

## 警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章 / 內容 / 資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章 / 內容 / 資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及法律費用。

# 24款奶粉 加價超通脹 直擊缺貨情況

本會支持母乳餵哺。母乳餵哺為嬰兒提供最佳的營養，亦有助提高嬰兒的免疫能力和情緒發展。然而，當消費者因不同原因最終需以奶粉餵哺嬰兒，奶粉供應充足，價格合理，便非常重要，特別是嬰兒一旦慣食某配方的奶粉，不容易在短時間內轉換，可能出現適應問題。

然而，本會近月接連收到消費者投訴及反映，指市面上多款嬰幼兒奶粉經常性缺貨，更有懷疑零售商坐地起價！

## 奶粉投訴急升

根據報章報道，有零售商出售奶粉時每罐提價\$50，除非顧客在店鋪即時打開奶粉封蓋才可以原價購買。本會認為此種要求顧客有條件地購買的做法，是不當的營商行為，要顧客在縮短存放期和多付費用中作出取捨並不合理。再者，過早打開奶粉封蓋會增加奶粉被污染的風險，並不符

合衛生原則。

比對本會近年與奶粉有關的投訴數字，去年全年有71宗，今年頭兩個月已收到51宗，當中接近4成涉及缺貨，接近3成有關加價或價格過高。

## 奶粉哪裡去？

根據統計處的資料，本港過去三年

的新生嬰兒數目徘徊於七、八萬左右，按年比較，2010年比2009年增長約8%，2009年則較2008年增加了4%。同期本港的嬰幼兒奶粉進口量由2008年的1,510萬公斤升至2010年的2,376萬公斤，升幅達57%（見表一）。

從數字可見，嬰幼兒奶粉進口量的增幅遠超新生嬰兒的出生率，供應理應是充



裕的，為何會出現缺貨的情況？

為瞭解具體情況，本會派員到不同零售點作實地視察；亦在今年1月致函8個在港銷售的主要嬰幼兒奶粉牌子供應商和港九藥房總商會有限公司，查詢嬰幼兒奶粉的缺貨情況及有何措施確保本地有充足和穩定的供應。

## 本會實地視察結果 嬰幼兒奶粉調查

自2009年4月開始，本會每兩個月派員到14間指定零售店舖（包括6間大型連鎖超級市場、2間健與美連鎖店和6間分布在港、九、新界不同地區的藥房/藥行），收集在港銷售的8個主要牌子嬰幼兒奶粉，包括初生嬰兒配方以至成長學童配方共35款的價格。有關資料見於本會相關網頁：[http://www.consumer.org.hk/website/ws\\_chi/shopping\\_tips/products/index.html](http://www.consumer.org.hk/website/ws_chi/shopping_tips/products/index.html)

## 「美贊臣」和「美素佳兒」的缺貨比率最高

在「格價」的同時，本會亦觀察嬰幼兒奶粉的缺貨情況。以最近兩次的調查（2010年12月和2011年2月）所見，「美素佳兒」和「美贊臣」的缺貨情況最為嚴重。

以初生嬰兒配方奶粉缺貨的比率為例（詳見表二），「美贊臣」（#4）於去年12月的缺貨比率高達93%，今年2月也有64%；「美素佳兒」（#3）於去年12月的缺貨比率為71%，今年2月則有46%。

## 有關嬰幼兒奶粉的投訴

近年本會收到關於嬰幼兒奶粉的投訴按年上升，單是今年頭兩個月，投訴已達51宗；當中除涉及奶粉的質素問題外，不少是投訴供應不足及價格問題。

### 投訴個案一：走遍香港尋找奶粉

投訴人家住新界，但不時需要在觀塘、西環或其他地區才買到所需的奶粉。投訴人稱在今年1月某日走遍中上環的零售店舖都買不到所需的奶粉，乘車至西環依然購買不到，懷疑有商人刻意囤積居奇，製造供應短缺的情況，從而抬高價格。

### 投訴個案二：奶粉價格暴漲

投訴人在今年1月到零售店購買所需的奶粉，發覺每罐的價格由上月份的\$172加至\$200，加幅達16%，同日再到另一間零售店問價，同款奶粉更加至\$230，加幅超過三成，投訴人認為應控制奶粉價格和升幅。

嬰幼兒奶粉投訴	2009年	2010年	2011年1月-2月
產品質素	3	14	3
供應不足或缺貨	1	10	20
價錢爭拗	13	18	15
其他	23	29	13
總數	40	71	51

表二：主要初生嬰兒配方奶粉缺貨比率

編號	牌子	初生嬰兒配方奶粉	缺貨比率 [1]	
			2010年 12月15日	2011年 2月10日
1	雅培	皇牌心美力 1	14.3%	7.1%
2	牛欄	皇牌1	11.1%	33.3%
3	美素佳兒	金裝美素佳兒 1	71.4%	46.2%
4	美贊臣	安嬰兒A+ 1	92.9%	64.3%
5	美樂寶	愛他美 1	0.0%	0.0%
6	雀巢	能恩1	9.1%	36.4%
7	雪印	澳洲雪印思敏兒 1	15.4%	7.7%
8	惠氏	金裝愛兒樂1	0.0%	0.0%

註

資料來源：本會嬰幼兒奶粉調查。

[1] 指在進行調查當日，所調查的零售店舖中，出現缺貨的店舖佔全部出售該初生嬰兒配方奶粉的店舖的百分比。



表一：新生嬰兒數目和嬰幼兒奶粉進口貨量增幅比對

	嬰兒出生數目	按年變動百分率	嬰兒奶粉進口貨量 (公斤)	按年變動百分率
2008年	7.88萬	+11.1%	1510.4萬	+40.0%
2009年	8.21萬	+4.2%	1774.3萬	+17.5%
2010年	8.85萬	+7.8%	2375.7萬	+33.9%

註

資料來源：政府統計處。





## 零售配額限制

本會亦發現部分連鎖超級市場、健與美連鎖店和藥房/藥行實施奶粉配額制度，規定每名顧客每次購買的數量，例如每次只能購買某牌子的奶粉一至三罐，主要是「美素佳兒」(#3)和「美贊臣」(#4)的產品。

## 供應商的回應 缺貨情況

「雅培」(#1)、「牛欄」(#2)和「美樂寶」(#5)的供應商均表示，其產品沒有出現短缺情況，亦沒有收到有關的投訴。「雀巢」(#6)和「惠氏」(#8)則指個別地區或店舖可能因送貨時間的問題而出現

短暫缺貨情況。「雪印」(#7)指其產品缺貨比率屬於健康水平，一般來說，上水、粉嶺、大埔區等較易缺貨。「美素佳兒」(#3)和「美贊臣」(#4)則表示已因應市場需求上升而增加供應量（詳見表三）。

## 確保充足和穩定的市場供應

所有供應商的回應均指，會採用不同方式，例如監察市場情況、走訪零售點、透過客戶服務熱線收取意見等，監察各線奶粉的供應情況，一旦缺貨，會盡快回應市場需要。其中「雅培」(#1)和「雪印」(#7)表示，有個半月至兩個月銷量的倉存，可應付突發的需求增加。

## 為消費者提供協助

所有供應商都設有客戶服務熱線，為本地消費者提供尚有存貨的零售店舖資料，或提供直接訂貨服務，部分更免費送貨上門。但為保障香港家長及防止服務被濫用，供應商可能要求家長提供嬰兒的香港出世紙或針咭，以便確認。

## 港九藥房總商會的回應

港九藥房總商會有限公司回應指，現時嬰幼兒奶粉缺貨是個別牌子、型號、地區和零售點的問題。為應付問題，其部分會員已施行配額制度，規定每名顧客限購數量。商會否認有零售商坐地起價的行為，稱只是水貨客不惜按零售價再加錢「掃貨」。商會希望奶粉供應商能增加市場上的奶粉供應，使藥房可分配多些奶粉發售。

## 本會意見

在新生嬰兒沒有大幅增加的情況下，本港嬰幼兒奶粉卻供應緊張，不少消費者投訴在零售層面買不到嬰兒慣食牌子的奶粉。而報章報道和港九藥房總商會也指，不少水貨客搶購奶粉，甚至不惜按零售價再多付數十元「掃貨」，影響本地供應和價格。

## 嬰幼兒奶粉的價格變動

### 33款嬰幼兒奶粉兩年間的平均價格變動

自2009年4月起，本會每兩個月進行一次嬰幼兒奶粉價格調查。在調查期間，發現一款嬰幼兒奶粉已停止發售，而另一款嬰幼兒奶粉則分拆為1號及2號出售，以下只就其餘33款所調查的奶粉過去兩年的平均價格變動（見表四），作出分析。

### 31款售價向上調整

以2009年4月起計，按年比較33款嬰幼兒奶粉的整體平均價格變動（即比較2009年4月至2010年2月，及2010年4月至2011年2月的整體平均價格），結果發現期間只有2款嬰幼兒奶粉〔「雀巢能恩1」(#22)和「雀巢能恩2」(#23)〕的整體平均售價下降，但降幅都不及1%。其餘31款嬰幼兒奶粉的整體平均售價均向上調整，幅度由0.4%至12%。

當中，增幅最高的是「美贊臣安嬰寶A+2」(#14)和「美贊臣安兒健A+4」(#16)，整體平均售價加幅為12%和11.9%。

### 奶粉價格升幅高於食品通脹

參考統計處的資料，2010年的食品（不包括外出用膳）類別綜合消費物價指數較2009年上升3.6%；調查中共有24款奶粉的平均加幅高於同期通脹，加重以奶粉餵哺嬰兒的家長的財政負擔。

### 5款奶粉價格升幅超過10%

31款錄得升幅的嬰幼兒奶粉產品中，5款(16%)的平均售價升幅超過10%，7款(23%)的價格升幅低於3.6%，19款(61%)的價格升幅則介乎3.6%和10%之間。

根據供應商的回覆，奶粉價格調高是基於原材料價格上升、成本上漲、匯價或改變配方等原因。

### 店舖間價格差異大

調查亦發現，即使是同一款奶粉，在不同店舖的售價差異頗大。

以最近一次2011年2月的調查結果（見表四）為例，「美樂寶愛他美1」(#18)的最低和最高售價由\$138至\$196.9，差幅達43%；「雅培皇牌恩高健4」(#4)的最低和最高售價則由\$140至\$192.2，差幅亦達37%。最低和最高售價差距不足10%的只有7款（21%）。

若以不同類型店舖的平均售價比較，大型連鎖超級市場及健與美連鎖店的售價一般較高，藥房/藥行的售價較低（見表五）。

表三：八個主要嬰幼兒奶粉牌子供應商就其產品供應的回應

編號	牌子	供應商 公司名稱	主要嬰幼兒奶粉產品	過去一年(2010年)，共收到多少宗關於顧客未能於市面購買到公司牌子嬰幼兒奶粉的投訴？	在什麼情況下，地區或店舖會出現奶粉來貨短缺的情況？	如何確保各線奶粉的供應充足及穩定，以滿足市場和各區的需求？
1	雅培	美國雅培製藥有限公司	皇牌愛心美 1 Similac Isomil 1 皇牌愛心美 2 Similac Isomil 2 皇牌心美力 1 Similac Advance 1 皇牌恩美力 2 Gain Advance 2 皇牌恩加健 3 Gain Plus Advance 3 皇牌恩高健 4 Gain Kid Advance 4	沒有收到顧客於市面上購買不到奶粉的投訴個案，但收到247宗顧客查詢要求協助購買奶粉；經安排後，所有顧客都能購買到所需的奶粉產品。	過去12個月內，沒有出現未能供貨或供不應求的情況。	每天由銷售代表於各大藥房及超市作實地查察，以及透過顧客服務熱線收取客戶意見，以確保貨源充足。 現有2個月左右銷量的奶粉在貨倉內。除非市場需求在短時間內急升，否則存量定能滿足市場需求。
2	牛欄	裕利醫藥有限公司	皇牌1 Royal 1 皇牌2 Royal 2 皇牌3 Royal 3 皇牌4 Royal 4	沒有。	沒有短缺情況。	每天都會瞭解市場發展和商戶的存貨，以確保供應穩定，必要時可以增加訂貨。
3	美素佳兒	菲仕蘭坎皮納(香港)有限公司	金裝美素佳兒 1 Friso Gold 1 金裝美素佳兒 2 Friso Gold 2 金裝美素佳兒 3 Friso Gold 3 金裝美素佳兒 4 Friso Gold 4	9宗。	一直向各零售商提供穩定的質量，近日並沒有減少供應，最近更因市場需求上升而增加供應量。	一直密切注意市場情況，並就市場需求上升作出相應行動，包括自去年第四季起，透過空運更快捷將貨品從荷蘭運抵本港。
4	美贊臣	美贊臣營養品(香港)有限公司	安嬰兒A+ 1 Enfamil A+ 1 安嬰寶A+ 2 Enfaproy A+ 2 安兒寶A+ 3 Enfagrow A+ 3 安兒健A+ 4 Enfakid A+ 4 安學健A+ 5 Enfaschool A+ 5	[未有提供有關資料。]	一般情況下，消費者能廣泛地購買到產品。然而過去四年，華南地區家庭對香港出售的產品需求激增；不少購買產品的亦非真正的消費者或本地家長。為滿足需求，一直與分銷商和零售商合作，增加香港市場的供貨量，2010年的供貨量是2006年的200%以上，期間，香港的出生率增長平均為每年8%。	銷售人員與零售商緊密合作以瞭解市場需要，亦透過公司網站和顧客熱線聽取客戶意見；加上市場經驗，制定方案以解決市場需求問題。此外，參考獨立調查機構零售統計數據監察市場情況。 明白近日消費者對產品供應的關注和部分零售商出現缺貨的情況，已即時回應，增加供貨量，並密切注意市場情況以採取相應行動。 然而，基於內地對香港出售的產品需求增加和兩地價格的差距，單靠增加供應量不能解決問題，會採取其他合適措施以協助消費者購買產品。
5	美樂寶	裕利醫藥有限公司	愛他美 1 Aptamil 1 愛他美 2 Aptamil 2 愛他美 3 Aptamil 3 愛他美 4 Aptamil 4	沒有。	沒有短缺情況。	每天都會瞭解市場發展和商戶的存貨，以確保穩定供應，必要時可以增加訂貨。
6	雀巢	雀巢香港有限公司	能恩1 NAN HA 1 能恩2 NAN HA 2 能恩3 NAN HA 3	有收到顧客有關供應地點的電話查詢，但數量不多。	供貨穩定，如在個別地區或店舖出現短暫缺貨，可能是個別地區送貨時間的問題。	一直緊密監察市場的狀況，致力於維持穩定的供應以滿足消費者的需求。
7	雪印	雪印香港有限公司	澳洲雪印思敏兒 1 Smart Baby 1 澳洲雪印思敏兒 2 Smart Baby 2 澳洲雪印思敏傑助長奶粉 Smart Kid Growing Up Formula 日本雪印Pure初生嬰兒奶粉 Japan Snow Brand Pure Infant Formula 日本雪印Touch較大嬰兒奶粉 Japan Snow Brand Touch Follow-up Formula	極少收到此類投訴，每年最多只有一、二宗查詢(特別時期如2008年三聚氰胺事件除外)。	一般上水/粉嶺/大埔較易缺貨。	理貨員到各零售點巡查，確保店舖貨源充足。 與代理商已達成共識，須確保每款奶粉有等同1.5-2個月銷量的倉存，以應付突發的需求增加，及有充裕時間向廠房調動船期或增加生產訂單。
8	惠氏	美國輝瑞科研製藥有限公司	金裝愛兒樂1 S26 Gold 1 金裝健兒樂2 Promil Gold 2 金裝幼兒樂3 Progress Gold 3 金裝學兒樂4 Promise Gold 4	1宗。	供應充足及穩定，能滿足市面上的需求。如個別地區或零售點出現缺貨情況，可能正在運輸途中，情況應不會持續多於兩天。	有緊密的監察系統，瞭解整個市場及各地區的需求。以藥房為例，營業員會定期走訪各區零售商，瞭解及確保各店舖維持健康的存貨水平，亦會安排獨立調查員到訪零售商，瞭解市場需求和庫存，並每周報告，方便營業員與零售商跟進。另外，當收到訂單後，會立刻安排送貨。通常今天落單，後日可以送到。由於一直維持足夠的存貨量，以2011年1月及2月為例，亦能做到接近100%回應零售商的訂貨需求，故零售商亦毋須向顧客設定購買上限，可避免顧客因擔心缺貨而囤積產品，造成惡性循環。



若顧客未能於零售點購買到公司牌子的嬰幼兒奶粉，會提供什麼途徑和協助，讓顧客購得產品？	客戶服務熱線
設有客戶服務熱線，協助本地家長尋找仍有存貨的藥房或連鎖店；也可提供上門送貨服務。	2806 4843
設有專人接聽的熱線電話，並有直接送貨服務。	2865 3488
設立會員制*，並提供客戶服務熱線，家長如在購買產品時遇上困難，可與公司聯絡，作出安排。（*：免費入會，但為保障香港家長及防止服務被濫用，家長須提供嬰兒的香港出世紙或針咭，以作確認。）	2859 3705
設有產品查詢熱線，協助已登記的本地家長尋找仍有存貨的零售店；也可提供免費上門送貨服務。	2510 6321
設有專人接聽的熱線電話，並有直接送貨服務。	2561 3123
顧客可致電公司熱線查詢購買地點；也可提供電話訂貨及送貨服務予本地消費者。	2179 8333
會詢問顧客所住地區或工作地方，並要求留下聯絡電話，顧客服務部會協助尋找該區仍有存貨的店鋪。	2529 8931
顧客可致電客戶服務熱線，熱線會為顧客致電就近地區的零售點瞭解存貨情況，再將包括兩個有存貨的零售點資料提供予顧客；如有需要，也可提供直接訂購、上門送貨服務。	2599 8870

## 對行業的建議

奶是嬰幼兒的主要食糧，對於要食用配方奶粉的嬰兒來說，一旦慣食某牌子的奶粉，在短時間內轉食其他牌子，可能有適應的問題。本會呼籲供應商提供足夠供應，而零售商也應履行企業責任，不應因蠅頭小利將產品「價高者得」出售，令本地嬰幼兒不能獲得其所需。過去幾年，多次出現搶購嬰幼兒奶粉的情況，本會認為奶粉供應商應研究擬定業內守則，以保障本地消費者取得供應為大前提，要求其零售商遵守，甚或以不供貨為殺手鐮，對付一些妄顧市民利益，抬價銷售奶粉的零售店鋪。

## 對消費者的建議

本會一向倡議以母乳餵哺嬰兒，但如因個別原因需要以奶粉餵哺嬰兒，家長得小心選購嬰兒奶粉。除了考慮嬰兒是否適合餵哺某個牌子的奶粉之外，選購嬰兒奶粉時亦應多作比較。從本會的調查可見，不同牌子奶粉的價格有別，而在不同類型零售店鋪購買奶粉的價格也有差距。此外，消費者也須考慮是否容易在不同銷售渠道購買到所需的奶粉。

世界衛生組織建議嬰兒出生後首6個月應只以母乳餵哺，其後可輔以其他食物。同樣地，如果消費者以奶粉餵哺新生兒，6個月後也應逐步輔以其他食物，以提供均衡的營養和促進健康的成長發展。



## 衛生署意見

### 嬰幼兒配方成分大同小異

母乳含有許多寶貴的成分，是不能從配方奶粉中獲取的，包括多種容易吸收的營養素、酵素、抗體和活細胞。所以，餵哺母乳的時間越長（尤其在首六個月以純母乳餵哺），帶來的好處就更多、更長遠。

如果孩子未能以母乳餵哺，在孩子滿一歲大前，家長應以配方奶粉作母乳的替代奶品，並瞭解以配方奶粉餵哺孩子的風險，根據嬰兒的需要選擇配方奶粉，注意正確的沖調及餵哺方法。

配方奶粉是參考母乳的營養成分，大多以牛乳提煉和加工而製成，一般要符合國際標準或生產商所在地的奶粉標準，因此，市面上的嬰幼兒配方奶粉，成分均大同小異。父母不應因為一些幼兒常見的情況例如輕微便秘等而轉換奶粉，因為現時並沒有充分的理據支持轉換奶粉可改善這些情況。如家長懷疑孩子身體不適，應及早尋求醫護人員的意見。

### 不同牌子奶粉不宜「溝」

若家長需為孩子轉用其他牌子的配方奶粉，須留意以下兩點：

1. 初生至六個月大的健康嬰兒應以牛乳製成的初生嬰兒標準配方奶粉餵哺。所有的特別配方奶粉，應按個別嬰兒的情況和需要由醫護人員建議使用。家長不應自行替嬰兒轉用。

2. 有些家長替幼兒轉換奶粉時，會把兩款不同牌子的配方奶粉混合沖調，以為可以幫助幼兒適應新奶粉，這樣做有可能會令到奶變得過濃或過稀，影響營養攝取。衛生署建議家長每餐應以同一牌子的配方奶粉餵哺孩子。在首數天，每天可轉換一餐新奶粉，並觀察幼兒是否有出現敏感、異常嘔奶或其他不適，然後逐漸增加新奶粉的餐數直至把舊奶粉完全取代。





表四：八個主要牌子33款嬰幼兒奶粉的平均價格變動和價格範圍

產品編號	牌子	產品 [1]	嬰幼兒奶粉價格 [2]						
			整體 [3]			大型連鎖超級市場/健與美連鎖店 [4]		藥房/	
			平均售價		平均售價變動幅度	平均售價		平均售價變動幅度	平均
			2009年4月-2010年2月	2010年4月-2011年2月		2009年4月-2010年2月	2010年4月-2011年2月		2009年4月-2010年2月
1	雅培	皇牌心美力1 Similac Advance 1	\$229.1	\$239.4	4.5%	\$232.8	\$244.5	5.0%	\$223.6
2		皇牌恩美力2 Gain Advance 2	\$193.9	\$210.6	8.6%	\$197.1	\$213.6	8.4%	\$189.3
3		皇牌恩加健3 Gain Plus Advance 3	\$171.9	\$187.0	8.8%	\$173.0	\$189.3	9.4%	\$169.3
4		皇牌恩高健4 Gain Kid Advance 4	\$141.6	\$150.5	6.3%	\$145.4	\$156.1	7.4%	\$134.6
5	牛欄	皇牌1 Royal 1	\$190.4	\$201.1	5.6%	\$197.0	\$209.9	6.5%	\$176.0
6		皇牌2 Royal 2	\$158.7	\$165.8	4.5%	\$163.2	\$169.9	4.1%	\$150.6
7		皇牌3 Royal 3	\$142.4	\$147.4	3.5%	\$145.2	\$149.9	3.2%	\$136.1
8		皇牌4 Royal 4	\$121.4	\$126.4	4.1%	\$122.2	\$126.9	3.8%	\$119.2
9	美素佳兒	金裝美素佳兒1 Friso Gold 1	\$199.4	\$213.5	7.1%	\$207.6	\$221.4	6.6%	\$187.7
10		金裝美素佳兒2 Friso Gold 2	\$168.5	\$183.4	8.8%	\$174.0	\$189.4	8.9%	\$160.2
11		金裝美素佳兒3 Friso Gold 3	\$150.0	\$164.4	9.6%	\$155.6	\$168.3	8.2%	\$142.3
12		金裝美素佳兒4 Friso Gold 4	\$116.4	\$128.0	10.0%	\$121.8	\$132.7	8.9%	\$109.0
13	美贊臣	安嬰兒A+ 1 Enfamil A+ 1	\$229.7	\$248.2	8.1%	\$233.8	\$249.6	6.8%	\$223.6
14		安嬰寶A+ 2 Enfapro A+ 2	\$194.3	\$217.6	12.0%	\$198.0	\$218.7	10.5%	\$188.0
15		安兒寶A+ 3 Enfagrow A+ 3	\$172.4	\$192.3	11.5%	\$175.3	\$193.6	10.4%	\$166.2
16		安兒健A+ 4 Enfakid A+ 4	\$140.6	\$157.4	11.9%	\$143.6	\$158.9	10.7%	\$134.8
17	美樂寶	安學健A+ 5 Enfascchool A+ 5	\$119.4	\$132.2	10.7%	\$121.8	\$134.5	10.4%	\$114.7
18		愛他美 1 Aptamil 1	\$160.0	\$167.1	4.4%	\$177.3	\$183.8	3.7%	\$138.7
19		愛他美 2 Aptamil 2	\$137.0	\$152.8	11.5%	\$145.1	\$165.7	14.2%	\$127.5
20		愛他美 3 Aptamil 3	\$116.3	\$119.9	3.1%	\$122.5	\$125.7	2.6%	\$104.7
21	雀巢	愛他美 4 Aptamil 4	\$97.0	\$101.8	4.9%	—	—	—	\$97.0
22		能恩 1 Nan HA 1	\$216.5	\$216.3	-0.1%	\$225.5	\$225.5	0.0%	\$206.6
23		能恩 2 Nan HA 2	\$184.2	\$182.7	-0.8%	\$191.1	\$191.1	0.0%	\$175.9
24		能恩 3 Nan HA 3	\$164.8	\$165.5	0.4%	\$170.4	\$170.8	0.2%	\$157.6
25	雪印	澳洲雪印思敏兒 1 Smart Baby 1	\$176.6	\$185.8	5.2%	\$189.8	\$197.9	4.3%	\$162.8
26		澳洲雪印思敏兒 2 Smart Baby 2	\$153.9	\$160.0	4.0%	\$162.4	\$168.9	4.0%	\$143.8
27		澳洲雪印思敏兒助長奶粉 Smart Kid Growing Up Formula	\$143.5	\$146.1	1.8%	\$151.2	\$153.1	1.3%	\$134.6
28		日本雪印Pure初生嬰兒奶粉 Japan Snow Brand Pure Infant Formula	\$183.0	\$187.3	2.3%	\$189.3	\$195.7	3.4%	\$174.9
29	惠氏	日本雪印Touch較大嬰兒奶粉 Japan Snow Brand Touch Follow-up Formula	\$160.8	\$164.9	2.5%	\$164.6	\$171.8	4.4%	\$155.1
30		金裝愛兒樂1 S26 Gold 1	\$219.5	\$224.5	2.3%	\$222.9	\$228.6	2.6%	\$215.1
31		金裝健兒樂2 Promil Gold 2	\$184.3	\$197.2	7.0%	\$189.0	\$204.8	8.4%	\$178.3
32		金裝幼兒樂3 Progress Gold 3	\$163.2	\$173.9	6.6%	\$167.8	\$180.5	7.6%	\$157.2
33		金裝學兒樂4 Promise Gold 4	\$133.5	\$142.4	6.7%	\$137.3	\$148.3	8.0%	\$128.4

註

一：未能在零售店成功搜集價格資料。

[1] 所有產品皆為900克裝，其中澳洲雪印思敏兒1和澳洲雪印思敏兒2約於2009年下旬由950克裝轉為900克裝。

[2] 本會自2009年4月開始，每兩個月進行一次價格調查。

[3] 包括6間指定大型連鎖超級市場、2間指定健與美連鎖店和6間位於香港、九龍及新界不同地區的指定藥房/藥行。

[4] 6間指定大型連鎖超級市場及2間指定健與美連鎖店。

[5] 6間位於香港、九龍及新界不同地區的指定藥房/藥行。

## 無醫學或科學理據支持要轉用「大仔奶粉」

現時並沒有科學或醫學上的理據支持嬰兒於6個月大必須轉用「高蛋白較大嬰兒配方」奶粉。家長應繼續以母乳餵哺，

如嬰兒以「初生嬰兒配方」奶粉餵哺，亦毋須轉換「較大嬰兒配方」奶粉。很多「成長配方」奶粉，標榜含有模仿母乳成分的各樣「營養」添加劑，例如DHA、taurine等，希望配方奶粉能達致母乳的好處。但由於

這些添加劑多從牛奶或用其他化學方法提煉，其成分和吸收與母乳有頗大差別。這些營養素都可在母乳或多樣化的均衡飲食中充分自然攝取，毋須靠人工加添，而過多的添加劑亦可能對身體造成損害。





藥行 [5]	最新調查所得 的價格範圍 (2011年2月10日) [6]	最高、 最低 售價相差 百分比
售價	平均售價 變動幅率	
2010年4月- 2011年2月		
\$231.2	3.4%	\$228.0 - \$257.9
\$205.6	8.6%	\$203.0 - \$240.5
\$183.1	8.2%	\$185.0 - \$213.7
\$142.8	6.1%	\$140.0 - \$192.2
\$188.6	7.2%	\$189.0 - \$212.0
\$159.1	5.6%	\$160.0 - \$179.0
\$143.3	5.3%	\$143.0 - \$160.0
\$125.8	5.5%	\$125.0 - \$140.0
\$198.4	5.7%	\$220.0 - \$231.0
\$170.9	6.7%	\$187.0 - \$197.0
\$155.0	8.9%	\$165.0 - \$174.0
\$120.0	10.1%	\$133.0 - \$140.0
\$244.8	9.5%	\$250.0 - \$295.0
\$213.4	13.5%	\$218.0 - \$253.0
\$190.5	14.6%	\$196.9 - \$218.0
\$152.1	12.8%	\$161.5 - \$172.0
\$125.7	9.6%	\$128.0 - \$143.9
\$145.6	5.0%	\$138.0 - \$196.9
\$135.4	6.2%	\$132.0 - \$168.9
\$108.4	3.5%	\$105.0 - \$125.9
\$101.8	4.9%	\$103.0 - \$103.0
\$207.3	0.3%	\$205.0 - \$225.5
\$175.1	-0.5%	\$172.0 - \$191.1
\$159.0	0.9%	\$165.0 - \$170.8
\$169.7	4.2%	\$167.0 - \$202.9
\$149.5	4.0%	\$147.0 - \$185.9
\$137.3	2.0%	\$136.0 - \$166.9
\$174.1	-0.5%	\$169.0 - \$201.5
\$153.6	-1.0%	\$150.0 - \$185.9
\$219.0	1.8%	\$212.0 - \$243.5
\$187.9	5.4%	\$186.0 - \$214.5
\$164.8	4.8%	\$168.0 - \$189.5
\$134.8	5.0%	\$132.0 - \$154.5

[6] 指在進行調查當日，於6間指定大型連鎖超級市場、2間指定健與美連鎖店和6間位於香港、九龍及新界不同地區的指定藥房/藥行所收集的售價範圍資料，只供參考，不排除有零售店的價格比表內所列的價格較高或較低。

至於飲奶量，到嬰兒6個月大，單靠吃奶已不能滿足寶實的營養需要，因此應開始引進固體食物。在引進固體食物初期，母乳或嬰兒配方奶仍是主要的營養來源，所以不應急於銳減奶量。當進食固體食物的分量逐漸增加，吃奶量可逐步減少。

到了一歲，多樣化及均衡的固體食物已可代替奶成為主食，為孩子提供各種營養素。母親可按孩子的需要，繼續餵哺母乳。根據世界衛生組織建議，幼兒應持續母乳餵哺至兩歲或以上。非母乳餵哺

的幼兒，則可飲用全脂牛奶，如冷藏的鮮牛奶或以高溫消毒的全脂牛奶（UHT紙包奶）為副食或茶點，但分量不宜過多。兩歲或以上的幼兒，每天飲用360至480毫升的牛奶便已足夠（即每天飲一至兩杯奶，每杯約250毫升）。若飲奶量過多，會減低進食正餐的胃口和吃多樣化食物的機會，容易引致營養失衡及各種飲食問題。

## 香港營養學會意見

香港營養學會建議家長應在嬰兒初



表五：不同類型零售店錄得較低及較高平均售價的嬰幼兒奶粉的數目和比率 [1]

	大型連鎖超級市場及 健與美連鎖店 [2]	藥房/藥行
2009年4月至2010年2月的平均售價		
錄得較低平均售價的產品數目（比率）	0 (0%)	32 (100%)
錄得較高平均售價的產品數目（比率）	32 (100%)	0 (0%)
2010年4月至2011年2月的平均售價		
錄得較低平均售價的產品數目（比率）	0 (0%)	32 (100%)
錄得較高平均售價的產品數目（比率）	32 (100%)	0 (0%)

註

資料來源：本會嬰幼兒奶粉調查。

[1] 一款嬰幼兒奶粉只在藥房/藥行錄得價格資料，故只能比較調查涵蓋的32款嬰幼兒奶粉於不同類型零售店的平均售價。

[2] 除個別產品的輕微差異外，大型連鎖超級市場及健與美連鎖店的售價基本上相同。



生至6個月時以母乳餵哺，以提供最優質的營養，減低受感染及日後患上慢性病的風險。如未能餵哺母乳，家長在選擇奶粉或轉奶粉時有任何疑問，應向兒科醫生或營養師查詢。而嬰兒到了6個月大以後，單靠母乳或奶粉未能攝取足夠熱量及營養素。這時候，家長應開始嘗試加入固體食物，其後並逐漸增加固體食物的比重。太遲引進固體食物可能會影響發育，以及導致貧血、飲食行為和發展遲緩等問題。一般來說，幼兒在一歲後可繼續攝取兩至三份奶類食物（包括母乳、鮮牛奶、芝士、乳酪），未必一定需要飲用幼兒奶粉。