

風口上的密室：火爆生意與盈利魔咒

忽暗忽明的白熾燈在半空中搖晃着，鏽蝕的鐵門不時發出吱吱嘎嘎的響聲，潮濕泛黃的牆壁斜掛着破碎的海報，遠處飄來陣陣音樂，空氣中若有若無的霉臭味，讓身處其中的張林(化名)不自覺地打了個冷戰，“對未知的恐懼牢牢把控着你的情緒，讓你恨不得馬上奪門而逃。”

這是張林玩的第200個密室，也是他印象最為深刻的場景，“完全不同的環境讓人感覺到另外一個世界，這是其他遊戲不可能帶給我的體驗。”

密室、劇本殺，成爲近年來年輕人中興起的新潮娛樂方式，也成爲他們的綫下社交娛樂之一。據艾媒諮詢數據顯示，2018-2020年中國密室逃脫行業市場規模正不斷擴大，其中2018年爲50億元，2020年爲78.3億元。預測2021年爲101.2億元，2022年則可能達到123.6億元。

從北上廣深到五綫城市，越來越多的密室出現在大街小巷。但掘金不易，市場資源傾向巨頭的現實，以及投資大、盈利模式單一、回本周期漫長的痛點和行業競爭激烈、同質化嚴重的衝擊讓不少新來者深感現實的殘酷，稍有不慎就被淘汰出局。

“大品牌方通過販賣主題、開設加盟店等方式獲利，實現‘半年回本’。而單打獨鬥的個體密室要想在行業發展，需要更多的突圍方法。”在密室產業深耕多年的老何(化名)依然看好密室的前景，“未來，遊戲、影視等大IP的入場會徹底點燃密室行業。”

密室有什麼魔力？ 重度粉絲打“飛的”玩數百局

周末剛下班，葉飛(化名)就興衝衝地趕往市區商圈，幾個朋友早已等候許久。他們預約了7點場的密室逃脫。

“在陌生又略帶陰暗色彩的環境裏，整個人在高度緊張的狀態下，腎上腺素很容易激增，讓人不自覺地沉迷進去。”講到密室對自己的致命吸引力，葉飛如是說。

半年前，葉飛在朋友的帶領下第一次接觸到密室逃脫。當身處陰暗的房間，穿過幽暗的過道和鏽蝕的鐵門尋找解鎖機關，不斷考驗着分析能力的那一瞬間，他立即愛上了這項燒腦遊戲。此後的時間裏，從機械密室到恐怖密室，從理性分析到驚恐失措，葉飛樂在其中。

記者了解到，密室逃脫最早起源于美國硅谷。2006年一群遊戲程序員根據偵探女王阿加莎·克裏斯蒂的小說設計并制作了一系列秘密房間的場景，并把其還原到了現實中，這一沉浸式體驗場所迅速席卷全球市場。國內密室則興起於2008年，近年來逐漸在年輕群體中流行開來。而2019年密室類綜藝節目《密室大逃脫》的播出，徹底將這一遊戲推向高潮。

據艾媒諮詢數據顯示，2018-2020年中國密室逃脫行業市場規模正不斷擴大，其中2018年爲50億元，2020年爲78.3億元。預測2021年爲101.2億元，2022年則可能達到123.6億元。記者查閱企查查數據發現，截至2021年7月我國在業/存續的密室企業有10625家，其中在一年內成立的相關企業就

有2497家。

“如今市面上較爲主流的沉浸式密室，按照遊戲內容主要分爲恐怖密室和機械密室。”葉飛說，“機械密室更傾向於尋找道具進行解密，而恐怖密室則在削弱解密難度的基礎上增加了驚悚元素。”

資深玩家張林在兩年時間內刷了數百個密室，他還專門利用周末“打飛的”去往全國各地，祇爲體驗更新奇的密室，“去了重慶、成都、上海等不少密室較爲集中的城市，每次都會拉上朋友去反復刷上幾局”。

相對機械密室，張林更偏好恐怖密室裏那種刺激的感覺。儘管每次都會被NPC嚇到驚叫連連，但能在吼叫、奔跑中將日常工作中所積累的壓力徹底發泄出來，“和劇本殺更重劇情不同，密室更傾向於玩家感受。完全不同的環境讓人感覺到另外一個世界，這是其他娛樂遊戲不可能帶給我的體驗。”

還有一點吸引張林的是，密室自帶的社交屬性，讓獨自在陌生城市打拼的他結識到不少新朋友。

“你會看到很多原本陌生的年輕人，在共同經歷一場密室逃脫後，關係會變得逐漸緊密起來。”張林告訴記者，最早他總是一個人參加遊戲，搭檔也是由店家臨時“拼團”所組成。而在多次遊戲後，如今他和幾個配合默契的搭檔早已成爲朋友，祇要有空就會相約去密室玩耍。

8月1日，記者在浙江杭州一家密室店體驗了一把“機械密室”。在燈光昏暗的房間裏，記者和3名由店家幫助拼團的陌生玩家一起尋找每一個可能打開房門的道具以及綫索，爲共同通關做着配合。當最終機關打開的瞬間，彼此之間早已沒有生疏感，相互擊掌慶祝通關。

密室老板王浩(化名)表示，陰森的環境下確實很容易讓玩家產生“抱團”的想法，也方便拉近彼此間的距離，“之前有剛認識不久的年輕情侶來一起玩，在共同過關後，彼此的關係親密了不少。”

開一家密室前期投資百萬元 起復客率低成痛點

玩家的熱情，讓市面上涌現出越來越多的密室。

“密室行業如今正在‘野蠻生長’中，無論是產業還是玩家人數都進入逐年爆發的階段。”王浩告訴記者。據艾媒諮詢數據顯示，2019年中國密室逃脫行業市場規模逼近100億元，行業消費人次達到280萬人次，門店個數超過10000家。儘管2020年市場規模受疫情影響同比下降21.5%，但隨着疫苗研發上市進程加快，預計2021年行業將逐步恢復到2019年的發展水平。

頭豹研究院數據顯示，中國密室逃脫市場規模從2015年的15.2億元，增加到2019年的100億元，年復合增長率達到60.2%，預計到2024年將達到約220億的市場規模。

在決定開店之前，王浩用了近半年時間四處探店。杭州、上海等地有點名氣的密室，他幾乎全都玩過。但和其他人更沉浸於遊戲本身不同，他在意的是對方密室主題

造型、機關布置、音樂設計等細節的地方。

一番探店之後，王浩開始進行密室主題的設計。平時喜歡看解密類電影的他決定將整體風格設置爲機械密室。他告訴記者，機械密室雖然不需要NPC和太多工作人員，但要受到玩家歡迎，除了主題外，關卡設計、密室布置、道具海報等微小細節都必須做到極致。爲此他特意翻來覆去地看着《次元殺陣》、《密室逃生》等電影，從中尋找靈感，“那段時間看了上百部電影，隨時定格觀察其中的設計和布局，有合適的就用筆記錄下來。”

2019年，王浩投資近200萬元的密室在杭州一個空曠的寫字樓裏開業。這家面積大約400平米的密室被他分爲了3個主題空間，根據難度將時間分爲60、80、90分鐘，價格定爲118元、138元和178元三個檔次，“每個房間每天都能接到3、4場，周末通常一整天可以接到6場。每個月有近6萬元收入，除去一些成本，利潤也能達到5萬元。”

記者了解到，密室空間的大小決定着前期投資的成本費用。其中100平米的小型密室成本在50萬至100萬元，100至400平米的中型密室成本則需要兩、三百萬元，而超過400平米的大型密室成本更是達到500萬元以上。這也是如今市面上大多數密室逃脫都是開在寫字樓、地下停車場等空曠場地的原因所在。畢竟商圈核心位置租金太高，根本承受不起。不過密室本身屬於“顧客指向性”，祇要密室主題好玩且有新意的話，并不擔心沒有主動找上門來的玩家。

爲了讓玩家知道自己這家店的存在，在開始的那段時間，王浩不斷追加投資砸向推廣宣傳。他聯系了衆多網紅KOL，在大衆點評、小紅書、抖音等平臺賣力宣傳，“差不多這筆錢就用了40萬元。”

一波波的推廣下，讓不少玩家聞訊而來，“玩家會不斷帶新朋友來體驗密室。進而形成口碑推廣。”王浩說，“通常90%的新玩家第一次玩都不可能通關。極大概率會因爲膽小或者解密而被卡關。很多不服氣的人都會來二刷，甚至三刷。”

王浩還記得，之前有幾個年輕人在挑戰了前兩個密室後，信心十足地要挑戰難度最大的密室，但幾番下來總是被困在其中。那段時間裏，他們每到周末都會給王浩打電話，預訂幾個小時的密室，“差不多刷了5、6次才最終通關。”

目前營收逐漸穩定，但王浩仍感到略有不安，每每和同行探討時總會爲如何提升復客率發愁，“和網吧、KTV不同，密室復客率較低，玩家在刷通關後就很少再來。這意味着密室需要定時更換主題，而一旦改造場景又會涉及不菲費用，祇能不斷砸廣告拉攏新客，而這能維持多長時間，誰也不知道。”

半年回本？ 大品牌賣“主題”， 小店家艱難求生

并非所有密室老板都能笑到最後。

阿雷(化名)不久前決定關閉投資了100萬元却祇經營了一年多時間的密室，“最初聽說密室半年

多時間就能回本，但真正運營起來才發現單店要想盈利根本不現實。”

阿雷告訴記者，自己在成都的密室2019年底開業，最初有各路朋友捧場的優勢，每個月能賺到一兩萬元，但好景祇維持了兩個多月，疫情的到來讓密室陷入停頓。即使後期恢復營業後，玩家數量也明顯銳減。

更糟糕的是，他發現自己所選的主題和其他同行“撞車”，而在這個追求“新奇特”的市場中，自然不被早已刷過相似風格的玩家所認可。

記者了解到，密室的核心在於主題。主題獨特則能吸引玩家，爲密室帶來流量和營收，而一旦主題平庸，很可能造成沒有生意的情況。

在入行前，阿雷也曾諮詢了多家密室運營公司打聽過主題的價格。對方按照“包工包料”和“祇賣主題”兩種方案給出了從數千元到數萬元的報價，“所謂‘祇賣主題’就是祇給你密室主題的音頻視頻，以及裝修所涉及到的軟件、道具等材料明目，需要店家自己購買裝修，而‘包工包料’則會把所有明細價格打包，并幫你聯系工人上門安裝。”阿雷解釋說。

但沒想到的是，自己爲了確保穩妥效果而花費上萬元所購買的“主題”在市面上早已過時，生意的蕭條讓他對自己的決定產生懷疑。“不少新入行者并不懂密室，以爲簡單的模仿照搬就能盈利。”在密室行業深耕多年的圈內人士老何頗爲感慨，“但玩家不會去主題相似的密室，甚至很容易被冠以‘抄襲’的負面形象。”

老何告訴記者，盡管如今密室行業發展迅猛，但其屬於典型的綫下門店生意。盈利渠道除了門票、飲料小吃等營業外，更主要來自於主題販賣、開放加盟授權和多店推廣。而對於單打獨鬥的小店而言，後者根本無法實現，自然造成生存艱難的局面。

“真正能賺錢的密室更多是之前入行較早的從業者。由於有先發優勢，無論在資金積累、從業經驗還是品牌知名度上都遠勝於新入行者。”老何所經營的密室如今正是依靠主題銷售和開設加盟店獲利近百萬元，“圈內確實有半年回本的說法，但更多指向的是這些通過販賣主題、開設加盟店等方式獲利的品牌方。”

此前曾在上海開設過密室的核桃(化名)告訴記者，“行業對小從業者并不友好，很多新店甚至撐不過一年時間。”

“即使主題再新，也祇有一到兩年的生命期。”核桃說，“這意味着你要不斷打造新主題，而實際上爆款主題并不常有，每次更換主題也需要支付成本搭建場景。而如今隨着技術和遊戲模式的升級，成本費用越來越高，回本周期也被無限拉長，對於小店而言成本很難收回，自然無力經營下去。”核桃的密室盡管因爲主題新穎曾吸引到無數玩家，但隨着同行的增多，以及玩家通關後不會再來的痛點，生意逐漸冷清。

阿雷也曾計劃過更換主題，但一番打聽後最終打消了這個念

頭。“成本太高了。除了主題購買費用外，還需要將此前的布置全部推翻重來，光是廢棄材料清潔費都可能造成數萬元的費用。”阿雷最終決定退出。

突圍！ 密室進入“軍備競賽”， 影視、遊戲IP聯動是未來？

“隨着行業的爆發，未來密室市場競爭必然越發激烈。”王浩告訴記者，前段時間距離他不到500米的寫字樓上新開了一家密室，他曾以玩家的身份前去一探究竟。讓他詫異的是，對方無論在道具布置、機關設計、背景音樂等細節處都明顯砸了大錢，但遊戲價格却比他的要低，“按照對方投入和費用計算，要收回成本至少需要兩三年。”

密室老板們心裏清楚，如今最主要的客戶就是年輕人。據2020年中國密室逃脫用戶人群畫像顯示，2020年有64.05%的受訪用戶玩過密室逃脫。其中男性消費者占大多數，占比爲63.03%；而年齡方面，26-35歲的人群在密室逃脫消費者中占比達57.89%。

“年輕人所追求的正是新奇特，喜歡密室裏充滿更炫酷的元素。”老何說，“爲了搶奪這一群體，新誕生的密室勢必會進入到‘軍備競賽’階段。更重要的是，未來也會有更多的商業模式來突破密室天花板。”

記者了解到，如今絕大多數密室品牌都開始涉足跨界營銷，和大IP合作衍生開發。知名密室品牌奧秘之家先後和故宮、漫威等品牌達成合作，相繼推出結合了實體書籍、解謎遊戲和綫上APP玩法的互動解謎遊戲書，而另一知名密室品牌游娛聯盟則開始嘗試和地方法文旅行合作，以尋求更多的突圍道路。

而綫下盈利模式單一的痛點也讓衆多中小從業者紛紛尋找起自己的突圍方向。王浩開始和當地部分企業合作，希望以打包價的方式吸引對方在公司團建時選擇自己。

他算過一筆賬，盡管單客門票價格高于自己提供給公司的打包價格，但公司團建勝在人數多，“與其在網上接待未知的散單，不如主動尋求更穩定的客源。”

“行業正在加速洗牌的過程當中。”一位密室行業從業者告訴記者，“不但越來越多原本從事其他行業的經營者跨界入場，就連不少大IP如今也看中了密室發展的勢頭。”

記者了解到，隨着密室行業的火爆，越來越多的遊戲、影視IP方開始主動與密室合作。2021年1月，知名遊戲《陰陽師》宣布與MRX聯合打造推出沉浸式密室《心之鏡》，玩家在兩個小時內進入到人妖共生的幻想世界中暢游光怪陸離的平安京。記者注意到，盡管門票高達500元上下，但仍被衆多粉絲所追捧。

“場景特效都很華麗，感受確實不錯。”一位玩家告訴記者，“NPC也還原了遊戲角色，讓人仿佛置身于遊戲當中。”

“陰陽師聯動密室成功破圈，未來不排除《王者榮耀》、《英雄聯盟》等遊戲也和密室聯動，畢竟布局綫下是每家遊戲大廠力爭的戰略布局。”老何說。

美林貸款

Marion Mortgage LLC

誠實敬業 經驗豐富 顧客至上

NMLS#176854

Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682

地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121

http://www.marionmortgage.com

5-106

 <p>Yue(Jill)Zhou NMLS#281400 Sr.Loan Officer 571-432-5811(C)</p>	 <p>Jia Yu NMLS # 2017104 loan officer 571-207-5811(C)</p>	 <p>Mark Shankle NMLS #1047216 loan officer 703-424-0750 (C)</p>	 <p>Triet Le NMLS #2094471 loan officer 571-249-3321(C)</p>	 <p>Ha Chu Processor 540-208-8006(C)</p>	 <p>黃捷 博士 President Jayie (Jenni) Rowe 571-934-8000(C) jrowe@marionmortgage.com</p>
--	--	--	---	--	---

Hard Money Loans, Fix Up, Condo Investment, Business to Business Only 民宅(包括FHA貸款)、商業、土地及建築貸款

MC-2854 NMLS ID #176854 MB 11096 www.nmlsconsumeraccess.org