

“十四五”广告产业发展规划

为促进广告产业高质量发展，根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》和《“十四五”市场监管现代化规划》，制定本规划。

一、发展环境

“十三五”时期，我国广告产业迅速发展，新技术、新业态、新模式不断涌现，广告产业在服务国家创新发展、促进消费和扩大内需、推动社会主义精神文明建设中进一步发挥作用，彰显价值。

（一）产业基础

发展环境持续优化。我国经济运行总体平稳，消费对经济增长的拉动作用不断增强，广告市场需求持续增长。广告领域“放管服”改革扎实推进，广告行政许可事项大幅削减。依法取消外商投资广告企业项目审批许可、户外广告登记等行政许可事项，清理废止《广告经营资格检查办法》《户外广告登记管理规定》等规章，基本完成与广告市场准入有关的行政许可事项清理工作。《广告法》等法律法规进一步修订完善。广告产业减税降费逐步落实。自 2016 年 5 月 1 日起，对月销售额不超过 2 万元的增值税小规模纳税人免征文化事业建设费。自 2019 年 7 月 1 日起减半征收文化事业建设费，2020 年和 2021 年全年免征文化事业建设费。广

告行业组织改革稳步推进。

发展态势稳中向好。广告市场规模稳居世界第二，大型广告产业市场主体数量稳步增长。截至“十三五”期末，全国从事广告业务的事业单位和规模以上企业 17660 家，其中 2020 年广告业务收入 10 亿元以上的事业单位和规模以上企业 131 家。广告产业集约化发展水平不断提升，以 29 家国家广告产业园区为骨干、省级及以下广告产业园区为基础的广告产业集聚区框架体系基本形成。

数字化转型加速。大数据、云计算、人工智能等现代信息技术在广告领域广泛运用，广告服务数字化、智能化、精准化水平持续提高，数字经济和传统媒体深度融合，各类媒体围绕数字化进行战略布局，传统媒体逐步展开数字化升级改造。一批各具特色、优势互补的新兴产业增长引擎出现。2020 年，互联网广告发布业务收入占全国事业单位和规模以上企业广告发布业务收入的 66.65%，其中移动互联网广告占 51.96%，信息服务等其他互联网广告服务迅速增长。广告产业成为推动数字经济发展的力量。

综合效益不断凸显。广告产业与国民经济三大产业融合发展，服务自主品牌建设和促进消费的积极作用持续加强。创新创业活力激发，带动就业人数持续增长。公益广告促进和发展机制进一步完善，公益广告弘扬社会主义核心价值观的积极作用进一步彰显，在抗击新冠肺炎疫情等工作中发挥了良好的宣

传引导作用。

市场秩序平稳规范。广告导向监管不断强化，广告舆论阵地建设有力推进。涵盖电视、广播、报纸、互联网、移动端等媒介的广告监测体系逐步建立。广告监管执法不断强化，涉及民生等重点领域虚假违法广告治理力度不断加大，增强了人民群众的获得感、幸福感、安全感。重点案件协调督办机制逐步完善，协同共治理念不断深化，各级整治虚假违法广告联席会议机制作用充分发挥。

（二）发展机遇和面临挑战

“十四五”时期是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年。进入新发展阶段，我国发展仍然处于重要战略机遇期，但机遇和挑战都有新的发展变化。广告产业是经济发展的助推器，也是社会文明的重要载体。新发展理念深入贯彻，有效市场和有为政府更好结合，经济发展长期向好，人民生活水平日益提高，消费能力不断提升，市场需求不断扩大，供给侧结构性改革不断深化，需求侧管理不断加强，现代信息化技术广泛运用，为广告产业高质量发展带来新的政策机遇、市场机遇和技术机遇。加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，加快培育完整内需体系，加快推进社会主义文化强国建设，开展中国品牌创建行动，赋予

广告产业更广阔的发展空间和更大的责任担当。

当今世界正经历百年未有之大变局，新冠肺炎疫情影响广泛深远，国际环境日趋复杂，不稳定性不确定性明显增加，广告产业发展面临诸多压力。广告产业发展不平衡问题突出，发展要素地域分布高度集中，区域协调发展有待加强。广告领域新技术广泛普及，新业态加快涌现，给广告市场规范健康发展、用户数据安全保护等带来新的问题和挑战。重点领域广告违法问题易发多发，广告市场秩序持续好转的基础依然薄弱。广告营销重传播轻创意的问题较为普遍，广告作品的文化内涵和创意水平有待进一步提升。

二、指导思想、基本原则和发展目标

（一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，积极服务构建新发展格局，以推动广告产业高质量发展为主题，坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，坚持创新驱动发展，提升自主品牌影响力和竞争力，进一步提高广告产业服务能力，优化广告产业发展结构和区域布局，提升广告作品文化内涵和创意水平，高标准规范广告市场，为实现经济行稳致远、社会安定和谐、全面建设社会主义现代化国家做出新的更大贡献。

（二）基本原则

坚持正确导向。坚决贯彻落实习近平总书记“广告宣传也要讲导向”重要指示精神，不断提高政治领悟力、政治判断力和政治执行力，牢牢把握广告宣传正确导向，提升广告作品文化内涵，宣传中国品牌，展示中国形象，讲好中国故事，弘扬中国精神。

坚持服务大局。充分发挥广告产业作为生产性服务业的积极作用，准确把握产业经济属性和文化属性，主动服务文化强国建设、服务扩大内需和提升品牌附加值、服务区域协调发展。坚持把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一。

坚持新发展理念。完整、准确、全面贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，鼓励技术创新、模式创新、业态创新，围绕产业链部署创新链、围绕创新链布局产业链，推动区域协调发展和产业链上下游协同发展，倡导绿色消费理念，推动数据信息等核心资源共享，着力提升全产业国际竞争力。

坚持规范发展。综合运用市场、行政、法律、信用、社会参与等多种手段，加强广告市场秩序综合治理。创新监管方式，提高监管效能，健全长效机制，依法监管，廉洁监管，营造公平竞争的市场环境，促进广告产业规范、健康、可持续发展。

坚持更好满足美好生活需要。牢固树立以人民为中心的创作生产导向，以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的，不断扩大优质广告作品供给，客观、真实、艺术地传递商品和服务

信息，引导树立正确的消费观、审美观和价值观。

（三）发展目标

广告产业向专业化和价值链高端延伸，促进消费、提升商品和服务附加值、传播社会文明、吸纳就业的作用进一步凸显。产业发展环境进一步优化，发展质量效益明显提升，规模增速适应经济社会发展需求，产业结构更加科学合理，各类市场主体活力进一步激发。产业创新能力和服务能力不断提高，产业资源配置更趋合理，有利于服务区域经济社会协调发展的广告产业发展体系逐渐完善。广告法制体系进一步完善，广告监管智慧化水平有效提升，广告市场秩序持续向好。广告作品质量进一步提升，彰显文化自信和社会主义核心价值观的广告主流文化全面建立，广告产业对于提高国家文化软实力的支撑作用进一步增强。

三、重点任务

（一）把牢政治方向，维护正确导向

坚持广告宣传的正确导向，提高政治站位，始终把牢广告宣传的正确政治方向、舆论导向和价值取向，坚定维护意识形态安全。突出导向监管，精准识别、及时处置、严厉打击借严肃政治议题等进行广告宣传炒作等违法违规行为，依法查处损害国家尊严或利益、妨碍社会公共秩序、违背社会良好风尚的虚假违法广告。加强宣传教育，引导广告从业人员提升思想政治素质、职业道德修养。

把弘扬社会主义核心价值观融入广告作品创作全过程，实施广告作品质量提升行动。坚持正确创作方向，倡导讲品味、讲格调、讲责任，抵制低俗庸俗媚俗广告作品。加强中华优秀传统文化与现代理念的融合，以广告创意引领健康的审美观和消费观，提升广告营销策划的文化内涵和审美情趣，提高品牌附加值。建立健全科学合理的广告作品评价体系，完善价值取向、艺术水准、受众反应、社会影响等主要评价标准。

大力发展公益广告，进一步完善公益广告可持续发展机制，传播社会主义先进文化，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。鼓励、支持、引导社会各界以提供资金、技术、劳动力、智力成果、媒介资源等方式积极参与公益广告的设计、制作、发布。鼓励开展公益广告学术讨论和发展研究，鼓励具备条件的地方建设公益广告创新研究基地，鼓励规范开展全国性、区域性公益广告赛事。

专栏一：公益广告振兴行动

修订完善《公益广告促进和管理暂行办法》，进一步拓宽公益广告资金渠道，鼓励政府购买公益广告服务，加强公益广告作品知识产权保护。

建立面向社会的综合性公益广告服务平台，实现作品征集、展示、分享、管理、评价一体化，促进公益广告作品资源和数据互通共享、监督管理高效便捷。建设 10—20 个国家级公益广告创

新研究基地。

实施“数字化+公益广告”行动，充分发挥数字思维和利用数字技术手段，创新公益广告产品和服务，引导支持建设数字公益广告研究创作基地。

实施“中华优秀传统文化+公益广告”行动，推动公益广告提升中华优秀传统文化内涵，推动文化传承，弘扬中华传统美德。

（二）优化政策供给，激发产业活力

深入推进广告领域“放管服”改革，优化广告审查政务服务，加强事中事后监管，营造公平规范的市场环境。进一步保障公平竞争秩序，预防和制止广告领域市场垄断、限制竞争和商业贿赂等不正当竞争行为。健全公共广告位资源招投标等制度，切实保护相关广告产业市场主体合法权益。

制定出台符合广告产业发展特征和发展需求的宏观政策，充分激发各类市场主体活力。符合条件的广告产业市场主体，按规定可享受文化产业、现代服务业或高新技术企业相关支持政策。按规定落实减税降费政策，降低广告产业市场主体经营成本。支持广告产业市场主体多渠道融资。

专栏二：广告领域“放管服”改革

进一步优化广告审查政务服务，明确广告审查范围，加强政务数据共享和证明事项互认共享，着力推进减环节、减材料、减时限，提高审查效率，实现审查结果信息公开共享，推行全程网

办、跨省通办。

（三）鼓励创新驱动，促进产业升级

鼓励广告产业技术创新与应用，深入推进广告产业数字化转型。鼓励支持互联网、人工智能、区块链、大数据、云计算等技术在广告产业广泛应用，加强基础性和关键性技术研发。推动将符合条件的广告产业市场主体纳入研发费用加计扣除等政策适用范围，符合条件的广告企业可申请认定高新技术企业。统筹数据开发利用、隐私保护和公共安全，加快建立广告数据资源产权、交易流通和安全保护等基础制度和标准规范，发展数据资产评估、登记结算、交易撮合、争议仲裁等市场运营体系，推动大数据高效流动与规范合理利用。鼓励传统广告媒体数字化改造和转型升级。

鼓励广告业态和模式创新，促进广告产业加快融入建设网络强国、数字中国进程。推动广告产业助力在线新经济发展，引导具有在线、智能、交互特征的新业态新模式发展。探索建立数字广告应用场景创新研究平台，支持创新研究的实践应用。提高广告作品原创能力，建立健全广告作品创作生产的激励机制和评价机制，丰富优质广告作品供给。规范各类广告作品评比活动。

（四）优化产业结构，提高专业水平

推动产业链上下游、大中小市场主体资源共享，优势互补，和谐共生，协同发展。鼓励广告作品原创设计，鼓励创建、培育广告服务自主品牌，鼓励对设计、制作、发布等各环节先进技术

申请专利，加大知识产权保护力度。引导广告产业市场主体增加营销策划、创意设计、制作和信息技术研发等方面投入，大力提升广告服务专业化水平，强化广告产业知识密集型、人才密集型、技术密集型等产业特征，推动广告产业向价值链高端延伸。

科学布局各级广告产业园区和广告产业发展基地，构建符合广告产业集约化、专业化发展要求，符合区域经济协调发展需求的广告产业集聚区框架。支持各级各类广告产业集聚区加强专业服务平台建设，降低入驻企业经营成本，提高抗风险能力。支持具备条件且确有需求的广告产业集聚区建设双创基地。

专栏三：广告产业高质量发展引领工程

支持国家广告产业园区提质增效。引导和支持国家广告产业园区积极与地区支柱产业、主导产业、特色产业融合发展，发挥比较优势，实现差异化发展。鼓励东部地区国家广告产业园区按照市场导向原则，加强与中西部园区对口交流和合作，探索异地孵化、飞地经济、伙伴园区等多种合作机制。加强国家广告产业园区数据统计和动态管理。

科学编制广告产业发展指数。搭建综合立体、系统科学的广告产业发展指数指标体系，以指数形式分析呈现广告产业发展水平、发展环境和综合效益，引导促进广告产业高质量发展。

（五）促进产业融合，提升服务能力

围绕加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促

进的新发展格局，大力促进广告产业与农业、制造业及其他服务业全方位、深层次、宽领域融合发展，形成有利于塑造中国品牌、有利于提振需求、有利于提升我国文化软实力的广告服务能力和服务模式。围绕实施乡村振兴战略，推动提升农业品牌附加值。培育广告服务自主品牌，提升广告服务国际竞争力。

进一步提升广告产业大中型企事业单位竞争能力。培育一批拥有自主品牌和较强创新能力的大中型广告企业。鼓励具有资本优势、技术优势和规模优势的广告企业创新服务方式，增强规模化经营、系统化服务、国际化竞争的广告服务能力。鼓励具备条件的企事业单位平台化拓展。

支持广告产业中小微企业创新发展。构建从捕捉寻找、孵化培育、成长扶持到推广壮大的优质广告企业梯度培育机制。引导广告产业头部企事业单位发挥辐射带动作用，通过分享资源、共享平台、项目合作等方式，带动中小微广告企业创新发展。鼓励产业集聚区、高等院校向中小微广告企业开放公共服务平台、实验设施、专业设备等资源，降低企业经营成本。不断提高中小微广告企业市场运营能力和服务水平，鼓励向“专精特新”方向发展，开展专业化特色化广告业务。

专栏四：广告产业服务能力提升行动

开展广告产业小微企业质量管理体系认证提升行动，鼓励建立运行科学有效的广告企业管理和服务质量管理体系，提升广告

服务质量，促进产品和服务推广。

开展广告企业“大帮小”行动，依托国家广告产业园区和大型广告企业，建设一批服务于各行业中小微企业的广告服务平台，引导大型广告企事业单位对接服务中小微企业广告需求，降低品牌营销成本，增加品牌附加值。

（六）完善法律法规，引导规范发展

健全广告法律法规体系，加快推进广告相关法律法规制修订工作。鼓励有条件的地方出台相关地方性法规、地方政府规章。加快推进广告服务标准建设。探索制定国家标准，鼓励制定团体标准。推动制定涵盖广告产业链各流程环节的技术标准、管理标准。开展广告服务标准、服务认证试点，推动广告企业开展企业标准自我声明公开。

大力推动广告产业与网络环境净化、城市规划、城市安全、隐私数据安全协调发展。聚焦提升用户体验，规范相关广告的展示方式、展示时长、展示频率和展示数量。聚焦美化城市环境、彰显城市文化、提升城市运行安全品质，引导以“安全、美观”为目标规范城市户外广告设施管理，坚持规划引领并主动融入城市规划，提升城市户外广告设施设置的安全性和规范性。规范各类广告服务者数据处理活动，保障数据安全，保护个人隐私和消费者合法权益。坚持绿色发展，支持研发和推广使用绿色环保广告材料，支持开展高耗能材料节能改造，积极传播绿色消费理念。

专栏五：广告法律法规体系的健全完善

加强对广告产业规范发展问题的研究，修订完善《广告法》《互联网广告管理暂行办法》《公益广告促进和管理暂行办法》。

（七）提高治理能力，维护良好秩序

健全监管规则。根据监管实际需要，细化广告内容准则和广告发布要求，科学规范行政处罚裁量标准，提升监管规范化、精细化水平。完善互联网广告管理规则，压实互联网平台责任，推动互联网平台落实广告审核责任，建立健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。

强化智慧监管。积极适应广告新业态新模式发展要求，依托互联网、人工智能、区块链、大数据、云计算等技术，提高违法广告发现能力，强化网络存证功能，减轻人工审核负担，提高执法效能，提升广告监管智慧化水平。

加强信用监管。依托国家企业信用信息公示系统，推动广告监管数据在信用信息公示平台归集标注。推进广告产业市场主体信用体系建设，探索建立部门间企业信用信息共享和失信联合惩戒机制和信用修复机制，加快推动实现“一处违法，处处受限”新局面。

完善协同监管。切实发挥整治虚假违法广告部际联席会议机制作用，坚持齐抓共管、各尽其责、综合治理，形成监管工作合力。探索对重大违法线索实行联席会议统一挂牌督办，对苗头性、

倾向性问题统一调研会商，对重大典型案件集中曝光。做好行政执法与刑事司法的有效衔接。

深化廉洁监管。加强依法行政、廉洁监管教育，切实增强广告监管执法队伍廉洁自律意识，构建公正、廉洁的广告监管工作体系。建立健全广告违法线索管理制度，实现线索登记、派发、跟踪、处置、反馈全流程闭环管理。推进落实行政执法与纪检监察监督贯通协同工作。

推进社会共治。强化市场主体责任，发挥广告行业组织和各领域行业组织作用，加强自律规范，提升诚信水平，推动实现企业和行业自我管理、自我规范、自我净化。畅通社会监督渠道，将群众信访、投诉、举报、舆情作为监管的风向标，融入广告监管大数据，使社会监督成为广告监管的重要力量。

专栏六：广告监管能力提升行动

健全完善广告监测制度，落实属地广告监测责任，提高广告监测数据质量，保障广告监测数据安全，强化广告监测风险防控，推进建设统一规范、安全高效的广告监测体系。

加快推进竞争政策与大数据中心广告监测能力建设，优化广告监测资源配置，推动区域广告监测工作协调发展。加强广告监管信息化建设，整合广告监测、广告审查、广告执法、广告业统计数据资源，推进构建标准统一、上下联通、数据共享、安全高效的一体化广告监管平台。

（八）强化人才培养，激发人才活力

全面提高广告领域人才能力素质。优化人才结构，加快培养广告产业发展研究、品牌营销策划、广告创意设计、信息数字技术、大数据分析运用、媒体融合传播等跨界型、复合型人才。建立健全广告领域人才培养机制和评价机制，推动制修订广告产业相关国家职业技能标准，加快形成政府、行业、学校、企业等共同培养人才的联动效应。拓宽人才培养国际视野，加强人才培养国际交流。鼓励引进境外高端人才，为符合条件的境外高端人才申请工作许可、办理签证和申请居留许可提供便利。创新人才培养模式，鼓励普通高等学校、职业学校与各级各类广告产业集聚区、各类广告产业市场主体开展产学研合作。

专栏七：广告领域人才培养行动

开展职业技能和职业道德提升行动。建设广告领域人才培养平台，面向各类广告产业市场主体，组织开展管理人员、创意设计人员、技术人员、合规人员远程培训，提升从业人员基本素质、专业技能和法律素养，培训 10 万人次。集合相关领域专家，打造 50 门精品课程，提高培训平台权威性和吸引力。鼓励、支持各地根据需要建设区域性广告人才培养平台，开设具有本地文化特色、符合本地主导产业品牌需求和产业发展实际的培训课程。

加强广告监管人员培训。打造精品课程，提升培训实效，加快推进市场监管部门广告监管干部业务培训。

（九）推动协调发展，扩大对外开放

充分发挥广告产业对于经济社会发展的积极作用，深入推进西部大开发、东北全面振兴、中部地区崛起、东部率先发展，支持特殊类型地区加快发展。统筹发达地区和欠发达地区、东中西部和东北地区共同发展，提升区域合作层次和水平，引导广告产业相关资源向不同地区相对平衡配置，建立健全区域间产业发展帮扶合作互助机制，鼓励区域间产业有序转移，开展在产业分工、产业要素、产业基础设施、产业园区等方面的对口协调联动。鼓励各地根据发展水平和发展需求，因地制宜、科学合理研究制定差异化广告产业政策。

积极服务京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展等重大区域战略，积极服务推动城市群一体化发展。引导各区域、各城市群根据资源禀赋和功能定位，走特色化、差异化发展之路，推动相关区域内广告产业协同发展，形成区域性广告产业发展中心和较为完善的广告产业链。支持有序发展广告产业聚集区，依法开展区域性广告产业发展交流活动，建立健全上下游毗邻省市和城市群规划对接机制，协调解决地区间合作发展重大问题。

聚焦全面推进乡村振兴，积极推动广告市场下沉，提升乡村地区广告服务水平。鼓励、支持广告产业服务塑造农业品牌，促进特色农产品、乡村旅游消费。强化中小城市广告产业服务功能，

形成广告服务下沉新支点。

积极服务实施更大范围、更宽领域、更深层次对外开放，加强广告领域国际合作。推动与共建“一带一路”国家广告服务贸易投资合作优化升级。积极履行区域全面经济伙伴关系协定等国际条约义务。鼓励具有国际视野、国际思维、国际品质和民族特色的国内广告产业市场主体走向国际市场，参与国际竞争。支持、鼓励广告服务向国际化延伸。提升国内广告产业市场主体对中国企业拓展海外市场的服务能力。积极参与和深化国际交流，展示中国广告形象。

（十）加强产业统计，鼓励产业研究

健全完善广告产业统计调查长效机制，加强名录库维护，完善统计制度，优化统计系统，进一步提高广告产业统计工作规范性、科学性、权威性。鼓励各地在名录库维护、数据审核、数据评估等方面创新探索，提高工作成效。支持各地根据实际情况，按照统一标准自建广告业统计系统。支持和鼓励通过向社会购买服务组织实施统计调查和资料开发。加强分类调查，完善细分类别统计体系。

规范并加强广告产业统计数据应用，循序渐进推动数据公布。深挖数据价值，为科学制定产业规划和产业政策、有效开展市场监管提供数据参考。丰富广告产业发展数据来源，推动行业组织和各类广告产业市场主体有序开放数据，整合数据资源，推

动建立广告产业数据共享机制。

坚持广告产业相关研究基础性、系统性与前瞻性并重的原则。鼓励、支持开展广告产业发展、广告监管、广告营销策划、广告产业相关信息化技术、广告材料绿色环保技术等领域的研究，增加国家和地方社会科学、高新技术重点课题中广告产业相关课题占比。鼓励各地根据需要建立广告产业发展和广告监管智库或成立专门的研究机构，积极推动建设1—2个广告领域国家市场监督管理总局管理重点实验室。

四、组织实施

（一）加强组织领导

坚持和加强党对广告产业发展工作的领导，把党的领导贯穿到规划实施的各领域和全过程。各地市场监管部门要积极落实指导广告业发展主体责任，健全体制机制，完善政策措施，强化工作职能，广泛调动社会各界力量，共同推进规划贯彻落实并提供坚强保证。鼓励各地市场监管部门结合本地资源禀赋和发展特征，制定区域广告产业发展规划，完善相关配套政策，立足当地经济社会发展大局推动广告业高质量发展，狠抓工作落实。

（二）健全保障体系

各地市场监管部门要立足充分发挥广告产业对于经济社会发展的积极作用，主动向当地党委、政府报告规划要求和规划实施进展情况，加强与宣传、发展改革、科技、工业和信息化、财

政、商务、文化和旅游、税务、统计等有关部门的沟通协调，积极争取支持，确保规划重点任务顺利实施，主要目标顺利实现。建立和完善工作协调机制，着力构建规划与政策协调联动机制，营造良好发展环境。

（三）强化评估考核

针对规划实施情况建立及时的跟踪评估和监测考核机制，推动规划如期有效落实。加强对规划实施情况的动态监测与评估，强化监测评估结果应用。加强对规划实施的组织协调，对规划确定的重点任务要明确责任和进度要求，确保如期完成。组织开展规划实施情况阶段性总结或评估工作，并推动将规划实施成果纳入政府综合评价和绩效考核范畴，建立规划实施长效机制。