

广告产业发展“十五五”规划

为推动广告产业高质量发展,更好发挥广告产业对中国式现代化的服务支撑作用,根据《中华人民共和国国民经济和社会发展规划第十五个五年规划纲要》,制定本规划。

一、总体要求

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神,坚决贯彻落实习近平总书记关于“广告宣传也要讲导向”的重要指示精神,完整准确全面贯彻新发展理念,以坚持正确导向、服务大局、科技赋能、文化引领、高效治理为基本原则,以社会主义核心价值观为引领,以推动广告产业高质量发展为主题,以巩固壮大实体经济、满足人民日益增长的美好生活需要为目的,以改革创新为动力,以法治建设为保障,推动广告产业创新升级、融合赋能、协同开放、规范发展,实现广告产业质的有效提升和量的合理增长,为全面推进中国式现代化贡献力量。

到 2030 年,广告产业规模年均增长 10%左右,经营主体发展质量持续提升;产业研发和创意投入持续加大,数智化水平显著提升;广告支撑产业升级、消费提振更加有力,推动“品牌全球化”迈进;大中小企业融通发展,产业链上下游深度协作,区域协调发展实现新突破;广告作品质量显著提升,涌现一批彰显文化自信、讲述中国故事的广告精品,公益广告创作传播机制更加健全;广告法

律法规进一步完善,监管执法效能显著提升,人民群众满意度不断提高。

二、创新驱动,塑造广告产业转型升级新优势

(一)推动数智广告健康发展。推动广告领域核心技术攻关,鼓励研发适配行业需求的智能体和轻量化大模型工具。深化广告数据资源开发利用,鼓励平台企业、广告企业和行业组织共建广告领域人工智能训练语料库,支持建设行业高质量数据集。丰富数智广告产品供给,提升广告内容创作效率、场景适配能力与市场传播实效。支持数智广告新技术新成果申请专利、办理版权登记和商标注册。规范人工智能生成式广告发展,加强平台企业数据、算法、流量和规则监管,促进平台企业和平台内经营者共赢发展。

专栏 1:广告业态数智化转型行动
加快传统广告企业转型。支持人工智能技术服务商、大模型工具开发商与传统广告企业对接,推动传统广告企业向专业化数智化发展。推动传统媒体广告经营单位向全链路综合营销服务商转型。 推进户外广告业态升级。推动在城乡整体布局中统筹考虑户外广告设置需要,积极参与城市更新行动,有序推动商圈、交通枢纽、社区、乡镇等场景的户外广告设施升级为支持程序化动态投放的数字化、智能化设施,打造一批与区域功能相匹配、与历史文化相融合、与景观风貌相协调的户外广告精品空间。加快户外广告物料绿色低碳升级,鼓励使用可再生材料、清洁能源和智慧节能设施设备。

(二)培育优质广告经营主体。鼓励通过兼并重组、战略联盟

等方式实现规模化、集团化发展,培育一批具有国际竞争力的行业领军企业。支持领军企业通过资源共享、开放平台、项目合作等方式带动产业链上下游协同发展。引导中小微广告企业深耕垂直领域,提升服务能力。支持符合条件的广告企业申报专精特新中小企业。健全企业资质认证等政策支持体系,营造有利于企业做强做优的制度环境。鼓励金融机构丰富金融产品和服务,提升应收账款和知识产权质押融资服务质效,加大对广告产业的融资支持力度。

专栏 2: 广告经营主体梯度培育行动
支持本土头部广告企业做大做强,打造全链路整合营销、跨媒介资源整合、全球化品牌服务等核心能力。到 2030 年,培育 10 家左右具有国际竞争力的广告领军企业。
引导中小广告企业聚焦细分市场,在品牌策略、内容创意、数字营销、效果监测、人工智能广告工具开发等环节形成差异化专业服务能力,培育一批细分领域专业优势突出的中小广告企业。

(三)提升广告创意创作水平。引导广告创作深耕时代主题,运用人工智能生成内容等技术推动文化元素创新性转化,扩大兼具商业价值与文化内涵的优质广告供给。完善创意激励机制,建立健全以创意水平、文化内涵、社会效益为导向的广告作品综合评价体系。加强广告领域知识产权保护,鼓励合理界定广告著作权归属,保护原创者合法权益。搭建多层次创意交流展示平台,支持各地举办各类广告创意活动,提升全行业创意水平。

(四)加强复合型广告人才培养。支持有条件的普通高校、职

业院校加强广告相关专业建设,发展广告数智化相关交叉学科专业,培养既懂技术又懂创意的复合型人才。鼓励利用现有人员及相关资源建设一批产教融合型广告企业和产教融合实训基地。实施“技能照亮前程”培训行动,开展“订单式”人才培养。完善职业标准和评价规范,推进职业技能等级认定,开展广告职业技能竞赛。支持有条件的地方将广告人才纳入人才目录,推动将职业技能等级与员工薪酬待遇、职务晋升、人才引进政策等挂钩。做优做强“广告云课堂”公益培训平台,支持各地、行业组织和头部企业开展广告人才培训,累计培训约 20 万人次。

三、融合赋能,提升广告服务实体经济新质效

(一)推动制造业提档升级。支持广告企业深度嵌入制造业产品市场分析、研发设计、营销推广、品牌塑造等全流程各环节,提供兼具文化内涵、审美表达、信息价值与传播效能的数智一体化广告服务方案,助力制造业增品种、提品质、创品牌,提升制造业增值能力和竞争优势。引导广告企业面向新兴产业和未来产业领域,围绕颠覆性技术创新和标志性产品创新提供前瞻性、创意性广告服务,推动前沿技术产业化、市场化、大众化。

(二)服务乡村全面振兴。引导和支持广告企业深度融入农业强国建设和乡村全面振兴战略,支持深入实施农业品牌精品培育计划,促进广告产业与农村一二三产业融合发展,助力宜居宜业和美乡村建设。持续深化“广告助农”“品牌强农”“数商兴农”等工程行动,聚焦农业绿色发展、地理标志产品、乡村特色产业、乡村旅

游、文化体验等领域,提供创意设计、渠道传播、产品溯源、品牌打造等定制化、特色化的广告服务。

(三)助力服务业扩能提质。紧扣服务业扩能提质发展要求,发挥广告产业的带动作用。支持广告企业聚焦生产性服务业核心需求,提供渠道整合、数据匹配转化、合规风控、品牌塑造等全链路服务,助力生产性服务业向专业化和价值链高端延伸。紧扣生活性服务业发展需求,不断革新广告创意生成、精准触达、数据分析、场景体验等服务模式,助力培育一批具有国际影响力的“中国服务”品牌。

(四)促进消费活力释放。充分发挥广告在品牌设计、美誉度推广、形象维护等方面的重要作用,更好激发消费需求,培育消费新增长点。主动顺应国货潮牌消费趋势,依托数字广告和新媒体矩阵强化精准传播,有效提升消费活跃度。支持优质广告资源下沉,拓展县域和乡村消费市场。推动广告企业参与全国消费促进月、消费品以旧换新等活动,联动电商平台与实体零售开展品牌推广,围绕“首发、首店、首秀、首展”提供专业广告服务,加快打造中国消费名品方阵,促进消费扩容提质。

专栏 3:“广告+”行动
“广告+传统产业优化提升”。引导广告企业赋能电子信息、机械装备、轻工纺织等产业,推动创意设计、品牌策划与生产制造深度融合,打造一批“广告+先进制造业”融合发展样板,推动先进制造业集群发展。

“广告+新兴未来产业培育壮大”。围绕新一代信息技术、新能源、新材料、智能网联新能源汽车、机器人、生物医药、高端装备、航空航天等战略性新兴产业,以及量子科技、生物制造、氢能和核聚变能、脑机接口、具身智能、第六代移动通信等未来产业新赛道,充分发挥广告企业在认知普及、信任构建、需求激活、全端触达等方面的独特功能,助力新技术落地、新产业壮大、新场景搭建和新生态培育。

“广告+乡村全面振兴”。深化“广告助农”“品牌强农”行动和“数商兴农”工程,鼓励广告企业积极参与农村市场和农产品流通网络建设,助力乡村特色产业、乡村旅游、文化体验、农村电商等业态创新发展,助力各类新型农业经营主体发展壮大,打造一批区域特色产品品牌。

“广告+服务业扩能提质”。聚焦科技服务、现代物流、交通运输、信息服务、现代金融、商务咨询、人力资源服务等生产性服务业和文化旅游、养老托育、健康体育、批发零售、住宿餐饮、家政物业等生活性服务业,构建全流程广告服务体系,发布一批“广告+服务业”融合发展案例。

四、协同开放,拓展广告产业内外联动新空间

(一)深化重大战略区域联动。围绕区域协调发展战略和区域重大战略,持续优化广告产业发展布局。巩固提升京津冀、长三角、粤港澳大湾区动力源作用,推动成渝地区双城经济圈、长江中游城市群等提升产业能级。支持行业组织、骨干企业和研究机构共建区域广告产业发展协作机制。深化东西部协作和资源对接,引导东中部地区的广告企业积极融入西部大开发、东北全面振兴

等战略,参与面向革命老区、民族地区、边疆地区的对口支援,促进区域联动发展。

(二)推动区域特色集聚发展。坚持因地制宜,引导各地区立足自身条件走特色化、差异化发展道路。强化东部地区创新策源功能,发展数智广告、品牌战略等高端服务。鼓励中西部及东北地区挖掘本地独特资源,发展具有地域标识的广告创意与营销服务。推动各地广告产业与支柱产业、主导产业深度融合,打造“一区域一品牌”。支持有条件的地区打造千亿级广告产业集群。完善广告产业园区数字基建、智慧运营等公共服务平台,打造数智时代新型创业社区。

专栏 4: 广告产业园区提质增效行动

开展国家数字广告产业园区试点。鼓励有条件的地方和经营主体发展数字广告产业园区,支持开展国家数字广告产业园区试点,推进技术、管理、制度创新,加强试点成果推广运用。

提升广告产业园区载体功能。支持符合条件的国家广告产业园区扩容。鼓励园区完善配套设施,强化公共服务,承办行业活动。支持园区之间、与高校科研机构之间健全合作机制,建立广告人才实训基地。

丰富广告产业园区业态和模式。鼓励园区融合文化、旅游、工业设计、商业等多元业态,建设广告创意体验馆、品牌快闪店、文创市集等消费场景,打造融合示范载体。

(三)推动广告服务出海。支持广告企业以多种方式拓展国际业务,服务产业链供应链国际合作,打造中国广告服务品牌。支持

面向共建“一带一路”国家建设跨境广告服务枢纽。支持广告企业针对不同国家文化差异和消费特点定制本土化广告服务,拓展国际媒体平台等多元传播渠道。建立健全品牌出海保障机制,支持广告企业 and 专业机构联合建设跨境广告服务中心,提供海外市场咨询服务,降低出海不确定性。鼓励跨境广告服务贸易保单等制度创新。

(四)深化国际交流合作。吸引国际知名广告集团、传媒机构及创新型企业 在华设立区域总部和功能型总部。构建高水平国际交流合作机制,支持广告企业参与进博会、广交会、服贸会等重大展会。支持打造具有全球影响力的广告活动品牌,高水平举办国际性广告行业活动,加强数智广告等前沿领域国际对话。鼓励龙头企业、行业组织深度参与广告领域国际组织相关活动。加强中国广告相关成果和经验国际传播,提升中国广告国际影响力和话语权。

专栏 5: 广告赋能品牌出海行动
支持试点建设“广告+出海”公共服务体系,发挥广告产业园区、头部广告企业作用,支持联合专业服务机构、跨境电商平台等设立跨境广告服务中心,为品牌出海提供目标市场文化解读、合规咨询、多语言内容生成等一站式解决方案。 支持广告企业参与国际文化交流活动,以广告赋能跨文化传播,构建适配国际话语体系的中国叙事体系,通过传播品牌故事和文化IP,推动中华优秀传统文化在海外市场的认同转化,让广告成为世界了解中国的桥梁。

五、价值铸魂,推动公益广告弘扬社会新风尚

(一)加强优质公益广告供给。建立公益广告重大主题征集发布机制,营造紧跟时代步伐、聚焦社会民生的创作氛围。引导主流媒体发挥优势,推出一批宣传党的创新理论的公益广告,持续筑牢意识形态阵地。支持广告企业围绕社会主义核心价值观创作公益广告,推出一批导向鲜明、创意新颖、制作精良、浸润人心的公益广告精品。鼓励利用先进数智技术创作公益广告,增强公益广告吸引力和传播效果。

(二)完善创作传播投入机制。拓展公益广告发展资金来源,探索建立以企业和社会赞助为重要来源的投入机制,完善激励措施,依法保护企业署名权和冠名权。支持政府购买公益广告服务,积极服务公共政策宣传和社会治理。加强公益广告传播渠道保障,鼓励开设公益广告专栏,落实各类媒介公益广告发布义务。支持将优秀公益广告纳入相关扶持项目。发挥互联网媒介传播优势,助力公益广告向交互式、精准化方向发展。

(三)凝聚公益广告多元合力。完善政府主导、企业主创、媒介支撑、社会参与的公益广告发展机制,健全部门协同工作机制。鼓励行业组织、广告企业及高校建立公益广告创作服务平台和创新研究机构,为各行业提供针对性的公益广告服务。开展公益广告征集展示活动。建立健全公益广告创意评估、传播效果评价和公众反馈机制。修订印发《公益广告促进和管理办法》,夯实公益广告发展法治保障。

专栏 6: 公益广告提质行动

健全工作机制。建立多部门会商工作机制,定期研判公益广告发展态势,加强跨领域跨部门合作。征集和发布公益广告创作重大主题,唱响主旋律。

推动精品创作。围绕“中国式现代化”“社会主义核心价值观和公民道德建设”等主题,策划开展公益广告征集展示活动。鼓励围绕碳达峰碳中和、公共卫生等全球议题开展公益广告创作与国际传播。

拓宽传播渠道。鼓励传统媒体、互联网媒介开设公益广告专栏,支持政务新媒体设立线上专栏,同步刊发公益广告,形成“纸媒+广播电视+新媒体”的传播矩阵。

加强创新研究。鼓励广告企业、高等院校、媒体机构等联合开展公益广告创新研究。健全公益广告效果评价和公众反馈机制,推动提升公益广告的思想引领力、精神凝聚力、价值感召力、国际影响力。

搭建服务平台。支持建立公益广告线上对接渠道,提供针对性的公益广告服务。完善公益广告作品库,入库作品 1200 件左右。

引导社会参与。积极倡议社会公众、各类企业和行业组织参与公益广告活动,支持行业组织将成员单位参与公益广告情况纳入行业自律评价体系。

六、高效治理,筑牢广告产业安全发展新屏障

(一)完善监管制度体系。健全广告法律法规体系,加快推进《广告管理条例》等法律法规修订。聚焦“小切口”,制定“小快灵”“接地气”的广告监管执法指南,鼓励有条件的地方出台地方性法规和地方政府规章。持续推动医疗广告监管规则改革试点,深化医疗领域广告监管协同,推进医疗广告疑难问题处置会商机制。

细化直播电商中广告活动的认定准则、监管规则与执法原则,明确新业态场景下重要广告活动主体的认定及责任义务。

专栏 7:完善广告监管法治体系行动

推动修订《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》,制定《直播电商中广告活动监管执法指南》《〈广告法〉适用问题执法指南》《广告引证内容执法指南》等,推动修订《医疗广告管理办法》,推动建立中药饮片广告审查管理制度。

(二)健全多元共治机制。建立“政府协同监管+行业自律+企业自治+社会监督”多元共治格局,强化跨部门数据共享与协同监管。强化行业协会自律引导作用,制定并动态更新自律指引。充分发挥广告道德委员会作用,依规开展广告导向道德评议。加强企业自治能力建设,引导企业建立人工智能生成广告内容审核等内部合规审查机制,落实主体责任。畅通社会监督渠道,鼓励公众、媒体参与监督,严厉惩戒重点领域违法广告,规范市场竞争秩序,构建多元协同、共建共享的行业生态。

(三)不断提升监管执法效能。加强人工智能、大数据、云计算等技术创新应用,强化智慧监管,构建广告内容实时监测、智能预警与精准处置闭环管理体系。深化“三品一械”广告审查制度改革,加强人工智能技术应用,提高审查效率。完善信息共享和线索、案件移交机制,加强行刑衔接,开展联合惩戒。建立跨区域监管协同机制,统一标准、简化流程。加大对药品、食品、保健食品、医疗器械、教育培训、金融理财、医疗等重点民生领域虚假违法广告打击力度。健全规范涉企执法长效机制,强化对企业的合规指

导,完善轻微广告违法行为及时纠错免罚制度。

专栏 8: 广告监管效能提升行动

推动建设现代化广告监测体系,研发广告监测智能体。强化监管人才培养,重点开展数据分类、合规研判、电子固证等技能培训。强化隐私保护与数据安全监管,规范数据跨境传输。构建“事前普法、事中预警、事后惩戒”全流程监管闭环,建立跨境商品和服务广告监管协同机制,破解跨境广告监管难题。加强药品、食品、保健食品、医疗器械、教育培训、金融理财、医疗等民生领域广告监管,压实互联网平台主体责任,加大典型案例曝光与信用惩戒力度,净化市场环境,维护消费者权益。

(四)完善广告标准体系。推进成立全国广告标准化技术委员会,构建覆盖基础通用、过程管理、技术使用、内容合规、效果评估、数据管理及重点场景应用的全链条标准体系。聚焦行业急需,制定广告术语、分类等基础标准。围绕互联网广告、人工智能生成广告、直播电商广告等新业态制定相关技术与管理标准。推动各级标准协同联动,支持龙头企业牵头研制先进标准。强化标准宣贯、实施与监督评估,提升标准覆盖面与执行力。深化广告标准化国际交流合作,积极对接国际规则,提升我国广告标准影响力。

七、组织实施

坚持和加强党对广告产业发展工作的全面领导,把党的领导贯穿到规划实施的各领域、全过程。各有关部门要加强跨部门协同,推动将广告产业发展纳入本地经济社会发展整体布局。落实财政、土地、人才、投资、数据、安全等领域政策,支持广告产业发

展。对规划确定的重大举措和创新政策,支持有条件的地方先行先试。健全统计监测体系,加强规划实施情况动态监测、中期评估和总结评估,加强评估结果应用,确保规划目标如期实现。