

信息不透明 质量不过关 损害消费者合法权益

盲盒市场监管不能留“盲区”

近年来,消费市场兴起一股“盲盒热”。从玩具盲盒、文具盲盒到美妆盲盒、图书盲盒,甚至还出现了机票盲盒、宠物盲盒等,商家不断变换花样,吸引消费者。然而,在火爆的盲盒消费背后,存在不少隐忧:有的商家以次充好,销售不合格产品;有的诱惑未成年人购买,使其沉迷其中;还有的甚至违法违规经营,销售违禁品。

日前,收到许多读者来信,反映盲盒销售中存在的问题、风险等,呼吁有关部门及早重视,强化监管。



一些消费者为追求刺激体验导致购买成瘾

线上线下,销售盲盒的场所有很多。记者在某电商网站以“盲盒”为关键词检索,搜索到相关商品信息 4400 余条,销售量最高的玩具盲盒多达上万个。在线下,玩具盲盒也十分常见。

玩具盲盒款式多样,以人物玩偶最为常见,有些使用了知名动漫、电影中的人物形象,有些则是卡通版的神话传说、历史人物。盲盒往往成系列推出,同一系列包含的商品通常有 10 多种,在造型、图案等方面有一定差别。其他品类盲盒所售商品虽然不同,不过玩法大致一样。

盲盒并不能按消费者喜好直接购买,而是要“凭手气”。“光看盒子不知道里面的玩偶是什么款式,能否买到自己喜欢的,得看运气。这种类似买彩票一样的刺激体验,正是开盲盒的一种乐趣。”许先生是盲盒爱好者,他表示,购买盲盒的兴奋点就在于不确定性、刺激感以及收集的乐趣,这是盲盒爱好者普遍追求的消费体验。而盲盒经营

者为了迎合消费者这种心理,通过增加产品收集难度吸引消费者,“比如,每个系列的盲盒,除常规款外,都有一款概率很小的隐藏款、限量款等”。

“抽到稀有的隐藏款、限量款,会觉得特别幸运、有面子。”湖北武汉市读者高雅说,“有时并不想买,但看到别人抽中了限量款,就忍不住想再试试。”据媒体报道,有的消费者为抽中限量版玩偶,一次性购买了 500 只盲盒,单次消费就达 3 万多元。

上海市读者余元坤从去年开始收集成套的玩具盲盒。他说:“盲盒单价并不便宜,通常要几十元,单次购买可能还不会有什么心理负担。但盲盒的玩法类似博彩,总想买到自己心仪的款式,于是总想‘再试一次’。前几天我算了算,这一年多下来,花在购买盲盒上的钱累计有近万元,自己都吓了一跳。”

不只是成年人沉迷于盲盒中不能自拔,在一些地方,盲盒在未成年人中也逐渐

流行起来。据辽宁省沈阳市读者张爱霞反映,她的孩子三天两头就会购买一种文具盲袋,“我见女儿一直往家里带文具,还以为是为买来备用的。后来发现她越买越多,一问才知道,这些文具都是盲盒里的,买来也不是为了使用,而是为了凑齐一整套”。

记者走访了一些学校周边的文具店、小卖部等,发现有些商家在销售不同品牌的文具盲盒、文具盲袋等。据店主介绍,一只文具盲袋单价在 8 元到 10 元左右,里面有中性笔、橡皮、尺子等多种文具,文具上有鲜艳可爱的卡通形象,“孩子为了集齐整系列卡通形象,大多都会重复购买”。

浙江省宁波市消保委 5 月份曾发布消费警示,表示接到多起与文具盲盒相关的咨询及投诉,有学生为抽取隐藏款文具,连续购买了总价 2000 余元的文具盲盒。宁波消保委提醒,应警惕文具盲盒引发孩子购买成瘾。

对盲盒销售应制定有针对性的监管举措

山西阳泉市读者冯宽表示,盲盒作为一种新兴的商业模式缺乏有针对性的监管举措,应当通过严格的监管和行业自律,将盲盒消费引入健康发展的轨道。

许多读者谈到,要清理盲盒销售中存在的各种乱象,法治手段不可或缺。辽宁盘锦市读者谢祥龙说:“经营活动的创新,不能突破法律底线。比如用普通快递寄递‘宠物盲盒’,看着新鲜,但涉嫌违反相关法律法规,应当坚决予以整顿。”

也有读者认为,在坚守法律底线的同时,也要及时完善和细化监管规则,避免出现“监管盲区”。“新的商业模式层出不穷,需要相关部门根据新型商业模式的特点,不断完善监管规则,避免出现无规可循的盲区。”安徽宣城市读者邹笑说。

“不确定性”是盲盒的主要卖点,却也是消费者面对的主要风险。一部分不良商家正是以“保持神秘、享受惊喜”为借口,隐匿生产厂家、生产日期等关键信息,销售不合格产品,逃避责任。专家认为,盲盒消费要实现健康发展,必须实现经营活动的公开透明,充分保障消费者的知情权。

“没有透明度,就没有盲盒消费的可持续发展。”中国人民大学法学院刘俊海教授认为,应通过有效监管,督促商家提高经营透明度、诚信度,解决买卖双方信息不对称的问题。

对此,一些地方已经采取了措施。四川省成都市市场监管局日前发布《关于电商“盲盒”合规经营及理性消费告知书》,明确“网络交易平台、平台内经营者不得作出虚假、夸大或者引人误解的宣传,确保盲盒内在物品的商品价值、出现概率、分布方式等关键信息真实透明。倡导‘盲盒’产品生产、经营者向消费者明示产品抽中获得隐藏款或限量版产品的中奖概率”。还有一些地方已经开展专项行动,依法从严查处各中小学、幼儿园周边的“三无”盲盒产品。

针对部分盲盒经营者过度营销的情况,河南焦作市读者蔡一鸣建议商家加强自律,多从提高产品质量上下功夫,“归根结底,盲盒是一种商品,最终要靠质量取胜。一味利用消费者的猎奇心理过度营销、饥饿营销,消费者早晚会产生厌倦。对一个品牌来说,这并非长久之计”。

余元坤回忆一年多来购买盲盒的经历,希望广大消费者保持理性,量力而行,“买盲盒、开盲盒,本来是一种娱乐。但如果沉迷于此,浪费时间和金钱,它就成了一种负担。希望消费者能够根据自身经济能力和兴趣爱好,理性消费”。

(沈童睿)

商家利用信息不对称销售劣质产品



开盒后消费者才能知道买到了什么,这种刺激感是盲盒最大的卖点,但也正因如此,消费者对盲盒内物品的信息往往了解不多。部分不法商家利用这种信息不对称,夸大商品价值,或者销售劣质产品。

李女士是某视频网站的活跃用户,制作过多期盲盒开箱视频。她表示,一些市面上比较成熟的盲盒品牌,也出现过货不对版、产品

有瑕疵等问题,“我自己就买到过已下架的旧货,有些商品还存在质量问题”。

有消费者曾参加过一场图书盲盒网售活动,每只盲盒售价约 40 元,其中包含两本书以及若干文创产品等。打开盲盒他却发现,两本书中竟然有一本是 20 年前出版的旧书,封面、封底都有明显折痕,文创产品也是粗制滥造。这名消费者表示:“消费者购买盲盒,都有一

定的思想准备,买不到自己喜欢的东西。但这次商品质量明显有问题,我怀疑盲盒只是个幌子,商家真正目的是为了清理库存。”

有些商家还通过盲盒销售质量不合格产品,侵害消费者合法权益。上海市浦东新区消保委曾委托专业检测机构对 10 件不同品牌的玩具盲盒产品进行检测,结果发现其中 8 件存在安全隐患,存在造成儿童呼吸道堵塞进而导致窒息的安全风险。

近段时间,快递盲盒逐渐流行起来,消费者只需以极低的价格就能购买一些无人认领或者退回商家后被丢弃的快递包裹。据一名网店客服介绍,这些快递盲盒都是从快递公司收购回来的,消费者只需花 20 多元就可以买到 30 到 40 个包裹,包裹一般按照大小、重量分类,但连销售商家也不知道包裹中到底是什么商品。

此外,还有一些商家假借盲盒,销售法律法规明令禁止的商品。一些商家推出所谓的宠物盲盒,通过普通快递寄送狗、猫等活体动物,一些动物在寄送途中奄奄一息甚至死亡。按照国家有关法律法规,活体动物属于禁止寄递或者在邮件内夹带的物品,即便是走专门的活体动物托运渠道,也需要提供免疫注射证明、动物检疫证书等。但有些宠物盲盒销售商家证照全无,运输更是走普通快递流程,造成严重的公共卫生安全隐患。