

(a) 在電視節目內以附加形式作節目調動宣布、顯示節目宣傳訊息，以及顯示本地日期、時間和天氣及緊急情況的資訊

根據現行的《電視通用業務守則—廣告標準》(《電視廣告守則》)，除非得到廣管局批准，否則持牌機構不得在節目內播放“非節目類材料”，而根據現行的《電視通用業務守則—節目標準》(《電視節目守則》)，持牌機構可以在節目內附加節目調動宣布及節目宣傳訊息，惟持牌機構須遵守關於表達方式及播放安排的規定，以保障觀賞趣味和保護兒童觀眾。廣管局亦已作出整體批准，容許電視持牌機構以附加形式在熒幕上顯示時間、天氣及緊急情況等資訊，作為對觀眾提供的一般服務。

就*節目調動宣布*而言，鑒於持牌機構希望可更靈活地作出有關的宣布，加上觀眾一般亦期望持牌機構可適時而充足地作出節目調動宣布，廣管局經考慮後，批准放寬相關規定的建議，包括刪除播放頻率和時限的規定，以及放寬此類宣布只可顯示在電視熒幕左上方或右上方的規定，容許此類宣布大致顯示在電視熒幕的其中一條邊

沿。因應上述放寬，修訂條文訂明此類宣布不可包含任何廣告材料或提及贊助商，除非贊助商的名稱及其產品／服務等名稱已屬於有關的節目名稱的一部分。此外，成人節目的節目調動宣布不可在以兒童為對象的節目中播放。

就*節目宣傳訊息*而言，鑒於持牌機構希望在節目製作及宣傳上有更大彈性，以及為了減輕持牌機構在提供多頻道電視節目服務的規管負擔，廣管局經考慮後容許「節目內的宣傳」可：

- (a) 宣傳多於一個節目，而被宣傳的節目可在持牌機構轄下的同一頻道或不同頻道播放；
- (b) 一般情況下顯示在電視熒幕的其中一條邊沿；以及
- (c) 透過附加形式在一個節目環節中以每 7 分鐘不多於一次的頻率播放(每次以 10 秒為限)；在少於 7 分鐘的節目環節中，只可播放一次(以 5 秒為限)。

為保護兒童，有關的修訂條文指明，在供合家欣賞或一般觀賞的節目中播放的宣傳，不可含有任何兒童不宜的

材料；宣傳的節目若屬成人節目類別，則只限在同一節目分類的節目中播放。

至於持牌機構*提供時間、天氣及緊急情況的資訊*方面，廣管局認為有需要把這種已沿用多年的做法整理，並決定在《電視節目守則》內加入條文，容許電視持牌機構於節目內以附加形式顯示本地日期、時間、天氣及緊急情況的資訊。為保障觀賞趣味，附加的資訊不可附有聲音，一般情況下顯示在電視熒幕的其中一條邊沿，以及不得干擾觀賞趣味或娛樂成分。

(b) 電視節目贊助

現行的《電視廣告守則》容許電視持牌機構接受冠名贊助，但必須作出清晰的贊助識別。持牌機構可在節目名稱加上贊助商的名稱、商標／標識、廣告口號等（“贊助提述”），以表明有關的冠名贊助。持牌機構可於節目內展示冠名贊助的贊助識別，但須遵守保障觀眾利益的規定。

為使持牌機構有更多營商機會，以及在製作及表達方式上更有創意和有更大彈性，廣管局認為可放寬部分關於

贊助的限制。除現時容許的冠名贊助之外，廣管局決定擴大節目內可接受贊助材料的範圍，包括：

- (a) 以附加形式顯示本地日期、時間和天氣的資訊；
- (b) 以附加字幕形式為節目作宣傳；以及
- (c) 在旅遊或廚藝／飲食節目中，或雜誌式節目內有關旅遊或廚藝／飲食的環節中，提供與節目相關的文字訊息。

持牌機構可在受贊助的材料旁邊展示上述的贊助提述，以識別以上是節目內受贊助的材料。該等贊助提述應清楚表明為贊助識別、不可附有聲音，以及一般情況下顯示在電視熒幕的其中一條邊沿。

為保障觀眾利益，展示節目內的贊助識別時(包括冠名贊助)，須遵守下列規定：

- (a) 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；
- (b) 每次只可出現一個節目內的贊助識別；
- (c) 贊助識別的大小，不得超過整個電視熒幕的 5%；
- (d) 節目內的贊助識別不得過於頻密播放，以至破壞觀賞趣味；以及

(e)就本地免費電視節目服務而言，在節目內展示贊助識別的時間每次不得超過 15 秒，總時限則按每 7 分鐘播放 30 秒的比率計算。至於 7 分鐘以下的節目環節，總時限為 15 秒。

(c) 頭髮及頭皮治療所的廣告

現行的《電視廣告守則》和《電台業務守則—廣告標準》(《電台廣告守則》)禁止與頭髮及頭皮治療所有關的產品或服務的廣告。廣管局考慮到《不良醫藥廣告條例》(第 231 章)的相關限制後，批准有關的建議修訂，使《廣告守則》的限制與《不良醫藥廣告條例》所列的一致，即不可播放與預防或治療任何頭髮及頭皮疾病有關的產品或服務的廣告，但宣傳以外用劑作預防或治療頭皮屑用途的廣告則可播放。

(d) 廣告中有關提供營養及發揮控制飲食作用的聲稱

《電視廣告守則》和《電台廣告守則》規定持牌機構須確保，廣告若帶有可提供營養及控制飲食作用的聲稱，必須符合所有相關法例的規定，包括但不限於《公眾衛生及市政條例》(第 132 章)。鑒於《公眾衛生及市政條例》所作的修訂於最近生效，不論任何形式的廣告(包括在電

視和電台播放)，若涉及預先包裝食品的營養聲稱，都必須遵守新加設的規定。廣管局考慮到新修訂的條例所規管的營養聲稱範圍，較現行《廣告守則》所規管的“能夠提供營養作用的聲稱”的範圍廣闊，因此決定修訂有關的《廣告守則》，以配合當局對《公眾衛生及市政條例》所作的修訂。