

## 2021 年全球营养获取指数呼吁食品行业紧急解决新冠肺炎时代的营养缺口问题

第四次指数和排名显示过去三年整个行业在解决营养不良问题方面的零散结果

**荷兰乌特勒支；2021 年 7 月 1 日**——营养获取倡议（ATNI）发布了 2021 年全球指数，评估了全球最大的食品和饮料制造商及其对解决营养不良问题的贡献。该指数对全球最大的 25 家食品和饮料制造商进行排名，尽管自 2018 年上一次评估以来，一些公司取得了显著进展，但平均而言，该行业仅取得了微小的进步。由于排名前十的制造商的进展似乎有所放缓，获得营养倡议紧急呼吁公司加紧努力，应对世界上一些最严峻的营养挑战。

与营养相关的两个至关重要的[联合国可持续发展目标](#)是：

- **可持续发展目标 2:** 消除饥饿，实现粮食安全，改善营养。
- **可持续发展目标 3:** 确保健康生活，促进所有人的福祉。

各种形式的营养不良影响着世界上每一个国家，[造成数百万人死亡](#)并使人们面临与饮食有关的疾病的风险。2019 年，[6.9 亿人（占全球人口的 8.9%）](#)被认为营养不良，而且由于新冠肺炎对经济的影响，我们看到更多的人经历极端贫困以及超重和饮食相关疾病的后果。该指数显示，各公司越来越重视提供让所有市场都能负担得起和更容易获得的健康食品，特别是对于那些来自低收入家庭和那些无法实际获得营养食品的高风险消费者。

**英国外交部欧洲及美洲事务政务部长 Wendy Morton** 说：“我们欢迎今年的指数发布结果，特别是在因为新冠肺炎疫情导致全球营养不良程度和粮食供应状况恶化的情况下。我们有个独特的机会，以惠及所有人的方式解决这个问题。我们必须让世界上最大的食品和饮料公司承担责任，帮助我们加快全球从这一流行病中复苏的步伐。食品工业在提供让人们更容易获得和负担得起的营养食品方面可以发挥巨大作用，尤其是对发展中国家而言。”

作为第四次综合评估的一部分，该指数对全球 25 家食品和饮料制造商进行了排名（见下文最终排名图），排名前五的公司是**雀巢、联合利华、荷兰皇家菲仕兰公司、达能和阿尔乐**。ATNI 对所有公司的承诺、做法和披露情况进行了评估——涉及治理和管理，健康、负担得起、容易获得产品的生产和分销，以及公司如何影响消费者的选择和行为。

“我们确保完成使命的唯一途径是行动和责任，确保没有人会饿着肚子上床睡觉，每个人都可以获得健康和负担得起的饮食，这些饮食具有人们充分生长和发育所需的所有营养”，**营养获取倡议执行董事 Inge Kauer** 说。“尽管 2021 年全球指数显示我们取得了一些进展，但公司仍需要在全世界范围内优先考虑营养问题，并做出更有力的承诺，以改善食品体系和解决营养不良问题。2021 年是营养促进增长行动年，现在就是食品和饮料制造商采取大胆措施为世界各地的每个人提供更健康饮食的时候了。”

### 结果和排名

2021 年全球指数是对世界上最大的食品和饮料制造商为解决各种形式的营养不良——超重/肥胖、营养不良和微量营养素缺乏所做贡献的唯一独立评估。它根据与营养相关的承诺和政策、实践和披露对公司评分并排名，分为七类：治理、产品、可获得性、营销、生活方式、标签和互动参与。它还使用健康之星评级（HSR）模型评估了公司产品组合的健康状况，并包括对婴儿食品公司销售母乳代用品的评估。

总体而言，2021 年的结果显示，公司需要加大努力，鼓励所有人拥有更健康的饮食。平均得分为 3.3 分，满分 10 分，与 2018 年持平。如果只考虑在 2018 年和 2021 年都接受评估的 22 家公司，平均得分为 3.6 分。

除阿尔乐外，排名前 10 位的公司得分均低于 2018 年的水平，而大多数排名位于中下游的公司得分却略高于 2018 年的水平。这也表明，在改善营养方面，领先的公司似乎已经放缓了脚步。

主要结果包括：

- 在 2021 年的排名中，雀巢以 6.7 分（满分 10 分）领先。该公司在该指数的所有类别中都名列前三，在“治理”和“互动参与”方面排名第一。联合利华以 6.3 分位居第二，荷兰皇家菲仕兰公司以 5.9 分位居第三。阿尔乐从 2018 年的 3.3 分大幅提高到 2021 年的 5.1 分，很大程度上是因为新的标签政策、负责任的营销政策以及其产品组合的健康性的改善。明治公司在该指数中上升了 4 位，部分原因是因为将营养战略纳入了企业社会责任的愿景，以及针对儿童营销和标签的新政策。
- 只有 31% 的产品达到独立健康标准（健康之星评级 3.5 星或以上）。这相当于这 25 家公司在全球销售的 38,176 种不同产品中的 11,797 种。
- 2018 年至 2021 年间，9 家公司产品的平均健康之星评级有所提高。但是，我们发现只有 5 家公司有一半或更多的产品达到 3.5 星的健康标准。
- 25 家公司中有 13 家公司在营养治理方面得分有所提高，这表明其营养政策和管理体系得到加强。
- 14 家公司采用某种形式的公司特定营养成分分析模型（NPM）来监测其产品的健康状况，而 19 家公司承诺在营养水平上（重新）制定产品配方。
- 9 家公司（比 2018 年多 4 家）表示，他们强化产品以帮助解决营养不良问题的方法是基于国际指南的。
- 该指数显示，12 家公司披露了关于重要营养议题的游说立场，而在 2018 年，只有两家公司这样做（尤其是在标签和健康声明监管方面）。
- 在 BMS（母乳代用品）/CF（辅食）2021 指数中，接受评估的 6 家公司中有 3 家的得分较 2018 年指数有所提高。达能和雀巢分别在 BMS/CF 指数中保持第一和第二的位置，卡夫亨氏位居第三。 [点击此处](#)查看 2021 年 BMS/CF 指数。

有趣的是，在治理方面得分高的公司往往在其他类别上也取得了更好的成绩，这表明，从最顶端开始的承诺，将其融入核心业务战略，并公开全面地进行报告，营养活动可能会得到更好的持续。

2021 年全球指数不仅给每家公司打分，还在记分卡上突出了清晰、可行的建议，使公司能够在当地和全球范围内采取积极的改变，解决营养不良问题。

**Kauer 总结道：**“作为全球最大的 25 家食品和饮料制造商，每一家都必须承担起向全球消费者提供健康产品的责任，同时不遗漏营养。这是一项艰巨的任务——但如果我们要实现消除世界饥饿和确保良好健康和福祉的可持续发展目标，就需要立即采取行动。过去三年里，我们看到了供应链的脆弱性，但我们也看到一些公司将此作为创新的机会。随着消费者对健康产品的需求日益增加，制造商有机会承担这一新责任，利用新冠肺炎疫情后的新现实，为所有人提供更健康的饮食。”

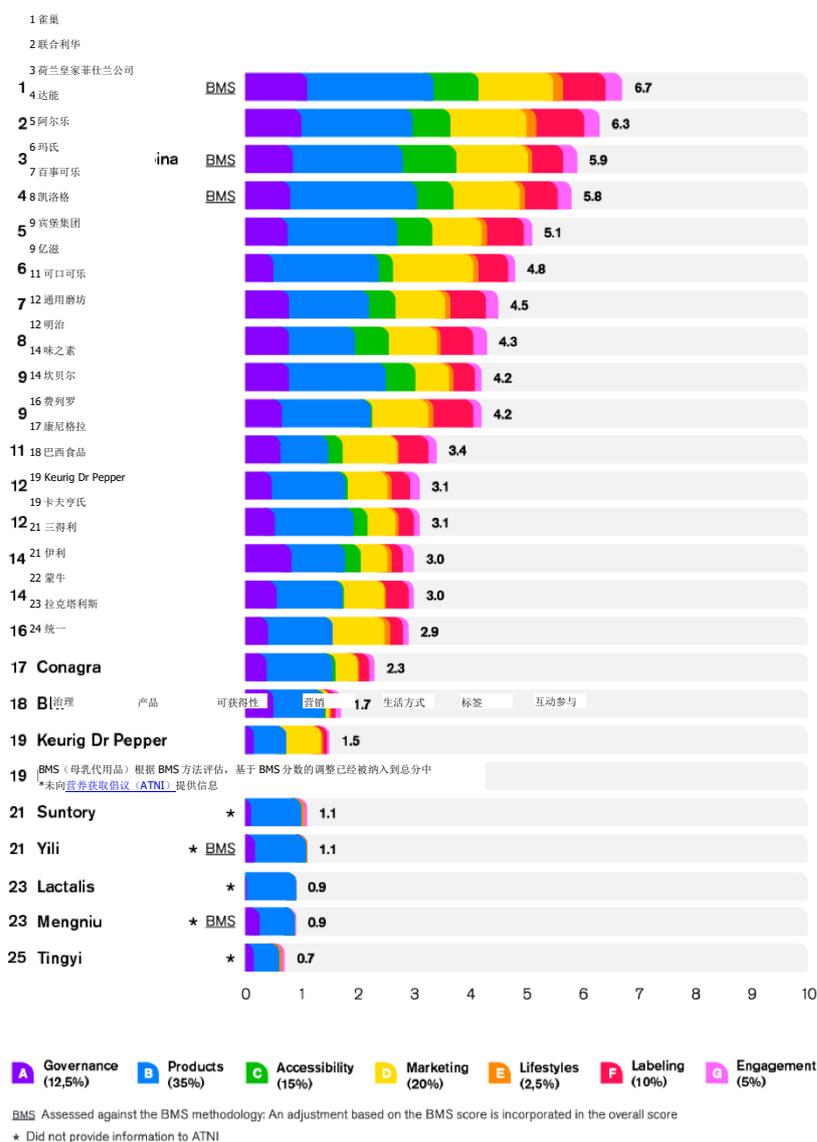
[点击此处](#)查看完整报告。

结束

编辑须知



## 2021 年全球指数最终排名



### 关于营养获取倡议:

营养获取倡议成立于 2013 年，是一个独立的非营利组织。该组织针对各公司在全球和特定市场内为改善消费者获取营养食品和饮料的途径所做的努力，发表独立、全面的分析和评论。营养获取倡议的一部分工作是评估母乳代用品和辅食的生产商。研究过程中，营养获取倡议与包括投资者群体在内的广泛利益攸关方合作，以确保其指数和报告在他们与公司互动和投资公司时被作为一项有用的工具使用。

