

一边是野蛮生长,一边是大浪淘沙

迅速“出圈”,剧本杀还能火多久

如果要问,有什么新的休闲方式能让“90后”“95后”们暂时放下手机,与人交流?剧本杀必有其名。

这两年,剧本杀这种备受年轻人追捧的逻辑推理游戏正在现实中兴起,越发成为一种新兴文化消费形态,由此带动一种全新的商业模式和诸多相关产业迎来爆发式增长。

快速增长的同时,内容雷同、鱼龙混杂、缺乏规范等问题也困扰着这一行业的发展。年轻人为何纷纷种草剧本杀?

行业发展难题由何引发?如何为消费者创造更好的沉浸式体验?记者对此进行了采访。



(网络图)

百亿元产业背后的“爆发式增长”

故事:“我每天上班已经累了,只有这几个小时里可以完全不用回任何人的消息,活一次别人的人生。”玩了20多场剧本杀的狂热爱好者林玲,几乎每周都会去店里玩本,戏谑自己“快成半个店员了”。用几个小时完全沉浸在别人的故事中,只为能在情感本里放肆哭一场,或者“借着恐怖本大喊几嗓子”。“在北京玩一次盒装本要近200元,玩一次实景剧本杀最低也得400元。”面对这样的开销,林玲依然乐此不疲。

同时具备社交与解压属性的剧本杀,在年轻人群中备受欢迎,线下门店遍地开花。

艾媒咨询在2021年第一季度中国消费者线下活动偏好的调查报告指出,2021年中国消费者偏好的线下潮流娱乐方式中,“玩剧本杀”以36.1%排名第三,仅次于“看电影”和“运动健身”。

疫情期间,线上剧本杀行业迎来井喷式增长,多个头部App号称迎来800万、1000万名用户,服务器一度瘫痪成为热搜焦点,剧本杀行

业发展加速。

两年来,剧本杀市场已达百亿元规模,截至2020年年底,全国线下实体店突破3万家,门店大部分集中在商圈、大学等人流密集处,线下体验玩家人数超过3000万。身处百亿风口的剧本杀正快速实现“爆发式增长”。

美团发布的《2021实体剧本杀消费洞察报告》显示,作为一种新兴的娱乐方式,剧本杀最早在综艺《明星大侦探》的热播下为中国消费者所熟知。近两年,围绕剧本杀主题的“我是谜”“百变侦探”等线上游戏App也受到欢迎。

以推理为核心,加以还原、演绎的游戏模式,剧本杀为年轻人提供了一种全新的娱乐体验和社交氛围。在良好的市场推广和曝光下,这一游戏在年轻消费群体中逐渐得到普及。

线下剧本杀分为桌面剧本杀和实景剧本杀两类,大部分商户会同时经营剧本杀、桌游、密室等多种室内娱乐业态。美团商户调研数据显示,有82%的商户都采用混合经营的方式,以满足消费者不同的线下社交娱乐需求。

美团报告显示,剧本杀打开城

市文旅新玩法,在中西部新一线城市发展迅猛。目前拥有剧本杀门店数量最多的城市依次是上海、武汉和北京。另外,网红旅游城市成都、西安也进入前五名。从门店数量增速来看,武汉、北京、郑州增速最快,同比增长均超50%。天津、长沙、沈阳紧随其后,门店增速均超40%。

剧本杀正逐渐成为都市年轻人的日常聚会玩乐方式之一,“坑”用户的消费频次稳定。63.5%的用户会在两周内消费剧本杀1次及以上,超四成用户的消费频次在一周1次以上。

剧本杀缘何能火?专家认为,剧本杀独特的游戏体验和互动模式,满足了年轻人的多元娱乐需求。

在美团App、大众点评App的用户评价中,聚会、刺激好玩、新玩法和代入感强等词被高频提及。剧本杀满足的是年轻人日益多元的社交、娱乐甚至情感需求。

“相比密室和KTV,剧本杀丰富的娱乐环节,能够促进玩家平等地参与其中,让年轻人在高度沉浸的游戏里短暂地逃离现实,获得‘另一段人生’;其密切的互动模式,则更契合半熟人社交的场景,快速拉近玩家之间的距离。”林玲说。

“剧本杀+”中的产品和服务升级之道

探索:在一座栽满杏树的古风山庄,玩家身穿各色精致的汉服,衣食住行都在戏中。长达两天一夜的搜证推理,将沉浸式剧本杀与特色民居、汉服体验和美食品尝融为一体——四川成都青城山一家剧本杀店打造的全国首家两天一夜沉浸式体验开启了“剧本杀+文旅”的新模式。

事实上,随着剧本杀行业的深入发展,越来越多的发行方与从业者已经开展了促进行业健康发展的多元尝试。

“剧本杀作为新兴文创行业,当下阶段最重要的是尽快建立版权保护的信息流通机制。”剧本杀剧本分发平台小黑探创始人王欢岳指出。

“剧本杀是一个新兴的文化创意行业,只有做好内容、保障好消费安全,坚定地树立正面的行业形象,才有可能一起做大行业蛋糕。”中国文化旅游行业协会副秘书长郭兰指出。

“剧本杀的创作不是传统的文学创作,而是体验一种互动性和沉浸性,要让玩家感受到好的故事体验和社交效果,对作者和剧本的要求很高。”剧嗨创始人炸鱼认为,在内容创作方面,要静下心来慢慢琢磨,真正花时间打造出好作品,才能孵化出好的剧本产品。

据预测,2021年年底全国剧本杀门店将从现有的3万家增至6万家,行业竞争将进一步加剧。行业持续洗牌不仅警示投资者保持理性投资预期,也要求从业者们不断升级现有产品和服务。特别是随着剧本杀行业走向成熟,新的实景化开发模式将为杜绝盗版、提升行业核心竞争力提供新的可能。

为此,业内人士指出,剧本杀产业目前内在瓶颈日益突出,拓宽产业发展最关键的就是要形成一个好IP,此后形成系列剧,实现线上影视、游戏、动画,线下剧本杀场景、文创衍生品协同发展,更好地延伸产业链条。

“这类剧本跟实景机关,通过与道具等一系列设备的紧密结合,让盗版难度大大提高。”米勒说。

专家表示,当前剧本杀市场已达百亿级别,随着产品服务升级、行业制度不断规范、商业模式逐渐清晰,剧本杀这块肥沃的土壤必然会吸引更多专业人才和资金进入。

“在新的产业格局中,品牌发展也将被提上日程。”千羽指出,未来玩家玩剧本杀前,更多考虑的不再是店铺是否拥有自己想玩的剧本,而是这个品牌自己是否熟悉。

目前,市场上已有诸多剧本杀品牌蓄势待发,除“我是谜”这样拥有互联网基因的品牌外,“叁仟世界”“剧本部落”等加盟店也在全国迅速兴起。随着各个品牌整合自己的发行资源和门店资源,形成竞争优势,剧本杀行业将会迎来品牌增长的新时期。(据《光明日报》)

乱象之下的行业洗牌之路

案例:3年前,千羽在四川成都开了自己的剧本杀门店。从开门店到做品牌,目前他和合伙人一同打造的剧本杀品牌在全国已有约200家加盟分店。3年间,他目睹了行业从萌芽到兴盛的发展过程,也被盗版肆虐等行业乱象困扰。“购买剧本是剧本杀门店很大的开销,商家从正规渠道购买普通的盒装剧本价格在400元~600元,但盗版成本只需几十元,有不少店里多数剧本都是盗版。”他说。

行业门槛低,市场体量大,催生了剧本杀的百亿市场。盲目开店、资金不足,也带来了鱼龙混杂的行业格局。

“店铺越小,竞争力就越低,越容易倒闭。倒闭的都是什么都不懂就一头扎进来的,被宣传‘迷了眼’,以为十分挣钱。”人行已有5年的陆哲认为,这是一个老玩家优势更明显的行业。

多位从业者认为,这个进入门槛不太高的行业,并不如想象中那

样容易盈利。在急速扩张的背后,不少秉持追逐快钱、盲目开店想法者入局,带来劣币驱逐良币的案例。

2020年初,受新冠肺炎疫情影响,剧本杀线上App迎来新一轮规模爆发,随着疫情防控进入常态化,消费者对社交游戏需求大增,线下剧本杀吸引更多加入。

“线上参与的玩家很难全身心投入,没有DM(主持人)引领,容易各说各话,让人有应接不暇之感。”玩家米勒说,资深玩家还是对线下体验更为痴迷,线上店铺经营并不乐观。

发展模式之困,让剧本杀迎来野蛮生长之后的大浪淘沙。

近日,“4月剧本杀门店倒闭数量翻倍”的话题登上微博热搜。某闲置平台数据显示,4月平台上以“倒闭了”为理由转卖剧本、道具、门店桌椅等剧本杀商品的数量较上月增长110%。

诸多乱象之下,剧本杀行业正面临激烈洗牌。而盗版频出、缺乏知

识产权保护,也在不可避免地压缩着产业的增长空间。

据介绍,剧本杀的剧本分为三类:盒装本、限定本和独家本。盒装本价格在500元左右,限定本价格在2000元左右,独家本价格在5000元左右。而作者将剧本卖给发行商获利的方式有两种,一种是“买断式”,即发行商一次性支付报酬,另一种是“分成式”,即按照销量给作者按比例分成。

作为剧本杀行业的核心,好剧本一直是稀缺品。同时,一些优质剧本却经常在网络平台上被低价售卖,有的平台上花几元钱便能买到2000多个剧本的高清电子版。

“为挣快钱,不少创作者粗制滥造,造成剧本内容同质化严重,让消费者审美疲劳。”米勒说,由于发展速度过快,剧本的隐形产业链正在冒头,“7天教你写出好剧本”“9.9元~69.9元就能买到独家剧本”的“生意”遍地都是。

看似走“捷径”式的发展,没有带来产业发展的正效应,反而消解了产业发展的新空间。