



关于向儿童推销
食品和非酒精饮料的
一系列建议



世界卫生组织

WHO Library Cataloguing-in-Publication Data

Set of recommendations on the marketing of foods and non-alcoholic beverages to children.

1.Legislation, Food. 2.Food supply - legislation. 3.Marketing - legislation. 4.Child nutrition. 5.Nutrition policy.
I.World Health Organization.

ISBN 978 92 4 550021 6

(NLM classification: WS 130)

© 世界卫生组织, 2010年

版权所有。世界卫生组织出版物可从WHO Press, World Health Organization, 20 Avenue Appia, 1211 Geneva 27, Switzerland (电话: +41 22 791 3264; 传真: +41 22 791 4857; 电子邮件: bookorders@who.int) 获取。要获得复制或翻译世界卫生组织出版物的许可 - 无论是为了出售或非商业性分发, 应向世界卫生组织出版处提出申请, 地址同上 (传真: +41 22 791 4806; 电子邮件: permissions@who.int)。

本出版物采用的名称和陈述的材料并不代表世界卫生组织对任何国家、领地、城市或地区或其当局的合法地位, 或关于边界或分界线的规定有任何意见。地图上的虚线表示可能尚未完全达成一致的大致边界线。

凡提及某些公司或某些制造商的产品时, 并不意味着它们已为世界卫生组织所认可或推荐, 或比其它未提及的同类公司或产品更好。除差错和疏忽外, 凡专利产品名称均冠以大写字母, 以示区别。

世界卫生组织已采取一切合理的预防措施来核实本出版物中包含的信息。但是, 已出版材料的分发无任何明确或含蓄的保证。解释和使用材料的责任取决于读者。世界卫生组织对于因使用这些材料造成的损失不承担责任。

在瑞士印刷

排版设计: blossoming.it

目录

序言	4
引言	5
关于向儿童推销食品和非酒精饮料的一系列建议	6
证据	7
建议	8
理由	8
建议1和2	
政策制定	8
建议3、4、5和6	
政策实施	10
建议7、8和9	
政策监测和评价	11
建议10和11	
研究	12
建议12	
第六十三届世界卫生大会在2010年5月21日通过的决议: 向儿童推销食品和非酒精饮料	13

序言

非传染病是对人类健康和社会经济发展的一个首要威胁。心血管病、癌症、慢性呼吸道疾病和糖尿病估计每年造成3500万人死亡,其中80%发生在低收入和中等收入国家。非传染病造成的负担已很沉重,而且这些死亡病例的大多数死亡过早并可以避免,所以采取公共卫生和政策行动的必要性很强烈。

不健康的饮食是非传染病的一项主要可改变风险因素。除非予以解决,否则不健康的饮食与其它风险因素相结合,会通过高血压、高血糖、不正常的血脂和体重超重/肥胖症使人群的非传染病流行率上升。虽然非传染病造成的死亡主要在成人期发生,但与不健康饮食相关的风险在儿童期开始并在整个生命过程中不断积累。

体重超重和肥胖症现在列为全球第五大死亡风险。据估计,在2010年有4200多万5岁以下儿童体重超重或肥胖,其中3500万生活在发展中国家。儿童期和青少年期体重超重不仅与成人肥胖症和非传染病风险加大相关,而且与若干即刻发生的健康相关问题有关,例如高血压和胰岛素抵抗。

今天的食品环境与以往几代人经历的环境很不相同。在全球,多数市场上现在可获得种类繁多的食品和饮料,提供了美味、方便和新颖性。但同时,广泛提供和大力推销许多此类产品,尤其是高脂、高糖或高盐产品,对努力实现饮食健康和保持健康的体重,尤其对儿童而言,提出了挑战。

广告以及向儿童推销食品和饮料的其它形式活动力度很大并主要涉及高脂、高糖或高盐产品。证据显示,电视广告影响儿童对食品的喜好、购买要求和消费规律。此外,使用了范围广泛的技术来推销这些产品,在学校、幼儿园和超市,通过电视和因特网,并在许多其它环境中对儿童产生影响。

此处提出一系列建议的目的是为了指导会员国在设计新的和/或加强现有的儿童食品推销宣传政策时作出努力。建议是在会员国及其它利益攸关方大量信息的基础上制定的,并得到2010年5月第六十三届世界卫生大会的认可。建议反映了其制定期间特别关注的问题,并强调需要广泛的部门间合作、国际合作和各利益攸关方的支持。

高脂、高糖或高盐食品和非酒精饮料的推销达及世界各地的儿童。必须作出努力,确保各地儿童不受这种推销的影响并获得机会在有益的食品环境中生长和发育,这种环境应培养和鼓励健康的饮食选择并促进保持健康的体重。

世界卫生组织
非传染病和精神卫生
助理总干事
Dr Ala Alwan博士

引言

本文件呼吁采取全球行动,减轻推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品对儿童的影响。正如本出版物中包含的两份关键文件(关于向儿童推销食品和非酒精饮料的一系列建议以及认可这一系列建议的决议)所示,编写该文件是为了促进达到这一目标的政策程序和机制。

文件反映过去十年中关于应对非传染病重要性的认识不断提高,这在2008年5月第六十一届世界卫生大会(WHA61.14号决议)认可的预防和控制非传染病全球战略行动计划(2008-2013年)中得到了最明确的表示。2000年5月认可的全球战略政治框架奠定了行动计划的基础,当时要求世卫组织总干事继续将预防和控制非传染病作为重点(WHA53.17号决议)。按2007年5月第六十届世界卫生大会的要求(WHA60.23号决议),制定了全球战略的行动计划以便把全球战略转变成具体行动。

此外,WHA60.23号决议要求总干事"……与包括私立部门各方在内的一切有关利益攸关者开展对话,……促进负责任的销售,包括制定关于向儿童销售食品和非酒精饮料的一系列建议,以减少富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的影响,同时确保避免潜在利益冲突"。

在执行委员会第126届会议期间开展广泛的协商过程和讨论之后,通过关于预防和控制非传染病:实施全球战略的文件A63/12向第六十三届世界卫生大会提交了一系列建议。随着关于向儿童推销食品和非酒精饮料的WHA63.14号决议获得通过,第六十三届世界卫生大会认可了这一系列建议。

这一系列建议重申第五十七届世界卫生大会在2004年认可的饮食、身体活动与健康全球战略的目标,即指导形成有利的环境,促进个人、社区、国家和全球各级可持续的行动。更具体地说,这一系列建议支持全球战略向会员国提出的建议,即制定适当的多部门措施以处理针对儿童的食品推销。这些建议还补充了预防和控制非传染病全球战略行动计划目标3,其中为会员国提出的一项主要行动建议是"准备并酌情设立包括所有相关利益攸关方在内的框架和/或机制,促进负责任地向儿童营销食品和非酒精饮料以减少富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的影响。"

本文件的结构如下。一系列建议包括对制定建议的背景和过程的介绍、关于证据的章节以及按理由、政策的制定、政策的实施、政策的监测和评价以及研究等五个小标题组织的12项建议。决议包含序言以及向会员国和总干事建议的行动。

关于向儿童推销食品和非酒精饮料的一系列建议¹

1. 第六十届世界卫生大会在题为“预防和控制非传染病: 实施全球战略”的WHA60.23号决议中, 要求总干事“促进负责任的销售, 包括制定关于向儿童销售食品和非酒精饮料的一系列建议, 以减少富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的影响, 同时确保避免潜在利益冲突”。

2. 第六十一届世界卫生大会在WHA61.14号决议中, 核准了预防和控制非传染病全球战略的行动计划。行动计划促请各会员国继续采取卫生大会在WHA60.23号决议中商定的行动。行动计划在目标3 (第24段, “促进健康饮食”, (e)) 中为会员国提出的主要行动建议是, “准备并酌情设立包括所有相关利益攸关方在内的框架和/或机制, 促进负责任地向儿童营销食品和非酒精饮料, 以减少富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的影响)。

3. 为开展此项工作, 总干事于2008年11月任命了特设专家小组成员。该专家小组的任务是向总干事提供关于适当的政策目标、备选政策以及监测和评估机制的技术建议。向专家小组提供的一份最新的系统审查报告证实了以前的调查结果, 显示在全球各地普遍存在向儿童推销富含脂肪、糖或盐食品的现象。

4. 与国际非政府组织、全球食品和非酒精饮料业以及广告业的代表举行了两次会议, 以确定在向儿童推销食品和非酒精饮料方面进行监督和评估的政策行动、程序和工具。

5. 秘书处参考了专家小组的建议和利益攸关方会议的结果, 编写了一份工作文件, 为与各会员国举行区域磋商提供了框架。在磋商期间, 征求了会员国对该份工作文件中提出的政策目标、备选政策以及监督和评估机制的意见。截至2009年9月, 共有66个会员国提供了答复。国际非政府组织、全球食品和非酒精饮料业以及广告业代表在两次利益攸关方后续会议上就工作文件发表了进一步意见。

6. 磋商结果显示, 会员国认为向儿童推销食品和非酒精饮料是一项国际问题, 并认为需要确保私立部门负责任地推销其产品。磋商结果还显示, 各会员国目前实行的政策在目标、内容、方法、监督和评估做法上以及在各利益攸关方参与方式上存在众多差异。实际做法多种多样, 从法律禁止通过电视向儿童推销某些特定食品, 到食品和广告业某些部门推行自愿行为守则不等。若干会员国表示需要秘书处在政策制定、监督和评估领域提供进一步支持。

7. 15个会员国对跨境推销表示关注。包括实行限制措施的国家在内, 许多国家受到境外推销食品影响, 它们表示需要考虑到许多推销做法的全球性质。

8. 一些会员国对在学校和学前教育机构向儿童推销食品和非酒精饮料表示关注。它们认为, 还需要在建议中考虑到学校作为儿童特别容易受到影响的场所的特殊性以及学校应发挥的增进健康作用等因素。

9. 提出这些建议的主要用意是, 指导会员国努力制定关于向儿童推销食品的新政策和/或加强现有政策, 减轻推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品对儿童的影响。

10. 在本附件中, 各项建议以**黑体**显示。每项建议分以下五小节: 理由; 政策制定; 政策实施; 政策监督和评估; 研究。

¹ 如此前的文件A63/12所示。

证据

11. 不健康饮食是非传染病的一个风险因素。不健康饮食的风险始于童年, 在一生期间不断累积。为减少今后非传染病风险, 儿童应保持健康的体重, 并食用低饱和脂肪、低转脂肪酸、低游离糖和低盐食品。不健康饮食导致体重过量和肥胖。近些年, 世界各地儿童过重和肥胖问题迅速恶化。

12. 对于向儿童推销食品的范围、性质和影响进行的系统性审查的结果显示, 在世界各地, 广告促销很普遍, 以其它形式向儿童推销¹食品²也很普遍³。所推销的多数食品是富含脂肪、糖或盐的食品。还有证据显示电视广告影响了儿童的食品偏好、购买要求和消费模式。

13. 系统性审查结果显示, 虽然电视仍是重要渠道, 但花样翻新的吸引和招徕消费者的推销手段正逐渐代替电视广告。推销手段繁多, 例如广告、赞助、产品安插、促销、利用儿童喜欢的明星、品牌形象或卡通人物交叉促销、网址、包装、标签、购物点陈列、电子邮件和短信、利用慈善活动宣传品牌以及通过“病毒式推销”和口传推销产品等。向儿童推销食品现已成为全球现象, 它往往具有多元化和一体化特点, 通过多种渠道传递种种信息。

¹ 下文, “食品”一词包含食品和非酒精饮料。

² “推销”系指意图提高某些产品和服务的知名度、吸引力和/或消费量或产生这一效果的任何形式的商业性宣传或信息, 包括为产品或服务做广告或以其它方式促销的任何内容。

³ Hastings G et al. *Review of the research on the effects of food promotion to children*. Glasgow, University of Strathclyde, Centre for Social Marketing; 2003 (<http://www.food.gov.uk/news/newsarchive/2003/sep/promote>); Hastings G et al. *The extent, nature and effects of food promotion to children: a review of the evidence*. Geneva, World Health organization, 2006 (http://whqlibdoc.who.int/publications/2007/9789241595247_eng.pdf); McGinnis JM, Gootman JA, Kraak VI, eds. *Food marketing to children and youth: threat or opportunity?* Washington DC, Institute of Medicine, National Academies Press, 2006 (http://www.nap.edu/catalog.php?record_id=11514#toc); and Cairns G, Angus K, Hastings G. *The extent, nature and effects of food promotion to children: a review of the evidence to December 2008*. Geneva, World Health Organization, 2009 (http://www.who.int/dietphysicalactivity/Evidence_Update_2009.pdf).

建议

理由

14. 证据审查结果显示, 会员国在此领域显然有理由采取行动。在制定这些建议的磋商过程中, 许多会员国也表示需要建立适当的政策机制。这进一步支持了卫生大会关于非传染病防控的WHA60.23号和WHA61.14号决议, 为会员国制定政策提供了可靠的理由。

15. 推销宣传的有效性取决于两个要素: 一是推销宣传所借助的媒体, 二是推销宣传在内容上的创意。第一个要素涉及信息的覆盖范围、使用频率和作用, 这关系到儿童对推销宣传的暴露程度。第二个要素涉及推销宣传的内容、设计和实施, 这关系到推销宣传的影响力。所以, 可将推销的有效性视为取决于暴露程度和影响力。

政策制定

16. 会员国可以根据本国的具体情况和可获得的资源, 采取各种办法实现政策宗旨和目标。会员国可以全面限制一切向儿童推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的行为, 完全消除对推销行为的暴露进而消除其影响力。会员国也可着手分别处理暴露或影响力问题, 或采用阶梯式办法同时处理这两方面的问题。

17. 在实现为了减轻向儿童推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的影响而制定的政策目标方面, 不同的政策办法具有不同的潜力。全面处理问题实现预期作用的潜力最大。

18. 在处理暴露问题时, 应考虑允许或不允许推销的时间、地点、对象和具体产品。在处理影响力问题时, 应考虑限制使用能够发挥特别强大作用的推销技巧。例如, 如果采取阶梯方式, 应注意导致儿童暴露程度最大的推销手段以及影响力最大的推销宣传。

建议 1

政策目标应是减轻向儿童推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的影响。

建议 2

鉴于推销的有效性取决于暴露程度和影响力, 总体政策目标应是降低儿童对富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的推销的暴露程度以及此种推销对儿童的影响力。

建议 3

为实现政策宗旨和目标, 会员国应考虑采用阶梯式或全面方式, 减少向儿童推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品。

19. 有效实施取决于政策内容的明确定义。这些定义将确定旨在降低暴露程度和/或影响力进而减弱其作用的政策潜力。重要定义包括限制措施应适用的年龄组、需涵盖的宣传渠道、场所和推销手段, 根据推销的产品、时间、观众、地点和内容等因素确定是否构成向儿童推销, 以及对推销的限制措施所涵盖的食品等¹。

建议 4

政府应确定政策主要内容的明确定义, 以便制定标准的实施程序。作出明确定义将有助于各实施机构统一实施。在确定主要定义时, 会员国需要确定和应对国家面临的任何具体挑战, 以便最大限度地发挥政策的效用。

20. 学校、托儿所以及其它教育机构是代行父母教育职能的特许机构, 这些机构中的任何活动均不应有损儿童福利。因此, 校内儿童的营养福利应获得最大程度重视, 这是学龄儿童在成长期福利的基石。这也符合《饮食、体力活动与健康全球战略》中的建议。全球战略促请各国政府采取有关政策, 支持在学校中提供健康饮食。

建议 5

不应以任何形式在儿童聚集的场所推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品。这类场所包括、但不限于托儿所、学校、学校操场、幼儿园、游乐场、家庭诊所、儿童诊所和儿科医疗服务点以及在这些设施中举行任何体育和文化活动期间。

21. 关于向儿童推销食品问题的政策事关许多利益攸关方, 并跨越若干政策部门。政府处于最佳位置, 最有能力在实现全面公共卫生目标方面确定方向和总体战略。政府在与其它利益攸关方打交道时, 应注意维护公共利益并避免利益冲突。不管选择何种政策框架, 都应向包括私立部门、民间社会、非政府组织、新闻媒体、学者和研究人员、家长以及更广泛社区在内的所有利益攸关方广泛宣传此项政策。

建议 6

应主要由政府制定政策并通过由众多利益攸关方构成的一个平台发挥领导作用, 指导实施、监督和评估。政府在确定国家政策框架时, 可以选择在维护公共利益和避免利益冲突的同时, 向其它利益攸关方分配特定职能。

¹ 会员国可以选用若干办法区分食品类别, 例如采用国家膳食指南、科学机构确定的定义、营养素测定模型等, 或可以限制推销某些种类的食品。

政策实施

22. 可以通过各种方式实施所制定的政策。可以实行法律管制,在法律上要求必须实施和履行。另一项办法是,由行业发起自我管制,管制范围涵盖全行业的所有部门(例如广告部门),而不管政府是否进行管制。也可仍然由政府以某种形式(例如确定目标和根据主要指标监督实施情况)要求开展自我管制。还可以采取其它办法,例如实行各种共管机制,其中包括在政府法定框架下或在并无正式联系的情况下采取法定的、自我管制和/或自愿的行业行动。政府或负责机构可以发布或实施有关指南。

23. 针对向儿童推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的所有方面或某些方面进行限制的会员国应确保,本国对这类食品的限制也包括限制不向其它国家推销(输出)。在许多国家,源自境外的推销(输入)造成的影响可能与境内推销同样严重。在这些情况下,国家行动必须不仅考虑到国内推销,而且还应考虑到从境外输入的推销,在此方面应注意到有关会员国的国际义务。在这些情况下,开展有效的国际合作对确保国家行动的重大作用至为重要。

24. 除了为实施国家政策而采取任何其它措施外,还应鼓励私立部门利益攸关方采用符合这些建议所述的政策宗旨和目标的推销方法,并在全球范围内应用这些方法,以便确保同等对待各地儿童,以免影响那些收到境外食品推销广告的国家为限制推销所作的努力。

25. 民间社会、非政府组织以及学者和研究人员可以通过开展能力建设和宣传活动以及提供技术专长,促进实施政策。

建议 7

考虑到所有利益攸关方的资源、益处和负担,会员国应考虑采用最有效办法,减少向儿童推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品。选用的任何方法应符合为了实现政策目标而确定的框架。

建议 8

会员国应开展合作,提供必要的工具,减轻向儿童跨境推销(输入和输出)富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的影响,以便最大程度地发挥任何国家政策的效用。

建议 9

政策框架应确定强制执行机制并建立这些机制的实施制度。政策框架为此应明确规定惩罚措施,并可制定通报申诉制度。

政策监督和评估

26. 实行监督制度有助于收集和记录关于政策是否实现其预定目标的信息。评估也很重要,可以衡量政策宗旨和目标所发挥的作用。可能需要采取多种监督和评估方法,以确保其有效性和避免利益冲突。

27. 政策框架应包括一整套核心程序和成果指标,明确界定职能,指定由没有利益冲突的有关方面负责监督和评估活动和机制。指标需要具体化和量化,并可使用有效和可靠的工具进行衡量。

28. 政策监督应使用有关指标衡量政策目标(即降低暴露程度和影响力)的作用。

29. 例如,为了评估暴露程度的降低情况,可以衡量向儿童推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的广告数量或支出。在此方面可以衡量在24小时期间向儿童推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的电视广告数目。

30. 为评估影响力降低情况,可以衡量具体宣传手段的使用频率。在此方面可以衡量在24小时期间电视上使用特许卡通人物或名人或对儿童特别有吸引力的其它手段向儿童推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的广告播放频率。

31. 可以利用从监督工作中获得的信息:(i)支持实施;(ii)公开记录履行情况;(iii)指导如何调整和改进政策;(iv)促进政策评估。

32. 政策评估应使用具体指标评估政策总体目标产生的作用(即降低推销的影响)。这些指标还应评估儿童是否直接或间接地接触针对其他观众或媒体的宣传广告。

33. 为评估食品广告的影响降低情况,可以衡量富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品的销售量变化或市场份额的变化情况,并衡量在政策作用下儿童消费模式的变化。

34. 最好应使用基线数据作为评估基准,为此应首先收集基线数据,以便确定政策的实际作用。

建议 10

所有政策框架都应包括监督制度,使用明确的指标,确保符合国家政策所定目标。

建议 11

政策框架还应包括评估制度,使用明确的指标,评估政策总体目标的作用和有效性。

研究

35. 全球审查结果显示, 迄今多数现有证据源于高收入国家。许多会员国因缺乏国内数据和研究, 无法查明向儿童推销食品的程度、性质和效果。开展这类研究可有助于国家进一步实施和强制执行政策。

建议 12

鼓励会员国通报关于国内向儿童推销食品的程度、性质和效果的现有信息。还鼓励它们支持在此领域开展进一步研究, 尤其是专门研究如何实施和评估旨在降低推销富含饱和脂肪、转脂肪酸、游离糖或盐的食品对儿童影响的政策。

第六十三届世界卫生大会 在2010年5月21日 通过的决议

向儿童推销食品和非酒精饮料

第六十三届世界卫生大会,

审议了题为 "预防和控制非传染病: 实施全球战略" 的报告以及该文件所附的关于向儿童推销食品和非酒精饮料的一系列建议¹;

忆及关于预防和控制非传染病的WHA53.17号决议和关于预防和控制非传染病: 实施全球战略的WHA60.23号决议;

重申其承诺, 即通过实施卫生大会于2004年认可的饮食、身体活动与健康全球战略 (WHA57.17号决议) 和卫生大会于2008年认可的预防和控制非传染病全球战略的行动计划² (WHA61.14号决议), 就导致非传染病的不健康饮食和缺乏身体活动这两项主要风险因素采取行动;

深为关注低收入国家和中等收入国家非传染病流行率居高不下且仍在上升, 这些疾病与仍影响穷人的传染病一道, 造成双重的疾病负担, 对减贫和经济发展造成严重影响, 扩大了国与国之间以及一国内部的健康差距;

深为关注在2010年据估计共有4200多万名5岁以下儿童过重或肥胖, 其中将近3500万名儿童生活在发展中国家, 并关注世界多数地区儿童肥胖症流行率迅速上升;

确认不健康饮食是非传染病的一项主要风险因素, 不健康饮食的风险始于童年, 在一生期间不断累积;

确认不健康饮食与过重和肥胖有关, 儿童应保持健康的体重, 并食用低饱和脂肪、低转脂肪酸、低游离糖或低盐食品, 以减少今后非传染病风险;

意识到研究结果显示, 向儿童促销食品的广告很普遍, 世界各地还以其它形式广泛向儿童推销食品;

确认所推销的大量食品是高脂肪、高糖或高盐食品, 并确认电视广告影响了儿童的食品偏好、购买要求和消费模式;

确认私立部门实体为减少向儿童推销食品和非酒精饮料而采取的措施, 同时申明在国家和全球范围内对私立部门作出的承诺进行独立、透明监督的重要性;

确认一些会员国就向儿童推销食品和非酒精饮料问题制定了立法和国家政策,

1. 认可关于向儿童推销食品和非酒精饮料的一系列建议;

¹ 文件A63/12。

² 文件A61/2008/REC/1, 附件3。

2. 敦促会员国:

(1) 在考虑到现有立法和适当政策的情况下, 采取必要措施, 实施关于向儿童推销食品和非酒精饮料的建议;

(2) 确定最适合本国情况的政策方法, 制定新的政策和/或加强现有政策, 以努力减轻推销高饱和脂肪、高转脂肪酸、高游离糖或高盐食品对儿童的影响;

(3) 建立监督和评估制度, 监督和评估关于向儿童推销食品和非酒精饮料的各项建议的实施情况;

(4) 采取积极措施, 开展政府间合作, 以减少跨境推销的影响;

(5) 与民间社会以及公、私利益攸关方进行合作, 实施关于向儿童推销食品和非酒精饮料的一系列建议, 减少此种推销行为的影响, 同时确保避免潜在的利益冲突;

3. 要求总干事:

(1) 应会员国的要求向其提供技术支持, 协助其实施关于向儿童推销食品和非酒精饮料的一系列建议, 并协助其监督和评估这些建议的实施情况;

(2) 支持现有的区域网络, 并在适当情况下促进建立新的区域网络, 以便加强国际合作, 减少推销高饱和脂肪、高转脂肪酸、高游离糖或高盐食品对儿童的影响;

(3) 与民间社会以及公、私利益攸关方进行合作, 实施关于减少向儿童推销食品和非酒精饮料的影响的一系列建议, 同时确保避免潜在的利益冲突;

(4) 加强与其它国际政府间组织和机构的国际合作, 促进会员国实施关于向儿童推销食品和非酒精饮料的各项建议;

(5) 使用针对预防和控制非传染病全球战略的行动计划现有评估方法, 监督向儿童推销食品和非酒精饮料的政策;

(6) 作为预防和控制非传染病全球战略以及预防和控制非传染病全球战略的行动计划实施进展报告的一部分, 通过执行委员会第130届会议, 向第六十五届世界卫生大会报告关于向儿童推销食品和非酒精饮料的一系列建议的实施情况。

(第八次全体会议, 2010年5月21日 —
甲委员会第四份报告)



关于向儿童推销
食品和非酒精饮料的
一系列建议

978 92 4 550021 6



9 789245 500216



世界卫生组织