

天天玩手游，玩到凌晨四五点

暑期未成年人「指尖沉迷」调查

□ 本报记者 韩丹东 □ 本报见习记者 王宇翔

8月的北京欢乐谷，正午阳光炙烤着排队区的围栏。在排过山车的百米长队中，十几个孩子几乎保持着同一个姿势：低着头弓着背，指尖在手机屏幕上快速滑动。汗水顺着13岁男孩小凯的额角流下，但他目不斜视，抬起两侧大腿配合歪头擦掉汗水，因为他正专注于某款网络游戏。

“还有20分钟才到我们，这局打完刚好。”他头也不抬地对身边的同伴说，手机屏幕在他眼镜上反射出忽明忽暗的光影。《法治日报》记者近日走访北京、天津多处影院、景区、餐厅，这样的场景随处可见。三五成群的青少年用手机构建起另一个世界——短视频的魔性音效、游戏的厮杀声、屏幕外和小伙伴的激烈交流、复盘，成为不少孩子这个暑假的常态。多名受访家长无奈表示“管不住”“不让玩手机就闹”，还有家长感到困惑：“不知道从哪弄来的账号，一玩玩一天，防沉迷系统咋不管用呢？”

多种手段突破防沉迷

“吃饭快点！对局马上开始了。”餐桌旁，初二学生小林一只手快速扒拉着米饭，另一只手举着手机，听着“队友”发来的语音。他的母亲无奈地看着他，告诉记者：“这孩子暑假就没见过太阳，凌晨四五点才睡，每天中午才起床，除了吃饭就是抱着手机玩，几乎不出门。”

小林的妈妈说，今年期末考试后，小林以“成绩优秀”为由索要“游戏奖励”，从此便陷入了无节制的游戏循环。“他说同学都这样玩，我不让他玩，就发脾气，说我不讲信用。”更让她头疼的是，小林使用的游戏账号完全不受未成年人防沉迷系统的限制，“系统根本分不清是谁在玩，我们也不知道该怎么管”。

这样的情况并非个例。暑假后升二年级的果果没有自己的手机，却总能通过哭闹、撒娇等方式从家长手中“借”到手机。拿到手机后，他熟练地打开短视频软件刷起搞笑视频，或是登录游戏玩上几局。“他用的是我的账号，防沉迷系统对他根本没用。”果果的母亲坦言，自己和丈夫工作繁忙，有时为了让孩子安静一会儿，不得不妥协。

记者调查发现，尽管目前市面上大多数软件都设置有未成年人防沉迷系统，但一些未成年人却能通过种种方式转向“地下通道”——他们或借用家长账号，或通过租号、买号，继续在网络世界里“畅游”。

在社交平台上，“如何绕过防沉迷系统”的话题屡见不鲜。记者看到，有未成年人在论坛分享经验：“今年初二，花1000元买了个成人号，不怕被防沉迷了”“找个成年的哥哥姐姐借账号，他们一般都会同意”……

账号租赁形成产业链

“免押金可排位，4元/小时起租。”在某二手交易平台上，这样的游戏账号租赁信息赫然在目。

记者调查发现，尽管平台标注着“严禁向未成年人出售网游类商品”，但不少租号、卖号信息仍在公开交易，形成了一条针对未成年人的黑灰产业链条。

在某杂货铺的商品页面，记者看到其提供的某游戏租号服务按皮肤数量分级定价：300个皮肤4元/小时，630个皮肤以上20元/小时。商品详情中还注明“两小时起租，无人租不下线”，当记者以未成年人身份咨询“是否有防沉迷”时，卖家迅速回复：“用我们的上号器登录，避开系统检测，放心玩。”

记者发现多款热门游戏的租号市场很活跃。某卖家推出“新粉免费玩一小时”“全网最低价无押金”等优惠活动，提供包含有许多稀有皮肤的账号，租期灵活至“一小时起租，可包夜、包天”。商品页面虽有“禁止未成年人购买”的提示，但卖家在私聊中表示：“拍前联系客服，教你怎么操作不会被查。”

更具诱惑力的是低价策略，有些租号服务主打“一起畅玩神级账号”，按账号等级套餐，时租价格1元到4元以上不等，包天价格15元到40元以上。卖家在详情中极力渲染游戏体验。这些租号、卖号服务的核心在于绕过防沉迷系统。卖家通常要求用户通过第三方上号器登录，而非游戏官方客户端，以此避开实名认证检测。某卖家向记者透露：“上号器会隐藏你的真实IP和设备信息，系统只会识别到我们的成人账号信息，不会触发防沉迷限制。”交易流程也极为隐蔽。多数卖家不直接在平台沟通细节，而是引导用户添加私人聊天账号，通过私域流量完成交易。在支付环节，他们会要求用户选择“虚拟商品”“数码配件”等无关类目下单，掩盖交易实质。“这样平台检测不到是游戏账号交易，安全得多。”一名卖家解释道。

家庭学校平台共把关

面对未成年人绕过防沉迷系统的问题，不少游戏平台一直在不断升级技术手段，推出针对性措施。如在人脸识别方面，在游戏登录、充值两大环节加大人脸识别力度，针对疑似未成年人冒用的账号，系统会随机触发验证，未通过者将被纳入防沉迷监管。

为打击租号黑产，有游戏公司还推出了人脸识别“炸弹锁”。当系统检测到账号存在短时间异地多次登录等异常行为时，会弹出倒计时人脸识别提示，用户必须在规定时间内在同一设备上完成验证，否则账号将被判定为疑似未成年人使用并封禁一段时间。这一措施有效提高了租号黑产的代过门槛，让“一人租号，多人使用”的模式难以得逞。

技术不断更新下，为何未成年人网游沉迷问题仍存在？

中国社会科学院大学法学院副教授、互联网法治研究中心主任刘晓春说，当前防沉迷机制的核心漏洞在于身份识别失效，未成年人没有用自己的真实身份信息，而是用家长或其他成年人的身份信息来登录游戏，导致平台无法有效识别。尽管主管部门推动的移动互联网未成年人模式已实现跨软件游戏时长统计，但账号借用问题仍未根本解决。

北京星权律师事务所副主任甄景善分析，暑期未成年人课余时间供给不足，现实活动中活动量少之又少，要么成本高昂，而游戏“门槛低”，成为未成年人的主要选择。家校衔接不畅，家长缺乏有效陪伴，甚至将电子设备当“电子保姆”，自身过度使用设备，还进行了错误示范。

“未成年人游戏沉迷治理，需家长、学校、平台、社会及政策层面形成合力，唯有明确各主体责任，强化技术防控与教育引导，方能对未成年人构建健康的网络环境，守护其成长权益。”甄景善说。

他认为，《未成年人网络保护条例》等相关规定存在操作性不足、有滞后性等问题，建议出台全面清晰的细则，明确各主体责任，尤其强化游戏平台责任，动态调整政策以应对客观变化。平台需严格落实防沉迷规定，接入国家实名认证系统，采用多角度认证、生物识别（人脸识别、声纹识别等）技术确认使用者身份，对疑似沉迷账号定时验证，防止冒用，同时强化制度建设，避免将利益最大化作为唯一目标。

在刘晓春看来，家长不能将责任完全推给平台，应做好引导，把好第一道关，丰富孩子暑期生活，杜绝将身份证交给孩子登录游戏，最大化发挥手机未成年人模式功能，约定游戏时间并帮助养成健康习惯。

甄景善还提到，学校在暑期不应“缺位”，需采取变通方式加强与家长、学生的沟通，掌握学生动态，引导学生形成正确游戏意识，培育良好学风和价值观。

（文中未成年当事人均为化名）



守护未成年人暑期环境

孩子攒了几年的压岁钱全买了卡牌

记者调查暑期未成年人卡牌盲盒沉迷热

□ 本报见习记者 刘紫薇 □ 本报记者 陈磊

“放了暑假，孙女动不动就拉着我给她买卡牌盲盒，家里的卡牌多得都放不下了……”“10岁男孩迷上了卡牌，不仅花光了自己的零花钱，平时还缠着父母给他买卡……”“孩子沉迷买卡牌盲盒，怎么办？”……

社交平台上，家长吐槽自家孩子沉迷收集卡牌盲盒的帖子随处可见。

《法治日报》记者近日调查发现，暑假期间，不少青少年仍热衷于收集、购买卡牌盲盒。在线下店铺，部分孩子为了追求稀有卡牌，直接“端盒”，单次消费高达数百元甚至数千元。在线上的一些拆卡直播间中，也存在不少未成年人参与的情况。“未成年人禁止下单”的提示形同虚设，有未成年人仅一天就在单个直播间内豪掷数百元。还有未成年人摇身一变，做起了“拆卡”博主。

线下“端盒”成常态

地板上，一沓沓卡牌杂乱地堆叠在一起，旁边还散落着几个五颜六色的卡牌盒子，有的盒子已经空了，有的只剩两三包卡牌……

上海的陈女士给记者发过来的照片中，这张照片格外显眼。陈女士的女儿即将升入小学五年级，暑假已接近尾声，作业却还剩下大半没写，用陈女士的话来说，自家女儿“每天神秘兮兮的，不知道在搞什么”，直到有一天，陈女士在收拾女儿的房间时发现，女儿的衣柜角落多出一堆“五颜六色的卡通纸片”，存钱罐里攒了几年的压岁钱所剩无几。

为了调查暑期未成年人沉迷卡牌盲盒的情况，8月14日至19日，记者分别前往北京市朝阳区、海淀区、西城区的多家卡牌专卖店进行观察。记者发现，在线下购买卡牌的未成年人多为小学生，还有些是面庞稚嫩的中学生。

线下卡牌系列不同，价格也不尽相同，记者看到，一些卡牌两三元就能买到一袋，而价格高一些的能达到20元。例如，某知名动画最新联名卡牌单包价格约为19.8元，一盒有16包，“端盒”价格316元。

现场，记者多次遇到“豪爽”的小学生买家，他们直接选择“端盒”（即一次性购买一整盒卡牌）。

“一下拆一整盒（卡牌），这样比较爽。”就读于北京市朝阳区某小学三年级的悦悦（化名）说。悦悦有好几个喜欢的卡牌系列，还在放假的地常拉着奶奶一起去卡牌店。她告诉记者，在他们班，有的同学会一次购买一整盒卡牌，拆完后留下其中的“高卡位”（即较为稀有、印刷更精美的卡牌），剩余的“普卡”（工艺简单，发行量大的卡片，在卡包中占比最多）由于价值不高，一般会被直接扔掉。

记者问及悦悦购买卡牌的频率时，她有点不好意思，说自己一个月会买两三次，每次买5包。“我同桌是卡牌大王。”悦悦兴奋地说：“这个暑假，她差不多一个礼拜买两次，



一次至少买两盒！”记者顺着悦悦的手指看到了她同桌购买的那款卡牌盲盒——一盒中有18包卡牌，折后近180元。

而对于一些未成年人一次性购买整盒的现象，店员已经习以为常。

“就买一整盒呗，带回家，小朋友拆着也开心。”一家卡牌店的店员告诉记者说“卖给小学生，不住劝导”“端盒”，而另一家卡牌店的店员则告诉记者，店门口货架上的卡牌基本只整盒卖，如果孩子想买散包，只能去卡牌自动贩卖机上买。

拆卡直播热火朝天

在社交平台上搜索拆卡直播间，可以看到另一番热火朝天的景象。

记者分别观看了多家社交平台上的十几场拆卡直播，发现拆卡直播间大致分为两类，一类仍以拆卡为主，主播往往面对一面镜子进行拆卡，有人下单，主播就会以极快的速度拆开相应卡包进行拆卡，如果出现了较为稀有的卡牌，主播会兴奋地拍桌桌上的铃铛恭喜下单的用户，同时大声报出拆出的卡牌级别和上面的角色名称，被拆出来的稀有卡会被放在卡牌最显眼的地方。

在某拆卡直播间的商品评论区里，记者看到，一些用户购买拆卡卡牌的次数和频率明显高于其他用户，记者注意到，其中一名用户在一天之内6次下单有保底玩法（商家保证，至少能拆一定数量的卡包，以下说法意思相同）的代拆商品链接，从29.7元一单的

“保底3包”，到49.5元的“保底5包”，到99元的“保底10包”，再到495元一单的“保底50包”……仅仅一天，这名用户就在这个玩法上花费了近700元。点进这名用户的主页，记者看到的是堆满小学生的日常vlog。

另一类直播间中，观看直播的用户下单后会被主播在社交软件上添加为好友，轮到下单用户进行游戏时，主播会通过社交软件和用户进行沟通，选择玩法、说明游戏进度、付款均在社交软件上进行。

记者询问了多个平台的多家拆卡直播间客服，未成年人是否可以参与游戏，得到的大多数回复都是不可以，但部分客服在回复后又向记者分享直播间的代拆链接，还有的客服回复语焉不详，并未回答记者的问题，而是回复“没关系”，然后附上了解拆链接。

小卡片有啥“魔力”

调查中，记者还注意到，一些未成年人成了拆卡短视频的主角。

“今天吃点什么？（今天拆什么卡呢）”画面中，一组排列好的待拆卡牌显得格外引人注目，随着镜头移动，一只稍显稚嫩的手划过各色卡牌，最后停留在两盒已经拆封的国产动漫联名卡牌上。

“今天我们就来吃这些散包吧（今天拆零散包卡牌吧！）”挑选一番后，小学生模样的主播轻轻地拆开卡牌袋，随后熟练地使用着“好米（好美）”等网络用语，大方地对着镜头展示着手中拆出来的“战果”，拆出的

稀有卡被她放在镜头前方，普通卡则被她随手一撇，丢在镜头之外。

评论和弹幕中，网友毫不吝啬地表达着羡慕，“主播好有实力！”“主播我也想拆”。

还有一些拆卡视频中，家长也上阵“助力”。“有标！爸爸你是神啊！”

这是某社交平台一个名为“××拆卡日记”的账号发布的视频，这名大约10岁的小女孩先是和镜头外的父母短暂对话几句，然后熟练地拿出分好类的各色卡牌盲袋，镜头外的父亲不时插嘴和拆卡的女孩聊上几句，在拆出一张稀有卡牌之后，女孩兴奋地发出感叹。

记者梳理发现，截至8月21日，该账号共发布1124个短视频，超过一半数量的视频发布于今年暑假期间，视频主角都是上述小女孩，内容均与卡牌相关，围绕着拆卡、集卡、鉴卡、换卡甚至是争抢卡片的内容展开拍摄。

这个账号发布的一些视频里，还设计了女孩与父母间的“冲突”情节。如在今年8月15日发布的视频中，女孩将卡牌中的角色与母亲的脾气进行比较，视频中的母亲则假装生气，教育女儿，之后女儿认错，并表示将卡牌送给母亲，两人最终“重归于好”。

线下“端盒”消费不断，线上直播并未严格审核未成年人身份，甚至有未成年人化身拆卡主播，小小一张卡牌，让不少未成年人沉迷其中。采访中，家长们共同的困扰是：“这堆小卡片，到底有什么‘魔力’，孩子如此沉迷，到底该怎么办？”

漫画/李晓军

专家称部分卡牌盲盒设计具有明显的变相赌博性质

须多管齐下 规制卡牌盲盒市场无序发展

□ 本报见习记者 刘紫薇 □ 本报记者 陈磊

线下卡牌店“端盒”扫货，线上直播间拆卡游戏乐此不疲……针对未成年人沉迷卡牌盲盒相关问题，记者采访了北京大学新媒体研究院副院长田丽、华东政法大学青少年司法研究院助理研究员罗建武、中国政法大学未成年人事务治理与法律研究中心副主任苑宁宁。

记者：沉迷卡牌盲盒会给未成年人带来哪些负面影响？

田丽：长期沉迷卡牌盲盒对未成年人产生的影响是多层次的。首先，在经济与消费观念层面，过度追逐稀有卡牌往往导致孩子频繁花费零花钱甚至额外索要金钱，容易在成长过程中固化不理性的消费习惯。其次，在心理与行为机制上，卡牌盲盒的不确定性奖励机制可能诱发成瘾倾向，使孩子不断沉浸在“再来一次”的循环中，增加焦虑与失落感，并强化攀比和炫耀心理。再次，从学习与注意力角度来看，沉迷拆卡和观看相关视频会大量挤占时间和精力，导致注意力分散，学习效率下降。最后，在价值观塑造层面，如果孩子把拥有稀有卡牌视为获得认同和地位的核心途径，就容易偏离对知识、能力和品格的正确追求，过早陷入物质化、表演化的价值逻辑之中。

短视频和直播电商利用即时反馈和沉浸式展示强化了“拆”的刺激感，使未成年人的观看和参与逐渐习惯化、日常化。成年人的

默许性陪伴在一定程度上加剧了这一现象。一些家长将盲盒消费视为普通娱乐，缺乏足够警惕，甚至主动陪伴或参与，从而在无形中进一步固化了孩子对盲盒的依赖。

记者：当前，卡牌盲盒类市场出现的涉未成年人乱象有哪些？

罗建武：从现实情况来看，卡牌盲盒市场出现的涉未成年人乱象主要包括两类：

第一，不遵守相关规定，无视年龄限制，向未成年人售卖卡牌盲盒。国家市场监督管理总局出台的《盲盒经营行为规范指引（试行）》明确规定，盲盒经营者不得向未满8周岁未成年人销售盲盒。向8周岁及以上未成年人销售盲盒商品，应当依法确认已取得相关监护人的同意，并且商家应当以显著方式向未成年人履行提示义务。

第二，卡牌盲盒除了购买问题外，商品自身也可能存在诸多隐患。卡牌盲盒的常见材质包括乙烯基、PU等，一些商家为了降低成本，往往采购一些来源不明的卡牌盲盒，商品的质量也会存在着安全、健康隐患，有害于未成年人身体健康。

苑宁宁：卡牌盲盒市场涉未成年人乱象主要集中在两个方面：第一，诱导非理性消费现象普遍。商家利用稀缺性等噱头隐藏真实抽取概率，诱导未成年人反复、高额投入，这严重侵害了孩子们的财产权和在消费时本应享有的知情权。第二，产品设计具有明显的变相赌博性质。一些卡包设定极低的所

谓“神卡”爆率，利用“射幸性”机制，即结果高度依赖运气，极易诱发未成年人的赌博心态和侥幸心理，容易导致未成年人成瘾问题，对其身心健康构成了威胁。

记者：您如何看待一些家长带孩子拍摄拆卡视频的现象？

田丽：孩子在尚未形成稳定自主性和独立判断力之前，就被频繁地暴露在公共网络环境中，这是非常不负责任的。更值得注意的是，这类内容通过网络传播，对其他孩子也会产生不良示范效应，扩大盲目追随和模仿的范围。真正健康的亲子陪伴，应当帮助孩子建立积极的兴趣与价值追求，而不是在流量驱动下把消费行为转化为网络表演。

记者：从调查情况来看，线下店铺内，有店员会向未成年人推荐“端盒”。而在线上，一些拆卡直播间则提示“未成年人禁止下单”，实际默许未成年人下单。当前的监管难点有哪些？

罗建武：对于卡牌盲盒的线下销售市场，常态化监管机制手段缺乏。卡牌盲盒的线上市场的销售则面临更大的监管挑战。除了相对传统的购物App购买外，网络直播销售成为当下的热销模式，而网络直播销售中存在的诱导过度消费、虚假宣传、天价卡牌、信息不透明等问题十分突出。而传统监管模式面临线上销售尤其是直播销售模式显得相对滞后，监管的及时性和执法手段都面临巨大挑战。

记者：那么，如何防止卡牌盲盒市场无

序发展侵害未成年人利益？

罗建武：对于线下销售市场来说，监管部门应当做到：第一，就卡牌盲盒有关规定，加强对校园周边商户的广泛宣传，尤其是强化对违规销售责任的宣传。第二，法治宣传进校园，对卡牌盲盒的潜在风险和买卖过程中的法律问题，对未成年人进行宣传教育，引导未成年人理性消费，积极维权，自觉抵制不良卡牌盲盒。第三，对于已经进行宣传教育，依旧违规对未成年人进行卡牌盲盒销售的商户，要加大处罚力度。

而对于卡牌盲盒线上销售市场来说，监管部门应当做好三个方面的工作：其一，完善监管机制，更新监管手段，以应对网络直播等线上销售市场存在的诸多乱象。与此同时，增加执法监督频次，加大处罚力度，提高违法成本。其二，要与购物平台、短视频直播平台等强化联动，充分运用互联网企业的技术优势提升执法效率。若是购物平台、短视频直播平台等存在违法违规问题的，也要及时查处。其三，要强化网络空间的专项普法教育和以案释法，为卡牌盲盒线上市场营造良好的法治环境，为供需双方开展合法合规的买卖行为提供咨询指导。

田丽：学校和家长要做的，并非简单地“防止”孩子沉迷卡牌，而是帮助他们建立良好的学习与娱乐习惯，共同帮助孩子在学习与娱乐之间找到平衡，避免陷入无休止的沉迷与对抗。