

2022年中国剧本杀行业产业链分析

2022 China Murder Mystery Game Industry Value Chain

2022年中国マードーミステリー産業チェーンの分析

报告标签：沉浸式剧本娱乐、推理游戏、体验式消费

主笔人：吴金翼

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

摘要

剧本杀，又称谋杀之谜，是玩家进行角色扮演，代入角色体验和推理的游戏。剧本是剧本杀的核心要素，决定了剧本杀的游戏体验。剧本发行商作为剧本杀产业链上游，为剧本杀行业输出剧本创作内容，带动剧本杀行业发展。因此，剧杀发行商的剧本发行质量是剧本杀行业的核心价值体现。剧本杀独特的沉浸式娱乐体验可以迅速拉近玩家间的距离，有76%的剧本杀消费者表示是和朋友一起玩剧本杀。剧本杀自带的社交属性受到了当代年轻人的欢迎，有65%的剧本杀消费者的年龄区间在18至25岁，剧本杀已成为这些年轻人的主要社交方式之一。剧本杀玩家可以在各种剧本杀的组局中认识新的朋友，拓展自己的社交圈，有64%的剧本杀消费者表示有过和陌生人一起玩剧本杀的经历。以剧本杀结识的消费者大多对某一风格、类别有着共同的兴趣，他们因剧本杀而组成同一社群，可以在其中找到自己的价值和情感归属，从而对这种社交方式产生依赖感。因此，剧本杀消费者有较高的消费频次，有85%的消费者在6个月内消费了多次剧本杀

■ 剧本发售的不同之处

剧本的发售分为三种形式：独家授权本、城市限定本和盒装本。独家授权本指的是一个城市限定一家店拥有的剧本，这种剧本因为稀缺性和独占性，市场价格在3,000至8,000元。城市限定本只有每个城市指定的少数门店可以购买，价格在1,000至3,000元。盒装本则是无差别发行的剧本，价格普遍在1,000元以内。线下展会一般以独家授权本、城市限定本为主，而线上分发平台则以盒装本为主

■ 剧本发行商正扩大其在产业链中的影响力

剧本杀产业链尚未成熟，上游剧本发行商在打造剧本内容创作平台的同时，尝试整合剧本杀产业链资源。以空然新语和FB谋杀之谜为代表的剧本发行商已开始布局中游的剧本发售渠道和剧本杀实体店。空然新语的“本PLUS”线下展会品牌通过向剧本杀实体商户提供促销独家授权本、城市限定本、主持人培训等活动，提升空然新语在剧本杀行业内的品牌影响力。FB谋杀之谜则通过品牌加盟店的形式渗透中游剧本杀实体店。FB谋杀之谜体验馆项目包含人员培训、店面设计等服务，FB谋杀之谜通过收取加盟费用营收

■ 线上分发平台正拓展其B端业务

黑探有品、剧世界等线上分发平台，通过链接作者、发行商、门店，解决剧本杀行业内信息不对称的痛点。除了提供剧本信息和购买渠道外，部分线上分发平台为剧本杀实体商户提供更为广泛的服务。以黑探有品小程序为例，黑探有品不仅可以让剧本杀商户购买剧本、查看热销剧本，还集成了剧本主持人培训、门店系统、线下展会票务等一站式服务

目录

◆ 名词解释	-----	06
◆ 剧本杀行业产业链图谱	-----	07
◆ 剧本杀行业产业链上游	-----	08
• 剧本发行商	-----	08
• IP版权方	-----	09
◆ 剧本杀行业产业链中游	-----	10
• 剧本杀市场	-----	10
• 剧本发售渠道提供方	-----	11
• 剧本杀实体店	-----	12
• 线上剧本杀APP/小程序	-----	13
◆ 剧本杀行业产业链下游	-----	14
• 消费者画像	-----	14
◆ 剧本杀行业企业推荐	-----	17
◆ 方法论	-----	19
◆ 法律声明	-----	20

Contents

◆ Terms	06
◆ China Murder Mystery Game Industry Value Chain Overview	07
◆ China Murder Mystery Game Industry Upstream	08
• Script Publisher	08
• IP Copyright Owner	09
◆ China Murder Mystery Game Industry Midstream	10
• Murder Mystery Game Market	10
• Script Release Channel Provider	11
• Murder Mystery Game Store	12
• Online Murder Mystery Game	13
◆ China Murder Mystery Game Industry Downstream	14
• Consumer Portrait	14
◆ China Murder Mystery Game Company Profile	17
◆ Methodology	19
◆ Legal Statement	20

图表目录

◆ 图表1：剧本杀产业链图谱	07
◆ 图表2：剧本杀消费者的心理价位区间，2021年	07
◆ 图表3：消费者6个月内消费剧本杀的次数，2021年	07
◆ 图表4：独家授权本、城市限定本以及盒装本的对比	08
◆ 图表5：部分IP改编剧本案例	09
◆ 图表6：剧本杀相关订单量及门店量增速，2018-2021年	10
◆ 图表7：沉浸式剧本娱乐企业数量，2018vs2021年	10
◆ 图表8：剧本发行至发售的业务模式	11
◆ 图表9：剧本杀实体商户的经营情况，2021年	12
◆ 图表10：主流线上剧本杀APP/小程序的对比	13
◆ 图表11：剧本杀消费者性别占比，2021年	14
◆ 图表12：沉浸式剧本娱乐消费者年龄占比，2021年	14
◆ 图表13：消费者青睐的剧本类型，2021年	15
◆ 图表14：剧本杀消费者的消费诉求，2021年	15
◆ 图表15：消费者选择剧本杀实体店的决策因素，2021年	16
◆ 图表16：空然新语的战略布局	17
◆ 图表17：小黑探的战略布局	18

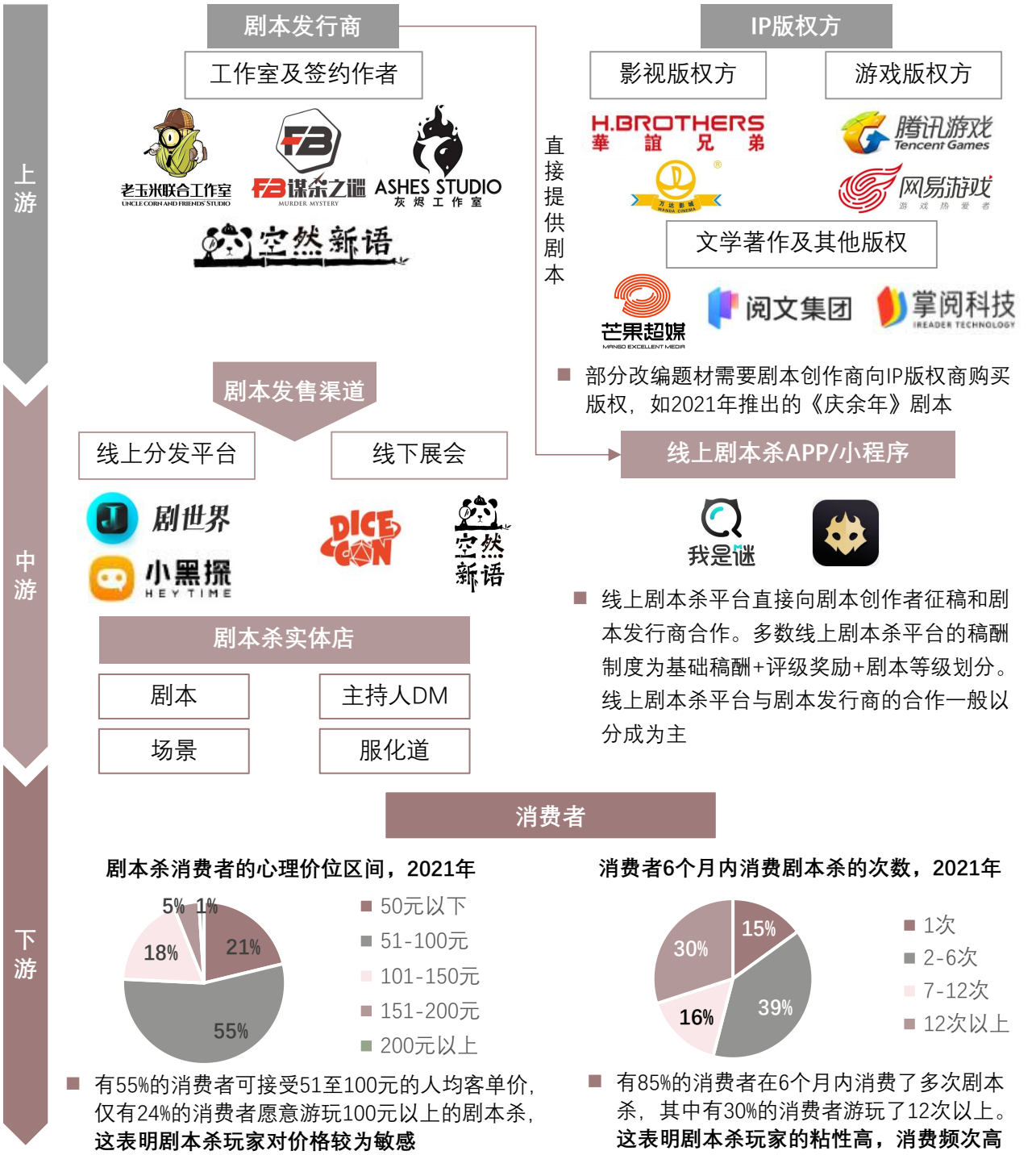
名词解释

- ◆ **IP (Intellectual Property)** : IP又称知识产权, 是文学、影视、动漫、游戏等作品的统称
- ◆ **DM (Dungeon Master)** : 在剧本杀游戏中一般称之为主持人, 在剧本杀里的dm的作用至关重要
- ◆ **NPC (Non-Player Character)** : 剧本杀里的NPC指的是真人扮演的服务型角色, 为剧本杀玩家推动游戏剧情
- ◆ **KOL (Key Opinion Leader)** : 指在特定领域拥有影响力的人物
- ◆ **SaaS (Software-as-a-Service)** : 即通过网络提供软件服务

剧本杀行业产业链图谱

剧本杀发行商创作剧本内容，通过线上分发平台和线下展会向剧本杀实体商户发售剧本。线上剧本杀APP/小程序绕过剧本发售渠道提供方，向剧本创作者和工作室征稿

剧本杀产业链图谱



来源：中国文化传媒有限公司，头豹研究院编辑整理

■ 剧本杀行业产业链上游——剧本发行商

剧本发行商剧本发售有三大类型，分别为独家授权本、城市限定本、盒装本。独家授权本的售价、创作时间和创作成本均为最高。部分剧本发行商布局中游产业链，提高品牌影响力

独家授权本、城市限定本以及盒装本的对比

发售分类	类别界定	线下剧本 售价（元）	线上剧本 售价（元）	作者创作所 需时间	创作成本 （万元）	销量预估
独家授权本 （独占）	每个城市只能有一家剧本店购买，独家授权剧本通常包含服装、道具	3,000至 5,000	2,590至 5,888	约4至6个月	15至20	50至200本
城市限定本	每个城市限定购买门店数量，一般为3至5家门店	1,000至 2,888	6,88至 3,888	约3个月	10至15	100至900本
盒装本	每个城市有正规营业资格的剧本店均可以购买	258至688	199至650	约1个月	5至10	500至15,000 本

*线上剧本售价参考黑探有品已售10本以上的剧本价格，且不包含活动价格

■ 剧本发行商集剧本创作和发行于一体，剧本的质量是其核心竞争力

独家授权本的利润较低，但是游戏时长较长，剧情内容更为丰富，是提升剧本发行商口碑的关键。城市限定本和盒装本的利润较高，是剧本发行的主要盈利来源。决定剧本销量的主要因素是剧本自身的剧情和创作质量。因此，**剧本创作团队和剧本质量**是剧本杀发行商的核心竞争力，剧本发行商通过剧本创作团队已有的内容创作能力和经验建立内容壁垒，以确保剧本实现盈利。城市限定本的创作周期近3个月，创作成本在10万至15万元，而独家授权本的创作周期为6个月左右，创作成本在15万至20万元。剧本发行商对旗下签约的作者的剧本版权采用买断或分成两种购买方式。剧本发行商从剧本创作者买断剧本版权的费用在2,000至20万元不等，跟头部作者则普遍采用分成合作的方式，头部作者可获得20%至50%左右的剧本营收

■ 上游剧本发行商开始向中游渗透

部分剧本发行商已开始布局中游的剧本发售渠道和剧本杀实体店。2020年，剧本发行商空然新语打造了自有本PLUS线下展会品牌，组织剧本杀主持人免费培训、独家授权本、城市限定本促销等活动，与自媒体和剧本杀KOL建立合作关系。空然新语凭借本PLUS线下展会品牌，打通了剧本线下发售渠道，并直接触达剧本杀商户和媒体，提高了品牌影响力。此外，剧本发行商FB谋杀之谜向中游剧本杀实体店布局，推出了体验馆加盟店模式，已有30余家剧本杀实体店加盟。FB谋杀之谜体验馆通过帮助加盟店培训人员、店面设计、提供剧本等项目获得营收

来源：中国文化和旅游行业协会，企业官网，专家访谈，头豹研究院编辑整理

剧本杀行业产业链上游——IP版权方

庞大的粉丝群是IP改编剧本的优势所在，基于原IP的影响力，剧本发行商可吸引更多的剧本杀商家关注和订购。剧本发行商和IP版权方的合作可为剧本杀和IP作品互相宣传，实现共赢

部分IP改编剧本案例



《庆余年——夜幕》
发售类型：城市限定本
发售价：2,588元
IP名：《庆余年》
IP版权方：阅文集团
剧本发行商：夜归人工作室
改编类型：文学改编



《庆余年》
发售类型：盒装本
发售价：498元
IP名：《庆余年》
IP版权方：阅文集团
剧本发行商：探案笔记
改编类型：文学改编



《刺杀小说家》
发售类型：盒装本
发售价：588元
IP名：《刺杀小说家》
IP版权方：自由酷鲸
剧本发行商：一闪工作室
改编类型：影视改编



《秦侠之玄宫摘星》
发售类型：城市限定本
发售价：2,288元
IP名：《秦侠》
IP版权方：腾讯动漫
剧本发行商：空然新语
改编类型：动漫改编

■ IP改编剧本受到市场认可

当前以动漫、文学、影视等IP改编的剧本受到原IP粉丝的期待，剧本杀玩家消费热情高。以《庆余年》为例，《庆余年》2019至2020年的累计正片有效播放量为105.2亿次，位于连续剧播放量榜首。基于《庆余年》的强大IP影响力，《庆余年——夜幕》城市限定本在2021年发布预售时，售出了500余本，近200个城市的剧本杀实体店购买。因此，庞大的粉丝群是IP改编本的优势所在。具有影响力的IP能够为剧本杀带来流量和关注度，这也是大IP改编剧本杀，一经推出就有较高订购量的原因

■ 剧本发行商与IP版权方合作共赢

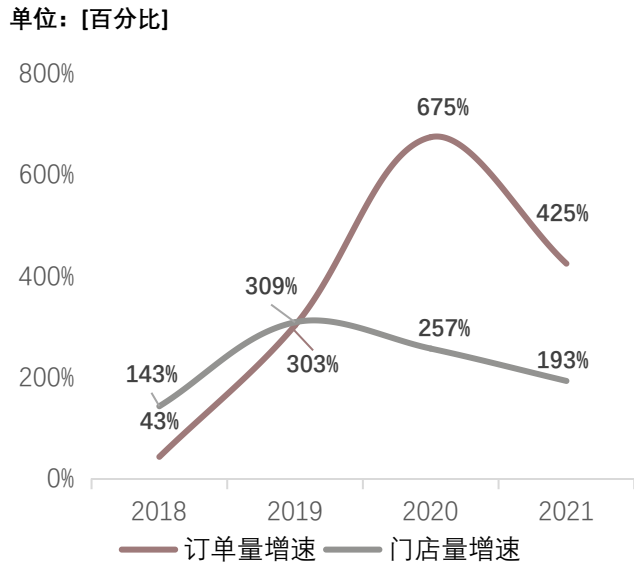
剧本发行商直接向IP版权方或者通过中间商购买版权，一般是以分成的方式，IP版权方的分成比例为10%左右，部分IP有5万至20万元的分成保底金额。基于这种合作方式，部分IP版权方会提前授权剧本发行商，让剧本发行商同步发行剧本。IP版权方通过IP改编剧本让更多的剧本杀玩家了解其IP作品，起到了宣发的作用。另一方面，剧本发行商通过IP改编剧本吸引原IP粉丝了解剧本杀，从而达到引流的目的。以《刺杀小说家》为例，《刺杀小说家》电影和剧本杀在2021年春节档同步上线，剧本发行商推出“玩剧本杀送电影票”的营销活动，剧本杀游戏和电影起到了互相宣传的效果。可以看出，剧本发行商与IP版权方的合作可达到双赢的效果。在未来，将会有更多IP改编剧本进入剧本杀市场，与动漫、文学、影视、游戏等作品形成联动

来源：中国文化传媒有限公司，黑探有品，云台数据，头豹研究院编辑整理

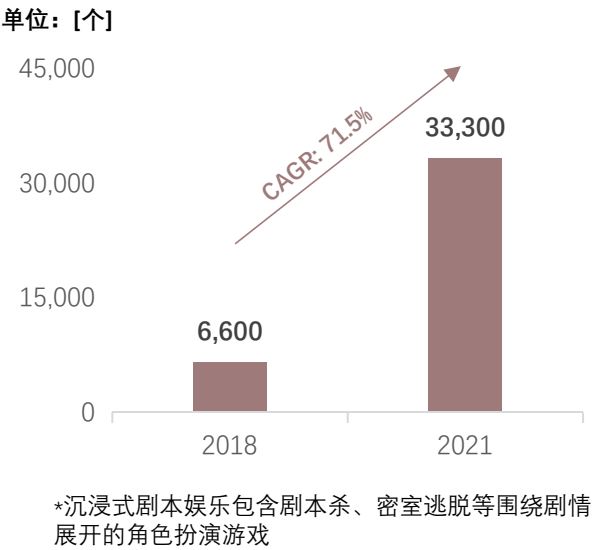
■ 剧本杀行业产业链中游——剧本杀市场

2021年，剧本杀行业的市场需求受疫情影响，其订单量和门店量增速均处于下滑状态。剧本杀行业在经历了爆发性增长后，沉浸式剧本娱乐企业数量已突破3万个

剧本杀相关订单量及门店量增速，2018-2021年



沉浸式剧本娱乐企业数量，2018vs2021年



■ 剧本杀行业在疫情前呈现爆发性增长

2018年，以剧本杀为代表的沉浸式剧本娱乐开始大规模进入中国市场，剧本杀相关订单量和门店量均处于快速增长状态。2019年，《庄周梦蝶》、《鸢飞戾天》、《年轮》等剧本获得消费者的广泛好评，剧本杀的影响力得到提升。同年，剧本杀相关订单量和门店量均迎来了爆发性增长，增速分别为303%和309%。2020年，受疫情影响，剧本杀门店量的增速开始放缓，部门剧本杀实体店暂停营业，消费者开始从线下转向线上。因此，线上剧本杀APP或小程序的消费者开始增多，剧本杀相关订单量同比增长675%。中国文化旅游行业协会测算2021年中国剧本杀市场规模接近200亿元，其中实体剧本杀市场规模为154.2亿元，剧本杀实体店约30,000家，消费者规模约941万人。由于2022年疫情对中国一线城市影响较大，而剧本杀实体店密集分布在一线城市。中国文化旅游行业协会预计2022年剧本杀门店数量将会下降35%，剧本杀市场规模为170亿元

■ 剧本杀行业的发展带动新兴职业

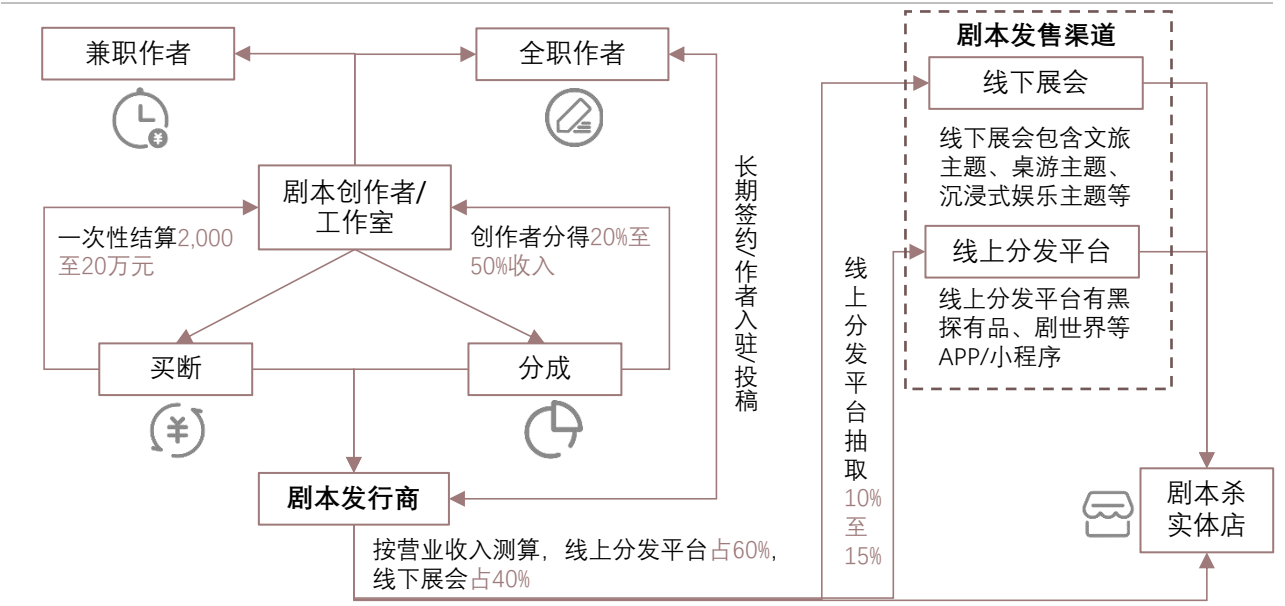
2021年有33,300个沉浸式剧本娱乐企业，与2018年相比增长了26,700个，年复合增长率为71.5%。剧本杀作为沉浸式剧本娱乐的主要娱乐形式之一，沉浸式剧本娱乐企业数量的增长带动了剧本杀行业的发展。2021年，有58%的剧本杀实体店有5位以上主持人，另有82%的剧本杀实体店拥有有50本以上的剧本。基于剧本杀行业的快速发展，剧本编剧、剧本作者等剧本内容创作需求相应增加，并衍生了主持人DM、NPC、剧本杀测评师等新兴职业

来源：中国文化旅游行业协会，头豹研究院编辑整理

■ 剧本杀行业产业链中游——剧本发售渠道提供方

剧本发售渠道提供方包含线上分发平台和线下展会。线上分发平台是剧本发行商的主要发售渠道，占其发售收入的60%。部分线上分发平台为剧本杀实体商户提供B端服务

剧本发行至发售的业务模式



■ 剧本发行商通过剧本发售渠道提供方触达剧本杀实体商户

剧本杀实体店可以在不同房间布景，进一步提升玩家的沉浸体验感，有30%的剧本杀实体店可提供实景剧本杀体验。因此，线下剧本杀实体店更具有优势，并因此成为剧本发行商的主要营收来源。目前剧本杀实体店是剧本杀产业的主要价值体现，行业内多数剧本发行商70%的营收来自剧本杀实体店，另30%的营收来自线上剧本杀APP/小程序。剧本发行商需要通过剧本发售渠道提供方触达剧本杀实体店，而剧本发售渠道提供方负责链接内容创作者和剧本杀实体店，将剧本的售价和类型等信息更加公开透明，解决剧本发行商和剧本杀实体商户之间信息不对称的痛点

■ 线上分发平台是剧本发行商的主要发售渠道

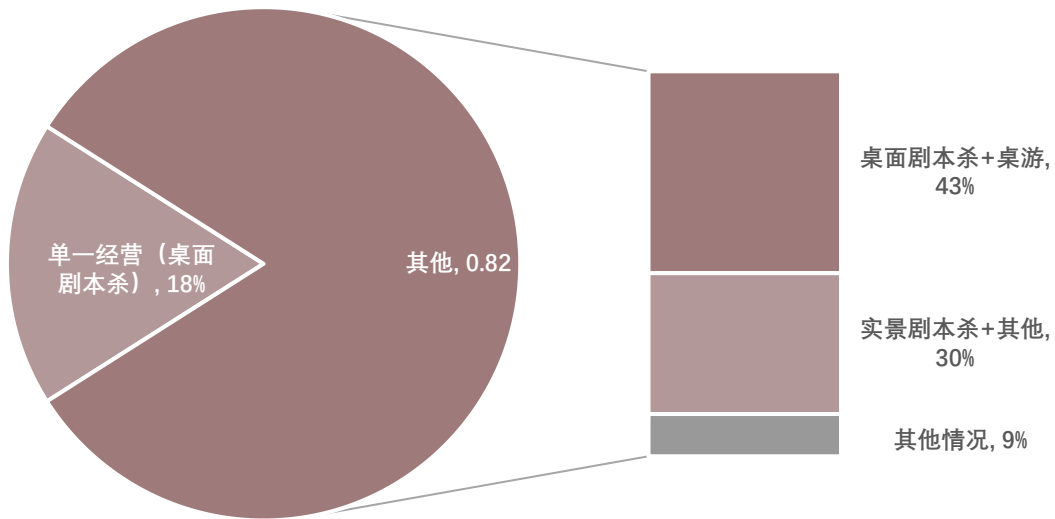
剧本发行商的发售渠道分为线上分发平台和线下展会两大类。线上分发平台和线下展会各占剧本发行商发售收入的60%和40%，线上分发平台是剧本发行商的主要发售渠道。线下展会以文旅、桌游等主题为主，剧本发行商、剧本创作者、剧本杀实体商户通过购买展会门票入场，部分展会对剧本杀玩家开放。线上分发平台除了帮助剧本发行商触达剧本杀实体商户之外，部分线上剧本分发平台还涉及门店管理、人员培训等B端业务。以“黑探有品”小程序为例，“黑探有品”不仅可以让剧本杀商户购买剧本、查看热销剧本，还集成了剧本主持人培训、门店系统、线下展会票务等一站式服务。“黑探有品”的门店管理小程序为剧本杀实体店提供了玩家线上选本、玩家“拼车”（和陌生人组队）、商户对账等功能，提升剧本杀玩家游玩体验的同时帮助剧本杀实体商户管理门店

来源：中国文化旅游行业协会，专家访谈，头豹研究院编辑整理

■ 剧本杀行业产业链中游——剧本杀实体店

线下剧本杀分为桌面剧本杀和实景剧本杀两类。有82%的商户采用混合经营的方式。由于实景剧本杀的落地成本较高，仅有30%的剧本杀实体商户采用包含实景剧本杀的混合经营模式

剧本杀实体商户的经营情况，2021年



■ 混合经营成为剧本杀实体商户常态，桌面剧本杀、桌游成为主要经营方式

有82%的剧本杀实体商户处于混合经营状态，其中有43%的实体商户采用桌面剧本杀与桌游结合的经营模式。线下剧本杀主要分为桌面剧本杀和实景剧本杀。桌面剧本杀、桌游均属于桌面游戏，拥有占据空间小、布置成本低的特点。**桌面剧本杀对商户的店铺面积和资金的要求相对较低，商户准入门槛低。**当前有71%的剧本杀实体门店的店铺面积小于300平方米，可利用空间有限。因此，有61%的商户是桌面剧本杀单一经营、桌面剧本杀和桌游混合经营的业务模式。**实景剧本杀需要商户布置场景、服化道、聘请NPC等，对商户的店铺面积和资金的要求较高，商户准入门槛相应提高。**因此，仅有30%的剧本杀实体商户采用了包含实景剧本杀的混合运营模式

■ 剧本杀实体店的连锁程度较低，缺乏全国性品牌

剧本杀行业的连锁化程度较低，93%的商户拥有自己的独立品牌，78%的商户处于单店运营状态，仅有1%的商户拥有6家及以上剧本杀实体门店。由于桌面剧本杀的准入门槛低，多数商户套用剧本杀门店模式即可投入营业，这类商户普遍只有单店运营，不具备扩张能力。剧本作为剧本杀的核心要素，是剧本杀实体店的核心竞争力之一，有34.9%的消费者表示在选择剧本杀实体店时会考虑剧本质量。高质量剧本通常为独家授权本和城市限定本，而独家授权本和城市限定本根据城市进行划分，对指定的商户进行授权。因此，剧本杀实体店的剧本具有区域性，剧本杀实体店实现跨区域竞争较为困难，从而缺乏具有全国和行业代表性的品牌

来源：中国文化旅游行业协会，头豹研究院编辑整理

■ 剧本杀行业产业链中游——线上剧本杀APP/小程序

线上剧本杀APP/小程序绕过剧本发售渠道提供方直接向剧本创作者征稿，同时积极与剧本发行商展开合作。线上剧本杀APP/小程序不受区域性限制，受到资本市场看好

主流线上剧本杀APP/小程序的对比

名称	稿酬制度	主要收费内容	畅销榜排名 (AppStore)
 我是谜	基础稿酬1,500元；剧本类型有免费本、活动本、金币本、钻石本；钻石本稿酬最高，为1,500元。根据月度评分不同，对剧本创作者提供相应奖励，最高可达3,000元	可购买虚拟人物服装的时装商城；包含特权的谜之会员，售价40元/月；付费剧本；线下门店	89至153名
 百变大侦探	基础稿酬2,000元；精品付费本的保底预付金为5,000元；剧本类型有免费本、金币本，被评选为金币本有500元奖励；根据千人评分额外奖励稿费，最高可达1,000元	可购买剧本杀道具、头像框、等内容的道具商城；包含特权的会员卡，售价40元/月；付费剧本	20至27名
 剧本杀	剧本分为A、B、C、D类，A类基础稿酬4,000元，B类基础稿酬3,000元，C类基础稿酬2,500元，D类基础稿酬1,500元；A、B类剧本在收益超过成本之后，超出部分按40%比例分成	可购买剧本杀游戏道具、头像框、虚拟形象服装等内容的商城；付费剧本	107至180名

■ 线上剧本杀APP/小程序利用免费剧本引流，通过道具、时装、会员卡变现

剧本杀实体商户与美团、大众点评等种草交易平台合作，以触达线上消费者，美团、大众点评抽取消费者线上下单金额的10%至15%。线上剧本杀APP/小程序则通过为玩家提供限免的剧本吸引玩家，我是谜、百变大侦探、剧本杀均有限免剧本可供玩家游玩。我是谜、百变大侦探、我是谜均通过时装/道具商城和拥有特权的会员将流量变现。剧本杀则通过剧本杀相关的游戏道具将流量变现。可以看出，多数线上剧本杀APP/小程序利用免费的剧本游戏吸引玩家流量，再向玩家提供道具、时装、会员卡等付费内容变现。此外，基于剧本杀的互动特点，部分线上剧本杀APP/小程序有情感相关的版块，例如我是谜和剧本杀均有告白墙入口、百变大侦探有恋人关系的设定等。我是谜还拥有线下直营加盟店体系，通过线上APP向线下门店引流，目前已有30余家直营加盟店。加盟的商家不参与剧本杀实体店的管理，只需要投入资金和门店便可拿到分红

■ 线上剧本杀APP/小程序有望打造全国性品牌，获得资本市场认可

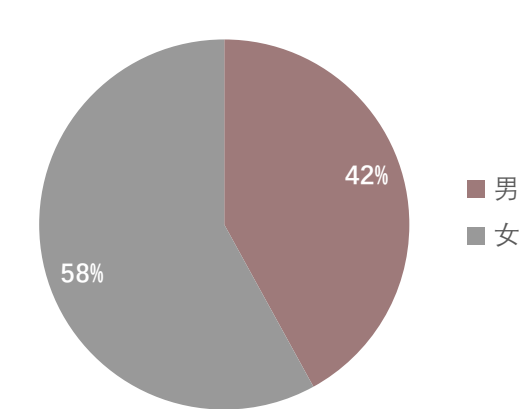
融资方面，我是谜在2018年分别获得金沙江创投和魔量资本的投资，目前处于Pre-A轮阶段。百变大侦探在2018年完成数百万元天使轮融资并在2020年获得武汉微派网络的3,000万元的战略投资。受2020年疫情影响，部分线下剧本杀实体店暂停营业，剧本杀消费者转向线上剧本杀APP/小程序，线上剧本杀得到进一步发展。基于当前剧本杀实体店连锁程度低、缺乏全国性品牌的竞争格局，反而凸显了线上剧本杀APP/小程序的跨区域影响力，资本市场对线上剧本杀APP/小程序的投资热度不减

来源：企业官网，点点数据，企查查，头豹研究院编辑整理

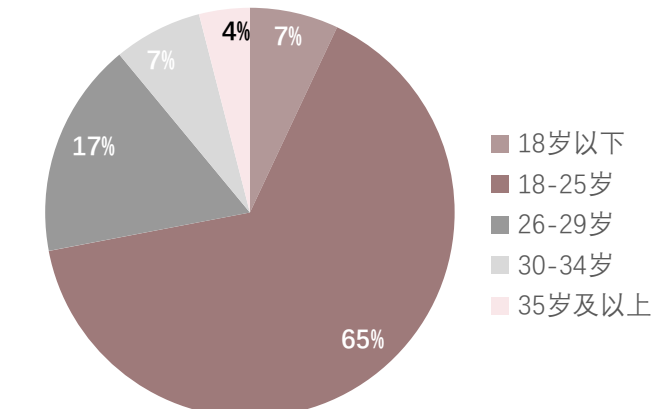
■ 剧本杀行业产业链下游——消费者画像（1/3）

女性消费者对剧本杀更感兴趣，在剧本杀消费群体中占比58%。18至25岁的消费者喜欢沉浸式娱乐，占比高达65%。“Z世代”成为剧本杀消费主力，仅有11%的消费者年龄在30岁及以上

剧本杀消费者性别占比，2021年



沉浸式剧本娱乐消费者年龄占比，2021年



*沉浸式剧本娱乐包含剧本杀、密室逃脱等围绕剧情展开的角色扮演游戏

女性消费者对《明星大侦探》等剧本杀相关综艺较为关注，从而对剧本杀更感兴趣。18至25岁的消费者是剧本杀等沉浸式剧本娱乐活动的主要消费群体，占比为65%。剧本杀优异的社交体验和游戏体验迎合了注重体验式消费的“Z世代”

■ 剧本杀女性消费者偏多

芒果超媒旗下芒果TV于2016年推出了以剧本杀为主题的《明星大侦探》综艺IP，使更多中国消费者了解剧本杀。根据百度指数2022年上半年有关“明星大侦探”的检索结果，对明星大侦探感兴趣的用户中女性用户占比为67.8%。这表明了有更多女性消费者通过《明星大侦探》了解剧本杀游戏。此外，在剧本杀吸引消费者的渠道中，有37%的消费者表示是通过热门综艺了解后成为剧本杀玩家。因此，女性消费者比男性消费者对剧本杀更感兴趣，剧本杀女性消费者占比为58%

■ 沉浸式娱乐消费群体呈现年轻化分布

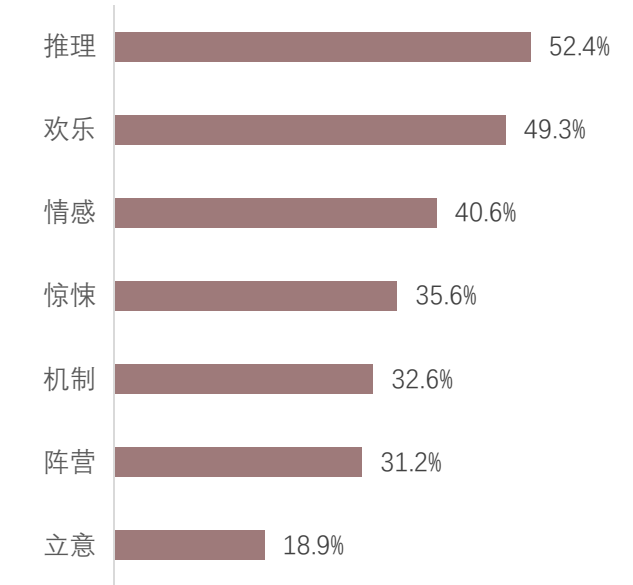
从整体年龄分布看，沉浸式娱乐消费群体的年龄分布集中在18至29岁，仅有11%的消费者的年龄在30岁及以上。18至25岁的消费者在剧本杀、密室逃脱等沉浸式剧本娱乐的消费群体中占比为65%，即“Z世代”消费群体（1995年至2009年出生）。“Z世代”看重体验式消费，有44.8%的消费者在剧本杀实体店的消费频次达到一周一次及以上。此外，沉浸式剧本娱乐消费群体中有50%的消费者是本科学历。这表明了剧本杀的主要受众群体为在读大学生和刚毕业不久的工作者。剧本杀作为一种新兴娱乐方式，凭借良好的社交体验和沉浸式的游戏体验获得注重体验式消费的“Z世代”的青睐

来源：中国文化传媒有限公司，百度指数，美团，头豹研究院编辑整理

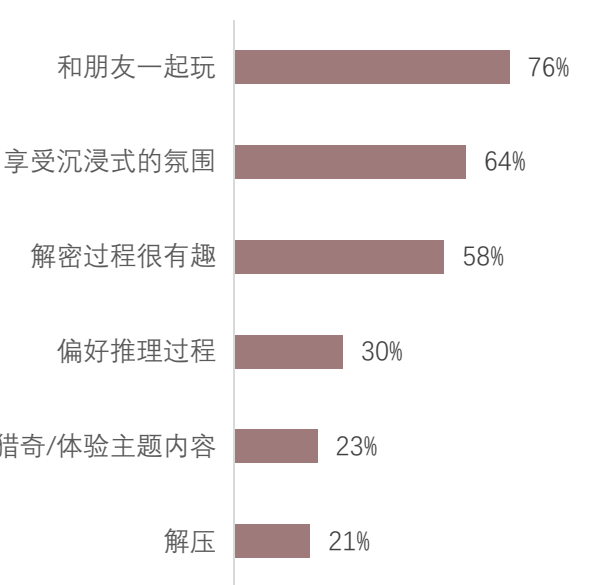
■ 剧本杀行业产业链下游——消费者画像（2/3）

剧本杀消费者的主要消费诉求为社交、享受沉浸式氛围和解密过程。推理类、欢乐类、情感类的剧本题材满足了消费者相应的消费诉求，获得消费者的青睐

消费者青睐的剧本类型，2021年



剧本杀消费者的消费诉求，2021年



消费者游玩剧本杀的主要消费诉求为社交、沉浸式氛围以及解密。推理类、欢乐类、情感类的题材受到了消费者的喜欢，选择推理类、欢乐类、情感类题材的消费者占比均超过40%

■ 推理类、欢乐类、情感类剧本获得消费者的青睐

推理类剧本主打逻辑推理，游玩难度较高。玩家需要根据故事的推进，搜集线索并判断“案情”。有58%的消费者认为解密过程很有趣，另有30%的消费者偏好推理过程，解密和推理成为剧本杀消费者的消费诉求。因此，推理类剧本满足了消费者对解密和推理的需求，获得52.4%的消费者青睐推理类剧本杀

欢乐类剧本注重营造欢乐氛围，游玩难度较低，对新手玩家友好。欢乐类剧本杀的游玩门槛低，适合更多的玩家，从而有利于消费者社交。有76%的消费者出于社交的需求选择玩剧本杀，社交成为消费者最主要的消费诉求。因此，欢乐类剧本满足了消费者的社交需求，受到49.3%的消费者喜爱

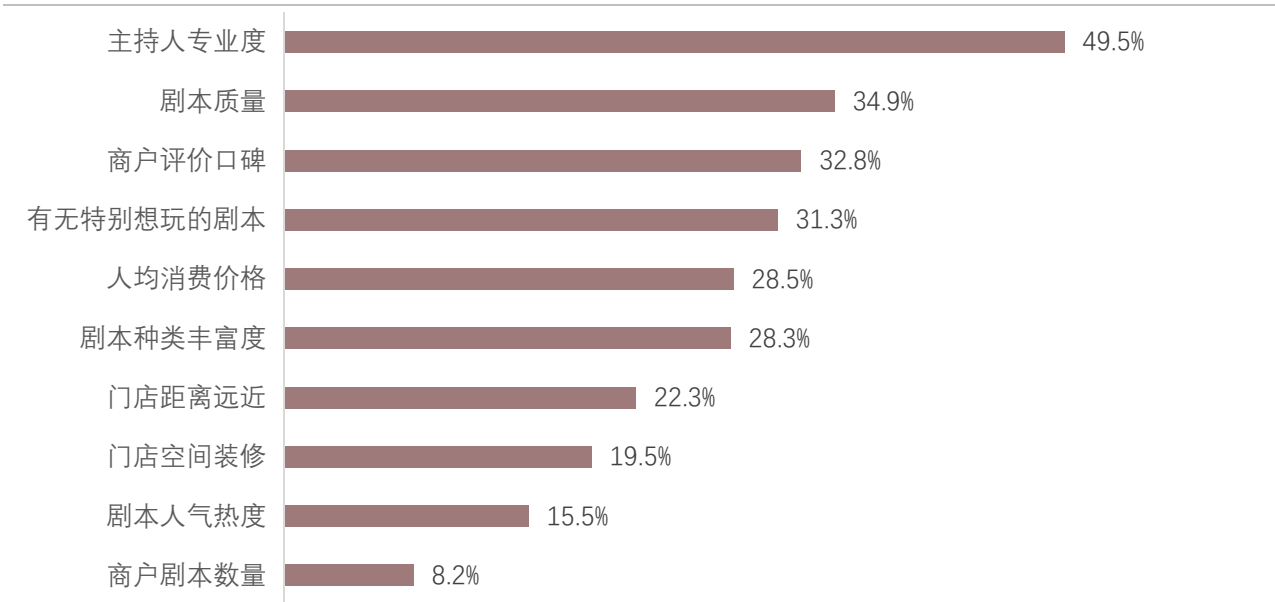
情感类剧本的逻辑推理性较弱，着重塑造角色和剧情，让玩家获得沉浸式的情感体验。有64%的消费者表示因为享受沉浸式的游玩氛围而选择玩剧本杀，沉浸式体验是消费者的主要消费诉求之一。因此，情感类剧本满足了消费者享受沉浸式的氛围的需求，受到40.6%的消费者喜爱

来源：中国文化传媒有限公司，头豹研究院编辑整理

■ 剧本杀行业产业链下游——消费者画像（3/3）

主持人专业度、剧本质量是消费者选择线下剧本杀门店考虑的主要因素。主持人专业度保障了剧本杀玩家在游玩流程中的游戏体验，剧本质量则决定了剧本杀玩家整体游戏体验的上限

消费者选择剧本杀实体店的决策因素，2021年



当消费者选择剧本杀实体店时，相比于剧本的数量和人气热度，消费者更看重剧本杀主持人的专业程度和剧本质量。对剧本杀实体商户而言，剧本的质量要优先于数量，培养专业的剧本杀主持人是剧本杀实体商户获客的关键点

■ 主持人专业度是消费者对剧本杀实体店的重要决策因素

主持人是剧本杀作者与玩家沟通的代言人，在剧本杀游戏中引导玩家的解题思路和游戏节奏。主持人需要通读剧本了解剧本难度和重要的关键点。在选本过程中，主持人需要尽量发给符合剧本人物性格的玩家。在游戏流程中，主持人需要发现剧本漏洞并对玩家及时解释或反馈，引导玩家推理正确路线。在投票复盘过程中，主持人需要与玩家互动，帮助玩家还原当时的案发细节。因此，主持人参与了剧本杀的所有流程，专业的主持人可以确保消费者获得较好的游戏体验，49.5%的消费者将主持人专业度作为选择剧本杀实体店的首要决策因素

■ 剧本质量

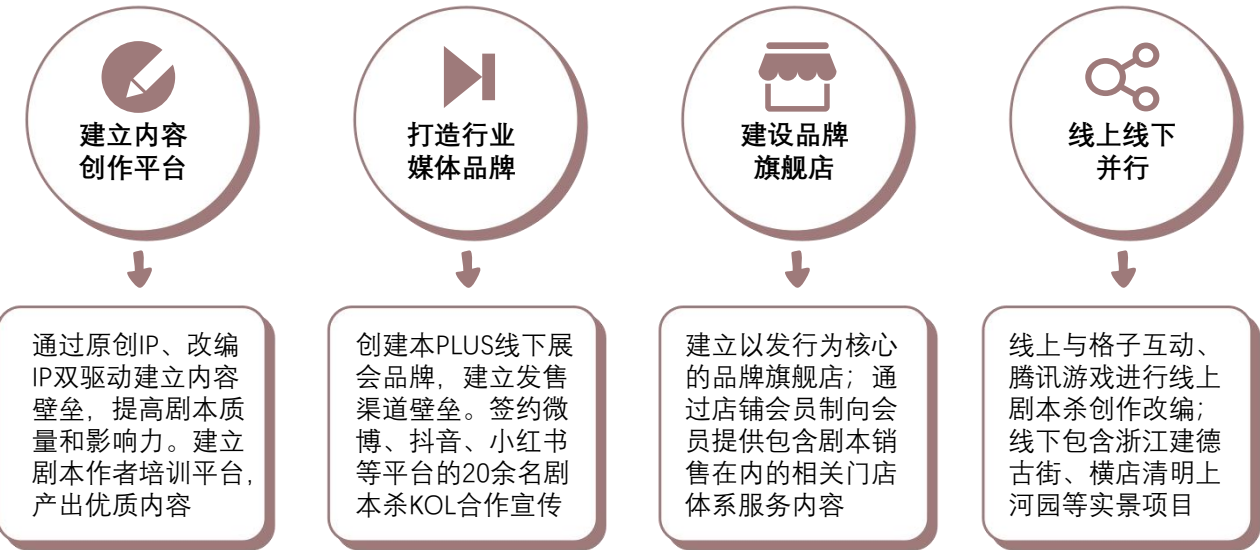
相比于剧本杀实体店的服化道和场景布置，高质量剧本是消费者愿意买单的关键因素。高质量剧本通常为独家本或城市限定本，剧本杀店家的采购成本较高。然而，高质量剧本故事的完整性与情节的饱满性更强，使玩家更好的带入角色，进而大幅提升玩家的游玩体验。相比于剧本杀实体店所拥有的剧本数量以及剧本的热度，消费者更关注关乎游玩体验的剧本质量。因此，仅有8.2%和15.5%的消费者认为剧本数量和剧本热度更为重要，而34.9%的消费者更倾向于拥有高质量剧本的剧本杀实体店

来源：中国文化传媒有限公司，头豹研究院编辑整理

■ 剧本杀行业企业推荐——空然新语

空然新语作为剧本发行商，其内容创作团队拥有丰富的创作和发行经验，对市场的把握更加精准。空然新语通过原创IP和IP改编的“双轮驱动”，提升其在行业内的内容创作优势

空然新语的战略布局 空然新语



空然新语成立于2020年，由上海不那么空文化传媒有限公司孵化。空然新语凭借自有的剧本创作团队与IP版权方的深度合作，已打造了《修复师》、《余愿》、《拆迁》等颇具影响力的原创IP

■ 扎实的内容创作团队和优秀的作者培养体系

空然新语作为集内容、宣发于一体的文创公司，其内容创作能力在行业内处于领先地位。空然新语剧本创作团队全职成员10人，拥有签约作者近30人。空然新语曾参与创作《四海鲸骑》、《左手韩》、《吴承恩捉妖记》、《江宁探案录》等知名作品，与马伯庸、有时右逝、左手韩等知名作家均有合作经验。因此，空然新语凭借具有丰富的创作和发行经验的团队，成为行业内知名剧本发行商之一。此外，空然新语与完美世界、编剧帮等品牌合作，进行剧本杀编剧线上线下培训课程，已培训学员200余人，形成从剧本创作者培养到签约的良性循环

■ 原创IP和IP改编剧本“双轮驱动”

空然新语将剧本杀作为向年轻人传递文化价值观的载体，通过剧本内容将传统文化和现代文化相结合。空然新语推出的《修复师》将《我在故宫修文物》中的精神内核融入剧本故事中，让年轻人在剧本杀游戏中感受文化的魅力。此外，空然新语将剧本与现代社会现象结合，打造了《拆迁》、《春运》、《催婚》等贴合生活的原创IP，其中《拆迁》已售出12,000本，位于2020年中国盒装本销量第二。为了更好的提升品牌知名度，空然新语积极和影视、游戏、动漫等方面的IP版权方展开合作，推出《秦侠之玄宫摘星》、《赤狐书生之佛狸祠下》等根据高人气热度IP改编的剧本

来源：企查查，头豹研究院编辑整理

■ 剧本杀行业企业推荐——小黑探

小黑探拥有全面的产品矩阵，为B端和C端用户提供综合性服务。黑探有品已成为行业知名的线上剧本分发交易平台，剧本交易量超过150万本

小黑探的战略布局



小黑探成立于2019年，是链接上游剧本发行商、中游发售渠道和门店、下游消费者的综合性服务平台，初步构建了较为完整的剧本杀行业生态系统。小黑探的产品矩阵有黑探有品、小黑探PRO、剧宝、黑探开本，为B端和C端用户提供多维度服务

■ 黑探有品促进B端交易透明化

黑探有品作为线上剧本分发交易平台已颇具影响力，剧本交易量超150万本，累计用户超70万人，已上架9,000余部剧本。剧本杀实体商户为竞争独家授权本和城市限定本，对剧本发行商的议价能力较低，而部分独家授权本和城市限定本的质量参差不齐。黑探有品将剧本的销量、售价、发行工作室、商家点评公开化，让剧本杀实体商户可以迅速了解行情，从而作出合理的采购选择

■ 小黑探PRO为消费者提供剧本杀消费指引

相比于美团、大众点评等种草交易平台，小黑探PRO提供更为全面的剧本杀相关消费指南。小黑探PRO拥有根据剧本已玩人次评级的好玩榜、热度榜以及剧本娱乐票房统计，为消费者提供丰富且专业的消费指引。此外，小黑探PRO有找剧本、找门店、找DM、找新本的检索入口，让消费者可以快速找到符合消费诉求的剧本和剧本杀实体店，减少消费者的决策成本

■ 黑探剧宝为剧本杀商户提供一站式服务

黑探剧宝为剧本杀实体商户提供剧本数据库、营销投放、财务对账、零食批发等一站式服务，让剧本杀实体店的运营更加规范化、品牌化

来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

■ 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报定制服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2022.6

四大核心服务

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，园区企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

头豹APP/小程序 —— 搜索“头豹”手机可便捷阅读研报

头豹交流群 —— 可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生： 13611634866

李女士： 13061967127



深圳

李先生： 13080197867

李女士： 18049912451



南京

杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521