

“8岁门槛”少人问，盲盒销售谁来管

专家：落实规定需行政部门和商家及家庭等各方面共同发力

近日，买盲盒“8岁门槛”形同虚设引发网友热议。《盲盒经营行为规范指引（试行）》实施已有两年多，但不少消费者反映称，“向8岁以上未成年人销售盲盒商品应取得相关监护人的同意”等规定的落实情况却并不理想。济南市场情况如何？对此，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者进行了探访。



济南某商城内多家潮玩店及杂货铺内均有盲盒类商品销售，吸引不少消费者选购。

泉城调查

记者 管悦 济南报道

部分盲盒销售店根本不同年龄

12月10日，济南市印象城内多家潮玩店及杂货铺内，均有盲盒类商品销售，吸引不少消费者选购。

在一家动漫衍生品专卖店中，收银台处张贴着醒目的消费提示：“8周岁以下未成年人，不得购买随机抽取形式的商品；8周岁及以上未成年人购买，需经监护人同意或由监护人陪同。”

然而实际操作中，店员表示，如遇未成年人单独购买，仅会口头询问是否已获家长同意。若对方答复肯定，便可直接购买。

另一家潮玩店店员则表示，会根据外貌、校服穿着等大致判断顾客年龄：8岁以下须家长陪同购买；8至14岁若单独购买，需在结账时致电家长确认同意；14岁以上则可直接购买。

随后，记者走访了世茂国际广场、高新万达广场、山师东路、康虹路等地的盲盒销售点。不少门店店员表示，未成年人购买并无明确门槛，无须家长在场，可使用现金、电话手表等多种方式支付。

走访中，也有部分门店严格落实相关规定，要求8岁及以上未成年人未有家长陪同的情况下，必须电话征得家长同意后方可购买。“毕竟盲盒类产品非质量问题不退不换。”一家玩具店店员介绍，为避免因家长不知情而产生纠纷，未成年人购买时一律由家长陪同才可结账。

自动贩卖机“不设限”线上购买无须年龄证明

除线下门店外，作为盲盒销售重要渠道的自助贩卖机情况如何？记者走访中看到，济南多家商场中的盲盒自动贩卖机均未设置任何年龄识别或身份核



商场内的盲盒自动贩卖机未设置任何年龄识别或身份核验功能。

验功能，消费者只需扫码付款，便可直接获取商品。支付页面虽显示“8周岁以上未成年人请在监护人陪同下购买”的提示文字，而前来购买的顾客大多步履匆忙，扫码、付款、取货一气呵成，几乎无人驻足细读屏幕上的提醒信息。

线上销售平台同样存在类似现象。尽管不少盲盒商家在商品详情页或店铺规则中标注了“8周岁及以上未成年人请在监护人陪同下购买”等相关提示，但问及购买是否存在年龄限制时，客服却大多表示“没有限制，都可以购买”。

此外，不少盲盒产品外包装上也标注了适用年龄提示。例如，“内含小零件，不适合3岁以下儿童”或“仅限15岁以上使用”等字样，但在实际购买过程中，这些信息往往被消费者忽略，多数人仅关注产品款式与设计。

“孩子特别喜欢盲盒，经常和同学约着一起去商场买。”市民江女士表示，她十三岁的女儿会一次性购买几百块钱盲盒，但她从未接到过相关的信息核实电话。社交平台上，不少网友在反映自家孩子沉迷购买盲盒时，也表示对购买年龄限制条款并不知晓。

关键在于商家要诚信守法经营

近年来，由潮玩盲盒引领的盲盒经济浪潮迅猛发展，火爆一时。相关行业数据显示，2025年中国盲盒市场规模已突破580亿元，年复合增长率达到28%，占

据全球市场份额的65%。

盲盒以其概率化销售机制和不确定性消费体验，在年轻群体中形成风潮，但也催生出一系列问题。其中，部分未成年人沉迷“抽盒”，甚至引发消费失控。据报道，有家长因孩子痴迷盲盒，数月内支出超过8万元；也有13岁少年在未经允许的情况下，擅自使用家人支付宝账号，在直播间多次下单，累计花费数千元购买盲盒。

为规范市场秩序，国家市场监督管理总局于2023年6月发布《盲盒经营行为规范指引（试行）》，明确规定：盲盒经营者不得向未满8周岁未成年人销售盲盒；向8周岁及以上未成年人销售时，应依法确认已取得监护人同意。

“要真正推动指引落地，关键在于有关企业要积极主动按照相关要求，诚信守法经营，自觉落实主体责任。”中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江表示，有关行政主管部门应加强监管，一旦发现违法违规或损害消费者权益的行为，依法查处并公开曝光。

“地方有关部门可以出台保护性措施，对中小学校园周围的盲盒销售进行具体规范，对校园周边区域的商家增加监督和检查频次。”陈音江表示，学校也要发挥课堂优势，老师在课堂上要帮助未成年人树立理性消费的观念，引导其进行积极健康的消费行为；家长也要尽到监管责任，引导孩子开展更加健康的休闲娱乐活动，避免沉迷购买盲盒等行为。

记者 管悦 济南报道

示，短期继续涨价概率较大。

短期波动或难以扭转市场低迷

根据第三方平台“今日酒价”数据显示，12月14日，2025年飞天茅台散瓶批发参考价报1570元/瓶，较上一日上涨70元；原箱报1590元/瓶，较上一日上涨70元；而相比12月12日，其原装（1495元//瓶）和散瓶（1480元/瓶）的价格，已分别上涨95元和90元。

当日，记者在电商平台搜索发现，飞天茅台线上价格也开始有所回升，2025年飞天茅台售价1600元-1800元/瓶。

与此前相比，茅台本次停货提价策略有所不同。根据经销商提供的茅台发布的控量政策通知显示，本次措施涵盖短期减负与中长期结构性改革两大维度。其中，茅台的短期措施为2025年12月内停止向经销商发放所有茅台产品（预付款已完成），直至2026年1月1日，后续在适当时机恢复。此举旨在缓解年底经销商资金紧张压力，直接为经销商减负，防止其因偿还贷款或支付新货款而出现恐慌性抛售行为。

而在中长期结构性改革方面，2026年贵州茅台计划大幅削减非标产品配额，从源头减少令经销渠道利润缩减的产品供应。具体方案为：茅台15年配额削减30%、1升装飞天茅台配额削减30%、生肖茅台配额削减50%，彩釉珍品茅台则完全停止供应。

“此次价格反弹，本质是供给端收紧与市场预期修复的共同结果。”中银证券相关业内人士

表示，一方面，2021-2024年茅台基酒产量增速近乎停滞，未来五年成品酒供给难有明显增加，稀缺性预期进一步强化；另一方面，行业处于磨底阶段，头部酒企的稳价举措更容易引发市场情绪共振，推动股价与酒价同步回升。

上述业内人士认为，当前涨价的幅度与持续时间，仍需观察三大关键因素：年底库存去化进度、2026年核心单品投放节奏、消费需求实际恢复情况，短期价格波动，或许难以完全扭转此前市场低迷的惯性。



济南某酒行内销售的茅台酒。