

**From:** 自然育兒網絡 Natural Parenting Network <info@nphk.org>

**To:** panel\_hs@legco.gov.hk

立法會CB(2)1008/16-17(18)號文件

**Date:** Wednesday, March 15, 2017 09:15PM

**Subject:** 保護母乳餵哺，捍衛母嬰健康，遏制不良奶粉資訊！

致 衛生事務委員會各議員：

母乳餵哺比配方奶餵哺優勝，已是無庸置疑的事實。官方機構都早已肯定母乳餵哺的重要：香港衛生署、世界衛生組織（WHO）以及全球所有主要醫療衛生組織都一致強調，母乳餵哺對於人的終生健康有決定性的影響。作為推廣母乳餵哺最前線的一員，我們希望能向閣下反映在香港餵哺母乳的難處，以及說明規管配方奶宣傳對保護母乳餵哺有著舉足輕重的成效。

#### 一、母乳餵哺率增加，但社會風氣依舊不變

根據最新資料顯示，本地媽媽能以全母乳餵哺嬰兒至6個月大的比率已經升至24% [1]。相信大家身邊如果有新手媽媽的話，其中總會有母乳家庭。然而，就算媽媽在母嬰健康院、志願團體了解到母乳餵哺的重要及方法，社會大眾仍未清楚有關資訊，以致還是以奶粉餵哺的角度看待媽媽，因此衍生出對母乳家庭諸多留難或歧視，在職場上對家庭的支援仍是嚴重不足。

歸根究底，我們認為移風易俗要從公眾的認知做起。然而奶粉行業帶來的龐大利益，導致業界能長期大灑金錢，進行洗腦式宣傳，嚴重影響母乳餵哺文化。因此，在一個支持最適當嬰幼兒餵養的全盤策略裏，遏制不良奶粉資訊是非常重要的環。

#### 二、奶粉業影響力過份龐大

奶粉商界幾十年來以多種方式進行非常進取的宣傳，不管是在發達或發展中國家，都造成嚴重社會健康問題，亦因此催生了世衛組織於1981年通過的《國際母乳代用品銷售守則》（《國際守則》），以及後續的眾多決議。[2]

在香港，由於鄰近地區對進口奶粉的需求量驚人，因此本地奶粉業營業額遠超一般地區 [3]，以致奶粉業能投放於廣告的金額亦十分驚人。本地奶粉廣告支出增長迅猛，在過去10年增加了12倍，還未計入奶粉業在媽媽會等其他非廣告推銷渠道投入的資源。[4] 單是在最主要的免費電視台，奶粉業長年是廣告收入來源的第一或二最大來源，就算是「限奶令」在2013年實施後仍穩佔第一。 [5]

#### 三、主流民意支持限制宣傳

針對最近政府準備推出的《香港守則》，奶粉業亦早有準備。奶粉業商會（香港嬰幼兒營養聯會）分別在2011年9月 [6] 及2012年11月 [7] 委託香港大學民意研究計劃進行民意調查，但調查問卷內容甚為偏頗，調查結果卻得到香港大學的背書，成了奶粉業的擋箭牌。然而，根據衛生署的調查 [8] 顯示，64%在母嬰健康院或私家診所受訪者接受或非常接受不允許0-36個月奶粉以廣告宣傳，並有77%接受或非常接受不允許奶粉商提供母乳餵哺資訊；主要原因是認為奶粉宣傳不實，而且已有足夠持平可信的資訊來源。

#### 四、香港遠遠落後國際做法

世衛早於1981年訂立《國際母乳代用品銷售守則》，並追蹤實際情況，增加後續議案。截至2016年3月為止，全球194個國家裏有135個國家已就世衛守則全面或部分立法，而其中最至少58個國家已經禁止奶粉廣告及派發禮品 [9]。隨著奶粉公司日益加強交叉推銷初生嬰兒奶粉及「大仔奶粉」，世衛2016年5月通過最新的《結束嬰幼兒食品的不當宣傳指引》[10]，明確指出0-36個月的奶粉都屬於母乳代用品，而嬰兒食品的宣传亦不應干擾母乳餵哺，並強調成員國應以立法方式來規管。

香港市面出售的奶粉品牌全部來自於跨國企業，早已適應在其他國家不同程度的規管，香港政府的自願性守則其實是遲來的監察。我們懇請各位議員及相關部門莫再拖延，立即採取行動維護母嬰健康，盡快實施《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品的銷售守則》。

資料來源：

[1] Breastfeeding Survey 2015, 香港衛生署, 2015, [http://www.fhs.gov.hk/english/reports/files/BF\\_survey\\_2015.pdf](http://www.fhs.gov.hk/english/reports/files/BF_survey_2015.pdf)

[2] Willumsen, J (2013). Regulation of marketing breastmilk substitutes: Biological, behavioural and contextual rationale, WHO, [http://www.who.int/elena/bbc/regulation\\_breast-milk\\_substitutes/en/](http://www.who.int/elena/bbc/regulation_breast-milk_substitutes/en/)

[3] 高收入國家每名嬰兒／兒童的平均奶粉銷售量為19.9公斤；該數字在香港為259.6公斤。Baker, P., Smith, J., Salmon, L., Friel, S., Kent, G., Iellamo, A., . . . Renfrew, M. (2016). Global trends and patterns of commercial milk-based formula sales: Is an unprecedented infant and young child feeding transition underway? *Public Health Nutrition*, 19(14), 2540-2550. doi:10.1017/S1368980016001117, [http://www.babymilkaction.org/wp-content/uploads/2014/10/Baker-et-al\\_2016\\_Global-trends-and-patterns-of-formula-sales-is-an-IYCF-transition-underway.pdf](http://www.babymilkaction.org/wp-content/uploads/2014/10/Baker-et-al_2016_Global-trends-and-patterns-of-formula-sales-is-an-IYCF-transition-underway.pdf)

[4] admango 數據庫

[5] 香港電視廣播有限公司年度報告及期中報告

[6] 《母親對嬰幼兒餵哺之意見調查》，香港大學民意調查計劃，2011，  
<https://www.hkpop.hku.hk/chinese/report/breastfeeding/index.html>

[7] 《父母對「香港守則」草擬本及相關議題意見調查》，香港大學民意調查計劃，2012，  
<https://www.hkpop.hku.hk/chinese/report/formulaMilk/index.html>

[8] Survey on Mothers' Views of Formula Milk Promotion and Information on Infant and Young Child Feeding, 香港衛生署家庭健康服務，2013，  
[http://www.fhs.gov.hk/english/archive/files/reports/Survey\\_on\\_Mothers\\_views\\_on\\_FM\\_promotion\\_full\\_2016\\_final.pdf](http://www.fhs.gov.hk/english/archive/files/reports/Survey_on_Mothers_views_on_FM_promotion_full_2016_final.pdf)

[9] Marketing of Breast-milk Substitutes: National Implementation of the International Code: Status Report 2016, World Health Organization, UNICEF, & IBFAN, 2016,  
[http://www.who.int/nutrition/publications/infantfeeding/code\\_report2016/en/](http://www.who.int/nutrition/publications/infantfeeding/code_report2016/en/)

[10] Guidance on ending the inappropriate promotion of foods for infants and young children, WHO, 2016, <http://www.who.int/nutrition/topics/guidance-inappropriate-food-promotion-iyf/en/>