

## 2023 年全国剧本娱乐行业发展报告

**内容提要：**密室、剧本杀等剧本娱乐活动因其轻松愉快的游玩方式、相对较低的参与门槛、丰富多样的消费选择和易于社交的娱乐氛围而受到以年轻群体为主的消费者欢迎。当前，我国剧本娱乐行业正处于创新升级和结构调整期，在总体交易额、客单价增长的同时也迎来供需结构的调整。剧本娱乐行业对消费者具有持续的吸引力，剧情、场景、人员等产品体验要素是消费者关注的核心，在线平台成为消费者了解信息的主要渠道。剧本娱乐行业正呈现出消费人群扩大、技术应用加速、沉浸体验增强、下沉市场增长、与旅游业深度融合等鲜明趋势。为推动剧本娱乐行业高质量发展，监管可以有所侧重、张弛有度，着力打击盗版侵权行为，行业内各主体要加强行业自治与多方共治，通过新技术、新场景促进行业转型升级。

**关键词：**剧本娱乐 沉浸式体验 文旅消费 技术应用

根据文化和旅游部 2023 年发布的《剧本娱乐管理暂行规定（征求意见稿）》，剧本娱乐是指“以营利为目的，由经营单位通过现场组织消费者扮演剧本角色或者解谜特定场景等方式开展的文化娱乐活动”，主要包括剧本杀和密室逃脱两类业态。近年来，剧本娱乐行业快速发展，受到年轻群体热捧，成为带动本地消费和上下游产业链发展的重要行业。根据往年数据和美团交易数据估算，2023 年全国剧本娱乐消费市场规模约为 195 亿元<sup>①</sup>，其中剧本杀市场规模约为 145 亿元，密室逃脱市场规模约为 50 亿元。

2022 年以来，剧本娱乐行业开始进入创新升级和结构调整期。在传统的门店式剧本杀、密室逃脱基础上，剧本娱乐行业开始与文旅等产业融合，应用更多先进技术，强调“沉浸式”体验，成为新的消费热点。未来，剧本娱乐行业的挑战与机遇并存，需要监管部门、行业协会、在线平台以及行业上下游各主体多方共治，完善监管体系，拓宽消费场景，共同推动行业高质量发展。

## 一、剧本娱乐行业发展总体特征

### （一）全年交易额维持增长

根据美团数据，2023 年美团剧本杀交易额同比增长 9.2%；

---

<sup>①</sup> 此数据为消费市场规模，包含上中下游交易的总体市场规模在 300-500 亿元左右。

密室逃脱交易额同比增长 32.6%（见图 1）。从各季度来看，由于前三个季度市场逐渐恢复，且暑期处于行业旺季，剧本杀和密室逃脱行业交易额都在前三个季度稳步增长，在第三季度达到顶峰。受到秋冬行业淡季的影响，第四季度交易额相比第三季度有所下滑，也显示出疫情后的“报复性消费”基本结束，市场增速回归稳定区间。根据美团研究院对商户的访谈，剧本娱乐行业的消费群体逐渐固定，但深度、忠实玩家的比例提高，推动行业进入创新升级和结构调整期。

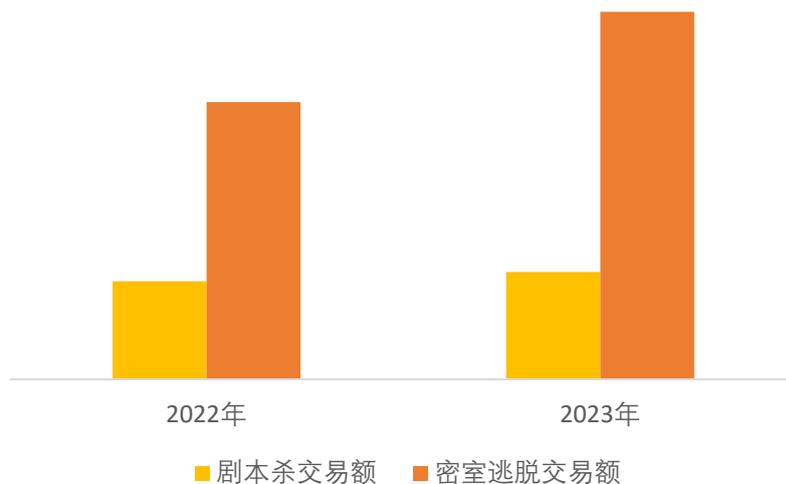


图 1 2022-2023 年剧本娱乐行业交易额

数据来源：美团研究院

## （二）客单价有所上涨，供给侧结构调整

2023 年，剧本娱乐行业的平均客单价有所上涨，美团剧本杀客单价同比上涨 28.1%，密室逃脱客单价同比上涨 3.7%。密室逃

脱订单量同比增长 27.9%，用户数增长 33.5%，用户群体未来仍有一定的增长潜力。剧本杀的订单量和用户群体增长放缓，但客单价仍明显上涨。根据美团研究院对剧本杀商户的访谈，新玩家对价格更为敏感，而忠实玩家愿意花费更高价格获得更好的游戏体验，这部分用户更强的付费意愿可能推动了剧本杀客单价的上涨。

在供给侧，2023 年剧本娱乐行业商户经历结构调整，在市场竞争中有部分商户退出，商户数量有所减少。疫情期间，由于消费者异地出游受到限制，基于本地消费场所的剧本娱乐行业受到热捧，在疫情期间快速扩张，有大量创业者进入剧本娱乐行业。而在疫情后，旅游、户外活动不再受限，消费者可选的娱乐项目大大增加，剧本娱乐行业受到一定影响，导致部分商户退出，但在此过程中生存下来的优质商户更具经营韧性。

在地域分布方面，一二线城市的剧本娱乐行业商户更多，其中上海、北京的剧本娱乐商户数量超过 1000 家，位于第一梯队（见图 2）。与 2022 年相比，2023 年上海的剧本杀和密室逃脱商户数均超越北京，跃居全国首位。此外，经济较为繁荣、年轻群体较多、文化产业发展较快的成都、武汉、杭州、重庆等城市也有较多的剧本娱乐门店，位于第二梯队。

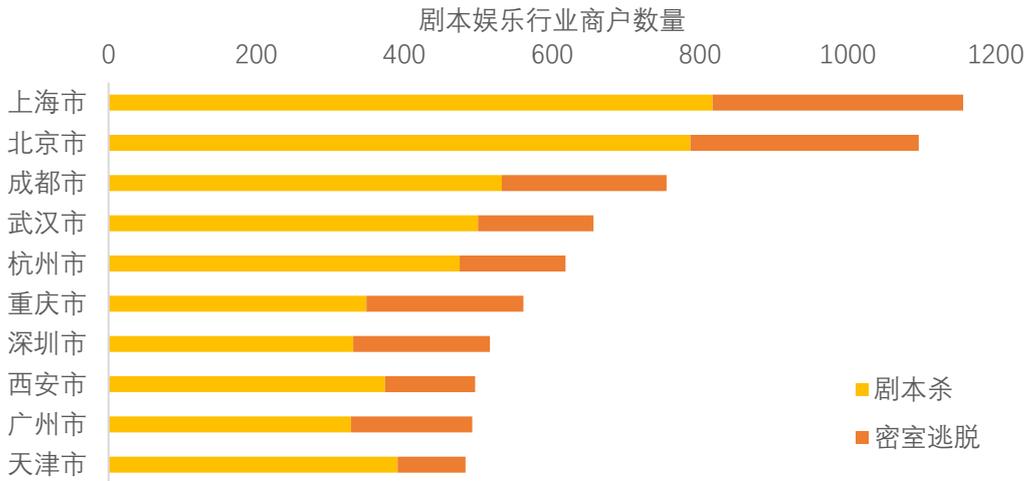


图 2 剧本娱乐行业商户总数排名前十的城市

数据来源：美团研究院

## 二、剧本娱乐行业消费者洞察

美团研究院于 2024 年 8-9 月对美团平台上剧本娱乐消费的活跃用户（近半年有过剧本杀或密室逃脱消费的用户）进行了问卷调查，共收回问卷 693 份，其中男性用户 316 人，女性用户 377 人，18-40 岁用户的占比为 71.7%，与平台用户整体的性别和年龄结构基本吻合。本部分基于问卷调查数据，分析了消费者的行为与偏好，总结当前剧本娱乐行业消费的几大发展趋势。

### （一）近半数受访用户消费频率提高，对剧本娱乐兴趣增加

在参与问卷调查的用户中，近半数用户的剧本娱乐消费频率比之前有所提高，用户对剧本娱乐的兴趣增加是他们消费频率提高的首要原因。问卷数据显示，44.1%的剧本杀用户和 41.6%的密室逃脱用户近期进行剧本娱乐消费的频率比往年有所提高（见图

3)，高于消费频率降低的用户比例，这可能是因为受访用户中忠实玩家比例较高。在消费频率提高的受访用户中，有 64.9% 的剧本杀用户表示他们对剧本杀的兴趣有所增加，有 71.2% 的密室逃脱用户表示他们对密室逃脱的兴趣有所增加（见图 4）。可以看出，剧本杀、密室逃脱的娱乐形式本身对消费者具有持续的吸引力，是受访用户消费频率提高的首要原因。同时，也有相当一部分用户消费频率降低，首要原因是他们无法找到合适的同伴参与，其次是对剧本娱乐兴趣减弱（见图 5）。

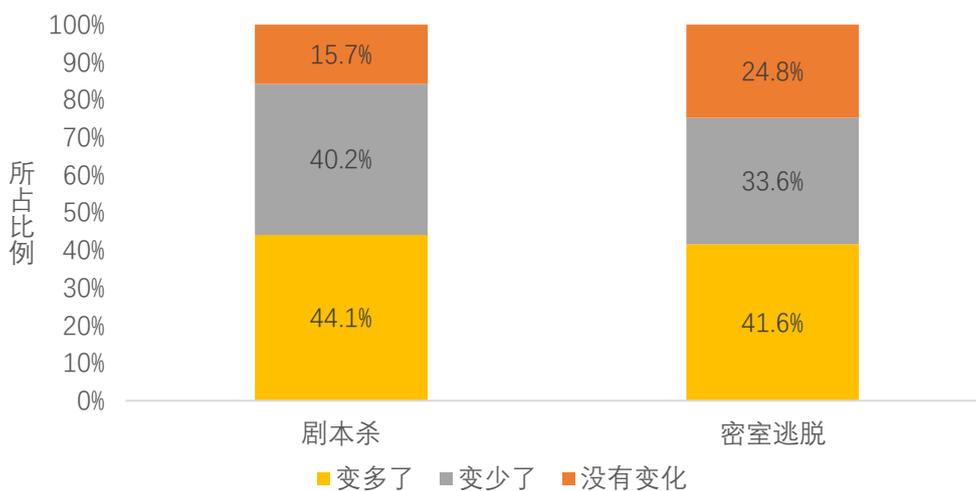


图 3 剧本娱乐行业用户近一年消费频率变化情况

数据来源：美团问卷调查

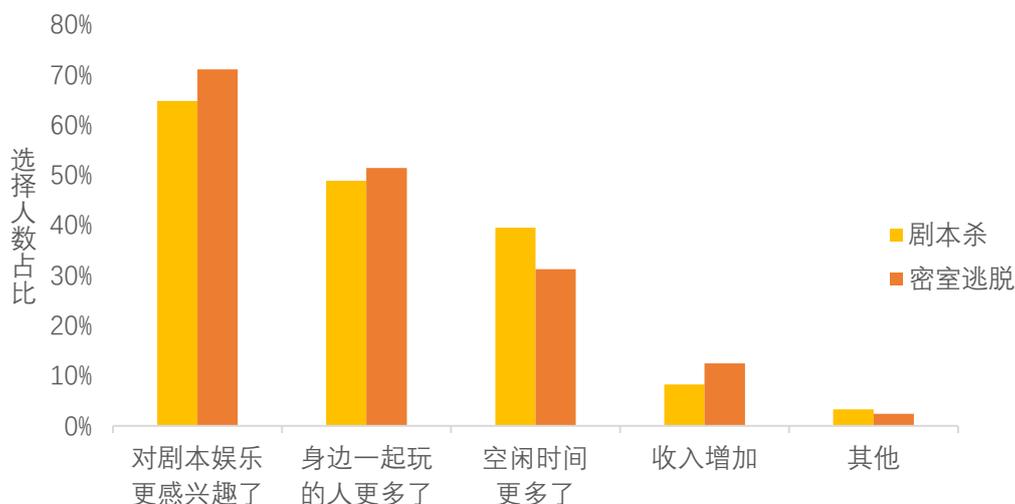


图 4 剧本娱乐行业用户消费频率提高的原因

数据来源：美团问卷调查

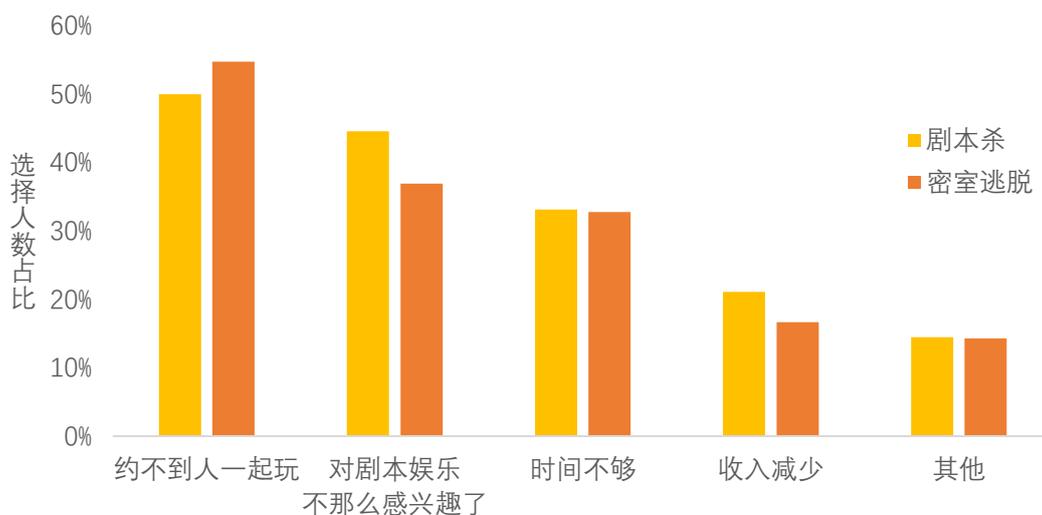


图 5 剧本娱乐行业用户消费频率降低的原因

数据来源：美团问卷调查

## (二) 剧本杀用户最关注 DM、剧本，密室用户最关注剧情、场景

在剧本娱乐消费中，剧情、人员、场景、价格、商户服务态

度等诸多要素都会影响消费者对于商户的选择，但不同因素的重要性有所不同。调查问卷显示，剧本杀用户关注最多的两大要素是 DM（主持人）的专业度和剧本质量（见图 6），密室逃脱用户关注最多的要素是剧情设计与场景布置（见图 7）。可以看出，剧情、场景、NPC/DM 人员等直接影响游玩体验的要素依然是多数剧本娱乐行业用户关注的重点，产品体验是剧本娱乐消费者关注的核心。

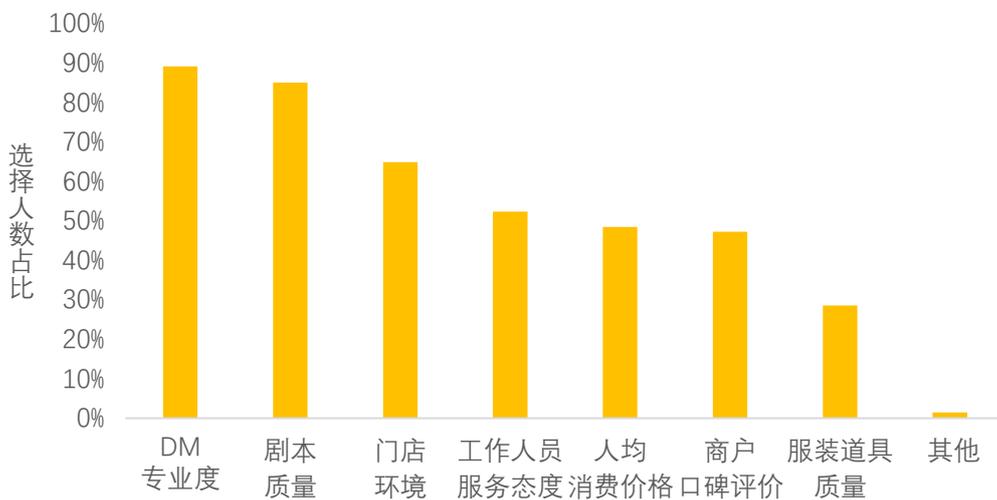


图 6 剧本杀用户在选择门店时关注的要素

数据来源：美团问卷调查

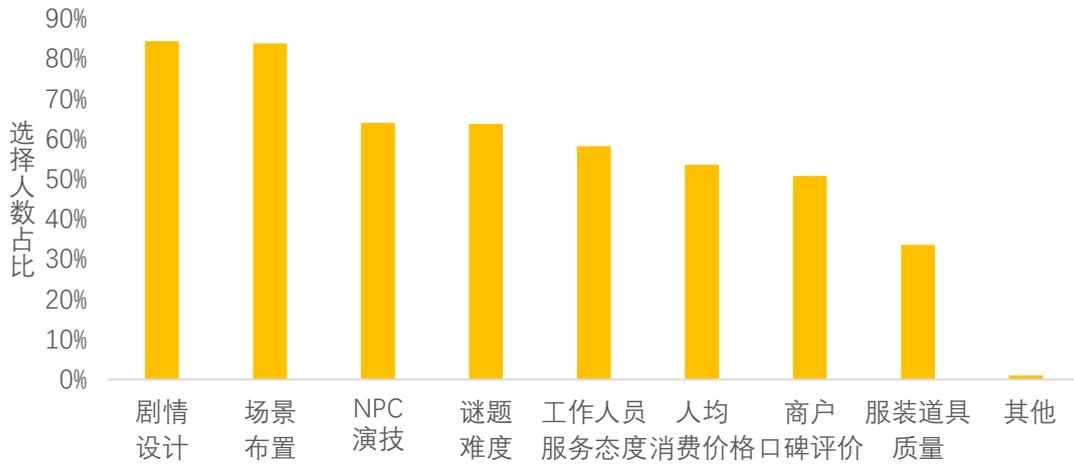


图 7 密室逃脱用户在选择门店时关注的要素

数据来源：美团问卷调查

### （三）在线平台成为消费者了解信息的主要渠道

剧本娱乐行业信息更替速度快，新的主题、玩法、店铺、优惠等信息需要通过线上平台或线下渠道传播给用户。调查问卷显示，美团、大众点评凭借其在剧本娱乐行业的多年深耕、持续渗透，已经成为消费者了解剧本娱乐信息的主要平台。美团及大众点评 App 是密室逃脱用户了解相关信息的首要渠道，而在剧本杀用户中也仅次于朋友推荐这一线下渠道（见图 8）。此外，剧本杀领域涌现出了一批垂直类 APP，支持在线进行剧本杀或对线下的剧本杀进行评价，正逐渐成为重要的信息渠道。

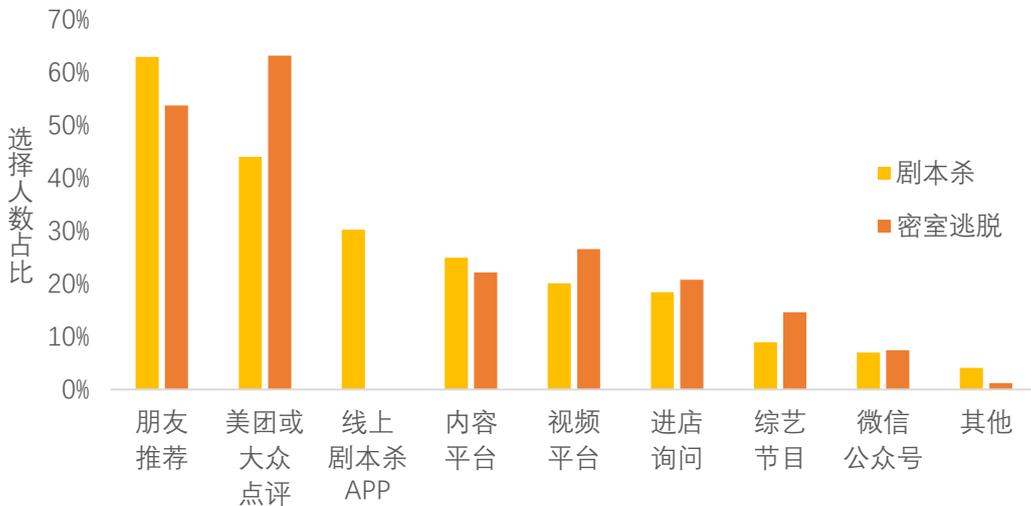


图 8 消费者了解剧本娱乐行业信息的渠道

数据来源：美团问卷调查

#### (四) 拼场功能受到欢迎，扩大用户社交半径

一场剧本杀或密室逃脱通常需要 4 至 8 人共同参与，适合聚会、团建等场景，但这一要求也对同行人数较少的消费者形成限制，与陌生人拼场消费成为剧本娱乐消费者的刚需，许多消费者也通过拼场扩大社交半径，满足社交需求。调查问卷显示，86.9% 的剧本杀用户和 76.6% 的密室逃脱用户有过拼场经历（见图 9），找商家帮忙是最主要的拼场方式。此外，美团和大众点评平台上线的拼场功能也受到玩家欢迎，在有过拼场经历的用户中，28.4% 的剧本杀用户和 61.6% 的密室逃脱用户都使用过美团或大众点评的拼场功能（见图 10）。剧本杀用户使用美团或大众点评拼场功能的比例略低，可能是因为剧本杀门槛相对较低且社交属性较强，部分用户倾向于与熟人一起游戏；而密室逃脱门槛相对较高、社

交属性弱，更多用户会考虑在美团或大众点评与不熟悉但有经验的玩家拼场。

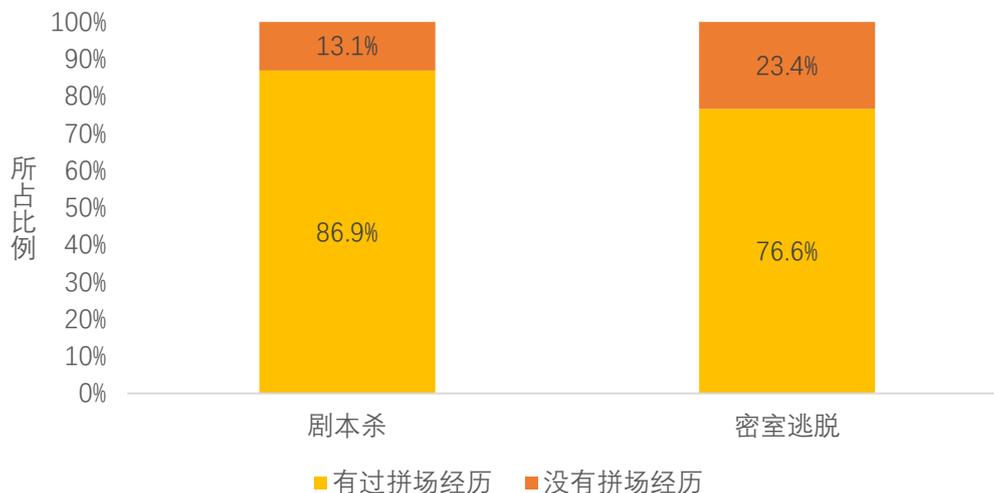


图 9 剧本娱乐行业用户是否有过拼场经历的比例

数据来源：美团问卷调查

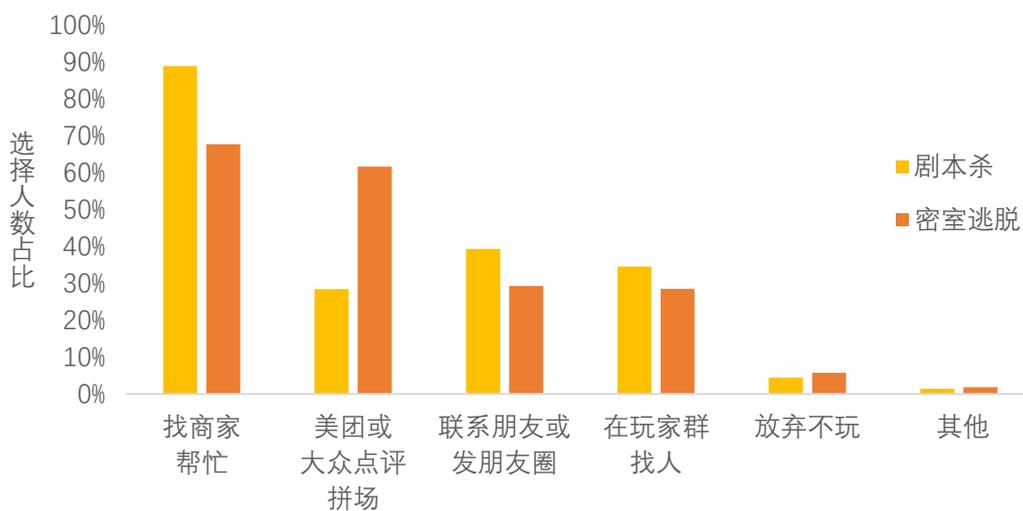


图 10 剧本娱乐行业用户拼场方式

数据来源：美团问卷调查

### 三、剧本娱乐行业发展新趋势

#### （一）消费群体不断扩大，中年群体占比提高

早期剧本娱乐的消费者主要是 20-30 岁左右的年轻群体，但随着题材和玩法的规范化、多样化，越来越多的中年消费群体开始接触剧本娱乐，其中一部分消费者成为长期玩家。2023 年，美团平台上 40 岁以上人群的剧本杀消费额同比增长 27.7%，在全平台交易额的占比由 2022 年的 4.5% 提升到 5.2%；密室逃脱消费额同比增长 55%，在全平台交易额的占比由 6.8% 提升到 8%（见图 11）。中年群体对剧本娱乐的接受，揭示出剧本娱乐行业市场未来还存在持续增长的空间，有潜力成为更加大众化的娱乐方式，消费者也期待行业继续推陈出新，提供更加丰富多样、适合全年龄段的产品。

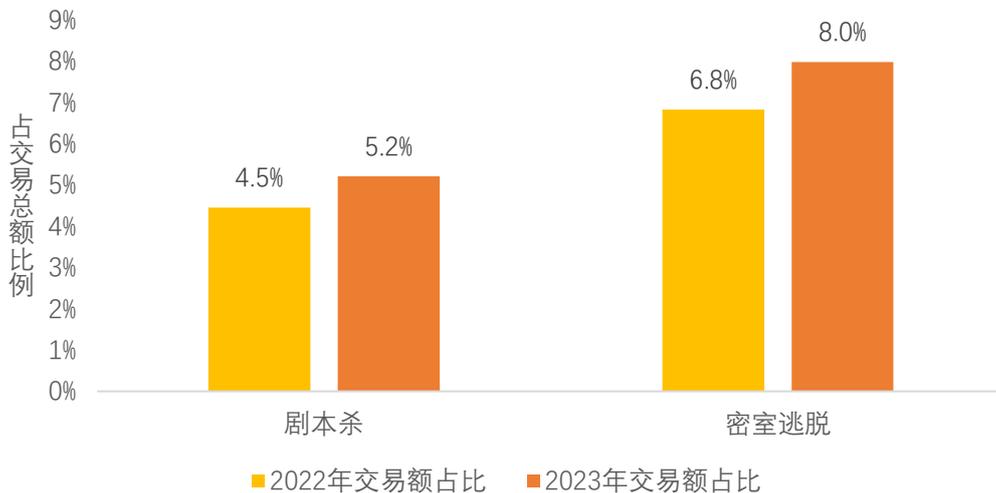


图 11 剧本娱乐行业 40 岁以上用户消费额占交易总额的占比变化

数据来源：美团研究院

## （二）新技术得到广泛应用，提供更加丰富的产品

近年来剧本娱乐行业迎来多次“出圈”，已经被大众广泛认知，而随着大量创业者进入，市场也逐渐趋于饱和，行业对转型升级的需求愈发明显。在这一形势下，提升行业技术含量，通过应用智能设备、声光电特效、自动化控制、AR/VR等先进技术为消费者提供更加丰富多样的剧本娱乐产品和玩法，成为行业升级的重要方向。有密室逃脱商户在访谈中提到，密室逃脱已经历了多次技术迭代，当前业内最前沿的技术包括虚拟成像、裸眼4D、大型机关等，旨在为消费者提供更加新奇、多样的产品体验。而在剧本杀领域，大型的实景剧本杀也突破传统桌面剧本杀的限制，在搭建实体场景的过程中应用更多技术，为消费者提供更加逼真的感受。不过，剧情、谜题等要素依然是剧本娱乐玩家体验的核心，先进的技术需要与优质的剧本产品相配合才能发挥最佳效果，而非单纯把技术套用到已有的剧本娱乐产品上。以剧本杀为例，目前市面上少有专门针对AR、VR等先进技术开发的剧本，未来需要剧本发行方、剧本杀门店等主体共同协作，开发适合新技术的剧本产品。

## （三）沉浸感进一步提升，带来更加真实的体验

近年来，文旅、休闲娱乐等行业的沉浸式体验受到消费者欢迎，消费者希望在游玩过程中排除外界干扰，调动多种感官，获得身临其境的体验和深度的情绪共鸣。而剧本娱乐行业天然具有沉浸式的特征，玩家在其中可以扮演不同角色，进入不同的空间，

体验多样的人生事件和情绪感受。为了发挥这一优势，许多剧本娱乐商户都以“沉浸”为卖点，在服装、道具、技术、剧情等方面增强玩家的沉浸体验。2023年，美团平台上名称带有“沉浸”字样的剧本杀商户占总商户的比例从2022年的28%提升到33%，带有“沉浸”字样名称的密室逃脱商户占比从2022年的30.6%提升到33.2%。

而在需求侧，剧本娱乐玩家也表现出对沉浸体验的兴趣。调查问卷显示，与线上剧本杀相比，91.8%的剧本杀玩家更多在线下玩剧本杀，其中有84%的玩家认为线下剧本杀代入感、沉浸感更强的优点是线上剧本杀所不具备的；在所有填写问卷的剧本杀玩家中，65.4%的剧本杀玩家愿意在普通剧本杀的基础上多支付100元以上进行一场沉浸式剧本杀。72.4%的密室逃脱玩家对有NPC和换装、声光电效果好的沉浸式密室感兴趣，69.4%的玩家愿意在普通密室基础上多支付100元以上进行一场沉浸式密室逃脱。

由此可见，剧本娱乐行业正迎来一场“沉浸式”浪潮，商户从服装道具、技术手段、角色扮演等方面做出提升，不断优化场景设计、剧情编排与互动体验，为消费者提供多样创新的玩法和高质量的沉浸体验，提升消费者的参与度和满意度。沉浸式体验将是未来行业发展的重要方向，随着未来AR、VR等先进技术的广泛应用，剧本娱乐的沉浸感将进一步提升，为消费者带来更加真实的体验。同时，沉浸式体验也降低了游玩的门槛，有助于推

动剧本娱乐从小众走向大众，吸引不同年龄段与兴趣爱好的消费者。

#### （四）剧本娱乐向下沉市场扩张，低线城市、县域占比提高

2023 年以来，低线城市、县域、农村等下沉市场迅速恢复，部分地区消费市场增速快于一二线城市。剧本娱乐行业最初在一二线城市兴起，但目前高线城市市场竞争激烈，供给趋近饱和，行业开始向下沉市场扩张，开拓新的发展空间。随着在大城市生活、工作的年轻人在节假日返乡消费，或回到家乡创业，剧本娱乐也逐渐传播到低线城市和县域。

美团数据显示，2023 年三至五线城市的剧本杀交易总额同比增长 4.1%，其中三线城市在全国交易额中的占比有所提升（见图 12）；三至五线城市的密室逃脱交易总额同比增长 29%，其中四线、五线城市在全国交易额中的占比均有所提升（见图 13）。由于低线城市客单价通常较低，因此交易额占比的提高并不明显，而商户数占比的提高更为显著：2023 年三至五线城市剧本杀商户数占全国商户总量的比重为 38.2%，提升 3.1 个百分点，密室逃脱商户数占全国商户数的比重为 41.7%，提升 4.7 个百分点，剧本娱乐商户总体占比提升 3.7%（见图 14）。而从县域角度统计，2023 年全国县域剧本杀商户数占全国商户数的 16.3%，提升 2.9 个百分点，密室逃脱商户数占全国商户数的 16.1%，提升 3 个百分点。未来，剧本娱乐有望在下沉市场获得更大的发展空间。

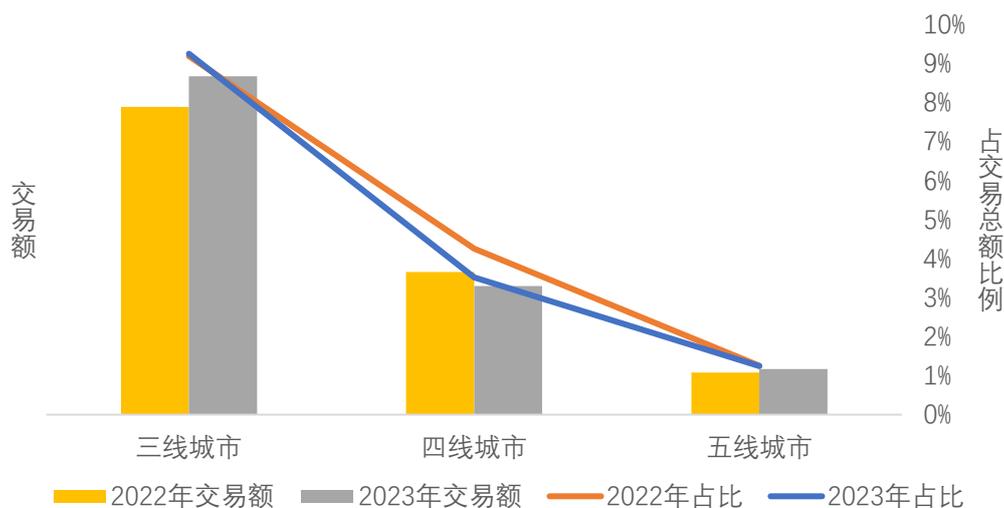


图 12 下沉市场剧本杀交易额及占比变化

数据来源：美团研究院

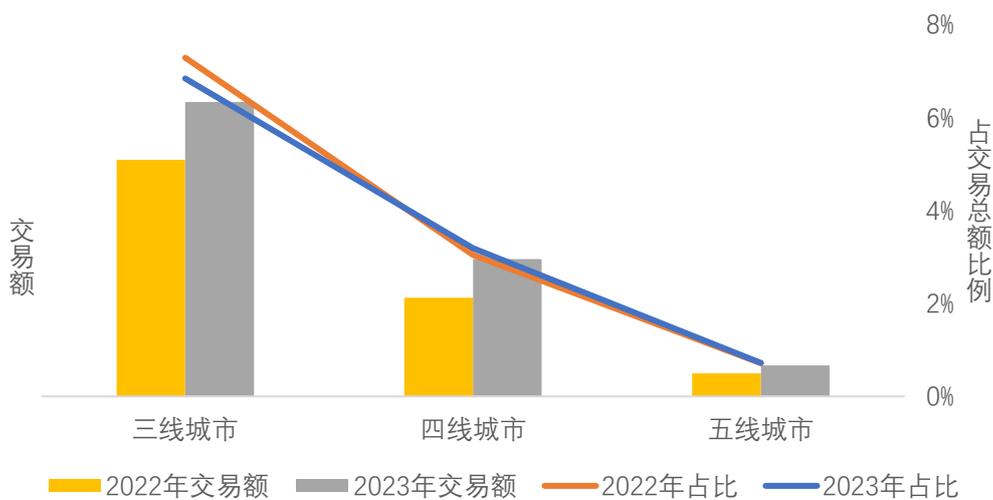


图 13 下沉市场密室逃脱交易额及占比变化

数据来源：美团研究院

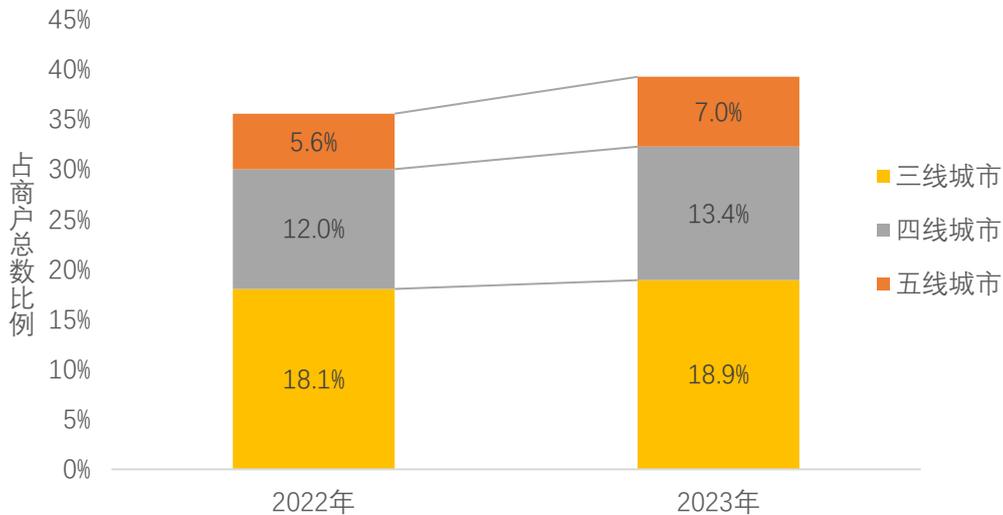


图 14 下沉市场剧本娱乐行业商户数占比变化

数据来源：美团研究院

#### （五）异地消费者规模扩大，异地消费额大幅增长

随着剧本娱乐消费者规模不断扩大、玩家对剧本娱乐的兴趣提升，部分剧本娱乐商户的影响力开始跨出本地，遍及全国，吸引来自异地的游客。2023 年跨地域的文旅消费迎来热潮，尽管对以本地消费为主的剧本娱乐行业产生一定影响，但也带动异地的剧本娱乐消费增长。一方面，一些业内知名的头部商户凭借独特的剧情设计、场景搭建等，吸引其他地区的资深玩家专程前来体验，或是旅游时顺带游玩。另一方面，各大文旅景点也在主动拥抱新业态，将剧本娱乐与各地的文化背景、历史典故等特色 IP 结合，打造新的沉浸式文旅业态。

美团数据显示，2023 年剧本杀异地消费额同比去年增长 49.9%，在剧本杀交易总额中的占比由 2022 年的 8.8% 提升到

12.1%；密室逃脱异地消费额同比增长 83.9%，在密室逃脱交易总额中的占比由 2022 年的 12.9%提升到 17.9%（见图 15）。从各季度看，剧本娱乐异地消费在第三季度达到高峰，此时正值暑期旅游旺季，大量消费者在旅游过程中体验剧本娱乐。

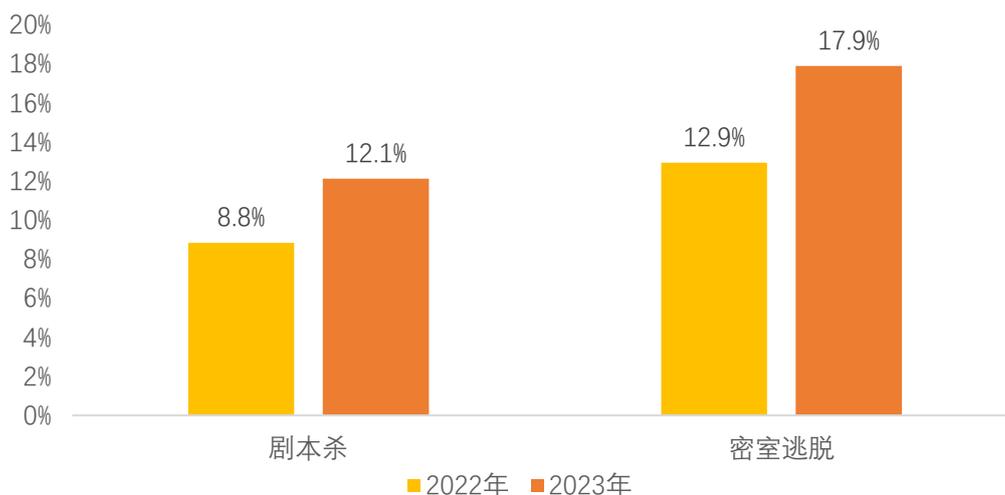


图 15 剧本娱乐行业异地消费额在交易总额中的占比变化

数据来源：美团研究院

### （六）平台赋能中小商户，助力行业健康发展

剧本娱乐行业的连锁化率较低，根据美团数据，平台上 98.2% 的剧本杀商户和 85.1% 的密室逃脱商户为非连锁的单店商户，其中包括大量中小商户。对于规模较小、位于下沉市场或处于创业阶段的中小商户来说，美团、大众点评等在线平台提供了信息入口，能够让他们以相对较低的成本快速打造自身品牌、广泛触达潜在客户，还可以利用平台提供的数据分析和营销工具，定位消费者需求并优化运营策略。平台降低了中小商户进入行业的门槛

和获客成本，丰富了市场供给，也使行业内维持一定的市场竞争，有助于行业的健康发展。

此外，平台提供的在线评价体系 and 榜单系统能明显降低剧本娱乐消费者的信息搜寻和消费决策难度，缓解信息错配现象。根据美团研究院问卷调查，当信息不足时，有 69.2% 的受访者会借助大众点评等综合信息平台来获取休闲娱乐信息。评价体系和榜单系统具有呈现效应、品牌效应和外溢效应，能够带动整个剧本娱乐行业消费规模扩大、供给水平提升和行业高质量发展。

#### 四、促进行业高质量发展的建议

##### （一）监管有所侧重，张弛有度

2023 年以来，全国各级政府出台了《剧本娱乐管理暂行规定》等一系列针对剧本娱乐行业的政策法规，在内容管理、未成年人保护、安全生产等方面提出了详细要求并规定了处罚办法，标志着剧本娱乐行业监管进入了“有法可依”的新阶段，也为行业高质量发展指明了方向。同时，近期全国消费增长放缓，居民消费信心不足，直接面向广大消费者的剧本娱乐行业可能会受到宏观经济形势的影响，进入增速放缓、商户更替的行业调整阶段。在此背景下，为了支持剧本娱乐行业繁荣、健康、持续发展，对行业的监管可以更加有所侧重、张弛有度，对关乎行业未来发展的关键领域进行重点监管，而在其他领域适度放松。

例如，近年来盗版侵权问题已经成为制约剧本娱乐行业发展的重要因素，尤其是在剧本复制、传播成本低的剧本杀领域，盗

版行为十分猖獗，部分剧本杀门店选择购入盗版剧本以降低成本，引发市场恶性竞争，乃至产生“劣币驱逐良币”的现象，打击优质剧本供给。然而，已有的全国性剧本娱乐行业政策法规并未明确提及版权保护相关内容，对剧本娱乐盗版行为的监管以不同地区和部门各自执法、打击典型案例为主要方式，尚未建立全面的版权保护体系。未来，相关政府部门可以进一步联合剧本发行方、行业协会、剧本娱乐门店等主体共同强化版权监管，将法律规制和行业自律相结合，依据刑法、著作权法、反不正当竞争法等法律，对盗版剧本的制作者、购买者、使用者进行打击。

## （二）拓宽应用场景，促进行业转型升级

尽管剧本娱乐行业已经走入公众视野多年，但目前行业依然没有完全脱离早期作为小众娱乐项目、针对特定年轻消费群体的状态。未来，剧本娱乐行业仍需进一步拓宽自身应用场景，与旅游、文化 IP 等消费热点结合，同时提升技术应用，促进行业转型升级。

一方面，剧本娱乐+旅游、剧本娱乐+IP 的组合近年来已有许多成功案例，各景点景区可以通过增加剧本娱乐项目来提升自身知名度、宣传地方历史文化、增加游客停留时长，IP 版权方可以通过开发剧本娱乐项目提升 IP 热度、增加粉丝忠诚度。这些多样的应用场景也使文旅、文化传媒等领域的大型公司开始进入剧本娱乐行业，带来新的题材供给和资本注入，提升剧本娱乐市场的活力。不过，目前此类应用依然局限于部分个案，尚未成为行

业普遍现象。政府部门、行业协会等主体可以积极推动剧本娱乐行业与文旅、传媒等行业开展合作，拓宽应用场景，实现不同行业的互利共赢。

另一方面，当前技术应用已成为剧本娱乐产业升级的重要方向，智能设备、自动化控制、AR/VR 乃至人工智能等新技术可以帮助行业提供内容丰富的差异化供给，满足不同群体的消费需求，尤其适合打造当下流行的沉浸式体验场景。除了剧本娱乐门店自身进行投资、引进新技术外，政府部门、行业协会等主体可以进一步出台支持政策，推动设备制造商、剧本娱乐发行方、剧本娱乐门店等产业链上下游主体进行协作，促进先进技术应用，引导产业转型升级。

### （三）完善行业标准，推动多方共治

作为新兴产业，剧本娱乐行业仍处在成长阶段，一些领域缺乏明确的政策法规来监管，因此需要行业加强自治，完善行业标准，形成行业共识，推动行业内上下游主体与行业协会、平台、政府部门实现共治。目前，剧本娱乐行业内已经有一些行业共治的实践，如中国文化旅游行业协会成立了实景娱乐分会，对密室逃脱产业进行引导；脱胎于密室爱好者社群的第三方中立组织 EGA 每年都会评选优秀密室等奖项，获得业内人士的广泛认可，成为密室逃脱领域的风向标。EGA 每年还举办密室产业峰会，加强从业者交流合作。行业协会、在线平台在这一过程中可以发挥积极作用，引导行业内商户遵守政策法规和行业规范，共同促进

行业的健康发展。

美团研究院 朱戈 刘佳昊 张琳