

楚雄彝族自治州新闻出版广电局文件

楚新广通〔2017〕19号

楚雄州新闻出版广电局转发总局省局关于联合 举办 2017 年全国敬老养老助老公益广告作品 征集暨展播活动的通知

各县市文体广电旅游局，州广播电台、楚雄电视台：

现将国家及省新闻出版广电局《关于联合举办 2017 年全国敬老养老助老公益广告作品征集暨展播活动的通知》转发给你们。请结合实际，积极开展好 2017 年全国敬老养老助老公益广告作品征集暨展播活动。

楚雄州新闻出版广电局

2017年5月9日



信息公开选项：公开

抄送：州委宣传部、州老龄委

楚雄州新闻出版广电局

2017年5月9日印

云南省新闻出版广电局办公室文件

云新广办〔2017〕97号

转发总局关于联合举办 2017 年全国 敬老养老助老公益广告作品征集暨展播 活动的通知

各州市新闻出版广电（文广）局、省级报刊出版单位、云南广播电视台、各社会有关机构：

现将《国家新闻出版广电总局 全国老龄工作委员会办公室关于联合举办 2017 年全国敬老养老助老公益广告作品征集暨展播活动的通知》（新广电发〔2017〕65号）转发你们，并就有关事项明确如下。

一、加强组织领导，抓好作品创作的落实

一是各州市新闻出版广电行政部门要将通知转发至辖区内各有关单位，确保不漏一个单位，不少一家机构，做到应知尽知，同时抄送当地宣传部和老龄委办公室。

二是组织好作品的创作申报，各级报刊出版单位和广播电视播出机构要主动与当地老龄委办公室取得联系，争取资金支持，协商开展联合制作、作品申报和安排刊播等有关事

宜。参加本次作品征集报名的机构或个人，请按照总局通知明确的标准、格式和要求，在规定的时限内自行向活动组委会报送。

二、加强监督管理，抓好展播活动的落实

各级刊播机构要在 2017 年 12 月至 2018 年 11 月期间，按照《2017 年全国敬老养老助老公益广告作品征集活动展播安排》（详见总局通知附件 3）规定的版（页）面、条次进行刊播，作品可从总局“优秀公益广告作品库”中下载。

各级新闻出版广电行政部门要加强对辖区刊播情况的监督管理，加大监听监看和检查力度，对未按照要求落实刊播或活动结束后不报送展播情况统计表的机构要予以批评、劝诫，责令改正。对经批评、劝诫后依然未改正的机构，可依据《公益广告促进和管理暂行办法》、《广播电视管理条例》第五十条的规定给予处罚，并报送省局予以全省通报。

三、加强展播统计，抓好结果报送的落实

各级各类刊播机构在展播活动结束后，在第一时间填写《2017 年全国敬老养老助老公益广告作品展播情况统计表》（总局通知附件 5）并经同级老龄部门签字盖章确认后于 2018 年 12 月 5 日前分别报新闻出版广电行政部门和老龄部门。

省级报刊出版单位展播统计表直接报省局新闻报刊处，发送到电子邮箱 yncbbkc@163.com。联系人：代孔利、李为强，联系电话（传真）0871-64129428。州市级报刊出版单位展播统计表报当地新闻出版广电（文广）局后，再报省局新

闻报刊处。

各州市新闻出版广电(文广)局、云南广播电视台于2018年12月10日前汇总辖区广播电视播出机构展播情况统计表传真或扫描报送省局传媒机构处。联系人:尹光超 电话(传真):0871-65379920。

四、几点要求

一是此次敬老养老助老作品征集暨展播活动跨度时间长、时限宽,各级新闻出版广电行政部门和刊播机构负责人员发生变更后要及时移交,确保工作的连续不间断。

二是各级行政部门和刊播机构在抓好此次敬老养老助老公益广告作品征集展播活动的同时,要重点抓好2016年度总局部署的“安全生产”、“美丽中国”环境保护和“敬老养老”主题公益广告创作展播活动的落实,按照要求时限报送展播情况统计表。

三是各级行政部门和刊播机构要超前筹划,以迎接十九大为契机,组织安排好今年七一建党节、八一建军节和征兵期间、十一国庆节等重要时间节点的主题公益广告创作刊播活动。

云南省新闻出版广电局办公室

2017年5月3日

信息公开选项：公开

抄送：省文明办、省老龄工作委员会办公室

云南省新闻出版广电局办公室

2017年5月3日印发

(共印9份)

国家新闻出版广电总局 全国老龄工作委员会办公室

文件

新广电发[2017]65号

国家新闻出版广电总局 全国老龄工作委员会 办公室关于联合举办 2017 年全国敬老养老 助老公益广告作品征集暨展播活动的通知

各省、自治区、直辖市新闻出版广电局、老龄工作委员会办公室，新疆生产建设兵团新闻出版广电局、老龄工作委员会办公室，计划单列市老龄工作委员会办公室，中央三台，电影频道节目中心，中国教育电视台：

2016年，国家新闻出版广电总局、全国老龄工作委员会办公室联合举办了全国敬老养老助老公益广告作品征集暨展播活动，涌现出一批主题突出、社会效应好、群众认可度高的优秀作品，受到社会各界广泛好评。为充分利用好公益广告这一载体，发挥其

形象化、可视性、传播快等特点，深入宣传贯彻习近平总书记关于推动老龄事业全面协调可持续发展的重要讲话精神，推进社会主义核心价值观体系建设，培育知荣辱、讲正气、作奉献、促和谐的良好风尚，弘扬敬老养老助老的中华民族传统美德，国家新闻出版广电总局、全国老龄工作委员会办公室决定联合开展2017年全国敬老养老助老公益广告作品征集暨展播活动。现将有关事项通知如下：

一、总体要求

以弘扬敬老养老助老社会风尚为主题，活动采取向社会公开征集的方式进行，引导提升敬老公益广告设计创作水平，推出一批导向正确、创意新颖、表现丰富、群众接受度高的优秀敬老广播电视公益广告作品。获奖作品组织在全国进行展播，以弘扬正风正气，推动各地更加重视老龄工作，推动全社会更加孝亲敬老，关爱老年人，促进代际和谐与家庭和睦，为积极开展应对人口老龄化行动，促进老龄事业持续健康发展营造良好社会氛围。

二、宣传主题

要全面落实和体现习近平总书记关于“坚持党委领导、政府主导、社会参与、全民行动相结合，坚持应对人口老龄化和促进经济社会发展相结合，坚持满足老年人需求和解决人口老龄化问题相结合，努力挖掘人口老龄化给国家发展带来的活力和机遇，努力满足老年人日益增长的物质文化需求，推动老龄事业全面协调可持续发展”的总要求，挖掘和阐发中华优秀传统文化讲仁爱、重民本、

守诚信、崇正义、尚和合、求大同的时代价值,大力凸现敬老养老助老的主要内涵、实践要求、行为方式,引导全社会自觉敬重老年人,传承中华文化,使敬老养老助老成为社会风尚。大力凸现中华民族传统家庭美德,引导人们注重家庭、注重家教、注重家风,弘扬中华孝道,使社会主义核心价值观在家庭亲情里生根开花。大力凸现助人为乐、团结友善、济困帮贫的价值追求,引导助老志愿服务,给予老年人更多生活上的帮助和精神上的安慰,让老年人有更多温暖感、获得感,使所有的老年人都能安享幸福晚年。

三、活动时间

全国敬老养老助老公益广告作品征集评选时间:2017年4月至2017年11月。

全国敬老养老助老公益广告优秀作品展播时间:2017年12月至2018年11月。

四、活动组织

(一)本次活动由国家新闻出版广电总局和全国老龄办联合主办。其中,国家新闻出版广电总局负责活动宣传报道、组织刊播机构参与创作、协调优秀作品展播等工作;全国老龄办负责协调落实活动资金,组织各级老龄办和社会各界力量创作公益广告等工作。此外,各级新闻出版广电部门和老龄办参照上述分工,分别负责本辖区内有关工作。

(二)本次活动由中国传媒大学全国公益广告创新基地承办。负责整个征集活动(包括初选、复选、网络投票评选等活动)的策划

与执行工作,负责联合有关机构与同业人士共同完成上述工作。

五、参加方式

(一)参加对象:面向全国各级老龄部门及社会各界征集优秀敬老公益广告作品,电台、电视台、新闻出版单位、影视制作机构、高等院校及个人均可报名参加,鼓励各级老龄部门与电台、电视台联合制作老龄公益广告作品。

(二)报名方式:参加本次作品征集活动人员需认真填写活动报名表,连同作品的图音视频光盘、设计说明一同寄到组委会进行报名,同时将以上资料电子版发送至组委会指定邮箱,邮件标题格式为“2017年全国敬老养老助老公益广告征集活动作品—作者名—作品名”。提交作品文件名称需与参赛表中的名称保持一致。报名截止时间为2017年9月30日。

组委会联系人(收件人):和群坡,刘林清,010—65783234、13801318145、18500298052;报名邮寄地址:北京市朝阳区定福庄东街1号中国传媒大学广告学院(全国公益广告创新研究基地),邮编:100024;邮箱:ssgygg2016@163.com

国家新闻出版广电总局联系人:许旭 010—86098540

全国老龄办联系人:李伟旭 010—58122106

附件:1.2017年全国敬老养老助老公益广告作品创作要求

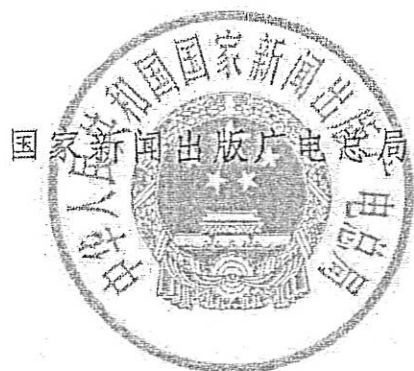
2.2017年全国敬老养老助老公益广告作品征集活动评

审办法

3.2017年全国敬老养老助老公益广告作品征集活动展
播安排

4.2017年全国敬老养老助老公益广告作品征集活动报
名表

5.2017年全国敬老养老助老公益广告作品展播情况统
计表



抄送：中宣部、中央文明办、国家工商总局、国家禁毒委员会办公室、国家
税务总局、国家知识产权局、国务院防治艾滋病工作委员会办
公室、国家安全生产监管总局、环境保护部、有关高等院校。

国家新闻出版广电总局办公厅

2017年4月7日印发

附件 1

2017 年全国敬老养老助老公益广告 作品创作要求

本次活动征集的作品共分电视类公益广告、广播类公益广告和平面设计类公益广告三种形式。其中，电视类公益广告和广播类公益广告时长分别为 15 秒、30 秒、45 秒、1 分钟；平面设计类公益广告作品尺寸为 A1（841×594mm）幅面。相关要求如下：

一、创作要求

设计制作全国敬老养老助老公益广告，要紧扣敬老养老助老主题，凝聚正能量，弘扬新风尚，回应社会各界和广大老年人密切关注的重点、热点和难点问题，贴近大众审美情趣，做到思想性、艺术性和观赏性的有机统一，做到“美起来”、“动起来”、“活起来”。

（一）征集活动要遵守法律法规，创作单位和个人应签署原创承诺，保证对作品拥有完全知识产权，不得抄袭、模仿。

（二）公益广告创作要善于从基层一线以及老年人身边选取题材，情景交融地展示改革所带来的变化，使受众爱听爱看。

（三）提倡风格多样、百花齐放，可将各地民族、文化和地方特色融入到广告中来，可选取实景、动漫、乐曲等多种表现形式，使公益广告易于被不同受众群体接受和喜好。

（四）公益广告创作中可积极探索运用现代科技手段，为

广告注入现代气息和时尚元素，运用新颖别致的表现形式吸引人、打动人。

二、技术标准

(一) 电视类作品。1. 高清：分辨率不得低于 1280×720 (16: 9) 或 960×720 (4: 3)，码率不得低于 8M/秒，格式以 MP4 等主流高清通用格式为主。2. 动画：需转换为相应视频格式后提交，如 AVI、MP4 等视频格式(高清标准参照第一条)。请勿提交 flv 等动画格式。

(二) 广播类作品。不低于 16 位，比特率不低于 128kbps，采样频率不低于 22.05kHz，格式应以 MP3、WMA 等主流音频格式为主。

(三) 平面设计类作品。光盘报送作品图片格式为 jpg，色彩模式 RGB，分辨率 300 像素/英寸，规格 A1 (841×594mm)。电子邮件提交格式为 jpg，色彩模式 RGB，分辨率 72 像素/英寸，规格 A4 (297×210mm)。评审组委会确定拟入围作品后，组委会向参评者调取原始数据文件(分层文件或矢量文件等)，未按期提供者视为自动放弃入围资格。

附件 2

2017 年全国敬老养老助老公益广告 作品征集活动评审办法

本次全国敬老养老助老公益广告作品征集活动评审工作由活动组委会统一组织部署，采取组委会评审、社会公众评审和专家组评审相结合的方式，坚持公平、公正、公开原则，通过竞争择优的方式，最终确定优秀作品名单。

一、项目设置

(一) 广播类优秀作品：一类作品 1 个，扶持资金 1 万元；二类作品 2 个，扶持资金 5000 元；三类作品 3 个，扶持资金 2000 元；优秀作品 9 个，扶持资金 1000 元。

(二) 电视类优秀作品：一类作品 1 个，扶持资金 10 万元；二类作品 2 个，扶持资金 5 万元；三类作品 3 个，扶持资金 2 万元；优秀作品 9 个，扶持资金 2000 元。

(三) 平面设计类优秀作品：一类作品 1 个，扶持资金 1 万元；二类作品 2 个，扶持资金 5000 元；三类作品 3 个，扶持资金 2000 元；优秀作品 9 个，扶持资金 1000 元。

(四) 优秀组织机构：一类 1 个，扶持资金 5 万元；二类 2 个，扶持资金 3 万元；三类 3 个，扶持资金 1 万元；优秀类 9 个，扶持资金 2000 元。

(五) 优秀展播机构：一类 1 个，扶持资金 20 万元；二类 1 个，扶持资金 10 万；三类 1 个，扶持资金 5 万元。

对优秀作品及单位由国家新闻出版广电总局和全国老龄办联合颁发荣誉证书。

二、评审安排

本次征集活动评审分为作品评审和优秀组织机构、优秀展播机构评审两个部分。

(一) 作品评审。分为初选、复选、终评三个阶段进行。

1. 初选阶段(2016年10月1日至15日): 组委会首先对征集作品进行初选, 评分后进入复选, 复选不限名额。

2. 复选阶段(2016年10月16日至11月15日): 进入复选的作品将在合作网站上进行展播, 通过网站、报纸、广播、电视媒体宣传此次投票活动, 征集全国公众投票, 最终根据作品得票数及初选得分情况确定进入终评100部, 其中包括50部电视类作品和50部广播类作品。

3. 终评阶段(2016年11月16日至30日): 由组委会组织专家评委进行评分, 并结合初选、复选成绩确定一二三类及优秀类作品。

(二) 优秀组织机构、优秀展播机构评审

1. 优秀组织机构将根据作品征集组织和优秀作品情况, 由组委会综合进行评定。

2. 优秀展播机构将根据公益广告作品展播次数、时长、时段、覆盖范围、宣传效果、征集活动宣传力度, 以及本台新闻专题等其他节目形式配合老龄宣传工作等情况, 由组委会在展期后综合进行评定。

三、网络投票方式

复赛阶段网络投票环节, 社会公众可以登录全国老龄工作委员会办公室官方网站(www.cncaprc.gov.cn)和广告博物馆官方网站(www.admuseum.cn)参与投票。

四、作品使用

(一) 一、二、三类作品将在全国各级电台、电视台、报纸、期刊集中展播。

(二) 一、二、三类作品将推荐给高铁、航空、地铁移动电视、电影院线、视频网络、社会媒介等平台播出。

(三) 全部优秀作品将纳入国家新闻出版广电总局“优秀公益广告作品库”，供全国各类播出机构下载播出。

(四) 全部优秀作品将在老龄系统各级官方网站、微信平台等展播。

五、相关要求

(一) 参加本次征集活动的作品必须由作者本人参与创作(合作作者可联名参加)，作者应确认拥有其作品的著作权，如因此引起任何相关法律纠纷，由作者本人承担法律责任。

(二) 作者应保证送选作品将不会涉及肖像权、名誉权、隐私权、著作权、商标权等法律纠纷，否则由作者本人承担法律责任。

(三) 本次征集活动拒绝任何可能与国家法律法规相抵触的作品。

(四) 除非特别申明，送选作品可被主办单位无偿用于与本次征集活动相关的宣传活动；主办单位拥有将优秀作品出版音像制品的优先权利。

(五) 活动规则最终解释权归主办单位；凡递交作品，即视为同意上述法律问题说明。

附件 4

2017 年全国敬老养老助老公益广告

作品征集活动报名表

| | | | |
|--------------|--|------|--|
| 作品名称 | | | |
| 作品类别 | | | |
| 作品时长 (规格) | | 制作日期 | |
| 作者姓名 | | 联系电话 | |
| 身份证号 | | | |
| 作者单位 | | | |
| 通信地址 | | | |
| 邮政编码 | | | |
| 电子邮箱 | | | |
| 版权声明 | <p>兹承诺该作品具有独立的著作权，不存在抄袭、借用等法律问题。如出现相关问题，退回该作品的全部扶持资金和证书，并完全承担相关法律责任。</p> <p style="text-align: right;">签字（盖章）： 日期：</p> | | |
| 备注 | | | |

附件 5

2017 年全国敬老养老助老公益广告作品

展播情况统计表

| | | | |
|--------------------|------|--------------|----|
| 展播机构名称 | | | |
| 机构类别 | | 所属级别 | |
| 公益广告名称 | | | |
| 播出所属时期 | | 节目时长 | |
| 每周播出次数 | 每周播出 | 次，其中黄金时段播出 | 次 |
| 播出总次数 | 累计播出 | 次，其中黄金时段播出 | 次 |
| 播出时段 | | | |
| 展播覆盖范围 | | | |
| 报刊每月刊播 | 每月刊播 | 次，刊播总量为 | 版面 |
| 报刊刊播总次数 | 累计刊播 | 次，刊播总量为 | 版面 |
| 补贴金额 | | | |
| 宣传效果 | | | |
| 广告征集活动 宣传情况 | | | |
| 其他节目形式配 合老龄宣传情况 | | | |
| 签章 (展播机构) | | 签章 (老龄部门) | |

