

## 高价抽的网络盲盒 竟是个挖耳勺

“商家做活动,手机只需59元。”浙江嘉兴居民李先生近日用手机刷视频时收到一条弹窗广告,他点开推广界面,结果显示他中了一部手机,但需要支付59元。李先生在半信半疑中完成了支付,推广界面却变成了拆盲盒,他点开一看是个手机壳。李先生想退款,被却客服告知“盲盒由于特殊属性,开启后无法退款”。

天津河东居民王先生不久前收到一条190多元的扣费短信,原来是刚上小学四年级的孩子玩手机时看到“0.01元抽盲盒”的广告。下载App后才发现,只有首抽是0.01元,必须三连抽,后面的两抽都是原价,孩子没注意付了款。王先生去找客服,也被告知“盲盒因为商品属性无法退款”。

和他们一样,不少人都遭遇过时下热门的网络盲盒“陷阱”。所谓网络盲盒,多指在电商平台或盲盒应用上,以“低价”“捡漏”“保底”等为噱头销售盲盒类商品。

但网络盲盒靠谱吗?记者近日调查发现,网络盲盒中充斥着虚假宣传,“19.9元用上华为手机”“9.9元搏一搏”“开盒必中苹果产品”……商家用这些话术诱导用户消费,可用户花几十元乃至数千元购买的盲盒,打开后可能只是一个挖耳勺。此外,抽奖概率不靠谱,抽中奖品不发货、价值不符、货不对板不能退款等情况也被诸多消费者吐槽。

## 抽中概率随意调整 变着花样让你掏钱

记者注意到,做网络盲盒这门生意程序简单,网上有不少搭建盲盒小程序、App教程,只需花费几十元便可搭建一款盲盒小程序,有的甚至可以免费搭建。

记者花49元在某虚拟产品商城购买了一款网络盲盒小程序,其中有安装教程和实际演示。根据教程,只花了十多分钟便将小程序搭建完成,开通支付设置后便能正常使用。

在这款小程序的商城测试界面,上架了3款商品:至尊款——iPhone13,抽中概率为0.1%;稀有款——AirPods(第三代),抽中概率为1.0%;普通款——FIIL T1 XS无线耳机,抽中概率为98.8%。3款商品加起来抽中概率为99.9%。

在盲盒商城后台,记者看到不管商城界面显示概率为多少,这3款商品抽中概率均可自己调节。目前设置为0,剩下的0.01%的盲盒商品抽中率则被设置成了100%,里面可以设置牙刷、洗手液、抽纸等商品。

记者注意到,另一款盲盒App首页最上方的推送中写着“本平台通过厦门公证处鉴定,所有开盒概率为真”。记者点进去发现,确实有一份显示为福建省厦门市公证处的复印件,真假难辨。其公证事项是用华为和苹果两部手机演示了开盲盒的流程,对于概率真实性和能否抽中所显示的盲盒商品并未提及。

今年8月22日,四川省保护消费者权益委员会联合重庆市消费者权益保护委员会发布盲盒App调查情况结果,根据对10款盲盒App抽选的盲盒商品概率测算情况来看:盲盒星球获得隐藏款的概率为0.6944%;元气魔盒获得最高奖项的概率仅为0.0007%。但这是在假定成立的前提下计算的,实际平台在设置概率时是否会根据高价格的商品设定更低的概率,是否会及时补充被抽走的商品,消费者无从得知。

以元气部落“这箱有礼”盲盒



# 网络盲盒成『网坑盲盒』 虚假宣传充斥,货不对板无法退款等问题不断

所谓“网络盲盒”,多指在电商平台或盲盒应用上,以“低价”“保底”“捡漏”等为噱头销售盲盒类商品的行为。记者近日调查发现,网络盲盒中充斥着虚假宣传,抽奖概率不靠谱、抽中奖品不发货、价值不符、货不对板不能退款等情况也被诸多消费者吐槽。

包为例:如果想要中得终极奖项特定商品,平均要抽7.1万余次,花费492.8万余元;特级奖项特定商品,平均要抽4700多次,花费32.7万余元;高级奖项特定商品,平均要抽39次,花费2600多元。

盲盒星球59元盲盒系列:平台公示隐藏款概率为1/144,即首次获得隐藏款,平均要抽144次,花费8496元。元气魔盒“爆款必抽一次带走苹果三件套”盲盒:根据假定计算,如果想要中得传说款特定商品,平均要抽15万次,花费1185万元。

记者发现,在一些盲盒App中,还有提示卡、透视卡、复制卡、欧气卡等道具,在抽盲盒前使用,就可以提前知道盒子里装的是什么东西,提高抽中大奖的概率。不少网友花了大价钱购买各种道具,结果一无所获。

## 不发货无人理 商品质量存疑

除了抽奖概率不靠谱外,抽中奖品不发货、价值不符、货不对板等情况也被消费者频频吐槽。

今年6月,北京朝阳居民袁先生在一款盲盒App上抽到一款价值499元的头戴耳机。订单详情显示,商品将在7个工作日内发出,但等了快两个月时间商品还未发货。袁先生多次向客服反映情况,得到的解释都是“商品正在补货,可能会延时发货,但时间不确定”。

今年7月,辽宁沈阳居民刘先生花了2000多元在一款盲盒App上抽中了3样物品,但收货后发现物品和App界面显示的完全不一样。刘先生怀疑自己被坑,要求平台退款,得到的回复是“无法退款,但可以在线回收兑换成积分购买盲盒商城的物品”。

刘先生发现,该盲盒商城中的商品价格远高于其他电商平台或线下门店,“将2000多元的盲盒换算成积分,连市价两三百元的口红都兑换不起”。

## 延伸阅读

## 如何规范网络盲盒,已开始征求意见

8月16日,市场监管总局网站发布关于公开征求《盲盒经营活动规范指引(试行)(征求意见稿)》意见的通知。征求意见稿提出,盲盒经营者应依据生产经营成本和市场供求状况,合理确定盲盒价格。盲盒经营者提供商品或者服务应明码标价,不得在标价之外加价出售商品,不得实施不按规明码标价、哄抬价格、价格欺诈等违法行为。

其中,第十六条规定,网络交易平台经营者应严格落实主体责任,定期对平台内盲盒经营者真实信息进行核验,建立健全检查监控制度,强化对平

台内盲盒经营者及其发布的商品和服务的动态监测。网络交易平台经营者如发现平台内盲盒经营商品或者服务信息存在相关违法违规情形的,应依法采取必要的处置措施,并向有关主管部门报告。

第十七条规定,盲盒经营者通过充分告知提示,并经消费者确认后,以互联网形式销售的盲盒商品拆封后可以不适用七日无理由退货。但以全包形式销售整套系列商品,消费者拆封后要求整套退货的,经营者应依法执行网购七日无理由退货规定。盲盒经营者不得

来自四川的张先生也有类似遭遇,他在某盲盒App上购买了一个价值50元的盲盒,号称能开出50元至9999元的商品,可开出的商品居然是一个普通挖耳勺。

来自江苏的颜先生遇到的“乌龙”盲盒让他大跌眼镜。他下载某盲盒App后,开了一个500多元的盲盒,开出官网售价4000多元的戒指,等收到产品时却傻了眼——寄来的纸盒里只有一颗“钉子”。

通过网络盲盒能不能买到真货?记者进行了实测。

在一款名为魔趣盲盒的App上,记者花39元购买了一次“数码闷包”的抽奖机会,该盲盒在可能获得的奖品界面列举了几十种奖品,其中最便宜的是价值39元的市场上某款知名科技公司的蓝牙温湿度计,价值贵高的是一款1万多元的笔记本电脑。但记者抽奖后发现奖品是一款多口充电器,且商品名称在各电商平台均未检索到。

收货后,记者发现,该款充电器没有3C认证、安全指标等标识,其提供的官网地址也无法打开,客服电话显示为空号。记者随后就充电器的市场价询问盲盒客服,对方回复说“按照市场定价肯定物超所值,但品牌信息不方便透露”。

此外,记者随机选择了其他3款盲盒App,遇到的情况与之类似:发的货物不在公示的可能抽到的盲盒商品中;质量差,包装不符合规定,无法确认价格;联系不上厂家客服。

市场上多款盲盒App的相关协议包含盲盒商品“原则上不予退换”“不支持七天无理由退货”“一旦开启,无法退款”等内容。

对于这一现象,多位接受记者采访的专家指出,根据消费者权益保护法和《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》等法律法规,网售商品七天无理由退货规则的例外商品并未明确包含盲盒商品。因此,如果消费者拆

封网络盲盒后,发现收到的商品不符合质量要求或不符合商家的营销宣传、承诺的,可以要求商家履行退货义务。

## 此类App涉嫌违法 平台应担监管责任

对于通过盲盒应用后台暗箱操作、设定不公平售后规则的行为,北京中闻律师事务所律师杜秀军认为,此类App可能涉嫌违法甚至构成刑事犯罪。我国反不正当竞争法要求经营者进行有奖销售时不得有以下情形,如所设奖项种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确,影响兑奖;采用谎称有奖或故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售等。而且,若商家暗箱操作或系统真实中奖率远低于商家公布中奖率,涉及数额达到一定标准,还可能涉嫌虚假广告罪。

北京瀛和律师事务所律师黄群辉说,根据《侵害消费者权益行为处罚办法》,网络盲盒零概率中大奖却宣称能够获大奖的宣传行为涉嫌欺诈。

“根据电子商务法,如果平台知道或者应当知道盲盒App提供的服务存在侵害消费者合法权益的行为,未采取必要措施,要与App实际经营者承担连带责任。”黄群辉说,平台还应承担相应的监管责任,主要为信息登记报送责任,对网络盲盒实际经营者的身份信息进行核验,登记,建立登记档案,并报送市场监管部门;对违法行为监测及处理,如对遭受大量投诉、被市场监管部门立案调查等存在违反法律、法规行为的盲盒App,平台应采取警示、暂停或者终止服务等措施,避免消费者损失扩大。

## 存在监管盲区 呼吁监管和自律相结合

受访专家一致认为,当前网络盲盒存在一定的监管盲区,外部监管应和平台经营自律相结合,防止网络盲盒成为“网坑盲盒”。

黄群辉说,在全国层面,目前还没有统一的盲盒监管规则。立法部门、监管部门有必要针对盲盒营销的新业态,通过修法、出台相关细则、法律解释等方式,参照对有奖销售行为的监管规则,尽快制定盲盒营销监管规则,明确盲盒营销的适用范围、方式类型以及经营者和消费者的权利义务,画出盲盒营销的底线,拉出盲盒营销的正、负面清单,明确经营者违法营销的法律责任和监管部门的监督职责。

“相对线下,线上盲盒经营者更容易通过后台操纵改变抽取结果、随意调整抽取概率等方式变相诱导消费。”杜秀军说,市场监管部门应针对性加强监管,平台应保留抽取概率设定、抽取结果的完整记录,同时建立健全线上动态巡查和监管机制,对不符合经营要求的商业主体限时整改、关闭。

杜秀军认为,相关平台应做到守土有责,对各类在其平台引流的App做到实质审查,合规上架,便捷受理和处置用户投诉,及时向App运营方反馈,必要时下架App甚至可将其列入黑名单。如App运营涉嫌违法犯罪,应积极配合国家网信、公安、工信等部门,对相关违法犯罪行为依法处置。

据法治日报



扫码下载齐鲁壹点 找记者 上壹点

编辑:武俊 美编:马秀霞 组版:洛菁

报料电话:(0531)85193700 13869196706 欢迎下载齐鲁壹点 600多位在线记者等你报料

报纸发行:(0531)85196329 85196361 报纸广告:(0531)85196150 85196552 85196557 差错投诉:(0531)85193700 发行投诉:4001176556 (0531)85196527 邮政投递投诉:11185 全省统一零售价:1元 刊号:CN37-0003 邮发:23-55 广告许可证:鲁工商广字01081号 地址:济南冻源大街2号 大众传媒大厦 邮编:250014 大众华泰印务公司(大众日报印刷厂印刷)