

ICS 97.195  
CCS Y 85

# T/SDIPSA

团 体 标 准

T/SDIPSA 010—2025

## 文创产品版权保护与交易规范

Copyright Protection and Transaction Specifications for Cultural and Creative  
Products

2025 - 12 - 19 发布

2025 - 12 - 19 实施

山东省知识产权服务业协会 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 总则 .....	2
5 版权保护与登记规范 .....	2
6 版权使用规范 .....	3
7 版权交易流程 .....	3
8 侵权应对与维权 .....	4
9 教育、培训与宣传 .....	5
10 监督与改进 .....	5

## 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。

本文件由山东省文化创意设计行业协会提出。

本文件由山东省知识产权服务业协会归口。

本文件起草单位：山东省文化创意设计行业协会、济南大学、潍坊市模特艺术协会、山东泉韵文化创意产业集团有限公司、青岛时代色彩文化发展股份有限公司、济宁职业技术学院。

本文件主要起草人：杨海波、李亚颖、孙美华、李炫姿、杜春、王坤、杨森、冯颖、姜晨。

# 文创产品版权保护与交易规范

## 1 范围

本规范规定了文创产品版权保护与交易的基本要求、交易主体、交易内容与条件、交易流程、版权保护措施、监督管理及争议解决等方面的内容。

适用对象：文创产品创作者、生产企业、交易平台、授权机构、监管部门及其他相关主体。

适用产品类型：实物文创（文具、饰品、家居用品等）产品、数字文创（IP形象、虚拟形象、数字画作、数字藏品、游戏角色、数字音乐、短视频等）产品、融合文创（文旅文创、科技文创等）产品。

注：并非所有短视频都属于文创类，需结合文化元素和创意设计核心进行认定。

适用场景：版权权属认定、登记申请、授权使用、交易流转、侵权维权、数字化管理等。

## 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 21374-2008	知识产权文献与信息 基本词汇
GB/T 43580-2023	区块链和分布式记账技术 存证通用服务指南
GB/T 30247-2013	信息技术数字版权管理术语
GB/T 40985-2021	数字版权保护 版权资源标识与描述
GB/T 37286-2019	知识产权分析评议服务 服务规范
GB/T 22117-2018	信用 基本术语
CY/T 269—2023	版权资源权利描述
DB 4113/T 023—2022	文博文创产品管理规范
国办发〔2012〕37号	《国务院办公厅关于清理整顿各类交易场所的实施意见》
国发〔2011〕38号	《国务院关于清理整顿各类交易场所切实防范金融风险的决定》
国发〔2011〕38号	《关于贯彻落实国务院决定加强文化产权交易和艺术品交易管理的意见》
SDPR-2024-0440002	《山东省交易场所监督管理办法》
鲁政办发〔2014〕29号	《山东省权益类交易场所管理暂行办法》

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### 文创产品 Cultural and Creative Products

以文化元素为核心，经过创意设计、加工制作形成的具有文化价值与实用价值的产品及数字内容，其范围需符合文化创意产业的边界。

### 3.2

#### 版权交易 Copyright Transaction

著作权人将其享有的著作权财产权（如复制权、发行权、信息网络传播权等）以转让或者许可的方式向他人提供，并获取相应报酬的法律行为，以及依法成立的版权类交易场所，以公开及非公开方式向特定个人或机构提供的版权及版权衍生品交易服务。

### 3.3

#### 侵权认定 Infringement Determination

依据法律规定及相关标准，判断行为是否侵犯他人文创产品版权的过程。

### 3.4

#### 区块链存证 Blockchain-based Evidence Preservation

利用区块链技术对电子数据进行存储、固定和验证，确保其真实性和完整性。

### 3.5

#### 智能合约 Smart Contract

一种基于区块链的自动执行合约条款的计算机程序。

## 4 总则

### 4.1 合规性原则

所有版权保护与交易活动应严格遵守国家法律法规，尊重并保护原创，禁止任何形式的抄袭、剽窃和盗版行为。禁止通过技术手段实施垄断或不正当竞争行为。

### 4.2 先确权，后交易原则

文创产品在进入交易环节前，应首先完成清晰的版权归属确认与必要的确权程序，确保交易标的权利清晰、无争议。

### 4.3 诚实信用原则

交易各方应遵循诚实信用原则，履行如实陈述、保密等义务，维护健康的市场交易秩序。

### 4.4 全过程管理原则

版权管理应贯穿于文创产品的创意构思、设计、生产、销售、传播等全过程，实施动态化、系统化的管理。

## 5 版权保护与登记规范

### 5.1 版权主体与条件

5.1.1 以文化元素为核心，经过创意设计、加工制作形成的具有文化价值与实用价值的产品及数字内容，其范围需符合文化创意产业的边界。

5.1.2 涉及职务作品、委托创作作品的，应按照《中华人民共和国著作权法》规定签订协议，明确版权归属。

5.1.3 涉及未成年人创作或非物质文化遗产衍生品开发的，应特别注意权利主体的特殊性和相关法律程序的合规性，确保版权归属清晰、合法。

### 5.2 版权认定

5.2.1 认定标准：具有独创性、可复制性，体现创意设计成果。

5.2.2 认定依据：创作手稿、设计图纸、创作过程记录等材料。

### 5.3 权利登记与存证

5.3.1 鼓励著作权人对其创作的文创产品核心设计（如美术作品、设计图、产品模型、视频作品、数字画作、数字藏品、游戏角色、数字音乐等）向国家版权主管部门或其指定的登记机构进行版权登记。

5.3.2 倡导运用区块链、时间戳等第三方电子存证技术，对创作过程、完成时间、首次发表等关键节点进行固定，作为权利证明的补充证据。

### 5.4 版权信息标注

5.4.1 文创产品或其包装上宜清晰标注版权信息，包括但不限于著作权人标识、作品名称、创作完成

时间、版权声明、首次发表年份等。

5.4.2 标注方式应显著且不易脱落，符合产品整体设计美学。

## 5.5 数字版权与区块链应用

5.5.1 鼓励使用区块链、时间戳等技术对创作过程、版权登记、授权交易、侵权证据等关键环节进行存证，确保数据完整、可追溯、不可篡改。

5.5.2 在版权授权交易中，可采用智能合约自动执行授权条件、费用支付、使用权限控制等，提高交易效率与透明度。

5.5.3 数字文创产品应嵌入数字水印、哈希值等标识信息，便于版权识别与侵权追踪。

5.5.4 在数字化登记、交易、存证过程中，应建立数据安全管理机制，确保个人和作品数据的安全，符合《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规要求。

## 6 版权使用规范

### 6.1 授权使用类型：

- a) 独占授权：被授权人在约定范围内独占使用，版权人及第三方不得使用。
- b) 排他授权：版权人与被授权人可在约定范围内使用，第三方不得使用。
- c) 普通授权：版权人可授权多个主体在约定范围内使用。

### 6.2 授权合同要件：

- a) 必备条款：双方基本信息、授权作品名称及范围、授权期限、授权费用、权利义务、违约责任等。
- b) 特别约定：明确是否允许转授权、授权地域范围、使用方式限制等内容。

### 6.3 合理使用范围：

- a) 个人使用：为个人学习、研究或欣赏，使用他人已发表的文创产品。
- b) 公益使用：为学校课堂教学或科学研究，少量复制已发表的文创产品供教学或科研人员使用，但必须注明原作者的署名。（“少量”复制通常指不超过文创产品整体内容的十分之一，具体界定需结合使用目的和作品性质。）
- c) 报道使用：报纸、期刊、广播电台、电视台等为报道时事新闻，在媒体中不可避免地再现或引用已发表的文创产品。（“不可避免”指对作品的引用是为说明某一问题所必需，且引用程度在合理范围内。）
- d) 使用限制：合理使用不得侵犯版权人的人身权，不得影响文创产品的正常使用，不得损害版权人的合法利益。

## 7 版权交易流程

### 7.1 信息发布

交易主体应在合法、公开的交易平台或渠道发布版权交易信息，信息内容应包括作品名称、版权人信息、授权类型、使用范围、交易条件等，确保信息真实、准确。

### 7.2 议价与协商

交易双方应基于市场行情、作品价值、使用范围等因素进行合理议价，鼓励采用第三方评估机构出具的评估报告作为议价参考。

### 7.3 合同签订

双方应签订书面授权合同，明确授权内容、期限、地域、费用支付方式、违约责任等条款。鼓励使用电子合同并采用区块链等技术确保合同不可篡改。

## 7.4 履约与结算

授权方应按约定提供作品材料和使用权限，被授权方应按约定支付费用。鼓励通过第三方支付平台或智能合约实现自动结算。

## 7.5 交易后管理

交易完成后，双方应保留交易记录至少五年，以备后续查询、审计或纠纷处理之用。

## 7.6 版权评估与定价指引

7.6.1 评估依据：版权价值评估可参考以下因素：作品知名度、创作成本、市场潜力、同类作品交易价格、专家评审意见等。

7.6.2 评估方式：鼓励委托具备资质的第三方评估机构进行评估，或由行业协会组织专家进行集体评审。

7.6.3 定价机制：定价可采用一次性买断、分期支付、收入分成等模式，具体方式由双方协商确定并在合同中明确。

7.6.4 基于交易所开展的版权数字化交易模式，在完成版权登记及确权的前提下，还需按照项目评审、合约签署、资产铸造（含产品入库等）、产品公告、上市发行、盘中管理、产品退市等环节。

## 8 侵权应对与维权

### 8.1 侵权行为识别

- a) 直接侵权：未经授权复制、发行、展览、信息网络传播文创产品，篡改、歪曲文创产品，未经许可署名等行为。
- b) 间接侵权：明知他人实施侵权行为，仍为其提供生产、销售、网络服务等帮助的行为。
- c) 侵权判断：通过比对被控侵权产品与权利产品的创意、设计、表达等核心元素，判断是否构成实质性相似。

### 8.2 证据收集固定

- a) 权属证据：版权登记证书、创作手稿、权利归属协议等。
- b) 侵权证据：被控侵权产品实物、购买凭证、侵权场景照片/视频、网络侵权截图等。
- c) 损失证据：权利人因侵权遭受的损失证明（如销售额下降数据、合理费用支出凭证等），或侵权人因侵权获得的利益证明。
- d) 固定方式：对电子证据可采用区块链存证、公证等方式固定，确保证据的真实性和合法性。

### 8.3 维权途径选择

争议双方应自争议发生之日起 30 日内协商解决；协商不成可向版权局调解委员会申请调解，或依据合同约定向仲裁机构申请仲裁，或向有管辖权的人民法院提起民事诉讼，通过司法途径维权。

### 8.4 侵权责任承担

#### 8.4.1 合同违约责任

交易一方未按合同约定履行义务（如未按时交付版权内容、未足额支付授权费用等），另一方可要求其限期改正。逾期未改正的，应按合同约定承担违约责任；合同未明确约定的，守约方有权要求其支付相当于合同总金额 20% 的违约金。违约情况同时记入行业信用档案。

#### 8.4.2 法定侵权责任

- a) 民事责任：包括但不限于停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等。赔偿金额可根据权利人的实际损失、侵权人的违法所得，或参照同类作品授权许可费的合理倍数确定。

- b) 行政责任：版权行政部门可依法责令停止侵权行为，视情节轻重给予警告、没收违法所得、没收主要用于侵权的材料/工具/设备等，并可处以罚款。
- c) 刑事责任：侵权行为情节严重，构成犯罪的，依法追究刑事责任。注：本条款所涉及的行政与刑事责任，其具体构成要件与处罚标准均以《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国刑法》等相关法律法规为准。

## 9 教育、培训与宣传

- 9.1 行业协会、企业应定期组织版权知识培训，提升全行业的版权创造、运用、保护和管理能力。
- 9.2 鼓励利用各类媒体平台宣传版权保护的重要性，分享优秀案例，提升公众尊重版权的意识。

## 10 监督与改进

- 10.1 本规范由山东省文化创意设计行业协会负责解释与监督实施。
  - 10.2 鼓励各相关单位依据本规范建立内部版权管理制度，并定期进行自我评估和改进。
  - 10.3 协会可组织对自愿采用本规范的单位进行符合性评估，推动行业规范发展。
  - 10.4 协会应定期组织对本规范的适用性进行评估，并根据行业发展和技术变化适时修订。
  - 10.5 协会可设立“山东省文创产品版权合规标识”，相关单位经协会审核通过后，可标注于产品包装或宣传页。违规使用标识的单位，协会有权撤销其使用资格。
-