

中国盲盒行业市场发展分析及前景趋势与投融资研究报告(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。

盲盒诞生于日本的潮玩，最初名字叫mini figures，流行欧美后也开始被称作blind box。盲盒作为一种潮流玩具，精准切入年轻消费者市场。众多如考古盲盒、文具盲盒、美妆盲盒、零食盲盒等“盲盒+”商业模式也迅速产生。盲盒文化源于美国，兴于日本。所谓盲盒，顾名思义，就是盒子里装着样式多样的可爱玩偶手办。

盲盒经济是指由盲盒游戏或盲盒衍生品等衍生出来的经济现象。盲盒具有不确定的刺激会加强重复决策的特点，很容易让人上瘾。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。

盲盒经济的兴起主要得益于两个方面的因素。首先，互联网和移动设备的普及使得人们更容易获取和分享信息。与此同时，社交媒体平台如微博、抖音等提供了一个广泛的社区，让用户可以与他人分享自己的购物体验。这些因素共同作用下，盲盒经济快速成长，已经成为了一个庞大的市场。

2019-

2022年，中国盲盒行业市场规模保持持续增加的趋势，从2019年的74亿元增加到2020年的101亿元。2019-2022年，中国盲盒行业市场规模年均复合增速约为39.87%。

从90年代中国出现盲盒雏形到2012年盲盒开始在国内出现，再到2016年国内头部盲盒企业发力盲盒营销，国内盲盒市场一直处于平稳发展期。此后，在资本的加注下，2019-2022年，中国盲盒经济掀起热潮。2020年新注册的盲盒相关企业多达250家，国内与盲盒概念相关的企业多达1000家。

从销售额来看，2022年盲盒TOP5品牌集中度为70%，比2021年再提高1%；TOP10品牌集中度为75.1%，TOP20品牌集中度为81.2%，均较2021年有所上升。从一定程度上说明，随着潮玩市场火热，盲盒细分领域内参与者数量有所增长，但是新进入者尚无能力撼动行业龙头地位，因此TOP5集中度没有下降。

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、工信部、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国盲盒市场进行了分析研究。报告在总结中国盲盒发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国盲盒的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为盲盒企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 盲盒的基本概述

第一节 盲盒的相关概念

一、盲盒

二、盲盒经济

三、ip

第二节 盲盒商品的特殊性

一、强惊喜感

二、强社交属性

三、强溢价性

第三节 盲盒产品要素构成

一、盲盒ip

二、实体形象

三、外包装

四、故事

五、收藏卡片

第二章 2019-2023年中国盲盒行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

一、国内生产总值

二、对外经济分析

三、固定资产投资

四、经济走势预测

第二节 政策监管环境

一、相关利好政策

二、盲盒经营规范

三、平台管理规范

四、地区监管动态

第三节 消费环境分析

一、人均消费支出

二、消费结构分析

三、市场消费刺激

第四节 社会环境分析

一、生活节奏加快

二、群体关系淡化

三、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

第一节 国际潮玩行业发展综况

一、市场规模状况

二、市场结构分析

三、区域关注特征

四、市场竞争格局

五、行业发展趋势

第二节 中国潮玩行业发展综况

一、产品的分类

二、产品的功能

三、产业链构成

四、各环节分成

五、行业发展历程

第三节 中国潮玩市场运行情况

一、市场规模状况

- 二、区域消费特征
- 三、重点细分市场
- 四、市场供需情况
- 五、消费群体特点
- 六、主要销售渠道

第四节 中国潮流玩具市场竞争格局

- 一、企业数量规模
- 二、市场集中度分析
- 三、企业竞争格局
- 四、区域竞争格局
- 五、主流平台对比

第五节 中国潮玩市场前景及趋势预测

- 一、市场发展前景
- 二、市场规模预测
- 三、行业发展趋势
- 四、行业发展重点

第四章 2019-2023年中国盲盒行业发展分析

第一节 中国盲盒行业发展综况

- 一、产业链结构分析
- 二、行业发展历程
- 三、产品接受程度

第二节 中国盲盒市场运行情况

- 一、市场热度走势
- 二、市场销售渠道

三、 市场价格区间

四、 市场发展规模

第三节 中国盲盒市场竞争分析

一、 企业数量规模

二、 市场集中度分析

三、 市场竞争格局

第四节 中国盲盒行业切入电商市场

一、 盲盒电商模式概述

二、 平台借力盲盒营销

三、 典型盲盒电商平台

四、 盲盒电商的发展潜力

五、 盲盒电商的发展方向

第五节 中国盲盒行业发展存在的问题

一、 行业发展问题

二、 动力不足问题

三、 市场发展乱象

四、 体验维度问题

五、 规制困境分析

第六节 中国盲盒行业发展的相关对策

一、 注重产品创新

二、 提高使用性能

三、 增强用户粘度

四、 规制完善措施

第七节 中国盲盒市场中消费者权益的保护

- 一、盲盒消费投诉情况
- 二、消费者权益保护问题
- 三、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

第一节 盲盒市场消费情况调查分析

- 一、普及程度洞察
- 二、消费影响因素
- 三、受欢迎的产品
- 四、主要购买动机
- 五、主要购买渠道
- 六、潜在消费动因
- 七、消费满意度情况

第二节 盲盒市场消费者画像分析

- 一、消费者性别
- 二、消费者职业
- 三、消费者年龄
- 四、消费者身份特征
- 五、消费者城市分布

第三节 盲盒重要消费群体——z世代消费特征分析

- 一、z世代人群规模
- 二、z世代兴趣特征
- 三、z世代消费特征
- 四、z世代心理需求
- 五、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

第一节 ip产品品类

一、文学类ip

二、游戏类ip

三、形象类ip

四、品类比较

第二节 ip开发

一、ip开发的类别

二、ip开发的核心

三、ip开发的困境

四、ip开发的对策

第三节 ip授权

一、ip授权的内涵

二、ip授权许可方式

三、ip授权的模式

四、ip授权相关流程

五、ip授权市场规模

第四节 ip运营

一、ip的运营模式

二、第三方ip运营

三、ip运营的问题

四、ip运营的建议

第五节 潮玩ip行业发展综况

一、潮玩ip生命周期

二、ip是潮玩的核心

三、ip潮玩品牌案例

四、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

第一节 盲盒+餐饮

一、盲盒餐饮形式

二、餐饮企业布局

三、典型案例介绍

四、应用缺陷分析

五、相关监管规定

第二节 盲盒+旅游

一、旅游盲盒主要产品

二、盲盒旅游发展动因

三、“机票盲盒”受追捧

四、旅游盲盒发展思考

五、旅游盲盒发展重点

第三节 盲盒+图书

一、图书盲盒的发展状况

二、图书盲盒营销的特点

三、图书盲盒营销的困境

四、图书盲盒营销的路径

五、图书盲盒营销的趋势

第四节 盲盒+数字藏品

一、数字藏品行业概览

二、数字藏品与盲盒结合

三、数字藏品+盲盒产品动态

四、数字藏品+盲盒发展展望

第五节 盲盒+考古

一、博物馆推出相关盲盒

二、考古盲盒文创案例

三、考古盲盒市场潜力

第六节 盲盒+动漫

一、动漫产业发展概述

二、动漫盲盒主要特点

三、动漫盲盒ip的塑造

四、动漫盲盒的销售逻辑

五、动漫企业的布局动态

六、动漫盲盒的未来展望

第七节 盲盒+影视

一、影视产业发展概述

二、影院布局动漫盲盒

三、影视公司推出盲盒产品

四、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

第一节 盲盒营销背后的消费心理机制

一、现代消费群体的社会心态

二、追求物质与心理双重满足

三、顺从与抗争衍生的社交价值

第二节 “盲盒+”营销模式分析

- 一、 模式基本内涵
- 二、 模式具体应用
- 三、 模式发展问题
- 四、 模式发展建议

第三节 盲盒市场营销特点及对策分析

- 一、 产品消费特征
- 二、 市场营销主体
- 三、 营销内容形式
- 四、 主要营销渠道
- 五、 市场营销问题
- 六、 市场营销对策

第四节 盲盒营销的主要手段

- 一、 跨界营销
- 二、 场景营销
- 三、 饥饿营销

第五节 盲盒品牌营销策略分析

- 一、 触发吸引策略
- 二、 行动促成策略
- 三、 酬赏激励策略
- 四、 投入互动策略

第六节 盲盒企业营销案例分析——泡泡玛特为例

- 一、 企业盲盒营销布局
- 二、 企业盲盒营销策略
- 三、 企业盲盒营销问题

四、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

第一节 泡泡玛特

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、核心竞争力分析
- 六、公司发展战略

第二节 奥飞娱乐

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、核心竞争力分析
- 六、公司发展战略

第三节 金运激光

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、核心竞争力分析
- 六、公司发展战略

第四节 52toy

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、核心竞争力分析
- 六、公司发展战略

第五节 ip小站

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、核心竞争力分析
- 六、公司发展战略

第六节 19八3

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、核心竞争力分析
- 六、公司发展战略

第七节 rolife

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、核心竞争力分析

六、公司发展战略

第十章 2019-2023年中国盲盒行业投融资分析

第一节 潮玩行业融资情况分析

一、整体融资规模

二、单笔融资金额

三、融资轮次分析

四、融资区域分布

五、主要融资事件

六、投资热点分布

七、投资主体分布

第二节 盲盒行业投融资动态分析

一、toycitya+轮融资

二、礼多多获得风险投资

三、“子非鱼”a+轮融资

四、metal盲盒a轮融资

五、“元气玛特”a+轮融资

六、“拆拆乐”天使轮融资

第三节 盲盒行业投融资风险分析

一、经济运行风险

二、政策监管风险

三、竞争风险分析

四、市场产品风险

五、 用户流失风险

六、 模式发展风险

七、 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

第一节 中国盲盒行业发展机遇及前景

一、 盲盒消费市场潜力

二、 盲盒行业发展挑战

三、 盲盒行业发展前景

第二节 中国盲盒行业发展趋势及路径预测

一、 盲盒市场四大发展趋势

二、 盲盒市场发展热点预测

三、 盲盒行业规范化发展趋势

四、 盲盒企业未来发展路径

第三节 对2024-2029年中国盲盒行业发展预测分析

十二、 023-2028年中国盲盒行业发展的影响因素分析

二十二、 023-2028年中国盲盒行业规模预测

图表目录

图表：2019-2023年盲盒ip排行榜

图表：2019-2023年国内生产总值及其增长率

图表：2019-2023年国内对外贸易总额及其增长情况

图表：2019-2023年国内固定资产投资(不含农户)及其增长率

图表：2019-2023年中国人均盲盒支出消费(元)

图表：2019-2023年国际潮玩行业市场规模(亿美元)

图表：2019-2023年中国潮玩行业市场规模(亿元)

图表：2019-2023年中国潮玩行业细分市场

图表：2019-2023年中国潮玩行业竞争格局

图表：2024-2029年中国潮玩行业市场规模预测(亿元)

图表：2019-2023年中国盲盒潮流玩具价位

图表：2019-2023年中国盲盒行业市场规模(亿元)

图表：2019-2023年中国盲盒潮流玩具市场集中度(天猫平台)

图表：盲盒消费影响的因素

图表：2019-2023年中国潮流玩具行业性别消费特征

图表：2019-2023年中国ip授权市场规模(亿元)

图表：以sonnyangel为例的盲盒行业生命周期

图表：2019-2023年泡泡玛特业务分析

图表：2019-2023年泡泡玛特营收分析

图表：2019-2023年泡泡玛特净利润分析

图表：2019-2023年泡泡玛特毛利率分析

图表：2019-2023年泡泡玛特财务状况分析

图表：2019-2023年营收状况

图表：2019-2023年净利润状况

图表：2019-2023年毛利率

图表：2019-2023年营收状况

图表：2019-2023年净利润状况

图表：2019-2023年毛利率

图表：若来合作品牌

图表：2019-2023年中国潮玩行业单笔最大融资情况(单位：起)

图表：2019-2023年中国潮玩行业单笔最大融资情况(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国潮玩行业融资轮次分析

图表：2019-2023年中国潮玩行业融资轮次分析

图表：2019-2023年潮玩行业主要投融资事件汇总

图表：2024-2029年中国盲盒行业规模预测

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/20230825/453867.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)