



立法會
衛生事務委員會
李國麟主席

李主席：

關於《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品銷售守則》

政府計劃於 2017 年中發佈《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品銷售守則》（下稱《香港守則》）。香港中華出入口商會（下稱本會）擬就《香港守則》表達意見，供 貴委員會參考。

本會贊同推廣母乳餵哺幼兒，亦支持在工作間為餵哺母乳的僱員提供方便，但《香港守則》亦應考慮香港的實際情況，保留資訊渠道，讓父母獲取配方奶的資訊。

1. 配方粉涵蓋嬰幼兒年齡範圍

政府按照世界衛生組織制訂的守則，將配方奶涵蓋供 36 個月或以下幼童食用的配方產品和食品。本會認為年齡涵蓋範圍並不適合香港經濟發展情況，建議祇涵蓋 12 個月或以下幼童。

香港是個成熟的經濟體系，女性參與勞工比率高。按 2016 年第四季統計數字，女性參與勞工比率高達 54.6%（若祇計算 20 至 44 歲在職女性，比率大約七成）。香港女性現時的有薪產假合共 10 週，女性生產以後，短時間便要回到工作崗位，這妨礙了母親親自餵哺母乳。同時，香港的工作地點普遍沒有為母親提供抽取、儲存母乳的方便，促使在職母親在限制下以配方奶替代人奶。所以，本會認為，將配方奶的涵蓋年齡訂為 36 個月或以下的嬰幼兒，目標雖然良好，但 36 個月授乳期對在職婦女可能過長，並非切實可行。反而，將配方奶的涵蓋年齡訂為 12 個月或以下的嬰幼兒，更為貼近實際情況，更為可行。

2. 對配方奶廣告的限制

《香港守則》建議限制配方奶製造商及分銷商的推廣宣傳，本會認為不能達至鼓勵母親餵哺母乳的政策目標。上文已指出，本港約七成適齡女性為在職僱員，部份母親受制於工作環境未能餵哺母乳；所以，限制配方奶廣告以求更多母親餵哺母乳沒有明顯因果關係。本會認同母乳是嬰幼兒的最佳食物，能促進親子感情，好處不勝枚舉；配方奶的廣告不應跨張失實，包含貶抑母乳餵哺的訊息。

《香港守則》很大程度限制了配方奶的宣傳活動，但容許製造商及分銷商應顧客要求提供資訊。事實上，不同品牌配方奶的成份是有差異的，配方奶製造商及分銷商有責任向父母提供資料，供父母考慮。若限製廣告主動發放配方奶的成份資訊，或刪去品牌名字等資料，父母便難以分辨不同配方奶的差異。同時，《香港守則》應較持平看待奶瓶的使用，因為在職母親需使用奶瓶盛載在工作間抽取的母乳，回家後亦要用奶瓶餵哺子女。由此可見，餵哺母乳和配方奶均同樣有機會使用奶瓶。

上述兩點建議，謹供 貴委員會考慮。順祝政安



香港中華出入口商會

2017 年 4 月 10 日