# 第一部分 演出季

## 一、演出季主题及时间

（一）选题名称
（二）选题内容
（三）选题意义

## 二、演出季引进剧目介绍

（一）微光——纵横历史着眼人民创造的传奇故事
（二）新生——在时代变迁中寻找创作之“源”
（三）探寻——文艺性与市场认同的平衡
（四）春芽——青年竞演与新生力量编曲设计

## 三、演出季引进剧目排期

（一）大剧场演出排期
（二）fun 空间演出排期

## 四、演出季引进剧目票务定价

（一）演出季引进剧目票务定价

## 五、演出季营销计划

（一）目标受众
（二）市场推广方案

## 六、演出季筹资计划

（一）筹资对象及目标
（二）具体筹资金额

# 七、演出季资金预算

（一）演出季总预算
（二）演出季宣传预算

# 八、演出季风险分析

（一）资金筹集不足或资金链断裂、赞助商撤资
（二）引进剧目毁约，无法进行演出
（三）装拆台或合成延迟，影响原有演出排期
（四）演出事故，出现人身及财产安全
（五）剧目上座率低，成本回收困难
（六）市场营销策略执行不力，影响上座率和票房
（七）竞争对手传播负面评价
（八）不可预见事件

# 九、演出季成活分析总结

（一）收益评估分析
（二）创业优势

# 第一部分 演出季

## 一、演出季主题及时间

### （一）选题名称

《溯望》

### （二）选题内容

本次演出季以**青年人**在**新时代**应如何传递与发展“鲁艺精神”为落脚点，从贯穿中华民族文化基因的**“人民”二字出发**，跟随历史变迁的脚步；从“**历史中的人**”走到“**现实中的人**”，领悟“**市场**中的人民文艺”，更期盼“**崭新**的人民文艺”。回溯过往，更展望未来。

品味其中，看到鲁艺精神代表的“民族性”“创新性”“实践性”“人民性”在今天的文艺创作中彰显，体悟“人民”二字在文艺创作中更确切的含义。

演出季分为四个单元，串联起“传统故事的重塑”“现实叙事的深化”“市场化的探索”“未来文艺的生长”的核心议题。

第一站 微光——纵横历史着眼人民创造的传奇故事

年轻的创作者们用**现代语境回望过往**，那些被历史微光照亮的**小人物**，正以崭新的方式被重新书写演绎。历史从未只属于庙堂。今天的文艺创作，

早已突破“民间文艺”或“小传统”的边界，关乎**乡土与市井**的故事，也同样能成为经得起时间考验的经典，传递千年文化基因。

第二站 新生——在时代变迁中寻找创作之“源”

着眼**改革开放时期**，聚焦土地中刚刚解放出来的青年们，自由蓬勃、迷茫无依着投身城市。文化的根系深植于人民，生长于**泥土**，也在**城市**的霓虹中延展。土地里长出来**“温良”**，在时代风云变化间，经历“断裂•重构•延续”，形成独特的**生存哲学**。

第三站 探寻——文艺性与市场认同的平衡

叫好又叫座的作品，往往能够在市场与思想、娱乐与表达之间寻找到微妙的**平衡**。文艺创作不是创作者的私语，更应引发大众共鸣，成为时代声音。在“娱乐性”不断被放大的今天，文艺要时刻把握**创作边界**，警惕过分娱乐化和浅薄化，用更高的艺术水平引领**美育**教育。

第四站 春芽——青年竞演与新生力量

青年竞演，不只是人才孵化的试验场，更是对未来的一次提问：我们的文艺，还能往哪儿走？若高校戏剧**从搬演传统经典剧目转向社会问题的解决**，又会传递出怎样的时代强音？不妨期待，他们的作品能够多一些回应，让艺术从“空洞做作”中解放出来，让宏观抽象的理论名词落地成真正可实施的规划建设。

## （三）选题意义

文艺创作在时代浪潮下迎来转型。**“流行”**的分量在现代愈来愈重，许多作品开始追求快速消费和浅显的娱乐性。因此，许多人认为如今的文艺已经远离了鲁艺时期那种具有高度社会责任感与思想性深度的艺术创作，甚至背离了鲁艺精神的核心内涵。

实则不然，鲁艺精神的精髓从未消失。今天，面临更加**多元化的价值体系**和复杂的传播环境，青年人对鲁艺精神的继承，**不是机械地“回到延安”，而是将其转化为更具体的方法论**：作为创作者，亦或是观众，注重作品的思想性与文化担当，走进人民生活的点滴，关注具有社会深度与历史意义的作品，让艺术真正取之于人民，服务于人民。

1、连接传统与现代，构建文化认同

2、回应时代变迁，探索文艺创新

3、传承鲁艺精神，坚守“人民文艺”方向

4、鼓励创作者深入现实，承担文化担当

# 二、演出季引进剧目介绍

**第一站：微光——纵横历史着眼人民创造的传奇故事**

核心议题：以现代艺术重构历史经典，彰显“民族性”与“人民性”的永恒价值。

1. 舞剧《赵氏孤儿》（中国歌剧舞剧院）

剧情：程婴救孤，以舞蹈诠释忠义。

特色：黑白红舞台隐喻善恶，绳环装置强化压抑感。

规模：古典舞与现代舞美融合，90 分钟专业阵容。

2. 蒲剧《忠义千秋》（山西省蒲剧艺术院）

剧情：关羽忠义传奇。

特色：传统唱腔+现代管弦乐，200 人打造三国战场。

规模：50 人乐队，大型历史剧。

**第二站：新生——在时代变迁中寻找创作之“源”**

核心议题：以“小人物”视角透视城乡巨变，凸显文艺扎根生活的必要性。

1. 话剧《一日三秋》（鼓楼西戏剧）

剧情：延津陈明亮与四女性命运交织。

特色：舞蹈+京剧多媒介叙事，女性视角创新。

规模：大剧场互动巡演。

2. 音乐剧《东莞东》（开心麻花）

剧情：东莞打工者阿强奋斗史。

特色：投影还原 80 年代工厂，符号唤醒集体记忆。

规模：20 人+群众演员。

3.话剧《桂梅老师》（云南省话剧院）

剧情：《桂梅老师》讲述张桂梅办学事迹。

特色：艺术上融合传统与现代，演出超百场，走进 20 多个城市 。

规模：王宝社、常浩等。

**第三站：探寻——文艺性与市场认同的平衡**

核心议题：思想性与娱乐性融合，为青年创作提供市场范本。

1. 话剧《春逝》（话剧九人）

剧情：民国女科学家坚守科研。

特色：极简水墨+评弹，三人沉浸对白。

演出规模：三人主演，沉浸式对白。

2. 音乐剧《赵氏孤儿》（上海徐俊戏剧）

剧情：现代重构程婴救孤。

特色：灵魂角色创新，千万级舞台。

规模：大剧场巡演超百场。

3. 音乐剧《锦衣卫》

剧情：锦衣卫卷入皇权斗争。

特色：国风电音+武术，绣春刀装置象征权力。

规模：2024 票房黑马。

**第四站：春芽——青年竞演与新生力量**

核心议题：推动戏剧年轻化，焕发鲁艺精神的青春活力。

青年竞演：征集高校/社会剧团“批判与建设”主题作品。

代表作品：《断裂·重构》《霓虹之下》《迁徙者》。

特色：科技跨界+互动形式，展现 Z 世代现实观察。

支持机制：专家评审+Showcase 展演+创作工坊。

# 三、演出季引进剧目排期

## （一）大剧场演出排期

北京喜剧院“溯望”演出季
大剧场剧场排期表（2025年6月）

| 星期一 | 星期二 | 星期三 | 星期四 | 星期五 | 星期六 | 星期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2025.6.4 | 2025.6.5 | 2025.6.6 | 2025.6.7 | 2025.6.8 |
| | | | 8:00-20:00<br>装台<br>舞剧《赵氏孤儿》 | 8:00-18:00<br>装台、合成<br>舞剧《赵氏孤儿》<br><br>19:30/120min<br>舞剧《赵氏孤儿》 | 14:30/120min<br>舞剧《赵氏孤儿》<br><br>19:30/120min<br>舞剧《赵氏孤儿》 | 14:30/120min<br>舞剧《赵氏孤儿》<br><br>19:00-22:00<br>拆台 |
| 2025.6.9 | 2025.6.10 | 2025.6.11 | 2025.6.12 | 2025.6.13 | 2025.6.14 | 2025.6.15 |
| | | | | | | |
| 2025.6.16 | 2025.6.17 | 2025.6.18 | 2025.6.19 | 2025.6.20 | 2025.6.21 | 2025.6.22 |
| | | | | 8:00-18:00<br>装台、合成<br>《忠义千秋》<br><br>19:30/120min<br>《忠义千秋》 | 14:30/120min<br>《忠义千秋》<br><br>19:00-22:00<br>拆台 | |
| 2025.6.23 | 2025.6.24 | 2025.6.25 | 2025.6.21 | 2025.6.27 | 2025.6.28 | 2025.6.29 |
| | | | | | 8:00-18:00<br>装台、合成<br>《东莞东》<br><br>19:30/120min<br>《东莞东》 | 19:30/120min<br>《东莞东》<br><br>22:00-24:00<br>拆台 |

北京喜剧院“溯望”演出季
大剧场剧场排期表（2025年7月）

| 星期一 | 星期二 | 星期三 | 星期四 | 星期五 | 星期六 | 星期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2025.7.1 | 2025.7.2 | 2025.7.3 | 2025.7.4 | 2025.7.5 | 2025.7.6 |
| | | | 8:00-20:00<br>装台<br>音乐剧《一日三秋》 | 13:00-18:00<br>合成<br>19:30/180min<br>音乐剧《一日三秋》 | 14:30/120min<br>《一日三秋》<br>19:00/120min<br>《一日三秋》 | 19:30/120min<br>《一日三秋》<br>拆台 |
| 2025.7.7 | 2025.7.8 | 2025.7.9 | 2025.7.10 | 2025.7.11 | 2025.7.12 | 2025.7.13 |
| | | | | | 13:00-18:00<br>装台、合成<br>19:30/120min<br>《桂梅老师》 | 19:30/120min<br>《桂梅老师》<br>拆台 |
| 2025.7.14 | 2025.7.15 | 2025.7.16 | 2025.7.17 | 2025.7.18 | 2025.7.19 | 2025.7.20 |
| | | | | | | |
| 2025.7.21 | 2025.7.22 | 2025.7.23 | 2025.7.24 | 2025.7.25 | 2025.7.26 | 2025.7.27 |
| | | | | 13:00-18:00<br>合成<br>《春逝》<br>19:30/120min<br>《春逝》 | 14：30/120min<br>《春逝》<br>19:00/120min<br>《春逝》 | 19:00/120min<br>《春逝》<br>拆台 |
| 2025.7.28 | 2025.7.29 | 2025.7.30 | 2025.7.31 | | | |
| | | | | | | |

北京喜剧院“溯望”演出季
大剧场剧场排期表（2025年8月）

| 星期一 | 星期二 | 星期三 | 星期四 | 星期五 | 星期六 | 星期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2025.8.1 | 2025.8.2 | 2025.8.3 | 2025.8.4 | 2025.8.5 | 2025.8.6 |
| | | | 8:00-20:00<br>装台<br>音乐剧《赵氏孤儿》 | 13:00-18:00<br>合成<br>19:30/180min<br>音乐剧《赵氏孤儿》 | 14:30/180min<br>音乐剧《赵氏孤儿》<br>19:30/180min<br>音乐剧《赵氏孤儿》 | 14:00/180min<br>音乐剧《赵氏孤儿》<br>拆台 |
| 2025.8.7 | 2025.8.8 | 2025.8.9 | 2025.8.10 | 2025.8.11 | 2025.8.12 | 2025.8.13 |
| | | | | | | |
| 2025.8.14 | 2025.8.15 | 2025.8.16 | 2025.8.17 | 2025.8.18 | 2025.8.19 | 2025.8.20 |
| | | | | | | |
| 2025.8.21 | 2025.8.22 | 2025.8.23 | 2025.8.24 | 2025.8.25 | 2025.8.26 | 2025.8.27 |
| | | | 8:00-20:00<br>装台<br>《锦衣卫》 | 13:00-18:00<br>合成<br>19:30/180min<br>《锦衣卫》 | 14:30/180min<br>《锦衣卫》<br>19:30/180min<br>《锦衣卫》 | 14:30/180min<br>《锦衣卫》<br>拆台 |
| 2025.8.28 | 2025.8.29 | 2025.8.30 | 2025.8.31 | | | |
| | | | | | | |

## （二）fun 空间演出排期

北京喜剧院“溯望”演出季
fun空间演出排期表（2025年8月）

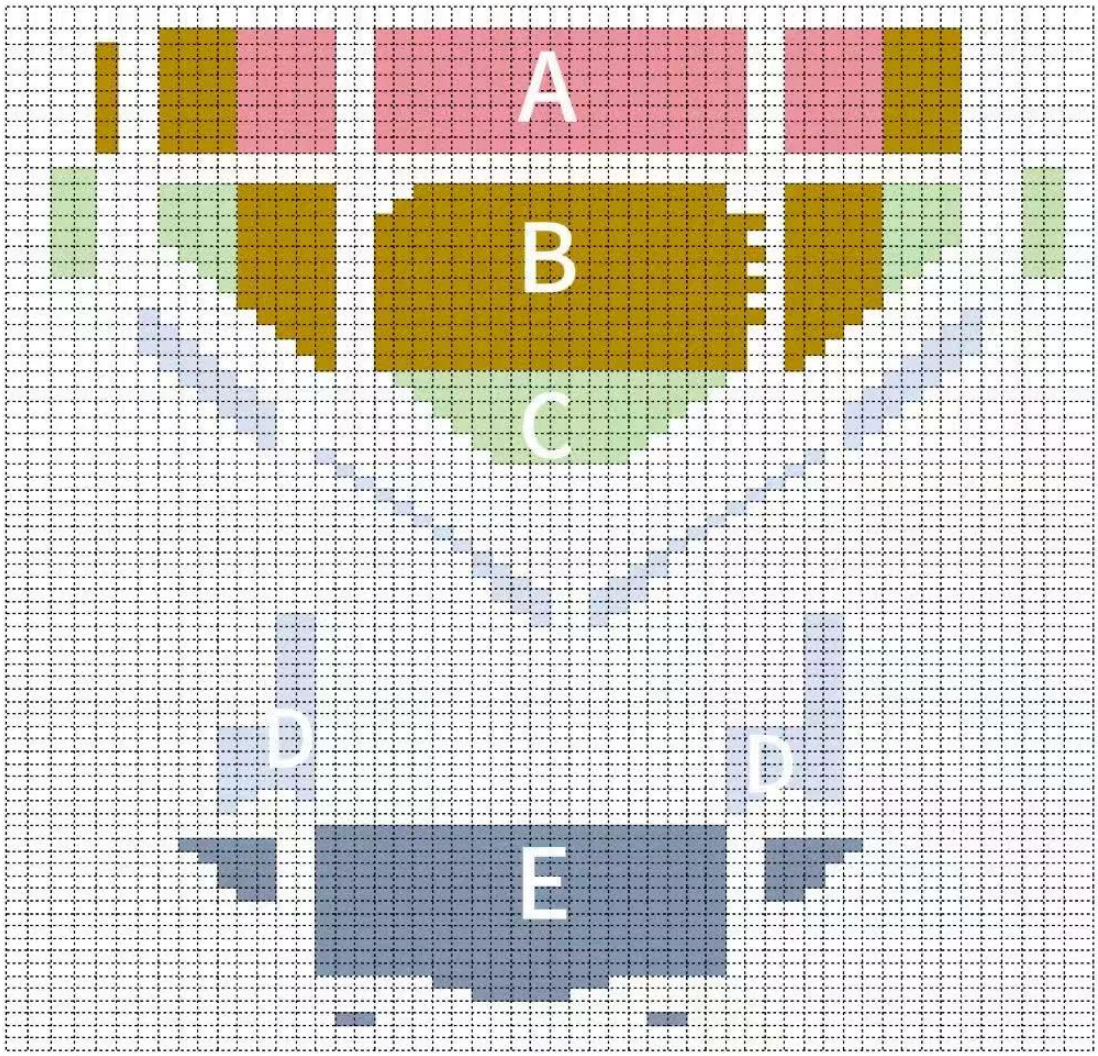
| 星期一 | 星期二 | 星期三 | 星期四 | 星期五 | 星期六 | 星期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 2025.8.1 | 2025.8.2 | 2025.8.3 |
| | | | | | | |
| 2025.8.4 | 2025.8.5 | 2025.8.6 | 2025.8.7 | 2025.8.8 | 2025.8.9 | 2025.8.10 |
| | | | | 自制剧目《双鲤记》<br>装台、合成 | 装台、合成<br>19:00/90min<br>《双鲤记》 | 装台、合成<br>19:00/90min<br>《双鲤记》 |
| 2025.8.11 | 2025.8.12 | 2025.8.13 | 2025.8.14 | 2025.8.15 | 2025.8.16 | 2025.8.17 |
| | | | | 装台、合成<br>19:00/180min<br>《断裂·重构》 | 装台、合成<br>19:00/180min<br>《霓虹之下》 | 装台、合成<br>19:00/180min<br>《迁徙者》 |
| 2025.8.18 | 2025.8.19 | 2025.8.20 | 2025.8.21 | 2025.8.22 | 2025.8.23 | 2025.8.24 |
| | | | | | | |
| 2025.8.18 | 2025.8.19 | 2025.8.20 | 2025.8.21 | 2025.8.22 | 2025.8.23 | 2025.8.24 |
| | | | | | | |

# 四、演出季引进剧目票务定价

## （一）演出季引进剧目票务定价

结合市场调研及演出季剧目排期，我们对北京喜剧院大剧场进行了票区划分，并分别将其分为 6 档票价进行差异化定价。

### 1、票区图


A
B
C
D
D
E

### 2、不同票务对应座位表

北京喜剧院“溯望”演出季
票区对应点

| 区域 | 数量（个） |
|---|---|
| A | 254 |
| B | 378 |
| C | 178 |
| D | 168 |
| E | 206 |

### 3、引进剧目票务定价

北京喜剧院“溯望”演出季
引进剧目定价表

| 单元 | 第一单元 | | 第二单元 | | | 第三单元 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 序号 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 名称 | 舞剧《赵氏孤儿》 | 蒲剧《忠义千秋》 | 话剧《一日三秋》 | 音乐剧《东莞东》 | 话剧《桂梅老师》 | 话剧《春逝》 | 音乐剧《赵氏孤儿》 | 音乐剧《锦衣卫》 |
| 票价 | 280 | 80 | 180 | 180 | 80 | 180 | 280 | 280 |
| | 380 | 180 | 280 | 280 | 180 | 280 | 380 | 380 |
| | 580 | 280 | 380 | 380 | 280 | 380 | 580 | 580 |
| | 880 | 380 | 680 | 680 | 380 | 580 | 880 | 880 |
| | 1080 | 480 | 880 | 880 | 480 | 680 | 1080 | 1080 |

## 五、演出季营销计划

### （一）目标受众

本演出季基于主题定位和艺术表达的双重维度，受众目标群体大致分为以下两个方向：

一是基于“鲁艺精神”的历史传承维度，核心受众聚焦于具有文化使命感的群体：历史爱好者与教育关联群体；

二是基于戏剧艺术本体价值维度，核心受众锁定行业纵深群体：戏剧爱好者。

## （二）市场推广手段

### 1、宣传内容方案

（1）核心创意

①年轻化

②新视角

③互动共创

④艺术普及

2、内容策略

（1）通过开展青年竞演单元、戏剧论坛等活动，展示新视角下的鲁艺精神人民文艺，并提升高校群体与青年戏剧人对演出季的关注度与参与热情。

（2）新媒体板块的宣传主题化，通过发起各个与演出季相关的话题促进互动。

（3）通过戏曲快闪活动，进行社区工作联动与基层惠民行动。

（4）通过艺术工坊、大师班等活动，面向不同群体进行艺术普及。

### 2、宣传渠道方案

（1）宣传活动

①演出季开幕式

演出季开幕歌舞秀：今天的鲁艺学子——中戏、沈音、央美学生演出。

②第一单元主题活动

社区推广（东单公园广场）:“铜锣一响 好戏开场”戏曲进社区京剧快闪活动。

③第二单元主题活动

皮影戏惠民演出 & 皮影艺术工坊：

（fun 空间，预计开设邀请两次）

邀请北京皮影剧团到 fun 空间进行惠民文化演出，并在晚上开展皮影艺术工坊（欣赏中国传统美学&感受非遗艺术魅力&体验亲子戏剧课程）

④第三单元主题活动

关于票房成功与运营策略对谈（fun 空间）

邀请音乐剧《赵氏孤儿》《春逝》《锦衣卫》制作人与宣传运营总监分享案例经验，用真切的例证向青年创作者诠释如何让优秀的作品“落地”。

⑤青年竞演单元

a.大师系列课堂：演出季前期，邀请来自中戏、沈音、央美的专业老师在线上开设戏剧系列课堂（教授创作法、探讨鲁艺精神的挖掘，供志愿参加青年竞演的同学学习）。

b.青年戏剧对谈暨创作论坛活动：剧院提供场地，邀请导演对话（如朱虹璇×刘晓邑×徐俊×朱虹璇），为年轻创作者提供指导意见提供指导意见，并开设主题沙龙《当 Z 世代遇见鲁艺精神》，欢迎参赛选手相互交流想法。

c.竞演作品征集：在高校范围发起主题为“批判与建设”的青年戏剧竞演，从各高校学生剧社、剧团，社会剧团中征集作品进行小剧场片段竞演。

d.show case 展演（fun 空间）：通过评选的优秀剧目组织 show case 来进行展演，并邀请行业专家与业内人士进行鉴赏与交流。

⑥演出季闭幕式暨青年竞演颁奖礼：

嘉奖戏剧展演中最受欢迎的作品、导演、演员、制作人等等幕后工作者；获奖人选由线上线下观众投票产生。

**3、新媒体宣传**

结合演出季以“青年”“亲子”为主的目标受众，我们制定了以小红书、微信公众号及播客为线上宣传主阵地；微博、抖音、b 站、视频号为辅的宣传策略。

- 在各平台建立演出季官方账号，发布演出信息、系列文章、线下活动现场直播、幕后花絮、互动活动、演出切片等内容。
- 邀请博主进行演出季信息推广（开票及线下活动推广）；剧目营销

推广。

- 通过发“repo”赢好礼等活动提高话题讨论度。
- 参考各平台调性，发布特色鲜明的宣传内容。

**（1）小红书**

拟邀博主：

@戏剧事务局：

对演出季各单元戏剧的宣传图料与返场视频进行二创。

@戏里戏外·来都来了：

发布宣传活动信息与知名演员返场直拍。

@检票处_云宝儿：

发布开票信息与剧目推荐 repo。

@云歌的一排一座：

发布演出季剧目推荐资讯并在评论互动中抽送戏票。

@轻雪雪：

发布高清返场视频与剧目资讯

另选择@皂君庙小学生 等 10 个素人博主发布观剧后 repo

**（2）微信公众号**

①剧院、演出方、当地文旅局官方公众号推文投放：

开设特色专题:以“鲁艺精神”为主题，发布历史资料、剧目介绍和

幕后故事；针对专题开办线上答题活动“鲁艺知多少”，答题闯关成功的可以到剧院指定地点领取限量衍生品。

②邀请戏剧评论号发布专题评论

拟邀博主：

@幕间戏剧、@剧焦

**（3）播客**

邀请有一定粉丝基础的戏剧博主围绕演出季展开讨论。

拟邀博主：

@我就站在剧场门口：

开设专题，邀请主创对谈，植入演出季单元剧目推广；

通过聊天讨论的形式，分享观剧经历，植入演出季推广。

@映现场：

以吃瓜的形式，围绕剧场剧作和剧院，分享戏剧行业资讯，植入演出季推广。

**（4）微博**

发起超话：“#我的鲁艺 DNA”，用户上传祖辈文艺老物件/自己参与民间剧团照片等，并@保利剧院兑换演出季衍生品。

拟邀博主：

@光束戏剧：

发放幕后排练探班等物料与剧目资讯、活动资讯。

**（5）抖音、b 站、视频号**

发起活动“#给经典加弹幕”，“#经典的 1001 种打开方式”对经典戏剧片段进行创意配音/二次剪辑，优胜者获演出季开幕式门票一张。

拟邀博主：

@中国音乐剧平安日历等 10 个营销号：

发布剧目高光片段、演出季相关衍生品及宣传活动福利揭秘视频）

**4、户外广告及衍生品**

（1）利用剧院内 LED 广告屏、广场、地铁站等户外广告位进行宣传。

（2）**戏剧＋实体经济：剧院&博物馆联动**

通过喜剧院与中国工艺美术馆（宏德教育）的合作，在每场演出后于 fun 空件开设演出季联名文创摊位，推出剧院与美术馆的相关衍生产品，共享资源，盈利分成。

- 衍生品参考：

①演出季×工艺美术馆联名限定文创包（杜邦纸+帆布内衬+皮手提）

②演出季×工艺美术馆联名限定 AR 票根（戏剧×工艺×科技）

扫码留下会动的演出季专属记忆

③演出季×工艺美术馆联名设计票夹

④演出季×工艺美术馆联名限定台词贴纸盲袋

# 六、演出季筹资计划

## （一）筹资对象及目标

1、内部投资

（1）保利剧院：作为承办方，提供场地、设备，承担部分运营成本。借此可丰富艺术资源，提升业内地位，树立社会形象，增加票房与周边消费，实现多元盈利。

（2）中央戏剧学院：主办方之一，提供人员与资金支持，利用高校资源宣传。同时演出季能够丰富其教学素材，提升学生实践能力，提高学校社会地位，吸引生源并促进学术交流。

2、外部投资

（1）政府扶持

北京文旅局：作为文化主管部门，因演出季传承发扬“鲁艺精神”，助力地方文旅经济，可能给予政策与资金支持。

（2）公益组织

国家艺术基金：演出季以鲁艺精神为主题，通过传承鲁艺精神树立正确价值观，符合资助方向。

（3）企业资助/赞助

①陕西西凤酒有限公司：历史文化底蕴深厚，与演出季主题契合，可冠名或植入文化元素，提升品牌内涵，拓展市场。

②中国工艺美术馆（北京红德教育）：中国工艺美术馆资助演出季，是为弘扬文化、培养观众审美。能提升品牌形象、拓展受众群体，获社会效益与潜在的文化产业合作机会。

（4）金融机构：可通过银行贷款获取资金支持，以版权质押的方式获取金融机构资金，解决资金周转问题，助力演出季顺利开展。

## （二）具体筹资金额

筹资预计金额：705 万

**1.保利剧院**

- 补贴方式及额度：作为承办方向演出季承担部分运营成本，提供资金支持。
- 预估补贴金额：占总筹资金额的 20%，为 140 万。

**2.中央戏剧学院**

- 补贴方式及额度：作为主办方对演出季承担部分运营成本，提供资金支持。
- 预估补贴金额：占总筹资金额的 10%，为 70 万。

**3.北京文旅局**

- 补贴方式及额度：采取事前评审、事后补贴的方式。现实题材

作品及戏曲类作品可获得全场租补贴，资助额度最高不超过 50 万元，资助比例原则上不超过剧目演出资助总量的 30%。

- 预计补贴金额：50 万。

**4.国家艺术基金**

- 补贴方式及额度：大型舞台剧和作品创作项目：戏曲、话剧项目不超过 250 万元。

- 预计补贴金额：200 万。

**5.陕西西凤酒有限公司**

- 西凤酒资助过一些演出活动，但公开信息中没有明确表明其过演出季。依据陕西西凤酒有限公司对于《国风戏剧节》等演出季的资助情况，资助金额因活动规模、性质、影响力等因素有所不同，若此演出季将其列为首席赞助方，则需要其投入较多资金。

- 预计资助金额：占总筹资金额的 35%，为 245 万。

**6.中国工艺美术馆（北京宏德教育）**

- 提供文创产品，不提供资金支持。

# 七、演出季资金预算

## （一）演出季总预算

### “溯望”演出季预算表

| 序号 | 项目 | 数量 | 单位 | 价格 | 合计 |
|---|---|---|---|---|---|
| **一、引进剧目** | | | | | **￥4,690,000** |
| 单元 1：微光 | | | | | ￥790,000 |
| 1 | 舞剧《赵氏孤儿》 | 2 | 场 | ￥20,000 | ￥400,000 |
| 2 | 蒲剧《忠义千秋》 | 3 | 场 | ￥13,000 | ￥390,000 |
| 单元 2：新生 | | | | | ￥840,000 |
| 1 | 话剧《一日三秋》 | 2 | 场 | ￥200,000 | ￥400,000 |
| 2 | 话剧《桂梅老师》 | 2 | 场 | ￥100,000 | ￥200,000 |
| 3 | 音乐剧《东莞东》 | 2 | 场 | ￥120,000 | ￥240,000 |
| 单元 3：探寻 | | | | | ￥3,000,000 |
| 1 | 话剧《春逝》 | 3 | 场 | ￥100,000 | ￥300,000 |
| 2 | 音乐剧《赵氏孤儿》 | 3 | 场 | ￥600,000 | ￥1,800,000 |
| 3 | 音乐剧《锦衣卫》 | 3 | 场 | ￥300,000 | ￥900,000 |
| 单元 4：春芽 | | | | | ￥60,000 |
| 1 | 青年竞演 | 1 | 场 | ￥20,000 | ￥20,000 |
| 2 | 青年竞演 | 1 | 场 | ￥20,000 | ￥20,000 |
| 3 | 青年竞演 | 1 | 场 | ￥20,000 | ￥20,000 |
| **二、宣传营销（详细见分表）** | | | | | **￥147,500** |
| 1 | 宣传活动 | | | | ￥71,600 |
| 2 | 新媒体宣传 | | | | ￥40,000 |
| 3 | 线下广告及传统媒体 | | | | ￥8,000 |
| 4 | 衍生品及相关 | | | | ￥17,900 |
| 5 | 活动拍摄 | | | | ￥5,000 |
| 6 | 演出摄制 | | | | ￥5,000 |
| **三、行政和后勤** | | | | | **￥37,000** |
| 1 | 办公用品 | | | | ￥5,000 |
| 2 | 通讯费 | | | | ￥2,000 |
| 3 | 青年竞演期间差旅费 | 45 | 人/天 | ￥300 | ￥27,000 |
| **四：保险及备用金** | | | | | **￥120,000** |
| 1 | 保险费 | | | | ￥20,000 |
| 2 | 机动经费 | | | | **￥100,000** |
| **演出季估算成本总计：　￥4,994,500** | | | | | |

# （二）演出季宣传预算

“溯望”演出季宣传预算表

| 序号 | 分类 | 内容 | 细则 | 费用说明 | 金额 | 合计 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 宣传活动 | 演出季开幕式 | 车马费 | 300/人 | ¥6,000 | ¥38,000 |
| 2 | | | 住宿费 | 200/人 | ¥4,000 | |
| 3 | | | 场地布置费用 | | ¥1,000 | |
| 4 | | | 演职人员工资 | 400/人（平均） | ¥25,000 | |
| 5 | | | 宣传媒体接待费用 | 车马茶歇 | ¥2,000 | |
| 6 | | 戏曲快闪活动 | 人员补贴费用 | 志愿者及艺术家 | ¥8,000 | ¥10,000 |
| 7 | | | 场地布置费用 | / | ¥1,000 | |
| 8 | | | 活动杂费 | / | ¥1,000 | |
| 9 | | 讲座分享 | 音乐剧《赵氏孤儿》票营策略 | 场地布置 | ¥500 | ¥500 |
| 10 | | 皮影戏惠民演出及艺术工坊 | 演出酬金 | 6000元/场 共两场 | ¥12,000 | ¥15,600 |
| 11 | | | 场地布置费用 | 800元/场 共两场 | ¥1,600 | |
| 12 | | | 艺术工坊道具费用 | 500元/次 共两次 | ¥1,000 | |
| 13 | | | 活动策划和组织费用 | 500元/次 共两次 | ¥1,000 | |
| 14 | | 青年竞演单元 | 大师系列课堂 | 录制 | ¥1,000 | ¥8,000 |
| 15 | | | 青年戏剧对谈暨创作论坛活动 | 嘉宾邀请 场地布置 | ¥2,000 | |
| 17 | | | 竞演作品征集 | / | / | |
| 18 | | | showcase展演费用 | 场地布置 | ¥5,000 | |
| 19 | | 演出季闭幕式暨青年竞演颁奖礼 | 场地布置费用 | / | ¥1,000 | ¥1,000 |
| **¥73,100.00** | | | | | | |
| 20 | 新媒体宣传 | 小红书 | 戏剧事务局 | 500/条 | ¥2,500 | ¥13,000 |
| 21 | | | 戏里戏外·来都来了 | 500/条 | ¥2,500 | |
| | | | 检票处_云宝儿 | 500/条 | ¥2,500 | |
| | | | 云歌的一排一座 | 500/条 | ¥2,500 | |
| | | | 轻雪雪 | 400/条 | ¥2,000 | |
| | | | 10个素人博主 | 50/条 | ¥1,000 | |
| 22 | | 微信公众号 | 幕间戏剧 | 流量分成 | ¥4,000 | ¥8,000 |
| 23 | | | 剧焦 | | ¥4,000 | |
| 24 | | 微博 | 光束戏剧 | 400/条 | ¥4,000 | ¥4,000 |
| 25 | | 播客（小宇宙app） | 我就站在剧场门口 | 1000/条 | ¥3,000 | ¥3,000 |
| | | | 映现场 | 1000/条 | ¥2 | ¥2,000 |
| 26 | | 抖音 | 营销账号（10个） | 200/条 | ¥2,000 | ¥2,000 |
| 27 | | 自营账号 | 小红书 | 引流 | ¥1,000 | ¥4,000 |
| 28 | | | 微信公众号 | | ¥1,000 | |
| 29 | | | 微博 | | ¥1,000 | |
| 30 | | | 抖音 | | ¥1,000 | |
| **¥36,000.00** | | | | | | |
| 32 | 线下广告 | 剧院LED大屏 | / | 剧院自有 | / | ¥8,000 |
| 33 | | 地铁灯箱广告位 | 东四十条地铁站台 | 8000/月 | ¥8,000 | |
| **¥8,000.00** | | | | | | |
| 34 | 衍生品及相关 | 演出季文创包 | 杜邦纸+帆布内衬+皮手提 | 15.8/个 | ¥7,900 | ¥16,900 |
| 35 | | 演出季定制AR票根 | | 0.7/张 | ¥3,500 | |
| 36 | | 演出季定制票夹 | | 0.8/个 | ¥4,000 | |
| 37 | | 演出季定制贴纸盲袋 | 文字贴纸+精美小包装 | 3/包 | ¥1,500 | |
| **¥16,900.00** | | | | | | |
| 39 | 拍摄 | 活动拍摄 | / | / | ¥4,000 | ¥8,000 |
| 40 | | 演出摄制 | / | / | ¥4,000 | |
| **¥8,000.00** | | | | | | |
| **¥142,000.00** | | | | | | |

# 八、演出季风险分析

## （一） 资金筹集不足或资金链断裂、赞助商撤资

1. 财务规划

制定详细的财务计划，确保资金的合理使用和流动。

2. 多元化融资

通过多种渠道筹集资金，包括赞助、投资、贷款等，降低对单一资金来源的依赖。

3. 合同保障

在合同中明确双方的权利和义务，降低赞助商撤资的风险。

4. 风险储备

设立风险储备金，用于应对突发的资金问题。

## （二） 引进剧目毁约，无法进行演出

1. 合同保障

与剧目方签订详尽的合同，明确违约责任和赔偿条款。

2. 保险措施

为引进剧目购买适当的保险，以减轻可能的经济损失。

## （三） 装拆台或合成延迟，影响原有演出排期

1. 时间管理

为装拆台留出充足的时间，并进行严格的时间管理。

2. 专业团队

聘请经验丰富的装拆台团队，确保工作的高效和顺利进行。

3. 沟通协调

加强与各方的沟通协调， 确保所有相关方对时间表和要求有清晰的认识。

## （四） 演出事故，出现人身及财产安全

1. 安全检查

定期进行安全检查，确保舞台设备和场地安全。

2. 培训演练

对所有工作人员进行安全培训和应急演练，提高应对突发事件的能力。

3. 紧急响应

建立紧急响应机制，一旦发生事故，能够迅速有效地处理。

4. 保险覆盖

投保相应的保险以降低可能的经济损失。

## （五） 剧目上座率低，成本回收困难

1. 市场调研

在剧目策划阶段进行深入的市场调研， 准确把握和引导市场需求，选择有潜力的剧目。

2. 定价策略

根据成本和市场调研结果，制定合理的票价策略。套票方案如上

3. 营销推广

通过多渠道营销，包括社交媒体、合作伙伴关系、口碑营销等，提高剧目的知名度和吸引力。

4. 灵活调整

根据实时反馈， 及时调整演出计划和营销策略， 以提高上座率。 如果连续两场票房无法覆盖演出费，酌情选择停止此剧目演出，更换备选方案。

## （六） 市场营销策略执行不力，影响上座率和票房

1. 预算管理

合理分配预算，优先保证关键营销活动的投入。

2. 效果评估

对营销活动进行效果评估，根据数据调整策略。

3. 创意营销

利用创意和低成本的营销手段， 如社交媒体挑战、 口碑传播等，提高观众知晓度。

## （七） 竞争对手传播负面评价

1. 质量控制

确保演出质量，从剧本、演员、导演到舞台效果，每个环节都要精益求精。

2. 观众反馈

设立反馈渠道， 及时收集和分析观众意见， 快速做出调整， 提升服务质量。

3. 危机公关

准备好危机公关方案， 包括推出正面新闻、 活动等，一旦出现负面评价，能够及时有效地应对和纠正，形成良好的舆论环境。

## （八） 不可预见事件

1. 准备应急预案

制定全面的应急预案以应对自然灾害、 突发公共卫生事件等不可预见事件的发生，预案如下：

2. 提前通知

如果演出日期需要调整， 应尽早通过电话、 短信和微信公众号推文

等方式，及时将变动信息传达给观众，并致以歉意。

3. 退换票机制

演出日期因不可预见事件而必须发生改变时， 观众可以选择退票或换到其他时间的票。这不仅可以保护观众的权益，也可以减少因日期调整而导致的票房损失。

4. 保险覆盖

为演出活动购买相应的保险，以减轻不可预见事件带来的风险

# 九、演出季成活分析总结

## （一）收益评估分析

北京喜剧院“溯望”演出季
引进剧目收入评估分析

| 上座率 | 单场演出 | 全部场次演出 |
|---|---|---|
| 100% | ￥509,980.00 | ￥4,589,820.00 |
| 90% | ￥458,982.00 | ￥4,130,838.00 |
| 80% | ￥407,984.00 | ￥3,671,856.00 |
| 70% | ￥356,986.00 | ￥3,212,874.00 |
| 60% | ￥305,988.00 | ￥2,753,892.00 |
| 50% | ￥254,990.00 | ￥2,294,910.00 |
| 40% | ￥203,992.00 | ￥1,835,928.00 |
| 30% | ￥152,994.00 | ￥1,376,946.00 |

北京喜剧院“溯望”演出季
自制剧目收入评估分析

| 上座率 | 单场演出 | 全部场次演出 |
| --- | --- | --- |
| 100% | ￥69,000.00 | ￥207,000.00 |
| 90% | ￥62,100.00 | ￥186,300.00 |
| 80% | ￥55,200.00 | ￥165,600.00 |
| 70% | ￥48,300.00 | ￥144,900.00 |
| 60% | ￥41,400.00 | ￥124,200.00 |
| 50% | ￥34,500.00 | ￥103,500.00 |
| 40% | ￥27,600.00 | ￥82,800.00 |
| 30% | ￥20,700.00 | ￥62,100.00 |

## （二）创意优势

1、品牌质量保障：两大行业权威携手，确保演出季的专业水准与艺术品质，为吸引资方筑牢根基。

2、深厚文化内涵：以“鲁艺精神”为核心，深度探讨新时代文艺创作，兼具思想性与文化价值，文化影响力深远。

3、丰富剧目类型：涵盖音乐剧、话剧、舞剧、地方戏剧等，满足多元审美需求，热门剧目更是吸引大量观众，保障高人气。

4、创新青年力量：聚焦青年创作者，设创新单元，注入新鲜血液，带来多样新颖剧目，为演出行业焕新活力。

5、多元宣传推广：线上线下结合，借新媒体、户外广告等渠道，增强互动，精准定位且广泛覆盖，提升演出季影响力。

6、专业评审机制：完善支持体系，专家专业评审，挖掘商业价值，为资方筛选优质人才与项目。

7、双重效益兼具：丰富内容吸引全龄层、多背景观众，推动文旅发展，培养戏剧新生力量，实现经济与社会效益双赢。

# 第二部分自制剧目

## 一、自制剧目整体介绍

（一）选材与立意
（二）导演构思

## 二、自制剧目设计方案

（一）舞美设计
（二）服装设计
（三）化装设计

## 三、自制剧目制作方案

（一）日程安排
（二）预算资金分配

## 四、自制剧目营销计划

附录：问卷＋各设计方案

# 第二部分 演出季

## 一、自制剧目整体介绍

### （一）选材与立意

剧目类型阐述：

《双鲤记》是一部多幕话剧，完整演出时长约 90 分钟。该剧以民国时期为背景，是一部文戏，采用半诗化独白的单线性叙事方式，从单一视角展开故事，探寻人物情感的链接与发展。同时，该剧在话剧的基础上融入了大量戏曲元素。除了戏班背景和戏曲故事暗线外，剧中还穿插了经典戏曲唱段，通过细腻的叙事展现中国传统戏曲的独特魅力，以及那个特殊年代下国人在动荡中的动人情愫。

剧目立意：

原创话剧《双鲤记》以民国戏班为背景，我们希望通过这部作品，带领观众穿越时空，回到那个动荡与变革的特殊时代。在历史的长河中，戏班则是那个时代文化的重要载体。在这样的背景下，我们试图以戏班为媒介，通过几封来往匆匆的信件串联起三个人物的命运，这是三个人的身不由己，其背后更是一群人被时代裹挟着的无可奈何与人性纠纷。观众或为最纯粹的吸引而震撼，或为曲中人的无奈而悲哀，从而引发对戏班在边缘

流动的生存韧性、文学与情感的共鸣、理想与现实的阶级差异等问题的思考。

戏剧作为一种情感共鸣的工具，《双鲤记》的故事旨在触动观众内心深处的某一个角落。历史的痕迹与情感的共鸣交织在一起，通过戏曲与故事的融合，展开一幅爱恨交织的画卷。

同时，动荡之中的文化也产生着碰撞。民国时期的戏班文化不仅反映了当时社会的文化风貌，也承载了中国传统艺术形式的传承与发展。西方文化对中国社会产生了深远的影响，人们的着装和行为逐渐现代化，情感表达也变得更加直接和热烈。这反倒拓展了戏曲表演与经营模式发展的空间。混乱与浪漫的时代推向了戏班最后的辉煌，奠定了向死而生的艺术景观。

剧情梗概：

《双鲤记》描绘了一个命运与情感交织的故事。故事发生在二十世纪三十年代的乐平楼，伴随着被遗弃的妓女之子郑有笙的成长徐徐展开。在此动荡的时代，戏班作为传统文化的活态载体却生存得草根般飘摇，才子佳人不过昙花一现，对艺术文学的纯粹追求也不免于喧嚣中沉寂。

郑有笙，一个妓女之子的天才歌者，虽然在戏班里崭露头角，却始终无法摆脱身世的阴影。他深爱文学与艺术，却始终不敢追求属于自己的幸福。在戏班里，郑有笙深受师姐陈渔的关爱与照顾，相依为命的两人早就

成为最密不可分的家人。

向之左，一位军阀家族的才子，才情出众却陷入家族的压力与期望之中。战场上的一次逃兵事件，使他与父亲的关系变得疏远。一次偶然的相遇，向之左与郑有笙在诗词与心灵上产生了深深的共鸣。与此同时，两人的信件往来，也成了郑有笙难得的心理慰藉。

随着故事的推进，郑有笙与陈渔的深厚情谊面临考验。在感情、忠诚与个人梦想之间，郑有笙面临着艰难的抉择：是否继续忠于师姐与戏班，还是为了向之左与自由奋力一搏？然而，命运的残酷让一切美好的期望都化为泡影——向之左的订婚消息传来，陈渔也隐藏着不为人知的心事，郑有笙最终选择了孤独与离别。

《双鲤记》以深沉的情感、浓郁的诗意以及复杂的角色关系为特色，展现了一个身世卑微却追求艺术与爱情的人的孤独与奋斗。剧中的每一封信、每一次相遇、每一个情感的波动都充满了无奈与渴望，最终谱成一曲时代悲歌——无论是郑有笙的自我牺牲，还是向之左的身世悲剧，都让人感叹命运的不公与人心的复杂。

## （二）导演构思

双鲤记是一沓泛黄的旧信纸，我在回头望，去讲这段渺小残缺却沾满阳光的故事。在这个故事里的每个人都带着其扭捏纠结的悲剧点，而贯穿

其中的是“错位的爱”。

陈渔的爱错位在其本质爱的是自己的欲望。陈渔这样一个看似云淡风轻的诱导者角色却是整个故事里最彻头彻尾的悲剧人物。她是太多的不得已，聪明伶俐却有自己的倔强，重情率真却也足够狠心。她是被这个戏班和时代蹂躏出的强大模样，圆滑的深处是锋利的自我。

无可否认她爱着有笙，她想保师弟周全，郑有笙是另一个更单纯的她。她也爱着之左，因为哪怕寥寥几面隐去身份的接触她也难得地得到了绝对的尊重，于是她爱他能给的世俗成就，她爱自己的欲望。可即使如此，这份感情也并不完全属于她。因为那不是她的文字，亦不是对她的心有所向。

陈渔总是在面对着这样的残忍，但也或许是经历了太多这样的失望与错位所得，哪怕一切燃尽后，她仍然强大地选择活着，那份韧劲推着她咿咿呀呀地唱着，摇摇晃晃地走着。

向之左则是将自己对于臆想的完美伴侣的爱错位到陈鱼身上。与其认为他接受不了陈鱼是个低贱的男戏子，不如说他接受不了陈鱼是任何人。

人总是会在自己虚构的完美里越陷越深。向之左拥有着很畸形的生长环境，他是一个固执却懦弱的叛逆者，陈鱼于他而言无疑是那一束光去满足他在父权压制下个人精神世界里的所有需求。某种程度上他是这个悲剧的造就者，他无可奈何的“懦弱”与看似坚不可摧的“强大”都扭和在一起推倒了这段关系。理想主义的崩塌下，他终是情种，矛盾的岩石下抽出的青绿动人的枝便是他短暂的一生。

而对于有笙，他的爱究其根本是对自己精神世界的追求。并不完整的童年，和师姐一起跌跌撞撞地长大，比起有依靠，他们更像是互相依偎。在那样的环境里倔强地练习就足矣让他们有饭吃有个可以苟活地身份和技能。但并没有人教给过他们如何去爱人或是被爱，所以在面对知己这般的感情时，他只剩下莽撞地试探与近乎固执地坚持，他总在希望自己一直付出感情就会有好的结果。但比起说这是对于向之左的一往情深，这或许更多的是对于自己从未被关照过的精神世界的倔强追求与哺育。他像是花火，绽放得热烈的同时也在离开。却也

因为足够热烈，他的一生美得像一幅残缺却动人的画。

这个悲剧故事的内核是生长环境的压迫，错位畸形双生，懦弱与倔强的互补。每个人物内心许多未曾说出口的倔强和追求造就了这一切。所以比起简单地探讨三个人之间的感情，我更愿意在创作中去展示它对于人性的剖析，我们对灵魂深处共鸣的追求总是在欲望里不断加码，使它背负上世俗的期待或是远超于其本身的精神价值。并且这是一个非常市场化的故事，我亦希望能让观众在任意一个人物上寻找到一点自己的影子，从而有所共鸣，或许释然一笑或许留下几滴眼泪，都是送给他们三位最好的礼物。或许他们三位从未并肩，他们错位地对立相拥，将对方刺得满身疮痍。旧故事翻开，我们都在自己的欲望里挣扎，去狼狈而浪漫地拥抱那束名为“知己”的光。

# 二、自制剧目设计方案

## （一）舞美设计

设计意义阐述

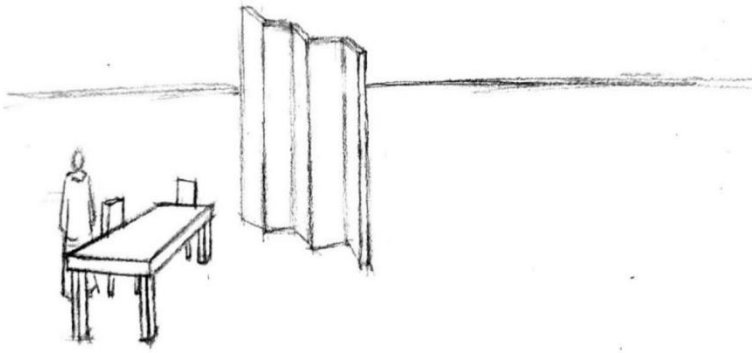
屏风是有笙心理环境的外化，送信中几次推动屏风也是表达有笙心里环境的改变。花鸟一面是有笙的常态心里环境，他在戏班长大，他演虞姬成了名，这是他保持自尊、甚至去回绝他不喜欢的人的根本。金色是虞姬的代表色，被灯光照耀，则明亮夺目，不被灯光照耀时，金色会显得浑浊发乌，正像有笙台上台下迥异的心理环境；红色一面则是欲望符号，是他对知己的渴望，也促使他最终做出复仇行动（红色同样有这个意味）。

有笙房间的桌椅是揭下传统戏曲桌围椅披的模样，象征着去除了名角光环、脱掉了虞姬戏服后的有笙，同时也暗示了身处这个空间时的有笙，不会把世俗利益作为选择时考量的首位。桌椅选用红色，可与翻转后的红色屏风形成色彩关系，也是有笙内心世界的外化方式。

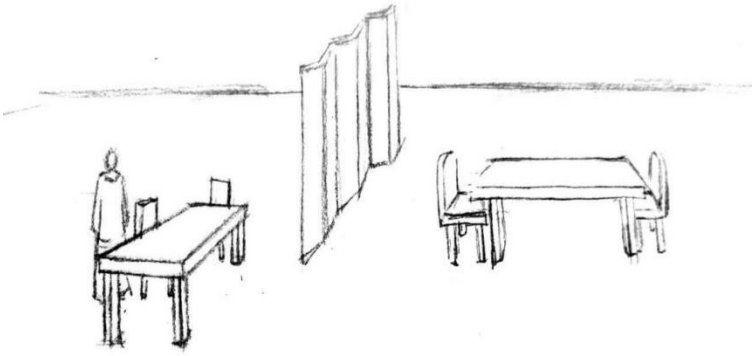
向之左的房间同样使用一桌二椅，与有笙形成呼应，但二人相同的一桌二椅却以不同的方式摆放。在视觉意象上直接点明二人身为知己，相似又不同的特点。

舞台设计简图

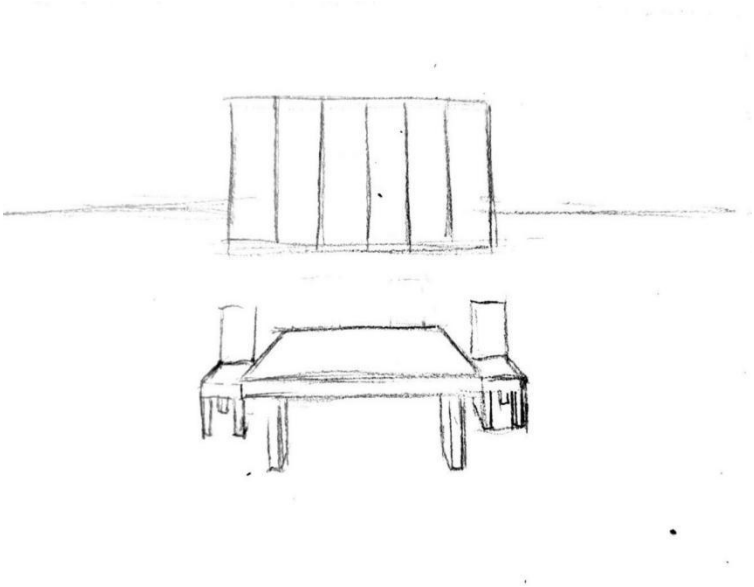
第一场：



第二场：



第三场：



屏风设计示意图





## （二）服装设计

郑有笙：

命运凄惨但内心细腻善良、才思敏捷但懦弱的民国戏班台柱子



（1）服装设计理念：深刻反映其复杂的人物性格与命运轨迹，同时传达出角色的内在美与悲剧色彩。郑有笙是整个戏班的希望，但是却是师姐牺牲自己而换来的。从这一点上来看，他整个人物的基调就是悲凉的。他有才华，但怀才不遇。他有美好的品德，但是却生活在一个污秽的地方，这些都不是他所愿意的。命运弄人，他是在泥潭中开出的一朵小花，努力挣扎但很容易就被轻易摧残。悲剧之美，细腻之魂。主色调

选用柔和而略带忧郁的淡蓝、浅青灰，这些色彩既能体现角色内心的细腻与善良，又能暗示其命运的凄惨与无奈。在服装的某些细节处，如领口、袖口或裙摆，巧妙融入一抹温暖的颜色，如淡粉或米白，象征角色内心未泯的善良与希望，如同黑暗中的一缕微光。

（2）材质与面料：选用细腻柔软的棉麻材质既能贴合角色细腻的性格，又能通过触感传达出角色的温柔与善良。在服装的细节处下功夫，如精致的刺绣、繁复的盘扣或细腻的褶皱，这些元素不仅体现了角色的艺术修养，也暗示了其内心的细腻与敏感。配饰选择简约而富有韵味的配饰，古朴的玉佩、朴素的檀木手串，这些配饰既能彰显角色的品味与气质，又不会过于张扬，符合其懦弱而善良的性格。

（3）整体氛围：悲剧与美的融合，整体设计在保留民国戏班服饰特色的同时，融入现代审美与穿着习惯，使角色形象更加立体、生动。通过色彩、材质、款式与配饰的巧妙搭配，营造出一种悲剧之美，让观众既能感受到角色命运的凄惨与无奈，又能体会到其内心的细腻与善良。

（4）总结：通过这样的设计理念，民国戏班台柱子这一角色的形象得以生动展现，其服饰不仅反映了其命运的凄惨与内心的细腻善良懦弱，更深刻地揭示了角色内在的美与悲剧色彩，让观众在欣赏服饰的同时，也能深刻感受到角色的魅力与故事。

郑有笙（戏曲扮相）：

这套服装是最后一幕，郑有笙与向之左最后一次见面的时候所着的衣服。



（1） 服装设计理念：深入挖掘角色的性格特质与命运轨迹，通过服饰的细节与整体风格，深刻展现其内心的细腻、善良与懦弱，同时映射出其命运的凄惨。选用低饱和度的青灰色，暗喻其命运的悲伤与凄惨。在服装的某些细节处，如袖口、领边或衣摆，融入苍白、淡黄或浅灰蓝，象征着角色内心的挣扎和无助。

（2） 材质与面料：选用柔软而细腻的丝绸面料，角色最后一曲惊鸿，凄美赴死。

（3） 款式设计：结合民国时期的传统戏服的戏曲长衫、精致的盘扣、宽松的袖型，既符合角色戏班台柱子的身份，又能展现其独特的个人魅力。在服装的细节处下功夫，如精致的刺绣、繁复的图案或细

（4） 腻的褶皱，这些元素不仅体现了角色的艺术修养，也暗示了其内心的细腻与敏感。同时，服装的设计应体现出角色的懦弱性格，如避免过于张扬的装饰，选择更为低调、内敛的款式。在配饰中融入戏班元素，如戏曲脸谱的小挂饰、戏曲道具的缩小版等，这些元素不仅是对角色身份的强化，也是对角色命运的隐喻。

（5） 整体氛围:整体设计保留民国戏班服饰特色,使角色形象更加真实、生动。通过色彩、材质、款式与配饰的巧妙搭配，营造出一种悲情之美，让观众既能感受到角色命运的凄惨与无奈，又能体会到其内心的细腻、善良与懦弱。更深刻地揭示了角色内在的美与悲剧色彩，让观众在欣赏服饰的同时，也能深刻感受到角色的魅力与故事。

陈渔：民国落魄小姐



（1） 人物服装设计理念：旨在通过服饰的细节与整体风格，深刻描绘出这一角色在落魄的境遇下，内心世界的坚韧与不屈。主色调采用黄绿色，陈渔是一个从小被卖到戏班子的小姐。虽然身处逆境，但是始终坚韧不拔的好好活下去，并且和师弟相依为命。从他身上透露出一股顽强的生命力和坚韧不拔的精神，在这样的环境中始终保持着乐观开朗的性格。还有一些圆滑世故，所以旗袍采用的是富有生机与活力的青绿色。适当使用金色、银色或淡雅的青色色作为点缀，既是对她曾经尊贵身份的微妙回忆，也象征着她内心深处未被磨灭的高洁与希望。

（2） 材质与面料：结合棉麻布料，代表她当前的落魄生活，精致优雅的

版型和蕾丝裙衬则是对她往昔精致生活的隐约映射。

（3） 款式设计：以传统旗袍为基础，进行适度的改良，如缩短长度、调整剪裁，使其更加符合现代审美，同时保留民国服饰的韵味。搭配简朴的毛衣披肩，虽不华丽，却透露出她曾经的品味与教养，以及面对困境时的优雅与从容。 配饰选择避免使用过于繁复的珠宝，转而选择简单的珍珠项链，既符合她的落魄身份，又能彰显她内心的纯净与高贵。

（4） 总结：通过这样的设计理念，民国落魄小姐的形象得以生动展现，她的服饰不仅反映了她生活的变迁，更深刻地揭示了她内心的坚韧与不屈。

向之左：

向之左是民国军阀家中一位喜好文章、挣扎、不受宠但才思敏捷、郁郁不得志且被家族控制的大少爷形象。



（1） 服装设计理念：旨在通过服饰的细节与整体风格，深刻反映 其复杂的人物性格、家族地位以及内心的挣扎与才情。才子的家族枷 锁与心灵自由。主色调采用低调而内敛的色彩，淡雅的灰棕色、柔和的米白或略带忧郁的浅灰，这些色彩既能体现角色在家族中的边缘地 位，又能映射其内心的挣扎与郁郁寡欢。在服装的某些细节处，如领 带、袖口或内衬，巧妙融入一抹鲜艳或深邃的酒红或墨绿，这些色彩 象征着角色内心未被家族枷锁束缚的才情与激情，如同被囚禁的凤凰，虽困顿仍不失华丽。

（2） 材质与面料：选用柔软而有质感的、带有自然光泽的亚麻，这些面料既能贴合角色文质彬彬的形象，又能通过触感传达出其内心

的细腻与敏感。

（3）款式设计：精致内敛的西装、宽松的袖型与裤脚，这些设计既符合角色军阀家族的背景，又能展现其独特的个人魅力与才情。在服装的设计中，适度加入束缚感，如紧身的剪裁、繁复的纽扣或精致的绑带，这些元素不仅是对角色被家族控制的隐喻，也体现了其内心的挣扎与束缚。同时，在细节处展现其才情，如在衣领、袖口或衣摆处融入精致的刺绣、图案或文字，这些元素象征着角色内心的丰富与才思敏捷。营造出一种文弱才子的双重性格氛围——既展现出其在家族中的边缘地位与挣扎，又透露出其内心的才情与对自由、爱情、逃离的渴望。

（4）总结：通过这样的设计理念，民国军阀家中大少爷这一角色的形象得以生动展现，其服饰不仅反映了其家族地位、内心挣扎与才情，更深刻地揭示了角色内在的美与悲剧色彩，让观众在欣赏服饰的同时，也能深刻感受到角色的魅力与故事。

小厮



（1） 服装设计理念：民国时期少爷身边的小厮，其服装设计理念体现出小厮的身份地位、服务性质以及与少爷之间的主仆关系，同时融入民国时期的服饰特色与时代背景。 主色调选用低调而实用的色彩，深灰、墨绿或棕褐色，这些色彩既能体现小厮的身份地位，又能与民国时期的时代背景相契合。

（2） 材质与面料：选用耐磨、易清洗的面料，如棉麻混纺、粗布 或亚麻，这些面料既符合小厮日常劳作的需求，又能体现其朴实无华 的性格。结合民国时期的传统服饰元素与穿着习惯，设计短衫、宽松 的裤装与简便的布鞋，这些设计既符合小厮的身份地位，又能满足其 日常劳作的需求。在服装的设计中融入功能性元素，如多口袋设计、可调节的袖口与裤脚等，这些设计不仅方便小厮携带物品与调整服装，也体现了其服务性质与实用性。选择简约而实用的配饰，如布质腰带、

布鞋或简单的头饰（如头巾、帽子），这些配饰既能满足小厮的日常需求，又不会过于张扬，符合其谦卑的身份。

（3）总结：整体设计通过色彩、材质、款式与配饰的巧妙搭配， 营造出一种忠诚与谦卑的氛围，让观众在欣赏服饰的同时，也能深刻 感受到小厮这一角色的性格特质与时代背景。服饰反映了其身份地位、服务性质。

## （三）化妆设计

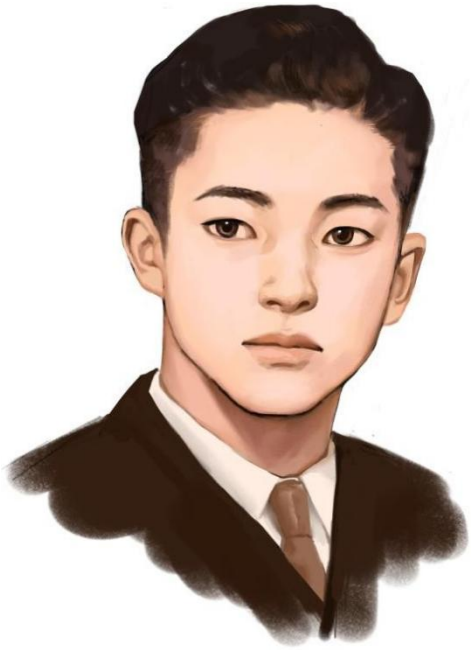
郑有笙



陈渔



向之左



# 三、自制剧目制作方案

## （一）日程安排

**自制剧目《双鲤记》校园版**
**工作日程（2025年2月）**

| 周五 | 周六 | 周日 | 周一 | 周二 | 周三 | 周四 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2月21日 | 2月22日 | 2月23日 | 2月24日 | 2月25日 | 2月26日 | 2月27日 |
| 概念会议 | 发布组训<br>招募演员 | 收集演员信息<br>及试戏视频 | | 线上建组会 | 设计会议 | 剧本围读 |
| 2月28日 | 3月1日 | 3月2日 | 3月3日 | 3月4日 | 3月5日 | 3月6日 |
| 第一阶段排练<br>剧本修改 | | | | | | 第一次<br>舞美、服装、化装<br>方案确定<br>创作会 |
| 3月7日 | 3月8日 | 3月9日 | 3月10日 | 3月11日 | 3月12日 | 3月13日 |
| 定妆 | 联排 | 第一阶段<br>20分钟片段录制 | 第二阶段排练 | | | |
| 3月14日 | 3月15日 | 3月16日 | 3月17日 | 3月18日 | 3月19日 | 3月20日 |
| 第二阶段<br>5分钟片段录制 | 确定设计方案<br>提交策划案申报表 | | | | | |

**自制剧目《双鲤记》校园版**
**工作日程（2025年4月）**

| 周五 | 周六 | 周日 | 周一 | 周二 | 周三 | 周四 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 4月11日 | 4月12日 | 4月13日 | 4月14日 | 4月15日 | 4月16日 | 4月17日 |
| | | 协调演员时间<br>设计会议 | 发布组训<br>招募人员 | 方案修改<br>控制方案设计进度、密切联系导演与设计师 | | |
| 4月18日 | 4月19日 | 4月20日 | 4月21日 | 4月22日 | 4月23日 | 4月24日 |
| 确认<br>第三阶段方案及人员 | 准备被排练代用道具<br>测量服装尺码 | | | | 第三阶段排练 | |
| 4月25日 | 4月26日 | 4月27日 | 4月28日 | 4月29日 | 4月30日 | 5月1日 |
| 第三阶段排练 | | | | | | |

**自制剧目《双鲤记》校园版**
**工作日程（2025年5月）**

| 周五 | 周六 | 周日 | 周一 | 周二 | 周三 | 周四 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5月2日 | 5月3日 | 5月4日 | 5月5日 | 5月6日 | 5月7日 | 5月8日 |
| 设计方案确定<br>开始制作布景、道具 | 设计灯光方案 | 跟进制作进度 | | | | |
| 5月9日 | 5月10日 | 5月11日 | 5月12日 | 5月13日 | 5月14日 | 5月15日 |
| 第四阶段排练 | | | | | | 细化音乐<br>及灯光方案 |
| 5月16日 | 5月17日 | 5月18日 | 5月19日 | 5月20日 | 5月21日 | 5月22日 |
| 第五阶段排练 | | | | | | 演员试装 |
| 5月23日 | 5月24日 | 5月25日 | 5月26日 | 5月27日 | 5月28日 | 5月29日 |
| 舞美制作完成 | 排练场联排（带布景道具） | | | | | |
| 5月23日 | 5月24日 | 5月25日 | 5月26日 | 5月27日 | 5月28日 | 5月29日 |
| 排练场联排<br>（带布景道具） | 演员拍摄正式定妆照 | 演员拍摄正式定妆照 | 技术合成 | | 彩排 | |
| 5月30日 | 5月31日 | | | | | |
| 审查场 | 技术调整 | | | | | |

**自制剧目《双鲤记》校园版**
**工作日程（2025年6月）**

| 周五 | 周六 | 周日 | 周一 | 周二 | 周三 | 周四 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 6月1日 | 6月2日 | 6月3日 | 6月4日 | 6月5日 |
| | | 演出 | | | | |
| 6月6日 | 6月7日 | 6月8日 | 6月9日 | 6月10日 | 6月11日 | 6月12日 |
| 演出 | | | | | | |
| 具体演出时间视情况而定 | | | | | | |

# （二）预算资金分配

**自制剧目《双鲤记》校园版**
**演出成本估算表**

| 序号 | 名称 | 数量 | 单位 | 合计/元 | 备注 |
|---|---|---|---|---|---|
| **一、人员劳务** | | | | / | **免酬** |
| **二、制作费用** | | | | **¥14,680** | |
| 布景制作 | | | | ¥10,180 | |
| 1 | 屏风 | 1 | 个 | ¥4,000 | |
| 2 | 戏曲桌椅 | 1 | 套 | ¥3,000 | |
| 3 | 欧式桌椅 | 1 | 套 | ¥3,000 | |
| 4 | 丝绒布 | 1 | 匹 | ¥180 | |
| 道具制作及购买 | | | | ¥1,000 | |
| 1 | 小道具 | / | / | ¥1,000 | |
| 服装制作及购买 | | | | ¥3,000 | |
| 1 | 服装制作 | 5 | 人 | ¥3,000 | |
| 化装 | | | | ¥500 | |
| 1 | 化装耗材 | 5 | 人 | ¥500 | |
| **三、日常消耗费用** | | | | **¥200** | |
| 1 | 办公用品 | / | / | ¥100 | |
| 2 | 医药箱 | / | / | ¥100 | |
| **四、机动资金** | | | | **¥1,000** | |
| | | | 合计 | **¥15,880** | |

**自制剧目《双鲤记》商演版**

**演出成本估算表**

| 序号 | 项目 | 数量 | 单位 | 天数 | 单价/元 | 合计/元 | 备注 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 一、人员劳务 | | | | | | | |
| 创作部门劳务 | | | | | | | |
| 1 | 制作人 | 1 | 人 | / | / | ￥12,000 | |
| 2 | 编剧 | 1 | 人 | / | / | ￥30,000 | |
| 3 | 导演 | 1 | 人 | / | / | ￥30,000 | |
| 4 | 作曲 | 1 | 人 | / | / | ￥10,000 | |
| 5 | 灯光设计 | 1 | 人 | / | / | ￥10,000 | |
| 6 | 布景设计 | 1 | 人 | / | / | ￥10,000 | |
| 7 | 道具设计 | 1 | 人 | / | / | ￥10,000 | |
| 8 | 服装设计 | 1 | 人 | / | / | ￥10,000 | |
| 9 | 化装设计 | 1 | 人 | / | / | ￥10,000 | |
| 10 | 戏曲指导 | 1 | 人 | / | / | ￥8,000 | |
| 11 | 平面设计 | 1 | 人 | / | / | ￥8,000 | |
| 12 | 宣传统筹 | 1 | 人 | / | / | ￥8,000 | |
| 13 | 票务统筹 | 1 | 人 | / | / | ￥8,000 | |
| 14 | 舞台监督 | 3 | 人 | 30天 | 200/天 | ￥18,000 | 排练 |
| | | | | 3天 | 800/天 | ￥14,400 | 时间 |
| 技术人员演出劳务 | | | | | | | |
| 1 | 舞台布景迁换工作人员 | 2 | 人 | 3天 | 300/天 | ￥1,800 | |
| 2 | 灯光控制人员 | 1 | 人 | 3天 | 300/天 | ￥900 | |
| 3 | 音响控制人员 | 1 | 人 | 3天 | 300/天 | ￥900 | |
| 4 | 多媒体控制人员 | 1 | 人 | 3天 | 300/天 | ￥900 | |
| 5 | 抢装师 | 1 | 人 | 3天 | 300/天 | ￥900 | |
| 6 | 化妆人员 | 1 | 人 | 3天 | 300/天 | ￥900 | |
| 演员 | | | | | | | |
| 1 | 主要演员（排练） | 3 | 人 | 30天 | 300/天 | ￥18,000 | |
| 2 | 主要演员（演出） | 3 | 人 | 3天 | 800/天 | ￥14,400 | |
| 3 | 次要演员（排练） | 2 | 人 | 10天 | 300/天 | ￥6,000 | |
| 4 | 次要演员（演出） | 2 | 人 | 3天 | 800/天 | ￥4,800 | |
| | | | | | 合计 | ￥239,900 | |
| 二、制作费用 | | | | | | | |
| 1 | 布景制作 | / | / | / | / | ￥20,000 | |
| 2 | 道具制作购买 | / | / | / | / | ￥10,000 | |
| 3 | 服装制作购买 | / | / | / | / | ￥5,000 | |
| 4 | 化装耗材 | / | / | / | / | ￥4,000 | |
| 5 | 音乐录音 | / | / | / | / | ￥4,000 | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6 | 灯光、音响器材租赁费 | 6 | 场 | / | 2000/元 | ￥12,000 | |
| | | | | | 合计 | ￥55,000 | |
| 三、行政费用 | | | | | | | |
| 1 | 舞台监督用品费用 | / | / | / | / | ￥500 | |
| 2 | 打印费用 | / | / | / | / | ￥500 | |
| 3 | 餐食 | 12 | 人 | 33 | 40/人（天） | ￥15,840 | |
| 4 | 交通 | / | / | / | / | ￥1,000 | |
| 6 | 灵活费用 | / | / | / | / | ￥1,000 | |
| | | | | | 合计 | ￥18,840 | |
| 四、运输费用 | | | | | | | |
| 1 | 排练期间 | / | / | / | / | ￥2,000 | |
| 2 | 装台 | / | / | / | / | ￥10,000 | |
| 3 | 拆台 | / | / | / | / | ￥5,000 | |
| | | | | | 合计 | ￥17,000 | |
| 五、场地费用 | | | | | | | |
| 1 | 排练场 | 30 | 天 | 30 | 700/天 | ￥21,000 | |
| 2 | 活动场地租赁 | 1 | 天 | 1 | 1000/天 | ￥1,000 | |
| | | | | | 合计 | ￥22,000 | |
| 六、宣传费用 | | | | | | | |
| 1 | 媒体宣传 | / | / | / | / | ￥350,000 | |
| 2 | 新闻稿撰写及发布会 | / | / | / | / | ￥10,000 | |
| 3 | 衍生品制作 | / | / | / | / | ￥20,000 | |
| 4 | 公关费用 | / | / | / | / | ￥5,000 | |
| | | | | | 合计 | ￥385,000 | |
| 七、装台费用 | | | | | | | |
| 1 | 装台费用 | / | / | / | / | ￥10,000 | |
| 八、保险费用 | | | | | | | |
| 1 | 保险 | 17 | 人 | / | 300/人 | ￥5,100 | |
| 九、不可预见费用 | | | | | | | |
| 1 | 机动经费 | | | | | ￥25,000 | |
| 演出成本估算总计 | | | | | | 392840 | |

截图(Alt + A)

# 四、自制剧目营销计划

## 1．宣传计划

| 阶段 | 时间 | 宣传内容 |
| --- | --- | --- |
| 预热阶段 | 演出前一个半月 | 主视觉海报设计及发布、演员及主创公开、官方账号开始陆续发布排演相关图片视频 |
| 前期宣传阶段 | 演出前一个月 | 定妆照拍摄、宣传海报及折页设计与印刷、周边衍生品设计制作、宣传片拍摄发布、自制综艺录制及更新播出、剧场公众号及票务公司宣传、预演及发布会招募及邀请 |
| 演出前宣传 | 演出前半个月 | 发布会直播与营销、预演场精彩片段宣传发布、演出前一周每日倒计时海报制作与发布 |
| 演出期间宣传 | 演出期间 | 剧照与星光合影发布及互动、合作自媒体发布网络评贴、发布二创作品征集信息 |

## 2．总体思路

首先我们对本剧的主要目标受众展开分析，本剧的目标观众群体是以15-35 岁年轻女性为主的年轻化观演群体，同时其也是当前戏剧演出市场观众的主要群体，具有较高的购买力和活跃度。

所以在演出定位宣传方面我们会坚持发挥剧本的“民国特色”、“中国传统戏曲文化”，“人民的文化”，“阶级压迫与抗争”，“错位的爱”等热点，并以话剧的高接受度来进行宣传。定位于轻情感剧，大众娱乐市场，戏曲文化，民国文化爱好者等关键词来吸引热度。

从近两年中国演出市场票房排名中可见，话剧和音乐剧演出内容中，排名靠前的除去引进剧和经典剧本复排以外，大多数是关于情感与人生价值讨论类型的剧本，共同特点是具有较强的文艺性。并且结合收集到的以高观剧频率为主的问卷中我们也能看到，在这样定位方向下的话剧宣传

需要更多重视剧组创作人员的宣发与包装，剧本情绪价值的共鸣性能及故事本身的市场契合度。

于此，我们的宣传会从剧本本身的文艺性出发来进行市场所需要的包装，并且贴合整个演出季“新生”“年轻化”的主题在整个宣传环节重视对演员与主创的趣味宣传，形成一定程度上与剧本反差的喜剧轻松宣传氛围。

## 3．宣传策略

### （1）多渠道宣传

新媒体宣传会是我们宣传的中心 ，常规上我们会通过微博、微信、抖音等社交媒体平台发布剧目预告、幕后花絮、演员动态等内容，与观众进行互动。

除此之外考虑到本剧的演员及主创的年轻化及趣味性，所以我们 会从建组开始定期进行剧目排练与演出的 vlog 制作与发布，并且开 发自制微综艺，在孵化场地北京喜剧院进行以场地为基础的排练日常，展示年轻剧组的生态，将剧组的神秘性打破，更轻松地贴近市场从演 员出发抓住年轻化的“乐子”热度，带来大众热度。

同时我们会在演出制作的中期与后期分批次邀请小红书、微博、微信中的 “戏剧大 V”与相关领域的媒体号及网红来到剧组探班，进行宣传与推广。并通过让主创参与电台、广播、接受采访等传统媒体的宣传方式来吸引更广泛的观众群体。并结合剧院附近的户外广告来吸引大众群体的关注。

## （2）制作宣传物料

海报、宣传单页等常规宣传品我们会选择较为年轻的制作公司来进行创作和制作，整体希望达到简洁而醒目的宣传目的，并突出剧本的民国特色。制作特色多样化周边，比如剧照仿真胶片、回忆录（剧照本）、票夹、钥匙扣等，从观众、粉丝需要出发，通过舞美、剧本内容、演员等多维度的内容来进行周边的制作。并用于票品赠送、单独售卖等多途径来带动宣传与销售。

在宣传视频方面除去宣传片的制作，我们会重点在排演的全过程 中制作多期 vlog 来拉近观众与剧组之间的距离，同时开设“圆桌会 谈”的自制微综艺，从 排练开始每周邀请不同的主创在北京喜剧院 的咖啡台进行简单的游戏和并进行剧目相关的聊天畅谈。利用年轻化、多方向的视频宣传来争取本剧的热度，以“出圈”和带来持续讨论度 为目标。

## （3）举办多样宣传活动

- 新闻发布会

在演出前召开新闻发布会，邀请大量戏剧博主、各路媒体、观众代表参加。全剧组首次集体公开与观众见面，除去创作制作基本情况介绍外，演唱少许精彩戏曲唱段，达到抢先看的热度效果 。

- 线上直播

充分利用演员本身热度在官方账号和演员本人账号进行多次直播互

动，分享排练日常并与观众进行及时高效的互动交流。

• 预演场部分片段公开

邀请相关博主与媒体观看预演场，并允许拍摄与上传部分表演片段，从实际演出精彩片段出发，在演出前最后再次带起观众热度与好奇。

• 舞台导览

在演出的两周中公开免费招募观众参与舞台导览，实地走上表演舞台，讲解道具布景制作等巧思，使更多观众看到演出背后的细节，宣传演 出的高品质。

• 二次创作挑战

在首周演出后开展二次创作的征集，合适的作品会在末场的特别返场中进行上演。通过激发观众对于人物故事或是剧本更多平行世界可能性的创作热情来带来对于剧本更高的讨论度与观众参与度。

## 4．宣传效果实时评估

（1）及时统计观众人数，通过观众人数来调整之后场次的宣传营销方案，评估宣传结果。

（2）舆情检测，时刻监控各路公众号、豆瓣、微博等相关话题下的讨论热度与宣传活动的传播效果，并认真对待各平台的观众 repo。

（3）观众调研，线上线下的调查问卷发放，收集更多的观众期待与对满意度的评价。