



在互联网平台搜索盲盒，除了惊喜的炫耀，更多的还是为失败的开盲盒经历感到遗憾

万物皆可盲盒，是喜是忧？

文化观察

□ 本报记者 王臻儒

一颗普通的榴莲也可以作为盲盒销售？所谓万物皆可做成盲盒，其实是商业拿捏消费者的好奇心和期待值。面对消费者越来越多元的消费需求，盲盒应运而生，填补的是消费过程中娱乐性的空白，让人们在购买的过程中获得不确定性带来的惊喜和快乐。

随着越来越多的领域参与到“盲盒+”的进程中，市场的鱼龙混杂让不少人对盲盒失去了信心。如何让盲盒模式为人们提供惊喜而非“惊吓”，需要多方的共同努力。

榴莲盲盒走红的幕后推手

在生鲜市场，如果有一个摊位围观的人尤其多，可能是摊主正在为客人打开榴莲盲盒。今年榴莲大量上市之际，榴莲盲盒成了火爆生鲜市场的热词。盲盒主打的是榴莲现买现开，不同于已经分装好的榴莲果肉，消费者“愿赌服输”，买下一个品质未知的榴莲。

“最理想的状态是开出五六瓣饱满的榴莲果肉，这种情况下，围观群众也很激动。”在一家生鲜超市里，购买了榴莲盲盒的消费者小许表示，“能开出三四瓣成色不错的榴莲果肉，就已经很满意了。”榴莲作为水果之王，向来以难挑选著称，外形大小、重量相似的榴莲，果肉的数量和大小却天差地别。从视觉效果来看，剥榴莲需要一层层揭开谜底，给人以精彩刺激的感受。

过去，买榴莲通常就买一块果肉，近几年兴起的榴莲盲盒，则是以相对便宜的价格买下整个榴莲，开出多少吃多少。相较于传统的售卖方式，榴莲盲盒激发了很多消费者的购买热情。虽然价格已经上涨到40元/斤，不少地区的榴莲销售量同比仍增长20倍以上。短短几个月内，人们的热情已经让这门盲盒生意从线下发展到了线上。有人不爱吃榴莲，有人嫌榴莲贵，但人人都是围观榴莲“开盒”的观众。盒马鲜生曾现场直播榴莲开盲盒，六个小时内吸引了超40万人观看。在抖音，榴莲盲盒的话题视频总播放量高达50多亿次，单个视频的点赞量可达数百万，榴莲盲盒线上线下都收获了较高的关注度。

“榴莲盲盒”背后，是持续火热的“盲盒+”经济作为支撑。对年轻群体而言，盲盒并不是一件新事物。作为一种消费者不能提前得知具体产品款式的玩具盒子，盲盒具有随机属性，品牌方通常采用饥饿营销等方式，激发消费者的购买欲和复购欲。

在当下物质高度丰富的背景下，与其按部就班地购买一样商品，年轻消费者更容易被娱乐性的消费模式吸引，“盲盒经济”的热潮正是由此而来。

近年来，盲盒从潮玩领域逐渐扩展至考古盲盒、剩菜盲盒、美妆盲盒，并发展出了“盲盒+”的模式。在商家的策划和包装下，越来越多的商品被套上盲盒的外壳。在这种情况下，榴莲盲盒走红也就不足为奇。

用盲盒拿捏人心

事实上，售卖榴莲的商家并没有在包装、设计上作出创新，他们唯一付出的努力就是将开榴莲的过程称作“开盲盒”，在互联网各大平台造势，给消费者以更高的预期。榴莲的不确定性让消费者欣然加入这一场盲盒“狂欢”——面对当下火热的榴莲市场，很多人将科学的概率问题当作了自身的运气问题，开到好榴莲就是来“报恩”的，开到坏包就称之为“报仇榴莲”。这种“赌徒心理”反而激发消费者“越战越勇”。

从榴莲盲盒开始，越来越多的领域正在加入盲盒元素。比起按部就班的生活，难以改变的社会规训，加一些“不确定”的体验，反而给人以快乐的感受。“盲盒+”利用了人们的猎奇心理和“奖赏预测误差”，在信息不对等的情况下，激活了人类对未知事物与生俱来的探索欲。而预期之外的好消息更能够刺激大脑的多巴胺分泌，虽然不知道盲盒里是什么，至少开盲盒的过程是快乐的，“不确定性”带来的愉悦感成为消费的理由。有些年轻人甚至通过潮流玩具盲盒释放生活中的压力和负面情绪，并获得长久的陪伴感，这也是盲盒成为消费者悦己态度的体现。

泡泡玛特等潮玩盲盒品牌之所以能够掀起热潮，很大一部分原因要归功于IP定制。有具体可感的玩偶形象作为加持，人们除了为惊喜买单，更是为IP买单。这样的驱动力会促使人们持续消费，收集不同的卡通形象，得到心理的满足感。盲盒本身作为一种创新的销售方式，目前正逐渐被其他领域借鉴。榴莲盲盒此次走红，虽与潮玩盲盒有相似之处，但不同的是没有IP作为加持，更像是普通商品的促销手段。与榴莲盲盒类似的美妆盲盒、剩菜盲盒都是商家以清仓为目的，借助盲盒的上瘾机制，获得持续盈利。其本质是将盲盒作为噱头，吸引年轻消费者购买。

万物皆可“盲盒化”，虽然售卖盲盒的形式和目的千差万别，倘若运用得当，产品依旧可以大放异彩。例如河南博物院的考古盲盒与文物结合，把青铜器、元宝等“微缩文物”藏进土中，让消费者亲自拿铲子挖出“中华宝藏”，寓教于乐的同时，体现了浓厚的历史韵味；红极一时的机票盲盒，则是通过低价盲盒的方式售卖余票，虽然是一种“噱头式”的盲盒消费，但消费者获得一次充满惊喜的低价出行，航司也得以卖空余票，最终实现了双赢。

让野蛮生长的“盲盒+”停一停

在互联网平台搜索盲盒，除了惊喜的炫耀，不难看到，更多的还是为失败的开盲盒经历感到遗憾。有网友表示，“感觉自己被所谓的盲盒骗了。”火车票盲盒开出冷门城市，剩菜盲盒开出临期食品……把一件“盲盒+”商品夸得天花乱坠，大概率是互联网的“幸存者偏差”，现实生活中，并非人人都是幸运儿。值得警惕的是无良商家借着盲盒的噱头，虚假宣传、售卖假冒伪劣等行为，例如宣称一些无人认领的快速，行李箱被当作盲盒售卖，实际是商家将纸片、头绳充当“丢件、弃件、拒件”，蒙骗消费者。每一次下单盲盒前，消费者都应擦亮双眼，做到三思而后行，不要被低廉的价格冲昏头脑。

盲盒的属性决定了其价格固定、商品不可观察、不可选择等特点，并非所有产品都适合以这种形式进行售卖。有网友在社交平台反映，剩菜盲盒存在剩余保质期过短、吃完肠胃不适等问题；有消费者买榴莲开出坏包，却被商家以盲盒售出不退不换为借口拒绝退货；化妆品盲盒则因为功效和作用人群上具有限制性，而产品内容未以公开透明的方式告知消费者，以盲盒形式售出可能会导致限制使用人群误用该类商品。

针对愈演愈烈的“盲盒+”乱象，国家市场监督管理总局于近日出台了《盲盒经营行为规范指引（试行）》。其中明确规定，不具备保障质量和消费者权益条件的食品、化妆品，不当以盲盒形式销售。药品、活体动物等产品更是被明令禁止“盲盒化”。除此之外，盲盒经营者应将商品名称、商品种类、商品样式、抽取规则、商品分布、商品投放数量、隐藏款抽取概率、商品价值范围等关键信息以显著方式对外公示，保证消费者在购买前知晓。这一规定切断了不少打着盲盒“擦边球”的商家借机牟利的路径。

盲盒经营模式的随机性特点吸引了众多年轻消费者，但以“盲”为借口回避商家本应承担的义务，只会让消费者逐渐失去兴趣。盲盒市场的规范化运营，更重要的是经营者公开透明、诚实守信。一些树立起口碑的盲盒商家，除了依靠超高的性价比吸引消费者，同时也会诚实地告知部分产品是临期或是不影响使用效果的过期产品，以诚信为本，反而是面对盲盒市场乱象时，让消费者保持信心的一剂良方。

文化视点

莫言新书《鳄鱼》上市

据“莫言读书会”微信公众号，“我曾发下誓言，用我的后半生完成从小说家到剧作家的转型。”2019年，莫言曾与余华、苏童一起拜访莎士比亚旧居；在莎翁塑像前，莫言如此表达了自己全力投入戏剧创作的雄心。

近日，莫言荣获诺贝尔文学奖十年后的最新力作《鳄鱼》由浙江文艺出版社“KEY-可以文化”推出。这部新作的问世，见证着莫言曾经的誓言，也标志着莫言从小说家到戏剧家的转型。新作上市之前，2023年5月下旬，莫言在复旦大学与作家王安忆、学者陈思和展开对话，话题围绕着《鳄鱼》进行；6月初，莫言与学者陈晓明在北京大学围绕《鳄鱼》进行了有关小说与戏剧的探讨，两人还演绎了《鳄鱼》中的精彩片段。

《鳄鱼》分为四幕九场，情节围绕主人公单无憀及其在生日派对上收到的贺礼“鳄鱼”展开。“这是一个用戏剧的方式讲述的故事。”作家曹文轩读过《鳄鱼》后连连赞叹莫言讲故事的深厚功力。学者陈思和认为，不断增长的鳄鱼是一个象征，书中有超现实主义的内容，即把人的欲望意象化；在今天，欲望成为一个推动社会发展、推动我们去从事各种事业的动力，有它有力量的地方，但也有它可怕的地方。

知识摆摊悄然兴起

据北京青年报，在大理、杭州、西安等城市，出现了不少“知识摆摊”人。最近，一种年轻人靠自己的特长和专业，在路边为他人提供“付费聊天、咨询”服务的“业态”悄然兴起。这些摊主的摊位设置大多相似，在显眼的地方写下自己的专业背景、擅长领域以及提供服务的方式，再摆上些咨询时可能用到的工具，然后就坐等客人上门。

事实上，很多年轻人头脑灵活，有专业知识，有看待事物的独特视角，他们从自己的专业出发，为顾客提供有偿聊天服务，能让顾客得到不一样的体验与收获。很多大学生也会在网开直播，收获数以万计的粉丝，相当于网络版的“知识付费”。在闹市街头“知识摆摊”，相当于线下版的“网络直播”，是一种创业的新形式，也为刚毕业的大学生提供一扇与社会亲密接触的新窗口。

无论是66元帮人解“人生的意义”的哲学硕士，还是安抚小情侣分离焦虑的应用心理学毕业生，又或是拍照送法律咨询服务的实习律师，“知识摆摊”其实是把教师、心理咨询师、律师等职业的部分工作，从教室、咨询室、事务所等专门场所搬到了马路边。某种角度上讲，这种“知识摆摊”可以视作是大学生在从学校走入社会前，自主选择的一种体验与观察社会并与社会建立联结的方式。

擦亮老字号的金招牌

据人民日报，《北京市检察机关知识产权检察白皮书（2022年）》显示，伴随“国潮”消费逐步兴起，有的经营主体花式“蹭”老字号热度，甚至恶意抢注老字号，损害老字号企业及消费者合法权益。不一而足，在北京，一些外卖平台上“原西四包子铺”“北平西四包子铺”“记忆西四包子铺”等纷纷在列，消费者难以辨别真伪；在天津，随处可见“桂发祥十八街麻花”门店，大家对山寨与正宗的当地特产“傻傻分不清”。

老字号被“擦边”、被“碰瓷”案例不胜枚举，涉及行业以及地域范围十分广泛，尤以食品、餐饮、文化艺术和医药行业居多。究其原因，一些老字号受制于传承时间久远品牌权属不清，打假难度较大；一些经营者知识产权理念薄弱、品牌反应速度较慢，维权相对滞后。

中华老字号的创新发展，关乎中华优秀传统文化的创造性转化和创新发展，进一步加强老字号商标保护，建立健全老字号产权保护的长效机制刻不容缓。穿过岁月变迁，老字号企业无不面临转型升级的新课题。老字号遇到新问题，除了强化外援，也要修炼内功。老字号应拥抱新市场，擦亮金招牌。这对工艺流程、产品形式形成新的挑战，也对经营理念、法律意识提出更高要求。

个人隐私该如何保护

据光明日报，1杯网红奶茶会产生87条数据！在数据成为数字经济“富矿”的当下，这一调查结果反映出了每个普通人日常消费行为的背后，蕴藏着怎样巨大的经济价值，也足见在“无码不成行”的生活中，通过小微企业获取的个人隐私达到了怎样的密集程度。

如今市场上存在大量开发扫码点餐小程序的个人买家或技术公司，只要一天时间就可搭建完成，160元便可永久使用，若想开通更多精准营销功能只要购买更昂贵套餐即可。而餐饮店转手就能将用户信息“提供”给技术服务提供商、第三方数据机构等。围绕餐饮行业积累的高价值和高密度的数据，催生了背后的整条产业链，也让个人信息裸奔的隐患不断加剧。

扫码服务如毛细血管般遍布生活的每一个环节，这提醒我们，要不断细化监管举措，才能让餐饮等行业走出违规处理个人信息的重灾区。需要进一步细化法律规定，真正让侵犯消费者数据安全的行为受到惩处。与“无码不行”带来的隐私泄露隐患相比，传统的现金消费并无此类问题。智能化，不应该是单一化，更不能是强制化。保留传统的点餐付费渠道，为消费者提供多元选择，这也是尊重消费者的诚意所在。

（□记者 刘兰慧 整理）

我能为老师们做些什么

□ 逢春阶

小逢观察

我自诩为山东师范大学的“走读生”。近十年来，除了疫情期间，我几乎每天早晨从山师大千佛山校区（济南市文化东路88号）的南门穿过，徜徉青春校园，然后走出北门，到单位上班。晚上再从北门穿过，漫步校园，走出南门回家。我熟悉校园里的一草一木。在校园里，我常见到宋遂良教授。夏日，在婆婆的白杨树下，他老远就笑眯眯地招手，他说准备去游泳，然后讲，我发表的那篇稿子他看了，并直言不讳地指出哪个地方还不够味儿，告别时总说，下一篇会更好更辣一些吧。

在新闻采写和文学创作上，宋老师给予我的帮助很多很多。我却没有什么回报，甚至连一束花都没献给他。

6月17日，“清气·宋遂良文学文献展”在山师大千佛山校区图书馆5楼开展，我参加了。数百件展品勾勒出宋遂良先生从教从文70年的曲折经历，也展现了中国当代文学和山东

当代文学的发展脉络。让我惊讶的是，这么一个展览居然是山师大中文系92级同学们发起并实施的，核心人物是臧杰。臧杰是媒体人，我的同行，我怎么想也想不到他会为宋老师搞这么一个展览。这太费劲了，太繁琐了。

宋遂良先生已是鲐背之年，他早年的传奇经历，今天的人们无法想象；晚年的经历没有坎坷，但也不是几句话就能交代清楚的。作为总策划的臧杰，面对宋老师这一生的资料，是不是有“老虎啃天无处下口”之感？信息是碎片化的，怎么把这些零碎的信息梳理出头绪，捏合成一个整体，这考验着臧杰和他的同学们。我赞同他们的概括：一身清气、两肩道义、三尺讲台、四海文章。

我了解到，宋老师一开始是坚决不同意搞这个文学文献展的。是臧杰用三寸不烂之舌，说服了宋先生，让先生当一个“当代文学文献学”的活标本。宋老师从来都爱成人之美：“当就当吧！”

有着工匠精神的臧杰是认真而且严肃的，他说：“就文献整理而言，无论是一张照片，一页表格，还是一纸草稿，如果没有背签、没

有旁注、没有说明、没有口述历史的解读，都将是文献研究不易翻越的‘大山’。”臧杰在抢救性挖掘、小心翼翼求证，唯恐漏掉一点有价值的线索。好事难成，好事总能成。臧杰做成了。

我听说，山师大中文系92级数十名学生，正在整理、录入宋遂良先生的40年日记，首先整理的是复旦大学5年（1956——1961）的求学日记。这又是一项艰巨的大工程。这是学子们心甘情愿愿为老师做的事儿，它的价值是不言而喻的。除了“这份珍贵的留存将为一代文学青年的心灵史刻写佐证，成为复旦大学建校120年（2025）办学历程中的一段学子旁白”外，还是尊师的活生生的教材，显示出师范生知行如一的本色。

山师大热情褒扬并接纳臧杰他们的付出，学术指导魏建、孙书文、贾振勇等教授鼎力支持。在图书馆举办的展览，有声有色；在文学院举办的报告会，让人回味。在校的学子们彬彬有礼地引导着学长和来宾。好一个清气的场域。

而在文学文献展次日，由宋遂良先生更多

弟子们发起的讲故事座谈会，将活动推向一个高点。我接到宋老师的邀请函：“今天上午9点在翰林大酒店青云厅有一个学生座谈会。只讲故事，不表扬歌颂。如你有空，热切欢迎你来！”这个座谈会真的就没有廉价的表扬歌颂，没有江湖气、世俗气、铜臭气，更没有方巾气，就是拉家常，宋老师各个时期的学生把一个个故事都讲得很精彩，场面十分感人。宋老师是一个很安分的听众，不管弟子讲什么故事，他都含笑倾听，不时起来补充或者点评一两句。弟子讲到动情处，潸然泪下，宋老师的眼睛也湿润了，他站起来与弟子相拥。

我相信，这温馨的一幕幕会长久地印在来宾的脑海里。

“操心的事儿总得有人干。”这是我一个朋友说的，意思是要敢于担当。我想，臧杰和他的同学们也是一群爱操心的热心人。我向他们致敬。

参加完展览和座谈会，手里拿着臧杰他们印制的《良友》杂志精美特刊，看着宋遂良、吕家乡、袁中岳三位老先生的背影，我在想，我能为老师们做些什么呢？