

## 创业故事



剧情已经结束良久，吴沁手里的纸巾还是一张又一张被浸湿，她没办法控制自己的眼泪。身边的同伴也一样，不是瘫在椅子上神游，就是在低声抽泣。读到这里，你能联想到什么？没错，这是一群“演员”的游戏。用一个剧本体验一段故事、一种人生。从三国杀、狼人杀，再到如今的剧本杀，线下潮流娱乐方式经历了多轮更迭。对玩家来说，当下剧本杀能火多久？会不会被另一种新型娱乐方式替代？无人知晓。但如果能，在故事中一边“游历人生”一边赚钱养家，这个答案无疑就是剧本杀。

## 你我皆是“剧”中人

“我在剧本中，经历了另一个人的一辈子，看到了另一种世界的角度，这个剧本中角色的人生经历和自己曾经的经历如此相似，那些尘封心底的遗憾和千丝万缕的情绪，一下涌上心头，眼泪一时没控制住……”作为一个剧本杀玩家，吴沁热衷于从各个剧本中体验不同角色的人生，这让她感受到了另一个世界。也正是因为喜欢玩剧本杀，吴沁2018年底在青岛崂山区海龙路附近开了一家线下剧本杀店，将自己的爱好变成了工作。

据美团统计，截至2020年底，全国剧本杀相关实体店已突破30000家。在产业分布层面，以剧本杀、密室逃脱为代表的沉浸式业态目前也从一线城市下沉至二三线城市。剧本杀，正在成为年轻人偏好的线下潮流娱乐方式。据艾媒咨询的分析数据，在2021年上半年中国消费者偏好的线下潮流娱乐方式中，剧本杀以36.1%排名第三，仅次于看电影(38.3%)和运动健身(36.4%)。同时，在艾媒最新数据显示，主要的剧本杀用户年龄为26—40岁，贡献了超过75%的玩家占比。正是因为剧本杀的火热，吸引了众多创业者入局剧本杀。

记者采访了位于市北区埕口路附近“幻世推理社”线下剧本杀店创业者马正文，他表示：“很多创业者开设剧本杀实体店前，基本都是资深剧本杀玩家，对剧本杀有充分的了解以及热爱。”同时工作多年，有一定的积蓄，足以承担前期开店成本。90后资深剧本杀爱好者露露，经营着自己的一家名为“月光探案馆”的剧本杀实体店。她向记者坦言：“投资开设一家实体店，主要花费在房租、装修、采购剧本和人员成本等方面。剧本是一家线下剧本杀店的核心。为了抢购一个好剧本，在展会上时常出现抢剧本的场景，都看习惯了。”露露表示。尽管国内行业剧本杀蓬勃生长，但作为近几年才发展起来的新兴行业，当前剧本的产量与质量参差不齐，这也就导致在剧本杀展会上，各大城市的剧本杀创业者会为了一个好剧本互相“厮杀”。

## 入“剧”花费近百万

几年前，对每天两点一线上班生活状态不满意的吴沁，在朋友们的带动下逐渐成了线下剧本杀游戏的常客，几乎玩遍了整个青岛的剧本杀店。正是从那时起，她的脑海中不定时浮现出自己开一家剧本杀店的念头。2018年2月，吴沁在家人和朋友的支持下开设了剧本杀店。

此前，有朋友提醒吴沁：“别觉得开一家剧本杀店很容易，表面上好像是和客人一起玩游戏，但背后每天的房租水电，而且采买剧本和运营管理也很消耗精力。”然而吴沁依然下定决心做这件事，她快速选定了门店地址。她的选址逻辑是：“剧本杀有聚集效应，可能大家知道剧本杀店在台东、中联广场等商业圈附近居多，但这样的店普遍比较同质化，只要我店里剧本质量足够优越，演艺效果也过关，就算脱离了聚集圈，剧迷也能闻香而来。”说干就干，吴沁很快在崂山区海龙路附近租下了一个200多平方的门店，地处非闹市区，开辟了6个风格迥异的房间，包括中式、日系、欧式古堡、古代宫廷等多个场景。在房租、装修这项支出上，她花费了50万元。“另外的一项重要支出就是采购剧本。除非对一个剧本特别喜欢，同一个玩家一般不会两次体验一个剧本，所以需要不断更新采购，我开店就花了十多万元买剧本。”吴沁表示，算下来，开一家线下剧本杀店的成本，主要花费在房租、装修和采购剧本三大项，再加上人员成本和日常物料，前期投入将近100万。相比之下，吴沁在北京开剧本杀店的朋友琳琳就没那么幸运了。去年，琳琳的剧本杀店就已经装修完毕，但无奈遇到了疫情反复，门店时常处于开店闭店的状态。在不断开店闭店中，琳琳艰难坚持到了现在。由于运营良好，她的店终于成为当地年轻人的聚集地。琳琳算了一笔账，从去年到现在，按照每场游戏6人，人均花费110元计算，她投资的60万开店成本已经赚回来了。

## 人局

## 剧本杀

## 投资百万、疯抢剧本、陪玩家通宵……剧本杀创业者在故事中体验各色人生



剧迷们在剧本杀中体验各色人生。

## 【分析】 如何经营剧本杀实体店？

对剧本杀店家而言，赚钱当然是开店的首要目的，一般赚钱盈利的过程分为三阶段：一、有人知道你开了店；二、周末满场；三、非周末和周末满场。当店家达到第三阶段时，意味着这家剧本杀店的盈利能力已经到达了高峰期，并在当地已经积累了相当的口碑和影响力。这时店家可以考虑开分店了，不论开多少家分店，都要注意店内的任何细节都会因为用心而成为用户体验的加分项，反之，别的店做到了而自己没有，自然会成为你的减分项。

抓住流量机会是经营好线下店的关键，其中最大的机会要数“溢出流量”，比如该区域内共有3家剧本杀店，共15间房，最大接待能力120人。但某一天这个区域内出现了150位玩家，那么多出来的30名就是溢出流量。一旦溢出，则会出现区域内随机分布，这就是机会。所以首先了解以门店为中心，5公里范围内的未知流量分布和构成，明确1公里内是否有溢出流量，自己的店铺是否有承接溢出流量的空间。其次，搞清楚到店玩家哪些是绝对私域、相对私域和公域。

对于绝对私域，一定要控制好信息差，不断影响他对你的认知，勤沟通、勤推荐、勤邀约，尽可能地解决外部信息对其产生的干扰，防止绝对变相对。对于相对私域，维护的重点是门店体验差异化。要持续关注门店周围5公里内的店面动向，做到人无我有，人有我优，人优我廉。这样才能不断为自己的门店增加“战斗武力值”。



剧本杀店里的房间布局。

## 为抢剧本“不择手段”

由于各个城市的剧本杀门店已然如雨后春笋般冒出来，竞争压力让吴沁睡不着觉。开店之初她是本着“好剧本”的原则开店，但如今她发现，想抢到好剧本不容易。“剧本杀的核心在于剧本，经过作者的创作改编，优质剧本能够让玩家有‘意料之外’的新鲜感和震撼感。对线下剧本杀实体店来说，优质剧本更是决定一家剧本杀门店生死存亡的关键因素。”吴沁告诉记者，为了拿到好剧本，很多剧本杀店主会在剧本展会上，为抢得一个优质剧本“不择手段”。有时候还会像星探一样，全国各地搜罗剧本写手，一旦发现好苗子，立马重金下单预订，否则就会被别人抢走。在剧本杀行业，剧本分为盒装本、城限本和独家本。盒装本价格大多在几百元，制作水平良莠不齐，剧情重复的情况很普遍。城限本、独家本才是一家剧本杀店软实力的象征，但通常城限本一座城市只有三家店会有，商家购买价格在2000元左右，独家本则是一座城市只有一家店才有，价格在4000元到5000元。去年10月，吴沁在一个剧本展会上，看中了一个有关青春校园的剧本，但她下手晚了一步，当时这个剧本作为城限本，已经被当地其他三家剧本杀店拿下了。但吴沁不死心，为了能够拿下这个剧本，她不眠不休地与作者磨，最后征得多家下单老板同意，把剧本拆成三份，吴沁终于拿到了想要的剧本。

## 幕后

## 主持人，剧本杀关键人物

清晨5时45分，望着天边还未绽放的朝霞，吴沁发了一条“日常工作，天亮回家”的朋友圈。这已不是吴沁第一次遇到玩通宵本的玩家。对线下剧本杀店来说，周末一般是人流高峰期，但工作日人流量骤然减少，如何提高工作日的客流，成为困扰大部分线下剧本杀店家的难题。为了提高工作日的场次，大部分线下剧本杀店都会开到深夜，甚至提供通宵本供客人游戏。记者采访的多位线下剧本杀店家表示，只要主持人身体状况允许，都会尽可能满足客户玩通宵本的要求，但不会刻意宣传或鼓动客人玩通宵本，毕竟那样不管对客人还是主持人，都会影响身体健康。吴沁表示：“主持人是一场剧本杀游戏的关键人物，要是主持人状态不好，整个游戏体验也会大打折扣。”

马正文向记者坦言：“一位优秀的剧本杀DM（主持人），需要极为全面的技能，既需要善于言谈，更要对剧本有着深刻理解，还要能在游戏过程中把握节奏，适时带动玩家情绪。可以说，一场优质的剧本杀体验，绝不是主持人念念旁白随意带节奏就行，而是要注意每个细节，针对不同剧本也要有不同的说辞。”吴沁表示，她会要求DM特别注意用词等细节，“比如在解放年代的剧本中，主持人绝对不能出现微信等字词，只能说书信；在古代的剧本中，警察只能称作是捕快；民国剧本中，百姓对士兵的称谓是老总。”也就是说，在什么年代的剧本中，主持人应该遵循该年代的用语，进而在不知不觉中带动玩家进入该年代。多位剧本杀店家表示，优秀的剧本杀主持人，甚至可以在一场剧本杀游戏中影响60%的游戏体验。正是因为主持人在剧本杀游戏中的重要性，甚至会出现玩家不跟店走，只跟主持人走的情况。除了主持人，剧本的重要性不言而喻。通常情况下，店家从展会上抢回来的剧本，基本都会进行二次改编，以带给玩家更好的游戏体验。

本版撰稿摄影 观海新闻/青岛早报记者 钟尚蕾