

从登陆热门综艺到成为现象级线下社交活动,从雨后春笋般冒出的实体店到与文旅、民宿业融合——作为近年来悄然流行的社交“新宠”,“剧本杀”在“Z世代”年轻群体中有极高的参与度,并逐渐形成了一条清晰的产业链。

“剧本杀”是什么?其核心——剧本是怎么创作产生的?目前行业发展面临哪些问题?近日,新华每日电讯记者走访多位“剧本杀”从业者,深入了解这一新业态的真实面貌。

“剧本杀”:社交“新宠”成产业,能走多远看格调

全国线下店超过2万家

北京市朝阳区,一家“剧本杀”门店,三四间面积不大的房间被装饰成古风、日式等不同风格。其中一间工业风格的房间内,玩家们面对面坐下,在DM(“剧本杀”主持人)的带领下细细地研读着各自扮演角色的剧本。

他们面前的桌子上,摆着用于记录关键信息的笔和纸,还有一桌子零食和尚未开包的外卖午餐——桌上几名“老玩家”知道,这次是五六个小时才能玩完的剧本,把饭桌搬到“剧本杀”上,才能保证这一下午玩得更加充实。

“最近一段时间几乎每个周末都组一局‘剧本杀’,有时玩得不过瘾,一周组两次。”被朋友带着参与,今年28岁的贾雨在不到三个月的时间里已体验了十几个剧本,从当初对“剧本杀”闻所未闻的“小白”成了“组局达人”。这一天,他们尝试的是一个推理难度极大的“进阶”剧本。

“非常‘烧脑’,长时间的讨论也没有理出思绪。”贾雨说,这类剧本让他非常享受,“不只在剧本里体验角色人生,重要的是不断接近‘真相’过程中的紧张与刺激。”

所谓“接近真相”的提法,是因为早期的“剧本杀”基本上是由推理爱好者从国外译制而来。

“剧本杀”刚开始不成规模、不为盈利,单纯是朋友之间的聚会游戏。大约从2019年开始,国内涌现出越来越多的创作者、经营者与玩家,逐渐成为一个新业态。

“就目前来看,国内‘剧本杀’发行从业人数过万,每年发行的新本在200本到300本左右,线下店超过2万家。”“剧本杀”资深从业者冷月说。

目前,从内容上划分,“剧本杀”分为“硬核本”(以推理为核心,难度较大)、“还原本”(借助推理还原故事,往往具有曲折离奇的情节)、“欢乐本”(情节诙谐幽默,注重欢乐体验)、“恐怖本”(注重渲染恐怖氛围)、“情感本”(通过动人的情感故事打动玩家)、“阵营本”(玩家被划为不同阵营进行对抗)与“机制本”(在剧本中设置游戏环节,以其为玩家赋予能力,推动剧情)等7种类型。

北京市海淀区某大学附近的一栋写字楼,聚集了22家“剧本杀”店。

小罗是其中一家店的DM,附近高校的学生、互联网公司员工是他接待的主要客户群体,“当然也不限于这些群体,店里目前接过的平均年龄最小的顾客群体是一些七八岁的小学生,年龄最大的是四五十岁的叔叔阿姨。”

很多家长愿意让孩子来参与,为的是丰富孩子们的课外生活,在娱乐活动中增进他们的社交能力,同时锻炼他们的逻辑推理思维。

“我之前带过的‘孩子场’都是七八岁的小学生,有的拿到剧本之后字还认不全,我还



会帮他们认字,而且他们对于剧情的理解也不太到位,需要我全程给他们讲,一场下来我相当于给他们讲了四个多小时的故事,想来也挺有趣。”小罗回忆说。

真实社交,受年轻人追捧

“剧本杀”,顾名思义需要有好的剧本。作为国内“剧本杀”最早发轫的城市之一,杭州聚集了大量相关从业者。曾音曾是一名教师,现为杭州市海安堂无香发行工作室主理人,工作室主要从事剧本内容的创作与剧本的发行。

“‘剧本杀’产业链包括了作者、发行方、店家、玩家四个环节。”曾音说,在这个链条里,作者负责剧本创作,呈现出一个初步的故事背景、案件细节与游戏流程,同时通过设计人物单人背景故事,打造一个错综复杂的人物关系网。

剧本创作初步完成后,发行方的监制会对剧本进行全方位把控,同时将剧本进行五六次内测。经过多次调整与修改,剧本成熟度达到80%至90%,才有机会进入市场销售。

在培训和指导剧本创作者方面,“推理大师”微信公众号创始人、“剧本杀”行业协会副会长王梦池颇有心得。2017年底推出的线上推理游戏公众号“推理大师”,截至目前已累计1300万人次使用。2020年2月,“推理大师”的第一家线下门店在北京开业,形成了“线上+线下”融合的经营模式。

“推理大师团队在剧本创作上有专业的监理来指导剧本方向。”王梦池说,有很多网文作者、编剧想要跨界成为“剧本杀”作者,他

们的文笔与故事创作能力都非常强,只不过缺乏“剧本杀”创作经验。

通过监制的引导以及大众玩家的反馈,作者能迅速成长,基本上两到三个月就可以成为一个专业写手。“我们在平台上线一个剧本,可能一天就有几万人看到这个剧本,大量评论给作者及时的反馈,作者可以据此做出相应的调整。”王梦池说。

美团《2021实体“剧本杀”消费洞察报告》显示,2021年中国实体“剧本杀”市场规模预计将超过150亿元,消费者有望达940多万。

记者调查发现,目前市场上有专职和兼职两类剧本创作者,作者往往与发行方进行事前约定协商,共同拟定剧本收入的结算方式。“目前来看,主要有分成和买断两种方式。”曾音介绍。

在这位从业者看来,“剧本杀”行业发展前景不错。首先,经过这么多年的发展,“剧本杀”已形成相对完整的产业链,一些行业协会、联盟正在逐步成型。同时,“剧本杀”作为一种新兴的真实社交方式,越来越受到年轻人的喜欢。

“现在年轻人压力比较大,他们可以通过‘剧本杀’宣泄情感,收获快乐,拉近与他人之间距离,同时增强真实社交能力。”曾音说。

剧本质量良莠不齐

无论是“剧本杀”的IP化,还是沉浸式的“剧本杀+VR”“剧本杀+民宿”“剧本杀+景区”的逐渐兴起,都显示出“剧本杀”有较强的拓展和可塑性。此外,与景区、邮轮等旅游场

景相结合的“剧本杀”项目也遍地开花。

四川青城山一家两天一夜的“剧本杀”体验地,火爆时需要提前几个月预约;成都宽窄巷子的“剧本杀”游戏《宽窄十二市》,吸引了众多玩家打卡;玩过武汉“知音号”沉浸式“剧本杀”的玩家,直呼仿佛穿越到抗战时期,来了一场“保卫武汉之旅”……

随着“剧本杀”行业的走红,不少文学、影视作品开始向“剧本杀”进行授权,在原有作品的基础上开发衍生产品。就目前来看,国内已出现《仙剑奇侠传》《赘婿》等影视作品的“剧本杀”,受到粉丝喜爱。

但在业内人士看来,知识产权等问题可能制约行业健康发展。

“2017年的时候甚至夸张到花两三块钱就可以买到几百本剧本的电子版。原作者与公司应该通过更专业的维权方式、更加便利的维权途径、更数字化电子化的方式从各个角度防止盗版现象。”王梦池坦言。

“一方面是搭建数字化的版权体系,让盗版从根本上无法发生。另一方面是给发行方,也就是版权所有方相应的维权渠道,与专业的律师团队合作进行维权。”王梦池补充说。

记者采访发现,剧本质量参差不齐,也被一些消费者诟病。

目前,“剧本杀”行业的准入门槛相对较低,作者的创作能力不一,造成了市场上剧本数量不断增长,剧本质量有高低。甚至还有少数剧本创作者以“黄色暴力”“恐怖慎人”作为噱头博人眼球。一些受访玩家坦言,少数剧本内容过于低俗、血腥。

业内专业人士认为,“剧本杀”的初衷本应是对历史或当下现实问题的关注和思考,传递创作者自身的价值理念。

例如,不少作者通过剧本创作引导玩家对校园暴力、PUA等社会问题进行关注、思考,呼吁大众树立正确的价值观。未来“剧本杀”行业应该加强自律,对血腥暴力内容坚决抵制,让“剧本杀”成为正确价值观的载体。

当前,受疫情影响,很多线下“剧本杀”店经营受到极大影响,大量的店面基本处于长时间零营业状态。同时,作为剧本销售重要方式的剧本展会也大量取消和延期,对剧本发行和店家运营都带来了挑战。

为适应疫情防控的要求,不少“剧本杀”店家开发了新型的运营模式。例如,一些店家推出“剧本外卖服务”,玩家通过App下单后,DM将带上剧本上门进行服务。还有的店家借助微信、钉钉等通讯类App,将剧本转移至线上进行体验。

“‘剧本杀’入行门槛低、内卷严重,很多人都觉得‘剧本杀’能赚钱,纷纷去开店,也有资金悄悄进入,让行业竞争也愈演愈烈。行业的健康发展需要有规范和标准介入,形成风清气朗的环境,防止‘虚胖’。”业内人士坦言。(据新华每日电讯)

栾川公安:全国人大代表杨来法式“民调室”效果显著

本刊讯 今年以来,栾川县公安局城关派出所按照创建省级“枫桥式公安派出所”工作部署,坚持“多力协作、情理融合”矛盾纠纷多元化化解长效机制,成立栾川县全国人大代表杨来法式“人民调解室”,调解室积极探索“四六”工作法,确保矛盾纠纷早消化。

调解室借助社会力量“人熟、地熟、情况熟”的天然优势,全面提升矛盾纠纷化解效能。调解室积极探索“四六”工作法。“四先”:即预防在先,苗头问题早消化;教育在先,重点对象早转化;控制在先,敏感时期早防范;调解在先,矛盾纠纷早处理;“六个用心”:即倾听当事人陈述专心、调查取证细心、开展疏导耐心、调处纠纷诚心、下达结论公心、遇到反复有恒心,全力防范化解管控各类矛盾,最大限度减少“民转刑”案事件发生。

至8月份,共受理交通事故、家庭纠纷、邻里纠纷、人身伤害等矛盾纠纷120余件,成功调解110余件。(杨雪利)

兰考县考城镇财政所 节前廉政提醒 筑牢思想防线

本刊讯 中秋、国庆双节将至,为切实筑牢全所干部职工拒腐防变的思想防线,日前,兰考县考城镇财政所组织召开节前廉政提醒专题会,敲响警钟,严肃纪律,防治节日腐败问题发生。

会上,集中学习了开封市纪委关于三起违反中央八项规定精神典型案例的通报,接着,观看了警示教育片《蜕变的初心》,通过对典型案例的剖析,警示大家要以案为鉴、警钟长鸣,自觉筑牢拒腐防变的思想道德底线。最后,对常态化疫情防控、值班值守、餐饮浪费、纪律作风等工作进行了安排。

会议要求,一要始终坚定理想信念。要注重加强政治理论学习,深入学习党纪国法和法纪法规,以典型违纪违法案件为镜鉴,不断加强明辨是非的能力、抵抗诱惑能力和廉洁自律能力。二要贯彻落实防疫举措。要紧绷疫情防控这根弦,认真落实疫情防控各项举措,常态化做好防控工作。三要始终严守纪律规矩。要认真贯彻落实中央八项规定精神,绷紧纪律规矩这根弦,做到不越底线、不踩红线、不碰高压线,用思想上的自觉和行动上的自律,努力营造崇廉尚俭、节约质朴的良好节日氛围。(孔恒)

旅游景区“涨”声一片“门票经济”是死胡同

近些年,不少旅游景区“涨”声一片。景区门票价格偏高,涨价幅度偏大,让不少游客直呼“吃不消”。2018年以来,国家发展改革委出台了关于降低重点国有景区门票价格指导意见等一系列文件,各地景区积极落实,让利于民。但个别地方仍存在部分国有景区门票价格偏高、配套服务价格不合理,以及强制捆绑消费、门票明降暗涨等现象。

就景点长远健康发展而言,单纯依赖“门票经济”,而在开拓市场、提升产品服务和转型发展上无所作为,容易受市场规律作用进入价格高、游客少的“死胡同”。有关部门对降低重点国有景区门票价格“回头看”,并不是要降低景区的收入,而是倒逼景区实现由单纯依赖门票向综合产业经济转变。事实证明,有不少景区发展“旅游+”,坚持旅游与体育、养生、休闲等各产业的融合,丰富景区的食、住、行、游、购、娱等产业要素,提升了景区文化内涵和品质,通过吸引游客、留住游客增加了收入。

降低景区门票价格是硬要求,各景区要严格落实,不应搞变通,打“擦边球”。有关部门对“回头看”要真看、真查、真改,建立问题台账,整改督导机制工作,对于不按规定执行政府定价、擅自增设收费项目、捆绑销售、不执行优惠政策、随意涨价等违法违规行为,要及时采取措施,依法严肃处理,切实维护旅游市场价格秩序。(据经济日报)