



香港中區
立法會道 1 號
立法會綜合大樓
立法會資訊科技及
廣播事務委員會秘書
洗柏榮先生

洗先生：

有關放寬電視節目服務中對間接宣傳的規管

閣下於二零一八年七月六日轉介一名市民就題述事宜表達意見的函件，已由商務及經濟發展局轉交本辦公室，我獲授權回覆如下。

通訊事務管理局（通訊局）於七月四日公布經檢討後決定放寬電視節目服務中對間接宣傳的規管。由二零一八年七月二十七日起，除新聞節目、時事節目、兒童節目、教育節目、宗教儀式及其他崇拜節目外，持牌機構獲准在電視節目中播出間接宣傳。檢討期間，通訊局已考慮全港性的意見調查、專題小組討論會，及在為期一個月的公眾諮詢中所收集到的業界和公眾的意見。通訊局亦參考了海外主要地區的做法。

植入式廣告

植入式廣告指持牌機構在獲得報酬或其他有值代價的情況下，在節目內展示或使用產品／服務。在諮詢過程中，公眾及媒體界的專業人士普遍支持繼續採用基本原則規管植入式廣告。在海外主要地區，除了韓國就植入式廣告訂定仔細及具體的規定外，其他地區均普遍採用基本原則，讓持牌機構有較大創作空間。同時，根據全港性的意見調查結果和檢討期間收集到的意見，表達手法是否自然及會否干擾觀賞趣味是影響觀眾對植入式廣告接受程度的主要因素之一。大部分觀眾亦不接受電視節目內有直接推銷的內容。通訊局亦注意到海外主要地區普遍採用的規管原則是植入式廣告不可含有直接推銷；或以宣傳方式提及植入的產品／服務，以維護節目的完整性。

基於上文所述，通訊局決定維持現時採用基本原則規管植入式廣告的做法，以維持創意及彈性，並放寬規管植入式廣告的基本原則如下：(i)在節目中展示或使用產品／服務，須顧及節目的內容及類別，以自然及不會令人覺得突兀的手法表達；以及(ii)不得直接推銷或建議使用產品／服務。為協助持牌機構及公眾了解放寬後的規管要求，通訊局已在網站上載「常見問題」，列出可接受和不可接受的植入式廣告表達手法的例子，以供參考。

在無償的情況下提及商品／服務

通訊局預計在無償的情況下，持牌機構應沒有誘因在節目中植入大量產品／服務。通訊局因此決定取消現行禁止節目在無償的情況下過分突出所提及的商品／服務的規定。此做法與海外主要地區的規管相若，並能減輕持牌機構遵守規定的負擔。

外購節目及直接轉播頻道

通訊局考慮到持牌機構通常不會因外購節目中提及商品／服務的內容而獲得報酬或其他有值代價，對這類節目亦沒有編輯控制權，而在其他主要地區，外購節目中的植入式廣告可獲得不同形式的豁免。通訊局因此決定豁免外購節目遵守植入式廣告的規則。另外，收費電視直接轉播頻道中的無償間接宣傳，將獲豁免遵守間接宣傳和贊助規定，是由於持牌機構在直接轉播時要符合相關規定有技術困難。

保障觀眾的措施

公眾普遍認為持牌機構應在節目開始前清楚告知觀眾節目中含有植入式廣告，讓觀眾可以決定是否選看節目。大部分對植入式廣告有所規範的主要地區，均強制要求持牌機構在節目開始前通知觀眾節目中含有植入式廣告。為保障觀眾的利益，通訊局規定持牌機構須在節目開始前作出聲明，清楚告知觀眾節目中含有植入式廣告。這規定亦適用於外購節目。至於上文提及的收費電視直接轉播頻道，持牌機構須向觀眾述明有關頻道是外購作直接轉播，以及可能含有間接宣傳。

有關放寬間接宣傳的規管的詳情，可參考通訊局的新聞稿



(https://www.coms-auth.hk/tc/media_focus/press_releases/index_id_1724.html)。

選舉廣告

根據廣播條例（第 562 章）附表四第 12 條，電視節目服務持牌人不得將任何屬宗教或政治性質或關於任何工業糾紛的廣告納入在其服務內。有關規例考慮到電視服務是具影響力的媒體，如不就播放政治廣告作出規管，可能會讓財力較為雄厚的機構或人士在宣傳及推廣其政治取態時獲得不適當的優勢或影響力而造成不公平。通訊局察悉有關規例已實踐多年，並行之有效。

通訊事務總監

(盧潔瑋



代行)

二零一八年七月十九日

副本送：立法會資訊科技及廣播事務委員會主席

莫乃光議員, JP

商務及經濟發展局常任秘書長（通訊及創意產業）

（經辦人：劉琮愷先生）