

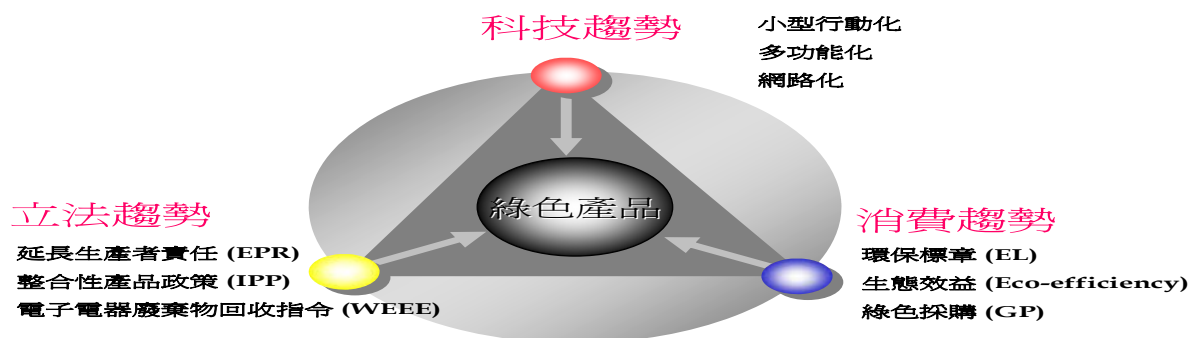
第四章 兩岸政府綠色消費政策

本章是本文研究之主軸，探討國際綠色採購的現況與趨勢、兩岸政府推動綠色採購（環保標章、環境標誌）政策及執行情形予以研究分析，作為相互切磋與學習之用。本章結構如下：第 4.1 節介紹國際綠色採購的現況與趨勢，第 4.2 節探討台灣綠色消費政策的概況，第 4.3 節分析台灣綠色消費政策之執行情形，第 4.4 節研究中國綠色消費政策的概況，第 4.5 節分析中國綠色消費政策之執行情形，第 4.6 節作本章小結等分述如下。

第 4.1 節 國際綠色採購的現況與趨勢

人類消費行動對於環境產生經常性的衝擊最大。地球環境會被污染破壞，除偶爾發生的自然天災與戰爭人禍等情況外，就以人類消費行動對於環境產生經常性的衝擊最大。「消費行為」是消費者購買與使用各種產品與服務的行為，追究原因乃在其原料開採、產品製造、消費者使用、廢棄處置等過程中，都可能產生各種對環境的衝擊。為改善人類的消費行為模式，許多國家開始推動環保標章制度，以推動政府機關之「綠色採購」（Green Procurement）為最重要。

為避免地球環境的衝擊，國際間已制定多項環保公約或法案並具相當約束力，對不執行者採行經貿制裁；國際間的貿易規範亦逐步包涵環保條款；世界貿易組織（WTO）更將環保規範納入經貿活動中。而綠色消費是永續發展的重要工作。李錦地（2005）認為影響綠色產品發展三大趨勢⁶⁷包括科技、立法、消費三大趨勢如附圖 4-1 所示：



資料來源：李錦地（2005）

圖 4-1 影響綠色產品發展三大趨勢

于寧（2005）資料，「綠色消費」是全球永續發展目標之重要工作，各國政府及民間組織紛紛加入綠色消費推動行列⁶⁸，敘明如下：

一、荷蘭（1989）、丹麥（1991）等歐洲國家開始在國家政策計畫中納入綠色生產消費之觀念，於 2002 年「世界永續發展高峰會議

67. 參見李錦地（2005b），「我國推動綠色設計與綠色採購之現況與展望」。

68. 參見于寧（2005），「國際綠色採購的現況與趨勢」。

(WSSD) 實施計畫中」特別指出：

- 鼓勵各層級機關在決策時，將永續發展納入考量。
- 推動足以鼓勵擴散無害環境產品與服務之公共採購政策。

二、歐盟是個舉世注意的重大經濟體，其政府採購金額佔歐盟 GDP 之 16%，2003 年歐盟綠色政府採購調查結果：

- 多項採購中超過 50% 納入環境考量之歐盟各級政府機關比率為 19%。

— 歐盟環保相關指令

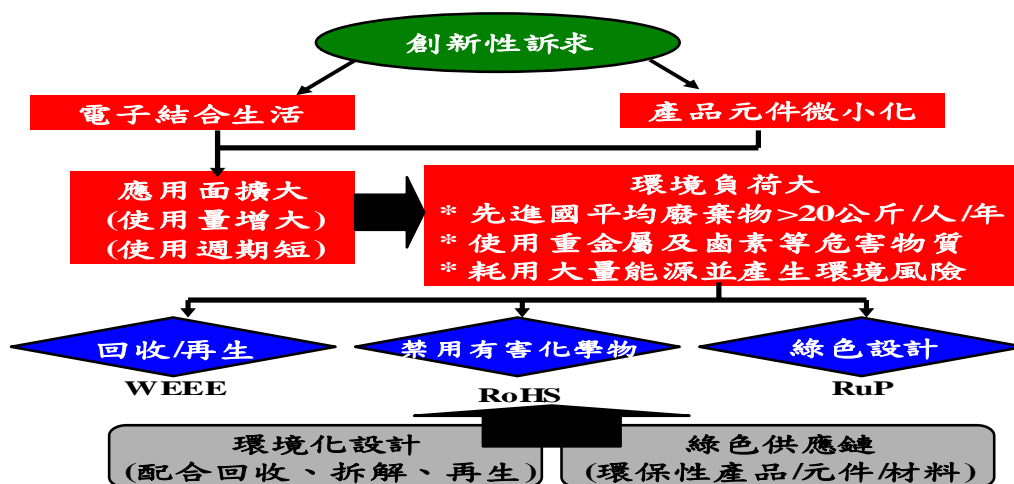
Waste Electronic and Electrical Equipment (WEEE)

廢電機和電子指令

Restriction on Hazardous Substances (RoHS) 有毒物質禁制令，禁止使用鉛、鎘、汞、六價鉻、PBB 和 PBDE。

- 不符合 WEEE 或 RoHS 之產品將不得進入歐盟市場販售，以維護歐洲的綠色環保環境。

蔣本基 (2006) 表示為因應國際趨勢，要環境化設計及完成綠色供應鏈趨勢⁶⁹，詳如附圖 4-2 電子產業之趨勢及環保訴求所示：



資料來源：蔣本基 (2006)

圖 4-2 電子產業之趨勢及環保訴求

台灣為國際貿易導向的國家，歐盟公告上述環保相關指令受 (WEEE) 廢電機和電子指令，將影響台灣十大產業包括大小型家電產品、資訊科技、消費性電子、照明設備、電機和電子工具、玩具及休閒設備、醫療設備、監視與控制儀器、自動販賣機等。

受 (RoHS) 有毒物質禁制令衝擊的產業包括家電產品類、零組件類、消費性電子產品類、資訊科技類、塑膠類、電信設備類、電線與電纜、電路板等。

69. 參見蔣本基 (2006), 「水污染防治」。

國家、投資者、生產者要積極了解歐盟規定並有因應局面的本事。台灣是一個海島性國家，以推展外貿為主，目前台灣電機電子產業，對於歐盟 RoHS 指令的內容，隨著指令實施日期 2006 年 7 月 1 日之來臨，儘速尋找符合 RoHS 的生產元件、針對產品的物料清單釐定元件替換技術等重點，生產者必須面對實施人員培訓、生產導入、成品檢測等階段所衍生出的成本，生產製造與檢測必須文件化，新產品必需進行製造認證等工作。如果產品通過檢測，將可取得檢測報告證明產品符合規範，進而順利外銷，故亟須國家、生產者、投資者積極了解並有因應局面的本事⁷⁰。環保標章、CE Marking 及實施方法，詳如附圖 4-3 所示：



資料來源：蔣本基 (2006)

圖 4-3 環保標章、CE Marking 及實施方法

三、美國聯邦政府之綠色採購措施，其實施績效是聯邦每年直接採購金額達 2,400 億美元，另外提撥各州／組織 2,000 億美元採購經費，而綠色產品特性為含回收物質、高能源效率、使用再生能源、低待機用電量、使用替代能源、使用生物質材料、不使用臭氧破壞物、對環境友善等皆值得參考推廣。

四、其他如英國政府、加拿大政府、日本政府、中國政府及台灣政府均有綠色採購行動，其中日本下議院通過綠色採購法(2000.5.24)

- 規定政府機構應擬定綠色採購政策。
- 主管機關需公佈綠色採購指導綱要、準則。
- 環保標章、能源之星等驗證制度提供綠色產品指南。
- 鼓勵民間部門自願推動綠色採購。

因此，使得綠色採購政策重點由政府轉移到民間團體，較重要的

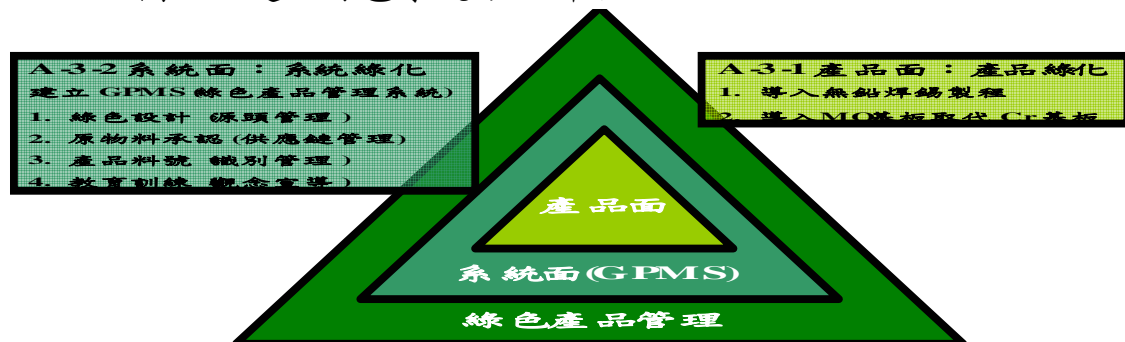
70. 參見蔣本基 (2006), 「水污染防治」。

有國際地方環境行動聯盟(ICLEL)、北美綠色採購行動(NAGPI)、日本綠色採購聯盟等，尤以日本綠色採購聯盟做得最好。

五、日本綠色採購聯盟在1996年2月成立，以綠色採購觀念與實務之傳播與宣傳為主要任務，其會員有2,246公司、353地方政府／機構，277個非營利組織，此日本成功案例值得借鏡作為台灣推動全民綠色消費政策學習對象。

六、綠色採購之未來展望：

- 1、張祖恩(2004)表示環境保護已成為國際性的主流議題，各項保護工作由初期消極的管末處理，發展成現代積極性的清潔生產、零廢棄、循環再利用等永續性的預防性管理策略及全球性溫室效應與臭氧層破壞等的防制工作⁷¹。
- 2、蔣本基(2006)認為因應國際性環境保護的主流議題，首先要有綠色產品管理制度，建立綠色產品管理系統使產品綠化⁷²，詳如圖4-4建立綠色系統方法所示：



資料來源：蔣本基(2006)

圖 4-4 建立綠色系統方法

- 3、于寧(2005)陳述政府綠色採購功能已見成效，但民間、企業的能量尚未發展出來，仍有極大發展空間⁷³。
- 4、受國際壓力影響，企業環保壓力已形成，企業綠色供應鏈勢在必行，正是全面推動綠色採購的時機。
- 5、景氣不佳，民眾綠色消費意願最難推動，需要更多的教育與宣導，才是創造綠色商品的商機與市場所在。
- 6、透過大型通路商宣導、社區及環保團體來推廣綠色商品，或經由第4.3節台灣綠色消費政策執行情形，網路及電視購物交流方式導引環境教育皆是可行之道。
- 7、張國龍(2006)表示環境保護署已完成「環境教育法」草案研訂，積極推動立法工作，有益於推展全民環境教育的提升⁷⁴。

71. 參見張祖恩(2004)，〈綠色採購指南〉。

72. 參見蔣本基(2006)，「水污染防治」。

73. 參见于寧(2005)，「國際綠色採購的現況與趨勢」。

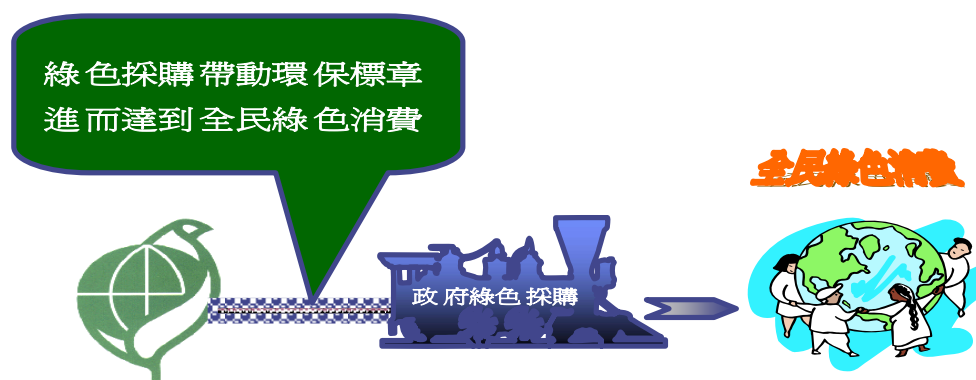
74. 參見張國龍(2006b)，「行政院環境保護署業務概況及優先立法計畫」。

第 4.2 節 台灣綠色消費政策的概況

消費者是市場的「上帝」，政府因勢利導帶動綠色消費模式達到全民綠色消費目的。德國政府於 1977 年推出對環保產品進行標示的「藍天使」(Blue Angel) 環保標章計畫，成為全球第一個環保標章計畫。于寧(2005)表示依據 OECD 全體國家的數據調查顯示，政府採購消費金額龐大，佔國家整體消費額如下：

開發中國家	20%
已開發國家	15~20%

又依據齊家(2005)資料顯示，如果要建立政府綠色採購制度且確實施行，政府必先要做為民間之表率，政府部門以龐大預算首先採購綠色產品作榜樣，以量制價，做火車頭方式帶動全民綠色消費之風氣⁷⁵。如圖 4-5 政府採購帶動全民綠色消費所示：



資料來源：環境保護署

圖 4-5 政府採購帶動全民綠色消費

以環境保護署推動之「環保標章」產品政策作為本文主要研究範圍。綠色消費應指由「食衣住行育樂」各方面作到儘量減少對環境之負面衝擊，因此範圍甚大。為收斂研究範圍、聚集焦點擬以目前推動較具成效（或正大力推動）之三項措施為本文研究範圍⁷⁶，即

- 1、推動環保標章，
- 2、政府綠色採購及
- 3、企業綠色採購。

行政院永續發展委員會為推動環境產品政策，以各主管機關職掌功能做分工原則，將各類環境產品歸給各該機關主政，以發揮專業、有利責任分明，依此原則有關環保標章產品係屬行政院環境保護署推動之業務職掌。詳如附表 4-1 有關環境產品推動之分工所示：

75. 參見齊家(2005)，「綠色採購-生活做環保 消費看標章」。

76. 參見于寧(2005)，「國際綠色採購的現況與趨勢」。

表 4-1 有關環境產品推動之分工

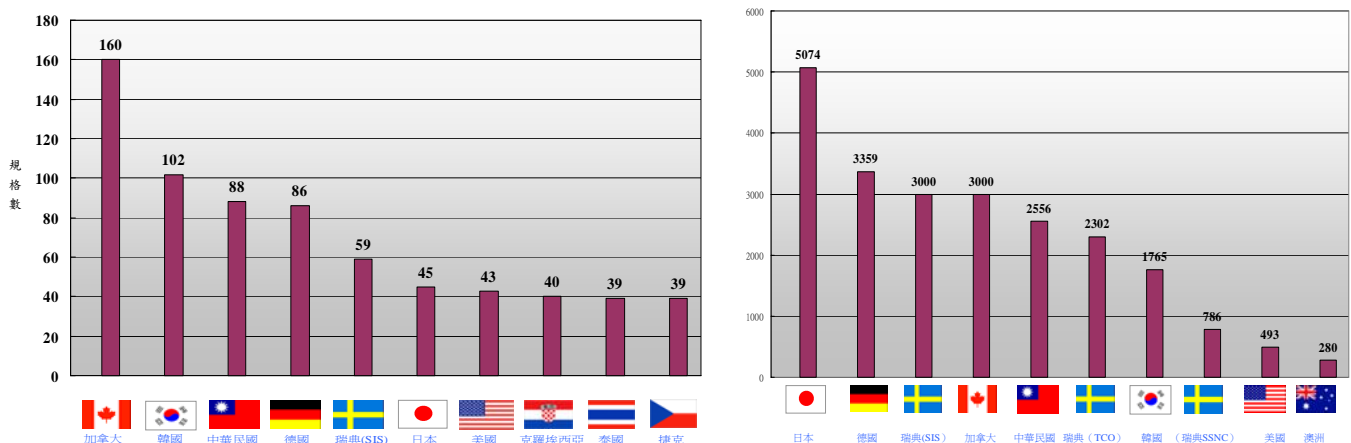
指導機關	主管機關	主管業務	標章名稱	備註欄 (標章圖樣)
行政院永續發展委員會	經濟部技術處、工業局	綠色設計與清潔生產及綠色供應鏈		
	環境保護署	綠色消費	環保標章 能源之星	
	經濟部能源局	節約能源	節能標章	
	經濟部水利署	節約用水	省水標章	
	內政部建研所	綠建築	綠建材標章	

資料來源：環境保護署

一、綠色採購政策的理念

台灣是國際間推動環保標章產品數量的前十名。生活追流行，購物搶時尚，更須有環保概念，綠色採購是愛護環境的具體實踐。「環保標章」是一種粘貼或印製在產品或其包裝上的某種特定圖形，其意義是以標章的授與使用告知消費者，某產品在生產、運輸、使用、棄置等各項過程中，已透過第三客觀團體認定，比同類其他產品對環境衝擊效果較小者，方便有意願購買者容易辨識與選擇。

環保標章是國際性活動，被視為利用市場機能，鼓勵企業改善產品環保績效的經濟工具，引導消費者選擇對整體環境有利的產品或服務是推動綠色消費的重要手段⁷⁷。其規格、數量可作為衡量推動指標，依據環境保護署 2006 年 10 月資料：國際上使用環保標章規格及產品數量前 10 名國家排列順序，發現台灣名列前十名詳如附圖 4-6 所示：



資料來源：2004 年 GEN 年報

圖 4-6 環保標章規格數量、產品數量前十名國家

77. 參見行政院環境保護署 (2005)，環保標章網站資料。

二、推動綠色採購政策的法令依據

台灣是第一個綠色採購通過立法的國家，顯現政府推動環保行動的決心。為適應世界潮流，行政院環境保護署於1992年8月25日公告實施「環保標章推動使用作業要點」，建立環保標章制度使台灣成為第一個綠色採購通過立法的國家。使用專用標章的目的在強調「獲得標章的產品是最優良的產品，消費者看到標章即可安心購買」⁷⁸。要旨是鼓勵消費者採購具有可回收、低污染、省能源等環保特性之產品，並使政府機關在採購綠色產品時，具有明確之優先選擇項目。

「政府採購法」定有各機關優先採購環境保護產品規範。為強化綠色消費的策略，「政府採購法」自1999年5月27日正式公布施行以來，該法第96條定有各機關優先採購環境保護產品辦法。依該法內容規範如下：

「政府機關得於招標文件中，規定優先採購取得政府認可之環境保護標章使用許可，而其效能相同或相似之產品，並得允許百分之十以下之價差。產品或其原料之製造、使用過程及廢棄物處理，符合再生材質、可回收、低污染或省能源者，亦同。其他增加社會利益或減少社會成本，而效能相同或相似之產品，准用前項之規定。前二項產品之種類、範圍及實施辦法，由主管機關會同行政院環境保護署及相關目的事業主管機關定之」。

陸續訂定許多子法來推動本項政策。「機關優先採購環境保護產品辦法」隨之於1999年5月26日，由行政院公共工程委員會會銜行政院環境保護署公布，並於同年5月27日起與「政府採購法」同步施行。在此採購辦法中，除明定所謂「環境保護」產品種類、優惠比率、優先採購方式外，並將採購環保產品績效卓著之機關或個人之獎勵納入規範；另訂罰則，對執行不利之機關將公告其名稱。

環保標章是廣告行為，藉由爭取消費者之認同。「環境標誌與宣告」是利用簡單但精確的各種說明、符號或圖形將某種產品(含服務)的環保特性充分表達。這是政府為推動環境保護政策之廣告行為，藉由爭取消費者之認同，採購較環保的產品而達到環保之目的，並訴諸於消費大眾是最好的教育方式。依「機關優先採購環境保護產品辦法」條文內容(第二條、第三條、第四條、第六條)，將環境保護產品分為三類如下：

第一類 環保標章產品：取得行政院環境保護署認可之環保標章使用許可以及取得與台灣達成相互承認協議之外國環保標章使用許

78. 參見行政院環境保護署(2005)，環保標章網站資料。

可者。亦即為製造業從一獨立機構獲得使用標章之執照，ISO14024中對產品種類，產品之環境準則，產品之功能特性、評估和符合度有詳細之說明，Type 1 屬自發性，申請者只要符合相關規定即可。

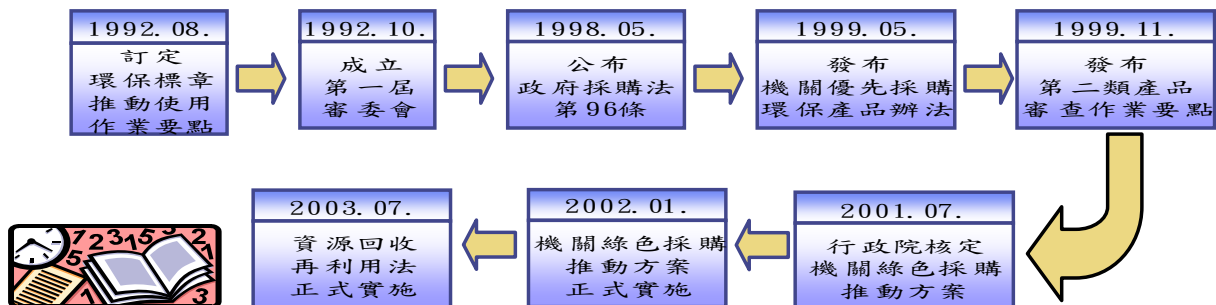
第二類 環境保護產品：非屬環境保護署公告之環保標章產品項目之產品，經環境保護署認定符合再生材質、可回收、低污染或省能源條件，並發給證明文件者。

第三類 環境保護產品：指該產品經相關目的事業主管機關認定符合「增加社會利益或減少社會成本」之產品，並發給證明文件者。

因應環境需求陸續訂定許多法規來推動政策。2001年7月環境保護署研擬「機關綠色採購推動方案」奉行政院核定⁷⁹，並自2002年1月起正式實施，規定機關綠色採購目標達50%以上，促使各機關逐漸重視與執行綠色採購，也迅速的擴大環境保護產品市場規模的成長。另為節約自然資源使用，減少廢棄物產生，促進物資回收再利用，減輕環境負荷，建立資源永續利用之社會，2002年7月「資源回收再利用法」正式施行，於該法第22條規定如下：

「為促進資源回收再利用，政府機關、公立學校、公營事業或機構、軍事機關之採購，應優先採購政府認可之環境保護產品，本國境內產生之再生資源或以一定比率以上再生資源為原料製成之再生產品。」

環境保護署依據本法繼續推動綠色採購政策，並擴大綠色採購的適用範圍。據此對機關落實綠色採購作業具相當鼓舞作用，台灣遂成為全球第一個針對政府綠色採購立法完成的國家。自1992年8月25日公告實施「環保標章推動使用作業要點」迄今已達14年之歷史，依據齊家(2005)資料顯示⁸⁰：有關台灣環保標章推動歷程簡略整理，如附圖4-7所示：



資料來源：環境保護署

圖 4-7 有關台灣環保標章推動歷程

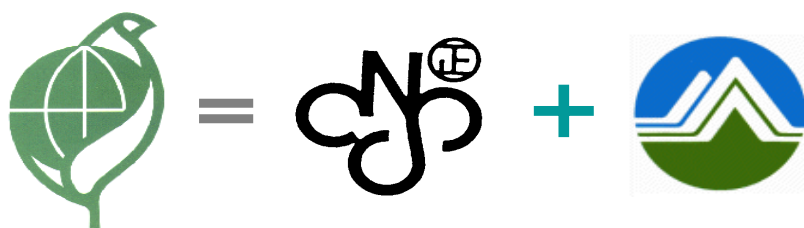
79. 參見行政院環境保護署(2005)，環保標章網站資料。

80. 參見齊家(2005)，「綠色採購-生活做環保 消費看標章」。

三、「環保標章」簡介

促使環保產品生產量達到經濟規模，有利於市場的競爭。雖然環保部門大力推動綠色消費政策，但以往環保產品的價格偏高、種類稀少、效能不張、通路狹小等等問題，無法吸引民衆及政府公部門普遍的採購與消費意願。茲因生產與消費市場未能達到生產經濟規模，致成本偏高又缺廣告行銷來大力招攬顧客，自然讓綠色產品無法與一般產品競爭。自政府綠色採購法令頒佈後，由政府行政命令要求各部門率先採用綠色產品，創造需求、以量制價，因而帶動產業行銷行為。讓消費者能清楚地選擇有利於環境的產品，並促使販賣及製造之廠商，能因市場之供需增加，自動地發展有利於環境的產品，與市面上各式各樣、琳瑯滿目的商品作一區隔，以便利消費者採購的辨識，必須有一套可行的新制度來運作。

認識「環保標章」圖樣與制度才能打開綠色消費之門。依據環境保護署「環保標章」資料得知：特別設計「環保標章」的制度，採一種粘貼或印製在產品或其包裝上的某種特定圖形，標章圖樣為「一片綠色樹葉包裹著純淨、不受污染的地球」亦是象徵著綠色產品是指可從該產品之生命週期，考量其原料取得、製造、運銷、使用、棄置處理過程中，能夠具有「可回收、低污染、省資源」的環保理念，代表做好環保的意圖⁸¹。「環保」就從這個標誌開始……如圖 4-8 所示：



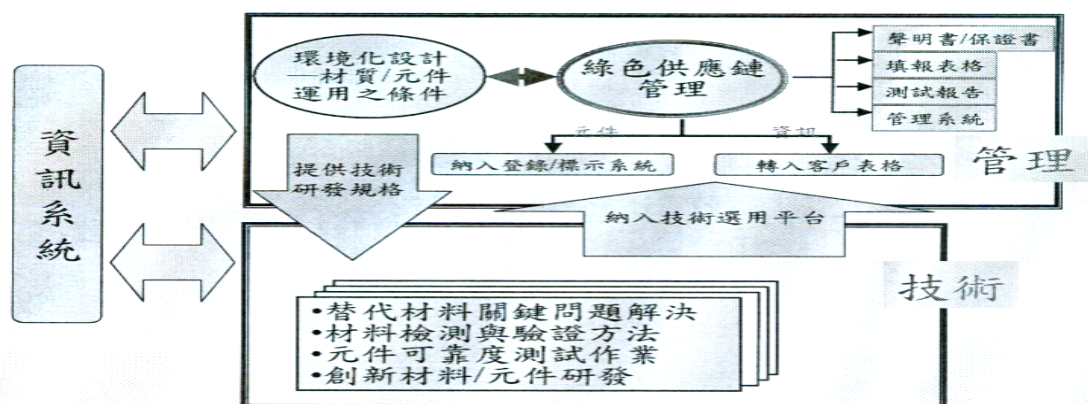
資料來源：環境保護署

圖 4-8 環保標章與正字標記

環保標章參仿「正字標記」制度，結合環保的意圖與標準。廠商申請正字標記時，應先就所生產製造之產品，查對已公告之「正字標記品目」，選定適當分類之正字標記品目及工廠，向經濟部智慧財產局（第五組）或正字標記認可品質管理驗證機構申請指定品管制度（CNS 12681（ISO 9001）品質管理系統）驗證，受託機關（構）、認可品質管理驗證機構、認可試驗室所核發之「品管驗證證書」及「產品檢驗合格報告書」進行審查，經審查符合規定者，即准予使用正字標記，核發正字標記證書。環境保護署即參仿上述「正字標記」制度，並結合環保概念與標準，就成為環保標章最直接的理念與制度來源。

81. 參見行政院環境保護署（2004），《綠色採購指南》。

近年來，台灣推動環境化設計提供技術研發規格，將創新材質/元件研發之關問題解決納入技術選用平台，運用資訊系統與綠色供應鏈管理方式結合，達成綠色產品生產之架構⁸²，詳如附圖 4-9 所示：



資料來源：楊致行

圖 4-9 綠色供應鏈之技術運用架構

- 「環保標章」代表「可回收、低污染、省資源」的圖騰，其用意為
- ． 消費者知道如何選購綠色產品及何處購買綠色產品。
 - ． 進而促使廠商願意全面性生產綠色產品。
 - ． 商家願意銷售綠色產品。

政府要依法行政提供廠商申請管道。為保障消費者及維護產品的品質，產品必須經過認證，要獲得「環保標章」必須經過評審，再經過一連串的檢驗、測試才可以取得。環境保護署為辦理環保標章擬訂環保產品規格、制訂及公告程序⁸³以供廠商辦理申請環保標章之依據，有關環境保護署公告「環保標章」程序如下：

1. 選擇項目
 - 民生消費品、使用再生材料或環境衝擊大之物品為優先
 - 依據國外現有標準、國內市場需要及廠商自行推薦產品予以篩選
 - 國內專家、民間環保團體優先推薦
 - 配合環境保護署政策需求指定項目
2. 參考國外資料或廠商及專家學者意見，擬出各產品規格草案
3. 送審查委員會討論通過
4. 公告接受申請

四、由非政府組織來執行政府環保標章政策

藉由「民間專業單位」來執行政府環保政策，較有效率且有利於國際合作。由於環境政策、法規及經濟層面的考量，環境保護署是環保標章計畫的主管機關宜掌政策，將庶務性工作委託民間辦理有利於

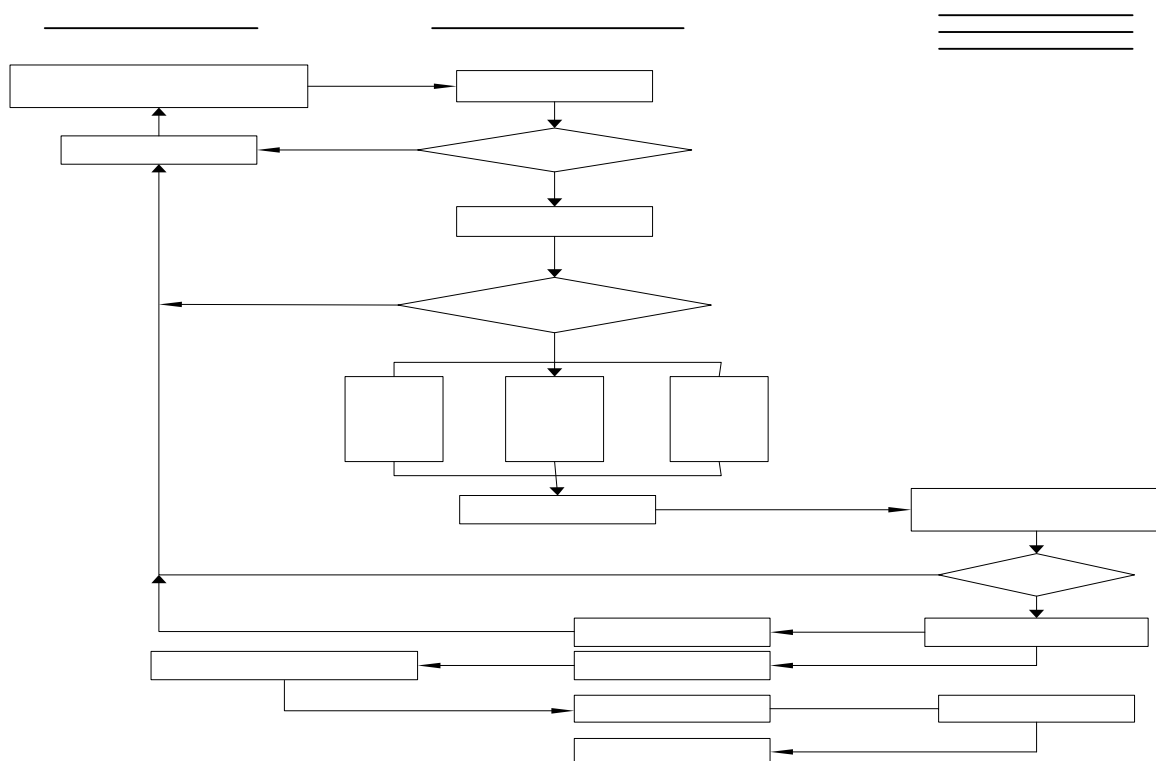
82. 參見行政院環境保護署(2002)，〈政府綠色採購及綠色消費推廣計畫〉。

83. 參見李錦地(2005b)，「我國推動綠色設計與綠色採購之現況與展望」。

政策推動，以企業經營的模式來調整審查的作業，加強行政效率，也可藉由「使用者付費」的機制以節省政府經費預算的支出。環保標章驗證/查核/追蹤/考核業務考慮委託民間公益團體辦理，而規格標準研擬、宣導及國際合作則由政府編列預算補助。政府與民間團體分工合作、各司其職，促使環保標章計畫可再提昇效率，爭取政府與廠商雙贏的局面⁸⁴。

1992年12月環境保護署正式委託「財團法人工業技術研究院」執行推動環保標章工作，1997年9月委託「財團法人環境與發展基金會」執行推動工作，主要負責參考國內外資料、研究及考量國內市場需求及產製技術並研擬環保標章產品規格標準、環保標章申請之初審及產品追蹤管核作業等，為環境保護署推動環保標章計畫之技術幕僚。

環保標章產品必須通過驗證程序。在 ISO/CNS 14024 標準中，規定第一類環保標章執行組織應遵守公開、公平、公正之原則，以避免造成不必要之貿易障礙。亦鼓勵執行組織之間的相互承認與合作，將廠商之負擔降至最低。其執行程序可分為(1)篩選產品項目(2)研擬產品規格標準(3)公告接受申請(4)與廠商簽約並核發使用證書(5)後續追蹤考核等五個步驟⁸⁵。詳如圖 4-10 環保標章產品驗證程序所示：



資料來源：環境保護署

圖 4-10 環保標章產品驗證程序

84. 參見朱雨其 (2003),《2003 年全球環保標章組織年會暨研討會出國報告書》。

85. 環境與發展基金會 (2005),「綠色消費電子報」。

五、推廣綠色消費與國際交流合作

台灣為全球環保標章網路組織GEN之創始會員國。地球環境需要全人類共同維護，推動綠色消費運動自然與國際潮流契合，環境標誌受到國際互認已是大勢所趨⁸⁶。全球環保標章網路組織 GEN (Global Ecolabelling Network)是一個國際性組織，由第一類環保標章執行單位所組成。創始於1994年，其標誌(Logo)設計是以紅色衛星線形成的網路，環繞著一個綠色的地球，結合地球外圍之文字，說明 GEN 是來自全球各地環保標章如附圖騰。



台灣以環境與發展基金會為代表參與GEN組織。Green Seal 於1992年聯合加拿大的環保標章計劃，籌組 GEN組織。台灣以環境與發展基金會為代表參與GEN組織藉由國際的力量，宣揚第一類環保標章之宗旨與促進國際合作交流。GEN的成立與積極參與，改變許多產業界代表對第一類環保標章的刻板成見。

參與GEN各項國際活動展現台灣的新風貌。台灣為國際貿易導向的國家，自當與世界各國加強往來，參與國際組織建立良好關係，為避免因政治因素妨礙推動環保與促進國際合作交流之機會，台灣係以非政府組織名義（目前以環境與發展基金會為代表組織）加入國際活動，為全球環保標章網路組織 GEN 之創始會員國之一。該會于寧總經理積極參與其決策活動。在 GEN 的支持下，台灣各相關單位並曾多次以 GEN代表名義，參與各項國際活動，如國際標準組織（ISO）制定環境管理系統相關標準的會議，並做出具體貢獻，充份展現台灣在環保標章工作上的一大成就，也讓台灣在世界舞台上多一個展露頭角的場合。

台灣主辦環保標章國際研討會。由台灣擔綱的「2005 環保標章國際研討會」於本(2005)年8月30日至31日連續兩天在台北舉行，由環境保護署長張國龍主持開幕，來自18個國家，及近百位的國內外代表參加，共聚一堂集思廣義來探討推動環保標章系統相關議題。會議主題為「邁向全球一致之環保標章系統」，分項討論的子題涵蓋下列四個面向：

- (1) 全球環保標章網路組織推動環保標章系統一致化工作之內容與進度，
- (2) 政府與企業綠色採購之國際趨勢與措施，
- (3) 綠色產品設計發展及行銷之考量策略及程序，
- (4) 歐盟新環保指令與環保標章之關係。

86. 參見環境與發展基金會(2005),「綠色消費電子報」。

在環保標章國際會議中，介紹最新資訊給國內外之利益相關團體知曉，包括：GENICES 之最新執行進度、歐盟相關指令對台灣產業之衝擊與因應之道、綠色採購網路組織與政府綠色採購之國際現況、綠色產品之發展考量，在 GEN 之工作會議中完成客車、發泡材、數位相機這三項產品項目共同規格標準之初稿討論與修訂與現況⁸⁷，有助於推動綠色採購運動之發展。

環保標章發展趨勢是整合性或區域性標章相繼出現，國際合作是努力的目標。為保持台灣環保標章計畫的優勢，除自我不斷成長之外，並吸取別人的經驗與長處，正加強與日本、韓國、泰國、香港、澳大利亞及紐西蘭等國家之長期合作。菲律賓、中國均為未來可考慮合作推動標章的對象。推動綠色採購運動需要更多資源的加入，才不致使台灣摒棄於其他經濟體之外。另藉由技術輸出的工作，可建立與技術接受國間的關係與合作的攤頭堡，有助於其他國家環保標章組織的健全發展，亦有利於未來成立聯盟體系支持的爭取。在環保標章國際合作方面，迄今（2006）有8個國家已與台灣簽署相互承認協定，顯示推動環保不分彼此、德不孤必有鄰，國家及時間如附表4-2所示：

表 4-2 已相互承認協定之國家

1997/12	加拿大 	2004/02	澳洲 
1998/07	美國 	2004/04	紐西蘭 
2001/12	泰國 	2004/06	日本 
2002/09	韓國 	2005/11	烏克蘭 

資料來源：環境保護署

未來綠色消費將是全球性、無國界的發展趨勢。台灣獨善其身推動綠色消費與節約能源措施並無法改變全球環境大局，為繼續推動本土綠色消費政策，展望未來當配合「全球同步之環保標章系統」，藉由技術輸出的工作，積沙成塔推動多邊承認及更多之共同規格標準。可建立與技術接受國間的關係與合作的攤頭堡，有助於其他國家環保標章組織的健全發展，亦有利於未來成立聯盟體系支持的爭取，加強推廣節約能源之綠色消費習慣，有益於共同有助於全球溫暖化之緩和現象。

87. 參見環境與發展基金會（2005），「綠色消費電子報」。

第 4.3 節 台灣綠色消費政策執行情形

本節係依據行政院環境保護署、環境與發展基金會資料介紹台灣綠色消費政策執行情形，並在最後以 SWOT 表作檢討分析。

一、政府訂定綠色採購推動方案

政府運用公權力及龐大採購力量推動結果，擴大綠色採購目標產生環保效益。政府對綠色採購政策執行係自 1992 年環境保護署開始推動環保標章活動，推動綠色消費的觀念，2001 年 7 月環境保護署研擬「機關綠色採購推動方案」奉行政院核定，並自 2002 年起正式實施，推廣至總統府、五院及地方政府，促使各機關逐漸重視與執行綠色採購，也迅速的擴大環境保護產品市場規模的成長，並大幅提升申請環保標章的廠商與商品數量⁸⁸。

截至 2006 年 10 月止，已開放 94 項環保標章產品規格標準以供廠商申請，計有 2,986 件產品獲頒標章，使用標章的總枚數則超過 45 億枚，估計價值超過 709 億元。有關歷年環保標章產品累計如附圖 4-11 所示：

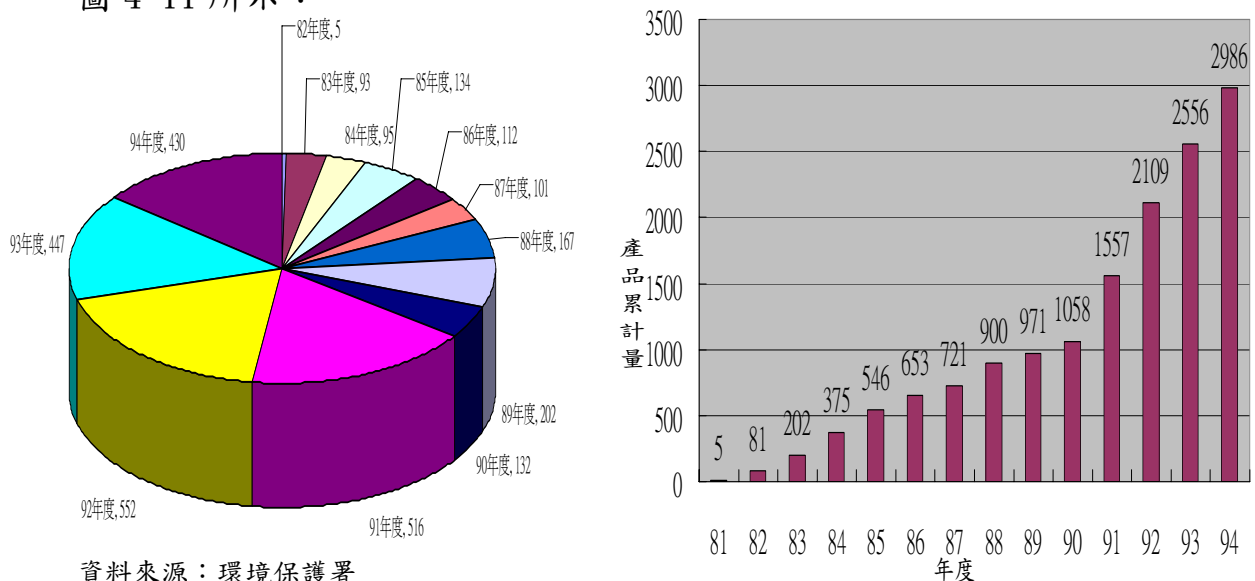


圖 4-11 歷年環保標章產品累計

環保產品的數量在三年內增加一倍，商機顯現。政府機關及龐大採購力量帶動下，優先購買對環境衝擊較少之產品。使廠商申請環保標章的意願大增，環保產品的數量在三年內增加一倍以上，使台灣成為推動使用環保標章成效顯著之先進國家。同時帶動包括宏碁、華碩、惠普、IBM 公司等個人電腦大廠，推出符合環保標章的綠色電腦；獅王、翔鈴、南僑、耐斯公司推出符合環保標章的清潔產品；永豐餘、正隆公司等則推出再生紙之相關綠色產品獲得商機。

88. 參見行政院環境保護署 (2005)，環保標章網站資料。

二、透過共同供應契約制度推動綠色採購績效

2004 年機關綠色採購績效能夠順利達成目標，應歸功於各機關多已具備綠色採購觀念，並辦理相關綠色採購推動措施，且「中央信託局」積極配合推動綠色採購，將環保產品列於共同供應契約中，方便各機關人員利用電腦網路系統選擇所需產品，使機關綠色採購更為方便，成果亦大幅成長，供應廠商的銷售額增加而獲利受惠⁸⁹。

「中央信託局受託辦理共同供應契約」業務簡介

依據政府採購法第 93 條規定：「各機關得就具有共通需求特性之財物或勞務，與廠商簽訂共同供應契約。」中央信託局在採購業務方面，代理政府機關、公營事業、公立學校、民營企業及團體辦理工程、財物及勞務採購；依據行政院頒訂之「中央機關共同供應契約集中採購實施要點」辦理中央政府各機關、公營事業、公立學校之公務車輛、事務設備、電腦設備、文書物品及油料等集中採購事項，其中有許多項產品均有使用環保標章，供採購人員點選下訂購買，順利的推動綠色採購政策，使用環保標章成效顯著。簡略如附圖 4-12 共同供應契約網站之首頁如下：

ENGLISH
http://www.ctoc.com.tw

- 網路銀行
- 金融牌價
- 最新消息
- 熱門商品
- 業務簡介
- 證券下單
- 保健訂購
- 採購資訊
- 線上申辦
- 投資資訊
- 服務據點
- 意見信箱

共同供應契約

- 共同供應契約一覽表
- 訂購流程
- 表格資料(訂購單等)
- Q&A(問與答)
- 集中採購簡介

公 告

茲准行政院公共工程委員會來函指示，暫緩本處LP5-940008 電腦設備用品案採購，原訂第一期截止收件及開標時間(94年4月28日上午十時)取消，俟相關條款研議修訂後，本處另製招標文件修正書並重行公告招標。

中央信託局購料處
中華民國九十四年四月二十六日

公 告

本處代中央機關、學校、公營事業辦理電腦設備集中採購共同供應契約招標(案號：LP5-940008)執行行政院公共工程委員

資料來源：中央信託局網頁

圖 4-12 中央信託局共同供應契約

透過共同供應契約制度推動綠色採購比率與成果正逐年遞增。環境保護署公布 2006 年上半年機關綠色採購成果，綠色採購總金額為 34 億 6 千萬元，較 2005 年同期增加 2 仟 6 百萬元；指定採購之環保產品平均採購比例為 81.7%，較 2005 年上半年同期增加 2%，遠超過行政院核定之 2006 年目標值 80%。為擴大機關綠色採購成效，2007

89. 參見行政院環境保護署(2005)，環保標章網站資料。

年綠色採購比率已訂為 83%，並公告機關綠色採購指定項目之 23 項單項產品的採購率「應」達到 60%以上，預估因政府的綠色採購，將帶動相關綠色產品 70 億元以上的商機，於 2006 年起正式實施綠色採購比率部份機關已達為 90%，屆時各機關綠色採購成果將更落實。

所有公務機關皆應實施綠色採購。依據「資源回收再利用法」第 22 條及機關綠色採購推動方案規定，所有公務機關皆應實施綠色採購，包括總統府、立法院、司法院、考試院、監察院協商，都將於 2006 年 1 月起正式加入政府綠色採購行列，將更形成「全民綠色消費」的環保風潮，另責成行政院環境保護署公告 2006 年指定採購項目⁹⁰供所有公務機關遵行，執行不利將公布機關名稱，如表 4-3 所示：

表 4-3 2006 年指定採購項目表

一、	辦公室用文具紙張用品	辦公室自動化(OA)用紙、紙製文具、書寫用紙、衛生用紙
二、	辦公室用設備	電腦設備（包括個人電腦、主機、監視器、滑鼠、鍵盤、列印機、印表機回收再利用碳粉匣等）、黑白影印機、傳真機、筆記型電腦
三、	電器類	冰箱、冷氣機、洗衣機、微波爐、除濕機、照明設備（省能源精緻型螢光燈(CFL)、螢光燈啟動器、螢光燈管）多功能事務機、飲水機
四、	其他	二段式省水馬桶、堆肥、清潔用品、水性塗料、回收木材再生品(含木製家具)

資料來源：環境保護署

三、辦理各機關綠色採購專責人員訓練執行措施

- (一) 由主管機關先行召開會議研擬應各機關依其採購特性訂定綠色採購作業流程，並針對採購人員定期提供訓練，透過網路系統以熟悉該機關之作業流程，並彙整公開相關資訊，期能澈底的執行綠色採購的工作。
- (二) 由行政院環境保護署針對各機關學校採購人員，編定訓練教材、聘請專家講解，責成行政院環境保護署環境保護人員訓練所開班講習訓練學員，依據行政院頒訂之「中央機關共同供應契約集中採購實施要點」辦理中央政府各機關、公營事業、公立學校之公務車輛、事務設備、電腦設備、文書物品及油料等集中採購事項，以提升機關綠色採購比例，帶動使用的環保產品的風氣，希望各機關能更澈底的執行綠色採購的工作。
- (三) 宣導工作應靜、動兼顧，長期規劃宣導策略與目標，逐年提供

90. 參見行政院環境保護署（2005），環保標章網站資料。

適當的主題，由專業廣告公司來予以包裝，廣告企劃與業務人員亦應加強教育，提供誘因以提昇廠商配合廣告宣導的意願度，才能獲致預期綠色採購指定項目採購率提升效果，而透過環境教育方式加強其深度、廣度，簡述如下：

1. 自 2000 年開始每年在北、中、南、東各區分別舉辦機關綠色採購講習班，並在新進人員、替代役等相關訓練課程中放入此講習，分期辦理綠色採購作業訓練講習班，提升採購人員對環境保護產品之認知，瞭解國內外綠色採購現況及發展趨勢，現場並展示政府與民間企業一起推動綠色消費的成果，較常用的環保標章產品、相關產品型錄、環保標章網站中政府採購項目之使用操作如何選購及綠色採購申報作業等介紹，並安排熟悉產品特性的諮詢人員提供解說，以提高學員對綠色採購的認知與意願。
2. 透過環境教育的學習，將環保標章列入國民小學課程內容、使小朋友由小開始接觸。有利於環保標章印象的加深反映於未來行動中。
3. 重視青年以下族群的環境保護與環保標章觀念的建立，可透過電影片頭製作，網站入口點選、或電子看板方式來鎖定吸引特定年輕族群，使環保標章觀念能向下紮根。
4. 定期進行民意調查，以瞭解民眾對綠色消費的認識度及需求性，作為環保標章推動方案之重要參考依據，不是閉門造車。

張國龍（2005）強調，環保標章是一種訊息的傳達，也是關係所有人的環境「教育」，值得大多數人投入的事情，希望在環境許可下，儘可能提供所有消費者最充足的產品及服務資訊，以滿足大眾知的權利。由於各國政府採購佔其國民生產總值 GDP 之比例，皆居各國採購團體之首位，只要政府機關改變採購模式，納入環境準則，立即會對企業界之供應商產生衝擊，帶動綠色產品之市場。此外，為落實「全民綠色消費」觀念及行動，2006 年下半年試辦「民間企業與團體之綠色採購實施計畫」，預計 2007 年 1 月 1 日正式推動。

四、綠色採購成果之彙整情形

對公部門人員透過不斷的教育，使綠色採購政策漸次落實，由當年度的採購量即知其成效顯著，再透過績效考核制度的建立，使各單位更加重視「綠色採購」政策，無形中透過綠色採購，選擇優良且對環境影響較小的產品直接或間接降低環境的衝擊負荷。應由合適的採購對象著手最重要，規格選擇標準時，應以自動化辦公室用品、文具紙張、衛生清潔用品、照明設備、電器設備，甚至大型用電設施（如節能器、空調系統）為對象⁹¹，列入優先考慮開放之項目，使

91. 參見行政院環境保護署（2005），環保標章網站資料。

環保標章透過綠色採購行為奠定其公信力及普及度，從而帶動綠色產品降低售價，俾利於推動民間綠色消費運動。

行政院現階段施行綠色採購政策即透過共同供應契約制度推動綠色採購並提升採購人員對環境保護產品之認知。截至 2006 年 10 月環境保護署公告環保標章產品規格標準計 94 種，較 2005 年增加飲水供應器、塑膠發泡包裝機、數位相機及小客車等四種標準，此情形表示環保標章產品隨時代需要增加規格標準，詳如附表 4-4 所示：

表 4-4 台灣環保標章產品之規格標準

編號	規格標準	編號	規格標準	編號	規格標準
1	塑膠膠再生品	33	使用可分解塑膠之消費性產品(停用)	66	桌上型個人電腦
2	使用回收紙之辦公室自動化(OA)用紙	34	非石棉之摩擦材料	67	生物可分解潤滑油
3	使用回收紙之衛生用紙	35	堆肥	68	肌膚清潔劑
4	使用回收紙之紙製文具及書寫用紙	36	資源化磚類建材	69	手持式頭髮吹風機
5	使用回收紙之包裝用品	37	修正帶	70	電熱式衣物烘乾機
6	卜特蘭高爐水泥	38	螢光燈啟動器	71	印刷品
7	建築用隔熱材料	39	可置換刷頭之牙刷(停用)	72	電磁爐
8	無汞電池	40	省水龍頭及其器材配件	73	食品包裝用塑膠薄膜
9	使用太陽能電池之產品	41	馬桶水箱用兩段式省水沖水器	74	原生碳粉匣
10	布尿片	42	螢光燈管	75	乾式變壓器
11	水性塗料	43	回收玻璃容器再生品	76	洗衣業
12	回收木材再生品	44	回收再生紡織品及製品	77	資源回收再利用建材
13	使用氟氯碳化合物替代品CFCs之產品(停用)	45	黑白影印機	78	多功能事務機
14	留置式拉環之飲料罐	46	電腦滑鼠	79	行動電話
15	重填物之包裝或容器	47	電腦鍵盤	80	油性塗料
16	一段式省水馬桶(停用)	48	除濕機	81	電風扇
17	電腦主機	49	普通紙傳真機	82	可攜式投影機
18	監視器	50	印表機回收再利用碳粉匣	83	空調系統冰水主機
19	列印機	51	屋外即熱式燃氣熱水器	84	生物可分解塑膠
20	可重複使用之購物袋	52	家用微波爐	85	視訊媒體播放機
21	電動機車	53	洗髮精	86	重複使用之飲料與食品容器
22	省能源精緻型日光燈(CFL)	54	自然循環式太陽能熱水器	87	開飲機
23	洗衣機	55	木製傢俱	88	掃瞄器
24	洗衣清潔劑	56	衛浴廚房清潔劑	89	塑膠類管材
25	洗碗精	57	墨水筆	90	水性油墨
26	無漂白毛巾	58	鉛筆	91	飲水供應機
27	二段式省水馬桶	59	筆記型電腦	92	塑膠發泡包裝材
28	家用電冰箱	60	電視機	93	數位相機
29	家用冷氣機	61	使用農藥資源之產品	94	小客車
30	適用可分解塑膠之農業用資材(停用)	62	地板清潔劑		
31	使用可分解塑膠之包裝材 (本規格將於94年10月24日起廢止)	63	木製玩具		
		64	充電電池		
32	使用可分解塑膠之衛生器材(停用)	65	回收PET服飾紡織品		

資料來源：環境保護署

(一) 各機關應每半年填報綠色採購成果，最簡單做法是「購買有獲頒環保標章的產品」，透過網路系統於每年 8 月及 2 月底前送行政院環境保護署統計彙整。如附表 4-5 所示：

(二) 再由環境保護署將每年各機關綠色採購成果彙整報行政院。

表 4-5 各機關綠色採購成果彙整表

產品種類	項目	總計 (1)=(2)+(4)	採購總金額		非環境 保護 產品 (4)
			環境保護產品 金額 (2)	占總計 百分比(%) (3) = (2) /(1)*100	
總計	計 (a)=(b)+(c)	0	0	0.00%	0
合計	計 (b)=(d)+(e)+(f)+(g)	0	0	0.00%	0
第一類 環境 保護 產品 (環 保 標 章 產 品)	辦公室用文具紙張用品	小計 (d)	0	0.00%	0
	辦公室自動化(OA)用紙			0.00%	
	紙製文具、書寫用紙			0.00%	
	衛生用紙			0.00%	
	辦公室用設備	小計 (e)	0	0.00%	0
	電腦設備(包括個人電腦、主機、監視器、滑鼠、鍵盤、列印機、碳粉匣等)			0.00%	
	黑白影印機			0.00%	
	傳真機			0.00%	
	筆記型電腦			0.00%	
	電器類	小計 (f)	0	0.00%	0
	冰箱			0.00%	
	冷氣機			0.00%	
	洗衣機			0.00%	
	微波爐			0.00%	
	除濕機			0.00%	
	照明設備(省能源精緻型螢光燈(CFL)、螢光燈啟動器、螢光燈管)			0.00%	
	其他	小計 (g)	0	0.00%	0
	二段式省水馬桶			0.00%	
	堆肥			0.00%	
	清潔用品類(包含洗滌精、洗衣清潔劑、洗髮精、地板清潔劑、衛浴廚房清潔劑及肌膚清潔劑等)			0.00%	
水性塗料			0.00%		
回收木材再生品(含木製家具)			0.00%		
其他項產品金額統計		0	0	0	
第二類環境保護產品及第三類環境保護產品	合計 (c)	0	0	0.00%	0
	第二、三類環境保護產品金額統計		0		0

資料來源：環境保護署

五、提供綠色採購資訊並進行績效評核

由行政院環境保護署提供綠色採購指南刊物、專線服務電話、即時網站等資訊，供各單位執行綠色採購作業時之參考⁹²。

推動環保標章及第二類環境保護產品計畫專線服務電話：

0800-026945

本計畫網站，其站址為 <http://greenmark.epa.gov.tw>

推動績效評核及獎勵措施來激勵各機關積極推動綠色採購效率。行政院暨所屬各部會行處局署及台北市、高雄市政府綠色採購之執行績效，由行政院環境保護署邀集行政院祕書處、行政院研考會、行政院公共工程委員會及其他相關機關、學者專家、民間團體等組成「綠色採購績效評核小組」，於年度終了後三個月內，執行績效評核

92. 參見行政院環境保護署(2005)，環保標章網站資料。

作業。近三年各機關推動依績效評核結果，彙整如表 4-6 所示：

表 4-6 機關綠色採購推動結果

項目	2002 年		2003 年		2004 年	
	金額	%	金額	%	金額	%
部會	1,754,136,489 元	60.85	3,626,040,442 元	74.6	3,160,926,367 元	76.6
縣市	880,516,418 元	59.85	1,987,191,097 元	72.3	2,547,380,971 元	82.6
總計	2,634,652,907 元	60.52	5,613,231,539 元	73.8	5,708,307,338 元	79.2

資料來源：環境保護署

報請 行政院公開敘獎有功人員。行政院環境保護署彙集資料就各機關年度綠色採購成果，評選採購績效卓著之單位及個人，專案報請 行政院鑒核並公開敘獎，來激勵各機關主管及承辦人為改善環境品質所作的努力；執行不利將公布機關名稱，胡蘿蔔與棒子俱全。

六、環保標章的環保效益

環保標章宣導與推廣的結果，有益於環境生活品質的改善。環保標章推廣已有 14 年多，使用環保標章回收紙類用品之效益是減少砍伐樹木、減緩土石流的產生、淨化空氣美化環境、有益於物種多樣化等；使用環保標章清潔劑之效益是生物分解度 90%以上、不含磷、螢光劑、EDTA、NTA、APEO、磷酸鹽、過硼酸鹽、含氯漂白劑、甲醛、不合格色素、三氯乙烯，避免環境荷爾蒙污染水源；又使用環保標章洗衣機之效益是節省用水、減少 CO₂ 排放等推動環保標章之環境效益整理⁹³如附表 4-7 所示：

表 4-7 推動環保標章之環境效益

類別	項目	數量	環境效益
回收紙類用品	辦公室用紙	7,669,839 噸	十年共減少砍伐樹木 9,100,000 棵 註：1. 每噸原生紙約須消耗 20 棵十年之樹木。 2. 每公頃約 2000-4000 棵苗木。
	衛生紙	11,617,85 噸	
	文具書寫紙	4,954,406 噸	
	包裝用紙	173,829,008 噸	
木材再生品	木材再生品	275,850 噸	
電器類	電冰箱	484,861 台	每年節省電力 1 億 7 千萬度，可減少 96,602 噸 CO ₂ 排放，相當於 2168 萬棵大樹的吸收量。 節省 19 萬噸用水。
	冷氣機	351,956 台	
	洗衣機	171,961 台	
馬桶	省水馬桶	2,017,598 台	每年共節省 4,418 萬噸用水（相當於 3 座明德水庫之蓄水量）

資料來源：環境保護署

93. 參見行政院環境保護署（2005），環保標章網站資料。

七、環保標章計畫預算經費

環保標章計畫不斷增長，預算經費反而日益減少。台灣推動環保標章制度自 1993 年迄今已 14 年，環保標章為專用商標，其使用權屬於環境保護署所有，而規格標準之研擬、產品初審、公私部門與民眾宣導推廣及國際合作等工作不斷增長，需要經費龐大係由政府每年編列公務經費支應，並以公開招標方式委託民間團體辦理前述業務⁹⁴。另設置「環保標章審議委員會」做為規格標準審議、管理監督、制度研究等之決策單位。

環保標章未來發展的方向移轉民間辦理。推動環保標章政策，未來發展的方向應由專業公關且熟悉環境教育的民間組織來策劃推動，利用專業行銷之手段與思維，協助政府提升推廣效果。惟環境保護政策、理念宣導推廣經費十分龐大，必須有政府經費充分配合，「分階段、分對象」的原則實施，並結合企業的廣告共同來推動，方能事半功倍。唯近年來國家整體預算緊縮，在排擠效應下，環保標章計畫未因規格標準審議、管理監督、制度研究、推廣業務量、標章種類日增而相對增長預算經費反而日益減少如附表 4-8 所示，另在政府「去任務化」之政策下，非法令保留者將業務移轉民間辦理，來減輕政府之負擔已成為大勢所趨。

表 4-8 環保標章計畫經費

單位：萬元

年度	1992	1993	1994	1995	1996	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
經費	180	340	450	760	1,010	1,390	830	420	850	1,085	980	1,010

資料來源：環境保護署

八、環保標章產品衍生的問題

近代以「供給拉動需求」的經濟模式，為推動需求不斷的上升，必需大量生產標準化且便宜的產品，並透過不停的促銷強化人類的物質享受慾望，物品用過即丟、過期則換，進而催化所謂「流行」或「時尚趨勢」爰產生許多環保問題。為配合資源永續利用之環保風潮，亟需鼓勵綠色消費與綠色生產，降低天然資源、毒性物質之使用與污染物排放，目的在不影響後代子孫權益的一種消費模式。但是使用環保標章產品時常見某些項目不如傳統產品好用、價格偏高等問題，舉清潔劑為例：現代商品多採用石化原料製造成本較低但具毒性；而環保產品多採用天然原料如椰子油、蘆薈、海鹽等製作，對人體沒有負擔。有關環保商品所衍生的問題亟待克服改善如下表 4-9 所示：

94. 參見周國鼎（2003），「環保標章制度移轉民間辦理制度研習出國報告書」。

表4-9 常見使用環保標章產品衍生問題

項目	常見問題	解決方法
再生紙	易夾紙、偏黃色、雜質多	1. 使用80磅以上用紙 2. 使用適當影印機或加以調整
印表機回收再利用碳粉匣	1. 漏碳粉 3. 損傷列印機 2. 列印不均	1. 生產廠商加強品管品保 2. 保證售後服務 3. 列印機維修
清潔劑	價格較高	環境效能及安全度相對亦高，蘋果與橘子無法相比
電池	效能較差	1. 原料性能不同故效能差 2. 將輔導其他大廠申請
電器產品	價位較高 種類較少	
其他		

資料來源：環境保護署

綠色商品在通路方面是弱勢。徐谷楨（2003）認為台灣生產綠色商品的中小企業時常懷有「時不我予」的感歎，內銷出品只占全國16%，大部分營運必須靠著販賣非環保商品來維持，綠色商品在通路方面是弱勢，廠商只能靠直銷來賺取有限利潤，政府應該協助企業開拓行銷通路，建立大賣場的專櫃以及爭取上架費的優惠，來提升綠色商品的能見度，消費者也不至於想買卻買不到⁹⁵。

綠色消費，地球就會更有希望。有人以綠色鈔票或選票來形容綠色消費，當你支付或蓋章愈多時，地球就會更有希望，但是多數消費者是被動的、消極的，而且是現實的，身為環保急先鋒的社團企業和政府，發起運動或推廣教育，套句廣告用語「這是一定要的啦」！

九、台灣綠色消費政策 SWOT 分析

依本節所探討台灣綠色消費政策在此作 SWOT 分析，如表 4-10 所示：

表 4-10 台灣綠色消費政策 SWOT 分析

優勢 Strength	劣勢 Weakness
1. 全民環保意識業已建立並逐漸提高認同 2. 投入環保科技發展人員增加，素質提高 3. 政府綠色採購成效展現，市場逐漸擴大 4. 環保法令建制逐漸健全，有利推動執行 5. 電腦設備、網路普及，易於推展政策 6. 積極參予國際環保組織活動	1. 台灣經濟發展遲緩，環保經費投入不足 2. 民眾有環保意識，無環保行動 3. 環保產品性能、品質尚無法得到全民認同 4. 環保產品種類、價格與市場尚有待開發 5. 自然生態環境不斷被破壞，趕不及維護 6. 自然原料成本高，政府未予稅賦抵免優惠
機會 Opportunity	威脅 Threat
1. 京都議定書正式生效，減少 CO ₂ 排放 2. 環保主管機關重視推動綠色消費政策 3. 國際貿易對環保規格要求愈來愈高 4. 環保科技發展日益成熟 5. 北京綠色奧運建設為台商其帶來的商機	1. 環保規格日益嚴格，生產能力有待提昇 2. 民眾生活習慣改善不易 3. 經濟不景氣影響購買意願 4. 工商業發展所衍生環境污染更加嚴重 5. 金磚四國及鄰國不斷加入市場的競爭

資料來源：自行整理

95. 參見徐谷楨（2003），「綠色消費 擋不住的趨勢 友善地球 另類採購」。

第 4.4 節 中國綠色消費政策的概況

本節係依據中國環境保護總局資料介紹中國綠色消費政策的概況，並在最後第 4.5 節以 SWOT 表作檢討分析。

一、推動綠色採購政策的理念

現行環境保護傳統的手段不足以解決日益嚴重的環境問題。中國 90 年代初期，其經濟的快速發展卻帶給原本短缺自然資源的國家帶來巨大的壓力，原本可自立自足的環境，變成一個輸出輸入的大國，工商業的發展結果，產生龐大、眾多的商品，其衍生出來的不要的副產物，同時對脆弱的環境產生威脅。政府越來越注意到環境保護傳統的手段，管末處理已不足以解決日益繁雜的環境問題，亟須解決可持續消費的問題。胡鞍鋼（2005）表示，**開放與發展極不平衡、知識技術資源等項目的缺乏**，制約國際競爭力的形成，造成中國極大威脅，亟需做出重要調整包括實施人力資源發展戰略、知識發展戰略、綠色發展戰略和經濟全球化戰略等。

解振華推出「環境標誌認證計畫」來改善民眾的生活方式。解振華（1992 年）提出「環境標誌認證計畫」著眼於環境管理的新策略，採行強制性的法律、法規為一種手段，導向性於商品推薦與認證為手段⁹⁶。人們購買商品，只是購買使用價值，不關心消費過程中的環境影響。而貼在商品上的「環境標誌」顯示產品是經過國家推薦與認證，代表其是質量優、環境行為優的雙優產品，透過民眾的消費選擇，使民眾對環境保護的支持和貢獻與自身生活消費聯繫，有利於人類生存環境的改善與生活質量的提升。

二、中國環境標誌政策的法令依據

萬份調查問卷顯示消費者看重自身的健康與環保特性。根據國家環保總局的萬份調查問卷顯示⁹⁷：人們為了保障自身健康，對周邊的環境要求越來越高，有 35% 的消費者看重產品的健康、環保特性，其中 69% 的人是為環保特性關係自己和家人的健康，有 21% 的人認識到產品的環保特性關係到周遭環境和地球的生態環境。59% 的人表示，如果明確知道某種產品確實具有環境優勢，願意為此多付 10% 的錢，由此可發現民眾關心周遭環境和地球的生態環境。

中國已具備推廣政府綠色採購的市場條件。由國家環保總局推動的「環境標誌計畫」於 1993 年成立。1994 年 5 月 17 日，環境標誌

96. 參見國家環境保護總局（2005），環境標誌網站資料。

97. 參見尹改（2004），「中國環境標誌發展狀況」。

計畫的管理機構“環境標誌產品認證委員會”正式成立，同年5月30日環境保護總局批准並頒佈“首批7類環境標誌產品技術要求”及認證技術要求。對於生產者課以維護生態環境的責任，約束認證企業建立ISO 9000、ISO 14000和產品認證一體的保障體系。對其實施嚴格的年檢制度，確保認證產品持續達到標準，保護消費者利益，維護環境標誌認證的威權性和公正性。

中環聯合認證中心承擔起環境認證領域體系與產品、認證工作與環保政策的責任。2003年1月，國家環境保護總局整合認證資源，形成貫徹生命週期評價理念，成立一個新的認證平台「中環聯合（北京）認證中心有限公司(CEC)」，簡稱中環公司，該公司是整合環境標誌、有機食品、環境管理、質量管理和安全健康體系等領域認證資源，實施產品與體系一體化認證的管理機構。承擔起環境認證領域體系與促進企業發展結合的新任務。國家環境保護總局僅對環境標誌計畫進行監督指導，而將運作交由中環公司負責，使得擬訂政策與執行行政策單位分開，各司其職責任分明，球員不得兼任裁判，如此才能將環境保護政策與執行走向成熟的階段。

經貿與環保兩個不同體系並呈現互相競爭態勢。中標認證中心推動「環保產品認證計畫」，由原來國家經濟貿易委員會辦理節能節水標章計畫於1998年成立之中標認證中心(CSC)，亦已擴展推動「環保產品認證計畫」標章。中標認證中心(CSC)和中環公司(CEC)代表經貿與環保兩個不同體系並呈現互相競爭態勢之環保標章計畫，皆對綠色產品提供驗證服務，並對合格產品頒發標章使用資格，環保產品認證標章如上圖所示：



節能/節水產品之政府綠色採購規定 2004 年出爐。節能/節水產品之政府綠色採購規定以及能源法、清潔生產法、水法等系列法規政策的實施，加快中國建設資源節約型社會的步伐。中國 2004 年 4 月所發出政務院 30 號文件是政府實施綠色採購規定⁹⁸，「國務院辦公廳關於開展資源節約活動的通知」（國辦發[2004]30 號）之規定：

「從 2004 年到 2006 年連續三年在全國範圍內開展資源節約活動，要求各級政府全面推進能源、原材料等資源節約和綜合利用工作；擴大節能節水產品認證範圍，把好市場準入關；將節能、節水產品納入政府採買目錄，研究制定優惠政策，鼓勵生產、銷售和使用節能、節水產品（器具）；使萬元國內生產總值能耗下降 5%，萬元國內生產總值取水量下降 10%，水的重複利用率提升 5 個百分點。」

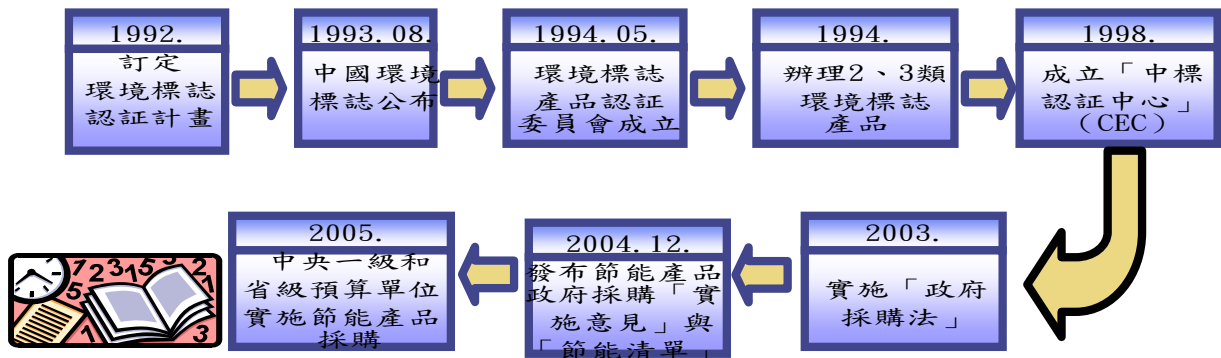
98. 參見國家發展和改革委員會（2004），「國家發展改革委關於印發節能中長期專項規劃的通知」。

2004年12月公布**節能產品政府採購清單**。為加快中國建設資源節約型社會的步伐，以獲致政府機構優先推動節能/節水工作、降低政府機構能源費用開支、促進節能技術進步、擴大節能產品市場等項效果，由財政部、國家發展和改革委員會，依據「中華人民共和國節約能源法」和「中華人民共和國政府採購法」之規定，於2004年12月發佈「**節能產品政府採購實施意見**」(財庫(2004)185號)，與首批「**節能產品政府採購清單**」皆是政府綠色採購規定，作為推動綠色採購運動之依據。

政府優先採購通過驗證之節能產品。在「**節能產品政府採購實施意見**」中，要求各級國家機關、事業單位和團體組織，在使用財政性資金進行採購時，在技術、服務等指標同等條件下，應優先採購「**實施意見**」中公佈的節能產品，逐步淘汰高能耗產品。這些節能產品，應通過驗證以取得使用**節能標誌**資格⁹⁹，否則該項經費不予補助，並作為日後查核是否正確執行的憑據。中國**節能標誌**如右圖所示：



亟須建立完善的「**政府綠色採購法律制度**」。2003年中國所頒布「**政府採購法**」第九條中，規定「**政府採購應當優先採購高科技和環境保護產品，促進環保企業的發展，保證經濟的可持續發展**」。這是推動政府綠色採購制度的原則性規定。在2005年6月底由中國國家環保總局於北京市舉辦的「**政府綠色採購國際研討會**」中，包括來自國家環保總局、國家發改委、財政部、商務部、國務院機關事務管理局等部門，與會專家代表們的結論，是儘速建立完善的「**政府綠色採購法律制度**」，乃是中國推行政府綠色採購與綠化政府消費行為的具體措施。使得政府與民間推動綠色採購有明確的執行規定，來加速改善整體環境品質。有關中國環境標誌推動歷程，簡略整理如附圖4-13所示：



資料來源：自行整理

圖 4-13 中國環境標誌推動歷程

99. 參見國家環境保護總局(2005)，環境標誌網站資料。

三、「中國環境標誌」簡介

認識「環境標誌」制度才能知行合一，共同保護人類生存環境。國家環境保護總局在 1993 年 8 月 25 日正式公佈「中國環境標誌」圖騰¹⁰⁰。「環境標誌」是一種產品的證明性商標，表明該產品是經過國家級標準檢驗，不僅質量合格，而且在生產、使用和處理處置過程中符合環境保護要求，與同類產品相比，具有低毒少害、節約資源等環境優勢。標誌圖形由「中心的青山、綠水、太陽及周遭的十個環」組成。圖形的中心架構青山綠水和太陽表示人類賴以生存的環境，外圍的十個環緊密結合、環環緊扣，表示民眾參與、共同保護環境；同時圓環的“環”字和“環境”的“環”字相同，其寓意為“全民聯繫起來，共同保護人類賴以生存的環境”別具意義存在。中國環境標誌如右圖 4-14 所示：



圖 4-14 中國環境標誌

採用 ISO 14020 標準作為「環境標誌」產品的規範。為了規範全球環境標誌工作¹⁰¹，ISO 頒佈一系列有關環境標誌的標準，其中 ISO 14020 標準規定各國發展環境標誌計畫必須遵從的自願、公開、科學、公正和防止貿易壁壘等 9 條基本原則，來滿足民眾對物質和文化生活的消費需要，其規定如下：

ISO 14024 標準按生命週期要求對企業產品和服務週期進行認證的基本要求，稱為 I 型環境標誌；

ISO 14021 標準規定從生產到處置過程，產品原料和過程控制及廢棄物處置利用的 12 條自我環境聲明，稱為 II 型環境標誌；

ISO 14025 標準規定量化的環境訊息聲明，稱為 III 型環境標誌。

綜觀 ISO 14000 系列標準是世界性標準組織，為規範企業和社會團體等所有組織的環境行為，分別從組織管理和產品兩方面入手，構築 ISO 14000 系列標準的兩大核心，既對組織環境管理推行環境管理體系（ISO 14001）和對產品實施環境標誌（ISO 14020）制度的雙綠色戰略，從組織的管理上、產品的研製開發上全方位，最大限度的減少人類活動所造成的環境污染，從而達到節約資源、改善環境質量的目的。由國家環保總局推動並於 1993 年成立的「中國環境標誌計畫」，對組織環境管理推行環境管理體系（ISO 14001）和對產品實

100. 參見國家環境保護總局（2005），環境標誌網站資料。

101. 參見國家環境保護總局（2004），「環境標誌知識問答」。

施環境標誌（ISO 14020）制度，迄 2004 年已頒布 56 個產品項目之規格標準¹⁰²，有 1,000 多家企業的 18,000 多種產品獲得驗證通過，產值已達到 700 億人民幣，對環境品質有所助益。

四、環境標誌計畫的實施程式

環境標誌計畫是一個符合 ISO 14020 和 ISO 14024 標準要求¹⁰³，結合中國實際經濟、社會和環境現狀，以自願為原則的第三方認證制度。環境標誌的實施分為兩階段來進行，說明如下：

第一階段是環境標誌產品類別的確定及其相應產品標準的制訂；

- 1、組建「環境標誌評審委員會」根據蒐集到的企業及其他社會團體的建議保證能為消費者提供準確可比的訊息，初步篩選出可開展環境標誌的產品類別和目錄。確定產品的環境行為和價格等的影響。例如回收紙製品作為重要的產品種類。
- 2、組建「環境標誌技術委員會」審查環境標誌產品標準，委員會對有關團體提出的標誌產品標準進行技術審查，或推薦採用國外有關的環境標誌標準。例如辦公用品類標準（印表機、傳真機、電腦、影印紙等）、生態紡織品標準等。
- 3、公佈環境標誌產品類別、產品目錄及其相應的環境行為評價標準。由國家行政部門透過報紙、電台、電視等形式公佈技術審查結果，以便於中外企業申請環境標誌創造商機。

第二階段是環境標誌產品的評審和環境標誌證書的發放：

- 1、符合申請認證條件的中外企業向指定的認證機構提交書面資料。
- 2、環境標誌計畫執行機構對提出申請的企業，對其生產管理質量體系和環境管理、監測系統進行檢查，並對企業申請的標誌產品進行現場抽樣。
- 3、樣品由國家確認的檢驗機構進行檢驗，檢驗結果陳報評審機構。該機構根據檢查和檢驗結果進行審查，對審查合格的批准後，才頒發環境標誌證書，並准許其使用環境標誌。
- 4、根據環境標誌產品特性，評審機構定期對持有環境標誌證書的企業實施監督檢查，以維護其公信力。

102. 參見國家環境保護總局（2005），環境標誌網站資料。

103. 參見國家環境保護總局（2004），「環境標誌在全球範圍的作用」。

五、推廣綠色消費與國際交流合作

中國發布首部環境綠皮書。中國首部環境綠皮書¹⁰⁴認為，中國目前的環境污染和生態惡化呈積重難返之勢，雖然 2005 年初，國家環保總局揭開環評風暴的序幕，加大環境保護的力度，但 2005 年歲末所暴發的松花江畔 100 噸苯-毒化物外洩特大環保污染事件，引起世界各國的矚目，以悲劇的模式凸顯出為追求經濟高速發展中的中國，面臨嚴峻的環境現實及處理環境污染公害的能力不足。2006 年的環境危機仍在繼續加劇，中國的環境保護正處在十字路口，污染已經不斷呈現出“複合型、壓縮型”的特點，歐美國家在工業化中後期出現的污染公害已在中國普遍出現，整個中國已沒有繼續支持目前經濟增長模式的環境容量。

政府對社會推展綠色消費和示範的作用。胡錦濤（2005）指出政府綠色採買因具有消費規模大和市場帶動作用明顯等特點，成為引領綠色消費的重要手段，是建立可持續消費模式的突破口。進行政府綠色採買，就是透過政府龐大的採買力量，優先購買對環境影響較少的環境標誌產品，促進企業環境行為的改善，推展國家循環經濟戰略及其具體措施的落實，真正落實科學發展觀，同時對社會綠色消費運動產生巨大的推展和示範作用，這是政府重要的職責。

加強與 GEN、GED 等國際環境標誌組織的交流與合作。地球環境需要全人類共同維護，推動綠色消費運動自然與國際潮流契合，環境標誌受到國際互認已是大勢所趨¹⁰⁵。2005 年初，中國已日本、韓國、澳洲分別簽署環境標誌互認協議，並參與美國、加拿大、德國等 20 多個國家的環境標誌機構組成「I 型環境標誌」的全球環境標誌網（Global Ecolabelling Network）GEN 組織，另加入瑞典、加拿大、丹麥等 6 個國家的環境標誌機構，組成 III 型環境標誌的全球環境產品聲明網（GED）加強交流與合作，吸收別人的經驗與長處，進行環境保護之重責大任。

環境標誌與國際標準全面接軌。為了促進對外經貿發展，中國環境標誌計畫一方面加強與 GEN、GED 等國際環境標誌組織的交流與合作，探索國際互認的途徑；另一方面積極開拓 II、III 型環境標誌工作，與國際標準全面接軌。使環境標誌認證的模式、程式等均與國際通行做法相一致，並與其他國家的認證組織廣泛接觸，加強交流環境經驗與合作，建立聯繫管道“綠色通行證”已在國際貿易中開始發揮它的重要作用，以提升環保產品之品質。

104. 參見環境國家保護總局（2005），環境綠皮書《2005 年：中國的環境危局與突圍》。

105. 參見國家環境保護總局（2004），「環境標誌在全球範圍的作用」。

第 4.5 節 中國環境標誌政策執行情形

本節係依據中國環境保護總局資料介紹中國綠色消費政策之執行情形，並在最後以 SWOT 表作檢討分析。

一、環境標誌計畫實施成效

電動單車不符合國家規定的技術與安全標準。中國環境綠皮書（2006）指出，2004 年全國產銷量大約 750 萬輛，是世界電動機車產量最多的國家占世界總產量的 3/4。電動機車禁行的理由：安全隱憂和環保問題。機車在實際使用中，經常超過國家規定的限速，並可能佔用機動車道或行人穿越道；採用的蓄電池，使用半年到一年時間就需更新，電池生產和回收不當會造成嚴重鉛污染；市面上檢測到很多電動單車不符合國家規定的技術與安全標準，且一些廠家的銷售配套服務不完備，影響電動單車的行業聲譽。

中國已具備推廣綠色採購政策的市場條件。電動單車業和小排氣量汽車行業都是對國民經濟具有拉動效應的行業，能帶動一批產業的發展。亟待推動有效的電動單車技術規範和行業規範，對企業進行清理整頓，只允許符合標準的企業和產品進行銷售活動，完善行業配套服務的規定，加強售後服務監管，重視維護消費者利益。同時須對電池回收等關聯問題進行有效規劃。就實施政府綠色採購的相關配合市場狀況來看，已具備推廣政府綠色採購的完備市場條件，包括環境標誌計畫的廣泛實施與獲得環保驗證產品之生產，提高電動單車的行業聲譽，均可用來改善環境品質。

中標認證中心產品認證工作已取得顯著的成績。環保總局和中標認證中心在節能、節水、環保產品認證工作中取得顯著的成績¹⁰⁶，相繼開展 150 多種類型的產品認證，包括家電、照明、生活用水器具、家居等眾多領域，總計有 400 餘家企業產品獲得節能、節水、環保產品認證，產品符合高標準要求，經過嚴格的檢測，實現節約資源和保護環境的目的，成為全社會倡導節能、節水、環保生活的重要力量，肩負起建設節約、循環性社會的重要使命。

二、中國環境標誌產品認證範圍

環境標誌標準與 GEN、ISO 和 WTO 國際化準則保持一致。環保總局環境標誌計畫正透過修訂的標準與 GEN、ISO 和 WTO 的原則保持一致，探索和實現環境標誌的雙邊或多邊互認，以國際化準則出發，研究工藝與生產方法的應用，促進環境標誌在國際互認的順利發展。並保證產品之性能、引導綠色消費、發展綠色經濟、促進環境與經濟的

106. 參見國家環境保護總局（2005），環境標誌網站資料。

協調發展以保證民眾健康、改善環境質量為中心，重點擴展與老百姓消費最為密切的衣、食、住、行、用五個領域，不斷推出與國際接軌的新標準，與國家環境戰略配套的新舉措，促進綠色產業、綠色經濟的發展，逐步成為消費和貿易的綠色通行證。

據調查所有獲得環境標誌的產品，都有市場佔有率的增加情況，最低為5%，增加70%以上的企業達30%以上，取得環境與經濟雙贏的效益。迄2004年中國環境標誌產品認證之範圍，詳如附表4-10所示：

表 4-10 中國環境標誌產品認證之範圍（迄2004年止計有56種）

序號	中文名稱	序號	中文名稱	序號	中文名稱
1	家用製冷器具	20	無石棉建築製品	39	低污染型輕型汽車
2	無鉛車用汽油	21	替代鹵代烷消焰器	40	飛碟靶
3	再生紙製品	22	粘合劑	41	光動能手錶
4	無汞鎘鉛充電電池	23	磷石膏建材產品	42	無煙盤式蚊香
5	洗滌劑	24	生態紡織品	43	水性塗料
6	無汞乾電池	25	非鋁質壓力炊具	44	金屬焊割氣
7	防虫蛀毛紡織品	26	安全型防虫蛀劑	45	塑膠門窗
8	包裝製品	27	低輻射彩色電視	46	微型計算機、顯示器
9	軟飲料類	28	磁電式防垢水處理器	47	衛生陶瓷
10	節能螢光燈	29	人造板及其製品	48	建築砌塊
11	節能低汞雙端螢光燈管	30	低污染型機車	49	乾式電力變壓器
12	節能電子整流器	31	建築用塑膠管材	50	家具
13	兒童玩具	32	靜電複印機	51	壁紙
14	低噪聲洗衣機	33	消耗臭氧層物質（ODS）替代產品	52	與食物接觸的陶瓷、微晶玻璃和玻璃餐具製品
15	節能、低噪聲房間空調	34	無CFCs泡沫塑膠	53	鞋類
16	節能、低排放燃氣灶具	35	氣霧劑	54	輕質牆體板材
17	衛生殺虫氣霧劑	36	再生塑膠製品	55	印表機、傳真機和多功能一體機
18	無氟氯化碳工商用製冷設備	37	一次性餐飲具	56	空氣衛生香
19	家用微波爐	38	包裝用纖維乾燥劑	57	

資料來源：中國環境保護總局資料

三、政府出資兩千億元經費以引導市場

由政府出資引導市場，使用節能標誌資格，逐步淘汰高能耗產品。採購節能、節水、環保產品是促進生產企業與消費者實現雙贏的策略，政府節能採買是節約能源、減少公共財政支出、引導節能技術發展、繁榮節能產品市場的重要政策，是政府調控經濟營運的一種工具。政務院為貫徹落實採購節能、節水、環保產品於2004年12月政

務院辦公廳 30 號文通令各級國家機關，發揮政府機構節能（含節水）的表率作用，財政廳和國家發展改革委員會及聯合發布「節能產品政府採買實施意見」（財庫〔2004〕185 號，以下簡稱「實施意見」），並公佈「節能產品政府採買清單」，要求各級國家機關、事業單位和團體組織使用財政性資金 2,000 億元時，應當優先採買節能清單所列的節能產品。

未按規定採買節能產品者，財政廳可以拒付採買資金。財政廳要求前述單位未按上述要求採買節能產品的，有關部門要按照有關法律、法規和規章予以處理，財政廳可以拒付採買資金，以避免貪瀆行為發生。其措施在使用財政性資金進行採購時，在技術、服務等指標同等條件下，應優先採購「實施意見」中公佈的節能產品，逐步淘汰高能耗產品，取得環境與經濟雙贏效益。

四、政府採購在實施時程上規定

政府採購分階段實施，逐步擴大到全國。財政廳和國家發展改革委員會規定節能產品之政府採購工作將分階段實施逐步擴大到全國¹⁰⁷。進度上，2005 年首先在中央一級預算單位和省級（含計畫單列市）預算單位實行；2006 年擴大到中央二級預算單位和地方縣市一級預算單位實行；2007 年起全面實行。在實施中，各級政府和預算單位可根據實際情況，提前執行。

在「節能清單」中規定節能產品範圍及相關資訊。在首批公布的「節能清單」中涵蓋空調機、冰箱、螢光燈、電視機、電腦、印表機、便器、水龍頭等共計 8 類產品、84 家企業生產的近 1,500 個型號的節能/節水產品。這項清單之涵蓋範圍，並將隨著國家節能、節水產品認證工作的進行而逐步擴大，即時進行調整和更新。

相關節能產品之資訊，將透過網站如下

中國政府採購網（<http://www.ccgp.gov.cn/>）、
中國環境資源資訊網（<http://www.cern.gov.cn/>）、
中國節能節水認證網（<http://www.cecp.org.cn/>）等網站，來作為公告資訊之媒體，以便即時提供相關資訊。

五、綠色採購之實施成果

由於前項綠色採購規定之公佈時間 2004 年 12 月底發佈距離現在尚未一年，綠色採購實施時程上，2005 年首先在中央一級和省級單實行，2006 年擴大到中央二級和地市一級單位實行；2007 年起全面實行。加上其中並未含有績效彙報、監督及賞罰之規定，因此預期該項綠色採購規定實施一段時間後，才能獲得初步實際績效數據。

107. 參見國家環境保護總局（2005），環境標誌網站資料。

實施前進行相關人員進行培訓。在技術、服務等指標同等條件下，應優先採購「實施意見」中僅規定：「採購人或其委託的採購代理機構未按「實施意見」之要求採購時，有關部門要按照有關法律、法規和規章予以處理，財政部門視情況可以拒付採購資金」。實施前未進行相關人員培訓，顯示其配套法令尚不足應儘速完成立法。

實施採購時應有配套法令。中國政府之採購主管機關在執行時，首先做出各種政策宣示，將大力宣傳節能產品及傳統產品如何轉型，對有關部門和生產企業的相關人員進行培訓，以提升其工作職能，使其瞭解節能產品政府採購與申報的有關作業規定、規格標準和實施程序，以確保節能產品政府採購工作的順利進行。

六、國際環境標誌產品博覽會

中國國際環境標誌產品博覽會(CIELPE 2005)是規模最大、參展範圍最廣。本次博覽會是網羅環境標誌產品、綠色產品、環境友好產品等國家級的國際博覽會，每兩年舉辦一次¹⁰⁸。今2005年係“第二屆中國節能、節水、環保科技新產品博覽會”，廣泛展示中國經濟發展和北京綠色奧運建設為全球帶來的商機，搭建環保綠色產業、消費者和環保服務行業與國際相關產業交流與合作的舞台。

七、中國綠色消費政策 SWOT 分析

由於中國尚屬計畫性經濟體制，民族意識較強且市場廣大，只要執政當局指示國家環保總局權威性地建立環境管理認證、驗證及輔導體系，推動環境標誌政策於政府民間企業民眾自有其可行性。依本節所探討中國綠色消費政策在此作 SWOT 分析，如表 4-12 所示：

表 4-12 中國綠色消費政策 SWOT 分析

優勢 Strength	劣勢 Weakness
1. 民族意識強、全民環保意識逐漸提高 2. 市場廣大、投入環保科技發展人員增加 3. 經濟發展快速，環保經費投入增加 4. 政府綠色採購成效展現，市場逐漸擴大 5. 國際間政治、經濟、外交、科技地位提升	1. 地廣人稠、各地發展利益取向不同 2. 民眾有環保意識，無環保行動 3. 環保產品性能尚無法得到全民認同 4. 環保產品市場尚有待開發 5. 地處偏遠地區，民眾教育水準尚有待提升
機會 Opportunity	威脅 Threat
1. 京都議定書正式生效，CO ₂ 減量刻不容緩 2. 環保主管機關重視推動本政策 3. 國際貿易對環保規格要求愈來愈高 4. 計畫性經濟政策，寬編預算支應政策推動 5. 北京綠色奧運建設為其帶來的商機	1. 環保規格日益嚴格，生產能力有待提昇 2. 民眾生活習慣改善不易，尚無環境倫理 3. 居民缺乏共識，購買意願待努力 4. 世界工廠所衍生環境污染更加嚴重 5. 金磚四國及鄰國不斷加入市場的競爭

資料來源：自行整理

108. 參見中標認證中心(2005),「第二屆中國節能、節水、環保科技新產品博覽會與政府機構節能採買研討會」。

第 4.6 節 本章小結

消費行為是現代人必有的活動，強調包裝精美或用完即丟棄的產品行銷訴求使得消費結果形成資源損耗、污染物排放及廢棄物增加。海峽兩岸政府不約而同建立環保標章（環境標誌）制度來推動綠色消費運動，雖兩岸同屬一個中國，但兩岸分屬之地理環境不同、社會人文發展趨異、政治法律規定自然迥異，衍生所使用之環保標章（環境標誌）產品不盡相同，執行策略步驟也不一致。但為提升民眾之環保意識，改變其消費型態是相同的，整理如附表 4-13 所示：

表 4-13 兩岸政府推動綠色消費政策之差異分析

地區 項目內容	台灣	中國
依據	1992 年「環保標章推動使用作業要點」，建立環保標章制度。2002 年 7 月「資源回收再利用法」施行，法令完備。	1993 年成立「中國環境標誌計畫」，另設有中標認證中心的計畫，造成環保與經貿單位彼此相互競爭。
主管機關	行政院環境保護署	國家環境保護總局
環保標章理念	一片綠色樹葉包裹著純淨、不受污染的地球，具有「可回收、低污染、省資源」的環保理念。	由中心的青山、綠水、太陽及周遭的十個環組成，表示民眾參與，共同保護環境。
措施	促使各機關重視與執行綠色採購，迅速的擴大環境保護產品市場規模的成長，並逐步推動民間企業綠色消費。	使用財政性資金進行優先採購之節能產品，鼓勵民間企業生產與消費，進行綠色發展戰略。
策略	透過政府龐大的採購力量，優先購買對環境衝擊較少的綠色產品，一方面可直接獲得環保效益並鼓勵廠商生產可回收、低污染、省資源等產品，另一方面以示範方式，帶動綠色消費模式，達到教育一般消費者的目的。	推動環境標誌產品著眼於環境管理的新手段，採行強制性的法律、法規為一種手段，透過政府龐大的採購力量，導向性於推薦與認證為手段，對社會綠色消費做到巨大的推展和示範作用，逐步淘汰高耗能、重污染的產品。
綠色採購法規	依據「政府採購法」、「資源回收再利用法」、共同供應契約及年度綠色採購彙報方式來執行綠色採購的法源。	「政府採購法」第九條作原則性規定、另有財政廳和國家發展改革委員會規定。

資料來源：自行整理

在 21 世紀環保潮流中，兩岸政府推動環保標章、環境標誌制度，推動永續發展是必然的趨勢，綠色消費與綠色生產是實現「環境保護與經濟發展相輔相成」理想之最佳途徑，並宣示環保行動的決心。

本章以上所述皆係在探討政府部門綠色消費政策及執行情形成效斐然，如何將綠色消費運動（環保標章）推動到民間以獲致更大成績是下一章所要處理。