

国务院：深化文化体制改革

3月18日，国务院批转发改委关于2012年深化经济体制改革重点工作意见的通知（国发〔2012〕12号）。通知指出，2012年是实施“十二五”规划承上启下的重要一年，改革仍处于攻坚克难的关键时期。在近年来各项改革取得重大进展的基础上，继续抓住和用好重要战略机遇期，进一步深化改革，着力解决深层次矛盾，促进科学发展，具有十分重要的意义。通知第七条为“深化文化体制改革”，内容为：

◆继续推动经营性文化单位转企改制。积极推进非时政类报刊出版单位体制改革。研究出台鼓励促进文化产业发展的政策措施，开展文化产权交易市场建设试点，促进文化产品和要

素合理流动。（文化部、广电总局、新闻出版总署、财政部等负责）

◆深化一般时政类报刊社、公益性出版社、代表民族特色和国家水准的文艺院团等管理体制。完善公共文化服务投入保障机制，出台鼓励各类文化企业参与公共文化服务的政策措施，加快建立公共文化服务体系。（文化部、广电总局、新闻出版总署、财政部、发展改革委等负责）

◆深化文化行政管理体制改革，推动政企分开、政事分开，理顺政府和文化企事业单位关系。完善管人管事管资产管导向相结合的国有文化资产管理体制。（文化部、广电总局、新闻出版总署、中央编办、财政部等负责）

柳斌杰：积极推进报刊出版单位改革

2月24日，中国新闻出版报刊发新闻出版总署署长柳斌杰在全国文化体制改革工作会议上的讲话。以下为讲话摘要。

深入贯彻落实六中全会精神和迎接学习宣传贯彻党的十八大，是2012年新闻出版工作的两大重点。今年上半年，我们按照中央文化体制改革和发展工作领导小组确定的工作任务，集中抓好六中全会的贯彻落实，推动新闻出版改革发展。下半年围绕迎接党的十八大召开，落实推出精品力作、营造舆论氛围和优化市场环境等重大项目和重要工作。

一是全面落实《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》。认真抓好列入《纲要》的80多项涉及新闻出版改革发展的重点工作、30多个重大工程项目。目前已经召开了工程协调会，结合《新闻出版业“十二五”时期发展规划》，加强统筹协调，三分之二的重大工程项目已经落实了领导责任、资金、进度，确保实实在在的发展。

二是继续积极推进报刊出版单位的改革。按照分类指导、区别对待的原则，按两个思路进行：

一是继续推进非时政类报刊出版单位转企改制，力争在十八大召开以前基本完成中央确定的改革阶段性任务。上半年完成列入首批转企改制的非时政类报刊出版单位转企改制任务，启动第二批非时政类报刊出版单位转企改制工作。制定出台《关于非法人报刊编辑部体制改革实施办法》和学术期刊体制改革方案。鼓励和支持省级报业集团和出版集团所属非时政类报刊与本区域地市级报刊进行战略合作、资源整合，组建大型报业集团，做大做强。

二是继续深化党报党刊发行体制改革。坚持实行编辑宣传、发行经营两分开，重点是剥离副业、转换机制、增强活力，

按照中央15号文件要求，在管理体制、人事制度、收入分配、社会保险、社会监督等关键环节创新体制机制，明确服务规范，增强发展活力。一般时政类报刊社、公益性出版社也要深化改革，增强面向市场、面向群众提供服务的能力。鼓励各级党报组建社会化的发行公司，创新体制机制，提高发行时效和覆盖范围。支持党报党刊与邮政部门、大型出版发行企业或物流企业开展战略合作，建立完善成熟的营销网络，增强主流出版媒体的舆论影响力和信息传播能力。

三是进一步深化出版企业的改革。已完成转企改制任务的出版企业要尽快进入第二步改革，以“三改一加强”为抓手，建立现代企业制度，探索建立符合现代企业要求、体现新闻出版企业特点的资产组织形式和经营管理模式。探索建立新闻出版管理制度与现代企业制度有机衔接的机制。

四是加快推进出版传媒企业集团建设。出台新的举措，以强有力的政策鼓励出版传媒企业进行跨媒体、跨地区、跨行业、跨所有制、跨国界发展，加快新闻出版资源向优势企业集聚，打造和培育5艘—10艘国家出版传媒“航空母舰”，其中包括国家三大出版集团、两大物流公司和地方出版、报业、印刷集团。

五是改革投融资渠道。改革单一的政府投资模式，吸收社会资本，壮大发展实力。支持符合条件的国有大型出版传媒集团上市融资，鼓励和引导中小出版企业在中小企业板及创业板等市场上市，支持国有出版传媒企业以各种形式与民营出版传媒创意发行公司合作，引领社会力量共谋发展，开辟多层次投融资渠道，壮大新闻出版产业实力。

六是培育新闻出版产业新的增长点，加快产业基地、产业

园区和产业带规划建设。重点支持数字出版、音乐制作、版权创意、绿色印刷等产业基地建设，三年内产业基地生产能力要增长3000亿元以上，充分发挥产业基地的增长极和示范辐射作用。今年开展产业基地（园区）发展情况考评工作，完善基地（园区）重点企业发展的引导机制、重点项目推动机制、信息沟通交流机制，充分发挥产业基地人才、技术、资金、政策的集聚效应，实现跨越式发展。

七是加快推进新闻出版业科技创新。重点支持云出版建设，加快数字内容传播平台、内容资源整合、关键技术研发、重要技术标准、重大项目建设，鼓励和引导企业开展技术改造，运用高新技术和先进设备改造传统基础设施，淘汰落后产能，提高应用高新技术的能力。加快新媒体、新产品的研发和推广，在新闻出版生产、传播能力上实现新突破。

八是大力推进新闻出版走出去。加大对新闻出版企业走出去的扶持力度，积极参与国际市场竞争。支持重点主流媒体国

际传播能力建设，提升版权贸易能力，扩大新闻出版产品出口，拓展走出去国际营销渠道，推出一批具有国际竞争力的新闻出版名牌企业和名牌产品，利用国际平台传播中华文化。鼓励和支持各种所有制企业到境外兼并、重组、投资，建社建站、办报办刊、开厂开店。鼓励有条件的新闻出版企业在境外以参股、控股等方式扩大发展空间，提高国际竞争能力。

九是加快构建现代出版物市场体系。发展以跨地区连锁经营、集中配送、电子商务为特征的现代物流，建设大型现代新闻出版流通体系，打破条块分割、地区封锁和城乡分离的市场格局。加强新闻出版资本、版权、信息、技术、人才等要素市场建设，促进要素市场与出版物销售市场、有形市场与网上交易相结合，建立统一开放、竞争有序、健康繁荣的现代出版物市场体系。加快建立信用监管制度和失信惩戒制度，构建以职业道德为基础、以行业自律为支撑、以法律为保障的市场诚信体系。

大众传播媒介广告发布审查规定

2月9日，国家工商行政管理总局、中央宣传部、国务院新闻办公室、公安部、监察部、国务院纠风办、工业和信息化部、卫生部、国家广播电影电视总局、新闻出版总署、国家食品药品监督管理局、国家中医药管理局等整治虚假违法广告专项行动部际联席会议成员单位联合发布《大众传播媒介广告发布审查规定》。以下为主要内容：

一、大众传播媒介应当履行法定的广告审查义务，在广告发布前查验相关广告证明文件、核实广告内容，确保广告真实、合法，符合社会主义精神文明建设要求。

二、大众传播媒介应当明确广告审查责任。广告审查员负责广告审查的具体工作，广告经营管理部门负责人负责广告复审，分管领导负责广告审核。

三、大众传播媒介应当配备广告审查员。广告审查员应当参加广告法律法规及广告业务培训，经培训合格后，履行以下职责：

- (1) 审查本单位发布的广告，提出书面意见；
- (2) 管理本单位的广告审查档案；
- (3) 提出改进本单位广告审查工作的意见和建议；
- (4) 协助处理本单位广告管理的其他有关事宜。

四、大众传播媒介的广告审查员应当按照下列程序进行审查：

- (1) 查验各类广告证明文件的真实性、合法性、有效性，对证明文件不全的，要求补充证明文件；
- (2) 审核广告内容是否真实、合法，是否符合社会主义精神文明建设的要求；
- (3) 检查广告表现形式和使用的语言文字是否符合有关规定，

- (4) 审查广告整体效果，确认其不致引起消费者的误解；
- (5) 提出对该广告同意、不同意或者要求修改的书面意见。

广告审查员应当主动登录相关政府网站，查询了解相关部门公布的广告批准文件、违法广告公告、广告监测监管等信息。

五、大众传播媒介的广告经营管理部门负责人、分管领导应当对广告审查员审查通过的广告进行复查、审核。经复查、审核符合广告法律法规规定的广告，方可发布。

六、大众传播媒介应当依法建立广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。广告审查的书面意见应当与广告档案一同保存备查。

七、大众传播媒介对群众举报、投诉的广告，应当责成广告审查员重新审查核实，要求广告主就被举报、投诉的事项做出说明，补充提供有关证明材料。

对广告主不能提供证明材料或者提供的有关证明材料不足以证实广告内容的真实性、合法性，大众传播媒介应当立即停止发布该广告。

八、大众传播媒介每年度应当对广告审查员、广告经营管理部门负责人进行广告审查工作绩效考核。

对年度内未认真履行广告审查职责，致使违法广告多次发布的，大众传播媒介应当对广告审查员及相关负责人给予批评教育、调离工作岗位等处理。

九、广告监督管理机关应当加强广告发布审查工作的行政指导，在日常广告监测监管、处理广告举报投诉、查办广告违法案件等工作中，了解掌握大众传播媒介及广告审查员落实广告发布审查制度、履行审查职责的情况，并向有关部门通报情