



执行摘要

关于提供产品可持续性信息的准则

“关于提供产品可持续性信息的准则”，为价值链上和公共部门的专业人士提供了明确的指导原则，用以编制面向消费者的、关于产品可持续性信息的有效且可靠的声明。这些指导原则适用于所有地区和各种规模的公司。其长期目标是创造一个公平的竞争环境，开发新的或修订现有的产品可持续性信息。

该“准则”的宗旨，是增强消费者权益，使其在产品选择、使用和处置方面做出知情的可持续选择。

“准则”确定了必须满足的最低要求（基本原则），并鼓励长期性的愿景、改进和可持续性管理（理想原则）。相关的指导原则也引导用户去完善与消费者的沟通交流。

“准则”重点关注为消费者提供的信息。但这并不意味着，减少产品制造和消费对社会和环境的不利影响，只是消费者的责任。只有价值链上的所有利益攸关方都发挥其作用，并承诺采取更加注重环保和社会的行动，才能实现可持续的消费和生产。

基本原则



可靠

在可靠信息的基础上编制产品声明

- 准确和科学证实
- 稳健且连贯
- 实证数据和假设



相关

谈及如下领域的重大改进

- 涵盖重要方面（“热点”）
- 不掩盖产品性能低劣，不转移负担
- 产品的良好表现（超过法律所规定的要求）



清晰

使信息对消费者有用

- 声明和产品之间专有和直接的联系
- 明晰易懂
- 明确说明产品声明的局限



透明

满足消费者对信息的渴求，不隐瞒信息

- 公布声明的开发者和证据的提供者
- 公布声明的可追溯性和生成（方法、来源等）
- 向主管机构开放的保密信息



可及

让信息走向消费者，而不是相反

- 清晰可见：声明很容易找到
- 易于获取：声明出现在产品附近以及应出现的时间和地点

理想原则

可持续性的三个层面

展示产品可持续性的全貌

- 考虑环境、社会和经济层面
- 避免在各层面之间转移负担
- 合并互补的认证体系



行为改变以及更长远的影响

推动从信息走向行动

- 应用行为科学的识见
- 积极鼓励消费者视情发挥作用
- 与消费者建立更长期的关系



多渠道与创新方法

以多种方式与消费者打交道

- 使用各种互为补充的沟通渠道
- 不同的用户群使用不同的渠道
- 信息补充但不加重消费者负担



合作

与他人合作，提高认可度和可信度

- 吸收广泛的利益攸关方参加产品声明的开发和传播
- 采用联合传播渠道
- 使用包容性语言让消费者感受到自己参与其中



可比性

帮助消费者在类似产品之间做出选择

- 产品比较有实据并对消费者有用
- 采用由政府或第三方发起的方法
- 遵循具体指导原则



目标受众



私营部门：主要生产商、制造商、零售商和采购从业人员，回收、废物和资源管理设施



营销和广告行业人员



产品标识计划和自愿的可持续性标准计划



政府（包括国家以下当局）和公共采购从业人员



工会，行业或产业机构



消费者，环保组织和其他民间社会组织



市场监督机构

适用关于开发产品
可持续性信息的准则

将（即将推出的）产品
可持续性信息计划和政
策与“准则”进行比较
并加以调整

对照“准则”检查产品
可持续性信息的质量

开发进程和后续步骤

“准则”参考了公认且完善的国家、地区和部门性指导原则，在可持续消费和生产十年框架方案（10YFP）消费者信息项目（CI-SCP）框架下寻求国际共识进程中编制而成。2015年6月至2017年10月，联合国环境规划署和国际贸易中心召集了由来自各行业和地区的35位专家组成的工作小组，举办了多次网络会议和一次面对面研讨会，商讨制定“准则”事宜。在为期两个月的全球协商期间，来自90多个组织的意见在准则编制进程中也发挥了至关重要作用。2017年，不同部门和地区的组织正在进行“准则”的应用测试。

本出版物是可持续消费和生产十年框架方案（10YFP）消费者信息项目的成果。该方案是一个全球性平台，旨在支持提供有关商品和服务的高质量信息，鼓励并帮助消费者进行可持续消费。

详情见 www.spcclearinghouse.org/consumer-information-scp/，
或联系 ciscp@un.org。

支持单位：



联邦环境、
自然保护、建设和核反应堆安全部

根据德意志联邦共和国议会决议