



清库存大转盘：满减抽奖，人人有份不空手

快消零售 · 清库存

创意主线

快消零售清库存的核心是把「买了就抽」变成到店/复购的直接理由：大转盘是全行业使用量第一的抽奖玩法，天然适合把待清库存包装成奖品，用低门槛高中奖率拉动短周期内的集中转化。

抽奖类玩法在同类商户中总中奖率中位数高达 92.5% (n=231 家)，说明高中奖率是这个赛道的主流做法，符合清库存要的「人人有份、快速去化」诉求。

玩法组合

大转盘抽奖

抽奖

大转盘是抽奖类标杆模板，适合把待清库存商品直接设为奖池奖品，配合到店/购买解锁抽奖机会，短周期内集中去库存。

<https://www.24haowan.com/games/336-dazhuanpan-choujiang>

幸运刮刮乐

抽奖

刮刮乐同为抽奖类玩法，形式更轻量，可作为大转盘之外的备选或分渠道投放，同样能承接清库存的奖品结构。

<https://www.24haowan.com/games/333-xingyun-guaguale>

参与路径

建议设置「消耗积分」或「分享成功后」作为抽奖条件，把参与和购买/分享动作绑定；

每人每日限抽有限次数，避免一次性抽空库存。

传播裂变

开启邀请好友增加抽奖次数（完成分享/好友参与/新注册任一种），把清库存的曝光通过老客户的分享带出去。

防刷与风控

抽奖模块开启「同种奖品最多中一次」防止单人重复中同一档库存商品；

如涉及高价值奖品，配合黑白名单与防刷奖档位调至严格。

奖池结构

三层奖池：大奖 1 档（当季重点清库存单品，走白名单/指定中奖或后置投放，避免开场被抽空）；

主力奖 3-4 档（清库存商品本体或到店券，承担主要转化）；

安慰奖 1 档（小额券或积分，避免空手）。

参考同类商户档位数中位数为 3 档（n=296 家）。

预算算法

平台数据面没有金额字段，无法给出预算或 ROI 结论数字。

预算测算按算法走：单次期望成本 = $\Sigma(\text{各档概率} \times \text{该档奖品来源成本})$ ，总预算 $\approx$ 单次期望成本 $\times$ 预计参与人次；

由于本活动奖品即待清库存商品，采购成本可按你方已有库存成本价核算，而非重新采购。

上线前务必核对「概率 $\times$ 预计人次」是否超过各档库存，防止中途被抽空导致实际中奖率悄悄低于设计值——行业配对样本显示设计与实际中奖率的差距中位数达 40.6 个百分点（n=46 家/129 场），务必开启「库存耗尽自动替换」。

兑奖方式

清库存商品建议选「线下核销」或「自助兑奖」，把核销动作与到店/取货绑定；

若走邮寄需预留发货人力与地址核对成本。

执行排期

阶段	时间	动作
预热	上线前 1 周	物料与渠道（门店/公众号/社群）就位，活动页可提前发布做预约提醒，主视觉突出大奖清库存单品。
引爆	活动期 7-8 天	活动周期参考同类商户中位数 7.5 天（n=296 家）；期间开启分享加次数机制，视库存消耗情况调整投放力度。
收口	活动结束后 3-5 天	核销未兑换奖品、导出中奖与库存核销数据、盘点剩余待清库存决定是否续场或返场。

取自 24好玩 线上活动的真实中位数

平台基准

指标	中位数	样本量
抽奖活动的总中奖率	92.5% (P25—P75 50—100)	n=231
奖池档位数	3 (P25—P75 2—4.5)	n=296

同行参考

某头部国货美妆 · 新品宠粉消消乐

fmcg-retail

同为快消零售行业的新品宠粉活动，参与与引流数据体量大，可参考其奖品发放与分享裂变结构。

<https://www.24haowan.com/cases/beauty-match3>

上线前检查清单

- 奖品概率之和 $\leq 100\%$ ，且已核对「概率 $\times$ 预计参与人次」不超过各档库存
- 已开启「库存耗尽自动替换」
- 大奖档位已设置白名单/指定中奖或后置投放策略
- 安慰奖已配置，避免空手率过高
- 兑奖方式（线下核销/自助/邮寄）已逐档确认，且核销人力已安排
- 若走助力/分享裂变，已设置单人可助力次数上限与关注公众号门槛
- 防刷奖档位已根据奖品价值设置，异常用户处理流程已明确
- 已按当地法规确认抽奖概率公示与个人信息收集合规要求

出处与说明

- 在线版: <https://www.24haowan.com/plans/fmcg-retail-clearance>
- 改一版: <https://www.24haowan.com/planner>
- 方案来源: 24好玩 方案库 · fmcg-retail-clearance
- 方案输入: 快消零售 / 清库存
- 生成日期: 2026-08-23

本内容由 AI 生成 生成模型: Claude (Anthropic) 本方案的生成能力由 Claude (Anthropic) 提供, 备案信息待补。