

悦动少年



负责人：杜小典

所属学校：中国传媒大学

指导老师：杨剑飞

团队成员：李莹、庄钰莹、孙玉琪、胡开琴、陈舒婷、高境泽、姜路坦、郭瑜

目录

一、 概述	3
二、 市场分析	4
(一) 政治环境	4
(二) 社会环境	4
(三) 技术环境	5
(四) 经济环境	6
1. 市场环境分析	6
1) 优势	10
2) 劣势	10
3) 机会	10
4) 威胁	10
三、 产品服务	11
(一) 产品简介	11
1. 剧本:多元主题	11
2. 人数:	11
3. 运动种类:	11
4. 选址:	12
5. 项目举例: 赵氏孤儿项目	13
(二) 产品优势:	13
1. 模式灵活:	13
2. 受众分级:	13
3. 剧本优质:	13
4. 运动丰富:	14
5. 场所多样:	14
四、 商业模式	14
(一) 价值主张	14
(二) 经营模式	15
1. 客户细分:	15
2. 核心资源:	15
3. 关键业务:	16
4. 渠道通路:	16
5. 合作伙伴:	18
(三) 盈利模式:	18
1. 成本结构:	18

2. 收入来源：	18
五、 团队介绍	19
六、 运营管理	20
（一） 组织架构及部门职责	20
（二） 分期规划	20
（三） 落地管理	21
七、 风险及控制	22
（一） 风险分析	22
1. 法律风险：	22
2. 行业风险	22
3. 市场风险	22
4. 经营风险	22
5. 财务风险	23
（二） 控制措施	23
八、 财务分析	24
（一） 企业估值：	24
（二） 资金用途	25
（三） 经济效益分析	26
九、 融资规划	27
十、 附录	28
附录 1：《赵氏孤儿》产品策划	28
第一幕：协子逃亡，与妻团聚	28
第二幕：为躲追兵，逃至首阳	30
第三幕：众人齐心，真相大白	31
附录 2：免责声明	31
（1）家长须知：	31
（2）学生须知：	32
附录 3：调查者需求调研结果	33
学生问卷	33
家长问卷	34

一、概述

针对青少年，以运动为主要活动，以中国传统故事为主要题材的沉浸式 RPG 游戏剧场。

二、市场分析

（一）政治环境

(1) **体育强国**：2019 年 9 月 2 日，国务院办公厅印发《体育强国建设纲要》，部署推动体育强国建设，充分发挥体育在建设社会主义现代化强国新征程中的重要作用。《纲要》中提到，增强青少年体育健身意识；要扩大体育消费，加快发展体育产业，培育经济发展新动能；促进体育文化繁荣发展，弘扬中华体育精神，传承中华传统体育文化。

(2) **教育强国**：为提高教育质量，落实立德树人的根本任务，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》。在“双减政策”的政策环境下，学科类校外培训机构压减，青少年作业负担减轻，青少年在课后拥有更多的自主空间，能够更好地体验生活、全面成长。

（二）社会环境

90 后、00 后等新生代人群成婚生育，这些父母对沉浸式体验类新兴事物具有较高的包容性，也支持孩子进行健康有意义的娱乐，对于新形式的儿童娱乐活动有更强的接受度。

同时，“沉浸式 RPG 游戏剧场”能够提升体育类娱乐产业的价值，使之能够跟上人们日益增长的娱乐需要，满足青少年体育健身的需求。

剧本杀、密室逃脱等沉浸式体验场馆的兴起，为沉浸式 RPG 游戏剧场拓宽了知名度，让沉浸式体验走向大众视野，为行业带来增量，这些有利的社会因素令“沉浸式 RPG 游戏剧场”有着良好的发展前景。

	密室逃脱	剧本杀
市场规模	2019 年我国密室逃脱行业市场规模为 99.7 亿元，同比增长 99.4%；受新冠肺炎疫情影响，2020 年中国密室逃脱行业市场规模有所下滑，2020 年中国密室逃脱行业市场规模为 78.3 亿元；预计到 2022 年，密室逃脱行业市场规模达到 123.6 亿元。	2019 年中国剧本杀行业市场规模超过百亿元，同比增长 68.0%；2020 年中国剧本杀市场规模已达 117.4 亿元；在需求推动下，中国剧本杀门店快速扩张，预计到 2022 年中国剧本杀行业市场规模将增至 238.9 亿元。

消费者年龄	<p>2020年中国密室逃脱消费者年龄分布</p>  <p>2021年中国剧本杀玩家年龄分布</p> 	<p>2021年中国网民参与剧本杀的消费单价主要在百元内，70-90元占比最多，占比32.43%。消费50-70元和50元以下的消费者排在其后，占比分别为29.83%和17.52%；参与剧本杀游戏消费单价在90元-110元的网民占比17.82%，仅3.4%的网民参与剧本杀游戏单次消费在110元以上。</p>
消费水平	<p>目前国内的密室逃脱人均消费主要分布在50-150元之间，占比超过70%，人均消费200元以上的密室逃脱相对较少，仅占3.50%。但随着综艺节目的带动，高人均消费的真人NPC密室逐渐兴起并且数量大增，会带动整个密室逃脱行业的人均消费水涨船高。</p>	
地域差异	<p>截至2019年底，中国真人密室逃脱行业市场参与者约有10000家，其中，上海、北京、成都、杭州、重庆五个地区所拥有的真人密室逃脱品牌数量最多，占比分别为24%、16%、7%、6%、5%。</p>  <p>2021年中国剧本杀玩家地域分布</p> 	<p>从玩家地域分布来看，数据显示，2021年中国30.4%剧本杀玩家分布在华北地区；28.3%玩家分布在华东地区；17.4%玩家分布在华南地区；13%玩家分布在西南地区。而西北、华中、东北区分玩家分布较少，占比均不超过5%。</p>
政策法律	<p>随着2021年11月17日，上海市文旅局率先向社会公布《上海市密室剧本杀内容备案管理规定（征求意见稿）》（该文件已于2022年3月1日正式施行），宣告了密室剧本杀行业步入了强监管时代，随后各地陆陆续续开始针对密室逃脱、剧本杀出台管理规定。</p>	

（三）技术环境

机械电子设备发展，高新技术推动，为“沉浸式RPG游戏剧场”提供了技术上的支持。VR、

大数据、云计算、5G 等高新技术与新的青少年体育娱乐活动结合，越来越丰富的技术体系，融入到项目之中，未来前景广阔。

（四）经济环境

1. 概况

近年来我国经济水平逐步提高，居民可支配收入、文教娱乐消费水平也在提升，2021 年全国居民人均可支配收入达 35128 元，比上年的 32189 元增长了 9.13%；居民人均文教娱乐消费支出 2599 元，比上年名义增长 27.9%。经济升级带动了线下娱乐的消费升级，城市普通居民大都能够负担得起几十上百块一次的外出娱乐开销，在某地区为了娱乐体验花费 200-300 元也较为普遍。

2. 市场环境分析

（1）市场需求分析

1) 总体需求（所在地人口，年龄情况）

① 文化娱乐市场需求大，消费欲望强

北京市统计局的数据显示，2021 年北京市居民在教育文化娱乐方面的人均消费支出为 3348 元，占总体人均消费支出的 7.7%。石景山区人均消费支出 44790 元，在全市属于上游水平。

消费结构（全市）2021 年，教育文化娱乐方面人均消费支出数据如下：

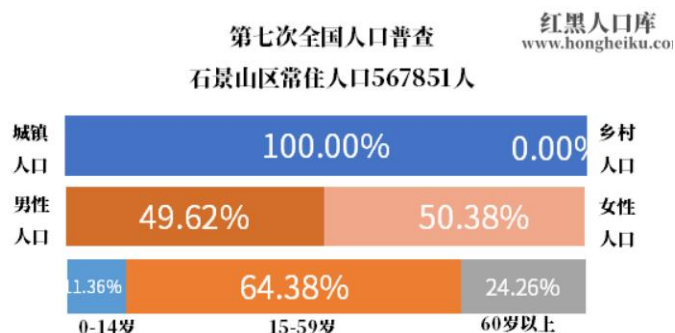
全市居民为 3348 元，占总体人均消费支出的 7.7%，城镇居民为 3665 元，占总体人均消费支出的 7.8%

② 客户群体收入水平高，消费能力强

石景山区 2021 年居民人均可支配收入 84666 元，居全市第五位，高于全市 9664 元，同比增长 7.6%，继续保持稳步增长态势。石景山区居民人均消费支出 44790 元，高于全市 1150 元，同比增长 11.7%，持续稳步增长。石景山居民收入及消费在全市属于上游水平。

③ 客户群体消费潜力大

人口：根据第七次人口普查数据，截至 2020 年 11 月 1 日零时，石景山区常住人口为 567851 人。



中小学情况：小学生约 3w+，中学生约 2w+，49 所中小学

2020 年，石景山区普通中学招生数 4551 人，在校生数 12047 人，毕业生数 3630 人。小学招生数 4847 人，在校生数 24131 人，毕业生数 3767 人。

石景山区有 25 所小学，11 所中学，10 所一贯制学校，3 所职高，共 49 所中小学。

2) 消费者需求调研结果

问卷分为学生与家长两大部分，主要在微博微信两大平台发放，通过问卷来调查项目受众群体对项目的接受程度以及喜爱程度，同时根据受众群体的意愿来辅助项目中故事情节的设计及游戏内容、游戏方式、游戏时长等方面的选择。

- ① 绝大部分同学和家长对此“沉浸式游戏运动体验”模式表示有兴趣并且愿意尝试
- ② 绝大部分同学是希望自己进行体育活动的，绝大部分家长希望孩子多参与体育活动
- ③ 学生们更愿意在周末时间以及寒暑假等节假日时参加这种活动
- ④ 绝大部分同学选择了与自己的学校同学参与活动，并且希望在学校春秋游中参与此活动，所以可以考虑与学校之间的合作
- ⑤ 绝大部分同学希望游戏设置的人数在 5-10 人
- ⑥ 游戏时长最好设置为 2h 以内
- ⑦ 游戏涉及体育项目最好为现代体育项目和传统体育项目的相结合的方式
- ⑧ 绝大多数同学和家长表示如果故事的体验感很好，会再次来参加，所以应该提升故事的参与感体验感；还有一部分人希望可以体验到不同的故事，需要我们多设计几个故事模式，并且不间断更新故事
- ⑨ 应当适当降低游戏消耗的体力，增加游戏的新鲜度，一定程度上简化规则
- ⑩ 对于地点选择，学生和家长普遍可以接受的距离是 2km-5km，但是也有一部分人认

为距离都可以，所以只要项目足够吸引人，距离造成的影响会一定程度上减小

⑪ 花费范围大部分人的接受程度在 50-100，综合消费者的承受能力与收益问题，价格可以比 100 略高，但是不要超过 200 元

⑫ 实际推广时要加大宣传力度

综合来看不论是学生还是家长，大部分人还是愿意尝试参与这种新型的体育体验类项目

3) 市场痛点

- ① 剧本杀以及 RPG 剧场单次主题价格普遍偏贵、花费时间长，对表演和社交的能力有很高的要求。
- ② 剧本杀以及 RPG 剧场的剧本多以网络小说或原创剧本为主，涉及恐怖、感情、悬疑等，剧本内容质量存疑，且容易让青少年上瘾，带来社会不良影响。
- ③ 剧本杀、RPG 剧场和密室逃脱几乎全部在室内，涉及体能消耗不多，多以扮演和脑力消耗为主。
- ④ 剧本杀、RPG 剧场和密室逃脱因为是线下实体店，一个主题项目一旦建好不会再进行改动，使附近消费者对这个主题故事体验过之后难以再次产生新鲜感，难以建立用户粘性，造成场地浪费和荒废的现象。
- ⑤ 剧本杀、RPG 剧场和密室逃脱没有年龄区分，不同年龄段的人随机体验一个项目，对于青少年来说存在社交安全和人身安全。

(2) 市场竞争分析

1) 竞争态势（波特五力分析）

①潜在进入者的威胁

此类沉浸式体验娱乐行业细分领域众多，格局分散，整体行业集中度较低，呈现高度竞争的状况。但本项目在受众定位，剧本选题，体育运动等方面建立产品壁垒，有效避免了同质化竞争，降低潜在进入者带来的威胁。

②购买者的议价能力

RPG 沉浸式游戏剧场本身就属于精神类消费，消费者对此类服务价格敏感度低。且此类项目仍作为新兴产业，尚未形成完善的价格体系，多由商家自行定价，市场价格差异较大；且结合市场分析得出，本行业尚未达到供过于求，购买者相对议价能力较低。

③供应商的议价能力

RPG 沉浸式游戏剧场的供应商多为各大主题商、机关设备生产商、服装批发商等，供应

商集中度较低，市场中可供选择的替代品较多；这些类别的供应商，除主题 IP 供应之外，品牌知名度都较低；转换成本较低；产品差异性较小。故供应商议价能力相对较弱。

④替代品的威胁

沉浸式游戏剧场的替代品主要是其他的娱乐设施。

替代品威胁					
	游乐园	儿童主题乐园	密室逃脱	剧本杀	体育场馆
案例	北京欢乐谷	奇乐儿(海口市室内儿童乐园)	MRX沉浸剧场·X先生密室(三里屯店)	ALL STAR沉浸空间(传媒大学店)	石景山启迪冰雪体育中心
产品	景观、主题表演、游乐设施、游戏等	迷宫、卡通城堡、手工坊	探险、解谜、逃脱等场景类游戏	剧本、室景	气膜式滑冰馆
定位	多元化旅游休闲连锁主题公园	儿童活动中心	沉浸式娱乐体验	角色扮演游戏	休闲娱乐场所
价格	¥299(单日门票)	¥35(儿童)/¥15(成人)	¥327/人(各主题平均)	¥182/人	¥152/人
营收	5.28亿(2019年)	35000元/月	354万(单个爆款主题总营收)	5628元(单个剧本一周内营收)	约1万元(大众点评周末散滑半年预约记录)
消费者年龄	5-45岁	2-5岁(家庭消费)	18-35岁	20-40岁	5-55岁
人流量/体验频率	516万人(2019年)	350人/周	730人(周末单日,以5月22日为例)	1-5次/年	40万人/年

⑤同业者竞争

A. 同业者

沉浸式互动剧:观影者自主选择剧情、角色,以第一视角“观剧”的互动剧场

B. 同业者基本情况

继剧本杀游戏此类文化消费兴起后,“沉浸剧场+剧本杀”的新兴戏剧模式产业也逐渐多起来.它打破了观众观看与舞台表演之间的界限,将观众在演出中的角色变被动接受为主动参与.

案例:

	云游沉浸式交互剧场(密室)	神秘世界沉浸式剧场(蓝色港湾店)
选址	杭州市拱墅区新天地(商圈)	北京市朝阳区蓝色港湾(商圈)
主题	沉浸式RPG角色扮演体验	
产品	《望临安》	《无间道》(警匪两场)
产品特点	古风南宋背景、杭州特色、造景还原、换装	港风谍战、香港街区造景、欧式火车车厢、港式警匪制服
定价	¥328/人	¥468/人
玩家数量	6-10人	6-8人
时长	130分钟	180分钟
门店面积	560㎡	1500㎡
门店评分(大众点评)	4.8分	4.8分
单个主题线上预定营收	约21万(截止5月22日)	约43万(《无间道-匪》截止5月22日)

C. 同业者优劣分析

优势:相较于剧本杀,其灵活性更高、体验感更强、更具趣味性;可设置具备多种特色的主题,商家可制作的产品灵活多样.

难点:玩家对剧情及规则的吸收理解程度不一,NPC 引导难度较高,因此玩家对主题的沉浸感难以把控.

D. 竞争情况(区别)

同业者:侧重剧情的演绎、游戏系统偏小型

我们:侧重场景演绎、游戏系统偏大型且主打体育游戏、更具挑战性

(3) SWOT 分析

1) 优势

- ① 灵活性强:模式灵活,不同剧本人数、玩法、价格不同,多种模式可选择;项目更新灵活,我们采用可移动运动设备和背景,更换项目便捷。
- ② 游戏系统丰富:我们采用传统体育运动与趣味小游戏结合的方式增强项目趣味性。
- ③ 剧本优质有特色:我们多采用有教育意义的经典故事,这些故事知名度高,易增强顾客体验感。

2) 劣势

- ① “沉浸式”这一概念为各行各业所接受,但并无权威界定其含义。“沉浸式”概念也遭到部分商家滥用,面临“我说我是‘沉浸’我就是‘沉浸’”的窘境。因此从消费者角度来看,玩家对各种主题娱乐的沉浸体验效果不一,其用户黏性就很可能逐渐降低。
- ② 目前众多沉浸式产品结构简单,没有门槛,容易复制,竞争难度大。因此在“沉浸式”项目频繁出现后如何形成品牌,如何让消费者长期保持新鲜感成为难点。

3) 机会

- ① 政策的鼓励与扶持:与体育强国、“双减政策”等国家大风向标相一致,能够极大地促进创新体育消费支付产品,拓展体育教育、体育旅游等消费新空间。
- ② 消费市场需求的提升:越来越多人了解到“沉浸式”体验模式,“RPG 沉浸式游戏剧场”作为一种具有题材广泛、类型多样、深度沉浸等特点的娱乐方式,能够满足不断提升的消费市场需求。

4) 威胁

- ① 疫情影响:由于空间封闭、人员密集等因素,“RPG 沉浸式游戏剧场”受疫情影响程度较大。

② 政策限制：2021 年 1 月，《上海市密室剧本杀内容管理暂行规定》印发，将密室、剧本杀纳入备案管理，随后各地陆陆续续开始针对密室逃脱、剧本杀出台管理规定，“沉浸式 RPG 游戏剧场”也将受到一定程度的限制。

③ 此外，行业发展后潜在的竞争对手、采购议价能力降低、人口和经济环境的低迷、突发事件等都会对“沉浸式 RPG 游戏剧场”的发展造成威胁。

三、产品服务

（一）产品简介

针对青少年，以运动为主要活动，以传统故事为主要题材的沉浸式 RPG 游戏剧场。贯彻角色扮演，融合体育活动，创建多支线结构，灵活变更场地和更新不同故事。

1. 剧本:多元主题

(1) 传统故事:

- | | |
|-----------|--------------|
| 1) 传统历史故事 | 3) 神话故事 |
| 2) 民俗故事 | 4) 传统小说和戏剧故事 |

(2) 近代故事:

- | | |
|-----------------------|---------|
| 1) 红色战争故事（与 IP 影视剧合作） | 2) 谍战题材 |
|-----------------------|---------|

(3) 名人故事题材

(4) 武侠、仙侠题材的故事

2. 人数:

根据故事特征，分为单人和双人项目，10 人以下小组项目，10 人以上团建项目（以学校/班级为单位）。

3. 运动种类:

兼具中国传统体育项目和现代体育项目

4. 选址：

北京市石景山区上庄东路 1 号（模拟选址：现西朗园文化创意产业园）

周边情况（半径距离 1km）

本项目占地面积：4000m²

1) 交通



2) 商业



3) 餐饮零售



5.项目举例：赵氏孤儿项目



为了使项目的流程更具体可观，特制作一份以《赵氏孤儿》为主题的产品策划书（完整版参考附录1）。

项目内容可简要概括为：

参与者分别扮演包括程婴，公孙杵臼在内的五个角色，众人齐心协力完成任务，达成保护赵氏遗孤，证实赵氏家族清白，打倒公孙杵臼的最终目的。本项目将运动项目与剧情发展相融合，不仅具有投壶，木射等传统体育运动，同时也包含了森林迷宫，小型攀岩等现代体育运动，也增加搜证，七巧板等脑力运动，做到体力与脑力相结合。以计时的方式增加游戏紧迫感，并以最终时长判定胜负。本项目旨在向参与者传递善有善报，恶有恶报的正义观念以及舍生取义的大局观念，从而对青少年的价值观形成产生一定的正向引导作用。

（二）产品优势：

1. **模式灵活：**单场次人数灵活，1至几十人不等，不同剧本以及不同人数对应的价格也不一样，多层次价格可供选择。

2. 受众分级：

针对6-10岁与10-18岁的消费者，进行项目难度分级。

对于6-10岁的消费者，采取更通俗易懂的剧情表达和游戏介绍，选择一些优质却简洁的故事，例如小蝌蚪找妈妈，葫芦娃，哪吒等。我们配备专业有耐心的主持人带领孩子们理解故事做运动游戏，设置一些简单、低难度的障碍设施和体育项目。

对于10-18岁的消费者，更加注重逻辑性以及剧情的完整性。选择一些课本、名著上以及一些国产影视和动漫上的故事，需要参与者更多的自我探索和角色扮演，例如：赵氏孤儿、花木兰、桃花源记等等。设置更多复杂、高难度的障碍设施和体育项目，追求一定刺激感和紧迫感。

3. 剧本优质：

与市面上其他密室逃脱以恐怖悬疑为主要主题不同，本RPG沉浸式游戏剧场以传统经典

故事和课本上有教育意义的故事为主，并更注重与体育活动相结合。

第一阶段为初步尝试，后续逐步建设更多主题场馆。

第一阶段：《赵氏孤儿》，《红军长征》，《宝莲灯》

第二阶段（古代故事）：《桃花源记》，《子路负米》，《花木兰》

第三阶段（影视题材）：《长津湖》，《红海行动》，《龙门飞甲》

第四阶段（动漫、神话故事）：《哪吒》，《小蝌蚪找妈妈》

4. **运动丰富：**我们既有传统体育运动（例：射箭、投壶、高跷等）又有现代体育运动（例：攀岩、射击、划船等等）还有很丰富的游戏活动（例：瞎子摸人、密室逃脱、拼七巧板等等）

5. **场所多样：**室内室外都有，环境宜人。通过场地设计提高代入感，给予青少年消费者更好的游玩体验。

6. **项目更新：**我们除了会及时开发出新的剧本之外，我们选择的户外场地布景和运动设备全是可移动装备，我们可以进行户外的场地更新来持续吸引老用户。

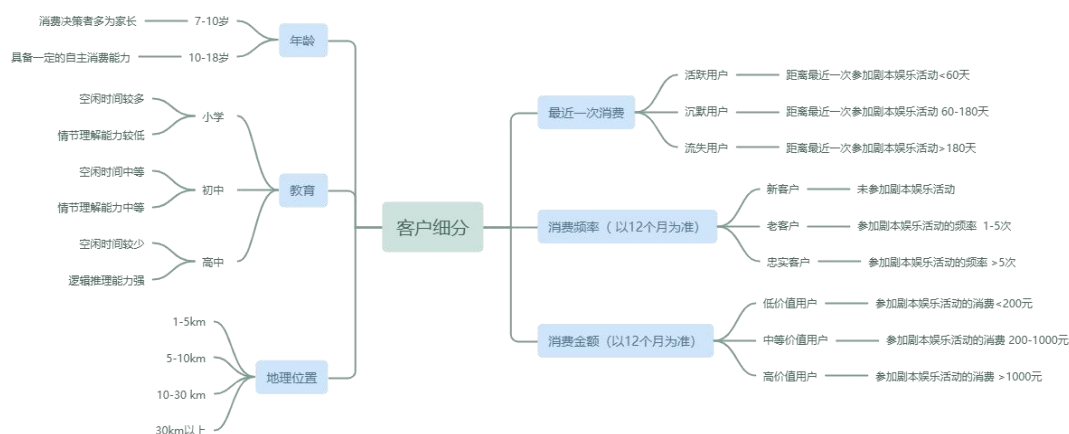
四、商业模式

（一）价值主张

重回线下，让青少年轻松快乐的玩体育，边玩边学，健身益智。一定程度上减少家长假期压力。将青少年因学习缺失的快乐与运动，因互联网时代缺失的社交，因虚拟世界缺失的现实世界补回来。使课本上的内容实体化，让中国故事活起来，让孩子们用真实的感觉去理解故事，认识中国，探索世界。让青少年在高沉浸度的环境里享受最先进的沉浸式娱乐体验，凭借优质的剧情脚本、先进的机关配置，热情周到的服务，用可接受的成本让青少年得到最好的体验。

（二）经营模式

1. 客户细分：



上图分别运用 RFM 模型以及与项目实际结合进行客户细分，图 1 在参与剧本娱乐活动（包含剧本杀，密室逃脱，沉浸式游戏剧场等）的消费间隔，消费频率，消费金额方面对用户进行分层。图 2 对客户的年龄，教育层次，地理位置进行分层。通过客户细分，衡量当前客户价值以及潜在客户价值，并进行综合分析。便于针对不同层次用户制定相应运营策略。

项目初期我们的目标客户为：活跃用户，高价值用户与忠实用户群体，该类群体属于高质量客户，具备消费间隔小，消费频率高，消费金额大的特征，对于此类娱乐活动有较强的消费意愿，用户价值高。根据市场调查显示有 92% 的用户愿意参与“沉浸式体育运动体验游戏”类项目，但此类用户体验经验丰富，更加注重体验感与后续增值服务。

项目初期我们的潜在客户为：老客户和中等价值客户，该类群体属于重点发展客户，此类客户曾有参加剧本娱乐活动的经历，虽然消费金额较小，消费频率较低，但具有一定的市场潜力，有一定的可挖掘价值。

而对于不同年龄，不同教育层次的客户，会在游戏难度，剧情传达，时长设置等方面进行区分，以便使客户获得良好的游玩体验。针对客户与本项目的地理位置远近差异，距离较远的客户可借助社交媒体提高产品曝光度，通过优质项目对远距离客户进行吸引。

2. 核心资源：

项目开发和创新人才，即对优质故事的选择和改编，对体育运动的选择和巧妙融入，以及对游戏和场地的设计。每一个主题故事项目和开发人才是我们的核心资源，优质的主题故事项目是我们的核心竞争力。

3. **关键业务：**吸引顾客参与我们的主题项目的付费体验

4. **渠道通路：**

(4) 销售渠道

1) 线下：

① 到店消费。

② **与当地中小学合作：**为中小学提供免费课外拓展活动场所，可在活动结束后为每位消费者周边文创产品或抵扣下次游玩费用的优惠券，刺激二次消费或好友推荐。

2) 线上：注重平台运营，在美团，抖音等平台发放团购券。

(1) 产品营销

1) 营销定位：

以体育活动为主的沉浸式游戏剧场为载体和宣传营销点，重新定位和打造 **RPG 沉浸式游戏剧场** 作为客户体验、商业模式的新概念，打造营销新亮点，深度发掘体育活动为主的沉浸式游戏剧场的商业价值。

2) 营销策略：

1) 产品策略

① 产品更新：应对变化着的市场环境，每隔一段时间更换项目内容，保持消费者新鲜感。

② 门店装修：高还原度场景，提高沉浸式体验感。完善的防碰撞措施，提供良好的安全保障。

③ 优质服务：

A. 工作人员：对员工进行集中培训，提高员工内部凝聚力，培养突发情况处理能力，有序引导消费者，维持游玩秩序。有耐心，态度和善。

B. 基本设施：洗手消毒测温等防疫措施完备。通风良好。为家长或等待候场人员提供休

息区。

2) 价格策略

① 定价：

- A. 差额定价：将市场，内容复杂度，体育活动丰富程度，项目占地面积，项目参与人数等作为价格参考标准，做到物有所值。
- B. 动态定价：根据淡旺季，市场波动对产品价格进行及时调整。

② 促销：开业，节日，消费者生日折扣

③ 会员返利卡：设置多档返利卡，根据消费次数对返利卡进行分级：白银，铂金，黑金，并对应相应返利比例。每次消费后均会在卡中返利本次消费额的 5%，10% 和 15%，可抵扣现金消费。

3) 渠道策略：

双渠道策略：传统渠道和网络渠道有效整合。

4) 推广策略：

① 地面推广：

- A. 设计创意宣传单，双面印制，正面印刷产品信息，背面印刷主题故事连环画。
- B. 设计促销宣传单，可凭借宣传单到店换取周边文创产品或抵扣对应金额。
- C. 将广告与低成本文具相融合，在中小学校门处免费分发。

② 社交媒体推广：

A. 在抖音，小红书等社交媒体平台创建品牌账号，通过发布笔记，利用平台原有信息流，对消费者进行个性化推广。

B. 邀请各平台的流量博主（7—18 岁优先）免费参与项目，拍摄视频，视频的内容根据门店的特点拍摄，也可以以真人秀方式，展示门店特色。并由其发放优惠福利，进行推广，吸引客户到店消费。

- C. 鼓励消费者在微信朋友圈和 QQ 空间发布相关动态，可获得周边产品。
- D. 鼓励消费者在大众点评，美团等上传用户评价。
- E. 建立门店粉丝群。

③ 到店推广：

- A. 设计主题产品折页，制作海报，增设荧光板、台卡等物料，增强营销氛围；按照顾客

动线原则，将上述物料放置在消费者视线范围内，增加营销机会；

B. 对工作人员进行营销培训，利用消费者等候、结束的时间进行开口营销，进行折页递送，挖掘客户的潜在需求。

5. 合作伙伴：

- (1) 内容来源：阅文集团，影视公司，综艺节目制作方，游戏公司（如王者荣耀等）
- (2) 培训服务：儿童体育培训机构，儿童国学教育机构
- (3) 场地设备：地产开发商，场景装修及设计公司，电器家具供应商，运动器材公司，道具设计制作方
- (4) 周边产品：益智玩具供应商，文创产品代工厂
- (5) 宣传营销：抖音、微博、腾讯、小红书、美团、大众点评等社交媒体平台，低价文具批发厂，宣传用品设计公司，广告印刷厂。
- (6) 利益保障：儿童健康安全保险公司，员工团体保险公司

（三）盈利模式：

1. 成本结构：

(1) 前期建设：

- 1) 店面租金
- 2) 室内外装修：
 - A. 基建：隔断、墙面处理、空调、排水
 - B. 主题建设：机关制作与道具采购
- 3) 主题设计费：CAD 工程矢量图，3D 效果图，平面宣传设计

(2) 后期运营：

- 1) 人员成本：入职培训，员工薪资，法律顾问，员工保险
- 2) 宣传成本：博主推广费，宣传单印制

2. 收入来源：

- (1) 基本盈利点：项目销售

(2) 衍生盈利点

- 1) **文创：**联合文创产品生产商，推出项目周边文创，如系列手办，学习用品（笔，本，便利贴）等，在接待区进行售卖。
- 2) **运动器械：**提供在活动过程中使用的小型运动器械出租服务。
- 3) **手游：**后续推出周边手游，即线上体验项目。
- 4) **广告位招商：**设置多种广告位，如：展架，门贴，灯箱等，通过出租广告段位收取租金。

(3) 增值服务

- 1) **休息区服务：**休息区内提供饮品，甜点等，以及放置娃娃机等游玩设施并进行相应收费。为消费者提供免费益智玩具（卡牌，桌游，华容道等），同时提供玩具出售服务。
- 2) **NPC 打赏：**用户可选择给予喜欢的 NPC 打赏金，收取 5% 的抽成费。

五、团队介绍

杜小典：21 文化产业管理，本项目负责人，主要负责项目提出完善和组织管理的工作。每周进行开会汇报、任务分配、与负责老师沟通、协助组员。具体参与了产品开发设计、项目策划、市场痛点分析、确定项目合作伙伴、运营管理、产品定价以及项目营收的财务测算、融资规划等等。

庄钰莹：2021 级广告学（数字营销方向），主要负责产品策划，营销方案的制定和项目落地管理的部分，主要参与的工作有产品策划案的制定，竞争态势中前二者的分析，商业模式中客户细分，渠道通路，收入来源等部分的撰写，项目的运营管理方案制定，项目风险的初步分析，以及价目表和营收表格的整理。

陈舒婷：2021 级物联网工程，主要负责产品的财务分析，法律风险及控制措施部分。主要参与的工作有项目的选址，市场分析中替代品与同业竞争者的关于密室逃脱和剧本杀信息的收集，项目收入支出内容的统计，资金用途和利润的表格整理，项目法律风险及其控制措施的撰写。

孙玉琪：2021 级文化产业管理，主要负责厂址的搜索、选择与分析，搜集的资料包括选址附近的交通、商圈和学校，以及当地人口、年龄、消费结构、人均收入消费水平和中小学情况；参与了市场分析、供应商议价能力的分析和成本分析，如场地租金、主题设计、游乐设施、道具、服装、员工工资等方面的成本。

李莹：2021 级文化产业管理，项目协助管理人员，主要负责组织每周会议，进行会议记录，市场分析、风险及控制分析内容。主要参与的工作有协助市场调研与调查问卷设计，市场分析、SWOT 分析，风险及控制等内容的撰写。

高境泽：2021 级广播电视工程专业，主要负责项目背景故事的选取，搜索可行的传统体育项目，以及调查问卷的制作，发放与结果分析

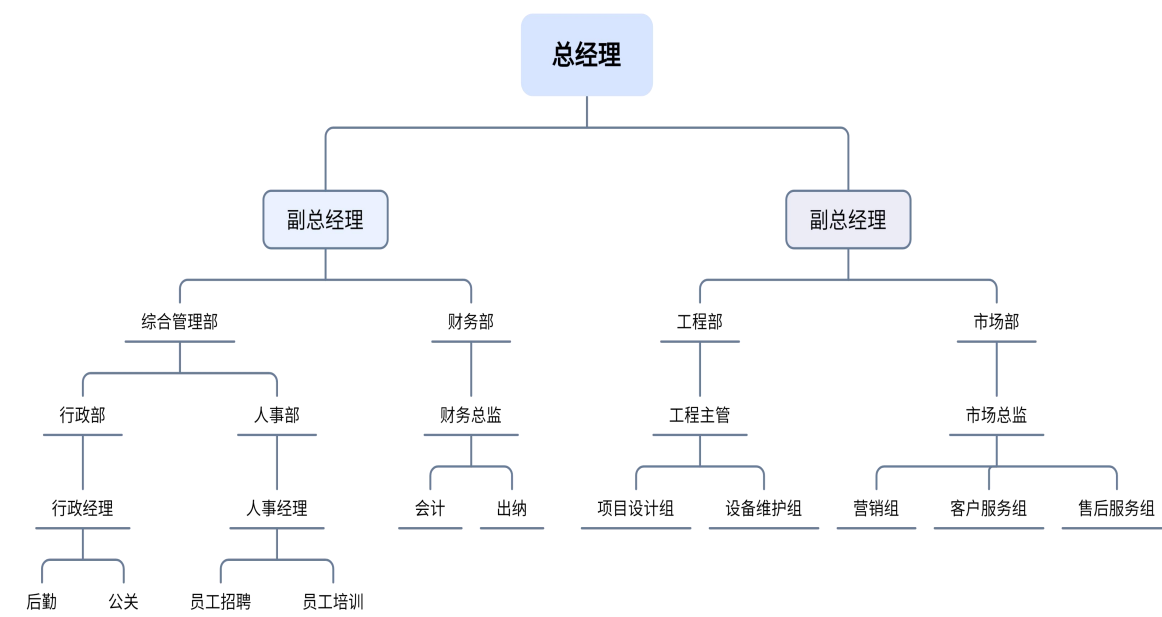
胡开琴：2021 级传播学专业，主要负责搜集游戏活动和项目形式视频资料，相关园区市场调研，市场竞争分析；参与调查问卷修改和风险分析内容修改。

郭瑜：北京理工大学 2021 级经济学专业，曾获挑战杯青创北京专项比赛北京市银奖，“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛、世纪杯、全国大学生电子商务“创新 创意 创业”挑战赛校级奖项，华中杯数学建模竞赛一等奖，北京理工大学数学建模竞赛三等奖。擅长商业分析和企业运营，具有敏锐的商业洞察力。负责项目的财务分析和融资规划。

姜路坦：2021 级视觉传达设计专业，负责品牌 logo 等视觉形象的设计。

六、运营管理

（一）组织架构及部门职责



（二）分期规划

本项目第一阶段运营主要分为三个阶段：

第一阶段：建设阶段（1 年）：主要进行室内外装修，道具器材的采购与布置，以及人员的招聘等项目准备工作。

第二阶段：试营业阶段（1 年）：开放部分场馆，邀请周边中小学免费体验。收集体验数据，为下一阶段提供建设性意见。

第三阶段：正式营业阶段（5-8 年）：开放全部场馆，加大宣传力度，为稳定盈利阶段。

项目内容： 《赵氏孤儿》5-10 人小组项目 《红军长征》10-50 人小组项目 《宝莲灯》3-4 人亲子项目

（三）落地管理

例会制度	晨夕例会	进行当天工作情况的发布说明\总结汇报
	部门交流例会	定期进行各部门事务交流会，促进各部门之间的合作互通。
员工激励	绩效考核	基于参与项目数，客户打分等进行绩效考核
	奖金激励	给予一定的奖金激励
会员管理	管理会员	管理会员及会员类型资料，可设置会员类型和会员资料。
	消费抵扣	会员卡返利卡中返利金可抵扣消费
	筛选	可分为数量筛选和消费额筛选，当会员在本项目消费的次数或消费金额达到了一定程度，可被筛选出列为特殊会员。
帐单管理	付款	根据客人情况可选现金、团购券、信用卡等付款方式结帐。
	查单重印	查单：查看帐单明细。 重印：重新打印帐单。
	报表	查看营业中所产生的各种数据汇总情况。
报表管理	日\月\季度报表	反映日\月\季度的营业情况。包括：营业报表、出品报表、付款报表、时段报表、员工报表、利润报表、会员报表。
	报表比较	报表比较是反映两个期段的营业状况。包括：营业与付款报表、部门与大类报表、时段销售报表。
档案管理	员工档案	保存员工档案
	生态档案	定期进行市场调查，建立生态档案。

七、风险及控制

（一）风险分析

1. **法律风险：**作为一项大型体育活动，场地、设备有较高的安全风险，对儿童的安全管理难度系数高，对突发事件的管控能力要求高，同时，项目内容的价值导向，活动提供的食品安全在项目执行过程中都具有一定的风险。

2. 行业风险

(1) 沉浸式体验作为实景娱乐行业的新风口，尚未建立起完善的行业准入机制。行业准入门槛较低，行业乱象较多，体验馆同质化严重，对本行业产生消极影响。

(2) 原创项目易引发版权纠纷。部分店家为降低成本、吸引顾客，在未获授权的前提下使用他人原创项目。这很可能使顾客体验感降低，也给项目原创性带来挑战。

3. 市场风险

(1) **竞争风险：**沉浸式体验行业发展势头正盛，市场竞争较为激烈。沉浸式娱乐形式每年都在被创造，创新和迭代，娱乐市场的新兴业态可能与本项目形成竞争。

(2) 需求风险：

市场接受度低于预期分析时，如果项目建成后未达到预期的客户数量，也可能出现经济效益达不到预期计划的情况。

同时，受疫情影响，众多地区出行受限，线下项目体验便难以实现。若疫情缓解，相关部门取消封锁等管制行动，亦可能有消费者为规避人群聚集的风险，在短期内不会选择进行沉浸式 RPG 游戏剧场。

(3) **市场定价不一引发消费纠纷：**沉浸类项目在市场并没有统一定价，而是完全由店家自行定义，导致部分项目价格相差悬殊。若消费者体验与定价产生较大落差，很可能产生纠纷。

4. 经营风险

(1) **设备：**项目运营过程中，由于机关道具的折旧，运作效率将会降低，还可能出现设备的损坏。以及伴随主题更新的设备更新，产生维修与设备更新的大量费用。

(2) **信息：**随着项目主题的更新，价目单与宣传单，海报等也会随之不断更新，其设计与

印刷具有一定难度，可能产生一定额外费用。

(3) 员工：员工的服务态度等将直接影响客户消费欲望和企业形象，可能导致失去潜在客户，进而影响门店销售业绩；

(4) 安全：

1) **消防：**防火措施不完善带来的消防风险。

2) **设备：**娱乐设备的质量和安全性有待考量

3) **游玩：**运动过程中可能出现安全事故

5. 财务风险

(1) 前期：融资结构不合理，可能导致企业融资成本的增加。项目资金准备的不充分，可能使得项目没有完工后续资金却没有跟上，导致项目整体停滞。

(2) 中期：项目运营过程产生的一系列费用，需要具有足够的流动资金，故存在资金的周转运营风险。

(3) 后期：后续资金持续性问题。项目投资回收期较长，项目经济效益不确定性较大。

（二）控制措施

1. 针对体育设施的管理风险，我们遵循《公共文化体育设施条例》，履行对参与者的关注义务；针对活动中的安全保障问题，我们遵循《无动力类游乐设施技术条件》《中华人民共和国消防法》，保障场地安全；针对项目内容，我们遵守《中华人民共和国未成年人保护法》，坚持建设积极向上的项目；针对活动中出现的争端，我们遵循《民法通则》，积极沟通；针对原创项目的版权保护问题，我们遵循《中华人民共和国著作权法》，维护原创版权，坚决反对盗取版权。
2. 针对行业风险，做好行业信息的日常收集以及有效分析，实时把控行业舆情风险。注重产品原创性，同时也严格抵制他人抄袭行为。
3. 针对市场风险，时刻关注竞争对手动态及市场情况变化，在与时俱进的同时保持项目自身特色，维护良好品牌形象。项目落成后开展消费者满意度调研，并依此设立改进目标。加大宣传力度，不断完善营销策略，提高项目知名度。也注重疫情防控相关规定，减少聚集类项目。产品定价方面要根据当地民众消费者消费能力及产品价值等多方面严加把控。
4. 针对经营风险，在设备和信息方面上，做好市场价格调研，坚持择优采购，随时掌握设备及信息宣传的价格信息，与可靠的娱乐设备制造商、设计公司等达成良性合作，保证供应的稳定性，同时要加强企业内部管理，做好设备维修工作，有效控制采购成本；员工方面上，需建立较为完备的人力资源管理系统，加强员工培训；在安全

方面上，参与前与消费者签订免责条约，同时谨慎选择装修材料，严格保障疏散条件。

5. 针对财务风险，企业管理者要通过营造良好外部环境，提升企业管理人员分析决策水平，完善财务管理机构设置，及时发现企业在融资和资金管理存在的问题，注重财务结构和经营状况的运行态势等的分析判断，及时发现财务风险，借助信息技术手段，调整资本结构、建立风险防范机制，有效降低企业财务风险，进行有效财务风险控制和管理。

八、财务分析

（一）企业估值：

1. 实物资产估值：

单位：万元（人民币）

实物资产	估值
门店装潢	24
游乐设施	13
道具设备+体育器材	2.1
服装	1.5
电气设备	11.1
安全设备	0.55
宣传单	0.126
周边文创	9
广告文具	0.8
总计	62.176

2. 知识产权估值：自有剧本 11 部，每部价值 5000 元，共计 5.5 万；
3. 负责人和员工估值：团队主要 8 名负责人均为“双一流”学校本科生，在不同专业方向均有较深造诣，参考北京“双一流大学”本科生毕业后平均年薪，将 8 名主要负责人年薪定为 15 万元，总计 120 万元；
4. 贴现现金流量估值：公司前五年预计盈利 39800090 元，以 40%的折现率计，为 1592.0036 万；
5. 市场规模及细分市场增长预测估值：据艾媒咨询数据，2023 年全国密室逃脱市场规模预计增长 25.8 亿元，预计增长率为 32.1%，2023 年全国剧本杀市场规模预计增长 74.9 亿元，预计增长率为 31.1%。结合石景山区人均收入水平的变化和第七次人口普查中得到的年龄结构，考虑到项目的宣发和引流效果以及潜在客户的年龄区间，预计细分市场增值 82.5 万元，折算得此部分企业估值约为 8.25 万元；

6. 直接竞争对手的数量和进入壁垒估值：石景山区现有 27 家剧本杀店铺、9 家密室逃脱店铺，考虑到项目投入和将形成的品牌效应、用户黏度以及市场竞争造成的竞争壁垒，计算得此部分企业估值约为 100 万元。

综上所述，企业估值为 1887.9296 万元。

（二）资金用途

序号	项目名称	第一期	第二期	第三期
1	场地租金	7300000 元/年	7300000 元/年	7300000 元/年
2	门店装修	240000 元	/	/
3	主题设计	220000 元	/	/
4	游乐设施	130000 元	/	/
5	道具设备+体育器材	20000 元	500 元	500 元
6	服装	12000 元	2000 元	1000 元
7	电器设备	111000 元	/	/
8	安全设备	5500 元	/	/
9	水电费	/	48000 元/年	48000 元/年
10	法律咨询	30000 元		
11	企业保险	/	64980 元	64980 元
12	员工保险	/	12250 元/年	24500 元/年
13	员工工资	/	480000 元/年	960000 元/年
14	博主助力宣传	/	/	144000 元
15	宣传单	/	630 元	630 元
16	平台优惠券	/	20000 元	20000 元
17	周边文创	/	45000 元	45000 元
18	广告文具	/	4000 元	4000 元
	总计	8068500 元	7977360 元	8612610 元
	共	24658470 元		

（三）经济效益分析

项目价格表							
主题	人数	难度	游戏时间	价格			
				工作日	周末	节假日	团购价
《赵氏孤儿》	5-10人	高	150分钟	338元/人	388元/人	368元/人	328元/人
《宝莲灯》	3-5人	中	90分钟	278元/人	328元/人	308元/人	268元/人
《红军长征》	10-50人	低	90分钟	138元/人	188元/人	168元/人	128元/人

表 1 项目价格表

客流量					
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
日均客流量	72	169	166	188	166
年客流量	26280	61812	60812	68940	60812

表 2 客流量表

收入明细表				
收入项目	第二期		第三期	
项目销售	20252元/天	7331400元/年	47075元/天	17041140元/年
周边文创销售	150元/天	54300元/年	160元/天	57920元/年
运动器械出租	200元/天	73000元/年	200元/天	73000元/年
广告位出租	6320元/天	2306800元/年	10000元/天	3650000元/年
餐饮店面出租	256元/天	93440元/年	300元/天	109500元/年
玩具出售	40元/天	14480元/年	40元/天	14480元/年
娱乐机器	180元/天	65160元/年	200元/天	72400元/年
NPC打赏	10元/天	3620元/年	15元/天	5455元/年
总计	27465元/天	9942200元/年	57600元/天	21023895元/年

表 3 收入明细表

利润表					
项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
总成本	16045860	8612610	8612610	8612610	8612610
总收入	9942200	21023895	21223800	22986255	21223800
营业税	298266	630716.85	636714	689587.65	636714
所得税	0	1576906.25	3152797.5	3593411.25	3152797.5
利润总额	-6103660	6307625	12611190	14373745	12611190
净利润	-6401926	3801735.9	8821678.5	10090646.1	8821678.5

表 4 利润表

九、融资规划

公司成立第一年计划由创始人自筹资金 100 万，并向北京市科创基金组织申请 300 万元贷款，同时出让 20%股权获取融资 400 万；公司成立第二年和第三年计划分别出让 15%、10% 的股权获取融资 450 万、400 万，共计融资 1650 万用于支付公司初创期运营费用。

预计前 5 年净利润 31535739 元，前十年净利润 74854273.88 元，届时公司将拥有良好偿债能力和进一步融资的能力。

十、附录

附录 1：《赵氏孤儿》产品策划

玩家人数：5-10 人

背景介绍：

晋成公时期，赵氏先祖赵盾已成为举国上下首屈一指的政治人物。屠岸贾在政治斗争中失败，心中记恨赵盾，但碍于赵氏势力大不敢兴风作浪。直到赵盾过世之后，刚刚继位的晋景公看重屠岸贾，使屠岸贾重新获得了权势，认为时机成熟的他立即将矛头对准赵氏，试图暗中谋划诛灭赵氏，赵氏家族被尽数杀害。赵氏惨案发生后，赵朔的夫人赵庄姬逃到宫殿中，此时的她已身怀六甲。在赵氏门客公孙杵臼与医者程婴的帮助下，赵庄姬顺利生产，诞下一子，后起名为赵武，赵庄姬为保护孩子自刎与屠岸贾面前，并将孩子托付给程婴等人。当屠岸贾派人搜查宫殿时，公孙杵臼，程婴等人带着婴儿躲在幕帘后，躲过一劫。随后程婴与公孙杵臼等人商议，采取掉包之计，用程婴之子换取赵氏遗孤，吸引屠岸贾追兵逃至首阳山。

第一幕：协子逃亡，与妻团聚

人物：程婴，程婴妻子，程婴帮手，公孙杵臼，韩厥

主要任务：众人协助程婴保护赵氏孤儿，程婴与妻子孩子回合。

场景：宫殿，街道

隐藏任务（韩厥）：暗中寻找“证据”，还赵氏清白。

限定时长：40 分钟

场景一：程婴妻子为躲搜查 携子藏于上锁房屋

地点：街道

朝堂混乱，赵氏被屠，屠岸贾派兵全城搜查刚出生的婴儿，民众人心惶惶。

程婴妻子（慌张）：“程婴今日去赵家问诊，怕是深陷其中，我定要保护好孩子，家里已经不安全了，我该找个地方躲一躲。”

程婴妻子携婴儿躲入预设好的房屋之中。

场景二：程婴众人历经艰险，共同寻找程婴妻儿

地点：街道

限时：40 分钟

程婴和众人进入程婴家中发现已空荡无人。

街边商贩（NPC）：程婴的妻子为了躲避屠岸贾下属全城搜寻婴儿，带着孩子躲在这五个上锁的房

间里了，我这里有 5 把钥匙，分别对应一个房间的锁，完成一项挑战即可选择任意一把钥匙，打开对应的门，并进入寻找，成功找到程婴妻子和婴儿即算成功完成本轮任务。（韩厥角色隐藏任务：房屋隐藏“信物”若干，可证赵家清白，韩厥努力需寻找“信物”。）

挑战 1：投壶

规则：3 分钟内众人接力将矢投入壶中，投入 10 支，任务成功，获得钥匙，投入数量不足，任务失败，需再次进行。

挑战 2：木射

规则：又称“十五柱球”，竖 15 个木柱

红色 10 字：“仁、义、礼、智、信、温、良、恭、俭、让”

黑色 5 字“慢、傲、佞、贪、滥”

红黑相间摆放，3 分钟内玩家接力掷球，击中红字得一分，击中黑字减一分，累积超过 12 分，任务成功。低于 12 分，则任务失败。

挑战 3：高跷

规则：两只脚底的中心踩在高跷上，两只手分别抓住固定在高跷上的绳子，双脚交替往前走，双手要拉直绳子，眼睛向前看。在不摔倒的情况下，穿越简单障碍物，1 分钟内走到终点即为任务成功。摔倒或超时则任务失败，需要换人再次进行。

韩厥隐藏任务说明：每一个房间都可能有“信物”。

场景三：程婴妻儿成功团聚 含泪告妻调包之计

地点：藏身房间

任务：通过交谈说服程婴妻子带赵氏遗孤出逃

对话示例：

程婴：“我终于找到你们了，你们为什么要躲起来？”

程婴妻子：“我听说赵氏被灭门，屠岸贾满城寻找刚出生的婴儿，我不能让孩子落到他们手中，所以就躲起来了。”

程婴（愧疚）：“我受庄姬所托，要我保全赵氏孤儿，可屠岸贾满城搜查我的下落，我是万万不能带着赵氏遗孤出城的，不知夫人你可以帮我带他出城吗？”

程婴妻子：“那我们的孩子怎么办？”

程婴：“如要保全赵氏孤儿，怕是要牺牲我们的孩子了，你看他们大小相仿……”

程婴妻子（打断）：“你是要用我们的孩子的命换赵氏遗孤的命吗？”

程婴：“是我对不起你，但如若不这样做，我不仅陷入不义的境地，还可能丢了性命，现在已经别无他法了。希望夫人与我演完这场戏。”

程婴妻子：“既然如此，我应该怎么做？”

第二幕：为躲追兵，逃至首阳

人物：程婴，程婴妻子，程婴帮手，公孙杵臼，韩厥

主要任务：众人一同出城逃往首阳山，迷惑屠岸贾使其抱走程儿，并视其为赵氏遗孤。

场景：城外，首阳山

限定时长：80 分钟

场景一：程婴众人突破关卡 携程子逃亡首阳山

地点：城外

任务：通过挑战，躲避追兵，到达首阳山

	挑战	项目
挑战一	翻出城门	攀爬架&滑梯
挑战二	摆脱追兵	管型网
挑战三	过护城河	水中滚轮
挑战四	穿越森林	森林迷宫
挑战五	登首阳山	小型攀岩

说明：

①在每一关卡中，韩厥成功通过，均可获得“信物”。在到达首阳山后统一分发。

②众人完成挑战四后，程婴妻子与程婴帮手先躲藏于森林迷宫中，等候程婴信号。

③在进行挑战的过程中注意安全，切勿推搡打闹！

场景二：首阳山上众人齐聚 屠岸贾误掳走程儿

地点：首阳山上

屠岸贾（NPC 扮演）率领追兵到达首阳山，劝程婴将手中婴儿交给自己。为保护赵氏遗孤，程婴只得照做，程婴的亲生儿子被屠岸贾带走。

对话示例：

屠岸贾：“快快交出赵氏遗孤，我饶你们不死。”

程婴：“我程婴不打算拥立赵氏了，你们谁能给我一千两黄金，我就告诉你们赵氏孤儿的下落。”

公孙杵臼：“程婴，你这个奸猾小人，我们一起保护少主，你却出卖与我！”

程婴：“为了活命，我也没有其他办法”

程婴将手中婴儿交给屠岸贾。

场景三：射箭告知程妻情况 众人梳理获得“信物”

地点：首阳山上

任务：通知程婴妻子危机解除，众人齐心拼好证据

挑战一：将箭射至山下场地白色圆圈内，躲藏在森林迷宫中的程婴妻子与程婴帮手可以带着赵氏遗孤攀岩前去首阳山与程婴会合。

挑战二：根据所获“信物”，将其拼入七巧板内，获得可证实赵家清白，揭发屠岸贾罪行的证据。

第三幕：众人齐心，真相大白

地点：首阳山→小路→宫殿

限时：30 分钟

小路旁的矮墙上绘制有婴儿成长为成年的画像，寓意赵氏遗孤不断成长。

众人从首阳山下至小路，将信物送回宫殿中，还赵氏清白。

150 分钟内完成：

晋景公（NPC）：“恭喜你们，成功完成所有任务，用时 XX 分钟，取得了相当不错的成绩。我已将屠岸贾打入死牢，使他受到应有的惩罚。你们保护了赵氏遗孤，延续了赵家的香火，我十分感谢，特备薄礼。另一个好消息是，屠岸贾当年抢回的婴儿并没有被他杀害，而是被囚禁于屠府，在几年前逃出，听说现已成为一名行医济世的民间医者。”

超过 150 分钟：

晋景公（NPC）：“很遗憾的告诉你们，本次游戏失败。你们的确保护了赵氏遗孤，但不幸的是你们来的太晚了，共用时 XX 分钟，超出规定时长 XX 分钟。屠岸贾早已权势滔天，且有谋反之义，我难以掌控。”

游戏结束。

场景图概况（带足迹）：



附录 2：免责声明

（1）家长须知：

- 1、进场孩子必须有家长陪同，请家长善尽监护的义务。家长必须为年满 18 周岁以上行动方便的成年人。
- 2、孩子身上的硬物，尖物（如：玩具.发卡.饰物等）不可带入场内。
- 3、在海洋球池内玩时，头部应露出球面，不准用海洋球互相抛打或把球带出球池。
- 4、不得直接从设备高处直接跳下，以免摔伤或撞到其他孩子。
- 5、请不要在场内吃零食，喝饮料。
- 6、禁止在场内大小便或随地吐痰，如遇儿童呕吐或突发事件，请及时与工作人员联系，以便得到妥善处理。
- 7、为保证健康和安全，禁止患有心脏病，传染病，精神病或痴呆的儿童入场。

- 8、孩子在活动中遇到偶然伤害，需家长及时处理。
- 9、请爱护活动场地，禁止损坏道具设施，若损坏照价赔偿。
- 10、活动结束后请归还所有道具，禁止带道具离场，若愿意带走道具，请按道具原本价格赔偿。
- 11、家长作为孩子的监护人代替孩子形式完全民事行为能力，依法对自身及孩子是人身财产安全具有审慎的注意义务和自我保护义务。
- 12、家长应明确知晓运动项目所存在的风险，提高孩子自我保护及自律能力，免除活动中活动发起人和玩家出现的赔偿及法律的连带责任。
- 13、场景实景布置，容易发生摔倒、碰撞、擦伤，奔跑玩家应当在途中注意安全。如发生以上情况，玩家承诺与活动方无关，自行承担医疗费用和一切责任!
- 14、本场内设施均出于安全考虑，凡违反以上规则而导致本人或他人伤害的，将有责任人一方承担，非设备质量问题原因造成的事故本场地概不负责。
- 15、本场地不负看管责任，贵重物品及鞋子请家长自行保管，遗失概不负责。

(2) 学生须知:

- 1、身上的硬物，尖物（如：玩具.发卡.饰物等）不可带入场内。
- 2、请爱护活动场地，禁止损坏道具设施，若损坏照价赔偿。
- 3、在海洋球池内玩时，头部应露出球面，不准用海洋球互相抛打或把球带出球池。
- 4、不得直接从设备高处直接跳下，以免摔伤或撞到其他玩家。
- 5、不得直接从设备高处直接跳下，以免摔伤或撞到其他玩家。
- 6、请不要在场内吃零食，喝饮料。
- 7、禁止在场内大小便或随地吐痰，如遇参与者呕吐或突发事件，请及时与工作人员联系，以便得到妥善处理。
- 8、请爱护活动场地，禁止损坏道具设施，若损坏照价赔偿。
- 9、活动结束后请归还所有道具，禁止带道具离场，若愿意带走道具，请按道具原本价格赔偿。
- 10、如活动中遇到偶然伤害或身体不适，请及时联系工作人员。
- 11、参与者应明确知晓运动项目所存在的风险，提高自我保护及自律能力，免除活动中活动发起人和玩家出现的赔偿及法律的连带责任。
- 12、有心脏病、精神性疾病(含家族遗传史)、传染病、身体状况欠佳等情况的人员请提前告知，活动方有禁止其入内的权利。如玩家未履行告知义务，在活动过程中发生以上疾病导致的伤亡，活动方将免责。
- 13、场景实景布置，容易发生摔倒、碰撞、擦伤，奔跑玩家应当在途中注意安全。如发生以上情况，玩家承诺与活动方无关，自行承担医疗费用和一切责任!
- 14、本场内设施均出于安全考虑，凡违反以上规则而导致本人或他人伤害的，将有责任人一方承担，非设备质量问题原因造成的事故本场地概不负责。

15、本场地不负看管责任，贵重物品及鞋子请自行保管，遗失概不负责。

本人已认真阅读以上声明，同意并严格遵守此声明内容。

签字：_____

附录 3：调查者需求调研结果

学生问卷

填写问卷的同学大多为 15 岁以上：

如果有“沉浸式体育运动体验游戏”，即有故事引导，可以分散注意力达到快乐的活动是否愿意参加	愿意	92.92%
	不愿意	7.08%
愿意在什么时候参与这种游戏呢	体育课	37.26%
	周一到周五放学后	21.7%
	周末时间	68.4%
	寒暑假等节假日	62.74%
你会和谁一起体验这种游戏呢	老师	6.6%
	同学	96.7%
	家人	17.45%
	其他	25%
你希望一个游戏的设置人数在多少	5-10 人	91.04%
	10-30 人	8.02%
	30-40 人	0.94%
如果有这种活动，你愿意玩多久呢	1h 以下	13.68%
	1h-2h	40.09%
	2h-3h	8.49%
	3h 以上	1.89%
	视情况而定	35.85%
你更想体验传统体育活动	传统体育活动	15.57%
	现代体育活动	23.11%
	都想	58.02%
	其他	3.3%

您觉得在参与过这种活动之后，下一次还会再来吗	如果体验感很好 会重新体验参与过的 故事	58.49%
	如果有新的项目 故事会再来	37.74%
	不会再次体验	3.77%
你是否希望这种活动加入到学校的春游当中	希望	88.21%
	不希望	11.79%
如果有“沉浸式体育运动体验”、你希望场地和家的距离是	小于 1km	23.58%
	2-5km	42.92%
	5-10km	13.21%
	10-50km	2.36%
	30km 以上	0%
	都可以	17.92%
以下哪个范围的花费你可以接受	人均低于 50 元	42.92%
	人均 50-100 元	69.34%
	人均 100-200 元	21.7%
	人均高于 200 元	1.89%

家长问卷

大部分家长认为学生学业压力过大，约 66%的家长认为孩子体育运动偏少，90%以上的家长认为孩子需要进行适当的体育活动

如果有“沉浸式体育运动体验游戏”，即有故事引导，可以分散注意力达到快乐的活动是否愿意让孩子参加	愿意	80.95%
	不愿意	19.05%
您更希望孩子学习传统体育项目（如：投壶、木射、高跷等）还是现代体育项目呢	传统体育项目	14.29%
	现代体育项目	33.33%
	都想	47.62%
	其他	4.76%
你认为这种依托故事进行的体育活动应该玩	1h 以下	14.29%
	1h-2h	47.62%

多长时间呢	2h-3h	9.52%
	3h 以上	4.76%
	视情况而定	23.81%
您与孩子共同体验过这种活动之后，还会再来体验吗	如果孩子觉得体验感好，会重新体验	71.43%
	有新的项目会再来	23.81%
	不会再次体验	4.76%
你是否希望这种活动加入到孩子的春秋游当中	希望	90.48%
	不希望	9.52%
如果有“沉浸式体育运动体验”，你希望场区和家的距离是	1km 以内	28.57%
	2-5km	28.57%
	5-10km	14.29%
	10-50km	9.52%
	30km 以上	0%
	都可以	19.05%
以下哪个范围的花费你可以接受	人均低于 50 元	42.86%
	人均 50-100 元	52.38%
	人均 100-200 元	38.1%
	人均高于 200 元	4.76%