



团 体 标 准

T/CGCC 94—2024

文化产品确权标识生成、解析与管理要求

Requirements for the generation, analysis and management of cultural
product identifier

2024-06-17 发布

2024-07-01 实施

中国商业联合会 发 布
中国标准出版社 出 版

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 文化产品确权标识生成解析原则及规则 1

 4.1 确权标识生成解析原则 1

 4.2 确权标识生成规则 2

 4.3 确权标识解析规则 2

5 文化产品确权标识登记及分配要求 2

 5.1 确权标识登记 2

 5.2 确权标识分配 2

6 文化产品确权标识管理机制 2

附录 A（规范性） 文化产品确权标识元数据 4

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。

本文件由中国商业联合会提出并归口。

本文件起草单位：国家广播电视总局广播电视科学研究院、北京信息科技大学、北京文化产权交易中心。

本文件主要起草人：姜昊、倪渊、隆旭光、朱里越、安亚超、汤新坤、杨茜泽、徐颖。

文化产品确权标识生成、解析与管理要求

1 范围

本文件确立了文化产品确权标识的生成解析原则及规则,规定了确权标识分配及登记和确权标识管理机制等要求,并给出了文化产品确权标识元数据的定义模板。

本文件适用于文化产品确权标识注册管理机构及文化机构开展文化产品确权标识注册、生成、解析、管理和维护等工作。

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 32867—2016 中国标准关联标识符(ISLI)

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

实体 entity

能被唯一标识的对象。

注:包括实物、内容的电子表现形式。

3.2

文化产品确权标识 cultural product identifier

用于标识文化产品的唯一标识符。

3.3

文化产品确权标识注册管理机构 cultural products identifier registration authority

支撑文化产品实体标识注册、生成、解析、管理与维护的机构。

注:提供文化产品确权标识注册管理服务。

4 文化产品确权标识生成解析原则及规则

4.1 确权标识生成解析原则

确权标识生成解析原则如下:

- 文化产品确权标识具备唯一性,同一文化产品确权标识注册管理机构生成的确权标识不可重复;
- 确权标识是用于文化产品实体所有权与实体关联关系的唯一标识;
- 确权标识可根据实际需要选择长度,标识一旦生成后不可更改;
- 确权标识使用过程中,由相应文化产品确权标识注册管理机构负责进行解析。