

团 体 标 准

T/CFGR 010—2025

社会文物流通领域文物商品识别规范

Identification standards for cultural relics commodities in the field of social
cultural relics circulation

2025-05-26 发布

2025-06-26 实施

目 次

前 言	II
引 言	III
1 范围	4
2 规范性引用文件	4
3 术语和定义	4
4 文物商品的范围	5
5 文物商品要素采集	6
6 文物商品流通凭证	6
附录A（资料性）文物商店 收藏证书（样）	7
附录B（资料性）文物拍卖收藏证书（样）	8

前 言

本标准按照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。

本标准由全联民间文物艺术品商会提出。

本标准由全国文物流通经营机构联盟归口。

本标准行业指导单位：中国文物交流中心。

本标准法律支持单位：北京大成律师事务所。

本标准专业支持单位：中国古陶瓷学会、中国玉文化研究会、中国国际书画艺术研究会、中国保护消费者基金会电子商务工作委员会。

标准起草顾问人员：张柏、范毓周、谭平、彭常新、宋建文、冯小琦、田静荣、吴加安、赵古山、尹夏清、穆青、孙小兵、王莉英、贾文忠、贾文熙、吴晓松、许忠陵、李晨、陈昀、张鹏飞、张荣、刘静、孙振祥、孔祥星、张广文、施俊、杨震华、鲁力、一西平措、周京南、曹静楼、鲁宁、樊国强、包国强、胡朝晖、李国长、岳峰、郭学仁、哈骏、李国强、丁孟、赵云、张永康、赵聪月。

本标准起草单位：中国文物交流中心、全联民间文物艺术品商会、全国文物流通经营机构联盟、北京互联网法院、中国检验认证集团北京有限公司、中创文贸（北京）文物艺术品有限公司、北京全联文化遗产保护中心、北京大成律师事务所、中国（河南）自由贸易试验区开封片区管理委员会、国文全联（北京）文化传播有限公司、北京市文博控股集团有限责任公司、北京北大博雅科贸有限公司、北京盛典优品文化有限公司、北京新曙光企业服务有限公司、中传华夏国际文旅发展集团有限公司、凝汇力量（北京）体育文化发展有限公司、广东藏宝天下艺术品有限公司、北京天骐文物有限公司、河南国博数智文化发展有限公司、河南省民间文物艺术品商会、江苏省艺术品行业协会、德州市工商业联合会、辽宁省民间文物艺术品商会、四川省川联民间文物艺术品商会、重庆收藏协会、黑龙江省书画艺术品协会。

本标准起草人：谭平、张习武、包蕴田、崔伟、李玲、钱卫清、关海亮、田子依、张磊、宋楠、蔺辉、刘雄、吴鹏、严琨、李战军、赵婧、田春风、张金彪、盛兴达、梁启明、黄春、杨鑫、贺新捷、黄立、胡彬。

引 言

本文件旨在为社会文物流通经营机构提供一套科学、规范、可操作的文物商品识别与要素信息收集标准，引导行业自律，推动行业健康发展。本文件的制定遵循了《中华人民共和国标准化法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》、《中华人民共和国标准化法实施条例》、《团体标准管理规定》、《深化标准化工作改革方案的通知》、《关于加强文化领域行业组织建设的指导意见》、《关于鼓励、引导和规范工商联所属商会开展团体标准化工作的意见（试行）》、《全国工商联商会团体标准体系建设方案》、《团体标准管理办法》等相关法律法规及主管部门的管理政策。

社会文物流通领域文物商品识别规范

1 范围

本文件规定了社会文物流通经营机构在文物商品识别与要素信息收集过程中的操作流程、社会文物（民间文物）的识别与要素信息收集管理、文物销售企业、文物拍卖企业及相关从业人员开展业务的流程操作。

2 规范性引用文件

T/CFCR 003—2019《文物艺术品鉴定评估操作规程》。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 文物流通经营机构

文物流通经营机构指依法设立从事文物商品流通和鉴定质检服务的企业主体包括文物销售企业、文物拍卖企业、文物鉴定质检服务企业以及其他从事或服务于文物商品流通的企业。

在本标准专指如下企业：

3.1.1 文物销售企业：依据《中华人民共和国文物保护法》设立从事文物购销的企业；

3.1.2 文物拍卖企业：依据《中华人民共和国文物保护法》设立从事文物拍卖的企业。

3.2 文物商品

文物商品指在社会流通领域中依法合规流通的文物，包括文物整器及文物残器与标本。

3.3 文物商品识别

文物商品识别指对文物是否能够在社会流通领域中依法合规进行流通的识别认定，旨在确保文物商品的身份的合法性。

3.4 文物要素信息

文物要素信息是指社会流通领域文物的物理信息、购销流通记录等要素信息。

3.5 流通记录

流通记录是指文物商品在社会流通领域中的交易、拍卖以及文物鉴定质检和文物估值等与文物流通相关等活动的详细记录，包括时间、地点、参与方及交易金额等信息。

4 文物商品的范围

文物商品识别要求旨在规范社会文物流通领域中的文物商品依法流通，确保文物流通经营企业的依法合规经营，针对文物商品进行如下分析与辨识确定文物商品的范围。

4.1 中国被盗（丢失）文物信息发布平台信息比对

文物商品的范围不包括公安部、国家文物局“中国被盗（丢失）文物信息发布平台”当中所收录的器物信息，应与该数据库做充分比对。

4.2 外国被盗文物数据库信息比对

文物商品的范围不包括外国政府、相关国际组织按照有关国际公约通报或者公告的流失文物，具体参照国家文物局“外国被盗文物数据库”当中所收录的器物信息，应与该数据库做充分比对。

4.3 不可移动文物及不可移动文物构件范围论证

文物商品的范围不包括不可移动文物及不可移动文物构件（注：雕塑、石刻、壁画、建筑构件）

4.4 墓葬随葬品场景分析

文物商品的范围不包括具有明显“墓葬特征”的文物，文物流通经营机构应对购销、拍卖征集的标的文物进行分析，确定送检标的物不属于墓葬构件、墓葬功用、随葬冥器的范围。（例如：墓室石雕、棺槨、墓志铭、人俑、动物俑、谷仓、魂瓶、与生活器具有明显区别的冥器等）。

4.5 出土、出水情况检测

文物商品的范围不包括1949年以后出土、出水痕迹的器物，具有出土、出水痕迹具体包括如下情况：具有泥土附着、水渍附着；具有可溶性矿物凝结物（碱斑）特征；具有植物根茎附着或生长痕迹；具有水生生物附着痕迹；具有有机物腐败残留痕迹；具有明显出土出水环境后的锈蚀、腐蚀特征；具有碳化特征；具有用清水喷淋器物该器物散发土、腥、臭等出土、出水气味特征。

4.6 非法入境的文物

文物商品的范围不包括非法入境的走私文物。具备依法入关进境手续的海外回流文物，可成为文物商品。

4.7 国有馆藏及非国有馆藏已被定级建档的珍贵文物

文物商品的范围不包括国有馆藏及非国有馆藏已被定级建档的珍贵文物。

4.8 其他国有企事业单位保管文物 文物商品范围不包括除国有博物馆、考古机构之外的其他国有企事业单位保管的文物。

5 文物商品要素采集

文物商品要素采集旨在规范社会文物流通领域中的文物商品流通记录，确保文物流通经营企业的依法合规经营，针对文物商品和流通环节进行如下要素采集。

5.1 文物商品物理信息要素采集：三视图、文物名称、年代、规格、材质、地域、作者；

5.2 文物商品流通记录信息要素采集

5.2.1 文物销售企业：售卖人信息（必要的）、买受人信息（必要的）、交易时间、交易价格；

5.2.2 文物拍卖企业：拍卖地点、拍卖时间、标的物价格、委托人信息（必要的）、买受人信息（必要的）。

6 文物商品流通凭证

文物商品流通凭证是为了创建有序健康的民间收藏和社会文物流通环境，溯源文物商品，对文物商品流通信息进行规范并识别。证书凭证为必要的凭证表现。“文物商品识别认证标志”在文物商品的附着为良好行为的非必要凭证表现。

6.1 文物商品流通证书凭证刊载信息做出如下要求：

6.1.1 文物销售企业：企业名称、企业标识、文物许可文号、文物商品照片、文物商品名称、文物商品编号、文物商品规格、备注、销售日期、二维码、区块链信息等；

6.1.2 文物拍卖企业：企业名称、企业标识、文物拍卖许可文号、文拍备案号、成交日期、成交额、拍卖场次、文物商品照片、文物商品名称、文物商品编号、文物商品规格、备注、二维码、区块链信息等；

6.2 文物商品识别认证标志：可以采用防伪贴纸、NFC定位火漆等技术手段在文物商品上做认证标志的识别。

附录A
(资料性)
文物商店 收藏证书 (样)

LOGO XXXXXXXXXXXX有限公司
文物许可文号: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



哈希值:

文物商店 收藏证书

名称:

编号:

规格:

备注:

二维码

XXXXXXXXXX有限公司
XXXX年XX月XX日

本证书仅作为文物经营单位销售溯源 不作鉴定证书使用

附录B
(资料性)
文物拍卖收藏证书(样)

XXXXXXXXXXXX有限公司
文物拍卖许可:XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



哈希值:

文物拍卖收藏证书

文拍备案号:XXXXXXXXXXXXXXXX

_____先生/女士以_____于_____年__月__日
在_____购得:

名称:

编号:

规格:

备注:

二维码

本证书仅作为文物经营单位销售溯源,不作鉴定证书使用