

# 21万元1张卡 给钱就能卖 小学生沉迷抽卡无法自拔 卡牌盲盒为何盯上未成年人

记者接到一些群众反映,市场上有一种叫卡牌盲盒的产品,在未成年人中无序销售,孩子们动辄几十元甚至数千元购买这类盲盒,沉迷其中,家长们很是苦恼。



财经调查

变味的“卡牌”

非正常拍摄



趣影系列卡盒  
市场定价: 60元  
单包: 2元



最高卡位: CR (黑背)

中卡位: UR (白背)  
SSR (紫背)普卡:  
R, SR, N

## 小学生沉迷抽卡无法自拔 “小马宝莉”卡牌究竟有何魔力

很多城市的商场里,卡游连锁商店的生意异常火爆。顾客大部分是孩子,他们几乎是冲着“小马宝莉”卡牌盲盒而来。这是一款以“小马宝莉”动画片中的形象为原型制作的卡牌盲盒产品。

卡游公司在每个盲盒系列产品里,都设计了普通卡位、中卡位和高卡位。卡位越高越稀缺、抽出来的概率也就越小。只有购买之后拆开包装,才能知道自己购买到的究竟是哪几张卡牌。

记者发现,孩子们只对稀有卡位感兴趣,拆出来的其他中卡位、普卡随手就扔掉。为了攒齐这些稀有

卡,孩子们近乎疯狂地花钱抽卡,家长们对此更是苦不堪言。

孩子们沉迷抽卡,时而兴高采烈,时而捶胸顿足,越抽越疯狂……在抽卡过程中涉世未深的小学生们还频频爆出“雷句”,引发了记者的担忧。

孩子们幼稚的话语,让成年人觉得既好笑又无奈。在抽卡过程中,孩子们甚至发现了所谓的“新商机”。为了得到自己想要的卡牌,孩子们之间互相交易,有的在卡游店的公共区域,有的自己摆摊,他们将重复或不喜欢的卡牌卖出,挣来的钱又可以购买新的

卡牌。当然,越稀有的卡卖得就越贵,这早已在孩子们中间达成了共识,一张张卡牌也成了流通在孩子们之间的一种具有实际价值的商品。

根据国家市场监督管理总局《盲盒经营行为规范指引》中的相关规定,未成年人是不可以独自购买这类卡牌盲盒的,但作为“小马宝莉”卡牌盲盒的出品方,浙江卡游科技有限公司在实际经营和管理中并没有遵守相关规定。

除了线下的卡游门店,在卡游APP和小程序上,孩子们自己的未成年人账号也可以随意下单。

互联网公开信息显示,2023年前三季度,作为卡游的核心产品——集换式卡牌,销售收入高达16.75亿元,占卡游公司总收入的85.8%。记者进一步调查发现,卡游公司在各地发展经销商,文具店、小卖店等都有“小马宝莉”卡牌盲盒出售,上学放学路上的顺手一抽,早已成为孩子们的习惯。

记者走访多地玩具批发市场,几乎每个摊位在出售“小马宝莉”卡牌盲盒,火爆程度无须多言。当记者提出卡牌包装盒后面标注的未成年人禁止单独购买的提示时,批发店主都不以为意。

## 天价卡牌究竟是谁在炒作 产业链条疯狂逐利 盯上未成年人

记者发现,为了让卡牌更具有价值,甚至为了这种卡牌能再次交易,很多消费者会将买到的卡牌拿到卡牌评级机构进行评级,卡牌评级机构通过卡面的品相进行分数评定。重庆卡藏文化艺术有限公司就是一家卡牌评级机构,这家机构一周就能评十几万张卡,其中“小马宝莉”卡牌占大多数。

有了所谓的评级,这些卡牌的身价开始飙升,根据所谓评级机构给出的评分不同,卡牌的价格在随后的交易中,可以翻几倍甚至几十倍。机构的客服表示,经他们评级的卡牌最高卖到了21万元一张。

在评级机构的助攻之下,一些实体店为了能分得一杯羹,还提供回收、寄卖“小马宝莉”高卡位卡

牌的服务。

记者以手里的一张9.5分的稀有卡为例,询问寄卖卡牌店铺的老板,评级和未评级价格有多大差异,老板给出了100元的差价。

记者在上海发现了一家专门收售“小马宝莉”高卡位卡牌的店铺,店内两面墙摆满了“小马宝莉”的卡牌,每张卡的价格也从几十元到几

万元不等。记者询问是否收卡,老板表示:收,而且非常急迫。

业内人士告诉记者,在这场卡牌盲盒的交易游戏中,卡游公司卖卡牌盲盒,评级机构对鉴卡评级收费,推高卡牌价格,二手商家回收稀有卡再卖出,每一个环节都赚得盆满钵满,唯独只有孩子们沉迷拆卡买卡,无法自拔。

## 拆卡直播间推出新玩法赌性升级 未成年人下单毫无阻碍引发担忧

一些孩子告诉记者,现在他们最流行的玩法,是在短视频平台的拆卡直播间里,这里的玩法最刺激。

拆卡直播间比较常见的一种玩法叫“叠叠乐”,规则是消费者购买盲盒卡包,主播代拆,拆出中卡位SSR则再免费开一包、拆出中卡位UR则再免费开两包。第二轮免费赠送的卡包再以相同的规则继续叠加赠送新的卡包,叠加得越多,抽中最高卡位CR的可能性也就越大。

除了叠叠乐,数小马也是一种规则简单但刺激感十足的玩法。消费者购买盲盒卡包,主播代拆,然后数所有卡牌上卡通小马的数量,不同的数量对应不同的奖励。

整个过程以小博大,小小卡牌,俨然成了彩票一样的工具。在种种玩法的加持下,拆卡直播间变得热闹非凡,消费者在拆卡和兑奖的双重刺激下不断下单购买卡牌盲盒,越玩越上瘾,有的玩家甚至在网络

直播间里直接成箱地购买。

几乎所有直播页面的醒目位置,会明确标示“未成年人禁止下单”的字样,主播也会在直播中多次强调未成年人禁止下单。但是在整个直播过程中,主播自始至终都没有核实下单的消费者是不是未成年人。

记者点击进入直播间下单的链接,在付款页面,已经为记者默认勾选了“我已成年、同意代拆”的选项,无须任何操作,就可以直接付款下

单,同样没有任何人核实下单人的真实年龄。

实际上,通过直播间公屏上的留言并不难发现,直播间有许多观众是未成年人。

孩子们在这样“赌性”十足的直播间里一边写作业,一边下单购买卡牌盲盒,主播还时不时加入他们嬉笑回应着,直播间“未成年人禁止购买”的标语形同虚设。

(央视财经)