ICS 97.220
CCS Y 55

TY

中 华 人 民 共 和 国 体 育 行 业 标 准

TY/T XXXXX—XXXX

体育赛事活动 体育展示服务要求

Sport event—Service requirement for sport presentation

(点击此处添加与国际标准一致性程度的标识)

（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

国家体育总局　　发 布

目　　次

前　　言 II
引　　言 III
1 范围 1
2 规范性引用文件 1
3 术语和定义 1
4 基本原则 1
5 服务提供 1
5.1　要求 1
5.2　工作内容和技术类别构成 1
5.3　负责的流程与环节 2
5.4　方案和素材构成 2
6 保障要求 3
6.1　岗位构成和人员团队规范 3
6.2　工作区域设置 4
6.3　硬件设施设备 5
6.4　核查机制 6
6.5　应急预案以及应急措施 6
7 赛后管理 6
附　录　A （资料性） 体育展示相关说明 7
附　录　B （资料性） 体育展示工作内容和技术类别构成及人员岗位构成表 10
参　考　文　献 12

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。

本文件由国家体育总局体育器材装备中心提出。

本文件由国家体育总局归口。

本文件起草单位：国家体育总局体育器材装备中心、北京七季天时体育文化有限公司、北京京视体育发展有限责任公司、中国标准科技集团有限公司。

本文件主要起草人：侯亮、宋天歌、田丰、李睿、刘博、毛永敏、韩秋伟、杜熙茹、罗津、姚静、侯斌、杨俊、刘超。

引　言

为落实《国务院办公厅关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》（国办发〔2018〕121号）产业规范化发展要求，“体育竞赛表演产业是体育产业的重要组成部分，表现为体育竞赛表演组织者为满足消费者运动竞技观赏需要，向市场提供各类运动竞技表演产品而开展的一系列经济活动。发展体育竞赛表演产业对挖掘和释放消费潜力、保障和改善民生、打造经济增长新动能具有重要意义。近年来，我国体育竞赛表演产业快速发展，已经成为推动体育产业向纵深发展和建设健康中国的重要引擎。”结合已发布实施的《体育赛事活动管理规范》国家标准，完善体育赛事标准化建设体系，推动体育竞赛表演产业规范化高质量发展，制定本标准。

在最新的国际奥委会（IOC）“竞赛指南”中对体育展示的表述为：

“体育展示旨在在各奥运竞赛场馆内对现场观众进行知识普及、互动调动、氛围激发与娱乐呈现，同时营造赛场氛围，助力运动员发挥竞技水平。它指在场馆内面向观众呈现、“制作” 赛事现场的整套方式，手段包括赛事播报与解说、背景音乐、大屏展示、特色灯光、场馆计分屏动画以及现场互动演艺。

体育展示也是大型赛事整体互动推广策略在场馆内的落地执行。信息传递、语言基调与整体观感保持统一至关重要，以此实现与整体互动推广项目内容无缝融合。

体育展示是一套精密复杂、高度专业的制作工作，是所有环节精确到秒的策划与执行。它会对转播机构的场馆运作（通过奥林匹克转播服务公司 OBS）以及赛事本身产生重大影响。国际单项体育联合会（IFs）、持权转播商（RHBs）均高度关注体育展示工作。正是体育展示营造出赛场氛围，经由转播信号传遍全球，同时向世界展现各个运动项目的魅力。”

原文来自Olympic Games Guide on Sport，原文表述为“Sport presentation aims to educate, engage, inspire and entertain live audiences at each Olympic competition venue while creating an atmosphere that enhances the competitions for the athletes. It refers to the way sport is presented to the spectators, or ″produced″, inside the venues through sport-specific announcements and commentary, music, VB programming, specialty lighting, SCB animations and live entertainment.

Sport presentation has also developed into the in-venue execution of a wider Games engagement strategy in which consistency of messaging, tone and feel is critical to provide a seamless integration with overall engagement programme elements.

Sport presentation is a complex and sophisticated production that is timed and executed to the second. It can have substantial consequences on the operation of broadcasters’ venue

operations (through OBS) and the competition itself. It generates keen interest from the IFs and RHBs, as sport presentation creates the atmosphere that broadcast captures and sends around the world, as well as showcasing each sport. ”

体育赛事活动 体育展示服务要求

1 范围

本文件确立了体育展示的基本原则，规定了体育展示活动的服务提供、保障要求和赛后管理。

本文件适用于各级各类体育赛事活动中体育展示活动的全流程和全项工作要求。

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 38539 LED体育照明应用技术要求

WH/T 78.3 演出安全 第3部分：舞台灯光安全

WH/T 78.4 演出安全 第4部分：舞台音响安全

WH/T 78.5 演出安全 第5部分：舞台视频安全

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

体育展示 sport presentation

通过播报、解说、音频、视频、灯光、现场表演、互动等表现方式，控制竞赛现场流程，及时准确传达竞赛信息，同时通过对现场氛围的营造和对观众的调动，呈现专业、精彩赛场的一项专业性、技术性极强的系统工作，是对“安全性”要求极高的技术性工作之一。

4 基本原则

4.1 竞赛顺畅：体育展示服务与赛事竞赛流程，和竞赛运行环节协同联动，不干扰赛事正常进行。

4.2 风格统一：体育展示服务在视觉呈现、音频内容、现场氛围把控上与赛事整体定位、品牌形象保持协调一致。

4.3 特色鲜明：体育展示服务可结合赛事主题、地域文化与项目特点，打造具有辨识度的现场展示效果。

5 服务提供

5.1 要求

5.1.1 英文名称

“体育展示”名称英文表述为“Sport Presentation”，通常简称“SPP”。

5.1.2 国际综合性运动会以及国际赛事体育展示

5.1.2.1 各类国际体育组织一般对于体育展示工作有明确具体的“指南、规范和要求”，相关体育展示条款属于主办城市与国际体育组织签署办赛协议的组成部分。

5.1.2.2 体育展示环节的创意、创新、实施、落地，需建立在国际体育组织的“指南、规范和要求”基础之上，并且需要深入了解、充分沟通，保证体育展示的顺利实施。

注：涉及相关主体包括但不限于：国际奥委会（IOC）、亚奥理事会（OCA）、各国际单项体育组织（IF）、各亚洲单项体育组织（AF）。

5.2 工作内容和技术类别构成

5.2.1　体育展示需要实现并完成竞赛展示技术工作和文化展示技术工作，其核心技术工作内容包括总体方案策划、团队落地实施、现场视听技术实现以及其他各项技术实现等。

5.2.2　体育展示技术类别构成包括计划和方案的策划及统筹、执行和技术人员团队组建及落地实现、现场语音（播报）技术工作、文字素材编辑制作、音频技术工作、音频素材编辑制作、视频技术工作、视频素材编辑制作、导播技术工作、摄像技术工作、摄影技术工作、舞美设计技术工作、灯光设计技术工作、特效灯光设计技术工作、特效设备设计技术工作、互动技术工作、娱乐表演编排设计和现场演出、通讯保障技术、与密切相关方业务领域的协作。具体内容见附录 B。

5.3 负责的流程与环节

5.3.1　一场赛事单元内的现场，体育展示工作划分为以下三个独立阶段：

a)　比赛开始前：“开场预热环节”（观众入场阶段）；
b)　比赛进行中：“正赛展示环节”（竞赛进行阶段）；
c)　比赛结束后：“散场收尾环节”（观众离场阶段）。

5.3.2　一项赛事中，体育展示需要独立完成或配合完成的仪式类工作，包括但不限于：

a)　入场仪式：运动员（运动队）入场仪式，裁判员入场仪式等；
b)　颁奖仪式；
c)　抽签仪式；
d)　开幕（赛）仪式；
e)　闭幕仪式。

5.4 方案和素材构成

5.4.1　方案

体育展示方案应考虑竞赛项目特点、场馆环境条件、参赛体验以及观赛体验等，包括但不限于：

a)　体育展示总体方案；
b)　体育展示运行计划；
c)　体育展示舞美灯光设计方案；
d)　体育展示应急预案。

5.4.2　素材构成

5.4.2.1　文字素材

文字素材应保证文字和语言的精准性，包括但不限于：

a)　体育展示竞赛脚本和流程单：入场介绍、竞赛宣告、成绩宣告、赛程预告等；
b)　体育展示赛前赛后流程单和通用脚本：赛会相关信息、竞赛信息、观众服务信息、赞助商广告等；
c)　竞赛背景资料信息文字资料：用于现场竞赛播报或评论使用；
d)　现场互动、表演脚本；
e)　颁奖仪式流程单和通用脚本。

5.4.2.2　音频素材

音频素材包括以下方面：

a)　音乐素材：仪式类音乐、标志性音乐、功能性音乐、竞赛背景音乐、赛会主题音乐、互动表演音乐、DJ 表演音乐等；
b)　音乐元素来源：赛事创编、体展团队编辑、购买版权音乐等；
c)　音频素材：语音信息预录、特殊音效等。

5.4.2.3　视频素材

5.4.2.3.1　视频素材类别包括但不限于：

a)　视频素材采集：运动员（运动队）肖像采集、赛事花絮采集、赛事集锦采集（需要版权方授权）等；

b) 视频素材编辑：赛事集锦等；
c) 视频素材制作：动态模板、肖像制作、动画特效制作等；
d) 视频信号集成：转播画面（PGM）、计时记分、仲裁录像，需要体育展示将其视频信号集成于体育展示视频控台等。

5.4.2.3.2 视频素材类型包括但不限于：
a) 视频影像；
b) 动画特效：如项目规则介绍、观众服务须知、竞赛（经典）时刻等内容可以采用；
c) 动态模板：运动员（运动队）入场肖像视频模板、互动边框模板等；
d) 投影特效：3D投影视频制作等；
e) 视频新技术模式：AR互动素材等。

5.4.2.3.3 视频素材内容包括但不限于：
a) 赛会宣传视频：各类赛会宣传视频、观众服务信息、文明观赛提示、赞助商广告等；
b) 竞赛宣传视频：竞赛项目及规则介绍、赛事集锦等；
c) 竞赛展示视频：体育展示团队负责制作的项目片头、入场视频、竞赛时刻等；
d) 文化展示视频：互动类视频、表演类视频、现场视频特效等。

5.4.2.4 灯光素材

5.4.2.4.1 灯光素材类型包括但不限于：
a) 舞美灯光秀；
b) 投影灯光秀；
c) 激光灯光秀；
d) 其他特效灯光秀。

5.4.2.4.2 灯光素材内容包括但不限于：
a) 主题灯光秀；
b) 竞赛背景灯光设计；
c) 竞赛时刻灯光设计；
d) 入场仪式灯光设计；
e) 其他仪式类灯光设计；
f) 互动表演灯光设计。

6 保障要求

6.1 岗位构成和人员团队规范

6.1.1 赛事可结合自身规模、赛事等级、行业影响力及实际业务需求，灵活确定体育展示团队架构、岗位设置与人员编制，包括管理统筹岗、导演执行岗、语音播报岗、音频技术岗、视频技术岗、导播技术岗、摄影摄像岗、舞美特效岗、硬件保障岗、娱乐表演岗、技术应急备岗、辅助人员岗。具体见附录B。

6.1.2 团队核心岗位人员应满足以下专业条件：
a) 具备赛事专业常识；
b) 熟知竞赛项目规则；
c) 具备相应技术资质；
d) 具备其岗位成熟的专业技术能力；
e) 具备较为丰富的体育展示从业经验；
f) 具备高度严谨的安全意识。

6.1.3 各岗位人员应具备相应的体育赛事活动领域的工作经验，或通过适当教育背景、培训经历，以确保具备胜任工作的能力。

6.1.4 应对各岗位工作人员进行赛会通用知识、业务领域通用要求、专项岗位技术技能以及竞赛项目知识培训。

6.1.5 体育展示各岗位工作人员应遵守以下行为规范，具体要求如下：

a) 应具备高度的职业素养和技术素养；
b) 应具备高度的专业性与职业性和严谨的工作态度；
c) 应保证团队技术标准统一，核查机制统一；
d) 应严格管理纪律和行为规范；
e) 应保证良好的精神面貌和团队气质；
f) 应保持体育展示工位及工作区域整洁和规范；
g) 应保证服装统一，不着赛会赞助企业竞品；
h) 体育展示团队作为幕后工作人员，应坚守幕后，不可喧宾夺主，不可以利用赛事平台资源，自我宣传、宣扬；
i) 在工作期间需谨慎使用社交媒体，严格管理，避免引发舆情；
j) 应严格遵守赛事的统一要求。

6.1.6 体育展示团队的重要保障工作包括以下方面：
a) 备岗轮岗：重要赛事，应配备足量的专业技术人员，作为主备岗，以保证合理轮岗排班，劳逸结合，保证充足的工作准备时间、保证技术安全；
b) 充分补给：体育展示团队工作整体周期长、单日时间长，应保证团队人员休息、餐饮、补给的及时且合理，并配备咖啡、功能饮料、糖、应急药品等基本补给品；
c) 心理健康：应关注团队人员的精神状态和心理变化，以便及时调整，提前预警，有效疏导。

6.1.7 体育展示工作关键意识包括以下方面。
a) 团队意识：体育展示是多工种、集成化、高度复杂精准的工作，团队意识是体育展示工作的重要保障；
b) 协作意识：体育展示与所有业务领域存在交集与协作，协作意识是体育展示团队应具备的准则；
c) 版权意识：体育展示团队应保证所使用的素材具有合法版权，包括音乐版权、视频版权、肖像版权等；
d) 素材安全意识：
   1) 确保准备使用的文字、音乐、视频素材安全；
   2) 严格遵守奥林匹克准则，禁止出现涉政治等违规元素；
   3) 音乐素材应进行背景审核。
e) 赛前演练意识：
   1) 保证体育展示团队全员岗前培训；
   2) 保证体育展示充足、充分的赛前演练；
   3) 保证赛前体育展示与赛事核心协作领域的综合联调联试。
f) 工作团队保险：体育展示团队应全员购买安全保险。

6.2 工作区域设置

6.2.1 工作区域设置基本要求

体育展示工作区域设置应满足以下要求：
a) 应保证专业视野需求，为全场最佳视野，能够看到赛场所有核心区域。部分特殊竞赛项目或由于场馆条件限制，根据竞赛传统或专业论证，可通过电视监视器辅助工作；
b) 应保证竞赛信息传递，靠近竞赛核心团队工位。体育展示与竞赛核心尽可能保持同一区域；若受场地、项目特性限制无法邻近布设，竞赛可委派竞赛展示主管入驻体展团队，体展团队须依托通讯设备与竞赛端保持实时对接沟通；
c) 应与体育赛事整体流线设计、功能分区相协调；
d) 应保证体育展示团队工位数量充足，满足所有体育展示所需的核心技术岗位人员集中于体育展示工作区域之上；
e) 应保证体育展示所有核心设备（包括颁奖仪式升旗控制电脑等）位于体育展示工作区域之内；
f) 由于体育展示是体育赛事现场视听渠道的唯一掌控者，应保证体育展示工位安全，加强安保。

6.2.2 工作区域（工位）位置范围

体育展示工作区域（工位）根据比赛场馆条件和比赛项目特点的差异，主要集中在以下几个位置：

a) 竞赛场地（FOP）区域：通常为室内场馆的竞赛项目，如游泳、篮球、摔跤等；
b) 看台工作间区域：通常为大型体育场竞赛项目，如田径、足球等；
c) 起点或终点区域：通常为户外项目、公路项目或水上项目，如铁人三项、竞走、赛艇等。

6.2.3 功能房设置

6.2.3.1 体育展示配套功能房主要包含办公用房与表演人员休息室两类。

6.2.3.2 体育展示办公室应临近作业工位独立布设，通行顺畅、空间充足，满足团队办公、赛前推演及赛期休整需求，并可根据人员规模调整用房数量。

6.2.3.3 表演人员休息室根据赛事需求配套设置，与竞赛场地同层，并与办公区域严格分隔，满足演职人员化妆、更衣、休息及道具存放需求，配备穿衣镜、化妆台等必要设施，场馆条件允许时应按性别分设。

6.2.3.4 各类功能房应按需配置如打印机、桌椅、饮水机等设备与耗材，满足赛事工作及现场保障需求。

6.3 硬件设施设备

6.3.1 设备分类

6.3.1.1 比赛场馆固有硬件设备，由体育展示统一控制使用：

a) 场馆扩音系统；
b) 场馆大屏系统；
c) 场馆照明灯光系统：体育展示有技术需求时，则需要操作照明灯光系统或配合；
d) 场馆舞美灯光系统（如有）；
e) 升旗装置设备（如有、如需）。

6.3.1.2 体育展示外接技术硬件设备。

a) 音频设备：
   1) 调音台及其配件；
   2) 音频操作电脑（强制一主一备）。
b) 麦克风设备：
   1) 有线鹅颈麦（带开关键）；
   2) 无线话筒；
   3) 有线话筒：根据需求；
   4) 耳麦：根据需求。
c) 视频设备：
   1) 视频控台及其配件；
   2) 视频操作电脑（强制一主一备）；
   3) 导播台及操作电脑；
   4) 无线图传。
d) 体育展示摄影摄像设备：
   1) 摄像机；
   2) 照相机。
e) 舞美设备设施：
   1) 舞美制作装置：体育展示入场装置、体育展示舞台等；
   2) 舞美灯光设备；
   3) 特效灯光设备：激光灯等；
   4) 特效视频设备：投影设备等；
   5) 大屏设备；
   6) 舞美特效设备：冷焰火、气柱、烟机等。
f) 体育展示通讯设备：
   1) 内部通信（内通/头戴）系统；

2） 手持对讲机（必须配备耳机）；
3） 耳返设备：如需。

g） 其他设备：
1） 视频监视器；
2） 内部监听（音响/耳机）设备；
3） 彩色打复印一体机；
4） 体展工位不间断电源（UPS）。

6.3.2 设备要求

6.3.2.1 体育展示的硬件设备，包括体育展示所使用和控制的赛事场馆的固有设备、体育展示现场临时搭建的硬件设备以及体育展示必要的技术硬件设备。
6.3.2.2 体育展示使用场馆固有设备，如场馆扩音系统、场馆大屏等，其操作均需通过体育展示音视频控台等集成于体育展示工位区域，由体育展示统一管控使用，集成工作由体育展示团队负责。
6.3.2.3 所有体育展示所使用或者临时搭建的硬件设备的操作系统和控台均应集成于体育展示工位区域，不可分开。
6.3.2.4 重要赛事，应保证硬件设备及相关配件的备份，包括调音台、视频控台、灯光控台、信号线等重要操作设备及线材等。
6.3.2.5 操作电脑应落实备份要求，操作电脑设备应执行一主一备配置。
6.3.2.6 音频、麦克风、视频、摄影摄像、舞美特效、通讯及其他辅助设备应按赛事实际需要配置。
6.3.2.7 体展团队自行设计、配置并搭建的舞美设备设施，设计和实施应结合赛事特点和需求、场馆结构与承重条件、观众座席和票务等众多相关要素开展专业设计、严谨论证、充分沟通，保证设施设备搭建安全、使用安全和管理安全；落实全流程安全管控，必要时由具备资质的第三方机构开展安全技术检测并出具报告。
6.3.2.8 使用无线通讯类设备，应遵守无线电管理相关法规，按规定完成申报。
6.3.2.9 应对灯光、视频、音响等设备进行规范化操作、安全检查和管理。其中，舞台灯光设备安全应符合 WH/T 78.3 的要求，舞台音响安全应符合 WH/T 78.4 的要求，比赛现场 LED 灯具设置应符合 GB/T 38539 的要求，视频播放、操作及安全管理应符合 WH/T 78.5 的要求。

6.4 核查机制

体育展示核查机制包括素材、硬件、流程、物资、物料等。体育展示团队应具备严格、严谨、有效、多重并各自独立的检查机制，保证团队检查核查机制的流程和标准统一。

6.5 应急预案以及应急措施

6.5.1 应制定体育展示风险管理预案和应急预案，并且具备有效的应急措施。
6.5.2 应开展真实有效的体育展示应急演练，检验应急预案和应急措施。
6.5.3 应梳理风险点，做到通过风险管理预案解决风险，通过应急措施进行补救风险。

7 赛后管理

7.1 应及时整理体育展示的现场，处置相关设施设备、物资等。
7.2 赛后及时将总结报告、音视频资料进行转录、存储和归档。
7.3 应对体育展示赛后遗产和知识产权进行及时处理。

附 录 A
（资料性）
体育展示相关说明

A.1 体育展示总体描述

A.1.1 体育展示是体育赛事运行与竞赛组织工作不可或缺的组成部分。
A.1.2 体育展示是现代体育竞赛表演体系的核心组成部分。
A.1.3 体育展示主要包含竞赛展示与文化展示两大核心维度。
A.1.4 体育展示是赛事办赛理念与竞赛项目特征的直接呈现方式。
A.1.5 体育展示的专业化、职业化运营水平，是衡量体育赛事整体办赛水准与品质的重要标杆。
A.1.6 体育展示是一套流程精密、专业性极强的赛事技术制作工作体系。
A.1.7 体育展示属于多工种协同、集成化运作的系统性赛事专业技术工作体系。
A.1.8 体育展示是依托多元技术支撑、多岗位共同协调、协同和协作的工作体系。
A.1.9 体育展示是体育赛事中专业技术风险系数最大的业务领域。
A.1.10 体育展示与赛事竞赛场馆内绝大部分业务板块均存在业务交叉、工作关联与协同协作关系。
A.1.11 体育展示是体育事业中改革创新的重要实践载体、也是赛事国际化交流与合作的重要推动力量。

A.2 体育展示功能定位

A.2.1 体育展示是体育赛事专业化、标准化、国际化办赛水平的重要直观体现。
A.2.2 体育展示完善体育赛事竞赛工作体系，补齐竞赛工作短板。
A.2.3 体育展示提升体育赛事竞赛工作质量，强化竞赛技术水准。
A.2.4 体育展示提升观众观赛体验和参赛运动员、运动队参赛体验。
A.2.5 体育展示可规范赛事现场运行流程、优化赛事服务体系，全方位提升赛事办赛质量，同时赋能赛事品牌传播，有效提升赛事整体商业价值。
A.2.6 体育展示是赛事文化内核、办赛理念、体育精神的集中展示载体，是赛事文化输出的核心渠道之一。
A.2.7 体育展示承载赛事举办地地域文化的展示职能，具备文化传播、文体交流、地域形象对外输出的重要功能。
A.2.8 体育展示能够培育赛事潜在受众群体，实现大众体育现场启蒙的作用。
A.2.9 体育展示是竞赛场馆各业务领域高效协同、有序运转的核心协作枢纽。

A.3 体育展示主要特征

A.3.1 体育展示是体育赛事现场声、光、音、视频传播渠道及相关硬件设备的唯一统筹管控主体。
A.3.2 赛事运行期间，体育展示承担现场流程统筹调度职能，是赛事现场信号源点、环节衔接、节奏把控、氛围营造的核心指挥者。
A.3.3 体育展示属于现场直播。
A.3.4 体育展示属于赛事高危技术风险工作板块。
A.3.5 体育展示专业度非常高，体育展示应由专业技术团队制作实现。
A.3.6 体育展示团队工作周期跨度长、在岗强度大、技术含量高、岗位专业性强。
A.3.7 体育展示是体育赛事不可或缺的核心环节，即便是简易赛事，也包含竞赛播报、现场配乐等基础体育展示要素。
A.3.8 体育展示工作人员需熟练掌握各竞赛项目特征和比赛规则。
A.3.9 体育展示工作水平对于核心协作业务领域来说至关重要。
A.3.10 体育展示整体运行过程应具备精准、流畅、精彩、有序、安全的特征。
A.3.11 追求零失误：以零失误为目标，保证体育展示工作绝对不出现原则性失误，尽可能通过应急处理纠正个别非原则性技术误差，以达到不失误的目的。

A.4 体育展示安全

A.4.1 体育展示需要确保政治安全。
A.4.2 体育展示需要确保意识形态安全。

A.4.3 体育展示需要确保竞赛技术安全。
A.4.4 体育展示需要确保体育展示技术安全。
A.4.5 体育展示需要确保体育展示设备设施安全。
注：体育展示的“安全性”不可忽视，“安全”是体育展示的“生命线”和“底线”。

A.5 体育展示行业发展趋势

A.5.1 体育展示一直处于飞速发展的创意、创新阶段。
A.5.2 体育展示是竞赛主体完整和必备的组成部分。
A.5.3 体育展示与转播深度结合。
A.5.4 体育展示的商业化特征更加明显。
A.5.5 体育展示的娱乐化特征更加重要。
A.5.6 体育展示的专业性和技术性进步迅速且巨大。
A.5.7 体育展示成为独立的成熟的专业技术行业。
A.5.8 体育展示是体育产业化的重要技术力量。
A.5.9 体育展示自身的理念以及对待体育展示的理念飞跃式发展。
A.5.10 体育展示需不断适应体育项目发展的需求、规则的变化和理念的更新。
A.5.11 体育展示将与体育政策导向、意识变革、科技进步融合发展。
A.5.12 随着体育展示发展可能会逐步出现新的技术、新的岗位、新的理念以及新的功能。

A.6 体育展示相关方业务领域协作

A.6.1 不同级别或不同类型的赛事，赛事组织方对于业务领域的分类不尽相同，称呼也有差别，但实质是分工与协作的体现，通常与体育展示密切协作的领域包括但不限于以下业务领域：竞赛、颁奖仪式、计时记分、转播、观众服务、品牌形象和赛事景观、市场开发（赞助商服务）、宣传、场地设施、开闭幕式。
A.6.2 体育展示团队协作应遵循以下原则：
a) 主动对接，积极协作，高度配合；
b) 沟通充分，通力协作，协同推进；
c) 提出需求，了解需求，满足需求；
d) 汇总信息，合理编排，融为一体。
A.6.3 竞赛工作是体育展示的核心密切相关方，二者的协作关系体现在以下方面：
a) 体育展示与竞赛是核心密切协作相关方；
b) 体育展示是竞赛工作不可或缺的组成部分；
c) 竞赛工作是体育赛事的核心，体育展示服务于竞赛核心；
d) 体育展示与竞赛各环节之间是协同配合的关系，相辅相成；
e) 体育展示是竞赛工作一部分，通常归属赛事竞赛业务领域管辖、统筹和领导；
f) 根据竞赛编排和流程以及竞赛要求和需求，体育展示团队负责竞赛展示工作；
g) 体育展示负责竞赛流程的现场控制或把控竞赛时间节点；
h) 体育展示负责播报竞赛信息；
i) 体育展示负责现场竞赛信息视频信号的切换，包括计时记分、仲裁画面（如 VR）等；
j) 体育展示配合竞赛进行现场竞赛应急工作；
k) 体育展示需要适应体育项目迅速且持续的竞赛发展需求以及改革与变革。
A.6.4 体育展示的重要密切相关方包括但不限于：
a) 颁奖仪式：体育展示与颁奖仪式是一个工作整体，在团队和技术层面无法分割，原则上属于同一团队负责的两个技术业务板块；
b) 转播：体育展示与转播在竞赛时间、节奏、内容方面需要密切配合，体育展示需要在现场呈现转播画面，转播通过电视画面呈现体育赛事的精彩现场；体育展示需要将转播信号接于体育展示控台，转播需要连接体育展示音频信号（有时包括视频信号，如转播需使用颁奖仪式电子旗帜画面）；
c) 计时记分（竞赛信息技术）：体育展示需要连接计时记分和仲裁录像（如需如有）等竞赛信息画面，用于赛时现场投屏以及竞赛播报。

A.6.5 体育展示与其他密切相关方业务领域协作关系，包括但不限于：

a) 场地设施：体育展示需要场地设施配合搭建、电力、场地灯光、连接场馆固有设备等相关工作；
b) 票务：体育展示方案应与票务方案协调一致，避免体育展示设施设备在必须占用或者遮挡观众座席的情况下，出现票务方案的冲突，遮挡和影响观众观赛；
c) 品牌形象和赛场景观：体育展示元素设计制作原则上应与赛会视觉保持协调统一；
d) 媒体服务：体育展示需要配合媒体相关服务，如媒体采访等；
e) 观众服务：体育展示是现场观众服务、文明观赛、赛后离场等信息的核心渠道；
f) 赞助商服务：体育展示环节承载赞助商服务的重要内容；
g) 信息技术：体育展示设施设备需要信息技术的配合；
h) 场馆建设：场馆建设通常是在综合性运动会需要新建、临建场馆而设置的业务领域，场馆建设应考虑体育赛事中体育展示的需求，包括固有设备标准、场馆承重、功能房等技术指标。

附 录 B
（资料性）
体育展示工作内容和技术类别构成及人员岗位构成表

B.1 体育展示工作内容和技术类别构成

序号	技术类别	工作内容
1	体育展示计划和方案的策划及统筹	体育展示的策划和统筹工作
2	体育展示执行和技术人员团队组建及落地实现	人员团队组建和执行工作
3	体育展示现场语音（播报）技术工作	各类语音播报工作的技术实现
4	体育展示文字素材编辑制作	所有文字素材的制作实现
5	体育展示音频技术工作	音频硬件系统的搭建和操作
6	体育展示音频素材编辑制作	所有音频素材的制作实现
7	体育展示视频技术工作	视频硬件系统的搭建和操作
8	体育展示视频素材编辑制作	所有视频素材的制作实现
9	体育展示导播技术工作	导播硬件系统的搭建和操作
10	体育展示摄像技术工作	体育展示视频素材拍摄采集、体育展示互动拍摄工作等
11	体育展示摄影技术工作	体育展示专属官方图片记录
12	体育展示舞美设计技术工作	包括舞美设计、舞美制作搭建等
13	体育展示灯光设计技术工作	包括舞美灯光设计搭建、灯光操作技术工作等
14	体育展示特效灯光设计技术工作	包括投影设备、激光灯以及其他新型特效灯光及技术的设计、搭建与操作技术
15	体育展示特效设备设计技术工作	包括特效设计、特效设备操作技术工作等
16	体育展示互动技术工作	包括互动形式设计、互动素材制作、互动物资物料等
17	体育展示娱乐表演编排设计和现场演出	表演团队选择、表演娱乐形式和内容创编、现场演出等
18	体育展示通讯保障技术	包括体育展示团队内通系统、对讲设备等； 需要提示，体育展示与竞赛以及赛事全领域之间也应保持有通讯设备，但设备不属于体育展示团队设备
19	体育展示与密切相关方业务领域的协作	体育展示与其他业务领域的配合与协作

B.2 体育展示人员岗位构成表（人员岗位和数量，根据赛事需求和要求按需设置）

序号	岗位类别	岗位名称	岗位描述	资质	备注
1	管理统筹岗	体育展示业务领域负责人	通常在综合性运动会中，必须配备；为组委会设置的业务主管岗位，称为体育展示（经理/主任/主管）	-	
		体育展示团队负责人	应配置体育展示项目技术统筹和团队管理负责人，可由导演团队兼任	-	
2	导演执行岗	体育展示导演 （体育展示制作人）	体育展示导演是体育展示技术实现和执行团队负责人，可以兼任技术职责和管理职责	-	必配
		助理导演	配合体育展示导演的各项工作以及保障服务	-	
		场地助理 （舞台监督）	负责体育展示在竞赛场地区域（FOP）所涉及的各项工作	-	必配
3	语音播报岗	竞赛播报（宣告）员	国际赛事通常需要双语或三种语言，取决于国际体育组织官方语言或其要求，通常为法语、英语、中文（赛事举办地语言）等；多岗位可合理兼任	-	必配
		体育展示播报员		-	必配
		体育展示竞赛评论 （解说）员	其职责核心特征为，仅真实客观描述现场竞赛进程、赛况赛果等，以协助观众观赛，不应带有任何主观评价	-	必配
		现场采访主持人（MC）	承担现场运动员采访等工作；多岗位可合理兼任	-	

		现场互动表演主持人（MC）	承担现场观众互动、表演等工作；多岗位可合理兼任	–	
4	音频技术岗	音响师	音频设备搭建、布线、调试以及操作	–	必配
		音频制作剪辑师（音频编辑）	音频素材配置、制作等	–	
		音乐制作人	音乐素材挑选、制作等	–	
		DJ	可兼顾音乐制作、音乐编辑、表演功能等	–	
5	视频技术岗	视频操作员	视频设备搭建、布线、调试以及操作	–	必配
		视频剪辑师（视频编辑）	视频素材配置、制作等	–	
		视频特效动画制作人	视频特效动画素材制作等	–	
6	导播技术岗	导播	导播设备搭建、布线、调试以及操作；现场互动视频切换以及现场所需视频画面切换	–	
7	摄影摄像岗	摄像师	视频素材拍摄采集、现场互动实时拍摄等	–	
		摄影师	体育展示所需的现场图片拍摄以及官方记录	–	
8	舞美特效岗	灯光师	负责舞美灯效设计编程、灯光系统操作等	–	
		特效灯光师	激光灯等特效灯光的灯效设计编程、灯光系统操作等	–	
		特效设备操作员	冷焰火、气柱、烟机等舞美特效设备操作等	–	
		其他设备操作员	投影设备、追光灯、启动仪式特制设备、现场装置道具操作等	–	
9	硬件保障岗	舞美制作搭建团队	舞美硬件的制作和搭建工作	–	
		灯光设备搭建团队	舞美灯光的搭建工作	–	
		特效设备搭建团队	特效设备的搭建工作	–	
		各类硬件的现场运维保障人员	各类硬件设施的现场运维保障工作	–	
10	娱乐表演岗	啦啦队		–	
		吉祥物		–	
		特邀嘉宾		–	
		其他各类特色艺术表演团队		–	
11	技术应急备岗	关键岗位如语音播报、音响师、视频操作员、灯光师、特效操作员等	长周期高强度的重大赛事，应设置备岗人员或制定完善的人员应急替补预案	–	
12	辅助人员岗	体育展示志愿者等	按需配备体育展示志愿者等配套工作人员	–	

参 考 文 献

[1] GB/T 44502 体育赛事活动管理规范
[2] Olympic Games Guide on Sport

《体育赛事活动 体育展示服务要求》行业标准编制说明

一、工作简况

（一）任务来源

体育展示的概念源自于国际奥委会，体育展示元素几乎从现代奥林匹克运动诞生就有。体育展示是体育赛事活动及竞赛工作不可或缺的组成部分，也是现代体育竞赛表演活动的核心组成部分，包含竞赛展示和文化展示。它是赛事理念和竞赛项目特征的直接呈现方式，其专业性、职业化水平代表着体育赛事的水准。

近年来我国体育产业蓬勃发展，2025 年国务院颁发的《国务院办公厅关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》中明确提出“构建多项目多层次赛事体系，依托运动项目协会等机构开展赛事评级，引导赛事规范发展”。目前我国体育赛事活动领域缺少体育展示相关标准，体育展示的规范化发展有助于促进体育产业的发展。为进一步丰富和完善体育产业标准体系，促进体育产业标准体系的建立和健全，国家体育总局体育器材装备中心联合北京七季天时体育文化有限公司、北京京视体育发展有限责任公司、中国标准科技集团有限公司提出研制《体育赛事活动 体育展示服务要求》行业标准。

（二）标准的起草单位及起草人

1. 本标准的起草单位为：国家体育总局体育器材装备中心、北京七季天时体育文化有限公司、北京京视体育发展有限责任公司、中国标准科技集团有限公司。

2. 本标准的主要起草人为：侯亮、宋天歌、田丰、李睿、刘博、毛永敏、韩秋伟、杜熙茹、罗津、姚静、侯斌、杨俊、刘超。

3. 本标准主要分工：

序号	单位	起草人	主要分工
1	国家体育总局体育器材装备中心	侯亮	负责标准编制工作的总体牵头、组织协调与统筹把关。
2	北京七季天时体育文化有限公司	宋天歌、李睿、刘博、毛永敏、韩秋伟、杜熙茹、罗津、姚静、侯斌	负责标准文稿撰写、核心条款制定及内容完善。
3	北京京视体育发展有限责任公司	田丰	完善标准文本，确保标准符合行业标准编写要求。
4	中国标准科技集团有限公司	杨俊、刘超	结合各类体育赛事组织实际工作，验证标准条款的实用性与可操作性。

（三）主要工作过程

2024 年 7 月，初步确定标准起草人员。起草组对标准编制全流程工作进行了明确分工，根据成员专业领域与工作经验，明确划分资料收集整理、行业现状与国内外标准调研、标准文本初稿撰写、条文修订完善、内容审核校对等各环节工作职责与人员安排，为后续推进标准编制各项工作搭建工作框架。

2024 年 8 月，标准起草组在前期行业信息收集、业务梳理的基础上，组织开展多轮内部研讨，对标准的框架结构、主要技术内容、适用范围等进行充分讨论，经反复修改完善，完成本标准立项申报材料的编制工作，并按程序报送国家体育总局提交立项申请。2024 年 11 月，该标准正式获批立项。

立项后，起草组先后组织召开两次行业调研。2025 年 4 月，组织第一次调研，北京广播电视台体育频道中心、北京七季天时体育文化有限公司、广州体育学院围绕体育展示业务现状、行业突出痛点开展交流研讨，初步梳理标准编制的总体框架思路。

2025 年 9 月，组织第二次行业调研，衢州市体育局、哈尔滨市体育局、北京七季天时体育文化有限公司结合办赛实际，进一步研讨标准框架方向，补充完善标准需要覆盖的业务场景与核心技术要点。

调研期间，起草组依托北京七季天时体育文化有限公司所参与的杭州亚运会、广西学青会等大型赛事的实践验证，收集赛事岗位配置、运行流程、风险处置等资料，对比不同类型赛事实施条件的差异，为标准条款编制积累实践素材。

在调研与赛事实践验证基础上，起草组组织行业专家开展研讨，邀请西安体育学院、华中师范大学、杭州市体育总会、成都商报营销策划有限公司等相关专家参与研究讨论，进一步梳理标准技术内容，完成标准初稿编制和会议纪要（见附件一）。

结合调研成果、专家研讨及反馈意见，对标准文本进行修改。初稿完成后，经国家体育总局体育器材装备中心、中国标准科技集团有限公司依据 GB/T 1.1 开展标准格式的合规性校核。起草组综合各方意见与审核结果继续完善文本，于 2026 年 8 月形成本标准征求意见稿。

（四）制定标准的必要性和意义

体育展示是指运用视频、音频和表演等元素来烘托比赛现场的气氛，激发观众热情，力图让赛场呈现出一种舞台化的效果。体育展示包括竞赛展示和文化展示两个部分。竞赛展示是按照国际单项体育联合会规则和竞赛规程规定的赛前仪式、电子记分屏的显示、与体育竞赛直接相关的现场广播和比赛信息。文化展示则着重于加强观众与赛场的互动，比赛前、后及间隙进行的文体娱乐活动，以及借助视频、音乐、表演等形式营造比赛文化氛围，展示举办地文化。体育展示在比赛中可以有效增加观赏性和娱乐性、吸引观众和提升氛围、促进体育项目的推广、扩大赛事影响力和知名度、丰富比赛的内容和节目，可以传播和展现主办地文化，是体育营销中新的营销手段和渠道。

体育展示是体育赛事专业性、标准化、国际化的体现，能够完善体育竞赛工作体系，提升体育竞赛工作质量，改善现场观众观赛体验与运动员、运动队的参赛体验，提高比赛商业价值。它既是赛事文化的集中呈现，也承载着展示

赛事主办地文化、开展文化传播、交流与输出的功能，同时可培育体育赛事潜在关注人群，实现现场体育启蒙。

2018 年，国务院办公厅印发了《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》，其中提出要加快发展体育竞赛表演产业，到 2025 年体育竞赛产业总规模达到 2 万亿元。根据该指导意见的相关举措，未来要丰富赛事活动，完善赛事体系，大力发展职业赛事，支持引进国际重大赛事，促进体育竞赛与文化表演互动融合。体育展示作为赛事现场氛围的主要制造者和赛事的文化输出口，是体育竞赛表演产业实现发展的重要一环。

体育展示在中国发轫于 2008 北京奥运会，后在 2022 年冬奥会和 2023 年杭州亚运会获得较大的关注，十几年间体育展示在中国主要以大型综合性赛会和单项体育赛事或商业性赛事为依托进行发展。体育展示在中国的发展主要通过两个途径：大型综合性赛会和各类单项体育赛事或商业赛事。而在现实的发展过程中，这两条发展路径呈现出了非均衡化的特征。大型综合性赛会的体育展示发展呈现的轨迹比较清晰，而单项体育赛事或者商业赛事的体育展示，呈现出另一幅景象。各体育组织当前对体育展示的认识不够全面，目前国内仅有少数（如铁人三项、航空模型）体育运动项目提及体育展示的相关要求，且大多数体育组织对体育展示了解较少，实践应用也较少。因而存在体育展示在小型体育赛事活动中不受重视，在中大型体育赛事活动中又因体育展示服务市场不规范、服务能力和服务质量参差不齐，容易造成各类体育展示事故出现，影响主办方和体育赛事活动整体形象。

体育展示是作为呈现主办方、主办地文化和办赛能力的重要方式，其出现是一把双刃剑。秩序混乱，组织不畅的体育展示直接影响竞赛活动的秩序、参赛相关人员的观感，给体育赛事活动带来舆论，有损体育赛事活动的形象；特色突出、规范有序的体育展示能够增加体育赛事活动的精彩程度，给体育赛事活动带来良好的效益。本标准的提出是计划通过标准制定对体育展示服务市场进行规范化管理，提升体育展示的服务能力和服务质量，规避体育展

示相关风险，发挥体育展示对于传统文化传播、竞技体育传播以及促进竞赛表演产业发展的作用。

二、标准编制原则与确定标准主要内容的依据

（一）标准编制原则

第一，秉承合法性原则。标准的制定建立在符合国家法律法规基础上，深入贯彻国家相关方针政策，深入实施体育强国战略、健康中国战略。

第二，秉持适用性原则。首先，标准应与已有规范文件相适应。制定标准要考虑有利于标准体系的建立和不断完善，与已有规范性文件相互联系、相互衔接、相互补充，在各个环节之间协调一致，保证体育展示活动的正常进行和标准的有效实施。其次，标准应与我国体育竞赛表演产业发展相适应，与体育展示这个细分领域的发展协调。本标准研制在综合考虑国内各类体育赛事活动的体育展示，不同规模、不同体育项目具体实践情况的基础上进行制定，同时征求行业内相关人员的意见，确保了标准的适用性。

第三，秉承科学性原则。标准的制定以体育展示相关的法律、法规、标准等权威性文件以及相关论文、期刊、行业技术文件等资源为理论支持，以调研、考察、访谈为实践手段，确保标准的科学性与全面性。

第四，秉承国际性原则。该标准的制定积极了解与借鉴国际奥委会关于体育展示方面的内容及要求，确保标准编制的内容符合国际要求，便于后续国际赛事在我国举办时，该标准的应用和推广，促进我国标准化与国际接轨。

（二）本标准编制思路及主要内容

1. 编制思路

体育展示分为简单展示、一般展示、重点展示、盛大展示四种情况，不同比赛根据级别、规模以及经费情况对体育展示的要求不同。本标准从全面、

规范的角度参考起草单位负责过的各类体育赛事所涉及的各项服务内容及要求编制，以便适应多种体育赛事活动的情况，为各级各类体育赛事活动提供参考。

2. 主要内容

本标准从规范化引导体育展示相关方开展体育展示工作的角度出发，梳理体育展示服务提供的内容并提出相应的工作要求，在此基础上，将标准结构分为：基本原则、总体原则、工作内容和技术类别构成、负责的流程与环节、岗位构成和人员团队规范、方案和素材构成、保障要求和赛后管理工作。

（1）基本原则。“竞赛顺畅”，体育展示服务与赛事竞赛流程，和竞赛运行环节协同联动，不干扰赛事正常进行；“风格统一”强调体育展示服务在视觉呈现、音频内容、现场氛围把控上与赛事整体定位、品牌形象保持协调一致；“特色鲜明”，体育展示服务可结合赛事主题、地域文化与项目特点，打造具有辨识度的现场展示效果。

（2）服务提供。本章主要介绍了体育展示要求、工作内容和技术类别构成、负责的流程与环节、方案和素材构成。

（3）保障要求。本章主要介绍了体育展示的岗位构成和人员团队规范、工作区域设置、硬件设施设备、核查机制和应急预案以及应急措施。

（4）赛后管理。本章主要介绍了应及时整理体育展示现场、将总结报告、音视频资料进行归档存储等内容。

（三）本标准制定参考的主要依据

国内标准：

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》

国外标准：Olympic Games Guide on Sport

本标准参考了 Olympic Games Guide on Sport 相关内容，结合国内体育赛事实际情况进行调整。

三、试验验证的分析、综述报告，技术经济论证，预期的经济效益、社会效益和生态效益

体育展示属于体育竞赛表演产业的重要内容，通过将体育比赛现场进行舞台化、品牌化的包装，烘托比赛现场气氛，激发观众热情，展示体育的魅力，从而达到宣传体育运动，吸引更多人观赏体育比赛、丰富人们精神文化生活的作用。因此，体育展示不仅可以带来显著的经济效益，还能够产生良好的社会效益和生态效益。

1. 经济效益

从体育展示作为体育产业的一个细分行业而言，其自身的市场价值就不可忽略。按照国际通行的分类，体育可以分为参与性体育和观赏性体育两大类，参与性体育主要是指健身休闲，观赏性体育主要是指竞赛表演。而体育展示与体育赛事活动通常会划分为竞赛表演活动。

据国家统计局 2022 年 12 月发布的统计数据，2021 年全国体育 产业总规模为 31175 亿元，增加值为 12245 亿元。其中体育服务业增加值为 8576 亿元，占体育产业增加值的比重为 70.0%，比上年提高 1.3 个百分点。从增长速度看，与上年相比，体育竞赛表演活动增加值增长 26.1%，增长速度为第二。据国家统计局 2023 年 12 月发布的统计数据，2022 年全国体育产业总规模为 33008 亿元，增加值为 13092 亿元。其中体育服务业增加值为 9180 亿元，占体育产业增加值的比重为 70.1%，比上年提高 0.1 个百分点。从增长速度看，与上年相比，体育竞赛表演活动增加值增长 11.7%，增长速度为第二。体育展示和体育赛事活动作为体育竞赛表演活动重要组成部分，为体育服务业产业规模的增长贡献了重要力量。

此外，商业赞助和广告方面，体育展示可通过播报、视频、现场互动以及物料制作等新媒体融合的方式将商业广告融入其中，有效扩大商业赞助的效果，吸引众多商业赞助商和广告合作商参与其中，为体育赛事活动提供资

金、商品和服务。品牌推广方面，体育展示可以为赛事主办方、赞助商、广告商以及参与者提供宣传自身品牌的机会，增加品牌知名度，促进销售增长和市场份额的扩大。高质量的体育展示可以有效提升地方赛事品牌的知名度，提高赛事品牌形象，进而带来更多的商业合作的机会。就业机会方面，本标准为体育展示服务提供指导，并规范体育展示市场，营造良好的赛事氛围，可以有效扩大体育展示的市场，体育展示需要组织者、专业化团队、志愿者、安保人员和服务人员，能够给当地带来更多的就业机会，提供稳定的收入来源。体育产业发展方面，体育展示规范化发展促进体育竞赛表演市场的发展，可以有效带动体育产业的增长，包括体育用品制造商、体育用品经销商、媒体与广播电视公司、体育营销和代理公司、体育教育与培训公司等相关行业可以从中获得商机和经济效益。从当地发展方面，高质量的体育展示给群众带来参与感和满足感，能够吸引大量的观众和游客前来观赛，促进当地交通、住宿、餐饮甚至景区门票等增长，有效促进旅游业的发展，体育展示中文化的输出还可以带动旅游行业的发展。例如 2023 年一年，黔东南自治州因“村BA”“村超”的持续火热创造了巨大发展机遇，大力推动了旅游产业的发展。2023 年全州共接待游客 7879.45 万人次，同比增长 25.75%，实现旅游综合收入 875.82 亿元，同比增长 37.01%。贵州“村 BA”“村超 ”是一个很好的体育展示推动文体旅产业融合发展的案例。

2. 社会效益

文化方面。体育展示是文化传播的重要平台，能够进一步推进“文化强国”战略。其次尤其在国际性的大型国际赛事中，良好的体育展示是中华优秀传统文化的创造性转化，建构国家形象，促进跨文化传播与文化融合，进一步提升人民的国家认同。体育展示从其表演的属性上而言，具有一定的文化产业意义。体育展示本身就是大型舞台文化演出，具有临场性与不可复制性的特征，与传统的文化演出行业相比较，体育行业的受众基础更加广泛，

商业化程度更高，在当今文化演出行业步履维艰的情况下，体育展示无疑为文化产业提供了另外一条出路与思路。例如在 2023 年的贵州村超中，“出圈”的不仅是足球赛事，还有传统的贵州民俗文艺演出，比如侗族琵琶歌、苗族芦笙舞和舂杵舞等。体育展示将文化与体育比赛相结合，能够有效传播民族文化、地方特色文化和传统文化等优秀文化，提升了地区的知名度。健康方面。体育展示能够推进“健康中国”战略的推广。体育展示能够激发公众对体育活动的兴趣和参与意愿，使大众更广泛地参与到体育活动中，提升人民健康水平，而全方位、全周期保障人民健康是实现中华民族伟大复兴的中国梦的坚实健康基石。社会价值观方面。体育展示能够有效传递积极的赛会理念、社会价值观，通过展示体育精神、团队合作、公平竞争等价值观，激励人们追求卓越、尊重他人并遵守规则，促进社会和谐与文明。

3.生态效益

体育展示可以通过播报、视频等形式，输出绿色、节俭办赛的理念，倡导环保和促进可持续发展，提高人们对生态保护的意识和知识，促进可持续发展理念在社会中普及。

四、与国际、国外同类标准技术内容的对比情况，或者与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况

本标准制定参考了国际奥委会 Olympic Games Guide on Sport 相关内容。

五、以国际标准为基础的起草情况，以及是否合规引用或者采用国际国外标准，并说明未采用国际标准的原因

国际上未有体育展示、体育赛事活动组织、管理方面的标准，本标准不涉及引用国际标准的情况。

本标准内容主要依据国际奥委会关于体育展示的要求以及国内各类体育赛事活动关于体育展示的实践经验进行编写。

六、与有关行法律、行政法规和有关标准的关系

1. 本标准与法律、行政法规之间的关系

《中华人民共和国体育法》第七十条规定“国家支持和规范发展体育用品制造、体育服务等体育产业，促进体育与健康、文化、旅游、养老、科技等融合发展。”第七十一条规定“国家培育健身休闲、竞赛表演、场馆服务、体育经纪、体育培训等服务业态，提高体育服务业水平和质量。”体育展示包括竞赛展示和文化展示两个部分，可以有效的将文化与体育相结合，促进体育与文化融合发展。体育展示还可以丰富竞赛表演的内容，提高竞赛表演的观赏性和精彩度，对于提高体育服务业水平和质量有着重要意义。综上所述，本标准的研制是对《中华人民共和国体育法》的贯彻落实，是促进体育产业发展的具体措施。

《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》中提出“（八）促进体育竞赛与文化表演互动融合。以观赏性较强的运动项目为突破口，创作开发体现中华优秀文化、具有中国特色的体育竞赛表演精品。”“（十五）健全产业标准。按照总体规划、分步实施的原则，推动体育竞赛表演产业标准体系建设”体育展示包括竞赛展示和文化展示两个部分，体育展示是将体育竞赛和文化表演相融合，通过音频、视频、现场表演、现场互动等形式，融合办赛所在地地域文化以及中华传统文化，将比赛现场打造成一种舞台化的效果，有效提升体育比赛的观赏性和精彩度，有利于打造具有中国特色的体育竞赛表演精品。此外，体育展示作为竞赛表演产业的重要内容，本标准的编制可以逐步完善竞赛表演产业标准体系，推动竞赛表演产业标准体系的建设。综上所述，本标准的研制是对《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》的深入贯彻实施，是加快体育竞表演产业发展的具体措施。

2.国内体育赛事方面的标准

（1）相关标准有：GB/T 44502-2024《体育赛事活动管理规范》、TY/T 1108-2024《体育赛事活动 竞赛规则编制规范》、TY/T 1109-2024《体育赛事活动 办赛指南编制规范》、TY/T 1110-2024《体育赛事活动 参赛指引编制规范》，本标准作为体育赛事活动的系列标准，是对体育赛事活动标准体系的细化和丰富。《体育赛事活动管理规范》、《体育赛事活动办赛指南编制规范》中均有简单提及体育展示，提出了总体性的要求，体育展示作为评估体育赛事活动精彩程度和观赏性的重要指标之一，需要更详细、更具指导意义的标准支撑其规范化运行。本标准是对该部分内容的细化。

（2）现行的赛事领域的国家标准有《GB/T 34308.2 体育信息分类与代码 第 2 部分：运动竞赛赛事代码》、GB/T 30229-2013《比赛用台安装使用技术要求》、GB/T 42372-2023《大众滑雪赛事活动规范》、 GB/T 42374-2023《大众滑雪赛事活动等级划分与评定规范》这 4 项 标准均不涉及体育展示的内容，无法为体育展示提供参考。

（3）现行的赛事领域行业标准有 TY/T 1101-2023《帆船赛事活动 办赛指南》、TY/T 1102-2023《帆船赛事活动 参赛指引》、TY/T 1103- 2023《群众体育赛事活动办赛指南 编制内容与评估指引》、TY/T 1104- 2023《群众体育赛事活动参赛指引 编制内容与评估指引》、TY/T 1105- 2023《群众体育赛事活动安全评估技术导则》、TY/T 1106-2023《群众体育赛事活动运营服务规范》。仅《群众体育赛事活动办赛指南 编制内容与评估指引》对体育展示较为简单地提出了要求，只提及“体育展示包括但不限于：现场播报、现场表演、视频放映要求”，不足以为体育展示提供指导。

（4）现行的赛事领域相关的地方标准有 DB3401/T 233-2021《体育赛事项目管理规范》、DB37/T 3911-2020《标牌体育赛事活动评定规范》DB32/T 2357-2013、《赛事志愿服务 志愿者形象礼仪》、DB32/T 2356-2013《赛事志愿服务招募》、DB62/T 2893-2018《马拉松赛事组织管理规范》、DB37/T

1354-2009《体育比赛场馆服务质量规范》以上 6 项标准均不涉及体育展示的内容。

（5）与体育展示内容相关的行业标准有：文化部发布的 WH/T 78.3《演出安全 第 3 部分：舞台灯光安全》、WH/T 78.4《演出安全 第 4 部分：舞台音响安全》、WH/T 78.5《演出安全 第 5 部分：舞台视频安全》、WH/T 92《临时搭建演出场所舞台、看台安全监督检验规范》规定了舞台灯光、音响、视频等方面的要求，以及舞台、看台安全监督检验规范。体育展示以音响、视频、表演、灯光等元素对比赛现场进行包装，其安全性为本标准关注的重要内容之一，本标准通过引用以上标准，将其作为本标准的一部分内容。

七、重大分歧意见的处理经过和依据

标准内容经过起草组内部沟通协商一致，暂不存在重大分歧意见。

八、作为强制性标准或推荐性标准的建议及其理由

1.标准批准发布后，通过开展标准培训讲解会的方式对标准内容进行宣贯，促进各相关方熟知标准。

2.本标准发布后，计划通过优秀企业示范带动的方式，与体育展示领域的优质服务商合作，让其在后续的体育展示工作中进行实践，推动标准在各类体育赛事活动中的应用，通过多种渠道宣传推广标准应用的效果，带动更多企业应用标准。

九、实施国家标准的要求，以及组织措施、技术措施、过渡期和实施日期的建议等措施建议

1. 开展标准宣贯培训工作，面向赛事运营单位及体育展示从业人员普及标准内容，后续各类大型体育赛事可将本标准作为赛事招标、服务实施、质量验收的重要技术依据。

2. 联合全国体育标准化技术委员会、中国体育报业总社共同征集征集全国各类体育展示优秀实施案例，进行集中展示与推广，促进行业规范化、标准化发展。

3. 制作标准解读宣传视频，通过视频系统解读标准核心条款，扩大标准普及范围，提升行业整体执行能力。

十、废止现行有关标准的建议

不存在可废除的对应标准。

十一、是否涉及专利情况

本标准不涉及专利的情况，本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

十二、本标准编制说明的附件

附件一：“体育展示”和“颁奖仪式”标准研讨会

“体育展示”和“颁奖仪式”标准研讨会
会议纪要

会　议　主　题：“体育展示”和“颁奖仪式”标准研讨会
时　　间：2025 年 4 月 10 日
地　　点：体育总局器材装备中心 601 会议室
参会单位及人员：详见附件参会人员名单
主　　持　　人：侯亮

为进一步推进“体育展示”和“颁奖仪式”标准化工作,充分调研体育展示和颁奖仪式在体育赛事活动中的发展现状、技术规范以及成功案例经验，了解体育展示和颁奖仪式在提升体育赛事活动品质和打造精品赛事品牌方面的实际应用，装备中心拟召开“体育展示”和“颁奖仪式”标准研讨会。本次会议由体育总局装备中心标准处处长侯亮主持。

一、侯亮处长此次会议的参会人员。

二、标准起草组成员杨俊介绍体育展示和颁奖仪式标准起草情况和标准主要内容。

三、北京七季天时体育文化有限公司体育展示导演宋天歌对“体育展示”和“颁奖仪式”标准部分展开进一步解读和补充。

四、各地方体育专家参会代表结合当地实际情况，就“体育展示”和“颁奖仪式”标准展开研讨，各单位建议如下。

（一）北京广播电视台体育频道中心主任介绍了近几年各类竞赛转播方面的做法和经验，又从以下几个方面提出了自己的一些看法，提出标准制定的必要性。

1．标准制定意义方面

体育展示在国内外都没有深厚的传统根基和悠久历史，国内体育赛事以往也没有相关标准可供遵循。制定体育展示和颁奖仪式标准极为重要，像 2015 年北京田径世锦赛时，中国男子 4×100 米接力赛队员出场环节，就很好地展示了中国文化；到 2022 年冬奥会，通过体育展示和颁奖仪式向世界生动讲述了中国故事。

2．标准差异问题方面

不同体育组织、各类赛事对于体育展示和颁奖仪式的标准并不统一。例如国际奥委会在奥运会的体育展示和颁奖仪式中，严禁出现广告，重点弘扬奥林匹克精神；而单项竞赛中，却需要着重考虑赞助商权利的展示。

3．体育展示与相关业务关系方面

1）与颁奖仪式关系：体育展示和颁奖仪式联系紧密，颁奖仪式里的国歌播放、仪式音乐选择以及整个流程安排，都由体育展示负责落实。

2）与竞赛关系：在国际奥委会的体系架构内，竞赛和体育展示同属一个部门管理。竞赛作为核心业务，体育展示与之密切相关，在竞赛场馆中，体育展示承担着下达比赛开始口令等类似媒体宣传的重要职责。

3）与转播关系：体育展示和转播之间需要相互配合、协同作业。比如2016年里约奥运会上，跑道变成投影屏，实现了体育展示和转播的完美结合；2022年冬奥会期间，在时间安排、声音控制、灯光亮度调节等方面不断协调，就是为了避免影响转播效果。所以，将颁奖仪式和体育展示放在一起制定标准很有必要。

（二）浙江省衢州市体育局二级调研员毛永敏结合自身工作经历，强调了制定体育展示和颁奖仪式标准的重要性，并针对标准提出了多方面建议，具体如下：

1.标准的重要性：若一开始就有体育展示和颁奖仪式标准，工作中能减少摸索时间，对承办各类综合性运动会和单项赛事都有很好的指导作用。国际奥委会的相关指南对颁奖环节有标准化要求，对运动会指导作用大，而亚奥理事会相关要求较少。

2.标准应涵盖的范围：标准不能仅局限于综合性运动会，如今赛事多样化，各级政府重视赛事引流量等作用，标准应围绕高层指导性文件，考虑不同赛事的需求，包括单项赛事、民族运动会、妇女运动会、全民健身运动会等，使其更具操作性。

3.与各单项协会的协调：不同单项体育运动协会对体育展示和颁奖仪式的要求差异大，有些要求高，有些甚至抵触。在国家和总局标准层面，应考虑各项目对细节的要求，在不突破预算的情况下尽量满足。

4.与电视转播的配合：体育展示、颁奖仪式和电视转播之间存在相互影响，如灯光、麦位设置、拍摄角度等会影响颁奖程序和转播效果。不同赛事对场景布置要求不同，标准应明确相关细节，如LED屏使用标准，以解决实际矛盾。

5.人员行为规范：标准里要明确颁奖提早的人员行为规范，避免出现乱放音乐、颁奖人员步伐不规范等负面情况，增强标准的指导意义。

（三）哈尔滨市体育局竞技体育处二级调研员韩秋伟结合亚冬会工作经历，指出体育赛事承办中体育展示和颁奖仪式归属部门不明确的问题，并对标准制定提出建议：

1.明确工作负责主体：在体育展示和颁奖仪式标准里，要清晰界定各项工作具体由谁负责。

2.避免承办混乱：综合性赛会决策层领导常对工作归属概念模糊，标准明确责任可防止基层承办时出现推诿和资源浪费，确保赛事顺利承办。

（四）广州体育学院教授杜熙茹根据目前学校以及当地体育展示的工作中出发，提出了一些工作中出现的问题，如目前学校缺乏相关标准制定的课程，以及缺乏给出以下建议：

1.优化管理与对接机制：当前体育赛会由竞赛部管理，但在与相关方面的对接上存在不足，忽视了运动员状态。建议在标准中明确体育赛会管理部门与其他相关部门的密切对接机制，重视运动员在体育展示环节的状态呈现。

2.加强人才与行业建设：当地缺乏专业体育展示公司和专业人才。应重视人才建设，通过制定相关标准，以考级等方式评测相关公司、行业和人才水平，规范行业发展。

3.细化颁奖环节标准：针对颁奖台材质、背景音乐等方面尚无统一标准的现状，制定相关标准，并通过专业培训推广这些标准，提升标准的权威性和可执行性。

（五）华中师范大学老师侯斌根据自身经验提出以下建议：

1.推动规范化发展：体育展示不能仅依赖经验，应制定完整规则标准，实现从经验主导到规范化发展的转变，让体育展示上升到更专业的层面。

2.细化完善标准内容：不能仅关注如演出安全、舞台灯光安全等单一方面，需对体育展示各环节标准进行细化，涵盖展示形式、流程、技术要求等多方面内容，确保标准全面、细致。

3．综合考量实际情况：制定标准时要充分考虑不同赛事场景和大环境因素，像场馆设施条件、观众体验、赛事特点等，将可能出现的问题，如灯光切换延迟导致冷场等情况纳入考量，使标准更具实用性和适应性。

（六）杭州文化广播电视集团李睿结合在杭州文广集团参与体育展示工作的经历，提出了以下建议：

1.明确体育展示人才培养规范，确定教学内容、规范和课程设置

2.在标准里明确与各领域前期沟通要点及流程，加深其对体育展示的认知

3.体育展示提前介入新建场馆规划，完善相关配套设施建设

4.制定音视频设备标准，明确1:1设备使用要求

5.设立体育展示行业标准底线，建立赛事音乐等内容审核机制

五、装备中心体育标准处处长侯亮结合专家和实操组老师的发言，针对当前体育展示行业标准存在的问题提出以下建议：

1.关键技术不精准：当前处于材料归拢初期，关键技术笼统，难以契合赛事需求，应用操作性差。需要细化关键技术，分析各级赛事特点，组织专业团队梳理，明确技术指标与规范，相关细化内容在附录以技术文档呈现，确保行业标准适配赛事。

2．沟通内容缺失问题：当下版本在与相关利益方沟通处理方面存在严重缺失，致使在实际赛事筹备和开展过程中，常出现信息不对称、工作衔接不畅等状况，影响赛事的顺利推进。 明确沟通内容：在标准里应全面梳理赛事筹备、举办、收尾等各环节，通过调研各利益方的职责和需求，明确各环节与相关利益方如赛事主办方、场馆运营方、运动员代表等的交流要点，以会议纪要、沟通手册等形式呈现，不强调提规则要求，但务必明确彼此关联。交流要点及案例放附录，方便查阅。

3.音乐审查被忽视：体育展示肩负文化传承，可音乐审查不受重视，存音乐选择和版权风险。需要重视音乐审查，组建专业小组，制定审查标准与流程，从多方面把关，将审查标准、流程及案例放附录指导实操。

3.标准呈现杂乱：虽完成资料汇总，但不同级别赛事标准未区分，使用不便。在后期整理优化标准呈现，按赛事级别研讨区分必选项和可选项，整合成大合集，用表格说明流程，将流程表格及说明放附录，让标准简洁又详细。

4.审核与标准结构待优化：现有审核机制有漏洞，标准结构不严谨，执行易偏差。后期需要完善审核与标准结构，收集意见，明确审核主体与流程，邀请专家优化标准结构，组织培训。将审核流程、标准框架图等放附录，便于查看依据。

六、北京七季天时体育文化有限公司体育展示导演宋天歌结合自身丰富实践和专家们提出的意见，对体育展示标准制定提出多方面要点：

1.标准应具开放性与前瞻性，融合赛事经验、行业发展趋势及国内外特色，为行业发展留足空间。

2.体育展示在行业内认知严重不足，常被误解，导致重视和投入不够，急需借标准提升认知。

3.过往赛事体育展示经验传承差，标准要成为经验传承载体和办赛指导，避免重复摸索。

4.安全是赛事关键，涵盖政治、意识形态、竞赛和技术安全，需在标准中着重规范，提升行业安全意识。

5.全运会部分赛区领导对安全认知不足，标准强化安全规范十分紧迫。

6.颁奖仪式在不同赛事差异大，标准制定需兼顾基础元素和创新，适应多元需求。

7.赛事音乐问题多，标准要涵盖审核，规避因音乐版权、内容不当带来的风险。

七、中国标准科技集团有限公司刘超提到：本次研讨会为标准边界工作提供思路，刘超老师认为体育展示和颁奖仪式标准要提升战略高度、丰富内容，与体育总局赛事标准体系同步协调，考虑与其他标准的协调性。鉴于社会变化及文化自信的新高度，标准需具备超前性。虽从技术角度编写，但未来在地方文化融合方面要考虑重点元素，从技术和法规层面加以约束明确，后续将进一步商量完善。

八、侯亮处长对各位专家和起草组的提出的问题进行了总结。他指出，“体育展示”和“颁奖仪式”标准的编制是一项重要且具挑战的工作，后续推进仍需各方协同努力。另外，发言人表示会后将进一步研究会上专家的建议，积极吸收采纳，并从以下几个方面提出了一些建议：

主持人对各位专家和起草组提出的问题进行了总结。指出，两项体育行业标准的编制是一项重要且具挑战的工作，后续推进仍需各方协同努力。另外，侯亮表示会后将进一步研究会上专家的建议，积极吸收采纳，并从以下几个方面提出了一些建议。

1.首先是推进草案编制，解决标准有无问题。

2.同时开展在草案编制期间广泛收集各方意见，加强对标准的调研。不能忽视单项活动、基层赛事以及户外赛事，助理草案质量提升。

3.进一步明确体育展示和颁奖仪式标准，应覆盖到大型综合、单项、社区基层以及校园等各类赛事。在标准中对赛事加以分类，列出业务方表格，进一步完善草案内容。

4.要从赛事组委会和运营商两个视角保障标准的实用性，让赛事组委会能够依据标准招募合适的运营商，同时运营商也可依据标准满足赛事的服务

需求，确保标准可有效落地实施，这是草案编制中需要着重思考并融入的关键内容。

5.在完成征求意见稿并完善标准后，同步考虑后续的宣传推广与落地应用，比如编写教材、拍摄视频等，以此弥补标准文本承载量的局限，通过多种形式展现细节内容，让标准更好地发挥作用。

6.标准发布的同时要考虑宣贯的问题，是否需要做一些配套的读物。

附件1：参会人员名单

2025年4月10日

附件 1：

参会人员名单

序号	姓名	单位	职称
1	田丰	北京广播电视台体育频道中心	主任
2	毛永敏	浙江省衢州市体育局	二级调研员
3	韩秋伟	哈尔滨市体育局	竞技体育处 二级调研员
4	杜熙茹	广州体育学院	教授
5	李睿	杭州文化广播电视集团	移动电视频道 节目部主任
6	侯斌	华中师范大学体育学院	教授
7	侯亮	装备中心体育标准处	处长
8	杨俊	中国标准科技集团有限公司	标准起草专家
9	刘超	中国标准科技集团有限公司	标准起草专家
10	罗津	成都商报营销策划有限公司	副总经理
11	姚静	西安体育学院体育艺术与传媒学院	副院长/副教授
12	宋天歌	北京七季天时体育文化有限公司	体育展示导演
13	刘博	北京七季天时体育文化有限公司	项目副总监