

“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赌购物的心理上、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，还应注意索要和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。



■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($0.02 \times 30 + 2 = 2.6$)，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%($27.3 / 2.6 \times 100\% / 30 = 350\%$)。

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