

中华人民共和国国家标准

GB/T 26450—2010/ISO 14063:2006

环境管理 环境信息交流 指南和示例

Environmental management—Environmental communication—
Guidelines and examples

(ISO 14063:2006, IDT)

2011-01-14 发布

2011-06-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	I
引言	II
1 范围	1
2 术语和定义	1
3 环境信息交流原则	2
3.1 概述	2
3.2 原则	2
4 环境信息交流方针	2
4.1 管理承诺	2
4.2 制定方针	2
5 环境信息交流战略	3
5.1 总体考虑	3
5.2 建立环境信息交流目标	3
5.3 识别相关方	4
5.4 考虑资源问题	4
6 环境信息交流活动	5
6.1 策划环境信息交流活动	5
6.2 选择环境信息交流内容、方法和工具	8
6.3 实施环境信息交流活动	14
6.4 评价环境信息交流	15
6.5 开展管理评审和策划修订	16
附录 A (资料性附录) 环境管理系列标准参考表	17
参考文献	20

前 言

本标准 of GB/T 24000 环境管理系列标准之一。

本标准等同采用 ISO 14063:2006《环境管理 环境信息交流 指南和示例》(英文版)。

关于 ISO 14000 系列标准内更多的环境信息交流信息见网站 www.iso.org/iso14063。

为便于使用,本标准做了以下编辑性修改:

——删除 ISO 14063:2006 的前言,增加了中文前言;

——对于 ISO 14063:2006 引用的其他国际标准中已被等同采用为我国国家标准的,本标准采用我国国家标准代替对应的国际标准。

本标准附录 A 为资料性附录。

本标准由全国环境管理标准化技术委员会提出并归口。

本标准起草单位:中国标准化研究院、方圆标志认证集团、国家认证认可监督管理委员会认证认可技术研究所、中国合格评定国家认可中心和中国质量认证中心。

本标准主要起草人:黄进、陈全、刘克、李燕、王瑜、刘玫、陈亮。

引 言

0.1 20 多年以来,由于公众关注和兴趣的提升,以及与环境有关的政府活动的增加,对于环境价值、行动和绩效的信息交流已经成为组织的一项基本活动。世界各地的组织越来越需要阐明他们的观点,提出并解释他们的活动、产品和服务的环境影响;同时也需要倾听相关方的意见,并将他们的观点和要求融为环境信息交流的组成部分。

组织需要获得和提供关于环境问题、关注点和计划的信息,并对它们作出回应。这受到组织的地理位置和分布、活动规模和类型等因素的影响。信息交流动机包括以下方面:

- 组织对共享其环境实践信息的兴趣;
- 员工或投资人、政府机构、社会团体、客户或供方,或任何其他相关方对信息的要求;
- 与相关方进行讨论的需要,特别是与目标群体讨论组织建议的措施,例如:扩大现有设施或建设新设施,或引进新产品或服务;
- 环境风险管理;
- 法律法规要求;
- 回应来自相关方的抱怨;
- 日益增加的解决环境问题的重要性。

环境信息交流是信息共享的过程,目的是为建立信任、可信度和合作关系、提高意识和在决策中使用。所用的环境信息交流过程和内容随组织的目标和条件而不同,而且宜建立在真实信息基础上。

0.2 环境信息交流比环境报告广泛。环境信息交流有许多目的并采取多种形式。环境信息交流可以是临时安排的或有计划的。临时安排的环境信息交流的实例可以是某个设施主管出席社区活动并回答问题。计划的信息交流可以包括相关方从有限参与到全部参与的下述一系列信息交流:

- a) 组织发布信息的单向信息交流,例如组织发布环境报告时未提供提问或讨论的机会;
- b) 组织和相关方之间交换信息和想法的双向信息交流;
- c) 参与决策时组织与相关方的合作,包括影响组织和(或)当地社区的有效的信息反馈。

0.3 与相关方密切联系,为组织提供了了解他们的问题和关注点的机会;从而使双方互相了解并影响彼此的观点和见解。只要做法恰当,任何具体方法都能获得成功并满足组织和相关方的需要。在某些情况下,在环境信息交流中理解每一个相关方(或目标群体)的信息交流形式(行为)也很重要。最有效的环境信息交流过程包括组织将与内部和外部相关方的持续联系作为其总体信息交流战略的组成部分。图 1 显示了环境信息交流的相互关系和流程。

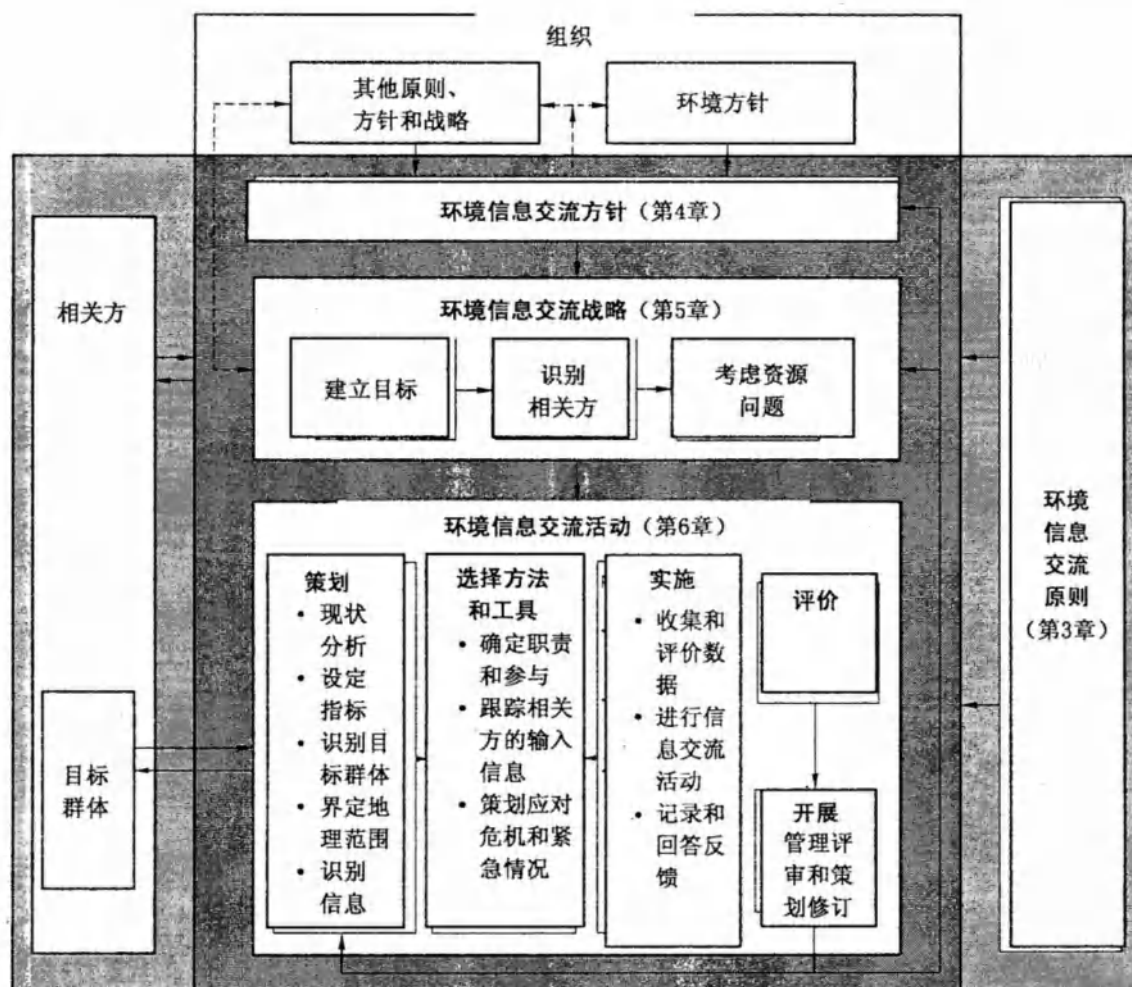


图1 环境信息交流

注1：黑体字和编号指本标准的条款。

注2：虚线箭头指示环境信息交流系统与组织其他要素的关系；实线箭头指示环境信息交流系统内部的相互关系。

注3：阴影表示环境信息交流系统范围；较深的阴影表示环境信息交流系统在组织内部。

0.4 环境信息交流通常会产生许多益处，例如：

- 有助于相关方了解组织的环境承诺、方针和绩效；
- 为改善组织的活动、产品和服务的环境绩效及向可持续性发展提供输入和建议；
- 改善对相关方需求和关注的了解，促进信任和对话；
- 提高组织的环境资质、成就和绩效；
- 提高环境意识的重要性和程度，以支持组织内的环境责任文化和价值；
- 解决相关方关于运行和紧急情况下环境危害的关注点和抱怨；
- 加强相关方对组织的理解；
- 增加经营支持和股东信心。

本标准适用于所有组织，不论其规模、类型、地点、组织结构、活动、产品和服务，也不论其是否已经建立环境管理体系。环境信息交流对于已经建立或尚未建立环境管理体系(EMS)的组织而言都是至关重要的事项之一。环境信息交流不只是组织的问题和管理的问题，还关系到组织的价值观。为确保成功的信息交流过程，重要的是组织应将自身视为社会中负责任的一分子，并关注相关方的环境期望。

环境管理 环境信息交流 指南和示例

1 范围

本标准组织提供了关于内部和外部环境信息交流的一般原则、方针、战略和活动方面的指南。本标准使用已建立并证实行之有效的方法进行信息交流,适合于环境信息交流中的各种具体条件。

本标准适用于所有组织,不论其规模、类型、地点、结构、活动、产品和服务,也不论其是否已经建立环境管理体系。

本标准不拟用作认证或注册目的,或确立任何其他环境管理体系的符合性要求。本标准可以与任何 GB/T 24000 系列标准组合使用或单独使用。

注 1: 附录 A 提供了 GB/T 24000 系列标准参考表。

注 2: GB/T 24020、GB/T 24021、GB/T 24024 和 GB/T 24025 提供了有关产品标志和声明的专门的环境信息交流工具和指南。

2 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

2.1

环境信息交流 environmental communication

组织实施的提供信息和获得信息及与内外部相关方进行对话的过程,以促进对环境问题、环境因素和环境绩效的共同理解。

2.2

环境信息交流方针 environmental communication policy

由最高管理者正式表述的组织有关环境信息交流的总体意图和方向。

注: 环境信息交流方针可以是一个单独的方针,也可以是组织其他方针的一部分。

2.3

环境信息交流战略 environmental communication strategy

组织实施其环境信息交流方针和制定环境信息交流目标和指标的框架。

2.4

组织 organization

具有自身职能和行政管理的公司、集团公司、商行、企事业单位、政府机构、社团或其结合体,或上述单位中具有自身职能和行政管理的一部分,无论其是否具有法人资格、公营或私营。

注: 对于拥有一个以上运行单位的组织,可以把一个运行单位视为一个组织。

[GB/T 24001—2004, 3.16]

2.5

相关方 interested party

关注组织的环境绩效或受环境绩效影响的个人或团体。

[GB/T 24001—2004, 3.13]

2.6

目标群体 target group

被选择作为组织环境信息交流活动焦点的相关方或相关方团体。

2.7

环境信息交流目标 environmental communication objective

组织依据其环境信息交流方针规定自己所要实现的、作为其环境信息交流战略一部分的总体环境信息交流目的。

2.8

环境信息交流指标 environmental communication target

由环境信息交流目标产生,为实现环境信息交流目标所需规定并满足的、适用于组织的具体的绩效要求。

3 环境信息交流原则

3.1 概述

组织在其环境信息交流中采用下述原则是必要的。

3.2 原则

3.2.1 透明性

在考虑所要求的信息保密条件下,使环境信息交流中使用的过程、程序、方法、数据来源和假设可为所有相关方获得,告知相关方其在环境信息交流中的作用。

3.2.2 适宜性

使用符合相关方兴趣和需要的格式、语言和媒介,使环境信息交流中所提供的信息与相关方有关,使他们能够充分参与。

3.2.3 可信性

以诚实和公平的方式进行环境信息交流,提供真实的、准确的、实质性的和对相关方不产生误导的信息。用被认可的和可再现的方法和参数开发信息和数据。

3.2.4 响应性

确保环境信息交流对相关方的需求是开放的。以充分和及时的方式回应相关方的问询和关注。使相关方知道他们的问询和关注是如何解决的。

3.2.5 明确性

确保环境信息交流的方法和语言易于相关方理解,以最大限度地减少歧义。

4 环境信息交流方针

4.1 管理承诺

组织的最高管理者宜建立环境信息交流方针,在方针中表述其承诺,并推行环境信息交流方针。环境信息交流方针宜与第3章的原则保持一致并清楚地做出下列陈述:

- a) 与相关方进行对话的承诺;
- b) 公开其环境绩效信息的承诺;
- c) 组织内部和外部环境信息交流的重要性;
- d) 实施方针和提供必要资源的承诺;
- e) 解决关键环境问题的承诺。

环境信息交流方针可以构成组织的信息交流方针或环境方针的组成部分,或整合到其中,或也可成为单独的方针。

4.2 制定方针

制定方针时,组织内负责环境管理的人员宜与负责信息交流的人员相互配合,以保证信息交流方针与组织的其他原则、方针和价值观保持一致。随之,各级管理者宜实施方针,并为方针的形成和修改提供输入。

环境信息交流方针无须繁琐,但宜向相关方传达组织对有关环境问题、环境因素及其相关环境影响和环境绩效的信息交流的重视。在制定环境信息交流方针时,宜以组织的愿景、使命、价值观和文化为基础。适用时,组织宜在方针中做出承诺,该承诺要表明其在环境信息交流活动中反映当地、地区和/或国家文化特点。

在制定环境信息交流方针时宜考虑的重要因素包括:

- 组织的经营领域及其产品或服务系列;
- 组织的规模;
- 组织的基础设施;
- 公司治理;
- 市场和品牌战略;
- 环境管理体系现状;
- 环境因素和环境影响;
- 与相关因素的相互作用,例如健康和安全及其他关于可持续性的方法;
- 关于公开环境信息的法律要求;
- 当地的、地区的、国家的和国家的道德和行为规范;
- 相关方的期望;
- 公众的“知情权”。

适当时,宜向内部和外部相关方沟通信息交流方针。

5 环境信息交流战略

5.1 总体考虑

组织的管理者宜制定战略,以实施其环境信息交流方针。该战略宜包括环境信息交流目标、相关方的识别、信息交流的时间、计划和内容,并承诺配置充分的资源。组织在考虑其资源的前提下宜阐明什么是可能实现的,以便能够最好和最切合实际地满足相关方的期望。

宜考虑到环境信息交流是组织总体环境活动的组成部分,环境信息交流宜与管理体的其他要素、方针、战略或相关活动保持一致。

实用帮助 1——制定环境信息交流战略

下列提示有助于制定环境信息交流战略:

- 组织进行环境信息交流的原因和目的是什么?
- 组织的关键环境问题和影响是什么?
- 所包含的主要问题、所传递的信息以及所使用的信息交流技术、方法、工具和渠道是什么?
- 执行战略需要多少时间?
- 战略将如何使环境管理者、相关方、负责环境问题的个人(或多人)和负责组织内部和外部信息交流的个人(或多人)参与和协调?
- 战略中涉及的当地的、地区的、国家的和国家的边界是什么?

战略一经确定,宜由最高管理者进行批准,然后作为组织开展环境信息交流活动的基础。

5.2 建立环境信息交流目标

组织宜建立环境目标,它能为有效的环境信息交流战略提供基础。当制定环境信息交流目标时,组织宜确保目标与环境信息交流方针保持一致,考虑内部和外部相关方的观点,并与第3章的环境信息交流原则一致。在为其环境信息交流活动设定目标时,组织宜考虑其优先事项和所希望的结果,确保对所确定的目标的表述不需要进一步加以解释。

实用帮助 2——设定目标的优先项

设定目标的优先项可以包括：

- 与组织特定的活动、产品和服务有关的环境问题；
- 遵守适用的法律法规和其他要求；
- 影响关于环境问题的公共政策；
- 提供信息和鼓励相关方了解关于组织的环境活动、环境因素、环境影响和环境绩效；
- 满足相关方对环境信息的期望；
- 建立持续的关于环境事务的对话；
- 使内部和(或)外部冲突最少；
- 改善组织的可信度和声誉；
- 改善组织的产品和服务的公众认知度和环境形象；
- 激励环境创新和创造力。

目标的例子及其与指标的关系见 6.1.3 实用帮助 5。

5.3 识别相关方

在制定环境信息交流战略和设定目标时,组织宜识别对其活动、产品和服务感兴趣的内部和外部相关方。还宜识别为实现环境信息交流战略的总体目标而希望与之进行信息交流的其他潜在相关方。

随后,将识别更具体的环境信息交流活动的目标群体(见 6.1.4)。

实用帮助 3——相关方示例

组织可能考虑的相关方的某些例子包括：

- 过去、现在和将来的员工和他们的代表；
- 客户和消费者；
- 供方、承包方、批发商和分销商；
- 竞争者；
- 股东；
- 银行和金融/投资团体；
- 保险公司；
- 评级机构；
- 公共权力机构；
- 立法者；
- 监管者；
- 政治家和意见代表；
- 邻居和当地社区；
- 与供应链组织相关的团体；
- 学校、学术界和研究者；
- 参与环境问题的专业人员；
- 传媒组织；
- 非政府组织。

5.4 考虑资源问题

组织的环境信息交流活动依赖于可获得的资源。环境信息交流战略宜包括人力、技术和财务资源的配置,指定的职责和权限,以及确定的措施。宜考虑员工的经验和培训需求。

6 环境信息交流活动

6.1 策划环境信息交流活动

6.1.1 总则

组织在实施其环境信息交流方针时通常将开展一系列环境信息交流活动。在推进环境信息交流战略和目标时,宜在考虑环境问题、地理边界和相关方的基础上开发特定的环境信息交流活动。

实用帮助 4——策划环境信息交流活动

在策划环境信息交流活动时组织宜考虑下列问题:

- 该活动是否与第 3 章的环境信息交流原则和组织的方针保持一致?
- 适宜时,该活动是否加强双向信息交流?
- 该活动能否促进与相关方的共识?
- 该活动是否为接触目标群体、与其互动,并可能解决其关注问题提供机会?
- 该活动是否为解决深层次多种问题提供机会?
- 该活动关注的焦点是否是关键性问题?
- 该活动是否提供专门针对目标群体的信息?
- 该活动是否比较容易执行?
- 该活动是否能以较低的成本传递信息?
- 该活动是否容易更新?
- 该活动的效果能否测量?
- 该活动是否是教育的良好手段?
- 该活动是否创立建设性氛围?
- 该活动是否是宣传或增加公众认知的有效方法?

6.1.2 现状分析

制定或改进环境信息交流活动从了解信息交流背景开始。

在现状分析中,组织宜考虑下列问题:

- a) 已有的环境信息交流活动和承诺;
- b) 识别和了解相关方关心的问题;
- c) 相关方对于组织的期望和看法;
- d) 相关方(例如当地社区)的环境意识;
- e) 在类似现状下与相关方的信息交流被证明是最有效的信息交流媒介和活动;
- f) 识别对环境信息交流有关问题的意见代表和他们的影响力;
- g) 在特定问题上组织的公众形象;
- h) 与组织的特定活动、产品和服务有关的环境问题的最新发展和趋势;
- i) 经济和金融影响;
- j) 对相关方的价值观和文化的认识 and 了解。

可借助多种工具开展现状分析。从 6.2(表 1)中可以找到示例。现状分析可能导致修改环境信息交流目标。

在评价环境信息交流活动背景时,考虑不进行信息交流的潜在成本和后果也很重要。这些后果可能是显而易见的,从长远来看其成本超过环境信息交流成本,并使组织付出其他代价,例如声誉的损害。下面的示例说明了这类情况的影响。

示例:

案例 1: 不进行环境信息交流的代价

一位经理承认,当决定在工厂内燃烧危险性的二次液体燃料时,因未与社区充分讨论而导致危机。该组织没有估计到反应的强烈,因此事先没有配置足够的资源进行协商和沟通。该组织与社区之间 90 年来的良好工作关系一夜之间消失。管理者估计花费了两年中的大部分时间试图重建这一关系。该组织的代价包括该经理的工资、其他员工与一系列相关方会晤所花费的无法计算的时间,以及举行大量公众会议和发布新闻和其他媒体声明的成本。这项努力的结果之一是建立了社区联络委员会,其中包括强烈要求燃烧替代燃料的市民。该组织和监管者在做出重要决策之前用该委员会作为沟通渠道。五年之后,重新建立了信任。

6.1.3 设定环境信息交流指标

组织宜明确通过环境信息交流活动拟实现的目的。宜建立与环境信息交流目标相一致的指标,且指标是具体的、可测量的、可实现的、切合实际的并与时间相关的。这将使组织能够评估环境信息交流活动和确定是否已达到指标要求。

实用帮助 5——目标和指标示例

目标:在与社区进行讨论的基础上,使设施内的重要变更获得同意。

指标:

- 将解释设施改变及环境影响的小册子送到 90% 的社区家庭;
- 在社区调查中对设施改变的接受率达到 75%;
- 建议的改变开始 3 个月前完成信息交流工作。

目标:增加客户对组织环境绩效的认识。

指标:

- 80% 的特定产品购买者对组织的环境绩效有所认识;
- 从 65% 的特定产品消费者中获得关于他们了解组织环境绩效水平的反馈信息;
- 在完成可持续性报告最终版本 2 个月前完成信息交流工作。

目标:

通过与供应商交流组织的目的、目标和指标,跟踪供应链的变化对环境绩效的改善及共享改进信息,以改善整个供应链的环境绩效。

指标:

- 与原材料供方的 95% 和消耗品供方的 65% 进行交流;
- 从 100% 的原材料供方和 85% 的消耗品供方得到调查问卷回答;
- 提供结论,以便在规定日期改变采购程序。

6.1.4 识别目标群体

在策划环境信息交流活动时,组织宜在相关方当中确定目标群体。良好的信息交流要有一定范围的可能的目标群体参与,而不仅仅是那些对组织有利的或具有足够资源来组织和表达自己的目标群体。

在不同的目标群体之间识别利益冲突是常见的情形。因此,环境信息交流活动需要解决和回应来自目标群体的不同的和往往是冲突的要求,特别是那些最具影响力的、对环境信息交流活动的结果有负面影响的目标群体的要求。

当进行环境信息交流活动时,组织宜寻求了解目标群体对组织环境绩效的期望和看法。最简单的方法是目标群体与组织之间直接对话可以产生所要求的反馈信息。如果从目标群体寻求输入信息,组织宜解释寻求信息的目的和用途。

6.1.5 界定地理范围

对于每一项环境信息交流活动,由于不同地区的语言、文化和习惯不同,可能影响公众的需求和对

组织的看法,组织宜确定环境信息交流活动的焦点区域或位置。任何特定的信息交流活动的焦点可以分布在从当地社区到可能远离组织设施或办公场所的更广泛的公共区域。

组织可参与解决不局限于一个地域范围的特定环境问题。例如,在环境报告中可包括当地、区域、国家或国际关注的温室气体排放。这些环境信息交流活动可能要求不同类型的信息,根据所涉及的相关方的需要,相同的信息可能须以不同方式提出。

6.1.6 识别环境信息

组织宜预见相关方关心的环境问题,这有助于集中收集其产品、服务、过程和活动的环境影响和环境绩效的信息。基于环境信息交流活动所设定的指标,能够选择和产生适当的定量的和定性的数据和信息。这类信息宜与现行的环境绩效和绩效参数的标准和指南保持一致。

实用帮助 6——环境信息交流活动信息来源示例

在大多数组织内包括许多信息来源和信息类型,尤其是已建立 GB/T 24001 环境管理体系的组织:

- 关于组织的战略及其环境内涵的信息;
- 有可能从组织的环境管理体系中获得的环境方针、管理实践和绩效测量;
- 活动、产品和服务的环境因素和环境影响清单;
- 产品和活动生命周期评价;
- 环境标志和声明所使用的数据和其他文件;
- 环境参数清单;
- 环境绩效评价数据;
- 日常和不定期收集的信息,例如来自位于特定地区的设施的报告,来自子公司的报告(对控股公司),研究报告,监测、控制和测量数据登记和分析报告等;
- 日常合规性报告;
- 遵守适用的法律法规要求和其他要求的记录;
- 关于应急响应和对事故的响应的计划、记录和指南;
- 关于材料安全操作的员工培训手册和记录;
- 组织负责环境事务的员工的专业资格记录(管理人员、技术人员、专家等);
- 相关的财务和会计数据;
- 来自社区拓展活动的信息。

有时组织内的已有信息不是以适合于环境信息交流活动或适合与非技术目标群体对话的形式存在,这些信息可用对相关目标群体清晰和适宜的形式来准备书面材料或其他形式的信息交流。

例如,经常被组织用于交流其环境绩效的环境参数尤其是这样。这类定量的或定性的参数可能实质上是技术性的,宜以相关方能理解和能使用的方法解释参数的用途、意义和内容。在某些情况下,由于收集适当数据的困难,可能导致对实现指标的方法进行修改。

注: GB/T 24031 和 ISO/TR 14032 提供了制定环境绩效参数的指南。

示例:

案例 2: 为一座电子设备制造厂确定环境绩效参数

一座电子设备制造厂与 75 家相关方协商决定该组织应当报告哪些环境绩效参数。该过程的主要阶段包括:

- 识别重要的外部和内部相关方,确定他们对组织环境绩效主要关注点和期望;
- 识别在环境报告中应提出的环境绩效参数以及这些参数在相关方中的优先次序;
- 根据这些参数评价组织的绩效;

——编制组织的环境绩效概况并将结果反馈给相关方。

参加该过程的 75 家相关方包括员工、顾客和供方、意见代表、邻居、立法和监管者及金融和保险公司。

对来自共 75 个相关方的每个目标群体的 5~15 名代表进行了面谈。向个人询问“你认为哪些环境问题是该组织应当解决并应在其环境报告中予以报告的?”识别出超过 100 个问题,提炼出 11 项环境绩效和管理绩效参数。

还举办了一次由 12 家相关方出席的研讨会,讨论并确认 11 项参数和决定每项参数的相关优先次序。

该过程的结果形成了一个环境报告,提供了该组织详细的环境绩效。确定了一些通常在其他环境报告中没有提出的环境绩效参数,例如“在追求可持续发展中的信息技术”。根据从相关方收到的反馈信息,在环境报告中论及的问题被优先考虑,以使报告更加关注相关方的要求,并协助组织为改进环境绩效配置资源。该方法通过纳入相关方的观点增加了报告过程的客观性。

6.2 选择环境信息交流内容、方法和工具

6.2.1 总则

组织的环境信息交流方法的选择取决于组织是否愿意征询、了解、告知、说服目标群体,并使目标群体参与。重要的是,应注意到环境信息交流是一个动态过程,并且在目标群体之间及组织内部都存在着不断的变化。

选择信息交流方法时,在信息交流包含的问题中考虑信息交流活动所涉及的目标群体的需求和关注程度是很重要的。另外,在信息交流中,考虑组织如何愿意做到积极主动同样很重要。根据组织和目标群体的主动性或被动性,以及根据组织环境信息交流目标、目标群体和组织具有的信息交流资源,存在不同的信息交流方法。

组织宜针对目标群体,对其所提供的信息进行梳理,这些信息宜与初始策划保持一致。信息宜:

- a) 考虑目标群体的行为因素和社会、文化、教育、经济和政治利益;
- b) 使用适合的语言;
- c) 适当时,利用视觉图像或电子媒体;
- d) 与所选择的方法一致,相关时,与组织以往交流的环境问题的其他信息一致。

在做出任何公开的信息交流之前,组织可能需要测试提供信息的方式。针对测试信息提供方式的观点调查有助于识别需要更多解释或澄清之处,需要解决的关键问题和疑问等。

表 1~表 3 提供了详细的信息交流方法和工具。

表 1 书面信息交流方法和工具

方 法	描 述	优 点	缺 点	注意事项
网站	电子通讯媒介,所有外部和内部在线相关方可进入。包括可下载的报告、教育资料,用户能向组织提供反馈信息的网站连接	为很多人在很多问题上进行沟通提供巨大可能性(并提供适当信息)。容易更新,具有进行双向信息交流的可能性	公司经常在其网站上放置小册子,失去互动机会(例如录像、真实数据、电子邮件反馈)	保持较低的电脑配置要求——不是每一个人都有最新的电脑硬件。 费用不高。可在网站上提供对经常问及的问题的回答,提供电话号码供更详细的询问
环境报告或可持续性报告	对若干关键问题的承诺和绩效的综合表达。这些报告的摘要或总结可以包括在组织的其他信息交流中,例如财务报告	有机会解决多种深层次问题。建立信任和可信性的基本方法。建立关于组织所有相关问题的内部透明	工作量大,很难经常更新。提供的信息形式可能不允许与类似组织比较。可以期待每年发布	关注外部和内部相关方的利益。 包括困难、失败和成功。宜使用适当的行业报告标准或参数作为基准

表 1 (续)

方 法	描 述	优 点	缺 点	注意事项
印刷的材料 (报告、小册子和简讯)	报告或小册子——感兴趣的设施或特定项目,关键问题以及如何参与的简单说明。 简讯——机构活动的定期更新。告知相关方并与其保持联系	必要时能针对一个问题。费用低、速度快。告知很多人。 简讯对外部和内部相关方都是有效的方法	可能被错误解释。只能提供基本信息。 没有直接反馈信息。 在边远地区可能难以散发	对问题必须研究。 使用基本语言。 使用照片和图片。要客观。 包括联系人姓名、电话号码和地址。 读写能力可能是一个问题,可使用漫画和图进行帮助
产品或服务 信息标志或 声明	描述与产品、服务相关的重要环境问题。如果是产品,可以附在产品上或单独提供	能够告知客户关于产品或服务的环境属性	因为信息是以简要形式提供的,所以可能引起混乱	产品的环境标志的形式和内容可以遵守 GB/T 24020、GB/T 24021、GB/T 24024 和 GB/T 24025 的要求
海报/展示	项目描述,突出问题并放置在公共地点	以比较低的成本提供一般信息。能使许多否则可能不参加的人知道	提供信息,而不是获得信息	保持要点。使用照片和图片。定期更新。 在展示地点发布广告。提供联系人姓名和电话号码
信函	与指定的个人就专门问题来往书信	能够解决特定的相关方的需求。方便快捷	可能过分正式化。一般来说不是交流复杂信息的好方法	收信人的阅读水平。 使争论充分
电子邮件	发送信息和消息的电子方法。 提供发送印刷出版物电子版的机会	收发消息和信息的低成本和容易的方法。快速交换、及时传播。为很多人提供快速获取的机会	不是所有人都有电脑或能够接受电子邮件。 如果人们认为信息不重要,在阅读之前可能被删除	当发送附件时,确保收件人装有兼容的软件
媒体/报纸 文章	解释设施或项目的特点	能为大量受众获取。对大众方便。 良好的教育载体	很可能经过报纸编辑,因此只能讲述部分情况。 在边远地区或发展中国家,不一定能广泛提供	当地媒体和全国范围的媒体可能要求不同的方法、风格和详细程度
媒体/新闻 发布	为媒体准备和散发信息供其使用	宣传和引起关注的有效和低成本方法	除非被认为有新闻价值,否则媒体不予报导。 很可能经过编辑以符合指南	避免错误地表达组织的环境绩效
媒体/广告	付款的广告宣传材料,例如在报纸上的连续广告,或专栏赞助(例如地区报纸的环境版)	大量受众可获取	价格高。寿命期可能有限。 描述复杂问题的机会有限	刊载广告的出版物或节目的受众的概貌

表 2 口头信息交流方法和工具

方 法	描 述	优 点	缺 点	注意事项
公开会议	发表信息和交换观点的一种途径。针对特定的议程或项目状况。包括报告、问答、正式及定时的听证	看作“合法的”咨询。 向很多人提供信息。 成本低。 人们通常愿意出席	互动有限。不能保证听到所有观点。 可能成为情绪激动的争论。 言语过多的少数人可能左右会议	经常最好在较小的活动(面谈、焦点组)后使用,以提前知道相关方的反应。对会议要充分做广告。 职员需要有经过证实的经验。如有可能,启用具有独立性的主席和/或协调人/主持人
相关方面谈/ 个人接触	在其家里、办公室或中立地点与其谈话	双向交换信息。人们感觉他们的意见被听取。能解决特定问题。诚实的谈话可以建立信任。面谈帮助识别关键问题和关注,并建立联系	很难识别所有相关方。 时间受限制。 非公众性感受。可能惊吓到某些人。 有时可能文化上不适合	确定代表某类相关方的个人,他们可能被特定活动影响或正在被影响。 接受某些人可能希望有专业代表的想法。包括有影响的相关方往往比较好。在方便于相关方的地点会见
焦点群	会见有相似背景的相关方群体(例如政府官员或居民)讨论特定的主题	能够自由交换想法,因为参加者与同行在一起感觉舒服。对最重要的问题往往能达到共识	与所有重要相关方进行焦点组讨论耗费时间	经常最好在与相关方初次面谈后使用,以确认可能提出的主要问题
调查	对相关方使用问题调查(如果认为有必要,可以由独立组织进行),从回答者收集人口信息并指出其问题和关心	当一个公司计划在社会建立关系或如果考虑在运作中有主要改变时使用调查很有帮助。 对定期更新也很有好处(例如每2年)	根据调查问题的复杂性、提问方法(例如问个人或通过网站)、样本中的人数、所选择的地理位置数量和大小,调查可能需要大量人力	调查可以登门进行或通过电话。也可以书面或通过互联网进行
开放参观日、 信息日、现场 参观、录像	开放参观日通常在公共中心场所举办,为公众提供提问和讨论问题的机会。信息日可以与现场访问参观相结合,为公众提供亲自观看设施和提问的机会。在任何这些活动中都可以使用录像解释设施的运作	允许直接互动。 提供纠正错误信息和探究问题的机会。 对接触外部和内部相关方很有用	提供的多于得到的。 费用高,需要耗费许多员工的工时。 依赖于员工的知识和技能	必须有充分的广告宣传。 必须向员工说明基本情况。 项目经理宜在场。 提出的问题必须记录。 员工宜主动倾听相关方的意见,不宜抵触

表 2 (续)

方 法	描 述	优 点	缺 点	注意事项
以环境为重点的有引导的参观	为目标群体提供关注组织区域或设备的参观	提供组织内部人员和参观者之间面对面接触的机会。 能够在现场展示组织的环境活动	如果只展示好的方面,可能解释成公关行动。这种努力接触到的人数有限。 费用高,需要耗费许多员工的工时。依赖于员工的知识 and 技能	参观宜涉及与组织的产品、过程和活动直接有关的问题或与组织的经营直接有关的问题
研讨会、大型会议、对话活动	这些会议是一系列相关方讨论想法、关注点和问题的机会	这些会议对于就高度优先的问题达成共识很有成效且很有帮助	为保证各类相关方出席,组织工作很耗时间	通常在面谈或焦点组调查提供了问题类型的信息以后举办这类活动最有效
媒体/电台采访	简短节目通常目的在于讨论或回答涉及面窄的问题或焦点问题	沟通很多人的手段	不可能控制所问的问题。除非电台允许听众打电话,否则很难有任何形式的信息交流	保持信息尖锐、清楚和简单。 如果正在考虑某些被社会广泛关心的重大决策,接受这种采访
市民顾问组或社区联络组	由组织外的具有各种利益和专门知识的人组成的小组,定期举行会议,从相关方的观点对环境问题提出建议	调查问题,提出建议。双向信息交流信息。显示组织愿意与人们一道工作。帮助组织保持在社会的眼界	权力有限。不可能代表所有具不同层次专业知识的人们的利益。 信息不能总是传递到社区。 顾问组成员可能没有接触他所代表的人	必须代表全面的利益,小组的作用和权限必须明确规定。 宜预先决定任期。成员必须与社区进行信息交流
帮助平台	向相关方提供关于产品的环境因素和其他方面的电话咨询和信息	为相关方提供关于产品特定问题的询问和得到回答的机会	电话可能包括任何题目。询问者未必总是仔细听回答,因此可能误解回答	员工必须经过关于组织的活动、产品和服务的环境因素的充分培训和告知。如果回答困难问题,以后再回答或书面回答有时是最好的
向利益相关群体做报告	与利益相关小组谈话,通常在小组定期开会地点举行。 简短展示以后进入提问和回答环节。可以用于内部或外部小组	可以针对不同的利益小组来编辑信息,以满足小组的需求,信息可以传递给其他人。主办小组可以做一些工作(提出邀请),这对当地社区很有用	可能受到不友好听众的反对。 如果单独使用,可能触及不到社区内的各个方面	用于发展工作关系。 不排除不支持的小组。 开会前提供所要考虑的书面材料。 带走书面材料

表 2 (续)

方 法	描 述	优 点	缺 点	注意事项
相关方餐会/ 关于可持续的 业务餐会	一系列小组会议将不同的相关方集合到一起,公布报告或讨论可持续性	与会者从共享他们的看法中获益(例如享受美餐)。获得第一手相关方的看法。在建设性气氛中讨论可持续性	困难在于选择客人和将谈话控制在可持续性方面	规模可以不同,例如与地区和当地相关方的大型餐会,或少于 10 人的小型餐会
戏剧表演	用戏剧形式向内部或外部相关方展示环境信息	能吸引相关方的注意力。没有阅读书面材料的相关方能够获取相关信息	可能难以制作适合具有不同知识水平、理解力和兴趣的群体的节目	表演必须精彩、生动,避免对观众说教。 考虑启用专业演员

表 3 其他信息交流方法和工具

方 法	描 述	优 点	缺 点	注意事项
合作项目	由组织和相关方小组联合开展的项目	通过一起工作达到共同目标,能建立信任和合作关系	相关方对组织能提供的投入和资源可能有不切合实际的期望	在开发合作项目时,一定要明确规定项目的目标和每一方的作用、责任及提供的资源
可持续发展协议	由组织和社区共同对可持续发展进行承诺所达成的协议	有助于在社区与组织之间建立促进环境信息交流和互动的关系。好处包括组织被视为承诺改善生活质量和环境的引领者	保持社区关系需要时间和资源	因为存在协议,如果组织不能满足承诺,其声誉可能受到损害
艺术展	围绕环境主题组织的艺术展	鼓励可能不被更常规的方法吸引的外部 and 内部相关方参与	组织工作可能耗费时间	宜在人们有时间参观时举办,例如晚间和周末

6.2.2 确定职责和参与(内部和外部)

最高管理者的职责宜包括:

- a) 参与环境信息交流过程,以熟悉其战略、策划、产品和服务、过程和未来活动的环境影响,以及相关方的要求;
- b) 在改善内部氛围以激励并奖励人们积极参与环境信息交流中起领导作用;
- c) 鼓励与所有员工就环境信息交流的动议和结果进行定期沟通。

宜对汇总用于环境交流的信息的职责作出明确规定,以便在负责整理信息的人员与负责进行信息传递和交流的人员之间进行协调。对于小型组织,环境信息交流活动的职责可以指派给一个人。

当环境信息交流由内部或外部信息交流专业人员与来自各领域的其他专业人员合作进行时,组织宜考虑对适当的员工进行有关信息交流方面(传媒培训、公开演讲、协商技术等)的培训,以及与组织及其相关方相关的环境问题的培训。

组织与相关方之间持续的非正式对话能产生较好效果。除了培训之外,建立一种开放性、个人责任和参与的文化将有助于促进与相关方积极的和建设性的对话。

6.2.3 跟踪来自相关方的输入信息

组织可以编制或参照用以记录组织与相关方之间相关联系的日志或电子登记簿。在考虑任何数据保护要求的前提下,这种记录至少宜包括与相关方有关的联系信息,以及过去互动或信息交流的日期和

性质。跟踪并保存这种信息使组织能够：

- 追溯特定的相关方信息交流、询问或关注的历史；
- 了解过去各相关方参与的性质；
- 需要时，在开展未来的信息交流、发现并解决特定相关方关注点的过程中提高组织的有效性。

6.2.4 策划应对环境危机和紧急情况的环境信息交流活动

尽管环境信息交流在任何时间都是重要的，但在环境危机和紧急情况下尤其重要。组织宜识别任何潜在危机和紧急情况，并策划适当的环境信息交流。策划宜提出应对潜在情况、实际危机和紧急情况的相关信息。

信息交流的可信性基于策划和组织响应的质量。策划或过程的任何缺陷都很可能突显出来。即使允许有很小的错误，不适当地或低质量地进行信息交流都可能导致严重后果。

在危机和紧急情况下对环境信息交流活动进行详细策划是至关重要的：

- 告知受影响的社区所采取的措施并意识到暴露的风险；
- 减少或避免工人和附近居民发生健康问题；
- 减少或避免对环境的影响；
- 确保管理部门被适当地告知信息。

这种策划能极大地减少不希望的事件给组织在顾客和当地社区居民中的声誉带来的不良后果。

媒体在环境危机或紧急情况下扮演着重要的信息交流角色。组织宜认识到与媒体进行有效、透明的信息交流的重要性。宜保持媒体被告知与组织有关的环境问题的信息，以便媒体在紧急情况时利用被告知的背景和联系信息。

实用帮助 7——策划与危机或紧急情况有关的环境信息交流活动时的一些考虑

策划可以包括：

- 潜在的事件/事故情景；
- 可能暴露的人口及其易伤害性；
- 组织现有的减缓措施；
- 可以预计的当地或更大范围的环境影响；
- 用于告知受影响人员有关应对措施的可用的传媒和方法；
- 为特定受众设计的信息；
- 响应过程使用的基础设施；
- 事先指定危机期间负责信息交流的人员的职责和权限，并告知相关方；
- 主管部门和行业贸易或专业协会的指南或要求；
- 事先的培训或演习；
- 对负面媒体报道的反应；
- 相关的法律法规要求和后果。

危机和紧急情况下环境信息交流活动的一些示例包括：

- 召开新闻发布会讨论形势；
- 举办社区会议讨论发生的事件，使相关方有机会表达关注的问题，使组织有机会听取关注的问题并直接做出回答，以及提供关于组织响应、当前状态、跟进及预防措施的信息；
- 保持媒体得到关于当前状态的信息、更新信息和后续活动的信息；
- 与当地和其他适当的主管部门协调响应行动；
- 积极查明事故原因，防止再次发生并报告进展；
- 向相关方提供关于询问、表达关注和获得信息的地点。

6.3 实施环境信息交流活动

6.3.1 收集和评价数据

环境信息交流所使用的资料宜形成文件,以便能够整理、保持和易于被对信息感兴趣的人使用。文件管理系统宜能够提供快速获得信息的通道,尤其是用于响应环境危机和紧急情况的信息。

数据的评价宜包括检查准确性、一致性、可靠性和适用性。收集的数据宜以适合于指定用途和目标群体的形式作为信息提出。

6.3.2 开展环境信息交流活动

开展环境信息交流活动的方 法取决于信息交流的性质、目标群体的需要、组织的信息交流目标和组织喜欢采用的方法。信息交流的具体详细方法可以有很大的灵活性和变化。例如,书面信息交流可以用不同形式传播;开放日活动可以用许多不同方法组织。

当与目标群体进行信息交流时,组织宜:

- a) 指定为组织工作的人或代表组织的人作为发言人和信息来源;
- b) 在发言人执行其日常信息交流任务之前对其进行发言人培训或传媒培训;
- c) 考虑是否使用独立的第三方或顾问编制将要提供的信息;
- d) 积极促进并回应输入信息和反馈信息;
- e) 尽量提前通知相关方,对公布的信息进行审阅和斟酌;
- f) 确保信息交流对内部经营周期、外部活动、相关方参与及其利益方面的时间安排适当;
- g) 考虑是否使用协调人或调解人;
- h) 避免行话、过于专业和不一致的信息;
- i) 可开放式地采用基于目标群体的兴趣和需要所提出的各种可能的信息交流方法。

如果环境信息交流活动包括讨论组织提供的信息,组织宜确保所有目标群体在讨论日期之前收到足够的信息,允许有充分的时间审阅和斟酌。组织宜考虑自愿目标群体可能比行业或政府组织需要更多的时间审查。

示例:

案例 3:用各种方法和工具进行环境信息交流活动。

20 世纪 90 年代中期,某研究机构经历了几次与地下水污染有关的环境事件,导致来自邻居、积极分子、官员和管理者的强烈回应。在新的管理下,该机构实施了环境管理体系,最终获得 ISO 14001 认证。为了符合 ISO 14001 的“考虑重要环境因素的对外信息交流过程”的要求,该机构启动了有力的对外环境信息交流计划,重新获得了相关方的信任。

由相关方、员工和管理者组成的核心小组提出并整理在社区参与计划中的建议。计划的一个关键方面是认识到社区参与机构决策的价值,并及时、清楚和准确地提供正面和负面的信息。

该机构的环境信息交流目前在几个层次进行。反映概貌的一般信息通过简讯、调查、邮寄表、网站和社区会议传播(要求反馈信息)。为了获得更详细的信息并支持决策的制定,成立了由 32 个当地小组的代表组成的社区顾问委员会。该委员会定期开会,向该机构提出问题并提供对正在考虑的决策的反馈意见。为了与管理者和官员一道工作,建立了圆桌会议制度,其作用与社区顾问委员会类似。此外,鼓励员工深入社区,通过演讲团向社区进行宣传,并通过“使节计划”完成从个人和当地组织收集信息的要求。

总之,信息交流计划是成功的。该机构向顾问组提出新问题用于决策,并通过应急计划向顾问组提供他们所关心的问题的信息。正式的体系确保了对信息要求的接收和回应。该机构还被授予重要的国家环境信息交流奖。

6.3.3 对反馈信息的回应和记录

信息交流中有价值的部分是从目标群体收到的反馈信息。通过评价他们的反应,组织能够确定目标群体是如何接收信息以及他们是否理解这些信息。如果信息交流在这些方面是成功的,组织仍需从不同的目标群体得到反馈信息,然后做出回应,表明组织了解他们的观点,重视他们的意见并将予以考虑。

如果组织在任何方面的信息交流活动失败,迅速反应可能是必要的。信息交流过程的错误可以通过更直接的接触和讨论来提供更清楚的信息弥补。某些目标群体对信息交流的负面反应可能更严重:可能预示着反对组织的活动。宜调查这种反应,以便充分了解目标群体关心的问题。在最好的情况下,

这些问题可通过改进信息交流解决;或者可能需要对活动进行调整,以解决他们所关心的问题。在最坏的情况下,由于他们所关心的问题未能解决,因此可能导致提议被推迟,在面临重大反对意见时,提议甚至可能被取消。

组织发布的环境报告或其他公开文件可包含反馈信息表。这种反馈信息能帮助组织不断改进已发布报告的质量。

每一项信息交流活动不仅宜包括确定组织想提供的信息,而且包括确定组织希望获得的信息。为活动配置的资源宜包括如何处理反馈信息的详细说明。通过观点研究获得的反馈信息可以在内部处理。但是,进行双向信息交流的组织必须做好认真考虑反馈信息的准备并做出迅速的回应。这并不意味着组织始终需要根据这种反馈改变活动,而是需要使相关方确信组织已听取了他们的意见。

组织宜使用收到的反馈信息评价其信息交流活动的效果并改进未来的工作。

6.4 评价环境信息交流

组织宜允许有足够的时间使环境信息交流产生效果。所需的时间取决于信息交流的性质、相关方的数量及关注点,以及所使用的传媒类型。组织宜评审和评价其环境信息交流的效果。在评价信息交流效果时,组织宜考虑下列问题:

- a) 环境信息交流方针;
- b) 如何应用环境信息交流原则;
- c) 目标和指标是否实现;
- d) 提供给目标群体的信息和环境信息交流活动的质量和适当性;
- e) 进行环境信息交流的方法;
- f) 相关方的回应;
- g) 信息交流计划是否促进与目标群体有效的和有意义的对话;
- h) 程序和方法是否透明;
- i) 环境信息交流是否考虑了目标群体的需求;
- j) 目标群体是否知道其意见已被听取并了解他们的输入信息将如何被使用;
- k) 目标群体是否理解环境信息交流的目的和内容;
- l) 对目标群体提出的问题是否进行了适当的跟踪。

评价结果宜为最高管理者评审其环境信息交流方针提供基础。

实用帮助 8——环境信息交流参数

为了监测是否实现了已制定的环境信息交流目标和指标,组织宜利用环境信息交流参数。这些参数宜仔细选择或设计,以便能够跟踪关键步骤和各方利益。

和组织使用的其他参数一样,用于环境信息交流的参数应当简单、精确、容易理解并与有关过程贴切。一组良好的环境信息交流参数宜代表定量的和定性的信息。

下面是一些示例:

- 单位时间内参观过组织环境活动的人数(例如每年参观者人数);
- 单位时间内收到的相关方关于环境问题的信函、电话、电子邮件数量(例如每月电子邮件数量)及负面的和正面的内容分析;
- 对某种环境因素、活动或问题的投诉数量或投诉率;
- 奖励申请数量;
- 获奖数量;
- 媒体发表的文章数量;
- 访问组织网站的环境信息页面的访问者人数(例如每月访问者人数);
- 对环境调查/问卷的回应率;
- 信息发布活动的数量,以及通过评估调查/问卷,分析哪些活动对目标群体是最有效的。

6.5 开展管理评审和策划修订

最高管理者可能希望根据 6.4 描述的评价结果评审和修订其环境信息交流方针或其他方针和战略。评审宜包括评价改进机会和环境信息交流变化的需求,包括环境信息交流方针、战略和活动。组织宜确保那些为组织工作的人员或代表组织的人员广泛地参与。

当决定是否需要修订时,组织宜:

- a) 评价为环境信息交流提供的资源的充分性;
- b) 评价数据收集过程;
- c) 区分对提供给相关方的信息(包括形成信息的过程)与信息交流过程(包括所采用的方法)的必要改进。

当决定是否改变环境信息交流方针、战略和活动时,组织宜考虑相关方如何理解这种改变并将原因告知相关方。

附 录 A
(资料性附录)

环境管理系列标准参考表

环境信息交流是整个环境管理系列国家标准的重要特性(包括 GB/T 19011)。本附录确定环境信息交流活动所参考的、要求的或建议的条款、子条款和附录,以及本标准对执行其他标准可以提供的帮助。本附录还可以通过为用户提供适用的其他环境管理标准中的信息交流要素来执行本标准。

表 A.1 环境管理系列标准参考表

国家/国际标准	条款、子条款和附录	标 题
GB/T 24001—2004 《环境管理体系 要求及使用指南》	4.2/A.2	环境方针
	4.3.3/A.3.3	目标、指标和方案
	4.4.1/A.4.1	资源、作用、职责和权限
	4.4.2/A.4.2	能力、培训和意识
	4.4.3/A.4.3	信息交流
	4.4.6/A.4.6	运作控制
	4.4.7/A.4.7	应急准备和响应
	4.6/A.6	管理评审
GB/T 24004—2004 《环境管理体系 原则、体系和支持技术通用指南》	4.1.4	初始环境评审
	4.2	环境方针
	4.3.2	法律法规和其他要求
	4.3.3	制定目标和指标
	4.4	实施与运行
	4.4.1	资源、作用、职责和权限
	4.4.3	信息交流
	4.4.4	文件
	4.4.6.1	识别运行控制要求
	4.4.7	应急准备和响应
	4.5.3	不符合、纠正措施和预防措施
	4.6	环境管理体系评审
GB/T 24015—2003 《环境管理 现场和组织的环境评价(EASO)》	4.2.5	评价计划
	5	报告
GB/T 24020—2000* 《环境管理 环境标志和声明 通用原则》	4	环境标志和声明的目标
	5.5	原则 4
	5.9	原则 8
	5.10	原则 9

表 A.1 (续)

国家标准	条款、子条款和附录	标 题
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)》	4	自我环境声明的目的
	5.9	其他信息或声明
	6.5	信息的获取
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》	4	I 型环境标志的目标
	6.2	与相关方的协商
	6.6	报告和公布
GB/T 24025—2009* 《环境标志和声明 Ⅲ型环境声明 原则和程序》	4	目的
	5.5	相关方的参与
	5.9	透明
	6.5	相关方的参与
GB/T 24031—2001 《环境管理 环境表现评价 指南》	3.1	概述
	3.3.4	信息评价
	3.3.5	报告和交流
	3.4	环境表现评价的评审和改进(检查和改进)
ISO/TR 14032:1999 《环境管理 环境绩效评价示例(EPE)》	3.2.4	数据和信息的使用
	附录 A 至附录 Q	应用示例
GB/T 24040—2008 《环境管理 生命周期评价 原则与框架》	4.1	LCA 的原则
	6	报告
	7.3.3	相关方评审组的鉴定性评审
GB/T 24044—2008 《环境管理 生命周期评价 要求与指南》	4.2.2	研究目的
	5	报告
	6.3	相关方评审组的鉴定性评审
ISO/TS 14048:2002 《环境管理 生命周期评价 数据文件格式》	4.2	报告
ISO 14050:2002 《环境管理 术语》	全部	术语和定义
ISO/TR 14061:1998 ^b 《帮助林业组织使用环境管理体系标准 ISO 14001 和 ISO 14004 的信息》	7	林业组织环境管理体系自我声明、第三方审计和第三方认证
	8	信息交流
GB/T 24062—2009 《环境管理 将环境因素引入产品的设计和开发》	5.4	信息交流
ISO 14064-1:2006 《温室气体 第1部分:组织层次上对温室气体排放和清除的量化和报告的规范及指南》	3	原则
	7	GHG 报告

表 A.1 (续)

国家标准	条款、子条款和附录	标 题
ISO 14064-2:2006 《温室气体 第2部分:项目层次上对温室气体减排或清除增加的量化、监测和报告的规范及指南》	3	原则
	4	GHG 项目简介
	5.2	项目说明
	5.13	GHG 项目报告
ISO 14064-3:2006 《温室气体 第3部分:温室气体声明审定与核查的规范及指南》	3	原则
GB/T 19011—2003 《质量和(或)环境管理体系审核指南》	5.4	审核方案的实施
	6.5.1	举行首次会议
	6.5.2	审核中的沟通
	6.5.7	举行末次会议
^a 这些国际标准解决产品环境信息交流。 ^b 现在撤回。		

参 考 文 献

- [1] GB/T 24001—2004 环境管理体系 要求及使用指南
 - [2] GB/T 24020—2000 环境管理 环境标志和声明 通用原则
 - [3] 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)
 - [4] 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
 - [5] GB/T 24025—2009 环境标志和声明 Ⅲ型环境声明 原则和程序
 - [6] GB/T 24031—2001 环境管理 环境表现评价 指南
 - [7] ISO/TR 14032:1999 环境管理 环境绩效评价示例(EPE)(Environmental management—
Examples of environmental performance evaluation)
-

中 华 人 民 共 和 国
国 家 标 准
环境管理 环境信息交流
指南和示例

GB/T 26450—2010/ISO 14063:2006

*

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 880×1230 1/16 印张 1.75 字数 46 千字
2011年6月第一版 2011年6月第一次印刷

*

书号: 155066·1-42473 定价 27.00 元



GB/T 26450-2010

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