



今年1月29日，《证券日报》刊发《39.9元可“赌”钻石和水晶中消协痛批盲盒消费乱象》，指出二手商品销售平台闲鱼盛行“活体盲盒”等消费行为，即盒子中装着未知的动物，随机发送给买家。

5月3日晚，“成都爱之家动物救助中心”志愿者拦截下一辆中通快递运输车，据其官微表示：“货箱里全是小猫小狗的惨叫声，若是货箱门关闭，完全没有空气流通，只有被活活憋死！已经有不少小猫小狗奄奄一息甚至死去！死去的小猫小狗，直接被中通工作人员丢在路边！”

据悉，这批被解救的动物就属于“宠物盲盒”，共有160余只动物，截至5月4日凌晨4点，已经有4只动物死亡。目前尚未有信息表明这一货箱的宠物盲盒是在哪个平台销售的，但5月5日记者再次在闲鱼平台搜索“动物盲盒”时发现，已经无法搜到相关内容。

来咖智库CEO王春霞在接受《证券日报》记者采访时表示，这一行为已经脱离了“盲盒经济”本身，纯粹是缺德。平台和快递公司都应该有所作为，杜绝在线买卖所谓的“活体宠物盲盒”。

律师：邮寄“宠物盲盒”违法

5月5日，中通快递方面向《证券日报》记者回应称，“获悉信息后，集团总部和四川省管理中心第一时间成立工作组。经调查核实，这批活体动物系平台电商客户线上销售，中通快递成都荷花池网点违规揽收。快递物流企业的健康发展不仅建立在严格的寄递规范和安全管理的之上，还需秉持正确的生命观和价值观，为此，中通快递向公众、媒体和客户诚挚道歉。”

中通快递决定自5月5日起，采取三项整改措施：第一，中通快递成都荷花池网点暂停快递揽收业务，全面自查，并配合相关部门调查；第二，中通快递四川省管理中心寄递安全负责人停职检查，扣除其全年绩效奖金；第三，中通快递在全网中心和网点展开“邮路安全培训”、“三项制度培训”、“《国家保护动物目录》培训”、“邮路禁寄物品目录培训”等专项培训。

买卖、运输“宠物盲盒”究竟是道德问题还是法律问题？

对此，北京中同律师事务所合伙人赵铭在接受《证券日报》记者采访时表示，邮寄盲盒宠物已经触犯法律，“第一，我国《邮政法》及《邮政法实施细则》都明确规定了禁止邮寄的物品，其中就包括各种活的动物；第二，《动物防疫法》明确规定，运输动物的单位和个人，必须做好动物的免疫、消毒、检测等工作，还要向所在地动物卫生监督机构申报检疫，并附有检疫证明；第三，通过网络平台快递寄送的活体宠物盲盒，不仅无法避免活体动物在运输过程中死亡的情况，且大部分活体动物不具备检疫合格证明，存在传染病毒、威胁人体健康的风险，在新冠疫情防控形势依然严峻的现在，这种行为践踏法律和道德的底线；第四，不单单是经营者涉嫌违法，对于网络平台而言，《电子商务法》、《消费者权益保护法》都规定，经营者不得销售违禁产品，电商平台要为此承担责任的，相关监管部门可以对网络平台进行行政处罚，造成严重社会后果的，可移交公安机关追究刑事责任。”

“国家作出这样规定的初衷是因为目前的快递运输环境尚不足以保证动物本身的运输安全，并且活体动物自身是否进行过检疫，是否存在疫病传播，均有不可预知的

风险。”赵铭认为，目前这种宠物盲盒，不管是邮寄者，还是运输者都不具备《动物防疫法》上述规定和要求，涉嫌违法行为，如果造成疫情传播等严重后果，可能还涉嫌刑事犯罪。

盲盒概念被“玩坏了”

盲盒现已成为不少商家的“财富密码”，除最初的玩具外，食品、美妆、文具、服装等多个领域都已刮起“盲盒风”。

“在盲盒消费过程中，消费者往往存在‘以小搏大’的心里。而盲盒内容考验的是商家的信誉和道德，有些商家为了赚钱根本没有道德可言。”一位行业分析师向《证券日报》记者表示，盲盒的性质决定商品售出后无法退货，导致消费者常常吃“哑巴亏”。

“盲盒经济迎合了年轻人的消费喜好，因为产品具有高度不确定性，带来惊喜经济、孤独经济、社交经济、精神慰藉和收藏属性，属性之多使之超越了休闲玩具的范畴。‘盲盒第一股’泡泡玛特的上市更是把盲盒经济热度推向高潮。”艾媒咨询CEO张毅在接受《证券日报》记者采访时表示，在“万物皆可盲盒”的背景下，品牌把握尺度显得更为重要，过度盲盒化的问题依然存在，许多商家利用盲盒的“盲”就开始“瞎”卖，完全脱离了创新的初衷，更是误导了消费者的消费行为，盲盒商家要有边界、有底线，不能误入“盲”途。

艾媒咨询数据显示，超过三成受访网民认为，盲盒噱头过大，产品本身缺乏实用性，超过二成用户认为价格不合理。

事实上，“万物皆可盲盒”式的过度营销情况，已经伤害到盲盒经济本身。“盲盒本来是指代一些玩具和手办类的销售方式，现在盲盒‘出圈’鱼龙混杂，消费者权益保障以及售后问题都成为痛点，一些不法商贩借盲盒的名义兜售劣质产品，如何保护保护消费者合法权益已经是该领域十分迫切的问题。”王春霞表示，现在盲盒概念已经被玩坏了。

