校园周边消费热度持续走高，部分青少年陷入跟风攀比、冲动透支的消费误区

别让盲盒成“盲区”

时下，盲盒潮玩、动漫卡牌、网红周边成为中小学生的社交新潮流。短视频平台上，大量学生晒单分享，持续推高校园周边消费热度。热闹背后，盲盒概率虚标、超长预售套路、游戏大额充值、各类分期超前消费等乱象频发。部分青少年陷入跟风攀比、冲动透支的消费误区，家长退费维权难、学生金融风险认知薄弱等问题日益凸显。近期，记者走访江门多所学校周边商铺，采访家长、学校德育工作者及金融专家，聚焦青少年非理性消费痛点，探寻家校银协同育人路径，筑牢青少年金融消费安全防线。

文/图 江门日报记者 傅雅蓉 实习生 卢颖烽



放学后，孩子们到文具店选购商品。

A 校园周边消费火热 盲盒潮玩乱象暗藏隐患

每到放学时段，江门各学校周边的文具店、便利店、精品店便迎来客流高峰。记者现场走访看到，各家店铺临街显眼的货架上，整齐摆放着各式文具盲盒、动漫卡牌、潮玩手办，价格从十几元到数十元、上百元不等。这些商品款式丰富、包装精美，吸引不少学生驻足挑选、扎堆购买。



走进文具店，一边是文具，一边是盲盒。

“我们班里很多同学都收集盲盒卡牌，谁抽到隐藏款、限量款，大家都特别羡慕！”一名正蹲在文具店门口货台选购的小学生告诉记者，他和同学每天放学都会进店逛逛。为集齐整套款式、抽到稀有款，他们常常一次性购买多盒，零花钱大多花在盲盒消费上。记者观察发现，多数盲盒外包装虽然印有“未成年人谨慎购买”“需监护人同意”等提示，但商铺销售人员并未主动核实学生年龄、征询家长意见，学生可直接付款购买，相关限售提示形同虚设。

校园线下消费火热的同时，线上诱导消费套路更是防不胜防。短视频平台、社交直播间频繁推送盲盒拆箱、潮玩测评视频，以“绝版限量”“超高概率出隐藏款”等话术制造稀缺感，刺激青少年跟风消费。短视频平台上，大量学生分享盲盒收藏、潮玩穿搭，将潮玩周边视作新型“社交货币”，攀比式消费很普遍。

不少家长对此感到无奈。家住蓬江区的市民吴韵怡向记者吐槽，今年暑期，她发现15岁的儿子手机账单异常。经查，孩子为收集热门IP盲盒、动漫卡牌，短短两个月私自消费近2000元，多次跟风连抽盲盒，还高价入手二手限量款。“孩子总说同学都在收集，不买就跟不上潮流，明知容易吃亏，还是忍不住冲动消费。”还有家长反映，部分商家推出超长预售潮玩，借“定制商品不退不换”的霸王条款，诱导孩子预付高额定金，后续商家频繁延期发货、货不对板，家长想要退款却屡屡被推诿，维权难度极大。

除盲盒潮玩消费乱象外，青少年超前消费风险逐步凸显。记者从本地银行了解到，部分网络平台面向青少年推出先用后付、分期支付服务，各类校园贷变种、私贷套路悄然向校园渗透。不少青少年因盲目消费、资金不足，尝试透支、分期借贷，极易陷入利息滚存、债务缠身的困境。青少年尚无稳定收入来源，超前借贷不仅加重家庭经济负担，还会催生不良消费习惯，影响身心健康。

B 认知薄弱叠加教育缺失 多重因素催生非理性消费

青少年非理性消费行为频发，并非单一原因造成，而是市场乱象、社交环境、教育缺失等多重因素叠加的结果。业内人士分析，未成年人价值观、消费观尚未成熟，猎奇心理、从众心理强烈，风险辨别能力弱，极易被商家花式营销套路裹挟。

从市场层面看，盲盒经济自带博弈化、金融化特征，是诱导青少年过度消费的核心诱因。如今，限量联名、绝版稀缺等营销手段不断抬高潮玩溢价空间，原价几十元的普通盲盒，部分隐藏款在二手市场被炒作至数千元，进一步刺激青少年跟风囤货、高价抢购。

在校园社交场景中，盲盒、潮玩已然成为青少年社交的重要载体。江门市怡福中学教师刘晶晶表示，盲盒、卡牌自带未知感与惊喜感，契合青春期孩子好奇、求新的心理。加之学业压力增大，不少孩子把抽盲盒、集卡牌当作解压方式，追求一瞬间的情绪愉悦。这种短暂的满足感很容易成瘾，久而久之难以控制消费行为，形成非理性消费。“现在，潮玩、卡牌、挂件已经成为孩子私下聊天的话题。孩子为融入集体、获得同伴认同，会主动跟风购买、收集同款。正常的兴趣社交无可厚非，但很容易变味，从单纯喜爱变成被动跟风、相互攀比。”刘晶晶说。

与此同时，家庭消费观教育缺位、金融科普不足，进一步加剧青少年消费认知偏差。青少年日常接触的金融知识有限，对虚假营销、套路消费、超前借贷的风险认知不足，消费时缺乏判断力与自制力，遭遇消费纠纷也不懂合法维权。当前，青少年盲盒消费、线上充值纠纷普遍存在取证难、退费难、追责难的问题。未成年人消费时大多不注重留存订单、聊天记录等凭证；遇到虚假宣传、商家拒绝退款、商品质量问题时，商家常以“自愿消费”“定制不退”为由拒绝理赔，家长维权耗时费力、收效有限。



C 家校银协同发力 培育青少年理性消费新风尚

整治青少年非理性消费乱象、培育正确金融消费观，离不开学校、家庭、金融机构多方协同、同向发力。近年来，江门各中小学持续深化财商与法治教育，将理性消费、金融风险防范知识纳入班会课、校本课程，常态化开展专题宣讲，直面盲盒陷阱、网络诈骗、超前借贷等青少年高频消费风险点。

“简单一刀切禁止并不现实。潮玩、小挂件、盲盒是孩子的兴趣寄托，也是正常的社交话题。强硬禁止容易引发青春期逆反，孩子会转为私下购买、偷偷交换，治标不治本。”刘晶晶向记者介绍，学校坚持正向引导、疏堵结合。通过主题班会，帮助孩子区分刚需消费和欲望消费，建立合理消费尺度。同时结合劳动教育，开展二手物品交换活动，让孩子自主定价、互换物品，真切体会物品来之不易。刘晶晶认为，家庭教育同样至关重要：“我会建议家长定额发放零花钱，教孩子简单记账；引导孩子学会延迟满足，不必立刻买下心仪物品；大额消费提前把关，让孩子懂得取舍、学会克制；平日多陪伴，减少用物质弥补陪伴的做法，帮助孩子树立踏实的金钱观。”

针对青少年金融知识匮乏、风险意识薄弱的现状，江门各大银行常态化开展“金融知识进校园”宣教活动。银行宣教人员走进中小学，结合本地真实案例，用通俗易懂的语言讲解支付安全、电信诈骗、校园贷陷阱、理性消费等知识，手把手指导学生妥善保管支付密码、验证码，远离刷单返利、低价代充、私下交易等诈骗陷阱，提升青少年甄别金融风险与自我保护的能力。

江门日报财经智库专家海阔表示，相比禁令式管控，科学的消费观引导更为重要。家长可建立固定零花钱发放机制，引导孩子记账复盘、制订消费规划，让孩子在实践中感知金钱价值、养成自律的消费习惯；摒弃简单禁止或无度纵容两种极端教育方式，疏导孩子的社交攀比心理，引导其理性看待潮玩盲盒消费。

潮玩、盲盒本身具备娱乐与收藏价值，不应被全盘否定。但当攀比心态、概率套路、超前借贷风险借机侵入青少年生活，就需要社会各方守住边界。培育青少年消费观，是成长路上的重要必修课。这不是教孩子一味省钱，而是教会孩子分清“需要”与“想要”，懂得劳动价值，学会为自身消费行为负责。面对不断迭代的消费潮流，家庭守好第一课堂，学校做好科普引导，市场守住经营红线，才能帮助孩子在五花八门的消费诱惑面前守住本心，形成健康成熟的消费观念。

2026年江门市青少年科技实践能力挑战赛开赛

巧手造“火箭” 追逐飞天梦



参赛选手尝试发射自己动手制作的“火箭”。

江门日报讯（文/图 记者/傅雅蓉）“可上九天揽月，可下五洋捉鳖。”侨乡少年以亲手实践，诠释这句诗蕴含的豪情。10月10日，由江门市科学技术协会、共青团江门市委员会主办，江门市青少年宫承办的2026年江门市青少年科技实践能力挑战赛火热开赛。来自全市各县（市、区）及市直学校的300余名参赛选手齐聚赛场，围绕“九天寻梦”主题，展开动手能力与创新思维的比拼。

赛场之上，纸火箭从零散构件到直冲蓝天，美工刀裁切纸张的沙沙声此起彼伏。按照赛事要求，所有参赛材料均为散件；从箭体卷制、尾翼裁剪，到降落伞装配、飘带折叠，每一道工序都必须现场“从零开始”。

来自鹤山宝瑶小学的学生冯允泽是第一次参加科技类竞赛。他坦言，刚开始训练时“箭体卷得歪歪扭扭，纸火箭一发射就坠地”。经过反复修改图纸、多次试射调试，他制作的纸火箭滞空时间从最初两三秒，稳定提升至8秒以上。高中组翼降滞空赛现场，选手苏俊杰刚完成发射，望着缓缓飘落的翼伞难掩激动：“我们目标很明确，就是拿到省赛入场券。翼伞展开的那一刻，我感觉离航天梦特别近。”他说，“以前总觉得航天只出现在新闻里，今天才明白，梦想就从手中这枚纸火箭启航。”

开平开放大学教师敖春华全程专注观察选手操作。在她看来，“九天寻梦”这一主题本身就蕴藏着科技教育的深刻内涵。“课堂上讲一百遍空气阻力，不如让学生亲手制作一顶降落伞，放飞一次。”省赛规则里“所有材料必须是散件”这一看似严苛的要求，恰恰直指科技教育的核心——在有限条件下解决真实问题。赛场上，一枚枚自制的纸火箭冲向蓝天：有的划出优美弧线，降落伞稳稳打开；有的在空中轻轻旋转，落在草坪边缘。但每一名走上发射区的孩子，脸上都有着相似的神情——亲手打造的作品腾空而起后独有的笃定与自信。

按照省赛安排，优胜队伍将于11月中旬奔赴东莞，和全省科创少年同台竞技。主办方表示，本次“九天寻梦”挑战赛引导学生像科学家一样思考、像工程师一样实践，在真实场景中运用空气动力学原理攻克纸火箭滞空难题，生动践行科创教育理念。主办方将持续以竞赛为抓手，推动青少年科技教育从“少数人的特长”转变为“多数人的素养”，助力更多侨乡少年追逐飞天梦想。

2026年度“典赞·科普中国”科普案例推选结果揭晓

江门中微子实验科普实践案例入选

江门日报讯（记者/傅雅蓉）近日，2026年度“典赞·科普中国”科普案例推选结果揭晓。全国共评出30个科普活动典型案例，由江门市科学技术协会申报的《地下700米追光：江门中微子实验科普实践》成功入选，是广东省唯一上榜的活动案例。

江门中微子实验是国家重大科技基础设施，深藏在地下700米，是具备国际影响力的大国重器。为让前沿粒子物理走出实验室、走进大众视野，在广东省科协指导支持下，江门市依托这座大科学装置，联合中国科学院高能物理研究所专家团队，锚定“科技资源科普化、科普资源产业化”目标，创新构建“科研引领、全域融合、产业赋能”的科普模式，把晦涩深奥的前沿粒子物理知识，转化为群众可看、可学、可体验的优质科普资源。

依托中微子实验科研资源优势，我市建设科普教育基地，加快推进中微子科普馆建设；在全省率先成立科普传媒集团与科普研学联盟，主动融入省级、国家级研学体系；推出“JUNO 造梦·探幽寰宇”特色科普研学课程。项目通过出版科普纪实读物《微光志》、开展校园共读活动、举办科普文创赛事、创排原创科普剧《谁是中微子》、打造主题展览、策划科普Citywalk线路等多种形式，将大国重器与侨乡文化有机融合，持续丰富科普产品供给。该项目受到央视等多家主流媒体关注，全网点击量超千万人次，吸引来自17个国家和地区的研学团队前来交流参观，科普示范效应持续显现。

“典赞·科普中国”科普案例征集活动由中国科协主办，旨在挖掘宣传一批富有时代感、传播力、引领性的科普实践案例，展示基层科普创新模式。接下来，江门将持续用好中微子实验这一独特科普资源，深化“大科学装置+地方科普”协同模式，创新科普载体，厚植科学文化土壤，以更高质量的科普工作助力地方高质量发展。



8.26亿人次出游 为何人均只花了894元？

国庆假期结束，文旅消费账单出炉。文化和旅游部近日发布数据：假期7天，国内出游8.26亿人次，总花费7383.75亿元，按可比日均口径，同比分别增长6.3%、4.3%。出游人次、旅游总收入双双上涨。但经测算，人均出游花费894元，不升反降。

一边是各大景区人头攒动、县域民宿一房难求；另一边则呈现“客流增速高于收入增速”的特点，“奔县游”、追随演唱会、网球赛事的主题旅行成为新潮流。火热景象背后，折射出哪些文旅消费新变化？

中国旅游研究院院长、教授戴斌表示，假日旅游流量想要真正转化为经济增长增量，不能只算“数人头”的账。市场下沉，把客流和消费增量带到更多县城、小镇与乡村，带动沿线餐饮、住宿、购物协同受益。核心是要让当地老百姓从旅游业中获得就业岗位、增加收入。只有形成普惠共享的民生产业，旅游才能成长为名副其实的支柱产业。

国联民生证券分析师曹晶表示，今年假日市场呈现“客流增长、客单承压”特征。不少省份重点景区客流增速快于营收增速，反映人均消费增长仍存压力；客流向收入、利润的传导效果不均衡，酒店经营状况在不同城市分化明显，免税市场也出现“购物人数上涨、客单价下滑”现象。

中国服务贸易协会可持续商业与创新工作委员会主任洪涛强调，长假文旅消费正逐步走向多元化、个性化的深度体验，折射出国内文旅消费的迭代升级。游客不再单纯为“到此一游”付费，更愿意为在地体验买单，实现了省钱的同时，游玩满意度同步提升。

点评：出游人次再创新高，但人均消费小幅下降。这并不等同于消费降级，而是说明出游愈发常态化、消费选择更趋理性。只有将“到此一游”转变为“愿意停留”，假日经济才能兼顾人气与效益。

（傅雅蓉）