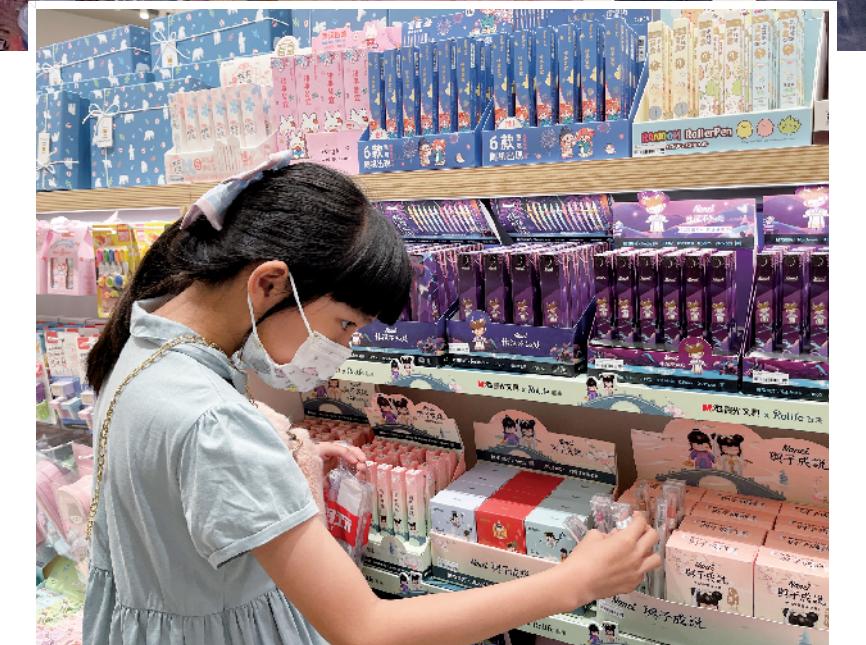


# 盲盒经济向未成年群体的钱包下手了

广州重拳出击整治“文具盲盒”乱象



“文具盲盒”有风险  
劣质文具或摇身一变  
成了身价倍增的盲盒

## 消费提醒

作为国内成立最早的政府依法设立的第三方综合性产品质量监督检验机构，广州质量监督检测研究院接受新快报记者记者采访时表示，“文具盲盒”有风险，消费者因无法直接观察商品的外形、质量等属性，这种消费模式会将消费者推向更不利的交易地位，对未成年的学生来说尤其如此。

部分商家为了追求利益，可能将一套劣质的文具装入盲盒内，立即身价倍增。“三无”盲盒也时有出现，拆开盲盒后，内装文具可能不符合相关国家标准要求，有的可能存在划痕、污渍等外观质量瑕疵，有的甚至存在锐利尖端、锐利边缘、有毒有害物质超标等严重质量安全隐患。

## 3 | 市场

### 巨头大咖纷纷入局 但“盲盒第一股”市值却大跌

“文具盲盒”兴起的背后，是盲盒经济在中国市场早已经成了一盘大生意，而其商业模式又很好复制，各行各业都想分一杯羹。

去年12月10日，泡泡玛特在港交所上市，发行价38.5港元/股，超额认购达到近356倍，暗盘暴涨超90%，在挂牌首日开盘就一度暴涨超100%，市值迅速超过千亿港元。

虽然泡泡玛特有“盲盒第一股”之称，但根据天猫新品创新中心《潮流玩具行业趋势与洞察白皮书》，按照2019年零售价值计算，其占中国潮流玩具零售市场份额仅8.5%。市场空间仍相当巨大，因此吸引各行业大咖纷纷布局潮玩盲盒，出现“神仙打架”的局面。去年泡泡玛特上市之际，名创优品宣布推出独立潮玩品牌“TOPTOY”，并在广州开出首店，目前TOPTOY已经在中国15个城市开设了25家线下商店，同时还计划在今年内开设机器人商店和第一家海外商店；老牌文具公司晨光文具在2017年开启全新战略转型期，便决定布局潮玩类产品，眼下热销的文具盲盒大多出自其手；依托国内动画原创IP起家的奥飞娱乐，也在潮流玩具市场上不断布局，仅是去年第四季度，其推出的“阴阳师”系列盲盒出货量已达250万只。一众互联网巨头也加入战团，今年年初，腾讯推出了“曜App”，随后百度打造潮玩项目“热度潮玩”，阿里推出了

内容IP潮玩品牌“锦鲤拿趣”，优酷也成立了专门面向潮玩业务的子品牌UTS(YOUKU Toy Show)，B站直接投资并购了动漫周边模型玩具网ACTOYS……

据Mob研究院发布《2020盲盒经济洞察报告》显示，盲盒已经成为潮流玩具中受面最广、热度最高的品类，盲盒行业将蓬勃发展。在未来5年，盲盒行业会迎来高速增长期，预计在2024年盲盒行业市场规模将翻两倍达到300亿元。

不过，近一个月以来，泡泡玛特股价一路走低，从最高点的107港元，到一度跌破60港元，市值几乎遭遇腰斩，为火热的盲盒经济浇下一盆冷水。

将泡泡玛特推上舆论风口的，是其4月份推出的一禅小和尚禅寓山海系列、SKULL PANDA系列等新品盲盒的售价从59元涨至69元，涨幅高达16.95%。对于涨价这一举动，泡泡玛特相关负责人回应称“原材料价格上涨、工艺设计增加成本”。但是，许多消费者对这样的回应并不买账，有网友直言“毛利率这么高，还好意思涨价？”

据泡泡玛特发布的2020年年报显示，报告期内，泡泡玛特营收25.13亿元人民币，毛利15.94亿元，毛利率达到68.7%。不过，其2020年营收增速仅为49.32%，而该数据2018年、2019年却在225%以上。

## 4 | 观察

### 中消协提醒： 隐藏款不过是商家的一种饥饿营销

据证券业内分析人士认为，泡泡玛特涨价表面是成本上升，背后真实的原因或是市场需求下降，导致其不得不涨价去维持收入水平及利润水平。但此举正好击中了盲盒商业模式中最敏感的一环，溢价本来就高，再叠加涨价，导致商誉受损玩家流失。

更令人揪心的是，价格上涨，玩家等来的却不是更好的质量。“我们在接受涨价的同时，期待更好的品质，然而现实给了我一次重锤。”网友一只羊表示，自己好不容易抢到的Skull-panda热潮系列“一盒12个娃，10个有瑕疵”。也有网友在微博吐槽，这次盲盒的瑕疵率高达70%。

据不完全统计数据显示，截至5月29日，黑猫投诉平台上关于相关泡泡玛特的投诉达3684条，投诉集中围绕在发货延迟不退款、商品有瑕疵返厂后无备品不退款等问题。

也有人质疑，泡泡玛特玩饥饿营销，为的

是炒高二手市场的价格。此次发售熊喵热潮系列因为限量6万套，一经上线迅速告罄。有不少网友发现，发售当天已经有店员串货在二手平台上倒卖，整箱12个价格已经高达15000元。去年12月22日，泡泡玛特就曾被爆盲盒拆封后二次销售。之后，泡泡玛特回应情况属实，系5名员工违规操作，已解除劳动合同，且涉及商品全部收回。

中国消费者协会曾发布消费提醒，盲盒市场存在的问题包括：商家过度营销，尤其是设置“隐藏款”等抽中率极低的产品进行饥饿营销；商家涉嫌虚假宣传，商品颜色、款式很可能与宣传不符，商家还会夸大商品价值、虚构中奖概率等；产品质量难以保障，山寨货、二次销售品、“三无”产品时有出现，部分商品还存在划痕、掉漆、污渍等质量瑕疵；消费纠纷难以解决，部分商家遇到质量问题，只换不退，售后效率低下。