

我是代表「媽媽牌同盟」的。

最近，奶粉商廣告紛紛主打溫情，陪伴成長，作為父母見到內容確很有共鳴，加上輕鬆的背景音樂，溫馨的對白，其實不需眼看，只需耳聽，就能分辨是哪一個品牌的奶粉廣告。

而奶粉廣告甚至加入類似「適量奶粉是均衡飲食的一部份」的字句，我相信於大家均衡飲食的概念裡面，應該沒有奶粉這一項，還是我們都應該重新被教育，奶粉是必要食材之一？就如各奶粉商不斷用贈品入侵孩子的世界。

記得就此議題，各方都十分注種知情權，消費者有權知道更多，但現在奶粉商的廣告方向卻與此背道而馳。

本人認為在現有框架下，奶粉商為了消費者的利益，除了應清楚完整列明成份及份量，更不應加入未經確實的健康及營養聲稱。除此之外，更應該列明食用風險及定期提交數據予公眾，如奶粉內含有異物而需要退換的情況、曾發生敏感或腸胃不適等數據；作為家長，除了要知道你（奶粉）有多好，知道有多少風險也是必須的。

希望各界明白，作為母乳媽媽，我們並無意將奶粉趕入絕路，因為的確有很多因素，如有極少數媽媽因身體情況不能餵哺，或有被遺棄的嬰孩，或有家庭狀況，或工作環境不能配合等等……在這些因素下，現代的奶粉的確是最適合的替代品，對，是「替代品」。因此，我們希望社會能接收到正確、全面及真實的資訊。要知道，下一代能健康成長，是媽媽的唯一願望。

媽媽牌同盟幹事

洪穎培