

# 市场监管总局等六部门关于大力促进新时代 广告产业高质量发展的意见



广告作为市场经济和社会文化的重要组成部分，是信息传播、品牌构建和消费引导的重要载体，是弘扬社会主义核心价值观、激发消费内生动力、畅通国内国际双循环、推动经济社会高质量发展的重要力量。为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，充分发挥广告产业的赋能作用，现就促进新时代广告产业高质量发展提出如下意见。

## 一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，坚决贯彻落实习近平总书记“广告宣传也要讲导向”重要指示精神，完整准确全面贯彻新发展理念，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，持续净化广告市场环境，系统优化广告产业布局，以创新驱动全链条转型升级，以融合拓展多维赋能空间，积极推进高水平对外开放，构建实力强劲、结构合理、创新活力迸发、赋能价值彰显、文化引领有力的广告产业发展新格局。

## 二、优化产业布局

（一）调整产业空间布局。以东部地区城市群为载体，坚持创新驱动、全球链接定位，以数智创新为突破点，打造数字广告科创走廊和国际广告服务中心。立足中部地区承东启西、连南接

北的区位优势，坚持要素集聚、产业协同定位，建设广告企业区域运营中心、广告数据处理中心。结合西部地区特色优势，鼓励搭建面向中亚、东盟的多语言广告服务平台，助力本土产品开拓市场。围绕东北地区支柱产业和特色产业发展需要，提升广告服务能力，打造区域广告产业发展高地。

（二）深化区域协同合作。发挥京津冀、长三角、粤港澳大湾区、长江中游城市群和成渝地区双城经济圈等区域优势，支持建立区域广告产业发展联盟，健全信息互通、资源共享、园区互动、标准互认的区域广告产业协同发展合作机制。拓展区域交流合作形式，推动重大项目合作建设和关键技术联合攻关，构建跨区域全产业链分工协同发展格局。

（三）推动产业集群发展。优化广告产业园区评价体系，推动园区数字化改造升级，因地制宜建设数字广告产业园区和集聚区。支持东部地区打造千亿元级数字广告产业集群，支持中部地区建设以人才培育和技术创新为特色的广告产业集聚区，支持西部地区发展数字广告基础设施。

（四）健全优质企业梯度培育体系。鼓励有条件的广告企业整合全产业链资源，培育具有国际竞争力的领军企业。支持符合条件的广告企业申报专精特新企业。引导中小微广告企业深耕垂直领域，提升专业化服务能力，培育一批优质中小微广告企业。鼓励平台企业、链主企业、人工智能研发机构为中小数字广告企业提供技术开源、算力支持和硬件共享，促进技术普惠。

### 三、推动产业创新

(五) 支持关键技术研发应用。加大国家科技计划对广告产业技术创新的支持力度。加快大数据、区块链、物联网、人工智能等技术在广告领域应用，支持广告设计制作、效果监测等软硬件研发应用。深化新型广告技术研究攻关，推进形成广告数据采集、实时分析和智能生成协同发展的广告服务能力。鼓励开发广告领域绿色低碳技术。

(六) 培育数智广告新业态。支持发展基于大数据和人工智能相结合的数智广告新业态，以数据驱动与场景落地为导向，运用覆盖用户行为、消费偏好、媒介触点的广告高质量数据集，面向新型消费等场景创新广告服务模式。鼓励数字广告平台和第三方技术服务机构用好算力设施，为广告内容生产和投放提供算力保障。

(七) 加快传统广告转型升级。加快传统媒体广告数字化转型，提升广告传播效果和营销水平。新闻媒体事业单位中的广告部分剥离出来转制为企业的，符合条件的可按规定适用经营性文化事业单位转制相关支持政策。支持户外广告数字化、智能化、场景化发展。引导传统广告企业与数字技术企业开展深度合作，加快发展适应数字消费场景的广告投放与传播互动新模式。

### 四、推进融合赋能

(八) 强化支撑品牌建设。支持广告企业充分发挥创意设计、营销策划及媒介传播等优势，深度参与产品研发、生产、流通环

节，为品牌建设提供专业服务。深入挖掘品牌核心价值 and 品牌文化，塑造品质可信、文化可感、情感可联的品牌形象，推动中国产品向中国品牌转变。发挥广告跨境传播功能，推动本土品牌对接国际市场。加快打造一批享誉海内外的知名商标品牌。

（九）增强促进消费动能。鼓励广告企业面向绿色消费、智能消费、健康消费等多元化新兴消费领域，提升广告与目标消费群体的匹配效能，激发消费意愿，释放消费潜力。围绕“首发、首店、首秀、首展”，创新广告服务模式，培育沉浸式、互动式新型消费场景，提升受众消费体验。支持优质广告资源下沉，拓展县域和乡村消费市场。

（十）提高融合发展效益。实施“广告+”行动，全面推进广告赋能千行百业。提升广告产业与原材料、装备制造、电子制造、消费品等领域融合发展水平，助推制造强国建设。深化广告助农、数商兴农，聚焦绿色、有机、名特优新、地理标志等农产品，创响一批区域特色产品品牌。围绕各类文旅资源，创新广告内容载体和传播路径，塑造文旅品牌形象。围绕提升服务业体验，创新广告营销模式，推动服务业优质高效发展。

（十一）提升文化承载能力。强化广告宣传导向作用，大力弘扬新时代中国特色社会主义思想，增强文化自信自强。提高广告创意水平，建立健全广告创作的激励机制和评价机制，加大优质广告供给。支持符合条件的广告企业按现行规定适用文化高质量发展政策。开展公益广告提质行动，改进创新公益广告创作传

播，开展公益广告征集展示活动，支持建设公益广告研究机构。

## 五、扩大高水平对外开放

(十二) 推动广告企业高水平出海。培育一批特色鲜明、优势突出的广告企业、服务和活动品牌，构建具有国际竞争力的中国广告品牌集群。支持广告企业加快海外布局，通过服务贸易、对外投资等方式嵌入全球产业链，与我国优势产业和品牌协同“出海”。支持广告企业针对不同国家文化差异和消费特点，定制多语言广告服务，拓展国际媒体平台等多元传播渠道。

(十三) 引进优质国际广告资源。鼓励广告企业与国际广告集团、创意机构等开展高水平交流合作，引进先进设计理念、制作技术及运营模式，提升国际化经营能力。支持规范开展国际广告节、专业展会和广告创意赛事活动。搭建行业交流合作平台，精准对接、积极引进全球优质资源、人才和项目，提升我国广告产业国际竞争力。

(十四) 完善广告服务贸易服务支撑体系。搭建广告产业国际服务贸易合作平台，打造赋能品牌出海的新模式。加快境外广告服务供给，建立优质海外广告代理企业名录。提升贸易收支便利化水平，指导银行为广告企业提供更便捷的跨境资金结算服务。加大对广告服务贸易经营主体政策支持力度，对符合条件的广告企业，适用服务贸易和对外投资合作相关支持政策。

## 六、优化发展环境

(十五) 健全完善广告监管体系。推进修订《药品、医疗器

械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》《公益广告促进和管理暂行办法》等法律法规，鼓励有条件的地方加强地方立法，完善广告监管法治体系。健全新业态新模式监管规则。加强广告监测能力建设，健全广告监测责任体系，强化监测数据分析运用，提升智慧监管能力。

（十六）提升广告监管效能。聚焦网络生态治理，规范互联网广告市场秩序。加大违法引证广告、直播电商中的违法广告、人工智能生成式违法广告等监管力度。强化重点领域广告监管执法，加大严重违法广告曝光力度，加强跨部门协同联动，持续净化广告市场环境。健全规范涉企执法长效机制，强化对企业的合规指导，完善轻微广告违法及时纠错免罚制度。

（十七）加大广告数据安全和个人信息保护力度。落实数据分类分级保护要求，推动完善广告数据安全管理制度，健全数据全生命周期安全保护体系。落实数据出境安全相关管理制度，促进和规范广告相关数据跨境流动，保障重要数据和个人信息安全。引导广告企业、媒体平台、监测机构等合规采集、使用数据，健全个人信息保护投诉、举报渠道，强化个人信息权益保障。指导广告企业、媒体平台、监测机构等按要求开展个人信息保护合规审计，鼓励其通过数据安全管理和个人信息保护认证。

（十八）强化标准引领作用。推进成立广告领域标准化技术组织，研究制定广告技术、内控管理、效果监测等标准。鼓励制定企业标准、团体标准，推动将实施效果良好的相关标准上升为

国家标准或行业标准。深化与国际标准化组织交流合作，支持领军企业、行业组织主导或参与广告相关国际标准制定，增强我国广告标准国际话语权。

(十九) 推动行业自律社会监督。支持行业组织完善自律规约，制定并动态更新自律指引。支持行业组织开展合规教育培训。强化企业主体责任，压实网络平台企业责任，充分发挥广告行业组织和相关领域行业组织作用，推动实现企业和行业自我管理、自我规范、自我净化，构建政府监管、行业自律、社会监督相结合的综合治理体系。

## 七、强化组织实施

(二十) 加大财政金融支持。按照各级财政文化产业、科技等专项资金相关政策、资金规模，对符合条件的广告企业予以支持，根据业务特征依法适用相关优惠政策。鼓励金融机构丰富金融产品和服务，提升应收账款和知识产权质押融资服务质效，加大对广告产业的融资支持力度。

(二十一) 夯实人才队伍支撑。支持有条件的普通高校、职业学校加强广告相关专业建设。鼓励建设一批产教融合型广告企业和产教融合实训基地。开展基于新职业标准的职业技能培训，实施“技能照亮前程”培训行动。完善广告相关职业标准和评价规范，推进职业技能等级认定工作。鼓励各地因地制宜发布广告业“高精尖缺”“急需紧缺”人才目录，完善户籍、住房、配偶就业等政策保障。

(二十二) 健全协同推进机制。各有关部门要充分认识广告产业高质量发展的重要意义，将广告产业发展工作纳入部门议事协调事项，抓好本意见贯彻落实。市场监管部门要发挥牵头作用，会同有关部门加强广告产业重大问题研究，加强宣传引导，压实工作责任，形成工作合力，确保各项任务举措落到实处、取得实效。

市场监管总局

国家发展改革委

中央网信办

工业和信息化部

广电总局

国家数据局

2026年5月19日