新生一號劇團

中央研究院 2025 年藝文活動

即興喜劇 X 親子劇場《超即寶貝大集合》

甄選企劃書

申請單位：新生一號劇團
申請類別：戲劇
聯絡地址：臺中市大里區東湖里 27 鄰利民街 7 巷 30 號
負責人：張世暘 / 0919-669-591
聯絡人：李宥萱 / 0989-972-812
信箱：thenewonetheatre@gmail.com

目錄

一、計畫緣起 2
二、演出團體介紹 3
三、演出內容 12
四、行銷宣傳策略 23
五、預期效益 28
六、經費概算表 29
附件一：立案證書 30
附件二：2020 年新生一號劇團中研院藝文活動演出回顧 31

一、計畫緣起

新生一號劇團以即興喜劇為首，於臺北、臺中、新竹、高雄等地演出《超即興》系列屢創佳績，2020 年起更突破大眾對即興喜劇與兒童劇場之印象，**連續三年入選臺北表演藝術中心**（Taipei Performing Arts Center）主辦之**臺北兒童藝術節**「藝術擴散 - 前進社區」演出團隊。

2020 年新生一號劇團首次挑戰兒童版即興喜劇，在臺北兒童藝術節社區藝術劇場於富民生態公園戶外演出《超即親子動滋動》。演出無論是在烈焰陽光下或是綿綿細雨中，成功吸引每場 200 人以上的觀眾前來欣賞並駐足全場。

2021 年演出製作《超即英雄大進擊》，原預計七月於臺北兒童藝術節演出，因 2021 年 5 月中央指揮中心發布疫情三級緊戒，從實體演出轉為節目錄影，並於 LINE TV 平台線上播映，線上免費收看至去年 11 月 28 日。（後移至 YouTube 平台：https://reurl.cc/GEyqLA ）

2022 年《超即寶貝大集合》於臺北兒童藝術節假「空總」**臺灣當代文化實驗場（C-LAB）中正堂**首演，演出效果極好，許多觀眾深刻體驗即興喜劇的「每場不一樣」的獨特性，二刷、三刷進場看戲。家長樂於看見孩子以自然輕鬆的方式認識表演藝術，演出結束後找演員合照的人潮也可以看出此演出的良好回饋。

2023 年，該演出獲**臺中市政府文化局「藝起 Art go go—山海屯城四方起藝」**演出補助，於臺中市屯區藝文中心蘭亭廣場演出，現場依舊座無虛席（單場約 120 席）。新生一號劇團備感自身即興喜劇於親子劇場演出之高度關注，決定藉此甄選中央研究院藝文活動。

敝團曾於 2020 年參與 109 年度中央研究院藝文活動演出，到場觀眾人數近 400 人，演出時發現大多數的觀眾是由附近居民家庭、親子單位組成，因此預計透過此企劃，將《超即寶貝大集合》製作搬至大禮堂演出，期待中研院的同仁以及南港區的居民們共襄盛舉，再次以親子劇場的形式，帶來全臺獨一無二的即興喜劇演出。





二、演出團體介紹

（一） 新生一號劇團簡介

２０１６年夏天，在國立臺北藝術大學劇場藝術創作研究所碩士張世暘領軍下，一群充滿劇場熱情的年輕人，為能凝聚更多藝術家的創造力，以劇場的形式娛樂每一位觀眾，組成了新生一號劇團。立志於臺灣劇場萌生新芽：讓臺灣民眾從第一次嘗試看戲，進而喜歡看戲，最後愛上劇場的魅力。

近年來作品以即興喜劇為主，合作對象包含高雄衛武營小時光、北投溫泉博物館、臺中中城再生文化協會，並巡迴桃園、新竹、臺中、彰化等地，演出皆備受好評，打破觀眾對即興表演的想像，團隊於眾多喜劇表演團體中脫穎而出，在 2020 年 3 月於張世暘的家鄉臺中完成立案。

「新生一號劇團」於眾多喜劇表演團體中脫穎而出，2018、2019 年連續兩年於臺北藝穗節票選獲得「喜劇中的喜劇」獎項，是臺灣近年崛起的喜劇表演團體中，最令人期待的佼佼者。



（二） 劇團演出經歷：

2016 大稻埕國際藝術節《超即興生活》，大稻埕衣戲院，每場 40 人，共計五場 200 人。

2017 臺北藝穗節《超即興衝動》，信誼好好生活廣場知新劇場，每場 100 人，共計三場 300 人。

2017 大稻埕國際藝術節時空攤販戶外演出，流動人數約 1000 人。

2018 大同區公所「戀戀大稻埕」舞台演出，流動人數約 2000 人。
2018 臺北藝穗節《超即興誘惑》，西門紅樓二樓劇場，每場 100 人，共計三場 300 人。
2018 臺北藝穗節「即刻重演」《超即興誘惑再誘惑》，水源劇場，一場 120 人。
2018 大稻埕國際藝術節時空攤販戶外演出，流動人數約 1000 人。
2019 臺中市傳統文化藝術節戶外舞台演出，流動人數約 500 人。
2019 新竹縣青少年戲劇節《超即興解放》，新竹縣文化局演藝廳實驗劇場，一場 40 人。
2019 臺北藝穗節《超即興解放》，西門紅樓二樓劇場，每場 100 人，共計四場 400 人。
2020 第一屆臺中喚喚戲劇節《超即興解放：台中出頭天》，范特喜文創_范客講堂，每場 60 人，共計兩場 120 人。
2020 台北表演藝術中心兒童藝術節社區演出《超即親子動滋動》，富民生態公園，每場約 150-300 人，共計八場約 1620 人。
2020 中央研究院藝文活動《超即興解放》，中央研究院活動中心大禮堂，一場約 400 人。
2020 臺中國家歌劇院開場計畫：張世暘×新生一號劇團《超即興》の即興表演，一場 120 人，共計兩場 240 人。
2020 PLAYground 南村劇場第 1 季系列《超即興啟蒙》，一場 100 人，共計三場 300 人。
2020 北投溫泉博物館 22 週年館慶《超即興生活：一日北投》，一場流動人數約 100 人，共計兩場約 200 人。
2020 第二屆臺中喚喚戲劇節《超即興啟蒙》，范特喜文創_范客講堂，每場 60 人，共計三場 180 人。
2020 日月光廣場《超即興城市：土城篇》，土城日月光廣場，流動人數約 100 人。
2021 國立臺北教育大學附屬實驗國小《超即興教育》，國立臺北教育大學附屬實驗國小大禮堂，一場共計 500 人。
2021 臺北兒童藝術節《超即英雄大進擊》錄影演出。
2021 第三屆臺中喚喚戲劇節《超即興成癮》，臺中玩劇島劇場，三場共計 150 人。
2021 臺北表演藝術中心衛星計畫：線上法庭《勝者「即」正義》，線上演出。
2021 伸港新市鎮劇場藝術節演出《超即興時光》，彰化萍蓬草劇團小劇場，一場共計 50 人。
2022《超即興爵醒》，文水藝文中心露西亞咖啡一場 50 人，共計兩場約 100 人。
2022《超即興成癮》臺大場，臺大藝文中心雅頌坊，每場 60 人，共計 4 場約 240 人。
2022《超即興幻想》，臺中葫蘆墩文化中心，一場約 250 人。
2022 **臺北兒童藝術節《超即寶貝大集合》**，演出八場，每場約 150-200 人，共計約 1600 人。
2023 彰化走跳藝術祭閉幕式《超即炯》，一場約 250 人。
2023 高雄衛武營小時光《超即興高潮》，一場約 200 人。
2023 新生一號劇團駐館演出《超即興高潮》，兩場各約 120 人，共計約 240 人。

2023 112 年度客家藝文活動社區巡演：即興喜劇《即客救援》，一場約 250 人，兩場約 500 人。

2023 **臺中市政府文化局「藝起 Art go go—山海屯城四方起藝」即興喜劇 X 親子劇場《超即寶貝大集合》**，單場約 120 人。

（三） 劇團親子劇場類演出經歷

1. 臺北兒童藝術節社區藝術演出《超即親子動滋動》: 2020/7/27-7/30 / 富民生態公園 / 每場約 150-300 人，共計八場約 1620 人。
2. 109 年度中央研究院藝文活動《超即興解放》: 2020/9/25 / 中央研究院活動中心大禮堂 / 一場約 400 人。
3. 國立臺北教育大學附屬實驗國小《超即興教育》: 2021/1/13 / 國立臺北教育大學附屬實驗國小大禮堂 / 一場約 500 人。
4. 伸港新市鎮劇場藝術節演出《超即興時光》: 2021/12/18 / 彰化萍蓬草劇團小劇場 / 一場共計 50 人。
5. 臺北兒童藝術節《超即寶貝大集合》: 2022/7/19-7/22 / 臺灣當代文化實驗場中正堂 / 每場約 150-200 人，共計八場約 1600 人。
6. 臺中市政府文化局「藝起 Art go go—山海屯城四方起藝」即興喜劇 X 親子劇場《超即寶貝大集合》 / 2023/11/26，單場共計 120 人。

（四） 獲獎經歷

（1） 2018 臺北藝穗節「喜劇中的喜劇」



（2） 2019 臺北藝穗節「喜劇中的喜劇」



（3） 入選 2020 年新銳藝術家展演平台：張世暘 X 新生一號劇團《超即興》即興表演



（五） 劇團其他重點演出經歷

（1） 北投溫泉博物館 22 周年館慶

新生一號劇團受北投溫泉博物館邀請參與 22 周年館慶活動《來溫叨串門子》，於博物館二樓榻榻米區演出＜超即興生活：一日北投＞，將北投在地文化（機車阿伯、北投市場、溫柔鄉等等）結合戲劇及即興表演，給前來博物館的民眾以全新的形式、更多的觀點認識北投文化特色。



（2） 2020 臺北兒童藝術節

新生一號劇團獲選臺北表演藝術中心《臺北兒童藝術節》社區藝文演出團隊，演出兒童劇場即興喜劇《超即親子動滋動》。



（3） 2021 國北實小演出

新生一號劇團於 2021 年 1 月 13 日受邀於國立臺北教育大學附屬實驗國小演出《超即興教育》，邀請五六年級所有學生以及家長等欣賞，座無虛席，精彩熱鬧。



（六） 其他參考影片：

（1） 2021 臺北兒童藝術節《超即英雄大進擊》錄影演出完整影片：
https://youtu.be/msd9axDQMBM

（2） 2021 臺北兒童藝術節《超即英雄大進擊》 一分鐘演出精華影片：
https://youtu.be/hRi2mTYaeLo

（3） 2020 年第 21 屆臺北兒童藝術節《超即親子動滋動》
五分鐘精華影片：
https://youtu.be/mcFp2Rai3LU

（4） 2017 臺北藝穗節《超即興衝動》演出
〈被神奇寶貝吃掉〉：
https://youtu.be/YBC0xxQBwGM

（5） 2017 臺北藝穗節《超即興衝動》演出〈只能問問題〉：
https://youtu.be/6zMIM9RxvPo

（七） 相關網址：

（1） 官方網站：
https://www.thenewonetheatre.com

（2） FB 粉絲專頁：
https://www.facebook.com/thenewonetheatre

（八） 劇團核心團員簡歷

姓名與職稱	主要經歷	照片
張世暘 /主要演員	台中人，自由劇場導演、演員、燈光設計、舞台監督，精通英語、客語以及閩南語。畢業於國立臺灣大學戲劇學系，現就讀國立臺北藝術大學劇場藝術創作研究所導演組。 近年演出作品包含 2017 年行政院客家委員會客家音樂歌舞劇《天光》及 2018 年高雄衛武營開幕季《簡吉奏鳴曲》。2016 年創立新生一號劇團並擔任即興總監。	
林筠喬 /演員	2021 年畢業於法國巴黎國際賈克樂寇戲劇學校 2 年專業課程以及 1 年動作實驗室課程（L.E.M.），大學就讀台北藝術大學戲劇學系，主修表演。 近期探索的創作類型，以單人表演、集體創作、即興、肢體劇場、物件、偶戲、面具等為主，探索從演員變成全方位創作者的道路。	
杜柏諭 /演員	2021 年參演兩廳院秋季藝術節進港浪製作【神不在的小鎮】演出、參演榮興客家採茶【天上人間．桃花源】、【花囤女】、【一夜新娘一世妻】演出。 2022 年參演榮興客家採茶劇團台灣巡迴【海東奇逢】、【中原的構圖】演出。 2023 年參演宜蘭傳藝中心【怪盜。綠珍珠】大駐園出演。 從 2001 年開始舉辦魔術個人專場【不按牌理出牌之故弄玄虛】、2022 年【不按牌理出牌之故弄玄虛 2.0】、2023 年舉辦【怪奇魔術師。杜奇】演出。	

姓名與職稱	主要經歷	照片
邱孟姍 /演員	傳統戲曲表演工作者兼任表演藝術教師、客語教學支援教師等，現就讀國立陽明交通大學客家文化學院人文社會學系暨族群與文化研究所。 2015 年至今參與劇團包括：台灣歌仔戲班劇團、榮興客家採茶劇團、小金枝歌劇團、景勝戲劇團、紙風車兒童劇團等。 演出作品包含 2017 年台灣歌仔戲班劇團「遇見台灣-《郭懷一》美加巡演」、2017 年榮興客家採茶劇團《駝背漢與花姑娘》國家戲劇院年度大戲、2018-2019 年台灣歌仔戲班劇團《西螺廖五房》、《馬鞍藤的春天》等、2021 年榮興客家採茶劇團《天上•人間•桃花源》國家戲劇院年度大戲。	
劉富丞 /演員	就讀國立臺灣藝術大學表演藝術研究所。多才多藝的客家戲曲演員兼編劇，現在在國小教書做先生。 得獎作品包含 112 新北國語文客語朗讀社會組第六名、111 全國國語文客語演說社會組特優、2020 年客家傳統戲曲劇本比賽第三名《鯉魚伯公》、2021 年客家短片競賽佳作《說客日》。	
張繼泓 /演員	臺大戲劇學系畢業。曾編導的作品有好客文學劇、《秘密傷口》入選文化部藝術新秀。近年主要製作結合即興劇與即興唱歌的多元演出節目。	

姓名與職稱	主要經歷	照片
李穎珍 /演員	活躍於各大節目的主持人更多次入圍電視金鐘獎，入圍第 57 屆金鐘獎兒童少年節目主持人、客家電視台《練習生衝一波》-節目主持人、客家電視台《後生大聲公》-固定來賓、CARTOON NETWORK 卡通頻道《卡通 gogo 客》-節目主持人、《跟著珍珍遊桐花秘境》系列影片-節目主持人、寶島客家廣播電台《七日不會累》、講客廣播電台《後生歐吉桑》、講客廣播電台《美麗鳳凰城》、寶島客家廣播電台《人生毋正經》、國立教育廣播電臺《大耳朵探險家》、台灣燈會在台北 2023 多元舞台主持人。	
楊易修 / 即興樂手	臺北人，專職影像配樂、劇場音樂設計、作編曲等音樂製作。以榜首考取並畢業於北藝大跨藝合創音樂學程。創作類型自古典、搖滾、爵士至民族、電子及聲音藝術，現醉心於研究世界與臺灣傳統音樂。作品經歷橫跨院線電影、電視劇、音樂會委託創作、商業廣告、公部門宣傳片等。 劇場經歷包含 2017 世界劇場設計展第四屆 International Theatre Soundscore and Composition Exhibit 參展人、2017 九天民俗技藝團年度製作《大肚王朝》音樂助理、2017Invoc.計畫《莎士比亞全集（斷章取義版）》音樂設計、2017 讀演劇人打烊小戲節《深夜限定換換愛》音樂設計、2017 臺北藝穗節 x Invoc.計畫《愛呀，差不多》音樂設計、2017 臺大外文系畢業公演《六個尋找作者的劇中人》音樂設計、2017 關渡光藝術節特別節目《光芒》音樂設計、2017 中國烏鎮戲劇節青年競演入圍劇目《永續發展的某種假說》音樂設計、2018 臺北藝穗節 x 簡嵩恩《我的名字是台北》音樂設計、2018 臺北真道教會年度音樂劇《弗吉尼亞，聖誕老人是真的》音樂總監。	

三、演出內容

（一） 演出資訊：

1. **演出名稱：**

   即興喜劇 X 親子劇場《超即寶貝大集合》

2. **申請類別：**

   戲劇

3. **演出形式：**

   中文舞台即興喜劇 X 親子劇場

4. **演出場地：**

   中央研究院 劇院式大禮堂

5. **演出長度：**

   約 60-70 分鐘

6. **適宜觀賞年齡：**

   6 歲以上。

7. **《超即寶貝大集合》演出精華影片：**

   https://youtu.be/KVmFyXS3lHU?feature=shared

8. **平面設計（2022 年主視覺）：**



（二） 演出形式介紹

即興劇（improvisational theatre）是一種無劇本的戲劇演出形式，每場演出從現場觀眾給的一個簡單的建議為靈感，演員在舞台上合作即興創作出的戲劇。

即興喜劇是一門最接近表演者「當下」的表演藝術，演出的過程能讓現場觀眾感受演員「即刻反應」的魅力，也能讓觀眾參與其中，享受即興創作戲劇的樂趣。對於沒有進劇場看過舞台劇的觀眾而言，「即興劇」是最適合入門的形式。

新生一號劇團的即興喜劇演出方式主要為短篇即興喜劇 / 即興遊戲（short form improvisation/ improvisation games），由即興演員在特定的遊戲規則與限制創造出即興而當下的戲劇，每個段落以大約 5-10 分鐘的短劇形式呈現。

在即興喜劇的演出中，即興演員會遊玩許多即興遊戲，每個遊戲的規則不同，有些更需要觀眾上台一起參與來完成演出。表演的內容都是根據現場觀眾給的提示而來，即興演員必須在最短的時間內臨場發揮、賣弄身段，突如其來的效果絕對能讓觀眾開懷大笑，每一場，都是第一次而且是唯一的一次！

即興演員在演出中即時發展對話與表演，因為具有其不可預知的特質，而且總是發生令人意想不到的劇情，即興劇常自然而然地偏向喜劇風格。即便是即興演出，我們仍強調「不講髒話、不論色情、不談政治」，除了帶給小朋友豐富的戲劇想像，並同時給大朋友意想不到的娛樂體驗。

在我們演出中，我們會與觀眾互動、即興演員會進入觀眾席，也會邀請觀眾上台參與表演。因為即興表演的演出宗旨，便是使表演者及觀眾緊密結合，在同個空間、同個場所一同享樂，不分你我、不分舞台上與舞台下，沒有第四面牆，在場的大朋友、小朋友們都是重要的「靈感提供者」。

（三） 作品特色

舞台上的即興是指演員在排練過程中，在指定的狀況（given circumstances）下，通常以人（who?）、地（where?）、事（what?）為主，發展適當的台詞或行動，達成自己 / 角色的目的。而即興表演，則是演員從現場觀眾的指令或提供的素材中得到靈感，運用劇場的表演及排演方法，即時地呈現一個戲劇片段。其特點如下：

（1）沒有劇本（沒有寫好的台詞）

（2）與觀眾熱烈互動

（3）觀眾出什麼點子，演員就演什麼

（4）突如其來的效（笑）果

新生一號劇團的《超即寶貝大集合》除了帶給小朋友歡樂的時光，也期待大朋友也能樂在其中，我們不會完全傾向兒童劇式的演出語彙，而是取得同時適合大朋友小朋友欣賞的平衡。大部分的觀眾能感受到即興表演中需要維持普遍級的難度，因而添增了欣賞演出的另一種趣味。在過去的演出中，觀眾觀看之後都很期待未來能欣賞到「大人版」的演出。

（四） 演出內容

呼應「大集合」這個劇名，不同於以往的作品，除了演出更多不同的即興遊戲小短劇之外，這次要將現場的每一位大朋友、小朋友觀眾都視為即興演員，所有的演出段落都會在與主要演員互動之下，一起完成劇情中不可能的任務。

在《超即寶貝大集合》中央研究院版的演出中，所有的即興演員及一位即興樂師將共同完成 7 個即興短劇。即興演員在這 7 個即興遊戲中都必須在最短的時間內，根據現場觀眾給的提示與建議臨場發揮。每個遊戲的規則不同，都需要觀眾一同出題，甚至是上臺一同參與來完成。

我們接受觀眾天馬行空的創意！即興演員必須在最短的時間內臨場發揮，突如其來的效 / 笑果絕對能讓現場觀眾爆笑不已、無法自拔。演出的即興遊戲與規則介紹如下：

編號	名稱	說明	時間
開場			5 分鐘
1	只能問問題	角色在情境中只能用問句對話。	8 分鐘
2	真相追追追	根據觀眾指定一個公眾人物以及發生的事件，由演員扮演記者暗示受訪員猜出自己的身分以及發生的事件。	8 分鐘
3	超即遙控器	其中一位即興演員掌握著「超級遙控器」，藉由「播放」、「快轉」、「倒轉」等指令，讓其他兩位演出的演員根據指令演出劇情。	6 分鐘
4	超即木偶	兩位即興演員扮成木偶無法移動，由自願上台的觀眾操縱他們，演員必須配合觀眾操弄的動作與姿勢，發展適合的台詞及場景。	8 分鐘

5	Freeze	先請觀眾提供兩個動作給兩位即興演員，演員藉由靜止的動作開始演出劇情，演出過程中，場外的即興演員都可以喊出「Freeze」，演出中的演員即刻暫停，喊「Freeze」的演員可以將移除其他角色，保留剩下的演員的動作，並發展一個全新的劇情。	9 分鐘
5	超即換換換	角色在演出的過程中受情境外的即興演員控制，在即興演員說「換」之後，角色必須把剛剛的台詞換成一句新的台詞。	7 分鐘
6	天外飛來一句	演員們隨時從口袋抽出觀眾事先寫好的紙條，不管上面寫的是什麼，都要合理成自己的台詞，並繼續發展劇情。	10 分鐘
謝幕			5 分鐘

（五） 主要演職人員名單：

（1） 即興總監 / 製作人：張世暘

（2） 即興演員：張世暘、林筠喬、杜柏諭、邱孟姍、劉富丞、李穎珍、張繼泓

（3） 即興樂手：楊易修

（4） 音響設計：玩樂生活有限公司

（5） 平面設計：張心容

（6） 執行製作：李宥萱

（7） 舞台布景製作：山崴製作有限公司

（8） 燈光設計：黃冠鳴

（9） 舞台監督：林珍瑜

（10） 行銷宣傳：謝因安

（六） 臺北兒童藝術節首演演出執行成果

《超即寶貝大集合》是新生一號劇團第二次參與臺北兒童藝術節實體演出，演員對於親子取向的即興演出更有經驗，喜劇節奏也有調整，演出內容顧及兒童族群語彙，卻也不失深度，在觀眾回饋中可以看見家長對於演出內容也樂在其中，並期待未來可以看見非兒童版的演出。

透過與觀眾的互動，更能彰顯即興喜劇的有趣和難度，無論觀眾的參與是否可以讓演員完美達成任務，過程之中的意外驚喜都是即興演出的亮點。

《超即寶貝大集合》的演出效果極好，許多觀眾二刷、三刷，深刻體驗到即興喜劇的獨特性，每次進場看戲都帶著期待，家長也樂於看見孩子以如此自然輕鬆的方式認識表演藝術，演出結束後找演員合照的人潮也可以看出此演出的良好回饋。

演出結束後，團隊與主辦單位進行觀眾意見與回饋調查，滿意程度（共收到 348 則表單回覆）為 84.1%非常滿意，14.3%滿意，1.7%滿意，並整理觀眾意見與回饋精華如下表：

1.	演出精彩，超讚
2.	謝謝演員們辛苦的演出，超好看！
3.	新生一號劇團超讚，好想再看👍👍👍
4.	若是有更多道具提供表演就更豐富了!
5.	去年在富民生態公園也看過新生一號劇團演出 一樣樂不可支一樣精彩👍
6.	即興的表演，充滿驚喜有趣
7.	很棒的地點，很厲害的即興，未來有機會還是會想看
8.	演出很創新，互動很好
9.	新生一號劇團，可以開課，帶親子活動！覺得很棒！
10.	反應很快，幽默
11.	孩子非常喜歡
12.	非常喜歡，無冷場，從頭笑到尾
13.	謝謝新生一號劇團，很精采的表演，小朋友好喜歡💝
14.	看了第三次！
15.	超好笑，小朋友很喜歡
16.	太好笑、又很有創意！很想自己挑戰。七歲的女兒開口第一句也是“好好笑”。看到孩子笑，實在很值得！謝謝你們
17.	演員反應很快，互動可以更多一點
18.	非常棒非常特殊的兒童節目體驗
19.	請多多舉辦，謝謝🙏
20.	超棒，太好笑了希望可以有更多這樣適合小孩的 talk show
21.	我們非常享受這場表演👍
22.	超好笑超好看的，很感謝～跟小孩都是第一次看即興劇，很喜歡喔！你們超棒！
23.	很棒的演出！每場都有驚喜，即興萬歲！

（七）　臺北兒童藝術節首演劇照：








保我中華
和平為
我主義
以完成




為何而戰
為中華民國國家生存發展而戰
為誰而戰
為台澎金馬百姓安全福祉而戰

（八） 2023 年臺中市政府文化局「藝起 Art go go—山海屯城四方起藝」演出劇照













四、行銷宣傳策略

（一） 行銷統籌

特聘行銷經歷豐富謝因安先生，進行整體中央研究院藝文活動以及新生一號劇團演出行銷宣傳之統籌。

（二） 執行方式：

（1） 市場環境調查：事前針對目標市場做深入調查及網路風向偵測。
（2） 建議執行方向：依照研究結果進行合適的執行方案。
（3） 規劃排程：採用甘特圖建立里程碑 (Milestone)。
（4） 監督追蹤：進行定期內部會議，針對進度情況做改善跟精進。
（5） 影片製作：針對市場喜好與在地特色做結合。
（6） 創新推廣：腳本編輯、影片拍攝剪輯。
（7） 媒體平台推介：多媒體平台 SWOT 分析、串流平台方式建議。

（三） 執行標的：

（1） 工作規劃書
（2） 演出一場
（3） 演出行銷執行
（4） 活動實體印刷品
（5） 活動 EDM
（6） 宣傳短片
（7） 網路宣傳發文
（8） 網路宣傳素材
（9） 成果報告書

（四） 行銷方案說明：

在劇團的售票模式還是少不了依靠社群，但售票與行銷，在網路上僅依靠單一社群或單一類型觀眾，還是避免不了流量過小的問題。在本次的專案中，我們提出了新的解決方式：

一、 流量問題：我們將製作與導流合併，邀請高流量的 kol 一同參與演出以及前期的行銷曝光，以達成三贏目的。我們將連結各個社群來協同曝光，透過工作坊與拍攝影片，並規劃活動來進行導流。

二、 社群與導流問題：我們將焦點鎖定有線下導流能力社群為主要合作對象，「桌遊」「脫口秀」「密室逃脫」「3 次元動漫」，以上社群都有實體活動空間，以及表演/娛樂性質，將與店家/社群聯合活動，以此帶動更大效益。

三、 創意引爆：我們將設計具有創意與感染性線上行銷活動來進行導流。

（五） 短影音製作：

（1） 製作方向：

根據 2022 年網紅趨勢產業報告書，各大平台為了迎戰 tikok 紛紛推出了自身的短影音平台，在趨勢報告當中 YouTube 的短影片成長最快，其次應用最為廣泛的則為 ig 的動態影片。

以原創內容的擴散來說，YouTube 為最適合使用的平台，其次為 Instagram、Facebook，並以曝光並導流為影片主要目的，因此優先與流量較大的 KOL 合作。

（2） 影片設計方向：

無論時間長短，在 1 分鐘到 5 分鐘的影片來說，執行成本差距並不大。因次我們策略為一魚多吃，意為一支影片剪成三部短影片，並針對不同平台做調整投放。

（3） 內容方向：

以目前短影音內容策略來說：「生活類影片」「實用知識型影片」「高質感炫技影片」「搞笑迷因影片」為目前流量最大的四種類型。我們將以「知識 X 迷因 X 質感」為主要關鍵字去創作內容，扣緊「中央研究院」介紹及特色。

（4） 多緯度社群合作與內容策略：

以互動性最高的幾個社群為主要投放對象，同時考慮本次演出 T A 投其所好，做 o2o 合作策略。線上認知-社群認同-導流線下，為影片目標。

線下合作社群對象將鎖定為幾個社群「桌遊」、「脫口秀」、「密室逃脫」「3 次元動漫」。線上則鎖定有廣大粉絲的流量型社群經營者，以帶動話題。

（5） 投放策略：

YouTube：最建議使用 YouTube 平台，為全球最活躍使用者平台，透過演算法的推廣，可以跨越國籍及語言。

FB：中央研究院粉絲專頁約自帶流量，透過 fb 推文，期望自然帶動討論與話題。

（六） 宣傳計畫（To B）

在本次演出的行銷規劃，我們分為「線上」、「線下」、「商家團體合作」、「觀眾認知」四個象限。

（1） 合作對象：

具有社群功能的組織，如「桌遊店」、「運動酒吧」、「密室逃脫」、「學校社團」等等。

（2） 合作方式：

觀眾購票的流程通常是-認知演出-產生興趣-邀請社群-購票觀看。

1.「認知演出」—我們將與線上同步與店家產生連結，透過聯合活動（抽票/抽獎/互惠宣傳/不含金錢交換）使用到店家線上線下的流量。

2.「產生興趣」 - 透過即興喜劇的優勢「快速」「置入」透過短影片/短貼文讓觀眾認知演出訊息與地點。觀眾於線上認知-線下再認識 - 並透過店家合作活動產生興趣。

3.「邀請社群」 - 利用團體社群原有黏著度，建立觀眾群。

4.「購票觀看」 - 透過簡單快速的購票方式，並且讓團體當中 kol（店長/老闆）進一步推廣，以達到線下導入效果。

（3） 活動方式：

1.「短影片製成」：低成本與速度為商家製作短影片素材。

2.「抽票卷活動」：以票卷換合作優惠方式來互相導入。

3.「現場演出」：雙方合意即可互惠執行線下演出體驗。

（七） 宣傳計畫（To B）

在面對一般觀眾，或是潛在觀眾的行銷方式，我們將採用高流量曝光的方式，反覆讓觀眾認知。並且對小眾黏度高的精準社群進行宣傳。

（1） 線上潛在觀眾：

我們將配合流量的網路創作者，合作影片企劃，在企劃前期就已與在地商家與社群做結合，以降低溝通及企劃成本，並以網路創作者的流量基礎流量，配合商家與社群宣傳進行擴散。

（2） 合作對象：

在傳統的曝光的方式，不外乎是尋找有流量的網路創作者，以及契合的主題。在我方的觀點，首要目的除曝光外更是社群與個人的黏著度，更在意的是社群的互動。就我方觀察而言，合作對象最好是屬於小眾，黏性高的對象，並以合乎大眾口味的主題進行合作。

1.「知識型創作者」相對於一般網紅受眾來說，願意購票的觀眾都更屬於高知識者，我們認為知識行創作者為合作對象之一。

2.「迷因內容創作者」喜愛網路迷因，是屬於這個世代年輕人的特性，熟識網路迷因者更有意願參與購買喜劇演出，或者也會成為推播者。

3.「虛擬網路偶像」虛擬偶像為近兩年來，擴張度最高的社群之一，有著極高的社群黏著度以及內容產出。透過虛實整合的合作方式，將會引爆社群內的話題。並經過反覆驗證虛擬偶像的導流成效可以達到驚人的 2%

4.「奈米型網路創作者」意為 1k-3k 左右小型 kol，我們將會互惠方式來合作，透過小卻精實的社群進行本次演出活動宣傳。

（3） 合作方式：

在合作方面，我們視 KOL 如同團體一般對接，合作方式還是較為偏向大眾興趣方向。「短影片製成」「抽票卷活動」「互惠宣傳」為線上合作方式。線下合作方式期望可以邀請嘉賓到達現場一同參與演出互動。

五、預期效益

近年來，隨著臺灣表演藝術的快速成長，即興喜劇作為一種生動且具互動性的表演形式，正在引起越來越多觀眾的關注。新生一號劇團自 2016 年起致力於推廣即興表演，透過現場的觀眾參與，創造出獨一無二的劇場體驗。我們不僅成功吸引了眾多忠實粉絲，還讓初次進入劇場的觀眾體驗到表演的魅力，尤其是即興喜劇中即刻反應與無法預測的娛樂效果。

新生一號劇團曾於 2019 年參與中央研究院藝文活動，吸引了近 400 名觀眾，當中以南港區居民與親子家庭為主。我們觀察到即興親子劇場形式，能夠成功為社區居民帶來無限歡樂與放鬆的體驗。因此，我們希望藉由《超即寶貝大集合》這齣精心製作的即興喜劇演出，再次回到中研院，為同仁與周邊社區的家庭觀眾提供一場充滿驚喜與笑聲的特別演出。

《超即寶貝大集合》將融合即興劇場的趣味性與親子互動，讓觀眾不僅是旁觀者，更能積極參與其中。我們相信，這樣的表演不僅能幫助觀眾紓解日常壓力，還能在這歡笑聲中促進家庭成員之間的情感交流，為每一位參加者留下難以忘懷的美好回憶。

我們期盼透過這次的演出，為中央研究院的藝文活動增添亮點，同時豐富南港區居民的文化生活，讓更多人從即興劇中獲得啟發與正能量。新生一號劇團致力於推廣即興劇，我們相信這種演出形式具有跨越劇場、連結社區的潛力，為現場的每一位觀眾帶來深刻且愉快的藝術體驗。



六、經費概算表

《超即寶貝大集合》演出預算表

以下皆以進場日程「兩日」（六個時段），演出一場進行規劃。

類別	項次	項目	細目	單位	數量	單價	合計	備註
人事費	1	幕後製作技術費	執行製作	案	1	6,000	6,000	
			舞台監督	案	1	6,000	6,000	
			即興總監	案	1	5,000	5,000	
			行銷統籌	案	1	5,000	5,000	
			音響人員	人	4	6,000	24,000	含燈光、音響、舞台技術人員
	2	演出費	樂手	場	1	5,000	5,000	單場酬勞
			演員演出費	人	7	5,000	35,000	單場酬勞(演員 7 人)
業務費	3	舞台製作	舞台布景設計與製作費	案	1	15,000	15,000	
	4	音響	音響器材租借	案	1	20,000	20,000	含運費
	5	燈光	燈光器材租借	案	1	15,000	15,000	含運費
	6	攝、錄影費	演出現場攝、錄影費	案	1	25,000	25,000	三機×1 場（含剪接+字幕時間軸）
行政管理費	7	宣傳	平面設計費	案	1	8,000	8,000	
			廣告宣傳費	案	1	12,000	12,000	社群媒體下廣告
			文宣品及其他印刷費用	案	1	10,000	10,000	主辦單位指定之海報...等。
	8	旅運費	交通費	次	1	10,000	10,000	
	9		保險	案	1	4,000	4,000	
			雜支	案	1	4,000	4,000	低於總預算 2%
合計		總申請經費					209,000	

附件一：立案證書

臺中市演藝團體登記證

(109) 中市府文藝證字第 837 號

張世暘 君

申請演藝團體立案登記經核符合規定准予登記



團體名稱：新生一號劇團

表演項目：劇場藝術、劇場表演、即興表演、編導

負責人：張世暘

團址：臺中市大里區東湖里 27 鄰利民街 7 巷 30 號

此證

市長 盧秀燕

中 華 民 國 109 年 3 月 4 日

Taichung City Performing Arts Organization Certificate of Registration

No. 837

This certificate, issued after thorough review, is proof of registration to Shih-Yang Chang whom applied for performing arts organization registration.

Organization Title: **The New One Theatre**

Performance Type: **Theatre Arts, Acting, Directing**

Person(s) in Charge: **Shih-Yang Chang**

Address: **No. 30, Ln. 7, Limin St., 27th Neighborhood, Donghu Vil., Dali Dist., Taichung City 41264, Taiwan (R.O.C.)**

Shiow-Yen Lu

Date: 2020 / 3 / 4

附件二：2020 年新生一號劇團中研院藝文活動演出回顧

（一）海報設計



（二） 網路平面宣傳設計



（三） 演後問卷回饋

（1）「好厲害，我不相信這是臨時演的。」

（2）「談情說愛演樹的那位，在小細節很有巧思。」

（3）「很棒！印象深刻！」

（4）「你們好好笑！」

（5）「你們的演出帶給大家歡樂，謝謝！請繼續努力！」

（6）「很厲害！很有創意，好久沒笑到流眼淚。比綜藝節目有質感，以後可以準備安可！」

（7）「加油，越做越好，越做越豐富！」

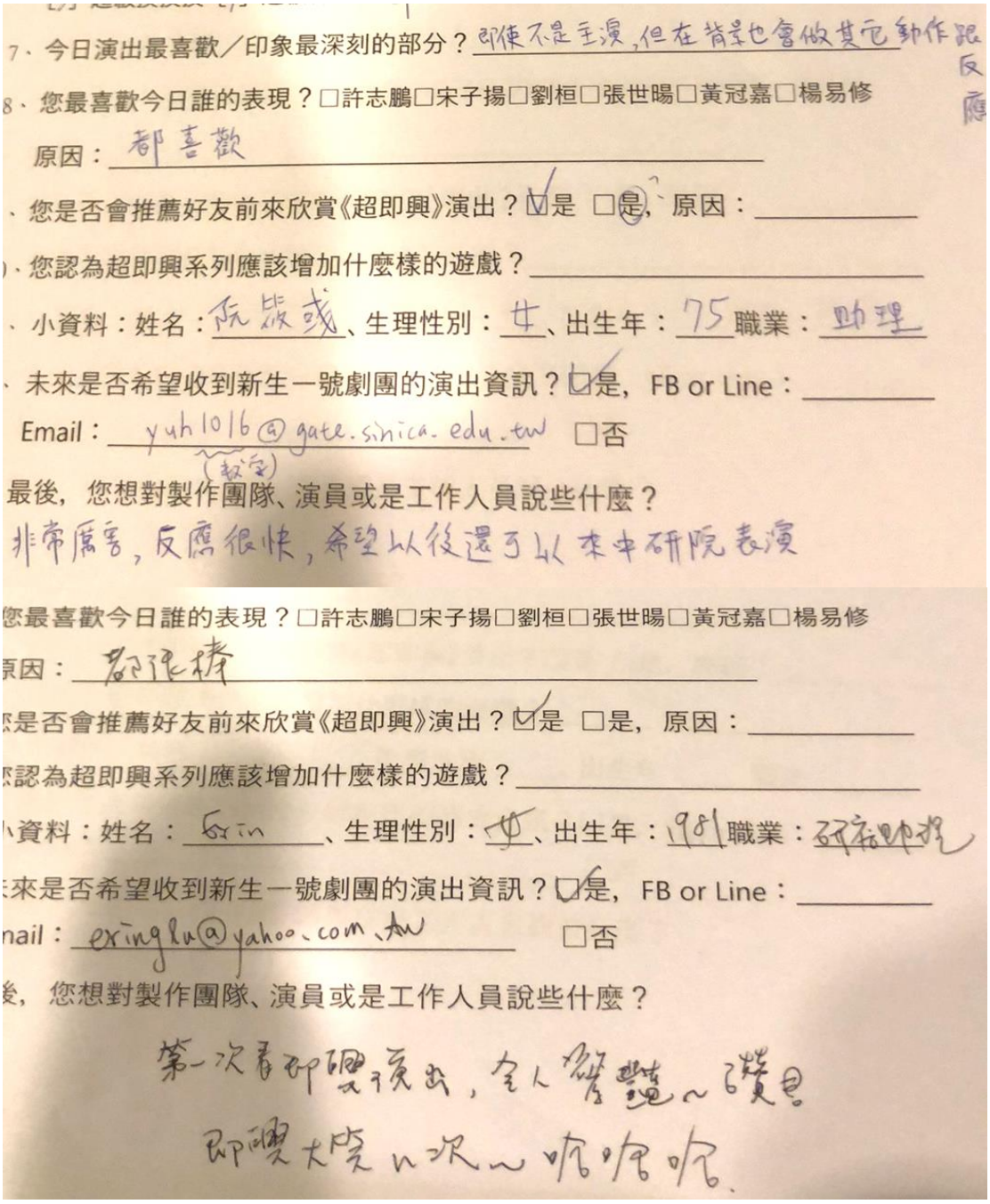
（8）「加油！你們很棒！感謝你們帶給我這麼輕鬆的 Friday Night！」

（9）「很有趣！下次想再來！」

（10）「非常謝謝帶給我們相當愉悅的一晚。」

（11）「演員的即興演出，隨時演奏的音樂讓人很能融入，配合的很棒！」

（四）問卷照片



7、今日演出最喜歡／印象最深刻的部分？即使不是主演，但在背景也會做其它動作跟反應

8、您最喜歡今日誰的表現？□許志鵬□宋子揚□劉桓□張世暘□黃冠嘉□楊易修

原因：都喜歡

、您是否會推薦好友前來欣賞《超即興》演出？☑是 □是，原因：

)、您認為超即興系列應該增加什麼樣的遊戲？

、小資料：姓名：阮啟彧、生理性別：女、出生年：75職業：助理

、未來是否希望收到新生一號劇團的演出資訊？☑是，FB or Line：

Email：yuh1016@gate.sinica.edu.tw（教室） □否

最後，您想對製作團隊、演員或是工作人員說些什麼？

非常厲害，反應很快，希望以後還有以來中研院表演

您最喜歡今日誰的表現？□許志鵬□宋子揚□劉桓□張世暘□黃冠嘉□楊易修

原因：都很棒

您是否會推薦好友前來欣賞《超即興》演出？☑是 □是，原因：

您認為超即興系列應該增加什麼樣的遊戲？

小資料：姓名：Erin、生理性別：女、出生年：1981職業：研究助理

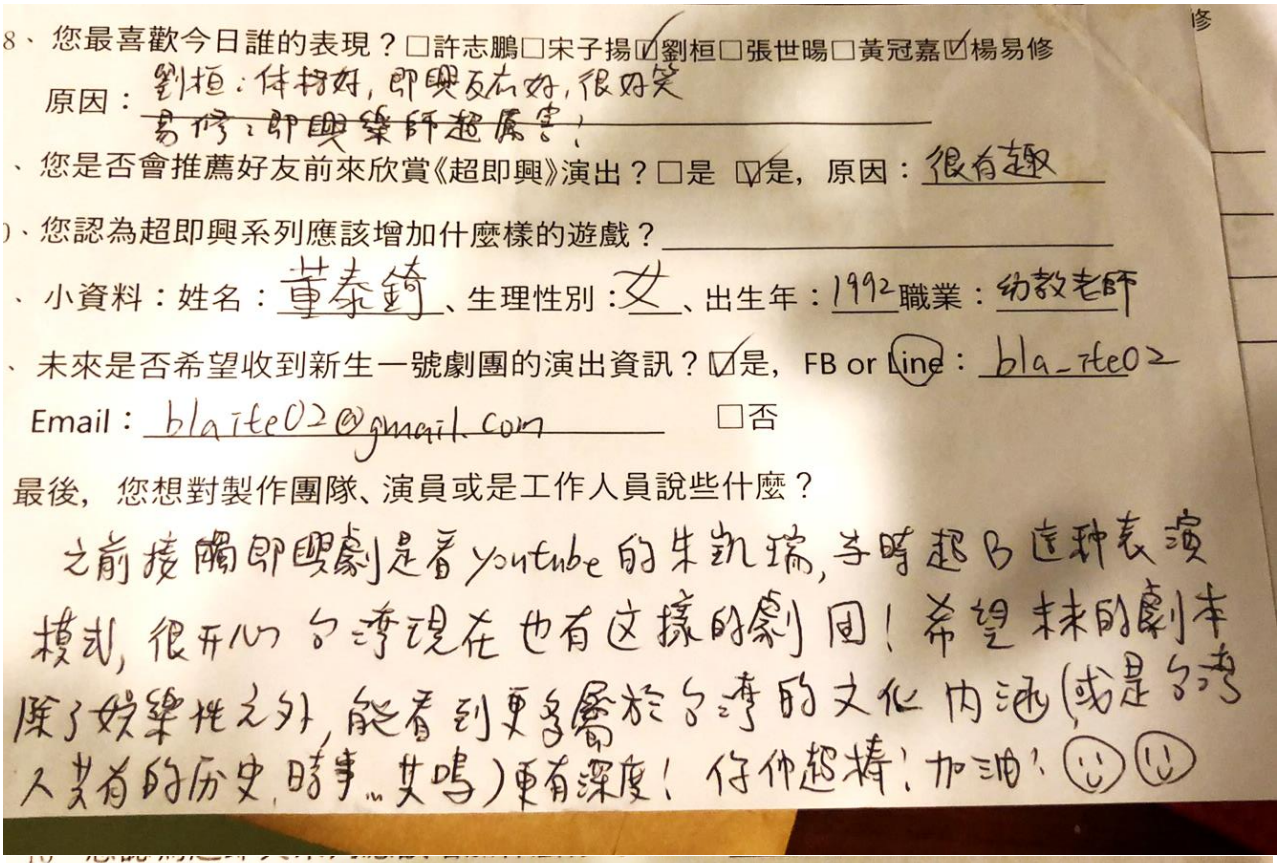
來是否希望收到新生一號劇團的演出資訊？☑是，FB or Line：

mail：exinglu@yahoo.com.tw □否

後，您想對製作團隊、演員或是工作人員說些什麼？

第一次看即興演出，全人驚艷～讚！

即興大獎一次～哈哈哈



8、您最喜歡今日誰的表現？□許志鵬□宋子揚☑劉桓□張世暘□黃冠嘉☑楊易修

原因：劉桓：体格好，即興反応好，很好笑

~~易修：即興演技超厲害！~~

、您是否會推薦好友前來欣賞《超即興》演出？□是 ☑是，原因：很有趣

)、您認為超即興系列應該增加什麼樣的遊戲？_____

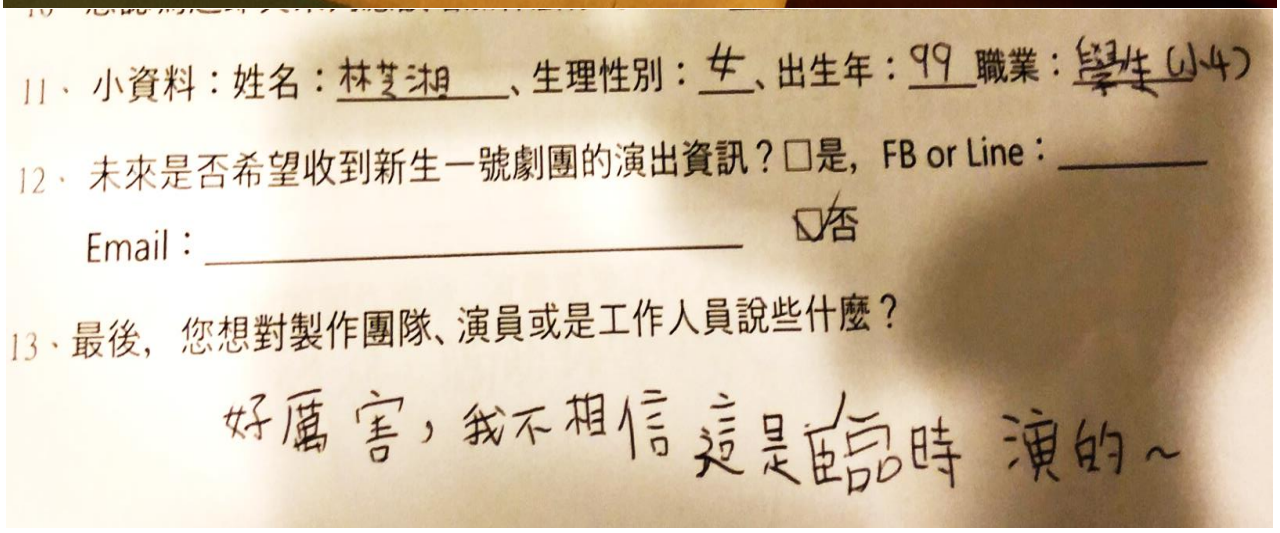
、小資料：姓名：董泰錡、生理性別：女、出生年：1992職業：幼教老師

、未來是否希望收到新生一號劇團的演出資訊？☑是，FB or Line：bla_rte02

Email：bla.rte02@gmail.com □否

最後，您想對製作團隊、演員或是工作人員說些什麼？

之前接觸即興劇是看youtube的朱凱瑞，當時超B這種表演模式，很开心台灣現在也有這樣的劇團！希望未來的劇本除了娛樂性之外，能看到更多屬於台灣的文化內涵(或是台灣人特有的历史、時事…笑鳴)更有深度！你們超棒！加油！



11、小資料：姓名：林芠湘、生理性別：女、出生年：99職業：學生(小4)

12、未來是否希望收到新生一號劇團的演出資訊？□是，FB or Line：_____

Email：_____ ☑否

13、最後，您想對製作團隊、演員或是工作人員說些什麼？

好厲害，我不相信這是臨時演的～



新生一番劇団
The New One Theatre

新生一號劇團
臺中市大里區東湖里 27 鄰利民街 7 巷 30 號
負責人：張世暘 / 0919-669-591
聯絡人：李宥萱 / 0989-972-812