

2026 年中关村国际青年艺术季项目合同

甲方：北京市海淀区文化和旅游局

地址：北京市海淀区西四环北路 11 号

法定代表人：黄英

联系方式：010-82617916

乙方：国深文化发展（深圳）有限公司

地址：深圳市福田区梅林街道下梅社区梅丽路 9 号 APARK 深圳数字艺术公园 L6-08P

法定代表人：郭利群

联系方式：64000309；15810386693

签订合同地点：北京市海淀区

通过竞争性磋商采购方式，甲方同意乙方作为“2026 年中关村国际青年艺术季”项目的服务商。甲乙双方共同协商订立本合同，甲乙双方应严格遵守并履行合同约定：

1. 合同文件组成

下列文件均为本合同不可分割的组成部分，互为补充和解释，如有不清或相互矛盾之处，以所列顺序在前的为准，但甲乙双方有特别约定的除外：

1.1 本合同条款

1.2 招标文件及其澄清文件

1.3 投标文件及其澄清文件

1.4 中标通知书

1.5 形成合同的其他有关文件，包括甲乙双方就具体服务内容签订的补充合同。

2. 合同术语定义

除非另有特别的解释或说明，在本合同中及与合同相关的，甲乙双方另行签署的其他文件（包括但不限于本合同的附件）中，下述词语均按照如下定义进行解释：

2.1 “甲方”系指“2026 年中关村国际青年艺术季”项目的主办方；即招标人；

2.2 “乙方”系指根据合同规定向甲方提供服务的具有法人资格的实体；即中标人；

2.3 “合同”系指甲乙双方签署的，合同格式中载明的甲乙双方所达成的约定，包括构成合同的所有附件、附录和构成合同的所有文件；

2.4 “服务”系指乙方根据合同规定须向甲方提供的全部服务。

3. 合同服务范围

3.1 本合同的服务范围是指乙方按照招标文件要求为甲方提供服务。

实施时间：从 2026 年 5 月持续至 2026 年 6 月底，直至 2026 年中关村国际青年艺术季项目结项，具体时间安排以采购人通知为准。

实施地点：北京市海淀区

4. 服务权限

4.1 乙方作为甲方选定的服务商，必须根据甲方要求，承担在投

标文件中向甲方承诺的服务范围内的相关工作。

4.2 任何情况下，未经甲方书面同意，乙方不得向第三方转让甲方在本合同中授予乙方的权限，不得超越甲方授权范围。否则甲方有权取消乙方的中标人资格。

5. 特别承诺

乙方应保证无任何第三方就乙方向甲方提供的服务主张任何权利。如果任何第三方就乙方向甲方提供的服务主张任何权利，乙方须与第三方交涉并承担由此而产生的一切法律责任和费用，并赔偿因此给甲方造成的一切损失，以及甲方为反驳第三方的主张、向乙方主张权利所支付的各项费用，包括但不限于调查费、律师费、诉讼费等。

6. 合同金额

6.1 本项目合同金额¥ 5852000 元（大写：伍佰捌拾伍万贰仟元整）

7. 付款方式

7.1 甲方和乙方因本合同发生的一切费用均以人民币结算及支付。

7.2 甲方凭乙方交来的合同、发票、服务项目明细等内容向乙方支付服务费。

7.3 合同生效后 5 个工作日内且甲方资金到账后，乙方按合同总额的 60%开具等额、合法的增值税发票，甲方收到前述发票后 20 个工作日内，向乙方支付合同总额的 60%，即¥ 3511200 元。大写：叁佰伍拾壹万壹仟贰佰元整。

7.4 项目验收结束后 5 个工作日内，乙方按合同总额的 40%开具等额、合法的增值税发票，甲方收到前述发票后 20 个工作日内，

向乙方支付合同总额的 40%，即¥2340800 元。大写：贰佰叁拾肆万零捌佰元整。

7.5 甲方所付款项来源为财政拨款，若因财政预算调整、拨款审批程序延迟、资金调度等非因甲方原因造成的财政资金未能按时到位，导致甲方未能按本协议约定期限向乙方支付款项的，不视为甲方违约，甲方无需就此承担任何违约或损害赔偿责任，且乙方的合同义务不得因此中止或延迟履行。

8. 甲、乙双方的责任、权利及义务

8.1 甲方的责任、权利及义务

1. 甲方向乙方提出服务工作的内容、完成时间、完成质量等具体要求；

2. 甲方对乙方的工作可提出改进和纠正意见；

3. 甲方检查监督乙方完成委托项目工作的进度，组织专家或者通过评估，对乙方提交的委托项目工作成果的质量进行评审和验收；

4. 甲方根据乙方开展工作的实际情况支付给乙方所需费用；

5. 负责委托项目所涉及的、与甲方有关的外部联系和协调工作。

8.2 乙方的责任、权利和义务

1. 乙方按照甲方要求，完成甲方指定服务内容，具体内容详见附件《采购需求》；

2. 乙方认真按照合同要求完成委托项目工作，随时接受甲方的检查监督，并为检查监督提供便利条件。

9. 税费

9.1 根据国家现行税法规定，应当对甲方征收的与本合同有关的一切税费均由甲方负担。

9.2 根据国家现行税法规定,应当对乙方征收的与本合同有关的一切税费均由乙方负担。

9.3 在中国境外发生的与本合同执行有关的一切税费均由乙方负担。

10. 计量单位

除技术规范中另有规定外,计量单位均使用国家法定计量单位。

11. 保密

11.1 乙方因承接本合同约定项目所知悉的本项目信息或甲方信息,以及在项目实施过程中所产生的与本项目有关的全部信息均为甲方的保密信息,乙方应按照《中华人民共和国保守国家秘密法》《中华人民共和国保守国家秘密法实施办法》及甲方关于保密工作的相关要求,对上述保密信息承担保密义务,但此保密信息甲方告知以前乙方已经知道、或者保密信息已为公众所知的除外。未经甲方书面同意,乙方不得将甲方保密信息透露给任何第三方。

11.2 乙方应对上述保密信息予以妥善保存,并保证仅将其用于与完成本合同项下约定项目实施有关的用途或目的。在缺少相关保密条款约定时,对上述保密信息,乙方应至少采取适用于对自己核心机密进行保护的同等保护措施和审慎程度进行保密。

11.3 乙方保证将保密信息的披露范围严格控制在直接从事本项目工作且因工作需要有必要知悉保密信息的工作人员范围内,对乙方非从事本项目的人员一律严格保密。

11.4 乙方应保证在向其工作人员披露甲方的保密信息前,认真做好员工的保密教育工作,明确告知其将知悉的为甲方的保密信息,并明确告知其需承担的保密义务及泄密所应承担的法律责任,并要求

全体参与本项目的人员签署书面《保密协议》。

11.5 经甲方提出要求，乙方应按照甲方指示在收到甲方书面通知后将甲方保密信息的所有文件或相关资料归还甲方，且不得擅自复制留存。

11.6 非经甲方特别授权，甲方向乙方提供的任何保密信息并不包括授予乙方该保密信息包含的任何专利权、商标权、著作权、商业秘密或其它类型的知识产权。

11.7 乙方承担上述保密义务的期限为直至甲方宣布解密或者秘密信息实际上已经公开。

11.8 承担上述保密义务的责任主体为乙方（含乙方工作人员）。如乙方或乙方工作人员违反了上述保密义务，给甲方造成损失的，乙方均应向甲方承担全部责任，并赔偿因此给甲方造成的全部损失。

12. 知识产权归属

12.1 双方合作期间产生的知识产权归甲方单独所有，乙方不得擅自使用或转让给第三方。

12.2 乙方提供的相关产品应是自行开发的或具备合法、合规授权，满足知识产权方面的有关规定和要求。

12.3 乙方保证向甲方提供的服务成果是其独立实施完成，不存在任何侵犯第三方专利权、商标权、著作权等合法权益。如因乙方提供的服务成果侵犯任何第三方的合法权益，导致该第三方追究甲方责任的，乙方应负责解决并赔偿因此给甲方造成的全部损失。

13. 廉政承诺

13.1 合同双方承诺共同加强廉洁自律、反对商业贿赂。

13.2 甲方及其工作人员不得索要礼金、有价证券和贵重物品；

不得在乙方报销应由本单位或个人支付的费用；不得以参与项目实施为名，接受乙方从该项目中支取的劳务报酬；不得参加乙方安排的超标准宴请和娱乐活动。

13.3 乙方不得向甲方及其工作人员行贿或馈赠礼金、有价证券、贵重礼品；不得为其报销应由甲方单位或个人支付的费用；不得向甲方工作人员支付劳务报酬；不得安排甲方工作人员参加超标准宴请及娱乐活动。

14. 违约责任

14.1 如果乙方未能在合同规定的期限或甲方书面同意延长的期限内提供服务，乙方需按日向甲方支付违约金，违约金的计算标准为按日支付合同价款的千分之零点五。如果乙方应付违约金达到最高限额后仍不能提供服务，甲方可以解除或部分解除本合同。

14.2 违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应赔偿甲方的损失，补足违约金不足部分。支付违约金、赔偿金后，除非甲方行使解除权，乙方仍应按照本合同的约定履行其义务。

14.3 如果乙方未能履行本合同规定的义务：乙方在甲方发出违约通知后 30 内，或在甲方书面同意延长的时间内未能及时纠正其违约行为，甲方可以解除或部分解除本合同。

14.4 因为乙方延迟提供服务，甲方行使解除权的，自甲方向乙方发出解除或部分解除本合同的书面通知到达乙方时，本合同即告解除或部分解除。

15. 破产解除合同

15.1 如果乙方破产、解散、清算、停业、濒临破产或因其他原因无力履行本合同时，甲方可在任何时候以书面通知乙方解除本合

同。自甲方向乙方发出解除本合同的书面通知到达乙方时，本合同即告解除。

15.2 本合同解除后，根据合同履行情况，甲方可以要求乙方恢复原状、采取补救措施，并有权要求赔偿损失。

16. 不可抗力

16.1 本合同所称不可抗力是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况，包括但不限于战争、严重火灾、水灾、台风和地震以及其他双方书面同意属于不可抗力事故。因为不可抗力导致本合同部分或全部不能履行的，可以部分或全部解除本合同，或者根据不可抗力的影响，甲乙双方协商确定适当延长履行期限，或采取其他补救措施。

16.2 受不可抗力的影响而不能履行的一方应在不可抗力发生后第一时间以书面形式通知另一方，并在不可抗力结束后十个工作日内，将有关部门出具的证明文件送达给另一方。根据不可抗力的影响，甲乙双方可以解除或部分解除本合同，或者就本合同的延期履行达成补充合同。

16.3 因为不可抗力不能履行本合同的，根据不可抗力的影响，可以部分或全部免除履约方的责任，法律另有规定的除外。一方迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

17. 合同解除后的自救措施

甲方依据法律法规和本合同的相关规定解除或部分解除本合同后，有权选择其他有能力的服务商重新作为合同乙方，另行签订服务合同，提供同类或类似服务。

18. 争议的解决

甲方与乙方之间凡因本合同引起的或与本合同有关的一切争议，双方应协商解决；协商不成的，任何一方均可向甲方住所地人民法院提出诉讼。

19. 合同修改

对本合同的任何变更，均须由甲方与乙方签署书面的合同修改书后方可生效。

20. 适用法律

本合同的订立、效力、解释、履行及争议解决，均适用中华人民共和国大陆地区法律。

21 生效及其它

21.1 本合同经双方加盖公章后生效。

21.2 本合同一式四份，以中文书写，双方各执两份，具有同等法律效力。

21.3 如需修改或补充本合同内容，经协商，双方应签署书面修改或补充合同，并将其作为本合同的组成部分。





22. 合同有效期与后合同义务

22.1 本合同自双方签署之日起生效。

22.2 本合同项下的付款义务在最后一笔款项结清后终止。但本合同中的保密（第 11 条）、知识产权保证（第 12 条）、违约责任（第 14 条）及争议解决（第 18 条）等条款，不因本合同的履行完毕而失效，其效力持续至相关义务履行完毕或法律规定的期限届满。

附件 1：《2026 年中关村国际青年艺术季方案》

2：服务清单及价款明细

甲 方	名称(或姓名)	北京市海淀区文化和旅游局			 技术合同 专用章 或 单位公章 1101081491302 2026年5月23日
	法定代表人				
	委托代理人				
	住 所 (通讯地址)	北京市海淀区西 四环北路 11 号海 淀区人民政府第 二办公区	邮政 编码	100195	
	电 话	010-82785015	传真	无	
	开户银行	北京银行燕园支行			
	账 号	01090327800120111152574			
乙 方	名称(或姓名)	国深文化发展(深圳)有限公司			 技术合同 专用章 或 单位公章 4403042709649 2026年5月23日
	法定代表人	郭利群			
	委托代理人				
	住 所 (通讯地址)	深圳市福田区梅 林街道下梅社区 梅丽路 9 号 APARK 深圳数字艺术公 园 L6-08P	邮政 编码		
	电 话	64000309; 15810386693	传真	6401580	
	开户银行	招商银行股份有限公司深圳分行营业 部			
	账 号	755977280810001			



解码·对话

遇见未来艺术+

2026年中关村国际青年艺术季 技术部分方案框架



目录 CONTENTS

01	项目理解与策略定位 从“单向宣传”到“青年解码事件”的认知升维	06	设备和道具 舞台设备+视觉内容+视觉冲击力
02	总体实施方案 双轮驱动+精准化策略+沉浸体验	07	项目团队配置 核心团队+专家顾问+外部资源联动
03	策划方案 科技赋能+沉浸式内容+互动体验	08	应急保障方案 安全预案+设备维护+现场应急响应
04	演出方案 内容+形式+视觉呈现	09	宣传方案 “内容+渠道+社群运营”三位一体
05	舞台设计 “沉浸式+科技感+互动性”三位一体	10	保密方案 内容保密+设备安全+现场秩序



01

项目理解与策略定位

从“单向宣传”到“青年解码事件”的认知升维

项目背景：联动中国国际青年艺术周 国家级品牌，打造国际青年文化新地标

国家级青年文化交流平台
中国国际青年艺术周，是我国首个以青年为主体的国家级文化交流平台，旨在搭建中外青年思想碰撞与文化交融的桥梁，活动自2008年首办，第十七届活动已于2025年5月26日在北京国家艺术中心开幕。本次活动以青年高品质影响力为抓手，中关村国际青年艺术季，引领青年文化新潮流。

作为唯一落地海淀区的国家级青年艺术周，本届活动是品牌与国家级文化IP深度融合的绝佳契机。

依托2015年活动的官方品牌，本届艺术周将进一步提升品牌影响力，引入国际资源，打造国际青年文化新地标。

核心人群

高校学生

- 学业压力大，追求高品质、沉浸式文化减压场景。
- 个性化的自我表达与艺术实践需求，但缺乏高质量展示平台。
- 社交圈层固化，渴望突破、跨文化的深度交流。

青年白领/科技精英

- 高收入、高审美、快节奏，注重体验与圈层社交。
- 需求：“工作-生活”失衡，业余生活单调，寻求精神滋养。
- 有较高的文化消费意愿和财力，但区域仍缺少匹配其审美的艺术内容。

国际青年学者与留学生

- 特征：文化使者、好奇心强、接受文化碰撞的关键节点。
- 需求：渴望深度、真实地体验中国文化，特别是当代转化，并寻找社群归属。

三维破局策略

青年感知力进阶

- 痛点：常规“官方宣传型青年感知”的单调、拉低与年轻群体的心理距离。
- 策略：打造“解码·对话”动作链，通过沉浸式科技解码艺术，激发青年参与热情与归属感，实现从旁观者转变为品牌传播者。

海淀特色显性化

- 策略：构建独特的解码矩阵，整合区域科技、文化与人文资源。
- 目标：形成易于传播、记忆深刻的超级符号，强化海淀“硬科技+厚文化底蕴”的独特区域品牌印象。

国际传播杠杆化

- 策略：通过资源串联+达人传播打造圈层传播矩阵。
- 主体：邀请驻华参赞与外籍KOL双核并行，借“外脑”讲好中国故事。
- 效果：输出“解码·对话”个人视角的内容，实现圈层影响力的有效裂变。

核心服务内容：五大活动矩阵，贯穿五月至六月的文化盛宴

<p>5月 海淀校园歌手大赛 (1场) 联动海淀区各高校优质资源，打造校园歌手季。</p>	<p>5月底 服装展演秀 (1场) 结合文化季与时尚潮流趋势，一场融合传统与现代的视觉盛宴，线上线下同步直播。</p>	<p>6月 《海淀方程式》大使参赞游海淀 (2场) 外宾团+参赞团+文化季联动，打造国际青年文化新地标。</p>	<p>6月 第四届 优秀剧目周 (7场) 引入国内外精品剧目，打造海淀青年文化品牌。</p>	<p>6月底 校园音乐节 (1场) 引入国际校园音乐节，打造海淀青年文化品牌。</p>
--	--	---	---	--

战略转型：从文化输出到价值共创

从“单向观看”到“沉浸式共创”

传统模式痛点

传统的文化输出往往单向输出，青年群体参与感弱，感知度低，存在“我方有资源，但对方没兴趣”的尴尬处境。

升级策略：沉浸式“解码游戏”

将艺术重新定义为一种类型的沉浸式互动事件，通过一系列有趣的任务与互动，引导青年从被动的“旁观者”，转变为主动的“参与者”与“共创者”。

我们的核心目标

打造“自嗨式”宣传，实现品牌价值与传播效率的双重提升，让青年不仅“看到”，更能“玩到”和“传到”。

打卡 (Check-in)

设置打卡互动打卡点，引导用户主动探索艺术展的各个角落。

二创 (Creative)

鼓励用户将现场内容转化为个人创作，平台提供创作激励，激发青年创造力，让内容成为常态。

发笔记 (Share)

在小红书、微博等社交平台上发布打卡照片，让每一位用户都能成为内容的传播者，形成裂变式传播。

领福利 (Reward)

设置用户的分享激励与福利，提高参与度，增强品牌忠诚度。活动限量发放艺术周边礼品。

打造超级IP《海泥方程式》

《海泥方程式》带领青年文化参访、外籍KOL，以“非遗传承人”的角色体验历史与艺术，承载海泥多元文化内容的符号系统，贯穿所有活动，串联起科技、文明、艺术与美学。



01/科技·高新科技

体验前沿科技，感受海泥的创新活力。沉浸式数字艺术，感受科技力量的蓬勃生长。



02/文明·三山五园

探寻历史文化，领略帝王气派的文化底蕴。在山水与古韵间，触摸古老文明的脉搏与智慧。



03/美学·颐和园

沉浸皇家园林，体验古典的古典美学。从建筑到景观，颐和园展现了东方园林艺术的独特魅力。



04/非遗·宫廷插花

外国非遗传承人现场展示插花艺术，感受中华传统插花之美。海外媒体传播，中国非遗文化价值输出。

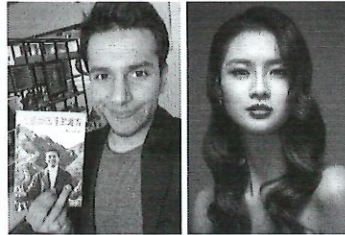
构建“国际KOL+官方媒体”的全球传播网络

国际、国内KOL矩阵·第一视角共鸣

邀请国际、国内知名KOL，以第一视角沉浸式体验并分享内容，覆盖语言与文化障碍，精准触达海外青年群体的传播网络。

官方权威矩阵

依托中国官方媒体资源构建权威的媒体传播矩阵，通过多语种、多平台协同发力，实现全球范围内的广泛传播与精准受众触达。



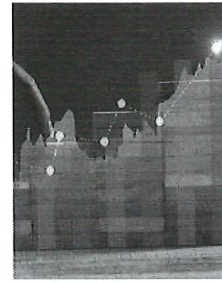
阿明 (Armen)，2009年毕业于莫斯科国立大学，毕业于北京外国语大学。在11个国家生活和工作，在多个国际组织和中小型企业担任高管。拥有全球视野，精通多语种，是“一带一路”倡议的积极推动者和实践者。

苏菲，美籍华裔，毕业于中国传媒大学，担任多个国际组织的公关和传播工作。在多个国际组织和中小型企业担任高管。拥有全球视野，精通多语种，是“一带一路”倡议的积极推动者和实践者。

广度·亿级触达
覆盖全球主流社交媒体

深度·价值认同
从内容共创到文化共鸣

项目执行标准与保障：项目执行保障



- SOP规范：引入标准化执行流程**
全面梳理项目执行流程，制定标准化操作流程，确保各环节无缝衔接，提升效率，降低项目执行风险。
- 安全指标：多重保障体系，确保万无一失**
· 物理安全：活动现场设置安全警戒线，配备安保人员，实时监控。
· 电力保障：采用双路供电+UPS不间断电源，确保设备稳定运行。
· 网络保障：采用有线+无线双网络，确保直播信号稳定传输。
- 应急预案：快速响应机制，从容应对突发**
· 设备故障：配备专业技术人员，现场10分钟内完成故障排除。
· 舆情应对：建立舆情监测机制，及时发现并妥善处理负面舆情。

项目传播目标与量化指标：全方位影响力保障



- 国内传播·全网曝光量≥5000万次**
· 负责主体：新媒体中心 | 目标：以新媒体矩阵为核心，实现全网多渠道广泛传播
- 国际传播·海外覆盖≥1亿受众**
· 负责主体：海外联络部 | 目标：主导全球传播，触达并影响广泛的海外目标受众
- 青年互动·UGC产出≥100条解码笔记**
· 负责主体：志愿者团队 | 目标：依托青年力量，鼓励内容二次创作与社交平台分享

创新亮点：引领文化新潮流



01 环保设计理念

核心举措：采用可降解环保材料制作道具，减少一次性塑料制品使用。
实际成果：活动废弃物回收率达95%，切实降低项目对环境的影响。



02 科技赋能非遗

核心举措：携手科技企业在活动现场展示非遗数字化展示。
实际成果：让非遗传承人首次使用VR技术展示技艺，吸引年轻观众。



03 创新成本控制

核心举措：采用轻量化生产物料，减少运输和应用成本，提升资源利用效率。
实际成果：物料采购成本较传统方案降低40%，实现了社会效益与经济效益的双赢。

资源整合：构建强大生态，实现降本增效



总结：

不止于一场艺术季，更是一个时代的青年宣言

01

我们创造了一个全新的青年参与模式

通过线上线下联动，融入青年的每一个生活场景。

02

我们打造了一个超级文化IP

通过线上线下联动，让超级文化IP成为青年文化符号。

03

我们构建了一个全球青年交流的平台

通过线上线下联动，让全球青年在这里相遇、相知、相爱。

展望未来

我们将持续深耕“科技+文化+国际”的融合模式，将中国国际青年艺术季打造成为具有全球影响力的青年文化品牌。



02

总体实施方案

双轨架构，标准化SOP保障落地

项目总体设计思路

项目愿景与核心目标

PROJECT VISION

项目愿景

打造一场高标准、高效率、零风险的标杆级活动，完美实现政企双方的战略意图与品牌价值，成为行业内政企合作活动的典范。

高效落地

精准落地，精准落地，精准落地，精准落地，精准落地，精准落地

目标一致

通过目标管理，确保各方在执行过程中的目标一致，确保项目顺利推进。

风险可控

通过风险评估，确保项目在各个环节的风险可控，确保项目顺利推进。

项目总体设计思路

核心设计理念：“双轨驱动+全流程SOP”

“双轨驱动”架构

轨道一：项目总指挥部
定位：总指挥与决策中心
职责：负责制定战略规划、资源统筹调配、重大决策与风险控制。

轨道二：自管执行矩阵
定位：高效的执行引擎
职责：负责项目执行各环节，形成策划、执行、监测、复盘闭环。
核心原则：严格责任分工。

“全流程SOP”标准化体系

定义：为项目执行中的每一个关键环节，制定标准化的作业流程，确保“事事有章”。

目的：通过标准化流程固化经验，减少人为失误，确保项目执行标准统一、质量稳定、交付高效。

范围：覆盖从前期策划到后期复盘的全生命周期标准化流程。

高效性 EFFICIENCY

- 明确分工，无缝衔接各环节资源，确保流程顺畅，快速落地。
- 通过优化的SOP减少了沟通成本与决策成本，提升项目整体效率。

可控性 CONTROLABILITY

- 建立自管执行矩阵，确保对核心资源与关键环节的实时监控与调整。
- 通过数据驱动决策，确保项目进度与质量可控。

一致性 CONSISTENCY

- 统一品牌视觉与传播口径，确保品牌调性在不同城市、不同环节的落地。
- 通过标准化流程，确保各环节执行标准统一，提升项目整体品质。

高效协同的执行架构

“1+5+N”指挥体系概览

“1”个项目总指挥部 | 战略大脑
负责项目整体战略、资源调配、风险控制、品牌管理等。

“5”个核心职能部门 | 专业执行
品牌传播、执行、市场、人力、运营等部门，负责项目各环节的专业执行。

“N”个现场执行小组 | 一线落地
负责项目在各城市的落地执行，确保项目高质量落地。

核心组成
由项目最高负责人牵头，联合各方资源共同推进，作为项目设计与执行协调的“中枢神经”。

战略统筹
制定项目整体战略，统筹协调各方资源，确保项目顺利推进。

资源调配
负责项目各环节的资源调配，确保项目各环节的资源需求得到满足。

最终决策
负责项目关键环节的最终决策，确保项目整体方向与目标一致。

监督与评估
负责项目各环节的监督与评估，确保项目各环节的执行质量。

协作逻辑：总指挥部统筹五大中心，统筹协调同步，构建“战略到点、精准到点”的高效指挥体系。

高效协同的执行架构

五大职能中心

01 涉外联络中心

核心职能
负责所有对外联络的统筹协调工作，搭建国际化运营的核心。

具体工作
1. 负责所有对外联络的统筹协调工作，搭建国际化运营的核心。
2. 负责所有对外联络的统筹协调工作，搭建国际化运营的核心。

02 内容创新中心

核心职能
负责所有内容的统筹与创新，确保内容的一致性与专业性。

具体工作
1. 负责所有内容的统筹与创新，确保内容的一致性与专业性。
2. 负责所有内容的统筹与创新，确保内容的一致性与专业性。

03 现场管控中心

核心职能
负责所有现场的运营与协调，确保现场运营的高效与安全。

具体工作
1. 负责所有现场的运营与协调，确保现场运营的高效与安全。
2. 负责所有现场的运营与协调，确保现场运营的高效与安全。

04 舞台技术中心

核心职能
负责所有舞台技术的统筹与创新，确保舞台技术的先进性与专业性。

具体工作
1. 负责所有舞台技术的统筹与创新，确保舞台技术的先进性与专业性。
2. 负责所有舞台技术的统筹与创新，确保舞台技术的先进性与专业性。

05 现场管控中心

核心职能
负责所有现场的运营与协调，确保现场运营的高效与安全。

具体工作
1. 负责所有现场的运营与协调，确保现场运营的高效与安全。
2. 负责所有现场的运营与协调，确保现场运营的高效与安全。

确保卓越交付的核心机制

四级质控体系：打造零容错质量防线

01

策划初审

前期策划中心，源头把控

02

技术复核

技术/内容中心，专业审核

03

采购方终审

甲方直接介入，确保需求

04

外事/合规终校

台办/外办中心，合规把控



AI多语种违禁词自动筛查

利用AI多语种学习技术，对多语种文本进行智能识别与筛查，快速精准识别违禁词、敏感词、不当言论等，大幅提升筛查效率。



云端操作日志存证

将全部操作行为实时上传存证，构建全流程的“数字证据”，确保交付过程的可追溯性与合规性，实现责任可追溯。

确保卓越交付的核心机制

RACI责任矩阵2.0：实现极致责任到人

定义：RACI是明确项目任务角色与职责的常用矩阵工具。升级版的2.0版本将责任彻底细化，精准落实到具体岗位与关键交付物上，从源头规避责任不清的问题。

R (Responsible) 负责人：
实际执行、产出任何成果的人员。

A (Accountable) 责任人：
对结果负最终责任、确保一切顺利的人。

C (Consulted) 咨询对象：
决策前需获取其意见提供支持的人。

I (Informed) 知会对象：
无需执行决策或任务，需要及时了解进展的人。

核心价值

消除真空：杜绝“三不管”地带，事事有人负责。
提升效率：明确汇报路径，避免重复沟通与推诿。

关键交付物	R (负责)	A (问责)	C (咨询)	I (知会)
主创概念设计	设计师	内容创新中心主任	总编/市场部/甲方	总中心/台办
安全许可申报	合规专员	合规风控中心/法务	现场管理/总编	总指挥/市场部/甲方

确保卓越交付的核心机制

数字化看板：实时洞察与动态预警

核心功能

- 甘特图与预警联动：**直观显示项目进度与关键节点的实时预警。
- “红黄绿”三色动态预警：**多维度监控项目状态，动态生成预警邮件、实时弹窗。
- 自动化报告生成：**支持与电话语音内容的自动生成《项目周报/项目日报》、《项目复盘报告》。

核心价值：实现项目管理的透明化、数据化与智能化，让管理者能实时洞察项目“脉搏”，基于数据快速做出精准决策，提升项目问题的“即时响应”。



风险管控要点

数据安全分级管控：保障信息资产安全

分级标准 Classification

L1 · 公开级 | Open Level

内容包含：面向公众的公开信息、地点、主题、行程安排等敏感信息。

L2 · 内部级 | Internal Level

内容包含：内部通讯录、项目执行流程方案、内部会议纪要等敏感信息。

L3 · 涉密级 | Confidential Level

内容包含：领导联系方式、VIP嘉宾行程信息、财务文件数据等。



核心管控措施 Key Controls

- 物理隔离**
L3级数据与L1/L2级数据物理隔离，防止交叉访问。
- 权限管控**
基于角色的访问控制，防止越权访问敏感数据。
- 技术保障**
全生命周期数据加密与动态脱敏。

风险管控要点

标准化应急响应体系：从容应对突发状况

内容安全应急
突发10分钟内启动应急响应，迅速下架内容。

极端天气应急
提前24小时启动应急预案，保障人员安全撤离。

舆情应急响应
突发30分钟内启动舆情应急响应机制，化解危机。



医疗保障

与顶尖三甲医院建立“绿色通道”，突发情况快速启动紧急医疗救援。

电力保障

配备不间断电源(UPS)系统，确保网络与关键设备在突发断电时持续运行。

专业基础 高效保障
全天候、多场景、多岗位的应急响应中心。

总结与展望

方案核心价值总结



总结与展望

预期成果与下一步行动建议

预期成果



对客户：成功举办一场高质量、高水准的标杆活动，显著提升品牌参与度和影响力。

对团队：在实践中锤炼队伍，提升专业能力，并沉淀一套可复用的活动策划和管理经验。

对行业：树立大型活动管理的标准化、规范化、精细化的标杆，引领行业转型升级。

下一步行动建议

- 立即启动**
迅速组建项目工作组，并立即启动与五大中心、赞助商等相关单位的沟通。
- 细化方案**
基于前期沟通的SOP进行细化，明确各环节负责人，确保执行无缝衔接。
- 资源落实**
明确各项资源需求，启动采购流程，与供应商进行初步沟通。
- 沟通对齐**
召开项目启动会议，明确各方职责，确保信息同步。



03

五大板块策划方案

校园音乐节+优质剧目+脱口秀+综艺秀

活动叙事设定及形象大使

一场跨越时空的青春对话

本届艺术季以“一场跨越时空的青春对话”为叙事主线，通过五位来自不同领域的青年“解码者”——超现实主义画家、青年版式设计师、校园青年剧作家、脱口秀演员、跨界音乐人——的视角，串联起跨越的文化基因与青年表达。他们各自手持一本《艺术解码手册》，在不同场景中完成对传统文化的发展、记录与再创造，最终在开幕式上汇聚成一份完整的“解码艺术解码图谱”。

国际青年形象大使

本届艺术季拟邀请各领域优秀青年代表担任青年大使，共同传递青春力量。



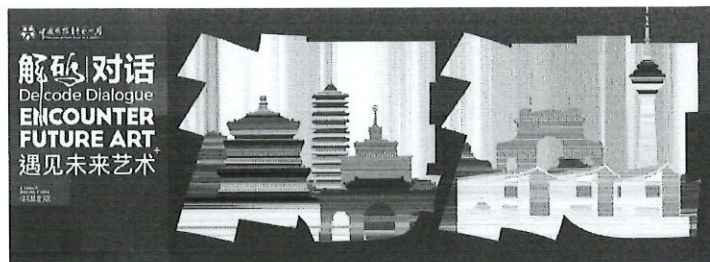
从左到右依次为：超现实主义画家、青年版式设计师、跨界音乐人

叙事动线设计



项目主视觉

主展板

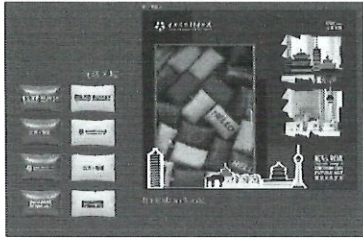


主视觉延展

竖条幅

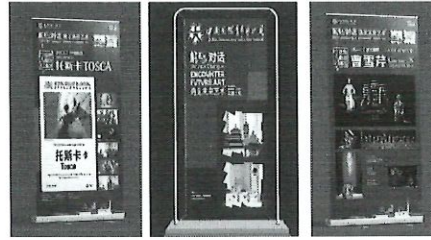


打卡合影



主视觉延展

门型展架



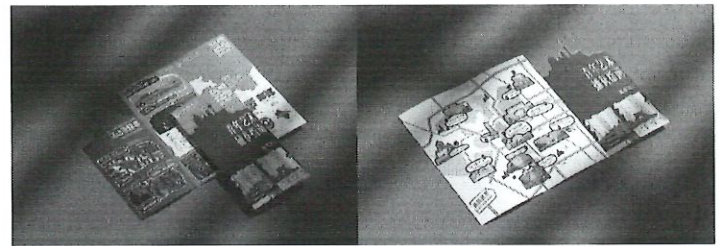
主视觉延展

主持人手卡



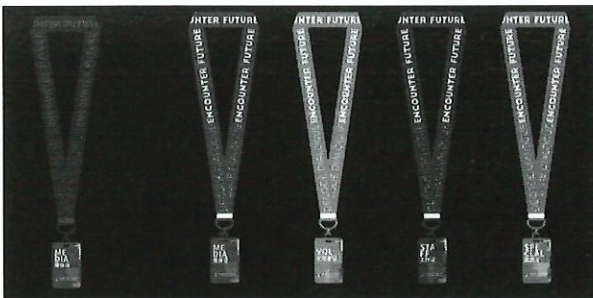
主视觉延展

宣传手册



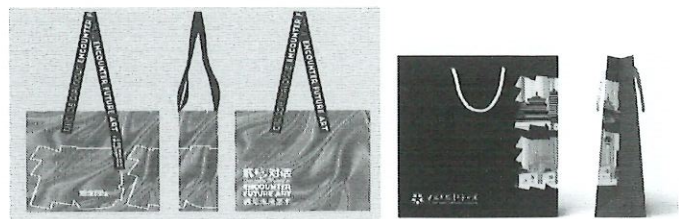
活动物料

活动证件

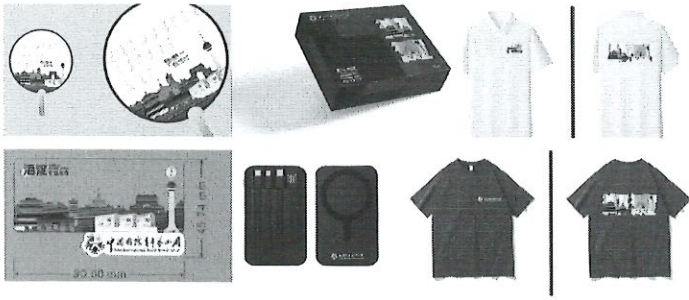


活动物料

定制礼品袋



活动物料



活动物料 宣传单页



宣传单页

活动物料



志愿者证书

手机端

板块一

“青春序曲”校园歌手大赛(1场)

校园新声

以海河滨水生态园为活动中心，联动清华大学、中国人民大学、南开大学、北京科技大学、北京航空航天大学、北京语言大学、北京邮电大学等四十所高校共同开展校园歌手大赛，以歌手大赛为载体，开展丰富多彩的文体活动，提升学生的综合素质。

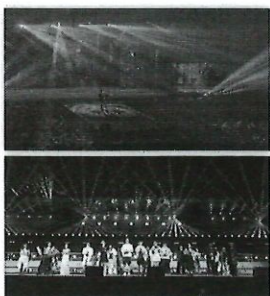
社团联谊

联合各社团开展联谊，通过举办音乐节、演唱会、音乐节等形式，丰富学生的课余生活，增强学生的团队协作能力。

青春共鸣

以音乐节为载体，通过举办音乐节、演唱会等形式，丰富学生的课余生活，增强学生的团队协作能力。

“青春序曲”校园歌手大赛(1场)



设计思路 & 时间

时间：5月
地点：北京航空航天大学校园内·体育馆
活动形式：初赛+复赛+决赛+颁奖典礼
线下人数：1万人
宣传预算：1000万+

AI声纹评分

通过AI声纹识别技术，对参赛选手的演唱进行实时评分，提高评分的准确性和公正性。

趣味实验室

结合音乐元素，设计趣味实验室，让学生在轻松愉快的氛围中学习音乐知识。

创新赛制

创新赛制，引入AI声纹评分、趣味实验室等元素，提升比赛的趣味性和观赏性。

项目亮点

汇聚海河滨水生态园优秀校园歌手乐队，通过原创民谣、摇滚、正能量歌曲、经典外语歌曲等多种方式，展现青春的风采。通过歌手大赛与音乐节联动，打造一场属于年轻人的音乐盛宴。通过联动知名校园歌手担任嘉宾，采用“主题台演出+互动体验区”相结合的形式，营造沉浸式音乐现场氛围。



亮点	具体内容
多元主题赛制	原创民谣、正能量、经典外语歌曲、摇滚、正能量等多种方式，展现青春的风采。
联动音乐节	通过歌手大赛与音乐节联动，打造一场属于年轻人的音乐盛宴。
多元内容体验	结合音乐节、主题台演出、互动体验区、嘉宾台、颁奖典礼等形式，营造沉浸式音乐现场氛围。
嘉宾阵容强大	邀请知名校园歌手担任嘉宾，采用“主题台演出+互动体验区”相结合的形式，营造沉浸式音乐现场氛围。
全网传播矩阵	通过直播平台、社交媒体、短视频等多种渠道，进行全网传播，扩大活动影响力。

活动构成—市集嘉年华

- 活动时间：全天
- 活动内容：沉浸体验+多元内容

● 沉浸式游园

奥摩打卡串联全场，沉浸式体验多个主题摊位，每站一印，集满兑换限定文创

● 多元化体验

文创市集+美食餐饮+创意互动+社群联动，一站式满足多元体验

● 全天候运营

全天滚动运营模式，与各环节无缝衔接，确保现场客流持续涌动，热情不减

● 自发性传播

拍照打卡+弹幕互动+盲盒抽奖，引发朋友圈/小红书/抖音自发传播

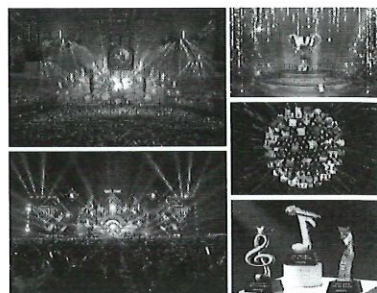
● 多触点链接

品牌展位+试品植入+互动装置+话题对话，多触点链接年轻人



活动构成—音乐节演出

19:00-21:00为音乐节演出时段，参赛选手比拼，另有艺人嘉宾助阵演出，穿插互动与颁奖环节。



板块二：

“衣脉相承”服装展演秀暨开幕式（1场）

活动概况



活动概况

活动时间：2020年5月14日19:30（暂定）
 活动地点：北京市海淀区三山五园文化艺术中心
 活动人数：约100人（暂定）
 活动调性：格调雅致、诗意隽永、东方美学

设计思路：数字非遗活化+环保材质对标+青年设计扶持闭环

©2020年5月14日 19:30（暂定） | 北京市朝阳区三山五园文化艺术中心



100%环保材质

面料均来自环保品牌，辅料全部采用环保材料进行制作。



青年设计扶持

设立“数字非遗活化+环保材质对标+青年设计扶持”闭环，鼓励青年设计师参与设计，提升设计水平。



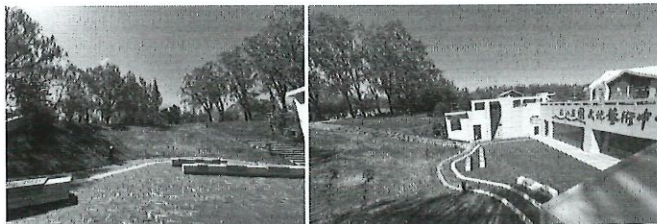
导演构思

本次服装表演以“衣脉相承”为主题，在整体演出叙事中，通过服饰这一文化媒介，呈现中国服饰文化从传统到当代表达的发展脉络。

首先，从**第一篇章**的古代礼仪服饰艺术再现，到**第二篇章**“丝绸之路及敦煌艺术”为灵感的折中式礼服，再到**第三篇章**“中轴新象”的汉服礼，到**第四篇章**“东方美学的创新设计演绎”，层层递进，将传统服饰文化中的和谐之美融入当代语境，演绎东方美学传承与创新。

演出以展示中华服饰文明为轴，结合民乐演奏、古典舞演绎，助力青年艺术文化赋能，打造产外国风沉浸式时尚艺术盛宴。传递北京向全球发出的新丝路邀约，彰显和美永恒的美好愿景。

场地概况



整体视觉规划

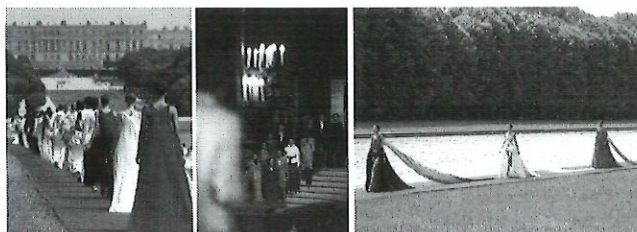
舞台动线：依托草坪斜坡的天然环境打造舞台，斜坡或弧形建筑的主舞台，形成“斜坡秀场+主舞台”双展秀空间，随坡度缓缓而下，视觉层次更立体，全场观众无死角观赏。

环境点缀：每级台阶、草茎间隙错落布置球形灯光/装饰装置，夜晚点亮成柔和光影，与斜坡秀道曲线，营造浪漫山野氛围感。

视听配套：舞台两侧设置屏幕，同步播放对应系列素材，内场设置主舞台旁规划民乐团演奏区，保证听觉体验。



秀场氛围参考



模特妆造

Makeup 妆造(男)



自然原生感

保留皮肤质感与轮廓线条，不遮盖瑕疵



微光野生感

保留轮廓线条，微光野生感

Makeup 妆造(女)



清野气息感

在透气轮廓线条中，不遮盖瑕疵



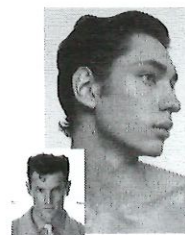
微光野生感

保留轮廓线条，微光野生感

模特妆造



自然蓬松纹理



不刻意油头

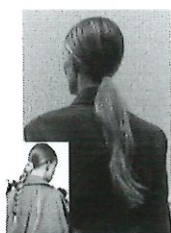


建筑感发型

模特妆造



自然散发



极简束发+蓬松材质



板块三： 《海淀方程式》：驻华参赞共游海淀（2场）

第一站：海淀区科创园
主题：解码中国智造的主攻方向
时间：6月

第二站：三山五园文化艺术中心
主题：在字里行间感受海淀文化
时间：6月

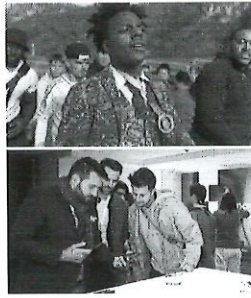
第三站：颐和园
主题：颐和园周边的参赞故事
时间：6月

《海淀方程式》：驻华参赞共游海淀

设计思路	时间安排	传播产出目标
外事司参赞+海淀式City Walk+手账打卡 博物馆、书店、胡同、老舍纪念馆。	2026年4月-5月，在北京中关村国际会议中心	海外产出：10-15篇高质量海外社媒内容Vlog 目标覆盖与外交官及科技人员

地点	核心互动内容	海外传播内容
海淀科技企业/展厅	AIoT全屋智能体验+林语冰语音定制	最佳数字生产力+笔电电子材料包
三山五园中心	MN数字文相展互动+全息光乳羊羹秀	故宫镇+故宫文创衍生品系列
颐和园	皇家园林直播打卡+颐和园游船观展	户外装备运动体验+专业插花工具包

项目背景



一次面向未来的青年人文交流

宏大叙事背景

- **中国国际青年艺术周：**国际青年交流的重要平台，推动国际青年艺术交流，提升国际青年艺术影响力。
- **往届成功经验：**2025年国际青年艺术周成功举办，吸引全球青年艺术家参与，国际影响力显著提升。

“海淀方程式”的诞生

- **活动定位：**作为2026年国际青年艺术周的重要组成部分，旨在以更具国际化和年轻化方式，让青年艺术交流更具活力。
- **核心形式：**结合北京国际会议中心与中关村国际会议中心，打造线上线下相结合的交流模式，提升国际青年艺术交流影响力。

核心意义

三维维度，解码中国

中国现代化的“海淀样板”

- 科技赋能高地：拥有超14万家高新科技企业，是国际科技创新产出的最佳窗口。
- 国际交流新地标：海淀科技生态园已成为国际交流的重要平台，2025年成功举办多场国际交流活动。
- 核心目标：**展示中国人在人工智能、智能制造等前沿领域的创新故事。

读懂中华文明的连续性

- 历史文化遗产：以颐和园、圆明园为代表的“三山五园”是世界文化遗产的珍贵瑰宝。
- “文化科技”海淀方案：利用数字技术让文物“活”起来，实现从“看”到“玩”的转变。
- 核心目标：**让青年亲身体验科技赋能文化传承的魅力，增进中外民心相通与文明互鉴。

构建面向未来的人类命运共同体

- 青年是未来：打造跨文化、跨领域的国际交流网络，培育国际青年人才。
- 双循环新发展格局：结合北京国际会议中心与中关村国际会议中心，实现国际国内双循环新发展格局。
- 核心目标：**让青年成为文化的传播者和桥梁，成为连接中外的重要纽带。

核心意义

展示中国现代化的“海淀样板”

科技创新高地：中国的“硅谷”

拥有超14万家高新科技企业，拥有超15万国际高科技人才，是国际国内双循环新发展格局的重要引擎。

国际交流地标：

作为国际交流的重要平台，2025年成功举办多场国际交流活动，吸引了全球青年艺术家参与，国际影响力显著提升。

核心目标

通过使节和博主的探访，向世界生动讲述中国在人工智能、智能制造等领域的创新故事，展示中国高水平对外开放的决心与自信。

核心意义

从“三山五园”读懂中华文明的连续性

历史底蕴：中华文明连续性的生动体现

海淀不仅是享誉世界的科技高地，更承载着深厚的历史文化底蕴。以**颐和园、圆明园**为代表的“三山五园”，是世界文化遗产中的璀璨瑰宝，生动见证并承载了中华文明五千年来薪火相传的历史连续性。

创新实践：数字技术让文物“活”起来

在2026年国际青年艺术周上，海淀代表团带来的“数字文物”MN沉浸式体验与圆明园数字复原成果，获得国际青年艺术家赞誉。这不仅展示了文化遗产保护的“海淀方案”，更证明了中国正以科技之力赓续历史记忆，让古老文明焕发时代新生。

核心目标：让青年亲身体验“科技赋能文化”的魅力，感受中国在飞速发展的同时，守护文明的决心，以此增进中外民心相通与文明互鉴。

第一站：海淀标杆性科技企业

解码中国智造的生态力量

- **“外国人必打卡”的科技地标**
- **国际交流新地标：**海淀科技生态园是国际交流的重要平台，2025年成功举办多场国际交流活动，吸引了全球青年艺术家参与，国际影响力显著提升。
- **新质生产力的生动实践**
- **国际交流新地标：**海淀科技生态园是国际交流的重要平台，2025年成功举办多场国际交流活动，吸引了全球青年艺术家参与，国际影响力显著提升。

参观亮点：海淀科技企业/企业展厅

嘉宾与团队介绍(拟邀请名单)

外籍青年博主名单 (部分)

- ▶ **林晋欣**, 来自德国, 清华大学社会科学学院本科生, 中国日报社第四届“一带一路”青少年英语演讲比赛全球总冠军, 粉丝量10万+
- ▶ **Tomiris Yetshbek 夏民**, 哈萨克斯坦, 南京师范大学本科毕业, 自媒体人, “中希之路”文化又谈平台内容的编者, 旅游博主, 社交达人, 中国旅游奖获得者, 平台粉丝100万+
- ▶ **Bolakoz Yetshbek 叶胜利**, 哈萨克斯坦, 上海华东师范大学国际商务研究生, SCOLAR Shanghai 前当社长, 优质内容创作者, 中国政府奖学金获得者, 会说四国语言, 平台粉丝60万+
- ▶ **Limahvootikul 林安安**, 泰国人, 中国传媒大学进修学习中文, 中国旅行的视频在YouTube上的累积观看量近千万。
- ▶ **Boujees**, 德国, 多次参加官方媒体举办的海外宣传活动, 在Instagram分享中国生活, 其中一视频活动100万浏览量。
- ▶ **Chayan Yallert 郑建德**, 泰国, 清华大学研究生/清华京剧社成员/热爱京剧, 泰国古典舞、摄影, 平台粉丝量5万+
- ▶ **德高 (Diego Rodriguez)**, 来自西班牙, 清华大学, 精通西班牙语、英语、汉语, 平台粉丝量10万+
- ▶ **娜丝图 (Nesli)** 土耳其, 社交网络达人, 主持人, 平台粉丝50万+, 喜欢在ins、youtube分享中国生活。
- ▶ **马佳 (matta) 斯洛伐克**, 互联网平台粉丝185万+, 多次参加媒体海外宣传活动。

▶ 《文化类节目是刚需, 我们邀请人设和节目内容契合度很高, 且平台账号众多》

专家顾问团队

专家顾问团队

高启辉

项目总监 / 国际传播顾问
中国传媒大学博士
国际传播研究中心主任

- ★ **资深背景**: 多次央视“中国新闻”主持人, 拥有深厚的新闻专业背景和丰富新闻经验。
- ★ **业绩标杆**: 任职新华社17年, 成功运营中国日报官方微博国际粉丝110万, 6400万的阅读量增长, 负责重点新闻与海外推广。

焦洁

项目副总监 / 国际传播顾问
《中国新闻》栏目主持人
拥有丰富国际传播经验, 擅长国际传播策略制定。

王嘉洋

项目副总监 / 国际传播顾问
拥有扎实的传播理论功底, 擅长国际传播策略制定, 负责海外传播内容审核与发布。

王韦翰

项目副总监 / 国际传播顾问
拥有扎实的传播理论功底, 擅长国际传播策略制定, 负责海外传播内容审核与发布。

板块四： 优秀剧目演出周 (共7场)

国内外优秀剧目

- 中央歌剧院《茶花女》(1场)
- 俄罗斯莫斯科民族舞蹈《科斯特罗马》(2场)
- 海沧原创舞剧《曹雪芹》(2场)
- 俄罗斯圣彼得堡芭蕾舞团《胡桃夹子》(1场)
- 舞剧《丝路花雨》(1场)



优秀剧目演出周



- 设计思路: 国际传播+文化+艺术+科技
- 演出时间: 2023年10月(共7场演出)
- 多元剧目配置:
 - 国际经典: 俄罗斯歌剧《茶花女》、芭蕾舞《胡桃夹子》
 - 本土原创: 舞剧《丝路花雨》
 - 新锐力量: 海沧原创舞剧《曹雪芹》

突破替代: 建立常态化剧目库, 确保剧目无缝衔接, 实现“无缝替补”。

专家顾问团队

项目理解

解码经典的“技术+文化”双螺旋

本环节作为艺术周「品质基石」, 通过7场演出实现三级跳:

学术深度

- 邀请国际知名专家学者, 打造50万+2000+人次的学术高峰论坛。
- 搭建线上国际传播平台, 发布学术成果, 创新传播模式, 提升传播效果。

国际声誉

- 邀请俄罗斯莫斯科民族舞蹈《科斯特罗马》、俄罗斯圣彼得堡芭蕾舞团《胡桃夹子》、海沧原创舞剧《曹雪芹》。
- 联动全球主流媒体, 目标实现全球触达5000万+人次。

科技锐度

- 运用VR/AR/VR等技术, 打造沉浸式体验。
- 引入数字媒体技术, 提升传播效果。
- 建立线上平台, 实现全球触达。

≥ 85% 全球触达率

≥ 99% 观众满意度

3000万+ 触达全球主流媒体

专家顾问团队

剧目及演出单位介绍



01 中央歌剧院《茶花女》巡回版

演出单位: 中央歌剧院 (俄罗斯最著名歌剧团之一)
剧目特点: 国际经典剧目, 艺术水准极高, 深受观众喜爱。
创新亮点: 结合现代科技, 提升观众体验, 打造沉浸式演出。



02 俄罗斯莫斯科民族舞蹈《科斯特罗马》

演出单位: 俄罗斯莫斯科民族舞蹈团
剧目特点: 俄罗斯传统舞蹈, 艺术水准极高, 深受观众喜爱。
创新亮点: 结合现代科技, 提升观众体验, 打造沉浸式演出。



03 海沧原创舞剧《曹雪芹》

演出单位: 海沧原创舞剧团
剧目特点: 原创作品, 艺术水准高, 深受观众喜爱。
创新亮点: 结合现代科技, 提升观众体验, 打造沉浸式演出。

专家顾问团队

传播推广

“青春声曲”校园歌手大赛前期宣传

预热期 | 引爆期待，全面覆盖

1 预约报名及直播预告

通过线上小程序“校园好声音”提前预约报名及直播预告，提升参赛者及观众的参与感。

2 多平台话题联动

通过微博、微信、抖音等平台发布话题，联动线上线下资源，提升活动影响力。

3 线上线下立体推广

线上线下同步推广，通过线下海报、传单等方式，提升活动知名度。

活动期 | 步步联动，打造沉浸式体验

1 全渠道同步播出

整合人民日报、清华大学官微等平台，同步直播赛事精彩瞬间，提升活动影响力。

2 专题页深度聚合展播

在专题页聚合展播参赛者作品，提升参赛者曝光度，增强观众互动。

3 高频互动增强粘性

在直播中设置“弹幕抽奖”等环节，提升观众参与度，增强活动粘性。

长尾期 | 校园原创音乐计划

1 发起方

人民日报新媒体中心“视听”。

2 目标

深入挖掘青年大学生的原创音乐创作能力，鼓励原创音乐创作。

3 形式

通过线上直播、线下演出等形式，展示原创音乐作品。

4 长远意义

培养青年大学生的原创音乐创作能力，推动原创音乐产业发展。

合作分工

多方协同，高效执行



海淀区政府（总协调）

统筹协调：负责统筹协调、指导赛事开展，协调相关部门资源，为活动提供政策支持与保障。



清华大学（组委会、总执行）

校内组织协调：统筹协调校内资源，负责赛事执行与落地，确保活动顺利进行。



人民日报智慧媒体研究院

整体策划与执行核心：负责活动整体策划与执行，统筹协调各方资源，确保活动高质量完成。



中国对外文化集团

提供专业资源支持：负责提供专业资源支持，提升活动品质与影响力。



支持单位 | 太合音乐集团——提供专业执行与行业资源支持（含艺人资源对接、活动专业执行、经费赞助支持）



04

演出方案

“传颂经典” × 风采展示 × 赛博环境” 三位融合

“青春声曲” 校园歌手大赛

● 板块一：“青春声曲”校园歌手大赛演出安排

主题：传颂经典 × 风采展示

时间：2024年5月底

地点：北软体育场

特色亮点：汇聚海淀各高校优秀校园歌手及乐队，通过原创校园民谣、青春正能量歌曲、经典外语歌曲等多元形式，展现海淀青年的音乐才华与情感表达，打造一场属于青年的音乐盛宴。拟邀请知名校园音乐人担任嘉宾，采用“主舞台演出+互动体验区”相结合的形式，营造沉浸式音乐现场氛围。

时间	活动内容	参与者
19:00-19:05	开场表演	往届十佳歌手+社团歌诗开场秀
19:05-19:10	主持人开场	介绍嘉宾、赛制、规则
19:10-19:15	特约嘉宾演出	知名歌手/乐队助阵演出
19:15-19:50	竞赛上半场	部分选手表演
19:50-20:00	互动环节	现场抽奖/观众互动
20:00-20:05	特约嘉宾演出	第二组嘉宾/乐队表演
20:05-20:40	竞赛下半场	剩余选手表演
20:40-20:50	人气投票/点评	投票结果公布+评委点评
20:50-20:55	特约嘉宾演出	压轴嘉宾/神秘大咖演出
20:55-21:00	颁奖典礼	十佳歌手、最佳团队、最佳人气等奖
21:00	闭幕演出	全场大合唱+选手谢幕

● 板块二：“衣脉相承”服装展演秀暨开幕式演出构架

- 1 暖场·序音 暖场 & 观众入场
- 2 正秀·礼韵山河 第一系列服装表演
- 3 正秀·丝路回响 第二系列服装表演
- 4 正秀·中轴新象 第三系列服装表演
- 5 尾声·谢幕 谢幕与合影

● “衣脉相承”服装展演秀暨开幕式演出构架

暖场·序音

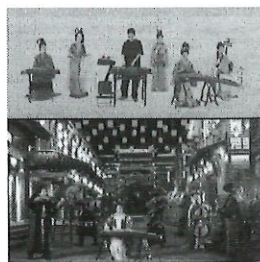
观众入场等候心理：快节奏、轻氛围，让观众在入场时自然融入意境，不喧宾夺主，适配公园休闲氛围。

内容：民乐团演奏

时长：15min

表演位置：设置在阶梯及双展台上，视觉呈现“画中所音”

作用：迎宾、调心、带入境



“衣脉相承”服装展演秀暨开幕式

“衣脉相承”服装展演秀暨开幕式

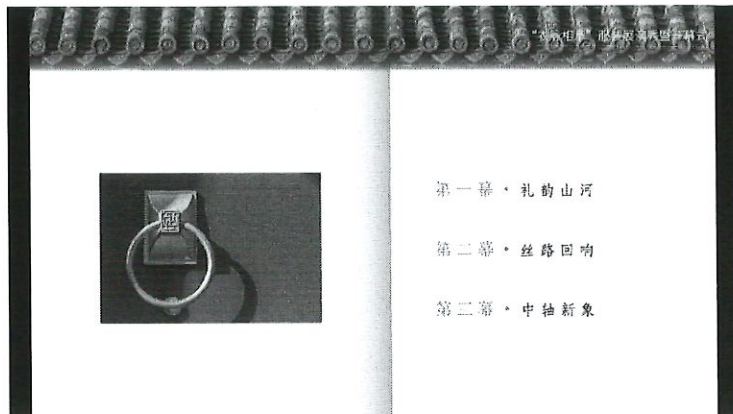
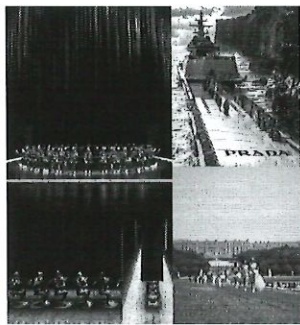
正秀

正秀整体分为古代服饰展秀（约12套）、新中式时装（约10套）、现代服装设计（约30套）三大类别，形成从古至今、从整扇风骨到当代设计美学的完整叙事动线，一古一今、一静一动、一繁一简，完成东方美学的传承与新生。

表演地点：单环及台后顺延舞台乐池、主秀道

表演内容：古典舞、服装表演

表演人员：舞者与模特在表演空间交会，形成一静一动、一繁一简、一古一今、一静一动、一繁一简，完成东方美学的传承与新生。



第一幕·礼韵山河

第二幕·丝路回响

第三幕·中轴新象

第一幕 礼韵山河



礼韵山河——古代礼仪服饰展演

本案展示古代礼仪服饰及妆容、衣饰华贵、仪态端庄，是古代服饰文化的巅峰见证，以考古发掘为开端，建立历史纵深感，希望各品牌考“以史为鉴、以礼为魂”的文化立场，被传统少而精，如塑器人物走入现实，开启跨越千年的时空对话，为后续新中式礼服创新设计奠定厚重的文化基调。

第二幕 丝路回响



新中式元素礼服

男士新中式

新中式元素礼服

男士新中式

以“丝路之韵及敦煌艺术”为灵感源泉，将大漠孤烟中的文明交汇、石窟壁画里的色彩史诗，融入新中式礼服廓形与肌理表达，还原文明与静寂，承载丝路之韵“典雅与美”的开放胸怀，它们不仅是廓形，更是东方文化记忆——从长安到罗马，从敦煌石窟到当代秀场，东方美学在交融中孕育，在碰撞中新生，这是我们对文化脉络的溯源致敬，也是对世界文明的文明致敬。

第三幕 中轴新象



旗袍

改良、现代元素融入配饰

新中式礼服

男士新中式

汉唐风韵、元素结合传统纹样

新中式礼服

剪裁利落典雅、致敬山河意象

以“新象中轴”为灵感源泉，以“新中式”为设计核心，在廓形与肌理与色彩的碰撞中，在材质与肌理与色彩的碰撞中，构建新中式美学的未来图景。

传统服饰的传承，在新时代语境下焕发出新的生命力，以“新中式”为设计核心，在廓形与肌理与色彩的碰撞中，构建新中式美学的未来图景。



现代礼仪服饰

现代礼仪服饰



第一幕 礼韵山河

第二幕 丝路回响·敦煌新语

第三幕 中轴新象·未来和鸣



数字人



演出流程

- 19:00 观众入场
- 19:15 暖场-民乐演奏
- 19:30 主持人-领导致辞-开幕
- 19:40 正秀开始-第一篇章走秀
- 19:55 古兵舞
- 20:00 第三篇章走秀
- 20:15 谢幕-领导嘉宾合影
- 20:20 演出结束

具体时长以歌排为准

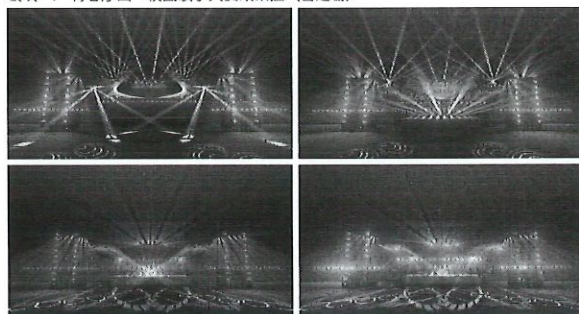


05

舞台设计

舞美设计:

板块一:“青春序曲”校园歌手大赛效果图(暂定名)



舞美设计

板块二:“衣脉相承”服装展演秀暨开幕式

舞台动线: 依托翠峰斜坡的天然环境打造舞台, 斜坡底部搭建简约主舞台, 形成“斜坡秀道+主舞台”双层走秀空间, 模特依山落缓而下, 视觉层次更立体, 全场观众无死角观秀。

环境点缀: 每级台阶、草丛间隙错落布置球形灯光/装饰装置, 在亮点亮成柔和光影, 勾勒秀道曲线, 营造浪漫山野氛围感。

视听配套: 舞台两侧设置屏幕, 同步播放对应系列素材, 内场顶端主舞台旁规划民乐乐团演奏区, 保证听觉体验。



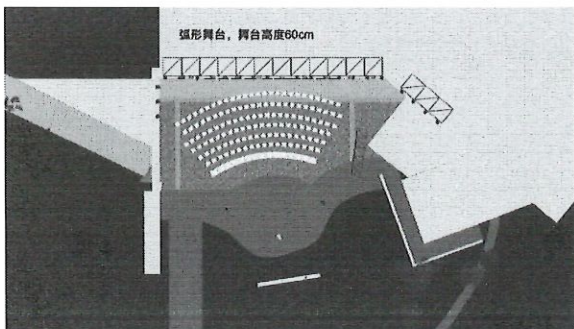
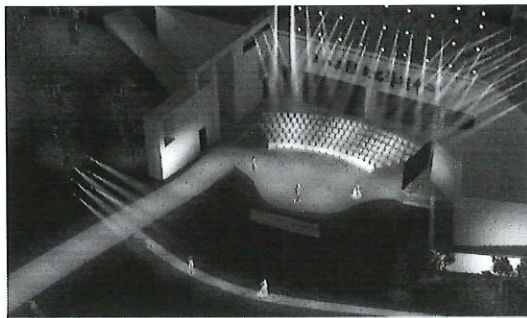
舞美效果图



舞美效果图

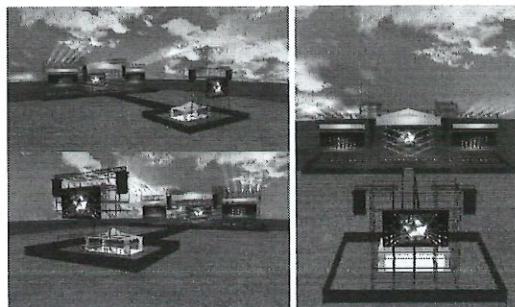


舞美效果图



舞美设计:

板块五: “青春主场”校园音乐节暨闭幕式



效果图, 舞台设计效果图

舞美设计: 舞台搭建平面图

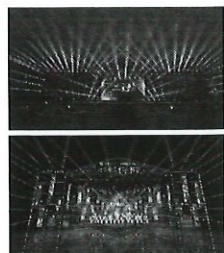
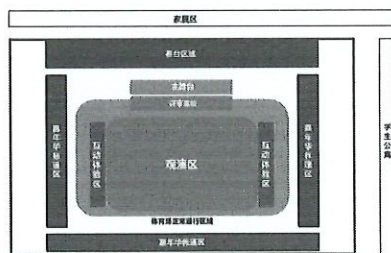
板块五: “青春主场”校园音乐节暨闭幕式

512 × 2944

1	10255 × 2560	2	1280 × 2560	3	10255 × 2560
4	1280 × 2560	5	1280 × 2560	6	1280 × 2560

主舞台演出+互动体验区

板块五: “青春主场”校园音乐节暨闭幕式



互动模块：从观看到参与者

01 / 光影涂鸦墙 (Light Graffiti Wall)

互动方式 · Interaction

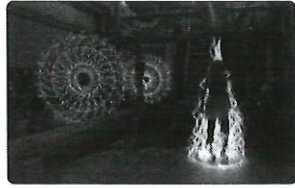
观众通过手机App与墙面互动涂鸦，解锁在巨大的LED屏幕上实时呈现涂鸦，随心而动，即刻呈现。

技术实现 · Tech Support

强大的算法识别每个人，自动不间断的体验创作，通过实时化呈现，让观众实时参与涂鸦，实时呈现到整个互动场景中。

体验价值 · Value

打破“观看”与“创作”的界限，让每个人成为艺术创作者，亲手完成那面涂鸦墙上的一笔，实现个人创意与宏大叙事的完美融合。



CREATIVE WALL

Let creativity flow on the screen

© Howard & Partners | www.howard.com

互动模块：从观看到参与者



02 / AR 解码寻宝 (AR Treasure Hunt)

互动方式：在博物馆内AR寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

任务内容：观众通过手机App解码寻宝，通过AR解码，或AR解码寻宝任务。

激励机制：观众通过AR解码寻宝，通过AR解码寻宝，解锁寻宝任务。



03 / AI 共创音乐 (AI Co-created Music)

互动方式：观众通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

技术实现：观众通过AR解码寻宝，通过AR解码寻宝，解锁寻宝任务。

体验价值：观众通过AR解码寻宝，通过AR解码寻宝，解锁寻宝任务。

全民参与：线上线下联动，打破时空限制



01 / 云端参与 | 官方媒体客户端专题页

专题平台：官方媒体客户端专题页，展示活动精彩内容，提升品牌影响力。

云端参与：通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

实施助力：通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。



02 / 线下引流 | 解码打卡点与AR任务

核心逻辑：通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

激励机制：观众通过AR解码寻宝，通过AR解码寻宝，解锁寻宝任务。

文宣转化：观众通过AR解码寻宝，通过AR解码寻宝，解锁寻宝任务。

全民参与：长效参与设计，让艺术持续发酵



青年培训计划

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

权威平台 · 全网征集

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

专业赋能 · 资源支持

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

高光时刻 · 同台演出

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。



时光胶囊计划

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

现场互动 · 书写宣言

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

仪式封存 · 开启彩蛋

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

精神传承 · 生生不息

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。

全民参与：社交裂变引擎，引爆全网话题



**传播矩阵：
联动外借KOL矩阵**

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。



**话题挑战：
#解码我的艺术DNA#**

通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。



**福利体系：
环保应援与文创好礼**

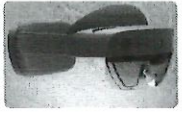
通过AR解码寻宝，解锁“寻宝”任务，通过AR解码寻宝。



06

设备和道具

技术解剖：前沿科技打造沉浸式艺术体验



MR眼镜 (HoloLens 2)

技术：52°视角，高清光场显示。
效果：虚实融合体验，2D内容能在虚拟空间中，与现实世界无缝衔接，提升沉浸感。



全息投影

技术：4K超高分辨率，5000+帧率。
效果：3D内容逼真，让观众仿佛置身现场。



线阵音响

技术：2600W输出功率，50Hz-15kHz高频。
效果：声音清晰穿透，增强现场氛围。

主视觉设备与交互道具矩阵



01/主舞台设备

● **沉浸式LED背景板：**20x15m，4K分辨率，实现超高清视觉效果。
● **环保幕布：**采用环保材料制作，材料回收率>85%，绿色环保。



02/交互道具矩阵

● **MR混合现实眼镜 (HoloLens 2)：**高清8K，支持数字文物复原。
● **智能补光灯矩阵 & 红外追踪：**30帧每秒追踪“虚拟角色”变化；红外追踪装置，可实现精准定位与追踪。

声光电引擎与合规底线



01/线阵音响系统

规格参数：2600W输出功率，频率范围50Hz-15kHz，确保声音清晰。
听觉标准：全功率音量级在90dB以上，确保观众能清晰听到每一个细节。



02/全息投影系统

硬件配置：2台4K超高分辨率投影机，分辨率>5000，确保画面清晰。
视觉呈现：配合专业幕布，实时追踪“虚拟角色”的沉浸式视觉体验。

电力保障方案

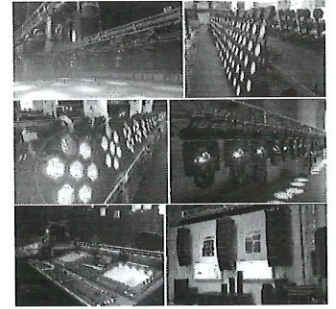
采用“双路供电+UPS不间断电源”组合方案，确保系统稳定运行。
● **冗余设计：**关键设备采用冗余设计，防止单点故障。

项目合规底线

● **数据安全：**所有数据加密存储，防止泄露。
● **隐私保护：**严格遵循相关法律法规，保护观众隐私。

舞台声光电设备

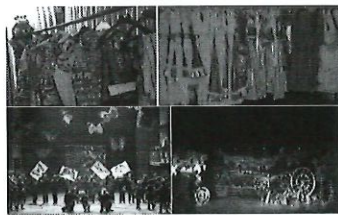
专业演出灯光系统	
16m灯架	灯光控制台
光束灯	信号放大器
LED染色灯	电源管理器
LED面光灯	灯光处理器
PAR灯	DMX信号线
追光灯	电源线
三色色光灯	灯具
效果灯	保险柜
音响系统	
线阵列全频音箱	无线分配系统
线阵列低音音箱	有源监听音箱
监听音箱	音频处理器
反馈抑制器	电源时序器
数字调音台	信号线
舞台接口箱	信号线
手持无线话筒	话筒
头戴无线话筒	



舞台声光电设备

1. 租赁体系

风格类别	核心元素	数量	技术亮点
古典风格	纹样+3D浮雕	120套	内置柔性LED灯带
现代科技	反光材质+电路纹样	80套	体感交互涂层
民族融合	非遗纹样+智能面料	200套	温控变色技术



2. 特色道具清单

- **传统工艺类：**高规格青花瓷摆件(1:1复刻文物)
- **科技互动类：**环保PLA光源(可编程光效)



07

项目团队配置

副策划师 李强 | 主视觉设计 张明

核心管理组：运筹帷幄，掌舵全局

项目经理

- **关键经验：**拥有20年大型活动项目管理经验，成功组织国家级大型活动，具备卓越的项目管理能力。
- **核心职责：**全面把控项目整体进展，负责协调审批及与政府部门的沟通对接。



艺术总监

- **核心资质：**二级演员、一级艺术家，中国舞家协会会员，具有20年的艺术表演与理论功底。
- **关键经验：**拥有20年国家级舞剧院表演经验，丰富的舞台与传播能力。
- **核心职责：**负责五大板块的艺术品质全程把控，并主导跨团队协作与沟通。



执行与技术团队：专业执行，技术赋能

校园活动分队，极致现场把控

- **歌手执行：**精通音乐表演，拥有丰富现场经验，确保演出流畅。
- **音乐节奏督导：**负责现场节奏把控，确保演出效果。



国际交流分队，打造国际视野

- **外事专员：**负责国际交流对接，确保沟通顺畅。
- **视觉设计师：**负责国际交流视觉设计，提升品牌形象。

智慧舞美组，前沿科技赋能

- **灯光设计：**负责灯光设计，提升演出效果。
- **创新配置：**引入先进科技设备，提升演出品质。



安全运维组，筑牢安全防线

- **4人：**负责现场安全运维，确保活动顺利进行。
- **2人：**负责现场安全运维，确保活动顺利进行。

服务保障与总结：坚实后盾，传播赋能

学术支持团队

- **高校联动·人才供给：**联合国内知名高校，建立稳定的专家资源库，为项目提供专业支持。

- **技术支持·创新驱动：**引入先进科技设备，提升项目品质，实现技术创新。

媒体传播联盟

- **国内：区域热点运营：**联合国内知名媒体，提升项目曝光度。
- **国际：跨境内容策划：**引入国际知名媒体，提升项目国际影响力。



精英团队，共创卓越

我们拥有一支集管理、艺术、执行、技术、学术、传播于一体的复合型精英团队。团队成员经验丰富、资源广泛、勇于创新，是保障项目顺利实施并取得圆满成功的基础。



08

应急保障方案

专项专项保障，前置预警闭环

周全预案：为活动成功保驾护航



01. 国际剧目取消风险

预案：提前与剧目方沟通，制定应急预案。如遇取消，立即启动备用剧目，确保活动顺利进行。



02. 极端天气风险(如暴雨)

预案：建立全天候天气监测系统，一旦出现恶劣天气，立即启动应急预案，转移观众至室内场所。

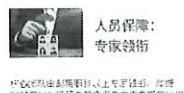


03. 核心设备故障风险

预案：设备使用前进行“双备份”检查，关键设备配备备用方案。发生故障时，立即启动应急预案，确保活动不受影响。

执行保障：专业团队与高效流程确保万无一失

我们建立了“人员-流程-技术”三位一体的保障体系，全方位护航项目落地。



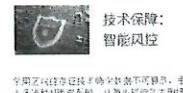
人员保障：专家领衔

核心团队由行业专家组成，拥有丰富的项目经验，确保活动顺利进行。



流程保障：四级审核

建立“四级审核”流程，确保每个环节都经过严格把关，保障活动质量。



技术保障：智能风控

引入先进科技设备，提升项目品质，实现技术创新。

舆情危机：黄金响应

30分钟快速介入，高效处置

涉外事件：专业陪同

配备专业陪同人员，确保涉外活动顺利进行。

医疗救护：绿色通道

与当地三甲医院建立合作，开通医疗绿色通道，确保万无一失。

风险对冲与应急响应

风险类别	具体风险	应对预案	应急响应时效
内容风险	国际影目取消	启动备选国内优秀剧目	24小时内完成切换
环境风险	极端天气	启动室内备用场地及快速切换方案	2小时内完成切换
技术风险	核心设备故障	备用设备双机热备, 启动直播	10分钟内完成服务
舆情 & 医疗风险	负面舆情/突发健康狀況	30分钟内启动舆情/三甲医院绿色通道	20分钟内回应/15分钟抵达

安全保障：严格的内容审核机制



艺人审核

原则：艺人亲自签署艺人承诺书，承诺遵守法规，确保内容合规正确。
流程：所有拟邀请艺人名单，需经活动主办方指定专员会签审批通过。



直播审核

措施：严格执行线上直播审核流程，落实平台直播规范，安排专人进行实时监控，确保直播内容、直播内容合规性符合监管要求。



节目审核

原则：所有内容剧本、宣传物料、活动流程文案等提前进行审核与备案。
流程：经主办方指定审批流程，确保内容合规正确，内容和合规性。



人员审核

措施：对所有参与活动的非工作人员，建立严格的“事前审查+事中审查”制度，确保人员合规性符合信息，从源头保障活动现场的人员信息安全。

安全保障：全方位应急预案，确保万无一失



舆情监测组：实时监控活动现场线上线下舆情，建立快速响应机制，及时化解负面舆情。

现场安保组：联合公安部门制定安全保卫方案，制定应急预案，确保活动现场秩序井然，保障安全。

消防安全应急组：在重点区域设置消防器材，确保活动现场消防安全，保障生命财产安全。



医疗救护应急组：现场设置医疗点，配备专业医护人员，提供急救服务，保障参与者健康。

天气应急组：密切关注天气变化，针对雨雾、大风等恶劣天气，提前制定应急预案，保障活动顺利进行。

设备故障应急组：对音响、LED屏、直播系统等关键设备进行提前测试，确保设备正常运行，保障活动效果。



09

宣传方案

“官方造浪+全民嗨嗨”双轮驱动

整合传播策略：实现全域覆盖与深度互动

预热期 (5.16-5.23) 策略：制造悬念，引爆期待 通过“悬念营销”在微博、抖音等平台制造话题，提前释放核心信息，引发期待。	爆发期 (5.24-5.31) 策略：集中引爆，全网刷屏 以开幕式为引爆点，通过全网营销和口碑传播，推出《约定方程式》主题海报，打造现象级传播事件。	长尾期 (5.31-6.30) 策略：持续发酵，沉淀价值 借助用户生成内容 (UGC)，举办UGC作品评选大赛和短视频挑战赛，扩大长尾影响力，沉淀品牌资产。			
品牌曝光 全网曝光量 5000万+	用户增长 新增粉丝/注册会员 3000+	国际传播 海外媒体报道 1亿+	用户互动 线上内容产出量 1000+篇	技术创新 热门海报产量 10000张	活动参与 线下活动参与人数 50000+

项目概述与核心洞察

项目背景与目标

升级 Strategy 从“事件营销”升级为“文化事件”，提升品牌影响力。	转变 Model 从传统的单向传播，转变为双向互动，增强用户粘性。
激发 Action 通过线上线下联动，激发用户参与热情。	提升 Value 通过内容营销和社群运营，提升品牌价值和用户忠诚度。



核心洞察：从“宣传”到“文化事件”

文艺活动不应只是单向宣传，真正的核心在于：如何设计传播策略，让这些好内容能够被青年人主动发现、讨论和传播。

核心传播策略：大创意

打造一场全网参与的“解码游戏”

核心创意

将源远流长的官方主题“解码·对话”从一个静态的理念，转化为一场动态的、全民参与互动的“解码游戏”。鼓励每一个年轻人用自己的方式去“解码”艺术、“解码”国家。



拍照打卡
用镜头记录
艺术解码瞬间



发布笔记
在社交平台上
分享解码感悟



创意二创
以艺术解码为灵感
进行二次创作



从“观览者”→“传播者 & 创造者”

策略双轮驱动：官方造浪+全民解码

为了实现“解码游戏”的大创意，我们设计了两个相互配合的驱动轮子，分别是“官方造浪”与“全民解码”：

官方造浪 · OFFICIAL WAVE

核心任务：制造权威、圈层化的文化事件，带动圈层内核心用户的参与。

关键动作：策划并执行高品质的开幕式、媒体发布会、展览、传播内容等。

最终目标：产出“大新闻”，吸引主流媒体的关注，奠定活动的权威性与影响力。

全民解码 · CITIZEN DECODE

核心任务：鼓励用户创作解码内容，带动海量的用户生成内容 (UGC)。

关键动作：进行“全民解码”打卡挑战、发起社交媒体的话题挑战鼓励用户二次创作。

最终目标：让用户自发创作内容，通过口碑传播实现病毒式裂变传播。

策略核心逻辑：

官方不“自美自夸”，而是通过设计门槛、高规格的互动机制，引导年轻人主动去探索、发现并分享“我在艺术解码到了什么”，让“寻找”成为过程，“分享”成为结果，从而引发广泛的群众共鸣与自发传播。

传播节奏与关键战役

三段式传播节奏：预热升温，持续维持活动热度，将传播期划分为预热、爆发与长尾三个阶段。

预热期 / Warm-up

03.16 - 03.29 | “解码倒计时”

制造悬念感，邀请名人与KOL为活动预热并发声，定向投放核心物料，持续积累话题热度与流量，引导用户期待感。

爆发期 / Break

03.30 - 04.05 | “解码进行时”

以官方开幕式与圈层活动为引爆点，鼓励用户创作并分享解码内容，配合线上线下打卡活动，持续营造热度。

长尾期 / Longtail

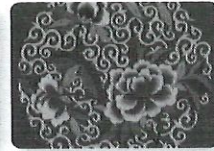
04.06 - 6.30 | “解码全民版”

引导年轻用户创作UGC内容创作，打造“解码打卡”品牌IP，鼓励用户自发创作与分享解码内容，持续营造热度。

三大核心战役详解

战役一：纹样密码

核心记忆点：“把汉服纹样穿成未来感”——打破传统与现代的次元壁，打造视觉与文化的双重冲击



核心打法 STRATEGY

- 01 媒体大稿：**紧扣“破次元壁”、“未来感”概念，打造“传统纹样新表达”理念。
- 02 设计再分享：**鼓励用户创作纹样新表达的文化故事与打卡内容。
- 03 社交区联动：**小红书发起“解码纹样”话题，引导UGC内容创作与传播。

三大核心战役详解

战役二：外交官的海淀方程式

核心记忆点：“老外看海淀：原来你是这样的海淀”



参赞Vlog：沉浸式视角体验
参赞出镜制作Vlog，记录其在海淀的参赞生活，展现海淀生活与人文气息的海淀新形象。



趣味短视频：碎片化传播
制作参赞日常中的趣味短视频“参赞”，以碎片化形式传播海淀的趣味与魅力。



国际媒体传播：讲好海淀故事
邀请国际媒体、社群博主实地探访海淀，向世界展示海淀高质量发展的海淀新形象。

三大核心战役详解



战役三：时光胶囊

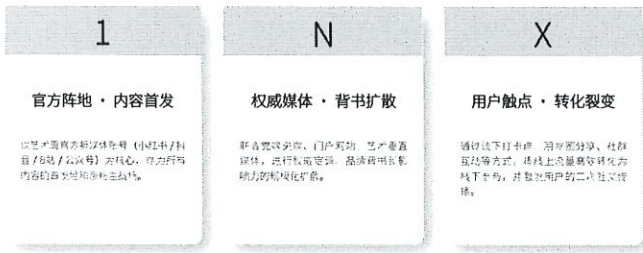
核心记忆点：“写给十年后的自己”

现场封存仪式：在活动现场设置“时光胶囊”环节，邀请用户写下对十年后的自己寄语并共同封存，打造情感共鸣。

线上话题联动：在线上发起“写给十年后的自己”话题，引导用户分享寄语，形成线上线下情感共鸣。

整合传播执行方案

传播触点模型：1+N+X



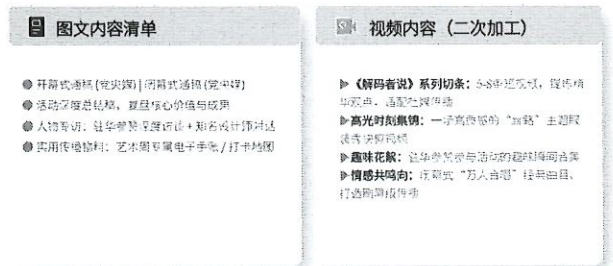
各平台角色分工与内容策略



核心内容规划：爆款内容种子

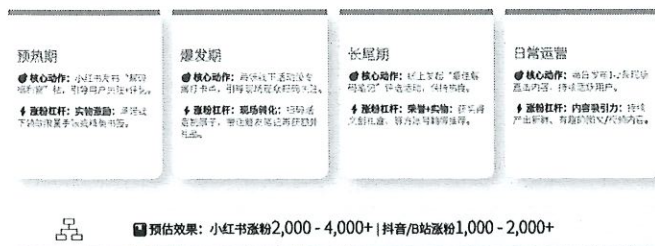


核心内容规划：内容清单

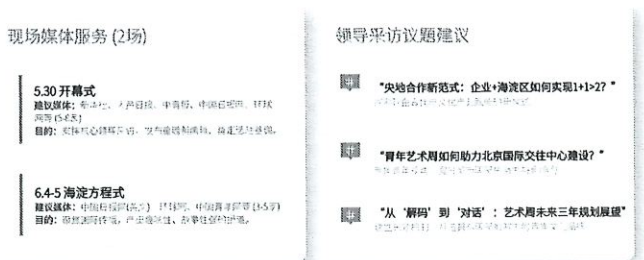


关键目标与执行保障

官方账号涨粉专项策略 | 采用“社群+内容”双驱动模式，实现从曝光、爆款内容的持续增长



媒体邀约与领导专访规划





10

保密管理方案

三审三校流程·区块链存证

分级标准与三审三校零容错流程

L1 公开级

内容：活动日程、主视觉、官方微博等对外宣传信息。

存储：公有云存储空间，全员可访问，严格控制链接。

L2 内部级

内容：创意构思过程、版权联络函、活动执行图等内部资料。

存储：加密网盘，按角色分配访问权限，数据定期进行加密处理。

L3 涉密级

内容：经济类、时政类敏感信息、艺人及嘉宾隐私信息。

存储：物理隔离服务器存储，采用高强度加密技术。

01 撰稿人自查 (制造类文案)

02 部门主编复审 (文化适配度)

03 项目总编辑终审 (保密校验)

04 外审专家校对 (多语言合规)

05 正式发布 (多渠道分发)

方案背景与核心目标



核心目标

为保障“2024年中关村国际数字经济峰会”项目顺利实施，确保项目执行过程中不涉及任何敏感信息泄露，特制定本方案，旨在明确保密要求，最大限度降低安全风险。



制定依据

法律法规依据
· 《中华人民共和国网络安全法》
· 《中华人民共和国保守国家秘密法》
内部管理要求
· 企业内部关于信息安全的各项规章制度



需保护的敏感信息范围

· 项目内部运营数据及经营信息
· 项目合作方商业秘密及执行计划
· 项目工作人员的个人身份信息
· 项目合作中的非公开技术资料
· 项目公开前的创意构思及策略方案

适用范围与约束对象

01 / 适用范围 · 覆盖项目全周期

项目筹备阶段

方案策划、供应商筛选、艺人邀约、场地租赁及其他前期筹备工作。

活动执行阶段

全流程执行、正式演出、媒体宣传等各环节执行、媒体发布与舆情管理。

项目结项阶段

项目总结报告撰写、财务结算、相关文档与数据资料的整理与归档。

02 / 约束对象 · 覆盖所有接触信息者

01 承办单位 (我公司)

全体员工均适用本方案，项目执行期间全员均需遵守。

02 外部合作方

所有参与项目的外部合作方均需签署保密协议。

03 其他敏感接触人员

在项目执行期间，所有接触项目敏感信息的非项目成员。

保密组织架构与核心职责

01 保密工作领导小组

小组构成：
组长：项目负责人 (金牌统筹)
成员：法务部、运营部、市场部、品牌部、公关部、供应链管理部、宣传部、IT部等相关部门负责人。
核心职责：
· 制定项目整体保密策略，监督并推动全员严格执行。
· 组织开展全员保密教育培训与考核。
· 定期组织风险评估，及时发现并消除安全隐患。
· 建立应急响应机制，妥善处理各类泄密突发事件。

02 关键岗位保密职责

项目负责人： 统筹项目整体保密工作，签署保密协议，落实对外保密措施。
技术总监： 负责项目网络安全风险评估与实施，落实数据加密与备份策略。
各板块负责人： 督促所属团队成员，严格执行保密规定，防止信息泄露。
宣传负责人： 审核所有对外发布信息，严格落实审核流程，防止敏感信息外泄。
财务/合同管理员： 负责项目合同条款审核，确保包含保密条款，并妥善保管合同。

核心措施：人员与信息载体管理



01 / 人员管理

全员背景调查与培训，严格落实保密协议。

- **入职/参与前：** 全员签署《项目保密承诺书》，针对外聘人员提供中英文双语版本，明确保密责任。
- **保密培训：** 项目启动前开展全员保密专项培训与考核，考核结果纳入绩效考核体系，不合格者严禁参与。
- **最小授权：** 严格执行“最小必要”原则，确保员工仅能访问其工作所需的最小范围数据。
- **离岗管理：** 离职或项目结束后及时回收所有账号与电子资料，签署《资料交接与销毁确认书》，并删除所有敏感数据。



02 / 信息载体管理

物理与数字载体双重管控，杜绝信息泄露风险。

- **纸质文件管控：** 所有敏感文件必须通过审批流程，并在收发双方进行签收与登记。打印、复印及扫描操作需在指定场所进行，严禁将敏感文件内容随意复印或扫描。严禁将敏感文件内容发送至个人邮箱或移动存储设备。
- **电子文件管控：** 所有敏感信息存储于安全加密存储系统，严禁存储在公共网盘、个人邮箱、即时通讯工具等渠道。严禁通过微信、QQ等个人社交软件传输敏感信息。重要敏感信息传输必须通过加密通道进行加密传输，所有敏感信息传输 (U盘、网盘) 必须经过审批与加密。

核心措施：场地设备与外部合作管理



03 场地与设备安全管理

- 办公/会议场所：**提前半年完成所有涉密人员离岗：离岗人员清退资料、转移设备、信息安全检查。
- 接待及后台管控：**接待人员背景调查，禁止涉密人员进入后台，禁止未经授权的媒体和嘉宾。
- 设备彻底清理：**设备离场前，做好数据备份，禁止设备中存储任何涉密数据。

04 外部合作方保密管理

- 签署《保密协议》：**所有与项目相关的供应商、服务商签署保密协议，明确各方在信息安全方面的责任和义务。
- 敏感资料严格管控：**所有涉密资料按照涉密等级进行控制，并统一加密“涉密”标识或在设备位置进行物理隔离。
- 明确保密连带责任：**涉及保密协议：所有合作方在签署协议前，应对外部合作方进行背景调查，明确其保密责任。

核心措施：宣传审查与国际交流

01 / 宣传与媒体发布审查

- 双重审核机制：**所有对外发布内容，须经项目负责人及项目总负责人双重签字审核。
- 关键信息管控：**严格审核，禁止在开幕式对外发布敏感信息，已入会媒体在开幕式前进行媒体沟通。
- 严格外事纪律：**严格执行外事纪律，所有外事活动须经外事部门审批，外事人员须经外事培训。
- 直播内容规范：**严格规范直播内容，所有直播内容须经审核后方可播出。



02 / 国际交流特别保密要求

- 信息安全沟通：**涉及敏感信息，保持与各方沟通，确保信息安全。
- 信息保护：**所有人员的信息、住址、身份证号等信息，严格保密。
- 配合审查：**积极配合有关部门及媒体审查，确保信息安全。

教育、检查与监督机制

保密教育与培训

- 时间安排：**项目启动后一周内完成，培训时长不少于2小时。
- 培训内容：**
 - 学习国家及项目相关的保密法律法规、标准规范。
 - 明确项目的保密范围、等级划分及保密管理要求。
 - 讲解涉密载体及信息安全的法律法规及保密管理要求。
 - 讲解项目保密工作的具体要求及保密管理要求。

保密检查与监督

- 日常动态巡查：**由项目保密工作领导小组执行，每周至少进行一次全面巡查，及时发现潜在风险。
- 阶段性全面检查：**分别在项目中期评审阶段及项目结束时进行，组织两次全面巡查专项检查，确保关键环节合规。
- 问题闭环处理：**所有检查发现的问题记录存档，对检查发现的问题，下达整改通知并跟踪整改；对严重违法违规的人员或行为，严格按照公司制度及法律法规处理。

泄密事件应急处置流程

01 / 泄密事件分级标准

- 一般泄密：**定义：信息在内部泄露，未造成严重后果。影响：造成项目信息泄露，但未造成严重后果。
- 较大泄密：**定义：信息在外部泄露，造成一定程度的影响。影响：造成项目信息泄露，造成一定程度的影响。
- 重大泄密：**定义：信息在外部泄露，造成严重后果。影响：造成项目信息泄露，造成严重后果。

02 / 标准化应急响应六步法

- 01 发现与报告：**发现泄密事件，第一时间报告。
- 02 初步核实：**初步核实泄密事件，确定泄密范围。
- 03 阻断扩散：**立即采取有效措施，防止泄密信息扩散。
- 04 告知受影响人：**及时告知受影响人，采取补救措施。
- 05 补救措施：**采取补救措施，消除泄密影响。
- 06 调查与问责：**调查泄密原因，追究相关人员责任。

责任追究与总结

员工/志愿者

严格遵守保密规定，不得擅自泄露项目信息。如有泄密行为，将依法依规追究责任。

合作方

严格遵守保密规定，不得擅自泄露项目信息。如有泄密行为，将依法依规追究责任。

管理者

坚持“谁主管、谁负责”原则，因管理失职、监督不到位等原因，造成泄密事件的，将依法依规追究责任。

方案总结

本方案旨在通过建立严密的组织体系、实施严格的监督管理、明确清晰的责任追究机制，构建全方位、多层次的保密防线，确保“2026年中关村国际青年艺术节”项目的顺利推进和核心信息安全，共同打造一场充分、精彩、圆满的青年艺术节盛会。



2026年中关村国际青年艺术季项目预算审核明细表



单位：元

序号	项目板块	金额	备注
1	活动执行	5,367,370.00	
1.1	“青春序曲”校园歌手大赛(暂定名)	157,600.00	
1.2	“海淀方程式”驻华参赞共游海淀	550,800.00	
1.3	“衣脉相承”服装展演秀暨开幕式	819,500.00	
1.4	优秀剧目演出周	2,935,470.00	
1.5	“青春主场”校园音乐节暨闭幕式	904,000.00	
2	设计制作类	223,890.00	
3	宣传推广类	260,740.00	
4	合计	5,852,000.00	

“青春序曲”校园歌手大赛预算明细表

一、音响设备

序号	项目名称	规格	数量	单位	单价		总价		备注
					元	元	元	元	
1	线阵列全频音	ZSOUND VCM	8	只	500.00		4,000.00		
2	线阵列低音音	ZSOUND VCS	4	只	600.00		2,400.00		
3	返听音	ZSOUND M15	2	只	400.00		800.00		
4	调音台	M32	1	台	1,000.00		1,000.00		
5	手持麦克风	SHUER UR4D+beta58	12	只	100.00		1,200.00		
6	耳麦	-	8	只	200.00		1,600.00		
7	无线小振膜	-	2	只	200.00		400.00		
8	对讲机	-	12	台	50.00		600.00		
9	Di盒	-	1	个	200.00		200.00		
小计							12,200.00		

二、视频设备

序号	项目名称	规格	数量	单位	单价		总价		备注
					元	元	元	元	
10	LED屏幕	10×4	40	平米	240.00		9,600.00		
11	视频控	-	1	套	3,000.00		3,000.00		
12	帐篷(白)	300×300	60	个	150.00		9,000.00		
小计							21,600.00		

三、摄影团队

序号	岗位	人数	人数	单价		总价		设备规格
				(元/天)	(天)	(元)	(元)	
三、摄影团队								

13	主摄影	2	人	2,000.00	2	8,000.00	索尼A7S3/佳能R5, 全画幅
14	副摄影	2	人	1,200.00	2	4,800.00	索尼A7M4
15	照片直播 播修图	2	人	1,000.00	2	4,000.00	现场AI+人工精修
16	设备租 赁	1	套	2,000.00	2	4,000.00	大三元镜头、闪光灯组
小计						20,800.00	

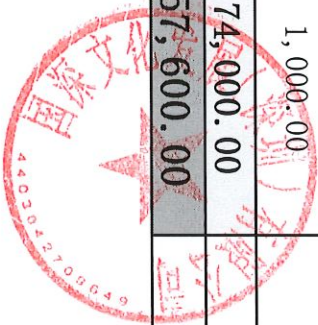
四、摄像团队

序号	岗位	人数	单位	单价	天数	合价	设备规格
				(元/天)		(元)	
17	摄像总	1	人	2,500.00	2	5,000.00	索尼FX6摄影机-5
18	主摄像	2	人	1,800.00	2	7,200.00	索尼FX6/FX3
19	游机摄 像师	2	人	1,500.00	2	6,000.00	索尼A7S3+稳定器
20	摇臂摄 像师	1	人	1,200.00	2	2,400.00	8米电控摇臂
21	摄像助	2	人	600.00	2	2,400.00	线缆、辅助
22	设备租 赁	1	套	3,000.00	2	6,000.00	摄影机套装+镜头组
小计						29,000.00	

五、后期制作

序号	项目	规格、说明	数量	单位	单价	合价	备注
					元	元	
23	全程精 剪	60分钟全程, 多机 位剪辑	1	项	39,000.00	39,000.00	
24	宣传片	3-5分钟, 含调色 、特效-5	1	条	12,000.00	12,000.00	
25	花絮视	每条1-2分钟	2	条	3,000.00	6,000.00	
26	走秀混	服装走秀合集	1	条	5,000.00	5,000.00	

27	版权音	配乐授权	6	首	500.00	3,000.00	
28	后期包	AE特效、片头片尾	1	项	5,000.00	5,000.00	
29	调色	DaVinci专业调色	1	项	3,000.00	3,000.00	
30	素材备份	硬盘交付、云备份	1	项	1,000.00	1,000.00	
	小计					74,000.00	
	共计					157,600.00	



“海淀方程式”驻华参赞共游海淀预算明细表



序号	费用大类	细分服务项目	服务内容详情	数量	单位	天数	单价	总价	备注
							元	元	
1	核心嘉宾邀约与形象适配服务费	驻华文化参赞筛选(含核背景调研)	使馆名单梳理与职位核实(通过外交使团名录);文化背景、对华合作意愿、近期活动倾向性评估;初筛5-8人→确认备选2-3人→最终选定3人	3	人	2	1,500.00	9,000.00	含使馆名录、翻译、法律顾问咨询
2		外事渠道协调与正式邀请	通过地方外办或上级主管部门或使馆发出照会或正式邀请函;协调使馆外交官日程;处理外交车辆、使馆区出入报备等程序性事务	3	人	2	2,000.00	12,000.00	含文件公证、翻译、外交通联费

3	外籍网络大V邀约	<p>大V筛选与背景审核平台：TikTok、Instagram、YouTube、小红书（在华侨博主）</p> <p>筛选标准：粉丝量10-100万、互动率≥3%、内容调性匹配、无负面舆情</p>	3	人	2	1,500.00	9,000.00	<p>含人工/第三方背调</p> <p>服务邀请并协调3-4位外籍网络大V（粉丝量级：中腰部为主，10-100万粉），参与2天文化交流活动，产出3-5条短视频/图文内容，覆盖TikTok、Instagram、YouTube、小红书（在华侨博主）等平台，实现海外社交媒体曝光与城市化IP推广。</p>
---	----------	---	---	---	---	----------	----------	---

							参照《城市国际推介“种草”计划项目渠道推广》文件对外籍达人报价进行预估	
							含文件公证、翻译、外交通联费、KOL出席活动费	
		初筛8-10人 → 背调（政治立场、商业合规性） → 最终选定3-4人	通过MCN机构或经纪代理渠道发出正式邀约	3	人	2	18,000.00	108,000.00
4		邀约沟通与合同签署	确认档期、合作形式 签署中英双语合同；明确内容要求、发布平台、发布时间、授权范围、排他条款					结算时，按实际发生费用，据实结算
5		大类小计						138,000.00

6	会务接待与后勤保障服务费	普通商务用车	别克GL8 ES陆尊 (7座)	6	辆	2	2,500.00	30,000.00	参考首汽租车报价12小时/天计算: 含司机、燃油、保险、全程接驳、过路费、司机餐补(100元/天)
7	外宾餐饮接待(午餐)	标准商务简餐 (贴合外籍饮食习惯) (11人标准)	11	人	2	300.00	6,600.00	参赞级外宾伙食费标准300元/人/天, 5位中方人员陪同	

8		外宾餐饮接待(晚餐)	标准商务简餐(贴合外籍饮食习惯)(11人标准)	11	人	2	300.00	6,600.00	参赞级外宾伙食费标准300元/人/天, 5位中方人员陪同
9		外事陪同服务	陪同专员, 负责礼仪接待、行程引导、应急处理	5	人	2	400.00	4,000.00	陪同人员劳务补贴300元/天, 餐补100元/天
10		专业口译劳务费	中英交替传译, 保障参访交流无障碍沟通	2	人	2	1,500.00	6,000.00	一名侧重外事礼宾翻译(对接参赞), 一名侧重陪同协调翻译(对接大V)

11		专业口译餐补费		2	人	2	200.00	800.00	
12		场地协调与通行	沟通协调费	6	点位	1	2,000.00	12,000.00	前期点位筛选与对接、场地踩点与方案确认、外事渠道沟通、现场协调执行
13		安保费用	外围安保	2	人	2	800.00	3,200.00	因涉及外事活动,价格参考市场短期活动安保价格及行业调研,外围安保负责点位出入口查验、秩序维护、车辆引导
14			贴身护卫(特保)	3	人	2	3,000.00	18,000.00	部分点位位于公共场所, VIP贴身保护、应急响应、防骚扰

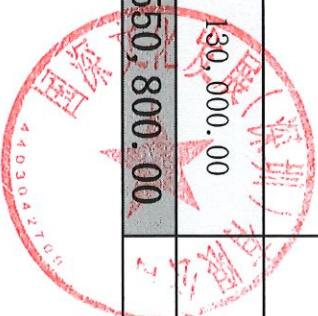
15	医疗应急保障	随队医生	2	人	2	1,500.00	6,000.00	全程跟团、急救处置、健康评估
16		随队护士	2	人	2	1,000.00	4,000.00	协助医生、医疗物资管理、记录
17	非遗体验费	非遗文化体验,含材料费	6	人	1	300.00	1,800.00	
18	饮用水及能量补给	全程饮用水、能量补给	20	人	2	25.00	1,000.00	
19	保险费用	意外险	6	人	2	150.00	1,800.00	团体短期意外险
20	随行工作人员餐费	随行工作人员工作餐	9	人	2	100.00	1,800.00	安保、随行医疗餐补 100/天
21	大类小计						103,600.00	

22	策划脚本与现场服务费	全案策划与流程设计(导演组)	活动方案、动线、串联、外事礼仪	总导演/策划总监	1	人	5	4,000.00	20,000.00	筹备3天, 活动执行2天
23			分镜头脚本、提纲、双词、打卡、环节、短视频脚本	执行导演	1	人	5	3,000.00	15,000.00	筹备3天, 活动执行2天
24		拍摄脚本撰写(编导)		编剧/文案总监	1	人	5	2,000.00	10,000.00	脚本撰写+现场调整
25			陪同及工作人员外事培训	编剧/文案(双语)	1	人	5	1,000.00	5,000.00	筹备3天, 活动执行2天
26		外事礼仪培训	应急替补嘉宾、行程变更	外事礼仪顾问	1	人	4	2,000.00	8,000.00	筹备2天, 活动执行2天
27		嘉宾行程预案		现场执行统筹	2	人	4	1,000.00	8,000.00	筹备2天, 活动执行2天

28			执行助理	2	人	4	800.00	6,400.00	筹备2天, 活动执行2天
29	现场执行统筹	导演调度、分节、把场、人员、环节	拍摄统筹/制片	1	人	4	800.00	3,200.00	筹备2天, 活动执行2天
30	服装、化妆师	嘉宾妆发整理	服装/化妆造型	1	人	4	800.00	3,200.00	筹备2天, 活动执行2天
31	灯光、设备调试		技术统筹	1	人	4	1,000.00	4,000.00	筹备2天, 活动执行2天
32	后勤/交通调度		后勤/交通调度	1	人	4	500.00	2,000.00	筹备2天, 活动执行2天
33	应急/机动专员		应急/机动专员	1	人	2	500.00	1,000.00	活动当天
34	随行工作人员餐费			14	人	2	100.00	2,800.00	工作人员餐补 100/天
35	大类小计							88,600.00	
36		全景位摄影机位		1	人	2	1,500.00	3,000.00	
37		主赞位摄影机位		3	人	2	1,500.00	9,000.00	
38	摄影摄像与后期制作服务费	外籍嘉宾全程摄影机位		3	人	2	1,500.00	9,000.00	
39		游动摄影机位		2	人	2	1,000.00	4,000.00	
41		摄影设备		6	套	2	650.00	7,800.00	

42	摄影师餐费		9	人	2	100.00	1,800.00	工作人员餐补 100/天
43	大类小计						34,600.00	
44	视频后期精剪	3分钟宣传片 海淀参赞第一视角 vlog+4	1	套		15,000.00	15,000.00	
45		英语版本字幕+配音	5	套		2,000.00	10,000.00	
46	双语版本制作	1-2分钟幕后花絮成片交付、硬盘备份、及音视频版统一调色、AE包装	7	套		2,000.00	14,000.00	
47	花絮剪辑		1	套		3,000.00	3,000.00	
48	素材备份与音视频版权		7	项		1,000.00	7,000.00	
49	调色与特效包装		7	套		1,000.00	7,000.00	
50	大类小计						56,000.00	

51	全媒体与渠道推广服务费	党央媒宣 传矩阵全 网宣发	中国日报、 抖音、 微博、 小红书、 app、 网站、 发布《海 淀方视 程》			50	篇		1,000.00	50,000.00	China Daily中国日报 全网粉丝：微博 6509万、抖音3500万 、网站日访问量5200 万人次、app累计下 载量4350万
52		抖音渠道 推广	内容、流量、 投放、运营、 助推、			60	天推流		500.00	30,000.00	
53		视频号渠 道推广	内容、流量、 投放、运营、 助推、			60	天推流		500.00	30,000.00	
54		微博渠道 推广	内容、流量、 投放、运营、 助推、 防屏蔽			50	天推流		400.00	20,000.00	
55		小计								130,000.00	
合计		合计								550,800.00	



“衣脉相承”服装展演秀暨开幕式预算明细表



序号	项目	数量	单位	单价	合价	备注
				元	元	
1	中国传统服饰设计制作	30	套	2,000.00	60,000.00	中国各朝代服饰
2	科技感服装未来设计制作	15	套	2,000.00	30,000.00	夸张廓形版服饰
3	海淀区制服款式设计制作	15	套	2,000.00	30,000.00	海淀区特色服装
4	版型开发	60	套	1,200.00	72,000.00	
5	面料采购	200	平方米	100.00	20,000.00	云纱、锦缎、棉制布料等约200平方米
6	辅料采购	300	种	50.00	15,000.00	里料、扣子、装饰品等

7	样衣制作	60	件	400.00	24,000.00	白坯样衣
小计					251,000.00	

(二) 舞台及舞美搭建

1. T台及舞台搭建

序号	项目	数量	单位	天数	单价	合价	说明
					元	(元)	
8	T台结构	160	平方米		150	24,000	含防滑处理 (20m×8m, 铝合金+防 含两侧
9	舞台台阶	8	组		1,800	14,400	台+延伸 (主舞
10	观众席布置	400	个		20	8,000	VIP+媒体区 (座椅+
11	帐篷换装区	15	个		200	3,000	白色遮阳篷, 加厚牛津布 (帐篷
12	搭建人工	30	人	2	400	24,000	1天搭建+1天拆除, 共计 2天(含运输、拆卸)

13	更衣隔断帘	30	套		80	2,400	黑色加厚绒布, 2.5m
14	简易化妆台	20	张		50	1,000	简易折叠桌 120×60cm,
15	化妆椅	40	把		20	800	折叠椅
16	挂衣架	20	组		100	2,000	落地式衣架, 可移动, 含
17	衣物收纳箱	30	个		30	900	透明塑料箱
18	地面铺设	120	平方米		15	1,800	防滑地垫/地毯
小计						82,300.00	
2. 灯光音响设备							
序号	项目	规格	数量	单位	单价	合价	说明
					元	元	
19	专业演出灯光	16m灯架	6	个	600	3,600	
20		光束灯	40	个	200	8,000	GTB-380 (380W)
21		LED染色灯	60	个	150	9,000	SS353XE M (54×
22		LED面光灯	20	个	250	5,000	COB-200 (200W)

23		PAR灯	40	个	100		4,000	PR-8120 (100W)
24		追光灯	4	个	800		3,200	HT-2500 (2500W)
25		三基色 柔光灯	30	个	120		3,600	CN-300 (300W)
26		效果烟	2	个	500		1,000	Z-390
27		灯光控 制台	1	个	4,000		4,000	MA2 Command Wing
28		信号放 大器	4	个	200		800	DMX-8路
29		直通电 源箱	3	个	400		1,200	12路× 4KW
30		灯光架/ 桁架	30	个	150		4,500	300× 300mm
31		DMX信号 线	200	米	8		1,600	2芯带屏 蔽
32		电源线	200	米	10		2,000	2.5平方
33		灯钩	200	个	5		1,000	
34		保险绳	200	米	3		600	3mm钢丝
35	音响系 统	线阵列 全频音	8	只	1,300		10,400	VCM (双 10寸)
36		线阵列 低音音	4	只	800		3,200	VCS (双 15寸)
37		返听音 箱	4	只	600		2,400	M15 (15 寸同轴)
38		四通道 功放	4	台	600		2,400	IPS- 4000
39		数字调 音台	1	台	3,000		3,000	M32R (32路)

40		舞台接口箱	1	台	1,500		1,500	DL32 (32入16	
41		手持无线话筒	8	套	500		4,000	UR4D+beta58A	
42		头戴无线话筒	6	套	700		4,200	UR4D+WH20	
43		天线分配系统	1	套	800		800	UA844+UA874	
44		有源监听音箱	2	只	500		1,000	8010A	
45		音频处理器	1	台	800		800	DriveRack PA2	
46		电源时序器	2	台	200		400	PSC-8	
47		音箱线	200	米	6		1,200	4平方×2芯	
48		信号线	300	米	5		1,500	L-4E6S	
49		DI盒	2	个	100		200	Passive	
50	技术人员	灯光师	1	人	2,000		2,000		
51		灯光助理	2	人	1,000		2,000		
52		音响师	1	人	2,000		2,000		
53		音响助理	2	人	1,000		2,000		
小计							98,100.00		
3. LED大屏及显示设备									
序号	项目	规格	数量	单位	单价	合价	说明		
					元			(元)	
54	LED主屏	P3, 10m × 4m	40	平方米	500	20,000			

55	侧屏	P3, 3m ×3m×2	18	平方米	500	9,000	
56	视频处 理器	1套	1	套	2,000	2,000	
小计						31,000.00	
(三)工作人员							
序号	项目	人数	单价 (元)	合价 (元)	说明		

57	孔敬出场费 (2016年中国 世界冠军 姐妹军)	1	10,000	10,000	<p>校园折扣 公益折价，含 走秀+互动 琳作为小 世界小姐 冠军，国 际影响力 与主题高 度契合。 2021年 曾参加春 晚时装《 霓裳》- 走秀山裳 1，具有 大型展演 经验。档 期可更换</p>
58	艺人团 队	3	3,000	9,000	

59	妆发造型	1		1000		1,000	专属化妆师+发型师
小计						20,000.00	
1. 专业模特							
序号	项目	人数	人数	单价(元)	天数	合价(元)	说明
60	主秀模特	6	人	1,500	2	18,000	彩排1天+正式1
61	群演模特	24	人	400	2	19,200	彩排1天+正式1
62	模特面试及排	1	项	1,000	5	5,000	选角+排练5天
63	模特妆发造型	30	人	300	1	9,000	基础妆发
64	模特餐饮交通	30	人	200	1	6,000	当日餐饮+交通
65	模特保险	30	人	100	1	3,000	意外险
小计						60,200.00	
2. 导演组							
序号	岗位	人数	单位	单价(元)	天数	合价(元)	工作内容说明
66	总导演	1	人	5,000	2	10,000	整体艺术把控、最终现场调度、环节衔接
67	执行导演	2	人	2,000	2	8,000	

68	舞蹈编导	3	人	1,500	2	9,000	走秀编排、动作指导
69	编导助理	4	人	750	2	6,000	编导、排练记录、排练音乐选择、现场把控
70	音乐总监	1	人	4,000	2	8,000	音乐剪辑、播音、主持词、串词、脚本
71	音乐助理	2	人	500	2	2,000	大屏视觉制作
72	文案策划	2	人	1,500	2	6,000	
73	视觉/VJ设计	2	人	1,500	2	6,000	
小计						55,000.00	
3.. 舞台监督组							
序号	岗位	人数	单位	单价(元)	天数	合价(元)	工作内容说明
74	舞台总监	1	人	2,500	2	5,000	舞台整体管理
75	舞台监督	3	人	1,000	2	6,000	节目顺序、上下场把
76	催场	4	人	500	2	4,000	演员/模特叫场
77	道具管理	3	人	500	2	3,000	道具准备、摆放

78	话筒管理	2	人	400	2	1,600	话筒分调		
79	灯光配合	2	人	500	2	2,000	配、与灯光		
80	音响配合	2	人	500	2	2,000	师对接与音响		
81	舞台机械	2	人	750	2	3,000	师对接与音响		
82	场务	4	人	300	2	2,400	舞台清场、辅助		
小计						29,000.00			
4. 后台管理组									
序号	岗位	人数	单位	单价		天数	合价		工作内 容说明
				元	元		元	元	
83	后台主管	1	人	2,000		2	4,000	后台整理 服装、换 装协助,2个 模特.1	
84	服装管理	30	人	300		2	18,000	后台整理 服装、换 装协助,2个 模特.1	
85	更衣区管理	4	人	400		2	3,200	更衣室 秩序	
86	化妆间管理	2	人	500		2	2,000	化妆间 调度	
87	模特管理	2	人	750		2	3,000	模特点 名、引 群演组 织	
88	演员/群演管理	2	人	500		2	2,000	模特点 名、引 群演组 织	

89	休息区管理	2	人	400	2	1,600	VIP/演员休息
90	安保配合	5	人	300	2	3,000	后台出入管控
小计						36,800.00	

5. 现场执行组

序号	岗位	人数	单位	单价		天数	合价		工作内容
				元	元		元	元	
91	现场总控	1	人	2,500		2	5,000	全场统筹协调	
92	嘉宾接待	3	人	750		2	4,500	领导/明星接待引导	
93	媒体接待	2	人	500		2	2,000	媒体签到、引导	
94	观众引导	4	人	300		2	2,400	观众入场、座位引导	
95	签到管理	2	人	400		2	1,600	嘉宾/媒体签到	
96	物资管理	2	人	400		2	1,600	物资分发、登	
97	后勤保障	2	人	500		2	2,000	餐饮、饮用水、	
98	机动/应急	3	人	500		2	3,000	突发事件处理	
99	主持人	1	人	2,500		2	5,000	现场主持	
小计							27,100.00		

6. 摄影团队 (平面)

序号	岗位	人数	单位	单价		天数	合价		工作内容说明
				元	元		元	元	
100	主摄影师	2	人	2,000		2	8,000		索尼A7S3/佳能R5, 全画幅
101	副摄影	2	人	1,200		2	4,800		索尼
102	跟拍花絮师	1	人	1,000		2	2,000		索尼A7C
103	照片直播	2	人	1,000		2	4,000		现场AI+人工精
104	设备租赁	7	套	300		2	4,200		大三元镜头、闪光灯组
小计							23,000.00		
7. 摄像团队 (视频)									
序号	岗位	人数	单位	单价		天数	合价		设备规格
				元	元		元	元	
105	摄像总监	1	人	2,000		2	4,000		索尼FX6 电影机-
106	主摄像师	3	人	1,800		2	10,800		索尼FX6/FX3
107	游机摄像师	2	人	1,500		2	6,000		索尼A7S3+稳定器
108	摇臂摄像师	1	人	1,200		2	2,400		8米电控摇臂
109	摄像助理	2	人	600		2	2,400		线缆、辅助

110	设备租 赁	9	套	300	2	5,400	电影机 套装+镜 头组
小计						31,000.00	
8. 后期制作							
序号	项目	数量	数量	单价		合价	规格说 明
				元	元		
111	全程录 播剪辑	1	项	25,000		25,000	全 程, 多 机 位 剪 辑
112	后期导 演	1	人	12,000		12,000	素 材 统 筹 、 剪 辑 、 指 导 、 节 目 把 控 、 效 果 混 音 、 音 频 混 音
113	宣传片	1	条	15,000		15,000	3-5分 钟, 含 调 色、 特 效
114	花絮视 频	2	条	3,000		6,000	每 条 1-2 分 钟
115	走秀混 剪	1	条	5,000		5,000	服 装 走 秀 合 集
116	版权音 乐	6	个	500		3,000	配 乐 授 权

117	后期包 装	5	个	1,000	5,000	AE特效 、片头 片尾
118	调色	5	个	600	3,000	Davinci 专业调 色
119	素材备 份	1	项	1,000	1,000	硬盘交 付、云 备份
小计					75,000.00	
共计					819,500.00	

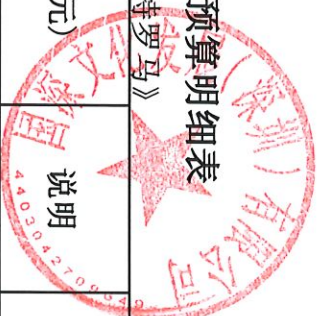


优秀剧目演出周预算明细表

1. 剧目《科斯特罗马》

序号	项目	人数	场次	金额(元)	说明	备注
1	《科斯特罗马》	50	2	1,487,000.00	详见附件： 往返飞机2天、排练舞台1天、正式演出2天	简介：“科斯特罗马”俄罗斯国家歌舞秀已成为国家和国际文化活动的的重要组成部分，并自豪地享有“俄罗斯名片”的美誉。该舞剧已巡演全球27个国家，完成45轮演出，跨越各大洲，吸引观众逾700万人次。观众涵盖王室成员、政界与文化艺术家、知名人士、儿童与剧长、青年与长者。剧目在澳大利亚、新西兰、中国、荷兰、法国、德国、古巴等国的顶级舞台上成功首演。自2005年至今，舞团每年携此剧在莫斯科开展巡演（每年演出80场）
					包含俄罗斯原版音乐剧版权引进、俄方原班演员、舞蹈、国际差旅、美国运输、中国食宿、道具制作等全部费用	

2. 剧目《曹雪芹》



序号	项目	人数	场次	金额(元)	说明	介绍
2	《曹雪芹》	42	2	902,920.00	详见附件	《曹雪芹》是海淀区委宣传部出品的一部古典舞剧，由北京曹雪芹学会等单位支持，作为2020中关村舞剧节的原创大戏。[1]该剧于2020年9月16日至18日在中关村舞剧节首演，后陆续在海淀剧院、国家大剧院、海南省歌舞剧院完成30余场演出。剧情通过“知交京华”“空劳牵挂”“如梦大观”“只立千古”四幕，以时间倒序和时空交错手法展现曹雪芹经历家族不幸、爱人分离、亲人离世、理想破灭后创作《红楼梦》的过程。2023年，舞剧作为北京市唯一入围作品入围第十三届中国舞蹈“荷花奖”舞剧终评。

3. 剧目《茶花女》

序号	项目	人数	场次	金额(元)	说明:	备注
3	《茶花女》	105	1	519,550.00	详见附件:《茶花女》商演性质,但公益价格,彩排装台1天、演出1天	<p>1、演出团队:由专业歌剧演员、乐队成员组成强大的演出阵容,确保演出的高质量和专业性。演员需具备丰富的歌剧表演经验,能够生动诠释角色。参加演出的歌剧团演出人员66人(包含演员8人、合唱团演员25人、乐团木管声部4人、铜管声部3人、打击键声部2人、小提琴11人、中提琴4人、大提琴3人、低音提琴2人、乐务2人、指挥1人、导演1人)、舞美制作人员95人</p> <p>2、演出安排:全场的演出时长不少于100分钟,中间适当安排休息时间。</p>

						3、舞台布景：为节约成本，巡演只考虑运输费用4. 搭建一天，演出1天
--	--	--	--	--	--	------------------------------------

4. 《托斯卡》影响放映*导赏

序号	费用项目	购买张数	单价(元)	合价(元)	备注
4	购票形式	105	120.00	12,600.00	海淀区中间剧场售票, 只有120元票档
小计				12,600.00	

5. 光影留声机——奥斯卡经典电影名曲交响音乐会

序号	费用项目	购买张数	单价(元)	合价(元)	备注
5	购票形式	50	100.00	5,000.00	海淀区五棵松爱乐汇交响乐共分5个票档100-180-280-380-480, 按照惠民政策, 购买50张100元, 30张280元

6	购票形式	30	280.00	8,400.00		
小计				13,400.00		
总计				2,935,470.00		



俄罗斯引进剧目《科斯特罗马》费用明细表

一、签证及工作许可

单位：元

序号	项目	人数	单价	合价	单价	说明
1	Z字签证费	50	600.00	30,000.00	600.00	驻俄使领馆收费标准，按汇率约1:13.5
2	外国人工作许可通知	50	50.00	2,500.00	50.00	国家外国专家局签发，含系统填报、材料整理
3	邀请函 (PU Letter)	50	30.00	1,500.00	30.00	外事邀请函
4	工作许可证代办	50	100.00	5,000.00	100.00	入境后申领
5	材料翻译/公证	50	60.00	3,000.00	60.00	学历、无犯罪证明翻译公证
6	体检证明	50	100.00	5,000.00	100.00	中国认可的体检部门出具
7	加急服务费	50	80.00	4,000.00	80.00	确保按时出签
小计				51,000.00		
二、国际机票及行李						
序号	项目	人数	送审单价	合价	单价	说明

8	莫斯科 一北京 往返经 济舱	50	10,000.00	500,000.00	10,000.00	含附加费、燃油费, 淡季团体价-3-8
9	行李超 重费 (舞蹈 服装)	50	1,000.00	50,000.00	1,000.00	服装道具超重
10	机票代 理服务 费	1	1,000.00	1,000.00	1,000.00	
小计				551,000.00		

三、演出费

序号	项目	天数/ 场次	送审单价	合价	单价	说明
11	版权费			120,000.00		剧目版权及授权
12	演出费 (2场)	2	100,000.00	200,000.00	100,000.00	2场演出, 含排练
小计				320,000.00		

四、道具制作及运输费

序号	项目	数量	送审单价	合价	单价	说明
13	舞台布 景制作	10	8,000.00	80,000.00	8,000.00	俄罗斯民族风格背景 板、装饰 (道具表
14	大型道 具制作	10	6,000.00	60,000.00	6,000.00	民族特色大型道具

15	小型道具制作/补充	30	2,000.00	60,000.00	2,000.00	手工艺品、日常道具等
16	服装补充制作	15	1,000.00	15,000.00	1,000.00	演出服装定制/补充
小计				215,000.00		

五、装卸工人明细

序号	工种	人数	工作天数	单价	合价	
17	装卸工(重物)	6	2	400.00	4,800.00	
18	舞台搭建工	5	1	350.00	1,750.00	
19	舞台拆台工	5	1	350.00	1,750.00	
20	叉车司机	1	2	500.00	1,000.00	
21	现场协调/工头	1	2	600.00	1,200.00	
合计					10,500.00	

六、酒店住宿

序号	项目	间数	晚数	单价	合价	

22	双人标间	24	3	500.00	36,000.00	
23	单人间(主创)	2	3	500.00	3,000.00	
小计					39,000.00	

七、餐饮接待

序号	项目	人数	餐次	单价	合价	
24	早餐	50	4	0.00	0.00	
25	午餐	50	4	80.00	16,000.00	
26	晚餐	50	3	80.00	12,000.00	
小计					28,000.00	

八、车辆保障

序号	项目	数量	天数	单价	合价	
27	大巴车(49座)	1	5	2,500.00	12,500.00	
28	商务车(主创)	1	5	1,000.00	5,000.00	
29	道具运输车	1	3	1,000.00	3,000.00	

小计							20,500.00	
----	--	--	--	--	--	--	-----------	--

九、其他费用

序号	项目	人数	天数	单价	合价	
30	旅游意外保险	50		50.00	2,500.00	
31	俄语翻译服务	1	4	1,745.00	6,980.00	
小计					9,480.00	

十、场租费

序号	项目	天数	场数	单价	合价	
32	基础场租	3	1	50,000.00	150,000.00	
33	LED屏幕	3	1	10,000.00	30,000.00	
34	灯光音响设备使用费	3	1	20,000.00	60,000.00	
35	空调及基础电费	3	1	840.00	2,520.00	
小计					242,520	
总计					1,487,000.00	



《曹雪芹》费用明细表

单位：元

1、场租费

序号	项目	送审单价	数量	天数	合计	单价	备注
1	装台使用费	50,000.00	1	1	50,000.00	50,000.00	
2	演出使用费	70,000.00	1	2	140,000.00	70,000.00	
4	票纸费	1.00	900	2	1,800.00	1.00	
5	贵宾间	1,000.00	1	1	1,000.00	1,000.00	
6	电检费	4,925.00	1	1	4,925.00	4,925.00	
	合计				197,725.00		

2、设备租赁费

1	灯光租赁费	41,065.00	1	3	123,195.00	41,065.00	
2	多媒体租赁费	9,000.00	2	3	54,000.00	9,000.00	
3	字幕机租赁费	4,000.00	1	2	8,000.00	4,000.00	
	合计				185,195.00		

3、版权费及演出费

项目	场次	合计
1 版权费		200,000.00
2 演出费	2	320,000.00
合计		902,920.00



《茶花女》费用明细表

一、剧团演出费



单位：元

序号	项目	人数	天数	单价	总价	说明
1	基本演出费				150,000.00	中央歌剧院《茶花女》演出
2	指挥	1	2	7,500.00	15,000.00	乐队及合唱指挥
3	导演	1	2	6,000.00	12,000.00	舞台导演 薇奥莱塔、阿尔弗雷多、杰
4	主要演员	8	2	2,500.00	40,000.00	合唱演员
5	合唱团	25	2	800.00	40,000.00	木管4人、铜管3人、打击2人、小提琴11人、中提琴4人、大提琴3人、低音提琴2人
6	乐团演奏员	29	2	800.00	46,400.00	乐谱管理、乐器协
7	乐务	2	2	1,000.00	4,000.00	舞台调度
8	舞台监督	2	2	1,500.00	6,000.00	舞台灯光操作
9	灯光师	2	2	1,250.00	5,000.00	现场音响调试与操
10	音响师	1	2	1,500.00	3,000.00	

11	字幕员	1	2	1,000.00	2,000.00		中文字幕 现场放映
12	化妆师	3	2	500.00	3,000.00		演员化妆 造型
13	服装师	2	2	500.00	2,000.00		服装管理 及更换协 理
14	道具师	2	2	500.00	2,000.00		道具管理 及布置
15	演出统 筹	2	2	500.00	2,000.00		演出整体 协调管理
16	行政管理 人员	4	2	500.00	4,000.00		后勤、财 务、宣传 协调
小计					336,400.00		
二、巡演组织费							
序号	项目	数量	天数	单价	合价		说明
17	大巴车	3	2	1,500.00	9,000.00		3辆大巴
18	中巴/商 务车	1	2	750.00	1,500.00		1辆中巴, 主要演员 及指挥
19	早餐	105	2	15.00	3,150.00		105人 × 2天
20	午餐	105	2	40.00	8,400.00		105人 × 2天
21	晚餐	105	2	40.00	8,400.00		105人 × 2天
22	人身意 外险	105		100.00	10,500.00		105人

23	饮用水及能量补给	600	2	1.00	1,200.00	演职人员日常饮用水及能量补给
24	应急药品及医药	50	2	10.00	1,000.00	常用药品、急救包
25	办公及通讯	100	2	25.00	5,000.00	打印、对讲机、电池等
小计					48,150.00	

三、舞美运输费

中央歌剧院现有成熟舞美方案（布景、道具、服装），不产生新制作费，仅收取往返运输及装卸

3.1布景运输

序号	项目	数量	单价	合价	说明
26	布景装箱	4	1,000.00	4,000.00	硬景片、软景幕布打包材料
27	卡车运输（往返）	2	6,000.00	12,000.00	9.6米货车
小计				16,000.00	

3.2道具运输

序号	项目	数量	单价	合价	说明
28	道具装箱	2	1,000.00	2,000	道具箱打包材料及
29	卡车运输（往返）	2	4,000.00	8,000	6.8米货车
小计				10,000.00	

3.3 服装运输

序号	项目	数量	单价	合价	说明	
30	服装装箱	2	1,000.00	2,000.00	服装箱打包 (约80套服装)	
31	卡车运输 (往返)	2	3,000.00	6,000.00	4.2米货车	
小计				8,000.00		
3.4 装卸工人 (搭建1天 + 拆台1天)						
序号	工种	人数	工作天数	单价	合价	工作内容
32	装卸工 (重物)	10	2	350.00	7,000.00	布景、道具、服装箱装卸车
33	装卸工 (舞台搭建)	8	1	300.00	2,400.00	舞台布景搭建、仅搭建日)
34	装卸工 (舞台拆台)	6	1	300.00	1,800.00	舞台布景拆卸、打包 (仅拆台日)
35	叉车司机	2	2	450.00	1,800.00	重型布景装卸操作
36	现场协调/工头	1	2	500.00	1,000.00	装卸工人调度、现场指挥
小计					14,000.00	
四、场地费						

序号	项目	天数	单价	合价			
37	基础场租	3	22,000.00	66,000.00			
38	基础灯光音响	3	4,000.00	12,000.00			
39	空调及基础电费	3	1,000.00	3,000.00			
40	剧场服务费	3	2,000.00	6,000.00			
小计				87,000.00			
共计				519,550.00			



“青春主场”校园音乐节暨闭幕式预算明细表

(一) 舞台及搭建

1. 舞美设计

序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
1	舞美方案设计	1	套	3,000.00	3,000.00	含效果图、施工图、灯光设计图, 交付设计图电子版
2	3D效果图制作	1	套	2,000.00	2,000.00	白天/夜晚/灯光秀多角度渲染, 交付效果图5
3	舞台结构计算	1	项	3,000.00	3,000.00	安全结构计算书, 含风荷载计算, 交付计算书1份
4	施工图深化	1	套	2,000.00	2,000.00	含尺寸、材料、工艺、节点详图, 交付施工图1套
小计					10,000.00	

2. 舞台搭建

序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
----	----	----	----	-------	-------	-------

5	主舞台结构	200	平方米	140.00	28,000.00	演唱会专用 铝合金防火 板结构, 尺 寸22m× 10m, 承重 ≥500kg/ m ² , 雷亚架 1500根
6	舞台台面铺设	200	平方米	50.00	10,000.00	防滑防火板 +防滑地 毯, 保护真 草草坪, 含 抽胶铺设-1
7	上台梯步	4	组	1,500.00	6,000.00	演唱会专用 铝合金梯 步, 宽2m, 含护栏
8	舞台护栏	80	米	50.00	4,000.00	安全护栏, 高度≥ 1.2m, 前后 台分区
小计					48,000.00	
3. LED大屏及显示设备						
序号	项目	数量	单位	单价 (元)	合价 (元)	规格/说明

9	主屏LED	120	平方米	160.00	19,200.00	P4户外防水屏, 尺寸20m×6m, 1920×1080分辨率
10	侧屏LED	60	平方米	160.00	9,600.00	P4户外防水屏, 尺寸6m×5m×2侧
11	视频处理器	1	套	1,200.00	1,200.00	支持多信号切换、拼接, 4K输入
小计					30,000.00	

(二) 音响灯光设备

1. 音响系统

序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
12	主扩线阵音箱(全频)	16	只	2,000.00	32,000.00	双12寸线阵, 防水IP54, 覆盖1-2万人
13	超低音音箱	8	只	2,400.00	19,200.00	双18寸, 增强低频震撼力
14	舞台返听音箱	8	只	1,000.00	8,000.00	15寸全频, 供表演者监听
15	补声音箱	4	只	1,000.00	4,000.00	覆盖侧区观众

16	功放及 周边设 备	1	套	10,000.00	10,000.00	含处理器、 分配器、电 源时序器
17	话筒系 统	1	套	5,000.00	5,000.00	手持麦8只+ 头戴麦6只+ 乐器麦4套
小计					78,200.00	
2. 调音台及控制系统						
序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
18	数字调 音台	1	台	15,000.00	15,000.00	不少于32路 输入,支持 远程控制
19	接口箱	1	台	3,000.00	3,000.00	舞台接口箱
20	无线监 听系统	4	套	500.00	2,000.00	供表演者使 用
小计					20,000.00	
3. 灯光设备						
序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
21	光束灯	60	台	800.00	48,000.00	380W, 防水 IP54, 户外 演出专用
22	LED染色 灯	60	台	300.00	18,000.00	54颗3W, RGBW混色
23	面光灯	20	台	500.00	10,000.00	COB 200W, 暖白+冷白
24	切割灯	6	台	2,000.00	12,000.00	550W, 图案 切割
25	追光灯	2	台	1,500.00	3,000.00	手动追光

26	灯光控	1	台	8,000.00	8,000.00	MA2控台
27	灯光架/ 桁架	1	套	1,000.00	1,000.00	面光架、逆 光网架租赁
小计					100,000.00	

4. 技术人员

序号	岗位	人数	单位	单价(元)	合价(元)	工作内容
28	音响师	2	人	2,000.00	4,000.00	主控+监 听, 含排练 及演出全程
29	灯光师	2	人	2,000.00	4,000.00	主控+追光
30	系统工程 师	2	人	2,000.00	4,000.00	设备调试、 全程保障
31	乐器调 音师	1	人	2,000.00	2,000.00	专职乐器调 音
32	VJ	1	人	2,000.00	2,000.00	大屏视觉控 制、素材播 放
33	VJ制作 背景素	40	人	500.00	20,000.00	大屏素材
34	搭建/拆 卸人工	15	人	600.00	9,000.00	含运输装 卸, 2天搭 建+1天拆除
小计					45,000.00	

(三) 现场安保服务

序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
----	----	----	----	-------	-------	-------

35	围挡	500	米	30.00	15,000.00	硬质围挡，高2m，现场隔离
36	防爆铁马	500	个	10.00	5,000.00	通道设置、排队区隔离
37	电力保障	1	项	15,000.00	15,000.00	临时供电、配电箱、电缆、电驻场
38	质检及噪音检	1	项	5,000.00	5,000.00	现场检测、出具报告
39	闸机	20	台	400.00	8,000.00	入场核实验，含人脸识别
40	防伪贴/票纸	20000	张	0.50	10,000.00	防伪门票
41	安检人员	30	人	320.00	9,600.00	安检员，含手持金属探测器
42	安保人员	120	人	260.00	31,200.00	巡逻、秩序维护、定点值守
43	对讲机	50	台	100.00	5,000.00	通讯设备租赁
44	应急照明	1	项	2,000.00	2,000.00	应急灯、疏散指示灯
小计					105,800.00	
(四) 应急服务						
序号	项目	数量	单位	单价 (元)	合价 (元)	规格/说明

45	医疗器械	1	套	10,000.00	10,000.00	急救箱4个、AED 2台、担架2副
46	消防设备	1	套	10,000.00	10,000.00	灭火器50具、防火毯20条
47	应急救援车辆(救护车)	1	辆	5,000.00	5,000.00	含随车医护人员
48	消防设备 消防车	1	辆	3,000.00	3,000.00	消防队备勤
49	医护人员 驻场	1	组	12,000.00	12,000.00	2医2护, 含急救药品
50	公众责任险	1	项	6,000.00	6,000.00	保额200万元
51	意外险	20000	人	0.50	10,000.00	观众意外险, 保额10万元/人
小计					56,000.00	
(五) 活动保障						
序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
52	工作人员餐费	150	人	100.00	15,000.00	含午餐+晚餐, 工作盒饭
53	志愿者餐费	100	人	80.00	8,000.00	含午餐+晚餐
54	艺人餐费	30	人	150.00	4,500.00	含排练日+演出日

55	饮用水及补给	1	项	8,000.00	8,000.00	全场饮用水、能量补给
56	网络信号车	1	辆	10,000.00	10,000.00	应急通信保障
57	发电车	1	辆	20,000.00	20,000.00	备用电源,双回路供电
58	报名服务器	2	台	5,000.00	10,000.00	服务器租赁
59	入场核验终端	20	台	500.00	10,000.00	手持核验终端
60	二维码系统、开票系统、开	1	项	20,000.00	20,000.00	票务预约系统开发
61	垃圾清运	1	项	10,000.00	10,000.00	垃圾桶50个、清运车2
62	场地保洁	10	人	300.00	3,000.00	现场保洁人员
63	场地损坏修复	1	项	21,500.00	21,500.00	真草草坪恢复、设施维修
小计					140,000.00	
(六) 直播及影像服务						
1. 摄像设备						
序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
64	广播级摄像机	6	套	5,000.00	30,000.00	HDC-2580同级别
65	摄像机控制单	6	套	1,000.00	6,000.00	HDCU-2080

66	摄像机 遥控面	6	套	500.00	3,000.00	RCP-1500
67	寻像器	6	套	500.00	3,000.00	7英寸
68	摇臂	1	套	8,000.00	8,000.00	8米电控摇
69	电控轨	1	套	5,000.00	5,000.00	15米
70	长焦距 镜头	2	支	2,500.00	5,000.00	86倍
小计					60,000.00	

2. 导播设备

序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
71	导播台	1	台	20,000.00	20,000.00	12路输入, 含特技、字 幕
72	推流设	1	套	10,000.00	10,000.00	专业推流器
73	网络保 障	1	项	10,000.00	10,000.00	专线网络 +5G备用
小计					40,000.00	

3. 人员团队

序号	岗位	人数	单位	单价(元)	合价(元)	工作内容
74	导播	1	人	10,000.00	10,000.00	全程导播
75	讯道摄 像师	6	人	3,000.00	18,000.00	每机位1人
76	摄像助 手	2	人	1,000.00	2,000.00	线缆、辅助
77	摇臂摄 像师	1	人	3,000.00	3,000.00	摇臂操作
78	游机摄 影师	2	人	2,000.00	4,000.00	
79	游机摄 像师	2	人	2,000.00	4,000.00	无人机操作

80	技术工 程师	3	人	3,000.00	9,000.00	设备调试保 障
81	直播相 册摄影 师	2	人	2,000.00	4,000.00	现场拍照+ 实时上传
小计					54,000.00	
4. 后期制作						
序号	项目	数量	单位	单价(元)	合价(元)	规格/说明
82	全程录 播剪辑	1	项	25,000.00	25,000.00	全程,多机 位剪辑
83	后期导 演	1	人	12,000.00	12,000.00	素材统筹、 剪辑指导、 节目效果把 控、音频混 音
84	精剪宣 传片	1	条	28,000.00	28,000.00	3-5分钟, 含调色、特 效
85	花絮视 频	3	条	3,000.00	9,000.00	每条1-2分 钟
86	版权音 乐	40	首	500.00	20,000.00	配乐授权
87	双语字 幕	5	条	600.00	3,000.00	字幕特效 字幕设计
88	后期包 装	5	条	4,000.00	20,000.00	AE特效、片 头片尾
小计					117,000.00	
共计					904,000.00	



“设计制作类”预算明细表

单位：元

序号	项目板块	活动主视觉设计	数量	单位	单价	合价	备注
1	主视觉设计	活动主视觉设计	5	个	1,000.00	5,000.00	
2		系列物料设计	60	个	200.00	12,000.00	
3	活动现状物料	主视觉展板(带桁架)	2	个	5,000.00	10,000.00	预估尺寸 8m*3m高清喷 安装(UV喷绘 、绷布、加铝 、合金桁架)
4		打卡视觉雪弗板展板2	1	个	1,500.00	1,500.00	
5		门型展架	60	个	120.00	7,200.00	PVC硬片防潮 画面
6		嘉宾证	100	个	10.00	1,000.00	PVC0.085m*0. 054m标准胸 双面四色印刷 、打码、打孔
7		媒体证	100	个	10.00	1,000.00	
8		工作证	400	个	10.00	4,000.00	
9		志愿者证书	300	张	8.00	2,400.00	
10		主持人手卡	40	张	1.00	40.00	



11		麦克风	10	张	5.00	50.00	
12		宣传海报	200	张	5.00	1,000.00	
13		活动横幅	40	张	50.00	2,000.00	请明确尺寸
14		活动流程单、节目单、海报、艺术打卡	500	张	2.00	1,000.00	
15		定制充电宝 1000wh	5000	张	10.00	50,000.00	
16		定制徽章	500	个	90.00	45,000.00	10000毫安品牌充电宝
17		定制徽章	600	个	40.00	24,000.00	1、锌合金+仿珐琅工艺(5色珐琅) 2、直径5cm,厚度1.2- 3、蝴蝶扣或磁吸,需要包装,纸板加塑料袋或盒装
18		定制外盒(天地盖, 25*25cm)	500	个	30.00	15,000.00	250g白卡纸覆哑膜, 四色印刷; 尺寸配套礼盒
19		定制礼品袋(铜版纸)	500	个	5.00	2,500.00	

20		礼品袋 (透明镭射光)	400	个	28.00	11,200.00	1、面料：纯棉或混纺，纯棉240克以上 2、款式：常规宽松型，尺码 L-2XL 3、logo：数码直喷 4、需带塑料包装
21		活动文化衫	400	件	45.00	18,000.00	1、可调节扣(55-60cm)、棉/帆布、立体刺绣(3D刺绣) 2、需带包装
22		棒球帽	400	个	25.00	10,000.00	2、需带包装
小计						223,890.00	



“宣传推广类”预算明细表

单位：元

序号	项目板块	数量	单位	单价	合价	备注
1	彩铃视频推广	300	人	20.00	6,000.00	
		2000	条	0.12	240.00	
2	3公里内短信推广					
3	人民日报报视频客户端“视界”app整体活动专题	200	页	400.00	80,000.00	
4	人民日报报视频客户端“视界”app整体活动专题	40	页	1,000.00	40,000.00	
5	人民日报报整体活动抽奖活动	1	套	7,500.00	7,500.00	
6	党央媒体(新华网、光明日报、光明日报网等10	10	个	2,000.00	20,000.00	
7	省市级/门户网站媒体(新浪、搜狐、北京日报等20家	20	个	1,000.00	20,000.00	



8		新闻通稿撰写(前宣预热、活动正式稿件、后宣件、后宣)	5	篇	400.00	2,000.00
9		页面设计	20	页	100.00	2,000.00
10		后台数据库搭建	1	套	30,000.00	30,000.00
11	线上打卡小程序	具体功能实现: 打卡功能、抽奖功能、展示功能、定位功能	1	套	20,000.00	20,000.00
12		服务器租赁(阿里云)	1	月	2,000.00	2,000.00
13		带宽流量充值	1	月	1,000.00	1,000.00

14	形象大使邀约	活动整体形象大使肖像权、出席三场活动、拍摄volg、录制VCR	6	个	5,000.00	30,000.00	拟邀请孔敬、蓝盈莹等知名青年代表担任第十届中国国际青年艺术周形象大使
小计						260,740.00	

