以为“赚到”，最终换回一堆没用的东西

福袋“杀熟”，百元“盲盒”包装滞销品

“原本想捡漏到心仪的商品，结果感觉被坑了。”看着自己几百元福袋里开出的衣服，蒋敏一脸无奈，“没一样是自己喜欢的且不说，其中几款做工还很劣质，根本穿不出门。”

随着春节临近，福袋悄然在部分电商卖家中流行开来。这种商家在不透明纸袋中随机放入商品，顾客付钱后才能打开查看的销售模式，因为无法预知的神秘感以及低于日常价的诱惑，正吸引着不少消费者购买。

记者了解到，福袋原本是商家回馈消费者，维系客户及拉动业绩的商业行为，如今却越来越变味，不仅成了部分商家快速清理滞销品库存的手段，在“不退不换”的霸王条款下，不少消费者被“割韭菜”。

“百货行业利用福袋吸引消费者的做法并非新鲜事，归根到底是利用了顾客希望用低价买到好东西的‘赌博’心态。”在一家品牌营销公司工作多年的苗凌解释称，“买家永远没有卖家精明，很可能抱着赚到的心态购买福袋，最终换回一堆没用的东西。”

商家推出的福袋。

商家来电：99元盲选卫衣

从福袋拿出衣服逐一上身试了后，蒋敏没有任何犹豫就将其以低价挂在了二手平台上，“以后绝对不会再碰任何福袋了，感觉就是在花钱帮对方清库存！”

一周前，蒋敏接到曾买过衣服的商家来电。对方告诉她，为了庆祝新年到来，店铺推出了“福袋活动”，只需99元就能买到一件原本价格为200元的卫衣，同时店铺还有“299元一件羽绒服”“359元一件卫衣一件棉服”等不同档次的福袋。挂断电话前，对方提醒称，福袋玩法是买家提供所需尺寸，无法挑选具体款式，一旦下单则无法退换货。

“原以为是自己运气不好，但细想后感觉是店家销售套路。”蒋敏找到商家寻求换货，但对方只回复了“请尊重游戏规则”，再无下文。

“本以为能薅商家羊毛，没想到反而成为对方销货的‘冤大头’，纯属花钱帮对方销库存。”蒋敏吐槽说。

2025年春节临近，不少电商商家推出福袋商品。所谓福袋，即店家将旗下多款商品打包，以不透明的方式出售。这种最早起源于海外的促销方式，除了福袋字面意义上有“吉祥如意”的意思，无法预知的神秘感以及低于日常的价格对不少消费者来说充满诱惑。

近日，记者以“福袋”为关键词在电商平台搜索发现，商家推出的福袋囊括服装、零食、美妆等商品，价格从数十元到数百元不等。以其中一家已销售400个福袋的服装店铺为例，活动中标出“99元卫衣一件”“240元羽绒服一件”等玩法，同时也特意注明“不支持退换货”“不接受指定款式”等条件。

“我们也不清楚福袋里具体装了什么东西。都是提前随机装在统一的箱子里，发货时也是顺手抽取。”该店铺工作人员表示，“但其中所含商品价值高于售价，目前多位消费者在购买后的反馈都相当不错。”

商家的福袋噱头，往往成了购物陷阱。

同样踩坑福袋的00后张可告诉记者，自己在一家直播间下单过一款价格为100多元的汉服福袋，其中包含一款原价约为300多元的明制汉服。到货后却发现原本应是一套的衣服却只有上衣，没有裙子。当她向店家反馈后，对方表示并未明确告知是完整的汉服。无奈之下张可只能另外花钱购买合适的裙子，“感觉就是个博彩游戏，能不能从中开出好货纯看运气”。

记者注意到，社交平台上，网友发帖展示福袋中商品的同时，质疑商家套路太多，吐槽“买福袋就是帮商家销货”“千万不要去买福袋，永远开不出好东西”等。

厂家玩法变味 “热卖品和滞销品3:7”

近段时间，在国内经营着一家鞋厂的胡旭忙得不可开交。

自从一个月前店铺推出福袋活动后，不少顾客咨询销售规则并下单，“差不多卖了上百个福袋，单价基本在150元上下。扣除成本虽然没赚什么钱，但总算看到清库存的希望了”。

胡旭的工厂在设计球鞋时尽管曾推出过数款爆品，但同样因为错判流行风向而出现款式滞销的情况。每每经过库房看到堆积在货架上的球鞋，都让他头痛不已。年底福袋的流行，似乎让他找到了最合适的销售路径。

很快，公司在网店挂出相关活动，产品则套上不透明的塑料纸，热卖品和滞销品按照3:7的比例进行搭配，再以福袋的方式进行销售。

“如果完全都是老款式以及滞销品，很容易被消费者发现，并可能引发不良反馈。”胡旭毫不讳言地表示，“但如果其中包含热销品的话，消费者只会抱怨运气不佳。”

记者了解到，福袋在零售行业存在已久。最初，商家为了增加消费者对品牌的好感，通常会把福袋里的产品设计得超于预期，其中物品大多是热销款，甚至不乏断货款式，让消费者感觉物超所值，进而起到回馈消费者，维系客户的意义。如今，随着这一市场的爆发，模式却越来越变味，甚至成了部分商家清理库存的手段。

在广东经营着一家美妆公司的刘丹告诉记者，自己多年前就曾尝试以此方式增加客户黏性。当时其中所放的东西大多都是当季热门款式，价值也远大于销售价格，“基本只集中在老顾客群体中销售，就是希望能巩固彼此间关系”。

近些年来，刘丹发现不少同行都开始做起了类似活动，纷纷不定期地在粉丝群以及店铺中挂出福袋、盲盒等。不过，一番打听后，他发现除了部分同样抱着拉拢客户关系想法的同行外，也存在希望借此销货的商家。

“现在福袋市场越来越混乱了。不少同行看似‘物品随机’，其实内心很清楚，其中基本是过季品或滞销品，甚至不乏瑕疵品。”刘丹表示，毕竟如果直接销售类似商品，即使降价也无人问津。包装成福袋的话，总有人出于“捡漏”的心态下单。事实上，消费者很难在福袋里买到心仪的商品，“毕竟福袋就是厂商在整理包装，怎么可能不清楚里面到底放了些啥？同时还用‘游戏规则’将退路堵死，消费者后悔也为时已晚”。

“福袋本质是连接商家和消费者，进而带来新的销量增长。当下市场正逐渐变味，部分商家利用年轻人追求刺激、赌博的心态将其变为‘收割利器’。”在一家品牌营销公司工作多年的苗凌解释称。

频频踩坑福袋 商家要保障买家知情权

福袋并非只有个体商家出售，不少知名品牌也在以此揽客。

1月7日，记者在购物平台上搜索发现，包括百事、Zippo（之宝）打火机在内的多个品牌都推出了类似福袋。以Zippo打火机福袋为例，价格则根据福袋所含内容从145元到409元不等。其中409元的福袋销售页面显示其中包含一只正品打火机和若干其他产品。平台数据显示。目前已有2.9万人付款。

苗凌告诉记者，早年间耐克、星巴克等品牌都曾在海外推出过类似商品。从营销层面上来讲，福袋与盲盒相似，是利用消费者赌一把的心理所进行的销售行为。

多位曾购买过福袋的年轻人在接受记者采访时表示，自己曾在福袋中开出过心仪的商品，但更多时候则是些自己根本不需要或者日常不会购买的东西。“以前买福袋总幻想着能开到好货。现在偶尔也会下单，就希望商品不太离谱就行。”一位年轻人表示。

更让消费者无奈的是，“无法退换货”的规定往往让买家吃哑巴亏。“收到货后越想越觉得被坑了，毕竟买到啥东西都是由店家安排，但和商家反复交流，对方一句‘游戏规则’，就将自己所有话语彻底堵死。”蒋敏说。

实际上，福袋能帮助品牌及商家缓解一定库存压力，但也是一把双刃剑。苗凌表示，消费者冲动购买福袋后因为反差太大，会导致对商家信任度下降，进而造成品牌形象及自身商业信誉受损等情况出现。

河南泽槿律师事务所主任付建认为，如果福袋存在质量问题，根据《消费者权益保护法》第24条以及《民法典》中买卖合同的规定，商家有违约行为，消费者有权主张退货退款或者更换、修理等违约赔偿责任。福袋“不退不换”，此类条款涉及格式条款，商家负有对关于消费者有重大利害关系的格式条款进行提示说明义务，如果商家没有尽到这种义务，消费者有权主张不退不换条款无效；如果商家明确告知并且消费者已经确认不适用七日无理由退货，那么该约定有效。

如果福袋存在质量问题给消费者造成人身或者财产损失的，消费者还有权主张侵权责任。

如果商家提供的福袋并不符合商品描述，具有欺诈情形，消费者有权撤销合同要求退货退款；根据《消费者权益保护法》规定，商家存在欺诈行为，消费者还有权主张三倍惩罚性赔偿。

据《新京报》