

Livehouse 12.26 执行方案

基于周子轩会议（9.3）及所有相关录音整理的完整执行方案

一、项目概览

核心信息速览

项目要素	详细信息
演出日期	2025年12月26日
准备周期	3个月（现在-12.26）
场地规模	1200人
活动形式	Livehouse + AfterParty（50-100人）
预期收入	50万元（满场）

核心团队架构

- 周子轩 - 25% | 总负责人&项目统筹
- 太阳 - 20% | 流量运营&直播带票

- 爱乐 (Ella) | 品牌创始人&主唱
- 未来 - 10% | 运营执行
- 支持团队 - 10% | 技术、设计、市场

二、票务体系设计

三层票价策略

票型等级	售价	数量	积分	专属权益
普通票	¥399	800张	1分	入场权 + 基础物料兑换
VIP票	¥699	200张	2分	VIP专区 + 更多物料选择
至尊票	¥999	200张	3分	全部权益 + AfterParty + 月相纪念盘

成本预算明细

支出项目	预算金额	备注说明
场地租赁	¥25,000	基础租金
安保服务	¥4,800	必需合规
报批手续	¥1,000	合规要求
LED大屏	¥2,000	视觉效果
VIP包场	¥12,000	150人二楼
艺人费用	¥20,000	预估费用
周边物料	¥30,000	制作成本
营销推广	¥15,000	宣传投放
总计	¥110,000	预估成本

三、积分与物料系统

月光值体系（社群贡献积分）

获取方式

- 每日签到：+1月光值
- 发布作品：+3月光值

- **共创作品**：+6月光值（2人） / +9月光值（3人）
- **精选作品**：+30月光值


兑换规则

100月光值 = 1积分（可兑换物料或参与抽奖）

专属物料清单

积分等级	兑换物品	制作成本	限量数量
1分	925银月亮项链	¥35	600个
1分	纪念T恤	¥70	300个
2分	限定充电宝	¥140	200个
3分	月相纪念盘相框	¥200	100个

特别设计：月相纪念盘

- 刻印12.26当晚真实月相
 -  包含全体艺人亲笔签名
 - 现场大合影高清照片
 - 设计师署名限量版
 - 顺丰快递直送到家（寻求赞助）
-

四、艺人阵容规划

确定阵容

太阳

- 自带300-500人流量
- 直播带票主力

朋友乐队

- 友情演出
- 零成本高质量

国际高中生乐队

- 年轻群体引流
- 校园影响力

战略合作伙伴

- **交互式舞美团队** - 沉浸式视觉体验
 - **未来换电站** - 充电宝独家赞助
 - **顺丰快递** - 物流服务支持
-

五、NFT数字化方案

核心理念

"不是卖NFT，是卖数字会员卡"

降低用户认知门槛，强调实用价值而非投机属性

技术架构

技术要素	解决方案	预算
区块链平台	Polygon（低成本高效率）	-
支付方式	微信支付（技术包装）	-
产品形态	数字门票+永久收藏品	-
开发成本	技术实现	¥20,000

NFT持有者权益

- 永久收藏价值** - 独一无二的数字纪念品
 - 优先购票权** - 下期活动优先购买
 - 社群投票权** - 参与重要决策
 - 潜在增值** - 长期价值成长空间
-

六、营销推广战略

第一阶段：预热期（11.20-12.5）

- 太阳直播间每日提及造势
- 建立2000人核心社群
- 发布系列活动海报
- 高中生校内定向宣传

第二阶段：售票期（12.6-12.15）

- **早鸟特惠**：99元限时48小时
- **KOL合作**：票务资源置换
- **社群裂变**：买2送1限时活动
- **社媒营销**：抖音/小红书话题运营

第三阶段：冲刺期（12.16-12.26）

- 制造紧迫感氛围
 - 发布彩排精彩花絮
 - 用户晒票互动活动
 - 现场惊喜预告
-

七、执行时间轴

11月关键节点

- ☐ 11.20 | 确定场地并支付定金
- ☐ 11.25 | 完成整体视觉设计
- ☐ 11.28 | 搭建线上售票系统
- ☐ 11.30 | 社群规模达到500人

12月冲刺节点

- ☐ 12.01 | 正式开启预售通道
 - ☐ 12.05 | 最终确定演出阵容
 - ☐ 12.10 | 周边物料生产完毕
 - ☐ 12.15 | 完成技术测试验收
 - ☐ 12.20 | 现场走台彩排
 - ☐ 12.26 | 正式演出
-

八、风险管控矩阵 ⚠️

风险类型	发生概率	应对预案
票房不足	30%	太阳保底300人 + 学生团体优惠
技术故障	20%	纸质票备份 + 现场人工验证
物料延期	15%	提前生产 + 双供应商保障
天气影响	10%	室内场地 + 购买活动保险

九、成功指标体系

量化指标（硬指标）

指标项	目标值	说明
售票率	80%+	960人以上
毛利率	50%+	盈利能力
社群留存	60%+	长期价值

质化指标（软指标）

- 😊 用户满意度 > 90%
- 二次传播率 > 30%
- 媒体报道 > 5家主流媒体

十、项目创新亮点

三大差异化优势

1. **月亮主题** - "只有现在，没有过去和未来"的哲学内核
2. **情感价值** - 每个细节都是值得珍藏的记忆
3. **社群共创** - 用户深度参与艺人选择、周边设计全过程

核心价值主张

"这不是一场演出，是一次共同创造的记忆"

十一、长期发展规划

赛季制运营模式

- **每赛季3场**，全年共6场精品活动
- **积分通用**，赛季内积分互通使用
- **主题赛季**，每季一个独特主题
- **NFT权益**，持有者享受长期权益

品牌愿景

打造深圳最具影响力的青年音乐现场品牌

成为华南地区青年文化的标志性IP

十二、立即行动清单 <

本周必做任务（优先级排序）

1. 确认12.26场地可用性（今日完成）
2. 与太阳确认合作细节（48小时内）
3. 组建5人核心执行团队（本周内）
4. 制作第一版活动海报（3天内）
5. 建立微信群（目标100人）（立即开始）

关键联系清单

角色	负责事项	联系时限
场地负责人	确认档期&签约	24小时内
太阳团队	合作细节确认	48小时内
国际学校乐队	演出意向沟通	本周内
设计师	视觉方案启动	3天内
技术开发	系统需求对接	本周内

项目信息

最后更新: 2025-09-16 **项目负责人:** 周子轩 **当前状态:** 待执行 **联系方式:** [项目组邮箱]