

中国广告协会

关于邀请加入中国广告协会的函

各广告活动主体企业：

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。《中国广告协会章程》规定，中广协宗旨为：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》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。在各广告活动主体企业自愿入会的前提下，成为会员后，遵守协会《章程》、积极履行会员义务并按时交纳会费，将享受如下服务：



一、自律服务

国家企业信用信息公示系统已由国家市场监督管理总局建成,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服务。

(二) **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。

(三) **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。

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。例如,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等。



(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。通过制定互联网广告、体育营销、自媒体营销、广告代言人、品牌价值等方面的各类标准，发布权威、客观、科学的行业发展指数、榜单和白皮书，为制定科学的广告投放策略和媒体广告效果评估提供数据支持和政策参考，培育健康、真实的广告发布环境。同时，在标准的指导下、客观科学的数据支撑下，宣传自律、诚信和具有独特商业价值的优秀会员企业。

(二) **会员宣传**。在中广协官网、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（按照会员级别分批展示），向全社会进行推广和宣传。



（三）资源推介。充分发挥分支机构的作用，在广告主、广告经营者、广告发布者和广告代言人各委员会之间，以及在广播电视、互联网广告、户外广告、体育营销、自媒体、标识等不同专业分会之间搭建沟通与协调的平台，提供资源共享、资源推介、商务合作、人才交流等服务，向广告主、广告媒体推荐优质会员广告企业。

（四）证明服务。支持会员企业通过上市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“CNAAI”（一级广告企业）、“CNAAII”（二级广告企业）、“CNAAIII”（三级广告企业）证明商标使用管理、企业品牌价值评价工作，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。通过开展“金标尺”、“银标尺”、“铜标尺”证明商标使用管理、数字媒体价值评估工作，从传播力、信用度、透明度、合规性、广告效果和社会声誉等多个维度评审出优质数字媒体，同时开展广告投放效果验证，推动数字广告市场良币驱逐劣币的科学发展生态。

（六）净化数据市场。广告行业数据造假、作弊现象严重影



响了广告投放的效果。通过数字化信息科技，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，保证广告数据真实性，培育健康、真实的广告发布环境。如，搭建互联网广告数据服务平台，借助区块链技术汇聚行业各方力量开展无效流量黑名单、IP 地址库建设等工作，净化互联网广告数据市场。

（七）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、中国户外广告论坛**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、中国公益广告黄河奖**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）。

（八）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，可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。会员参加培训享受优惠（详见附表）。

（九）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）。

（十）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。

（十一）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。

中国广告协会将一如既往地以海纳百川的胸怀，帮助各类广告活动主体企业，凭借标准、规范、专业的服务赢得国内国际市场的美誉和尊重。家门向所有广告人敞开，欢迎自愿加入中国广告协会这个温暖的大家庭，欢迎“回家”！

具体入会方法如下：

一、入会条件和要求

（一）基本条件

1. 拥护本会的《章程》；
2. 有加入本会的意愿；
3. 在本会的业务（行业、学科）领域内具有一定的影响；
4. 遵守法律法规和广告行业自律条款，诚信经营，有社会责任感。

（二）具体要求

1. 依法成立且经营 2 年以上，并符合下列条件之一者：

- （1）年广告营业额在 600 万元以上的广告企业或其他具有广告经营业务的企业；
- （2）年广告营业额在 3000 万元以上的媒体单位；



(3) 年营业额在 500 万元以上的广告信息服务机构、广告(市场)调查研究机构、广告器材与设备企业等单位;

(4) 年广告费投入在 500 万元以上的广告主。

2.具有社团法人资格的广告行业组织和其他相关组织。

3.与广告相关的教学及研究机构。

4.广告代言人(法人或其他组织)及年营业额在 500 万元以上的经纪公司。

二、入会程序

(一) 申请入会单位通过协会官网 (www.china-caa.org) 注册, 在线入会。

(二) 协会办事机构根据有关工作程序进行审核, 自收到完整入会申请材料之日起, 30 个工作日内对符合条件的单位予以批准, 确认其会员资格; 对不符合申请条件的单位, 及时通知并说明情况。

(三) 通过审核的入会单位按协会规定(收到入会通知的 15 个工作日内) 交纳会费后, 领取会员证书(有效期根据交费年度至次年 7 月 31 日), 享受会员权利, 履行会员义务。

二、会费标准

(一) 协会会员有四个级别, 会费标准如下:

1. 普通会员年度会费为 0.5 万元;

2. 理事年度会费为 1 万元;

3. 常务理事年度会费为 5 万元;

4. 副会长年度会费为 10 万元。



新入会的单位均为普通会员，事由会员自愿申请，提交理事申请表，经秘书处审议后，由理事会表决通过。常务理事、副会长从理事中选举产生。

(二)会员应按规定及时、足额交纳会费。每年第一季度交纳当年会费，最迟不超过当年的7月31日。会费开具中华人民共和国财政部监制的全国性社会团体会费统一票据。

三、汇款账号

开户名称：中国广告协会

开户银行：中国工商银行北京礼士路支行

帐 号：0200003609089072708

联系人：段航、010-59725110、duanhang@china-caa.org

附件：中国广告协会会员服务明细

中国广告协会

2019年3月10日

附件

中国广告协会会员服务明细

服务		身份	普通会员	理事	常务理事	副会长
行业自律、维权	行业规范、自律公约		优先参与研究、制定行业规范、自律公约			
	行业法律法规、政策规划		参与国家对广告行业相关法律法规、政策和发展规划的制定和调研工作			
	广告业标准		优先参与研究、制定广告业标准化建设工作，优先征求会员意见			
	行业维权		向政府有关部门积极反映行业诉求，为行业争取政策支持			
	争议协调		对于处罚有争议的广告违法案件，回应会员诉求，协调沟通，依法处理			
	纠纷调解		优先调解会员内部纠纷，伸张并维护会员合法权益不受侵害			
	广告发布前合法性咨询	电话咨询	享受免费电话咨询			
广告送审		按照会员级别优先受理				
品牌活动、专业平台	证明商标使用申请（一、二、三级广告企业）		优先享受咨询、辅导，优先宣传，参加中国广告论坛享受额外优惠			
	行业培训		培训费优惠 40%左右*	每年至少免 1 人费用*	每年至少免 2 人*	每年至少免 3 人*
			按照会员级别优先被推荐为讲师			
	奖项报送 4 月左右征集作品*		参与中国广告长城奖、黄河奖等广告业专业奖项，按照会员级别优先被推荐为专家、评委			
	中国广告论坛 4 月左右*		注册费优惠 10%左右*			额外免 1 人费用
			按照会员级别优先被推荐为演讲嘉宾			
	中国国际广告节 10 月下旬左右*		注册费优惠 40%左右*	额外免 1 人费用	额外免 2 人费用	额外免 3 人费用
			展位费优惠 10%，按照会员级别优先被推荐为演讲嘉宾			
	中国户外广告论坛 8 月下旬左右*		注册费优惠 10%左右*			
	中国广告协会互联网广告数据服务平台	互联网广告标准	优先参与研究、制定互联网广告标准化建设工作，优先征求会员意见			
一般无效流量数据 (GIVT List)		享受数据包括且不限于：IP 地址黑名单；Device ID 黑名单；IP 地址白名单；Device ID 白名单。				
IP 地址库		制作和发布适用于互联网广告领域的 IP 地址库，会员享受优惠价格				
CMAC 审计服务		CMAC 审计相关标准、报告及信息发布				
中国数字媒体价值评估		“金标尺”、“银标尺”、“铜标尺”证明商标使用管理，相关数据及报告发布				
数据报告发布		会员优先获得互联网广告发展研究、投放效果研究及评估等数据报告				
国际互联网广告交流合作		通过 CAA 加入如 IAB、IAB Tech Lab、MRC 等国际互联网广告组织享受优惠				

会员发展	资源共享、商务交流	充分发挥分支机构的作用，在广告主、广告经营者、广告发布者和广告代言人各委员会之间，以及在广播电视、互联网广告、户外广告、体育营销、自媒体、标识等不同专业分会之间提供资源共享、资源推介、商务合作、人才交流等服务，会员优先推介。			
	国际交流合作	通过 CAA 加入 IAA（国际广告协会）享受优惠，优先参加活动、优先被推荐担任国际组织领导职务或国际赛事活动评委。			
	会员宣传	在协会官方媒体上，按照级别分批展示			
	证明服务	为会员企业发展提供协会相关证明文件，充分发挥行业组织的支撑作用			
	金融服务	为会员业务拓展提供资金、资源、信息、人才等金融服务信息			
	信息服务	会员免费获得《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。			
	定制服务	根据会员需求，提供定制化服务			
	召开会员例会,研究协会重要工作、促进行业发展	常务理事会	/	/	每年 2 次
		理事会	/	每年 1 次，每届请假不得超过 3 次	
		会员大会	每届 1 次（一届 5 年）		
各分支机构常务委员会		分支机构主任、副主任、常务委员单位参加，1 年 1 次			

*注：每项活动具体时间和优惠以当次通知为准。