

那么一个盲盒电商小程序，需要具备什么功能呢？

产品名称	那么一个盲盒电商小程序，需要具备什么功能呢？
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

那么一个盲盒电商小程序，需要具备什么功能呢？

近年来，盲盒潮玩产品走进了人们的视野，热度居高不下。有粉丝在公众号上问我，盲盒系统怎么开发？，即是玩具公司以一个系列推出的玩偶，每个玩偶都是，盲盒，一盒一个的独立包装，在消费者购买拆开前，永远不会知道里面装的是什么造型的玩偶。

正是因为这种神秘的特性，盲盒吸引了很多消费者的入局，火爆程度超乎想象。以盲盒中的明星产品泡泡玛特为例，从2017年到2019年，泡泡玛特的营收分别为1.581亿、5.145亿和16.834亿，利润呈阶梯式快速爆发，可见盲盒市场具有高度的发展空间。

盲盒热的形成，是产品、消费者和市场三方合力的结果：

1、从产品看：盲盒产品线比较丰富，新品层出不穷，加上隐藏款或特别款的“双重诱惑”，更加激发盲盒收藏爱好者的收藏欲。而稀缺也是盲盒的一大卖点，二手平台上隐藏款或限量款出现高溢价，在供需不平衡的现实推动下，盲盒的市场大门缓缓打开。

2、从消费者看：盲盒抓住了用户消费心理，它的“盲”属性使其从一众潮流玩具中脱颖而出成为爆款。开盒前无法得知玩具的属性，能否开出隐藏款心水款全凭运气，而正是这种不确定收益反馈机制，让盲盒买家持续上瘾，催生出“赌徒心理”和依赖性购买行为。

3、从市场看：在物质需求得到满足，精神娱乐需求高度膨胀的时代下，贩卖娱乐已经成为新的消费趋势。融合IP与潮玩文化的盲盒，契合追求个性独立的年轻人的消费理念，自然受到年轻消费者的大力追捧。有粉丝在公众号上问我，盲盒系统怎么开发？

那么一个盲盒小程序，需要具备什么功能呢？

1、盲盒商城：包含广告位banner，IP商品分类，新品首发分类，热门推荐栏目、促销活动栏目等多个模块，在全部商品列表展现所有品牌的盲盒商品，用户可以通过搜索和分类查找直接定位，进行消费购买。

2、任务积分功能：设置任务活动，包括新用户注册福利、添加客服微信形成私域流量、顾客转发邀请好友福利、每日签到福利、每周签到福利、每日首单福利、每周5单福利等。会员用户可以通过上述的购物和签到等方式积攒“欧气积分”，实现积分抽奖和积分兑换，提升顾客使用盲盒小程序的频率和次数。

3、抽奖功能：新人可获取一次免费抽奖的机会，一次消耗一积分，而生成分享海报分享到其它平台，能帮助用户获得更多的“欧气积分”参与抽奖，通过促成用户自发转发，帮助产品和活动快速裂变。在当前页面，还会设置“盲盒直接购买”入口，用户可跳转至商城页面直接购买。

4、盒柜功能：显示当前用户已购买过但未集齐和已经集齐的盲盒系列，点击可进入查看。也有利于用户在购买盲盒的时候，可快速收藏感兴趣的盲盒产品，方便下次再进行购买，提升支付转化。

5、充值功能：用户可以线上购买道具卡，例如盲盒透视卡、盲盒提示卡等，在抽盲盒时使用，以便提前预知盲盒款式，进一步决定是否购买。

6、晒盒社区：在社区上，用户能发帖交流“改娃”经验，关注抽盒博主，观看拆盒短视频，互相交换手办，与平台上其他对盲盒感兴趣的用戶一起互动，通过评论区或其他互动形式构成一种社会临场感，提升平台用户的使用粘性。

盲盒本身就是一款社交产品，是一种新生代的社交货币。欢迎关注‘七七开发’成为我的粉丝，在未来，盲盒或许可以凭借其丰富生动的IP形象以及巨大粉丝基数等优势，融合商业与娱乐的价值，成为我国文化经济发展的一大抓手。

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，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。

