

明治集团 BMS 市场营销政策
(BMS : Breast-Milk Substitutes : 母乳代用品)

我们明治集团支持基于伦理的市场营销，遵守开展业务的相关各个国家和地区适用的法规与内部规章。在婴儿用及较大婴儿配方乳粉^{※1}的营销中，向员工、代理店提供适当的指南。

1. 基本观点

- (1) 我们认识到世界卫生组织 (WHO) 的《国际母乳代用品销售守则》与世界卫生大会 (WHA) 对婴幼儿喂养相关决策的想法的重要性，并支持其原则。
- (2) 我们支持婴儿出生后 6 个月期间持续母乳喂养，之后同时补充安全、适当的辅食这一 WHO 的全球公共卫生建议。
- (3) 婴儿出生 6 个月以后，在补充安全、适当的辅食的同时，我们也同样强调母乳育儿的重要性。

2. 行动指针

- (1) 我们通过本公司产品的市场营销资料，致力于不会有损哺乳的实践。
- (2) 我们在开展业务的任何国家，都不以不特定人群为对象，对婴儿用配方乳粉进行宣传或促销。
- (3) 我们不在高风险国家^{※2}中对较大婴儿配方乳粉进行宣传或促销。
- (4) 我们支援并提倡负责任的市场营销活动，促进所有婴幼儿拥有良好的健康与安全的营养。
- (5) 我们与合作伙伴、企业团体、行业团体以及利益相关者合作，推进负责任、有道德的市场营销工作。
- (6) 我们在向市场提供本公司产品时，认识到 WHO 守则及本 BMS 市场营销政策的重要性，与零售店的顾客及合作伙伴合作开展活动。
- (7) 我们遵守开展业务的国家适用的所有法律法规。
- (8) 我们尊重各国政府制定符合其社会及法律框架的保健政策的职责。

※1 在本 BMS 政策中，较大婴儿配方乳粉是指面向出生后 6 个月至 12 个月婴儿的母乳代用品。

※2 高风险国家的名单刊载于以下网站的附表 A

https://research.ftserussell.com/products/downloads/F4G_BMS_Criteria.pdf