禁止购买”标识。但是,在实际销售环节,商家既未核验购买者年龄,也未确认监护人同意情况,部分主播甚至使用诱导性话术模糊规则边界。比如:6月8日,在“摆摆爱拆盒”直播间,主播公开宣称:“不管3岁还是30岁的宝宝,下单都要扣‘已成年,懂规则’字样。”

“目前来看,平台监管仍有一定局限性,特别是未成年人使用家长账号下

单时难以有效识别。”北京市电子商务法治研究会副会长朱巍表示,互联网平台应通过设置账号注册最低年龄限制、实施内容分级管理等措施强化源头管控。同时,建议家长要切实履行监护责任,未成年人观看直播时应有家长陪同引导。

也有多名家长质疑,直播间拆盲盒鼓吹可以抽到稀有卡牌,让孩子们不停购买,此类玩法是否涉赌?

对此,中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,认定涉赌的关键在于是否形成“充值投注—概率玩法—现金回兑”的闭环。如果主播承诺将抽到的稀有卡牌或物品可兑换现金,就有可能被认定为赌博,值得用户警惕。“事实上,更令人担忧的是,这种玩法极易诱发赌博心理,让孩子不知不觉被带上了‘赌一把’的歪路。”陈音江说。

案例

未成年人直播间“开盲盒”,
责任如何划分?

当未成年人在直播间多次下单购买盲盒,该信息网络买卖合同是否有效?监护人、销售方及平台是否应当承担相应责任?三方之间责任又该如何划分?

2024年10月20日至2024年11月6日,13岁的赵某未经监护人同意,使用其亲友支付宝账号,在某网络平台“某经营部”开设的直播间内,累计下单百余次,消费数千元购买盲盒卡牌。2024年10月27日,赵某监护人发现其异常消费行为后,第一时间通过平台发起退货退款申请,并通过快递多批次向某经营部退回部分盲盒卡牌商品。之后该经营部以“商品已拆封”“订单部分未退回”等理由,拒绝退还剩余款项6329.5元。双方多次协商未果,赵某监护人以该买卖行为违反《民法典》中关于“限制民事行为能力人实施民事法律行为的效力”之规定为由,认为该买卖合同无效,将网络平台及该经营部诉至法院,要求其退还剩余款项。

河南省登封市人民法院经审理认为,原告的购买行为未能得到其法定代理人的同意或追认,且上述购买行为消费金额较大,不属于与限制民事行为能力人年龄、智力、精神健康状况相适应的民事法律行为,故原、被告之间的信息网络买卖合同无效,双方因该行为取得的财产应当予以返还,各方都有过错的,应当承担相应的责任。

本案中,原告法定监护人未能履行好监护第一责任人职责,对原告长期使用移动支付进行大额交易消费行为疏于监管,存在过错,应当承担相应的过错责任。被告某经营部未能结合自身售卖商品特性,借助平台实名认证、交易信息等填补交易漏洞,在交易过程中未尽到合理注意义务,亦存在过错;根据双方过错程度,法院酌定原告赵某监护人承担30%责任,被告某经营部承担70%责任,被告某平台不是案涉交易的合同相对方,且已履行善良管理义务,不承担责任。(登封市人民法院)

唐昊制图