具有“抽奖”色彩的盲盒，近年大行其道。商家利用“盲盒就像一盒巧克力，你永远不知道下一块是什么味道”，诱使想尝试新奇刺激的消费者“上头”。如果说物质性盲盒只涉及“物体”是否让消费者得偿所愿的话，那么宠物盲盒则是以各种“活体”冲击消费者的心理感官。由此，人们打开的一瞬间，很可能不是惊喜而是惊吓。对此，商家却宣称“玩得起就下单，玩不起别买”“不退不换”，这实际是妄图脱责，严重侵犯消费者权益。

宠物盲盒买卖，绝不是“愿打愿挨”。从道德层面，生命应当被尊重，小动物也不例外。宠物经营者要善待动物，购买者要对宠物负责。反观宠物盲盒，充满不确定性和盲目性，卖家不管三七二十一地卖，买家可能只是冲动性地买，随之而来的问题是，宠物可能在不当运输中死亡，买家可能因厌恶和惧怕，丢弃收到的动物。无论是哪种情况，都会对他人乃至环境造成不良影响。动物如此遭到虐待，也有违社会文明标尺，背离人与动物和谐相处理念。

——《人民来论：带血的宠物盲盒，该“玩完”了！》

时事作文素材 | “宠物盲盒”风波：残忍的消费狂欢

“生活就像一盒巧克力，你永远不知道下一块会是什么味道。”这句《阿甘正传》里的经典台词，也同样适用于形容盲盒。

**所谓盲盒，就是指看不到具体商品的不透明盒子。人们只有付完款、打开盒子后，才能知道自己买到的是哪款商品。**对于许多人而言，这种“不确定性”带来的心理刺激，正是盲盒的吸引力所在。人们购买盲盒的动因和初衷，就是想品尝“下一块巧克力”的滋味。

**近年来，盲盒从小小的玩具领域逐渐向更广阔的市场延伸。**从服装盲盒到彩妆盲盒，从文具盲盒到考古盲盒，从生鲜盲盒到机票盲盒，盲盒逐渐成为一种火爆的消费潮流。

然而，这股潮流之中也隐匿着诸多阴暗面，“宠物盲盒”便是其中最令人触目惊心的一面。

从猫、狗、鸟、乌龟到仓鼠、蜥蜴、蜘蛛，许多商家把“活体”动物做成盲盒，供消费者抽取。这些“宠物盲盒”大多以高价值的名贵品种作为噱头，以低价作为诱惑，以“博运气”作为卖点，商家们利用了买家“以小博大”的消费心理做起了生意。

最近，**“宠物盲盒”被推上了舆论的风口浪尖。**

5月3日，四川成都市区一快递点出现了大量宠物盲盒，奄奄一息的小猫小狗引起了大众的关注和热议。事发当晚，热心市民在快递网点现场发现被打包的猫狗160余只，经营者正准备将它们当做普通货物发往外地。

在曝光视频中，一些货箱里全是小猫小狗的惨叫声，货箱门在关闭的情况下，空气流通极为有限。而在箱子里，已有不少猫狗奄奄一息，甚至死去。死去的小猫小狗，则直接被丢弃在了路边。经调查，部分电商平台确实有售卖宠物盲盒的行为。

盲盒最初的功能是娱乐，在开箱时给人带去一份惊喜。然而，**“宠物盲盒”毕竟不同于其他物品，它涉及生命伦理，更暴露了人性的残酷。**

**当盲盒里装着的是活生生的生命，那么“宠物盲盒”就无疑是将人的快乐建立在动物痛苦之上，这不仅是对道德底线的践踏，也意味着娱乐走向血腥的异化。**

“宠物盲盒”将动物视为了玩物，无论是买方还是卖方，都是极其不负责任的，这既是对生命的残忍，同时也带来了次生环境污染和卫生防疫等诸多问题。

**纸 条 君 有 话 说**

**敬畏生命，勿“拿生命赌运气”**

宠物的养育，本应该是一段温馨的陪伴旅程，作为人们的生活伴侣，宠物带给人们丰富而深刻的生命情感体验，人和宠物建立起紧密温馨的情感连结。在与宠物的相处中，人们更加懂得敬畏生命，懂得珍惜美好。**然而，“宠物盲盒”剥离了宠物本身的温情含义，也摧毁了人与动物之间的爱意和珍惜。**

“宠物盲盒”受到的诟病早已有之。许多购买记录显示，在买家购买了活体宠物盲盒后，商家的确会如约发货，但却是像对待无生命的货物一样，将活体动物违规地通过普通快递运送到买家手中。

买家打开“盲盒”后，里面的动物经常是货不对版的老弱病残，或是已经死亡的动物尸体。有时候，即使开箱时动物还活着，它们的生命也难以长久，存活时间甚至仅有一星期。因此，**许多人也将盲盒里的宠物称作“星期宠物”。**

我国相关法律有明确规定，禁止寄递或在邮件内夹带活体动物。宠物运输，有专门的渠道，而且必须要具检疫证书和市场部门出具的证明，尤其是在防疫时期，动物的运输更应该遵守严格的规定。

而在此次事件中，这类装有活体动物的“宠物盲盒”却依旧被当作普通快递运输，不但违反了相关规定，动物的生命安全也难有保障。

**显然，“宠物盲盒”的商家，追求的是即时的经济利益，只要能够吸引消费者下单，动物的生命如何、健康与否，他们都不会认真对待。而对于消费者来说，“宠物盲盒”也仅仅被当成了他们的一次快餐式的消费行为，是他们追求一种抽奖式的刺激购买体验的尝试。**

在“宠物盲盒”这场狂欢中，利欲熏心的商家不去考虑宠物的生命质量，追求新奇的消费者也没有做好长期对一个生命负责的准备。由此，能满足人们三分钟热度且成本低廉的“星期宠物”被创造了出来，**一条条脆弱的生命成为了人们追求消费快感的牺牲品，变成了用后即弃的消费品。**

讽刺的是，这些“宠物盲盒”的商家，还打出了“尊重生命”的伪善招牌，并以此为名不接受一切理由的拒收，不接受退换和中差评，甚至叫嚣：“玩得起就下单，玩不起千万别买。”**本应当被谨慎对待的宠物购买，被设计成了一场不负责任的博彩游戏。**

无论是买家还是卖家，当他们参与到“宠物盲盒”生意之中，就已经成为了谋杀动物的刽子手。漠视生命，把生命当儿戏，暴露了人性之恶，也践踏了道德的底线。

**用法解析**

适用于敬畏生命、尊重生命、道德底线主题。

**示例：**
  弗洛姆认为：“如果没有尊重，责任就会很容易地堕落为统治和占有。”对待动物也是如此，每一个生命都是独一无二的，都值得尊重、珍视和敬畏。对待弱小者的态度，就体现了人们的道德和素养。近年来饱受诟病和谴责的“宠物盲盒”，漠视生命、践踏道德，将快乐建立在血淋淋的残忍之上，令人愤怒痛心。
  **管仲曾言：“道德当身，不以物惑。”**在当今社会里，新奇多样的事物层出不穷，令人眼花缭乱。在物欲和刺激的漩涡中，我们更应坚守道德底线、坚持心中良知，莫让“乱花”迷了眼。

**盲盒经济：保持清醒，理性而行**

时下，以玩具盲盒为代表的“盲盒风”的盛行，正是**抓住了人们在消费过程中对情绪体验的需求。**心理学研究表明，不确定的刺激会加重重复决策，因此，购买盲盒容易让人“上瘾”“上头”。

对于买家而言，盲盒的未知性和神秘感不仅提升了购买时的期待值，也增添了一份拆开盲盒、揭晓答案的惊喜感，而这种起伏波动的情感体验是明确购买一件商品时所无法感受到的。

许多商家抓住消费者的这种心理，推出各式各样的“限量款”“稀有款”来进一步刺激消费者的购买欲望。**无论是何种类型的盲盒，真正的卖点都在于购买体验。人们享受的不仅是获得商品的满足感，更是“买盲盒”这个过程本身的乐趣。**

由此来看，买盲盒和买彩票、游戏抽卡等心理机制颇为相似，具有很大的赌运气成分。人们热衷于“盲盒”，正因为它的未知性所带来的惊喜。

因为“盲盒经济”的火爆，盲盒风潮蔓延到了诸多消费领域，除了最初的玩具外，美妆、球鞋、手办、文具，甚至旅游机票等各领域都刮起了一股“盲盒风”，似乎“万物皆可盲盒”。**《北京日报》曾评论，盲盒带有一定的趣味性，但也容易诱导身心发育尚不成熟的未成年人沉迷，引发攀比等不良风气。**

在“宠物盲盒”的风波中，除了商家残忍售卖“宠物盲盒”外，还有其他的现象也同样值得我们深思。

网络上，有些up主、博主以“开盒测评”为噱头，以“花9块9买来一只英短，看看怎么样？”等类似标题，来吸引眼球，获得点击量，而这些所谓的“宠物盲盒”测评视频，往往高达数万观看量。但实际上，这一切都在共同为残忍的消费狂欢推波助澜。

盲盒消费热潮滋生的市场隐患值得我们警惕，**一方面，“宠物盲盒”事件把盲盒热潮的伦理道德隐患暴露了出来，任何事物，一旦逾越了边界和底线，必然会导致不良后果，对正常健康的经济秩序带来负面影响；而另一方面，对于我们每个人而言，保持清醒，树立正确的消费观，才能避免陷入沉迷的泥沼。**

**用法解析**

适用于规则与秩序、消费社会、盲目与理性等主题。

**示例：
  “这是最好的时代，也是最坏的时代。”在**物质极大丰富的今天，消费成为了人们的日常行为，消费带来经济增长，消费也为人们提供了精神的娱乐。但同时，“消费主义”的盛行，也让越来越多的人习惯于“为买而买”，甚至于被消费所绑架。
  因为好奇，人们追求未知的刺激，“盲盒”风潮兴盛一时，从玩具、文具，到球鞋、机票……仿佛“万物皆可盲盒”。琳琅满目的“限量款”、眼花缭乱的“联名款”、层出不穷的“特别款”……不知不觉掏空了人们的欲望。在狂热的浪潮之中，人们容易在买买买中过度透支，在无度消费中迷失自我。
  在当今时代，我们应树立正确的消费观，崇尚理性节俭的生活方式；也更应保持清醒的头脑，警惕被浮华的物欲所裹挟。