



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的 廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

本章應連同[引言](#)與收錄本手冊所用縮寫語及其他術語的[辭彙](#)一起細閱。若使用本手冊的網上版本，可按動其下面劃了藍線的標題，以接通有關章節。

目的

根據《銀行業條例》第92(6)條，說明金融管理專員在決定其認為該條例第92(1)條是否適用於某藉互聯網發出徵求存款的廣告材料時顧及的因素。

分類

金融管理專員根據《銀行業條例》第92(6)條發出的法定指引。

取代舊有指引

本章為新指引。

適用範圍

所有藉互聯網發出徵求存款的廣告材料的人士或為如此發出目的而管有該廣告材料的人士

結構



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的
廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

1. 引言
 - 1.1 詞彙
 - 1.2 《銀行業條例》第92條
 - 1.3 法律地位
 - 1.4 日後發展
2. 一般原則
3. 金融管理專員會顧及的有關因素
 - 3.1 顧及的因素類別
 - 3.2 廣告材料或網站的推廣
 - 3.3 廣告材料或網站的內容
 - 3.4 廣告發出人採取的預防措施
4. 第92條的執行
 - 4.1 有關執行及檢控的決定
 - 4.2 從海外發出的廣告材料

1. 引言

1.1 詞彙

1.1.1 本章所用的詞彙釋義如下：

- 「廣告發出人」指發出廣告材料的人士；



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的
廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

- 「廣告材料」指任何屬於《銀行業條例》第2條定義的廣告、邀請或文件。徵求存款的廣告材料指屬於或載有邀請的廣告材料，邀請公眾人士作出任何存款；或訂立或要約訂立作出任何存款的協議；
- 「超本文連結」指網頁上可供電子連接至同一網站或另一網站的網頁的圖片或文字；
- 「互聯網」指：
 - 包含以電訊線路相連許多個別電腦及電腦系統的國際電腦網絡；及
 - 視適用情況而定的任何其他相似或電子化的方式或媒介；
- 「互聯網廣告材料」指藉互聯網發出的廣告材料；
- 「發出」，就任何廣告材料而言，是依照《銀行業條例》第2條的定義。這包括發布、傳遞、分發或以其他方式散發某廣告材料，並包括安排或授權發出該廣告材料；
- 「訂明廣告」依照《銀行業條例》第92(7)條的定義，指任何屬於或載有就以下事宜作出邀請的廣告、邀請或文件：
 - 在香港以外作出存款；或
 - 訂立協議或要約訂立協議在香港以外作出存款。



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的
廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

- 「搜尋器」指互聯網上的一項設施，其作用是協助使用者以關鍵詞在互聯網上搜尋資料。為方便進行搜尋的工作，搜尋器一般都備有一些網站地址的索引；及
- 「以香港作為對象」指以香港公眾人士作為對象，而不論以何種傳送媒介來散發廣告材料。

1.2 《銀行業條例》第 92 條

1.2.1 根據第 92(1)條，除非出現《銀行業條例》所訂明的某些例外情況，否則任何人如知道某廣告材料屬於或載有一項邀請，邀請公眾人士：

- 作出任何存款；或
- 訂立或要約訂立作出任何存款的協議，

即不得在香港或其他地方發出該廣告材料，或為在香港或其他地方發出該廣告材料的目的而管有該廣告材料。

1.2.2 除了其他指定情況之外，第 92(1)條亦不適用於下述情況的任何廣告材料：

- 任何廣告材料屬於或載有以下邀請的範圍內：
 - 邀請公眾人士在某認可機構作出存款；或
 - 邀請公眾人士訂立或要約訂立某認可機構作出存款的協議；



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的 廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

- 任何廣告材料屬於或載有符合附表5¹所指明適用於訂明廣告的規定的訂明廣告範圍內。

1.2.3 應強調的是，第 92 條並無制定批核機制，作為金融管理專員批核發出第 92(1)條所適用的廣告材料。有關確保遵守第 92 條規定的責任由廣告發出人承擔。除第 92(5)條另有規定外，任何人士違反第 92(1)條，即屬犯罪，可被判處罰款及監禁。

1.3 法律地位

1.3.1 本章並無法律效力，也不會凌駕於《銀行業條例》有關條文之上。

1.3.2 應強調的是，第 92 條的詮釋最終由法院決定。如有疑問，準廣告發出人或任何其他人士若不清楚本身在第 92 條下的處境，應考慮尋求法律意見，以確保遵守適用的法律。

1.4 日後發展

1.4.1 金融管理專員將會因應最新的科技發展及海外監管機構在這方面的任何國際性措施定期檢討本章。

¹ 這是指《銀行業條例》附表 5。遵守附表 5 的訂明廣告所載資料應包括：顯著的警告，意指接受存款人並非《銀行業條例》所指的認可機構，並因此不受金融管理專員監管，以及關於接受存款人與廣告所指存款產品的某些特定資料。此舉目的是確保訂明廣告述明主要的事實，讓香港的準存戶自行決定是否向該接受存款人作出存款。



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的 廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

2. 一般原則

- 2.1 互聯網讓公眾人士有機會接觸到來自不同地區及種類繁多的銀行服務及產品的廣告材料。金融管理專員無意妨礙有關互聯網廣告材料的科技發展及創新。
- 2.2 然而，《銀行業條例》的有關條文仍然致力確保香港公眾人士在有可能接觸徵求存款的互聯網廣告材料的同時能獲得適當保障，情形如同透過實質媒體（如印刷形式的雜誌、報章、刊物及其他一般及定期出版的刊物）發出同類的廣告材料一樣²。

3. 金融管理專員會顧及的有關因素

3.1 顧及的因素類別

3.1.1 金融管理專員在決定某徵求存款的互聯網廣告材料是否以香港作為對象時，將會顧及以下的因素：

- 與該廣告材料或刊載廣告材料網站的推廣有關的因素（參閱以下第3.2段的例子）；
- 與該廣告材料或網站的內容有關的因素（參閱以下第3.3段的例子）；及

² 要決定某項透過實質媒體發出的徵求存款的廣告材料是否以香港作為對象，一般較為容易，因此暫時應無須就該等媒體另外發出獨立指引。



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的
廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

- 與廣告發出人採取的預防措施有關的因素（參閱以下第3.4段的例子）。

3.1.2 本章內所述之因素並非盡錄無遺，也不可據此作出最終結論。任何在本章載錄或未錄的因素，都不一定促使金融管理專員認為某互聯網廣告材料是以香港作為對象。金融管理專員會根據每宗個案本身的情況作出判斷，並會顧及個別情況及所有相關的事實。

3.2 廣告材料或網站的推廣

3.2.1 在決定某個網站內徵求存款的互聯網廣告材料是否看似是以香港作為對象時，金融管理專員將會考慮所有相關的因素，其中尤其包括：

- 該廣告材料是否透過「推銷」手法，以居於香港的一群或多群人士作為對象，而該廣告發出人是知道或有合理理由知道該群人士是居於香港。「推銷」手法包括：透過電子郵件等方法，將資料濫發、廣播或傳送予某特定人士或某群人士；
- 與該網站有關的任何新聞組、告示板、聊天室或類似設施是否曾被用作在香港宣傳有關的接受存款服務；及
- 如廣告材料是在某網站內陳示：
 - 該網站的存在是否已收錄在某香港搜尋器或某搜尋器關於香港的部分內；



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的
廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

- 該網站是否曾透過廣告公司、定期出版刊物（如報章、期刊或電子刊物³）或廣播（如電視、衛星或電台⁴）方式在香港進行廣告宣傳；及
- 是否可以透過另一以香港作為對象的網站內的超本文連結通往陳示該廣告材料的網站。

3.3 廣告材料或網站的內容

3.3.1 在決定某徵求存款的廣告材料的內容會否令人產生印象，以為有關服務是以香港公眾人士作為對象時，金融管理專員會考慮所有相關的因素，其中尤其包括：

- 該廣告材料是否載有免責聲明，而該聲明是與廣告材料一起或在其出現前展示的，並以與網站其他部分相同的網頁格式展示；
- 該免責聲明是否清楚說明：
 - 只會接受來自某些地區或國家的存款（在此情況下，香港是否列入該等地區的名單內）；或
 - 不會接受來自某些地區或國家的存款（在此情況下，香港是否列入該等地區的名單

³ 除非該刊物主要在香港以外地區流通。

⁴ 除非該廣播主要在香港以外地區接收。



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的
廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

內)。如免責聲明只簡單概述接受存款人無意從未經認可或允許的地區或國家接受存款，而未有指明列入此範圍的地區及國家，金融管理專員將不會認為該聲明足夠；及

- 該廣告材料的內容是否看似是以香港作為對象，例如：
 - 該廣告材料能以中文展示；
 - 廣告發出人使用的名稱或域名可能令人產生印象，以為該廣告發出人在香港成立；
 - 該廣告材料表示會接受港元的存款⁵；
 - 該廣告材料附有在香港的人士、代理人、代理機構或其他單位的聯絡資料，以供查詢；或
 - 有關內容與香港的準存戶有具體關係（如要求存戶提供香港身分證號碼）或廣告材料包含香港或與香港有關的具體資料（如香港的經濟或金融指標、市場趨勢及分析）。

3.4 廣告發出人採取的預防措施

⁵ 應注意即使該廣告材料表示會接受港元以外貨幣的存款，金融管理專員也不一定會因而認為該廣告材料並非以香港作為對象，原因是香港人士作外幣存款也並不罕見。



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的
廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

3.4.1 在判斷廣告發出人是否已採取合理預防措施，避免因藉互聯網發出的徵求存款廣告材料而接受香港公眾人士的存款時，金融管理專員會顧及所有相關的因素，其中尤其包括：

- 是否已制定合理預防措施⁶，避免讓香港人士接觸到該廣告材料；及
- 廣告發出人是否已制定適當機制，避免接受居於香港人士的存款，如該機制會否拒絕擁有香港地址的存戶。

4. 第 92 條的執行

4.1 有關執行及檢控的決定

4.1.1 是否決定採取執行行動，將會視乎個別個案的有關事實，及廣告材料以香港作為對象的程度而定。

4.1.2 提出檢控違反《銀行業條例》活動的決定權在律政司司長，而律政司司長在作出決定前會考慮金融管理專員的建議。金融管理專員制定有關建議前通常會一併考慮廣告發出人為免觸犯法律而採取的任何措施。

4.2 從海外發出的廣告材料

⁶ 預防措施可包括須預先登記的程序（及發出密碼），以確保只有目標客戶才獲登記以接觸有關廣告材料。



監管政策手冊

TM-E-2

藉互聯網發出徵求存款的
廣告材料的規管

V.1 – 24.05.02

4.2.1 如徵求存款的互聯網廣告材料是從海外發出而以香港作為對象，金融管理專員會尋求有關的海外監管機構的協助，以助執行第 92 條的條文。如海外監管機構不予合作或基於任何理由無法協助，金融管理專員會考慮採取以下部分或所有行動：

- 發出新聞稿，說明該廣告材料未有遵守第92條，並提醒香港公眾人士向有關的接受存款人存款時應特別提高警覺；或
- 日後若有來自有關地區或國家的機構申請要求獲得香港認可資格時，金融管理專員將會顧及有關不予合作的事實，以評核該地區或國家的監管是否足夠。

[目錄](#)

[辭彙](#)

[首頁](#)

[引言](#)