

国家工商行政管理总局 中国国家标准化管理委员会 文件

工商广字〔2017〕143号

工商总局 国家标准委 关于加强广告业标准化工作的指导意见

各省、自治区、直辖市、计划单列市、副省级市工商行政管理局、市场监督管理部门、质量技术监督局，中国广告协会：

为促进广告业健康发展，充分发挥广告拉动消费、促进交易、推进创新的作用，依照《中华人民共和国标准化法》、《中华人民共和国广告法》、国务院《深化标准化工作改革方案》、《广告产业发展“十三五”规划》及相关法律法规、规章的规定，现就加强广告业标准化工作提出如下指导意见：

一、充分认识广告业标准化工作的重要意义,发挥标准在我国广告业转型发展中的积极作用

标准是指为了在一定范围内获得最佳秩序,对实际以及潜在的问题制定共同和重复使用的规则。标准化是农业、工业、服务业和社会事业等领域统一的技术和管理要求,也是产业发展、技术革新、社会进步的成果。现阶段,我国已成为世界第二大广告市场,广告业已基本形成以传统媒体和新媒体为依托的两大领域,并建构起了两大媒体领域的主要商业模式和生存基础。广告作为特殊的商品形态,已形成了相对成熟的产业链条。加快广告业标准化工作,不仅有助打通分工合作渠道,实现广告产业链条间的顺畅衔接、提升广告品质,改善受众体验;还有助转变我国广告业传统发展方式,提高广告业发展质量和效益;更有助提升我国在国际广告领域的话语权,从而实现广告业的全面纵深发展。

二、深刻理解广告业标准化工作的内涵,把握广告业标准化工作的关键环节

广告业标准化工作,是指在工商总局和国家标准委的指导下,制定适用于广告业的标准并组织实施,以及对标准实施进行监督的活动,主要包括以下内容:

(一)做好广告业标准的体系规划

紧紧围绕广告产业发展规划目标,加强战略研究和论证。对需要在全国范围内统一的广告业技术和管理要求,在政府部门的主导下制定国家标准、行业标准,并以推荐性标准为主。积极培育

发展团体标准,放开搞活企业标准。结合广告业通识和惯例,研究制定广告术语、分类、标识等基础标准;根据广告服务环节,研究制定广告委托、广告代理、广告发布、广告播放等服务标准;立足现有技术设备水平,结合国际标准研究制定广告制作、广告推送、广告效果测评等技术标准;结合行业自律情况,研究制定广告发布者、广告经营者的广告经营管理标准;围绕广告经营主体信用情况、广告服务质量测评情况等研究制定广告经营主体信用标准。

(二)推进广告业标准的研究制定

加快各领域基础标准、关键标准的制定进度,优先开展重点标准的研究制定。特别是开展对互联网广告的研究,制定并出台互联网广告标准。认真做好广告业各类标准项目的提出、起草、征求意见、审查、公布等工作。

(三)组织广告业标准的推广实施

选择市场化程度高、技术创新活跃、广告活动规范的区域,先行开展广告业标准试点工作。建立企业广告标准自我声明公开制度,鼓励企业将执行的广告标准在企业标准信息公共服务平台上向社会公开。通过先进企业的示范作用,带动全行业对标准的学习和实施。鼓励依法开展标准认证认可工作。发挥广告业标准在国际广告业交流中的作用,积极向国外推广我国自主研发的广告业标准。

(四)加强广告业标准的监督管理

制定标准的政府部门、社会团体和企业要定期对标准进行复

审,并根据科学技术进步的状况和经济社会发展的需要及时开展标准的修订、废止工作。建立标准实施评估制度,对标准的实施情况进行动态监测和跟踪评价,评价结果应当作为标准修订、废止的依据。县级以上人民政府标准化行政主管部门、工商和市场监管部门依法对广告业标准化工作进行监督检查。企业对所采用的标准进行虚假公开声明的,依照相关规定记入企业诚信档案。

三、扎实推进广告业标准化工作,实现我国广告业大发展的宏伟愿景

(一)坚持标准实施和产业发展相结合

各地要将制定和实施广告业标准作为促进广告业健康发展的重要手段。广告业标准化工作的目标是,到2020年,初步形成层次分明、实用的广告标准体系。到2025年,各项标准在广告业及相关领域得到广泛认可和有效执行,标准体系全面支撑广告业的有序发展。

(二)坚持监督管理和培育扶持相结合

各地一方面要加强广告业标准化工作政策、机制等方面的指导和协调,充分发挥政府部门在标准管理中的职能作用;另一方面要完善广告标准实施推动机制,制定广告业标准化配套优惠政策,引导和鼓励社会资本对广告业标准体系建设的投入,建立持续稳定的标准化经费保障机制。

(三)坚持借鉴引进和自主创新相结合

各地要积极支持广告行业组织与国际广告自律组织的沟通

交流,加大国际标准跟踪、评估和转化力度,促进我国广告业标准与国际接轨。树立中国标准品牌,提升我国广告业的国际竞争力。

四、加强对广告业标准化工作的组织领导,共同建设广告业标准体系

在工商总局、国家标准委的指导和管理下,建立政府与市场共治的广告业标准化管理体制,形成政府主导、协会推动、企业参与、社会协力的广告业标准化工作格局。

(一)政府主导

国家标准委统一管理全国标准化工作,工商总局分工管理广告业标准化工作。工商总局和国家标准委建立广告业标准化协调推进机制,统筹协调广告业强制性国家标准、推荐性标准的体系建设,加强标准管理。支持中国广告协会等组织制定团体标准。县级以上人民政府工商和市场监管部门分工管理本行政区域内广告业的标准化工作。

(二)协会推动

社会自律组织要充分发挥自律、服务、协调和管理作用,组织和引导广告行业贯彻实施标准。中国广告协会等组织在工商总局和国家标准委的指导下组织制定团体标准。受工商总局委托,中国广告协会承担广告业标准的起草、组织实施等有关工作。各级政府及各类自律组织要为广告业标准化建设提供智力支撑和人才保障。

(三)企业参与

支持企业在执行广告业国家标准和行业标准的基础上,制定具有竞争力的企业标准。适时将具有普适性、前瞻性、引领性的企业标准上升为团体标准、行业标准。引导企业提高标准化意识,发挥企业在实施标准中的主体作用。

(四)社会协力

制定标准应当发挥社会团体、科研机构和消费者的作用,广泛听取意见。增进广告业与其他行业在标准领域的互通融合。鼓励社会团体、科研机构、高等学校、中等职业学校等提供广告业标准化信息咨询、技术指导、宣传培训和人才培养等服务。引导全社会了解、关注、宣传广告业标准,形成有利于广告业标准化工作的社会氛围。

