

《香港守則》：

致力維護、推廣和支持以最佳方式餵養嬰幼兒

要點

- ※ 維護、推廣和支持母乳餵哺，是公共衛生的優先項目之一。然而，很多因素可影響嬰幼兒的餵養決定，而其中一個妨礙母乳餵哺的主要因素是不當和過度進取銷售母乳替代品。
- ※ 在香港，配方奶粉廣告及推廣活動相當盛行。衛生署委託進行的一項調查發現，約90% 育有 0 至 36 個月嬰幼兒的家長在調查前 3 個月內曾看過或聽過關於嬰幼兒配方奶粉的廣告或宣傳。除廣告以外，是次調查也反映配方奶粉生產商普遍以不同形式的策略接觸家長和準家長。另一項調查亦反映出配方奶製造商在銷售點有非常進取的銷售手法。
- ※ 推行《香港守則》是維護母乳餵哺以及嬰幼兒餵養的其中重要一步。《香港守則》旨在透過充分及不偏頗的資料和適當銷售行為，維護母乳餵哺及確保母乳代用品獲得適當使用，以達致為嬰幼兒提供安全及足夠的營養。
- ※ 成功推廣母乳餵哺是社會的共同責任。政府會繼續與社會各界一同締造母乳餵哺友善環境和維護以最佳方式餵養嬰幼兒。

HK CODE
香港守則

《香港守則》：致力維護、推廣和支持以最佳方式餵養嬰幼

維護、推廣和支持母乳餵哺，是公共衛生的優先項目之一。有充分證據顯示，母乳餵哺能預防兒童感染及可預防過重和糖尿病、增強智力、以及減低授乳婦女患上乳癌的風險。以全母乳餵哺及餵哺期越長、所得的益處越多¹。世界衛生組織（世衛）和聯合國兒童基金會建議，最佳的母乳餵哺方式包括產後一小時內即開始母乳餵哺；以全母乳餵哺嬰兒至 6 個月大；在嬰兒約 6 個月大時，逐漸引進固體食物，並持續餵哺母乳至幼兒兩歲或以上²。事實上，於 19 世紀時幾乎全是以母乳餵哺嬰幼兒。當製造了調製牛乳及成為可行的母乳代用品後，母乳餵哺率便開始下降^{3,4}。世衛估計，現今全球 0 至 6 個月大的嬰兒中，約 40% 是以全母乳餵哺的。每年，逾 80 萬名年齡 5 歲以下兒童死亡和 2 萬宗婦女乳癌死亡個案是由不理想的母乳餵哺方式所導致^{1,2}。

母乳代用品銷售對實行母乳餵哺的影響

很多因素可影響嬰幼兒的餵養決定，而其中一個妨礙母乳餵哺的主要因素是不當和過度進取銷售母乳代用品⁵。銷售渠道及手法包括向母親、醫護人員或醫護機構派發配方奶粉試用裝或印有商標的禮品；混合推廣包裝類似的嬰兒配方奶、較大嬰兒配方奶和大仔奶；登廣告描繪配方奶如母乳一樣好，或甚至勝於母乳；傳達偏頗訊息，指母乳餵哺是困難

的或母乳代替品有助安撫挑剔苛求的嬰兒；於包裝上印上不是以證據為本的營養或健康聲稱；以及贊助醫護專業人員的聚會、科學或學術會議去影響其內容及訊息。這些方式會負面地影響社會對母乳餵哺的準則和態度、增加母乳代替品的接受性和可取性、或減低母親們進行母乳餵哺的信心⁵⁻⁷。

締造一個維護、推廣和支持母乳餵哺的環境，需要一套有系統性的策略，這包括讓父母在不受商業影響的情況下，就餵養嬰兒方式作出知情的選擇；確保為母嬰提供健康服務機構的政策和做法能夠支持母乳餵哺；以及建立嬰兒和家庭友善的社會政策及社區服務。於一九八一年，世衛制定並通過《國際母乳代用品銷售守則（國際守則）》，呼籲各國就母乳代替品的不良銷售手法設立限制，以維護母乳餵哺⁸。於隨後幾年，世衛進一步闡明《國際守則》，追加若干建議以配合科學發展和應對不斷演變的市場策略。根據二零一六年世衛《終止嬰幼兒食品的不當促銷形式指引》，母乳代替品包括所有針對餵養 36 個月以下嬰幼兒而專門營銷的任何奶類產品（包括較大嬰兒配方奶和大仔奶），而《國際守則》的實施工作會涵蓋所有這些產品。至於營銷嬰幼兒食品的公司，不應在醫護機構或整個醫護系統中造成利益衝突。

此外，這些公司或其代表不應向父母提供免費產品、禮物或試用裝；向醫護機構捐贈或提供設備或服務；使用醫護機構舉辦活動、比賽或開展宣傳；在醫護機構內提供嬰幼兒餵養的教育；以及贊助醫護專業人員會議和科學會議⁹。按世衛的二零一六年《守則情況報告》，分析了194個國家的情況，當中135個國家已就《國際守則》及相關條文制訂有關的法律措施¹⁰。

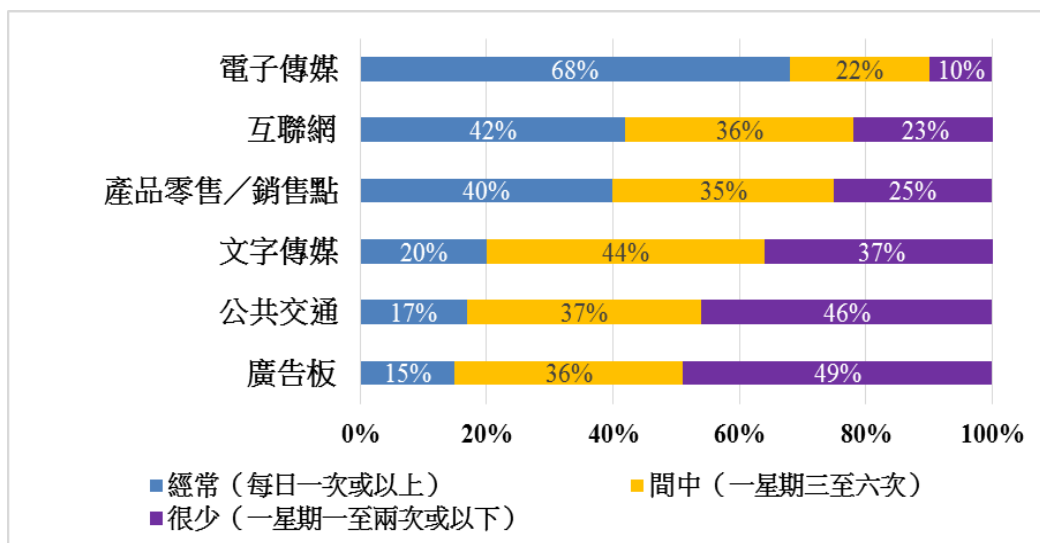
本地情況

經過政府與不同界別的共同努力推廣母乳餵哺，本地的母乳餵哺率已有上升。衛生署一直有監測本地各醫院婦產單位曾以母乳餵哺的比率，本港產婦出院時曾以母乳餵哺的比率，已由一九九二年的18%上升至二零一六年的87%。此外，衛生署每兩年於轄下母嬰

健康院進行母乳餵哺調查。全母乳餵哺嬰兒四個月的比率，亦由二零一二年出生嬰兒中的19%上升至二零一六年出生嬰兒中的31%¹¹。然而，在香港配方奶粉廣告及推廣活動相當盛行、父母對餵奶存有誤解，以及使用配方奶粉的情況普遍。

於二零一五年，衛生署委託進行的一項調查，收集有關父母接觸配方奶粉及相關產品（例如供嬰幼兒使用的奶瓶和奶咀）的銷售情況。於559位育有0至36個月嬰幼兒的家長中，調查結果顯示約90%受訪者報稱在調查前3個月內曾看過或聽過關於嬰幼兒配方奶粉的廣告或宣傳。主要渠道為電子傳媒，其次為互聯網和產品零售／銷售點（圖一）¹²。

圖一：在調查前3個月內曾接觸有關配方奶粉廣告或宣傳的渠道及頻率

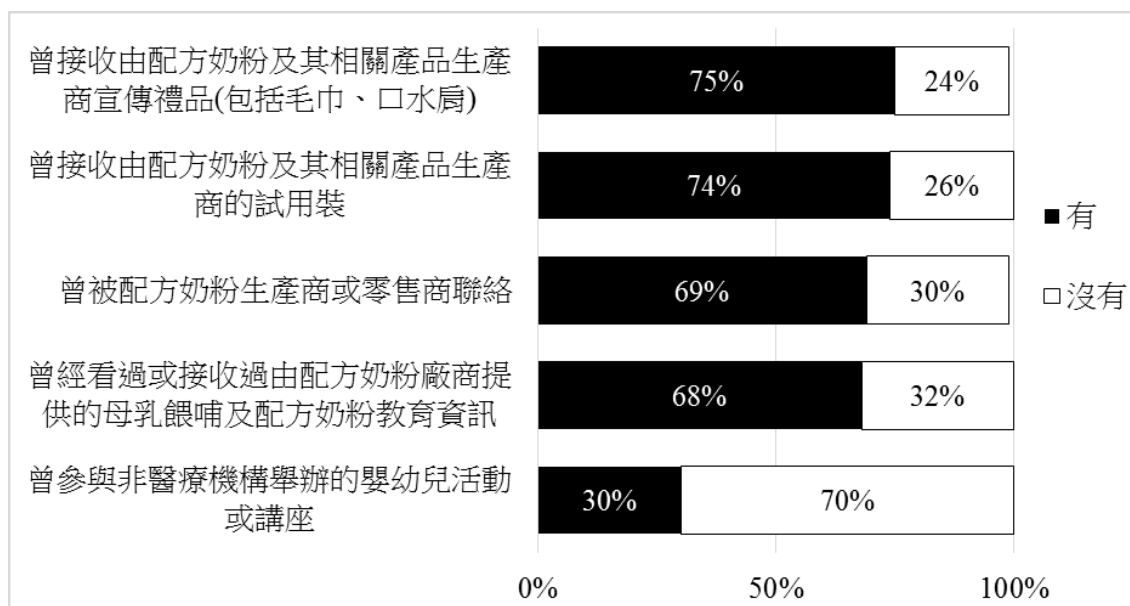


資料來源：衛生署家庭健康服務。

在曾經看過或聽過配方奶粉廣告或宣傳的受訪者之中，68% 認為該廣告或宣傳產品的目標對象為 0 至 6 個月大嬰兒。然而，在香港宣傳或推廣初生至六個月大的嬰兒配方奶粉產品並不普遍。這表示家長很難分別初生嬰兒和較大嬰兒配方奶粉的宣傳或推廣。把同一品牌的初生嬰兒和較大嬰兒配方奶粉包裝得類似，是一種非常有效的營銷策略。所以重點推廣較大嬰兒配方奶粉，亦能有效地宣傳嬰兒配方奶粉，雖然後者沒有被公開宣傳¹³。除廣告以外，是次調查亦反映配方奶粉生產商普遍以不同形式的策略接觸家長和準家長，包括提供講座和活動、健康教育資訊、試用裝及品牌禮品等（圖二）¹²。

衛生署委託進行的另一項調查，觀察於本港售賣 36 個月或以下嬰幼兒配方奶粉及其相關產品（即奶瓶和奶咀）的 50 個銷售點所採用的市場營銷手法。發現當中 49 個銷售點有配方奶粉及／或其相關產品的營銷及／或推廣活動，並共觀察到 321 項配方奶粉銷售點廣告項目，當中包括 17 個品牌，而其中 3 個品牌的廣告項目共佔整體廣告項目超過 60%。最常見的銷售點廣告項目為價錢牌上的搖擺／特別裝飾，其次為產品特別擺設。17 個配方奶粉相關產品的品牌使用了 50 項銷售點廣告項目¹⁴。

圖二：家長對配方奶粉及相關產品生產商的營銷策略的接觸



資料來源：衛生署家庭健康服務。

《香港守則》

於二零一零年六月，衛生署成立了「香港母乳代用品銷售守則專責小組（專責小組）」負責制定香港守則。專責小組成員包括社區組織、專業團體、學術界，以及有關的政府部門。在草擬適用於香港的守則時，專責小組根據《國際守則》及隨後的世衛大會的相關決議，亦考慮了本地營銷情況對家長餵養嬰幼兒的態度和實踐的潛在影響。

考慮了於二零一二年進行的公眾諮詢所收集的意見、最新的本地食物法則和二零一六年世衛的最新指引，政府已於二零一七年六月十三日發佈了《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品銷售守則（香港守則）》¹⁵。作為維護、推廣和支持母乳餵哺的其中一項核心措施，《香港守則》旨在透過充分及不偏頗的資料和適當銷售行為，維護母乳餵哺及確保母乳代用品獲得適當使用，以達致為嬰幼兒提供安全及足夠的營養。



《香港守則》就推廣擬供予年齡未滿 36 個月嬰幼兒的配方奶及相關產品和嬰幼兒食品，建議採用良好的銷售手法。《香港守則》亦為相關的界別，包括有關產品的製造商或分銷商、醫護人員和醫護機構，以及從事有關幼兒飲食工作的幼兒工作者和幼兒機構提供指引。主要條文涵蓋指定產品的製造商和分銷商以及醫護界就若干範圍不應該和應該做的事，包括—

- ◆ 為市民大眾、準父母及父母提供資訊及教育；
- ◆ 向公眾推廣；
- ◆ 在醫護及幼兒服務機構進行推廣；
- ◆ 向醫護人員及幼兒工作者提供資訊及推廣；及
- ◆ 標籤。

《香港守則》全文可在 <http://www.hkcode.gov.hk/tc/> 閱覽。透過自願的方式推行守則，是提升和教育業界及市民認識維護母乳餵哺重要的第一步。政府鼓勵有關產品的製造商和分銷商在制訂本身的銷售手法時，參考《香港守則》的原則和主旨。此外，醫護專業團體、機構、非政府組織和公眾的支持，對維護嬰幼兒在不受過度商業影響下有最佳方式餵養至為重要。

母乳餵哺才是餵養嬰幼兒的準則

父母力求為嬰幼兒提供最好的營養，但錯誤引導的銷售訊息，往往破壞他們給予孩子最好的意願。父母要知道，母乳並沒有相等的替代品。母乳含天然抗體、活性免疫細胞、酵素和各種養分，全都對孩子的長遠健康具顯著影響。除健康後果外，母乳餵哺對環境（包括氣候變化）的影響比配方奶粉為小。這是因為母乳替代品需要能源去生產、物料去包裝、燃料去運輸分發，而每日的準備和使用均需要水、燃料、清潔劑和消毒劑，並在過程中產生多種污染物⁷。

成功推廣母乳餵哺是社會的共同責任。除推行《香港守則》外，當局也分階段推出一系列涵蓋多個範疇的措施，加強醫護機構在母乳餵哺方面的專業支援；提升公眾對母乳餵哺的接受和支持程度；鼓勵社會各界實施母乳餵哺友善工作間政策，支持在職母親持續餵哺母乳；透過推廣母乳餵哺友善場所和設置育嬰間，鼓勵和支持在公眾場所餵哺母乳；以及加強監察本地母乳餵哺的情況。政府會繼續與社會各界別一同維護、推廣和支持母乳餵哺，並以最佳方式餵養嬰幼兒。要知道更多有關嬰幼兒階段的營養、餵養建議和嬰幼兒健康飲食資訊，請瀏覽衛生署家庭健康服務網頁 <http://www.fhs.gov.hk>。

參考資料

1. Victora CG, Bahl R, Barros AJ, et al. Breastfeeding in the 21st century: epidemiology, mechanisms, and lifelong effect. *Lancet* 2016; 387(10017):475-90.
2. *Infant and Young Children Feeding*. Geneva: World Health Organization, 2016.
3. Brady JP. Marketing breast milk substitutes: problems and perils throughout the world. *Arch Dis Child* 2012; 97(6):529-32.
4. Hoddinott P, Tappin D, Wright C. Breast feeding. *BMJ* 2008; 336(7649):881-7.
5. *Superfood for Babies: How Overcome Barriers to Breastfeeding will Save Children's Lives*. London: Save the Children, 2013.
6. Piwoz EG, Huffman SL. The Impact of Marketing of Breastmilk Substitutes on WHO-Recommended Breastfeeding Practices. *Food Nutr Bull* 2015; 36(4):373-86.
7. Rollins NC, Bhandari N, Hajeebhoy N, et al. Why invest, and what it will take to improve breastfeeding practices? *Lancet* 2016; 387(10017):491-504.
8. *International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes*. Geneva: World Health Organization, 1981.
9. *Maternal, Infant and Young Child Nutrition. Guidance on Ending the Inappropriate Promotion of Foods for Infants and Young Children*. Geneva: World Health Organization, 13 May 2016.
10. WHO, UNICEF, IBFAN. *Marketing of Breast-milk Substitutes: National Implementation of the International Code. Status Report 2016*. Geneva: World Health Organization, 2016.
11. 香港特別行政區：衛生署家庭健康服務。二零一七年母乳餵哺調查。
12. 香港特別行政區：衛生署家庭健康服務。二零一六年。有關 36 個月以下嬰幼兒家長接觸配方奶粉及其相關產品市場營銷手法的調查。
13. Hong Kong Infant and Young Child Nutrition Association (HKIYCNA) *Code of Practice for the Marketing of Infant Formula*. Hong Kong SAR: HKIYCNA, 2011.
14. 香港特別行政區：衛生署家庭健康服務。二零一六年。直接觀察在香港銷售點售賣 36 個月或以下嬰幼兒配方奶粉及其相關產品的市場營銷手法。
15. 香港特別行政區：食物及衛生局和衛生署。二零一七年。香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品銷售守則。



每年八月的第一個星期，全球 170 多個國家一同參與慶祝國際母乳哺育周，期望藉此能引起全球對保護，推廣和支持母乳餵哺的關注。今年的主題是『持續母乳餵哺 — 同心同行』，意旨是通過提倡多界別合作和夥伴關係來促進母乳餵哺，以支持授乳的家庭。

為慶祝「2017 國際母乳哺育周」，衛生署聯同醫院管理局、愛嬰醫院香港協會及聯合國兒童基金香港委員於 7 月 28 日舉辦了「2017 國際母乳哺育周」慶祝活動，以喚起公眾對持續母乳餵哺的支持。活動由食物及衛生局局長陳肇始教授，JP 主持。

讓我們繼續讚頌母愛和支持母乳哺育！欲知道更多有關「2017 國際母乳哺育周」或過往的活動資料，請瀏覽 <http://worldbreastfeedingweek.org/>。

非傳染病直擊旨在加強公眾對非傳染病及相關課題的認識，意識到預防和控制非傳染病的重要性。這亦顯示我們積極進行風險資訊溝通和致力處理非傳染病在我們社區引起的種種健康問題。

編輯委員會歡迎各界人士的意見。

如有任何意見或疑問，請聯絡我們，電郵 so_dp3@dh.gov.hk。

主編
程卓端醫生
委員

鍾偉雄醫生	李兆妍醫生
范婉雯醫生	李元浩先生
馮宇琪醫生	吳珏翹醫生
何家慧醫生	吳國保醫生
李嘉瑩醫生	尹慧珍博士