

标 题：国家工商行政管理总局关于推进广告战略实施的意见

索引号：2019-1559528202379

文 号：无

成文日期：2012年04月11日

主题分类：意见

所属机构：广告监督管理司

发布日期：2019年06月03日

国家工商行政管理总局
关于推进广告战略实施的意见

各省、自治区、直辖市及计划单列市、副省级市工商行政管理局、市场监督管理局：

广告业是现代服务业和文化产业的重要组成部分，在塑造品牌、展示形象，推动创新、促进发展，引导消费、拉动内需，传播先进文化、构建和谐社会等方面发挥着积极作用。在我国全面建设小康社会的关键时期和加快转变经济发展方式的攻坚阶段，广告的功能作用更加凸显。工商行政管理部门承担着指导广告业发展和监管广告市场的双重职责。实施广告战略，是发挥工商职能作用、促进广告业科学发展的重大举措，是大力发展现代服务业和文化产业的迫切需要，是扩大消费、推动创新、加快“三个转变”的基本要求，是传播先进文化、构建和谐社会和提升文化软实力的战略选择。为贯彻落实党的十七届五中、六中全会精神和国家“十二五”规划纲要的要求，现就实施广告战略提出如下意见。

一、实施广告战略的总体要求

1. 指导思想。坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，以服务国家重大经济、社会、文化发展战略为核心，以全面提升广告产业核心竞争力为目标，以改革、创新、创意为动力，以净化广告市场环境、规范广告市场秩序为保障，进一步完善广告法律法规，建立健全广告市场监管机制，促进广告业科学发展，为加快转变经济发展方式、构建社会主义和谐社会、推动社会主义文化大发展大繁荣提供强大动力。

2. 战略目标。到2020年，把我国建设成为广告创意、策划、设计、制作、发布、管理水平达到或接近国际先进水平的国家。具体目标是：

广告法律法规和管理体制更加完善，与我国经济社会发展需要相适应的广告行政管理体制和运行机制运转顺畅。

广告市场秩序更加规范，全社会广告法制意识明显增强，广告行业的诚信度明显提高。

广告市场规模与质量效益协调发展，广告产业结构进一步优化，广告行业竞争力和影响力进一步增强，形成一批专业化程度高、创新能力强、具有国际竞争力的广告(企业)集团，培养一批国际化、创新型高端广告专业人才。

广告业对经济社会的贡献度进一步提升。广告业拉动消费、提振内需、促进相关行业发展的作用明显提升，弘扬社会主义核心价值观体系、传播社会主义先进文化、推动和谐社会建设的作用进一步彰显，提升国家文化软实力的作用得到进一步增强，广告的功能作用和产业价值得到社会普遍认同。

二、实施广告战略的重点任务

3. 加强广告法律法规体系建设。加强广告法制建设，推进《广告法》修订进程。贯彻落实《广告法》，不断完善市场准入与退出、广告活动规范、广告内容准则、广告市场管理等方面的规章制度。加强地方立法立规工作，制定并完善促进和规范广告业发展的地方性法规、规章，引导、促进和保障广告企业诚信经营、规范运作、公平竞争，大力推进广告监管制度化、规范化、程序化、法治化建设。

4. 推动广告管理体制机制完善。完善与我国国情相适应的“政府监管、行业自律、社会监督”的广告监管模式。

完善虚假违法广告整治联席会议制度，推动联席会议制度在省（自治区、直辖市）、市（地、州）、县（市、区）的落实和重要作用的发挥，做到各负其责，上下联动，齐抓共管。

完善和落实广告监管制度，坚持事前指导、事中监控、事后惩处相结合的全程监管，健全媒体发布虚假违法广告责任追究制度。

充分发挥行业组织作用。加强对广告协会工作的指导，支持广告协会依章程开展服务和管理活动，加强行业自律。

5. 强化广告市场监督管理。依法加强对各类广告活动的监督管理，突出重点，组织开展广告专项整治，严厉查处典型虚假违法广告和违法经营行为，维护广告业健康有序的市场秩序。加强执法监督，严格落实广告行政执法责任制。

完善广告监测体系。健全广告监测制度规范，统一广告监测标准，建立全国广告监测网络，强化监测结果的应用。建立虚假违法和低俗不良广告应急处理机制。

完善广告监管执法联动体系。建立工商系统内部联动机制和跨地区的区域执法联动机制，实施广告监测、监管、执法联动，提高快速处置能力。建立联席会议成员单位联动机制，对典型虚假违法广告，加强联合公告、联合告诫、联合查处等工作。

建立广告信用监管体系。建立广告企业信用数据库，记录和归集广告活动开展广告经营活动、广告监测、广告案件查处等信息，实施信用分类监管。完善广告活动主体失信惩戒机制和严重失信淘汰机制，规范广告经营秩序，提高行业信用度。

6. 促进广告业科学发展。做好文化体制改革中广告媒体单位的转企改制服务工作。支持有实力的国内大型媒体和广告企业通过参股、控股、兼并、收购、联盟等方式做大做强。鼓励具有较强实力的广告企业进行跨地区、跨媒体、跨行业和跨所有制的兼并重组，促进广告资源的优化组合、高效配置和产业升级。

培育一批拥有自主知识产权和先进技术、主业突出、创新能力强的大型骨干广告企业。支持资质好、潜力大、有特色、经营行为规范的中小型和微型广告企业发展。

加大广告产业园区建设力度，认定一批国家级广告产业园区。坚持政府主导与市场运作相结合，鼓励广告及其关联企业在园区内集聚发展，延伸广告产业链，培育广告产业集群，提高广告业的组织化与规模化程度。

7. 支持广告业创新发展。鼓励广告企业加强广告科技研发，加速科技成果转化，提高运用新设备、新技术、新材料、新媒体的水平。促进数字、网络等新技术在广告服务领域的应用。鼓励环保型、节能型广告材料的推广使用。支持广告业专用硬件和软件的研发，促进广告业优化升级。

推动广告业经营方式创新。鼓励广告企业与新型物流业态相结合，推动网络、数字和新兴广告媒体发展，以及与通信网、互联网、广播电视网的融合。支持广告产业与高技术产业相互渗透，不断创新媒介方式、拓宽发布渠道，形成传统媒介与新兴媒介的优势互补与联动发展。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=11_9829

