

万物皆可“盲” 神秘感让人掏腰包

盲盒经济从玩具扩展到服饰、美妆等更多实用领域

连日来，记者调查发现，从线上到线下，从潮流玩具到美妆产品，从文具手账到数码配件，盲盒的身影无处不在。这种以“未知”为卖点、激发消费者内心探索欲和好奇心的“盲盒经济”延伸出诸多变种，而且正越走越远、越走越宽。



拆盲盒的惊喜被主播搬到直播间



“恭喜！一共可带走60个小乌龟！”在线上直播间下单了9包“乌龟对对碰”盲盒的秦女士，最终收获满满、开开心心地放下了手机。

秦女士说，她开始是无意间点进了这类直播间，然后就被“硬控”了两小时。“那种强烈的参与感、互动仪式，以及能获得但又不确定的额外奖励，简直

让人欲罢不能！”秦女士说。

的确，曾经风靡大街小巷的盲盒，已不再局限于潮流玩具。如今，商家将盲盒的概念融入日常生活用品中，赋予了它们更多的实用性与趣味性。而拆盲盒的场景，也从线下搬到了直播间。

“看多了这种拆盲盒直播，其实很

多时候都是被主播的话术吸引。”秦女士表示，看直播的时候，主播的鼓励和其他人的互动，都会有一种很积极的氛围，才让她在购买的过程中获得了情绪上的满足，为了获得这种情绪体验才会愿意付费。可以说，盲盒是一种“悦己型”产品。



越来越多“更实用”的商品装进盲盒

记者调查发现，除了各种影视、动漫、游戏IP的潮流玩具外，还有各式各样的实用盲盒。“现在盲盒的种类多着呢，前段时间被测评博主吸引，在网上买了29.9元的陶瓷碗盲盒，收到了一大箱呢。”爱刷短视频的李先生对记者说。

不久前，同程旅行推出的198元机票盲盒，全国任意飞，还包含机场建设

费和燃油附加费，一时间全网热销。“这个机票盲盒很好啊，不满意目的地还可以退票，我当时抽到了去三亚的。”市民于女士表示。

另外，剩菜盲盒也吸引很多人尝试，比如消费者在“惜食魔法袋”这个小程序上可以找到附近店面剩余的随机吃食，便宜的只有几元钱；还有网购平

台12.9元的长袖、19.9元的短袖、69.9元的卫衣盲盒等，甚至还有更贵的，可谓“万物皆可盲盒”。

“盲盒本身无所谓好坏，要看自己觉得值不值。”在国金街一家名创优品店内，王女士正捧着一个盲盒走向收银台。“每一次打开盲盒，都是一次全新的体验，这种感觉很棒！”



引导“情绪价值”，警惕“赌博心理”

“我就是想看看同一家价值19.9元的彩妆盲盒，和价值199元的到底有什么不同，说不定哪个就开出了我喜欢的呢。”“00后”吴女士表示，购买彩妆盲盒不仅是为了尝试新品，更是为了享受那种未知的惊喜感。

如果靠“运气”抽到了喜欢的盲盒，是不是比直接买要更开心呢？答案是

肯定的。记者发现，不少消费者愿意花钱去追求这种不可预测的结果，享受尝试和探索的乐趣。而从设置期待值，到购买盲盒、揭开谜底，盲盒的未知性、神秘感吸引大批消费者。虽然购买盲盒并不等同于赌博，但其中的不确定性和潜在的“大奖”元素确实激发了消费者的“赌博心理”。

对此，专家表示，“情绪价值”对产品销售的影响力是空前的，甚至能够直接影响企业的生产策略和宣传策略。公众在这种潮流消费中，应当保持理性，做到适可而止，避免因过度消费影响正常工作与生活。

据《长沙晚报》

@微语录

@人民日报：很多时候，给人带来快乐感受的其实是一些琐碎平常的小事。快乐常常会散布在生活的各个角落，需要你去感受、去寻找。盆栽里新长出的几朵小花，抬起头看到窗外的漫天彩霞，邻居买菜归来的热情招呼，楼下新开餐馆的烟火气息……每天带着一颗好奇心，观察生活、感受生活、享受生活，你会发现原来快乐就在身边。抓住每一个你想留住的瞬间，尽情去体验快乐、创造快乐，把生活过得热气腾腾，心情也会更加舒爽舒适。

@蒋真真：这辈子想要过得幸福，只有两个原因，要么是你自己好，要么是你这辈子命好。但绝不可能是向外求，找一个多好多好的人，你就从此过得特别好。当你自己不好的时候，没有那么多好人给你遇到。所以说，不要向外求，一定要向内求，把自己过好，把自己修好，才是你这辈子幸福的关键。

@末末：不要被任何人打乱自己的脚步，因为没有谁会像你一样清楚和在乎自己的梦想。

@微趣图



自我加冕。

@微笑话

@幽默与讽刺报：妻子心血来潮要养金鱼，可惜养鱼技术太差，金鱼的死亡率很高。但她热情不减，接二连三地去水族店买鱼。有一次在我付钱的时候，水族店老板凑近，小声问道：“哥们儿，你实话告诉我，你们这金鱼到底是买回去养的，还是买回去吃的？”

@讽刺与幽默报：我向理发师细细交代：“前面多留点，鬓角要对称，后面推干净，要做出层次感，最好能做出蓬起来的效果……”理发师笑容可掬地说：“放心吧，什么发型能遮大脸，我很清楚！”

@嘎嘎：闯红灯的一般有两种后果，要么比别人快一分钟，要么比别人快一辈子。

据新浪微博