ICS 03 200

Y 09

|  |
| --- |
|  |

WH

中华人民共和国文化行业标准

WH/T ×××××—××××

|  |
| --- |
|  |

线上演播服务内容质量要求

Requirements for the quality of online performance services

|  |
| --- |
|  |
|  |

×××× - ×× - ××发布

×××× - ×× - ××实施

中华人民共和国文化和旅游部 发布

目录

[前  言 III](#_Toc25491)

[引  言 IV](#_Toc5382)

[线上演播服务内容质量要求 1](#_Toc24311)

[1 范围 1](#_Toc22388)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc22397)

[3 术语和定义 1](#_Toc5525)

[4 总则 1](#_Toc28836)

[1](#_Toc28581)

[5 线上演播服务内容质量要求 2](#_Toc4489)

[5.1 总体要求 2](#_Toc8402)

[5.2 基本功能服务 2](#_Toc24326)

[5.3 运营播放控制 3](#_Toc16240)

[5.4 观演体验要求 3](#_Toc28560)

[6 线上互动 6](#_Toc20314)

[6.1 弹幕 6](#_Toc12851)

[6.2 欢迎、点赞、献花、鼓掌 6](#_Toc24138)

[6.3 虚拟礼物 6](#_Toc27605)

[6.4 直播连线 7](#_Toc7861)

[6.5 线上互动管理要求 7](#_Toc191)

[7 广告宣传 8](#_Toc784)

[7.1 概述 8](#_Toc31106)

[7.2 广告分类 8](#_Toc31209)

[7.3 广告发布的管理要求 8](#_Toc31150)

[8 新技术场景应用 10](#_Toc27479)

[8.1 超高清 10](#_Toc11432)

[8.2 沉浸式音效 10](#_Toc9207)

[8.3 XR及虚拟化 10](#_Toc23224)

[8.4 知识图谱 10](#_Toc13595)

[8.5 无线回传 10](#_Toc27628)

[8.6 远程播控 10](#_Toc28607)

[8.7 智能导播 10](#_Toc15588)

[8.8 网络切片 10](#_Toc5960)

[9 投诉处理与服务改进 11](#_Toc8085)

[9.1 投诉处理 11](#_Toc26994)

[9.2 服务改进 11](#_Toc10233)

[参考文献 1](#_Toc27051)1

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。

线上演播服务内容质量要求

1. 范围

本文件规定了线上演播服务的在线观演、业务模式、线上互动、广告宣传，及投诉处理等环节的质量要求。

本文件适用于演出机构和播出平台，对线上演播服务内容进行质量管理。

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

YD/T 2268-2011 P2P流媒体直播业务系统框架

1. 术语和定义

WH/T XXXXX《线上演播服务要求》界定的术语和定义适用于本文件。

1. 总则

线上演播服务内容质量要求总体原则包括：

a)安全性：从事线上演播活动的主办及承办方，应将演职人员和观众的身心安全放在首位，严格准备并遵照安保和应急方案执行活动；

b)及时性：应保证演播活动的信息发布、活动执行和线上直播及时传递给观众；

c)文明性 ：线上演播活动的主题、内容、互动及服务等方面应文明、友好、和谐、热情；

d)舒适性：线上演播的内容策划、舞美设计、线上互动等方面，应让观众感受到舒适、惬意。

1. 服务内容质量原则
   1. 总体要求
      1. 线上演播可通过互联网媒介进行收费或免费的演播服务，演出类型包含各类常见的演出术表演形式，可向用户提供基于手机、电脑等通讯设备的线上观演和互动体验。
      2. 线上观演主要包括演出预告、演出直播、演出回放3个阶段。各平台应在演出各阶段为用户提供较为全面、舒适、优质的线上观演服务。
      3. 各平台应具备全流程的演出播放控制能力，确保线上演播各环节可管可控。
      4. 演出过程中，各平台宜提供显性、便捷入口，方便用户快速进入和观看、互动。
   2. 基本功能服务
      1. 演出预告

各平台宜在演出前三天完成直播间搭建并播出直播预告，提供以下内容展示：

a)基本信息：演出预告应明确演出主题、艺人、简介、播出时间、场次等信息。

b)基础配置：直播间可播放演出相关介绍，可推荐相关艺人视频、歌曲，及相关公告内容。

c)基础功能：宜提供预约功能，开播前通过系统日历通知用户，预约功能应明确提示用户，以获取设备权限。

d)根据演出性质分免费、会员专享和付费演出，会员专享及付费演出应明确提示用户需开通会员或者点播付费。付费直播应展示付费策略和票价信息，付费策略包括观看权限、互动权益、购买方式及退换规则等，票价信息应根据实际情况标注原价、折扣价、会员专享价等信息。

* + 1. 演出播出

演出期间，各平台应提供完善、优质的线上观演体验，包括：

1. 直播间显性化标注【正在直播】状态。
2. 应根据用户的播放环境和需求，提供清晰度选择。
3. 对于移动网络下的观看，明确提示用户使用流量。
4. 允许各平台在直播间投放贴片广告、暂停广告、角标广告等广告内容，同时各平台也应提供会

员免广告、支持手动关闭广告等权益及功能。

1. 基础功能包括如下：
2. 提供直播画面自动适配横屏、竖屏播放模式，提供仅音频播放、小窗播放功能；
3. 提供简单的播放控制如播放、暂停功能；
4. 提供线上互动功能如发送弹幕、发送虚拟礼物等。
   * 1. 演出回放
        1. 演出结束后，可根据演出内容授权情况，提供完整回放或精彩片段回放。回放周期宜不低于7天。
        2. 演出回放宜提供进度条拖动、点播精彩片段点选等功能。
   1. 运营播放控制
      1. 实时播控
      2. 各平台都应具备实时播控的能力，以保障线上演播安全和提升用户体验。内容安全控制及管理要求
         1. 各平台应保证演出的按计划时间播出和结束，时间误差范围不宜超过5分钟。
         2. 做好演出内容把控，严格按照报审节目单演出，不能超过报审范围。做好技术防控，防范安全风险。
         3. 应做好技术防控，保证直播间的基础信息、直播画面、用户UGC内容的安全性，具备应急处理的能力。
         4. 应建立线上演播安全防控和质量保障机制，包括但不限于以下内容
5. 应具备实时播控的能力，确保直播的播放及结束的时效性；
6. 应具备直播实时监播能力：监看直播在各网络环境下有无卡顿、黑屏、声画不同步现象及安全

问题；

1. 应具备播出事故应急处理能力，发现明星不当言论、违规画面时应立即采取停播或插播其他内

容的应急处理方式；

1. 具备用户UGC内容管制能力，防范用户在直播间发布违法、虚假广告，恶意攻击、反动、暴力等

内容；

1. 应适当延播，保证有充足时间处理紧急安全事件和播放故障。
   * 1. 服务质量控制

演出期间，各平台应全程保障用户观看质量、线上互动体验，包括：

1. 用户进入直播间后显示欢迎语，公告内容应提醒用户文明发言，营造健康的观演环境；
2. 各平台应实时保障线上互动功能，如发现功能异常，需进行应急处理，隐藏/下线该功能；
3. 在演出内容版权允许的情况下，应对演出内容实时拆条，保证用户的观演体验。
   1. 观演体验要求
      1. 清晰度

根据用户的播放环境和需求，提供清晰度选择。允许各平台为会员提供专享码率，会员专享码率需有显性标志，支持非会员用户开通会员，用户成功订购会员后可直接返回到当前内容并享有专属码率特权。宜提供适配不同网络环境的标、高、超清、蓝光原画、4K选项。

注1：标清指物理分辨率在1280P\*720P以下，视频宽纵比宜为4：3；

注2：高清指物理分辨率宜达到720P以上，视频宽纵比宜为16：9；

注3：超清指物理分辨率宜不低于1080P，视频宽纵比宜为16：9；

注4：蓝光指画质宜不低于超清；

注5：原画指物理分辨率宜高于1920x1080；

注6：4K指物理分辨率为4096×2160。

* + 1. 流畅性
       1. 根据线上用户的不同网络环境，为其适配观看码率。适配网络环境下无卡顿、黑屏、声画不同步问题。
       2. 对于移动网络下的观看，宜明确提示用户使用流量。移动网络下应暂停播放，经用户同意使用流量播放后继续播放演出。
    2. 实时性
       1. 演出期间，应保障弹幕、虚拟礼物、在线人数、点赞数等动态内容的实时性，包括：

1. 对于弹幕，用户发送到审核通过露出应不超过10s。
2. 对于虚拟礼物，用户发送到页面展示应不超过3s。
3. 对于在线人数、关注人数、点赞数、收藏数等数据，应实时更新，且不能伪造显示虚假数据。
4. 对于弹幕，用户发送到审核通过露出应不超过10s；
5. 对于虚拟礼物，用户发送到页面展示应不超过3s。
   * + 1. 对于在线人数、点赞数、收藏数、用户中奖数据等，应实时更新，且不能伪造虚假数据。
     1. 多视角

演出期间，可按演出规划提供主舞台视角、后台视角、明星直拍视角、全景视角等，满足不同用户的观看需求，包括：

1. 多视角的呈现应做到显性化，视角切换操作简单并实时生效；
2. 各平台可提供付费视角、会员专享视角等，付费视角及会员专享视角需有显性标志，支持用户

付费购买或者开通会员，用户成功订购后可直接返回到当前内容并享有专属视角。

* + 1. 沉浸感

线上观演应从互动、科技、拍摄手法、剧情等多维度提升沉浸观感，包括：

1. 宜采用5G低延迟技术、VR技术、AI技术、裸眼3D、互动投影、体感互动、增强现实技术（AR）

等技术使用户沉浸式体验线上演播。

1. 5G+VR：VR视频流通过5G网络进入直播分发平台，快速传输至终端观看用户。360度全景VR

镜头的运用，使现场每一帧直播画面都能实时传递，让观看直播的用户享受沉浸式的视听体验；

1. 沉浸式三维声：声音在原来平面声场的基础上，增加了高度感，每个声音精准定位，将声

场还原为三维空间，更接近真实世界，强化沉浸式感受；

1. AI弹幕：利用人景分离技术，实时识别真实场景中的人体，使弹幕从人的“身后”飘过，

较大程度地提高了观演体验；

1. 增强现实技术（AR）：在屏幕上把虚拟世界套在现实世界并进行互动。针对虚拟现实场景，

强化其内容拼接、色差消除、景深调整、数据处理等技术处理效果，为用户提供浸入式的视频感知体验。

1. 宜依托5G、VR、AR等科技技术，提供观演互动体验。通过线上坐席、包厢等，提升用户观演的

沉浸感、互动感，应符合以下要求：

1. 应实时监看线上观演用户画面，对违规用户进行关闭线上观演处理；
2. 应明确提醒用户需要获取设备的相机及录屏权限，用户可选择加入/关闭线上观演；
3. 线上坐席观演不宜与明星打榜行为强制捆绑运用。
4. 宜采用一镜到底、特写直拍等拍摄手法，提高用户的沉浸式观演体验。
5. 一镜到底：运用一定技巧将演出舞台一次性拍摄完成。因为镜头的连续性，需要在一个镜

头表达全部演出的内容，通过这种拍摄手法呈现给用户的演出画面也更具沉浸感。一镜到底适用于有场景变化、人物变化的演出；。

1. 特写直拍：用近距离拍摄的方法，把演出人物突出展示。特写直拍丰富和增强了演出人物

的表现力。也使得用户线上观演体验更好；

1. 宜通过沉浸式剧情，让用户置身于特定的剧情内，运用舞台灯光、音响、演出人员的表演等元

素，为用户提供沉浸式的演出体验。同时可根据剧情设置互动玩法，提升观演体验。

* + 1. 多样化

各平台应通过提供多样化的功能和内容来满足用户个性需求，包括：

1. 宜提供包括但不限于以下功能服务：
2. 音频：提供仅音频播放功能，支持用户选择/退出音频播放模式；
3. 截屏、录制：提供快捷截屏及录制功能，支持用户按需截屏或者录制播放内容，截屏、录

制结束后可分享至社交平台或保存至本地；

1. 举报、反馈：提供举报及反馈的功能，用户可对恶意谩骂、广告骚扰、暴力血腥等内容进

行举报，支持用户说明举报信息及上传图片，各平台针对用户的举报及反馈应及时给出回馈；

1. 投屏：提供投屏功能，用户将APP上的观看画面投屏到电视上（投屏手机IP和电视IP需要在

同网段）。

1. 宜提供包括但不限于以下内容形式：
2. 明星演唱会：由单独的音乐人表演或集体音乐演出，满足线上用户的文化需求；
3. 新歌首唱会：以发布新歌、首唱会、EP或单曲上线宣传为主。在平台的精准导流下，让优

秀的音乐作品被更多人看见、听见。用户能在第一时间聆听明星的新歌live show；

1. 音乐大师课：邀请音乐类高校的专家、名师进行直播线上授课，课程内容覆盖音乐各个领

域。满足用户在线学习音乐知识的需求；

1. 音乐+文创/体育模式：以音乐+文创/体育结合为核心的内容。为用户带来优质音乐、趣味

文创和体育内容，丰富用户多元化的观演需求。

1. 线上互动
   1. 弹幕

各平台宜提供弹幕开启及关闭的功能，以保障弹幕的实时性、安全性等。各平台应建立弹幕审核机制，对弹幕服务进行规范，包括：

1. 弹幕功能应符合以下要求：
2. 应提供开启/关闭弹幕的功能；
3. 应提供包含但不限于设置弹幕位置、字体、透明度、颜色的功能；
4. 可提供气泡弹幕、明星头像弹幕等个性化弹幕给不同用户使用。
5. 弹幕审核应符合以下要求：
6. 弹幕发送前应进行实名认证登录；
7. 弹幕内容应经过审核通过后才能显示；
8. 应安排审核人员实时巡查，及时发现和处置违规内容；
9. 可提供弹幕举报功能，用户之间相互监督，共同维护优质的观看互动氛围。
   1. 欢迎、点赞、献花、鼓掌
      1. 用户进入直播间后宜实时显示欢迎语。
      2. 应确保点赞、献花等线上互动的实时性。
      3. 点赞、献花数据应实时更新，不能伪造及显示虚假数据。
   2. 虚拟礼物

各平台宜具备发送虚拟礼物及屏蔽虚拟礼物特效的功能，应保障虚拟礼物发送的实时性、安全性等，包括：

1. 虚拟礼物的构成要素：
2. 物品外观：数字产品；
3. 物品效用：送礼人的情感表达；
4. 物品消费目的：馈赠；
5. 物品展现及其配送途径：传统互联网络以及无线互联网络。
6. 虚拟礼物功能要求：
7. 宜提供部分免费虚拟礼物、付费虚拟礼物、霸屏特效虚拟礼物、艺人专属虚拟礼物、热点

虚拟礼物等供不同用户使用；

1. 可向用户提供虚拟礼物DIY功能：用户可以根据个人需要，使用图像、文字等来制作专属的

虚拟礼物；

1. 可提供单个或者连续虚拟礼物发送功能，应保证用户发送虚拟礼物的实时性。
2. 虚拟礼物管理要求：
3. 虚拟礼物赠送应该具备一定的互动性和参与感，并确保公平公正；
4. 虚拟礼物的文字、图片、特效等不能有煽动、诱导用户消费的内容。
   1. 直播连线

各平台宜使用实时连线技术为用户提供优质的线上互动体验，包括：

1. 连线功能：
2. 线上明星与观众、观众与观众的直播连线；
3. 可1对1，也可1对多。
4. 连线管理要求：
5. 各平台应保证连线环节的实时性；。
6. 应对连线画面实时监播，出现违规画面应进行应急处理，包括取消连线环节或者插播其他

画面；

1. 连麦前应进行网络测试，保障连麦对象的声画无问题。线上明星与观众、观众与观众的直

播连线，需保证连线环节的实时性。对连线画面实时监播，出现违规画面进行应急处理（取消连线环节或者插播其他画面）；

1. 连麦前进行网络测试，保障连麦对象的声画无问题。
   1. 线上互动管理要求
      1. 理性消费
         1. 各平台应极力构建积极健康、导向正确的线上观演环境以及清朗网络空间，倡导理性消费并规范粉丝行为。取消诱导粉丝打榜的相关功能，不能设置付费签到功能或通过充值会员等方式增加签到次数，取消设置任务解锁、限时PK等刺激粉丝消费的营销活动。引导粉丝更多关注文化产品质量，降低追星热度。
         2. 平台应通过实名验证、人脸识别、人工审核等措施，确保未实名制注册的用户不能充值打赏；平台应对用户每次、每日、每月最高打赏金额进行限制。在用户每日或每月累计“打赏”达到限额一半时，平台应有消费提醒，经短信验证等方式确认后，才能进行下一步消费，达到“打赏”每日或每月限额，应暂停相关用户的“打赏”功能； 平台应对“打赏”设置延时到账期，如发现出现违法行为，平台应将“打赏”返还用户。
         3. 不得上线刺激粉丝消费的营销活动：包括但不限于设置任务解锁、定制福利、限时PK、打榜活动等。
      2. 粉丝群体文化

各平台宜生产上线具有正确导向、正向社会价值的内容，积极引导粉丝群体形成健康的粉丝文化，营造清朗网络空间，包括：

1. 不能呈现互撕信息。各平台应切实履行管理责任，及时发现清理粉丝互撕谩骂、拉踩引战、造

谣攻击等各类有害信息，从严处置违法违规账号，有效防止舆情升温发酵；

1. 注重文化产品质量。各平台应持续强化作品导向，积极倡导理性的文化欣赏与消费习惯；
2. 规范粉丝群组版块。各平台应解散以集资打投、刷量控评、互撕谩骂、炫富攀比、干扰舆论等

为主的粉丝社群，督促粉丝文明追星；

1. 严控未成年人参与。各平台应采取措施，严禁未成年人打赏及应援消费，明确禁止未成年人参

与明星线上、线下应援活动。为未成年人提供文明健康、积极向上的网络空间。

1. 广告宣传
   1. 概述

线上演播相关广告，应真实可靠，符合主流价值观。。同时应按照“谁发布谁负责”的原则落实责任管理。应具有以下作用：

1. 传递信息、扩大演出单位的知名度；
2. 丰富消费者生活内容、扩展视野；
3. 宣传高尚情操、为社会主义精神文明添砖加瓦。
   1. 广告分类
      1. 线上类广告

线上广告是在直播、点播的播出界面露出的广告，主要包括如下几类：

1. 贴片广告：在演出活动的播出界面，包括直播界面和点播界面，呈现的贴片广告，可实现外链功

能，单个贴片广告时长不宜超过90s；

1. 弹屏广告：在演出活动的播出界面，包括直播界面和点播界面，呈现的弹屏广告，即边看边买类

广告，可实现外链功能，单个弹屏广告时长不宜超过30s；

1. 暂停广告：在演出活动的播出界面，包括直播界面和点播界面，呈现的暂停广告，可实现外链功

能；

1. 角标广告：在演出活动的播出界面，包括直播界面和点播界面，呈现的广告角标，无外链功能。
   * 1. 执行类广告

执行类广告是在演播演出活动现场执行中植入的广告，主要包括如下几类：

1. 口播广告：在演播演出活动现场，主持人或艺人进行现场口播植入广告，单个广告口播时长不

宜超过60s；

1. 流程广告：在演播活动现场，节目流程中融入的广告内容，包括宣传视频、赞助抽奖等，单个

流程广告时长不宜超过5分钟；

1. 物料广告：在演播活动现场依托各类物料载体呈现的广告，包括但不限于舞台灯箱、座椅、墙

体广告，用户礼品、手袋、宣传物料广告，以及其他非演播投屏视频广告。

* 1. 广告发布的管理要求
     1. 发布准则

线上演播广告的发布包括但不限于以下准则：

a)广告内容应符合社会主义精神文明的要求，确保广告的社会效益；

b)广告内容应真实、客观传播有关商品或服务的信息，不应欺骗观众，或对观众产生误导；

c)广告应在形式上具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告；

d)广告中不能含有直接贬损其他企业产品和服务的内容；

e)广告不能发布违规、违法，损害未成年人和残疾人的身心健康的广告；

f)线上演播发布药品、医疗器械广告应提前报相关业务主管部门审批。

* + 1. 内容审查

应安排专业内容审核人员对广告内容进行合规性审查，确定待发布的广告内容是否含有违禁词、敏感词，广告内容涉及的数据是否与证明材料相符，对于含有音视频的动态广告，需要结合广告表现形式对内容进行审查，其中包括语言文字、画面和声音等是否与广告主体内容相符且真实。

* + 1. 管理要求

线上演播广告发布应符合以下要求：

1. 线上演播广告发布行为，不应虚假夸大和侵犯他人权益。
2. 线上演播广告发布行为，不能影响演出观看。
3. 不能遮挡演出位置；
4. 不能遮挡演出字幕；
5. 不能无预警启动广告弹窗。
6. 线上演播广告，应向用户提供去广告机制。
7. 可向用户提供免费或付费去广告的通道；
8. 可采用会员制，向会员用户提供广告跳过。
9. 新技术场景应用
   1. 超高清

可采用4K、8K或更高的分辨率拍摄演出活动，配合HDR高动态范围，10bit或更高色彩深度，60fps或更高帧率，更优的色域标准，带来更高的画面控制力、声音渗透力和美学影响。

* 1. 沉浸式音效

可通过在现场3D空间拾音、传输和还原播放，或在播放时构建虚拟3D听感，为用户在观看线上演播时，带来身临其境的沉浸式音效体验。

* 1. XR及虚拟化

可使用VR、AR、MR、动作捕捉、虚拟定位等技术，构建、叠加真实或虚拟的演出活动场景、演出艺人和现场观众等，更加灵活的打造出更多的精致场景，丰富演出元素、升级舞美。

* 1. 知识图谱

可通过构建与线上演播服务相关信息的知识图谱，在对应的服务节点，为观众提供相关的引导或推荐，如参演人员、演出内容、演出场景等的关联介绍，演出内容相关音乐、视频、书籍等的推荐等。、

* 1. 无线回传

可在表演场地部署全覆盖的无线网络，如5G网络，使用无线便携背包、无人机等设备，实现拍摄画面和声音通过无线网络实时回传。使得拍摄内容或方式不受场地布景和人员移动的限制。

* 1. 远程播控

拍摄演出活动时，每个摄像机位输出两路流，一路发送到远程制作中心；另一路发送到拍摄场所附近的中转平台。通过远程制作中心和中转平台的联动，实现高效的远程实时播控。

* 1. 智能导播

可使用人工智能技术，针对不同的演出类型，对现场拍摄的画面进行智能识别，辅助导播人员快速发现精彩画面，或直接为用户推荐和呈现精彩视角。

* 1. 网络切片

可通过使用5G网络切片技术，建立端到端的虚拟网络，一方面保障用户观看线上演播所需的网络带宽和较低的网络延迟；另一方面保障表演场地用于拍摄无线回传、远程播控等所需无线网络的质量。

1. 投诉处理与服务改进
   1. 投诉处理
      1. 演出经营单位宜建立健全线上演播服务受理相关职能与机制，负责线上演播相关用户答疑、投诉受理、调研回访等工作。
      2. 应设置违规内容举报功能，举报类型应进行分类，类型包括但不限于：政治反动、广告骚扰、淫秽色情、暴力血腥、青少年保护，被举报内容处理时长应不超过30分钟。
      3. 宜在醒目位置公布投诉受理方式，受理人员对待用户投诉应态度诚恳，认真倾听，处理结果宜及时通知投诉者，投诉处理时长宜不超过3个工作日。
      4. 投诉处理完成后，宜做好投诉内容、受理情况、处置方法等档案保存。
   2. 服务改进
      1. 网络播放平台应做好线上演播演出前的业务和压力测试、演出中的播控和应急处理、演出后的分析与复盘。
      2. 网络播放平台宜制定演出及服务满意度评价制度，通过满意度调查表、电话回访等形式定期接受顾客评价，并根据考核评价结果，制定改进措施，不断改进演出和服务质量。
      3. 线上演播经营单位宜建立顾客意见和建议征集制度，在演出播出平台固定位置设置客户服务功能，征集用户关于演出及服务质量的意见建议，有针对性地改进和提升服务水平。
      4. 线上演播经营单位宜根据用户观看时长、互动内容等记录，定期开展统计分析，并根据分析结果持续改善服务质量。

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

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