



CHAROEN POKPHAND FOODS PUBLIC COMPANY LIMITED

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

Health And Nutrition

POLICY

นโยบายสุขภาพและโภชนาการ



วิสัยทัศน์ (VISION)

ครัวของโลก

Kitchen of the World

ปณิธาน (ASPIRATION)

สร้างความมั่นคงทางอาหาร
ด้วยนวัตกรรมที่ยั่งยืน

Creating Food Security through Sustainovation

หลักการและเหตุผล / PRINCIPLE

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือซีพีเอฟ ตระหนักดีว่าสุขภาพเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของความเป็นอยู่ที่ดี และโภชนาการที่เหมาะสมสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้คนในทุกช่วงวัย ขณะเดียวกัน บริษัทยังให้ความสำคัญกับความท้าทายระดับโลกด้านสุขภาพ ครอบคลุมภาวะทุพโภชนาการ โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases: NCDs) และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ในการจัดการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงมุ่งมั่นสร้างความมั่นคงทางอาหารด้วยนวัตกรรมที่ยั่งยืน โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคทุกช่วงวัย ภายใต้หลักการผลิตที่รับผิดชอบต่อสังคมและการบริโภคที่สมดุล เพื่อเสริมสร้างระบบอาหารที่ยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดีในระยะยาว

นโยบายฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการบูรณาการประเด็นด้านสุขภาพและโภชนาการเข้ากับกระบวนการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิต การควบคุมคุณภาพ และการตลาด

Charoen Pokphand Foods Public Company Limited (CPF) recognizes that health is a fundamental foundation of well-being, and that proper nutrition plays a vital role in improving the health and quality of life of people at every stage of life. The Company also recognizes global health challenges, including malnutrition, non-communicable diseases (NCDs), and population ageing, which require systematic and collaborative efforts across all sectors to address effectively. As a leading agro-industrial and food company, CPF is committed to strengthening food security through sustainable innovation by developing high-quality, nutritious products that meet the evolving needs of customers and consumers of all ages. Guided by the principles of responsible production and balanced consumption, the Company strives to contribute to a sustainable food system and enhance long-term health and well-being.

This Policy establishes the framework for integrating health and nutrition considerations into the operations of the Company and its subsidiaries, including research and development, raw material sourcing, manufacturing, quality management, and marketing.

ขอบเขต / SCOPE

นโยบายฉบับนี้ใช้กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับกฎหมาย ข้อกำหนด และบริบทของแต่ละประเทศ

This Policy applies to Charoen Pokphand Foods Public Company Limited ("the Company") and its subsidiaries, which may adopt and implement this Policy in accordance with applicable laws, regulations, and the local context of the country in which it operates.

นิยาม / DEFINITIONS

บริษัท	หมายถึง	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
บริษัทย่อย	หมายถึง	บริษัทที่ซีพีเอฟมีอำนาจควบคุมทั้งทางตรง และ/หรือ ทางอ้อม
The Company	means	Charoen Pokphand Foods Public Company Limited.
Subsidiaries	means	Entities controlled, directly and/or indirectly by the Company.

หน้าที่และความรับผิดชอบ / ROLES AND RESPONSIBILITIES

หน่วยงานวิจัยและพัฒนา / Research and Development Function

- ขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและนวัตกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพและการเข้าถึงอาหารตามแนวปฏิบัติในการดำเนินงานที่กำหนดไว้ในนโยบายฉบับนี้
- บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเป็นไปตามเป้าหมายและสอดคล้องตามแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ในนโยบายฉบับนี้
- กำหนดเป้าหมายร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ติดตามผลการดำเนินงาน และรายงานความก้าวหน้าต่อผู้บริหารตามกรอบการกำกับดูแล
- Drive the development of food products and innovations that promote nutrition and enhance access to food in accordance with the established Implementation Guidelines set forth in this Policy.
- Integrate and collaborate with relevant functions to ensure that product development and innovation align with the established objectives and comply with the Implementation Guidelines set forth in this Policy.
- Establish targets in collaboration with relevant functions, monitor implementation progress, and report performance and progress to Management in accordance with the Company's governance framework.

หน่วยงานการตลาด / Marketing Function

- รับผิดชอบให้การสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหารและการดำเนินงานด้านการตลาดสอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ในนโยบายฉบับนี้
- ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- Ensure that food product communications and marketing activities comply with the established Implementation Guidelines set forth in this Policy.
- Coordinate and collaborate with relevant functions to ensure consistent and accurate communication of food product information.

สำนักกฎระเบียบอาหาร / Food Regulatory Affairs Function

- ติดตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับด้านอาหาร พร้อมสื่อสาร ส่งเสริมการปฏิบัติให้สอดคล้อง และให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแสดงฉลากโภชนาการ และการกล่าวอ้างเป็นไปตามกฎหมาย
- ประสานและทำงานร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลของภาครัฐในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายและระเบียบข้อบังคับด้านอาหาร
- Monitor food laws and regulations, communicate regulatory updates, promote compliance, and provide guidance to relevant functions to ensure that product development, nutrition labeling, and nutrition and health claims comply with applicable legal and regulatory requirements.
- Coordinate and collaborate with government regulatory authorities on matters relating to food laws and regulations.

หน่วยงานบริหารความยั่งยืน / Sustainability Management Function

- ประสานงานการดำเนินงานตามนโยบาย Health and Nutrition ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามและรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
- เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบตามมาตรฐานและกรอบการรายงานที่เกี่ยวข้อง
- Coordinate the implementation of the Health and Nutrition Policy in collaboration with relevant functions.
- Monitor and consolidate implementation data from relevant functions and report progress to the Corporate Governance and Sustainable Development Committee.
- Disclose implementation performance and progress to stakeholders in accordance with applicable reporting standards and frameworks.

แนวทางปฏิบัติ / IMPLEMENTATION GUIDELINES

บริษัทกำหนดแนวปฏิบัติเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคในทุกช่วงวัยและภาวะสุขภาพที่หลากหลาย รวมทั้งมีส่วนร่วมในการสร้างระบบอาหารที่มั่นคงและยั่งยืนไว้ดังนี้

The Company establishes the following practices to promote the health and well-being of consumers across all life stages and diverse health conditions, while contributing to a secure and sustainable food system:

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพ Healthy and Nutritious Product

- ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด ‘อาหารแทนยา (Food as Medicine)’ ซึ่งเป็นกรอบแนวทางด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัท ประกอบด้วย
 - กลุ่มส่งเสริมสุขภาพ** เพิ่มสารอาหารที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของระบบต่าง ๆ ของร่างกาย เช่น โปรตีน ใยอาหาร กรดไขมันชนิดโอเมก้า 3 วิตามิน และแร่ธาตุต่างๆที่จำเป็นต่อการทำหน้าที่ตามปกติของร่างกาย
 - กลุ่มป้องกันโรค** ปรับลดสารอาหารที่เป็นปัจจัยเสี่ยงต่อโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases: NCDs) ได้แก่ น้ำตาล โซเดียม คอเลสเตอรอล ไขมันทั้งหมด และไขมันอิ่มตัว
 - กลุ่มฟื้นฟูร่างกาย** พัฒนานวัตกรรมเฉพาะสำหรับผู้ป่วย ผู้สูงอายุ และผู้ที่มีความต้องการสารอาหารบางชนิดเป็นพิเศษเฉพาะกลุ่ม

Prioritize the development of products under the Food as Medicine concept, which serves as the Company's research and development framework, comprising the following categories:

- Health Promotion:** Increase nutrients that support the normal functioning of the body's systems, such as protein, dietary fiber, omega-3 fatty acids, vitamins, and essential minerals.
 - Disease Prevention:** Reduce nutrients that are risk factors for Non-Communicable Diseases (NCDs), including sugar, sodium, cholesterol, total fat, and saturated fat.
 - Recovery:** Develop innovative products specifically for patients, older adults, and individuals with specific nutritional requirements.
- สร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation) และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Renovation) ผ่านการวิจัยและพัฒนาอิงหลักวิทยาศาสตร์ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมุ่งแสวงหาแนวทางในการสร้างคุณค่าใหม่ ๆ เพื่อยกระดับคุณภาพ ความปลอดภัย รสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการอย่างต่อเนื่อง

Promote innovation and renovation through science-based research and development, leveraging advanced technologies and continuously exploring new approaches to enhance product quality, safety, taste, and nutritional value.

- กำหนดเกณฑ์ด้านโภชนาการ (Nutrition Criteria) และแนวทางการประเมินคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ (Nutrition Profiling Framework) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และติดตามผลการดำเนินงานด้านโภชนาการอย่างต่อเนื่อง โดยอ้างอิงหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ มาตรฐานสากล และข้อกำหนดของแต่ละประเทศ

Establish Nutrition Criteria and a Nutrition Profiling Framework to guide product development, product renovation, and the continuous monitoring of nutrition performance, based on scientific evidence, internationally recognized standards, and applicable country-specific requirements.

- ร่วมมือกับเครือข่ายนักวิชาการ สถาบันการศึกษา ตลอดจนพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพในการคิดค้นและพัฒนาแนวทางที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพที่ดีในมิติต่าง ๆ

Collaborate with academic networks, educational institutions, and business partners with expertise in health to develop innovative approaches that promote well-being across multiple dimensions.

การส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม

Promoting Access to Quality and Affordable Food

- ส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการ โดยลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ควบคู่กับการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตอาหารสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ ไปจนถึงการแปรรูป และการจัดจำหน่ายอาหาร ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพอาหารและประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนการเสริมสร้างโอกาสในการเข้าถึงอาหารได้อย่างทั่วถึง ในราคาที่เหมาะสม และต่อเนื่องทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต

Promote access to quality and nutritious food by investing in research and development for both products and production processes, while leveraging innovation and advanced technologies throughout the value chain, from raw material sourcing, feed production, animal farming, and food processing to food distribution. These efforts contribute to improving food quality and production efficiency, while enhancing access to nutritious food at affordable prices and supporting the continuous availability of food under both normal and crisis situations.

การสื่อสารข้อมูลและทำการตลาดอย่างรับผิดชอบ

Responsible Product Communication and Marketing

- สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างรับผิดชอบภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายแต่ละประเทศ โดยครอบคลุมทั้งฉลากผลิตภัณฑ์และการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกบริโภคได้อย่างเหมาะสมและส่งเสริมการบริโภคอาหารที่สมดุล โดย
 - **ฉลากผลิตภัณฑ์** แสดงข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย ครอบคลุมส่วนประกอบสำคัญ วิธีปรุงเพื่อรับประทานหรืออุ่นอาหาร และการเก็บรักษา ทั้งนี้ หากมีการแสดงข้อมูลที่ใช้ในการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (Nutrition Claim) ทั้งปริมาณสารอาหารและการเปรียบเทียบสารอาหาร ข้อมูลโภชนาการแบบมาตรฐาน (Nutrient Declaration) และข้อมูลโภชนาการเพิ่มเติม (Supplementary Nutrition Information) ต้องอ้างอิงผลการตรวจวิเคราะห์จากห้องปฏิบัติการหรือวิธีการที่ได้รับการยอมรับ สำหรับการกล่าวอ้างและการ

แสดงข้อมูลโภชนาการในทุกผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องของแต่ละประเทศที่ดำเนินธุรกิจ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างเหมาะสม และต้องแสดงข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหารด้วย

- **การสื่อสารทางการตลาด** สร้างการรับรู้และส่งเสริมโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการตามลักษณะผลิตภัณฑ์ และเหมาะสมกับช่วงวัยและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค โดยครอบคลุมทุกช่องทาง ทั้งสื่อดั้งเดิม สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ และ Influencer Marketing ซึ่งผ่านกระบวนการตรวจสอบและอนุมัติโดยหน่วยงานที่บริษัทกำหนดก่อนเผยแพร่ ทั้งนี้ บริษัทหลีกเลี่ยงการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำตาล ไขมัน หรือโซเดียมสูง สำหรับการสื่อสารที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเด็กและเยาวชน โดยอ้างอิงเกณฑ์อายุตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลในแต่ละประเทศ ควบคู่กับแนวทางขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมการบริโภคอย่างสมดุล (Balanced Diet) โดยนำเสนอข้อมูลสัดส่วนอาหารที่เหมาะสมทั้งประเภทและปริมาณ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสารอาหารเพียงพอตามความต้องการ และหลีกเลี่ยงการบริโภคสารอาหารที่ควรจำกัดมากเกินไปตามสุขภาพของแต่ละบุคคล

Communicate product information responsibly in accordance with the applicable laws and regulations of each country. Product labeling and marketing communications shall support consumers in making informed food choices and promote a balanced diet through the following practices:

- **Product Labeling** Ensure that product labels provide accurate, complete, and easy-to-understand information, including key ingredients, preparation or heating instructions, and storage conditions. Where nutrition claims, including nutrient content claims and comparative nutrition claims, nutrient declarations, and supplementary nutrition information are provided, such information shall be supported by laboratory analysis or other scientifically accepted methods. All nutrition claims and nutrition information for all products in all markets shall comply with the applicable regulatory requirements and relevant standards of the countries in which the Company operates, enabling consumers to make informed decisions. Allergen information shall also be clearly declared.
- **Marketing Communications** Conduct marketing communications to raise awareness of and promote access to safe and nutritious food appropriate to the nature of the products, as well as the age groups and lifestyles of consumers. This shall apply across all communication channels, including traditional media, digital media, social media, and influencer marketing. All marketing communications shall be subject to the Company's internal review and approval process prior to publication. Avoid advertising products high in sugar, fat, or sodium where children and adolescents are the primary target audience, taking into consideration the age criteria established by the applicable regulatory authorities in each country, together with the recommendations of the World Health Organization (WHO). Promote a balanced diet by providing guidance on appropriate food choices and portion sizes to help consumers obtain adequate nutrients while avoiding excessive intake of nutrients that should be limited, taking into account individual nutritional needs.

การทบทวนนโยบาย / POLICY REVIEW

ให้หน่วยงานบริหารความยั่งยืนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทบทวนนโยบายฉบับนี้เป็นประจำทุกปี หรือตามระยะเวลาอันสมควร หากพบว่านโยบายฉบับนี้ไม่เหมาะสมกับสภาพการดำเนินธุรกิจของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย ให้หน่วยงานบริหารความยั่งยืนนำเสนอนโยบายฉบับใหม่ที่ได้มีการทบทวนและปรับปรุงแก้ไขดังกล่าวต่อประธานคณะผู้บริหารเพื่อขออนุมัติการนำไปใช้บังคับต่อไป

The Sustainability Management Function, in collaboration with relevant functions, shall review this Policy annually or as appropriate. If this Policy is deemed no longer appropriate to the business operations of the Company and/or its subsidiaries, the Sustainability Management Function shall revise the Policy as necessary and submit the revised Policy to the Chief Executive Officer for approval prior to its implementation.



[www. cpfworldwide.com](http://www.cpfworldwide.com)