

# 给盲盒市场划一条法律红线

近年来,始于潮流玩具的盲盒文化不断“出圈”,从玩具盲盒到文具盲盒,甚至出现宠物盲盒……在这个“万物皆可盲盒”的时代,各类乱象层出不穷,为了遏制盲盒市场野蛮生长,上海市率先出手。

1月12日,上海市市场监督管理局发布了《上海市盲盒经营活动合规指引》(以下简称上海指引),这是全国首个盲盒经营活动指引。参与指引起草工作的盈科上海互联网法律事务部网络与数据法律事务中心负责人郭卫红指出,指引虽不具有法律强制力,但通过梳理涉及盲盒领域的上位法,划定了经营红线,对经营者具有指引意义。未来应在此基础上,尽快研究出台盲盒专项立法,让盲盒在法治化轨道内发展。

## 遏制过度营销

盲盒最近一次登上热搜,是因为知名餐饮企业肯德基联合泡泡玛特推出的限量版盲盒引发疯狂追捧。这套盲盒共有6个普通款和1个隐藏款,消费者购买99元套餐,就可获得盲盒一个。

为得到出现概率为1/72的隐藏款,有人一次性花上万元购买106份盲盒套餐。还有人做起了“代吃”生意,打出“盲盒归你,热量给我”的口号,为想收集盲盒又怕长胖的人解决“后顾之忧”。

1月12日,中国消费者协会发文“点名”肯德基用盲盒诱导食品过度消费,应当抵制。

2021年4月29日起施行的《中华人民共和国反食品浪费法》要求,餐饮服务经营者应自觉抵制食品浪费,提示消费者适度消费,不得诱导、误导消费者超额消费,造成食品浪费。

对此,中消协认为,肯德基作为食品经营者,利用限量款盲盒销售手段,诱导并纵容消费者不理性超量购买食品套餐,有悖公序良俗和法律精神。

其实早在肯德基盲盒前,多家奶茶店推出的奶茶盲盒就遭受过浪费食品的质疑,有人为抽取盲盒,将购买的多杯饮品直接扔掉。

在中国人民大学法学院教授刘俊海看来,肯德基、奶茶店这类餐饮企业,其销售产品属于限期食用商品,消费者会按需购买并即时食用,利用搭配盲盒销售的方式是以“饥饿营销”手段刺激消费,超量购买势必会造成食品浪费,违反反食品浪费法相关规定,应当抵制。

此次上海指引中也限制了营销炒作行为,要求盲盒经营者不得开展涉金融类营销,不得有介入二级市场的做市行为,不得进行天价炒作、过度营销和饥饿营销。

郭卫红以肯德基盲盒为例称,吃套餐得玩具的促销手段其实一直就有,之所以换成盲盒会吸引抢购,与盲盒背后的“高价值”有关。

笔者注意到,此款盲盒中的隐藏款“王牌炸鸡”在二手平台价格已达900元,超出原价近10倍。

在郭卫红看来,遏制此类事件发生的核心应是控制盲盒背后的炒作和过度营销行为,价格归于理性,消

费也会趋于理性。

## 划定产品红线

在盲盒市场火爆后,无数另类盲盒“崛起”。

在盲盒中放入男女的联系方,用拆盲盒的方式来随机匹配交友信息的“脱单盲盒”曾风靡一时。

“脱单盲盒”做着“爱情买卖”,“宠物盲盒”则完全是门“带血的生意”。2021年5月,有四川成都市民发现某快递公司邮寄活体猫狗,160多只宠物被打包进了一个个密封不透风的快递盒里,有些已经死亡……

面对如此疯狂的盲盒,电商平台作出了禁止性规定。2021年12月21日生效的《淘宝网盲盒/福袋商品管理规范》中规定,活体宠物盲盒、脱单盲盒、快递包裹盲盒以及可能引发消费者投诉或纠纷的低价盲盒等禁止在平台销售。

上海指引中同样划定了盲盒产品的红线——法律法规明确规定禁止销售、流通的商品,不得以盲盒形式进行销售。对销售资质、存储运输、使用条件等方面有严格要求的商品,不得以盲盒形式进行销售,如特殊食品、药品等。

“‘万物皆可盲盒’的说法本身就是错误的,盲盒本质上是一种商品,但有些盲盒售卖的并不是商品。”刘俊海以“脱单盲盒”为例称,个人信息保护法规明确规定,任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息,不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息,因此买卖个人信息本身就是违法行为,极大增加了泄露个人信息的风险。

宠物虽可进行销售,但对运输有极为严格的要求,邮政法实施细则第三十三条规定的禁止寄递或在邮件内夹带的物品中,就有“各种活的动物”。

“盲盒不是法律‘盲区’。”刘俊海指出,盲盒产品必须合法,这条销售红线必须遵守。

## 明晰概率信息

喜爱收藏打火机的陈少华在网购平台花1200元购买了一款商家号称价值超过2000元的打火机盲盒,买来后才发现里面是没人要的“过时货”,价值不到200元。

与陈少华有同样遭遇的人不在少数,一些商家利用盲盒随机性等特点将其作为“清货”手段。

上海市市场监管局反不正当竞争处副处长吴艳东指出,市场监管部门在调查中发现,目前市场上的盲盒产品普遍存在“打闷包”现象,不标示商品种类、抽盒规则、商品投放数量、隐藏款抽取概率等信息,涉嫌侵害消费者的合法权益。

《中华人民共和国消费者权益保护法》明确了消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的知情权。上海指引中也要求盲盒经营者应公示商品种类、抽盒规则、商品投放数量、隐藏款抽取概率等信息,充分告知消费者,并保留完整的概率设定、抽取结果、发放情况记录等备查。

“盲盒销售中保障消费者知情权也是避免盲盒成为非法博彩的关键。”郭卫红解释称,盲盒具有类博彩的射幸元素,避免滑向非法博彩的关键,一是要保障消费者知情权,概率公示;二是不能出现“扑空”行为,即出现空盒,因此指引也特别要求商家不能设置空盒。

此外,郭卫红指出,商品实际价值与市场价值差距过大时,也可能导致合法经营行为异化为非法行为,上海指引要求盲盒内商品售价与实际价值差距不应过大,正是基于此考虑。

## 建议立法规范

疯狂的盲盒令成年人都欲罢不能,对未成年人来说更是难以抗拒。

未成年人“中毒”最深的莫过于文具盲盒,笔者随机走访了几家文具店,店内均有专门货架摆放文具盲盒,既有单独的笔、橡皮类盲盒,也有内附几种文具的盲盒套装。

全国人大代表、辽宁省辽阳市第一高级中学教师王家娟接触过不少热衷购买文具盲盒的学生,她发现他们购买盲盒的初衷已不是为了获得文具,而是为了凑套或者得到隐藏款,这导致未成年人盲目消费,形成不良的消费观。

更令王家娟担心的是这种“博隐藏”的销售方式可能会增加孩子的“赌”性,助长投机心理。

上海市人大代表、上海市金山区市场监督管理局副局长陆永妹建议研究未成年人的盲盒消费限制措施,避免对市场风险识别能力低的未成年人因“赌”因素的不当诱导而误入“盲途”。

上海指引对未成年人构建了保护机制,以民法典划分无民事行为能力人和限制民事行为能力人的年龄为标准,要求盲盒经营者不得向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,应通过销售现场询问或网络身份识别等方

式取得相关监护人同意。

“未成年人保护法规定了加强未成年人的家庭、学校、社会、网络、政府、司法六大保护,对于盲盒给未成年人带来的影响,除了家长、学校要进行教育,政府部门强化监管外,司法保护也应跟上。”王家娟建议,在未成年人保护法中增加关于未成年人盲盒销售的内容,对于盲盒产品、销售规则、限制年龄进行规定。内容上可借鉴上海指引中8岁以下禁售盲盒、8岁以上需由监护人追认的方式。此外,对于有可能面向未成年人发售的盲盒,应在题材、销售规则等方面制定特别规定,比如不设置所谓隐藏款、每一类别款式不应过多等。

刘俊海对此表示认同,他认为在未成年人保护领域,仅有倡导是不够的,必须要靠法律进行保障,出台限制性规定,避免未成年人沉迷盲盒。从长远来看,他建议各地可借鉴上海经验,先出台本地的盲盒指引规范,在总结各地经验基础上,针对盲盒经济出台全国性立法,让盲盒经济在法治化轨道上良性发展。

(《法治日报》赵晨熙)

## 看“法”

## 给“盲盒经济”指一条健康规范的路

何勇海

上海市市场监管局近日发布了《上海市盲盒经营活动合规指引》,其中明确:法律法规明确规定禁止销售、流通的商品,不得以盲盒形式进行销售;盲盒内商品实际价值应与其售卖价格基本相当,单个盲盒的售价一般不超过200元;盲盒经营者不得向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,应通过线上线下等不同方式确认监护人同意等。

据报道,这是全国省级层面推出的首个盲盒经营相关指引。在“万物皆可盲盒”的当下,如何让盲盒经济回归娱乐属性、合理的商品属性,考验着各地有关部门的治理智慧与能力。

近年来,盲盒经济近乎“盲目经济”。“活体动物盲盒”“快递盲盒”“图书盲盒”……有的几乎是给消费者埋坑,比如盲盒图书让劣质、盗版图书充斥市场;有的快递盲盒中的服装等商品是残次品;有的商品本不该以盲盒方式营销,比如“活体动物盲盒”中不乏一些国家保护动物甚至外来物种等。此外,由于盲盒外观基本一样,商品状况不透明,买卖信息不对称,有的商家通过设置空盒来损害消费者利益,有的机构在获得相应授权的情况下侵犯他人知识产权,还有机构开展天价炒作。

盲盒营销具有很强的不确定性和神秘感,会强化消费者对购买结果的

预期心理,由此勾起一种赌博心态。据报道,某地一对夫妇购买盲盒4个月花了20万元;还有一位60岁玩家,一年花了70多万元;一些未成年人更是在购买炒作盲盒中上瘾。如此现实语境下,出台有针对性的经营指引,迫在眉睫。

上述盲盒经营活动合规指引中,划出红线,规范价格、鼓励设定保底机制、加强售后保障、建立未成年人保护机制等,都颇有现实针对性,可谓迈出了监管的有力步伐。通过相关指引敦促建立一个健康有序、未来可期的潮流市场,不仅是保障消费者权益的要求,也是规范相关行业发展的需要,其他地方也应有这个意识,并积极采取行动。

## 孝老爱亲传美德

本报记者 漆世平

在四川省资阳市雁江区资溪街道资溪社区,一提起王用华,街坊邻里无不交口称赞。今年69岁的王用华,先后照顾丈夫的奶奶、养父母、生母四位老人。48年来,她任劳任怨,在一言一行中践行孝道,弘扬孝老爱亲的传统美德,传播了向上向善的正能量。2021年12月,王用华获评“四川好人”称号。

## 在温暖中坚定感恩孝顺之心

王用华的父母去世得早,7岁的她就被接到伯父母家中生活。伯父母给予她的温暖亲情让她感受到了人间大爱,也在她的心间种下了一颗感恩的种子。懂事的她总是力所能及地帮伯父母做家务、照顾两个弟弟,以实际行动回报他们的养育之恩。

在伯父母的关爱下,王用华的童年生活是简单而快乐的。1974年,长大成人的王用华经人介绍,与丈夫陈忠良相识并相爱。在她出嫁前,伯父母将她叫到跟前,郑重地对她说:“孩子,结婚后,对夫家的老人要像对自己的老人一样孝顺,悉心照顾。”王用华将伯父母的叮嘱牢牢地记在心中,并践行至今。

## 悉心照顾夫家4位老人

婚后,王用华和丈夫、丈夫的养父母及奶奶住在一起。奶奶瘫痪在床,王用华除了喂她吃饭、给她按摩外,每天出门干活前还需将她抱到马桶上大小便。干活中途休息时,她也不忘回家看望老人。到了晚上,王用华每晚都至少要起来两次,到奶奶房间查看她是否需要上厕所,是否盖好被子。王用华9年如一日地照顾奶奶,没睡过一晚安稳觉,直到老人去世。老人虽卧床9年,但身上从未长过褥疮。

奶奶去世后不久,王用华丈夫的养父被查出肺癌,养母也因患病导致半身瘫痪。为了全家生计,丈夫陈忠良外出工作挣钱养家,王用华则一人抗下了护理两位患病老人的重任,没有丝毫怨言。

2002年,养父去世后,养母伤心过度,患上了严重的抑郁症并拒绝吃药,有时病情发作控制不了情绪,对王用华又骂又咬,甚至打她,可王用华总是想尽办法地安慰老人,尽可能让其平静下来,从不曾有一丝抱怨。养母曾对王用华说:“这些年来真的很感谢你,如果不是你,我哪里还有今天!”

王用华照顾二老期间,丈夫的生母宋廷君因年纪大了,也搬来与他们一同生活。为了照顾好宋廷君,王用华关心备至,尽全力让老人开心。宋廷君吃饭不沾油荤,王用华便另备锅碗瓢盆,每天为她单独做饭,没有一丝不耐烦。

在王用华的悉心照料下,养母于2017年安详离世,宋廷君则活到了103岁,于去年11月去世。

平常走在路上,见有老人行动不便需要搀扶,王用华总是毫不犹豫地上前扶一把,见有老人拎不动东西,她总是热心地帮其拎到家门口……她告诉记者:“看到这些老人,就会想起自己家的几位老人,总想着能帮就帮一帮。”

## 言传身教弘扬传统美德

王用华常说:“你怎么照顾老人,后人是能看到的,我孝顺,我的儿女才会孝顺”。的确,在王用华的言传身教下,她的三个子女都十分孝敬老人,哪怕年少时再顽皮,也从来不会顶撞长辈,还会经常帮着她照顾老人。如今,孩子们都已成家立业,儿孙辈承袭着王用华的优良品质,全都孝顺长辈、家庭和睦。“我父母对老人很孝顺,尤其是我母亲。在她身上我们学会很多,尤其是仁义孝道。我们的家风就是尊老爱幼、亲善待人。”王用华的儿子陈理说,母亲常常教导他们说话要和气、待人要热情、要多做好事,遇到别人有难处能帮的就尽力帮一下。

王用华48年的无悔付出也感染、带动着身边人。“在她的身上,我们真切地感受到了孝老爱亲的真谛,我们都应以她为榜样,孝敬老人,亲善待人。”资溪社区居民任万容赞叹道。

## 身边的美德善行



朱本双 陈伟 陈文 摄



近年来,湖北省竹山县市场监督管理局紧紧围绕深化“放管服”改革、优化营商环境等重点工作,认真履职、主动作为,扎实推进提速、提效、提质、提级、提品等“五提”工作开展,营造良好市场环境。因为1月25日,竹山县市场监督管理局竹坪市场监管所执法人员深入当地企业,详细了解茶叶进出口贸易等情况,现场办公为企业解决实际问题。

## 从严整治“网红儿童”“软色情”等问题 “清朗·2022年春节网络环境整治”专项行动启动

新华社北京1月25日电(记者王思北)记者25日从中央网信办获悉,中央网信办决定即日起开展为期1个月的“清朗·2022年春节网络环境整治”专项行动。针对借疫情、社会热点事件等挑动网民对立,进行人肉搜索、辱骂攻击等网络暴力行为将重点整治。

据悉,专项行动将聚焦春节期间网民使用频率较高的平台环节和服务类型,聚焦解决影响上网观感、群众反映强烈的网络生态问题,坚决清理一批违法违规信息,处置一批账号和平

台,整治网络不良行为乱象,遏制不良文化传播势头,大力净化网络生态,为广大网民尤其是未成年人营造健康、喜庆、祥和的春节网络环境。

专项行动期间,将重点开展集中整治网络暴力、散播谣言等问题,切实维护网民利益;持续开展整治,严防“饭圈”乱象反弹反复;加大炫富拜金、封建迷信等问题治理力度,遏制不良网络文化传播扩散;从“清朗·2022年春节网络环境整治”专项行动,保障未成年人合法权益;加强重点页面版面生态问题治理五方面整治任务。

## 消协提示: 家长应理性为孩子报名寒假兴趣班

新华社沈阳1月23日电(记者洪可润于童)寒假到来,各类课外兴趣班成为消费热点。沈阳市消费者协会提醒,家长为孩子报名寒假兴趣班一定要理性消费,选择正规培训机构,签订协议前要仔细看清各类条款,避免遭遇“报班容易退费难”的情况。

记者采访了解到,不少培训机构通过假期预付费优惠活动吸引家长,但一些家长在报名后却发现兴趣班实际学习内容和宣传并不相符,还有的孩子在学习几次后失去兴趣,不想再

以退回。沈阳市消费者协会提示,假期报兴趣培训班,一定要充分考虑孩子的兴趣爱好、距离远近、时间安排等,尽量与培训机构签订书面合同,约定学习费用、时长、次数、场地、退费、违约责任等内容,不要被优惠、折扣等所诱惑,避免一次性缴纳大额培训费。尽可能选择周期短、金额少的课程。

此外,消协提示广大消费者注意及时维权,缴费时要向培训机构索要相关凭证并妥善保管作为维权依据。