



韩国公平交易委员会为防“漂绿”修订《环境相关标识、广告审查指南》

2023.07.26

韩国公平交易委员会（下称“公平交易委员会”）自2023年6月8日至2023年6月28日对《环境相关标识、广告审查指南》修订案（下称“修订案”）进行了行政预告。

本修订案旨在防止虚假环保标识、广告（即所谓的“漂绿”），并基于《标识广告法》的基本法理，细化了判断环境相关不当标识和广告的详细审查标准，同时给出了各种术语、表述的具体实例。尤其是考虑到仅凭详细的审查标准很难判断何种标识、广告相当于该等情形，所以新设了“自我检查清单”，使经营者可自行检查是否涉及违法。公平交易委员会表示，希望通过此次修订，提高执法连贯性和企业的可预测性，从而遏止“漂绿”事例，促进环保产品的消费。

本法律简讯将介绍本修订案的主要内容和启示。

一、推进修订案的背景

近年来，重视环保消费的绿色消费者（greensumer）趋势日益强化，随之在企业和品牌推广等方面利用“环保”进行营销的现象日益增多。然而，随着给非环保产品套上环保伪装的“漂绿”问题成为全球性话题，各国正在完善关于“漂绿”的法律制度。

韩国国内曾设有《环境相关标识、广告审查指南》（公平交易委员会例规第275号，曾与2016年12月23日部分修订）等规范。然而，随着“漂绿”的范围日渐庞大，现行指南存在一定的局限性，即未能充分反映近来对于环境相关标识、广告“漂绿”的争议。就此，公平交易委员会基于韩国消费者院的委托研究结果，对审查指南进行了修订，并提出了具体的审查标准和实例。

二、修订案主要内容

1.对一般原则的修订

<表1> 对一般原则的修订（草案）

| 现行规定 | 修订案 | 备注 |
|-----------|------|-----------|
| 真实性 | 真实性 | |
| | 明确性 | 对真实性进行细化 |
| 相当性 | 相当性 | |
| 实证性 | 实证性 | |
| 考虑商品的生命周期 | 全过程性 | 术语变更 |
| 目标特定 | 具体性 | 术语变更 |
| 标识、广告的比较 | - | 统一为明确性 |
| 广泛的环境属性 | - | 转移到详细审查指南 |
| | 完整性 | 新设 |

资料来源：公平交易委员会《环境相关标识和广告审查指南》修订案行政预告报道参考材料

在审查判断环境相关标识、广告的不当性时，将综合考虑<表1>的原则。修订案将曾共同包含于真实性原则中的表述的明确性细化、新设为独立的原则，并新设了完整性原则，即不得遗漏、隐瞒或缩小对消费者的购买和选择有重要影响的事实。另外，还明确地重新定义了全过程性（生命周期）原则，以考虑商品的环境属性或功效在整个生命周期而不仅是在产品的个别阶段得到改善。下文<表2>为修订案全文中记载的各原则的内容和具体实例。

<表2> 一般原则和具体实例说明

| 一般原则 | 内容 | 实例（摘录） |
|------|--|---|
| 真实性 | 与环境相关的标识和广告的内容应基于客观事实，不得以与事实不符的方式进行标识、广告，从而直接或间接欺骗或误导消费者。 | 若就仅未检测出一种挥发性有机化合物（VOCs）的粘合剂的试验结果，而使用“环保”等表述，则消费者可能会误认该产品与环境污染无关，因此有必要基于事实按照“未检出挥发性有机化合物产品”进行标识、广告。 |
| 明确性 | 与环境相关的标识和广告应在文案、图案、色彩的位置和大小等方面准确、明了，不得模糊化标识、广告从而误导消费者。对环境属性、功效进行比较的标识、广告，应当基于事实将比较的内容、根据、比较时点及方法等予以明确。 | 若在产品上标记“基于环保的选择”，则将给人该产品比其他产品更有利于环境的印象，而这一点不太可能予以证明，因此，应明确记载相比较的对象和内容，如“和主流品牌的再生材料含量为20%相比，本产品的再生材料含量为50%”。 |
| 相当性 | 与环境相关的标识、广告应是被认定为对环境具有相当影响程度的事项，且总体上应通过适当的表达和手段呈现，不得使消费者误认比实际更夸张的效果。 | 在将服装的再生纤维含量从2%增加到3%的情况下，标识为“再生含量增大50%”虽在技术上符合事实，但很难认为增加1%的再生纤维在实质上改善了环境。因此，该表述可能使人误认为显著增加了再生纤维的使用含量。 |
| 实证性 | 与环境相关的标识、广告应基于准确的、可再现的最新、客观且科学的基础，并能够实 | 若将产品标记为“可生物降解”，则在做出此类声明时，应能够客观、科学地证明产品的降解能力 |

| | | |
|------|---|--|
| | 际证明与事实相关的事项。 | ，如降解条件、时间和比例等，且最好将试验结果等根据一并进行广告宣传。 |
| 全过程性 | 与环境相关的标识、广告应考虑商品的原材料获取、生产、流通、消费和废弃等全过程的影响。若与环境相关的标识、广告声明的内容仅适用于产品全过程中的部分环节，则消费者应能了解到这一点。然而，即使在部分环节中环境属性得到了改善，若考虑到商品的全过程则改善的效果将被抵消或反而减少时，则不得作为环境属性的改善而进行标识、广告。 | 根据生产过程中产生的碳排放量减少三分之一，产品在标识、广告中标有“碳排放量再减少33%”，同时以小字体标出“运输除外”。然而，商品的碳排放主要集中在运输环节，从商品的整体生命周期来看，只能视作碳排放量稍有减少。因此，这样的标识、广告是可能误导消费者的声明。 |
| 具体性 | 与环境相关的标识、广告应明确区分其宣传对象是关于产品或包装中的哪一个，若其对象是产品或包装的一部分而不是整体，则应明确指出是哪一部分。 | 如果装有浴帘的塑料包装上仅标有“可回收”，而未作进一步说明，则可回收的是塑料包装还是浴帘并不明确，导致消费者可能会误认整个产品均可回收，故应对可回收的部分予以特定标识。 |
| 完整性 | 在进行与环境相关的标识、广告时，不得遗漏、隐藏或缩小可能对消费者的购买选择产生重要影响的部分或全部事实或内容。 | 在仅对床品（包括头枕、床架和床垫）中的床垫进行了环保认证的情况下，并不披露该等事实，而宣传为“绿色床品”，仿佛产品整体获得了环保认证的，可能构成欺骗性标识、广告。 |

2.各生命周期详细审查指南改编

修订案将商品的生命周期分为了三个阶段：①原材料或资源的构成；②生产和使用；③废弃和回收，并具体提出了各阶段中禁止或违法可能性较大的术语和表述（参见下文<表3>）。

<表3> 商品各生命周期中常见的术语、表述和实例

第一阶段：原材料或资源的构成

| 术语和表述 | 术语和表述示例 | 事例（摘录） |
|-----------|---|--|
| 关于有害物质的缩减 | “天然材料”、“含有再生物质”、“使用再生资源”、“生态（eco）材料”、“保护臭氧层”、“臭氧层友好”、“不破坏臭氧层~”等 | 若就汽油商品使用“减少有害物质，改善环境”的广告语，则即使汽油燃烧后排放的废气中的污染物较前有所减少是事实，但因汽油用量越多，大气污染程度就越高，因此“改善环境”部分可能构成虚假、夸大或欺骗性标识、广告。 |
| 关于“不包含” | “无毒原材料”、“无害”、“无~”、“有机（organic）”等。 | 若因产品在试验检测项目中未检出某一种项目，而据此在产品上标识、广告“无毒”，则消费者可能会误认为该产品 |

| | | |
|--|--|---|
| | | 不排放或不包含任何有毒物质。因此，最好基于事实以“未测出~的产品”进行标识、广告。 |
|--|--|---|

第二阶段：生产和使用

| 术语和表述 | 术语和表述示例 | 事例（摘录） |
|------------|--|--|
| 关于节能 | “使用可再生能源”、“高能效”、“节能减排”、“节约能源”、“能耗效率高”等 | 根据通过设置特定条件计算的模拟测试结果，表述为该结果适用于一般性的实际生活场景，以“环保、节能~%”等进行广告宣传的，可能构成欺骗性表示、广告。 |
| 关于节约资源、碳减排 | “节约资源”、“减少碳排放”、“碳抵消”、“可持续物质”等 | 航空公司广告称，通过其航空服务实现零碳排放，为可持续未来做出贡献。企业可通过购买碳排放权，以抵消部分排放，但不宜据此宣称碳中和。 |

第三阶段：废弃和回收阶段

| 术语和表述 | 术语和表述示例 | 事例（摘录） |
|---------|---|--|
| 关于废物处理 | “生物降解”、“光降解”、“可堆肥”、“减少废物”等 | 在塑料产品的包装上标有“可降解塑料”，而在另一侧以相对不明显的字体标注“仅限于在常温下湿度超过40%的土壤中填埋的情况”时，因消费者很难将二者识别为关于同一属性的整体标识，因此可能构成欺骗性的标识、广告。 |
| 关于回收再利用 | “可回收（recyclable）”、“可回收对象”、“可重复使用（zero waste）”、“可再充电”、“可重新填充”、“可分离排放”、“易分解”等 | 若为包装和内容物均可回收的产品，应在包装及内容物上分别标注可回收标识。但是，若为铝箔等难以在内容物上进行标注的商品，则应在包装上标注内容物的可回收性，且应将包装和内容物区分标注。否则，应视为二者均可回收，此时若铝箔与包装中任何一项不可回收，则可能构成欺骗性标识、广告。 |

3. 对经营者标识、广告标准的具体化及设立供经营者使用的检查清单

经营者声明为环境保护而正在努力的事实，或宣传今后拟实现的环境相关目标或计划的标识、广告需基于具体的事实。例如，如果某家公司希望宣传自身为“为环境着想的企业”，则需有具体和事实性的依据，例如，在除商业或经营外，还支持了环境相关组织，或开展了其他实质上有利于环保的活动等。同时，即使有环保活动的依据，若开展了足以抵消此类事实的对环境有害的商业或商业以外的活动，则可能构成虚假、夸大或欺骗性广告。

此外，公平交易委员会还设立了一份“自行检查清单”，其中包括从一般原则衍生的16个问题，供经营者自行检查与“漂绿”有关的基本遵守事项。

<表4> 供经营者使用的环境相关标记·广告自行检查清单

| 区分 | 编号 | 检查清单 |
|------|----|--|
| 真实性 | ① | 环保声明是否属实，产品是否符合该声明？ |
| | ② | 除已发生的或属法律义务的以外，有无其他追加的环境效益？ |
| 明确性 | ③ | 与环境相关的标识、广告中使用的术语是否含义明确？如果不明确，就此有无解释？ |
| | ④ | 使用的文句、图像（符号、照片、标签等）是否妥当，有无误导消费者的可能？ |
| | ⑤ | 若与其他公司的标识、广告相比，该等比较的依据是否公平、合理？ |
| | ⑥ | 是否基于事实明确说明了比较的内容、根据、比较时点、比较方法等必要事项？ |
| 相当性 | ⑦ | 与环境相关的标识、广告有无相比事实被夸大认识的可能？ |
| 实证性 | ⑧ | 支持标识、广告的证据是否以明确、坚实且无不明确的最佳方式得到验证？ |
| | ⑨ | 支持环境相关标识、广告的信息的数量和类型是否明确、妥当？ |
| | ⑩ | 对未来环境行为的声明能否得到证据和行为的支持？ |
| 全过程性 | ⑪ | 是否就关于该产品的环保效能的特定过程（提取、运输、制造、使用、包装或废弃）或产品的特定部分做出了具体的说明？ |
| | ⑫ | 对产品生命周期中某一环节的声明是否会误导消费者认为同样适用于其他环节？ |
| 具体性 | ⑬ | 是否在产品包装、手册或主页等普通消费者易于接触的位置具体表明了标识、广告的内容是针对产品、包装亦或是产品的某一部分？ |
| 完整性 | ⑭ | 标识、广告的内容是否遗漏或隐瞒了关于环境影响的必要信息？ |
| 综合表达 | ⑮ | 综合环境效能有无具体依据？如果没有，在标识、广告时是否限定了可以举证的范围？ |
| | ⑯ | 有无可能因综合声明中遗漏特定内容而误导消费者？ |

三、启示

欧盟议会为防止“漂绿”，并向消费者提供值得信赖的可持续性相关信息，于2023年5月11日采用了《绿色声明指南（Green Claims Directive）》。根据该指南，希望提出绿色声明（Green Claim）的企业必须通过全过程评估（LCA）证明其环保性，并需要通过独立的第三方机构验证其科学依据。此外，英国、法国、日本等主要国家也制定了防“漂绿”的具体法律制度。

为与全球“漂绿”监管力度的加大统一步调，韩国国内也在正式布局相关监管。韩国环境部于2023年1月31日公布的《资源循环、气候领域工作计划》中，预告了对《环境技术产业法》的修订，该修订的内容是规定违反环境性标识、广告时将处以罚款。韩国公平交易委员会在2023年1月26日公布的《2023年重点工作推进计划》中，将“营造保障消费者权益的交易环境”列为今年

拟推进的四大核心课题之一，具体地表达了打击“漂绿”的决心。本修订案属于为实现这一目的的制度基础之一，因包含许多具体的各类型“漂绿”示例，有助于帮助经营者理解，并反映了最近使用的与环境相关的标识、广告的术语和表示形式，从而保证了其时效性。

此外，本修订案在产品以外还具体提出了与经营者自身相关的标准，并启示加强企业自身的环保力量。根据修订案，如果公司使用“可持续企业”、“为环境着想的企业”等术语和表述进行标识、广告，则需有具体和事实性的依据。另外，如果对与环境相关的目标或计划进行标识、广告，则需在标识、广告时拥有详细的实施计划、专业人员和设定期限的量化目标。换言之，企业也需要基于科学依据制定环境目标和战略，并为此采取实际行动，同时有必要培训可在企业内部进行全过程评估（LCA）和环境影响评估等的可持续发展领域专业人员。

韩国世宗律师事务所以丰富的ESG咨询业绩和专业知识为基础，为企业积极应对国内外ESG相关法律和制度的修改提供综合性的咨询服务。如果您对ESG问题（包括“漂绿”处理风险管理）有任何疑问，敬请联系世宗ESG中心。

Key Contacts

Geun-Bae Seok

Partner

+82-2-316-4640

gbseok@shinkim.com

Soo Young Song

Partner

+82-2-316-1636

sysong@shinkim.com

Jung Jae Won

Partner

+86-10-8447-5343

jjwon@shinkim.com

Wook Huh

Partner

+82-2-316-1723

whuh@shinkim.com

Tianshu Zheng

Senior Foreign Attorney

+82-2-316-4201

tszheng@shinkim.com

Daxun Zhang

Senior Foreign Attorney

+86-10-8447-5343

dxzhang@shinkim.com