

## 附件 1

# 关于批准申请单位加入中国广告协会的决议

(2022 年 12 月 20 日中国广告协会第七届理事会第三次会议通过)

中国广告协会第七届理事会第三次会议审议了《关于中国广告协会新申请入会会员情况的议案》，通过了夏普科技（深圳）有限公司等 77 家企业的入会申请。具体如下：

夏普科技（深圳）有限公司

北京墨迹风云科技股份有限公司

四川星策信息技术有限公司

北京优时科技有限公司

北京天乐浩世科技文化有限公司

葛兰素史克（中国）投资有限公司

百鸣未来（北京）数字科技有限公司

上海品阳复合材料有限公司

北京今秋文化传媒有限公司

北京联办一航文化传媒有限公司

泉州市微网网络科技有限公司

深圳市及时沟通广告有限公司

上海六十文化传播有限公司

科医国际贸易（上海）有限公司

郑州名人企划有限公司  
北京华夏乐游科技股份有限公司  
山西东方晨景建筑装饰工程有限公司  
上海安瑞信杰数字科技有限公司  
广东省鸿润科技发展有限公司  
江西方智传媒有限公司  
璟之润文化传媒有限公司  
庆达互创传媒有限公司  
山西海之润广告装饰工程有限公司  
山西鹏超广告有限公司  
观复常明文化传媒有限公司  
上海天与空广告有限公司  
成都卫士通信息产业股份有限公司  
一汽奥迪销售有限责任公司  
君乐宝乳业集团有限公司  
上海环胜广告有限公司  
广西橙狮传媒有限公司  
劲牌有限公司  
海信集团控股股份有限公司  
东阳欢娱影视文化有限公司  
江西优典广告传媒有限公司  
昆明捷印印刷有限公司

大国品牌（北京）文化传媒有限公司  
佛山市顺德区朝东印刷厂  
懿赢文化传媒有限公司  
江苏欧卡文化传媒有限公司  
昆明千骥广告有限公司  
盘古网络集团有限公司  
贵州点瑞广告传媒有限公司  
西安奕润广告有限责任公司  
广东一歌传媒有限公司  
青海博观广告有限公司  
太原博翰展览有限公司  
徐州福文化科技有限公司  
江西厚朴广告传媒有限公司  
广州吴凡科技服务有限公司  
湖北映美科技传媒有限公司  
伊春市太平洋世纪广告有限责任公司  
贵州耀恒文化传媒有限公司  
湖南多豆乐漫娱传媒有限公司  
河南奥图实业有限公司  
河南印联通印刷有限公司  
成都市巨多广告有限公司  
云南金伦云印实业股份有限公司

山西安合倾心广告传媒有限公司  
山西双子座文化传媒有限责任公司  
太原市杏花岭区昕泰阳图文工作室  
上海小度人工智能有限公司  
杭州麋鹿标识有限公司  
太原飞雪广告有限公司  
北京般芸聚合科技有限公司  
长沙卡唯文化传媒有限公司  
襄阳鑫奥美文化传媒有限公司  
晖致医药有限公司  
北京苍麓映画文化传媒有限公司  
成都乐活文化传播有限公司  
上海米哈游影铁科技有限公司  
绍兴天启文化创意有限公司  
文山鼎诺文化传播有限公司  
北京华智瑞恒广告有限公司  
昭通二和广告有限公司  
文山市百业文化传播有限公司  
灵境数字（北京）科技有限公司  
（以上排名不分先后，截至 2022 年 12 月 16 日）

附件 2

## 中国广告协会第七届理事增补名单

(2022 年 12 月 20 日中国广告协会第七届理事会第三次会议通过)

(按姓氏笔画为序)

- 丁 杰 广东袋鼠妈妈集团有限公司集团公共事务总监
- 马 征 葛兰素史克(中国)投资有限公司副总裁,中国区  
企业传播和政府事务负责人
- 王占刚 河北衡水老白干酒业股份有限公司副董事长
- 王昌渝 重庆唐码传媒有限公司总经理
- 卞 涛 成都步乐广告文化传播有限公司总经理
- 邓小松 四川蜀道文化传媒有限公司党支部书记、执行董事
- 石 岩 重庆灵狐科技股份有限公司合伙人
- 叶 霞 北京华智瑞恒广告有限公司 CEO
- 朱吉鸿 上海谦玛网络科技有限公司董事兼执行总裁
- 任育枝 美赞臣营养品(中国)有限公司企业事务总监
- 刘传刚 山东龙飞广告装饰工程有限公司董事长
- 刘 旭 北京李奥贝纳广告有限公司董事总经理
- 刘欣悦 北京紫宸正阳科技有限公司 CEO
- 刘 诚 上海小度人工智能有限公司小度广告业务负责人
- 孙 震 北京元隆雅图文化传播股份有限公司董事长

李 茜 亚马逊（中国）投资有限公司亚马逊中国副总裁  
李 洁 上海强生制药有限公司强生中国个人健康护理对外事务、市场准入及业务发展团队负责人  
杨焯炘 上海天与空广告有限公司董事长  
连 巍 福建兆翔广告有限公司总经理  
吴 纲 大国品牌（北京）文化传媒有限公司董事长  
吴晓晶 上海原锐广告咨询有限公司商务拓展董事总经理  
狄文达 深圳市点维文化传播有限公司总经理  
宋晓玲 北京中视晶灵文化传媒有限公司总经理  
张子晖 圣元营养食品有限公司营销分公司品牌总监  
张天莉 深圳美西西餐饮管理有限公司政府事务总经理  
张守刚 北京奇光科技有限公司副总裁  
张 剑 成都卫士通信信息产业股份有限公司副总经理  
张晓翼 天翼数字生活科技有限公司媒体经营与应用事业部总经理  
张 强 一汽奥迪销售有限责任公司副总经理  
张新力 重庆翰宗数码传媒有限公司副总经理  
陈涣羽 北京浩逸文化传媒有限公司首席执行官  
周于婷 深圳市游良文化传媒有限公司公关总经理  
庞 静 海信集团控股股份有限公司品牌管理部总经理  
胡跃吾 江苏今世缘酒业股份有限公司副总经理  
侯明娟 高通无线通信技术（中国）有限公司高通全球副总裁

- 姜东伟 深圳喜屏文化传媒有限公司 CEO
- 夏 婧 成都新潮传媒集团有限公司品牌公关总监
- 徐 扬 北京微播易科技股份有限公司创始人、CEO
- 黄 飞 上海环胜广告有限公司百胜中国市场服务共享部  
负责人
- 韩应文 华意文化传媒有限公司董事长
- 韩 斐 杭州够选网络科技有限公司董事长
- 景 甜 宁波高新区艺惠影视工作室总经理
- 程振华 厦门艾迪因赛网络科技有限公司创始人&CEO
- 游 灿 时趣互动（北京）科技有限公司 CPO
- 谢心宇 上海焕泽信息技术有限公司 CEO
- 裴桂华 北京中北知识产权代理有限公司民商法律部及品  
牌市场部总监
- 谭 青 劲牌有限公司媒介公关部总监

附件 4

## 中国广告协会第七届常务理事增补名单

(2022 年 12 月 20 日中国广告协会第七届理事会第三次会议通过)

(按姓氏笔画为序)

- 王 璞 元气森林(北京)食品科技集团有限公司联合创始人  
尹铁钢 咪咕视讯科技有限公司广告事业部负责人  
刘森森 君乐宝乳业集团有限公司副总裁兼奶粉事业部总  
经理  
孙卫东 上海胜加广告有限公司创始人、董事长  
苏书明 天下秀数字科技(集团)股份有限公司市场公关部  
负责人  
李志华 西藏东方慧文化传播有限公司董事长  
李 洁 上海强生制药有限公司强生中国个人健康护理对  
外事务、市场准入及业务发展团队负责人  
杨 苗 三六零科技集团有限公司助理总裁  
吴 纲 大国品牌(北京)文化传媒有限公司董事长  
张朝阳 北京搜狐新媒体信息技术有限公司搜狐创始人、董  
事局主席兼 CEO  
张 强 一汽奥迪销售有限责任公司副总经理  
张 婷 上海梯之星信息科技有限公司北京分公司总经理

周 艳 华数传媒网络有限公司媒体中心总经理

庞 静 海信集团控股股份有限公司品牌管理部总经理

段二民 深圳市京城传媒有限公司总经理

梁德平 湖南广播电视台（湖南广播影视集团有限公司）卫  
视频道党委委员，芒果超媒股份有限公司党委委员、  
常务副总经理，湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公  
司（芒果 TV）党委委员、副总经理

## 附件 4

# 关于中国广告协会常务理事、理事调整的决议

(2022 年 12 月 20 日中国广告协会第七届理事会第三次会议通过)

中国广告协会第七届理事会第三次会议审议并表决通过了《关于中国广告协会常务理事、理事调整情况的议案》，具体如下：

### 一、单位调整

调整以下理事单位为普通会员：

内蒙古博洋广告传媒集团有限公司

作业帮教育科技（北京）有限公司

兆讯新媒体科技有限公司

雅培贸易（上海）有限公司

南京求索广告展示有限公司

广东赛立信数据资讯股份有限公司

武汉斗鱼网络科技有限公司

南京米灿传媒有限公司

北京雷石天地电子技术有限公司

上海新梨视网络科技有限公司

南京德高公交广告有限公司

浙江亦芄广告有限公司

北京交个朋友数码科技有限公司

江苏天合营销策划有限公司

云南广电传媒集团有限公司

蚂蚁特工（厦门）科技有限公司

江苏智酷传媒有限公司

深圳市海王广告有限公司

## 二、代表变更

由于工作变动，部分常务理事、理事提出代表变更。变更后的代表情况如下：

### （一）常务理事代表

华 睿 央视国际网络有限公司媒体资源事业群副总经理

闫 哲 北京巴士传媒股份有限公司党委副书记、总经理

徐 卓 联合利华（中国）有限公司法务副总裁

谭荣国 广州日报报业经营有限公司广告分公司总经理

潘 祺 雀巢（中国）有限公司副总法律顾问

### （二）理事代表

丁明涛 武汉江汉朝宗集团有限公司总经理

王 飞 甘肃省广告协会会长

王 颖 北京国际广告传媒集团有限公司董事长

申 健 北京新意互动数字技术有限公司品牌总经理

吴昱霖 萃弈信息科技（上海）有限公司业务拓展总监

吴 滨 辽宁广播电视集团（辽宁广播电视台）副台长

张 哲 深圳市机场广告有限公司法人、董事长

胡 湛 北京三快在线科技有限公司公共事务总监

## 关于中国广告协会分支机构设立的决议

(2022 年 12 月 20 日中国广告协会第七届理事会第三次会议通过)

中国广告协会第七届理事会第三次会议审议并表决通过了《关于中国广告协会分支机构设立的议案》，具体如下：

### 一、设立中国广告协会通信广告专业委员会、中国广告协会国际传播工作委员会。

中国广告协会通信广告专业委员会将致力于解决通信业企业在广告传播、广告合规方面的痛点问题，加强行业自律，搭建通信业企业、有关单位和机构在广告传播领域的交流平台，服务通信业企业树立品牌、开拓市场，发挥好通信业企业与政府部门、有关机构之间的桥梁纽带作用。

中国广告协会国际传播工作委员将致力于让世界读懂中国，展示真实、立体、全面的中国；积极探索海外传播新形势新方法，讲好中国营销行业故事；助力更多中国品牌成长为国际化品牌，用品牌讲好中国故事；打造国际品牌交流平台，促进品牌国际间有效交流；积极开展国际品牌交流合作、学术探讨、企业探访、海外游学等众多活动。

### 二、将中国广告协会数字光影工作委员会、中国广告协会广告设备工作委员会合并，设立“中国广告协会光影技术与广告设

备工作委员会”。

随着广告设备的技术更新迭代，LED、LCD、高亮激光投影等新的光影技术媒体形式已经成为广告设备的主要组成部分。随着移动互联网技术的发展，联播联控、在线播控、媒体程序化购买、数据化交付等技术已经成也广告行业的主流技术。为了更好的适应广告人对广告媒体数字化及元宇宙时代新的市场需求，将户外广告设备上下游产业及周边配套产业进行资源整合，设立中国广告协会光影技术与广告设备工作委员会。

## 附件 6

# 关于加强中国广告协会内部建设有关事项的决议

(2022 年 12 月 20 日中国广告协会第七届理事会第三次会议通过)

中国广告协会第七届理事会第三次会议审议并表决通过了《关于加强中国广告协会内部建设有关事项的议案》，具体如下：

2021 年 12 月，中国广告协会（以下简称“中广协”）召开第七次会员代表大会，首次自主产生了协会领导机构，协会的组织建设不断完善，内部管理制度不断加强，为发挥协会作用提供了坚强保障。在新的形势下，中广协的发展面临机遇与挑战，需要按照依法自治要求，进一步加大改革力度，破除制度障碍，加强自身建设，完善各项机制，引进和培养更多人才，完善协会法人治理结构，不断提升服务行业、服务会员的能力与水平，引领全行业在中国式现代化建设中发挥新的更大作用。

### 一、协会秘书处将制定关于协会会长、秘书长、副秘书长产生和退出的管理办法

全国性行业协会脱钩后如何生存发展，目前没有一个可以借鉴的固定模式，仍处在全面探索之中。中广协完成脱钩改革后，协会人事管理工作包括协会负责人的选拔、任用和监督管理，改为由中央和国家机关工委、民政部及其他相关部门依据各自职责实施管理。根据国家有关规定，中广协负责人的人选应面向全行业进行选拔，

通过民主推荐、民主协商产生相关人选，经工委审核同意后，按照《中国广告协会章程》规定的程序完成选举和聘任，报民政部备案，在组织人事权上实现协会自治。会长、秘书长是协会负责人，专职驻会，其政治素质、专业素养和组织协调能力决定了协会能否发挥好服务会员、服务行业发展的职能作用；副秘书长是秘书处管理人员，协助秘书长做好秘书处管理工作，其综合素质与水平亦是影响协会自身建设与发展的关键一环。因此，脱钩后的行业协会选任德能兼备、担当有为的负责人对协会健康发展至关重要，对服务行业高质量发展意义重大。协会秘书处制定关于会长、秘书长、副秘书长产生和退出的管理办法，有利于进一步加大协会自治力度，选贤任能，为协会健康发展和长治久安提供制度保障。

此办法是关于会长、秘书长人选报工委审核前，副秘书长人选上理事会决定前的产生程序，以及会长、秘书长、副秘书长退出工作岗位的退出程序。该办法应以依法合规为前提，以《中国广告协会章程》为基本遵循，坚持“德才兼备、以德为先、五湖四海、任人唯贤”的用人原则，及“为民服务、勤勉务实、敢于担当、清正廉洁”的用人标准。该办法的制定和实施，将进一步促进中广协秘书处形成风清气正的内部氛围和工作作风，有效推进中广协班子建设和队伍建设，不断提升中广协服务行业、服务会员的能力和水平。

## **二、协会秘书处将制定关于加强人才队伍建设、完善员工激励机制的内部规章制度**

脱钩以来，中广协坚持改革方向，探索发展机制，解放思想、

更新观念，力求去除固有的行政化倾向，全心全意服务行业发展。为根本解决工作人员积极性和创造性不强、开拓市场和服务会员的能力不足等问题，根据相关法律法规、政策规定和《协会章程》，协会秘书处将制定关于加强人才队伍建设、完善员工激励机制的内部规章制度。

该制度旨在鼓励员工在政治安全、法律安全、经济安全的前提下、在完成好本职工作前提下，调动工作积极性、主动性和创造性，为协会寻求增量、创造价值、服务发展；结合多种业务模式明确激励机制、激励标准和激励措施，多措并举，构建员工与协会的利益共同体，达到强化协会人才建设、队伍建设的目标。该制度的出台将进一步强化激励引导、激发组织活力、增强内生动力，引进和培养更多人才，开创更具竞争力的服务领域，打造更符合会员需求的服务产品，塑造更具影响力的协会品牌，从而更好地服务广告业高质量发展。

附件 7

## 关于解决往来款长期挂账问题的决议

(2022 年 12 月 20 日中国广告协会第七届理事会第三次会议通过)

中国广告协会第七届理事会第三次会议审议并表决通过了《关于解决往来款长期挂账问题的议案》，将相关款项依规做财务处理。

## 附件 8

# 中国广告协会培训工作管理办法

(2022 年 12 月 20 日中国广告协会第七届理事会第三次会议通过)

## 第一章 总则

**第一条** 为规范中国广告协会（以下简称“协会”）培训工作，促进培训工作在新形势下更好地服务行业发展，参照《中央和国家机关培训费管理办法》，结合协会工作实际，制定本办法。

**第二条** 本办法所称培训，是指协会根据《中国广告协会章程》，为履行提供服务职能而开展的各类线上、线下、企业定制化培训。

**第三条** 举办培训应当坚持厉行节约、反对浪费的原则，增强培训的针对性和实效性，保证培训质量，节约培训资源，提高培训经费使用效益。

## 第二章 计划和预算管理

**第四条** 协会培训部门应于年初制订中广协年度培训计划，包括培训名称、目的、对象、内容、时间、地点、所需经费等，经单位财务审核后，报会长办公会议批准后施行。

**第五条** 按照年度培训计划，协会培训部门需于培训前一个

月将培训方案及经财务审核后的培训预算，报协会领导批准后施行。

### 第三章 收入、支出范围与标准

**第六条** 培训收入是指按照国家有关政策、市场规律及培训模式，向参训人员及单位收取的培训费用（不含住宿费，企业定制化培训、境外培训除外）。

**第七条** 培训费支出，是指协会开展培训直接发生的各项费用支出，包括师资费、住宿费、伙食费、培训场地费、培训资料费、交通费以及其他费用。

（一）师资费是指聘请师资授课发生的费用，包括授课老师讲课费、住宿费、伙食费、城市间交通费等。

（二）住宿费是指参训人员及协会工作人员培训期间发生的租住房间的费用。

（三）伙食费是指参训人员及协会工作人员培训期间发生的用餐费用。

（四）培训场地费是指用于培训的会议室或教室租金。

（五）培训资料费是指培训期间必要的资料及办公用品费。

（六）交通费是指培训所需的人员接送以及与培训有关的考察、调研等发生的交通支出。

（七）其他费用是指培训招生服务费、线上直播系统搭建费、现场教学费、设备租赁费、文体活动费、医药费以及与培训有关

的其他支出。

**第八条** 除师资费外，培训费支出原则上实行综合定额标准，分项核定、总额控制，各项费用之间可以调剂使用。综合定额标准如下：

单位：元/人/天

住宿费	伙食费	场地、资料、交通费	其他费用	合计
340	130	50	30	550

如有参训人员构成、市场实际价格、培训课程内容发生重大变化等特殊情况，需适当增加综合定额标准的，可提出申请，报领导审批后，方可执行。

培训时间视培训内容而定。培训天数含报到撤离时间，报到和撤离时间分别不得超过 1 天。

企业定制化培训需按照企业培训需求提供定制化服务，各项培训支出标准将按照实际需求协商确定。

**第九条** 协会举办的各类培训应本着服务参训人员的原则，各项支出按如下标准执行：

（一）本着厉行节约的原则，参照《中央和国家机关差旅住宿费和伙食补助费标准》和培训推荐场所接待设施综合考量，选择安全、经济的培训地点酒店。

（二）伙食费、场地费、设备租赁等费用支出按照所选定饭店自助餐餐标、场地及设备租赁报价，根据实际支出进行结算。

（三）资料费含培训期间向学员提供的教材、办公用品、证书等。费用按实际价格支出。

#### （四）交通费用

原则上培训所需的人员接送以及与培训有关的考察、调研等发生的交通费用，标准按照规定予以报销。

#### （五）其他费用

培训期间如有提供招生服务等合作单位，按照签订协议支付相关服务费用。

### **第十条** 师资费在综合定额标准外单独核算。

（一）讲课费（税后）执行以下标准：副高级技术职称专业人员每学时最高不超过 1000 元；正高级技术职称专业人员每学时最高不超过 1500 元；院士、全国知名专家每学时一般不超过 2000。

讲课费按实际发生的学时计算，每半天按 4 学时计算。中央和国家机关及其所属机构人员讲课费标准参照《中央和国家机关培训费管理办法》讲课费执行标准有关规定执行。

（二）授课老师的城市间交通费按照中央和国家机关差旅费有关规定和标准执行，住宿费、伙食费按照本办法标准执行。原则上由培训举办单位承担。

（三）培训工作有需要从异地（含境外）邀请授课老师，路途时间较长的，经协会领导批准，讲课费可以适当增加，增加金额原则上不高于该教师讲课费的 50%。

## 第四章 培训组织

**第十一条** 组织培训的协会工作人员控制在参训人员数量的10%以内，最多不超过5人。

**第十二条** 不得借培训名义安排公款旅游；不得借培训名义组织会餐或安排宴请；不得组织高消费娱乐健身活动；严禁使用培训费购置电脑、复印机、打印机、传真机等固定资产以及开支与培训无关的其他费用；不得在培训中列支公务接待费、会议费；不得套取培训费设立“小金库”。

培训住宿不得安排高档套房，不得额外配发洗漱用品；培训用餐不得上高档菜肴，不得提供烟酒；不得组织与业务无关的调研、考察、参观。

**第十三条** 邀请境外师资讲课，须严格按照有关外事管理规定，履行审批手续。境内师资能够满足培训需要的，不得邀请境外师资。

**第十四条** 培训举办单位应当注重教学设计，质量评估以及宣传品质，通过需求调研、课程设计和开发、专家论证、评估反馈、宣传推广等环节，推进培训工作科学化、精准化、多样化；注重运用大数据、“互联网+”等现代信息技术手段开展线上及线下培训和管理。所需费用纳入部门预算予以保障。

## 第五章 会员服务

**第十五条** 协会开展的各类线上、线下培训（定向培训、企

业定制化培训除外)。将参照《中国广告协会协会会员服务措施》，提供相应培训费优惠服务。

## **第六章 报销结算**

**第十六条** 报销培训费，综合定额范围内的，应当提供培训计划审批文件、培训通知、实际参训人员签到表以及培训机构(场所)出具的收款票据、费用明细等凭证。师资范围内的，应当提供讲课费签收单或转账明细，异地授课的城市间交通费相关凭据等。

协会财务应当严格按照规定审核培训费开支，对未履行审批程序的培训，以及超范围、超标准开支的费用不予报销。

## **第七章 信息公示**

**第十七条** 培训的项目、内容、地点、收费标准等情况，以适当方式公开。

## **第八章 附 则**

**第十八条** 本办法由中国广告协会会长办公会负责解释。

**第十九条** 本办法自 2022 年 12 月 20 日中国广告协会第七届理事会第三次会议通过之日起施行。