

# 虚假宣传频出 买盲盒需谨慎

规范盲盒市场已成为当务之急。1月26日,中消协针对盲盒市场发布消费提示称,商家过度营销、涉嫌虚假宣传、产品质量难以保障和消费纠纷难以解决等问题越发凸显。盲盒市场近年来热度持续走高,各行各业的商家都发现盲盒市场有利可图,希望来分一杯羹。除最初的玩具外,餐饮、美妆、文具、图书等诸多消费领域也都掀起了“盲盒风”。身处其中的消费者,要认清风险理性消费,勿盲目跟风。



## 行业缺乏透明度

中消协表示,盲盒经营者营销手段众多,有的是通过与明星、综艺节目、网红直播等合作,不停地“刷存在感”;有的是通过玩家分享、讨论、交换等方式,唤起消费者的收藏心理和炫耀心理,激发消费者的购买欲望;还有的打造“系列”概念,并设置一个最难获得的“隐藏款”等进行饥饿营销,抽中概率大都为“百里挑一”。

诸如此类的营销手段促使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,引发消费者冲动购买,助长了非理性消费行为。尤其是青少年群体,由于他们好奇心强、喜欢攀比、消费观念尚不健全,十分

容易对盲盒“上瘾”,有的甚至为了抽中“隐藏款”而直接“端箱”。盲盒吸引着消费者持续投入。2019年8月,天猫国际发布的《95后玩家剁手力榜单》显示,每年有20万消费者全年在盲盒上的花费超过2万元,甚至有消费者一年要耗资百万元来购买盲盒。此外,盲盒市场还衍生出了“炒盲盒”的二手交易市场,一些“隐藏款”等稀有盲盒玩具被炒到上千元高价。如2019年9月,原价仅为59元的潘神圣诞隐藏款盲盒在某二手交易平台售价高达2350元。这种“投机”行为也对盲盒持续升温起到了推波助澜的作用。

对此,中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林认为:“从年轻人烧钱方面来讲,劝说引导难度很大,关键是玩法要规范。从监管层面,应该明确赌博和随机购买玩法之间的界线。”

盘和林认为,现阶段盲盒的玩法并不公平,其隐藏款的出品概率都在企业手中,本身缺乏透明性。很多消费者购买盲盒,如果需要隐藏款,其成本并不确定。两者之间的不平衡,导致了疯狂烧钱行为和隐藏款炒作稀缺的行为。这和当年邮币卡市场情况类似,甚至诞生了造假产业链。

## 虚假宣传频出

虚假宣传是盲盒市场现阶段跳不过的门槛。盲盒与普通商品相比,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,这就很容易被商家的夸大商品价值、虚构中奖概率、颜色款式不符等虚假宣传所误导。

中消协举例显示,某经营者在2019年“双11”时推出了“新品优享礼包”盲盒产品,广告宣称每月会给玩家发一个当月新款盲盒以及一套当月明信片,连续发12个月。但在2020年1月,消费者收到的却不是新品,而是2019年12月预售过的旧款。很多玩家认为这与当初广告宣传不一致,涉嫌欺骗消费者,引发了消费者群体投

诉。2020年10月,消费者侯先生向深圳市消委会投诉称,其花100元网购的盲盒商品实际与宣传严重不符,宣传使用的图片过于美化,实物娃娃肤色与宣传图片差别很大。

与此同时,盲盒品质也“飘忽不定”。消费者拆开盲盒后,有的产品可能不符合有关国家标准安全性指标;有的可能是假冒的山寨品或者二次销售品;有的是没有生产日期、质量合格证以及生产厂家的“三无”产品;还有的存在划痕、掉漆、污渍等质量瑕疵。

中消协表示,上海市浦东新区消保委曾于2019年12月委托专业检测机构对10组不同品牌的盲盒产品进

行检测,结果发现8件样品存在“小零件”隐患,可能存在造成儿童堵塞呼吸道、隔绝空气流通而导致的窒息危险。2020年12月,消费者阮先生向深圳市福田区消委会投诉称,其11月花9.9元在网上购买了一只盲盒,盲盒里是一个U形枕。但是阮先生仅使用了20天,U形枕就出现了脱线的问题,阮先生在查找经营者信息的时候发现该U形枕是“三无”产品。

盲盒商家与消费者之间的矛盾越来越大,消费纠纷难解决。有消费者反映一些商家“店大欺客”,消费者遇到质量问题只换不退;还有消费者反映商家售后效率低下,对消费者的问题一直拖延处理。

## 搅局者扰乱市场秩序

盲盒市场就像一个怪圈。中消协认为,当前有的经营者产品本身并没有过硬的竞争力,只想蹭盲盒的营销热度;有的经营者将盲盒当做是“清库存”的工具,赢得了眼前的利益却丢掉了长远的口碑。这些行为不仅损害了消费者的合法权益,也扰乱了市场正常秩序,不利于行业的健康发展。

泡泡玛特首席运营官司德告诉记者,现在的盲盒市场存在一些不认识的品牌将贵金属、碎钻等做成盒子,他们更偏赌博,一定程度上扰乱了市场,并表示希望监管介入,肃清行业发展。

中消协指出,盲盒经营者要切实遵守《消费者权益保护法》《电子

商务法》《产品质量法》等法律法规的规定,必须承担法定的质量担保责任,也应确保商品质量信息真实,保障消费者知情选择。尽管盲盒销售中关于产品的款式等存在一定的保密性,但关系产品质量和服务的信息,如产地、成分、生产日期、保质期、使用存储条件、安全警示、价格、“三包”等均应当充分告知,保证真实全面,不得作出虚假、夸大或者引人误解的宣传,让盲盒内在物品的商品价值、出现概率、分布方式等关键信息真实透明,保障消费者的知情权,确保消费者知情选择。

此外,盲盒营销应适度,不可过度营销消费者的猎奇心理误导

消费者冲动消费。中消协也提醒广大消费者要有风险防范意识,保持理性的消费理念,适度消费,勿盲目跟风。消费者要认识到盲盒具有不确定性的本质,认清并防范商家过度营销的套路,并保留购物票据等相关凭证,权益受损应依法维权。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏表示:“从企业角度来看,不管是进入盲盒市场,还是引用盲盒营销的玩法,其实都还是要回到最本质的问题,就是以顾客为本,以产品为王。如果脱离此基础,那么这个风口可能就不会长久,反而有可能会伤到企业自身。”

## 自助结账不扫码拿走商品不是小事 到超市逃单三次就是犯罪

春节将至,超市里采购年货的顾客明显多了起来,不排队,自助结账成了不少人的首选——但是万一系统有漏洞或者超市监管不严,大家可千万别不扫码付款就“拿走”商品——占这种“便宜”很可能要被追究刑责。检察官提醒消费者,不要对贪便宜抱有侥幸心理,以免触碰法律红线。

### 【嫌犯画像】

大多工作稳定收入好 但存心理问题

在办案过程中,海淀检察院第三检察部检察官刘晓丹发现,大多数自助结账盗窃类案件的犯罪嫌疑人,都是由于法律意识淡薄造成“贪小便宜吃大亏”。

刘晓丹介绍,不少犯罪嫌疑人大多有稳定的工作和较好的收入,其盗窃行为并非由于无法负担商品的价格,而是在偶然发现自助结账的漏洞后,出于贪小便宜等心理开始作案,以为商品价值不大,被抓后向超市赔偿即可,不知道三次偷拿即构成犯罪。

“还有一些犯罪嫌疑人存在心理问题。”刘晓丹介绍,一些人可能工作压力大或在生活中遇到麻烦,便通过盗窃寻求刺激。

### ■典型案例:

1.贪小便宜:海淀检察院办理的李斌(化名)盗窃案中,李斌是北京某知名网络技术有限公司市场推广员,收入可观。在偶然发现某连锁超市的自助结账区域存在监管漏洞后,李斌为贪小便宜多次采取不扫码、不结账的方式盗窃商品。

2.寻求刺激:海淀检察院办理的张华(化名)盗窃案中,张华称其因为爷爷奶奶相继去世心理抑郁,便通过盗窃的方式来宣泄自己的情绪。

此外,顺义法院也曾经通报:刘某是某知名合资企业的高管,自2019年12月起,在半个月里,刘某连续在顺义区某卖场自助结算机上,通过部分或者全部商品不结账的方式实施盗窃4次,窃得牙膏、香蕉、猪肉等49种商品,价值3766.15元。而据刘某供述,其实施盗窃行为是为了寻求刺激、缓解工作压力。

### 【犯罪特点】

少量多次“蚂蚁搬家” 不易被发现

记者查询了北京法院审判信息网上的十几起相关判决,发现自助结账盗窃案件中,罪犯大多采取“蚂蚁搬家”式的盗窃手段,每次盗窃数额都较小,但往往在一两个月之内,持续多次作案,少的4起,多则七八起。

从实际案件中可以看出,犯罪嫌疑人犯罪手法比较类似,基本就是故意不扫或扫码后删除对应商品,然后把商品带出超市。而被盗超市一般是在定期盘点出现损耗异常后,才调取现场监控录像进行盘查,对异常顾客进行特别关注。如果该顾客再次到店,开启全程监控跟进,出现不结账情况才报警处理。

### ■典型案例:

两个月作案9次盗走酸奶粽子:2019年7月18日耿某第一次盗窃,偷走一排酸奶;7月25日又偷走了酸奶、粽子等物……同年9月28日,第九次作案,以在自助收银台不扫码结账的方式盗窃超市商品一箱酸奶、一袋散装八宝米、一袋散装红提、一盒牛奶和一袋烤馍片,总进价为65.33元。

### 【专家说法】

数额不大但多次盗窃 以盗窃罪定罪

由于自助结账引发的盗窃案件逐渐增多,社会上也对超市监管提出质疑。被盗超市多数未设置未扫码报警装置,即俗称的“安全门”,消费者可以直接将未结账的商品带出超市。不少人认为,超市的监管疏漏一定程度上“纵容”了犯罪。也有人认为,这是超市对顾客的尊重信任,不该把嫌疑人的不当行为责任推卸给超市。

检察官认为,除了犯罪嫌疑人个人原因外,超市也存在一定问题。“超市监控的滞后性,也导致了未能及时发现顾客的违法行为。”检察官表示。

检察官提醒市民,不要以为商品价值不大,即使被抓也不会涉及犯罪。根据刑法规定,除了达到盗窃数额较大的标准外,多次盗窃、入户盗窃、携带凶器盗窃、扒窃也要以盗窃罪定罪处罚。特别提醒的是,如果行为人在两年内盗窃三次以上,只要每次行为都符合盗窃行为的特征,即使单次窃得财物价值及总价值均没有达到数额较大的标准,也会以盗窃罪定罪处罚。

### 【检察官支招】

超市加强犯罪预防警示宣传,推动筑牢“安全门”的工作:在自助结账区域增加引导、监管人员,加大安保核查力度;升级自助结账防盗系统,设立报警“电子安全门”;每日盘点货物,及时发现被盗线索;在监控区域内张贴标识,提醒顾客已进入监控区域。

本报综合消息