



“小马宝莉”卡风靡滨州 众多孩子跟风“入坑”(下)

一张卡售出25万元 卡牌市场乱象谁来管

□晚报记者 时晨 张卫建

近日,一张“小马宝莉”海盜碧琪10分卡在二手交易平台以25万元天价成交,另一张绝版稀有007紫悦卡也惊爆拍卖到16万元。

“小马宝莉”卡牌究竟有什么样的魔力,引得未成年人不断消费?

一方面是这些卡牌自带的“社交属性”,让其沉迷抽卡集卡和攀比炫耀,除了抽到稀有卡的兴奋,更多的是牌友之间的交流互动。另一方面是卡牌的“商品功能”,进而发展成互相倒卖,到处寻求评级,又用卖卡得来的钱继续买卡,妄图博得更大的“利益”,陷入一个不良循环,这让家长和学校不得不担心孩子的价值观是否会被扭曲。

卡牌销售有年龄限制 但实际操作中有灰色地带

据《2023年中国收藏卡市场研究报告》显示,2022年中国收藏卡市场规模超100亿元,同比增长42.1%,预计到2025年,市场规模将达到276.6亿元。

记者调查发现,卡牌也被玩家称为是一种“自我投射”,是内卷化社会的“精神按摩”。卡牌、盲盒、谷子、捏捏,这些原本二次元圈子里的特定产物不断破圈,本质上是年轻人为了喜欢的东西买单,不强求其功能同时允许其“无用”,属于悦己和自娱的情绪消费。卡牌承载了更多陪伴属性和精神属性,在竞争激烈、精神内耗的时代背景下显得弥足珍贵。另外其具有的“社交属性”体现了玩家的分享欲,反

向强化购买热情。

在采访过程中记者了解到,在卡牌的实际销售过程中,尽管有年龄限制,但学生们仍能轻易购买到这些卡牌,线下店员基本不会进行阻拦,线上网店虽给出了热爱学习、拒绝盗版、自我保护、谨防受骗、合理消费、请勿沉迷的提示,但在实际购买操作中,网店客服也未曾做出询问或警示。

在产品的外包装上,虽标注了“适用年龄15岁以上或不得向8周岁以下未成年人出售等”的提示,但对于稀有卡片出现的概率,商家并未使用直观易懂的表示,而是采用了“单包类型+生产配比”的复杂标注方式,如某卡包标

注:生产配比如分别为13:18和5:18,这导致部分未成年人难以直接准确理解。

另外,未成年人之间除直接交易卡片外,为了获取稀有卡牌,开始研究各种“摸包”攻略和技巧,甚至使用电子秤进行卡包称重,试图通过手感和重量判断抽奖率,对此,有不少家长感觉孩子的价值观因此有所扭曲。

刚参加工作的年轻人小陈对记者说:“我也玩卡,但正因为体会了挣钱的不易所以会有节制,有赚钱的能力,才有花钱的理由,孩子们却不能理解,如果一味贪图享乐,不把心思放在学习和关注个人成长上,对其正确三观的培养确实有阻碍。”



引导玩家多理智 督促商家守底线

理智的张同学认为卡游本身不是问题,问题在于人的心理:“我今年升初一,身边同学基本都入坑了,抛开卡面不说,单从价格来说就很吓人了,一包十块也只有六张卡,没有好卡就丢在一边,甚至直接扔掉,抽不到还要抽,花了很多钱照样啥收获都没有,这些钱也不是大风刮来的,同样花这些钱还可以买更多有用的东西。不是不可以抽,而是少量抽,理智看待,不要上瘾。”

在市区一所中学任教的高老师说:“没有卡片,会有其他吸引孩子的事物产生。贪嗔痴慢疑可谓正常人性,成年人亦如此,没必要非得专门就去批判孩子的某些行为。我曾和几位级部老师共同探讨了孩子疯狂购卡现象背后的成因,想出对策去感化、去鼓励、去引导,而不是出现什么吸引孩子的事物就立即批判和严厉禁止。社会没有天然保护伞,这样教育出来的孩子,将来怎么从学校融入社会。当然卡圈市场中两类人群必须严惩。一是通过恶意手段诱惑未成年人偷花家里钱的无良商家,二是假卡制造贩售者。每个行业基本都会出现害群之马和不法行为,应出合法规净化和规范市场,同时正确引导,树立正确的价值观,而不是直接封杀整个行业。”

据了解,诸如此类的卡游还有很多,小马宝莉卡也只是众多

盲盒盲袋类产品中的一个,虽无高科技,也无高成本,却有抽取、转卖带来的高收益。

为规范盲盒经营行为,维护公平竞争的市场秩序,保护消费者合法权益,维护社会公共利益,今年6月,市场监管总局印发《盲盒经营行为规范指引(试行)》(以下简称《指引》),划出盲盒经营“红线”,推动盲盒经营者加强合规治理。《指引》具体从四个方面予以规范:制定负面销售清单。对于不适宜进入盲盒领域的药品、医疗器械、活体动物、易燃易爆物品等,提出不得以盲盒形式销售;对于关系人民群众健康的化妆品、食品,作出限定性表述;明确信息披露范围。要求盲盒经营者将盲盒内物品的商品价值、抽取规则、抽取概率等关键信息以显著方式对外公示,保证消费者在购买前知晓真实情况;鼓励建立保底制度。鼓励盲盒经营者通过设定抽取时间、抽取金额上限和次数上限等方式引导理性消费,自觉承诺不囤货、不炒作、不直接进入二级市场;完善未成年人保护机制。对盲盒销售对象的年龄作严格限制,要求不得向未满8周岁未成年人销售。要求盲盒经营者采取有效措施防止未成年人沉迷,保护未成年人身心健康。鼓励地方有关部门出台保护性措施,推动净化学校周边消费环境。

二级市场热度高 或否“崩盘”需谨慎

记者调查了解到,在整个卡牌盲盒类产品的交易“链条”上,卡游公司和门店卖卡,评级机构收费鉴卡评级,推高卡牌价格,二手商家和玩家回收稀有卡再进行出售,每一个环节都有颇丰的利益,而单纯的未成年人在这个“链条”中则不断注入资金买卡拆卡,甚至送检评级机构和收卡倒卖,试图做一个专业的二手交易“行家”,占用了大量学习时间和心思。

7月24日,“小马宝莉”卡片最高成交价打破之前紫悦007的纪录,25.5万成交了一张10分“海盜碧琪”。据了解,标价高的卡基本是经过评级机构测评为做高级别的10分卡,

即卡边、卡角、卡面、中心度均是10分,肉眼、显微镜与放大镜下均完美。一位玩家对记者说:“专业卡牌收藏圈和学生买卡拆卡是两个不同的群体。卡牌收藏市场在国外发展很成熟,国内自己的卡牌品牌,评级机构这几年也在发展中成长,比如重庆卡藏文化CCG和PGS等,但资质不全的一些评级机构还是呈需规范。”

关于小马宝莉会不会“崩盘”,一位资深玩家说:“最近老有卡友问我不要不要出卡?行情会不会跌?在此聊聊我的经验,我最早拆火影的,一开始是纯粹喜欢,奔着大全套去的,然后就是评级。随着认识的人越来越多,卡越来越

多,也完整地经历了高潮到低谷,好在会挑盒和出卡多,总体算小赚。这里有个重要的原因是我是卖家,也可以到经销商那里随意挑盒。价格是批发价,普通玩家做不到这点。最近‘小马宝莉’趣影二跌得比较明显,原因是CR太多了,一整件出16张CR,再就是大量必中包涌入和假卡冲击,直播间也是干的越来越多,总体供大于求。我个人认为SC后期不会像老弹那样疯狂溢价,二弹CR从此以后也不会有像一弹那么保值,估计到年底这个IP可能就跌到明显的低谷。所以拆卡需理性,想靠它赚钱,普通玩家死了这条心吧。”