



精神文明网



报社官方微信

本报(精神文明网)网址
http://www.jswmw.com.cn
国内统一连续出版物号
CN 51-0055
邮发代号 61-19

全国精神文明建设战线 全媒中心 独家报纸

盲盒经济如何行稳致远

——来自盲盒市场的一线调查

本报记者 漆世平

6月15日,市场监管总局发布《盲盒经营行为规范指引(试行)》(以下简称《指引》),明确了盲盒经营禁售清单,为盲盒经营划出红线。

盲盒,就是在相同包装的盒子里放置不同商品,消费者在购买前不知道会买到哪一款,也许是稀有的隐藏款,也许是已有的固定款。近年来,盲盒因其高度不确定性带来的惊喜感、趣味性而深受年轻消费者青睐。不过,在盲盒经济日渐火热的同时,盲盒经营过程中的信息不透明、虚假宣传、假劣产品、售后服务不到位等问题也逐渐凸显。那么,该如何引导盲盒市场规范、健康、可持续发展?近日,记者就此进行了走访调查。

盲盒走红 掀起消费新时尚

“这群小犀牛太乖了,好想买。”6月27日,在成都博物馆二楼的文创服务区,一套憨萌可爱、极具成都风味的石犀盲盒吸引着看展市民的目光。

据成都博物馆文创部主任黄一鸣介绍,这套石犀盲盒以该馆镇馆之宝石犀为原型设计,

共有盖碗犀牛、火锅犀牛、变脸犀牛等十款不同的犀牛形态,其中八款为普通款,两款为隐藏款,且每一款都有着独特的美好寓意。“截至目前,石犀盲盒已销售两万余件,对于传播成都文化、展现成都风俗具有积极意义。”黄一鸣还特别提到,为了给游客提供更好的观展体验,近期成都博物馆还在文创服务区增加了与临时展览相对应的一些文创产品,其中帝王玺盲盒、甲骨文盲盒等考古盲盒受到青少年游客的喜爱,一度卖断货。

与成都博物馆一样,近年来,河南博物院、三星堆博物馆等多家博物院(馆)纷纷推出考古盲盒,让消费者感受“挖古物”的乐趣,销售也十分火爆。

在考古盲盒悄然走热的同时,潮玩盲盒也受到消费者的追捧。记者在多家专门售卖潮玩盲盒的门店走访时发现,展示在玻璃柜里不同主题的玩偶吸引着众多消费者。有人拿起盲盒轻轻摇晃,试图通过重量和声音判断款式;有人与身旁的同伴低声分享着购买经验。在北京市万柳华联的泡泡玛特门店,中国人民大学硕士研究生小楠正站在货架前选购盲盒。“自2019年底入手第一件盲盒以来,

每个月我都会购买两三件盲盒产品,价格从20元到100元不等,目前收集的盲盒产品已经摆满了学校宿舍的书架。”小楠说,收集盲盒渐渐成为她的一大爱好,主要是因为喜欢它们那“可爱的模样”。

泡泡玛特相关负责人告诉记者,盲盒的主力消费人群集中在18-29岁之间,女性多于男性,年轻白领、大学生居多,也有不少中小学生。

除了考古盲盒、潮玩盲盒,“盲盒+”商业模式不断发展到鲜花、文具甚至餐饮、美妆、图书等领域,消费市场上随处可见盲盒的身影,盲盒正成为消费新时尚。

广东深圳一花店店主兰女士告诉记者,为了吸引更多顾客购买鲜花,店里经常会做一些鲜花盲盒供顾客选购,顾客可以在线上下单,也可以在线下直接选购。花店会随机搭配鲜花。“鲜花盲盒带给顾客神秘感,很多顾客都表示打开盲盒那一刻,非常惊喜。”兰女士说道。

“我们店的文具盲盒系列产品卖得不错,比较受中小学生的欢迎。”江苏省南京市一玩具店店员向记者透露,目前“名侦探柯南”“航海王”等动漫类的文具盲盒销量较高,一套盲盒一般有几款普通款和一款隐藏款,有的孩子为了买到隐藏款还会选择“端箱”购买。

乱象丛生 购买请注意避坑

盲盒消费风潮正盛,难免泥沙俱下,信息不透明、虚假宣传、假劣产品、售后服务不到位等乱象接踵而至。

记者在成都市天府广场附近的一家文具店里采访了正在购物的张女士。她告诉记者,她的女儿今年10岁,经常拉着她到这里来开文具盲盒。顺着张女士指引的方向,记者看到一排货架上摆满了文具盲盒,其中最多的是中性笔盲盒。“一支普通中性笔一两元就能买到,装在盲盒里就要卖到10元左右一支,与实际价格不符,难以获得的隐藏款有诱导未成年人



盲目消费的嫌疑。”张女士感慨道,女儿的压岁钱和零花钱几乎全部用于购买盲盒,有时为了集齐一套,重复购买了很多次。

正在北京上大学的刘娜告诉记者,前不久,她花69元网购的盲盒在拆盒时发现明显瑕疵,实物的颜色与宣传图片差别很大,在申请退货时,网店以盲盒产品“不支持7天无理由退换”为由拒绝退款。

西安市民罗晓则告诉记者,前阵子她在网上购买了T恤盲盒,商家宣传时说平时卖100多元一件的T恤,现在购买99元的盲盒就可以拥有3件,她感觉很划算就下了单。“收到盲盒时完全高兴不起来,3件T恤质量很差,完全是商家‘清库存’的手段,由于无法退货,只能吃哑巴亏。”罗晓无奈地说道。

记者在调查中发现,有过类似遭遇的人不在少数。“盒子里装的是‘三无产品’”“未成年人花上万元抽盲盒遭遇维权难”“‘问题’盲盒退货难”之类的报道也不时见诸报端,引发社会广泛关注。3月14日,市场监管总局发布的2022年消费投诉数据也显示,盲盒热潮下,消费者投诉高达4.14万件,同比增长61.72%。

(下转A2版)



用规则“指引”盲盒健康有序发展

李英锋

近年来,盲盒营销风靡于市场,给商家创造了新卖点,给消费者带来新体验。然而,盲盒经营中出现的一系列问题,扰乱了市场秩序,侵犯了消费者权益,要求规范盲盒业态的社会呼声日益强烈。市场监管总局印发的《盲盒经营行为规范指引(试行)》(以下简称《指引》),为盲盒经营划出了红线,回应了公众关切,也为监管部门执法监督、经营者自律、消费者维权,提供了明确的依据和指南,

对促进监管公平、规范盲盒市场发展,具有里程碑意义。

由盲盒不透明的性质所决定,有些商品不适宜采用盲盒营销,对“万物皆可盲盒”的营销理念进行限制,有必要性、合理性。《指引》分层拉出盲盒负面销售清单,禁止不适宜进入盲盒领域的药品、医疗器械、活体动物、易燃易爆物品等以盲盒形式销售,对于关系人民群众健康的化妆品、食品,则作出限制性表述。负面销售清单守住了盲盒的内容底线,有助于从源头遏制盲盒过度营销的现象。

盲盒营销信息不透明、商家居于信息优势地位,为商家忽悠消费者、诱导消费者不理性消费提供了掩护。对此,《指引》明确了信息披

露范围,要求盲盒经营者将盲盒内物品的商品价值、抽取规则、抽取概率等关键信息,以显著方式对外公示,保证消费者在购买前知晓真实情况。盲盒信息透明,可遏制经营者通过后台操纵改变抽取结果、随意调整抽取概率等暗箱操作行为,能有效保障消费者的知情权、选择权和监督权。同时,《指引》鼓励经营者建立保底制度,设定抽取时间、抽取金额上限和次数上限,承诺不囤货、不炒作、不直接进入二级市场,有助于引导理性消费,给盲盒的市场“虚火”降温。

未成年人尤其是低龄儿童的自制力差,容易对盲盒消费上瘾。《指引》要求完善未成年人保护机制,对盲盒销售对象的年龄作出严格限

制,禁止向未满8周岁未成年人销售。要求盲盒经营者采取有效措施防止未成年人沉迷,保护未成年人身心健康;鼓励地方有关部门出台保护性措施,推动净化学校周边消费环境。这些要求体现了对未成年人的关爱,有利于引导未成年人健康理性消费,呵护未成年人健康成长。

给盲盒立规矩很重要,落实规矩更加重要。监管部门、消协、经营者、行业协会等都应增强执行意识,积极按照《指引》确定方向、把控底线、承担责任、规范行为,形成规范盲盒业态的合力,助推盲盒业态健康有序发展,为消费者营造诚信、公平的盲盒消费环境。



本期导读

清水村里沐清风

四川省资阳市乐至县高寺镇清水村始终坚持物质文明和精神文明两手抓,努力实现群众物质精神“双富裕”,基础设施不断改善、人居环境不断提升、产业实力不断增强,乡风文明不断深化,被评为全国文明村、全国乡村治理示范村。(A4版)

让科学教育更科学

近日,教育部等十八部门联合印发《关于加强新时代中小学科学教育工作的意见》,全面部署新时代中小学科学教育。《意见》提出,通过3至5年努力,科学教育质量明显提高,中小学生学习素质明显提升。那么,如何加强新时代中小学科学教育工作?(B4版)

2023年陕西省“新时代好少年”发布

本报讯(陕文)他们品学兼优,乐于助人;他们热心公益,保护生态环境;他们自立自强,勇挑生活重担……6月30日,2023年陕西省“新时代好少年”发布仪式暨“向阳花开”乡村学校少年宫艺术展演在杨凌大剧院举行。

由陕西省委文明办、省教育厅、团省委、省妇联、省关工委联合开展的2023年度陕西省“新时代好少年”推荐评选活动历时3个多月,经过广泛发动,层层推动,认真遴选,优中选优,32名来自全省各地的“新时代好少年”最终脱颖而出。

现场还举行了“向阳花开”乡村学校少年宫艺术展演活动,来自杨凌各个乡村学校少年宫的孩子们为观众们表演了合唱、舞蹈、木偶戏等一系列精彩的节目,赢得现场阵阵掌声。



新华社济南7月3日电(记者 张力元)7月3日,来自全国31个省(区、市)和新疆生产建设兵团的300名选手在山东聊城参加第一届全国农民技能大赛,他们将围绕手工刺绣、手工编织、手工剪纸、泥塑、面花制作、农民画这6个比赛项目展开角逐,交流展示农民智慧和创造。

本届大赛由农业农村部、人力资源社会保障部、共青团中央、全国妇联共同主办,主题为“塑匠心育人才,强产业促振兴”。

农业农村部副部长张兴旺在大赛开幕式上表示,举办全国农民技能大赛旨在弘扬农耕文化、传承乡村技艺,让农民唱主角,以大赛强技能,带动构建一支爱党报国、敬业奉献、技艺精湛、素质优良、规模宏大、结构合理的高技能人才队伍,夯实乡村振兴的人才基础。

据了解,本届大赛为期2天,大赛共设一等奖6名,二等奖30名,三等奖60名,最佳创意奖、最佳传承奖共12名。