

守則與人類後天免疫不全病毒/愛滋病 (HIV/AIDS)

大約有百分之 5 到 20 感染 HIV 的母親可能會透過母乳傳染病毒給她的寶寶，如果媽媽純母乳哺餵，傳染給寶寶的風險可能會比混合餵食母乳和配方奶較小，完全不餵母乳則可以排除經由哺乳得到感染這一個風險。然而在 HIV 感染率高的地區，因為貧窮的狀況使得人工哺餵所造成的死亡比感染 HIV 而死亡的危險性大，一個感染 HIV 的母親有權利在得到充分的資訊後選擇如何餵養寶寶，她需要情緒上的支持及可以明瞭的公正訊息。

聯合國的指引述訴：

“當替代性餵食是可被接受的、可行的、負擔得起的、能持續且安全的進行時，則建議避免哺餵母乳，否則建議頭幾個月純餵母乳。”

聯合國 HIV 及嬰兒餵食的指引強調，在全球流行 HIV/AIDS 時守則的重要性。感染 HIV 媽媽使用人工哺餵可能傳遞一個訊息進入社區，人工哺餵是專業醫療人員所贊同的，而且沒有無任何風險，這個影響被稱做「溢量」。假如充分執行守則，且禁止所有的促銷訊息，專業醫療人員及其他人將可發現在 HIV/AIDS 的時空背景下比較容易傳達資訊，並支持嬰兒餵食決定。完

整的服從守則可以幫助避免「溢量」。

“這是領導者及公民社會保護非洲或是全世界的媽媽及小孩免於跨國公司行銷方案的時候了，爲了更好的未來，守則的執行是一個崇高的目標。”

Felicite Tchbindat, 聯合國兒童基金會坦尚尼亞營養部門, 2006

提高大眾對守則的認知

世界衛生大會代表知道關心的公民是社會發展的關鍵，我們可以透過提高大家對守則的認知，讓社會的健康有很大的改變。記住：

- 要提高對守則的認知不一定需要對抗，儘管公司可能會故意地藐視守則，許多人會這麼做的原因是因為他們不了解守則，即使他們已違反了守則，對抗他們是不會有幫助的，他們需要教育而不是被批判。
- 沒有人想讓寶寶死亡或媽媽受苦，當他們學習並了解行銷所造成的傷害時，好心的人總想找出方法改變現有的做法。
- 分享你有關守則的資訊以協助改善現有的措施，當其他人“借用”你的好點子時要感到欣喜。
- 與人合作，你不可能獨自完成。
- 你的創造力是特別的；針對當地的現況，你會有最好的點子。



守則推展的行動點子教育自己及其他人

守則推展的行動點子教育自己及其他人

- 和同事及同盟者舉辦守則訓練會議，聯絡（地區的或是國際的）國際嬰兒食物行動聯盟、聯合國兒童基金會或者是世界衛生組織，請求他們提供工具、資料及建議。（見第六頁聯絡地址）
- 請求聯合國兒童基金會及世界衛生組織提供免費的關鍵性文件資料影本。
- 提供當地醫療機構協助辦理了解守則研習會，如果他們想要申請或持續成爲母嬰親善醫院，他們必須知道守則。

監測

- 執行一個監測活動，訪查超級市場及藥局，查看雜誌及其他平面媒體、網路、電視及廣播。假如有可能，訪查當地公立或私人的醫療機構。
- 準備一個簡單的監測報告附上清楚的事實及圖，還有違反守則的實證或照片，全程保持機密。
- 鼓勵學生將守則監測及其他相關議題做爲他們的研究目標，給予資訊或聯絡住址來支持他們。

交流及宣傳

- 與行政單位、消費者及人權團體、專業醫療人員及母乳支持團體交流，建立一個守則監測委員會（可能是地區或全國），這可以是國家母乳委員會中的一個工作小組。
- 準備一個簡單的報告說明常見的違反守則實例，並解釋他們如何暗中破壞原本好的決策。
- 準備一個簡單的新聞稿給地區性的媒體，並選擇口才最好的發言人應對這些新聞記者。
- 提供地區錄影帶或影片製作人一個議題大綱，讓他們有興趣製作錄影帶/DVD/影片，可供你日後用於父母親或專業醫療人員。電影製作的學生可能渴望以低成本製作來練習並且證實他們的能力。
- 假如你可以操作電腦，建立一個群組傳送守則相關事實及圖表。在網路上建立一個當地監測討論區，與其他人分享訊息。

參考文獻

1. International Code and subsequent related resolutions: www.unicef.org/nutrition; www.who.int/nutrition; For quick access: www.ibfan.org/site2005/Pages/article.php? art_id=52&iui
2. WHO/UNICEF Global Strategy for Infant and Young Child Feeding, 2002 World Health Organization: www.who.int/gb/EB_WHA/PDF/WHA55/EA5515.pdf
3. The Lancet, Child Survival series, incl. “How many deaths can we prevent this year?” Jones G et al and the Bellagio Child Survival Group. Lancet 2003; 362:65-71; and: “WHO estimates of the causes of death in children” Bryce J et al and the WHO Child Health Epidemiology Reference Group. Lancet 2005; 365: 1147-52.
4. Violations of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes, Taylor A.: BMJ, 11 April 1998:316: 1117-1122.
5. Breaking the Rules, Stretching the Rules 2004; IBFAN-ICDC Penang.
6. State of the Code by Country 2006 and State of the Code by Company 2004; IBFAN-ICDC Penang 2004.
7. Breastfeeding and the use of human milk, American Academy of Pediatrics. Pediatrics 2005; 115: 496-506.
8. Legal loophole allows ‘banned’ advertising, UNICEF UK, 19 September 2005 http://www.unicef.org.uk/press/news_detail.asp? news_id=527
9. Articles about conflict of interest:
 - Dana J and Loewenstein G. A social science perspective on gifts to physicians from industry. JAMA 2003; 290: 252-255.
 - Brennan TA et al. Health industry practices that create conflicts of interest. JAMA 2006, 295:429-433.
 - www.nofreelunch.org
10. Political will and the promotion of breastfeeding, Palmer G and Costello A. Ind J Ped. 2003; 40:701-3
11. FAO/WHO Expert Meeting on Enterobacter sakazakii and Salmonella in Powdered Infant Formula, May 2005
12. WHO, UNICEF, UNFPA, UNAIDS, HIV and infant feeding: Guidelines for decision-makers, 2003. WHO, UNICEF, UNFPA, UNAIDS, World Bank, UNHCR, WFP, FAO, IAEA, HIV and infant feeding: Framework for priority action. Geneva, 2003.
13. Look What They’re Doing! Marketing Trends: an IBFAN summary by theme, IBFAN-ICDC 2001, five pamphlets.
14. Standard IBFAN Monitoring (SIM) manual and forms. How to monitor compliance with the International Code, IBFAN-ICDC 2004.
15. Complying with the Code? How the Code applies to manufacturers and distributors of infant foods. IBFAN 1998.
16. The Code Handbook, 2nd edition. A Guide to Implementing the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes, IBFANICDC, 2005 (295 pages).
17. The Code in Cartoons, IBFAN-ICDC, Penang, May 2006.

致謝 撰寫者：Gabrielle Palmer 感謝審稿者：Annelies Allain, James Achanyi-Fontem, David Clark, Louise James, Kuldip Khanna, Luann Martin, Rebecca Magalhães, Pamela Morrison, Patti Randall, Maria Trejos, Kim Winnard, Yeong Joo Kean and Julianna Lim Abdullah. 繪圖：國際嬰兒食物行動聯盟-國際守則文件中中心提供。製作：Julianna Lim Abdullah, Annelies Allain and Adrian Cheah. 更多有關守則文件、訓練及資源資訊，請聯絡：國際守則文件中中心 (ICDC) c/o IBFAN Penang, P.O. Box 19, 10700 Penang, Malaysia Tel: 604-890 5799 • Fax: 604-890 7291 • Email: ibfanpg@tm.net.my • Website: www.ibfan.org 此計畫由 Dutch Ministry of Foreign Affairs (DGIS)贊助。



國際母乳哺育行動聯盟 (WABA) 是由支持、保護及鼓勵母乳哺育的個人、聯盟及團體組成的全球聯盟，以因那千禧宣言 (Innocenti Declaration)、哺育未來十大方針 (Ten Links for Nurturing the Future) 及世界衛生組織 (WHO) / 聯合國兒童基金會 (UNICEF) 的全球嬰幼兒營養策略爲行動準則。它的主要夥伴包括國際嬰兒食物行動聯盟 (IBFAN)、國際母乳會 (LLL)、國際母乳顧問協會 (ILCA)、Well-start International、母乳哺育師學會 (ABM) 及 LINKAGES。WABA 和聯合國兒童基金會有關聯的關係，並且是一個非政府團體，爲聯合體經濟及社會議會 (ECOSOC) 的特別顧問。資料來源：國際母乳哺育行動聯盟 (WABA) 中文翻譯：張綺嘉、李青華、陳晉曼 審稿：陳冠惠

國際母乳哺育週協調者及分發中心

全球協調者
WABA Secretariat
P O Box 1200
10850 Penang, Malaysia
Fax: 60-4-657 2655
waba@streamyx.com
www.waba.org.my

非洲
IBFAN Africa
P O Box 781, Mbabane
Swaziland
Fax: 268-40 40546
ibfanswd@realnet.co.sz

IBFAN Afrique
01 B.P. 1776, Ouagadougou 01
Burkina Faso
Fax: 226-374 163
ibfanfan@fasonet.bf

亞洲
WABA Secretariat
(See address above)

South Asia
Breastfeeding Promotion Network of India (BPNI)
BP-33 Pitampura
Delhi 110 088
India
Fax: 91-11-2734 3606
bpni@bpni.org

歐洲
BMA
34 Trumpington Street
Cambridge,
CB2 1QY, UK
Fax: 44-1223-464 417
info@babymilkaction.org

CoFAM / IPA
c/o Information Pour
l'Allaitement
52 rue Sully
69006 Lyon, France
Fax: 33-478 930 268
roques.nathalie@wanadoo.fr

GIFA/IBFAN Europe
Avenue de la Paix 11
1202 Geneva
Switzerland
Fax: 41-22-798 4443
info@gifa.org

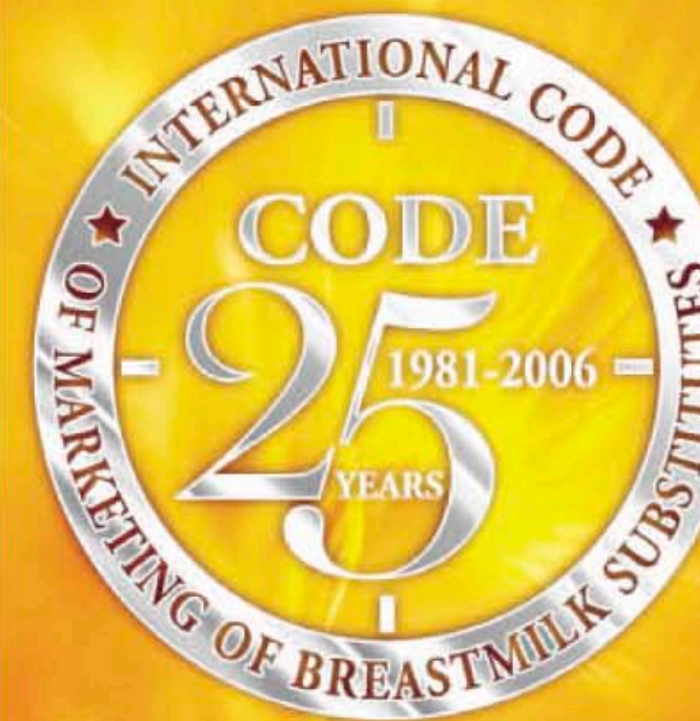
本地聯絡者

2005年嬰幼兒餵食的
因那千禧宣言 (Innocenti Declaration)

WABA 不接受任何母乳代用品及相關器材或副食品廠商的贊助，WABA 鼓勵所有參與國際母乳哺育的成員尊重並遵守此道德規範。

台灣母乳哺育聯合學會 印製 95.07.60 份

檢視國際母乳代用品銷售守則 保護母乳哺育二十五週年



2006 年國際母乳哺育週
八月一日至七日

“不適當的餵食行為
仍是
全球兒童健康及生存的最大威脅”

2005年嬰幼兒餵食的
因那千禧宣言 (Innocenti Declaration)

WABA 2006

前言

- 你可能是爲人父母，一個專業醫療人員或者是一位政策制定者。你可能支持母親哺育母乳，或者關心社會大眾的健康，或是兩者並兼。不論你的角色是什麼，你的工作都是非常重要的。良好的嬰兒餵食習慣是健康生命的基礎，這會影響到嬰幼兒的生存與每一位成人的長期健康。
- 你可能已經注意到嬰兒食品、奶瓶及奶嘴公司促銷他們的產品。這種行銷直接抵觸了 1981 年世界衛生大會所頒布的決議案 — 國際母乳代用品銷售守則（以下簡稱為守則）。如果守則被漠視，你的母乳哺育推廣工作將會更加困難。
- 守則與隨後的嬰兒食品決議案在 2002 年世界衛生大會所頒布的全世界嬰幼兒餵食策略裡扮演了一個關鍵的角色。
- 我們的政府對守則做出承諾（台灣政府當時已經不在世衛組織內），但強勢的公司對政府施加壓力，想規避這條守則。如果守則不被落實，嬰兒的健康與生存權力將被破壞。目前只有少數的政府推行守則相關資訊的宣導運動，所以人們還不確定或是有些人根本不知道有此項守則的存在。
- 守則其實是非常的簡單，任何人都可以學會如何監測守則執行狀況。今年的國際母乳哺育週，我們想採取行動來執行守則，這樣一來，對於母親、嬰兒、家庭、照顧者和致力於保護所有的嬰幼兒的專業醫療人員都會造成巨大的改變。

此摺頁要跟大家分享的是：

- 爲什麼守則很重要
- 守則的基本事實
- 成功的範例以及
- 行動的點子



為什麼守則很重要

對大多數嬰兒來說，前 6 個月純母乳哺育，6 個月之後添加營養的副食品並持續母乳哺育到 2 歲或 2 歲以上是健康的關鍵。如果提供支持讓媽媽有自信並且知道好的技巧，幾乎所有的女性都可以餵母乳。母乳代用品的促銷行爲，透過巧妙的市場行銷招數及提供錯誤資訊給專業醫療人員、媽媽及其家屬，暗中破壞母親的母乳哺育技能。執行守則可以阻止這些事的發生。

由於有像你們這樣的人的努力，母乳哺育率持續上昇中，世界上有越來越多的女性在前 6 個月是純母乳哺育。在某些地區哺乳被視爲是文化的一部份，但是在這是在這樣的地區，相關的做法仍可能不甚理想。在普遍進行人工餵食的地方，做法可以是很可怕的。延遲或限制母乳哺育，以及在 6 個月之前給予其他食物或飲料還是很常見的做法，這些會降低母乳量並增加嬰兒感染的風險。

一個百萬富翁的寶貴沒有吃母乳比一個最貧窮社區媽媽所生的純母乳哺育寶貴不健康。

傑·史都華·福雷斯教授，2006 年，英國、蘇格蘭、丹地，乃爾爾斯醫院及醫學院

“永遠都不要懷疑，一小群深思熟慮、篤志奉獻的公民，可以改變世界；事實上，這也是唯一曾經改變世界的方式。”

Margaret Mead, 人類學者

關於守則的基本事實

守則是一套行銷規範，設計用來保護：

- 寶寶(母乳寶寶或是人工餵養寶寶)
- 父母親或是照顧寶寶的任何一個人
- 專業醫療人員

守則規範了**所有**母乳代用品（不只是嬰兒配方奶）及嬰兒餵食工具的行銷，包括：

- 任何被行銷為用來餵食6個月以下嬰兒的產品，**不論適合與否**。
- 任何被行銷為取代6個月以上嬰兒餵食中母乳部分的產品。
- 任何奶嘴或是奶嘴(安撫奶嘴屬於奶嘴)。

實際的說法就是守則適用於：

- 嬰兒配方奶
- 特殊配方奶
- 成長配方奶
- 嬰兒茶，礦泉水，或是果汁
- 標示給6個月以下嬰兒使用的副食品
- 餵食奶瓶及奶嘴

守則的設計是國際通用，並且：

- 適用於奶粉公司與政府
- 是一個底線，所以每個政府(或公司)可強化它，讓它更有效
- 公司必須履行它，即使政府沒有訂定為法規
- 政府可以藉由立法來執行它

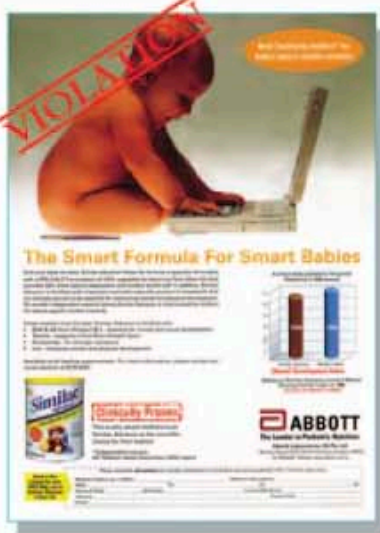
守則是世界衛生大會的決議案，是爲了處理全球健康問題所做出的國際層級的集體決定。當我們國家的代表同意了世界衛生大會的決議案，他們就代表了人民做出履行守則的承諾。就像每一個世界衛生大會的決議案，這守則是屬於我們大家的。

自從1981年通過守則以後，世界衛生大會陸續通過11條其他的決議案，釐清了許多疑問，同時討論嬰兒健康的新威脅。所有這些決議案在在說明讓守則產生作用的重要性。我們人民的責任就是要提醒政府，幫助他們實踐對守則及決議案的承諾。

有害的行銷範例

1. 做錯誤的健康聲明

父母親很自然的希望他們的孩子健康聰明，羅氏亞培藥廠在【父母親】這本雜誌裡廣告新美力奶粉爲【給聰明的寶寶用的聰明配方】，廣告上有一張很可愛的寶寶坐在電腦前的照片，並附有一張贈品卷提供給父母索取免費的樣品。這個廣告把配方奶拿來與母乳做比較，並且說添加的脂肪酸可以增進智力與眼力，然而卻沒有確切的科學證據可以？這些聲明做背書。



守則禁止廣告，提供免費樣品給父母，美化人工哺育方式以及跟母乳做比較。

如果廣告只是單純的提供資訊，將會很難去反對。但是多數的廣告使我們覺得需要一些之前不需要的東西。

理查雷亞, 2005年, 經濟學教授

守則的要點

- ◆ 禁止廣告任何母乳代用品(任何行銷爲替代母乳的產品)、奶瓶與奶嘴
- ◆ 禁止免費的樣品或是免費或低價的供應
- ◆ 禁止醫療機構內的產品促銷
- ◆ 禁止行銷人員與母親們的接觸(包括公司僱請來宣導的專業醫療人員)
- ◆ 禁止給醫療工作人員或其家人贈禮或個人試用品
- ◆ 標籤需採用適當語言，且沒有美化人工餵食的文字或圖案
- ◆ 向保健工作者提供之資料必須具有科學性和真實性

- ◆ 政府須確保提供客觀、一致的嬰幼兒餵食資訊
- ◆ 有關人工餵養的所有資料包括標籤都應該說明哺育母乳之優點，及人工餵養的代價與危害
- ◆ 不適當的產品，如煉乳，不應推銷給嬰兒
- ◆ 所有產品須爲高品質，並且考慮該產品使用的氣候以及儲存條件
- ◆ 不論政府的執行守則行動爲何，製造廠商及代理商須遵守守則(及其所有伴隨而來的世界衛生組織大會決議案)

資料來源：世界衛生組織歐洲系列第87號，2000年，第150頁

2. 利用醫學的聲望

在1950年代，雀巢公司雇用了【奶粉護士】來促銷他們的嬰兒配方奶。在1980年代他們表達了對此舉的遺憾，並且公開承諾會遵守守則，但是他們還是故態復萌。舉例說明，2005年雀巢公司在中國大陸僱請了醫師在超市裡設立【營養角落】，促銷產品給孕婦及哺乳媽媽。利用合格的醫療專業人員是一種最狡猾的促銷方式，因爲人們相信且尊敬他們的建議。

守則禁止公司的人員直接或間接接觸孕婦、母親或其家屬

3. 使消費者困惑

當1981年通過守則時，奶粉公司發明了成長配方奶去規避行銷的限制。他們宣稱成長配方奶不是母乳代用品，但是任何取代母乳的產品都是母乳代用品。成長配方奶被促銷爲6個月以上嬰兒使用，破壞了持續母乳哺育的知識與自信。成長配方奶的品牌、設計及標示根本就是模仿嬰兒配方奶，電視與雜誌廣告著奶粉公司的網址與電話號碼。英國最近一項民調顯示，百分之六十



十的父母親誤以爲成長配方奶的廣告就是嬰兒配方奶的促銷。

守則禁止宣傳任何【無論適合與否】用來取代母乳的產品。

4. 鼓吹奶瓶及奶嘴

奶瓶及奶嘴會妨礙母乳哺育，如果在出生的前幾天或前幾星期之內使用，會妨礙寶寶順利地含住乳房，進而造成導致母乳哺育失敗的問題。AVENT新安怡跟其他公司以【自然的形狀】或是【模擬母親】這樣的形容詞宣稱他們的產品可以模擬母乳哺育。另一個行銷策略是，提出“由乳房到奶瓶是不可避免的轉變”這個概念：【經由奇哥由乳房轉換到奶瓶】。然而有成千上萬的健康兒童一生中從未使用過奶瓶，六個月之後的寶寶需要的是持續的哺餵母乳，營養的副食品和使用乾淨的杯子飲用安全的水。



守則禁止促銷奶瓶與奶嘴。

5. 贈禮給專業醫療人員

這項行銷工具通常是在不公開的檯面下進行，所以社會大眾可能不知道醫療的建議可以是受商業利益影響而產生的偏見。很多專業醫療人員很可能對這項贈禮文化及經費贊助的習慣習以爲常，而覺得是理所當然的事。研究顯示這種行爲會影響他們的專業決定。守則禁止贈禮。在2003年印度已經立法，禁止任何嬰兒食品廠商提供專業醫療人員任何經費贊助或贈予禮品。

經由夥伴關係而被認爲贊同該產品，經由對方提供的協助而被操縱。

德瑞克·傑力菲，小兒科教授
描述專業醫療人員與廠商之間的關係

缺乏知識，不適當的專業醫療訓練和疏忽與不尊重女性的權利，會導致拙劣的嬰兒餵食措施，商品促銷的有害影響讓此種情況更惡化。商業集團投資百萬來促銷，因爲這是有效的。每一次只要說服一位專業醫療人員建議消費者使用他們的產品，公司的利益就會增加。每一次只要有一位母親被說服相信她需要使用一種商業產品，她寶寶生病的危險性就會上升。守則就是設計來阻止這種說服性的促銷。

世界衛生大會嬰幼兒餵食決議案的一些關鍵要點 1984-2005

在過去的25年來，世界衛生大會陸續通過11條其他嬰兒餵食的決議案，釐清且強化了守則，並且提及新的挑戰。包括了以下幾點：

- ◆ 成長配方奶是不需要的。
- ◆ 在醫療系統裡的任何一部分，都不可以有免費的或是低價供應的母乳代用品。
- ◆ 政府應該確保給從事嬰幼兒健康工作專業人員的經費資助或其他獎勵方式不會造成利益衝突。
- ◆ 政府應該確保對守則及其相關決議案有真正獨立的監測。
- ◆ 六個月是純母乳哺育的最適當時間。
- ◆ 人類免疫不全病毒的研究與嬰兒餵食的研究需要分別獨立進行。
- ◆ 副食品的行銷不可以妨礙到純母乳哺育和持續的母乳哺育。
- ◆ 經由全球嬰幼兒餵食策略來重申這項承諾。
- ◆ 在商品的標籤上提供粉狀嬰兒配方奶可能有內在污染的資訊。
- ◆ 規範有關營養與健康的宣稱。

成功行動的例子

巴西

- 巴西是最先推動母乳哺育國家之一。激進的嬰兒食品行銷手法和瓶餵的壓力從20世紀初開始。到了80年代因爲高的嬰兒營養不良比率和死亡率促使政府採取推動母乳哺育的行動。行動者從教育政治家們有關母乳哺育知識開始，發展媒體宣傳運動和支持系統。母乳哺育促進者早就了解，沒有真正的實施守則，改善是不會持續的。相關的巴西法律雖然由專業的法律起草人仔細撰寫，但在監測後發現仍然有漏洞而經過再次修正。雖然遵守度不錯，但社運人士仍不敢就此鬆懈。在2004年產業界即設法削弱此法律。由於相關專家和行動人士持續提供正確的資訊，使得法律可以繼續保護巴西家庭，母乳哺育率在巴西仍繼續改善。

印度

- 印度的母乳哺育和消費者團體成功地說服政治家相信守則立法後對健康的好處，同時也以監測過程了解是否有法律漏洞。印度法律(1993年生效)給這些消費者團體權力去監督和合法地要求公司改善。藉由合法程序持續耐心地工作已有了成功的案例。例如，1990年嬌生公司迅速被說服撤回奶瓶和奶嘴的廣告，並且停止了促銷，然後退出市場。

坦桑尼亞

- 坦桑尼亞政府曾經和最大的嬰兒食品公司雀巢抗爭，而且有在其他富裕國家無法做到的成功案例。2005年坦桑尼亞食品和藥物當局禁止進口有著名“鳥在巢”商標的雀巢嬰兒罐裝奶粉和有“藍色熊”商標的Cerelac穀物。這兩個標籤違反「不能美化人工餵食」的禁令。雀巢公司因此改變了它的標籤。坦桑尼亞讓守則成爲法律和政治條文，用來保護嬰兒餵食的決定不受行銷的威脅。

喬治亞

- 在20世紀晚期前蘇聯解體以後，中歐和東歐國家受到各大嬰兒食品公司大力促銷。例如在亞美尼亞，雀巢公司在產科病房發送印有“我愛我的雀巢媽媽”的免費嬰兒衣裳。喬治亞國家衛生部母乳哺育協調員和一個非政府組織共同努力讓守則成爲一個強力的法律。現在他們聯絡所有政府部門形成一監督委員會確保政策執行。非政府組織有責任監測守則遵守狀況，並通報委員會違法的部分。

這四個成功的例子來自非常不同的國家。但所面臨的挑戰卻是相同的：政府受到來自公司的隱藏壓力；而公司的行銷預算經常超出國家的衛生預算。

堅持才有進展

1990年時只有九個國家立法採用國際母乳代用品銷售守則；但到了2006年，已經有超過七十個國家立法採用守則中的部分或全部條文。非政府組織和社團如國際嬰兒食物行動聯盟(IBFAN)就以先驅者的角色監測守則、紀錄執行情形、訓練及支持負責推動國家規範的人員。堅持才有進展，1990年時只有九個國家立法採用國際母乳代用品銷售守則；但到了2006年，已經有超過七十個國家立法採用守則中的部分或全部條文。非政府組織和社團如國際嬰兒食物行動聯盟(IBFAN)就以先驅者的角色監測守則、紀錄執行情形、訓練及支持負責推動國家規範的人員。

國際嬰兒食物行動聯盟評量表：守則在193個國家的執行成果

國家數目 成果

32

法律

44

許多條款法規

18

政策或自願性評量

25

一些條款法規

21

一些自願性條款/醫療機構的準則

22

草案，等待最終批准

17

計畫中

9

無行動

5

無資訊

守則對非母乳哺育兒童的保護

每個兒童都有權利獲得最高標準的健康。由於人工餵食是有風險的，有關產品和哺養的方法的決定必須是符合科學性的、公平的、不受商業利益影響。

即使我們能成爲一個讓每個母親都受到支持並可以母乳哺育的社會，但可能還是有一些對人工餵食的需求。例如：孤兒和被遺棄的嬰兒，或是重病母親的嬰兒；有一些感染HIV的母親不想餵母乳；有非常特殊的狀況是嬰兒罹患罕見的代謝異常疾病不能喝母乳。以上除了最後的例子外，母乳庫裡捐贈後經巴斯德殺菌處理過的母乳是理想的替代品，但這不總是拿得到。此時就需要母乳代用品。一定要小心規範他們的銷售，並且以最高標準控制他們的品質。當前市面上的產品本質上可能是不安全的。目前知道未開封的罐裝嬰兒奶粉可能含有威脅生命的細菌，有在最佳條件下出生的嬰兒因此而死亡。因此美國建議在新生兒病房不應使用粉狀嬰兒配方奶。

藉由產品品質管理、準確的科學資訊和產品標籤警語，守則保護人工餵食的嬰兒。