

中国沉浸式剧本娱乐行业研究报告 (2021-2022)

中国文化旅游行业协会 & 美团研究院

2022年7月



美团研究院
Meituan Research Institute

目录

CONTENTS

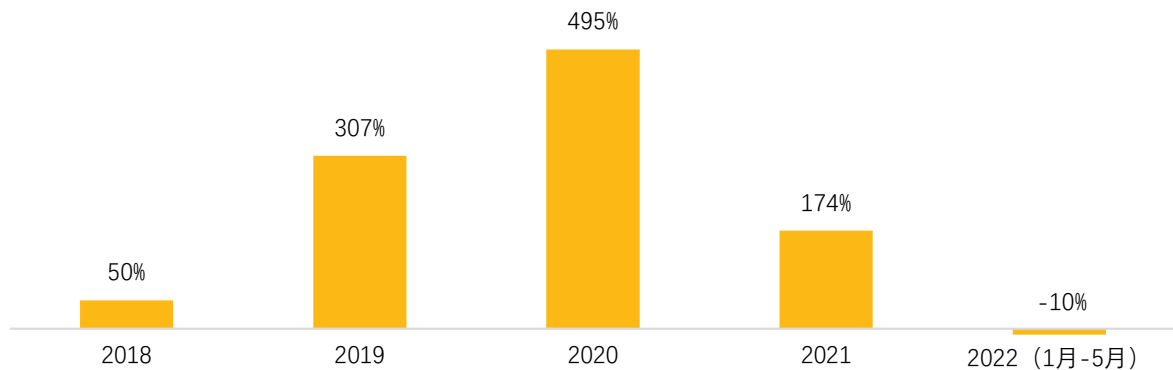
- 1 • 沉浸式剧本娱乐行业概述
- 2 • 沉浸式剧本娱乐行业现状
- 3 • 沉浸式剧本娱乐行业发展趋势
- 4 • 行业面临的问题与挑战
- 5 • 行业政策一览

沉浸式剧本娱乐行业概述

沉浸式剧本娱乐行业概述

伴随着我国经济的平稳较快发展、科学技术的不断进步、消费人群和消费观念的更替与衍变，近年来，国内涌现出了一些新的文娱消费业态。

- 以**密室逃脱类、剧本杀类**为主的沉浸式剧本娱乐发展速度快，逐步形成较为固定的消费群体，尤其得到了青少年群体的青睐，成为拉动国内文娱消费增长的重要动力。
- 沉浸式剧本娱乐行业通过**文化内容、创意设计和前沿科技**的相互融合，带给消费者从视听到交互的全方位提升，具有很强的**沉浸式体验**和**互动式娱乐**的社交属性。
- **疫情反复**让沉浸式剧本娱乐行业发展速度放缓，但也使业内工作者有更多的时间去探索、开发更多的创意设计。



2018年-2022年沉浸式剧本娱乐消费者增速 (%)

沉浸式剧本娱乐行业发展

密室逃脱类——技术主力行业迭代

业态起步

基于文字、纸质谜题和类似解密码锁的机械方式进行体验

硬件发展阶段

代码式拼装电路板、集控式机关交互系统开始得到应用，更多场景交互设计也得到专业工程师充分的技术保障

技术进一步发展

部分经营场所将声光电设备引入到密室、剧场中，使消费者身临其境地感受到画面和音效

业态融合，全面发展

密室逃脱类业态迎来稳步回暖的消费增长。文旅融合、特色体验、解谜民宿等多个方向的业态实现了融合全面发展

2012年

2012年

消费者体验提升

小型的电子设备开始应用，消费者的娱乐体验得到提升

2014年

2015-2016年

蓬勃发展阶段

真人综艺节目助推了密室逃脱类业态的发展，业态迈入蓬勃发展阶段

2016年

2017-2020年

行业转型升级

受疫情影响，行业步入转型升级、寻求突破的阶段，更多消费者开始追求服务差异化、设计多样化、体验多元化

2020年

2021年

沉浸式剧本娱乐行业发展

剧本杀类——综艺、线上平台助推行业兴起

小范围兴起

剧本杀类业态在全国小范围兴起，是一种以推理、悬疑为体验核心的小众娱乐方式。

2013年

品牌涌现，消费人群扩大

线上运营品牌涌现，消费人群扩大，剧本分发交易平台也逐步上线。真人演绎、实景搜证类经营场所初现。

2017-2019年

2016年

综艺助推，知名度提升

受综艺节目的影响，更多的消费者开始了解剧本杀类业态。

2020-2021年

快速发展阶段，产业链逐步完善

受新冠肺炎疫情影响，线上剧本杀类娱乐APP/小程序迎来流量高峰期，线上、线下共同快速发展，成为青少年群体重要的社交方式之一。剧本杀类业态逐步形成较完善的产业链。

沉浸式剧本娱乐行业的发展特征

内容创意
层次多元

场景体验
感观丰富

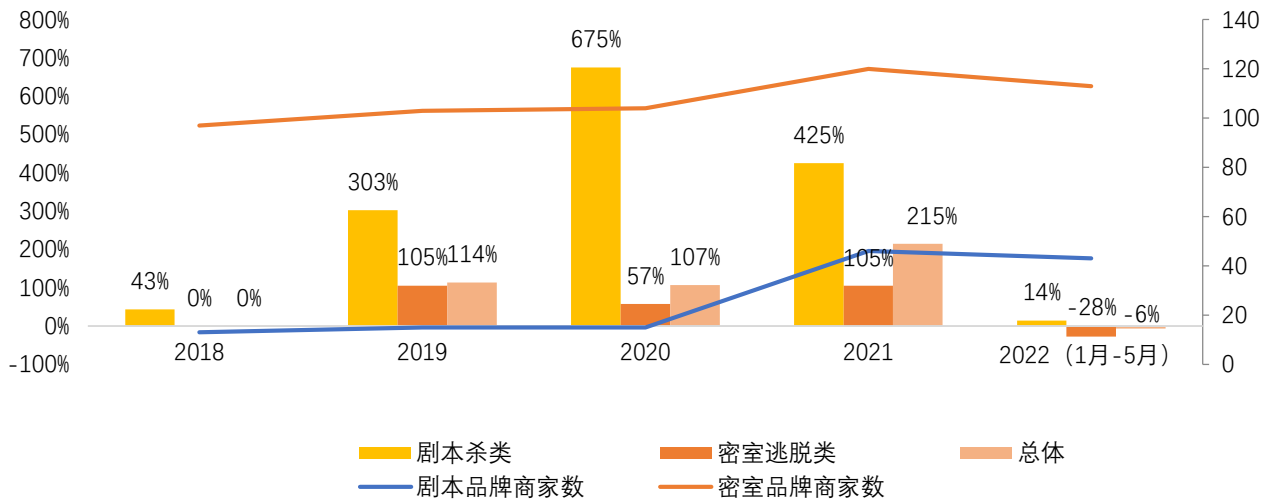
- 沉浸式剧本娱乐行业衍生于“沉浸式”的概念，因其交互形式带给消费者较强的角色代入感和体验感。
- 通过多元的创意内容和“沉浸式”的表现方式，植入于大众消费的多种休闲娱乐场景，获得越来越多消费者的接受和喜爱。
 - 从单一内容、简单互动的特定场景，演变成内容层次丰富、视听体感多方位的体验场景。
 - “沉浸式”、“交互式”、“社交化”的体验方式，有力地助推我国文旅景区、展览场馆从单纯的展示方式向内容交互方式转型。

沉浸式剧本娱乐行业发展现状

行业规模

2018至2021年沉浸式剧本娱乐行业规模快速扩大，2022年受疫情反复影响，行业发展短暂受挫

- 根据美团、大众点评数据，从2018至2021年，密室逃脱类、剧本杀类经营场所的总体数量增长幅度超过400%，沉浸式剧本娱乐行业的规模快速扩大。
- 据中国文化旅游行业协会测算，2022年行业年营业收入将从2021年的近200亿元缩减至170亿元。

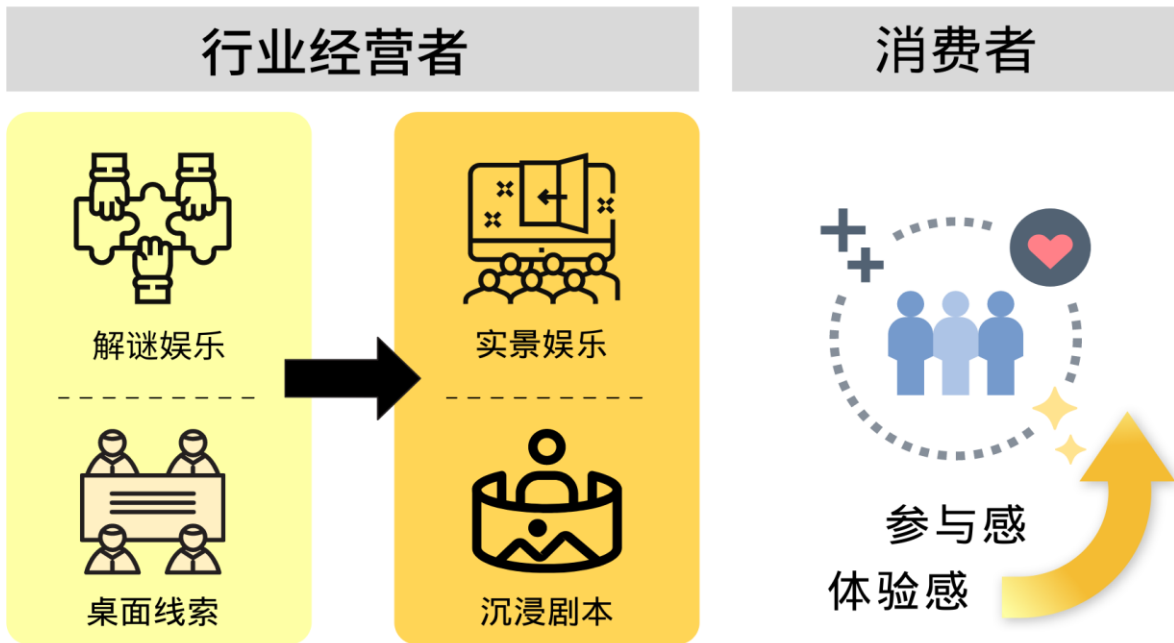


2018年-2022年 订单量增速&品牌商家数

(%)

行业规模

沉浸式剧本娱乐行业内容愈加丰富



区域特征

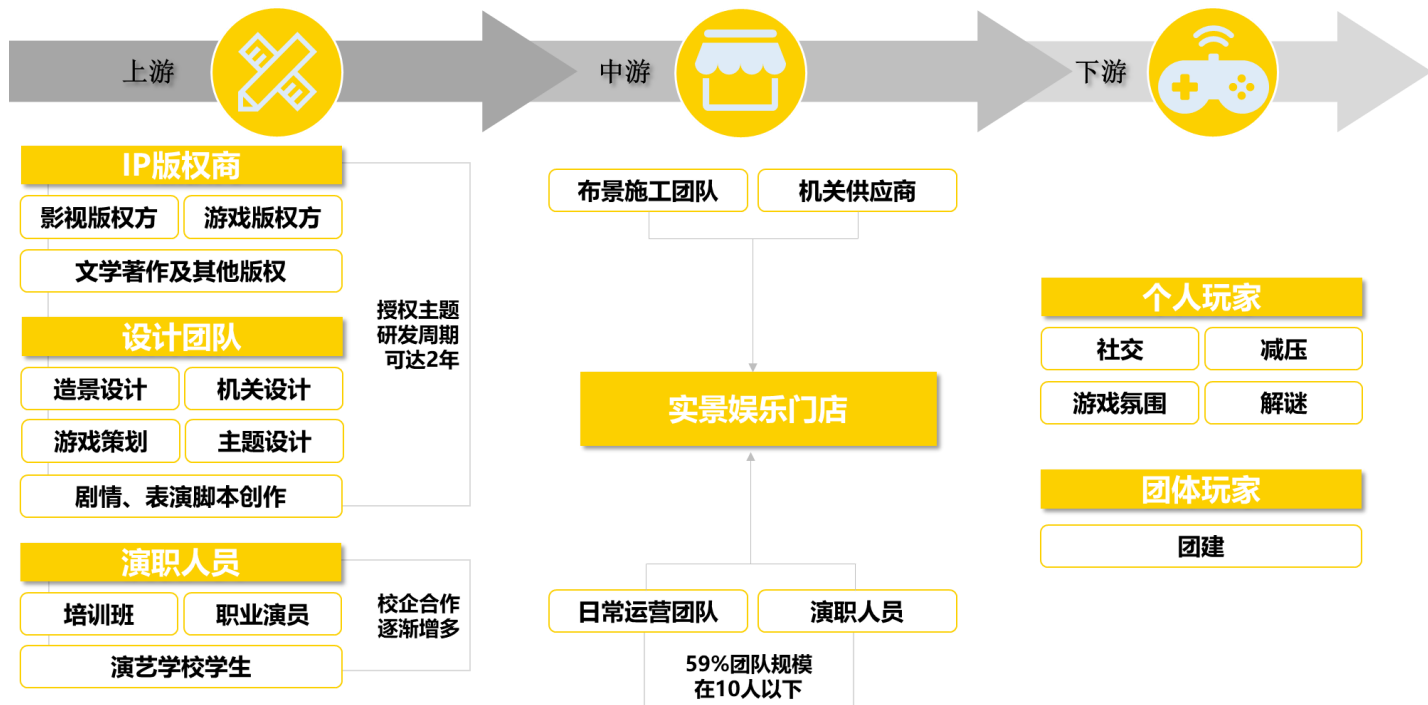
经营场所数量分布以京、沪最为集聚，成都、武汉等为第二梯队



2021年门店数量Top15的城市

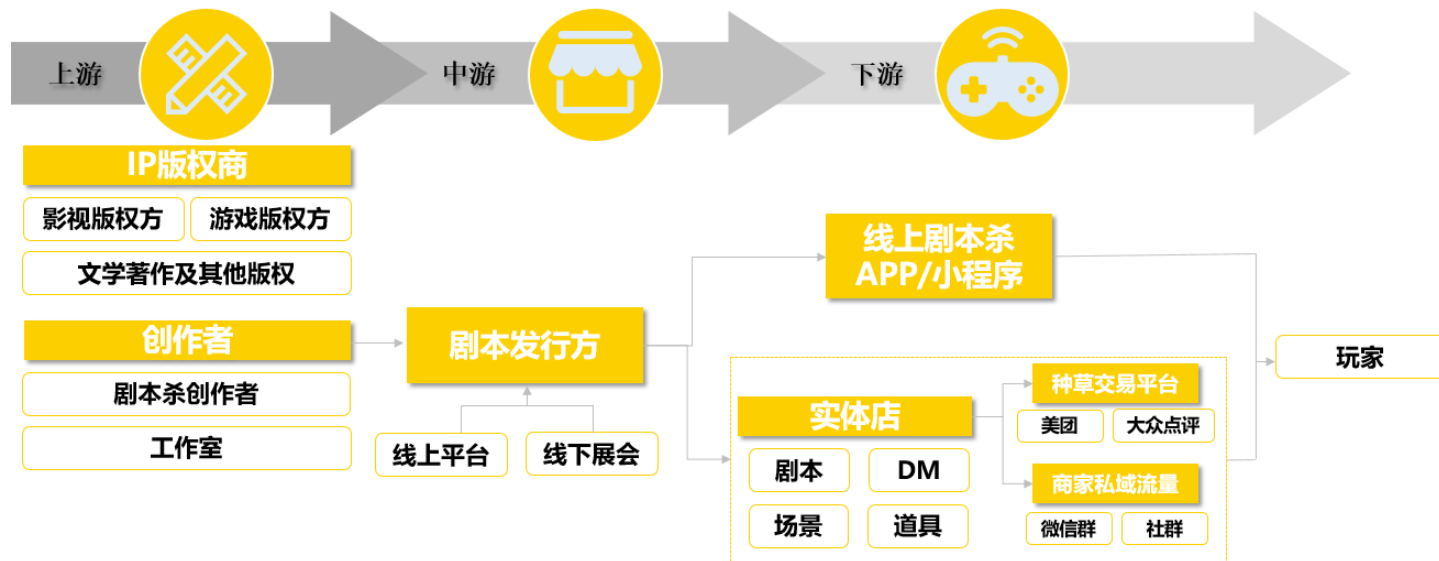
产业链现状

密室逃脱类产业链发展现状



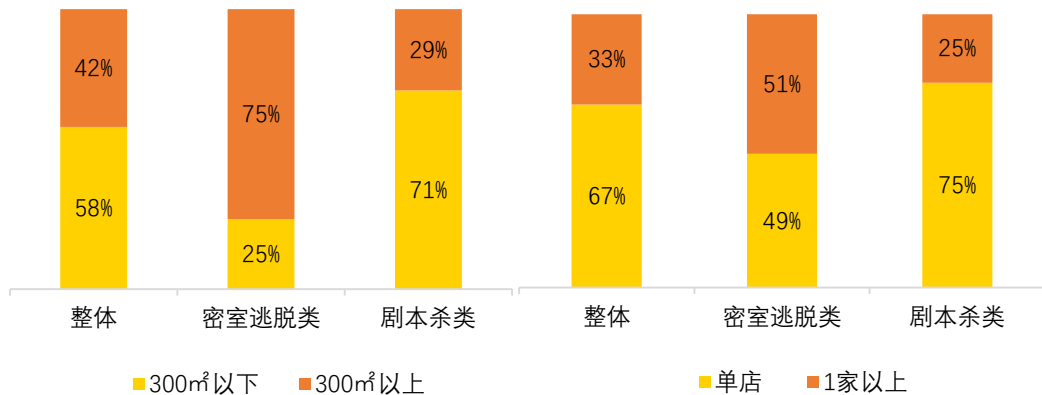
产业链现状

剧本杀类产业链发展现状

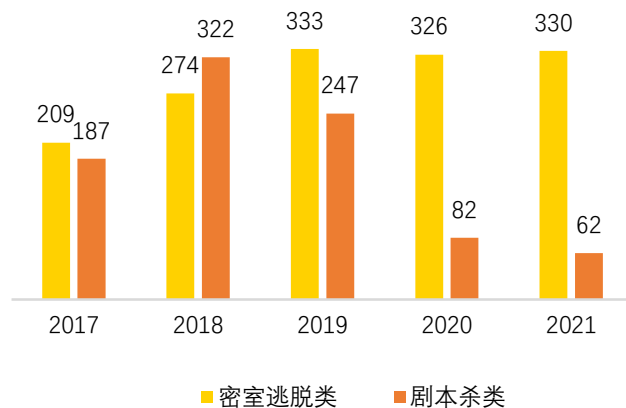


经营场所现状

密室逃脱类经营面积更大，连锁化率和消费单均价更高



沉浸式剧本娱乐行业经营场所单店平均面积&连锁化率 (%)

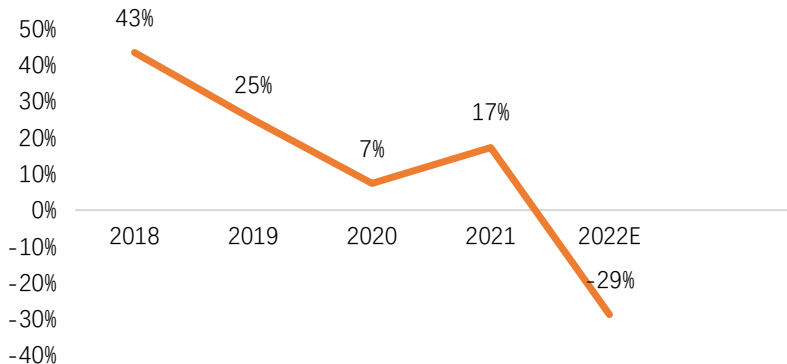


沉浸式剧本娱乐行业消费均价 (元)

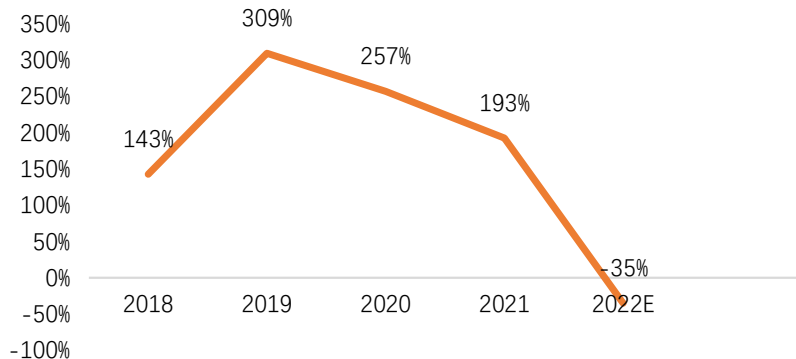
经营场所现状

行业整体线下经营场所数量激增

- 从2017年至2021年，密室逃脱类经营场所数量快速增加，增幅超过120%。剧本杀类经营场所数量暴增，增幅超过100倍。
- 2022年，随着新冠肺炎疫情在一二线城市爆发，在一二线城市高渗透的沉浸式剧本娱乐行业受到的冲击尤为显著。据中国文化产业行业协会预测，预计2022年整体经营场所数量**将有明显缩减**。密室逃脱类预测下降29%，剧本杀类预测下降35%。



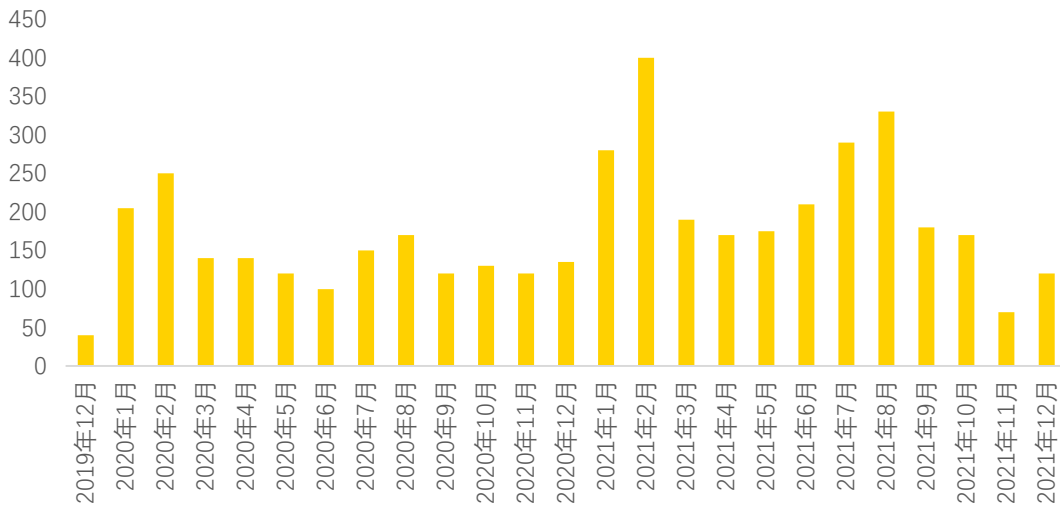
密室逃脱类经营场所增速 (%)



剧本杀类经营场所增速 (%)

经营场所现状

线上运营平台消费用户呈现井喷式的增长



2020年-2021年线上平台新增消费者数量 (万)

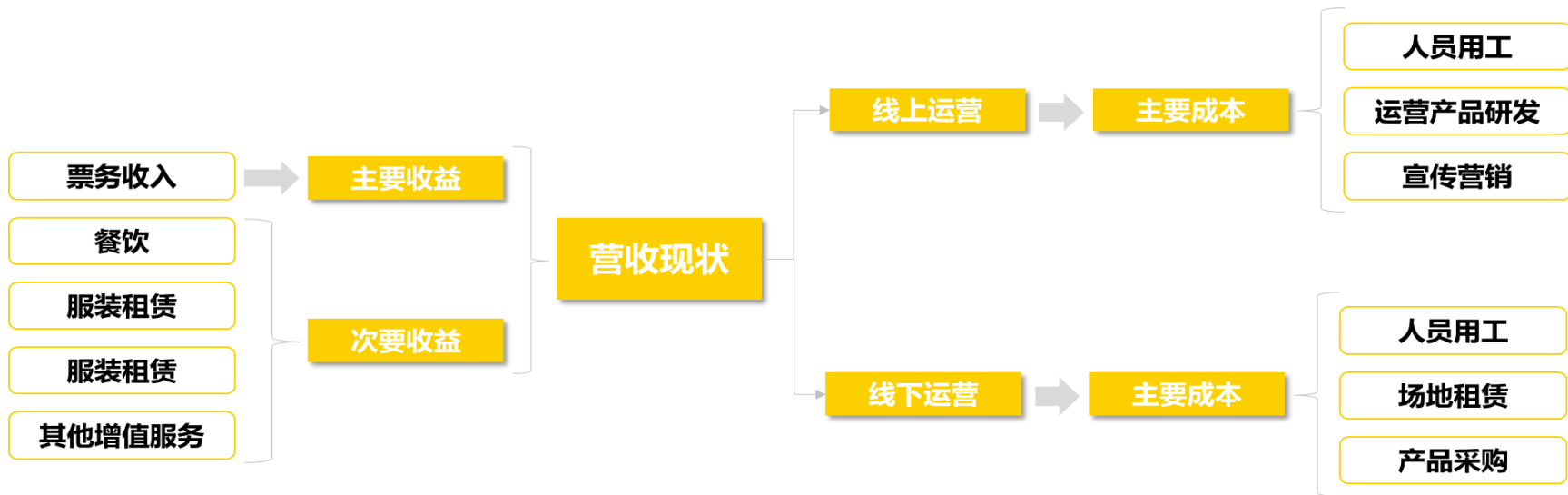
受新冠肺炎疫情影响，线上剧本杀在2020年-2021年迎来流量高峰期，平均月用户增长数量保持在170万左右，消费人群部分由线下转移线上。



经营场所现状

营收现状：经营成本高，盈利模式单一

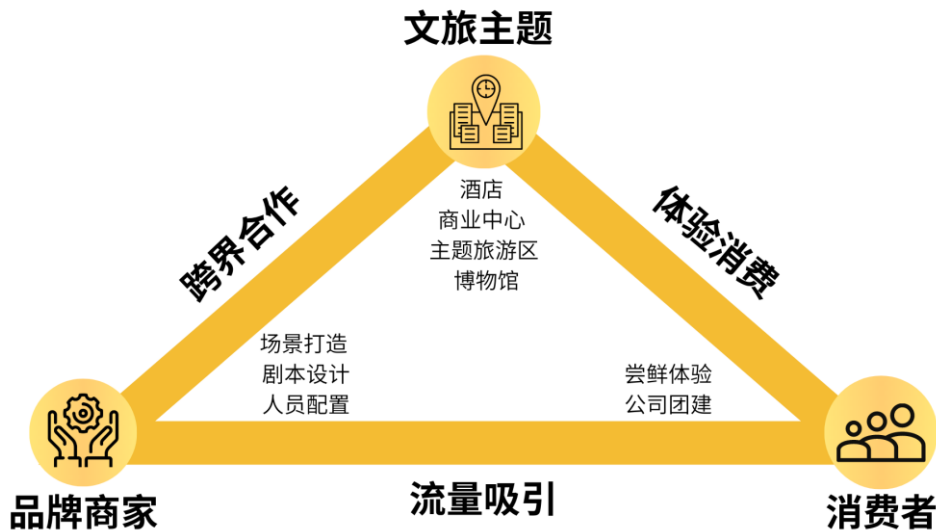
伴随着我国经济的平稳较快发展、科学技术的不断进步、消费人群和消费观念的更替与衍变，近年来国内涌现出了一些新的文娱消费业态。沉浸式剧本娱乐产业链下游分为线上、线下两个不同消费经营业态，经营成本和盈利模式也各不相同。



经营场所现状

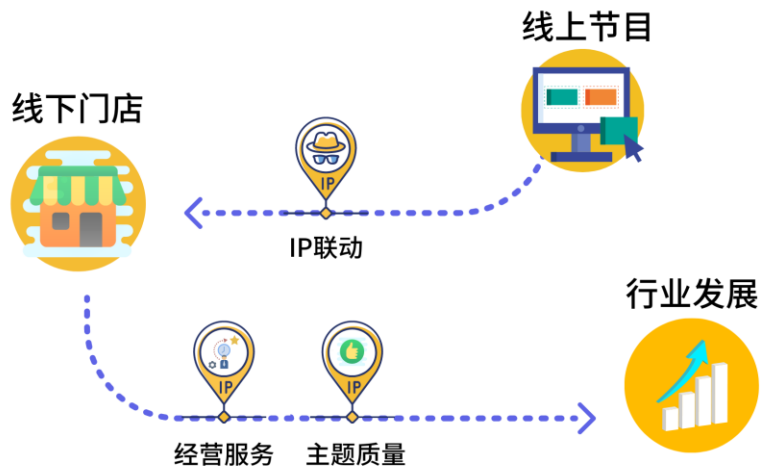
跨界合作是今后探索的发展方向

- 经营场所积极探索跨界合作，提供丰富多元、新鲜好玩的选择。“沉浸式+文旅”的合作项目初见成果，有效提升旅游消费吸引力。
- 密室逃脱类、剧本杀类为主的沉浸式剧本娱乐发展速度快，成为拉动国内文娱消费增长的重要动力。
- 沉浸式剧本娱乐行业通过文化内容、创意设计和前沿科技的相互融合，具有很强的**沉浸式体验**和**互动式娱乐**的社交属性。



经营场所现状

综艺节目影响扩大受众范围，沉浸式体验承载公益科普活动

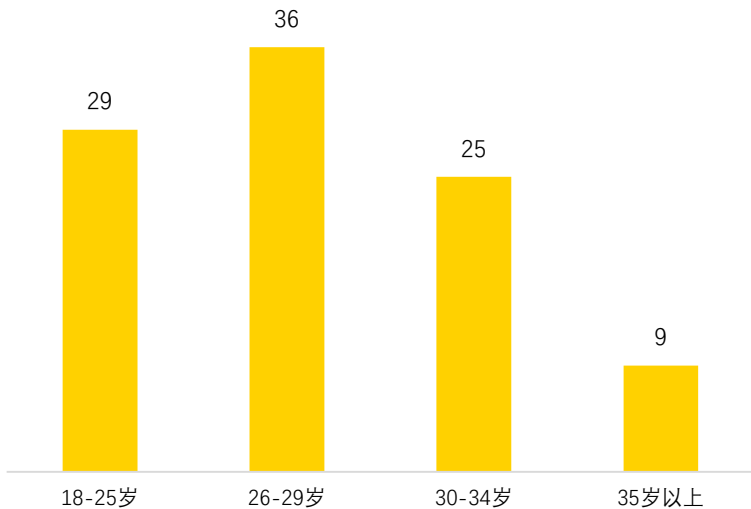


- 伴随着沉浸式剧本娱乐行业的发展，“一切皆可沉浸”的体验的内容愈发多样，通过沉浸式形式传播公益理念，使消费者获得深度的体验感。
- 探索以沉浸式体验为展现形式，涉及自然资源保护、童话的启示、理性整容、善用法律等多类主题，倡导社会主义核心价值观的正能量、科普等内容的活动更容易深入人心，如反诈宣传教育题材的优秀剧本《王诈》《杀猪》等以寓教于乐的新形式受到年轻人的高度欢迎。

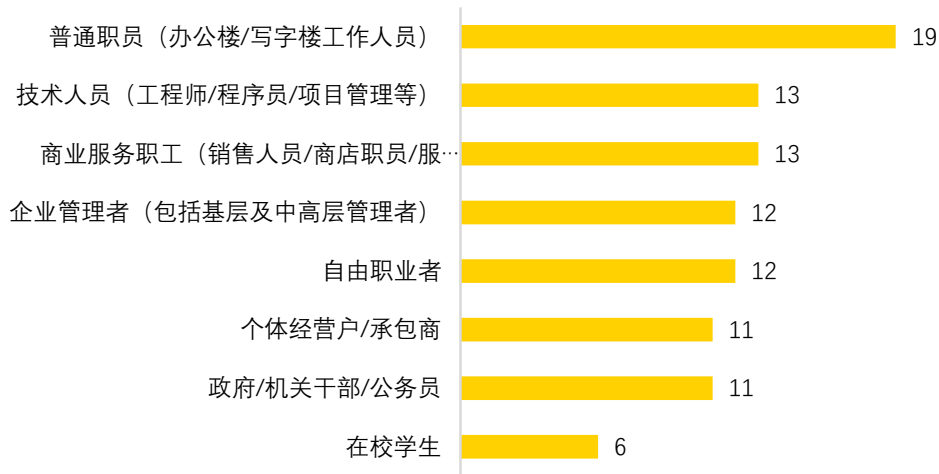
经营者现状

经营者以男性为主（占比78%），年龄在30岁以下占比达65%，入行前职业分布广泛，缺乏对口专业

- 沉浸式剧本娱乐行业的经营团队主要包括：创作编剧、场景设计、演绎人员以及日常管理运营人员等。
- 国内院校尚未设立相应专业学科，多数经营场所会通过人员招募后再组织统一培训。



经营者年龄分布 (%)

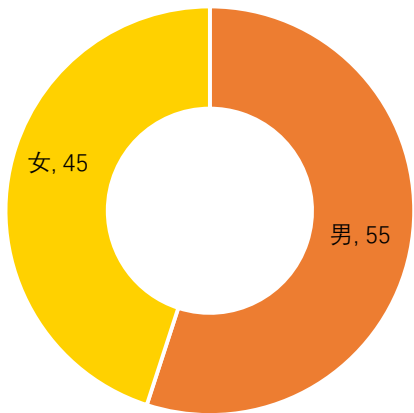


从事沉浸式剧本娱乐行业之前的经营者职业分布 (%)

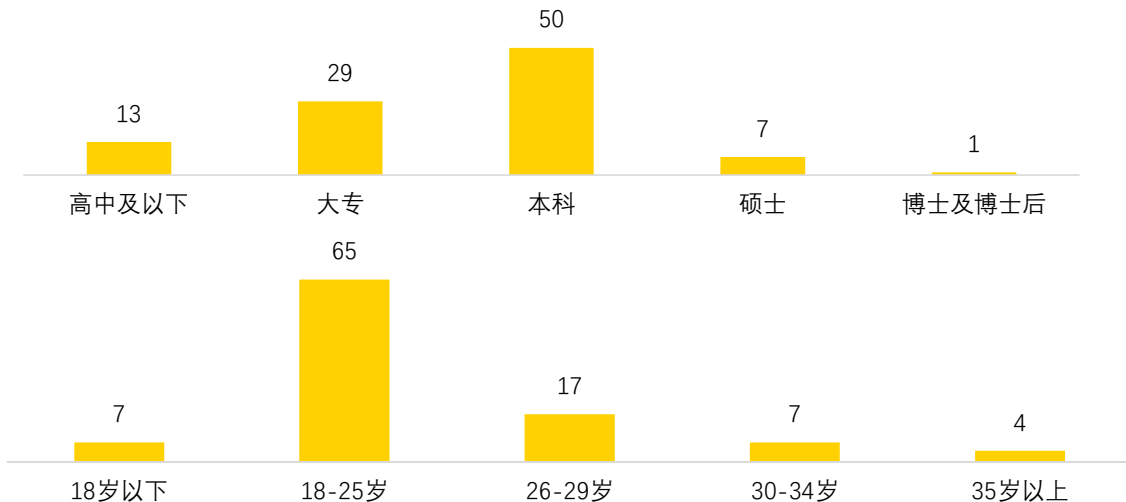
市场消费现状

消费者以青年群体为主，受教育水平普遍偏高

- 根据《青少年沉浸式娱乐现状研究报告》显示，超过七成以上的青少年消费过沉浸式娱乐产品。美团问卷调研数据也显示，通过平台消费的人群八成以上是18-29岁的青年人。
- 随着更多儿童知识科普类项目的落地，沉浸式剧本娱乐受众群体可能将进一步往低龄延伸，行业得到更多的发展空间。



消费者性别 (%)

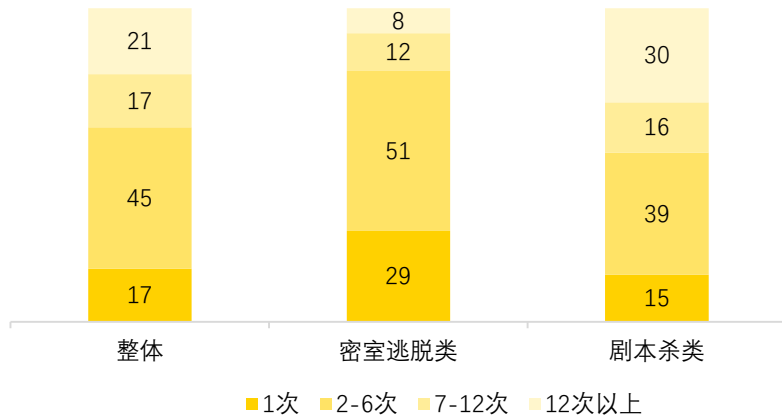


消费者学历&年龄 (%)

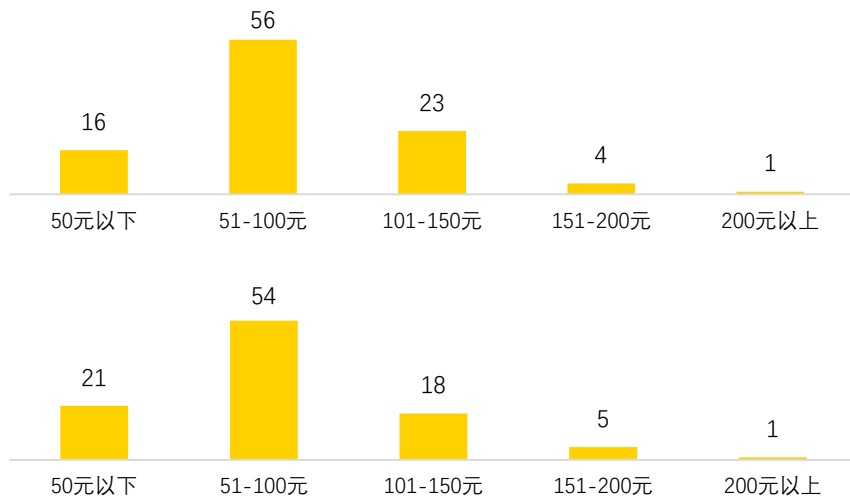
市场消费现状

消费者黏性、消费价格均较高

- 根据美团调研数据显示，消费者中消费两次或以上占83%，其中，21%消费者达12次以上（平均每月至少消费两次或以上），突显出整体消费粘性较高。
- 密室逃脱类和剧本杀类均有超过50%的消费者认为51-100元是一次体验的理想价格区间。



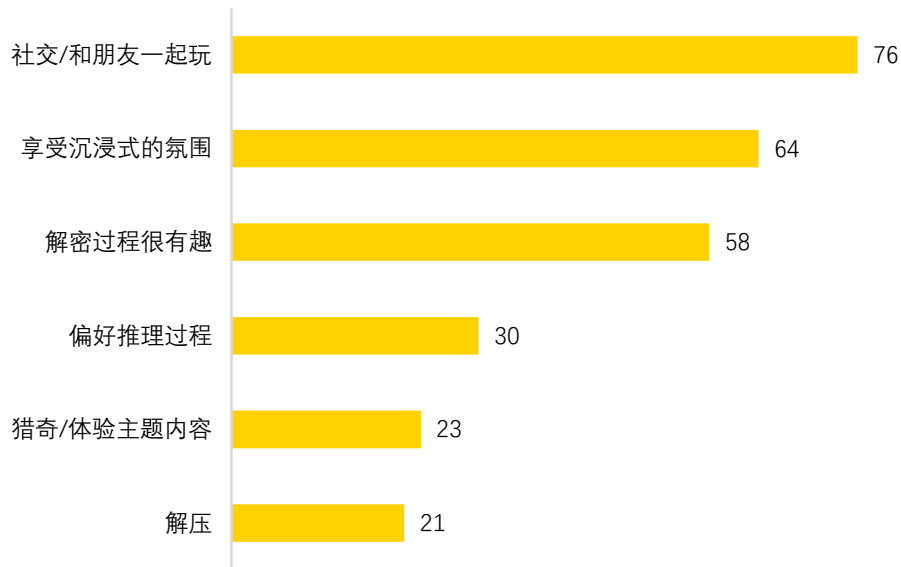
消费者近半年内消费次数 (%)



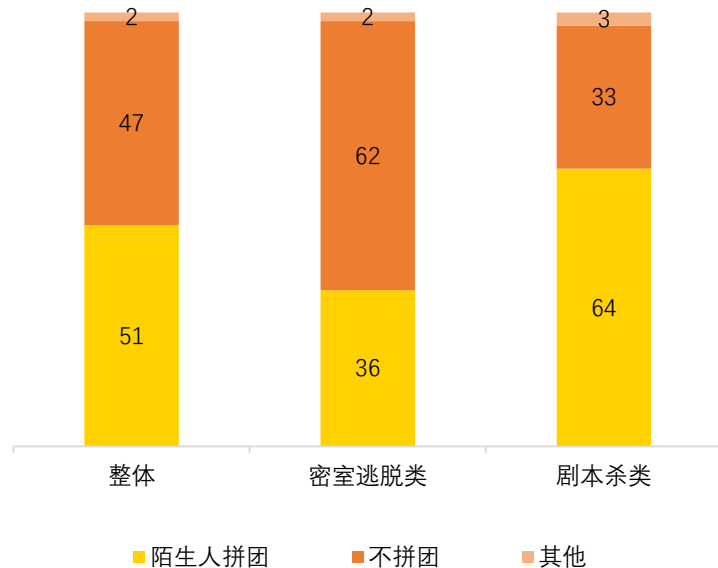
密室逃脱类/剧本杀类的理想消费价格 (元)

市场消费现状

“社交”是沉浸式剧本娱乐消费者核心诉求；沉浸式剧本娱乐消费者更倾向于陌生人拼团



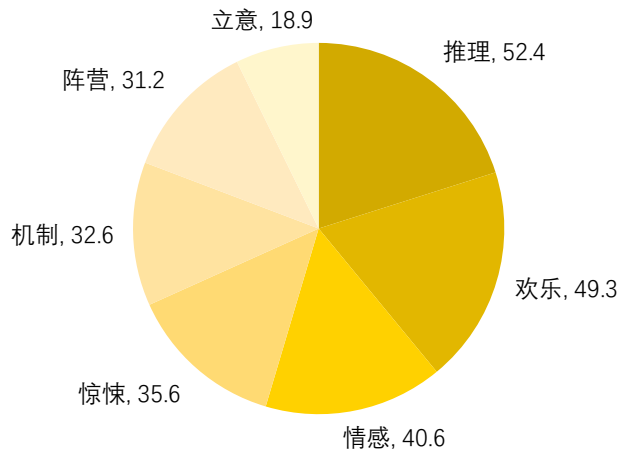
消费者消费诉求 (%)



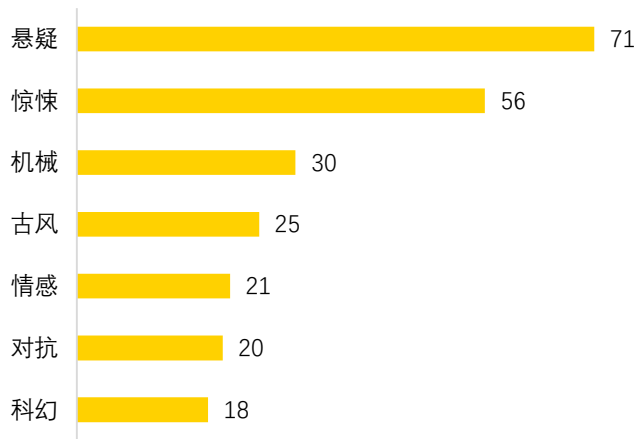
消费者倾向的订场方式 (%)

市场消费现状

推理、欢乐、情感等类型剧本倍受青睐；密室逃脱类悬疑主题更受欢迎



消费者偏好的剧本内容类型 (%)

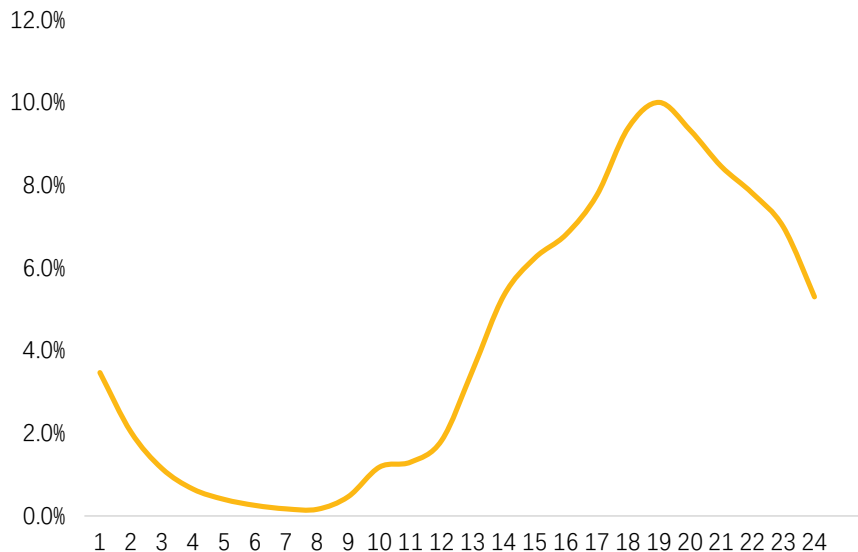


消费者偏好的密室逃脱类主题 (%)

备注：“推理本”是注重推理，以还原整体故事或找出真凶为目的的剧本；“欢乐本”是营造欢乐氛围、情节诙谐幽默，注重欢乐体验的剧本；“情感本”是通过感人的故事情节，给玩家带来情绪上释放的剧本。

市场消费现状

沉浸式娱乐行业消费呈现夜间化特征，成为城市夜间经济新业态



消费者订单消费时间 (%)



沉浸式剧本娱乐行业订单消费高峰期从14点开始持续到24点



密室逃脱类的消费者理想体验时长集中于1-2小时（占比为56%）

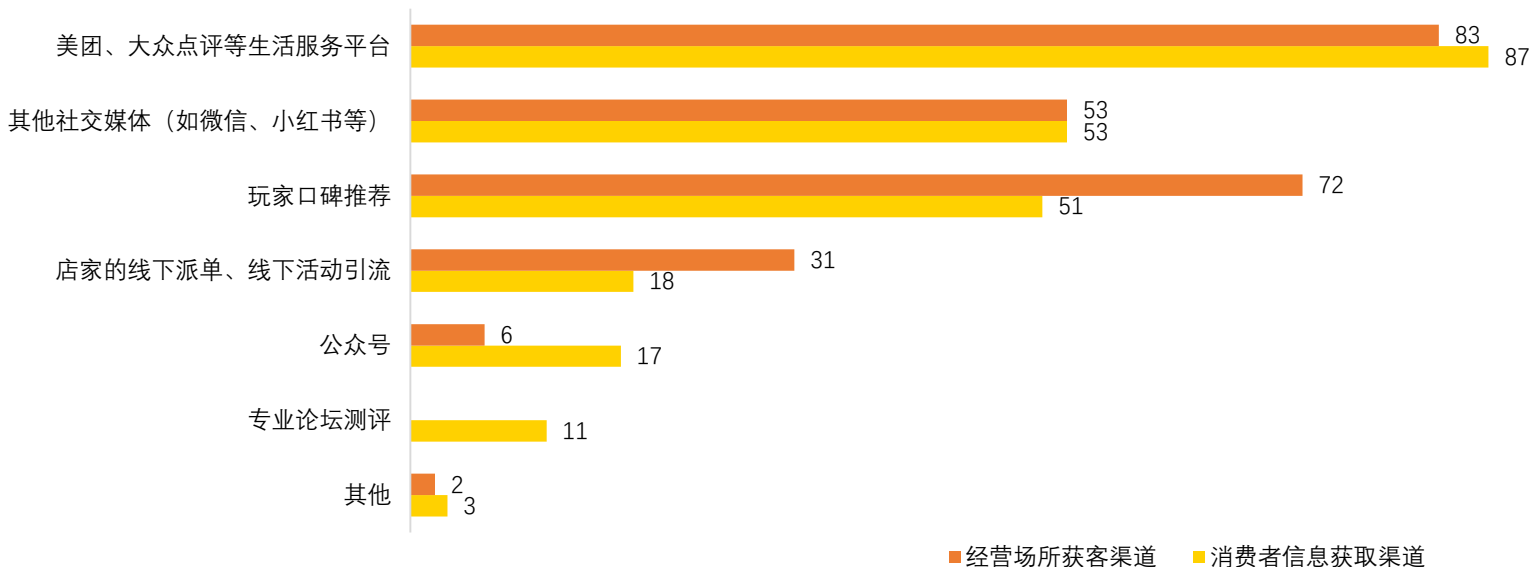


剧本杀类的消费者理想体验时长集中于2-4小时（占比为50%）

产业数字化现状

数字化营销能力不断提升，美团和大众点评成为流量的核心入口

- 各类生活服务平台、社交平台等通过数字化技术更好的串联起经营场所与消费者之间、消费者与消费者之间的信息沟通，促进经营场所提升获客能力和实现经营转化，并为消费者提供了更好的消费体验。



经营场所获客渠道&消费者信息获取渠道 (%)

产业数字化现状

剧本分发平台已颇具规模，线上剧本销售主要集中在头部第三方平台



沉浸式剧本娱乐行业发展趋势



密室逃脱类

机关设计技术水平不断提高，“闪电雷声”、“室内下雨”、“隐形衣”等创意能够得以实现。此外，机关商还可针对主题**定制化机关**，使更多天马行空式的构思能够得以落地。



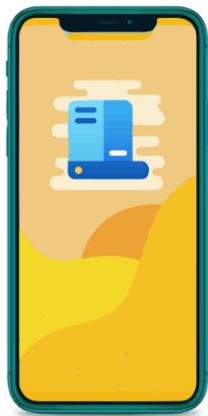
剧本杀类

头部商家积极开展多元化的主题创作，**IP联名主题**是创作的方向之一。近年IP联名主题愈加丰富，如《王者荣耀》、《阴阳师》等IP给予主题创作授权，使沉浸式娱乐行业的主题设计朝着更加多元化的方向发展。

数字科技化助力产业创新发展

线上剧本杀类APP/小程序发展火热，高科技技术为线下体验提供更强的沉浸感和代入感

- 2020年11月，文化和旅游部颁发《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》，意见中提出着力培育新业态新消费新模式，引导产业数字科技化革新与创新发展。
- 线上剧本杀类APP/小程序的注册用户数已经超过千万。
- VR/AR等技术是娱乐体验内容的重要呈现工具。



沉浸式剧本APP



单人模式
多种剧本形式
新手体验友好



文本



图片



视频

下沉市场存在较大需求空间，部分经营场所计划进行向下扩张



主题搭建

主题搭建等建设成本低，创业风险低



头部品牌

头部品牌优势显著，市场资源集中，更易快速发展

沉浸式娱乐行业消费**增速显著**，实现了线上和线下的整体增长。新的创业者愈发倾向于在**下沉市场**进行新经营场所的开发，部分头部商家也已逐步开始布局下沉市场扩张计划。未来沉浸式娱乐行业将逐渐走进下沉市场，实现新一轮的行业发展目标，为更广泛的消费者带来沉浸式娱乐体验。

行业面临的问题与挑战



内容安全

内容安全审查机制仍有待建立；
部分娱乐内容存在安全隐患，需要特别关注。



生产安全

做好安全风险无疑保障经营稳定性的关键。其中包括消防安全问题、广告宣传合规问题、经营范围问题、消费者和员工安全问题等。



未成年保护

未成年人自制力差、辨识力差，需考虑其特征，为未成年人推荐积极、健康、符合其年龄阶段的主题。应依规建立对应的、可落地的保护措施。



知识产权保护

行业知识产权问题受到官方机构和平台的高度重视，旨在推动参与整个行业产业链各方的知识产权合法权益受到保护，鼓励行业持续创新和发展。

经营者运营能力不足

经营者需培养运营管理能力，树立行业健康发展意识；经营服务需进行标准化，防止消费者体验事故。

主题创作端创新乏力 主题健康程度有待提升

主题创作端创新乏力，导致行业主题趋于同质化；惊悚主题泛滥，主题健康程度有待提升。



从业人员 职业认可度较低

沉浸式娱乐行业规模发展和尚待完善的行业规范之间的矛盾越发凸显。建立新职业标准化体系仍需摸索。

行业政策一览



文化和旅游部、公安部、住房和城乡建设部、应急管理部、市场监管总局等五部门联合发布《关于加强剧本娱乐经营场所管理的通知》，于2022年6月25日发布，首次在全国范围将剧本杀、密室逃脱等剧本娱乐经营场所新业态纳入管理。一是明确剧本娱乐经营场所经营范围为“剧本娱乐活动”，并实行事后告知性备案；二是强化剧本娱乐经营场所主体责任，明确内容管理、未成年人保护、安全生产、诚信守法经营、行业自律等五方面要求；三是明确相关部门监管职责，建立协同监管机制，形成监管合力；四是设置政策过渡期，引导剧本娱乐经营场所利用一年的政策过渡期，开展自查自纠实现规范化经营。



《上海市密室剧本杀内容管理暂行规定》于2022年3月1日正式施行，强调经营者为“第一责任人”。要求经营单位应当建立健全内容自审制度，配备内容审核人员，实施相应的技术监管措施，对经营中使用的剧本、设置的场景、提供的服装和道具等内容和活动进行自查与管理，保障内容和活动的合法性。



《辽宁省密室剧本杀管理规定（试行）》于2022年2月17日发布试行，要求密室剧本杀经营单位应当建立内容自审制度，对经营中使用的剧本、设置的场景、提供的服装和道具等内容和活动进行自查与管理，保障内容和活动的合法性。



福建省新闻出版局将剧本分为“线上”和“线下”两部分，将各种线上剧本分发平台纳入网络文学管理，将各类线下发行的剧本纳入传统出版管理，同时，将各类“剧本杀”App统一纳入网络游戏管理。



消防救援局印发《密室逃脱类场所火灾风险指南（试行）》和《密室逃脱类场所火灾风险检查指引（试行）》，明确了密室逃脱类场所的火灾风险，对开展火灾风险检查的重点内容进行了说明。要求从业单位自查自改，相关部门、单位要严查严管，确保安全。

本报告由中国文化旅游行业协会联合美团研究院共同发布。报告中提及的沉浸式剧本娱乐行业主要以密室逃脱类和剧本杀类业态为研究对象。数据来源与中国文化旅游行业协会、美团研究院以及问卷调研数据。