澳大利亚电视监管机构敦促广播机构取消体育赛事酒类广告豁免

该机构表示，周末白天的体育赛事会让儿童接触到原本不得在免费电视播出的酒类营销内容

2026年11月13日星期五



澳大利亚通信与媒体管理局周四（11月12日）敦促该国免费电视行业收紧酒类广告规定，包括取消一项豁免条款。该条款允许在通常禁止播放此类广告的时段，于体育赛事转播期间播出酒类广告。

澳大利亚通信与媒体管理局表示，该机构已完成一项于3月启动的审查，旨在评估现行规定能否充分保护广播电视观众，尤其是儿童，免受酒类营销影响。监管机构还表示，澳大利亚政府应考虑全面改革适用于所有媒体的酒类广告规定，理由是现行制度在电视、在线服务及其他推广形式之间存在监管漏洞和不一致之处。

澳大利亚通信与媒体管理局在审查结果中表示，社会对酒类广告的担忧程度低于对赌博广告的担忧，

但总体上仍持续处于高位，尤其是对儿童接触此类广告的担忧。审查指出，酒类广告与饮酒量增加及高风险饮酒之间存在明确关联，而这可能加剧酒精相关危害。

与此同时，监管机构表示，审查收到的意见显示，各方对商业电视广告在更广泛社会危害中所起的作用存在分歧。该机构还指出，电视酒类广告虽然只是广播机构收入中占比较小、但颇为重要的一部分，也是酒类行业和体育行业商业模式的一环。

澳大利亚通信与媒体管理局主席Nerida O’Loughlin表示，监管机构认为，相关调整应有针对性且适度，但确有必要。最紧迫的一项建议是针对Free TV Australia提出的。该行业组织负责在澳大利亚共同监管制度下制定商业电视行业守则。

澳大利亚通信与媒体管理局表示，Free TV Australia应取消现行豁免条款。根据这些条款，在按分级规则通常禁止播出酒类广告的时段，体育赛事转播仍可播放此类广告。监管机构指出，周末白天的体育赛事吸引大量观众，其中包括许多儿童；正是这些豁免让儿童接触到酒类广告。

O’Loughlin表示，体育赛事广告豁免是澳大利亚独有的做法，与赌博等其他受限广告类别的处理方式并不一致。监管机构认为，综合来看，取消这项豁免将使电视规定更符合社会对保护儿童的期待。

澳大利亚通信与媒体管理局还呼吁Free TV Australia自愿将同一行业守则适用于通过广播机构在线服务播出的电视节目。该机构表示，无论观众是通过传统电视信号收看节目，还是通过广播机构的在线服务观看流媒体，都期待获得同等保障。

这项建议的影响可能远超传统电视领域。若获采纳，啤酒、葡萄酒和烈酒品牌在体育赛事转播中的部分广告机会可能受到限制，也可能加大推动更广泛改革的压力，改变这些产品通过广播机构数字平台进行营销的方式。如果政府随后启动更全面的审查，互联网及其他现行电视行业守则未涵盖领域中的酒类推广也可能再次受到审视。

澳大利亚通信与媒体管理局表示，审查期间提出的许多担忧远不止免费电视领域。该机构称，受访者提及了在线酒类营销、体育场馆内的推广、球队球衣上的广告，以及其他不在该局直接管辖范围内的渠道。

因此，监管机构表示，澳大利亚政府应全面审视酒类广告监管制度。澳大利亚通信与媒体管理局称，审查应考察不同平台之间可能存在的漏洞和不一致，而不是孤立地处理电视广告问题。

这项建议是在众议院卫生、老年护理与残障事务常设委员会近期呼吁政府建立新的酒类广告与营销强制性框架之后提出的。

根据澳大利亚现行制度，澳大利亚通信与媒体管理局无权直接修改商业电视行业守则。Free TV Australia负责起草和更新守则，但须经监管机构登记。尽管如此，澳大利亚通信与媒体管理局已表示，如果行业不采取行动，该机构可以介入。监管机构称，如果Free TV Australia未能提交一份提供适当社会保障措施的修订版守则，该局可以着手制定节目标准。

此次审查通过公众咨询共收到96份意见书。澳大利亚通信与媒体管理局表示，该机构还征询了广播机构、体育组织、公共卫生倡导者、酒类和广告行业代表、政府部门及海外监管机构的意见。

监管机构的报告反映了公共卫生关切与商业利益之间的权衡。报告承认，电视酒类广告在广告总量中

占比不大，但指出，由于体育赛事直播的观众构成特殊，且这些节目在白天时段播出、曝光度高，因此这一问题尤为重要。

对酒类生产商和营销人员而言，此次审查意味着该行业最受瞩目的广告场景之一可能面临更严格的限制。体育赛事转播长期以来为品牌提供了触达大量观众、与重大赛事建立紧密关联的机会。如果体育赛事豁免被取消，且在线服务也纳入同一行业守则，广告主可能不得不重新考虑在澳大利亚的部分营销策略。

澳大利亚通信与媒体管理局表示，完整的审查结果报告已发布在其网站上，并感谢参与者提交意见。