



HONG KONG
RETAIL MANAGEMENT
ASSOCIATION

香港零售管理協會

香港零售管理協會 對《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品的銷售守則》的意見

母乳是嬰幼兒的天然營養食物，能夠滿足嬰幼兒的營養需要。香港零售管理協會支持母乳餵哺，但反對政府建議以自願性質遵行的《香港配方奶及相關產品和嬰幼兒食品的銷售守則》（《香港守則》）。

協會會員認為《香港守則》定義不清晰，在運作上亦難以執行，若政府堅持要推行，便應透過立法程序，清晰釐定內容細節，讓所有持份者能依法遵行，並透過專業執法機構監管。

本會綜合會員的意見如下：

1. 定義不清晰

政府提出新修訂之《香港守則》的內容含糊，尤其當中一些重要的定義不清晰，若政府堅持推行，將會對零售商及相關持份者造成執行上的困難。現根據業界運作，列舉一些不清晰的例子如下：

「推廣」的定義

- (i) 《香港守則》提及禁止所有 0-36 個月的配方奶的推廣。根據競爭法，零售商可作促銷，而零售商很多時候就貨源問題作減價促銷或短期清貨，這種促銷是否被視為推廣的一種？
- (ii) 香港店舖倉存地方不足，零售商普遍將奶粉擺放於店面，這樣又是否一種陳列推廣呢？

「專業人士/ 正確資訊」的定義

- (iii) 《香港守則》中 4.4.1(a) 有關“... correct and factual information”未有清楚定義，前線員工很難作出適當判斷，應該向客人提供何種資料。



- (iv) 《香港守則》中 4.4.1(d) 雖然對專業人士進行“patient care”的情況有豁免，顧客於店內的查詢是否屬“patient care”若沒有清楚定義，將會令員工無所適從。
- (v) 《香港守則》中所定義的“health professionals”，並不包括前線員工中的「母嬰健康顧問」、「健康活力大使」，但他們往往是店鋪非常重要的成員，為顧客提供對產品的專業意見。

2. 造成不公平競爭

- (i) 若《香港守則》以自願性質推行，在欠缺法律規範基礎下，加上內容又含糊不清，消費者無從知道有哪些製造商、分銷商及零售商有遵從，這樣不單令消費者感覺混亂，資訊碎片化，亦會造成市場不公平競爭。

3. 窒礙公眾獲取母乳或配方奶粉的資訊

- (i) 本會相信消費者有權得到足夠及準確的嬰幼兒產品資訊，確保他們能正確選購到所需產品；但《香港守則》規定配方奶製造商、分銷商及零售商均不可提供母乳餵哺或配方奶餵哺的資訊；這樣將令消費者欠缺全面的產品資訊，影響消費者在獲得充分資訊的情況下，作正確選擇購買的權利。

4. 影響香港零售專業形象

- (i) 當顧客詢問售貨員有關奶粉成分的資訊時，若員工不能向顧客提及產品的特點，顧客得不到應有的資訊，將被視為不禮貌，不單大大增加員工的壓力，亦嚴重影響香港零售業的專業形象。

5. 應充份諮詢所有持份者

- (i) 由於《香港守則》所擬規管的產品眾多，除了嬰幼兒配方奶外，更包括奶瓶、奶嘴及安撫奶嘴等相關產品。這些產品觸及多個銷售環節，政府的規管建議對此類產品亦很大影響。本會希望政府充份諮詢所有持份者的意見。
- (ii) 市場上提供有關產品的中小型供應商也不少，他們的聲音和經營上的意見亦應該被正視。



HONG KONG
RETAIL MANAGEMENT
ASSOCIATION

香港零售管理協會

6. 結論

- (i) 本會認為政府在未全面諮詢所有持份者前，不應倉猝推行自願遵行原則的《香港守則》。
- (ii) 若政府堅持要推行新建議的《香港守則》，便應該透過立法程序，清晰釐定內容細節，讓所有持份者能依法遵行，並透過專業執法機構監管。

- 完 -