



# 从“鼻吸能量棒”到色情手办 从“香烟糖”到酒精冰淇淋 不良导向商品何以充斥未成年人周边？



□ 本报见习记者 丁一 □ 本报记者 周斌

前几天，山东枣庄的王女士给上小学四年级的儿子整理房间时，在其枕头下发现一个“鼻吸能量棒”。放学后，孩子拿起“鼻吸能量棒”演示怎么玩——歪着头，凑鼻子下使劲吸两下。那姿势把王女士惊出一身冷汗——“我在电视里看到一些吸毒人员就是这么吸食毒品的！”

不仅是“鼻吸能量棒”，今年以来，王女士在孩子手上“搜出”不少让她难以接受甚至惊悚的商品，比如萝卜刀，孩子拿着它玩时作扎刺状；还有酒精冰淇淋，酒精味十足，孩子吃得津津有味。“为什么那么多容易引发不良嗜好、总是‘盯’着孩子们，让孩子们轻易得到？”她不禁发出疑问。

这也引发了不少家长的担忧。采访中，多位家长向《法治日报》记者反映，存在不良导向的商品充斥未成年人周边，如“香烟糖”、酒精冰淇淋，以及暴力、色情玩具、文具等，严重影响未成年人身心健康。

受访专家表示，涉未成年人商品应该充分考虑儿童玩耍和使用行为的特殊性，在设计上不应带有不良暗示，生产过程须实行特殊许可及强制性认证，同时对销售过程严格监管，保障未成年人合法权益。

## 商品诱导不良行为 很多家长忧心忡忡

“搞不清楚这里面是什么成分，感觉吸了对孩子身体有害，而且很明显存在不良诱导。”王女士拿起一支“鼻吸能量棒”说，她仔细检查了下，“能量棒”上没有标示任何成分，深吸了下，带着薄荷味，味道有点奇怪，“不知道是不是心理作用，我闻了后感觉不太舒服、心慌”。

王女士的儿子小刘对被没收“鼻吸能量棒”感到不满。他告诉记者，同学们都在用这个“能量棒”，班里几乎人手一个，谁没有就落伍了，“其实味道挺好玩的，吸一下提神醒脑，而且有很多种味道，同学们经常换着吸”。

山东济南某三甲医院主任医师接受采访时明确表示，“鼻吸能量棒”的主要成分是薄荷、精油等物质，具有清凉刺激的作用，长期使用既有毒又有害，而且容易“上瘾”，随便往鼻孔里塞这类东西，一方面不卫生，可能导致病原体感染，另一方面反复刺激鼻腔也可能对未成年人的鼻黏膜造成损伤，甚至会出现流鼻涕、打喷嚏等症状，危害身体健康。

“就‘鼻吸能量棒’的使用方式而言，可能会降低未成年人对毒品的防范心理和警惕意识。”中央民族大学法学院教授张步峰担忧道。

除了“鼻吸能量棒”，今年夏天，小刘还“爱”上了酒精冰淇淋，浓浓的酒精味让王女士无法接受，与小刘正交涉，要求他以后不准买酒精冰淇淋吃。前段时间，小刘又喜欢上了萝卜刀（一种塑料仿刀玩具），天天和小区里的同伴玩刀刺游戏，看得王女士心惊胆战，最终没收了小刘5把各式各样的萝卜刀。

王女士的心境，不少受访家长都感同身受。来自江苏连云港的孙女士说，家里老人路

过文具店给孩子买了一个芭比娃娃的卷笔刀，回家打开后她发现，这款卷笔刀插入铅笔处是芭比娃娃的胸口，“像是在胸口开了洞，整个画面看起来十分违和，令人很不舒服”，她立即退掉了该款卷笔刀。

多位受访家长反映，孩子身边经常能发现这些可能引发不良导向的商品，诸如：色情手办，所谓的“美少女”系列手办，竟然是全裸的；“香烟糖”“酒瓶巧克力”，外包装乃至形状都和香烟、酒瓶极为相似；玩具“牙签弩”，射击威力较大，甚至可以穿透罐装可乐等。

“有一次，看到上小学五年级的孩子在卧室‘抽烟’，我气急败坏地上前阻止，发现那是‘香烟糖’。孩子说是同学给他吃的。虽然是糖，但外形和香烟一模一样，孩子也做着抽烟的动作，明显存在不良诱导。”一位家长说。

受访专家表示，家长们的担忧不无道理，未成年人的心智尚不成熟，容易被诱导而产生不良行为。西南政法大学行政法学院副教授杨尚东举例说，比如酒精冰淇淋，有的甚至将外包装都设计成酒瓶状，食用不仅可能损害未成年人健康，还可能引起未成年人对酒的兴趣，进而尝试饮酒，涉嫌违反未成年人保护法、广告法等法律法规。

“还有萝卜刀，售卖的宣传视频中竟然演绎了用萝卜刀捅人的场景，这一行为无疑制造了施暴的心理暗示，渲染暴力。未成年人的世界观、人生观、价值观尚处于不断发展的阶段，很容易受到周围环境的影响，这可能会在未成年人心里埋下暴力的种子。”杨尚东说。

“孩子还没有辨别能力，他们只是觉得好玩。成年人应该保护好他们，净化未成年人的学习、生活环境。”北京西城的学生家长张波（化名）说。

## 线上线下轻易获得 缺乏标准执法受困

这些商品是如何来到孩子们身边的？记者近日走访北京东西城、朝阳和山东济南、枣庄等地10多所小学周边发现，一些离学校不远的小卖部、文具店就有此类商品出售，有的商家甚至会主动推荐这些商品。

比如萝卜刀，记者走访的小卖部几乎都有销售。多个商家在商店入口的显眼处摆放了各种萝卜刀，宣传文案诸如“拔出我的萝卜刀一刀制敌”等，吸引了不少学生驻足、购买。

在北京西城某小学外，一名小学生掏出几块钱买了一把萝卜刀，嘻嘻哈哈地和身边同样拿着萝卜刀的同学互相刺起来。“我自己有零花钱，平时经常买些小玩具和零食，基本市面上流行什么，学校附近都能买到。”该小学生告诉记者。

记者注意到，一些中小学附近的小卖部、文具店还能买到标有恶俗烂梗的恶搞文具，如笔记本、便签本、贴纸等，以及带有性暗示的玩具、手办，如“妈见打”美少女系列手办，身上穿着量体的衣服，备注“可脱”“可爆甲”。

“现在的孩子特别潮流，玩得玩比大人都溜，这类新奇好玩的商品销量特别好，小孩

们很喜欢。”一小卖部老板如是说。

这类商品在线上就更多了。值得注意的是，不少商店在对这类商品做宣传时，目标对象直指学生等未成年人，且评论区显示其已被不少未成年人购买使用。

某平台一家售卖“香烟糖”的店铺，宣传口号为“几时的味道”“小时候的回忆”。评论区里有疑似学生的网友问：“能骗过老师吗？”买家秀中，有网友晒出孩子“吸烟”（模仿吸烟的方式吃糖）的照片：用食指和中指夹着“香烟糖”，嘴巴模仿吸烟的动作。

前段时间被媒体曝光的“鼻吸能量棒”，如今在网上依然随处可见，单价多在几元至几十元之间，部分商品月销量达上千件。有的店铺宣传广告上写着“上课防困”“鼻吸清凉油学生上课防瞌睡”等，甚至配上一张学生在课桌前握笔写字的图片称“答题思维清晰”。从留言中可以看出，购买者不少为学生：“上课犯困的时候拿出来吸一吸，瞬间就精神起来。”也有留言称“有毒，上瘾”。

记者以学校附近小卖部店主身份咨询了多家售卖“鼻吸能量棒”的网店，客服均称“鼻吸能量棒”很受学生欢迎，市场潜力大，如果要的量可以再便宜些。其中一名客服还提醒说，前些日子大量学生用“鼻吸能量棒”引发了一些风波，建议不要卖给同学，但在记者提出考虑批发一千支时，其马上提出可以再便宜些卖给记者。

这类商品为何盛行？受访专家认为主要有以下原因：产品设计新颖，且与孩子喜欢的食品、卡通风格等元素相结合；互联网的宣传和社交媒体的分享；价格低廉，容易购买；部分商品宣传具有解压功能契合未成年人日益增加的学业压力，同时也让家长放松了警惕。

北京外国语大学法学院教授姚菊菊认为，在实践中面临的执法困难也是此类商品盛行的重要原因。针对未成年人商品的行业或国家标准较少，实践中监管难度较大。缺乏明确、具体的国家或行业标准，一方面助长了不良商家抱着“钻空子”的心态进行生产经营行为，另一方面也导致有关部门在执法、司法过程中缺乏具体可参考的依据。再者，涉未成年人的商品往往同时涉及产品质量、食品安全、广告宣传甚至知识产权等多重领域，需要多领域的专业执法队伍联动合作，执法难度大、成本较高。

“应从源头上把关该类商品的生产质量，防止未经认证、不符合相应生产标准的商品流入市场，同时规范该类产品的广告宣传。”张步峰说。

## 完善立法强化执法 源头治理保护儿童

为净化涉未成年人商品市场环境，2022年1月，市场监管总局、教育部、公安部联合发布《关于开展面向未成年人无底线营销食品专项治理工作的通知》，要求严厉查处违法违规现象。

然而，涉未成年人商品种类繁多，违规的界限又在哪里？

杨尚东说，虽无法完全列举，玩具种类也将不断丰富很难穷尽，但适宜未成年人的商品应该满足以下标准：材质、做工符合国家标准，充分考虑未成年人玩耍和使用行为的特殊性，避免对未成年人身心健康造成不良影

响；设计无不不良暗示，符合不同年龄段儿童的生理特征以及心智发育水平；有助于未成年人德智体美的全面发展。

“打着食品、玩具的擦边球，做着对未成年人不良诱导的事，违反了未成年人保护法等法律法规，应受到相应的行政处罚。”张步峰说，以“鼻吸能量棒”为例，有商家在零售时使用未成年人图片作为宣传背景，违反了我国广告法的相关规定；此外，宣传中提及具有“提神醒脑”的功能，如果该产品是药品，学校附近的小卖部是不可以售卖的；若不是药品，则不能宣称具有此功能。

未成年人保护法明确规定：“生产、销售用于未成年人的食品、药品、玩具、用具和游戏游艺设备、游乐设施等，应当符合国家或者行业标准，不得危害未成年人人身安全和身心健康。上述产品的生产者应当在显著位置标明注意事项，未标明注意事项的不得销售。”

在姚菊菊看来，法律解释层面上，对于“用于”一词，必要时应作一定的扩大解释，而不仅仅解释为“专门用于”或“仅仅用于”。不符合国家或者行业标准的，危害未成年人人身安全或者身心健康的，均不得生产、销售，这样可以为有关部门在生产源头环节规制上述商品提供法律依据。

商家生产涉未成年人商品，除要遵守未成年人保护法和产品质量法外，张步峰提醒，生产适用14周岁以下学生的学生用品时，需要遵守《学生用品的安全通用要求》，标注厂名厂址、执行标准等关键信息。此外，应严禁烟草形象涉未成年人商品，我国签署加入的《烟草控制框架公约》规定：“禁止生产和销售对未成年人具有吸引力的烟草制品形状的糖果、点心、玩具或任何其他实物。”

对于一些商品，如手办，可能无法明确区分主要受众是成年人还是未成年人，该如何规范？

对此，姚菊菊认为，其生产、销售过程应始终贯彻保护未成年人的目的。市场监管部门应加强抽查力度确保涉未成年人商品在生产销售各环节均符合法律规定。同时可以和教育部门、学校联合开展相关主题活动，加强对学生和家长的宣传教育，使其主动减少购买相关商品倒逼生产者减少生产，引导未成年人树立正确的消费观。

张步峰提议，市场监管部门开展强制性产品认证儿童用品领域专项监督检查工作，对相关生产企业进行排查，杜绝无证生产、违规生产；定期组织对大型商超、校园周边商铺、小商品批发市场等重点区域的监督检查和抽检，排查商品安全风险隐患，从源头查处无照经营及超范围经营、经营不符合强制性标准产品等违法行为；加强法治宣传，增强群众质量安全意识，引导抵制不合格、不良商品。

“应加强落实强制性产品认证监管工作，规范强制性产品认证市场秩序。同时加强儿童用品召回管理工作，督促企业主动履行召回主体责任。”张步峰说。

“需要完善立法，从源头上规制不良商家层出不穷的侵害未成年人利益的行为，可以考虑在未成年人保护法中增加关于未成年人商品的有关规定，将其他法律法规中的零散规定进行整合，同时配套规定相应的法律责任。”杨尚东说。

□ 本报记者 徐伟伦 □ 本报实习生 郎佩冉

用户画像信息遭遇强制收集、手机号被泄露频繁接到推销电话……数字时代，公民个人信息权益保护面临着新风险、新挑战，如何加强网络空间个人信息保护受到全社会高度关注。

就此问题，在我国个人信息保护法施行两周年之际，《法治日报》记者走进北京互联网法院进行采访。

## 纠纷集中在互联网平台

“该App要求我必须填写姓名、职业、学习目的、英语水平等内容才能完成登录。”罗某认为，这属于强制收集用户画像信息，故将App运营者某科技公司诉至法院。

北京互联网法院审理后认为，在首次登录页面设置个人信息收集界面，App运营者未提供跳过或拒绝等选项，属于对原告个人信息的强制收集，不产生获取有效授权同意的效力，构成侵权。据此，法院判决被告向原告提供个人信息副本、停止侵权、删除个人信息、赔礼道歉并赔偿损失2000元。

赵瑞罡介绍，2018年9月至2023年9月，北京互联网法院共受理58件涉及个人信息保护的案件，纠纷集中在互联网平台，以互联网企业为主要被诉主体，涉诉个人信息类型和侵权形态较为多样，相关纠纷覆盖了社交、电商、金融、移动办公、在线教育等众多行业和领域。“有的金融企业被诉存在信息泄露问题，致使用户遭遇电信诈骗；有的电商平台被诉频繁拨打用户电话，不当使用或泄露个人信息。”赵瑞罡说，这些情况都反映出数字时代个人信息处理活动频繁，引发个人信息纠纷的场景涉及众多数字经济领域。

北京互联网法院对相关案件调研后发现，涉诉的个人信息类型既包括法律法规列明的手机号、身份证号、行踪信息等，也包含大量法律未明确列举的信息，例如视频浏览记录、职业信息、交易信息、位置信息等，还包括敏感个人信息如人脸信息等。

同时，个人信息处理呈现线上线下多主体多形态交融的特点。比如，有企业存在线下收集、线上处理、线下线上多主体混合处理，关联企业共同处理等行为。此外，随着法律普及和个人维权意识提升，死者个人信息处理、复制查阅等新类型个人信息纠纷，逐步进入诉讼程序。

北京互联网法院综合审判庭庭长孙铭溪介绍说，近亲属对死者个人信息的查阅、复制等权利是我国个人信息保护法明确的重要权利，个人死亡后，个人信息处理者仍然应当承担死者个人信息权益保护的义务，允许死者近亲属查询、复制死者的个人信息。个人信息处理者对于死者个人信息保护义务的履行边界，包括“提供调取死者个人信息的其他合理途径”“基于业务关联的其他个人信息处理者不再实际控制死者的个人信息”等。

## 法律适用须进一步明晰

北京互联网法院已判决审结的35件涉个人信息纠纷案件中，11件个人信息权利人的诉讼请求被驳回，占比31.4%。

记者了解到，在涉及个人信息的诉讼中，部分当事人对于个人信息与虚拟财产、个人信息与隐私的区别，侵权还是合同纠纷难以把握，无法准确选择维权的法律基础。在涉及个人信息泄露的案件中，部分原告起诉的被告并非个人信息处理者；有的当事人主张处理者未经授权对个人信息进行处理，但诉讼中经展示发现用户实际已经同意；还有部分当事人主张个人信息处理者的部分产品收集了个人信息，但所列证据缺乏权利人操作使用相应产品的环节等。

“这些情况都说明权利人的诉讼能力和举证能力相对薄弱。”赵瑞罡说，对此类案件分析后还发现，相关法律适用须进一步明晰，例如个人信息请求权的实现程序、方式等方面缺乏统一标准，个人信息侵权经济赔偿标准尚待统一，“特别是个人信息处理的合法性基础需要进一步细化，当前信息处理者主要依赖‘知情同意’，但对于其他无须同意的情形，缺乏明确细化规定和操作指引”。

在审判环节，北京互联网法院强化人格权优先保护原则，同时合理划定保护范围，平衡权益保障与数据利用，秉持规范与发展并重原则促进数字经济全面繁荣。在相关裁判文书中，北京互联网法院明确，查阅复制权的行使应结合具体情况确定合理的实现方式，不应侵害其他主体合法权益，并尽可能减小对其他个人信息主体产生的影响；关联产品间共享用户数据应获有效同意，规范企业间个人信息数据流通行为。此外，北京互联网法院在审判环节妥善确立技术认定标准，以此提升市场主体规范自治水平。

## 平台严格落实主体责任

“网络平台掌握海量个人信息，是具有天然优势地位的个人信息处理者。”针对平台作为个人信息处理者存在的问题和未来可能引发的风险，赵瑞罡建议，应严格落实个人信息保护主体责任，遵循我国个人信息保护法及相关法律法规规定的处理规则，并进一步完善个人信息告知同意制度，不得过度收集、使用个人信息。

对于当前网络公司关联产品间共享用户数据多发的现状，孙铭溪提醒，个人信息处理者在为一个服务平台获得处理个人信息的同意，未真实、准确、完整告知个人信息主体将个人信息提供给关联产品的，不应认定个人信息处理者获得了在关联产品中处理个人信息的有效同意。

此外，北京互联网法院在司法实践发现问题的基础上，可合理吸收已经较为成熟的行政法规、国家标准及裁判规则，尽快出台司法解释，明确民法典和《个人信息保护法》在个人信息保护方面的适用标准，进一步完善科学合理的民事诉讼个人信息保护路径，化解实践难题。

赵瑞罡表示，北京互联网法院将继续围绕加强个人信息保护的工作要求，在个案判决中强化规则引领，同时通过司法职能延伸融入数字时代网络空间治理，积极推动数字经济健康发展，为服务国家创新驱动发展战略持续不断贡献司法智慧。

# 数字时代公民个人信息权益保护面临新风险

北京互联网法院解析个人信息保护案审理情况



漫画/高岳