

盲盒市场空间有多大?盲盒市场前景分析

产品名称	盲盒市场空间有多大?盲盒市场前景分析
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	15006688653 15006688653

产品详情

盲盒市场空间有多大?盲盒市场前景分析

盲盒，是指消费者不能提前得知具体产品款式的玩具盒子，具有随机属性。只有打开才会知道自己抽到了什么。不确定的刺激会加强重复决策，因此一时间盲盒成了让人上瘾的存在。就这点来看，这和买彩票颇为相像，都有赌运气的成分。

盲盒的玩法为区别于其它潮流玩具的核心特点，玩法可以追溯到日本的扭蛋市场。扭蛋早在上世纪80年代就已经出现，半透明的塑料壳中为动漫IP制造成的模型，价格多集中在10-20元。消费者在扭蛋机中投入硬币，随机掉落一个扭蛋，所以买家无法指定自己的扭蛋玩具形象。扭蛋不同系列有固定的数量，如果集齐某一系列的所有模型一起出售，则能卖出更高的价格。那么，盲盒市场空间有多大?盲盒市场前景如何?

盲盒市场空间有多大?盲盒市场前景分析

中国盲盒市场发展历史并不长，而且也是近几年才开始走红，但是盲盒已经不是玩具商家开发的小众产品，已成为各行业争取年轻消费群体的重要营销模式，正逐渐走向大众化。

据数据统计。我国盲盒行业至少还会迎来5年的高速增长期。预计在2024年某个行业市场规模将翻两倍达到300亿元。

2020年，席卷全球的疫情使得线上购物、社交媒体的需求激增。在家用电器、居家用品、健身用品等一众热销出口产品中，盲盒作为一颗新星，突出重围，120多个国家，创下了不少销售记录。

在可支配收入增加、潮流文化产业迅速发展，尤其是越来越多优质潮流玩具IP于市场成功孵化的驱动下，全球潮流玩具市场规模增长至2020年的1493.1亿元，并预期将于2023年达到2494.8亿元。作为潮玩的重要细分领域，盲盒市场也将获得较快的发展。而根据日本玩具协会的数据显示，以盲盒为代表的惊喜类玩具同比增长114%，领跑玩具行业。

据统计，截止2020年底全球盲盒市场规模达到243亿美元，占比潮玩产业市场约20%的比重。经历疫情的影响，居家“宅”文化盛行，且在电商产业的推动下，全球盲盒市场迅速扩张。从全球盲盒市场区域占比来看，当前亚洲市场是当之无愧的市场，无论是动漫、动画产业火爆的日本市场，还是电竞、娱乐产业发达的韩国市场，乃至近些年极速扩张的中国市场都为盲盒产业提供了富饶的土壤。据行业协会数据显示，2020年亚洲地区盲盒市场规模达77.76亿美元，占比全球总规模约32%；北美市场盲盒产业规模达55.89亿美元，占比23%；欧洲盲盒市场规模为51.03亿美元，占比21%。

的确对于青年人来说，盲盒是一件挺有趣味性好玩好奇心的事情，可能你会开出惊喜，也可能会失望。重要的是，人的好奇心。所以我们顺应市场的趋势，为了实现平台销售额的提升，现在推出了这个基于社交电商的盲盒活动。让我们的参与者不仅是有机会以超低价买到产品。还可以通过平台的人性化激励机制，让发起者跟推广者获得奖励。这样子消费者他不仅可以体验盲盒购物的乐趣，还可以有机会赚的零花钱。

那么盲盒活动玩法我就来简单的讲解一下。

整个盲盒的活动流程的话是这样子的。有一个发起人。他参与一个价值99元的盲盒活动发起。他这个价值99元的盲盒活动的话，就是他可能有12个盲盒。然后其中有一个盲盒里面是有产品的，就价值99元的产品。

那么第1个问题肯定是怎么发起这个盲盒活动，对不对？

消费者呢，他必须拥有我们的盲盒券，他才能发起我们的活动。发起活动呢，需要支付30块加69块钱的盲盒券。

发起者呢，不可以开自己的盲盒。

再下一个问题的话就是如何参与。开盲盒。

参与者每开一次，需要支付5元。每个消费者可以多次开盲盒。

虽然我这里简单的说了一下，如何发行盲盒活动，如何开盲盒，但是它其中也存在了很多的问题，对不对？

就例如我们所说的盲盒券，那么消费者他如何去获得我们的盲盒券呢？

那么我们就有这几种方法可能是平台它针对于前100名或者是1000名的用户，他可以免费赠送100元的盲盒券。

还有一种方法就是他去开其他人的盲盒，开中呢，他可以选择198的盲盒卷，如果未开中呢，他也可以获得99的卷。开中盲盒的消费者，如果不想要198的盲盒卷。那么我们就可以选择提货，就等于5块钱买到了价值99元的产品，是不是很值！

当然我们前面说了这么多,其实还是存在于一些的问题,对不对?比如说那个发盲盒的人,他要用69块钱的盲盒券,还要自己付30块钱对不对?他为何是肯呢?对不对?

那么我们就有针对于发起者的一个方案。就是参与者每花5块开一次盲盒,我们的发起者呢,他就可以获得4块5。且参与者在第7次开出盲盒,我们的发起者就可以获得31块5。就是发起者他第7次的时候,他是不是就可以回本了,对吧?因为他支付的那30块钱是不是就回来了?

若是参与者他在后一次开中盲盒,那么我们的发起者之后的钱,他是不是就是赚的?

这个模式的话,他就是又可以带动我们低频率的商品的销售,然后又有惊喜感,又可以让消费者享受购物的乐趣,而且我们的参与者发起者都有机会赚钱。又可以提升我们用户的活跃度和粘性。

盲盒里面的产品不确定性很大,且多以系列形式推出,成为新一代年轻人娱乐、沟通、交换和购买的载体,占据了年轻群体的“惊喜经济”、“孤独经济”、“社交经济”等等。受高毛利率、高增长、创新的销售模式以及新兴的千亿青年潮玩市场等因素的吸引,资本、上市公司纷纷抢滩盲盒市场,盲盒市场前景广阔。

知无不言,分享知识,分享成长,分享价值。以上就是本次门门分享的内容,旨在交流探讨模式。感谢大家认真看到这里,感兴趣的朋友可以跟门门私聊或留言!门门都会一一回复