

個案一：二零一七年六月、七月及十月在電視廣播有限公司（無綫）翡翠台播放的電視節目《**Big Big 小明星 2017**》、《**原來 Big Big Channel 咁好玩**》、《**群星拱照 Big Big Channel**》和《**Big Big Channel 失驚無神賀中秋**》，以及二零一七年六月二十二及二十三日在無綫翡翠台播放和在電訊盈科媒體有限公司（**now 寬頻電視**）翡翠即日重溫頻道重播的電視節目《**東張西望**》

通訊事務管理局（通訊局）接獲 37 宗投訴，指上述五個電視節目提到及／或展示一項名為「大台網」（**Big Big Channel**）的流動應用程式服務（「該服務」）。投訴主要指「該服務」由大台網有限公司（大台網）提供，不屬於無綫提供的本地免費電視節目（免費電視）服務或 **now 寬頻電視** 提供的本地收費電視節目（收費電視）服務的一部分，而「該服務」沒有被識別為相關節目的贊助商。因此，在上述五個節目中介紹、展示和宣傳「該服務」等同把節目材料與廣告材料混合，以及間接宣傳「該服務」。

通訊局的調查結果

通訊局按照既定程序，詳細考慮了投訴的細節，以及無綫和 **now 寬頻電視** 的陳述。通訊局考慮了個案的相關資料，其中包括以下各點：

個案的細節

- (a) 「該服務」由大台網（前稱「無綫網絡電視有限公司」）提供。大台網是一家由無綫間接擁有的附屬公司，因此是獨立於無綫的企業實體；

- (b) 根據「該服務」在其網站的介紹，「該服務」是一個「集傳統電視、手機應用程式、社交平台於一身的多媒體，由無綫藝人、中日韓台網絡紅人透過直播及拍攝影片，為觀眾帶來體驗」。「該服務」於二零一七年六月二十三日以試用形式推出，並於二零一七年七月二十三日正式啟用；
- (c) 根據無綫二零一七年《中期報告》，「該服務」為全新網上社交媒體平台，除其他內容外，「可透過利用無綫電視節目的衍生內容及互動網上遊戲為廣告客戶提供內容營銷，此舉可擴展為電子商務業務」。此外，憑藉無綫在「地面電視的主導市場份額及快速增長的OTT平台用戶基礎」，無綫計劃「於一年內達到300萬名訂戶的目標」；
- (d) 「該服務」可供免費下載。一經登入，已登記用戶可觀看無綫藝人和網絡紅人所作的直播及他們拍攝的影片。在觀看直播時，用戶可向藝人／網絡紅人發送若干免費虛擬禮物，以及在應用程式購買代幣以贈送各種付費禮物給他們。藝人／網絡紅人可把所獲得的虛擬禮物兌換為現金；
- (e) 「該服務」所提供的部分內容與無綫的免費電視服務所播放的節目有關；但亦有其他內容與無綫的節目並無直接關連；
- (f) 在被投訴的五個節目中，「該服務」和大台網均沒有被識別為贊助商；
- (g) 無綫表示，「該服務」與無綫是不可分割的實體，「該服務」是無綫免費電視服務的延伸，亦並非可供購買的商業產品或須付費的商品；以及

- (h) now寬頻電視涉及在其翡翠即日重溫頻道播放其中一個被投訴的節目（即《東張西望》）。有關頻道是直接轉播頻道，近乎於即日重播已於無綫翡翠台播放的節目。

《電視通用業務守則－節目標準》（《電視節目守則》）中的相關條文

- (a) 第11章第1段－電視節目中禁止間接宣傳，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；
- (b) 第11章第3段－任何節目都不得過分突出屬於商業性質的產品、服務、商標、牌子或標識，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，必須基於節目的編輯需要，又或只是以附帶形式出現；以及

《電視通用業務守則－廣告標準》（《電視廣告守則》）中的相關條文

- (c) 第2章第2(c)段－本守則中所指的廣告或廣告材料並不包括持牌人的電視台及／或節目服務的宣傳材料。

通訊局的審議

通訊局考慮了個案的相關資料後，認為：

- (a) 「該服務」由大台網提供，而大台網是一家獨立於無綫的企業實體；
- (b) 雖然「該服務」所提供的部分內容與無綫的免費電視服務、節目及／或藝人有關，但亦有其他內容是特別為「該服務」而製

作，與無綫的免費電視服務沒有直接關連。「該服務」並非無綫的免費電視服務的一部分，而「該服務」是否主要為推廣無綫所提供的節目服務而推出亦存在疑問。儘管通訊局注意到，使用不同平台和途徑（例如通過藝人或網絡紅人進行社交媒體營銷）的做法現今非常普遍，但通訊局認為，與持牌機構的電視台及／或節目服務無關的廣告材料應與節目清楚區分；

- (c) 在決定個別被投訴的節目是否違反相關條文時，通訊局已審慎考慮在每個節目中提到及／或展示「該服務」是否構成《電視廣告守則》所指的「廣告材料」；倘若如此，在個別被投訴的節目中提到及／或展示「該服務」，是否為了「宣傳」無綫的「電視台」及／或「節目服務」，因而可根據《電視廣告守則》第 2 章第 2(c)段所載的定義而不被視為「廣告或廣告材料」。通訊局對五個被投訴節目的審議，詳載於[附件](#)；
- (d) 無綫表示，公眾可以免費獲得「該服務」，因此，對觀眾而言，「該服務」是無綫在網上提供的免費電視頻道。然而，通訊局認為《電視廣告守則》第 2 章第 2(c)段的規定適用與否，並非取決於所宣傳的服務是否免費。此外，無綫對公眾認為「該服務」屬無綫提供的免費電視頻道（如有的話）的聲稱，與本個案無關。即使公眾有這種觀感，也不代表「該服務」是無綫電視台及／或免費電視服務的一部分，或在無綫的節目中提及「該服務」是為了宣傳無綫的「電視台」及／或「節目服務」；以及
- (e) 至於 now 寬頻電視，儘管有關頻道（即翡翠即日重溫頻道）是一條直接轉播頻道，播放已在免費電視服務播放的節目，但這不能免除 now 寬頻電視作為收費電視持牌機構須遵守《業務守

則》內的適用條文的責任。通訊局認為，翡翠即日重溫頻道不能被視為主要供香港以外地區收看的頻道。因此，《電視廣告守則》第 8 章第 2 段所提供的豁免¹在本個案中並不適用。

裁決

經審慎考慮各宗投訴的具體事實及情況（包括[附件](#)所載的審議），通訊局認為，除二零一七年六月二十三日播放的《東張西望》中一個長約四分半鐘涉及無綫劇集《踩过界》演員的環節外，上述五個節目過分突出和間接宣傳「該服務」的投訴均成立，違反了《電視節目守則》第 11 章第 1 及 3 段的規定。

就對無綫所施加的懲處，通訊局注意到，首四個被投訴節目（即《Big Big 小明星 2017》、兩集的《東張西望》、《原來 Big Big Channel 咁好玩》及《群星拱照 Big Big Channel》）的播放日期相當接近。經考慮上述情況並平衡所有相關因素（包括持牌機構違反間接宣傳條文的記錄及違規的嚴重程度）後，通訊局決定就無綫播放《Big Big 小明星 2017》、兩集的《東張西望》、《原來 Big Big Channel 咁好玩》及《群星拱照 Big Big Channel》四個節目違反《電視節目守則》中的相關條文，一併向無綫**施加港幣三十萬元罰款**。

至於在其後數月，即於二零一七年十月播放的第五個被投訴節目《Big Big Channel 失驚無神賀中秋》，通訊局認為應另行作出懲處。在平衡所有相關因素（包括持牌機構的違規記錄，以及該節目違規的程度並非被投訴的五個節目中最为嚴重）後，通訊局決定向無綫發出**嚴重警告**，促請它嚴格遵守《電視節目守則》中的相關條文。

¹ 《電視廣告守則》第 8 章第 2 段訂明，若播出的廣告（包括節目贊助和產品贊助）屬於主要供香港以外地區收看的外購作直接轉播的頻道所播送的節目的一部分，而持牌人並未因播放廣告而獲得任何收益，兼且持牌人能證明須干擾廣播服務才可遵守同一章第 1 段列出的標準，則持牌人可免遵守有關標準。

至於對 now 寬頻電視所施加的懲處，經審慎考慮個案的具體事實、情況及相關因素（包括持牌機構未有於其直接轉播頻道播放的節目違反間接宣傳條文的記錄）後，通訊局決定向 now 寬頻電視發出**勸諭**，促請它嚴格遵守相關條文。

附件

(一) 二零一七年六月十八日晚上八時至九時三十分於無綫翡翠台播放的《**Big Big**小明星2017》

該節目是一個長約一小時半的綜合節目，當中多位被稱為無綫互聯網平台上的網絡紅人的小朋友競逐六個獎項。在整個節目中，從主題音樂、錄影廠場景、吉祥物服飾、舞蹈員和藝人的表演、頒發的獎杯，以至使用的道具，均明顯地展示了「該服務」的標誌及／或名稱，而螢幕上亦附加了「該服務」的標誌。儘管「該服務」的全名只曾在主題音樂的旁白中提及，但節目主持多次說出「**Big Big**小明星」這個名稱（合共14次）。

通訊局認為，節目如此頻密和明顯地展示「該服務」的標誌及／或名稱和提及有關的標識短句（即「**Big Big**」），可以推斷是特意為了宣傳「該服務」，因此，這些展示和提述應被視作「廣告材料」。該等展示／提述與無綫的免費電視服務無關，亦不應將之歸類為「宣傳無綫電視台及／或節目服務的材料」。

(二) 二零一七年六月二十二及二十三日晚上七時半至八時於無綫翡翠台播放，以及二零一七年六月二十二及二十三日晚上十一時半於**now**寬頻電視翡翠即日重溫頻道²重播的《東張西望》（該節目亦於翌日的不同時段重播）

該節目由無綫翡翠台製作和播放，是關於社會話題和娛樂新聞的資訊娛樂節目。通訊局注意到，在二零一七年六月二十二日播放的一

² **now** 寬頻電視的翡翠即日重溫頻道是由無綫提供的直接轉播頻道，近乎於即日重播已於無綫翡翠台播放的節目。

集節目中，有一個長約四分鐘的環節，就如何搜尋和下載「該服務」，向觀眾提供詳細的指示和示範，並介紹「該服務」提供的不同內容和功能。當中亦有一名男藝人呼籲觀眾下載「該服務」，以在應用程式中「追蹤」他。整個環節均以畫面或口頭方式提及「該服務」，此等提述顯著而非以附帶形式出現；其目的也不似是為了宣傳無綫電視台及／或其免費電視服務。通訊局認為，有關環節是為了宣傳於翌日以試用形式推出的「該服務」而製作，因此應視為「廣告材料」。

在二零一七年六月二十三日（即「該服務」可供全球免費下載的當天）播放的一集節目中，有一個長約一分鐘的環節，從表面看來，有關內容純粹旨在宣傳「該服務」。有關環節展示「該服務」內不同專區的名稱，實難以將之歸類為「宣傳無綫電視台及／或節目服務的材料」。有關環節亦多次提及「該服務」，而相關的提述並非以附帶形式出現。

另一方面，同一集節目中現場報道了無綫電視劇集《踩過界》（劇集）的一眾演員出席「該服務」的啟動儀式。有關環節為時約四十分三十秒，並以娛樂新聞的方式表達。除了以畫面及口頭提及「該服務」的名稱及／或標誌外，環節中亦有藝人接受訪問，談及劇集的幕後花絮，以及他們計劃收看於翌日首播的劇集。通訊局認為，考慮到該資訊娛樂節目的性質，視這個環節與無綫的免費電視服務有直接關連也不無道理，而且環節也符合節目內容的編輯需要。因此，通訊局認為此部分的投訴理據不足。

(三) 二零一七年六月二十六日至七月十四日（其中九天）晚上十時三十一分、十時三十二分或十時五十五分於無綫翡翠台播放的

《原來Big Big Channel咁好玩》

該節目為一個共有九集，每集一分鐘的迷你劇集系列。每集均以趣劇形式，透過不同故事描述各個角色如何應付各種日常生活情景，例如煮食和化妝。

通訊局注意到該系列的第一集提供有關如何登入「該服務」及其主要功能的資料，其餘八集則介紹「該服務」內的專區所提供的內容。雖然節目對「該服務」所作的部分提述可視為與無綫的免費電視服務有關，但通訊局認為當中的大多數提述屬「該服務」所提供的內容的例子，目的是宣傳「該服務」而非無綫的免費電視服務。

通訊局亦注意到，該系列的每集均多次以口頭及／或畫面形式提及「該服務」的名稱、標誌、吉祥物及／或所提供的內容。其他明顯地展示「該服務」名稱／標誌的情況包括：於每集片頭展示加上了「該服務」名稱的節目名稱；播放趣劇前後分別加入提及「該服務」名稱的旁白；在部分／整個電視熒幕獨立展示「該服務」的標誌，並不時在一個流動電話屏幕的圖像中顯示有「該服務」標誌的應用程式圖示，以及在結尾時於熒幕中央顯眼地展示「該服務」的名稱和標誌。此外，在每集結束時，均會出現附有「該服務」的名稱和標誌的吉祥物，並播放邀請觀眾下載「該服務」的訊息。通訊局認為，以上提述過分突出「該服務」，亦非以附帶形式出現。

(四) 二零一七年七月二十三日晚上八時三十分至十時三十分於無綫翡翠台播放的《群星拱照Big Big Channel》

該節目是一個長約兩小時的現場直播綜合節目，介紹「該服務」所提供的內容，在「該服務」正式啟用當日（即二零一七年七月二十

三日)播放。通訊局注意到，節目中多次提及「該服務」的名稱(約100次)及其內容，並且多次展示「該服務」的標誌和吉祥物。節目亦播放各種屬宣傳性質的材料，包括邀請觀眾下載或使用「該服務」、介紹「該服務」即將推出的活動，以及示範「該服務」的功能。節目中大部分對「該服務」所作的提述及／或展示都與無綫的免費電視服務並無明確的關連。通訊局認為，節目播放當天為「該服務」正式啟用的日子，整個節目是特意為宣傳「該服務」而製作的。

(五) 二零一七年十月三日晚上十時三十分至十一時於無綫翡翠台播放的《Big Big Channel失驚無神賀中秋》

該節目是一個長約半小時的現場直播綜合節目，主題是與「該服務」攜手慶祝中秋節。通訊局注意到，整個節目中曾幾次提及只在「該服務」播放，而不會在無綫的免費電視服務播映的多項活動(例如明星麻雀大賽總決賽、「Big Big Voice大大聲」和「美女廚房」)。節目亦提及「該服務」的其他內容，並表示有關內容只會在「該服務」獨家播放。此外，節目內有一頒獎典禮，頒發獎項予在「該服務」的相關項目中表現出色的藝人，並邀請觀眾在當晚稍後時間參與「該服務」的直播活動。通訊局認為，難以將在節目內對「該服務」所作的提述視作「無綫的電視台及／或節目服務的宣傳材料」。反之，有關節目是為了宣傳「該服務」而製作，因此應視之為「廣告材料」。

個案二：無綫翡翠台分別於二零一七年十一月十九日晚上七時零五分及二零一八年一月二十一日晚上七時正就《萬千星輝賀台慶》及《萬千星輝頒獎典禮2017》所播放的節目宣傳片

就上述兩個節目宣傳片，各有一名公眾人士向通訊局作出投訴。投訴主要指宣傳片中展示了多個商業品牌的名稱及／或標誌，等同間接宣傳有關品牌。

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的細節及無綫的陳述。通訊局考慮了個案的相關資料，其中包括以下各點：

個案的細節

- (a) 無綫把被投訴的廣播材料歸類為節目宣傳片，而節目宣傳片不被視為廣告或廣告材料；

二零一七年十一月十九日播放的《萬千星輝賀台慶》（台慶）宣傳片

- (b) 該段長 30 秒的宣傳片拍攝設於錄影廠內的美食攤位。無綫聲稱，攤位是為藝人於當晚稍後在同一頻道播放的台慶開始前提供餐飲服務。片中兩名主持走過或站在部分攤位前，沿途與一眾盛裝藝人交談。當部分藝人在鏡頭前進食或揮動某些食品時，主持稱讚該等食品。在拍攝兩名主持立定或沿路步行的遠鏡中，

可以看到個別攤位上方的招牌所展示的商業品牌名稱及／或標誌。在宣傳片的尾段，主持提醒觀眾台慶將於當晚八時三十分開始；

二零一八年一月二十一日播放的《萬千星輝頒獎典禮2017》(頒獎典禮) 宣傳片

- (c) 在該段宣傳當晚稍後在同一頻道播放的頒獎典禮的 30 秒片段中，兩名主持到訪頒獎典禮舉行前的嘉年華會內的一些攤位。主持在宣傳片開始時表示頒獎典禮即將開始，一切已準備就緒，其後便走到攤位前，逐一介紹攤位所提供的產品，並稱讚該等產品。在移動鏡頭中，某幾家公司的品牌名稱及／或標誌清晰可辨。片中可看到一些藝人在攤位試用產品或試食，另外一些藝人則向鏡頭揮動某些產品。宣傳片中沒有提及任何品牌名稱，但當主持站在有關攤位前，則稱讚有關產品／食品。在宣傳片結束前，主持提醒觀眾收看將於晚上八時半開始的頒獎典禮；
- (d) 所有有關的商業品牌均沒有被識別為有關廣播材料或台慶或頒獎典禮的贊助商；以及
- (e) 無綫的陳述包括有關廣播材料是直播的宣傳片，只播放一次，旨在邀請觀眾收看即將直播的台慶及頒獎典禮，當中只短暫地顯示有關商業品牌名稱及／或標誌、相關鏡頭並不清晰，並且符合內容所需，而且有關對白的內容籠統，毫不具體。

《電視節目守則》中的相關條文

- (a) 第 11 章第 1 段 – 電視節目中禁止間接宣傳，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；
- (b) 第 11 章第 3 段 – 任何節目都不得過分突出屬於商業性質的產品、服務、商標、牌子或標識，或與上述商業利益有關的人士，以致造成等同廣告的效果。凡提及上述物品，必須基於節目的編輯需要，又或只是以附帶形式出現；以及

《電視廣告守則》中的相關條文

- (c) 第 2 章第 2(c) 段 – 本守則中所指的廣告或廣告材料並不包括持牌人的電視台及／或節目服務的宣傳材料。

通訊局的審議

通訊局考慮了個案的相關資料後，認為：

- (a) 被投訴的廣播材料本身是否屬於節目宣傳片，應就廣播材料的內容而非表達形式作出審議；

台慶宣傳片

- (b) 雖然片中展示有關品牌名稱的時間不長，有關畫面大致上算是短促，但仍可看到部分品牌。此外，片中亦見到部分藝員在鏡頭前揮動一些產品，包括在宣傳片的尾段以較近的鏡頭拍攝一名女藝人舉起兩包美容飲品。雖然片中沒有口頭提及任何商業

品牌，但主持曾稱許有關食品／產品。通訊局考慮了該宣傳片的整體表達手法，包括鏡頭運用、揮動產品的動作和讚美的語句，認為該宣傳片過分突出有關商業品牌，其效果等同間接宣傳；

頒獎典禮宣傳片

- (c) 該宣傳片只在開始與結束時提醒和邀請觀眾收看頒獎典禮，其主要部分似乎在於展示在頒獎典禮前舉行的嘉年華會中所提供的各種服務／食品。當主持由一個攤位走到另一個攤位時，可見到有關商業品牌。宣傳片中亦提及有關產品的一般名稱，而且並非以附帶形式出現。考慮到該宣傳片的焦點和表達手法，並不能視其為該現場直播的頒獎典禮的前奏；以及
- (d) 無綫聲稱該兩個節目宣傳片中所展示的商业品牌名稱及／或標誌的畫面短暫、不清晰及符合內容所需，通訊局重申，通訊局的審議並非單純針對某幾個鏡頭，而是考慮節目宣傳片的整體表達手法(包括鏡頭運用、在片中提及或讚賞有關產品／服務等)，認為宣傳片過分突出有關商業品牌，其效果等同宣傳。

裁決

經審慎考慮個案的具體事實及情況，通訊局認為投訴成立，無綫違反了《電視節目守則》第11章第1及第3段的規定。雖然通訊局注意到無綫並無因播放節目宣傳片而違反間接宣傳條文的記錄，但通訊局認為，在考慮適當的懲處時，應就廣播材料的內容而非表達形式作出審議。考慮到所有相關的因素（包括持牌機構違反有關間接宣

傳的條文的記錄及是次違規的嚴重程度），通訊局決定向無綫發出**強烈勸諭**，促請它嚴格遵守《電視節目守則》中的相關條文。