企業使用永續獎項與永續標章反漂綠指引（草案）說明

環境部氣候變遷署

2026.11.4

反漂綠國際作法與我國現況說明

歐盟

專法

歐盟於2024年通過《**消費者賦權綠色轉型指令**》（**Directive (EU) 2024/825**），進一步將漂綠、誤導性環境宣稱及不當永續標章等行為納入消費者保護規範。

罰緩

原則上由各會員國訂定有效、相稱且具嚇阻性的罰則；但對涉及跨會員國、依歐盟消費者保護合作機制執法的「廣泛侵害」，會員國法定最高罰鍰至少須達涉案會員國年營業額4%；無法取得營業額資料時，最高罰鍰至少須達200萬歐元。

我國

企業—碳中和指引

環境部訂定「企業宣告碳中和指引」提供企業進行碳中和宣告之操作參照，企業欲進行碳中和宣告應符合國際標準，包括盤查、減量、抵換三大核心原則，並應完整的資訊揭露以達到實質減量及避免漂綠。

金融機構—反漂綠指引

金管會訂定「金融機構防漂綠參考指引」，金融機構若以誇大、不實或足致誤信方式宣傳綠色、ESG或永續商品，則可依「金融消費者保護法」及相關廣告辦法處以罰鍰。

漂綠行為由公平交易法處理

對一般企業而言，目前漂綠行為主要透過**「公平交易法」**有關虛偽不實或引人錯誤表示之規定處理。

訂定企業使用永續獎項與永續標章反漂綠指引（草案）

適用一般企業之反漂綠指引，建立一致之永續資訊揭露及宣稱原則，以降低誤導風險並提升企業永續溝通之可信度。

章節架構

壹、目的
貳、適用對象
參、名詞定義
肆、企業使用永續獎項或永續標章應遵循之一般原則
伍、企業應避免之行為例示
陸、公開資訊揭露
柒、證據及資料保存
捌、結語

企業使用永續獎項與永續標章反漂綠指引（草案）訂定目的

因永續獎項與標章日益常見，若使用方式不清楚或過度延伸，易造成漂綠與誤導。

永續資訊傳播普遍

企業廣泛使用永續獎項、標章、評級與排名，對外傳達企業、產品、服務或專案之永續績效。

評估基礎差異大

不同獎項與標章在評選對象、適用範圍、評估方法、查核程度與有效期間上，可能存在明顯差異。

不當引用恐致誤導

若未清楚揭露性質、範圍及限制，或將局部成果擴張為全面表現，可能形成漂綠印象，誤導消費者、投資人與其他利害關係人。

指引的目的

本指引以反漂綠為核心，強調真實、清楚、完整且可驗證的永續溝通，以提升資訊透明度、可信度與可比較性。



核心訊息　重點不在禁止使用永續獎項或標章，而在避免名實不符、範圍過度延伸與整體印象誤導。

適用對象及使用情境

適用對象

企業　民間機構　行政機關（構）

凡使用永續獎項或永續標章對外傳達資訊者，均宜參照本指引。

常見使用情境

- 商品包裝、標籤及服務資訊
- 廣告、型錄、新聞稿與行銷資料
- 企業網站、電子商務平台及社群媒體
- 年報、永續報告書及公開資訊
- 投資人簡報及募資文件
- 其他足以影響利害關係人判斷之商業溝通

第三方代為發布，也應遵循

企業若委由廣告業者、公關業者、經銷商、平台業者或其他第三人代為發布相關資訊，亦宜確保所使用之永續獎項或永續標章符合本指引原則。

企業

提供正確且符合指引之永續獎項或標章相關資訊

- 廣告業者／公關業者
- 經銷商
- 平台業者
- 其他第三人

對外發布

透過各類媒介向外界傳達相關資訊

重點提醒　不論由誰發布、透過何種媒介傳達，只要足以影響外界判斷，皆應注意資訊真實、範圍清楚與整體呈現不誤導。

永續獎項及永續標章

永續獎項

定義

由政府機關、民間機構、公協會、媒體、國際組織、評等機構或其他第三方授予或發布的第三方評價資訊。

常見形式

獎項、排名、評級、級別或其他類似評價資訊。

常見使用情境

企業引用獲獎、入選榜單、ESG評等或永續排名，對外說明其永續表現。

永續標章

定義

足以表示或使外界認為產品、服務、企業或專案具備特定環境或永續屬性的標誌、認證、標籤、章戳、符號、圖像或其他類似視覺表示。

涵蓋類型

第三方認證標誌，以及企業自行之永續宣告。

常見使用情境

企業於包裝、網站、型錄或廣告上展示環境標誌、認證圖樣或永續宣告。

共同注意事項　無論是獎項或標章，企業都應清楚說明其性質、適用對象、範圍、限制與實際意義，避免擴大解讀。

第三方評價 | 視覺標示 | 對外溝通 | 影響利害關係人判斷

宜遵循之八大原則

1



真實及正確

確認真實取得且資訊最新

2



清楚及易於理解

一般人可理解，不造成誤認

3



對象及範圍具體

明確標示適用對象與範圍

4



資訊完整

揭露效期、限制與關鍵條件

5



可驗證

具備證書、報告等可信證據

6



範圍相稱

聲明與實際成果相稱

7



利益關係透明

揭露重大贊助、顧問或控制關係

8



整體印象不得誤導

文字、圖像與版面整體不得誤導



核心提醒

不僅要確認獎項或標章真實存在，也要確保聲明與實際獲獎、認證或查驗範圍一致，並充分揭露必要資訊，避免透過文字、圖像或整體呈現方式形成超出事實的永續印象。

確保聲明真實、清楚且易於理解

原則一：真實及正確

宜確認其確實取得、符合或具有使用該永續獎項或永續標章之資格，並確保相關資訊正確且維持最新狀態。

不宜以不實資訊表示或暗示其企業、產品、服務或專案已獲獎、取得認證、符合特定標準、獲政府頒發或經獨立第三方查驗。

原則二：清楚及易於理解

宜以一般消費者、投資人或交易相對人得以理解之方式，清楚說明永續獎項或永續標章之性質。

使用專業術語、縮寫、評級代碼或特殊分類時，宜以簡明文字補充其意義。

不宜使用模糊、過度技術性或自行創設之用語，因此高估其永續價值、效益或代表性。

聲明與事實不符

- 僅取得入圍資格，卻宣稱正式獲獎
- 持續使用已失效的永續標章
- 使外界誤認具有有效認證資格



用語不清或混淆性質

- 自行設計「永續認證」徽章，卻未說明屬自行宣告
- 使用未經解釋的ESG評級代碼
- 使外界誤認已取得第三方認證



明確界定適用範圍並完整揭露資訊

原則三：對象及範圍具體

宜清楚說明永續獎項或標章所對應之實際對象，包括組織、集團、母公司、子公司、事業部門、廠區、產品、服務或專案等

如僅適用於特定產品、廠區、子公司、專案、地區、期間或永續面向時，宜一併明確揭示其適用範圍。

不宜將獎項或標章成果擴張至企業整體。

原則四：資訊完整

宜完整揭露重要資訊，包括獎項或標章之有效期間、評選年度、授予對象、地理範圍、評估項目、適用條件、排除事項、重大限制等。

宜透過網站連結、QR Code或其他易於取得之方式提供補充資訊。

不宜遺漏、隱藏或將重要資訊置於不易發現之頁面、文件或其他位置。

適用範圍被擴張

- 特定廠區或節能獎項，卻宣稱集團所有據點均有同樣表現
- 造成獲獎成果之適用對象被不當放大



隱匿重要資訊或限制

- 宣稱獲得全球永續排名，卻未說明評選年度、參與母體、產業範圍及地理限制等細節，使外界忽略獲獎關鍵資訊，致誤其具有全面性及代表性

聲明應有證據支持，且與實際成果相稱

原則五：可驗證

企業於使用永續獎項或永續標章時，宜具備合理且可信之證據，以支持其使用資格及相關聲明。

相關證據包括獲獎通知、證書、授權文件、標章使用規範、評選辦法、認證標準、查驗報告、評級報告、公開資料或其他足以確認相關事實之文件等。

原則六：範圍相稱

企業引用永續獎項或永續標章所形成之聲明，宜使其範圍及程度與實際評選、認證或查驗範圍相稱。

不宜將單一指標之優良表現擴張為全面性永續優良、將特定環境面向之認證擴張為完整ESG表現。

以獎項支持未證實的衍生聲明

- 因「製程創新」獲獎，卻直接宣稱產品減碳50%或已達產品碳中和，卻無法提出盤查或查驗證明。



局部成果包裝為全面績效

- 因公司治理表現優良而獲獎，卻宣稱企業ESG績效，甚至表示所有產品均對環境友善



利益關係透明，整體呈現不得誤導

原則七：利益關係透明

企業與授獎主辦單位或查驗機構間，如存在足以影響一般大眾對其客觀性、獨立性或可信度判斷之重大利益關係，宜清楚揭露。

包括重大贊助、成功報酬、付費取得宣傳資格、購買得獎方案、顧問服務、會員關係、控制或關係企業關係等情形。

原則八：整體印象不得誤導

企業使用永續獎項或永續標章時，宜確保文字內容及標誌樣式等版面配置整體呈現方式與實際情形相符，並使外界得以正確理解其適用對象、範圍及所代表之永續意義。

不宜以整體呈現方式，使外界誤認該獎項或標章適用於未經評選、認證或查驗之企業、產品、服務或專案。

未揭露重大利益關係

- 未說明與評選機構存在關係企業控制、重大贊助或顧問服務，誤使外界誤認獎項具有高度獨立性



視覺呈現形成整體誤導

- 僅單一產品取得標章，將標章放於企業首頁或全系列產品展示區，使一般民眾誤認全部產品已經認證



公開資訊揭露

1 基本識別資訊



- 獎項或標章完整名稱
- 主辦／授予機構
- 獲獎年度及有效期間

2 評選範圍與方法



- 實際授予對象
- 評選或評估範圍
- 主要評估基礎、指標或方法

3 資訊透明化



- 足以影響理解的重大限制
- 與評選或認證機構間足以影響客觀性判斷的重大利益關係

4 可查證資訊



- 官方網站
- 公開資料
- 其他可供查閱的資訊來源

揭露原則

可透過企業官方網站、永續報告書媒介揭露獲獎消息，並以網站連結或QR Code方式提供補充資訊，不宜單單僅以授獎單位相關連結取代。

相關證據如何保存

企業應建立適當的證據及資料保存機制，確保相關宣稱具有事實依據，並能在必要時說明其適用範圍及使用情形。



1 建議保存資料

- 獲獎證書、認證文件、授權文件
- 標章使用規範、評選標準、查驗報告
- 有效期間及續期資料

2 使用紀錄

- 企業實際使用的廣告、網站頁面、商品標示
- 新聞稿、社群貼文及其他宣傳紀錄

3 衍生聲明支持文件

- 減碳、碳中和或其他環境效益之試驗、分析、研究、查驗等證據
- 足以影響獎項獨立性判斷的重大利益關係資料

保存年限

原則上，自聲明最後使用日起保存至少五年；其他法令另有較長保存期限者，從其規定。

保存完整資料，有助於事後查證、內部管理與風險控管。

企業使用前自我檢核表

發布前請逐項勾選；核心資訊可先自問：一般人不點連結、不掃描 QR Code，能否正確理解本次聲明？

檢核事項	是	否	不適用
1. 已確認確實取得或符合使用資格；歷史獲獎已明示年度且未暗示為現行認證。	□	□	-
2. 獎項或標章之名稱、圖樣及呈現方式，與實際取得內容及使用規範一致。	□	□	-
3. 主要聲明或鄰近位置已清楚表示名稱、性質及實際適用對象。	□	□	-
4. 未將特定產品、廠區、期間或單一永續面向，擴張為企業或集團整體表現。	□	□	-
5. 未省略年度、效期或重大限制，並於主要聲明或鄰近位置揭露。	□	□	□
6. 一般人不易理解之術語、評級代碼或自行宣告性質，已提供必要說明。	□	□	□
7. 文字、圖像、標誌位置、字體及呈現時間，整體上足以正確理解聲明。	□	□	-
8. 針對減碳成效、碳中和或其他衍生環境效益，已有相應證據及範圍說明。	□	□	□
9. 已揭露足以影響獨立性判斷之重大利益關係；屬核心資訊者已就近說明。	□	□	□
10. 已保存使用資格及聲明之支持資料，並確認所提供之補充資訊可查閱。	□	□	-

說明：1. 勾選「否」者，宜先修正文案、補足證據或調整揭露方式，再行發布；無法支持之聲明，宜刪除或縮小範圍。勾選「是」仍須有事實及證據支持，亦不取代個案之整體印象判斷。
2. 第1至4、7及10題為基本檢核項目，不宜勾選「不適用」；第5、6、8及9題僅於該情境未發生時勾選「不適用」，並於內部紀錄簡述理由。

落實負責任的永續溝通，降低漂綠風險

獎項／標章是成果訊號，不是全面保證

可傳達特定成果，但不代表企業整體皆具全面永續績效。

確認對象、範圍、方法與限制

說清楚授予對象、評選範圍、認證方法及重大限制。



負責任的永續溝通
共創可信賴的永續未來

揭露要真實、清楚、完整、可驗證

避免模糊、誇大、遺漏或難以查證的永續聲明。

善用指引與自我檢核表

提升揭露品質，降低不當宣稱與漂綠風險。

結論重點

透過**真實、清楚、完整且可驗證**的永續溝通，維護利害關係人的合理判斷，並提升企業永續行動與市場機制的**公信力**。

簡報結束 敬請指教

Thank You.