

公益广告与上海文化品牌

2018年上海市公益广告征集大赛启动仪式暨上海市公益广告论坛举行

9月11日下午，2018年上海市公益广告征集大赛启动仪式暨上海市公益广告论坛在上海工程技术大学图文信息中心志宏堂举行。活动由中共上海市委宣传部、上海市精神文明建设委员会办公室、松江区精神文明建设委员会等主办，上海市文明办公益广告中心、上海文明网、松江区精神文明建设委员会办公室等承办，各区委办宣传部、文明办，上海工程技术大学等协办。市委宣传部副部长、市文明办主任、市公益广告宣传协调小组执行副组长潘敏，松江区委副书记、区长陈宇剑，松江区委副书记刘其龙，上海工程技术大学党委书记李江等出席活动。

本次大赛坚持把学习贯彻党的十九大精神 and 习近平新时代中国特色社会主义思想作为公益广告宣传首要任务；坚持把积极培育和践行社会主义核心价值观作为公益广告宣传主线；坚持把庆祝改革开放40周年伟大成就、彰显上海城市精神、打造上海文化品牌作为公益广告宣传重要实践。大赛选题涵盖了党的“十九大”精神、改革开放40周年、中国梦、依法治国、反腐倡廉、中国国际进口博览会、上海城市精神、党的诞生地、“上海文化”品牌、市民修身、传统美德、家教家风、移风易俗、诚实守信、文明交通、文明旅游、志愿服务、关爱未成年人等主题内容，体现上海特色，充分发挥公益广告在培育和践行社会主义核心价值观、凝聚中国力量、传播中国文化等方面的重要作用。大赛应征作品分为文字、平面、影视、音频、动漫等五类。大赛征集时间为即日起至2018年10月11日起，启动作品初评，以及网民投票和专家评审相结合形式的复评，大赛颁奖仪式将于年底举行。

让公益广告成为打响上海文化品牌的重要阵地

潘敏



市委宣传部副部长、市文明办主任、市公益广告宣传协调小组执行副组长潘敏

今天我们相聚在“上海之根”松江，共同参加2018年上海市公益广告论坛。这个论坛创办四年以来，得到了社会各界特别是业界和学界的广泛关注和支持，凝结出大量推动公益广告创作和推广发展的真知灼见。今年的论坛还有一个新的亮点，就是得到了江浙皖三省文明办的大力支持，凸显了长三角区域协作、发展的大趋势。在此，我代表上海市委、市政府、市文明办向出席本次论坛的各位来宾表示热烈的欢迎，向为本次论坛辛勤付出的各位同仁表示衷心感谢！

今年是深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 十九大精神的重要一年，是改革开放40周年的重要节点。今年对上海而言，也是非同寻常的一年。市委、市政府进一步明确了建设“五个中心”、建设卓越全球城市的发展目标，提出了打响上海“四大品牌”、率先推动高质量发展的具体路径，出台了关于《面向全球面向未来提升上海城市能级和核

心竞争力的意见》。11月将在上海举办的首届中国国际进口博览会，既是中央交给上海的一项重要任务，也是上海改革开放再出发的重大机遇。新的时代和新的目标给上海精神文明建设带来了更大的机遇和挑战。我们需要树立更强的使命感和责任感，加强围绕中心、服务大局的能力建设。公益广告作为精神文明建设的重要载体，更需要抓住契机，着力创新，乘势而为，让公益广告切实成为打响上海文化品牌、弘扬城市精神、传播价值理念、推动创新发展的重要阵地。

当前做好上海公益广告事业工作，要把把握好“高”“雅”“洋”“融”四个维度。“高”是站位，公益广告最重要的功能是面向基层、面向群众宣传好习近平新时代中国特色社会主义思想和十九大精神，宣传好社会主义核心价值观，传播文明理念和时代新风正能量，要始终保有高度的政治敏感性、大局意识和责任意识。“雅”是内容形式，要高雅有品味，公益广告是讲故事说道理的最佳载体之一，随着大众文化素养的日益提高，内容研发和创新创意越来越重要，标识度和感染力缺一不可，才能成为既养眼又走心的好作品。“洋”是开放的定位，作为海纳百川、

追求卓越的国际文化大都市，公益广告的传播对象覆盖面广泛，有广大市民，也有国内外宾朋。即将召开的首届进口博览会将有130多个国家和地区、数百家世界500强企业 and 行业参展，大量境内外采购商参会。要让四海宾客看得记得住，公益广告要在共性的基础上彰显特色，让公益广告成为流动的风景，成为展示上海整体形象、展示城市文化气质的一张名片。“融”是趋势，公益广告既要贯穿结合融入到上海经济文化社会建设的中心工作中去，也要充分研究和利用各方的资源和优势，依托和借助各种新兴媒介平台与技术手段，让有品质的公益广告融入城区环境，融入市民生活。

朋友们，上海拥有海纳百川、追求卓越、开明睿智、大气谦和的城市精神，也有丰富的红色文化、海派文化和江南文化资源。上海的公益广告事业发展期待百花齐放、流光溢彩、深水静流。衷心希望上海这片土壤可以吸引、留住更多公益广告宣传和人才和团队。也预祝本次论坛圆满成功！

(潘敏，市委宣传部副部长、市文明办主任、市公益广告宣传协调小组执行副组长)



2018年上海市公益广告征集大赛启动仪式

2018年上海市公益广告论坛 嘉宾交流实录



市文明办副主任姜鸣，松江区委常委、宣传部长赵勇现场访谈

主持人：上海的公益广告跟以前相比，您认为有什么大的变化？

姜鸣：上海公益广告的发展，这几年当中有几个特点比较明显：第一，社会共识逐步形成，公益广告作为公益事业和文化事业的一个重要组成部分，越来越被我们各方所接受。第一个特殊作用，是它在政府和社会公众沟通中的特殊媒介作用；第二个特殊作用，是近几年公益广告在弘扬社会主义核心价值观，提升公民的文明素质和我们这座城市的文明程度中所发挥的特殊载体作用。还有一个特点，是工作力度明显加强。这几年市一级和区一级都分别建立公益广告专门的协调小组，特别是市委宣传部在深化改革中专门针对上海的实际，设立了公益广告协调管理中心，作为事业单位统筹推动上海公益广告的发展。我们也见证了公益广告每年的发布指南、公益广告每年举办的征集大赛，以及公益广告工作的推进情况纳入到了各级文明创建的考核系列，保证工作力度不断加大。

主持人：这几年公益广告都跟松江有关系，松江与公益广告有什么渊源吗？

赵勇：我觉得有两层因素。第一，与松江大学城有关，松江大学城汇聚了非常广的广告资源，有非常好的专业院系设置，很多专业跟公益广告有关；第二，松江大学城的师生，他们也是公益广告的参与者、受众，这是松江得天独厚的资源。松江有丰富的人文底蕴，通过公益广告这个新的载体，能把优秀的文化展现出来，起到教育人引导人的作用。

主持人：得天独厚的资源在这儿。公益广告存在的问题也有，您碰到的最棘手的问题是什么？

姜鸣：我感觉公益广告发展过程中，有两个棘手问题，第一个是还有管不到的地方，公益广告还是靠红头文件，没有法律依据。第二个是还有管不好的问题，公益广告播出了，观看量也达到了，但是播出的时段和版面，是不是放在重要位置等等。

主持人：姜主任刚才说的这个问题，在松江有吗，你们是怎么解决的？

赵勇：在如何统筹公益广告的资源上，各方还需要进一步努力。我们松江有自己的电视台、广播台，还有自己的公交线路。区委区政府高度重视这方面工作，特别是在创建精神文明建设中，把分散的资源统起来，统的过程还是利益调整的过程，好在我们逐步走出了一条路。可以看到，我们开行的公交车车身上，“上海之根”文明松江以非常美的松江书法的形式进行展示。正在推进的媒体融合工作中，松江电视台、广播电台，将有更多的时段频率投入到公益广告当中。

主持人：立法能够推进问题的解决，上海有没有这方面的议程？

姜鸣：上海已经把公益广告立法放上市事日程。2015年以来按照中央对上海公益广告立法“先行先试”要求，市人大教科文卫委、市政府法制办、市文明办、市立法研究所等联合组成课题组，开展对上海市公益广告条例的立法研究。2017年下半年，根据前期课题研究的成果及具体立法建议，课题组做实做细《上海市公益广告促进条例》草案建议稿，向市人大常委会申报立项，已列入五年规划，下阶段将推进立法步伐。接下来，我们还将着力推进制定的进程。

附：嘉宾简介
姜鸣：市文明办副主任
赵勇：松江区委常委、宣传部长

用公益广告助力上海文化品牌

鲁培康



《中国广告》杂志社社长、总经理鲁培康

上海得天独厚的优势一直在推动着广告领先于国内广告界。同时，上海各级政府部门在公益广告上的超前观念也造就了上海公益广告的丰硕成果。今天在这里举办的2018上海市公益广告征集大赛启动仪式暨公益广告论坛再次证明了这一点。

今年4月，中共上海市委、市政府发布了《关于全力打响上海“四大品牌”率先推动高质量发展的若干意见》，把打造上海文化品牌作为上海深化改革与

创新发展的重要战略，广告业作为文化创意产业，作为打造上海文化品牌的重要组成部分，必将对推动上海文化的发展发挥重要作用。

公益广告表现主题的严肃性和时代性，又决定了题材内容的针对性和特殊性，这也决定了公益广告更需要在题材取舍和创意表现上下功夫。上海具有深刻的历史内涵，鲜明的政治意义和独特的文化价值，其红色文化、海派文化和江南文化，正是上海文化品牌的重要名片，也是上海公益广告取之不尽的重要题库。这些重大主题和题材，不仅让上海文化品牌的建设有了重要抓手，也为公益广告创造了更多新的机遇。我们有理由相信，有了这些重要抓手，有了全民的积极参与，上海公益广告一定会结出更加丰硕的成果。

(鲁培康，《中国广告》杂志社社长、总经理)

发挥公益广告在社会主义核心价值观落实中的作用

陈宇剑



松江区委副书记、区长陈宇剑致辞

作为上海文化的发源地，松江始终把人文松江建设作为全面落实中央和市委、市政府要求的实践探索。自觉担当起坚定文化自信，传承历史文脉的时代使命，深入开展人文松江三年行动计划，全力创建全国文明城区，构筑于水乡之地、书画之城、文博之府和影视之都为

特色的文化名城。

文化和文明就是公益的传播，公益广告就是手段和渠道，松江一直高度重视公益广告，充分发挥公益广告在社会主义核心价值观落实中的作用，大力弘扬文明新风，为创建全国文明城区营造良好的氛围。我们将以参与主办此次上海市公益广告征集大赛为契机，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，积极培育和践行社会主义核心价值观，围绕打响上海四大品牌这一改革开放再出发的实践，推动形成向上、向下、向善、向爱、向亲，忠于祖国、忠于人民的氛围，松江会和各位一起在新时期展示新气象，在新征程展现新作为，共商文化盛事。

(陈宇剑，松江区委副书记、区长)

身边的感动 公益的力量

刘亚民



东方明珠移动电视台长、总编辑刘亚民

如果说商业广告看重产品销售，公益广告则看重价值推广、道德升华。通过善意的规劝和引导，倡导良善的行为规范和社会风尚，所以也被称作“公共广

告”、“公德广告”，移动电视作为“高大全”的媒体——高频次触达、大体量覆盖、全场景传播，优势是明显的。

在所有媒体业态中，移动电视播出的最大特点是“短平快、多循环、高密度”，每时每刻，随时随地。在这个城市，总有一个点让你看到，记得牢。

我们移动电视目前由5大内容板块构成，其中播放量最大的就是“公益服务板块”，占到整个平台内容播出量的35%左右，大大超过其它四个板块。

(刘亚民，上海东方明珠移动电视台长、总编辑)

用中国原创媒体助力公益宣传

陈岩



分众传媒集团首席战略官兼首席信息官、中国广告协会副会长陈岩

上海世博会时，我们就是国内最早为世博会宣传的民营企业，在海外近二十个国家和地区的楼宇电视上每天60次滚动播出上海世博会宣传片，每天海

内外数亿人观看。做国家、上海形象的窗口，做大事件及地方文化的集中展示与亮相，助力中国最强音，助力上海品牌和文化的传播，这是我们每个人的责任。作为一个重要的媒体平台，我们更应主动发挥自身的媒体强项，履行媒体的社会责任，回馈社会。最近我们追随国家“一带一路”的全球化战略，在韩国、新加坡、印尼、泰国等开设了分公司，可以为中国形象走向世界贡献更多的力量。

(陈岩，分众传媒首席战略官兼首席信息官、中国广告协会副会长)

上海工程技术大学中韩多媒体设计学院韩方院长金钟琪（韩国东西大学教授）：公益广告是向大众传达公共意识和人文精神，承担社会责任，创造正确的价值观、道德观、理想信念，树立优秀社会氛围的非营利性交流活动。从这一点来看，应该考虑通过什么媒体有效地传达相同的公益主题，使大众根据怎样的标准接受信息。



现场论坛

▲上海交通大学留学生、“校长奖”获得者欧阳海（挪威）：建议上海公益广告宣传能更多地走进青年人群中，吸收青年人的创新活力，激发上海公益广告宣传更多智慧火花。

▲上海日报社外国专家、“白玉兰奖”获得者毕韦西·穆德基（印度）：建议发挥好外文主流媒体在传播上海主流价值观方面的作用，让世界通过公益广告更多地了解上海、熟悉上海，进而来到上海，喜欢上海。

上海工程技术大学中韩多媒体设计学院韩方院长金钟琪（韩国东西大学教授）
上海日报社外国专家、“白玉兰奖”获得者毕韦西·穆德基（印度）
上海交通大学留学生“校长奖”获得者欧阳海（挪威）
(从左到右)

