

## 第六章 結論與建議

### 第 6.1 節 結論

本節是綜合前述各章節之討論及專家訪談的資料來呼應本文之研究目的，即研究兩岸綠色消費政策及執行情形作比較研究，藉以提升台灣的環保意識並改善環境品質之研究目的有三，本文結論如下：

**第一、探討現今國際環保發展的趨勢及綠色產品的性質，及兩岸環境生態現況之區別。**

1. **預防性管理策略。**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，發展成朝向積極性的清潔生產、零廢棄、循環再利用、替代石油能源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。

2. **可回收、低污染、省資源。**體認國際環保發展的趨勢，政府積極推廣綠色消費，推動環保標章制度。鼓勵廠商生產「可回收、低污染、省資源」之環保產品，並大力倡導消費者愛用環保標章之產品，為消費市場注入一股清流，對環境友善的政策皆值得推廣。

3. **台灣民衆環保意識已經建立。**台灣地狹人稠自 60 年代開始發展現代化工業，消耗大量能源及原料，經濟活動急遽擴張及富裕生活型態所衍生大量廢棄物現象，促使污染負荷超越環境涵容及復原能力。消費型態會影響產業、產品的發展、環境污染及資源耗費問題，80 年代開始民衆對環保意識逐漸建立，推展環保工作確保地球環境。

4. **中國是全球最大的污染源。**中國地廣人稠自 80 年代開始改革開放，以摸着石頭過河、試點方式逐步發展現代化工業及粗放型經濟發展模式。現今是公認世界工場，每日耗水量世界第一，污水排放量世界第一，能源消費和二氧化碳排放量世界第二，成為全球最大的污染源。帶來能源的巨大消耗，轉而生態嚴重之破壞與環境污染的鏈式效應。政府與民眾必須共識，愈慢治理環境，未來付出代價就愈高。

**第二、研究兩岸如何推動綠色消費政策、執行情形及對環境之影響。**

1. **台灣採行共同供應契約方式。**台灣依據政府採購法對環保標章產品由中央信託局採共同供應契約方式集中招標統一議價，以量制價供各機關依業務需要上網採購，省時省力並符合綠色消費規定。

2. **台灣採購標章產品改善環境品質。**台灣政府以身作則率先採購「環保標章」產品來帶動風氣，現已推廣至全國各機關依法辦理採購作業。至 2006 年 10 月止，已開放 94 項環保標章產品規格標準以供申請，計有 2,963 件產品獲頒標章，使用標章的總枚數則超過 45 億

枚。環境效益上舉回收紙類用品為例，換算結果十年共減少砍伐樹木 9,100,000 棵，有效降低 CO<sub>2</sub> 產生，並可以樹葉淨化空氣品質，有效改善生活環境。

3. **中國要求政府優先採買節能產品。**自 2003 年實施政府採購法，於 2004 年 12 月發佈「節能產品政府採購實施意見」，與首批「節能產品政府採購清單」。皆要求各級國家機關、事業單位和民間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，未按上述法律、法規和規章採買的，財政廳可以拒付採買資金。其措施是要求應優先採購「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。

4. **中國尚無實際績效數據。**中國 2005 年首先在中央一級和省級單位實行，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。

### **第三、深入瞭解民間企業為激勵環保意識、推動綠色消費制度及開拓商機與市場之做法。**

1. **有綠色意識，沒消費行動。**經濟活動急遽擴張及富裕生活型態所衍生大量廢棄物現象，致使污染負荷超越環境涵容及復原能力。大部份的人都同意要愛護環境，永續消費。但在台灣一般民衆對綠色產品有綠色意識，沒消費行動，很多公司花許多心思推出綠色產品，宣導不足造成找不到人買、有人買却速度很慢、想買的找不到、市場小但價格偏高之窘境尚待政府及民間業者積極合作予以突破。

2. **消弭「綠色缺口」。**綠色消費者與綠色供應者交易成功關鍵在於「綠色消費」與「綠色行銷」兩者之間無「綠色缺口」，才能完整形成「綠色價值鏈」。對生產者有規範，消費者卻無意願。現今政府與民間組織努力之焦點即宣導與激勵手段如（1）透過社區推動，可考慮於「社區總體營造」相關工作中納入綠色產品消費一環。（2）大賣場/量販店之合作亦屬關鍵，雖不易推動但仍應積極辦理。來串聯「綠色行銷」等七大環節與「綠色消費」相接合，並消弭「綠色缺口」。

3. **政府示範帶動綠色消費模式。**政府首先採取龐大的預算與採購力量，透過共同供應契約方式優先購買對環境衝擊較少的綠色產品，來直接獲得環保效益，並鼓勵廠商生產可回收、低污染、省資源等產品。以擴大市場以量制價來帶動綠色消費模式，並達到教育一般消費者的目的。又政府協助生產廠商得到永續發展相關活動資訊及舉辦環保法令、理論、技術等訓練、解決相關法令等疑義。提供誘因予民間團體及社區，讓民間主動推動綠色消費運動，集合大眾力量做環保，期盼在政府示範帶動下得到更多民眾與企業持之以恆熱情參予運動。

## 第 6.2 節 建議

經由前文所述之主要研究結論說明，得知大部份的人都同意要愛護環境，永續消費。但在台灣一般民眾「有綠色意識，沒消費行動」，目前不論兩岸人民，對綠色產品普遍都有相當程度的認知，但是要將認知轉化成實際行動，則尚待政府部門與民間團體共同努力。爰依據第 5.5 節 綠色消費現狀檢討的四大問題分別建議如下：

### 一. 民眾對於環保標章產品，有消費意識尚無消費行動

1. 發動民間 NGO 力量來作評量企業之環保表現。納入環保標章之數量、是否具綠色設計規範、綠色採購政策及執行成效。對非政府部門的民間企業組織形成監督力量甚或是輿論壓力，讓民間企業的綠色採購能達到一定比例，將可提升企業形象、鼓動風潮。
2. 環保署已建構「綠色產品線上購物網」。環保署為迎合年輕族群的消費習慣，與消基會共同建構「綠色產品線上購物網」，網址為 <http://green.yam.com>，未來亦可結合「Yahoo!」、「PC home」等知名的網路通路商共同合作，係利用網路便捷特性，設置環保產品的教育專欄，讓年輕族群及網路族可在操作電腦時對消費綠色產品有更進一步的認識，建立綠色產品市場，增強其選購的意願，唯有透過全民共同購買環保產品才能真正落實綠色消費政策。

### 二. 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

1. 結合國家品質管制措施，提升綠色產品品質保證。品質是綠色產品常遭人質疑或詬病的因素，例如回收碳粉匣即常遭反應品質不佳、不好用的情形。能夠鼓勵及輔導綠色產品業者申請「正」字標記，如此產品上同時標記二種標誌，業者自當愛惜羽毛，更加珍惜得之不易的榮譽與商機，對生產商品更加努力以迎合消費者需求，可提振消費者信心。對於部分未有國家品質標準的綠色產品，則應採行適當之品質查核機制，以免影響綠色產品整體信譽。
2. 建立合理及可執行之環保標章收費制度及管理措施。為利環保標章民營化長期發展，國際間大部分環保標章發行組織都非政府部門，但大部分的經費仍靠政府挹注，財務問題乃是國際間推廣環保標章的共通性課題。因此政府部門除應寬編推動綠色消費之預算外，如何介入收費方式及審核流程有再檢討空間，均賴一套完善收費制度及管理措施。

### 三. 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

1. 應鼓勵大型企業參與政府專案。扶植民間組織、大型企業自行推展綠色消費的政策，結合公關與行銷策略，邀請形象良好知名人士「代言」如孫越、林志玲等具有群眾魅力人士，對綠色產品形成一股品牌行銷力量，讓綠色產品有機會成為一種消費時尚。
2. 鼓勵民眾優先選用綠色產品。對民眾可採行更具體的行銷手法，例如結合生產者以「集點方式」等鼓勵民眾優先選用綠色產品；每選購一項綠色產品，依其產品規模給予一定點數，集點若干點則可獲頒「綠色公民」之類獎牌或是換取獎品，以符合時代潮流。

### 四. 環保標章產品未獲得租稅優惠，商品售價仍居高不下

鑒於環保商品所採用原料大多數是天然的成份、製程上避免破壞生態，自然與傳統產品採用石化原料生產成本無法相比。一個是蘋果，另一個是橘子，兩者基礎不同價格自有差異之處無法比擬，業者洞悉其中精要訂價策略僅能不比一般市價高。為響應環保政策可就：

1. 考量從法規面着手。採行經濟性誘因，諸如稅制優惠抵免、委託辦理產品外部環保不經濟匯率研議制定，並獲得民意支持等措施，使民間企業樂於落實綠色採購與消費從生產源頭做起。
2. 協助全國消費者成立綠色產品共同購買之組織。消費者團結力量，以提高經濟上採用綠色產品有困難之消費者採購能力。同時藉此影響消費品製造商和零售商，生產綠色產品來迎合民眾需要。

**發展綠色經濟模式，解決生態及環境問題。**政府擬定經貿政策時應建構「最適生產、最適消費、最少廢棄」的知識社會，以彌補自然資源之生產價值與生態價值的差異，避免生態貧窮(ecological poverty)成為新世紀貧富差距的新變數。各國莫不積極進行知識經濟與環境議題的結合，發展綠色經濟模式，以解決生態及環境問題。

**環境保護需要全民共同參與。**環境保護工作係一項長期性工作，需要全民共同參與，結合社會各界人力、物力、財力予以推動，依據環境基本法，國民應秉持環境保護理念，減輕因日常生活造成之環境負荷，消費行為上，以綠色消費為原則，日常生活上，應進行廢棄物減量、分類及回收。事業進行活動時，應自規劃階段納入環境保護理念，以生命週期為基礎，促進清潔生產，預防及減少污染、節約資源，回收利用再生資源及其他有益於減低(材)料及勞務，以達永續發展之目的，才是全民之福。

# 參考文獻

## 一、中文部分（台灣）

- 大紀元 e 報 (2005), 「台灣今年經濟成長看消費市場表現」, 大紀元 e 報。
- 于寧 (2005), 「國際綠色採購的現況與趨勢」, 台北: 環境與發展基金會。
- 史濟元 (2005), 「綠色消費與環保標章」, 台北: 京華工程顧問股份有限公司。
- 白富美 (2006), 「綠能產業」專題, 聯合晚報 2006.09.27. 第 15 版。
- 正隆公司 (2005), 「永續發展-綠色生產」, 台北: 正隆(股)公司。
- 台灣綜合研究院 (2004), 「二〇〇五年台灣經濟預測發表」, 台北: 台灣綜合研究院。
- 行政院主計處 (2004a), 「民間消費型態」, 中華民國統計年鑑。
- 行政院主計處 (2004b), 「國內各業生產毛額結構」, 統計年鑑。
- 行政院主計處 (2004c), 「平均每戶每月家庭收支」, 統計年鑑。
- 行政院主計處 (2004d), 「臺閩地區戶口數、性比例與人口密度」, 中華民國統計年鑑。
- 行政院主計處 (2004e), 「國民生產毛額及國內生產毛額」, 統計年鑑。
- 行政院研究發展考核委員會 (2005), 「政府改造工程」, 政府改造專題網站, 行政院研究發展考核委員會。www.rdec.gov.tw
- 行政院消費者保護委員會 (2004), 「消費者保護基本政策」消費者手冊, 行政院消費者保護委員會。
- 行政院經濟建設委員會 (2005), 「2004~2005 年 IMD 世界競爭力排名情形」, 行政院經濟建設委員會
- 行政院環境保護署 (2002a), 《政府綠色採購及綠色消費推廣計畫》, 行政環境保護署。www.epa.gov.tw
- 行政院環境保護署 (2003b), 《環保標章政策白皮書》, 行政環保署。
- 行政院環境保護署 (2004c), 《國家環境保護計畫(長程)》, 環保署。
- 行政院環境保護署 (2004d), 《綠色採購指南》, 行政環境保護署。
- 行政院環境保護署 (2004e), 《環境保護施政三年行動計畫》, 行政環境保護署。
- 行政院環境保護署 (2004f), 「環境資源部水、土、林及空氣整合情形」草案, 行政院環境保護署。
- 行政院環境保護署 (2004g), 《環境白皮書》, 行政院環境保護署。
- 行政院環境保護署 (2005h), 「環保施政意向調查結果」, 行政環保署。
- 行政院環境保護署 (2005i), 「民眾學生環保知識調查結果」, 行政環保署。

- 行政院環境保護署(2005j),《環境保護統計年鑑》,行政院環境保護署。
- 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》,行政院環境保護署。
- 李澤民(2004),《環境政策與法規》,台中:國彰出版社。
- 李錦地(2005a),「我國推動綠色設計與綠色採購之現況與展望」,行政院環保署環訓所。
- 李錦地(2005b),「環保政策演變」,行政院環保署環訓所。
- 杜政榮、林高永(2004),《環境學概論》,台北:國立空中大學。
- 宋東(2005),「永續台灣,全球倒數第二」,《天下》,317期,頁100~103。
- 沈世宏(2006),「環保行政」,行政院環保署環訓所。
- 洪正中、杜政榮、吳天基(2004),《環境學概論》,二版,台北:國立空中大學。
- 林文海總校閱(2006),《環境衛生學》,三版,台北:新文京開發出版股份有限公司
- 林志高(2006),「環境衛生學」,行政院環保署環訓所。
- 林照真(2005),「誰讓台灣吊車尾?」,《天下》,317期,頁104~108。
- 林河達(2004),「我們可有共同的未來?對無消費日運動的感想」,「新世代青年團」,<http://youth.ngo.org.tw>。
- 林祖嘉(2003),「當前大陸國內外經濟情勢及對台灣的影響」,《國家政策論壇》季刊,春季號。
- 林茂原(2005),「環境稽查制度檢討與展望」,行政院環境保護署。
- 林健三(2006),《環境規劃與管理》,台北:文笙書局。
- 林鍾沂(2005),《行政學》,台北:三民書局股份有限公司。
- 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》,行政院環境保護署。
- 邱天元(2005),「企業導入綠色採購:EPSON的經驗分享」,台灣愛普生科技(股)公司。
- 邱花妹(2005),「倫理消費——用消費力展現你的價值觀?」,環境資訊協會。
- 高肇藩(2001),《水污染防治》,二版,台北:科技圖書(股)公司。
- 徐谷楨(2003),「綠色消費 擋不住的趨勢 友善地球 另類採購」,《新台灣新聞週刊》,第403期。
- 消費者報導(2003),「環保標章走過靜靜的10年」,《消費者報導》,269期,消費線上。
- 胡鞍鋼(2005),「兩岸未來 經濟主導一切」,聯合新聞網,第1129期。
- 郭貞(2001),「地域差異、社會階層對臺灣地區民眾之外顯式消費、綠色消費傾向與送禮文化之影響」,《廣告學研究》,第九集,國

- 立政治大學廣告學系。
- 財團法人台灣綠色生產力基金會 (2004),「中國大陸環保市場現況報告」,財團法人台灣綠色生產力基金會。
- 許舒翔、李建宏、吳世卿譯 (2004),《新世代環保政策》,雲林:濤石文化事業有限公司。
- 張祖恩 (2005),「行政院環境保護署業務概況及優先立法計畫」,行政院環境保護署。
- 張國龍 (1988a),「擴張主義下的人類前途」,《公訓報導》,第 18 期,頁 35。
- 張國龍 (2006b),「行政院環境保護署業務概況及優先立法計畫」,行政院環境保護署。
- 陳昭儀 (2005),「廢電機電子指令與危害物質限用指令之因應與挑戰」,《工安環安報導》,25 期,頁 1。
- 陳雄文 (2003a),「廢棄物清理現況與廢棄物清理法簡介」,行政院環境保護署。
- 陳雄文 (2004b),「環保科技園區之推動與展望」,《工安環安報導》,24 期,頁 1。
- 陳碧芬 (2005),「學習成為世界公民 大陸應該全面開放—胡鞍鋼訪台側記」,《交流》,第 82 期,頁 51~53。
- 陳弼仁 (2002),「減少地球的負擔 綠色消費逗陣來」,環境資訊協會。
- 盛連喜 (2004),《環境科學概論》,台北:五南圖書公司。
- 黃茂雄 (2004),「企業永續發展世紀趨勢」,台北:財團法人中華民國企業永續發展協會。
- 黃琬淇、廖述良 (2002),「國家永續發展環境管理體系之探討」,行政院國科會。
- 黃明聖 (1996),《環境保護支出財源之研議》,行政院經建會委託研究計畫。
- 詹惠君、徐村和、朱國明 (2004),「兩岸三地百貨零售業消費者行為、生活型態、促銷方式、廣告媒體與商店印象相關之研究」,管理學報,21 期,1 卷,頁 103~130。
- 傅岳邦 (2004),「全球環境治理」,《京都議定書》,個案研究,中國行政,75 期,頁 57~88。
- 蔡丁貴 (2005),「台灣環境保護現況」,行政院環境保護署。
- 蔡宏明 (2004),「看台商如何躍馬中原」,台灣工業產品資訊網。
- 齊家 (2005),「綠色採購-生活做環保 消費看標章」,行政院環境保護署。
- 賴明伸 (2005a),「京都議定書正式生效與加強推廣綠色消費運動」,綠色消費電子報,第 32 期,財團法人環境與發展基金會。

- 賴明伸 (2005b), 「中國大陸之政府綠色採購活動簡介」, 綠色消費電子報, 第 44 期, 財團法人環境與發展基金會。
- 廖俊松 (2004), 「地方 21 世紀永續發展之策略」, 《中國行政評論》, 第 13 卷第 2 期, 頁 193~212。
- 楊瑪利 (2005), 「直擊明日產業 綠金起飛」, 《天下雜誌》325 期。
- 楊萬發 (2006), 「環境科學」, 環保署環境保護人員訓練所。
- 鄭先祐 (1997), 「永續之道: 社會樸素運動」, 《環耕》第 9 期, 頁 42-46。
- 蔣本基 (2006), 「水污染防治」, 環保署環境保護人員訓練所。
- 葉欣誠、郭彥宏、李育明 (2002), 「台灣地區環境永續性指數之計算及分析」。行政院國科會委託研究計畫。
- 劉志堅 (2005), 「國內政府綠色採購商機」, 台灣環境管理協會。
- 劉佳鈞 (2003), 「環保科技園區推動計畫」, 行政院環境保護署。
- 劉阿榮、石慧瑩 (2004), 「社群意識與永續發展: 鄰避現象及補償金之分析」, 《中國行政評論》, 第 13 卷第 2 期, 頁 1~32。
- 劉堉光 (2001), 「發展綠色經濟、縮小生態與環境赤字」, 《自由中國之工業》, 第 91 卷第 6 期, 頁 105~138。
- 羅金翔 譯 (2004), 《環境衛生學》, 台北: 新文京開發出版(股)公司。
- 羅傳賢 (2005), 《行政法概要》, 台北: 五南圖書出版股份有限公司。
- 環境與發展基金會 (2003a), 「環保標章」, 《簡訊季刊》, 34 期, 頁 1-8。
- 環境與發展基金會 (2005b), 「綠色消費電子報」, [www.edf.org.tw](http://www.edf.org.tw)。
- 謝長廷 (2005), 「謝院長在行政院第 2972 次會議報告」及 11 月份「月月有績效」資料, 行政院。
- 釋證嚴 (2006), 《與地球共生息- 100 個疼惜地球의 思考和行動》, 台北: 天下遠見出版股份有限公司。
- 魏 玠 (2003), 「廣告指出我們的需求, 卻給了錯誤的答案」, 台北: 台灣環境管理協會, [www.ema.org.tw](http://www.ema.org.tw)。
- 顧 洋 (2005), 「環境管理 (ISO 14000) 與綠色消費」, 行政院環境保護署環境保護人員訓練所。
- 盧昭彰 (2004), 《環境、人、生活》, 台北: 高立圖書公司。
- 蕭立國 (2005), 「綠色採購聯盟簡介」, 台北: 惠國顧問(股)公司。
- 蕭國坤 (2005), 「企業導入綠色採購: HP 的經驗分享」, 惠普全球科技(股)公司台灣分公司



## 二、中文部分（中國）

- 人民網（2005），「要發展要環境 中國不做世界垃圾場」，人民網。
- 中國經濟信息網（2005），「2005年下半年600種主要消費品供求狀況調查分析報告」，商務部市場營運司。
- 中國訊息報（2005），「各國推展循環經濟的基本經驗」，國家發展和改革委員會。
- 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」，中國節能節水環保認證網。
- 尹改（2004），「中國環境標誌發展狀況」，國家環境保護總局科技司，www.zhb.gov.cn。
- 余小萱（2004），「綠色奧運與可持續發展」，北京奧組委環境部。
- 李培林（2005），《2005年中國社會情勢分析與預測》，社科文獻出版社。
- 張力軍（2005），「透過典型影響企業重視和諧發展」，國家環境保護總局，www.zhb.gov.cn。
- 國家統計局（2005），「2004年國民經濟和社會發展統計公報」，國家統計局。
- 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」，國家發展和改革委員會，發改環資[2004]2505號。
- 國家環境保護總局（2003a），「中國環境標誌介紹」，國家環境保護總局。
- 國家環境保護總局（2004b），「環境標誌在全球範圍的作用」，國家環境保護總局。
- 國家環境保護總局（2004c），「環境標誌知識問答」，國家環境保護總局。
- 國家環境保護總局（2005d），《2004年中國環境狀況公報》，國家環境保護總局。www.zhb.gov.cn。
- 國家環境保護總局（2005e），「2005首屆全國綠色消費知識競賽」，國家環境保護總局。
- 國家環境保護總局（2005f），「中國環境標誌簡介」，國家環境保護總局。
- 國家環境保護總局（2006g），《中國的環境危局與突圍-環境綠皮書》，國家環境保護總局。
- 國家環境保護總局（2006h），《2006年中國環境保護》白皮書，國家環境保護總局。
- 商務部市場營運司（2005），「2005年上半年商品市場營運情況及全年發展趨勢」，商務部市場營運司。
- 曾培炎（2005），「全民節約，共同行動」，環境和資源綜合利用司。
- 蔡方（2005），「環境標誌認證滲入現代辦公領域 環保型印表機傳真機將成白領新寵」，中國環境報。

溫家寶 (2005),「高度重視 加強領導 加快建設節約型社會」,環境和資源綜合利用司。

潘岳 (2005),「呼喚中國企業的綠色責任」,中國環境報。

環境和資源綜合利用司 (2005a),「國家環境保護“十五”計畫」,環境和資源綜合利用司。

環境和資源綜合利用司 (2005b),「政務院召開全國建設節約型社會近期重點工作電視電話會議」,環境和資源綜合利用司。

環境和資源綜合利用司 (2005 c),「政務院關於做好建設節約型社會近期重點工作通知 (國發[2005]21 號)」,環境和資源綜合利用司。

### 三、英文部分

Chertow, M. R. and D. C. Esty, (1997), *Think Ecologically The Next Generation of Environmental Policy*, Yale University.

Global Leaders for Tomorrow Environment Task Force (GLTETE) of World Economic Forum, (2005), *Environmental Sustainability Index 2005*, Yale Center for Environmental law and Policy, Center for International Earth Science Information Network (CIESIN) of Columbia University.

Goldstein, J. S., (2001), *International Relations*, London: Longman.

Griffin, R. W., (2002), *Management*, 7<sup>th</sup> edition, Boston New York: Houghton Mifflin Company.

Johnson, B., (1997), “Institutional Learning and Clean Growth,” *Environment, Technology and Economic Growth*.

Kotler, P., (2003), *Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and Control*, 11<sup>th</sup> ed., New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Moeller, D. W., (2005), *Environmental Health*, third edition, Harvard University Press.

Poter, M. E. and C. V. Linder, (1995), “Green and Competitiveness Ending the Stalemate”, *Harvard Business Review*, Sep.- Oct., pp. 120-134.

# 「兩岸綠色消費政策之研究」專家訪談問卷紀錄

## 第一部分：專家訪談資料

一、專家訪談資料：

(一) 姓名：于 寧

(二) 服務單位：環境與發展基金會

(三) 職稱：總經理

二、訪談時間：95、1、5

三、訪談地點：環境與發展基金會

## 第二部分：專家訪談內容

環境議題包羅萬象，主要分為環境工程與環境管理兩大構面。環境工程方面偏向工程技術之設計與操作；環境管理議題著重於制度規劃與執行。本次訪談範圍擬以環境管理中有關綠色消費政策作為的主軸。以下幾點請教：

### (一) 政府綠色消費政策範疇：

推動**綠色消費運動**，首先由政府部門依其行政力量要求各政府機關執行其行政命令，藉由龐大的政府預算來採購綠色產品作為示範，打開環保的市場。

(1) 2001 年行政院核定機關綠色採購推動方案，自 2002 年開始正式分階段實施迄今推動綠色採購政策的成效如何？推動的程序及相關作為，是否符合國際環境議題變化的趨勢？

摘要：(1) 推動成效可由環保署網站取得實際數字，據本人瞭解，政府綠色採購是否成功，與主管心態有絕大關係。填寫採購項目表與金額之採購人員是否熱心配合亦為關鍵。

(2) 我國目前推動之政府綠色採購措施應屬領先國際。

(2) 機關綠色採購推動方案，對於具有「環保標章」之產品，使用過的感想是否符合期待？對於政府指定採購項目（辦公室文具紙張用品、設備、電器類、其他）有何建議？政府部門如何來引導廠商採取符合環保的生產流程，提供大眾所需要的環保產品？

摘要：(1) 標章產品除品質功能安全性均符合國家標準外，尚具有較環保之特性，因此除回收碳粉匣偶有品質問題外，尚未曾有民衆抱怨標章產品不符期待。

(2) 目前需有三家以上供應商，始得納入指令項目，因此項目

仍然不足。為鼓勵優先採購，應取消上述限制。

- (3) 政府如何執行一套市場政策與定價策略，如立法收取環境處理費、環境稅、回收抵價系統、排放標準和排放稅，以及「使用者付費原則」來促成有益於環境的綠色消費行為？以符合環保公、私部門的期待？

摘要：使用者付費之原則需要大力推廣與教育，收取來之費用如何應用宜多加考量，例如空污費是否需限制使用於空污防治？如果不加限制，或可發揮更大之功用。其實只要符合公平正義原則，民衆應可以接受此原則。

以環保標章為例，目前收費甚低並不符合成本，但政府不敢提高收費，恐引來廠商反彈。其實如果獲得標章可有實質經濟效益，企業應致反對提高收費。

- (4) 政府推動綠色消費政策如何支持製作教育、大眾宣傳計畫和廣告，提倡永續消費的正確態度；並表揚使用或鼓勵永續生產和消費模式的廠商？

摘要：對大眾之宣導推廣十分困難，以製作電視廣告而言，雖然最為有效，但耗資龐大故難以持久。

因此，擴大市場規模才是鼓勵優良廠商的最好方式，如政府綠色採購。

- (5) 政府推動綠色採購政策，如何加強與國際相關組織的合作與交流？特別是兩岸間貿易頻繁、人民往來密切，兩岸環保機關能否在不涉及政治立場、統獨爭議之外，與民眾生活相關的綠色消費政策進行合作與交流的機會，共為環保盡心力？

摘要：兩岸政府間即使不能直接合作，也可經由民間單位來進行。唯初期仍需有政府資源投入。

## (二) 民間推展綠色消費運動

推動**綠色消費運動**，首先由政府部門依其行政力量要求各政府機關執行其行政命令；另一方面，推廣綠色採購政策是加強民間組織參與的角色與行動計畫，落實在全民**綠色消費**的生活方式，以強化永續消費觀念來愛護地球。以下就民間組織參與綠色消費的問題就教：

- (1) 您對民間部門（包括非政府組織、企業等）在參與政府的各種決策、執行

和評估環境保護工作上，其環保人力的專業素養如何？並檢討民間組織的能力與效率如何？

摘要：(1) 企業環保人力僅為被動配合政府法規，鮮有主動倡議者。  
(2) 民間非政府組織環保人力與專業素養其實甚佳，但未充份發揮，且互相競爭。

(2) 您認為如何加強與民間組織建立良好夥伴關係與溝通，協助民間組織發展訓練、研究、委辦計畫能力以共同推動永續發展活動，以便有效協助有關環保政策之研究、設計、評估、與執行，以解決政府人力、經費之不足？

摘要：在政府經費不足之壓力下，民間組織很難持續發展，甚至生存。  
應鼓勵大型企業參與政府專案，扶植民間組織。

(3) 爲了幫助企業界有效的推動綠色企業工作，可加強企業營業許可的行政效率外，政府除應制定法規、標準和方案，提倡更潔淨的生產、再生資源之外，尙有何誘因來鼓勵企業永續經營？制度上的運作有何須再修正之處，有助於提昇我國對環境管理議題努力的成效？

摘要：(1) 改善現有政治環境，鼓勵企業根留台灣。  
(2) 協助企業取得國外資訊，因應國際環保趨勢與壓力。

(4) 就您所知在綠色產品的技術方面，政府相關研發單位如何朝綠色技術、技術轉移上，協助業者突破技術瓶頸，使其所生產的綠色產品達到消費者的需求，願意購買及使用綠色產品，不至於停留在口號而已？

摘要：可參考經濟部科技專案計畫。

(5) 在綠色產品採購上，政府及其相關應扮演積極購買的角色，以帶動綠色消費，另外加強綠色消費教育，誘導企業朝向環保爲導向所經營策略，至於一般民眾如何鼓勵多採購綠色產品，集合大眾力量來做環保？

摘要：(1) 透過社區推動應為可行，可考慮於「社區總體營造」相關工作中納入綠色產品消費一環。  
(2) 大賣場/量販店之合作亦屬關鍵，雖不易推動但仍應積極辦理。

# 「兩岸綠色消費政策之研究」專家訪談問卷紀錄

## 第一部分：專家訪談資料

一、專家訪談資料：

(一) 姓名：倪世標

(二) 服務單位：行政院環境保護署環境保護人員訓練所

(三) 職稱：所長

四、訪談時間：95 年 1 月 10 日

五、訪談地點：行政院環境保護署環境保護人員訓練所

## 第二部分：專家訪談內容

環境議題包羅萬象，主要分為環境工程與環境管理兩大構面。環境工程方面偏向工程技術之設計與操作；環境管理議題著重於制度規劃與執行。本次訪談範圍擬以環境管理中有關綠色消費政策作為的主軸。以下幾點請教：

### (一) 政府綠色消費政策範疇：

推動**綠色消費運動**，首先由政府部門依其行政力量要求各政府機關執行其行政命令，藉由龐大的政府預算來採購綠色產品作為示範，打開環保的市場。

(1) 2001 年行政院核定機關綠色採購推動方案，自 2002 年開始正式分階段實施迄今推動綠色採購政策的成效如何？推動的程序及相關作為，是否符合國際環境議題變化的趨勢？

摘要：(1) 2004 年推動綠色採購政策各機關彙總產品金額已達 60 億元，顯示本項推動方案成效已顯現。

(2) 推動的程序由行政機關（中央部會及地方機關）逐步至所有政府機關，綠色產品項目由少至多，正符合國際環境議題變化的趨勢。

(2) 機關綠色採購推動方案，對於具有「環保標章」之產品，使用過的感想是否符合期待？對於政府指定採購項目（辦公室文具紙張用品、設備、電器類、其他）有何建議？政府部門如何來引導廠商採取符合環保的生產流程，提供大眾所需要的環保產品？

摘要：(1) 使用過的「環保標章」產品，如再生紙張等，品質符合要求。

(2) 建議仍由中央信託局採共同供應契約方式集中招標統一議價，以量制價供各機關依業務需要上網採購，省時省力並符合政府採購法之規定。

(3) 政府部門要以身作則優先採購具有「環保標章」之產品來帶動風氣，並訂定各機關採購環保產品最低比例，對於未能達成目標者應述明理由，以供政策執行檢討。

(3) 政府如何執行一套市場政策與定價策略，如立法收取環境處理費、環境稅、回收抵價系統、排放標準和排放稅，以及「使用者付費原則」來促成有益於環境的綠色消費行爲？以符合環保公、私部門的期待？

摘要：(1) 可採外部成本內部化亦即將環境的處理費用予以納入（使用者付費原則）充分反應實際價格。

(2) 目前業已立法完成空污費、廢棄物清理費、物品回收費、土污及地下水污染整治費，預計 95 年開始徵收水污費。

(3) 民眾支持程度，攸關立法能否成功及是否符合環保公、私部門期待的重要關鍵。

(4) 政府推動綠色消費政策如何支持製作教育、大眾宣傳計畫和廣告，提倡永續消費的正確態度；並表揚使用或鼓勵永續生產和消費模式的廠商？

摘要：(1) 政府每年皆邀請環保產品之生產業者參與政府所舉辦之觀摩會，並且印製宣導品分送與會人員參考。

(2) 政府每年編列預算，將生產環保產品優良業者介紹給媒體及民衆，並印製文宣品及辦理優良廠商（如環保汽車、再生紙等）表揚活動。

(5) 政府推動綠色採購政策，如何加強與國際相關組織的合作與交流？特別是兩岸間貿易頻繁、人民往來密切，兩岸環保機關能否在不涉及政治立場、統獨爭議之外，與民眾生活相關的綠色消費政策進行合作與交流的機會，共爲環保盡心力？

摘要：(1) 政府每年均派員參加環保標章的國際年會，並善盡會員之義務，宣導推動環保標章制度，做好環保工作。

(2) 限於政治因素，目前兩岸僅有環保學術交流，尚無進行環保合作。

## (二) 民間推展綠色消費運動

推動**綠色消費運動**，首先由政府部門依其行政力量要求各政府機關執行其行政命令；另一方面，推廣綠色採購政策是加強民間組織參與的角色與行動計畫，落實在全民**綠色消費**的生活方式，以強化永續消費觀念來愛護地球。以下就民間組織參與綠色消費的問題就教：

- (1) 您對民間部門（包括非政府組織、企業等）在參與政府的各種決策、執行和評估環境保護工作上，其環保人力的專業素養如何？並檢討民間組織的能力與效率如何？

摘要：(1) 目前由民間環保團體及參與環保署生活環境改造計畫的永續社區推動綠色消費運動，有利於培育環保人力的專業素養。

(2) 台灣學術自由，大多數業者學經歷普遍提高，正逐年改善研究發展能力，展現民間組織的活力、效率與成效。

- (2) 您認為如何加強與民間組織建立良好夥伴關係與溝通，協助民間組織發展訓練、研究、委辦計畫能力以共同推動永續發展活動，以便有效協助有關環保政策之研究、設計、評估、與執行，以解決政府人力、經費之不足？

摘要：政府提供永續發展活動資訊及解決相關法令疑義，並提供誘因予民間團體及社區，讓民間主動推動綠色消費運動，以解決政府人力、經費之不足。

- (3) 爲了幫助企業界有效的推動綠色企業工作，可加強企業營業許可的行政效率外，政府除應制定法規、標準和方案，提倡更潔淨的生產、再生資源之外，尙有何誘因來鼓勵企業永續經營？制度上的運作有何須再修正之處，有助於提昇我國對環境管理議題努力的成效？

摘要：(1) 現行環境基本法，已明文規定政府得訂定獎勵措施，鼓勵企業更潔淨的生產、再生資源之外，另於政府採購法第 96 條明文規定政府部門優先採購具有環保標章的產品。

(2) 交通部、經濟部、財政部、農委會等有關生產事業主管機關，應依環境基本法之規定，訂定獎勵措施，有助於提昇我國對環境管理議題努力的成效。

- (4) 就您所知在綠色產品的技術方面，政府相關研發單位如何朝綠色技術、技



術轉移上，協助業者突破技術瓶頸，使其所生產的綠色產品達到消費者的需求，願意購買及使用綠色產品，不至於停留在口號而已？

摘要：(1) 綠色產品應隨科技發展狀況而提昇其功能、效果。

(2) 原則上綠色產品應朝向低污染、可回收、省資源三大訴求的方向不斷研究改進，以滿足民眾的需求，並為業者創造商機。

(3) 政府應於科技計畫中，鼓勵學術研發單位加強綠色產品方面之研發，同時對於育成中心及環保科技園區都應加強鼓勵生產綠色產品。

(5) 在綠色產品採購上，政府及其相關應扮演積極購買的角色，以帶動綠色消費，另外加強綠色消費教育，誘導企業朝向環保為導向所經營策略，至於一般民眾如何鼓勵多採購綠色產品，集合大眾力量來做環保？

摘要：(1) 政府現已規定各級政府採購綠色產品之比率，推動民間優先採購綠色產品，並影響生產者與消費者間建立良好綠色價值鏈。

(2) 政府協助生產廠商得到永續發展相關活動資訊及舉辦環保法令、理論、技術等訓練、解決相關法令等疑義，並提供誘因予民間團體及社區，讓民間主動推動綠色消費運動，集合大眾力量做環保。

(6) 除了以上問題外，您認為還有需要再補充的意見或建議，請敘明：

摘要：最重要的是廠商生產的產品是民眾日常生活所需要，且可提高生活品質及具經濟誘因，包括低污染、省能源、可回收、省錢省事省力等。

所以，當廠商所生產的產品符合前述環保標章制度之規定，廠商其自然會廣為宣傳創造商機，如省水馬桶、靜音冷氣、可回收碳粉匣等。

# 兩岸綠色消費政策之研究」專家訪談問卷紀錄

## 第一部分：專家訪談資料

一、專家訪談資料：

(一) 姓名：劉志仁

(二) 服務單位：台灣環境管理協會

(三) 職稱：顧問

六、訪談時間：95. 1. 10

七、訪談地點：台灣環境管理協會

## 第二部分：專家訪談內容

環境議題包羅萬象，主要分為環境工程與環境管理兩大構面。環境工程方面偏向工程技術之設計與操作；環境管理議題著重於制度規劃與執行。本次訪談範圍擬以環境管理中有關綠色消費政策作為的主軸。以下幾點請教：

### (一) 政府綠色消費政策範疇：

推動**綠色消費運動**，首先由政府部門依其行政力量要求各政府機關執行其行政命令，藉由龐大的政府預算來採購綠色產品作為示範，打開環保的市場。

(1) 2001 年行政院核定機關綠色採購推動方案，自 2002 年開始正式分階段實施迄今推動綠色採購政策的成效如何？推動的程序及相關作為，是否符合國際環境議題變化的趨勢？

摘要：94 年度上半年機關綠色採購金額達 34 億 3 千 8 百萬元，成績斐然。

推動程序及相關作為尚符合國際化趨勢，惟如何與管理系統結合，環境化設計為日後趨勢。

(2) 機關綠色採購推動方案，對於具有「環保標章」之產品，使用過的感想是否符合期待？對於政府指定採購項目(辦公室文具紙張用品、設備、電器類、其他)有何建議？政府部門如何來引導廠商採取符合環保的生產流程，提供大眾所需要的環保產品？

摘要：「環保標章」產品價格普遍偏高，原因為成本較高。如果需求量大，自然可降低單價，故除政府積極推動外，還是要靠民間大眾方能奏效。政府宜輔導甚至補助企業產品環境化設計。

(3) 政府如何執行一套市場政策與定價策略，如立法收取環境處理費、環境稅、

回收抵價系統、排放標準和排放稅，以及「使用者付費原則」來促成有益於環境的綠色消費行爲？以符合環保公、私部門的期待？

摘要：委託辦理「產品外部環保不經濟費率研議制定」，並獲得民意支持。

(4) 政府推動綠色消費政策如何支持製作教育、大眾宣傳計畫和廣告，提倡永續消費的正確態度；並表揚使用或鼓勵永續生產和消費模式的廠商？

摘要：政府自行或委託製作綠色消費指南、手冊、影片等。最好是置於網路宣傳。

成立綠色產品評選委員會，選拔優良廠商予以獎勵，並提昇企業優良形象。

(5) 政府推動綠色採購政策，如何加強與國際相關組織的合作與交流？特別是兩岸間貿易頻繁、人民往來密切，兩岸環保機關能否在不涉及政治立場、統獨爭議之外，與民眾生活相關的綠色消費政策進行合作與交流的機會，共為環保盡心力？

摘要：舉辦綠色生產力及環境化設計國際研討會 (Workshop on Greening Supply Chains and Eco-design)，透過會議提昇決策者與利益相關者環境化設計知能交流。

兩岸環保機關尚無環保政策合作；惟兩岸綠色產品規範、認定，應有一致或相近的準則，如有落差，綠色消費政策將大為削減。

## (二) 民間推展綠色消費運動

推動**綠色消費運動**，首先由政府部門依其行政力量要求各政府機關執行其行政命令；另一方面，推廣綠色採購政策是加強民間組織參與的角色與行動計畫，落實在全民**綠色消費**的生活方式，以強化永續消費觀念來愛護地球。以下就民間組織參與綠色消費的問題就教：

(1) 您對民間部門（包括非政府組織、企業等）在參與政府的各種決策、執行和評估環境保護工作上，其環保人力的專業素養如何？並檢討民間組織的能力與效率如何？

摘要：環保意識高漲，環保知識略嫌不足，民間組織不乏許多熱心人士草根意識強，限於經費拙短，宜引入企業管理理論予以管理

以提高效能。

(2) 您認為如何加強與民間組織建立良好夥伴關係與溝通，協助民間組織發展訓練、研究、委辦計畫能力以共同推動永續發展活動，以便有效協助有關環保政策之研究、設計、評估、與執行，以解決政府人力、經費之不足？

摘要：平時與民間組織良好互動、聯繫、溝通，觀察政府施政計畫與民間組織專長，適時研擬配合施政計畫之工作項目，依政府採購法委託民間組織辦理，充實經費外，並善用民間組織的力量。

(3) 爲了幫助企業界有效的推動綠色企業工作，可加強企業營業許可的行政效率外，政府除應制定法規、標準和方案，提倡更潔淨的生產、再生資源之外，尚有何誘因來鼓勵企業永續經營？制度上的運作有何須再修正之處，有助於提升我國對環境管理議題努力的成效？

摘要：辦理優良廠商選拔，予以獎勵，提昇企業環保形象，鼓勵企業永續經營，有助於提升環境管理議題的成效。

(4) 就您所知在綠色產品的技術方面，政府相關研發單位如何朝綠色技術、技術轉移上，協助業者突破技術瓶頸，使其所生產的綠色產品達到消費者的需求，願意購買及使用綠色產品，不至於停留在口號而已？

摘要：輔導廠商環境化設計，對消費者購買綠色產品予以記點兌換獎勵品。或其他經濟誘因以提升願意購買及使用綠色產品。

(5) 在綠色產品採購上，政府及其相關應扮演積極購買的角色，以帶動綠色消費，另外加強綠色消費教育，誘導企業朝向環保爲導向所經營策略，至於一般民眾如何鼓勵多採購綠色產品，集合大眾力量來做環保？

摘要：對購買綠色產品之民眾予以經濟誘因，如予以記點，以累積點數兌換獎品等來激勵大眾做環保。

(6) 除了以上問題外，您認為還有需要再補充的意見或建議，請敘明：

摘要：1. 綠色產品宜考慮實用性及其生命週期等，故產品環境化設計為日後趨勢。

2. 委託民間機構成立綠色產品研議小組，接受廠商申請，經小組認定後，公告於網站供民眾購物參考。