

160亿元的桌游市场



风靡全球的桌游《大富翁》。
受访对象沈涛供图

进入暑假后，宁波天一豪景的“嗨刻桌游”座无虚席。这里的每张桌子都是一个“小战场”，摆满五颜六色的卡牌和骰子。空调的冷气吹不散玩家们热情，有的在《狼人杀》里“焊跳预言家”，有的在《卡坦岛》叫嚷着“羊毛换砖块”，屋里满是欢声笑语。

桌游，是一门以卡牌、图版、模型为载体，通过规则设计实现多人互动的文创产业，正从小众爱好走向大众视野。

根据嘉世咨询的《2025中国桌游市场现状报告》，2025年，中国的桌游市场规模将达到160亿元，保持两位数的增长率。

桌游的玩家是怎样一群人？宁波有多少企业在掘金桌游行业？

记者走访发现，宁波依托“港通天下”的外贸优势，低调地攒下厚实的桌游“家底”，形成从研发到设计、从制造到消费的全产业链。



波兰客户体验易思达制造的《复仇女神号》。受访对象杜伟伟供图



当AR遇上《三国杀》。受访对象沈涛供图

1

谁在宁波玩桌游？

桌游，顾名思义是“桌上玩的游戏”。如果说麻将和搓蛋是桌游的“1.0版”，那么源于欧美的现代桌游，则在剧情、美术、玩法等维度全面升级。

目前，国内的现代桌游消费群体主要为“Z世代”青年，他们乐于接受新鲜事物，以此满足社交和娱乐需求。

“叮——快递签收！”历经3个月的等待，宁波的90后资深桌游爱好者小狐（化名），终于捧回他从“新物集”众筹平台淘来的《一带一路》桌游——玩家将扮演企业家，把中国的能源与技术装上中欧班列，销往欧亚大陆。这番热血的设定，令他爱不释手。

小狐“入坑”桌游是在高中时期。2011年，他拿着零花钱到新华书店蹲点，买到首批进入宁波市场的《三国杀》，“我从小看三国故事长大，看到它比扑克牌玩法丰富，又有历史代入感，便拉着同学在课桌上‘杀’‘闪’酣战，从此‘一发入魂’。”

后来，小狐接触的桌游种类愈发多样，角色扮演的《风声》、推理烧脑的《阿瓦隆》、模拟经营的《璀璨宝石》……这些年，他身边的玩伴也从同学变为同事。他们的对局不计较胜负，而是在面对面的交流中，享受思维碰撞与情感连接。

“我会在午休时间拉着同事们玩桌游。从简单易懂的UNO起步，再引入《电力公司》等复杂的策略游戏。年轻的同事们快速入戏，笑闹连连，连平时不苟言笑的前辈都受到感染，加入对决。牌局冲淡了办公室的‘班味’，大家的工作氛围也越来越融洽。”小狐分享道。

小狐把同学和同事变成“桌游搭子”的故事，在宁波并不稀奇。沈涛是宁波“嗨刻桌游”品牌创始人。2014年，他怀着“为桌游同好们搭建场地”的初心，在天一豪景创业。11年来，他的门店几经扩容，并开出4家连锁店，用“铁打的店铺”迎接一批批“流水的玩家”。

沈涛告诉记者，宁波的桌游店玩家，主要是学生和具有一定消费能力的年轻白领，核心目标是和朋友聚会，即“解决吃完饭去哪玩”的问题，很少有陌生人拼桌的“散客局”。店铺暑期生意火爆，单店周末日均客流量100人至200人。

“我们在做的事，一是让新人零门槛‘入坑’，店里有1500多款桌游随点随玩，有专人负责规则教学；二是让‘发烧友’有惊喜，比如最近的宝可梦卡牌集换活动，就是我们听取粉丝意见推出的。我们还举办宁波桌游爱好者大会，用俱乐部把大家‘圈’起来。”沈涛说。



《三国杀》是不少玩家接触桌游的启蒙。记者 严瑾 摄