

警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章 / 內容 / 資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章 / 內容 / 資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及律師費用。

「特快增高」廣告誤導消費者



多位消費者向本會投訴，指看到周刊雜誌的增高廣告後參加了增高療程，雖然職員承諾必可快速達到增高效果，但療程接近完結時仍未有任何效果，經職員游說再付款參加另外一些輔助療程，結果仍不見效。有消費者懷疑受騙，也有消費者擔心所採用的療程和藥物會帶來後遺症。

廣告聲稱

本會發現，部分周刊雜誌的美容機構廣告，有聲稱「物理治療/醫療服務」，利用藥物、儀器和專業人士的技術，「無需開刀或注射」，就能令人「快速增高」。

此外，廣告圖文並茂，以「您想高就高」作招徠，強調「天生矮小、發育不全、通通無問題」，「任何年齡、男女均可」。當中更聲稱引進先進技術，「令骨骼之間的軟組織再度活躍，達到骨骼生長之效，效果達1-5吋」。

專家破解廣告謬誤

本會就廣告內容，諮詢了香港醫學會和香港物理治療學會的意見。

香港醫學會會董兼健康教育委員會聯席主席陳以誠醫生和香港物理治療學會均對這些廣告的聲稱存疑，認為並無科學根據，亦有不少謬誤。

1. 以「物理治療」誤導消費者

對於有增高廣告以「物理治療」作賣點，甚至有美容機構向投訴人聲稱由註冊

物理治療師主理和跟進療程，香港物理治療學會澄清**增高並非物理治療科學**的範疇；事實上有關的美容機構其後亦向投訴人承認所謂註冊物理治療師其實是公司的**美容師**，並沒有物理治療專業資格。

2. 誤導「任何年齡」仍能長高

陳以誠醫生表示，身體高度，決定於骨骼的生長發育，其中下肢長骨的增長與身高最為密切。也就是說，只有長骨中軟骨細胞不斷生長，人體才會長高。一般而言，男性到達18歲或女性到達16歲，身體便開始逐漸停止長高，雖然最終骨齡閉合的年紀因人而異，但成年人透過藥物或儀器而仍能長高幾近不可能，所以陳醫生認為廣告中所宣傳的「人體生長激增儀」「任何年齡」均可，能「令骨骼之間的軟組織受到生長荷爾蒙刺激而再度活躍，達到骨骼生長之效，效果更可達1-5吋」實在存有誤導成分。

3. 後天性增高必須透過開刀手術或藥物注射

增高廣告以「無需開刀或注射」吸引消費者。但陳以誠醫生解釋，若小孩子在骨

齡尚未閉合前，因荷爾蒙失調而導致嚴重矮小情況，可透過注射生長激素改善最終身高，但須經過醫生詳細評估小朋友的身體狀況是否合適、血液測試等才會考慮使用，因為在某些情況下，注射生長激素可能有致癌的後遺症，對於正常人不會使用。

至於骨齡已閉合的成年人，要增高則只能透過折骨增高手術。首先需要把骨頭鋸斷，再人為地拉長，而腿部的神經、血管、肌肉、皮膚都得隨之拉長，由於這些組織不能一時間拉長太多，因此要分多次進行，存在一定風險，所以只會在特殊情況下，例如左右腳長短不一或侏儒症等，才會考慮使用。

4. 所謂「先進技術」沒有科學根據

香港醫學會陳以誠醫生和香港物理治療學會均認為，廣告中提及的「先進技術」沒有科學根據。綜合多位投訴人提供的

資料，相關美容機構聲稱為投訴人做的所謂增高「治療」只是以金屬棒電擊腳部；「軟化骨」、「加強軟化骨」等療程則是以不知名但昂貴的「藥物」塗於腳的皮膚上；而結果是投訴人增高未見絲毫成效，反而有投訴人出現膝蓋疼痛的症狀。

廣告規管

曾有增高器械電視廣告違法違規

在2004年3月，本刊曾報道有關醫學專家對增高器的意見，由於有增高器械曾在電視上大賣廣告引起消費者關注，故本會當時把投訴個案轉交衛生署和影視及娛樂事務管理處。根據衛生署的回覆，增高器的宣傳單張有關矯正變形骨節的聲稱，違反《不良醫藥廣告條例》，故發出警告信予代理商。而影視及娛樂事務管理處表示，由於兩家播放該增高器廣告的電視台均未能提出任何客觀證據或研究報告以證明廣告

醫療服務

利用獨家配方治療配合儀器及專業技術人士，無需開刀或注射，效果永久。

修改鼻形	\$1800	特快增高(1"至3")	\$1800
修改面形	\$1800	去除肚紋	\$1800
修改下巴	\$1800	柔眉柔眼線	\$800起
脫墨、痣、肉粒、油脂泡	\$80起	去除眼袋	\$1800
特快增長眉毛、眼睫毛	\$1800		

物理治療

利用獨家秘方藥物配合儀器及專業人士的技術，無需開刀或注射，效果顯著。

特快增長眉毛、眼睫毛	\$2000
雙眼皮	\$2000
上眼皮脂肪	\$2000
眼袋	\$2000
脂肪燃燒減肥	\$2000
增大或收緊胸部	\$380
修改鼻形	\$380
修改面形	\$2000
修改下巴	\$2000
特快增高(1"至3")	\$2000
去除肚紋	\$2000
快速增高	\$380

先進技術

一套由外國最新研究，結合科學技術而成的人體生長激增儀，它是專門針對人體生長荷爾蒙而設的最新儀器，引進先進的重點激發技術，主要令骨骼之間的軟組織受到生長荷爾蒙刺激而再度活躍，達到骨骼生長之效，效果更可達1-5吋。

憑著多年之經驗，擁有不少成功例子，必定可以令您有滿意之效果。

天生矮小、發育不全、通通無問題

效果驚人

完成療程後可增1至5吋

任何年齡男女均可

成功例子

前 後

旺角店：... 尖沙咀店：... 荃灣店：...

投訴個案

本會近年都有收到消費者參加增高療程「貨不對辦」的投訴，分別是2007年1至6月1宗、2006年5宗、2005年6宗，當中的消費者都因聽信廣告聲稱，貿貿然付款參加所謂的「增高療程」。

個案一：增高不成反弄致膝蓋筋發炎

投訴人於周刊的廣告上看到某美容機構聲稱可提供增高服務，於是到有關公司購買了\$8,000的10次增高療程。之後未見效果，職員便游說投訴人加\$7,500做「軟化骨」的療程。其後又游說投訴人加做\$4,000的加強軟化骨療程，又要求投訴人額外購買幫助吸收的藥物、彈力素、穩定劑等共\$10,900。每次當投訴人稍有猶疑，職員便指若不依從指示便會前功盡廢，令投訴人不得不加碼。

增高療程做了大半，卻未見絲毫成效。最令投訴人擔心的是每次上樓梯及站立一段時間，膝蓋便非常疼痛。結果，投訴人停止療程並延醫診治，醫生指投訴人的膝蓋筋發炎，投訴人非常擔心日後會有後遺症。

個案二：電療前搽「軟骨膏」軟化骨頭

某美容機構在雜誌刊登廣告，聲稱可特快增高。投訴人致電該機構查詢有關療程的資料，職員指增高很方便，不用打針食藥也沒痛楚，主要是用藥物搽在腳的表皮上，並以物理治療方式（即電療），就可增高3至5吋，沒有後遺症，也沒有其他額外收費。其後，投訴人到該機構的分店購買了包括10次電療的增高療程，合共\$6,500，並得到職員承諾可增高3吋。

但做了一次電療後（以金屬棒電擊腳部），職員便說投訴人的腳骨較硬，要先用「軟骨膏」軟化，才能做電療。其後，職員又要求投訴人加買其他藥物和藥水，前後共付款\$25,500。

投訴人完成了多次電療，但未有絲毫增高。其後，投訴人從報刊得悉有其他人士也有相同經歷，懷疑受騙，所以到本會求助要求退款。

中的產品能有助增高，故廣播事務管理局（廣管局）認為該兩家電視台未有審慎查核以確保增高聲稱的真實性。廣管局裁定投訴成立，並強烈勸諭該兩家電視台須嚴格遵守《電視通用業務守則－廣告標準》。

法律漏洞

現時《不良醫藥廣告條例》禁止為藥物、外科器具或療法發布廣告，宣稱可以預防或治療該條例附表1及附表2所訂明的疾病或病理情況。若不涉及條例所訂明的疾病或病理情況，不受到條例規管。

我們亦就本文所收集的廣告內容，諮詢了衛生署。該署回覆，有關廣告內容未有違反《不良醫藥廣告條例》，而有關廣告聲稱的真實性則不在條例的監管範圍之內。

至於《商品說明條例》禁止商品作虛假說明、標記和錯誤陳述，包括規管宣傳品內所使用的商品說明；然而條例只涵蓋商品，並不包括服務（例如增高）在內。由此可見，現行法律對服務廣告的監管有不足之處。

事實上，財政司司長在2007年2月亦

已提出應全面研究加強消費者的各種保障，之後政府隨即委託本會協助研究檢討現行保障消費者權益的措施，包括如何改善有關法例，打擊誤導或不良的銷售手法。

本會相信，長遠來說制定營商手法條例，或短期內就現行法例作出修訂，包括將《商品說明條例》的規管範圍擴大至包括服務在內，都是值得深入探討的方案。本會希望法例上的完善，有助遏止包括上述關於增高服務的失實廣告，減少消費者因而蒙受損失甚至引致受傷的機會。

行業自律

本會在去年6月與美容業界制訂《美容業營商實務守則》，其中就業界發出的廣告作出多項建議。本會呼籲業界自律，發出內容真確的廣告。

行業回應

香港化粧品同業協會表示，增高並不屬於美容範圍，而協會所屬的美容業界均受嚴格專業訓練，不會執行非本業的工作。

香港美容業總會回覆，總會向會員及

業界諮詢的結果顯示，受訪的業內人士均從來沒有引進或聽聞本文提及的增高「技術」或「療法」，所諮詢過的美容學校，亦沒有提供增高技術的課程和訓練。總會對有美容機構或美容師聲稱可提供增高「服務」有所保留，亦建議消費者對有關「服務」應持審慎態度。

消費者提示

不法商人會以走「法律罅」的方法，以簡易療程和誇大治療效果的廣告來吸引消費者，以失實的或是而非、不盡不實的「科學」聲稱，令消費者誤以為真的可以藉吹噓的技術而達致所宣傳的增高效果。因此，消費者切勿輕信廣告中聲稱的科學或醫學療效，無論參加任何服務或療程，應事先瞭解和向機構查詢佐証的資料，才作出決定，以免浪費金錢和時間，並可能帶來後遺症。

就身高而言，消費者須知道，身高受多種因素，包括遺傳、營養、運動等影響，未經醫生診斷，不宜胡亂採用任何療程和藥物以求增高。