

就檢討電視及電台業務守則的公眾諮詢 收集到的公眾意見摘要

通訊事務管理局（通訊局）在 2023 年 7 月 17 日至 8 月 16 日進行公眾諮詢¹，共收到 50 份由公眾人士提交的意見。收到的意見撮要如下 –

(A) 贊助節目及間接宣傳

(1) 放寬對電視節目服務的規管

問題 1： 就規管電視節目內贊助識別的表達方式，你認為應否以基本原則取代仔細的規則？

大部分回應者同意此項建議

- 電視台正面對網上媒體的嚴峻挑戰，而後者受的監管卻甚為寬鬆，造成不公平競爭。此建議可增加電視台的收入，從而製作更多優質節目，令觀眾受惠。
- 贊助識別的表達方式應易於識別及理解，必須自然及不會令人覺得突兀、煩擾或過量，亦不應作直接推銷。
- 仔細的規則限制持牌機構的節目製作及廣告宣傳空間，亦不合時宜。
- 應為贊助較嚴肅的節目（如新聞及與國家安全相關的節目）訂立清晰指引，以免不恰當的產品贊助此類節目。
- 贊助識別不應該出現「最暢銷」、「最受歡迎」等難以核實的聲稱。
- 應參考其他司法區的規管原則，令有關的基本原則更全面，以保障消費者的利益。

小部分回應者不同意此項建議

- 基本原則無法對各種情況作出準確規管，仔細的規則能更全面保障消費者。

¹ 諮詢文件載於 [通訊局網頁](#) 以供參考。

- 守則一旦修訂，電視台可能會在節目中過度宣傳贊助產品，影響觀眾的觀賞趣味。

問題 2： 對於建議放寬現時在兒童節目內顯示贊助提述的限制，惟該等材料須為可在兒童節目播出廣告的產品或服務，而相關提述／聲明亦須令兒童觀眾易於辨識其為廣告，以及讓兒童觀眾容易理解，你有何意見？

較少回應者同意此項建議

- 此建議可增加電視台的收入，從而製作更多兒童節目。
- 贊助提述必須令兒童觀眾容易理解，避免對他們的心智發展有不良影響。

較多回應者不同意此項建議

- 兒童在觀看兒童節目時未必有家長陪同，因此該類節目不應包含太多廣告，以免兒童受不良影響及被誤導。
- 兒童（尤其12歲以下）理解廣告訊息和影像的能力較弱，為謹慎起見，通訊局應參考其他司法區的相關規定，確保不同年齡的兒童均得到保障。
- 兒童缺乏判斷能力，加入過多的贊助提述會令他們養成不正確的消費觀念，對家長造成壓力。
- 現時的植入式廣告規定已足夠令電視台賺取額外利潤，無須進一步放寬。

問題 3： 對於建議放寬對宣傳片接受產品／服務贊助的管制，但其表達方式須遵守某些基本原則，你有何意見？

大部分回應者同意此項建議

- 可以放寬規定，令電視台增加收入，惟兒童節目的宣傳片除外。
- 應表明產品／服務贊助為廣告。

小部分回應者不同意此項建議

- 此建議只考慮持牌機構的利益，忽略消費者及公眾的利益。

- 基本原則缺乏清晰的指引，難以監管。

(2) 放寬聲音廣播服務播出間接宣傳的規定

問題 4： 你認為除了部分類型的節目（如新聞、兒童、教育和宗教儀式節目），應否撤銷電台節目禁止播放間接宣傳的一般規定？

大部分回應者同意此項建議

- 此建議與電視節目的規管看齊，令電台增加收入，從而製作更多優質節目，令聽眾受惠。
- 為電台提供有利的經營環境，與網上平台公平競爭。
- 應表明間接宣傳為廣告。

小部分回應者不同意此項建議

- 現時電台聽眾以長者和學生為主，兩者對植入式廣告的接受程度都比電視觀眾低。

問題 5： 對於建議採用基本原則取代仔細的規則規管在電台節目中播出間接宣傳，你有何意見？

大部分回應者同意此項建議

- 現行的植入式廣告已普遍被市民接受。此建議可讓電台在節目製作和廣告宣傳上有更大彈性。
- 應規定間接宣傳必須自然及不會令人覺得突兀、煩擾或過量，亦不應作直接推銷。
- 由於電台只有聲音沒有畫面，聽眾難以識別節目中是否有間接宣傳，因此應該要求電台頻密及明顯地提示節目含有間接宣傳成分。

小部分回應者不同意此項建議

- 電台有別於電視，應訂下仔細規則規管。

(B) 電視及電台節目須要持平的規定 — 對有關國民教育、國家身分認同和正確認識《香港國安法》的節目的適用性

問題 6： 對於建議在業務守則內明確指出持平的規定並不適用於有關國民教育、國民身分認同和正確認識《香港國安法》的節目，你有何意見？

大部分回應者同意此項建議

- 持平原則原意是鼓勵多角度分析和思考，只適用於部份節目，如新聞報道。
- 此類節目如法制節目，要以國家及政府的立場宣揚守法意識和正面價值，不應為持平而加入不恰當資訊。
- 現時的持平原則非必要地要求任何議題都要有反對意見，誤導觀眾或聽眾向着一些設定的方向思考，推翻一些不能反對亦不需反對的立場。
- 國民教育節目目的是建立正確的價值觀，培養市民從小有愛國愛港的觀念，與客觀分析沒有關係。
- 在任何實施國家安全法的地方（包括香港），「國家安全」概念均凌駕於其他法律與原則，包括持平原則。
- 不少電視及電台節目製作人、撰稿人或資料搜集員本身就不中立及不持平，只是打着持平的旗號，宣揚他們的個人意見，令社會走向極端。
- 此建議可防止有人煽動對該類節目的無理投訴，加重相關部門的工作量。
- 此建議令持牌機構製作節目時有所依據，有利推廣國民教育及國安法。

小部分回應者不同意此項建議

- 此建議令市民對該類節目只有單方面認識，使人思想偏頗，走向極端。
- 沒有持平的規定會被別有用心的廣播機構利用該類節目作其他目的。
- 業務守則應清晰界定持牌廣播機構在推廣正面價值應盡的責任，而不是豁免某些節目遵守相關規定。一旦開了這個先例，將來可能有更多類型節目不受持平原則所規管。

- 應重新定義「持平原則」，即不是建基於守法和事實基礎上的「反對意見」，即使表達，也不能構成持平的基礎。
- 此規定多年來行之有效，保障香港多元意見和社會進步。保留現有的規定有助社會全面瞭解國安法。

(C) 業務守則對電視及電台直接轉播內地信譽良好媒體所提供的節目／頻道的適用性

問題 7： 對於建議從內地信譽良好的媒體購入作直接轉播的節目／頻道可獲豁免遵守業務守則的規定，你有何意見？

大部分回應者同意此項建議

- 應列舉內地信譽良好的媒體，以保障購入節目的質素。
- 此建議可加強公眾的國民身分認同，了解國家軍事、教育、藝術等不同範疇的發展，以及促進本港與內地的融合。
- 此建議可引入更多內地高質素節目，增加觀眾的節目選擇，亦可加強業界競爭力。

小部分回應者不同意此項建議

- 「信譽良好」是主觀判斷，難以清楚界定和實行。
- 基於公平原則，內地與本地的節目都應以同一尺度規管。
- 若節目被投訴，局方卻無法按現行的機制對相關持牌機構作出懲處，造成規管上的問題。
- 此建議只推動香港與內地接軌，卻忽略了與國際社會接軌。
- 大多數內地節目言論單一，綜藝節目嘩眾取寵。
- 電視台可能為節省成本而減少自製節目，導致本地製作人員流失工作機會。
- 轉播內地節目或頻道的責任，應由香港電台承擔。

問題 8： 諮詢文件第28段載列了一系列因素，用以決定從內地信譽良好的媒體購入的節目／頻道應否獲豁免遵守業務守則，你有何意見？

大部分回應者同意此項建議

- 應將「內地信譽良好」的媒體改為「內地的中央廣播電視總台或各級地方電視台」，並在熒幕顯示或用旁白說明節目來源及豁免聲明。

小部分回應者不同意此項建議

- 諮詢文件所列出的一系列因素不足以衡量某媒體的可信性及信譽。

(D) 電視及電台播放的產品及服務廣告中含有與營養或能夠控制飲食有關的聲稱

問題 9： 就規管與減輕體重或減少脂肪有關的廣告，你認為應否刪除有關推薦服務或產品人士的外觀要求？

較多回應者同意此項建議

- 推薦有關產品或服務人士的外觀是否看似體重不足是主觀判斷。建議應根據現行守則中其他客觀準則監管此類廣告。
- 刪除有關規定可避免出現執法困難或有法難依的困境。
- 應在廣告尾段加入勸諭信息，說明效果因人而異。

較少回應者不同意此項建議

- 當局應優化相關規定，例如規定只有符合身體質量指標（BMI）的人士才可在廣告內推薦產品或服務。
- 保留此規定可防止公眾為了達到社會的審美標準而節食以致影響健康，增加政府的公共資源負擔。
- 此規定可保障消費者免受虛假或誇大的聲稱影響而購買無效或有害的產品。

其他意見

- 應要求廣告商提供公開渠道（如社交媒體）給用家留言，說明相關產品或服務的效果及意見。

(E) 在免費電視重播兒童節目

問題 10： 對於建議放寬兒童節目的重播次數至不得在二十四個月內播映超過四次，你有何意見？

大部分回應者同意此項建議

- 可進一步放寬至「不得在24個月內播放超過6次或10次」。
- 現時兒童的活動較多，重播兒童節目可增加他們觀看節目的機會。
- 此建議鼓勵電視台製作高質素節目，符合兒童觀眾利益。

小部分回應者不同意此項建議

- 免費電視可能是基層兒童娛樂的主要來源，此建議剝奪他們收看更多新節目的權利，而重播節目的內容亦可能會過時。
- 此建議會減少兒童的節目選擇及吸收新知識的機會，影響其身心發展。
- 中期檢討後，通訊局已減少電視台每周須播放兒童節目的時數至14小時，因此不應以重播節目來滿足該規定。

(F) 免費電視節目宣傳材料的分類

問題 11： 對於建議取消免費電視持牌機構的節目宣傳片須提供分類標誌的規定，你有何意見？

較少回應者同意此項建議

- 取消規定對觀眾造成的影響不大，亦可減輕廣播機構的工作量和成本。
- 在節目播出前、播出期間及節目指南展示分類標誌已經足夠。

較多回應者不同意此項建議

- 有關規定清楚列明節目的分類，方便觀眾為未成年子女選擇電視節目。

(G) 電視廣告包含經研究或試驗結果證實的聲稱

問題 12：對於建議為電視廣播機構提供彈性，就廣告中有事實根據的聲稱，可選擇使用二維碼提供產品／服務的詳細資料作為憑據，你有何意見？

大部分回應者同意此項建議

- 此建議方便觀眾獲取有關產品／服務的詳細資料。
- 應為不擅長使用智能手機的長者提供可供其查詢的熱線電話。
- 當局應釐清廣告播出後120天所指是以廣告的首播日或最後播放日起計，免生誤會。
- 相關聲稱的原始資料和日期應與二維碼一同出現在廣告中，令長者和不熟悉數碼科技的消費者也可以獲得相關資料。

小部分回應者不同意此項建議

- 二維碼會影響觀賞趣味，而保留二維碼網頁120天的規定會增加業界成本。
- 掃描二維碼比閱讀文字費時，亦會產生資訊安全的風險。

其他意見

- 應要求廣告商提供公開渠道（如社交媒體）給用家留言，說明相關產品或服務的效果及意見。

問題 13：對於建議採用基本原則（而非詳細指引）規管在電視廣告中展示二維碼的做法，你有何意見？

大部分回應者同意此項建議

- 此建議給予廣播機構更大彈性。

- 應規定二維碼清晰可見及顯示時間足夠。
- 應為二維碼的大小及播放時間設立上限，以免影響觀賞趣味。

小部分回應者不同意此項建議

- 二維碼應受規管，確保其來源安全可靠。

(H) 電台物業廣告須附有勸諭訊息的規定

問題 14：對於建議保留須附有勸諭訊息的規定，但容許電台採用較短版本的訊息，你有何意見？

絕大部分回應者同意此項建議

- 較短版本的勸諭訊息應提醒聽眾購買物業前應仔細考量及尋求專業意見，避免非理性消費。
- 精簡的勸諭訊息令聽眾容易理解及牢記，惟必須有清晰的責任聲明。
- 應就勸諭訊息制定清晰指引及樣板供持牌機構參考，以確保質素。

極少數回應者不同意此項建議

- 沒有提供具體意見。

其他意見

- 應要求電台及電視台在境外物業廣告的勸諭訊息內，表明有關境外物業的代理是否《地產代理條例》（第511章）的持牌人。

(I) 其他意見／建議

對業務守則的其他意見

- 應監管健康食品／產品／服務的廣告，特別是相關聲稱，以保障消費者的健康。
- 應向業界提供使用虛擬代言人的指引。
- 應考慮規管以長者為目標的產品／服務的廣告，以保障長者的利益。
- 應合併電視及電台業務守則，統一規管。
- 應加入國安法規管廣播機構，防止電台／電視台主持誤導青年人。
- 應將業務守則的規管範圍延伸至持牌機構官方網頁上播放的節目及廣告。

其他建議

- 持牌機構應製作卡通片推廣國安法，培養年幼觀眾守法意識。
- 應修改法規，透過大氣電波讓香港觀眾全面接收內地的電視頻道。
- 持牌廣播機構缺乏製作有關國民教育、國民身分認同和正確認識《香港國安法》節目的經驗，因此應由香港電台或特區政府製作這些節目，然後交由持牌機構播放，以減低它們營運成本及風險。