

快递盲盒，玩的就是心跳，系统开发

产品名称	快递盲盒，玩的就是心跳，系统开发
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

快递盲盒，玩的就是心跳，系统开发

“玩的就是心跳，无一空包。”“问我里面有什么，客服小姐姐也不知道。”“快递拆到爽，9.9元20个。”买家退货、无人认领的快递披上“盲盒”的外衣，正出现在电商平台、直播间里，备受年轻人追捧。

不过，套路也深藏其中。你可能想不到，你满心欢喜购买的快递盲盒，最后只能拆出一堆垃圾。与此同时，部分快递盲盒批发价单个可能只要几毛钱，甚至几分钱，转手一卖利润率高达500%。

“快递盲盒，玩的就是心跳”

中新经纬记者在某电商平台搜索“快递盲盒”发现，有大量店铺出售该物品。其中一家店铺“快递盲盒”商品介绍页面写道“拍1发40个，快递盲盒惊喜”，售价28.4元，月销量达到6000+。在商品详情中，还有“盲盒玩的就是心跳和刺激，您可能会小亏，也可能会赚”等字样。

对于快递盲盒里到底有什么，小部分商家只是简单概述了商品品类，比如居家百货、电子产品、母婴产品、玩具、饰品等，大多数商家则以“玩的就是心跳”为由，未予透露。

不过，透过评论区买家的拆箱体验，大概可以总结出快递盲盒里的内容。有买家表示从快递盲盒中拆出了物超所值或出乎意料的“好件”；也有买家收到空盒、垃圾、废品，直呼“太坑”。

中新经纬记者注意到，某种类型的快递盲盒有419条评价，其中好评301条，中/差评达到119条，而大部分给了好评的买家在文字描述中也是“差评声”一片。有买家写道，“一小堆垃圾，包裹外外写的明明白白的，毫无惊喜……”“就是图个乐，根本没有正常东西，快递基本都是假的。”还有买家写道，“智商税智商税，千万别拍！”

当然，也有买家对快递盲盒内的物品并不是太在意，表示“只为了可以拆快递的快乐”。

快递盲盒并非都是真“快递”

这些快递盲盒究竟从何而来？

一家店铺在商品介绍页面标明：“所有商品均为电商存货、退单、尾单……此商品并非无人认领的快递盒子。”问题是，真的有这么多种退单件吗？如果是存货、尾单，还是不是真正意义上的快递呢？

仇宾（化名）做快递盲盒批发生意已有三个月时间，每天能卖出去2、3吨快递盲盒。仇宾向中新经纬记者介绍，他手里有三类快递盲盒，专供开网店、做直播开箱或者摆地摊的客户。

“第一种快递盲盒是盲盒、盲袋混装的，北京发货，4元一斤，不包邮；第二种是快递盲盒也是盲盒、盲袋混装的，品质好一些，浙江义乌发货，7元一斤，不包邮；第三种是现装的快递盲盒，论个卖，品质较高，200个起3.2元一个，500个起3元一个。”

仇宾手里的快递盲盒从哪来呢？他透露，主要有三个途径。其中4元一斤的快递盲盒主要是电商平台上的“撿货”，即用户用新注册账号买的超低价商品，可能几毛钱甚至几分钱就能买一件。7元一斤的快递盲盒来自浙江义乌，主要是电商平台、直播带货的退件，或者无人认领的快递。现装快递盲盒就是把东西装进快递盒子里，贴上面单，制作成快递盲盒的样子。

据中新经纬记者了解，除了中间商，客户还可以直接从快递网站、分拨中心等处直接批发快递盲盒。

一位快递分拨中心负责人向中新经纬记者透露，他们中心每隔一段时间就会产生大量无人认领快递，均被当做快递盲盒“包场”售出了。“‘包场’就是（买家）交点押金，一个快递分拨中心产生的‘无头件’（无人认领的快递），全按几元一件收走”。该负责人说。

解决了货源问题，快递盲盒怎么卖也是一门“很深的学问”。“搭配好，不仅回头客多，挣钱也多。搭配不好，你就等着差评吧。”仇宾表示。

中新经纬记者注意到，在电商平台上，快递盲盒或“按个卖”或“按斤卖”。比如9.9元3个，28元40个，90.9元3公斤等。仇宾介绍，卖家对快递盲盒的品质心里要有数，比如28元40个这种，肯定是不值钱的东西。

仇宾以他批发的快递盲盒为例向中新经纬记者算了一笔账。他表示，通常情况下，4元一斤的快递盲盒，一斤有7、8个左右，有的时候有10个。电商平台上，此类快递盲盒多是9.9元3个包邮、18.8元1斤包邮、35元1公斤包邮。以9.9元三个包邮为例，除去运费，卖出一单，单个快递盲盒利润率达到500%。即使卖18.8元一斤，利润率也能有300%。相对来说，7元一斤的义乌快递盲盒虽然卖得贵，利润反而没这个高。

“这么说吧，越是东西差，你挣的钱越多。”仇宾透露，4元一斤的快递盲盒肯定没什么值钱东西，多是一些头绳、塑料夹子之类的，可能个别会有洗衣液。“其实买的人也不在乎这里面东西值不值钱，人家就图满足好奇心，就图个刺激。”

盲盒电商活动方案

市面上的主流盲盒玩法

一般来说。盲盒指通常不在外包装注明盒内的实际产品，只有购买之后后拆开盲盒才能知道里面的物件一种盒子商品。通过具有猜测性的“盲”，吸引了无数消费者持续消费。简单举例，如手办，玩具类盲盒，就是外包装没有明确提醒的装有不同玩具和手办的纸盒，只有在购买完打开后才能知道里面具体产品款式，通常会区分不一样系列进行售卖。因此，也可以将盲盒理解为一种以“概率机制产品”为特色的模糊包装销售模式。以盲盒这类商品为基础的经济被人们称为“盲盒经济”。

盲盒行业方兴未艾，

盲盒经济蓬勃发展，

小小的盲盒，

不仅撑起了百亿市场，

还造就了上市公司的千亿市值

乍一看，盲盒似乎是违背了商业经济中的公平交易原则，但而今，盲盒经济发展迅猛。根据闲鱼官方数据，过去一年中，有30万盲盒玩家在闲鱼上进行交易，最受追捧的盲盒价格狂涨39倍。而作为盲盒厂家，国内盲盒产业最大“推手”之一泡泡玛特(POP MART)的业绩更是一路飘红

2020年12月11日，泡泡玛特登陆港交所，开盘股价大涨，报79.9港元/股，市值1103.88亿港元；

2021年11月02日，泡泡玛特，总市值约715亿港元。

盲盒的出现，很容易就让人想到80后、90后小时候经历过的吃干脆面收集水浒卡，也会让人想到历史更久远的日本扭蛋机，玩家花钱获得扭蛋，而扭蛋中装着的玩具样式也需要打开后才能知道。

盲盒在操作逻辑上与集卡和扭蛋机并无区别，只是它的受众，已经变成了基数大、消费能力强的Z世代。

为兴趣消费，Z世代相比于其他年龄群体更愿意为兴趣买单。根据网上发布的数据显示，ACG文化已经成为中国Z世代年轻人最普遍的兴趣爱好。截至2020年底，中国泛二次元市场人群数量已经增至4.36亿人左右，连续两年同比增长超过12%

根据网上淘宝数据显示，仅在天猫就有近20万消费者每年花费2万余元收集盲盒，其中购买力最强的消费者一年购买盲盒甚至耗资百万。

作为近年来最为火爆的营销手段之一，盲盒在吸引消费的功力上似乎依然没有让人失望。然而，纵观整个盲盒市场，一面是“盲盒+”的营销模式在各类商品销售中被不断疯狂模仿，另一面，则是把盲盒模式带出圈的“老牌”企业面临种种瓶颈的尴尬局面。

2020年6月，随着头部企业的IPO，一直在小众领域耕耘的盲盒经济开始成为大众关注热点。事实上，早在2018年初，发源于线下的盲盒经济就已经迅速在国内走红，并在2019年成为一股零售领域的消费新势力。是什么力量推动了这波盲盒经济浪潮？发展状况、前景如何？...本文对盲盒经济的发展历史、当前行业业态特点、底层商业逻辑进行详细分析，并探讨盲盒经济未来的发展趋势。

为顺应市场趋势，实现平台销售额的提升，现推出基于社交电商的【盲盒活动】，参与者不仅有机会以超低价买到产品，还能通过平台的人性化激励机制让发起者和推广者获得奖励；消费者不仅可以体验盲盒购物的乐趣，还有机会赚零花钱。

如何发起盲盒活动？

1.消费者必须拥有盲盒券才能发起活动；

2.发起活动需支付：30元+69盲盒券；

3.发起者不能开自己的盲盒；

如何参与开盲盒？

1.参与者每开一次盲盒需支付5元；

2.每个消费者可以开多次盲盒；

消费者如何获得【盲盒券】？

1.成为平台种子用户

平台针对前1000名种子用户，每人免费赠送100的盲盒券。

2.开他人的盲盒

如果开中，可选择198的盲盒券；如果未开中，也能获得99的盲盒券。

开中盲盒的消费者如果不想要198的盲盒券，可选择提货，等于5元就“买”到了价值99元的产品，值！

那平台的消费者为什么愿意放盒子呢？

参与者每花5元开一次盲盒，发起者可获得4.5元；

如果参与者在第7次开中盲盒，发起者则可获得31.5元；

如果参与者在第24次开中盲盒，发起者则可获得108元

那平台的消费者为什么愿意开启盒子呢？

1：开不中可以获得99的盲盒券（2.0版可以做到消费者花5元开启，除了获得盲盒券还可以获得等额的金币和积分再去兑换区兑换产品产生复购）

2：开中了就相当于消费5元获得价值99元的产品也可以选择双倍奖励（二选一）

那平台的消费者为什么愿意推广盒子呢？

1) 推荐发起者每成功发起一次盲盒活动，产生10元的

分销奖励：

直接推荐人(推广员)可获得4元；团队长可获得6元;

2) 推荐参与者每支付5元开一次盲盒，可获得0.5元

那平台最后可以得到什么呢？

1，大量的年轻消费群体和流量，

2，发起者的30元减去10元的费销价，

3，开启每个盒子0.5元差价，分润给推广者，利润平台个人分配

4，开启的人获得的购物币和积分产生二次复购

附问答：

问：想买好的电商系统，但预算比较低怎么办？

答：微三云商学院：购买软件的坑之客户预算不合理

客户预算低，主观上认为技术是虚拟的东西，觉得互联网项目没什么成本，但实际上不是这样，像我们这种开发公司或者说项目外包公司，更多的是人力成本，程序员工资普遍较高，客户预算又低，达不到预期的效果，所以就导致做出来的与预期相差甚远。一个成熟稳定，安全漏洞少，进发支持量级比较大的系统架构，少说开发起来也要几百万甚至几千万，开发周期时间跨度至少1-2年时间，试问你就给个5万、10万的开发公司怎么给你交付质量好的系统？

解决办法：可以在寻找服务商的时候找做过类似案例的，而且底层架构做的比较好而且是分布式微服务架构的。一来客户案例比较多，他们可以提供很多免费又有用的建议，毕竟你现在遇到的难题可能人家早就走过一遍了。这个阶段一定充分沟通，但是不要指望人家为你的项目负责，主要还是靠自己判断，服务商只是提供不同的见解以及建议。

做项目的预算不能太低，另外要找成熟稳定的公司，行业内经营至少7年以上的，主要考察公司有没有成熟的系统底层，如果预算没有达到百万以上，千万别找从零开发的公司，坑太多了。