

投资者追问ESG不走过场 推动企业挤出“绿色泡沫”

在可持续发展成为全球共识的背景下,ESG(环境、社会、公司治理)评价体系正在重塑企业价值,其中E维度是企业“绿色价值”的核心体现,环境保护、碳中和等议题也随之成为大公司传播品牌与提升产品价值的切入点。

近期,环境保护、ESG均是投资者关系互动平台上的热门话题,投资者们不仅聚焦企业ESG理念的践行成效,还将目光投向企业“绿色价值”的落地情况。如何让企业守住“绿色价值”、避开“漂绿”陷阱?专家认为,企业应警惕夸大、歪曲、虚假宣传等情形,建立合理的内控流程。同时,监管部门应建立绿色低碳相关标准,对“漂绿”行为进行监管与处罚,加强信息披露制度的约束力。

●本报记者 郑萃颖

投资者新关切

近期,在投资者关系互动平台上,投资者对上市公司环境保护、ESG的关注度明显提升。在上证e互动平台,9月以来涉及环境保护关键词的问答有11条,涉及ESG关键词的问答有26条。投资者提出的问题包括:中盐化工在环保方面的投入和目标是什么?海立股份的厂房扩建项目是否符合环评要求?凤竹纺织在产品与服务中是否涉及新污染物PFAS使用或替代,后续是否有计划在年报及ESG报告中披露具体的PFAS管理风险与机遇?

在深交所互动易平台,9月以来涉及ESG关键词的问答有52条,涉及环境保护关键词的问答有16条。投资者提出的问题包括:美邦服饰、探路者是否关注高原地区的环境保护?报喜鸟的可持续发展报告中为何未披露“化学品管理”这一重要议题?奇正藏药如何保护原料产地以及建立可持续供应链?

如今,环境保护、碳中和等议题已成为大公司传播自身品牌与提升产品价值的切入点。安踏体育今年4月发布《2024年度ESG(环境、社会及管治)报告》,提出到2050年公司实现碳中和战略目标。报告称,2024年公司可持续产品占比超过30%,有34款产品完成全生命周期碳足迹评估,其中26款获得碳中和认证。此外,安踏体育还推出“安踏循环再造”系列,将库存成衣重新设计,实现再造。在产品包装方面,安踏体育通过包装减量化、使用可持续包装以及对物料进行回收再利用,降低包装材料对环境的影响。

荣耀明确提出,到2040年实现自身运营碳中和,到2050年实现价值链碳中和目标。2024年,荣耀产品中的回收再生塑料及生物基的使用总量达310吨,150款手机及平板电脑通过中国质量认证中心的环保等级认证。

康师傅在2024年宣布推出环境友好型新品、碳中和高端茶类饮料“茶的传人”,并在今年6月举办的上海碳博会上展示包装减塑90%的“速达面馆”产品,将塑料材质的圆形碗替换为纸质方形碗,用可拼接竹叉替换塑料叉,减少碳排放。

随着企业践行ESG理念逐渐深入,在构建“绿色价值”的同时,专家认为,需要警惕“漂绿”陷阱。公众环境研究中心主任、蔚蓝地图创始人马军表示,在进行环保宣传时,企业应避免七类“漂绿”情形,包括:流于表面、无凭无据、含混不清、混淆视听、名不副实、虚假陈述、虚假标签。



视觉中国图片

在碳中和标签的使用上,企业变得更加谨慎,以避免“漂绿”嫌疑。近日有媒体报道,苹果公司曾给产品贴上碳中和标签来进行宣传,但其新推出的Apple Watch Series 11和Apple Watch Ultra 3产品不再以碳中和作为卖点,公司在全球范围内删除了相关表述。这一调整源于今年8月德国法兰克福地方法院的裁决。该法院认定,苹果公司在广告中称其手表为碳中和产品,存在误导消费者的嫌疑,禁止其再以该表述进行宣传。

“企业在做出产品实现碳中和这类特殊声明时,应该遵循特定声明原则,明确声明所遵循的标准语境并经过专业机构认证。”商道纵横合伙人曹原对记者表示,美国、英国和欧盟在公平竞争法规中均对企业宣传中使用

术语提出了合规要求,目的是避免企业将技术语混同一般词汇,用信息差博取公众好感从而误导市场。

包装行业的“漂绿”可能藏在“可回收”“可降解”的概念背后。2023年,可口可乐、达能、雀巢等企业曾遭到消费者组织投诉,认为企业宣传“100%可回收包装”言过其实,因为100%可回收在实际操作中难以实现,尤其是塑料瓶的瓶盖、标签常因材质差异无法进入回收体系。

此类争议在国内市场同样存在。曹原表示,部分奶茶店宣称采用可降解吸管,其实际环境影响与公众认为的环保效果存在偏差。“以聚乳酸为原料的PLA可降解吸管,在生产过程中的能源消耗高于普通塑料吸管,且需特定温度、含氧量条件才能降解。如今我国塑

料垃圾回收多采用焚烧处理而非堆肥降解,PLA可降解吸管未实现可降解特性,反而推高了生产成本。”曹原说,企业应关注具体举措的实际环境影响,避免简单迎合趋势,导致实际效果偏离目的。

专家认为,“漂绿”行为可能对企业造成负面影响。“从长期看,‘漂绿’行为会损害企业品牌声誉,导致消费者信任降低,同时可能带来法律诉讼和财务风险,影响市场竞争力。”马军说。

上海市闵行区青悦环保信息技术服务中心主任刘春蕾表示,企业通过环保宣传虽可能在短期内获得媒体关注与消费者好感,一旦宣传内容遭质疑并引发舆情,将对企业及品牌价值造成严重损害,从长远来看得不偿失。“欧美市场已出现企业因‘漂绿’面临高

额罚单或诉讼的案例。随着国内环保治理力度加大,未来国内企业‘漂绿’也将面临财务损失。”

刘春蕾进一步分析,“漂绿”行为同样损害消费者权益,消费者可能为虚假环保宣传支付溢价,或因误信宣传错失真正的环保品牌,承受机会成本损失;除资金成本外,消费者还会面临情绪价值损耗等隐性损失。

针对企业环保宣传工作,刘春蕾强调,需坚守核心原则。企业应秉持实事求是、审慎负责的态度,在对企业品牌及产品进行宣传时,避免夸大、歪曲及虚假表述,抵制短期不当利益的诱惑;同时,需建立合理的内部管控流程,从企业内部形成对“漂绿”风险的有效防范机制。

外传播风险,并借助严格的全员培训,推动相关要求真正落地。

马军表示,信息披露规范化是企业避免“漂绿”的关键,企业环保声明需满足“清晰、真实、可验证”三大核心要求。企业可从多维度搭建防控机制:在董事会层面建立相关管理机制与问责体系;在管理层面设立职责明确的专项岗位;构建涵盖数据管理、审核机制在内的严谨管理体系;提升全员ESG相关能力并将其融入企业文化;宣传环节需确保环保声明清晰真实、可追溯,可借助技术手段提供佐证,且最好通过第三方验证增强可信度。

关于防范“漂绿”,首先需要规范定义。刘春蕾表示,我国尚未出台专门针对反“漂绿”的政策法规,相关约束仅散见于广告法、证券法、消费者权益保护法实施条例、反不正当竞争法等法律法规,以及《国务院办公厅关于做好金融“五篇大文章”的指导意见》《最高人民法院关于完整准确全面贯彻新发展理念为积极稳妥推进碳达峰碳中和提供司法服务的意见》等绿色发展相关文件中,且这些规定多为笼统提及,核心要求集中在“真实披露”“真实宣传”层面。

今年以来,对于定义碳中和等细分概念的团体标准陆续出台。例如,7月,《碳中和标

签评价通用导则》经由国家标准化管理委员会所属的全国团体标准信息平台与中国碳足迹碳标签评价信息服务平台正式发布,填补了碳标签标准领域空白,为各行业提供“统一标尺”;5月,中国纺织工业联合会发布《纺织品碳标签技术规范》,规定了纺织品碳标签信息披露原则与披露要求。

监管的强化与市场的关注倒逼企业重新审视环保宣传策略。对于企业而言,规避“漂绿”风险不仅是合规要求,更是赢得消费者信任、实现长期发展的关键。

完善内部治理体系是防范“漂绿”的基础。部分上市公司已开始将环境保护与高管

薪酬、职责绑定,强化内部约束。2025年10月,新北洋发布的《高级管理人员年薪制规定》明确,若在环境保护领域出现“一票否决”情况,需按正常年薪总额的5%扣减高管收入。神火股份则在总经理工作细则中明确,将总经理列为公司环境保护第一责任人,确保环保责任直达决策层。

刘春蕾建议,上市公司需健全ESG管理体系,从董事会可持续发展委员会等决策层到高级管理层、执行层,都应明确要求严格依照国际ESG披露标准进行规范披露;同时,需从公司价值观、公司文化层面树立诚信为本的经营理念,通过完善风险管理流程,防范对

2016年,中国城乡居民住宅地震巨灾保险共同体成立,成为保险业对建立巨灾保险保障体系开展的有益探索。此外,多地还根据当地灾害特点和保障需要,开展地方性巨灾保障制度试点。

“我国巨灾风险具有复杂、多发、集中的特点,70%以上的城市、50%以上的人口分布在自然灾害严重的地区。巨灾保险作为现代应急管理体系的重要组成部分,在完善社会灾害风险管理体系建设、服务国家防灾减灾战略、保障社会稳定发展方面具有重要作用。”中再产险创新业务部相关负责人表示。

保障缺口仍较大

业内人士认为,当前,我国已建立起包括保险、再保险、巨灾基金在内的多层次巨灾风险分散机制,在应对各类灾害中发挥了重要作用。但我国巨灾保险还面临保障体系不完善、保障缺口较大、覆盖范围有限等难题。

从成效来看,巨灾保险的保障地区和受惠群体持续扩大。金融监管总局局长李云泽近日表示,“十四五”期间,综合性巨灾保险试点已在20多个省份落地,推动防灾减灾“安全网”进一步织密筑牢。中再产险发布的数据显示,巨灾保险试点已大体覆盖经济发展优势地区,保费规模12.32亿元,2014年至2024年年均复合增速超过39%。

不过,与全球平均水平相比,我国的巨灾保险仍存在较大的保障缺口。金融监管总局财险司相关负责人此前表示,2024年上半年,全球自然灾害经济损失约为1200亿美元,其中保险赔付约为600亿美元,占比50%左右,而我国保险赔付占灾害经济损失为10%左右。

对外经济贸易大学保险学院教授王国军表示,我国巨灾保险工作在政策推动和技术应用下取得进展,但保障缺口、市场化工具不足等问题仍需解决。最大的瓶颈在于缺乏全国性的巨灾保险制度,区域性的巨灾保险探索作用有限。我国幅员辽阔,现有的巨灾保险难以满足多样化的巨灾保障需求。

应完善风险分散渠道

业内人士建议,应通过完善顶层设计、扩大巨灾保险试点范围、加强科技赋能、探索多元化风险分散渠道等方式,进一步推动巨灾保险保障体系建设。

王国军建议,未来需通过完善顶层设计,建立全国性的巨灾保险制度,创新风险分散工具、强化科技支撑,进一步提升对巨灾的应对能力,更好发挥经济“稳定器”和社会“减震器”作用。

应急管理大学(筹)文法学院教师卢鼎亮建议,应进一步扩大巨灾保险覆盖面、提升供

给水平。一方面,应当扩大巨灾保险试点范围,针对地震、台风、洪涝等灾害高发地区探索实施“强制性基础保障+商业巨灾保险补充”方案,同时支持经济欠发达地区开展巨灾保险工作,缩小区域间的保障水平差距。另一方面,要深化供给侧改革,完善政策性和商业性巨灾保险产品的供给,进一步拓展巨灾保险的内涵和外延。

业内人士建议,保险公司应积极通过科技赋能,将风险管理关口前移,推动风险管理从“事后理赔”向“事前预防”转变。当前,已有不少保险公司在积极探索巨灾风险减量。比如,中国人保自主研发风控平台“巨灾安澜”系统,集成九大类9900万条风险数据,实现风险识别、模拟、预警一体化管理。国寿财险应用“安心防”智慧防灾防损云平台,累计推送综合灾害预警信息2100万条,推动灾后补偿向事前预警转变,推进风险减量管理。

此外,业内人士还建议,应积极探索发行巨灾债券,拓宽灾害风险分散渠道。“巨灾债券通过设立特殊目的保险公司,以债权关系把巨灾风险转移到资本市场,实现巨灾风险分散渠道的多样化。巨灾债券可采用多年期结构化设计,以稳定保险公司预期,解决对巨灾风险‘不敢保’的问题,让保险公司有信心有能力为国家和社会提供更多的灾害保险保障。”中再产险创新业务部相关负责人说。

●本报记者 陈露

随着全球气候变化加剧,极端天气和自然灾害事件发生的频率明显增多,巨灾给经济社会发展、民众生命安全等带来威胁。巨灾保险作为应对自然灾害风险的重要工具,不仅发挥着保险保障作用,更与ESG中的环境议题紧密相连,在应对气候变化中扮演着重要角色。目前,我国已在20多个省份落地综合性巨灾保险试点,防灾减灾“安全网”进一步织密筑牢。

业内人士表示,从现状来看,我国巨灾保险依然面临保障缺口较大、覆盖范围有限等难题。为推动巨灾保险发展,未来需进一步扩大巨灾保险覆盖面,加强科技赋能,完善风险分散渠道。

发挥保险保障作用

近日,今年第21号台风“麦德姆”在广东省湛江市徐闻县东部沿海登陆,给当地居民生产生活带来严重影响。面对突发灾害,湛江市财政局、市气象局、金融监管分局等部门迅速启动巨灾赔付应急预案,人保财险湛江市分公司快速开启赔付程序,于24小时内快速支付赔款4280万元,为当地灾后恢复重建工作提供重要经济支持,为人民群众生命财产安全提供有力保障。

业内人士建议,保险公司应积极通过科技赋能,将风险管理关口前移,推动风险管理从“事后理赔”向“事前预防”转变。当前,已有不少保险公司在积极探索巨灾风险减量。

这是湛江市继今年第18号台风“桦加沙”后触发的第二笔台风巨灾指数保险赔款。

据了解,台风巨灾指数保险是巨灾保险的一种,它以台风风速的气象灾害指数作为赔付依据,免去勘察、定损等环节,保险赔付金额由受灾地第一时间统筹用于抗灾、赈灾、救灾等工作,能最大程度减少群众财产损失。

这是巨灾保险发挥保险保障作用的一个缩影。巨灾保险是一种专门针对台风、暴雨、洪水等10余种灾害风险的险种,突出防灾减损功能。近年来,我国加快构建巨灾保险保障体系。早在

2016年,中国城乡居民住宅地震巨灾保险共同体成立,成为保险业对建立巨灾保险保障体系开展的有益探索。此外,多地还根据当地灾害特点和保障需要,开展地方性巨灾保障制度试点。

“我国巨灾风险具有复杂、多发、集中的特点,70%以上的城市、50%以上的人口分布在自然灾害严重的地区。巨灾保险作为现代应急管理体系的重要组成部分,在完善社会灾害风险管理体系建设、服务国家防灾减灾战略、保障社会稳定发展方面具有重要作用。”中再产险创新业务部相关负责人表示。

从成效来看,巨灾保险的保障地区和受惠群体持续扩大。金融监管总局局长李云泽近日表示,“十四五”期间,综合性巨灾保险试点已在20多个省份落地,推动防灾减灾“安全网”进一步织密筑牢。中再产险发布的数据显示,巨灾保险试点已大体覆盖经济发展优势地区,保费规模12.32亿元,2014年至2024年年均复合增速超过39%。

业内人士建议,应通过完善顶层设计、扩大巨灾保险试点范围、加强科技赋能、探索多元化风险分散渠道等方式,进一步推动巨灾保险保障体系建设。

王国军建议,未来需通过完善顶层设计,建立全国性的巨灾保险制度,创新风险分散工具、强化科技支撑,进一步提升对巨灾的应对能力,更好发挥经济“稳定器”和社会“减震器”作用。

应急管理大学(筹)文法学院教师卢鼎亮建议,应进一步扩大巨灾保险覆盖面、提升供