

标 题：国家工商总局 国家发展改革委关于促进广告业发展的指导意见

索引号：2020-1604478138859

主题分类：意见;联合发文

文 号：工商广字〔2008〕85号

所属机构：广告监督管理局

成文日期：2008年04月23日

发布日期：2020年11月04日

国家工商总局 国家发展改革委 关于促进广告业发展的指导意见

工商广字〔2008〕85号

各省、自治区、直辖市工商行政管理局、发展改革委：

为贯彻落实“十一五”规划纲要和《国务院关于加快发展服务业的若干意见》，促进广告业又好又快发展，现提出以下指导意见：

一、充分认识促进广告业发展的重要意义

知识密集、技术密集、人才密集的广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，其发展水平直接反映一个国家或地区的市场经济发育程度、科技进步水平、综合经济实力和社会文化质量。推动我国广告业发展，提高广告业在现代服务业中的比重和整体水平，是适应对外开放新形势、加速国内国际市场信息交换、提高资源配置效率、增强自主创新能力和民族品牌竞争力的迫切需要；是促进产业结构调整优化、加快转变经济发展方式，推进文化、体育、影视、媒体、信息、会展、创意、中介服务等相关产业发展的有效途径；是全面建设小康社会和构建社会主义和谐社会的内在要求。

改革开放以来，我国广告业得到快速发展，显示出强劲的发展活力。截至2007年底，全国共有广告经营单位17.3万户，从业人员111.3万人，经营总额达到1741亿元，已成为具有一定规模、推动民族品牌创建和创意经济发展的重要产业，进入了国际广告市场前列。但是，制约广告业健康发展的矛盾和问题也很突出，特别是多年来我国广告业总体规模持续扩展，但具有综合实力和国际竞争力的广告企业不多；广告业发展存在区域性不平衡，中西部地区与东部地区差距明显；广告从业人员中，高端专业人才较少，缺乏国际广告运作经验；公益广告事业发展缓慢，缺乏有效的鼓励措施和激励机制；广告诚信度不高，市场秩序有待进一步规范等等。

我国正处于全面建设小康社会和加快构建社会主义和谐社会进程的关键时期，广告业作为直接服务于经济社会发展的新兴产业，既面临着新的发展机遇，同时也存在严峻挑战。“十一五”规划纲要明确提出，加快发展服务业，推动广告业发展。当前，我国经济继续保持平稳快速发展，消费对经济增长的拉动作用越来越大，广告对消费者的影响日益增强；科技进步日新月异，新兴广告媒体充满活力。2008年北京奥运会产生的一系列经济活动和区域经济的加速发展、国家和地方对发展创意产业的关注和重视，为广告业的发展提供了新的拓展空间。因此，必须以高度的历史责任感，从战略的高度充分认识发展广告业的重要意义，转变观念，抓住机遇，采取有力措施，进一步发挥广告业在推动现代服务业以及国民经济和社会发展方面的重要作用，大力促进广告业的健康发展。

二、促进广告业发展的指导思想、主要目标和任务

（一）指导思想

以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，全面贯彻党的十七大精神，深入落实科学发展观和构建社会主义和谐社会的重大战略思想，把促进广告业又好又快发展，作为一项紧迫而长期的战略任务。坚持广告业协调、健康、可持续发展，坚持经济效益与社会效益并重，努力提高广告业整体素质和国际竞争力。

在国际化视野下发展中国广告业，走中国特色广告业发展道路。创新观念，完善体制，健全机制，逐步构建广告业公共服务管理体系；以发展创意产业、技术创新和保护知识产权为契机，积极调整和优化广告产业结构，全面提高广告业的专业水平；健全广告市场规则，保护消费者和广告活动主体的合法权益，完善广告业发

展的促进机制和保障机制。

（二）主要目标和任务

根据“十一五”规划纲要和未来经济社会发展目标，当前和今后一个时期，广告业发展的主要目标和任务是：加快行业结构调整，促进广告产业的专业化、规模化发展，提升广告策划、创意、制作的整体水平；积极推动新兴广告媒体的发展与规范；以中华民族优秀品牌战略为基础，以广告企业为主干，以优势媒体集团为先导，形成布局合理、结构优化的广告产业体系；广告经营总额继续保持较快增长，使广告业总体发展水平与全面建设小康社会和市场经济的发展水平相适应。

培育具有国际竞争力的广告企业。推行现代企业制度，引导广告产业结构调整，尽快培育一批拥有著名品牌和先进技术、主业突出、核心创新能力强、具备较强国际竞争实力的大型广告企业。

形成大型综合性广告媒体。整合广告经营资源，发挥经营特长和优势，开发和推广新技术，发展和规范新兴广告媒介，形成一批大型综合性的广告媒体。

发展广告创意产业集群。以创意产业为增长点，促进区域广告创意基地的形成，培育和发展具有特色的优质广告创意产业集群。

构建广告业公共服务管理体系。在完善广告业发展政策和监管法律法规的基础上，建立和完善广告业公共服务管理体系。

建立广告业人才培养教育机制。加快广告专业人才培养，健全广告专业技术人员职业水平评价制度。加强广告从业人员知识更新研修基地建设。

壮大公益广告事业。建立和完善公益广告发展促进机制，使公益广告成为构建和谐社会、传播社会主义精神文明的重要手段。

三、进一步完善促进广告业发展的政策措施

（一）健全广告法律制度

按照依法行政和对广告业统一管理的要求，研究国际广告业发展规律，借鉴相关立法经验，针对我国广告业发展的新情况、新问题和新趋势，加快《广告法》及配套法规的修订进程，完善广告市场准入与退出、广告活动规范、广告市场管理等方面的规章制度。

（二）加大政策扶持力度

依据国家促进服务业发展的政策，制定和落实相关支持和鼓励发展广告策划、创意、制作及服务的政策措施。对按税法有关规定被认定为高新技术企业的广告服务企业，实行企业所得税优惠政策；广告业的用电价格逐步实现与一般工业用电价格基本同价；进一步规范广告业价格形成体系；清理和取消不合理、不合法的收费项目。

（三）完善广告业发展机制

发挥市场机制在广告业资源配置中的重要作用，研究广告业发展的体制、机制、制度和方式，指导广告业规范发展；积极推进广告代理制，建立和完善有效的监督检查机制，防止广告经营中不正当竞争和垄断行为。

（四）拓宽广告业投融资渠道

积极调整投资结构，在广告业的关键领域、薄弱环节，引导社会资金加大投入；鼓励各类创业风险投资机构 and 信用担保机构向发展前景好、吸纳就业多以及运用新技术、新业态的广告企业开拓业务。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=11_9843

