

花钱买卡停不下来

青少年“集卡成瘾”如何破解

近期,以“小马宝莉卡”为代表的卡牌受到青少年热捧。这些卡牌以“开盲盒”的方式获得,不少学生频繁购买,甚至短期花费数千元。是什么导致未成年人沉迷“集卡”?“集卡成瘾”如何破解?记者进行了调查。

青少年迷上“集卡”
动辄花费数千元

最近,家长梁坤(化名)很闹心——就读于天津市某中学的孩子梁杰(化名)迷上了“集卡”,每周都会购买,压岁钱、零花钱全部拿去买卡,已花费数千元。

梁杰购买的卡牌又称集换式卡牌,上面印有小马宝莉、奥特曼、蛋仔派对等热门IP,在青少年中非常流行,单包价格几元至几十元不等,一般30包一盒。

在天津市南开区某文具店,记者看到一列货架上整齐摆放着各式各样的成盒卡牌,不时有中小小学生走进店里询问、购买。“这是新出的一套‘小马宝莉卡’,目前最畅销,一盒30包60元。”文具店负责人周先生说,刚进了一箱货,一天只剩几盒。

记者走访了解到,多个学校周边的商超、文具店、便利店等场所卡牌生意火热。有商家表示,不少学生一次购买几盒,花费几十元到数百元不等,“经常是同一批孩子一周来好几次,念叨着想抽‘彩虹卡’(稀有卡)。”周先生说。

青少年“集卡”不只发生于线下。记者了解到,很多孩子通过社交媒体加入了卡牌交流群。某线上卡牌交流群的管理员说,几百人的群里约70%是中小小学生,群里经常发布拆卡直播预告。

为了抽中某张卡,12岁的马萧(化名)用爷爷的手机看直播,几天下来花费5000多元。马萧身边有不少同学也在直播间购卡、看拆卡。

记者进入一个名为“抽抽乐”的拆卡直播间,上千人在线,有用户一次性下单十几盒,也有人几分钟内连续下十几单。主播熟练地接单、拆包、展示卡片。通过直播间的公屏留言不难发现,许多观看者是未成年人。

多名家长向记者反映,孩子无底洞式“集卡”花费不菲,带来一定程度的经济负担,有些孩子还会偷偷拿钱、借钱去买卡,甚至上当受骗,造成金钱损失。

此前,浙江杭州一名10岁女童偷拿家里1万元现金购买“小马宝莉卡”,家长发现后找店家退款被拒绝;马萧的父亲也曾找线上商家和直播平台申请退款但无果;深圳一名小学生偷拿妈妈手机付款,操作时泄露隐私信息导致信用卡被盗刷5万多元。

“未成年人心智尚不成熟,容易被诱导产生不符合自身行为能力的消费,甚至形成情感依赖。偷拿家长或他人的钱买卡,还存在法律风险。”天津世川律师事务所主任李晗说。

花样繁多
谁在助推“买买买”

“集卡”持续风靡校内校外,令许多中小小学生沉迷其中,难以自拔。“买买买”的背后有怎样的“套路”?

——盲盒机制,成瘾性强。不少学生表示,“集卡”与开盲盒体验相似,拆包之前不知道会抽出什么样的卡,拆卡

前的未知感和获得心仪卡牌的惊喜感让人“上头”。“有时候为了抽到想要的那张卡,就会反复购买。”一名学生说。

——种类繁多,层出不穷。记者注意到,当季流行的卡牌基本都推出了不同系列,如宇宙英雄奥特曼系列卡牌等级达23种,且每一等级都有不同的稀有卡,有学生坦言“想要集全就得一直买”。好不容易凑齐了某一系列的卡牌,商家又会推出新的卡牌系列,不少学生直呼“不断出新卡、稀有卡,根本集不完”。

——鼓吹炒作稀有卡牌。目前,市面上有些机构收费鉴卡,有的稀有卡牌价格可以翻几倍甚至几十倍。有业内人士表示,部分商家回收稀有卡再卖出,炒热市场。“卡牌成本不高,市场上连环经营策略导致溢价。”一名业内人士表示。

在天津市和平区某商业街,记者看到几个年轻人在摆摊卖卡牌,“小马宝莉卡”标价3包19.9元,卖家向围观的学生积极推荐,“刚刚有几位小朋友抽到了稀有卡,一张能卖几百上千,抓紧买!”

——社交属性,日常交流“硬通货”。天津市和平区四平东道小学教学主任尤艳注意到,班上的孩子经常三五成群聚在一起讨论卡牌,拥有稀缺卡片的孩子会受到其他孩子的羡慕甚至崇拜,孩子们还会互相赠送卡牌让关系更“铁”。

多名小学生告诉记者,卡牌是同学间的社交密码,不玩卡牌会被认为“落伍”,有了好卡牌更是等同于有了好人缘。

——销售环节存在漏洞。《盲盒经营行为规范指引(试行)》对向未成年人销售盲盒有明确规定,记者注意到,无论线上直播间还是线下店铺,未成年人买卡都“畅通无阻”。不少线下商家不以为意,表示“不查,给钱就卖”,直播间

虽有相关提示但下单时并无核实身份信息的要求。

加强市场规范
引导理性消费

“小卡片”市场时下火爆。记者调查发现,一些爆款卡牌的出品公司成立时间不长,基本在5年之内,从公司的招股书来看,集换式卡牌业务的毛利率逐年增加,普遍超过50%。

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玩具、用具和游戏游艺设备等,不得危害未成年人的人身安全和身心健康。按照《盲盒经营行为规范指引(试行)》,盲盒经营者应当采取有效措施防止未成年人沉迷。

专家认为,目前卡牌生产商、销售商制定并使用的销售手段具有诱导性,在一定程度上会助推孩子沉迷其中,“集卡成瘾”不仅影响学习,还容易形成虚荣攀比心理,影响孩子的身心发展。

南开大学滨海开发研究院副院长薄文广建议行业协会等社会组织加强行业自律,主动承担相应的社会责任。“相关部门应加强监管,对售卖卡牌及其炒作行为进行规范。尤其是加强对学校附近区域商家的管理,增加检查频次。”李晗说。

针对未成年人在直播间下单、观看拆卡,专家建议网络平台制定更加具体、有针对性的直播规范,网络监管部门对明显带有赌博性质的直播进行严厉打击。

教育界人士认为,从此前的“网游成瘾”到现在的“集卡成瘾”,背后暴露出一个共性问题:互联网时代,对青少年的教育引导尤为重要,应加强研究出现的新现象、新苗头并及时规范。“可以借助实践活动,通过家校联动引导孩子树立正确的消费观,对‘集卡成瘾’现象加以遏制。”尤艳说。 据新华社电

新能源乘用车零售销量首超燃油车

新华社北京8月8日电 历史性超越!新能源乘用车国内月度零售销量,首次超过传统燃油乘用车,标志着新能源车正成为市场主流。

8日,中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会公布最新数据显示,7月份,新能源乘用车国内零售渗透率达51.1%;常规燃油乘用车零售84万辆,新能源乘用车零售87.8万辆。

这一突破,是中国汽车工业转型升级的生动写照,也是全球汽车行业绿色转型的重要里程碑。

2020年9月,我国新能源汽车生产累计达500万辆;2022年2月突破1000万辆;2023年7月第2000万辆下线;到2024年6月底,国产新能源汽车累计产销量均超过3000万辆。

这一系列数字背后,是市场、政策、技术等多方面因素的共同助力。

造车新势力以及部分互联网企业,凭借技术创新和灵活的市场策略,成为撬动市场的“鲶鱼”;传统车企纷纷加大在新能源领域的投入,加速向电动化、智能化转型……

汽车下乡、减免购置税、以旧换新等政策“春风”为新能源汽车市场持续释放暖意。随着产业布局更加完善、技术不断成熟,中国新能源汽

车焕发出强大的竞争力和创新力,从“星星之火”发展为“燎原之势”。

乘用车市场月度渗透率首次突破50%,新能源汽车将“越跑越快”!

购车选择更多。随着销量增加,车企推出的新能源车型也将越来越多,从经济型轿车到高端豪华车,从SUV到MPV,满足群众多样化、个性化消费需求。

经济成本更低。充电性价比,新能源汽车的充电费用远低于燃油费用,同时维护成本也相对较低。

用车体验更佳。随着电池、电机、智能网联和人工智能等技术的提升,新能源汽车的续航里程不断增加,动力性能和智能化水平也越来越强。

出行更加便捷。截至今年6月底,全国充电桩总量达到1024.4万台,同比增长54%,保障了2400万辆新能源汽车的充电需求,为纯电出行带来更多便利。

“顺应时代,汽车行业将加速向电动化、智能化转型。”中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树认为,未来,随着智能网联、人工智能等新技术的不断融入,汽车将被赋予更多可能性,扬帆远航驶向智能化、绿色化出行的远方。

首架固定翼海上专业搜救航空器列编



8日上午,我国首架海上固定翼搜救航空器——空中国王350ER固定翼飞机,在福建福州正式入列交通运输部东海救助局,开始执行海上搜救值班待命任务,标志着我国海上专业救捞力量飞行搜救半径由200海里扩展到1000海里。 据央视报道

汽柴油价格下调

新华社北京8月8日电(记者陈炜伟)国家发展改革委8日发布消息,根据近期国际市场油价变化情况,按照现行成品油价格形成机制,自2024年8月8日24时起,国内汽、柴油价格每吨分别降低305元、290元。

国家发展改革委有关负责人说,中石油、中石化、中海油三大公司及其他原油加工企业要组织好成品油生

产和调运,确保市场稳定供应,严格执行国家价格政策。各地相关部门要加大市场监督管理力度,严厉查处不执行国家价格政策的行为,维护市场秩序。消费者可通过12315平台举报价格违法行为。

国家发展改革委价格监测中心分析,本轮成品油调价周期内国际油价持续下行,预计短期内油价以震荡运行为主。