



初中生小润的书桌上,摆着17个一模一样的手办,这是他连续三周早餐钱的“下落”。而那个他真正想要的手办“隐藏款”,却始终没有出现。

盲盒的秘密:你抽的不是运气,是概率

□张珍铮

1

当惊喜变成一门生意

盲盒的背后藏着一套精心设计的商业算法。

想象一下,当你走进一家面包店,老板说:“付10元,有1%几率拿到价值100元的蛋糕,99%几率拿到价值1元的馒头。”你会觉得老板疯了。但把场景换成盲盒——同样的逻辑,你却可能心动。

某潮玩公司财报显示,其毛利率常年超过60%,比许多科技公司还高。这巨额利润的秘密,就在于人为制造的稀缺性。一款系列盲盒中,“隐藏款”的出现概率往往被设定在1/144,甚至更低。这意味着,要集齐一整套,你可能需要买上百个。

这不是运气游戏,而是概率游戏——庄家早已设定好了赔率。

2

你的大脑正在被套路

为什么明知可能“踩雷”,很多人还是乐此不疲?这要从人的大脑机制说起。

心理学有个著名的“斯金纳箱”实验:箱内老鼠按下装置的按钮,有时掉食物,有时什么都没有。这种不确定的奖励反而让老鼠更疯狂地按按钮——像极了我们拆盲盒时的状态。

每一次拆盒,大脑都会分泌多巴胺,让你期待“这次会不会是隐藏款”。即使失望,下一次的期待感反而更强。商家利用的正是这种“差一点就赢了”的心理错觉。

更聪明的是,他们还会设置“明盒”——让你知道里面是什么。这看似破坏了惊喜,实则完成了更深的绑定:收集癖被激发,社交炫耀需求被满足,“全收集”成了身份象征。

3

相关部门为盲盒经营划红线

面对这种商业算法,我们难道只能自求多福?当然不是。法律正在行动。

国家市场监督管理总局2023年6月出台的《盲盒经营行为规范指引(试行)》为盲盒经营划出红线,推动盲盒经营者加强合规治理。该规范明确要求盲盒经营者将盲盒内物品的商品价值、抽取规则、抽取概率等关键信息以显著方式对外公示,不能再含糊地说“几率较低”;鼓励盲盒经营者通过设定抽取时间、抽取金额上限和次数上限等方式引导理性消费,防止你一时上头“倾家荡产”;对盲盒销售对象的年龄作严格限制,要求不得向未满8周岁未成年人销售。

如果你遇到不公

示概率、“必中隐藏款”等虚假宣传的情况,记住:这涉嫌违反《中华人民共和国消费者权益保护法》。你可以保留证据,拨打12315,市场监管部门自会出马。

商业博弈不只是时下流行的盲盒独有。在日本,“扭蛋文化”已盛行数十年,甚至发展出“扭蛋难民”一词,指那些为抽中心仪玩具而破产的年轻人。而欧美某些国家与地区直接将此类销售定性为“赌博”,未满18岁绝对禁止参与。他们的逻辑很简单——当交易的核心从“购买商品”变成“购买不确定的机会”,它就跨越了消费与赌博的边界。这些全球经验告诉我们,盲盒不是洪水猛兽,但需要清晰的规则和清醒的头脑。

4

怎样做个聪明的“玩家”?

那么,我们该如何与盲盒相处?首先,把盲盒当娱乐,别当投资。那些号称会升值的“隐藏款”,十有八九只是有价无市。其次,设立预算作为娱乐开支,超出部分坚决不动。最后,寻找真实的快乐。真正持久的满足感,来自学会一个新技能、读完一本好书、完成一次突破。这些不需要运气,只需要你的投入,而且回报率100%。

这世上最棒的“隐藏款”,其实是一个懂得思考、能够节制的自己——而这款,每个人都可以免费获得,且永不重复。

(作者为成都市温江区嘉祥外国语学校思政教师)

我们该如何与盲盒相处?

把盲盒当娱乐,别当投资。

设立预算作为娱乐开支,超出部分坚决不动。

在学会一个新技能、读完一本好书、完成一次突破中寻找真正的快乐。

制图 王思祺

