

中共黄石市委精神文明建设指导委员会办公室 黄石市市场监督管理局 文件

黄文委办〔2019〕29 号

市委文明办 市市场监督管理局 关于开展 2019 年楚天杯“信用·安全” 公益广告征集推广活动的通知

各县(市)区文明办、市场监督管理局,市直有关媒体、网站,各有关高等院校,各级广告协会,各广告企业:

根据《关于进一步贯彻落实〈公益广告促进和管理暂行办法〉加强公益广告工作的实施意见》(黄文委〔2019〕8号)、省市场监管局《关于开展 2019 年楚天杯“信用·安全”公益广告征集推广活动的通知》(鄂市监函〔2019〕222号)精神,为进一步推进我市全国文明城市创建工作,充分发挥公益广告在培育和践行社会主义核心价值观方面的教育引导作用,向社会大众普及信用建设、市

场安全、质量安全、食品安全、药品安全、特种设备安全、消费安全等领域相关知识,强化安全和信用意识,市委文明办、市市场监督管理局决定联合开展 2019 年楚天杯“信用·安全”公益广告征集推广活动。现就有关事项通知如下:

一、提高思想认识,加强组织领导。各单位要高度重视公益广告征集推广活动,充分认识公益广告对于创建全国文明城市,促进社会主义精神文明建设的重要意义,切实加强组织领导,按照职责和层级分工,结合工作实际,细化安排征集推广活动各项工作,落实岗位责任制,既要分级负责,又要层层尽责,一级抓一级,层层抓落实。各县(市)区文明办、市场监督管理局要加强对公益广告征集推广活动的指导和协调,确保活动顺利开展。

二、深入宣传发动,营造良好氛围。市直各有关媒体、网站及有关广告企业要根据《省市场监管局关于开展 2019 年楚天杯“信用·安全”公益广告征集推广活动的通知》(见附件)要求,通过电视、广播、报纸、户外媒介、公交车载显示屏等传统媒体和“云上黄石”“东楚风 S”等新媒体平台,向社会公众广泛宣传“信用·安全”公益广告征集活动的目的、意义、奖励政策以及作品规格要求和报送方式,提高全社会共同参与公益广告宣传的积极性和主动性;各有关高等院校要通过座谈会、班会等形式,做好宣传动员,积极组织相关专业师生踊跃参加公益广告设计与创作,在校园内营造“信用·安全”的良好氛围。

三、强化激励措施,巩固推广机制。市委文明办、市市场监督

管理局将对征集的获奖优秀公益广告作品予以通报表扬,并对在本次征集活动中评选出的一、二、三等奖和优秀奖作品分别在省市场监督管理局奖励的基础上再给予 5000 元、3000 元、1000 元和 500 元奖励。同时,将获奖作品纳入全市公益广告作品库,供相关单位和各类媒体无偿使用,鼓励各类广告发布媒介积极刊播优秀公益广告作品,持续推进全市公有公益广告载体建设不断完善。

四、加强审核把关,畅通报送渠道。各县(市)区文明办、市场监督管理局要协调做好作品报送工作,在征集过程中对本单位征集推荐的作品进行审核把关,确保报送作品符合相关法律法规和本次征集活动各项要求,做好参赛作品及报名表等有关资料的收集整理工作,指导参赛单位和个人于 2019 年 10 月 20 日前通过湖北省公益广告官方网站进行网上报名。工作中遇到的问题及时沟通联系,市委文明办联系人:邹赛虎;联系电话:6368913;市市场监督管理局联系人:吴淼;联系电话:6226334。

附件:《省市场监管局关于开展 2019 年楚天杯“信用·安全”公益广告征集推广活动的通知》



中共黄石市委精神文明
建设指导委员会办公室



黄石市市场监督管理局

2019 年 8 月 27 日

湖北省市场监督管理局

鄂市监函〔2019〕222号

省市场监管局关于开展2019年楚天杯 “信用·安全”公益广告征集推广活动的通知

各市、州、直管市、神农架林区市场监管局，省直有关媒体、网站，各有关高等院校，省广告协会，各广告企业：

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，充分发挥公益广告培育和践行社会主义核心价值观的教育引导作用，根据《公益广告促进和管理暂行办法》，省市场监管局决定开展2019年楚天杯公益广告征集推广活动。现将有关事项通知如下：

一、活动主题

以国家倡导、人民群众关注的“信用·安全”为主题，立足市场监管职能，围绕信用建设、市场安全、质量安全、食品安全、药品安全、特种设备安全、消费安全等内容征集推广公益广告作品，向社会大众普及相关知识、宣传重点职能、强化安全和信用意识。同时，在新中国成立70周年、军运会在武汉举办之际，围绕爱党爱国、文明新风、生态环保、城市形象、勤政廉政等内容，征集推广具有鲜明湖北地域特点和荆楚文化特色的公益广告作品，发挥公益广告正面导向宣传作用，弘扬社会主义核心价值

观，营造文明和谐的社会氛围。

二、活动组织

主办单位：湖北省市场监督管理局

承办单位：湖北省广告协会

三、征集范围

活动面向全国开展，行政事业单位、企业、高校以及各类社会组织等热心公益事业的团体和个人均可投稿。

四、活动步骤

（一）作品征集（即日起-10月20日）

活动详情等可通过湖北省公益广告平台、湖北省市场监督管理局官方网站、湖北省广告协会官方网站进行浏览。作品报送渠道为“湖北省公益广告”（网址：<https://scjg.hubei.gov.cn/gygg/>），具体报送方式及报名表见附件1。

（二）作品评审（11月）

1.所有征集作品采取匿名处理，编号待评。

2.邀请广告行业专家学者、优秀从业人员组成专家评审委员会，采取初评、复评、终评方式对作品进行集中评审。

3.复评结束后，对拟推选的优秀公益广告作品进行网络推送7天左右，面向公众开展网络投票，投票渠道开放时间及地址请关注“湖北省公益广告”活动专题。网络投票情况作为作品等次评审参考。

（三）作品公示（12月）

评审出来的优秀作品名单，在“湖北省公益广告”网站公示7天。

（四）推广宣传（长期）

对征集的优秀公益广告作品予以通报及奖励，并通过各类媒体宣传推广。同时，纳入“湖北省公益广告”平台展示，供有公益广告宣传需求的单位和机构浏览选取、下载使用。鼓励各类广告发布媒介积极刊播优秀公益广告作品。

五、作品要求

（一）作品类型

主要分为平面、影视、广播、创新媒体广告四个类别（作品规格要求见附件2）。其中，创新媒体广告类主要包括运用H5、APP、公众号等数字交互设计，区别于各类传统媒体的设计作品。

（二）创作要求

1.导向性。弘扬主流价值观，观点正确，思想性强，有时代特征，符合国家法律、法规、政策要求，作品具有感染力、实效性及与主题的相关性。

2.原创性。以原创性为原则，创作单位或个人需在报名表上签署原创承诺，确认作者具有作品著作权，不得抄袭。

3.创意性。创意独特，主题鲜明，寓意深刻，采用广告新思想、新形式、新媒介进行设计和策划，注重作品互动性。鼓励作品与湖北历史文化相结合，与城市景观相融合，与群众生活场景相契合，突出荆楚地方文化特色。

4.传播性。制作精良，表现完美，视听语言运用好。表达内

容引人注意，信息传递清晰准确，易认易记，说服力强。能够把握现代媒体特征，在媒体融合条件下综合应用、广泛传播效果好。

（三）注意事项

1.本次公益广告征集推广活动不收取费用。

2.报送作品须为报送人原创。报送者应确认拥有完整的作品著作权。主办方不承担包括因肖像权、名誉权、隐私权、著作权、商标权等纠纷而产生的法律责任。如出现上述纠纷，主办方保留取消其参评资格及追回所获奖励的权利。

3.作品中不得出现报送单位或个人相关信息。已在国内外公益广告比赛中获奖的作品可参加本次征集活动，但不参与等次评选。

4.报送作品概不退还。主办方有权将参赛作品进行展览和编辑出版发行，其版权归属主办单位所有。

5.其他注意事项在活动公告中详细列出。

六、激励措施

本次活动按照作品类别，分别评选一、二、三等奖和优秀奖作品。其中，以“信用·安全”为主题的作品原则上占比超过60%，四个类别最终奖励数量根据实际征集情况合理调整。

（一）平面类

一等奖 1件 奖励人民币5000元（奖金、证书）

二等奖 3件 奖励人民币3000元（奖金、证书）

三等奖 5件 奖励人民币1000元（奖金、证书）

优秀奖 10件 （证书）

（二）影视类

一等奖 1 件 奖励人民币 5000 元（奖金、证书）

二等奖 3 件 奖励人民币 3000 元（奖金、证书）

三等奖 5 件 奖励人民币 1000 元（奖金、证书）

优秀奖 10 件 （证书）

（三）广播类

一等奖 1 件 奖励人民币 5000 元（奖金、证书）

二等奖 3 件 奖励人民币 3000 元（奖金、证书）

三等奖 5 件 奖励人民币 1000 元（奖金、证书）

优秀奖 10 件 （证书）

（四）新媒体类

一等奖 1 件 奖励人民币 5000 元（奖金、证书）

二等奖 3 件 奖励人民币 3000 元（奖金、证书）

三等奖 5 件 奖励人民币 1000 元（奖金、证书）

优秀奖 10 件 （证书）

（五）其他奖

优秀组织奖、特别贡献奖等 若干件（证书）

七、工作要求

（一）加强组织领导。各地市场监管局要高度重视公益广告征集推广活动，切实加强与本站公益广告管理相关部门、广告协会、广告产业园区、广告基地、广告企业等单位的沟通联系，积极发动本地院校师生、广告媒体从业人员、热心公益的社会群体等开展个人或集体创作。各地主要广告企业和媒体要充分发挥自

身优势和示范作用，组织从业人员广泛参与公益广告设计创作。

（二）确保作品质量。各地各单位要在征集过程中对本单位征集推荐的作品进行审核把关，确保报送作品符合相关法律法规和本次征集活动各项要求，真正把导向正确、构思巧妙、水平较高、贴近实际，具有时代特色、地方特色、行业特色的优秀作品推荐上来。

（三）加大宣传力度。各地市场监管局要积极组织本地媒体进行广泛宣传，扩大征集活动影响力。要加大优秀公益广告作品的宣传力度，鼓励指导各类媒体、网站、户外广告经营单位按照《公益广告促进和管理暂行办法》的要求，充分利用湖北省公益广告作品库的优秀作品，履行公益广告发布义务。

附件：1.作品报送方式、报名表

2.作品规格要求



附件 1

作品报送方式

本次活动作品报送采取网络报送方式。注意事项如下：

一、报送流程

第 1 步：进入活动页面。

进入“湖北省公益广告”<https://scjg.hubei.gov.cn/gygg/> 活动专题页面。认真阅读专题页面中的活动内容，如需报送作品，请点击“我要报送”。

第 2 步：完成注册登录。

按照提示，完成用户注册登录。平台支持自然人、企业、行政事业单位等不同主体类型的用户进行注册、登录、报送。同时采用支付宝、银行卡、营业执照多种实名认证方式供用户选择。用户可根据身份选择合适的注册和登录方式。

第 3 步：上传作品。

进入用户中心，选择“我要上传”；按要求如实填写信息并上传作品。其中，创新媒体类因表现形式与其他类型可能存在交叉，因此单独设置，一旦选择，作品即归入创新媒体类，不再参与平面类、影视类、广播类评选。作品上传成功后，系统将自动生成唯一性的作品编号，请务必记住编号！。

第 4 步：报送报名表。

在活动专题中找到并下载报名表，按要求填写报名表，完成签字或签章程序，将报名表重新扫描后报送至邮箱 hbsggxh@sina.com，文件名称为“作品编号+作品类型+作者姓名+作品名称”。

二、联系方式

1.咨询电话：027-86770062。

2.地址：湖北省武汉市武昌区东湖路 181 号楚天 181 文化创意产业园 8 号楼 6 号厅 B 门，邮政编码：430077。

3.活动官方 QQ 群（群号：863390691，群名称：楚天杯公益广告交流群）。

2019 楚天杯“信用·安全”公益广告作品征集活动报名表

作品编号：

作者信息	姓名/名称 (个人/单位)			
	证照类型		证照号码	
	地区(省份)		联系方式	
	通讯地址			
作品信息	作品类别	☐ 平面类 ☐ 影视类 ☐ 广播类 ☐ 创新媒体类		
	作品名称			
	创作时间			
	是否已发布	☐ 是 ☐ 否	发布媒体	
			发布时间	
作品创意(100字左右)、广播类公益广告词word文档(可附页)				
原创承诺	本单位/人郑重承诺：以上所填信息全部属实，本次投稿作品系本单位/人独立原创创作，拥有完整的著作权，如因本作品涉及抄袭、盗用等侵权行为，产生的民事、行政、刑事责任均由本单位/人自行承担一切后果。 *单位/个人签字(盖章):			
作品授权	本单位/人已知晓：参赛作品一经报送，概不退还，湖北省市场监督管理局有权将参赛作品用于公益宣传、展览和编辑出版发行，作品将成为湖北省公益广告作品库稿件供社会无偿用于公益广告宣传。 *单位/个人签字(盖章):			

填表说明：1. 作品编号：此编号为作品在“湖北省公益广告平台”上传后生成的唯一编号，编号与作者、作品名称应一一对应，必须填写；2. 作者：作者为多人的或者既有个人也有单位的，均可填写，写在第一位的默认为第一作者；3. 证照类型：自然人填写身份证，单位填写企事业单位法人证书编号；4. 联系方式必须填写；5. 原创承诺、作品授权，必须签署。

附件 2

作品规格要求

本次活动征集作品分为平面类、影视类、广播类、创新媒体类（包括 H5、APP、公众号等数字交互设计，区别于传统媒体的设计作品）四个类型。具体规格要求如下：

一、平面类

平面类作品格式为 JPG，不得低于 300 像素，CMYK 色彩模式，10MB 以下；两幅以上视为系列（含两幅），按逻辑顺序进行标注，参赛者应保留源文件备核。

二、影视类

影视类作品格式统一为 MP4，H.264 编码；时长不超过 2 分钟，微电影时长在 3 分钟以内；分辨率不低于 1920×1080（16:9）像素，码率不得低于 8M/秒；两条影片以上视为系列（含两条），系列作品不得超过 4 条，按逻辑顺序进行标注，参赛者应保留源文件备核。

三、广播类

广播类作品格式为 WAV 或 MP3，时长不超过 2 分钟，文件大小不超过 5MB；同时报送公益广告词 word 文档；两条音频以上视为系列（含两条），系列作品不得超过 4 条，按逻辑顺序进行标注，参赛者应保留源文件备核。

四、创新媒体类

创新媒体类作品包括 H5、APP、公众号等数字交互设计，区别于各类传统媒体的设计作品。作品格式为 JPG（不得低于 300 像素，CMYK 色彩模式，10MB 以下）或 MP4 格式（时长不超过 2 分钟）；两幅/条以上视为系列作品（含两条），按逻辑顺序进行标注，参赛者应保留源文件备核。