

香港中區立法會道 1 號
立法會綜合大樓立法會秘書處
《2015 年立法會條例(修訂附表 5)令》及
《2015 年選舉開支最高限額(立法會選舉)(修訂)規例》
小組委員會秘書

有關《2015 年立法會條例(修訂附表 5)令》及
《2015 年選舉開支最高限額(立法會選舉)(修訂)規例》
意見書

行政長官會同行政會議發出指令，自2016年立法會換屆選舉開始，立法會選舉候選人資助額及選舉開支限額將作出調整，調整幅度以2013年至2016年間的預計累積通脹率為基礎。智經研究中心(智經)支持上述建議，並認為當局應盡快全面檢討各級選舉中資助候選人的計劃，並審視選舉開支及接受選舉捐贈的申報及計算方法，以確保選舉制度的條例與時並進。

透過選舉資助計劃 助更多有志人士服務社會

政府在選舉中給予候選人資助之目的，是鼓勵更多有志服務社會的候選人參與選舉；並提供一個有利香港政治人才發展的環境。根據現行計劃，政府以三個不同方式計算資助，讓候選人有更多空間爭取資助，並訂定資助額上限，與候選人共同承擔選舉開支，在鼓勵候選人參與選舉和審慎使用公帑兩方面之間取得合理平衡，值得支持。

為選舉開支設限 需維持公平競爭環境

政府訂立選舉開支限額的目的，是「讓同一選舉的候選人在公平環境下競爭」。在訂立有關限額時，政府一貫的原則是「限額不可以低至對必要的競選活動施加不合理的限制，也不能高至窒礙經濟較不寬裕的候選人參選」。智經支持政府恪守上述目的和原則。然而，智經認為當局應定期審視規管競選活動的措施，以確保此等目的和原則不致過於嚴苛，限制候選人宣傳。

有效規管社交媒體宣傳 讓候選人及公眾善用互聯網發放與接收選舉資訊

選舉管理委員會就運用社交媒體進行選舉廣告宣傳方法指，上網費及網上

廣告設計費等開支屬於選舉開支。智經認為選舉宣傳策略正不斷轉變，網上資訊流通甚速，其宣傳模式及效果有別於慣用的實體宣傳品；牽涉的製作及管理開支，與實體宣傳品亦難比較，令候選人難以劃線及界定如何申報或計算。以2015年的區議會選舉為例，便有部分候選人為免觸犯相關條例，暫停使用網上社交媒體平台接觸公眾。此等取態，既有違政府一直鼓勵透過不同的渠道，包括青年人較常使用的社交媒體網站、網誌及網上論壇等，與市民溝通，亦難讓候選人聆聽和吸納公眾的意見，了解他們的期望。

雖然社交媒體宣傳策略對民意以至選舉結果的影響，仍有待研究，但不少候選人期望藉網上宣傳增加曝光率、擴闊與各群組選民的接觸，是不爭的事實。若因條例或指引未盡清晰，以致各方難以善用互聯網及社交媒體作宣傳渠道，或會影響競選活動，尤以缺乏資源的候選人為甚。因此，智經認為當局應給予候選人就如何計算電子媒介上的選舉廣告開支，更大彈性，並擬定清晰、合理的原則和指引，目的為使候選人透過社交媒體進行選舉宣傳時，容易判斷如何申報及計算相關開支，並可涵蓋更多相關開支範圍。

總結

智經認為當局有需要全面檢討資助候選人的計劃，並探討長遠如何調整候選人資助額及選舉開支限額，當中包括審視選舉開支及接受捐贈的計算方法、釐清候選人於使用互聯網或其他創新科技渠道宣傳時，相關開支應否及如何納入選舉開支，以確保候選人得以善用各種溝通渠道，在公平環境下向公眾發放選舉資訊。

謝謝。

智經研究中心

2015年12月3日