



原价九十九元的LABUBU挂饰被炒至两千六百元

线上线下疯狂扫货的盲盒『黄牛』该如何治理？

□ 本报记者 孙天骄

近期潮玩市场“爆款”IP, LABUBU当之无愧名列前茅。一段时间以来,这个咧嘴露齿笑的“丑萌”小怪兽形象活跃在各大舆论场,就连海内外一众明星也纷纷化身“野生代言人”,进一步将这个潮玩IP的热度推向全球。

然而,《法治日报》记者注意到, LABUBU系列火爆后出现了大量“黄牛”炒价的身影——浙江杭州西溪天街店开业即关停,500人长队中,“黄牛”使用外挂软件批量预约,雇人“端盒”扫货,普通消费者只能“望洋兴叹”;在二手交易平台上,原价99元的LABUBU挂饰一度被炒至2600元;还有“黄牛”6人团队在LABUBU爆火首周净赚37万元,原价594元的整盒盲盒转手卖2100元,99元隐藏款挂饰最高以7800元成交。

线下哄抢扫货,线上“科技”抢货,转而以原价数倍甚至数十倍价格倒卖。“黄牛”赚得盆满钵满,普通消费者的权益该如何保障?如此“提货”该如何治理?记者近日对此展开了调查。

溢价数倍兜售盲盒

不久前, LABUBU新品系列线上发售,北京女孩辛女士紧盯着发布时间,提前做好加购准备,可一到点进入页面,货瞬间没了,付款界面卡顿退出。可转眼在社交平台、二手交易平台上,就出现这些新品的高价转卖信息,99元一个的挂坠最高时候被炒到上千元。

“没有爱好者会抢到后就立马高价卖出,这是倒卖盲盒的‘黄牛’才会做的事。”辛女士说。

北京市民张女士则是在现场见证了“黄牛”的疯狂。近日,泡泡玛特在北京东城某商场开了主题快闪店,张女士成功预约后,于当天商场10点开门前赶到现场,发现已经排起了长队,队伍里有不少“全副武装”的大哥,自带小马扎,拎着大购物袋,不断交流着“端几箱”“进去直奔搪胶系列”。10点一到,店员依次让购买者排队进入,排在前面的几名男子又开始不停招揽新来的“自己人”挤进队伍前列,有名男子直接问正在排队的张女士“要买什么,一会儿从我这买,排到你肯定没货了”。

排在前排的几名男子很快从店里出来,他们携带的几个大购物袋被塞得满满当当,甚至直接现场做起了生意,原价69元的盲盒卖200多元,捏捏系列只能花500多元整箱购买,因为一个ID账号只能入场一次,不少“黄牛”买完后,还向排在队伍前列的其他人抛出“橄榄枝”,让人入场后帮着买盲盒,出来后提供报酬。

“太夸张了,他们这么一来,排在后面的普通消费者根本啥也买不到!”等张女士入场时,果不其然,热门款式已被扫荡一空。

记者调查发现,为了“抢占”更多盲盒,在线下,“黄牛”多人轮班蹲守,霸占自动售货机或即将上新的门店,一上货就拿走;在线上,黄牛使用抢单软件、刷单软件等,新品上线3秒就能清空,普通消费者根本没有机会买到。

记者在某二手交易平台检索“抢货神器”等关键词后跳出大量此类商品,如“泡泡玛特小程序自动抢补货,基本无延迟,抢到就是赚到”“泡泡玛特正版自动点击器”等,这些所谓的“脚本”价格在10元到50元不等,软件卖家还提供从软件下载到系统安装,再到抢货实操的教程。

记者在一名卖家发来的演示视频中看到,打开“脚本”后,抢购界面连点器以肉眼无法捕捉的速度不断刷新,抢到货后秒付款。“(别人)都用这个,你自己抢怎么可能抢得到?”该卖家说。

经营方有防范义务

6月18日,泡泡玛特官方在线上渠道大量补货LABUBU 30“前方高能”等盲盒系列,不少消费者在社交平台晒出抢到的预售订单,直呼“终于能原价买到了”。随着官方补货,二手交易市场的“天价”LABUBU有所回落,但仍溢价不少。例如,99元一个的“怪味便利店”系列耳机包,在二手交易平台的价格仍被炒至400多元。

记者调查发现,这种官方补货信息也成了“黄牛”的赚钱方式。在社交平台上,不少账号会在“补货预告”文案或置顶评论区内提示“加群获取内部信息”。记者进群后,群内发来消息提示要进一步“付费进入内部群,获得一手货源”。记者点击群主提供的链接,跳转到商品下单界面,要花18.8元购买“突袭补货通知入群资格”,称“都是内部消息”。

据悉,品牌方已采取措施遏制“黄牛”,如线上小程序执行限购两盒,部分门店试点“人脸识别+手机绑定”双重验证等,但部分门店工作人员反映效果并不理想。此外,辛女士等多名受访者称看到有工作人员帮后来者排队留盲盒,质疑“黄牛”与盲盒公司内部人员有勾连,甚至有门店在纵容“黄牛”炒价行为。

记者梳理发现,反不正当竞争法明确禁止扰乱市场秩序的行为;根据国家市场监督管理总局发布的《盲盒经营行为规范指引(试行)》,品牌方应采取防止恶意炒作,包括设置购买限制、记录用户购买行为,避免炒作稀缺性等。

对此,北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红认为,经营者应当履行消费者权益保护法规定的公平交易义务,应采取有效措施保障消费者都能公平购买,若品牌方默许或变相纵容“黄牛”炒作,甚至通过“饥饿营销”等方式制造商品稀缺性,诱导市场炒作和非理性消费,可能涉嫌纵容或协同不正当市场行为,构成扰乱市场秩序罪。此外,品牌方还应积极行使商标权,打击仿冒品以保护消费者利益。

推进立法强化执法

受访专家认为,盲盒“黄牛”通过霸占自动售货机、利用外挂程序、人机协同等手段,大量抢购热门产品,再加价转售的行为,不仅严重扰乱市场交易秩序,也直接损害了消费者的公平交易权与选择权,具有明显的社会危害性,应与热门演出、展览、景区、医院等领域的“黄牛”同样受到依法打击与治理。

在北京星权律师事务所副主任甄景善看来,尽管倒卖盲盒行为危害性明显,但在实务中,治理盲盒“黄牛”仍存在多个难点:

法律规定滞后。传统法律意义上的“黄牛”一般是指倒卖有价票证的人,而对于随着社会发展出现的“倒卖”新形态,是否应当予以规制、如何予以规制,均缺乏相应的法律法规依据。现阶段,对于部分“黄牛”通过合法渠道批量购买后加价转售的行为,通常只能依据反不正当竞争法进行规制;

技术手段升级,品牌方或平台难以遏制。部分“黄牛”采用“分布式操作”策略,如使用多人团队远程操控大量设备,模拟人机操作,动态更换IP地址等,导致平台难以通过封号、限购等措施有效遏制;

刑事打击存在门槛。虽然“黄牛”使用外挂程序抢购可能涉嫌构成非法获取计算机信息系统数据罪或破坏计算机信息系统罪,若达到一定数额还可能构成非法经营罪。但在实践中,由于单个订单金额小,行为分散等原因,难以达到刑事立案门槛,打击效果有限。

因此,他建议,进一步完善立法体系,并加大执法力度。相关部门推进专项立法,明确禁止外挂抢购、人机协同、线下霸机囤货等具体行为,让执法做到有法可依,同时将情节严重的盲盒“黄牛”行为认定为非法经营罪的情形之一,纳入刑法打击范围,加大监管与处罚力度,对恶意哄抬价格的“黄牛”群体,以及未尽监管义务、放任炒价的销售平台或品牌方依法予以追责。构建多部门协同治理机制,由公安、市场监管、网信办等部门联合执法,实现从线上到线下的全链条治理,对外挂软件黑产、现场暴力抢购以及二手平台上高价倒卖行为进行全方位打击。

“品牌方还应落实实名认证机制,对普通款设置合理的限购数量,对特别热门款则采用预约抽签制,通过公平随机的方式分配购买资格。加强技术防控手段,通过大数据分析识别异常购买行为,如短时间内同一设备或IP地址下了多笔订单。优化供应链管理,适当增加热门款的产量和补货频次,并建立完善的产品溯源体系,为每个未拆封盲盒赋予唯一编码,实现从生产到销售的全流程追踪。”甄景善说。

5000元购买的志愿填报服务注水严重

记者调查高考志愿填报服务乱象

□ 本报见习记者 丁 一
□ 本报记者 文丽娟

“内部数据支撑”“专业团队运作”“一对一定制服务”“考得好不如报得巧”“同分不同途,分数决定人生岔路口”……

随着今年各地高考分数的陆续公布,填报志愿成为当下考生及家长的重中之重。《法治日报》记者近日调查发现,网络平台上涌现大量高考志愿填报咨询服务,主要包括一对多咨询、一对一指导两种模式,部分平台还推出“套餐式服务”,收费标准依据咨询内容的不同,从数百元至数万元不等。

不少受访考生及家长告诉记者,部分高考志愿填报辅导机构专业性存疑,服务注水严重,甚至存在虚假宣传、服务外包、推卸责任等问题。一旦志愿填报失误,考生往往面临退款难、维权难的困境,呼吁“谨慎选择高考志愿填报机构,理性决策”。

高价选辅导 效果不如预期存在信息差

“5000元的价格,对我志愿填报考没有产生实质性帮助。”河南郑州2024届高考考生刘小米吐槽说。

刘小米目前在北方某高校就读大一。2024年夏季高考前,她妈妈加入某志愿填报机构的交流群,被其宣传的“优异成绩”吸引。高考后,在该机构渲染的“不辅导就落后”氛围中,刘小米一家花费5000元购买了服务,希望规避报考风险。

“这家志愿辅导机构在当地一家酒店开了几间房间作为‘根据地’。从酒店门口到房间,我感觉走了很远的距离,人特别多,我在外面排了好长时间队,排上队后还需要交钱占位,这样才可以快速向填报老师请教。”刘小米回忆道。

花费大量时间和金钱换来的服务,体验下来却令人失望。作为河南选考政治、历史、地理的“纯文科考生”,刘小米当时本想了解下“更好就业”的偏理专业,但辅导老师仅推荐了汉语言文学等文科常见专业以及会计学,甚至表示“纯文科没什么专业可选”,态度敷衍。

“这些答案网上搜搜就能找到,何必花5000元?”刘小米最终自己搜索到“信息管理与信息系统”专业(文理兼收)并向辅导老师意见,老师对此表示赞同。事后刘小米才知道,老师对该专业并不了解,甚至并不知道该专业在大学期间有高等数学、概率论等课程。

入学后,刘小米才意识到自身能力与专业学习内容存在错配。“如果报志愿时知道要学这些不擅长的内容,我大概率不会报考。辅导机构根本没解决信息差问题,反而让我凭想象和简单搜索作了选择。”刘小米吐槽道。

记者在采访中发现,目前还出现了不少“AI志愿填报软件”,不少卖家打出398元、240元甚至4.9元的低价,以此吸引考生。然而,这一新兴服务模式在实际应用中却暴露出诸多问题,引发考生和家长的担忧。

湖南的一名考生向记者反映,其今年使用AI模型填报志愿服务的体验并不理想。“AI推送的链接大多指向教培机构,内容缺乏官方背书,难以作为可靠的志愿填报参考。与其依赖这些不知来源的信息,还不如自己多花些时间搜集整理资料。”

有业内人士告诉记者,“AI填报志愿服务”实际上是通过技术手段缩小信息差,可对



于高校就业数据、专业趋势发展及行业发展状况等情况,大模型也不一定准确。此外,市面上诸如“AI保证录取”“独家内部数据”等宣传口号,很有可能是商家为吸引客户,采用过度营销手段或偷换概念的话术,其真实性与可靠性存疑。

AI志愿填报服务的信息安全问题也不容忽视。上述业内人士指出,此类服务在收集考生成绩、兴趣爱好等个人信息过程中,存在较大的信息泄露风险,一旦信息被不法分子获取,考生及家长很可能面临被诈骗、骚扰等后续隐患。

服务被外包 大机构名不副实后果惨痛

山东潍坊学生王宁的遭遇更令人痛心。去年,她花费5499元在某大型教辅机构(A机构)报名志愿填报服务,服务却被外包给一家小型公司(B机构)。按照机构提供的建议填报志愿后,尽管她当时高考分数高出本科线25分,最终却滑档至第62个志愿——外省的一所专科院校。

“A机构辅导老师和我线下见面后,便拉了线上志愿咨询服务群进行沟通,但后来我发现,全程和我沟通的老师实际上是B机构的员工,并不是A机构的辅导老师。”王宁回忆说。

她还发现,辅导老师专业度不高,需要她自己查询大量信息,并且服务也严重注水。老师仅让她从200所学校专业自行删减至100所左右,未讲解学校详情,甚至不清楚无口语合格证能否报小语种,让她自行致电各校招生办。

更糟的是,填报专科志愿时,老师推荐了省外某专科医院,声称其“往年出过专升本状元”,但王宁入学后发现该校专升本难度极大。“这些信息,本该由机构提前了解清楚后

告诉我,结果他们提供的信息有偏差,由此造成的不利后果最终全由我承担。”

北方某县城学生程成去年花费2800元报名志愿填报服务,分数高出本科线54分。机构辅导老师无暇悉心指导,让其自行在报考书上划出所有“沾边”的学校,甚至让其不要致电高校咨询,声称“打电话会抬高分数线”。

录取结果揭晓,程成不仅未被公办本科录取,事后更发现自己的分数已超过一所未在机构推荐名单上的公办本科提档线。“机构连本科学院名单都没整理清楚,这种辅导毫无意义。”程成事后欲退款却被拉黑,目前还在想办法追回相关费用。

中央财经大学法学院教授王叶刚指出,高考志愿填报服务合同具有很强的人身信赖属性。若A机构擅自将服务外包给B机构,构成根本违约,考生有权解除合同、要求退款并索赔。若A机构未披露外包事实或在宣传中伪称“拥有专家团队”,则可能构成欺诈。考生可依据消费者权益保护法主张三倍赔偿。

“对于因机构错误导致考生错失机会(如滑档至专科),若机构违约,考生可依法主张违约金。但证明未上本科的‘机会损失’金额较困难。若能证明机构存在欺诈,则可依据消费者权益保护法主张三倍赔偿。”王叶刚说。

维权不容易 “不能退款”为霸王条款

针对“服务未起到实质性帮助”或“最终考生自主填报”的情况,王叶刚强调,关键在于合同约定。若机构承诺提供“一对一量身定制”或“大数据精准推荐”,实际仅提供公开的基础信息(如分数线),则构成根本违约,考生可要求退款。

北京航空航天大学法学院副教授赵精武分析,即使无书面合同,若服务明显不符合该行业的“交易习惯”(如未提供实质帮助),也构成违约,考生有权要求退款。

“此外,若机构仅声明‘30%到50%可能性上本科’,属合理评估范围,不构成虚假宣传。但若作出‘百分之百上本科’等保证性承诺,而考生分数与往年分数线差距显著,则属过度夸大填报策略重要性,构成虚假宣传,考生可要求赔偿损失。”赵精武说。

多名学生告诉记者,即使知道自己被志愿填报服务机构坑骗了,要想退款也很不容易。刘小米说,机构只给过她一张收款回执,并且在合同中声明“不能退款”。

“无论机构是否声明‘不能退款’,该条款都很可能无效。”王叶刚解释,此条款与考生有重大利害关系,若机构未尽提示说明义务,考生可主张其不构成合同内容,即使尽到提示义务,依据民法典有关规定,该条款不合理地免除或减轻机构责任,应属无效。

“因此,在考生一方依法解除合同的情形下,即便当事人约定了‘不能退款’这一格式条款,考生一方也有权要求辅导机构退款。”王叶刚说。

赵精武指出,仅出具“收款回执”并不代表服务机构免于承担因高考志愿填报服务质量不过关导致的违约责任。聊天记录等证明材料均可以用于证明考生与服务机构之间存在高考志愿填报服务合同关系。

受访专家一致认为,治理高考志愿填报服务乱象,需多管齐下:严格机构资质审核,加强广告宣传监管,规范服务合同文本,畅通司法救济渠道,形成全链条治理体系,切实保障考生权益,维护高考录取的公平公正。

(文中受访学生均为化名)
漫画/高岳

别轻易将未来交给“名师”和AI

专家建议加强线上广告和平台监管

巧立名目收费,对价格欺诈行为依法处罚。

——强化合同监管和消费者权益保护。规范合同条款,督促机构与家长签订书面合同,明确服务内容、退款条件和违约责任,避免格式条款侵害消费者权益。建立投诉处理机制,市场监管部门可联合教育部门设立投诉渠道,及时处理家长举报,对违规机构责令整改或处罚。

——加强线上广告和平台监管。监测网络广告,对各大平台的志愿填报广告进行监测,禁止发布“保录取”“特殊渠道”等违法广告,约谈平台代理机构,要求广告发布平台加强自律,对违规广告代理公司进行告诫或处罚。

——司法联动与典型案例警示。通过向社会公布法院判决的典型案例(如退款纠纷、欺诈赔偿等),警示家长谨慎选择机构,同时震慑不法经营者。引导家长保留合同,沟通记录等证据,若遇欺诈可依据消费者权益保护法主张三倍赔偿。

在李一陵看来,各类机构都不应被视作能对青少年未来发展“一锤定音”的存在,部

分从业者自身既未考取985、211院校,也缺乏对高校专业的系统认知,根本不具备指导他人填报志愿的能力。而AI填报志愿同样存在固有局限,考生可将其作为参考,但切勿盲目依赖。至于报考院校与专业的选择,核心在于将个人高考分数与兴趣爱好充分结合后审慎考量。

“对多数考生来说,填报高考志愿时的焦虑程度丝毫不亚于高考本身。而这种焦虑的核心成因在于信息获取的不对称性。”李一陵说,数据显示,今年全国普通高校本科专业专业体系涵盖93个专业类,总计845个专业,其中新增专业达29种。“考生是否应该追逐这些新专业?它们是否意味着更多就业机会?实际上,在这么多专业的庞大体系中,新专业所占比例很低,考生完全不必刻意跟风报考。只有当个人的优势潜能与新专业的培养方向高度匹配时,才建议将其纳入考虑范围。”

“虽然志愿填报决定了一生的发展,但毕竟是人生探索的起点,会在很大程度上影响未来职业的发展走向。盲目选择,轻

信相关产品和服务,不仅容易造成钱财损失,还存在被误导的可能,而且这种结果往往是难以逆转的。考生和家长在志愿填报时的困惑和纠结可以理解,但切勿盲目轻信各类志愿指导建议,把未来方向的选择权轻易交给那些网红‘名师’和冷冰冰的AI。”李一陵说。

他指出,市场呈现火爆态势的原因,是考生与家长存在旺盛需求,而这种需求也侧面反映出高中生涯教育及志愿填报公共服务的短板——当下服务体系难以契合新高考改革背景下考生家庭的实际需求。

“这一现状也对相关主体提出要求:各高中需强化对学生及家长的志愿填报培训与服务;各地高校应在志愿填报关键节点优化信息发布内容,创新信息发布形式,拓宽咨询渠道,提供更具针对性的公益性志愿指导。唯有让更多考生通过官方权威渠道获取充足的信息咨询服务,在科学指引下全面了解自身与院校专业情况,从而作出最优选择,志愿填报市场的火爆态势才能逐步回归理性。”李一陵说。