

就检讨电视及电台业务守则的公众谘询 收集到的公众意见摘要

通讯事务管理局（通讯局）在 2023 年 7 月 17 日至 8 月 16 日进行公众谘询¹，共收到 50 份由公众人士提交的意见。收到的意见撮要如下 –

(A) 赞助节目及间接宣传

(1) 放宽对电视节目服务的规管

问题 1： 就规管电视节目内赞助识别的表达方式，你认为应否以基本原则取代仔细的规则？

大部分回应者同意此项建议

- 电视台正面对网上媒体的严峻挑战，而后者受的监管却甚为宽松，造成不公平竞争。此建议可增加电视台的收入，从而制作更多优质节目，令观众受惠。
- 赞助识别的表达方式应易于识别及理解，必须自然及不会令人觉得突兀、烦扰或过量，亦不应作直接推销。
- 仔细的规则限制持牌机构的节目制作及广告宣传空间，亦不合时宜。
- 应为赞助较严肃的节目（如新闻及与国家安全相关的节目）订立清晰指引，以免不恰当的产品赞助此类节目。
- 赞助识别不应该出现「最畅销」、「最受欢迎」等难以核实的声称。
- 应参考其他司法区的规管原则，令有关的基本原则更全面，以保障消费者的利益。

小部分回应者不同意此项建议

- 基本原则无法对各种情况作出准确规管，仔细的规则能更全面保障消费者。

¹ 谘询文件载于[通讯局网页](#)以供参考。

- 守则一旦修订，电视台可能会在节目中过度宣传赞助产品，影响观众的观赏趣味。

问题 2： 对于建议放宽现时在儿童节目内显示赞助提述的限制，惟该等材料须为可在儿童节目播出广告的产品或服务，而相关提述 / 声明亦须令儿童观众易于辨识其为广告，以及让儿童观众容易理解，你有何意见？

较少回应者同意此项建议

- 此建议可增加电视台的收入，从而制作更多儿童节目。
- 赞助提述必须令儿童观众容易理解，避免对他们的心智发展有不良影响。

较多回应者不同意此项建议

- 儿童在观看儿童节目时未必有家长陪同，因此该类节目不应包含太多广告，以免儿童受不良影响及被误导。
- 儿童（尤其12岁以下）理解广告讯息和影像的能力较弱，为谨慎起见，通讯局应参考其他司法区的相关规定，确保不同年龄的儿童均得到保障。
- 儿童缺乏判断能力，加入过多的赞助提述会令他们养成不正确的消费观念，对家长造成压力。
- 现时的植入式广告规定已足够令电视台赚取额外利润，无须进一步放宽。

问题 3： 对于建议放宽对宣传片接受产品 / 服务赞助的管制，但其表达方式须遵守某些基本原则，你有何意见？

大部分回应者同意此项建议

- 可以放宽规定，令电视台增加收入，惟儿童节目的宣传片除外。
- 应表明产品 / 服务赞助为广告。

小部分回应者不同意此项建议

- 此建议只考虑持牌机构的利益，忽略消费者及公众的利益。
- 基本原则缺乏清晰的指引，难以监管。

(2) 放宽声音广播服务播出间接宣传的规定

问题 4： 你认为除了部分类型的节目（如新闻、儿童、教育和宗教仪式节目），应否撤销电台节目禁止播放间接宣传的一般规定？

大部分回应者同意此项建议

- 此建议与电视节目的规管看齐，令电台增加收入，从而制作更多优质节目，令听众受惠。
- 为电台提供有利的经营环境，与网上平台公平竞争。
- 应表明间接宣传为广告。

小部分回应者不同意此项建议

- 现时电台听众以长者和学生为主，两者对植入式广告接受程度都比电视观众低。

问题 5： 对于建议采用基本原则取代仔细的规则规管在电台节目中播出间接宣传，你有何意见？

大部分回应者同意此项建议

- 现行的植入式广告已普遍被市民接受。此建议可让电台在节目制作和广告宣传上有更大弹性。
- 应规定间接宣传必须自然及不会令人觉得突兀、烦扰或过量，亦不应作直接推销。
- 由于电台只有声音没有画面，听众难以识别节目中是否有间接宣传，因此应该要求电台频密及明显地提示节目含有间接宣传成分。

小部分回应者不同意此项建议

- 电台有别于电视，应订下仔细规则规管。

(B) 电视及电台节目须要持平的规定 — 对有关国民教育、国家身分认同和正确认识《香港国安法》的节目的适用性

问题 6： 对于建议在业务守则内明确指出持平的规定并不适用于有关国民教育、国民身分认同和正确认识《香港国安法》的节目，你有何意见？

大部分回应者同意此项建议

- 持平原则原意是鼓励多角度分析和思考，只适用于部份节目，如新闻报道。
- 此类节目如法制节目，要以国家及政府的立场宣扬守法意识和正面价值，不应为持平而加入不恰当资讯。
- 现时的持平原则非必要地要求任何议题都要有反对意见，误导观众或听众向着一些设定的方向思考，推翻一些不能反对亦不需反对的立场。
- 国民教育节目目的是建立正确的价值观，培养市民从小有爱国爱港的观念，与客观分析没有关系。
- 在任何实施国家安全法的地方（包括香港），「国家安全」概念均凌驾于其他法律与原则，包括持平原则。
- 不少电视及电台节目制作人、撰稿人或资料搜集员本身就不中立及不持平，只是打着持平的旗号，宣扬他们的个人意见，令社会走向极端。
- 此建议可防止有人煽动对该类节目的无理投诉，加重相关部门的工作量。
- 此建议令持牌机构制作节目时有所依据，有利推广国民教育及国安法。

小部分回应者不同意此项建议

- 此建议令市民对该类节目只有单方面认识，使人思想偏颇，走向极端。
- 没有持平的规定会被别有用心广播机构利用该类节目作其他目的。
- 业务守则应清晰界定持牌广播机构在推广正面价值应尽的责任，而不是豁免某些节目遵守相关规定。一旦开了这个先例，将来可能有更多类型节目不受持平原则所规管。

- 应重新定义「持平原则」，即不是建基于守法和事实基础上的「反对意见」，即使表达，也不能构成持平的基础。
- 此规定多年来行之有效，保障香港多元意见和社会进步。保留现有的规定有助社会全面了解国安法。

(C) 业务守则对电视及电台直接转播内地信誉良好媒体所提供的节目／频道的适用性

问题 7： 对于建议从内地信誉良好的媒体购入作直接转播的节目／频道可获豁免遵守业务守则的规定，你有何意见？

大部分回应者同意此项建议

- 应列举内地信誉良好的媒体，以保障购入节目的质素。
- 此建议可加强公众的国民身分认同，了解国家军事、教育、艺术等不同范畴的发展，以及促进本港与内地的融合。
- 此建议可引入更多内地高质素节目，增加观众的节目选择，亦可加强业界竞争力。

小部分回应者不同意此项建议

- 「信誉良好」是主观判断，难以清楚界定和实行。
- 基于公平原则，内地与本地的节目都应以同一尺度规管。
- 若节目被投诉，局方却无法按现行的机制对相关持牌机构作出惩处，造成规管上的问题。
- 此建议只推动香港与内地接轨，却忽略了与国际社会接轨。
- 大多数内地节目言论单一，综艺节目哗众取宠。
- 电视台可能为节省成本而减少自制节目，导致本地制作人员流失工作机会。
- 转播内地节目或频道的责任，应由香港电台承担。

问题 8： 谘询文件第28段载列了一系列因素，用以决定从内地信誉良好的媒体购入的节目／频道应否获豁免遵守业务守则，你有何意见？

大部分回应者同意此项建议

- 应将「内地信誉良好」的媒体改为「内地的中央广播电视总台或各级地方电视台」，并在荧幕显示或用旁白说明节目来源及豁免声明。

小部分回应者不同意此项建议

- 谘询文件所列出的一系列因素不足以衡量某媒体的可信性及信誉。

(D) 电视及电台播放的产品及服务广告中含有与营养或能够控制饮食有关的声称

问题 9： 就规管与减轻体重或减少脂肪有关的广告，你认为应否删除有关推荐服务或产品人士的外观要求？

较多回应者同意此项建议

- 推荐有关产品或服务人士的外观是否看似体重不足是主观判断。建议应根据现行守则中其他客观准则监管此类广告。
- 删除有关规定可避免出现执法困难或有法难依的困境。
- 应在广告尾段加入劝谕信息，说明效果因人而异。

较少回应者不同意此项建议

- 当局应优化相关规定，例如规定只有符合身体质量指标（BMI）的人士才可在广告内推荐产品或服务。
- 保留此规定可防止公众为了达到社会的审美标准而节食以致影响健康，增加政府的公共资源负担。
- 此规定可保障消费者免受虚假或夸大的声称影响而购买无效或有害的产品。

其他意见

- 应要求广告商提供公开渠道（如社交媒体）给用家留言，说明相关产品或服务的效果及意见。

(E) 在免费电视重播儿童节目

问题 10： 对于建议放宽儿童节目的重播次数至不得在二十四个月内播映超过四次，你有何意见？

大部分回应者同意此项建议

- 可进一步放宽至「不得在24个月内播放超过6次或10次」。
- 现时儿童的活动较多，重播儿童节目可增加他们观看节目的机会。
- 此建议鼓励电视台制作高质素节目，符合儿童观众利益。

小部分回应者不同意此项建议

- 免费电视可能是基层儿童娱乐的主要来源，此建议剥夺他们收看更多新节目的权利，而重播节目的内容亦可能会过时。
- 此建议会减少儿童的节目选择及吸收新知识的机会，影响其身心发展。
- 中期检讨后，通讯局已减少电视台每周须播放儿童节目的时数至14小时，因此不应以重播节目来满足该规定。

(F) 免费电视节目宣传材料的分类

问题 11： 对于建议取消免费电视持牌机构的节目宣传片须提供分类标志的规定，你有何意见？

较少回应者同意此项建议

- 取消规定对观众造成的影响不大，亦可减轻广播机构的工作量和成本。
- 在节目播出前、播出期间及节目指南展示分类标志已经足够。

较多回应者不同意此项建议

- 有关规定清楚列明节目的分类，方便观众为未成年子女选择电视节目。

(G) 电视广告包含经研究或试验结果证实的声称

问题 12： 对于建议为电视广播机构提供弹性，就广告中有事实根据的声称，可选择使用二维码提供产品／服务的详细资料作为凭据，你有何意见？

大部分回应者同意此项建议

- 此建议方便观众获取有关产品／服务的详细资料。
- 应为不擅长使用智能手机的长者提供可供其查询的热线电话。
- 当局应厘清广告播出后120天所指是以广告的首播日或最后播放日起计，免生误会。
- 相关声称的原始资料和日期应与二维码一同出现在广告中，令长者和不熟悉数码科技的消费者也可以获得相关资料。

小部分回应者不同意此项建议

- 二维码会影响观赏趣味，而保留二维码网页120天的规定会增加业界成本。
- 扫描二维码比阅读文字费时，亦会产生资讯安全的风险。

其他意见

- 应要求广告商提供公开渠道（如社交媒体）给用家留言，说明相关产品或服务的效果及意见。

问题 13： 对于建议采用基本原则（而非详细指引）规管在电视广告中展示二维码的做法，你有何意见？

大部分回应者同意此项建议

- 此建议给予广播机构更大弹性。

- 应规定二维码清晰可见及显示时间足够。
- 应为二维码的大小及播放时间设立上限，以免影响观赏趣味。

小部分回应者不同意此项建议

- 二维码应受规管，确保其来源安全可靠。

(H) 电台物业广告须附有劝谕讯息的规定

问题 14： 对于建议保留须附有劝谕讯息的规定，但容许电台采用较短版本的讯息，你有何意见？

绝大部分回应者同意此项建议

- 较短版本的劝谕讯息应提醒听众购买物业前应仔细考量及寻求专业意见，避免非理性消费。
- 精简的劝谕讯息令听众容易理解及牢记，惟必须有清晰的责任声明。
- 应就劝谕讯息制定清晰指引及样板供持牌机构参考，以确保质素。

极少数回应者不同意此项建议

- 没有提供具体意见。

其他意见

- 应要求电台及电视台在境外物业广告的劝谕讯息内，表明有关境外物业的代理是否《地产代理条例》（第511章）的持牌人。

(I) 其他意见／建议

对业务守则的其他意见

- 应监管健康食品／产品／服务的广告，特别是相关声称，以保障消费者的健康。
- 应向业界提供使用虚拟代言人的指引。
- 应考虑规管以长者为目标的产品／服务的广告，以保障长者的利益。
- 应合并电视及电台业务守则，统一规管。
- 应加入国安法规管广播机构，防止电台／电视台主持误导青年人。
- 应将业务守则的规管范围延伸至持牌机构官方网页上播放的节目及广告。

其他建议

- 持牌机构应制作卡通片推广国安法，培养年幼观众守法意识。
- 应修改法规，透过大气电波让香港观众全面接收内地的电视频道。
- 持牌广播机构缺乏制作有关国民教育、国民身分认同和正确认识《香港国安法》节目的经验，因此应由香港电台或特区政府制作这些节目，然后交由持牌机构播放，以减低它们营运成本及风险。