

統一超商健康與營養政策

第一條 改善產品的健康與營養

統一超商著重於消費者的健康與安全，致力於提供高營養價值、安全和優質產品的產品，以符合不同顧客的生活方式。

一般具健康營養概念的食品開發依照8大面向：

減少糖添加產品	減少份量的產品進行開發
減少反式脂肪使用產品	較少人工添加(或爭議性)成份
減少鈉的攝取	有機(認證)與蔬素食產品
減少過度使用肥料的產品	強化營養補充產品

用品開發依照4大面向：

具環保標章產品	有機產品
具更多天然植物成分產品	較少人工添加(或爭議性)成份

第二條 改善產品的可負擔性或可獲得性

1. 我們承諾致力於降低食品成本並改善供應鏈，以確保弱勢群體也能夠負擔營養豐富的食物。

2. 根據調查台灣老年族群（55歲以上）素蔬食需求高：針對素蔬食者相當重視食品的成分標示，為方便識別產品內容，我們推出了13種素蔬食標章，透過綠色與橘色色調區分不同族群可選購的類別，詳細列出素蔬食中是否含有五辛、奶、蛋等材料。

第三條 產品份量和背景以避免過度消費

自有品牌鮮食商品成分標籤積極展開成分，讓顧客清楚掌握每份食物營養與份量，亦避免過度攝取及消費。顧客可以從「Simple Fit」、「天素地蔬」品牌—透過包裝正面、插圖、符號等標識，協助消費者更好地理解食品的營養價值。

第四條 行銷傳播準確地代表產品特性

透過「星級饗宴」、「天素地蔬」、「i珍食」、「新極上飯糰」、「Simple Fit」等專區讓顧客可以清楚了解購買的商品特性是否符合期待與需求。

第五條 所有健康與營養資訊和聲明都有科學依據

統一超商產品生產符合法規並伴隨負責任的商品資訊溝通與行

銷致力於推廣蔬食健康概念，提供消費者生菜沙拉、水果、關東煮蔬菜等商品，滿足消費者攝取蔬菜需求。

1. 統一超商參考國健署每日飲食建議每日飲食指南手冊定義出每日蔬菜攝入量的1/3至1/2，依此建議進行商品開發。
2. 產品生產過程符合國際標準，營養成分標示亦遵守國家的食品安全衛生管理法，並伴隨負責任的商品資訊溝通和行銷。

第六條 補充營養資訊的揭露

顧客可以從「Simple Fit」、「天素地蔬」品牌—透過包裝正面、插圖、符號等標識，協助消費者更好地理解食品的營養價值。

透過「Simple Fit」品牌，促進消費者從日常生活中，選擇適合自己的飲食、運動及保健觀念，其分為六大分類：補充膳纖/一日野菜/減醣飲食/蛋白質系列/發酵暢活/新陳代謝，更加積極與顧客溝通並易於依照需求補充，並與千禧之愛基金會合作，由合格營養師評估商品營養成份並做推薦。

第七條 所有產品的營養成分聲明

商品透明標示是統一超商保障消費者權益和健康的關鍵。

1. 依循衛生福利部「包裝食品營養標示應遵行事項」和「包裝食品營養宣稱應遵行事項」，我們於內部「商品安全管理」規章中，明定將「商品標示需符合商標法」、「食品安全衛生管理法或政府相關法令規定」作為新供應商的篩選標準，並要求供應商簽署協議書，保證商品成分、製造、標示及廣告皆符合法規要求。
2. 將商品標示（包含條碼、日期標示、中文標示等）列為物流中心進貨驗收的必要項目。
3. 依循「包裝內控設計制度」管理制度，對自有商品的標示資訊進行把關，確保商品從製造、運輸乃至販賣都有清楚的標示資訊可以依循。