

# 兴趣消费异军突起 盲盒电商开启电商新可能

产品名称	兴趣消费异军突起 盲盒电商开启电商新可能
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

## 产品详情

在消费观念升级与转变的时代，“惊喜”、“有趣”正在成为消费者购买商品的重要原因。

双十一期间，民间智库智谷趋势观察到，相比往年，今年有一个重要的变化是，传统热门消费品如美妆、服饰等销量下降，但是以潮玩、户外、萌宠等为代表的新型消费异军突起。在潮玩赛道中，盲盒是属于Z世代年轻人的典型消费品。有趣的是，近来兴起了一种以盲盒为切入点的电商模式，利用开盲盒为卖点，布局线上“万货商店”，典型的产品如魔力赏、叮当魔盒等。

对于传统电商来说，盲盒电商或许代表着新的机遇。不过，当前来说，盲盒电商尚属电商赛道“新物种”，在这个细分创业领域，时有行业规范问题传出。如何在创新电商玩法、满足新一代年轻人需求的同时，也能促进盲盒电商行业进入更加有序、健康的发展阶段？这可能是行业各玩家接下来需要思考的问题。

盲盒电商，从“万物皆可盲盒”讲起

盲盒的吸引力，本质上来源于它的“不确定性”。在泡泡玛特的一系列潮玩IP盲盒引爆市场后，人们对盲盒消费的接受度越来越高，盲盒消费也逐渐从小众走向大众。据《2022中国盲盒行业市场趋势及发展现状》，截至2021年底，盲盒的市场规模达478亿元，而到2030年盲盒市场整体市场规模预计将突破千亿。

受市场热度影响，记者观察到，最近几年“万物皆可盲盒”的理念深入各行各业。在刚刚过去的年度双十一期间，盲盒成为平台和商家备受青睐的玩法，为各大电商平台增添不少活力。例如，天猫推出福气双11盲盒活动，用户通过完成任务积攒福气即可获得开盲盒的机会，以此积攒“双11红包值”，兑换平台通用红包；京东超市解锁全新玩法，消费者参与互动即可赢取“超市盲盒”抽奖机会。

而另一边，则是很多创业团队利用盲盒的玩法布局电商赛道，其典型的例子是叮当魔盒。有别于以往的潮玩盲盒，盲盒电商作为电商赛道的新玩家，平台上的产品也从最初的玩具、手办，扩展到数码、美妆、服饰、日用百货、食品等领域，无所不包。在此双十一期间，叮当魔盒也加足马力，通过新鲜、有趣的玩法为用户提供折扣或实惠的产品，比如为用户提供拆红包免单、特惠折扣、买1送N、签到送盲盒等等，帮助用户用最低的价买到满意的产品。

“盲盒电商为电商行业带来了新可能，其市场空间对标的是整个电商领域，比潮玩的想象空间更大。”叮当魔盒产品负责人对记者说。相较行业其他玩家，叮当魔盒重在探索创新玩法、多元品类和更好的产品体验。其中，在运营特色方面，叮当魔盒近期推出品牌联名系列产品，通过尝试打造联名款，借助双方粉丝群体，实现品牌与平台之间的双赢。此外，为助力国货发展壮大，平台还联手更多高品质国潮、国货等新众品牌出圈，提升并突出它们品牌价值。

## 属于Z世代的崭新消费体验

兴趣消费时代已经到来。

当前，Z世代消费者已成为国内消费生力军，据《2022年中国兴趣消费趋势洞察白皮书》显示，该群体追求“自我满足”“乐于尝鲜”的多元化、个性化消费需求，推动着消费市场的结构化改变，“兴趣”成为重要的消费动机。盲盒电商开创的新赛道、新玩法正是满足了Z世代互联网原住民的消费需求。

传统电商的用户有明确购物需求，从而更关注价格、评论，而盲盒电商则更注重消费体验，从情绪和场景出发，以兴趣为核心，平台产品也更多布局潮流品类，满足年轻消费者的多样需求。

家住广州的00后王女士告诉记者，自己原来是个盲盒爱好者，对具有IP类的手办更是热衷。但多次开盒后觉得，现有的盲盒产品或多或少存在质量问题，且品类单一，导致了她对于购买传统盲盒的热情正在下降。最近她开始关注线上盲盒平台的产品，发现这类盲盒电商与传统的盲盒产品相比，有更多选品与服务。以叮当魔盒为例，王女士目前就对商城中的“女王秘籍”与“女神心愿单”特别感兴趣。

“以往盲盒大多数是手办居多，没想到现在的盲盒电商还有化妆品、包包，虽然价格上会比以往要高，

但是我偶尔也能抽到自己喜欢的产品，相比以往的盲盒体验，这类盲盒电商的选品结构更加符合我的需求。同时，在开盒的过程中，页面的游戏化感受，音乐、开盒动画让我觉得特别有意思。”王女士对记者说。

像王女士这类的消费者不在少数，酷爱电脑游戏与钓鱼的80后盲盒热爱者陈先生表示，自己也在该商城购买过盲盒产品，主要是以“渔乐无穷”与“电竞世界”为主。据他介绍，这种盲盒电商的交易模式与线下拆盲盒具有较大差别，用户在盲盒电商app开盒后，若是喜欢的产品可以选择一键提货，但拆到不喜欢的商品时可以将它兑换为幸运币，重新兑换心仪的产品，不仅满足了自己对于购买盲盒的追求，还能让自己的消费体验更加尽兴。

能够看出，盲盒电商实际上是将盲盒的新奇与电商的便利相融合，主要满足Z世代不断尝试新鲜事物的消费需求，从而赢得消费观念和生活方式都比较前卫的Z世代的喜爱。

## 新赛道 新冒险 新努力

事实上，虽然电商创业早就是红海赛道，但是盲盒电商依然是一个新兴的创业领域，机遇与风险并存。机遇在于“新”，盲盒电商领域，玩家尚且不多，而年轻消费者的需求又确实存在；风险也在于“新”，每一个创业团队都要意识到，这个赛道有行业规范、产品品质、概率透明等争议。

记者在采访中了解到，叮当魔盒在筹备项目之初，团队就盲盒概率、产品品质、售后服务等多方面问题进行讨论。团队负责人告诉记者，叮当魔盒的解决方案是，通过公证与公示概率、法务严格审核供应商授权线路保证商品品质、建立供应商管理后台协同处理发货订单，实时同步商品库存以及针对爆款通过云仓的形式提前备货等方式，使得盲盒电商能够无限接近传统电商对于选品品质鉴定与售后的服务能力，以此来保障消费者的基本权益。

但是，盲盒电商行业也由于其“新”，在此前缺乏明确的行业规范指引。不过，近年来社会各界对盲盒市场进行监管的呼声持续升高，今年8月，国家市场监管总局启动《盲盒经营活动规范指引（试行）》制定，对盲盒内容、购买盲盒的消费者年龄、盲盒价格、抽取盲盒概率信息公开等方面做出指引，迈出了规范盲盒市场的关键一步。盲盒电商企业积极根据指引内容，进一步改进产品，对产品进行了全方位的升级与工作。针对可能存在的风险，叮当魔盒团队也在今年8月递交了关于对《盲盒经营活动规范指引（征求意见稿）》的建议。

在叮当魔盒产品负责人看来，规范指引对于盲盒电商而言是一个利好消息，能够促进行业早日走向有序、规范的发展。比如针对监管意见中的“引导未成年人理性消费”要求，叮当魔盒目前有未成年禁止购物提示，也正在开发产品的青少年模式。

有互联网行业专家指出，不管是盲盒产品还是盲盒电商的诞生，本质上都是为了更好地服务消费者而生。特别是消费者购买时的“开盒惊喜”和“兴趣选择”造就了盲盒电商的火爆。比如以叮当魔盒为首的盲盒电商正在探索一条区别于普通盲盒市场的全新道路，利用其对盲盒市场相关问题的理解，发挥自身平台优势，这对于大盲盒市场来说有较好的指导性作用。与此同时，该互联网行业专家还强调，未来盲盒电商市场随着政策的调整，在平台产品质量、保护消费者权益等方面会更加规范。

总体来看，盲盒电商行业正在一步一步迈入规范和有序，行业各玩家也在为构建可持续发展的市场环境作出努力。可以预见，盲盒电商将在未来促进电商市场健康、快速发展，也将进一步释放自身潜能。