

# 剧本杀大展像电影节

剧本杀连锁巨头前来开疆拓土，青岛剧本娱乐行业迎来新发展  
近五百家店铺年度票房两亿元，从去年年底至今新增近百家店面，



□青岛日报/观海新闻首席记者 米荆玉

4月18日，2023山东·剧本娱乐行业展会在城阳举行。来自全国各地的1500余家剧本娱乐行业展商参会，现场举行了剧本杀新作推介、COSPLAY角色巡游、剧本发行商IP洽谈、剧本杀编剧培训等活动，剧本娱乐行业领军人物齐聚一堂，举行内部专业交流。

由于剧本杀推介的特殊性，剧本发行方和店家不仅要洽谈剧本本身，还需要“试玩”，现场气氛热烈，宛如一场大型的电影节。展会期间，青岛市剧本娱乐行业监管工作推进会议也同期举行，岛城剧本杀行业代表“入界文化”负责人作为代表发言，介绍了青岛剧本娱乐发展现状以及“青岛剧本娱乐文化协会”的筹备情况。会议同时也对青岛市剧本娱乐管理行业监管工作进行全面部署安排，市文化市场综合执法局、市公安局、市救援消防支队现场就相关政策法规进行宣讲。作为“深化作风能力优化营商环境”专项行动文化和旅游市场管理及审批服务领域组织的重要活动，此次推进会针对剧本娱乐行业从业者年轻化、合规经营意识有待增强等特点，对相关政策法规逐项进行细致的分析指导，推动行业整体和企业个体尽快纳入监管视野。

初步统计，青岛市剧本杀行业年度票房2亿元左右，店铺近五百家，每年需要四万多个新剧本的购买、流通。入界文化负责人霆霆表示，岛城剧本杀市场正处于缓慢上升回温阶段，“陆续有新玩家了解剧本杀、新发行方创作剧本杀，希望通过行业协会的成立，把我们青岛的剧本杀行业激活起来，大家一起发展。”近年来，剧本杀行业成为新兴的社交属性娱乐项目。它从二线城市起步，迅速风靡全国，人气直追电影行业。青岛市剧本杀领域有着独特优势，剧本杀与影视IP的深度绑定，剧本杀的文创产品开发、实景剧本杀的文旅延展、剧本杀与AR/VR等新技术的融合，都跟青岛有着广阔的合作前景。在FB等剧本杀头部品牌已经进入青岛开疆拓土的当下，青岛剧本娱乐行业如何打造自有品牌，如何实现DM评级、票房制等制度创新，此次行业展会试图为剧本娱乐产业打造一个“青岛模板”。

## 最年轻的行业，最新锐的口味

起源于上世纪90年代欧洲市场的剧本杀，直到2013年才通过留学生引入中国，2016年剧本《死穿白》成为剧本杀的传播节点。国内年轻人相继投入这档剧本游戏，首批玩家后来相继成为剧本作者、剧本杀经营者、发行方，而以昆明、洛阳等为代表的一批城市成为剧本杀的热土。2023山东·剧本交易现场，从发行方到店家再到推广者，几乎一水儿的年轻人，剧本杀堪称从业者平均年龄最低的文化行业。不同玩家的口味也泾渭分明，此次大展策展人、资深剧本娱乐从业者刘雨辰介绍，当下的桌面剧本游戏类剧本杀包括情感本、机制本、惊悚本等多种类型。优秀的情感本让玩家沉浸于角色中久久无法自拔，而机制本往往带有道具卡、技能卡及互动环节，惊悚本因政策原因已不多见。除了桌面剧本游戏，剧本杀还有两天一夜沉浸式剧本游戏、沉浸式剧场游戏、

沉浸式密室游戏等不同类型，“两天一夜”把实景与剧本杀结合到一起，而密室游戏则是通过声光电技术手段和NPC模式让玩家感受充满刺激感的游戏。剧本杀满足了年轻玩家社交、文旅的多种需求，很快形成了新的文娱消费潮流。

剧本杀店家需要频繁更新剧本，促动了剧本版权交易平台、剧本展会的发展，“剧本分为三种，第一种是独家本，每个城市就一本，只能到独家店里去玩，这种剧本比较少；第二种是城限本，通常每个城市限定投放三本，但是会根据城市规模调整，比如青岛这样的城市规模会投放七到八本，北京每个区投放三本；第三种是盒装本，谁买都可以。独家本的版权费大几千或者上万，城限本一本两千到四千之间，盒装本费用四百左右。”刘雨辰介绍，一个正常运作的店面每个月保底购买两个城限本、五个盒装本，“行业内的连锁巨头可以拿到更多的城限本、独家本资源，因为往往大的店面同时也是大的发行商，资源更加丰富。”

青岛剧本杀行业近年来历经了波峰波谷，从去年年底至今，青岛新增了近百家店面，以FB为代表的剧本杀连锁巨头已经进入青岛市场，把店铺开到了岛城玩家身边。也有独具个性的剧本杀店面分布在岛城各个区域，行内久负盛名的青岛瓦特工作室打造了《声声慢》系列等经典剧本，瓦特工作室也开设了一个剧本杀店面，主要目的是打磨自家出品的剧本。青岛“探班儿”剧本杀由专业戏剧导演创立，玩家能感受到戏剧工作者的匠心。市南区和大鲍岛的沉浸式剧场其实也兼有剧本杀的性质。位于市南区的“入界”是青岛剧本杀行业的本土领军店之一，负责人霆霆接受采访时表示，“剧本杀行业没有大小之分，主要看各家店的质量。玩家不是看你店家大小，而是在意你店里的体验好不好。入界注重质量而不是注重华丽包装，通过‘店发一体’的模式，既作为发行方出售剧本同时也创作剧本。比如说有一些剧本是我们店里自己的本，玩家可能想要原作者亲自讲述这个剧本，给我们店里做引流。我们既有买本、开本又有发行的能力，不管是作为行业店铺方面还是发行方面都有一定的综合优势。”

## 城市特色，探索新路

四月份落地青岛的这场剧本娱乐行业展会，类似一场盛大的电影节展会，一场场发行方与买方对谈，一张张官宣新款剧本杀海报，配合着全场巡游的角色COSPLAY，打扮成“招引使者”、“异界女战士”的角色鱼贯穿行，而《我有一座冒险屋》等爆款网络小说改编的新款剧本杀纷纷亮相。

刘雨辰透露，改编自科幻巨作《三体》的剧本杀业已发布，而张艺谋电影《满江红》改编的剧本杀项目正在推进中，计划落地实景剧本杀、书面剧本杀两种类型，“影视IP改编剧本杀方向里，有来自B站的《正义的算法》、来自猫耳FM的《动物园规则怪谈》、来自网易的《第五人格》，包括一些综艺节目也可以做成剧本杀，我们还签约了15部金庸小说IP。”影视IP与剧本杀结合，一方面可以延长影视产业链条，在广告、游戏、文创产品之外增加IP效益，同时也可促进IP的深度推广，使得影视产品在玩家群体里的印象、美誉度进一步加深。

剧本杀的发展阶段尚处于“第一个十年”，全国总票房400亿规模，已经接近全国电影票

房的2/3。目前顶级剧本杀的票房收益在八百万左右，提供给IP持有方的收益不足百万，这显然不能满足版权方的预期。在从业者看来，剧本杀还需要不断出现现象级产品，打破千万级、亿级票房天花板。剧本杀行业也有着它的特殊性，它的走红并非从北上广开始，而是从西安、贵阳、洛阳、昆明等二线城市萌发。刘雨辰介绍，由于一线城市的开店成本高，二线城市剧本杀店家很多为玩家兼职，开店成本较低，店家同时也创作、发行剧本，逐渐形成了成熟的团队和“店发一体”模式，FB、来闹、三千世界等剧本杀连锁品牌也开始了全国范围的布局。从洛阳起步的FB、卡卡两个剧本杀品牌让洛阳注意到了这个产业，2022年，洛阳提出了打造全国“剧本娱乐之都”的构想，洛邑古城推出《风起洛阳》主题“剧本杀”、龙门石窟打造《香山秘境》“剧本杀”，着力建成全国沉浸式文旅目的地。



## 在剧本杀行业，青岛如何“做多”

青岛有着众多影视IP，青岛出品的电影《世间有她》也推出了同名剧本杀，在影视IP剧本杀转化方面做出了尝试。青岛影视科技在AR、MR等领域有着广泛应用，而如何将AR应用于剧本杀的沉浸环境营造，青岛有着科技层面的先行优势。

刘雨辰表示，“青岛剧本娱乐文化协会”的筹备、成立，有助于行业的有效监管、规范发展。“比如说我们计划推出剧本杀主持人DM评级，DM的水准高低对于玩家的感受至关重要，主持人如果水平高，玩家光是互动就很开心，而且主持人可以根据玩家年龄口味来推荐更适合的剧本。DM持证上岗，可以提高行业整体素质。我们还计划在青岛推进剧本杀票房模式改革，对于店家来说，票房制的好处是剧本不需要花钱了，大店不需要频繁购买剧本，大家都可以拿所有的本——就像影院引进影片一样，最终跟发行方分账就好了。”

通过线上APP平台对剧本杀票房进行整合，形成数据化、分账式的新型行业运营模式，剧本杀行业有望在青岛实现全新升级。

# 公共艺术，做扇动城市美学的“蝴蝶”

□青岛日报/观海新闻记者 崔燕



■位于  
东海路上的  
城市雕  
《天地间》。  
王雷 摄

着人与人交流空间的转变，公共艺术不再局限于城市空间中物化的构筑体，还成为事件、展演、计划的催化剂，这种强调“发生”的过程，超越了传统艺术边界，使得公共艺术具有连接一切的无限可能。公共艺术就像是“药引子”，可以促进城市的更新、再生、精神、文化和品质，它是软性的、具有生长性的，能够给城市居民带来愉悦感和幸福感。

## 艺术何以“更青岛”

在青岛，公共艺术所营造的文化密码和场域视野，既成为城市景观的装饰者，又成为城市文化的载体，传递城市精神和人文情怀，激活城市的公共空间和百姓的公共生活。

“公共艺术是一座城市的美学指向，要融入当地文化，与其进行对话。用公共艺术塑造新的文化场景，已成为包括青岛在内的国内外城市更新

的重要引擎和潮流。去年青岛城市更新和城市建设共开工建设项目1256个，今年又针对十大领域梳理出项目1200余个。这便为国内外艺术家提供了广阔的舞台。”青岛市公共空间艺术促进中心负责人王强辉表示，公共艺术对于青岛城市更新的真正价值，不止于对“场地”的景观美化，它更大的魅力在于能够“点石成金”，即通过艺术介入空间、介入生活，以艺术化的文化场景，激发美学、经济、社会等多方面效应的融合进发，给青岛创造出更多超越空间、超越艺术的多元价值。同时，公共艺术也可以成为城市更新的创新驱动力。通过引入公共艺术项目，可以吸引更多的文化人才和艺术家来到青岛，为城市注入更多生机、活力和灵感。

对于公共艺术之于青岛的“文化介入”，青岛市雕塑馆艺术活动负责人叶东炜同样有着深刻体悟：“公共艺术一方面通过深入发掘城市独特的

文化肌理，以建筑立面壁画、室外雕塑装置等更具有亲和力的方式，使广大市民近距离地了解、感受、欣赏艺术，满足市民审美需求，提高市民审美素养，实现美育普及。同时也增进市民对城市的归属感、认同感，在厚植城市文化底蕴中有更强的获得感和幸福感。另一方面通过艺术化的场景植入，充分展现城市的文化个性，以文化元素激活城市活力，将老旧的城市空间转变为宜居宜业宜游的新空间，打造城市新地标，在丰富市民游客精神文化体验的同时聚集人气，提高城市知名度、吸引力和竞争力。”叶东炜表示，对于公共艺术的接纳与喜欢，同样体现在一个城市对多元文化的包容和开放。青岛市雕塑馆的很多展览，注重于将城市空间、艺术创作、价值交流和公共参与结合起来，通过这些公共艺术的实践案例，勾勒出青岛发展的新愿景和方向。通过多向度的表达，可以提供“更青岛”的城市空间艺术性体验，创造出艺术城市的无限可期。

公共艺术对于青岛城市更新具有重要的推动作用，它不仅能够美化城市环境，还能够传递艺术价值和艺术精神，塑造更鲜明的城市文化密码。青岛大学美术学院博士、硕士生导师、青岛大学城市景观设计研究中心负责人李小虎认为：“大家经常把青岛定位成一个旅游型的城市，那么这样的一个定位让人容易忽略这个城市的文化底蕴和生活情怀。城市更新不只是形式上的更新，更应该从市民的生活需求入手。公共艺术作为接地气的艺术形式，能够起到把市民的文化品质与市民生活很好衔接的作用。让大家体会到，青岛不仅是一个旅游城市，同时是一个具有鲜明艺术特征和浓郁生活气息的海派文化艺术城市。”李小虎表示，公共艺术已经融入到城市更新的各个领域，它可以是雕塑、艺术装置，也可以与公共设施结合，为市民带来艺术化的过街天桥、公交站厅、路灯、座椅和垃圾桶等，让日常的公共设施也变成浪漫、时尚、美好的文化载体，提升市民的审美情趣与城市中的文艺情调。

每座城市都有其最具特色的地标。刚刚过去的“五一”假期，青岛雕塑园的组雕、奥帆中心的“红色火炬”、小青岛的“琴女”等地标式公共艺术，成为众多游客的重要打卡地。上世纪90年代初，青岛东部大开发如火如荼，东海路沿线的公共艺术以点睛之笔，成为扇动城市美学的“蝴蝶”，“五月的风”即被视作城市的地标之一。

近日《超边界·公共艺术赋能城市更新实践作品展》在青岛市雕塑馆开幕。该展从公共艺术视角探索提升城市品质的新思维、新路径，推动艺术理念植入城市公共空间，呈现“公共艺术”的全新理念，实现公共艺术与公众、城市对话和互动，展示青岛新时期背景下更为丰富、更多元化的艺术面貌。展览展示了城市更新与文化建设成果，也是重新审视公共艺术意义与价值的学术探讨。

## 青岛何以“更艺术”

一直以来，很多人认为公共艺术是一门妥协的艺术，必须要迎合大众的审美，这其实是一种误读，公共艺术应该具有引导公众的作用。或者说，作为普通民众最经常接触到的艺术种类，公共艺术从某种意义上来说也是一座城市的文化福利和软性实力。

“在新的历史发展时期，青岛正在积极推进人城市建设和推动城市更新行动，强调完善城市功能，提升城市品质，并推动空间价值和艺术设计的赋能。而青岛这座有着独特魅力的城市，它特有的人文气质和历史文脉在城市更新中需要被显现出来，让老百姓在生活中强化对城市特质的感受，让来青的人们在城市游走中了解城市的历史人文。”青岛籍艺术家、中央美术学院副教授，中央美术学院城市设计学院公共艺术与空间设计工作室主任李震表示，将公共艺术先导的城市雕塑引入城市建设规划，青岛是领风气之先的城市之一。

“诚如在很多外地人看来，青岛的洋气分为两部分，一是西部老城的欧式建筑，二是东部沿海矗