

重口味“劇本殺”潛藏風險：恐怖暴力沒底綫，未成年人照樣玩

作為新型社交遊戲，“劇本殺”吸引不少年輕人參與其中。然而，行業野蠻生長，一些商家在遊戲內容、場景設置等環節嵌入恐怖、暴力、靈異元素，並以此為噱頭博取客流。看似新鮮的朝陽行業，正因監管缺位而潛藏風險。

“恐怖地帶”成“伊甸園”

記者走進一家繁華商業綜合體內的“沉浸式體驗館”，但見狹小的屋子裏昏暗陰森，大廳赫然擺放着兩口巨大的道具棺材，牆上張貼着一位老人的遺像。5名高中男生正圍坐一桌，在遊戲主持人引導下分析劇情，不時發出驚悚的尖叫聲。

孩子們正在玩的是一部叫《陰鬼人》的劇本，講的是一處偏遠小山村裏“鬼抓人”的故事。“情節懸疑、場景恐怖、體驗刺激，深受孩子們歡迎。”店裏的“劇本殺”主持人

說。

記者陸續實地探訪了中部地區一些城市的“沉浸式劇本殺體驗館”。在一家門店內，牆上挂着的劇本宣傳畫怪誕恐怖，店主帶記者來到幾間實景房，裏面分別裝飾成墳場等場景，墳場內開着血紅的燈光，裏面擺放着一些道具屍體。在一家門店內，店主重點向記者展示了“人魅”“夜店凶靈”“瞳靈人”等含有恐怖、靈異內容的劇本。

“玩家主要是16歲至30歲的城市白領、在校大學生，也有一些好奇心重的初中、高中生。現在生意難做，不搞點‘重口味’的內容，客人不感興趣。”一位店主說，如今很多類似的店都倒閉了，新開業的要靠更刺激的內容才能生存。

記者在去過的10多家門店內，不管“劇本殺”內容多麼血腥恐怖，均未看到“未成年人不得入內”等

提示性告示。

新業態準入門檻低

“劇本殺”興起於2010年前後，從最初的幾個年輕人圍坐一桌找綫索、找凶手，近年來逐漸拓展為“密室逃脫”“沉浸式體驗”等多種形式。隨着劇本內容、場景設置不斷升級，其體驗性和刺激性不斷增強，並越發吸引年輕群體參與。今年以來，“劇本殺”綫下實體門店數量增長較快，“劇本殺”主持、劇本創作、情節設計等業務也都有了專門的職業者群體。

相關數據顯示，截至2020年底，全國綫下“劇本殺”實體店數量估計有3萬家左右。部分商家為吸引客戶、賺快錢，推出暴力凶殺內容的劇本殺項目，如毒藥殺人、槍支殺人、密室殺人等；有的商家則在場景設置上添加恐怖、血腥元

素，部分出格內容超出普通人心理承受度。

中部地區一位市場監督管理部門負責人告訴記者，目前開辦“劇本殺”門店的準入門檻較低，既沒有前置審批條件，也不需要經過文化、公安等部門的內容審核。

“這是一個新生行業，尚未出臺有效的管理辦法或法律法規，我們在執法檢查中存在模糊地帶。”一位基層文化市場綜合執法工作負責人說。

引導行業規範健康發展

一位患者家屬告訴記者，孩子在周末約同學玩含有暴力、恐怖、血腥等內容的“劇本殺”。出于好奇，她也嘗試着參與過一個劇本，其中一個情節是把道具做成一種“畸形人”。遊戲中還描繪出死者的慘狀，其中模仿的殺人手法也

“非常殘忍”。

中國心理學會心理諮詢師工作委員會理事陳建華介紹說，近期她接觸過一位剛剛大學畢業的女來訪者，一度沉迷於帶有恐怖元素的“劇本殺”遊戲，並因此嚴重失眠，開燈睡不着，關燈又害怕。

“劇本及劇情的引領很重要，需要有正確的價值導向。適度的角色扮演有利於參與者釋放精神壓力、豐富想像力、加強人際溝通，但如果內容過於恐怖刺激，參與者又缺乏辨識能力，反而會混淆現實和劇情，甚至產生心理問題。”陳建華說。

南昌大學公共管理學院副院長袁小平說，在事關“劇本殺”等文化新業態的監管上，有關部門要把保護未成年人放在突出位置，盡快出臺管理制度和細則，消除監管盲區。

陪玩監管風暴過後：陪聊、直播、抽獎成斂財新業務

新的監管風暴砸在了陪玩頭上，卻沒料到他們早已金蟬脫殼有了新玩法。

9月18日，陪玩平臺一派APP發布聲明稱，永久關閉涉及“陪玩”的功能，這是繼比心之後第二家公開聲明關閉陪玩功能的平臺。

前不久，歡聚集團旗下Hello語音、虎牙旗下小鹿陪玩、比心、咪呀、可可西裏、一派陪玩、比伴陪玩等7款陪玩類型APP被無限期下架。陪玩平臺人人自危，但關閉陪玩業務究竟是壯士斷腕還是做做樣子，還要畫一個問號。

記者調查發現，有陪玩平臺在聲明關閉陪玩功能後，僅關閉了部分娛樂性陪玩功能，占據主要業務的王者榮耀等遊戲陪練仍正常運營。還有部分已從應用商店下架的陪玩平臺，在私下為用戶提供新的下載通道。

實際上，經過多次點名，大多數陪玩平臺早已開拓了陪玩之外的新業務，陪聊、唱歌、抽獎、直播等，甚至這些服務已經超越遊戲陪玩成為平臺支柱業務。

有老用戶稱，“遊戲陪玩早就是一張皮了，目的是用陪玩把用戶引過去，然後再引流到直播間。”不少陪陪表示，通過遊戲陪玩很難賺錢，大多數在中後期都會轉向做直播間主持或者陪聊等。

聊聊天就月入百萬的造福神話總是從內部傳開，越來越多的陪陪開始由兼職轉向全職，期待能傍上一個願意為他花錢的老板。相應的也有越來越多的“老板”沉溺於陪陪的甜言蜜語，一擲千金。

走過軟色情風暴的陪玩平臺，還有很多問題亟待解決。

“永久性關閉”或是障眼法？

“將永久性關閉涉及‘陪玩’的功能”，這是某陪玩平臺被監管後聲明裏的內容，至於什麼是“涉及‘陪玩’的功能”，其在官方聲明裏寫的是“具體詳情以站內公告或諮詢客服為主”。

聲明發出後，記者打開APP測試，發現王者榮耀、LOL等熱門遊戲的陪玩功能仍然正常運行，祇是下架了部分五子棋、連連看、貪吃蛇等小遊戲的陪玩功能。其客服對此的回應是，“下架五子棋、連連看、手繪、簽名設計等10個技能，其他遊戲技能暫時不受影響。”

但據陪玩老用戶張奇表示，“五子棋這些本來就沒什麼人用，之前是用來下聊天單的，後來它開了聲優等聊天室，就沒人再用五子棋下聊天單了。”

對於僅下架部分功能的原因，平臺負責人回應稱，“我們目前把

娛樂性陪玩下架，留下的是電競類的，應該把陪玩和電競陪練分開。”但對於具體哪些是娛樂性陪玩，該平臺沒有給出明確回應。

依照上述負責人描述，電競陪練將向更專業、有職業資格證的方向發展，她提到，2019年，工信部電子競技分會針對電子競技陪練師從業者開展的技能認定項目。

“職業退役選手或者平臺信用分高於700的，基本都可以達到專業技能門檻。”她說。

目前打開一陪練平臺APP，首頁推薦的大神，左上角多數有紫色電競師的標識，根據該平臺描述，電競師即指已經獲得中國通信工業協會頒發的“電子競技陪練師”的認定證書，該證書的考試需要理論筆試和實操考試兩輪。

不可否認，設置門檻確實可以在一定程度上遏制陪玩市場亂象，但現實是，僅靠職業玩家完全不足以支持整個陪玩市場的需求，截至目前，陪玩平臺仍保留着業餘玩家的註冊和接單入口。

這些平臺陪練師在註冊的時候，通常沒有什麼門檻，記者嘗試在陪玩平臺註冊王者榮耀大神（陪練師），祇需提交一個遊戲主頁截圖和頭像，幾分鐘便通過了申請，準許接單，最初的接單價格是5元/局，隨着大神分的增加，單價也會隨之增加。

而大神分的高低和活躍度、訂單收入、評價等有關，其中比重最高的便是訂單收入。

關於目前的整頓情況，上述負責人表示，“具體留下哪些，目前還沒確定，祇能是說我們現有的平臺的用戶，所有的用戶在使用方面不受影響，至於怎麼整頓，我們在等主管部門的意見。”

搶麥猶如“選妃”！

遊戲陪練早就是一張皮，聊天、抽獎、直播打賞成支柱業務

“作為一個陪玩平臺，關閉陪玩功能還能留下什麼？”這是不少用戶的疑問。

實際上，現在很多陪玩平臺已經不再局限于遊戲陪練，而是衍生出了陪聊、直播等功能，這部分業務日漸壯大甚至已經成為主營業務，陪玩平臺伴伴的開屏標語便是“派對交友上伴伴”。

記者查看多個陪玩平臺，發現均存在FM、情感、聊天等功能，這些功能被單獨分在“娛樂”區。

陪玩老用戶張奇表示，這些功能都是由以前的五子棋功能演化而來，主營聊天業務。

這部分的運營模式并非用戶自主點單，而是以“派單廳”的模

式，派單廳裏有1個主持位、一個BOSS位以及6-8個上麥位，BOSS也就是陪陪們口中的“老板”，上麥位指的就是陪陪。

“老板”進入派單廳說出自己的需求以及價格，符合要求的陪陪們便會搶麥，輪流向老板一句話介紹自己，如果這一輪沒有滿意的還可以選兩輪，整個過程猶如皇帝“選妃”。有陪陪小溫告訴記者，如果要在陪玩平臺掙錢，最終都是去派單廳做陪聊、主持或者唱歌，“祇靠一局10幾塊的遊戲陪練能賺到什麼啊。”

派單廳的定價通常由老板自己定，廳裏祇設置最低價格，可以要求陪陪一起陪玩遊戲、陪聊天、陪看電影、唱歌等，聲優廳點單的起步價通常在每小時幾十元，但這祇是最基礎的消費，除此之外還有包廳、插隊、打賞等服務。而在情感廳的價格更高，情感廳分為女類、男類，在這裏用戶會花錢讓陪陪問自己問題或者互動玩遊戲，1300元可以被1個陪陪玩3個問題或者互動1分鐘，花費188元可以包走中意陪陪一小時，到小房間私聊。

派單廳每周會設置貢獻榜和魅力榜分別對“老板”的金額和陪陪收到的打賞額排序，每周一清零。記者在周五隨便點開了其中一個廳，魅力榜最高已經達到了646.4萬，等同於6.46萬元。而貢獻榜最高的一人貢獻鑽石608.6萬，等同於6.08萬元。

而這僅是一個廳一個人五天的收入和貢獻，整個廳來看，最高達到上百萬。從每周總貢獻榜來看，最高級別達118級，張奇稱，118級約等於900萬流水消費，這些消費中不祇包括打賞，“平臺會不定期搞各種花樣活動吸錢。”

在以情感為底色的派單廳，CP就是一種可行且見效快的吸錢方式。在一些陪玩平臺，如果老板要和某位陪陪綁定CP，需要花費1314元。官方介紹的玩法是隨着陪伴時長的增長會返還部分金額，最多陪伴1314小時可返還1314元，如果想要解綁仍需付費，付費額隨陪伴時間的增加而減少，陪伴小於168小時解綁需要888元，也就是說，如果是綁定後在168小時內再解綁需要2202元。

而這個綁定CP的福利是，兩個人在主頁、資料卡可以展示CP標識，以及解鎖專屬禮物等，除此之外沒有其他回報。

老板們用金錢為陪陪們買面子的事在這裏非常普遍，有時還會遇到兩位陪陪的老板在直播間較勁的情況，在這種對壘的刺激下，

錢會越刷越多。張奇表示，經常有老板會給陪陪刷上萬的全服禮物，“虛榮啊，整個APP都能看到，會發公告。”

類似的還有冠名，點開情感廳可以看到所有廳的名字後綴均有一個“XX生日快樂”，張奇稱，“這在行話中叫做冠名，520半天。”冠名分為日冠、周冠、月冠，時間越長價格越高，這一天打開情感廳就可以刷屏的看到陪陪的名字。

除了利用情感勸人消費，還有一些賭博性質的活動。張奇就是開箱子的受害者，“我在陪玩平臺抽獎開禮盒前前後後花了5萬元，基本全賠了。”

不管賠還是賺，平臺都會從中抽成，張奇最開始的時候充了600抽到2000元，平臺抽成37%之後，張奇還能淨賺860元。嘗到甜頭的張奇開始沉迷抽獎，祇是後來便是贏少輸多，直到砸進去幾萬元之後他才幡然醒悟，這可能是一場騙局。一位用戶表示，自己每天的活動軌跡就是抽獎、派單廳、抽獎、派單廳。

被裏挾的陪陪和老板

陪玩平臺的聊天室如何讓你一擲千金的？

打賞、送禮物、PK。這些套路看起來和各大平臺的直播模式類似，但不同的是，直播是用戶的自主選擇，而在陪玩平臺上，很可能是被動消費。

張奇表示，自己最開始了解到陪玩平臺是通過遊戲直播，“本來祇是想去找人一起打遊戲，後來剛上綫就有一些人來找你，把你往聊天廳引。”

通過遊戲直播引流是陪玩平臺常見的推廣方式，遊戲直播會在直播的時候通過平臺點陪玩，並呼朋引友去關注該陪玩，精準的用戶定位可以同時帶動陪玩以及平臺用戶的增長，頭部主播單場直播可為陪玩引流上萬人。

這些用戶最初接觸平臺可能祇是想點陪玩，但是進入平臺後，便會被平臺的陪陪主動搭訕引到直播間，記者僅上綫瀏覽了30分鐘就收到了5位陪陪的主動私信。

主動私信是陪陪們的一項考核指標，參與派單廳的陪陪多數都加入了公會，由公會統一管理，每個公會都會對陪陪設置一定的KPI，包括一周試音幾次、主動私聊幾次、接單幾次等等，“完不成要求的指標就會被扣錢”，小溫說。

除了公會會對陪陪進行賞罰管理，平臺在規則設定上也有意鼓勵陪陪“主動出擊”。在增加大神分的維度中就有一條是主動參與

接單，此項滿分分數是25分。

加入公會的要求很簡單，記者嘗試報名一家公會的陪陪，對方甩過來一個表格，內容包括賬號名稱、登記、設備、有無經驗等基礎信息，填完表便可以進入直播間考核，考核內容包括試音、問問題、表分挽留（表白分手挽留）、才藝，這些都是在派單廳經常會被用到的活動。一位陪陪表示，有的公會還需要交入會費，價格在200-300元，而考核通過後還有一項培訓，“主要告訴你啥不能做、怎麼接單之類的很簡單的事情。”該陪陪說。

在這場金遊戲中，老板是被動的，陪陪也是。和遊戲陪練不同，派單廳的陪陪們通常是全職工作，因此他們需要努力贏得老板的喜愛，接更多的單。

“謝謝姐姐點我單啊，我今天試音快100次了，就接了2單，你讓我這個數字由2變成了3。”在接到記者的點單後小溫說。小溫告訴記者，在他們的公會每個月每天試音達到50次，活躍天數達到20天，就會獎勵88元的鑽石，“我想拿這88塊啊，所以就拼命試音。”

“在任何平臺都是陪陪比老板多。”一位公會管理者說，30元一小時的陪聊，記者提出需求後，幾秒鐘的時間，6個麥就滿人了，後面還有在排隊的，等待老板下一波選擇。狼多肉少的環境下，陪陪們更願意結交一個固定的老板，一方面能為自己的單量托底，擺脫四處搶單的困境，同時也能獲得更多的額外收入。“陪陪如果看你有消費能力，會想各種辦法讓你去給她刷禮物。”張奇多次遇到這種情況。

但是他也坦承的說，軟色情這一方面平臺治理效果很明顯，大多數陪陪也不願意再冒着風險做擦邊球生意，小溫說，“我也不想搞那種，可能掙不到錢還會被封號。”

記者圍觀派單廳數日發現，經常有老板會為熟悉的陪陪一擲千金，而陪陪們為了哄老板開心也是練就了一身武藝。

除了最基本的能聊，最重要的是要掌握老板的喜好，蘿莉音、少女音、御姐音、少年音等，一分鐘的時間陪陪小溫熟練的向記者展示了不同聲音的自我介紹。

很多陪陪一晚上各個房間搶麥試音，可能都不會有一次被選中，小溫表示，自己曾連續7次搶了同一老板試音，該老板對他說，“為什麼第一次沒選擇你還要上來，不知道有個詞叫識趣麼？”在接連7次相遇後，老板送了小溫一單。

（應受訪者要求，文中張奇、小溫均為化名）