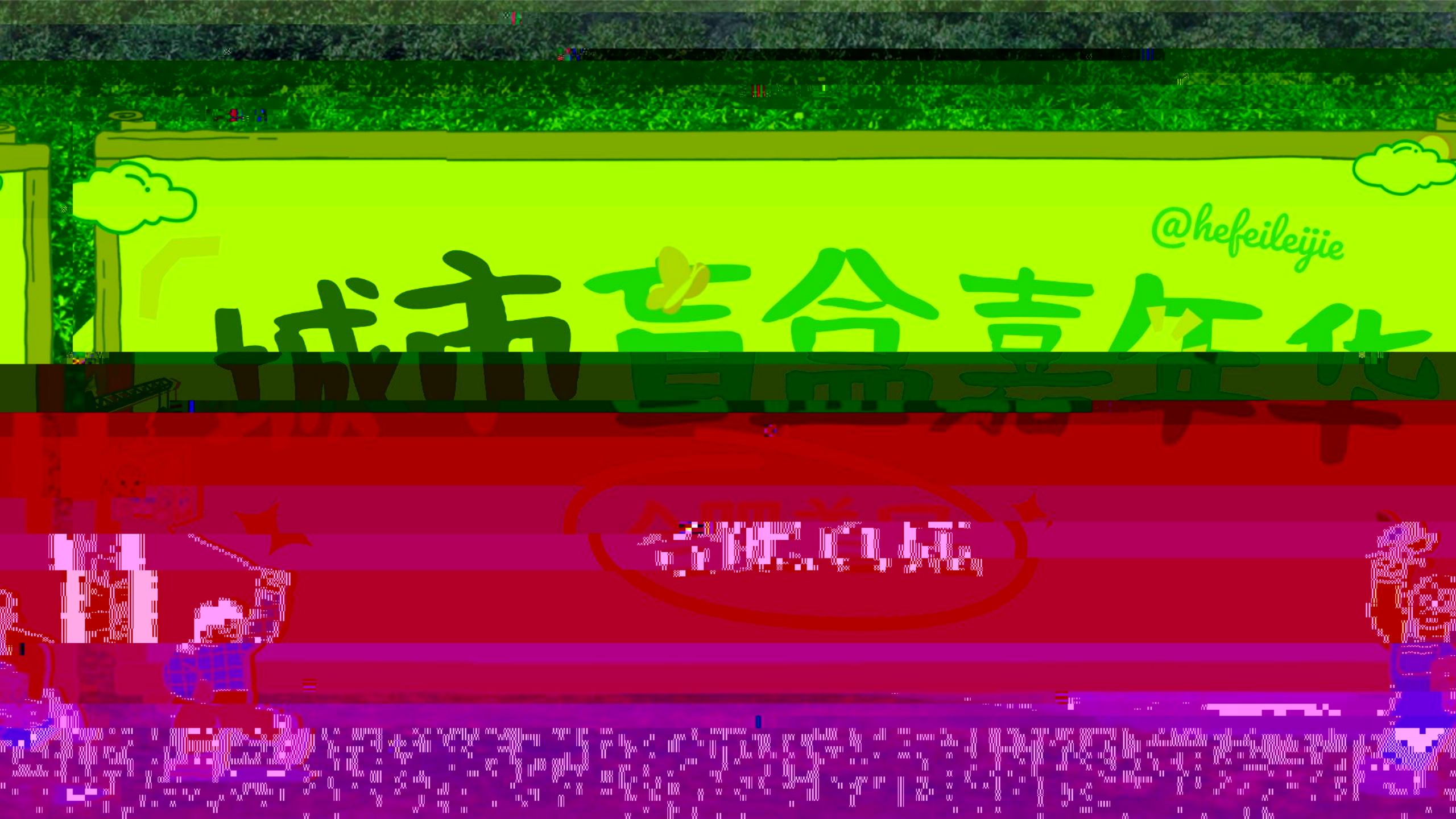
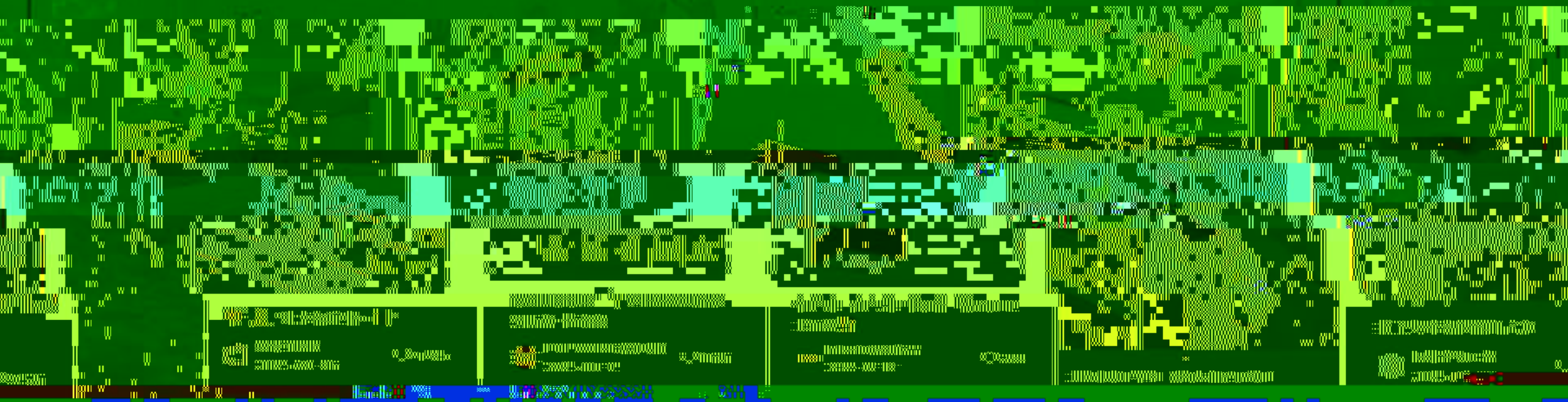




城市喜合嘉年华

合肥城市嘉年华

用一场高“吊”的城市盲盒事件



合肥潮玩市场体量

品牌名称	月均营业额	门店数量	门店排名（合肥地区）
名创优品	40万	1020	3
娃娃三岁	20万	1039	1
九木杂物社	20万	1043	1
安博文创	8.3万	140.6	6
青壹社	30万	140.3	2
嘉美文趣社	12万	300	2

品牌数量占比约40%

门店数量

门店排名
(合肥地区)

十平反盲盒店约2000万元（占街区营业额10%）

其中产品线包含盲盒的核心商户6家

产品销售前三

盒，自研IP盲盒

联名盲盒

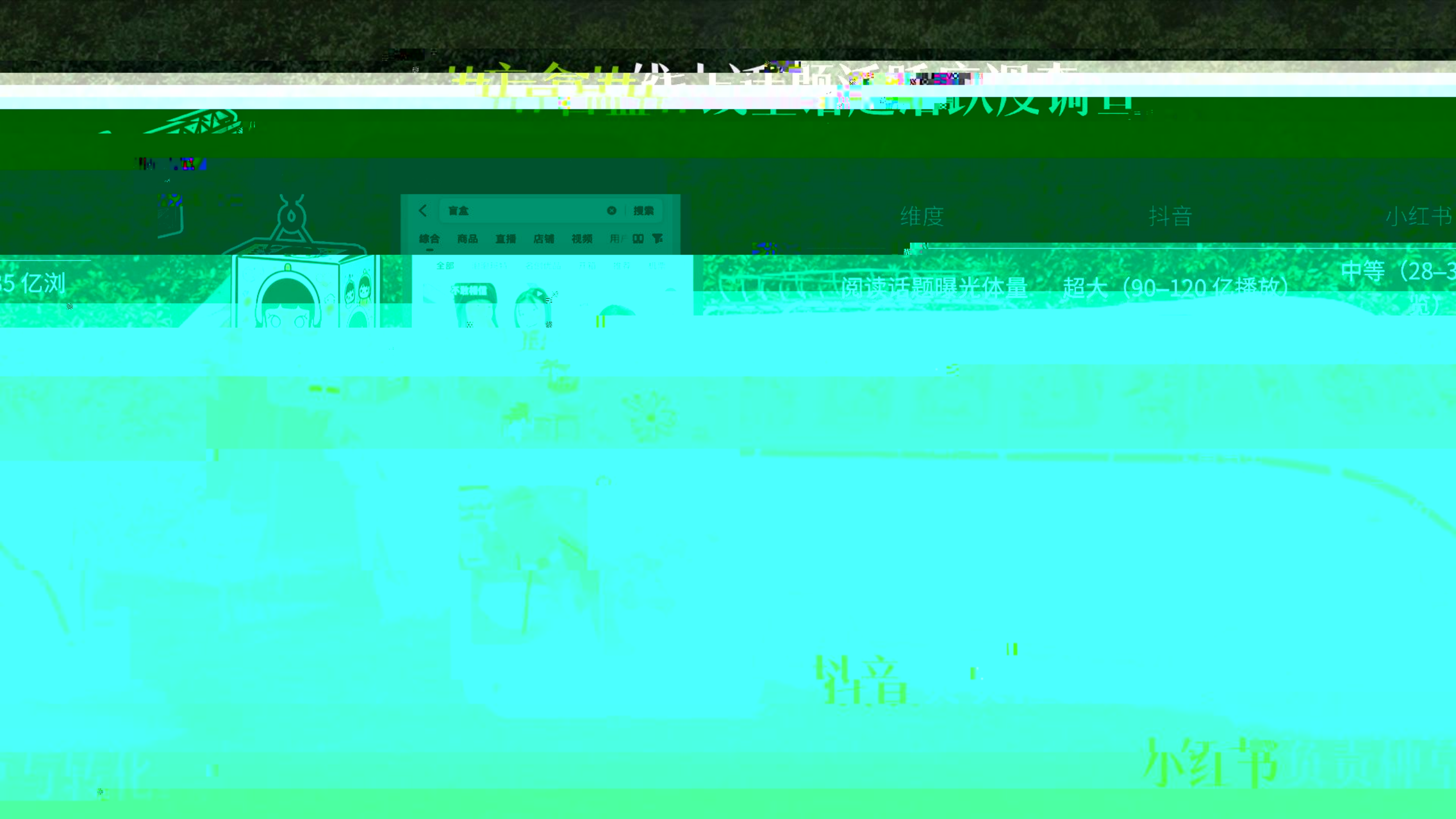
联名盲盒
动漫联名盲盒

盲盒杯

动漫盲盒

市场有量、街区有基础，开学季+初秋有节点；

近人打造首店品牌首店首店



小红书种草话题曝光体量及维度

5 亿浏



< 盲盒

搜索

综合 商品 直播 店铺 视频 用户 更多

全部 品牌好物 必买单品 开箱 推荐 榜单

不感兴趣



11

维度

抖音

小红书

阅读话题曝光体量

超大 (90-120 亿播放)

中等 (28-30 亿播放)

抖音

小红书负责种草

@hefeileijie

「城市盲盒嘉年华」

合肥城市盲盒嘉年华

到合肥，向城市盲盒出发

活动时间：9.4-9.6

活动地点：蜀山新区



视觉超级符号

核心亮点二：“欧气”电子集市——合肥首届城市盲盒嘉年华

市集玩法设计



核心亮点：欧罗巴集市——谷兜首届城市盲盒嘉年华

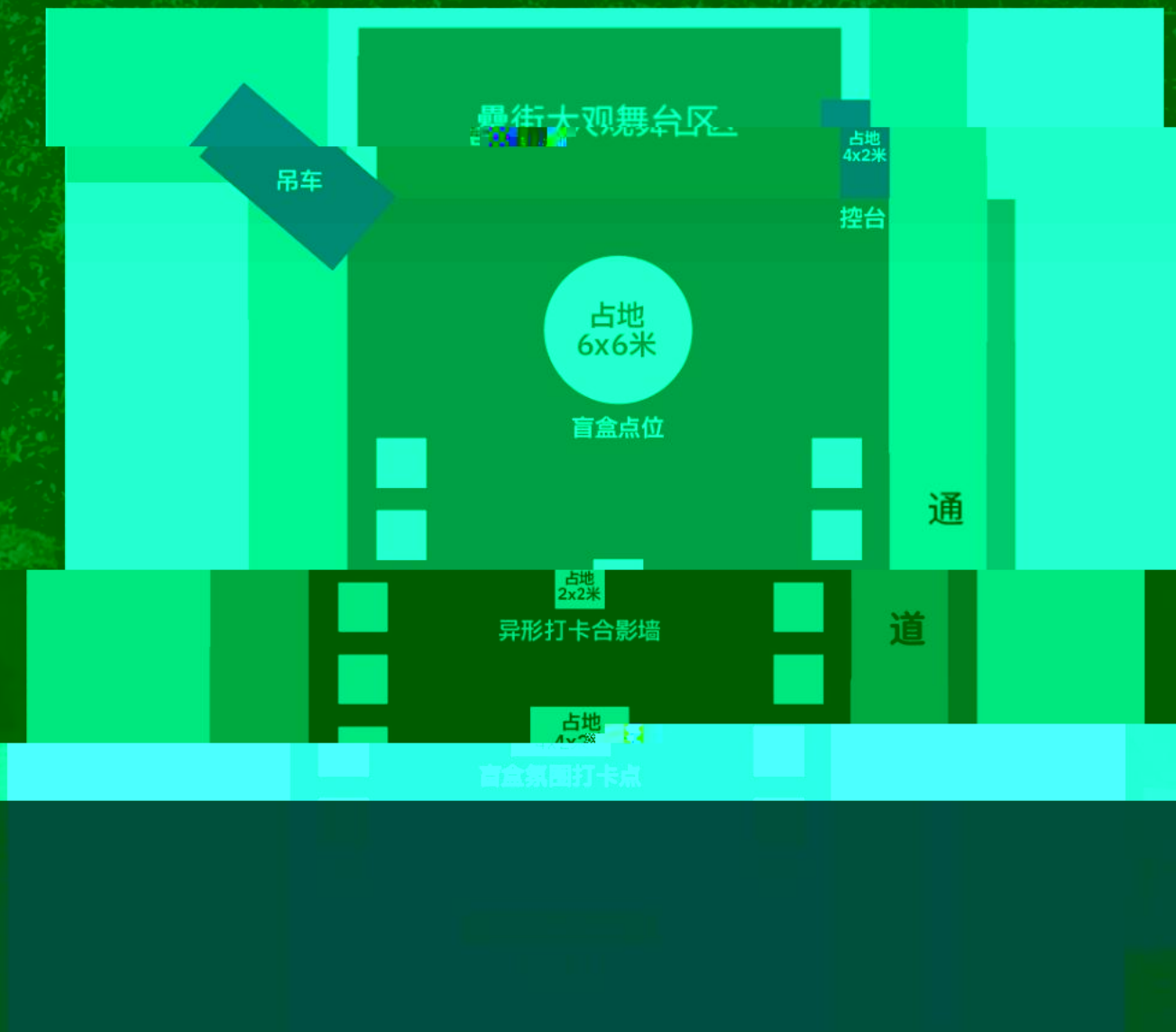
迷你四驱车比赛

活动资源：青壹社



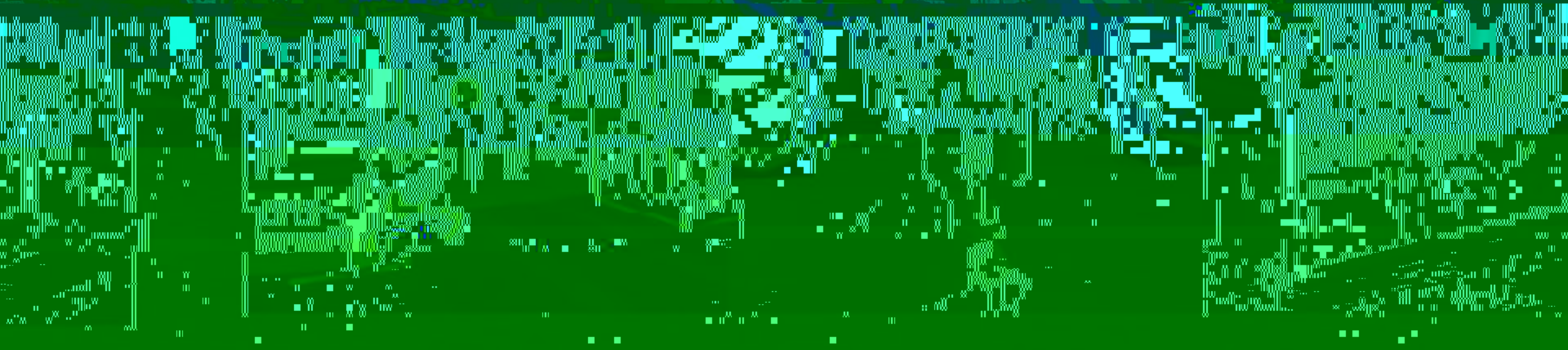
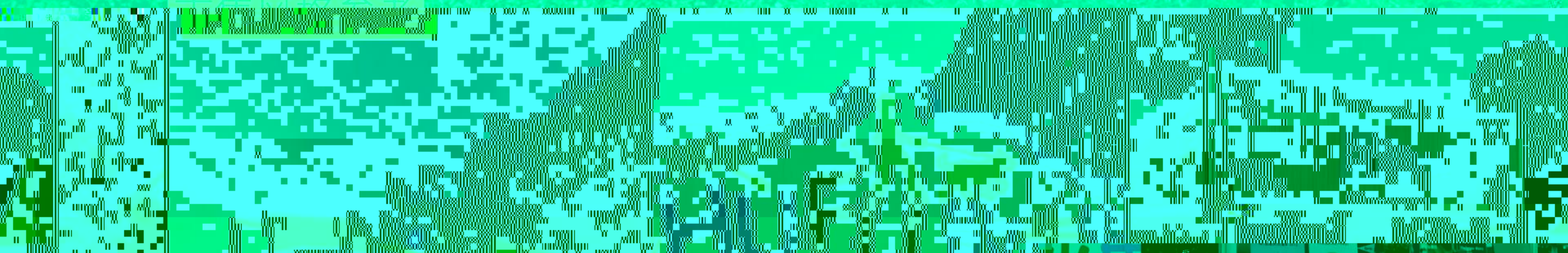
核心亮点二：欧气匣子集市——合肥首届城市盲盒嘉年华

市集场地规划

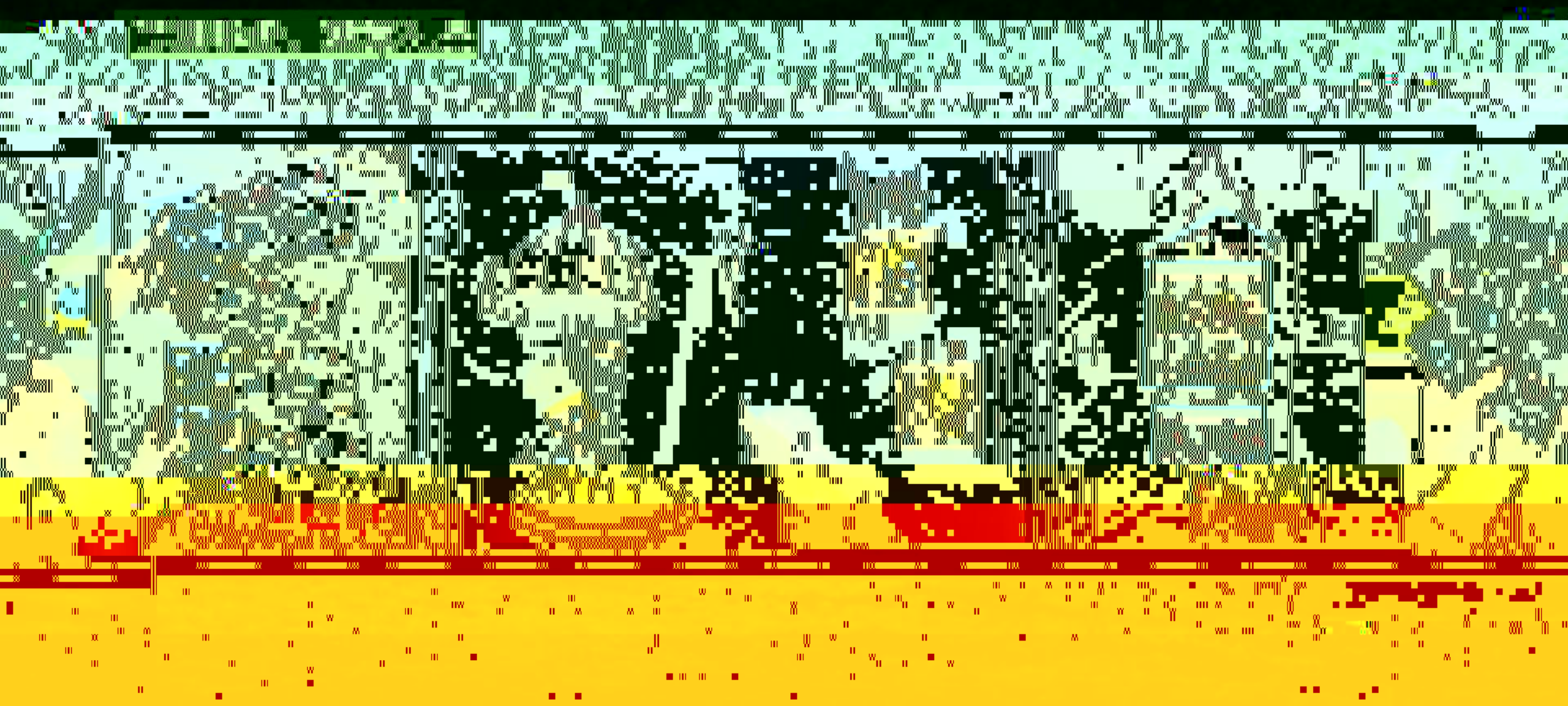


城市公共空间与公共生活

公共空间与公共生活



核心亮点：欧气因子集市——合肥首届城市青年嘉年华



核心亮点：欧风电子集市——合肥首届城市盲盒嘉年华

市集美陈



核心亮点三：盛夏造梦二次元巡游

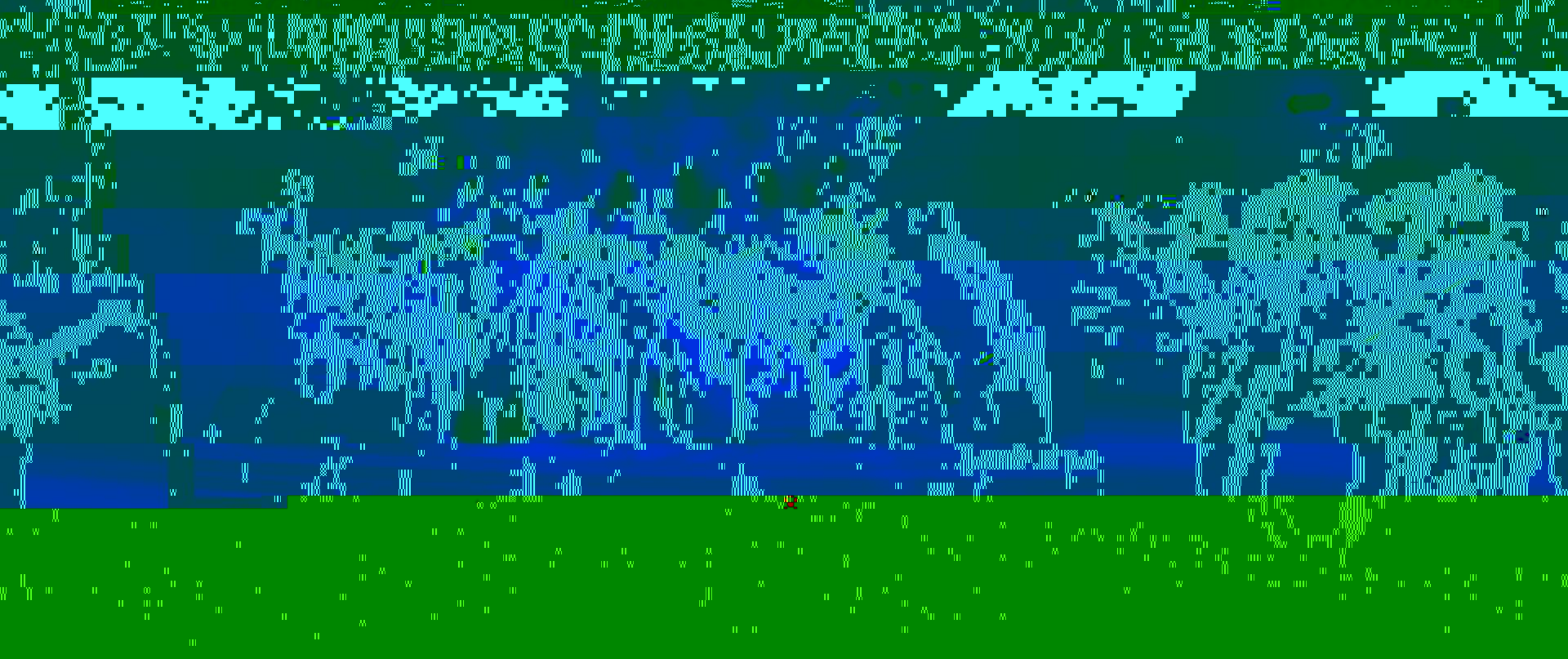


核心亮点四：二次元经典歌曲音乐会

活动时间：9月4日—9月6日

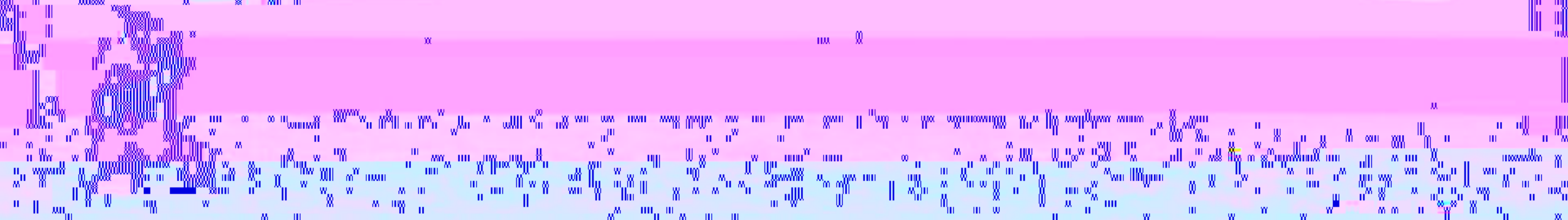
活动地点：鼋街大町

活动内容：二次元经典歌曲音乐会





Der erste Weg



前宣(8.31-9.4)

宣传主题：“为未知的浪漫预付一份心动”

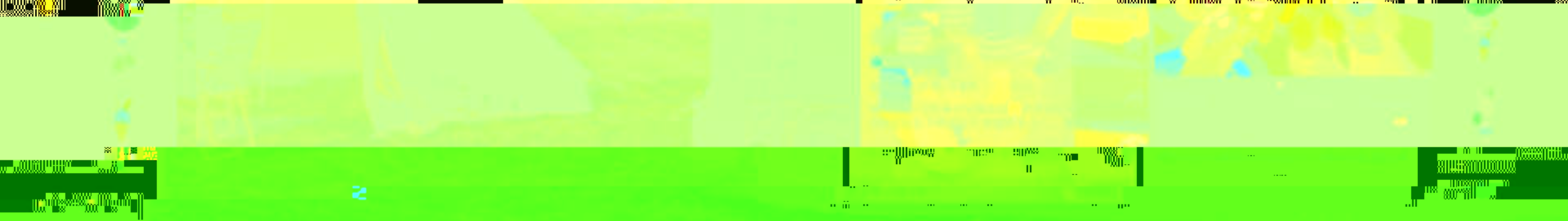
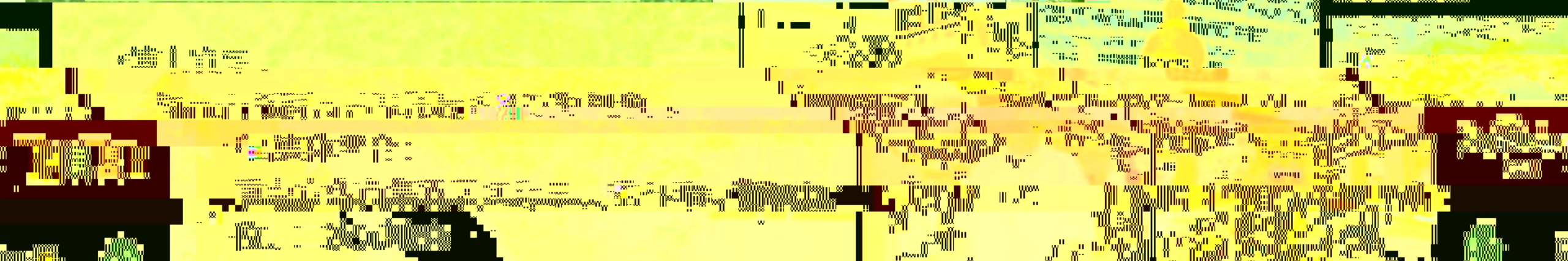
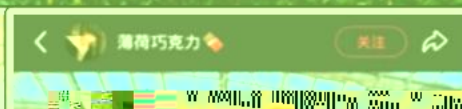
浪漫的本质是不确定性，而盲盒就是这份不确定性的具象化。它是成年人生活里的一剂糖，甜在未知的那一刻。

•9月1日完成吊车盲盒搭建 激励小红书 抖音



时间(9.5-9.6)

宣传话题：#竟然在罍街免费抽到隐藏款！

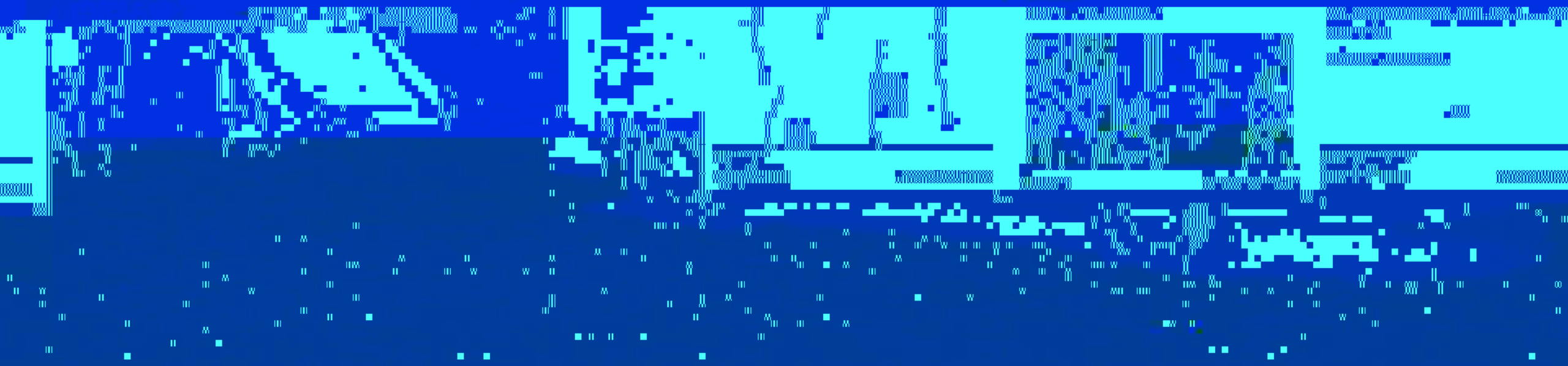


后宫(9.6后)

后宫(9.6后)

后宫13岁生日，把游戏和DJ搞一起了？这很合肥！

起底道投集团，一个国企的文旅





@hefeileijie



谢谢观看