

电子商务视域下企业漂绿行为的规制

胡 雪

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月13日; 录用日期: 2024年10月14日; 发布日期: 2024年11月13日

摘 要

保护和节约全球资源 and 环境被认为是大多数企业和消费者面临的最重要的环境挑战之一。这需要采用可持续的做法, 保护自然资源并减少污染以保持生态平衡。在电子商务领域, 如何对企业的漂绿行为进行规制已经成为一大难题。本文通过对漂绿的本质、类型进行解析, 得出我国目前应对电商漂绿的几点可行建议, 即漂绿行为法律责任分流、ESG信息披露标准兼顾合理化、确认气候具有诉的利益。

关键词

电子商务, 漂绿, ESG

Regulation of Corporate Greenwashing Behavior in the Context of E-Commerce

Xue Hu

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 13th, 2024; accepted: Oct. 14th, 2024; published: Nov. 13th, 2024

Abstract

The protection and conservation of global resources and the environment are considered one of the most significant environmental challenges faced by most businesses and consumers. This necessitates the adoption of sustainable practices to preserve natural resources and reduce pollution in order to maintain ecological balance. In the field of e-commerce, how to regulate the greenwashing behavior of enterprises has become a major issue. This paper analyzes the nature and types of greenwashing, and concludes with several feasible suggestions for addressing e-commerce greenwashing in China, namely, the diversion of legal responsibilities for greenwashing behavior, the rationalization of ESG disclosure standards, and the recognition of climate as having standing in court.

文章引用: 胡雪. 电子商务视域下企业漂绿行为的规制[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 2948-2953.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341478

Keywords

E-Commerce, Greenwashing, ESG

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 问题的提出

随着气候变化给人们带来的不适逐渐渗透到生活的方方面面，气候变化已然成为当下的热门话题之一，其中带来的一个现象就是当下的消费者，尤其是年轻一代，对环保和可持续产品的兴趣日益浓厚。同时，随着电子商务的蓬勃发展，消费者在众多选择中，越来越难以辨认真正的绿色产品。这也就引发了一个问题：企业是否会在口头上承诺环保，而在实际行动中却背道而驰，最终演变成一种表面环保实则不实的“漂绿”现象？绿色行动已经超越了单纯的市场推广策略，它正在逐渐成为产品开发和设计的核心要素。政府对绿色产品的支持也在转变，从提供激励措施到实施强制性标准。与此同时，“反漂绿”的法律法规越来越严格，对那些虚假宣传绿色形象的商品和企业，惩罚不再仅限于公众的道德谴责，而是开始纳入法律的严格监管。在这样的背景下，如何确保消费者能够在电商平台上买到真正环保的产品，如何规制电商企业的漂绿行为以及消费者如何针对企业漂绿行为进行维权，都成了当下值得关注和解决的问题。

2. ESG、漂绿与漂绿诉讼

2.1. ESG

ESG 指的是考虑到环境、社会和公司治理因素的企业可持续发展策略[1]。为保证报告的精确性和可靠性，电商企业的 ESG 报告的验证通常委托给第三方专业机构执行。这种做法能够确保报告内容的精确和公开，为报告的真实性提供证明，从而提升利益相关者对企业的信任度。ESG 已成为企业新的“可持续性”范式，但同时 ESG 定义的不明确性、广泛的解释性和灵活性允许企业传达一种“大帐篷方法”，将环境、社会和公司治理因素汇聚在 ESG 这个缩写下[2]。这是一个多用途的术语，能够适应不同的背景，随时间变化，会吸引广泛的投资者和利益相关者。这种“大帐篷方法”促进了漂绿行为，导致误导性声明和不公平的做法，并可能使人质疑与 ESG 相关的声明的可信度，这都扩大了潜在的诉讼途径。

2.2. 漂绿

“漂绿”(Greenwashing)这个术语最早出现在 1980 年代，由美国环保倡导者 Jay Westerfield 在其著作中首次提出，用以嘲讽某些酒店在提倡客户重复使用毛巾的同时，实际上却在进行破坏环境的行为[3]。这一概念随后被媒体广泛采纳，并随着全球气候变暖等环境问题的日益凸显，近年来再次成为公众关注的焦点。Jay Westerfield 所指出的漂绿现象，可以通过以下两个方面来观察和理解：一是在 ESG (环境、社会和公司治理)日益受到重视的社会背景下，企业为了获得投资者、消费者以及公众的认同和支持，可能会宣称自己是一个高度重视 ESG 的公司，以此来提升自身的形象和市场竞争能力；二是在 ESG 时代，如果相关的规范和标准不够明确或者要求过于苛刻，导致企业遵守这些规范的成本过高，一些企业可能会因为难以完全达到这些要求，而选择通过发布虚假或误导性的信息来掩盖自己在履行 ESG 责任方面的不足，或者采取一些美化自身形象的漂绿行为[4]。由此可见，规范的制定、监督和执行是相互关联的。

至于上述两种情况是否都属于法律所禁止的行为,以及是否都应承担相应的法律责任,这需要进一步的深入分析和讨论。尽管“漂绿”一词已经被广泛使用,但目前还没有一个严格统一的定义。这表明,对于漂绿现象的界定和理解,社会各界还需要进一步的探讨和共识形成。

2.3. 漂绿诉讼

漂绿诉讼是指针对企业或个人在环境保护、社会责任或公司治理(ESG)方面进行虚假宣传或误导性陈述的法律诉讼。这类诉讼通常由消费者、环保组织、投资者或其他利益相关者提起,旨在追究那些声称自己具有环保或社会责任但实际上并没有履行相关承诺的公司的责任。学者 Victoria Davis Lockard 和 Josh Becker 认为,可以将因所谓漂绿行为而引发的法律诉讼描述为“生态欺诈”诉讼。这类索赔可能由一群消费者、竞争对手、州总检察长或政府机构提起,他们寻求基于所谓的欺骗性贸易行为和虚假的环境效益广告的恢复或禁令救济。这些诉讼基本上挑战了诸如“环保”“生态意识”“碳中和”“节能”“可持续”“可再生”“有机”“无毒”“无化学”“全天然”“回收”“可生物降解”等标签[5]。

3. 电商企业漂绿的类型

3.1. 产品层面的漂绿(Product-Level Greenwashing)

产品层面的漂绿指的是电商企业通过误导消费者和股东关于产品或服务的环境效益的行为。这种策略通常通过在产品上标注虚假或误导性的信息,关于它们的组成或能力来实施,而且企业使用的那些术语通常没有被联邦或州法律规定明确定义。在消费者领域,当消费者基于误导性的环境声明购买产品时,就会出现产品层面的漂绿声明。那些相信自己正在做出环保选择的消费者被虚假广告误导和伤害。例如,一家公司可能会将一种产品标榜为“可回收的”,尽管大多数消费者实际上并没有能力回收那个产品。

产品层面的漂绿诉讼凸显了法律和法规的重要性,以明确定义企业在产品标签时使用的术语。消费者和投资者依赖这些信息做出明智的决策,任何虚假陈述或夸大都可能对公司的声誉和财务状况产生重大影响。随着 ESG 投资趋势的持续增长,公司必须谨慎行事,坚持准确的披露实践,以避免与产品层面漂绿声明相关的潜在消费者和证券诉讼[6]。

3.2. 公司层面的漂绿(Firm-Level Greenwashing)

公司层面的漂绿出现在公司对其整体环境实践、政策或表现做出虚假或误导性声明时,而不仅仅是针对其个别产品。这涉及到创造公司作为环境责任者的虚假形象,尽管其实际做法可能是对环境有害或不可持续的。这种形式的漂绿的有害性可能高于前述产品层面的漂绿,因为它误导消费者和投资者认为整个公司都是环境友好的,而实际上可能只有一小部分做法达到了公司所述的可持续性目标。

近年来,在消费者漂绿诉讼中,针对虚假和误导性声明的诉讼理由已经扩展到整个供应链中采取的商业实践。消费者通过评估产品在其生命周期的每个阶段的环境、可持续性和道德实践来仔细审查广告和声明[7]。

3.3. 气候漂绿(Climate-Washing Claims)

最后,ESG 披露漂绿诉讼集体诉讼中的一个重要趋势是所谓的“气候漂绿”案件。通常,气候漂绿的指控与碳排放承诺或声明有关,这些承诺或声明可以互换地被称为“碳中和”、“气候中和”、“净零”和“零碳”[8]。由于企业面临气候变化带来的挑战的压力越来越大,气候漂绿在过去几年的增长速度很快。

从消费者和投资者的角度分析气候漂绿集体诉讼对于在证券和消费者监管领域遇到的不同规定之间

寻找相似之处，以及揭示潜在的诉讼趋势和两种途径之间的协同作用非常重要[9]。尽管围绕气候漂绿诉讼的法律环境仍在不断发展，但它可以为投资者和消费者提供宝贵的见解。

在消费者领域，当公司在没有透明地披露其实现这些目标的进展的情况下，提出碳中和或净零声明时，可能会出现气候漂绿声明。由于气候漂绿的扩展，觉得被此类声明误导的消费者正在通过诉讼做出反应。基于公司气候承诺而支持这些公司的消费者，如果公司的行为与其承诺不一致，可能会受到欺骗。

4. 中国应对电商漂绿的可行建议

在域外，漂绿诉讼的兴起反映了社会对环境保护意识的增强，以及对企业和机构在可持续发展和环保责任方面日益严格的监督。根据《南方周末》从 2009 年到 2023 年发布的 9 期《中国漂绿榜》，当前中国企业漂绿现象也十分突出。85 家本土企业和跨国企业上榜，涵盖乘用车、食品、化学制药、养殖、建筑和服务等各行各业。其中，有企业身负环保罚单屡教不改，也有企业身负“绿色”光环却名不副实。尽管当前中国域内不乏企业漂绿引发的行政监管处罚，但是罕见漂绿诉讼。通过对澳大利亚漂绿诉讼的深入分析，得出以下启示：

4.1. 漂绿行为法律责任分流

目前，尽管对漂绿行为存在一些基本的定义，但根据其行为的性质，漂绿可能仅涉及产品或服务本身，或者可能对公司的财务状况产生影响。因此，直接将漂绿行为归类并确定其在法律上应承担的责任存在难度[10]。然而，通过澳大利亚漂绿诉讼的深入分析，可以逐步对其进行分类。企业致力于实现环境的可持续性、履行社会责任以及加强公司治理，这些行为本身是值得提倡的。然而，任何形式的漂绿行为都不应被接受，因为它们通过提供不真实的信息误导投资者和消费者，导致错误的消费或投资决策。虽然漂绿行为的表现形式多样，影响程度也各不相同，很难通过一部统一的法律来规范，但是，根据漂绿行为的特点和所产生的后果，本文提出可以将其大致分为以下几种类型，并采取相应的规范措施：

第一，对于已经受到现行证券法规约束的漂绿行为，可以根据相关法规追究责任。如果漂绿行为涉及到上市公司信息披露不实，符合《证券法》规定的责任条件，那么可以根据其违反的具体规定来追究责任，例如违反《证券法》第 5 条、第 52 条等。

第二，对于涉及消费者保护的漂绿行为，可以根据《中华人民共和国电子商务法》中关于虚假广告的规定或《消费者权益保护法》及相关法规进行处罚。漂绿行为在企业的市场营销和广告中尤为常见，如果企业的广告存在漂绿现象并被认定为虚假，可能需要根据《消费者权益保护法》第 20 条、第 28 条承担责任。对于漂绿广告是否构成虚假广告，可能存在一定的判断难度。

第三，如果漂绿行为无法直接依据相关法律追究其民事或刑事责任，例如因为不符合责任要件，为了防止漂绿行为的滥用，可以考虑适当的行政处罚来遏制这种行为的发生。

第四，通过自律组织的自律惩处机制来补充法律责任的不足。

第五，对于违法的漂绿行为和不当的漂绿行为进行宣传教育，帮助业界明白如何遵守相关规定。

通过这种分类和规范，可以更有效地应对漂绿行为，保护投资者和消费者的权益，同时促进企业的诚信和责任。

4.2. ESG 信息披露标准兼顾合理化

考虑到 SASB、GRI 等国际标准在全球的广泛应用及其与全球投资者和监管机构的共识，我国应当借鉴这些成熟的国际标准，结合国内实际情况，制定适宜的 ESG 鉴证准则，以引导企业遵循既定标准和规定。同时，我国应构建一个全面的概念框架，涵盖基础原则、指标的质量特性、目标和使用用户等关键要素。在报告的范围上，应明确包含利益相关者、原则和编制依据等要素，确保报告内容的全面性和一致

性，以便于进行比较和评估。此外，应规定报告披露的具体要求，包括披露频率、具体数据和信息的披露形式[11]。

同时，鉴于不同行业的特殊性及其对环境的影响，我国在建立 ESG 鉴证标准体系时，应考虑行业特点，制定行业特定的标准。同时，也应建立一套普遍适用的标准，确保所有企业都能达到基本的 ESG 标准，逐步形成一个既包含通用标准也针对特定行业的“通用 + 行业特定”标准体系[12]。许多国家和地区已经实施了强制性的 ESG 信息披露规定，如美国的 SEC 和欧盟的非金融报告指令，这些规定要求上市公司在年度报告中包含 ESG 信息，并提供经过独立审计或鉴证的报告。我国可以参考这些做法，在法律和法规层面明确披露要求，并引入强制性的 ESG 报告鉴证机制，实现对公司信息披露的独立鉴证和有效监管，从而提升信息披露的广度和质量[13]。

此外，由于制度的研讨和法规的制定涉及不同产业和参与者，他们可能持有不同立场，因此在执行法规时，规范者和被规范者的角色不同，规范成本和遵守法规的成本也不同，最终推出的方案和时间表可能无法完全满足所有利益相关方的期望。因此，持续关注国际标准和发展趋势，同时考虑国内产业的特殊性，提供产业支持，定期审查法规内容和执行情况，考虑信息披露规范的实质性意义及其合理性和必要性，应成为制定 ESG 相关信息披露义务的基本原则。

4.3. 确认气候具有诉的利益

如前文所述，在漂绿诉讼类型中占很大比重的便是气候漂绿诉讼，但是从气候变化诉讼在我国的发展进程缓慢便可管中窥豹，气候具有诉的利益并没有得到我国无论是理论界还是实务界的一致认同。

当法律的保护仅能基于明确的实体法规定时，可能会存在法律覆盖不到的空白区域，导致一些新兴问题难以获得适当的法律救济。作为民事诉讼中的核心概念之一，诉的利益理论扮演着程序法与实体法之间的桥梁角色。在普通法系中，诉的利益被认为具有创设权利的功能，即法院通过司法途径直接确认民事权利。作为一种正在形成中的权利，诉的利益可以在司法程序中发挥作用，为那些尚未被实体法明确的问题提供解决之道。为了增强法律的适应性，需要引入法益的概念和程序性工具，在实体法和程序法之间构建一个补充的空间[14]。

在中国的司法实践中，已经有许多案例采用了诉的利益理论来进行判决说理[15]。诉的利益理论在实际应用中不仅限于民法领域的救济，还可以扩展到对其他公共利益的保护。这使得司法救济的范围从静态的法律文本转向满足社会不断发展的动态需求。目前，气候问题在中国尚未有明确的权利基础，而且在当前的发展阶段，也很难通过实体法将这类环境问题确立为具体权利。然而，全球范围内关于此的判例正逐渐增多。常言道“无利不成诉”，无论是为了应对国际诉讼环境还是解决国内气候问题，开展气候变化诉讼都显得十分必要。由于难以通过“现有权利”的途径将气候问题纳入诉讼程序，因此可以通过深入研究和讨论诉的利益理论，探索将其纳入诉讼审理的可能性。

5. 结语

在电子商务领域，漂绿行为会导致消费者在购买决策中受到欺骗，有效规制电商企业的漂绿行为刻不容缓。同时，在绿色金融和绿色电商的支持下，2030 年碳达峰与 2060 年碳中和的美好未来并不遥远，它始于我们每一个当下的行动。在绿色经济法的法治保障之下，企业的每一个碳中和承诺、每一个净零目标、为实现绿色发展的每一个减排努力，都将铺就通往美丽中国美好未来的道路。

参考文献

- [1] 赵萱, 董乃斌. 数字金融、企业数字化转型与 ESG 表现——基于 2011-2021 年沪深 A 股上市公司的经验证据[J].

- 西南大学学报(社会科学版), 2023(5): 130-140.
- [2] Ballan, B. and Czarnezki, J.J. (2024) Disclosure, Greenwashing, and the Future of ESG Litigation. *SSRN Electronic Journal*, **81**, Article 545. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4938648>
 - [3] Rickards, C. (2024) A History of Greenwashing: How Did We Get Here? <https://www.countryandtownhouse.com/culture/a-history-of-greenwashing-how-did-we-get-here/>
 - [4] Haerberle, K.S. (2024) Reforming Securities Litigation & Enforcement for ESG Disclosure. UC Irvine School of Law Research Paper Forthcoming.
 - [5] Lockard, V.D. and Becker, J. (2009) Greenwashing Claims: How to Avoid Becoming an Eco-Fraud Target. *Australian Product Liability Reporter*, 7-14. <https://www.alston.com/-/media/files/insights/publications/2009/05/greenwashing-claims-how-to-avoid-becoming-an-ecofr/files/becker-lockard/fileattachment/becker-lockard.pdf>
 - [6] Badawi, A.B. and Partnoy, F. (2022) Social Good and Litigation Risk. *SSRN Electronic Journal*, **12**, Article 315. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4221476>
 - [7] Jaikaran, S. and Charles, W. (2022) Niemann, Hot Topics in Consumer Product False Advertising Class Actions: An Increased Focus on Ethics, Sustainability, and Safety Claims.
 - [8] Ken, M., et al. (2021) Modernizing the Green Guides in the Age of Carbon Neutrality. https://www.akingump.com/a/net/djq25RaskWkSGPzHBM9J3s/37kFsy/wlt_markowitz.pdf
 - [9] Pearce, P. (2021) Duty to Address Climate Change Litigation Risks for Australian Energy Companies—Policy and Governance Issues. *Energies*, **14**, Article 7838. <https://doi.org/10.3390/en14237838>
 - [10] 王宇熹. ESG 投资中的“漂绿”风险耦合机理与监管对策[J]. 财会月刊, 2024(6): 123-129.
 - [11] 王双. 企业 ESG 报告鉴证的国际经验借鉴及启示[J]. 财会通讯, 2024(13): 155-159.
 - [12] 席龙胜, 王岩. 企业 ESG 信息披露与股价崩盘风险[J]. 经济问题, 2022(8): 57-64.
 - [13] 李甜甜, 李金甜. 绿色治理如何赋能高质量发展——基于 ESG 履责和全要素生产率关系的解释[J]. 会计研究, 2023(6): 78-98.
 - [14] Peel, J. and Osofsky, H.M. (2017) A Rights Turn in Climate Change Litigation? *Transnational Environmental Law*, **7**, 37-67. <https://doi.org/10.1017/s2047102517000292>
 - [15] 衢州市衢江区人民法院网. 论确认之诉的利益[EB/OL]. <http://www.qzqjfy.gov.cn/?p=535>, 2024-08-16.