

承认游戏会给自己带来阴影，

“密室逃脱”游戏争议不断

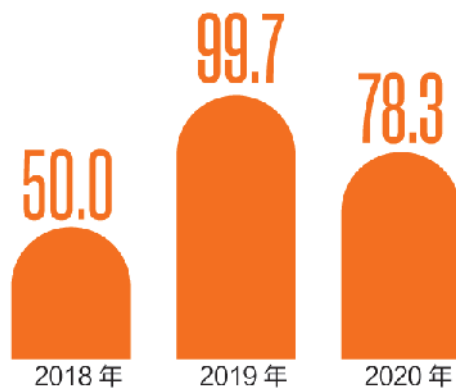
线下休闲娱乐“新宠” 市场规模近百亿

2019 年我国密室商家保持 **20%** 的增速，

密室商家数量近 **12820** 家。

密室主题数量近 **13630** 个。

2018年-2020年
中国密室逃脱行业市场规模
(单位: 亿元)



国内密室逃脱商家数量 TOP 5 省份



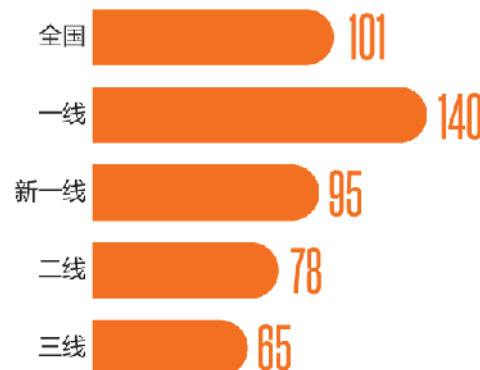
密室逃脱行业主要盈利模式



密室逃脱两大主模式对比

	传统密室	沉浸式密室
建造成本	30 万元以下	100 万元以下
游戏时长	1 小时	2-3 小时
单价	50-100 元	300-600 元
日均场次	8 个左右	5 个左右
回本周期	半年左右	超过一年

中国密室逃脱人均消费 (元 / 次)



叫上三五好友,穿上道具,在精心设计的“密室”内头脑风暴,破解谜团……作为舶来品,密室逃脱在国内已经从小众爱好逐渐发展为年轻人休闲娱乐“新宠”。由线上解谜游戏到线下真人实景互动,高科技加持下的密室逃脱更具趣味性和沉浸感,成为都市消费者释放压力的主要方式。

尽管如此,密室逃脱行业的安全问题和规范化问题仍然招来不少争议声。数据显示,超过五成的受访用户认为玩恐怖主题的密室逃脱游戏会留下阴影,而截至去年 12 月,关于密室逃脱行业的民事案件达到了 158 起。

■策划:新快报记者 罗韵
■统筹:新快报记者 梁彧
■采写:新快报记者 张磊
■制图:廖木兴



行业规模已近百亿,主题馆经营者大多学历高

从最初的解谜游戏发展为沉浸式实景游戏,密室逃脱大体经历了 4 个时代:小纸条时代、机械机关时代、剧情密室和演艺密室。回溯国内密室逃脱的发展史,2012 年到 2014 年间,大量的密室逃脱游戏体验店集中涌现;2015 年到 2017 年间,进入产业化发展阶段,沉浸式互动体验被引入密室,密室对年轻群体的吸引力开始增强;2018 年后,《明星大侦探》《密室大逃脱》等实景推理综艺节目相继播出,使得密室人气大涨,并逐步成为线下休闲娱乐的新宠。

密室逃脱的市场表现也显现出高增长的势头。2019 年,中国密室逃脱行业市场规模(包含产业上中下游引起的交易)逼近 100 亿元,行业消费人次达 280 万人次,门店个数超过 10000 家。业内人士分析认为,随着城市生活节奏的加快,人们的压力逐步增加,对密室逃脱等

放松心情、释放压力的场所需求将会持续增长,这也成为密室逃脱行业持续增长的动力。

此外,中国密室逃脱的线上订购单量总体呈大幅上升的趋势。2019 年第三季度,仅美团平台的密室线上订单额就高达 4.85 亿元,同比增长 2.41 倍。艾媒咨询分析师认为,线上交易平台的发展为密室逃脱行业提供了宣传和推广的渠道,有助于商家对客户进行预约分流,提高运转效率。

从密室逃脱主题馆经营人员来看,学历高、专业水平高是他们共同的特性。数据显示,18.9%的密室经营者在从事密室行业之前为企业管理者,排位第一;11.9%的密室经营者在从事密室行业之前为技术人员;3.6%的密室经营者在从事密室行业之前为专业人员(如医生/律师/文体/记者/老师等)。

90 后成游戏绝对主力,广东成年度最活跃地区

90 后已然成为密室逃脱用户的“绝对主力”。数据显示,2020 年,在中国 95 后最喜欢的新兴娱乐方式中,密室逃脱排名第四。20 岁到 35 岁的年轻群体占比密室玩家七成以上。性别方面,男性消费者占大多数,占比 63.03%,女性占比 36.97%。此外,密室逃脱活跃用户主要集中在一二线城市,消费者占比达到 64.95%。

艾媒咨询分析师认为,目前密室逃脱的消费群体以 80/90 后上班族为主,主要是因为密室逃脱的单次消费通常在 100 元左右,而真人 NPC(游戏中的非玩家角色)的沉浸式密室单次消费更是达到 150-250 元,年轻上班族的消费承受力较强,且愿意为此消费。而密室逃脱的主题通常带有一些悬疑恐怖的成分,因此对于男性消费者来说会有更大的吸引力。

在 2020 年密室逃脱行业用户地域分布中,广东省成为密室逃脱年度最活跃地区,这与广东地区的密室文化有着紧密联系。去年 7 月,密室类综艺《密室大逃脱 2》在广州一栋密逃大厦中录制,为广州带来了很高的人

气热度,面向公众的 1.2 万份预售票在短时间内被抢购一空。

消费者对密室逃脱的注重因素也呈现出多样化趋势。由于密室逃脱主题馆主要开在市中心繁华地段及商圈地带,因此交通便捷程度成为了消费者最关注的因素之一。另外,密室逃脱商家在美团等平台上的口碑排名以及主题趣味性、服务质量也成为了消费者选择的重要依据。艾媒咨询分析师认为,随着密室逃脱产业进入规模化发展期,消费者对于密室逃脱的关注点将不仅仅局限于密室本身,周边配套也成为了密室产业发展的重要因素。

目前国内的密室逃脱人均消费在 50-150 元之间,占比超过 70%,人均消费 200 元以上的密室相对较少,仅占 3.5%。对于密室逃脱受热捧的原因,从消费者的偏好中也能窥见一二。对于个体玩家而言,缓解压力、社交聚会、尝试新事物是他们选择密逃的主要原因,而对于家庭用户和公司而言,密室逃脱是带孩子互动和员工团队培训的好场所。