

旅游市场逐渐趋于年轻化 越来越多的酒店引入“剧本杀”

随着旅游市场逐渐趋于年轻化,年轻人最爱的“剧本杀”也逐渐渗透到了酒店,而酒店与“剧本杀”的强强联手成了一种新的潮流。12月12日,北京商报记者经调查发现,最近越来越多的酒店开始引入“剧本杀”。同时,有不少“剧本杀”爱好者认为,在酒店里玩“剧本杀”将会是一种全新的体验,纷纷表示以后想去试一试。而各酒店又为什么将与其毫无关联的年轻人的“线下社交游戏”引入呢?在业内人士看来,此举也是酒店去迎合广阔年轻市场的一种新手段,但其效果究竟怎样,还有待市场的观察。

“酒店+剧本杀”

“听说周末在酒店里要举办一场‘剧本杀’大赛,咱们要不要去试一试?”一位资深“剧本杀”爱好者和朋友说道。记者调查发现,近一段时间以来,“剧本杀”迅速风靡全国,酒店行业也迅速掀起了“酒店+剧本杀”模式的狂潮。近日,北京西苑饭店跟芒果TV进行了跨界合作,承办了芒果TV全国“剧本杀”赛事盛典。记者联系到北京西苑饭店,该饭店的相关负责人王娜(化名)表示:“北京西苑饭店的三礼文明侦探剧玩社是这次赛事30多个赛区中唯一一个酒店自营‘剧本杀’业务的赛点,并且参赛名额也是最快被报满的赛点。由此可见,大家对于酒店经营‘剧本杀’业务还是认可并且充满期待的。”

不仅是北京西苑饭店引入了“剧本杀”,今年5月,杭州开元名都大酒店宣布和NINES推理馆签约,双方共同开发“酒店+剧本杀”沉浸式实景游戏产品,推出“桌面剧本杀”“实景剧本杀”“两天一夜式剧本杀”三款产品。而此次合作也是国内首家传统五星级酒店与当下流行



资料图片

的推理性“剧本杀”的首次合作。

“酒店开本是件很新奇的事,如果有我喜欢玩的本我就会去试一试,但体验感究竟好不好也要看酒店的环境、DM(主持人)的专业度以及剧本本身的质量,同时,一起玩的玩家也很重要。”“剧本杀”爱好者小橙子满怀期待地说道。

有业内人士认为,在旅游市场趋于年轻化的同时,各旅游企业也在为抢占庞大的年轻市场而积极引进年轻人所喜爱的社交“新宠”,从而获取更广泛的收益。

用空间换流量

那么,各酒店究竟为什么会选择“入股”“剧本杀”呢?“剧本杀”又能给酒店带来怎样的效益呢?

随着旅游市场不断变得“年轻”,酒店也在为招揽年轻人费尽心思。王娜在接受记者采访时还表示,“此次‘剧本杀’大赛参赛选手最年长的是34岁,最年轻的是18岁,这个年龄层与酒店的预估保持一致,与酒店原有的主客源群体差异

较大。我们利用酒店自身的场地优势、餐饮优势和人员优势经营‘剧本杀’业务,以空间换流量,贴近Z世代客群,为老企业注入新活力。”

“我们想借助剧本推理这个目前以年轻人为主的沉浸式体验活动,去做文化赋能和客源外拓。年轻人会慢慢影响周围其他年龄层的人,通过他们消费增长的力量来引入新的客群,以新模式赢得新收益。”王娜还谈道,“未来,我们可能会开设下午茶专场,客人在享用下午茶的同时便可以进行一次剧本推理。还有就是开发两天一夜的沉浸式剧本推理体验活动,将‘剧本杀’的形式与酒店本身可以提供的产品业态相结合,做发散型的全域营销。”

酒店与“剧本杀”的跨界合作,既使酒店的业态日益多元化,也吸引了大批Z世代的年轻消费者走进酒店,为酒店的发展提供新的契机。

此外,在疫情防控常态化的大背景下,本地化休闲消费强势崛起,以本地客源为主的“住宿+X”系列新业态逆势增长。

同程旅行平台数据显示,“剧本杀”酒店或主题房也成为2021年国内住宿市场最热门的细分领域之一,收获了大量年轻群体的关注。与传统住宿业态相比,将社交等需求纳入其中的创新业态有着相对更高的重复消费比例和更加稳定的客源。

华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焱焱认为,酒店业经历了硬件和服务的两大竞争,现在应进入文化氛围的竞争。同时,提高酒店竞争力的关键在于客房外的第二空间,如健身房、书吧、茶社、影视社交区;多元素的人文体验以及功能升级和细分市场定位匹配等。另一方面,酒店业、旅游业的本质是体验经济,它不生产实体产品,生产的是体验。

仍有成长潜力

“‘剧本杀’可以通过内容的不断迭代,形成文化效应和品牌效应。从长远的规划来讲,我们会与‘剧本杀’行业头部企业进行合作共创,不断发掘酒店自身的故事,打磨出具有不可替代性的酒店专属系列

IP剧本,并与文创结合开发周边衍生品等,把酒店打造成独一无二的本地生活打卡地。”王娜也对酒店经营“剧本杀”业务的未来充满信心。

就在前不久,艾媒咨询发布的《2021年中国剧本杀行业用户研究及标杆企业案例分析报告》指出,在大众娱乐需求增加、综艺背书等因素的影响下,“剧本杀”在进入国内市场后快速膨胀,2020年中国“剧本杀”市场规模已达117.4亿元,预计到2022年中国“剧本杀”行业市场规模将增至238.9亿元。由此可见,面对不断庞大的剧本杀市场,“酒店+剧本杀”这种模式的成长空间也是在不断扩大的。

但另一方面,也并不是所有的酒店都能够“入局”。小橙子还告诉记者:“酒店引入‘剧本杀’的话,不要跟入住酒店的客人互相影响,因为酒店比较特殊,所以可以安排一些实景的剧本。而且不少玩家对于游戏过程中的舒适度也有相应的要求,尽量安排在房间多一点的场所。游戏中还可能会有私聊环节,房间的私密性也应该被重视起来。”

而在资深旅游专家王兴斌看来,因为疫情变化使得各酒店客源减少、客房空置,所以在这种情况下,酒店选择引入“剧本杀”,这是一种新的模式,也是暂时缓解萧条的一种新方法。酒店可以通过“剧本杀”来吸引一部分客群,但这很难成为未来酒店招揽客人的有效方式,很难从根本上解决酒店目前萧条的状况。只能靠商旅恢复正常才有可能实现。

在业内人士看来,不少酒店为争夺更多的市场份额,纷纷引入“剧本杀”,而“酒店+剧本杀”究竟能否长远地走下去,也要看其能否经得住市场的考验。(关子辰 吴其芸)

中国儿艺年末新戏《极简创造》： 在创新中发挥想象力

近日,中国儿童艺术剧院2021年末新戏——益智工坊《极简创造》在京召开媒体见面会。这部儿童剧“诞生”并“成长”于剧院年轻主创和演员们在戏剧工作坊中的想象。生活中容易被忽视、被丢弃的材料,如塑料袋、塑料管、泡沫板,在儿艺表演者手中成了舞台上的“主角”。导演胡磊希望小朋友们看完后,可以尽情地发挥想象力,将生命力注入家中随处可见的环保物品中,让没有生命力的东西活起来,并从中获得快乐。

《极简创造》将为观众们带来一个充满想象力和趣味的故事:在一位环卫工人的梦中,废旧物品堆里的小物件化作一只可爱又充满好奇心的精灵“小黑”。它身着人类的

废旧衣物,在同样是由废旧物品打造的海洋世界、昆虫世界、动物世界和人类世界中经历了一场奇妙的体验与冒险,并用自己纯洁的爱与善良的心给予地球生命以温暖的抚慰。

演员宋祖全表示,这是一个天马行空的作品,给了演员无限的想象空间,比如,如何用一块海绵……赋予生活中随处可见的小物件生命,给予它们故事。“因为没有文字剧本,这部戏会聚了导演、设计师和所有演员的想象力,给予演员很大的创作空间。”主演剧中主角“小黑”的扮演者唐加陆说。

中国儿童艺术剧院院长冯俐希望此次《极简创造》全新的探索和尝试能够得到大

小朋友们的共同喜爱。《极简创造》是中国儿艺突破传统创作模式的一次尝试,是对创作方式多样化的探索。”冯俐表示,整部剧在放飞想象中保持了艺术的品位与人性的温度,这也是中国儿艺希望带给孩子的:在不断创新中满足孩子无限幻想的神奇世界,体会生命之美。期待《极简创造》不仅可以在剧场演出,还能走进校园、走进边远山区,给更多的孩子带去无限的遐想和欢乐。

据悉,《极简创造》将于12月25日在中国儿童艺术剧院假日经典小剧场与大小观众们见面,首轮演出8场,陪伴孩子们温暖过新年,在轻松愉悦的氛围里,收获想象力涌动的快乐。(刘微)



新疆:冰雪旅游点燃寒冬热情

在位于乌鲁木齐的新疆丝绸之路国际度假区,游客在观光游玩(12月10日摄)。

进入冬季以来,新疆各地借助优质的冰雪资源,开发冬季旅游新项目、新产品,推动冰雪旅游持续升温。

新华社记者 王菲 摄