

# 母乳代用品尽责营销政策





## 简介

健合集团(集团)秉承让人们更健康更快乐的使命,致力于尽一切所能确保孩子在生命的开端达到最好的营养状态。正是这个原因,集团创始人兼集团主席罗飞在1999年创立了集团的第一个品牌—合生元,梦想是研发一种能够支持儿童免疫系统的益生菌产品。

自成立以来,我们已发展一系列品牌,旨在保护人们在生命各个阶段的健康。我们的大部分品牌都关注婴儿营养和护理(BNC),包括已发展成为行业领先品牌的合生元。我们已经获得新生儿父母和新组建家庭的信任,这意味着传播和推广生命早期的最佳实践是我们的责任。

我们支持并倡导母乳喂养,因为母乳喂养可以在婴儿出生后的头六个月提供最佳的营养,六个月之后添加适量的营养辅食,同时继续母乳喂养到两岁及以上。

对于不能够进行母乳喂养或者选择不进行母乳喂养的母亲,我们相信优质配方研发、适当配制和正确地使用代用品非常重要。为此,我们专注研究和开发并使用优质原料,旨在父母需要时为他们的孩子提供额外营养支持的产品。

集团了解世界卫生组织《国际母乳代用品销售守则》的重要性,支持世卫守册或守则并承诺遵守其中的原则。我们还遵守有关

母乳代用品销售的地方法规、协议和规范,比如《澳大利亚婴儿配方奶粉(MAIF)营销协议》《中华人民共和国广告法》。在法规的要求不如本政策严格的国家和地区,我们会尽量满足本政策。在法规的要求比本政策更严格的国家和地区,我们将遵守法规。



## 我们如何遵守世界卫生组织 《国际母乳代用品销售守则》

为增加透明度, 本政策沿用世界卫生组织《守则》的每个章节作为开头部分并用斜体字编写, 以便轻松找到相应的内容。

### 保护母乳喂养

我们意识到, 母乳喂养是提供理想食物使婴儿健康发育的无可比拟的方法。我们支持和推广母乳喂养的做法, 恢复正在被放弃的母乳喂养方式, 作为改善婴幼儿健康和营养的方法。以我们推广母乳喂养为例, 2018年, 我们在中国这个最大的市场开展了为期6个月的“母乳更好”活动, 以帮助传递这一信息。

本集团并未在营销活动、资料信息和/或教育材料或其他地方声明、提示或暗示任何所述产品相当于母乳, 或者优于母乳。

集团并未将辅助食品作为母乳代用品销售。所述产品的营销活动、营销材料、信息和/或教育材料的宣传方式并不劝阻父母进行母乳喂养或给婴儿喂母乳。

## 第1条 — 宗旨

### 目的

集团的《母乳代用品尽责营销政策》旨在指导集团开展母乳代用品营销活动。

作为集团，我们以世卫《守则》为基础在集团内部提出和颁布此政策，以支持集团可持续发展计划和“健康、人权与公平”目标。

## 第2条 — 范围

### 范围和所述产品

本政策涵盖的产品如下：满足6个月以下婴儿营养需求的婴儿配方奶粉，以及相关使用信息。

上面列出的所有产品都在本政策的范围内，在本文件中进一步称为“所述产品”。

本政策适用于参与所述产品营销、分销、销售、宣传和/或管理活动的健合集团和合作伙伴部分或全部拥有的实体的所有员工。

在本政策中，上述人员被定义为集团“代表”。

本政策适用于任何代表进行的所述产品营销活动。

本政策的某些规定现阶段并不适用于集团中国区。集团中国区已经在对应的规定范围制定了适用于中国区的《母乳代用品推广和销售的行为规范》。

对于本政策跟上述中国区规范有所差异之处，会以星号(\*)在条款标题处标注。





### 第3条 定义

**母乳代用品** — 销售或以其他方式宣传的、部分或全部代替母乳的食品, 无论是否适合该用途。

**辅助食品** — 制造或地方配制的、在不足以满足婴儿营养需求时可作为母乳或婴儿配方奶粉补充品的食品。辅助食品通常也被称为“断奶食品”或“母乳补充品”。

**容器** — 作为普通零售单位出售的任何形式的产品包装, 包括包装纸。

**经销商** — 在本政策范围内(直接或间接)从事产品批发或零售业务的任何公共或私人法律实体, 不包括属于本集团成员的法律实体。

**集团** — 健合国际控股有限公司(代码1112:香港)及所有全资子公司。

**卫生保健系统** — 直接或间接为母亲、婴儿和孕妇提供保健服务的政府、非政府或私营机构或组织; 以及育婴室或儿童保健机构。它还包括私人执业的保健工作者。在本政策中, 卫生保健系统不包括药房或其他已建立的销售网点。

**婴儿配方奶粉** — 根据适用标准按照配方制造的、以满足6个月以下婴儿正常营养需求并适应其生理特征的母乳代用品。

**标签** — 指印刷、标记、压印或印在产品包装上或附在产品包装上的任何书面或图形材料。

**低价** — 指以低于销售成本(COGS)的价格出售的所述产品的价格。

**制造商** — 从事所述产品的制造公司或公共/私营的其他公司, (无论是直接还是通过代理人, 或是通过由其控制或与之签订合同的实体)。

**营销** — 产品推广、分销、销售、广告宣传、产品公共关系活动和信息服务。

**营销人员** — 任何其职能涉及销售本政策范围内产品的人员。

**合作伙伴** — 任何与我们签订正式合同协议的零售商。

**样品** — 免费提供的单个或少量产品。

**供给品** — 为社会目的提供长期免费或低价使用的产品, 包括向有需要的家庭提供的产品数量。

## 第4条 — 宣传和教育\*

- 4.1 集团积极支持各国政府,有责任确保向有婴幼儿家庭和参与人员提供有关婴幼儿喂养的客观、准确和一致的信息。
- 4.2 有关婴儿喂养以及孕妇和婴幼儿母亲的宣传和材料,不论以何种形式,都应包括以下内容:

母乳最适合婴儿。在使用婴儿配方奶粉之前应采纳专业建议。部分采用奶瓶喂养可能会对母乳喂养产生不利影响。哺乳期良好的营养对于母乳喂养非常重要。决定停止母乳喂养可能比较困难。始终需要按照指引使用婴儿配方奶粉。正确使用婴儿配方奶粉对婴儿的健康至关重要。在选择喂养方法时应考虑社交和家庭财务状况。【品牌名称】的存在是为了帮助父母做出最佳选择;我们认识到母乳喂养最适合婴儿,因为母乳能提供营养和保护的最佳平衡。如需喂养建议,请务必咨询专业的健康保健人士。我们的奶粉由健康专家和研究团队按照优质配方制造。给宝宝食用前请查看说明,并按说明使用。

上述材料不得使用图片或文字以美化所述产品的用途。

- 4.3 集团不会向孕妇及婴幼儿母亲赠送任何宣传或教育设备或材料。如果未来出现这种情况,集团十分愿意遵守以下规定:

应在有要求的情况下,根据政府的指导方针,经有关政府部门或机构的书面批准后,方可提供此类设备或材料。此类设备或材料可能带有集团的名称或标志,但绝不能当作所述产品的专有产品,并且只能通过卫生保健系统发放。

## 第5条 — 公众和母亲\*

- 5.1 集团不向公众或婴幼儿母亲宣传或推广所述的产品。
- 5.2 集团不向公众、孕妇、婴幼儿母亲或其家庭成员发放所述产品样本。
- 5.3 集团不在销售点进行广告宣传、派送样品或其它活动来促进所述产品销售。集团承认,集团制定以较低价格长期供应产品的定价政策和做法,不受本条款的约束。
- 5.4 集团不向孕妇或婴幼儿父母分发任何可能宣传使用母乳代用品或奶瓶喂养的物品或用具礼品。集团认为Dodie品牌产品不是宣传母乳代用品的物品或用具,但为免生疑问,任何此类物品礼品应包含以下免责声明:  
**重要提示:母乳喂养最适合婴儿。如果您考虑使用母乳代用品,请咨询医生或保健工作者的意见。**
- 5.5 集团营销人员应凭借其业务能力销售所述产品,不得直接或间接联系孕妇或婴幼儿母亲。

## 第6条 — 卫生保健

- 6.1 集团认同, 世卫成员国卫生部门应采取措施鼓励和保护母乳喂养, 推广世卫《守则》, 并且应向保健工作者提供与其职责有关的的信息和建议, 包括第4.2条规定的信息。
- 6.2 集团不使用任何卫生保健系统的员工来推广所述产品。本政策并不排除7.2中规定的向卫生保健专业人员传播信息
- 6.3 集团将根据本政策第4.3条的规定, 不使用卫生保健系统设施展示所述产品、产品的标语或海报, 或者发放集团提供的所述产品的材料。
- 6.4 集团不提供自己的“专业服务代表”、“育儿护士”或类似人员供卫生保健系统使用, 或者支付此类人员的费用。
- 6.5 如有需要, 只能由保健工作者或其他社区工作者演示所述产品喂养方法, 并且只能向需要此类信息的母亲或家庭成员进行演示。如果母亲要求集团代表演示所述产品喂养方法, 则应将其转介给专业医护人员或其他保健工作者进行演示。
- 6.6 不得以任何理由捐赠所述产品, 或者以低价出售给医疗保健机构。在国家法规批准的情况下, 出于特殊医疗目的, 集团可以回应书面要求免费或以低价提供所述产品, 用于社会目的, 或者在紧急情况或人道主义情况下使用。这些供应品只能用于或发放给必须用母乳代用品喂养的婴儿。此类捐赠或低价营销活动不得作为销售诱因。
- 6.7 如集团提供在机构外发放的所述产品捐赠品, 集团考虑到, 只要婴儿有需要, 机构或组织应采取措施确保供应品的持续供应。集团应将该责任铭记于心。
- 6.8 捐赠给卫生保健系统的设备和材料可能带有集团的名称或标识, 但不得提及任何属于所述产品的专有产品。

## 第7条 — 保健工作者

- 7.1 集团代表支持保健工作者履行鼓励和保护母乳喂养的责任。
- 7.2 集团代表向保健专业人士提供的有关所述产品的信息应限于适当引用的科学和事实依据, 此类信息不得暗示或认为奶瓶喂养相当于或优于母乳喂养, 并且应包含本政策第4.2条的信息, 以及涵盖以下内容:  
**不得公开发行。仅适用于卫生保健专业教育。**
- 7.3 集团代表不得使用任何利诱向保健工作者或其家庭成员推销所述产品。
- 7.4 除非机构进行专业评估或研究的必要使用, 否则集团不向卫生保健专业人士提供所述产品或设备或用具的样品。如果产品是为上述目的而提供的, 则产品应贴标签, 标签内容如下:  
**仅用于专业评估, 不得出售。**
- 7.5 为了促进持续的专业发展和培训, 并遵守相关法律法规, 集团为保健工作者设立奖学金, 资助其参观考察, 参加专业会议和研讨会以及相关的宣传和教育活动, 活动内容必须具备科学实力才能吸引代表团。集团确保遵守公开的捐赠程序, 记录捐赠程序, 并且在保健工作者书面许可的情况下向保健工作者所属组织传达捐赠程序。



## 第8条 — 制造商和经销商雇员\*

- 8.1 集团并未向销售人员、医疗代表和其他营销人员提供鼓励其提高所述产品销售量的奖金或鼓励措施。此规定并不妨碍集团根据销售商品的总销售额支付奖金。
- 8.2 作为工作职责的一部分，从事所述产品营销的代表不应履行与孕妇或婴幼儿父母有关的教育职能。此规定并不妨碍卫生保健系统利用这些人员行使其他职能。

## 第9条 — 标签

- 9.1 所述产品的所有标签应根据适用标准和地方法律法规，提供正确使用产品的必要信息，以免对母乳喂养造成影响。
- 9.2 所有所述产品应确保印有清晰、醒目且易于查看和理解的信息，或者无法轻易撕掉的标签，采用地方监管机构规定的适当语言，内容包含以下几点：
  - (a) “重要提示”或具有同等效果的文字；
  - (b) 关于母乳喂养优越性的声明；
  - (c) 声明该产品应在医护人员建议下使用；

- (d) 使用说明书，以及对不适当喂养造成健康危害的警告。容器和标签上不得有婴儿图片，也不应该包含让所述产品用途理想化的其他图片或文字。根据上述条件，包装或零售单品中可以加入有关产品及其正确使用的补充信息。

### 提示文字建议如下：

**重要提示：**母乳喂养最适合婴儿。决定使用产品前，请咨询医生或保健工作者的意见。

**警告：**完全按照说明书操作。按照指示准备奶瓶和奶嘴。除医生建议外，不要改变奶粉的比例。喂养不当会使宝宝生病。除婴儿配方奶粉产品外，6个月以上的婴儿还需喂辅食。

- 9.3 所述产品包括销售的婴儿喂养食品，如果此类产品不符合婴儿配方奶粉的所有要求，可以进行改良，则此类产品的标签上应包含未经改良产品不得成为婴儿营养唯一来源的警示语。
- 9.4 所述产品的标签必须包括明确的年龄指数，并且还应说明以下几点内容：(a) 使用的成分；(b) 成分/分析；(c) 所需的贮存条件；(d) 产品批有关国家的气候和贮存条件确定的使用日期。



## 第10条 — 质量

- 10.1 产品质量是保护婴儿健康的基本要素,集团的所有产品均应按照集团质量章程和严格的卫生和质量管理程序制造。
- 10.2 在销售或以其他方式分销时,所述产品质量应符合地方法律和法规以及卫生标准。

## 第11条 — 实施和监督

- 11.1 集团将向所有代表培训和宣传本政策,以及违反本政策带来的潜在影响。

### 实施本政策的责任

健合集团首席执行官Laetitia Garnier女士在董事会的监督下负有执行本政策的最终责任。

政策的管理,实施和监督的责任由地区领导人和管理团队承担。

在销售涵盖产品的每个区域市场都有一名提名代表,地区代表将共同组成BNC委员会。BNC委员会将完成合规性调查表,并每六个月开会一次,以汇报相关培训的执行和对政策的合规情况。

### 提高对政策及承诺的认识

1. 所有参与涵盖产品的营销、传播、分销、销售、教育和管理的健合集团团队成员都将接受在线或面对面的年度培训。培训内容包括政策内容本身,如何遵守政策,团队成员和领导的责任、值得关注的渠道和违反的案例研究。
2. 将培训纳入每个区域当地的新员工的入职培训。
3. 地区代表的雇佣合同内容需要涵盖遵守本政策的条款。
4. 每个销售市场中现有的广告审核系统可为营销人员提供帮助,并作为遵守本政策的保障。
5. 提供模板和演示文稿(供内部和外部使用),阐明了我们对世界卫生组织《国际母乳代用品销售守则》的承诺以及我们在相关内部政策下的义务。

这些文档可以在集团共享平台或者云盘上查看,供集团团队成员使用。

6. 以下文件作为学习材料和指南,在云盘上存储,供集团团队成员使用,：
  - 世界卫生组织《国际母乳代用品销售守则》
  - 《广告宣传物料合规管理制度》
  - 澳大利亚婴儿配方奶粉(MAIF)营销协议(集团是签署单位之一)
  - 《中华人民共和国广告法》

- 11.2 为了确保集团履行母乳代用品尽职营销的承诺,并遵守我们在销售或营销涵盖产品的不同区域中的相关法律和法规,需要监督本政策是否实施到位。

评估政策的执行情况还可以帮助健合集团识别我们实践中的不足并制定纠正措施和/或实施进一步的内部控制或优化执行系统。

为确保监督和遵守本政策,集团将通过以下管理方法报告和审核母乳替代品的相关执行和推广。

### 监督方式包括:

1. 法规和法务部的广告审核流程-在提交有关BNC产品的所有营销和传播信息之前,需要符合当地法规和政策的要求
2. 每半年完成一次在线调查,这是一项基于市场的自我评估,以评估政策的执行情况。
3. BNC委员会每半年召开一次会议,以报告内部有关政策的遵守情况
4. 团队成员、消费者、分销商和零售商可通过健合集团官方网站的“尽职营销违规举报表”提供反馈意见,该表单一经提交,将由BNC委员会的地区代表进行审核,并提交给BNC委员会在半年度例会上进行审核。

集团目前没有外部审核方来监测或汇报本政策的遵守情况。

### 汇报:

1. BNC委员会在委员会会议后的两周内向集团风险管理总监提交六个月的报告。
  2. 半年度审核结果向集团董事会汇报,包括本政策修订的进度,在全球和中国政策之间的协调,识别不合规的情况。
  3. 每年在《健合集团可持续发展报告》中披露流程的透明度和遵守政策的情况。
- 11.3 如有违反本政策所规定的母乳代用品营销行为的情况,团队成员可以访问以下渠道,以报告或纠正潜在或已确认的违规行为。

1. 集团官网 ([hh.global](http://hh.global)) “尽职营销违规举报表”
2. [HH Speak Up 举报系统](#)

蓄意违规的情况将提请相应区域的执行官和BNC委员会,执行官和委员会将决定采取的措施并将移交当地法务部、人才与文化部,并直接报告董事会。

违反政策的行为处理,将按照当地集团子公司颁布实施的员工奖惩的相关制度以及当地法律规定追究其责任。