

盲盒营销app开发IP+盲盒+裂变

产品名称	盲盒营销app开发IP+盲盒+裂变
公司名称	广州存希科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区
联系电话	13126482563

产品详情

什么是盲盒营销？也就是说，当不同的物品放在盒子里时，消费者可以凭运气赢得商品，这可以大大刺激用户的回购率。以POP MART为例，隐藏设计的潮流玩具随机放在密封的盒子里，消费者开箱后才能知道自己买的是哪一款。这种盲盒销售模式激发了很多粉丝的收藏欲望，抽得越多越上瘾。

继POP MART“出圈”之后，星巴克、宜家、乐高、名创优品、旺旺等。都已经开始销售自制盲盒产品。在如今的线下商场，盲盒零售店甚至自动盲盒售货机并不少见，周围都是一圈自发的盲盒“氛围团”成员。

到目前为止，盲盒已经从潮玩传播到了整个大众消费领域。无论是网络游戏、网络电商、线下零售，甚至是资本市场，在品牌营销增加销量的方式中，盲盒随处可见。加速裂变的盲盒游戏已经成为“后浪”的一种线上名人营销，渗透到服装、餐饮、旅游、文化创作甚至基金销售等各个行业。

而相较传统电商平台，此类以盲盒为销售标的新电商平台呈现出了有别于传统购物逻辑的一面。传统零售业中，消费者的购买行为产生自明确的购物需求，目的性极强。而盲盒电商由于购入商品存在不确定性，从而具备了较强的娱乐性与趣味性，为热衷于求新求异的年轻一代提供了全新的购物模式。

盲盒正在从小众文化进入主流大众市场 IP+盲盒+裂变

随着盲盒经济的持续繁荣，各品牌都在积极推进盲盒营销。相比网络名人带来的一些转瞬即逝的商品，

盲盒热还没有消退，甚至有愈演愈烈的趋势。主要原因是IP和盲盒的结合成功延续了盲盒的热度。

基于“IP+盲盒+裂变”的商业模式，曾经小众的盲盒，一夜之间成为年轻人喜爱的热门文化派别。IP在手，依托零售渠道的创新，再加上盲盒的发挥，以及互联网的裂变，盲盒从小众文化逐渐进入主流大众市场。

大部分品牌人认为，盲盒的重心在于IP，盲盒只是销售模式创新，核心仍是盒子里的内容——IP。盲盒营销需要依附于IP的强大，否则难以产生足够的用户回馈以及复购。但盲盒市场的门槛并不高。这就是如今星巴克、宜家等纷纷进入盲盒领域，“万物皆可盲盒”大原因。