

近两年，一系列以沉浸式为主打的“剧本杀”项目在全国各地景区涌现，以文旅新场景、新业态的形式为景区赋能。从玩家围坐在一起围绕剧本进行推理，到如今与景区相结合，身临其境的升级体验让“剧本杀”项目热度骤增，也丰富了景区沉浸式业态，提升了留客能力。特别是今年6月以来，携程数据显示，带有“剧本杀”标签的景区订单量同比增长超10倍。风口上的景区“剧本杀”优势何在？什么样的景区适合开展“剧本杀”项目？如何让“剧本杀”和文旅结合得更加深入？记者进行了相关采访。

优势：打造本地独有的特色IP

时隔两个月，22岁的刘琦回忆起在四川省成都市崇州街子古镇玩过的小镇“剧本杀”，仍觉得意犹未尽。“古镇中明清时期的风格建筑被游戏指代为客栈、酒坊、镖局、茶铺、衙门等场景，漫步在小镇亭台楼阁、小桥流水中，加上人物设定和情节的加持，让我对古镇本地的民俗文化有了更深层次的理解。”刘琦说。

通过简单的任务设置引导游客游览景区、了解当地文化是“剧本杀+景区”相比传统“剧本杀”的独特优势，用业内的话来讲，这是一种“新文旅沉浸式体验”。为了让玩家打消“换个地方玩游戏”的质疑，全国各地景区“剧本杀”项目也在思考如何与地域文化特色紧密融合，打造本地独有的特色IP。

在山西省晋城市皇城相府景区，大型实景演艺类“剧本杀”《古堡十二时辰》以该市阳城县真实历史事件为基础，将晋城古堡全景展示。故事从皇城相府、郭峪古城、天官王府、相府贵宾楼酒店4个地方分为4条主线分别展开，以“婚嫁仪式”为事件高潮，穿插古代人文地理、生活习俗、货币金融、农事节庆、戏曲杂耍等百姓生活风貌，使玩家深刻感受晋城市深厚的历史文化积淀。“这几年尝试了不少‘剧本杀’项目，但景区开设的‘剧本杀’给人的感觉很不同。实景非常有代入感，一层一层拨开迷雾寻找问题的答案，揭露一场场骗局，好像回到了几百年前。”太原游客温茂婷说。

为放大“文化味”，今年端午节期间，崇州街子古镇景区还推出了首个以四川历史名人“常璩”为核心的沉浸式景区探索解谜游《华阳国志·穿越笔记》。项目设置了其著作《华阳国志》善本丢失在时空乱流中的故事，游客作为“时空管理局特派员”穿越到古代，通过对《华阳国志》知识的了解，层层破解谜题，找回善本。

“其呈现方式是‘密室逃脱+综艺真人秀+剧本娱乐’，通过追寻《华阳国志》的内核串联景区元素，实现故事化、游戏化、潮流化、趣味化。”沉浸式旅游创新发展研究中心执行主任、蜀州沉浸文旅总经理谢礼介绍，这样的沉浸式文旅产品，将单纯的旅游观光变为主动参与的文化冒险之旅，将千篇一律的文化介绍和景区攻略，变为具有沉浸式体验感的探索之路，在游客享受探索、解谜、汉服穿越的同时，

以带有科普的形式趣味传播历史文化。

现状：多业态融合拉动景区消费

“剧本杀+文旅”模式虽已频频“破圈”，成为文旅行业新的风口，但在文旅营销领域，传统的“剧本杀”门店思维还远远不能达到景区对于客流量和业态联动的需求。如何才能让“剧本杀”和景区结合得更加深入，实现利益最大化？这是业内正在思考的问题。

8月19日，来自四川省南充市南部县的“剧本杀”爱好者向余思和好友搭乘动车来到成都，又马不停蹄地赶到崇州街子古镇换上宽袍大袖的汉服，领取江湖门派的身份，走进挂满油纸伞的小镇大门，开启自己的江湖侠客之旅。据悉，两天一夜的沉浸之旅，向余思及好友需各自花费798元到888元，这个价格包含了整个游玩的费用以及一日三餐和一晚的住宿。此外，古镇也有入门套餐，普通游客只需要花费58元就能穿上汉服走进小镇，和NPC（非玩家角色）互动，感受“剧本杀”的乐趣。

在成都，不少景区“剧本杀”项目摒弃了“小流量”的门店思维，以“剧本杀文旅生态圈”为主要理念，推进“吃住行游购娱”多业态融合，打造成持续性运营的沉浸式项目。早在2018年，成都的壹点探案就在青城山推出了“两天一夜”的沉浸式“剧本杀”，直接推动当地民宿产业升级换代；大邑县安仁古镇《今时今日安仁·乐境印象》一经推出，包括项目配套的住宿、旅游都有立竿见影的效果，人均消费从300元提升到2000元至3000元；崇州街子古镇“味江·九州实景江湖武侠小镇”项目的玩家中，40%来自外地游客，项目运营以来，周边商户收入也大幅上升，以古镇民宿为例，平日空床率已下落30%以上。

在湖北黄石东方山景区东昌阁沉浸式项目总经理袁志钢看来，景区引入“剧本杀”，也相对解决了景区“盈利模式固定、游客老龄化”等问题。“首先，作为高附加值的知识产权类服务，景区实景‘剧本杀’会带来远高于一般门票的收入，对景区的整体营收帮助很大。此外，实景‘剧本杀’对年轻客群的吸引力较大，景区客群结构也会有较大的改善。”袁志钢说。

随着消费者对沉浸式娱乐体验项目关注度的提高，沉浸式“剧本杀”这一新业态也持续火热发展。

例如，随着露营的风靡，“剧本杀”又与露营结合，在成都年轻人中间迅速火了起来。“从去年开始，我们营地就与第三方合作，推出了露营‘剧本杀’项目，深受年轻人的追捧。”成都“天际线自然营”营地负责人透露，露营“剧本杀”利用营地的自然环境，氛围欢乐、互动游戏丰富的剧本，以房车为载体，将玩家从室内场馆带到特色鲜明的房车营地，结合别具风格的露营活动在户外完成剧本演绎，给游

客带来新颖的沉浸式体验。

发展：找准双方最恰当的结合点

“剧本杀”的融入为当下旅游业形成新的流量入口。但同时有业内人士指出，“剧本杀”和文旅结合虽然是热点和发展方向，但短期内想要盈利和实现大量引流也不太现实。

在“内容为王”的时代，剧本如何贴合当地实际、如何利用文化赋能空间等都是难点所在。“越是大型的景区对内容创作的要求越高。”袁志钢透露，景区对“剧本杀”创作要求极高，需要非常专业的创作团队对景区和当地文化深度挖掘，还需要熟悉美术设计、场景搭建和演艺编创的人才。“例如湖北黄石东方山的东昌阁沉浸式项目，前后参与设计的团队成员超过百人，囊括了剧本、舞美、服装、机关、道具、舞蹈等方面。”袁志钢介绍。

同时，一些业内人士也认识到，“剧本杀+文旅”模式成为热门，但并不意味着这一模式适配于所有类型的旅游景区。“现在国内很多景区、古镇希望我们介入，但公司并未盲目扩张。”成都的壹点探案相关负责人坦言，在他看来，很多景区对沉浸式体验不够了解，简单认为引进“剧本杀”就是引流，但每个景区有不同的文化特色，不能用固定模式，无论是剧本还是场景布置，都需要根据当地的文化要素量身定做。《今时今日安仁·乐境印象》项目负责人也认为，“剧本杀”对文旅发展起着锦上添花的作用，融合一定要找准彼此最恰当的结合，如果单纯想凑热闹、引流，只会失败。

近日，文化和旅游部、公安部、住房和城乡建设部、应急管理部、市场监管总局五部门联合发布《关于加强剧本娱乐经营场所管理的通知》，首次在全国范围内将“剧本杀”等剧本娱乐经营场所新业态纳入管理，目的就是促进这一新兴业态的健康发展。

谈及“旅游+剧本杀”的发展趋势，文化和旅游部法治专家委员会委员、北京第二外国语学院文化旅游法律法规研究中心副主任王天星分析指出，“剧本杀”类的旅游产品健康有序长远发展，最关键的还是剧本内容，目前最大的问题也正是剧本内容。“剧本必须要不断根据游客的反馈、消费者的喜好来进行定期更新，才能让游客保持新鲜感，不断丰富其旅游体验。”

（统稿：付远书 参与采写：付远书 瞿祥涛 郭志清）

来源：中国文化报