

“快递盲盒”恐多是真“盲盒”假“快递”

揭秘“快递盲盒”背后的生意经



观点

“快递盲盒”应寻求合法生存空间

迎合大众猎奇心理的“快递盲盒”迅速繁荣,但任何商业行为都不能脱离法治的轨道。

“肯定是不合规的。”针对当前市面上快递盲盒交易,广东合邦律师事务所律师肖锦阳对新快报记者说,不同于潮玩盲盒限定了盲盒中的商品品类,快递盲盒卖家若不告知消费者商品的品类及商品的主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明等《消费者权益保护法》所要求的基本产品信息,那么快递盲盒与消费者知情权是直接对立的。

“对于无人认领的快递,国家也明令禁止转卖。”肖锦阳表示,根据《快递暂行条例》第四条规定,除有关部门依照法律对快件进行检查外,任何单位或者个人不得非法检查他人快件,任何单位或者个人不得私自开拆、隐匿、毁弃、倒卖他人快件。

再者,取自被他人遗弃或遗忘的包裹,快递盲盒还可能对消费者的个人隐私造成威胁。“不论是无人认领还是买家退货的包裹,都带有包括姓名、电话、地址等个人信息。回收这些包裹的商家,在二次出售时,不论是否重新打包,都存在泄露这些个人信息的风险。”肖锦阳强调。

此外,“快递盲盒”中还可能涉及一些过期食品、药品等特殊商品,其被当作盲盒出售也存在一定的安全隐患。中国人民大学助理教授王鹏向新快报记者指出,假如快递盲盒中是过期食品,可能会对消费者造成损失损害,后续如何赔付也无法保障,从法律层面来说,侵犯了消费者的自主选择权。

但从经济角度来说,快递盲盒对于那些长期无主的快递进行盘活,又能迎合年轻人的市场潮流,会有一定的市场空间。“有质量问题的商品不应再重新流入市场。”王鹏表示,快递企业作为销售方应履行把控义务,对长期闲置的快递盲盒进行开封检查,分辨哪些商品不应再流入市场。

“快递盲盒作为一种线上交易特殊商品的出现,目前不具备商品基本特征,不符合产品质量法等相关法规。”物流行业专家杨达卿说,快递盲盒消费是建立在盲购购物的心理上、信息不对称的基础上进行交易的,这种交易不是基于理性消费需求的交易,并不创造社会价值。

他认为,盲盒经济是新生事物,如果将“快递盲盒”发展成基于特色营销、并立足商品价值的交易,或有其合法生存空间。

提醒

快递面单不刮除 会泄露个人隐私

如果“快递盲盒”如卖家所说,取自于被退货或无人认领的快递,且卖家不清楚盲盒中的商品品类,卖家就存在明显的主观过失,将损害消费者的合法权益。再者,并不是所有品类的商品都适合做盲盒。比如,“快递盲盒”中还可能涉及药品等特殊商品,如若被当作盲盒出售也存在一定的安全隐患。

因此,消费者要有风险防范意识,保持理性的消费理念,不要抱着投机心理购买“快递盲盒”。同时,还应注意索要 and 留存发票等购物票据、经营者广告宣传信息等作为事后维权的凭证。当合法权益受损时,要及时与经营者沟通协商,协商不成的可通过向市场监管部门、消协组织投诉或者依法向人民法院提起诉讼等方式进行维权。

需提醒的是,“快递盲盒”还可能对消费者的个人隐私造成威胁。为了避免出现不必要的麻烦,建议消费者在收取快递之后,要及时将带有包括姓名、电话、地址等个人信息的快递面单撕下或刮除后再做处理,防患于未然。

体验售卖“快递盲盒”

单个“快递盲盒”利润率可高达 350%

一个“快递盲盒”能有多少利润空间呢?

新快报记者假扮成专门售卖“快递盲盒”的某电商平台商家发现,按 29.9 元 30 个的规格来卖,除去运费,卖出一单,单个“快递盲盒”利润率最高可达到 350%;即使卖 9.9 元 / 3 个,利润率也能有 127%。开通一家淘宝店铺的门槛也很低,只要一张身份证 + 某电商平台账号,即可开店展业开展,开店成本几乎为零。

新快报记者尝试开通了店名为“× × 的快递盲盒”网店,填写完“商品信息”“商品价格”“商品图片”等基础信息,便可像其他商家一样,在平台上开展“快递盲盒”的销售。

解决完销售渠道之后,就着手解决货源问题。新快报记者走访发现,在倡导低碳环保的背景下,不少快递网点都在开展快递纸箱回收行动,并且在网点门口放置了“回收纸箱”,这些被回收的快递包装,便成了制造“快递盲盒”的货源之一。

“没有破损的纸箱,我们就留着自己用,有损坏的纸箱我们就当废品卖了。”广州天河科韵路一快递网点负责人告诉新快报记者,正常他们每天都能卖出 3 大箱“快递包装盒 / 袋”,价格随意

给就行了。

新快报记者以 5 元的总价,买下了该网点当天回收的 3 箱“快递包装盒 / 袋”,包含 108 个快递包装盒、224 个快递包装袋。其中,没有撕掉快递面单上收件人等重要信息的包装盒 86 个、包装袋 193 个,即 5 元收购的“快递包装盒 / 袋”中,有 279 个有效包装盒 / 袋,成本均价 0.025 元 / 个。

同时,记者在某电商平台找到了马克杯、水杯、湿纸巾、钥匙扣等小礼品的批发渠道,单价在 0.01—5 元不等;运费方面,一次发 500 票以上、均重 1000 克以下的物品省内报价,可低至 2 元 / 单。因此,制造一个“假快递”的综合成本最低只需要:0.025 元(包装盒/袋)+0.01 元(小礼品)+2 元(运费)=2.035 元 / 个。需要注意的是,“刷单快递”的获取成本更低;算上运费,通过“刷单”来获得一个“假快递”的成本最低只需要 0.02 元。

按最低成本价来算,以“9.9 元三个包邮”的规格为例,算上运费,售出 3 个盲盒的成本最低只需 2.06 元(0.02×3+2=2.06),每单利润空间为 7.84 元(9.9-2.06=7.84),单个“快递盲盒”的利润率可高达 127%(7.84/2.06×100%/3=127%);假若按



■新快报记者开设的网店

“29.9 元 30 个包邮”的规格来卖,算上运费,售出 30 个盲盒的成本最低只需 2.6 元(0.02×30+2=2.6),每单利润空间为 27.3 元(29.9-2.6=27.3),单个“快递盲盒”的利润率可高达 350%(27.3/2.6×100%/30=350%)。

每个“快递盲盒”究竟能够有多少利润空间,还取决于卖家如何去卖。记者注意到,在电商平台上,“快递盲盒”大多“按个卖”或“按斤卖”。比如 9.9 元 3 个,29.9 元 30 个,188.8 元 / 个,33.3 元 / 1 公斤等。“29.9 元 30 个”的规格,只需放置一些廉价商品即可;“188.8 元 / 个”的规则,就要放置一些较为贵重的物品。

“29.9 元 30 个包邮的这类快递盲盒肯定没什么值钱东西,多是一些纸巾、钥匙扣之类的。”一位资深卖家向新快报记者坦言,放置的东西越差,卖家能挣到的钱越多。据其透露,单销售“快递盲盒”这个商品,他一个月就能赚四五万元。



■快递网点的快递回收箱



■快递盲盒卖家的宣传页面