



## 孕产妇和婴幼儿营养

### 关于终止婴幼儿食品不当促销形式的指导

#### 秘书处的报告

#### 目的

1. 本文件的目的是就终止婴幼儿食品不当促销形式提供指导，促进、保护和支持母乳喂养，预防肥胖和非传染性疾病，推动健康饮食，并确保照护人获得清晰和准确的喂养信息。

#### 范围

2. 在本指导中，“食品”系指食品和饮料（包括辅助食品）。《国际母乳代用品销售守则》以及卫生大会随后通过的有关决议就不当促销母乳代用品问题提供了指导。本文件不取代《守则》的任何规定，但明确列入了《守则》和随后决议应涵盖的某些产品。

3. 本指导适用于作为适合 6-36 月龄婴幼儿的食品进行营销的所有商业化加工食品。如果符合以下条件，产品就被认为是作为适合该年龄组进行营销的：**(a)**标签上使用“宝宝”、“婴儿”、“学步的儿童”或“幼儿”等字样；**(b)**建议在不到 3 岁时开始使用；**(c)**标签上有看起来小于 3 岁或使用奶瓶的儿童形象；或者**(d)**以任何其它方式显示适合 3 岁以下儿童。这种做法符合相关食品法典中关于 3 岁以下婴幼儿食品的准则和标准<sup>1</sup>。

4. 本指导不适用于维生素和矿物补充剂及家用强化剂，例如微量营养素粉剂和少量脂质营养补充品。虽然这种补充剂和产品常常分类为食品以便进行管制，但它们本身并不是食品，而是强化剂。但是，本指导包含的许多原则，包括涉及遵守国家和全球关于营

---

<sup>1</sup> 关于较大婴幼儿辅助配方食品的食品法典准则（CAC/GL-8-1991，2013 年修订）；以谷物为基础的婴幼儿加工食品的食品法典标准（Codex/STAN 074-1981，2006 年修订）；罐装婴儿食品的食品法典标准（CODEX STAN 73-1981）；以及后续配方的食品法典标准（CODEX STAN 156-1987）。

养水平、安全和质量的标准以及禁止表示适用于 6 个月以下婴儿的任何信息，应当适用于这些产品。

5. 政府规划、非营利机构和私营企业都有促销婴幼儿食品的情况。本指导适用于所有这些情况，因为无论谁应当对促销负责，指导中包含的原则都是重要的。

## 定义

6. 婴幼儿食品系指作为适合喂养 36 月龄以下儿童而专门营销的商业化加工食品或饮料。

7. 营销系指促销、分发、销售、广告、产品公关和信息服务。

8. 促销泛指通过传播信息，说服或鼓励购买或消费某一产品，或者提高某一品牌的知名度。促销信息可用各种促销手段，通过传统的大众宣传渠道、因特网及其它营销手段进行传播。除了直接针对消费者的促销技巧外，还涵盖通过其它途径向卫生工作者或消费者促销产品的行为。活动即使不提产品的品牌，也可被视为广告或促销。

9. 交叉促销（也称为品牌跨界促销或品牌扩张）是向某一产品或服务的客户促销一相关产品的一种促销形式。这可以包括通过包装、品牌和标签使某一产品酷似另一产品（品牌延伸）。在此方面，还可以指利用某一产品的特定促销活动和/或利用在特定环境中促销该产品，为另一产品促销。

## 建议

10. **建议 1.** 应当根据为母乳喂养儿童补充辅食的指导原则<sup>1</sup>和对 6-24 月龄非母乳喂养儿童进行喂养的指导原则<sup>2</sup>，促进最佳婴幼儿喂养。应当强调使用合适、富含营养、家庭制备、以及当地可获得并安全制备和喂养的食物<sup>3</sup>。

---

<sup>1</sup> 泛美卫生组织和世卫组织。为母乳喂养儿童补充辅食的指导原则。2003 年。[http://www.who.int/maternal\\_child\\_adolescent/documents/a85622/en/](http://www.who.int/maternal_child_adolescent/documents/a85622/en/)（2015 年 11 月 25 日访问）。

<sup>2</sup> 世卫组织。对 6-24 个月非母乳喂养儿童进行喂养的指导原则。2005 年。[http://www.who.int/maternal\\_child\\_adolescent/documents/9241593431/en/](http://www.who.int/maternal_child_adolescent/documents/9241593431/en/)（2015 年 11 月 25 日访问）。

<sup>3</sup> 见世卫组织/儿童基金会。婴幼儿喂养全球战略，日内瓦。2003 年。<http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/42590/1/9241562218.pdf?ua=1&ua=1>（2015 年 11 月 25 日访问）。

11. **建议 2.** 不应当促销作为母乳代用品的产品。不言而喻，母乳代用品应当包括所营销的液体或粉状的某种奶制品（或者可以用来代替奶的产品，例如强化豆浆），专用于喂养 3 岁以下婴幼儿（包括后续配方和成长奶）。应当明确，《国际母乳代用品销售守则》以及随后相关的卫生大会决议的实施工作涵盖所有这些产品。

12. **建议 3.** 只有当在成份、安全性、质量和营养水平方面达到所有相关的国家、区域和全球标准时，并符合国家饮食指南，才可以促销非母乳代用品的婴幼儿食品。应开发和使用营养概况模型确定哪些食品不适合促销。应根据世卫组织的指导意见更新有关的食物法典标准和准则<sup>1</sup>，确保产品适合于婴幼儿，尤其应注意避免添加游离糖和盐。

13. **建议 4.** 促销婴幼儿食品的信息应当支持最佳喂养，其中不应含有不适当的信息。商业产品的信息以多种方式通过广告、促销和赞助行为传播，包括宣传册、在线信息和包装标签。不论使用何种方式，信息始终应当：

- 申明直至两岁或之后持续母乳喂养的重要性以及在 6 月龄前不开始补充辅食的重要性；
- 列明开始补充辅食的适当年龄（不得早于 6 个月）；
- 方便父母及其他照护者理解，而且所有要求的标签信息都显而易见并清晰易读。

14. 信息不应当：

- 包括可能暗示适用于 6 个月以下婴儿的任何图像、文字或其它表现形式（包括提及里程碑和阶段）；
- 包括与母乳进行比较或暗示该产品与母乳几乎相同或更好并因此可能影响或妨碍母乳喂养的任何图像、文字或其它表现形式；
- 建议或提倡用奶瓶喂养；
- 表示已获得一个专业或其它机构认可或者可以被认为已得到认可的任何信息，除非得到国家、区域或国际有关管制当局的特别批准。

---

<sup>1</sup> 关于较大婴幼儿辅助配方食品的食品法典准则（CAC/GL-8-1991，2013 年修订）；以谷物为基础的婴幼儿加工食品的食品法典标准（Codex/STAN 074-1981，2006 年修订）；罐头婴儿食品的食品法典标准（CODEX STAN 73-1981，1989 年修订）；用于婴幼儿食品的维生素成分食品法典咨询清单（CAC/GL 10-1979，2009 年修订）。

15. **建议 5.** 不得进行交叉促销，即通过促销婴幼儿食品间接地促销母乳代用品。

- 促销辅助食品所用的包装设计、标签和材料必须不同于母乳代用品所用的包装设计、标签和材料，以防其使用会同时促销母乳代用品（例如，除了公司名称和标志，应当用不同的色彩安排、设计、名称、口号和吉祥物）。
- 营销母乳代用品的公司应当避免通过与父母及其他照护者建立关系来参与其它婴幼儿食品的直接或间接促销（例如通过婴儿俱乐部、社交媒体群、儿童照护班和比赛）。

16. **建议 6.** 营销母乳代用品的公司不应当在卫生设施或整个卫生系统中造成利益冲突。卫生工作者、卫生系统、卫生专业协会和非政府组织同样应当避免此类利益冲突。这些公司或其代表不应当：

- 通过卫生工作者或卫生设施向家庭提供婴幼儿食品免费产品、样品或降价食品，但通过经官方批准的卫生规划而分发的用品除外。在此类规划中分发的产品不应当显示公司品牌；
- 向卫生设施捐赠或提供设备或服务；
- 向卫生保健人员赠送礼物或奖金；
- 使用卫生设施举办活动、比赛或开展宣传；
- 向父母、照护者和家庭赠送任何礼物或优惠券；
- 在卫生设施直接或间接地向父母及其他照护者提供关于婴幼儿喂养的教育；
- 向卫生工作者提供任何信息，除非是科学和真实的；
- 赞助卫生专业人员会议和学术会议。

17. 同样，卫生工作者、卫生系统、卫生专业协会和非政府组织不应当：

- 接受公司提供的婴幼儿食品免费产品、样品或降价食品，但通过经官方批准的卫生规划而分发的用品除外。在此类规划中分发的产品不应当显示公司品牌；

- 接受营销婴幼儿食品的公司提供的设备或服务；
- 接受此类公司的礼物或奖金；
- 允许使用卫生设施举办商业活动、比赛或开展宣传；
- 允许营销婴幼儿食品的公司通过卫生设施向父母、照护者和家庭分发任何礼物或优惠券；
- 允许此类公司在卫生设施直接或间接地向父母及其他照护者提供教育；
- 允许此类公司赞助卫生专业人员会议和学术会议。

18. **建议7.** 应当充分实施世卫组织关于向儿童推销食品和非酒精类饮料问题的一系列建议<sup>1</sup>，并尤其注意确保在婴幼儿聚集的场所不得以任何形式营销富含饱和脂肪<sup>2</sup>、反式脂肪、游离糖或盐的食品。虽然向儿童营销的食品不一定专门针对婴幼儿，但他们也会食用。应当采取一系列战略，限制婴幼儿食用不适合于他们的食品。

= = =

---

<sup>1</sup> 世卫组织。关于向儿童推销食品和非酒精类饮料的一系列建议。世卫组织。2010年。

<sup>2</sup> 幼童饮食应含有足够脂肪，但2008年粮农组织和世卫组织联合举办的一次专家磋商会提出，摄入的脂肪能量不应超过总能量的35%。