附件2

2018年全国敬老养老助老公益广告

作品征集活动评审办法

本次全国敬老养老助老公益广告作品征集活动评审工作由活动组委会统一组织部署，采取组委会评审、社会公众评审和专家组评审相结合的方式，坚持公平、公正、公开原则，通过竞争择优的方式，最终确定优秀作品名单。

一、项目设置

（一）广播类优秀作品：一类作品1个，扶持资金1万元；二类作品2个，扶持资金5000元；三类作品3个，扶持资金2000元；优秀作品9个，扶持资金1000元。

（二）电视类优秀作品：一类作品1个，扶持资金10万元；二类作品2个，扶持资金5万元；三类作品3个，扶持资金2万元；优秀作品9个，扶持资金2000元。

（三）平面设计类优秀作品：一类作品1个，扶持资金1万元；二类作品2个，扶持资金5000元；三类作品3个，扶持资金2000元；优秀作品9个，扶持资金1000元。

（四）优秀组织机构：一类1个，扶持资金5万元；二类2个，扶持资金3万元；三类3个，扶持资金1万元；优秀类9个，扶持资金2000元。

（五）优秀展播机构：一类1个，扶持资金20万元；二类1个，扶持资金10万；三类1个，扶持资金5万元。

对优秀作品及单位由国家广播电视总局和全国老龄办联合颁发荣誉证书。

二、评审安排

本次征集活动评审分为作品评审和优秀组织机构、优秀展播机构评审两个部分。

（一）作品评审。分为初选、复选、终评三个阶段进行。

**⒈初选阶段**（2018年12月1日至15日）：组委会首先对征集作品进行初选，评分后进入复选，复选不限名额。

**⒉复选阶段**（2018年12月16日至2019年1月15日）：进入复选的作品将在合作网站上进行展播，通过网站、报纸、广播、电视媒体宣传此次投票活动，征集全国公众投票，最终根据作品得票数及初选得分情况确定进入终评100部，其中包括50部电视类作品和50部广播类作品。

**⒊终评阶段**（2019年1月16日至30日）：由组委会组织专家评委进行评分，并结合初选、复选成绩确定一二三类及优秀类作品。

（二）优秀组织机构、优秀展播机构评审

⒈优秀组织机构将根据作品征集组织和优秀作品情况，由组委会综合进行评定。

⒉优秀展播机构将根据公益广告作品展播次数、时长、时段、覆盖范围、宣传效果、征集活动宣传力度，以及本台新闻专题等其他节目形式配合老龄宣传工作等情况，由组委会在展期后综合进行评定。

三、网络投票方式

复赛阶段网络投票环节，社会公众可以登录广告博物馆官方网站（www.admuseum.cn）参与投票。

四、作品使用

（一）一、二、三类作品将在全国各级电台、电视台、报纸、期刊集中展播。

（二）一、二、三类作品将推荐给高铁、航空、地铁移动电视、电影院线、视频网络、社会媒介等平台播出。

（三）全部优秀作品将纳入国家广播电视总局“优秀公益广告作品库”，供全国各类播出机构下载播出。

（四）全部优秀作品将在老龄系统各级官方网站、微信平台等展播。

五、相关要求

（一）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，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）本次征集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征集活动相关的宣传活动；主办单位拥有将优秀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。