

玩游戏能赚钱？

# 剧本杀主持人不好当



## 主持人要懂行还要“再创作”

如今，剧本杀界兵分两路：一类是有演员参演的沉浸式剧本杀，主打服化道；另一类是桌游式剧本杀，即为推理杀。我们曾在2015年尝试配备服化道精美的主题房间，但很快面临赛道选择。一些剧本杀店依靠大量投资深挖沉浸式领域，门面越做越精致、无需培养过多主持人，仅依靠几个剧本就能把店开下去。我们从2009年开始入行，桌游经验丰富，权衡后决定剥离演艺元素，回归初心，只做擅长的桌游式剧本杀，如纯粹的“推理杀”“克苏鲁跑团”“龙与地下城跑团”。

在《龙与地下城》游戏中，“地下城”管理者被称为DM。如今，很多人习惯将剧本杀主持人也称为DM。这不准确，业内更习惯将带本者称为“主持人”或“MC”。沉浸式剧本杀的成本主要在服化道，而传统桌游式剧本杀的成本主要在于培养主持人。每位主持人需要掌握几十个甚至上百个剧本。

我们是广州最早做剧本杀的三家店之一，很多广州的资深剧本杀主持人，都从这三家店启蒙的。剧本杀2016年、2017年在国内兴起，当时我们已经做了七八年桌游，积累了丰富的教学、互动、主持经验，和其他店相比更有优势。

最初玩欧美流行的聚会游戏《谋杀之谜》时，我们没把它当成剧本杀，而是当成一个桌游。当时剧本还是英文版的，得逐字翻译。我们打开剧本后，发现里面有主持手册，有人很快发现，看过手册的人不能玩本，大家就都不愿意看。推脱之下，我和另一个朋友负责看主持手册，引导流程。玩下来之后，我们发觉这种模式很特别，就产生了研究的兴趣。

第一个火起来的剧本叫《死穿白》，当时，业内还没有剧本杀主持人这个概念，因为能用的剧本，两只手就能数出来。最初，大部分店家的开本方式是主持人给每位玩家发剧本和线索卡，在尾声为玩家宣布结果并进行案件回顾。但我们店的主持人已经是全程跟玩，会在过程中干预、引导玩家享受游戏，最后脱稿复盘。

同样的剧本，不同主持人带，体验也是不同的。带本的主持人如何让不同玩家获得满意感受，同店家的培训体系有关。最开始，主持人带本会严格按照剧本的要求执行，但带多了本子后，主持人会迅速捕捉玩家的实时体验，按照剧本的机制、内容、玩法进行再创作。例如，玩家问：“我经过楼梯时，可以搜出什么东西？”如果剧本里没有线索，普通主持人会告知玩家“没线索”，但经验丰富的主持人会根据现场环境增加剧情元素，如“你经过楼梯时突然传来一阵声响，眼前突然一片漆黑”。优秀主持人能让剧本环境更加合理，不至于因为叙事断层而冷场。

目前，市面上培训主持人主要有三种：参加主持人培训班，参加连锁店的系统培训，参加业内店家联盟之间主持人的交流活动。以我们门店为例，一个新手主持人从什么都不懂，到基本能带本的程度，大概需要半年，但要达到相对理想的状态至少需要两年时间。如果达不到要求，就只能做基础工作。

## 别一味追求硬核本，适合的才是最好的

玩家想获得良好体验，通常需要做好三道选择题：适合的剧本、契合的“同车”（剧本杀术语：一局游戏为一车）玩家、优秀的主持人。

游戏开始之前，我们会问玩家一些问题，比如之前玩过什么本，我们据此做出选本难度的基本判断。经常有玩家问：“你们这里最好的本是什么？”但这个问题很难回答，对于玩家来说，只有最合适的本，没有最好的本。如果新手玩家要强行玩高难度的本，体验不会好。一般来说，我们会给出其他选择，大部分玩家会听从建议。

对于新手玩家来说，我们不会推荐硬核推理本、重情感本，而会推荐风险较低的标准本，任何玩家都能在标准本中找到存在感，主持人的把控度也会更强。带完一次新人后，主持人充分了解了玩家的风格，

在他们下一次玩的时候，就能给出合理建议。有段时间，剧本杀行业有个特别不好的风气，就是什么剧本火，店家就推什么本，比如硬核本《年轮》，但其实很多新手玩家并不适合玩。

市面上的剧本质量参差不齐。之前有个五人剧本由于情节泪点很低，有人把玩家边玩边哭的画面拍下来，在抖音上突然火了。其实这个剧本品质真的不行，当时许多人过来打听这个本，但我们坚决没有买那个本。这种本只能哄骗没玩过的玩家，我们不想让玩家接触。

选本重要，选“同车”的人也很重要。一帮人是否合适一起玩剧本杀？一种情况是三五好友自行组局，我们会在了解基本情况后，帮他们选择合适的剧本。两三百个本子，总有一款适合。另一

种是我们帮玩家组局，搭配适合的玩家去玩一个本子。主持人也要和玩家适配，有的主持人表现力较强，他可能适合带恐怖本；有人擅长引导情绪，他可能适合带情感本；有人互动能力强，他可能适合带搞笑本。

三大因素中，主持人是最后的防线。即便推理型玩家选了情感丰富的角色，情感型玩家选了理性的角色，主持人都能把剧本往玩家擅长的领域引导。优秀的主持人可以化腐朽为神奇，将六分的剧本玩出八分的效果。但要想把三分的剧本带到八分，就需要主持人特别费劲地把剧本扳正。2017年，最早一批写本的人赚到了第一桶金。当时极其缺本，只要品质还过得去就能玩。那个情况下，“巧妇要为无米之炊”，烂剧本也锻炼了当时的主持人。

## 线上引流到线下，满足玩家社交需求

剧本杀属于线下社交文化，同其他桌游、电玩一样，都是媒介，人们在线下社交，用媒介破冰。

现在，很多人都是通过剧本杀APP接触这类游戏。对店家来说，线上是一种特别好的引流方式。但线上主持人无法像线下主持人那样观察环境和玩家的状态，来引导玩家的体验。为了让玩家有更好的体验，有追求的主持人也会学心理学，比如我学习了“性格色彩”心理学，观察每个玩家的需求，有人追求成就感，有人追求愉悦感，有人追求规则感。

剧本杀主持人就像老师一样。无论对剧本再熟，我们每天都要备课，复习一个剧本

里玩家不能错过的体验点，复盘玩家之间有哪些不同。对于新本，我们会提前进行内部模拟，接着会发起一到两次的“体验车”，相当于游戏公测，会给玩家一些优惠。一个主持人一周最多能准备两个新本。我们有类似教案的手册，主持人相互之间还有学术研讨。

剧本杀是一个挺好的社交方式。有玩家通过剧本杀成就了一段姻缘。我曾经在一个剧本中，给一位男生安排了一个暖男角色，他喜欢着一个女生扮演的角色。两人在玩的过程中入戏了，当场加了微信，在戏外坠入爱河。后来时机成熟，男生让我安排了另一个情感本，通过角色向女生求婚，浪漫至极。

我们的剧本杀店有点《深夜食堂》的氛围，一群玩过桌游、剧本杀的人，在这里吃点烧烤喝点酒，玩着玩着成了朋友，聊着聊着哭成一团。现代人社交太匮乏，基本都是网络社交，其实，大家都不满足。我做了这么多年剧本杀，总能不断地收获朋友和故事，它们变成了无价的财富，如果只为赚钱，是不会有这种收获的。

现在公众、市场对剧本杀的“热恋期”已经过去，这很正常。一些我带过的剧本杀玩家，最近又回归传统桌游了。其实我们乐见其成，因为剧本杀没有多少，但桌游有很多，再好吃的饭菜也不能天天吃。

（据《羊城晚报》）