

附錄

個案：二〇一一年九月十九日至二十三日晚上十時五十八分在電視廣播有限公司(無綫電視)翡翠台及高清翡翠台播放的電視節目「澳門永念庭特約：念親·情永在」

一名公眾人士投訴電視節目「澳門永念庭特約：念親·情永在」，指該節目系列為一間專門提供殯儀服務的公司作宣傳，違反規管贊助節目及禁止提供贊助的服務的相關條文。

通訊局的調查結果

通訊局按照既定程序，詳細考慮了投訴個案及無綫電視的陳述。通訊局知悉有關個案資料如下：

- (a) 有關公司在澳門經營商業骨灰龕服務，該公司亦是該一共五集的一分鐘節目(下稱「節目系列」)的節目及產品贊助商(下稱「贊助商」)；
- (b) 該節目系列介紹贊助商在澳門營運的骨灰龕場。根據互聯網所載的資料，該骨灰龕場以香港人為銷售對

象。節目情節簡單，以話劇形式講述一個家庭在贊助商的骨灰龕場，為已故的丈夫／父親選擇龕位，過程中有主持人在贊助商的骨灰龕場介紹相關的商業骨灰龕服務；以及

- (c) 該節目系列詳盡地介紹贊助商的骨灰龕場的設施和服務。首集特別指出從香港前往澳門交通方便，而有關家庭到達贊助商的骨灰龕場時，鏡頭顯示龕場正門外贊助商的名稱。其餘四集全部在贊助商的骨灰龕場拍攝，當中有家庭成員讚賞該骨灰龕場的優點，主持人詳細介紹商業骨灰龕場提供的相關服務，並有數個鏡頭顯示現場背景的贊助商標誌，以及多段對贊助商的服務表示欣賞或贊同的說話。

通訊局考慮了有關個案的相關資料後認為：

- (a) 節目透過有關家庭參觀骨灰龕場的不同部分，並就場內的設計、設施和服務加以描繪及讚美，大量展示贊助商的設施和服務，並有鏡頭明顯顯示贊助商的名稱／標誌。此外，加上每集節目開始、播放期間及結束時出現的贊助識別，觀眾自然會把節目中介紹的設施

和服務與贊助商的設施和服務聯想一起；

- (b) 該節目系列顯然是為展示贊助商的服務而設，五集節目中有四集是在贊助商的骨灰龕場拍攝。節目以劇中人物介紹個別設施和服務為引子，令到所有相關內容，包括主持人對商業骨灰龕場服務的詳細介紹等，成為有關贊助商的骨灰龕服務的宣傳材料。如此大量展示及讚美贊助商的骨灰龕場的內容使人感到牽強，亦不切合節目本身的編輯需要。通訊局認為無綫電視已違反《電視通用業務守則—節目標準》（《電視節目守則》）第 11 章第 1 段及《電視通用業務守則—廣告標準》（《電視廣告守則》）第 9 章第 10(a)段規管間接宣傳及在節目內展示贊助商服務的條文；以及
- (c) 至於持牌機構可否接受有關贊助商為該節目系列提供贊助，無綫電視指除了經營骨灰龕場外，該贊助商並無經營殯儀或與死亡或安葬服務有關的業務，而節目內亦只提及骨灰龕服務。考慮到節目提及骨灰龕服務時的表達方法克制，通訊局認為節目接受有關贊助商

的贊助，並無違反《電視廣告守則》的規定。

裁決

鑒於上述情況及考慮到無綫電視重覆違反有關間接宣傳的規定，通訊局決定向無綫電視發出**嚴重警告**，促請其嚴格遵守《電視節目守則》及《電視廣告守則》中的相關條文。