

“文具盲盒”风靡校园 是惊喜还是套路

□见习记者 何晴 文/图

核心提示：

盲盒,因具有惊喜感、不确定性,备受当下年轻人的追捧。盲盒也逐渐成为一种新型营销的代名词,被不断嫁接到其他类型的产品中。近日,“文具盲盒”异军突起,普普通通的笔、本子、修正带等文具被炫酷的动漫形象包装后,摇身一变,身价翻倍。缺乏判断能力的小学生面对盲盒的诱惑,一次次的购买、抽取、收集。“文具盲盒”也因销量可观,成功占领各中小学附近文具店的“C位”。

包装类型多样 线上线下销量可观

记者在走访中发现,就类型而言,周口市市区紧邻学校的文具店基本以盲盒笔为主,尺子、修正带、橡皮等盲盒较少;封面包装多为深受小学生喜爱的柯南、海贼王、火影忍者等动漫人物形象,售价在5元到20元。少数“文具盲盒”的包装存在如“100%幸运值”“惊喜即将降临”等引导性话语。有店家告诉记者,“柯南系列”和“火影忍者系列”目前销量最为火爆,新款刚刚才补到货。为了一探究竟,记者随机购买了一个售价5元的“名侦探柯南按动笔”盲盒,拆开后,里面包含一只按动笔和一个塑料书签。商家称,按市场价估算,按动笔一般售价为2元,而塑料书签在

淘宝购买的价格为1.1元6个。

在16时20分的放学高峰期,记者在周口市某小学附近的一家文具店静观近十分钟,发现几乎每个进店购买文具的小学生都会拿起“文具盲盒”不停翻看。该店家称,实体店里的“文具盲盒”种类有限,孩子们越来越趋向于网购“文具盲盒”。在淘宝搜索“文具盲盒”等关键词,晨光、得力等品牌文具店的月销量在2000+至10000+,除盲盒笔外,盲盒文具套装、盲盒大礼包、盲盒手账本等也十分火爆。评论区内容参差不齐,有评价认为商品溢价严重,不值;有评价则认为很满意,孩子喜欢就好。



一名学生正在挑选“文具盲盒”

惊喜还是套路 学生家长态度不一

在学生眼中,“文具盲盒”存在着特殊的吸引力,尤其受到五至六年级学生的欢迎。记者在周口市市区多所小学校外随机采访了多位小学生。正读五年级的小超(化名)说:“我们班就有好多人买,平时好朋友过生日也会互相赠送‘文具盲盒’。但是我感觉有点贵,主要是里面的笔质量也不好,不值这个价钱。我们老师也在班里说过不让带到学校去拆。”同样读五年级的小宇(化名)说:“我好多同学都喜欢搜集盲盒笔里面的‘隐藏款’,我还特地把班里同学的盲盒笔收集起来做了统计。根据大家买的5元笔和10元笔的总数量,算出了拆到‘隐藏款’的比例。结果你猜猜怎么着,5元的是10%,10元的是35%以上。”

什么是“隐藏款”?记者了解到,除正常款之外,通常还会有一个隐藏的图案或形象等待玩家去发掘。在被问到如果别的同学都有“文具盲盒”,自己是否也想要去买时,小宇爽快地说:“那

肯定啊,看到别人用‘隐藏款’笔写字的时候,我也会羡慕啊!”六年级的桐桐(化名)也表示:“‘文具盲盒’里的笔比较好看,款式也多样,反正都是花钱买文具,不如买个自己喜欢的。”

相比较学生对“文具盲盒”的追捧,多数家长对其持反对态度。王梅(化名)的女儿目前读四年级,说起“文具盲盒”,王女士称:“我见过里面的笔,根本不值这么多钱。孩子们分辨力不强,只知道跟风,其实这本质上来说也算商家的一种欺诈性行为。”另一位家长说:“我对孩子的零花钱管控较严,校门口很多东西也不安全,一般不会让他乱花钱。家长应引导孩子建立起正确的消费观。像这种比着买‘文具盲盒’的风气,不就是同学带同学,互相影响着,稀里糊涂的就把零花钱花掉了。如果家长不及时干预,孩子可能都意识不到自己掉进盲盒陷阱了。”

消协提醒:慎重购买 适度消费

针对“文具盲盒”风靡校园的现象,周口市消费者协会秘书长赵曼丽表示:未成年人对于事物的辨别能力较弱,自控能力差但好奇心旺盛,而盲盒中的一些不确定性会放大孩子对它的期待感,从而促使着他们不断地去购买,容易诱发过度消费,加剧学生攀比心理。

而对经营者来说,商家要坚持诚信经营,拒绝过度售卖。赵曼丽也提醒广大家长,在为孩子选购玩具或学习用品时,要擦亮眼睛,认真辨别。平日里,要加强对孩子的消费引导,帮助孩子树立正确的消费观念,并及时把握孩子的消费需求,以避免不必要的经济损失。

相关链接

广州已开始专项整治

近日,广州市市场监督管理局、广州市教育局联合印发《广州市市场监督管理局 广州市教育局关于进一步做好“文具盲盒”监管和引导工作的通知》,决定集中1个月时间(5月20日至6月20日),重点对各中小学、幼儿园周边销售“文具盲盒”开展专项整治,强化行政监管与教育引导的融合,形成政府、学校、家庭共同管理合力,共同打造利于学生身心发展的校园周边成长环境。

一是强化市场监管。重点检查、依法从严查处各中小学、幼儿园周边销售无厂名、厂址等来源不明、无标准或产品合格证明等

“三无”产品,未经CCC认证的列入CCC认证目录的产品,价格违法等违法行为。二是强化销售行为引导。加强对相关“文具盲盒”销售者引导,促使各销售者弘扬“幼吾幼以及人之幼”的传统美德,签订《销售“文具盲盒”承诺书》,共同营造关爱学龄前儿童、中小学学生身心健康发展的营商环境。三是强化对家长、孩子的引导。采取印发《致家长的一封信》:关于“文具盲盒”,运用校园网站、微信平台、校园广播、宣传栏、LED屏等宣传载体,让家长、学龄前儿童、中小学生对客观看待“文具盲盒”。③7