

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125057

手工艺品网络竞价盲盒市场调研

邹燕茹 黎思淇 马利艳 甘兆婷 玉忠宁 李华龙

广西外国语学院, 中国·广西 南宁 530022

【摘要】竞价盲盒是一种基于互联网技术的新型营销模式,这种模式下,购买者不知道自己购买的物品具体价值,全凭运气获得。同时将盲盒与自己的DIY作品结合起来,通过线上商城的推广和线下体验店的售卖,既能实现手工艺品的营销和推广,又能让消费者通过体验产品获得参与感,进而促进手工艺品的发展。本文介绍了手工艺品竞价盲盒产生和发展现状,阐述了竞价盲盒的发展前景。

【关键词】手工艺品;盲盒;创新;市场营销

Handicrafts Online Bidding Blind Box Market Research

Yanru Zou, Siqi Li, liyan Ma, Zhaoting Gan, Zhongning Yu, Hualong Li

Guangxi University of Foreign Languages, Nanning 530022, China

[Abstract] Bidder blind box is a new marketing model based on Internet technology, in which buyers do not know the specific value of the items they buy, and they are all obtained by luck. At the same time, the blind box is combined with their own DIY works, through the promotion of online shopping malls and the sales of offline experience stores, which can not only realize the marketing and promotion of handicrafts, but also allow consumers to gain a sense of participation through experiencing products, thereby promoting the development of handicrafts. This paper introduces the current situation of the emergence and development of handicraft bidding blind boxes, and expounds the development prospects of bidding blind boxes.

[Keywords] Handicrafts; Blind boxes; Innovation

1 前言

1.1 研究背景

近年来,随着盲盒经济的崛起,潮玩市场备受关注。根据弗若斯特沙利文报告,全球潮流玩具的零售市场规模预计会进一步增长至2024年的448亿美元,年增长率为17.7%;中国潮流玩具零售市场的增长更为快速,预期于2024年将增加至人民币763亿元,复合年增长率为29.8%。

据弗若斯特沙利文数据显示,近年来国内潮玩市场规模增长迅速。2015年,国内潮玩零售市场的规模为63亿元,到了2019年,国内潮玩市场规模已经达到207亿元,年均复合增长率为34.6%。其中,盲盒的销售规模约为100亿元,占比约为一半。其次礼物是各种节日及纪念日的必需品,在这个追求创新、新奇的年代,我们需要更有意义的东西来表达我们的心意,因此亲手DIY一个作品对我们而言是极好的选择,这也体现了送礼者的心意。

1.2 研究意义

随着经济水平的提高,人们越来越重视各种节日及纪念日,追求标新立异的东西,因此DIY手工制作的市场规模会不断扩大,增长趋势也会不断上涨。通过调查发现,人们对DIY手工制作的需求较大,然而市场上关于DIY手工制作的商铺较少,因此行业竞争对手少,项目可行性较高。在追求个性化的今天,DIY随心所欲的乐趣已经成为现代人的新宠。DIY所倡导的自己动手的概念,极大地满足了现代人的心理需求,必定会带来巨大的市场前景,市场需求量大,未来销售可观。因此把DIY手工制作品与盲盒结合。利用顾客的好奇心理及对未知事情的期待感,从而刺激顾客产生消费意愿,DIY手工制作的消费理念及卖点并不是产品本身,而是制作的过程。对消费者来说是将自己的创意变成现实,体验自己亲自创造的快乐,对创业者来说是一种全新的创业方式。DIY手工制作主要以自己动手、自己创造为经营模式,制作出来的作品是独一无二、别具匠心的,因此具有很强的创造性、先进性和独特性。本文希望能够更好地了解当下消费者的心理及对盲盒市场的态度,了解消费者购买意愿,解析盲盒受到青

睐的原因, 并从市场角度提出相关建议, 促进盲盒经济更好的发展。

2 手工艺品网络竞价盲盒调查

2.1 问卷设计与实施

为了尽可能反映不同人群对于手工艺品盲盒的关注, 问卷主要通过关于手工艺品、关于盲盒、关于手工艺品与盲盒这三个方面, 因此开展手工艺品网络竞价盲盒调查, 采取问卷调查的方式, 对手工艺品网络竞价盲盒进行问卷调查, 共发布了150份调查问卷, 回收率为100%, 为本论文的写作提供资料, 给论文研究提供数据方面的支撑, 进而达到论文研究的目的。

2.2 问卷数据分析

2.2.1 关于手工艺品

开展调查中, 首先对手工艺品基本情况进行了解, 具体数据如下所示。

男性的占比有42%, 女性的占比为58%; 在对于手工艺品的了解程度上, 有42%的群众表示了解过, 并且体验过, 30%的群众表示听过, 但是没有体验过, 28%的群众表示不了解; 在是否接触过手工艺品的制作方面, 有53.33%的群众表示从未动手制作过, 46.67%的群众表示经常动手制作。

在DIY手工艺品发展过程中存在的困难方面, 有34.67%的群众表示DIY手工艺品的价格太贵, 57.38%的群众表示制作过程太长且步骤繁琐, 48.67%的群众表示DIY手工艺品的市场机制不完善, 43.33%的群众表示DIY手工艺品的受众面小。

2.2.2 关于盲盒

关于盲盒的调查, 具体数据如下所示。

在是否了解盲盒方面, 48.67%的群众表示了解, 51.33%的群众表示不了解; 在是否购买过盲盒方面, 有36.67%的群众表示购买过, 63.33%的群众表示从未购买过。

对于盲盒的属性, 有56.67%的群众表示是因为其创意独特, 50%的群众表示是因为盲盒的不确定性带来的体验感, 40%的群众表示因为盲盒的品牌属性。

2.2.3 关于手工艺品与盲盒

关于手工艺品与盲盒的调查, 具体数据如下所示。

对于手工艺品与盲盒是否会带动两者的发展, 有44.67%的群众表示不会, 55.33%的群众表示会; 对于把手工艺品打造成盲盒发展的前景如何方面, 有44.67%的群众表示前景一般, 24%的群众表示会有良好的发展趋势, 31.33%的群众表示不看好。

关于手工艺品盲盒在发展过程中存在的困难, 有42%的群众表示商品质量参差不齐, 38.66%的群众表示盲盒价格过高, 52%

的群众表示售后服务无保障, 56.67%的群众表示商家过度营销, 虚假宣传。

2.3 问卷调查结论

通过上述问卷数据的搜集整理可以得出以下问卷调查的结论:

第一, 从关于手工艺品方面得出, 女性的占比为58%; 在对于手工艺品的了解程度上, 有42%的群众表示了解过, 并且体验过; 在是否接触过手工艺品的制作方面, 有53.33%的群众表示从未动手制作过; 在DIY手工艺品发展过程中存在的困难方面, 57.38%的群众表示制作过程太长且步骤繁琐。

第二, 从关于盲盒方面得出, 在是否了解盲盒方面, 51.33%的群众表示不了解, 在是否购买过盲盒方面, 63.33%的群众表示从未购买过。

第三, 从关于手工艺品与盲盒方面得出, 对于手工艺品与盲盒是否会带动两者的发展, 55.33%的群众表示会; 对于把手工艺品打造成盲盒发展的前景如何方面, 有44.67%的群众表示前景一般, 关于手工艺品盲盒在发展过程中存在的困难, 56.67%的群众表示商家过度营销, 虚假宣传。

3 手工艺品网络竞价盲盒发展存在的问题

通过调查手工艺品网络竞价盲盒发展具体分析如下。

3.1 产品定价过高

虽然现在的人群生活消费水平普遍提高, 但该产品的受众人群主要是学生, 学生的消费水平相对来说是比较低的。在调查中有80.05%的人能够接受手工艺品在百元之内, 但由于手工艺品的原料价格一直居高不下, 所以价格也降不下来, 因此让很多想要体验此产品的望而却步。

3.2 市场机制不合理

在中国的DIY市场上, 缺乏必要的准入规则和标准, 也没有专门对DIY手工业运作的制度, 虽然有些一线城市已经制定了适合手工DIY发展的制度, 但像南宁等三四线城市手工DIY行业的发展是比较缓慢的。再加上手工DIY原材料质量参差不齐, 价格从十元到几百不等, 价格便宜的原材料大多操作较为简单, 但质量较差, 成品较为粗糙, 样式较少。价格较高的原材料样式较多, 质量较好, 但是操作步骤较为繁琐, 需要较好的DIY技术, 制作周期也会比较长。而大多DIY商家都是在闭门造车, 缺少创新意识, 在更新迭代如此快的社会, 不能更好的吸引消费者。

3.3 过度营销、虚假宣传

流量造假已经成为了一种社会的普遍现象, 这种现象让所有人非常的无奈, 没办法去改变它。原本一个产品的销售数据可以

有效的展现出这个产品在市场上的竞争力，由于市场上大量的数据造假，消费者们不再相信这些数据，这些数据也就失去了它们存在的意义，而这些数据也将成为商家自导自演的一场“戏”！

3.4 售后服务无保障

在DIY手工行业，售后服务一直是一个痛点，客户购买DIY原料或购买DIY产品后，得到的东西并未达到他认为应该达到的质量标准，或者不知道该怎么正确操作，在操作过程中遇到问题没有办法解决等问题。

3.5 市场发展前景一般

现在的DIY手工艺品行业的受众人群大多数青年人，青年人中大多数是学生，而学生的消费水平较为有限，而DIY手工艺品想要扩大受众人群并不是一件容易的事，中老年人对DIY手工艺品这种事物的认可度并不是很高，DIY手工艺品行业市场发展的局限性太大。

4 手工艺品网络竞价盲盒发展存在问题的解决对策

4.1 降低成本、合理定价

针对产品定价过高，我们需花费更多精力寻找消费者会喜欢的产品，而不是一味的购买“手工品牌”作为盲盒的礼品，因为品牌普遍会拉高盲盒自身的成本价。所以需要寻找价格适宜，更令消费者喜爱的产品，之后从厂家直接拿货，而不是从商品店购买，这样可以有效的对产品的成本进行降低，定价也随之降低。

4.2 完善手工艺品的市场机制

当消费者购买的盲盒次数增多，那么他的消费积极性也会随之降低。所以我们的产品需要不断更新和完善，满足消费者对未知探索的快感和新鲜性。我们可以将手工艺品结合节日、国风、一些很火因素结合起来。提高盲盒的不确定性和新鲜性。

4.3 加大宣传力度、提高影响力

比起夸大宣传，我们应当把重心放在产品的选择上，消费

者对产品满意后，通过消费者口中宣传将会更加有效。营销者需要的是前期在朋友圈或者微博同城等地方进行一些宣传，以及选择人流量较大地方进行售卖，做个醒目招牌，引起人们的注意。进而提升宣传力和销量。

4.4 提高售后保障服务

制定完善售后服务，在七天内无人为损坏的可以进行维修或者换新。也可以购买一些其他的类型的手工艺品，价格比盲盒的手工艺品价格低，当消费者对盲盒开出的手工艺品不喜欢的情情况下可以与这些产品进行交换，这不仅能让消费者有更好的体验，还能提升盈利。

4.5 联合营销、合作共赢

针对市场前景不好，这就需要我们用努力去弥补，需要我们去走访一些店铺，采取联合营销，试着将盲盒摆上更多地方的货架上，进而提高人们可见度和兴趣，从而改变发展前景一般这困难局面。

参考文献：

- [1] 蒋俊哲, 梁端莹. 基于“Z世代”消费者的潮玩盲盒品牌营销策略研究[J]. 中国市场, 2022, No. 1101 (02): 126-127.
- [2] 申智玉, 张曦鹏. 浅析盲盒经济多元化背后的“着迷密码”[J]. 现代营销(下旬刊), 2022, No. 792 (12): 35-37.
- [3] 黄文倩, 池晨宇, 赵佳赞等. “萌经济时代”盲盒产品顾客购买意愿分析[J]. 合作经济与科技, 2022, No. 695 (24): 56-59.
- [4] 何嘉淇, 褚家路, 张冰岩等. 大学生环保手工艺品制作市场需求分析——以北京科技大学天津学院为例[J]. 才智, 2022 (29): 136-138.
- [5] 邱燕珍. 传统手工艺品在现代社会的发展空间探索[J]. 天工, 2022, No. 59 (11): 6-7.
- [6] 蒋艺芝. “互联网+”背景下的传统手工艺品营销策略研究[J]. 上海商业, 2023, No. 528 (02): 53-55.