



香港灣仔愛群道32號  
愛群商業大廈1308室  
衛生署 家庭健康服務  
「香港母乳代用品銷售守則專責小組」秘書處

致衛生署香港母乳代用品銷售守則專責小組

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）草擬本內容，荷花集團（下稱本集團）對當中不少內容百思不得其解及覺得難以跟隨，遂在公眾諮詢期完結前，去信 閣下表達不明之處，冀 貴局能盡快給予本集團詳盡及清晰的回覆。

首先，香港守則中指出，製造商及分銷商不能提供有關母乳餵哺及配方奶餵養的資訊及教育，列明不准舉辦、進行或贊助擬為市民大眾、孕婦及36個月或以下幼兒的母親而設有關母乳餵哺及配方奶餵養的教育活動，同時，不容許製造論述母乳餵哺及配方奶餵養的資訊或教育材料，及向有關人士派發，或贊助該等材料製造及派發。

本集團在舉辦博覽活動方面有超過20年經驗，就不准許舉辦、進行或贊助有關活動，本集團不認為奶粉商參與或贊助活動會影響媽媽餵哺母乳的意欲，媽媽亦不會因而選擇了該奶粉商的產品，是否能夠餵哺母乳或堅持長時間餵哺母乳，完全基於媽媽的個人因素，例如母乳是否足夠、上班後公司是否有足夠配套支持繼續餵哺母乳，或是公眾場所是否有足夠配套讓其餵哺母乳，才是支援媽媽餵哺母乳的主要因素。

再者，奶粉商參與或贊助活動，媽媽參加相關活動完全基於活動的內容吸引，例如爬行大賽，便是一個很好的平台讓母嬰之間親子互動，即使活動後送贈了該品牌的產品，亦純粹一份心意，同時為媽媽發放有用資訊，這些一次性的優惠，對媽媽實在微不足道。

在這十多年間，本集團每年舉辦1至2次大型博覽活動，獲得不少媽媽支持，入場人數更是屢創新高，除了邀請各社福機構外，我們亦一直有邀請政府參與，藉這個嘉年華式的活動，擺放有關母乳餵哺的資訊，加強教育及宣傳，惟多年來衛生署只有1次參與，其餘只以資源不足或沒有預算等為由而推卻，因此，我們亦不見得政府有積極推廣母乳的力度及決心。

此外，近年病毒變種及傳染病問題嚴重，如落實香港守則，假設有媽媽因病不能再餵哺母乳，市場上又因香港守則而令中小型奶粉商沒有再打入香港市場，只餘下幾家大型奶粉商，此時絕對有機會出現奶粉荒，而作為媽媽，如果一直以來都沒有途徑了解市場上的配方奶及其資訊，可能未能作出最合適的選擇，甚至連市場上有多少配方奶品牌也不知道，常說配方奶成份及營養大同小異，其實，不同品牌在口味上卻可以相差很大，因此媽媽也需因應寶寶口味去選擇配方奶，但絕對不是廣告宣傳促使。

假如落實守則，原本已打入香港市場的奶粉商將無法繼續營運及生存，這些中小型奶粉商更會徹出香港，引發倒閉及裁員潮，影響無數從業員的生計，一些依靠奶粉商及相關產品的廣告而生存的行業，生意亦會大受影響，例如母嬰雜誌、網頁等等，失業的數字可能難以估計，政府在草擬香港守則時，相信並沒有進行相關的評估。

最後，希望 貴局可以認真考慮我們的論點，因守則將會影響業界無數從業員的生計，同時亦抹殺了媽媽的知情權，影響深遠！同時，冀 貴局能盡快給予本集團詳盡及圓滿的回覆，好讓我們可以對將來的業務有清晰的方向及部署。

### 問題如下：

1. 要求延長諮詢期。
2. 希望了解推行香港守則的目標，以及可否保證推行後母乳餵哺率較現時增加多少，同時要求有實際數字支持。
3. 草擬香港守則時是否有探討母乳餵哺率由出生首3個月約8成急跌的原因，到底應歸咎於奶粉商的廣告宣傳，還是香港根本沒有配套支持媽媽餵哺母乳，或是有其他原因？
4. 為何要一刀切不准計奶粉商及相關產品的廣告宣傳及活動贊助，有沒有考慮其他方案，如規管在廣告的當眼位置必須加上支持母乳餵哺等的字眼，而不是全面禁制。
5. 正如 貴局早前於會議上指出，本港全年有31億元用於廣告宣傳，當中24億元來自奶粉商，如果完全禁制有關廣告，有沒有考慮到從業員的生計，以及香港屆時的經濟發展？
6. 貴局是否會就各界的意見對香港守則作出修訂，還是會在未有共識的情況下，強行推出此守則及要業界遵守？
7. 請明確指出到底有哪些活動是奶粉商、相關產品及嬰幼兒食品商均不能贊助，以及說明背後原因，何以會與母乳餵哺率扯上關係？
8. 為何奶粉商、相關產品及嬰幼兒食品商不能參與展覽會等活動，抹殺了媽媽的知情權，另外， 貴局認為單靠醫生或醫院向媽媽講解，是否媽媽就能完全掌握配方奶的資訊？
9. 如 貴局考慮到保障兒童有權享有兒童最佳利益，請問 貴局將來會否繼續擴大有關嬰幼兒產品的限制？
10. 要將嬰幼兒市場看作違禁品一樣管制，我們根本無法繼續營運，請問 貴局是希望我們徹出嬰幼兒界嗎？

如有回覆或查詢，請致 [REDACTED] 或電 [REDACTED] 與陳佩蓮女士聯絡。

敬祝 鈞安！

荷花集團  
2013年2月28日