

名“团建”实“团伙”被“团灭”

这只伸向未成年人的黑手被斩断

新华社北京11月8日电 针对未成年人沉迷网络游戏等问题，国家新闻出版署今年8月下发《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》，依法对网络游戏行业从严监管，对未成年人玩网络游戏作出明确限定。然而，有人却从中嗅到“商机”，通过非法手段牟取暴利。

近日，南京警方捣毁一个非法买卖公民个人信息、非法出租游戏账号的团伙，斩断伸向未成年人的网络黑手。

“连锅端”

时间回到今年中秋节前夕，太湖某小岛，十余名来自外地某公司的年轻人正在开心地搞“团建”。开着保时捷越野车的老板蒋某出手阔绰，包下整座别墅供员工玩乐，现场乌烟瘴气。突然，来自南京的民警如神兵天降，将一伙人全部牢牢控制。“团建”惨变“团灭”，这个非法团伙被“连锅端”。

“以蒋某为首的这个团伙，通过非法购买公民个人信息、盗取他人游戏账号的方式，破坏游戏实名认证程序，建立大量非法游戏账号，再通过网络售卖，牟取非法利益。”南京市公安局网安支队驻建邺分局大队民警沈澈向记者介绍了案件的侦破经过：此前，多次接到家长举报，反映孩子网上租用游戏账号，沉迷网络游戏。同时，工作中发现，有四家网店对外出租经过



南京建邺警方将一个非法买卖公民个人信息、非法出租游戏账号的犯罪团伙一网打尽。（图片源于网络）

实名认证的网络游戏账号，且数量巨大，购买人数众多，业务非常繁忙，引起民警怀疑。

这些账号经过了真人实名认证，相关的公民个人信息从何而来？出租这样的账号，等于变相绕开了监管，如果出租给未成年人，将极大损害未成年人的身心健康。警方由此顺藤摸瓜，展开调查。他们发现，某网络公司正是这些网店的幕后经营者，其主要业务正是对外出租游戏账号。而租用这些游戏账号的，很多是未成年人。

黑链条

据调查，该团伙首先通过非法渠道购买大量公民个人信息，如姓

名、身份证号、身份证照片等，然后通过非正规渠道收集《和平精英》《王者荣耀》等多款游戏账号，将账号与买来的信息进行绑定，使用配套的手机和软件制作动态头像，之后再将账号对外出租。游戏玩家从其手中购买一定时长的服务后，可利用团伙提供的信息顺利登录游戏平台，并通过动态头像验证。

“这些实名认证过的游戏账号，每小时租用价格是5到10元，虽然看上去不多，但每天24小时租出几百上千个账号，收入就十分可观了。”沈澈介绍，该团伙架构清晰、分工明确，共有四五名技术人员和十余名“客服”。技术人员负责技术方面维护，客服则负责接单、出租

账号、后续服务等。该团伙控制400余个通过实名认证的游戏账号进行出租，获利已超过300万元。

除了抓获该团伙犯罪嫌疑人外，提供非法技术破解手段、提供公民个人信息的嫌疑人也被警方抓获，他们涉嫌侵犯公民个人信息及破坏计算机信息系统犯罪。南京警方根据线索继续扩大战果，于9月下旬派出百余名警力赶赴安徽、湖南等地，捣毁了另外两个从事相同业务的非法团伙，查获作案手机40余部、电脑30余台，涉案公民个人信息6万余条，查获非法出租和出售的游戏账号近2000个。目前，涉案的40多人中，10人已被采取刑事强制措施。

施重拳

近日，全国“扫黄打非”办对包括南京非法出租游戏账号案在内的多起涉网络领域重点案件进行曝光。全国“扫黄打非”办公室负责人指出，这些案件的有力查处，是各地“扫黄打非”部门认真贯彻落实未成年人保护法、大力开展“护苗”行动的重要成果。当前，网上仍有一些不法分子唯利是图，实施对未成年人的违法犯罪；仍有少数网络平台对未成年人网络保护工作不够重视。下一步，将重拳打击侵害未成年人的网络违法违规行为，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。

诱导消费

有专家分析，“设圈”定制商品之所以有市场，是因为很多漫画人物、玩偶能满足一些心智尚不成熟、涉世不深的孩子的“心理投射”。他们希望将自己在现实生活中没能实现的情感、冲动、愿望，“投射”在其他的物品上，并在小众世界里找到有共同爱好的圈内玩家，获得心理满足、炫耀的社交体验。

“艺术品市场充斥着艺术价值难以鉴别、炒作、哄抬价格等乱象。‘绘圈’‘娃圈’受众人更低龄化，交易规则更随意，交易合法性、是否存在诱导未成年人消费、所得是否依法纳税等问题更值得警惕。”湖南大学工商管理学院教授朱国玮说。

中南大学社会学教授李斌指出，“设圈”中的名人效应、商家逐利原则再加上产出不高的“饥饿营销”，在未成年人中营造出“拜金”“奢靡”氛围，让不少还未具有经济能力的年轻人深陷其中。这不能理解为仅是“一个愿打一个愿挨”的个体交易行为，亟待教育引导年轻人、未成年人擦亮眼睛、理性消费。

（未成年人受访对象为化名）

据《新华每日电讯》

从“绘圈”到“娃圈”都“圈钱”

“设圈”定制商品套路交织，乱象丛生

元，而“顶级画师”的画作价格可达数万元。

此外，定制黏土娃娃、棉花娃娃、球形关节人偶等，也备受年轻人追捧。记者在一些社交平台看到，坐拥上百万粉丝的博主不断更新内容介绍“养娃”知识，娃娃素体、眼片、拉环、假发、衣服、鞋子、家具等商品均价格不菲。

能巨额消费的买家毕竟是少数，“顶级画手”们开始瞄准中低消费能力的买家，推出“巨人车”约稿。

“‘巨人车’相当于‘众筹集资’，就是几十、几百人费用均摊，一起购买，使用权共享。”一位买家介绍，“巨人车”多了，有些画手就要求约稿加钱，比如10人加50%，20人2倍，30人3倍等，最后，一幅画作成交额也可多达数万元。

“造梦”空间

“‘养娃’入门最开始也就是几百块，但随着各类卖家、博主的助推，价格一再上涨，尤其是那些高级

定制的妆容、服饰，不断拉高消费者的心理预期。”尚未成年的“娃圈”爱好者关关说。

“不管是‘绘圈’还是‘娃圈’，充斥着大量同质化的创作，对作画能力的要求并不高，有的还会用现成的素材拼凑。”创作者何焯说，“‘绘圈’流行清一色的萌妹子大头外加浮夸的装饰，只要堆砌大量可爱的元素，营造超级头包脸的精致小头，再加上可爱呆萌的表情，就可以精准狙击‘金主’。”

一些“大神”级别的画师，其多幅作品内容、风格高度相似。某种风格卖出了好价钱，立马就有别的画师效仿，抄袭行为也层出不穷。

“哄抬价格”也是惯用的营销手段。“只要某一幅作品火了，画师的身价就会急剧上涨。一些画师会利用营销号、水军的宣传炒作，再以‘天价’虚假拍卖，从此跻身‘热门’行列。”一位业界人士说，“‘造梦’空间正在变味。”

7万元一幅画、50万元一个人偶娃娃……在“二次元”的世界里，如此高价格的“定制产品”，已成一些年轻人甚至未成年人争相追逐的对象。

记者调查发现，在年轻人中风靡的“设圈”“绘圈”“娃圈”，“名人效应”“逐利冲动”和“饥饿营销”等套路交织，天价商品吸引了一些人冲动消费、盲目消费甚至借贷消费。

“设圈”买画

为了塑造自己构思的虚拟人物“完美形象”，花大价钱追逐定制人物卡通画、人偶娃娃……混迹“设圈”，已成为部分年轻人的新鲜时尚。

记者了解到，“设”指设定、人物形象设计，简单来说就是根据设定画人物图像等。“‘设圈’的人会将自己想象、创造的虚拟人物当成孩子一样养成，叫作‘养娃’。一些买家还会精心打造‘娃’的角色、性格、世界观。”12岁的动漫爱好者司璇说。

一位“绘圈”爱好者介绍，圈里买家大多是低龄群体，卖家多是绘画师，画作则是类似人物杂志封面的卡通平面图。买家和卖家可以通过米画师、半次元等App进行对接，具体买卖规则以协商结果为准。在“绘圈”，一幅画几百元上千