

国家广播电视总局 全国老龄工作委员会办公室

文件

广电发〔2018〕43号

国家广播电视总局 全国老龄工作委员会办公室 关于联合举办 2018 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，中央广播电视总台办公厅，电影频道节目中心，中国教育电视台：

2017年，广电总局、全国老龄办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。为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神，弘扬敬老养老助老的中华民族传统美德，传播孝文化，国家广播电

视总局、全国老龄工作委员会办公室决定联合开展 2018 年全国敬老养老助老公益广告作品征集暨展播活动。现将有关事宜通知如下：

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

要充分落实和体现党的十九大报告中“积极应对人口老龄化，构建养老、孝老、敬老政策体系和社会环境，推进医养结合，加快老龄事业和产业发展”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:2018年9月至2019年1月。

全国敬老养老助老公益广告优秀作品展播时间:2019年2月至2019年11月。

四、活动组织

(一)本次活动由国家广播电视总局和全国老龄办联合主办。其中,国家广播电视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“2018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2018年11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;

国家广播电视总局联系人及电话:许旭 010—86098540;

全国老龄办联系人及电话:李伟旭 010—58122106。

附件:1.2018年全国敬老养老助老公益广告作品创作要求

2.2018年全国敬老养老助老公益广告作品征集活动评审办法

3.2018年全国敬老养老助老公益广告作品征集活动展

播安排

4.2018年全国敬老养老助老公益广告作品征集活动报
名表

5.2018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、国家市场监督管理总局。

国家广播电视总局办公厅

2018年9月21日印发



附件 1

2018 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原则上不超过 60 秒；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

2018 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广播电视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 (2018 年 12 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 (2018 年 12 月 16 日至 2019 年 1 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 (2019 年 1 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广播电视总局“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 3

2018 年全国敬老养老助老公益广告 作品征集活动展播安排

为进一步扩大本次敬老养老助老公益广告作品征集活动影响力，提升宣传效果，由国家广播电视总局统一部署，在全国各级电台、电视台、报纸、期刊等集中展播敬老养老助老公益广告，展播时间为 2019 年 2 月至 2019 年 11 月。现就有关事项通知如下：

一、各级老龄工作委员会办公室要高度重视本次敬老养老助老公益广告征集活动作品展播工作，把作品展播作为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的重要途径，加强同新闻出版广播影视部门的联系沟通，力争将展播活动做好、做强、做出影响。

二、敬老养老助老公益广告作品可从国家广播电视总局“优秀公益广告作品库”中下载播出，同时鼓励各级展播机构自制敬老养老助老公益广告作品并刊播。

三、各级新闻出版广电部门要积极同老龄部门进行合作，组织协调所辖电台、电视台、报纸、期刊参与敬老公益广告征集活动作品展播工作。取得老龄部门资金补贴的展播机构，电台、电视台每周播出敬老公益广告数量不少于 3 次，其中，黄金时段不少于 1 次；各省（区、市）和省会、副省级城市党报、晚报、都市报，每月刊登总量不少于 4 个整版；

各省（区、市）和省会、副省级城市时政类期刊，每期至少刊登 1 个页面；其他大众生活、文摘类期刊，每两期至少刊登 1 个页面。

四、各级老龄部门在与展播机构合作开展展播活动过程中，有条件的地区，可结合敬老公益广告刊播次数、时长及新闻专题等其他形式的老龄宣传节目播出情况，给予一定资金补贴。电视类播出机构参考资金补贴标准为：省级电视台每年每台 3 万元、地市级电视台每年每台 2 万元、县级电视台每年每台 1 万元；广播类播出机构参考资金补贴标准为：省级电台每年每台 2 万元、地市级电台每年每台 1 万元、县级电台每年每台 0.5 万元；平面设计类刊播机构参考资金补贴标准为：省级报刊每年每种 1 万元、其他各级报刊每年每种 0.5 万元。

五、各级展播机构负责敬老公益广告播出统计工作，老龄部门负责公益广告展播的监听、监看工作。敬老公益广告征集活动作品展播工作结束后，各级展播机构同老龄部门要认真填写《全国敬老养老助老主题公益广告展播情况统计表》，经双方签字盖章确认后分别上报省级新闻出版广播影视部门和老龄部门，省级部门在汇总统计后，于 2019 年 12 月 15 日前将统计结果报送至国家广播电视总局和全国老龄办。

国家广播电视总局联系人：许旭，联系电话：010-86098540。

全国老龄办联系人：李伟旭，联系电话：010-58122106。

附件 4

2018 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

2018 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)	