

为了抢一个肯德基盲盒,有人买了106份套餐

一个盲盒,能让人快乐多久

本报记者 刘俏言

你这辈子,有没有为了攒齐一套赠品而拼过命?

有人还记得儿时为了杭州牌香烟里的烟卡,不惜偷老爸的钱去买烟。这样的勇气,已然随着发际线的上移而逐渐消失,但新兴的市场营销总会抓住一代代年轻人的心理命门,炮制出不同的“青春记忆”。

如今,新一代的“青春记忆”里,盲盒绝对能留下最浓墨重彩的一笔。

1月4日肯德基推出和DIMOO的联名款盲盒。这个头顶云朵的小男孩DIMOO,是泡泡玛特最受欢迎的五大头部IP之一。只需在肯德基购买价值99元的指定套餐,就获得盲盒1个。限量让人疯狂,想要全部集齐推出的7款形象玩偶,至少要购7套“泡泡玛特桶”,合计要693元——前提是你足够幸运,七连抽也能完全不重复。

曾经为了柜台上的小玩具而哭着求父母买下儿童套餐的孩子们,长大后也没能摆脱“不断进步”的肯德基,再次为了一个玩偶盲盒,上演“人间喜剧”。

热搜

有人一次性买了106份套餐

99元的指定套餐里包含3个百事小可乐、1份小薯条、1个老北京鸡肉卷、1个香辣鸡腿堡、5块黄金鸡块和2个葡式蛋挞。

看似很有诚意的买套餐送盲盒,在绝大多数粉丝眼中,就是买盲盒送套餐。“冰雪圣代”、“晚安薯条”、“香甜粟米”、“就是可乐”、“汉堡饱饱”、“飞行上校”、“隐藏款王牌炸鸡”,它们用可爱的形象在向你招手,更何况这个套餐全国限量总计263880份,隐藏款买到的概率为1/72。

在社交平台上,有博主晒出了“购鸡账单”,一次性买了106份套餐。

按照官宣的全家桶分量,这些食物完全够一个三口之家吃上一整个月零五天。但我们不知道这位在主页介绍中写着“分享点你没看过的世界”的博主,是如何解决这些保质期无法超过3天的食物的。

说是买盲盒送套餐,但只有少数人会选择把套餐留在柜台让肯德基自行处理,更多人则是选择含泪吃下,或是看着别人含泪吃下。

于是一种叫“代吃”的服务开始上线。“肯德基专业代吃助你集齐泡泡玛特一整套”,“24年没吃饱饭了保证一点都不浪费”……1月4日,话题#代吃#冲上微博热搜。

虽然不知吃肯德基需要达到何种专业,但是白吃肯德基甚至还赚个路费的生意简直稳赚不赔。杭州也是如此,不少代吃的链接到现在也没有下架,询问时,对方信誓旦旦地告诉你帮忙代下单,套餐归他,娃娃归你。不过鉴于现在在杭州根本买不到想要的套餐,所谓承诺也成了一纸空谈。

“我们发售当天半个小时就卖空了,相信我,过年之前不会有。”位于杭州市中心的肯德基天水店店员信誓旦旦地说道。她一边熟练地包裹着土豆泥,一边描述1月4日那天的抢购“盛况”。

有备而来的会带一个小推车,把成堆的套餐放到箱子里带走。

和盲盒同样抢手的是打包装袋,因为人均至少买两个套餐的粉丝们大多只能就地解决一份,然后把剩下的带回家。“我们已经预感到会出现排队的情景,不过还是被当天大家的热情震撼到了。”肯德基的店员说道。

攻略

高科技进阶玩法

怎样才能抽中自己想要的盲盒,有人想到去找攻略。在网上,这样的攻略也确实已经有了。

很多跑腿小哥显然是新手,他们不懂为什么为了一份肯德基需要跑那么远的地方去买,更不懂顾客提出的奇奇怪怪要求,例如要他带一个电子秤,挨个称重盲盒。而黄牛则是老手,店里有不少大爷直接端盒购买。“他们太厉害了,摇一摇,称一称,基本就能猜到是哪款。”有追求者这样描述当时的情景。

在小红书上,有人列出了这样的攻略:抽DIMOO可以带一个电子秤,可乐78克、薯条95克、飞机93克、汉堡100克、玉米90克、圣代92克、隐藏款97克。按照这个标准,你想要哪个娃,就能抽到哪个。

泡泡玛特店里是严禁带电子秤的,但好在,这次的盲盒是在肯德基门店发售,规矩没有那么死板。

为了拿到最喜欢的款式,有粉丝直接选择高科技进阶玩法——把盲盒带到地铁站,拜托安检的工作人员帮忙扫一下X光,看看里面玩偶的形状。如果不是自己喜欢的,再拿着盒子回到肯德基店里,求店员帮忙换一个——这如果在泡泡玛特店里,也是行不通的,店员会温柔且坚定地告诉你:“盲盒产品一旦售出,不退不换。”

高科技手段用不上,就只能回归最原始的“手艺人”法则——摇盒、看手感、掂重心。由于不同的玩偶重心和配件不同,摇晃时会有不同的碰壁声。高手会根据这些玄之又玄的特质,从万千盲盒中分辨出自己想要的那一个。如果真的中了,那么除了开心,还有难以言喻的智力碾压感。

快乐

单纯的快乐能持续多久

张雯也是一位盲盒的追求者,对她而言,盲盒就是她生活里的调味剂,看到美好的小玩偶,一天不好的心情都会消失。她购入了泡泡玛特多个系列,在家里也买了玻璃罩子,给娃娃们设计背景和布局。甚至还购入了一个木柜,专门用来摆放这些场景。

还有一些张雯最喜欢的玩偶,随时都会跟在她身边,“我到哪里,它们就跟着我到哪里。”

提到泡泡玛特,张雯的心态特别复杂,“一方面我知道,他们很多的营销行为就是在圈粉丝的钱;另一方面我又觉得,这些娃娃太可爱了,我还是想要拥有。”

小敏(化名)是一个00年出生的女孩,这次肯德基的联名款没有戳中她的心思,她很少为了无关的事情烦恼,在她的世界里,看到爱豆在舞台上发光闪耀的时刻,抽到心仪的盲盒在泡泡玛特店里激动地跳脚的时刻,以及在哈利·波特手游里十连抽抽中喜欢皮肤的时刻……这些都让她的生活变得更加充实、丰富、有趣。

“快乐的方式有很多种,有人爱抽烟,有人爱喝酒,我爱盲盒,我甚至比他们更健康。”小敏总结道。

但围绕着盲盒,单纯的快乐还能持续多久?

争议从不停息,陆续有媒体指出,商家虚假宣传、过度营销、盲盒商品质量参差不齐等问题时有发生,相关部门应及时制定和完善监管规则,维护市场秩序和消费者权益——“盲盒本身虽不透明,但产品及营销模式必须透明。”

