

13岁女孩偷拿家里70万元约稿买画 小众圈子谁来监管？

事件概述

4月7日，“设圈”一名13岁女孩花70万元在网上约稿买画一事引关注。消息称，女孩瞒着家里找到了几十位画师约画，时间跨度有数月之久。其中，最贵的一张稿子来自画手“白琴”，涉及的款项高达7万元人民币。家长发现后要求画师退款。白琴表示，女孩在一美术交易平台的自我介绍上，特地标注自己已经成年，有一女儿。对方母亲联系时才知其未成年身份，双方协商后同意退款6万元。对此，有律师表示，画手和家长都有责任，画手在出售作品前应该核实对方身份。（来源：封面新闻）

网友评论

@花眼君：再灰色也是劳动付出，再有钱也没教好孩子。
@玥芽：父母不应该首先反思自己的教育有问题？一个13岁的孩子都敢偷钱了，还是几十万的数额，可想而知家庭教育有多失败了，这对父母有多失败了。
@赵志远：我小时候拿了家里5毛钱就被暴打了一顿。
@田心：付出的精力成本费还是要花钱买的，全部退当然不合理。这孩子自己犯

错，家长没点资本需要承担吗？
@Arya：圈子交易不够规范吧。要线上交易也行，那也得有签正式合同、确认身份证这样的流程吧。搞得这么不规范，出问题也确实迟早的事。
@兔兔：倒是很希望看到这位家长搅一搅这个圈子。
@SHI：从比较乐观的角度来看待，对该事件进行剖析梳理，进而促进法律对某些圈子盲区进行矫正。



「万元一张的白琴画稿。」

小编说两句

相信很多人都是第一次听说“设圈”，而这个神秘的小众圈子居然还有奇怪的圈层内规则？！因为“小众”或许易被忽略，但不能成为法外之地，任何的交易都要合理合法，杜绝“潜规则”。新生事物发展迅猛，可任何“圈”都不能“圈地自萌”，监管不能缺失。小众的圈子也要敞开在阳光下。



执法车被偷装GPS跟踪器 超限货车屡屡躲避成功

事件概述

执法车辆上路巡查，超限货车随即销声匿迹；执法车一离开，大批违法车辆马上鱼贯而出……今年3月以来，这个奇怪的现象在温州市区瓯海等地屡屡发生，引起交通执法人员的高度警觉。4月1日，温州市交通执法队公运执法二队在一辆执法车的底盘处找到了两个GPS跟踪器，随后执法三队在位于瓯江口的一辆执法车下也找到了跟踪器。目前交通执法部门已向警方报警。去年以来，温州市警方曾查办多起跟踪执法车辆的案件，多名通风报信人员被行政拘留。（来源：温州都市报）

网友评论

@我我错过了了：老鼠真的给猫挂上了铃铛……
@掉线皇帝：柯南直呼内行。
@鱼香肉丝天下第一：反侦查意识很强。
@住在垃圾桶旁：大概是执法的时候停路边，有人直接贴底盘上了。这种东西都是强磁，通常给租车店里用的。
@斑马臭臭儿：将GPS取下，假装离开，杀个回马枪！
@李淳风：道高一尺，魔高一丈。
@懂点法的老实人：多嚣张才敢在执法车辆的底部安装跟踪器？！仿佛看到了电影里的场景！这样的事情一定要严查！抓住了一定严惩不贷！
@大大大棉裤小小小棉袄：不知道是从港片还是美国大片里学来的，佩服！
@成都房天下：有这机智用在正途上，早就成功了。
@扎针不：4s店或洗车店建议推出一项服务——专清定位器，普通车估计也有不少被安装。

小编说两句

执法车的一举一动尽在不法之徒的掌握之中，这事情是不是可以入选“拍案惊奇”了？理所当然，第一要务是得查清谁干的，这种行为必须严惩不贷。当然很难回避的一点是，需要审视让这些司机不惜铤而走险的深层次原因，除了单纯为多赚钱，是否也存在被乱执法的现象。“执法”不是“执罚”，除了严格执法，更应规范执法，防止猫鼠游戏导致矛盾激化。



大量暴力镜头让人担忧 动画分级制度亟待出台

事件概述

近日，江苏省消保委发布动画领域侵害未成年人成长安全消费调查报告，在《熊出没》《小猪佩奇》等21部动画片含1465处易被模仿危险点，包含阴暗黑化元素和强植广告行为。近七成的家长表示孩子会模仿动画片中的人物行为。江苏消保委建议，应由多部门牵头尽快建立动画分级制度，并积极开展行业自查自纠。（来源：荔枝新闻）

网友评论

@小鱼丸不吃鱼：我们小时候看的动画片不也是这样的，为什么我们没有出现各种问题？说到底并不是动画片的问题，而是家长没有尽到看护和正确教育的责任。
@Weil：孩子不仅仅模仿动画片，是模仿一切片子，只不过家长给孩子看动画片多而已。爱模仿是孩子的天性，要看家长怎么教，怎么引导，其实这真的是家长的教育问题！
@Banana_C：家长陪看，告诉孩子哪些不能学。看动画片也有好处，我儿子打篮球的拆挡回防就是跟喜羊羊学的。
@安娜宠物：动画分级势在必行，不能一味地迎合儿童而作一刀切，家长对于孩子的是非观也要做好引导作用，而不是一味怪动漫做出的错误的导向。
@I'm T2T：比起这些“有名有姓”的动画片，更多素人拍的视频短片该好好管制下了，不标准的语言，内容三观不正，难道不是对少儿成长非常不利吗？匪夷所思的就是，发布这些低俗的短视频好像也没有什么审核机制。

小编说两句

未成年人喜欢热闹场面，这是天性，大量的暴力犯罪元素，确实已成为很多家长对孩子看动画片的一大隐忧。那么，到底是控制未成年人动画片的尺度，还是按照观众群体的不同年龄段进行分级？这个争论也是越来越受到重视。而无论如何去规范，都要做到既不放过伤害未成年人的不良信息，也不能误伤优秀作品的表现力。



奶茶也出盲盒了？ 线下门店销量大涨

事件概述

最近，社交平台上的一款盲盒奶茶火了，杭州市场也推出了线下同款。记者来到该线下门店，喝完奶茶后，只要撕开杯底中空的部分，就可以得到礼物了。对于年轻消费者来说，抽盲盒确实是一个吸引点，不过不是每一款奶茶都带盲盒功能，只有比较贵的一款才有，要卖22元。店家说，虽然成本有所增加，但因为盲盒的噱头，这款奶茶销量一下高了不少，现在每天能多卖出300杯左右。不过，也不是所有消费者都对盲盒感冒，有的朋友还是坚持自己的初衷。毕竟这些小礼品的价值不高，特地为了它而买，没有必要。（来源：浙江电视台）

网友评论

@Sue 薇大大的树：我买了两杯，一个面包和两个德芙。
@黑户 heihu_jk：我抽到的是一个橘朵的眼影。
@反正我也没差-：买过了，就是智商税。
@菩提：买的哪有卖的精？
@lily-326：我喝的时候还没有盲盒，下面就是空的，而且那款真的不好喝。
@陆：跟小孩吃的那个奇趣蛋一个模式。
@Wanan 晚安林小姐：所以好奇心也算个很大的卖点。
@任小邪：这波操作在我小时候就出现过，小浣熊干脆面集卡，酸梅粉集小勺子上的人物。
@二锅头：这不是前几年的玩法么？而且一杯奶茶的钱，能拆出大牌的东西，我是不太信的。
@雨过天晴：只要生意好，任何一种赚钱的方法都想得出来！

小编说两句

盲盒这个经营思维，真是出什么火什么。很多人愿意买单，为的是追求解封未知的刺激感，感受生活的小确幸。但也正是对盲盒趣味性的满足，令很多消费者甚至不问奶茶本身的口感和品质，某种程度上说也助推了非必要、非理性的消费。盲盒之风运用在奶茶的营销中，确实是一个发展新思维，不过商家还是要把握好度，本末倒置只会适得其反。