



# 团 体 标 准

T/CAS XXXX.1—2022

## 中医药文化创意服务指南 第 1 部分：文化创意产品开发

Guideline for creative cultural services of  
traditional Chinese medicine

Part 1: development  
of cultural and creative product

(征求意见稿)

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

中国标准化协会 发布

内部讨论资料，严禁非授权使用

中国标准化协会（CAS）是组织开展国内、国际标准化活动的全国性社会团体。制定中国标准化协会标准（以下简称：中国标协标准），满足企业需要，推动企业标准化工作，是中国标准化协会的工作内容之一。中国境内的团体和个人，均可提出制、修订中国标协标准的建议并参与有关工作。

中国标协标准按《中国标准化协会标准管理办法》进行制定和管理。

中国标协标准草案经向社会公开征求意见，并得到参加审定会议的 75%以上的专家、成员的投票赞同，方可作为中国标协标准予以发布。

在本文件实施过程中，如发现需要修改或补充之处，请将意见和有关资料寄给中国标准化协会，以便修订时参考。

本文件版权为中国标准化协会所有，除了用于国家法律或事先得到中国标准化协会的许可外，不得以任何形式或任何手段复制、再版或使用本文件及其章节，包括电子版、影印件，或发布在互联网及内部网络等。

## 目 次

目 次.....	II
前 言.....	III
引 言.....	IV
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 开发原则.....	2
5 产品类别.....	2
5.1 文物仿制品类.....	2
5.2 保健品类.....	2
5.3 非处方药品类.....	2
5.4 化妆品类.....	2
5.5 食品类.....	2
5.6 生活家居类.....	2
5.7 文具玩具类.....	2
5.8 服装配饰类.....	2
5.9 出版品类.....	3
5.10 数字类.....	3
5.11 其他类.....	3
6 产品属性.....	3
6.1 文化属性.....	3
6.2 健康属性.....	3
6.3 教育属性.....	3
6.4 产品属性.....	3
7 开发模式和流程.....	4
7.1 开发模式.....	4
7.2 开发流程.....	4

## 前 言

本文件按照 GB1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》和 T/CAS 1.1—2017《团体标准的结构和编写指南》的规定起草。

本文件是 T/CAS XXXX《中医药文化创意服务指南》的第1部分。T/CAS XXXX《中医药文化创意服务指南》已经发布以下部分：

——第1部分 文化创意产品开发。

本文件起草单位：国家中医药博物馆、中国标准化研究院、北京中医药大学中医药博物馆、上海中医药博物馆、浙江中医药博物馆、广东中医药博物馆、山东省中医药博物馆、陕西中医药博物馆、成都中医药大学博物馆、黑龙江中医药博物馆、吉林省中医药博物馆、山西中医博物馆、中国中医科学院中国医史文献研究所、中国医学科学院生物医学工程研究所、中国中医科学院中医药信息研究所、中国中医科学院针灸研究所、北京市鼓楼中医医院、首都医科大学附属北京中医医院、北京中医药大学岐黄学院、首都医科大学中医药学院、云南白药集团股份有限公司、四川新绿色药业科技发展有限公司、北京同仁堂（集团）有限责任公司、雷允上药业集团有限公司、山东宏济堂制药集团股份有限公司、北京博道精诚健康咨询服务有限公司、北京创立科创医药技术开发有限公司、杭州胡庆余堂药业有限公司、北京卫仁中药饮片厂、广州白云山陈李记药厂有限公司、天津宏仁堂药业有限公司、漳州片仔癀药业股份有限公司、东阿阿胶博物馆、北京大品种联盟科技咨询公司、江苏康缘药业股份有限公司、河北橘井药业有限公司、北京广庭上医中医药科技有限公司、际华集团股份有限公司、北京广誉远中医药历史文化博物馆。

本文件主要起草人：杨荣臣、杨德昌、郭宇博、陈峥、付强、冯雪、张宁宁、冯晓远、卢颖、李赣、朱德明、何富乐、蓝韶清、刘川、王妮、侯冠辉、谭红兵、孙尧尧、张凌、赵敏、刘学春、吴金鹏、李海燕、王琳、黄涛、周培培、李博、高鹏、王伽伯、张净秋、董汛、辜吟、文勤、张宇、王全军、任岩东、和芳、祁大庆、张旭、陈进伟、宋纹、林瓔珞、郭尚伟、李振坤、王海洋、宋君、郑昭瀛、端木琳、郭祥。

考虑到本文件中的某些条款可能涉及专利，中国标准化协会不负责任何该类专利的鉴别。

本文件首次制定。

## 引 言

随着中医药事业的发展，中医药文化创意产品也面临着前所未有的发展机遇。2016年2月国务院发布了《中医药发展战略规划纲要(2016--2030年)》，纲要指出要“发展中医药文化产业，推动中医药与文化产业融合发展，探索将中医药文化纳入文化产业发展规划，创作一批承载中医药文化的创意产品和文化精品。”因此，有必要制定一套概念明确、路径清晰、体系完整的中医药文化创意服务指南，开发一批具有代表性的中医药文化创意产品，开展一系列有影响力的中医药文化创意活动，形成具有中医药特色的文化创意产品展陈方式，为中医药文化传播发挥积极作用。本文件拟由三个部分构成。

——第1部分 中医药文化创意服务指南 文化创意产品开发。目的在于为中医药文化创意产品的开发确立可参考的原则和流程。

——第2部分 中医药文化创意服务指南 文化创意赛事活动。目的在于为中医药文化创意赛事活动的组织提供活动管理。

——第3部分 中医药文化创意服务指南 文化创意产品展陈。目的在于为中医药文化创意产品的展览和陈列确立可遵守的形式、流程和方法。

# 中医药文化创意服务指南 第1部分：文化创意产品开发

## 1 范围

本文件提供了中医药文化创意产品的开发原则、产品类别、产品属性，开发模式和开发流程。本文件适用于从事中医药文化创意的相关单位开展中医药文化创意产品开发。

## 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；不注日期引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB 7916 化妆品卫生标准

GB 17405 保健食品良好生产规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**中医药** traditional Chinese medicine

起源于中国的传统医学，以整体论和辨证论治为其特点，是包括汉族和少数民族医药在内的我国各民族医药的统称。

[来源：GB/T 38324—2019，3.1]

### 3.2

**文化创意产品** cultural and creative product

**文创产品**

依靠创意人的智慧、技能和天赋，借助于现代科技手段对文化资源进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用，而产出的高附加值产品。

注：文创产品不一定是可见可触的物体，例如数字类文化创意产品。

### 3.3

**中医药文化创意产品** cultural and creative product of traditional Chinese medicine

**中医药文创产品**

具有中医药文化特色和内涵的文创产品。

注：中医药文化创意产品不包括处方药。

## 4 开发原则

开发的中医药文创产品的相关单位可包括各级各类博物馆、美术馆、图书馆、文化馆、群众艺术馆、纪念馆、非物质文化遗产保护中心、中医药企事业单位、高校及其他掌握各种形式文化资源的单位。

中医药文创产品类别有文物仿制品类、保健品类、非处方药品类、化妆品类、食品类、生活家居类、文具玩具类、服装配饰类、出版品类、数字类及其他类。

中医药文创产品宜具有中医药文化特色和内涵，包括文化、健康、教育、产品等基本属性，其中产品属性宜至少具有安全性、实用性、整体性、艺术性、趣味性、环保性、收藏性、地域性、季节性、群体性中的一种。

开发中医药文创产品的模式包括自主开发、合作开发和授权开发。其中，保健品类和化妆品类的开发应符合 GB 17405 和 GB 7916 的有关规定。

开发的中医药文创产品宜注重原创和知识产权保护。

## 5 产品类别

### 5.1 文物仿制品类

以中医药博物馆馆藏资源或其他中医药文物为原型，通过一定的技术手段，采用不同比例、大小、材质仿制的文物藏品。

### 5.2 保健品类

适用特定人群的保健品类文化创意产品，可包括具有中医药文化属性和特色的保健（功能）食品、保健用品和保健器械，如艾灸盒。

### 5.3 非处方药品类

在保证用药安全的前提下，经国家卫生行政部门规定或审定后，不需要医师或其它医疗专业人员开写处方即可购买的中医药文创产品。

### 5.4 化妆品类

具有中医药文化属性和特质包含中药成分的化妆品，如本草面膜。

### 5.5 食品类

具有中医药文化特色的供食用或饮用的物质，包括加工食品、半成品和未加工食品，不包括只作药品使用的物质，如中药代茶饮。

### 5.6 生活家居类

具有中医药文化特色、满足日常生活需要的家居用品和公共空间装饰、装潢用品等，如中草药香薰、冰箱贴等。

### 5.7 文具玩具类

日常工作和生活中所使用的，具有中医药文化特点的办公用品和玩具，如中医药日历、中医药桌面游戏等。

### 5.8 服装配饰类



具有中医药文化属性，对人体起保护和装饰作用的产品，如中药香囊、中草药耳环等。

## 5.9 出版品类

以中医药博物馆馆藏资源或其他中医药文化资源为内容制作的出版物，如中医药文物图册。

## 5.10 数字类

以中医药博物馆馆藏资源或其他中医药文化资源为基础，运用信息技术手段开发的文创产品。如中医药表情包、APP、小程序等。

## 5.11 其他类

除以上类别外，具有中医药文化属性的产品。

## 6 产品属性

### 6.1 文化属性

具有中医药文化特色与内涵。

### 6.2 健康属性

能够传递中医药理念和健康知识，对身体健康产生正向的积极作用。

### 6.3 教育属性

具有教育价值，有利于中医药文化普及与知识传播。

### 6.4 产品属性

#### 6.4.1 安全性

注重意识形态安全和使用上的安全。

#### 6.4.2 实用性

具有日常使用价值。

#### 6.4.3 整体性

相似元素的一类文创产品的设计开发宜考虑系统性和整体性。

#### 6.4.4 艺术性

具有中医药文化相关的审美价值和艺术价值。

#### 6.4.5 趣味性

具有趣味体验感，为人们所喜闻乐见。

#### 6.4.6 环保性

产品的生产、包装等宜考虑环保理念。

#### 6.4.7 收藏性

具有收藏价值。

#### 6.4.8 地域性

具有不同的地域特色。

#### 6.4.9 季节性

具有不同季节需求的特性。

#### 6.4.10 群体性

具有不同人群需求的特性。

## 7 开发模式和流程

### 7.1 开发模式

#### 7.1.1 自主开发

从事中医药文化创意的相关单位能自主开发中医药文化创意产品。

#### 7.1.2 合作开发

从事中医药文化创意的单位与相关企业、机构合作开发中医药文化创意产品，以一方名义或者多方联名发布。宜制定合作企业、机构的遴选制度，以确保中医药文化创意产品的质量。

#### 7.1.3 授权开发

从事中医药文化创意的单位授权相关企业、机构开发文创产品，以授权单位、被授权单位一方名义或者多方联名发布。宜制定授权企业、机构的遴选制度，以确保中医药文化创意产品的质量。授权方式主要包括著作权授权、商标权授权、品牌授权等，授权操作见《博物馆馆藏资源著作权、商标权和品牌授权操作指引》（文物博发〔2019〕14号）。

### 7.2 开发流程

中医药文化创意产品的开发宜包括确定选题和产品类别、成立开发小组、开展调研、确定产品名称、确定开发模式、制定开发计划、产品设计、知识产权保护、产品制作、产品宣传、展示销售、用户评价、产品优化等步骤，详见图 1。

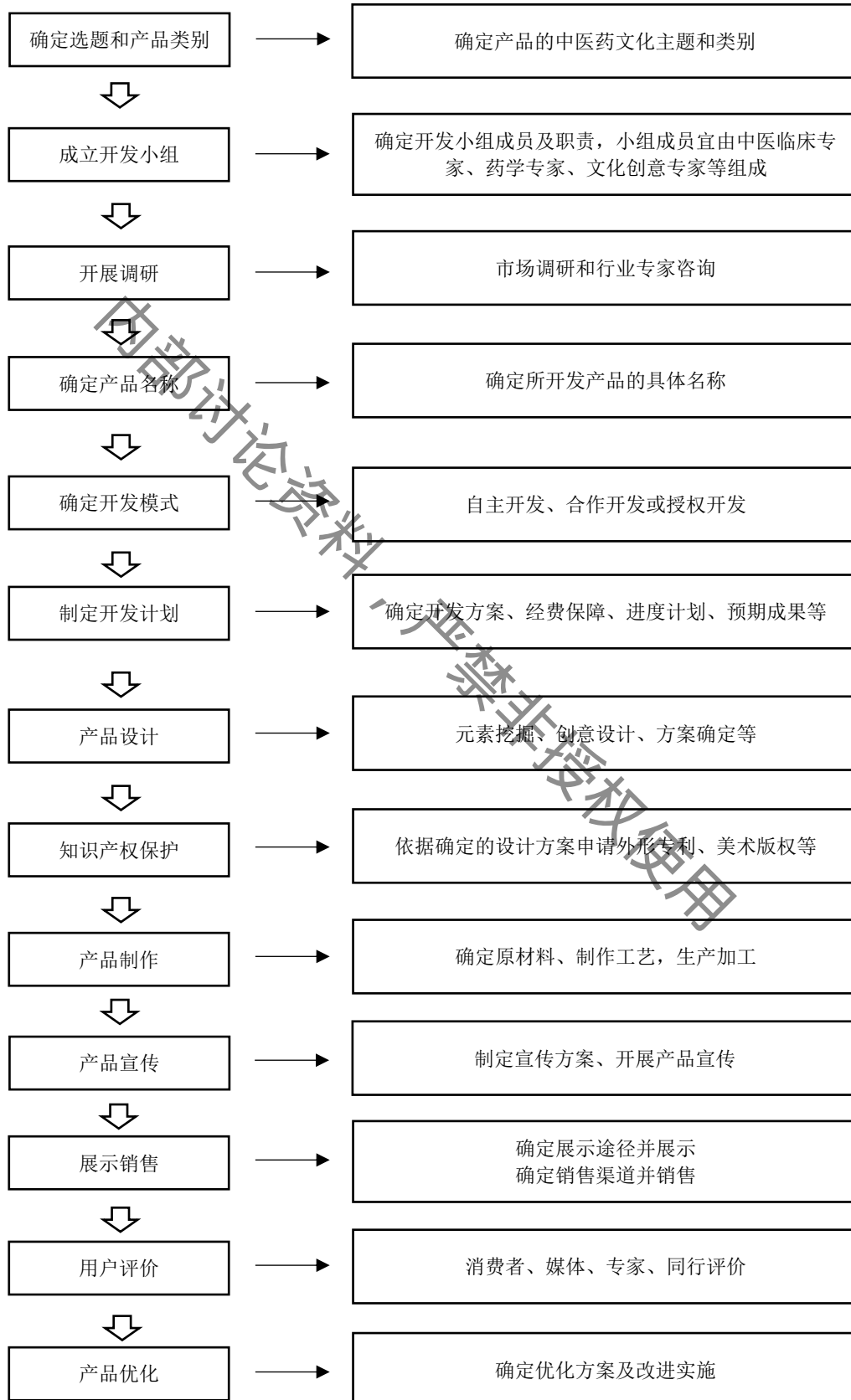


图1 中医药文创产品开发流程图

## 参考文献

- [1] GB/T 38324—2019 健康信息学 中医药学语言系统语义网络框架
- [2] 文旅资源发〔2021〕85号. 文化和旅游部、中央宣传部、国家发展改革委财政部、人力资源社会保障部、市场监管总局国家文物局、国家知识产权局关于印发《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》的通知
- [3] 中国行组办〔2019〕5号. 中医中药中国行组委会办公室关于印发2019年全国中医药文创产品设计大赛活动方案的通知
- [4] 张梦梦,吴芊,陈丽君,等.关于中医药文化创意工艺品的若干问题[C]. //第十九次中医药文化学术研讨会. 2016:180-184
- [5] 赵倩. 中医药艾草养生文化向文化创意产品转化的研究[D]. 安徽:安徽大学,2017. DOI:10.7666/d.Y3214460
- [6] 邓迁. 南京博物院文创产品的发展路径研究[D]. 南昌大学,2020
- [7] 杨汝林,信晓瑜. 基于社会美育功能的博物馆文化创意研究[J]. 设计艺术研究,2019,9(05):89-93.
- [8] 吴韦. 台北故宫博物院文创产品设计研究[J]. 文化产业,2020(36):23-24
- [9] 李韦. 浅析我国博物馆文创发展对策——以北京故宫博物院和台北故宫博物院为例[J]. 博物院,2020(04):126-131
- [10] 行政院文化建设委员会. 2010 台湾文化创意产业发展年报. 2011 年 12 月
- [11] 阴鑫. 中国博物馆文化创意产品开发研究-以北京故宫博物院为例[D]. 河南大学,2016
- [12] 周橙旻,何晨晨,马伯尧. 博物馆文创产品开发周期与流程发展研究[J]. 家具与室内装饰,2021(10):122-125
- [13] 张尧. 基于博物馆资源的文化创意产品开发设计研究[D]. 苏州大学,2015

T/CAS XXX—201X

ICS 01.120

A 00

关键词：中国标准化协会

---

内部讨论资料，严禁非授权使用