

天猫上有近20万人每年花费2万元购买,资本一窝蜂涌入也令市场良莠不齐

乐趣在于“不确定”,盲盒“惊喜经济”能否持久

■本报记者 张熠 实习生 曹贇娴

从上海博物馆出来,拐个弯过条马路就是来福士广场。从喜茶到鲍师傅,频繁更替的网红产品,使这里颇有市场风向标的意味。复旦大学历史系毕业后,一直在博物馆同文物打交道的孙路遥,没想到自己有朝一日入了“盲盒”的“坑”。

“冬天加班结束,或是忙完一个大展,就顺带去商场逛一圈,悄悄带一款盲盒回家,忐忑又兴奋。”吸引孙路遥的,是不知何时出现的盲盒贩卖机。造型与普通贩卖机无异,只不过外形更花哨,販售的商品也非零食饮料,只有拆盒才揭晓是哪款玩偶的所谓“盲盒”,“它的乐趣就在于不确定。”

随着盲盒之风愈演愈烈,盲盒贩卖机、实体店纷纷入驻商城,抢夺最佳点位;线下排队抽盒、组团猜盒、买盒,不仅令众多实体店门庭若市,更被年轻人视为全新的社交方式。

一人盲盒深似海 从此钱包是路人

95后最“烧钱”的爱好中,潮玩手办排名第一,盲盒收藏是硬核玩家数量增长最快的领域。

在上海博物馆,孙路遥从事媒体宣传工作。她晒在朋友圈里的内容是清一色的“上博”:上博的文创、上博的展台、上博的讲座、上博的文创……只有一条例外,那就是盲盒。

2019年11月22日,长三角文博会开展,她作为上博工作人员驻场。“逛到海上文创店玩起盲盒,本打算抽到重复的就停手,没想到一连抽了10个都没重复。”孙路遥随后发了条状态自我调侃:“一人盲盒深似海,从此钱包是路人。”配图是当天的全部收获,叠得整整齐齐的13个盲盒与拆盒后的玩偶。一眼看去,猫咪“吾皇”正慵懒地躺在西瓜盆里,这是“吾皇万睡”的隐藏款盲盒;此外也有“Kimmy & Miki”“泡面猫——头顶有粮”等各大热门IP(知识产权)。

身为85后,孙路遥是被朋友拉入“坑”的。“去年夏天,朋友过生日想抽盲盒开心一下,没想到我俩同时抽中当时最火热的两款。”被好友断定是“很有潜质”的孙路遥,由此开始一个月至少一个盲盒的抽盒频率。

90后“涂小小”已拥有200多个盲盒玩偶,她专门买了透明的亚克力展示柜,靠墙摆放在书桌上,按系列往空格里填充,看着格子一个个被填满,“满足感油然而生”。“入坑纯属偶然。”去年8月,“涂小小”休假在家,被朋友安利了“盲盒”的玩法,“抽到喜欢的塑料玩偶,真的超级治愈。”如今,每次出门,“涂小小”都会随身携带一只盲盒玩偶。她的收藏中,有“Kimmy & Miki”动物系列盲盒公仔,温柔的小兔、爱美的布偶鹿,每个角色各有性格;也有“猫铃铛”系列,一只只全长约12厘米的暹罗猫、三毛猫或美国短毛猫,憨态可掬,满足了“云吸猫”的乐趣。

盲盒的玩法说起来很简单。一个个盒子里装着八九厘米高的塑料玩偶,售价在30到90元之间,盒子外观一致,一般印有该系列中最有代表性的一款。在拆盒之前,玩家都不知道里面藏着哪一只玩偶。通常一个系列的盲盒12款,单个购买称作“抽盒”,如果一次性“all in(全部集齐)”,就叫“端盒”。盲盒还被市场分成“热款”与“雷款”,热款是比较受欢迎的造型,雷款造型则比较丑,玩家不大喜欢。区别于普通款,玩家还能抽中更特别、更精致的“隐藏款”。以某款大热的盲盒为例,售价59元,隐藏



货架上陈列的各种系列盲盒。



玩家摇动盲盒,凭手感猜测是不是自己想要的那款玩偶。均本报记者 蒋迪雯 摄

款抽中概率为1/144。

去年8月发布的《95后玩家剁手榜》显示,95后最“烧钱”的爱好中,潮玩手办排名第一。其中,盲盒收藏成为硬核玩家数量增长最快的领域。单在天猫上,就有近20万消费者每年花费2万余元收集盲盒,有人一年耗资百万元。

扰动的不止玩家 商家抢黄金点位

盲盒线下实体店使商场租金报价水涨船高,几平方米黄金点位,有商场开价6000元,甚至2万元。

最忙时,几乎每天都有人提着新出的成套盲盒样品,找到上海漫屋网络科技有限公司谈“上机”合作。所谓“上机”,指的是将盲盒上架至公司旗下的咕咕屋盲盒机。“上海各大商场的黄金位置大家都在抢。”采访当天20时,公司CEO周蒙佳还没结束工作,办公桌上就摆着一套前几天送来的样品。

盲盒之风,扰动的远不止玩家。商家迅速抢滩商场点位,唯恐居于人后。“去年5月底第一台盲盒机测试,8月起加速铺设,保持一个月10多台的速度。”周蒙佳说,公司原本致力于贩售后台业务,“有个股东常端盒,我们就转型切入盲盒运营。”截至去年12月初,咕咕屋铺设58台盲盒机,数量居上海前三。国内头部的盲盒公司则在全国开出100多家线下实体店,铺设400多台盲盒机。商场租金报价水涨船高,几平方米的黄金点位,有商场开价6000元,也有商场报价2万元。

记者看到,巴黎春天宝山店,闪烁着彩灯的盲盒机放置在地下一层电梯口,四周全是小型餐饮店,人流密集;位于地铁宜山路站的光启城,两三台不同品类的盲盒机并排放在走廊旁,一出电梯就看见;在世博源,以贩卖文创产品为主的九木杂物社,也上架多款盲盒,占据整个柜台。

盲盒机前,闺蜜团、年轻情侣、亲子档是主

要顾客。扫一扫机身上的二维码付款,“啪嗒”一声盲盒被运到出货口。而在盲盒实体店,连购买盲盒的过程也被无限拉长;如何在完全一致的盒子中挑出最中意的款式,增加玩家胜率,本就是玩法的一种。在世博源线下店,记者遇到一位高个子男生,只见他先是掂量每个盲盒的重量,再摇一摇,放在耳边听声音,一看就是资深玩家。这个过程叫“猜盒”,不同造型,零件数量,重量会有细微差别,如果是袋装盲盒,上手摸也能猜个八九不离十。

既然有中意的款式,为什么不干脆“端盒”?“购买盲盒,享受的就是不确定带来的乐趣。”第五次,小刘终于抽到Dimoo“迷途动物”系列的小猪,在这之前,她已抽了同系列的白鹤、蓝鸟、熊猫和兔子。最后一次,她穿过货架旁的人群,随手拿了一只,从进店,拿起到结账出店,耗时两分钟。出店却没有勇气打开,把盲盒递给随行的朋友,让对方先查看盒里的身份卡。朋友看完后一脸兴奋,小刘觉得“心里有朵烟花缓缓升起”,果然是期待已久的猪猪。

相似的情绪出现在每一位购买者身上。90后“狮加加”是办公室第一个玩盲盒的,在她带动下,全办公室男女老少集体入坑,甚至专门辟了一个玻璃柜,摆放大家抽中的玩偶。

从商家销售数据看,盲盒的热度显而易见。周蒙佳透露,热门点位日流水达一两千,“机器上的盲盒价格29元至89元,人均消费59元左右。”

二手盲盒交易热 “黄牛”趁机抬价

热衷盲盒不可避免抽到重复款式,线上二次交易成新选择。“闲鱼”发布报告称盲盒交易是千万级市场。

实际上,盲盒的玩法可追溯到日本明治末期出现的“福袋”,消费者买到福袋,打开才知道里面的物品,这种促销模式带动百货公司生意。20世纪70、80年代,福袋的营销思路延伸到日本的模型市场,出现线下“扭蛋机”。扭蛋机更接近盲盒,

销售的商品多是动漫IP手办、玩具模型等二次元和ACG(动漫游戏)领域。一位业内人士说,盲盒之所以火爆,离不开潮玩公司“量产”推广,而大部分盲盒玩偶都很精巧。

盲盒的未知感、不确定感又带来二手市场的繁荣。热衷盲盒的玩家不可避免抽到重复款,线上二次交易成为不少年轻人的选择。二手交易平台“闲鱼”上,已有超过30个与盲盒相关的鱼塘。之前闲鱼发布的报告提到,盲盒交易已是千万级的市场,过去一年闲鱼上有30万盲盒玩家交易,每月发布闲置盲盒数量较一年前增长320%,最受追捧的盲盒价格涨了39倍。通常,被炒至天价的都是隐藏款。最受追捧的隐藏款是“潘神天使洛丽”,售价高达2350元。

“黄牛”嗅到商机,趁机抬价炒盲盒,但对真正的玩家,尤其是有一定经济实力的上班族来说,她们更愿意把盲盒视作“成年人的玩具”。“每天抽,看它们摆在那里,就觉得快乐。”“涂小小”说,“我排斥商家推出的各种花样抽法,甚至不喜欢人家说它是盲盒,在我看来,重要的是不抽选,而是我喜欢玩偶的设计。”她认为,应更理性地对待盲盒消费,不要落入商家套路,或是超出自己经济能力购买盲盒。她更愿意把盲盒视作一种陪伴的玩具,甚至开发出新玩法,每天根据要去的地方,挑选一只玩偶挂在包上。去大学听讲座,带的是校园系列;去听音乐会,会带着正式的娃娃。

只玩拆盒乐趣减 今年将重新洗牌

在寻求新奇的领域,如果玩法没有更多创新的话,这种精神需要的满足在可预见的时间内就会接近饱和。

“盲盒的出现,恰好符合目前一些人的三缺(缺爱、缺心情、缺刺激),三爱(爱美、爱玩、爱健康)和三怕(怕老、怕死、怕孤独)。”复旦大学广告学系教授张殿元说,盲盒迎合女性消费者爱美爱玩的心态,其精美可爱的设计一定程度上满足了她们的“少女心”,能实现焦虑和压力的自我消解。

让市场主体享受迅捷便利“上海速度”

(上接第1版)要对标最高标准,最好水平,深挖改革潜力,寻找新突破口,画好改革“工笔画”,更好释放改革红利,激活发展潜能。要突出制度建设这条主线,强化系统集成、协同高效,优化上下联动、条块结合,推动各项改革落地见效。要站高一步、看远一步、

推进虹桥商务区新一轮发展

(上接第1版)规划重在实施,要切实抓好方案落地,集约有序开展,以规划为引领形成区域发展合力,力争尽快取得有显示度、有影响力的实际成效,走出一条跨行政区划高质量协同发展的新路。作为市民联系政府的桥梁纽带和检验政府工作的窗口,12345市民服务热线2019年共接听来电444.8万个,同比增长13.6%,转送工单250.9万件,同比增长17.6%,接通率94.9%,事项解决率80.5%,回访满意率92%。热线工作质量在第三方机构测评中位居全国前茅。

会议指出,12345市民服务热线是政府密切联系市民、更好服务市民、发现问题和改进工作的重要渠道。要进一步发挥“一网通办”总客服的作用,打造便捷高效的服务平台,积极对接城市运行“一网通管”,持续提升城市精细化管理水平。要强化热线的督办和整改功能,加强日常督办和集中治理,

听取委员履职统计分析汇报

(上接第1版)去年12月,市政协召开专题通报会,听取有关预算执行及预算编制情况介绍。委员们充分肯定本市财政运行情况,并就有力有效保障重大决策部署落实、提升财政政策精准性和有效性、深化预算管理制度改革、持续推进财政公开透明等提出意见建议。

会议听取了关于2019年界别工作情况的汇报。市政协坚持分类施策,彰显优势,着力推动界别工作活起来、实起来、强起来。去年全年,各界别独立或联合开展活动160次,参与委员1844人次,21个界别提交集体提案94件,18个界别反映社情民意信息156篇。同时,积极探索界别间联合、界别与专委会联动、市区政协界

记者手记

盲盒,需要被理性对待

■张熠

盲盒犹如一股热风刮至上海。年轻群体中,人人谈论盲盒,购买盲盒,收藏盲盒,这种以“盲买”玩法得名的潮玩瞬间俘获大批消费者。

诚然,盲盒设计精美,切中消费心理的购买方式也令其极易“上头”。“入坑”盲盒的玩家中,拥有上百只娃娃的不在少数。

本质上,无论多精美,盲盒都只是一件商品,一件需要被理性对待的消费品。琳琅满目的商品通过精心设计,出现在消费者触手可及之处。从“抽盒”到“透盒”“猜盒”,各种玩法实则是一场消费的共谋;商家通过不断增加购买过程的趣味性,将其包装成一种颇有诱惑力的消费潮流。同一系列盲盒中,每个玩偶换身衣服、换个姿势,就成了一款全新商品。另一方面,商家也以极高的频率推出新品,不断诱惑消费者。实际上,当你为抽中“热款”而惊喜,为抽中“雷款”而失落时,已经落入商家设计好的套路中。

“热风”刮过,商家赚得盆满钵满。而在二手交易平台上,“弃坑”后出售全套盲盒的玩家也不少。“惊喜经济”带来的快乐到底能持续多久?或许这是这阵“热风”留给玩家的“冷思考”。

“不少玩家称自己的玩偶为‘娃’,一旦建立这种情感纽带,玩偶就被赋予新的身份,成了一种陪伴的象征。玩家会带着自己的‘娃’各处打卡,对孤独的现代人来说或多或少承载着一点情感的寄托。”

盲盒归根结底是一种“惊喜经济”,利用不确定性带来乐趣。成系列推出的盲盒,也戳中不少人的“收集癖”。

几乎所有人都心知肚明,抽盒时的期待、满足、惊喜、失落,实际上都是商家设计好的情绪。每次买盲盒,发好朋友圈,小刘短暂的狂喜会归于平静,她说:“59元买到的快乐好像只维持了5分钟。”入坑一年多的梦梦如今越来越冷静,从最初被商场的盲盒自助贩卖机吸引,一旦到拥有近百只玩偶的“养娃大户”,她表示,期待与新奇的心情现在已变成收藏欲的满足。最近,在总是抽不中想要的盲盒后,梦梦发现闲鱼上有不少盲盒在出售或交换,“我改变策略,拿自己重复拥有的玩偶去和别的玩家交换,很快就集齐了。”

盲盒的火越烧越旺,担忧也出现。“如果只有一种拆盒玩法,它带来的乐趣会越来越少。”“狮加加”的兴趣已转向更复杂的盲盒,“比如LOL惊喜娃娃,它有姐姐球、妹妹球、宠物球,有鞋子等不同配件,总之有很多拆盒乐趣。”另外,选择“弃坑”的玩家不少,在闲鱼上,就能遇上不少弃坑后打包出售全部盲盒的前玩家。

对于盲盒的未来,张殿元表示:“在寻求新奇的领域,如果玩法没有更多创新,这种精神需要的满足在可预见的时间内就会接近饱和。”

资本一窝蜂涌入,加上频繁上新的盲盒,也令市场良莠不齐。“之前试过一个蛮有粉丝基础的IP,玩偶定价59元,但顾客反馈制作太粗糙。”周蒙佳说,对方后来出了新款,价格降到49元,“我们还是没管上机。”盲盒机被潮玩公司视作潮玩“出圈”、触达大众的直捷渠道,“火越旺,烧得越快,今年肯定是盲盒业洗牌的一年。”

入坑的故事仍在继续。“涂小小”的目标是收集满1001个盲盒,到那天,就为所有娃娃办个展。展览叫做“半米博物馆”,她计划按特定主题,把玩偶摆放在各自房间模型里,“自己去挖掘一些从没有过的新玩法”。孙路遥最近的兴趣也转向娃娃界元老“Sonny Angel”,这是她2019年底给自己的奖励。

(上接第1版)倘若再把在某些区已经试点的“一证多址”全市推广,又可省下10多天的办证时间。“按照沪上便利店平均月租金4万元来计算,未来罗森要是每年在上海新增400多家店铺,就可增加2000万元利润。”

“靴子”落地,更多的外资零售企业坚定了加码中国市场的决心。“以后我们在上海开店都只需要备案。”德国最大的连锁超市奥乐齐中国区主席陈友钢说道,按照上海的

外资零售业竞相在沪开新店

“一照多址”新政,企业不仅申请材料减半,还有望享受当场办结的“绿色通道”服务。企业预计今后将通过这一渠道开出更多新门店,“中国区总部的认定也已经在申请中。”

最近,奥乐齐(中国)投资有限公司还专门给徐汇区政府发来感谢信。信中提到:“徐汇区宛平南路店从最初的租赁合同商谈之时,至后期的门店证照申请、施工许可和消防等遇到的

5年跨区帮扶助力36个贫困村摘帽

争取干一件成一件、做一项成一项,因地制宜开展精准扶贫。江西省永新县烟园乡黄竹岭村是贺子珍故居所在地,结合这一红色资源,上海警备区确定了“旅游+扶贫”的思路,先后投入320万元建设资金打造旅游线路。

经过改造,黄竹岭村的进村公路和环村路得以拓宽并铺设沥青路面,村口和村后加设护坡,立面还建成了红色记忆浮雕景观带,村前修建起生态停车场和村民文化活动广场,村前的小池塘通过改建成为景观湖,环湖还修建了休闲步道,村旁的小溪清澈见底。改建后,县里幼儿园孩子们常来这里戏水,大巴开了进来,前来参观学习的游客络绎不绝。

除了上门帮扶,上海警备区还在上海社科院举办帮扶支持革命老区建设专题培训,63名来自革命老区的乡村干部聆听了现代农业产业化发展路径、农业专业合作社管理实务、“互联网+”农业与农产品电子商务等专题讲座,了解发展绿色农业、智慧农业、现代农业的方法,开阔了视野,坚定了带领群众脱贫致富的信心。旭辉集团股份有限公司还为井冈山等革命老区161所中小学捐赠《雷锋》杂志1804份,为老区学生送去精神食粮。

不忘初心当好老区精神新传人

在江西省井冈山市龙市镇相公庙村一位老人家中,一本泛黄笔记本上写着这样一句话——红军是为劳苦工农谋利益的先锋队。历经90多年的沧桑,清秀的字迹略显斑驳,却见

难题,都得到了徐汇区商务委的多方协调。当企业遇到问题一筹莫展之际,徐汇区商务委领导第一时间召集区建管委、区市场监管管理局、区卫健委、区消防救援支队、枫林街道和企业,多次举行协调会,积极为企业寻找解决方法。徐汇区商务委在深化改革、优化营商环境中的积极表现,主动作为,让企业感受到了优质的外资服务。”

据了解,奥乐齐宛平南路店开业以来销售业绩一直位于全市门店之首。

证了人民子弟兵为人民服务的不变宗旨。

“谁家是因为大病、谁家是因为残疾、谁家是因为劳力不够,各家的贫困原因,他都一清二楚。”江西省井冈山市龙市镇老百姓口中的“他”,就是原长宁区区委常委马发明。这几年,为确定扶贫帮困项目,掌握一手资料,马发明十几次赶往龙市镇。为了节省经费开支,提高工作效率,他通常选择周五晚上乘坐绿皮车从上海出发,赶到龙市镇对接协调有关项目情况,周日晚上再从龙市镇返回上海。

修缮红四军军部、安装城区主干道路灯、增添医院医疗设备……随着马发明一次次往返于上海和龙市镇两地,长宁区部队援建的8个帮扶项目一一得到落实。如今,当地的老百姓见到他,就像见到亲人一样,以老区精神帮扶老区,在帮扶老区中学习传承老区精神,将帮扶战场作为红色教育阵地,这样的例子不胜枚举。

“每次踏上这片神圣的土地,走过重大事件的发生地,心中总能感受到一种震撼与净化。”奉贤区区委政工科科长杨春杰五年间50多次到扶贫老区,每次看到陈列馆里的史实资料,都能感受到内心最深沉的呼唤:“时刻提醒我们是从这些老区走来,在发展的路上,不能忘了我们曾经的根脉。”

“帮扶攻坚的主战场就是我们开展主题教育的生动课堂。”上海警备区政治工作部主任田远表示,他们把老区涌现出的英雄前辈浴血奋战的感人事迹、优良的作风传统作为开展“不忘初心、牢记使命”主题教育活动的生动教材,搬上讲堂、舞台、网络,引导广大官兵当好老区精神新传人。

想深一步,认真研究谋划事关全局和长远发展的重大改革,力争在重要领域和关键环节取得突破,更好服务经济社会发展大局。

市委全面深化改革委员会委员于绍良、郑钢淼、陈寅、吴清、翁祖亮、周慧琳、诸葛宇杰、徐泽洲、许昆林、彭沉雷、龚道安、宗明、汤志平、方惠萍出席会议。

着力推动问题解决。要加强对政务热线数据的综合分析,从群众来电的“数据金矿”中提炼出工作中的共性和倾向性问题,及时发现和弥补短板弱项,通过数据分析和共享实现辅助决策的作用。同时,要根据实际工作情况,分类施策,继续推进本市政务服务热线整合工作。

为规范政府制定价格行为,提高政府定价的科学性、公正性和透明度,保护消费者和经营者的合法权益,根据国家相关文件精神,市有关部门制订了《上海市政府制定价格行为规则》(送审稿)。会议原则同意《规则》并指出,价格工作涉及面广、政策性强、社会关注度高,市区两级政府及各行业主管部门要加强协调配合,形成政策合力,做好价格统筹等工作。要结合上海实际,进一步细化政府定价程序,切实做好定价听证的组织、定价方案的制定等工作。要加强年度定价计划统筹和具体项目定价方案统筹,确保价格统筹机制可操作、可落地。会议还研究了其他事项。

别联通工作机制,提高界别活动针对性、吸引力、参与度,推动界别整体效能进一步提升。

会议听取了关于2019年市政协委员履职统计分析情况的汇报。一年来,广大委员坚持建言资政和凝聚共识双向发力,积极履职尽责,830名委员参与日常会议活动16148次,458名委员以第一提案人身份提交提案890件,257名委员反映社情民意信息816篇。

会议审议了市政协上海市委员会关于加强和改进凝聚共识工作办法(试行)(草案),强化委员责任担当更好履职尽义务工作规则(修订草案),专门委员会工作条例(修订草案)。

市政协副主席方惠萍、赵雯、周汉民、王志雄、张恩迪、李逸平、徐逸波、金兴明、黄震出席。