



编者按

当下,网络购物已成为很多人生活的重要组成部分,各大电商平台交易额连创新高。但繁荣的网络数字交易背后,也隐藏着各种各样的虚假乱象——有的商家虚标价格,虚构优惠折扣,宣称原价12888元的手镯仅售4元;有的商家虚构销量、好评,商品显示销量100万+而评论仅几十条;有的商家夸大商品功能,虚假宣传,声称无花果能治疗心脑血管疾病……

诚信是一种传统美德,是良好社会系统运作的基础,也是网络消费领域健康发展的必备条件。为营造更加健康安全网络消费环境,保障广大消费者合法权益,从今天起,法治经纬版开设“依法整治网购虚假乱象”专栏,推动依法治理,敬请关注。

1元买金手镯,千万别以为捡了个“大漏”

记者调查网购商品虚标价格虚构折扣现象

依法整治网购虚假乱象

□ 本报记者 韩丹东 □ 本报实习生 刘洁

“大捡漏!只许抢一把,簸箕茶勺,配证书,明日价额12888元。”

8月12日,《法治日报》记者在某电商平台看到这样一款“正品纯沙金取茶勺”,售价1元。销售页面滚动显示“××正在购买这个商品”“××购买成功”,销量“已抢4.2万+件”。

记者点击购买,选择重量为19.69克的“9999真金一八方来财”茶勺款式,系统显示需支付36元,并标注“大促直降884.4元”。记者支付后显示购买成功,然而截至发稿尚未收到货品,物流信息一直显示“在运输中”。而商品宣传页仍用醒目字体标注着“明日价额12888元”。

1元钱买金器,现实吗?

记者近日调查发现,随着电商竞争日趋激烈,平台商家虚标价格、虚标折扣的现象屡见不鲜。一些商家在宣传时声称“最后十天,全场一折”“一元捡漏,明日价额5999元”,但实际上所谓的折扣和打折时限是商家虚报的;还有一些店铺以低价吸引用户,却在用户下单时或者通过下售后悄悄涨价。

受访专家指出,商家虚标价格、虚构折扣的行为,会对消费者权益和电商平台信誉造成严重影响,同时还可能扰乱市场价格秩序,影响公平竞争的市场环境。商家在调整商品价格时,应当遵循法律规定,保护消费者合法权益,避免虚假宣传或价格欺诈。消费者遇到此类问题时,应依法维护自己的权益,向有关行政部门投诉或通过法律途径解决。

商家虚构商品折扣 “一折清仓”成套路

“‘一折清仓,最后几天’都是商家的话术,我差点就被他们‘套路’了。”来自广东省广州市的何女士近日在某平台直播间的清仓折扣吸引,差点冲动消费。

一天下午,何女士刷到一个家居清仓直播间,主播宣称房东涨价,之后不再续租,现全店清

仓。抱着捡漏的心理,她“蹲守”在直播间。

何女士介绍,从直播间的画面来看,场地比较大,有很多货架,主播展示的产品包括电饭煲、智能门锁、风扇等,种类多,摆放也比较随意。因为整体直播环境看起来确实像个家居用品门店,再加上各种产品被密集地堆在一起,不像其他带货主播那样精心布置,让她以为对方真要“闭店清仓”。

看了10多分钟后,何女士发现,主播每挂一个商品链接都会先强调商品原有多贵,再向观众表示“现在全店清仓,亏本甩卖,十几天后就撤店”,最后以一至三折的低折扣引诱观众快速下单。

最初,何女士并没有意识到“一折清仓”是商家的直播套路,直到她看中一套原价300多元、优惠价只需39.9元的碗碟16件套,并点进了商品链接。根据详情页面介绍的品牌、材质,何女士判断该碗碟套装实际价值达不到商家宣传的300多元。她将详情页面滑动至最下方发现,直播间的“折后价”竟与平台推荐的其他卖家的同款商品价格相同,她这才意识到,所谓的“一折清仓”“月底撤店”不过是主播的销售套路而已。

在之后近一个月时间内,何女士看到该直播间一直在进行“底价清仓”。她发弹幕提醒其他用户:“这家清仓快一个月了还没撤店。”评论发出后,她就被商家拉黑了。

“可能是因为我当时想捡漏,多看了会儿直播,

平台觉得我爱看这类内容,之后一直给我推荐类似的直播。”何女士回忆,“多的时候20多个直播间里面有五六个直播间都是这样的卖货套路,卖的东西也都差不多。”

记者调查发现,此类“限时低折,低价”引导用户冲动下单的售卖方式还多见于金器玉石类商家。某购物平台中存在不少“大捡漏”商品,以低至个位数的价格售卖贵重饰品。记者以“金”“捡漏”等关键词在该平台搜索发现,前20条搜索结果多为1元或10元的手镯或者金饰品,价格最低可达0.89元,最贵的链接定价才35元。

记者随机点入一家店铺,该链接首图是一张正常的商品展示照片,滑动商品图片可以看到,大图非常醒目地写着“明日价额5999元”“大捡漏”“假一赔十,配证书”等字样。选择具体款式和型号时,记者发现首页显示的1元实为链接中配件的价格,若选定款式为手镯,价格会相应调整,和正常价差不多。

在一些金手镯链接里,选定款式后显示价格为几元钱,称原来售价或明日价额恢复到几千元乃至上万元。而之后几天记者多次查看该商品链接,商品价格依然为几元钱,并未发生调整。不过在评论区,有不少买家反映,自己拍下后至今未收到货;还有买家称自己收到的是玩具饰品。

虚假折扣现象在一些团购软件中也十分常见,部分商家会将团购平台中某项商品或服务的原价格上涨,再以折扣优惠的形式出售。家住上海的欣欣就曾遇到过这种情况。上个月,欣欣在某团购软件搜索家附近的一家美甲店,看中一款折扣后价为415元的“热门手绘款”。购买时,页面显示该链接原价798元,415元是5.3折后的价格。然而,欣欣到店后发现,她购买的款式在店铺中标价为418元,和自己支付的金额只差3元。“明明没有打折,怎么能在软件里标注5.3折呢?”

欣欣还注意到,店铺价目表中定价138元至458元不等的几种款式在团购平台上显示的原价均为798元,页面显示的折扣和优惠价都是商家虚报的。

“定金付完,店铺偷偷调高了尾款价格,难道平台上的价格都是假的吗?”来自福建的杨女士在购物节期间看中了一款到手价为4178元的洗衣机,支付20元定金后页面显示尾款金额是4158元。几天后,杨女士再次进入付款页面,却发现此时尾款金额已经被上调至4878元,与刚下单时相比增长了700元。

和杨女士有相同遭遇的人不在少数。记者随机采访多名消费者发现,有不少人反映自己曾在大促期间遇到支付完定金后尾款价格上涨的情况。

今年4月,来自广东的肖先生在某购物平台一品牌旗舰店看到自己心仪的空调机型正在进行预售活动,

到到手价1586元,约为原价的5折。

“当时新家在装修,所以一直关注这款空调的价格,该型号产品原价3000多元,看到优惠力度这么大,我马上下单了两台,共支付定金100元,当时页面显示剩余尾款金额为3072元。”肖先生说。下单后,他询问客服“价格相差一倍,空调靠谱吗”,客服回复:“活动力度不同,都是正品。”肖先生这才放下心来。

到了支付尾款那天,肖先生打开购物软件,发现支付金额竟然变成了6698元,而此前购买的商品链接也已下架。到了晚上8点,支付金额又被调整至6540元。肖先生联系客服核实尾款金额,对方却表示以付款时的价格为准,最初约定的价格已经失效。对于商家这种不诚信的经营行为,肖先生感到气愤又无奈。

来自福建的方女士也遇到了类似情况。方女士介绍,前些天,她打算购买几个钢丝球。在对比商品和价格的过程中被一款金属抹布吸引,从产品的宣传主图来看,这款抹布既好用又便宜,买一件还包邮,便想买来试试。“一块单层钢丝洗碗布定价0.14元,下单之后平台没有显示其他任何费用,结算页面显示‘0元下单,收货后付款0.14元’,价格和无异议,但我下单之后,商家擅自改价,软件后台有消息提示称‘订单已改价’,改价后需支付2.85元。”

方女士立即询问客服改价原因,对方却多次表示没有改价,之后又改口称“店铺一直不包邮”。更让她感到气愤的是,自己在该平台开通了“先用后付”功能,也就是在下单时用户无需付款,平台会在买家确认收货后自动扣款。“如果没有注意到商家在下单后改价的操作,很可能在不知的情况下被多扣钱。虽然这次只相差2元,但商家在下单时涨价的行为真令人寒心。”方女士说。

健全价格预警机制 强化商家信用管理

商家在电商平台上以低价吸引消费者下单后又临时改价,真能以“付尾款时的价格为准”吗?又如何看待商家虚标折扣的行为?

北京市康达律师事务所高级合伙人栾燕认为,商家此类行为可能违反了消费者权益保护的相关法律法规。如消费者权益保护法规定,消费者享有知悉其购买、使用商品或接受服务的真实情况的权利,包括商品的价格、产地、生产者等信息。商家应当保证其提供的商品或服务信息真实、全面,不得作虚假或引人误解的宣传。商家若违反规定,可能会面临相应的法律责任。

栾燕说,商家虚标折扣的行为可能涉嫌价格欺诈和虚假宣传。根据《明码标价和禁止价格欺诈规定》,经营者应当遵循公开、公平、诚实信用的原则,不得利用价格手段侵害消费者和其他经营者的合法权益,扰乱市场价格秩序。此外,该规定第十九条明确了七种典型价格欺诈行为,其中包括使用虚假或误导性的价格标示来诱骗消费者交易。

“电子商务法也规定,电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或服务信息,保障消费者的知情权和选择权,不得进行虚假或引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。如果商家的行为违反了这些规定,消费者可以依法维护自己的权益,向市场监管部门投诉或举报。”栾燕说。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍建议,电商平台严格落实监管责任,完善黑名单、白名单制度。一旦遇到类似的举报,平台应及时介入,在查明之后对商家进行相应处罚,同时建立信用积分制度,强化对商家的信用管理。

在栾燕看来,电商平台应加强内部监管,建立健全价格监控和预警机制,对虚标价格、虚构折扣等行为进行实时监测和处理;同时,市场监管部门应加大执法力度,对查实的违法行为依法予以严厉处罚,形成有效的震慑;此外,还应完善消费者权益保护机制,畅通投诉举报渠道,鼓励消费者积极维权,维护自身合法权益。

到到手价1586元,约为原价的5折。

“当时新家在装修,所以一直关注这款空调的价格,该型号产品原价3000多元,看到优惠力度这么大,我马上下单了两台,共支付定金100元,当时页面显示剩余尾款金额为3072元。”肖先生说。下单后,他询问客服“价格相差一倍,空调靠谱吗”,客服回复:“活动力度不同,都是正品。”肖先生这才放下心来。

到了支付尾款那天,肖先生打开购物软件,发现支付金额竟然变成了6698元,而此前购买的商品链接也已下架。到了晚上8点,支付金额又被调整至6540元。肖先生联系客服核实尾款金额,对方却表示以付款时的价格为准,最初约定的价格已经失效。对于商家这种不诚信的经营行为,肖先生感到气愤又无奈。

来自福建的方女士也遇到了类似情况。方女士介绍,前些天,她打算购买几个钢丝球。在对比商品和价格的过程中被一款金属抹布吸引,从产品的宣传主图来看,这款抹布既好用又便宜,买一件还包邮,便想买来试试。“一块单层钢丝洗碗布定价0.14元,下单之后平台没有显示其他任何费用,结算页面显示‘0元下单,收货后付款0.14元’,价格和无异议,但我下单之后,商家擅自改价,软件后台有消息提示称‘订单已改价’,改价后需支付2.85元。”

方女士立即询问客服改价原因,对方却多次表示没有改价,之后又改口称“店铺一直不包邮”。更让她感到气愤的是,自己在该平台开通了“先用后付”功能,也就是在下单时用户无需付款,平台会在买家确认收货后自动扣款。“如果没有注意到商家在下单后改价的操作,很可能在不知的情况下被多扣钱。虽然这次只相差2元,但商家在下单时涨价的行为真令人寒心。”方女士说。

健全价格预警机制 强化商家信用管理

商家在电商平台上以低价吸引消费者下单后又临时改价,真能以“付尾款时的价格为准”吗?又如何看待商家虚标折扣的行为?

北京市康达律师事务所高级合伙人栾燕认为,商家此类行为可能违反了消费者权益保护的相关法律法规。如消费者权益保护法规定,消费者享有知悉其购买、使用商品或接受服务的真实情况的权利,包括商品的价格、产地、生产者等信息。商家应当保证其提供的商品或服务信息真实、全面,不得作虚假或引人误解的宣传。商家若违反规定,可能会面临相应的法律责任。

栾燕说,商家虚标折扣的行为可能涉嫌价格欺诈和虚假宣传。根据《明码标价和禁止价格欺诈规定》,经营者应当遵循公开、公平、诚实信用的原则,不得利用价格手段侵害消费者和其他经营者的合法权益,扰乱市场价格秩序。此外,该规定第十九条明确了七种典型价格欺诈行为,其中包括使用虚假或误导性的价格标示来诱骗消费者交易。

“电子商务法也规定,电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或服务信息,保障消费者的知情权和选择权,不得进行虚假或引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。如果商家的行为违反了这些规定,消费者可以依法维护自己的权益,向市场监管部门投诉或举报。”栾燕说。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍建议,电商平台严格落实监管责任,完善黑名单、白名单制度。一旦遇到类似的举报,平台应及时介入,在查明之后对商家进行相应处罚,同时建立信用积分制度,强化对商家的信用管理。

在栾燕看来,电商平台应加强内部监管,建立健全价格监控和预警机制,对虚标价格、虚构折扣等行为进行实时监测和处理;同时,市场监管部门应加大执法力度,对查实的违法行为依法予以严厉处罚,形成有效的震慑;此外,还应完善消费者权益保护机制,畅通投诉举报渠道,鼓励消费者积极维权,维护自身合法权益。

“110吗?有人把我的‘稀有卡’抢走了……”近日,家住新疆乌鲁木齐市米东区民泰街的两名小学二年级学生因为玩“烟卡”发生矛盾,一名学生选择报警。

“烟卡”即烟盒盖折成的长方形卡片。香烟价格越高,香烟盒制作的“烟卡”等级就越高。游戏中一般是将卡片置于地面,利用空掌心击拍,被掌风击中翻面者为赢家。

目前,玩“烟卡”已成为中小学生学习群体中兴起的一种新游戏。未成年人为何沉迷于“烟卡”,又该如何引导未成年人发展健康的兴趣爱好?《法治日报》记者对此进行了采访。

“烟卡”风靡学生圈

8月12日傍晚,位于乌鲁木齐市东山区东泉路的清泉小区广场上,三五个孩子围成一圈,蹲着拍“烟卡”,玩得不亦乐乎。10岁的乐乐随身带着一个小收纳盒,里边整齐地排列着他收集的“烟卡”。

“身边小朋友都玩‘烟卡’,我不玩就落伍了。”乐乐说,他在小区看到有小朋友玩,借了一张卡跟着玩,摸到“窍门”后他赢了好几张卡,更觉得有趣了。大家每天还约好时间,一到下午就在小区广场拍“烟卡”。

记者走访乌鲁木齐市多个小区发现,“烟卡”游戏在小学生中颇为风靡。8月14日,在沙依巴区二十里店社区的一居民小区内,几名孩子正在玩“烟卡”,玩耍中,不时谈论一些香烟的品牌和价格,手持“高档烟卡”的孩子还会不时向小伙伴炫耀。

“有稀缺卡是一件很有面子的事情。”该小区的欢欢说,只有真卡才能参与游戏。为了区别真假“烟卡”,有“经验”的孩子会看“烟卡”上面有没有胶水,并仔细闻味道——有明显烟味的才是真“烟卡”,真“烟卡”才是“硬通货”。说完,欢欢打开一个塑料袋,向记者展示装的“烟卡”,大概有四五十张,都是他这个暑假赢来的。

线上线下都有销售

这么多“烟卡”从何而来?记者询问后得知,有的孩子是网购,回家人要,有的孩子为了收集“烟卡”甚至去翻垃圾桶。

李玉强是乌鲁木齐某单位的保安,提起儿子玩“烟卡”的事,一脸无奈。“自从儿子迷上了‘烟卡’,我抽烟的档次也提高了。为了让孩子高兴,在小伙伴跟前有面子,我就找朋友要烟盒,有时候路过单位的垃圾桶,都会多看一眼。”

一名家长告诉记者,自己的孩子为了玩“烟卡”,会用零花钱去购买小伙伴手里的“高级卡”,他担心孩子为了收集“烟卡”去买香烟。

“烟卡”走红后掀起的销售热潮,在各大电商平台上表现得更为明显。记者在某电商平台搜索“烟卡”发现,目前仍不乏销售过万的“烟卡”商家,多以折叠好的、不同香烟品牌的“烟卡”混合打包出售,根据选购张数,售价区间在几元至数百元不等。

线上店铺有的还打出广告词“全新真卡,您的孩子再也不用翻垃圾桶了”“只做稀有高级卡”,也有的会在介绍栏直接标明“真烟卡”,同时附加“真烟盒剪下”“有烟味”“带胶印”等字样。

有买家留言:非常好,不用惦记孩子去翻垃圾桶了,我家也没人抽烟,真是帮了大忙。

记者走访发现,线下一些商店也售卖“烟卡”。一名不愿透露姓名的商店老板介绍,有从网上订货的,也有回收来的,如酒店、会所、酒吧等一些高档消费场所,网上订购的“烟卡”大部分是印刷品,但对于孩子来说,很难鉴别出来。

销售“烟卡”是否合法?新疆爱律师事务所主任律师康明远介绍,广告法规定,禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。禁止利用其他商品或者服务的广告、公益广告,宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。

“售卖‘烟卡’属于变相的烟草广告和促销,商家通过印制烟草注册商标,售卖印刷版本‘仿真烟卡’,涉嫌侵犯商标专用权。建议相关监管部门加强对‘烟卡’销售的治理力度。”康明远说。

关注孩子真实需求

乌鲁木齐市博峰小兵青少年发展中心主任王永强认为,儿童接触“烟卡”游戏可引发他们对烟草的好奇心,在游戏中,孩子们对“稀缺卡”的需求也容易致攀比心理。

“倡议家长和学校引导孩子尝试多样化的兴趣爱好,提供丰富多样的课外娱乐活动,满足孩子的兴趣需求,远离不良嗜好,走向健康快乐成长之路。”王永强说。

近日,乌鲁木齐市公安机关开展相关宣传守护孩子们的身心健康。

8月13日,米东区公安分局古牧地东路派出所民辅警辖区青少年面对面交流,引导他们多参加有趣的户外活动,积极向青少年宣讲烟草危害。米东区公安分局东山派出所联合社区,建议家长引导孩子参与健康的游戏运动,把“烟卡”转换为剪纸、折纸、艺术粘贴。

“当前对‘烟卡’流行的担忧,不是卡而是烟,这是大家所担心的核心问题。”新疆社科院社会学研究所副所长杨富强说,“烟卡”的出现和风靡,本质上还是社会和家庭忽视了幼儿和青少年在社交方面的工具需要,以前丢沙包、跳绳等游戏活动被信息时代的非实体娱乐所取代,所以当孩子们需要线下社交时,就会寻找社交工具,而和成年人社交工具香烟伴生的“烟卡”便出现了。

在杨富强看来,有些商家专制“烟卡”售卖,这种烘托造势也是“烟卡”风靡的原因之一。他建议,学校、家庭、社会同向发力,加强对学生的正面引导,多鼓励学生参与体育、艺术和其他有益身心健康的活动。



遥控器连接5下,电子秤显示重量减半

景德镇网警侦破一起制售“鬼秤”案

□ 本报记者 黄辉 □ 本报通讯员 刘静 黄林林

近日,江西省景德镇市公安局网安支队成功侦破一起提供侵入非法控制计算机信息系统工具案,抓获犯罪嫌疑人1名,缴获篡改的电子秤主板21套,遥控设备20余个。

经警方侦查,杨某在景德镇市珠山区新厂西路经营一家电子秤专卖店,偶然得知篡改电子秤内置

程序数据后的“鬼秤”可通过无线遥控器实现重量任意调整,捕捉到“商机”的杨某认为有利可图,于是萌生制售篡改计量设备牟利的念头。

2023年3月起,杨某通过篡改电子秤内置程序数据制作“鬼秤”售卖,改装后的电子秤每台比普通电子秤多收取200元的改装费,获利远大于销售普通电子秤的盈利。

“该秤可使用无线遥控器实现重量调整,让卖家根据需要显示虚假物重实现‘缺斤少两’,严重侵害

消费者合法权益和市场消费环境。”经办民警陈火山介绍,如遇市场监管人员执法检查,商家可通过远程遥控和一键复位功能,立即将“鬼秤”恢复到正常计量,给侦查取证带来一定的困难。

据了解,经过非法改装后的电子秤,可根据使用者的需求任意调高或降低重量值。经现场测试,在电子秤处于正常状态下,一名执法人员站上去显示重量为67.2公斤,按下遥控器按钮,电子秤上的重量值随即变成60.5公斤,再按一下,数值又再度

减少。连接5下后,电子秤显示的重量值竟然只有33.6公斤。

警方查明,杨某共销售约200台改装过的“鬼秤”,非法获利4万余元。

为进一步规范市场秩序,维护群众合法权益,警方正多方搜集线索,全力找回已售出的“鬼秤”。

目前,杨某已被依法刑事拘留,案件正在进一步侦办中。

漫画/高岳

「烟卡」成部分未成年人社交「硬通货」

专家: 家庭学校社会同向发力引导孩子远离「烟卡」

□ 本报记者 潘从武 □ 本报通讯员 刘青霞

“110吗?有人把我的‘稀有卡’抢走了……”近日,家住新疆乌鲁木齐市米东区民泰街的两名小学二年级学生因为玩“烟卡”发生矛盾,一名学生选择报警。

“烟卡”即烟盒盖折成的长方形卡片。香烟价格越高,香烟盒制作的“烟卡”等级就越高。游戏中一般是将卡片置于地面,利用空掌心击拍,被掌风击中翻面者为赢家。

目前,玩“烟卡”已成为中小学生学习群体中兴起的一种新游戏。未成年人为何沉迷于“烟卡”,又该如何引导未成年人发展健康的兴趣爱好?《法治日报》记者对此进行了采访。

“烟卡”风靡学生圈

8月12日傍晚,位于乌鲁木齐市东山区东泉路的清泉小区广场上,三五个孩子围成一圈,蹲着拍“烟卡”,玩得不亦乐乎。10岁的乐乐随身带着一个小收纳盒,里边整齐地排列着他收集的“烟卡”。

“身边小朋友都玩‘烟卡’,我不玩就落伍了。”乐乐说,他在小区看到有小朋友玩,借了一张卡跟着玩,摸到“窍门”后他赢了好几张卡,更觉得有趣了。大家每天还约好时间,一到下午就在小区广场拍“烟卡”。

记者走访乌鲁木齐市多个小区发现,“烟卡”游戏在小学生中颇为风靡。8月14日,在沙依巴区二十里店社区的一居民小区内,几名孩子正在玩“烟卡”,玩耍中,不时谈论一些香烟的品牌和价格,手持“高档烟卡”的孩子还会不时向小伙伴炫耀。

“有稀缺卡是一件很有面子的事情。”该小区的欢欢说,只有真卡才能参与游戏。为了区别真假“烟卡”,有“经验”的孩子会看“烟卡”上面有没有胶水,并仔细闻味道——有明显烟味的才是真“烟卡”,真“烟卡”才是“硬通货”。说完,欢欢打开一个塑料袋,向记者展示装的“烟卡”,大概有四五十张,都是他这个暑假赢来的。

线上线下都有销售

这么多“烟卡”从何而来?记者询问后得知,有的孩子是网购,回家人要,有的孩子为了收集“烟卡”甚至去翻垃圾桶。

李玉强是乌鲁木齐某单位的保安,提起儿子玩“烟卡”的事,一脸无奈。“自从儿子迷上了‘烟卡’,我抽烟的档次也提高了。为了让孩子高兴,在小伙伴跟前有面子,我就找朋友要烟盒,有时候路过单位的垃圾桶,都会多看一眼。”

一名家长告诉记者,自己的孩子为了玩“烟卡”,会用零花钱去购买小伙伴手里的“高级卡”,他担心孩子为了收集“烟卡”去买香烟。

“烟卡”走红后掀起的销售热潮,在各大电商平台上表现得更为明显。记者在某电商平台搜索“烟卡”发现,目前仍不乏销售过万的“烟卡”商家,多以折叠好的、不同香烟品牌的“烟卡”混合打包出售,根据选购张数,售价区间在几元至数百元不等。

线上店铺有的还打出广告词“全新真卡,您的孩子再也不用翻垃圾桶了”“只做稀有高级卡”,也有的会在介绍栏直接标明“真烟卡”,同时附加“真烟盒剪下”“有烟味”“带胶印”等字样。

有买家留言:非常好,不用惦记孩子去翻垃圾桶了,我家也没人抽烟,真是帮了大忙。

记者走访发现,线下一些商店也售卖“烟卡”。一名不愿透露姓名的商店老板介绍,有从网上订货的,也有回收来的,如酒店、会所、酒吧等一些高档消费场所,网上订购的“烟卡”大部分是印刷品,但对于孩子来说,很难鉴别出来。

销售“烟卡”是否合法?新疆爱律师事务所主任律师康明远介绍,广告法规定,禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。禁止利用其他商品或者服务的广告、公益广告,宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。

“售卖‘烟卡’属于变相的烟草广告和促销,商家通过印制烟草注册商标,售卖印刷版本‘仿真烟卡’,涉嫌侵犯商标专用权。建议相关监管部门加强对‘烟卡’销售的治理力度。”康明远说。

关注孩子真实需求

乌鲁木齐市博峰小兵青少年发展中心主任王永强认为,儿童接触“烟卡”游戏可引发他们对烟草的好奇心,在游戏中,孩子们对“稀缺卡”的需求也容易致攀比心理。

“倡议家长和学校引导孩子尝试多样化的兴趣爱好,提供丰富多样的课外娱乐活动,满足孩子的兴趣需求,远离不良嗜好,走向健康快乐成长之路。”王永强说。

近日,乌鲁木齐市公安机关开展相关宣传守护孩子们的身心健康。

8月13日,米东区公安分局古牧地东路派出所民辅警辖区青少年面对面交流,引导他们多参加有趣的户外活动,积极向青少年宣讲烟草危害。米东区公安分局东山派出所联合社区,建议家长引导孩子参与健康的游戏运动,把“烟卡”转换为剪纸、折纸、艺术粘贴。

“当前对‘烟卡’流行的担忧,不是卡而是烟,这是大家所担心的核心问题。”新疆社科院社会学研究所副所长杨富强说,“烟卡”的出现和风靡,本质上还是社会和家庭忽视了幼儿和青少年在社交方面的工具需要,以前丢沙包、跳绳等游戏活动被信息时代的非实体娱乐所取代,所以当孩子们需要线下社交时,就会寻找社交工具,而和成年人社交工具香烟伴生的“烟卡”便出现了。

在杨富强看来,有些商家专制“烟卡”售卖,这种烘托造势也是“烟卡”风靡的原因之一。他建议,学校、家庭、社会同向发力,加强对学生的正面引导,多鼓励学生参与体育、艺术和其他有益身心健康的活动。