

团 体 标 准

T/ISC 0069—2024

互联网企业碳信息披露指南

Guidelines for carbon information disclosure of Internet enterprises

（发布稿）

2024 - 11 - 26 发布

2024 - 12 - 25 实施

中 国 互 联 网 协 会 发 布

目 次

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 符号和缩略语 2

5 披露原则 2

 5.1 合规性 2

 5.2 完整性 2

 5.3 准确性 2

 5.4 一致性 2

6 披露方式 2

7 披露内容 3

 7.1 基本情况 3

 7.2 组织治理 3

 7.3 组织管理 3

 7.4 生态圈及供应链发展 4

 7.5 减碳赋能效应 5

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由中国互联网协会提出并归口。

本文件起草单位：中国信息通信研究院、中国互联网协会互联网行业社会责任建设工作委员会、恺英网络股份有限公司、厦门吉比特网络技术股份有限公司、北京搜狐新媒体信息技术有限公司

本文件主要起草人：赵昕、常琳、沈军、付丽娜、梁丽莉、张璇、郭洪文

引 言

在我国“力争2030年前实现碳达峰，2060年前实现碳中和”的战略目标下，减少碳排放已成为各行业的共同责任。互联网企业作为信息时代的重要参与者，其运营活动对环境产生的影响不容忽视。碳信息披露不仅是互联网企业履行社会责任的体现，也是响应我国“双碳”战略的实际行动。通过碳信息披露，互联网企业可以向公众展示其在减少碳排放、推动绿色经济转型方面的努力和成就，同时也有助于提升企业的品牌形象和市场竞争力。

本文件基于法律法规要求以及互联网企业相关实践，对互联网企业碳信息披露的披露原则、披露方式和披露内容等提出具有可操作性的指南。

互联网企业对所披露的碳信息的真实性、准确性和完整性负责，并接受政府、社会公众、新闻媒体及其他第三方监督。

互联网企业碳信息披露指南

1 范围

本文件规定了互联网企业碳排放信息的披露原则、披露方式和披露内容。

本文件适用于指导互联网企业披露其经营活动相关的碳排放管理信息。

互联网企业可根据自身合规要求、业务范围、经营状况及市场环境，对本文件所提及的具体内容做适当调整及删减。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 24067-2024 温室气体 产品碳足迹 量化要求和指南

GB/T 32150-2015 工业企业温室气体排放核算和报告通则

3 术语和定义

3.1

温室气体 greenhouse gas; GHG

大气层中自然存在的和由于人类活动产生的能够吸收和散发地球表面、大气层和云层所产生的、波长在红外光谱内辐射的气态成分。

注：本文件涉及的温室气体包括二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亚氮（N₂O）、氢氟碳化物（HFCs）、全氟碳化物（PFCs）、六氟化硫（SF₆）和三氟化氮（NF₃）。

[来源：GB/T 24067-2024，3.2.1，有修改]

3.2

碳排放 carbon emission

一般指温室气体排放，即在特定时段内释放到大气中的温室气体总量（以质量单位计算）。

[来源：GB/T 32150-2015，3.6，有修改]

3.3

碳信息披露 carbon information disclosure

组织通过各种披露方式，对碳排放相关信息予以公开的行为。

3.4

碳排放源 carbon emission source

向大气中排放温室气体的物理单元或过程。

[来源：GB/T 32150-2015，3.6，有修改]

3.5

范围一排放 scope 1 emission

企业控制或拥有的碳排放源产生的直接温室气体排放，包括燃料燃烧排放、过程排放、直接无组织排放。

3.6

范围二排放 scope 2 emission

企业外购能源产生的间接温室气体排放，包括外购电力、热力产生的间接排放。

3.7

范围三排放 scope 3 emission

企业供应链上游和下游的间接温室气体排放（不包括在范围二排放中），包括购买的货物和服务、资本货物、不包括在范围一或范围二排放的燃料和能源相关活动、上游运输和分销、运营中产生的废弃物、商务出行、员工通勤、上游租赁资产、下游运输和分销、售出产品的加工、售出产品的使用、售出产品的终端处理、下游租赁资产、特许经营和投融资。

4 符号和缩略语

下列符号和缩略语适用于本文件。

ESG 环境、社会和治理（Environmental, Social, Governance）

5 披露原则

5.1 合规性

企业披露的信息需符合国家相关法律法规要求。法律法规要求披露的信息可按要求披露，无相关要求的可自主披露，在披露过程中确保数据安全、保护商业秘密。

5.2 完整性

企业披露的信息需全面、充分，不遗漏、缺失关键信息。

5.3 准确性

企业披露的信息需真实、有效、可核实，不含有虚假或夸大信息。

5.4 一致性

企业披露的信息需保持连贯性，以便分析发展变化情况。不同时期披露的信息需尽量使用一致的格式、表述方式及指标。

6 披露方式

企业碳信息披露的方式包括公开发布碳信息披露报告、碳中和进展报告，或将碳信息合并到ESG报告、社会责任报告、可持续发展报告中给予发布。上述报告可通过官方网站、应用程序、公众号等公开发布，以确保易于被利益相关方获取和理解。

7 披露内容

7.1 基本情况

7.1.1 企业概况

互联网企业碳信息披露所涉及的企业基本信息，包括名称、地理位置、规模、主要经营活动等。

7.1.2 披露说明

互联网企业碳信息披露所涉及的基本信息，包括但不限于：

a) 披露依据：包括披露所依据的法律法规、标准或规范要求，或披露参与相关国内外倡议、声明、公约等的情况；

b) 披露历史信息：包括首次披露年份，历史年度披露情况、方式和披露频次，常规披露计划等。

c) 报告边界：互联网企业拥有、控制、管理或运行的组织、设施、设备和场所。企业可优先根据运营控制权法确定其报告边界，披露其相关碳排放管理信息。

注：适宜时，企业可根据财务控制权或股权比例法等方式确定其报告边界。

d) 时间范围：互联网企业披露的碳信息所涉及的时间范围。

7.2 组织治理

7.2.1 使命理念

互联网企业制定的、用于指导绿色低碳发展等相关工作的战略、规划、方针、愿景、使命、理念等。

7.2.2 履责声明/承诺

互联网企业制定的绿色低碳发展相关目标，包括但不限于：

a) 运营减碳声明/承诺：互联网企业及其高级管理层所宣称的运营减碳或碳达峰碳中和目标声明/承诺。运营减碳声明/承诺与企业的范围一及范围二碳排放相关，包括相对基准年的减碳量、达成碳中和的目标年份等。

b) 供应链减碳声明/承诺：互联网企业及其高级管理层所宣称的供应链减碳或碳达峰碳中和目标声明/承诺。供应链减碳声明/承诺与企业的范围三碳排放相关，具备良好供应链管理基础、范围三碳排放披露基础的企业可适当提出供应链减碳声明/承诺。

c) 绿色能源使用声明/承诺：互联网企业及其高级管理层所宣称的绿色能源使用目标声明/承诺。绿色能源使用声明/承诺与企业的范围二碳排放相关，包括企业运营绿色能源使用比例承诺、数据中心绿色能源使用比例承诺等。

7.2.3 管理职责及组织架构

互联网企业建立碳相关的、涵盖董事会（适用时）、管理层和执行层的碳管理相关的组织架构、管理职责、岗位分工以及具体的相关履职情况，包括碳管理专门机构、最高责任人、人员组成、人员专业能力和职业资质等。

7.3 组织管理

7.3.1 合规及应对气候变化风险识别

互联网企业为满足合规要求及识别应对气候变化风险建立的相关机制及落实情况，包括但不限于：

a) 合规要求识别及落实：互联网企业建立的周期性对碳信息披露的合规及监管要求持续跟进的机制，并根据所跟进的要求而不断完善内部制度及流程，积极整改问题（若涉及），有效响应落实，以及具体的完善落实情况及效果。

b) 应对气候变化风险识别及适应性：互联网企业识别的与碳排放相关的气候变化风险、风险对组织未来经营架构的影响，以及组织对于与碳排放相关的气候变化的主动适应行为。

7.3.2 碳绩效管理

互联网企业为实现履责声明及承诺，开展的相应碳绩效管理情况，包括但不限于：

a) 范围一排放：互联网企业建立的对范围一排放信息的定期披露制度及具体情况。包括范围一碳排放总量披露，其燃料燃烧排放、过程排放和直接无组织排放的分类碳排放量披露，与历史年份范围一排放的对比情况等。

b) 范围二排放：互联网企业建立的对范围二排放信息的定期披露制度及具体情况。包括范围二碳排放总量、绿色能源占比、与历史年份范围二排放的对比情况等。

c) 范围三排放：互联网企业建立的对范围三排放信息的定期披露制度及具体情况。包括范围三纳入类别及其各类别排放量、与历史年份范围三排放的对比情况等。

d) 第三方核查/认证：互联网企业建立的对碳绩效管理的第三方核查/认证工作的相关制度及具体情况。包括是否开展第三方核查/认证、核查/认证结果、核查/认证计划等。

7.3.3 低碳管理

互联网企业为实现履责声明及承诺，开展的低碳管理工作及具体实施效果，包括但不限于：

a) 绿色能源：互联网企业建立的与绿色能源使用相关的管理制度，以及具体实施效果。包括自建分布式光伏、参与绿电绿证交易、新能源运输车辆替代、数据中心绿色能源替代等。

b) 绿色产品：互联网企业建立的与设计/生产/使用绿色产品相关的管理制度，以及具体实施效果。包括数据中心绿色低碳科技创新、绿色产品使用倡议等。

c) 绿色包装：互联网企业建立的与设计/生产/使用绿色包装相关的管理制度，以及具体实施效果。包括产品、快递及外卖绿色包装设计研发与生产、开发基于行业特性的简约包装方案等。

d) 绿色办公：互联网企业建立的办公场景绿色低碳行为相关的管理制度，以及具体实施效果。包括节电节水、无纸化办公、智能化空调照明决策等。

7.3.4 内部意识提升及教育培训

互联网企业面向全体员工、环境及能源管理相关员工、相关业务人员、新入职员工等，所开展的多层次、多维度绿色低碳发展相关的意识提升、教育培训、岗位考试、案例分享等多种教育培训活动的具体情况。

7.3.5 资源支持

互联网企业为实现使命理念及履责声明/目标，对绿色低碳发展的资金投入计划或相关项目支持的情况。包括开发或投资绿色金融产品、清洁科技领域研发投入、绿色基金支持等。

7.4 生态圈及供应链发展

7.4.1 生态圈及供应商筛选

互联网企业将绿色低碳发展纳入生态伙伴及供应商筛选相关基线要求的情况，例如：企业在保障合法合规和服务质量的前提下，通过设置绿色采购要求等方式，优先考虑绿色低碳发展表现优良、具有代表性和多元化的生态伙伴及供应商。

7.4.2 生态圈及供应商监督管理措施

互联网企业根据生态伙伴及供应商绿色低碳发展的实际情况，基于责任共担、生态共建、互信共赢的理念，所制定的生态圈及供应链监督管理措施，包括：提出供应商减碳管理要求、开展供应商考核与退出机制等。

7.4.3 生态圈及供应商履责支持措施

互联网企业根据生态伙伴及供应商绿色低碳发展的实际情况，基于责任共担、生态共建、互信共赢的理念，所制定的生态圈及供应链履责支持及鼓励措施，包括：向供应商输出自有标准和技术、对供应商绿色低碳行为赋予绿色积分激励、联合产业链上下游协同开展绿色物流解决方案设计、向合作伙伴提供节能减排培训等。

7.5 减碳赋能效应

7.5.1 向消费者/用户倡导低碳行为

互联网企业根据业务实际情况，在业务开展过程中融入绿色低碳发展理念，向消费者或平台用户提供参与低碳行为的机会，倡导绿色低碳理念的情况，包括：通过主要经营活动输出低碳理念、鼓励创作者生产绿色科普视频、开展绿色低碳公益直播、设立碳账户、打造个人碳积分、开发碳普惠平台等。

7.5.2 赋能其他产业减碳

互联网企业根据业务实际情况，在业务开展过程中通过数字技术赋能其他产业（非个人）减碳的情况，包括：在线办公服务、云计算服务、小微企业绿色评级及绿色贷款服务、能源数字化平台、企业碳中和管理平台、低碳城市发展模型、数字化物流、低碳智慧工厂等。
