

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：李冠南

学号：1810307109

学校院系：北京大学药学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

## 经济学视角下盲盒爆火的原因——从消费者角度出发

盲盒，里面通常装的是品牌原创形象的玩偶或者是与知名 IP 联合创作的形象，所有盲盒的外包装都是一模一样的，没有关于盒子内部玩偶的任何提示，一切的谜底只有盒子打开时才能揭晓。商家经常会在一个系列的盲盒中设置一个隐藏版的玩偶，购买时的价格不变但抽中隐藏版的概率约为 0.69%。近几年，盲盒热席卷了全国，从 2005 年开始到 2019 年，以泡泡玛特为代表的盲盒市场已经达到千亿元<sup>1</sup>。天猫 2019 年 8 月发布的《95 后玩家剁手力榜单》显示，95 后最“烧钱”的爱好中，潮玩手办排名第一。单是在天猫上，就有近 20 万消费者每年花费 2 万多元在盲盒上，甚至有人一年耗资百万<sup>2</sup>。种种数据皆表明盲盒经济正在迅猛发展，无数年轻人沉迷其中。那么，盲盒行业为何会如此火爆？消费者在购买盲盒时究竟是在消费什么？

诚然，盲盒中的玩偶本身便带有“萌”“酷”“小而美”等吸引人购买的属性，但消费者购买时也只是被里面的玩偶所吸引吗？市场上盲盒的价格通常集中在 59 元、69 元和 79 元左右，但盲盒中玩偶本身的价格往往比盲盒的价格要低很多。除了稀缺的隐藏款和某些十分热门的款式外，大部分玩偶均可以在二手交易平台上以 20-40 元不等的价格买到。这样看来，消费者在抽取盲盒时花了更多的钱却得到了更低价值的商品，似乎是非理性的消费行为，但如果我们从体验经济的角度出发进行思考，这一疑惑便会迎刃而解。体验经济是服务经济的延伸，强调消费者的感受性满足，重视消费行为发生时消费者的心理体验。在体验经济中，消费者个人情感所占的比重逐渐增加，他们更加注重的是在消费时带来的情感上的满足和个人心理

---

<sup>1</sup> 常榕莎,王文慧.消费主义视角下“盲盒热”传播现象探析[J].传播与版权,2020(09):137-139.

<sup>2</sup> 石海娥.等待经济[J].光彩,2019(12):30-33.

需求的满足，商品本身的价值对他们并没有那么重要。在消费者购买盲盒时，清楚的知道盒子中的玩偶属于哪个系列，但并不知道盒子中玩偶的具体款式，举个例子，某位消费者购买的盲盒是迪士尼系列，但他能拆到米老鼠还是唐老鸭，也只能靠运气了。当消费者打开自己精挑细选的盲盒后，无论里面的玩偶是自己喜欢的或是不喜欢的，拆盲盒这一行为所带来的一瞬间的惊喜感与刺激感都是很宝贵的，这种不确定性带来的期待、满足、惊喜、失落吸引着消费者们一次又一次地购买盲盒，享受拆盲盒的快乐。

除了体验经济以外，行为经济学中的可得性启发和赌徒效应也是用来解释消费者行为的重要理论。可得性启发认为，人们在判断未来事件的概率时，往往会受到心理因素的影响，如此类事件从记忆中回想起来的难易程度、类似群体或事件的特征比照等<sup>3</sup>。在小红书、微博等社交平台上，经常能看到许多博主在展示自己抽到的隐藏款盲盒，很多流量明星也会录制自己拆一个系列的整套盲盒和拆到隐藏款的视频，这一系列信息会使消费者产生认知上的偏差，产生隐藏款很好获得的错觉。对于很大一部分购买盲盒的消费者而言，抽到隐藏款就是他们的最终目标，即使他们清楚的知道每个系列中抽到隐藏款的概率仅为 0.69%，但获取到的“大量的人抽到了隐藏款”这一信息会令他们忽略隐藏款很难获取的这一事实，产生过度的自信和对概率认知的偏差，认为自己可以把握住偶然性，能够在少数几次的购买中轻松获得隐藏款，这种认知偏差会引诱他们购买盲盒。

而赌徒效应指的是在赌场中输钱的赌徒比赢钱的赌徒更容易往赌场中投钱<sup>4</sup>。他们已经承受了一定的损失，从而愿意通过投入一定的成本企图通过小概率的随机事件来使自己翻盘，产生恶性增资的情况。当消费者已经购买了大量的盲盒但仍未获得隐藏款时，消费者失去的时间和金钱就已经成为了沉没成本，虽然在进行当前的决策时不应该考虑沉没成本，但人们往往会在消费决策时把过去的投入和现在的付出加在一起作为总成本，来衡量决策的后果。此时的消费者往往会产生“已经花了很多钱了，再多花一点也可以，说不定下一个就中了”的心理，进行惯性消费继续投入，体验随机回报带来的喜悦以及翻本效应带来的满足感，在不知不觉间购买大量的盲盒。

总而言之，消费者不断地购买盲盒这一举动背后存在着一套完整的行为逻辑，从最初的在购买盲盒时获得体验经济的满足，到后来的越买越多，陷入赌徒效应中无法自拔，消费者们沉迷在那一个个的小盒子之间，投入着大量的时间和金钱，这些投入，推动着盲盒经济不断地发展壮大，最终风靡全国。■

**WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)**

2000 字

---

<sup>3</sup> 张继海.宏观行为经济学的新发展及其应用[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2015,32(05):67-74.

<sup>4</sup> 韩欣悦.从行为经济学视角看盲盒经济之谜[J].商讯,2019(27):117-118.

[成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ:  
3049816538](#)

2000 字