

“27+1”

灯影守望者

—— 非遗文创传承计划

皮影



衡阳师范学院南岳学院



摘要

项目名称	“27+1”灯影守望者——非遗文创传承计划
项目简介及规划	<p>文学社经过十年发展，衍生出27度文学社、传承书法协会、青年志愿者协会。</p> <p>项目成立期：推出三维动画皮影，前期主要以公益型动画为主，后期推出动画皮影商业广告。</p> <p>项目发展期：重点打造四位一体的皮影体验馆，包括三维动画皮影观影馆、DIY手工制作及VR体验馆、传统皮影表演体验馆、文创产品展览馆等，当期进行文创产品的研发与销售。</p> <p>项目规划期：成立文创公司，主要业务包括皮影表演培训、演艺传媒等，重点突出皮影表演艺术的传承。</p>
创新点	<p>【皮影传承融入新鲜血液——三维动画】 传统的皮影戏学习成本高且不易于推广，我们通过融入三维动画技术，将皮影形象生动地展现在观众面前，针对不同年龄群体，制作不同风格的动画皮影，传播形式多样且趣味性强。</p> <p>【“说学逗唱”自我演绎灯影艺术】 传统的皮影戏主要以看为主，真正学习、体验的人却不多，真人体验皮影文化馆则可以实现观众亲身体会皮影文化，通过三维投影体验、传统皮影表演、DIY手工艺品的制作，以及自己说唱皮影戏等环节，让观众真正体会现代皮影之乐。</p> <p>【灯影守望者带你走近“舌尖上的皮影戏”】 随着各类文创产品的推出，皮影类文创产品亟需推陈出新，“27+1”灯影守望者——非遗文创传承计划不仅局限于皮影表演艺术的传承，后期我们推出“可以吃的皮影”，让观众从味觉上再一次感受皮影的魅力。</p>
营销推广	<p>线上：注重新媒体矩阵推广，目前已经搭建新媒体矩阵，线上粉丝数量已达到后台推荐数，整体影响力可覆盖百万级粉丝数量。</p> <p>线下：注重差异化营销、情感式营销、体验式营销、口碑式营销。通过线下活动推广，提高观众体验满意度，打造灯影体验品牌。</p>
融资计划	<p>项目成立期以内部筹资为主，预计团队筹资20000元，项目发展期以天使轮投资、政策性贷款、民间融资为主，预计融资金额35500元，项目规划期则以风险投资、股票融资为主，预计融资金额10100元。</p>

目录

1项目概述.....	3
1.1项目背景.....	3
1.1.1习近平总书记谈文化遗产保护.....	3
1.1.2皮影戏入选非物质文化遗产.....	4
1.1.3皮影戏传承现状.....	5
1.1.4皮影戏传承价值.....	5
1.2项目简介.....	6
1.2.1关于文学社.....	6
1.2.2项目内容.....	8
1.2.3项目创新点.....	10
1.3项目SWOT分析.....	10
2市场环境分析.....	12
2.1宏观环境.....	12
2.1.1政策环境.....	12
2.1.2经济环境.....	12
2.1.3社会环境.....	14
2.1.4技术环境.....	15
2.2行业竞争分析.....	15
2.2.1传统三维动画产业亟待创新.....	16
2.2.2推陈出新——皮影体验馆.....	18
2.2.3皮影培训与演艺传媒.....	19
3项目盈利分析.....	20
3.1盈利模式.....	20
3.1.1公益性效应.....	20
3.1.2广告模式.....	21
3.1.3C2C电商模式.....	21
3.1.4体验式营销模式.....	21
3.3项目盈利点.....	21
4可行性分析.....	23
4.1市场可行性.....	23
4.1.1文化产业发展“潜力性”.....	23
4.1.2市场需求数量进一步发展.....	23

4.1.3影戏文化衍生品市场的发展前景广阔.....	25
4.2技术可行性.....	26
4.2.1行业技术环境.....	26
4.2.2团队技术环境.....	26
4.3财务可行性.....	27
4.3.1项目资金筹集方式.....	27
4.3.2项目财务管理.....	28
5市场营销.....	30
5.1市场定位.....	30
5.2市场容量.....	31
5.3市场定价.....	34
5.4营销策略.....	35
5.4.1营销战略制定.....	35
5.4.2营销渠道建设.....	36
6公司管理.....	37
6.1公司组织结构.....	37
6.1.1基本组织结构.....	38
6.1.2人员配置.....	38
6.2管理模式.....	39
6.3人力资源分级（实际根据地区工资水平进行调整）.....	40
6.4员工配股以及激励计划.....	40
7风险控制.....	40
7.1现有行业风险.....	40
7.2应对策略.....	42
8附件.....	错误!未定义书签。
8.1市场调研问卷.....	错误!未定义书签。
8.2投（融）资协议书.....	错误!未定义书签。
8.3合伙人协议.....	错误!未定义书签。

.....

1项目概述

1.1项目背景

1.1.1习近平总书记谈文化遗产保护



图1-1 习近平谈文化遗产保护

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央，高度重视文化遗产的历史意义与作用，将其作为新时期治国理政新理念新思想新战略的组成部分。党的十九大庄严宣告，中国特色社会主义进入新时代，习近平新时代中国特色社会主义思想成为我们党的指导思想。在习近平新时代中国特色社会主义思想中，关于文化遗产的思想理论占有重要位置。



图1-2 2017年习近平主席在厦门会见俄罗斯总统普京

2017年9月3日，国家主席习近平在厦门会见俄罗斯总统普京，会见后，两国元首共同参观闽南非物质文化遗产展，并互赠礼品。在中俄两国元首共同参观闽南非物质文化遗产展的过程中，普京拿着放大镜细细观赏木雕作品，看得相当入迷。习近平主席更是亲自为普京讲解非遗文化。“咱们的非遗文化搭上了‘金砖列车’，走向了全世界，现场视频新闻报道传遍了鹭岛内外。”这一切，让市文广新局社文处处长黄天福激动不已。事实上，早在今年年初，市文广新局接到这项任务后，就立即会同市非遗中心，马不停蹄地开始筹备，并由相关

工作人员奔赴福建各地的展馆、非遗传习所，寻找最有代表性的非遗作品，最终展出40件最具闽南风韵的精品，在20分钟内，充分展现闽南文化。可以说，能在展览中出现的每一件作品，都最大程度地向世界传递着福建人民滴水穿石的工匠精神。



图1-3 习近平主席再谈文化

历史是文化的载体，文化是历史的血脉。在习近平关于文化遗产的思想理论中，中国近现代以来的历史一直是他关注的重点，也是他思考中国特色社会主义道路形成与发展的重要起点。他指出“领导干部学习历史，要注重学习鸦片战争以来我国近现代历史和党史，加深对近现代中国国情和中国社会发展规律的认识。”他从近现代以来中国历史发展道路中总结归纳出中国人民的两大历史任务、核心问题，科学阐述了中国人民选择经过新民主主义走向社会主义道路的必然性，划清了中国共产党领导下的革命与旧式改良、起义运动、革命的根本区别。

1.1.2皮影戏入选非物质文化遗产

2011年11月27日，总部位于巴黎的联合国教科文组织宣布，在巴厘岛举行的保护非物质文化遗产政府间委员会第6届会议正式决定把中国皮影戏列入“人类非物质文化遗产代表作名录”。



中国网络电视台 > 新闻台 > 新闻中心 >

“中国皮影戏”入选“人类非遗名录”

发布时间:2011年11月30日 10:12 | 进入复兴论坛 | 来源: 兰州晚报 晚报 | 手机看视频



图1-4 皮影戏列入“人类非物质文化遗产代表作名录”

11月29日在印度尼西亚巴厘岛闭幕的保护非物质文化遗产政府间委员会会议决定，把包括甘肃环县皮影戏在内的“中国皮影戏”列入“人类非物质文化遗产代表作名录”。

1.1.3皮影戏传承现状

【缺乏高素质的演绎人才】

目前，皮影表演人员越来越少，很多人都不愿意去学习传承皮影艺术。尽管我国大力宣传非物质文化遗产，并在上面投入了大量的时间与精力，但皮影艺术仍然面临着人才短缺的问题。皮影戏所演绎的故事都是一些比较传统的没有任何新意的故事，这些故事一遍一遍不停地重复着演出，已经不能吸引人们的眼球，也不再适合当代社会人们的审美心理。

皮影戏是遍布全国各地的，但它的演出人员非常少，在这些本来就不多的演出人员之中真正能被称为皮影艺术家的更是少之又少，他们大多是一些民间手艺学徒，因为没有正规职业而选择了皮影戏，可能并不是真正对皮影艺术感兴趣而去学习的，就算学也是只学到了皮影戏的一些皮毛，皮影艺术的内在精髓也许根本都不知道，算不上是正规的皮影演员。而且现在很多年轻人都不愿意去学习皮影戏，随着社会经济的发展，工作种类是越来越多，几乎是没人愿意把时间和精力浪费在如此收入微薄而且发展缓慢的行业上以此来规划自己的人生。演艺人才的缺失也是皮影艺术面临濒临危机的一个重要原因之一。

【皮影观众稀少且不懂皮影艺术】

目前人们的娱乐方式可谓是多种多样的，没人愿意去看那些传统的几乎没什么新意的东西，也没有人对此感兴趣，动画片可以说是由皮影戏发展而来的，它形式多样，丰富多彩。两者相比较，人们更愿意呆在家里去看动画片而不愿意花费时间与精力去观看了无新意、一层不变的皮影戏，缺乏观众的皮影戏发展是很困难的，节目演出了，没人去观看，久而久之那些演出人员就没有兴趣将皮影戏演绎下去了。这也是皮影艺术缺乏演出人员的原因之一。另一方面就是人们对皮影艺术不够了解，从而对皮影不感兴趣，归根到底还是由于皮影艺术一层不变的演绎内容所造成的。

【皮影乐器道具流失严重】

皮影道具一般都是经过几代甚至几十代人用了一代一代传承下来的传世精品，对于这些传世精品，很多都被文物商贩收购转卖到国外，还有的由于特殊原因被破坏了，还有些民间皮影剧团由于各种原因将祖传的皮影道具、皮影箱低价卖给文物商贩，使得那些经历数百年的传统的皮影道具流失严重，有的流向他国，有的被文物爱好者收藏。现在那些用来演出的皮影道具中已经没有传世精品了，几乎都是新雕刻出来的。尽管如此，那些新雕刻出来的皮影作品有很多也并不是用于皮影演出，而是销往国外或一些旅游胜地被作为纪念品来进行买卖。现如今在很多国外著名的博物馆内都有收藏着大量的中国的皮影道具，这些皮影道具都是流传数百年的传世精品，具有很高的收藏价值，皮影道具的流失制约了皮影艺术的演出。

1.1.4皮影戏传承价值



图1-5 文化遗产数据

据统计，我国非物质文化遗产总数居世界第一，世界遗产总数居世界第二，截至2018年，我国已拥有1372项国家级非物质文化遗产，拥有国家级非物质文化遗产代表传承人1986位。

皮影是地道的民间手工艺品，这使得这种蕴含丰富的工艺品可以独立于影戏之外，成为一种独立存在的艺术形式。制作精美的皮影人可以作为手工艺品供人们欣赏，可作为室内的装饰品，点缀生活的空间，从而产生其商业价值，为在都市的人们带去乡土的气息。

皮影人的设计与制作为美术设计提供了难得的素材，且提供了广阔的展示空间。民间艺术与专业创作是一种相互渗透、相互依存、相互转化的关系。现代艺术从民间艺术吸取营养，无论是创作手法、表现形式还是作品中渗透的民族精神，都将作新的产品提供积极地经验和有用的启示。

皮影戏的剧目中所表演的内容多是直接源于百姓生活的民间平常故事，以简单的故事情节阐述一些深刻道理，所以它常常能为人们的日常行为提供一种伦理形式。因此剧目中包含的故事情节，以及反映的民风是调查采集民间艺术素材的有效方法。

1.2 项目简介

1.2.1 关于文学社

文学社成立于2009年3月，文学社经历了风风雨雨的十年，延伸出了三个新的下设组织，分别是二十七度文学社、书法传承艺术协会及青年志愿者协会。三个组织团体在各自的领域里璀璨生辉。其中二十七度文学社是在校领导和团委的指导下成立的，在校级领导及师生的共同努力，逐步形成了完善的组织机构，制定了完整的社团章程，以及一系列的管理条例。

二十七度文学社是学生与学校之间建立起来的符合社会主义精神文明建设对大学生要求的有效途径，营造校园文学艺术氛围，是大学生发挥自身才能、追逐文学梦一条好的道路。

“你是一个人才，我们就给你一个舞台。扬文学之帆，行文学之路，筑文学之梦”是我们社团的宗旨。自文学社成立至今，多次开展文学交流会，每年三月的桃花诗会，热情歌颂灿烂绽放的桃花和青春，传承桃花文化，使同学们了解更多的有关桃花的知识和文化，并开展诗词征集比赛，提高同学们的诗词写作水平。



图1-6 27度文学社活动剪影

2018年首届“雁城杯”征文比赛更是历年来文学社最重要的活动之一，“雁城高校文学讲堂”作为衡阳市群众文化协会高校文学社团委员会打造的品牌活动，自首期成功举办以来已收到广泛好评。本次征文比赛作为“雁城高校文学讲堂”特别版的一部分，与讲堂本身相结合，共同组成一个大型特色活动，本次活动由衡阳市市委主办，衡阳高委承办，27度文学社协办，此活动在衡阳市引起了巨大反响，在本次活动中为丰富同学们的课余生活，提高大学生的文学修养水平。给全校学生提供一个自我展示的平台，让大家表达心中的情感，同时以其新颖的形式丰富了校园生活。同时近年来，文学社多次开展校园情景剧、猜灯谜、文学交流、文化传承类活动，得到了衡阳市政府的大力支持。



图1-7 雁城文学讲堂剪影

1.2.2 项目内容

本项目将皮影非遗文创传承计划与现有27度文学社已有资源相结合，推出“27+1”灯影守望者——非遗文创传承计划，旨在打造创新型灯影艺术形式，传承皮影文化，项目的发展大致分为三个阶段，具体内容如下：

【成立期】

2009年文学社成立，经过十年的打磨，27度文学社从0到1，为我校学生提供了一个很好的文学交流平台，2019年，借27度文学社成立十周年之际，我们重点推出三维动画皮影项目，主要是通过三维动画技术将皮影以动画的形式展现出来，内容方面不限于戏剧，通过采用皮影形象，以动画的形式演绎现代故事，包括民间故事、舞台剧、现代家庭剧、舞蹈故事、微电影等，通过三维动画皮影为观众演绎不同的故事，让观众感受皮影人物形象的趣味性与参与性。



图1-8 《伤仲永》皮影动画

【成长期】

打造真人体验皮影文化馆，馆内设置三维动画投影体验馆、传统皮影表演体验馆、皮影手工艺品DIY体验馆、皮影游戏专区等多重体验馆，四大馆之间环环相扣，观众走近我们的文化馆，首先是一个三维动画皮影展示环节，让观众了解皮影文化，感受皮影生动的表现形式，其次，为满足观众对传统皮影的热爱，本馆将开放传统皮影表演体验环节，在此馆内，观众可以邀三两朋友，一起演绎皮影故事，再次，当我们想收藏传统的皮影手工艺品，或者想亲手制作一个DIY皮影形象，可以走近皮影手工艺品DIY体验馆，该馆注重皮影文创产品的研发与销售，为观众提供一个参与皮影制作的平台，最后，通过声控、VR等技术，设置皮影游戏专区，观众通过选择自己喜欢的皮影形象，和朋友一起说学逗唱，旨在让我们的传统皮影文化“活起来”。

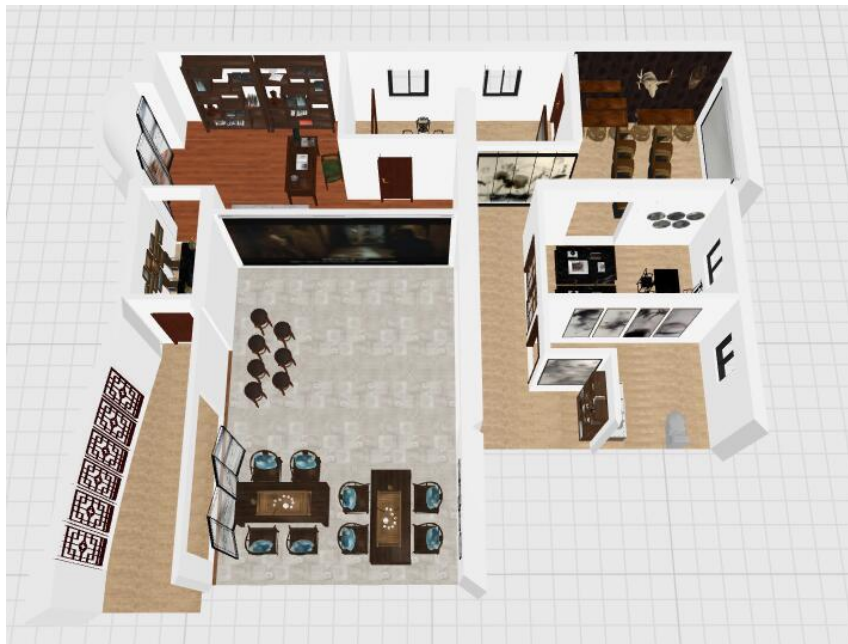


图1-9 皮影体验馆装修户型图

【规划期】

成立灯影守望者文化创意公司，主要业务包括皮影文化培训、皮影演艺传媒及皮影文创产品研发销售。皮影文化培训分为两个方面，团队师资培训与学员培训，培训的内容包括皮影戏四大主要学习板块，现代皮影舞台表演，三维动画皮影制作，皮影手工艺品的制作等。从皮影文化及表演培训，传承皮影文化，对学员与老师进行每月一次的考核，提升教学质量，为优秀学员承接各大型活动演出，形成从培训到演艺传媒的闭环，后期对文创产品进行创新，重点推出“可以吃的皮影”，通过可雕食材，雕刻成各种皮影形象或者用糖人描绘出各种皮影形象，再通过各大平台对这一类产品进行推广销售，打造皮影艺术品牌，推陈出新。



图1-10皮影手工艺品

1.2.3项目创新点

【皮影传承融入新鲜血液——三维动画】

传统的皮影戏学习成本高且不易于推广，我们通过融入三维动画技术，将皮影形象生动地展现在观众面前，针对不同的年龄层次，可以制作不同风格的动画皮影，传播形式多样且趣味性强。

【“说学逗唱”自我演绎灯影艺术】

传统的皮影戏主要以看为主，真正学习、体验的人却不多，真人体验皮影文化馆则可以实现观众亲身体验皮影文化，通过三维投影体验、传统皮影表演、DIY手工艺品的制作，以及自己说唱皮影戏等环节，让观众真正体会现代皮影之乐。

【灯影守望者带你走近“舌尖上的皮影戏”】

随着各类文创产品的推出，皮影类文创产品也需要推陈出新，“27+1”灯影守望者——非遗文创传承计划不仅仅限于皮影表演艺术的传承，后期我们推出“可以吃的皮影”，让观众从味觉上再一次感受皮影的魅力。

1.3项目SWOT分析

【Strengths（优势）】

（1）政策支持

《中华人民共和国非物质文化遗产法》（以下简称《非遗法》）由中华人民共和国第十一届全国人民代表大会常务委员会第十九次会议于2011年2月25日通过并公布，自2011年6月1日起施行。《非遗法》是我国非物质文化保护领域的一部基本法律，它的制定、颁布和实施，表明我国非物质文化遗产保护工作迈入了依法保护的新阶段，是非物质文化遗产保护工作史上的一个标志性事件。

习近平总书记在共产党第十九次全国代表大会上指出，深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，结合时代要求继承创新，让中华文化展现出永久魅力和时代风采。

（2）传播范围广

三维灯影动画的推广应注重利用传统媒体，同时要适应数字化时代，积极开拓新媒体，促使两个通路融合发展。我们可以借助大数据时代的优势，扩大我们三维灯影动画的传播范围，增强我们的市场影响力。

（3）文化背景支持

我国的皮影文化历史悠久，这些丰富的本土资源里面蕴含着无穷的文化价值与商业价值。具有中国元素色彩的皮影艺术在这样的文化背景下也逐渐走进了市场，它的出现为我们项目的发展带来了一定的商业价值。对于三维皮影动画在国内市场的发展，我们将注重民族文化题材的创造、民族精神的体现、民族艺术文化以及中国元素的运用。

（4）专业技术支持

随着电脑技术的飞速发展，用三维技术来演示皮影艺术，通过立体的表演形式和大量的后期特效为皮影增添了新的艺术形式。早期民间皮影演出往往采用牛皮制作而成、工序繁琐且数量巨大导致皮影戏演出时成本较高。而现在通过三维动画技术，我们利用现代网络技术，新媒体推广的手段，让皮影文化成为大众生活中随处可见的艺术。从而解决皮影失传的现状。

【Weaknesses（劣势）】

（1）专业人员匮乏

三维动画产品少有上乘之作，无法吸引观众的眼球。大多数国内动画生产企业仍停留在模仿甚至抄袭国外创意和形象的水平上。创新不足的背后是人才的匮乏，三维动画产业需要综合型人才，目前我国学院式的大学教育还远远不够，虽然近些年国内高校人才呈“几何式”激增，但学生的专业技能根本得不到保证，自然无法弥补现有的市场缺口。

（2）皮影艺术市场接受程度较小

随着社会时代的变迁，人们的物质生活方式有了巨大的改变。传统的皮影艺术表现形式难以满足大众的文化需求。皮影的题材具有一定的局限性。由于这类题材很少反应现代特色，缺乏创新，对于大众来说缺乏吸引力。

【Opportunities（机会）】

（1）三网融合带来的终端多元化利于强化网络视频的推广

随着三网融合的实施，受众可以通过有线网络、互联网、手机等获得视频信息，传输终端由电视机逐步扩散到电脑、手机、户外电子屏和楼宇电视等，网络平台将成为这些视频传输渠道的主要内容载体，网络电视便可以成为我们三维动画播放的主流平台。

（2）碎片化时间增加

随着工作节奏加快，人们很少有大片的时间进行深度阅读和学习。工作和居住地距离越来越远，在路上的时间越来越多，碎片化的时间也越来越多。短视频主要占据用户的大量碎片化时间，正符合时下用户的消费习惯。因此我们的三维立体动画可以借助短视频平台，吸引更多的商家资源，打通更多的商业渠道。

【Threats（威胁）】

（1）财务风险

前期项目推广主要以公益型广告为主，商业投入较多，财务压力也会比较大；在项目成立期，重点打造一个公益型、服务型项目，为观众呈现一个全新的皮影文化形象。同时前期存在一定的筹资风险，由于本项目财务现金流不是很高，加上收入减少、成本增加的风险，前期收益不明显，预计本年利润出现负值。

（2）行业竞争风险较大

三维动画行业如同金字塔结构。底层的人多，能做到顶尖的人却很少。随着时代的进步，三维动画逐渐走向成熟，取得成功需要更多的精力和成本。

2市场环境分析

2.1宏观环境

2.1.1政策环境



图2-1 国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要

2017年,《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》提出要加大改革力度,全面推进文化内容形式、方法手段、载体渠道、体制机制、政策法规等方面的创新。世界知识产权组织关于保护传统知识、基因资源和传统文化的政府间委员会第七次大会上,大会秘书处综合各成员会内外提出的意见和建议,专门就传统文化保护的政策目标形成了文件——《保护传统文化政策目标与核心原则》。国家加大政策扶持和资金支持力度,保障传统文化保护与传承措施切实到位。制定非物质文化遗产保护的细化配套政策,形成城乡统一的文化遗产保护政策体系。支持基层引进、培养相关专业人才和管理人。对于非物质文化遗产生产性保护项目给予税收优惠政策支持,除对小微企业给予税收减免扶持外,对列入非遗保护项目的一般纳税人企业也给予税收优惠政策支持。

2.1.2经济环境

我国城市文化消费现状:传统产业“遇冷”,数字产业“走热”;单一内容人气冷,多元模式受追捧;“阳春白雪”难推广,“轻松喜乐”易生存。城市文化消费市场的多种“冷热不均”现象,透出以休闲为核心的城市文化消费新理念,正在改变我国文化产品的传统化、单一化、小众化格局。文化消费市场随着城市建设、居民收入、消费心理等多方面的综合因素影响,已步入新的“聚变期”。

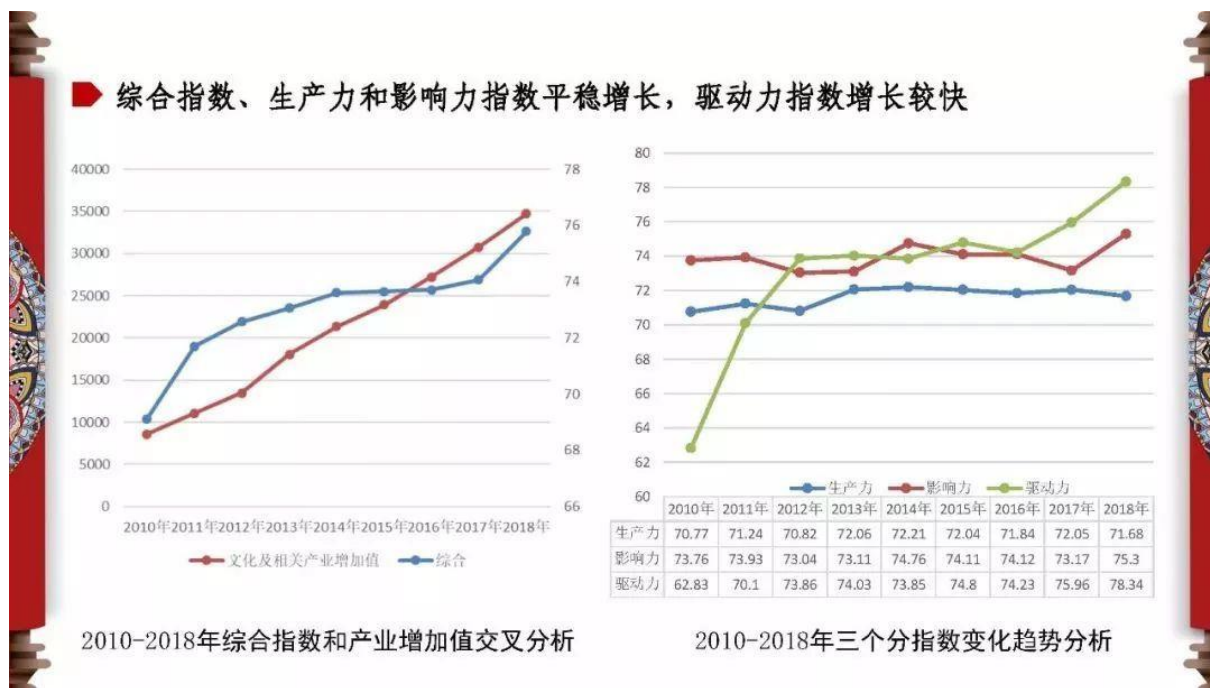


图2-2 2010-2018年综合指数和产业增加值交叉分析

随着我国经济的高速发展，居民消费结构不断完善：从以“物质消费”为主逐渐转向以“精神文化消费”为主，极大地刺激了我国文化创意产业的发展；另外，近年来我国政府积极出台促进文化创意产业发展的各项政策，使社会力量投资文化创意产业热情高涨，文化创意产品和服务丰富多样，文化及相关产业增加值逐年提升，根据数据显示，到2016年我国文化及相关产业增加值30,785亿元，占GDP4.14%。

因此，我国文化消费发展的方向将实现两个转型升级：一是发挥新消费的引领作用，加快推动一、二产业的转型升级，二是实现文化产业自身的升级换代。据调查，目前经济发展是一个以文化为主导的新消费发展状态，信息消费成为人们较强劲的消费内容，体验式、娱乐化的大众消费成为了现代社会经济发展的主流，特别是年轻一代，偏好于个性化、多样化的消费，因此在产品设计中，要融入个性特征的产品及服务，尤其是对于具有独特魅力的文化品牌商品。



图2-3 文化创意与设计服务业增加值占GDP比重

从2013-2016年我国文化创意与设计服务业的增加值可以看出，我国文化创意与设计服务整体规模不断扩大，文化创意产业以创意为核心，向大众提供文化、艺术、精神、心理、娱乐等新兴产业，随着新型文化消费需求的满足，生活美学意境的营造，新型文化消费需求的满足，生活美学意境的营造，离不开创意设计。在这个时代，商家提供的核心价值，往往不是物质产品，而是一种情调、氛围或梦想，一种美感体验或愉悦记忆。从我们身边所有的日常用品来看，这一点越来越凸显。

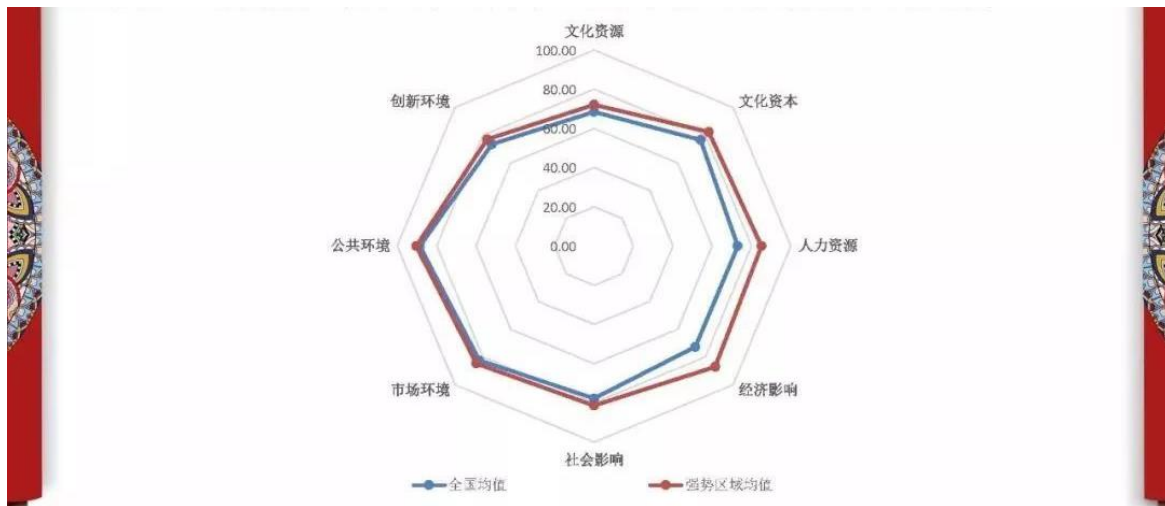


图2-4 2018年文化产业强势区域影响因素分析

“一带一路”建设为文化创意产业跨地区融合及走向世界提供了新机遇：“一带一路”是经济贸易与文化交流的双核战略，而文化创意产业作为经济与文化双核战略有机结合的重要载体，能够在此过程中推动我国文化创意产业的跨地区发展融合及“走出去”，与沿线国家和地区实现互惠共赢。一方面，“一带一路”沿线国家及地区为我国文化创意产业提供了更为广阔的国际市场，根据国外不同受众群体的文化传统和价值取向，我国文化创意企业可以有针对性地开发适销对路的文化创意产品；另一方面，沿线国家及地区不同的文化背景和人文风俗为我国文化创意产业提供了丰富的文化资源，注入了新的活力。

2.1.3 社会环境

改革开放以来，随着社会生产力的长足发展，我国的产业结构发生了重大变化，第一产业产值在国民经济总产值中所占的比重下降，第二、第三产业比重上升，促成就业结构、社会阶层结构的变化。随着我国经济的快速发展，国家综合实力不断增强，居民收入水平稳步增长，生活水平也有了显著提高，人民的物质生活不断丰富和完善，人们开始越来越多地追求精神和文化生活，文化消费渐渐成为人们关注的消费新热点。随着互联网的使用，网络传播与传统传播相比更加快捷方便，提供的文化类型也更加多样，人们可以足不出户查找各种资料，丰富自身文化素养，提高文学思想。文化艺术的传播提供了前所未有的办理条件，同时人们展示艺术创造才能提供了新的场所，这些都有助于个人综合素质的提高和发展。对国家民族的文化发展起到了一定的推动作用。网络传播促进了优秀文化的传播，为全世界人民

带来了丰富的精神粮食。

2.1.4技术环境

“互联网+”作为一种新的经济形态，与文化创意产业具有良好的融合效应，能够利用信息化、物联网、智能化等创新技术为文化创意产业的创新提供低成本、多渠道的技术平台。科技的进步极大地激发了创造性和表达欲望，各种创意创新随时随地可以通过网络传达出来，加快了相关信息的传播、交流与碰撞。

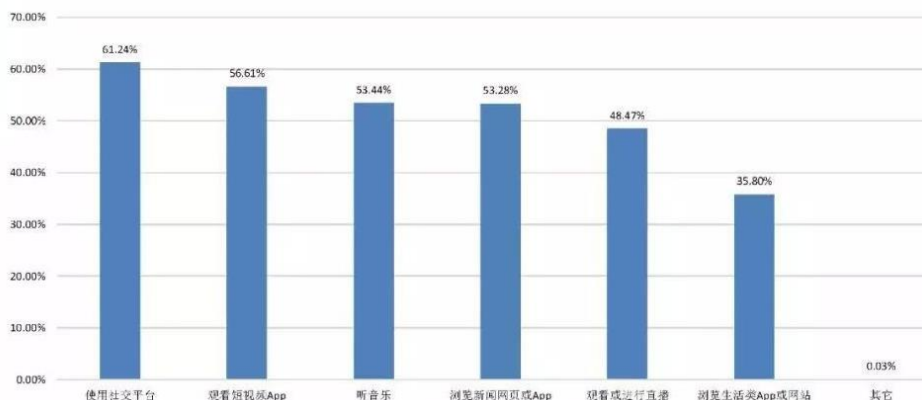


图2-5 2018年受访者网络文化娱乐活动类型

三维动画制作软件的功能越来越强大，操作起来也越来越简单，这使得三维动画的使用越来越广泛。三维动画可应用于艺术创作中可以利用其抽象、立体的艺术表达把事物更加形象地表达出来，三维动画作为现今的流行文化，与传统皮影相结合，有着无与伦比的传播优势，三维动画的应用也使皮影更具时代特征，更加适合在现代信息社会传播和拓展。这样通过立体的表演形式和大量的后期特效可以为皮影增添了新的艺术表达形式。

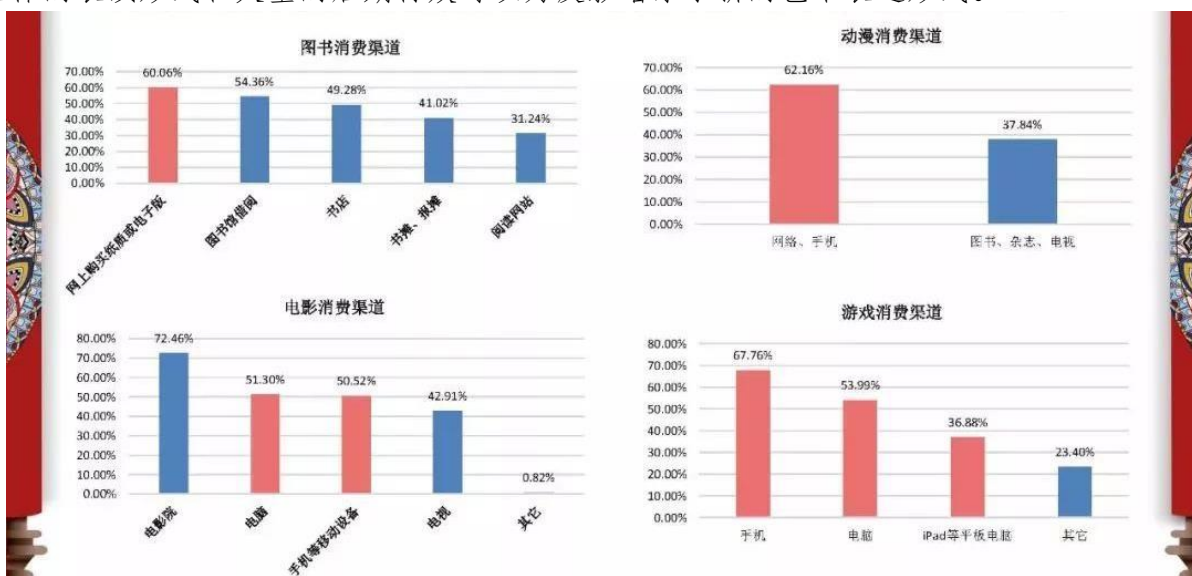


图 2-6 用户对各消费渠道的选择

2.2行业竞争分析

2.2.1 传统三维动画产业亟待创新

三维动画已成为全球性大型产业，它所带来的经济效应与影响力日趋增强，三维动画在我国的发展受到了极大的关注。但是，它在我国的发展遇到了很多困难，缺乏专业人才，人才培养不够系统，剧本没有创新，缺少本土品牌等。三维动画制作的人员一定要有坚定信念，努力学习，从事三维动画的培训机构为动画产业提供优质的人才；三维动画制作企业也要以创造本土品牌为己任，政府要为本土动画产业提供更多的有利条件。

随着科技的发展，现今的动画可以通过计算机生成，从制作方式到观念，都产生了革命性的变化。计算机动画不仅摆脱了繁重的手工制作，并以其简便、高效、更具表现力的特点得到越来越广泛的应用。其中，三维动画更是动画业的骄傲。它主要依靠电脑图像技术，在虚拟的三维空间中，建造模型，设置色彩与材质，模拟真实灯光，并使这些物体在三维空间中动起来，通过虚拟摄像机设定拍摄整个运动过程，渲染和生成视觉真实的三维画面。与二维动画相比大大减少了重复劳动。画面效果不仅真实、生动，更能展现现实所无法模拟的魔幻场面，深受观众的喜爱，所带来的经济效益也是非常巨大的，因此，三维动画产业在中国的发展备受关注。但是目前中国三维动画产业的发展很不均衡，主要集中在北京、上海、深圳、广州等地，对于中小型城市来说是一片空白。在中国三维动画发展伊始还存在诸多问题：

【专业素质欠缺】

三维动画从业人员、制作公司缺乏经验、专业素质不全面。中国三维动画产业在短短几年发展速度是有目共睹的，发展快也就有了“快”的问题。专业人才素质较差导致国产三维动画产品的质量较低，制作粗糙，模仿痕迹明显，剧本老套等，都显示出底气不足的实情。整个队伍太过年轻、稚嫩，当初那些拓荒者们到现在也不过三十多岁，就已经算得上业内的老前辈了。而三维动画公司也很年轻，老的也不过五六年，缺乏运营经验。投资者、策划人往往都是盲目以盈利为目的的外行人，而外行指导内行的情况比比皆是，为此失败的公司也不在少数。

【人才培养陷入误区】

对于三维动画这个新兴产业，人才的培养显得至关重要，但是就目前的发展势头来看，三维动画类的培训机构在没有足够的教师及设备的情况下就进行培训，培养定位不准，培养的都是低端制作人员和高端纯研究人员，人才结构失衡，且培训机构基本没参与过商业项目，缺乏实战经验，注重技术而轻视基础训练，如一些基本的造型、构图、色彩、镜头、动画原理等。

【剧本创作单一，缺乏创新】

在对剧本的创作与选择方面，也存在很大的问题。对动画片概念的错误认识以及对观众年龄层的狭隘定位，造成剧本的创作趋于简单、低幼，认为动画是制作给小孩子的，放弃了更大的观众群，可是简单的情节也并不被小朋友买账，时代的变革注定了所有观众的审美情趣发生变化，更不能排除儿童，所以单调生硬的色彩，粗糙且毫无时尚美感的角色造型，小

朋友都觉得幼稚的剧情，片中大人的假声配音，还有毫无感情的对白一再出现的时候，就已经失去了所有的观众。在国际三维动画产业的全盛时期，作品逐渐趋向技术与情节并重，不再重复英雄主义，不再有完美的王子与公主，不再单纯的将好与坏划清界限，而是更多地转向人物内心矛盾的两面，颠覆传统的人物造型与剧情续写了一个又一个经典。当国外的这些动画片在中国上映时，一再引起轰动，大批的成年人不仅被其反传统的动画形象、震撼视觉的特殊效果所吸引，更为其寓意深刻、颠覆传统的时尚情节所倾倒，在一个个笑料百出但真正世俗化的情境中得到共鸣。孩子们更是竞相模仿片中角色的声音、形象，从跌宕起伏的故事情节的受到教育，得到启迪。

【缺乏特色和本土品牌】

我国的传统文化博大精深，经典的故事不胜枚举，虽然已经有很多内容被多次使用，但还是有很深的发掘空间。像美国迪斯尼出品的二维动画片《花木兰》，以及美国梦工厂出品的三维动画片《功夫熊猫》，都是典型的具有中国特色的剧本，并且在原有的内容及原形上进行大胆地改编和加工，使故事情节更符合现代观众的口味和审美。国外的动画公司在大制作中不仅创造了优质的剧本，更创造了一个个鲜明的动画明星，树立了良好的动画品牌。而我国动画片在剧本写作和选择上，一味重复和模仿，落入了俗套，对深厚的文化历史没有很好的利用，更没有创新。在这一点上，极大地阻碍了我国三维动画产业的发展。因此只有树立自己的品牌，才能在动画行业立足。

【创新：三维动画皮影】

皮影生动而形象、夸张而幽默、纯朴而粗犷、细腻而浪漫，三维动画皮影通过挖掘其文化精髓，重现光影。这些年来，日、韩、美动漫纷纷袭来，大把大把的银子眼睁睁地流进别人的口袋，我国动漫的产业前景令人心忧。在这种情况下，有专家提出了“用皮影戏拯救中国动画”的方案。

这个方案特别引人关注。皮影是我国民间工艺美术与戏曲巧妙结合的独特艺术品种，某种程度上可以说是我国动画最早的表现形态。其唱腔丰富优美，其表演精彩动人，堪称我国民间艺术一绝。有人认为，皮影艺术包藏了中国人造型的智慧、编故事的智慧、音律的智慧，对动漫创作很有帮助，比如脸谱、服装、声音等对动画事业发展具有直接的、资源性的价值。我国动画有代表性的成功之作《大闹天宫》就从各方面吸取了皮影戏的营养，表现出皮影戏的特点。

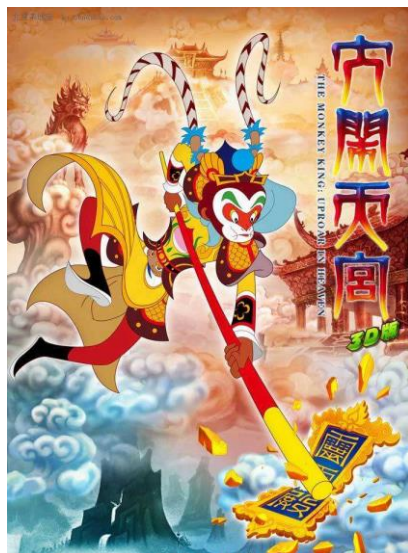


图2-7 动画《大闹天宫》

要发展我国动漫产业，就要搞原画，而原画资源完全可以向皮影等民间艺术去寻找，越具有民族性的形式，越有可能获得关注。当然，从皮影中寻找灵感和创意，不意味着一成不变、照抄照搬，继承传统仍然需要创新思维。动画需要接地气，于是有人说，对于现在的孩子，皮影戏这门古老的艺术已经太遥远。其实，皮影戏并没有因为历史的久远而老气横秋，相反，皮影戏的幽默诙谐、简约古朴完全可以转换为颇具时尚气息的中国式卡通形象。古往今来，那么多观众，上至耄耋老人，下至黄发垂髫，对皮影艺术喜爱至极，我们今天大可不必妄自菲薄，相信只要用心挖掘推广，皮影形象必然会受到大人孩子的喜爱。

中国有几千年的历史，民间艺术有如浩瀚星河，是艺术创作极为丰富的资源宝库。皮影生动而形象、夸张而幽默、纯朴而粗犷、细腻而浪漫，是其它剧种所不具备的。呼吁通过挖掘传统的文化精髓，创作我们自己的动画，使皮影这种古老的民间艺术，在科技与艺术的结合中重现光影，提振活力。

“27+1”灯影守望者——非遗文创传承计划将创新传统三维动画，以皮影形象制作各种故事情节的动画，活灵活现的皮影形象和夸张的表演，在让观众体验的同时，逐渐对皮影动画感兴趣，同时，我们将不断扩大皮影动画的应用领域，从娱乐传媒到工业生产，让三维皮影技术走近各行各业。

2.2.2 推陈出新——皮影体验馆

据了解，2017年5月1日，泰山皮影传奇体验馆落户北京前门大街，随即受到北京当地市民和全国各地游客喜欢。不到一年时间，接待游客15万人次。特别是首都孩子和年轻父母，对泰山皮影传统文化项目很关注。泰山皮影体验馆在北京定位主要是做亲子活动，家长和孩子观看完泰山皮影戏，可以到舞台后面进行表演体验。另外，家长和孩子可用体验馆提供的DIY产品，做自己喜欢的皮影，做剧目创编，并将泰山皮影带回家，和家人一起再做亲子表演，这很受家长欢迎。“我们也是经过市场调研和与亲子机构协商，以这种流程能让孩子对中国传统文化，特别是中国皮影，有更全面的了解。我们针对年轻家庭客户，通过网上售票，让顾客能更方便购票。”范维国说，家长们希望让自己的孩子近距离了解到中国传统艺术文化，了解泰山文化。



图2-8 全国体验馆大致分布情况

但就全国而言，现有的体验馆已经不能满足皮影非物质文化遗产传承的迫切需要。我们的皮影体验不仅注重体验还注重创新和宣传皮影文化，融入了与以往传统的演绎不同的元素，结合互联网技术，三维动画技术，VR技术，力图打造全新的皮影体验学习模式，在我们的皮影体验馆内，不仅展示和销售各种类型皮影手工艺品，其中有玩具型皮影，收藏型皮影，更有可以食用的皮影。为了向大众体验皮影的魅力，我们还安排有专门的体验区，带领体验者走近传统皮影表演，现场教学皮影手工艺品的制作，DIY制作自己喜欢的皮影形象，从体验、表演到展览，带你体验不一样的皮影文化。

2.2.3 皮影培训与演艺传媒

表演艺术是国家文化创意的重要来源，以表演艺术为核心的演艺产业是文化创意产业的重要组成部分。近年来，从政府到市场，都愈发重视演艺产业在当代社会政治、文化以及经济发展中的作用，我国演艺产业呈现跨界融合蓬勃发展之势。

近年来，部分国有演艺企业以及民营演出公司在发展传统剧院演出及相关业务的同时，也积极探索资本领域的运营。自2015年开始，资本对演艺行业的关注进入到新的阶段，喜剧、音乐剧、儿童剧、旅游演艺、票务平台、艺术教育以及有大量IP剧在手的院团企业因其价值的延展性成为资本介入的重点领域。演艺行业的各种融资并购纷纷上演。金海岸、开心麻花、丑小鸭、大碗娱乐，无论上市还是融资，都对资本展示出不同的吸引力。

演艺产业是基础性文化产业，在文化市场中占据重要地位。据中国产业调研网发布的2016年的中国演艺现状调研及发展趋势走势分析报告显示，演艺产业链各环节包括文艺表演团体，演出场所，演出中介机构和演出票务。演艺产业是文化产业体系中的核心产业之一，是一个创意密集和劳动力密集的产业，也是一项能耗低，可持续发展性强的低碳产业，具有极大的辐射和拉动作用。据统计，2017年中国演出市场收入达到108亿元，其中专业场馆演绎规模为57.18亿元，实景旅游演艺场。市场规模为12.4亿元，民营团体在非商业场所的演艺市场规模为25.2亿元，大型场馆，演唱会等演出规模是13.2亿元。

近两年来，世界各国都在聚焦数字化发展。2016年国务院发布《“十三五”国家战略新兴

产业发展规划》，将数字产业列入五大十万亿级战略新兴产业之一。随后，文化部出台了《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》，向全社会发出鼓励数字文化产业发展的明确信号，并提出大力推动演艺娱乐等文化产业的数字化转型升级。演艺与数字文化产业的融合成为新的增长点。这既是数字文创发展的需求，也是演艺商业模式创新的契机。

“27+1”灯影守望者——非遗文创传承计划将创新传统演艺模式，将皮影表演技艺与演艺传媒相结合，突出皮影表演艺术，将皮影表演由幕后转移到台前，更多的体验皮影表演的可观赏性与艺术感，同时通过皮影表演技艺的培训，让皮影技艺更好地得到传承。

3项目盈利分析

3.1盈利模式

3.1.1公益性效应

“27+1”灯影守望者——非遗文创传承计划将创新传统的皮影表现形式，通过三维动画技术展现皮影形象和故事，前期，我们将制作各类公益型动画，投放到各个视频平台，视频播放主要是在地铁进出站口、商业步行街等人口流动性强的地点。通过潜移默化和软性推广，使公众对于皮影文化有初步的认识和理解，同时使更多的人参与到皮影非物质文化遗产的保护行动上来。三维皮影在创作过程中加入了创作者对于传统皮影文化的理解与认识，赋予其更多符合当代受众的审美意义，传播积极向上、与时俱进的文化价值和心理取向。同时在其创作和推广宣传过程中，利用大众传播媒介在发挥其功能时，也会使文化信息增殖。

3.1.2 广告模式

在项目发展过程中，三维动画皮影将引入商业元素，制作原创型商业广告片，从策划到制片到投放，完成整套的商业广告服务。根据不同的用户群体，将采用不同形式的商业投放，制作的内容不限，包括寓言故事、现代生活、企业宣传片等。广告的投放则根据内容形式、视频时长、投放地点、投放总时长等来定价，具体定价见市场定价部分。

3.1.3 C2C 电商模式

建立店铺：在淘宝，eBay，京东等平台建立虚拟店铺。

经营店铺：优化虚拟店铺；写作原创帖子发布在各个论坛，制造新闻和影响；经营微博公众号，微信公众号，推广文创产品并营销。通过抖音小视频、火山小视频等视频平台大量推广三维皮影动画，利用大众的碎片化时间加大传播力度，形成官方引流推送、播出等，达到营销的目的。将文创品牌名声打出去，吸引积累店铺粉丝。

定期举办皮影文化节活动，宣传销售皮影手工艺品和相关元素的文创产品，特色纪念品等，努力打造具有中国传统特色品牌的皮影元素文创店。

3.1.4 体验式营销模式

四馆合一：馆内设置三维动画投影体验馆、传统皮影表演体验馆、皮影游戏专区、皮影手工艺品DIY体验馆等多重体验馆，四大馆之间环环相扣。

三维动画投影体验馆：一个三维动画皮影展示环节，通过观看三维皮影戏让观众了解皮影文化，感受皮影生动的表达。三维动画皮影和当今的影片播放形式相似，我们会设置一个大屏幕在馆内，安装灯光和观看座位。

传统皮影表演体验馆：本馆将开放传统皮影表演体验环节，根据传统皮影戏的表演形式，我们会搭建皮影戏专用戏台，包括幕布，灯光，后台布置等等，观众可以邀三两朋友，或者是亲人，一起演绎皮影故事，亲身体会表演皮影戏的乐趣，

皮影游戏专区：设置皮影游戏专区，观众通过选择自己喜欢的皮影形象，和朋友一起说学逗唱，旨在让我们的传统皮影文化“活起来”。

皮影手工艺品DIY体验馆：人们可以在DIY体验馆内发挥想象力和创造力DIY皮影形象，在这里我们会有专门的指导老师，指导他们怎么使用不同的雕刻工具和材料，这里会针对不同的项目进行不同收费。

体验馆注重皮影文创产品销售，皮影体验馆内设置皮影周边卖区，主要销售简易皮影手工艺品（多种材料制成），含有皮影特色元素的文创作品和特色纪念品。

3.3 项目盈利点

【广告收入】

项目发展初期，三维皮影动画将以不同的表现形式推出，除了以学龄前儿童群体为主的公益型动画及其它用户群体适用的公益短片外，针对用户需求推出三维皮影动画类企业宣传片、商业广告片，通过剧情设计，内容编撰，以相应服务报价打通商业广告市场。

【体验服务】

皮影文化体验馆的推出，为观众提供了一个集传统皮影动画表演、三维动画皮影欣赏、皮影手工艺品制作与现场教学、皮影文创产品参观与销售于一体的体验服务。同时用户可以选择自己的爱好进行选择，以低廉的门票费，获取丰富、有价值、有意义的皮影文化体验和服务。

【文创产品】

从项目发展前期到未来发展，文创产品的研发与销售是项目发展进程中不可缺少的一部分，用户可以通过皮影文化体验馆参观购买，也可通过我们的电商平台下单购买，为满足各用户群体的购买需求，针对不同年龄层次的用户，研发不同类型的商品，除观赏型商品外，还将设计易于保存，收藏价值较高的手工艺品。

【培训收入】

为更好地传承皮影表演艺术，项目规划期，提供皮影文化及表演艺术培训，从学员到教员，都将通过系统的培训与演出实践，根据学员层次分为初级班、高级班、教员班等，为公司储备演艺人才与强大的师资队伍，同时为打造皮影品牌的塑造奠定基础。

【商业演出】

通过前期培训，公司将承接大小型商业演出，不定期开展内部竞赛，对学员进行选拔，参加大小型舞台表演类竞赛，提升学员与教员的综合素质。

4可行性分析

4.1市场可行性

4.1.1文化产业发展“潜力性”

文化产业是21世纪的朝阳产业，也是国民经济的核心产业之一，已成为许多国家、城市发展战略的重要组成部分。我国文化产业比起发达国家起步较晚，相对较落后。2018年我国文化及相关产业实现增加值5123亿元，比2017年增长17.1%，文化产业增加值占GDP的比重提高到2.45%；文化产业从业人员达1132万人，人均创造增加值4.52万元。据专家分析，我国社会消费结构发生的重大变化，对当前的精神文化产品生产提出了更多更高的要求，同时也为文化事业与文化产业的发展提供了前所未有的机遇与良好的发展空间。文化产业在强有力需求的带动下，有望迅速成长为国民经济的支柱产业之一，成为扩大内需的新亮点。

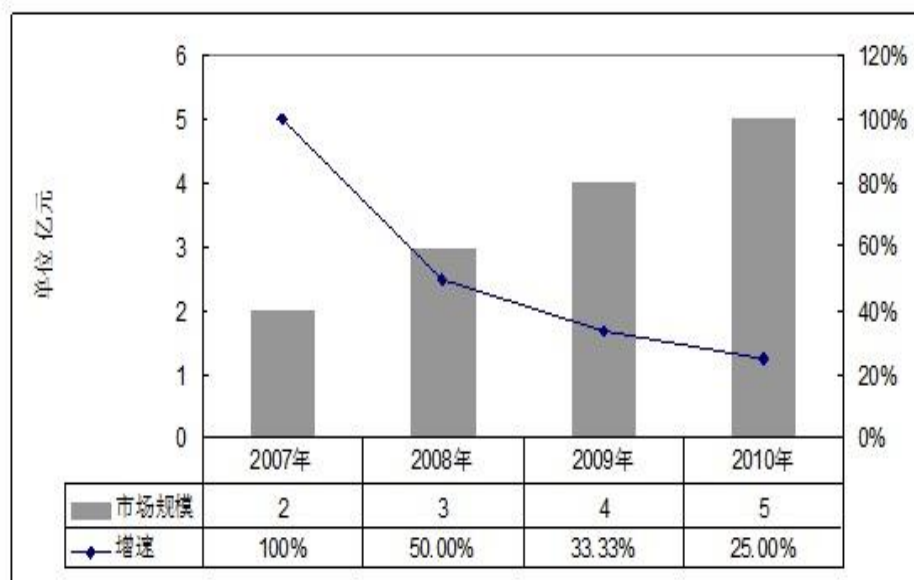


图4-1 2014-2018年皮影市场容量/市场规模统计

目前全国皮影传承保护和产业经营除演出和雕刻外，还带动制皮业、黑陶制作业、中介经纪业等多元化发展，形成完整的产业体系。2008年北京举办奥运会和残奥会期间，有公司在大栅栏和奥运村附近设点展销，一次签订产品制作和表演合同300万元。事实证明，皮影作为文化旅游产业的支柱之一，不仅可以通过产品创新获得更大发展空间，提升地方“软实力”，更有希望通过产业内外部整合创造巨大经济收益。

4.1.2市场需求数量进一步发展

“三尺生绡做戏台，全凭十指逞诙谐，有时明月灯窗下，一笑还从掌中来”，一块白布就是舞台，尺把长的小人是演员，当灯光穿过皮影，人物、花草、楼宇，在画布的另一端映

现色彩艳栩栩如生的世间百态。它是“电影之父”，拥有着中国乃至世界最古老民间艺术的殊荣，是民间艺人用手工，刀雕彩绘而成的皮制品，故称之为皮影。“一口叙尽千古事，双手对舞百万兵。”皮影艺术作为我国首批非物质文化遗产，在皮影艺术面临失传困境之际，我们有责任将其发扬光大。

项目发展前期，通过线上、线下调查，共分发问卷1500份，线上有效问卷填写数1062份，线下收集400份。调研结果显示，大部分人对非物质文化遗产的传承感兴趣。

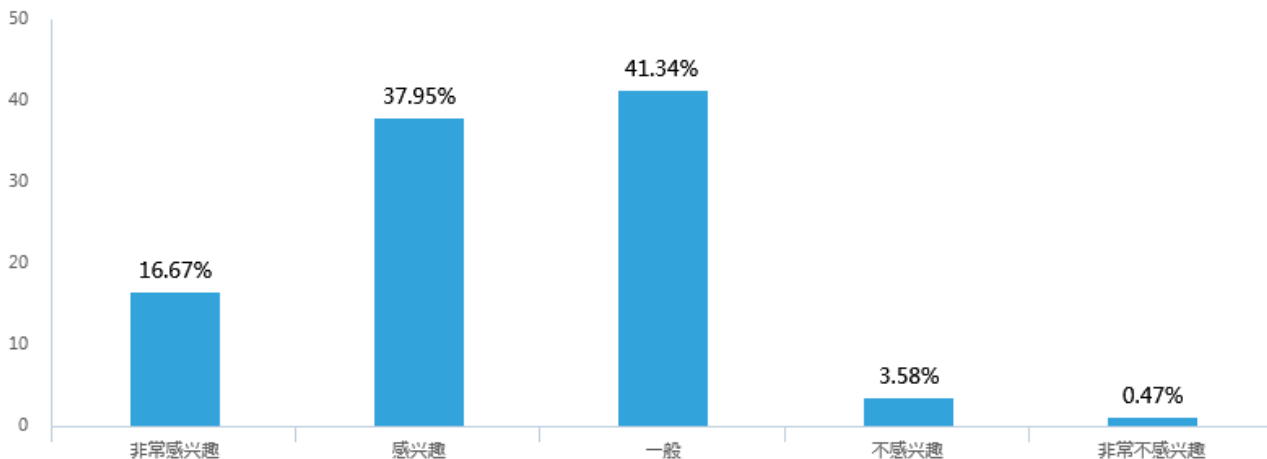


图4-2 对非物质文化遗产感兴趣程度

保护濒危的非物质文化遗产，是由联合国教科文组织倡导、发起的一场全球运动。我方在某小学进行了一份调研，抽取了200名学生进行调查，结果显示，95%的同学对皮影戏比较了解，98%的同学对三维动画、宣讲会比较感兴趣。值得一提的是，在我方人员展示皮影动画时，学生们都表现出了活力与积极参与的想法。皮影戏作为重要的非物质文化遗产，在我国必将收到严格保护和全世界的关注。在本次调研中，对于“非物质文化遗产在新的一代中传承有必要吗？”这一问题，有94%的同学认为有必要继承与发展非物质文化遗产。

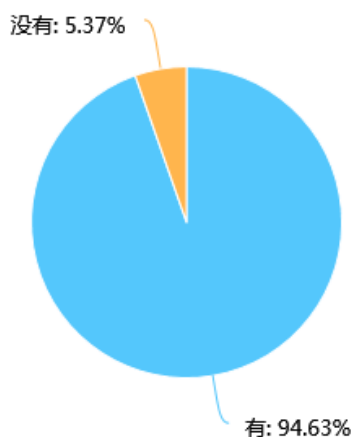


图4-3 “非物质文化遗产在新的一代中传承有必要吗？”调研结果

4.1.3 影戏文化衍生品市场的发展前景广阔

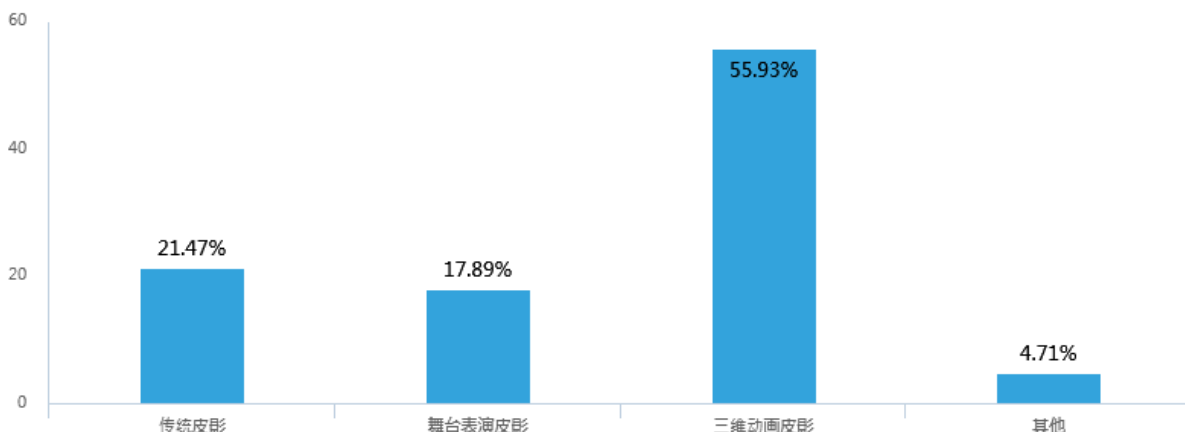


图4-4 “哪种形式的皮影戏有较好的发展前景”结果

动画衍生品的开发主要集中在出版业和制作业，涉及了图书、音像制品、玩具、文具、服饰、商品等诸多领域，衍生品的的设计开发通常有一定的时效性，成熟的企业往往在作品创意之始就考虑衍生产品的市场定位、销售渠道以及销售时机。作为一种流行文化，很多动画衍生产品的生产周期很短，因此需要各相关行业之间的紧密配合，我国的动画产业由于整体协差、制造与销售渠道不完备从而形成开发的风险。借助影戏资源则可以避免这些风险；首先，相关皮影的工艺性产品有着长期而广泛的市场基础，开发、设计、生产相对成熟，在涉及影戏文化的动画衍生品开发时有很多可以借用的市场影响力与销售渠道，从而可以有效缩短衍生产品的开发周期。即使仅仅把衍生品做成皮影的形式也会有独特卖点。

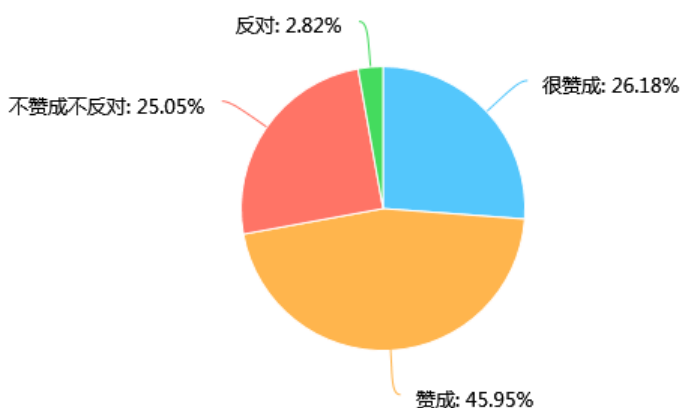


图4-5 “您对您的家人或朋友学习皮影表演有何看法？”调研结果

而对于皮影文化演艺培训，大部分人都持赞成态度，显而易见，非物质传承在新一代中依然存在。关于影戏的图书、音像制品目前依然存有一定市场，这说明了无论时代如何开展，人们对中国文化符号的消费渴求是不会变的，变的只是消费形式。从这一点上将饱含中国元素的影戏文化依然有生产力，在动画产业运作中开发得当，就会形成长期而稳定的衍生品消费市场。

4.2 技术可行性

4.2.1 行业技术环境

皮影戏是流传民间的民俗文化的活化石，有着非常悠久的历史，具有特色的表现形式和广泛的群众基础，它所演绎的故事情节主要来源于生活，但是随着社会多元化的发展，新生事物的不断出现，我国的传统文化、传统工艺正在不断的消失、被遗忘。目前，皮影戏已经被申请并列为非物质文化遗产，受到联合国的保护。但是皮影戏在民间发展却是较为困难的，甚至已经走向了濒临灭亡的地步。



图4-6 皮影行业技术发展的“壁垒”

将独具地方特色的民间艺术实行产业化运作，走市场化道路，不仅是对皮影艺术加以发展和创新，同时有助于皮影形成一个具有代表性的文化品牌。从文化价值上来讲，随着社会现代化、工业化、城市化、商品化旅游化的发展，大力抢救、继承、弘扬属于民族文化的民间艺术也是世界文化发展的趋势；从经济价值来看，开发以皮影特色为代表的动漫产业，引导民间艺术介入市场，带动地方经济发展。

4.2.2 团队技术环境

【技术与动画的相似之处】

在本次调研问题“通过什么途径观看皮影戏”中，有53%的通过网络进行了解，有42%的同学通过博物馆、展览馆或电视进行欣赏。传统的皮影戏学习成本高且不易于推广，我们通过融入三维动画技术，将皮影形象生动地展现在观众面前，针对不同的年龄层次，可以制作不同风格的动画皮影，传播形式多样且趣味性强。

【声控技术：VR体验馆】

传统的皮影戏主要以看为主，真正学习、体验的人却不多，真人体验皮影文化馆则可以实现观众亲身体会皮影文化，通过三维投影体验、传统皮影表演、DIY手工艺品的制作，以及自己说唱皮影戏等环节，让观众真正体会现代皮影之乐。除了这些之外，我们还将开展VR

皮影体验馆。从表面上看，VR的核心价值，是能将视听体验带到一个新高度。从深层次看，VR与皮影技术相结合，使抽象的文化得到一个传播广泛的载体。观众通过选择自己喜欢的皮影形象，和朋友一起说学逗唱，旨在让我们的传统皮影文化“活起来”。

【推广、运营渠道成熟】

在新媒体公司的支持下，皮影文化便可以推陈出新，在网络上随时随地的观看，摆脱不能反复多次演出的状态和摆脱了只在农村或展览馆欣赏到皮影艺术的现状。通过线上线下的渠道进行推广、运营，进一步扩大了三维皮影的影响范围，为“27+1”灯影守望者——非遗传承计划提供了强有力的技术保障。

4.3财务可行性

4.3.1项目资金筹集方式

【天使轮投资】

天使投资机构或投资人经过项目评估，对项目进行投资，可作为项目的启动资金。

【政策性贷款】

可以通过“中国青年创业小额贷款项目”等扶助平台获得政策性贷款。

【内部融资】

随着“27+1”灯影守望者——非遗文创传承计划规模的扩大和市场外部环境的变化，内部管理融资也占有一定比例的作用。内部融资可以通过增加留存利润等方式筹集资金，也可通过成本的节约，效益的增加，资金总需求的降低来实现。该种融资方式对于创业初期有着成本低，风险小的优点。缺点是短期收益不明显，容易产生企业内部矛盾。

【民间资金】

中国的民间资金是一支分散而强大的资本力量。近年来，我国居民储蓄存款的同比增长率都在15%左右。而且，民间资本操作灵活，可以采取协议评估的形式，由民间担保公司担保向银行贷款。与国有担保公司相比，这种方式手续简便，服务灵活，贷款时效也提高了。

【股票融资】

在证券市场上发行股票，也是一重要融资途径。通过证券市场筹集资本，资金短缺部门通过发行股票从资金盈余部门筹集资金，资金供给者享有对企业的控制权。股票融资不须归还本金，也没有固定的利息负担。股权融资筹措的资金具有永久性，无到期日，不须归还。

【众筹集资】

目前众筹具有低门槛、多样性、依靠大众力量等特点，是一种向群众募资，以支持发起的个人或组织的行为。世界银行报告更预测2025年总金额将突破960亿美元。因此利用互联网通过众筹融资方式可以获得项目启动的第一笔资金。例如国内就有很多众筹平台。像众筹网、京东众筹、淘宝众筹、云筹、人人投等。

4.3.2项目财务管理

实行财务管理的目标是保证财务系统的正常运行以及是工作效率的评判的标准之一。根据项目各阶段产品及服务的市场定价，出本年度投资计划、成本费用表、利润表如下：

表4-1 投资计划及资金筹措表（单位：元）

序号	项目/编号	1	2	3	4	5	6
1	总投入	22000	41000	24000	24000	25000	27000
1.1	平台建设投资	4000	5000	6000	7000	8000	10000
1.2	固定资产投资	6000	6000	6000	6000	6000	6000
1.3	营销推广投资	5000	5000	4000	4000	4000	4000
1.4	平台运营投资	2000	2000	3000	3000	3000	3000
1.5	流动资金	5000	5000	5000	4000	4000	4000
2	资金筹措	13500	18500	34000	54000	54000	74000
2.1	自有资金	10000	15000	20000	30000	30000	40000
2.2	风险投资	0	0	10000	20000	20000	30000
2.3	学校资助	1500	1500	2000	2000	2000	2000
2.4	技术入股	2000	2000	2000	2000	2000	2000
合计		35500	59500	58000	78000	79000	101000

表4-2 成本费用表（单位：元）

序号	半年/项目	1	2	3	4	5	6
1	直接人工费用	5000	6000	7000	8000	9000	10000
2	平台建设费用	3000	3000	3000	3000	3000	3000
3	日常维护费用	1000	1000	3000	4000	4000	4000
4	营销推广费用	4000	4000	4000	4000	4000	4000
5	管理费用	40000	14000	16000	18000	18000	20000
6	合计	53000	28000	33000	37000	38000	41000

表4-3 预计近三年利润表（单位：元）

项目/年度	第一年	第二年	第三年
一、营业收入	69000.00	160000	280000.00
减：营业成本	42000.00	61000	45000
营业税金及附加	4830.00	11200	19600
销售费用	4000.00	4000	4000
管理费用	40000.00	14000	16000
财务费用	0	0	0
加：投资收益	0	0	0
二、营业利润	10000.00	0	0
加：营业外收入	10000.00	0	0
减：营业外支出	0	0	0
三、利润总额	-11830.00	124700	204400
减：所得税费用	3420.00	21600	43200
四、净利润	-8410	103100	161200

5 市场营销

5.1 市场定位

随着社会的进步，人们物质生活水平不断提高，审美水平也在逐步提高，对精神文化也有了进一步需求，因而大家对于传统皮影戏的要求会更加苛刻，所以通过这一特点，我们可以利用传统皮影与现代科技相结合的模式。这样既能够让皮影更强调与突出其静态的艺术价值，又能够符合现代人的审美。从而为我们的生活增添一份色彩，丰富生活。

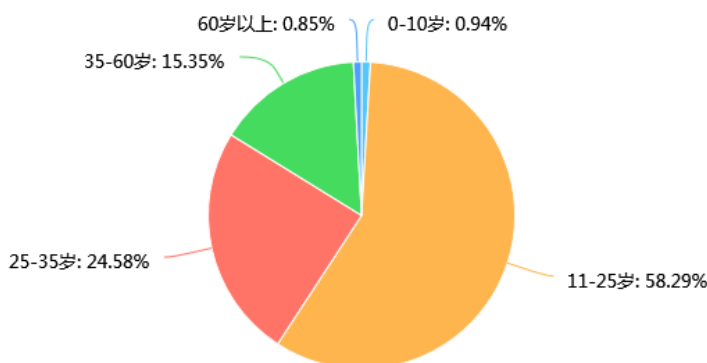


图5-1 关于皮影传承用户群体的调查

关于文创产品，我们可以从两方面进行入手，一种是收藏品。皮影作为中华民族传统艺术的瑰宝，极具有收藏价值，因此，我们的皮影收藏品的市场主要是一些中老年的收藏爱好者，根据前期调查显示，有16.2%的人为中老年人；另一方面，我们的文创产品是比较富有创造力的皮影玩具、糖果、手工艺品等等，这一部分的受众群体主要为儿童以及青少年，既能够满足自身的需求，又可以传承和发展我国的传统文化。据前期调查结果显示，有59.23%的人为青少年，这一群体市场大，也是我们主要的客户群体。

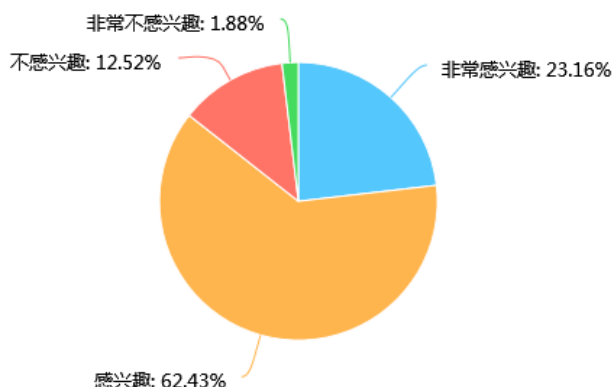


图5-2 “您对非物质文化遗产感兴趣吗？”调研结果

关于我们的皮影戏主题馆在前期的调查中，我们发现54.62%的被调查者是有兴趣了解和学习有关的皮影知识的。所以，我们皮影戏主题馆的受众面积很广，几乎覆盖到了各个年

龄段。在皮影戏播放馆，只要是对皮影戏感兴趣的，都可以成为我们的潜在用户。有34.84%的被调查者表示想看皮影戏。在三维皮影展览馆以及VR皮影体验馆，年轻人会是我们客户的主体，有55.93%的被调查者觉得三维动画形式的皮影戏有更好的发展，在手工DIY作品馆，亲子以及好友会被这种新颖的项目吸引到。

据调查，有85.59%的被调查者对DIY手工艺品感兴趣，也就说明在这一方面我们的市场一定会无比广阔。而在我们最后的皮影教学馆中，想传承与发扬皮影戏的客户是我们的主要市场，有62.13%的被调查者赞成亲人或者朋友学习皮影知识。也可见整个皮影主题馆的市场容量巨大，涉及的人群广，人数多。

在我公司技术完备的情况下，承接广告宣传、商业演出等活动，根据调查问卷最后一题显示，绝大多数被调查者希望皮影这一传统文化形式得到传承和发扬，通过网络、视频、学习材料，皮影体验馆等等方面进行保护。让更多人了解皮影戏，熟悉并掌握了我们的市场定位，就可以更好地进行评估，从而更好地发展我公司。

5.2 市场容量

【文创产品成为新的增长点】

相关调查显示，82.1%的受访者购买过文创产品，79.1%的受访者愿意选择文创产品作为礼物，受访者对融入传统文化和能表达情感的文创产品更感兴趣。《国家文物事业发展“十三五”规划》中明确，2020年要打造50个博物馆文化创意产品品牌，建成10个博物馆文化创意产品研发基地。



图5-3 1990-2015年中国文化创意园区数量统计情况

在政府的积极引导下，我国文化产业已经初步形成了以国家级文化产业示范园区和基地为龙头，以省市级文化产业园区和基地为骨干，以各地特色文化产业群为支点，共同推动文化产业加快发展的格局。



图5-4 2013-2017年中国文化产业增加值及占GDP比重

近几年，文化遗产保护、文化产品生产、研究等方面也受到了政府的重视，十八大以来，中国文创产业发展态势良好，得到国家政策、经济、社会、科技等条件的支持，随着消费升级、以及全民文化意识的提升，文化创意产业总体营收规模不断扩大，供给呈现缺口。数据显示，2017年文化及相关产业增加值34722亿元，占GDP比重4.2%，继续向国民经济支柱性产业迈进。文化产业总体融资规模不断扩大。

【知识付费】



图5-5 2015-2018年中国知识付费用户规模

数据显示，中国知识付费用户规模呈高速增长态势，2018年知识付费用户规模达2.92亿人。随着移动支付技术的发展和整个社会对知识的迫切需求，知识付费市场不断扩大，用户逐渐养成知识付费的消费习惯。随着2018年知识付费市场传播以及营销手段的不断演进，知识付费市场发展空间仍受人瞩目。

【新媒体推广】

根据新浪微博今年发布的其微博用户的最新数据，截至3月31日，微博月活跃用户达3.4亿，微博2017年第一季度焦点业绩，公司净营收较上年同期增长67%至1.992亿美元，超过公司1.85亿美元至1.90亿美元的预期。广告和营销营收较上年同期增长71%至1.693亿美元。其他营收较上年同期增长49%至2990万美元。根据以上数据我们完全有理由相信未来的新媒体市场会更广。

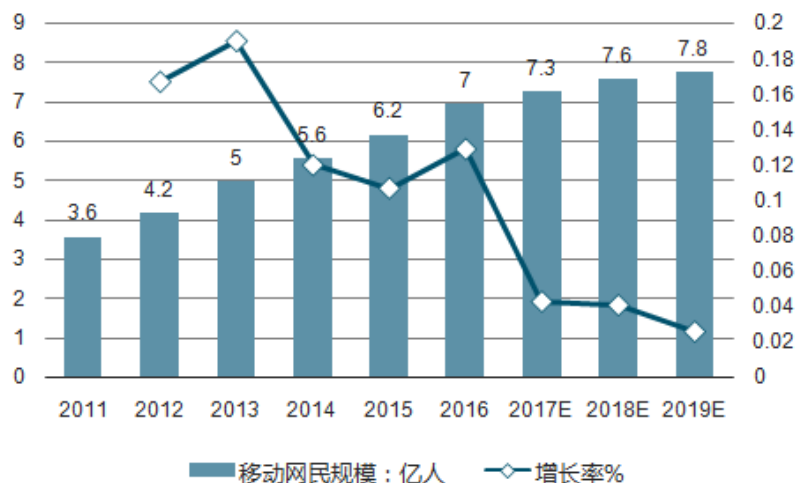


图5-6 2011-2019年中国移动网民规模

随着互联网的普及，网民规模逐渐见顶。2014年，中国整体网民规模为6.49亿，其中移动网民达到5.6亿人，增长率为11.4%，移动网民增速远超过整体网民增速，中国整体网民的增长已藉由PC网民增长完全转移到移动网民的增长。

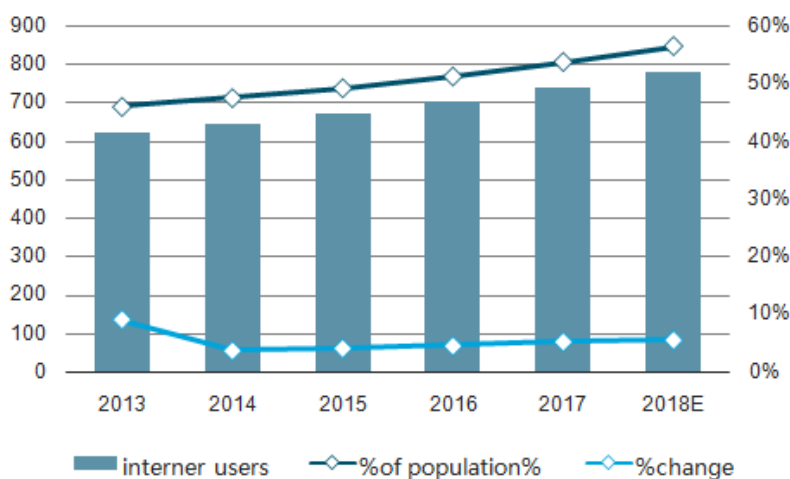


图5-7 2018年中国网民规模、网络普及率预测

2018年中国网络普及率将达90%。以上数据说明可能在未来的五年里，我国的网民数量将持续增长，当越来越多的人关注网络的时候，企业更加会意识到网络营销的重要性，这时，新媒体推广就是他们最好的选择。加上现在政府和其他相关部门对新媒体都相当重视，由此可以说明新媒体推广在未来五年的发展必定是蒸蒸日上。

5.3 市场定价

在项目成立期，以27度文学社为载体，开展公益型文化创意活动，随着项目的不断拓展，前期三维动画皮影的推出，我们主要通过广告宣传以及商务演出等方式进行盈利。这样既满足了客户需求，同时也加大了我们的宣传力度。具体定价请见以下表格：

表5-1 项目成立期市场定价

项目名称	具体内容	市场定价
小型宣传广告	可投放于公交车， 电梯间等小型场所	750-1000元/15s
大型宣传广告	可投放于市中心，商业步 行街等客流量大的区域	1500-2000元/15s

在项目成长期，我们将推出不同材质的皮影手工艺品，针对不同的用户及市场需求，研发不同材质的手工艺品，通过我们的皮影体验馆及线上电商平台进行展览及销售，具体定价请参考以下表格：

表5-2 项目成长期市场定价

项目名称	具体内容	市场定价
收藏皮影	做工精细，有收藏价值， 可增值	79.8-99.8元/套
普通演出皮影	用于演出，学习	49.8元/套
皮影工艺品	用于装饰、送礼	49.8-99.8元/件
可食用皮影	可食用	9.8-19.8元/个

考虑到相关技术的成熟，客户人群保持稳定，市场份额趋于稳定，我们的皮影主题馆将还提供各类体验服务，具体定价请参考以下表格：

表5-3 项目成长期市场定价

项目名称		具体内容	市场定价
皮影播放馆	传统皮影剧	了解皮影文化	29.8元/场

高科技体验馆	三维皮影剧	技术手段高	49.8元/场
	VR体验		29.8元/次
DIY手工馆	制作皮影工艺品	自己动手，增进与亲人朋友之间的感情	29.8-79.8元/件
	购买皮影工艺品	现场制作，省时省力	49.8-99.8元/件
皮影教学馆	皮影知识教学	传承发扬传统文化	9.8-29.8元/小时

项目规划期，我们将推出皮影演艺培训及商务演出，根据学员的程度划分为三个班次，分层次进行教学，后续承接各大小型商务演出，具体定价请参考以下表格：

表5-4 项目规划期市场定价

项目名称		具体内容	市场定价
演艺培训	教员班	皮影表演师资储备	2888元/期
	高级班	有表演基础的学员	1288元/期
	初级班	零基础学员	1088元/期
商务演出		皮影舞台表演	3000元/场

5.4 营销策略

5.4.1 营销战略制定

【差异化营销】

通过比较市场上其他产品与我公司的产品，来突出我公司产品的独特之处。我们着力于传统文化的传承，既能更好的传播中华民族的传统文化，又能区别于其他同类产品，从而打造自己的市场。例如，在文创产品方面，我们的收藏品与可食用的皮影工艺品做工新颖，创意独特。在皮影主题馆中，我们的皮影馆通过传统技术与现代科技相结合，既可以满足人们对传统文化的学习，又满足了人们的观影需求。

【体验式营销】

作为新兴的公司，要想提高知名度，单靠宣传是不够的。通过观众亲身体验，拉近与传统文化之间的距离，与皮影文化来一场零距离接触，通过亲身体验，增强观众对我们产品和

服务的用户粘性，不同体验馆之间，观众可以根据自己的兴趣爱好选择，让观众全方位的体验皮影文化，享受逐影人精致的服务。

【情感式营销】

对于皮影文化的传承，说到底是一种精神的传承，逐影人团队将全面创新传统皮影艺术形式，让更多的皮影爱好者或还没接触过皮影的观众，重新认识也是从心认识皮影文化。

【口碑式营销】

拥有一定的“回头客”是每一家公司的愿望，那我们需要尽全力满足客户的需求，让我们的信誉以及优势在人群中口口相传。在制定一系列的营销手段之前，不要忘了口碑好才是对一个公司最重要的肯定。公司也会对推荐来客户的顾客予以一定的奖励或折扣。

【网络新媒体式营销】

网络新媒体式的营销好处是方便快捷，成本低，宣传力度大，可以做到足不出户的完成商品的营销以及宣传，所以这种营销方式也是我们最重要的营销方式之一。我们可以制作皮影动画用于一些自媒体的宣传，从而达到合作共赢的效果。

5.4.2 营销渠道建设

【线上营销】

(1) 微博平台推广法：在微博平台发布与皮影相关的内容。并在微博上抓住当周或当天的热点跟进，保持一定的持续创新力，定期举办一些活动，让更多的人能快速的了解我们。目前“DY灯影守望者”官方微博粉丝数为8663人。



图5-8 逐影人官方微博首页

(2) 微信平台推广法：在微信平台发布项目最新动态，以软文的形式对皮影文化进行推广。同时通过各种线上线下推广的形式，增加微信公众号的关注度，在重要时间节点推出微信用户关注送福利活动，提高微信平台的公众参与度和影响力。定期发表原创稿，开设手工艺品专区、视频专区、课程专区，让客户有目的的进行选择。同时，在公众号里发布主题馆演出信息，扫码领入场券，体验券等优惠项目。



图5-9 逐影人官方微信公众号首页

(3) 视频平台推广法：开设抖音、快手、火山小视频等视频平台，更新手工艺品，展览馆的视频，同时将短视频发布到各视频平台，提高平台关注度。

(4) 搜索引擎推广法：与各大搜索引擎进行合作，例如百度，搜狗的“商业推广”，并且该营销方法是我们最常用的，网页代码规范、访问速度快、内容独特少重复，对网民有用，而且具有唯一性。

(5) PR传播：通过视频形式向群众讲叙“皮影的故事”，让更多人听到我们的声音。通过多种形式提高观众对皮影文化的认识，从而提高观众对“灯影文化”的认知度。

【线下营销】

(1) 商家联盟：这种方法的影响很大，我们通过线下商家广告位的商谈，获取线下推广渠道，同时，与商家建立良好的合作关系，便于后续活动宣传广告的更新。

(2) 车身广告：交通工具是人们出行的必备，特别是来往于各城市的车，人流量大，我们可以在公交车或的士上张贴一些广告，让每一位乘客都能了解到我们。

(3) 活动营销：在一些特殊时间节点，策划线下宣传活动，通过活动式营销，可更大程度地推广皮影文化，同时也有助于提高公众对皮影文化传承的参与度，对后续体验馆与演艺传媒方面的发展也提供了一定的用户支持，为品牌的打造奠定了基础。

(4) 电视以及报纸杂志宣传：这种方法受众广，我们可以在一些传统文化的节目上向广大电视剧前的人们介绍我们的传承计划，或者定期的在报纸杂志上发表一些软文。

(5) 赞助商活动：本地举行一些大型活动时，我们可以适当的给予赞助，可以间接提高我们团队的影响力。

6 公司管理

6.1 公司组织结构

6.1.1基本组织结构

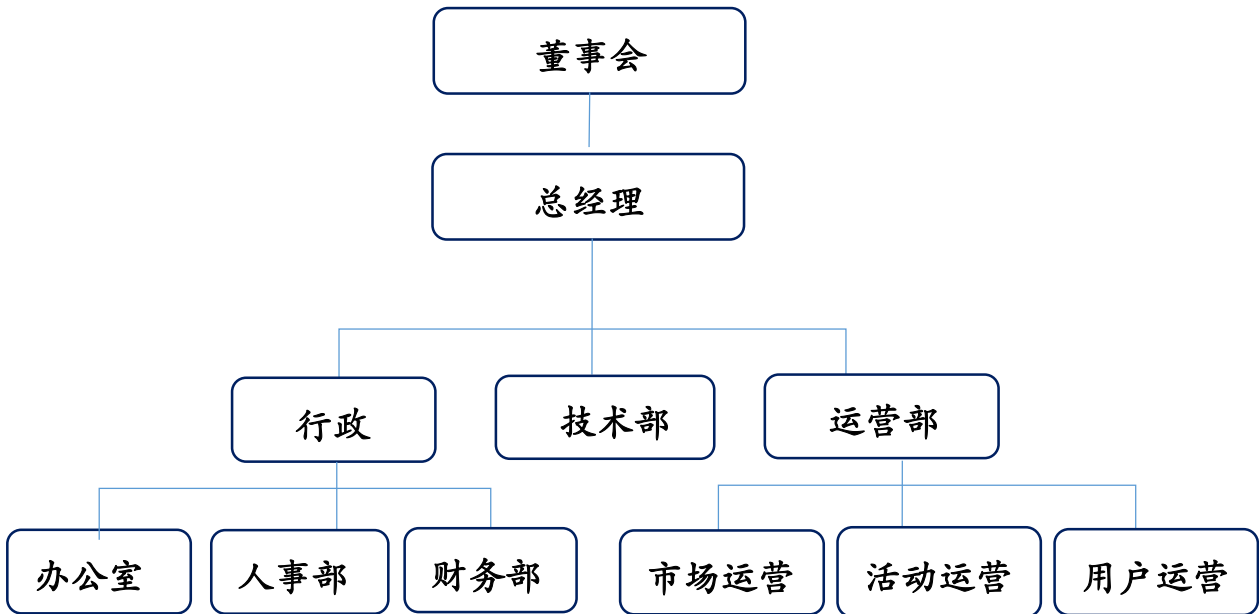


图6-1 公司组织结构

6.1.2人员配置

【团队分工】

表6-1 项目团队分工

姓名	所在部门	职位
汤**	董事会	执行董事
阳**	董事会	顾问
易**	董事会	副总裁
彭**	董事会	财务总监
崔**	董事会	市场总监
肖*	董事会	技术总监

【各部门职能设置】

表6-2 各部门职能设置

部门设置	人数	部门职能

行政管理	办公室	4	管理条例的拟定、在职人员信息管理以及与客户的信息分类管理、法律顾问。
	人事部	4	人力资源规划、人员招聘、管理人员的评估。
	财务部	4	核签、编制会计凭证，记账、编制各类财务报表和管理报表。
运营部	市场运营	8	体验馆运营，讲解、授课等活动。
	活动运营	8	负责公司活动策划；针对不同时期，适当策划线上主题活动及官方活动；负责定期报名官方活动，整个活动流程跟进。
	用户运营	8	提高用户活跃度和留存率，分析数据，识别、理解用户需求，提高产品活跃和提高产品的体验和满意度，对产品的用户群体进行有目的的组织和管理，增加用户粘性、用户贡献和用户忠诚度。
技术部	摄影	0	视频所需内容，取景定点拍摄。
	后期剪辑	0	对所采集的素材进行后期剪辑，制作短视频、记录片等成品。

6.2 管理模式

【制度化管埋】

所谓制度化管理模式，就是按照一定的已经确定的规则来推动企业管理。当然，这种规则必须是大家所认可的带有契约性的规则，同时这种规则也是责权利对称的。因此，未来的企业管理的目标模式是以制度化管理模式为基础，适当地吸收和利用其他几种管理模式的某些有用的因素。如果不适当地“软化”一下也不好办，终究被管理的主要对象还是人，而人不是一般的物品，人是有各种各样的思维的，是具有能动性的，所以完全讲制度化管埋也不行。适当地吸收一点其他管理模式的那些优点，综合成一种带

有混合性的企业管理模式。企业初创时期，事务相对简单、管理层次和管理幅度也还没有十分宽泛，因此可以采取直接管理的方法，比如一些家族企业在规模和领域还不大的时期，采用直接管理是十分有效的。但当企业发展壮大以后，管理方法就需要随之创新



和优化。一般意义上来说，我们可以将企业的“管理”方法分成这样几种类型，并在企业的不同发展阶段合理科学地、单一或复合地加以运用，可以发挥更有效的作用。

6.3 人力资源分级（实际根据地区工资水平进行调整）

公司人力资源分级制度为 P 级，共分 7 级晋升空间。

【P1——P4】

为公司员工——部门主管，薪资待遇为 3K—12K 不等。

【P5——P6】

为公司股权激励分红阶层，对应级别为副总裁、总裁、CTO/CFO，高级事业合伙人按股权计划享受分红，薪资待遇为 15k——30k。

6.4 员工配股以及激励计划

公司将拿出 5% 的资金进行员工配股。依据员工的职位大小分配的比例不同。同时公司也会出台相应的奖惩计划。激励员工在各自的工作岗位上做出绩效。对于违反公司的章程以及违反条例等员工。予以警告和惩罚。同时为展现公司的人文关怀。公司也将不定期对员工进行补贴。目的是为公司能够更加长远的发展。

7 风险控制

7.1 现有行业风险

图7-1 行业风险

【低成本启动我国动画产业链的迫切性】

完整的产业链是动画行业能否产生行业能够产生巨大经济效益的绝对条件，然而产业链的形成却并不容易。在长期的探索中，美国依靠电影、日本依靠漫画、韩国依靠网络游戏，先后以低成本成功的构建起了自己的动漫产业链，他们的共同点都是结合本国实际，开发利用既有资源与营销渠道，低成本的、迅速的把动画作品呈现在尽可能多的观众面前，形成广泛的市场影响力，从而“推动产业链向前移动直至衍生产品的开发，最终形成完整的产业链。善用资源、以低成本启动市场需求是他们成功的关键。

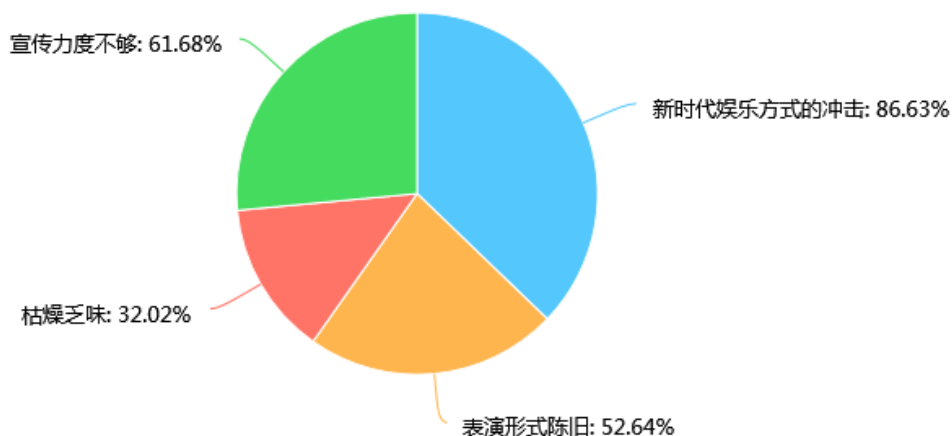


图7-2 “认为皮影戏越来越少被人关注的原因是什么”调研结果

【皮影观众稀少且不懂皮影艺术】

在本次调研问题“认为皮影戏越来越少被别人关注的原因是什么”中，有86.63%的同学认为是新时代娱乐方式的冲击。目前人们的娱乐方式可谓是多种多样的，没人愿意去看那些传统的几乎没什么新意的东西，动画片可以说是由皮影戏发展而来的，它形式多样，丰富多彩。两者相比较，人们更愿意呆在家里去看动画片而不愿意花费时间与精力去观看了无新意、一层不变的皮影戏，缺乏观众的皮影戏发展是很困难的。这也是皮影艺术缺乏演出人员的原因之一。另一方面就是人们对皮影艺术不够了解，从而对皮影不感兴趣，归根到底还是由于皮影艺术一层不变的演绎内容所造成的。

【皮影乐器道具流失严重且不易保存】

选项	小计	比例
知道	788	74.2%
不知道	274	25.8%
本题有效填写人次	1062	

图7-3 “知道皮影戏等非物质文化遗产正面临失传的困境”调研结果

皮影道具一般都是经过几代甚至几十代人用了一代代传承下来的传世精品，对于这些传世精品，很多都被文物商贩收购转卖到国外，还有的由于特殊原因被破坏了，还有些

民间皮影剧团由于各种原因将祖传的皮影道具、皮影箱低价卖给文物商贩，使得那些历经数百年的传统的皮影道具流失严重，有的流向他国，有的被文物爱好者收藏。现在那些用来演出的皮影道具中已经没有传世精品了，几乎都是新雕刻出来的。

【法律风险依然存在】

在皮影特色经营过程中，面临着知识产权的风险，其中包括可能有意或无意对他人知识产权构成侵害的风险，以及其内部员工、竞争对手因各种原因给本企业的知识产权造成侵权的风险。知识产权的风险不仅涉及知识产权侵权的民事赔偿问题，同时对于企业而言，也存在触犯不正当竞争的法律风险。因而有效识别和控制知识产权风险是企业市场竞争制胜的保证。

7.2 应对策略

皮影艺术主要是来源于生活，在传播过程中我们可以利用生活中一些常见的事务作为载体将其传承下去，同时与现代化科技相融合，改变传播途径以及不断改变并创新皮影戏中的传统故事情节，可以在其中加入一些现代化元素，与时俱进。让更多的人不断地去接触、了解，甚至可以参与其中，使他们喜欢皮影戏。

【将皮影艺术与电视、电影有机结合】

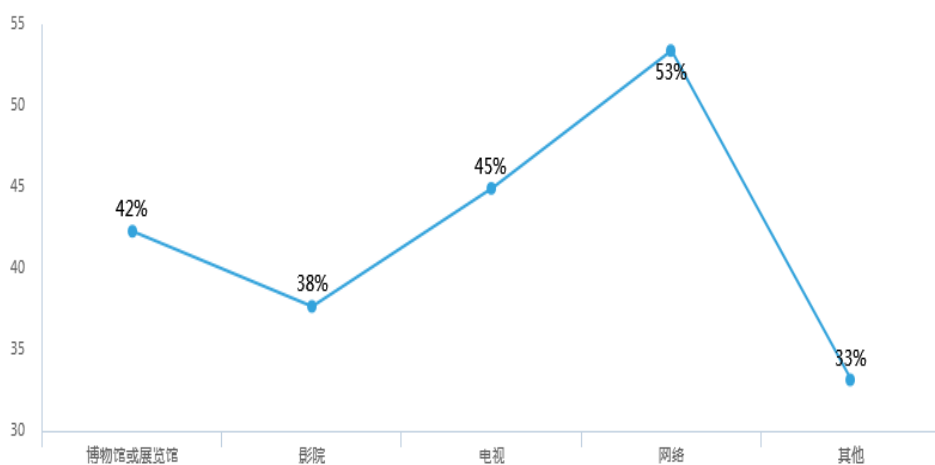


图7-4 “通过什么途径看的皮影戏”调研结果

皮影戏与现代电视、电影之间还是有很多相似之处的，可以说电影、电视的出现是根据皮影戏的启发而来的。目前，电影事业发展迅速，更易被广大人民所接受，将皮影艺术用另一种方式通过电影屏幕展现出来，使之不再局限于民间表演。皮影戏中的古典人物造型、花式图案、平面雕刻镂空艺术等也都被广泛运用到电影当中，并受到人们的广泛好评。这些古典皮影元素的应用使得人物更加生动形象，惟妙惟肖，背景设计中也融入了大量的精美的文案图饰，使场景更加美观别致，充分地彰显了民族特色风格。

【以法律规范为保障，防范技术安全风险】

数字皮影数据库是指利用互联网技术将皮影艺术中的人物造型、背景文案、故事情节等一些相关内容储存到网络博物馆中，并搭建信息互动交流平台，让人们在浏览时可以进行互动，以此来实现信息共享化。对皮影造型可以进行文字描述、配音，使其更加生动。这样使人们可以随意的在网络上进行浏览观赏，网络博物馆还要开展网络调查活动，增强与用户之间的互动，让人们对皮影艺术提出一些意见，然后网络博物馆可以根据用户给出的建议对皮影进行改进，使它更能被广大人民群众接受并深受他们的喜爱。

【政府、民间对皮影的保护】

皮影是一项非常优秀的文化遗产，然而却面临这失传的困境。政府可以建立皮影专属网站，加强宣传教育，培养皮影观众，提高全民的保护意识，运用技术，系统规范地保护皮影。现阶段和今后一段时间内，通过照片、录像、计算机等技术手段对腾冲皮影进行系统化

皮影戏，又称“影子戏”或“灯影戏”，在蜡烛或燃烧物的酒精等光源的照射下用隔亮布进行演戏，是中国汉族民间广为流传的傀儡戏之一。



