

福建省扶贫开发领导小组办公室

福建省扶贫开发领导小组办公室转发《国家广播电视总局 国务院扶贫办关于联合举办2018年全国脱贫攻坚公益广告作品征集暨展播活动的通知》的通知

各设区市扶贫办（区域办、协作办），平潭综合实验区农村发展局：

现将《国家广播电视总局 国务院扶贫办关于联合举办2018年全国脱贫攻坚公益广告作品征集暨展播活动的通知》（广电发〔2018〕21号）转发给你们，请你们认真组织，广泛动员，积极参加，协调组织社会各界相关力量参与活动，体现福建特色与成效。

附件：国家广播电视总局 国务院扶贫办关于联合举办2018年全国脱贫攻坚公益广告作品征集暨展播活动的通知

福建省扶贫开发领导小组办公室

2018年7月23日



加 急

国家广播电视总局 国务院扶贫办文件

广电发〔2018〕21号

国家广播电视总局 国务院扶贫办 关于联合举办 2018 年全国脱贫攻坚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、扶贫办，新疆生产建设兵团新闻出版广电局、扶贫办，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：

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，展示党的十八大以来脱贫攻坚成就，分享交流精准扶贫精准脱贫经验，助力营造打好精准脱贫攻坚战的浓厚社会氛围，国家广播电视总局、国务院扶贫办决定联合举办 2018 年脱贫攻坚公益广告作品征集暨展播活动。

一、指导思想

认真学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，贯彻落实中央关于脱贫攻坚决策部署，组织动员脱贫攻坚各战线和社会各界力量，充分利用公益广告平台，挖掘优质宣传资源，在全国范围内推出一批导向正确、特点鲜明、创意新颖、制作精良、群众喜闻乐见的扶贫公益广告作品，引导全社会关心关注和参加脱贫攻坚，为打好精准脱贫攻坚战、决胜全面建成小康社会凝聚力量营造氛围。

二、活动主题

本次活动主题是“脱贫攻坚 伟大决战”，主要包括以下五个方面：

(一)宣传习近平总书记扶贫情怀。充分说明习近平总书记始终保持共产党的初心，践行以人民为中心的发展思想。充分展示习近平总书记大爱无疆、心系苍生的博大情怀。充分体现以习近平总书记为核心的党中央把人民放在心中最高位置的深情厚谊。

(二)深入宣传党的领导政治优势和中国特色社会主义制度优势在打赢打好脱贫攻坚进程中的作用。重点反映党的领导政治优势和中国特色社会主义制度优势，是脱贫攻坚取得辉煌成就的根本保证。重点反映脱贫攻坚工作任务重的地区党委和政府把脱贫攻坚作为“十三五”期间的头等大事和第一民生工程来抓，坚持以脱贫攻坚统揽经济社会发展全局。

(三)宣传脱贫攻坚取得的决定性进展和成果。展现党的十八

大以来,我国脱贫攻坚工作取得的伟大成就。展现打赢打好脱贫攻坚战过程中贫困地区不断发生的深刻变化,突出反映贫困地区农村人均收入持续增长,居民生活条件持续改善,基础设施不断完善,教育文化医疗水平明显提高,人们的精神面貌焕然一新。

(四)宣传中央关于打好精准脱贫攻坚战的一系列新部署新要求。深入宣传党的十九大关于坚决打赢脱贫攻坚战的总体部署,宣传中央经济工作会议、中央农村工作会议提出的具体安排。结合三年行动计划,宣传今后三年脱贫攻坚的主要任务和政策措施,引导干部群众把思想统一到中央精神上来。

(五)宣传脱贫攻坚涌现的鲜活经验和先进典型。宣传推广一批立得住、叫得响、推得开的先进典型,重点发掘脱贫先进典型、帮扶先进典型、扶贫系统先进典型、精准扶贫精准脱贫成功案例,发挥先进典型的示范引领作用。

三、活动时间

(一)作品征集时间:2018年7—8月

(二)作品评选时间:2018年8—9月

(三)作品展播时间:2018年10月至2019年9月

四、活动组织

本次活动由国家广播电视总局和国务院扶贫办联合主办。国家广播电视总局传媒机构管理司具体指导,负责组织有关机构参与创作、协调优秀作品展播、宣传报道等工作;国务院扶贫办政策法规司负责协调组织全国各级地方扶贫办(局)和社会各界相关力

量参与活动。各级广电部门和扶贫部门参照上述分工,分别负责本辖区内有关工作。

全国扶贫宣传教育中心和中国传媒大学全国公益广告创新研究基地具体承办。设立活动办公室,负责征集活动的策划、协调组织、参与评选和活动宣传。活动采取全国各领域全面征集,由国家广播电视总局相关部门推荐中国传媒大学全国公益广告创新研究基地负责做好作品收集整理、组织专家进行初、复、终三级评审和其他相关执行工作。

五、参加方式

(一)参加对象

本次活动面向全社会征集作品。发动各级地方国家广播电视部门、扶贫办(局)、社会各界征集推荐优秀扶贫公益广告作品。电台、电视台、影视制作机构、高等院校、社会组织及个人均可报名参加。鼓励各级扶贫部门与本区域内电台、电视台联合制作扶贫公益广告作品。

(二)作品形式

本次活动征集的作品分为电视类公益广告和广播类公益广告两种形式,时长分别为15秒、30秒、45秒、1分钟(详见附件1)。

(三)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(详见附件4),连同作品的音视频光盘一同寄到活动办公室进行报名,并将以上资料电子版发送至指定邮箱,邮件标题格式为“脱贫攻坚参

评作品——作者名——作品名”。报名截止时间为2018年7月31日

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

邮政编码:100024

邮箱:fpgygg@163.com

联系人(收件人):和群坡 13801318145,刘林清 18500298052

联系电话:010—65783234

国家新闻出版广电总局联系人:许旭

联系电话:010—86098540,传真:010—86092589

全国扶贫宣传教育中心联系人:尹建华,孟然

联系电话:010—84153792,84153726,传真:010—84153726

- 附件:1. 2018年全国脱贫攻坚公益广告作品创作要求
2. 2018年全国脱贫攻坚公益广告作品评审办法
3. 2018年全国脱贫攻坚公益广告展播安排
4. 2018年全国脱贫攻坚公益广告报名表
5. 2018年全国脱贫攻坚公益广告展播情况统计表



附件1

2018年全国脱贫攻坚公益广告作品创作要求

本次活动征集的作品分电视类公益广告和广播类公益广告两种形式，时长分别为15秒、30秒、45秒、1分钟。相关要求如下：

一、创作要求

(一) 作品创作要遵守法律法规，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群众、基层一线和扶贫人身边选取题材，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扶贫公益广告中来，可选取实景拍摄、动漫制作等多种表现形式，使公益广告易于被不同受众群体接受和喜欢。

(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

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. 动漫：需转换为相应视频格式后提交，如 AVI、MP4 等视频格式（高、标清标准参照以上两条）。请勿提交 flv 等动画格式。

（二）广播类

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。

附件2

2018年全国脱贫攻坚公益广告作品 征集活动评审办法

本次“脱贫攻坚 伟大决战”脱贫攻坚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，采取办公室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，确定优秀作品名单。

一、项目设置

评审活动设广播类优秀作品、电视类优秀作品、优秀组织机构、优秀展播机构和优秀支持机构五项。均设四个类别，其中，一类1个，二类3个，三类5个，优秀类9个。

（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3个，扶持资金各5千元；三类作品5个，扶持资金各2千元；优秀类作品9个，扶持资金各1千元。

（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3个，扶持资金各5万元；三类作品5个，扶持资金各2万元；优秀类作品9个，扶持资金各1万元。

（三）优秀组织机构：一类1个，扶持资金5万元；二类2个，扶持资金各3万元；三类5个，扶持资金各1万元；优秀类9个，扶持资金各5千元。

(四) 优秀展播机构：一类1个，扶持资金10万元；二类2个，扶持资金各5万元；三类5个，每个扶持资金各2万元；优秀类9个，扶持资金各1万元。

(五) 优秀支持机构：一类1个，二类3个，三类5个，优秀类9个。优秀作品、优秀组织机构、优秀展播机构和优秀支持机构将由国家广播电视总局和国务院扶贫开发领导小组办公室联合颁发荣誉证书。

二、评审安排

本次评审活动分为优秀作品评审和优秀组织机构、优秀展播机构两个部分，评审专家由国家广播电视总局、国务院扶贫办和中国传媒大学共同推荐，组委会研究确定。

(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8月5日至15日）：首先对参赛所有作品进行初选，初选180部。其中，90部电视类、90部广播类。其中：一类作品5个；二类作品15个；三类作品25个；优秀类45个。

2. 复选阶段（2018年8月16日至25日）：在初选的基础上，复选阶段选出108部作品进入终评。其中，54部电视类、54部广播类。其中：一类作品3个；二类作品9个；三类作品15个；优秀类27个。

3. 终评阶段（2018年9月5日至15日）：由主办单位领导和相关专家评委进行评分，并结合初选、复选成绩确定各优秀作品。

(二) 优秀组织机构、优秀展播机构、优秀支持机构评审

1. 优秀组织机构将根据作品征集组织及优秀作品情况，由活动主办单位综合进行评定。

2. 优秀展播机构将根据公益广告作品播放次数、时长、时段、覆盖范围、宣传效应等情况，扶贫公益广告征集活动宣传力度，以及新闻专题等其他节目形式配合脱贫攻坚扶贫宣传工作等情况，由活动主办单位在展期后综合进行评定。

(优秀展播机构，根据活动情况，拟在 2019 年扶贫日公布)。

3. 优秀支持机构将根据相关企事业单位对本次活动的支持力度，并根据该机构在以往公益活动中的表现等情况，由活动主办单位综合进行评定。

三、作品使用

(一) 优秀作品将在全国各级电台、电视台集中展播。

(二) 优秀作品将推荐给高铁、航空、地铁移动电视、电影院线及网络平台播出。

(三) 优秀作品将纳入国家广播电视总局“全国优秀广播电视公益广告作品库”，供全国各类播出机构下载播出。

四、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，其法律责任由作者本人承担。

(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，否则其法律责任由作

者本人承担。

(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年全国脱贫攻坚公益广告 作品征集活动展播安排

为进一步扩大本次扶贫公益广告作品征集活动的影响力，提升宣传效果，由国家广播电视总局部署，在全国各级电台、电视台集中展播2018年全国脱贫攻坚公益广告作品，展播时间为2018年10月至2019年9月。具体如下：

一、各级扶贫部门要高度重视本次扶贫公益广告征集活动作品展播工作，把公益广告作品展播作为脱贫攻坚宣传、精准扶贫精准脱贫工作的重要途径，加强同广电部门的联系沟通，努力将展播活动做好、做强、做出影响。

二、扶贫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（网址：<http://gy.chinasarft.gov.cn>）。同时，鼓励各级播出机构自制扶贫公益广告作品。原则上，各级广播电视播出机构每周播出扶贫公益广告数量不少于3次，其中，黄金时段不少于1次。

三、各级扶贫部门要积极同本区域内播出机构加强合作，对播出扶贫公益广告的机构给予一定扶持资金。各级扶贫部门可结合扶贫公益广告播出次数、时长及新闻专题等其它形式的扶贫宣传内容播出情况，合理确定补贴金额。

四、各级播出机构负责扶贫公益广告播出统计工作，扶

贫部门负责公益广告播出的监听、监看工作。扶贫公益广告作品展播活动结束后，各级播出机构同扶贫部门要认真填写《2018年脱贫攻坚公益广告作品展播情况统计表》(附件5)，经双方签字盖章确认后分别上报省级广播影视部门和扶贫部门。省级部门汇总统计后，于2019年9月10日前将统计结果报送至国家广播电视总局和全国扶贫宣传教育中心。

国家广播电视总局

联系人：许旭，电话 010-86098540

全国扶贫宣传教育中心

联系人：孟然，电话：010-84153726

附件4

2018年全国脱贫攻坚公益广告作品征集报名表

作品名称			
作品类别	() 电视 () 广播		
作品时长		制作日期	
报送单位 (作者姓名)		联系电话	
身份证号 (个人创作者填写)			
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： 日期：</p>		
内容简介			

附件5

2018年全国脱贫攻坚公益广告作品展播情况统计表

机构名称		
机构类别		所属
公益广告名称		
展播所属时期		时长、
每周展播次数	每周展播	次，其中
播出总次数	累计展播	次，其中
展播时段		
展播覆盖范围		
补贴金额		
宣传效果		
征集活动 宣传情况		
其他节目形式配合 扶贫宣传情况		
签章（展播机构）	签章	

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7月2日印发

