



# 中华人民共和国国家标准化指导性技术文件

GB/Z 25101—2010/ISO/TR 21449:2004

---

## 音乐、电影、视频、录音和出版产业 内容传递与权益管理标识符和 描述符的功能要求

Content delivery and rights management—  
Functional requirements for identifiers and descriptors for use  
in the music, film, video, sound recording and publishing industries

(ISO/TR 21449:2004, IDT)

2010-09-02 发布

2010-12-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局  
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言 ..... Ⅲ

引言 ..... Ⅳ

1 范围 ..... 1

2 方法 ..... 1

3 图例 ..... 1

4 概念性商务架构 ..... 2

5 信息架构 ..... 4

6 属性与关系 ..... 10

7 使用者事务 ..... 10

附录 A（规范性附录） 实体属性和关系表 ..... 23

参考文献 ..... 37

## 前 言

本指导性技术文件等同采用 ISO/TR 21449:2004《内容传递与权益管理 对音乐、电影、视频、录音和出版产业标识符和描述符的功能要求》。

本指导性技术文件由全国信息与文献标准化技术委员会提出并归口。

本指导性技术文件主要起草单位：清华大学、国家图书馆、中国标准化研究院、中国版权协会新技术与版权保护委员会、中央电视台总编室、中央人民广播电台图书音像资料馆、新华通讯社通信技术局、文化部文化市场发展中心。

本指导性技术文件主要起草人：肖燕、富平、程真、李华伟、刘植婷、田胜立、石村、彭明、武国卫、袁力、罗洪涛。

## 引 言

近年来,数字技术的发展进步促使音乐、电影、视频、录音和出版产业发生了重大变化。网络环境下,它们作为“内容”产业,都在积极开发和使用信息创建、存储和交流的新技术,以便使传统的创作、发行模式适应时代的发展。与此同时,随着产业的调整,其他行业(如信息/通信等)也在进入上述领域。

在出版和录音产业中,用于描述传统作品的标识符已经使用了几十年。数字内容转向网络传递,越发需要高效、可靠的方法标识产品以及包含在其中的知识产权。在扩大的“内容”产业中,作为新的多媒体基础设施的一个组成要素,数字产品的识别和描述的标准化,已成为支撑跨部门、全球化内容相关的电子商务交易的重要手段。这不仅产生了拓展标识符种类的要求,也对标识符的功能提出了新需求,完整性、适用性、可扩展性、灵活性以及互操作性成为考虑的重点,以便追踪数字产品整个生命周期以及贯穿在供应链内的多种交易。

从商业角度看,数字产品的标识、描述作为基础设施的关键要素,在网络环境下,将构成现有技术不可分割的组成部分,这些技术支撑高效商业交易并保护商业权益和利益。

从运营角度看,数字产品标识和描述的规范化设计与应用,对支持内容的创建、制作到产品的发行和使用追踪等整条供应链的活动,都有着关键性的意义。为在多媒体环境下完全有效,数字产品标识符与描述必须具有全方位功能。不仅能够区别产品和财产,适用于聚合和分解多重层次,还必须在多层面和需要互操作的跨部门环境中发挥作用。

本指导性技术文件旨在为内容产业提供一个共享参考框架,用来描述制作、发行和权利管理过程中的商务活动以及信息处理事务的特征,并对需求提供结构化描述,以便对支持上述功能的识别和描述方案的应用开发提供指导。

本指导性技术文件为满足我国出版产业由传统出版向数字出版转型的需要而研制。鉴于本领域技术发展较快,在尚未定型的情况下,不宜采用标准的形式严格限定。

音乐、电影、视频、录音和出版产业  
内容传递与权益管理标识符和  
描述符的功能要求

1 范围

本指导性技术文件概略提出了专为知识内容和产品认证与描述方案的管理开发的商务和信息架构。

本指导性技术文件以内容产业(即音乐、电影、视频、录音和出版产业)业内及不同产业间的制作、发行和权利管理相关的商业交易活动为中心,适用于知识和艺术内容开发与传递有关的创作者、制作者、发行者、注册权威机构以及权利管理者理解本组织机构与其他从事制作、发行和权利管理有关的内容产业之间的关系。本指导性技术文件提出的信息模型没有反映诸如市场营销和档案管理的业务功能,也没有反映诸如图书馆、档案馆或者博物馆等二次服务提供者之间的业务活动。

2 方法

对内容产业应用的标识符和描述符的功能需求分析从以下四个方面展开。

第一部分:定义**概念性商务架构**。该架构明确了从事知识或艺术内容制作、发行以及内容权益管理的个人和组织所执行的功能,强调了各个功能之间重要的商务关系。概念性商务架构提供对商务环境的看法,旨在协助负责制定和管理知识内容和作品的标识和描述方案的组织,理解本组织与其他从事制作、发行和权利管理的内容产业之间的关系。概念性商务架构的细节在第4章中阐述。

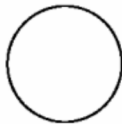
第二部分:定义**信息架构**。该架构给出了对涉及每个商务功能的关键实体(即对象、代理、活动、事件等)及实体之间主要关系的定义和结构化表达。信息架构的细节在第5章中阐述。

第三部分:明确并定义与信息架构中所标识的每个实体相关的**属性与关系**。属性和关系定义的细节在附录A中阐述。

第四部分:定义一套通用的**使用者事务**。绘制了上述事务与信息架构重点关注的三个实体(内容、产品和财产)相关的属性与关系的示意图。绘制事务属性与关系示意图旨在为定义内容、产品和财产登记所需的一套通用的描述符奠定基础。使用者事务的定义及其示意图在第7章中阐述。

3 图例

本指导性文件对商务架构和信息模型的具体描述中,使用了一些图形符号,其含义如下:

| 概念性商务架构(图1中采用)                                                                      |                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
|  | 圆代表个人或组织在制作、发行和权利管理的整体运营背景下的所执行的功能          |
|  | 圆之间的直线和箭头代表执行指定功能的个人与组织之间的事务,次要相关的事务用虚线箭头表示 |







































































