

团 体 标 准

T/CGCC 54.5—2021

网络平台环境下文化领域内容交易规范

Content transaction specification for the cultural field in the internet
platform environment

2021-04-26 发布

2021-05-01 实施

中国商业联合会 发 布

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。

本文件由中国技术交易所有限公司、北京信息科技大学提出。

本文件由中国商业联合会归口。

本文件起草单位：中国技术交易所有限公司、北京信息科技大学、商业科技质量中心。

本文件主要起草人：高静、张健、韩冰、孔博远、倪渊、齐林、范乐媛、丁一凡、肖莹。

网络平台环境下文化领域内容交易规范

1 范围

本文件规定了在网络平台环境下文化领域内容交易的内容产品资源分类、内容交易相关方基本要求、内容交易流程和主要内容、交易风险警示与规避要求、交易信息安全要求等内容。

本文件适用于在网络平台环境下文化领域的内容交易。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

内容产品 content product

将图像、文字、声音、影像等内容运用信息技术加以数字化整合应用的产品或服务的总体,是数字媒体技术与文化创意结合的产物。涵盖数字游戏、互动娱乐、计算机动画、影视动漫、数字学习、数字影音应用、立体影像、数字表演、移动应用服务、网络服务、内容软件、数字出版与典藏等领域,为三网融合、云计算、无线网络等新兴技术和产业提供内容支撑。一般分为实物内容产品和数字内容产品。

3.2

内容交易 content transaction

在网络平台环境下由数字内容提供方和需求方就相关数字内容产品进行合法、合规的交易。

3.3

内容交易平台运营方 content transaction platform operator

为网络环境下的内容交易提供交易平台或交易场所,为内容交易供需双方提供交易服务,并进行平台运营和管理的法人或法人委派的行为主体。

3.4

内容交易提供方 content transaction provider

内容交易的卖方,即内容产品著作权的拥有者及产权权利人或权属代理人,利用网络交易平台出售或提供数字内容产品的具有民事行为能力的自然人和法人。

3.5

内容交易需求方 content transaction demander

内容交易的买方,利用网络交易平台进行搜索、购买或获得数字内容产品的具有民事行为能力的自然人和法人。

4 内容产品资源分类

4.1 分类方式

内容产品可通过内容表现形式、用途性质、物理界限 3 种方式进行分类。