

綠色觀念已逐漸在  
全球生根，  
未來的市場活動，  
企業將立足於  
重視環境保護的  
綠色行銷概念，  
消費者未來的  
消費習慣，  
也將有重大變革。  
綠色產品的競爭力  
如何提升，  
應視消費者與  
企業之間的  
共同努力。

綠色行動1

# 綠色觀點

## ——綠色行銷與 綠色消費的互動

黃秀滿

從近年來國際間陸續簽訂有關永續發展的公約與協議，以及各個環保及消費團體的呼籲，顯示污染常伴隨著資源使用的過程而大肆破壞了整個生態平衡。一個永續發展的生活是需要建立在人與人之間、人與自然之間和諧關係的基礎上，因此，改變傳統生產及消費的觀念是絕對必要的；也就是由人類最根本的消費行為出發，從市場層面、消費層面及政策層面做起，尋求徹底解決的方法。

### 「綠色行銷」概念已漸成熟

根據「長程規劃」(Long Term Planning)一書中所引用的調查報告指出，92%的跨國公司尋求作業上的調整以期更符合永續經營的潮流；愈來愈多的企業在產品開發時加入了對環境的概念，其中超過40%的公司認為這樣做並不只是為了守法，也等於是為自己的產品和服務打開新契機。柯林頓在「環境行銷學」(Environmental Marketing)一書中曾經提到有關綠色行銷：「以環境守護