

抽卡當另類投資？ 小心抽到乾塘

今年2月，一張曾由知名網紅Logan Paul持有、被譽為「寶可夢卡牌收藏界聖盃」的「比卡超插畫家」藏卡以1,649.2萬美元（逾1.28億港元）天價於拍賣會上成交。這不僅刷新了集換式卡牌的歷史最高拍賣紀錄，強化了寶可夢卡牌「致富神話」，吸引資金與散戶進場炒卡。根據追蹤平台Card Ladder的寶可夢價格指數（Pokémon Index），拍賣後幾周內，整體二級市場的卡牌平均市價按年飆升近46%，更掀起了抽卡賺錢熱潮。不過，抽卡賺錢隨時變到抽到乾塘。

消費陷阱 內地發提示

近年來，盲盒、卡牌等新興消費形態深受青少年喜愛，在內地更顯威力，支撐了盲盒品牌泡泡瑪特（9992）市值一度超4,000億元，超越眾多中國零售巨頭。不過，內地相關盲盒、卡牌投訴日趨增加。「全國消協智慧315」平台2025年受理的盲盒消費投訴顯示，消費者相關平均涉訴金額高達4,427元人民幣，單宗投訴涉訴金額最高達30萬元人民幣。投訴主要集中在資訊不透明、誘導過度消費及售後服務延遲推諉等方面，其中不乏未成年人未經監護人知曉或同意，多次下單購買盲盒商品的情形。

中國消費者協會早前提示，當前盲盒、卡牌市場還存在「類賭博」傾向，部分商家利用青少年的好奇心和收集欲，誘導其做出超越自身消費能力的購買行為，影響學業和身心健康。消費者切勿抱持「再試一次或許就能回本」的賭博心態。

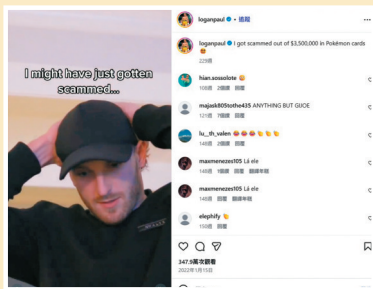
供不應求 買卡成本趨升

The Pokémon Company於2026年5月底公布的最新數據顯示，在2025年3月至2026年3月年度，全球寶可夢卡牌產量約為100億張，全球累計總產量歷史性地突破850億張大關。儘管規模看似龐大，但單年數據相較於上一年的102億張已下滑約2億張；若對比2023至2024年度119億張的歷史最高點，降幅更達19億張。值得注意的是，此番數量回落並非市場需求降溫。業界調查指出，自2024年底手遊《Pokémon TCG Pocket》在全球爆紅以來，實體卡牌市場迎來前所未有的「新玩家補給潮」，2025年初發售的熱門擴充包在世界各地皆面臨嚴重缺貨。這100億張的數據，實際上反映的是官方印刷量可能已現階段的「產能天花板」。為此，官方已宣布籌建高達127萬平方呎的新工廠來擴產，但料2028年底才會正式進入「全規模量產」。

炒風高漲，加上玩家需求巨大，官方即使火力全開，仍無法滿足市場胃納。多重影響之下，熱門系列一推出，貨品往往很快被掃清，之後便在二手平台以高價轉售，買家往往面對「食炒價」還是抱有希望四處尋找的難題。

假卡橫行 兩千萬元險「打水漂」

值得注意的是，即使實力雄厚，可二手平台高價掃貨，也可能會誤墮假卡騙局。上文曾提及的知名網紅Logan Paul，他的那張寶可夢藏卡雖創造了「致富神話」，但如果將時間撥到2021年，Logan Paul與寶可夢卡牌相關的最熱新聞，卻是他披露自己想豪擲350萬美元（約2,730萬港元）的價格購入一整箱未開封的初版寶可夢卡牌。結果在2022年初，他開箱後，卻發現全是整箱假卡。其後有消息稱，售賣上述產品的中間商證實已全額退還350萬美元給Logan Paul。事件中，Logan Paul沒有真的損失那筆巨資，但已印證寶可夢卡牌存假卡騙局問題。



知名網紅Logan Paul曾經墮入假卡騙案。他稱投資了350萬美元買入該批假卡。



It is the very

知名網紅Logan Paul曾持有的「比卡超插畫家」，今年造出天價拍賣紀錄。圖為其戴着那卡片的lg影片截圖。

結果5張卡片全是最普通級別。



抽卡為何讓人難以自拔？
其成癮邏輯可以追溯至經典心理學實驗——斯金納箱（Skinner Box）。1938年，心理學家斯金納設計了一項實驗：小白鼠只需按壓槓桿就能取得食物，而當獎勵變頻繁，甚至是瘋狂地重複按壓動作，白老鼠會更抽盲盒抽卡的模式與之高度相似，分別是用稀有產品代替了食物，面對未知的驚喜感、抽中心儀款式時，人類大腦同樣會分泌多巴胺，形成間歇性刺激，最終催生反覆消費的成癮行為。

記者在某便利店購買一包寶可夢卡進行實測。



記者實測抽卡 20秒的刺激

下午時分，記者上班前走進住處附近某便利店。甫入門，目標已在收銀處旁邊的貨架最顯眼處——整齊掛着幾排色彩鮮明、印着寶可夢標誌的卡包，接下來記者以一般消費者身份進行一次抽卡，以15元購入一包「超級進化」系列擴充包「深淵之瞳」。

付款前一刻，便利店店員友好詢問「一包就夠？」得到記者肯定後熟練掃過條碼，更送上「中大獎」的祝福。拿着卡包後，確實有一種難以言喻的緊張感。包裝袋上印着閃閃發亮的封面圖案，彷彿暗示着裏頭藏着價值連城的寶藏。記者撕開鋁箔包裝的瞬間，甚至以為自己真有機會「中大獎」。

然而，當5張卡牌逐一揭曉，現實迅速澆熄了所有幻想。

- 第一張：普通卡（Common）「猴怪」。
- 第二張：普通卡「烈焰龍」。
- 第三張：又是一張普通卡「下石鳥」。
- 第四張：不常見卡（Uncommon）「來悲粗茶」。
- 最後一張：所謂的「稀有卡位」——是一張不常見卡「狐大盜」。

記者就連上網找二手市價的意慾都提不起，心知全是沒有二手買家問津的卡片。

整個過程，從拆包到看完5張卡，不超過20秒。價值15元的投資，瞬間化為5張被家人視為廢紙的卡片。最後卡片送給十分喜愛寶可夢的侄兒後，他僅是禮貌性道謝，全無興奮感。

類似記者抽卡情景，每日正在香港數百間便利店、玩具店、卡牌舖重演。消費者懷抱着「可能下一包就中大獎」的賭徒心態，卻忽略了一個基本事實：絕大多數卡包的價值，從撕開的一刻就注定低於售價。那些在網上流傳的「天價卡牌」，背後往往是開過數十盒、甚至上百盒的「血淚史」。而普通消費者，只是「投資神話」中不起眼的路人。

寶可夢卡牌的樂趣，本應來自對戰與收藏。當我們當其為發達工具，便利店就變成了另類的「投注站」。一份零食的價錢，買到的只是不足20秒的刺激與事後極大的失落。在追逐發達夢前，不如認真審視：我們買的，究竟是夢想，還是陷阱？

卡牌稀有度一覽

C(Common)/ U(Uncommon)
特點：數量最多，是組成對戰卡組的最基礎卡片。

R(Rare)
特點：大多為特定寶可夢或實戰卡，圖案部分有光澤折射（俗稱「小閃」）。

RR/ RRR(DoubleRare/ Triple Rare)
特點：多為對戰卡組主力/王牌。此稀有度或以上整張卡片一般都帶有閃光效果與特殊紋路（俗稱「閃卡」）。

AR(Art Rare)
特點：全圖插畫、故事感強，此稀有度或以上收藏價值較高。

SR(Super Rare)
特點：多為全圖設計的特殊寶可夢或訓練家。

SAR(Special Art Rare)
特點：AR加強版，構圖與故事性更豐富。

HR(Hyper Rare)
特點：超級稀有，多為彩虹/異圖等有特殊閃光與紋理。

UR(Ultra Rare)/ MUR(Mega Ultra Rare)
特點：俗稱金卡或黑金，為最稀有的卡，抽中率極低。

#註：稀有度、Secret卡、特典卡都寫在卡面下方的標記與編號中。

上市公司推代幣 化身「賣鏟人」

當街頭的青少年或大細路還在為抽中一張稀有金卡而歡呼時，這場席卷香港的卡牌狂熱，卻正走向資本化與證券化的結構性轉變。在這場變相「淘金熱」中，精明的資本早已選擇跳出傳統買賣卡的博弈，轉身成為淘金者提供工具與規則的「賣鏟人」。

以上市公司迷策略（2440）為例，該集團聯同另類投資平台EVIDENT，推出了全球首隻「寶可夢藏卡代幣化基金」。該基金以歷史級稀有的「梵高比卡超」PSA 10滿分卡作為底層

資產，利用區塊鏈技術將高昂的實物資產分割為數碼代幣（Tokenization）。

迷策略在推出該基金時曾提及，實卡收藏有三大難題：認證之憂：藏卡來源不明、贗品泛濫等都是機構投資者的最大顧慮。

保管之難：博物館級實體儲存成本高昂且難以營運，例如保安、保險及恒溫恒濕設施，令妥善保管的費用極為高昂且操作繁複。

市場之散：二級市場高度碎片化，庫存分散，採購渠道不一，難以從可靠渠道批量購入

經甄選的藏品。因此，迷策略認為該基金對投資者有吸引力。

根據5月公告，該基金已成功完成資本募資。迷策略未有披露首輪募資金額，僅指該基金獲超額認購。基金代幣由EVIDENT發行，其代幣化經濟權益與EVIDENT於基金的合夥權益掛鉤。在分派卡牌升值利潤前，將根據代幣條款及條件，先扣除平台層面的相關費用、成本及開支，確保了其作為「賣鏟人」的穩健收入。

迷策略指出，目前市場普遍看好「梵高比卡超」PSA10評級卡牌的升值潛力，以及寶可夢



迷策略聯同另類投資平台EVIDENT，推出「寶可夢藏卡代幣化基金」。

長遠的品牌實力與文化價值。這次超額認購，標誌着藏卡逐步演變成受認可的投資產品，為融合文化藏品與金融體。