



性别基准 方法论

总结报告
2020年3月

翻译：孙喜

内容目录

为什么做性别基准?	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
世界基准联盟的性别基准	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
性别基准的发展历程	5
性别基准的范畴	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
性别基准的方法论	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
治理与战略	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
代表性	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
薪酬与福利	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
健康和福祉	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
暴力和骚扰	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
市场	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
社区	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
争议的评估	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 1: WBA 指导原则	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 2: 性别基准方法的发展	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 3: WBA 对待重点公司方式	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 4: 性别基准的公司选择标准	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 5: SDG 范围和逻辑依据	30
附件 6: 贡献者	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 7: 来源	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 8: 指标详情	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 9: 性别基准问卷的简洁版	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 10: 性别基准与主要来源的对应关系图	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
附件 11: 词汇表	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
参考	Fout!
Bladwijzer niet gedefinieerd.	

为什么做性别基准？

基于性别的歧视，在全球仍然是一个长期存在的问题。在政治和工作中担任领导职务的女性人数不足。她们在劳动力队伍中参与较少，而将更多的时间花在无偿照料和家务劳动上。她们的薪水低于男同事。她们面临性骚扰和基于性别的暴力（三分之一的女性在生活中的某个时候经历过这种骚扰）。作为妇女和母亲，她们获得的健康需求支持有限。根据世界经济论坛的最新报告，缩小全球性别差距需要 99.5 年⁽¹⁾。然而，商业案例很清楚表明：到 2025 年，促进性别平等可以使全球增长增加 12 万亿美元⁽²⁾。

在推动整个价值链中实现性别平等和妇女赋权方面，公司处于独特的位置。有关公司当前在性别方面的努力的公开基准，是朝着实现公司性别影响力现实迈出的关键一步。这些基准可以作为全球问责机制，以帮助公司在促进性别平等和妇女赋权方面进一步发展。

一些公司已经认识到，它们对追求性别平等和妇女赋权的贡献以及与之相关的业务。尽管某些公司仅专注于使其与现有国际原则和规范标准保持一致^{(3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12)} 推动真正的“性别变革”⁽¹³⁾ 和“可持续”⁽¹⁴⁾ 变革。

目前，已经出现了许多有关性别的框架和工具，来支持公司推动性别平等和妇女赋权。这些工具各有不同，如帮助公司管理其性别影响和传达其承诺（例如联合国妇女署和联合国全球契约的妇女赋权原则（WEP）⁽¹⁵⁾）、支持自我评估（例如 WEP 性别差距分析工具⁽¹⁶⁾）、开发计划署的性别平等印章⁽¹⁷⁾、证明业绩（例如 EDGE 认证⁽¹⁸⁾）、标准化的性别信息披露（例如澳大利亚政府的性别平等记分卡⁽¹⁹⁾）或将性别因素纳入其更广泛范围的信息披露（例如 GRI 可持续发展报告标准⁽²⁰⁾）。还有一些第三方工具，可以衡量和比较公司与性别相关的做法（例如，Equileap 的性别平等全球报告和排名⁽²¹⁾、彭博社的性别平等指数⁽²²⁾），这些是受到越来越多关注不同资产类别的性别透镜投资者的启发^{(23) (24) (25)}。

尽管可用资源的数量不断增加，但利益相关者仍在寻找更多资源。有些人希望获得更多更好的性别数据 - 关注供应链、妇女健康（包括性健康和生殖健康），公司惯例和绩效，而不是高层承诺。其他人则希望总体上具有更大的透明度。所有利益相关者，包括公司，都将受益于在公司环境中如何最好地衡量性别平等和妇女赋权，以及如何最好地实现性别平等的更大共识。

世界基准联盟的性别基准

世界基准联盟（WBA）旨在通过其性别基准解决这些利益相关者的需求，该基准是对公司在性别平等和妇女赋权方面的深入评估，将免费提供给所有人。该基准将从评估服装行业的公司开始，并且是 WBA 为评估实现联合国可持续发展目标（SDG）所需的七个系统转型（请参阅下面的“关于 WBA”），对全球 2,000 家最具影响力的公司进行评估和排名的一部分。性别基准已根植于可持续发展目标，尤其是可持续发展目标 5（性别平等），并与国际原则和规范性标准（例如，联合国指导原则、国际劳工组织的公约）以及主要的性别倡议（例如，妇女赋权原则）保持一致。它包括指标，这些指标不仅涵盖承诺，还涵盖公司整个价值链中的绩效。因此，性别基准可以作为全球问责机制，帮助公司在进一步促进性别平等和妇女赋权方面发展。

本报告介绍了性别基准的方法。首次公司公开排名是该方法的第一次应用，其结果将于 2020 年 9 月发布，并将介绍服装行业最具影响力的公司如何解决性别平等和妇女赋权。最终，性别基准将使所有利益相关者，从消费者和投资者到服装行业以外的员工和企业领导者，都能做出明智的决定，并鼓励企业对性别平等和妇女赋权产生更大的影响。

关于世界基准联盟

世界基准联盟（WBA）旨在激励和加速私营部门努力实现联合国 2015 年制定的可持续发展目标（SDG）。WBA 已着手通过开发一系列免费的、公开可用的基准工具，来实现这一目标。这些基准将根据 SDG 评估和比较公司的绩效和业务影响。

WBA 是一个独立组织，由包括 120 多个组织的联盟支持。2019 年，WBA 评估 225 家企业通过三个基准：[海鲜监管指标](#)、[第三代公司人权基准](#)和[汽车行业的气候与能源基准](#)。2020 年，WBA 计划通过推出了更多的基准，涵盖[气候](#)、[餐饮](#)、[数字](#)，和[性别基准](#)，以评估数百家公司。

到 2023 年，WBA 将评估完成 2000 家公司的进展情况（以下简称“SDG 2000”），它们是已被确定为对于 SDGs 最有影响力。这些公司涵盖公开上市、私有和国有。每家公司都与一个或多个对齐[七个系统转换](#)这 WBA 正在使用它的基准：农业和食品、循环、低碳和节能、数字、金融、城市和社会。我们将对 2,000 家公司中的每家公司，进行与其最相关的转型评估。

尽管如此，WBA 还承诺将对所有 2,000 家公司进行社会转型评估。这种转变将包括专门针对性别指标的子集。除了达到规模，WBA 还在制定聚光灯基准。聚光灯基准重点放在特别重要的问题或行业上。“性别基准”是这些关注基准之一，从服装行业开始，重点关注性别平等和妇女赋权。与 WBA 的所有基准测试一样，所有方法和排名都将免费提供给所有人。

性别基准的发展历程

WBA 通过全面的研究和多方利益相关者的互动过程来开发其基准（有关详细信息，请参阅附件 2）。迄今为止，制定性别基准的过程包括：

- 数百种现有的性别倡议和讨论，有超过 300 名性别专家进行了广泛的案头研究（2018 年 9 月 -2020 年 3 月）
- 两个多方利益相关者圆桌会议：[孟买](#)（2019 年 3 月）和 [温哥华](#)（2019 年 6 月）
- 一个以公司为重点的圆桌会议：[班加罗尔](#)（2019 年 12 月）
- 开发 [性别基准草案](#)（2019 年 12 月），其次是公众咨询反馈（直到 2020 年 1 月）。

性别基准有意识地寻求在与性别平等和妇女赋权相关的现有关键标准、框架和指标上建立并保持一致（更多信息，请参见附件 10）。这些包括：

- 联合国商业与人权指导原则（UNGPs）⁽²⁶⁾
- WEPS 性别差距分析工具（WEPS GAT）⁽¹⁶⁾
- 联合国开发计划署的性别平等印章（UNDP GES）⁽¹⁷⁾
- 环境审计委员会的性别平等记分卡（环境审计委员会 GEI）⁽¹⁹⁾
- 全球报告倡议标准组织（GRI）⁽²⁰⁾
- 可持续发展会计准则委员会（SASB）⁽²⁷⁾
- Equileap 的性别平等的全球报告及排名（Equileap）⁽²¹⁾
- 彭博性别平等指数（彭博 GEI）⁽²²⁾
- 公司人权基准（CHRB）⁽²⁸⁾

此外，性别基准还利用了更为广泛的资源，包括原则和规范性标准、公司报告框架，以及针对部门、产品和特定问题的倡议以及公司报告标准（完整的信息来源，请参见附件 7）。

性别基准的范畴

行业和公司范围

性别平等和妇女赋权的基准与所有行业都有关系。但是，性别基准将首先对服装行业的公司进行评估和排名，原因是女性工人（尤其是公司供应链中的女性工人）及其所覆盖的消费者数量众多。

服装行业的妇女

服装行业在全球拥有约 60-75 百万员工⁽²⁹⁾，是女性工作者的最大雇主⁽³⁰⁾，其中女性约占劳动力总数的 68%⁽³¹⁾。在特定国家/地区（例如孟加拉国），这个数字可能更高（80%）⁽³²⁾。服装公司的特点是将其大量外包给位于发展中国家的供应商的多个级别，这些国家的妇女经常面临合法的性别歧视，工作场所保护较少，即便在有法律保护的情况下，执法水平也较弱。与男性相比，妇女还面临着更具挑战性和歧视性的工作条件，包括更少的正式合同、更低的工资、更长和更不可预测的工作时间、对健康和安全的关切增加、生育保护差或不存在、缺乏育儿支持、各种性别暴力和骚扰的形式和/或较弱的集体谈判机会。但是，对于其中大多数妇女（通常是十几岁和二十多岁的年轻妇女和女孩）来说，在服装行业工作通常是她们唯一的一份正式工作，也是她们及其家人摆脱贫困的出路。

WBA 已将 750 家重点企业确定为循环系统的一部分，这是实现 SDG 所需的七项系统转换之一。服装行业是该系统的一部分，这也是第一个关注性别的基准测试的重点。第一年，根据其规模和行业中的影响力，我们选择了 36 家服装公司进行评估（有关详细信息，请参阅附件 4）。这是基于 WBA 针对重点企业的原则（请参阅附件 3）。表 1 列出了公司的完整名录。

表 1.性别基准首次评估中的服装公司

序号	公司	总部	主要品牌
1	Abercrombie & Fitch	美国	Abercrombie, Hollister, Gilly Hicks
2	Adidas	德国	adidas, Reebok, TaylorMade, Ashworth
3	Aditya Birla Fashion and Retail	印度	Agile, Rang Manch, Akritii, Trishaa, Honey
4	Amazon.com	美国	Amazon Essentials, Lark & Ro
5	American Eagle Outfitters	美国	American Eagle, Aerie
6	ANTA Sports Products 安踏	中国	ANTA, ANTA KIDS, FILA, Kingkow, Kolon sport
7	Ascena Retail Group	美国	Ann Taylor, LOFT, Lou & Grey, dressbarn, Lane Bryant
8	Associated British Foods	英国	Primark
9	Carter's	美国	Carter's, OshKoshBgosh, Simple Joys, Genuine Kids
10	China Heilan Group 海澜	中国	HLA,Sancanal, EICHITOO and HLA JEANS
11	Costco Wholesale	美国	Kirkland Signature
12	Decathlon	法国	BTWIN, DOMYOS, newfeel, Wed'ze
13	Fast Retailing	日本	UNIQLO, GU, Princesse tam.tam, J Brand
14	Foschini Group	南非	Exact, Charles & Keith, Donna, Foschini, Colette, Whistles
15	Fung Group	香港	Li & Fung, Global Brands
16	Gap	美国	GAP, Banana Republic, Old Navy, Athleta, Hill City
17	HanesBrands	美国	Hanes, Champion, Playtex, Bali, L'eggs, Wonderbra
18	Hennes & Mauritz	瑞典	H&M, COS, Monki, Weekday, & Other Stories, Cheap Monday
19	Inditex	西班牙	Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Pull and Bear, Uterque
20	Kering	法国	Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Alexander McQueen, Brioni
21	L Brands	美国	Victoria's Secret, Pink, La Senza
22	Levi Strauss & Co	美国	Levi's, Dockers, Denizen, Signature
23	Lojas Renner	巴西	Renner, Youcom, Realize
24	LVMH	法国	Louis Vuitton, Loewe, Celine, Christian Dior, Kenzo, Marc Jacobs
25	Marks and Spencer Group	英国	Per Una, Indigo, Autograph, Marks & Spencer, Blue Harbour
26	Nike	美国	Nike, Converse, Hurley International, Umbro
27	PVH	美国	Calvin Klein, Tommy Hilfiger, Van Heusen, ARROW, Speedo, Warner's
28	Ralph Lauren	美国	Ralph Lauren, Polo, Chaps, Club Monaco
29	Souyute Group 搜于特	中国	CELUCASN
30	Tailored Brands	美国	Joseph Abboud, Moore, Dimensions, Twin Hill
31	Target	美国	A new day, Cat & Jack, Wild Fable, Original Use, Prologue, Art Class
32	Under Armour	美国	Under Armour
33	Urban Outfitters	美国	Urban Outfitters, Anthropologie, Free People
34	VF Corporation	美国	North Face, Vans, Timberland, Dickies, JanSport, Icebreaker, Napapijri
35	Walmart	美国	George, Terra & Sky, Time and Tru, Athletic Works, Secret Treasures
36	Zhejiang Semir Garment 森马	中国	Semir, Balabala, Minette, MarColor, GSON



SDG 范围

性别平等是一项独立的可持续发展目标（可持续发展目标 5）。然而，可持续发展目标 5 与所有 17 个可持续发展目标的发展密不可分⁽³³⁾。因此，性别基准范围的主要切入点是可持续发展目标 5，但它涵盖了其他可持续发展目标的有关性别的层面。

如图 1 所示，在性别基准的范围内总共确定了 13 个可持续发展目标和 37 个子目标。附件 5 中提供了每个可持续发展目标和范围目标的详细说明。

图 1：性别基准范围内的 SDG 和 SDG 目标

下列的 SDG 和 SDG 目标依照与性别基准关联的紧密程度从多到少呈现。

												
5.1	10.1	12.6	8.3	1.1	16.1	17.18	2.2	3.1	4.4	6.2	9.3	11.2
5.2	10.2		8.5	1.2	16.7			3.3				
5.3	10.3		8.7	1.3	16.B			3.7				
5.4	10.4		8.8	1.4				3.8				
5.5	10.7							3.9				
5.6												
5.A												
5.B												
5.C												

性别基准的方法

测量领域和各项指标

性别基准包括 34 个指标，分布在七大测量领域，并与公司的整个价值链相关（请参见图 2）。它们代表了服装行业中最突出的性别问题，并通过附件 7 中列出的来源获取信息。

加权方法

权重分配给基准的七大测量区域，而不是按指标分配，并且指标在每个测量区域内平均加权。公司的总得分将等于每个测量区域获得的得分总和。WBA 认识到，鉴于对于不同指标相对重要性的观点存在分歧，因此对任何衡量领域或指标权重的决定都可能被视为任意决定。这就是为什么竭尽全力与主要利益相关者和专家进行广泛磋商（见附件 6），以便达成尽可能多的共识的原因。在确定测量范围和指标权重时，WBA 试图平衡问题的相对重要性与其能够随时间测量和比较不同国家和行业的公司绩效的需求。WBA 尽可能选择一种更易于解释和沟通的方法。权重也经过了性别基准专家审查委员会（ERC）的审查、讨论和批准（见附件 6）。

性别基准的关键概念

性别基准植根于可持续发展目标，尤其是可持续发展目标 5（性别平等），它借鉴了国际公认的性别、性别平等和妇女赋权的定义和概念。基准认识到男人和女人不是同一个群体，并且按民族、种族、残疾、性取向和性别认同进行分层。这些因素也与收入、地理位置和移民状况交互

（34）。从广义上讲，对这些交叉元素的度量超出了性别基准的第一次迭代范围。性别基准认识到，性别一词可以看作是一个频谱（例如，包括跨性别者、性别不合格者、未指定者和其他群体），而不是遵循性别的二元定义（出生时分配的性别）。但是，性别基准的第一次迭代符合联合国对性别的定义，并侧重于收集按性别分类的数据。它还会选择性地采纳按性别身份进一步分类的数据（如果有）。

赋予妇女和女童权力的概念有许多定义和范围。《2030 年可持续发展议程》指出，其目的是确保“妇女和女童享有平等的接受优质教育、经济资源和政治参与的机会，并享有与男子和男童在各级就业、领导和决策方面同等的机会。”为了实现这一目标，需要消除法律、社会和经济障碍，并与男子和女童互动⁽³⁵⁾。在此阶段，性别基准测试纳入了与可持续发展目标 5 相对应的赋权衡量标准，以及利益相关者对于公司对女性经济赋权（而非政治赋权）的贡献的期望。这是因为公司可以为妇女和少女提供机会，不仅可以提供薪金，还可以通过加快赋权者的力量来创造经济资源⁽³⁶⁾。在此过程中，性别基准指的是该领域的领先专家，例如国际妇女研究中心⁽³⁷⁾和比尔&梅琳达·盖茨基金会⁽³⁶⁾所提出的有关赋予妇女经济权能的定义和证据。

图 2.性别基准测试方法

			
权重	治理领域	工作场所	供应链
20%	治理和策略 1 战略行动 2 高层领导问责制 3 促进性别平等的尽职调查过程 4 按性别分类的数据	5 投诉机制 6 员工互动 7 外部利益相关者互动	8 供应链中的承诺 9 投诉机制 10 纠错机制
	17.5%	代表性 11 领导层的性别平等 12 职业发展与提升 13 职业隔离 14 营业额和出勤率	15 领导层的性别平等 16 不歧视孕妇和/或已婚女工 17 为请产假和集体谈判创造有利环境 18 促进性别平等的采购
		17.5%	薪酬和福利 19 性别工资差距 20 初/二级课程 21 育儿和其他家庭支持 22 灵活的工作
	17.5%		健康和福祉 26 员工健康信息和服务
17.5%		暴力和骚扰 29 暴力和骚扰预防 30 暴力和骚扰补救	31 暴力和骚扰预防 32 暴力和骚扰补救
	5%	市场	33 营销内容
5%	社区	34 社区支持	

指标的细节

每个测量区域的指标完整列表如下所示。每个指标的全部详细信息，为何将其纳入基准，与之相符的主要来源以及与可持续发展目标的联系，都包含在附件 8 中。与这些指标相关的问卷的简略版包含在附件 9 中。这些指标中现有关键性别来源的其中一部分列于附件 10。

治理与战略

治理和战略着眼于公司在整个价值链中对性别平等和妇女赋权的总体承诺。

治理和战略/工作场所/供应链/市场/社区

1. 战略行动

该公司已将性别平等和妇女赋权纳入其业务战略。

致力于性别平等的公司，对性别平等做出公开承诺（例如，是《联合国妇女赋权原则》的签署方），并进行自我或第三方性别评估。它拥有独立的性别战略，或已将性别平等和妇女赋权纳入其业务战略，其中包括定期监督的具体目标。

2. 高级领导问责制

该公司建立了高级领导层问责制，以推动性别平等和妇女赋权。

致力于性别平等的公司，任命了直接和全面负责性别平等和妇女赋权的特定人员，并要求他们报告实现最高领导层目标的进度。

3. 促进性别平等的人权尽职调查程序

该公司拥有促进性别平等的风险识别和评估流程，作为人权尽职调查流程的一部分。

致力于性别平等的公司，将与性别有关的人权影响（特别是对妇女和女童的影响）（例如性骚扰，人口贩运，性别歧视）纳入其人权尽职调查流程。

4. 按性别分类的数据

该公司系统地收集、监督和分析其价值链中按性别分类的数据。

致力于性别平等的公司，系统地收集、监督和分析按性别分类的数据，以便评估和跟踪整个价值链中产生的影响和不平等现象。它使用这些数据来通报其行动及其性别策略的有效性。

治理和战略/工作场所

5. 投诉机制

该公司拥有一个促进性别平等的投诉机制。

致力于性别平等的公司，有考虑和地址的访问和/或使用这些机制的额外的障碍妇女面临投诉机制（如确保匿名和保密）。

6. 员工互动

该公司寻求反馈员工告知其性别平等和妇女赋权的努力。

致力于性别平等的公司，收集有关性别问题的员工的反馈，并使用该反馈来评价它的行动，并告知其性别政策、做法和策略。

7. 外部利益相关者互动

该公司与外部利益相关者合作，以告知其性别平等和妇女赋权的努力。

致力于性别平等的公司，与多个外部利益相关者（如妇女组织，其他社会性别专家）互动来评价它的行动，并告知其性别政策，做法和策略。

治理和战略/供应链

8. 供应链中的承诺

该公司推动性别平等和其供应链中赋予妇女权能。

致力于性别平等的公司，要求其供应商进行旨在了解它们的女工渴望的性别需求评估。它跟踪并发布在供应链中的性别平等针对特定目标的进展情况。

9. 供应链中的投诉机制

该公司要求其供应商有一套促进性别平等的投诉机制。

致力于性别平等的公司，可以确保其供应链中的工人有机会获得一套投诉机制（无论是公司或供应商），以提高投诉和支持工人对于该机制的认识。

10. 供应链中的纠错机制

该公司在其供应链中有一套促进性别平等的纠错机制。

致力于性别平等的公司，筛选与性别相关的问题（例如，性骚扰、基于性别的暴力、性别歧视），作为其供应商审核过程的一部分，并确定和解决需要采取纠正措施的问题。

代表性

代表性/工作场所

11. 领导层的性别平等

该公司已取得领导的性别平等。

致力于性别平等的公司，有妇女积极参与组织内各级领导职务（如董事会、高级执行人员、高级管理人员、中层/其他管理人员）。它认识到，妇女在不同层次上的参与度不断提高，可改善业务绩效并降低收益波动性⁽³⁸⁾。

12. 职业发展与提升

该公司为其女性员工提供专业发展计划和平等的晋升机会。

致力于性别平等的公司，通过提升女性员工并向她们提供专业发展机会（包括那些对女性有特殊支持的人）来监控和扩大其女性领导者的渠道，使她们感到有能力发展自己的角色。

13. 职业隔离

该公司在各个关键职能部门均实现了性别平等。

致力于性别平等的公司，女员工和男员工一样积极参与所有职能部门。它认识到，妇女通常在某些职能（例如人力资源、行政）中任职人数过多，而在其他职能（例如财务、承担盈亏责任的职能）中任职人数不足。

14. 营业额和缺勤率

该公司按性别衡量和解决员工离职和旷工问题。

致力于性别平等的公司，收集了按性别分类的有关员工离职和旷工的数据，并使用这些数据来确定任何与性别相关的问题。

代表性/供应链

15.供应链中的领导层的性别平等

该公司要求其供应商在领导中推动性别平等。

致力于性别平等的公司，会收集或要求其供应商按领导层（例如，主管/直属经理、工人）收集按性别分类的数据。它支持其供应商为供应链中的女工提供专业发展机会。

16.在供应链中不歧视孕妇和/或已婚女工

该公司要求其供应商不要歧视孕妇和/或已婚女工。

致力于性别平等的公司，要求其供应商采取非歧视性政策，明确保护孕妇/已婚女工，并相应地培训主管和雇用经理。它支持其供应商防止在供应链中歧视孕妇/已婚女工。

17.为供应链中的结社自由和集体谈判创造有利环境

该公司要求其供应商为工人创造有利的环境，以行使其结社自由和集体谈判权。

致力于性别平等的公司，要求其供应商认识到与工会的协议，欢迎集体谈判协议，禁止对工会成员（特别是妇女）进行恐吓、报复和暴力，并支持和教育工人其权利。

18.促进性别平等的采购

该公司积极支持妇女拥有的企业。

致力于性别平等的公司，认识到女企业家在全球市场准入方面面临不成比例的障碍。它积极从女性拥有的企业采购，并已采取具体行动来增加针对这些企业的采购支出。

薪酬与福利

薪酬和福利/工作场所

19. 性别工资差距

该公司测量、发布并解决其性别薪酬差距。

致力于性别平等的公司，认识到与全球男性同龄人相比，女性的薪水要低得多⁽³⁹⁾，并积极寻求解决其自身业务中的薪资不平等。即使法律没有规定（例如在法国和英国），它也会衡量并公布其性别薪酬差距，并采取具体步骤解决其根本原因。

20A. 带薪初级护理员假期（可称为产假）

该公司为其员工提供带薪初级护理假。

致力于性别平等的公司，尊重员工的生殖权利、家庭生活权，以及女员工的产妇健康，以使其从分娩中恢复。根据国际劳工组织的公约，即使在法律没有规定的地区/国家，它也提供至少 14 周的带薪初级护理人员/产假，以及至少三分之二的全薪。

20B. 二级护理假（可称为陪产假）

该公司为员工提供带薪的二级护理假。

致力于性别平等的公司，尊重员工的生殖权利及其家庭生活权，并促进积极参与家庭生活。根据国际劳工组织的建议，即使在法律没有规定的地区/国家，它也可以提供至少两周的中等护理/陪产假，以及至少三分之二的全薪。它还积极鼓励男性员工利用这一假期。

21. 育儿和其他家庭支持

该公司为其员工提供育儿和/或其他家庭支持。

致力于性别平等的公司，通过支持儿童保育和其他护理责任（例如，母乳喂养、家属照料）来表明其对家庭生活和工作与生活平衡的承诺。它认识到工作与生活之间的平衡可以提高人才保留方面的业务绩效。

22. 灵活的工作

该公司为员工提供灵活的工作选择。

致力于性别平等的公司，通过向所有员工提供灵活的工作选择，以体现其对家庭生活和工作与生活平衡的承诺，无论他们在何时何地工作（例如，工作日的开始/结束时间；远离公司现场的工作）。它认识到，灵活的工作选择的可用性，支持工作与生活之间的平衡，尊重员工的家庭责任和其他责任，并导致人才储备的增加。

薪酬和福利/供应链

23.供应链中的正式合同

该公司要求供应商向其工人提供正式合同。

致力于性别平等的公司，认识到全球范围内的妇女都是非正式工作的受害者，没有任何福利或社会保障，从而导致不稳定的工作条件和潜在的强迫劳动。它要求供应商提供正式合同，并采取特定措施以确保供应商支持正式而不是非正式工作。

24.供应链中的生活工资

该公司要求供应商支付工人生活工资，并监督供应商的遵守情况。

致力于性别平等的公司，认识到支付给供应链中工人的工资通常不足以提供体面的生活。它要求供应商向工人支付生活工资，监督其遵守情况，并采取具体行动来帮助并确保工人获得生活工资。

25.供应链中的家庭友好型福利规定

该公司要求其供应商提供主要和次要的护理假，以及育儿和/或其他家庭支持。

致力于性别平等的公司，认识到供应链中的女工承担着家庭护理的重担，并要求其供应商提供家庭友好的福利。它认识到工作与生活之间的平衡，导致工人增加和人才保留，并使整个社区受益。

健康和福祉

健康和福祉/工作场所

26. 员工健康信息和服务

该公司确保为员工提供和覆盖对促进性别平等的健康信息和服务。

致力于性别平等的公司，通过向员工提供有关孕产妇健康、性健康和生殖健康（例如避孕、流产）和心理健康的健康信息和服务，来投资妇女的健康和福祉。它认识到，确保女员工的健康和福祉，不仅可以改善她们的生活和劳动参与，而且可以提高生产率和留住人才，还可以改善业务绩效。

卫生和福利（H）/供应链（SC）

27. 供应链中安全健康的工作环境

该公司要求供应商满足其女工的特定健康、安全和卫生需求，并为它们的工人提供对促进性别平等、安全健康的工作环境。

致力于性别平等的公司，要求其供应商满足其女工的特定健康和卫生需求，监督供应商的遵守情况，并支持其供应商确保提供对促进性别平等、安全健康的工作环境。

28. 供应链中的健康信息和服务

该公司要求供应商确保其员工获得对促进性别平等的健康信息和服务。

致力于性别平等的公司，通过公开承诺为其供应链中的工人提供对促进性别平等的健康信息和服务，确保满足其供应链中女工的健康需求。它要求其供应商在现场拥有洁净的健康室/诊所，并拥有提供相关健康信息和服务（例如月经、产妇保健、避孕/计划生育）的有资质的健康提供者，并支持其供应商为工人提供获取此类健康信息和服务的渠道。它认识到，确保女员工的健康和福祉不仅可以改善她们的生活和劳动参与，而且还可以提高生产率和留住人才，从而改善业务绩效。

暴力和骚扰

暴力和骚扰/工作场所

29.暴力和骚扰预防

该公司积极预防工作场所的暴力和骚扰。

致力于性别平等的公司，通过制定有效的政策，提供定期的员工培训，以及积极地采取其他预防措施，包括尝试解决可能会鼓励暴力和骚扰的任何公司文化因素，证明并实施对工作场所暴力和骚扰的零容忍行为。

30.暴力和骚扰补救

该公司有效地纠正在工作场所发生的暴力和骚扰的指控。

致力于性别平等的公司，拥有有效的补救程序，可以解决工作场所的暴力和骚扰投诉。它贯彻“相信受害者”的理念，不需要私人仲裁或沉默协议，在补救过程中支持受害方，并对肇事者有明确的纪律处分，包括在需要时提醒法律当局。它监督暴力和骚扰投诉（尤其是女员工的投诉），及其有效补救措施。它认识到安全的工作环境可以减少旷工，提高生产率和员工保留率。

暴力和骚扰/供应链

31.供应链中的暴力和骚扰预防

该公司积极防止供应链中的暴力和骚扰。

致力于性别平等的公司，要求其供应商通过制定和执行相关政策，并在必要时向供应商提供定期培训和支持，对供应链中的暴力和骚扰行为实行零容忍。它认识到安全的工作环境可以减少旷工，提高生产率和员工保留率。

32.供应链中的暴力和骚扰补救

该公司有效地纠正了供应链中有关暴力和骚扰的指控。

致力于性别平等的公司，要求其供应商采取有效的补救措施，以解决工作中的暴力和骚扰，并在必要时监督和支持其供应商。

市场

33.营销内容

该公司确保其从事支持性别平等和妇女赋权的非歧视性营销实践。

致力于性别平等的公司，认识到有害的性别陈旧定型观念在社会营销和广告中的角色。它积极管理其营销方法，以确保其营销内容无歧视，并提升女性形象而不是贬低女性。

社区

34.社区支持

该公司支持旨在推动性别平等和妇女赋权的倡议。

致力于性别平等的公司，支持在其经营所在社区及其他地区推动性别平等和妇女赋权的倡议（例如，使妇女和女童受益的教育、保健或金融计划；积极参与和倡导那些由于性别歧视法而仍在全球范围内限制妇女和女童的法律约束的探讨）。

争议的评估

性别基准在公司范围内筛选基于性别的暴力、性骚扰、健康和福祉侵犯，以及其他相关问题有关的争议。争议类型包括：罚款、和解、惩罚和官方裁决。确定的争议不会影响公司的得分或排名。而是，公司将在其得分之外被分配彩色标志，以表示与之相关的一个或多个争议的严重性。

下一步

数据收集、分析和打分

随着这一最终方法的发布，2020 年性别基准的研究和数据收集阶段即将开始。世界基准联盟准备了一份与性别基准指标和衡量领域相对应的问卷（简略版见附件 9），将用于收集有关性别平等的公司数据。为了帮助公司进行评估并最大程度地减少其面临的报告负担，WBA 将根据公司的年度报告，CSR 报告和其他公司资源对公司进行研究，并使用可公开获得的信息预先填写调查表。

然后，将通过在线平台与公司共享预先填写的调查表，使他们能够查看收集的数据，提供输入和说明并发送其他信息。性别基准项目团队将审核提交的问卷中的数据，并与公司联系以进行任何澄清。它还将在数据收集阶段为公司提供支持，指导他们完成流程并回答可能出现的任何查询。

若公司选择不填写问卷，将被仅根据公开信息进行评估，并且将无法影响或申诉其最终分数。

数据收集阶段完成后，将对指标评分准则进行校准，以确保稳健性和一致性。

基准测试报告和公司记分卡的公布

继数据收集和分析阶段的完成，WBA 将公布：

- 最终的性别基准报告，提供了一个整体排名、行业调查结果和最佳实践
- 所有 36 家服装公司的记分卡，其中包括通过测量面积和指标公司的分数进行充分的分析（见 [2019 CHRB 报告](#) 为一个例子）
- 每个公司的每个指标得分（但不包括基础数据），以及解释如何评估每个指标的评分准则。

性别基准测试第一次迭代的结果将于 2020 年 9 月发布，并将介绍服装行业最具影响力的公司如何促进性别平等和妇女赋权。该报告将使所有利益相关者，从消费者和投资者到服装领域的员工和企业领导者，都能做出明智的决定，并鼓励公司对性别平等和妇女赋权的更大影响。

证据类型

WBA 致力于提高全球利益相关者的透明度，并将使用公司产生的公开可用信息进行评估。这包括年度和可持续发展/企业社会责任报告，公司网站，新闻稿和公司博客。

对于在数据收集过程中与性别基准项目团队合作的公司，WBA 将接受内部文件作为某些指标的证据。非公开信息将被视为机密信息，不会在外部共享。

公司将根据英语来源进行评估。但是，性别基准项目团队将考虑翻译部分特选文档，以促进与公司的互动。

世界基准联盟由以下机构资助:

MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS OF DENMARK
DANIDA | INTERNATIONAL
DEVELOPMENT COOPERATION



本作品是世界基准联盟的产品。我们的作品是根据知识共享授权-非商业性-无衍生品 4.0 国际许可授权获得许可的。若要查看此许可证的副本，请访问 www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/。