



將最好♥給最愛

立法會
衛生事務委員會主席
李國麟議會

李議員大鑒：

有關《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品的銷售守則》
(下稱「香港守則」) 立場書

【媽媽牌】成立於 2011 年，一班授乳媽媽有感在港餵哺母乳困難，在社交網絡建立群組，互相支援。至 2014 年，正式定名為【媽媽牌同盟】，意指一群因母乳餵哺而走在一起的「盟友」。由網上走到現實，【媽媽牌同盟】於 2015 年正式註冊為社團，成為非牟利團體。截至 2015 年 5 月，登記會員人數已達 1,100 人，面書群組會員更達萬人。

本會致力推廣母乳餵哺及關注授乳媽媽的社會權益。然而，無論我們如何努力工作，仍敵不過奶粉商的財力及不實資訊流動。即使 2012 年香港特區政府通過「香港守則」，成為自願性指引，我們仍能在社會內收到沒有最多，只有更多的母乳餵哺的錯誤觀念，影響者眾，實在有需要加強《香港守則》的推行及覆蓋範疇，進一步加強公眾教育，讓家長及其身邊具影響的環境與人物能得到正確，公平，全面及具科學實證的嬰幼兒餵養資訊，從而作出最合適的選擇。

- 1) **《香港守則》全面執行，有助社會推動母乳餵哺及帶來根本性的影響。**嬰幼兒營養聯會（下稱「聯會」）曾在其立場書內表示，對母乳餵哺最大的阻力，不是配方奶廣告，而是沒有母乳友善的支援措施，包括：室外空間的硬件配套，產假過短未能建立母乳餵哺的節奏，職場未有母乳友善政策等等。（香港嬰幼兒營養聯會, 2014a）我們相當同意「聯會」的調查結果，這些都是有待改進的措施，但這些都是因為配方奶在過往幾十年鵲巢鳩佔下帶來的後遺症，所以要改變現況，必需由根而治。至今，社會仍充斥著「配方奶營養等同母乳，甚至優於母乳」、「嬰兒可隨時由母乳轉成配方奶」等錯誤訊息，社會根本沒有動力去作出根本性的改變。只有讓社會人士都明白，母乳餵哺無論營養、建立親子關係、為下一代及母親長遠的健康及減低公共醫療開支，都是必要的措施時，社會風氣才可以扭轉，願意犧牲短視的商業利益，為香港社會的長遠整體利益作投資。
- 2) **現時《香港守則》局部推行，仍有失實資訊在與較大嬰兒奶粉的宣傳內交叉傳播。**現時，奶粉商仍可以在較大嬰兒配方奶粉上賣廣告，自由宣傳，並在活動中交叉介紹嬰幼兒奶粉的資訊時有存在。一些誇大奶粉效能的廣告仍然在社會流通。（見圖 1）只有將誇張的廣告杜絕並加強母乳餵哺推廣，才能讓消費者得到公平及充份知識的選擇。



將最好♥給最愛

圖 1: 惠氏廣告直指飲用其配方奶能加強學習能力：



(資料來源：

https://www.youtube.com/watch?v=7iVHFf_4GAs)

- 3) 即使《香港守則》全面執行，仍不會影響奶粉商的宣傳策略，只會規管出更真實的資訊流動。奶粉商財力雄厚，現時的宣傳攻勢更五花八門。即使《香港守則》全面執行，奶粉商仍有足夠財力，透過不同渠道作不同程度的宣傳，並不會如奶粉商所言，影響其實傳及營商環境。(見圖 2 及 3)

圖 2: 惠氏《向母乳致敬》



資料來源：

<https://www.facebook.com/shem0m/videos/1206770416088649/?permPage=1>)



將最好♥給最愛

圖 3：美贊臣 A+ Facebook 專頁 透過舉行各類免費親子活動，建立友善形象。



資料來源：

<https://www.facebook.com/meadjohnsonhk/posts/1662287800465925>

- 4) 「聯會」過份誇大《香港守則》會造成營商不公平及不實資訊更易流通的影響。翻查過去資料，「聯會」於 2014 年，當《香港守則》推出時曾表示有同樣擔憂。（香港嬰幼兒營養聯會, 2014b）。然而，2 年過去，有關情況並未發生，聯會組成的 7 大奶粉商仍然雄霸市場。這些虛張聲勢的宣稱，事實已證明是杞人憂天。

同時，我們認為現時的修訂仍有不足。從最近的事例，更見《香港守則》有需要加強，以成為社會標準。

最近無線電視廣播有限公司（下稱「TVB」）於 08.03.2017 在相當入屋的翡翠台黃金時段節目「東張西望」中，大力吹捧奶粉的營養及好處，又形容母乳餵哺是「追潮流」，並只讓七大奶粉生產商成立的「香港嬰幼兒營養聯會」代表的在節目控訴政府規管太嚴格，而代為安排母乳媽媽受訪的香港母乳育嬰協會，在要求接受訪問卻被電視台代表以希望「避免跟奶粉商對立」而拒絕。（香港經濟日報, 2017）雖然 TVB 回應稱，該集《東張西望》的環節，沒有收取奶粉商或受訪者的廣告費或酬勞，但 TVB 去年 8 月公佈的上半年業績顯示，奶粉廣告是無線最大廣告收入來源。（無線電視廣播有限公司, 2016）。有關投訴仍在調查中，但以現時的《通訊事務管理局條例》及《香港守則》，相關行為都不在規管之列。因此，有關的規管必須加強及刻不容緩，以免不實資訊繼續流動。



將最好♥給最愛

總結：

母乳餵哺的好處不容置疑，社會上任何的措施加強概念及推行，實在說不出的理由，被蓋過的只是利益主導的考慮。奶粉商能成為龐然巨獸，動用大量財力作多方面宣傳，皆因羊毛出在羊身上，有關的廣告實際上是從賣出每罐奶粉得來。母乳餵哺呢？是沒有營商利益的行為，母乳餵哺支持組織沒有這樣的收入去支撐同樣的廣告作對等的宣傳時，到底誰是被不公平對待？守則只為拉近兩者因財力不平等作對等宣傳的差距，讓父母得到最全面的餵養資訊而已。

能夠通過全面執行《香港守則》並作出修訂，杜絕利益裙帶關係所潛藏的不義宣傳，令父母及其週邊環境得到確實，全面，真確的餵養資訊，才是為下一代福祉負責任的行為。

順頌
勛祺！



媽媽牌同盟 謹啟

二零一七年 三月 二十日

註：本會同意可公開閱覽本立場書



將最好♥給最愛

參考資料：

香港經濟日報 (2017)：無綫《東張西望》被質疑偏幫奶粉商 通訊局收 141 個投訴（日期：10.03.2017）

<http://topick.hket.com/article/1696464/%E7%84%A1%E7%B6%AB%E3%80%8A%E6%9D%B1%E5%BC%B5%E8%A5%BF%E6%9C%9B%E3%80%8B%E8%A2%AB%E8%B3%AA%E7%96%91%E5%81%8F%E5%B9%AB%E5%A5%B6%E7%B2%89%E5%95%86%20%C2%A0%20%C2%A0%E9%80%9A%E8%A8%A%E5%B1%80%E6%94%B6141%E5%80%8B%E6%8A%95%E8%A8%B4>

無線廣播有限公司(2016) TVB 2015 周年報告. 無線廣播有限公司: 香港

http://img.tvb.com/corporate/_upload_/article/tc/4c37e418f22b5e78fc7daf7b291228fd.pdf

立場新聞（09.03.2017）政府擬規管奶粉廣告 《東張西望》即吹捧奶粉好處 母乳協會轟 TVB 誤導、失實（日期：09.03.2017）

<https://www.thestandnews.com/society/%E6%94%BF%E5%BA%9C%E6%93%AC%E8%A6%8F%E7%AE%A1%E5%A5%B6%E7%B2%89%E5%BB%A3%E5%91%8A-%E6%9D%B1%E5%BC%B5%E8%A5%BF%E6%9C%9B-%E5%8D%B3%E5%90%B9%E6%8D%A7%E5%A5%B6%E7%B2%89%E5%A5%BD%E8%99%95-%E6%AF%8D%E4%B9%B3%E5%8D%94%E6%9C%83%E8%BD%9Ftvb%E8%AA%A4%E5%B0%8E-%E5%A4%B1%E5%AF%A6/>

香港嬰幼兒營養聯會（2014a）. 立法會 CB(2)111/14-15(01)號文件：香港嬰幼兒營養聯會(下稱「聯會」)就政府因應《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品的銷售及品質守則》(《香港守則》)提交之跟進文件提出補充資料（信件日期：17.10.2014）

<http://www.legco.gov.hk/yr13-14/chinese/panels/hs/papers/hs0721cb2-111-1-c.pdf>

香港嬰幼兒營養聯會（2014b）.

立法會CB(2)2080/13-14(01)號文件：向立法會衛生事務委員會就《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品的銷售及品質守則》（《香港守則》）草擬本提交意見書（信件日期：07.2017）

<http://www.legco.gov.hk/yr13-14/chinese/panels/hs/papers/hs0721cb2-2080-1-c.pdf>