

近年來

環保標章

已成為

國際環保趨勢，

而以

出口貿易為主的

我國應審慎思量

環保標章

可能帶來的

貿易障礙，

以因應

未來21世紀

的綠色消費

時代。

環保與貿易自由化的相剋與相生《系列五》

綠色消費

環保標章的綠色消費傳播使命

謝佩君

近年來環保議題漸受重視，隨著國際環保思潮的興起，「綠色產品」、「綠色消費」、「綠色行銷」…等觀念逐漸在一般民衆的環保意識中成型，並漸漸形成一股國際潮流。根據OECD的調查報告，在所有OECD國家中，大部分消費大眾表示願意選購較高價位的環保產品，而這種觀念將會慢慢擴散到其他已開發國家或開發中國家，因此未來綠色消費發展的趨勢十分明顯，我們可以預測21世紀的消費將是綠色消費的年代。

這股新的消費風潮也漸漸地影響到廠商的生產與行銷方式，廠商莫不推陳出新，提升產品的環保性，從產品的生命週期（生產、行銷、使用、廢棄處理過程）中，強調可回收、省資源、低污染的特性。但由於綠色產品的辨識不易，需有相當的環保知識，一般民衆恐難辨

識。政府單位與廠商為了使消費者能清楚地了解其產品環保性，於是求助具有公信力與專業的團體，建立一可信的證明，「環保標章」於焉誕生。

環保標章的起源乃是為了倡導「綠色消費」的觀念，強調消費者改變消費的模式和習慣，以提高資源的使用效率，減少對環境的負荷，希望廠商在產品的生產過程中，儘量符合環保要求。但現在環保標章不再只是為了各國國內的銷售，而是已成為一種國際的趨勢，尤其在_{全球貿易競爭激烈的情況下}，環保標章變成貿易的一種競爭優勢。

環保標章的定義

目前世界上有30幾個國家實施「環保標章」的制度，其目的為鼓勵事業單位節省資源或降低環境的污染，並讓消費者能清楚的選擇有利

環境的產品，喚醒消費者慎選低污染性產品，協助完成廢棄物減量、回收等環境保護工作，提昇環境品質，善盡地球公民的一份職責。

環保標章一共可分三類，第一類環保標章是由執行組織（驗證單位）制訂規格標準，經過驗證程序及審查，通過者可獲得標章外，第二及第三類都是由廠商自行或委託驗證機構針對產品環保特性進行測試查證而公開發表的。發表的方式則可能是證書、報告、文宣資料、媒體廣告等，第一類及第二類均不得使用專用標章。

我國環保標章的推動從民國82年開始，是行政院環境保護署配合永續利用的國際環保潮流而設計的制度，迄今已經開放53項產品供廠商申請。我國環保標章的圖案為一片樹葉當中包裹著一個地球，其精神係以一片樹葉代表綠色消費觀念，綠色地球代表乾淨、不受污染的地球，兩者結合代表「綠色消費是全球性的趨勢」，此圖案已向我國中央標準局註冊，取得服務標章專門權。

全球環保標章網路組織(GEN)是第一個由全球各地第一類環保標章組織共同組成的非營利團體。此外歐洲也成立「歐洲共同體環保標章」，由此可知環保標章儼然已成為國際化的標準，經由國際間的相互合作與互動，可獲得他國產品環保性的資料與經驗。

環保標章與國際合作

近年來，國際社會已對環保標章產生認同與共識，全球環保標章網路組織(Global Eco-labeling Network，簡稱GEN，我國為創始會員國之一）就是在這樣的情況下成立的一個國際性組織。全球環保標章網路組織(GEN)是第一個由全球各地第一類環保標章組織所共同組成的一個非營利團體，該組織創始於1994年，目前約有30多個會員國，其主要工作在促進會員組織間在資訊、技術、產品規格標準等方面的資料交流與合作，並對發展中之環保標章組織進行技術援助，及協助各會員

國間之「相互承認」。

除了全球環保標章網路組織(GEN)之外，歐洲也成立「歐洲共同體環保標章」。根據英國消費者協會就清潔劑所作的調查顯示，約有82%消費者表示不會購買無環保標示的品牌，可見環保標章在歐洲國家的重要性。但是由於歐洲各國原有的環保標章，如德國的「藍天使」，挪威的「北歐天鵝」等，使消費者困惑無所適從，因此歐體各國環境部長同意成立歐體共同體環保標章，以統一歐洲之環保標章並簡化環保標章之認定，而為了國際貿易上的利基，預期將會有更多的環保標章組織走向國際合作的模式。

環保標章既然已成為一種國際化的標準，因此經由國際間的相互合作與互動，可以獲得他國產品環保性的資料與經驗。更重要的是，藉著尋求「相互承認」，可以加強雙方的貿易。所謂「相互承認」，意指兩個或以上的國家的環保標章執行組織相互承認彼此之驗證程序與結果，包括測試方法、測試單位及產品規格標準。我國與