

# 微三云科技盲盒APP开发

产品名称	微三云科技盲盒APP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

### 微三云科技盲盒APP开发

我国是一个地大物博的guojia，人口稠密众多是标配，创业、做生意的也多。近十年无论是电商还是线下企业生存发展都面临较大挑战，于是前两年商界引进了国外的营销理念“盲盒”，这种理念确实帮助一些商家实现盈利，至此，盲盒营销模式开始爆发。

#### 一、盲盒理念

所谓“盲盒”是指商家将系列产品作为一个礼盒发送，其中具体是什么买家不知，随机发货，只用买家收到货后才会知道具体买了什么。早期这种营销理论多用于线上，国外开始盲盒里多是关于玩偶、动漫类。传入我国后早期用于化妆品、护肤品等。故而，盲盒就是利用赌性心理，让人产生强烈购买欲望从而关联产品销售，增加营业额的策略。

#### 二、开发盲盒优势

虽然互联网现在很发达，机会也很多，但依然有不少人还不了解应该如何利用互联网营销。想要做好盲盒需要学会借力借势，借助互联网的力量，借助盲盒当下流行的运势顺势而为方可成就自己的商业模式。建立自己的互联网商业生态圈聚集流量辅助产品和营销思维，仅仅扣住线上产品流量，用心服务，想用户所想，服务和产品双重体验。

#### 三、盲盒特点

- 1、盲盒产品多种样式，可以随意搭配，可根据用户分配不同类型的产品，适用的产品范围广泛。
- 2、可加入分销和分享功能使得产品更容易销售和推广，保证功能齐全方便推广用户和留存转化。
- 3、盲盒具有无限的想象空间，一系列产品到底有什么让人浮想联翩，兴奋又激动忍不住就想要购买。每个盒子的放着不同的产品，数量也有所不同。

互联网的风是一阵，互联网的运势也是一阵，抓得住就成功了一般，抓不住就错失了机遇。曾听一位互联网大碗说过，站在互联网的风口上猪也能飞起来。所以说借对了势，任何事都能事半功倍。

相关产品：盲盒APP开发

## 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格买到产品，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，并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。