



档次，发行商购买一个展位大约花费3000-6000元，而一张‘店家票’通常在600元-2000元不等。”在全国各地参加过多次剧本杀展会的刘千澈透露。

发行商入驻后，房间既是他们的展台，也是工作人员休息的场所。店家在展会主办者提供的网络程序寻找自己感兴趣的剧本后，下单“抢车位”，当一个剧本杀的游戏人满“发车”之后，这个酒店房间就关上门，直到游戏结束。不少店家为了多考察一些剧本，往往会组织好几个人来展会，同时去不同的房间体验。

一些火爆的本子在展会白天的“公车”时段开后，还会在晚间加开21:00-24:00和次日凌晨0:00-3:00两个时段的“私车”。想挤上“私车”，就得靠一些私人关系或者朋友介绍了。作为发行商，刘千澈在展会上曾经一天只能睡三个小时：前一天“公车”排满，“私车”又超时开到第二天凌晨4点多；他在房间里刚眯了一会儿，刚到早上7点就又有店家提着早餐来敲他的门，希望能早点占一个“车位”。

店家进入发行商的房间开始体验剧本杀作品后就进入一个相对私密的空间，展会主办方的服务没有必要也无法介入；同时，店家通常有自己获取发行商信息的小圈子，对展会组织方的信息服务需求也不强。因此，剧本杀展会主办方最主

要的服务工作在于确定展会所在的酒店、确认供需双方的名单，以及在新冠疫情防控常态化之下，确保参展各方遵守防疫流程。毕竟，国内比较火爆的剧本杀展会上，一天的人流量可能高达3000-5000人。

2021年初，“IP化”一度成为国内剧本杀行业的新风向。不少剧本杀内容与发行企业纷纷入局，尝试将已经拥有较高数量粉丝基础、积累多年口碑的IP转化为剧本杀。像“仙剑奇侠传”这样的经典IP也已授权给剧本杀团队进行开发，一时间业界人士和店家、玩家都充满期待。

不过，“IP剧本杀”如今并未呈现火爆的局面。阿达（化名）曾参与IP方与剧本杀团队的中介工作，她告诉《新民周刊》记者：IP化其实是对国内剧本杀内容与发行团队的一次考验，剧本杀团队究竟是尊重IP、诚心想把这个IP发扬光大以实现与IP方的共赢，还是只想借IP之名来收割一波流量和利益，大家其实可以看得很清楚。

在态度端正的基础上，如何有效地进行IP转化也是不小的难题。

“‘魔改’太多，IP方和原作粉丝都会不满意；而如果大量照搬原作的剧情设定，又丧失了将它变成剧本杀的意义。”阿达说。刘千澈则坚信IP化剧本杀的春天将会到来，目前还需要多一些的沉淀：“年初

我拿到了不少IP，到目前只转化出两个。只有坚持宁缺毋滥，才可能保住这块土壤。”

推进“剧本杀+”

在内容和发行从业者看来，剧本杀与其他各类产业的嫁接能力很强；如同“互联网+”一般，“剧本杀+”也有各种丰富的落地方式。要共同把蛋糕做大，剧本杀中游从业者就要努力促成更多的“剧本杀+”。

湖南卫视的《明星大侦探》是国内最早的剧本杀综艺，可谓与剧本杀相互成就。如今，剧本杀综艺更是不断涌现，某视频平台今年就上线了两档该类节目。

互动解谜书其实也是一种单人小型剧本杀游戏形式，例如故宫文创推出的《谜宫》系列解谜书，已成为行业标杆。第一册《如意琳琅图籍》讲述宫廷小画师踏上探险之旅，寻找琳琅宝藏的故事；第二册《金榜题名》以咸丰讼师为主角，探访蛛丝马迹寻找科场大案的真相。

在教育行业，剧本杀也有其发挥空间。例如，法学专业学生常使用的模拟法庭形式，就可以进化为剧本杀，让学生更沉浸投入地扮演案件中的各个角色。再如，一些高校学生结合革命史实，创作出红色谍战剧本杀，成为思政教育的全新

2021年初，“IP化”一度成为国内剧本杀行业的新风向。不少剧本杀内容与发行企业纷纷入局，尝试将已经拥有较高数量粉丝基础、积累多年口碑的IP转化为剧本杀。