

廣播條例草案委員會 電視廣告時間限制

目的

本文件闡釋在《廣播條例草案》的新規管制度下有關規管電視節目廣告時間方面的主要更改建議。

現行規定

2. 現時，商營和收費電視持牌機構每個小時最多只可播放 10 分鐘的廣告。商營電視持牌機構方面，每個節目內的間斷時間和兩個節目之間的相隔時間亦有限制，分別定為 3 分半鐘和 5 分鐘；另外，商營電視持牌機構播放的節目，每一節的持續時間也不可少於 10 分鐘。

3. 電視持牌機構現時除可在節目內的間斷時間和兩個節目之間的相隔時間播放廣告，亦可另外播放廣告雜誌和分類廣告。不過，商營電視持牌機構每星期最多只可播放兩個廣告雜誌，同時每個廣告雜誌時間不得超過 15 分鐘。分類廣告只可在每天午夜 12 時至翌日下午 4 時的時段播放，而現時商營和收費電視持牌機構每天只可播放 15 分鐘分類廣告。

4. 隨着開放電視市場以及面對其他多媒體市場的競爭，我們認為應適度放寬現時對持牌機構所實施的廣告時間限制。我們相信在一個逐步開放及競爭日趨激烈的電視市場，持牌機構會因應市場需求及觀眾口味，對廣告時間作出相應的調整。

建議規定

5. 與此同時，隨着電視廣告趨於成熟，加上近來出現的「資訊」和「廣告」合併新趨勢，傳統的廣告已換上

新的形式出現。此類「資訊性廣告」若然製作得宜，將可同時提供娛樂和資訊服務。因應市場的新趨勢，我們認為應該在廣告形式的包裝、編排和設計上，給予持牌機構較大彈性。放寬對廣告時間的限制，將有助電視廣播及廣告業推出創新的服務。

6. 然而，本地免費電視服務在未來一段日子仍具很大的影響力，亦是普羅大眾的資訊和娛樂的主要來源。因此，我們亦必須確保放寬現行限制的措施不會導致出現廣告過份集中的情況，以免影響觀賞節目的樂趣。

7. 基於上述的考慮，我們建議廣告時間的限制應作出下述的放寬：

本地免費電視服務

- (a) 在每天下午 5 時至晚上 11 時的時段內，廣告時間不得在每小時超逾 10 分鐘；
- (b) 在其他時段播放的廣告時間不得超過該時段總廣播時間的 18%；
- (c) 現時的「分類廣告」及「廣告雜誌」類別應予廢除，而任何該等廣播均應受以上的廣告時間限制所規限；
- (d) 現時每個節目內的間斷時限和兩個節目之間的相隔時限應予取消；及

本地收費電視服務、非本地電視服務及其他須領牌電視服務

- (e) 持牌機構應一併豁免毋須受廣告時間的限制。

為方便議員參考，我們在附件表列現行和建議廣告時間的限制。

8. 我們相信上述的建議，就推動電視廣播業在一個開放及科技匯流市場下的發展，以及維護觀眾的利益兩方面，已取得適當的平衡。除此之外，為確保觀眾可以清楚知道，他們收看的是由廣告客戶付款播放的廣告，我們將要求凡廣告必須清楚識別為廣告。業務守則亦將會訂明，廣告凡以節目形式播出，在開首和結尾必須標明屬於廣告。

二零零零年四月二十五日
資訊科技及廣播局

[c:\data\bbill.doc\chi-advertising time.doc]

電視廣告時間限制

	限制方面	商營電視 (現時的限制)	本地免費服務 (建議的限制)	收費電視 (現時的限制)	本地收費服務 (建議的限制)
《電視條例》／ 《廣播條例草案》	廣告時間	在任何一個時鐘小時內，不得超逾 10 分鐘	廣告時間在每天下午 5 時至下午 11 時的時段內，就每個時鐘小時而言合計不得超逾 10 分鐘，而在其他時間，廣告時間不得超過該時段總廣播時間的 18%	在任何一個時鐘小時內，不得超逾 10 分鐘	沒有限制
	廣告雜誌節目	每星期內廣播不多於 2 個廣告雜誌節目，而每個廣告雜誌節目的廣播時間，不得超逾 15 分鐘	沒有限制，但任何該等廣播均受以上廣告時間限制所規限	沒有限制	沒有限制

	限制方面	商營電視 (現時的限制)	本地免費服務 (建議的限制)	收費電視 (現時的限制)	本地收費服務 (建議的限制)
業務守則	節目間斷 時間	在節目當中的 間斷時間內及 節目與節目之 間的相隔時間 內，以分別不超 過 3 分半鐘及 5 分鐘為限	將予取消	沒有限制	沒有限制
	節目環節 時間	任何節目環 節，為時均不得 短於 10 分鐘	將予保留	沒有限制	沒有限制
	分類廣告	每日午夜 12 時 至翌日下午 4 時，可播出分類 廣告特輯，合計 時間以不超逾 15 分鐘為限	沒有限制，但 任何該等廣播 均受以上廣告 時間限制所規 限	每日午夜 12 時 至翌日下午 4 時，可播出分 類廣告特輯， 合計時間以不 超逾 15 分鐘為 限	沒有限制