

有的衣着暴露 有的看着吓人

# 一些盲盒和潮玩在毁孩子

眼下,不少大商场都有几家潮玩盲盒店、手办店,在吸引大人的同时也吸引了越来越多的儿童。然而,记者发现商家把一些衣着暴露的手办卖给了未成年人,引起家长担忧。

## 尴尬

### 盲盒造型过于暴露

亮眼夺目的霓虹灯牌,可爱个性的落地摆件、五光十色的展柜橱窗……步入西红门荟聚商场一层的TOP TOY门店,不少孩子被店内数千个盲盒所吸引,在玩具前流连忘返。

“这个确实太暴露了,我看着都尴尬。”带着5岁儿子逛店的李女士,指着一款盲盒摆件说。只见摆件中的娃娃没有穿衣服,能清楚地看见隐私部位。“就不能处理一下吗,一定要刻画细节吗?”李女士表示不解。

记者看到,这一套奇趣动物系列盲盒共包含12款,每一款手办的上身都被装扮成可爱的动物造型,如狐狸、狮子、兔子等,而下身都无一例外地赤裸着,甚至将臀部细节暴露在外。

记者还注意到,在网络旗舰店里,该品牌的玩具人气也不俗,仅这套奇趣动物系列盲盒,显示的月销量就超过500件。当记者就造型问题提出疑问时,客服人员表示,奇趣动物系列盲盒的设计理念是“以森林小动物的纯真、童趣为主题,俏皮可爱的同时具备超现实感”。

在这家商场一楼的泡泡玛特专卖店,也存在类似的问题。记者看到其潘神萌宠宝系列盲盒的童帽宝宝、气球宝宝、小猫宝宝、睡眠兔宝宝、少女娃娃等均裸露上身。

“这不利于孩子的认知形成。”郭女士说,在日常教育中,她总是告诉5岁的儿子,出门在外必须穿T恤,不能光膀子。可是有一次儿子路过一家盲盒店时,“理直气壮”地指着一个小摆件说:“妈妈你看,它就没穿上衣!”



泡泡玛特荟聚店的暗黑风盲盒。

泡泡玛特盲盒店内带有明显成人色彩的手办。

## 走访

### “玩具惊魂”频频上演

随即,记者走访了西单大悦城、崇文门搜秀城、安贞环宇荟、工体、什刹海等区域的多家居玩店、手办店,发现面向未成年人的“玩具惊魂”频频上演。

在工人体育场东路的一家二次元周边礼品店内,一款进口手办的外包装上,一少女做出正在脱掉上衣、已露出内衣的暧昧姿势。在朝阳区环宇荟九木杂物社内,有一整面货架陈列着半裸或全裸的娃娃盲盒,令人咋舌。

记者注意到,除了一些属于本土设计作品外,有不少性感手办是海外进口的原装手办。以“TOP TOY”荟聚店内售卖的原装进口手办为例,这些手办大多来自日本娱乐公司。其中大部分女性造型的手办,都是衣着暴露、性征明显,带有强烈的“成人”色彩,如店内售价为149元的可可萝泳装精细模型,竟刻画了女孩的“裙底风光”。

此外,不少手办的“暗黑风”也让部分家长感到不适。在泡泡玛特荟聚店,记者看到不少盲盒手办的造型恐怖,如用绷带缠着一只眼的僵尸宝宝,有着吸血獠牙、身着大红披风的血色爵士,眼睛流出黑色液体、唇色发青的黑管家等。一位店员告诉记者,这套盲盒很受欢迎,许多小朋友也很喜欢。

“看着7岁的女儿把吸血鬼、石像鬼、假恶魔等盲盒带回家,摆在书架上,确实觉得心里怪怪的。”家长易女士认为,女儿正是应该喜欢可爱卡通玩偶的年纪,却喜欢上了“暗黑风”。

眼下,正值暑假,记者走访时看到,这些盲盒手办店内都有不少中小学生在购买。学生们大多是两三位结伴前来,身边并无家长陪同。

### 陈列售卖均无年龄分隔

提及盲盒,就不能不提起潮玩文化。“盲盒、潮流玩具,过去一直非常小众,并非面向儿童的玩具,而是更注重设计与艺术性的产品。”潮流玩具行业资深从业者辛女士说,随着国内潮流玩具产业在近几年的火爆,潮玩才逐渐被大众所熟知,但其实这些盲盒潮玩初衷是面向成年人的。

对于这样的说法,一些家长并不认同。“盲盒店装修得卡通可爱,色彩斑斓,很难不吸引孩子进去。”家长卢女士说。成年人根据自身喜好与审美购买手办、盲盒无可厚非,但现在存在的问题是,无论是专卖店,还是混杂售卖各类用品的杂货店,儿童玩具与性感的成人盲盒、手办之间,在陈列和售卖上均并无分隔,儿童很容易接触到这些与其年龄段不适宜的产品。

家长的担心也被记者的走访所证实。在记者走访的多家店舖内,在货架上,普通的卡通潮玩和性感手办大多摆放在一起,没有明显区隔或提示,也没有任何年龄分级标识,甚至出现儿童文具货架与裸露半身的盲盒货架紧紧相邻的情形。而对于店内浏览的儿童,店员们也未曾做出过提示。

崇文门搜秀城六层的GR Toys店内,摆放着多件裸露上身、明显不适宜儿童购买的手办。店员竟然还表示,孩子们很喜欢这些手办。

在九木杂物社环宇荟店,店内一处多数盲盒为下身或全身裸露形象的货架上,摆放着一张“盲盒类产品购买须知”,上面写着:“未成年人请在征得监护人同意的情况下购买盲盒类产品。”

记者也注意到,极小部分盲盒、手办在包装盒上标注了“14+”“15+”等适用年龄建议,不过也主要是出于小零件等安全问题考虑,较少有针对内容的分级。而在实际消费过程中,销售者对其执行度也大打折扣。在Animate店内,当初中生购买手办时,店员结账时没有核查购买人年龄是否满足了相应的年龄建议要求。在搜秀城六楼的015动漫店,当得知记者是为13岁的弟弟选购礼物后,店员推荐了一款手办,而该手办的包装盒上明确标注着“其适用年龄大于15岁”。

## 呼吁

### 尽快进行分级管理

面对混杂售卖的现状,一些幼儿家长呼吁执行更为严格的分级制度。

“我仔细看过,有些盲盒外包装没有任何年龄指引,至少在我看来,一些内容对儿童很不适宜,能够得上美国电影分级里的PG-13级了。”易女士说。

PG-13级是指特别辅导级的意思,主要是针对13岁以下儿童定下的级别。这一级是警告家长说,这部影片有可能包括不适合13岁以下儿童观看的内容。

记者了解到,在二次元文化发达的日本,手办往往是动漫、游戏作品的周边衍生品,而动漫、游戏在当地有明确的分级。而在国内,动漫、游戏的分级本身就尚不完善,无论是以此衍生出的手办周边产品,还是独立设计的IP盲盒,均没有明确的分级制度。

业内人士辛女士坦言,目前我国业界对潮流玩具的分类分级较为滞后和脱节。其中一个体现是,过去几年,不少电商平台将盲盒等潮玩品类划分在“母婴产品”的类目下,最近一年才把潮玩单独拿出来成为一个独立类目。

“既满足成年人的需求,又保护未成年人身心健康,最好的办法就是分级制度。”21世纪教育研究院院长熊丙奇说。目前,我国无论文学作品、影视作品还是游戏,都没有实行分级制度,其背后是一套复杂的系统性问题。“如果我们不能借鉴国外对影视作品的分级制度,至少应该做好对盲盒等产品进行规范的监管,不能够向未成年人销售有损未成年人身心健康的产品。”熊丙奇建议。

中国教育科学研究院研究员储朝晖则建议,国内从业者应开发出更丰富、适应各个年龄段的儿童玩具,从丰富供给上为儿童玩具提供更多选择,减少接触少儿不宜玩具内容的可能。

据《北京晚报》文/孙奇茹 袁璐 陈家琪