

## 野生动物盲盒设计

邹瑞秋, 郝大程

大连交通大学, 大连 116000

[摘要]随着社会的发展和人们生活水平的提高,人们的消费能力和对于生活质量的追求也不断的提升。“炒盲盒”应运而生,随着盲盒产业不断发展,其形式越来越丰富,受众范围越来越广,野生动物盲盒针对当下社会热点问题,项目内容在满足人们娱乐需求的同时,紧跟社会发展趋势,呼吁更多人们重视对于野生动物的保护。

[关键词]盲盒、野生动物、环境保护

DOI: 10.33142/mem.v1i4.2922

中图分类号: X176; X36

文献标识码: A

## Design of wildlife blind box

Zou Ruiqiu, Hao Dacheng

Dalian Jiaotong University, Baoji, Dalian, 116000, China

**Abstract:** With the development of society and the improvement of people's living standards, people's consumption ability and the pursuit of quality of life are also constantly improving. "Stir-fry blind box" emerges at the right moment. With the continuous development of blind box industry, its forms become more and more abundant and the audience scope becomes more and more wide. Blind box for wild animals aims at the current hot social issues.

**Keywords:** Blind box; wildlife; environmental protection

### 1 内容概述

盲盒,发源于日本,里面通常装的是动漫和影视作品的衍生玩偶,或者是由设计师独立设计的玩偶、手办。在20世纪初以福袋的形式奠定了基础的商业模式,20世纪80年代发展出了“扭蛋”这一种类,21世纪初,“盲盒”产业兴盛。一般来说,一套盲盒有几个到几十个不等,每个盲盒的价格通常在五六十元左右,那些喜爱影视动漫文化的年轻人,具有相对较强的购买力,能够撑起庞大的盲盒经济,由于盲盒的不确定性会加强重复购买,因此盲盒行业发展至今,趋势良好。

本项目以野生动物和植物为主题,制作盲盒,把野生动植物可爱化、风格化,既可以呼吁人们保护野生动物,又能紧跟行业发展趋势,吸引更多消费者,引起更多的人重视保护野生动物。

以保护环境、保护野生动物、促进生态环境建设,实现人与自然和谐共处,维护生态安全为主旨,顺应智能城市规划,加强生态环保的相关宣传。

### 2 项目简介

以野生动物白鹇、穿山甲等形象为主题,通过盲盒的形式设计卡通动物形象、生产盲盒,通过淘宝开设网店售卖,以抖音、B站等平台作为宣传媒介,紧跟时事,呼吁人与自然和谐共处,动物模型设计是以野生动物植物为原型,进行二次创作的原创设计,以可爱的形象吸引消费者。以销售盲盒为手段,进行保护野生动物的宣传,科学普及濒危的陆生动物和具有重要生态、科学、社会价值的陆生野生动物与植物。以创业训练为目的,以科普宣传为中心路线,开设网店进行销售。不断积累创业实操经验,如销售情况良好,考虑注册自己的公司,为今后创业型就业探索新路。



图 1 白鹇



图 2 红腹锦鸡



图 3 水杉

### 3 中国盲盒行业发展现状分析

#### 3.1 盲盒行业

##### 3.1.1 行业概况

根据天猫 2019 年 8 月在 China Joy 发布的《95 后玩家剁手力榜单》显示，手办、潮鞋、电竞和摄影成为 95 后年轻人中热度最高，也是最烧钱的爱好。2018 年有近 20 万消费者在天猫上花费高价收集盲盒。其中 95 后占了大多数。

泡泡玛特 (POP MART) 是盲盒中卖的最火的，这家头部潮玩公司带起了盲盒市场的热潮，盲盒也成为今年最火热的词汇，二次元消费已经成为这一代年轻人的主流。

盲盒产业链条非常丰富，看似简单的盲盒本身可以延伸出多个细分产业，且产业链的行业跨度大，以动漫 IP 为核心，涉及从上游艺术设计到中游零售业与策展业、下游二手交易等多个行业。

形象盲盒玩家消费的主要因素：

(1) 收集，很多玩家购买盲盒的主要原因是为了收集盒子里的玩偶，盲盒单价低、种类多，吸引玩家购买，激发用户收集欲望。

(2) 惊喜，部分玩家表示，买盲盒感觉像是抽奖，这种不确定因素会促进玩家重复消费。

(3) 社交，盲盒衍生出的改娃、换娃、换妆等社交功能，也给有喜欢给玩偶改装的玩家，或者在多次购买后，款式重复的玩家，提供了一条新型社交链条。

##### 3.1.2 行业发展前景

我国的玩具市场 2019 年预计达到 721 亿，而潮玩受众更广，玩法更多、群体消费能力更高，与艺术、IP 市场的结合，使其在全世界增长空间巨大。盲盒的网络关注度主要集中于北京和浙江，由于盲盒的消费者主要是高购买力的年轻女性，因此北京、广东、浙江等发达地区的占比比较高，其中北京的关注度高达 21.63%，盲盒行业市场需求旺盛。“互联网+”应用在盲盒领域，为盲盒带来新的发展空间。在此基础上，国家政策的发行，也为盲盒行业提供了新的增长空间。

综合来看，中国盲盒行业正处在发展的早期阶段，具有增长速度快、增长空间大等特点，其消费群体多为年轻人，其中购买力最强的一批消费者甚至一年内花费百万来购买盲盒，这里面 95 后占了大多数。

目前盲盒行业市场规模大概在 30 亿元左右，未来几年，伴随盲盒概念相关企业营销手段的不断多元化、以及无人零售的快速发展，中国盲盒行业市场规模将处于持续扩张的状态。可以预计 2025 年中国盲盒行业市场规模将达到 250 亿元。

##### 3.1.3 网络调研

由于部分类型的盲盒数量有限，粉丝却数量庞大，因此产生“炒盲盒”现象层出不穷，有媒体表示，“炒盲盒”比“炒鞋”利润更高，据调研显示，少数网民不理解购买盲盒的意义；还有的网民认为“炒盲盒”是跟风现象；而大部分的网民呼吁理性消费。

消费者盲目跟风，风险极大。消费者缺乏判断，超出自身消费水平盲目购买，超前消费，扰乱日常生活。

盲盒经济之所以成为盲从，最根本原因是因为忽视了盲盒的文化特质，作为一种消费行为，离不开民族文化、社会文化的加入，没有了文化特质，盲盒经济就失去了寓意和韵味。只有减少和避免过度的商业化，为盲盒注入更多文化特质，才能促进盲盒经济健康发展。

### 3.2 中国盲盒行业市场竞争分析

我国盲盒行业市场主要以泡泡玛特为主，2019年泡泡玛特实现总收入16.83亿元，净利润4.51亿元，其中卖盲盒的毛利率高达64.8%。2017年泡泡玛特还只是实现净利润160万元，两年后就净利润就高达4.51亿元，两年增长289倍，可见泡泡玛特实现业绩爆发式增长，以及盲盒行业的快速增长潜力。作为中国盲盒潮流的先驱者，泡泡玛特销售规模不断扩大，在盲盒行业的市场份额不断增长。泡泡玛特一方面在线上和线下分别通过潮玩展会和葩趣app使潮玩文化面向大众。另一方面，泡泡玛特新增自动售货机渠道，公司渠道快速扩张，使公司规模和盈利能力快速提升。

2017年，泡泡玛特首次推出机器人商店，每间机器人商店可以最多存储60个货品品类。目前，泡泡玛特在57个城市有825家创新机器人商店，这些商店可以帮助泡泡玛特扩大消费者范围，并为粉丝提供交互式的购物体验。与零售店相比，机器人商店在租金、人员费用和维护费用方面的前期成本和持续运营成本均较低。

截至2019年12月31日，泡泡玛特在中国拥有825间机器人商店，其中81间机器人商店由合作伙伴负责运营，每月拿出总销售收益的35%进行分成。

目前盲盒行业的巨头只有泡泡玛特一家，但即使是泡泡玛特这样的领头企业，其在潮流玩具市场的份额中也只是占到8.5%，行业整体仍较为分散；截至2019年，潮流玩具市场销售前五合计占有的市场份额不过22.8%。

### 3.3 消费市场

从用户分布来看，95后、00后是盲盒消费的主力军，他们消费能力强，敢赚敢花。他们相对于其他年龄群里更愿意为了兴趣买单，在游戏、动漫、漫画等娱乐节目的陪伴下成长起来，对于以盲盒为代表的手办等二次元衍生产物具有极强的购买力。

二次元正在深刻地影响着95后以及00后这群年轻人的社交生活以及消费观，二次元不仅是年轻人的通用社交语言，也深刻地影响着他们的消费行为。据调查显示，68%的年轻人表示会分享推荐带有二次元元素的产品，在这68%的年轻人里面又有大约20%左右的人称只要有喜欢的二次元元素就会购买。作为“泛二次元”经济代表性衍生品，“盲盒”自然会到年轻人喜爱和推荐。这些年轻群体的消费需求具有好奇心、陪伴心理、收藏心理以及社交心理等消费诉求，而盲盒式营销精准抓住了这些诉求。比如，60、70后的邮票、纪念币，80、90后的水渍卡，变成了潮玩，潮鞋，汉服等。当下的圈层经济正在边界化，消费者群体正从最初的二次元向公众转移。

## 4 保护野生动物的意义

《中华人民共和国自然保护区条例》、《全国人民代表大会常务委员会关于全面禁止非法野生动物交易、革除滥食野生动物陋习、切实保障人民群众生命安全的决定》表示，野生动物是生态环境所必不可少的一部分，而它们中又有很多是具备观赏和食用等经济意义的动物。呼吁人们保护野生动物，保护生物多样性，守护生态家园。保护野生动物就是保护人类自己。由于环境的恶化，人类的乱捕滥杀，野生动物正在面临着灭绝的威胁。近100年，野生动物的生存环境急剧恶化，物种灭绝的速度超过了自然灭绝速度的100倍。我国也已经有10多种哺乳类动物灭绝，还有20多种珍稀动物濒临灭绝。而它们的灭绝会导致许多可被用于制造新药的分子归于消失，生态平衡遭到破坏，甚至引起新的瘟疫，由此所造成的损失是我们永远也无法挽回的。

## 5 项目可行性

贴合国家政策：2020年1月26日，国家市场监督管理总局、农业农村部、国家林草局依法发布了《关于禁止野生动物交易的公告》明确：自公告发布之日起至全国疫情解除期间，禁止野生动物交易活动。各地饲养繁育野生动物场所实施隔离，严禁野生动物对外扩散和转运贩卖。各地农贸市场、超市、餐饮单位、电商平台等经营场所，严禁任何形式的野生动物交易活动。由此推出野生动物盲盒，由小组成员分工协作。通过大创项目资助，组建网络自媒体，分享创作的灵感和乐趣，宣传产品的同时集结志同道合的网友保护野生动植物，减少关于捕杀野生动物、砍伐国家保护树种的行为，让更多的野生动植物进入大众视野，杜绝滥捕滥杀、个人养殖、二手售卖等行为的发生。

为盲盒经济注入文化内涵，呼吁全体人民积极参与支持野生动物保护，杜绝食用野生动物，树立饮食文明新风尚，关爱动物，保护林业资源，以实际行动保护和拯救地球环境，建设好美丽家园。

## 6 总结

综上所述,我国盲盒经济发展前景良好,结合野生动物赋予其社会内涵,具有一定的教育意义。受众面广,对于小孩子而言,在玩乐的同时,潜移默化培养其爱护自然、爱护动物的意识,对于成年人也同时具有教育和收集的意义,对于社会文明建设具有一定的积极引导意义,通过这样的方式,满足了教育、娱乐等方面,保证了其具有一定吸引力与购买力的同时达到寓教于乐的目的。

### [参考文献]

- [1]陈璐.盲盒热带动周边经济兴起[J/OL].中国青年报.2019.9.20
- [2]艾媒舆情.盲盒商业模式舆情大数据监测报告[EB/OL]2019.10.01
- [3]陈华罗,许晓,吴兴发.数百亿市场背后,谁在为盲盒经济买单[EB/OL]新京报 2020.6.11
- [4]张国庆,唐景文.市县级野生动物保护机构的现状及发展对策[J].吉林省吉林市林业局,2010,(4):100-101.
- [5]李焱.”盲盒经济”不可缺少文化特质[EB/OL]2019.9.20.

作者简介:1 邹瑞秋(2000.9-),籍贯:黑龙江齐齐哈尔市,大连交通大学学生;2 郝大程:博士/教授,大连交通大学环境化工学院,研究方向:资源与环境生物工程。