关于印发《杭州市广告产业发展“十三五”

规划》的通知

杭市管〔2016〕231号

各区县（市）市场监管局，经开、景区分局，大江东局：

为认真贯彻落实《杭州市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，推动全市广告业健康、协调、可持续发展，市市场监管局编制了《杭州市广告产业发展“十三五”规划》。现印发给你们，请结合实际，认真组织实施。

杭州市市场监督管理局

2016年10月9日

杭州市广告产业发展“十三五”规划

“十三五”时期，杭州市将迈入以改革求突破、以创新求发展的关键时期，更是在全国全省率先高水平全面建成小康社会，为建设世界名城打下更加坚实基础的决胜阶段。广告业作为现代服务业和文化产业，特别是文化产业的重要组成部分，是“十三五”时期推进我市经济转型升级、引导扩大消费、拉动经济增长、繁荣社会文化的重要力量，是打造全国文化创意中心、建设美丽中国先行区、助力“走出去”战略、提高文化软实力的有效手段，也是经济发展新常态下，实施“大众创业、万众创新”战略的重要领域。

本规划是落实《杭州市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》要求，以《中华人民共和国广告法》、中央全面深化改革领导小组第四次会议《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》、国务院《促进大数据发展行动纲要》、《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》、国家工商总局等六部门《公益广告促进和管理暂行办法》、国家工商总局《互联网广告管理暂行办法》以及《杭州市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《杭州市人民政府关于促进广告业发展的若干意见》、《杭州市人民政府办公厅关于深入推进文化创意产业与相关产业融合发展的实施意见》、《杭州市人民政府关于推进“互联网+”行动的实施意见》等为依据而编制，主要阐明新常态下我市广告产业发展战略意图，明确政府工作重点，引导广告主体行为，是未来五年我市广告产业发展的蓝图，引领我市广告产业结构优化和质量创新。

一、规划背景

（一）发展基础

“十二五”时期，杭州广告产业实现全面、较快发展，取得了显著成就，服务社会经济发展的作用日益突出。

**——产业地位更加明确。**根据杭州市出台的相关政策，广告业主要从属于文化创意产业，产业地位更加明确，对经济、文化的拉动作用得到重视，为广告业持续健康发展奠定了坚实基础。

**——产业规模迅速扩大。**截至2015年底，全市广告经营额超过500亿元，占全市GDP的5%，占全省广告业经营额的58.1%，比2011年的132亿元增长了近3倍，广告经营主体7283户，从业人员5万余人，广告产业规模在全国大中城市中仅次于北、上、广、深，位居第五。

**——产业结构显著优化。**全国首家以“一园两区”模式运作的国家级广告产业园，杭州国家广告产业园（运河园区、西湖园区）正式授牌，杭州思美传媒股份有限公司、杭州日报报业集团有限公司、浙江盘石信息技术股份有限公司等广告企业相继上市，阿里巴巴登陆美国纽交所，华数传媒网络有限公司“华数融合广告运营平台”和十九楼网络股份有限公司“互动精准营销广告服务平台”双双获得中央补助文化产业发展专项资金扶持，杭州泰一指尚等一批企业成功入选《浙江省大数据产业第一批应用示范企业名单》，基本形成了产业集聚化、企业层次化、新型业态网络化的产业结构体系。

**——行业建设显著加强。**以学习、宣传新《广告法》为契机，组织全市系统广告监管执法人员参加总局、省局贯彻实施新《广告法》培训班，组织执法人员及媒体、广告经营单位参加中广协组织的新法培训。充分利用电视、广播、报纸等传统媒体与官网、官方微博、微信等新媒体，并以举办广告大赛、进行上门走访、制作公益广告等新形式，全方位、多角度、立体式宣传新《广告法》，加强舆论导向，营造良好的宣传氛围。认真贯彻落实“当好店小二、服务助成长——万名工商（市场监管）干部连万家小微企业服务活动”要求，引导广告媒介与广告龙头企业服务小微企业。行业组织建设进一步加强，市广告协会改革稳步推进，并大幅改革与完善创意杭州广告大赛，更名为金水滴奖，首次携手阿里巴巴，推行命题与非命题、传统媒介与互联网并行赛制，融入服务小微企业主题，以大赛推动小微企业宣传。

**——行业环境明显改善。**新修订的《中华人民共和国广告法》颁布实施，广告行业领域的商事制度行政审批基本取消，广告监管和发展指标列入全国文明城市测评体系和社会管理综合治理考核体系，国家互联网广告监测中心、国家广告产业园信息交流中心和区域性广告教育研究中心等一批数字化、智慧化信息中心建设提速，特别是国家互联网广告监测中心，包含监测、预警、指挥、展示、分析、评价六大核心功能，将对全国互联网经济活动进行监测，掌握全国互联网网站运行的基础数据，衍生广告指数、广告评价等市场机会。

（二）发展机遇

“十三五”时期，我市广告产业面临创新发展的重大战略机遇。2020年前，较2010年全市生产总值、人均生产总值、城乡居民收入均翻一番，共建共享历史文化名城、创新活力之城、东方品质之城，努力建成美丽中国的样本，在全国全省率先高水平全面建成小康社会，为建设世界名城打下更加坚实的基础等经济、社会、文化发展总目标为广告业发展提供了广阔空间。经济结构战略性调整，经济发展步入新常态，社会消费需求持续增长以及供给侧结构性改革，增强了广告业发展内在动力。G20峰会效应、亚运会前效应、中国（杭州）跨境电子商务综合试验区和杭州国家自主创新示范区效应等为广告产业服务化、标准化、国际化发展创造了条件。加快发展信息经济，实施杭州“互联网+”行动计划，建设特色鲜明、全国领先的国际电子商务中心、云计算和大数据产业中心、物联网产业中心、互联网金融创新中心、智慧物流中心、数字内容产业中心，发展数字传媒业，促进互联网和广告全面融合与深化发展，实现了对广告服务的多种需求。广告法制建设的不断完善，为建立良好的广告市场竞争秩序、健全广告监管、促进广告业健康发展提供了重要保障。广告业要正确认识和把握机遇窗口期，主动适应经济发展新常态下市场和环境的变化，实现高起点上的新发展。

（三）面临挑战

“十三五”时期，我市广告业发展也面临新的挑战。在产业经济效益上，广告业具有较强的经济依附性，杭州已迈入GDP“万亿元俱乐部”，基数更大，增长更难，对广告业经营额增速将有较大影响；在产业发展上，一方面，广告业在传播机制、产业要素、产业组织、产业结构等多个方面均发生了巨大变化，传统产业形态转型升级形势紧迫，另一方面，广告企业拥有自主知识产权较少，创新度和创新动力均不足，新型产业形态更缺乏标准引领，产业融合不够深入，行业发展质量和效益还未达到应有水平，结构性矛盾突出；在产业研究及人才培养上，发展理论研究和成果应用滞后，理论与实践结合度依然不足，广告从业人员专业技能尚待提高，高端专业人才特别是国际化专业高端人才匮乏；此外，公益广告发展长效机制需要进一步完善，行业组织作用需要进一步发挥，广告市场秩序需要进一步规范，社会对广告认知以及公众的广告素养需要进一步培育。

总之，广告业的发展现状与当前我市经济、社会和文化发展的要求还有一定差距，推动广告业发展任务繁重，广告业创新发展任重道远。

二、指导思想和发展目标

（一）指导思想

以邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，牢固树立“创新、协调、绿色、开放、共享”五大理念，紧紧抓住国家“一带一路”倡议和互联网广告发展的黄金机遇，以杭州承办G20和2022年亚运会为契机，强化“大广告业”意识，全面提升广告产业整体质量和效益、大力促进产业结构转型与产业融合、积极发展新型业态，以做强、做精、做专为方向，加速数字化、网络化、国际化发展进程，强调和落实关于广告讲导向的总要求，增强广告产业社会责任意识，发挥广告传递正能量作用。

1. 发展目标

今后五年，围绕浙江省互联网经济发展强省地位，兼顾传统媒体广告，着力打造水平一流、创新能力领先的互联网广告领军城市。

**——产业规模进一步扩大。**发展适应市场需求的各类广告市场主体，广告经营额继续保持平稳、较快发展，年均增速超过服务业和文化产业年均增速。到2020年，全市广告经营额突破1000亿元，其中互联网广告经营额突破900亿元，为推动我市早日成为国内甚至国际互联网广告领军城市奠定基础。

**——产业结构明显优化。**以高端服务业和文化创意产业为标准，创新整合营销思维，加大推行创意和创新来引领产业竞争优势的力度。提高专业化服务水平，加强包括市场研究、营销企划、广告创意、媒介投放、效果评估、产品展示等在内的产业链之间的分工及协作，加快广告行业的结构优化升级，形成共生共赢的“大广告业”合作经营模式。促进大型广告集团通过业务转型和并购联合等轻资本运作方式，迅速向数字营销领域拓展业务。关注小微企业成长，以相对成熟的媒介数字化技术为基础，打造一批虽小但却具有全国影响力的新媒体广告内容提供商、技术服务商。

**——产业融合实质性推进**。按照文化创意产业与相关产业融合发展的高要求，大力推进广告产业与关联产业融合。到2020年，全方位、深层次、宽领域的融合发展格局基本建立，广告产业技术、传播管理能力明显增强，相关产业的创意附加值显著提升。

**——互联网广告新业态快速发展。**在大数据、云计算、物联网等数字媒体环境下，广告产业结构链发生巨大变化，DSP 公司（需求方平台）、SSP公司（销售方平台）、Ad Exchange（广告交易平台）、DMP公司（数据管理平台）、数字媒体等要素成为互联网广告产业发展的催化剂。互联网广告自主创新创意水平显著提升，数字技术对广告业发展的贡献率不断提高。移动应用广告平台分工精细化，差异化竞争逐渐形成。程序化购买成为具有战略意义的新增长点。

**——高端人才培养与集聚机制更加完善。**大力加强广告人才，特别是互联网和移动互联网广告数字技术人才、内容创意人才和创意传播管理人才等高端人才的培养。提升广告人才作品原创能力、技术创新能力。创设优良发展环境与条件，吸引一批业内领军人物和创业团队，进一步完善高端广告创新与创意人才集聚机制。

**——行业社会效益进一步提升。**弘扬社会主义核心价值和文明风尚的“正能量”得到充分发挥。公益广告数量增长，作品质量提升，活动日趋活跃，不断提高社会参与度、提升广告行业社会责任意识。网络广告文明健康增长模式基本建立，广告行业公信力形象基本形成。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 专栏1 杭州市广告业“十三五”期间主要经济指标 | | | | | |
| **指标名称** | | **2015年** | **2020年** | **年增长率** | **指标属性** |
| 经济发展 | 广告行业年经营额（亿元） | 500 | 1050 | 22% | 预期性  指标 |
| 其中：互联网广告年经营额（亿元） | 400 | 900 | 25% | 预期性  指标 |
| 广告行业收入占GDP比重（%） | 5 | 5.25 | [5] | 预期性  指标 |
| 产业结构 | 互联网广告营业额占广告总额比例（%） | 80 | 86 | [8] | 预期性  指标 |
| 传统广告营业额占广告总额比例（%） | 20 | 14 | - | 预期性  指标 |

备注：带“[ ]”者为累计增长率。

三、重点任务

未来五年，杭州广告产业的发展重心在于“大广告业”概念框架下的产业结构优化、产业融合，互联网广告快速发展以及广告高端人才培养。特别是要清晰认识到互联网、大数据、云计算、物联网、人工智能等数字化发展所引发的广告业变革，以及广告自身定义的多元化发展，紧紧围绕“大广告业”概念和“互联网广告领军城市”的目标定位，引领、促进杭州广告业在“十三五”乃至更长时期内的可持续发展。

（一）优化广告产业结构

引导广告企业内部转型升级优化、架构体系调整、知识体系重构。鼓励和支持广告企业与产业链条上下游企业和机构优势互补、资源共享。延伸广告产业链，建设产业集群，鼓励引进外资和吸引各类“外埠”广告企业入驻，促进广告业集群化增长。

培育一批拥有著名品牌和先进技术、主业突出、核心竞争力强的广告龙头企业，推动杭州市广告产业发展。重点扶持具有创新创意精神的成长型小微企业，实施一批数字化广告创新创意专项。

继续发挥广告产业园区对广告产业要素的集聚作用，推进园区内部、园区之间、园区与相关经济体之间的资源交流和整合。在中央扶持资金全部到位的前提下，加强资金运用管理与审查，确保扶持资金出实效。推动国家互联网广告监测中心、区域性广告产业教育研究中心、广告产业园信息交流中心三大中心建设与管理。组织园区及入驻企业参加广告大会、各级广告大赛等各类活动，加强信息交流，推介宣传园区。

鼓励广告企业不断提升自身的数字技术与网络技术服务能力。重点培育在语音识别、人脸识别、真人营销、场景应用、程序化购买、动态优化创意、信息展示、跨屏沟通、精准投放和交易支付以及移动应用广告平台等互联网广告专业领域具有国际竞争力与行业影响力的骨干企业。

|  |  |
| --- | --- |
| 专栏2 重点互联网广告企业扶持工程 | |
| 01 | 支持1至2家主业突出、核心竞争力强、品牌带动作用显著的世界级互联网广告企业，培育2至3家基于大数据、云计算的广告资源丰富、整体策划能力突出的一站式整合营销数字服务提供商（本土4A公司），打造若干个跨区域、跨部门、跨媒介、跨终端全媒体广告生产、广告发布和广告监测评估的新型媒体集团。 |
| 02 | **阿里集团**：以阿里巴巴集团为核心，Super ID为体系，人口属性、消费数据、地理位置、浏览行为、支付行为及社交数据等为无缝串联，跨越门户、垂直、视频、社交、PC、移动和OTT等一站式对接的阿里妈妈为平台，消费者相关的兴趣偏好、行为倾向、网络以及生活轨迹等为信息，打造DT引领、跨屏追踪、真人营销、受众触达的全球最领先的数字广告传播集团。 |
| 03 | **华媒控股：**充分利用杭报集团上市公司地位，以打造城市生活服务商为发展战略，运用增资、收购、兼并等多种工具和手段，加速建设以互联网尤其是移动互联网为核心的，包括新媒体集群、融媒体集群、多媒体集群在内的现代传媒集群，实现传媒业转型升级。 |
| 04 | **华数集团**：深入推进新网络+应用、新媒体+内容、大数据+开发三大发展战略，开发智慧家庭、智慧城市和智慧行业应用；整合和开发丰富的精品数字化内容，实现平台与内容协同发展；开发专业化的大数据产品，创新服务模式，提供全过程、高质量、定制化的大数据服务。 |
| 05 | **思美传媒**：收购科翼传播，加强内容整合营销领域战略布局，提供多维度全方位的广告营销服务；收购爱德康赛，涉足搜索引擎营销（SEM）服务业务，完善广告全产业链布局；依托优质客户，升级全案广告整合营销服务，实施“大客户战略”，打造具有国际竞争力的本土4A公司。 |
| 06 | **盘石股份：**以服务中小企业为主线，精准营销和数据分析为基础，广告客户资源和云端服务为核心，用户信息和财务数据统一管理为手段，打造具有自主知识产权的盘石网盟广告系统。 |

（二）推进广告业与关联产业融合

围绕杭州打造全国文化创意中心的战略目标，运用互联网+思维与现代设计理念，以“大广告业”为顶层框架，建立创新驿站，推进广告业与信息科技、先进制造、休闲旅游、现代农业等产业的紧密融合。

以广告创意、营销策划、品牌建设为手段，促进创意和设计产品的生产、交易和成果转化，抢占“微笑曲线”两端，加速传统制造产业转型升级。强化“一号工程”意识，促进广告和智慧、文化、科技深度融合，着力打造一批具有竞争力、传播力、公信力和影响力的新型传媒集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系，形成数字传媒业新优势。依托杭州丰富的旅游资源、文化遗产资源、现代农业和乡土文化资源，通过创意营销策划与宣传推广水平的提升，建设城乡文化旅游、休闲精品，提升农产品附加值，探索创意农业发展新模式。

（三）增强互联网广告企业自主创新能力

以杭州打造具有全球影响力的“互联网＋”创新创业中心和杭州国家自主创新示范区建设为契机，支持广告和广告主企业走服务化转型道路，在内容生产、技术融合、传播管理模式等方面不断创新。大力支持广告公司、广告媒体加强数字化、网络化广告的技术研发，形成一批具有自主知识产权的广告技术工具，在精准定向、规模投放、动态创意、效果展示、数据和信息识别与挖掘、LBS情境、原生广告等领域发挥技术创新效应。提高广告业新硬件、新软件、新平台的运用水平，鼓励“互联网+媒体”的推广使用，树立“内容为王”的广告传播理念。推动云计算、大数据、物联网、人工智能等在互联网广告的技术创新、产品创新、管理创新、市场创新和商业模式创新中的应用，拓展培育具有杭州特色的基于互联与移动媒体的新型广告业态。

|  |  |
| --- | --- |
| 专栏3 互联网广告研究创新工程 | |
| 01 | 推动高校、科研机构与广告企业加强产学研协同创新，重点加强互联网广告产业发展理论创新研究。 |
| 02 | 举办国家、省、市级“互联网广告论坛”，促进互联网广告领域的学术研讨、成果分享与合作，提升整个行业互联网广告研究与自主创新能力。 |

（四）促进互联网广告业国际化发展

借助杭州建设世界名城和国家跨境电子商务综合试验区优势，着力打造杭州世界级互联网广告大都市。开展国际互联网广告产业交流合作，与国际著名广告企业建立战略联盟，大力发展跨境互联网广告，探索“创意+跨境电商”深度融合的新业态，创新线上线下融合、线上营销线下成交或线下体验线上购买的跨境电商营销模式。

|  |  |
| --- | --- |
| 专栏4 互联网广告业国际化工程 | |
| 01 | 做好G20和亚运会的广告宣传工作，打响杭州品牌。 |
| 02 | 牵头组建非法人实体组织“杭州互联网广告产业创新国际联盟”，促进互联网广告产业国际交流与合作。 |
| 03 | 积极打造杭州“网上丝绸之路”广告业战略枢纽，广告国际化取得突破性进展，至2020年基本建成具有全球影响力的互联网广告创业创新创意中心。 |

（五）提升互联网广告业监管和服务水平

以《互联网广告管理暂行办法》为准绳，规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业的健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序。

充分发挥标准的规范引领作用，建立广告业标准化建设工作机制，提升广告监管和服务水平。依托运河、西湖国家广告产业园内涵建设，推动园区标准化服务、管理、评估规范等标准的制定与实施。利用杭州全国电子商务高地优势，探索制定一批电商广告标准，以及地方性互联网广告管理规范，积极开展相关的标准化试点项目。形成适应互联网广告监管、服务，以及广告产业集聚需求的标准化体系。

|  |  |
| --- | --- |
| 专栏5 互联网广告业标准化工程 | |
| 01 | 拟制《国家广告产业园（运河园区）服务规范》、《国家广告产业园（西湖园区）服务规范》。 |
| 02 | 拟制《杭州市电子商务广告管理规范》等一批互联网广告地方标准、行业标准。 |

（六）重视广告高端人才的培养，提升广告企业竞争力

以“创意杭州”金水滴奖为龙头赛事，充分运用杭州本地媒体与新媒体资源，为大赛造势聚人气，逐步提高金水滴奖在国内及国际广告界的知名度与影响力，吸引更多地方、更多高校、更多企业前来参赛。研究创意转换方式，加强大赛与各产业间的互动，实现大赛作品的实际价值。为杭州形象、杭州本土品牌服务，推动杭州文化元素国际化。

进一步在杭州市广告人才教育机构与用人单位中推行广告类各级赛事，提高参与的数量与质量；鼓励互联网、大数据分析、数字营销、新媒体和自媒体等领域的人才参与各级广告赛事，提高支持力度。

举办广告创意营等系列活动，定期选派人才参加国（境）外广告培训观摩，培育一批具有全国影响力的本土优秀广告设计人才或设计团队，提高杭州广告产业发展软实力。

鼓励高等院校与广告行业的产学研高度结合，开展原创性、基础性和应用性研究，以及对广告市场热点和前沿问题的研究，培养具有互联网思维和大数据分析技能的高端广告人才。

|  |  |
| --- | --- |
| 专栏6 高端人才培养集聚工程 | |
| 01 | 每年继续举办“创意杭州”金水滴奖与广告创意营等系列活动，不断推动赛事转型发展，完善广告人才发现与培育机制；对高校、用人单位优秀广告人才参加国内外知名广告赛事，提升创意创新水平，给予一定的经费支持。 |
| 02 | 每年继续选派5-10名优秀广告人才出国参加广告培训观摩、考察学习。 |
| 03 | 联合企业、高校、政府相关主管部门和杭州市广告协会等，成立杭州市公益广告创作研究基地，促进公益广告创作人才培养，增强广告业的社会责任意识，提升杭州市广告业社会服务能力。 |
| 04 | 在现有各级广告产业园区人才集聚基础上，探索建立市级广告众创空间，增强互联网高端人才集聚效应。 |

四、保障措施

为实现广告业发展目标，既要营造市场环境、用好市场机制，又要强化政策激励、释放改革红利，将主要任务落到实处。

（一）建立产业融合发展的工作机制

各地区、各部门要按照本规划的要求，根据本地区、本部门、本行业实际情况，切实加强产业融合发展的组织领导。加强互联网广告与物联网、智慧城市、云计算等相关政策、规划的协同。设立互联网广告专家咨询委员会，为互联网广告发展应用及相关工程实施提供决策咨询。加强广告企业、广告园区、广告协会、重点广告企业等各方的协调配合。建立创新驿站，促进广告业与相关产业及高校研究之间的深度共享与合作。

（二）强化互联网广告项目的组织引进工作

积极组织“大广告业”概念下相关产业间的广告合作交流活动，充分利用G20峰会、亚洲运动会、乌镇世界互联网大会辐射带动效应，吸引一批技术水平高、带动性强、市场前景好的互联网广告项目入驻。借助乌镇世界互联网大会品牌效应，组织举办国内外有重要影响的互联网广告领域专业赛事、展会、高端论坛、峰会。

（三）落实财税优惠政策

落实国家广告业相关税收优惠政策，加快研究制定新型广告业态发展的优惠政策，向DSP 公司（需求方平台）、SSP公司（销售方平台）、Ad Exchange（广告交易平台）、DMP公司（数据管理平台）、数字媒体以及互联网相关产业等“大广告业”框架下的新型广告业态倾斜。充分发挥财税政策的引导、促进和撬动作用，带动更多社会资本参与投资。

（四）强化广告行业协会功能

鼓励广告行业协会参与制定相关广告立法、区域广告规划、广告产业政策、广告行业标准和广告行业数据统计等事务。充分发挥广告行业协会在行业指南制定、行业人才培养、共性技术平台建设、第三方咨询评估等方面作用，完善对行业协会服务创新能力建设的支持机制。建立健全广告行业信息资源共享机制。鼓励广告行业协会积极搭建促进广告企业“走出去”服务平台，发挥协调、指导、咨询、服务作用。

（五）健全公益广告发展机制

建立促进公益广告发展的专门管理机构，形成公益广告的主题规划、作品购买、投放管理以及媒体发布等环节良性运行机制。完善公益广告政府采购制度，鼓励各种社会力量积极投入公益广告的策划、创意、制作和传播。协调好公益广告和社会公共事业、慈善事业的关系。支持公益广告作品评优工作，在文化资金中安排资金支持公益广告优秀作品。鼓励提高公益广告刊播比例，扩大公益广告社会影响力。