

## 公益广告促进和管理暂行办法

(2016年1月15日国家工商行政管理总局 国家互联网信息办公室 工业和信息化部 住房城乡建设部 交通运输部 国家新闻出版广电总局令第84号发布 自2016年3月1日起施行)

**第一条** 为促进公益广告事业发展,规范公益广告管理,发挥公益广告在社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设中的积极作用,根据《中华人民共和国广告法》和有关规定,制定本办法。

**第二条** 本办法所称公益广告,是指传播社会主义核心价值观,倡导良好道德风尚,促进公民文明素质和社会文明程度提高,维护国家和社会公共利益的非营利性广告。

政务信息、服务信息等各类公共信息以及专题宣传片等不属于本办法所称的公益广告。

**第三条** 国家鼓励、支持开展公益广告活动,鼓励、支持、引导单位和个人以提供资金、技术、劳动力、智力成果、媒介资源等方式参与公益广告宣传。

各类广告发布媒介均有义务刊播公益广告。

**第四条** 公益广告活动在中央和各级精神文明建设指导委员会指导协调下开展。

工商行政管理部门履行广告监管和指导广告业发展职责,负责公益广告工作的规划和有关管理工作。

新闻出版广电部门负责新闻出版和广播电视媒体公益广告制作、刊播活动的指导和管理。

通信主管部门负责电信业务经营者公益广告制作、刊播活动的指导和管理。

网信部门负责互联网企业公益广告制作、刊播活动的指导和管理。

铁路、公路、水路、民航等交通运输管理部门负责公共交通运输工具及相关场站公益广告刊播活动的指导和管理。

住房城乡建设部门负责城市户外广告设施设置、建筑工地围挡、风景名胜区公益广告刊播活动的指导和管理。

精神文明建设指导委员会其他成员单位应当积极做好公益广告有关工作,涉及本部门职责的,应当予以支持,并做好相关管理工作。

**第五条** 公益广告应当保证质量,内容符合下列规定:

(一)价值导向正确,符合国家法律法规和社会主义道德规范要求;

(二)体现国家和社会公共利益;

(三)语言文字使用规范;

(四)艺术表现形式得当,文化品位良好。

**第六条** 公益广告内容应当与商业广告内容相区别,商业广告中涉及社会责任内容的,不属于公益广告。

**第七条** 企业出资设计、制作、发布或者冠名的公益广告,可以标注企业名称和商标标识,但应当符合以下要求:

(一)不得标注商品或者服务的名称以及其他与宣传、推销商品或者服务有关的内容,包括单位地址、网址、电话号码、其他联系方式等;

(二)平面作品标注企业名称和商标标识的面积不得超过广告面积的1/5;

(三)音频、视频作品显示企业名称和商标标识的时间不得超

过5秒或者总时长的1/5,使用标版形式标注企业名称和商标标识的时间不得超过3秒或者总时长的1/5;

(四)公益广告画面中出现的企业名称或者商标标识不得使社会公众在视觉程度上降低对公益广告内容的感受和认知;

(五)不得以公益广告名义变相设计、制作、发布商业广告。

违反前款规定的,视为商业广告。

**第八条** 公益广告稿源包括公益广告通稿、公益广告作品库稿件以及自行设计制作稿件。

各类广告发布媒介均有义务刊播精神文明建设指导委员会审定的公益广告通稿作品。

公益广告主管部门建立公益广告作品库,稿件供社会无偿选择使用。

单位和个人自行设计制作发布公益广告,公益广告主管部门应当无偿提供指导服务。

**第九条** 广播电台、电视台按照新闻出版广电部门规定的条(次),在每套节目每日播出公益广告。其中,广播电台在6:00至8:00之间、11:00至13:00之间,电视台在19:00至21:00之间,播出数量不得少于主管部门规定的条(次)。

中央主要报纸平均每日出版16版(含)以上的,平均每月刊登公益广告总量不少于8个整版;平均每日出版少于16版多于8版的,平均每月刊登公益广告总量不少于6个整版;平均每日出版8版(含)以下的,平均每月刊登公益广告总量不少于4个整版。省(自治区、直辖市)和省会、副省级城市党报平均每日出版12版(含)以上的,平均每月刊登公益广告总量不少于6个整版;平均每日出版12版(不含)以下的,平均每月刊登公益广告总量不少于4个整版。其他各级党报、晚报、都市报和行业报,平均每月刊登公益广告总量不少于2个整版。

中央主要时政类期刊以及各省(自治区、直辖市)和省会、副省级城市时政类期刊平均每期至少刊登公益广告1个页面;其他大

众生活、文摘类期刊,平均每两期至少刊登公益广告1个页面。

政府网站、新闻网站、经营性网站等应当每天在网站、客户端以及核心产品的显著位置宣传展示公益广告。其中,刊播时间应当在6:00至24:00之间,数量不少于主管部门规定的条(次)。鼓励网站结合自身特点原创公益广告,充分运用新技术新手段进行文字、图片、视频、游戏、动漫等多样化展示,论坛、博客、微博客、即时通讯工具等多渠道传播,网页、平板电脑、手机等多终端覆盖,长期宣传展示公益广告。

电信业务经营者要运用手机媒体及相关经营业务经常性刊播公益广告。

**第十条** 有关部门和单位应当运用各类社会媒介刊播公益广告。

机场、车站、码头、影剧院、商场、宾馆、商业街区、城市社区、广场、公园、风景名胜区等公共场所的广告设施或者其他适当位置,公交车、地铁、长途客车、火车、飞机等公共交通工具的广告刊播介质或者其他适当位置,适当地段的建筑工地围挡、景观灯杆等构筑物,均有义务刊播公益广告通稿作品或者经主管部门审定的其他公益广告。此类场所公益广告的设置发布应当整齐、安全,与环境相协调,美化周边环境。

工商行政管理、住房城乡建设等部门鼓励、支持有关单位和个人在商品包装或者装潢、企业名称、商标标识、建筑设计、家具设计、服装设计等日常生活事物中,合理融入社会主流价值,传播中华文化,弘扬中国精神。

**第十一条** 国家支持和鼓励在生产、生活领域增加公益广告设施和发布渠道,扩大社会影响。

住房城乡建设部门编制户外广告设施设置规划,应当规划一定比例公益广告空间设施。发布广告设施招标计划时,应当将发布一定数量公益广告作为前提条件。

**第十二条** 公益广告主管部门应当制定并公布年度公益广告

活动规划。

公益广告发布者应当于每季度第一个月 5 日前,将上一季度发布公益广告的情况报当地工商行政管理部门备案。广播、电视、报纸、期刊以及电信业务经营者、互联网企业等还应当将发布公益广告的情况分别报当地新闻出版广电、通信主管部门、网信部门备案。

工商行政管理部门对广告媒介单位发布公益广告情况进行监测和检查,定期公布公益广告发布情况。

**第十三条** 发布公益广告情况纳入文明城市、文明单位、文明网站创建工作测评。

广告行业组织应当将会员单位发布公益广告情况纳入行业自律考评。

**第十四条** 公益广告设计制作者依法享有公益广告著作权,任何单位和个人应依法使用公益广告作品,未经著作权人同意,不得擅自使用或者更改使用。

**第十五条** 公益广告活动违反本办法规定,有关法律、法规、规章有规定的,由有关部门依法予以处罚;有关法律、法规、规章没有规定的,由有关部门予以批评、劝诫,责令改正。

**第十六条** 本办法自 2016 年 3 月 1 日起施行。