警惕“万物皆可盲盒”下的行业乱象

观点提要

万物皆可盲盒，这或许是盲盒经济的巅峰，但对于一个在短期内野蛮生长的行业来说，也意味着缺乏规范，可能不是什么好事。

□　蒋光祥

近日，网传成都出现“宠物盲盒”，商家以售卖盲盒的名义将活体动物快递给买家。不少动物到达买家手里时已奄奄一息，或已死亡。承揽此项快递业务的是中通快递当地网点，中通在日前发布情况通报，为相关网店违规揽收致歉，表示该站点会暂停业务配合调查，同时中通快递四川省管理中心相关负责人接受停职调查。

对于已有多次网购活体观赏金鱼、螃蟹（大闸蟹）经验的笔者来说，看到本次事件当中的宠物狗被快递，还是颇为惊讶的。猫、狗等哺乳类动物显然不同于金鱼、螃蟹等冷血动物，直接被活体快递，存活率可想而知。卖家对此不可能不清楚，但仍然放任这一情况的发生，并且以盲盒作为噱头，来刺激买家的购买欲，显然是在草菅动物的生命。

对于当事中通快递网点来说，可能也有几分委屈要诉，卖家敢寄，买家肯收，快递在当中挣个辛苦钱，最后落了个最大的不是。再说也并无相关规定要求活体动物一定不可以寄。但这里有一个关键点，该网点无法自证其完全不知情，离开这一关键点，该网点难辞其咎，被罚也是理所应当。

早在去年初，国家邮政局便对快递行业有过专门通知，要求规范活体动物寄递、严厉打击非法寄递野生动物及其制品行为。“对于可以寄递的活体动物，企业应当要求寄件人进行安全妥善包装。在运输、分拣、投递环节，要将内件为活体动物的邮件快件进行有效物理隔离，在确保活体动物邮件快件本身安全性的同时，避免其他邮件快件污染、损毁。在投递环节，还应告知收件人邮件快件的内件属于活体动物，提醒其注意安全防范。”也就是说，活体动物要寄可以，但是快递公司得有金刚钻才能揽这瓷器活，符合相关规范要求的一套软件、硬件先安排上，再去接单、派单也不晚。具备完善的动物活体运送链条才能保证宠物存活率与健康。

此外，对于盲盒的“魔爪”竟然可以覆盖活体动物，还是值得警惕的。盲盒经济的卖点在于客户打开盲盒的那一刻，如果没有买中期望的物件，失望情绪能诱发其再次购买冲动，直到买中自己想要的产品。参照欧美成熟的盲盒经济，盲盒一般是作为强故事IP附加产品来出现，用户忠诚度和黏性会很强，IP越经典，生命力越强，那么相关盲盒的寿命就会更长。当前我们的盲盒和欧美的漫威、迪士尼，日本的海贼王、火影，在粉丝文化沉淀上不可同日而语，经典IP的打造还多在途中，却被这么个活体宠物来抢盲盒的风头，真是令人哭笑不得。万物皆可盲盒，这或许是盲盒经济的巅峰，但对于一个在短期内野蛮生长的行业来说，也意味着缺乏规范，可能不是什么好事。

大众报业集团十大名牌专栏

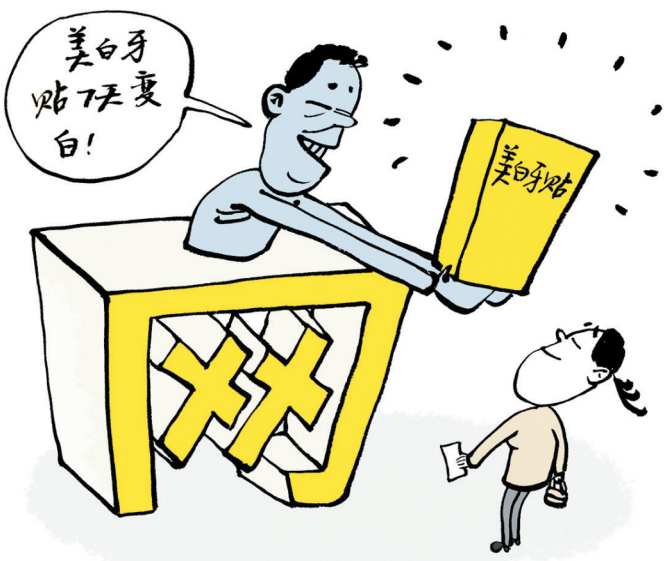
诗评画议

绘画　王铎　配诗　郝玲

美牙又出新神器，七天见效真神奇。
牙酸萎缩没效果，如此伤牙要警惕。

多年的黄牙，只要贴7天美牙贴就能变一口大白牙？在网络销售平台，此类堪称美牙神器的产品备受追捧，不少美妆博主、带货主播也都纷纷“安利”。但它真有效吗？记者调查发现，有消费者称用后不仅没有效果，还出现了牙酸、牙龈发黑、萎缩等症状。对此，牙科医生表示，此类产品美白主要是通过过氧化物实现，但这种物质的含量并没有行业标准，如果浓度控制在10%以下，漂白效果表现平平；如果冒险增加浓度，则易损伤牙龈软组织。建议消费者先对牙齿状况进行评估与筛选，不要盲目跟风使用。

据5月6日《北京青年报》



别再让实习学生沦为廉价劳动力了

观点提要

学生在顶岗实习中沦为企业流水线上的廉价劳动力，学校和中介狼狈为奸赚取“人头费”，这样的实习已违背了产教融合、校企合作的初衷，让实习学生遭受身体和精神上的双重压力，也伤害了我国职业教育的声誉和长远发展。

□　陈广江

近日，江苏省盐城技师学院的学生反映，学校强迫学生到指定工厂实习，否则就不发毕业证。记者深入调查发现，这所全国首批国家级重点技工学校存在多项国家政策明令禁止的问题，甚至涉嫌赚取实习学生的“人头费”。5月6日，江苏省人社厅已派出工作组赶赴盐城调查，如查实将严肃处理。

记者调查的情况令人触目惊心：技校强迫学生到指定工厂“实习”，否则不给毕业证；实习岗位和所学专业没有任何关系，全程无专业老师指导；学生在工厂一干三个月，每天干12个小时，周末不能双休，还被强制加班、上夜班；正常工资4000多元，劳务中介和学校两头抽，抽出去1000多元……

曾经，一些职校、技校打着“校企合作”“工学交替”“顶岗实习”等旗号，用强制手段把学生“送”给企业充当廉价劳动力，严重侵害学生合法权益和身体健康。为此，2016年4月，教育部等五部门联合印发《职业学校学生实习管理规定》，剑指实习学生沦为廉价劳动力等问题。

国家政策明令禁止通过中介机构安排学生实习，但该学院一名负责实习的老师称，通过劳务中介安排学生实习很常见。对于学校和劳务中介从学生头上赚取“人头费”一事，一名中介人员毫无顾忌、坦言相告，足见问题的普遍性和严重性。

学生在顶岗实习中沦为企业流水线上的廉价劳动力，学校和中介狼狈为奸赚取“人头费”，这样的实习已违背了产教融合、校企合作的初衷，让实习学生遭受身体和精神上的双重压力，也伤害了我国职业教育的声誉和长远发展。

目前当地工作组已经介入调查，接下来会有一个处理结果。但公众期待，调查不应止于就事论事，而应一查到底、举一反三，彻底斩断这条吃相难看的灰色利益链。从报道看，这种强制实习乱象是涉事学校、劳务中介、用工企业等各方一场各取所需的“利益合谋”，已经形成了一条完整的利益链。在这条利益链上，学校扮演了极不光彩、令人失望的角色，理应严惩不贷。

这所全国首批国家级重点技工学校尚且存在多项明令禁止的问题，其他职校、技校是否也不同程度存在类似乱象？学校、中介、企业为何如此肆无忌惮地强迫学生从事强度大、待遇低的工作？监管部门是否存在“睁一只眼闭一只眼”现象？为何不少网友对此见怪不怪？这些问题更值得深思。

值得一提的是，今年4月16日，有网友在人民网“领导留言板”反映盐城技师学院强迫学生实习问题后，当地有关部门已对该留言认领交办，但目前仍在办理中。事实上，斩断实习乱象灰色利益链，不仅需要法律法规长出“牙齿”，更需要畅通实习学生利益诉求表达渠道，靠媒体曝光解决问题是远远不够的。

没特色的“景区纪念品”能纪念啥？

□　柯高阳

刚刚过去的五一小长假，各地景点人气爆棚，国内旅游收入超千亿元，游客满意度总体较高，但不少游客也表示存在遗憾：一些景区卖的所谓“纪念品”大同小异，不仅梳子、手串、披肩、海螺四处可见，更有甚者，一块普通绣花手帕，在江苏景区里是“苏绣”，在湖南景区就成了“湘绣”，到了四川又被唤作“蜀绣”，其实它们可能都来自某一个小商品批发市场。

兴致勃勃地去一个地方游览，除了休闲观光，多数游客都希望带回一些旅游纪念品。既然是纪念品，自然要既有特色又有品质，“色”“相”二字缺一不可。但这点小小的愿望，其实很难实现。

本应为旅游目的地名片的纪念品，却在各地旅游景点“撞脸”，同质化、地摊化成为当下旅游纪念品市场的鲜明标签，毫无纪念价值。其中原因，除了文化缺失、创新不足，还有“门票依赖症”在作祟：当仅靠门票收入就能赚得盆满钵溢，还要深度开发和文化创新做什么？

近年来，我国旅游市场消费升级趋势明显，游客越来越看重出行品质。权威数据显示，今年五一假期，游客出行更加看重休闲度假类品质出行，私密化、定制化、小型化成为主流。这种趋势下，一些地方仍旧把景区纪念品当作一般小商品对待，不顾特色与品质，不仅让人产生审美疲劳，拉低消费意愿，也直接影响亿万游客的旅游体验和满意度，成为旅游业发展的一块洼地。

值得一提的是，五一期间，洛阳博物馆开发的“唐妞”系列文创新品、武汉黄鹤楼景区推出的“黄鹤楼雪糕”成为“爆款”。这提醒我们，要让旅游纪念品走出同质化洼地，各地景区要学会看长远、算“大账”，通过挖掘地域特色文化和景区内涵打造有特色、重品质的纪念品，让游客心甘情愿地为文化创意买单，助力旅游业高质量发展。