

东鹏饮料（集团）股份有限公司
负责任营销政策



东鹏饮料

东鹏饮料（集团）股份有限公司

负责任营销政策

第一条 目的

东鹏饮料（集团）股份有限公司（以下简称“公司”）秉承“为消费者提供健康功效饮品”的企业使命和“简单、诚信、协作、拼搏”的企业价值观，严格遵守业务所在国家法律法规和商业道德规范，建立全方位的宣传用语审核机制，进行负责任的市场营销、广告宣传和产品推广，旨在提升公司可持续运营能力，践行企业社会责任，推动行业与社会的健康可持续发展。

第二条 适用范围

本《政策》适用于东鹏饮料（集团）股份有限公司及所属公司。

第三条 负责任营销要求

公司严格遵守所有涉及营销实践相关的法律法规，以及适用于公司相关业务的行业规范，包括但不限于《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等；公司出口产品营销活动严格按照业务所在国家及地区的相关法律法规执行。

第四条 负责任营销承诺

公司在如下方面要求全体员工开展负责任营销工作，并承诺：

（一）公司所发布的营销传播内容合法、真实、准确、科学，尊重消费者知情权、选择权、隐私权，不得违背社会公序良俗，不得损害公共利益。

（二）在制作营销与广告内容时，确保所有产品成分及其他信息的声明准确、清晰、客观，不包含任何虚假和误导性内容，（包括但不限于广告、宣传页、产品说明、线上推广文案、短视频等）。

（三）公司不会就公司产品、服务、业绩作虚假或误导性陈述，不会采取欺骗性做法或策略来诋毁竞争对手的声誉和市场地位，不会就竞争对手的工作、产品、服务作误导性陈述。

（四）公司遵循审慎宣传原则，结合法规要求，避免夸大或未经证实宣传公司的产品和服务对社会和环境的积极影响。

（五）在保健食品相关产品标识规范上，严格执行《中华人民共和国食品安全法》及相关法规，依据保健食品注册证书内容进行标识。包装上清晰标注保健食品标志、注册批准文号，设立警示语区并载明规定警示用语。

（六）保健食品广告活动严格遵循《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》及《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》（国家市场监督管理总局令第 21 号）的规定，实行广告审查前置程序，确保内容合法、发布规范。

（七）公司销售管理依据《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例，对经销商实施统一监督管理，属于中国保健食品管理范围的产品，倡导销售终端设立保健食品销售专区（专柜），并按规定设置醒目标识，确保符合专区销售相关法规。

（八）充分尊重和保护客户、消费者及关联方的隐私和数据。

（九）公司建立畅通的消费者咨询、投诉、售后服务通道，充分保障消费者权益。

（十）公司坚持产品道德推广原则，杜绝针对未成年人、特殊群体的诱导性营销行为，不开展违背社会公序良俗的营销活动，确保营销行为与社会伦理及公共利益一致。

第五条 负责任营销审计、监督与培训

（一）公司建立专门的负责任营销内部审核团队，打造由法务法规部门、内审部门、品牌部门、销售部门、研发部门等职能组成的跨部门审核机制，设定负责任营销推广合规审查规则和流程，保障公司营销工作合规性。审计范围覆盖公司全营销链路，包括广告内容制作、销售终端运营、经销商推广行为、线上营销活动等。

（二）公司每半年至少开展一次负责任营销专项审查，内审部形成审查报告，明确问题清单、责任主体及整改期限，并对发现的问题进行每月定期跟踪整改。

（三）公司有义务接受相关部门以及社会公众的监督，并坚持开放透明的原则，提供投诉举报通道，主动接受社会监督，持续完善负责任营销体系。

（四）公司每年面向法务、品牌、公关、研发、销售等跟营销相关的关键部门开展负责任营销培训，提升相关员工负责任营销意识。

第六条 修订与审阅

公司定期审阅本政策，并在必要时进行修订。