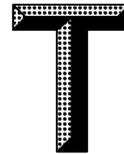


ICS 03.080.01  
CCS A 02



# 团 体 标 准

T/CCPITCSC 099—2022

---

## 城市文化生活综合体内容构建规范

Specifications for content construction of city cultural life complex

2022-08-19 发布

2022-09-01 实施

---

中国国际贸易促进委员会商业行业委员会 发布  
中国标准出版社 出版

## 目 次

前言 .....	I
引言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 基本原则 .....	2
5 基本要求 .....	2
6 服务内容与要求 .....	2
参考文献.....	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。

本文件由中国标准化协会服务贸易分会提出。

本文件由中国国际贸易促进委员会商业行业委员会归口。

本文件起草单位：中国国际贸易促进委员会商业行业委员会、中国标准化协会服务贸易分会、华谊启明东方暖城市文化产业集群、中国国际商会商业行业商会。

本文件主要起草人：马克、姚歆、王秋、张坚钟、孙若风、王惠、张立慧、王曦、刘晓、刘鑫一、曹艳霞、陈琳、刘曙彰、黄远。

## 引 言

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》中再次将打造文化强国和提升各城市公共文化水平摆在了重要位置,《关于在城乡建设中加强历史文化保护传承的意见》提出城乡建设中要弘扬历史文化,完善城市功能,提升城市活力。当前,城市文化发展呈现出传统五馆(规划馆、博物馆、图书馆、体育馆、美术馆)一中心(会展中心)的格局正在悄然转型升级;城市文化旅游正在由观光游向目的地游、组团游向休闲体验游升级;文旅演艺正在向全民演艺和全民参与升级;传统商业正在朝向商业场景沉浸式体验式发展;主题公园正在朝向内容化升级。正是在这样的大环境下,中国城市文化生活综合体携城市客厅、文化旅游、文旅演艺、传统商业和主题公园五大升级的时代机遇正在各地蓬勃发展。

城市文化生活综合体以全面践行文化让城市生活更美好的主旨为理念,以人民文化为人民服务为出发点,全面提升城市文化创新服务水平,共同推动中国城市文化进程,不断推进城市文化公共服务水平。在“内容为王”的时代,城市 IP 的挖掘,是城市内涵式发展的生动体现,是引领消费升级发展城市文化产业的核心引擎。各城市建设已从增量时代向存量+内容时代进化。文旅综合体的一个重要组成部分——文旅演艺市场,也已由单一的旅游演出、城市灯光秀、城市光影秀等,向以城市 IP 活化城市历史和创新城市文化的沉浸式、体验式、场景式文化演艺作品递进。城市文化生活综合体以打造城市超级 IP,通过城市悠久的历史 and 璀璨的人文来塑造城市精神和构建城市深层的文化内涵,逐渐成为中国各城市文化大发展的亮点。如何构建城市文化生活综合体的内容体系,打造汇集“影视”“戏剧”“音乐”“文化”“会展”“餐饮”“文创”“乡村振兴”“志愿者”“图书”等多方面内容为一体的城市文化生活综合体内容构建成为重中之重。

本文件通过对商标品牌、内容 IP 落地、创作孵化三大因素的创建与管理进行规范,从而明确城市文化生活综合体内容构建要求,旨在满足标准化需求,推动行业规范化发展。

本文件响应了联合国 2030 可持续发展目标中的第 8 项“体面工作和经济增长”和第 11 项“可持续城市和社区”。

# 城市文化生活综合体内容构建规范

## 1 范围

本文件规定了城市文化生活综合体内容构建的基本原则、基本要求、服务内容和要求。  
本文件适用于开展城市文化生活综合体内容构建的提供商,其他相关方可参照使用。

## 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 29490—2013 企业知识产权管理规范

T/CCPITCSC 100—2022 城市文化生活综合体全过程代建规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### **城市文化生活综合体 city cultural life complex**

以文化融合旅游、休闲、商业、演艺于一体的新型城市公共空间或建筑群。

注:城市文化生活综合体以下简称综合体。综合体包括但不限于新城市客厅、新城市文化、新文旅演艺、新休闲度假、新娱乐新商业新零售、新家庭文化消费、新城市地标。

### 3.2

#### **商标权 trademark right**

商标所有人对其商标依法享有的权利。

[来源:GB/T 39550—2020,3.2]

### 3.3

#### **著作权 copyright**

文学、艺术、社会科学、工程技术等作品的作者依法享有的与作品有关的权益。

注:著作权种类包括文字作品,口述作品,音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品,美术建筑作品,摄影作品,视听作品,工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图制作品和模型作品,计算机软件作品,以及符合作品特征的其他智力成果。

[来源:GB/T 39550—2020,3.3]

### 3.4

#### **品牌授权 licensed brand**

品牌许可

品牌持有者以合同的形式将其品牌授予被授权者(被许可者)使用。

### 3.5

#### **知识产权 intellectual property**

自然人或法人对其智力活动创造的成果依法享有的权利,主要包括专利权、商标权、著作权、集成电