附件2

第二届全国旅游公益广告遴选办法

本次全国旅游公益广告作品遴选工作由文化和旅游部、国家广播电视总局统一组织部署，采取组织专家审定的方式，坚持公平、公正、公开原则，通过竞争择优的方式确定优秀作品名单，并遴选出优秀组织机构和优秀展播机构。

一、项目设置

（一）作品遴选

1.广播类优秀作品：一类作品3个，二类作品6个，三类作品6个。

2.电视类优秀作品：一类作品6个，二类作品10个，三类作品10个。

3.脚本类优秀作品若干。

（二）机构申报

1.优秀组织机构若干。

2.优秀展播机构若干。

二、遴选安排

本次遴选活动分为作品遴选和优秀组织机构、优秀展播机构遴选两个部分。

（一）作品遴选

分为初选、复审和终审三个阶段进行。

1.初选（2022年5月16日至5月31日）：各省级文化和旅游主管部门会同广播电视主管部门对辖区内报送的作品进行初审。中央单位对本单位及直属单位报送作品进行初审。

2.复审（2022年6月1日至6月15日）：组织专业人员对各地和中央单位提交的通过初审的作品进行复审，选择一定数量作品进入终审。

3.终审（2022年6月16日至6月30日）：组织文化和旅游、广播电视、广告等方面专家评委进行终审，确定优秀作品名单，公示后公布。

（二）优秀组织机构、优秀展播机构遴选

优秀组织机构将根据活动宣传、组织、创作、遴选等情况，组织专家进行综合选定。

优秀展播机构将根据公益广告作品播放次数、时长、时段、覆盖范围、宣传效应等情况，旅游公益广告遴选活动宣传力度，以及本台新闻专题等其他节目形式配合旅游宣传工作等情况，由活动组织方在展播期后进行综合确定。

三、作品使用

（一）获得本次公益广告作品遴选活动的优秀作品将在全国各级播出机构集中进行展播，并积极协调新媒体等平台播出。

（二）全部优秀作品将纳入国家广播电视总局“全国优秀广播电视公益广告作品库”，供全国各级播出机构下载播出。

（三）优秀作品将在文化和旅游系统各级官方网站、微信平台等展播。

四、相关要求

（一）参加本次遴选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）本次遴选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遴选活动相关的宣传活动；主办单位拥有将获扶持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。