

# 可持续玩具： 值得信赖的发展之路

玩具制造商和零售商电子指南



Safety. Science. Transformation.™

# 概述





# 新消费者预期要求可持续玩具



当今消费者对其购买的产品有更多期望和要求。他们越来越想要更可持续的产品，而对他们购买的玩具来说也是如此。无论是家长要为孩子树立良好的榜样，还是要为保护地球环境奉献一臂之力，越来越多的消费者都在制定购买决策时优先考虑可持续性。

**具体而言，消费者对具有以下性质的玩具愈加关注：**

- 不对玩具生产者或使用者造成健康风险
- 在制造流程中，不排放二氧化碳或其他温室气体
- 在生命周期的任一阶段都不污染环境
- 由可再生天然材料制成
- 在生产过程中极具社会意识
- 在生产过程中考虑水或其他自然资源消耗
- 在使用寿命结束后，不造成废弃物问题<sup>1</sup>

现在，可持续发展计划是全球业务战略不可或缺的组成部分。玩具制造商以及所有其他领域内的制造商都要实施创新的可持续发展方法，才能满足对社会和环境可持续产品不断增长的需求。

玩具行业正在朝着可持续发展的方向迈进。现在，越来越多的玩具生产商使用回收或生物基塑料。他们减少产品或包装材料使用，并采用专门的玩具设计，使其能够在使用寿命结束后更易于回收。这一环保运动正合时宜，因为现在各行各业都有前所未有的紧迫感，化解气候和污染危机迫在眉睫。此外，采用可持续发展方法可向客户（特别是同样关注环境问题的环保人士）证明您遵循环保原则。它也有助于推动收入增长，成本削减和风险缓解。

<sup>1</sup><https://ethical.net/creative/inspiration/sustainable-kids-toys/>

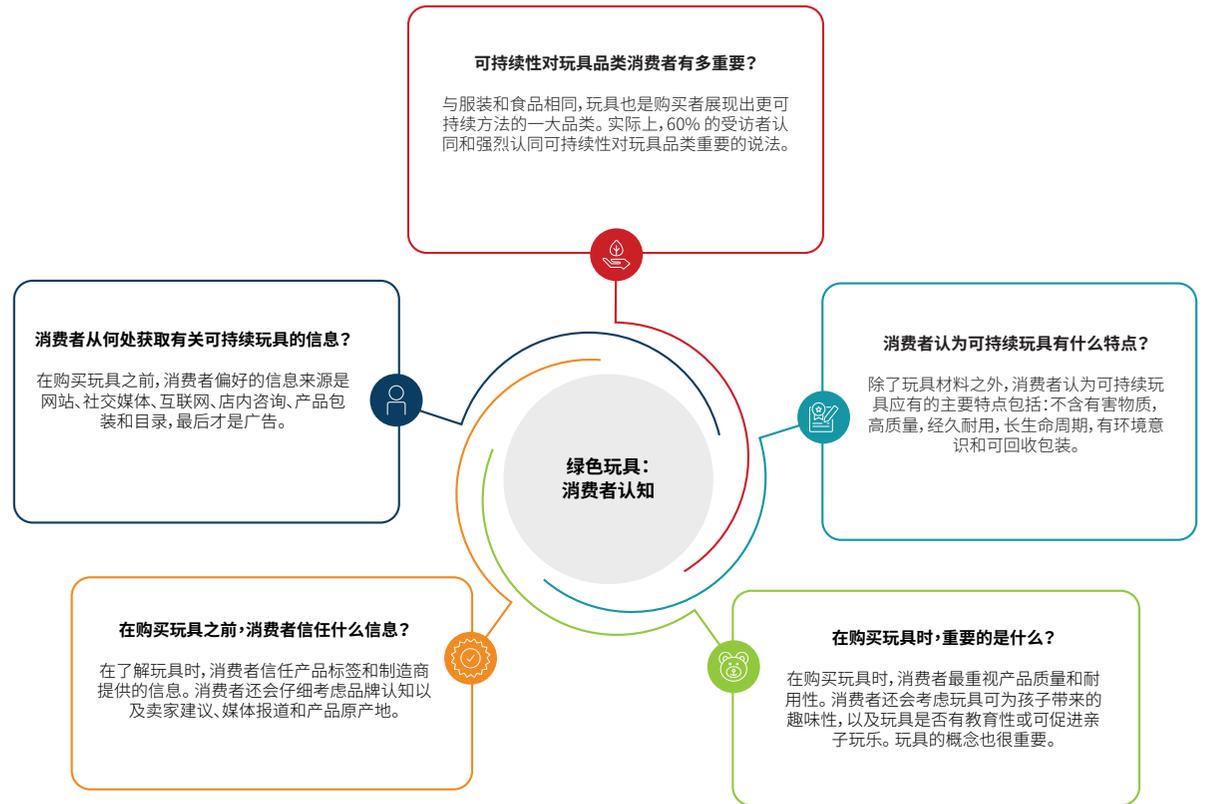


# 玩具行业可持续发展现状

玩具通常是由塑料制成，设计使用寿命较短。它们还会产生严重的包装浪费，包括在使用玩具之前就要扔掉的包装纸、塑料袋和绑带。可能妨碍可持续发展的其他不利因素包括生产材料、产地与最终用户之间的距离、消费模式和产品寿命终期路径等。

虽然玩具行业可持续发展可能极具挑战性，但也有取得进展的良好迹象，因为许多公司都在通过以下方式，选择一条更可持续的发展路线：

- 在产品中使用对环境有益的材料
- 采用更可持续的包装并在整体上减少包装
- 实施更广泛的可持续发展计划，例如在生产过程中管理碳排放和减少浪费



## + 选材挑战

选材已成为玩具制造商投入更多时间和资源的主要领域之一。但值得注意的是，有些选材决策可能增加风险。例如，经过多次机械回收（通常在路边回收计划中收集的塑料清洗、粉碎和销售），最终得到的回收塑料的物理机械强度会减弱。

此外，由此产生的回收成分可能影响玩具的化学安全性，因为塑料成分可导致丢弃的原材料（包括须遵守的法规要求与玩具不同的产品）中的有害化学物质富集。正因如此，使用回收材料的玩具制造商必须了解材料来源，以及供应商的处理方法。

他们必须验证产品（包括原材料）是否符合适用的玩具标准，然后才能投放市场。玩具公司必须在产品生命周期内提早关注这些挑战，了解克服挑战的最佳方法并实施解决方案。

采用更可持续途径的供应商可从材料声明经过认可的第三方验证并提供材料性质鉴定的厂商采购材料，进而确保材料、包装和运营特性稳定可靠。而这又能让制造商和品牌所有者充满信心地向投资者和最终消费者宣传可持续发展工作。



“ 家长在买玩具时更注重环保，他们要让孩子从很小的时候就开始建立环境意识，”  
The Toy Association 营销传播高级副总裁 Adrienne Appell 表示。“有真实环境效益的玩具目前是热门趋势，而随着现在的孩子逐渐长大，开始自行制定购买决策，这种趋势也会愈加显著。”



## 透明度是可持续发展的关键

要做到公开透明，公司就要披露产品包含哪些成分，如何生产以及产品对地球及其环境和生物可能有什么影响。需要严查“漂绿”行为，即通过制造假象或提供误导性信息，谎称公司的产品更加环保，进而做出不可信的可持续发展声明。世界各国监管和准监管机构都在关注并采取措施确定不公平或欺诈性广告宣传，并为公司提供有助于避免不利影响的指导。这些机构包括：

- 英国广告标准局 (ASA)
- 加拿大竞争局 (CBC)
- 美国食品药品监督管理局 (FDA)
- 美国联邦贸易委员会 (FTC)
- 美国优良商业局联合会下设国家广告部 (NAD)
- 美国全国广告评审委员会 (NARB)

例如，FTC 提供“环保营销声明使用指南”，即所谓的“绿色指南”。本指南定义以下关键术语：

- **证实**——广告商必须能够在合理的基础<sup>2</sup>测试条件下证实声明。
- **限制条件和披露**——如果声明可能直接或隐含地夸大环境属性或效益，广告商必须限制声称的环境属性只与产品的一部分（例如包装）相关。
- **限制声称显示**——任何限制均应明确以防消费者受骗，如果环境效益微不足道，广告商应避免暗示具有显著的环境效益。
- **对比表述**——如果营销材料明确或隐含地对比不同产品的环境属性，则材料应有明确表述以免消费者受骗。<sup>3</sup>

在 2020 年关注漂绿问题的网站上线并发现漂绿的证据之后，国家主管部门表示重新关注漂绿问题。<sup>4</sup> 例如，英国竞争及市场管理局 (CMA) 更新了指南<sup>5</sup>，ASA 也是如此。FTC 正在更新绿色指南，最早可能在 2023 年发布。

<sup>2</sup><https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-B/part-260/section-260.2>

<sup>3</sup>[https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/federal\\_register\\_notices/guides-use-environmental-marketing-claims-green-guides/greenguidesfrn.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/federal_register_notices/guides-use-environmental-marketing-claims-green-guides/greenguidesfrn.pdf)

<sup>4</sup>[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269)

<sup>5</sup><https://www.natlawreview.com/article/uk-regulator-ramps-action-against-greenwashing>



## 循环经济转型

各大企业（包括玩具行业领先企业）都在经历循环经济转型。循环经济转型的关键促进因素是信息可用性、支持转型的工具和跨价值链协作。举例来说，可用于支持循环经济转型的工具就是[欧洲循环经济利益相关方平台](#)，这是可供欧洲各国跨领域利益相关方相互交流信息和策略使用的工具。它可实现循环经济专业知识和规范信息交流沟通。它也有利于各级政府决策者确定经济发展阻碍和转型政策促进因素。

循环经济建立在三大原则基础之上，以设计为导向：

1. 消除浪费和污染
2. 保持产品和材料重复利用
3. 再生自然系统<sup>6</sup>

循环经济模式改变传统经济“取用-生产-废弃”线性模式，而在这种线性经济模式下，需要开采资源（原材料），将原材料转化为产品，一直使用到最终废弃为止。在此经济系统中，通过生产和销售尽可能多的产品创造价值。而循环经济可让所有原材料形成闭环，从垃圾填埋场转移废料、回收、再利用或将其转变为其他工艺的原料。它遵循 3R 方法：减量、再利用和回收。尽量减少资源使用（减量）。尽可能重复利用产品和零件（再利用）。最后但同样重要的是，按高标准重复利用（回收）原材料。

<sup>6</sup><https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>



在此系统中，通过保留价值来创造价值。循环经济远超产品属性范畴，广泛涉及企业、制造流程和供应链。

循环经济是可持续发展议程不可或缺的组成部分，可为实现多个不同的联合国可持续发展目标 (SDG) 做出贡献。通过解决根源问题，循环经济（本身不存在浪费和污染的经济）保持产品和材料重复利用，再生自然系统，为加快实现 2030 议程带来希望。

2030 年可持续发展议程于 2015 年 9 月在纽约召开的联合国峰会上发布，旨在彻底消除各种形式的贫困。联合国 2030 议程设想的是“一个普遍尊重人权和尊严、法治、正义、平等和不歧视的世界”。<sup>7</sup> 例如，SDG 12 负责任消费和生产就是循环经济原则 1 的核心所在，对我们在这十年里采取行动实现目标特别重要，因为 2030 年是多个 SDG 的截止年限。

**领先的玩具厂商正在探索使用更可持续材料的多种方案，其中包括：**

- 生物基塑料，例如聚乳酸 (PLA)、聚羟基脂肪酸 (PHA) 以及由取代纯净原材料的可再生原料制成的淀粉聚合物。
- 生物复合塑料，结合使用天然纤维或木粉与回收的生物可降解或生物基塑料，制作出坚固耐用的耐候玩具。<sup>8</sup>

<sup>7</sup> <https://sdgs.un.org/2030agenda>

<sup>8</sup> <https://thesolutionsjournal.com/2016/11/04/toymakers-take-lead-sustainable-plastics/>





## 玩具制造商如何应对？

为了证明自身对可持续发展、负责任做法的承诺，玩具制造商可与提供测试、检验、负责任采购解决方案、认证、数据洞察和软件解决方案的值得信赖的第三方合作。

UL Solutions 提供这些及其他服务，帮助玩具制造商、供应商和零售商为孩子带来更安全、更可持续的高质量玩具。

我们提供的服务可让玩具设计、生产和分销流程化繁为简，以便投放全球市场。我们有渊博的知识、遍及全球的认可实验室和专业团队，可为成功满足法规要求和保护品牌声誉提供所需支持和专业知识。

UL Solutions 提供的丰富齐全的服务包括，符合全球标准的安全测试和认证、质量保证检验和可持续发展战略（包括为确定供应链风险而提供的负责任采购服务）。



## UL Solutions 如何提供帮助

我们的环保声明验证 (ECV) 可帮助制造商明确而有力地宣传其产品的环保属性, 为他们在日益多元化的市场中脱颖而出提供强大的工具。ECV 属于独立验证, 证明产品或其包装符合环保属性声明, 帮助制造商避免漂绿问题。

如果您要明示玩具材料, 我们的 ECV 项目可帮助您提供有关生物基成分、回收成分和可再利用率的证明。

此项验证可让品牌、零售商、制造商与客户建立信任, 并有助于实现循环经济以及环境、社会和治理 (ESG) 目标。

UL Solutions 帮助客户降低与全球采购相关的风险, 以保护其品牌声誉并使其赢得消费者的信赖。

**不要只说玩具环保, 而要证明。**



要了解详细信息，请访问 [UL.com/sustainable-toys](https://UL.com/sustainable-toys)  
或发送电子邮件至 [toys@ul.com](mailto:toys@ul.com)



[UL.com/Solutions](https://UL.com/Solutions)

© 2022 UL LLC 保留所有权利

本文仅供一般信息用途，无意传达法律或其他专业性建议。

**Safety. Science. Transformation.™**