

标准

证书持有者使用 FSC®商标的要求

FSC-STD-50-001 V3-0 EN (中文翻译稿)

翻译说明：本译文由 FSC 中国（北京市东城区南竹杆胡同 2 号 1 幢银河 SOHO A 座 7 层 10709 室，电话：+86(10) 6516 7898，邮箱: INFO@CN.FSC.ORG）提供，并非 FSC 国际认可的官方译本。FSC 中国对因翻译错误、偏差或解读所导致的任何后果不承担法律责任或担保义务，译文全文均适用此免责声明。若存在争议，以英文原版文件（详见 IC.FSC.ORG）为准。



文件标题: 证书持有者使用 FSC®商标的要求

日期: **批准日期:** 2025 年 10 月 22 日

生效日期: 2026 年 7 月 1 日

时间安排: **过渡期结束日期:** 2029 年 1 月 1 日

有效期: 直至替代或撤销

注：此前根据本标准 2.1 版生产的已获 FSC 认证的成品及贴标产品（以及带有 FSC 商标的宣传材料）的现有库存，可在过渡期内及之后继续销售和分发。请注意，“库存”不包括用于贴标 FSC 标签的设备和硬件，例如印刷、雕刻、蚀刻、缝纫、压印和凹印设备。

联系方式: FSC 国际——商标管理

Adenauerallee 134

53113 波恩

德国

电话: +49-(0)228-36766-0

邮箱: trademark@fsc.org

版本历史记录

发布日期: 2026 年 1 月 1 日

版本	描述	发布日期
V1-0	第一版标准于 2010 年 1 月获得批准，整合了若干文件并集合了以往一些标准与指南中出现的有关商标使用的全部条款。V1-0 同时将产品标签引入 FSC 体系。	2010 年 3 月 1 日
V1-1&V1-2	在 2010 年 2 月与 11 月的小范围修订中明确了语言和术语的使用，并根据利益相关方反馈改进了图形要求，以方便新标签的使用。	2011 年 12 月 1 日

V2-0	此版进行了大范围修订，并结合了在 2014 年会员大会中通过的第 29 号动议的要求。此版中简化了商标使用要求，并为证书持有者引进了商标使用管理系统的选项。	2017 年 11 月 1 日
V2-1	<p>2019 年 4 月发布的 FSC 混合产品和受控木材战略要求 (i) 改变 FSC 混合产品标签的文字描述，以更好地反映事实；(ii) 引入对受控木材的固定陈述，促进对受控木材的理解。2019 年 11 月成立了技术工作组，随后开展了公开意见征询。更多有关这一过程的信息请参见 FSC 网站。</p> <p>2020 年 6 月，FSC 国际董事会批准了新的受控木材陈述，以及混合产品的新版标签文字。本标准文件 V2-1 包括了这两项修订，并改正了条款 8.2 和 9.2 中的色号信息。</p>	2021 年 10 月 1 日
V3-0	此版进行了重大修订，旨在：i) 简化现有要求；ii) 适应新的市场趋势；以及 iii) 与关于环境标签使用的主要法律要求保持一致。	2026 年 1 月 1 日

©2026 Forest Stewardship Council AC. 保留所有权利

FSC® F000100

未经出版者的明确书面同意，不得分发、修改、传输、再利用、复制、重新发布或使用本文档的版权材料进行公共或商业目的。特此授权您查看、下载、打印和分发本文档的个别页面，仅供参考之用。

本文件是经批准的官方英文版的译文。如果英文版本与译本之间存在任何差异，应以英文版为准。

简介

本标准规定了 FSC 认证持有者使用 FSC 商标的要求，旨在确保产品贴标、宣传及认证声明的准确性和一致性，并增强消费者对 FSC 体系的信任。本标准适用于认证持有者对 FSC 商标的所有使用情形，包括识别 FSC 认证产品、宣传这些产品，以及传达其作为 FSC 证书持有者的身份。

通过正确使用 FSC 商标，认证持有者可以帮助消费者支持负责任采购。因此，至关重要的一点是，商标的使用不得以任何形式误导消费者或公众，包括做出不准确的声明，或暗示 FSC 认证范围之外的产品品质。

FSC 商标是认证持有者证明其产品符合 FSC 标准的主要途径。作为 FSC 商标的授权使用方，认证持有者与 FSC（作为商标所有者）共同承担维护 FSC 商标公信力和完整性的责任，以保护所有商标使用者以及 FSC 体系在构建和维护过程中所形成的集体投入和声誉。本标准所规定的要求旨在确保有关 FSC 的信息准确、一致，并以统一的方式呈现，从而提升公众对 FSC 体系及其认证持有者所取得成果的认知度。

为了支持认证持有者在贴标和宣传中正确使用 FSC 商标，FSC 提供：

- **FSC 品牌中心 (FSC Brand Hub)** —— 一个下载 FSC 商标、产品标签、宣传设计模板、宣传材料及其他相关素材的在线平台。
- **在线学习课程 (E-learning course)** —— 关于正确使用 FSC 商标的线上培训。
- **指导文件 (Guidance document)** —— 一份包含示例的实用指南，帮助应用本标准的要求，可通过 FSC 品牌中心获取。

证书持有者可通过其 FSC 认可的认证机构获得访问 FSC 品牌中心及在线培训平台的权限。

目录

简介	4
目录	5
A. 适用范围	6
B. 引用	6
C. 术语和定义	7
D. 缩写	9
第一部分：一般要求	10
1. 使用 FSC 商标的基本要求	10
第二部分：在产品上使用 FSC 标签	12
2. 选择 FSC 标签	12
3. 选择 FSC 标签要素	13
4. 贴标要求	14
第三部分：推广 FSC 认证产品和 FSC 认证	15
5. 宣传要素	15
6. 使用 FSC 商标进行宣传的要求	16
第四部分：贴标及宣传图形要求	17
7. FSC 产品标签和 FSC 标识	17
8. FSC 二维码标签	18
第五部分：商标使用限制和局限	19
9. FSC 商标使用的限制因素	19
附件 1. 商标使用管理体系	21
附件 2. 团体和多地点认证持有者的附加要求	22
附件 3. FSC 项目认证的附加要求	23

A. 适用范围

本标准适用于所有在市场上使用 FSC 商标的 FSC 认证持有者，包括持有产销监管链认证 (CoC) 和森林经营认证 (FM)。本标准涵盖了在 FSC 认证产品上标注 FSC 商标、推广 FSC 认证产品、以及宣传 FSC 证书持有者身份时使用 FSC 商标的相关规定。同时，本标准也是经 FSC 认可的认证机构以及通过 FSC 商标使用管理系统，对所有认证持有者 FSC 商标使用情况进行评估和审批的依据。

本标准不适用于认证持有者在商业活动以外的私人场合中对 FSC 商标的使用。

此外，本标准还涵盖认证持有者基于生态系统服务 (Ecosystem Services, ES) 声明对积极的自然影响进行宣传活动。提出生态系统服务声明的具体要求，详见《[FSC-PRO-30-006 生态系统服务规程：影响与市场工具](#)》。

在发票和交付文件上作出 FSC 声明的要求已在《[FSC-STD-40-004 产销监管链认证标准](#)》中另行规定，不受本标准的约束。

除非另有明确说明，本标准的所有组成部分均视为规范性内容，包括但不限于适用范围、生效日期、引用、术语和定义、脚注、图表、表格以及附件。

注释、文本框和示例不被视为规范性要求。

B. 引用

下列文件对于本文件的应用必不可少。

对于未注明版本号的参考文献，应适用其最新版本（包括所有修订版），并取代任何先前版本：

FSC-STD-60-004	《国际通用指标》
FSC-STD-40-004	《产销监管链认证标准》
FSC-STD-40-006	《FSC 项目认证标准》
FSC-STD-30-010	《森林经营企业 FSC 受控木材标准》

C. 术语和定义

就本标准而言，适用《FSC Glossary of Terms FSC 术语表》中规定的术语和定义，以及以下补充定义。

所有预期用途：指组织计划对 FSC 商标进行的任何新用途。包括此前未获认证机构批准或未通过商标使用管理体系批准的任何形式或媒介的使用（无论是产品上使用还是推广材料中使用，也无论是数字形式还是实体形式）。本定义不包括对已获批准用途的完全一致复制或重印。

认证机构：提供符合性评估服务并可被认可的机构（改编自 ISO/IEC 17011:2017(E)）。

受控材料：未标注 FSC 认证声明但经评估符合《FSC-STD-40-005 受控木材采购要求》规定要求的投入材料。

指定商标管理员：由组织指定，在实施商标使用管理体系后，负责对所有 FSC 商标使用情况进行内部审核的人员。该人员负责审核和批准组织内部的商标使用

电子商务平台：支持产品在线交易的数字化平台，包括由认证持有者直接运营的销售平台，以及认证持有者通过第三方平台进行产品销售的平台。

电子商务--产品描述：指在电商平台上发布的商品详细说明。它向消费者提供该产品的关键信息，包括产品属性、特点、优势及其他相关细节，以帮助消费者做出购买决策。

电子商务--产品列表：电子商务平台上用于展示特定待售产品的页面或条目。产品列表旨在提供详细的产品信息以帮助潜在客户了解拟购买的产品。产品列表使用产品图片和文字内容提供完整的产品信息，用以帮助潜在客户了解产品特性并指导其购买决策。每一个产品列表均视为独立的宣传材料。

电子商务--产品标题：用于标识电子商务平台上待售产品的简洁描述性标题，通常显示在产品列表顶部，旨在吸引潜在买家的注意并传达关键信息。产品标题通常包括品牌、产品名称、尺寸、颜色、型号/系列和其他附加信息。

FSC 品牌中心 (Brand Hub)：供认证持有者使用的官方在线工具平台，用于访问和下载 FSC 商标、标签、宣传牌、图形矢量图、营销与活动素材（包括图像和创意素材），以及相关支持性和指导性文件。

FSC 认证产品：有资格在发票上以 FSC 声明销售并可以使用 FSC 商标进行推广的、符合所有适用认证要求的产品。FSC 受控木材不被视为是 FSC 认证的产品。

FSC 认证项目：符合《FSC-STD-40-006 项目认证标准》要求并已完成的项目。

FSC 受控木材：带有“FSC 受控木材”声明的材料或产品。

FSC 标识：由“对勾和树”图形及其下方“FSC”字样组成的图文标识

FSC 宣传牌：将 FSC 标识与其他规定信息按既定版式组合而成的图形，用在宣传材料中。

FSC 许可编码：颁发给已签署 FSC 商标许可协议的组织的识别编号。对于证书持有者，该编号的格式为“FSC C#####”，用于在 FSC 许可持有者数据库中识别相关组织。

FSC 产品标签：为对产品所用材料作出公开 FSC 声明而设计的必要信息与设计元素的组合，用于产品本身、附着于产品或其包装上。

FSC 二维码标签：指在二维码矩阵条码上设计元素组合，为对产品所用材料作出公开 FSC 声明而设计的必要信息与设计元素的组合，用于产品本身、附加于产品或产品包装上。

清晰易读：用于描述消费者清楚辨识或轻松阅读的程度。

管理代表：由组织指定的人员，全面负责并确保组织对商标使用管理体系的实施和合规。该人员负责监督 FSC 商标的正确使用，确保与商标使用相关的内部流程、沟通和审批符合本标准要求。

莫比乌斯环：由三个首尾相连的箭头构成的环形标志。莫比乌斯环下的百分比数字表示产品中使用的回收材料比例。

非商业用途：指在与商品或服务销售相关的常规商业活动之外使用 FSC 商标。这些非商业活动包括但不限于内部文件、内部演示或内部培训。

产品上商标使用：指在 FSC 认证产品上使用 FSC 商标。

产品类型：就本标准而言，指产品标签上对经认证材料或成分的描述列表，例如“木材”或“软木”。该列表可在 FSC 品牌中心获取。

非销售宣传品：任何旨在宣传组织 FSC 认证状态，但并非用于面向消费者的销售行为的物品。这包括但不限于活动赠品、样品、商品、铅笔、杯子、笔记本、记事本、T 恤和手提袋。

宣传材料：任何旨在宣传 FSC 认证产品和/或材料、FSC 认证持有者身份，或对于已实施《FSC-PRO-30-006 生态系统服务规程：影响与市场工具》的证书持有者，为宣传基于生态系统服务声明的积极自然影响而制作的任何内容或物品。这包括但不限于宣传册、产品目录、视频、网站、海报、横幅、社交媒体帖子和宣传活动。

宣传性商标用途：指在非销售的宣传材料或宣传品上展示 FSC 商标。

社交媒体：指允许用户创建、分享内容并与其他用户互动的数字平台或应用程序。这些平台支持以各种形式（包括文本、图像、视频和音频）进行沟通、协作和信息交流。

社交媒体帖子：指发布在社交媒体平台上的内容，包括原创文本、图像、图片轮播、视频、链接、短视频、故事、直播内容或其他媒体。这不包括社交媒体帐户或个人资料的信息或描述（例如社交媒体个人简介）。

商标使用管理体系：指本标准附件 1 中描述的一系列程序性管理框架，证书持有者使用该框架替代向其认证机构提交商标使用申请以获得批准的方式。

商标服务提供商：由 FSC 指定的国家或地区办事处，负责在特定地区转授 FSC 商标用于宣传用途的使用许可，并为宣传许可持有者提供商标使用审批等相关服务。

网站：一组相互关联的网页，通常由一个共同的域名标识，可通过互联网访问。一个网站包含同一 URL 下的不同特定页面或资源。

用于表达规定的口头形式

(改编自 ISO/IEC 导则第 2 部分《ISO 和 IEC 文件的结构和起草原则与规则》)

- “应” (shall)：表示为符合本标准而必须严格遵守的要求。
- “宜” (should)：表示在多种可能方案中，推荐一种特别合适的方案，但未提及或排除其他可能性；或表示某一行动方案为首选方案，但并非强制性要求。若能够证明并论证其合理性，可采用等效方式满足“宜”的要求。
- “可” (may)：表示在本文件规定的范围内允许的行动方案。
- “能” (can)：在材料、物理或者因果方面，用于对可能性或者能力方面的陈述。

D. 缩写

FSC 森林管理委员会

Mm 毫米

第一部分：一般要求

1. 使用 FSC 商标的基本要求

1.1. 森林管理委员会（Forest Stewardship Council, FSC）拥有以下注册商标：

- a) 全称“Forest Stewardship Council”
- b) “FSC”缩写
- c) FSC 标识



1.2. 组织应持有有效的 FSC 商标许可协议，并持有有效的 FSC 认证，方可使用 FSC 商标及相关标识。

1.3. 组织仅可对纳入其 FSC 认证范围内，且符合《FSC-STD-40-004 产销监管链认证标准》中标签使用要求的产品进行 FSC 商标标注、宣传或推广。

1.4. 组织在所有使用 FSC 商标的产品、包装或宣传材料中，应至少一次清晰注明由 FSC 分配的许可编码。社交媒体宣传的例外情形，详见第 6.4 条。

1.5. 组织应在 FSC 商标右上角正确使用商标注册符号（® 或 TM）。社交媒体及电子商务平台推广的例外情形，详见第 6.5 条和第 6.8 条。

1.6. 组织应依据以下原则正确选择并使用商标注册符号：

- 1.6.1 组织应根据产品或宣传材料的分销国家/地区，在首次或最显著位置使用“Forest Stewardship Council”全称及其缩写“FSC”时，配套使用正确的商标注册符号（® 或 TM）。
- 1.6.2 组织应根据分销国家/地区，在每次使用 FSC 标识、FSC 标签及宣传牌设计时，使用正确的商标注册符号（® 或 TM）。
- 1.6.3 组织应通过 FSC 品牌中心（FSC Brand Hub）提供的商标注册清单，确认并使用正确的注册商标符号（® 或 TM）。

注：对于 FSC 标识、FSC 标签及宣传牌设计，如直接从 FSC 品牌中心下载官方商标文件，系统将依据所选分销国家/地区自动配置相应的商标注册符号。

1.7. 组织应建立并实施经批准的 FSC 商标使用管理体系；如未建立该体系，则应在使用前，将 FSC 商标的所有预期用途提交其认证机构进行审批。

注：若满足以下所有条件，对于已预先批准的通用格式（例如模板），若其适用于一系列具有不同设计版本的产品或宣传材料，无需再次获得审批：

- a) FSC 标签仅用于同一产品类型，且未经任何修改（如标签标题、产品类型、或标签尺寸保持不变）。该要求同样适用于宣传材料中使用的宣传设计。
- b) 不同设计版本不得影响或干扰 FSC 标签或宣传设计的位置。
- c) 除获批模板中包含的 FSC 商标（例如全称“ Forest Stewardship Council ”、缩写“ FSC ”）外，设计中不得额外使用任何 FSC 商标。

- 1.8. 组织应参考本标准附件 1，其中明确规定了获得经批准的 FSC 商标使用管理体系所需满足的具体要求。
- 1.9. 获得团体认证（Group Certification）或多地点认证（Multisite Certification）的组织，应参考本标准附件 2，了解使用 FSC 商标的附加要求。
- 1.10. 获得项目认证（Project Certification）的组织，应参考本标准附件 3，了解使用 FSC 商标的附加要求。
- 1.11. 组织在宣传、分销或销售 FSC 认证产品及相关宣传材料时，应同时遵守相关国家或地区的标签管理规定及消费者保护法规。

第二部分：在产品上使用 FSC 标签

FSC 标签用于使认证持有者证明其产品已获得 FSC 认证，在帮助消费者识别认证产品的同时，支持其做出负责的采购选择。虽然 FSC 标签的使用并非强制性要求，但其有助于增强消费者信任、提升认证持有者的品牌形象，并有助于充分体现 FSC 认证的价值。

2. 选择 FSC 标签

2.1. 组织应依据其产品所适用的 FSC 声明类型选择并在 FSC 认证产品上正确使用与该声明相对应的 FSC 标签。



2.2. 组织应使用从 FSC 品牌中心（FSC Brand Hub）下载的 FSC 标签。

注：FSC 品牌中心提供了一份产品类型示例列表（如“纸张”、“木材”等）。该列表仅用于概括性分类参考，并非详尽无遗。如需新增产品类型，组织能通过其认证机构向 FSC 提交申请。

3. 选择 FSC 标签要素

3.1. 组织应在 FSC 标签中包含以下要素：



3.2. 组织在产品包含多种 FSC 认证材料时，可在 FSC 标签中包含最多三种不同的产品类型。

3.3. 组织应在产品中经 FSC 认证的成分无法通过标签中包含的产品类型直观体现时，添加补充说明以明确哪些成分已获得 FSC 认证。

3.4. 组织不应使用产品名称来指代产品类型。

3.5. 组织可在 FSC 混合（FSC MIX）和 FSC 再生（FSC RECYCLED）标签中使用莫比乌斯环。

3.6. 组织在使用莫比乌斯环时，应始终标注百分比数值。该百分比应反映产品中适用的回收（reclaim）材料含量总和，且该含量可通过《FSC-STD-40-004 产销监管链认证标准》中规定的 FSC 产销监管链控制体系进行验证。

FSC 二维码标签

3.7. 组织可使用 FSC 二维码标签替代第 2.1 条所述的 FSC 标签。

3.8. 组织应在 FSC 二维码标签中包含以下要素



注：3.1 条中规定的标签要素会显示在 FSC 官网上，可扫描 FSC 二维码标签访问该网站。

4. 贴标要求

4.1. 组织仅应在产品所有相关林基产品均符合《FSC-STD-40-004 产销监管链认证》规定的 FSC 认证范围时，方可在该产品上使用 FSC 标签。

注：FSC 标签可指产品本身、包装或两者皆有。由林产品原料制成的包装应视为单独的产品。

4.2. 组织宜将 FSC 标签置于产品本身、产品包装或两者上，使其清晰可见。

4.3. 组织仅可在产品标签在销售点对消费者可见的情况下（即无需损坏销售包装即可查看标签），方可在产品上展示其他 FSC 商标或 FSC 相关信息。

4.4. 当 FSC 标识展示在包装上时，若组织在产品本体上额外使用 FSC 商标，应在该商标旁同时标注许可编码。

4.5. 组织可与一个或多个证书持有者签订标签协议，授权指定的证书持有者在产品上使用本组织的许可编码标注。组织和其他证书持有者签订标签协议应遵守以下条件：

- a) 待标注产品应在该组织和其他证书持有者的认证范围内；
- b) 所有组织均应在协议生效前以书面形式通知其认证机构；
- c) 提供给认证机构的信息应包括：
 - i) 产品组；
 - ii) 标签协议所涉许可编码；
 - iii) 指定的证书持有者，该持有者将使用标签协议所涉许可编码标注 FSC 标签；
 - iv) 负责提供商标使用许可的认证机构；

d) 指定的证书持有者应负责确保该组织的许可编码仅用于标签协议涵盖的产品。

注 1: 当已建立经批准的商标使用管理体系时, 提交给认证机构的信息应包括批准商标使用的证书持有者名称。

注 2: 被指定的证书持有者可依据《FSC-STD-40-004 产销监管链认证标准》的相关规定, 委托承包商进行贴标。

第三部分: 推广 FSC 认证产品和 FSC 认证

证书持有者可使用 FSC 商标, 通过各种渠道 (例如网站、社交媒体、电子商务平台、产品目录和非销售宣传品) 宣传其 FSC 认证产品和认证状态。同时, 鼓励森林经营者通过其网站、现场标牌和其他适当方式宣传其 FSC 认证森林及其认证状态。

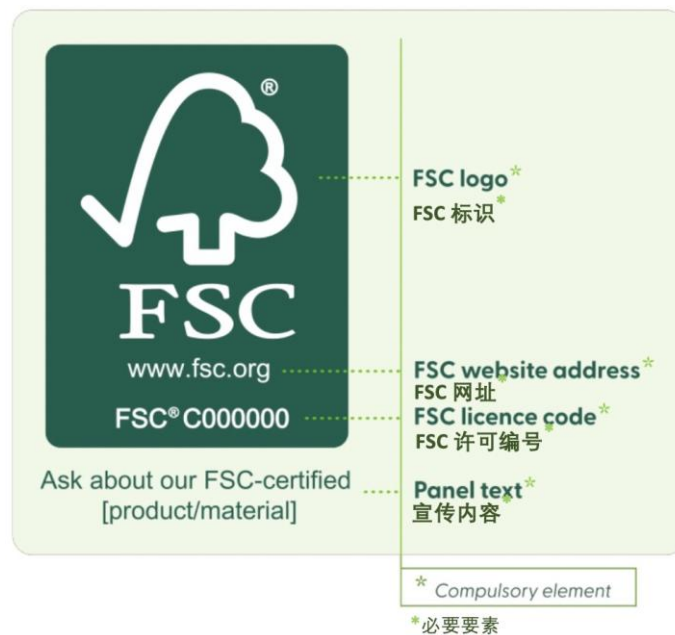
5. 宣传要素

5.1. 组织可使用 FSC 商标宣传其 FSC 认证产品和其作为 FSC 证书持有者的身份。

注 1: 关于基于生态系统服务声明的积极自然影响的宣传要求, 请参阅《FSC-PRO-30-006 生态系统服务规程: 影响与市场工具》。

注 2: 宣传声明示例可参见《FSC-STD-50-001a 证书持有者宣传声明》。

5.2. 组织在使用 FSC 宣传牌进行宣传时, 应至少包含以下要素:



注: 关于更多 FSC 宣传牌的示例, 请参见 FSC 品牌中心 (FSC Brand Hub)。

5.3. 组织应仅使用从 FSC 品牌中心 (FSC Brand Hub) 下载的 FSC 宣传牌设计。

5.4. 组织在宣传牌设计之外使用独立 FSC 商标时，应在每份宣传材料中至少包含一次许可编码及宣传声明。

6. 使用 FSC 商标进行宣传的要求

6.1. 组织在同一宣传材料中同时列出 FSC 认证产品与非 FSC 认证产品时，应明确标明哪些产品已获得 FSC 认证。

注：组织可说明某些产品可应要求提供 FSC 认证产品，前提是这些产品具备有效认证，并明确声明仅在客户要求时方可作为 FSC 认证产品供应。

6.2. 组织在分发带有 FSC 商标的非销售宣传品时，若该宣传品全部或部分采用林产品原料制成，则宜仅在其符合《FSC-STD-40-004 产销监管链认证》中规定的适用标签要求的前提下进行分发。

6.3. 组织在宣传受控材料或 FSC 受控木材的销售或采购活动时，应仅可使用《FSC-STD-50-001a 证书持有者宣传声明》中规定的声明。

在社交媒体上宣传

6.4. 组织在社交媒体上使用“FSC”缩写和“Forest Stewardship Council”名称商标进行宣传时，如果社交媒体帖子中包含可显示强制性要素的外部网站地址，可在该帖子正文中省略 5.4 条所列的宣传要素。

6.5. 组织在社交媒体帖子中使用“FSC”缩写或“Forest Stewardship Council”名称商标进行宣传时，可省略注册商标符号（® 或 ™）。

在电子商务平台上宣传

6.6. 组织在电子商务平台上使用 FSC 商标宣传其认证产品时，应在产品列表中包含 5.4 条所列的宣传要素。

6.7. 组织在电子商务产品列表的产品标题中使用“FSC”缩写或“Forest Stewardship Council”名称时，应注明该产品为“FSC 认证产品”。

6.8. 组织在电子商务平台上使用“FSC”缩写或“Forest Stewardship Council”名称时，可省略注册商标符号（® 或 ™）。

第四部分：贴标及宣传图形要求

7. FSC 产品标签和 FSC 标识

7.1. 组织宜使用以下颜色组合的 FSC 标签和 FSC 标识：

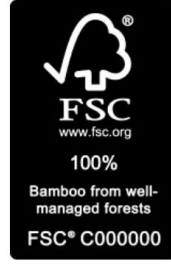
绿色（正片）



绿色（负片）



黑白（正片）



黑白（负片）



绿色



黑色



白色



7.2. 组织可使用任何颜色的 FSC 标签和 FSC 标识，前提是标签/标识与背景形成清晰对比。

注：若背景不影响必要元素的清晰度，可使用透明的贴标标签。

7.3. 组织可使用竖版或横版格式的 FSC 标签。

7.4. 组织应使用尺寸合适的 FSC 标签，以确保所有元素清晰可辨。FSC 标签的最小尺寸要求应为：

a) 竖版：宽度 8 毫米；

b) 横版：高度 5 毫米。

7.5. 组织在因技术原因无法印刷包含多行要素的标签时，可使用单行排列的 FSC 标签要素，并确保所有要素清晰可辨且与 FSC 标识对齐。

注：“技术上无法印刷”是指由于印刷面积有限，无法在不影响清晰度或生产可行性的情况下应用标准的 FSC 标签设计。



FSC LABEL TITLE product type / FSC® C000000 / www.fsc.org

标签名称 产品类型/FSC®许可编号/FSC网址

7.6. 组织应使用确保所有要素清晰可辨的 FSC 标识。FSC 标识的最小高度应为 4 毫米。此规定同样适用于 FSC 标识在宣传牌设计和单行排版中的使用。

注：在数字平台上使用时，FSC 标识必须在所有平台、设备类型和屏幕分辨率条件下，以 100% 显示尺寸清晰可辨且无模糊。

7.7. 组织应确保 FSC 标签、宣传牌或 FSC 标识与相邻的图形或文本元素之间的间距，无重叠或接触，保持视觉上的清晰区分。

7.8. 组织可在 FSC 标签周围添加边框。如不使用边框，则标签元素不应更改或分离。

8. FSC 二维码标签

8.1. 组织应使用以下几种颜色的 FSC 二维码标签：



8.2. 组织可以使用竖版或横版的 FSC 二维码标签。

8.3. 组织应使用尺寸合适的 FSC 二维码标签，确保扫描设备能够清晰读取。FSC 二维码标签的最小尺寸应为：

a) 竖版：宽度 12 毫米；

b) 横版：高度 15 毫米。

8.4. 组织不应将 FSC 二维码标签放在任何可能导致扫描设备无法读取的背景或表面上。

8.5. 组织应将 FSC 二维码标签放在平整的表面上，确保扫描设备能够清晰读取。

8.6. 组织应确保 FSC 二维码标签四周与其他设计元素之间留有足够的空白区域，以确保扫描设备能够清晰读取该二维码。

8.7. 组织可在 FSC 二维码标签外围加边框。如果未使用边框，则标签元素不应更改或分离。

8.8. 组织可在 FSC 二维码标签旁附加其他宣传性声明，例如“扫描此代码，了解更多关于我们 FSC 认证 [产品] 的信息”。

第五部分：商标使用限制和局限

9. FSC 商标使用的限制因素

9.1. 组织不应以以下任何方式使用 FSC 商标：

- a) 暗示 FSC 认可、参与或负责该组织在认证范围之外开展的活动；
- b) 可能导致混淆、误解或损害 FSC 认证体系信誉；
- c) 用于宣传 FSC 认证未涵盖产品在质量方面的属性；
- d) 用于产品品牌、公司名称或网站域名；
- e) 作为动词使用；
- f) 作为组织自身标语的一部分；
- g) 作为社交媒体账户名称；
- h) 暗示 FSC 是产品的制造商或贸易商。

9.2. 组织不应以任何翻译版本替换“Forest Stewardship Council”的名称。翻译版本可置于该名称后的括号内：

Forest Stewardship Council® (译文)。

9.3. 组织不应使用 FSC 标识宣传受控材料或受控木材。

9.4. 组织不应在产品或其包装上没有 FSC 产品标签的情况下使用 FSC 商标。

9.5. 组织不应将其他森林认证体系的标识与 FSC 商标一同使用，如果它们以下列方式出现：

- a) 在尺寸或位置上使 FSC 相对于其他森林认证体系的标志处于不利地位；
- b) 暗示 FSC 认可、批准或正式隶属于其他森林认证体系；
- c) 暗示其他森林认证体系符合与 FSC 相同的标准和要求。


9.6. 组织不应：

- a) 更改任何设计的比例；
- b) 超出规定元素范围更改或添加任何设计内容；
- c) 使 FSC 标识看似是其他信息的一部分，例如与 FSC 认证无关的环境声明；
- d) 改变 FSC 标签或 FSC 二维码标签的边框或背景形状；


- e) 将任何 FSC 商标或设计与任何其他品牌标识组合在一起，以暗示二者之间存在关联；
- f) 将 FSC 标签或 FSC 标识周围的相邻图形或文本元素重叠（参见 7.7 条）。
- g) 将 FSC 标签或其他设计放置在会影响必要要素清晰度的背景上。
- h) 以任何易产生指代混淆的方式使用 FSC 商标。

The Organization shall not: 组织不应


a



b




c




d




e




f



g



h



附件 1. 商标使用管理体系

1. 组织可在符合本附件所有规定条件的前提下实施商标使用管理体系。
2. 组织在使用商标使用管理体系前，应通过证明符合本附件第 3 条规定的要求，获得其认证机构对体系的批准。

注：实施商标使用管理体系并不免除认证机构对 FSC 商标正确使用进行核实的责任。如遇复杂或不明确的商标使用情况，组织仍可向其认证机构寻求指导或申请批准。

3. 组织应实施并维护与其规模和复杂程度相适应的商标使用管理体系，该管理体系应包括以下内容：
 - a) 指定至少一名管理代表，负责并有权确保组织遵守所有适用的商标要求；
 - b) 实施并维护涵盖组织内部商标管控最新版本的书面程序；
 - c) 明确实施各项程序的负责人员；
 - d) 对指定的员工进行组织最新程序的培训，以确保其具备实施商标使用管理体系的能力；
 - e) 指定至少一名商标管理员，作为负责 FSC 商标使用的内部审批人；
 - f) 确保指定的商标管理员已成功完成 FSC 商标证书持有者的在线培训课程（可通过 etraining.fsc.org 获取）。如果指定的商标管理员不精通 FSC 在线课程提供的任何语言，则可完成一门内容至少相同的类似 FSC 商标使用课程，并提供考试或证书作为完成证明。
 - g) 保存完整且最新的商标使用审批记录，记录至少保存五年。
4. 若组织在审核过程中被其认证机构指出与商标使用相关的不符合项，或根据内部审核结果，证明其在控制 FSC 商标使用方面存在系统性失误，则应停止使用商标管理体系。
5. 组织可通过通知其认证机构自愿暂停使用商标管理体系。组织应在停止使用日期前通知其认证机构，并说明暂停期限（临时或永久）。在商标使用管理体系暂停期间，组织应向其认证机构提交所有拟新增的 FSC 商标用途。
6. 经认证机构批准，组织可根据暂停类型（如下所述）提供补充信息，在暂停后恢复使用商标使用管理体系：
 - a) 若因审核发现由认证机构暂停，组织应在恢复使用前证明已采取纠正措施，并提供正确使用 FSC 商标的示例；
 - b) 若是组织自愿暂停，组织可在提交符合本附件第 3 条要求的证据后恢复使用商标使用管理体系。

附件 2. 团体和多地点认证持有者的附加要求

1. 团体实体（或其管理者、中心办公室、地点）应确保团体及其成员对 FSC 商标的所有使用均事先获得认证机构的批准，或者团体及其成员已建立经批准的商标使用管理体系。
2. 组织可与其各自的认证机构协商确定最合适的商标审批申请提交方式。

关于团体认证和多地点认证持有者商标使用管理体系的参考指南

附件 1 中关于商标使用管理体系的所有要求均适用于团体和多地点认证持有者。认证管理员可根据组织的规模和复杂程度，指定商标使用管理体系中的管理代表和商标管理员。可能的配置包括但不限于：

- 认证管理者同时担任管理代表和商标管理员，负责审批所有团体成员的商标使用情况。
- 认证管理者担任管理代表，商标管理员由各成员指定。
- 对于未指定商标管理员的成员，认证管理者同时担任管理代表和商标管理员；但也可为个别成员指定自己的商标管理员。
- 独立于认证管理者任命一名管理代表，团体成员指定多个商标管理员。

3. 团体实体（或其管理者、或中央办公室）应确保团体成员保存商标使用的批准记录。
4. 团体实体（或其管理者、或中央办公室）可为其成员或场所制作宣传材料，以体现其作为团体或多地点认证成员的身份。

注：团体实体、团体管理者、中央办公室、团体成员和各场所的定义见《FSC-STD-30-005 森林经营联合体标准》和《FSC-STD-40-003 多地点产销监管链认证标准》。

附件 3. FSC 项目认证的附加要求

1. 组织可使用 FSC 商标宣传其 FSC 认证项目及其 FSC 认证持有者的身份。
2. 组织可在宣传材料中使用 FSC 商标宣传其项目认证。

注：除网站、产品目录等外，此处的宣传材料还包括现场宣传、标牌、脚手架或类似展示。

3. 组织在使用 FSC 商标进行宣传时，应包含以下要素：
 - a) 至少包含一项 FSC 商标：名称“Forest Stewardship Council”、缩写“FSC”或 FSC 标识（参见 1.1 条）
 - b) FSC 许可编码
 - c) 宣传声明

注：宣传声明参见《FSC-STD-50-001a 证书持有者宣传声明》。

限制

4. 组织不应使用 FSC 商标宣传参与该项目的任何其他方（例如项目成员）。

注：“项目成员”的定义见《FSC-STD-40-006 FSC 项目认证标准》。
5. 组织若持有一次性项目认证，不应在项目完成前宣传该 FSC 认证项目。
6. 组织在项目认证根据《FSC-STD-40-006 FSC 项目认证标准》项目终止后，或项目出售后，不应继续使用 FSC 商标宣传该 FSC 认证项目。如果组织拟在项目认证终止后继续使用 FSC 商标进行宣传，可联系 FSC 商标服务提供商，以便在获取宣传许后继续使用。
7. 根据《FSC-STD-40-006 FSC 项目认证标准》有关项目认证百分比的规定，仅当百分比达到或超过 50% 时，组织可使用 FSC 标识、“Forest Stewardship Council”或“FSC”缩写进行百分比声明。低于 50% 的百分比声明，组织可使用文字提及“FSC”缩写和“Forest Stewardship Council”名称进行宣传。
8. 组织不应在 FSC 认证项目上加贴 FSC 产品标签。



FSC国际--商标管理

Adenauerallee 134
53113 Bonn
Germany

电话: +49 -(0)228 -36766 -0

邮箱: trademark@fsc.org