

## 誌謝

自從大學畢業時即懷著一顆雄心壯志－讀研究所，可惜為公務纏身一直無法如願。所幸民國九十二年考入國立政治大學，一圓年輕時幻想為「政大人」的夢想。開學之後，課程之重、同學程度之高，讓我視野開闊，收穫良多，受益匪淺，壓力自然伴隨而來，僅能比別人花費更多時間與精力在功課上，幸賴長官、同學與家人的鼓勵，渡過多少的困難與險阻。接著橫在眼前的即決定論文之方向與題目，經過一番思索，鎖定以「綠色消費」之議題為論文方向，緣現服務於行政院環保署訓練所，除業務熟悉外，蒐集資料較為方便。在寫作的過程中，備償艱辛，還需兼顧工作、學業與家庭等三方面因素，其煎熬不可言喻，另尚須顧及畢業時間之迫近。

本論文得以順利完成，實在是諸佛菩薩慈悲之加被，讓我遇到恩師－黃明聖老師，從題目之搜尋、問題之定義、架構之安排、指導以及最後階段潤稿、校正等方面，皆蒙老師適時的指導與協助，受益良多。老師平日治學的嚴謹、待人的謙恭，處事的認真，確實樹立良好的學者及教師典範，今生有幸親近恩師，想必是前世所修來的福報。

其次是我的良師益友－于寧教授，在環保觀念與環保標章制度上不吝給予指導，並承于教授擔任口試委員，著發自內心感激。而陳香梅教授在口試時之提示，莫敢忘懷，在本論文之中逐一加以修正。

個人以在職進修方式進入研究所學習，工作上幸得服務單位環訓所王前所長龍池、鄭前所長顯榮及倪所長世標及同仁間的鼓勵與體諒，爰使學業順利完成，十分感激；此外，研究所上師長的傾囊相授與教誨，使我在校的學習過程中，如入寶山而有滿載而歸的欣喜感受，導師陳義彥教授、高前院長安邦、高永光院長二年來的照顧與教導；同學們的關懷與幫助，更顯得友誼彌足而珍貴；另感謝環境與發展基金會于寧總經理、台灣環境管理協會劉志仁顧問、環保署齊家科長給予諸多寶貴的資料與意見，衷心的謝謝您們。

最後謹將論文獻給最親愛的家人及所有關心我、幫助我的人，想感謝是父母在極樂淨土一定已獲悉我畢業消息，愛妻樹梅的支持與付出絕對是不可或缺的力量，采蓉、晟平之精神支柱。與李組長明輝、同仁敏安、若君、文彬、佩芝、均誌等人協助，一併致以最高謝忱，期盼能與你們共同分享克服挑戰、達成目標的欣喜與榮耀。

## 中文摘要

環境是人類寶貴之資源，其品質良窳攸關人類生計發展，隨著國際綠色消費運動之潮流，政府藉由龐大的採購力量實施「環保標章」制度，強調以消費「低污染、可回收、省資源」的商品並逐步推展至全國各機關。現正加強環保產品的宣導與通路開發，形成「全民綠色消費」的環保風潮。

本研究旨在瞭解兩岸政府與民間在推動綠色消費政策的現狀及其問題所在，據以研擬出未來綠色採購努力的方向。採質化研究共分六章係透過文獻回顧、專家訪談方式進行，首先以綠色消費相關理論、環境與人之關係及綠色商品的特性作基礎，繼而探討兩岸因經濟發展使得生產與消費市場擴大的結果，導致所處的環境負荷自然增加。兩岸政府為因應國際環保潮流相繼推動「環保標章」、「環境標誌」政策，由政府開啟示範作用，一方面輔導業者生產環保產品，另一方面經由政府採購法令、共同供應契約方式以量制價打開消費市場。最後是探討最重要的民間推動綠色消費的團體、企業界推動綠色採購成功的案例與現狀檢討。

根據前述研究結果發現目前環保產品仍有四項缺失值得改進：

1. 民眾對於環保標章產品，有消費意識，尚無消費行動。
2. 業者所生產的環保標章產品種類、性能、式樣尚未吸引民眾購買。
3. 政府每年編列環保標章經費有限，宣導不足，致未能引起民眾普遍的共鳴。
4. 環保標章產品未獲得租稅優惠，商品售價仍居高不下。

本文建議政府訂定法規從生產源頭開始即符合綠色商品規範，寬編推動綠色消費政策的經費，使業者以生產綠色商品為榮，惟有不斷宣導及獎勵措施才能結合生產者與消費者逐步消除「綠色缺口」，來改善國民生活品質，降低環境負荷。

關鍵字：綠色消費、環保標章、兩岸

## **ABSTRACT**

### **A Study of Green Consumption Policies of Taiwan and China**

**by**

**Du, Jian-Hong**

March 2006

**ADVISOR(S):** Dr. Hwang, Ming-Shenq

**DEPARTMENT:** Master for Eminent Public Administrators

**MAJOR:** Eminent Public Administrators

**DEGREE:** Master of Administrators

The objective of this study is to understand current situation of promoting green consumption policy in Taiwan and China and its problems, and then according to grind, draw up the directions of green purchasing efforts in the future. This study is divided into six chapters with the methodology of literature review and expert interview. This paper finds relevant theories of green consumption, relations between environments and people, and characteristic of the green goods at first. Then we probe into two-sides expanding the markets of production and consumption because of economic development, and increasing naturally environmental load.

In order to promote green mark and eco label policy, two-side government shows a demonstrated role. On one hand, the government coaches industry to produce environmental safe products, via the government procurement decree; on the other hand, through supply agreement and controlling prices by quantity, the government tries to open consumer market. Finally the paper will discuss the private groups that promote green consumptions and green purchases. Some successful cases will be introduced.

This article suggests that the government should stipulate the regulations, begin to accord with the green products from the production source promptly, and increase the government budgets which promote green consumption policy; while the industries should regard producing green products as an honour. Only by declaring the policies and providing preference measures to combine producers and consumers does “the green breach” dispel regressively. Therefore, the targets to improve the national quality of life and to reduce environmental load can be reached.

# 目 錄

<b>第一章 緒 論</b> .....	1
第 1.1 節 研究背景及動機.....	1
第 1.2 節 研究目的.....	6
第 1.3 節 研究方法.....	7
第 1.4 節 研究流程.....	8
第 1.5 節 研究範圍與限制.....	9
第 1.6 節 章節安排.....	11
<b>第二章 理論文獻回顧</b> .....	12
第 2.1 節 綠色消費理論文獻.....	12
第 2.2 節 環境與人之關係.....	17
第 2.3 節 綠色商品的特性.....	20
第 2.4 節 相關文獻檢閱.....	27
第 2.5 節 本章小結.....	30
<b>第三章 兩岸環境生態現狀</b> .....	31
第 3.1 節 國民經濟發展.....	31
第 3.2 節 工業生產與消費市場.....	34
第 3.3 節 兩岸的環境負荷.....	38
第 3.4 節 本章小結.....	44
<b>第四章 兩岸政府綠色消費政策</b> .....	45
第 4.1 節 國際綠色採購的現況與趨勢.....	45
第 4.2 節 台灣綠色消費政策的概況.....	49
第 4.3 節 台灣綠色消費政策執行情形.....	58
第 4.4 節 中國綠色消費政策的概況.....	67
第 4.5 節 中國綠色消費政策執行情形.....	73
第 4.6 節 本章小結.....	77
<b>第五章 民間推展綠色消費運動</b> .....	78
第 5.1 節 民眾對環保標章的認知度.....	78
第 5.2 節 民間籌組綠色採購聯盟.....	81
第 5.3 節 企業界推動綠色消費案例.....	82
第 5.4 節 政府與企業界合作推動綠色消費.....	85
第 5.5 節 綠色消費現狀檢討.....	88
<b>第六章 結論與建議</b> .....	90
第 6.1 節 結 論.....	90
第 6.2 節 建 議.....	92
<b>參考文獻</b> .....	94
<b>附錄：專家訪談問卷紀錄</b> .....	100

## 表目錄

表 1-1	「環境永續性指數」ESI 全球排名簡略表.....	2
表 1-2	2004~2005 年 IMD 世界競爭力排名情形.....	3
表 2-1	兩岸綠色消費政策相關研究摘要一覽表.....	27
表 3-1	2006 年台灣經濟統計指標.....	32
表 4-1	有關環保產品推動之分工.....	50
表 4-2	已相互承認協定之國家.....	57
表 4-3	2006 年指定採購項目.....	61
表 4-4	台灣環保標章產品之規格標準.....	62
表 4-5	各機關綠色採購成果彙整表.....	63
表 4-6	機關綠色採購推動結果.....	64
表 4-7	推動環保標章之環境效益.....	64
表 4-8	環保標章計畫經費.....	65
表 4-9	常見使用環保標章產品衍生之問題.....	66
表 4-10	台灣綠色消費政策 SWOT 分析.....	66
表 4-11	中國環境標誌產品認證之範圍.....	74
表 4-12	中國綠色消費政策 SWOT 分析.....	76
表 4-13	兩岸政府推動綠色消費政策之差異分析.....	77
表 5-1	知道「環保標章」的比率.....	79
表 5-2	通常透過什麼管道獲得有關環保知識的資訊.....	80

## 圖目錄

圖 1-1	永續發展三面向之關聯圖.....	1
圖 1-2	本文之研究流程圖.....	8
圖 2-1	環境管理系統模式.....	14
圖 2-2	EuP-環境化設計.....	14
圖 2-3	環境資源部(草案)的組織架構.....	16
圖 2-4	人與自然環境之相互依存及破壞、污染關係.....	17
圖 2-5	知識在經濟體系中的角色.....	18
圖 2-6	2004 年台灣垃圾乾基物理組成平均值.....	21
圖 2-7	零廢棄型社會.....	22
圖 2-8	清潔生產技術發展沿革.....	23
圖 2-9	綠色消費 3R 與 3E 之原則.....	23
圖 2-10	永續利用地球的社會之循環流程.....	24
圖 2-11	產業進入清潔生產之五個階段.....	24
圖 2-12	台灣 21 世紀議程國家永續發展願景與策略綱領架構圖.....	25
圖 2-13	環保科技園區推動計畫圖.....	26
圖 3-1	購買行為模式.....	34
圖 3-2	台灣的環境負荷.....	39
圖 3-3	稽查次數與公害陳情件數之比較.....	41
圖 3-4	不滿意案件與陳情件數之比較.....	41
圖 4-1	影響綠色產品發展三大趨勢.....	45
圖 4-2	電子產業之趨勢及環保訴求.....	46
圖 4-3	環保標章、CE Marking 及實施方法.....	47
圖 4-4	建立綠色系統方法.....	48
圖 4-5	政府採購帶動全民綠色消費.....	49
圖 4-6	環保標章規格數量、產品數量前 10 名國家.....	50
圖 4-7	有關台灣環保標章推動歷程.....	52
圖 4-8	環保標章與正字標記.....	53
圖 4-9	綠色供應鏈之技術運用架構.....	54
圖 4-10	環保標章產品驗證程序.....	55
圖 4-11	歷年環保標章產品累計.....	58
圖 4-12	中央信託局共同供應契約.....	59
圖 4-13	中國環境標誌推動歷程.....	69
圖 4-14	中國環境標誌.....	70
圖 5-1	知道「環保標章」的圖案.....	78
圖 5-2	會優先購買具有「環保標章」的產品比率.....	78
圖 5-3	民眾對政府推動環境保護工作表現的滿意程度.....	79
圖 5-4	建議綠色供應鏈之運作模式綠色價值鏈.....	81
圖 5-5	台灣愛普生科技-綠色價值鏈.....	83