



盲盒经济不能野蛮生长

□马腾飞

一周声音

宋鹏飞 整理

《阿甘正传》里有一句台词,“人生就像巧克力,你永远不知道下一块是什么滋味。”拆盲盒的时候,人们收获的也是这种感觉。

所谓盲盒,核心就在于“盲”,在相同的盒子里放置不同的商品,消费者事先不知道盒子里装的是哪一款商品,但有几率能抽到自己心仪的商品,对未知的期待和不确定的刺激带来的吸引力,极易刺激消费者的购买欲望,成为当下最吸引人的营销方法之一。随着“盲盒第一股”泡泡玛特上市,盲盒经济更是掀起一股热潮,与“共同富裕”“碳中和碳达峰”等共同被媒体总结为2021年度中国十大经济热词,可见其火爆程度。

盲盒大热,商家们闻风而动,盲盒的内容也开始五花八门,由最初的玩偶、手办到现在的手机、鞋子、文具、图书等,甚至机票、餐饮也加入盲盒的范围,更有营销者提

出了“万物皆可盲盒”。确实,许多行业创新思路,试水盲盒新玩法,取得了不错的成果。比如某些博物馆推出的文物盲盒受到热捧,旅游行业推出的机票盲盒迎合了当前“来一场想走就走的旅行”的时尚,在一定程度上推动了旅游业的创新发展。

作为一种新业态,盲盒经济在一路狂飙的同时,也因监管没跟上而出现了野蛮生长的现象。首先,盲盒并非适用于所有的商业模式,“万物皆可盲盒”也应当有底线,好多商家将盲盒当做包治百病的“万能药”,比如一些不良商家推出活体宠物盲盒,既违背人性,又违反法律。还有近期兴起的“脱单盲盒”更是将情感寄托在所谓的“缘分”,太不靠谱。此外,盲盒营销中的一些乱象也给盲盒经济带来了很大的负面影响,经营者过度营销,诱导消费者冲动消费、持续消费;商品的质量参差不齐,假名牌、山寨品,以及三无产品横行;售后问题得不到

保障,产生的消费纠纷也难以解决……如果这些问题得不到解决的话,消费者的合法权益会受损,市场正常秩序也被扰乱,更不利于行业长久健康的发展,让盲盒经济失去未来。

目前,盲盒经济正处于方兴未艾的阶段,要想整个行业健康长久,就不能任其野蛮生长。让盲盒回归商品属性,创新产品模式、丰富产品内涵,为盲盒经济注入新的活力,让盲盒市场不断向前发展;规范营销手段,避免过度营销、虚假宣传,诱导消费者过度消费;保证商品质量,对盲盒的内容加强审查,避免以次充好、售卖假货;完善售后机制,为消费者提供一个良好的售后保障。

总之,对于盲盒经济,既要保持其创新活力,还要对其作出规范监管,以此来推动整个行业重新回到正轨,让盲盒市场健康发展、长久发展。

“加快创新高地、人才高地建设,为全方位推动高质量发展提供坚强人才支撑。”

——1月12日,市委人才工作会议举行。省委常委、市委书记韦韬出席并讲话。他强调,要深入贯彻党的十九届六中全会精神和习近平总书记关于新时代人才工作的新理念新战略新举措,全面落实中央及省委人才工作会议部署要求,加快创新高地、人才高地建设,为全方位推动高质量发展、再现“锦绣太原城”盛景提供坚强的人才支撑。(《太原晚报》)

“去年各地查处‘黄赌’案件41万余起。”

——2021年,全国公安机关密切关注“黄赌”违法犯罪新特点、新动态,紧盯地下流动赌场、网络赌博、新型赌博机设赌、网络招嫖等突出问题,始终保持高压震慑态势,坚持重拳出击、露头就打,各地共查处“黄赌”治安案件37.3万余起,破获“黄赌”刑事案件3.7万余起。(澎湃新闻)

“去年城市轨道交通新增运营里程1168公里。”

——交通部1月13日发布2021年城市轨道交通运营成绩单:2021年,新增城市轨道交通线路35条,新增运营里程1168公里,较去年增长约15%;全年完成客运量较2020年增加61.2亿人次、增长约35%,达到2019年的99.2%。(《每日经济新闻》)

投稿邮箱:tywbplb@163.com



朱慧卿/漫画

画中话

近日,在湖南浏阳,一名女孩从手机上看到别的孩子得了奖状家长会奖励10元钱,于是赶紧把她得的全部奖状捧到了爸爸面前。看着女儿数了一张又一张,爸爸不禁一阵心慌:私房钱真的不够啦。网友笑喷:这么优秀的孩子,太让人羡慕了! (搜狐网)

文明微评

分心驾驶要不得

□王桂娟

前几日,在早高峰的快速路上,笔者竟然看到这样一幕:邻车的男司机左手控制方向盘,右手拿了根油条,三两口就吃掉了,又拿起了一杯豆浆,边开车边喝起来,车的后座上还坐着一个孩子。

边开车边吃东西,这样的行为会让司机分心,不仅不卫生、不安全,更不文明。一旦遇上紧急情况,司机会措手不及,让自己和乘车人员的生命安全受到威胁。国家交通安全法规里有规定:司机开车时是不能吃东西的。这样会带来驾驶干扰,并有引发车祸的危险。

文明是路上最美的风景。一个有序、安全、文明的道路交通环境,需要驾驶员安全文明驾驶,树立规则意识、法治意识和文明意识。机动车驾驶人应当遵守道路交通安全法规,杜绝开车吃东西等分心驾驶行为,按照操作规范安全驾驶、文明驾驶。



无业委会小区也该“清零”

□宋鹏飞

电梯广告费、停车费、公共设施收入……一个住宅小区的公共收益,每年动辄数十万元甚至数百万元,这些收益都去哪儿了?采访中,记者发现,不少住宅小区公共收益账目公布不规范或鲜见公布,大都沦为的一笔糊涂账。(《太原晚报》1月13日)

收益去哪儿了,业主糊涂,在物业那里却不可能是糊涂账。道理很简单,谁有发言权和支配权,谁才可能真正知情。更可怕的是,太原市有数千个小区,这样的情况绝非少数,长期累加起来的乱象既可以想见,又难以想象。

业主们花钱建成的小区,业主们却说了不算。如此尴尬的景象不是个例,也都指向了一个共同的原因——没有业主委员会。想要当家做主人,小区先要成立业主委员会,这样才有为业主谋利益的可能,进而对物业公司形成监督与制约,让事情回到本来应有的模样。

绝对的权力,导致绝对的腐败。从来如此,更不必说诱惑足够大,且缺乏有效的监管。单个小区的公共收益,一年就是几十万元甚至上百万元,绝不是可以忽略不计的小钱,更不能装糊涂了事。要知道,当广告投放公司找到物业时,当他们成为代表业主的甲方时,在价格方面可是锱铢必较的。怎么可能产生糊涂账呢?唯一的可能,就是给业主装糊涂。至于他们的解释——钱用在了小区绿化、电梯维修等方面了,更是站不住脚——业主们是没交物业费吗?维修基金是干嘛用的?

然而,成立业主委员会绝非易事。准确地说,仅靠部分业主有热情,这几乎是一项不可能完成的任务。除了部分业主不积极、业主之间难以达成一致等原因外,物业公司的阻挠是最大掣

肘,而更为关键的,其实是居委会和街道办的态度是否坚决。尽管法律有明文要求,去年国家多部委发布的《关于加强和改进住宅物业管理工作的通知》也明确要求,落实街道属地管理责任,积极推动业主设立业主大会、选举业主委员会,办理业主委员会备案,并依法依规监督业主委员会和物业服务企业履行职责。不过,这项工作依然推进缓慢。道理也很简单,如果开发商、物业公司将小区管理当作一块不愿放手的“肥肉”,就一定会处处作梗,使得成立业委会难上加难。倘若有关部门态度消极,只想做旁观者,靠零散的几个业主也很难和物业公司“较量”。

这是长期存在的重大民生问题,也应当来一场“清零行动”,督促社区和街道办积极帮扶业主成立自己的组织。甚至可以借鉴“房证同交”,在新房交付的同时就成立临时性的业委会,不让小区自治的权力旁落。退一步说,如果短期内难以实现,也可以借鉴其它城市的经验,先由街道办组建物业管理委员会,由业主、居委会、派出所、物业等派代表组成。这一模式“进可攻,退可守”,不仅可以切实推动业委会的成立,更能够代行业委会的职责,先把该管的事儿管起来,避免滋生大量腐败,长期侵害业主权益。

无论如何,小区公共收益不能成为“三不管”地带,更不能让成立业委会成为久拖不决的老大难问题,使业主维护合法权益的努力陷入死循环。最好的防腐剂是阳光,唯有让广大业主有了行使权利的通道和组织,阳光才能照进来,将业主当做待宰羔羊的蛀虫才会被扫出去。

