

中国广告协会分支机构管理办法

(2016年9月修订)

第一章 总则

第一条 为更好地履行中国广告协会“提供服务、反映诉求、规范行为”的职能，充分发挥中国广告协会分支机构的作用，根据《社会团体登记管理条例》及民政部相关规定、《中国广告协会章程》，制定本管理办法。

第二条 分支机构是中国广告协会的组成部分，不具有法人资格，在中国广告协会授权范围内开展活动。

第三条 分支机构下不得再设立分支机构、代表机构，不得另行制订章程。

第四条 分支机构可以称为分会、委员会。分支机构的名称前应当冠以“中国广告协会”，开展活动时应当使用全称（即中国广告协会影视广告分会），英文译名应当与中文名称一致。

第五条 分支机构由中国广告协会秘书处统一管理，会员部具体负责分支机构的日常管理。凡涉及可能产生法律责任的事项，分支机构不得擅自处理，须报中国广告协会秘书处。分支机构组织活动（含外事活动）及合作事项、发文事项、对外宣传等须报中国广告协会秘书处批准。

第二章 分支机构的设立、变更与注销

第六条 中国广告协会为便于开展会员活动，根据不同的行业和专业领域内会员的数量与专业特点，设立分支机构（分会或

专业委员会)。分支机构的设立、变更与终止，应当经理事会或常务理事会研究通过。

第七条 中国广告协会设立的分支机构，必须具备规范的名称，固定的住所，符合《中国广告协会章程》规定的业务范围，本专业领域内的中国广告协会会员达到一定数量，对广告行业的发展具有促进作用。

第八条 分支机构有下列情形之一的，根据有关规定予以改组、变更、撤销：

- (一) 由于分立、合并、自行解散等原因需要撤销的。
- (二) 未经协会秘书处批准，擅自开展活动的。
- (三) 分支机构开展活动造成不良影响的。
- (四) 长期不开展活动的。
- (五) 不能完成中国广告协会交办任务的。
- (六) 因其他情形，由中国广告协会秘书处提出改组、变更、撤销的。

第三章 分支机构的管理

第九条 分支机构的职责

(一) 根据《中国广告协会章程》和《中国广告行业自律规则》的规定，结合本专业领域的特点，制定工作规章和自律措施，规范会员行为，维护会员合法权益。

(二) 围绕中国广告协会的中心任务和重点项目开展工作。

(三) 按照《中国广告协会章程》的宗旨和业务范围，在本专业领域内开展活动。

(四) 及时向中国广告协会秘书处反映本专业领域的意见和建议，及时提供本专业领域广告经营情况及有关信息。

(五) 积极推荐、发展中国广告协会会员。

(六) 认真做好中国广告协会交办的工作。

第十条 分支机构的组织机构

(一) 分支机构设立常务委员会，常务委员会由主任委员、副主任委员、秘书长、常务委员若干人组成。分支机构的工作由常务委员会主任主持，秘书处负责日常事务。分支机构常务委员会每届 3-4 年。分支机构秘书长以上负责人任期最长不得超过两届；最高任职年龄一般不超过 70 周岁，超过最高任职年龄的，须经常委会表决通过，并报中国广告协会批准。

(二) 分支机构主任人选，由中国广告协会秘书长在协商各方意见的基础上提名，经常务委员会选举产生，主任所在单位必须是中国广告协会常务理事以上单位；副主任人选，由常务委员会提名并报中国广告协会批准，经常务委员会选举产生。新一届常务委员会委员由本届常务委员会(或筹委会)提名候选人，报中国广告协会审批后，由本专业领域会员选举产生。

(三) 分支机构秘书长人选，原则上由中国广告协会工作人员担任。如因工作需要由中国广告协会以外人员担任的，由中国广告协会秘书长与分支机构主任协商确定。

(四) 分支机构开展的活动，包括年会、论坛、专题会议、培训、展览、涉外活动等须事先书面报告中国广告协会秘书处同意后方可举行。分支机构需要向政府有关部门或团体联系相关事宜，须经中国广告协会秘书处同意后报送。

(五) 分支机构负责人违反国家有关法规、《中国广告协会章程》及相关制度，或违反本办法的有关规定，损害协会名誉和行业利益，由中国广告协会秘书处研究决定罢免等事项。

第十一条 分支机构的工作制度

（一）遵守审批程序

1. 每年一月底前，提交本年度工作计划和年度财务预算。
2. 七月底前提交上半年工作总结，次年一月底前提交上年度工作总结。

3. 活动结束后，二周内上报活动总结。

4. 分支机构主办的会议，应及时整理、归档会议文件，并在会后一个月内报送会员部（书面文档和电子文档各一份）。文件包括：会议通知；会议文件或论文集；代表名册；会议纪要、总结报告、综合简报等；会议决议、专家建议；重要的照片媒体资料；经费执行状况等。

（二）遵守例会制度

分支机构负责人应参加由中国广告协会定期召开的分支机构工作会议，通报情况，研究工作，提出议案。工作会议主要内容是：

1. 学习国家有关文件及相关广告业务和涉及分支机构管理的法律、行政法规和有关政策。

2. 研究落实中国广告协会及各分支机构的重要工作计划及组织实施方案。

3. 分析研究行业发展情况，交流各分支机构工作情况和有关信息，协调各分支机构之间的工作和业务关系。

4. 其他有关事项。

工作会议原则上每半年召开一次，遇特殊情况，可以增减或另行安排。

第四章 分支机构的印章管理

第十二条 各分支机构印章由会员部统一管理。

第十三条 按民政部规定，分支机构印章供内部业务流转使用。

第十四条 使用分支机构印章，须填写《中国广告协会分支机构用印申请单》，分支机构主任(或主持分支机构日常工作的副主任、秘书长)签署意见并签名，向中国广告协会秘书处报批。禁止在空白的纸张、证件、奖状、协议、便条等加盖印章。

第五章 分支机构的财务管理

第十五条 分支机构不得开设银行账户。

第十六条 分支机构的全部收支必须纳入中国广告协会财务统一核算、管理，不得进入其他单位、组织或个人账户。

第十七条 分支机构经中国广告协会授权可以代表中国广告协会接受捐赠，捐赠收入应当缴入中国广告协会对应账户统一核算。分支机构不得自行接受捐赠，不得截留捐赠收入。

第十八条 分支机构可以在中国广告协会授权范围内依据《中国广告协会会员管理办法》代表协会收取会费，其收取的会费属于中国广告协会所有，应当缴入中国广告协会对应账户统一核算。

分支机构不得单独制定会费标准，不得截留会费收入。

第十九条 本办法由中国广告协会秘书处负责解释。

第二十条 本办法自2016年9月21日起实施，原相关规定同时废止。