

近期，卡牌盲盒在內地青少年中悄然流行，買卡、拆包、集卡、交換成為一種新的「社交活動」，卡牌儼然成為社交中的流通「貨幣」。很多孩子為了獲得高位卡（較難抽到的卡）不斷購買拆包，不惜花費成千上萬元。在二手交易市場上，部分稀有卡牌被炒到單張10萬以上的「天價」。

多位家長在接受大公報採訪時表達了共同的擔憂，如「卡牌社交」引發的「消費攀比」，以及可能在學生群體中滋生蔓延的「上癮」「欺詐」等問題。家長們期待，相關各方可以共同努力，引導青少年回歸理性消費。

大公報記者 江鑫燭北京報道

消費攀比 青少年「卡牌社交」變味

一張卡牌炒價超10萬 上癮不能自拔



▲在內地某二手交易平台上，一張屬最高稀有度、被權威機構評為滿10星的小馬寶莉卡牌正在出售，賣家標出「天價」近15萬人民幣，稱其「千裏挑一」，描述極具煽動性，有多達724人表示「想要」。

當前，內地各大城市的商場或商業街都開有潮玩商店，每天下午放學後或者是周末，不斷有學生來此消費。商鋪裏陳列着各類動漫遊戲周邊，最受歡迎的是擺在店內顯眼位置的小馬寶莉卡牌。一張張彩色卡片印上小馬圖案，採用盲抽形式售賣，每包售價兩元至十幾元不等。「非常暢銷，很多小朋友和同學一起過來買，也有帶家長來買單的。」北京某潮玩店員工告訴記者，所有連鎖門店都將小馬寶莉周邊擺在了「C位」。

稀有卡開天索價 分等分級

小馬寶莉卡牌在「α世代」（通常指2010年以後出生的少年兒童）中極為流行，已成為他們的「社交名片」。一些較為稀缺、做工設計精美的小馬寶莉卡牌，在二手交易市場上甚至可以標價千元到上萬元不等。

「除了在實體店購買卡牌外，還有很多人會在各大大直播間付費抽取。」有初中生玩家告訴記者，這種小馬寶莉卡牌的卡包分為彩虹包、輝月包、暮光包等。每種卡包會半年更新換代一次。例如，現在熱銷的第六代輝月包，被玩家稱為「輝月六」。每款卡牌都有特定的屬性，分為八種稀有度，等級越高的卡片越稀有，價格就越高。「10元一包的『輝月六』裏面，每包有6張卡，買多了才更有可能抽到稀有卡。」

這一現象引發了不少家長的擔憂。北京的劉女士是一名12歲孩子的母親，她的女兒從小學三四年級開始迷上了購買、收集小馬寶莉卡牌，已花費超萬元。「一開始，每次表現好或考試成績優秀，就給她買幾包。」劉女士告訴記者，慢慢地，她發現女兒周末總想去商場逛潮玩店買卡。「從一開始買幾個散包，到後來直接一兩百元『端盒』，只留下『紫背』『黑背』等高階卡，其餘的卡片都扔了。」她說，「在設計、銷售和購買者的眼裏，低階卡就是垃圾。我覺得這樣的設計本身是扭曲的。」

沉迷直播間抽卡 家長憂心

「周圍同學都在集卡，有不少人沉迷直播間抽卡，誰獲得了高階卡都會引來同學的羨慕。女兒送了一張『黑背』給同學，那孩子能激動好幾天。」江蘇的小學生家長黃先生告訴記者，還發現孩子通過網絡加陌生好友，買賣、置換卡牌。這令他頓時感覺集卡玩法下的卡牌不再是單純的喜愛動漫周邊，而成了孩子們互相攀比的工具和不明危險的載體，「這是家長們無法接受的」。

「雖然商家在櫃檯前貼出的盲盒卡牌消費提示明確寫道，8歲以下未成年人不得購買，8歲及以上未成年人需在監護人陪同且允許的情況下才能購買，但在實際銷售時，基本就是『給錢就賣』，沒人看是否是未成年人。」劉女士表示，家長們都希望，相關部門能加強監管，同時採取措施和家長聯動，引導未成年人培養正確的消費觀和健康的興趣愛好。



二連三有青少年被吸引，進入店內把玩購買。大公報記者江鑫燭攝

「10後」熱門卡遊IP

大公報整理

奧特曼

●《宇宙英雄奧特曼系列》是由中國公司卡遊開發及發行的一系列交換卡片遊戲。卡遊取得日本長壽IP《奧特曼》系列在中國的商品改編權後，約2020年開始推出卡牌商品。據招股書顯示，卡遊公司2022年賣出超過30億集換式卡牌，奧特曼系列佔比高達65%。

小馬寶莉 (彩虹小馬)

●小馬寶莉 (My Little Pony) 是美國遊戲與玩具製造公司孩之寶於1983年所推出的女孩玩具產品系列，為一種擁有各種色彩、可在上面塗鴉及梳理鬃毛的馬型玩具，第一代系列動畫片於1986年開始播映，目前已發展至第五代。

葉羅麗

●《精靈夢葉羅麗》或簡稱《葉羅麗》，是一部中國3D奇幻冒險兒童電視動畫劇集，主要講述普通女孩王默透過一家娃娃店得到了葉羅麗仙子娃娃，得以變身成葉羅麗戰士，自此為保護世界而與同伴們並肩作戰。

蛋仔派對

●《蛋仔派對》是由網易開發的休閒競技大逃殺手遊，2022年5月27日在中國大陸地區上線，2023年6月30日於台灣地區上線，是網易開發遊戲中收入最高的產品和網易日活躍用戶最多的遊戲。

一入盲盒深似海？一天花費近萬元

不能自拔

「一入盲盒深似海。」這是很多青少年發出的感嘆，一旦消費了「盲盒經濟」就容易上癮，再也「無法收手」。在網絡社交平台「你為小馬寶莉卡砸了多少錢」的話題討論中，花費幾百元、上千元的評論很常見。有網友表示，在直播間拆卡，最多的一天花了9000多元（人民幣，下同）。北京中學生劉同學告訴記者，以前對各種卡牌根本不感興趣，但身邊有很多朋友買小馬寶莉卡、泡泡馬特盲盒，在他們的影響下有了第一次消費，隨後一發不可收拾。「我還在網上加入了卡牌交流群，群裏大多都是學生，互相交流，買賣卡片，相約直播間開卡。不過，聽說有人被騙了很多錢。」

「我每周有100元零花錢，大約會花30元買小馬寶莉卡。」在北京海澱某商場採訪時，記者遇到了來買卡的黃同學。她已經是高中生了，「身邊玩卡的高中生很少，一般都是小學生在玩。高中學習壓力較大，這是我們的解壓方式。」

每次拆包 莫名興奮

除了抽卡解壓外，不少學生熱衷於在二手平台購買高位卡。有家長表示孩子已「豪擲」上萬元買卡。「我給孩子買過最貴的一張卡是異形小馬卡，花了1350元從別的玩家手裏收來的。」北京的陳女士告訴記者，「但心裏很不踏實，怕她『上癮』，在網上買賣卡牌上當受騙。只能耐心開導，可以玩，但不能沉迷。」「收集這些卡片讓我有成就感，每次拆包得到一張稀有卡時，都會感到非常興奮和滿足。」陳女士的女兒小遙說，「至於花費，具體數額我也不太清楚，沒有仔細計算過。」



◀在網絡上一個拆卡視頻中，博主正在向鏡頭展示開箱所得的小馬寶莉稀有卡片。

網購「煙卡」漏洞：不設年齡限制

踩界促銷

將香煙盒上的煙標剪下，製成卡牌放於地面，空掌用力拍擊地面，若煙卡被掌風擊中翻面就算取得勝利，勝利者可贏得這張煙卡。除了買盲盒抽卡牌外，很多小學男生還四處尋找煙盒拆成「煙卡」，進行娛樂和交換。根據香煙品牌的價格、稀缺程度，「煙卡」也有等級區分，「中華」等價格昂貴的香煙是孩子追捧的「王者」。此外，煙卡銷售已形成一條由上至下的完整產業鏈，印刷及回收商販均在這股熱潮中試圖掘金。

恐誘發孩子過早抽煙

社交平台上，「煙卡成小學生新寵」早已是熱門話題，在某平台相關播放量已達20多億。「孩子很喜歡『煙卡』，扔了無數次，他居然還有。」北

京一位家長宋先生告訴記者，「在學校拍，在小區裏也拍，個別孩子的手指甚至都拍變形了。」當被問及「煙卡」來源時，孩子稱是用換來的香煙盒疊好跟同學交換的，也有同學在網上買。他說，很多孩子在拿到「煙卡」後，會貼近聞味道，號稱辨別真偽。「這是最擔心的，害怕誘發孩子過早抽煙等不良行為。」

目前，北京、三亞等多個城市已對違規售賣「煙卡」等開展專項整治工作，貴州省市場監督管理局也集中開展整治「煙卡」統一執法行動，查處向未成年人銷售「煙卡」、香煙等行為，但網購平台仍舊缺乏監管。在某電商平台上，「煙卡」按高級卡、稀有卡、外國稀有卡等級別分類、標價，售價區間在幾元至數百元不等，排名靠前的商家平

均銷量達10萬張以上。為證明「煙卡」非印刷版，商家還掛出撿煙盒、撕煙卡的視頻，甚至帶上「有膠痕」「有煙味」「再也不用擔心孩子去撿煙盒」等促銷語。



▲某電商平台上，「煙卡」銷售量達到驚人的「百萬」件，並配字「小孩子都在玩」「有膠痕有煙味」「保證真品」，引誘青少年下單。

學習壓力大 「吃谷」低齡化

精神寄託

「這裏『谷子』挺全的，我們一起吃一盒吧。」近期，「谷子」在青少年群體中迅速走紅，成為不少年輕人的精神寄託。這裏的「谷子」指「Goods」（商品）音譯而來，廣義上指代一切漫畫、動畫、遊戲、偶像、特攝等版權作品的周邊商品。記者在北京某商場觀察發現，雖然商場客流稀少，但各類動漫元素的特色店面並不缺客源，且基本都是未成年人。一家店舖負責人說，當前「谷子」的熱度確實不低，人多的時候甚至要限購，初中生群體構成了「谷圈」的主力軍。「谷子」通常分為普谷、湖景谷和海景谷三類。普谷價格一般在15-30元之間，湖景谷和海景谷比普谷更為稀有，價格也相對較高。由於一些「谷

子」具有限定特徵，數量稀少，轉賣價格少則幾千元，多則上萬元。有「谷子」店的店員告訴記者，年輕人買「谷子」已經成了時尚，所買產品集中在徽章等。「大部分人來買『吧唧』（即「badge」，一般為馬口鐵製徽章）會多一點。此外，乙游（一般指以少女群體為目標受眾的戀愛模擬類遊戲）相關的產品也比較多，還有一些日本動畫片的周邊。」為了二次元世界裏的虛擬人物，不少吃谷人願意每月花費數百元「吃谷」。「別說谷子沒用，情緒價值拉滿呀。包上掛着喜歡的人，隨時隨地陪伴我，真的很開心！」在「10後」吃谷人小四看來，「學習壓力大，『吃谷』可以暫時逃避現實，得到短暫的愉悅體驗。」

大公報整理