

T/CADPA

中国音像与数字出版协会团体标准

T/CAPDA XXXX—XXXX

数字音乐 IP 价值评估规范

Specification for IP value evaluation of digital music

（征求意见稿）

（本草案完成时间：2022-08-04）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

中国音像与数字出版协会 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。

本文件由中国音像与数字出版协会提出并归口。

本文件起草单位：中国数字文化集团有限公司、中国新闻出版研究院、山东出版数字融合产业研究院有限公司、重庆华略数字文化研究院、北京邮电大学、无锡井通网络有限公司。

本文件主要起草人：姜楠、范波、贾广胜、范林海、高源、荣嵘、王飏、刘玉柱、李游、李广宇、宋迪莹、孟晓明、毛文思、郝园园、徐楚尧、王杨、吴江文、袁毅、司亚清、苏静、何彬、相里朋、贺江敏、包小敏、黄晏清、苗知秋、王晓涛。

数字音乐 IP 价值评估规范

1 范围

本文件规定了数字音乐IP价值的评估原则与方法、评估指标、评估流程和评估结果。
本文件适用于数字音乐质量管理与服务。

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 31777—2015 数字音乐元数据
GB/T 33250—2016 科研组织知识产权管理规范
CY/T 50—2008 出版术语

3 术语和定义

GB/T 31777、GB/T 33250和CY/T 50界定的术语和定义适用于本文件。

3.1

数字音乐 digital music

将音乐信息转变为可以度量的数字、数据、由计算机进行处理和统一管理、存储、表达的音乐。
[来源：GB/T 31777—2015, 3.4]

3.2

国际标准音像制品编码 International Standard Recording Code; ISRC

以ISRC为标志由12位字符和数字组成的国际音像制品唯一代码。
[来源：CY/T 50-2008, 2.23, 有修改]

3.3

知识产权 intellectual property; IP

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、集成电路布图设计权、地理标志权、植物新品种权、未被披露的信息专有权等。

[来源：GB/T 33250—2016, 3.2]

4 原则与方法

4.1 评估原则

数字音乐IP价值评估的基本原则：

- 公开性，确保评估对象和社会公众的知情权；
- 公正性，保证公平和平等对待每一评估对象；
- 客观性，符合评估对象的基本特征实事求是；
- 科学性，科学合理评估对象评价结果可验证。

4.2 评估方法

4.2.1 评估方式

数字音乐IP价值评估采用主观评价与客观评价相结合的方式，依据评估指标对不同类型的数字音乐作品进行逐项打分并汇总成绩形成总榜单。

4.2.2 排名方式

依据评估对象综合汇总成绩,对评估结果进行分类排名。数字音乐IP价值评估类型可分为以下三类,名称和代码见表1。

表 1 评估对象类型与代码

类型与代码	类目	代码
内容创作 (A)	影视剧	A1
	短视频	A2
	直播	A3
	音乐剧	A4
	话剧	A5
	动漫	A6
	游戏	A7
场景结合 (B)	演唱会	B1
	音乐节	B2
	综艺栏目	B3
	旅游	B4
	音乐园区	B5
应用开发 (C)	教育培训	C1
	音乐平台	C2
	周边产品	C3
	音乐硬件	C4
	公共文化服务	C5
	文化娱乐经营	C6

5 评估指标

5.1 指标体系

数字音乐IP价值评估指标体系由4个一级指标,13个二级指标,30个三级指标组成,如图1所示。

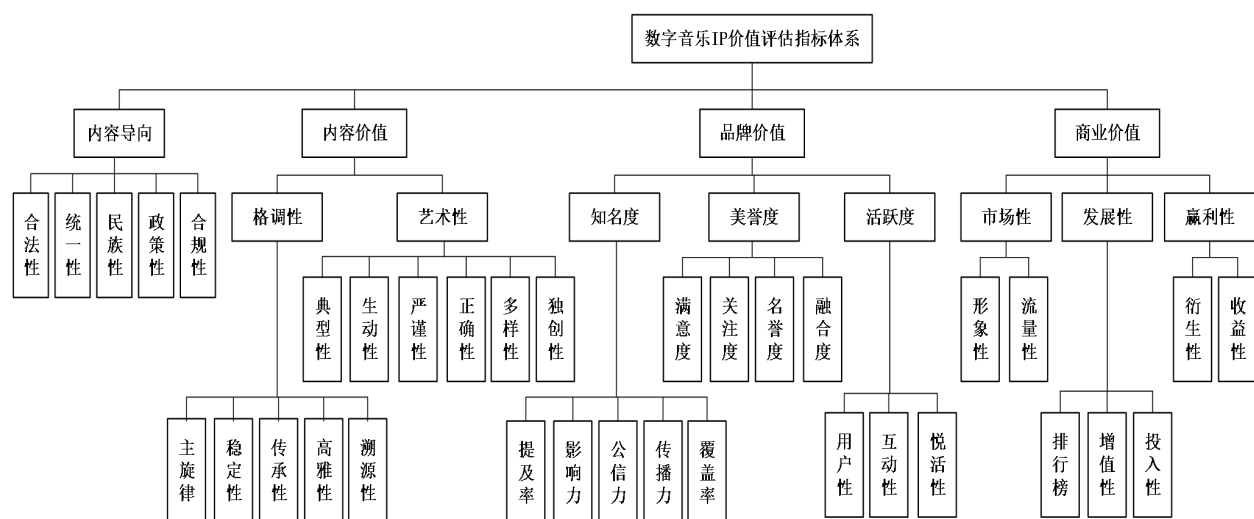


图 1 数字音乐 IP 价值评估指标体系

5.2 指标要求

5.2.1 导向指标

数字音乐导向指标要求见表2。

表2 导向指标要求

一级指标	二级指标名称	指标要求	说明
内容导向	合法性	遵守宪法，维护他人合法权益，不含侮辱诽谤他人、侵害他人合法权益等内容	违反内容导向的任何 一个二级指标要求的 均为不合格，无须再进 行其他指标评估
	统一性	维护国家统一主权和领土完整	
	民族性	维护民族团结与民族风俗	
	政策性	遵守国家宗教政策、意识形态等政策和指导意见	
	合规性	遵守相关法律法规，包括不宣扬淫秽、色情、暴力、赌博、教唆犯罪等内容	

5.2.2 价值指标

数字音乐IP价值指标要求见表3。

表3 价值指标要求

一级指标	二级指标名称	三级指标名称	指标要求	
内容价值	格调性	主旋律	弘扬主旋律、传播正能量	
		稳定性	维护社会秩序与稳定	
		高雅性	品味高雅，包括不出现低俗、消极、不文明立意等	
		传承性	维护社会公德，弘扬中华民族优秀传统文化	
		溯源性	艺术创作素材质量规范，具有较高的艺术参考价值	
	艺术性	典型性	艺术形象具体，且具有典型性，反映社会生活本质，具有普遍社会意义	
		生动性	艺术内容变现具有生动性和委婉性，音乐内容情节变化多样起承转合自然连贯	
		严谨性	艺术结构具有严谨性和完整性，内容叙事清晰、情节设置合理、逻辑顺畅	
		正确性	作品艺术语言具有准确性和鲜明性，歌词流畅，语言运用得当，不存在标题党、用语粗俗、低俗恶搞等内容	
		多样性	艺术手法具有精当性和多样性，作品表现手段多样，准确恰当，内容得到充分表现	
品牌价值	知名度	提及率	媒体或在其他内容产品、活动中曝光的次数及频率	
		影响力	媒体正负面评价，媒体对作品的情感认定情况	
		传播力	具有国内和国际影响力，良好地塑造国家形象	
		公信力	媒体提及质量侧重于媒体自身的社会影响力和公信力	
		覆盖率	渠道覆盖广，包括社交平台、音乐平台、短视频平台等	
	美誉度	满意度	用户评价和用户反馈情况	
		关注度	作品在音乐界影响及专业机构研讨与传播情况	
		认可度	作品的获奖情况	
	活跃度	用户性	用户性	作品主体粉丝数量与增长速度
			互动性	作品在音乐平台等被点赞、收藏次数 作品在音乐平台等评论区的评论量 作品评论的情感属性
		活跃性	活跃性	用户点击量和转发量 用户网络分享次数 搜索引擎提及率
			时效性	作品时效性强，并积极反映社会现实
			商业价值	市场性

一级指标	二级指标名称	三级指标名称	指标要求
			作品评论量
			作品评论情感属性
			作品用户反馈情感属性
	发展性	排行性	作品在音乐榜单中出现频次
		增值性	全产业链运营，从上游到下游形成不断增值的运营
		投入性	作品获得行业资本的投资情况
	赢利性	收益性	创作主体通过平台分账收入
			创作主体通过广告、经营收入
版权性		版权售卖产生的收入	

5.3 指标权重

5.3.1 一级指标权重

数字音乐IP价值的一级指标权重配置如下：

- 内容导向采用一票否定制的指标权重设置；
- 内容价值采用百分制评估指标，权重占比 50%；
- 品牌价值采用百分制评估指标，权重占比 20%；
- 商业价值采用百分制评估指标，权重占比 30%。

5.3.2 三级指标权重

数字音乐IP价值的三级评估指标权重配置见表4。

表 4 三级指标权重

一级指标名称	一级指标权重	二级指标名称	二级指标权重	三级指标名称	三级指标权重						
内容价值	50%	格调性	20%	主旋律	5%						
				稳定性	5%						
				高雅性	5%						
				传承性	5%						
		艺术性	30%			典型性	5%				
						生动性	5%				
						严谨性	5%				
						正确性	5%				
						多样性	5%				
						创新性	5%				
品牌价值	20%	知名度	6%	提及率	2%						
				影响力	1%						
				传播力	1%						
				公信力	1%						
		美誉度	6%			覆盖率	1%				
						满意度	2%				
						关注度	2%				
						认可度	2%				
						活跃度	8%			用户性	2%
										互动性	2%
活跃性	3%										
时效性	1%										
商业价值	30%	市场性	10%	形象性	2%						
				流量性	8%						
		发展性	10%			排行性	3%				
						增值性	4%				
						投入性	3%				
		赢利性	10%			收益性	6%				
						版权性	4%				

6 评估流程

6.1 基本流程

数字音乐IP价值评估基本流程如图2所示。

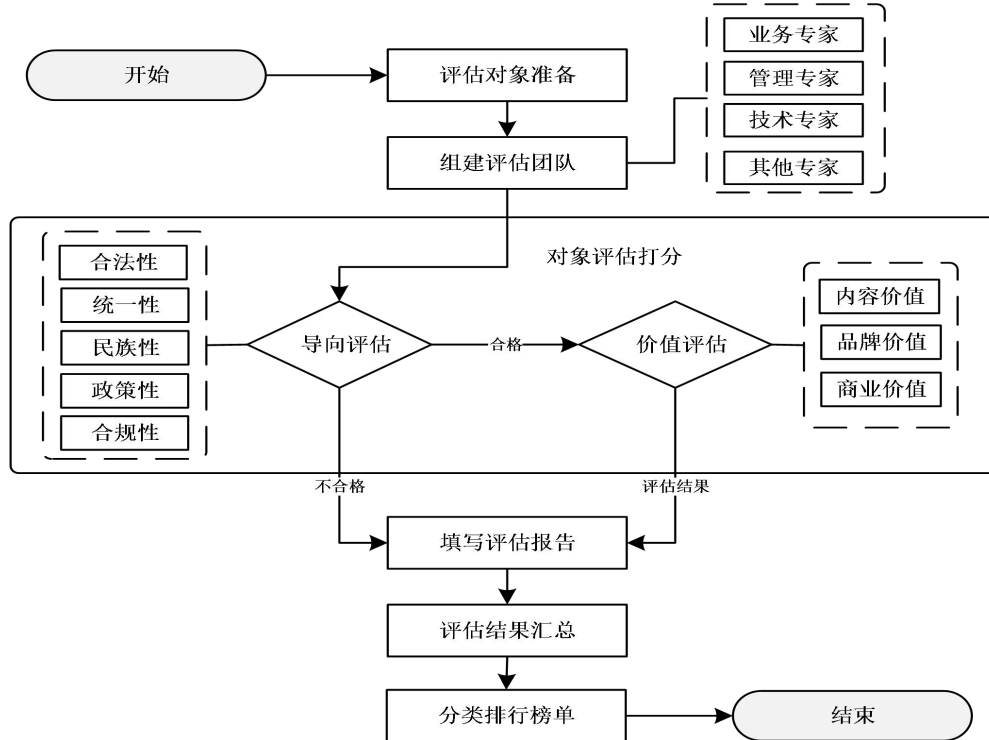


图2 评估基本流程

6.2 流程描述

数字音乐IP价值评估流程以资源准备开始，依次顺序为：

- e) 评估材料准备，包括数字音乐作品和产品信息：
 - 1) 作品名称；
 - 2) ISRC 编码；
 - 3) 制作者；
 - 4) 版权拥有者；
 - 5) 发布平台；
 - 6) 发布日期；
 - 7) 所属类型（见表1）；
 - 8) 作品时长；
 - 9) 作品简介。
- f) 组建评估团队，成员包括业务、管理和技术等专家；
- g) 对象评估打分，分为以下两步：
 - 1) 导向评估，根据内容导向评估指标中5个2级指标进行评估，评估合格者进行价值评估，不合格直接填写评估报告，不再进行价值评估；
 - 2) 价值评估，根据价值评估指标，对内容价值、品牌价值、商业价值进行逐项打分
- h) 填写评估报告，填写每一参评对象的评估结果报告；
- i) 评估结果汇总，汇总单一评估对象得分并进行综合排序；
- j) 形成分类榜单，依据评估结果总序完成分类排名的榜单。

7 评估结果

7.1 评估模板

数字音乐IP价值评估模板包括：

- a) 评估打分模板见附录 A.1；
- b) 评估汇总模板见附录 A.2；
- c) 评估分类表见附录 A.3。

7.2 评估结论

数字音乐IP价值评估结论分为优秀、合格、不合格3个等级，每个等级的分值要求见表5。

表 5 评估等级

评估等级	评估分值	备注
优秀	85~100	
合格	84~60	
不合格	59~0	内容导向指标中以一项不合格分值为0分

附 录 A
(资料性)
评估模板

A.1 评估打分表

数字音乐作品IP价值评估打分表模板见表A.1。

表 A.1 评估打分表

作品编号	作品名称						
作品作者	发布单位						
一级指标分值	二级指标分值	三级指标分值		备注	得分		
内容导向 (一票否定)	合法性	—	—	违反内容导向的任何一个二级指标均为不0分，无须再进行其他指标评估			
	统一性	—	—				
	民族性	—	—				
	政策性	—	—				
	合规性	—	—				
内容价值 (50分)	格调性 (20分)	主旋律	5分				
		稳定性	5分				
		高雅性	5分				
		传承性	5分				
		溯源性	5分				
	艺术性 (30分)	典型性	5分				
		生动性	5分				
		严谨性	5分				
		正确性	5分				
		多样性	5分				
		创新性	5分				
		品牌价值 (20分)	知名度 (6分)	提及率	2分		
				影响力	1分		
传播力	1分						
公信力	1分						
覆盖率	1分						
美誉度 (6分)	满意度	2分					
	关注度	2分					
	认可度	2分					
	活跃度 (8分)	用户性	2分				
		互动性	2分				
活跃性		3分					
时效性		1分					
商业价值 (30分)	市场性 (10分)	形象性	2分				
		流量性	8分				
	发展性 (10分)	排行性	3分				
		增值性	4分				
		投入性	3分				
	赢利性 (10分)	收益性	6分				
		版权性	4分				
	评估专家	评审日期			总分		

A.3 评估分类表

数字音乐IP价值评估分类表见表A.3。

表 A.3 评估分类表

类型与代码	类目	代码	选择	备注
内容创作类 (A)	影视剧	A1	<input type="checkbox"/>	
	短视频	A2	<input type="checkbox"/>	
	直播	A3	<input type="checkbox"/>	
	音乐剧	A4	<input type="checkbox"/>	
	话剧	A5	<input type="checkbox"/>	
	动漫	A6	<input type="checkbox"/>	
	游戏	A7	<input type="checkbox"/>	
场景结合类 (B)	演唱会	B1	<input type="checkbox"/>	
	音乐节	B2	<input type="checkbox"/>	
	综艺栏目	B3	<input type="checkbox"/>	
	旅游	B4	<input type="checkbox"/>	
	音乐园区	B5	<input type="checkbox"/>	
应用开发类 (C)	教育培训	C1	<input type="checkbox"/>	
	音乐平台	C2	<input type="checkbox"/>	
	周边产品	C3	<input type="checkbox"/>	
	音乐硬件	C4	<input type="checkbox"/>	
	公共文化服务	C5	<input type="checkbox"/>	
	文化娱乐经营	C6	<input type="checkbox"/>	
汇总人			汇总日期	

参 考 文 献

- [1] GY/T 134—1998 数字电视图像质量主观评价方法
 - [2] GY/T 340—2020 超高清清晰度电视图像质量主观评价方法, -双刺激连续质量标度法
 - [3] SJ/T 11689—2017 音频编码质量主观测试规范
 - [4] YD/T 2309—2011 音频质量主观测试方法
 - [5] ITU-T P. 910-1999 多媒体应用的主观视频质量评定方法
-