



近年来,密室逃脱、剧本杀已经悄然超越了唱K、蹦迪等传统文娱消费活动,一跃成为年轻人娱乐“新宠”。很多玩家会在剧本杀游戏中不能自己,也有些玩家并不买账,认为其只不过是成年版的“过家家”。那么究竟是谁在玩剧本杀?海量剧本哪里来?行业如何规范管理?记者就此进行了探访。

全国门店数量达4.5万家 消费群体学生占比近三成

年轻人为何着迷剧本杀

潮流档案

剧本杀玩家一般以5至8人为主,通过分饰剧本中的角色,围绕剧情展开推理、还原人物关系,互动交流、探讨、交换线索,共同揭开秘密或发现凶手。通常,一场剧本杀耗时在3至6个小时。

基本玩法

游戏大致分为8个阶段:

玩家选择自己想要扮演的角色;

阅读剧本,掌握必要信息;

自我介绍,介绍自己所选择的角色的剧情、人物关系以及时间线等;

搜查线索,根据已知剧情结合自己的行动点数,搜查怀疑对象或重要地点等;

公开搜查线索,对自己搜查到的线索,可选择公开、归档或者转赠给其他人;

推理,根据每名玩家所说出的信息以及线索,合理地进行推断;

指认凶手;最终复盘

消费情况

根据大众点评,记者随机选取了北京地区296家剧本杀类商户,其人均消费平均为139元,其中七成商户的人均消费在100元至200元之间。

数据来源

美团《2021剧本杀消费洞察报告》



什么人群玩 30岁以下的人群超七成 学生群体占比约28%

密室逃脱和剧本杀以其更具体验感、强社交属性,正在成为年轻人的新娱乐方式。据《2021实体剧本杀消费洞察报告》的相关数据,2019年,全国密室逃脱门店数量达1.5万家,剧本杀门店数量已经突破1.2万家。到2021年4月,全国剧本杀门店数量就已经达到4.5万家。剧本杀已成为中国消费者偏好的线下潮流娱乐方式前三名,仅次于看电影和运动健身这两项。而从年龄层次来看,超七成成为30岁以下的年轻人群,超四成用

户消费频次在一周1次及以上。其中,学生群体占比较高,约占28%。数据显示:预计到2022年中国剧本杀行业市场规模将增至238.9亿元。

从城市维度来看,上海、武汉、北京的门店数量位居前三。随着密室、剧本杀产业越做越大,在北上广深等一线城市的密室店竞争越来越激烈。将密室店开在北京三里屯的店主张翔告诉记者,“这个行业竞争激烈且变化快,一个主题密室一年到一年半就要更新升级。除了

硬件升级之外,还得在‘软件’上下功夫。”张翔所说的“软件”升级,就是指密室店的氛围营造。随着密室店制作更加精良,每位玩家的消费也有所上升。记者在某团购平台搜索,一场密室每人平均消费在150元至300元不等,同时市场上还出现了上千元每人的高端密室。也正是为了吸引玩家、为了提供更好的体验,现在一线城市的专业密室开始找专业演员来做NPC(非玩家角色),让用户体验感拉满。

为什么爱玩 剧本杀核心是游戏体验感 年轻玩家愿意为此“氪金”

2018年,线上剧本杀兴起;2020年之后,因疫情“宅家”,娱乐方式受限,剧本杀入局者明显增多。2020年春节期间,《我是谜》用户数激增800万;同一年里,《百变大侦探》累计注册用户也已超过千万。

艾媒咨询的数据显示,2021年中国54.4%的网民体验过线上剧本杀。39.8%的网民体验过的剧本杀形式为线下圆桌,此外,15.1%的网民表示均未体验过上述剧本杀形式。近来,线下实体剧本杀因场景设计、服装道具等环境铺设让玩家有充足的沉浸感,从而得到快速扩张。

根据艾媒报告中心发布的《2021年中国剧本杀行业市场规模数据分析》显示,在剧本杀消费用户中,有56.2%的剧本杀玩家为女性用户。女性玩家的增多,让情感本、哭哭本、CP本等一些感情色彩较为浓郁的剧本大受欢迎,在一定程度上带动了情感本市场。

剧本杀发行工作室空然新语的CEO格子认为,剧本杀的核心还是为玩家服务,最重要的是要好玩。

小说和影视剧有主角配角之分,为了突出主角会有明确的故事线,将其他角色弱化,但剧本杀要求让所有玩家都参与进

来,在一场游戏中,每一个玩家都是故事中的主角,都有属于自己的故事线。

每个人在这个剧本中的体验都不一样,对于很多玩家来说,剧本杀不只是一场游戏,它也可以是展示自己生活态度的一种方式。

年轻玩家愿意为此付出,花钱氪金充会员,为的就是享受游戏的乐趣,剧本杀最核心的就是游戏体验感。“我们也经常会去剧本杀店里测本,观察玩家听他们聊什么。”格子表示,一个剧本的好与不好是可以根据玩家的讨论程度来评估的。

为什么好玩 专业演员客串主持人 NPC也是聚拢粉丝因素

在很多剧本杀玩家看来,主持人(DM)的专业与否已经成为他们选择剧本杀店的主要因素。一个合格的DM必须非常熟悉剧本内容,他的作用就是带领玩家进行几轮游戏的推理,推动游戏的进展,同时还要随机为玩家答疑,这些往往非常考验主持人自身的功底和语言表达能力。

DM有兼职也有全职,剧本杀发展至今,大多数做全职DM的人不是转行就是选择创业开剧本杀店。

很多兼职的DM、NPC都是大学生,

工钱根据游戏的场次算,一局可以拿到一百多,周末翻台率高,就能赚到更多。

意识到DM的重要性后,有线下店开启了专门针对DM的培训,DM的门槛也不低。店家看重的是DM在语言表达和演绎方面的能力。“我们还需要一些有表演功底的人,毕竟剧本杀是需要玩家将自已带入到角色里。”有业内人士表示。

专业演员不仅在剧本杀中客串主持,他们也会在密室逃脱店中助演NPC。演员邱洋毕业于北京电影学院,在密室逃脱店工作3年,是店里最老牌的

专业演员NPC,如今是该店的“导演”,月薪两万多。邱洋直言:“做NPC更难,虽然有剧本,但玩家给你的反应都不同,要很快作出回应。这种反应既要在情理之中又要让玩家想象不到。以一场两个小时的密室逃脱举例,演员和观众的互动次数约20次左右。每个互动,我们要想5倍的应对方案。”邱洋表示。

演员王皓存告诉记者,“第一天上班我没吓玩家,玩家把我吓一跳。我觉得这份工作不比演舞台剧、拍戏简单,甚至更难。”

据《北京青年报》

剧本杀走红 新业待新规

王磊 张子渊

“密室、剧本杀”吸引了越来越多的年轻人甚至是未成年人参与其中。然而,在市场日益“走红”的背后,却伴随着安全隐患、剧本内容违禁等一系列问题,尤其对于未成年人群体的特殊保护在密室、剧本杀行业尚处于空白。

上海闵行检察院第七检察部主任程慧表示,“根据相关规定,娱乐场所包括歌舞娱乐场所和游艺娱乐场所,那密室剧本

杀经营单位是否属于娱乐场所?是否需要申请《娱乐经营许可证》?这些都还存在争议,行业对此尚不明确。”除了权责不明之外,有些经营场所使用的剧本包含有血腥、暴力、迷信、涉毒等情节。这些违禁内容的存在,显然并不利于未成年人健康成长。

一直关注“密室、剧本杀”行业发展的资深出版人孔亮直言:这类“沉浸式娱乐

行业”从剧本的创作、发行、阅读以及最后“玩”的过程,有大部分与图书产业相似。但在近些年的发展,无论是对内容的“审读”还是对剧本杀活动的“管理”,都还处于真空状态。

对于内容层面的把关,艺术管理博士生导师张宏旭坦言:“密室、剧本杀行业很容易游走在灰色地带,不像传统出版物有严格的审查机制。但乱象也始终是剧本

杀无法规避的现实问题。黄色、暴力的剧本,恐怖、荒诞的话题,盗版严重的剧本,让整个行业一度被诟病。”

日前,上海市文化和旅游局正式发布《上海市密室剧本杀内容管理暂行规定》。上海成为全国首个正式将密室剧本杀纳入管理的城市。对此,张宏旭表示:“上海首先对剧本杀进行规范释放了一个信号,新文化业态不是法外之地。”

有话直说