



2024年 快闪店行业洞察报告



目录

1.快闪店行业概况

2.快闪洞察：火爆快闪店5要素

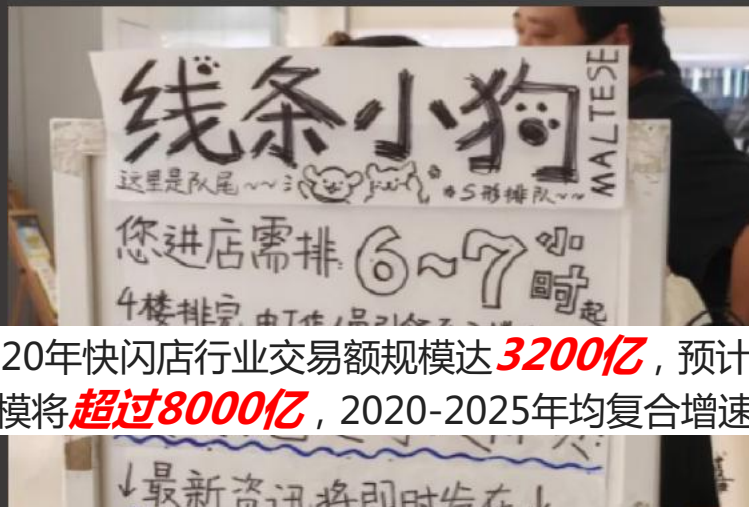


目录

1.快闪店行业概况

2.快闪洞察：火爆快闪店5要素

快闪行业从“奢侈品牌专属”到“全民快闪时代” 如何一步步火起来，走向大众消费者？



2020年快闪店行业交易额规模达**3200亿**，预计到2025年快闪店行业交易规模将**超过8000亿**，2020-2025年均复合增速约为**21.1%**。



何为快闪？

Pop-up store

短期经营的品牌游击店

商业发达地区临时性店铺

突然
出现

瞬间
吸引

短暂
经营

迅速
收割

突然
消失

区别于临时专柜、促销

从街头行为艺术开始

在快闪大众化的现在
更多的是创意营销形式+新零售业态

快闪店作为创意营销形式的独特点:

!

限量
稀缺

吸睛
视觉

互动
体验

文化
内涵

话题
热点



吉伊卡哇上海快闪
上海限定毛绒系列



波司登全球首家概念店雪屋雪
场景景创造



贝纳颂“咖啡艺术馆”快闪店
杭州东站送咖啡

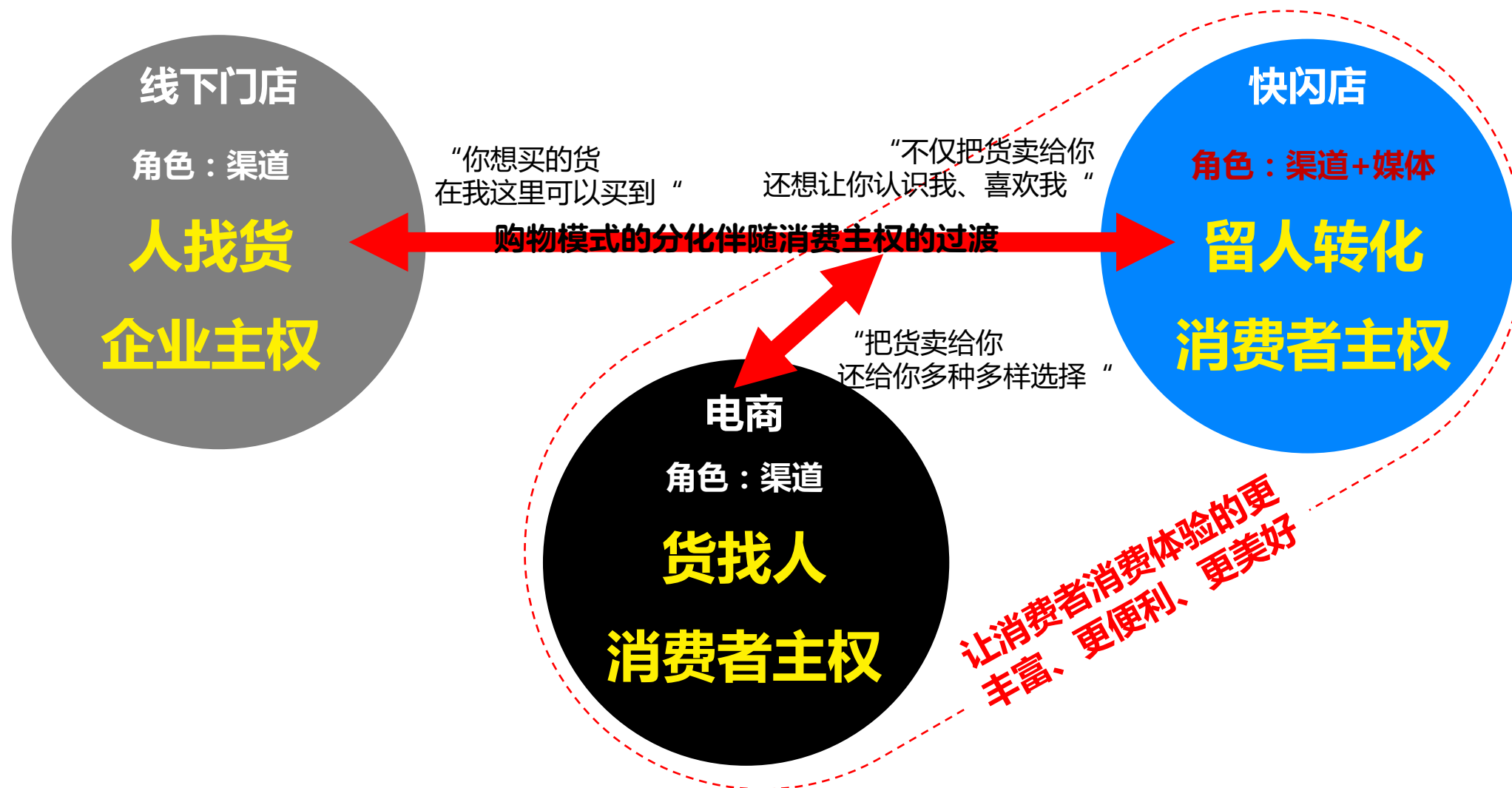


富士instax博物馆
致敬经典影像



线条小狗快闪排队热
排队2小时+

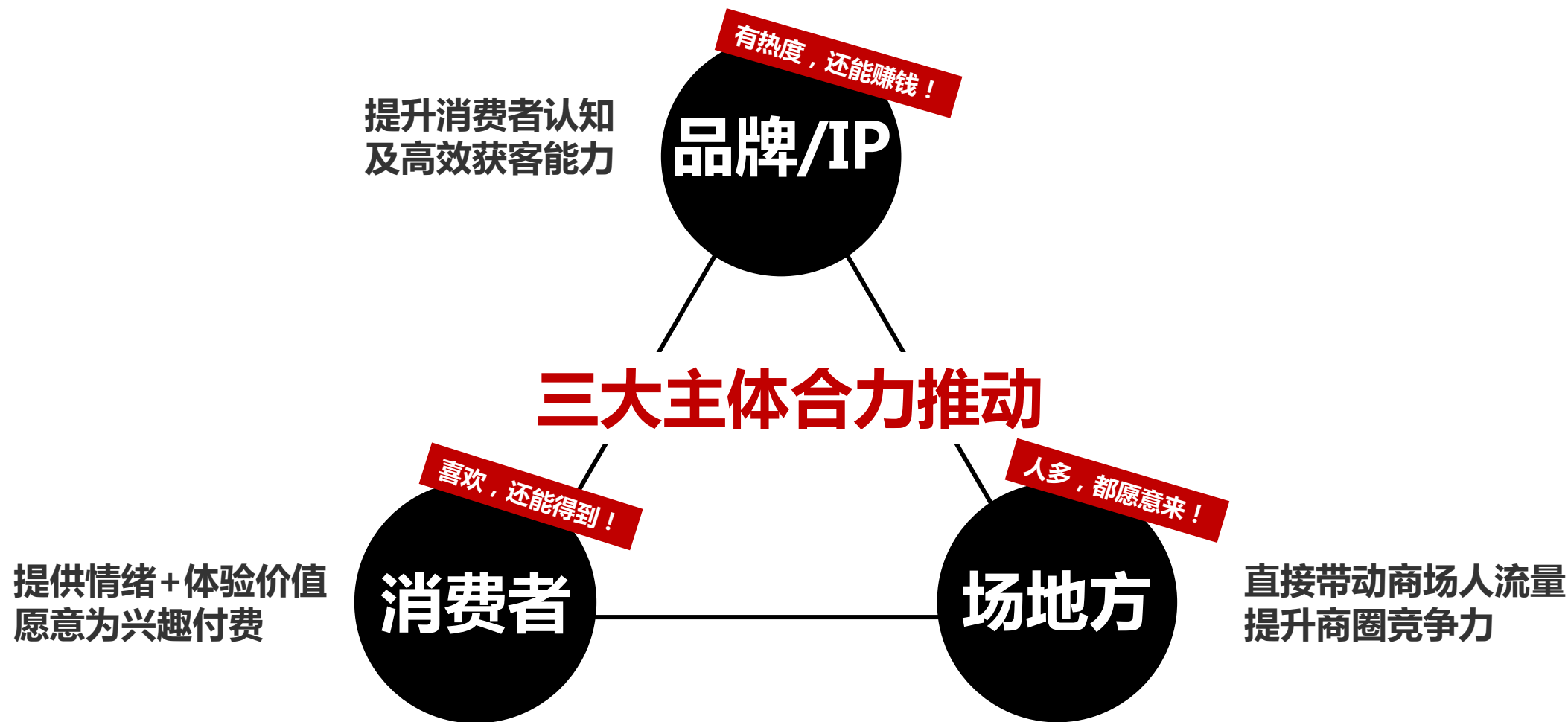
“快闪”打破传统零售形式，作为新零售业态的延展：



起底快闪行业的发家之路



三方主体合力推动快闪业态逐渐完善并走上爆火之路



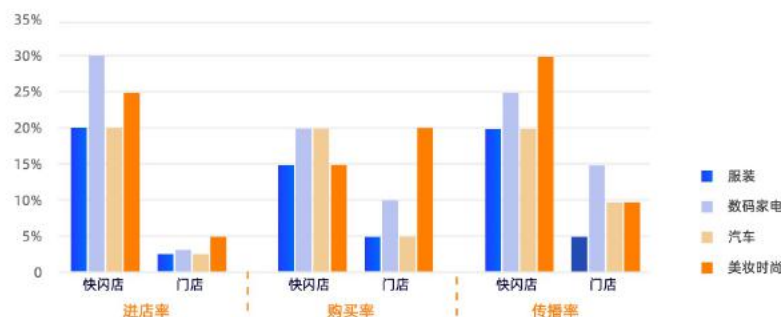
1.品牌/IP困境：流量见底，市场透明，获客成本增加

快闪店兼具渠道和媒体属性，拥有更高的进店率，购买率和传播率

主要电商平台获客成本逐年上升
但网络用户规模逐年下降



快闪店高性价比获客渠道成为最优解



2015年后各行业平均获客成本居高不下：

- 线上平均获客成本已突破200元。
- 电商类拉新成本150-800元/人；

获客型快闪店的获客成本在100元以内
销售型快闪店能实现ROI3-5倍的优势

2.场地方升级需求：线下商业中心竞争加剧，需强化吸引力

购物中心聚集客流，为消费者提供优质新鲜的内容与体验

同行业竞争态势紧张
多经短租业态引流又创收



商业地产从服务住宅地产交易到回归经营

以精细化运营、多样化业态、个性化服务，打造更具体验感商业空间
追求更高的客流量及转化率

快闪店推动商业中心价值升级，吸引力高



不再只是卖货的渠道，更是体验的入口、获客的入口

3.消费者：谁是“快闪热”的推动者？

人群细分	 主体 Z世代	 青少年	 有娃家庭	 新中产	 小镇青年
基本属性	- 快闪店主力军 3.2亿人口规模 - 近45%一二线城市占比	- 高声量群体 1.7亿人口规模	2.78亿中国母婴家庭（2019） - 自带“家长-孩子”双用户属性	1.63亿人群规模 - 精致生活践行者	2.27亿人口规模，是一二线城市青年的3.3倍 2906元每月消费性支出
关键特征	话题女王 注重主题、内容 重价值导向	IP专家 流量弄潮儿 爆款推手	自然养育 家中小KOL 生活发现	尊重个性 兼容大众 实用驱动 美好生活发明家	有钱有闲 潮流趋势尝鲜者 低价让利驱动
快闪关注点	内容为王	喜爱至上	体验先行	价值感知	热点追随

消费者需求：从快闪中获得情绪价值满足

区别于传统门店，消费者更关注在快闪中的“获得感”

获得互动体验



天官赐福×可爱多 宝丽广场快闪
可玩性高：小游戏集章，小剧场互动等

获得社交满足



Casetify×线条小狗快闪
美景好出片：线下打卡认识同好，拍照上传社交平台分享，与同好一起交流

获得限定价值



吉伊卡哇×名创优品快闪
排队买限定：排队五小时，只为买到联名限定大娃，成为“幸运的少数人”

依据快闪目的的不同，快闪的四大类型

品牌/
IP曝光型



最火！

商品售卖型



线下获客型



市场试水型



多个售货型快闪火爆

爆款IP为商品售卖型快闪出圈的重要因素，带来的超高人气+超高销量



chiikawa x miniso主题快闪全国首站
首日10小时销售金额达**268万元**
20天销售金额达**2000万元**



线条小狗 x 静安大悦城快闪



Loopy x 静安大悦城快闪

销售金额突破**千万级别**，单场活动全网曝光量突破**1亿人次**



目录

1.快闪店行业概况

2.快闪洞察：火爆快闪店5要素

深度桌案研究

全网信息检索

- 七大主流内容平台与消费趋势平台
- 快闪案例全网信息检索



从业人员访谈

基于大量的前期调研
整合爆款快闪**5大特点**

消费者心中自有一杆“价值秤”，爆款快闪是怎样炼成的？



“热门IP”
兴趣价值



“超多好物”
1米超大毛绒
购买价值
¥599元
限量发售 / 先到先得



“年轻场域”
社交价值



“好玩好拍”
体验价值



“可见可得”
满足价值

“热门IP” 造兴趣价值

流量打法，合作高人气IP建立粉丝连接 文化/圈层的“内容货币”，兴趣驱动



当下带货型快闪的热门IP类型

IP类型

经典卡通类

表情包类

游戏类

人气动漫类

特征

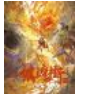
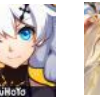
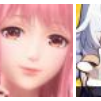
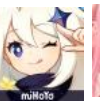
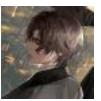
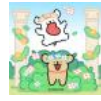
作为经久不衰的国民卡通形象，家喻户晓性适用于大众参与、具有相对稳定的快闪，高曝光度与认知度

聚集爱分享、资深网民的年轻人，一般是网络突然爆火，网络讨论度、关注度更高，特色人设与情绪价值对消费者喜爱、购买与分享具有强号召力

重点在于游戏玩家圈层，旨在延伸游戏认知与体验，通过游戏场景、玩法还原，为游戏粉丝带来丰富的体验

面向粉丝及动漫观众的快闪，将线上动漫热度延伸至线下体验，通过动漫coser互动、场景打卡吸引粉丝到场

IP推荐



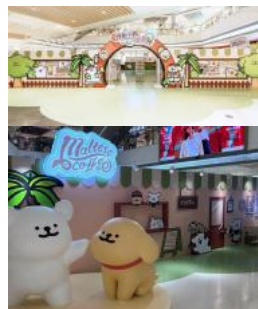
举例



猫和老鼠
北京快闪
瑞幸帮助重新翻红后



海绵宝宝
广州快闪



线条小狗
静安大悦城快闪



吉伊卡哇
上海合生汇快闪



光与夜之恋
上海快闪



王者荣耀
深圳快闪



间谍过家家
美罗城快闪



时光代理人
音乐主题展

“超多好物” 获得价值

打造IP特色周边： 提炼IP差异化特点+最合适的呈现形式

数据驱动：以表情包IP 线条小狗为例

表情包调性：可爱、治愈、温暖 → 毛绒为主，其他品类为辅



根据用户使用表情包数据，确定具体形象



多个小狗比心
表情包火爆
(数据保密)



以比心为例
其他品类同理

比心毛绒火爆

经典卡通类

动画元素日常实用化

对于卡通形象的深度挖掘，通过产品承载卡通动画记忆，关注周边能够展现卡通人物形象及经典剧情，关注日常实用性



猫和老鼠
毛毯

海绵宝宝
汉堡坐垫

哆啦A梦
联名水杯

表情包类

表情包个性形象展示

对于表情包形象的展示与演绎，产品能够凸显IP的个性，如萌系表情包-可爱毛绒，玩梗-趣味性玩法周边



Chiikawa
卡套

Chiikawa
毛绒挂件

粉红兔子
短裤

游戏类

还原游戏精致质感

根据游戏内在选产品，从内容题材、玩法、人物性格等角度挖掘，弱化“功能”用途，关注造型和设计感，在工艺精美与可玩互动方面别具一格



王者荣耀
Q版手办

恋与深空
银葱垫底徽章

崩坏3
流沙亚克力摆件

人气动漫

内容/剧情收藏

高内容导向，依据动漫剧情展现特定的场景及人物，周边既有精致的收藏价值，也要有高颜值的社交与展示需求



天官赐福
吧唧&流麻

时光代理人
收藏色纸

间谍过家家阿尼亚
奸诈表情还原

“超多好物”
获得价值

稀缺/限定/新品首发/定制
快闪限定货品，“过了这村没这店”的优越感



Loopy上海快闪
1m高超大毛绒快闪限量发售，陪伴感加倍，足够吸睛，拉满社交话题



Loopy上海快闪
新品首发，收获专属可爱

稀缺/限定/新品首发/定制
快闪限定货品，“过了这村没这店”的优越感



线条小狗快闪限量惊喜福袋
趣味玩法+惊喜礼赠，提高快闪吸引力



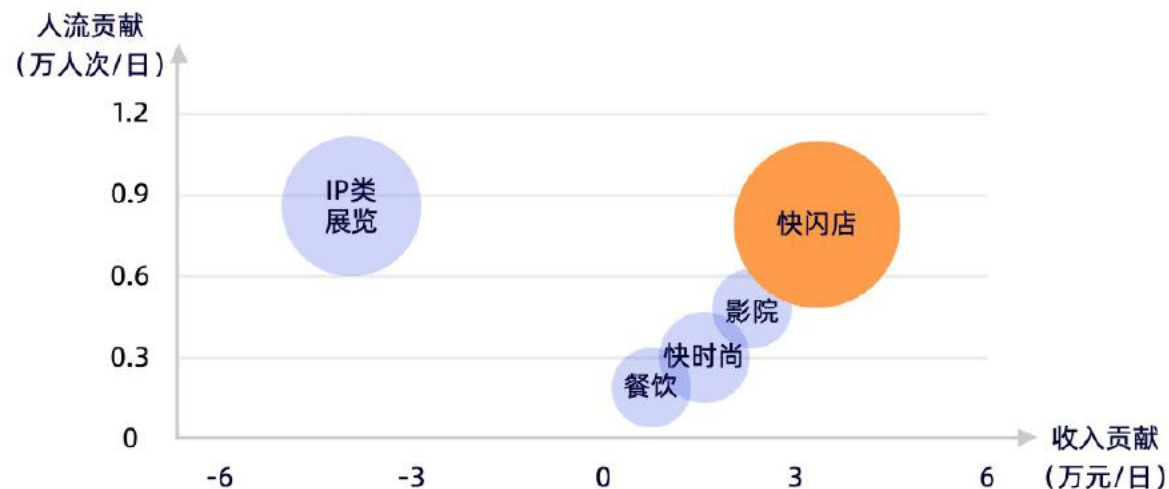
线条小狗快闪成都限定
熊猫主题

卡皮巴拉快闪上海限定
西红柿元素

“年轻场域” 社交价值

高频快闪打造年轻潮流心智 聚集圈层同好，人在哪儿快闪就在哪儿

快闪店对于商场的人流量及带动周边消费具有积极意义



快闪频率是快闪店注意力的重要因素

购物中心快闪店注意力指数

+0.51 场地快闪频率	+0.38 颜色显眼	+0.37 产品数量	+0.36 人流量
举办快闪店活动的频次	店铺颜色是否显眼	产品呈现的数量多少	场地人流量的多少
+0.35 主题场地	+0.28 品牌曝光	-0.21 声音	-0.75 总面积
快闪店主题化程度	本店铺品牌名是否显现	声音感受	所在场地面积的大小

“年轻场域” 社交价值

高频快闪打造年轻潮流心智 聚集圈层同好，人在哪儿快闪就在哪儿

一场成功的快闪，如何选择场地？
选址影响了快闪的曝光度、可见度和吸引力

客群

年轻人群，及客
群喜好

考虑目标受众的年龄、兴趣爱好、购物习惯等，以及所在区域的消费水平和文化氛围特征，确保符合目标市场的需求和喜好

客流

选择人流量大的
区域，有利于充
分触达潜在客户

选择人群密集、活跃度高的商圈，了解不同时段和日期的人流峰谷，以确定最佳的开店时间和周期

定位

商场本身的定位
和调性，影响对
于快闪口碑

选择人群密集、活跃度高的商圈，了解不同时段和日期的人流峰谷，以确定最佳的开店时间和周期

周边环境

交通便利、方便
停车、进驻商家、
餐厅丰富，快闪
带来良好体验

选择能够提供便利和良好购物体验的地点，有助于吸引更多顾客，并增加他们在快闪店的停留时间

租金成本

保证整体经营成
本可控

租金成本直接影响到快闪店的经济效益，综合考虑其他费用，如装修、人员成本等，确保整体经营成本可控。

“年轻场域” 社交价值

高频快闪打造年轻潮流心智 聚集圈层同好，人在哪儿快闪就在哪儿



谈到快闪，在年轻人心目中第一时间脑海中浮现的商场会是那个？

二次元快闪

“高频快闪活动落地=年轻人潮流聚集地” 潜移默化入侵年轻人心智

上海静安大悦城



“超级IP首发地”
2023年超20+国内外知名快闪活动
2024年五一十大快闪相继展开

重庆方圆live



“Z世代年轻潮流主场”商业体
重庆首家“场景式主题商业空间”，覆盖
cosplay、手办、周边等多个亚文化圈层

四川天府红



定位“年轻引力场”打造兴趣圈层
主力客群锁定15-30岁的年轻群体
聚集有年轻人“口碑认证”的个性品牌

北京朝阳大悦城



定位：“年轻、时尚、潮流、品位”
文化艺术与商业的结合，2023年销售
额达到45.5亿元，客流近2300万人次

“年轻场域” 社交价值

高频快闪打造年轻潮流心智 聚集圈层同好，人在哪儿快闪就在哪儿



上海静安大悦城：“超级IP首发地”，国内公认的IP营销行业标杆”



“年轻、时尚、潮流、品位”的品牌基因，以**年轻客群**为导向的运营策略，打造**超级IP首发地**和**新零售潮流发声地**等热门标签。

2023年，商场落地超**20场国际知名IP快闪**全国首站，推动多元IP跨界，活动销售收入**近亿元**

成为上海热门打卡地，单场活动全网曝光量突破**1亿人次**，销售金额均突破**千万级别**

“好玩好拍” 造体验价值

互动体验，让消费者拥有“身临其境”的体验



DIY电子小卡



Barbie 静安大悦城快闪
上传照片可生成专属小卡

“一起拍大头贴”



loopy上海大悦城快闪
丰富模版，自带的特效超级可爱

小游戏赢限定周边



loopy上海大悦城快闪
快闪店参与游戏，赢上海限定商品，仅
游戏获得，不参与售卖

“幸运抽抽乐” 抽奖



线条小狗快闪
消费满额参与抽奖

“够好玩”
造体验价值

互动体验，让消费者拥有“身临其境”的体验



创意造型外观+鬼屋氛围场景/周边



上海TEAM WANG快闪店
鬼屋主题快闪店

电梯置景+创意打卡点+话题出圈



卡皮巴拉 x Green Party x 玉溪万达&青岛凯德
卡皮巴拉集体出逃，和豚豚一起排队坐电梯

“好玩好拍”
造体验价值

创意脑洞设计+高颜值，打造“惊喜场景”



粉色海洋氛围+复古咖啡馆打卡



名创×芭比主题快闪

巨型LOOPY建筑外观+主题打卡墙



LOOPY大悦城快闪

“好玩好拍” 造体验价值

创意脑洞设计+高颜值，打造“惊喜场景”



巴士造型+立牌打卡



casetify×线条小狗快闪

房屋造型设计+多场景



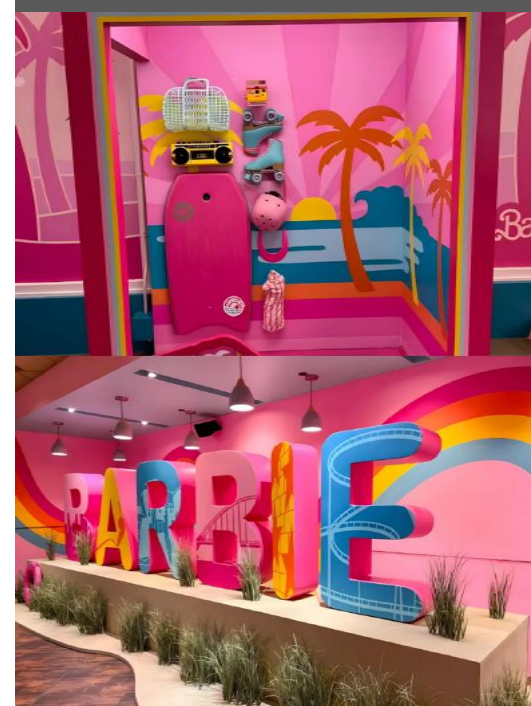
线条小狗快闪华南首展

缤纷色系+货品打卡



飞天小女警快闪
根据花花、毛毛和泡泡的主题色来的

加州风格+度假场景



纽约芭比快闪

“好玩好拍”
造体验价值

创意脑洞设计+高颜值，打造“惊喜场景”



剧情经典场景还原



时光代理人音乐主题快闪

创意打卡文字墙+有梗内容出圈



樱桃小丸子静安大悦城快闪

“好玩好拍”
造体验价值

创意脑洞设计+高颜值，打造“惊喜场景”

创意模特穿搭打造社交平台爆款+诙谐表情自带情绪氛围



粉红兔子上海快闪

场景合影点



间谍过家家上海快闪

“可见可得”
满足价值

让虚拟的喜爱变成具象化实物，可触可得



角色大头创意互动



时光代理人世茂音乐主题快闪
剧情专属手势舞表演 + 场景拍照互动

全方位角色立牌营造沉浸感



光与夜之恋熊猫联动线下快闪
环绕式角色立牌，打造沉浸式角色打卡，好像“他”陪在你身边

“让美梦成真”
满足价值

让虚拟的喜爱变成具象化实物，可触可得



chiikawa人偶巡游及合影



Chiikawa 主题快闪

Coser 游戏互动+合影集邮



《全职高手》快闪

“让美梦成真”
满足价值

让虚拟的喜爱变成具象化实物，可触可得

超大立体造型合影装置



线条小狗快闪

真人NPC设置



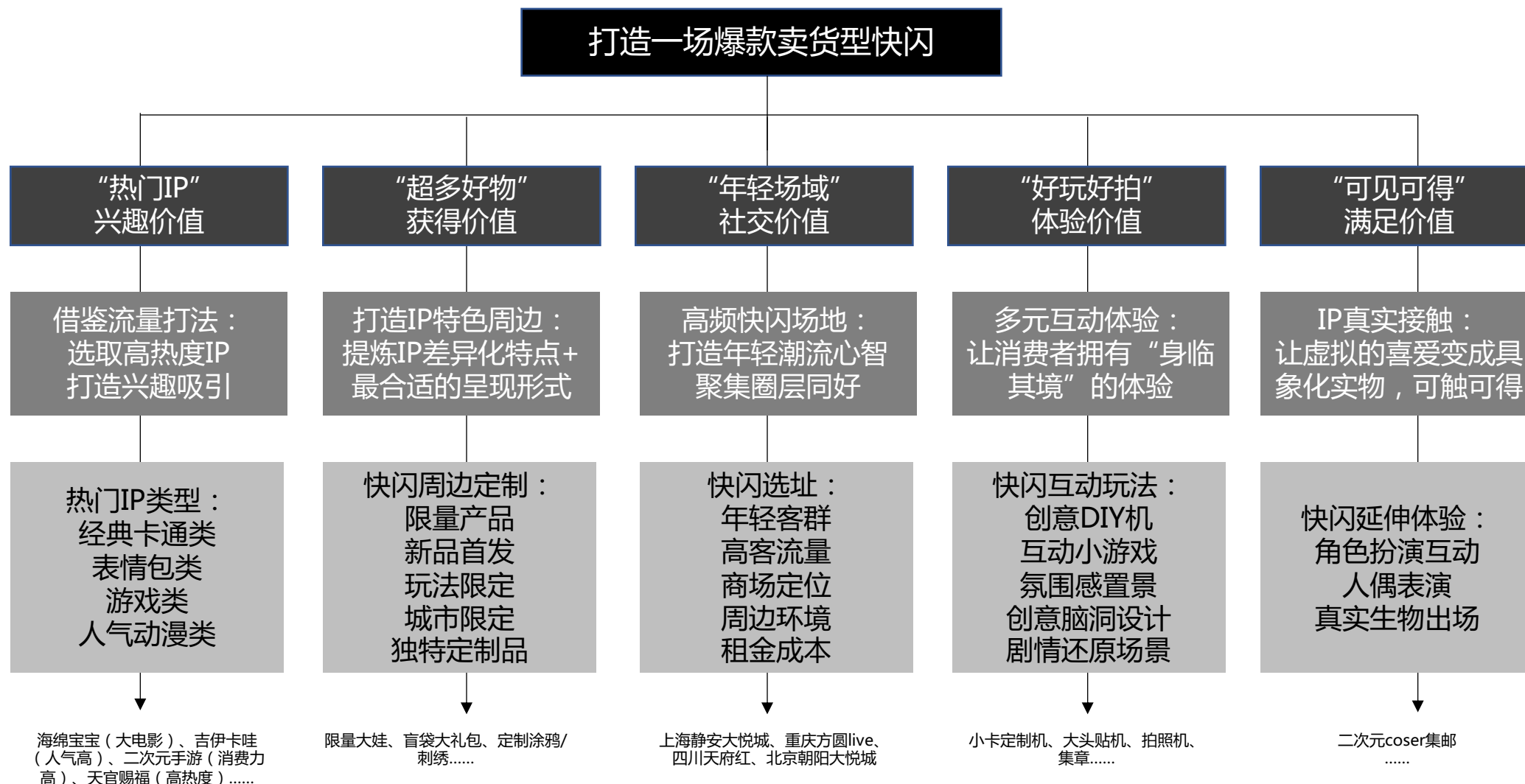
天官赐福快闪
在剧情场景与coser NPC互动玩法

请来了真的 活的“卡皮巴拉”



卡皮巴拉快闪

总结：爆款卖货型快闪是怎样炼成的？



Case 光与夜之恋 × 中国大熊猫保护研究中心 大熊猫科普主题快闪



热门IP√

超多好物√

年轻场域√

好玩好拍√

美梦成真√

热门IP联名
光与夜之恋

超多好物
限定周边首发

年轻场域
上海静安大悦城

好玩好拍
打卡立牌

美梦成真
Coser互动玩法



乙女游戏“顶流”
热度流水双TOP的带货之王
300万+月活跃粉丝
乙女手游流水第一
现象级爆款带货力

快闪大熊猫主题周边
主题餐饮满减赠品
销售量超5000万

“潮流IP首发地”
快闪当天排队5小时+

主题打卡立牌
桌面摆件

与男主coser互动
网络分享传播
加热话题

Case 天官赐福 × 上海七宝万科「七」遇千年·主题特展



热门IP√

超多好物 x

年轻场域 x

好玩好拍√

美梦成真√

空间与互动设计
名场面场景还原+沉浸式互动游戏

超多好物
限量周边

场地选择
七宝万科

主题创意
「七」遇千年



此处为视频



七个互动场景，还原动画名场面，选取动画中诸多“名场面”作为布景主题，如“极乐坊”等
七种宝物，串联快闪剧情互动
七种游戏，以“琴棋书画诗酒茶”展开互动游戏
大事件活动，仙京夜游、点灯大会、花城锦鲤节...花式互动

打卡送DM单
相逢小店限量发售定制周边七遇千年系列

毗邻七宝古镇，独享江南水乡自然风光
旨在营造多重体验的生活娱乐氛围

七宝万科广场七周年店庆，恰逢《天官赐福》动画三周年庆

Case 火影忍者×全国首站《忍者之路》火影忍者主题展



热门IP x

好玩好拍 ✓

超多好物 ✓

年轻场域 ✓

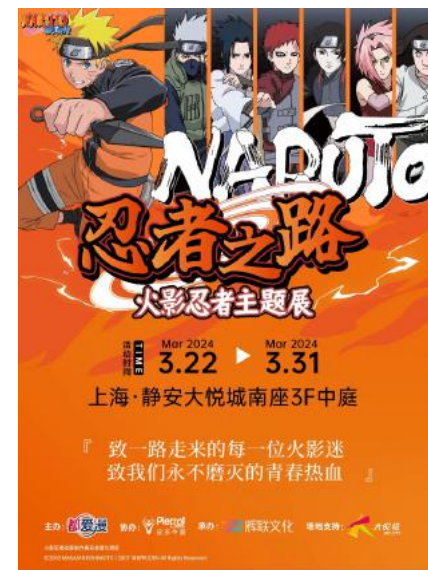
美梦成真 ✓

空间与互动设计设计
600m²实景打造+45位人气角色齐聚

超多好物
限量周边

场地选择
上海静安大悦城

主题创意
忍者主题



一秒穿越回火影世界
3部剧集重温精彩名场面、13大沉浸式打卡互动点、45位人气角色齐聚现场、8米长巨型九尾霸气侧漏、限定款雕像展览空间开放

木叶杂货铺周边快闪店近
千款商品SKU展览售卖多
款限定系列商品首发

“超级IP首发地”的商业体
火影忍者主题展全国首站落
地大悦城

以火之意志集结，‘重历’七
代目火影修行之路，感受到了
专属火影的热血，掀起回忆杀



谢谢！