企業使用永續獎項與永續標章反漂綠指引草案

壹、目的

鑑於企業日益重視環境、社會及公司治理（Environmental, Social and Governance，ESG）與永續發展，經常引用永續獎項、永續標章或其他第三方評價資訊，對外展現其企業、產品、服務或專案之永續表現。惟各類獎項及標章之評選對象、適用範圍、評估方法、有效期間及查核程度不一；企業若未清楚說明其性質與限制，或將特定對象、期間、單一面向之成果，過度延伸為企業整體或全面性之永續表現，易使消費者、投資人及其他利害關係人產生誤解。

為落實「反漂綠」精神，防止企業藉由片面、模糊、誇大或逾越實際評選範圍與認證內容之表述，使外界形成較實際情形更為正面之永續印象，進而造成名實未符或資訊不對稱，特訂定「企業使用永續獎項與永續標章反漂綠指引」（以下簡稱本指引），期引導企業相關聲明真實、清楚、完整且可驗證，以提升永續資訊之透明度、可信度及可比較性，供企業依循及社會大眾參考檢視。

貳、適用對象

本指引適用於企業、民間機構、行政機關（構）等（以下簡稱為企業）；而「使用」係指包括但不限於下列媒介或活動中，以文字、圖像、符號、標誌、連結、影音、口頭說明或其他直接或間接方式，展示、宣告、引用或傳達永續獎項或永續標章：

1. 商品、包裝、標籤及服務資訊。
2. 廣告、型錄、新聞稿及其他行銷資料。
3. 企業網站、電子商務平台及社群媒體。
4. 年報、永續報告書、公開說明書及其他公開資訊。

5. 投資人簡報及募資文件等銷售文件。

6. 其他足以影響利害關係人判斷之資訊或商業溝通。

企業委由廣告業者、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者，亦宜確保所使用之永續獎項或永續標章符合本指引原則。

參、名詞定義

一、永續獎項

指由政府機關、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，足以使外界認為企業、產品、服務或專案具備特定環境、社會、治理或永續表現之獎項、排名、評級、級別或其他類似第三方評價資訊。

二、永續標章

指由第三方認證標誌及企業自行之永續宣告，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之標誌、認證、標籤、章戳、符號、圖像或其他類似視覺表示。

三、漂綠

指企業使用永續獎項、永續標章或其他第三方評價資訊，對外傳達其企業、產品、服務或專案之永續表現時，提供不實、模糊、誇大或缺乏充分證據支持之資訊，或選擇性揭露正面成果、隱匿重要資訊及限制條件，或作成超出實際評選、認證或查驗範圍之聲明，進而可能誤導消費者、投資人或其他利害關係人之判斷。

肆、企業使用永續獎項或永續標章宜遵循之原則

一、真實及正確

企業宜確認其確實取得、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。

企業使用真實存在之獎項或標章時，宜確認其聲明內容及整體呈現方式與實際情形相符，不致使外界產生超出事實之印象；不宜僅因個別文字內容屬實，即採用整體上可能造成錯誤理解或誤導之表達方式。

二、清楚及易於理解

企業宜以一般消費者、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。

企業不宜使用模糊、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。

三、對象及範圍具體

企業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。

企業不宜將獎項或標章成果擴張至企業整體，致使外界誤認其亦適用於其他未經評估、認證或查驗之對象。

四、資訊完整

企業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，對於避免主要聲明造成誤導所必要之關鍵資訊，宜於主要聲明鄰近位置以清楚、明顯方式揭露。

企業不宜遺漏、隱藏或將重要資訊置於不易發現之頁面、文件或其他位置，致使外界無法即時掌握獎項或標章之實際適用條件、範圍或限制。

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。對於企業自行增加、擴張或轉述之永續聲明，亦宜確認具有相應且充分之證據支持。

企業不宜僅因取得第三方獎項或標章，即推定所有衍生之永續聲明均已獲得證實，或據以作成超出原評選、認證、查驗或授權範圍之宣稱。

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；如僅涉及單一指標、特定環境面向或企業層級之成果，宜依其實際適用範圍進行表述，並適當揭露與該聲明直接相關之重大不利影響。

企業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，或將企業層級之獎項延伸解讀為所有產品或服務均具相同永續屬性；亦不宜以局部或相對次要之永續成果掩蓋重大不利影響，致使外界高估

企業整體環境或永續表現。

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；包括直接或間接之控制或關係企業關係、重大贊助或資金依賴、付費得獎或附帶交易、顧問輔導與評選業務涉及之利益衝突、人員或評選決策關係，以及其他可能影響評選公正性之特殊利益安排。

企業依公開且一致之制度支付一般申請、查驗、認證或合理行政費用者，不當然影響其獨立性；惟相關費用安排、商業關係或附帶交易足以影響外界判斷時，宜適當揭露。

企業不宜隱匿或淡化足以影響外界判斷之重大利益關係，致使一般大眾誤認相關獎項、標章、認證、評級或排名具有較高之客觀性、獨立性或公正性。

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。

企業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；即使個別文字並無不實，亦不宜造成永續表現較實際情形更佳、適用範圍更廣，或已取得實際上不存在之認證、核准或第三方背書等錯誤印象。

伍、企業宜避免之行為例示

為協助企業辨識使用永續獎項或永續標章時可能涉及之漂綠或誤導情形，以下依「肆、企業使用永續獎項或永續標章宜遵循之一般原則」所列八項原則，提供例示參考。下列情形並非窮盡列舉，實際判斷仍應綜合考量聲明之文字、圖像、標誌、揭露位置、適用情境及所形成之整體印象；同一行為亦可能同時涉及數項原則。

企業使用前自我檢核表，詳附件所示，企業宜在聲明發布之前先內部自我檢視，確認聲明具備相關事實及證據支持。

漂綠行為	例示
一、獎項或標章之聲明與事實不符	A 公司於產品包裝及官方網站宣稱其產品「榮獲年度永續產品金獎」，並使用該獎項徽章。然而，A 公司實際上僅獲得入圍資格，並未正式得獎，亦未取得徽章使用授權。另該公司過去曾取得之環境標章已逾有效期間，仍持續以現行有效資格之方式展示。A 公司之宣稱使消費者誤認其已正式獲獎且目前仍具標章使用資格，與事實不符，具有誤導性。
二、使用不清楚之用語或混淆獎項、標章性質	B 公司自行設計一枚名為「國際永續品質認證」之綠色徽章，並以類似政府或第三方認證標章之形式印製於產品包裝，但未說明該徽章係由公司自行訂定基準及自行評估。B 公司另宣稱產品取得「ESG AAA＋等級」，卻未說明該等級之評估機構、意義及評估方式。一般消費者可能因此誤認該產品已經政府、國際組織或獨立第三方認證，具有誤導性。
三、將特定對象取	C 公司旗下某子公司之特定廠區，因節能

得之獎項或標章擴張至其他對象	改善措施獲得地方政府頒發之節能績優獎。C公司於集團網站及廣告中卻宣稱「本集團所有營運據點均為節能標竿」，並將該獎項標誌放置於全系列產品頁面。由於該獎項僅授予特定子公司及特定廠區，未涵蓋集團其他公司、廠區或產品，C 公司將局部獲獎成果擴張為集團整體表現，可能造成外界誤解。
四、隱匿足以影響判斷之重要資訊或限制條件	D 公司宣稱其為「全球十大永續企業」，並於年報及投資人簡報中引用相關排名。然而，該排名實際上僅針對特定地區、特定產業及主動付費參與評選之企業進行比較，且評選資料係三年前之資料。D 公司未揭露評選年度、參與母體、產業及地理範圍等重要限制，使投資人可能誤認該排名係針對全球所有企業所進行之全面比較，具有誤導性。
五、以獎項或標章支持未經證實之衍生聲明	E 公司之低碳製程改善計畫獲得「永續創新獎」，該獎項主要評估創新構想及管理制度，並未查驗產品實際減碳量。E 公司卻以該獎項作為依據，宣稱其產品「碳排放降低百分之五十」及「已達碳中和」，但無法提出碳足跡盤查、減量計算、查驗報告或其他證據。E 公司僅因取得獎項，即擴張作成具體減碳效益宣稱，其說法無法獲得證實，可能誤導消費者。
六、將單一或局部永續成果包裝為全面性	F 公司因公司治理制度及資訊揭露表現獲得「公司治理優良獎」，遂於廣告中宣稱其為「全方位永續企業」，並表示其所有產品均屬「對環

永續表現	境友善」及「零環境負擔」。然而，該獎項並未評估產品原料、生產排放、能源使用、廢棄物或其他環境影響。F 公司將特定治理面向之獲獎成果擴張為完整 ESG 表現及產品環境效益，與實際評選範圍不相稱，具有誤導性。
七、未揭露足以影響獨立性判斷之重大利益關係	G 公司宣稱其獲選為「年度最佳永續品牌」，並強調該獎項係由專業機構獨立評選。然而，該評選機構係 G 公司關係企業所控制，且 G 公司於評選期間支付高額贊助費，並購買包含顧問輔導、獎項提名及得獎後宣傳權利之整套服務。G 公司未揭露相關控制、贊助及商業安排，使外界可能高估該獎項之客觀性與獨立性，具有誤導性。
八、以圖像、標誌或版面配置形成超出事實之整體印象	H 公司僅有一項產品取得第三方環境標章，卻將該標章放置於官方網站首頁之企業名稱旁，並搭配森林、地球、循環箭頭及「全面綠色轉型」等文字；標章下方同時陳列該公司全部產品，但未清楚指出實際取得標章之產品。即使網站其他頁面載有相關說明，首頁之標誌位置、自然意象及文字配置，仍可能使一般消費者誤認該公司或全系列產品均已取得環境認證，整體呈現具有誤導性。

陸、公開資訊揭露

企業使用永續獎項或永續標章作為說明其永續績效、競爭優勢或投資價值之資訊者，宜依重要性及實際情形揭露下列事項：

（一） 獎項、標章、認證、評級或排名之完整名稱。

（二） 主辦、授予、認證、評級或發布機構。

（三） 獲獎、認證或評價年度。

（四） 有效期間；無明確效期者，應說明評選或評價之資料期間。

（五） 實際授予或評估對象，包括集團、公司、子公司、廠區、產品、服務或專案。

（六） 評選或評估範圍，包括適用產業、地區、參與母體或其他重要範圍。

（七） 主要評估基礎、指標或方法。

（八） 足以影響外界理解之重大限制。

（九） 與主辦、授予、評選、查驗或評級機構間足以影響客觀性判斷之重大利益關係。

（十） 可供查閱獎項、標章或評價制度相關資訊之官方網站、公開資料或其他資訊來源。

上述資訊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。

企業於同一公開文件列示多項永續獎項或永續標章時，宜避免僅大量陳列標誌而未說明其實際意義、授予對象或評估範圍，致使外界形成企業已獲全面性永續認證之印象。

企業取得永續獎項或永續標章後，仍宜持續落實獲獎或認證所表彰之永續作為，確保對外聲明與實際表現相符。倘嗣後發生與獲獎、認證內容或相關永續聲明有重大落差之事件，或足以影響利害關係人判斷之重大爭議，宜主動揭露相關事實、影響範圍、改善措施及執行進度，並適時更正、補充或停止使用可能造成誤導之聲明，不宜以過往獲獎事實概括代表當前整體永續表現。

柒、證據及資料保存

企業宜就其使用永續獎項或永續標章之相關宣告，建立適當之證據及資料保存機制，以確保於必要時得說明其真實性、適用範圍及使用依據。企業宜保存之資料包括：

（一） 獲獎通知、證書、認證文件或授權文件。

（二） 獎項、標章、認證、評級或排名之適用規則。

（三） 評選標準、認證基準、評級方法或相關制度文件。

（四） 有效期間及續期、撤銷或變更資料。

（五） 企業實際使用之廣告、商品標示、網站頁面、公開文件及其他聲明紀錄。

（六） 支持衍生環境或永續聲明之試驗、分析、研究、查驗或其他證據。

（七） 與主辦、授予、評選、認證或評級機構間之重大利益關係資料。

（八） 金融機構執行第三方永續評價資訊盡職調查之紀錄。

（九） 其他足以支持相關聲明之資料。

前項資料原則上宜自相關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。

企業宜確保保存資料足以重建及理解相關聲明形成之依據、適用範圍及當時使用情形，並於依法令有權之主管機關要求時，依相關規定提供必要資料。

捌、結語

推動永續發展需要政府、企業、消費者、投資人及社會各界共同努力。永續獎項與永續標章得協助外界辨識企業、產品、服務或專案之特定永續表現，惟其可信度有賴於真實資訊、適當範圍及透明揭露。企業使用永續獎項或永續標章，宜瞭解實際授予

對象、評選範圍、評估方法、有效期間、重大限制及利益關係，並確保對外聲明與實際成果相稱。

企業獲獎後仍宜持續落實所表彰之永續作為；若發生與獲獎內容或相關聲明有重大落差，宜主動揭露事實及改善情形，適時更正可能造成誤導之宣稱，不宜以過往獲獎概括代表當前表現。

企業宜以具體、正確、完整且可驗證之方式進行溝通，避免將局部成果擴張為整體表現、將特定認證擴張為全面永續效益，或以文字、圖像及標誌形成超出事實之印象。透過透明、可信且負責任之永續溝通，可降低漂綠風險，維護消費者、投資人及交易相對人之合理判斷，並提升企業永續行動與市場機制之公信力。

附件、企業使用前自我檢核表

發布前請逐項勾選「是」、「否」或「不適用」。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。。	□	□	□

檢核事項	是	否	不適用
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。

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。