

中日韩沉浸式文娱发展路径差异分析——以“剧本杀”模式为中心

胡媛 尹秀珍 韩诗雨

吉林大学,吉林省长春市,130012;

摘要:“剧本杀”作为沉浸式文娱的一大重要象征,在中日韩三国消费市场上都占据着一定比例。而其消费形态却在三国存有较大差异,其背后原因的剖析对理解三国文化差异及文化市场发展推进存在重要价值。本文从区域国别视角出发,聚焦“剧本杀”这一沉浸式文娱模式,系统比较分析了其在中国、日本与韩国三国的差异化发展路径。并进一步从社会文化、消费习惯与产业环境等多重维度,剖析造成上述路径差异的深层动因,并据此研析了中日韩剧本杀市场未来的演进方向,为理解沉浸式文娱业态的区域适应及发展前景提供了学术参考。

关键词:剧本杀;沉浸式体验;中日韩;比较研究;路径差异

DOI:10.64216/3080-1516.26.02.083

“剧本杀”作为体验经济的重要载体,凭借其沉浸式叙事与强社交属性,已成为风靡东北亚的青年文化现象。引人深思的是,尽管其传播起点相似,但在中、日、韩三国的市场形态、产业热度和演化路径却呈现出显著分化。学界现有探讨多集中于经济学与传播学范畴,从区域国别视角,特别是深入文化内核的比较研究尚属空白。本文旨在填补此研究缺口。我们将立足东北亚区域国别视角,通过比较分析“剧本杀”及其衍生模式在三国的内容创作、商业模式与社会功能上的具体差异,追溯其背后的文化心理、社会结构与流行生态等深层根源,试图阐明文化基因如何塑造产业形态,以期深化对全球化背景下文化娱乐产品在地化发展规律的理解。

1 全面开花,多元发展——剧本杀在中发展路径特征

自2016年《明星大侦探》为其拉开序幕,剧本杀作为一种新兴的沉浸式文化娱乐业态,已成为中国体验经济中的显著表征。历经数年井喷式扩张,其在2024年已形成逾百亿市场规模,并在2025年实现超七成消费者的渗透率,标志着其完成了从亚文化向大众消费的跃迁,彰显了其作为新兴经济形态的社会影响力。本文旨在基于产业经济学与文化研究的交叉视角,系统剖析其产业现状、核心动力机制、结构性瓶颈,并探寻其未来的范式转型与产业升级路径。

当前,剧本杀产业已演化出线上线下双轨并行的成熟形态。其内在动力机制主要呈现为三重逻辑:其一,是社会资本的指数级增值。通过社群营销与熟人网络构

建,IP影响力在用户关系链中实现裂变式传播,并与文旅产业联动,创造了虚实融合的消费新场景。其二,是媒介融合与技术赋权。AI、AR等智能科技的介入,优化了叙事逻辑与人机交互体验,而“红色教育”、“情感沉浸”等多元化主题的涌现,则是对传统商业模式的内容补充。其三,是价值转向与文化赋能。以“红色剧本杀”为代表的创作现象,揭示了该业态正从单一的娱乐功能,向承载主流价值、进行社会教化的复合型载体演进。

然而,产业在经历粗放式增长后,其结构性的内生矛盾亦集中暴露,构成创作、运营与消费三端的困境。创作端,市场急速扩容致引致供给侧瓶颈,优质剧本稀缺、题材同质化严重,加之内容质量评估体系缺失,导致由信息不对称引致的“逆向选择”问题。“劣币驱逐良币”现象频发。运营端,线下实体店“重资产、重服务”模式对DM(主持人)专业度与场景成本高度依赖,人力与维护成本的高昂使得服务质量难以标准化,行业抄袭乱象与无序竞争进一步加剧了市场风险。消费端,过长的游戏时间、攀升的消费价格及“凑局”困难的社交门槛,共同构成了阻碍用户持续参与的三重壁垒。

展望未来,剧本杀产业若要从规模扩张迈向高质量发展,亟需一场系统性的自我重构。在内容层面,应推行“供给侧改革”,突破题材内卷,深耕多元化的文化母题。在模式层面,需发展线上化、观演式等“轻量化”产品,以技术手段降低用户时间与社交成本,拓展潜在客群。在运营层面,应建立行业标准与评估体系,推动

剧本、DM、场景的专业化与规范化。在价值层面，则需深化与文旅、教育等领域的跨界融合，构建集经济、文化与社会效益于一体的产业生态。唯有此，剧本杀方能在后消费时代完成其深层文化意涵的构建，实现可持续的纵深发展。

2 小众深耕，创新破圈——剧本杀在日本发展路径特征

在日本沉浸式娱乐产业持续创新的宏观背景下，“剧本杀”作为其重要分支，却呈现出迥异的市场生态，长期固守于核心爱好者的小众圈层，未能实现向大众休闲选项的跨越。本文旨在剖析其发展滞缓的结构性根源，并探寻其在商业化与社会价值应用上的差异化突围路径。

日本剧本杀产业遵循“海外引入—本土创作—线下普及—线上拓展”的演进轨迹，已初步构建起本土化内容生产体系。其市场容量的“量变”表现为剧本年度产出量稳定在150部以上，但此种增长却未引发商业影响力“质变”。数据显示，其年营收仅10亿日元，与中国市场的千亿级规模及日本国内手机游戏的万亿级市场形成鲜明对比，揭示其经济的边缘性地位。如表1所示，10岁至40岁群体中剧本杀的认知率与参与率分别仅为19%与7%，远超七成认知率与三成参与率的密室逃脱、桌游等，此量化证据直观印证了其在大众市场渗透上的结构性失败。

表1：2024年2月9日 日本10岁至40岁群体游戏偏好网

络调查

	听说过	看过	玩过
桌游	78%	41%	53%
密室逃脱·解谜游戏	78%	45%	32%
狼人杀	74%	43%	33%
剧本杀	19%	11%	7%
桌上角色扮演（跑团）	24%	12%	8%
实况角色扮演	9%	6%	6%
沉浸戏剧	9%	6%	-

此局面的形成，根植于其玩法模式与商业逻辑的内在矛盾。其一，高互动与情感投入的参与壁垒。剧本杀要求玩家进行持续的角色扮演、深度沟通与逻辑推理，这种“重属性”的社会互动，对习惯了轻娱乐模式的广大用户构成了显著的认知与心理门槛，客观上筛选了潜在的泛娱乐消费群体。其二，“一次性消费”模式对商业循环的内在制约。剧本的核心谜底在体验后即被揭示，

导致其复玩价值趋近于零。同时，为保护他人体验，玩家难以通过“剧透”进行口碑传播，这不仅抑制了病毒式营销的可能，也迫使商家必须承担高昂的内容更新成本，商业模式难以实现可持续的自我强化。

面对上述困境，日本业界正探索“降维”与“跨界”的双重路径以寻求突破。“降维”体现为发展观演式推理活动，将用户角色从高强度的“参与者”转变为低门槛的“观看者”，有效扩大了潜在受众基数。“跨界”则表现为与知名动漫、游戏IP的联动，借助既有粉丝基础进行市场导流。然而，更具深远意义的发展在于其功能价值的重构——在社会教育领域的应用探索。如大矢关于剧本杀提升社会基础能力的研究，以及阿部将其应用于道德教育的实践，均初步验证了剧本杀作为一种沉浸式教学工具，在引导换位思考、深化伦理思辨方面的独特潜力。

日本剧本杀产业并非停滞，而是在其独特的文化与市场环境中，呈现出一条与大众化狂飙突进不同的“深耕细作”式发展路径。其未来若想实现影响力跃迁，其关键不仅在于商业模式的持续创新，更在于能否成功转化其高门槛的“劣势”为在特定垂直领域的“优势”，通过精耕演绎质量、拓展非娱乐题材，并深化其在教育等社会领域的应用，最终完成从纯粹的娱乐商品向兼具文化、教育属性的复合型产品的价值跃迁。

3 影视驱动，生态突围——剧本杀在韩国发展路径特征

韩国为剧本杀提供了丰厚的媒介化文化土壤。从《The Genius》确立智力博弈范式，到《犯罪现场》奠定角色扮演推理基础，再到《大逃脱》以实景强化沉浸感，推理综艺完成了范式迭代，培养了适应高概念、强剧情推理娱乐的受众群体。这种长期的、高强度的媒介熏陶，构成了韩国剧本杀产业独特的“文化前导”，然而，也正是这种成功，为其线下发展埋下了结构性障碍。

此文化沃土非但未能有效转化为实体产业动能，反而催生了从虚拟消费到线下体验的“结构性断层”。首先，在需求端，形成了显著的“认知与体验的悖论”。观众被媒介培养出对顶级制作、明星演绎和专业剧本的被动消费惯性，导致其对线下体验的“预期阈值”过高。相比之下，需要投入时间、金钱与社交成本，且由素人主导的线下剧本杀，在便利性与观赏性上处于绝对劣势，潜在用户更倾向于“观看”而非“参与”。其次，在供

给端，存在“创意力量的不对等”。线下内容多为民间自发创作，缺乏影视工业的资本与创意体系支持，导致故事设定与推理模式高度同源化，难以吸引已被媒介内容“喂饱”的受众。最后，在运营端，面临着“脆弱的成本结构”。与享受资本杠杆的综艺不同，线下门店承受着高昂的重资产运营压力，首尔热门商圈店铺的转让倒闭，便是其在激烈市场竞争中脆弱性的直接体现。

面向未来，韩国剧本杀的破局之道在于超越对媒介的依附，进行差异化价值重构。其一，在市场定位上，应从“大众破圈”转向“垂直深耕”。与其在媒介的阴影下竞争，不如聚焦于企业团建、教育培训、粉丝社群等B端或特定圈层，开发定制化剧本，提供媒介无法复制的深度社交与具身化情感联结价值。其二，在运营服务上，需从“提供游戏”升级为“导演体验”。建立专业化沉浸式场馆与系统化DM培训体系，将服务核心转向专业化演绎与流程设计，以构建不可替代的服务壁垒。其三，在内容创作上，应致力于“本土化叙事创新”。深度挖掘韩国独特的社会议题与历史背景，创作具有文化身份认同的剧本，形成与媒介内容互补而非竞争的叙事生态。

韩国剧本杀产业的未来，在于正视并超越其“媒介化依赖”的宿命，通过在市场、服务与内容上的精细化与专业化转型，构建起线下体验的独特价值壁垒，在强大的娱乐帝国中确立属于自己的坚实生态位。

4 结论

剧本杀在中日韩三国的差异化演进路径，其根源深植于各国独特的社会文化结构之中。中国依托庞大的青年基数与高度发达的移动互联网生态，在政策引导下迅速实现了产业的规模化与大众化。日本社会对精密体验的追求与既有成熟娱乐业态的挤压，则促使剧本杀转向深耕细作，探索教育等领域的功能性应用价值。而韩国成熟的影视工业体系虽培育了市场，却也形成了“媒介化依赖”，导致线下体验成为影视IP的依附品，限制了其独立发展。面向未来，三国的发展重心亦随之分野：中国聚焦于产业内优化与价值深化，日本致力于突破圈层壁垒，而韩国的关键则在于构建独立的专业化运营生态。这些发展轨迹不仅是产业的战略选择，更是各自社会文化脉络在体验经济时代的深刻映射。

参考文献

- [1] 汪小嵒. “剧本杀”叙事研究[D]. 上海师范大学, 2023.
- [2] 《艾媒咨询 | 2025年中国剧本杀市场消费行为调查数据》
- [3] 曾润, 罗长青. 体验经济视角下的剧本杀热研究[J]. 南方文坛, 2025, (3): 152-155.
- [4] 张璨. “剧本杀”的剧本研究[D]. 河南大学, 2024.
- [5] [マーダーミステリー(ゲーム)とは? 初めての方向けにわかりやすく解説]
- [6] [マーダーミステリーの歴史を調べてみた!] <http://www.kzfact.com/wp/?p=417> (2020)
- [7] [マダミスには伸びしろしかない? 市場規模3500億円の中国マダミスや、面白い「矛盾」の作り方など、さまざまな視点でマダミスの“今”に迫る【「マダミーティング!」レポート】]
- [8] 大矢薰 (2023) 「社会人基礎力育成のための『マーダーミステリー』の可能性に関する予備的調査」『新潟リハビリテーション大学紀要』 pp. 54 - 58
- [9] 阿部仁美 (2023) 「情報モラルを身につけるための体験型ミステリー教材の提案一役に没入して体験する教材一」『2023年研究活動報告』 pp. 92 - 94.
- [10] 李多. 浅析韩国推理类综艺节目《犯罪现场》[J]. 2015, (11): 108
- [11] 张志红. 浅析综艺节目发展态势及研发思路[J]. 广播电视, 2014 (18)

作者简介：胡媛（2005—），女，汉族，湖南省娄底市，吉林大学，本科在读，研究方向为日语文学和跨文化传播。

尹秀珍（2005—），女，朝鲜族，吉林省吉林市，吉林大学，本科在读，研究方向为日语文学和跨文化传播。韩诗雨（2005—），女，朝鲜族，吉林省磐石市，吉林大学，本科在读，研究方向为艺术教育和文化交流。

基金项目：吉林大学2025年大学生创新创业训练计划项目，项目名称：“文脉北溯·剧游无界”——基于剧本杀沉浸机制的“北上精神”跨媒介叙事与东北亚传播实践，项目编号：S202510183046。