

# 万物皆可盲盒？不！

市场监管总局要为盲盒经营活动立新规  
宠物、食品、化妆品等不得以盲盒形式销售

“你永远不知道下一块巧克力是什么味道。”用这句经典电影台词形容盲盒市场再合适不过，泡泡玛特、联名款盲盒、宠物盲盒……近年来，盲盒圈粉无数，万物皆可盲盒成了时尚潮流，但盲盒乱象也随之而来。

8月16日，市场监管总局起草《盲盒经营活动规范指引(试行)(征求意见稿)》(以下简称“征求意见稿”)，拟对盲盒销售的内容、形式、销售对象等方面作出规定，并向社会公开征求意见。17日上午，现代快报记者探访南京盲盒市场，开学季即将到来，文具盲盒热销。

现代快报+记者 徐梦云 文/摄



扫码看视频



各式各样的玩具盲盒



开学季临近，文具盲盒很受欢迎

整治

## 宠物盲盒、食品盲盒…… 拟禁止

当前，玩具、餐饮、美妆、文具、图书等诸多消费领域都掀起了“盲盒风”，消费市场上随处可见盲盒的身影，但是万物皆可盲盒也引起不少的争议。

此次征求意见稿对盲盒内容进行规范，拟规定药品、医疗器械、特殊化妆品、有毒有害物质、易燃易爆物品、活体动物、无着快件、食品等在使用条件、存储运输、检验检疫、监督管理等方面有严格要求的商品，不得以盲盒形式销售。

盲盒价格炒作也是槽点之一。在规范盲盒价格方面，征求意见稿拟规定，盲盒经营者应依据生产经营成本和市场供求状况，合理确定盲盒价格。盲盒经营者提供商品或者服务应明码标价，不得在标价之外加价出售商品，不得实施不按规定明码标价、哄抬价格、价格欺诈等违法行为。针对二手市场炒作盲盒的乱象，征求意见稿拟规定，鼓励盲盒经营者建立保底机制，通过设定抽取金额上限和次数上限，引导理性消费。

青少年群体由于好奇心强、消费观念尚不健全，容易为盲盒而“上瘾”。针对未成年人购买盲盒的问题，征求意见稿拟规定，盲盒经营者不得向8周岁以下未成年人销售盲盒。向8周岁及以上未成年人销售盲盒商品，应通过销售现场询问或者网络身份识别等方式，确认已取得相关监护人的同意。盲盒经营者应以显著方式提示8周岁及以上未成年人购买盲盒应取得相关监护人同意。同时强调，鼓励地方有关部门出台保护性措施，对小学校园周围的盲盒销售模式包括距离、内容等进行具体规范。

针对食品、餐饮行业，征求意见稿提出明确要求，食品经营者在从事食品销售、餐饮服务过程中使用盲盒商品开展促销活动，应遵守反食品浪费法有关规定。餐饮服务经营者不得诱导、误导消费者超量点餐。

网购平台对于盲盒销售需要承担哪些责任？征求意见稿提出，网络交易平台经营者应严格落实主体责任，定期对平台内盲盒经营者真实信息进行核验。

声音

## 网友支持整治盲盒乱象

800元娃娃，成本仅30元；为抽取隐藏款，消费者花1万多元狂买106份盲盒……今年央视3·15晚会曝光了盲盒市场乱象。就在不久前，“无人认领的行李箱被当做盲盒售卖”这一话题冲上微博热搜榜，不少网友表示盲盒市场越来越没有边界，盲盒乱象也再次引发广泛关注。

8月16日下午征求意见稿一出，不少网友表示支持。“支持哦，要不然为了买隐藏款，不断买买买。”“盲盒产品整体价格就是比普通产品高。”“这样做非常好，现在有部分儿童就是沉迷买盲盒，家长不给买孩子就哭闹。”“买盲盒会上瘾，更别说未成年人了。”……

当然，也有不少网友关心征求意见稿的内容具体怎么执行。有网友提出，可以凭身份证购买，再加上人脸认证。还有网友表示，自动贩卖机的按钮可以做高点，这样小孩就够不着了。

探访

## 开学季文具盲盒畅销

8月17日，现代快报记者来到南京新街口几家店铺，不少消费者正在盲盒区进行选购。一名店员告诉记者，“最近家长带着孩子来逛的比较多，昨天出的新品盲盒，现在已经在补货了。”记者拿起货架上的一个盲盒，盒子背面标注价格为39元，写明该款盲盒没有隐藏款。另外还有醒目的警示标志，提示包装内含小零件，请勿吞食。本产品仅适用于15岁及以上人士。

在旁边的文具区，一款迪士尼公主系列盲盒中性笔吸引了不少小朋友，售价为29.9元，相比普通中性笔，价格略高。周女士正带着女儿在选购，她说：“平常就给她用普通的中性笔，但是快开学了，买个盲盒中性笔就当送女儿礼物了。她比较喜欢白雪公主，希望她可以拆到喜欢的款式。”

当提及关于盲盒的征求意见稿时，周女士表示没看到相关消息，但如果真的可以出台相关规范，尤其是不允许向8周岁以下未成年人销售，会让很多家长安心点。

在另一家文创店铺，文具盲盒也受到青睐。正在挑选的小李告诉记者，她上高中了，是和朋友一起来逛街的，这家店她经常来逛。

专家

## 拟出台相关意见 是规范盲盒市场的开始

所谓盲盒，其实就是采用类似于抽奖的营销策略，有的商家打造“系列”概念，并设置一个最难获得的“隐藏款”等进行饥饿营销，抽中概率很低。这使得很多消费者醉心于享受拆盲盒所带来的不确定性与惊喜感，容易冲动购买，助长了非理性消费行为。与普通商品相比，盲盒具有很强的信息不对称性，消费者只能依靠商家的广告宣传来选购，容易被商家夸大商品价值、虚构中奖概率等虚假宣传所误导。对此，征求意见稿中提出，盲盒经营者应将商品名称、种类、样式、抽取规则、投放数量、隐藏款抽取概率、价值范围等关键信息以显著方式对外公示，保证消费者在购买前知晓。盲盒经营者不得通过后台操纵改变抽取结果，随意调整抽取概率等方式变相诱导消费。

8月17日下午，现代快报记者采访了东南大学经济管理学院教授周勤。他表示，盲盒的出现实际上是把普通商品变成了投资品，这也是对盲盒市场进行规范的原因。“非盲盒的商品，价格是由成本和供求关系决定的，不存在投机性质。盲盒作为投资品，经营者在售卖时应该具备相应的资质，这一点征求意见稿中也提到了，‘以盲盒形式销售或者提供依法需要取得许可的商品或者服务的，应当取得许可后方可开展相关经营活动。’”

周勤说：“无论商品的价值大小，盲盒作为一种营销方式出现，购买后存在增值的可能性，它的这种投资品性质，就意味着不是所有人都可以参与购买，参与者至少要有一定的经济能力和判断能力。”

针对盲盒市场的乱象，周勤认为，拟出台征求意见稿是规范盲盒市场的开始，便于后续出现相关纠纷时“有法可依”。