

业态，是指以“剧本杀”“密室逃脱”为代表的提供剧本、场景、道具、服装、表演、主持等服务，现场组织消费者扮演角色完成任务的新兴文化业态。

根据美团研究院数据，从2018至2021年，密室逃脱类、剧本杀类经营场所的总体数量增长幅度超过400%，并使得“沉浸式”业态在后疫情时代“成功破圈”，概念日趋广泛化。如沉浸+文旅、沉浸+文博、沉浸+党建、沉浸+地产、沉浸+戏剧、沉浸+研学等“沉浸式+”、“剧本+”模式应运而生。同时，声光电灵活运用、科技和艺术有机结合的科技化沉浸也集中发力，“万物皆可沉浸”的提法逐步走进大众视野。

沉浸式餐饮两大误区

随着沉浸式领域“新旧动能”的充分融合，“互动消费、沉浸式消费”等新商业、新消费模式的经济拉动力崭露头角，沉浸式唐潮街区“长安十二时辰”就是IP+文旅+沉浸式互动成功盘活



一家商业综合体推出可供顾客参与推理的剧本，拉动互动消费、沉浸式消费。

曼蒂广场的优秀案例。

静观当下，陕菜的构成主体依然是朴素的肉食、面食，与年轻一代追求“低脂、颜值、创意”的餐饮趋势相悖，应进行品牌创新，探索“沉浸式+陕派餐饮”的消费新业态新模式，为陕西餐饮行业高质量发展提供更加强劲的增长动力。在此前提下，首先要防止沉浸式餐饮两大误区。

1、理解片面，流于形式

不是有演员在餐厅表演就称为“沉浸式”，也不是有主题装潢就称为“沉浸式”。“沉浸式”不仅仅需要形式上、技术上的探索，其背后更需要从经营模式、目标受众、服务升级等多维度进行深入思考。要想让消费者获得好的体验，优秀的场景搭建、专业的表演、故事与道具的设计都需要极其专业的人士来服务。总之，一个好的沉浸式餐厅，要用特色的食品打造新奇的用餐感受，用良好的内容打造引发共鸣的故事，用演绎和机关打造绝佳的体验，用有趣的机制让消费者爱上这里，用美味让消费者留在这里。

2、盲目跟风，质量难保

“沉浸式+”正在中国快速发展，但沉浸式餐厅的标准与标杆并未产生。现阶段，一些所谓的“主题餐厅”“互动餐厅”虽有沉浸式外衣，却忽略了餐饮行业最重要的是食客味觉体验，虚高的价格和简单的复刻，势必会导致形式大于内容的失衡，加上疫情影响导致无法持续发展。陕菜文化的沉浸式餐娱项目打造，最核心竞争力还是在于食物与味觉本身，好的味觉体验才是餐饮品牌得以立足的本质。“沉浸式+”带来的是服务上的加持体验，靠提高附加价值，实现“锦上添花”。

“沉浸式”对陕菜意味着什么？

“当历史痕迹碾过这里，留下的不止有王侯将相的足迹，还有那不少陕西美食，哺育着三秦大地上勤勤恳恳的人民。”“简朴而不失美味的凉皮，多种多样的面食浑厚有力。”

陕菜文化的沉浸式餐娱项目打造，正是将这些美食背后的故事展现给食客的“流量密码”。