

**個案：**二零一四年一月二十三日晚上十一時十五分在無綫翡翠台，以及二月一日晚上八時五十分和二月四日晚上十時在無綫高清翡翠台播放的「百佳超級市場」電視廣告

一名公眾人士提出兩宗投訴，指有關廣告三個宣傳含酒精飲品的版本，均有兒童演員參與演出。

### 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和廣告商的陳述。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) 有關廣告宣傳一家連鎖超級市場的各种特價產品。該廣告的三個相關版本均被限制於合家欣賞時間（即下午四時至晚上八時三十分）以外的時段播放；以及
- (b) 有關廣告的三個版本均採用類似的表達方式，開始時一群穿著不同食品戲服的兒童出現於一個超級市場的場景，接着是宣傳各種產品的固定畫面。該三個版本均有一個宣傳含酒精飲品的固定畫面。除了在二月四日播放的版本中那個宣傳含酒精飲品的固定畫面外，其餘每個宣傳各類產品的固定畫面上均有一個身穿戲服的兒童的影像。該三個版本均以一群身穿戲服的兒童的鏡頭作結。

**《電視通用業務守則—廣告標準》（《電視廣告守則》）  
中的相關條文**

- (a) 第6章第2(a)段—酒類或飲用酒類廣告只應以成年人為對象，而且不得有兒童參與演出；
- (b) 第6章第2(n)段—酒類零售點的含酒精產品廣告，應遵守含酒精飲品的廣告標準；以及
- (c) 第7章第5(c)段—兒童不准參與演出飲用酒類的產品廣告。

**通訊局的審議**

通訊局考慮了個案的相關資料後，認為：

- (a) 雖然酒類產品只是該連鎖超級市場售賣的其中一種產品，但由於該連鎖超級市場售賣及宣傳飲用酒類，故應被視為酒類零售點。而有關廣告的三個版本均包含一個宣傳酒類產品的固定畫面，故此屬於酒類飲品廣告。一個酒類零售點的酒類產品廣告，應遵守含酒精飲品的廣告標準；
- (b) 有關廣告的三個版本均有兒童參與演出，違反了有關條文的規定；以及
- (c) 廣告於合家欣賞時間以外的時段播放，當中亦無兒童飲用含酒精的飲品。因此，該廣告應不會有鼓吹未成年人飲用

含酒精飲品的影響。

## 裁決

鑑於上述情況及這是無綫初次違反有關規定，通訊局決定向無綫發出**勸諭**，促請它嚴格遵守《電視廣告守則》中的相關條文。