

WHCR—2019—0320008

关于印发《威海市公益广告促进和管理 暂行办法》的通知

威市监发〔2019〕59
号

各区市精神文明建设委员会办公室、市场监督管理局、互联网信息办公室、住房和城乡建设局、交通运输局、文化和旅游局、林业局，国家级开发区和南海新区有关单位：

现将《威海市公益广告促进和管理暂行办法》印发给你们，请遵照执行。

威海市精神文明建设
委员会办公室

威海市市场监督管理局

威海市互联网信息办公室

威海市住房和城乡建设局

威海市交通运输局

威海市文化和旅游局

威海市林业局

2019年9月9日

(公开属性：依申请公开)

威海市公益广告促进和管理暂行办法

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政治建设、经济建设、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《公益广告促进和管理暂行办法》等有关规定，结合威海实际，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 威海市行政区域内设计、制作、代理、发布公益广告以及组织、规划、管理公益广告活动，适用本办法。

户外公益广告的设置，参照《威海市户外广告设置管理办法》执行。

第四条 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。

第五条 公益广告活动坚持党委政府领导、相关部门负责、社会各界参与的原则。

第六条 公益广告活动在市和各区市、开发区精神文明建设

委员会指导协调下开展。

市和各区市、开发区精神文明建设委员会办公室负责统筹协调各自辖区范围内的重大主题公益广告宣传工作，协调指导有关重要场所公益广告设置和公益广告刊播工作。

市和各区市、开发区市场监督管理部门负责履行各自辖区范围内的广告监管和指导广告业发展职责，负责公益广告有关管理工作。

市和各区市、开发区网信部门负责各自辖区范围内的网络媒体公益广告制作、刊播活动的指导和管理工作。

市和各区市、开发区交通运输部门负责各自辖区范围内的铁路、公路、港航、民航等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工作。

市和各区市、开发区文化和旅游部门负责各自辖区范围内的新闻出版和广播电视主流媒体公益广告制作、刊播活动的指导和管理工作。

市和各区市、开发区通信主管部门负责各自辖区范围内的电信业务经营者公益广告制作、刊播活动的指导和管理工作。

市和各区市、开发区住房城乡建设、规划、林业主管部门在各自职责范围内负责各自辖区范围内的户外广告设施设置、建筑工地围挡、风景名胜区、市政园林公益广告刊播活动的指导和管理工作。

其他有关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。

第七条 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。

第八条 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。

第九条 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 $\frac{1}{5}$ ；

（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 $\frac{1}{5}$ ，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 $\frac{1}{5}$ ；

（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。

第十条 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各级精神文明建设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，通稿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。

第十一条 各级各类媒体媒介均有义务刊播公益广告。

（一）广播电台、电视台播出机构每套节目每日公益广告播出时长不得少于商业广告时长的**3%**。其中，广播电台在**11:00至13:00**之间、电视台在**19:00至21:00**之间，公益广告播出数量不得少于**4**条（次）。

（二）市级报纸各类党报、晚报、行业报平均每月刊登公益广告总量不少于**2**个整版。

（三）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。

（四）政府网站、新闻网站、经营性网站等应当每天在网页、客户端以及核心产品的显著固定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，公益广告数量不得少于商业广告数量的**3%**。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，微信、微博、客户端、论坛、博客等多渠道传播，手机、台式电脑、平板电脑等多终端覆盖，长期宣传展示公益广告。

（五）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。

第十二条 各地各有关部门和单位应当运用各类社会媒介刊播公益广告。

（一）城乡主干道、机场、车站、码头、商场超市、宾馆饭店、商业街区、社区（小区）、广场、公园、景区景点、学校、医院、银行网点、政务大厅等公共场所以及城市规划馆、体育馆、图书馆、影剧院、文化馆、博物馆、纪念馆、科技馆、少年宫、爱国主义教育基地、青少年课外活动中心和街道综合文化站、社区综合文化服务中心等公共文体活动场馆的广告设施或者其他适当位置，公交车、出租车、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，景观灯杆等构筑物，均有义务刊播公益广告，公益广告数量不得少于发布广告总数的**30%**。电子显示屏和楼宇电视每播出**2**次商业广告后至少要播出**1**次公益广告。户外广告位所有权部门、单位为公益广告发布第一责任人，在广告位租赁时应当将

发布

上述数量要求的公益广告作为前提条件在法律文书中予以明确。

（二）城乡建筑工地设置围挡的，施工单位应当在围挡上发布公益广告。属于公共事业设施建设项目的，建筑围挡应当全部用于发布公益广告；属于商业设施建设项目的，也应当发布相当比例的公益广告。

（三）政府产权的公益广告设施，不得转为商用，不得发布商业广告。

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。

第十三条 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。

（一）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。

（二）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。

（三）支持、鼓励国家机关通过政府采购公益广告，参与公益广告活动。政府公益广告采购费用列入年度财政预算。文明办、市场监督管理、文化和旅游等部门定期组织开展公益广

告优秀作品评选、推展，对设计、制作、发布公益广告工作成绩突出的单位和个人给予表彰奖励。

第十四条 市精神文明建设委员会办公室根据市委、市政府中心工作，确定年度公益广告宣传重点，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市场监督管理部门备案。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文化和旅游、通信主管部门、网信部门备案。

市场监督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。

第十五条 发布公益广告情况纳入文明城市、文明村镇、文明单位、文明校园等各类文明创建工作测评体系，并通过文明测评推动全市各级各部门履行公益广告工作职责。

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。

第十六条 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，不得擅自使用或更改使用。

第十七条 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。

第十八条 本办法自**2019年12月1日**起施行，有效期至**2025年11月30日**。