

諮詢文件

就電視和電台業務守則 徵詢公眾意見

目的

根據《廣播條例》(第 562 章)第 3 條，通訊事務管理局(“通訊局”)可發出及修訂業務守則，就《廣播條例》施加於持牌機構的規定或就牌照條件，向持牌機構提供實務指引。通訊局現正檢討下列在業務守則中的條文：

- (a) 《電視通用業務守則 — 節目標準》(《電視節目守則》)和《電視通用業務守則 — 廣告標準》(《電視廣告守則》)中，有關本地免費電視節目服務(“本地免費電視”)持牌機構在外購作直接轉播的頻道中，處理出現在節目內的廣告材料的安排；
- (b) 《電視廣告守則》中，有關以節目形式拍攝的廣告的識別規定；以及
- (c) 《電視廣告守則》、《電台業務守則 — 廣告標準》和《電台業務守則 — 附帶視像服務廣告標準》(《電台廣告守則》)中，有關宣傳廣告的宣傳片是否計算在廣告時限內的規定。

歡迎公眾人士以書面提出意見或建議。

建議一： 本地免費電視在外購作直接轉播的頻道中，處理出現在節目內的廣告材料的安排

現行條文

2. 現時，電視節目服務持牌機構¹須遵守《電視節目守則》和《電視廣告守則》的條文，包括：

- (a) 禁止在節目中播放廣告材料²；
- (b) 廣告與節目必須有明顯區別³；
- (c) 對節目贊助的限制⁴；以及

¹ 非本地電視節目服務持牌機構除外。

² 《電視廣告守則》第 8 章第 1 段

³ 《電視廣告守則》第 3 章第 4 及 5 段

⁴ 《電視廣告守則》第 9 章

(d) 禁止在節目中作間接宣傳⁵。

3. 本地收費電視節目服務(“本地收費電視”)和其他須領牌電視節目服務(“其他須領牌電視”)的衛星轉播頻道目前獲豁免遵守上文第 2(a)至(c)段的條文，條件是：

- (a) 有關頻道主要供香港以外地區收看，持牌機構並未因播放在節目內出現的廣告而獲得任何收益，以及若持牌機構遵守有關規定，節目內容會受干擾；或
- (b) 違反有關限制屬無法避免。

上文第 2(d)段的條文並沒有獲得相同的豁免。相關條文的細節載於附錄 A。

建議修訂

(A) 本地免費電視外購作直接轉播的頻道

4. 自數碼地面電視服務於二零零七年推出後，本地免費電視可提供多頻道服務，當中包括外購作直接轉播的頻道。目前，其中一家本地免費電視持牌機構提供的南方衛視、深圳衛視和中央電視台綜合頻道是外購作直接轉播的頻道，這些頻道的節目經常出現頻密的廣告材料。由於有關的頻道是直接轉播，持牌機構有困難採取措施嚴格遵守上文第 2 段提及的條文。過去兩年，共有十宗投訴本地免費電視違反相關條文的個案被裁定成立。鑒於被裁定成立的投訴個案數目有上升的趨勢，我們有必要檢討相關條文。

5. 爲了處理上文第 4 段所述的問題，我們建議把本地收費電視和其他須領牌電視的衛星轉播頻道所獲得的豁免，擴展至本地免費電視。

附加條件

6. 雖然我們建議把豁免擴展至本地免費電視，不過在上文第 3 段所述，即目前適用於本地收費電視和其他須領牌電視的豁免條件，將同樣適用於本地免費電視。此外，鑒於本地免費電視的普及程度、只適用於本地免費電視的廣告時限及公眾利益的考慮，我們建議對本地免費電視施加下列附加條件：

- (a) 持牌機構須作出聲明，確認外購作直接轉播的頻道主要供香港以外地區收看，以及持牌機構並未因播放在節目內出現的廣告而獲得任何廣告收益；

⁵ 《電視節目守則》第 11 章第 1 及 3 段

- (b) 在外購作直接轉播的頻道中，持牌機構須在節目開始時及每隔 30 分鐘，在熒幕上播出每次維時 30 秒的公告，讓觀眾清楚知道節目內會出現廣告材料；以及
- (c) 在外購作直接轉播的頻道中，廣告時間內播放的廣告不得超逾《廣播條例》附表 4 第 11(1)條⁶所列的時限。

7. 雖然我們建議把豁免擴展至本地免費電視，但本地免費電視持牌機構須繼續遵守下列適用於所有電視服務持牌機構的現行條文：

- (a) 所有廣告材料須遵守香港法例的規定；
- (b) 禁止播放某些產品或服務(例如受限制的藥品、以 18 歲以下青少年為對象的一般伴遊及約會服務等)的廣告；以及
- (c) 某些產品或服務(例如含酒精飲品、博彩⁷等)的廣告，不得在合家欣賞時間⁸內或在以兒童或青少年為對象的節目播放。

(B) 禁止在節目內作間接宣傳

8. 現時，外購作直接轉播的頻道沒有獲豁免遵守禁止在節目內作間接宣傳的條文(即上文第 2(d)段的規定)。我們認為，禁止間接宣傳的條文與上文第 2(a)至(c)段的限制性質類似。為了提高此規管範疇的一致性，我們建議在本地免費電視、本地收費電視，以及其他須領牌電視外購作直接轉播的頻道均可獲豁免遵守禁止間接宣傳的限制。

(C) 雜項修訂

9. 現時，在《電視節目守則》和《電視廣告守則》中，「衛星轉播服務」和「外購作直接轉播的頻道」同時指並非由持牌機構製作的直播頻道。為了一致起見，我們建議以「外購作直接轉播的頻道」取代「衛星轉播服務」這用語，以反映技術中立的規管制度。

⁶ 《廣播條例》訂明，本地免費電視的廣告時間，在每天下午 5 時至下午 11 時的時段內，就每小時而言合計不得超逾 10 分鐘，而在其他時間，廣告時間佔在有關時段內提供的電視節目服務的總時間合計不得超逾 18%。

⁷ 只限於藉著或根據《博彩稅條例》(第 108 章)獲得批核的獎券、足球及賽馬博彩的廣告。

⁸ 上文第 7(c)段有關合家欣賞時間的限制只適用於本地免費電視。合家欣賞時間定為每日下午 4 時至晚上 8 時 30 分。在這段期間，任何不適宜兒童觀看材料，一律不准播映。

建議二：以節目形式拍攝的廣告的識別規定

現行條文

10. 現行的《電視廣告守則》訂明，本地免費電視、本地收費電視，以及其他須領牌電視可播出以節目形式拍攝的廣告，但該電視廣告須清楚表明是廣告，而有關廣告不能與節目材料混淆。假如廣告所採用的形式，未能令人即時察覺其為廣告，有關廣告必須在開始及結束時，以清晰可讀的文字指明本身屬於廣告（例如使用附加字幕）⁹。本地收費電視及其他須領牌電視的衛星轉播頻道所播出的廣告若符合訂明條件¹⁰，則可豁免遵守有關規定。

11. 相關條文載於附錄 B。

建議修訂

12. 在過去數月，我們接獲投訴指一些維時較長並以節目形式拍攝的廣告或廣告雜誌，沒有清楚表明是廣告。有關投訴被裁定成立。我們尊重創作人在創作廣告上的言論自由和創作空間。不過，近年來嶄新的電視廣告表現手法令觀眾未能清楚知道以節目形式拍攝的廣告是否廣告。鑒於上述情況，我們建議修訂《電視廣告守則》，規定：

- (a) 如廣告以節目形式拍攝，則在整段播出期間，必須在熒光幕上清楚顯示「廣告」或「廣告雜誌」一詞；以及
- (b) 若廣告以節目形式拍攝，其名稱不應與一般的節目名稱混淆。廣告若以節目形式拍攝且有名稱，則應在名稱中加入能清楚識別有關材料是廣告的字眼，如「廣告雜誌」一詞。

建議三：有關宣傳廣告的宣傳片是否計算在廣告時限的規定

現行條文

13. 《電視廣告守則》規定，「廣告」或「廣告材料」泛指任何包括在電視節目服務內用以推銷某種商品或服務，或用以增進任何機構、商行或個人利益的材料，包括以文字、音響效果（包括音樂）及／或畫面表達，並以直接宣布、廣告口號、描述或其他形式播出的材料，以及在節目中宣傳任何產品或服務的語句。根據該守則，廣告或廣告材料並不包括持牌機構的電視台及／或節目服務的宣傳材料¹¹。

⁹ 《電視廣告守則》第 3 章第 5 段

¹⁰ 訂明條件包括有關頻道須主要供香港以外地區收看，持牌機構並未因播放在節目內出現的廣告而獲得任何收益，以及若持牌機構遵守有關規定，節目內容會受干擾。

¹¹ 《電視廣告守則》第 2 章第 1 及第 2(c)段

14. 在《電台廣告守則》¹²中，「廣告」和「廣告材料」的定義與上文所述類似。

15. 相關條文載於附錄 C。

建議修訂

16. 本地免費電視及聲音廣播持牌機構分別受《廣播條例》或聲音廣播牌照所訂的總廣告時限規管¹³。《廣播條例》第 2(9)(a)條訂明，「電視節目服務」包括該服務所包含的廣告。因此，宣傳電視廣告或電台廣告的宣傳片或會被理解為宣傳節目服務的材料，即不包括在《電視廣告守則》中「廣告」或「廣告材料」的定義內，亦不會計算在總廣告時限內。

17. 前廣播事務管理局在處理一宗關於宣傳廣告雜誌的宣傳片的投訴時，認為廣告雜誌的宣傳片明顯是鼓勵觀眾收看廣告雜誌和提高廣告雜誌的收視率，因此該類宣傳片應屬廣告材料及計算在總廣告時間內。

18. 為了使現有規管廣告材料的條文更加清晰，我們建議修訂《電視廣告守則》和《電台廣告守則》，以清楚說明所有廣告的宣傳片或宣傳聲帶均應視為廣告材料，並計算在適用於本地免費電視、聲音廣播，以及數碼聲音廣播服務的附帶視像服務的總廣告時限內。

歡迎提出意見

19. 通訊局歡迎公眾就本諮詢文件的內容提出觀點及意見，如閣下對諮詢文件內提及的建議有任何觀點及意見，請於 **2012 年 10 月 11 日**前，以書面方式經下列途徑送交通訊局秘書處：

郵寄： 香港灣仔告士打道 5 號
稅務大樓 39 樓
通訊事務管理局秘書處
(經辦人：牌照管理第二組 – 《業務守則》修訂諮詢)

傳真： 2507 2219
(經辦人：牌照管理第二組 – 《業務守則》修訂諮詢)

電郵： consultation-cop@ofca.gov.hk

¹² 《電台廣告守則》第 5(a)段

¹³ 有關《廣播條例》所規定的廣告時限，見上文註腳 6。聲音廣播牌照規定，聲音廣播服務持牌機構全日播放的廣告時數不得超過全日廣播時數的 12%。就數碼聲音廣播服務的附帶視像服務而言，在任何一天顯示於該服務的影像廣告材料的總時數，不得超過提供附帶視像服務總時數的 30%。

所有以書面方式提交的觀點及意見，均會轉交通訊局及其轄下的廣播業務守則委員會，以備該局檢討有關守則時，作參考及考慮之用。通訊局及其轄下的廣播業務守則委員會保留權利，向公眾披露就本諮詢文件而提交的意見書的全部或部分內容，以及有關意見的來源。任何聲稱屬商業機密的資料必須清楚標明，以便通訊局在決定是否披露這些資料時加以考慮。

如有查詢，請寄電郵至 < consultation-cop@ofca.gov.hk > 或致電 2594 5751 或 2594 5723，與牌照管理第二組聯絡。

通訊事務管理局秘書處
二零一二年九月二十日

《電視通用業務守則 — 廣告標準》摘錄

第 3 章 一般廣告標準

本地免費、本地收費以及其他須領牌電視節目服務

廣告識別

4. 廣告材料應清楚表明是廣告。廣告與節目必須有明顯區別。
5. 應小心評估任何以節目形式（例如紀錄片、錄影訪問、烹飪示範）拍攝的廣告，以確保該廣告不會與節目材料混淆。假如廣告所採用的形式，未能令人即時察覺其為廣告，有關廣告必須在開始及結束時，以清晰可讀的文字指明本身屬於廣告（例如使用附加字幕）。對於包含或部分包含家居購物材料的服務，若通訊局認為該服務或部分服務的性質，已向觀眾清楚說明，則這項規定並不適用。
6. 就本地收費電視節目服務及其他須領牌電視節目服務而言，若播出的廣告屬於主要供香港以外地區收看的衛星節目的一部分，而持牌人並未因播放廣告而獲得任何收益，兼且持牌人須干擾廣播服務才可遵守本章第 4 段及第 5 段的標準，則持牌人可免遵守有關標準。

第 8 章 廣告時間

本地免費、本地收費以及其他須領牌電視節目服務

1. 除非通訊局另作批准，否則持牌人只准在節目開始或結束時，又或者節目中的正常間斷時間之內播放廣告材料或非節目類材料。就本守則而言，「非節目類材料」不包括廣告材料，但包括持牌人的電視台或節目服務的宣傳片段，以及通訊局根據《廣播條例》或有關牌照指定持牌人必須在其電視節目服務內播出的公布。對於包含或部分包含家居購物材料的服務，若通訊局認為該服務或部分服務的性質，已向觀眾清楚說明，則這項規定並不適用。

2. 對於**本地收費電視節目服務**及**其他須領牌電視節目服務**，若播出的廣告屬於主要供香港以外地區收看的衛星節目的一部分，而持牌人並未因播放廣告而獲得任何收益，兼且持牌人須干擾廣播服務才可遵守上文第 1 段列出的標準，則持牌人可免遵守有關標準。

第 9 章 贊助節目

適用於所有服務的一般原則

1. 如贊助商須向持牌人付出報酬或其他有值代價（包括送出有關節目）以交換某節目的播映，該節目便為贊助節目。所謂節目，包括節目其中一部分或一個節目環節。
2. 本守則的其中一個核心原則是保存節目的完整性，因此不得基於商業原因改變節目的流程。持牌人須為贊助節目的內容負責。

適用於不同類別服務的準則

本地免費電視節目服務

贊助識別

3. 贊助節目都必須清楚表明其為贊助節目。贊助識別（不包括以廣告形式出現的贊助識別）必須符合下列的基本規則：
 - (a) 贊助識別必須與廣告有所區別，其中不得含有「最暢銷」、「最受歡迎」等字眼的聲稱、價格資料以及直接籲請觀眾購買或租用贊助商的產品或服務的內容；
 - (b) 不應使用觀眾難以識別和理解的手法影響觀眾；以及
 - (c) 節目內的贊助識別不得過度分散觀眾的注意力和干擾節目的觀賞趣味或娛樂成分。
4. 贊助節目必須以下列方式清楚表明其為贊助節目：
 - (a) 在片頭及／或片尾，以畫面及／或聲音作贊助聲明（須符合本章第 5 至 7 段的規定）；及／或

- (b) 如屬整個節目或當中一節目環節^(註 1)或節目項目^(註 2)的冠名贊助，在節目名稱或節目環節名稱或節目項目名稱內加上贊助商的名稱（須符合本章第 8、8B 和 9 段的規定）；及／或
- (c) 如屬本章第 8A 段准許的「節目內可接受贊助的材料」，可(在受贊助的材料旁邊)顯示贊助提述（須符合本章第 8A 至 9 段的規定）；及／或
- (d) 如屬節目內的產品／服務贊助，而持牌人透過在節目內提及商業產品或服務獲得報酬或其他有值代價，按照上文(a)段所述方式作贊助聲明（須符合本章第 10 段的規定）；及／或
- (e) 在片頭及／或片尾以廣告方式表明其為贊助節目，惟該等廣告須計入規定的廣告時限內。

片頭或片尾的贊助聲明

5. 廣告與節目片頭或片尾的贊助聲明必須清楚區分，以免贊助聲明被用作延長限定廣告時間的工具。贊助聲明可包括贊助商的名稱及／或商號／行業／牌子／產品／服務名稱及／或商標／標識，並可顯示贊助商的產品或服務以及聯絡資料（如電話號碼、地址、傳真、網址等）。在符合本章第 3 段規定的情況下，亦可使用廣告口號及與贊助商特質有關的形容字眼。

6. 在不抵觸本章第 8 至 8B 段規定的情況下，贊助識別（不論是否加入節目名稱內）可在片頭及／或片尾以贊助聲明形式出現。如只有一位贊助商，片頭或片尾的贊助聲明播出時間不得超過 10 秒；如有多於一位贊助商，則不得超過 30 秒。

7. 片頭贊助聲明須在節目開始之前作出，不得夾雜於節目任何一部分之內。片尾贊助聲明不得先於片尾的活動字幕播出，但可夾雜其中。

冠名贊助

8. 除片頭或片尾的贊助聲明外，持牌人可在節目名稱、節目環節名稱

^(註 1) 以比賽節目為例，節目中的一個比賽環節便是典型的節目環節。

^(註 2) 以比賽節目為例，構成比賽環節的元素，便是典型的節目項目。

或節目項目名稱內加上贊助商的名稱、其商號／行業／牌子／產品／服務名稱、商標／標識、廣告口號及與贊助商特質有關的形容字眼。在節目內提及受贊助的節目名稱、節目環節名稱和節目項目名稱(不論以畫面及／或聲音提及)，須符合本章第 8B 和 9 段的規定。

節目內可接受贊助的材料

8A. 容許在節目內贊助下列材料：

- (a) 根據《電視通用業務守則—節目標準》第 12 章第 14A 段准予在熒幕上附加的本地日期、時間和天氣資訊；
- (b) 根據《電視通用業務守則—節目標準》第 12 章第 15A 段准予在熒幕上附加的「節目內的宣傳」；以及
- (c) 在旅遊紀錄片或廚藝節目，或雜誌式節目內有關旅遊或廚藝的環節中，提供與節目相關的文字資訊。

除片頭或片尾的贊助聲明外，持牌人可(在受贊助的材料旁邊)顯示贊助商的名稱、其商號／行業／牌子／產品／服務名稱、商標／標識、廣告口號及與贊助商特質有關的形容字眼(「贊助提述」)，該等贊助提述在表達方式或內容方面，須清楚表明是贊助識別^(註 3)。該等贊助識別連同受贊助的材料(在旅遊紀錄片或廚藝節目，或雜誌式節目內有關旅遊或廚藝的環節中，提供與節目相關的文字資訊除外)不可附有聲音，並須大致顯示在電視熒幕的其中一條邊沿，以及須符合本章第 8B 和 9 段的規定。

節目內的贊助識別

8B. 持牌人根據本章第 8 段在節目內提及受贊助的節目名稱／節目環節名稱／節目項目名稱(不論以畫面及／或聲音提及)；以及根據本章第 8A 段在節目內受贊助的材料旁邊顯示贊助提述以作贊助識別時，須符合本章第 3 段的基本規則及下列條件：

- (a) 節目內的贊助識別每次只可出現一個；

^(註 3) 舉例來說，在顯示贊助提述時加上如“呈獻”、“贊助”或“提提你”等表示贊助的字眼，可視作清晰的贊助識別。

- (b) 每個贊助識別連同受贊助的材料只可提及一名贊助商；
- (c) 贊助識別的大小，不得超過整個電視熒幕的 5%；
- (d) 贊助識別的播放頻率及時限須符合下列規定：
 - (i) 冠名贊助及任何可接受贊助材料的贊助識別不得過於頻密播放，以至破壞觀賞趣味；
 - (ii) 在為時 7 分鐘或以上的節目環節或沒有中斷的節目內，顯示贊助識別的時間每次不得超過 15 秒。在每個節目環節或沒有中斷的節目內，顯示冠名贊助及可接受贊助材料的贊助識別的總時限按每 7 分鐘播放 30 秒的比率計算；以及
 - (iii) 在為時 7 分鐘以下的節目環節或迷你節目內，顯示冠名贊助及可接受贊助材料的贊助識別的總時限不得超過 15 秒。
- (e) 就上述(d)段而言，下列各項均不會計入 8B(d)(ii)和(iii)段有關節目內的贊助識別的規定播放時限內：
 - (i) 顯示有贊助名稱的節目間隔^(註 4)；
 - (ii) 顯示有贊助名稱的背景布置；
 - (iii) 在整個節目的開頭和結尾各一次以字幕及／或聲音提及贊助節目名稱；
 - (iv) 在接續節目的預告^(註 5)中提及贊助名稱；

(註 4) 舉例來說，當節目進入及／或離開廣告時間時，顯示節目名稱的活頁卡便是典型的節目間隔。

(註 5) 舉例來說，以聲音及／或畫面提示下一個節目的名稱，便是典型的接續節目的預告。通常該等預告會在節目結束時播出。

(v) 在宣傳電視台的節目中提及贊助節目的名稱；以及

(vi) 根據《電視通用業務守則-節目標準》第 12 章第 15A 段，批准在節目內以附加字幕形式出現的贊助節目名稱。

9. 持牌人按照本章第 8 至 8B 段的規定提及贊助商時，必須時刻顧及一般觀眾的利益。假若維護觀眾利益與全面實施第 8 至 8B 段的規定兩者之間互有衝突時，當以維護觀眾利益為依歸。

節目內的產品／服務贊助

10. 持牌人所播放的節目可包含一種或多種產品或服務，以換取報酬或其他有值代價，但須符合下列規定：

- (a) 產品／服務的展示或使用要明顯配合節目的編輯需要，不會干擾觀賞趣味或令人覺得牽強；
- (b) 持牌人必須在節目的片頭及／或片尾的贊助聲明中清楚識別產品或服務的贊助商。片頭及／或片尾贊助聲明的內容必須符合本章第 5 至 7 段所載的規定；
- (c) 節目提及的產品或服務不得屬於業務守則所規定不可在電視播放廣告的產品或服務；以及
- (d) 本守則各章中所載的廣告標準，包括但不限於有事實根據的聲稱及貶抑競爭對手的規管條文，亦適用於節目內的產品／服務贊助。

贊助特定類別節目

戲劇節目

11. 已刪除。

兒童節目

12. 兒童節目的贊助須特別小心處理。兒童節目可採用本章第 8 段所指的冠名贊助，條件是不得使用與贊助商特質有關的形容字眼和廣告口號，以免節目過於商業化。持牌人不得在兒童節目內顯示本章第 8A 段所指的贊助提述及／或就兒童節目接受本章第 10 段所指的節目內的產品／服務贊助。

教育節目

13. 持牌人必須確保教育節目也嚴格遵守上文第 12 段所述的規則。就本段而言，「教育節目」指有明確教育目的的節目，通常與從事學術研究的正規課程有關，但不包括一般指導性（「技藝示範」）的節目。

時事節目

14. 時事節目亦可採用本章第 8 至 10 段所指的冠名贊助、在節目內（在受贊助的材料旁邊）顯示贊助提述，以及節目內的產品／服務贊助。由於這類節目的性質特殊，持牌人應小心選擇贊助商，以維護這類節目的公信力和完整性。

比賽節目中提及商業資料

15. 除非本章第 8 至 10 段另有規定，比賽節目中，可用畫面或聲音提供有關贊助商送出獎品的實際資料，但不得以廣告方式出現，而資料出現次數亦不得過於頻密。

贊助節目的宣傳片（「宣傳片」）

16. 贊助節目的宣傳片，必須遵守下列規定：

- (a) 不得提及贊助商，除非贊助商的名稱或商號／行業／牌子／產品／服務名稱、商標、標識或其廣告口號或與贊助商特質有關的形容字眼已包含在該電視節目的正式名稱中，而且宣傳片已符合上文第 8 至 8B 段適用條文的規定。宣傳片播出後，可接着播放宣布贊助商的廣告，而廣告須計入規定的廣告時限內。
- (b) 宣傳電視比賽節目的短片，可包括有關獎品及獎品贊助商的名稱及／或其商號／行業／牌子／產品／服務名稱及／或商標

／標識及／或廣告口號或與贊助商特質有關的形容字眼；亦可包括索取參加表格的實際資料，但該等資料不應包括任何產品／服務的廣告，其表達方式也不可干擾觀賞趣味。本章第 3 段所列的贊助識別的基本規則同樣適用於該等資料。

禁止及限制提供贊助的贊助商

17. 持牌人不得接受業務守則規定不可在電視播出廣告的產品／服務／場所的贊助。不過，如節目因劇情需要或為力求逼真，以致要加插有關場所的鏡頭，則可在片尾活動字幕內打出鳴謝該等場所的字句。

不得接受贊助的節目

18. 新聞節目及通訊局不時指令播出的節目、公布或其他材料，均不得接受贊助。

19. 宗教儀式或其他崇拜節目不得接受贊助。

外購節目

20. 遇有無可避免的情況，電影院播放的影片及拍攝外地舉行的體育項目和其他活動的外購節目，可免遵守本章的標準。

本地收費電視節目服務及其他須領牌電視節目服務

21. 持牌人不得暗中接受贊助。所有贊助都必須在節目開始及／或結束前清楚表明；及／或以節目冠名贊助、節目環節冠名贊助或節目項目冠名贊助的方式在節目中清楚表明；或根據本章第 8A 段的規定，在可接受贊助的材料旁邊顯示贊助提述。該等贊助識別可提及贊助商的名稱、產品／服務、商號／行業／牌子／產品／服務名稱、商標／標識、廣告口號和與贊助商特質有關的形容字眼，以及在比賽節目中提供有關贊助商送出獎品的資料。所有節目內的贊助識別必須符合本章第 3 段所列的基本規則及本章第 8B(a)、8B(b)及 8B(c)段所載的規定。本章第 10 段（但不包括第 6 段所訂明的時間限制）、12 至 14 段與及 17 至 20 段同樣適用於持牌人。

22. 在無法避免的情況下，持牌人所提供的衛星節目服務可免遵守本章第 21 段所訂定的標準。

《電視通用業務守則 — 節目標準》摘錄

第 11 章 間接宣傳

本地免費及本地收費電視節目服務

節目內容與廣告材料的分野

1. 電視節目中的間接宣傳，是指在節目中無意間或蓄意地把節目材料與廣告材料混合或加插廣告材料。原則上，廣告與節目應該清楚分開。禁止間接宣傳的原因，是爲了避免觀眾分不清他們所收看的是節目，還是爲電視台帶來收益的廣告。播放廣告材料時必須清楚表明是廣告，以便觀眾自行評斷該等材料的重要性。

過分突出商品

3. 任何節目都不得過分突出屬於商業性質的產品、服務、商標、牌子、標識，或與上述商業利益有關連的人士，以致造成等同廣告的效果。凡提及上述物品或人士，必須基於節目的編輯需要，又或只是以附帶形式出現。爲免生疑問，本規則不適用於《電視通用業務守則－廣告標準》第 9 章「贊助節目」第 10 段所允許的節目內的產品／服務贊助。

《電視通用業務守則 — 廣告標準》摘錄

第 3 章 一般廣告標準

本地免費、本地收費以及其他須領牌電視節目服務

廣告識別

5. 應小心評估任何以節目形式（例如紀錄片、錄影訪問、烹飪示範）拍攝的廣告，以確保該廣告不會與節目材料混淆。假如廣告所採用的形式，未能令人即時察覺其為廣告，有關廣告必須在開始及結束時，以清晰可讀的文字指明本身屬於廣告（例如使用附加字幕）。對於包含或部分包含家居購物材料的服務，若通訊局認為該服務或部分服務的性質，已向觀眾清楚說明，則這項規定並不適用。

《電台業務守則 — 廣告標準》摘錄

一般原則

7. 廣告必須令人易於辨認其為廣告，跟節目要有明顯的區分。

《電台業務守則 — 附帶視像服務廣告標準》摘錄

一般原則

8. 廣告必須令人易於辨認其為廣告。

《電視通用業務守則 — 廣告標準》摘錄

第 2 章 廣告釋義

1. 廣告或廣告材料泛指任何包括在電視節目服務內用以推銷某種商品或服務，或用以增進任何機構、商行或個人利益的材料，包括以文字、音響效果（包括音樂）及／或畫面表達，並以直接宣布、廣告口號、描述或其他形式播出的材料，以及在節目中宣傳任何產品或服務的語句。

2. 本守則中所指的廣告或廣告材料並不包括：

(a)

(b)

(c) 持牌人的電視台及／或節目服務的宣傳材料；

《電台業務守則 — 廣告標準》摘錄

廣告釋義

5. 以下釋義適用於本守則，除非出現相反意思：

(a) 廣告或廣告材料泛指任何包括在領牌服務內用以推銷某種商品或服務，或用以增進任何機構、商行或個人利益的材料，包括以文字及／或音響效果（包括音樂），並以直接宣布、廣告口號、描述或其他形式播出的材料，以及在節目中宣傳任何產品或服務的語句；

(b) 本守則所指的廣告或廣告材料並不包括：

(i)

(ii)

(iii) 持牌人的電台及節目服務的宣傳材料；

《電台業務守則 — 附帶視像服務廣告標準》摘錄

廣告釋義

5. 以下釋義適用於本守則，除非出現相反意思：

- (a) 廣告或廣告材料泛指任何包括在領牌服務內用以推銷某種商品或服務，或用以增進任何機構、商行或個人利益的材料，包括以文字及／或視像，並以直接宣布、廣告口號、描述或其他形式傳送的材料，以及在附帶視像服務中宣傳任何產品或服務的語句；
- (b) 本守則所指的廣告或廣告材料並不包括：
 - (i)
 - (ii)
 - (iii) 持牌人的電台、節目服務及／或附帶視像服務的宣傳材料；