

国家卫生健康委员会办公厅 国家广播电视总局办公厅 中国老龄协会综合部

关于开展 2021 年全国敬老养老 助老公益广告作品征集活动的通知

各省、自治区、直辖市卫生健康委(老龄办)、广播电视局,新疆生产建设兵团卫生健康委(老龄办)、文化体育广电和旅游局:

全国敬老养老助老公益广告作品征集活动已成功举办 3 届,涌现出一批主题突出、社会效应好、群众认可度高的优秀作品,受到社会各界广泛好评。为落实积极应对人口老龄化国家战略,深入开展人口老龄化国情教育,弘扬孝老爱亲的中华民族传统美德,国家卫生健康委(全国老龄办)、国家广电总局、中国老龄协会决定联合开展 2021 年全国敬老养老助老公益广告作品征集活动。现将有关事宜通知如下:

一、总体要求

采取向社会公开征集的方式,引导提升敬老养老助老公益广告设计创作水平,推出一批导向正确、创意新颖、题材丰富、艺术性强、群众接受度高的优秀敬老养老助老广播电视公益广告作品,进一步促进家庭和睦、代际和顺、社会和谐,厚植养老、孝老、敬老社

会环境,营造全社会积极应对人口老龄化的良好氛围。

二、主题内容

重点突出以下六个方面的内容:

(一)聚焦庆祝中国共产党成立100周年。紧紧围绕党史学习教育,以展现中国共产党成立100年来的光辉历史、伟大成就和宝贵经验为主题,发动广大老年人,从党的事业发展亲历者、见证者的视角,讲述中国故事,传播中国声音,传承红色精神。

(二)聚焦积极应对人口老龄化国家战略。深入宣传习近平总书记关于老龄工作系列重要指示批示精神,贯彻落实党中央、国务院决策部署,聚焦实施积极应对人口老龄化国家战略,宣传我国老龄政策法规体系的创新举措,以及老龄事业取得的显著成绩。

(三)聚焦孝老爱亲传统文化。充分体现孝老爱亲传统文化的文明内涵和时代价值,引导全社会关注和尊重老年人,给予老年人更多生活上的帮助和精神上的慰藉,助力消除老年人面临的“数字鸿沟”,让老年人更好共享信息化发展成果,提升老年人的获得感、幸福感、安全感。

(四)聚焦家风传承和代际认同。凸显中华民族孝老爱亲传统家庭美德,引导人们注重家庭、家教、家风,促使社会主义核心价值观深入家庭,增强不同代际间的文化融合和社会认同,实现家庭和睦、代际和顺、社会和谐。

(五)聚焦积极老龄观。倡导全社会积极看待老龄社会,积极看待老年人和老年生活。引导老年人保持老骥伏枥、老当益壮的

健康心态和进取精神,发挥正能量,作出新贡献。

(六)聚焦典型榜样。围绕各地涌现出的敬老爱老助老模范和老有所为典型,深刻挖掘背后的感人事迹,充分发挥先进的引领示范作用,弘扬敬老养老助老社会风尚。

三、征集要求

(一)作品形式。

参选公益广告作品共分广播作品、电视作品两种形式,须符合《2021年全国敬老养老助老公益广告作品创作要求》(见附件1)规定。

(二)参选对象。

具备公益广告创作能力的境内机构和个人均可参加此次征集活动。

(三)时间安排。

作品征集时间:2021年9月30日前,参选机构或个人,将报名表(见附件2)连同作品的音视频光盘一同邮寄进行报名,同时将电子版发送至指定邮箱,邮件标题格式为“2021年全国敬老养老助老公益广告征集活动作品—作者名—作品名”。提交作品文件名称需与参赛表中的名称保持一致。

作品评审时间:分为初选、复选、终评、公示四个阶段进行。

1.初选(2021年10月15日前):组织专家对征集作品进行初选,评分后进入复选,复选不限名额。

2.复选(2021年10月31日前):组织专家进行复选,确定一定

数量的作品进入终评。3.终评(2021年11月15日前):组织老龄、广播电视、公益广告等方面专家评委进行终评,确定优秀作品名单。

4.公示(2021年11月30日前):终评工作结束后,向社会公示终评结果,公示时间不少于5个工作日。公示结束后,对公示期间无异议的作品,或者有异议但经复核后不影响评审结果的作品,颁发荣誉证书及扶持资金,并向社会公告。

广播作品:一类作品1个,扶持资金1万元;二类作品2个,扶持资金各5千元;三类作品3个,扶持资金各2千元;优秀作品9个,扶持资金各1千元。

电视作品:一类作品1个,扶持资金10万元;二类作品2个,扶持资金各5万元;三类作品3个,扶持资金各2万元;优秀作品9个,扶持资金各2千元。

四、活动组织

(一)明确责任分工。本次活动由国家卫生健康委(全国老龄办)、国家广电总局、中国老龄协会联合主办,由中国传媒大学广告学院(全国公益广告创新研究基地)承办。国家卫生健康委(全国老龄办)负责协调全国各级老龄部门组织活动。国家广播电视总局负责协调全国各级播出机构进行作品创作,并将优秀作品纳入“全国优秀广播电视公益广告作品库”。中国老龄协会负责动员社会各界力量进行作品创作,协调落实活动资金,组织协调征集活动相关工作。征集活动结束后,国家卫生健康委(全国老龄办)、国家

广电总局、中国老龄协会将对活动中表现突出的机构予以表扬。

(二)加强组织协调。各级卫生健康(老龄)部门、广电部门要加强合作,充分利用各自优势,做好协同配合,支持制作优秀敬老养老助老公益广告作品。

(三)遵守法律法规。申报方在作品征集活动中应遵守法律法规,不得抄袭或擅自使用他人作品。参加本次征集活动的作品必须由作者本人参与创作(合作作者可联名参加),作者应确认拥有其作品的著作权,不会涉及肖像权、名誉权、隐私权、商标权等法律纠纷,如因此引起任何相关法律纠纷,由作者本人承担法律责任。同时,申报方应授权国家卫生健康委(全国老龄办)、国家广播电视总局、中国老龄协会将作品用于专家评选及后续宣传推广等用途。

国家卫生健康委联系人:老龄司 徐冲

联系电话:010—62030882

国家广电总局联系人:传媒机构管理司 许旭

联系电话:010—86098540

中国老龄协会联系人:宣传部 江钱

联系电话:010—58122110,15210519604

邮寄地址:北京市朝阳区定福庄东街1号中国传媒大学广告学院(全国公益广告创新研究基地),邮编:100024

指定邮箱:ssgygg2016@163.com

联系人(收件人):和群坡、刘林清

联系电话:13801318145、18500298052

附件：1.2021 年全国敬老养老助老公益广告作品创作要求

2.2021 年全国敬老养老助老公益广告征集活动报名表



(信息公开形式：主动公开)

2021 年全国敬老养老助老公益广告作品 创作要求

本次活动征集的作品共分广播作品、电视作品两种形式。广播作品、电视作品时长原则上不超过 180 秒。相关要求如下：

一、创作要求

作品设计制作要聚焦庆祝中国共产党成立 100 周年、积极应对人口老龄化国家战略、孝老爱亲传统文化、家风传承和代际认同、积极老龄观、典型榜样等六大重点方向，凝聚正能量，弘扬新风尚，回应社会各界和广大老年人密切关注的重点、热点和难点问题，贴近大众审美情趣，做到思想性、艺术性和观赏性的有机统一。

（一）征集活动要遵守法律法规，创作单位和个人应签署原创承诺，保证对作品拥有完全知识产权，不得有抄袭和其他侵权行为。

（二）公益广告创作要善于从基层一线以及老年人身边选取题材，情景交融地展现老龄事业取得的成就。

（三）提倡风格多样、百花齐放，可将各地民族、文化和地方特色融入到广告中来，可选取实拍、动漫、歌曲等多种表现形式，使公益广告易于被不同受众群体接受和喜爱。

(四)公益广告创作中可积极探索运用现代科技手段,为广告注入现代气息和时尚元素,运用新颖别致的表现形式吸引人、打动人。

二、作品技术标准及申报材料格式要求

1.广播类作品。MP3 或 WMA 格式,码率不低于 128Kbps,采样深度不低于 16 位,采样频率不低于 44.1KHz。

2.电视类作品。高清晰度视频,MP4 格式,H.264 或 MPEG2 编码,1920×1080(16:9)分辨率,码率不低于 15Mbps。鼓励制播 4K 超高清作品,MP4 格式,H.265 编码,3840×2160(16:9)分辨率,码率不低于 50Mbps。

3.报送的广播类、电视类作品单部时长一般不超过 180 秒,系列公益广告作品择优报送其中 1 部。

4.纸质版申请表一式两份(须按相应要求填写完整并审核盖章)。电子版申请表格及全部作品一并存储在一个光盘内报送。

附件 2

2021 年全国敬老养老助老公益广告征集活动报名表

作品名称			
制作机构名称（个人报送填写个人）			
作品类别 （广播/电视）		作品时长	
作者姓名 （最多填写5人，将印制荣誉证书）	1、 2、 3、 4、 5、		
作者职务	1、 2、 3、 4、 5、		
联系人姓名		联系人职务	
联系人手机		作品完成日期	
电子邮箱			
通信地址及邮编			
版权声明	申报方承诺遵守相关法律法规，未抄袭或擅自使用他人作品。申报方保证对申报作品拥有独立的著作权，保证权利无瑕疵。如出现相关问题，退回该作品的全部扶持资金和证书。申报方独家授权国家卫生健康委（全国老龄办）、国家广播电视总局、中国老龄协会可将申报作品用于专家评选及后续宣传推广等用途。 签字或盖章： 年 月 日		
备注			

注：报名表信息将与荣誉证书信息关联，请务必按照真实情况填写

