

中国环境标志认证

李在卿 编著

 中国标准出版社



中国环境标志认证

李在卿 编著

江苏工业学院图书馆
藏书章

中国标准出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

中国环境标志认证/李在卿编著. —北京:中国标准出版社,2008

ISBN 978-7-5066-4876-9

I. 中… II. 李… III. 环境标志-工业产品-产品质量-认证-中国 IV. F426 X-657

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 047770 号

中国标准出版社出版发行
北京复兴门外三里河北街 16 号

邮政编码:100045

网址 www.spc.net.cn

电话:68523946 68517548

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本 787×1092 1/16 印张 14.5 字数 332 千字

2008 年 5 月第一版 2008 年 5 月第一次印刷

*

定价 40.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话:(010)68533533

前 言

我国改革开放 20 多年来,经济高速增长带来了举世瞩目的成就,然而也面临着严峻的环境挑战。环境恶化的原因之一,是中国在接受西方工业化的同时也接受了它们建立在高消耗、高污染基础之上的不可持续的发展模式。党中央国务院把增强可持续发展能力、改善生态环境作为全面建设小康社会的主要目标之一,为实现这个目标,提出了全面、协调和可持续发展的科学发展观,首次把建设资源节约型、环境友好型社会写入党章,并确定为国民经济和社会发展第十一个五年规划的一项战略任务。

环境友好型社会是一种新的环境伦理观和社会价值观。中国传统文化中儒家的“天人合一”、道家的“道法自然”、佛家的“众生平等”都包含了“人与自然和谐”的哲理和经验。建设环境友好型社会,既是汲取世界可持续发展新理念的伟大创举,也是继承和发扬中华民族优秀传统文化的实际行动。

建设环境友好型社会必须依靠更加广泛、更加深入的公众参与。通过公众参与,促进全社会树立尊重自然的价值观和道德观,使人与自然和谐的理念成为全社会的主流思想,使人们自觉地以自然法则为标准,改造生产和生活方式。与传统产品和服务仅满足消费者物质性需求的特性相比,环境友好产品和服务还考虑了保护生态环境或社会对环境的要求。标识环境友好产品的主要制度是环境标志制度,而公众参与的最简单途径就是采购环境标志产品。

目前国际上数十个国家建立了环境标志制度,如德国的“蓝色天使”、加拿大的“环境选择”、北欧的“白天鹅”、欧盟的“欧洲之花”、日本的“生态标志”、美国的“能源之星”等。最新资料显示,德国环境标志产品已达 7 500 多种,占其全国商品的 30%;日本标志产品也有 2 500 多种。从联合国《21 世纪议程》中提出“环境友好”理念,到欧盟、美国、加拿大等数十个国家和地区建立起产品的环境标志制度,在此背景下,1993 年,原国家环保局倡导实施中国环境标志计划。中国环境标志图形由中心的青山、绿水、太阳及周

围的十个环组成。图形的中心结构表示人类赖以生存的环境,外围的十个环紧密结合,环环紧扣,表示公众参与,共同保护环境;同时十个环的“环”字与环境的“环”同字,其寓意为“全民联系起来,共同保护人类赖以生存的环境”。

我国实施环境标志计划,目的就是从可持续消费的目标出发,为公众参与环境保护提供途径。贴在商品上的环境标志,显示产品是质量合格、环境行为更为优越的产品,通过公众的消费选择,使公众对环境保护的支持和贡献与自身生活消费联系起来,既有利于人类生存环境的改善,也有利于公众生活质量的提高,使环境标志产品成为联系公众与可持续发展的纽带,从而推进可持续消费,促进环境友好型社会的建立。

中国环境标志计划是我国环境管理的新手段,即强制性的法律、法规为一种手段,导向性的推荐与认证为另一种手段。国家环境保护总局(国家环保总局)一直把推广环境标志工作作为实施环境保护基本国策、贯彻可持续发展战略和发展循环经济的具体措施之一。通过十余年的努力,在国家环保总局的主导下,我国基本建立了与国际接轨的环境标志产品认证体系。我国在最短的时间内等同转化了 ISO 14020 系列标准,包括 ISO 14020、ISO 14021、ISO 14024 等,并于 2000 年和 2001 年相继实施,为环境标志工作的进一步发展奠定了基本原则和标准基础。中国环境标志是一个符合 ISO 14020 和 ISO 14024 标准要求,结合中国经济、社会和环境现状,以自愿为原则的第三方认证制度。目前,我国环境标志认证的方式、程序等均与国际通行做法相一致,环境标志产品种类、环境标志产品认证技术要求充分结合国际的发展趋势和先进标准,部分技术要求等同采用欧共体标准或其他国家标准。

环境标志对于中国环境管理政策来讲是一个相对较新,但发展迅速的领域,作为一种促进环境绩效的工具之一,影响日益国际化,国际互认已成为环境标志未来发展趋势之一。目前,中国环境标志已与澳大利亚、韩国、日本、新西兰、中国香港等国家和地区签署了环境标志合作协议,并探讨在中日韩三国间建立统一环境标志的可能性,促进环境标志国际互认的顺利发展。

环境标志工作是我国环境保护事业中的一项新工作,旨在鼓励企业合

理使用资源和能源,开发和生产环境友好产品。多年来,在国务院的领导力和有关部委的大力支持与配合下,在地方环保部门的积极参与下,按照社会主义市场经济的要求,通过科学严格的第三方认证,我国环境标志工作取得了显著的成绩。中国环境标志从无到有,不断发展壮大,环境标志产品的种类和数量逐年扩大。到目前为止,中国环境标志已经在家电、办公设备、日用品、纺织用品、建筑装修材料等领域开展了 56 大类产品的认证,有 1 100 余家企业生产的 21 000 多个品种规格的产品获得了中国环境标志;获得环境标志的产品年产值已经达到 600 多亿元。

在过去的十余年中,中国环境标志认证的宗旨是:第一,围绕国家环境保护总目标,充分利用环境标志这一市场经济手段来促进经济社会的可持续发展,促进我国环境质量的改善,为国家环境决策作贡献。第二,体现以人为本的思想,提高公众健康保护水平,引导科学消费、绿色消费。第三,开拓中国企业的双绿色发展模式,建立中国的绿色技术措施体系,引出绿色经济,让环境标志产品成为联系公众与可持续发展战略的纽带,推进可持续消费,促进循环经济的发展。

2005 年底,国务院发布了《关于落实科学发展观加强环境保护的决定》,强调在消费环节,要大力倡导环境友好的消费方式,实行环境标识、环境认证制度。2006 年 4 月,国务院召开了全国第六次环境保护大会,温家宝总理强调,做好新形势下的环保工作,关键是要加快实现三个历史性转变,其中第三个转变是从主要用行政办法保护环境转变为综合运用法律、经济、技术和必要的行政办法解决环境问题,自觉遵循经济规律和自然规律,提高环境保护工作水平。中国环境标志充分利用市场经济手段,在促进环境友好型社会的建立方面将进一步作出努力。

为了推动中国环境标志认证工作,使广大生产或服务企业理解环境标志的要求及认证程序,使消费者理解环境标志的意义、作用、好处及相关知识,使认证检查人员正确理解标准及技术要求,作者根据自己几年来从事环境标志认证工作积累的知识和经验,编写了本书。本书系统地介绍了中国环境标志计划的发展历程;对国际标准化组织发布的 ISO 14020 系列标准说明了理解要点;对中国环境标志保障措施的要求的条文作了说明;对环境标志技术要求的内容及如何理解进行了说明;对如何编写环境标志产品保

障措施进行了说明,并给出了文件案例;介绍了中国环境标志认证流程及要求;还介绍了政府绿色采购与环境标志的关系。

本书可供生产中国环境标志产品技术要求范围内的产品的企业技术和管理人员、环境标志认证咨询人员、环境标志认证检查和管理人员、从事与环境标志认证有关的研究人员使用。

由于作者水平有限,本书中一定存在不少问题,敬请读者指出宝贵意见。

李在卿

2008年1月1日

目 录

1 概述	1
1.1 环境标志的产生	1
1.2 环境标志在国外的的发展	6
1.3 中国的环境标志	11
1.4 组织实施环境标志认证的好处	13
2 GB/T 24020—2000 标准理解	14
2.1 概述	14
2.2 标准条文及理解要点	15
2.3 九项原则的应用	22
3 GB/T 24024—2001 标准理解	27
3.1 概述	27
3.2 标准条文及理解要点	28
4 GB/T 24021—2001 标准理解	53
4.1 概述	53
4.2 标准条文及理解要点	54
4.3 II型环境标志与I型环境标志的主要区别	89
5 ISO 14025 标准及相关知识与III型环境标志的发展	90
5.1 概述	90
5.2 标准条文及相关知识	90
5.3 国内外III型环境标志的发展	116
6 《环境标志产品保障措施指南》理解	119
6.1 概述	119
6.2 《环境标志产品保障措施指南》条文及理解要点	119

7	环境标志产品技术要求的理解	131
7.1	环境标志产品技术要求的作用和特点	131
7.2	中国环境标志产品技术要求的种类及适用范围	135
7.3	中国环境标志产品技术要求内容理解	140
7.4	中国环境标志产品技术要求理解举例	142
8	环境标志产品保障措施文件编写	153
8.1	文件的作用	153
8.2	文件的编写思路与方法	153
8.3	文件实例	155
9	环境标志认证制度	190
9.1	环境标志认证模式	190
9.2	环境标志认证流程	191
9.3	环境标志认证申请	193
9.4	I型环境标志认证现场检查	195
9.5	I型环境标志认证产品抽样	209
9.6	I型环境标志认证年检	210
9.7	I型环境标志认证复审	210
9.8	II型环境标志认证检查及要求	210
9.9	批准环境标志认证注册的条件	211
10	申请组织如何准备和接受认证	217
10.1	必备条件及准备	217
10.2	保障措施运行	217
10.3	不符合整改	221
11	环境标志认证与政府绿色采购	222
11.1	国外政府绿色采购情况简介	222
11.2	我国政府采购及实施绿色采购的条件	222
11.3	绿色采购的意义	222
11.4	环境标志与政府绿色采购发展策略	223

1 概 述

1.1 环境标志的产生

1.1.1 环境标志产生的背景

人类进入 21 世纪,随着工业化和全球化推进,全球环境日益恶化,气候变暖,人类未来的生存和发展受到严重威胁,温室效应、臭氧层破坏、酸雨、非正常气候灾害等重大环境问题日益引起社会各界的广泛重视。随着公众环境意识的提高和环境保护工作的深入开展,绿色消费已成为时代发展的最新潮流。

为了保护人类自身健康,人们需要低辐射、零辐射的彩电、计算机、低汞的节能灯,低氮燃烧的燃气灶,低铅陶瓷制品、低甚至于无重金属含量的儿童玩具,无苯黏合剂等。

为了保护人类的居室环境,人们需要低甲醛挥发量的木地板、涂料和家具,需要无石棉建筑制品,需要低噪声洗衣机和空调等。

为了保护区域生态环境,人们需要低污染排放的汽车、摩托车、无铅汽油、无磷洗涤剂、可自然降解的植物纤维或纸餐具、无汞干电池等;

为了保护全球环境,人们需要氟里昂的全面替代产品,需要减少化石能源消耗的新产品,需要回收利用、提高能源、资源利用率的新技术等。

由此我们不难理解,所谓绿色消费,意指在社会消费中不仅要满足当代人的需求,还要满足后代人的需求。不能只追求产品的使用价值而不顾及产品的环境行为;不能只追求本企业的经济效益,而忽视了外部经济性;不能只追求眼前效益,而破坏了长远的资源利用和生态平衡。

环境标志产品,则是在绿色消费的需求下诞生的。对环保产品的考察,要求在产品设计、生产、运输、销售、安装、使用、废弃的全过程中都注重环境行为。这样一个全新的环境行为考察目标,是公众参与绿色消费的最好桥梁,因为千百年来,人们购买商品,只考虑使用价值,把一些有使用价值但其环境行为不佳的产品保留下来,导致我们的地球变成今天的模样。在绿色消费意识指导下,人们不仅购买使用价值,还要购买环境行为,把个人的消费和身心健康、居室环境质量、区域生态环境、全球环境问题都联系起来。绿色消费和环保产品把环境保护拉进到普通人群之中。

制造商敏锐地抓住了这一商机,纷纷在自己的产品上标出“无磷”、“可生物降解”、“保护臭氧层”、“绿色产品”、“环保产品”、“节能产品”等字样,企业对外宣称“绿色公司”、“环保先锋”,一时间,从彩电、冰箱、空调、洗衣机到洗衣粉、涂料等,均有大量“环保”产品上市。但对消费者来说,想要在各种产品与环境的复杂关系中做出有利于环境的选择几乎是不可能的。消费者日益增长的环境意识使许多生产者和零售商通过绿色广告的形式,努力使自己的产品在市场上占优势,打败竞争者。这种绿色广告的形式是企业通过使产

品向环境友善方面转化以满足消费者购买“环保”产品的愿望。但是事实上并不是所有的绿色广告都准确,使用得体,一些广告很显然只为了抓住消费者的心理;即使所有的广告都可以用合理的科学依据加以检验,但仍会使消费者在各种环境问题上产生混乱,有时还会有很含糊的广告。当消费者置身于生产者自己所作的各种宣传中时,往往会习惯地失去自己的信念,而“放弃”挑选环保产品的努力。这种情况削弱了刺激企业对有利于环境的产品和生产过程进行投资,因为企业即使生产对环境有利的产品,在市场竞争中也不能占优势。

这一矛盾迫切需要具有高度权威和可信度的第三方进行认证,使绿色消费、环保产品规范化,帮助消费者识别什么产品对环境更有利,使生产真正环保产品的生产者受益。

为保护和扶持消费者的这种购买积极性,帮助消费者识别真正的环保产品,一些国家政府机构或民间团体先后组织实施了环境标志计划,引导市场向着有益于环境的方向发展。

1.1.2 环境标志概念

环境标志是一种标在产品或其包装上的标签,是产品“证明性商标”,它表明该产品不仅质量合格,而且在生产、使用和处置过程中符合特定的环境保护要求,与同类产品相比,具有低毒少害、节约资源等环境优势,可以改善环境,保护人体健康。

实施环境标志认证,实质上是对产品从设计、生产、使用到废弃处理或处置全过程(也称“从摇篮到坟墓”)的环境行为进行控制。即:设计时,考虑资源与能源的保护与利用;生产中采用无废少废技术和清洁生产工艺;使用过程要有益于公众健康,而不是有损于公众健康;直至废弃阶段,应考虑产品的易于回收和处置。它重视资源的回收利用和产品的环境性能,不但要求尽可能地把污染消除在生产阶段,而且也最大限度地减少产品在使用和处理处置过程中对环境的危害程度。它由国家指定的机构或民间组织依据环境标志产品标准(也称技术要求)及有关规定,对环境性能及生产过程进行确认,并以标志图形的形式告知消费者哪些产品符合环境保护要求,对生态文明更为有利。

发放环境标志的最终目的是保护环境,它通过两个具体步骤得以实现:一是通过环境标志向消费者传递一个信息,告诉消费者哪些产品有益于环境,并引导消费者购买、使用这类产品;二是通过消费者的选择和市场竞争,引导企业自觉调整产品结构,采用清洁生产工艺使企业环保行为遵守法律、法规,生产对环境有益的产品。环境标志的出现,力图改变千百年来人们只购买商品使用价值的传统观念,鼓励公众把手中的钞票变成支持环境保护的选票,在选择对社会有益、对公众健康有保障的商品过程中,为环境保护作出贡献。

1.1.3 环境标志的作用

环境标志有以下作用:

1) 倡导可持续消费,引领绿色潮流

近年来,人类赖以生存的地球受到日益严重的破坏,环境问题引发的病症越来越多,人类健康的保障系数越来越小。为维护自身生命安全,人们非常强烈地渴望绿色环境的复苏。这直接导致了消费观念的变化,由此,绿色消费逐渐成为当今消费领域的主流。

1 概 述

在瑞典,曾对该国第二大零售店中消费者进行民意测验,结果表明,85%的消费者愿意为环境清洁而支付较高的价格;在加拿大,80%的消费者愿意多出10%的钱购买对环境有益的产品;另外40%的欧洲人喜欢购买环境标志产品而不是传统的产品。

在日本,批发商们发现,他们的顾客多数愿意挑选和购买贴有环境标志的产品。

在英国,1988年9月出版的《绿色消费指南》,在9个月内居于最畅销销售书的首位,销售了30万册以上。

在德国,环境数据服务公司(ENDS)在完成的一项名为《环境标志,在绿色欧洲的产品管理》的研究,该报告涉及再生纸、涂料、喷雾剂工业。报告认为,环境标志培养了消费者的环境意识,强化了消费者对有利于环境产品的选择。

美国著名的盖洛普民意测验发现,当今社会绝大多数人认为环境保护比经济增长更具战略意义。

在中国,据广州联建资讯中心曾对广州地区进行的调查显示,在被调查的23085人中81.7%完全愿意为购买有益于环境尤其是居室环境和饮食环境的产品而支付更多的钱,15.5%比较愿意在经济条件许可的范围内购买环境标志产品,只有2.8%表示无所谓。

消费者是市场的“上帝”,消费者的购买倾向直接影响着产品的发展方向。

有资料表明:德国环境标志产品已发展到4000多种,占其全国商品的30%以上,日本环境标志产品近3000种,加拿大环境标志产品已发展到近1000种,正是由于公众环保意识的提高而逐步影响着制造商和经销商的经营思想,推动了市场和产品向着有益于环境的方向发展。

在日本,55%的制造商表示他们申请环境标志的理由是环境标志有利于提高他们产品的知名度,30%的制造商认为获得了环境标志的产品比没有获得环境标志的产品更易销售,73%的制造商和批发商愿意开发、生产和销售环境标志产品。

美国环境保护局(EPA)于1992年发起“能源之星”计划,凡是与计算机相关的产品,在非使用状态(休眠状态),耗电低于30W,而且易回收、低噪声、低辐射,达到这一条件便可获得环保局颁发的“能源之星”标志。美国环保局要求,所有参加“能源之星”计划的厂商要保证它们生产的台式PC机和激光打印机的能耗降低50%~70%。据美国环保局推测,推行“能源之星”计划可为纳税人节省20亿美元的政府电力开支,经济效益显著。

40%的欧洲人已对传统产品不感兴趣,而是倾向购买环境标志产品;日本37%的批发商发现他们的顾客只挑选和购买环境标志产品。德国推出的一种不含汞、镉等有害物质的电池,在获得蓝色天使(德国环境标志)之后,贸易额从10%迅速上升到15%,出口英国不久就占据了英国超级市场同类产品10%的营业额。

在我国,20世纪90年代,海尔集团是较早通过环境标志产品认证的企业,该集团在推出海尔冰箱之后的几年里,市场占有率不是很高,然而,自推出新一代无氟冰箱并通过环境标志产品认证后,在短短的一年里,其市场份额提高了3.6%,成为冰箱产品中的知名品牌,创造了电器行业的一个奇迹。继海尔之后的又一名牌产品新飞冰箱通过认证后,利用媒介作了大量的宣传,在短短的几年内,市场份额大大提高,并与海尔平分秋色。公

众的购买倾向无疑会影响商品机构的战略思想,环境问题总是成为衡量产品销路的一个重要因素。在当今竞争激烈的贸易市场上,环境标志就像一张“绿色通行证”,在贸易界扮演着一个越来越重要的角色。

2) 跨越贸易壁垒,促进国际贸易发展

从国际贸易竞争来看,当前在保护环境和人类健康的旗帜下,国际经济贸易中的“环境壁垒”更加森严,发展中国家商品进入国际市场的形势日趋严峻。以服装行业为例,以欧盟为代表的一些发达国家通过制定各种环境标志制度,保证纺织品已经检验且不含有害物质,并在标签上做出明显的标志。出口到欧盟成员国的服装和纺织品,如果超出法律规定或买家的环保生态要求,就会被禁止进口或被出口商拒收货品。如中国苏南一家服装厂曾出口到欧盟的服装因拉链用材“含锡过高”被买家退货,白白损失 10 多万美元,最终导致企业破产。

自中国加入 WTO 以来,国外产品大量进入中国市场,人们获得新产品、新信息、新观念的渠道大大增加,随着眼界的开阔,消费者的要求也越来越高,竞争越来越激烈,企业的生存环境发生了较大改变。如果我国的一些企业眼睛总盯着脚尖,不注重开发新产品,而是总打价格战,总想依赖价格取胜,最终必将被市场所淘汰。聪明的企业若想在国内市场站稳脚跟或打入国际市场,就应该更加关心消费者的要求,生产有利于环境保护和人民身体健康的环保产品成本,必须让自己产品的“出生证”得到更广泛的认同。绿色消费是当代世界消费领域的主潮流,环境标志产品已越来越受到人们的重视与喜爱,它应是企业的必然选择。

总之,无论是从国际贸易还是从中国企业面临的形势来看,企业若要在未来的竞争中求生存、求发展,就必须早日通过环境标志产品认证。

3) 经济发展规律启示企业选择环境标志

中国实行的是社会主义市场经济体制。所谓社会主义市场经济是在国家宏观调控下,以市场为基础进行资源配置的一种经济形态。在这种经济形态下,无论是何种类型的企业在市场竞争面前都有均等的机遇。

企业要求生存求发展,就必须在管理上树立经营理念,不断为企业文化注入新的内涵;就必须开展企业流程再造等工程;就必须不断地开发适应市场需求的新产品或为原有产品增加新的附加价值,不断寻找新的卖点。如前所述,绿色消费已成为当代社会的新时尚,在这种条件下,企业可抓住机遇,开发有利于环境的环保产品,为企业的长远发展奠定坚实的基础。

1.1.4 ISO 14020 系列标准与环境标志的三种类型

ISO 14020 系列国际标准即“环境标志和声明”标准,由 ISO 14020:1998《环境管理 环境标志和声明 通用原则》(GB/T 24020—2000)、ISO 14021:1999《环境管理 环境标志和声明 自我环境声明(Ⅱ型环境标志)》(GB/T 24021—2001)、ISO 14024:1999《环境管理 环境标志和声明 I型环境标志 原则和程序》(GB/T 24024—2001)、ISO 14025:2006《环境管理 环境标志和声明 Ⅲ型环境声明 原则和程序》组成,对环境标志的基本原则、目前常见的三种环境标志作了规定。前三项标准我国已经等同采用,

1 概 述

这些标准是中国环境标志认证的主要依据。

GB/T 24020—2000《环境管理 环境标志和声明 通用原则》规定了环境标志和声明的建立和实施中应遵守的九条基本原则,是一个指导标准或方法标准,不能作为认证和注册规范。

GB/T 24024—2001《环境管理 环境标志和声明 I型环境标志 原则和程序》是国际标准化组织于1999年4月发布,是一项自愿的、多准则的第三方计划,目前世界各国开展的环境标志计划主要为此种类型。规定了I型环境标志的原则和程序,包括产品种类选择、产品环境准则和产品功能特性、评价和证实符合性和标志的认证程序,I型环境标志是一种自愿的、基于多准则的第三方认证计划,以此颁发许可授权产品使用环境标志证书,表明在特定的产品种类中,基于生命周期考虑,该产品具有环境优越性。

I型环境标志计划是根据预先选定的产品种类制定标准,然后对产品进行评估,根据评估结果来决定是否授予环境标志。I型环境标志的执行程序由环境标志授予机构来操作,作为第三方通过审查产品的环境特性进行认证。

GB/T 24021—2001《环境管理 环境标志和声明 自我环境声明(II型环境标志)》规定了II型环境标志的要求,建立在制造商和零售商自我声明的基础之上。II型环境标志计划不但与最终产品有关,还应将产品在整个生命周期中的相关方面的环境特性都考虑在内,以避免产品在减少某项环境负面影响的同时又造成了另一项环境负面影响增加的可能性。

ISO 14025:2006《环境管理 环境标志和声明 III型环境声明 原则和程序》,是一个技术准则,规定了III型环境声明的要求,III型环境声明建立在生命周期影响基础上,利用一系列参数来量化产品信息,将这些影响列在一张表格中,便于在产品之间进行比较。目前还没有发布中国国家标准。

II型环境标志和III型环境声明计划是由某项产品的生产者或进口商来主动声明其环境方面的性能。这两种环境标志声明中,有时需要对哪些发布的声明进行判定和审核,但不一定必须要由第三方来进行监督。

环境标志的三种类型的比较如表1-1所示。

表 1-1 三种类型环境标志的比较

区 别	型 式		
	I型环境标志	II型环境标志	III型环境标志
性质不同	环境标志计划是向符合一系列既定要求的产品授予的环境标志。该环境标志表明在特定的产品种类中这些产品具有环境优越性。这一环境标志计划是自愿性的	自我环境声明是由制造商、进口商、分销商、零售商或其他任何可能从此类商品中获益的一方自行作出的环境声明。声明的可靠性至关重要	环境声明是指产品整个生命周期中量化的环境信息,是由产品的供应者提供,它是在独立验证的基础上(经过严格审查)通过一套不同种类的对数表现出来的系统化数据资料

续表 1-1

区 别	型 式		
	I 型环境标志	II 型环境标志	III 型环境标志
提出主体不同	由官方机构运作,其范围可以是全国性的、区域性的或国际性的	声明人提出	产品的供应者
依据标准不同	ISO 14024	ISO 14021	ISO 14025
特点不同	多种生态标准+适于使用	单一的评估标准	多种参数
与生命周期的联系不同	明确的生命周期思考方式	简单的生命周期考虑	根据 ISO 14040 系列标准进行的生命周期评价(LCA)或生命周期影响评价(LCIA)
相关方的参照与程度不同 (参照 ISO 14020)	标准中要求利益相关方参与并有详细规定(国家或超国家范围的相关机构)	进行标准中明确要求的 12 项声明,并建议提出新的声明	标准中要求利益相关方参与计划以及产品种类规则并有详细的规定
验证不同	第三方验证	声明人负责	要求有独立验证
使用不同	标志可粘贴于产品或包装上	可以在产品或包装标签上、或产品说明书、技术公报、广告、宣传资料、电话销售以及诸如网络这样的数字或电子媒体上以解释性说明、符号或图形的方式进行声明	通过对《产品环境信息数据表》进行简化和形象化后公告产品的环境影响声明
技术要求与检验方式不同	要针对不同类产品制定技术要求,并抽样检验	不需要制定技术标准,评估的方法要非常清楚了,并具有很强的透明性和科学性,并是可以文件化的	有用于比较的公用基础数据信息,由专门机构或评审委员会通过实验方式进行数据验证

本书将分别在第 2~5 章对标准内容进行介绍。

1.2 环境标志在国外的的发展

环境标志计划已在世界许多国家开展多年,而且取得了较好的效果。

德国的“蓝色天使”环境标志计划于 1977 年由政府制定,由政府机构和民间组织共同推进。德国的环境标志计划是建立在政府机构和非政府机构的框架之内的。其管理机构由三个部门组成,分别是政府机构——联邦环境署(FEA);非政府机构——环境标志评

审委员会(ELJ);非政府机构——质量保证与标志协会(RAL)。其中,FEA 负责评审产品种类的建议、起草技术报告和标准草案、修改标准草案等工作。ELJ 由联邦环境自然保护部、核安全部任命,由 11 名成员组成。它的成员具有广泛的基础,包括德国教会、环境科学机构、消费者协会、德国工业联合会、德国贸易联盟、地方联邦政府和新闻记者的代表。来自 FEA、联邦环境自然保护部、核安全部和 RAL 的代表也参与评审讨论,但没有表决权。评审委员会负责选择产品种类,评审标准草案,最后确定产品标准。德国质量保证与标志协会是建于 1925 年的非盈利型机构,其组成是由 140 家私人组织构成的。在 RAL 的统一指导下这些私人组织建立产品质量标准,为工业和贸易服务,提供质量保证,为了保证实施环境标志中决定的中立性,RAL 委员会的委员们在组成上是平衡的。他们来自贸易协会、消费者组织、贸易联合会和政府。RAL 组织专家听证 FEA 起草的技术报告和标准草案,与申请标志的厂商签订合同,管理合同的使用。RAL 在标志实施中起技术支撑保证作用和监督管理作用。德国的产品实施程序分四步进行。第一步,任何人都可向联邦环境署提出产品类别建议。联邦环境署检查建议,并转交环境标志委员会,环境标志评委会选择产品类别供进一步调研与讨论。第二步,联邦环境署准备技术文献和标准草案,质量保证与标志协会组织专家听证,向环境标志评委会提出建议。第三步,评审委员会决定是否接受标准草案。第四步,生产商向质量保证与标志协会申请标志。经联邦环境署或联邦州政府和其他机构评估后,质量保证与标志协会批准申请。以上步骤可以简化为两个阶段。第一阶段为确立产品种类及制定产品标准。第二阶段为标志的申请审批。到 1992 年底,德国已有 800 多家企业生产的 3 300 多种产品通过环境标志认证,到 1999 年底,德国的环境标志产品认证种类达到 100 个。

加拿大的“环境选择”于 1988 年由加拿大环境部宣布实施,于 1989 年制定产品类别,由一个代表政府的独立的咨询委员会秘书处管理。加拿大的环境标志管理机构是政府机构。它由一个代表着独立咨询委员会的秘书处管理,这个秘书处是加拿大环境保护部的一个部门。它和一个技术部门共同制定指导性原则文件,初审产品种类的建议。由加拿大环境部长任命的来自各个领域的代表组成的咨询委员会负责最后评审产品标准。加拿大标准协会(CSA)不仅和秘书处共同制定指导性文件,还负责向厂商发放环境标志证书及监督管理环境标志的使用。加拿大环境标志计划的实施过程参考德国的具体做法:第一步,任何人可以提出产品种类建议,由秘书处初审建议后交到咨询委员会选择产品种类。第二步,由 3 个管理机构(秘书处、咨询委员会和标准协会)与合作技术委员会下设的特别工作组起草产品标准草案,并由来自各个领域的专家组成的合作技术委员会进行第一次评审。第三步,通过的草案交咨询委员复审,公众讨论 60 天,最后由咨询委员会通过。第四步,由环境部长公布,形成的指导性文件在政府刊物上发表。第五步,生产商向加拿大标准协会申请标志,经批准后可以使用的标志。在整个实施过程中,加拿大增加了公众讨论这一项。到 1999 年加拿大已有 50 个认证产品类别。

日本的“生态标签”由日本环境厅于 1989 年开始实施,由属于日本环境协会的促进委

员会和专家委员会在日本环境署的管理下负责其推进工作；日本的环境标志计划由促进委员会和专家委员会负责。这两个委员会均隶属于日本环境协会。日本环境协会是非政府部门，但由政府部门——日本环境署管理。促进委员会由 9 人组成，在规划中起主要的决策作用，负责制定规划指导原则，选择和确定产品种类和产品标准及建立标准。它的代表来自消费者、生产商、工业组织和销售组织、环保局、国家环境研究所和地方政府。专家委员会由 5 人组成，其代表来自消费组织、以及环保局和国家环境研究所的技术专家、环境科学专家，从而具有更多的技术保证。这个委员会负责确定审批标准和审批程序以及审批申请的产品是否符合环境质量要求。而日常工作则交由日本环境协会的秘书处管理。日本生态规划的审批过程如下：任何人都可提出申请标志的产品种类建议。标志促进委员会根据制定的原则及申请提供的信息决定是否批准该品种。如果该产品种类被批准，在专家委员会的帮助下，促进委员会建立标准。标准制定的时间一般比德国和加拿大要短。如果产品种类的标准已存在，批准委员会为了确定申请者的产品是否满足标准，可能要求生产者提供更多的信息，或请第三者组织测试。如果标志被批准使用，厂商与日本环境协会签订“生态标志”使用合同，期限为两年。到 1999 年底日本已有 68 种认证产品类别，全国有 4 400 种生态标志产品。

奥地利的生态标志于 1991 年 4 月设立，在奥地利，标志计划的最终决定权掌握在政府手中，而不是在审查组织手里。4 个参与管理标志计划的组织是环境、青年和家庭部（政府的环境保护机构）、消费者信息协会（一个非官方的消费者协会）、“ARGE 质量工作”（一个民间的认证协会）、环境标志委员会。环境标志委员会作为环境、青年和家庭部的咨询机构，有 15 名义务成员，由 3 名环境科学专家和 12 位来自各种利益组织，包括消费者和环境组织、标准和工业协会以及来自贸易和工业部、环境青年和家庭部等组织的官方代表组成。在已建议的情况下做出选择是该委员会采取所有行动的目标，通常在大多数同意的情况下也可作出决策。标准草案和产品类别提交给环境标志委员会评审。该委员会可以建议接受、修改后接受或否决申请，最后的决定则由环境、青年和家庭部部长作出。到 1999 年已对 33 类产品进行了认证。

澳大利亚的“环境选择标志”计划于 1991 年设立。

新西兰的“新西兰环境选择标志”计划由其环境部于 1992 年 3 月开始实施，新西兰的环境标志计划是由 TELARC 负责，TELARC 是“新西兰质量保障、试验测试和工业设计鉴定局”的简称。TELARC 是根据 1972 年议会法令建立的法定机构，旨在促进先进实验室测试的发展质量保障。该机构的委员会由政府任命，独立开展工作，管理着新西兰设计标准和质量标准。目前，其标志计划已建立了一个很小的工作小组，成员来自 TELARC、环境部、消费者协会（民间的、非盈利性的消费者监督组织），主要任务是建立“环境选择管理咨询委员会（ECMAC）”。ECMAC 的成员具有广泛代表性，共有 10 名成员，分别来自生产者、零售商、包装商、环境利益团体，以及来自环境部、消费者协会的代表。TELARC 的委员会根据来自 ECMAC 的建议作出标志计划的有关决定。该计划的实施过程与加