

# 四川省文化和旅游厅 四川省广播电视局 文件

川文旅发〔2022〕16号

---

## 四川省文化和旅游厅 四川省广播电视局

### 关于转发《文化和旅游部办公厅 国家广播电视总局办公厅关于联合举办第二届全国旅游公益广告作品遴选暨展播活动的通知》的通知

各市（州）文化和旅游局、广播电视行政部门：

现将《文化和旅游部办公厅 国家广播电视总局办公厅关于联合举办第二届全国旅游公益广告作品遴选暨展播活动的通知》（办资源发〔2022〕45号）转发给你们，请按照通知要求认真

做好第二届全国旅游公益广告作品遴选暨展播活动的组织实施工作，于2022年5月10日前将参选报名表（附件3）报送文化和旅游厅宣传推广处（发送至电子邮箱723281314@qq.com），同时按照作品格式要求提交作品电子版（以方言或民族语创作的作品，一并报送作品普通话翻译文稿）。



四川省文化和旅游厅



四川省广播电视局

2021年4月1日

（联系人：文化和旅游厅宣传推广处陈利军，联系电话：028-86702628；省广播电视局传媒机构管理处李阳学，联系电话：028-86526012）

# 文化和旅游部办公厅 国家广播电视总局办公厅 关于联合举办第二届全国旅游公益广告 作品遴选暨展播活动的通知

办资源发〔2022〕45号

各省、自治区、直辖市文化和旅游厅（局）、广播电视局，新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局，电影频道节目中心，中国教育电视台：

为深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，深入学习宣传贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，围绕迎接宣传贯彻党的二十大工作主线，发挥好旅游为民、旅游带动的重要作用，宣传好旅游作为一种生活、学习、成长方式在促进人的全面发展等方面的重要价值，更好激发和引导旅游消费，促进建设强大国内旅游市场，文化和旅游部、国家广播电视总局在总结首届旅游公益广告作品遴选暨展播活动经验的基础上，决定联合举办第二届全国旅游公益广告作品遴选暨展播活动，现将有关事项通知如下：

## 一、总体要求

采取向社会公开遴选的方式，提升旅游公益广告策划创作设计水平，推出一批导向正确、主题突出、创意新颖、表现丰富、群众接受度高的优秀旅游公益广告作品，在全国进行展播，进一步提升全社会关心旅游、热爱旅游、支持旅游的良好氛围，更好

发挥旅游在改善人民生活品质、助力扩大内需战略、促进人的全面发展中的重要作用。

## 二、活动主题

参评作品应坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，坚持以人民为中心的创作导向，坚持思想精深、艺术精湛、制作精良、科技创新相统一，自觉服务党和国家工作大局，重点突出以下六个方面的内容：

（一）聚焦迎接党的二十大召开。召开党的二十大是今年党和国家政治生活中的头等大事，深入挖掘伟大建党精神，通过旅游业的发展生动展示新时代的奋斗成就，反映中国人民踔厉奋发的精神面貌，激励人们奋进新征程、建功新时代。

（二）聚焦国家战略。深入宣传习近平总书记关于文化和旅游工作的重要论述精神，贯彻落实党中央、国务院决策部署，聚焦区域发展、红色旅游、乡村振兴、生态文明、国家文化公园等重大国家战略，推动红色旅游、冰雪旅游、乡村旅游、研学旅游、休闲度假旅游等发展，通过旅游发展讲好中国故事，进一步彰显中国精神、弘扬中国价值、凝聚中国力量。

（三）聚焦旅游为民。深入推进大众旅游发展，赋予旅游更为丰富的内涵，充分展现旅游在促进人的全面发展中的积极意义，倡导绿色旅游、安全旅游、文明旅游、理性消费，形成共建共享大众旅游的良好社会氛围，提升广大人民群众获得感、幸

福感。

（四）聚焦旅游带动。充分展现旅游业作为综合性产业，涉及面广、开放度高、带动力强等优势 and 旅游业“一业兴、百业旺”的乘数效应，更好引导和发挥旅游在促进地方经济社会发展、扩大内需刺激消费、构建新发展格局等方面的重要作用。

（五）聚焦文化传承。坚持“以文塑旅、以旅彰文”，推动文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上融合发展，充分展现文化赋能旅游发展、丰富旅游内涵、提升旅游品位和旅游带动文化传播、彰显文化魅力、促进文化繁荣的最新成果，让“诗”和“远方”在满足人民美好生活新期待中实现更好联结。

（六）聚焦典型榜样。充分展现党的十八大以来特别是在统筹推进新冠肺炎疫情防控和社会经济发展中、在推动旅游业高质量发展中，各地涌现出来的先进单位（企业）、模范人物和先进典型事迹，体现文化和旅游系统开拓创新、求真务实的新作为，树立文化和旅游系统良好的正面形象，进一步鼓舞士气，凝聚人心，促进发展。

### 三、遴选要求

#### （一）作品形式

参选旅游公益广告作品分为广播作品、电视作品和脚本作品三类，作品单部时长原则上不得超过180秒，系列公益广告作品择优报送其中1部，且应符合《第二届全国旅游公益广告作品创作要求》（见附件1）规定。优秀作品按照《第二届全国旅游公

益广告遴选办法》（见附件2）予以支持。

## （二）参选方式

具备公益广告创作能力的境内机构和个人均可参加此次遴选。参选机构和个人将作品报送至所在地省级文化和旅游主管部门，中央有关宣传单位可直接报送。各省级文化和旅游主管部门、广播电视主管部门初审通过的作品数量以及各中央单位报送的作品数量，广播作品和电视作品每类不得超过15篇，脚本类作品不得超过3篇。（“聚焦迎接党的二十大召开”的广播、电视类作品，在保证质量的基础上原则上不占各地数量指标，但不超过5个）

## （三）时间安排

1. 2022年5月16日前，参选机构或个人，将纸质版和电子版报名表（见附件3）报送至所在地省级文化和旅游主管部门，同时按照作品格式要求提交作品电子版。

2. 2022年5月31日前，各省级文化和旅游主管部门会同广播电视主管部门完成本辖区内初审工作，并将通过初审的作品报名表及作品电子版报送至材料接收单位。中央有关单位直接报送至材料接收单位。

3. 2022年7月1日前，遴选优秀作品并公示。

4. 2022年7月至2023年6月，优秀作品展播。

## 四、活动组织

（一）明确责任分工。本次活动由文化和旅游部、国家广播

电视总局联合主办。文化和旅游部负责协调全国各级文化和旅游主管部门组织作品参选等相关工作，对本次遴选出的优秀旅游公益广告作品的宣传、展播等予以支持。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、优秀作品展播，并将优秀作品纳入“全国优秀广播电视公益广告作品库”进行展播。遴选、展播活动结束后，文化和旅游部、国家广播电视总局将对活动中表现突出的机构予以表扬。

（二）加强组织协调。各级文化和旅游主管部门、广播电视主管部门负责本地区活动宣传和报名组织等工作。接到本通知后，请各省级文化和旅游主管部门会同省级广播电视主管部门认真做好辖区内旅游公益广告作品的组织、遴选、审核、报送、监测等各项工作。各级文化和旅游主管部门、广播电视主管部门要加强合作，充分利用各自优势，做好协同配合，支持制作优秀旅游公益广告作品，并强化内容把关，确保初审遴选出导向正确、质量优良的作品，共同做好优秀作品展播等工作。

（三）遵守法律法规。申报方在作品遴选、展播活动中应遵守法律法规，不得抄袭或擅自使用他人作品。申报方须保证对参选作品拥有独立的著作权，并签署保证权利无瑕疵的版权声明。同时，申报方应授权文化和旅游部、国家广播电视总局将作品用于专家遴选及后续宣传推广等用途。

## 五、联系方式

1. 文化和旅游部资源开发司联系人：郭子腾、毛尚礼

联系电话：010-59882090、59882578

2. 国家广播电视总局传媒机构管理司联系人：许旭

联系电话：010-86097013

3. 材料接收单位邮寄地址：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

邮箱：wlgygg@163.com

联系人（收件人）：和群坡、刘林清

联系电话：13801318145、18500298052

特此通知。

- 附件：1. 第二届全国旅游公益广告作品创作要求  
2. 第二届全国旅游公益广告遴选办法  
3. 第二届全国旅游公益广告遴选活动报名表  
4. 第二届全国旅游公益广告遴选活动展播安排  
5. 第二届全国旅游公益广告展播情况统计表

文化和旅游部办公厅 国家广播电视总局办公厅

2022年3月11日

（此件公开发布）



抄送：中央广播电视总台办公厅。

## 附件 1

# 第二届全国旅游公益广告作品创作要求

## 一、作品创作要求

作品要聚焦贯彻落实党的十九届六中全会精神和迎接党的二十大胜利召开、国家战略、文化传承、旅游带动、旅游为民、典型榜样等重点方向，充分展现旅游业在促进经济社会发展，提升全社会的旅游意识，促进人的全面发展，提升广大人民群众的幸福感和满足感，激发国内旅游消费潜力等方面取得的经验和成效，力争贴近大众审美情趣，做到思想性、艺术性和观赏性的有机统一。

（一）遴选活动要遵守法律法规，创作机构和个人应签署

原创承诺，保证对作品拥有完全知识产权，不得抄袭、模仿。同时授权文化和旅游部、国家广播电视总局用于专家遴选及后续宣传推广等用途。

（二）作品创作要善于从基层一线以及旅游者身边选取题材，情景交融地展示旅游所带来的变化。

（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作品中，可选取实景、动漫、MV等多种表现形式，使作品易于被不同受众群体接受和喜好。

（四）作品创作中可积极探索运用现代科技手段，为作品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、成品类作品技术标准

（一）**广播类作品**。比特率不低于 128kbps，位深度不低于 16 位，采样频率不低于 44100hz，格式为 MP3 或 WMA。

（二）**电视类作品**。分辨率不低于 1280×720（16:9），码率不低于 8M/秒，格式为 MP4。鼓励各部门制播 4K 超高清格式作品，4K 超高清分辨率为 3840×2160（16:9），码率不低于 15M/秒，格式为 MP4。务必去除或遮盖作品中的台标、栏目标等，配音字幕可保留。动漫作品需转换为通用视频格式后提交，如 AVI、MP4 等（画质参照上述电视类标准）。请勿提交 flv 等动漫格式。

## 附件 2

# 第二届全国旅游公益广告遴选办法

本次全国旅游公益广告作品遴选工作由文化和旅游部、国家广播电视总局统一部署，采取组织专家审定的方式，坚持公平、公正、公开原则，通过竞争择优的方式确定优秀作品名单，并遴选出优秀组织机构和优秀展播机构。

## 一、项目设置

### （一）作品遴选

1. 广播类优秀作品：一类作品3个，二类作品6个，三类作品6个。

2. 电视类优秀作品：一类作品6个，二类作品10个，三类作品10个。

3. 脚本类优秀作品若干。

### （二）机构申报

1. 优秀组织机构若干。

2. 优秀展播机构若干。

## 二、遴选安排

本次遴选活动分为作品遴选和优秀组织机构、优秀展播机构遴选两个部分。

### （一）作品遴选

分为初选、复审和终审三个阶段进行。

1. 初选（2022年5月16日至5月31日）：各省级文化和旅游主管部门会同广播电视主管部门对辖区内报送的作品进行初审。中央单位对本单位及直属单位报送作品进行初审。

2. 复审（2022年6月1日至6月15日）：组织专业人员对各地和中央单位提交的通过初审的作品进行复审，选择一定数量作品进入终审。

3. 终审（2022年6月16日至6月30日）：组织文化和旅游、广播电视、广告等方面专家评委进行终审，确定优秀作品名单，公示后公布。

#### （二）优秀组织机构、优秀展播机构遴选

优秀组织机构将根据活动宣传、组织、创作、遴选等情况，组织专家进行综合选定。

优秀展播机构将根据公益广告作品播放次数、时长、时段、覆盖范围、宣传效应等情况，旅游公益广告遴选活动宣传力度，以及本台新闻专题等其他节目形式配合旅游宣传工作等情况，由活动组织方在展播期后进行综合确定。

### 三、作品使用

（一）获得本次公益广告作品遴选活动的优秀作品将在全国各级播出机构集中进行展播，并积极协调新媒体等平台播出。

（二）全部优秀作品将纳入国家广播电视总局“全国优秀广播电视公益广告作品库”，供全国各级播出机构下载播出。

（三）优秀作品将在文化和旅游系统各级官方网站、微信平台等展播。

### 四、相关要求

（一）参加本次遴选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，如因此引起任何相关法律纠纷，由作者本人承担法律责任。

(二) 作者应保证送选作品将不会涉及肖像权、名誉权、隐私权、著作权、商标权等法律纠纷，否则由作者本人承担法律责任。

(三) 本次遴选活动拒绝任何可能与国家法律法规相抵触的作品。

(四) 除非特别申明，送选作品可被主办单位无偿用于与本次遴选活动相关的宣传活动；主办单位拥有将获扶持作品出版音像制品的优先权利。

(五) 活动规则最终解释权归主办单位。凡递交作品，即视为同意上述法律问题说明。

附件 3

## 第二届全国旅游公益广告遴选活动报名表

作品名称		作品类别 (广播/电视/脚本)	
制作机构名称(个人报送填写个人名字)		作品时长	
作者姓名 (最多填写5人, 将印制于荣誉证书)	1. 2. 3. 4. 5.	作者单位	1. 2. 3. 4. 5.
联系人姓名		联系人单位	
联系人手机		作品完成日期	
通信地址及邮编			
版权声明	<p>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。申报方独家授权文化和旅游部、国家广播电视总局可将申报作品用于专家遴选及后续宣传推广等用途。</p> <p style="text-align: right;">盖章或签字: 年 月 日</p>		
制作机构意见 (个人报送无需填写)	<p style="text-align: right;">盖章或签字: 年 月 日</p>		
省级文化和旅游主管部门意见 (中央单位无需填写)	<p style="text-align: right;">盖章或签字: 年 月 日</p>		
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。

#### 附件4

## 第二届全国旅游公益广告遴选活动 展播安排

为进一步扩大本次旅游公益广告遴选活动的影响力，提升宣传效果，由国家广播电视总局部署，在全国各级电台、电视台集中展播旅游公益广告，展播时间为2022年7月至2023年6月。现就有关事项通知如下：

一、优秀旅游公益广告作品可从国家广播电视总局“全国优秀广播电视公益广告作品库”中下载播出（网址：<http://gy.nrta.gov.cn>）。各地作品制作完毕后可先行在本地媒体播放。优秀作品将由主办方组织在全国各级播出机构展播，并积极协调新媒体等平台集中播出。同时，鼓励各级播出机构自制旅游公益广告作品并播出。2022年7月至8月，各级广播电视播出机构每天播出旅游公益广告数量不少于3次，其中，黄金时段不少于1次。

二、各级文化和旅游主管部门要高度重视本次旅游公益广告遴选活动作品展播工作，把旅游公益作品展播作为宣传旅游公益性功能的重要途径，加强同广播电视部门的沟通衔接，努力将展播活动做好、做强、做出影响。

三、各级文化和旅游主管部门要积极同本区域内播出机构加强合作，对参与旅游公益广告展播的机构，结合本地区实际，给



予适当技术、资金等方面的支持，并积极采用多元方式支持旅游公益广告的设计、制作、宣传、展播等工作。

四、各级播出机构负责旅游公益广告播出统计工作，各地文化和旅游主管部门负责公益广告播出的监测工作。旅游公益广告遴选作品展播活动结束后，各级播出机构同本地文化和旅游主管部门要认真填写《第二届全国旅游公益广告展播情况统计表》（见附件5），经双方签字盖章确认后报省级文化和旅游主管部门。省级文化和旅游主管部门在汇总统计后，于2023年8月15日前将统计结果报送至文化和旅游部。

文化和旅游部联系人：郭子腾、毛尚礼

电话：010-59882090、59882578

国家广播电视总局联系人：许旭

电话 010-86097013

附件 5

## 第二届全国旅游公益广告展播情况统计表

机构名称			
机构类别		所属级别	
公益作品名称			
播出所属时期		节目时长	
每周播出次数	每周播出 次，其中黄金时段播出 次		
播出总次数	累计播出 次，其中黄金时段播出 次		
播出时段			
播出覆盖范围			
补贴金额			
宣传效果			
遴选活动 宣传情况			
其他节目形式配合 旅游公益广告情况			
签章 （展播机构）	签章 （省级文化和旅游主管部门）		