2026年中关村儿童演出季合同

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：北京赛思博文演出经纪有限公司

地址：北京市东城区建国门内大街甲9号

法定代表人：张浩

联系方式：010-65201506

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年中关村儿童演出季”项目的服务商。甲乙双方协商订立本合同，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年中关村儿童演出季”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7月持续至2026年9月1周，直至2026年中关村儿童演出季结项，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¥1486000元（大写：壹佰肆拾捌万陆仟元整）

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10个工作日内，向乙方支付合同总额的60%，即¥891600元。大写：捌拾玖万壹仟陆佰元整。

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10个工作日内，向乙方支付合同总额的40%，即¥594400元。大写：伍拾玖万肆仟肆佰元整。

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、贵重礼品等礼品；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的事故。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，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。

16.4 重大公共活动、国家法定节假日调整、上级主管部门行政指令”等情形。如果因为政府要求停办大型活动导致演出取消，甲方应有权免责解除。

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

本合同适用中华人民共和国法律。

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。乙方的核心履约义务应于2026年9月30日前完成（以实际情况为准）。

22.2 通知与送达：

各方确认，本合同首部所载地址、电话、电子邮箱等联系方式（下称“送达地址”）为各方往来通知及争议解决时法律文书的有效送达地址。任何一方送达地址如有变更，应及时书面通知对方，否则，向原送达地址发出的通知或法律文书，一经寄出（邮戳日）后第5日即视为送达；采用电子邮箱发送的，邮件进入对方系统时视为送达。

22.3 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年中关村儿童演出季方案》

2：服务清单及价款明细

3.采购需求

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 2016 年 7 月 25 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）	北京赛思博文演出经纪有限公司			技术合同专用章或单位公章 2016 年 7 月 25 日
	法定代表人	张浩			
	委托代理人	曹子婧			
	住　所（通讯地址）	北京市东城区建国门内大街甲 9 号	邮政编码	100740	
	电　　话	010-65201506	传真	010-65201506	
	开户银行	中国银行北京雅宝路支行			
	账　　号	3259 7067 0423			

附件 1

2026 年中关村儿童演出季方案

一、活动意义

项目名称：2026 年中关村儿童演出季

项目执行时间：2026 年 7 月中下旬至 9 月第一周

中关村儿童演出季项目自 2015 年至 2025 年期间，已经举办八届，为数万儿童及家庭呈现了上百场精彩演出和丰富艺术活动。

党和国家始终高度重视少年儿童的健康成长与全面发展。近年来，围绕落实立德树人根本任务，一系列促进青少年德智体美劳全面发展的政策措施深入推进，尤其强调美育对于陶冶情操、温润心灵、激发创新创造活力的重要作用。

2026 年，我们将继续以“以美育人、以文化人”为宗旨，依托海淀区科技文化教育资源，汇聚国内外优质儿童剧目与艺术团体，通过专业沉浸式的艺术展演与互动，提升少年儿童审美素养与创造力，打造具有广泛影响力的青少年文化艺术品牌，为北京全国文化中心建设贡献力量。

二、活动主题

演出季继续沿用“艺绽新时代，童心向未来”固定主题，开展“1+2+1”系列主题活动（即一系列剧目展演、两大配套活动、一场闭幕晚会）。计划约 27 场活动。

三、活动内容

（一）一系列剧目展演，国内外经典剧目齐聚海淀

拟邀请 10 部国内外精品商业儿童剧共 14 场进行展演，并组织 6 场公益演出进行展示，共 20 场演出，拟邀剧目如下（拟定）：

1.沉浸式肢体互动剧《谁是厨神？》（古巴/哥伦比亚）2场

两位厨师，两种性格，却要共享一个厨房，这就是一切挑战的开始。厨师Cookie是严谨认真的代名词，做菜要细致，时间要精准，只有把控一切，才能端出完美的料理。而另一位厨师ChaoFan正相反，鸡蛋可以漫天飞舞，厨具可以当成乐器，只要开心随性，料理就绝不会失去魅力。

2.中英合作奇趣装置儿童剧《北极熊飞上天》，2场

北美儿童与青少年演艺协会——“最受欢迎的小宝宝剧目”，英国最顶尖的儿童剧导演Gill把关，英国实力派舞台设计师Clair操刀，伦敦首演后一炮而红。是国内儿童剧演出市场的“常青树”。

3.《哪吒》——中国木偶艺术剧院，1场。

木偶戏亮点纷呈：哪吒腾空跃起，小龙女裙摆生波，螃蟹虾兵萌翻全场；真人+木偶无缝配合，纱幕投影营造梦幻海底。互动环节哪吒穿越观众席，邀小朋友共同破阵。剧情反转笑点不断，全家老小乐在其中。

4.国乐动漫音乐会——中国动漫集团，1场

由中国动漫集团有限公司的青年演奏家演奏《西游记》《女儿情》《铁血丹心》等动漫经典曲目。演绎属于中国自己的动漫IP。

5.开天辟地神话肢体剧《涿鹿之战》——北京杂技团，1场

以肢体重启文明序章，凭杂技唤醒上古战魂。剧目取材华夏文明源头涿鹿之战，重现炎黄与蚩尤部落中原争锋的壮阔史诗。摒弃台词叙事，将灵动肢体作为表达内核，以精湛杂技构筑故事脉络，糅合上古图腾、自然气韵与部落风貌。 剧目既演绎远古蛮荒的生存博弈、部族征战，更诠释文明于碰撞中交融新生的历程，描摹华夏民族精神本

源。整场演出以震撼舞台美学溯源文明根脉，无需言语诉说，便能直击人心，上演一场独属于东方远古的精神盛宴。

6.儿童舞蹈剧场《如果，丑小鸭还是丑小鸭》

打破经典童话固有结局，大胆设想丑小鸭始终保持原本模样，开启全新成长故事。剧目讲述孩童意外坠入鸭子世界，与饱受非议的丑小鸭结伴同行，携手开启奇妙冒险。作品以灵动舞蹈演绎奇幻剧情，围绕美丑界定、真挚友情与自我认同展开，摒弃以外貌评判优劣的刻板思维，引导孩子接纳自身独特之处、包容身边差异，兼具舞台艺术美感与深刻成长教育意义。

7.《昆虫记》舞蕾舞团，2场

《昆虫记》系列是国内首部以中小学必读书目科普名著《昆虫记》为创作灵感的作品，获得北京市文化和旅游局“新时代首都原创剧本创作及选题孵化项目储备孵化作品”称号，于2024年3月由北京文旅局主办，在北京人民艺术剧院菊隐剧场进行剧本朗读展示，于2024年11月在北京成功首演。首轮巡演在广西的南宁、桂林、北海、柳州、玉林等地进行十场演出，盛况空前，演出获得市场热烈反响。

8.林蔚东&张露瑶与蔚蓝打击乐团《踏野生风音乐会》，1场

该音乐会依托国内优秀的专业打击乐室内乐团。该团以精湛的技术和严谨细致的音乐追求著称，不断深化与拓宽打击乐艺术的边界，是一支致力于打击乐专业演奏、音乐普及、创新传承的室内乐团。乐团由杰出的青年打击乐演奏家林蔚东于2021年创立，由旅欧打击乐演奏家王傲担任团长，团队成员汇聚了多位知名打击乐专家和赛事获奖者，他们以卓越的艺术造诣和对打击乐的热爱，共同铸就了这支充满活力的乐团。

9. 北京儿童艺术剧院《谜人的三星堆》，2 场

该剧为北京儿艺“文博系列”新作，聚焦“用舞台讲好中国故事”，通过戏剧形式展现三星堆文化。剧情以现代少年夏多多与三星堆文物伙伴探寻身世之谜为主线串联古今对话。创作运用投影技术展现青铜面具纹路动态变化，角色造型高度还原文物细节，并设计高达 2.6 米需双人操控的青铜大立人偶，音乐融合四川民歌与 RAP 元素。

10. 亲子魔术秀《果然有魔法》，1 场

金牌魔术师宋一果领衔，央视春晚魔术团队倾力打造，以精湛的技艺和丰富的舞台经验，带来前所未有的魔术体验。从云南卫视魔术秀到央视春晚，宋一果都魔法足迹遍布全国。

11. 公益演出 6 场

- 金帆团公益专场：遴选金帆艺术团音乐、舞蹈、器乐类节目，在海淀区玉渊潭公园举办 1 场公益演出，提升全民艺术氛围，响应公共文化发展举措。
- 商场演艺新空间公益场：在海淀区核心商圈打造“演艺新空间”，举办 1 场公益演出，将艺术带入商业场景，让更多家庭近距离感受儿童剧魅力，丰富商圈文化内涵。
- 孤独症儿童专属公益场：联合海淀区特殊教育学校与孤独症康复机构，举办 1 场专属公益演出。剧目选择节奏舒缓、互动性强的类型，现场配备专业引导人员与志愿者，为孤独症儿童及其家庭提供温馨包容的艺术体验，传递社会关爱。真正做到在儿童演出季让特殊儿童也能够感受艺术的魅力。
- 少儿舞剧融合创新演出：在北部文化中心等地开展 3 场少儿经典舞

剧融合创新公益演出，与中国东方演艺集团、杨丽萍工作室等单位合作，获得《只此青绿》《孔雀》等爆款舞剧授权，改编少儿版，并邀请海淀区舞蹈机构、社会团体的少儿舞者参演。演出既保留经典舞剧的东方美学与文化精髓，又结合少儿身心特点优化内容，以“经典 IP +少儿演绎”打造潮流又有文化底蕴的特色形式，免费开放，为少儿提供专业展示平台。该活动不仅丰富演出季的活动形式，更拓宽品牌受众边界，强化“普惠、专业、有文化温度”的核心定位，提升品牌美誉度与市场竞争力，进一步巩固其在海淀区少儿文化领域的核心品牌地位。

（二）两大配套活动之剧目工作坊：台前幕后联动，加强艺术实践

5 部商业剧目拟开展 1 场交流活动，共 5 场。在确保高品质内容输出的同时，为小观众提供不同文化视角的艺术体验。具体举例如下：

活动时间：每场演出开始前或结束后

活动地点：剧场前厅、舞台、观众席、后台

活动形式：主创分享、剧本朗读、主题互动、剧目工坊、舞台探班、职业体验

活动内容：

- 结合剧目内容，邀请艺术家带领孩子们开展肢体表达等活动，达到寓教于玩的效果。
- 邀请导演为大家揭秘儿童剧的制作过程，挑选剧目中的经典片段，以朗读表演的形式品味人物形象。
- 在舞美老师的带领下，走进舞台后台，体验舞台知识、剧场礼仪，进行日常的工作职业体验。

（三）两大配套活动之艺术共创计划：戏聚商圈，童创未来

以融合互动街头戏剧为载体，联动海淀区核心商圈打造 1 场“艺术表演+亲子共创”的沉浸式体验，让亲子家庭从“观众”转变为“创作者”，共同完成独一无二的艺术作品，留下专属美好回忆。

1. 亲子互动故事剧场《荒野之歌》（北京市文联文艺创作扶持专项资金项目）

《荒野之歌》是一部以真实环境保护事件为灵感的作品，以“人与自然和谐共生”为核心主题，探索当代社会中“有用”与“无用”的边界。观众将踏入一片由装置、光影、偶与音乐共同构筑的诗性“荒野”，共同经历一次关乎土地、生命与灵魂的艺术旅程。在这里，演员不只是角色的扮演者，更是自然的化身、观众的引路人；观众不再是旁观者，而是共同叙事的创造者。《荒野之歌》希望以剧场之力，唤起人们对生态的关注与共情，用艺术的方式重新理解“人”与“自然”的关系。

入场即领取属于你的“物种”与“使命”，获取生态角色身份卡，带着任务进入荒野。在关键节点投票或行动，推动故事走向群体命运。与演员共创，回应心声，观众被看见、被倾听。

前期通过演出季官方公众号、合作商圈小程序、抖音/快手话题#童创街头戏剧#同步开启报名，面向海淀区招募亲子家庭；邀请专业互动街头戏剧团队在商圈中庭开场，通过夸张的肢体表演、幽默的即兴互动吸引过往人群，快速营造轻松艺术氛围，引导报名家庭融入场景；围绕戏剧主题设置共创任务，例如：提供空白面具、环保材料、颜料等，亲子共同设计制作戏剧角色面具，面具图案可融入家庭专属元素（如孩子的涂鸦、家庭纪念日符号等）；最后戏剧团队将共创道具、剧情融入正式表演，亲子家庭佩戴自制面具参与片段演出，成为街头

戏剧的一部分。

活动意义：

打造亲子家庭的专属情感记忆，独一无二的共创作品和参与经历，成为亲子间的特殊纪念，强化演出季“温暖、陪伴”的品牌调性；同时为商圈文化赋能，为商业空间注入艺术活力，吸引亲子客群停留消费，实现“文化引流、商业反哺”的良性循环。

（四）京腔京韵童声唱，展望美育新篇章

时间：2026 年 9 月第一周

地点：未来剧院

艺术种类：舞蹈、合唱、器乐演奏、戏曲等

节目数量：8 个

时长：约 75 分钟

作为演出季闭幕，闭幕式综合晚会继续沿用“薪火童声 · 星光海淀”的主题，由海淀区金帆、银帆艺术团及社会团体联袂呈现。晚会紧扣“以美育人、以文化人”宗旨，在 2025 年“文教结合”基础上深化升级，打造多元融合、专业高端的青少年艺术盛宴。

1. 文教再度携手，资源全域融合

延续海淀区文旅局与教委深度联动模式，升级“文旅+教育+国有院团+优质教育主体”四方协同机制，整合国有院团艺术创作优势、教委校园美育资源与区域优质教育集团特色成果，融入轻量科艺表达，完善“校园艺术实践－专业艺术打磨－精品舞台展演”美育闭环，形成可复制推广的经验。

2. 专业赋能匠心筹备，展现海淀少年美育新风采

本届闭幕式遴选金帆、银帆艺术团及优质教育集团特色团队，特

邀国家级、市级院团资深专家与顶尖少儿晚会导演组组成创作指导团队，全程参与节目策划与打磨。所有节目按专业标准筹备，保留童真童趣，部分节目创新改编。配备专业灯光、音响、舞美等团队，为演出提供全方位保障。

3.亮点纷呈守正创新，特色鲜明破圈

- 沉浸式视听体验：由资深导演团队创作，未来剧院专业场地配合高清 LED 屏、动态光影、环绕音响等技术，打造虚实结合的沉浸式舞台。海淀区融媒体中心主持人担纲串场，专业妆造与执行团队把控细节。
- 延续并升级大手拉小手模式：特邀知名艺术家与少儿演员开展一对一、团对团深度合作。部分节目实现同台演绎，双向赋能提升节目品质。
- 科艺融合双重亮点：立足海淀科技特色，民乐开场采用机器人指挥，传统民乐与现代科技碰撞；无人机编队配合童声合唱，灯光与旋律同步变化，打造科技感与艺术感兼具的精品节目。
- 双场景呈现模式：打造“舞台展演 + 前厅体验”双场景。前厅设置品牌展示区，引入携程、北冰洋等合作伙伴，通过产品体验、主题打卡点等形式，让观众在观演前后感受品牌文化，实现艺术与商业的有机融合。

四、商业合作：破圈融合，品牌共振

本届中关村儿童演出季首次开启异业联名合作模式，携手携程、北冰洋、抖音生活、快手、斑马 APP、苏宁易购等跨领域头部品牌，联动海淀区各大核心商圈，以“文化为核、品牌为桥、场景延伸”实现

双向价值赋能，推动品牌升级。

一、破圈融合：构建“文化+”多元生态

跨领域品牌联动：依托携程打通“文化体验+亲子出行”链路，吸引全国亲子家庭参与；联合抖音生活、快手打造全民文化话题，打破艺术与大众壁垒；联动北冰洋、苏宁易购将艺术融入消费场景，强化家庭消费群体认知。

商圈场景延伸：与海淀区各大商圈深度合作，将互动演出搬进商圈，让艺术走进日常消费场景，提升演出季的触达率与参与度。同步售卖商业演出门票，拓宽售票渠道。

二、品牌共振：实现双向价值赋能

演出季品牌升级：从区域文化活动升级为兼具文化深度与商业价值的全国性 IP，强化“海淀文化名片”辨识度。商圈流量与品牌资源的注入，大幅提升演出季的市场影响力与用户覆盖范围。

合作品牌与商圈增益：品牌依托演出季的文化内核与亲子受众，实现品牌年轻化、温情化价值传递，如斑马 APP 强化“科技赋能成长”定位，北冰洋激活城市文化记忆；商圈通过引入演出季活动，丰富消费场景，吸引亲子家庭客流，提升商业活力。

用户价值延伸：推出“票根权益”机制，观众持带有“中关村儿童演出季”字样的票根，可在合作商圈内享受品牌折扣、免费赠品等专属福利，实现“观演+消费”的一站式体验，增强用户粘性。

五、项目宣传规划

本届中关村儿童演出季宣传方向将紧紧围绕“大戏看北京”工作方案，紧扣系列活动主题，进行全面提档升级。联合中央及市级主流媒体、行业新媒体，与视频平台深度合作，实时播报展演活动资讯；

整合优势资源，挖掘文艺“新势力”，利用自媒体实现引流，提升中关村儿童演出季的影响力；增加传播渠道，多处发力、多层覆盖、多点推送、持续发声；打造全媒体传播矩阵，实现广泛宣推与精准触达，打开童趣艺术之门，开启暑期艺术之旅，助力“大戏看北京”文化名片打造。

（一）宣传角度

积极传递舞台声音，利用“大戏好戏”风向标的作用，将“大戏看北京”的理念推向海淀区的千家万户，持续引导儿童的文化鉴赏水平提升；以高质量儿童剧目演出为核心，辅以丰富的戏剧公益活动、丰富海淀区儿童文化生活，拓宽文旅融合发展路径。

（二）宣传内容

1.剧目宣传——中外特色精彩演出，开启缤纷开学季

剧目宣传将从创作、艺术、主题、表演等多个维度全面解读作品，重点关注剧目品质、舞台表现力、传播的有效性和广泛性；并通过主创分享会，后台探班等多种形式，让少儿观众不仅仅是欣赏了一部儿童演艺作品，更能全方位体验到戏剧舞台的无限魅力与张力。

制作异形节目册，将节目册放置在各个商圈及剧场，全方位辐射观众路径。

2.活动宣传——多元活动展示艺术普及及创造力

作为落实“大戏看北京”工作方案的重要抓手，除了剧场中的演出呈现，更要走出剧院，走进生活。在商圈、公共空间、演艺新地标等多元场景下举办文化活动，丰富海淀区文化消费生活，丰硕海淀区文化惠民工作成果。

3.品牌提升——与时代同发展与祖国共奋进

中关村儿童演出季不但关注儿童戏剧展示及戏剧艺术教育领域发展，更关注行业未来发展生态，通过线上线下多维全覆盖的活动辐射力，使得“中关村儿童演出季”品牌文化内涵鲜明、深入人心，做到“有特色、能参与、时代性”并存。

在执行层面，展演剧目的票面及演出现场需出现“中关村儿童演出季”相关字样，展演场地需出现相关宣传品，制作有海淀特色的异形宣传单，加深观众对该品牌的印象。

（三）宣传手段

1.媒体合作

拟联合北京广播电视台或北京日报报业集团，作为本次演出季深度合作媒体，全程深度报道，同时联合中央及市级主流媒体、行业新媒体，与视频平台深度合作，实时播报演出季资讯。

2.传播推广

除深度报道，深度稿件等传统传播手段外，本届“中关村儿童演出季”将活用直播、短视频等创新交互手段，充分利用微博、抖音、快手等自媒体平台实现引流。尤其是闭幕式演出，拟通过北京电视台录制，并剪辑成各类高光片段短视频在各平台分发，还将联合戏剧及文艺媒体及家庭及亲子平台等，全链条全渠道整合宣发，形成跨年龄层、多平台传播的立体化宣传矩阵。

五、进度计划

6月底至7月初，确定入选剧目，制作儿童演出季海报、宣传片等宣传品；宣传预热，介绍参与展演的优秀剧目，发布展演整体活动安排、剧目排期等信息，提升活动知晓度。

7月中下旬至9月第一周，安排好剧目展演，做好周边配套活动，

做好演出季闭幕式综合晚会；调动多方媒体资源和渠道做好宣传，不断提高中关村儿童演出季品牌影响力。

9月中旬，对本届中关村儿童演出季活动执行情况进行整理汇总，提炼经验，形成活动总结报告。

附件 2

服务清单及价款明细

开支项目		预算小计（元）	备注
票务采购-10 部剧目		550,000	10 部剧目，采购每部剧目部分票务，每部剧目金额如下：《谁是厨神》采购 400 张，共 8 万元；《北极熊飞上天》采购 300 张，共 6 万元；《哪吒》采购 500 张，共 5 万元；《动漫集团音乐会》采购 700 张，共 6 万元；《逐鹿之战》采购 300 张，共 6 万元；《如果，丑小鸭还是丑小鸭》采购 400 张，共 4 万元；《昆虫记》采购 300 张，共 3 万元；《踏野生风》采购 600 张，共 6 万元；《谜人的三星堆》采购 600 张，共 6 万元；《果然有魔法》采购 400 张，共 5 万元。
剧目补贴-公益演出		163,800	公益演出 6 场，补贴每场的设备租赁、大巴交通、工人、餐饮等，包含协调、预约、租赁、搭建、运输等，明细如下：租赁 40 台电脑灯租赁*120 元/台*6 场=2.88 万元； 租赁 40 台染色灯租赁*60 元/台*6 场=1.44 万元； 协调 6 名工人拆装台*300 元/人*12 次（每次演出 1 次进景 1 次出景，共 12 次）=2.16 万元； 音响租赁 14 台*150 元/台*6 场=1.26 万； 租赁话筒头麦等 28 个*50 元/个*6 场=0.84 万元； 演员及工作人员餐费 200 人*25 元*12 餐（两场演出每场中午晚餐共 2 餐）=6 万元； 每个团组提供 2 辆 52 座大巴车 1500 元/辆*2 辆*6 场演出=1.8 万元
闭幕晚会	剧场相关费用	185,500	租用剧场 4 天，装台彩排 3 天，演出 1 场，包含剧场租赁、消电检、工作证制作、票纸费等：明细如下： 剧场租赁 4 天，45000 元/天*4 天=180000 元；消电检 3000 元；票纸费 1000 元；工作证 500 个*3 元=1500 元
	剧场其他消耗等	15,000	停车费、演出前餐点、水等，包含订购及运输，包含采买、运输、管理等
	导演组相关费用	62,000	导演组执行服务费，包含导演 1 名，执行导演 2 名，总撰稿 1 名，文学策划 1 名，舞美设计 2 名，舞台监督 2 名，编曲 1 名，灯光设计 2 名，包含全周期 40 天组织策划整场晚会并执行工作
	餐费	75,000	装台 1 天，彩排 2 天，演出 1 天，需餐共 3 天（装台自理），每天午餐晚餐共 6 餐，每餐 25 元，共 500 人（包含演员及带队老师）
	大巴车相关费用	28,800	大巴接送，1200 元/辆，因涉及多个学校，在不同点位，经详细计算共需 8 辆大巴来回接送，大巴还需承载服装、道具等，共使用 3 天（彩排 2 天、演出 1 天均需大巴车），500 人（包含演员及带队老师）
	化妆相关费用	4,000	化妆师对 400 名演员进行化妆，每人化 100 人，0.1 万元/天*4 人*1 天
	灯光设计	4,000	灯光设计师 2 名，负责整场演出灯光设计

	灯光师费用	3,000	灯光师 1000 元/天，共 3 天，包含协调
	音响师费用	3,000	音响师 1000 元/天，共 3 天，包含协调
	LED 大屏租赁及搭建	12,000	P2.5LED 大屏，共 120 平*100 元/平，包含视频转换器、光纤设备、视频播放器、视频电源柜、背景框架、提词器、拆装工人、运输、协调剧场等工作
	灯光设备费用	30,200	晚会需要的灯光设备租赁，包含预约、场勘、技术协调等
	音响设备费用	6,400	晚会需要的音响、功放等设备租赁，包含预约、场勘、技术协调等
	控台设备费用	3,000	灯光控台 1 个，音响控台 1 个，视频控台 1 个，使用 3 天，包含场地协调、技术协调等
	舞台制作费用	8,012	晚会需要铺设地胶、制作 40 平米平台，包含制作、搭建费用.其中地胶使用 10 卷*300 元/天/卷*3 天=9000 元；闭幕晚会合唱平台及台阶制作 16.2 米长*4 米宽=64.8 平米
	演出道具采买	6,000	演出涉及舞台道具有损耗，道具及干冰等，2000 元/天*3 天（彩排及演出）
	其他设备费用	4,000	头麦及无线话筒 50 个*80 元/个，包含设备的租赁、协调、搭建等
	运输费用	12,000	6 辆 9.6 米货车往返，2000 元/辆*6 辆*1 次往返，包含货车的租赁、协调等
	工人费用	21,000	进出景拆装台工人，共 35 人*2 次*300 元，包含招募组织协调
配套活动	工作坊活动相关费用	20,000	选 5 个剧目，每个剧目做 1 场工作坊，每场 3 名老师，负责课程设计、人员招募、道具采购、现场组织讲解，1000 元/人*3 人*5 场=15000 元； 每场涉及剧本打印、材料采买及每场发放物料的涉及制作 1000 元/场*5 场=5000 元
	艺术共创计划相关费用	13,858	1 场艺术共创计划，共租赁 10 个普通音响、8 个头麦，包含运输、工人搭建等，2658 元/场；演出共有 10 名演员及工作人员参与本次演出，500 元/人；需要采购共创演出所需要的道具手工制作材料来完成演出共创内容的道具制作，共有 200 名观众，需要 200 份，20 元/份
品牌	歌华大屏投放	50,000	楼宇广告电子屏 5000 屏，15 秒/次（时长），60 次/天（频次），7 天。 商场大屏共 5 处，每屏面积不少于 20 平（计划选择富力广场、世贸天阶、工美大厦、来福士广场、枫蓝国际购物中心、春平广场），15 秒/次（时长），60 次/天（频次），7 天。 按歌华报价。
	媒体发布	65,000	全周期宣传，不少于 130 家媒体发布，500 元/家，包括协调预约媒体，发布稿件等
	公号文案及运营	20,000	包含底图设计、内容策划费（其中预热及总结稿为深度稿件），公众号内容剪辑制作、排版、素材整理，其中部分内容需要出现场采访。2000 元/次*10 次

宣传	宣传片制作	21,300	宣传片用于宣传全周期使用，用于宣传中关村儿童演出季品牌，包含全部演出季的相关介绍，宣传片时长 1.5 分钟，制作周期 1 个月，在各视频渠道播放；闭幕式结束后有约 30 秒快剪 1 个，闭幕晚会结束后在各渠道播放。包含策划及脚本编辑费 8000 元，录制团队 3 人 2 次共 6000 元，剪辑师 2 人共 2800 元，录音师 1500 元，快剪制作费 3000 元
	摄像团队	15,000	摄像师及设备的租赁及搭建费用，共 5 个机位，3000 元/机位，包含场地协调搭建等
	摄影	23,000	安排 23 场活动拍摄，1000 元/场，包含整理、修图等
	设计	12,000	主视觉海报平面设计、闭幕式晚会节目单平面设计，包含内容收集、整理、校对等
	物料制作	49,130	演出季相关物料制作，包含搭建及制作、运输、管理、场地协调。闭幕晚会制作及搭建背景板 1 个 6430 元；闭幕晚会制作节目单 8 元*1000 份=12000；异形 7 元/份*3960 份=27720；宣传整个演出季内容的节目册 14 个演出现场，每次放置 2 个易拉宝，160 元/个*28 个=4480；每个剧目放置 1 个横幅，250 元/个*10 个=2500 元
合计		1,486,000	

附件 3

2026年中关村儿童演出季项目
采购需求

一、项目背景

中关村儿童演出季项目自 2015 年至 2025 年期间，已经举办八届，为数万儿童及家庭呈现了上百场精彩演出和丰富艺术活动。2026 年，我们将继续以“以美育人、以文化人”为宗旨，依托海淀区科技文化教育资源，汇聚国内外优质儿童剧目与艺术团体，通过专业沉浸式的艺术展演与互动，提升少年儿童审美素养与创造力，打造具有广泛影响力的青少年文化艺术品牌，为北京全国文化中心建设贡献力量。

二、项目基本情况

2026 年儿童演出季拟继续沿用“艺绽新时代，童心向未来”固定主题，开展“1+2+1”系列主题活动，即一系列剧目展演（19 场）、两大配套活动(6 场）、一场闭幕晚会。计划约 26 场活动。

（一）活动时间

2026年7月中下旬至9月第1周

（二）活动安排

1. 开幕、闭幕式

时间：2026 年 7 月中旬、9 月第 1 周

地点：北京大学、未来剧院

内容：开幕式演出计划在北京大学以一场大型儿童剧《草房子》作为演出季开篇；闭幕式综合晚会由海淀区金帆、银帆艺术团及社会团体联袂呈现。晚会紧扣“以美育人、以文化人”宗旨，在 2025 年“文

教结合”基础上深化升级，打造多元融合、专业高端的青少年艺术盛宴。

2.剧目展演

拟邀请10部国内外精品商业儿童剧共13场进行展演，并组织6场公益演出进行展示，共19场演出。拟邀剧目：中国/古巴/哥伦比亚沉浸式肢体互动剧《谁是厨神》、中英合作奇趣装置儿童剧《北极熊飞上天》、大型奇幻舞台剧《哪吒之龙灵石传说》——中国木偶艺术剧院等。公益演出计划开设金帆团公益专场、商场演艺新空间公益场、孤独症儿童专属公益场、少儿舞剧融合创新演出等6场。

3.配套活动——剧目工作坊

5部商业剧目拟各开展1场交流活动，共5场。在确保高品质内容输出的同时，为小观众提供不同文化视角的艺术体验。结合剧目内容，邀请艺术家带领孩子们开展肢体表达等活动，达到寓教于玩的效果。邀请导演为大家揭秘儿童剧的制作过程，挑选剧目中的经典片段，以朗读表演的形式品味人物形象。在舞美老师的带领下，走进舞台后台，体验舞台知识、剧场礼仪，进行日常的工作职业体验。

4.配套活动——艺术共创计划

以融合互动街头戏剧为载体，联动海淀区核心商圈打造1场“艺术表演+亲子共创”的沉浸式体验，让亲子家庭从“观众”转变为“创作者”，共同完成独一无二的艺术作品，留下专属美好回忆。

5.商业合作

本届中关村儿童演出季计划开启异业联名合作模式，携手携程、北冰洋、抖音生活、快手、斑马APP、苏宁易购等跨领域头部品牌，联动海淀区各大核心商圈，以“文化为核、品牌为桥、场景延伸”实现双向

价值赋能，推动品牌升级。

三、经费预算

2026年中关村儿童演出季项目资金预算149.757万元。