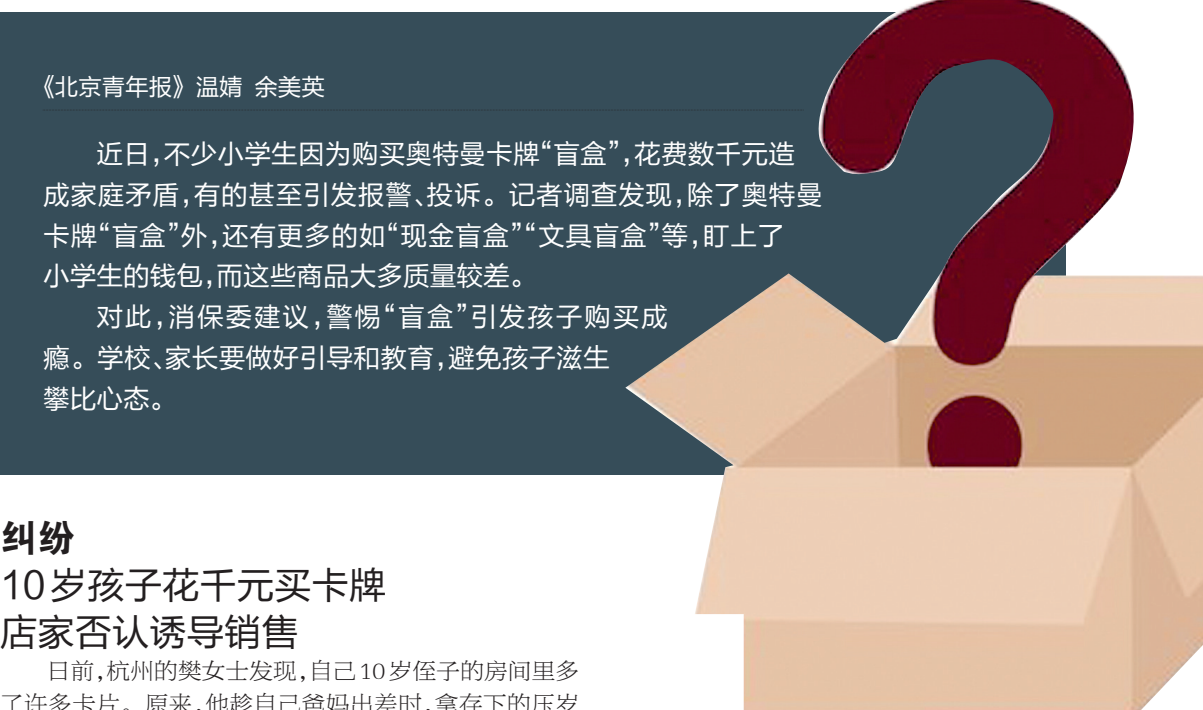


# “盲盒”盯上学生市场，有孩子为此一掷千金

## 专家：警惕未成年人购买成瘾



《北京青年报》温婧 余美英

近日,不少小学生因为购买奥特曼卡牌“盲盒”,花费数千元造成家庭矛盾,有的甚至引发报警、投诉。记者调查发现,除了奥特曼卡牌“盲盒”外,还有更多的如“现金盲盒”“文具盲盒”等,盯上了小学生的钱包,而这些商品大多质量较差。

对此,消保委建议,警惕“盲盒”引发孩子购买成瘾。学校、家长要做好引导和教育,避免孩子滋生攀比心态。

### 纠纷

#### 10岁孩子花千元买卡牌 店家否认诱导销售

日前,杭州的樊女士发现,自己10岁侄子的房间里多了许多卡片。原来,他趁自己爸妈出差时,拿存下的压岁钱去买卡片,不到一个月就花了上千元。

樊女士表示,这种卡片销售类似于“盲盒”,商家不断推出所谓的稀有卡片,越贵的卡包抽到好卡的几率就越大,这种诱导性的推销方式很容易让小朋友着迷。“我侄子在家长不知情的情况下多次大额消费,商家不但没阻止,甚至还可能存在诱导消费,应该把钱退回来。”

店主表示,自己每次都有询问,小朋友说是家里人同意的;且孩子买这么多卡片回家,家长没及时发现、阻止,应该是家教的问题,不能怪商家。

樊女士只能选择到派出所报警。警官通过监控发现,樊女士的侄子最近一次到店购买时花了上百元。警方将双方带回派出所后,联络了市场管理部门和街道调解员共同调解。最终,店主赵某退还1000元并赔礼道歉。

### 攀比

#### 想被认可和喜欢而消费 卖家有“挂羊头卖狗肉”嫌疑

无独有偶,另一家长称,自己的孩子目前就读小学三

年级,之前一直喜欢购买奥特曼卡片,每年消费上千元。在学校老师的严厉禁止下,班级奥特曼卡片风潮过去了。可是,现在班级又开始流行“文具盲盒”,为了抽取到某一个隐藏款送人,孩子居然会不断购买套装。

经调查,孩子并非真正喜欢才购买“盲盒”,而是若能拥有隐藏款或者稀有款卡片,就拥有了在同龄人中的话语权。一个孩子想要被别人认可和喜欢的心理,可能比成年人更强烈也更单纯。他们选择了一条最为轻松的捷径,就是拥有最稀有的“盲盒”,并用其来交换友谊,交换话语权。

记者调查发现,在电商平台,这种卡牌的售价从2到399元不等,月销量在5万元以上的店铺很多。不过,在社交网络上搜索奥特曼卡牌,则更多的是对“盗版”“低价”“质量差”等问题卡牌的控诉。

除了“卡牌盲盒”,还有“现金盲盒”盯上了小学生的钱包。记者发现,一家售卖“现金网红抽钱盲盒”的商家,整箱出售盲盒礼包,卖家声称其中有价格不等的现金。不过,买过的消费者表示,他开出的商品并非为流通的人民币,而是印有“样本”字样的纸币。

此外,还有一种“文具盲盒”也看准了学生市场。一家

店铺的介绍显示,根据包含文具的数量不同,“文具盲盒”的售价从7.8至26.8元不等,还可以一次性购买50件。“根本就不是图片上的笔,收到的笔只值一元钱一支”。收到货品的买家对此表示不满,认为卖家大有“挂羊头卖狗肉”的嫌疑。

### 声音

#### 专家：消费者警惕虚假宣传 经营者须承担法定质量担保责任

中国消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,这种抽“盲盒”的玩法以一种娱乐或游戏的形式,诱导消费者付出高额费用,却得不到与其付出相匹配的价值。且这其中很多购买者都是自控力相对较弱的年轻人,有的甚至是未成年人,很容易被诱导非理性消费。

近日,浙江省宁波市消保委发布消费警示,警惕“盲盒”引发孩子购买成瘾。家长在孩子出现购买冲动初期,就要做好引导和教育,必要时和学校及老师取得联系,培养孩子正确的社交理念和荣辱意识。学校也要重视校园出现的各种限量版概率型商品攀比,避免孩子滋生赌博心态。此外,生产和销售各类盲盒产品的商家,要注意避免影响青少年心理健康。

此前,中消协也发文称,如今消费市场上随处可见盲盒身影,但“盲盒”市场也存在诸多问题,其中包括:商家涉嫌虚假宣传,到手货品与宣传不符。“盲盒”与普通商品相比,具有很强的信息不对称性,消费者只能依靠商家的广告宣传来选购,这就很容易被商家的夸大商品价值、虚构中奖概率、颜色款式不符等虚假宣传所误导。此外,商家过度营销,消费者易中套“上瘾”;产品质量难以保障,假劣、“三无”产品时有出现;消费纠纷难以解决,售后服务亟待改善等问题也存在。

对于商家以“盲盒”的特殊性拒绝“7天无理由退换货”服务,中消协也表示,无论是按照正品销售还是附属品销售,“盲盒”本身的基本属性都是商品,经营者都必须承担法定的质量担保责任。一方面,要保证产品来源可靠、链条完整,杜绝“三无”产品和仿冒品;另一方面,积极履行退货、更换、修理等经营者义务,不得以“附赠品”“抽奖品”等借口免除应当承担的质量保证和售后服务义务。

## “双减”新政颁布后,一些机构存在逼迫辞退等乱象 教培行业员工如何依法维权?



《工人日报》乔然

“双减”新政颁布后,以学科培训为主体的校外培训机构面临着一场转型。记者调查发现,一些教育机构存在延发员工工资、逼迫辞退、正式合同变为“兼职”合同等乱象。

### “主动”辞职

今年国庆假期前,在北京一家知名在线教育企业从事课程运营的徐倩被告知,自己被裁员了,一切将按正规流程,依据《劳动合同法》给予赔偿。

徐倩的遭遇已经算是“幸运”。

在江苏省淮安市一家线下教育机构工作了5年的陈金云告诉记者,8月起,他所在公司开始“克扣”工资。按照合同,工资除了底薪,还有由学生数、课时数决定的绩效。“双减”前,陈金云负责40名学生的教学工作,一名初中生课时费110元,加上2000元左右的底薪,加上“一对一”课程提成,原本7月份的工资能有八九千元,但是最终到手不到4000元。

“7月课时都上满了,学生也没走,为什么当月工资不经商量直接少发一半?”陈金云说,9月时,7月工资不仅没补齐,8月工资又少了两三千元。老板给出的解释是效益

不好,如果接受不了就要签“自愿离职”声明,届时会把工资结完,且没有赔偿。

陈金云告诉记者,公司为了节省成本,会特意不给一些老师排课,一个月工资只有两三千元,这会导致很多人主动提出离职。现在这所培训机构的教培人员已从原来的60多人减少到不足20人。

### 艰难转型

之前在一家教培机构做课程运营的韩杨“幸运”地没有被裁掉,被调整到素质课程做转化销售。一个月后,韩杨的态度起了变化。原来,调换业务的韩杨做着自己根本不擅长的工作,却面临着严格的KPI标准:今年年底前素质课经营目标要在此前基础上提高30%。“行业遇冷,业绩持平都难以实现。”韩杨说。业绩不达标,他被部门领导谈话后,打算明年重新找一份工作。

陈金云说,对于留下的员工,老板还给大家想了一条

“出路”:凡是在职老师白天必须坐班,整理题目、收集试卷、练课。不想坐班可以变为“兼职”。坐班备课之余,老师还会做起推销工作,给家长打电话寻求续报课程的可能。

### 依法维权

北京中银律师事务所杨保全律师表示,上述情况,存在侵犯员工合法权益的行为。针对“协商降薪”,他表示如劳动合同中已经对底薪、课时费有明确规定,因“双减”政策影响,学员和课时减少而导致绩效减少,不算违法。“但若直接降低底薪、课时费的标准,应与劳动者协商一致,未协商一致却擅自降薪、变更劳动合同内容,该行为是不合法的。”

对于“劳动关系解除原因”,杨保全介绍,个别培训机构以降薪、强制要求加班为要挟,要求员工将离职原因说明为“自愿离职”,即因个人原因主动申请离职,倘若员工签署,则可能被认定为主动申请离职而无法获得应有的经济补偿。“因此,劳动者在与培训结构协商时,如遇上述情况应拒绝签署相关离职协议。”

杨保全强调,如对劳动者进行调岗,不仅要考虑调岗行为本身的目的和必要性,也要考虑劳动者能否胜任新岗位、调岗前后薪酬福利变化是否合理等。此外,调岗还需履行相关程序。

他建议,如果培训机构存在上述违法行为,员工应注意收集相关证据,例如保留聊天记录、谈话录音等,通过仲裁、法院起诉等形式,保护自己的合法权益。如果用人单位违法解除劳动合同,劳动者还有权主张获取经济赔偿金。