

《香港配方奶及相關產品 和嬰幼兒食品的銷售及品質守則》

香港母乳育嬰協會

2012年11月19日

香港母乳育嬰協會促請《香港守則》盡快出台，並以立法方式推行

- 本會為以義務性質推廣母乳育嬰16年，深明香港奶瓶、奶粉文化根深蒂固。面對奶粉商鋪天蓋地的宣傳，本地的持續哺乳率一直低落，大大影響母嬰健康，是一重要的公共衛生議題。
- 本會協助過不少因種種原因不能餵哺母乳的母親。我們同意奶粉是現代社會重要的一項發明。正因如此，政府必須就奶粉的銷售手法和品質進行監管，保障餵哺母乳及非餵哺母乳家庭的權益。
- 業界自詡沒有使用「不當」的宣傳手法、營養及健康聲稱「有科學研究支持」。正如本會及多個關注兒童健康的專業團體指出，這與公眾的理解有明顯落差。政府有必要推出銷售及品質守則，並持續監視業界的行為，適時更新條文。
- 香港目前並無規例監管36個月以下嬰幼兒的配方奶粉產品及食品的營養成份及標籤。在嬰幼兒健康最脆弱的時期，他們進食的食品沒有法例保障安全。這是一個極為嚴重的漏洞，必須盡快立法監管。
- **本會支持政府衛生署草擬的自願性《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品的銷售及品質守則》。環顧世界各地的經驗，自願性守則的效力有賴於特定的監管機構及具阻嚇力的罰則。本會希望政府能積極執行《香港守則》，並盡快過渡至以立法方式推行。**

- 本會準備了以下文件，希望集中有關資料，為各界提供更詳細的參考。

《香港守則》

目的：保障母乳餵哺及嬰幼兒餵養，以免家長、消費者受到配方奶廣告的洗腦，甚至誤導。

- 一套給予指定產品的製造商及分銷商的**自願性**指引。產品包括供36個月或以下嬰幼兒使用的：
 - 配方奶
 - 配方奶相關產品，即奶瓶、奶嘴及安撫奶嘴
 - 食品
- 香港母乳代用品銷售守則專責小組於2010年6月成立，負責制訂與頒布《香港守則》。
- 衛生署就專責小組提交的《香港守則》草擬本於2012年10月26日開始進行諮詢，至12月31日截止。預期於2013年第二季正式公佈定稿。

Hong Kong Code of Marketing and Quality of Formula Milk and Related Products, and Food Products for Infants & Young Children

Taskforce on Hong Kong Code of Marketing of Breastmilk Substitutes

October 2012

1

《香港守則》內容撮要

適用範圍

- 《香港守則》適用於下列為0至36個月嬰幼兒而設的產品（“指定產品”）及其製造商和分銷商：
 - 嬰兒配方奶（“細仔奶粉”，供0至6個月嬰兒食用）
 - 較大嬰兒配方奶（“大仔奶粉”，擬供6個月以上嬰幼兒食用）
 - 奶瓶、奶嘴及安撫奶嘴
 - 嬰幼兒食品

推行及監察

- 政府會主動進行監察及定期研究調查，查找違規個案。
- 當有市民作出投訴，政府會進行調查。如個案屬實，政府會向涉事公司及其母公司發出勸諭信。
- 定期發表有關監察製造商及分銷商遵從本地《守則》的統計數字，**但涉及的製造商和分銷商的名稱會保密處理。**

配方奶、奶瓶、奶嘴及安撫奶嘴

- 不得向公眾進行推廣，但可於網站或醫護機構備有相關資訊，供公眾參考
- 容器或標籤上不得有配製說明方法以外的圖像顯示。標籤必須清楚說明母乳喂哺是喂哺嬰兒的正常方式、食用配方奶前有需要徵詢醫護專業人員的意見，以及食用配方奶對健康的禍害。

配方奶及嬰幼兒食品

- 標籤不應造成一個印象，令人以為該產品等同、類似或勝於母乳或母乳喂哺。
- 在嬰幼兒食品(但不指嬰兒配方奶或較大嬰兒配方奶)，與鈉、糖、維他命和礦物質有關的營養聲稱，應是已獲認可的國際／國家當局批准，並符合相關的聲稱條件。
- 不准作出健康聲稱，除非獲認可的健康聲稱是以現有相關的科學佐證為基礎，並符合有關當局規定。但此條件不適用於細仔奶粉。

嬰幼兒食品

- 准許進行廣告宣傳、派發免費樣品，但不得在醫護機構內進行
- 除獲認可的鈉、糖、維他命和礦物質有關的營養聲稱以外，不准作出營養聲稱。

所有指定產品

- 不應就母乳喂哺及配方奶餵養與營養舉行或贊助教育活動、製作及派發該等資訊。
- 不得進行涉及嬰兒、幼兒、孕婦及36個月或以下兒童之母親的活動，例如嬰兒爬行比賽、媽媽會；也不得索取該等人士的個人資料
- 向醫護人員提供的產品資訊應屬於科學及事實資訊；僅可為在機構層面進行專業評估或研究的目的，向醫護人員提供產品
- 不應經醫護人員或機構向任何人推廣或派發產品
- 不應向醫護人員提供免費或低成本的指定產品，提供器材、禮品或樣品；當贊助醫護人員的持續醫療教育活動時，不應影響講者選擇、內容，應申報任何利益關係，及避免在會場內進行推廣活動

為何要監管？

香港奶粉文化根深蒂固

- 本會從事哺乳輔導工作十多年，我們深明母乳媽媽面對身邊親友吹噓奶粉的苦況。
- **奶粉文化的形成，源自奶粉商鋪天蓋地的廣告，令市民大眾誤以為奶粉營養成份媲美母乳，甚至比母乳更好。**
- 故此，多年來本會以「立法監管奶粉廣告」工作目標之一。
- 奶粉商於2011年共花費16億港元於市場推廣。單是今年8月已投放1.2億港元。¹
 - 16億港元 = 香港醫療衛生經常性開支的1/3²、可支付全港幼稚園學券7個月²、可重建1.5個維園泳池³
- 這些宣傳資訊，不僅影響嬰兒父母，他們的家人及朋友亦往往受到熏陶，批評媽媽餵哺母乳，為哺乳媽媽平添壓力。



攝於銅鑼灣某童裝店

1. admanGO
2. 2012/13 政府財政預算案
3. 立法會CB(2)1341/08-09(01)號文件，《重建維多利亞公園游泳池場館》

奶粉商大灑金錢賣廣告

大型廣告牌



攝於金鐘地鐵月台，2012年11月12日

超市廣告牌



攝於銅鑼灣惠康，2012年11月12日

超市攤位



攝於置地廣場Three Sixty，2012年11月2日。通常有推廣員駐守。

電視廣告



某奶粉牌子之電視廣告《共享成長歷程》

聘請名人代言



包裝魚目混珠



攝於銅鑼灣某萬寧，2012年11月12日



取自某奶粉牌子網站，2012年11月15日



取自某奶粉牌子網站，2012年11月15日

- 英國於1995年禁止嬰兒奶粉賣廣告。奶粉商隨即改變產品包裝，推出「大仔奶粉」。
- 於2005年，UNICEF在英國進行調查¹，訪問1,000名孕婦與新手媽媽。60%受訪者記得在過去一年內見過或聽過嬰兒奶粉廣告，其中超過1/3媽媽表示當中訊息為配方奶「與母乳一樣好」或「比母乳更好」。
- 其實，食品法典對嬰幼兒奶粉的標準第9.6.5條規定，「產品標籤中應明確標識，避免混淆嬰兒配方食品、較大嬰幼兒配方食品和特殊藥用嬰兒配方食品。」

1. "Loophole allows banned formula advertising", WHO, 2005. [↗](#)

2. "Standard for Infant Formula and Formulas for Special Medical Purposes Intended for Infants, CODEX STAN 72-1981". [↗](#)

奶粉商四方八面包圍懷孕媽媽



媽媽

懷孕媽媽適用 授乳期媽媽適用

BB第一踢，意義你要知，這代表BB二十週大，腦部正在發育！想小腦袋發育得更好，需要媽媽

- 獨有 EyeQ Plus 配方，含Choline, DHA, 葉酸及鐵質，是胎兒腦部發育的重要元素^{1,2,3,4,5,6}
- 特有 IMMUNIFY 組合，有助提升媽咪免疫能力⁷
- 更有孕婦低脂配方，有助減少媽咪懷孕期間的額外體重增加⁸

想了解更多...

取自某奶粉牌子網站，2012年11月15日

產前講座

產前講座

深明各準爸爸媽媽最希望為小寶寶的來臨作最好準備，因此，我們特別為專責會員提供貼心實用的產前講座。豐富您的育兒知識同時，更讓您了解更多懷孕期間的營養需要，讓您與寶寶健康快樂地成長。

最新講座詳情如下：

地點：銅鑼灣怡東酒店
日期：11月10日(星期六)



取自某奶粉牌子網站，2012年11月15日

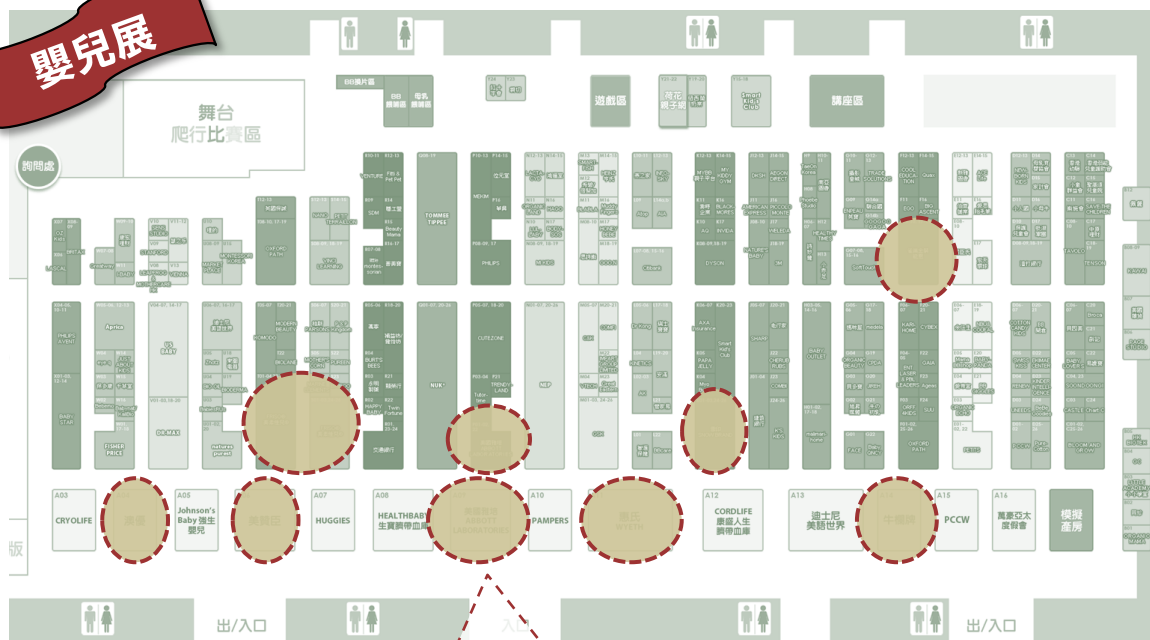
手機程式



某奶粉牌子之「媽媽新手指南」

全力吸引媽媽奉上個人資料

嬰兒展



全部是最有利、最大的位置，參觀展覽的人一進場就面對著龐大的奶粉展品

2012年8月某嬰兒展之會場地圖



以媽媽會形式長期向媽媽推銷

媽咪會

歡迎您成為我們一分子！可享有更多優惠及資訊！

豐富迎新禮品

準媽咪產前講座

免費營養諮詢服務

產品訂貨及送貨服務

個人資料

填寫以下資料，以便我們向您提供有關最新懷孕及育兒資訊

加入「媽咪會」媽咪會送您《開心懷孕小百科》為您提供從懷孕到產後育兒知識，讓您開心迎接小生命。

*此禮品只供懷孕的香港永久性居民領取

某奶粉牌子之媽咪會

短信轟炸

「美國通訊」聖誕將至，為回饋各至醒媽咪一直以來對「美國 PLUS 嬰幼兒奶粉」的支持，我們將為您送上購物優惠券，祝您同「寶寶」聖誕快樂！如欲停止接收美國所有短訊，請按回覆再按1字及傳送或將個人資料傳真到2219。

親愛的會員，明白及關心到父母的需要，現誠意提供訂貨服務，電話3128。查詢/取消

親愛的會員：祝您和寶寶「兒童節快樂」！健康智醒，學得更「飛」凡！會查詢或取消2510

祝所有偉大的母親：母親節快樂！子女健康智醒、學得更「飛」凡！I wishes you have a HAPPY MOTHER'S

某奶粉牌子之媽咪會短信

電郵優惠

親護系列



凡購買任何嬰幼兒產品
滿\$60，即可以
體驗價\$228(原價\$351.2)
換購 2號820克 乙罐



6個月起適用

全港獨有智專全護配方，全面呵護BB幼嫩的腸胃：

- 溫和易消化蛋白質
- 不含乳糖*
- 不含檫樹油
- GOS益生酵素

BB腸胃得到保護，自然食得好、睡得好，全日開心，媽咪至放心。

顧客服務熱線：2805

某奶粉牌子之媽咪會電郵優惠

直接針對小孩子宣傳



某奶粉牌子之網上遊戲「智醒王國」



某奶粉牌子之「D.I.Y.學習咭」手機程式



《奶粉月餅穿插 三分一幼園採用 洗腦式廣告入侵幼兒教材》，
蘋果日報，2012年11月14日

銷售手法普遍帶誤導成分

- 自從奶粉的出現，奶粉商為了促銷產品，便力圖令大眾以為奶粉比母乳更有營養、更矜貴，開始扭轉現代嬰兒的餵哺方式。
- 當越來越多醫學研究報告指出母乳的成分完全貼合嬰兒成長的需要，人造的奶粉無可比擬，奶粉商便吹噓一些微量的添加物有多厲害。
 - 某些很平常的成分，但改了個誇張的名字，如PHD（Phospholipid，磷脂）、P2 System（Prebiotics益菌生與Probiotics益生菌）。¹
 - 有些是未有大型針對幼兒的臨床證據支持奶粉商作出的聲稱，如lutein（葉黃素）、cholein（膽鹼）、DHA、beta-glucan等。¹
 - 4個專業單位（香港大學兒童及青少年科學系、香港醫學會、香港醫院藥劑師學會、香港營養師協會）一致指出¹，市面奶粉跟從國際標準，營養成分大同小異，而一些廣泛地作為賣點的添加劑都未有足夠證據證明健康聲稱。
- 奶粉商更經醫院、醫務所派發試用裝，借市民對醫療人員的信任以謀利。
- 香港消費者委員會已經多次²指出市面上嬰幼兒奶粉的銷售手法、健康聲稱、包裝標籤的問題，但多年來情況未有改善。
- 業界去年推行的自律守則明顯無效。



奶粉成份的誤導及誇大訊息

成份	標榜含此成份的奶粉品牌	聲稱效益	醫學證據	不良反應
益菌生	惠氏、牛欄牌、美素佳兒、美贊臣、雅培、雪印	有助腸道健康、便便更暢通	尚待更多證據證明效用	打嗝、腹痛、腸胃氣脹、腸胃發出聲響、肚脹
水溶性膳食纖維	惠氏	便便更暢通、減少腸道熱氣	尚待更多證據證明效用	腸胃氣脹、腸胃絞痛
益菌生	雀巢	有益腸道、預防便秘	未有足夠資料證明益生菌改善嬰兒便秘；免疫系統有毛病兒童服用益生菌，可能影響健康	腸胃氣脹、腹瀉
DHA及ARA脂肪酸	惠氏、美素佳兒、雀巢、美贊臣、雅培、雪印	有助腦部及視力發展	長遠好處不明確，也許只是十分短暫，或只對某些特殊基因人士有效	DHA 副作用包括惡心、氣脹、容易瘀傷及止血需時較長
PhD 磷脂	雅培	創意比天高	磷脂醫學上不會用 PhD 作為縮寫；益處尚待臨床研究證實	增加流汗、腸胃不適、腹瀉
β-Glucan	美贊臣	加強免疫、健康智醒	缺乏足夠證據證明口服 β-Glucan 能被人體吸收	無

資料來源：香港醫院藥劑師學會

蘋果日報，2011年4月11日
《神奇益生菌 藥劑師踢爆 奶粉通便噱頭》

1. 《奶粉聲稱涉誇大誤導》，選擇月刊，2011年11月
2. 《選擇》月刊-《奶粉不能替代母乳》（2004年09月15日）；《初生嬰兒奶粉免費供應、影響選擇》（2004年10月15日）；《嬰兒奶粉標籤》（2009年02月16日）；《奶粉聲稱涉誇大誤導》（2011年11月15日）

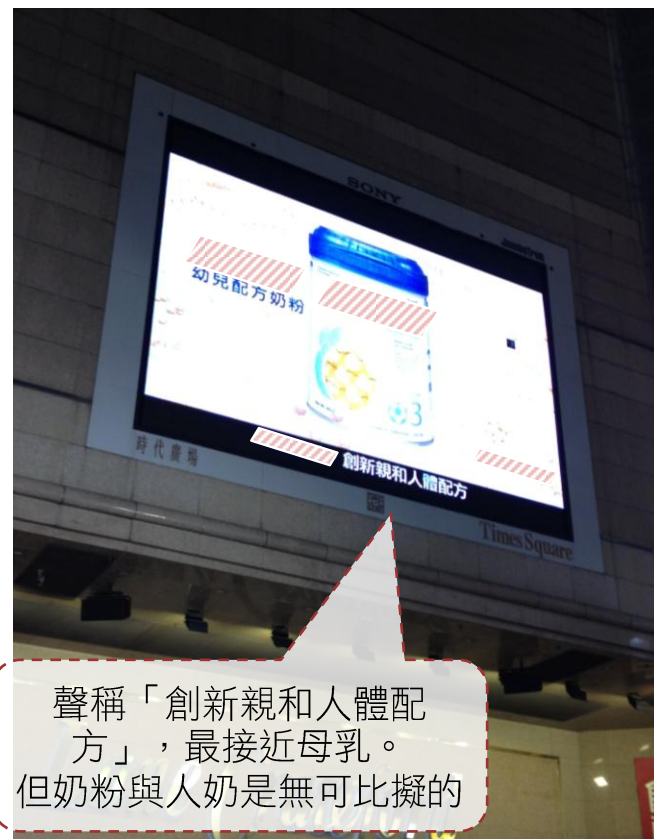
銷售手法普遍帶誤導成分



研究未能確定
添加人造DHA及ARA
對健康有正面影響



聲稱含有「母乳內原有的獨特營養素組合」，但大部分人造添加物未必能被嬰兒吸收，而且並無科學實證有效



聲稱「創新親和人體配方」，最接近母乳。但奶粉與人奶是無可比擬的

攝於時代廣場，2012年11月12日

不必要的「大仔奶粉」

- 隨著嬰兒成長，對營養的需求的確逐步調整。但6個月大的嬰兒可開始進食固體，額外需要的營養可從均衡的固體飲食而來，無須轉換奶粉。
 - 1號奶粉（0至6個月）和2號奶粉（6至12個月）的主要分別是後者蛋白質含量增加。
 - 然而，衛生署2010年進行的調查¹顯示，香港6至12個月大嬰兒的平均蛋白質攝取量比世衛建議高1.5至3倍。
 - 而最新國際研究²指出，嬰兒第一年飲用含高蛋白質的奶粉，會增加兩歲時癡肥的風險。
- 當六個月大的嬰兒逐漸開始進食固體，飲奶的分量應逐漸減少。
 - 根據世衛建議³，六個月到兩歲的小孩如有均衡進食，每天平均只需約200至400毫升奶。
 - 香港衛生署建議⁴，若有需要，兒童應於一歲後開始戒飲奶粉，轉飲全脂牛奶，且每日最多兩杯。
- 「大仔奶粉」始於世衛1981年守則頒布以後。在禁止嬰兒奶粉賣廣告的地區，大仔奶粉以「斷奶期食品」而非母乳替代品的定位出現。^{5,6,7}但大部分媽媽未能理解如此隱晦的分別。⁷
- 根據衛生署調查¹，本港近80% 4歲大小孩還有飲用奶粉。
 - 接近80%受訪家長誤以為大仔奶粉比牛奶適合1至4歲小童。
 - 超過50%家長誤以為大仔奶粉所含的營養素有助腦部發展，並非其他食品可以提供的。
 - 25%家長誤以為大仔奶粉可取代其他食物，為1歲以上幼兒提供營養需要。
 - 報告形容，「家長過分依賴大仔配方奶，減低幼兒對固體食物的食慾，情況令人擔憂。」



1. "Survey of Infant & Young Child Feeding in Hong Kong: Milk Consumption." Family Health Services, The Department of Health, HKG. [↗](#)

2. "Lower protein in infant formula is associated with lower weight up to age 2 y: a randomized clinical trial." Koletzko B, von Kries R, Closa R, Escobedo J, Scaglioni S, Giovannini M, Beyer J, Demmelmair H, Gruszfeld D, Dobrzanska A, Sengier A, Langhendries JP, Rolland Cachera MF, Grote V; European Childhood Obesity Trial Study Group. *Am J Clin Nutr.* 2009 [↗](#)

3. "Department of Child and Adolescent Health and Development. Guiding Principles for Feeding Non Breastfeeding Children 6-24 month of age." WHO [↗](#)

4. 香港衛生署家庭健康服務 "嬰幼兒健康飲食 - 飲奶知多少?" [↗](#)

5. Baumslag N, Michels DL. "The global search for formula sales. In: Milk Money and Madness: the Culture and Politics of Breastfeeding." Westport, Conn, USA: Bergin & Garvey 1995:166-7.

6. Kean YJ, Allain A, Razak RA. "Breaking the Rules, Stretching the Rules 2010: Evidence of Violations of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes and subsequent resolutions." Penang, Malaysia: International Baby Food Action Network and International Code Documentation Centre 2010.


7. Berry NJ, Jones SC, Iverson D. Circumventing the WHO Code? An observational study. *Arch Dis Child* June 2011.

研究證明奶粉銷售手法直接打擊哺乳率

- 奶粉銷售的目的當然是爭取最多客戶、極力增加銷售額。媽媽越早開始減少餵母乳，就需要購買越多奶粉。因此，即使奶粉商同意母乳的優越性，它們還是有極大誘因去打擊媽媽對餵母乳的信心。
- 奶粉商向媽媽埋手的途徑主要有三個¹：
 - 產前為媽媽提供由奶粉商撰寫的嬰幼兒餵哺資訊及免費試用裝；
 - 在媽媽出院時提供免費奶粉；
 - 醫護人員對以母乳餵哺的嬰兒，無醫學必要時亦添補奶粉。
- 根據二十年來國際上的大量研究顯示，當媽媽收到免費的奶粉試用裝、或依賴奶粉商提供的餵食資訊：
 - 以純母乳餵哺嬰兒的機會大為減低
 - 餵母乳的時間會明顯縮短
 - 並會過早開始餵飼固體食物



攝於港安醫院，2011年2月17日。免費供初生兒飲用的配方奶。

1. "Marketing Breastfeeding—Reversing Corporate Influence on Infant Feeding Practices". Kaplan DL, Graff KM. Jun 2008. 

大量研究指出奶粉推廣減低哺乳率

Baby-Friendly Hospital Practices and Meeting Exclusive Breastfeeding Intention

(2012). *Perrine CG, Scanlon KS, Li R, Odom E, Grummer-Strawn LM.*

- Two-thirds of mothers who intend to exclusively breastfeed are not meeting their intended duration.
- Not giving supplemental formula feedings was most highly associated with not achieving exclusive breastfeeding goal.
- Beginning breastfeeding within 1 hour of birth and giving pacifiers also helped.

Is unimpeded marketing for breast milk substitutes responsible for the decline in breastfeeding in the Philippines? An exploratory survey and focus group analysis

(2011). *Sobel HL, Iellamo A, Raya RR, Padilla AA, Olivé JM, Nyunt-U.S.*

- Children were more likely to be given formula if their mother recalled advertising messages, or a doctor, or mother or relative recommended it.
- Those using formula were 6.4 times more likely to stop breastfeeding before 12 months.

Impact of Baby-Friendly Hospital Practices on Breastfeeding in Hong Kong

(2011). *Tarrant M, Wu KM, Fong DY, Lee IL, Wong EM, Sham A, Lam C, Dodgson JE.*

- After controlling for all other Baby-Friendly practices and possible confounding variables, exclusive breastfeeding while in hospital was protective against early breastfeeding cessation (OR: 0.61; 95% CI: 0.42-0.88).
- Compared with mothers who experienced all six Baby-Friendly practices, those who experienced one or fewer Baby-Friendly practices were almost three times more likely to discontinue breastfeeding (OR: 3.13; 95% CI: 1.41-6.95).

Health statements made in infant formula advertisements in pregnancy and early parenting magazines: a content analysis

(2010). *Stang J, Hoss K, Story M.*

- More than half of all infant formula advertisements made some sort of health claim.

Are 2 weeks of daily breastfeeding support insufficient to overcome the influences of formula

(2010). *Bunik M, Shobe P, O'Connor ME, Beaty B, Langendoerfer S, Crane L, Kempe A.*

- 2 weeks of daily telephone support did not increase breastfeeding duration.
- Early supplementation and the perception of formula as a good alternative to dealing with the breastfeeding difficulties appeared to be factors in failure of the intervention.

Marketing infant formula through hospitals: the impact of commercial hospital discharge packs on breastfeeding

(2008). *Rosenberg KD, Eastham CA, Kasehagen LJ, Sandoval AP.*

- Women who received commercial hospital discharge packs were less likely to exclusively breastfeed for at least 10 weeks.

Differential effect of formula discharge packs on breastfeeding by maternal race/ethnicity

(2005). *Eastham A, Rosenberg K, Sandoval AP.*

- Provision of discharge packs containing formula was significantly associated with decreased duration of exclusive breastfeeding among all women, especially those from minority ethnic groups.

Office Prenatal Formula Advertising and Its Effect on Breast-Feeding Patterns

(2000). *Howard C, Howard F, Lawrence R, Andresen E, DeBlicke E, Weitzman M.*

- Exposure to formula promotion materials increased significantly breast-feeding cessation in the first 2 weeks.
- Additionally, among women with uncertain goals or breast-feeding goals of 12 weeks or less, exclusive and overall breast-feeding duration were shortened.

WIC-Based Interventions to Promote Breastfeeding Among African-American Women in Baltimore: Effects on Breastfeeding Initiation and Continuation

(1998). *Caulfield LE, Gross SM, Bentley ME, Bronner Y, Kessler L, Jensen J, Weathers B, Paige DM.*

- Women who received formula discharge packs at the hospital were significantly less likely to initiate breastfeeding and to be breastfeeding at 7-10 days postpartum.
- Hospital practices, including giving women infant feeding instructions and formula discharge packs, have a demonstrable effect on breastfeeding initiation and continuation.

Infant feeding policies in maternity wards and their effect on breast-feeding success: An analytical overview

(1994). *Pérez-Escamilla R, Pollitt E, Lönnerdal B, Dewey KG.*

- Commercial discharge packs had an adverse effect on breastfeeding.

Effect of discharge samples on duration of breast-feeding

(1992). *Dungy CI, Christensen-Szalanski J, Losch M, Russell D.*

- Mothers who received a commercial package with infant formula exclusively breastfed much shorter period of time. (2.78 weeks vs 4.18 weeks)

Commercial discharge packs and breast-feeding counseling: effects in infant-feeding practices in a randomized trial

(1987). *Frank DA, Wirtz SJ, Sorenson JR, Heeren T.*

- High-risk mothers that received commercial discharge pack by formula companies are less likely to prolong exclusive breastfeeding, to be partially breastfeeding at 4 months postpartum, and to delay solids until 6 months.
- Infants of mothers that received both extended counseling and WHO code-compliant discharge packs suffer lower rates of rehospitalization.

Do infant formula samples shorten the duration of breastfeeding?

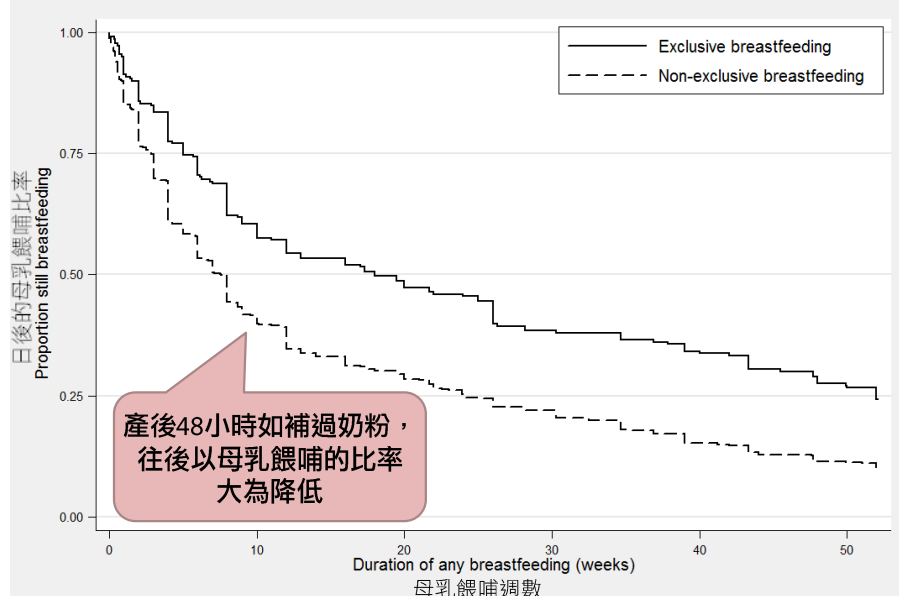
(1983). *Bergevin Y, Dougherty C, Kramer MS.*

- Breastfeeding mothers who received free formula samples at discharge were less likely to still be breastfeeding at one month.
- Breastfeeding mothers who received free formula samples at discharge were more likely to introduce solid foods by 2 months.
- The effects were more significant among less educated mothers, first time mothers, and mothers who had been ill post partum.

過早添補奶粉的後果

- 一項本地研究¹於2006-07年調查了1,246名在公立醫院出生的足月、健康嬰兒的餵哺狀況。
- 82.5%嬰兒於出生後48小時內吃過奶粉，有違愛嬰醫院提倡的十項指引第6項²。
- 研究發現，早期以奶粉補奶是嬰兒過早離乳的最重要的預測因子之一。
- 即使在計及其他變項的情況下，住院期間純母乳餵哺的嬰兒在早於8周前離乳的機會，較其他嬰兒低40%。
- 嬰兒在住院期間如曾進食奶粉（不論多少），他在任何時點離乳的機會較純母乳餵哺的嬰兒高約70%。
- 由於越早開始餵奶粉（即使是只餵一餐），已經會令媽媽停止哺乳的機會大增，故奶粉商對懷孕和剛生產的媽媽宣傳甚為積極。

母乳餵哺的時間長短，
與產後首48小時會否母乳餵哺之間的關係



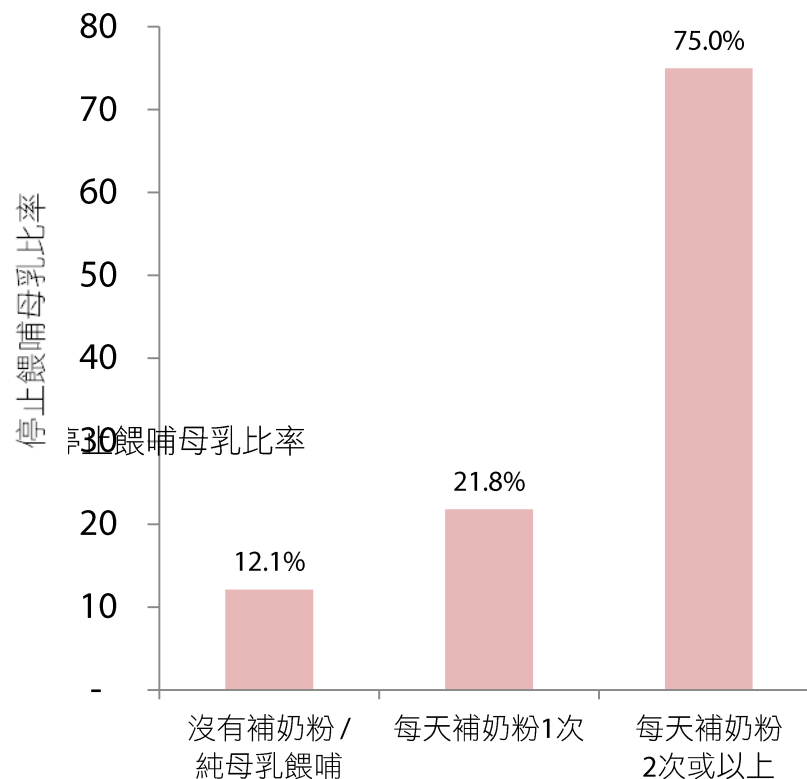
備註：香港公立醫院自2010年4月起已停止接受奶粉商免費提供的細仔和大仔奶粉。

1. Parry, J. E., Ip, K. M. D., Chau, Y. K. P., Wu, K. M. & Tarrant, M. (In Press). Predictors of in-hospital formula supplementation of healthy breastfeeding newborns in Hong Kong. *Journal of Human Lactation*.
2. 《成功母乳餵哺十項指引》，愛嬰醫院香港協會。

奶粉試用裝導致過早離乳

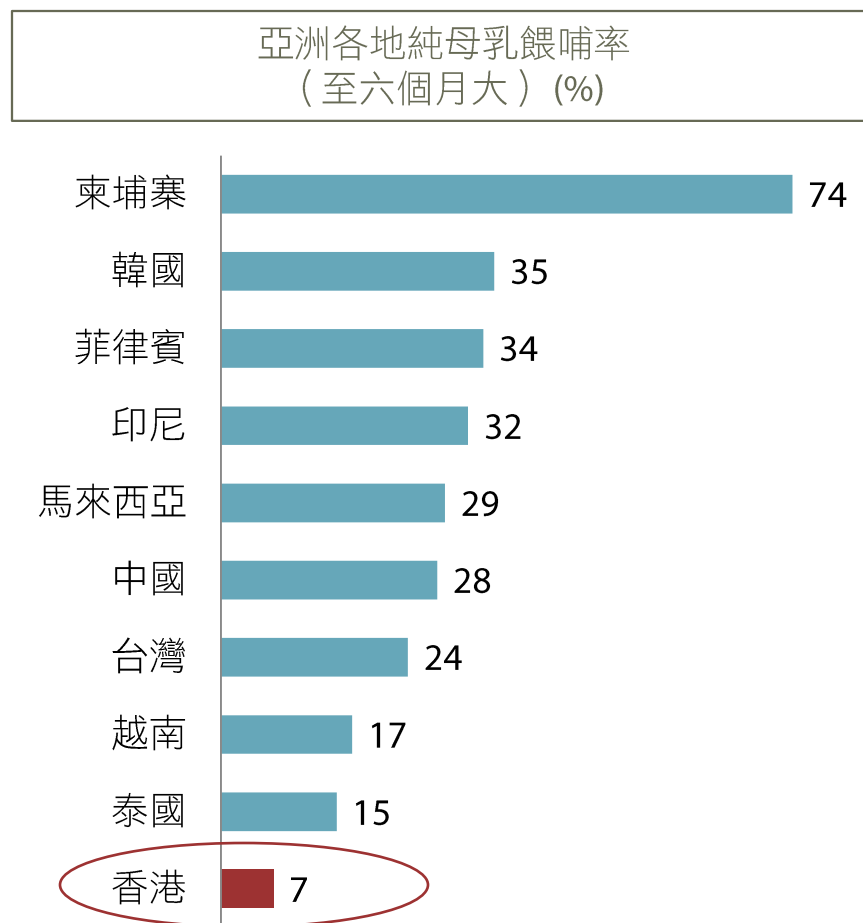
- 在所有餵哺母乳的媽媽當中，有差不多半數（49.6%）報稱在產後首個月內獲派免費奶粉試用裝。
- 在嬰兒1個月大時，即使每天只補奶粉1次，亦會令在3個月前停止餵哺母乳的風險有所增加。
- 每天補奶粉多於2次的母親當中，有75%會在3個月前停止餵哺母乳。
- 添補奶粉會減低嬰兒吸吮母乳的意欲，進而引致產奶減少。這個惡性循環會令到媽媽越來越依賴奶粉，甚至導致離乳。


1個月時補奶粉的量與
3個月時停止餵哺母乳比率的关系



香港現時環境不利母乳餵哺

- 相比亞洲其他國家，香港餵哺母乳的比率偏低，哺乳家庭面對的挑戰嚴峻。
- 香港至今仍未有一間「愛嬰醫院」。
- 港府多年均漠視國際公約，法定產假只有10周，哺乳休息時間更是聞所未聞。
- 目前大多數公眾場所均未有設置育嬰間，不利哺乳媽媽外出哺乳及照顧嬰幼兒，也不便婦女外出擠奶。
- 媽媽公開哺餵母乳的權利亦沒有立法保障。
- 縱觀媽媽放棄餵哺母乳的原因，大部分都源於缺乏相關知識以及專業支援。
- **將不良奶粉銷售的影響減少，是推廣母乳餵哺極為重要的一步。**



資料來源: UNICEF Infant and Young Child Feeding ; South Korea: "Factors Affecting Exclusive Breastfeeding during the First Six Months in Korea", M Kim, YM Kim and JH Yoo, 2011; Taiwan: "100年縣市母乳哺育率調查計畫", 國民健康局, 2011; Hong Kong: "A Survey of Infant and Young Child Feeding in Hong Kong: Diet and Nutrient Intake", CUHK & FHS, Hong Kong, 2012.

香港對母乳支援落後

亞洲各地之勞工政策

國家	產假 (星期)	親職假	男士 侍產假	哺乳 休息時間
中國	12	無	15日	首12個月 每日60分鐘
台灣	1-11	7日*	3日	首12個月 每日60分鐘
南韓	13	365日	3日	首12個月 每日60分鐘
新加坡	16	6日	3日	無
日本	14	365日	365日	首12個月 每日60分鐘
香港	10	無	無	無

*若公司僱員總數超過30人，可享2年無薪育兒假。

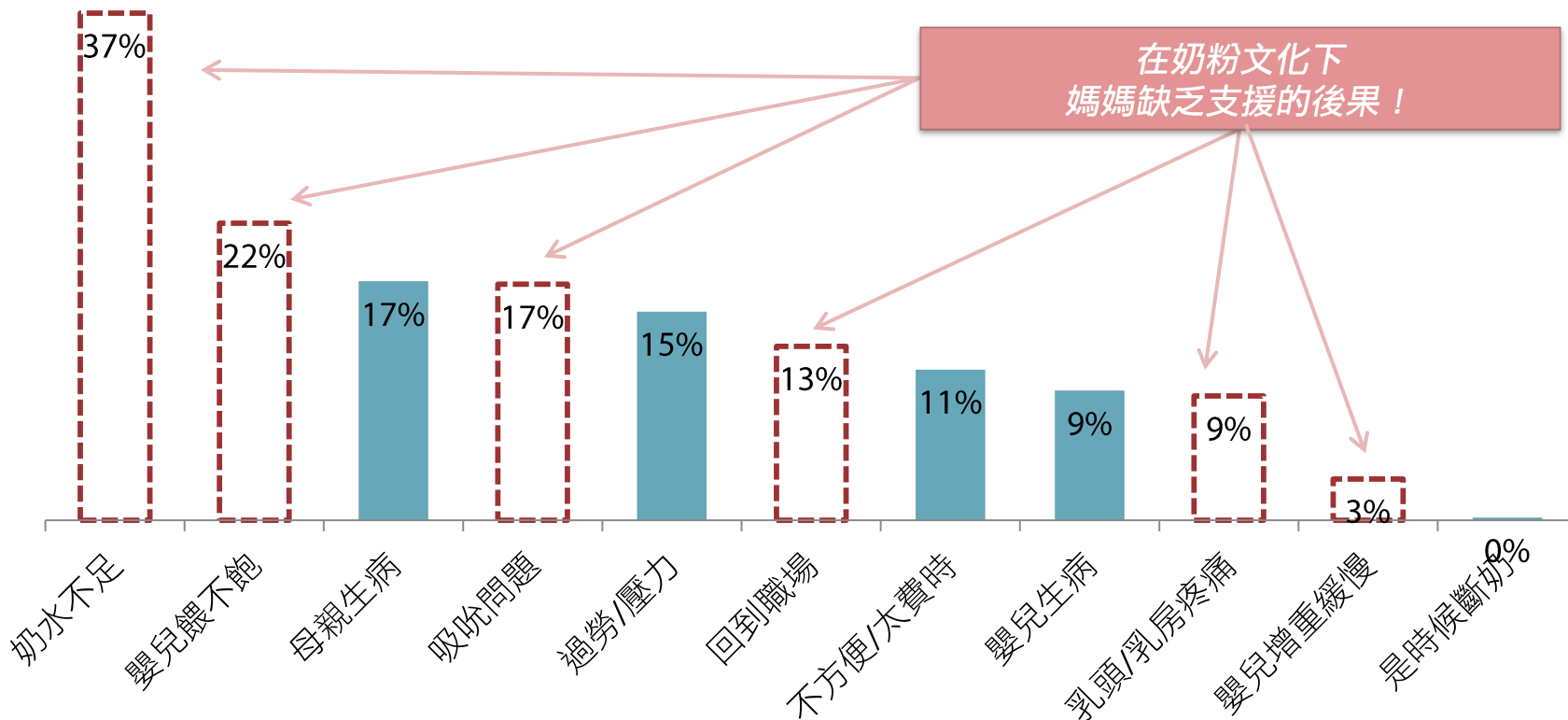
資料來源: 國際母乳哺育行動聯盟(WABA) Status of Maternity Protection by Country (2011年9月更新)

亞洲各地保障餵哺母乳之法例

- | | |
|------------|---|
| 台灣 | <ul style="list-style-type: none"> 台北首推《公共場所母乳哺育條例》，2010年4月生效，婦女可在公園、街道、公車及捷運等公共場所哺育母乳，任何人不得制止、驅離，違者可被罰5千至3萬元台幣。 2002年通過《兩性工作平等法》，包括在職場哺乳時間的規定。 |
| 日本 | <ul style="list-style-type: none"> 婦女在生育後4個月內，會有政府職員、助產士或地區保健推廣委員上門提供支援。 《育兒休業制度》保障職業母親有一年時間的育兒假，若她提早返回工作崗位，公司須給予哺育時間。 |
| 蘇格蘭 | <ul style="list-style-type: none"> 在合法經營、准許幼孩童進入的公共場所，任何人都有直接哺育母乳的權利，若遭到阻撓，等如遭到人身侵犯，違法者會被處以重罰。 |
| 美國 | <ul style="list-style-type: none"> 20多個州有保障工作場所哺乳的法律，超過40個州保障婦女在任何公共及私人場所哺乳，至少11個州讓哺乳母親可免除被召喚當陪審團的義務。 |
| 澳洲 | <ul style="list-style-type: none"> 在新南威爾斯有保障母乳哺育免受歧視法例，若僱主無法提供讓母親哺乳的設施及哺乳時間則屬違法，若因哺乳而被解僱，可提出檢控。 |

香港媽媽餵哺母乳缺乏支援

香港大學護理學院調查
媽媽在嬰兒一個月大前斷母乳的主要理由



奶粉營養成分、標籤一直缺乏監管

- 2008年，政府修訂《食物及藥物(成分組合及標籤)規例》，為預先包裝食物引入強制性營養資料標籤制度，但豁免了擬供不足36個月大的幼兒食用的配方奶粉及食物。
- 當時當局表示，並未將幼兒食物納入標籤制度，是因為這類食品對營養的要求及關注有別於一般人，而且這類食物已受食品法典（一套自願性的國際食品標準、準則和行為守則）所規範。
- **然而，當局至今未有另行立法，以規管幼兒食物的營養標籤，亦沒有規定這類食物須符合食品法典內的有關條文。**
- 審計署發現，市面上部分奶粉違反了食品法典，如：
 - 在營養成分組合及標籤方面不符合食品法典；
 - 奶粉商普遍使用營養及保健聲稱以作推銷。
- 審計署亦發現，食物安全中心：
 - 沒有對營養資料進行核實；
 - 沒有援引《公眾衛生及市政條例》第61條所賦予的權力，就虛假或誤導性說明採取行動；
 - 沒有採取積極行動，要求食品商提供科學證據，以核實或阻止健康聲稱。
- 當時的立法會政府帳目委員會對此情況表示「**震驚，並認為完全不可接受**」¹。

國際情況



《國際母乳代用品銷售守則》簡介

- 為保護母乳餵哺，世界衛生組織和聯合國兒童基金會於1981年頒佈《國際母乳代用品銷售守則》(《國際守則》)

目的：

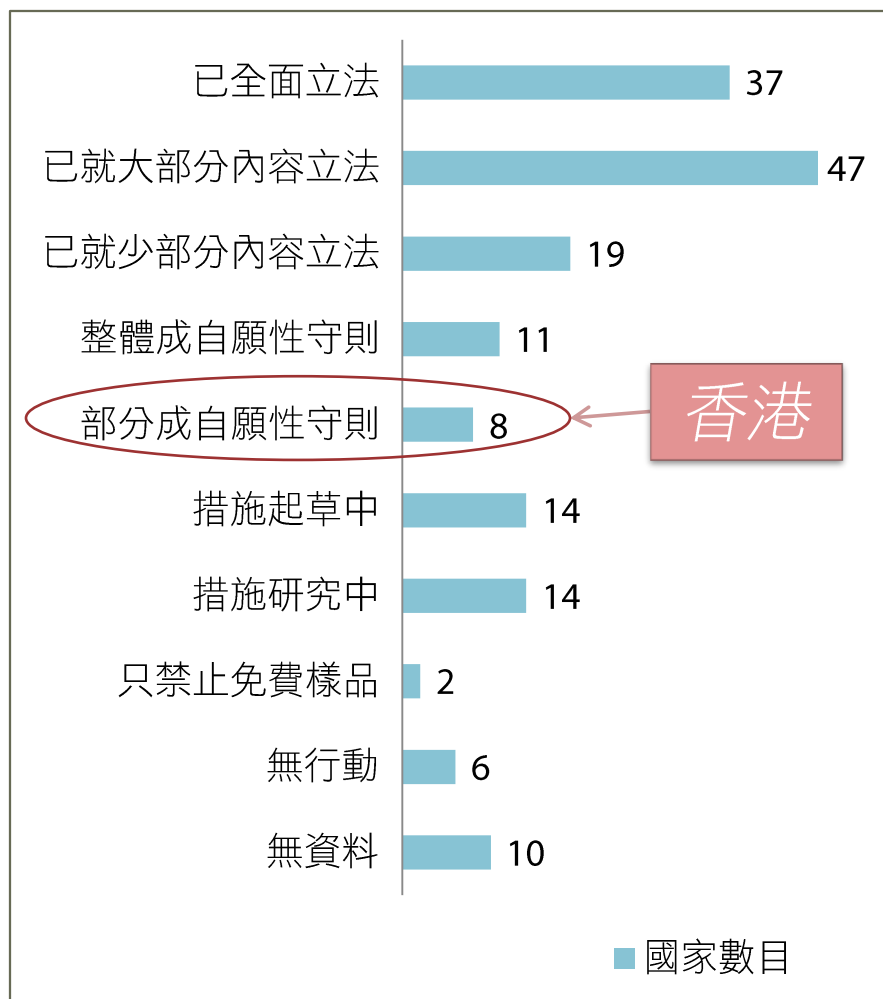
- 透過提供足夠的資訊以及適當的銷售及分銷手法，保護及推廣母乳餵哺，並確保母乳代用品恰當地獲使用，從而為嬰兒提供安全而且充份的營養。
- **不禁止母乳代用品，但是規範公司如何銷售。**

參考

- 1981年守則全文 
- 守則及之後的相關決議案 

- 禁止向公眾以廣告宣傳母乳代用品、奶瓶及奶嘴；
- 禁止向媽媽們提供免費樣品；
- 禁止在醫療保健機構中推銷這些產品；
- 禁止公司派員向媽媽們直接推銷這些產品；
- 禁止向醫療保健工作者贈送禮品或樣品，醫療保健工作者亦不可將樣品轉送予媽媽們；
- 標籤內容應為當地適用之語文，並禁止以文字或圖像將人工餵養理想化，包括在產品標籤上印嬰兒的圖片；
- 有關人工餵養的所有資料包括標籤都應該說明哺育母乳之優點，及人工餵養的代價與危害。

目前各地實施情況



- 《國際守則》通過後3年內，全球130個國家已就守則立法或訂立政策，以遏止不當的銷售手法。
- 然而，奶粉商繼續用層出不窮的推銷手段，公然違反《國際守則》。
- 有學者指出，「奶粉行業在過去60年，在全球進行強大的行銷，已經將母乳餵哺在公眾心目中塑造成一不可行及不吸引人的嬰兒餵哺方案。」¹
- 全球每年母乳代用品的銷售額超過310億美元。我們難而指望業界自我約束。

資料來源: "Marketing breast milk substitutes: problems and perils throughout the world", Brady JP, Archives of Disease in Childhood, Mar 2012 [↗](#)

1. "The breastmilk brand: promotion of child survival in the face of formula-milk marketing", Coutoudis A, Coovadia HM, King J, Lancet 2009;374:423-5. [↗](#)

奶粉商如何規避監管

混淆視聽

- 在英國¹，當禁止細仔奶粉廣告的法例實施以後，奶粉商轉而：
 - 強力推銷與細仔奶粉難以分辨的大仔奶粉，
 - 將公司名字改得與奶粉品牌差不多。由於法例只禁止以品牌名義賣廣告，當奶粉商以公司名義賣廣告，在消費者眼中與奶粉廣告無異。

- 《香港守則》4.3.1(a)為：「製造商或分銷商可製作、捐贈或派發資訊或教育材料；或贊助或舉行有關嬰幼兒事宜，但不包括母乳餵哺及配方奶餵養的教育活動，而(a)任何配方奶及配方奶相關產品的牌子名稱、標識或商標，不得在該等材料或活動中展示；」
- 此條例可被奶粉商以同樣手法避開限制



生產SMA奶粉的廠商原本名為John Wyeth and Brothers Ltd.。自從英國1995年禁止奶粉商用奶粉品牌提供育嬰資訊以後，公司改名為SMA Nutrition，商標亦改成與品牌商標差不多一模一樣



1. "A weak formula for legislation: How loopholes in the law are putting babies at risk." UNICEF UK, the NCT, and Save the Children UK. 2007..

奶粉商如何規避監管

轉移陣地

- 2011年，一項研究¹比較4個發達國家的奶粉廣告。
 - 美國、加拿大 – 沒有禁止奶粉廣告
 - 英國 – 只禁止供6個月以下的大仔奶粉
 - 澳洲 – 禁止1歲以下奶粉的廣告
- 研究員發現，所有國家都仍然有大量奶粉廣告，但是產品類別不同。英國最多6個月至1歲的大仔奶粉廣告，而澳洲最多1歲以上的大仔奶粉廣告。
- 報告指出，大仔奶粉的廣告都力求令消費者將原屬於大仔奶粉的聲稱，聯想成為整系列產品（包括細仔奶粉）的優點，削弱對廣告規管的效用。
- **奶粉商善於以大仔奶粉混淆視聽，因此《香港守則》必須對6個月以上至3歲的奶粉執行與細仔奶粉同等嚴格的監管。**

另闢戰場

- 2012年，一美國學者調查²11個奶粉品牌在網上宣傳的手法，發現它們主要透過以下途徑接觸消費者：
 - Facebook專頁
 - 公司網站的互動內容
 - 針對待產與新任父母的手機程式
 - YouTube影片
 - 在育兒網站贊助產品評論
 - 與育兒博客建立財務關係
- 奶粉商某些手法是明顯違反了《國際守則》，但更棘手的，是某些手法未被現行《國際守則》所涵蓋，例如誘使用家生成推廣嬰幼兒奶粉的內容（**user-generated content**）、為博客提供金錢及為父母而寫的手機程式。而且，在社交網絡的推銷行為甚不透明，令外界難而監察。
 - 《香港守則》4.2.1為：「配方奶及配方奶相關產品的製造商或分銷商可就特定牌子的較大嬰兒配方奶及配方奶相關產品在其網頁，零售點或醫護機構提供資訊，但該等資訊必須符合下列條件...（e）只在索取時提供。」
 - 本會促請政府釐清「其網頁」的定義，不應包括製造商或分銷商於社交網站的戶口專頁。另外亦須將構成網上「索取」的要求定得較高。

1. "Circumventing the WHO Code? An observational study", Berry N, Jones S, Iverson D. Apr 2012. [📄](#)

2. "Milk and Social Media: Online Communities and the International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes", Abrahams S. Apr 2012. [📄](#)

常見誤解

奶粉商亦同意母乳是對6個月以下嬰兒的最好食物，所以《香港守則》應該只針對細仔奶粉。

- 世衛建議，嬰兒應於0至6個月大時以純母乳餵哺，之後在母乳餵哺的基礎上逐漸進食補充食物，並持續餵母乳至2歲或以上。因此，任何奶類如取代母乳在幼兒均衡飲食裏的角色，自然就屬「母乳替代品」。
- 從營養角度看，大仔奶粉並無好處。
 - 世衛指出1供1歲以上的大仔奶粉毫無必要。香港衛生署建議²，兒童應於一歲後戒飲細仔奶粉，若有需要可飲全脂牛奶，以達致均衡飲食。
 - 1號奶粉（0至6個月）和2號奶粉（6至12個月）的主要分別是後者蛋白質含量增加。衛生署2010年進行的調查顯示，香港6至12個月大嬰兒的平均蛋白質攝取量比世衛建議高1.5至3倍。而最新國際研究³指出，嬰兒第一年飲用含高蛋白質的奶粉，會增加兩歲時癡肥的風險。
- 縱觀市面，奶粉商以魚目混珠的包裝，將細仔與大仔奶粉在消費者心目中混淆。
 - 於2005年，UNICEF在英國進行調查⁴，訪問1,000名孕婦與新手媽媽。60%受訪者記得在過去一年內見過或聽過初生嬰兒奶粉廣告，儘管該國於10年前已禁止嬰兒奶粉廣告。原因是奶粉商轉而強烈推銷大仔奶粉，混淆視聽。

1. WHA Resolution 39.28 – 1986 [🔗](#)

2. 香港衛生署家庭健康服務“嬰幼兒健康飲食--飲奶知多少?” [🔗](#)

3. “Lower protein in infant formula is associated with lower weight up to age 2 y: a randomized clinical trial.” Koletzko B, von Kries R, Closa R, Escribano J, Scaglioni S, Giovannini M, Beyer J, Demmelmair H, Gruszfeld D, Dobrzanska A, Sengier A, Langhendries JP, Rolland Cachera MF, Grote V; European Childhood Obesity Trial Study Group. *Am J Clin Nutr.* 2009 [🔗](#)

4. “Loophole allows banned formula advertising”, WHO, 2005. [🔗](#)


如果要提高哺乳率，政府應該要多投放資源於教育，而非阻礙商界營商、損害消費者知情權。

- 嬰幼兒餵哺是個極重要的課題。父母應該從持平、專業的源頭獲得知識，而非經商界的廣告或推廣活動。況且，《香港守則》4.2.1清楚列明，母乳代用品及有關產品的文字資訊可存備於網站、零售商及醫療機構，供有需要的人士索取。
- 除了政府以外，香港一直有其他專業或志願團體，為市民提供以實證為基礎的母乳及奶粉餵哺資訊。
- 奶粉商於2011年共花費16億港元於市場推廣¹。單是今年8月已投放1.2億港元¹。在有限的公共資源下，政府實難以金錢去抗衡這些龐大宣傳。《香港守則》出台則有助平衡現象，以免因奶粉風氣盛行而為公營醫療及環保方面日後帶來沉重負擔。
- 鑑於香港的持續哺乳率極低、母嬰脆弱的健康、和不恰當的餵哺手法引致的風險，我們絕不應該任由商界繼續肆意鼓吹奶瓶文化。
- 通過加強監管營養標籤，約制奶粉商作出健康聲稱，禁止奶粉商誇大、誤導的宣傳，才是真正保障消費者的權益。

香港媽媽提早停餵母乳是因為奶水不足或要回到職場，並非受到奶粉廣告所影響。

- 根據香港大學進行的一項本地調查¹顯示，母親在嬰兒六個月大前停餵母乳的原因主要是奶水不足（35%）和要回到職場（34%）。但**這些是奶瓶文化的果，不是因**。
- 從醫學角度，奶水不足是罕見的情況，低於5%。絕大部分情況乃因餵哺次數與頻密程度有關。
 - 添補奶粉會降低嬰兒吸食母乳的意欲，轉而媽媽產奶會減少，惡性循環延續下去。
 - 而餵得不夠多、不夠頻，很多時候是因為奶瓶文化影響，如讓媽媽覺得在外餵奶很尷尬、公共地方不夠育嬰室、被家人長輩嘮叨奶粉更有營養所致。
- 港府多年均漠視國際公約。香港產假只得10週，其中2週要在預產期前開始。面對兩個月大的初生兒，媽媽餵哺才剛上軌道，便要每天離家一段長時間，上班又沒有法定休息時間來擠奶。
 - 儘管如此，本會會員中不乏成功持續餵哺母乳的在職媽媽，證明只要有足夠支援，媽媽絕對可以在回到職場後繼續餵哺母乳。
- 香港醫療支援不足。
 - 至今香港仍然未有一家愛嬰醫院。
 - 一些國外常見的產後支援，如約見哺乳顧問、護士於產後上門探訪、電話跟踪等，香港政府都未有提供。
 - 一項大型綜合研究²顯示，產後支援有效增加純母乳餵哺率、延長母乳餵哺的時間。面談比電話支援有效。需要媽媽主動求助的才提供的支援，效果稍遜。
- 但面對香港目前頑強的奶粉文化，政府難而取得足夠支持去推行母乳友善政策。僅是男士侍產假已拖延多年。因此，**《香港守則》** 出台，**有助將母乳餵哺正常化，是邁向全面支持母乳的重要一步**。

1. "Breastfeeding and weaning practices among Hong Kong mothers: a prospective study". Tarrant et al. BMC Pregnancy and Childbirth 2010.

2. "Support for breastfeeding mothers". Renfrew MJ, McCormick FM, Wade A, Quinn B, Dowswell T. May 2012. 

餵奶粉是父母的選擇，與旁人無尤。世上多少人吃奶粉大，證明奶粉並非毒藥，不應與香煙、酒等一樣對待。

- 餵哺母乳，對母嬰都有短期及長期的好處，包括減低孩子患上各種急性與慢性的疾病的機會。不餵母乳所引致的害處，也越來越得到重視。根據世衛出版的模範教科書¹：
 - 母乳是活的組織，能完全地滿足嬰兒頭六個月的營養需要，易於消化。母乳更含有生物活性因子，能加強嬰兒未成熟的免疫力，並促進營養的消化與吸收。
 - 就算在發達國家，人工餵哺亦增加嬰兒肚瀉、中耳炎、細菌性腦膜炎、尿道炎等的風險。嬰兒頭一年住院因肚瀉或呼吸治病的機會高接近5倍²。兒童患上與免疫力有關的長期病患的機會亦會增加，如哮喘、一型糖尿病、麩質過敏症、潰瘍性大腸炎、克隆氏症等。
 - 人工餵哺的小孩，在青少年期癡肥的風險較高，成年後高血壓、膽固醇過高或過低、動脈硬化的風險亦較高。
 - 吃母乳的小孩平均較吃奶粉的智商高3.5點，影響對出生時體重輕的尤其明顯。餵哺母乳的時間較長，小孩在成長中與成年後的智商較高。
 - 對母親來說，生產後立即埋身餵哺能減低產後出血的風險。母乳媽媽日後乳癌和子宮癌的風險亦較低。而餵哺母乳的過程中，媽媽身體會產生oxytocin，俗稱「愛情激素」，能促進母嬰建立親密關係。
- 嬰兒餵哺對母嬰有長遠、深厚的影響，是一個重大的公共衛生議題。減低奶粉商影響，讓父母能作出適當的餵哺選擇，除了能節省長期的醫療開支，更能改善市民無價的健康。

1. "Infant and young child feeding: Model Chapter for textbooks for medical students and allied health professionals", WHO, 2009.

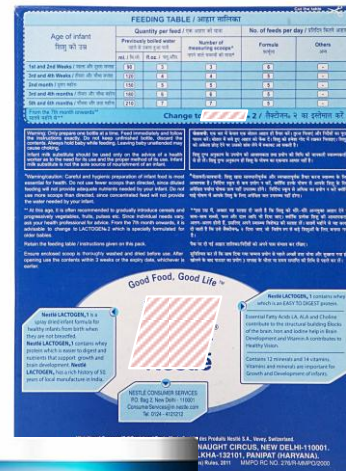
2. "Full breastfeeding & hospitalization as a result of infections in the 1st year of life." Talayero P, Pediatrics 118, e92-299, 2006.

禁止賣奶粉廣告、標籤上的圖像、媽媽會等做法太極端，影響香港自由貿易之聲譽。

- 《世衛守則》出台31年，全球已有超過80個國家就此立法。香港的奶粉商都是跨國企業，對這些要求應早有經驗。



攝於菲律賓一超市



印度



澳洲



有關本會

香港母乳育嬰協會

Hong Kong Breastfeeding Mothers' Association

本會於1996年由一群熱心的哺乳媽媽組成，乃根據《稅務條例》第88條獲豁免繳稅的慈善機構，以義務性質在香港推廣母乳育嬰。本會宗旨是提倡、保護和支持母乳育嬰，強調哺乳是婦女的權利，享用母乳是嬰兒與生俱來的權利。透過持續推行公眾教育、宣傳及推廣工作，在本港營造一個友善的母乳育嬰環境。本會所提供之服務及活動繼有：

- **24小時熱線電話服務** – 由本會經驗豐富的義工媽媽輔導員負責解答疑難，去年接聽的求助電話便超過2,500個。本會輔導員除受過基本母乳育嬰知識訓練外，全部均擁有親身授乳的實戰經驗，以經驗結合知識的形式，為媽媽提供最佳協助。
- **網站及Facebook平台** – 透過網站(www.breastfeeding.org.hk)及Facebook，為哺乳媽媽提供經驗分享心得的平台。本會網站在Google及Yahoo!搜尋器“母乳”關鍵字搜尋中長踞第一位，為本港最熱門的母乳育嬰支援網站，2011年每月平均unique visitor人數超過16,000，至於Facebook群組亦有超過5,600喜愛本會專頁。
- **出版母乳餵哺刊物** – 每年出版3期【母乳育嬰專訊季刊】，亦有出版母乳餵哺Q&A小冊子。除郵寄給本會會員外，亦派送至各區健康院及附有產科服務的公私營醫院，免費給公眾取閱。
- **母乳餵哺講座及分享會** – 本會每年舉行4-6次母乳餵哺講座，由衛生署母乳餵哺專科護士義務主講，另本會輔導員亦不時應邀出席由不同機構舉辦的母乳育嬰講座，把母乳餵哺的知識帶給有意餵哺母乳之婦女。至於分享會則由本會輔導員負責，以小組互動形式，分享哺乳經驗，互相鼓勵。
- **爭取傳媒報導** – 就母乳相關的話題及/或事件舉辦記者招待會，喚起公眾對母乳及餵哺權益的關注。另亦積極爭取接受訪問，向公眾推廣母乳餵哺。

本會並無受薪僱員，營運經費亦僅靠社會熱心人士捐助、會費收入及活動贊助。

本會四大訴求

爭取零的突破：推動公私營醫院認證成為「愛嬰醫院」

世界衛生組織及聯合國兒童基金會於1991年發起全球性的愛嬰醫院運動（BFHI），旨在鼓勵產科部門推廣、保護和支持母乳餵哺，提供有利母乳餵哺的環境。全球現有逾1.5萬間「愛嬰醫院」，單單中國內地便有超過6,000間。要成為「愛嬰醫院」，必須實踐由世界衛生組織及聯合國兒童基金會所制定的《成功母乳育嬰十項指引》（《指引》）中每一步驟、並遵守《國際母乳代用品銷售守則》及世界衛生大會的相關決議。現時香港共有18間公私營醫院提供產科服務，卻未有一間「愛嬰醫院」。BFHI本年度週年問卷調查報告提到，醫生培訓、對孕婦進行產前教育減少她們對補充配方奶的要求、母親在產後能即時與嬰兒有肌膚接觸、實施母嬰同房，均有助改善《指引》的實行。故本會促請政府增撥資源培訓醫護人員，及加強宣傳母乳餵哺資訊，推動公私營醫院認證成為「愛嬰醫院」。

規管母乳代用品銷售手法：立法執行《香港母乳代用品銷售守則》

奶粉商大灑金錢、鋪天蓋地的廣告宣傳，對社會大眾進行「洗腦式」宣傳，令市民大眾確認奶粉擁有神奇功效，甚至認為奶粉營養成份媲美母乳，甚至比母乳更好，令父母們輕易放棄母乳餵哺，甚至完全不考慮以母乳餵哺子女。不單如此，這些宣傳資訊，不僅影響父母/準父母們，他們的家人/朋友亦往往受到歪念熏陶，批評媽媽餵哺母乳，為哺乳媽媽平添壓力。事實上，過往多年消費者委員會便曾多次指出奶粉銷售商現時的一些做法（例如在嬰兒奶粉產品的包裝上使用「接近母乳」或「全新配方更接近母乳」等宣傳字眼，以及透過廣告或其他形式推廣其產品），違反了世界衛生組織提出的《國際母乳代用品銷售守則》。現時，衛生署經已成立工作小組，制定適合本地獨有情況的《香港母乳代用品銷售守則》，但出台日期一拖再拖。本會促請港府盡快立法執行《香港母乳代用品銷售守則》，規管母乳代用品銷售手法，避免家長被偏頗的宣傳，令孩子健康受損，日後為社會帶來沉重醫療負擔。

保障公眾場所哺乳權益：立法規定公眾場所必須設置哺(集)乳間，並立法保障公共場所餵哺母乳權益

目前大多數公眾場所均未有設置育嬰間，不利哺乳媽媽外出哺乳及照顧嬰幼兒，也不便婦女外出擠奶，令不少媽媽需要走到洗手間餵哺子女或擠出母乳，極不衛生。本會要求港府仿效台灣，立法訂明一定面積以上的公共場所必須設置哺(集)乳間，並立法保障媽媽公開哺餵母乳的權利，對驅趕或阻止媽媽哺乳人士，予以罰則。

落實有利母乳餵哺工作安排：延長法定產假至十四星期，有需要時更可支取親職假至寶寶六個月大，並立法增設丈夫侍產假及哺乳休息時間

國際勞工組織第183號公約(2000年)指出女性僱員應享有不少於14周的產假(見第4條)，哺乳母親亦應享有每日一次或多次的哺乳休息時間(見第10條)，但港府多年均漠視國際公約，法定產假只有10周，哺乳休息時間更是聞所未聞。為配合世界衛生組織建議婦女以純母乳餵哺嬰兒至六個月大，本會促請政府延長女性僱員法定產假至14周，有需要時更可支取親職假至寶寶六個月大，亦同時立法規定哺乳媽媽可享每日兩次，每次半小時的上班哺乳休息時間。此外，為協助及支持太太以母乳餵哺初生子女，本會亦要求政府制定丈夫侍產假，為母嬰提供實質協助，讓媽媽安心為寶寶健康奠定良好根基。