

致：香港特別行政區立法會衛生事務委員會

《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品的銷售守則》意見書

政府計劃在今年年中引入《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品銷售守則》(《香港守則》)，作為維護母乳餵哺及支持以最佳方式餵養 36 個月以下嬰幼兒的措施，政府希望藉《香港守則》，控制配方奶粉的宣傳和銷售手法，減低社會對配方奶粉的需求意慾，從而促使更多父母採用母乳餵哺。

政府倡導母乳餵哺是正確，但透過《香港守則》去限制奶粉製造商和分銷商對他們的產品宣傳，手法是值得商榷。

支持《香港守則》的意見認為，奶粉製造商或分銷商的推銷手法深入人心，為奶粉塑造良好的功能，削弱母乳餵哺的好處，限制奶粉製造商或分銷商對他們產品宣傳的空間，可令政府宣傳和教育母乳餵哺的工作不會受到干擾。《香港守則》生效後，初為人父母或計劃生育兒女的夫婦只能接收到政府認可有關母乳餵哺的訊息，這有如一個封建和極權的國家，排斥和禁止不利自己施政的資訊出現和流通的做法相似。

香港享有資訊自由，商業機構宣傳其產品，只要不違反社會的一般道德標準如涉及淫褻、色情、誇大、失實、惡意打擊競爭對手和與相關的法例如《商品說明條例》、《不良廣告（醫藥）條例》等針某一些特別的商品或服務的資訊內容外，政府實在不應對商業機構宣傳自己產品資訊發放的方式、內容和採用甚麼媒介作出規限。

本港的婦女在懷孕期間至生產，都是獲得公立或私營的醫療系統照顧，母乳餵哺的好處，可以透過公私營醫療系統，直接和有效傳達至懷孕期間的婦女，婦女產後同樣是接受公營或私營的醫療系統提供母嬰健康服務，這些場合可以再加強宣傳和教育母乳餵哺的優點，《香港守則》提出政府獨佔這些宣傳途徑向目標族群灌輸母乳餵哺優點，已足以有效傳遞母乳餵哺的優點，而目標族群可在毫無其他資訊的干擾下，完整接受政府的訊息。

政府提出禁止奶粉製造商和分銷商，以面對面的方式將他們產品資訊傳給準父母或初為人父母，已是十分高壓手法，在這些途徑以外實施更多的規定，限制奶粉製造商或分銷商向消費者提供產品資訊，對香港社會資訊自由和言論自由構成不必要的障礙外，更有損市民的知情權。

奶粉製造商或分銷商只是提供一種消費者資訊，只要採用的手法和傳播資訊方式以及內容不是違反現行的法律，他們發放資訊的自由是應該受到尊重。

香港人的教育水準和文化背景，不會盲目接受商業機構發出的資訊，香港的市民特別是年輕的一代，更不會不加自己的判斷而照單全收商品推銷訊息，政府認為奶粉製造商或分銷商向消費者提供產品資訊，威脅到政府倡導母乳餵哺的努力，不單是杞人憂天，更是將香港市民的智商設定於一個低水平。

食物及衛生局今次的《香港守則》對奶粉製造商或分銷商作出嚴苛和過分的規管，等同要這些製造商或分銷商「滅聲」，做法對合法的資訊自由作出限制，和對有關的資訊作出預審，是打擊和破壞香港言論自由和合法資訊的流通極壞的先例。



銘傳公共關係

2017 年 4 月 3 日