

“上元气魔盒，59元抽手机”这则网络广告从手机上跳出来，让很多人心动了，页面上显示的手机不仅有小米、华为等品牌还有苹果。有人支付59元后发现，抽中的并非手机。抽中的商品不能退款，不要的话被打折回收变成虚拟的不能提现的网络货币，只能在继续消费中抵扣。

广告诱导消费、商品折现回收、设置连环消费、隐匿中奖概率，长江日报记者近日调查发现，元气魔盒的多重销售套路让消费者很生气。这些套路在其他盲盒商家中或多或少也存在。受访专家表示，应对盲盒经营主体实现严格的准入制度。

套路一：广告诱导消费



元气魔盒部分广告页面截图。

记者注意到，元气魔盒抽奖界面显示，该页面信息及服务由上海通符科技有限公司提供，要求打开元气魔盒商家页面——下载元气魔盒APP。相关信息显示，上海通符科技有限公司成立于2021年，是一家从事科技推广和应用服务业为主的企业，注册资本100万元。元气魔盒销售的收款单位为厦门令轩网络科技有限公司。

对于抽奖抽到的SyllableS103迷你蓝牙耳机，元气魔盒要求提供15元运费。记者以不需要这款商品为由要求退费时，在元气魔盒APP上找不到退费按钮，抽手机支付的59元变成了41.3元的元气石（元气魔盒虚拟货币），这个元气石的数值恰好是抽中的SyllableS103迷你蓝牙耳机的价钱。

59元缘何变成了41.3元？17.7元去了哪里？上海通符科技有限公司的客服称，41.3元的元气石是抽中商品折现回收的价，一般情况下是不退费的，只能继续消费才能

抵扣元气石余额。59元减去41.3元的17.7元是平台使用费。在记者再三交涉下，元气魔盒方面退还了41.3元，17.7元的平台使用费则由消费者承担。

同样被套路进元气魔盒APP的谢女士告诉记者，她为了花掉元气石里的余款，花39元抽中了一款并不满意的老式小音箱，而且还需要再掏12元快递费。她说：“51元买这样一款小音箱着实划不来，同款市场上只要30元，而且抽中的小音箱属于过时淘汰产品。”

对于盲盒里的商品，元气魔盒的客服解释，平台所销售产品均为正品，对产品真伪存在疑问，接受具备法律效力的正规检测机构鉴定，平台不承认网络平台鉴定结果以及私人鉴定结果。

谢女士表示，一眼就能看出商品质量，盲盒平台让消费者去做鉴定，就是吃定你不会为了一些小东西去花钱鉴定，让你吃个哑巴亏，这就是他们的套路。

套路三：设置连环消费

记者调查发现，消费者在元气魔盒购买多件盲盒产品，但是支付购买成功后中的奖品总价值比其付款金额要低很多，抽中的并不是其宣传的大奖苹果手机等，且产品并非主流品牌，大部分为不知名品牌，无法退款，只能回收。

回收后的产品在元气魔盒APP中变为元气石，相当于元气魔盒APP中交易的虚拟货币，但回收价格低于商品价值，且元气石无法提现。

覃红梅告诉记者，她对意料之外的这个包包并不满意，找不到退款界面的她下载元气魔盒APP后，发现她支付的59元转变为41.3元的元气石，这个元气石可以作为继续开盲盒的抵扣使用。她说：“要想拿回41.3元就必须继续投钱购买元气魔盒APP上面的商品，完全被套路了。”

元气魔盒消费者刘先生想消费掉不能取现的元气石，一个小时先后7次抽盲盒，花掉3463.53元，抽了一堆并不需要的日用品，回收后又扣除三分之一的费用，元气石反而越来越多，发现上当后他才罢手。

截至3月22日，元气魔盒在一家网络平台上的投诉量达到3885起，投诉理由多为虚假信息、诱导消费。

上述消费者均向记者表示，之所以愿意掏59元买苹果手机，是被元气魔盒在网络平台上的广告所迷惑，不小心坠入消费陷阱，至今一分钱不退，而且要想消耗掉元气石，只能继续消费才能抵扣元气石余额，这种套路让他们很生气，也很无奈。

套路四：隐匿中奖概率

对于59元未能抽到手机，元气魔盒的客服称：抽奖属于盲盒玩法，不同的魔盒里放置了不同的商品，每开一次魔盒必中魔盒商品里的其中一款产品，不会有空盒。这也就是说，消费者花费59元总会抽中一个东西，不一定是价格昂贵的手机。

在元气魔盒APP上，开盒商品下面标注有“100%保底必中”。消费者并不买账，认为这是忽悠消费者。

在元气魔盒真的能抽到苹果手机吗？元气魔盒的客服称，魔盒内各个档位的商品都有注明对应的抽取概率，概率为真实概率。记者注意到，在元气魔盒APP首页找不到手机等盲盒商品的中奖概率。

在元气魔盒一名客服的引导下，记者从元气魔盒APP隐秘处找到极不显眼的iPhone 14传说款的中奖概率为0.006%。也就是说，抽中这款手机的概率为十万分之六。按此计算，如果想要中iPhone 14传说款，平均要抽1.67万多次，花费接近百万元。

“盲盒的设计并没有统一标准或者设计规则，主要取决于商家的需求。”从事盲盒系统开发的鹿鸣科技公司的卫先生介绍，商家想设置的抽奖概率都不一样，有的人想把概率调整的高一些，这样可以吸引客户，有的则是希望低一些，不希望太容易抽中。

“抽奖概率高低和商品有关，比如你往盲盒内放置的最大的奖品是苹果电脑，那么你一定不会希望用户可以抽中苹果电脑，自然就会把概率设置更低一些。如果放的最大奖品价格不高，概率就不需要调整得太低了。”卫先生说。

卫先生透露，他们每年开发数十套盲盒系统卖给全国各地的商家，一套盲盒系统售价在2万元左右，假若需要二次开发加上商家自己想要的功能，则要加价1万元以上，商家需求越复杂售价越高。

去年8月，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调查结果，并约谈盲盒星球、元气部落、盯潮、潮玩4款盲盒经营者，同时还列举了盲盒经营的七大问题，如侵犯消费者知情权，玩法套路、侵犯消费者公平交易权；商品质价不符，“稳赚”实为假象等。元气魔盒也位列其中，因商家无法联系而无法约谈。

专业声音：盲盒经营应设准入制

近年来，盲盒经济逐渐变成一种潮流，而随着电商行业的不断发展，盲盒已经不再仅仅是应用于最初的玩具盒子，而是万物皆可“盲”。在盲盒开发者卫先生看来，盲盒本身也是一个电商商城，把盲盒当作正常商城去运营即可，只是多了一个盲盒的玩法而已。

盲盒经济也衍生出一些问题与乱象，在一个互联网平台上，盲盒星球、酷潮盲盒、元趣盲盒、潮货盲盒等因涉嫌虚假宣传、诱导消费、霸王条款被消费者大量投诉。

武汉市消费者协会投诉部主任汪加志表示，盲盒是新鲜事物，带有神秘性，商家正是抓住了用户这种以小博大的心理吸引消费者，后者很容易掉入消费陷阱。也有商家用盲盒来清库存，把卖不出去的东西放在盲盒里销售。消费者购买盲盒最大的一个问题在于没有售后保障，不退不换，消费者应该理性对待。盲盒宣传“必中手机”实则收到耳机、音响等，此类行为涉嫌过度营销、虚假宣传。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，商家进行虚假宣传，不仅面临行政处罚，还要对消费者承担相应的赔偿责任。

中南财经政法大学国家治理学院徐凯博士表示，针对盲盒消费市场存在虚假广告泛滥、盲盒内产品质量参差不齐、消费者维权难等现实难题，应当对盲盒经营主体实现严格的准入制度，加强和创新行政检查方式方法，加大对商家存在的虚假宣传、销售不合格产品等不法行为惩处力度。

徐凯认为，盲盒经营乱象很大程度上源于盲盒经营活动缺乏专门的规范指引。国家市场监督管理总局去年8月发布的《盲盒经营活动规范指引（试行）（征求意见稿）》，对盲盒销售的内容、形式、销售对象等方面作出规定，有利于规范盲盒经营活动。网络交易平台经营者须依法落实平台主体责任，强化对网络盲盒经营者及其经营活动的审查监控，加强合规宣传，预防平台内经营者实施虚假宣传等违规行为。（长江日报记者杨佳峰）

【编辑：邓腊秀】

更多精彩资讯请在应用市场下载“大武汉”客户端，未经授权请勿转载，欢迎提供新闻线索，一经采纳即付报酬。24小时报料热线：027-59222222。此文版权归原作者所有，若有来源错误或者侵犯您的合法权益，您可通过邮箱与我们取得联系，我们将及时进行处理。邮箱地址：kin0207@126.com