

# 香港配方奶及相關產品和 嬰幼兒食品銷售守則


二零一七年六月



衛生署  
Department of Health



食物及衛生局  
Food and Health Bureau



---

# 香港配方奶及相關產品和 嬰幼兒食品銷售守則

香港特別行政區政府  
食物及衛生局  
衛生署

二零一七年六月



---

背景	i
第 1 條－守則名稱	1
第 2 條－目的及範圍	2
2.1 目的	2
2.2 範圍	2
第 3 條－定義	3
第 4 條－資訊及教育	7
4.1 製造商及分銷商不應提供有關母乳餵哺及配方奶 餵哺的資訊及教育	7
4.2 製造商及分銷商提供的產品資訊	7
4.3 製造商及分銷商提供有關其他事宜的資訊及教育	8
4.4 製造商及分銷商以外人士提供有關嬰幼兒餵哺及 營養的資訊及教育	8
4.5 特別就配方奶預訂服務提供的通告安排	10
第 5 條－向公眾推廣	11
第 6 條－在醫護機構進行推廣	12
第 7 條－向醫護人員提供資訊及推廣	13
7.1 醫護人員的責任	13
7.2 向醫護人員提供的產品及產品資訊	13
7.3 為醫護人員提供的贊助及利益	14
第 8 條－標籤	16
8.1 指定產品的標籤	16
8.2 配方奶的標籤要求	16
8.3 預先包裝嬰幼兒食物的標籤要求	17
8.4 配方奶相關產品的標籤要求	18
8.5 豁免	18
第 9 條－推行及評估	20
附件 1－評估計劃	21
附件 2－《香港守則》摘要	22

## 背景

社會上廣泛認同，母乳餵哺有助確保母嬰生理和心理的全面健康，而嬰兒的早期營養對其長遠健康有重要影響。研究顯示，母乳餵哺除了有顯著的短期健康益處外（例如減低孩子患上腸道和中耳感染的風險），也可減低孩子成年後出現肥胖和患上非傳染病的機會。<sup>1、2、3、4</sup>世界衛生組織（下稱“世衛”）進行的一項系統性檢討亦重新確認母乳餵哺可帶來長遠的健康益處，包括可明顯改善兒童在智力測驗的表現。<sup>5</sup>此外，有研究亦顯示母乳餵哺可減低母親在更年期前患上乳癌的風險。而母乳餵哺帶來的益處，是與持續餵哺的時間和能否以全母乳餵哺成正比的。

即使在環境衛生和護理標準良好的已發展國家，未如理想的母乳餵哺方式，也會對經濟帶來相當大的損失，可避免的嬰兒死亡事故也會增加。在美國進行的一項經濟研究顯示，如果美國有九成家庭按照“二零一零年國民健康”（*Healthy People 2010*）的建議，以全母乳餵哺嬰兒達6個月，每年便可節省130億美元和避免911宗死亡個案。<sup>6</sup>另一項在英國進行的研究也顯示，即使母乳餵哺率只有溫和的增幅（即100%的嬰兒在出院時接受母乳餵哺，而65%的婦女在四個月內以全母乳餵哺嬰兒），也可節省醫療成本達2,700萬英鎊，並減少數以萬計的入院和門診個案。<sup>7</sup>

世衛已作出一項全球公共衛生建議，認為嬰兒出生後首6個月應以全母乳餵哺，以達至最佳成長、發育和健康。其後，應繼續以母乳餵哺至兩歲或以上，並同時接受營養充足和安全的輔助食品，以滿足他們對營養不斷轉變的需求。<sup>8</sup>

締造一個維護、推廣和支持母乳餵哺的環境是需要一套有系統性的策略，包括讓家長在足夠資訊的情況下，為餵哺嬰兒作出不受商業影響的知情決定；確保為母嬰提供服務的醫護機構的政策和做法能夠支持母乳餵哺；以及建立家庭友善的社會政策及社區服務。為保障母乳餵哺免受不恰當的商業手法所削弱，世衛於一九八一年制訂並通過《國際母乳代用品銷售守則》（下稱“《國際守則》”），確保母親能夠在不受商業影響的情況下，作出有關嬰兒餵哺的知情決定。《國際守則》建議就母乳代用品的銷售手法設立限制，以維護母乳餵哺，

<sup>1</sup> Gluckman PD, Hanson MA, Mitchell MD. Developmental origins of health and disease: reducing the burden of chronic disease in the next generation. *Genome Medicine*. 2010 Feb 24; 2(2):14.

<sup>2</sup> Koletzko B, von Kries R, Closa R, et al. Can infant feeding choices modulate later obesity risk? *American Journal of Clinical Nutrition*. 2009 May;89(5):1502S-8S.

<sup>3</sup> Ip S, Chung M, Raman G, Chew P, et al. Breastfeeding and maternal and infant health outcomes in developed countries. Evidence Report / Technology Assessment (Full Rep). 2007 Apr;(153):1-186.

<sup>4</sup> ESPGHAN Committee on Nutrition, Agostoni C, Braegger C, Decsi T, et al. Breast-feeding: A commentary by the ESPGHAN Committee on Nutrition. *Journal of Pediatric Gastroenterol and Nutrition*. 2009 Jul;49(1):112-25.

<sup>5</sup> Horta BL & Victoria CG. Long-term benefits of breastfeeding: a systematic review. WHO. 2013.

<sup>6</sup> Bartick M & Reinhold A. The Burden of Suboptimal Breastfeeding in the United States: A Pediatric Cost Analysis. *Pediatrics*. 2010 May; 125(5):e1048-56.

<sup>7</sup> Renfrew MJ, Pokhrel S, et al. Preventing disease and saving resources: the potential contribution of increasing breastfeeding rates in the UK. *Unicef*. October 2012.

<sup>8</sup> WHO. Global strategy for infant and young child feeding, 2003. Available at <http://www.who.int/nutrition/publications/infantfeeding/9241562218/en/>. Accessed on 6 September 2016.

並盡量減低以配方奶餵哺嬰兒所引致的風險。其後舉行的世界衛生大會亦有通過決議，就最新的科學發展和不斷變化的銷售手法，闡明和更新《國際守則》的若干條文。

二零一三年七月，世衛就有關較大嬰兒配方奶的銷售事宜，公布了一項名為“關於使用及銷售較大嬰兒配方奶”（“**Information concerning the use and marketing of follow-up formula**”）的聲明（下稱“二零一三年世衛聲明”）。<sup>9</sup> 該聲明指出，“多項研究提供有力佐證，顯示較大嬰兒配方奶的銷售策略與人們對該等產品的觀感和日後使用該等產品作母乳替代品的機會，存在直接關係。”。該份聲明又強調，“以較大嬰兒配方奶作為滿6個月大嬰幼兒的母乳替代品，是沒有需要和不適宜的。”。聲明的結論是，“如銷售或以其他方式表述較大嬰兒配方奶（不論是否經過更改）適合、或令致它被視作或可用以替代母乳（部分或全部），則有關行為和產品均在《國際守則》的涵蓋範圍內。此外，如表述較大嬰兒配方奶令致它觀感上被視作或可用以替代母乳（部分或全部），這些產品亦屬《國際守則》的涵蓋範圍內。”。

二零一六年五月，世衛發出《終止不當促銷嬰幼兒食品的指引》（“**Guidance on ending the inappropriate promotion of foods for infants and young children**”）（下稱“《二零一六年世衛指引》”）<sup>10</sup>，建議“不應推銷用以替代母乳的產品。而母乳代用品應理解為任何特別為餵哺未滿三歲的嬰幼兒而銷售的液態或粉狀的奶類製品（包括較大嬰兒配方奶和成長奶品）。要清晰了解，《國際守則》連同其後舉行的世界衛生大會各項相關決議的實施，均涵蓋所有該等產品。”二零一六年五月二十八日，第六十九屆世界衛生大會敦促所有會員國實施《國際守則》和世衛關於供兒童食用的食品的銷售建議。

香港特別行政區政府（下稱“政府”）一直致力維護、推廣和支持以最佳方式餵哺嬰幼兒。在二零一零年二月，由食物及衛生局局長擔任主席的防控非傳染病督導委員會（下稱“督導委員會”）通過轄下飲食及體能活動工作小組（下稱“工作小組”）提出有關制訂和推行母乳代用品銷售守則的建議。督導委員會成立的工作小組負責在本港推廣健康飲食及體能活動。本港配方奶的銷售方式過於進取，而被認為是導致本港母乳餵哺率偏低的因素之一。因此，工作小組作出回應提出制訂母乳代用品銷售守則，作為工作小組其中一項建議的行動計劃。

---

<sup>9</sup> Information concerning the use and marketing of follow-up formula. WHO. 2013. Available at [http://www.who.int/nutrition/topics/WHO\\_brief\\_fufandcode\\_post\\_17July.pdf](http://www.who.int/nutrition/topics/WHO_brief_fufandcode_post_17July.pdf). Accessed on 6 September 2016.

<sup>10</sup> Guidance on ending the inappropriate promotion of foods for infants and young children. WHO. 2016. Available at <http://www.who.int/nutrition/topics/guidance-inappropriate-food-promotion-iy-c-process/en/> Accessed on 6 September 2016.

衛生署於二零一零年六月成立香港母乳代用品銷售守則專責小組（下稱“專責小組”），以制訂本港的母乳代用品銷售守則。專責小組成員包括社區組織、專業團體、學術界以及政府決策局及部門的代表。

專責小組為香港草擬守則時，參考了《國際守則》連同其後舉行的世界衛生大會各項相關的決議。此外，專責小組也考慮到本地銷售手法對家長態度和餵哺嬰幼兒的做法的潛在影響。專責小組亦曾與六家配方奶跨國公司的代表舉行了三次會議，聽取他們的意見。專責小組其後把《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品的銷售及品質守則》的草擬本（下稱“2012《香港守則》草擬本”）提交政府，並於二零一二年十月二十六日至二零一三年二月二十八日期間進行了公眾諮詢。政府已於二零一四年七月二十一日向立法會衛生事務委員會匯報有關2012《香港守則》草擬本的公眾諮詢結果和未來路向。

政府經詳細考慮上述公眾諮詢的結果、其後收到的意見、二零一四年制定的相關法例（即有關嬰兒配方產品的營養成分以及嬰兒配方產品、較大嬰兒配方產品和供年齡未滿36個月嬰幼兒食用的預先包裝食物的營養標籤規定），以及《二零一六年世衛指引》後，本港有關守則現已定稿和定名為《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》”）。

《香港守則》的遵行乃屬**自願性質**，旨在為嬰幼兒提供安全及足夠的營養，並非干預供嬰幼兒食用的產品的出售。政府將會聯同非政府組織、專業團體和相關消費者組織，共同評估《香港守則》的整體效益。政府鼓勵業界成員各自在制訂本身的銷售手法時，參考《香港守則》的原則和目的。

餵哺嬰幼兒的方法受社會經濟、文化和環境等眾多因素影響，而推行《香港守則》只是其中一項協助社會整體實踐理想的嬰幼兒餵養的工作。政府與社會各界必須為維護和推廣母乳餵哺採取持續一致的行動，才有助社會整體實踐理想的嬰幼兒餵養方式。二零一四年四月，食物及衛生局成立促進母乳餵哺委員會，負責就本港進一步維護、推廣和支持母乳餵哺的策略和行動計劃提出意見，監察有關策略和計劃的推行成效，以及評估《香港守則》推行後的整體效益。此外，政府已分階段落實各項措施，當中包括加強在醫護機構提供的專業支援（如推行愛嬰醫院）；加強有關母乳餵哺的宣傳和教育工作，包括推廣《香港守則》；鼓勵社會人士實施母乳餵哺友善工作間政策，以支持在職母親持續母乳餵哺；透過推廣母乳餵哺友善場所和育嬰設施的提供，鼓勵和支持母親在公眾地方餵哺母乳；以及加強監測本地的母乳餵哺情況。

二零一七年六月

## 第 1 條－守則名稱

### 1 守則名稱

本守則名為《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品銷售守則》。

## 第 2 條－目的及範圍

### 2.1 目的

本守則旨在充分及不偏頗的資料和透過適當銷售的情況下，藉－

- (a) 維護母乳餵哺；及
- (b) 確保配方奶、配方奶相關產品及擬供予年齡未滿 36 個月的嬰幼兒食用的預先包裝食物獲得適當使用，

為嬰幼兒提供安全及足夠的營養。

### 2.2 範圍

本守則涵蓋第 3 條所界定的指定產品的銷售手法，同時也適用於有關使用指定產品的資料。



### 第 3 條 – 定義

#### “宣傳品”、“宣傳”

指用意以公眾為對象，並以包括但不限於以下方式發布的任何形式的宣傳—

- (a) 報章或其他刊物；
- (b) 電視或電台廣播；
- (c) 主動發出的電子訊息；
- (d) 派發樣品或產品宣傳單張；或
- (e) 展示圖片或模型，或放映影片，

而“宣傳”須據此解釋。

#### “奶瓶餵哺”

- 指以附有奶嘴的奶瓶盛載液體或半液體食品而進行餵哺。

#### “牌子名稱”

- 指製造商為某產品或一系列產品所定的名稱。

#### “母乳餵哺”

- 指以母乳餵哺嬰幼兒，包括母乳的營養。

#### “補充食品”

- 指適合或被陳述為適合在母乳或配方奶以外用以餵哺年齡 6 個月或以上的嬰兒及 24 個月或以下的幼兒的任何食品。

#### “以補充食品餵養”

- 指由全母乳餵哺至進食家庭食物的過渡期，一般涵蓋由 6 至 24 個月大的嬰幼兒，而母乳餵哺應持續至幼兒兩歲或以上。

#### “容器”

- 包括各類包封有物品或物質的箱盒、瓶、金屬罐、紙板箱盒、包裝或包裹物，但不包括因託付或交付而另加的外封套或外包裹物。

#### “衛生署”

- 指香港特別行政區政府衛生署。

#### “指定產品”

- 指—
  - (a) 任何配方奶；
  - (b) 任何配方奶相關產品；
  - (c) 任何預先包裝嬰幼兒食物；以及
  - (d) 衛生署為本守則的目的宣稱為指定產品的任何其他產品。

### 第 3 條 – 定義

#### “分銷商”

- 指從事銷售（不論批發或零售）任何指定產品的人士、公司或其他機構。

#### “較大嬰兒配方奶”<sup>11</sup>

- 指符合以下說明的產品 –
  - (a) 該產品按照其描述或使用指示 –
    - (i) 被表述為母乳或嬰兒配方產品的替代品；以及
    - (ii) 是擬供予年齡滿 6 個月但未滿 36 個月的人，在逐步多元化膳食中，作為液體成分食用（即使該產品的描述或使用指示，如適用的話，也聲稱該產品適合任何其他年齡人士食用亦然）；或
  - (b) 該產品被加上“較大嬰兒配方產品”或“較大嬰兒配方奶”或“follow-up formula”的標記或標籤，或帶有具類似意思的任何其他文字。

#### “配方奶”

- 指嬰兒配方奶、較大嬰兒配方奶和特殊醫用嬰幼兒配方奶。

#### “配方奶餵哺”

- 指以配方奶餵哺嬰幼兒，包括配方奶的營養。

#### “特殊醫用嬰幼兒配方奶”<sup>12</sup>

- 指符合以下說明的產品 –
  - (a) 該產品按照其描述或使用指示，是經特別加工或配製，用於符合指明情況的、年齡未滿 36 個月的人的膳食管理，並擬供該等人士作唯一食物或與其中一種食物（即使該產品的描述或使用指示，如適用的話，也聲稱該產品適合年齡滿 36 個月或以上的人士食用亦然），上述指明情況，是指有關的人 –
    - (i) 進食、消化、吸收或代謝普通食物或其中某些營養素的能力，受到限制或損害；
    - (ii) 經醫學斷定，具有特殊營養需求；或
    - (iii) 不能僅靠食用作特殊膳食用途的其他食物或調節正常膳食，以達致其膳食管理；且
  - (b) 該產品只可在醫生指示下使用。

#### “配方奶相關產品”

- 指供嬰幼兒使用的任何奶瓶和奶嘴。

<sup>11</sup> 《食物及藥物（成分組合及標籤）規例》（第 132W 章）。

<sup>12</sup> 《食物及藥物（成分組合及標籤）規例》（第 132W 章）。

## 第 3 條 – 定義

### “醫護機構”

- 指任何直接或間接從事提供醫護或幼兒服務的公營或私營機構或組織或執業處所，包括日間護理中心、幼兒園或其他嬰幼兒護理機構。

### “醫護專業人員”

- 指持有專業學位、文憑或牌照的醫護人員，例如醫生、護士、助產士、營養師、營養學家、臨牀心理學家或衛生署為本守則的目的可能指明的其他人士。

### “醫護人員”

- 指在醫護機構提供或正接受培訓以提供醫護服務的人員（不論是專業還是非專業人員），包括志願的無報酬工作者。

### “嬰兒”<sup>13</sup>

- 指年齡不超過 12 個月大的人。

### “嬰兒配方奶”<sup>14</sup>

- 指符合以下說明的產品 –
  - (a) 該產品按照其描述或使用指示，是擬作母乳的替代品食用的，且經特別製造，以在該人獲餵哺適當的補充食品之前，單憑該產品本身即滿足年齡為 12 個月及以下的人的營養需要（即使該產品的描述或使用指示，如適用的話，也聲稱該產品適合年齡滿 12 個月或以上的人士食用亦然）；或
  - (b) 該產品被加上“嬰兒配方產品”或“嬰兒配方奶”或“infant formula”的標記或標籤，或帶有具類似意思的任何其他文字。

### “標籤”

- 指書寫、印刷、模板印刷、標明、浮雕或貼在指定產品容器上的任何標記牌、標記、圖片或其他形式的說明。

### “標籤”、“加上標籤”

- 就指定產品而言，包括與指定產品有關並出現於指定產品包裝上或出現於附連指定產品的文件、告示、標籤、圓環或圈扣上的文字、詳細資料、商標、牌子名稱、圖畫或符號。

### “標識”

- 指用以識別公司或產品的徽號、圖畫或符號。

<sup>13</sup> 食品法典委員會的《嬰兒配方及特殊醫用嬰兒配方食品標準》（Codex Stan 72-1981）。2016 年修訂。

<sup>14</sup> 《食物及藥物（成分組合及標籤）規例》（第 132W 章）。

## 第 3 條 – 定義

### “製造商”

- 指從事製造指定產品業務的人士、公司或其他單位，不論直接從事，還是通過代理商，或者通過由其控制或與其簽署了協議的人。

### “銷售”

- 指產品的推廣、分發、出售、廣告宣傳、產品公關和情報服務，而“市場”須據此解釋。

### “產品圖像”

- 指任何以相片或插圖顯示對指定產品的陳述。

### “預先包裝嬰幼兒食物”<sup>15</sup>

- 指符合以下說明的預先包裝食物：該食物按照其描述或使用指示，是擬供年齡未滿 36 個月的人食用（即使該食物的描述或使用指示，如適用的話，也聲稱該食物適合年齡滿 36 個月或以上的人士食用亦然），但不包括嬰兒配方奶或較大嬰兒配方奶。

### “推廣”

- 指使用任何直接或間接的方法鼓勵人購買或使用指定產品。

### “零售商”

- 指任何銷售點或處所，包括但不限於藥房、商店及超級市場。

### “樣品”

- 指免費提供的一份或少量的指定產品。

### “商標”<sup>16</sup>

- 指任何能夠將某一交易商的貨品或服務與其他交易商的貨品或服務作出識別的標誌，並可由文字（包括個人姓名）、徵示、設計式樣、字母、字樣、數字、圖形要素、顏色、聲音、氣味、貨品的形狀或其包裝，以及該等標誌的任何組合所構成。

### “幼兒”

- 指年齡超過 12 個月至未滿 36 個月的人。

---

<sup>15</sup> 《食物及藥物（成分組合及標籤）規例》（第 132W 章）。

<sup>16</sup> 《商標條例》（第 559 章）。

## 第 4 條－資訊及教育

### 4.1 製造商及分銷商不應提供有關母乳餵哺及配方奶餵哺的資訊及教育

4.1.1 除非於第 4.1.2 條許可的情況下，製造商或分銷商本人或代表他／她的其他人，不應－

- (a) 舉辦、進行或贊助擬為市民大眾、準父母或年齡未滿 36 個月的幼兒的父母而設有關母乳餵哺及配方奶餵哺的教育項目或活動；或
- (b) 製作提述母乳餵哺及配方奶餵哺的資訊或教育素材，並向市民大眾、準父母或年齡未滿 36 個月的幼兒的父母派發有關素材，或贊助該等素材的製作及派發。

4.1.2 只要將予派發的素材並不包含配方奶及配方奶相關產品的名稱、牌子名稱、產品圖像、標識及／或商標（製造商或分銷商的名稱和標識除外）或以任何其他方式提述該等產品，則製造商或分銷商可

- (a) 向市民大眾派發由衛生署編製有關母乳餵哺及配方奶餵哺的資訊或教育素材；以及
- (b) 複製 (a) 段所述全部或部分素材以便派發予市民大眾，但不得更改素材的內容，並須在複製素材中鳴謝衛生署提供資訊。

### 4.2 製造商及分銷商提供的產品資訊

4.2.1 配方奶及配方奶相關產品的製造商或分銷商可**因應要求**而經電子方式（例如網站、電郵）或實體方式（例如電話熱線、零售處所或醫護機構），就特定牌子的配方奶及配方奶相關產品提供資訊，但該等資訊必須符合下列條件－

- (a) 僅限於確實無誤的資訊；
- (b) 不包含可能貶抑或不鼓勵母乳餵哺、與母乳作出比較，或表示產品近乎等同或勝於母乳的任何圖像、文字或其他陳述；
- (c) 不推廣奶瓶餵哺；
- (d) 不傳達由某專業或其他組織所作、或任何可能被解釋為其所作的認可，除非該認可已獲政府特別批准；
- (e) 以適合目標讀者的語言（例如中文及／或英文）書寫；及
- (f) 符合第 4.4.1(e)條的要求。

4.2.2 第 4.2.1 條所指的資訊可包括製造商或分銷商的名稱或姓名、地址及電話熱線。

## 第 4 條－資訊及教育

### 4.3 製造商及分銷商提供有關其他事宜的資訊及教育

4.3.1 製造商或分銷商可就有關嬰幼兒事宜（但不包括母乳餵哺及配方奶餵哺），製作、捐贈或派發資訊或教育素材，或贊助或舉行教育活動，但必須以下列各項為前提－

- (a) 該等素材或活動並不展示任何配方奶或配方奶相關產品的名稱、牌子名稱、產品圖像、標識及／或商標（公司的名稱和標識除外）或以任何其他方式提述該等產品；
- (b) 該等素材或活動與第 5 條不准許的推廣手法沒有關連；及
- (c) 該等素材或活動如與餵食補充食品有關，則須符合第 4.4.1(e)(ii)條的要求。

### 4.4 製造商及分銷商以外人士提供有關嬰幼兒餵哺及營養的資訊及教育

4.4.1 製造商或分銷商以外人士製作或派發提述嬰幼兒餵哺及營養的資訊或教育素材，不論是書面還是視聽素材，如擬為市民大眾、準父母或年齡未滿 36 個月的幼兒的父母而設，都－

- (a) 應僅包含確實無誤的資訊；
- (b) 不應包含可能貶抑或不鼓勵母乳餵哺、與母乳作出比較，或表示產品近乎等同或勝於母乳的任何圖像、文字或其他陳述；
- (c) 不應推廣奶瓶餵哺；
- (d) 不應包含任何配方奶及配方奶相關產品的牌子名稱、標識或商標，也不包含配方奶及配方奶相關產品的任何製造商或分銷商的名稱，但關乎公共衛生／風險（例如政府部門可能回收有產品安全問題的產品，或消費者委員會可能公布比較不同配方奶產品的資訊）或旨在護理病人（例如醫護專業人員給予購買特殊配方產品的指示）的事宜則除外；
- (e) 應參考討論中的嬰幼兒的年齡和餵哺階段，並顧及所製作的資訊及教育素材的性質，清楚而顯眼地說明下列事宜－
  - (i) 如素材有關母乳餵哺－
    - (A) 母乳餵哺的益處和優越之處；
    - (B) 以全母乳餵哺首 6 個月並持續以母乳餵哺至兩年或以上的價值；
    - (C) 如何開始和維持以全母乳餵哺和持續以母乳餵哺；
    - (D) 為何難以逆轉不進行母乳餵哺的決定；



## 第 4 條－資訊及教育

- (E) 由年齡 6 個月起開始及以後採用補充食品的重要性；及
  - (F) 採用奶瓶餵哺或過早開始採用補充食品的做法，如何和為何對母乳餵哺造成不良影響；
- (ii) 如素材有關以補充食品餵養－
- (A) 母乳餵哺的益處和優越之處；
  - (B) 由年齡 6 個月起開始及以後採用補充食品的重要性，以及在餵食補充食品期間持續母乳餵哺的益處；
  - (C) 採用奶瓶餵哺或過早開始採用補充食品的做法，如何和為何對母乳餵哺造成不良影響；及
  - (D) 可以在家使用日常配料簡易配製補充食品；
- (iii) 如素材有關以配方奶餵哺或使用奶瓶－
- (A) 母乳餵哺的益處和優越之處；
  - (B) 以全母乳餵哺首 6 個月並持續以母乳餵哺至兩年或以上的價值；
  - (C) 為何難以逆轉不進行母乳餵哺的決定；
  - (D) 妥善預備和使用奶瓶及奶嘴的指示，包括清潔和消毒餵哺器具；
  - (E) 以配方奶餵哺、使用奶瓶及奶嘴餵哺以及不妥當地預備奶瓶和奶嘴構成的健康風險；
  - (F) 說明配方奶並非無菌的產品，為盡量減低患上嚴重疾病的風險，擬給年齡未滿 6 個月的嬰兒飲用的配方奶應以冷卻至不低於攝氏 70 度<sup>17</sup>的沸水沖調；
  - (G) 沖調配方奶時，每次應沖調一餐的分量，而已沖調的配方奶應在沖調後兩小時內飲用，尚未飲用的分量必須棄置；及
  - (H) 以配方奶餵哺嬰兒的財政承擔。

<sup>17</sup> “Safe preparation, storage and handling of powdered infant formula: Guidelines” by World Health Organization in collaboration with the Food and Agriculture Organization of the United Nations (World Health Organization, 2007).

## 第 4 條－資訊及教育

### 4.5 特別就配方奶預訂服務提供的通告安排

4.5.1 任何人士如就配方奶預訂服務提供通告，該通告－

(a) 應只包含有關訂購和交付運作的必要資訊，即公司標識及下列以文字格式列明的資料：

- 公司名稱；
  - 聯絡方法；
  - 訂購／交付方法；
  - 配方奶產品的牌子名稱；及
- 不應包含任何其他圖片、圖像、產品標識或產品圖像；及

(b) 不應以任何方式推廣配方奶或該等產品的牌子。



## 第 5 條－向公眾推廣

- 5.1 製造商或分銷商本人或任何代表他／她的其他人士不應進行任何有關配方奶及配方奶相關產品的推廣活動。該等推廣活動包括但不限於－
- (a) 進行廣告宣傳；
  - (b) 使用特別展示；及
  - (c) 給予獎品或禮品，例如配方奶或配方奶相關產品的樣品；
- 但不包括－
- (d) 制訂任何價格政策和手法；
  - (e) 第 7.2 條所訂明向醫護人員提供指定產品或有關指定產品的資訊或素材；
  - (f) 第 7.3.2 條及第 7.3.3 條所訂明向醫護人員或醫護人員協會提供資助或贊助；
  - (g) 單純為提供與產品訂購及交付和產品查詢有關的顧客服務，而收集嬰兒、幼兒、準父母或年齡未滿 36 個月的幼兒的父母或照顧者的個人資料；
  - (h) 單純為提供與配方奶訂購及交付、產品查詢和索取產品資訊有關的顧客服務，而提供公司的聯絡方法（例如熱線電話、網頁的劃一資源定位址／電郵地址／手機應用程式名稱）；
  - (i) 第 4.5 條所訂明特別就配方奶預訂服務提供的通告安排。
- 5.2 製造商或分銷商可推廣預先包裝嬰幼兒食物，但推廣手法須符合下列條件－
- (a) 不在醫護機構內進行；
  - (b) 不涵蓋年齡未滿 6 個月的嬰兒；
  - (c) 符合第 4.2.1(a)至(d)條及第 4.4.1(e)(ii)條的要求；及
  - (d) 不推廣配方奶或配方奶相關產品。
- 5.3 製造商或分銷商本人或任何代表他／她的其他人士不應為推廣指定產品而－
- (a) 直接或間接索取嬰兒、幼兒、準父母或年齡未滿 36 個月的幼兒的父母的個人資料；或
  - (b) 邀請嬰兒、幼兒、準父母或年齡未滿 36 個月的幼兒的父母參與活動，例如嬰兒表演、餵哺指導活動等。

## 第 6 條－在醫護機構進行推廣

- 6.1 製造商或分銷商本人或任何代表他／她的其他人士不應－
- (a) 向醫護人員或醫護機構捐贈任何數量的指定產品；
  - (b) 向醫護機構捐贈或在醫護機構內派發任何涉及或可能推廣使用某指定產品的器材、服務或物品如筆、日曆、海報、記事本、成長圖、玩具等；或
  - (c) 經醫護人員或醫護機構向任何人推廣或派發指定產品。

## 第 7 條－向醫護人員提供資訊及推廣

### 7.1 醫護人員的責任

- 7.1.1 醫護人員應鼓勵和維護母乳餵哺，而特別從事有關母嬰營養工作的醫護人員應熟悉他們在本守則下的責任，包括第 4.4.1(e)條指明的事宜。
- 7.1.2 從事母嬰健康的醫護人員在有需要的情況下，可向家長示範如何使用嬰兒配方奶或特殊醫用嬰幼兒配方奶；在有需要示範如何使用嬰兒配方奶時，應在示範過程中清楚說明使用嬰兒配方奶的風險以及第 4.4.1(e)(iii)條(A)至(H)指明的資料。

### 7.2 向醫護人員提供的產品及產品資訊

- 7.2.1 製造商或分銷商僅可為在機構層面進行專業評估或研究的目的，向醫護人員或醫護機構提供指定產品。
- 7.2.2 儘管有第 4 條的規定，製造商或分銷商可向醫護人員提供有關某指定產品的任何素材，但該等素材必須－
- (a) 限於與產品的技術層面及使用方法相關的科學及事實資料事宜；或
  - (b) 提供已發表的同行審議研究作為參考資料，以支持述明或指出該產品或其成分與嬰幼兒健康、成長或發育之間存在某種關係的任何陳述。

## 第 7 條－向醫護人員提供資訊及推廣

### 7.3 為醫護人員提供的贊助及利益

7.3.1 製造商或分銷商本人或代表他／她的其他人士不應向從事母嬰健康的醫護人員或醫護人員協會提供或給予任何禮品或利益，但第 7.3.2 條及第 7.3.3 條准許的情況則除外。

7.3.2 視乎本守則生效後進行的檢討（如有的話），製造商或分銷商本人或代表他／她的其他人士不應資助醫護人員或醫護人員協會舉辦或參加有關母嬰健康的持續進修活動，除非符合下列條件－

- (a) 製造商及分銷商不影響該等進修活動由誰人擔任講者及所討論主題的選擇，而接受贊助的主辦者應對該等事宜有完全自主權；
- (b) 製造商及分銷商不影響對哪些受惠人可獲提供贊助的選擇，而獲提供贊助的協會就決定受惠人及每名受惠人的贊助金額有完全自主權；
- (c) 製造商及分銷商要求下列參與持續進修活動的各方面人士，以書面形式（另有規定者除外），向主辦機構以及在派發予持續進修活動參加者的印刷素材上作出聲明，申報他們與製造商及分銷商之間存在的任何利益或關係－
  - (i) 會議主席；
  - (ii) 講者；
  - (iii) 會議與會者（可按適當情況以口頭方式作出申報）；  
或
  - (iv) 節目負責人或派發予參加者的印刷素材中所載文章的作者；

[應申報的利益或關係的例子包括－

- 他／她本人或其家人（包括一級親屬及配偶）受僱於製造商或分銷商，而該製造商或分銷商的業務與將於會議討論的任何主題有關；
- 收取製造商或分銷商所提供用於研究的任何資助；
- 收取製造商或分銷商所提供任何形式的贊助，例如贊助註冊／旅遊／住宿的費用。]

- (d) 在持續進修活動中，任何使用公司名稱或標識以鳴謝企業機構的贊助的印刷素材及背景幕，不得包含任何指定產品的名稱、牌子名稱、產品圖像、標識及／或商標或以任何其他方式提述該等產品；

## 第 7 條－向醫護人員提供資訊及推廣

- (e) 持續進修活動中不得出現指定產品作商業展示；
- (f) 製造商及分銷商如有任何展覽支架（最大尺寸為 3 米 X 3 米），應設在遠離全體大會及小組討論室的位置；
- (g) 不論會否推廣或提述使用某指定產品，製造商及分銷商不得藉持續進修活動派發或捐贈任何禮品、器材、筆、日曆、海報、記事本、成長圖、玩具或任何其他物品或素材；及
- (h) 在與會代表互相交流的場合，製造商及分銷商如提供食品，不應過於奢華。

7.3.3 醫護人員及醫護人員協會若接受對其研究主題有興趣的製造商及分銷商提供的研究資助金，應在公布其研究結果的印刷素材上，申報該資助金及他們與該製造商或分銷商的任何關係（不論是否涉及財務）。

## 第 8 條－標籤

### 8.1 指定產品的標籤

#### 8.1.1 附貼在指定產品的標籤不應－

- (a) 包含可能貶抑或不鼓勵母乳餵哺、與母乳作出比較，或表示產品近乎等同或勝於母乳的任何圖像、文字或其他陳述；
- (b) 推廣奶瓶餵哺；
- (c) 傳達由某專業或其他組織所作、或任何可能被解釋為其所作的認可，除非該認可已獲政府特別批准。

#### 8.1.2 如指定產品同時使用中、英文的標籤或標記，應相應以中、英文顯示第 8.2.1 條、第 8.3.1 條及第 8.4.1 條所要求的詳細資料。

#### 8.1.3 標籤必須清晰可閱。

### 8.2 配方奶的標籤要求

#### 8.2.1 配方奶的容器或其上附貼的標籤上應符合以下要求－

- (a) 以清楚、顯眼和可閱的方式，顯示下列詳細資料－
  - (i) 以文字及／或容易明白的圖像表達有關適當沖調和使用的指示；
  - (ii) 以阿拉伯數字顯示建議食用該產品者的年齡；
  - (iii) 說明不妥善沖調或把產品給予早於建議年齡的人士食用的健康風險警告；
  - (iv) 不同氣候情況下產品開封前後所需的貯存方法；
  - (v) 產品的批次號碼、製造日期和最後食用日期，須考慮氣候情況和貯存方法；
  - (vi) 生產商或分銷商的名稱和地址；及
  - (vii) 一平勺奶粉的重量；
- (b) 以正楷標明“重要告示”一詞，並在其下陳述“母乳餵哺是餵哺嬰幼兒的正常方法。母乳是促進他們健康成長和發育的天然食物。與以母乳餵哺的嬰兒相比，食用母乳替代品的嬰兒或會增加腹瀉及其他病症的風險。”；

## 第 8 條－標籤

- (c) 載有“警告”一詞，並在其下陳述－
  - (i) 如屬嬰兒配方奶：“在決定以本產品補充或替代母乳餵哺前，應就是否需要食用本產品而徵詢醫護專業人員的意見。為嬰兒的健康着想，務須小心依照所有沖調指示。如在母嬰建立母乳餵哺前使用奶瓶餵哺，你的嬰兒或會拒絕以乳房作餵養。”；
  - (ii) 如屬較大嬰兒配方奶：“在決定以本產品補充或替代母乳餵哺前，應先徵詢醫護專業人員的意見，你的孩子是否需要以配方奶餵哺。為嬰兒的健康着想，務須小心依照所有沖調指示。”；及
- (d) 在配方奶沖調指示之下載有下列陳述－
  - (i) “配方奶並非無菌的食品，在沖調過程中或會受到污染”；
  - (ii) “沖調擬供年齡未滿 6 個月的嬰兒飲用的配方奶時，每次只應沖調一餐的分量，並以冷卻至不低於攝氏 70 度<sup>18</sup> 的沸水配製”；以及
  - (iii) “把沖調後兩小時內尚未飲用的分量棄置”；
- (e) 在配製指示中加入餵哺圖表；
- (f) 指明配方奶所含蛋白質的來源；及
- (g) 載有一項資訊，就嬰兒成長和發展需要，按醫護人員的建議，為嬰兒由年齡 6 個月起開始及以後在配方奶以外引進補充食品。

### 8.3 預先包裝嬰幼兒食物的標籤要求

8.3.1 預先包裝嬰幼兒食物的容器或該等產品上附貼的標籤應以清楚、顯眼和可閱的方式，顯示下列詳細資料－

- (a) 以阿拉伯數字顯示建議食用該產品人士的年齡，而該年齡不應少於 6 個月；以及
- (b) 第 8.2.1(a)(i)、(iii)、(iv)、(v) 及 (vi) 條的詳細資料。

<sup>18</sup> “Safe preparation, storage and handling of powdered infant formula: Guidelines” by World Health Organization in collaboration with the Food and Agriculture Organization of the United Nations (World Health Organization, 2007).

## 第 8 條－標籤

### 8.4 配方奶相關產品的標籤要求

8.4.1 除須符合《玩具及兒童產品安全條例》（第 424 章）和《消費品安全條例》（第 456 章）訂明的相關法律規定外，配方奶相關產品的容器或包裝或其上附貼的標籤應以清楚、顯眼和可閱的方式，顯示下列詳細資料－

- (a) 以正楷標明“重要告示”，並在其下陳述“母乳餵哺是餵哺嬰幼兒的正常方法。母乳是促進他們健康成長和發育的天然食物。與以母乳餵哺的嬰兒相比，食用母乳替代品的嬰兒或會增加腹瀉及其他病症的風險。”；
- (b) 標明以下陳述“警告：為嬰兒的健康着想，務須小心依照清潔和消毒指示。如在母嬰建立母乳餵哺前使用奶瓶餵哺，你的嬰兒或不再願意以乳房作餵養。”；
- (c) 以文字和圖像說明有關清潔和消毒的指示；
- (d) 加上不應讓嬰兒獨自吸吮奶瓶以避免哽塞意外；也不應讓孩子長時間吸吮奶瓶的警告，因過長時間接觸含糖分的飲料（包括配方奶），或會引致嚴重蛀牙；及
- (e) 製造商或分銷商的名稱和地址。

8.4.2 配方奶相關產品的容器上或產品說明書內應展示第 8.4.1 條要求標籤所示的資料。

### 8.5 豁免

8.5.1 第 8.1.2 條不適用於已加上下列標記或標籤的特殊醫用嬰幼兒配方奶－

- (a) 於該配方產品的名稱或在包裝的顯眼處（不靠近包裝上其他的資訊）顯示“特殊醫用配方奶”、“特殊醫用配方產品”或“formula for special medical purposes”，或具有類似意思的任何其他文字；
- (b) 以粗體並在包裝的顯眼處（不靠近包裝上的其他資訊）顯示“在醫生指示下使用”或“USE UNDER MEDICAL SUPERVISION”，或具有類似意思的任何其他文字；



## 第 8 條－標籤

- (c) 顯示一項聲明“作（填上該配方產品擬用於針對或已知可有效針對的疾病、失調或病況）的膳食管理用途”，或具有類似意思的任何其他文字；及
- (d) （若沒有患上以上聲明所指疾病、失調或病況的人食用該配方產品，會有健康風險）以粗體在包裝的顯眼處（不靠近包裝上的其他資訊）顯示警告聲明及危害說明。

8.5.2 第 8.2.1 條不適用於盛載在總表面面積少於 250 平方厘米容器內的嬰兒配方奶或較大嬰兒配方奶。

8.5.3 第 8.3.1(b)條不適用於盛載在總表面面積少於 100 平方厘米容器內的預先包裝嬰幼兒食物。

## 第 9 條－推行及評估

- 9.1 政府鼓勵製造商及分銷商自行有責任依照本守則的原則和目的，監察其銷售手法，並且採取所需行動以確保其操守在各個層面都符合相關要求。
- 9.2 政府邀請非政府組織、專業團體、有關機構及人士鼓勵製造商及分銷商應注意與本守則的原則和目的不符的活動。
- 9.3 政府會與製造商及分銷商、非政府組織、專業團體和消費者組織通力合作，評估本守則的整體效益。
- 9.4 附件 1 說明該項評估計劃。

## 《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品銷售守則》 評估計劃

### 評估制度

1. 為評估《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》”）的整體效益，衛生署會不時進行研究調查，以掌握指定產品銷售手法（包括媒體廣告宣傳、零售層面的推廣活動等）的整體趨勢，並會整理和分析市民大眾的意見和建議。衛生署會把有關評估《香港守則》整體效益的結果向促進母乳餵哺委員會匯報，該委員會會就促進和維護母乳餵哺及嬰幼兒營養的未來策略和行動，向政府進一步提出意見。
2. 為方便向市民收集意見，衛生署已就此用途編製範本，市民可在衛生署轄下家庭健康服務的網頁取用。

**《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品銷售守則》**  
**（“《香港守則》”）**  
**《香港守則》摘要**

條	主要條文
<b>1. 守則名稱</b>	本守則名為 《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品銷售守則》（“《香港守則》”）。
<b>2. 目的及範圍</b>	<p>《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指定產品獲得適當使用，以達致為嬰幼兒提供安全及足夠的營養。</p> <p>《香港守則》適用於下列擬供予年齡未滿 36 個月的嬰幼兒的指定產品：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 嬰兒配方奶</li> <li>● 較大嬰兒配方奶</li> <li>● 配方奶相關產品：奶瓶</li> <li>● 預先包裝嬰幼兒食物及奶嘴</li> </ul>
<b>3. 定義</b>	為《香港守則》採用的辭彙作出定義。
<b>4. 資訊及教育（為市民大眾、準父母及父母提供）</b>	<p><u>製造商及分銷商提供的資訊及教育</u></p> <p>指定產品的製造商或分銷商不應舉辦或贊助有關母乳餵哺及配方奶餵哺的教育聚會或活動，或製作及派發有關素材。</p> <p>然而，製造商或分銷商可：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 向市民大眾派發及複製由衛生署編製有關母乳餵哺及配方奶餵哺的資訊或教育素材，並須在複製素材中鳴謝衛生署提供資訊；及</li> <li>● 製作、捐贈或派發有關嬰幼兒事宜（但不包括母乳餵哺及配方奶餵哺）的資訊或教育素材</li> </ul> <p>但該等素材不能展示任何配方奶或配方奶相關產品的名稱、牌子名稱、產品圖像、標識及／或商標。</p>

條	主要條文
	<p><u>製造商及分銷商提供的產品資訊</u></p> <p>製造商或分銷商可因應顧客要求，經電子方式（例如網站、電郵）或實體方式（例如電話熱線、零售處所或醫護機構），就特定牌子的配方奶及配方奶相關產品提供資訊，但該等資訊僅限於確實無誤，亦不應包含任何可能貶抑或不鼓勵母乳餵哺等的陳述。</p> <p>任何人士如特別就配方奶預訂服務提供通告安排，該通告應只包含有關訂購和交付運作的必須資訊。</p> <p><u>製造商及分銷商以外人士提供的資訊及教育</u></p> <p>製造商或分銷商以外人士可製作或派發提述嬰幼兒餵哺及營養的資訊或教育素材，但該等資訊或素材：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 不應包含任何配方奶及配方奶相關產品的牌子名稱、標識或商標，也不包含配方奶及配方奶相關產品的任何製造商或分銷商的名稱（但關乎公共衛生／風險或旨在護理病人的事宜則除外）；及</li> <li>● 應說明有關母乳餵哺、以補充食品餵食、配方奶餵哺或使用奶瓶的相應事宜。</li> </ul>
<p><b>5. 向公眾推廣</b></p>	<p>製造商或分銷商不應進行任何有關配方奶及配方奶相關產品的推廣活動。該等推廣活動包括但不限於進行廣告宣傳、使用特別展示，以及給予獎品或禮品（例如產品的樣品）。</p> <p>製造商或分銷商可推廣預先包裝嬰幼兒食物，但推廣手法須符合下列條件：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 不涵蓋年齡未滿 6 個月的嬰兒；</li> <li>● 不在醫護機構內進行；及</li> <li>● 不推廣配方奶或配方奶相關產品</li> </ul> <p>製造商或分銷商不應為推廣指定產品而直接或間接索取嬰幼兒、準父母或年齡未滿 36 個月的幼兒的父母的個人資料；或邀請他們參與活動，例如嬰兒表演、餵哺指導活動等，藉以推廣指定產品。</p>
<p><b>6. 在醫護機構進行推廣</b></p>	<p>指定產品的製造商及分銷商不應：</p>

條	主要條文
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 提供免費的指定產品；</li> <li>● 提供器材、禮品或樣品；及</li> <li>● 經醫護人員或醫護機構向任何人推廣或派發指定產品。</li> </ul>
<p><b>7. 向醫護人員提供資訊及推廣</b></p>	<p>製造商及分銷商提供有關產品的資訊素材應限於科學及事實資料事宜。</p> <p>製造商及分銷商僅可為在機構層面進行專業評估或研究的目的，向醫護人員提供指定產品。</p> <p><u>贊助持續進修活動</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 製造商及分銷商不應影響誰人擔任講者、討論主題以及誰可獲得贊助。</li> <li>● 應申報與製造商或分銷商的任何利益關係。</li> <li>● 製造商及分銷商不得藉持續進修活動派發任何禮品或物品，或推廣指定產品。</li> </ul>
<p><b>8. 標籤</b></p>	<p>附貼在指定產品的標籤不應－</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 包含可能貶抑或不鼓勵母乳餵哺、與母乳作出比較，或表示產品近乎等同或勝於母乳的任何圖像、文字或其他陳述；</li> <li>● 推廣奶瓶餵哺；及</li> <li>● 傳達由某專業或其他組織所作的認可。</li> </ul> <p>配方奶、奶瓶及奶嘴的標籤應清楚陳述母乳餵哺是餵哺嬰幼兒的正常方法。在決定使用配方奶前，應先徵詢醫護專業人士的意見，及了解其使用的風險。</p>
<p><b>9. 推行及評估</b></p>	<p>製造商及分銷商有責任依照《香港守則》的原則和目的，監察其銷售手法。</p> <p>非政府組織、專業團體、有關機構及人士鼓勵製造商及分銷商應注意與《香港守則》的原則和目的不符的活動。</p>

條	主要條文
	<p>政府會與社會各界通力合作，評估《香港守則》的整體效益。</p> <p>衛生署會不時進行研究調查，以掌握指定產品銷售手法的整體趨勢，並會整理和分析市民大眾的意見和建議。</p> <p>有關評估《香港守則》整體效益的結果將會向促進母乳餵哺委員會匯報，該委員會會就促進和維護母乳餵哺及嬰幼兒營養的未來策略和行動，向政府進一步提出意見。</p>

食物及衛生局  
衛生署  
二零一七年六月