

國家監管總局：不得抬價及虛假宣傳

盲盒新規 禁向8歲以下兒童發售



扭蛋、盲盒、福袋……自動販賣機前，琳琅滿目的「盲盒」前總吸引大批年輕人在挑選消費，測試手氣。讓人欲罷不能的「盲盒經濟」正在內地各大城市遍地開花，背後不僅藏着年輕人對驚喜的渴求，還有博一把的「賭徒心理」。隨着「盲盒經濟」升溫，甚至已經蔓延到了小學，不少商家還推出了各式各樣的盲盒文具等等。國家市場監管總局近日印發《盲盒經營行為規範指引（試行）》（以下簡稱《指引》），為盲盒經營劃出紅線，推動盲盒經營者加強合規治理，要求不得向未滿8周歲未成年人銷售。

大公報記者 盧靜怡廣州報道

「盲盒」的玩法，顧名思義，就是盒子裏裝着樣式多樣的可愛玩偶手辦，但盒子上並沒有標註具體是哪一款，購買者抽中哪款全憑手氣。這種隨機化的購買體驗，恰恰是讓一眾玩家情願「入坑」的微妙之處——運氣好時抽到只有1/100概率的「隱藏款」。抽盲盒已成為都市年輕人一種新的解壓方式。不僅備受年輕人的青睞，盲盒還被各路商家與投機者追捧不已。

由於不確定性，盲盒經營過程中的信息不透明、虛假宣傳、「三無」產品、過度溢價、售後服務不到位等問題也逐漸凸顯。在二手平台上，一些冷門的盲盒款式被低價掛售。與之相比，隱藏款、熱門款卻溢價數倍。以泡泡瑪特名為「SKULLPANDA」IP的隱藏款「我自己」為例，在千島潮玩族平台上售價約665元，是其69元抽盒價的近十倍。

沉迷盲盒 6個月「盲賭」180隻

記者在社交平台看到，不少人發帖講述自己對盲盒從「沉迷」到「悔悟」的心路歷程。「如何戒掉盲盒，我恨啊！」「盲盒逐漸退坑，斷捨離中。」「我對着這一櫃子已經快瘋了。」網友「兔白白」分享自己的「入坑」經歷稱，她買盲盒已經有6個月，盲盒櫃上已經有180隻盲盒。「按盲盒59元的最

網民心聲

網友「wall-e119」：盲盒實質就是變相的抽獎。99個價值10元的東西，1個價值5000元的東西，然後賣100元/個。

網友「卷阿」：要是盲盒的定義是狹義的潮玩娃娃這些，那我覺得八歲以下的未成年人不是它們的主要客群。畢竟定價擺着，大部分八歲以下的孩子，自己的零花錢也買不起那些娃娃，本質上還是家長買的。家庭非常富裕的八歲以後兒童，買了就買了吧，也不會有太大影響。

網友「薛七夜」：盲盒的本質是博彩。其實就是賭博的一種，和遊戲內開箱子是一樣的。對於這種行為，不按照彩票來進行管理就已經相當寬鬆了。因為沒有管理，中獎比例和邏輯全部由商家自己確定，購買者完全沒有任何保障。

網友「阿知」：本質上來說盲盒更像是賭博，就像現在年輕人又開始喜歡刮刮樂一樣，這種未知帶來的刺激感，讓人欲罷不能。

盲盒 監管新規

規範品類

- 以下商品不能以盲盒形式銷售：藥品、醫療器械、有毒有害物品、易燃易爆物品、活體動物等在使用條件、存儲運輸、檢驗檢疫等方面有嚴格要求的商品。

限定年齡

- 不得向未滿8周歲未成年人銷售盲盒。

允許退貨

- 無法投遞又無法退回的快件，不得以盲盒形式銷售。

誠實宣傳

- 盲盒經營者不得對抽盒規則、抽取概率、銷售狀況、用戶評價、商品數量、商品規格、商品質量、服務提供方式等作虛假或者引人誤解的商業宣傳。

禁止暗箱

- 盲盒經營者不得通過後台操縱改變抽取結果、隨意調整抽取概率等方式變相誘導消費。

及時發放

- 盲盒經營者不得以折現、回購、換購等方式拒絕或者故意拖延發放盲盒。不得設置空盒。

話你知：盲盒是裝着不同的手辦或玩偶的一個嚴密盒子，消費者購買前無法通過外觀分辨盒子裏的東西，只有打開才會知道自己買到了什麼。盲盒最早起源於日本明治末期，當時日本百貨公司在新年期間都會銷售福袋，福袋中的內容不會事先公開。

在中國，盲盒營銷概念可以追溯到90年代的集卡式營銷，商家會在零食包裝內放入各種卡通卡片，集齊卡片可以兌換禮品。盲盒營銷在中國大火從2016年開始，當時，POP MART採用盲盒的玩法銷售玩具。據媒體報道，該品牌第一個系列盲盒在天貓上線發售，僅用了4秒就將200套商品售罄，盲盒頓時在中國風靡起來。

專家解讀：一買就停不下來，盲盒為何會成癮？北京大學心理與認知科學學院副教授毛利華分析，年輕人的好奇心在抽取盲盒的過程中得到滿足。當面對一個不知內裝何物的盒子時，這種不確定性往往讓人很興奮，也很期待。在我們的大腦當中，這種不確定性是跟獎賞系統緊密聯繫在一起的。當我們面臨不確定時，大腦會分泌更多的多巴胺，所以就表現出對於不確定性的偏愛。

毛利華認為，長期沉迷於盲盒，類似於沉迷其他的博彩遊戲是一樣的，都可能帶來比較嚴重的心理問題。一旦成癮，擺脫這種依賴感其實很不容易，同時嚴重的話會影響到生活、工作、社交的各個方面。這種成癮不僅會帶來比較大的經濟負擔，還會帶來很大的心理壓力和社會生活壓力，甚至會影響到年輕人的身體健康。

專家同時表示，購買盲盒，每次投



《指引》規定，不得向未滿8周歲未成年人銷售。圖為一名小朋友在文創商店內挑選盲盒。新華社

「說走就走，來一趟未知的旅行！」隨着畢業季的到來，火車票、飛機票、酒店盲盒在年輕人中成為潮流。記者梳理發現，目前飛豬、攜程、去哪兒、同程等在線旅遊平台推出旅遊盲盒產品。用戶花低廉的價格比如98元即可購買一張指定出發地、隨機目的地、隨機日期的國內單程機票。如果獲得的機票不符合預期，還可以全額退款。但一旦選擇鎖定機票後就無法退換或改簽了。

這樣的旅遊體驗如何呢？在小紅書上，用戶「梨去哪兒」就抱怨稱買了「機票盲盒踩雷」。她表示：「第一次抽機票盲盒，結果分配到一個高鐵出發更加便宜和快捷的地方。」還有多名消費者表示，購買盲盒後兌換車票成功，但因時間或行程衝突，盲盒卻無法退款。有大學生網友的遭遇則更為讓人苦笑不得。「盲盒讓我原地旅行！」網友表示，自己在深圳居住，因為盲盒出發地只能是省會城市，所以先選擇了廣州作為出發點。「我心懷期待抽廣州出發的盲盒，結果抽到了廣州到深圳的路線，屬於原地旅行了。」

旅行定製師「小九」認為，機票盲盒就是碰運氣的產品。「目前盲盒產品出發時間、地點不確定，這樣其實對於規劃旅行有着極大的困擾。實用價值並不太大。」



▲廣州一家販賣抽盲盒產品和夾娃娃機的商店。大公報記者盧靜怡攝

低價機票盲盒不得退改 消費者不買賬

長期沉迷盲盒 如同沉迷博彩

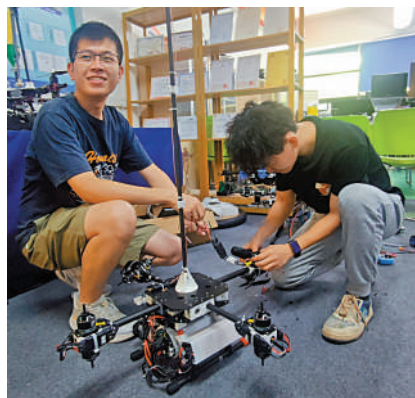
廣工大招30港生 培育芯片人才

【大公報訊】記者盧靜怡廣州報道：高考結束後，內地各大高校陸續舉行開放日歡迎新生了解校園情況。18日，廣東工業大學舉行校園開放日並介紹2023年招生亮點。廣東工業大學招生辦主任吳烈堅告訴大公報，今年廣工計劃招收30名香港文憑試考生，與往年持平，香港考生偏向報讀經管文法等偏文科類專業。廣工的集成電路學院總投資逾4.6億元（人民幣，下同）建設半導體微納加工研發服務平台，將為大灣區芯片企業培育緊缺人才。

廣東工業大學集成電路學院院長熊曉明告訴大公報，學校與廣東芯片企業合作，針對細分行業領域與企業共同定製核心課程。「我們與有能力的企業共同建設聯合實驗室，實驗室一個在企業，一個在學校，有些課程我們還會請企業的專家前來共同上課。希望做到企業和學校的頂尖人才能夠流通和共享。」

熊曉明表示，學院本科目前實施「2+2」「3+1」學制，即學生入學後的前兩年或三年在

不同學院、不同專業學習，在大三或大四參與學院的選拔，集中進行集成電路培養。集成電路專業需要學生掌握物理學、材料學、計算機學等相關知識。「這種跨學院、多專業的橫向交叉融合培養模式，大大提升了複合型人才培養的效率。生源的90%來自大灣區，畢業生90%的就業去向也是大灣區。學生畢業流向主要在深圳、廣州、東莞、珠海等芯片產業發展較快的地區。」



在廣東工業大學創新學院內，機器人研發團隊學生正在研發一兩兩樓無人艇。大公報記者盧靜怡攝

穗推夜經濟促消費 港青獲聘體驗官

【大公報訊】記者敖敏輝廣州報道：6月17日-18日，「到黃埔去·2023戶外音樂季——快閃知城夜」在廣州知識城知識大廈鳳湖商園舉辦，用「快閃+樂隊」開啟黃埔戶外音樂季新季。由幸福黃埔體驗官、黃埔海外新聞官、黃埔融媒記者組成的「直播天團」沉浸式轉播戶外音樂節，「帶貨」黃埔製造，點燃知識城「夜經濟」消費活力。其中，獲聘廣州黃埔「幸福體驗官」的港青，在活動中通過線上直播帶貨的形式，助力當地夜經濟。

近年來，無人機夜空方陣表演，日益受寵。此次黃埔音樂節亮相的「星空畫板」，和此前預設的方陣程序和圖案相比，民眾可以通過手機上的APP程序，操控無人機的燈光，畫出自己想要的圖案。主辦方表示，之所以能夠實現該操作，是引入最新的集群控制管理模式。傳統模式中，使用1個系統控制上千台飛行器，通過預設程序，在空中呈現不同圖案。而此次表演中，部分無人機操控權限開放給公眾，增強了互動性，讓更

多人了解最新科技。記者了解到，去年，來自粵港澳大灣區、形象陽光健康的優秀青年獲聘廣州黃埔「幸福黃埔體驗官」，深度體驗黃埔深厚的歷史文化底蘊和人民幸福生活。來自香港的劉瀟瑜便是其中之一，當天，她在現場體驗直播帶貨。「目前，很多香港青年在廣州生活、工作，這裏有好的政策支持，有好的發展空間，更有好的居住環境。」正在直播間開展工作的劉瀟瑜說，她已經愛上了在廣州的生活。



「幸福體驗官」在音樂節現場直播帶貨。大公報記者敖敏輝攝