

小心！文具盲盒裡可能裝的是“三無”產品

27-09-2022 中國消費者報

原創 王小月

在萬物皆可盲盒的浪潮中，傳統文具店搖身一變也成了盲盒店。近日《中國消費者報》記者在走訪中看到，不少文具店售賣的文具盲盒價格普遍高於普通文具，有的甚至還藏著“三無”產品。

01 · 文具盲盒附加娛樂性 價格普遍高於普通文具

“文具盲盒”是指在外包裝上沒有標注，只有打開才知道是什麼圖案的文具產品。筆、橡皮、貼紙、本子等文具成為文具盲盒的常見組合，配上中小學生喜愛的卡通圖案或動漫人物形象，設計出“隱藏款”“驚喜款”等款式，普通文具就化身為文具盲盒，價格也隨之水漲船高。

《中國消費者報》記者看到，各類文具盲盒產品都擺放在店內顯眼位置。在九木雜物社國瑞城店，有一面牆的貨架上均為與柯南、Rolife 若來等 IP 合作的盲盒文具，IP 合作讓文具有了更多娛樂附加價值。

記者走訪瞭解到，文具盲盒的價格普遍高於普通文具，且線上線下售賣價格相差較大。

市面上普遍的中性筆、橡皮，單價大多在 2-3 元。在某店鋪內，記者看到正在售賣的晨光品牌中性筆盲盒價格一般為 8 元；9cm×19.5cm 的紙膠帶文具飾品盲盒售價 18 元；Rolife 若來聯名款文具盲盒，包含限量版鏽射珍藏卡及貼紙，售價 25 元。

而北京搜秀城、百榮世貿商城的部分店內售賣的文具主打“批發價”，價格比品牌文具店略有優惠，盲盒筆價格在 5 元左右，文具盲盒價格在 20 元左右。

除知名品牌文具外，不少文具盲盒在價格上“水分”很大。記者在電商平臺搜索“文具盲盒”，發現在“一硯清池旗艦店”售賣的筆記本盲袋、盲盒筆等商品中，10 支盲盒筆售價 13.8 元，20 支售價 23 元，量大從優，算下來一支盲盒筆的價格在 1 元左右。

中國教育科學研究院研究員儲朝暉在接受《中國消費者報》記者採訪時表示，目前盲盒充斥文具市場主要是商家炒作所致，因為文具“盲盒化”後的

價格高於文具原本的價格，這讓不少商家看到了商機，盲盒的娛樂性也受到學生們追捧，使得當下文具市場出現“盲盒潮”。

02 · 部分產品標注不合規 謹慎購買“三無”盲盒

除品牌文具外，記者 9 月 16 日在北京搜秀城“酷筆樂進口文具”店內看到，部分盲盒筆的外包裝盒上僅有卡通圖案、貨號、條碼資訊，沒有筆的規格、顏色等資訊。記者詢問店主，對方稱陳列的這一排盲盒筆均為 0.5 毫米的黑色中性筆。

記者發現，部分盲盒筆還有抽獎功能。杭州市墨凡有限公司生產的柯南盲盒筆外包裝上標注“本盒產品為按動中性筆（黑色），6 款圖案隨機選，夠驚喜（內含抽獎卡），凡是打開‘再來一盒’字樣，憑此卡可換取同款盒子，一起來試試手氣吧”。

《中國消費者報》記者在國家企業信用資訊公示系統搜索盲盒筆包裝盒上的廠名“杭州市墨凡有限公司”，未找到對應公司名稱，但有 7 家與之名稱近似的公司名稱，分別為網路服務、投資管理等領域的公司。記者隨後撥打盲盒筆包裝盒上的電話，顯示為空號。

9 月 16 日，記者在北京搜秀城天天向上進口文具店看到，貨架上部分盲盒筆也沒有詳細的產品資訊。一款名為“金榜題名”的盲盒筆外觀為紅色盒子，僅有品名、貨號、位址、座機號碼資訊，外包裝上沒有盲盒筆的規格和顏色資訊等。記者諮詢店主後瞭解到這支筆為 0.5 毫米黑色中性筆。

記者看到，在電商平臺“一硯清池旗艦店”售賣的一款盲盒筆並沒標注品牌和產品資訊，詳情頁面僅標注品名為“文具魔盒”，規格為 16×16×150 毫米。客服稱“品牌為一硯清池，0.5（毫米）的中性筆，黑色的”。而因網頁上的圖片看不出來，記者 9 月 25 日詢問包裝上是否有標注時，客服隔天回覆稱“就是市面上最多見的 0.5 毫米的中性筆”，並未回應包裝上是否標注的問題。

今年 2 月我國正式實施的新修訂《學生用品的安全通用要求》（GB 21027-2020）中規定，文具標籤中至少應包含有產品名稱、生產廠名、廠址、產品標準編號、產品使用說明、適用年齡範圍、安全警示等標識，且標識應清晰易讀耐用。

北京瀛和律師事務所律師黃群輝對《中國消費者報》記者表示，首先，盲盒內的文具要符合相關產品質量標準，同時也要符合學生用品的安全通用要求。其次，為保障消費者的知情權，盲盒產品要對相關資訊進行公示。

黃群輝進一步解釋說，公示的資訊至少包括兩類：一類是盲盒遊戲規則，比如商品的種類、樣式、分佈情況以及抽取概率等；另一類是盲盒所含全部商品的資訊，比如商品名稱、生產廠家、地址、質量合格證等產品資訊。以盲盒屬性為由不公示產品資訊是非法的，這樣的盲盒可能屬於“三無”產品，消費者應謹慎購買。

03·文具盲盒迎合獵奇心理 應理性看待

今年 8 月，市場監管總局發佈《盲盒經營活動規範指引(試行)(徵求意見稿)》，其中擬規定，盲盒經營者不得向 8 周歲以下未成年人銷售盲盒。

黃群輝表示，文具盲盒作為盲盒的新變種，具有盲盒的屬性，應當遵守市場監管總局相關法規要求。盲盒迎合了消費者的獵奇心理，如果不加節制，會引發“賭博”心態，極有可能對未成年人產生不良影響。所以，有必要對面向未成年人銷售的盲盒施加更嚴格的限制，比如對小學校園周圍的盲盒銷售模式包括距離、數量等進行具體規範，對網路盲盒購買者要求年齡審核等。

盲盒文具的主要用戶群體多為未成年人，不少中小學生為了抽取自己喜愛的 IP 形象或為獲得抽獎卡，會多次購買自己並不需要的文具，造成了一定的浪費。

儲朝暉提醒道，盲盒即便進入文具市場，也應符合文具的相關品質指標，需要按照國家標準生產。