

承认游戏会给自己带来阴影，

“密室逃脱”游戏争议不断

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，使得密逃人气大涨，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。对于个体玩家来说，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。

线下休闲娱乐“新宠”市场规模近百亿

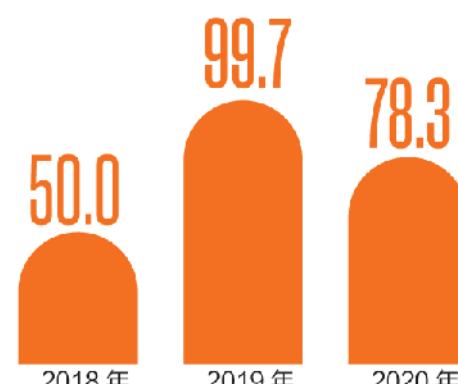
2019年我国密室商家保持20%的增速，

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）

