

# 买盲盒别盲目 概率、价值、需求要心中有数

伴随当下盲盒消费的流行,与之相关的损害消费者权益事件也屡屡发生。为此,今年6月,市场监管总局发布了《盲盒经营行为规范指引(试行)》(以下简称《指引》),从多个角度对盲盒的市场销售进行规范。那么,《指引》发布后市场情况如何?笔者就消费者关注的盲盒抽取概率、盲盒产品质量、盲盒所含商品价值以及对未成年人保护等进行亲身体验与采访。

## 概率明示了吗

很多消费者认为能否从盲盒中抽到心仪的商品要凭手气,其实不然,要看概率。以往的盲盒,无论常规款还是隐藏款都是盲抽,消费者根本不知道抽出的概率,不过《指引》中明确规定,盲盒销售时要标明隐藏款抽出概率。那么现在商家都主动标明了吗?

笔者在多家线下实体店看到,知名品牌的玩偶盲盒都标明了隐藏款的抽出概率,有的品牌还标明了普通款的抽出概率。在北京石景山喜隆多商场中的酷乐潮玩店铺,笔者看到一款标价69元/个的玩偶盲盒,该系列盲盒含有8款普通款、1款隐藏款,商品的外包装上注明“隐藏款的生产配比是1:144”。笔者询问销售人员:“我买多少个盲盒能抽出隐藏款?”销售人员说:“1:144的抽出概率,理论上说需要买144个、花9936元有可能得到隐藏款,但不确保一定抽到。”笔者还在喜隆多商场中的泡泡马特店内看到,店铺中销售的所有玩偶盲盒不仅标明了隐藏款抽出概率,还标明了普通款抽出概率。隐藏款的概率多为1:144,也有1:108的。

## 品质有保障吗

如今不仅有玩具、电子产品的盲盒,就连食品、化妆品也有盲盒。消费者在购买盲盒之前看不到里面的商品,那么其品质如何保障呢?《指引》规定,盲盒经营者应当按照法律法规规定,通过产品标签、消费提示等方式充分告知消费者盲盒商品的名称、产地、生产者、执行标准、性能、规格、成分、生产日期、有效期限、使用存储条件、安全警示、“三包”条款等关系商品质量的基本必要信息,标注的信息应当真实、准确。

笔者在调查中发现,网上销售的盲盒商品品质良莠不齐,整体质量低于实体店。一位消费者告诉笔者:“我曾某视频平台点击一个盲盒链接后,消费198元抽了3个盲盒,看到图片上是精致的不粘锅,便直接提货了。没想到收到一个做工粗糙的‘三无’产品,这时候再找抽盲盒的链接已经找不到了。”也有消费者在网上购买零食盲盒,收到后发现大约有1/5的食品已经过期,还有的消费者购买商家自制的化妆品盲盒,收到后发现都是“三无”产品。

## 价值和价格相匹配吗

不少消费者购买盲盒时都怀有好奇心,想看看盲盒里面到底有什么商品,是否物有所值。《指引》规定,盲盒经营者应当依据生产经营成本和市场供求状况,合理确定盲盒价格。在市场上,直播开盲盒、品牌促销盲盒、美食盲盒等形形色色的盲盒所含的商品到底价值几何?

据了解,一些消费者投诉网上购买盲盒收货后发现为空气盒,还有的消费者收到的是商品图片、模型。网名为“颜九”的消费者告诉笔者:“我总结了购买盲盒两年的经验,买盲盒要注意挑商家和品牌,不然容易上当受骗。我平时喜欢根据化妆品品牌购买盲盒,每次收到的化妆品价值都要超过购买金额。比如2022年底我花2600元购买了某知名品牌的化妆品盲盒,打开后里面有正装、中样、小样,其中还有正在热卖的明星产品。我算了一下,所有的产品加在一起价值5000元左右,非常值。”

## 论斤卖的盲盒消失了吗

《指引》明确规定,无法投递又无法退回的快件,不得以盲盒形式

销售。不过笔者在一些购物平台上仍然看到有商家把滞留快件当盲盒销售。

笔者发现,网上有大量论斤卖的盲盒,如99元1斤、70元5斤、298元20斤……其中有商家宣称,这些盲盒所含商品都是快递的滞留件,里面到底有什么谁也不知道,只能论斤打包成盲盒出售。

网名为“大吡花”的消费者告诉笔者,他购买了一个125元10斤的盲盒,打开后发现里面是一件件快递,上面还贴着货运单。将每件小包装拆开后发现,里面有门把手、小奶瓶、手机壳、血压仪、防漏密封胶等51件商品。他说,如果按照市场价格计算,这些商品的总价远远超过125元。不过对于他来说,几乎没有什么符合自身需求的商品。

## 未成年人得到应有保护了吗

购买盲盒的主要人群是年轻人,学生则是购买玩偶盲盒的主力群体。因为未成年人心智尚未成熟,为了避免带来不良影响,《指引》规定,盲盒不允许销售给8岁以下的儿童。那么从实体店到网上,还有商家将盲盒卖给8岁以下儿童吗?

世纪金源、喜隆多商场中的多家盲盒销售店铺的销售人员都表示,已经知道盲盒不允许销售给8岁以下的儿童。在喜隆多泡泡马特店铺内,笔者看到销售人员在和一位带着模样小于8岁儿童的家长说:“您要是选购盲盒没问题,但是我们不向8岁以下儿童出售盲盒。”家长听后立刻高兴地对孩子说:“咱们走吧,你太小,等长大了才能买这些盲盒。”

开盲盒是一个有趣的过程,但是购买的时候还是要选对商家、弄清规则、按需选购,这样才能明明白白不盲目。

(李建)

## 浙江杭州 突击检查 美容美发行业

近日,浙江省杭州市余杭区市场监管局9个基层所同时出动,对日常投诉举报量相对较多的美容美发店开展集中执法检查,重点打击不明码标价、价格欺诈、产品无合法来源、虚假宣传和广告等违法行为。

据悉,自启动美容美发专项行动以来,余杭区市场监管局精心布置,迅速行动,对行业乱象始终保持高压态势,共检查经营主体270家,责令整改13家,立案查处37起,并发布3起典型案例。

余杭区市场监管局提醒消费者,在进行美容美发消费时,应认真了解商家的信誉和经营状况,尽量选择信誉好、规模大、经营时间长的美容美发机构,并务必认真查看其营业执照;理性办理美容美发预付卡,选择正规商家、理性充值,同时应降低预付额度,缩短使用周期,避免陷入“消费贷”“套路贷”及预付金被卷跑路的圈套;谨慎对待宣称效果过于神奇的服务与产品;增强自我保护意识和维权意识,发生消费纠纷时,消费者可先与经营者协商,协商不成,可拨打12315热线电话投诉举报。

(施本允)

## 广西南宁 开展非法改装电动车 和摩托车专项整治行动

近日,广西壮族自治区南宁市市场监管局决定在全市范围内组织开展非法改装电动车和摩托车专项整治行动,进一步防范化解道路交通安全重大安全风险,严厉打击非法改装电动车和摩托车等违法违规行为。

据介绍,南宁市将加强对电动自行车和摩托车生产的监督检查,督促指导电动自行车和摩托车生产企业严格按照产品强制性国家标准和强制性产品认证要求组织生产,强化产品质量安全,严把出厂检验关,确保生产产品与强制性认证证书参数保持一致,从源头上防范电动自行车出厂后擅自解除限速功能。

据了解,南宁市市场监管部门将电动自行车、摩托车及电池产品质量列为“铁拳·桂在真打”行动重点整治内容,对电动自行车、摩托车销售企业及经营场所,以及电动自行车售后服务、维修等场所进行排查,并加强对电子商务平台销售电动自行车、摩托车及配件产品的监管,严厉查处电子商务平台销售改装电动自行车、摩托车等违法行为,严厉查处无照销售电动自行车及蓄电池、充电器等配件产品行为。

(顾艳伟)

## 黑龙江哈尔滨 推行食品生产许可 “一证多址”试点

为优化许可审批服务方式,便利企业扩大经营规模,近日,黑龙江省哈尔滨市市场监管局推出食品生产许可“一证多址”试点改革新举措,食品生产许可证上可载明多个生产地址。

据介绍,“一证多址”是指同一经营主体在其住所所属的行政辖区(区、县市)内,存在两个及以上的食品生产地址,经该经营主体申请,许可机关现场核查,对符合食品生产许可条件的,准予在其食品生产许可证上载明多个生产地址,并在《食品生产许可产品明细表》的备注栏注明对应食品类别的生产地址。食品生产企业在其住所所属行政辖区(县、市、区)内增设不需前置许可的经营场所,可不再办理分支机构设立登记手续,只需向登记机关申请备案登记,在其营业执照上加注经营场所地址。登记机关核准载明多个生产地址后,即可申请食品生产许可“一证多址”,先有营业执照“一照多址”,再有食品生产许可“一证多址”。

(刘传江)

## 图片新闻

### 北京石景山: 检查涂料市场 促产品质量提升



夏季气温高,对于销售易挥发有机物的建材市场来讲,危险系数比较高。针对此情况,7月25日,北京市石景山区市场监管局检查了集中销售含有挥发性有机物的涂料经营主体,共发现5家经营主体在售的部分相关产品标识标注不全,已责令立即下架并对已售出产品进行退换货。

董芳忠 摄