

# 全新社交盲盒玩法，社交信息+关联产品

产品名称	全新社交盲盒玩法，社交信息+关联产品
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

全新社交盲盒玩法，社交信息+关联产品

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！

数据：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。

近年，各类线上+线下的各种盲盒组合方式层出不穷，比如“文具盲盒”“美食套餐盲盒”“零食盲盒”“机票盲盒”“美妆盲盒”等等，在10月初，“1元交友盲盒”从抖音上火爆全网，通过各种盲盒玩法，满足人们的猎奇心理，让商家即销售翻倍，用户倍增！！线上及线下如此火爆的趣味玩法，如何结合电商来做引流呢？让用户即能“盲盒交友”，也能“盲盒礼物”二者皆得！接下来就来解析最新盲盒社交电商玩法！

玩法解析：

平台方：1.平台总控，设置用户可社交信息+关联产品，产品可多样式，多价格式。

2.设置盲盒总数，可开盲盒数。

3.可送积分/购物币，可适用于全平台使用。

如何成为盲主：

1.用户或会员支付9.9元+社交即可发起盲盒活动，即成盲主。

2.盲主发起盲盒：可纯盲盒社交，也可盲盒社交+盲盒礼物。

3.盲主自定义设置盲盒数（在平台设的区间值内即可自定义）

4.开盲者的费用有80%给到盲主。纯赚回支付成本。

开盲人：1.开中者：得超值盲盒礼物+盲盒社交纸条

2.不中者：得盲盒社交纸条+积分/购物币，积分/购物币能在商城上抵扣/兑换。

举例解析：

以9.9元盲盒礼物+盲盒社交为例，盲主发起活动，支付9.9元，并设12个盲盒数。

开盲人支付1元来抽盲盒，共计需开启15个盲盒数。开盲人的1元中，0.8元给到盲主（即发起人）；推荐开盲者可得0.1元，团队长可得0.1元。

算法：

盲主支出：9.9元。

????获得：0.8元\*15个=12元，收入：12-9.9=2.1元

盲主附上自己的联系方式和盲盒礼物一起投放进盲盒池

盲主不仅可以获得用户抽盲盒的收益，还能在赚钱中进行交友活动

开盲人支出：1元，

获得：开中者：得超值盲盒礼物+盲盒社交纸条；

不中者：得盲盒社交纸条+积分/购物币，积分/购物币能在商城上抵扣/兑换

用户可以通过推广平台赚钱。

分享推荐人：每1个开盲人得0.2元，15个即得3元躺赚。

平台收益：支出：产品，成本在10元左右；

获得：15个用户，获客成本1元/人左右

平台可和各大商家进行产品合作

商家产品供盲主进行挑选派盒

平台通过盲盒礼物的方式进行电商卖货，积分/购物币在整个平台流通，闭环模式。

盲盒社交模式开发，盲盒电商模式开发，盲盒礼物开发，原创所有，转载请注明

## 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(POPMART)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。