ICS 03 200

Y 09

|  |
| --- |
|  |

WH

中华人民共和国文化行业标准

WH/T ×××××—××××

|  |
| --- |
|  |

线上演播服务要求

Requirements for online performance service

|  |
| --- |
|  |
|  |

×××× - ×× - ××发布

×××× - ×× - ××实施

中华人民共和国文化和旅游部 发布

目录

[前  言 III](#_Toc28122)

[引  言 IV](#_Toc6421)

[线上演播服务要求 1](#_Toc20559)

[1 范围 1](#_Toc6223)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc28148)

[3 术语和定义 1](#_Toc16386)

[3.1 演出 Performance 1](#_Toc32017)

[3.2 线上演播 Online Performance 1](#_Toc26541)

[3.3 营业性演出 Commercial performance 1](#_Toc20530)

[3.4 公益性演出 Public welfare performance 1](#_Toc13447)

[3.6 第五代移动互联网 5th generation mobile networks；5G 2](#_Toc13683)

[3.7 舞台 stage 2](#_Toc10011)

[3.14 演出经营单位 Performance Management Unit 2](#_Toc29919)

[3.15 演出经纪机构 Performance Broker Unit 2](#_Toc13371)

[3.16 文艺表演团体 Artistic Performance Group 2](#_Toc589)

[3.17 网络文化经营单位 Network culture Management unit 3](#_Toc31705)

[3.18 营业性组台演出 Commercial Combined performance 3](#_Toc2909)

[3.19 著作权 copyright 3](#_Toc12813)

[3.20 直播 Live Broadcast 3](#_Toc8503)

[3.21 点播 On Demand 3](#_Toc16693)

[3.22 弹幕 Barrage 3](#_Toc4920)

[3.23 演艺人员 Entertainers 3](#_Toc22504)

[3.24 虚拟道具 virtual gift 3](#_Toc10136)

[4 缩略语 3](#_Toc13689)

[5 总则 3](#_Toc21109)

[5.1 基本原则 3](#_Toc12119)

[5.2 覆盖范围 4](#_Toc9759)

[6 服务条件 4](#_Toc24233)

[6.1 线上演播资质条件要求 4](#_Toc20182)

[6.2 演出经营单位条件 4](#_Toc8092)

[6.3 文艺表演团体条件 5](#_Toc15704)

[6.4 文艺表演个人条件 5](#_Toc6193)

[6.5 演出经纪机构及个人条件 5](#_Toc32490)

[6.6 网络文化经营单位条件 6](#_Toc27296)

[7 服务内容 6](#_Toc30415)

[7.1 线上演播运营服务 6](#_Toc6010)

[7.2 演播服务内容 7](#_Toc3142)

[7.3 演播服务性质 7](#_Toc30256)

[7.4 演播服务规模 7](#_Toc14712)

[7.5 演播服务形态 7](#_Toc7866)

[7.6 演播服务参与类型 7](#_Toc2833)

[7.7 演播服务管理 8](#_Toc13669)

[7.8 演播规划选址服务 8](#_Toc23886)

[7.9 演播服务前期筹备 9](#_Toc21008)

[7.10 演播线下执行服务 10](#_Toc19142)

[7.11 演播线上直播服务 11](#_Toc18020)

[8 服务人员 11](#_Toc8763)

[8.1 演艺从业服务人员 11](#_Toc25296)

[8.2 线下服务人员 12](#_Toc9269)

[8.3 线上服务人员 12](#_Toc6216)

[9 安全管理 12](#_Toc3640)

[9.1 演出安全 12](#_Toc1308)

[9.2 内容导向 14](#_Toc26827)

[9.3 青少年保护 14](#_Toc11613)

[9.4 个人信息保护 15](#_Toc30389)

[9.5 演艺行业从业规范 15](#_Toc25524)

[9.6 线上演播的特征 15](#_Toc22292)

[9.7 线上演播的分类 15](#_Toc19855)

[9.8 线上演播的目标 15](#_Toc14651)

[10 权利管理 16](#_Toc1550)

[10.1 权利管理的范畴 16](#_Toc14462)

[10.2 权利类型 16](#_Toc15650)

[10.3 权利管理要求 16](#_Toc26448)

[附　录　A （资料性） 线上演播直播流程 18](#_Toc23722)

[A.1 直播流程 18](#_Toc3168)

[A.2 直播流程说明 18](#_Toc19363)

[A.2.1 演出现场通过摄像机和话筒等设备，分别采集视音频信息，音视频采集根据演出情绪度要求，应安排适配的网络保障，可使用有线及无线传输工具。 18](#_Toc27035)

[A.2.2 演播室内，由导演和调音师对视音频信息进行导播和调音处理，输出合成后的视频源流； 18](#_Toc26528)

[A.2.3 播控系统，根据业务前端架构，对源视频进行转码处理，并推流到分发网络，通过CDN加速分发到业务前端； 18](#_Toc25658)

[A.2.4 网络文化经营单位，解码和播放。 18](#_Toc20254)

[附　录　B （资料性） 《艺人艺德承诺书》模板 19](#_Toc24136)

[参考文献 1](#_Toc27051)9

前  言

本文件按照GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中华人民共和国文化和旅游部提出。

本文件由全国剧场标准化技术委员会(SAC/TC388)归口。本文件主要起草单位：。

本文件主要起草人：

引  言

通信及互联网技术的快速发展为线上娱乐业务的开展提供了基础条件，以线上演播为代表的线上娱乐服务快速发展，逐步成为用户首选娱乐方式。线上演播从时间和空间维度打破了线下演出的边界，从内容形态、演出体验、服务质量等方面突破传统方式，构建了全新的演出观看体验和娱乐互动方式。随着线上演播的业务的快速发展，行业急需相关管理规范和服务标准，保障线上演播业务及行业的健康有序发展。

线上演播服务要求

1. 范围

本文件规定了线上演播服务范围、服务条件、服务内容、服务人员、安全管理和权利管理相关原则和要求。

本文件适用于演出机构和播出平台管理并规范其线上演播服务。

本文件仅适用于线上演播服务、运营、内容、技术各环节，不适用于网络表演、K歌娱乐等其他网络文化娱乐形式。

1. 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 36729-2018 演出安全

GB/T 32415 GSM/CDMA/WCDMA 数字蜂窝移动通信网塔顶放大器技术指标和测试方法

GB/T-36731-2018 临时搭建演出场所舞台、看台安全

GB/T 35281-2017 信息安全技术 移动互联网应用服务器安全技术要求

WH/T 59—2013 演出场馆设备技术术语 剧场

YD/T 2268-2011 P2P流媒体直播业务系统框架

1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

* 1. 演出 performance

指团体或个人，在特定的时间、特定的环境下举行的，借助人的姿态动作、声音表情、乐器道具等方式工具完成的，公开文艺表演活动。

* 1. 线上演播 online performance

基于网络直播技术，在互联网上公开或限定范围，播出的线下演出。

注1：观众可以通过手机、电视、电脑等终端，在线观看演出直播或回放，并参与互动。

注2：线上演播通常是演艺人员在非本人搭建的播出平台进行表演。

* 1. 营业性演出 commercial performance

是指以营利为目的，为公众举办的现场文艺表演活动。

* 1. 公益性演出 public welfare performance

指的是通过演出的形式参与公益，不以营利为目的现场文艺表演活动。

* 1. 第五代移动互联网 5th generation mobile networks；5G

具有高数据速率、减少延迟、节省能源、提高系统容量和设备连接等性能的第五代移动通信技术。

* 1. 舞台 stage

节目演出区域的总称。

[来源：WH/T 59—2013，2.4.1.1]

* 1. 演出经营单位 performance management unit

为演出活动提供专业演出场地及服务的经营单位。

注：演出经营单位包含文艺表演团体、演出经纪机构、演出经营场地、网络文化经营单位，以及围绕文化演艺开展业务的其他社会组织。

* 1. 演出经纪机构 performance broker unit

在演出经纪活动中，以收取佣金为目的，为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的单位。

1. 演出经纪活动包括：演出组织、制作、营销、居间、代理、行纪，演员签约、推广、代理等。
   1. 文艺表演团体 artistic performance group

从事文艺表演活动的团体组织。

* 1. 网络文化经营单位 network culture management unit

指经过文化行政部门批准，从事经营性互联网文化活动的互联网信息服务提供者。

* 1. 营业性组台演出 commercial combined performance

指除专业文艺表演团体的独立演出或者（联合演出之外），临时组合的营业性演出活动。

* 1. 著作权 copyright

作品的创作者对其创作的作品依法享有的权利。

1. 包括：作品的表演权、复制权、广播权、网络传输权等财产权利和署名权、保护作品完整权等精神权利。
   1. 直播 live broadcast

指随着演出事件的发生、发展，进行同步制作和[播出](https://baike.baidu.com/item/%E6%92%AD%E5%87%BA/21510291?fromModule=lemma_inlink" \t "_blank)的一种播放方式。

* 1. 点播 on demand

指在演出事件的发生以后，根据用户选择重复提供的一种播放方式。

* 1. 弹幕 barrage

指在网络上观看视频时弹出的评论性字幕。

* 1. 演艺人员 entertainers

从事音乐、戏剧、舞蹈、曲艺、杂技以及其他形式的现场文艺演出活动的表演者。

* 1. 虚拟道具 virtual gift

指通过网络馈赠的数字产品。

1. 缩略语

下列缩略语适用于本文件。

AI 人工智能rtificial Intelligence

VR 虚拟现实技术 Virtual Reality

AR 增强现实技术 Augmented Reality

MR 混合现实技术 Mixed Reality

UGC 用户生成内容 User Generated Conten

1. 总则
   1. 基本原则

线上演播服务要求基本原则：

1. 合规性：内容、服务及支撑系统质量要求符合国家相关标准。
2. 可靠性：相关技术服务、编码格式、参数指标等可以满足业务稳定性要求。
3. 适用性：服务质量及支撑系统规范要求，适用于线上演播业务、平台、网络等环境。
4. 扩展性：不受当前技术、场景限制，支持VR、AR、游戏等场景下的线上演播形态扩展。
   1. 覆盖范围

线上演播服务要求的管理范围覆盖线上演播各环节。

1. 服务目标
   * 1. 满足精神文化需要
        1. 线上演播应以优质的内容、优秀的舞台、专业的艺人、先进的技术呈现赏心悦目的、寓教于乐的、发人深省的文艺内容，满足人民精神文化需要。
        2. 演艺活动应符合社会主义核心价值观，应弘扬主旋律，传播正能量。
        3. 线上演播应在一个大的主题范围、表演形式内，通过艺术作品演出，把时代精神展现在人们的面前，通过表演与欣赏二者之间的紧密联系，唤起人们的内心情感，使之产生和谐统一的心理共鸣，达到艺术价值与社会价值的统一与交融。
     2. 助力优秀文化传承
        1. 宜开展传承传统演出活动，继承和发扬中华优秀传统文化和传统美德，广泛开展社会主义核心价值观宣传教育，积极引导人们讲道德、尊道德、守道德。
        2. 宜开展传承红色演出活动，传承红色基因，宣传和发扬厚重的革命历史、不屈的革命精神。
        3. 宜开展传承非物质文化遗产演出活动，包括各族人民世代传承的、与群众生活密切相关的各种传统文化表现形式和文化空间。
     3. 发挥教育意义
        1. 线上演播应充分发挥思想文化和精神文明建设的宣传引导作用。
        2. 应以提升群众的文化艺术品位、引导追求真善美为目的。
        3. 应充分发挥线上演播的特点，广泛培养群众高尚的道德情操，陶冶和美化心灵，抵制不健康文，提高精神境界。
2. 服务条件
   1. 线上演播条件要求
      1. 演出资质条件
   2. 线上演播应先取得《营业性演出许可证》，包括但不限于以下情况：
3. 以营利为目的举办现场文艺表演活动的公司或个人，应办理《营业性演出许可证》。

注：包括以下企业组织或个人：经纪公司、直播平台、演出机构、演出团体、个体演员（个人名义举办演出并且对外收费，比如个人演唱会）等。

1. 组织演出活动的经纪公司、演出机构在与艺人或主播签约前，应先取得《营业性演出许可证》。
   * 1. 演出场地条件

线上演播演出场地包括如下三种类型：

1. 中大型执行场地：应持有《营业性演出许可证》及《食品卫生许可证》，同时具备舞台搭建条

件及容纳50人以上的现场观众座位的场地，包括以下情况：

1. 体育馆、剧场、剧院、演播厅等具备现场执行条件的室内场地；
2. 体育场、旅游景区、主题公园、游乐园等具备现场执行条件的室外场地。
3. 小微型演出场地：满足直播间管理要求的小型室内场地，包括但不限于咖啡馆、录音室、排练

室等。

1. 虚拟制作场地：宜具备中央动捕、设备运动、现场制作等功能区域，同时宜具备满足空间定位、

实时传输制作要求。

注：包括虚拟演播室、虚拟制作室、绿幕棚等虚拟制作场地。

* + 1. 直播间条件
       1. 线上演播通过网络文化经营单位向用户提供观看及互动服务，网络文化经营单位提供多维度线上观演的直播间，演出内容通过直播间向用户呈现。
       2. 直播间由线上演播网络文化经营单位负责提供和维护，具备信息展示、播放设置、直播控制等功能。

1. 信息展示：包括直播主题、简介、出席艺人、时间、地点、公告等。
2. 播放设置：包括虚拟礼物、弹幕、分享、截屏、投屏、音频播放等。
3. 直播控制：包括播放状态切换、应急处理等。
   1. 演出经营单位条件
      1. 应按照《营业性演出管理条例》设立组织、签约艺人和组织活动。
      2. 演出经营单位应对合作艺人和团体负责，加强其职业素养、行为操守、艺人艺德和身心安全教育。
      3. 演出活动前宜与合作艺人或团体签署行为承诺书，如《艺人艺德承诺书》等。
   2. 文艺表演团体条件
      1. 应具备《营业性演出许可证》。
      2. 应积极践行社会主义核心价值观，传播优秀文化。
      3. 可进行音乐，歌舞，戏剧，戏曲，曲艺，魔术，杂技等表演类活动，应对表演内容，歌词剧作类内容，肢体动作，道具使用，现场互动等进行内容安全管理，并宜由文艺表演团体所属经纪机构或上级管理机构承担监督职责。
      4. 包括且不限于上述形式，并符合“营业性演出许可证”经营范围的表演活动，宜参照上述内容安全管理和监督职责要求执行。
      5. 文艺表演团体宜与旗下艺人签订《艺人艺德承诺书》。
      6. 宜为成员购买人身安全及意外伤害保险。
   3. 文艺表演个人条件
      1. 宜与举办演出的演出经纪机构签订委托合同，由演出经纪机构申报有关演出材料。
      2. 应积极践行社会主义核心价值观，致力于传播优秀文化。
      3. 应加强从业自律，演出前宜主动与演出经营单位签订《艺人艺德承诺书》。
   4. 演出经纪机构及个人条件
      1. 应实行自主经营，独立自主，自负盈亏的经营原则，具有法人资格，并承担法人职责。
      2. 进行演艺活动前，应取得《营业性演出许可证》及《工商营业执照》，涉外/港澳台演出应获得文化和旅游行政部门批准。
      3. 宜将演出机构运作，演出制作，演出营销推广，艺人营销推广等作为主要经营范围。
      4. 演出经纪机构及代理艺人应遵照社会主义核心价值观具体执行。
      5. 机构旗下代理艺人宜签订《艺人艺德承诺书》。
      6. 演出经纪机构举办涉外/港澳台演出时应获得文化和旅游行政部门批准。
      7. 宜为成员购买人身安全及意外伤害保险。
   5. 网络文化经营单位条件
      1. 应具备《网络文化经营许可证》，同时应制定充分的预案，保障直播及演出相关数据的安全。
      2. 应建立内容安全管理制度，设立内容安全管理部门，配备专职人员负责线上演播相关内容、服务管理，提供清朗文明的线上演播播放、观演环境。
      3. 应具备演出播放控制能力，确保演出安全的前提下，持续提升服务体验。
4. 服务内容
   1. 线上演播服务内容总体要求
      1. 线上演播内容要求

线上演播内容应坚持为人民服务、为社会主义服务的方向，把社会效益放在首位，丰富人民群众的精神文化生活，演播内容应符合以下要求：

1. 演出内容宜以展示音乐、舞蹈、语言等才艺内容；
2. 演出内容应符合大众审美；
3. 演出内容宜应适合多人同时观看；
4. 宜传播优秀文化，传承优质精神。
   * 1. 线上演播服务要求

线上演播服务是线上演播平台为线上用户提供演艺观看、互动等服务的集合，应根据国家网络信息安全、未成年人保护相关法律法规提供及时的、优质的服务，应满足以下基本要求。

1. 视频内容应确保画面清晰、无卡顿黑屏等播放事故；
2. 播放界面功能易操作可实现，包括但不限于清晰度切换、直播实时回看、VR播放、多视角切换、

多画同看、视频下载或缓存、投屏等功能；

1. 音频内容收听要求无噪音、卡顿等现象，确保基础音频功能正常使用；
2. 图文信息介绍图片高清无阴影，确保下载、缓存、图文复制等操作无异常；
3. 实时监管线上演出在健康良好的环境下互动，包括但不限于弹幕评论、道具、实时连线等。
   * 1. 线上演播运营要求

线上演播运营是线上演播平台基于线上演播内容，在版权许可、国家法律法规约束前提下开展的线上运营活动。线上演播运营应符合以下基本要求。

1. 对线上演播内容进行包装、宣传、编辑、内容关联等再创作，防范和抵制制作、发布炒作绯闻、

宣扬低俗、对网络生态造成不良影响的内容；

1. 在线观看演艺互动中应明确操作说明，严禁强制消费，遵守自愿、公平原则；
2. 线上演播平台组织开展的活动操作，包括：预约、投票、任务、抽奖等，活动策划应符合版权

许可、国家法律法规要求，活动过程应公开透明，活动结果应及时公布；

1. 运营应围绕信息安全、服务质量等开展演艺直播，保障线上演播观看、互动体验合规、稳定；
2. 直播内容应按照平台制定的内容规范实时监控，对于违反法律法规的内容应立即停止传输相关

信息，采取删除、屏蔽、断开链接等处置措施，保存有关记录，并向网信、公安等部门报告；

1. 直播状态应及时切换，确保线上与线下时效性；
2. 演出前应有系统应急策略实施预案，应急策略预案应至少包括信息安全、系统故障等防护措施。
   1. 线上演播服务性质
      1. 营业性

线上演播主办方应当向演出所在地县级或县级以上人民政府文化和公安主管部门提出申请，包含如下三种情况：

1. 以演出为媒介进行广告宣传或者产品促销的文艺表演活动；
2. 以营利为目的、通过售票或接受赞助，支付演出单位或者个人报酬的文艺表演活动；
3. 以其他营利方式组织演出为公众举办的现场文艺表演活动。
   * 1. 公益性

线上演播主办方应当在演出所在地县级或县级以上人民政府文化及公安主管部门备案。应符合以下要求：

1. 演出举办单位、参加演出的文艺表演团体和演职人员，不应从中获取经济利益；
2. 公益宣传内容应真实合法；
3. 演出内容应真实、合法，不能误导、欺骗观众；
4. 不可以“中国”、“中华”、“全国”、“国际”等字样冠名。
   1. 演播服务规模

演播服务规模按观众或座位数可分为大、中、小型演播，见表1。

* 1. 演播服务规模

|  |  |
| --- | --- |
| 演播规模 | 观众人次或座位数 |
| 大型 | 8000以上 |
| 中型 | 3000以上，8000及以下 |
| 小型 | 3000及以下 |

* 1. 演播服务形态
     1. 真实演播

真实艺人在真实空间开展的演播，通过直播形态向观众呈现。

* + 1. 虚拟演播

以虚拟艺人，虚拟舞台，虚拟场地，虚拟观众和虚拟时间构成的演艺活动。

* + 1. 虚实结合演播

以真实表演艺人虚拟舞台或真实舞台虚拟表演艺人，以及其他各种虚实结合方式的演艺活动。

* 1. 演播服务参与类型
     1. 单向演播

以线下演出为基础，通过信息采集、传输、播放系统，向用户提供单向的观看。

* + 1. 互动演播

以传统演出内容线上演播为核心，呈现形式上加入弹幕评论、在线打call、道具赠送等功能，互动娱乐性更强。

* + 1. 沉浸演播

以通过剧情化、游戏化的演播内容设计，或虚拟化、XR等视觉呈现，让用户深度参与并沉浸到演播环节。

1. 服务管理

线上演播的过程包括规划选址、前期筹备、线下执行和线上直播，流程见图1，各环节应遵循本章要求。

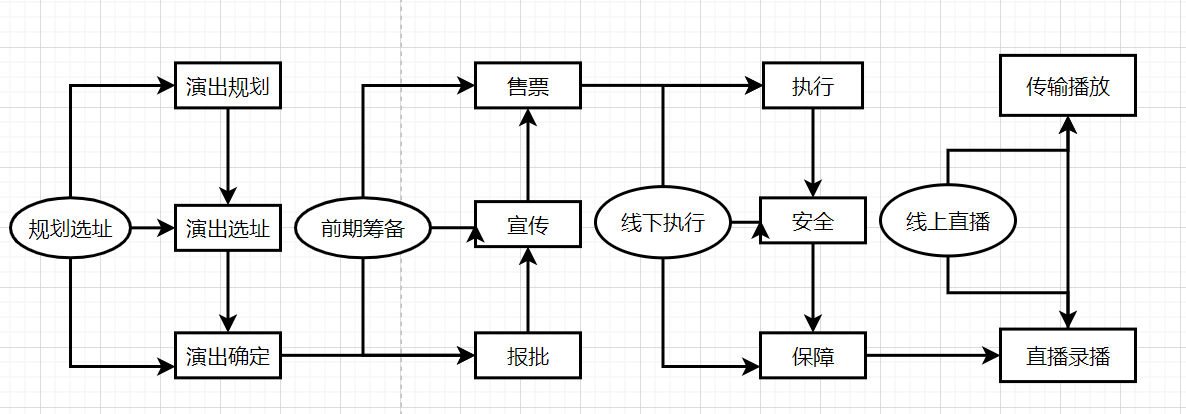


图1 线上演播执行流程

* 1. 演播规划选址服务
     1. 演播规划
        1. 主题规划

应提前进行演艺活动主题规划，包括演出活动主题、名称等基础信息规划。

* + - 1. 内容规划

应提前进行演艺活动内容规划，包括参演艺人、表演节目（歌舞类、魔术类、戏曲类、杂技类等）和制作形式规划。

* + - 1. 性质规划

应提前进行演艺活动性质规划，确定是否为营业性演出或公益性演出。

* + 1. 演播选址
       1. 规模确定

应提前确认是否有现场观众，以及现场观众人数规模。

* + - 1. 场地勘察

应根据制作形式、规模需求，勘查并选择匹配场地。

* + - 1. 场地确定

a)宜在活动确定后10天以内，与场地签署正式的场地租赁合同。

b)活动场地内搭建物应具有结构安全证明和消防部门验收证明。

* + 1. 演播确定
       1. 演播时间确定

应根据选择的场地档期，确认演出时间。

* + - 1. 演播艺人确定

应根据演出时间，确认参演艺人档期。

* + - 1. 直播确定

应提前确认演出是否直播，如直播，需确认直播是否收费。

* + - 1. 演出票务确定

应根据演出规模，确认是否开设现场票务，如是，则应进一步确认票价；如不开设现场观众，则应确认线上直播是否开票，如是，则应确认线上直播票价。

* 1. 演播服务前期筹备
     1. 报批
        1. 线上演出有现场观众的情况

执行报批流程与传统现场演出的报批流程一致，同时线上直播部分，应在广电总局进行报备，应符合以下管理要求：

1. 境内直播：应在网络视听节目直播服务备案系统报备，获得节目登记号；
2. 涉外直播：包含境外直播和涉外直播，应在网络视听节目直播服务备案系统报备，获得节目登

记号，同时应进行艺人报备。

* + - 1. 线上演出无现场观众的情况

应办理报批手续，并由取得《网络文化经营许可证》的网络文化经营单位提供在线传播服务。演出举办单位应在申报时一并提交在线传播服务单位许可证件、观演网址和应急预案等材料。

* + - 1. 线上演出应符合以下报批流程：

1. 宜于演艺活动开始前40天向县级及以上文化和旅游行政部门进行演出文化报批，并取得同意批

复；

1. 宜于演艺活动开始前30天向公安部门和应急管理部门提交演出活动报批，取得“大型群众性活

动安全许可”和消防批文“大型群众性活动安全工作方案”；对于演出人员涉外的，还应报省级文化和旅游行政部门；

1. 应具有演员签约合同，外国机构或人员应提供文化部或体育总局的批复文件。
   * 1. 宣传
        1. 传播内容

应根据演出主题、时间等信息开展宣传工作，传播内容应坚持为人民服务、为社会主义服务的方向，把社会效益放在首位的原则。

* + - 1. 传播时间

应在演出活动获得文化批文后开始宣传。

* + - 1. 传播渠道

广告传播渠道应符合广告法要求。

* + 1. 售票
       1. 线上票务

线上票务应符合以下要求：

1. 纯线上演出活动，应获得文化和旅游行政部门批文后开售线上票务；
2. 含线下演出的活动，应获得文化及公安部门批文后，方可开售线上/线下票务。
   * + 1. 线下票务

需获得文化及公安部门批文后方可开售。

* 1. 演播线下执行服务
     1. 物料与执行手册
        1. 宜提前进行演艺物料设计，确认执行手册，过程如下：

1. 拟定物料具体设计要求及制定排期规划；
2. 宜于活动前40天具有物料设计效果图；
3. 应制订完备的执行手册。
   * + 1. 应制定并明确执行手册及活动要求，活动开始前20天确认活动执行手册，包括单场物料清单、活动流程、舞美效果图、施工图、推广及招商计划等。
     1. 舞台与安保
        1. 舞台设计应符合《演出安全》GB/T 36729要求，宜突出主题，设计美观，重视环保。
        2. 观众在候场、检票、进场、演出过程中、散场过程中应有专人负责，并配置安保人员保障现场安全有序，应符合以下要求：
4. 应符合报批通过的《大型群众性活动安全工作方案》中安保要求，安保人员人数与观众人数的

比例在1:30以上，或按照属地公安、消防部门的具体要求执行；

1. 现场用于逃生的安全出口和通道应至少有两条。
   * + 1. 活动执行应做流程推演，联排全采，保障活动安全有序流畅。
       2. 演出设备配置宜符合相应演出规模。
     1. 人员设备以及保障
        1. 应配备直播设备、录播设备、网络设备相关操作人员，操作人员应符合如下要求：
2. 宜按照设备：人员=1:2的比例配备设备操作人员；
3. 操作人员应能熟练操作现场设备操作，并无重大失误。
   * + 1. 线上演播执行人员宜包含三名以上持有演艺经纪人资格证的专业工作人员。
   1. 演播线上直播服务
      1. 总体流程

线上演播直播的总体流程参见附录A，各环节应符合本章要求。

* + 1. 直播与录播

线上演播应同时具备线下演出（包含实景和数字）和线上的网络传播服务场景。根据时间差异性，线上演播分为直播和录播，直播与录播应满足以下要求：

1. 线上演播直播应满足直播时效性要求，线上与线下延迟控制在30分钟之内；
2. 录播应确保视频完美、真实、准确表达实时播放的生动情景；
3. 对录制现场的演出光线照明无任何特殊要求，要求点播呈现画面清晰、优质的视频图像；
4. 录制设备应具有良好的兼容性，为录播系统提供良好的可扩展性。
   * 1. 采集传输与播放
        1. 从线下演艺摄录采集、编辑、播控、网络分发到线上用户观看的端到端全流程内容信息传送过程，内容传输应满足以下要求：
5. 内容传输需要满足时效性、稳定性、连续性等质量要求；
6. 内容分发传输过程中的音视频压缩、编解码、通信等技术应符合GB/T 32415标准要求，可采

用标准网络传输协议或私有网络传输协议。

* + - 1. 内容播放应满足以下要求：

1. 线上演播播放功能应满足内容观看的连续性、稳定性质量要求；
2. 普通直播应提供内容观看的基础播放功能正常使用，包括：开始、暂停、停止、音量调节、亮

度调节、图文信息查看等；

1. 清晰度切换、直播实时回看、VR播放、多视角切换、多画同看、现场实时图片查看等高级播放

功能正常使用无异常。

1. 服务人员
   1. 演艺从业服务人员
      1. 应遵从社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德，维护行业和个人形象。
      2. 应努力提升文化修养、专业知识与职业技能，自觉践行社会主义核心价值观，弘扬主旋律，引导正能量。
      3. 演出场所经营单位、文艺表演团体、演出经纪机构和演出经纪人员应积极引导演艺人员遵守行业规范，依法依规、自律从业；同时积极发挥行业协同，在主管部门和行业协会引领下，共同塑造和维护清朗、文明、有序的行业氛围。
   2. 线下服务人员

线下演出部分应按照GB/T-36729和GB/T-36731《执行安全管理。同时线下服务人员应落实以下要求：

1. 落实防控主体责任。演出场所要严格执行安全防控规定，制定本场所防控工作制度和应急预案，

把防控责任落实到具体个人；

1. 排查安全隐患。演出场所应当积极配合公安、应急管理部等有关部门，全面排查火灾等安全隐

患，并，自觉树立安全意识，加强场所日常检查；

1. 做好入场检测登记。演出场所应当配备测量体温设施设备，并安排专人值守。观众进入演出场

所必应佩戴口罩，测量体温，出示健康码。观众拒绝佩戴口罩或者体温异常的，应当拒绝其进入；

1. 加强现场巡查。演出场所应当安排专人做好演出现场管理，提醒观众正确佩戴口罩，对号入座，

保持安全距离；

1. 加强演出内容安全管理。舞台表演作为公共文化产品，应确保表演内容符合国家政策和社会文

明的要求，避免演出内容违反相关规定、民俗习惯和宗教政策等，引起社会不良反应。

* 1. 线上服务人员

线上服务人员要求包括：

1. 直播运营人员应对直播演出进行拆条、应急处理等；
2. 审核人员应对弹幕进行实时审核；
3. 监播人员全面监播直播画面包括多视角画面及网络情况等；
4. 技术保障人员应保证直播间功能的正常运行。
5. 直播监播人员持续工作时间不超过8h，不应出现疲劳工作的现象。
6. 安全管理
   1. 演出安全
      1. 总体要求
         1. 演出安全从宏观层面涉及国家安全、生态安全以及社会经济安全，应确保不对民族、社会和国家荣誉造成损害。
         2. 演出安全从微观层面应确保演职人员的人身和财产安全、演出场所的公共安全和演出过程及效果的安全。
         3. 演出安全管理范畴可围绕线下、线上、UGC内容开展。
      2. 线上安全

线上演出部分执行“谁运营、谁负责”的原则。每场演出配置相应的工作人员保障演出顺利开展，包括但不限于直播运营、弹幕审核、安全监播、技术保障等工作人员。直播搭建过程、演出运营管理过程、演出服务和表演过程的步骤、程序，均应符合以下安全要求：

* 1. 每场演出前应准备风险预案。风险预案中应至少包括黑屏、中途停播、直播事故等应急措施，

线上安全认证是备案的必要条件；

* 1. 应做好直播过程中各类风险源的排除。确保演出前、中、后期，以及演出相关的运营活动无事

故。演出前应测试直播环境，包括声画情况、网络环境等，保证线上演出正常运行；

* 1. 演出活动过程中，每个向用户露出的视角、频道等应安排不少于2个工作人员实时监看，应避免

蓄意破坏直播环境等人为因素对直播演出造成不可挽回的后果﹐也应避免直播演出事故对平台造成不良影响；

* 1. 演出场所、演出表演团体、演艺网络文化经营单位应设立安全管理岗位，确保演出活动始终处

于安全监管状态；

* 1. 演出过程应配置相应的工作人员，包括但不限于直播运营、弹幕审核、安全监播、技术保障等。
  2. 在直播过程中，应确保网络设备、现场设备（包括灯光系统、音响系统）、直播设备等设备及

系统的功能和运行状况良好，避免线上直播出现无声、黑屏、停顿等事故；

* 1. 应加强线上直播综合图像、声音和文字监控和审核，如出现问题，及时停播及发送公告；
  2. 演出内容拆条及相关二次创作，应符合国家政策和社会文明的要求，同时应经过专业人员审核

并通过后再进行发布，避免文化消费对用户身心健康产生不良影响；

* 1. 应对线上演出进行一定时间的延时，宜不少于30秒，确保有充足时间应对现场安全事故。
     1. UGC内容安全
        1. 用户UGC内容包括但不限于用户头像、昵称、签名、弹幕、自制UGC内容等。
        2. 各平台应倡导用户发布积极健康的内容。引导用户发布以下方面的符合社会正能量的内容：

1. 讲品位、讲格调、讲责任、讴歌真善美、促进团结稳定的内容；
2. 弘扬社会主义核心价值观，弘扬优秀传统道德文化，传播正能量的内容；
3. 反映人民群众努力奋斗、追求美好生活的火热实践等内容；
4. 增强中华文化影响力，提升文化自信的内容；
5. 有效回应社会关切，解疑释惑，析事明理，有助于引导群众形成共识的内容。
   * + 1. 线上演播网络文化经营单位应在保障用户合法权益的同时，保证用户自生产内容的安全性，建立相应的UGC内容安全管理机制、应急处理机制、定期排查机制，并通过引进UGC内容智能检测技术手段多方面规避风险，保障平台健康发展。
       2. 用户UGC内容应执行“先审后发”的机制。
       3. 线上演播执行的各环节，应安排审核监查人员实时巡查，若发现违规内容应及时下线处理，同时应保证UGC内容露出的时效性和安全性。
     1. 信息安全
        1. 线上演播应按照GBT 35281落实信息安全管理，充分保障演出各环节数据安全和服务。
        2. 应实施数据分类分级管理机制，同时应建立数据安全审查机制和应急处置机制。
        3. 数据采集前，线上演播经营单位应向用户公开数据采集范围、内容及用途。
        4. 数据使用相关服务，如推荐、搜索等，应坚持主流价值观，积极传播正能量，促进应用向上向善。
        5. 应通过显著方式，向用户展示数据服务的算法规则。
   1. 内容导向

线上演播各参与方应共同营造良好的网络生态环境，应以践行社会主义核心价值观为根本，宜以文化产品为载体传播中国传统优秀文化，内容导向应符合以下基本要求。

a）文艺表演者（个人/团体）：

1. 文艺表演者宜参与讴歌伟大祖国、歌唱美丽家乡等主题的演出；
2. 文艺表演者宜从演出的多角度多层次传播社会主义核心价值观和中华优秀传统文化；
3. 文艺表演者宜深入基层采风创作，将乡村振兴的成果、人民群众的发展成果等反映现实、

展示生活的画面，以演出的形式展现给线上用户。

b）演出经纪机构

1. 演出经纪机构应加强对签约文艺表演者的管理，配备与业务范围和服务规模相适应的专业

人员，定期开展培训，培养文艺表演者积极正向的表演形式，提升文艺表演者的原创力，推动文艺创新等；

1. 演出经纪机构应坚持为人民服务、为社会主义服务的方向，以社会主义核心价值观引领文

化建设，弘扬中华优秀传统文化，丰富人民群众的文化生活。

c）演出经营单位

演出经营单位应遵循市场经济发展规律及文化产品生产传播规律，不断推出优质的、富有特色的演出专场和文艺作品，为满足人民群众日益增长的文化需求作出积极贡献。

d）网络直播平台

* 1. 网络直播平台应当遵守法律法规，遵循公序良俗，为用户提供积极健康、向上向善的网络

文化；

* 1. 网络直播平台应坚持主流价值导向，优化内容推荐机制，在重点环节（包括服务类型、位

置版块等）呈现传承中华文化、弘扬社会主义核心价值观、宣传优秀道德文化和时代精神、充分展现中华民族昂扬向上的精神风貌的内容。

* 1. 青少年保护
     1. 线上演播服务应保护未成年身心健康，防止青少年沉迷，保障未成年人在网络空间的合法权益。
     2. 应积极引导家庭、学校等社会各方面营造有利于未成年人健康成长的良好环境，依法履行未成年人监护职责，加强未成年人网络素养教育，引导未成年人形成良好的网络使用习惯。
     3. 严格落实用户账号实名注册和登录要求。应进行实名验证（手机号、实名验证系统等），用户应当使用真实有效身份信息进行账号注册并登录，不可以任何形式（含游客体验模式）向未实名注册和登录的用户提供服务。
     4. 应提供投诉和举报功能，并提供“涉及未成年保护”分类，以及时受理并处理涉及未成年人的投诉、举报。
     5. 应提供青少年服务模式提示及设置功能，且功能入口应显著、易于发现。青少年模式启动后，线上演播网络文化经营单位应按如下要求执行：

1. 应限制青少年每日使用线上演播服务的总时长，并根据法规设置宵禁时段；
2. 应限制青少年消费功能，关闭一切充值、消费功能；
3. 应限制青少年可用功能，关闭打榜、任务类功能；
4. 应过滤不适合青少年观看的演艺内容，包括推荐、搜索、关联等功能方式；
5. 应精选一批适合未成年人观看的演艺内容，在首页显著位置向青少年进行推荐，传播正能量、

呵护未成年人健康。

* + 1. 对于发现用户发布、传播含有危害未成年人身心健康内容信息的，应当立即停止传输相关信息，采取删除、屏蔽、断开链接等处置措施，保存有关记录，并向网信、公安等部门报告。
  1. 个人信息保护
     1. 线上演播服务平台应从技术和管理层面，加强用户个人信息保护。
     2. 线上演播平台应遵循个人信息收集必要原则，不能收集与其提供的服务无关的个人信息，不可因为用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用其基本功能服务：

1. 线上演播“网络直播类”、“在线影音类”基本功能包括“向公众持续提供实时视频、音频、

图文等形式信息浏览服务”及“影视、音乐搜索和播放”，无个人信息要求；

1. 线上演播“演出票务类”基本功能服务为“演出购票”，必要个人信息包括：注册用户移动电

话号码；观演场次、座位号（如有）；支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息。

* + 1. 线上演播平台应在隐私政策中公开收集使用规则，明示收集使用个人信息的目的、方式和范围，不能未经用户同意收集使用个人信息，不能未经同意向他人提供个人信息。
    2. 线上演播平台不能强制用户使用定向推送功能，不宜设置障碍、频繁骚扰用户，不能欺骗误导用户。
  1. 演艺行业从业规范
     1. 演艺经纪机构
        1. 从事演员签约、代理、推广和网络表演等业务的演出经纪机构，应承担其签约演艺人员管理责任，通过培训教育和引导，增强其法律意识和是非辨别能力，提高其文化素养、业务素养、道德素养。
        2. 演艺人员经纪机构应积极开展自查自律工作，对缺乏道德自律意识、法律观念淡薄，且不服从教育和管理的签约演艺人员，应及时终止为其提供经纪服务并向行业协会报备。

演艺人员经纪机构应加强自身专职经纪人员职业道德和业务能力建设，完善监督管理制度，建立职业化、专业化经纪团队。

1. 权利管理
   1. 权利管理的范畴

音乐、舞蹈、戏曲、戏剧、曲艺等各类型演艺，均应符合本章节权利管理的要求。

* 1. 权利类型
     1. 线上演播相关的权利包括著作权和与著作权有关的权利。
     2. 著作权包含著作人身权和著作财产权。

1. 著作人身权：包括署名权、保护作品完整权等。
2. 著作财产权：包括表演权、复制权、信息网络传播权、摄制权等。
   * 1. 与著作权有关的权利包括表演者权、录音录像权。
3. 表演者权：表演者对其表演享有表明身份、保护表演形象不受歪曲、许可他人通过信息网络向

公众传播其表演等权利。

1. 录音录像权：录音录像制作者享有许可他人复制、发行、出租、通过信息网络向公众传播并获

得报酬等权利。

* 1. 权利管理要求
     1. 营业性演出应获得著作权人/著作权集体管理组织、表演者的合法授权，并协商支付授权费用，公益性演出可在合理范围内使用权利人的著作权，且不需要支付费用。
     2. 演出经营单位应根据线上演出的传播范围、传播方式取得上述授权，授权范围应满足演出直播和回放的基本要求。至少应涵盖：

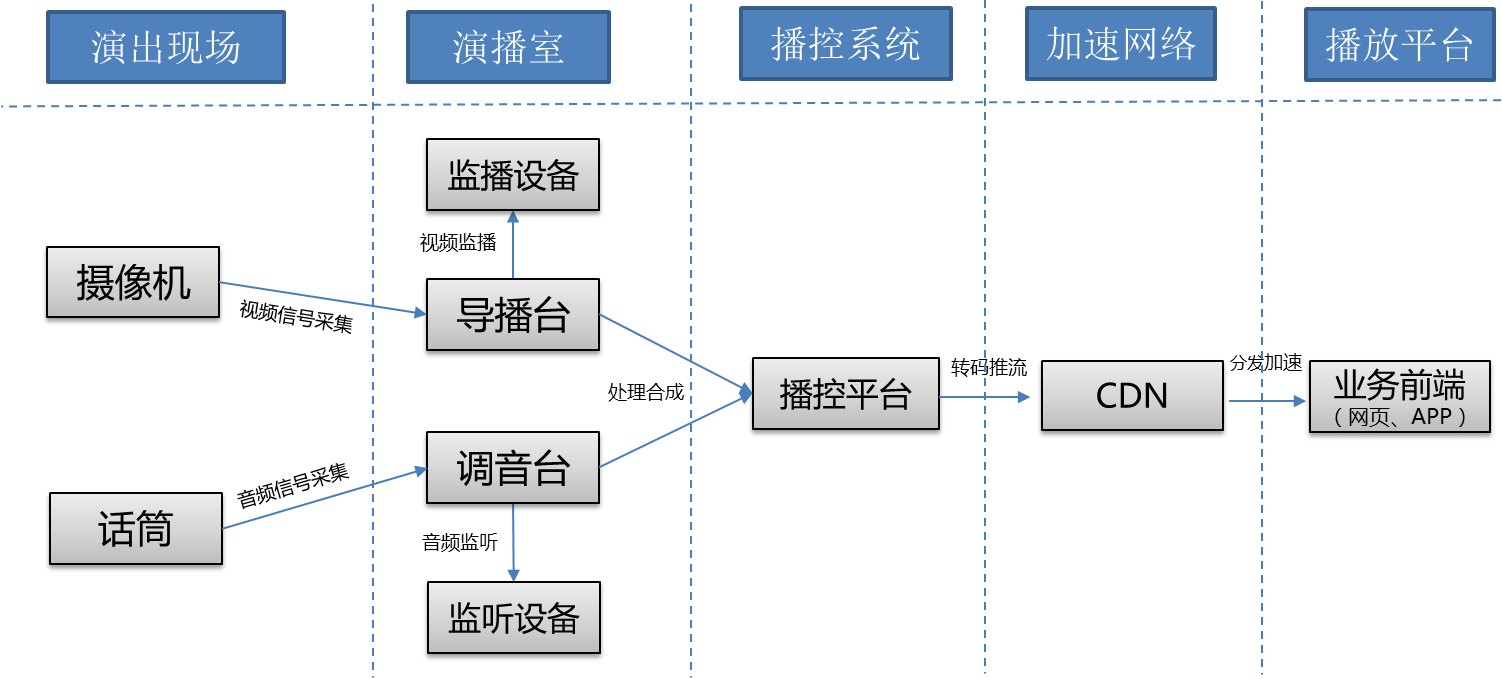
1. 作品表演权、复制权、信息网络传播权；
2. 表演者许可他人对其表演录音录像权、通过现场直播或回放形式公开传送其现场表演，以及通

过信息网络向公众宣传和传播其表演的权利。

* + 1. 因线上演播产生的著作权及有关权利纠纷，各方当事人可在演出相关行业协会的组织下调解。

1. （资料性）  
   线上演播直播流程
   1. 直播流程

线上演播直播流程如图A.1所示。



流程说明：

a）演出现场通过摄像机、话筒等设备采录信号，在线包装后，传送到演播室；

b）演播室进行导播、调音处理后，推流至播控；

c）播控平台转码分发到CDN进行加速；

d）业务前端播放视频。

图A.1 线上演播直播流程

* 1. 直播流程说明
     1. 演出现场通过摄像机和话筒等设备，分别采集视音频信息，音视频采集根据演出情绪度要求，应安排适配的网络保障，可使用有线及无线传输工具。
     2. 演播室内，由导演和调音师对视音频信息进行导播和调音处理，输出合成后的视频源流。
     3. 播控系统，根据业务前端架构，对源视频进行转码处理，并推流到分发网络，通过CDN加速分发到业务前端。
     4. 网络文化经营单位，解码和播放。

1. （资料性）  
   《艺人艺德承诺书》模板

致：XXXX公司

为深入践行社会主义核心价值观，为人民群众提供思想积极、形式多样的娱乐内容，营造健康社会舆论氛围，本人自愿签署本承诺书，按照做艺先做人，做人德为先的原则，自觉维护国家和相关企业的形象，保证演出活动顺利进行。

承诺书内容如下：

第一条 本人承诺在演出期间：

（一） 不从事或被发现从事违反中华人民共和国法律法规的行为；

（二） 不从事或被发现从事违反公序良俗的行为，包括但不限于涉赌、涉毒、酗酒闹事、其他失德行为等行为；坚决抵制违法失德劣行、坚决抵制恶俗粗劣表演、坚决抵制歪曲事实恶意炒作；

（三） 不在公开场合，包括公共社交媒体（包括但不限于微博、微信、Facebook、Instagram等）发表过激的政治言论或有悖社会公共秩序的言论；

（四） 不在公开场合，包括公共社交媒体（包括但不限于微博、微信、Facebook、Instagram等）发表有损国家和相关企业形象的言论；

（五） 本人承诺演出活动前未受到国家行政机关的行政处罚。

第二条 违约责任

（一） 若本人在合作期内被媒体曝光或者为公众知晓存在本承诺书第一条的行为，导致演出无法顺利进行或者给相关企业形象造成不良影响，本人承诺退还已收取费用，并赔偿因此造成的一切损失（包括但不限于因合作终止而遭受的直接及间接损失、向第三方支付的违约金、律师费、调查费、公证费、诉讼费、差旅费等）。

第三条 本承诺书作为本人演出合作签订合同、协议、框架协议之附件，与合同（协议、框架协议）正文具有同等法律效力。

第四条 本承诺书有效期与相关合同、协议、框架协议的有效期一致。

签名（手印）

【】年【】月【】日

参 考 文 献

[1] 营业性演出管理条例 国务院令第528号

[2] 营业性演出管理条例实施细则 文化部令 第47号

[3] 互联网文化管理暂行规定 文化部令第57号

[4] 中华人民共和国知识产权法

[5] “十四五”文化产业发展规划

[6] 文化和旅游部办公厅关于进一步加强政策宣传落实支持文化和旅游企业发展的通知

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_