

盲盒经济终于还是向未成年群体的钱包下手了。

近年来,盲盒作为一种潮流玩具,精准切入年轻消费者市场,受到了众多消费者的追捧,并形成了特有的“盲盒经济”现象。在今天的市场中,玩偶、文具乃至博物馆的文创衍生品,都能装进盲盒之中。然而,随之而来的畸形消费也伴随着各种乱象——过度消费、购买成瘾、互相攀比……新快报记者走访发现,盲盒的营销方式实际上是套路满满。比如,在中小学生热衷的“文具盲盒”界,一支两三元的中性笔,穿上些花里胡哨的包装,辅之以普通款和隐藏款的“盲盒”概念,价格就可以涨几倍,有些隐藏款的价格更是被炒至涨了10倍。这种让人“上瘾”的盲盒经济,又该如何监督?

■新快报记者 陆妍思 文/图

1 现象 盲盒售价是普通文具两倍多 隐藏款被炒至10倍

近日,新快报记者走访了天河区多家文具店,发现各式各样的“文具盲盒”堆头占据了店面的主要位置。“文具盲盒”花样很多,包括自动铅笔、中性笔、修正液、本子等,甚至还有成套销售的文具大礼包,价格从五六元至几十元不等,外包装则为“与子成说”“航海王”“林深不知处”“柯南”等主题动漫,如热销的晨光“林深不知处”盲盒,一盒24支笔,每支笔都是不同的动漫形象,但从外包装看不到里面具体的产品,单支笔售价约8元。但记者看到一旁普通同款的晨光中性笔仅售3元左右,套上了动漫外衣,再加上“盲盒”玩法,售价就涨了两倍多。

放学时分,在记者逗留在文具店的短短15分钟内,就有十多名学生前来消费,其中一半以上的目标都是文具盲盒。一名正在抽“与子成说”盲盒笔的小学女生告诉记者,她已陆续买了十几支这个主题的盲盒笔,为的就是抽CP及隐藏款,原来该款盲盒主题人物都是中国古代爱情故事的男女主人公,包括牛郎&织女、唐伯虎&秋香、聂小倩&宁采臣等,所以“抽到了‘牛郎’便也想要‘织女’”,当天该女生抽到了“祝英台”后难掩脸上失望的神情,“祝英台我早就有过了”。不过由于“盲盒”属性,售出的“文具盲盒”不退不换,她无奈地说明天会把笔带到学校,与同学交换别的款式或送人。当记者问她最想抽到的是什么,她立马说:“当然是‘虞姬’,‘虞姬’是隐藏款特别难抽,我都抽到项羽两次了,就是抽不到虞姬。”她还说班上有一个同学就抽到了“虞姬”,大家都非常羡慕。

一位文具店老板介绍,相比较普通的文具来说,“文具盲盒”的产品确实要更好卖一些,“有的小学生一放学就会来到店里,一抽根本停不下来”。记者发现,走访的多家文具店不仅没有劝导学生理性消费,反而推出了“买得多优惠多”的营销活动刺激销售,如其中一家文具店在盲盒堆头上打出了“满4支9折,买一整盒8折”的宣传标语。

除了文具店,记者在杂货店、便利店也发现了文具盲盒的身影。在悦汇城的日系杂货店“畹町”中,盲盒被摆放在入门最显著的位置,由于临近六一节,销售相当火爆。记者采访期间,就有一位妈妈带着儿子,一口气买下一整盒“航海王”的中性笔盲盒,一共12支,虽然有满100元减15元的优惠,折后买单也超过150元。

这位妈妈说因为临近六一儿童节,一早就承诺让儿子挑一份礼物,“其实之前他就自己用零用钱陆续买过好多,为的就是凑齐一整套,希望这次一整盒买了,以后就不要再抽。”这位妈妈担忧地说,儿子现在脑子里天天想着要抽齐一整套盲盒笔,恐怕会影响学业。

不仅线下买的人多,文具盲盒的线上销售也十分火。记者在某购物平台搜索“文具盲盒”等关键词,即弹出数百款产品,销售靠前的近30天成交上千单。记者更发现部分商家哄抬隐藏款价格,如之前提到的“与子成说”隐藏款“虞姬”,有一家商店以48元的高价出售该款“拆盒装”,而同系列其他普通款的“拆盒装”网上售价仅为三四元左右,隐藏款被炒至超过10倍的价格。

隐藏款价格涨10倍?

过度消费、购买成瘾、互相攀比……



■记者走访了天河区多家文具店,发现各式各样的“文具盲盒”堆头占据了店面的主要位置。

2 监管 行政监管与教育引导融合,抵制“文具盲盒”不利影响

实际上,六一儿童节前夕,针对“文具盲盒”可能给中小学生、学龄前儿童带来购买成瘾、过度消费等不利影响,广州市市场监管局、教育局联手针对全市中小学、幼儿园周边销售“文具盲盒”开展为期一个月的专项整治行动,严厉打击各类生产、销售违法行为,引导学龄前儿童、中小学生正确认识“文具盲盒”,自觉抵制“文具盲盒”的不利影响。

据广州市市场监管局介绍,此次专项整治,市场监管部门将以中小学、幼儿园周边销售“文具盲盒”等经营者为重点,开展专项清查行动。重点检查、依法从严查处中小学、幼儿园周边销售无厂名、厂址等来源不明、无标准或产品合格证明等“三无”产品,未经CCC认证的列入CCC认证目录的产品,价格违法等违法行为。

同时,此次专项整治将强化销售行为引导,对购买“文具盲盒”的孩子进行消费提醒,避免诱发学龄前儿童、中小学生过度消费。运用校园网站、微信平台等宣传载体,让家长、学龄前儿童、中小学生正确客观看待“文具盲盒”,避免家长、

学龄前儿童、中小学生盲目购买、过度消费,引导学龄前儿童、中小学生从文具的价格、质量、资源节约等方面做出理性选择。

广州市市场监管局有关负责人表示,这次专项整治强化行政监管与教育引导的融合,形成政府、学校、家庭共同管理合力,共同打造利于学龄前儿童、中小学学生发展的校园周边成长环境,保障学龄前儿童、中小学学生身心健康。

女儿就读石牌小学的林女士近日收到了学校发出的“致家长的一封信”,内容正是关于“文具盲盒”:“请家长们要多关心您的孩子,当您发现孩子突然以各种的理由向您要钱,一定要细心了解这些钱的用途,如果小孩已购买使用‘文具盲盒’,甚至为收集完整的主题而购买较多甚至大量文具盲盒,请您一定要阻止并从正面引导,并及时和学校联系,家校共育。让他们远离‘文具盲盒’带来的不利影响。”

林女士说,这封信在家长群引起了不少的讨论,家长们互相沟通后才知道,原来班里超过九成的同学都有购买盲盒

的经历。大多数家长不赞成让孩子大量购买盲盒,认为这是一种“赌博”心理。一名家长抱怨,因为孩子喜欢购买文具盲盒,零用钱很快就花光了,更有家长说小孩子“抽不到想要的款式,转手就扔”。但也有家长认为,文具盲盒就与自己小时候“干脆面中的卡片搜集热”一样,每个年代都有,模式不同而已,不必太草木皆兵。

如何引导孩子“冷待”“文具盲盒”也成为了家长热议的话题。专注儿童教育发展研究超过6年的国家三级心理咨询师周星燎老师接受记者采访时表示,购买盲盒是带有博弈色彩的猎奇心理,小孩子对新事物,而且还是不断给予新刺激的事物充满好奇是正常的,并不宜将其视为洪水猛兽强行制止。“就像大人们集邮票、追电视连续剧的心理一样,会抱有期待,大部分孩子对拆盲盒的兴趣会持续一段时间得到满足后自我消退。”她以一名家长的案例举例,这名家长先满足孩子,只要是孩子用自己的零花钱购买“文具盲盒”便不强硬干预,还与其一起分享,甚至陪伴孩子做盲盒玩盲盒游

戏,当孩子懂得当中商家的“套路”,逐渐便对盲盒的兴趣降低,整个过程持续了近一年。

彩云网评特约评论员陆月玲则认为,中小学生现在正处在身心发育的关键时期,还未形成正确的价值观和消费观,自控能力较差,对盲盒中不确定的产品会产生较强的期待感,非常容易沉迷其中,这不仅容易引发孩子购买成瘾过度消费,也会滋生盲目攀比之风,影响中小学生的身心健康发展。她表示,如何杜绝“文具盲盒”引发孩子购买成瘾,需要家长、监管部门、企业三方合力。家长们“给钱花”的同时,也要注意引导孩子们“怎么花”,如果发现孩子对文具盲盒上瘾,应采取有效措施,多引导孩子做一些有意义的事情转移注意力,如阅读、参加公益活动等。监管部门需进一步关注“文具盲盒”的产品质量及营销宣传,确保未成年消费者的知情权、选择权和公平交易权等合法权益不受侵害。文具厂商也应该担负起一定的社会责任,生产和销售企业应以身作则,不能为商业利益诱导未成年人过度消费。