

近些年，“万物皆可盲盒”的盲盒经济赚足了眼球，但与此同时，抽取概率模糊、缺乏未成年人消费限制等越来越多的问题也暴露在大众眼前。记者从市市场监管局了解到，自今年 3 月开始，市市场监管局将进行为期半年的专项执法行动，重点查处随机抽取销售商品或者提供服务未以显著方式公示抽取规则、商品或者服务分布、提供数量、抽取概率等关键信息违法行为。而早在去年 6 月，国家市场监管总局就印发了《盲盒经营行为规范指引（试行）》（以下简称《指引》），为盲盒经营划出“红线”。如今，沪上各大小商家落实情况如何？盲盒销售是否还存在隐秘的角落？

□ 记者 章炜 见习记者 王巍然

大型购物中心门店 销售基本符合规范

记者了解到，去年 6 月，国家市场监管总局印发了《指引》。《指引》强调：“盲盒经营者应当将商品名称、商品种类、商品样式、抽取规则、商品分布、限量商品投放数量、抽取概率、商品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”。

而早在 2022 年，上海市市场监管局曾发布《上海市盲盒经营活动合规指引》，其中规定：“盲盒经营者应公示商品种类、抽盒规则、商品投放数量、隐藏款抽取概率等信息，充分告知消费者，并保留完整的概率设定、抽取结果、发放情况记录以备查。”

记者从市市场监管局了解到，盲盒消费相关法规或指引规定盲盒经营者应明示抽取概率，以保障消费者知情权。其中，“明示抽取概率”主要针对隐藏款。若相关常规系列盲盒生产成本无显著性差别，一般平均分布，则无需标注各款的比例。

记者近日走访各大商场，各类盲盒品牌的销售店面和自助贩卖机随处可见，前去挑选、购买的消费者也是络绎不绝。走访发现，《指引》出台以来，线下各大商场门店基本都符合规范。在某商场的一家泡泡玛特 POPMART 线下体验店，发现该企业所生产售卖的盲盒均在盒体明确标注产品信息，包括名称、执行标准、产品尺寸、适用年龄等信息，以及盲盒规则，包括该系列共有多少种形象及“常规款”“隐藏款”抽取概率。

调查实录

盲盒“红线” 上海各商家 执行得还好吗？

“隐藏款概率”
商家明示了吗？

在某商场的 LOFT 实体店，记者发现店内亦有大量盲盒、盲袋在售。部分盲盒明确注明“不设置隐藏款”，如拾伍象生产的“mikko 捏捏乐惊喜盒”，外包装上写明“每款常规款的概率是 1:6”；在设有隐藏款的商品中，“mikko 叭叭 mini 系列盲袋”商品外包装注明常规款各款抽取概率以及隐藏款比例；在设有多个隐藏款的盲盒产品中，记者在 dodowo 品牌出品的“蔬菜动物精灵系列盲盒公仔”中看到，产品分别注明了“小隐藏款”和“大隐藏款”的生产比例。上述产品均在包装上写明适用于 14 或 15 周岁以上人群。

在静安大融城好特卖店，记者发现，店内设有盲盒专柜，所有盲盒产品，不仅仅在盒体包装上标示“隐藏款”抽取概率，商品的黄色

价格标签上，店家也特意标明了隐藏款概率。而在名创优品、九木杂物社等门店内售卖的盲盒均在盒体明确标注了产品信息，包括名称、执行标准、产品尺寸、适用年龄、隐藏款抽取概率等。

小文具店依然 存在“隐秘角落”

近期，上海市市场监管局公布了一批盲盒销售违法典型案例。据悉，两款盲盒类商品违反了相关规定。上海沫沫班长企业管理有限公司高科东路分店（店招：沫沫班长）销售的“七彩宝石盲盒”、上海市浦东新区唐镇悠乐杂货店（店招：名创优品）销售的“奥特曼黑暗引力勋章第一弹”其商品外包装和经营场所的显著位置公示均未注明相关款式以及隐藏款的

抽取概率。市市场监管局对两家当事人分别处以 1 万元的罚款。

记者近日走访宝山区一些街边小文具店，发现盲盒均被放在显眼位置，大多是 6-10 款一组，另加 1-2 个隐藏款，部分店铺在明示概率上依然存在问题。记者在一家咖啡店内发现设有盲盒售卖柜台，大部分盒体上都标有隐藏款概率，但其中一款“BOBBI 园游会”盲盒，盒体包装上的“品类图鉴”上显示有 8 个常规款、一个隐藏款，但盒体上并未标识隐藏款概率。另外一家文具店内，有一款名为“卡罗丽印章”的产品，盒体包装上显示整套有 8 个常规款、4 个隐藏款，以及 4 个超级隐藏款，但并未标示任何隐藏款的概率。经查询，去年，静安区、松江区、金山区等地都曾发现上述类似情况。事发后，监管部门立即责令当事人进行改正并处以行政处罚。

除了线下渠道外，《指引》的适用范围还包括通过互联网销售盲盒的经营者，这也意味着电商平台同样需要依据新规来销售盲盒。记者调查发现，在线上，知名品牌的盲盒品牌都规范性较强。比如 52TOYS 天猫旗舰店，一款迪士尼草莓熊的盲盒中，店铺页面展示，所有盲盒产品不面向 8 周岁以下儿童售卖，未成年人购买盲盒需取得相关监护人同意。并明示：一整盒含 8 只盲盒（不重复），隐藏款概率为 1:72。在泡泡玛特天猫旗舰店，商品页面均明确注明隐藏款概率，并强调隐藏款设定仅为增加趣味性，并不鼓励任何投机行为。一款正在热卖的“温度系列手办”盲盒的规则中标识显示，一整盒含 12 个盲盒，隐藏款概率为 1:144，并标示“8 周岁及以上未成年人购买盲盒需在监护人陪同下进行”。但在美团、饿了么外卖平台，记者发现，部分商家所售卖的盲盒产品并未标明抽取概率，也未设置限制未成年人消费的相关说明。

延伸

市监部门：概率上“做手脚”也会被查

记者从市市场监管局了解到，今年 3 月起，将开展为期半年的专项执法行动，此次专项行动以《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规为基础，结合《上海市消费者权益保护条例》地方规定，同时纳入今年 7 月 1 日即将实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》的新内容、新要求，重点打击八类违法行为。将重点查处随机抽取销售商品或者提供服务未以显著方式公示抽取规则、商品或者服务分布、提供数量、抽取概率等关键信息违法行为。

记者特别注意到，此次打击

“随机销售活动中侵害消费者权益违法行为”的行动中，市市场监管局也将打击“市场投放与公示内容不一致，或者篡改抽取概率，改变抽取结果”等违法行为。业内人士指出，由于抽取概率具有不透明、难核实的特点，商家容易在概率上“做手脚”，产生概率虚假、“阴阳概率”等问题。

记者了解到，杭州市余杭区市场监管局曾查处一起盲盒“抽取概率虚假”的违法案例。某公司开发运营一款 App，通过该 App 以 19.9 元至 299 元不等的价格经营网络盲盒。该公司根据抽取概率的

高低将盲盒内商品分为“尊贵”“稀有”“欧皇”三种档次，每种档次均包含数十款不同的商品，抽中三种档次的概率分别为 99.89%、0.1%、0.01%。办案人员对该盲盒抽取概率运行代码调查后发现，具体商品的抽中概率要远小于该公司对外宣称的概率。以抽中“欧皇”档次下具体商品为例，实际抽中概率为 0.00029%，远小于该公司宣传的 0.01%。

此外，针对盲盒消费问题，多名盲盒爱好者表示，盲盒隐藏款的售后问题屡屡被吐槽。记者在投诉平台上看到，有关隐藏款出现严重瑕疵需要换货问题的投诉不少。一些消费者耗

费金钱和精力抽中了喜爱款式，出现瑕疵时却因为备品不足只能选择退货，心理上难以接受。一位消费者表示，她今年 4 月份在泡泡玛特购买龙吟献瑞盲盒，抽中隐藏款，但是发现抽中的商品耳球断裂，消费者要求更换商品，但是售后专员以无备品为由拒绝更换，只能退货退款或者发放 10 元优惠券。

业内人士指出，《指引》出台后，我国盲盒产业的整体发展情况总体上是积极的，但消费者在盲盒消费过程中还是会遇到客服推诿不予换货、虚假宣传等问题，尤其隐藏款的售后更为麻烦。对此，行业应加强监管力度，确保市场内部的盲盒经营行为符合法律法规和道德规范，推动盲盒产业健康发展。