

# T/CASME

中国中小商业企业协会团体标准

T/CASME XXXX—XXXX

## 文化传媒中心运营规范

Code of practice for the operation of cultural and media centers

(征求意见稿)

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

中国中小商业企业协会 发布

# 目 次

前言 ..... II

1 范围 ..... 1

2 规范性引用文件 ..... 1

3 术语和定义 ..... 1

4 基本要求 ..... 1

5 运营方总体要求 ..... 1

6 信息发布管理 ..... 2

7 中心内容管理 ..... 2

8 运营要求 ..... 2

9 运营保障 ..... 4

10 运营安全 ..... 4

11 管理与监督 ..... 5

12 评价与改进 ..... 6

## 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××××提出。

本文件由中国中小商业企业协会归口。

本文件起草单位：××××

本文件主要起草人：××××

# 文化传媒中心运营规范

## 1 范围

本文件规定了文化传媒中心的术语和定义、基本要求、运营方总体要求、信息发布管理、中心内容管理、运营要求、运营保障、运营安全、管理与监督及评价与改进内容。

本文件适用于文化传媒中心的运营管理。

## 2 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 35273 信息安全技术 个人信息安全规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**文化传媒中心** cultural and media centers

文化传媒中心是一个旨在促进文化交流和传播的多功能机构，在促进文化交流、支持艺术创作、推动文化教育和促进经济发展等方面发挥着重要作用，为人们提供了一个丰富多样的文化体验，使人们更加了解和欣赏不同的文化艺术形式，同时也为艺术家和文化从业者提供了一个发展和展示自己才华的平台。文化传媒中心通常提供丰富多样的活动和资源，包括展览、演出、工作坊、培训课程等，以满足不同人群的需求和兴趣。

## 4 基本要求

### 4.1 分工明确

文化传媒中心运营方与接入方应有明确的分工界线，运营方负责平台的运营及维护，接入方负责接入应用的运营和维护。

### 4.2 统一规范

统一规范要求如下：

- 运营方应按管理方统一要求对文化传媒中心实施管理和日常运营；
- 应从技术上建立全生命周期质量管理机制，对系统性能、应用管理、运行监测等进行规范，切实保障功能完备、运行稳定、体验良好；
- 应从管理上做好运营管理的机制、标准、制度及规范体系建设。

### 4.3 人员专业

应做好专业人员队伍建设，确保为文化传媒中心的正常运营提供组织和人员保障。

## 5 运营方总体要求

文化传媒中心运营方应具备一定资质和能力，具体要求如下：

- 文化传媒中心应由具有独立法人资格及从事相关服务资质或能力的运营机构运营。
- 运营方应建立基础性、开放性、共享性服务的运营管理机制，应建立网络信息安全制度，落实安全保护技术措施，运营宜采用主备模式，各类系统数据应设置异地备份。

——运营方应配有专职管理团队和人才队伍，具有组织服务资源的能力，配备专职技术服务人员。

## 6 信息发布管理

### 6.1 功能模块

#### 6.1.1 报题

应收集整理每天要撰写的命题、思路、素材等信息，统一报题给相关频道负责人审核确认。

#### 6.1.2 选题

频道负责人对编辑报审的命题、思路、素材等信息做审核确认，挑出合格的命题进入下一步生产流程。

#### 6.1.3 任务

将确认的命题指派给相关工作人员。可跟踪任务完成状况。

#### 6.1.4 审核

编辑撰写后的稿件应通过相关人员的审核后方可被发布上线。

### 6.2 流程分解

文化传媒中心信息发布的流程应分解为以下各部分：

- a) 相关频道编辑根据手上任务或者素材整理要创作的稿件，命题、定义内容概要；
- b) 根据准备的材料发布报题，将自己的命题和素材上传到系统；
- c) 相关频道主编查看报题，并修改调整命题或者创作内容概述，没被选中的报题可退回或删除，最后确认的报题会统一保存到选题库中；
- d) 根据确定的选题，主编可指派工作，将选题分配给相关编辑；
- e) 编辑创作完稿件后应根据审核权限将稿件推送给相关的审核人进行审核；
- f) 通过审核的稿件最终应输出到 PC、WAP、APP 等终端媒体。

## 7 中心内容管理

### 7.1 功能特点

融合平台提供完善的视频、图文、互动等汇聚生产、管理、发布体系，提供一体化解决方案，权限、流程可设可控，提供定制APP、网站、移动网站等一体化新媒体产品。

### 7.2 中心智能采集方式

#### 7.2.1 内置智能一键转载功能

编辑可以一键将主流网站上的文章一键转载到网站，支持图片自动本地化保存，支持自动提取来源、作者、编辑等内容。

#### 7.2.2 微信微博内容定向采集

内置微信、微博内容采集，配置好相关参数后可实现微信、微博内容实时在网站或者客户端中更新。

#### 7.2.3 移动采编

移动采编客户端提供高效、科学的媒资内容加工、生产 workflow，适应各种场景，随时随地接入系统。

## 8 运营要求

### 8.1 运营人员

#### 8.1.1 基本要求

- 8.1.1.1 应有与其服务范围相适应的管理人员和服务人员。
- 8.1.1.2 服务人员应接受相关专业知识和技能的培训，具备符合工作岗位要求的文化程度、语言表达与智能终端使用能力，有合法的从业资格及相应的职业资格证书，持证上岗人员不少于总员工数的50%。
- 8.1.1.3 运营人员应遵纪守法，遵守文化传媒中心规章制度及职业道德规范。
- 8.1.1.4 对于专业服务岗位应具备计算机基本操作与专业智慧设备的操作能力。

## 8.1.2 管理人员

应配备管理人员负责文化传媒中心的运营与管理，管理人员应具备以下条件：

- 本科及以上学历，有不少于3年相关工作经验；
- 熟悉文化传媒中心所在辖区的经济社会发展情况和人才工作政策方针；
- 良好的沟通协调能力。

## 8.1.3 工作人员

应配备工作人员负责文化传媒中心日常工作，至少应具备以下条件：

- 大专以上学历，1年以上相关工作经验；
- 良好的沟通、执行能力。

## 8.1.4 人员管理

- 8.1.4.1 应建立人员管理体系和与之配套的信息系统，工作人员信息在运营系统中建档跟踪工作与成长过程，持续保证人员的数量、知识、技能、经验等满足中心运营的要求。
- 8.1.4.2 应建立与中心运营相适应的人员储备计划和机制，确保有足够的人员，满足中心持续运营的管理和服务需求。
- 8.1.4.3 应通过信息系统与智慧服务场景、设施联动记录和多维评价工作内容，建立绩效考核体系或机制，并有效组织实施。
- 8.1.4.4 应建立培训体系或机制，识别培训需求，制定培训计划，并提供及时有效的培训。

## 8.1.5 人员培训

- 8.1.5.1 应对所有岗位的员工制定明确的培训与发展计划，具体分为以下几类：
  - 岗位基础培训，包括但不限于岗位工作内容、业务流程、管理制度等。
  - 操作技能培训，包括但不限于基础计算机操作、智能终端操作、智慧化服务设备使用和简单故障排除。
  - 运维能力培训，包括但不限于文化传媒中心平台的运营和维护。
- 8.1.5.2 所有培训与考核信息均应在中心运营系统中记录，支持通过系统帮助工作人员指引能力提升、助力职业成长。
- 8.1.5.3 应针对每项基本技能，采用最适宜的培训手段，并能够进行确认。
- 8.1.5.4 所有岗位的员工在上岗前应具有相应岗位的基本技能。
- 8.1.5.5 组织培训要根据岗位技能和业务内容的变化，对服务岗位的员工进行再培训。
- 8.1.5.6 中心内部培训和外部相关机构的培训要相互结合。

## 8.1.6 员工考核与激励

应建立明确的员工考核与激励制度，并与战略目标和绩效目标相一致，具体分为以下几类：

- 需明确不同层级岗位的考核要求，对于服务岗位员工的考核方式应有明确的量化操作要求；
- 考核结果与薪酬结果相匹配，并与客户满意要求相一致；
- 应制定人员激励计划，并与人员发展要求相一致。

## 8.2 后台运营

- 8.2.1 运营单位应具备相应的中心运营能力和资格，并能使用数字化手段实现数字化运营。
- 8.2.2 应保障各个系统不间断稳定运行，业务形成闭环操作。
- 8.2.3 应及时解决系统之间协作问题，向平台使用角色进行系统操作培训
- 8.2.4 应协助各个系统进行数据维护录入，监管监控平台系统中所产生的数据。

- 8.2.5 每日巡视系统运行状态，应确保平台中各个系统运行正常，数据传输无异常。
- 8.2.6 定期巡检智能设备数据，获取设备使用活跃度结果，每6个月全面检查系统智能终端设施状态，应保障设施正常运行。
- 8.2.7 应根据系统业务数据及运营需求导出相关数据分析报表，指导运营决策。

## 9 运营保障

### 9.1 宣传推广

- 9.1.1 接入方应针对所接入的服务，积极在各类宣传平台宣传推广，自主进行节日活动和热点活动的运营，采取多种方式进行宣传推广。
- 9.1.2 运营方应配合接入方开展各类推广运营活动。

### 9.2 故障处理

- 9.2.1 管理方、运营方及接入方应建立常态化协同机制，确保发生故障时各方及时进行沟通、解决。
- 9.2.2 运营方若发现文化传媒中心出现应用异常，应及时报告接入方和管理方，配合接入方及时处理异常。必要时暂停对外服务，待功能完善并验证通过后再重新开放。
- 9.2.3 责任方处理故障后还应针对技术和管理两个方面进行原因分析并采取整改措施以防止故障再发生。
- 9.2.4 完成处理后，运营方应将处理情况反馈接入方和管理方。

### 9.3 风险控制

- 9.3.1 运营方应建立完善的风险应急保障制度，对风险应急保障的组织机构及职责、资源保障、风险识别、风险评估、风险预防措施、应急处理等方面进行明确规定，做到防患未然、在风险发生时有据可依。
- 9.3.2 风险应急保障制度还应包括热点事件的应急机制，当应用所属单位或上级单位发布重大政策，造成访问量和并发量大增时，应用归属单位应提前通知平台管理方，同时提交热点咨询投诉问题的简单应答口径。
- 9.3.3 运营方应针对可能造成严重后果、重大损失或恶劣影响的故障编制风险应急预案，对风险事件的处理、备用方案等进行策划安排，确保在风险事件发生时尽快解决问题、尽量减少损失。应急预案应经管理方批准后方可实施。

### 9.4 数据分析

- 9.4.1 管理方应确定需要监控的数据指标项，提供数据分析支撑工具，并每月对指标达成情况进行监控，如发现指标数据存在问题的，应以适当方式询问或提醒接入方。
- 9.4.2 接入方负责每月对数据指标项的达成情况进行分析，对于在分析过程中发现的问题，或收到管理方发出的询问或提醒时，应及时组织整改，如有合理说明的，可向本级管理方报备。
- 9.4.3 运营方配合管理方及接入方开展数据监控、分析工作。

### 9.5 资金、人员保障

- 9.5.1 管理方、运营方及接入方应加强运营管理队伍建设，配备具备专业技能的人员。应定期对运营人员进行政务服务、质量、安全、保密等知识培训，为文化传媒中心的正常运营提供人员保障。
- 9.5.2 各级管理方负责所属平台的运营经费保障，运营方应合理安排资金确保文化传媒中心正常运营；接入方负责所接入应用系统的运营经费保障，确保所接入应用系统的正常运营。

## 10 运营安全

### 10.1 信息安全

#### 10.1.1 物理安全

防范可能导致网络系统平台或网络内数据资源的损毁，防止意外事故（如自然灾害、火灾）造成的系统破坏；防止电源故障造成的设备损坏或数据丢失（设备故障造成业务停止或数据丢失）；防范设备失窃造成数据丢失或信息泄漏。

### 10.1.2 网络安全

防范网络攻击对系统所构成的安全威胁，如网络非法入侵、网络传输过程泄密、非法外联等。防止攻击者利用系统或网络服务的漏洞，导致数据窃取失密、服务性能下降、网络不可用等严重安全问题。

### 10.1.3 数据安全

对数据资源全生命周期的过程控制和质量监督，实现数据资源的透明、可管、可控，厘清数据资产、提升数据质量、保障数据安全使用、促进数据流通。主要包括数据标准管理、元数据管理、资源目录管理、数据字典管理、数据质量管理、数据运维管理和数据血缘管理等功能。

### 10.1.4 客户信息安全

应保障客户的交易全过程安全性，保障客户利益不受损害。客户信息安全管理应遵循以下原则：

- 应符合 GB/T 35273 的要求，保护客户各项权益；
- 应具备完备的交易安全保护机制，贯穿服务或交易全过程；
- 应具备交易安全的补救措施；
- 应具备大数据安全管控措施。

### 10.1.5 系统主机安全

防止系统和主机本身易遭攻击破坏外，还防止它迅速传播网络安全风险，如病毒攻击、系统自身的安全漏洞等，应根据终端的特点制定安全防护方案。

### 10.1.6 日志审计

应提供统一的用户登录日志、操作行为日志等信息采集、规范化、分析服务，实现安全事件的早期预警和问题溯源，保障系统应用安全。

### 10.1.7 安全管理

应建立健全安全管理制度，防范管理问题可能引起管理安全的风险。

## 10.2 应急处理

10.2.1 应制定突发事件应急预案，包括但不限于电子预案管理与预演支持，并定期组织演练。

10.2.2 应制定突发公共卫生事件防控方案，通过公告、电话等多种方式向服务对象开展科普宣教。

## 11 管理与监督

### 11.1 管理制度

11.1.1 应建立与运营规模和要求相适应的内部管理组织机构，组建相应的专业队伍，建立各类管理制度、风控制度，明确公示交易纠纷解决办法、机制和制度。

11.1.2 应定期对中心的运营和服务进行评价考核，并有完善的电子信息记录与分析支持。

11.1.3 应建立客户服务体系，通过在线客服、服务电话等多种方式为客户服务。

### 11.2 监督制度

11.2.1 应主动接受社会监督，对外公布监督、投诉电话、邮箱、电子表单、微客户端等提交方式。

11.2.2 监督形式如下：

- 电话访问；
- 网络调查与回访；
- 管理者走访；
- 暗访；

——社会监督。

## 12 评价与改进

### 12.1 评价主体

文化传媒中心运营工作的评价主体为当地主管部门、文化传媒中心服务对象及中心自身。

### 12.2 评价周期

应每年评价1次。

### 12.3 评价应用

12.3.1 推动文化传媒中心持续提升管理与服务能力。

12.3.2 作为文化传媒中心工作评价的重要依据。对违反有关规定、履职不到位、评价结果不合格的，应督促整改，并视情况追究责任；对评价结果优秀的，宜予以奖励。

12.3.3 推动文化传媒中心建设服务经验推广，对在评价工作中发现的先进典型经验进行大力宣传推广。

### 12.4 评价改进

12.4.1 应结合新媒体渠道公开组织机构、服务内容及工作人员等基本信息并及时更新。

12.4.2 应建立服务质量跟踪与投诉渠道，开通智能呼叫中心或设立网络意见本，广泛收集反馈信息。

12.4.3 应根据反馈的问题和建议，通过信息化流程管理及时改进，不断提升服务质量。