



晨报记者 曾索狄

在综艺市场竞争日趋激烈的背景下,越来越多的节目开始注重题材差异化,以“烧脑”“解密”为核心的节目应运而生。芒果TV打造的大型益智类实景解密真人秀《密室大逃脱》自诞生以来就热度高涨,第三季更是凭借烧脑刺激的场景设置、默契热血的团队协作和深刻感人的故事内核赢得无数拥趸。

在最近收官的第三季最后一期节目中,很多观众自发留下了这样的感言:“吾辈青年,应当报国”“愿相会于中国腾飞世界时”“进前而勿顾后,背黑暗而向光明”……作为一档走过三季的综艺节目,《密室大逃脱》是如何在行业中脱颖而出,让观众常看常新的?

加入“户外密室”体验环节,故事取材于现实生活

走过三季,《密室大逃脱》与观众越靠越近

在沉浸体验中收获成长

从恐怖公馆到充满陷阱的神秘金融公司,再到“天使游乐园”,《密室大逃脱》在三季节目中一共呈现了18个密室主题。真实的场景空间、精巧的道具机关、嘉宾互动产生的综艺效果以及寓教于乐的节目主题,无疑成为吸引观众的重要因素。

其中,《密室3》力图打造超大沉浸式实景密室,在场景设置上保留节目一贯风格的同时,打破传统密室局限于房屋内的常规,首次加入了“户外密室”体验环节。在《消失的游客》一期中,“密逃团”在一座废弃工厂中展开逃脱,经过重重解密终于“重见天日”来到户外,正当观众和嘉宾都以为户外是安全区时,“空心人”从天而降,气氛瞬间紧张起来……

而在最后一期《绝密医院》中,节目构建一座名为“密城”的民国风实景密室,“密逃团”化身民国时期进步学生进入密城医院实习。在这里,密室的范围不再是一间屋子、一座医院,而是整座密城,“密逃团”通过层层解密,拿到了最终机密文件,在爱国人士的帮助下从医院窗口通过绳梯逃脱。线索交织层层嵌套,情节缜密丝丝入扣,加上极具沉浸感的民国风城市建筑,紧张危机的氛围感油然而生。

在解密过程中,由杨幂、邓伦、黄明昊、大张伟、张国伟组成的“密逃五子”各自发挥所长,杨幂凭借超强的记忆力和“从天而降的第六感”,总能在关键时刻解出谜题,带领“密逃团”走向成功。

“闭眼玩家”邓伦虽然容易受到惊吓,但在破案推理的过程中思路清晰,在担任队长时责任感爆棚,体力和思路在“密逃团”中都是数一数二的。

黄明昊年纪虽小,但却是密室中的“坦

克”玩家,很多场景都是一马当先,“拖家带口”的场面给不少观众留下深刻印象。大张伟在《密室3》中成为气氛担当,为解密的过程增加了许多欢乐的氛围。值得一提的是,张国伟在本季回归除了作为“密逃团”的力量担当外,还积极参与解密过程,算得上是脑力体力同时在线。

“密逃五子”齐心协力破解谜题,“团魂”在《密室3》中不断被点燃。在《天使谜团》中,因停电导致索道动力系统无法启动,“嘴坦玩嘉”王嘉尔和邓伦只能靠双手拉动向前滑行,配合完成高难度索道挑战。

在被问到“被节目掠夺了什么东西”,杨幂曾开玩笑说,青春。的确,《密室大逃脱》陪伴观众走到了第三季,嘉宾们在节目中不断成长,从密室“小白”进阶为密室“大神”,节目给观众留下的绝不仅仅是一个个密室故事,更是关于青春的记忆。

“密逃宇宙”细节之处见真章

伴随综艺节目进入精品化发展阶段,打造一档“爆款”综艺越来越难,“综N代”常陷入“吃老本”争议。为此,《密室大逃脱》积极谋求突破,采用“沉浸感+连续剧”的叙事方式,将嘉宾与观众带入精心构建的“密逃宇宙”中。

比如,在第三季《超前聚会》中惊现邓伦三年前第一季《惊叫拳击馆》中被“充公”的皮带,还有从第一季就伴随“密逃团”的老朋友T星人。剧情的沉浸和细节的连贯巧妙结合,带给观众的不是“密逃开播了”的惊喜感,而是“密逃回来了”的归属感。

不仅如此,《密室大逃脱》还将极具现实价值的选题作为节目的创新之源,形成“现实题材+内容共情”的故事内核。在前两季节目

中就有不少故事是取材于现实:流浪动物保护、家庭教育、创业陷阱、校园霸凌……取材于生活现实的故事素材,构成了节目与观众产生共情的基底。在《密室3》中,节目将视野进一步拓展,小到日常生活,大到时代精神。

在《失联玩家》中,节目重构人们生活中常用的手机软件的“实景”,以吃瓜、种草、点餐、咨询社区等环节搭建起一个具象的网络世界,故事背后想要传递的现实问题也随之浮现。身处信息时代,网络已成为日常生活不可缺少的一部分,但过分沉溺其中则会让人迷失自我,正如杨幂在节目最后所说:“网络是逃避现实的安全区,但总不能抱着手机电脑过一辈子。”

如果说反映社会真实现象是《密逃》系列的基础操作,那么《密室3》的视野则远不局限于此。在《绝密医院》中,“密逃团”意外发现密城医院实际上是传递情报的交通站,随后,“密逃团”和密城医院的进步青年共同努力,将李大钊先生所写的《青春》印刷成文,让更多的爱国志士由此得到激励。“吾愿吾亲爱之青年,生于青春死于青春,生于少年死于少年也。”当“密逃团”齐声朗诵《青春》时,正直、勇敢、热血的精神喷薄而出。节目特有的沉浸感,打破时空界限,带领观众重回历史现场,感受中国青年的热血与激情。

综艺内容与线下实景联动

如今,《密室大逃脱》三季节目线上热度持续飙升,线下实景密室行业也在如火如荼地发展。据企查查数

据显示,2019和2020年,分别有544家、584家密室逃脱企业创立,而这个数字在2018只有不到200家,线上娱乐对于线下产业发展的带动力显而易见。

邓伦在节目中表示,参加第一季《密室大逃脱》时自己完全是“小白”玩家,到了第三季不仅爱上了密室逃脱,还开了一家密逃游戏馆,真切感受到“不光是节目,整个密室行业都在升级”。

芒果TV也意识到了综艺内容与线下实景联动的重要性。4月30日,芒果TV首家自营明星大侦探主题旗舰店“MCITY”在长沙开业,实体店不仅包含剧本杀,还有密室逃脱、沉浸剧、实景推理等多元玩法。据悉,密室大逃脱主题旗舰店也将在不久之后于上海开业。

《密逃》线下实景的联动为综艺市场提供了新思路,推动IP衍生价值增长,形成以芒果TV为中心的线上线下的双重互动模式。对于观众来说,芒果TV发展线下实景娱乐产业,一方面能够让观众在综艺内容结束后依旧与IP之间产生可知可感的联系,扩大内容体验感;另一方面,为圈外受众接触并了解芒果TV内容提供了新渠道,加速助力内容出圈。



图片 / 主办方提供 制图 / 潘文健