



Better Cotton

宣传原则

V 2.0

良好棉花标准体系的支柱

# 内容

<b>概述</b>	<b>3</b>
宣传原则	3
宣传原则 - 如何运作	4
Logo 与 URL	5
翻译	6
进出库平衡	7
<b>宣传</b>	<b>8</b>
基本宣传：承诺	8
故事宣传（可选）	10
资格标准：高级宣传与产品标识	11
高级宣传·采购量与投入：进展	12
高级宣传·投入：全球影响	13
<b>产品标识宣传</b>	<b>14</b>
产品标识宣传	14
会员类别与产品标识	15
产品标识的使用	16
产品资格	17
文案宣传与Logo的使用	18
产品标识品牌伞	20
电子商务的使用	21
审批流程	22
<b>可信的宣传与监督</b>	<b>23</b>
确保可信的宣传与监督（概述）	23

# 宣传原则

**Better Cotton Claims Framework**（良好棉花宣传原则）能够让会员对**Better Cotton**（良好棉花）进行积极可信的宣传。该原则允许您对**BCI**和**Better Cotton**（良好棉花）的承诺进行灵活的介绍。

同时，您还可以使用许多其他的资源，如引言、视频、图片以及田间故事。会员可以将原则中提到的宣传与其他的这些资源结合起来，清晰生动地讲述对其及其客户有意义的故事。

请务必参考宣传原则，确保您希望进行宣传的语境中不违反自己作为会员同意遵循的行为准则。**Better Cotton Claims Framework**（良好棉花宣传原则）是**Better Cotton Standard System**（良好棉花标准体系）的组成部分，以**BCI行为准则**、**BCI会员条款**以及**BCI会员监督协议**为其监管依据。

## 关键信息

### 培训：

---

**BCI**有强制的培训模块配合支持本原则的使用。在进行宣传之前，必须先完成培训。

如有需要，**BCI**沟通团队可以为您的团队提供额外的培训。

### 审批：

---

所有面向消费者的沟通和营销材料都必须得到**BCI**的批准。

会员必须已经开始采购**Better Cotton**（良好棉花）（可以在**Better Cotton Platform**[良好棉花平台]上看到**Better Cotton Claim Units** [良好棉花额度]），**BCI**才会核准其进行高级宣传或产品标识。

### 资格条件：

---

必须在达到资格标准以后，才可以采用故事宣传、高级宣传或产品标识。

### 误导性宣传：

---

在任何情况下都不能宣传表示**Better Cotton**（良好棉花）可以从最终产品进行实物追溯。

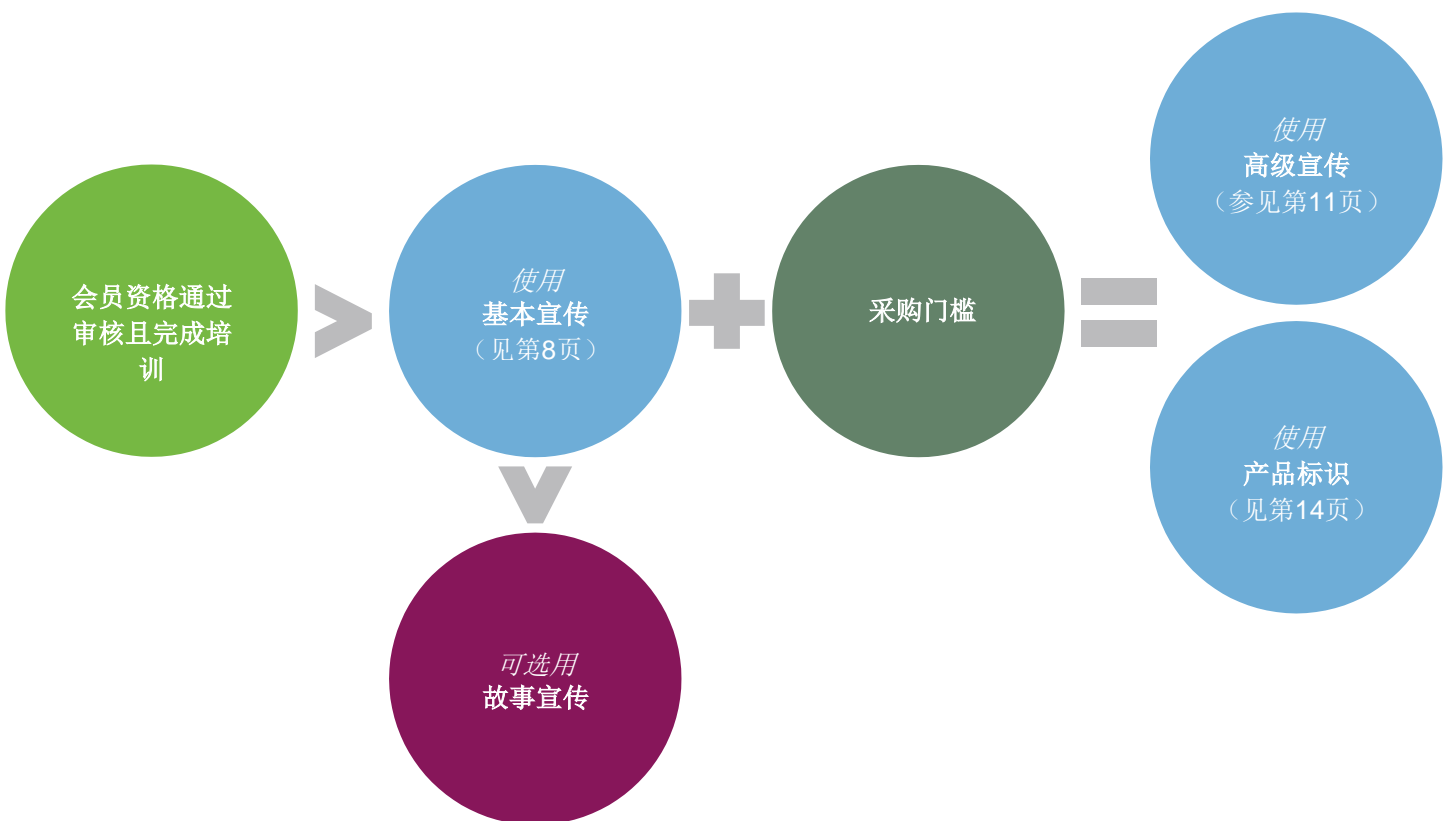
**BCI**有权定义误导性宣传的构成，并据此拒绝提交的申请。

欧盟法规将误导性宣传定义为“欺骗或可能欺骗普通消费者的宣传，即便其中包含真实正确的信息”。虽然我们会努力确保本文件中关于宣传的概述始终透明且无误导性，但终究是**BCI**会员选择做宣传，并负责地确保宣传符合相关法律和法规。

# 宣传原则 - 如何运作

一旦会员资格审核通过，您就可以进行基本宣传，但只有在达到采购门槛后才能继续进行高级宣传和产品标识。所有已完成必须的基本宣传的会员都可以使用BCI的故事宣传。

符合资质的零售品牌商会员可以进行本原则中提到的所有宣传。包括供应商、制造商、贸易商和社会团体会员在内的所有会员均可进行基本宣传以及多种高级宣传。所有会员均可进行的宣传会在整个文件中被突出显示。只有特定的会员类别可以使用产品标识（参见第15页的会员资格）。请注意，“BCP供应商”（即付费使用BCI的在线额度追踪系统，但没有BCI会员资格的供应商）不具备使用本文件中所列各种宣传的资格。



# LOGO 与 URL

使用BCI的LOGO和URL属于“基本宣传”的范畴。

只有BCI会员和合作伙伴有权在市场宣传资料中使用BCI的LOGO。

当BCI的LOGO用于名片、发票和电子邮件签名时，必须与“会员/承诺声明”一起使用。（参见第8页）

有关如何使用LOGO、商标信息及文档下载的详细指导原则，可浏览：  
[www.bettercotton.org/resources/logo](http://www.bettercotton.org/resources/logo)。

## 在产品标识中使用LOGO

---

LOGO是产品标识宣传中不可或缺的一部分。所有产品包装上关于BCI的宣传都必须包含BCI的LOGO。

欲了解您是否具备使用产品标识宣传的资质，请参见第15页。

# 翻译

## 文案宣传翻译

---

如果您想使用英语以外的语言进行宣传，可将您的问题发送至BCI沟通团队。宣传材料已有法语、西班牙语、意大利语、葡萄牙语、瑞典语、德语、汉语和荷兰语的翻译。对于以上语言之外的其他语言的翻译审批，会员必须向BCI提交翻译文档以供审核。

请务必不要翻译组织名称“Better Cotton Initiative”以及产品“Better Cotton”。

*审批流程：审批新翻译需要10个工作日，在通过审核之前不得发布翻译。*

# Mass Balance (进出库平衡)

我们已经为当前的监管链模式制定了BCI使用的指导原则：**Mass Balance**（进出库平衡）。

按照这一体系，我们不保证最终产品含有实物的**Better Cotton**（良好棉花），以及含有的具体数量。因此，所有的宣传都需要措辞谨慎，且符合行业公认最恰当的做法。这是为确保宣传信息的焦点是**BCI**会员对负责任棉花采购的承诺，而非产品本身的成分。也就是说，在您的营销材料中使用**BCI**有助于您将您的组织定位为更可持续的品牌，而不是使用**BCI**将特定产品定位为更可持续的产品。这同样适用于我们产品上的标识（**On-Product Mark**）以及产品外的宣传。同时，产品标识的使用者也必须充分理解这样的系统，避免宣传产生误导。

如果我们以后选择采用实物追溯，未来关于产品标识使用的指导原则可能也会做出相应更改，并有可能会制定涉及产品内容的新指导原则。但是，目前的重点是**Mass Balance**（进出库平衡）体系中基于承诺的宣传。因此，在任何情况下都不能将任何产品称为**Better Cotton**（良好棉花）或**BCI**产品。也不能有这样的暗示。

# 基本宣传：承诺



## 检查清单：

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训

如果您是BCI零售品牌会员，必须先接受一次沟通培训或者完成一次在线培训才能开始进行宣传。合作伙伴、资助者和其他会员可提出接受沟通培训的要求。

您必须从“基本宣传”之下三种必须的\*宣传类型（会员资格/承诺声明、采购比例及目标和Mass Balance定义）开始进行宣传，才能进一步使用BCI的故事宣传、高级宣传和/或产品标识。宣传材料应出现在会员网站的可持续发展页面上。

### 会员资格/承诺声明\*必须

会员资格/承诺声明是帮助您在Better Cotton Initiative/BCI当中推广自己工作的一种宣传。

这些宣传可以单独进行，也可以结合其他宣传使用。

#### 方案 1：

“我们（或品牌名称）很荣幸成为Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）会员。”

#### 方案 2：

“我们（或公司名）与Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）合作，共同改善全球棉花种植状况。”

#### 方案 3：

“我们（或公司名）承诺与Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）一起改善全球棉花种植实践。”

### 进出库平衡的定义\*必须

Mass Balance（进出库平衡）的定义旨在为消费者提供透明的宣传，概述会员如何在田间为Better Cotton（良好棉花）项目做贡献。

或者，您也可以写下自己对Mass Balance（进出库平衡）的描述，但必须有明确的“Mass Balance（进出库平衡）”或“not physically traceable（不能实物追溯）”表述。

#### 方案 1：

\*Better Cotton（良好棉花）在供应链中遵循Mass Balance（进出库平衡）原则。

#### 方案 2：

\*Better Cotton（良好棉花）通过Mass Balance（进出库平衡）模式进行流通，无法从最终产品进行实物追溯。访问[bettercotton.org/massbalance](http://bettercotton.org/massbalance)了解详情。

#### 方案 3：

\*Better Cotton（良好棉花）无法从最终产品进行实物追溯，但我们通过采购等量的棉花产生对Better Cotton（良好棉花）的需求而使BCI棉农受益。

### 采购比例及目标\*必须

此宣传方式是“在特定时间内达到采购更可持续棉花占使用总皮棉量X%的目标。”

*如果使用方案2，会员必须加入他们对“更可持续棉花”的定义。*

#### 方案 1：

“我们[或组织名称]承诺到20XX年将X%（或X吨）的棉花当作Better Cotton良好棉花采购”。

#### 方案 2：

“我们[或组织名称]承诺到20XX年采购X%（或X吨）的‘更可持续棉花’”。“更可持续棉花”包括（此处列出标准：如再生棉、有机棉和公平贸易棉）。



**检查清单:** 会员资格通过审核 沟通培训

或

 完成在线培训**BCI定义:****可选添加 (非必须)**

BCI定义是描述BCI的现成宣传，这些宣传表述不能被改写/修改，并且已有多种语言的翻译。

**方案 1:**

“Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）的目标是通过发展Better Cotton（良好棉花）成为可持续的主流大宗商品来变革全球的棉花生产。”

**方案 2:**

“Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）的意义在于使全球棉花的生产更有利于棉农，更有利于环境，更有利于整个棉花产业未来的可持续发展。”

**方案 3:**

“Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）把跨越整个棉花行业从棉田到商店的人员和组织连接起来，以促进对棉花产区环境、社区和经济方面可衡量的持续性改进。”

**方案 4:**

“通过从XXX（贵公司名称）选择棉花产品，您通过Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）支持更负责的棉花种植。”

**BCI棉农定义:****可选添加 (非必须)**

BCI棉农定义是描述Better Cotton（良好棉花）种植原则的现成宣传，这些宣传表述不能被编辑，并且已有多种语言的翻译。可以把“第1部分”和“第2部分”放在一起组成一个完整的宣传陈述。

**第1部分:****方案 1:**

“Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）的棉农”：

**方案 2:**

“通过从XXX（贵公司名称）购买棉花产品，您支持Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）的棉农：

**方案 3:**

“Better Cotton Initiative/BCI（瑞士良好棉花发展协会）培训棉农：”

**第二部分:****方案 1:**

“高效利用水资源、关注土壤和自然栖息地的健康、减少最有害化学物质的使用并尊重劳动者权利和健康。”

**方案 2:**

“关心环境并落实体面劳动原则。”

**方案 3:**

“关心环境并尊重劳动者权利和健康。”

**LOGO与URL****可选添加 (非必须)**

只有BCI会员和合作伙伴有权在营销宣传资料中使用BCI的LOGO。可前往

[www.Bettercotton.org/resources/logo](http://www.Bettercotton.org/resources/logo) 下载LOGO文件和指导原则。

*审批流程：所有面向消费者的宣传都必须获得BCI的批准。*

# 故事宣传 (可选)



## 检查清单:

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料

您必须在完成所有必须的基本宣传之后，才被准许进行BCI的故事宣传。进行故事宣传为自愿选择。如果已达到要求，您也可以直接进行高级宣传。

## 国家层面的项目成果

这些表述旨在准确反映棉田层面的情况，它们可以作为案例指导您如何使用我们项目成果。但绝不能以任何方式处理BCI的成果数据。对不同地区的结果进行平均处理会削弱数据的可信度。如果您希望在自己的故事宣传当中使用BCI的项目成果，请联系BCI的沟通团队，他们会帮助您以可信和准确的方式精心撰写Better Cotton（良好棉花）的故事。

全球:

### 方案 1:

2017-2018年，Better Cotton Initiative（BCI，瑞士良好棉花发展协会）认证了来自五大洲21个国家的200多万名棉农。

### 可选添加:

这些棉农共同生产了全世界12%的棉花。

国别与指标:

### 示例 1: 节水（中国）:

“2017-2018年，中国BCI棉农的用水量比对照组棉农少18%。”

### 示例 2: 减少农药使用（印度）:

“2017-2018年，印度BCI棉农的农药使用量比对照组棉农少19%。”

### 示例 3: 增用有机肥（巴基斯坦）:

“2017-2018年，巴基斯坦BCI棉农使用有机肥的频率比对照组棉农高4%。”

### 示例 4: 提高利润（土耳其）:

“2017-2018年，土耳其BCI棉农的利润比对照组棉农高出13%。”

### 示例 5: 提高产量（塔吉克斯坦）:

“2017-2018年，塔吉克斯坦BCI棉农的产量比对照组棉农高19%。”

## 故事宣传的内容

可用的宣传内容包括:

- 棉农引言
- BCI图片（批准使用）
- 田间故事
- 视频

以上资源和内容可获取使用，详情请联系BCI沟通团队。

*审批流程：所有面向消费者的宣传都必须得到BCI的批准。*

# 资格标准：高级宣传 与产品标识

## 资格条件检查清单

组织是否有资格使用产品标识（On-Product Mark）并进行高级宣传，取决于四个标准。

### 1) 会员类别（只能使用产品标识及投资宣传）

您必须：

- 属于BCI零售品牌(RB)会员类别，或
- 是为服务行业(B2B)企业（如工业洗衣店、酒店、医院、员工服装）提供最终产品的供应商和制造商(SM)会员，即不是面向消费者的零售商或品牌商，或
- 是已经在为其他希望在自己零售活动中使用产品标识的BCI零售品牌会员提供产品的供应商和制造商(SM)会员(B2C)。为了达到这一类别的条件，您的B2C活动不能超过自己纺织业务营业额的25%。

资格标准详情请联系BCI。BCI保留确定供应商和制造商会员是否有资格使用产品标识的权利。

### 2) 基本宣传

您必须已经完成所有必须的基本宣传，才有资格使用高级宣传以及产品标识。

这些宣传必须直接出现在电子商务网站（展现位置），而不是BCI会员的可持续发展网站或微网站。

宣传必须同时出现在BCI会员（集团层面）以及希望使用高级宣传和/或产品标识的品牌商网站上。

或者，也可以从某个电子商务网站直接链接到会员的企业可持续发展网页。

- 在面向消费者的网站上展示会员资格声明。参见第8页
- 在面向消费者的网站上展示在特定时间内达到采购更可持续棉花占使用总皮棉量X%的目标参见第8页。
- **Mass Balance（进出库平衡）的定义** 参见第8页。

### 3) 采购门槛

您必须把棉花当作Better Cotton（良好棉花）进行采购，并随着时间的推移逐渐达到以下门槛（会员层面）：

- 产品标识使用的最低标准：>10%
- 第三年底：>25%
- 第五年底：>50%

**例外情况：**在产品标识使用五年后，如果会员剩余的皮棉购买量都来自于“更可持续棉花”，那么超出25%的Better Cotton（良好棉花）就将成为其采购门槛，这包括认证的有机棉、公平贸易棉、再生棉或通过BCI标准比对合作伙伴采购的棉花。



#### 检查清单：

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料
- 达到采购门槛

会员的采购门槛通过其在Better Cotton Platform（良好棉花平台）申报的数量对照公司宣布的年度皮棉使用总量来进行衡量。BCI通过Better Cotton Platform（良好棉花平台）核实Better Cotton（良好棉花）的采购数量。

第3年和第5年门槛指的是批准第一个产品标识后第3年和第5年结束时的采购量。

第5年后，您的采购量必须保持超过50%的水平，才能继续使用产品标识。

在第5年之后，如果会员采购了25%到50%的Better Cotton（良好棉花），并且希望继续进行这些宣传，BCI保留要求会员证明其在Better Cotton（良好棉花）之外是否还有采购更多可持续棉花的权利。

### 4) 基于采购量的费用

您必须及时支付基于采购量的费用。当前基于采购量收费的方法参见会员申请表格。详情请与BCI会员团队联系。

# 高级宣传 · 数量与投 资：进展



解锁使用高级宣传

检查清单：

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料
- 达到采购门槛

您必须已经在进行所有必须的基本宣传之后，才能进行高级宣传。零售品牌商会员还必须达到采购门槛，才能使用宣传原则在这一部分中列出的宣传方式。资格标准参见第11页。

## 采购量

此类宣传是对单个会员Better Cotton（良好棉花）采购数量（占预计皮棉总消耗量的百分比）的计算：

“我们[或组织名称]采购的棉花中X%是作为Better Cotton（良好棉花）采购的。”

“上一季，我们童装系列使用的所有棉花都是作为Better Cotton（良好棉花）采购\*的。”

“现在，我们所有的女装都是作为更可持续棉花采购的。包括通过BCI采购的Better Cotton（良好棉花）和有机棉。”

如果会员希望表明作为Better Cotton（良好棉花）来源的产品范围，应给出“Mass Balance（进出库平衡）的定义”（见第8页基本宣传）。这应作为对会员网站上已有定义的补充。必须和宣传出现在同样的渠道上。或者，会员也可以突出强调包含如下文字的URL：“更多内容，请访问：[bettercotton.org/massbalance](http://bettercotton.org/massbalance)”。

## 采购量——实现

这些宣传是对单个会员Better Cotton（良好棉花）采购数量的计算：

### 方案 1：

“去年（或实现该采购量的具体年份），我们采购了XXX吨棉花作为Better Cotton（良好棉花）。这几乎相当于XXX条牛仔裤的棉花用量。”

如果会员希望使用此宣传方式，应给出“Mass Balance（进出库平衡）的定义”（见第8页基本宣传）。这应作为对会员网站上已有定义的补充。必须和宣传出现在同样的渠道上。或者，会员也可以突出强调包含如下文字的URL：“更多内容，请访问：[bettercotton.org/massbalance](http://bettercotton.org/massbalance)”。

## 投资/全球扩大\* 仅适用于零售品牌商会员

此类宣传通过将会员在特定季采购Better Cotton（良好棉花）的数量与BCI的项目进展（触及的棉农以及种植的公顷数）对等起来，以此证明会员对BCI全球发展影响的贡献。这些宣传的计算基于单个会员一年内的投资，对照BCI增长与创新基金(Growth and Innovation Fund)全球指标以及在田间的总投资。

### 方案1——棉农的数量：

“去年，我们的投资使BCI能够发展和培训超过/将近XXX的棉农学习更加可持续的实践。”

### 方案2——Better Cotton（良好棉花）的种植面积：

“去年，我们的投资使超过/将近XXX公顷的土地种上了Better Cotton（良好棉花）。”

# 高级宣传 · 投资： 全球影响

## 投资：全球影响 \*仅适用于零售品牌商会员

此类宣传通过将会员在特定季在棉田层面采购Better Cotton（良好棉花）的数量与BCI的项目进展对等起来，以此证明会员对BCI全球影响的贡献。

### 方法：

#### 对等计算公式：

[每公斤Better Cotton的改善因数] X [会员的采购数量] = 会员的贡献。

#### 示例（虚构）：

1. 预计每公斤棉花0.1立方米的平均节约水量（即改善因数）。
2. 会员采购和宣传3000吨Better Cotton。
3. 0.1 立方米 \* 3,000 吨棉花 = 300,000 立方米（7900万加仑）。

如果会员要报告其棉花采购产生的影响，必须遵循此处（涉及水管理、利润和农药）描述的BCI方法（参见 **BCI 零售品牌商会员影响报告：方法**）。如果这些数据被篡改，或者报告涉及额外的贡献因素（化肥/灰水等），BCI将不承认计算的结果，并会要求会员发布反映实际情况的免责声明。

### 用水

去年/20XX年，由于我们采购Better Cotton（良好棉花），预计节省了XXX升水。[请注意，节水与蓝水的使用（灌溉）有关。此宣传方式是指棉农的投入，而不是其他形式的用水]。

### 农药

去年/20XX年，由于我们采购Better Cotton（良好棉花），预计节省了XXX公斤农药。

### 盈利：

去年/20XX年，由于我们采购Better Cotton（良好棉花），BCI棉农因此受益增加了预计XXXXXXX欧元的额外利润\*。

[需要补充说明]\*BCI棉农的利润增长有多种原因，最常见的原因是产量增加和/或投入（如灌溉用水、农药或合成肥料）的优化使用。

### 可选添加：

这相当于XXYYY的水。

或这足够XXYYY。



解锁使用高级宣传

#### 检查清单：

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料
- 达到采购门槛

#### 审批流程：

BCI虽然会接受会员申报的棉花总消费量，但我们也可能要求您定期提交文档记录来支持这些数据的申报，而且与每年棉花消费相关的沟通介绍/宣传依然属于您自己的责任范围。用于计算的数据必须与Better Cotton Platform（良好棉花平台）上显示的数据匹配。如有任何不一致之处，会员必须予以澄清。如果您希望进行投入方面的宣传，请与BCI沟通团队联系。

# 产品标识宣传



解锁使用产品标识  
宣传

检查清单:

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料
- 达到采购门槛

On-Product Mark (OPM, 产品标识) 是您可以通过最终产品直接向自己的客户介绍您对Better Cotton Initiative承诺的一种方式。

这只是您可以用来接触客户的众多渠道之一，可以强调贵品牌对BCI的承诺。产品标识不是“产品标签”，坚决不能用来对产品的面料成分进行宣传，或者暗示产品中含可实物追溯的Better Cotton（良好棉花）。通过各种方式（电子商务、商品目录或产品包装）围绕产品进行的任何宣传都属于产品标识的使用。大多数使用产品标识的会员都会采用吊牌或张贴物的形式。然而，并非一定要实际出现在产品上才被归类为产品标识。这种方式可用于任何渠道，包括商品目录、商店销售点、装运包装或网站的电子商务页面。

我们制定了严格的指导原则，确保会员对产品标识的使用能够：

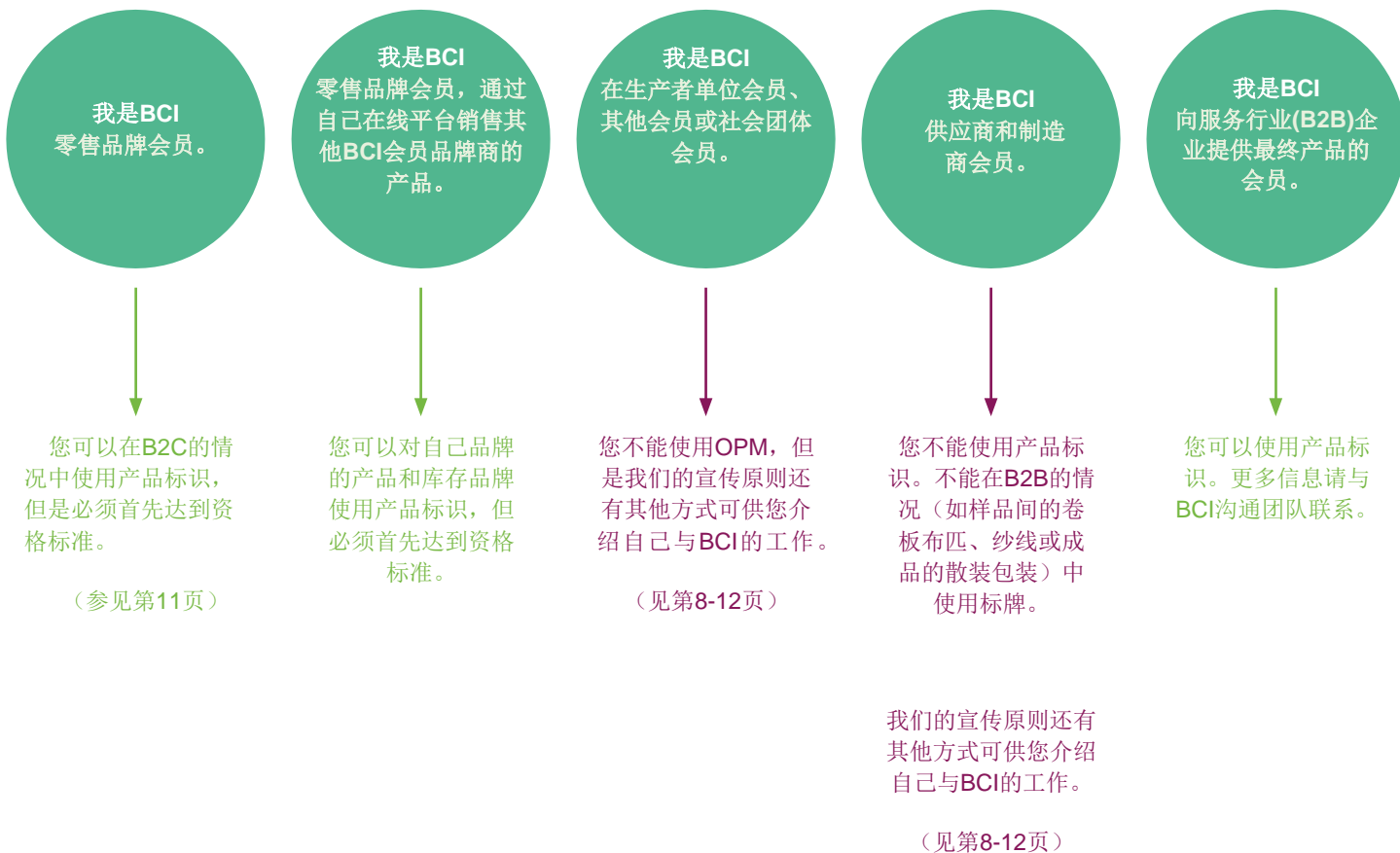
- ▶ 保护BCSS的可信度，绝不欺骗消费者、误导读者、夸大宣传或让人们做出不准确的解读。
- ▶ 鼓励会员大量采购Better Cotton（良好棉花），并承诺在未来继续采购。
- ▶ 向不同地区、不同产品的受者传递始终一贯的BCI信息，提高消费者对更可持续棉花的理解。

请参阅本小节后面几页的内容，更多了解关于BCI产品标牌的信息，或者如何使用。



# 会员类别 与产品标识

下图详细说明了您的会员类别是否有资格使用产品标识。



解锁使用产品标识  
宣传

检查清单:

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料
- 达到采购门槛

注意：产品标识仅可用于面向消费者的宣传，但也有例外的情况。更多信息请与BCI沟通团队联系。

# 产品标识的使用



解锁使用产品标识  
宣传

## 检查清单:

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料
- 达到采购门槛

## 产品标识的元素

- **LOGO:** 这构成了标识的图形部分，BCI的组织LOGO。
- **URL [bettercotton.org/massbalance](https://bettercotton.org/massbalance):** 必须始终在标识当中显示该BCI的网站地址。
- **TM:** 产品标识必须与商标一起使用。字母TM表示这是一个商标。商标的注册在许多国家是预先核准的。
- **文案宣传:** 产品标识必须直接附有经批准在产品上进行使用的文案宣传。

*注意: BCI的LOGO不能在没有任何文案宣传的情况下使用,但在某些情况下(仅适用于电子商务),文案宣传和URL可以在没有LOGO的情况下使用。*

## 背景

BCI的产品标识可用于吊牌、张贴物、销售包装、商品目录、在线产品页面等。BCI的产品标识不得永久留在产品上(如护理标签或直接印在服装上的印刷)。

如果您是服务行业(B2B)企业(如工业洗衣店、酒店、医院、员工服装)提供最终产品的供应商和制造商(SM)会员,即不是面向消费者的零售商或品牌商,上述例外情况也可适用。详情请与BCI沟通团队联系。

## 位置

产品标识不得与产品面料组成的详细说明相邻使用。

## 颜色

标识的使用:

- **BCI绿色:** R141 G198 B64, 或 C50 M1 Y98 K0, 或 Hex #8DC640, 或 Pantone Solid Coated 368 C。
- **黑色:** 当标识用黑色打印时,必须清晰可见,不能用于已有的暗色背景。
- **白色:** 用于暗色背景。

## 尺寸和比例

使用吊牌的最小尺寸是20毫米,测量从URL的左侧到右侧。标牌的最大展示尺寸没有限制。LOGO应按比例放大或缩小,不失真,并完整使用。

## 间隙

产品标识每个边缘周围的最小间隙包括URL和TM。

## 许可产品

许可产品必须纳入会员棉花使用的总量计算,才能使用产品标识。

包含会员棉花使用总量文案材料的许可产品,才有资格采用BCI的产品标识。更多信息请与BCI沟通团队联系。

## 渠道

BCI的产品标识应该用于可拆除的包装(吊牌、衣架、包物插牌、张贴物等),不得用于缝入产品或以任何方式永久与产品连接在一起的宣传渠道。

如果BCI的产品标识被批准可用于产品张贴物,会员有责任确保其使用符合宣传原则。



# 产品资格



解锁使用产品标识  
宣传

**检查清单:**

会员资格通过审核

沟通培训

或

完成在线培训

具有基本宣传材料

达到采购门槛

## 含棉量

On-Product Mark (OPM, 产品标识) 可用于任何以棉花为主要面料成分的产品, 或其他面料成分不超过棉花的产品。这不是指为某种产品采购Better Cotton (良好棉花), 而是指一般的棉花。

### 示例

✓	100%纯棉		
✓	40%棉	30%粘胶	30%涤纶
✓	45%棉	45%涤纶	10%氨纶
X	50%涤纶	45%棉	5%涤纶

## 比例使用 (只提供指导意见)

BCI建议会员的产品标识使用与其作为Better Cotton (良好棉花) 采购的棉花数量成正比。这可以通过会员组或按品牌商进行衡量。最重要的是不能误导消费者, 让他们误以为该会员宣传的Better Cotton (良好棉花) 采购量超出其实际的采购量。

对此, 有多种衡量的方法:

### 重量

以Better Cotton (良好棉花) 采购棉花的数量占会员的皮棉消耗总量的比例。

或

### 产品线数量

会员将其作为Better Cotton (良好棉花) 采购的生产线数量。

或

### 产品数量

会员将其作为Better Cotton (良好棉花) 采购的产品数量。

当使用品牌伞方法时 (见第20页), 本比例使用原则同样适用。

# 文案宣传与 LOGO的使用



解锁使用产品标识  
宣传

检查清单:

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料
- 达到采购门槛

下表中的宣传以及相关LOGO是在产品标识上唯一可用的宣传。LOGO必须完整使用，且文字不得编辑。LOGO的使用请参考相关指导原则。

可用于产品标识的宣传		标准产品标识	平行产品标识
		BCI的标准产品标识可以用来向消费者传达这样的信息，即会员大多数棉花产品的其中一部分是作为Better Cotton（良好棉花）采购的，和/或直接说该品牌商正与BCI合作，且正在采购Better Cotton（良好棉花）。	当进行宣传或使用合作伙伴/同行标准和/或属于特定类型棉花的LOGO时，关联的LOGO可以与BCI的产品标识一起使用（不表示BCI能够实物追溯产品中的棉花），BCI允许使用平行产品标识。但必须与以下述的宣传表述一起使用，并且必须是来自目前存在BCI项目的国家。本宣传只是为了通过产品包装来突显会员的BCI会员身份。
LOGO			
宣传 1	通过从XXX（贵公司名称）购买棉花产品，您正在支持更负责任的棉花种植。	✓	✗
宣传 1.1	通过从我们购买棉花产品，您正在支持更负责任的棉花种植。	✓	✗
宣传 2	XXX棉产品支持更负责任的棉花种植。	✓	✗
宣传 2.1	我们的棉花产品支持更负责任的棉花种植。	✓	✗
宣传 3	XXX有幸参与让棉花种植更加可持续的投资。	✓	✓
宣传 3.1	我们很荣幸参与让棉花种植更加可持续的投资。	✓	✓
宣传 4	XXX很荣幸成为Better Cotton Initiative（BCI瑞士良好棉花发展协会）的会员。	✓	✓
宣传 4.1	我们很荣幸成为Better Cotton Initiative（BCI瑞士良好棉花发展协会）的会员。	✓	✓

 解锁使用产品标识  
宣传

检查清单:

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料
- 达到采购门槛

## 二维码

会员可以在产品上使用二维码，链接更多关于自己采购可持续棉花的信息。但如果二维码出现在没有BCI产品标识的产品上，在链接二维码的页面上必须有Mass Balance（进出库平衡）的信息。关于Mass Balance（进出库平衡）解释的示例请参见第8页。

## 可持续棉花的一般宣传——指导原则

在没有提到BCI或Better Cotton（良好棉花）的情况下，BCI虽然无法强制提出进行适当地宣传的要求，但我们强烈建议不要在产品宣传或进行与产品相关的宣传中暗示这些产品的实物中含有“更加可持续/更加负责任/来源更加可靠的棉花”。BCI认为这样的说法具有误导性，因为这会传达产品是由Better Cotton（良好棉花）制成的信息。这些宣传并不符合BCI/会员之间关系的精神。广泛使用此类误导性的宣传可能会损害BCI的可信度，与我们的使命相悖，进而降低BCI更广泛会员资格宣传的价值。

示例:



# 产品标识品牌伞



解锁使用产品标识  
宣传

检查清单:

会员资格通过审核

沟通培训

或

完成在线培训

具有基本宣传材料

达到采购门槛

会员可以在产品上使用“品牌伞”（umbrella branding，用来统称属于会员可持续发展战略的某一产品的说法或品宣）。这种方法为会员在其产品上的信息介绍提供了灵活性。不过，我们的指导原则也避免这种方式与BCI模式的Mass Balance（进出库平衡）内容产生可能的冲突。

## 资格标准:

会员必须符合使用品牌伞的资格标准（见第11页）。

## 使用:

只要不将其等同于Better Cotton（良好棉花）或BCI的产品标识，就可以使用品牌伞宣传。总的来说，它必须与公司的可持续资料宣传工作有关，而不是具体的Better Cotton（良好棉花）工作。

## 透明度:

当使用品牌伞宣传时，会员必须在其集团或品牌网站上明确说明标签计划涵盖的内容，包括与BCI相关的Mass Balance（进出库平衡）的说明（参见第8页基本宣传）。

## 示例



### “Eco 产品系列”

（适用于以Better Cotton、有机棉、更可持续纤维素以及含有50%以上再生纤维的产品）



### “Eco 棉花产品系列”

（适用于以Better Cotton采购的产品）  
应该使用BCI的产品标识。

# 电子商务的使用



解锁使用 产品标识  
宣传

检查清单:

- 会员资格通过审核
- 沟通培训
- 或
- 完成在线培训
- 具有基本宣传材料
- 达到采购门槛

如果与产品或产品系列直接相关，此类宣传将归类为产品标识的使用。

我们大多数使用产品标识的会员都采用吊牌或张贴物的形式。然而，产品标识并不一定要实际出现在产品上才被归类为产品标识。产品标识也可以是在商品目录中，在商店销售点上，在运送给客户的包装上，或者在这种情况下，也可以在网站上。

## 用于电子商务的资格条件

有五个标准来确定您是否有资格使用产品标识。同样的标准也适用于电子商务的情况。请参见第11页的“资格标准”。

## 电子商务的LOGO使用

LOGO和文案宣传都属于产品标识的内容，而且在可能的情况下，必须一起使用。

如果您的网站没有显示LOGO的功能，则可有例外。在这种情况下，可在没有LOGO的情况下使用文案宣传和URL。没有文案宣传，不能使用BCI的LOGO。

LOGO的最小尺寸和清晰度取决于您网站的布局。

## 用于电子商务的文案宣传

与产品或在线系列产品相关联的宣传必须从预先批准的“产品标识文案宣传”的列表中选择。电子商务的文案不允许采用自行撰写的宣传文案。

## 产品标识的位置

产品标识的LOGO部分可以:

- ▶ 在产品名称/描述中
- ▶ 在产品详细信息（可扩展、翻转或隐藏的标签）中

产品标识的LOGO部分不能位于:

- ▶ 可能暗示Better Cotton（良好棉花）构成其面料成分的产品详细信息。

产品标识的文案宣传可以:

- ▶ 与产品标识的LOGO相邻
- ▶ 与产品标识的LOGO分开，包括位于:
  - 产品名称/描述
  - 产品详细信息（可扩展、翻转或隐藏的标签）
  - 在同一网站的可持续发展网页。在这种情况下，LOGO必须包含可转至这些页面的链接。

## 引导消费者更多了解情况

当使用产品标识时，必须能让客户了解BCI的工作以及会员与BCI的关系。在电子商务产品标识的使用上，有三种方式可以展示相关的信息:

- ▶ 链接，直接嵌入宣传本身，让消费者转到BCI的网站主页。
- ▶ 链接，直接嵌入宣传本身，让消费者转到会员自己的可持续性页面，让他们可以看到经批准用于介绍BCI的更多内容。这些可持续发展的页面还必须包含可清晰访问BCI网站的链接。
- ▶ 使用BCI的LOGO（带有Mass Balance（进出库平衡）的URL）

# 审批流程

## 1 培训

---

您必须确保自己已经接受过沟通培训或已完成在线培训。

(包括但不限于：新闻推送、会员新闻简报、推广介绍以及沟通展示)。

## 2 申请当面咨询

---

安排与BCI进行当面咨询，确保自己了解产品标识的用途、审批流程，并确定自己符合资格标准。请注意，考虑到包装交货期，BCI可能会预先批准产品标识的使用。预先批准将由会员自行承担风险。

## 3 制作宣传作品

---

随后您便可以着手制作自己的宣传作品。

每一个设计都必须经过BCI的审批，但只是更新了产品名称和/或图像的重复作品除外。

## 4 提交宣传设计

---

您需要告知BCI自己计划发布产品标识的日期以及计划对其使用的分布情况（相关的产品和地理区域）。

在完成您的设计后，请将所有包括BCI产品标识宣传设计的完整文件——包括背景材料、尺寸和颜色规格的细节——发送给BCI沟通团队审批。

## 5 等待批复

---

在收到完成的宣传设计后，我们会在最多10个工作日（2周）内向您发出确认信息。我们将就是否需要修改提出建议。未经批准，不得印制、公布或展示产品标识。

*注意：在宣传生效后，BCI保留在适当的外部沟通资料中添加图像的权利*

# 确保可信的宣传和监督（概述）

## 监督会员关于Better Cotton的沟通介绍

### 我们为什么要监督宣传材料？

我们监督会员如何介绍自己对BCI的承诺以及参与的情况。这可以使我们：

- 建议会员如何不断改善他们的通信介绍，支持我们的使命。
- 以标准化的方式处理任何违反BCI原则的情况，保证所有会员整体的可信性始终不受到影响。

我们使用以下活动来实施我们宣传的监督协议：

- 采用抽样方法，每年对BCI会员的网站内容进行一次审计。
- 如怀疑有任何虚假或可疑的宣传，其他会员应通知BCI。
- 对于产品标识和高级宣传，会在Better Cotton Platform（良好棉花平台）上对零售品牌商的申报进行监督。

## 当会员进行不正确的宣传时，会发生什么情况？

我们的监督协议包括会员因为滥用宣传而暂停和撤销其资格的解决程序。

发出“警告”及“纠正措施计划”：如果会员的沟通介绍宣传违反了Better Cotton Claims Framework（良好棉花宣传原则），在完成纠正措施计划之前，BCI不会批准任何进一步的宣传活动。

暂停资格：如果会员在收到正式警告后的30天内未完成商定的纠正措施计划，会员可得到格外的30天时间完成该计划。可能提出采取进一步措施要求。在会员资格暂停期间，使用Better Cotton Platform（良好棉花平台）的权限也将暂停。在完成纠正措施计划之前，BCI不会批准任何进一步的宣传活动。

开除资格：如会员未能在暂停通知后60天内删除或纠正相关通信资料，则可能被开除会员资格。

Better Cotton Claims Framework（良好棉花宣传原则）的监管依据包括：

- BCI行为准则
- BCI会员条款
- BCI监督协议

当会员收到关于进行了不正确或误导性宣传的警告后，该警告将在会员记录中保留一年（即使已纠正）。如果同一会员在此期间第二次违反宣传原则，可能受到暂停或开除会员资格的通告。



## 宣传监督协议

BCI监督会员在宣传通过审核以及发布之后应遵循的步骤。会员有义务对所有面向消费者的宣传提出审批请求。

BCI具有解决程序来处理任何误导性宣传的做法（无论是在产品上还是其他渠道）。

如果会员发布违反宣传原则的宣传，或不再符合产品标识的资格标准，他们将收到BCI秘书处的正式警告以及纠正措施计划。警告将说明会员在哪些方面违反要求，并将根据违规的性质概述性地说明纠正措施或后果。

以下是可能的违规情况以及BCI的回应（不限于这些情况）：

不正确或误导性的宣传	BCI的回应以及后续步骤
会员没有根据最低采购要求采购Better Cotton（良好棉花），进行所需的宣传。	BCI撤销其高级宣传或使用产品标识的权利。  如果这涉及产品标识的使用，会员可以将带宣传的产品放入库存，直到售完。希望继续使用产品标识的会员在达到采购门槛后需要重新提交请求。
会员已在宣传原则中取得进展（超过基本宣传的要求），但未进行必须的基本宣传。	BCI建议其用30天的时间展示必须的基本宣传。
会员没有按采购量付费。	BCI建议其在30天内支付费用。
会员发布不正确或误导性的宣传，包括但不限于：  <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 未经批准和错误使用的产品标识</li> <li>➤ 宣传产品中含有实物的Better Cotton（良好棉花）成分</li> <li>➤ 关于BCI标准未经批准和误导性的表述</li> <li>➤ 滥用BCI的高级宣传</li> </ul>	会员必须在30天内删除或纠正误导性的BCI沟通介绍资料。  规定纠正措施计划，并在30天内完成。纠正措施可能包括：  <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 宣传原则培训</li> <li>➤ 发出纠正声明</li> <li>➤ 当违规情况是未经批准、误导性的产品标识时，拆除包装和/或移除商品</li> <li>➤ 当违规情况是未经批准、误导性的宣传时，删除店内的沟通介绍材料</li> </ul> <p>如果会员不完成纠正措施计划，将无法获批其任何品牌的进一步宣传。未能在商定的时间内完成纠正措施计划可能导致BCI暂停或开除其会员资格。</p> <p>希望继续向消费者进行宣传的会员需要首先完成纠正措施计划，然后重新获得BCI的批准。对于未经批准的严重误导性沟通（如内容宣传或重复违反宣传原则），BCI保留禁止其在面向消费者的营销中使用BCI的商标或名称的权利。</p>





***Better Cotton Initiative (BCI, 瑞士良好棉花发展协会)**存在的意义在于使全球棉花的生产更有利于棉农, 更有利于环境, 更有利于整个棉花产业未来的可持续发展。*

欲了解更多信息, 请登录 **BetterCotton.org**