

中国广告协会会员服务理念 and 措施

中国广告协会（以下简称中广协）成立于 1983 年，是由广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人（经纪公司）、广告（市场）调查机构、广告设备器材供应机构等经营单位，以及地方性广告行业组织、广告教学及研究机构等自愿结成的行业性、全国性、非营利性社会组织，在国家工商行政管理总局和民政部指导下开展服务工作。《中国广告协会章程》规定，中广协的宗旨为：紧密围绕“提供服务、反映诉求、制定标准、规范行为”的基本职能开展业务工作，并加强与其他广告及相关行业组织的交流与合作；按照《中华人民共和国广告法》的规定，制定行业规范，加强行业自律，促进行业发展，引导会员依法从事广告活动，推动广告行业诚信建设；树立广告业良好的社会形象，为我国经济转型升级、优秀文化传播、社会和谐进步贡献力量。

在改革发展的新形势下，中国广告协会将努力践行“服务行业自律、服务行业维权、服务行业发展”三个服务理念，创新服务方式，拓展服务内容，提高服务质量。遵守《章程》、积极履行会员义务并按时交纳会费的会员，享受如下服务：

一、自律服务

企业信用信息公示“全国一张网”已在工商总局建成，企业

所受处罚信息和信用信息都将在网上公示。新《广告法》的颁布和《互联网广告管理暂行办法》的实施使全国广告监管执法力度和处罚力度进一步加大。通过建立完善的自律服务机制，减少企业广告违法和受处罚情况，将有助于会员健康发展。具体服务措施如下：

（一）广告发布前合法性咨询。依据《中华人民共和国广告法》以及广告相关法律法规，帮助企业鉴别特定广告中的涉嫌违法内容，从而减少违法风险，提高发布质量，保护企业合法权益。会员可享受免费电话咨询。

（二）预警服务。第一时间将监测到的涉嫌违法违规广告先行向媒体会员单位发出提示性预警，帮助会员降低被处罚的风险。

（三）信用评价。建立健全广告企业信用档案，依托社会及行业媒体优先宣传诚信会员，提高其在政府、市场与社会中的知名度和美誉度。

（四）优先参与研究、制定行业规范、自律公约，推动广告行业诚信建设，维护良好竞争秩序。

（五）根据副会长单位和常务理事单位的需求，为其提供广告法律法规培训。

二、维权服务

维护行业和会员的合法权益，是中广协义不容辞的责任。

（一）行业维权。深入调研行业发展的重大问题，向政府有

关部门积极反映行业诉求，为减轻企业负担、深化行业维权不遗余力。继续加强推动3%文化事业建设费减免事宜，维护户外广告企业合法权益，推动户外广告业科学规范发展。

（二）争议协调。对于处罚有争议的广告违法案件，中广协将回应会员诉求，依照《中华人民共和国广告法》和有关法律，与有关执法机关协调沟通，公平公正、依法处理。

（三）纠纷调解。对于业内，尤其是会员内部的纠纷，中广协通过开展不正当竞争行为调解、纠纷调解等工作，伸张并维护会员合法权益不受侵害。

三、发展服务

服务于行业和会员发展，提高会员核心竞争力是中广协一贯的宗旨和目标。

（一）广告业标准。中广协受政府委托，开展广告业标准的研究起草、组织实施等具体工作。在起草过程中，优先征求会员意见，吸纳会员参与广告业标准化建设工作，提高行业服务质量和专业水平，促进广告业规范发展。

（二）会员宣传。在中广协官网、中广协会员服务系统（会员中心）、中广协微信公众号等中广协自有媒体上发布会员信息，展示、宣传会员品牌形象（设副会长单位、常务理事单位、理事单位、普通会员单位不同宣传版块），向全社会进行推广和宣传。

（三）资源推介。为促进广告主、广告经营者、广告发布者

和广告代言人之间的沟通与协调搭建平台，向广告主、广告媒体推荐优质会员广告企业。利用中广协会员管理服务系统（会员中心）、中广协网站等数字信息平台，为会员间的业务交流与合作及资源推介与共享提供支持。

（四）证明服务。支持会员企业通过上市、驰名/著名商标认定等方式促进自身发展，提供有关业务信息咨询和相关证明文件，充分发挥行业组织的支撑作用。

（五）竞争力评价。通过开展“CNAA I”（一级广告企业）、“CNAA II”（二级广告企业）、“CNAA III”（三级广告企业）证明商标使用管理、企业品牌价值评价等工作，促进广告企业提升专业服务水平、核心竞争力和品牌价值。在申请使用一级（二级、三级）广告企业证明商标的企业中，优先对会员企业进行业务指导和相关培训。在被许可使用中国广告协会一级（二级、三级）广告企业证明商标的广告企业中，优先向社会和政府部门宣传、推荐会员企业。

（六）品牌活动。通过举办中国国际广告节、中国大学生广告艺术节、中国广告论坛等活动，提供学习、交流、推广的机遇和平台。学习、交流广告业新理念、新模式、新技术、新趋势，推动广告企业加强广告科技研发、技术创新和经营模式创新。充分利用中国广告长城奖、黄河奖、中国元素奖等广告业专业奖项平台，促进我国广告创意、设计、制作、发布水平不断提高，进一步提升我国企业的知名度、美誉度。会员可享受：

1. 优先参加中广协开展的各项活动；
2. 优先被选择为中广协业务项目合作单位；
3. 优先被聘请为中广协主办的各项活动的专家、评委；
4. 优先被推荐为中广协主办的各类培训、论坛、讲座的演讲嘉宾；
5. 参加有关活动享受优惠（详见附表）。

（七）行业培训。开展多层次行业培训、学术研究。从市场主体出发，聘请国内国际一流专家，针对广告经营单位、广告主、广告发布媒体和广告代言人开展不同层面的专业业务培训和法律法规培训，不断提高会员及从业人员专业水平和法律素养。适应行业转型升级的新形势新要求，逐步探索开展针对在职人员的继续教育及针对未就业人员的上岗培训，形成专业人才评价体系，为行业集聚人才力量。同时，竭力为会员单位提供定制化、个性化的多种培训服务。会员参加培训享受优惠（详见附表）。

（八）信息服务。建立广告信息服务体系，为广告市场提供多层次、全方位，公平、公正、公开的专业数据信息。及时把握全国广告市场动向，分析行业发展趋势，发布行业发展指数等发展报告。会员可获得：

1. 优先获取产业发展政策和行业动态、活动等相关信息；
2. 优先享有专业数据信息；
3. 优先获得专业出版物（详见附表）；
4. 在《现代广告》杂志上刊登广告享受优惠（详见附表）。

（九）金融服务。搭建会员与金融机构之间的合作平台，为会员业务拓展提供资金、资源、信息、人才等各方面的金融服务信息。为会员之间的强强联合、优势互补以及产业链上中下游的大整合，牵线搭桥。

（十）国际交流合作。组织会员积极参加国际交流活动，配合“一带一路”战略，进一步扩大中国广告在国际上的影响力，提升中国广告的创意水平，让承载中国形象、中国元素和文化软实力的中国广告、中国品牌在国际舞台上广泛传播。会员可享受：

1. 优先参加出国考察、商贸洽谈、国际会议等对外交流活动；
2. 优先被推荐代表中国广告界担任国际组织领导职务或国际赛事活动评委；
3. 为会员开拓国际市场、参与国际竞争提供信息咨询、沟通协调等支持和服务，帮助本土会员企业参与国际广告服务市场的分工，积极融入国际广告产业链。

四、附则

- （一）本会员服务措施自发布之日起施行。
- （二）中广协将定期征求会员单位意见，并根据会员意见对提供服务的条款进行修改，最大限度满足会员需求。
- （三）会员服务的具体措施由中广协负责解释。

附件：中国广告协会会员服务优惠一览表

附件

中国广告协会会员服务优惠一览表

项目 级别	中国国际广告节		中广协 主办论坛	培训	《现代广告》 杂志刊登广告	免费寄送专业出版物	购买资料
副 会 长	免 3 人注册费；免费名额外，提前注册优惠 50%，常规注册优惠 40%。	展位费 优惠 10%	注册费 优惠 10%	免 3 人培训费；免费名额外，培训费优惠 40%。	优惠 30%	中广协编辑出版的《中国广告年鉴》1 本及常务理事寄送内容。	中广协编辑出版的资料等优惠 20%
常 务 理 事	免 2 人注册费；免费名额外，提前注册优惠 50%，常规注册优惠 40%。			免 2 人培训费；免费名额外，培训费优惠 40%。	优惠 20%	中广协编辑出版的年度中国国际广告节获奖作品集 1 本及理事寄送内容。	
理 事	免 1 人注册费；免费名额外，提前注册优惠 50%，常规注册优惠 40%。			免 1 人培训费；免费名额外，培训费优惠 40%。	优惠 10%	中广协学术委员会主编的年度广告学术论文集 1 本及普通会员寄送内容。	
普通会员	提前注册优惠 50%，常规注册优惠 40%。			培训费优惠 40%	优惠 5%	《现代广告》（双周刊）、《现代广告学刊》（季刊）每期 1 本及行业发展报告 1 本。	