

梁苑婷小姐提交的意見書

主席和各位議員好，我係網上一個推動母乳餵哺群組「母乳媽媽交流站」的其中一位管理員。我哋群組成立至今已經差不多六年，成員人數已經超過二萬人。

網上平台的好處，係可以俾媽媽們放心分享佢哋餵哺母乳上的困難。我自己最常接觸的個案，除咗係新手媽媽頭六個月的餵哺問題外，就係六個月以後媽媽想繼續餵哺而所遇到的困難。

相信今日不同的母乳團體都會蟬述奶粉廣告的數據，點樣去影響想繼續母乳的媽媽，我都唔想重覆，我今日坐係度，係希望將群組媽媽所面對的，以及我自己所面對的情況同大家分享。

我自己已經有一個大囡，今年三歲四個月，而家都陀緊一個 35 週的 BB，我大囡係二歲半自然離乳。回想當初餵哺大囡至六個月的時候，身邊已經有不少人叫我改餵奶粉，仲有不少「奶粉商」關心的致電，說可以寄試用裝俾我。

我回想點解佢哋會有我的聯絡方法時，原來係我生之前去過一啲大型的 BB 展，留低咗聯絡方法，亦是令佢哋可以推廣奶粉的開始。

如果大家有去過一啲大型的 BB 展，奶粉商的攤位永遠的最大最多人，標榜的亦是「最接近母乳」、「最親和」等的口號，我第一胎懷胎 4 個月時，已有的奶粉知識，相比母乳餵哺的宣傳，奶粉商的滲透力比一般醫院/健康院更快更有力，而且好多時，母乳哺育的資訊都要靠媽媽們主動搜尋先有。

可能各位會覺得，奶粉廣告的資訊影響媽媽的機會好低，如果媽媽夠堅持，仍可繼續母乳，但係，奶粉廣告的對象，其實係媽媽的身邊人，丈夫、奶奶、甚至於一啲兒科醫生，都會令到媽媽的信心動搖，覺得奶粉比母乳優勝，呢啲都係財力雄厚的奶粉商先可以做到。

更甚，奶粉商的攻勢已經到達一個無處不在的地步，交通工具廣告、電視、診所內的海報，連我大囡的幼稚園，都會派發奶粉試用俾小朋友，係衛生署、醫管局和志願團體有限的資源下，要對抗奶粉商洗腦式的推廣根本不可能，媽媽們同佢嘅食邊人只能夠每日無意識地接受奶粉資訊，達到奶粉商的目的。

作為媽媽都係偉大，無論餵母乳還是奶粉都係個人選擇，但我好希望政府能夠帶頭做好把關，通過香港守則，令到媽媽們可以响呢個資訊爆炸的年代和社會中有多啲空間，去得到專業和持平的推廣內容。

希望將來我哋群組的媽媽，甚至我自己，都可以隨心所欲地選擇適合自己的資訊，選擇對自己 and BB 最好的餵哺方式。