

潮玩盲盒退潮，但盲盒的生意还在继续

# 岛城年轻人爱上另类“实用主义盲盒”

□记者 姚舜妤 文/摄

2019年，潮玩盲盒异军突起，一时间盲盒经济遍地开花，头部企业泡泡玛特更是于2020年12月11日正式登陆港股市场。4年多时间过去，随着大众新鲜感的退去，潮玩盲盒显现出“退潮”的趋势，市场略显疲态。

潮玩盲盒虽不再“野蛮生长”，盲盒玩法却已渗透到人们生活的方方面面，时不时创造出网络爆点。今年春夏，开榴莲成为话题度最高的盲盒玩法，这种投入成本高、成败未知，刺激程度堪比赌石的玩法成为了年轻人追捧的新型“刮刮乐”。

同样在食品领域，还兴起了剩菜盲盒、边角料盲盒等以惜食为主旨的“实用主义盲盒”，受部分消费者推崇的同时也引发了一些质疑和讨论……



## 潮玩盲盒退潮，热IP、互动性、文化性成消费者侧重点

潮玩盲盒的风刮了几年，如今有了平息的迹象。比起两三年前哪儿都有人晒盲盒的盛况，如今潮玩盲盒似乎仅仅是发烧友在圈子内追逐的事物。市场上盲盒屡见不鲜，大众对于潮玩的热情也逐渐“退烧”。

“现在潮玩盲盒激不起我的消费热情了，可能当时入坑也是出于跟风，现在脑子不热了，在这种非必需品上还是能省则省。”市民曲先生说，自己曾经也是“端盒”过的盲盒玩家，但已有一年多的时间不再购入新的盲盒了，消费趋于理性。

“潮玩概念的盲盒，我现在很少买，但是会买我喜欢的IP的盲盒。”市民小孙则表示，自己更喜欢与IP联名的盲盒产品，有情感基础更容易让她“为爱发电”，“比如三丽鸥联名的一些盲盒我还是会忍不住剁手，因为相关的IP形象我本来就喜欢了很多年。但是像泡泡玛特这样纯形象IP，角色没有什么故事在身上的就不太吸引我。”不同于一些潮玩圈内玩家将潮玩盲盒看做有升值价值的投资品，普罗大众在选择盲盒时往往更看重内容物本身的形象设计，因而自带流量，角色自带完整背景故事的IP联名盲盒更容易获得消费者在情感上的亲近。

另外，一些消费者对于盲盒的诉求已经不仅限于纯粹的摆件，文玩考古这类更具互动性的盲盒更能获得他们的青睐。市民小周近日就和朋友小傅各自购买了一个考古盲盒。“单个盲盒要四十多元，里面是一些迷你的挖土工具和一大块土，土里能挖出玉玺。”小周说，挖盲盒的过程有些“兵荒马乱”，但体验感十分新颖，真的有那么点考古挖土的味道，“我挖出了一个朱元璋国玺，她挖出了一个成吉思汗国玺，做工不错，过程也挺有意思的，我打算留着做火漆印。”

## 榴莲晋升成春夏最热盲盒单品

潮玩盲盒不再“野蛮生长”，但“榴莲盲盒”却成为了今夏最热的盲盒玩法。

盒玩法。

将开榴莲比作开盲盒的说法其实由来已久，而榴莲盲盒相关视频真正爆火还是在今年春夏。目前在各大社交平台上，各种开榴莲盲盒的视频层出不穷，点击量也十分可观。微博上，话题“开榴莲开出了盲盒的感觉”目前已收获2.4亿阅读量，而榴莲盲盒话题的爆火也让榴莲成为当季爆品，尽管今年进口榴莲数量大幅增长，但在热度加持下，榴莲价格依旧水涨船高，目前全国榴莲的平均价格已经突破了每公斤80元，记者上周末采访时在本地超市看到目前进口榴莲的价格也已经达到了每公斤79.8元。

开榴莲为什么有那么大的吸引力？沉迷其中的网友们表示，正是榴莲类似盲盒的未知性让人欲罢不能。“开榴莲就像是赌石。”市民小周在连刷了几天开榴莲视频后，终于忍不住购买了一个榴莲，“运气还不错，开出来五瓣肉，饱满程度中规中矩。感觉开榴莲这个过程已经比吃榴莲还要有趣了。”

榴莲品质的不确定性也给消费者带来了不同的消费体验，而开到“报恩榴莲”和“报仇榴莲”的巨大心理落差，也是吸引人持续投入的原因之一。市民小傅就曾经开到过“报仇榴莲”，打开榴莲后其中一瓣本应盛放着饱满的榴莲肉，实际却只有几粒可怜的迷你“榴莲糖”，“虽然很亏，但是在家人们的围观下当场开出‘榴莲糖’的节目效果还是很足的。”

投入资金，期待付出和回报成正比甚至超出预期，这样的心态和购买盲盒产品、彩票、刮刮乐如出一辙。不同的是，买到一个好榴莲所需的运气成分占比不高，通过一些挑选技巧，买到“报恩榴莲”的几率并不低，较高的回报率和实实在在能吃到口中的甜蜜也让更多人愿意为这样的盲盒体验买单。

## 剩菜、边角料等“惜食”盲盒兴起

在食品领域，盲盒玩法还植入了节约理念。近日，一些城市兴起了“剩菜盲盒”，如一些烘焙店将临期或当日未售出的商品以“剩菜盲盒”

的形式在名为“惜食魔法袋”的小程序上出售，通常，盲盒内商品的价值会超过盲盒售价，除了“惜食魔法袋”，还有诸如“兜着走”“米粒盒子”“袋走PACK-AGE”等同样以节约食物为主旨的惜食APP。

目前这些平台尚未在舟山开通，但记者也在本地几家甜品店中看到了类似的盲盒福袋，如有商家称一份福袋中含有数款店内在售面包，不接受指定但保证商品实际售价总和超过福袋标价。同时商家也在外卖平台接单页面中注明，福袋商品均在保质期内，但可能含有前一日生产的临期面包。

“很划算，里面有一个吐司和几个小面包，下回还来。”有消费者在评论区写道。记者也尝试购买了一份面包福袋，福袋标价30元，实际收到三个面包，按外卖平台标价单独购买需要花费43元，且面包皆为当日生产，的确做到了商家宣称的物超所值。

“我觉得这种形式挺好的，商家当天卖不掉的面包可以通过盲盒的形式折价出售减少浪费，不挑口味的消费者也可以因此买到实惠的面包，你情我愿，是一种双赢模式。我有时候准备第二天的早餐，懒得挑也会买这种盲盒，经济省事。”市民颜女士说。

在另一家甜品店，记者还看到了一款边角料盲盒，内容物是商家制作甜品留下来的边角料，图示为蛋糕与奶油的组合。“看同事买过，就是切块剩下下来的蛋糕，没那么好看但是成分和成品是一样的，重点是便宜很多。”市民田女士表示，自己不太倾向于购买边角料盲盒，但对这种模式表示认同，“我买甜品还是希望它是好看的，可以拿来拍照发朋友圈。但是如果只是自己吃的话，比如哪天‘奶油瘾’犯了，还是可以尝试一下。”

市民许女士则表达了对这类盲盒的担忧，“理念是好的，就是产品质量这一块还是存在风险。一般大清早商家的产品新鲜出炉不会拿来盲盒，到晚上或者第二天不那么新鲜了才会打折出售，买到手就要尽快吃掉。我觉得这种玩法不管是商家还是消费者都会承担一定风险。”

