

“隐藏款”“稀有卡”正在掏空不少孩子的零花钱,甚至可能扭曲他们的消费观 孩子凑钱往“陷阱”钻?

◎ 莫凡 张蕾

文明新视界

发现文明更多可能性

让人趋之若鹜的“隐藏款”“稀有卡”，正成为掏空孩子零花钱的“新黑洞”，甚至可能扭曲孩子的消费观。尽管中消协在近日发布了关于盲盒卡牌的消费提示，但笔者调查发现，未成年孩子热衷购买盲盒卡牌的现象仍然比较普遍。其中，有商家诱导消费的原因，也有孩子们攀比心理的作祟。在一次次的拆盒和拆包中，无意间掉进了厂家设计的概率陷阱。

攀比心态 凑钱也要买 就为了比拼稀有度

“阿姨，你这儿还有这种卡啊！”周六下午四时，六年级学生小文在一家玩具摊闲逛时看到一盒老款“传奇版”奥特曼卡牌，不由得发出了惊叹。小文是卡牌的“老玩家”，买卡已经有好几年的时间。据他介绍，这种老版的卡，现在已经很难见到，还是挺稀罕的。

这盒卡牌总共有20包，每包5元钱，总价100元。小文今天带的零花钱不够，所以问店主能不能拆出散包单独买。但店主表示，老版卡的存货已经很少，如果不整盒卖，之后的散包就不好卖出去了。实在想买的小文，只好喊来了朋友小正，俩人凑出了90元钱，跟老板死磨硬泡，最终拿下一整盒。

“咱们比拆卡吧！”卡盒刚到手，两个小伙伴就席地而坐，把卡包平分后拆了起来，没过5分钟就有了“pk”结果。小文的运气明显比小正强，其中有两张USR稀有卡，全是他这边拆

出来的。每拆出来一次，小文还不忘拿着卡在小正眼前“嘚瑟”一番。除了这两张卡，还有另外几张低等级的UR和SSR卡，也被两人收藏了起来。而其他百余张更低等级的卡，两人表示“只能收废品”，连带都不想带回家。

小文和小正说，他们周围的同龄人，很多都有买卡的经验。这些卡并没有什么特别的“玩法”，无非是收集起来，互相比谁开出的卡稀有度更高，谁的越高越厉害。

套路陷阱 概率不明晰 追“黑背”成本超想象

层出不穷的盲盒与卡牌，让家长们倍感无奈。五年级学生家长王女士坦言，多年来她在管控孩子购买盲盒、卡牌问题上，反复拉扯，身心俱疲。“孩子曾沉迷小马宝莉卡牌，一盒60块钱，她经常买一盒回来匆匆寻找最稀有的那一款，发现没有后，其他卡也不想要了。”

笔者了解到，60元一盒的小马宝莉卡，一盒里有30包，每包单价2元钱，在一些文具店也有分成散包卖的。这种卡包中最稀有的卡牌是“CR”级，在孩子们口中俗称为“黑背”。但随机购买一包，能开出“黑背”的概率有多少，孩子不知道，家长不知道，甚至连店员都不知道。

在市场监管总局2023年印发的《盲盒经营行为规范指引(试行)》里明确规定，盲盒经营者应当将抽取概率以显著方式对外公示，保证消费者在购买前知晓。

但在小马宝莉卡牌这里，情况就不一样了。每盒的包装上，只有“17:30”和“13:30”两种概率，分别对应普通包和稀有包。大致可以理解为，一盒30包里，有17包是普通包，13包

是稀有包，而最稀有的“黑背”只可能出现在稀有包里。但稀有包除了“黑背”之外，还有另外一些“不那么稀有”的卡牌会混在一起。“黑背”在其中出现的概率到底是多少，从盒上根本看不出来。

笔者随后又走访了多家文具店和盲盒售卖店，终于问到了答案。一家卡牌专卖店的店员向生产方求证后告诉笔者，如果只购买60元的单盒，确实看不出“黑背”的概率。但如果购买整箱48盒，总共2880元一箱，每箱可能出现4到6张“黑背”。换算下来，平均买8到12盒，也就是花费480元到720元，才有可能出一张。

引诱消费 玩法似赌博 主播不断催促下单

线下的门店，最多也就是在概率上“玩玩心眼”。而到了线上直播平台，各类拆盲盒直播间更是将营销刺激放大，部分玩法规则已然接近赌博。

“3+7=10，中奖了。”在一个盲盒直播间，消费者下单后，主播从一个亚克力盒子里拿出一个个独立小包装，现场进行拆袋。拆出的玩偶脚下印有编号，当编号后两位数字相加得出“0、1、2、9、10、17、18”时，便中奖了，会得到加赠的盲盒。

除数字玩法外，直播间还推出“抽指定款式”“款式对对碰”等多重中奖规则，拆出特定形象、多款同款玩偶，都能兑换赠品。直播间内盲盒单价在19.9元至39.9元不等，而中奖附赠的盲盒款式更大、价值更高，不乏知名潮流盲盒系列。直播间内，多名买家一直在反复下单，显然不是为了购买普通盲盒，而是冲击高

额赠品。

专家建议 防孩子成瘾 粗暴制止不如疏导

国家二级心理咨询师韩三奇曾接触过不少盲盒、卡牌成瘾案例，其中小学生占比最高。“低龄儿童尚未建立正确的金钱观，辨别能力较弱，极易陷入消费陷阱。不少家长发现异常时，孩子已出现成绩下滑、情绪波动等问题，更有部分孩子为购买盲盒偷窃财物，激化亲子关系矛盾。”

针对这一现象，韩三奇建议家长切勿简单粗暴制止，要采取科学引导的方式。首先管控零花钱与支付渠道，从源头遏制非理性消费；其次让孩子参与家庭日常采购，在实践中树立金钱观念，疏导消费冲动；同时加强亲子陪伴与沟通，用温情填补孩子的精神需求。

此外，家长可以引导孩子培养兴趣爱好，将好奇心与探索欲转移到诸如3D打印、模型制作等创意活动中，用正向兴趣替代拆盲盒带来的短暂快感。他表示，整治儿童盲盒乱象并非单方面的事，需要家长严格监管、商家坚守经营底线、社会强化正向引导，多方携手，才能守护未成年人健康成长。



天津 文明观赛主场活动举办

本报讯(孟若冰)近日,由天津市文明办、市体育局、滨海新区新时代文明实践中心联合主办的“倡导‘文明五观’ 践行文明法规”——《天津市文明行为促进条例》宣传月文明观赛主场活动,在滨海新区泰达足球场举行。

本次活动紧扣文明观赛、文明观影、文明观演、文明观展、文明观赛核心内涵,聚焦体育赛事文明场景,通过文艺展演、公益传播、志愿授旗、倡议宣读、歌曲传唱、市集互动等多元形式,全方位普及文明法规,弘扬时代新风,引导广大市民和体育爱好者自觉遵守文明行为规范,以文明观赛、理性助威的良好风尚,充分展现天津市民文明素养与城市文明形象。

活动在鼓乐表演《文明中国龙》中拉开帷幕。快板《文明守序来观赛 争做有礼天津人》以通俗语言宣讲观赛礼仪;情景短剧《文明观赛 呐喊不越界》取材真实场景,通过鲜活案例传递“文明观赛、理性助威、边界有度”的理念。天津美术学院主创人员现场解读“文明五观”公益广告设计思路,阐释内涵要义,让文明理念更加深入人心。市球迷协会会长王津洲、天津好人王国利、于振海,市新时代好少年徐静4位代表宣读文明观赛倡议书,以榜样示范带动全民践行文明规范。主办方为滨海新区“小浪花”青年志愿者文明观赛引导队和6所共建高校马克思主义学院文明观赛志愿引导队授旗,各支队伍将在各类赛事现场常态化开展秩序维护、文明引导、便民帮扶等志愿服务。

安徽宿松县荆安村 群众诉求“不出村、线上办”

◎ 余祥

每天下午1点,安徽省安庆市宿松县长铺镇荆安村村委会副主任朱晓侠准时开启直播,用乡土口音为乡亲们答疑解惑。当地创新打造“村干部IP+本地服务+特色产业”直播模式,以数字化方式赋能政策宣传、基层治理与产业发展。

直播间主打政务便民服务,聚焦社保医保、低保五保、育儿补贴、土地确权、征兵入伍等群众关切事项,用通俗方言解读政策、演示办事流程,让群众少跑腿。不少在外务工老乡通过直播了解新政、顺利办结业务。在外务工人员通过直播咨询并办理居保补缴、提档缴费等业务,切实解决养老保障难题,不少受益群众主动成为直播间宣传员。

当地还积极构建“县指导、乡参与、村落地”三级联动机制,邀请乡镇干部走进直播间同台答疑,让政策服务更精准高效。直播间成为当地基层治理的新平台,变身“线上议事厅”,邻里建房纠纷、审批难题等基层矛盾与民生问题,均可线上咨询调解,就地化解矛盾、答疑解惑,实现群众诉求“不出村、线上办”。

依托直播流量优势,村里壮大集体经济。以村集体食品企业为依托,当地豆制品实现标准化生产,产能大幅提升。当地通过直播带货、短视频引流、线下体验相结合的模式,让本土豆制品销往全国各地,带动25户农户就业,有效助力村民增收、村集体增效。

陕西平利县磨沟村 “老阵地”讲出“新风尚”

◎ 陈皇妍

“为传承勤劳节俭民族美德,弘扬文明健康时代新风,遏制婚丧喜庆大操大办、铺张浪费、盲目攀比等歪风陋习……”连日来,在陕西省平利县西河镇磨沟村,居民房顶上“磨沟之声”广播总会准时响起。磨沟村千年古树旁的小屋里,西河镇党建办干部李伟芯坐在广播台前,将政策理论、农技知识、好人好事、移风易俗等内容通过广播送到村民耳边。

“现在确实比以前好多了,以前大家礼都送得重,现在礼金轻了,人情味反而重了。”磨沟村村民黄开安听着广播发出感慨,“广播里天天讲好政策,表扬村里的好人好事。我也要跟着学。”

以前,磨沟村传统观念浓厚,红白喜事大操大办、人情攀比比较严重,部分村民还在树上系红绳。

如今,古树上的红绳早已不见踪迹,取而代之的是乡风文明、治理有效、文化兴盛的累累硕果。以往的零散闲聊,也变成了人人乐于参与的“热闹事儿”,更催生了“古树相约会”这一特色宣讲品牌活动。活动通过宣讲会、故事会、议事会、音乐会、读书会等形式,邀请当地的乡土艺人编排歌舞、快板等群众喜闻乐见的文艺节目,推动政策宣讲、文艺浸润、知识普及、情感共鸣、民主议事有机融合,让文明新风在潜移默化中生根发芽。



非遗进景区

5月30日,贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县两汪乡茅人河漂流景区开展丰富多彩的民俗活动,吸引众多游客驻足观赏。图为苗族群众在为观众吹芦笙、跳芦笙舞,让游客感受非遗魅力。 李长华 摄

山东潍坊寿光:以诚管城 共享文明

◎ 常峻豪 张玲君

位于山东潍坊寿光洛城街道的一家商铺门前,“五星级守信模范商户”牌匾格外亮眼。商户董倩倩坚持每天早晚两次清扫门前卫生、货物不外摆,她的行为带动周边商户主动对标,争当“守信模范”。

如今在寿光,8000多家沿街店铺完成“挂牌亮星”,信用建设深度渗透城市管理全链条,成为破解市容监管痛点的关键抓手,文明新风悄然浸润菜乡每一条街巷。

一块标识牌,破解“管与被管”的对立困局

寿光城市建成区面积达48.26平方公里,城区户籍人口突破47.28万人,城市管理面临管辖范围广、执法力量不足等突出矛盾。

为破解市容环境秩序管理难点,寿光精准出台《寿光市城市管理领域(沿街店铺、单位)“十要”基本信用守则》,明确加减分标准,将“门前五包”、广告设置、日常经营等10类行为纳入信用量化评价,划定14类正面行为加分项、10类负面行为减分项。

寿光每季度开展信用综合评价,根据信用积分将商户划分为五星级守信模范商户、四星

级守信示范商户、三星级守信商户、二星级轻微失信商户、一星级较重失信商户,为每家商户设计包含专属信息二维码的星级标识牌,统一张贴在店铺外最醒目位置。标识牌既是商户信用等级的直观展示,也是执法监管、信用修复、群众查询的便捷端口,让信用管理从抽象变具体、从隐蔽变公开。

“一看星级标识牌,信用家底全知道。我们信用好,老百姓就认,来求医问药的人都多了不少!”洛城街道德元堂门诊部店主杨茹茹笑着说。

一套激励法,擦亮“守信践诺”的文明底色

城市管理离不开完善的奖惩机制。寿光坚持正向激励与反向约束双向发力,构建跨领域、全场景的差异化信用奖惩体系。

在正向激励上,寿光拿出实打实的“信用红利”:通过官方媒体集中宣传推介诚信经营优秀商户,将经营者法定代表人信息纳入全市信用积分等级系统,提升个人诚信级别;在寿光农商行办理融资信贷,可享受较同档次贷款挂牌利率优惠10至50个基点;同时配套公立

医疗机构免收住院押金、养老服务床位费6折、旅游景点门票5折等一系列激励举措,激发商户争先创优热情。

圣城街道公园街永芬小吃店曾因占道经营屡被投诉,对执法劝导抵触强烈。执法人员上门详细讲解守信激励政策后,透明的规则、看得见的红利让店主彻底转变想法。如今小店主动规范经营,信用分稳步回升,店主还主动担任商户街长,带动周边商户共同维护市容秩序,整条街管理面貌焕然一新。德元堂门诊部因信用记录优良,在申请临时占道装修时,享受到“即报即批”绿色通道服务。“当天申请、当天批复,一点不耽误工期,这就是守信带来的实实在在的便利。”杨茹茹感慨,信用激励已从抽象政策文件,变成商户经营发展的“加速器”。

截至目前,寿光已有305家守信模范商户享受到各类政策优惠,商户履约率提升35%,文明程度大幅提升。

一群热心人,激活“多元共治”的内生动力

让城市治理久久为功,全民共治是核心。

寿光下沉治理重心,创新开展“城市管家”选聘、“文明诚信商圈”自治、“领着市民管市容”志愿服务等活动,构建全民参与的多元共治格局。

今年3月,寿光首批9名“城市管家”正式持证上岗。51岁的范立民是其中一员,每天忙完自家店铺生意,就背上工具箱、拎起切割机义务清障。他穿梭在大街小巷、学校门口、公园周边等人流密集区,弯腰、标记、切割、打磨、清运……4个多月里清理路面废弃铁钉、铁片800余处,用一次次俯身扫清脚下隐患,用默默付出温暖整座城市。

此外,寿光洛城全福元中心周边商户以信用为纽带,自发组建“文明诚信商圈”,签订诚信经营自律公约,推选信用良好、口碑过硬的商户担任街长,打造“自主巡查、自我约束、邻里监督、共同管理”的自治模式。商户们轮流值守巡查,主动落实“门前五包”,对秩序、卫生等问题即时提醒、当场整改,用自治替代监管、用自觉赢得信任。

以诚管城的创新实践,既练就了寿光精管善治、近悦远来的城市风貌,更厚植了崇德向善、诚信守礼的文明根脉,正持续为县域经济高质量发展注入强劲文明动能。