

进价几毛钱的玩具包装后价格飙升,诱惑在直播间被放大 年轻人“上头”拆盲盒为廉价货买单

“恭喜老板!开出了我们家的隐藏款!”“再给老板送两盒!”随着主播将一个由树脂制成的小玩偶从密封纸盒中拿出来,现场气氛也瞬间达到顶点。记者调查发现,拆盲盒直播在抖音、快手、小红书等平台上涌现,不仅成为一种带货新方式,更演变为“万物皆可拆”。在“以小博大”的冲动欲望下,往往是买家为廉价商品买单。目前,直播间充斥着低至8.8元的玩具,但其进货价仅三四毛钱。尽管如此,盲盒式玩法让直播间多了不少赌的氛围,也让个别主播日赚万元。



“以小博大”心理下 强烈刺激感让年轻人“上头”

深夜12点,在一家直播间里,看了几轮球员亲笔签名球衣盲盒游戏后,刘磊终于忍不住下了单。主播每一轮都会拿出一件装有球员签名球衣的密封盒,并拆出10张囊括各家足球俱乐部以及国家队的卡片,同时在小黄车中挂出1至10号的链接。玩家看准心仪卡片后,以400多元的价格购买其对应的数字。如果盲盒里拆开的球衣正是所购买的卡片,那么这款正常价格3000多元的球衣就能到手,如果失败则新一轮重新开始。

“这就是个运气游戏,虽然不可能轻松猜中,但一旦赌对就能‘以小博大’。”主播随后所开出的球衣并非刘磊下单的编号,但他随即开始新一轮下注。

近段时间,抖音、快手、小红书等平台涌现出多个打着“现拍现开,有机会开到隐藏款”旗号的盲盒销售直播间。和早前玩家下单再自己拆盒不同,这些直播间里通常是玩家购买后,由主播现场拆开并展示其中物品。

“直播拆盲盒的刺激,远比自己拆盒要强烈得多。”已在直播间下过数十次单、花掉两三千元的00后玩家赵娜告诉记者,拆盒过程中主播夸张的语气以及弹幕里观众的喝彩,都让她格外“上头”。“不管是自己下单还是围观他人开奖,当主播开盲盒的那一瞬间,都有种‘单车变摩托’的期待。”

深受年轻人追捧 直播拆盲盒市场迅猛爆发

记者蹲守一个打火机拆盲盒直播间看到,主播忙碌地拆着大小不一的密封袋,随着网友涌入,现场氛围也被推向高峰。每当拆出一款样式和做工颇为精致的打火机时,主播都会激动地大喊:“大哥,这可是我们家镇宅的宝贝!”“隐藏款居然被开出来了”。留言栏中,不少观众疯狂刷出“恭喜”等弹幕以及被类似“情绪价值”所俘获而直接下单的提示消息。

记者了解到,正是凭借着受年轻人追捧,直播拆盲盒市场得以迅猛爆发,盲盒商品也不再局限于早前的潮玩手办,不但有覆盖体育、动漫等领域的卡片,还有包括文具、单颗咖啡、打火机在内的各类小



直播间里,主播正在进行球员签名球衣的直播开盲盒。

商品,这些都被包装到密闭袋子里,以盲盒的方式出现在直播间。

“极强的代入感和无处不在的情绪价值,吸引着众多玩家涌入拆卡直播间。”在浙江经营着一家MCN(多频道网络)机构的杜斌表示:“为了拉拢玩家,越来越多的主播研究起更多新的玩法,也让这一赛道彻底爆发。”

三四毛钱进的货 经过包装直播间里价格飙升

“如今,拆盲盒已经成为直播间带货新方式,甚至几乎到了万物皆可拆的阶段。”经营着一家拆盲盒直播间的主播张

丽坦言,借此势头,也让主播从中成功获利不菲。张丽告诉记者,自己和朋友在几个月前投入10万元搭建了直播间,所选择的商品基本以义乌市场批发的各色塑料小玩具为主。

这些约为手指大小、进货价仅三四毛钱的玩具,经过一番包装放进直播间后,按照5个、8个和15个的数量分别被标以8.8元、12元和18元等不同档次。为了能吸引到更多玩家的关注,张丽还特意开设了多个玩法和奖励。

每天夜里,张丽都会播上五六个小时。直播间里的她情绪高昂,一边说着“祝大哥元气满满”“这把必开出隐藏款”等话语带动全场氛围,一边接过助理递来的订单快速拆袋。她最乐见的是,网友在言语刺激以及“以小博大”的心理下疯狂下单。尽管有人因为运气好连开中多个盲盒,但这无疑也为直播间增添了氛围。

张丽算过一笔账,顾客购买最多的档次为18元,平均每单所拆玩具的数量约为20个。这些玩具进价、人力成本加上运费,每单成本在10元左右,这意味着,每单能赚到8元。如果按照每天卖出去100单计算,日均收入能达到800元。即使扣去投入等费用,利润空间也可以稳定在30%上下。

成直播带货新方式 有主播一天卖出数万元的货

“我这还不算啥,有的大主播每天都能卖出数万元的货。”张丽告诉记者。据公开数据显示,当前出圈的一家拆盲盒店月销售额达到100万元至250万元左右,每场直播观看人数在50万量级,场均销售2.5万元至5万元。

这一新潮玩法催生更多直播间,也让一众厂商开始重设销售渠道,以此招揽生意。在浙江经营一家玩具厂的李可印象深刻,早前工厂玩具销量惨淡,近期公司对产品重新冠上“潮玩”旗号,对价格进行调整并将产品外壳套上不透明的塑料纸,再以拆盲盒的形式销售后,直播间每天几乎都能卖出数百单。

“特意将几个热度较高的款式包装成隐藏款,每天安排开出一两个来提升直播间热度,果然不少消费者在冲动消费和赌心态下不断下单。”李可说。为了让网友随时保持新鲜感,李可除了现场拆盒外,

还跟风设计了同花色就加拆1包的“对对碰”,玩家如果抽中隐藏款就加送3包的“考运气”等多种玩法,以此吸引到固定粉丝每天蹲守直播间。

“拆盲盒的核心不在商品,更多的是给玩家提供娱乐体验。”李可毫不讳言,如果开出隐藏款后会觉得自己“手气爆棚”继续追单,没开出的话则会产生“必须开出来”的执念,如此一来就中了商家和主播设下的“陷阱”。

为廉价货买单 玩家冷静之后往往会后悔

市场看似火爆,随着入行者增多,拆盲盒主播们发觉,这门生意越来越不好做了。“现在最大的问题在于选品,如果没有特色商品或者一手资源很难做成功。”今年6月才进入这一领域的蒋华告诉记者,自己在开播几次后发现,现实并非想象中那么热闹,经常出现直播几小时却只有不到10人观看的情况。“从人行至今只卖了不到20单,一共就百余元。”

记者在直播平台中浏览时注意到,拆盲盒的直播间尽管众多,但其中商品和玩法却很是相似,甚至大多渠道都来自于义乌、广州等地的批发市场。“毕竟潮玩以新、奇、特著称,如果你直播间的商品随处可见,自然对玩家的吸引力大打折扣。”蒋华分析称,他曾尝试过降价销售,效果并不理想。毕竟潮玩风潮转瞬即逝,如果商品在几天内都没卖出去,基本很难再有人购买。“现在直播间都还囤着十多箱玩具,价格降到两三块钱一盒都没人下单。”

实际上,尽管直播间有着固定粉丝,但越来越多的玩家开始趋于理智,甚至选择离开。“不少粉丝在购买过一两轮后便不会再有早前的热情,甚至很长时间都不会出现在直播间里。”张华告诉记者,她曾在粉丝群中多番交流后得知,除了源于商品迟迟不更新而失去新鲜度,不乏粉丝在体验后失去了兴趣。

多位玩家在接受记者采访时表示“上当”,下单时并没有考虑物品是否实用,只是因现场的热闹氛围而“上头”,冷静下来后往往会产生后悔念头。“尤其是收到商品后发现其品质极其低劣,感觉自己用几十元的价格买回这些原本只值几毛钱的东

西。”一位玩家如是说。

据《新京报》报道