创享健康新理念

meiji

明治集团

代乳品营销政策

Meiji Group Policy for the Marketing of Breast-milk Substitutes

创享健康新理念

meiji

〈目录〉

1.前言

·CEO 寄语

·关于明治集团 代乳品（BMS）营销政策准则 WHO Code

2.明治集团 代乳品（BMS）营销政策条款

第 1 条 目的

第 2 条 适用范围

第 3 条 定义

第 4 条 信息与教育

第 5 条 普通消费者以及母亲

第 6 条 医疗保健系统

第 7 条 医疗保健从业者

第 8 条 生产商和经销商的被雇佣者

第 9 条 标签（标识）

第 10 条 品质

追加条款：第 1 条 预备大规模灾害等紧急事态，以及在紧急事态下提供产品

第 2 条 向社会福利设施（儿童福利院等）提供产品

3.附件

·高风险国家一览表

·术语的定义

1． 前言

•CEO 寄语

我们明治集团历经 100 年，为了所有家庭的笑容，通过支持婴儿的健康发育，始终陪伴在婴儿与家庭身边。

我们认为养育婴儿的母乳是“对婴儿来说最好的营养”。母乳中以最合适的量和平衡包含了婴儿成长所必需的各种各样的成分，有蛋白质、糖分、脂质、维生素、矿物质等营养素，还有保护婴儿远离传染病的预防传染因子等，都是对婴儿的成长不可或缺的成分。母乳喂养对婴儿的成长和发育发挥着重要的作用，为母亲和婴儿之间带来强大的精神纽带。

我们基于对婴儿来说母乳是“最好的营养”这一认知，以鼓励母乳喂养为基本态度，了解并支持世界卫生组织（WHO）的“国际母乳代用品销售守则”（WHO Code）以及后续的世界卫生大会（WHA）相关决议的重要性。我们支持出生后 6 个月内实行母乳喂养，之后也继续母乳喂养，出生后 6 个月到 36 个月之间添加安全恰当的辅食这一 WHO 的世界性公共卫生劝告，鼓励出生 6 个月以后也继续进行母乳喂养的重要性。

WHO 以恰当使用代乳品（BMS）为前提，认识到作为替代母乳的安全并且营养价值高的唯一代用品—代乳品的作用。明治集团作为一家从事“食品与健康”的集团企业，在自知责任重大的同时，在高度伦理观之下，遵守“明治集团代乳品（BMS）营销政策”，公正且诚实地开展活动。

本政策的依据为 WHO Code。我们明治集团与各国政府、非政府组织（NGO）、医疗专家、消费者团体以及产业界一起，为了改善所有孕期女性、母亲、婴儿的健康和营养状态，致力于解决育儿环境的课题。尤其是在不存在相关法律的国家，我们希望倡导行业级别自主约束的必要性。

我们认识到，医疗专家或营养学专家在为了支持婴幼儿的健康发育，向婴幼儿的母亲或其家人提供基于科学依据的高质量营养信息方面发挥着重要的作用。另外，我们认为经过向医疗专家或营养学专家咨询，在母乳不足或由于种种原因判断为无法进行母乳喂养的情况下，为了支持婴儿的健康发育，有必要提供基于科学依据的高质量产品。

我们通过开展业务活动致力于解决社会课题。

我们以“支持所有婴儿的健康发育”为重要的社会使命，除了以健康婴儿为对象的婴幼儿配方奶，还为过敏症患儿、先天性代谢异常症儿童等需要特别照料的婴儿提供产品。

另外，出生后 12 个月至 36 个月的幼儿期缺铁或缺乏维生素 D 等营养不良的社会课题依然存在，我们没有对这些问题置之不理，而是考虑改善这种状况。

同样，考虑到在大规模灾害等紧急事态下代乳品也是必需品，我们希望与各国政府合作，为防范灾害风险做出贡献。

我们明治集团高举创业精神之一“营养报国”，一百多年来传承着“通过提供食品为社会做贡献”的使命，在此志向的指引下，为从婴儿到老年人的广泛年龄段持续提供各种各样的产品。我们旨在为全世界婴儿的健康发育做贡献，为了实现最佳的营养供给，今后也会全力以赴。

川村和夫

明治控股株式会社
代表取締役社长　CEO 川村和夫

•关于明治集团 代乳品（BMS）营销政策准则 WHO Code

1981 年，世界卫生组织（WHO）正式通过了“国际母乳代用品销售守则” （WHO Code）。

WHO Code 是 WHO 加盟国规范代乳品（BMS）营销并鼓励母乳喂养的建议。

WHO Code 的目的是保护和促进母乳喂养，以及在必要的情况下根据恰当的信息，通过恰当的营销和供给，恰当地使用代乳品，为婴幼儿提供安全充足的营养做贡献。

WHO Code 认为鼓励母乳喂养对于促进婴幼儿的健康成长和发育是必要的，对于健康、营养及其他社会措施也是重要组成部分。另外，在母亲无法提供充足的母乳的情况下，允许适当使用婴儿配方奶。

此外，WHO Code 认为在进行代乳品的营销和供给时不能妨碍对母乳喂养的保护和促进，以及在所有的国家和地区，由于不恰当的营养法导致婴幼儿营养不良、疾病、死亡的事情时有发生，而代乳品及关联产品的不恰当营销带来的不恰当营养法，有可能成为引发重大公共卫生问题的原因之一。

为了启发鼓励母乳喂养的重要性，WHO 希望各国政府通过制定与 WHO Code 的目的和原则保持时效性的法律或规定等必要措施，充实社会体制，采取符合综合发展目标的行动。

2.明治集团 代乳品（BMS）营销政策条款

WHO Code 第 1 条

第 1 条：目的

为了保护和促进母乳喂养，在必要的情况下根据恰当的信息，通过公正妥当的营销以及流通/供给，恰当使用代乳品（BMS），有助于婴幼儿安全充分的营养供给，我们明治集团了解、支持“国际母乳代用品销售守则”（WHO Code）的目的以及原则的重要性。

WHO Code 第 2 条

第 2 条：适用范围

•适用人群

本政策适用于明治集团所属的正在进行对象产品的营销（包括销售）的所有干部及工作人员。另外，希望与明治集团各公司签约的销售代理商也遵守本政策。

•每个对象产品的地理范围

<table>
<tr><th>对象产品的种类</th><th>高风险国家（※1）</th><th>低风险国家</th></tr>
<tr><td>婴儿配方奶
Infant Formula（0-6 个月产品）</td><td colspan="2">以本政策或者该国规定中较严格者为准</td></tr>
<tr><td>二段配方奶
Follow-on Formula（6-12 个月产品）</td><td rowspan="2">以本政策或者该国规定中较严格者为准</td><td rowspan="2">以该国规定为准</td></tr>
<tr><td>辅食
Complementary Foods（不满 6 个月产品）</td></tr>
<tr><td>幼儿配方奶
Growing-up Formula （12 - 36 个月产品）</td><td colspan="2">以该国规定为准</td></tr>
</table>

（※1）符合以下任意一项标准时，根据“FTSE4Good BMS 营销标准”定义为高风险国家（2017 年 7 月）。

·不满 5 岁的死亡率每 1000 人为 10 人或以上

·不满 5 岁的儿童中超过 2%患有急性营养不良（中度以及重度）

此外，高风险国家一览表记载在后面的附件中。该附件中未记载的国家则被归类为低风险国家。

•对象产品

本政策适用于以下产品。

a. 为满足从出生到 6 个月的健康婴儿的营养需求量而设计的所有婴儿配方奶
b. 为满足出生后 6 个月到 12 个月的健康婴儿的营养需求量而设计的所有二段配方奶
c. 出生后不满 6 个月的健康婴儿的辅食

本政策将以上产品统称为“对象产品”。

本政策不适用对象产品以外的产品。而对象产品以外的产品是指明治集团制造或者销售的对象产品以外的所有产品。其中包含了患有特殊内科疾病的婴儿在医生的监督下使用的产品，如无法摄取、吸收、消化、代谢以及排泄为满足健康婴儿的营养需求量而设计的婴儿配方奶或二段配方奶等患儿。

WHO Code 第 3 条

第 3 条：定义

本政策中记载的术语在后面的附件中有定义。

WHO Code 第 4 条

第 4 条：信息与教育

第 4 条第 1 款 为了切实提供客观且一贯的婴幼儿营养相关信息，并让婴幼儿的家庭以及婴幼儿营养行业关联人员能灵活运用这些信息，我们明治集团支持各国政府以及医疗专家或营养学专家。

第 4 条第 2 款 关于以孕期女性和婴幼儿母亲为对象的哺乳相关信息和教材，参照 WHO Code 第 4 条第 2 款规定的如下内容。

（a）母乳喂养的益处和优点
（b）孕期女性或母亲的营养，以及母乳喂养的准备和持续
（c）开始混合喂养后，母乳喂养变困难的可能性
（d）决定不再进行母乳喂养后，中途改变主意又变为母乳喂养的难度
（e）需采用婴儿配方奶时的恰当使用方法

关于这些教材，参照 WHO Code 第 4 条第 2 款规定的追加信息的同时，不使用容易将对象产品的使用理想化的图画或文章。

第 4 条第 3 款 为了在医疗保健系统中使用，我们明治集团以孕期女性和婴幼儿母亲为对象提供/分发的信息和教材，只有在收到相关部门或机关、医疗保健系统的书面要求，或者这些信息和教材是遵循各国政府制定的准则的情况下才会提供/分发。

这些教材虽然有时会印上明治集团各公司的名称或者商标，但是不会出现对象产品的品牌名，或将对象产品的容器直观展现出来，只通过医疗保健系统发放。

WHO Code 第 5 条

第 5 条：普通消费者以及母亲

第 5 条第 1 款 我们明治集团不向普通消费者宣传对象产品，以达到促销的目的。

第 5 条第 2 款 我们明治集团不向孕期女性和婴幼儿的母亲或其家人直接或间接提供对象产品的试用品。

第 5 条第 3 款 我们明治集团不以直接诱导普通消费者购买对象产品为目的，在零售店的店前放置广告、提供试用品或使用其他促销手段。另外，尤其是在不存在相关法律的国家，我们不提供对象产品的试用品、促销手段等，并将就此征得经销商的理解
此外，本款不限制产品长期以低价提供的价格政策或商业习惯的确立。

第 5 条第 4 款 我们明治集团不向孕期女性和婴幼儿母亲分发或提供以促进对象产品使用为目的的印刷品或物品等赠品。

第 5 条第 5 款 从事婴儿食品销售的我们明治集团所属干部和工作人员，不会以对象产品的销售或促销为目的，与孕期女性和婴幼儿母亲直接或间接接触。另外，尤其是在不存在相关法律的国家，我们将改变孕期女性和婴幼儿母亲的接触，并将就此征得医疗保健系统的理解。
此外，本款不妨碍已接受过培训的明治集团所属工作人员通过电话咨询、网站、社交媒体等回答普通消费者关于对象产品或面向婴幼儿的其他食品的问题。

WHO Code 第 6 条

第 6 条 医疗保健系统

第 6 条第 1 款 WHO Code 第 6 条第 1 款是面向管理医疗保健的政府部门规定的。

第 6 条第 2 款 我们明治集团不以对象产品的促销为目的而利用医疗保健系统。向医疗卫生从业者提供信息时，应在强调母乳喂养的优先性、WHO Code 的基础上，以支持对孕期女性和婴幼儿母亲或其家人的指导为目的，如第 7 条第 2 款的规定，明治集团所属工作人员只对医疗保健从业者提供关于配方奶和其正确使用的、基于科学事实的客观产品信息。

第 6 条第 3 款 我们明治集团不向医疗保健系统提供/分发包括关于对象产品的标语牌或海报在内的对象产品的展示、以及第 4 条第 3 款规定以外的对象产品的相关资料。

第 6 条第 4 款 我们明治集团不以促进对象产品的销售为目的，在医疗保健系统内利用“专业的服务外勤”、“育儿咨询员”或其他同类型职员，以及向此类人员支付费用。

第 6 条第 5 款 我们明治集团所属工作人员虽然不提供对象产品的哺乳演示，但是可以提供/分发关于支持医疗保健从业者指导孕期女性和婴幼儿母亲或其家人的教育/指导资料(参照第 6 条第 2 款)。母亲或其家人关于对象产品向明治集团所属工作人员寻求意见时，必须介绍医疗保健从业者或其他社区工作者。另外，尤其是在不存在相关法律的国家，我们将重新审视哺乳演示方法并将就此征得医疗保健系统的理解。

第 6 条第 6 款 在收到医疗保健系统的书面要求，或者遵从我们明治集团高度透明化的流程，有可能以低价捐赠或者提供对象产品。

第 6 条第 7 款 我们明治集团作为捐赠者自知 WHO Code 第 6 条第 7 款规定的责任。

第 6 条第 8 款 在各国法律及规定允许的条件下，并且依照我们明治集团的方针，明治集团在第 4 条第 3 款的规定之上，可以向医疗保健从业者提供医疗保健从业者使用的医疗相关器械或教材。这些器械/教材不能出现对象产品的品牌名或商标，但可以出现明治集团各公司的名称或者商标。

WHO Code 第 7 条

第 7 条 医疗保健从业者

第 7 条第 1 款 我们明治集团支持医疗保健从业者熟练掌握基于 WHO Code 的责任与义务。

第 7 条第 2 款 我们明治集团所属干部和工作人员向医疗保健从业者提供信息时，有责任在强调母乳喂养的优先性、WHO Code 的基础上，向医疗保健从业者提供配方奶及其正确使用相关的、基于科学事实的客观产品信息。另外，我们认识到关于向医疗保健从业者提供的配方奶相关产品信息，无论是文字还是图片，应当避免使用比起母乳喂养，配方奶的营养补充更加理想化的宣传性文字或内容。进而，关于这些产品信息，明确提及只面向医疗保健从业者。
不过，医疗方面的信息提供不受此限制，有时会包含产品的照片，或为了容易识别产品，带有明治集团各公司的名称或产品的品牌名。

第 7 条第 3 款 不以对象产品的提供、鼓励或销售为诱因，或者以对象产品的促销为目的，向医疗保健从业者或其家属提供赠品、实物及其他金钱或者物质上的引诱或利益。
在各国法律或规定允许的条件下，并且根据我们明治集团的方针，不体现对象产品的品牌名或商标，可以在各国的重要活动、文化活动、宗教活动期间，偶尔赠送和医疗保健从业者的业务无关的廉价礼物。

第 7 条第 4 款 我们明治集团除了用于对象产品的专业评估或研究的公共设施程度必要的情况，不向医疗保健从业者提供对象产品的试用品其冲调或使用必须的设备、器具。
不过，仅限于以下任意一种情况，明治集团有时会向医疗保健从业者提供对象产品的“用于专业评估的试用品”。
·介绍（引入）新的对象产品或对象产品的新包装/标签（标识）时
·介绍（引入）对象产品的新配料/配方时
·向新取得资格证的医疗保健从业者介绍（引入）对象产品时
·医疗保健从业者出于医疗及诊疗目的时
·包括适应性或耐受性评估，医疗保健从业者获取对象产品有效性相关知识时

另外，以研究计划的完成为条件，明治集团各公司出于研究或临床验证的目的，可以向医疗保健从业者提供对象产品。此外，临床验证不能作为销售对象产品的诱因使用，应遵从相关各公司细则。

第 7 条第 5 款 促进专业能力的持续开发和教育，并且遵守相关法律或规定，我们明治集团可以向医疗保健从业者提供奖学金、研学旅行、研究补助金、出席专家会议或研讨会学术会议以及与上述同等程度的信息或教育课程。当明治集团保证遵守高度透明化的流程，采取这些举措时，会由医疗保健从业者所属机构进行信息公开。

WHO Code 第 8 条

第 8 条 生产商和经销商的被雇佣者

第 8 条第 1 款 我们明治集团所属营销人员（销售员）的奖金不以实现对象产品的既定销售额目标及所分配销售额为依据给付。
关于奖金的金额，根据明治集团各公司销售产品的整体销售额等综合判断。

第 8 条第 2 款 我们明治集团所属营销人员（销售员）不会在医疗保健系统中，以孕期女性和婴幼儿母亲为对象，担任对象产品的相关教育角色。
但本款不妨碍在收到相关部门或机关、医疗保健系统的书面要求时，营销人员（销售员）和医疗保健系统合作开展教育及支援活动。

WHO Code 第 9 条

第 9 条 标签（标识）

第 9 条第 1 款 对象产品的容器遵循各国的法律法规以及适用规定（国际食品法典委员会的国际食品规格等），标注促进母乳喂养，安全并且适当使用对象产品的所有必要信息。

第 9 条第 2 款 除了法律另行规定的情况，对象产品的相关标识必须印刷在容器或者容器附带的标签（不易除去的）上。

在对象产品上，必须用非常醒目、简洁易读、容易理解、恰当的语言按照如下标准进行标明。

(a) “重要的告知事项”或者与其同等的表达

(b) 关于母乳喂养优点的明确记载

(c) 关于该对象产品应根据医疗保健从业者的指示在必要时使用

(d) 恰当冲调的说明，以及关于不恰当使用带来的健康方面的危险的警告

此外，“恰当的语言”是相关部门或机关做决定时的必要条件。

容器或者标签（标识）上不显示或刊载婴儿的照片或图片、以及将婴儿配方奶的使用理想化的照片或文章。

不过，出于容易识别对象产品的目的以及说明冲调方法的目的刊载插图不受本款限制。

不使用“人乳化”或“母乳化”，或与此类似的表达方式。

第 9 条第 3 款 关于以婴儿的营养补给为目的销售的对象产品中，虽不满足全部要素，但可通过调整达到标准的，必须参照“不应该将未调整的产品作为婴儿的唯一营养源”的标识。

第 9 条第 4 款 除非法律有特别规定，否则对象产品的容器或者标签（标识）上必须刊载年龄及以下要点。

(a) 使用原材料名称

(b) 产品成分/分析

(c) 必要的保管条件

(d) 考虑到该国的气候及保管条件的产品保质期及批号

WHO Code 第 10 条

第 10 条 品质

第 10 条第 1 款 对象产品的良好品质是守护婴幼儿健康的必要因素。我们明治集团在严格的卫生管理和品质管理之下生产对象产品。

第 10 条第 2 款 在销售或交付对象产品时，必须符合对应的品质标准及卫生标准（如国际食品法典委员会推荐的标准等），以及所属国家的法律法规。当我们明治集团的全球品质标准比所属国家的规定更严格时，优先采用明治集团的全球品质标准。

追加条款

我们明治集团遵守以上各条款自不待言，还通过业务活动，积极致力于社会课题的解决。
以下追加条款适用于我们明治集团销售及交付对象产品的所有国家和地区。

追加条款 第 1 条 预备大规模灾害等紧急事态，以及在紧急事态下提供产品

第 1 条第 1 款 考虑到在大规模灾害等紧急事态下代乳品也是必需品，我们希望与各国政府合作，为防范灾害风险做出贡献。

第 1 条第 2 款 我们明治集团在大规模灾害等紧急事态发生时，或收到出于医疗目的以及社会背景明确文件化的合格的援助机构或政府机关、相关部门或机关、医疗保健系统的书面要求时，可以向公共设施或团体提供对象产品。

第 1 条第 3 款 我们明治集团在大规模灾害等紧急事态发生时或预备其发生时，与各国政府等合作，听从医疗保健系统的建议，向要求将代乳品发给需要的婴儿们的援助机构、或者政府机关、相关部门或机关、医疗保健系统直接交付对象产品。在公共设施以外提供时，交付给相关设施或团体。另外，明治集团不直接向孕期女性和婴幼儿母亲提供产品。

追加条款 第 2 条 向社会福利设施（儿童福利院等）提供产品

第 2 条第 1 款 我们明治集团出于人道主义援助的目的，为了养育需要补充配方奶的婴儿，有可能根据儿童福利院或其他社会福利机构的要求，有时提供对象产品。

第 2 条第 2 款 我们明治集团只有在收到组织或机关所属的合格（上级）职员署名的书面请求时，才可以向儿童福利院及其他社会福利机构提供对象产品。此外，是否回应每个要求，将视具体情况作出判断。
出于人道主义救援目的提供对象产品时，要求的该对象产品必须遵从交货地区实行的法律及规定。

附件

【高风险国家一览表】

•柬埔寨王国
•巴基斯坦•伊斯兰共和国
•泰国
•越南社会主义共和国

【术语的定义】

“代乳品（BMS）**”**：所有被营销或者标明部分或全部代替母乳的食品。

“辅食”：为满足婴儿必需的营养获取量，在仅靠母乳或婴儿配方奶无法满足需求的情况下，补充母乳或婴儿配方奶的所有食物（不论是在工厂生产的食物或者在家里烹调的食物）。这些食品一般被称作“断奶食”或者“补充母乳营养的食物”。

“容器”：装入产品，一般用于零售的所有形态。包装纸也包含其中。

“经销商”：对象产品的营销过程中，从事批发或零售阶段工作的公立或私立部门的个人、企业及其他所有从业者。

“医疗保健系统”：政府、非政府组织（NGO）或民间运营的机构或团体，与母亲、婴儿、孕期女性的健康管理有直接、间接关系。也包括托儿所和儿童福利院。另外，包括个人执业的医疗保健从业者。此外，本政策不包含药房或特约代理店等。

“医疗保健从业者”：在医疗保健系统工作的人。不论专家、非专家，还包括无偿志愿者。

“婴儿配方奶”：满足从出生到 6 个月的婴儿标准营养需求量，适合婴儿的生理特性，进而按照国际食品法典委员会的规格工业化配制的代乳品。婴儿配方奶虽然也有在自己家中冲调的情况，但是这种情况一般称作“家庭自制冲调奶”。

“标签（标识）”：附在对象产品的容器上的所有标记、商标、记号、图片、说明书。包括通过手写、印刷、模版印刷、图章、压花、刻印等方法直接印在容器上的情况，以及以附带等方式间接附于容器的情况。

“生产商”：作为业务或职务，从事对象产品制造的公共或私营部门的法人或其他实体（包括直接从事，以及通过代理人，或者通过管理、与之签订合同的形式从事的情况）。

“营销”：产品的促销、流通、销售、宣传、公共关系活动、信息服务。

“营销人员（销售员）”：从事对象产品营销的所有人。

“试用品”：免费提供的 1 个或少量产品。

“国际食品法典委员会”：正式名称为 Codex Alimentarius Commission（CAC）。 以保护消费者的健康、确保公正的食品贸易为目的，由联合国粮食及农业组织(FAO)和世界卫生组织(WHO)于 1963 年设立的国际政府间组织。

制定 2020 年 2 月
修订 2024 年 3 月

创享健康新理念

meiji