

個案：二零二三年五月十一日晚上七時三十一分在電視廣播有限公司（無綫）翡翠台播放的「維特健靈五色靈芝」電視廣告

一名公眾人士投訴上述廣告，指該廣告以優惠和禮品鼓勵觀眾濫用藥物，不適合播放。

通訊事務管理局（通訊局）的調查結果

通訊局按既定程序，詳細審視了投訴個案的細節及無綫提交的陳述。通訊局考慮了個案的相關資料，包括以下各點：

個案的細節

- (a) 投訴所指的靈芝產品廣告中提到「每朝兩粒」，以及熒幕下方顯示「需配合均衡飲食」。該廣告最後顯示兩盒該產品的圖像和另外三件物品，同時畫面顯示「送」字和「買孖裝送」宣傳語句；
- (b) 有關產品已根據《中醫藥條例》（第549章）註冊為中成藥；以及
- (c) 無綫的陳述指有關產品不應被視為藥品，理由是《電視通用業務守則 — 廣告標準》（《電視廣告守則》）中規定藥品的定義不包括中成藥。另外，廣告清楚說明有關產品是

可每日服用的保健食品而非用於治療或預防特定疾病的藥物。因此，廣告內有關優惠的事實提述是可以接受的。

《電視廣告守則》中的相關條文¹

- (a) 第6章第8段 — 「藥品」一詞，指任何藥劑、醫療或預防藥物，不論是成藥、專利藥品或聲稱有天然療效的食品；
- (b) 第6章第14段 — 廣告不得直接或間接鼓勵觀眾不加選擇地、不必要地或過量地使用任何藥品或治療方法；以及
- (c) 第6章第20段 — 凡有關藥品及治療方法的廣告，內容均不得提及有獎遊戲或任何推銷計劃，例如餽贈禮品、給予優惠或送贈樣本等。

通訊局的審議

通訊局考慮了個案的相關資料，包括無綫的陳述，認為：

- (a) 《電視廣告守則》中「成藥」一詞屬一般籠統和廣義的用詞，可以理解為所有中西成藥。因此，通訊局有合理理由認為有關註冊中成藥產品應被視之為藥品；

¹ 通訊局於二零二三年十二月十五日刊憲修訂電視及電台節目及廣告標準業務守則並於同日生效。上述的《電視廣告守則》相關條文在投訴所指的廣告播放時（即二零二三年五月十一日）仍然適用。

- (b) 由於有關產品／中成藥應該符合《電視廣告守則》中訂明藥品的定義，加上無綫承認該廣告含優惠的事實提述，明顯違反《電視廣告守則》第6章第20段的規定；以及
- (c) 由於該廣告清楚說明服用有關產品的建議份量，沒有足夠證據顯示該廣告鼓勵觀眾過量服用藥品。

裁決

鑑於上述情況，通訊局認為該藥品廣告提及給予優惠的投訴成立。經考慮個案的具體事實和情況，以及其他相關因素，通訊局決定向無綫發出**勸諭**，敦促它嚴格遵守《電視廣告守則》中的相關條文。