拟标题：基于淘宝的网络信息核查平台

社会问题分析：

2021年5月3日，四川成都市区一[中通快递](http://quote.eastmoney.com/unify/r/106.ZTO" \t "_blank)点违规揽收、寄送活体宠物，随后，一辆载着160余只被当做“宠物盲盒”售卖的猫狗运输车被“成都爱之家动物救助中心”志愿者拦下，其中不少宠物已经奄奄一息，有四只已经死亡。

快递单显示，运送物品多为混血边牧、混血蓝猫等名贵品种，但盒子内实际多为普通土狗土猫；5月5日，成都市邮政管理局已介入处置此事； 5月8日晚，四川佳慧物流有限公司（中通快递成都荷花池网点）被处以罚款30000元；成都中竞物流有限公司（中通快递四川省管理中心）未实行统一管理，被处以罚款50000元。

何为“盲盒”？

顾名思义，就是看不见内容的盒子，其内部放置着不同的物品，消费者凭运气抽中商品。小小的盒子里装着不同样式的玩偶，“人生就像一盒巧克力，你永远不知道下一颗是什么味道。”在拆封之前永远不知道里面是什么，正是这种随机化的体验，让用户欲罢不能。

而商家等资本主义正是利用消费者这样的心理，大肆推广盲盒商品，利用人们对未知事物的上瘾机制，正和赌博一样，每个赌徒的心理弱点都一样，赢得时候一直想赢，输的时候就像把输的赢回来，虽然盲盒没有赌博那样的粗暴，但是背后反应的心理还是和赌徒的心理非常相似的。

成都市动物卫生监察局工作人员对快递运输车上的宠物进行检测检疫后，发现30只猫狗身上均携有细小病毒，目前已送往成都各大宠物医院接受治疗。情况较好、比较健康的宠物也已被送往爱之家基地安置照顾。

**“盲盒经济”伸向活体动物电商平台难辞其咎**

　　 盲盒概念的起源大约来自日本的福袋，至少可以追溯到20世纪80年代，甚至国内也早有各种形式的扭蛋、盲盒等产品，不过直到2019年，盲盒才真正火爆成为一种普遍的经济现象。

　　最有代表性的要数[泡泡玛特](http://quote.eastmoney.com/unify/r/116.09992)的盲盒生意，其快速的崛起引发了市场的普遍关注，并于2020年12月11日在香港联交所上市，似乎验证了“盲盒经济”的成功。

　　一石激起千层浪，盲盒经济也引起了更多玩家的入局。在许多电商平台中，有许多商家也深谙“盲盒经济”的门道，将滞销产品和热门商品打包成“福袋”进行售卖，成功清理了库存。然而无良商家却推出了“宠物盲盒”，将一些患有瘟疫甚至生命垂危的小动物以盲盒形式进行清理，不仅违背了人伦道德，更缺乏对生命的尊重与敬畏。

　　中国科技新闻网查阅多家电商平台发现，乌龟、仓鼠、寄居蟹、猫、狗等动物都被当做盲盒进行售卖，价格从9.9元到上千元不等，就连外来入侵危险物种巴西龟也被装入盲盒公然出售。

　 事实上，出于动物保护的立场，在我国活物(动物)类的物品是不可以收寄的。《中华人民共和国邮政法实施细则》第三十三条的规定，严禁邮寄各种活体动物，就算是标本类物品，也要出具检疫部门的检疫证明才能投递。如果一定要运送宠物的话，可以找航空托运托运，并且需要到兽医站注射狂犬疫苗、开具注射证明和运输器械消毒证明、办理动物检疫证和健康证等。

此次盲盒事件针对电商平台难逃其咎，我们应该从一个“宠物盲盒”的事件背后去发掘更多的市场原因从监管的角度看，无论是邮政类、电商类还是动植物检疫类规定，随着在线经济的活跃，监管细则需要更新、跟进，以明确界定参与各方的责任。监管机构的规范要尽可能前置，同时与检疫部门形成联动；排名靠前的快递物流企业，尤其是上市类公司，可制定高于国家标准的内部规定，与监管机构形成联动，确保信息畅达。

拟方案：

以淘宝为例，在商家上传宝贝信息的时候，淘宝平台自身肯定存在核查的功能，例如上架商品时肯定要填写商品名称