

福建广告通讯

第一期

(总第 409 期)

福建省广告协会秘书处编

二零一五年一月二十三日

目 录

● 协会动态

新年致辞.....	1
省广告协会第六届五次理事会暨广告资源整合会隆重举行.....	2
福建省广告协会第六届五次理事会工作报告摘要.....	4
福建广告人下南洋开拓“海上广告丝绸之路”.....	20

● 政策法规

省政府办公厅转发农村村民住宅建设管理办法摘要.....	22
省政府推进文化创意产业发展八条措施.....	25

● 短讯快读

我会为福州地铁围挡评估商业广告价值、石狮市广告协会换届黄会长到会指导、南平市广告考察团来榕考察交流等九则.....	31
---	----

● 行业资讯

世界卫生组织敦请中国禁止烟草广告.....	34
要加强各电视台养生类节目的审查.....	35
龙岩市广告行业自律规则.....	36

● 资源整合

福建飞博文化传媒有限公司.....	40
中国网福建频道诚征合作伙伴.....	42

● 协会动态

新年致辞

万象已随新律转，五羊献瑞跃春来。在这辞旧迎新的日子里，福建省广告协会秘书处全体工作人员向全省广告协会和全省广告界同仁，致以节日的问候和美好的祝福，向长期关心和支持福建广告业发展进步的各级党政机关和社会各界人士表示衷心的感谢！

2014年，在中国广告协会和省民间社团管理局领导下，在全省广告界和全省广告协会支持下，我会以改革应变革，以富业强会为目标，以抓大事、办实事、作贡献为主线，紧紧围绕协会改革、创新、发展课题，解放思想，攻坚克难，积极作为，取得了一定的成绩，实现了建会以来多项工作零的突破，协会建设上了新层面、新台阶。特别是我会成功策划创建闽台广告创意园之后，又策划创建的26层“福建广告传媒大厦”项目已经竣工，即将投入使用。同时，为吸纳广告人才，解决广告人买房难问题，我会策划创建“广告人幸福小镇”项目，已完成了征地和设计工作，正组织力量加快兴建步伐，预计2016年底前交付使用，2017年上半年一批广告人将拥有了自己的家。

2014年，我省广告界勇于拼搏、敢于开拓、善于耕耘，在经济下行、移动互联网冲击、拆牌涛声依旧的大背景下，战胜了成本攀高、利润下滑、单量减少等带来的严重困难，取得了令人瞩目的业绩，为福建省经济发展和社会进步作出了重要贡献。目前，福建已成为了中国广告重要的“粮仓”和“基地”，成为了中国广告大省。全省拥有350亿以上广告资源，拥有1.5万家广告企业，20万广告产业大军，230多亿广告年产值；拥有中国一级资质企业15家，二级2家，福建一级63家，二级60家，三级69家；拥有年产值亿元以上广告企业50家，其中，15家以上企业有望再次进入2014年全国广告百强行列。一批站位高、规模大、实力强、进步快、贡献多的广告企业脱颖而出，成为我省乃至中国广告业的骨干团队。更可喜的是一批中小广告企业在逆境中突围，异军突起，走出了一条转型升级、创新发

展的新路子，焕发出青春和活力，成为福建广告业中的新生力量。

2015年，是“十二五”规划的收官之年，是福建社会经济发展的机遇之年，也是福建广告业破困境、融常态和转型升级的重要之年。我会将带领全省广告界要紧紧围绕省委省政府确定的经济建设中心任务，以新思路、新作为、新发展、新格局为主线，开拓创新工作，打破常规模式，实现竞争优势，加快行业结构调整和转型升级，增强企业自主创新能力，为富业强会和打造百年协会而不懈努力。为广告业发展做出新的贡献，我会将为会员单位推出更多更好的新项目好项目，提供更加实用、实在、实惠的服务新举措，真正成为业界心中的家。

祝全省广告界在新的一年里工作顺利，事业发达，合家平安，吉祥如意！

福建省广告协会秘书处

二零一五年一月一日

省广告协会第六届五次理事会暨广告资源整合会隆重举行

1月7-8日，福建省广告协会第六届五次理事会暨广告资源整合交流会在福州美伦大饭店隆重举行。来自全省广告界和先进单位先进个人代表共



福建省广告协会召开第六届五次理事会

328 人出席了会议。老领导方忠炳、叶继革和相关厅级领导到会看望与会代表。中国广告协会发来贺信，高度评价福建省广告协会的工作，并表示将一如既往支持福建省广告协会的工作。



黄应寿会长作工作报告

会议由福建省广告协会秘书长廖云明主持。福建省广告协会会长黄应寿作省广协六届五次理事会工作报告（全文另发）。陈旻副秘书长作了福建省广告协会年度会费收支情况报告，黄晶晶副秘书长、林敏副秘书长分别宣读了先进广告协会和协会先进工作者以及先进广告企业的表彰决定。会议表彰林劲松等 89 名先进广告工作者和中国电信股份有限公司福建号百信息服务分公司等 69 家先进广告企业。



获奖单位代表

会议为期两天，其规模之大、氛围之好、评价之高、内容之丰富都是前所未有的。理事会、表彰会、资源整合会、广告产品展示展销会、广告界迎新春书画笔会，五会套开，题材鲜活，效果良好。来自重庆秒银科技股份有限公司、金门酒业、香港中诺科技创意影像公司和我省福茅酒业、福建省冠达文化创意公司、锦绣集团、盛世开元书画企业等 50 多家广告企业，与在场的嘉宾分享创业经验和广告资源，举办了令人耳目一新的广告产品展示展销会。15 位我省著名书画家为广告界同仁挥毫泼墨，掀起了广告人迎新贺岁的高潮。

福建省广告协会第六届五次理事会工作报告（摘要）

2014 年工作总结

2014 年，在中国广告协会和福建省社团组织管理局指导下，在全省广告界和各地广告协会支持下，我会以改革应变革，以富业强会为目标，以抓大事、办实事、作贡献为主线，紧紧围绕协会改革、创新、发展课题，依靠团队努力和集体智慧，解放思想，攻坚克难，积极作为，实现了建会以来多项工作零的突破，形成了广告工程建设，广告职称评审，广告资质认定，广告学历教育和项目策划，资源整合等几大抓手，闯出了一条“手上无权、脚下有路”的创新发展路子，工作广度、深度和力度不断加强，协会的作用力、贡献力不断显现，影响力、向心力不断扩大。我们主要抓好几方面工作：

一、在工作定位上

一年来，面对经济发展新常态和广告业发展新要求，我会立足大视野、大格局、大平台的办会层面，使协会工作定位更加清晰，工作目标更加明确，工作运营更加顺畅，有力地推进了协会建设上档次、上水平。

（一）确立“小协会、大社会”和“小行业、大事业”和“该干什么，能干什么，会干什么”的工作站位。

（二）坚持办实事，做好事，干大事的工作模式。

（三）把握一流工作水平，一流工作业绩的工作标准。

二、在办会思路上

(一) 跳出僵化的行政的办会框框，改变就协会而协会的工作思维，使鲜活的办会理念贯穿于协会工作全过程，并在实践中得到了充分体现和有力验证。

(二) 以变革、创新、发展和“特色取胜”、“出路在于个性化”的工作方略，在突出自主创新，突出项目抓手，突出特色优势，突出工作成效上下功夫，使协会工作与时俱进，永立潮头。

(三) 始终把“抓发展、抓服务、抓自律、抓基础”作为促进行业发展和协会工作的着眼点和着力点，确保协会工作中心突出，成效明显，全面发展。

三、在工作运作上

(一) 抓发展。

1、指导行业发展工作，取得了新成果。

一年来，我会根据形势变化和企业要求，共派员 25 批 100 多人次深入地方协会和广告企业，以召开座谈会，举办培训班，发放《调查问卷》和个别走访，实地查看，现场办公等方式，积极做好广告业发展的指导工作。在引导企业把握市场动态，增强应变能力，加强自主创新，促进资源整合，实现抱团发展方面，在帮助企业出点子、想办法，解决发展中瓶颈方面，都做了大量的有益工作，为促进广告业发展贡献了力量。

目前，福建已成为了中国广告重要的“粮仓”和“基地”，成为了中国广告大省。全省拥有 350 亿以上广告资源，拥有 1.5 万家广告企业，20 万广告产业大军，230 多亿广告年产值；拥有中国一级资质企业 15 家，二级 2 家，福建一级 63 家，二级 60 家，三级 69 家；拥有年产值亿元以上广告企业 60 家，其中，15 家以上企业有望再次进入 2014 年全国广告百强行列。一批站位高、规模大、实力强、进步快、贡献多的广告企业脱颖而出，成为了我省乃至中国广告业的骨干力量。

2、加强广告园区建设，取得了新突破。

(1) 我会成功策划的 6 万平方米的闽台广告创意园，在升格为国家级优质产业园的同时，已成为广告界对外交流、内部互动、资源整合、转型

升级的大平台和孵化器。一年来，我会在园区内开展各类活动 20 多场，先后接待了各级各地考察团 18 批次，接待了美国、台湾、港澳和省内外嘉宾 2000 多人次。

(2) 在当地政府的支持下，我会创建的 26 层 2.6 万平方米的“福建广告传媒大厦”，成为国内首座广告总部大厦。2015 年上半年，我省 20 多家实力企业将乔迁入驻。

(3) 我会与福建省中小企业商会共同创建的“中国将军文化创作基地”项目，正紧锣密鼓地做好方案设计和征地工作。

(4) 完成了建设福建广告人“幸福小镇”的征地和设计工作。

(5) 为创建全国第一个广告高新技术产品交易市场，推动我省广告企业运用、研发和创新广告先进技术，我会组成专家队伍做了大量的市场调研、项目评估、看点选址工作，形成了项目方案，制作了影视专题片，取得了当地政府的认可和支持。

(6) 为在金门岛建设“海峡两岸广告交流中心”，继续与台湾广告界进行项目评估、市场分析、征用土地等方面工作。

3、推动行业交流整合，取得了新收获。

(1) 我会先后组织广告界参加在北京召开的国际广告大会，在贵州召开的中国国际广告节，在广州举行的广告高新技术展会等等。

(2) 组团前往广东、湖南、广西、重庆、上海等地进行业务考察和项目对接活动。

(3) 接待了 18 批次省内外考察团来我会交流互动，其中：3 月 10 日-13 日湖北省广告考察团在我省进行为期四天的考察访问和两省广告界资源整合活动，考察团参观了我会与福建电视大学创办的网上广告培训合作项目。促成了武汉珂灵广告有限公司与德化进步陶瓷有限公司、德化锦华陶瓷有限公司业务合作；我会还为湖北荆州天下广告产业园建设提出了可行性建议，得到充分认可。11 月 13 日-15 日广州市广告考察团一行 8 人来我省进行考察交流。闽穗两地广告人在我会会议室举行了由 30 多家企业参加的广告资源整合交流会，并深入到海纳天成、九龙宝典和新思维广告企业进行点对点的交流洽谈，收获颇丰。

(4) 为实施省委省政府关于“建设了 21 世纪海上丝绸之路”战略，组织业界开展“广告先行、广告下南洋”活动，于 2014 年 12 月 7 日组织福建广告与闽商考察团一行 23 人，随副省长郑晓松率领的经贸考察团，下南洋印尼为期 7 天考察，与 100 多名侨领和当地企业家进行了交流，受到了热情接待。中国驻印尼使馆、印尼中华总商会、印尼福建社团联谊商会等机构举行盛大的欢迎大会。考察团参加了“中国福建--印度尼西亚经贸推介会”，考察了印尼影视、平面、户外广告创作和发布情况，考察了雅加达、巴厘岛地区的创业园区、贸易、运输、珠宝、咖啡等企业，为闽货、闽牌下南洋，提高在南洋市场占有率，为福建广告界全面开展南洋考察打下了基础。

(5) 支持漳州、南平两市广告考察团和邵武市广告协会班子成员到福州考察交流活动，安排三个团队先后考察了闽台广告创意园和福建省广告传媒大厦，分别与驻榕的海纳天成、唐码设计、盛世开元、九龙宝典、好视传媒、闽商杂志、新思维、锦绣集团和瑞坤书法院等企业进行业务交流与资源整合。

(6) 我会在《福建广告通讯》和我会网站开办“资源整合 招商合作”专栏，为会员单位拓展业务牵线搭桥。先后为海峡卫视、桥头堡文化创意园、天赋酒业、光彩传媒、光能科技、《闽商杂志》、泰和茶叶、宝丰管桩、南方商标、飞博文化传媒等 60 多家会员单位免费发布资源整合广告。

4、加强人才培养，取得了新进展。

(1) 与福建师大、四川大学、武汉理工大学等高校联合举办广告专业网络学历教育，2014 年，有 93 名广告从业人员获取了广告专业本科生和研究生学历。

(2) 与福建电视大学联合推行线上广告技术岗位专业培训暨广告继续教育，对提高从业人员素质，改变行业知识结构起到了推动作用，为广告专业技术人员职称评定创造了条件。

(3) 与台湾《新生报》、台湾国立政治大学、科技大学、树德大学和台湾海峡文经教育推广协会，就联手开展闽台广告人才培养，建立两岸广告界交流互动机制，达成了合作意向。

(4) 开展职称评审和职称考试工作，21 名广告从业人员分别获得了

高、中、初级广告职称。

(5) 建立了校企合作 8 个训练基地，使“在校学生实践，从业人员充电”工作得到了落实。我会会长担任了 10 所高校客座教授，经常深入高校授课指导和学术交流，为培养广告人才作出了贡献。

(6) 与《海峡都市报》联合开展了福建省第 17 届优秀广告作品大赛，共征集 1600 多件作品，为历届征集广告作品数量最多、项目最全、取材最广、质量最高的一次赛事。经过角逐，208 件作品分获金、银、铜和优秀奖，13 单位等获得组织奖。《海峡都市报》专题报道了赛况和公布了获奖名单。

(7) 与福建省经贸委、教育厅、人保厅、商务厅、科技厅、总工会和共青团、福建省委举办了规模浩大、影响广泛、效益明显、万人参赛的“海峡两岸信息服务创新大赛”。其中我会主创的微电影广告大赛首次亮相，夺人眼球，引人瞩目，成为赛事亮点和热点。海峡卫视等 20 多个单位分获微电影广告等级奖项，10 多家主流媒体作了专题报道。

(二) **抓服务**。协会工作某种意义上讲，就是服务工作，这既是协会重要的一项职能，更是协会永恒的办会宗旨和生命力所在。一年来，我们坚守“有求必应，才能一呼百应”、“尽责任，赢信任”、“实力加卖力，才有凝聚力”的服务理念，从大事着眼，小事着手，把业界满意作为协会工作第一标准，把业界需求作为服务工作第一要素，不断延长服务“手臂”，延伸服务“触角”，在服务政府、服务社会、服务业界中，扮演了重要角色，不但产生出巨大的社会效益和经济效益，而且协会作用、地位与价值得以充分展示。

1、为政府和社会服务方面。

(1) 配合省委宣传部、省文明办等机关联合开展全省公益广告评选和各类宣传活动。我会会长多次受邀主持各级政府、院校和企业开展的广告大赛评选工作。

(2) 积极参与和承担政府委托的服务项目，在协助各级政府举办的商品交易会、经贸洽谈会、庆典大会、招商引资会等大型活动中，作出了应有贡献。比如，应邀参与了省环保厅中国国际生态环境技术与装备博览会“福建馆”和“海峡交易会环保项目”的评估和议标；参与了省体育局“2015

年全国青年运动会”有关项目策划和运作；受省发改委委托，担负“6.18 中国.海峡项目成果交易会”的策划推广任务；应福州市城市地铁部门委托，开展对福州地铁一号线各站点广告价值专业评估工作；配合中国广告协会交办的第 43 届世界广告大会的推广工作，推荐广告企业完成大会会场 5 面 LED 大屏的设置和管理任务；应中共莆田市、市政府邀请，我会黄应寿会长一行三人，作为演讲嘉宾出席了“海峡两岸文化创意产业高峰论坛”，对莆田市创建文化产业园区建设，提出了融合“历史-文化-创意”三大要素，在“正确定位，政策优惠，价格实惠，重在落位”上做好文章，做大文章等方面的建议，获得了当地领导和与会专家学者的高度评价；应晋安区委邀请配合晋安区广告与夜景工程的策划工作；应邵武市政府邀请，前往邵武对和平古镇建设进行策划工作；应邀参与了晋江市文化艺术周活动指导和策划工作等等。

(3) 为促进我省书画家与广告界携手合作，提升福建书画水平，塑造书画名家形象，融合广告与书画文化，为福建经济发展和社会进步服务，我省部分书画名家委托我会筹备成立福建省书画名家协会，目前已上报省民政厅审批。从下半年开始，我会在《闽商杂志》开辟的“名家与作品”专栏，宣传推介了邱瑞坤、肖元旺等一大批名家与佳作，受到了书画界高度赞誉。

(4) 应上海相关单位邀请，10 月 10 日我会黄应寿会长、廖云明秘书长应邀前往上海，为上海市闵行区开发韩湘水博园出谋划献策。针对上海韩湘水博园实际情况，我会提出的项目定位、项目版块、项目运营、项目成果等策划思路，获得充分认可。10 月 13 日上海相关单位回访我会，10 月 18 日我会派员再次前往上海作好方案细化工作。目前，此项目正在实施中。

(5) 根据省政府要求，我会承担了光泽县扶贫任务，在抓好扶贫点“输血”工作的同时，努力在“造血”功能上做文章，除为该县医院赠送先进医疗设备，解决部分项目建筑材料，进行城镇路灯改造，筹集部分赞助资金外，积极帮助扶贫点做好招商引资，策划项目，农副产品加工，项目成果包装，产品品牌推广等工作，取得了阶段性战果，受到了省里的多次表扬，省主流媒体多次报道了我会扶贫事迹。

(6) 应福建省中小企业商会、住宅产业商会、医疗器械协会、技术市场协会、服装协会、宝玉石协会、登山协会、小商品协会等一批社会组织邀请，我会帮助项目策划 16 项，设计标志 12 件和进行业务指导工作，受到了好评。

(7) 根据省有关部门要求，担任了 18 家省级协会（商会）联谊组长，产生了良好的组合效益。比如，与福建省小商品协会合作，策划建立“抹布市场”，为我省县域创办小商品市场作贡献；与福建省中小企业商会合作，建设自助养老基地；与福建省商业联合会合作，策划开展“福建老字号”文化的研究和推广工作，运用广告力量提升“老字号”品牌等。

(8) 充分发挥本会团队策划项目优势，积极为政府和社会做好服务工作，取得了令人瞩目的成绩。一年来，我会应邀为福州房车基地、福州体育文化创意园、中国将军文化艺术创作基地、书画名家创作基地、大自然创意园、服装创意园、鑫鼎工业设计园、桥头堡文化创意园、福州新店茶叶园，莆田市木兰文创园、汽车文化创意园，晋江市广告创意园，云霄雅逸民俗文化馆，以及湖北荆州广告创意园等 40 多个项目出点子、出案子、结果子。

(9) 围绕福建省政府实施的品牌战略，我会以“广告搭台、借船出海”为主题，为提高闽企、闽牌知名度和提高闽品市场占有率作出了卓越贡献。

第一，支持中央电视台、海峡卫视、《海峡都市报》等主流媒体开辟福建品牌宣传平台。指导帮助一批广告主做好互联网和传统媒体广告投放工作，受到了欢迎。

第二，组织《闽商杂志》和新思维企划公司开展全球“闽人、闽企、闽品”评选和推广活动。

第三，推荐我省部分产品参与台湾举办的“海峡两岸产品评鉴活动”。福建健康树、福建日月信等 5 家食品企业产品，分别获取了“金奖”和“银奖”，不仅提高了产品在国内外市场占有率，而且对福建产品进入台湾市场起到积极作用。

第四，在帮助美国、台湾、香港企业来闽投资置业，金门企业到大陆经商，我会给予牵线搭桥和提供多方面服务工作。

2、为业界服务方面。

一年来，我会立足行业前沿，透视经济形势和市场变局，加大对广告业现状和发展的研究，从大视野、大范围、高层面的高度，尽力为业界提供多方面、全方位的有效支持，推动行业转型升级。

(1) 构筑政策信息集散地和首发平台，通过多渠道、多层面采集和传递最新、最快、最权威政策资讯，使会员单位在掌握政策和运用政策上捷足先登。

第一，取得了福建省政府办公厅许可，我会成为《福建省人民政府公报》等政府刊物发送单位，实现了与政府有关部门 9 大政策平台对接，为掌握政策信息建立了广阔渠道。

第二，积极运用我会刊物、网站及时发布政策信息，深入基层传达和解读政策信息，采用办班和会议形式宣传政策信息，促成了企业学政策，懂政策，用政策的良好氛围。

第三，引导企业用好、用活、用足中央和省里扶持广告业发展政策，把政策化为生产力和经济效益，用政策化解企业发展中的困难和矛盾，使许多企业尝到了利企惠企政策的甜头。比如，支持部分广告企业在申报项目，争取财政资金，盘活资产，转换用地性质，减免税收等方面都付出了艰辛的努力。

(2) 针对经济下行、电商冲击、融资困难、“拆牌”严重的情况，我会加强了对企业发展的指导工作，积极帮助企业理思路，破瓶颈，增强应变能力。一年来，我会派员深入基层 60 多批次，接待来访企业 3600 多人次，解决了大批企业最关心、最直接、最现实的热点难点问题，积极探寻业界战略联盟和抱团发展新模式，使企业尝到了优势互补、经验互学、发展互利和转型升级的甜头。比如，深入龙岩、漳州、南平等地市和邵武、云霄、永定、石狮等 20 多个县市广告企业开展现场办公，业务整合，举办讲座等活动；在晋江举办了“广告企业逆境突围”的高峰论坛，我会黄应寿会长、厦门大家新闻传播系罗萍主任、教授和福建新思维企划公司苏国锋策划长，就当前解决广告企业发展中面临的困境和破题对策进行了专题演讲和指导，企业反映很好。

(3) 支持 CCTV-6（央视 6 频道）、海峡卫视、《海峡都市报》、《闽商杂志》等媒体成功举办了档次高、规模大、效果好的广告合作推荐交流会，推进广告发布单位和经营单位以及广告主的资源整合。

(4) 支持企业运用广告新技术、新设备、新工艺、新材料、新媒体，努力提高行业科技含量。支持企业研发广告互联网、广告光电等高科技和广告专利产品，在省内组织举办了多场广告高新技术和科技产品展销会和推荐会。同时，我会会长还亲自带领光能科技、曙光三面翻、南广传媒、石狮雪峰、福建秒银等广告企业分别深入湖南、广西、广东、重庆和省内地市开展闯市场、拓销路等业务对接活动，并为我省广告企业在中国国际广告节上展销产品提供便利条件。此外，在本会办公场所内，为会员单位开设珠宝、酒类、保健品、广告产品等展销区。其中，仅酒类一项年交易额就高达 300 多万元。

(5) 坚持“马上就办”和“私人订制”的服务原则，努力当好业界的“勤务兵”和“办事员”，对业界请求办理的事情，不分事大事小，不讲份内份外，不论好办难办，做到事事有着落，件件有回音，都力争把“慢工细活”做到位。特别在帮助企业降本赢利、扩大生意、建厂征地、办理商标专利、企业登记和就医、就学、就业等方面出大力帮大忙，受到了业界高度赞誉，许多企业称道协会“家的感觉”和“家的温暖”、“是会员心中的家”。

我会“尽责任，赢信任”，热心服务，无私奉献的实际行动，得到了业界的认可和回报：

第一，广大会员单位关心协会工作，支持协会建设，完成协会交办任务已蔚然成风。

第二，极大地吸引着企业入会热情，今年要求入会企业达百家左右，是建会以来入会比例最高的时期。同时，出现了广告主入会热潮，广告主队伍中，涉及金融、保险、制造、机电、印刷、养殖、影视、餐饮、旅游、珠宝、医疗、建筑、服装、茶业、酒业、养老等 20 多个行业。目前，协会阵营中拥有实力广告企业和强大广告主两大骨干力量，推动着协会工作进步和发展。

第三，大大激发了会员参加协会活动积极性和缴纳会费主动性，还有

一些企业于 10 月份提前缴纳次年会费的现象。

（三）抓自律。规范广告市场秩序，加强行业内部管理，推动行业公平竞争，维权行业合法权益，是协会工作的重要环节，也是推动广告业健康发展的重要任务。

1、开展广告法律法规的宣传做了大量工作。其中，编辑出版了 2 万册《广告法律法规及广告政策汇编》，发给业界和院校供学习和运用；通过媒体专访，发表文章，向社会宣传广告法律和广告知识。比如，今年，我会在媒体上发表了《为广告扬名》等文章；国家发布《广告法》修订案，我会第一时间内，在《东南快报》上解读了法律修订意义和内容。

2、正在起草制定《福建省城市公共交通工具车身广告技术规范》、《福建省立杆挂旗广告设置技术规范》、《福建省灯箱广告安全设置技术规范》、《福建省显示屏安全设置技术规范》等标准化行规。

3、积极做好广告企业资质等级认定和管理工作，

（1）为适应形势和行业发展需要，及时对资质认定办法进行修订。

（2）加强了对认定企业申报资料的指导服务工作。

（3）推动认定工作向合理化、制度化、规范化方向发展。

（4）一年来，年检资质企业 15 家。认定一级企业 9 家，二级企业 10 家，三级企业 15 家，向国家推荐认定企业 7 家。

目前，此项工作无论在“市场”还是在“官场”，其权威性、需求性、适用性已经突显。有的政府和许多企业把广告资质作为导入广告拍卖和代理的重要条件，使户外广告拍卖更具公开、公平、公正，深受社会和业界的拥护。

4、针对一些地方侵害会员单位利益行为，我会先后向当地市政府致函，阐明观点，提出建议，使一些行政乱象得到了纠正，维护了会员合法权益。同时，积极做好业界间矛盾的处理和调研工作，化解了许多业内纠纷。

5、为了促进户外广告与城市建设相互融合、和谐共生，阻止拆牌乱象，一方面我会领导积极与部分城市主管部门进行沟通协调，建议当地政府重视户外广告工作，做好规划，出台规章，拆建并举，规范工作。另一方面要求业界积极创新户外广告载体，提高户外广告质量水平。再方面，要求

市级广告协会积极与当地有关部门做好协调工作。

6、积极倡导和推荐广告人担任各级人大代表和政协委员以及各部门行风廉政监督员，目前，全省人大代表和政协委员中拥有 60 多名广告人席位，虽然人数不多，然而作用很大，对提高广告人地位，增加广告人话语权起到了积极作用。

三、在抓基础建设上。

要成为强大实力的行业组织，必须要有“小协会、大社会”的工作站位，要有“小团队、大智慧”的工作团队，要有“小单位、大经费”的造血功能。

（一）建队伍。协会工作充满智慧、充满创造和充满活力。我会认为：一支激情四溢的团队，不需要多少政策扶持，只要有一个公平、公正的宽松市场环境，就能开拓出有为、有位、有威的大局面，就能打造出闪亮的大品牌。

1、工作团队。

（1）为适应协会科学发展、跨越发展需要，我会在建规矩、练队伍、促战力上下功夫，努力培养队伍的思考力，领导力和执行力，逐步向专业化、职业化方向发展。努力培养一支想干事、肯干事、会干事和干实事的工作团队。实践证明，省市两级广告协会已经形成了勤于思考，乐于奉献，勇于创新，敢于担当和饱满热情，昂扬斗志的战斗集体。2014 年，全省广告协会工作进步大，发展势头好，特色明显，亮点纷呈。

（2）积极创造条件，为秘书处工作人员解决好薪酬、劳保等待遇，解决好生活和工作上的困难，充分调动了大家积极性和创造性，提高了全员爱岗敬业的光荣感和责任感，“使命所在，乐在其中”和“贡献协会，不畏苦累”，已经成为我会全员的共识和行为，大家都默默地为广告业发展贡献着智慧和力量。

2、基层团队。

（1）积极支持和指导地方协会建设，帮助地方协会工作把脉梳理，解惑答疑，排忧解难，创新工作，力所能及地为地方协会解决工作难点，比如，下拨经费，下放权限，赠送龙岩市广告协会商务车等等。

(2) 加强队伍素质培训，多次以会代训办法，进行全员实战演练，不但提高了队伍工作技能和处事本领，而且增强了做好广告协会工作的信心和斗志。目前，省、市两级广告协会已经形成了上下呼应，密切配合，团结战斗，全盘联动，同步发力，整体进步的良好态势。

(3) 深入福安、邵武、晋江、石狮等县级协会调研和指导工作，一起分析工作规律，研究县域协会工作办法，深受欢迎。

(4) 编印了《社团换届、变更、增补、年检、注销文件范本》，发给地方协会，规范办事行为。

3、业界团队。

(1) 在业界中积极倡导和贯彻“协会是业界之家”，“业界事业界办”的理念，凝聚业界力量，建设好广告人之家。

(2) 积极发展大企业、好企业和热心协会工作的企业入会，尤其重视和发展广告主入会，壮大队伍实力。目前，我会 400 多家会员中，实力广告企业占 70% 以上。

(3) 制定优惠会员的等级标准，使各级别的会员单位在享受《章程》中权利外，享有其它不同待遇。比如，支持会员单位在协会授权前提下，以协会名义开展市场活动，分别给予副会长单位“主办单位”，常务理事单位“支持单位”，理事单位“指导单位”，会员单位“协助单位”挂名权，扩大会员单位在市场竞争中主动权和影响力；副会长单位优先廉价购买“福建广告传媒大厦”办公楼；理事单位可免费在协会通讯、网上和部分省级主流媒体推广企业形象和品牌；会员单位拥有购买“幸福小镇”住房等等。

4、顾问团队。我会邀请 4 位省领导和 1 位全国政协委员担任名誉会长，聘请了 35 位厅级领导担任顾问，组成了一支强大的协会顾问团队，搭建了政策信息资源、人脉资源、智力资源的大平台、大通道，使协会工作有了坚强靠山和支撑力量。一年来，顾问团队为协会发展倾注了大量的心血，对促进我会工作进步和我省广告业健康发展起到了重大作用。按有关规定精神，虽然大部分领导不再担任我会名誉会长和顾问，但依然关怀、关注和关心广告企业成长和协会建设发展，经常到我会视察和指导工作。

(二) **创条件。**我会在“一穷二白”基础上，运用“无中生有”法则，

依靠出色的服务和科学运作，协会有了老本和底气，协会工作基础得到了夯实，为打造百年协会创造了条件。

1、拥有广泛的人脉和社会资源，并具备运用优势资源激活协会工作的能力，对推动协会全面发展起到了积极作用。

2、拥有 2000 平方的办公场所；其中，在我会创建的“福建广告传媒大厦”内，拥有 1000 平方米协会独立产权的办公室；

在闽台广告创意园内，拥有 600 多平方米免租和免物业 10 年的花园式的工作环境；在福州桥头堡创意园内，拥有该园区长期免费提供我会 4 间办公室。

3、拥有满足工作需求的办事用车和办公设备等硬件。

4、拥有正在创建的“中国将军书画创作基地”和广告人“幸福小镇”等项目。这批项目成功落地，将大大提高协会造血功能，对解决协会“钱袋子”、“米袋子”，过上“好日子”起到积极作用。

5、拥有大批社会组织机构和部分媒体建立起来的战略联盟单位，大大扩展和激活了协会工作。

6、我会会标已经国家工商总局商标局批准注册成功，弥补了史上空白。

（三）抓制度。为了使协会工作逐步正常化、规范化、制度化，我会先后建立和完善了会长办公会议制度，工作例会制度，工作运营制度，工作审批制度，建立了秘书处文件办理、车辆管理、账务管理、薪资管理、文档管理以及请销假管理等制度，基本上形成了廉洁、高效、规范的运行机制，保证了协会工作正常有序开展。

一年来，我们充满自信的勇气和大爱的胸怀，依靠全省广告界的力量，创造性地开展工作，出色和超额完成了年初确定的各项任务，取得了骄人的业绩，充分验证了“小协会大社会”、“协会工作重在运作”的正确办会理念，充分彰显了全省协会队伍的实战能力和团队活力。我们工作很艰辛，但很快乐，我们很自豪，但不自满，协会在带领业界前行的路上，虽然有阻力，有困难，有短板，而我们靠信心、靠智慧、靠实力，推动着协会工作向更好、更高、更强的方向发展，为促进广告业健康稳定发展作出了新的贡献。

2015 年工作安排

2015 年，我会紧紧围绕省委省政府确定的经济工作中心任务，积极贯彻民政机关关于协会商会“去行政化”的要求，以“新思路、新作为、新发展、新格局”为主线，开拓创新工作，打破常规模式，实现竞争优势，立足中心地位，为行业发展推出系列难以复制、不可复制的新项目和好项目，为会员提供更加实用、实在、实惠的服务成果，带领全省广告界攻难关、破困局、在竞争中检验实力，体现本领，为富业强会和打造百年协会而不懈努力。主要抓好以下工作。

一、组织业界学习和贯彻即将修订出台的新《广告法》，在业内形成学法、用法、守法的新氛围。

二、积极引导广告界把握发展新机遇，适应发展新常态，以“更新观念、修正定位、整合资源、创新发展”为课题，在促进行业变革、创新上做文章，努力破解广告业面临的新挑战、新问题。定期派员深入地方协会和广告企业，开展调研指导，现场办公，业务整合活动。

三、为实施中央和省委省政府“建设新世纪海上丝绸之路”战略，组织业界深入开展了“广告先行、广告下南洋”活动，在 2014 年组团考察印尼站基础上，逐步延伸到东南亚各国，推动广告在开辟海丝之路和促进我省外向型经济中起先导作用，在进行广告界与闽商大联盟，大交流、大整合的同时，与当地国家广告界进行业务交流和项目对接，为外资入闽和闽货下南洋、闯市场做好服务工作。

四、为响应省委省政府关于加快“安居工程”建设号召，引进和吸纳广告骨干力量，解决年轻广告人租房难、买房难的问题，我会加快建设广告人“幸福小镇”工程项目，计划建设用房 800 多套，力争 6 月动工，2017 年上半年竣工。该项目位于福州市三环旁，规划新区内，交通便捷，区位优势突出。功能全、配套齐、价位低，性价比高，产权独立，项目设计新颖，办公、居住双宜。我会会员拥有优先优惠购房权。项目成功实施，不但为广告界改善生活和办公条件办了一件实事、好事，而且是我省广告行业史无前例、意义深远的一件大事。

五、完成 26 层“福建广告传媒大厦”的接收和安置工作。大厦的建成，

不仅成为实力广告企业的集聚地、聚力地，成为与福州软件园 1000 多家企业形成业务互动、资源整合平台，推动产业跨界发展，而且弥补了福建广告史上的空白，将产生巨大的社会影响力和贡献力，大大提升福建广告业和福建广告人在福建社会乃至中国广告界中的品牌和形象。

六、举广告界之力和联合有关单位，积极推进“海峡两岸广告人金门交流中心”项目，拟于 2 月份邀请金门业界前来福州，3 月份我会再次派员赴金门，进行项目投资协商工作，力争项目尽快签约落地。

七、组织广告企业配合省发改委做好“6.18”项目成果交易会的策划和广告运营工作。与厦门市会议展览事务局、厦门工业博览会筹委会联合主办 2015 年厦门工业博览会印刷包装设备及广告技术展暨举办福建省第十五届广告“新设备、新材料、新工艺、新媒体”交易会。

八、组织广告企业配合省体育局做好首届全国青年运动会广告项目和运营工作。

九、组织部分企业参与在台湾举办的海峡两岸食品评鉴会，为更多福建产品及其广告占领国内市场和进军台湾市场作出努力。

十、积极完成省里交办的光泽县扶贫任务，在继续做好原有支援项目基础上，努力提供和解决造血功能项目，为当地社会经济进步作出新贡献。

十一、积极开展广告对外交流活动，通过交流、考察、学习，使业界打开新视野，形成新思维，整合新资源，实现新发展。我会主要安排以下活动：

第一，国外交流。组织广告界参加在泰国举行的亚太广告节，在法国嘎纳举行的国际广告节，在美国举行的国际广告先进科技展，在澳大利亚举办的广告专业培训班和开展新世纪海上丝绸之路交流考察活动。

第二，境外交流。组织业界分赴台湾和香港、澳门考察交流，赴金门进行“海峡广告交流中心”项目的协商和对接。

第三，国内交流。组团参加中国国际广告节，拟组团赴华东、华南、西北、东北等片区考察交流。

第四，省内交流。除利用本会大型活动进行业界资源整合外，指导和支

第五，接待境外和省外广告考察团来闽考察交流和项目对接。

第六，继续与兄弟社会组织和团体合作，结对子、寻商机、拓市场，促进优势互补，抱团发展。比如，与兄弟协会商会联手，开展广告、文化、科技下乡活动，组织科技项目、小商品、球类、笔会、演艺等为民服务内容，深入部分地市和县区进行交流演出和展览展销，为丰富基层和百姓生活服务；与省技术市场协会联合开展广告技术市场优秀项目评选活动，推进广告科技成果研发和提高；做好邵武桂林文化景区等 10 多个项目的策划工作；与江西省广告协会结对子，实施工作联动等等。

十二、做好福建省广告协会成立 30 周年筹备工作，重点抓好几大版块：

第一，评选表彰福建广告实力企业、百强企业和文明企业。

第二，评选表彰推动福建广告业发展贡献者、专家和先进个人。

第三，表彰福建老广告人。

第四，出版发行福建史上第一本《福建广告史》。该书从古到今全面反映和详实记载福建广告发展不平凡历程，其信息量和工程量之大，编辑难度不言而喻。《福建省广告史》的出版发行为福建乃至中国史库中增加了新的亮点。

第五，举行福建省广告作品大赛、表彰和展示。

第六，做好大型笔会、表彰会、展览会、等各项筹备工作。

十三、继续抓好广告职称评审、广告企业资质认定，广告学历教育，广告高峰论坛，广告业务指导，广告项目策划等工作。

十四、做好会员服务和发展工作，扩大会员队伍阵容，建设更加强大的实力团队。

十五、加强基础建设，进一步改善和优化协会办公条件，提高协会办公效率和服务水平，提升协会战斗力，增强协会凝聚力和影响力，靠办法取胜，靠实力说话，靠能力办会，确保协会站在时代前沿，立足中心地位，真正成为信得过、靠得住、用得着、离不开的广告界心中真正的家。

十六、筹备并做好协会换届工作。

十七、完成上级交办的各项工作任务。

福建广告人下南洋开拓“海上广告丝绸之路”

数百年前福建人“下南洋”，加上郑和下西洋开辟了一条“海上丝绸之路”，牵起福建与东南亚的经济交流合作。由于“下南洋”的历史积淀，旅居世界各地的 1200 多万闽籍华侨华人中，80%集中在东南亚；东盟国家 2000 多万华侨华人中，有近 1000 万人祖籍福建，其中在印尼约有 400 万人。长期以来，印尼闽籍华侨华人为两地经贸往来积极牵线搭桥。12 月 7 日至 13 日，我会领导率领广告界代表团一行 23 人随副省长郑晓松福建经贸考察团，为践行“21 世纪海上丝绸之路”，前往印度尼西亚开展广告考察交流活动，为福建广告代表团 2015 年开展南洋考察打下了基础。



闽商下南洋印尼站全体成员

此次印尼之行，呼应国家“一带一路”（丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路）战略的部署，开展闽商“下南洋”活动就是要再续“海丝”缘，推动更多闽商、闽企“走出去”，增进与东南亚国家的了解、交流和合作。



福建印尼经贸推介会

12月8日下午，福建印尼经贸推介会在雅加达举行，福建广告考察团应邀出席了大会。副省长郑晓松在推介会上就两地经贸合作向工商界提出“做大双边贸易规模”、“扩大双向投资”、“建立合作机制”三点建议。他表示，双边经贸合作提升空间很大，支持福建企业更多更好的产品进入印尼市场，鼓励更多福建企业到印尼投资。



郑晓松副省长在推介会上讲话



郑晓松副省长与福建广告界南洋考察团领导合影

福建省广告协会黄应寿会长认为,21世纪海上丝绸之路建设为闽商“下南洋”拓展经贸合作提供了前所未有的历史机遇,也为福建广告界对外拓展业务,进行多边合作提供了良好机遇,我们必须紧抓不放,这次我们前来“探路”,为明年组织福建更多的广告人,借力“新丝路”,“下南洋”闯天地打好基础。考察分别与印尼侨领、工商界人士进行了深入交流、考察了印尼部分企业和户外广告情况。

● 政策法规

省政府办公厅转发农村村民住宅建设管理办法摘要

一、严格按规划指导村民建房

(一) 进一步完善村镇规划。乡镇政府要按照村庄规划编制工作要求,抓紧对编制时间较长、内容明显滞后、不符合村情民意的村庄规划进行修编,并做好村庄规划和乡镇土地利用总体规划之间的衔接。严格遵循“先规划、后建设”原则,不符合规划要求的,一律不得审批村民建房和住宅

用地。村镇规划修编时应进一步划定农村禁建区、限建区和适建区。禁建区内不得审批农村村民建房；限建区内属于危房的，允许利用原宅基地或闲置宅基地改建或新建；适建区内村民可改建或扩建、新建住宅。

（二）加强自然村村民建房规划引导。对无法编制村庄规划的自然村，乡镇政府要根据村民建房需求，依照村域规划和土地利用总体规划，组织编制自然村村民建房规划设计方案，划定村民建房点，报县级规划和国土资源管理部门审批后实施。要结合“三旧改造”和“两违”综合治理，推动村庄整治，引导零星分散的自然村向城镇、中心村集中，改善农村人居环境。

二、引导村民科学使用建设用地

村民建房要坚持“一户一宅”和节约集约用地，充分利用旧宅基地，合理使用新增建设用地。

（一）优先使用旧宅基地建房。在保障农村住宅建设用地合理需求的基础上，乡镇政府应严格控制农村居民点用地总量，优先安排无房户和危房户，优先利用村内闲置宅基地、集体建设用地和未利用土地。对于因灾后重建等原因得到妥善安置的村民，其原有旧宅基地由农村集体经济组织统一收回。

（二）合理安排新增建设用地。县级国土资源管理部门每年安排农村建设用地指标不低于年度新增建设用地计划指标的5%，由各乡镇政府按照各村庄宅基地需求统筹安排，集中规划建设新村。

（三）推进就近就地城镇化。各地可以行政村或自然村为单位，以农户自愿为前提，开展农村住宅置换城镇商品房工作。对在城镇有稳定职业且居住一定年限的本省籍村民，在自愿的前提下，各地可以城镇规划区内的国有土地上新建的住房置换其原有农村住房。对自愿退出原有宅基地并复垦为耕地的，要加大土地增减挂钩指标纯收益的分享比重。

三、转变审批管理方式

（一）加强规划建设和用地审批管理。要严格按照《办法》规定进行规划审批，取得规划许可后，由乡镇政府报县级政府审批用地。涉及办理农用地转用的，由乡镇政府负责，县级国土资源管理部门配合，按照下达

的宅基地新增计划指标，由县级政府每季度一次统一上报设区市政府审批。各乡镇村建站和国土资源所应加强协作，按《办法》要求联合受理村民住宅建设和用地申请，办理村民住宅建设和用地审批手续。住宅申请应使用由省住房和城乡建设厅、省国土资源厅统一印制的《福建省农村住宅建设和用地申请表》。

（二）严格执行审批时限要求。县、乡镇政府及规划建设、国土资源管理部门要严格按规则和程序办事，坚决杜绝松懈渎职、互相推诿、久拖不办的现象。对于在规定审批时限内未审批完毕的，审批机构应当作出书面说明，无正当理由逾期未办结的，由政府效能督查机构给予相应处理。有条件的地方，要推行“窗口办文”制度，在乡镇设立办文窗口，受理用地和建设申请、土地登记等报件，以简化工作环节，方便群众办事，减轻农民负担。

四、加强技术指导和服

（一）提高业务素质。县级政府应建立健全乡镇村镇规划建设管理机构，配备专业技术人员，保障美丽乡村建设和村民建房。各级规划建设管理部门要组织开展乡镇规划建设管理人员业务培训，提高其业务素质，增强指导农村建房和落实村庄规划的能力；进一步扩大选拔培训乡村规划师试点工作，充实乡村规划建设协管人员。

（二）强化技术指导。要大力推广使用《福建省村镇住宅通用图》或村镇住宅建筑设计方案，为村民免费提供布局合理、功能齐全、特色鲜明的农村住宅设计参考方案；各地也应结合实际编印地方村镇住宅设计方案，并免费推广使用，不断提高农村住宅设计水平。县级规划建设管理部门应组织技术力量，对房屋选址、间距和朝向、基础、主体结构、外立面装饰、抗震、节能和太阳能热水器利用、配套等方面提供技术指导服务，并发动村干部、群众参与监督，以保证工程质量安全。同时，积极推广绿色农房建设等适用技术。

（三）加大政策宣传。县级规划和国土资源管理部门要通过当地报纸、电视、广播、网络等媒体，广泛宣传村民建房政策。采取进村发放宣传材料、张贴标语、悬挂横幅、开展现场咨询等办法，向村民宣讲农村

建房审批条件、审批程序以及注意事项等基本内容，做到家喻户晓，让村民深刻理解农村建房政策。

五、强化执法检查和考核惩戒

（一）加强执法检查和督查。各市、县规划建设和国土资源管理部门、乡镇政府应结合全省“两违”综合治理专项行动，建立长效的村民建房巡查和执法检查制度，确保村民建房政策落实到位。要采取有效措施防止违反规定以分户名义多次、多处申请住宅建设用地，禁止对农村未批先建的住宅采取以罚款或者变相收费代替审批的办法予以补办手续。农村村民住宅小区用地批准后，不得变相进行经营性房地产开发或者用于不符合规定条件的村（居）民建房。违反上述规定的，将依法严肃追究有关人员的法律责任。省住房和城乡建设厅、国土资源厅每年联合开展一次对各地的督促检查，并将各设区市工作落实情况报告省政府。

（二）强化考核惩戒。对各市、县（区）、乡（镇）政府及相关部门未能履行农村建房管理职责，超越职权或者对不符合法定条件的申请人给予审批、对符合法定条件的申请人未在法定时限内审批的，由监察机关按照有关规定，责令改正，通报批评；情节严重的，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依纪给予处分。对松懈渎职、互相推诿、久拖不办的办事人员，由效能机构予以效能问责。

福建省人民政府关于推进文化创意和设计服务 与相关产业融合发展八条措施的通知

为贯彻落实《国务院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》（国发〔2014〕10号），结合我省实际，提出以下措施：

一、支持现有文化创意和设计服务企业提升壮大

对现有文化创意和设计服务企业，年度环比新增地方税收 100 万元以上的，按新增额的 50% 予以奖励，单个企业享受包含该奖励额在内的各类奖励和补助金额的总和，不超过企业对地方税收产生的贡献额。对工业设计、工艺美术研发设计、建筑设计、软件设计企业，年度环比新增地方税

收 50 万元以下的，按新增额的 70% 予以奖励；年度环比新增地方税收 50～100 万元的，按新增额的 60% 予以奖励；年度环比新增地方税收 100 万元以上的，按新增额的 50% 予以奖励。单个企业每年奖励金额最高不超过 200 万元，奖励期限暂定 5 年。（责任单位：省财政厅、地税局，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

推动落实文化创意和设计服务企业用水、用电、用气、用热与工业同价，支持创意和设计优势企业根据产业联系，打造跨地区、跨行业、跨所有制的产业集团和产业联盟。（责任单位：省物价局、经信委，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

支持制造业龙头骨干企业组建或与高校、科研机构、专业设计单位共建工业设计中心，对经认定的国家级、省级工业设计中心分别给予 80 万元、50 万元专项奖励；鼓励制造业龙头企业剥离工业设计部门，成立独立运营的工业设计企业。（责任单位：省经信委，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

鼓励文化创意和设计服务企业为其他行业提供创意和设计增值服务；引导文化创意和设计服务企业与相关企业构建创意和设计战略联盟，延伸服务领域；支持文化创意和设计服务企业以优秀创意和设计成果与相关企业进行产业化合作，参与创意和设计成果市场运作并分享收益。（责任单位：省发改委，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

二、扶持新办或新引进文化创意企业加快发展

对新办或新引进的文化创意和设计服务企业（现有文化创意和设计服务企业变更注册地的，不视为新办或新引进企业），根据企业类型、实际到位注册资本金，划分不同档次，可给予实际到位注册资本金 5%～8% 的开办补助，单个企业补助金额最高不超过 100 万元，从企业开办后对地方税收贡献额中分年安排。补助期限为 2014—2018 年。（责任单位：省财政厅、工商局、地税局，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

企业租用自用办公用房的，可按租金市场指导价的 30%～40% 一次性给予 12～18 个月的租金补助；企业新建或购置自用办公房产的，自新建成或购置之日起 3 年内，可按该房产实际入库的房产税的 30%～40% 给予补

助。单个企业享受的办公用房补助最高累计不超过 100 万元，从企业开办后对地方税收贡献额中分年安排。（责任单位：省财政厅、住建厅、地税局，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

企业开办后，若开办当年对地方税收有贡献，按该贡献额的 80% 给予奖励，单个企业奖励金额最高不超过 100 万元。奖励期限为 2014—2018 年。（责任单位：省财政厅、地税局，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

企业开办后，其应缴纳的行政事业性收费属于地方政府审批权限范围内的部分，前 2 年可全部免收或返还，后 3 年减半征收或返还。（责任单位：省物价局、财政厅，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

推进文化等服务业领域有序开放，放开建筑设计领域台资、外资准入限制。（责任单位：省文化厅、新闻出版广电局、住建厅，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

对新办或新引进文化创意和设计服务企业的优惠政策，市县可根据自身实际情况，出台实施细则。（责任单位：各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

三、鼓励老厂区老厂房改造发展文化创意企业集中区

充分利用城区老工业区搬迁改造腾退土地，发展文化创意和设计服务产业。对利用城市中心的老厂房、旧仓库、传统文化街区等存量房产资源和可利用的历史建筑进行保护性改造和开发、建设文化创意和设计服务企业集中区的，涉及的房产税、土地使用税至 2018 年底实行“即征即奖”；涉及原划拨土地使用权转让或改变用途的，经批准可采取协议出让方式供地。入驻集中区、取得 5 年以上经营权的文化创意和设计服务企业，其经营权可申请抵押贷款。（责任单位：人行福州中心支行，省财政厅、国土厅、住建厅、地税局，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

四、开展企业“助保贷”等金融支持

鼓励金融机构创新支持文化创意和设计服务与相关产业融合发展的金融产品，支持文化创意和设计服务企业纳入“万家小微企业成长贷”、“小微企业助保贷”等服务范围，在“微信贷”中设立“创意贷”，保障文化创意和设

计服务企业融资需求。发挥各级文化产业发展专项资金引导作用，创新扶持文化创意和设计服务与相关产业融合发展的方式。发挥省级文化产业投资基金作用，为文化创意和设计服务企业提供股权融资支持。整合省内实力强的资产评估公司、律师事务所等文化中介服务资源，增强对创意和设计企业的专业化服务能力。（责任单位：省财政厅、金融办、文化厅、文改办，人行福州中心支行，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

鼓励金融机构拓展贷款抵（质）押物范围，探索开办版权质押贷款业务，完善无形资产和收益权抵（质）押权登记公示制度。引导省再担保公司和各级政府主导的融资担保机构、担保基金为创意和设计企业融资提供直保、分保增信服务。（责任单位：人行福州中心支行，省经信委、国资委，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

五、强化文化创意和设计服务人才支撑

2014—2018 年，对高端紧缺文化创意和设计服务人才，可按其当年在本地缴纳的个人所得税地方留成部分的 50%，给予住房和生活补助。高端紧缺文化创意和设计服务人才认定标准，由各地研究制定。（责任单位：省财政厅、地税局，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

鼓励相关行业和产业园区、龙头企业与普通本科高校、职业院校及科研机构共同建立文化创意和设计服务产业人才培训和实验基地，探索创意和设计与经营管理结合的人才培养新模式，培养文化创意和设计服务企业急需的专门人才。对培训和实验基地按其承担的培训任务给予适当补助。

（责任单位：省教育厅、财政厅，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

2014—2018 年，文化创意和设计服务企业发生的职工教育经费支出，不超过工资薪金总额 8% 的部分，准予在计算应纳税所得额时扣除。其中，经认定为动漫企业、软件企业、省级工业设计中心的，职工培训费用单独进行核算并按实际发生额在计算应纳税所得额时扣除。（责任单位：省财政厅、地税局、经信委，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

优化专业设置，鼓励普通本科高校和科研院所加强专业（学科）建设和理论研究。鼓励将非物质文化遗产传承人才培养纳入职业教育体系，重点建设一批民族文化遗产创新专业点，培养一批具有文化创新能力的技术技能人才。（责任单位：省教育厅、文化厅，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

鼓励文化创意和设计服务人才通过我省高层次人才职称评审绿色通道申报评审相应专业技术职务任职资格。将文化创意和设计服务领域人才需求列入我省年度紧缺急需人才引进指导目录，对符合指导目录条件引进的人才，享受生活津贴等相应待遇。（责任单位：省人社厅，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

六、支持文化创意和设计服务研发及自主创新

加强文化创意和设计服务企业研发费用税前加计扣除政策落实的辅导，对文化创意和设计服务企业发生的符合条件的创意和设计费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按照规定据实扣除的基础上，按照创意和设计费用的 50%加计扣除；形成无形资产的，按照无形资产成本的 150%摊销。政策执行期限为 2014—2018 年。（责任单位：省财政厅、科技厅、地税局，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

健全创新、创意和设计激励机制，完善有利于创意和设计发展的产权制度，加强数据保护，加大对侵权行为的惩处力度。建立完善专利申请优先审查通道和知识产权快速登记通道。鼓励金融机构参与知识产权专业评估运作，对拥有商标权、专利权、版权等核心知识产权的文化创意原创内容生产企业，简化知识产权登记手续，便利抵押登记流程，增加抵押融资贴息支持力度。完善知识产权入股、分红等形式的激励机制和管理制度，促进知识产权的合理有效流通。（责任单位：省知识产权局，人行福州中心支行，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

在文化创意和设计服务领域开展高新技术企业认定管理办法试点，将文化创意内容纳入文化产业支撑技术等领域，对经认定为高新技术企业的文化创意和设计服务企业，减按 15%的税率征收企业所得税。（责任单位：

省财政厅、科技厅、地税局，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会)

七、扩大文化创意和设计服务市场需求

支持文化创意市场需求培育和发展。加大对创意和设计产品服务的政府采购力度，逐步提高政府采购中文化创意产品的比重，我省范围内的各级政府采购，原则上同等条件下应首购、订购和优先购买我省文化创意产品。鼓励电子商务平台针对创意和设计提供专项服务，引导批发、零售、住宿、餐饮等生活性服务企业在店面装修、产品陈列、商品包装和市场营销上突出创意和设计。（责任单位：省财政厅、商务厅、经信委，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

落实营业税改增值税试点有关政策，对纳入增值税征收范围的国家重点鼓励的文化创意和设计服务出口实行增值税零税率或免税，对国家重点鼓励的创意和设计产品出口实行增值税零税率。（责任单位：省财政厅、商务厅、地税局，省国税局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

八、建立健全推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的工作机制

建立健全由省发改委牵头，省直有关部门、高校和行业组织等参与的推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展工作机制，定期召开工作联席会议，指导和协调全省推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展工作，构建专项服务平台，跟踪督促政策措施落实，编制和发布福建省文化创意和设计服务与相关产业融合发展年度报告，有关工作以政府购买服务方式进行。（责任单位：省发改委，省有关单位）

省经信委、住建厅、农业厅、文化厅、新闻出版广电局、体育局、旅游局等有关部门根据实际情况，分别研究制定文化创意和设计服务与制造业、数字内容产业、建筑业、农业、演艺娱乐、出版发行、体育产业、旅游业等相关产业融合发展的具体配套措施或行动计划。省统计局加强文化创意和设计服务类产业统计、核算和分析。（责任单位：省经信委、住建厅、农业厅、文化厅、新闻出版广电局、体育局、统计局、旅游局，各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

各设区市和平潭综合实验区结合自身文化创意特点、产业优势和资源禀赋，制定文化创意和设计服务与相关产业融合发展专项规划或行动计划。（责任单位：各设区市人民政府、平潭综合实验区管委会）

福建省人民政府

2014年10月16日

● 短讯快读

我会为福州地铁围挡评估商业广告价值

2014年12月15日，为了充分开发利用地铁围挡广告资源，福州市城市地铁部门来人来函请求我会对地铁一号线沿线施工围挡商业广告年收益情况进行评估。12月我会组织专家进行实地勘察，对广告价值进行评估，为地铁部门提供了评估报告，受到地铁部门的好评。

石狮市广告协会换届黄会长到会指导

12月17日，石狮市广告协会举行理事会，选举产生新一届理事会。福建华夏广告公司总经理蒋明松荣任新一届广告协会会长。福建省广告协会黄应寿会长应邀出席了会议并讲话，他指出：石狮人敢拼搏、讲义气、善交情；石狮市经济发达、品牌众多，广告发展程度高，目前有300多家广告企业，是全省广告企业最多的县级市，石狮市广告协会也是全省县级市中最早成立的广告行业协会。协会成立15年来，在石狮市委市政府和相关部门的关心指导下，广告行业取得了长足的发展，为石狮的文化发展和品牌建设作出了巨大贡献。希望石狮的广告企业在新一届理事会领导下，没事多走动，遇事多协调，要善于整合资源，走出抱团发展，协作共赢路子，为县域广告发展作出榜样，为推进石狮发展争取更大作为。石狮市委市政府领导及泉州市广告协会李秋来会长等领导出席了会议。

龙岩市广告协会第四届会员代表大会圆满结束

2014年12月23日，龙岩市广告协会在闽西宾馆举行第四届会员代表大会。大会审议通过了曾延炜会长所作的工作报告，审议通过了协会财务收支报告，选举产生了龙岩市广告协会新一届理事会、修订并通过了龙岩市广告协会章程、龙岩市广告行业自律规则。龙岩市佰诚广告装修有限公司总经理曾延炜连任龙岩市广告协会会长。

福建省广告协会会长黄应寿、秘书长廖云明、龙岩市工商行政管理局党组成员、调研员郑荧和刘晨科长等参加会议。李升局长到会看望了与会代表。全省各地市广告协会领导应邀出席了大会。黄会长代表福建省广告协会，对龙岩广协圆满举行第四届会员代表大会和曾延炜同志连任龙岩市广告协会会长表示祝贺。并就广告业的形势、发展趋势及应对策略进行了指导性演讲。龙岩市工商局党组成员、调研员郑荧对龙岩市广告协会近几年来各项工作给予充分肯定，勉励龙岩广协新一届领导班子团结协作、开拓创新，进一步为会员提供更多更好的服务，促进龙岩广告业健康发展、持续发展、跨越发展，充分发挥协会在政府与广告行业中的桥梁纽带作用。为龙岩社会进步、经济发展贡献广告人的力量。本次会议为龙岩广告界有史以来规模最大、人数最多、内容最丰富、业界最满意的一次会议。

全省广告企业资质认定会在龙岩召开

12月24日，我会在龙岩市广告协会召开了全省广告企业资质认定会议。漳州市三盛装饰广告有限公司等4家广告企业被认定为一级资质广告企业；漳州市大地金华装饰工程有限公司等10家企业被认定为二级资质广告企业；龙岩市天闽广告传媒有限公司等13家企业被认定为三级资质广告企业。

南平市广告考察团来榕考察交流

12月29日—30日，南平市广告协会林光辉会长率广告考察团一行10人来榕考察交流。我会领导和全体工作人员与考察团全体成员举行了一场专题座谈会，应要求黄会长就相关问题作了全面系统的介绍。安排考察团到海纳天成、曙光广告公司、锦绣集团等广告公司进行对口考察交流。还参观了闽台广告园、广告传媒大厦和邱瑞坤书画艺术馆。

邵武市广告协会领导专程问计我会

1月4日，邵武市广告协会会长杨辉财、秘书长蔡昌明、何总、蔡总一行四人就基层广告协会工作、当前广告业存在的问题，专程到我会寻计问策。黄会长给予全面细致的指导，并安排他们到相对应的广告企业考察交流。

开展广告技术市场优秀项目评选工作

为了进一步推进我省广告行业科技成果转移转化，提升广告行业技术运用和品牌创新，促进广告业科技进步，日前我会决定与福建省技术市场协会联合发文，开展2014年度福建省广告技术市场优秀项目评选工作。

近期我会为会员单位策划7个重要项目

近期我会为会员单位作了大量项目策划工作：一是社区医院与上海康复项目对接；二是云霄闽南民俗文化村项目；三是桥亭活鱼小镇招商项目；四是福建省木缘尚品木制品企业在闽侯荆溪创建占地面积50亩的红木产业园项目；五是福建易物科技企业业务开发项目；六是福州螺江农业生态园开发项目；七是福建物航科技开拓市场策划项目等。接待了省通讯协会等10家协会领导和浙江省公安厅领导的来访。为河南新乡福建商会成立大会

作了指导工作，其中邀请福建省工商联领导和《闽商》杂志记者出席大会和采风报道。

泉州市广告协会荣膺 5A 级社会团体

继福建省广告协会被评为 5A 级社会组织之后，泉州市广告协会在全省广告界第二家获此荣誉。据泉州市民政局 11 月 5 日发文通报：该市第一批参加评估的社会组织 152 家，评为 5A 级的仅 10 家。泉州市广告协会名列其中。

● 行业资讯

世界卫生组织敦请中国禁止烟草广告

世界卫生组织驻华代表施贺德 9 日在北京指出，世卫组织乐于看到中国进一步严格现有的烟草广告禁令，同时敦请中国全国人大考虑对《广告法》作进一步修订，“使之达到《世卫组织烟草控制框架公约》(简称《公约》)规定的全面禁止烟草广告、促销和赞助。”

当日，世界卫生组织驻华代表处在北京召开媒体通气会，呼吁即将进入二审的《广告法(修订草案)》应全面禁止烟草广告、促销和赞助。

2010 年《世卫组织全球烟草流行报告》涵盖的 195 个国家中，其中 66% 的国家(包括中国)对烟草广告、促销和赞助仅仅有某种形式的禁令，中国对烟草广告、促销和赞助禁令的遵守情况仅为“中等”。

施贺德说，烟草每年令近 600 万人丧生，其中包括 100 万中国人，相当于每 30 秒钟就有 1 个中国人死亡。除危害公众健康外，吸烟还给经济带来巨大损失。由于致人患病和生产力巅峰时期死亡，它让中国的劳动力受到损害。

“其他国家的经验已显示，零容忍的做法是行之有效的。”施贺德指出，法律审议程序正处在关键时刻，无论面对多大的压力，这是中国立法者采取对国家最有利的行动的机会。全面禁止烟草广告立法若出现任何缺

陷，都将使中国无法履行《公约》的义务，而这些义务完全符合中国自己制定的减少烟草使用的政策目标。

施贺德表示，不全面的禁令将无法达到控烟效果，全面禁止烟草广告对保护中国人民、尤其是青少年的健康至关重要。

来源：中新社

要加强各电视台养生类节目的审查

“煮稀饭必须放绿豆与黑白木耳，早上要喝全豆汁，米汤好比人参汤，梨子皮比梨子肉更有营养，白萝卜皮能治很多病还可以消毒杀菌……”打开电视，必有一批养生专家开讲长寿之道，层出不穷的养生主张却让人真伪难辨，如果照单全收，只怕弊多利少。为此，相关管理部门加大了管理力度，继6月6日叫停《健康365》和《杏林好养生》等养生类节目后，国家新闻出版广电总局在9月29日下达特急通知，要求加强各电视台养生类节目的审查工作，严禁以养生类节目的形式发布广告。该通知将于明年1月1日起正式实施。

通知指出，“养生节目只能由电视台策划制作，不得由社会公司制作。凡在专家资源、节目资金、制作能力等方面不具备条件的电视台，不得盲目跟风制作养生类节目，鼓励上星综合频道制作的优质养生类节目在地面频道播出”。为了能向观众提供真实、科学、权威的资讯信息，养生节目必须做到以下几点：一、主持人必须取得播音员、主持人职业资质，依法持证上岗，主持中要有效控制节目进程，引导嘉宾围绕主题介绍相关知识，演员和社会名人不得担任养生类节目主持；二、聘请医学、养生、营养等方面专家作为嘉宾的，该嘉宾必须具备省级以上卫生行政部门认定的副高以上专业职称、资格，并在节目中据实提示；三、开设的观众咨询热线电话都是以本台或本频道为主题申请设立的，并只能在节目片尾进行提示，节目中不得出现任何电话号码或其他联系方式。

通知规定，严禁以养生节目形式发布广告，以及以下变相发布广告行为：一、直接或间接宣传药品、保健品、视频、医疗器械等产品和服务；

二、直接或间接宣传以上产品或服务的治疗作用，或借助宣传产品中某些成分的功能来明示、暗示治疗作用；三、明示或暗示治愈率、有效率，保健养生效果等表示功效的内容；四、以医生、专家、现场观众、患者、公众人物或科研机构、学术机构、医疗机构等为产品或服务作证明；五、节目中间以“栏目热线”等形式，宣传或提示联系电话、联系方式、地址等信息；六、其他违反相关法律、法规和规章的情形。凡含有以上提到内容或其他变相发布广告行为的养生类节目，一律认定为商业广告，严格按照《广播电视广告播出管理办法》等广告管理规定进行管理。

此外，通知还规定，上星综合频道播出的养生类节目，需提前 20 个工作日将制作主题、节目内容、播出时段、主持人资质、嘉宾资质、热线电话设立资质等内容上报省级广电行政部门进行播前备案。对于各类违法违规行为要严肃处理并向社会公布。

龙岩市广告行业自律规则

一、总 则

第一条 为推动我市广告业健康发展，促进全市广告行业自我约束、自我保护、自我完善、自我管理整体素质的提升，维护广告市场秩序，树立良好的行业风气，更好地发挥行业组织规范行为的作用，依据国家广告管理法律、法规，结合我市广告行业特点，制定本规则。

第二条 广告主、广告经营者、广告发布者及其他参与广告活动的单位和个人（以下简称“广告活动主体”），应当诚实守信，增强自律意识，遵守自律规则，承担社会责任和社会义务。

第三条 广告应当坚持国家和人民利益，坚持经济效益和社会效益并重，坚持经济效益服从于社会效益的原则，成为推动龙岩经济发展和社会进步的推进器。

第四条 广告行业自律，是指广告活动主体以行业普遍认可的行为规范，或者以行业组织依程序制定的广告活动规则为标准，进行自我约束和自我管理，使其行为符合国家法律法规、职业道德和社会公德等要求。

第五条 龙岩市广告协会作为全市性广告行业自律组织，组织广告自律规则的制定和督促实施，并接受福建省广告协会指导。

二、广告内容

第六条 广告应当符合《广告法》及其他法律法规的有关规定。

第七条 广告应当符合社会主义精神文明建设的需要，有利于维护社会公共秩序和树立良好社会风尚。

第八条 禁止虚假和误导广告，不应对商品或服务的属性作片面的宣传；不应将科学上尚未定论的观点、现象当作产品或服务的特点用于广告；不应以明显的艺术夸张手法作为表现形式，发布足以造成公众误解的广告。

第九条 不得为法律法规禁止生产、销售的商品或服务，而发布广告宣传。

第十条 广告诉求和信息传递，应当尊重消费者的知情权和受众的认知能力，不得利用信息的不对称，做引人误解的宣传广告。

第十一条 广告对商品或者服务的功效、性质和条件等内容有表示的，应当准确、客观，且能够被科学的方法所证实，不得有任何夸大；涉及商品成分、含量及其他数据、统计资料的，应当提供有效的证明文件。

第十二条 广告应当尊重他人的知识产权，不抄袭他人的作品。在广告活动中使用他人作品的，应当依法获得权利人的许可。

第十三条 广告应当尊重妇女和有利于儿童身心健康，并正确引导大众消费。不适合未成年人的商品和服务，不应使用未成年人的形象和名义制作广告。

第十四条 广告应当尊重良好的道德传统，弘扬健康的民族文化，不应表现低俗、迷信和其他不良行为。

三、广告行为

第十五条 广告活动主体之间应守合同重信用，公开、公正、公平竞争。不得以商业贿赂、诋毁他人声誉和其他不正当手段达成交易，不得利用广告进行不正当的市场营销，干扰或损害他人合法的广告活动。

第十六条 广告主应当向广告经营者提供真实、可靠的商品或服务信息的证明材料，不得怂恿广告经营者设计、制作不实广告。

第十七条 广告主应当尊重广告策划创意者、经营发布者的合法权益，支付相应的代理费或服务费。采用比稿形式选择广告公司时，应向所有提供策划、创意方案的公司支付相应的费用。

第十八条 广告主和广告经营者不得以不正当的广告投放为手段干扰媒体节目、栏目等内容的安排。

第十九条 广告经营者应通过提高服务质量争取客户，不得恶性竞争、扰乱市场秩序，代理费、制作费等收取不得低于服务的成本费用。

第二十条 广告经营者和广告发布者应当认真进行发布前的广告审查，对于各类广告证明，应查看原件，必要时还应与出证机构核实，切实把好广告制作、发布的关口。

第二十一条 广告发布者不得强制搭售广告时间、版面或附加其他不合理的交易条件。

第二十二条 广告发布者公布的广告刊播价格和折扣条件应当统一、透明，在执行中一视同仁。

第二十三条 广告代言人从事广告活动，应当自尊、自重，并事先对代言内容的真实性、合法性作必要的了解，切实对消费者负责。

第二十四条 会员单位以广告协会名义组织的各项活动，应报广告协会批准，并接受其指导。

第二十五条 以广告协会名义组织开展的各项活动，应当注重社会效果，体现积极、有益、公平、公正，不应以营利为目的。

第二十六条 开展行业“先进单位”和“先进个人”评比活动，表彰先进、树立典型，推动行业自律工作开展。

四、自律措施

第二十七条 对于涉嫌违反法律、法规和行业自律规则的广告内容和行为，任何单位和个人都可以向龙岩市广告协会投诉和举报。

第二十八条 对于违反本规则的相关责任者，经查证后，分别采取如下自律措施：

- (一) 自律劝诫；
- (二) 通报批评；

- (三) 取消协会颁发的荣誉称号;
- (四) 取消会员资格;
- (五) 建议降低或取消广告企业资质等级;
- (六) 报请业务主管部门或政府有关部门处理。

以上处理措施，可以单独适用，也可以合并适用。

第二十九条 对于作出的自律处置有异议的，相关当事人可以向龙岩市广告协会常务理事会提起申诉，由常务理事会作出最终自律处理决定。

第三十条 任何单位和个人均有权对协会实施行业自律的情况进行监督，对于违规行为有权向协会的上级主管部门举报。

五、规则体系

第三十一条 广告自律规则体系包括广告行业自律规则、专项广告自律规则、地区广告自律规则，以及为实施自律规则而制定的相关办法。本规则是制定其他广告自律规则和办法的主要依据。

第三十二条 广告自律规则的制定，应当从实际出发，深入调查研究，广泛听取政府部门、相关广告活动主体和其他有关方面的意见。听取意见可采取书面征询、座谈会、专家论证会等多种形式。

第三十三条 龙岩市广告协会根据社会反映和市场规则的变革，针对不同商品和服务的广告，或者不同内容和形式的广告，可以制定相应的专项广告自律规则。

六、附 则

第三十四条 龙岩市广告协会颁布实施的各项广告自律规则，通过协会的网站、出版物及其他方式公布。

第三十五条 本规则的修订，须经龙岩市广告协会理事会表决同意。

第三十六条 本规则由龙岩市广告协会常务理事会负责解释。

第三十七条 本规则自 2015 年 1 月 1 日起施行。

来源：龙岩市广告协会秘书处

● 资源整合

福建飞博文化传媒有限公司——砚台、茶盘雕刻工艺

福建飞博文化传媒有限公司为我会理事单位。公司旗下的醉石砚坊坐落在鼓山脚下，是一家专业从事砚台、茶盘研发、设计、生产、销售的企业。醉石砚坊以“弘扬和传播龙池砚文化、保护中华民族民间艺术”为己任，依托当地独有的、高品味砚石资源，结合砚文化、闽都文化及现代文化，充分发挥古砚优势，不断开发新产品，把“龙池砚”打造成名砚行业内的优秀代表，使龙池砚这一历史悠久、深藏民间的传统艺术得到了重生。

文房瑰宝“龙池砚”，素有“闽砚精品”之称，是我国著名古砚之一。其制作始于大唐，盛于北宋。因宋代理学家杨时(号龟山先生)著书及为太师与太子习字喜用家乡这一名砚，故又名“龟山砚”它以其材质优良，制作精细，造型美观，坚固而拥而久享其名，深得书家画师、文人学士所钟爱。

制作龙池砚的龙池石产自将乐，其质地纹理缜密，松结适度，坚中带柔，成砚后光泽莹亮，温滑细腻，以物击之，铿镗悦耳。用其砚发墨，墨色莹亮，久不退色，被历代文人雅士视为砚中“珍品”，不仅国内走俏，还倍受海外客商青睐，畅销东南亚。

龙池古砚制作工艺被福建省人民政府列入第一批省级非物质文化遗产代表作项目。

历史传承

龙池砚清朝乾隆年间修撰的将乐县志对用于制作龙池砚的砚石作了明确记载。这种砚石出产在县城之北。此处和传说中仙人指点的龙池毗邻，故有“龙池石”之称。著名的宋代理学家杨龟山诞生在将乐县城北龙池村，所以也有人称之为“龟山石”。行家以为，此地砚石其质直逼端砚，优于歙砚。

工艺

龙池砚制作采用传统的手工艺，要经过多道工序，光制作用的各类大小工具就达 23 种，花工费时。雕刻的工具因地、因人，因材施艺，龙池

古砚使用的工具有锯、锤凿、刻刀。随着时代的发展，工具也不断地更新换代。现在电动工具已成为不可缺的手头工具，这些小型电动工具减少了雕刻难度，加快了进度，提高了质量。

文人墨客视之瑰宝

被誉为文房瑰宝的龙池砚一向受到书画家和文人学士的钟爱，是古人传给后人的一笔优秀文化遗产。精工雕刻的龙池砚光泽莹亮，细润光滑，轻轻敲击会发出清脆悦耳的声音。用龙池砚磨出的墨，宜书宜画，成色明晰，书写流畅，不伤笔毫。经过精心打造的龙池砚，构图精巧，栩栩如生。二十世纪五十年代，龙池砚中的精品——圆形双龙戏珠，长方形梅雀，马花式工艺砚和长方形学生砚，均参加过建国十周年全国工艺美术展，赢得众多人士的青睐。

价值

龙池砚是一项颇具传统文化内涵的手工技艺，具有较高的工艺美术价值；同时对研究福建及中国砚台的发展及传承历史，又具有较高文化和科学价值。如能申报为国家级非物质性文化遗产保护项目，保护和传承好这项工艺，使它发扬光大，相信一定能成为驰名全国的工艺品牌。

2005年10月，龙池砚被列为福建省首批非物质文化遗产。2008年，将乐县质监局组织制定的“龙池砚产品标准”通过了省质监局审定、备案。这标志着有千年制作工艺历史的将乐龙池砚有了属于自己的标准。2009年获国家地理标志产品保护。将乐县政府颁发了“关于龙池砚地理标志产品的保护管理办法的通知”，使龙池砚这一文房瑰宝再次焕发光彩。

茶盘

石雕茶盘的制作，是根据石头的天然特性，设计加工精雕细琢而成。因为石头具有硬度大，密度强，颜色天然，遇冷遇热不变形，不开裂、不褪色，磨光后不会吸茶色等优点。所以用石头雕刻制作而成的石雕茶盘，美观大方，经济实用。实乃赋石头之灵性，兼水土并容，五行相生。用石雕茶具品茶，赏石之奇秀，品茶之幽韵，让茶韵生于自然，化于自然，更能修身养性，展现大家风范。

石茶盘特点：不易吸水不变形；遇冷、遇热不干裂、不褪色；不生异味、不易沾茶垢，使其更易清洗、排水更顺畅不塞管，而且新颖美观大方，高贵典雅。同时，石茶盘还富有中国特色传统文化内涵，体现中国茶文化之独特韵味。伴随岁月蹉跎，不但是一件与众不同茶具，同时也是一件值得收藏的工艺品。

石雕茶盘由名师巧匠精心设计制作，将本为天然尤物的奇石雕琢成鬼斧神工般的艺术品，造型极富美感，具有极强的欣赏性；成型后再经过整体抛光处理，做工精良，不论是大片的平板弧面还是曲折的拐角细褶，都凸显精致，线条浑然天成，光面平滑如镜，是不可多得的工艺精品；我公司将传统精雕工艺与艺术名家独到眼光相结合，做到品味独特，超凡脱俗，乃绝世孤作，典藏珍品。

品茶最终是一个人的修养，选择甚至是自己设计一款合适的石茶盘，亦可提升品茗乐趣，使内心得到共鸣与满足。

我公司生产的茶盘作品风格多种多样、创意新颖、构图奇巧、品质优良，深受众多文人雅士的青睐，是机关、社会团体、企事业单位及个人收藏的高品位艺术品。

福建龙栖工艺有限公司

厂址：中国福建省福州市鼓山镇洋里 277 号 电话：0591-83611273

茶盘实体店：润茗茶具批发总汇

地址：福州市五里亭海西茶城 C 栋二楼 电话：0591-83610513

联系人：邱先生 13960703308 陈先生 13799006476

林先生 13960768805

中国网福建频道诚征合作伙伴

中国网福建频道 <http://fj.china.com.cn> 是中国网落地福建、服务福建人民、传播福建声音、展示福建风采的核心媒体。中国网福建频道以“大视角的城市外宣窗口、多维化的信息传播平台、权威性的新闻背景解读、体验式的服务互动营销”树立对外形象宣传第一权威网站品牌。已经成为福

建对外新闻发布的重要平台，是广大网民，特别是域外网民了解福建、获取信息的重要渠道。

中国网福建频道诚邀投资机构、广告企业、传媒公司与我们共同携手，一起成长。合作领域包括但不限于新闻信息服务、区域合作、中国访谈、会展直播、广告代理、品牌推广、活动执行、移动客户端、新媒体互动等。

有意者请联系：温总 0591-87842958 1619094210@qq.com

附：中国网福建频道简介

中国网是党中央直接部署、国务院新闻办公室直接领导的国家重点新闻网站，有 10 个语种 11 个文版发布新闻信息，访问者遍及全球 200 多个国家和地区，是国内被境外网站链接最多的网站，境外访问量雄踞全国网站第一，是中国第一外宣平台，也是中国旅游第一外宣平台。中国网成为中国进行国际传播、信息交流的重要窗口。

中国网拥有独立新闻采访权、报道权和发布权，是国务院新闻发布会独家网络直播发布网站、全国“两会”新闻中心指定网络直播媒体。

中国网坚持以新闻为前导，以国情为基础，通过精心整合的即时新闻、翔实的背景资料和网上独家的深度报道，以多语种、多媒体的形式，向世界及时全面介绍中国。

中国网的权威性、公信力、影响力、传播力受到党政领导和海内外网友的好评。中国网受众特点是高端化和全球化。

为充分发挥中国网的政治资源优势和网络新媒体优势，宣传贯彻落实国务院批准实施“三规划两方案”，宣传福建省推进科学发展跨越发展、建设美丽福建，经国务院新闻办公室批准开设中国网福建频道。福建频道融合福建省各地市、部门的相关资讯，迅速、及时的展现福建的风采和魅力，为福建省的社会经济发展做出应有的贡献。

中国网福建频道是福建“5·18”、“6·18”、“9·8”、海峡论坛、旅游博览会、文化博览会、农业博览会、花卉博览会、茶业博览会、国际木文化博览会、闽商大会等重大活动指定的直播和高端访谈媒体，是省政府众多重要活动唯一在现场设立“高端访谈”的中央媒体。中国网福建频道的

“高端访谈”品牌栏目，被福建省委宣传部、福建省政府新闻办评选为好新闻一等奖。

“放眼全球 传播福建”是中国网福建频道的永恒定位和追求！