

To: "panel_itb@legco.gov.hk" <panel_itb@legco.gov.hk>
From: Cheung Sonia <[REDACTED]>
Date: 02/21/2017
Subject: 有關通訊廣播業發展的政策及執行情況

敬啟者,

通訊事務管理局(通訊局)在今年2月9日向傳媒作了年結簡報,表述了2016/2017年度主要工作,在廣播方面會就規管本地免費電視節目服務間接宣傳(Indirect Advertising)和贊助(Sponsorship)進行了研究和調查,研究將近完成,至於蒐集公眾對有關議題的取態和意見而進行的調查將於本(2)月內展開。有關研究和調查的結果將有助通訊局考慮間接宣傳和贊助的規管制度未來路向。

通訊局前身廣播事務管理局(廣管局)自2003/2004年接納了業界的提議,就間接宣傳--產品贊助(Product Sponsorship)增補了條文,在節目前後展示贊助商品的商標條件下,容許在節目內作間接宣傳展示贊助的產品。

但在2013年11月,通訊局發出一份公告,表示“極度關注電視節目中的間接宣傳”,指明“刻意設計和編輯配合贊助商的产品/服務,製造宣傳效果,屬違法而需懲處”。推翻了10年前開始放寬的政策。

在這10年間,廣管局及通訊局曾分別於2010年及2013年作了兩次公眾意見調查,關乎這個題目的意見非一面倒,有要求嚴格規管及限制,亦有認為可以接受,甚至認為這種表達方式有利更了解消費商品;但結果是採取嚴管行動,這並非市民的取向,有理由相信是通訊局自行收緊規管準則。

亞洲電視的免費電視牌照在2016年4月中止,從而釋出大量的大氣電波頻譜,這些頻譜已被分配給多家廣播機構,包括香港電台, Viu TV及即將開台的奇妙電視等運用;頻道類別多了,節目形式及內容展述變得多元化,其中香港電台運作資源由政府提供,不需商品客戶支持,對一些不喜歡節目內容有商品宣傳的觀眾,多了選擇,不用因需保障他們而對間接宣傳作出一刀切的限制。

近年幾乎不受規管的新媒體正衝擊電視生態環境,剛發表由香港廣告客戶協會及尼爾森進行的[2017廣告預算調查]顯示,預計新媒體開支將超越傳統廣告開支,佔整體51%。靠傳統廣告模式支持的業界掙扎求存,近年來各持牌機構營運情況每況越下,從他們公布的2016年上半年業績可見一斑。主因是香港經濟疲弱,廣告投放持續下滑,傳統直接宣傳的廣告投放模式日漸息微。我相信撤消間接宣傳限制,有助行業克服困境。

通訊局公布新一輪的調查,擬持有預定立場,認為“有節目中段插有廣告時段的模式,就不應放寬間接宣傳的置入式廣告措施”,及“廣告與節目必需明確分開,產品/服務贊助須有所規範,以免影響節目內容的完整性和觀賞樂趣”。這種看法極為保守及與時代脫節,若成為未來路向,限制間接宣傳,對業界與消費者皆無好處,更有可能影響過萬從業員的生計。

我希望貴委員會能審視相關事務的機關對推動通訊廣播業發展的政策及執行情況,並要求放棄收緊規管的思維,積極地推動文化結合商品的產業,正如通訊局使命所示---營造有利行業環境,鼓勵市場創新和投資,以及採納最佳方法,令業界與市民受惠。

此致

第六屆立法會資訊科技及廣播事務委員會

葛珮帆主席

2017年2月19日

張文滢