

商业视角下的儿童剧本杀软件开发

产品名称	商业视角下的儿童剧本杀软件开发
公司名称	河南漫云科技有限公司
价格	1000.00/件
规格参数	漫云科技:商业视角下的儿童剧本杀
公司地址	郑东新区升龙广场3号楼A座3202
联系电话	13103827627 13103827627

产品详情

起码到目前为止，儿童剧本杀作为一种商业业态，还是不温不火，一方面半年有余，我们没有看到新东方正式推出任何知识剧本杀，看到的只是新东方明确转型素质教育。另一方面，正式推出儿童剧本杀且以独立门店形式存在的业态，全国也不过13家，北京蔚芽1家、悦河马2家；青岛领萌1家；重庆小新9家且全为新店。而更多的儿童剧本杀则是通过社交平台以对外发布活动的形式在教培场所、儿童娱乐场所和活动营地进行试运营。

而这种不温不火，至今没有出现爆款，是不是和我们预期的剧本商业定位相关呢？这里需要我们从既往的商业视角，去判断一下儿童剧本杀作为一个市场化产品是否应该具有素质教育属性。

儿童素质教育市场面临着消费者（儿童）和买单者（父母）割裂的现象，因此提供儿童素质教育的机构需要同时打动双方受众，才能形成良性且持续的付费循环，这对素质教育产品提出了更高的要求，一方面针对儿童，尽可能做到寓教于乐，激发儿童内在兴趣；另一方面在服务过程中需要依靠组织力量做到标准化、精细化、流程化，提升父母对机构的xinlai程度，并为双方提供可校验的培训效果闭环评估，并通过赛事活动、证书等形式，实现效果外化，结合背书，让父母感受到学有所得、学有所用，促进其阶梯式不断解锁新的课程和技能。无论是过去的艺术教育、体育教育，还是新兴的STEAM教育都是如此。

从实际效果上看，儿童剧本杀确实可以培养儿童逻辑推理能力、语言表达能力、阅读理解能力，甚至激发儿童对某一学科的兴趣，因此，把儿童剧本杀素质教育属性作为一个商业卖点是没有问题的，但是如果把素质教育作为儿童剧本商品属性我是存疑的，因为：

首先是效果评价问题，过去的商业经验告诉我们，当用户以提升一定的素质素养作为消费目标时，效果不易衡量，需要通过比赛、证书获得阶段性的能力认证，将学习效果外化，以维系用户付费意愿和留存水平，这样才能形成可持续性的商业闭环。而当前手段下，如何去客观评价儿童剧本杀的素质教育效果，又如何将这种教育效果外部化，并获得儿童和家长认可。目前为止我们看到的只是机构以小礼品和没有公信力的自制证书作为激励机制而不是效果评价机制，而这不足以形成可持续性的商业闭环。

其次是效率问题，课程化是当前公认学习效率高的形式，相对素质教育在课程化的同时会大幅度增加小组协作和实践操作时间，但是整个过程中并没有舍弃课堂教学这个环节，如果让被系统化、精细化

、流程化的STEAM教育对标儿童剧本杀，效率高低，立判高下。因此市场竞争极化过程中，如果让儿童剧本杀作为素质教育市场化产品的话，必然会被淘汰。

再次是投入产出比问题，一、从创作角度上看，儿童剧本的创作和测试、设计、印刷以及道具的定制成本要远比STEAM课程研发成本高的多，且儿童剧本对于玩家而言生命周期仅是1-2个小时，而STEAM课程的生命周期可以分成若干课时；二、从使用成本上看，儿童剧本杀以沉浸为突出特征，换装、场所沉浸式装修、道具都是必不可少的，而STEAM课程只需要摆几张课桌，其他方面只要卫生、安全就可；三、从服务人员成本上看，儿童剧本杀为了保证效果，1个DM服务5-8人为合适，而STEAM课程，一个教师可以有效管控的学生可多可少。