

中国盲盒行业市场发展现状及前景趋势与投资机会研究报告(2024-2029版)

报告简介

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。

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。

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。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及盲盒行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国盲盒行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外盲盒行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了盲盒行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于盲盒产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国盲盒行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大具有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 盲盒的基本概述

1.1 盲盒的相关概念

1.1.1 盲盒

1.1.2 盲盒经济

1.1.3 ip

1.2 盲盒商品的特殊性

1.2.1 强惊喜感

1.2.2 强社交属性

1.2.3 强溢价性

1.3 盲盒产品要素构成

1.3.1 盲盒ip

1.3.2 实体形象

1.3.3 外包装

1.3.4 故事

1.3.5 收藏卡片

第二章 2019-2023年中国盲盒行业发展环境分析

2.1 宏观经济环境

2.1.1 国内生产总值

2.1.2 对外经济分析

2.1.3 固定资产投资

2.1.4 经济走势预测

2.2 政策监管环境

2.2.1 相关利好政策

2.2.2 盲盒经营规范

2.2.3 平台管理规范

2.2.4 地区监管动态

2.3 消费环境分析

2.3.1 人均消费支出

2.3.2 消费结构分析

2.3.3 市场消费刺激

2.4 社会环境分析

2.4.1 生活节奏加快

2.4.2 群体关系淡化

2.4.3 地域性别差异

第三章 2019-2023年盲盒行业发展背景——潮流玩具（潮玩）行业发展分析

3.1 国际潮玩行业发展综况

3.1.1 市场规模状况

3.1.2 市场结构分析

3.1.3 区域关注特征

3.1.4 市场竞争格局

3.1.5 行业发展趋势

3.2 中国潮玩行业发展综况

3.2.1 产品的分类

3.2.2 产品的功能

3.2.3 产业链构成

3.2.4 各环节分成

3.2.5 行业发展历程

3.3 中国潮玩市场运行情况

3.3.1 市场规模状况

3.3.2 区域消费特征

3.3.3 重点细分市场

3.3.4 市场供需情况

3.3.5 消费群体特点

3.3.6 主要销售渠道

3.4 中国潮流玩具市场竞争格局

3.4.1 企业数量规模

3.4.2 市场集中度分析

3.4.3 企业竞争格局

3.4.4 区域竞争格局

3.4.5 主流平台对比

3.5 中国潮玩市场前景及趋势预测

3.5.1 市场发展前景

3.5.2 市场规模预测

3.5.3 行业发展趋势

3.5.4 行业发展重点

第四章 2019-2023年中国盲盒行业发展分析

4.1 中国盲盒行业发展综况

4.1.1 产业链结构分析

4.1.2 行业发展历程

4.1.3 产品接受程度

4.2 中国盲盒市场运行情况

4.2.1 市场热度走势

4.2.2 市场销售渠道

4.2.3 市场价格区间

4.2.4 市场发展规模

4.3 中国盲盒市场竞争分析

4.3.1 企业数量规模

4.3.2 市场集中度分析

4.3.3 市场竞争格局

4.4 中国盲盒行业切入电商市场

4.4.1 盲盒电商模式概述

4.4.2 平台借力盲盒营销

4.4.3 典型盲盒电商平台

4.4.4 盲盒电商的发展潜力

4.4.5 盲盒电商的发展方向

4.5 中国盲盒行业发展存在的问题

4.5.1 行业发展问题

4.5.2 动力不足问题

4.5.3 市场发展乱象

4.5.4 体验维度问题

4.5.5 规制困境分析

4.6 中国盲盒行业发展的相关对策

4.6.1 注重产品创新

4.6.2 提高使用性能

4.6.3 增强用户粘度

4.6.4 规制完善措施

4.7 中国盲盒市场中消费者权益的保护

4.7.1 盲盒消费投诉情况

4.7.2 消费者权益保护问题

4.7.3 消费者权益保护对策

第五章 2019-2023年中国盲盒行业消费调查分析

5.1 盲盒市场消费情况调查分析

5.1.1 普及程度洞察

5.1.2 消费影响因素

5.1.3 受欢迎的产品

5.1.4 主要购买动机

5.1.5 主要购买渠道

5.1.6 潜在消费动因

5.1.7 消费满意度情况

5.2 盲盒市场消费者画像分析

5.2.1 消费者性别

5.2.2 消费者职业

5.2.3 消费者年龄

5.2.4 消费者身份特征

5.2.5 消费者城市分布

5.3 盲盒重要消费群体——z世代消费特征分析

5.3.1 z世代人群规模

5.3.2 z世代兴趣特征

5.3.3 z世代消费特征

5.3.4 z世代心理需求

5.3.5 盲盒契合z世代需求

第六章 2019-2023年中国盲盒行业核心——ip开发与授权

6.1 ip产品品类

6.1.1 文学类ip

6.1.2 游戏类ip

6.1.3 形象类ip

6.1.4 品类比较

6.2 ip开发

6.2.1 ip开发的类别

6.2.2 ip开发的核心

6.2.3 ip开发的困境

6.2.4 ip开发的对策

6.3 ip授权

6.3.1 ip授权的内涵

6.3.2 ip授权许可方式

6.3.3 ip授权的模式

6.3.4 ip授权相关流程

6.3.5 ip授权市场规模

6.4 ip运营

6.4.1 ip的运营模式

6.4.2 第三方ip运营

6.4.3 ip运营的问题

6.4.4 ip运营的建议

6.5 潮玩ip行业发展综况

6.5.1 潮玩ip生命周期

6.5.2 ip是潮玩的核心

6.5.3 ip潮玩品牌案例

6.5.4 知名潮玩形象ip

第七章 2019-2023年中国盲盒与相关业态融合发展

7.1 盲盒+餐饮

7.1.1 盲盒餐饮形式

7.1.2 餐饮企业布局

7.1.3 典型案例介绍

7.1.4 应用缺陷分析

7.1.5 相关监管规定

7.2 盲盒+旅游

7.2.1 旅游盲盒主要产品

7.2.2 盲盒旅游发展动因

7.2.3 “机票盲盒”受追捧

7.2.4 旅游盲盒发展思考

7.2.5 旅游盲盒发展重点

7.3 盲盒+图书

7.3.1 图书盲盒的发展状况

7.3.2 图书盲盒营销的特点

7.3.3 图书盲盒营销的困境

7.3.4 图书盲盒营销的路径

7.3.5 图书盲盒营销的趋势

7.4 盲盒+数字藏品

7.4.1 数字藏品行业概览

7.4.2 数字藏品与盲盒结合

7.4.3 数字藏品+盲盒产品动态

7.4.4 数字藏品+盲盒发展展望

7.5 盲盒+考古

7.5.1 博物馆推出相关盲盒

7.5.2 考古盲盒文创案例

7.5.3 考古盲盒市场潜力

7.6 盲盒+动漫

7.6.1 动漫产业发展概述

7.6.2 动漫盲盒主要特点

7.6.3 动漫盲盒ip的塑造

7.6.4 动漫盲盒的销售逻辑

7.6.5 动漫企业的布局动态

7.6.6 动漫盲盒的未来展望

7.7 盲盒+影视

7.7.1 动漫产业发展概述

7.7.2 影院布局动漫盲盒

7.7.3 影视公司推出盲盒产品

7.7.4 影视ip衍生品开发策略

第八章 2019-2023年中国盲盒市场营销分析

8.1 盲盒营销背后的消费心理机制

8.1.1 现代消费群体的社会心态

8.1.2 追求物质与心理双重满足

8.1.3 顺从与抗争衍生的社交价值

8.2 “盲盒+”营销模式分析

8.2.1 模式基本内涵

8.2.2 模式具体应用

8.2.3 模式发展问题

8.2.4 模式发展建议

8.3 盲盒市场营销特点及对策分析

8.3.1 产品消费特征

8.3.2 市场营销主体

8.3.3 营销内容形式

8.3.4 主要营销渠道

8.3.5 市场营销问题

8.3.6 市场营销对策

8.4 盲盒营销的主要手段

8.4.1 跨界营销

8.4.2 场景营销

8.4.3 饥饿营销

8.5 盲盒品牌营销策略分析

8.5.1 触发吸引策略

8.5.2 行动促成策略

8.5.3 酬赏激励策略

8.5.4 投入互动策略

8.6 盲盒企业营销案例分析——泡泡玛特为例

8.6.1 企业盲盒营销布局

8.6.2 企业盲盒营销策略

8.6.3 企业盲盒营销问题

8.6.4 企业盲盒营销建议

第九章 盲盒行业典型企业/平台发展分析

9.1 泡泡玛特

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 经营效益分析

9.1.3 业务经营分析

9.1.4 财务状况分析

9.1.5 核心竞争力分析

9.1.6 公司发展战略

9.2 奥飞娱乐

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务经营分析

9.2.4 财务状况分析

9.2.5 核心竞争力分析

9.2.6 公司发展战略

9.3 金运激光

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务经营分析

9.3.4 财务状况分析

9.3.5 核心竞争力分析

9.3.6 公司发展战略

9.4 52toy

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务经营分析

9.4.4 财务状况分析

9.4.5 核心竞争力分析

9.4.6 公司发展战略

9.5 ip小站

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务经营分析

9.5.4 财务状况分析

9.5.5 核心竞争力分析

9.5.6 公司发展战略

9.6 19八3

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 经营效益分析

9.6.3 业务经营分析

9.6.4 财务状况分析

9.6.5 核心竞争力分析

9.6.6 公司发展战略

9.7 rolife

9.7.1 企业发展概况

9.7.2 经营效益分析

9.7.3 业务经营分析

9.7.4 财务状况分析

9.7.5 核心竞争力分析

9.7.6 公司发展战略

第十章 2019-2023年中国盲盒行业投融资分析

10.1 潮玩行业融资情况分析

10.1.1 整体融资规模

10.1.2 单笔融资金额

10.1.3 融资轮次分析

10.1.4 融资区域分布

10.1.5 主要融资事件

10.1.6 投资热点分布

10.1.7 投资主体分布

10.2 盲盒行业投融资动态分析

10.2.1 toycitya+轮融资

10.2.2 礼多多获得风险投资

10.2.3 “子非鱼” a+轮融资

10.2.4 metal盲盒a轮融资

10.2.5 “元气玛特” a+轮融资

10.2.6 “拆拆乐” 天使轮融资

10.3 盲盒行业投融资风险分析

10.3.1 经济运行风险

10.3.2 政策监管风险

10.3.3 竞争风险

10.3.4 市场产品风险

10.3.5 用户流失风险

10.3.6 模式发展风险

10.3.7 法律风险分析

第十一章 对2024-2029年中国盲盒行业发展前景及趋势预测

11.1 中国盲盒行业发展机遇及前景

11.1.1 盲盒消费市场潜力

11.1.2 盲盒行业发展挑战

11.1.3 盲盒行业发展前景

11.2 中国盲盒行业发展趋势及路径预测

11.2.1 盲盒市场四大发展趋势

11.2.2 盲盒市场发展热点预测

11.2.3 盲盒行业规范化发展趋势

11.2.4 盲盒企业未来发展路径

11.3 对2024-2029年中国盲盒行业发展预测分析

11.3.1 2024-2029年中国盲盒行业发展的影响因素分析

11.3.2 2024-2029年中国盲盒行业规模预测

图表目录

图表：线上盲盒社交

图表：盲盒产品要素构成

图表：2019-2023年国内生产总值及其增长速度

图表：2019-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2019-2023年和全年gdp初步核算数据

图表：2019-2023年货物进出口总额

图表：2019-2023年货物进出口总额及其增长速度

图表：2023年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2023年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2023年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表：2022-2023年固定资产投资(不含农户)同比增速

图表：2019-2023年固定资产投资(不含农户)主要数据

图表：2019-2023年固定资产投资(不含农户)同比增速

图表：2023年固定资产投资(不含农户)同比增速

图表：2023年固定资产投资(不含农户)主要数据

图表：2023年中国主要宏观经济指标预测

图表：2023年居民人均消费支出及构成

图表：2024-2029年全球潮玩市场规模及预测

图表：全球潮玩市场结构

图表：2023年全球潮流玩具行业区域特征

图表：全球潮流收藏玩具主要参与玩家

图表：韩国、日本潮玩市场竞争格局

图表：全球潮流玩具行业发展趋势分析

图表：潮玩的四种通用分类

图表：潮玩产品的主要功能

图表：潮流玩具产业链结构

图表：潮流玩具全景图结构

图表：潮玩产业链各方享受的分成

图表：中国潮玩行业发展历程

图表：2019-2023年中国潮玩市场规模

图表：2023年中国潮流玩具行业地域消费特征

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20230726/450459.shtml>

在线订购：[点击这里](#)