



· 商报调查 ·

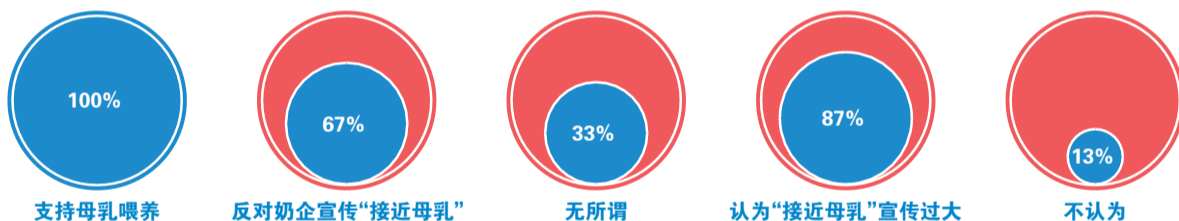
法规断档 奶企宣传频打擦边球

众多奶企宣传“配方奶粉接近母乳”引发业界讨论。北京商报记者调查发现，圣元、惠氏、贝因美等奶粉企业在产品介绍里面以各种形式提及“母乳”。



图片来源：官网截图

关于奶企宣传接近母乳问卷调查结果一览



母乳代用品销售办法的专门立法。

问卷调查结果显示,67%的受访者反对奶企宣传“接近母乳”;87%的受访者认为“接近母乳”宣传过大。从调查结果上看,体现出消费者对奶企宣传“接近母乳”并不认可,而且有近九成的受访者认为“接近母乳”的说法存在宣传过大的嫌疑。

对于乳企宣传“接近母乳”是否有违法嫌疑,北京商报记者联系了市场监管部门,但截至发稿未得到有效回复。

呼吁《管理办法》尽快出台

业界人士普遍认为,宣传“接近母乳”的危害主要是容易诱导年轻父母放弃母乳喂养,且涉嫌违反广告法。

通过问卷调查不难看出,100%的受访者支持母乳喂养,消费者几乎都对母乳喂养的行为持支持态度,并不会因为接近母乳的宣传去放弃母乳喂养,并影响购买母乳替代品品牌的选择。

据了解,母乳中大概有1000种左右的蛋白质,例如氨基酸促进宝宝成长发育,活性成分帮助宝宝抗菌、抗病毒、增强免疫力,母乳成分的含量受到的精密调控,是一种完全一对一的匹配。这种匹配是很难复制的,至少是目前科学范畴内难以复制和模仿的。如果“接近母乳”的宣传影响人们对于母乳的态度,的确需要对奶粉广告和促销进行管制。

实际上,中国广告协会在去年就召开了《奶粉广告自律规则》修订研讨会。按照修订工作方案的安排,中国广告协会拟在第一阶段召开3次研讨会,初步形成《奶粉广告自律规则》(征求意见稿),并计划用一年的时间完成修订工作,于2019年8月1日第二十八个世界母乳喂养周纪念活动到来之前颁布新的《奶粉广告自律规则》。

虽然企业宣传“接近母乳”是否涉及违法宣传还很难确定,但母乳是婴儿的第一天然食品,母乳喂养应该是人们拥护和支持的婴儿喂养方式。宋亮表示,在新的《管理办法》出台前,企业的行为只能依靠自律来规范,但母乳的宣传是否涉及过度营销,仍需要相关部门制定更细致的划分和规定。北京商报记者 钱瑜 姚倩 实习记者 黄亚亚/文 宋媛媛/制表

由于目前法律法规并没有对接近“母乳”宣传有明确的限制和规范,奶企在宣传上是否存在过度的嫌疑尚难定论。对此,北京商报产经周刊在快消八谈公众号上专门展开了问卷调查,调查结果显示,所有消费者都支持母乳喂养,并不认为配方奶粉可以替代母乳。此外,有近七成的受访者明确表示,反对奶企打着“接近母乳”标签进行宣传。

分析人士认为,“接近母乳”一直是配方奶进步的目标,但如今距离此目标还相差甚远,企业应加强自律,避免过度宣传,相关部门也应尽快出台相关法规,规范企业行为,尽可能减少对消费者的误导。

接近母乳宣传存误导

为了解消费者对企业宣传“接近母乳”的看法,北京商报针对企业宣传“接近母乳”的行为进行了问卷调查。

调查结果显示,100%的人支持母乳喂养,87%的人一直坚持母乳喂养,75%的人母乳喂养多于奶粉喂养,62%的人不认为配方奶粉可以为孩子提供更好的营养物质,100%的人不认为配方奶粉可以替代母乳。

通过调查结果可以看出,虽然市面上常见的奶粉都有宣传“接近母

乳”,但是人们并不认为配方奶粉可以替代母乳。企业即使宣传配方奶粉“接近母乳”,消费者并不会因此受到影响,放弃购买自己信赖的产品。

实际上,登录圣元和惠氏的官网,在首页弹窗上均可看到“支持母乳喂养”的内容,但在网站内的产品介绍上,却出现了类似“接近母乳”的介绍。

针对圣元奶粉宣传中提及的“接近母乳”宣传,北京商报记者以短信的形式采访了圣元相关负责人,截至发稿对方并未予以回复。

对此,乳业专家宋亮表示,打出支持母乳喂养是为了规避宣传的风险,但乳企宣传“接近母乳”确实会误导消费者。随着奶粉工艺技术的进步,配方奶粉在接近母乳的道路上更近一点,但距离真正“接近母乳”还有很长的距离。

法规断档

事实上,对于奶粉涉及母乳宣传,早在1995年颁布的《母乳代用品销售管理办法》(以下简称《管理办法》)就有明确的规定,禁止在广播、电影、电视、报纸、杂志、图书、音像制品、电子出版物等传播媒介上进行母乳代用品的宣传,包括播放、刊登有关母乳代用

品的报道、文章和图片。母乳代用品产品包装标签上,不得使用“人乳化”、“母乳化”或类似的名词。

不过,旧版的《管理办法》已于2017年12月5日废止。截至目前,新的《管理办法》并没有出台。正是《管理办法》的断档,奶粉企业频频打法律“擦边球”,各式各样的母乳宣传随之出现。

北京商报记者通过查询企业官网发现,圣元、惠氏、贝因美等企业在产品介绍上都有提及“母乳”。其中,有圣元优博的“天然乳脂、天然卵磷脂结构更接近母乳”、惠氏启赋的“灵感源于母乳研究”、贝因美致越系列的“参照中国母乳科学配比DHA、ARA及牛磺酸组合”等不同形式的“母乳”宣传。

问卷调查也显示,几乎市场上所有的奶粉品牌都涉及到“母乳”的宣传,其中惠氏、贝因美等乳企在产品介绍里面以各种形式提及“母乳”。

值得关注的是,2018年实行的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》中也规定,禁止利用婴幼儿配方乳粉的配方进行夸大宣传和声称,误导消费者。

中国政法大学疑难案件研究中心研究员王桢认为,现存的法律规定都太过于笼统,尚且缺乏一部全面规范