

个案：二零二三年五月十一日晚上七时三十一分在电视广播有限公司（无线）翡翠台播放的「维特健灵五色灵芝」电视广告

一名公众人士投诉上述广告，指该广告以优惠和礼品鼓励观众滥用药物，不适合播放。

### 通讯事务管理局（通讯局）的调查结果

通讯局按既定程序，详细审视了投诉个案的细节及无线提交的陈述。通讯局考虑了个案的相关资料，包括以下各点：

#### 个案的细节

- (a) 投诉所指的灵芝产品广告中提到「每朝两粒」，以及荧幕下方显示「需配合均衡饮食」。该广告最后显示两盒该产品的图像和另外三件物品，同时画面显示「送」字和「买孖装送」宣传语句；
- (b) 有关产品已根据《中医药条例》（第549章）注册为中成药；以及
- (c) 无线的陈述指有关产品不应被视为药品，理由是《电视通用业务守则 — 广告标准》（《电视广告守则》）中规定药品的定义不包括中成药。另外，广告清楚说明有关产品是

可每日服用的保健食品而非用于治疗或预防特定疾病的药物。因此，广告内有关优惠的事实提述是可以接受的。

### **《电视广告守则》中的相关条文<sup>1</sup>**

- (a) 第6章第8段 — 「药品」一词，指任何药剂、医疗或预防药物，不论是成药、专利药品或声称有天然疗效的食品；
- (b) 第6章第14段 — 广告不得直接或间接鼓励观众不加选择地、不必要地或过量地使用任何药品或治疗方法；以及
- (c) 第6章第20段 — 凡有关药品及治疗方法的广告，内容均不得提及有奖游戏或任何推销计划，例如馈赠礼品、给予优惠或送赠样本等。

### **通讯局的审议**

通讯局考虑了个案的相关资料，包括无线的陈述，认为：

- (a) 《电视广告守则》中「成药」一词属一般笼统和广义的用词，可以理解为所有中西成药。因此，通讯局有合理理由认为有关注册中成药产品应被视之为药品；

---

<sup>1</sup> 通讯局于二零二三年十二月十五日刊宪修订电视及电台节目及广告标准业务守则并于同日生效。上述的《电视广告守则》相关条文在投诉所指的广告播放时（即二零二三年五月十一日）仍然适用。

- (b) 由于有关产品 / 中成药应该符合《电视广告守则》中订明药品的定义，加上无线承认该广告含优惠的事实提述，明显违反《电视广告守则》第6章第20段的规定；以及
- (c) 由于该广告清楚说明服用有关产品的建议份量，没有足够证据显示该广告鼓励观众过量服用药品。

### 裁决

鉴于上述情况，通讯局认为该药品广告提及给予优惠的投诉成立。经考虑个案的具体事实和情况，以及其他相关因素，通讯局决定向无线发出**劝谕**，敦促它严格遵守《电视广告守则》中的相关条文。