

# 资本退潮 密室逃脱陷盈利困局

## 头部大店缩规模

位于朝阳区王四营的门店,不仅是游娱联盟也是京城营业面积最大的密室逃脱店。公开资料显示,该店占地规模34000平方米,相当于将近5个标准足球场的大小,曾获4000万元A轮融资,该轮融资完成后游娱联盟估值达数亿元。

正值暑期客流高峰,北京商报记者实地调查发现,如今该店的部分区域已经被警戒线围起,原本用于消费者出入的大门也被封住。

“春节就退租了,现在这里是物业的地方,正在对外招租。”当北京商报记者尝试从正门进入园区,被门卫人员阻拦,对方表示,“密室逃脱走另一边的侧门,这里不让外面的人进来,门店大门封住了,也不能停车。”

除此之外,正常营业中的建筑群,部分外墙装饰已出现大面积脱落。

在北京商报记者停留的一小时内,未有消费者前往。据该店工作人员透露,近段时间,处于开放的那半个园区停车没停满过,有时候基本没有车停。

曾经几乎场场爆满、周末需要提前预约的场景如今已不再。北京商报记者在现场打开某团购平台拼单状况显示,未来一周,该门店均有多场可即时预约。

游娱联盟王四营店主管告诉北京商报记者,因为疫情原因2022年由6家关停为目前在营业的3家,王四营店是2月刚刚恢复营业,且目前只恢复了两个主题,此外还有“泰国馆”“疯狂的麦咭”两大主题门店在营业。

然而,游娱联盟的现状并非个例。

北京某密室逃脱经营者王珂(化名)告诉北京商报记者:“我原来在北京有2家门店,如今仅剩1家,另一家缩减了面积后改成了剧本杀。过去三年,线下娱乐全面停滞,老板们不堪重负,缩减规模降成本也在情理之中。”

“暑期是一个客流的高峰期,比之前的情况都要好。”该主管谈道,“未开放的主题和门店均为暂时退租,考虑到实际投入和经营的



问题,封闭区域和关闭的3家门店是否恢复、何时恢复,夏季过后再做判断。”

## 中小型门店降价

位于繁华商圈内的中小型密室同样面临客流烦恼。

“去之前也没有特意预约,到店就能玩。”密室爱好者李源告诉北京商报记者,上周五下班后和同事去某门店团建,不存在等位的情况,附近其他主题的多个密室,门店工作人员拿着宣传页在门口宣传揽客。“比去年来玩密室便宜了,而且现在很多店会派发二次到店8折券。”李源如是说。

北京商报记者也走访了位于海淀区的某主题密室,周五晚8点仅一组由7人组成的玩

家队伍在密室外聆听注意事项。

玩家曾熙然表示,预约了该主题9点场,但由于8、9点均未满员,工作人员协调后进行了拼单。另据工作人员透露,到店前通过团购平台预约,基本都不需要等位。

生命周期短、盈利渠道单一的痛点之下,许多小规模门店开始寻觅新落点。王珂告诉北京商报记者,与其苦苦等待散客,不如主动寻求客源,尝试在公司团建上做功课,降低团建费用总额,将轰趴馆的一些特点结合在密室逃脱门店中。

## 盈利难促资本退潮

据文旅部门统计,北京市共有剧本娱乐经营场所500余家,其中剧本杀400余家、密室

逃脱100余家。另据公开报道,2021年我国密室逃脱行业市场规模为101.2亿元,同比增长29.2%,2022年约为79.7亿元。

市场规模呈现下降之势的同时,投资情况也反映着市场的变化。2019年,剧本杀、密室逃脱相关企业融资总额共86.66亿元;而2021年融资总额骤降,仅2.36亿元。

投资分析师高嘉指出,绝大多数密室逃脱的盈利渠道为相对单一的门票、小吃收入,而头部品牌则在寻求贩卖主题、开放加盟、多店构建品牌联盟,但这样的开发形式,对于小规模商家而言难以实现,进而导致了生存不易,需要寻求稳定的客源来维持经营。

“行业在加速洗牌,更多的沉浸式机关和新技术被开发并加入到密室之中,场景粗糙、

剧情老套的密室被淘汰是正常的。竞争加剧、消费者审美提升,倒逼密室逃脱从业者优化产品,也许这轮淘汰升级之后,密室逃脱将挤干水分,显露出新的发展机遇。”密室逃脱店主苦厄如是说。

## 觅新路求解复客率

野蛮生长、迅猛发展的密室逃脱行业日渐拥挤,在持续加剧的竞争中,商家面临“不进则死”的生存挑战。

经营密室逃脱多年的店主王雨晴,见证了行业从蔚然起势到升级换代的过程。“大约是2015年前后,散落在居民楼里的小型密室和部分传统密室开始扩大规模,向沉浸式密室转变,这一年有大批创业者入行。”

“现在密室逃脱面临的最大问题是绝大部分顾客不会玩同一个主题第二次,单一主题的密室逃脱难有‘熟客’,复客率成了摆在经营者面前的最大问题。”王雨晴指出,密室逃脱主题生命周期短暂是许多小规模密室陷入经营死循环的主要原因。密室的体验是一次性的,再新奇的主题也只有一、两年的寿命,没有足够的成本去做新主题开发搭建,就无法引来二次消费,待到设备老化,就无法正常开业。

此外,密室逃脱的搭建成本正在不断提升。苦厄告诉北京商报记者,沉浸式的密室是行业主流,实景还原、演技出色的NPC扮演者、高科技加持下的声光电,如今成为了密室好玩与否的评判标准,但也意味着开店前期的高投入,2023年线下娱乐恢复,不少门店也在寻求重张,但成本几乎已是去年的两倍。

“身边许多商家都在焦虑中尝试降价生存,或者降低场所所需人数来增加业绩,比如7人才能开的局2人也做,但这其实也是在透支成本,总有难以为继的一天。”苦厄补充道。

北京商报热点调查小组

## Market focus

# 砸40亿保证金、举牌6次无果 东方雨虹浇不灭的拿地梦

以价格为门槛、摇号为手段的北京土拍市场,让越来越多的“外行者”跃跃欲试。截至7月26日,北京7月土拍落下帷幕,北京商报记者统计发现,除一众老熟人外,还出现了广安置业、山西保景汇、扬州华鹏、太原萃丰以及东方雨虹等一批新面孔。其中,“防水一哥”东方雨虹在短短两个月的时间里连续报名6宗地块竞拍,起拍价合计212.05亿元,仅保证金一项,便合计高达42.6亿元。虽然一再强调“没有参与房地产开发的想法”,但对于一个年经营性现金流仅为6.54亿元的防水企业来说,如此执迷尚不多见。

## 热衷“摇号”地块

北京商报记者统计发现,截至目前,2023年北京已成功出让29宗宅地,成交金额约830个小目标。不同于其他城市的“资质门槛”,北京年内的土拍更多的以价格+摇号作为出让方式,这也引发了新的拿地趋势,“外行者”入局便是其中之一。

以“防水一哥”东方雨虹为例,从顺义新城2宗地块,到海淀双新2宗地块,再到经开区X47R1地块、昌平沙河高教园0002地块,东方雨虹所参与的都是近期热门地块的竞拍,多少要拼点“手气”。

作为建筑防水龙头,东方雨虹的“跨界”行为也引发了市场关注。参与北京顺义2宗地块的竞拍后,曾有投资者在深交所互动易上询问“公司是否对涉足房地产业务有兴趣”,得到的回复是“公司不涉及房地产开发业务,公司致力于新型建筑防水材料的研究、生产、销售和防水工程施工业务领域,持续打造成为卓越的建筑建材系统服务商”。

但此后不久,东方雨虹携手海门海泰

再战北京土拍,报名参与海淀双新村2宗地块的竞拍。

北京商报记者梳理发现,截至目前,东方雨虹于年内共参与6宗北京宅地的竞拍,其中3宗是与海门海泰联合报名,起拍价合计212.05亿元,保证金合计42.6亿元。

对于多次参与北京土拍,北京商报记者也与东方雨虹方面取得联系,东方雨虹证券部工作人员回应称“没有参与房地产开发的想法”,但并没给出为什么会在短短2个月里扎堆举牌热门地块。

北京土拍市场的新面孔,似乎也带着一些运气加持,如福建雄旺、石家庄创世纪、中皋置业等,东方雨虹虽然目前还未有所斩获,但2个月时间内6次参与北京热门地块竞拍,却不像其声称的“没有参与房地产开发的想法”。

## 马甲or亲自下场

东方雨虹是中国防水行业龙头企业,其定位为“优质建筑建材系统服务商”,并因参与“水立方”、“鸟巢”、奥运村等众多国家重点工程而一度声名鹊起。但在房地

产开发领域,东方雨虹尚属新人。

查阅过往,东方雨虹在房地产开发业务方面的布局并不多。公开资料显示,在2020年8月,东方雨虹联手中国奥园在广州市增城区中新镇拿下一宗宅地,总代价约8亿元。后该地块项目为奥园中新城市天地,意欲打造20万平方米的城市商业综合体暨总部经济基地和高档住宅。

随着奥园债务危机的爆发,双方项目合作成立的广州奥虹置业有限公司也被多次列为“被执行人”。据媒体此前报道,“奥园中新城市天地的商业部分已经暂停开发建设,如今重点在住宅部分的保交楼,因开发贷原因抵押银行而暂无法网签的部分底商已经开启商铺置换流程”。

据悉,2021年7月开盘的奥园中新城市天地,目前还在售卖中,楼盘均价约2.1万元/平方米。

2021年4月,东方雨虹通过旗下全资子公司广州东方雨虹置业以约1.12亿元的价格拿下广州花都区的一宗商住地块。今年6月7日,该地块项目东方雨虹国际绿色建筑建材中心举行开工奠基仪式,规划建设成集甲级写字楼、高端居住、金融服务、

科研、休闲和餐饮等多功能生态于一体的城市综合体,总投资3亿元。

8亿元、1.12亿元……从过往拿地“经验”来看,东方雨虹拿地特点为总价低、规模小,但参与到北京的6次热门地块竞拍却一改之前风格。

对于东方雨虹的积极参与拿地却又一再强调“没有参与房地产开发的想法”,有业内分析师提出一个猜测:“东方雨虹的业务线涉房很深,与多家大型房企有合作,是否在为房企做支撑,增加摇号概率?”

而在地产分析师严跃进看来,房企马甲之外,东方雨虹积极参与北京土拍或是“另有图谋”。从地块质地来看,东方雨虹参与的都是北京的热门地块,未来即便自己不进行主力开发,也具备了与房企谈判的资格,能更好争取项目防水等业务的承接。

广东省规划院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉则表示,随着房地产市场下行,北京等一线城市的价值感凸显,热门地块更具备确定性,因此也不排除东方雨虹趁机扩展业务版图“亲自下场”的想法。

## “兜里”的钱越来越少

从企业的经营状况来看,东方雨虹正在面临主营业务经营压力。

北京商报记者了解到,东方雨虹的收入主要来自防水材料销售、防水工程施工、其他收入及材料销售四个业务条线,其中营收贡献最高的是防水材料销售业务,占比超七成。2022年,东方雨虹实现营业收入

约312.14亿元,同比下降2.26%,其中76.83%来自防水材料销售业务,14.11%来自防水工程施工业务。

2022年,东方雨虹实现归母净利润约21.2亿元,同比下降49.57%,创下三年来最低水平。此外,2022年东方雨虹整体毛利率下降4.76个百分点至25.77%,其中营收贡献最高的防水材料销售业务的毛利率下降了4.68个百分点至27.56%,防水工程施工业务下降了4.85个百分点至23.52%。

值得一提的是,2022年东方雨虹经营活动产生的现金流量净额约为6.54亿元,同比降幅高达84.11%;筹资活动产生现金流量净额-10.29亿元,同比减少109.53%。对于经营活动产生的现金流量净额大幅下降的原因,东方雨虹直言“是销售商品、提供劳务收到的现金减少所致”。

营收利润双降,2022年东方雨虹现金及现金等价物净增加额约为-51.18亿元,同比下降155.11%。截至2022年末,东方雨虹现金及现金等价物余额约为97.41亿元,较上年同期148.58亿元,减少34.44%。

据最新披露,2023年一季度,东方雨虹的现金及现金等价物余额继续压减,已经由97.41亿元压减至41.88亿元。如此状况下,东方雨虹高调进京“抢地”,也着实令市场费解,以最近刚刚出让的昌平沙河高教园0002地块为例,该地块成交价高达31.97亿元,如果真心开发,自有资金将覆盖。

北京商报记者 王寅浩