

未成年人到视频平台抽盲盒,家长自叹防不胜防

套路够深,B站“魔力赏”老少通吃

“魔力赏”不知不觉花千元

“原来B站里不只有五花八门的视频,还可以买东西。”“80后”的祁先生发觉,自己的支付宝账号有“魔豆充值”为名的支出,被弄得有些糊涂的他,首先怀疑到自家孩子身上。经过一番推心置腹,孩子表示,自己是用大人的账号玩了B站的“魔力赏”。由于祁先生设置了小额免密网上支付,因此孩子的行为,他并没有及时发现。

B站又不是游戏网站,怎么会要花钱?

在祁先生认知范围内,B站就是给孩子用来休闲放松的娱乐平台,原来用得一直都挺好的,怎么就突然花钱了呢?带着这些疑问,他开始研究“魔力赏”。原来,在B站下沉栏目中除了“首页、动态、我的”之外,还有一个“919会员购”的栏目,点进去就是“官方直营·正品保障”的广告,页面销售的大多是各种各样的手办。

祁先生在点击页面的过程中,甚至发现了B站的一则广告:“原来B站还是购物网站。”

进入“魔力赏”页面后,出现的还是眼花缭乱的广告。有别于直接购买,“魔力赏”更像是在线花小钱抽大盲盒的感觉。于是,祁先生随机点开一个“酷萌美少女系列”手办,一款“兔女郎”手办定价为1960元,但在“魔力赏”中,玩家只需要用105元进行抽奖就能获得。

当然,既然是抽奖,总是有概率命中的。但显然,花一次抽中心仪手办几乎就是中彩票的概率。此时,祁先生恍然大悟,原来孩子是陷入了“以小博大”的抽奖游戏当中。而且抽不中手办也没有关系,每一次抽奖平台都会让玩家抽到一些“安慰奖”,比如勋章、抱枕等等,玩家可以选择“退回”这些奖品,平台会收取20%的回收费用,返还剩下的80%到玩家账户。实际上玩家花20元抽了一次奖,然而什么也没有得到。

对于孩子沉迷的“魔力赏”,祁先生开始有点了解了,但为时已晚。对此,他也颇为无奈,“现在各种各样的游戏五花八门,而且隔一段时间就会推出新品种,我们孩子玩游戏是严控的。但没有想到,就连B站都出现了抽奖游戏,而且页面做得真的太生动了,成年人在抽奖过程当中,也会不知不觉就深陷其中,更何况是未成年人!”

在祁先生看来,所有游戏都应该在页面显著位置表明其属性,如果需要充值也应该在游戏开始之前明确告知,甚至在消费过程中设置各种识别,让家长确保知道孩子每一笔开销的用处。“今天是魔力赏,明天还会有其他的,我们做家长的真是防不胜防!况且,让每一位家长全面了解每一款APP的功能,根本不现实。”祁先生坦言。

家长试玩也沉迷其中

“魔力赏”究竟有多上头?在B站拥有62.7万粉丝的up主“俺是小熊”发布了一条“花10110块钱去‘魔力赏’能抽到什么”视频,获得了117.5万的观看量,他自称这条视频不是推广视频,纯粹是想知道究竟要花多少钱才能抽到心仪的手办。

“究竟是血亏?还是血赚呢?”,“俺是小熊”想抽的是“艾米利亚”手办,于是,他先对“艾米利亚”手办进行“许愿”,随后花了30元点击“一发入魂”进行抽奖,此后他就不停地继续五发连抽150元……抽出来的不是勋章就是挂件,还有抱枕或者隐藏款立牌……直到第一次到了抽奖次数上限,平台要求“冷却”10分钟。第二轮启动循环抽后,平台要求“冷却”半小时……最终,平台显示他已经达到当日抽奖次数的上限,跳出“请明天再来”的字样,他才停止。

晨报记者 荀澄敏

说起B站,所有人的第一反应就是年轻人的热土。没错,被视作Z世代网上家园的B站不仅吸引了无数年轻人前来,一些未成年人也经常常在B站流连。有家长发现,除了各色视频格外吸引孩子,有一个叫作“魔力赏”的产品尤其受到孩子们青睐。再在周边调查一番,发现少则几百元,动辄数千,孩子们对于这个“魔力赏”居然趋之若鹜。

“魔力赏”究竟是什么东西?一位家长经过突击学习后发现,这其实就是“在线抽盲盒”。为此,这名家长在沪上一知名论坛发起匿名讨论,发现面对许多层出不穷的各种网络新玩法,自带互联网属性的孩子们“手到擒来”,家长却知之甚少,客观上形成了“监管盲区”。

在未成年网络游戏受到严格监管的当下,这样一种“以小博大”的玩乐方式,是否也应该清晰划分等级?家长发出这样的疑问。



B站“魔力赏”每个界面都非常吸引人

/受访方供图

为了节约抽奖成本,“俺是小熊”选择回收了绝大部分的抽奖奖品,只留了两件他喜欢的周边,最终平台退回8040元。最终,“俺是小熊”花了2070元获得了两个奖品,并没有抽到心仪的手办,而这个奖品本身价格为1200元,连他自己都发出了这样的感慨,“直接买一个不香吗?”

事实上,“魔力赏”不但令未成年人“无法招架”,成年人也都上头。

“85后”的温女士不仅是一名家长,也是“魔力赏”的玩家,“因为我是B站的深度用户,看了Up主介绍B站各种新功能,我都会试一下。”

最初玩“魔力赏”的温女士也是带着一

份好奇心,“玩着玩着就发觉自己开始有胜负欲了,因为在你心仪的手办上会有显示某某玩家抽中的信息,这个时候就感觉自己多抽几次说不定就能中了。”不过玩了一阵子后,温女士看到每月账单时,就惊呆了,“我居然在抽手办上花了五千多元!”这个时候就彻底清醒了,感觉不能如此沉迷。

温女士坦言,“游戏本身设置其实挺有意思的,本质就是利用人们的博弈心态,因为人人想要以小博大,获取最大利益,只要不深陷其中就是一种娱乐消遣方式。”在温女士看来,除了“魔力赏”,游乐场里的吊娃娃、扭蛋也是同一个道理,“现在吊个娃娃一次也要10块、20块,目标也是吊起想要价值更大的

玩偶,同样扭蛋也会扭到很多你并不太想要的东西。‘魔力赏’只不过把这种模式挪到了线上,让每一次抽奖都有大小不等的奖品,只要把不想要的全部选择回收,实际上只支付了20%的钱体验了一次抽奖经历而已。”

对于陷入抽奖上头的尴尬情况,温女士深感忧虑,成年人都无法自拔的抽奖游戏,孩子要是玩上瘾了怎么办?特别是有些视频博主为了博取眼球、流量,花费巨资介绍各种游戏的深度玩法。“有时候孩子也不知道平台或者游戏出了新功能,这些充值花钱的玩法都是由大V介绍,再通过同学之间互相传播,最终在未成年人朋友圈里形成氛围。未成年人心智还没有成熟,对规则的理解有限,而平台则可以利用同学之间一起玩、一起竞争的圈子文化,让其在不知不觉中深陷其中。”

平台要限制,家长更需监管

最近,国家新闻出版署下发《关于进一步严格管理 切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》,针对未成年人过度使用甚至沉迷网络游戏问题,进一步严格管理措施,坚决防止未成年人沉迷网络游戏,切实保护未成年人身心健康。《通知》要求,严格限制向未成年人提供网络游戏服务的时间,所有网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日20时至21时向未成年人提供1小时服务,其他时间均不得以任何形式向未成年人提供网络游戏服务;严格落实网络游戏用户账号实名注册和登录要求,不得以任何形式向未实名注册和登录的用户提供游戏服务等。

从提供的服务内容来看,B站本不属于游戏类网站的监管范围。但上海鼎律律师事务所赵山律师认为,像“魔力赏”这样的抽奖游戏是否属于网络游戏,这点应该首先厘清。一旦厘清,平台应该按照相关法律要求对玩家实施实名注册,并切实承担起对青少年监管的措施,同时对青少年实行相关游戏内容的限制。

事实上,B站也有“青少年模式”,在该模式下确实没有“魔力赏”这类购物抽奖信息,视频也大多跟学习相关,没有搜索功能。但在实际使用过程中,用家长的账号进行登录并不是什么难事。

平台也考虑到了未成年人可能盗用家长账号而引发的消费风险。在实际抽奖过程中,B站都会要求玩家勾选“会员购魔力赏 & 服务协议”,其中一条为“如果您因年龄(未满18周岁)、智力等因素而不具有完全民事行为能力,请在法定监护人陪同下阅读本协议”。此外在每一次抽奖花钱的过程中,都需要玩家输入密码。

应该说,面对可能发生的未成年人消费风险,平台已经进行了一些风险控制。同时对于未成年人冒用成年人账号的消费退款诉求,B站的客服也给出了一套官方退款流程。

赵山律师表示,对于平台给出的未成年人消费退款通道,所要求提供的材料只要合理的,那双方就可以在此基础上达成和解。同时他也提醒,如果未成年人使用家长的银行账户参与“魔力赏”这样的抽奖游戏,那么家长同样也存在监管缺失。

事实上,自从“魔力赏”上线以来,一些成年网友也频频发出感慨:将其誉为“最叹为观止的营销”,“赌徒心理配合回收机制,你甚至可以花上几万都拿不到。虽然B站很贴心地设置了抽多少钱到冷静期,期间不能抽奖。但是当你在冷静期内看到别人中了超神(一等奖)的时候,你的内心绝对不会冷静,下次只会抽得更狠。”

或许,这个“教训”,有人学到了,有人还在路上。而对于家有未成年人的家长来说,更要擦亮自己的眼睛,捂紧自己的钱包!