

國立政治大學公共行政學系博士論文

指導教授：蕭武桐 博士

臺灣永續消費政策綱領之研議

The Study of Taiwan's Policy Guidelines for Sustainable Consumption

研究生：廖世机

中華民國九十九年八月

謝 辭

達爾文說：「永續並非自然而來」，本論文除了可以與之呼應外，也可藉以強調寫作過程的不易。從開始準備提出論文，到論文的最後定案，經過了三、四年的時間，也經歷我人生最重要結婚生子的階段。中間一度很想放棄，但一直抱持著要讓家人以我為榮、希望家族能出一個博士、希望年老的父母及年幼的女兒能夠參加我的畢業典禮的信念而堅持著，最後幸能如願。

大學及碩士分別畢業於中興大學(現為臺北大學)地政系、都市計畫研究所，民國 80 年退伍，81 年進入公部門服務。服務將近十年之後，希望能對公共服務有更多的認識，報名參加政大公企中心公行班的進修課程，在那裏有幸認識到我論文指導教授蕭武桐博士。公行班結業後，爲了能更進一步鑽研公共行政學術，我報考政大博士班，於第二次報考時獲得錄取。

在工作之餘要兼顧博士班繁重的課業，是一項非常嚴厲的自我挑戰，更何況我這個非公共行政本科且離開學術近十年的老學生。但在俊亨、秋政、俊元、耿銘這幾位同班同學的相互砥礪、勸勉及協助以及吳定老師、顏良恭老師、彭文賢老師、詹中原老師、吳瓊恩老師、孫本初老師、施能傑老師、莊國榮老師、段重祺老師及我的恩師蕭武桐老師的諄諄教誨之下，我得以勉力進入公共行政的學術殿堂，並重新接受各項學術研究課程的洗鍊。

博士班求學的第四個年頭，民國 95 年初，也是我邁入 43 歲的時候，我與我的太太文慧，參加法鼓山聖嚴法師主持的佛化集團婚禮，完成終身大事。原本希望在小孩出生之前，儘速提交論文，但一方面由於學校的要求極爲嚴格，另一方面經歷女兒失而復得的心痛與喜樂、岳父的往生、女兒翊晴的照護問題等，整個論文的撰寫旅程變得漫長而時走時停。在這過程中，同班同學們的加油打氣，指導教授蕭武桐老師的信任，論文口試委員柴松林老師不斷的鼓勵及孫本初老師、林鍾沂老師、蕭乃沂老師的指導，系辦怡瑩學姊的協助，我服務機關行政院消費者保護委員會各級長官的支持，以及家人的默默付出，找出了一條可以持續前進的路徑。首先，我在民國 98 年 8 月初向服務機關請了 3 個禮拜的長假，將最重要的國內外理論及文獻整理出來，奠穩了基礎。接下來，除了利用工作之餘，將論文進度慢慢往前推進外，周末例假日則與太太及女兒一起住進岳母家，自己一大早出門在附近的咖啡廳趕寫論文，太太及女兒就拜託岳母及姨舅照顧。就這樣，幾乎不間斷的持續了七、八個月，而終抵於成。

在我漫長的求學過程中，生我育我的父母，總是無怨無悔在背後支持，尤其他們都已七、八十歲了，我的女兒還從小託他們照顧；感謝他們賜給我健全的身心，讓我可以社會上立足及競爭，也感謝他們及我的姊弟家人對我的體諒，讓我能全力以赴。感謝我的太太文慧，為我生一個可愛、聰明及活潑的女兒，讓我們這個家總是充滿著喜悅，以及總是以我為念，為我設想一切。感謝我的岳父，願意把女兒嫁給我這麼大年紀的人，並且對我多所重視，謹以此一論文獻給您在天之靈。感謝我岳母及翊晴的姨舅及表姐、表哥，在我論文寫作最重要的階段，幫忙照顧我太太及翊晴，讓我無後顧之憂。此外，感謝在大學及碩士班時期一群難兄難弟(尤其是士斌在論文英文摘要翻譯的協助)、惠子等直屬學弟妹的相互照應至今，以及在我成長過程中所有曾經幫助我的人，沒有你們就沒有今日的我。

博士學位的取得，雖然是個人人生中的另一項成就，但同時也肩負著國家社會及家庭更多的期許，未來希望結合理論與實務，在學術及工作上都能作出貢獻，以不負大家所託。最後，敬祝所有關心我的人及參閱本論文的人，身體健康、萬事如意！

廖世凱

謹誌於 台北
2010年8月

摘 要

從原始社會以物易物的交換開始，人爲了生活需求就已離不開「消費」，也逐漸產生消費者保護的議題。但由於近代人類大量消費和相關的生產活動，大量的截取自然資源，造成自然環境破壞，反而危害人類的生存環境，促使消費者保護關切到環境保護的課題。

由於環境迅速惡化的問題愈來愈獲國際社會重視，爲了追求人類社會的永續發展，1992年聯合國環境和發展會議通過《廿一世紀議程(Agenda 21)》，並於其第四章「改變消費模式」中提出「永續消費(sustainable consumption)」理念及相關行動方針；1999年國際消費者保護聯盟(CI)並促請聯合國將1985年訂定的「聯合國消費者保護指導綱領」增加第G章「推動永續消費(Section G. Promotion of sustainable consumption)」，從此「永續消費」成爲國際推動消費者保護工作的一個新主題。

台灣由於社會經濟環境的演進，因消費行爲而影響環境或反過來影響消費者健康事件也愈趨頻仍，但目前尚無這方面具體的消費者保護政策。爲了維護居住環境品質，確保台灣的永續發展，以及身爲國際社會的一員，共同分擔國人消費行爲對全球環境影響的責任，我國有必要制訂推動「永續消費」的消費者保護政策。行政院消費者保護委員會雖自2009年已依筆者的初步研究，正式開始推動「永續消費」，但缺乏具體的政策架構及推動內容，影響推動進展，有需要加以建立，而這也是本論文主要的研究動機與目的。

本論文先透過對國內外「永續消費」及消費者保護發展資料的蒐集、彙整、探討及分析比較，建立「消費者保護—推動永續消費」的操作性定義、政策原則及目標等政策架構，再依據政策規劃理論研訂出政策綱領(初稿)。爲確保此一綱領的具體可行，運用問卷調查及焦點團體法廣泛蒐集消費者及各界學者專家的意見並加以彙整分析、評估及研處後，據以修訂完成綱領“草案”，將提供政府機關參採。

在以上的政策規劃及評估過程中，本論文有很多重要的研究發現，包括：對永續消費意涵的重新界定並建立我國的政策架構；就國際推動永續消費的困難，提出因應對策；「永續消費」應視爲消費者應盡的「義務」或延伸責任；台灣應重視中高齡者環保商品和服務的開發、產業的轉型，以及加強因應食品、

娛樂教育及文化服務、水資源、交通運輸及通訊、醫療及保健等產業的永續消費課題；透過問卷調查分析，獲知多數的受訪者雖認同「永續消費」的理念，但亦認為自己個人的能力有限．．．等。

針對以上研究發現，本論文提出的建議主要有：在政策理念發展方面，包括：將「永續消費」理念納入並研修消費者保護法令、基本政策及永續發展行動計畫等重要政策文件；關注國際永續消費及消費者保護的推動進展，積極參與並分擔消費對全球環境影響責任；以「永續消費」作為未來我國消費者保護新時代的推動方針；加強弱勢消費族群的經濟扶助及消費教育；獎助公務人員進行與業務有關的進修及研究並提供行政協助等。在未來政策綱領推動執行方面，包括：加強綱領觀念的推廣與宣導；強化推動組織的職能；參考焦點座談與談者所提涉及未來執行方面的建議，研議執行細節。

另就「永續消費」未來可繼續研究的方向，本論文建議包括：發展「永續消費」的其他政策面向；研究發展本土性的政策工具；及針對特定議題或推動困難進行專案研究。

關鍵詞：永續消費、消費者保護、政策規劃、政策評估

The Study of Taiwan's Policy Guidelines for Sustainable Consumption

By
Shih-Chi Liao

《Abstract》

From the beginning of people exchange goods in primitive society, people need to consume for living, so there were some issues related consumer protection raised. Because of people had consumed too much and the related production activities in modern society, massive amounts of natural resources were consumed and that result to hurt the environment which human live, compelling the area of consumer protection be expended to environment protection.

Due to the problem of environment getting worse be paid attention gradually at global society, for pursuing the sustainable development of human society, the idea of “sustainable consumption” and it’s related action guidelines were addressed in the 4th chapter “Changing consumption patterns” in "Agenda 21" which had passed in United Nations Conference on Environment and Development in 1992. Then after, Consumers International(CI) promoted successfully that “United Nations Guidelines for Consumer Protection” which had passed in 1985 be added the Section G. Promotion of sustainable consumption in 1999, so “sustainable consumption” has become a new subject in consumer protection area from now on.

As a result of the evolution of Taiwan’s society and economy, the events that consumer behavior affect the environment and the affected environment affect the consumer health in turn are becoming more often, but there is still not having the related concrete consumer protection policy in Taiwan now. In order to maintain the environmental quality to live and guarantee Taiwan’s sustainable development, being one of members of global society, Taiwan should share the duty of global environment affected by our people’s consumer behavior, so it is necessary to set up the consumer protection policy related sustainable consumption in Taiwan. Although the CPC (Consumer Protection Commission, Executive Yuan) has begun to promote consumer protection affairs related sustainable consumption according to my preliminary study since 2009, its progress is limited because of lacking a concrete policy framework and content, so it is necessary to establish the policy guidelines that is also the main research motivation and purpose of this dissertation.

I established a policy framework which include the operational definition, policy principles and goals of the policy guidelines for “Consumer Protection - Promotion of sustainable consumption” through collecting, arranging, exploring, analyzing and comparing domestic and foreign information related sustainable consumption and consumer protection development at first, then draw up the

first draft of this guidelines by applying the theory of policy formulation according to the policy framework. In order to guarantee the policy guidelines are indeed practicable, I collected extensively the opinions to this guidelines from consumer, scholars and experts by using questionnaire survey and focus group method afterwards. Finally, I integrated, analyzed, evaluated and studied these opinions to revise the first draft as a protocol which will be provided the government as a reference.

There are some important discoveries in the policy formulation and evaluation process in this dissertation, including: redefined the meaning of sustainable consumption and established Taiwan's policy; to create resolutions to the difficulties of promoting sustainable consumption ; regarding sustainable consumption as consumer's responsibility or the extensive duty; Taiwan should pay more attention to develop environment friendly product and service for medium-elder people, industry reforming, as well as the issues of sustainable consumption in food, entertainment, education and cultural service, water resources, transportation and communication, medical service and health care, etc; by way of the analysis of questionnaire survey, we realized that most of interviewees not only identify with the idea of sustainable consumption, but also considered that individual ability to improve environmental quality is limited, etc.

According to the above discoveries, the main suggestions of this dissertation are: firstly, at the aspect of development of policy idea, including: to revise consumer protection law, consumer protection basic policy, national action plan of sustainable development and other policy documents; to pay attention to the international development of sustainable consumption and consumer protection, and take part in and share positively the duty of impacts of global environment which is caused by consumption; to regard sustainable consumption as a guidelines in the new consumer protection era of Taiwan; to provide the disadvantaged consumer with economy assistance and consumer education; to encourage the servant pursue further education and have a study related their practice, as well as provide the administrative assistance. At the aspect of the execution of the policy guidelines later, including: to propagate and promote the idea of the policy guidelines actively; to intensify the function of promoting and executive organization; to explore the detail of execution, according to experts' suggestions in the focus group meeting.

In addition, at the aspect of the continued study for sustainable consumption in the future, the suggestions of this dissertation are including: to develop other policy aspect than consumer protection; to study and develop policy tools which are fit to Taiwan; and to conduct special research to specific issues or difficulties of promoting.

key words : sustainable consumption, consumer protection, policy formulation,
policy evaluation

目次

第一章 緒論	1
第一節 研究動機與目的	1
第二節 研究方法與流程	16
第三節 研究範圍與限制	19
第四節 重要概念及名詞界定	20
第二章 永續消費與政策規劃理論及文獻探討分析	23
第一節 永續消費與消費者保護	23
第二節 國際永續消費政策及工具發展分析	37
第三節 國內文獻探討分析	65
第四節 政策規劃及評估	68
第三章 消費者保護起源與發展	75
第一節 英美消費社會的起源與發展	75
第二節 中國及臺灣消費社會的起源與發展	82
第三節 消費者保護的起源與發展	85
第四章 臺灣消費環境分析及政策芻議	99
第一節 臺灣消費環境分析	99
第二節 我國永續消費相關政策及措施推動情形分析	123
第三節 我國「消費者保護-推動永續消費」政策芻議	146
第五章 研究設計與實施成果	163
第一節 永續消費意識問卷調查與結果分析	163
第二節 政策綱領焦點團體訪談與結果分析	186
第三節 綜合分析與政策草案研訂	201
第六章 結論	243

第一節 發現	243
第二節 建議	246
第三節 未來研究方向	249
參考文獻	251
附錄一 「聯合國消費者保護指導綱領--G. 推動永續消費」英文原文	269
附錄二 行政院消保會「98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題 之調查研究」整體問卷內容	271
附錄三 第一場焦點座談會紀錄及編碼情形	277
附錄四 第二場焦點座談會紀錄及編碼情形	295
附錄五 第三場焦點座談會紀錄及編碼情形	315
附錄六 「消費者保護—推動永續消費」政策綱領草案(核定版)	337



圖目次

圖 1-2-1	本論文研究流程	18
圖 1-4-1	我國消費者保護行政體系	22
圖 2-2-1	OECD 達成亞洲永續消費模型	44
圖 2-2-2	「永續發展」、「永續消費」、「永續生產」及「消費者保護－推動永續消費」關係	62
圖 2-3-1	政策規劃步驟	70
圖 5-1-1	問卷調查受訪者性別分布	167
圖 5-1-2	問卷調查受訪者年齡分布	167
圖 5-1-3	問卷調查受訪者教育程度分布	168
圖 5-1-4	問卷調查受訪者每月所得分布	168
圖 5-1-5	問卷調查受訪者職業類別分布	169



表目次

表 2-2-1	國際「永續消費」政策及工具發展情形	48
表 2-2-2	國際「永續消費」部門別政策及工具發展情形	51
表 3-1-1	國內「永續消費」相關文獻內容分析	65
表 2-3-1	政策預測途徑、基礎、技術分類	72
表 4-1-1	我國 1999-2008 年人口成長及結構統計	99
表 4-1-2	我國 2008-2056 年人口推計(中推計)	100
表 4-1-3	我國 1999-2008 年經濟成長與國民所得統計	101
表 4-1-4	我國 1999-2008 年家庭收支情形統計	103
表 4-1-5	我國 1999-2008 年家庭消費支出項目統計	104
表 4-1-6	我國 1999-2008 年能源總供給	106
表 4-1-7	我國 2001-2008 年能源總需求	107
表 4-1-8	我國近 30 年電力消費統計	108
表 4-1-9	我國近 30 年天然氣消費統計	108
表 4-1-10	我國近 30 年石油消費統計	108
表 4-1-11	我國 1999-2008 年產業結構統計	109
表 4-1-12	我國 1999-2007 年政府最終消費支出情形統計	110
表 4-1-13	我國 1999-2007 年政府最終消費支出項目統計	111
表 4-1-14	2007 與 2006 年全國機關及民間企業團體綠色採購金額	112
表 4-1-15	我國 1999-2008 年重要環境指標統計	113
表 4-1-16	我國 1999-2007 年溫室氣體排放量統計	114
表 4-1-17	我國 2005-2007 年綠色國民所得(環境與經濟綜合帳)統計	116
表 4-1-18	消基會 2009 年消費券的花費項目網路調查結果	117
表 4-1-19	我國「2009 年全球暖化世界公民高峰會」三大優先建議議題	118
表 4-1-20	全國 25 直轄市、縣市政府 2004-2008 年受理消費申訴案件類別 統計	119
表 4-1-21	行政院消保會委員會議 1994-2009 年所處理與環境有關案件	119
表 4-2-1	行政院永續會「永續發展行動計畫」中與「永續消費」相關項目	123
表 4-2-2	行政院消保會消費者保護計畫中與「永續消費」相關項目	130
表 4-2-3	各中央部會「98-99 年度消費者保護方案」中所提「促進永續消費」	

工作項目	144
表 4-3-1 國內外「消費者保護—推動永續消費」政策工具綜合對照	146
表 4-3-2 國際推動「永續消費」困難因應對策	151
表 4-3-3 我國「消費者保護-推動永續消費」政策綱領(初稿)	153
表 5-1-1 問卷調查各縣市抽樣樣本數	163
表 5-1-2 「永續消費」問卷調查題目、目的及來源	164
表 5-1-3 環保標章產品選購行為之調查統計分析	172
表 5-1-4 商品過度包裝是否影響購買決策之調查統計分析	175
表 5-1-5 減少工作時數有助於增加永續消費行為之調查統計分析	178
表 5-1-6 願意從事永續消費行為之調查統計分析	181
表 5-1-7 個人消費行為對環境保護影響之調查統計分析	184
表 5-2-1 焦點團體座談會訪談大綱	187
表 5-2-2 三場焦點團體座談會議基本資料	189
表 5-3-1 三場焦點座談會與談者建議與研處意見對照	203
表 5-3-2 「消費者保護—推動永續消費」綱領草案與初稿修訂對照	226





第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

一、研究動機

黃昏市場湧入大量的採購人潮，耳邊不時傳來小販的叫賣聲，媽媽們仔細地精打細算，選購新鮮又便宜的蔬果魚蝦，卻又擔心會買到有農藥或是重金屬殘留的食物。從民國 72 年開始，癌症就榮登台灣十大死因的榜首，許多學者專家指出，環境污染正在為這場腫瘤熱加溫。

--採訪·撰稿：陳佳珣(公共電視記者)(2006)

上面這段報導深深的刻劃出環境污染問題，已嚴重威脅到消費者的生命、身體、健康及財產，以及影響到消費者的購買行為。

近代消費者保護運動，在 1960 年代美國與歐洲的蓬勃發展下，伴隨著全球化的趨勢，於 1970 年代擴展到國際社會，聯合國並於 1985 年訂定了「消費者保護指導綱領」(United Nations Guidelines for Consumer Protection)，供世界各國作為推動消費者保護的基本指南(UNCSD, 1998:3-5)。

消費者保護的最初始目的，是為了維護交易市場的公平秩序，保障消費者的基本生活需要。隨著科技的進步、經濟的成長及個人所得的增加，大量生產、大量銷售、大量消費的時代來臨，消費文化改變，追求好的生活品質，成為消費者的新需求，如何確保消費商品及服務的品質、安全與衛生，成為新的消費者保護課題；但人類為了生活所進行的大量消費和相關的生產活動，大量的截取自然資源，造成自然環境破壞，反而危害人類的生存環境。有時大自然並進行反撲，造成消費者的生命、身體、健康及財產受害。促使消費者保護的課題，轉為要減量消費、綠色消費¹，以維護生活所需的自然環境及資源。

由於地球人口的成長、資源消耗加速、環境污染加劇，人類正處於諸多行為後果的十字路口。科學界提出強而有力的證據顯示，人類正逼近地球孕育的

¹ 詳第二章。

臨界點，臭氧層日漸稀薄，土壤流失使農作生產力銳減，森林大肆破壞使沙漠面積增加、生物多樣性流失、降低地球自清能力，海洋生物快速遞減，並且瀕臨吸納人類廢棄物的極限。此外，儘管全球整體消費水準達到有史以來的最高峰，但貧窮並沒有因此而消失。人為造成的貧窮、饑饉、缺乏保健和文盲，無力維護基本生活環境，影響健康，並使地區環境更加惡化，造成廣大社會不安及全球深遠的影響(林文政譯，1994：3-5)。

1970 年代，環境惡化問題亦受到國際社會的重視。1962 年瑞秋·卡森(Rachel Carson)在其著作《寂靜的春天(Silent Spring)》一書中，針對人類使用人工化學藥品，尤其是 DDT 這樣的殺蟲劑，破壞自然環境的後果，提出強有力的警訊，開啓了環保運動的新頁(中國 21 世紀議程管理中心譯，2008：69-72；林文政譯，1994：6)。1972 年，由科學家及經濟學家所組成的「羅馬俱樂部 (The Club of Rome)」發表《成長的極限》報告指出：「如果目前世界的人口增長、工業發展、環境污染、糧食生產、資源損耗的增長速度保持不變，全球的增長將會於下個世紀的某個時段內達到極限；最終可能的結果，將是人口和工業發生突然的、不可遏制的衰退」。聯合國於同年在瑞典首都斯德哥爾摩召開「人類環境會議(United Nations Conference on the Human Environment)」，會議中通過《斯德哥爾摩人類環境宣言(The Stockholm Declaration on the Human Environment)》，揭示了我們只有一個地球、不損害國家管轄權以外的環境以及預防三大原則(賴怡忠，2004：12-14；盧瑞嘉，2008：20；王湘齡；中國 21 世紀議程管理中心譯，2008：73)。之後，針對人類活動和發展可能造成的危險所召開的會議不計其數。1980 年由國際自然保育聯盟(IUCN)、聯合國環境規劃署(UNEP)、世界野生動物基金會(WWF)出版的《世界自然保育方略 (World Conservation Strategy)》中，首先提出「永續發展」的觀念：「研究自然的、社會的、生態的、經濟的以及利用自然資源體系中的基本關係，確保全球的永續發展」。1983 年秋聯合國第 38 屆大會，成立「世界環境與發展委員會」(World Commission on Environment and Development, WCED)，並制定「全球的變革日程」(A Global Agenda for Change)，提出今後十年中實現永續發展的長期環境對策，促進開發中國家與經濟及社會發展處於不同階段的國家更廣泛合作，使國際社會更有效地解決環境問題，確立世界社會的理想目標。1984 年，以挪威前首相布倫特蘭夫人為主席的世界環境與發展委員會，組織了 21 個國家的專家赴世界各地進行

考察後，於1987年秋聯合國第42屆大會發表了《我們共同的未來》(Our Common Future)報告書，定義「永續發展」之概念為「能夠滿足當前的需要又不危及下一代滿足其需要之能力的發展」，即提高地球所有人民的生活素質，而不增加使用自然資源。除了首度將環境保護議題與看似不相關的經濟成長與發展結合外，並將「永續發展」的概念帶入世人論辯的主流，亦為各國在制定發展計畫時優先考慮之基本原則(王湘齡；朱岑樓等譯，1984；王之佳等譯，1992；林文政譯，1994：6)。全球永續發展觀念植基於兩個核心問題：其一是，在提升世界激增人口的生活水準同時，能否不致於造成自然資源耗竭和生活環境破壞？其二是，當人類集體從環境崩毀邊緣撤退，能否同時將最貧苦族群的生活，提升到基本尊嚴和健康條件之上？在世界媒體緊迫盯人下，世界各國採取積極的行動，希望對這二個問題做出「雙是的答案」(林文政譯，1994：7)。

為了回應世界各國的要求，聯合國於1992年6月13日於里約熱內盧召開聯合國世界環境和發展會議(United Nations Conference on Environment Development, UNCED)--地球高峰會議(Earth Summit)，共176個國家代表團出席了會議。來自世界各地的與會者約三萬人，其中包括了104位國家領袖，為了追求人類社會的永續發展，集聚一堂共商大計。儘管會中有許多的觀念衝突和爭議，仍發表了《里約環境與發展宣言(Rio Declaration)》，又稱《地球憲章(Earth Charter)》，並通過了《廿一世紀議程(Agenda 21)》行動指南，以追求環保、經濟及社會發展並進。《里約宣言》的第8項原則提出：「為了實現永續發展和提高所有人的生活品質，各國應減少和消除不能永續的生產和消費模式及倡導適當的人口政策。」首度將「永續發展」與「消費」連繫在一起；而《廿一世紀議程》的第四章「改變消費模式(Changing consumption patterns)」中則提出更具體的行動建議，並首度提出了「永續消費(sustainable consumption)」²一詞(林文政譯，1994：7；Rachagan & Kanniah, 2001: 4-6)。

聯合國環境規劃署(United Nations Environment Programme, UNEP)提出「永續消費」的背景因素，係基於以下的全球消費問題：

(一)世界上15%的人口居住在高所得國家，其消費量佔世界總消費量的56%，而居住在低所得國家這最窮的40%的人口，其消費量則祇佔世界總消費量的

² 「Sustainable Consumption」一詞，或有人翻譯為「可持續的消費」(盧瑞嘉，2008)，本文則考量其係為推動「永續發展」而生，而將之翻譯為「永續消費」。

11%(UNEP, 2005b:4)³。

(二)隨著 1990 年代世界經濟的擴張，許多國家生活水準提升，在今日大部份的人都比以往消費的多。但對非洲家庭平均消費而言，則較 25 年前少了 20%。在 2006 年，全世界在商品和服務的家庭花費超過 2 兆 4 千萬美元，較 1960 年的 4 千 8 百萬美元超出甚多(UNEP,2008:14)。

(三)世界人口預計到 2025 年會成長達 80 億，到 2050 年則會成長達 93 億：這些成長的人口，伴隨著高生活水準，將對土地、水、能源及其他的自然資源產生龐大的壓力，特別是對開發中國家。

(四)農業貿易持續增加，但農業擴張威脅其他的生態系統：對山林、濕地及生物多樣性最大的威脅，是由於食物需求的增加造成農地的擴張，以及由於過度密集的耕種造成可耕地的減少⁴。

(五)到 2025 年世界上將近有一半以上的人口面臨缺水：以全球來看，全球水資源回收量約減少 10%到 20%。

(六)世界森林覆蓋面積持續衰退：世界森林覆蓋面積，從 1990 年代開始，約減少 2.4%，每年約減少 9 萬平方公里。

(七)石化燃料的消費及二氧化碳的排放量持續成長：已開發國家消費石化燃料的量比開發中國家超過 10 倍以上⁵。

(八)新消費階層快速增加：中國及印度等新興(及成長中)國家，有數億的人脫離貧窮而成爲具有消費能力的階級，這些人創出龐大的物質需求，並消耗掉許多天然資源、土地和水，及排放出大量改變氣候的溫室氣體(Mont & Bleischwitz,2007:66；UNEP, 2005b :17)。

《廿一世紀議程》中「改變消費模式」所觀察到的現象是，人類發展最主要的目的是改善生活品質，而全球環境之所以持續衰退，主要原因是不永續的消費與生產模式，特別是在已開發國家，少數人以浪費的方式，過度消耗自然

³ 世界 12%的人口居住在北美及西歐，產生全球 60%的私人消費支出，而三分之一居住南亞及非洲撒哈拉以南地區(sub-Saharan Africa)者，則僅分擔 3.2%的消費支出(Worldwatch Institute, 2004)。

⁴ 爲了養活不斷增長的人口，到 2050 年必須世界糧食生產翻一倍。然而對於永續農業生產力有決定性作用的生物多樣性及生態系統服務卻正在迅速惡化。對於主要依靠生態系統服務(例如從森林不斷流向蓄水層再到農田的水和養分)的自然經濟農(牧)民，可以說帶來致命的打擊(UNEP,2009:5)。

⁵ 根據美國能源局(U.S. Department of Energy)等能源機構統計，目前全球石油預計再過 43 年消耗殆盡，天然氣儲藏量可供全球使用時間只剩 62 年；煤則可再使用 230 年左右；核能發電的鈾，也只能供全球再使用 64 年。根據美國能源部的估算，未來 20 年對於能源的需求可能還要再上升 50%。換句話說，在自然資源日益竭盡，需求量有增無減的情況下，尋找替代能源，成爲唯一的出路！(聶建中)

資源且成爲生活常態，並造成全世界環境負擔；但地球上仍有許多人連基本的物質需求及生活環境都不可得，而必須開發更多貧瘠的土地以求生，結果反而造成土壤侵蝕、水資源消耗及更少的農作物，而導致更嚴重的貧窮，形成惡性循環；此外，全球人口持續成長，部份新興地區消費人口成長快速，均造成全球自然環境資源更多的威脅。因此，全球社會必須邁向以掃除貧窮爲優先要務的文明。爲達此一目標，必須建立不會進一步傷害脆弱環境的永續消費形態(林文政譯，1994：29-30；UNEP & CI, 2004:8-9)。

由於社會演進的結果，人類爲合理取得所需物品，從最早以物易物的方式，進步到以貨幣購買的消費行爲(廖世机，2004)。「消費」係指符合現在需求之商品和服務的購買使用，「資源消耗」則係指被使用的物資、能源及環境處理廢棄物的同化能力的消耗。經濟學家認爲，「消費」與「資源消耗」並不一樣，消費雖然上升，但資源消耗量可能下降。但是，持續快速的經濟成長，仍會對自然資源產生大量的需求(Clark, 2007:493；Hertwich, 2005；Mont & Bleischwitz, 2007:61-65；Rachagan & Kanniah, 2001:5-9；UNEP, 2001a)，從而導致森林及動物的棲息地減少，並加速氣候變遷。過度消費並不一定是由人口過多所造成；過度消費有可能是過多的人口競逐有限的資源，也可能是經濟菁英消費過多的資源，而對貧窮國家、未來世代及非人類界產生威脅。但消費匱乏(under-consumption)同樣也會造成地球環境很大的壓力，貧窮和基礎設施的缺乏，減弱了低度發展國家照顧他們自己人民和自然環境的能力。無法滿足基本消費需求的人們，爲了短期存活，通常被迫決定而造成長期環境負面影響(Clark, 2007:493)。任何消費政策，最初及最重要的目的是要符合貧窮者的消費需求，如果最基本及主要的現行消費需求滿足無法達成時，則談消費的永續是毫無意義的(UNEP & CI, 2004：5-9)。

「永續消費」主要是消費者爲了滿足基本需求及追求較好生活品質，並減少自然資源、有毒物質之使用以及廢棄物及污染物質的排放，考量如何使產品生命週期中各階段所使用可回收及不可回收資源被更有效率的使用，而採取一種不同的消費方式，促使產品每單位功能效用(functional utility)⁶的物質及能源強度降低(UNEP, 2005b:11；UNEP, 2008:19-20)。消費與經濟成長有密不可分的關係，經濟要持續，必需要靠消費的刺激，所以要促進社會經濟，消費必須持

⁶ 此乃指產品提供給消費者的實質經濟效益，例如汽車的運輸功能(陳時奮)。

續。但目前全球竭澤而漁的使用資源的作法，已造成環境的破壞，並產生無法管理的廢棄物和污染(林文政譯，1994:30)。因此，如何避免消費所增加的自然資源耗損，以促進經濟的活絡；也就是要改變不永續的消費方式，並且要讓經濟成長與社會和環境的衰退脫勾(UNEP,2008:14)。此外，除了減少環境衝擊、改善生活品質的好處外，推動「永續消費」也被認為可以減少社會照護及企業生產的成本、創造新的就業機會，甚至對促進基本人權及女性社會參與都有幫助(UNEP, 2005a:12-14)。

「環保」與「基本需求」是消費者保護與永續消費共同關切的二個主要議題。1963年國際消費者組織聯盟(IOCU)⁷依據消費者保護的發展，整理出消費者應具有之八大權利與五大義務，世界各國消費者保護法令之內容、行政規制、措施等，可說均是以這八大權利與五大義務作為發展的目標。「八大權利」是指「基本需求」、「講求安全」、「正確資訊」、「決定選擇」、「表達意見」、「請求賠償」、「消費教育」及「健康環境」；「五大義務」是指「認知」、「行動」、「關懷」、「環保」及「團結」，彼此並互相關聯，以落實消費者的權益範圍。其中，「環保」與「基本需求」的意義分別為「消費者就日常之消費品與消費行為，有了解是否對環境造成污染之義務」及「消費者對維持生命的基本物質與服務，有要求提供的權利」(廖世机，2007：136；劉春堂等譯，1996；CI, 2010:7-8)，其他的權利及義務則可予以支援⁸。如實行「環保」義務時，消費者可以要求「講求安全」、「正確資訊」、「決定選擇」及「表達意見」等。

為了回應《廿一世紀議程》第四章及消費者漸增對永續世界的關注意識，消費者國際組織聯盟(CI)起而引導這股力量，以將「永續消費」納入《聯合國消費者保護指導綱領》；除於1993年召開「超越2000年：轉向永續消費」國際研

⁷ 已於1995年1月23日更名為 Consumers International，簡稱 CI。

⁸ 其他的權利及義務的意義分別為：「講求安全」：消費者對有危害健康與生活的產品與服務，有抗議的權利。「正確資訊」：消費者對可作為選擇參考的資訊，有被告知事實真相的權利。「決定選擇」：消費者對各種商品與服務的價格決定與品質保證，有請求在充分競爭條件下形成的權利。「表達意見」：消費者對有關消費者權益的公共政策，有發表意見的權利。「請求賠償」：消費者對瑕疵之產品或低劣品質的服務，有請求賠償的權利。「消費教育」：消費者對有關消費的知識與技巧，有取得的權利。「健康環境」：消費者有要求在安全、不受威脅，且有人性尊嚴環境下生活的權利。「認知」：消費者對產品的品質、價格與服務，有提高警覺與提出質疑的義務。「行動」：消費者有維護自己權益，必要時有採取或支持各種行動的義務。「關懷」：消費者對自己的消費行為，有確保不會對別人造成傷害的義務。「團結」：團結就是力量，全體消費者有團結並發揮影響力的義務(廖世机，2007：136-137)。

討會外，並於之後向聯合國進行密集的遊說。1995年，聯合國經濟社會理事會(United Nations Economic and Social Council, UNESOC)同意並要求秘書處將於1985年通過的《消費者保護指導綱領》擴展納入「永續消費」，經多次的會議討論修訂內容後，於1999年聯合國大會通過新綱領，於原綱領中增列第G章「推動永續消費(Section G. Promotion of sustainable consumption)」。從此將「消費者保護」與「永續消費」連繫在一起，「永續消費」自此亦成爲世界各國推動消費者保護的新興重要工作(UNEP & CI, 2004:9-12)。

因環境受到人類消費行爲的破壞而反撲危害到人類生存的案例，比比皆是，如山坡地過度開發、農地污染、海洋污染、空氣污染、溫室效應等，而衍生造成食物污染及短缺、遇天災後房屋倒塌、物價上漲、癌症病患增加……等危害人體生命、身體、健康及財產等相關消費者保護問題。以溫室效應爲例子，因人類與消費有關的行爲，排放大量的二氧化碳(CO₂)等溫室氣體到大氣中，加劇了溫室效應，使地球的溫度上升，造成所謂全球溫暖化現象，使海平面升高、改變了降雨量及某些地區氣候，而影響到水供應量、漁貨量、並威脅到人類生存及危害到生態體系(林榮仁，2005：1-2；楊憲宏等譯，2000)。聯合國「政府間地球暖化問題小組(IPCC)」於2008年公布對2007年氣候變化的評估報告，嚴厲警告全球暖化效應比過去預測要嚴重的多。自工業化時代以來，全球溫室氣體總排放量在1970年至2004年間，增加了70%，其中CO₂排放量增加約80%。近100年(1906-2006)的年平均溫度升高值爲0.74c。這樣的溫度改變，可能帶來嚴重異常的天氣變化。全球氣候變暖已是不爭的事實，且此一現象有90%以上是因爲人類活動導致之溫室氣體濃度增加所致。Mohr認爲，把焦點單獨集中在CO₂，會加深誤解的程度。人類行爲會產生大量的CO₂，比其他所有溫室氣體加起來還要多，這是正確的，然而，這並不代表CO₂就是地球暖化的最大禍首(2005：1)。英國經濟學家史登爵士表示，溫室氣體很大一部分是來自牛與豬排泄物釋放的甲烷，而甲烷對全球暖化的影響又是CO₂的23倍，全球人爲所致的暖化現象幾乎有一半是甲烷排放所造成。因此，減少甲烷排放量應是當務之急。聯合國數據也顯示，全球碳排放可能有18%來自肉類生產。另生產肉亦會浪費水、污染水源及土地牧場化，對全球自然資源帶來龐大的威脅。若要戰勝氣候變遷，學者們建議人們必須改吃素才行(冉祥蓓，2009；鄭寺音，2009；Mohr, 2005)。根據燃燒石化燃料造成的溫室氣體排放量推算，至

2050 年左右，氣溫極可能上升 2 至 3 度，缺水人口將達 20 億，有 20%到 30%物種瀕臨絕種，有許多人會因為營養不良、疾病、熱浪、旱澇而死亡。在最嚴重的情況下，全球人口將有五分之一受洪水影響、11 億至 32 億人缺水，全球出現大規模物種滅絕(胡思聰，2007；政府間氣候變化專門委員會，2008；中央研究院，2008)。誠如已故教宗若望保祿二世所言：「除非現代社會能嚴正地看待自己的生活方式，否則生態問題無法解決。世界上大部分地區仍然沈溺於及時行樂和立即消費，對因此造成的傷害漠不關心。」(楊憲宏等譯，2000：283)。我國法鼓山聖嚴法師在世時，於 2006 年 7 月 1 日「台灣青年領袖促進和平論壇--經濟與環保的創新作為」會議中也提到：「以目前的發展來說，如果停止經濟發展，等於是坐以待斃。但是在經濟發展的同時，也必須顧慮環境的永恆發展，讓我們自己、全世界的人，以及我們未來的子孫，都能在地球上繼續活下去」(法鼓山，2006：7)⁹。

聯合國環境規劃署(UNEP)及消費者國際組織聯盟(CI)在 1999 年《聯合國消費者保護指導綱領》新修訂納入「永續消費」之後的第 3 年(2002 年)，為瞭解各會員國推動情形，展開全球約 180 個政府問卷調查，其中有 53 個政府有積極的回應。雖然超過這個調查計畫回收數 30 到 40 的目標，但其實僅有不到三分之一國家有回覆，且像美國、英國、法國等消費大國均未回應。調查統計結果為，有四分之三政府(約 40 個)表示已開始推動相關政策；有一半政府(約 27 個)表示，已進行消費者行為之研究，以確認更永續的消費模式；有接近 80%政府(約 43 個)表示，指導綱領對政策制定是有幫助的；但也有三分之一的政府(約 17 個)認為指導綱領部份內容應予以修正的更明確；雖一半以上的政府並沒有指定推動或監督之機關，但大部份政府都已積極提升永續消費相關議題的消費者意識(UNEP & CI, 2004:6-7)。然而，依據相關的資料顯示，就全球的層次而言，永續消費的進展其實極為有限；主要原因包括：缺乏對永續消費的瞭解、工具多樣混淆、推動消費的力量複雜、每個國家社會及文化價值不同……等(Cohen,2005a；Michaelis,2003；Mont & Bleischwitz,2007)。在 2002 年約翰尼斯堡高峰會議的重新檢討之後，為重燃全球對永續發展策略的支持，聯合國重新提出了一些推動計畫，聯合國及 OECD 等國際組織並將所累積的一些國家的執行經驗編撰成教戰指南，提供各會員國參考(OECD, 2002；

⁹ 佛教、道教、天主教等均有其與環保相關的理念(鄭振煌，2006:20-22)。

OECD, 2008 ; Michaelis, 2003 ; UNEP, 2005a ; UNEP, 2005b)。此外，UNEP 所發展出來的全國永續消費與生產十年架構計畫(10-Year Framework of Programmes on SCP)中，也期待各地區自行實施符合當地的永續消費政策(王俊傑，2008：12；UNEP, 2008：10-11)。

世界自然基金會(WWF)1998 年公布之《生命地球報告》中提出「消費壓力指數」(consumption pressure)，顯示台灣每人平均消費對生態資源造成之壓力值，為世界每人平均值之 3.42 倍，在全球 151 個國家中，高居世界第二位(若將我國淡水抽取量資料納入計算，我國排名可能躍居世界第一)。行政院環境保護署前署長林俊義表示：「經過長期工業發展，我國已經進入大量製造、大量消費、大量廢棄的社會經濟型態，這份報告提出警訊，顯示我國國民的消費方式，以及國家政策的規劃，例如產業結構的調整、工程建設、國土規劃等，都應該有所修正與改善。」(行政院環境保護署，1998；WWF, 1998: 22)。台灣溫室氣體排放量以每年約 5%的增加率成長，CO₂ 排放量約占排放總量的 74%；2006 年的 CO₂ 排放量約達 2.65 億公噸，占世界 1%，排名第 21 位，但人均排放量則高居第 18 名；從 1990-2006 年，台灣 CO₂ 排放量成長高達 133%，是世界排放增加最快的國家之一。2004 年我們平均個人消耗的能量是全世界平均值的 2.5 倍，已超過瑞士、丹麥、英國、德國、法國、日本與韓國。台灣最近一百年的平均溫度約增加 1.2°C，為全球平均增幅(0.74°C)的 1.6 倍，晝夜溫差約減少 1°C；超過 90% 的相對溼度發生頻率減少了一倍以上，以致霧天基本上已從台灣的各大城市消失，甚至毛毛雨過去 40 年都有明顯的減少，可能跟空氣污染物中的懸浮微粒有關，使氣候變化雪上加霜。由於氣候變遷造成的環境災害，台灣地區土石流敏感地區有 1,420 處，影響民眾的生存與生活。近年來台灣地區颱風豪雨造成的農業損失額度累積超過 1,000 億元(中央研究院，2008；李永展，1999；蔡勳雄，2008)。依據我國學者劉紹臣的研究，全國氣溫增加所造成的水、旱災頻率，比 IPCC 所估計的更加嚴重。全球氣溫每增加 1°C，台灣前 10% 的強降雨會增加 140%，而前 10% 的小雨則會減少約 70%。若依 IPCC 的估計，2005 年至 2030 年間全球氣溫將再增加 0.7°C，則台灣未來 25 年間，前 10% 的強降雨就會增加 100%，而小雨會減少約 1 倍。由於台灣前 10% 強降雨大都來自颱風，更大、更多的摧毀性水災、土石流未來將無可避免。然而台灣中、小降雨卻會逐漸減少，而中、小雨是保持土壤濕潤及地下水的關鍵水源，台灣中、南部春冬兩季

常因此而發生旱災的情形將會更嚴重、頻繁。劉紹臣認為，由於 CO₂ 在大氣生物圈系統的生命週期很長，想要降低 CO₂ 排放、減緩全球暖化，還需要數十年的努力，因此制定因應策略以及完善的國土規劃，是當務之急(中央研究院，2009)。此外，2009 年 8 月 8 日我國發生八八水災，莫拉克颱風重創南台灣，造成台灣 50 年來最嚴重的災情，人民傷亡及農業損失不計其數。有專家認為，土地超限利用是最大原因，許多不該住人的地方都住人，才造成巨大傷亡；有的專家認為，雖然莫拉克颱風是夏颱，但是移動狀態卻像秋颱，帶來超大雨量，才導致豪雨成災，而氣候變遷已經發生，預料以後還會有破紀錄雨量；另有民眾懷疑是經濟部水利署正在進行的「曾文水庫越域引水工程」用炸藥炸山，導致那瑪夏鄉地質鬆動，造成這次如此慘重的災情(林睿康，2009；黃福其，2009；溫蘭魁，2009)。若暫不論是否受災戶無力改善居住環境等原因，對環境的侵害及與大自然爭地所造成反撲的後果，實非人力所能對抗。2009 年 11 月高雄縣爆發因為任意傾倒瀘渣及集塵灰，導致土壤及水源污染，並造成在此養殖的鴨群、吳郭魚、鳳梨等感染毒性化學物質戴奧辛，若經人們食用，嚴重影響人體健康¹⁰。我們日常使用的消費商品中，如清潔劑(含壬基酚)、保麗龍、食物的農藥殘留、奶瓶(含雙酚 A)、脫鞋(含塑化劑)等含環境荷爾蒙(來自環境污染物的人體內分泌干擾素)產品，這些人造化學物質造成環境污染後，會透過食物鏈再回到我們身體(或其他生物體內)；它可以模擬我們體內的天然荷爾蒙，而影響了我們身體內最基本的生理調節機能，對人體、動物及環境均有害。立法委員田秋堇說：「我們破壞環境的後果，最後仍將由人類自己去承受。」(立法院，2009：47；行政院消保會，2009；凌永健，2000)。因此，如何減少消費有關行為對環境造成的負面影響以及減少受污染或破壞的環境直接或間接危害消費者生存與健康、安全？是台灣永續發展的百年大計之一。

我國並非聯合國、OECD 及消費者國際組織的正式會員，所以很多活動並沒有被要求配合參與，但身為地球村的一員，除了我們應該共同分擔消費對全球環境的影響責任外，也必須為了我們的消費安全及居住環境品質，來推動

¹⁰ 消基會秘書長吳家誠表示，「戴奧辛是世紀之毒！」，人體對戴奧辛的代謝能力很差，戴奧辛要排出健康人體得耗時超過二十年，研究已證實，戴奧辛中毒會導致肝及淋巴腺腫瘤發生、孕婦流產或是產下畸形胎兒，生出無腦症嬰兒。吳家誠表示，戴奧辛是長效性的有機污染物，也是環境荷爾蒙，不易在環境中被分解。雞鴨吃了被戴奧辛污染的植物或飼料後，脂肪組織就開始積存戴奧辛，人再吃了雞鴨，戴奧辛就經由食物鏈進入人體(林嘉琪，2009)。

「永續消費」相關的工作。

為因應全球永續發展趨勢，行政院於 1994 年 8 月成立「行政院全球變遷政策指導小組」，由相關部會首長及專家學者組成，下設因應全球環境問題及永續發展等 6 個工作分組。1997 年 8 月 23 日，行政院核定將原「行政院全球變遷政策指導小組」提升擴大為「行政院國家永續發展委員會」(以下簡稱「行政院永續會」)，並指派行政院政務委員擔任主任委員，秘書幕僚作業由行政院環保署兼辦。1999 年 4 月，為提升委員會議決事項的執行力，行政院將永續會主任委員提升由行政院副院長兼任。2002 年 5 月，復提升由行政院院長親自兼任主任委員，以示政府對永續發展的重視。此外，並增置執行長 1 人，由主任委員指定政府機關委員 1 人擔任，以強化協調部會間意見及督導業務推動。另置副執行長 5 人，由內政部、經濟部、教育部、行政院農業委員會及環境保護署等 5 個部會副首長兼任。行政院永續會下設置 8 個工作分組，分別為「永續願景工作分組」(行政院經濟建設委員會召集)、「國土資源工作分組」(內政部召集)、「資源與產業工作分組」(經濟部召集)、「生物多樣性工作分組」(行政院農業委員會召集)、「生活與生產工作分組」(經濟部召集)、「國際環保工作分組」(行政院環境保護署召集)、「健康風險工作分組」(行政院衛生署召集)及「永續教育工作分組」(教育部召集)。2005 年 1 月，為因應即將生效之京都議定書，再增置「氣候變遷暨京都議定書因應小組」(行政院環境保護署召集)。2002 年 11 月，立法院三讀通過《環境基本法》，同年 12 月總統頒布實施，該法第 29 條「行政院應設置國家永續發展委員會，負責國家永續發展相關業務之決策，並交由相關部會執行。委員會由政府部門、學者專家及社會團體各三分之一組成」賦予行政院永續會法定位階，行政院永續會由原任務編組提升為法定委員會。行政院永續會成立後完成之主要永續發展文件包括：1. 2000 年 5 月完成《廿一世紀議程－中華民國永續發展策略綱領》；2. 2002 年 12 月完成《永續發展行動計畫》；3. 2003 年 1 月完成《台灣永續發展宣言》；4. 2003 年 6 月完成《台灣永續發展指標系統》；5. 2004 年 11 月完成《台灣 21 世紀議程－國家永續發展願景與策略綱領》(行政院永續會)。

「永續消費」既是永續發展的一項重要工作，我國自應將之納入「永續發展」相關計畫中，然而檢視行政院永續會所訂定前開《台灣二十一世紀議程》等相關重要文件中，卻未提及「永續消費」一詞。雖然在相關文件中有提及相

關的概念及行動方向，如在《廿一世紀議程－中華民國永續發展策略綱領》中提到「調整國人生活與個人行為習慣：提倡簡樸的新生活，注重生活品質以取代奢侈浪費的習性」(2000：7)；在《台灣永續發展宣言》中提到將「由生活環境、『消費行為』、經營活動，從民間到政府，從每個個人到整體社會，以實際行動，全面落實永續發展」(2003)等，惟相關行動綱領、計畫、指標系統中僅提及「綠色消費」，且似乎將「綠色消費」視為「永續消費」¹¹，自亦未建立推動「永續消費」的整體政策及架構。此外，行政院永續會所發表 2007 年《台灣永續發展指標現況》指出(2008：12)，呈現背離永續的指標包括：CO₂ 排放量、PSI(空氣污染物標準指數)平均值(江漢全等，2008)、受輕度以下污染河川比率、非自然資源生產面積、天然海岸比例、耕地總面積比、有效水資源、平均每人每日垃圾量、公害陳情案件受理統計、癌症標準化死亡率、農藥消費量佔農產產值比率、中央政府環保生態預算比率、環境影響評估監督合格比率、民間參與度、都市每人每日耗電等 15 項；其中 CO₂ 排放量、PSI 平均值、受輕度以下污染河川比率、有效水資源、平均每人每日垃圾量、癌症標準化死亡率、農藥消費量佔農產產值比率、都市每人每日耗電等指標都直接與國人消費行為有關。另前幾年台灣爆發「卡奴」問題，部份「卡奴」因為還不出債務而自殺或爲了要還債挺而走險，突顯出社會貧窮問題。依學者的研究指出：「．．．工作穩定性大不如前，薪資所得成長趨緩，而消費支出卻大福增加．．．社會上出現動輒好幾十萬的服飾精品，仍然能使高所得消費者趨之若鶩；而有些貧困家庭卻連營養午餐費都無力負擔，這已經不是『相對貧窮』現象，而是連基本生活需求都無法達成的『絕對貧窮』問題．．．『新貧階級』的現象隱然若現。」(吳明儒，2002)，而這也是「永續消費」所關注的議題。

筆者現亦於行政院消費者保護委員會(以下簡稱「行政院消保會」)服務，之前因工作需要接觸到「永續消費」相關文獻，認爲這個理念正符合以上國內消費者保護工作的未來發展需求；另該會前幾年參與國際消費者保護活動或會議時，亦經常會被問及我國推動永續消費的情形，再加上國內對這方面的推動工作尚很不足，故認爲有需要加以重視。爲了回應國際社會的呼籲，筆者曾協助該會前二任主任委員葉菊蘭及蔡英文分別於 2005 年及 2006 年的專文中提出「永

¹¹ 于寧、賴明伸認爲「隨著『永續發展』名詞之提出與逐漸被普遍運用，『綠色消費』也經常被稱爲『永續消費』」(2000：6)。

續消費」的重要性；並於 2008 年辦理《98-99 年度消費者保護計畫》研訂工作時，為應時勢需要，參考國際推動永續消費相關文獻，依據自己初步的研究成果，暫時研提數項推動「永續消費」的基本原則納入該計畫中，於計畫獲行政院核定後，函請各中央及地方消費者保護主管機關據以研訂具體的消費者保護執行方案，並自 2009 年起開始推行消費者保護相關的「永續消費」工作(行政院消保會 2008：3；廖世机，2008：218)。惟該數項基本原則甚為籠統，之前除未與各主管機關做過詳細的討論外，亦未提供國外相關研究資料，純由各主管機關自行解讀規劃。另從各中央主管機關所提出的相關方案內容觀之，僅有少數機關提出少許相關的工作項目，且或沿用既有行政院永續會「永續發展行動計畫」中工作項目內容，或較無前瞻性及創新之倡議，並且亦缺乏統整¹²。由於這是我國消費者保護工作中推動「永續消費」政策的草創階段，未來勢必要加強政策內容的具體化，以利各相關主管機關據以配合推動，而這有需要進一步對「永續消費」內涵進行研究，否則無法創造集體績效，而將使前述與消費者保護相關的行政永續會「永續發展指標」，未來仍可能背離永續。

2008 年政黨再次輪替，新總統當選人馬英九先生在競選政見「環境政策」中，提出了「再生而節能的低碳家園」願景，並提出「節能減碳：積極因應全球暖化議題，建構台灣的永續能源策略」及「資源循環：推動資源妥善利用，打造資源循環的永續生態社區」的政策主張。行政院為了兌現馬總統的競選承諾，除於民國 98 年度施政方針中納入「研訂減碳目標，善用市場機制」、「動員全民節能，邁向零碳城市」、「設置減碳基金，發展綠能產業」、「建構綠色路網，推廣低碳運輸」、「綠色生產設計，落實產業永續」、「加速河川整治，推動節約用水」、「零廢棄全回收，資源循環社會」、「扎根環境教育，愛家園顧台灣」等施政目標外，行政院於 2008 年 7 月間辦理二次內閣研討會，會後由當時劉兆玄院長親自召開記者會，對外宣示未來政府施政的兩大基調：「鬆綁」與「重建」。細部的具體實踐策略則包括「提升競爭力」、「擴大照顧弱勢」、「保障能源與糧食安全」、「振興文化、教育與科技」及「傾聽人民的聲音」；其中，在「保障能源」方面，為了因應高油價時代的來臨，行政院期以政策導引的方式，促使國人改變交通與居家的習慣。未來數年內，政府將推動全國計程車全部改用瓦斯，以及推廣電池可抽換式的電動機車；另外，

¹² 詳第四章第二節所述。

政府也將率先將所有燈具改用省電燈泡，並提供五百億優惠貸款協助企業投資節能設備等(行政院，2008)。在行政院的力推之下，各級機關均配合規劃推動相關措施，一時之間，全國靡漫一股「節能減碳」風。然而，伴著全球經濟成長趨緩及原物料價格仍處在高檔，對企業經營、民生消費產生極大的影響。依據經濟部的統計，2008年8、9、10三個月來，平均每個月有7,000多家公司行號倒閉，每天有237家公司行號結束營業，每月新增失業人口3萬5千人，每家每戶財產都大幅縮水、家庭收入緊縮、甚至面臨失業的窘境(丁守中，2008)，使原本屬中低收入戶的家庭產生更大的生活壓力。政府爲了援救經濟與民生，推動擴大內需方案、促進就業、產業舒困及推動照顧弱勢相關措施。此外，爲了鼓勵民眾消費，並史無前例的決定於2009年1月18日舉債發行「消費券」，希望藉以舒困企業、增加就業機會及民間消費力量，提振經濟景氣。但人們似乎存在一種廣泛的共識，即這種投資與支出是恢復經濟增長與改善就業所必須的，但人們並不清楚，危機過後的經濟是否是可持續、生態環境是否可以維持、消費行爲是否可以邁向永續，還是仍然會回到傳統的「棕色經濟」：依賴低效能、不可再生能源、高材耗、對生態環境的不永續利用以及帶來高度的氣候變化風險(UNEP, 2009:6)，而持續對消費生活帶來威脅？

處在台灣現有社會經濟政治及消費環境背景下，與上開聯合國提出「永續消費」理念的背景因素實有相近之處，且無論如何，推動「永續消費」將是提供我國邁向永續發展、維護消費者權益、改善生活品質的另一個途徑，以及共同分擔消費對全球環境的影響責任；就如同王文竹(2003：1)所呼籲的「該有個永續消費政策了」。在政府已經從經濟、能源、環保等層面推動永續發展工作的同時，消費者保護行政機關也該是從「消費者保護」的角度來啓動「永續」的消費者保護行政的時候了！然而，前已提及，雖然行政院消保會已開始推動「永續消費」相關的消費者保護工作，但由於所涉及的問題廣泛且複雜，仍缺乏具體的推動政策，如何研訂出一套符合國情需要且具體可行而能兼顧「永續消費」的消費者保護政策，以提升國人消費生活品質、維護消費安全及減少消費對自然環境的破壞，是本論文主要的研究動機。

二、研究目的

依據以上的研究動機，本論文的研究目的如下：

(一)探討分析國際社會推動「永續消費」的意義、發展及政策工具，以及與消費

者保護的關聯性、意涵，以作為我國消費者保護行政機關推行「永續消費」的理論基礎及依據。

- (二)探討分析台灣消費環境現況及存在與「永續消費」相關的議題，以及目前與「永續消費」相關消費者保護政策的推動情形，並進行國內外的綜合比較，以探討台灣的發展問題。
- (三)依據國內外發展資料的綜合比較分析，應用政策規劃理論，研擬我國「消費者保護－推動永續消費」政策。
- (四)蒐集並評估分析我國消費者對「永續消費」理念的認知(同)程度及各界學者專家對所擬政策的建議，據以研修(訂)政策“草案”，供政府機關參採。

三、研究問題

依據以上研究動機及目的，本論文將試著回答以下問題：

- (一)國際「永續消費」的發展、意涵及相關的政策工具、推動困難？
- (二)國際「消費者保護-推動永續消費」的發展、意涵及推動情形？
- (三)台灣消費者保護運動的發展趨勢、消費環境現況及與「永續消費」相關的消費者保護推動作為？
- (四)我國消費者對「永續消費」的意識或認同程度？
- (五)我國「消費者保護-推動永續消費」政策之範疇、目標、內容、所需政策工具、可能遭遇問題及因應作法？

第二節 研究方法與流程

一、研究方法

為增加研究發現的可信度，將參考 Patton 三角檢證的觀念，並兼顧定性及定量的評估，以不同的研究方法蒐集分析多元的理論及資料、納入多元的參與者以及運用多個分析者的視角，進行研究結果的彙整、分析及詮釋，以檢核研究發現的一致性(吳芝儀等譯，2008：610-611)。

研究問題的第一至第三個問題主要是屬於文獻整理及比較分析問題，本研究將使用「文獻分析法」，蒐集多元文獻資料予以探討分析。針對第四個問題，本論文除將整理以往相關的問卷調查資料外，將搭配行政院消保會每年定期辦理的「國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究」，就文獻分析所整理出來的主要「永續消費」議題，併入 98 年度的調查研究整體問卷中，並將其調查結果的原始資料單獨抽離出來進行統計分析，先以定量研究方法瞭解、評估消費者對永續消費的意識或認同程度，作為政策規劃調整的參據。由於「消費者保護-推動永續消費」屬一綜合性議題，涉及到社會、經濟、環境及消費者保護四個領域及多種學科，範疇極為廣泛，所以要處理第五個研究問題，較宜採定性研究方法，邀請各相關領域的專家從不同的角度去思考、預測、評估，並參考文獻分析及永續消費意識調查的結果，進行對話、腦力激盪後提供建議。因此，不易使用針對特定議題及所需專家人數不多的如「深度訪談法」或「德爾菲法」來處理；而利用「焦點團體法」，召開多場次的焦點座談會，將相關各領域的學者專家聚集起來，對相關聯的議題進行開放式的對話與討論，有助於激發出更多有創意的建議，則較易於處理此一問題，故本研究予以採用。

以上各研究方法，除了「文獻分析法」操作上較為單純，在此予以說明外，「問卷調查法」、「焦點團體法」均涉及實際的操作程序及細節，在此僅就方法本身意義作簡要說明，其餘於第五章「研究設計與實施成果」中加以詳述：

(一)文獻分析法

文獻分析法，亦有「文獻資料分析法」、「文獻探討法」、「次級資料分析」、「文獻調查法」和「二手資料分析法」等其他稱呼，是經由「文獻資料」進行研究，從各種有歷史價值而保留下來的知識，以系統而客觀的界定、評鑑、並總括證明的方法，以確定過去事件的確實性和結論(葉至誠等，1999：138-156)。Watson(1997)認為像是雜誌或新聞報紙的報導、政府機關的研究報告、企業組織的研究計畫、政府或私人機構的文件記錄或是資料庫、企業組織的報告、任何的書籍、論文與期刊都可以作為研究文獻分

析的來源(李美華等，2006；Watson, 1997)。

文獻分析是一種探索性的研究方法，主要是蒐集與自身研究有相關性的資料與理論基礎加以檢閱，作為研究分析的知識與依據。研究者在閱讀與研究相關的文獻資料的過程中，可以發現自己的研究有何發展空間與方向？了解先前的研究與自身的研究有什麼樣的關係？研究的理論基礎是否可以更進一步的擴張？本身研究是否有不足之處？等問題(宋庭揚，2008：5；胡龍騰等，2000；轉引|自行政院消保會，2009：11)。

由上述可知，文獻分析法是大量檢閱過去與自身研究相關的資料，藉以累積自身研究的知識與理論強度，並可以檢視自身研究是否有不足之處。除此之外，文獻分析法的客觀性的特質，可以彌補其他研究方法客觀性不足的問題，提供其它研究方法客觀的分析依據(張春興、楊國樞、文崇一，1989；轉引|自行政院消保會，2009：11)。

因此，本論文將從國內外中英文書籍、期刊、論文、官方及民間組織出版品、報章雜誌、網路資料等中蒐集、整理國內外涉及與消費者保護有關的「永續消費」相關理論、文獻、調查統計以及未來發展預測等知識及資料，加以整理、摘述、比較、分析、推估及界定，以建立本論文的理論基礎及範疇，並據以研訂未來政策方向及內涵。

(二)問卷調查法

搭配行政院消保會「98年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究」的問卷調查，以台灣地區二十歲以上之居民為調查對象，依據2008年10月人口分布情況，採分層隨機抽樣，於各縣市總計抽出1,068名受訪者進行調查。本論文則就文獻分析中所探討出的與消費者保護有關的「永續消費」議題，選取數項與消費意識或認知有關者，設計為永續消費問題，納入整體調查研究問卷之中，參與各項問卷調查程序，如問卷預試、信度及效度的考驗等，併同其他題目一起進行調查。並就調查所得原始資料，進行描述性統計分析及與受訪者社經變項的交叉分析。之後，就統計分析結果加以探討詮釋，以瞭解我國消費者對永續消費的認知或認同程度，作為增修(訂)未來政策的參據。

(三)焦點團體法

焦點團體法是一種「團體」訪問的質性研究方法，又稱為焦點團體訪談(focus group interview)，是以同質性團體為對象的一種開放式訪談形式。焦點團體之取樣，是把有相似經驗和背景的人聚集在一起，討論和他們有所關聯的重大議題；以6至10人為一組，就特別選定之目的或焦點議題展開

談話(吳芝儀等譯，2008:265,436；葉至誠等，1999：195)。

與深入訪談法最大的差別在於焦點團體法多了團體成員的「互動」和「討論」。焦點團體法所引導出的互動，讓團體成員能有相當程度的「參與」，並能有所謂「即興反應」的效果，使他們用自然習慣的語言去表達、挑戰，反應出各個成員的經驗和解釋，這可使研究者有多方面的洞察機會。研究者在此法中往往扮演中介者角色，其從中所蒐集的資料，是團體間互動討論的言辭核心內容(胡幼慧，1996；簡豪成，2007：82-83)。

二、研究流程

依以上研究動機、目的、問題及方法，建構本論文的研究流程如下圖 1-2-1 所示：

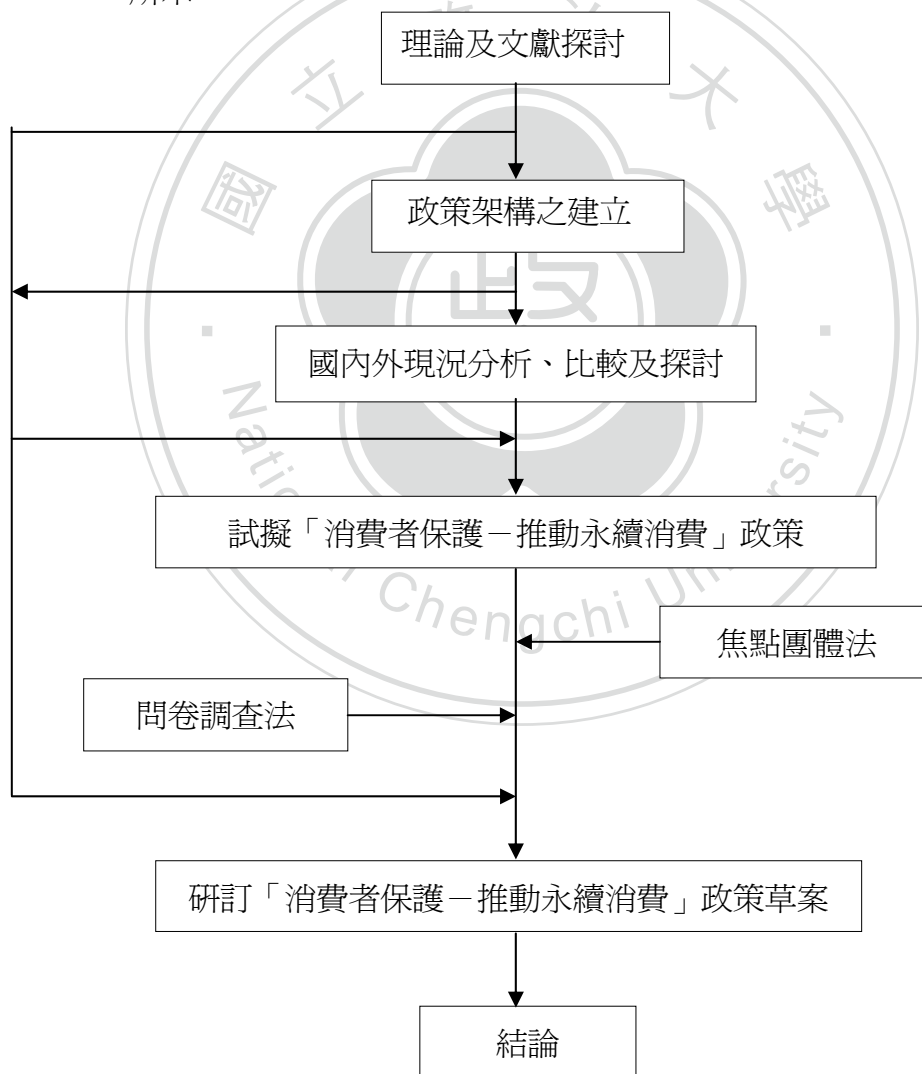


圖 1-2-1 本論文研究流程

第三節 研究範圍與限制

依以上研究動機、目的、問題及方法，本論文的研究範圍及研究限制如下：

一、研究範圍

以國際社會推動「永續消費」的理念發展為基礎，將研究範圍聚焦於與消費者保護有關的議題，運用不同研究方法蒐集、分析國內外相關的文獻、消費大眾對「永續消費」認知(同)情形及各領域學者專家之意見，以規劃研提我國「消費者保護－推動永續消費」政策，供政府政策推動之參考。

二、研究限制

- (一)「永續消費」的理念，除了消費者保護之外，所涉及社會、經濟、環境、生產技術等各專業領域，非本文所能一一深入探討，僅能於介紹到時，簡要註明其意義，並藉由焦點團體訪談時各受邀與會的各領域學者專家提供建議，加以探討有否納入本論文所提政策內容之必要。
- (二)國內對有關「永續消費」議題的研究甚少，缺乏既有相關研究個案可以進行參考比對。
- (三)由於與消費者保護有關的「永續消費」政策研究在國內尚屬萌芽階段，且議題廣泛，限制了研究方法的選擇。

第四節 重要概念及名詞界定

貫穿本論文的一些基本概念及名詞，有需要先行在此介紹或界定其意義，以利後續研究的推展：

一、永續消費

「永續消費」一詞是根源於「永續發展」而來，並正式出現於 1992 年聯合國環境和發展會議於里約熱內盧召開之地球高峰會。之後，「永續消費」的觀念在國際相關會議中不斷的被引用及界定，直到 1995 年奧斯陸「永續生產和消費」圓桌會議，給予它更清楚明確的界定並為聯合國所採用及建立了正式工作定義如下：「使用符合基本需求的服務及相關產品，以帶來更好的生活品質，同時使自然資源及有毒物質的使用以及廢棄物及污染在整個生命週期的排放最少化，以不危及未來世代的需求。」(UNEP, 2001a:12; UNEP & CI, 2004:8-9)。

1999 年消費者國際組織聯盟(CI)所負責起草及協調，將消費者保護的內涵擴充到「永續消費」之「聯合國消費者保護指導綱領」中，則將「永續消費」界定為：「永續消費包括滿足現在及未來世代對商品和服務在經濟上、社會上及環境上的永續需求」(UN, 2001:11)。

二、消費者保護

消費者保護之相關英文名詞有「consumerism」、「consumer protection」、「consumer protection movement」等。依據大英、大美百科全書(中文版)之解釋，可分別稱為「消費者主義」、「消費者運動」或「消費者保護運動」，然而其意義其實相當(光復書局，1985：77)。

所謂「消費者保護」的意涵，學者們的解釋不一，主要包括以下的幾種特性：(一)是一種試圖施加壓力於企業的運動，由消費者和政府的共同努力，向企業界缺乏道德觀念的經營者挑戰，並要求社會大眾注意應有的權益；(二)社會大眾爭取權益的對象，還包括政府部門，以避免企業家和政府部門所加諸的不公平待遇；(三)是一種有組織的活動，以謀求大眾更高的生活水準，及尋求各種可能的補償；(四)在本質上是一種社會運動，目的在日常交易過程中，為購買東西的消費者尋求更多的權益和權力(轉引自程嘉君，1979：66-68)。

至於「主義」及「社會運動」之定義如次：(一)主義：對事物或原理的系統主張(薛頌留，1996)。(二)社會運動：凡是能夠找出明顯訴求主題和目標的集體抗議行動，且以較有組織的動員方式尋求目標之達成(蕭新煌，1989)。

為利本論文之推展，綜合前述各見解，界定下列名詞意義：

- (一)消費者主義(consumerism)：消費者爭取維護自身權益之觀念。
- (二)消費者保護(consumer protection)：具最廣的意義，包括政府、企業經營者、消費者、消費者保護團體所採取及推動維護消費者權益之作爲。
- (三)消費者運動(consumer movement)：消費者及消費者組織所採取維護消費者權益之社會運動。
- (四)消費者保護運動(consumer protection movement)：政府及消費者或消費者團體所採取及推動維護消費者權益之較具規模之作爲或運動。

三、消費者、企業經營者、消費關係及消費爭議

依我國消費者保護法(以下簡稱消保法)第 2 條的界定及行政院消保會的相關函釋說明，將所謂「消費者」、「企業經營者」、「消費關係」及「消費爭議」的定義說明如下：

- (一)消費者：指以消費爲目的而爲交易、使用商品或接受服務者。所謂「消費」，由於消保法並無明文定義，惟依學者專家意見認爲，消保法所稱的「消費」，並非純粹經濟學理論上的一種概念，而是事實生活上之一種消費行爲。其意義包括：1.消費係爲達成生活目的之行爲，凡係基於求生存、便利或舒適之生活目的，在食衣住行育樂方面所爲滿足人類慾望之行爲，即爲消費。2.消費係直接使用商品或接受服務之行爲，蓋消費雖無固定模式，惟消費係與生產爲相對之二名詞，從而，生產即非消費，故消保法所稱之消費，原則上係指不再用於生產之情形下所爲之「最終消費」而言。
- (二)企業經營者：指以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務者。故凡以提供商品或服務爲營業之廠商業者，不論該業者爲公司、團體或個人，只要爲營業之人，均爲企業經營者。又依消保法施行細則第 2 條規定，所稱營業，不以營利爲目的者爲限。準此而言，只要以提供服務而爲營業行爲之業者，即爲消保法所稱之企業經營者。
- (三)消費關係及消費爭議：「消費關係」指消費者與企業經營者間就商品或服務所發生之法律關係而言；而所謂「消費爭議」則係指消費者與企業經營者間因商品或服務所生之爭議¹³。

四、消費者保護行政機關

依據消保法第 40 條規定，行政院爲研擬及審議消費者保護基本政策與監督

¹³ 請參閱行政院消保會網站，行政解釋，<http://www.cpc.gov.tw/CPCLaw.asp#2>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

其實施，設消費者保護委員會。另依同法第 6 條規定，消費者保護的主管機關，在中央為目的事業主管機關，在直轄市為直轄市政府，在縣(市)為縣(市)政府。我國消費者保護行政體系詳如圖 1-4-1 所示：

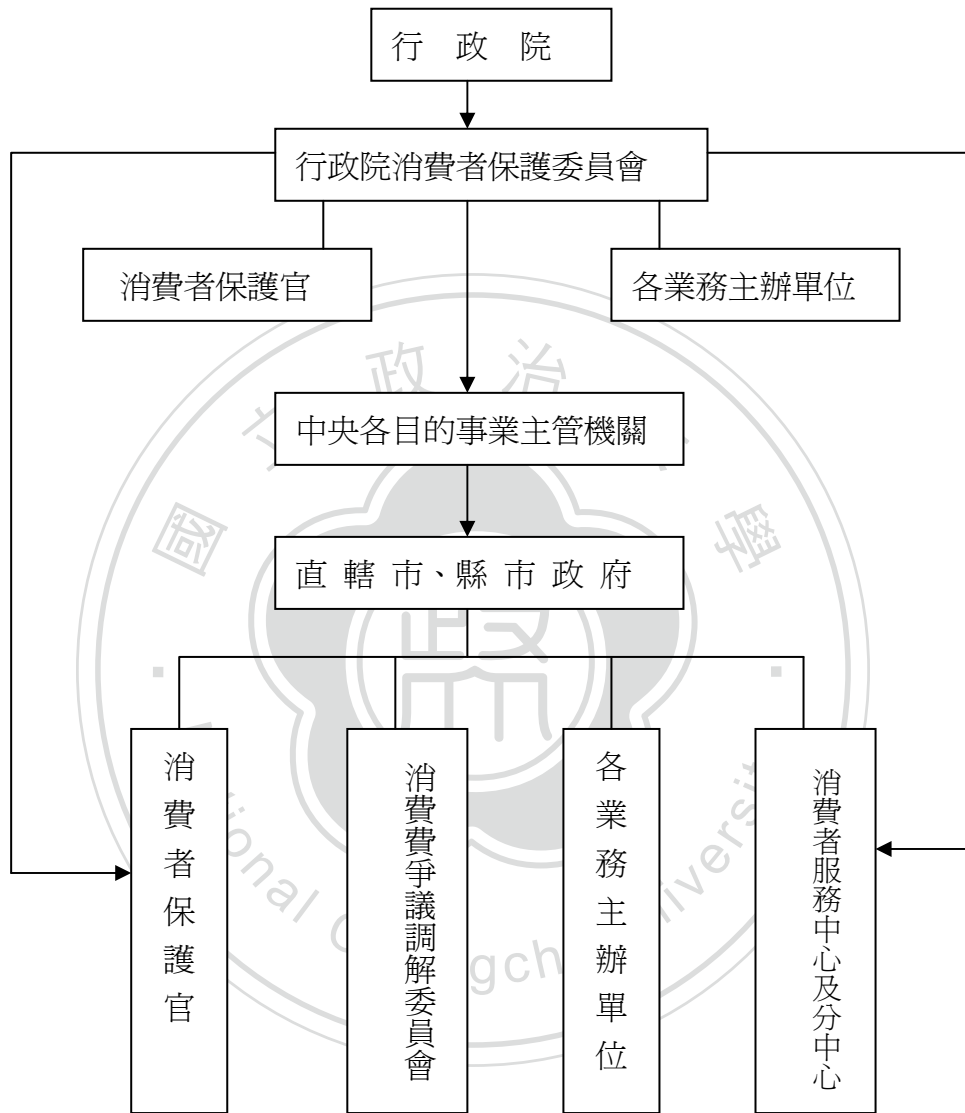


圖 1-4-1 我國消費者保護行政體系

資料來源：行政院消費者保護委員會(2002)。消費者手冊。

故本論文之後所稱之「消費者保護行政機關」係包括行政院消費者保護委員會、中央各目的事業主管機關(含其內部各業務主辦單位)，以及直轄市、縣市政府之消費者保護官、消費爭議調解委員會、各業務主辦單位及消費者服務中心及分中心在內。

第二章 永續消費與政策規劃理論及文獻探討分析

第一節 永續消費與消費者保護

一、永續消費的發展

(一) 永續消費與永續發展

由於缺乏對消費動機充分的理解，導致商品生產者成為法令規範的主要目標。以往的研究著作亦未建構消費者是有目的行動者的觀念，而這也隱含著購物(Shopping)是一個齷齪的活動，是受到不擇手段銷售人員(marketer)狡猾的策略所惡化，迫使不幸的消費者購買似乎是沒有價值的產品且無止境的堆積著(Cohen, 2005a: 22)。

從 1960 年代後期及 1970 年代早期環保運動開始時期，一般共同的理解是空氣污染、戴奧辛的排放等，是生產者內部化正常管理失敗所造成的不幸結果。因此，政策制定者規劃了很多的措施，包括從重罰到企業自律，以及去調整指導管理決定的誘因系統。至於消費者的責任，則可能基於以下三個理由而被加以排除：

1. 政策制定者一般視個人消費是一個主權的領域，除了如酒精、煙草、槍炮等特殊商品，大部份社會要求高度控制外，在大部份富裕的國家，新自由主義思想警告並反對使用公共政策不適當地管理消費決定。
2. 政府的正當性通常是以使經濟永遠成長及確保地方經濟穩定擴展為基礎，除了在通貨膨脹時期的降低消費，或不鼓勵擴大貿易逆差(a Ballooning Trade Deficit)外，一般的規則是消費愈多愈好。因此，刻意的去改變消費，似乎是不智的。
3. 大部份政策制定者的信念是，消費者沒有足夠的有關他們消費決定對社會和環境影響的專業知識，而這些知識是存在企業之內。很多環境主義者及消費者團體也是這樣認為，這加強了像污染者付費原則(polluter-pays)這樣的法規理念。換言之，推動社會及環境責任的義務被大部份分派給生產者，因為是他們不負責任的行動而創造出最主要的環境問題。

可能因為以上的這些理由，政治爭論在傳統上並沒有考慮到物質消費，而是致力於促進技術創新，以逐漸改進環境，或至少減少持續擴張經濟成長所造成的損害(Cohen, 2005a: 22-23; Fuchs & Lorek, 2005)。

在 1972 年瑞典首都斯德哥爾摩召開的聯合國人類環境會議中，甘地等著名

人士曾提出富裕國家的物質消費問題，但「永續消費」議題仍無法激起國際的關注。不過，接下來 1987 年由全世界 26 個國家共同簽署的「蒙特婁破壞臭氧層物質管制議定書(Montreal Protocol on Substances that Depletethe Ozone Layer)」，以及開發中國家質疑富有國家持續擴張生產控制影響他們經濟繁榮，而控訴富有國家應做出嚴厲的經濟調整等，都讓相關議題重新浮出台面。一直到 1992 年里約《廿一世紀議程》事前準備會議及其他重要文件的詳細整理，全球北方資源密集的生活方式，才被提出要予以制止。但進行討論時，《廿一世紀議程》第四章有關思考物質消費與永續發展關係的相關倡議仍遭到最強烈的反抗。由美國所領導的許多富有國家結成的聯盟，不贊成於《廿一世紀議程》中包含任何有關消費環境意涵(environmental implication of consumption)的實質處理；然而開發中國家著眼於已開發國家過度的溫室氣體排放及自然資源的使用率，則堅持放寬納入因人口成長超越全球生態極限而造成耗損的原因清單，並利用生態足跡法(ecological footprint)¹⁴展示已開發國家本身對氣候變遷及其他大規模生態問題的貢獻程度與他們貪婪的欲望相比是微不足道的。由於國際社會在過去三十年間的傳統觀點是將環境的衰竭歸因於全球南方的貧窮及人口無法約束的成長，對於上開由中國、印度及其他國家所發起的攻訐，富裕國家解釋成是這些國家輕蔑富裕；他們積極反對責任的重新分配。因為協調困難，最後仍留下這無法解決的擾人問題，但在《廿一世紀議程》第四章和《里約環境發展宣言》第 8 項原則，仍加入「永續消費」及相關關注的文字。因此，「永續消費」可說是在里約有了實質的進展，並邁入全球政策議程 (Cohen, 2005a: 23-24；UNEP, 2004b)。

(二)永續消費的進程

1. 後里約時代

在里約高峰會議之後，有一些國家政府及次級(secondary)政策制定團體開始致力關注於不永續消費習慣導致的不幸結果，特別是北歐國家開始舉辦一系列的研討會。北歐國家部長級會議及瑞典環境部籌組了一系列的工作研討會緩和國際間的緊張，這些會議的意圖是聚集富裕國家的代表，設計一個共享的「永續消費」定義，以及規劃處理這一議題的策略。但由於要設計一個意含消費者決策(Implication of Consumer's Decisionmaking)的政治

¹⁴ 生態足跡(ecological footprint)係假設每種能源與物質消費及廢棄物的處理，均需要一定的土地及水域來生產或吸收。如果我們將某特定人口，所有消費及廢棄物的處理需要的土地及水域面積加總起來，則這個面積就代表這群人在地球上的生態足跡(胡憲倫，2004)。

滿意途徑有其困難，乃將消費議題納入於「永續消費與生產」這一更廣、更緩和情緒的標題(Anodyne Rubric)中。這個策略除了對消費者來說是可能不滿意但可以接受外，同時可以更方便專注於維持較熟悉的強調生產者的策略。這個途徑產生的結果是，生態效率、清潔生產等在 1990 年代早期被設計去調和經濟和環境目標的管理方法獲得更多的關注，而「永續消費」則暫時從視野中消失。在大多數政策制定者的腦海中，「永續消費」將可以沿用北歐國家藍天鵝(Blue Swan)及德國藍天使(Blue Angel)的產品標章(示)計畫來被促進。

但 OECD 則希望能將「消費」從生產導向政策途徑中拯救出來。OECD 所做的努力，是從現有的環境政策項目中，去發展將消費思維分離及區隔出來的智慧空間(intellectual space)；而這獲得許多方面的支持，例如倫敦皇家學會(the Royal Society of London)和美國國家科學院(the United States National Academy of Sciences)聯合於 1997 年發表了一份前所未見的有關消費者主義環境意涵(environmental implication of consumerism)的報告，擺脫以往慣常平靜的(customary dispassionate)技術處方，這份文件提出“富裕國家的消費模式可能必須改變；以及為了全球消費的永續，他們必需改變”的警示。因為這些努力，「永續消費」已經成爲一個增加非政府組織(NGO)的活動領域，以及數個全球論壇的主題，如國際環境發展學院(the International Environmental and Development)、北方永續聯盟(the Northern Alliance for Sustainability)、消費者國際組織聯盟(Consumer International)、歐洲社會責任消費網絡(the European Network for Socially Responsible Consumption)，以及 NGO 永續消費與生產領袖會議(Caucus for Sustainable Production and Consumption)等團體都對這個行動已經貢獻了許多有智慧的內容。此外，聯合國環境規劃署(UNEP)、聯合國永續發展委員會(UNCSD)也實施了相關的工作方案。這些活動的聯結，成功創造了一個「永續消費」平台，提高了這個議題的可見度；但因為衝撞了政治特性、先決歷史條件和文化方向等因素，「永續消費」在每個國家的建構都不一樣(Cohen, 2005:25；Martens & Spaargaren, 2005；Sanches, 2005)。

2. 永續消費在 2002 年約堡高峰會議及之後

聯合國於 2002 年 8 月 26 日至 9 月 4 日在南非約翰尼斯堡召開「永續發展世界高峰會議(the 2002 World Summit on Sustainable Development, WSSD)」，又

稱為約堡高峰會議，共有全球 192 個國家 104 位元首及 1 萬 7000 名代表參加。本次高峰會為 1992 年里約地球高峰會議之後續，會議討論人類發展議題、承諾及協議，中心議題包括生物多樣性、農業、能源、水與公共衛生以及健康與環境等；會中並通過兩份重要文件，分別為「約翰尼斯堡永續發展宣言」及「約翰尼斯堡永續發展行動計畫」(行政院永續會)。

但就「永續消費」而言，約堡高峰會似乎是注定從開始即成為一項重大反省的事件(Cohen, 2005:22)，會議籌組者僅能提出一些陳舊的成功案例去描繪，十年前里約永續發展的偉大宣言似乎已經消散。更有甚者，其分派永續發展責任給各國政府的策略決定，是在不斷批評的聲浪下進行。會議之後，僅有一些先驅國家為規劃國家永續計畫感到苦惱。由於這樣令人不堪的結果，永續發展的倡導者，在巨大的壓力下，致力研發對《21 世紀議程》更清楚的解決方案。這些努力的其中一部份，是重燃全球對永續發展的支持。WSSD 的執行計畫是希望促進三個上層目標：消弭貧窮、改變不永續的消費和生產模式、保護和管理自然資源(約保宣言，2002)；至於有關「永續消費」，這文件主張：「為了達到永續發展，社會生產和消費的基本改變是不可避免的。所有的國家應該推動永續消費和生產模式，由已開發國家領頭，而所有的國家能在這樣的過程中獲益。．．．政府、相關的國際組織、私部門及所有主要的團體應扮演一個積極的角色，改變不永續消費和生產模式」。這個計畫在細節尚仍模糊的情況下，描繪以下的進一步需求：推動技術發展、鼓勵透明化、限制市場扭曲等等。為了推動這個計畫，WSSD 委託聯合國環境規劃署(UNEP)發展一個永續消費行動的十年架構計畫(UNEP, 2008)，這個委託案不可避免又提升了這議題的國際視野，也提升了全球環境組織的關心(Cohen, 2005:25-26)。

2002 年約堡高峰會議是永續發展策略的一個轉折點，之前進展的評估結果都是失敗的。而所得到一個最重要的結果，是重新研議在未來十年間所關注環境成本、經濟不平等與社會不適以及與過度的消費者主義生活方式的關聯，這代表了要對政策歷史部份重新安排。畢竟在過去三十年，國際組織僅輕描淡寫的提出物質和能源消費的角色是不永續發展模式的來源，而未能確認消費者在政策領域及執行上才是真正重要的對談者(Cohen, 2005:22)。

二、永續消費的意涵

(一)永續消費的基本定義

聯合國《廿一世紀議程》的第四章「改變消費模式」行動指南的內容，主要是聚焦於不永續的消費和生產模式，以及發展鼓勵改變不永續消費模式的國家計畫及策略。其所提及與「永續消費」相關的內容如次(UNCED, 1992: 18-22)：

1. 貧窮與環境退化是密切相聯的。貧窮導致某些種類的環境壓力，全球環境持續衰退的主要原因是非永續的消費和生產模式，特別是在已開發國家，它使貧窮和環境失調現象加劇¹⁵。
2. 應當特別注意非永續的消費所產生對自然資源的需求，以及對這些資源的使用效率應符合耗損最小化和減少污染的目標。雖然世界某些地區的消費活動極為頻繁，但大部份地區人類的基本消費需求仍無法滿足；這導致較富裕地區種種過度的需求及非永續的生活方式，對環境造成巨大的壓力。與此同時，較貧窮的地區卻因消費匱乏而無法滿足糧食、保健、居住和教育等方面的需要。**改變消費模式需要有一套多方面的戰略，集中注意於需求，滿足貧窮的人的基本需要，並在生產過程中減少有限資源的浪費和使用。**
3. 目前雖然逐漸認知到消費的重要性，但對其意涵的理解還不夠。有些經濟學家質疑傳統經濟成長，並強調將全部自然資源資本納入所追求經濟目標重要性觀念。因此，我們需要瞭解更多經濟成長中關於消費的角色，以規劃一致的國際和國家計畫。
4. 應該思考現在經濟增長的觀念以及發展新的財富與繁榮觀念的必要性，而新觀念允許以透過改變生活模式、減少對地球有限資源的依賴及符合地球承載能力的方式提高生活標準。
5. 要達到環境品質和永續發展的目標，就需要提高生產效率和改變消費模式，以便最妥適利用資源及減少廢棄物。在許多情況下，需要重新改變工業社會已經發展以及世界競相模仿的現有生產和消費模式。

簡言之，《廿一世紀議程》所提到「改變消費模式」的組成要素包括：非永續的消費和生產模式造成環境持續惡化並使貧窮和失調現象加劇；滿足貧窮人的基本需要，以免其為生活而犧牲環境；在消費及生產過程中減少有限資源的浪費和使用，提高生產效率、減少廢棄物和改變消費模式。但由於對「永續消費」缺乏完整的界定，導致在後續執行上產生一些疑義及困難。

¹⁵ 無法滿足糧食、保健等較貧窮的地區，較不吝惜自然資源，而較富裕的地區因過度及非永續的消費方式，造成自然環境及資源過度耗損，乃利用借貸等方式提供資金給貧窮地區索取輸出自然資源，或將高污染產業遷移至低工資、環保法令規範不健全的貧窮地區，造成貧窮地區自然環境的破壞。砍伐熱帶雨林是導致全球氣候變化的重要原因之一，全球20%的Co2排放量是因此而產生的(吳煌等，2007；譚淑婷，2009)。

Robins 和 Roberts 提到，環繞著對「永續消費」的爭論，主要是缺乏實務上的精確性(practical precision)及混雜了執行問題。環境主義者使用「消費」一詞以描述資源使用，然而經濟學家則是將「消費」描述為「在經濟上商品和服務的總支出」。而這導致了不可避免及失焦的爭論，例如環境主義者要求減少消費(真義為減少資源的使用)，經濟學家則將之解釋為減少經濟活動。以此推論，Robins 和 Roberts 認為，「永續消費」是要減少資源的使用，但不減少消費；也就是鼓勵人們消費資源耗損量少的商品或服務(轉引自 Rachagan & Kanniah, 2001:5)。

Pearce 於 1994 年 1 月於挪威奧斯陸舉行的「永續消費」研討會中提出，為了釐清這些爭論，必須去區別「消費(consumption)」與「資源消費(consumption of resources)」。「消費」指涉使用商品和服務以滿足需求；「資源消費」則意謂著，物質和能源的使用，以及環境處理廢棄物的同化能力(assimilative capacity)的程度。消費行動中所使用資源的程度，視「生產和消費」的「資源使用」比率而定，例如消費中的能源強度(energy intensity)。所以，即使消費上升，消費的資源比率卻可能同時下降。然而，總資源使用上升的程度則要視消費的水準而定。因此，很顯然的，「永續消費」的重要因素並非「消費」本身，而是消費所引起的能源及資源的使用量(Rachagan & Kanniah, 2001: 4-5; Pearce, 1994:1)。

Pearce 認為，大體來說，「永續消費」的重點是要增加消費、同時減少資源使用。但許多人卻將「改變消費模式」誤解成是要減少消費，這將使開發中國家的污染情況更加的嚴重，因為北半球(富有國家)因減少消費所失去的經濟成長，並不會在南半球(貧窮國家)重現。此外，北半球減少資源的消耗，也非即意謂可以改進南半球人民的福祉；真正稀少的物資並非物質及能源，而是環境可以承受的量。由於物質及資源的大量使用，而造成環境受到破壞，例如臭氧層消耗、全球暖化、海洋污染等，目前世界正在分擔每個人消費所造成的環境損害(1994:2-4)。因此，如何增加消費，以促進南北半球的經濟，並且避免環境因無法承受而遭受破壞，是 Pearce 所主張的「永續消費」理念。不過，Pearce 的主張聽起來有點像是在為富裕國家的消費模式找藉口。

「永續消費」的觀念在之後的國際相關會議中不斷的被引用及界定，直到 1994 年奧斯陸「永續消費和生產」圓桌會議，方給予它更清楚明確的界定如下：「永續消費是一個集合名詞，它涵蓋了一組關鍵詞，如符合需求、增進生活品

質、改善資源效率、減少浪費、注意產品生命週期及關注公平正義。整合這些的中心問題是，如何提供相同和較好的服務去符合生活的基本需求及持續減低人類消費對環境健康的危害，以改善現在及未來世代的生存環境。因此，一個關鍵課題是，透過提供較有效率和較少污染的產品和服務(消費方式)，而非是減少消費產品和服務的量(消費水準)，使環境品質的改善程度符合需要。」(Rachagan & Kanniah, 2001:4-6; UNCSD,1996:25)。這個界定於 1995 年經聯合國永續發展委員會(UNCSD)採用並建立「永續消費」的正式工作定義如下：「使用符合基本需求的服務及相關產品，以帶來更好的生活品質，同時使自然資源及有毒物質的使用以及廢棄物及污染在整個生命週期的排放最少化，以不危及未來世代的需求。」(UNEP,2001a:12; UNEP & CI, 2004:8-9)

(二)永續消費理念的演進

在 1995 年聯合國「永續消費」的工作定義正式確定後，後續相關推動及研究工作也發展出來一些相關的觀念，為利對「永續消費」理念能有廣泛的了解，茲分別介紹如下：

1. 增加消費或減少消費

1996 年聯合國 Rosendal Workshop 討論到：消費和生產是經濟活動的重心，涉及自然資源的利用、將自然資源轉化為商品和服務，以及商品和服務的最終處理或丟棄於環境中成為廢棄物。傳統上，隨著經濟的擴張，所有資源使用的水準及廢棄物的產生也會上升。．．．永續消費早期所聚焦的信念在於：經濟成長根本上會受限於資源的有限，然而，這個經濟“不成長(no-growth)”的信念已經由於市場刺激科技替代稀有物資出現的能力而被大大地摒棄(UNCSD,1996:22)。換言之，這個觀念認為，科技的進步使得消費可以不需要加以限制，並不會造成資源的過度使用及不會產生過多的廢棄物而導致地球承載能力過度負荷。

不過，許多的文獻也指出，消費的持續增加會抵消技術效率減少的負面環境效果，故有些研究對「永續消費」中的消費水準是採取較保守的界定。如 UNEP 在《消費機會》報告中將之定義為：「永續消費並非消費的少，它是指不一樣的消費，有效率的消費，以及擁有一個改善的生活水準；它也意謂富人與窮人間的共同分享。」(UNEP,2001a:12)。最大化效率的目標前提是每個人都能接受到效率化後的產品和服務，而且整個社會都能受惠；永續消費並非為了少數富人去建立較好的世界(UNEP,2001a:28-30)。UNEP(2005a:3)

在《促進亞洲永續消費》報告中也指出：「永續消費並不是自動轉為“減量消費(less consumption)”，而是以更有效率、具有更多資訊(better informed)及減少資源密集的消费(less resource intensive consumption)。這對於貧窮地區的人是特別真實的，因為他們真的需要增加他們的消費」。

2. 永續消費與永續生產

消費也被廣泛的視為是「生產」的銅板另一面(UNEP, 2005a:8)。除了《廿一世紀議程》的第四章「改變消費模式」行動指南中，一開始即要聚焦不永續的消費和生產模式外，2002年約堡高峰會後所發表的《約翰尼斯堡永續發展宣言》也提出了永續消費與生產的關聯：「消滅貧窮、改變消費和生產模式、保護及管理自然資源是經濟與社會發展的基礎，也是永續發展的首要目標」(約保宣言，2002；UNEP, 2005b:11)。

在UNEP的多份研究報告中，將「永續消費」和「永續生產」視為是永續發展的兩根支柱，認為社會生產與消費方式的根本變革，是達成永續發展所不可或缺的(UNEP, 2008:19)。其認為，許多針對消費模式如何能更永續的答案，實際上也被發現在生產階段；產品設計、產品資訊及產品回收等工具都涉及到產品的生產者及消費者(UNEP, 2005a:8)。另消費者國際組織聯盟(CI)亦認為，永續消費與生產是無法分開的；「永續消費」是強調需求面，關注於商品和服務如何符合基本需求及增進生活品質，例如食物、住居所、衣物、交通及休閒等，可以依據「減少地球承載量負擔」的方式來選取；「永續生產」強調的是供給面，聚焦在增進經濟部門的環境績效，包括設計技術的創新應用，以及產品及(或)生產流程的改進，例如產業生態(industrial ecology)及生命週期方法的推動、清潔生產(cleaner production)、污染預防、生態效率(eco-efficiency)及綠色生產力(green productivity)等，可以減少產業能源使用、減輕特定污染物質(如二氧化硫、重金屬等)的排放，並替企業經營者節省成本(鄭義，2003:113；UNCSD, 1998；UNEP, 2008:19)。Clark(2006:493)就「如何以環境永續的方式進行消費和生產問題」主張，以遞送增進許多基本生活品質而具有最小環境影響的生產是可能達成的。同樣的，人們以不損及環境以及不鼓勵不永續產品需求的方式來消費資源，也是可能的。而為了達成這些目標，我們必需放棄視消費和生產為不同系統的途徑。

雖然在很多實務場合仍強調「永續消費」與「永續生產」是分開的議題

(UNEP, 2005a:8)，但「永續消費」與「永續生產」的內涵其實是有所重疊的，而這實質影響了以後「永續消費」理念的發展及其政策內涵。

3. 強與弱的永續消費

隨著「永續消費」的理論與實務推動經驗，Fuchs 和 Lorek(2005:261-263) 整理許多「永續消費」學者的觀點，發現朝向「永續消費」有兩個發展方向：首先，「永續消費」需要增加消費的效率，而這可經由技術改進達成。消費的生態效率(eco-efficiency)意謂著，由於生產過程的改進或一個良好的設計效率，而減少每一單位消費所消耗資源的量。但相關的研究指出，單獨基於效率的成果，已為消費量的成長所抵銷，因此提供了第二個「永續消費」發展的充分條件，即：改變已開發國家的消費模式及減少其消費水準。這個充分條件需要改變基礎建設及選擇，以及質疑消費的水準及驅力，這可簡稱為「強的永續消費」(strong sustainable consumption)，而技術效率則可稱為「弱的永續消費」(weak sustainable consumption)。

Fuchs 和 Lorek 舉下列三個例子來說明：(1)弱的永續消費，就如同選擇開一部每一公里使用三公升汽油的車，而不選擇每一公里使用十公升汽油的車；相反地，強的永續消費則是選擇搭火車而不自己開車，或是不要經常旅行或不要旅行的太遠。(2)有關居住方面，弱的永續消費可以透過有效率的熱能系統、低能源屋結構等所達成；但對強的永續消費而言，行為因素，如散步(airing)或適當室內溫度的選擇是很重要的。除此之外，強的永續消費觀念也質疑每個人生活平方空間持續增加的社會趨勢。(3)有關飲食方面，技術效率(弱的永續消費)幾乎總是伴隨著環境壓力，例如能源消耗型肥料(energy-consuming fertilizers)、地下水壓力(groundwater pressure)，或是基因改造作物的爭議影響；相反的，強的永續消費則是減少食物的消耗及強調地區性產品。由於「強的永續消費」具有高度的政治爭議性，Fuchs 和 Lorek 認為，「強的永續消費」幾乎完全從政治討論中消失，而「弱的永續消費」則獲得更多的關注。

4. 消費水準、集體行為與生活品質

「永續消費」的爭論還包括對「消費」傳遞生活品質角色的質疑，這些質疑包括：要求人類在文化、宗教水準的幸福，增加消費並不是最好的方法；物質生活是需要的，但它無法單獨帶給人們快樂(Jakson, 2003:60；UNEP, 2001a:10)。

另依據調查顯示，雖然人們想要有財產安全及物質享受的生活，但他們最深層的渴望是非物質(non-material)的生活。受訪者表現出很強烈的希望，在他們的日常生活能取得物質所得與非物質所得生活的平衡。此外，愈來愈多的研究建議，人們幸福的意義，不僅在於自己的消費，也在於與消費有關的參考團體-趕上流行(向鄰人看齊)(keep up with joneses)；這顯示，個別的理性行為可以影響別人而導致集體的、由環境觀點來判斷的較好結果(Mont & Bleischwitz,2007:65；UNEP,2001a:10)。

Jackson 經過對許多消費行為理論的探討後，他認為，「永續消費」表現出非常特別的雙重獲利(double dividend)－「消費的少以過的更好的能力，以及消費的少以減少我們造成環境的衝擊」情形，是非常有可能的。因為，減少消費所獲得減少環境衝擊的效益，將會滿足 Maslow 等所主張的人類更高層次的心理需求。雖然這將需要政府在許多不同的層面進行複雜的政策干預，但我們可以集體設計一個消費的少但可能可以過的更好(或至少和現在一樣)的社會，而且在這個過程會變得更有人性(Jackson,2005a；Mont & Bleischwitz,2007:65)；「永續消費」並非為了少數富人去建立較好的世界，也不應忽略文化敏感性及社會發展的上層目標(UNEP,2001a:28-30)。

這類觀點，提出了人們可以透過集體減少消費、追求非物質的心理層次的滿足，如我國慈濟證嚴法師呼籲人人「清平致富」，力行「清、淡、平、實」的生活¹⁶，而創造更人性化、更美好社會的可能性。

5. 永續消費的適用對象

最後，針對「永續消費」的適用對象，有多份的研究報告都認為應該是要納入多利害關係人的途徑。如 UNEP(2005a:6)認為，”消費者”通常係指消費商品與服務的個人，但企業經營者(製造商及服務業者)及公私團體(包括政府在內)也是消費者，這些組織型的消費者，比個別消費者大上好多倍，而能夠顯著地影響市場環境。「永續消費」是一個跨部門的議題(cross-cutting issues)，它可以應用在社會上所有的產品與服務。除了食、衣服、保健(hygienic)產品、電話和汽車，也包括居住(sheleter)、旅遊、娛樂、教育、衛生及健康照顧相關的服務。Mont 和 Bleischwitz(2007:62)認為，就一般對「永續消費」的定義：「消費符合基

¹⁶ 請參閱林素月，清平致富生活家台東博士阿嬤，2009年4月26日，慈濟官方網站，http://tw.tzuchi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=553%3A2009-04-28-02-25-08&catid=127%3A2009-05-10-04-53-05&Itemid=454&lang=zh，瀏覽於2009年12月21日。

本需求及生活品質之商品和服務，而不危及未來世代的需求」，這個廣泛的定義不僅包括私人消費，也包括組織(企業及組織)的消費；不僅包括資源消費，也包括最後消費。

這個觀點，可以對應到「永續消費」的政府、企業等組織集體的環境友善採購政策上。

(三)永續消費與綠色消費

「綠色消費」的發展較「永續消費」為早，其內涵也與「永續消費」有關，易令人混淆，有需要在此加以釐清。

1980 年代，西德環境主義者結合消費者主義，倡導權利與義務合一的「綠色消費主義」，一時為世人景從。「綠色消費」主張的內涵主要為：「消費者在消費過程中(購買時、使用時、拋棄時)，在可維持基本需求之條件下，能把握『拒用與拒買』、『減量』、『重複使用』、『資源回收再利用』等原則」(柴松林，1995；黃彥文，2007：19；廖世机，2003：153)。依此，可了解其與「永續消費」內涵的主要差異點如下：

1. 「綠色消費」僅著重在「環境」面向：「永續消費」係從永續發展衍生而來，希望兼顧社會、經濟及環境三方面的永續；而「綠色消費」似較著重在「環境」的單一面向。
2. 「綠色消費」未強調多元的參與者：「永續消費」強調政府、企業、非政府組織及個別消費者的共同參與；而「綠色消費」則較著重在個別消費者的行為。
3. 「綠色消費」未論及消弭貧窮問題：「永續消費」為了避免落後地區為求生存而不惜破壞自然環境，主張富裕地區應該援助貧窮地區人民基本的生活需求；而此點在「綠色消費」理念中則未見。

由以上比較，可以發現，「永續消費」的理念較「綠色消費」為廣，也可以說，「永續消費」的理念係結合「永續發展」及「綠色消費」理念所發展而來的。

(四)永續消費與消費者保護

在1972年聯合國人類環境會議上，國際消費者組織聯盟(IOCU)說明為什麼消費者應該關心環境議題如下：

環境問題基本上也是一般人的問題，無論是在人類世界、自然資源

或污染的領域中，是緊要關頭時人們的福祉，或甚至是存活。環境正在被破壞的地方，人類也正在進行破壞，有時候這些人是行為不負責任的消費者，而通常他們是被迫去使用不合適產品的消費者，或是代表或宣稱代表消費者利益的產業或其他組織。所以，祇有當消費影響環境的個人知覺廣泛散佈時，保護環境的集體行動才可能被達成．．。

自從 1985 年以來，環境關懷與經濟和社會發展的關係，包括如「永續消費」等新的領域，已逐漸獲得關注。除了前述聯合國《廿一世紀議程》第四章所提出的「改變消費模式」外，相關的工作也經由永續發展委員會(UNCSD)的建立及「改變消費與生產模式國際工作計畫」等在聯合國體系內持續的進行。而在近十年之後，消費者也逐漸認知到他們的購買選擇會衝擊到環境，再加上政府及非政府組織透過不同的媒體宣導活動，消費者被教導，消費時不僅要思考商品品質，也要瞭解商品製成的條件，以及區別什麼是需要與什麼是想要(UNCSD,1998:4-7)。如UNEP的執行長Klaus Toper曾表示：「．．．消費者對他們所購買商品背後的世界愈來愈有興趣的現象愈來愈明顯。除了價格和品質外，他們想要知道產品是在那裏及被誰製造。」(UNEP,2001a:10)。

1995 年聯合國永續發展委員會通過了一項建議，將《消費者保護指導綱領》擴展涵蓋到「永續消費」。為了將原條文與「永續消費」整合及研訂新的綱領，聯合國召開了相關的國際會議，並由消費者國際組織聯盟(CI)擔任新綱領的起草及協商工作(UNCSD,1998:4-7)。

1999 年聯合國大會通過新的《消費者保護指導綱領》，在原綱領中增加第 G 章「推動永續消費」。消費者國際組織聯盟(CI)認為：「新綱領的通過是達成 1992 年里約永續發展共同目標很重要的下一步。**新綱領為修訂消費者保護政策以涵蓋環境保護和永續發展提供了重要的機會，以及強化了消費者利益與永續發展的關聯，並促使國家制定推動永續消費的政策**」(UNEP & CI,2004:11)。「聯合國消費者保護指導綱領—G. 推動永續消費」的第一條條文對「永續消費」的定義為：「永續消費包括滿足現在及未來世代對『商品和服務』在經濟上、社會上及環境上的永續需求」。

(五)小結：「永續消費」特性及意涵的再界定

從以上《廿一世紀議程》所提到「改變消費模式」的要素、1995年聯合國永續發展委員會所採用正式的「永續消費」工作定義到後來相關觀念的發展，「永續消費」的理念已非常複雜。為利本論文之進行，在此結合以上各項主張，將「永續消費」的基本要素歸納如下：

1. 鼓勵業者開發具高生態效率、低物質及低自然資源需求、利用可再生資源的技術，以及在整個產品生命週期各階段中低廢棄物及低污染排放且可回收再利用的環境友善商品和服務，供消費者選購

政府及消費者應鼓勵業者多研究及開發，以高生態及資源效率的技術，生產各種低資源需求、低污染排放的消費生活必需品，以利消費者選購，一方面增加消費生活的方便性，一方面減少對地球生態環境的衝擊。

2. 促請消費者購買滿足生活需求、環境成本內化、增進生活品質的環境友善、合理價格的商品和服務，以創造新經濟產業及就業機會，並避免購買到對環境有害的商品和服務

政府及企業經營者應促請消費者購買環境友善的商品和服務，並提供充分的商品及服務資訊供消費者選擇，以及促請消費者盡量不要購買對環境有害的商品和服務。除減少對不可再生資源的需求外，並可促進新綠色經濟及產業發展，補充因減少購買而導致傳統污染產業喪失的就業機會及經濟發展，並進而降低新綠色產業的生產成本。

3. 消費者(包括個別及集體)應該改變消費模式，除了採行節能減碳及減少物資消耗的消費行為外，另應避免過度消費，以及減輕財務負擔，除應轉為購買適量及耗費資源較少的產品外，並應尋求物質生活無法滿足的更高層次的非物質生活的滿足

過多的產品消費並無法帶給人們幸福，反而破壞了所居住的地球環境，產生過多的廢棄物及消耗過多資源，抵銷了因產品生態效率而減少資源浪費的成果，而造成影響生命、身體、財產及健康等更大的不滿足。富裕及新興地區的消費者應該捨棄這種過度消費的不永續生活形態，**除減少購買對環境有害的商品和服務，應改變消費行為，轉為購買適量且耗費資源較少的產品、採行節能減碳及減少物資消耗的消費行為，並尋求在文化、宗教及心靈層次的滿足，以平衡身心靈的需求。**

4. 滿足貧窮地區人民的基本生活需求，讓他們有能力生產及購買生活必需的環境友善產品並維護自身的居住環境品質，而不犧牲自然資源

為避免貧窮地區人民為求生存而不惜犧牲自然環境，甚而影響整個社會大眾的生活環境，或因居住環境不佳，無力改善，而影響健康及生活品質，政府應該設法提供貧窮地區人民基本的生活需求及提升其維護自我環境的能力，並促請富裕地區改變不永續的生活形態並提供貧窮地區援助。但富裕地區提供貧窮地區之援助，必須是無私的、不求回報的，否則假援助之名，而要求其提供自然資源供其製作消費品使用、行掠奪自然資源之實，或將高污染產業遷移至低工資、環保法令規範不健全的區域，對貧窮地區而言，無異雪上加霜，並加速自然環境的破壞。

5. 政府應該結合企業經營者、民間組織及消費者，提供基礎設施、建立資料庫、法規制度等以及利用有效的政策工具及方法，共同推動「永續消費」政策，增進人民生活品質、減少地球環境負荷，以不危及未來世代需求

由於「永續消費」的內涵極為廣泛、複雜，且相互影響，需要各利害關係人的配合、全面的推動，方能獲得有效的進展。故政府在推動相關工作時，除應建立各項永續的基礎設施及制度，以利消費者力行永續消費行為外，並應結合企業經營者、民間組織及消費者一起配合推動。

根據以上「永續消費」理念基本要素的歸類，本論文重新定義「永續消費」為：「消費者為滿足生活需求所使用包括物質及非物質的商品及服務，各部門應在整個產品的生命週期中減少物質、能源、毒性化學物質及自然資源的使用、降低廢棄物及污染的排放以及具有可回收再利用的性質，以增進身心靈平衡的生活品質，並減少地球環境的負荷，而不危及未來世代的需

第二節 國際永續消費政策及工具發展分析

一、政策內涵的發展

對「永續消費」政策內涵的具體建議及內容，若不論之前相關環保文獻的建議，最早應該是來自《廿一世紀議程》。之後隨著推動實務經驗的累積，而有更具體、更細節及新的倡議。以下謹就相關文獻整理如下：

(一)《廿一世紀議程》第四章「改變消費模式」相關政策內涵

在前節已先探討分析了《廿一世紀議程》第四章「改變消費模式」中有關「永續消費」的相關理念，至其他所提及重要的行動方向如下：

1. 研究消費問題：各國政府和(或)私人研究機構及政策機構在區域和國際經濟與環境組織的協助下，應採取協調一致的行動，以便：(1)擴大或設立有關生產和消費的數據庫和發展分析這些數據的方法；(2)評估生產與消費、環境、技術調整和革新、經濟增長和發展、各種人口因素等之間的關係；(3)檢視目前現代工業經濟結構脫離材料密集的經濟增長而產生變化所造成的影響；(4)審議在減少能源和物質使用及有害物質生成的條件下實現經濟增長和繁榮的辦法；(5)找出地球能夠長期支持的全世界消費的均衡形態。
2. 鼓勵提高能源和資源的使用效率：減少在生產商品和服務中能源和物質的單位使用量，既有助於減輕環境壓力，也有助於提高經濟和產業生產率及競爭力。因此，政府應同產業部門合作、加強努力，以具經濟效率和無害環境的方式使用能源和資源。做法是：(1)鼓勵傳播現有的無害環境的技術；(2)促進研究和發展無害環境的技術；(3)協助開發中國家有效率地使用這些技術，並發展適合其特殊情況的技術；(4)鼓勵以無害環境方式使用新能源和可再生能源；(5)鼓勵以永續的環境友善方式使用可再生自然資源。
3. 儘量減少廢棄物的產生：社會需要發展出有效的方法來應付如何處理越來越多的廢品和廢料的問題。政府以及產業界、家庭和公眾應同心協力，減少廢物和廢品的產生，做法是：(1)鼓勵在工業過程和消費者一起進行回收利用；(2)減少造成浪費的產品包裝；(3)鼓勵製造出較為無害環境的產品。
4. 協助個人和家庭作出無害環境的購買決定：(1)許多國家最近出現了環境意識較強的消費大眾，這種現象與一些產業部門提供更多環境友善消費品

的意願相結合，是一種重要發展，應予鼓勵。政府和國際組織以及私營部門應就產品和生產過程在整個循環週期中對環境的影響和對資源的需求，制訂評價的準則和方法。這些評價的結果應轉換為明確的指標，以便告訴消費者和決策者；(2)在產業界和其他有關團體的合作下，政府應鼓勵擴大旨在協助消費者作出知情選擇(informed choices)的環境標籤方案和其他與環境有關的產品資訊方案；(3)政府還應該充實消費大眾的消費意識，並協助個人和家庭作出瞭解環境問題的選擇，做法是：①提供關於消費選擇和行為後果的資料，以便鼓勵對環境友善產品的需求和以環境友善方式使用產品；②使消費者認識到產品對健康和環境的影響，方法包括制定消費法規和要求印貼環境資料標籤；③鼓勵執行以消費者為導向的特定方案，如物質回收再利用及退還押金或退款制度。

5. 通過政府採購發揮領導作用：政府本身在消費方面也有作用，其公營部門在經濟中占重要角色的國家尤其如此。政府能夠對公司決策和公眾的觀念產生相當大的影響；因此，政府應審查其機構和部門的採購政策，以便它們能夠在不妨礙國際貿易原則的情況下，儘可能改進政府採購政策中涉及環境的內容。

6. 邁向環境友善的訂價：在利用適當經濟手段來影響消費者的行為方面，已開始取得一些進展。這些手段包括環境費和環境稅、退還押金或退款制度等等；這些程序應當根據國家的具體情況來推動。

7. 加強支持「永續消費」的價值觀：政府和私營組織應通過教育、提高消費大眾意識的方案，以及表揚利用環境友善技術或鼓勵永續的生產和消費形態的產品和服務等其他手段，促進人們對「永續消費」持有更積極的態度。

以上這些政策方向是國際「永續消費」政策最早及最基本的指引，據之後對相關政策文獻的檢視，除了一些其他新的倡議外，很多之後重要「永續消費」政策均係源自於此。

(二)「消費者保護-推動永續消費」政策內涵發展

爲了避免消費者購買到環境不友善(或含有毒性物質)的產品，造成消費者健康受害，或產生過多廢棄物及污染排放或導致自然資源耗損而影響居住環境品質，消費者國際組織聯盟(CI)鼓吹將「永續消費」納入聯合國於1985年通過的《消費者保護指導綱領》中(UNCSD,1998:12-15)。

1999年聯合國大會通過新的《消費者保護指導綱領》，在原綱領中增加第

G 章「推動永續消費」。這個「聯合國消費者保護綱領—G. 推動永續消費」新綱領內容所提出的政策及行動建議如下：(UNEP & CI, 2004:11-12)

1. 永續消費包括滿足現在及未來世代對商品和服務在經濟上、社會上及環境上的永續需求。
2. 永續消費的責任由社會所有的成員及組織分擔，而資訊充分的消費者、企業經營者、勞工組織、消費者及環境組織則扮演著特別重要的角色。例如，資訊充分的消費者在推動經濟、社會及環境上永續消費的重要地位，是透過他們選擇生產者的影響力；政府應該推動永續消費政策的發展與執行，並整合其他公共政策。政府的政策制定，應該依循與企業經營者、消費者和環境組織及其他相關團體的諮詢結果；企業經營者則是透過商品和服務的設計、生產及分配，來履行其對推動永續消費的責任；消費者和環境組織的責任則是推動永續消費的公眾參與及討論、充實消費者資訊，以及與政府及企業經營者為朝向永續消費一起努力工作。
3. 政府應與企業經營者及公民社會的相關組織形成夥伴關係，並運用以下一些策略的混合，來發展及執行推動永續消費的策略。這些策略包括：法規；經濟和社會工具；如土地使用、交通、能源及居住等部門政策；有關消費行為造成環境影響的意識提升宣導計畫；取消有利於不永續消費和生產的補助；以及推動特定部門(sector-specific)環境管理成功實例。
4. 政府應該鼓勵安全的商品與服務的設計、發展及使用，以及以他們全部的生命週期影響為考量的能源及資源效率。政府應該鼓勵循環再利用計畫，以鼓勵消費者再利用廢棄物及購買回收再利用的產品。
5. 政府應該推動商品和服務的國家及國際環境健康與安全標準的發展與使用；這些標準不應導致虛假(disguised)的貿易障礙。
6. 政府應該鼓勵公正的商品環境測試。
7. 政府應該安全地管理環境有害物質的使用，並鼓勵使用對環境友善的替代性物質的發展。新的可能有害物質，在它們銷售前，應該就他們長期的環境衝擊，以科學基礎加以評估。
8. 政府應該促進永續消費和生產模式有利於健康的消費意識，使其牢記透過環境保護對個人健康及集體影響的直接效果。

9. 政府應與私部門及其他相關組織形成夥伴關係，以鼓勵不永續消費模式的轉變，透過發展及使用新的環境友善商品和服務與新技術(包括資訊及通訊技術)，以減少污染及自然資源的消耗並能符合消費者的需求。
10. 鼓勵政府創造或加強包含永續消費面向等消費者保護的有效管制機制。
11. 政府應使用一些經濟工具，例如財政工具、環境成本內部化，以推動永續消費，並考量社會需求，這些需求包括不永續慣例的抑制及永續慣例的激勵；然而應避免對市場進入可能的負面影響，特別是在開發中國家。
12. 政府應與企業經營者及其他相關團體合作，以發展測量各個層面朝向永續消費進展的指標、方法論及資料庫，且這些資訊應該是對外公開的。
13. 政府和國際機構應該率先在他們自己的作業中引入永續慣例，特別是在採購政策中；適當的政府採購，應該鼓勵發展及使用環境友善的商品和服務。
14. 政府和其他相關組織應該推動與環境破壞相關的消費者行為研究，以確認使消費模式更永續的方法。

這個新綱領的第 1 條揭示了「消費者保護」推動「永續消費」的宗旨，是在滿足現在及未來世代的消費者對「商品和服務」在經濟上、社會上及環境上的永續需求，並提出了政府九個行動領域包括：「環境友善商品、服務和技術」、「廢棄物和產品回收再利用計畫」、「法規機制」、「經濟工具」、「公共(產品)資訊」、「產品公正測試」、「消費者行為研究」、「永續慣例(如公眾綠色採購)」及「意識及資訊活動」(OECD, 2005)。經加以檢視及比較，此新綱領內容除了延續《廿一世紀議程》第四章「改變消費模式」的行動指南主要內容外，特別強調了商品和服務的環境健康及安全設計、測試，以及各公私部門的責任分工及合作。

此外，要從「消費者保護」的角度來推動「永續消費」，筆者依據前面的內涵分析及自身多年的工作經驗，在此得到以下的幾個啟示：

1. 聯合國「消費者保護指導綱領—G. 推動永續消費」(以下稱「消費者保護-推動永續消費」)主要從滿足「消費者」對「商品和服務」的永續需求的角度來推動涉及「永續消費」的相關議題。
2. 在「永續消費」考量下，消費者是否願意購買價格比較高而功能相同的環境友善產品？
3. 有些以消費者為主的觀念是否必須退讓而不再以「消費者保護」為由主張權利？例如，消費者在商家購買商品或服務時，如果商家以環保或節能減碳為

由，簡化商品包裝或將冷氣開的不夠強，即使商家所使用的商品包裝材質及冷氣冷媒均為環境友善產品，但在避免產生「反彈效果(rebound effect)」¹⁷的前提下，祇要業者予以說明，消費者應否予以體諒並支持，以免造成環境負荷的累積？！但這並非意謂消費者權利退化或消費者未受到保護，而應視為是消費者應盡的「義務」或責任，以保護未來良好居住環境及國家社會的永續發展。至於其可能衍生的問題是，若消費者的「永續消費」意識不夠強，會不會特別選擇到包裝精美或冷氣夠強的店家去消費，或者其他店家以此來吸引消費者上門購物，而形成惡性循環？這種不永續的消費及生產模式，顯然即需要政府發展有效的推動機制，以及改變消費者消費行為模式。

4. 此外，利用回收再利用物質重新製造出來的產品，企業經營者如有因此而減少物質及資源的成本，應確實反應在售價上，而這對消費者、企業經營者及政府均是有益。
5. 目前許多消費者利用網路進行拍賣(或購買)二手商品或團購商品的情形相當普遍，雖然衍生相關電子商務消費者保護的問題，如詐騙、隱私權保護等，但從減少物質及能源浪費的角度來看，卻是朝向「永續消費」工具之一。

(三)其他相關政策內涵

本研究第一章提及，為利各國推動「永續消費」、「消費者保護－推動永續消費」工作，聯合國及 OECD 等世界組織都曾出版過一些教戰指南，除此之外，有些研究亦提出了一些政策推動方向。為利之後的說明，有必要加以介紹。惟由於資料量甚大，謹就具代表性及創見者，以時間先後探討分析如下：

1. UNEP(2001)在《消費機會》報告中提出，「永續消費」策略可以整合為兩個方向：去物質化(Dematerialisation)、最適化(Optimisation)，以及4個策略：效率消費(Efficient Consumption)、不一樣消費(Different Consumption)、知覺消費(Conscious Consumption)及適當消費(Appropriate Consumption)，並以漸進的方式去推動。茲分別說明如下：

(1)去物質化--效率消費：係指減少產品或服務生命每個階段物質和能源的投入及廢棄物的產出。認為現今消費者主義的商業文化中，短產品生命、短的技術升級循環及內藏退化功能等選擇性設計及生產習慣太容易被忽視。這個策略最主要的思考是，使資源投入的生產力最大化、以及最少化全部投入及產出的水準，且不會改變消費者的需求模式

¹⁷ 請參閱第一章所述。

(2001:27)。

(2)最適化--

①不一樣消費：由政府及企業藉由改變制度及物質的基礎設施，而提供消費者永續消費選擇(2001:32)。

②知覺消費：當前二種方法仍導致不永續的消費行爲，消費者應該透過個人的選擇及思考去從事負責任的消費選擇及使用，以減少個人消費對環境的影響(2001:34-36)。

③適當消費：當前三種方法仍無法促成永續消費社會時，整體社會應重新思考生活品質的意義，消費的增加是否真能提升生活品質，集體應該採取什麼樣的消費行爲才是對社會有利的(2001:36-37)。

2. 英國牛津大學「永續消費委員會」提出短、中、長期的推動策略如下(Michaelis,2003:921)：

(1)短期：包括：介紹市場工具和法規，增加政府、企業及NGO 資訊的提供及透明度，改變基礎設施使用的方法，教育和知會關鍵的專業人士等。

(2)中期：包括：技術和社會創新策略，基礎設施指南及標準的改變，廣告慣例的改變，運用各種媒體教育消費大眾，與消費大眾進行溝通，公眾參與社區消費決定的增加等。

(3)長期：應該強調更廣泛的社會、文化及倫理變遷的過程，但不應阻礙短中期的行動。包括：建立更強的社區永續消費倫理，學校教育的改變，媒體劇情及娛樂提供訊息的改變，促使大眾能更直接參與決策的政治及制度結構的改變，工作特性的改變等。

3. Mont 和 Bleischwitz(2007:63)在〈永續消費與資源管理的生命週期思考觀點〉一文中，從各利害關係人的角度，整理已推動的相關策略如下：

(1)公部門的策略：可採二種方式：透過永續消費政策的發展，以及將永續消費習慣併入自己的採購活動中。

(2)企業的策略：包括生態採購(eco-procurement)、產品(生態)標示、環境友善產品宣告書及廣告的綠化；另去物質化及生態效率的策略，以促使每單位產品或每單位功能資源的減少使用。

(3)家庭的策略：

①供給面的策略：個人可多消費環境友善商品和服務：

A. 鼓勵政府和企業努力去設計、生產及提供市場環境友善商品和服務；

B. 支持企業創造環境友善產品市場，告知消費者環境友善產品的選擇，大部分是透過生態標籤(eco-labelling)。

C. 提供消費資訊，有關他們(家庭)的消費模式，以及包括不同的意識提升資料、消費者運動以及生命週期成本(life cycle cost)資訊。

②需求面策略：人們或整個社區集體行動設計屬於他們自己的、減少許多供給面策略存在的反彈效果(rebound effect)以及集體消費商品及服務的方式：

A. 集體的倡議包括：實驗以服務代替商品，透過分享及共享或出租物質商品，以減少商品使用的強度，及減少每個使用環節的物質強度，包括民宿出租(cottage renting)、社區洗衣中心(community-based washing centres)等。

B. 倡導居住於生態社區(eco-villages)以及較簡單的生活型態。

此外，他個人認為加強「永續消費」的努力，還可以朝提升政治層次及發展國家行動計畫方面著手(2007:67-68)。

4. OECD(2002)在《朝向永續家庭消費？在 OECD 國家的趨勢及政策》報告中，依據在之前所做的一系列研究，整合提出了推動「永續家庭消費」的五個基本架構包括：一個將環境成本及效益內化的商品和服務價格結構，一個使優先順序及方向變革清楚的政策及法規架構，一個環境友善商品和服務的可獲性，一個包含環境品質標準的技術和基礎設施，及一個能激勵消費者行動的教育、學習及資訊化的環境；以及在這五個基礎架構下的相關政策建議。並依其研究結果，就亞洲最需要優先處理的食物、旅遊、能源、水及廢棄物等五個議題提出行動及工具建議。之後，OECD 依據前開研究成果，在《歐洲及亞洲永續消費介紹》報告(2005)中提出了「達成亞洲永續消費模型」，其模式架構如圖 2-2-1 所示；除此之外，其在《推動永續消費：OECD 國家成功實例》報告(2008)中，整理出 OECD 國家推動「永續消費」所使用、具成效的政策工具，包括：績效標準及強制性標示、加稅及使用者付費、補助及獎酬誘因、加強溝通宣導、教育、志願性標示、企業永續性報告、廣告規範、政府進行綠色採購、研究消費者行爲、相關政策工具的組合及建立永續消費制度等。

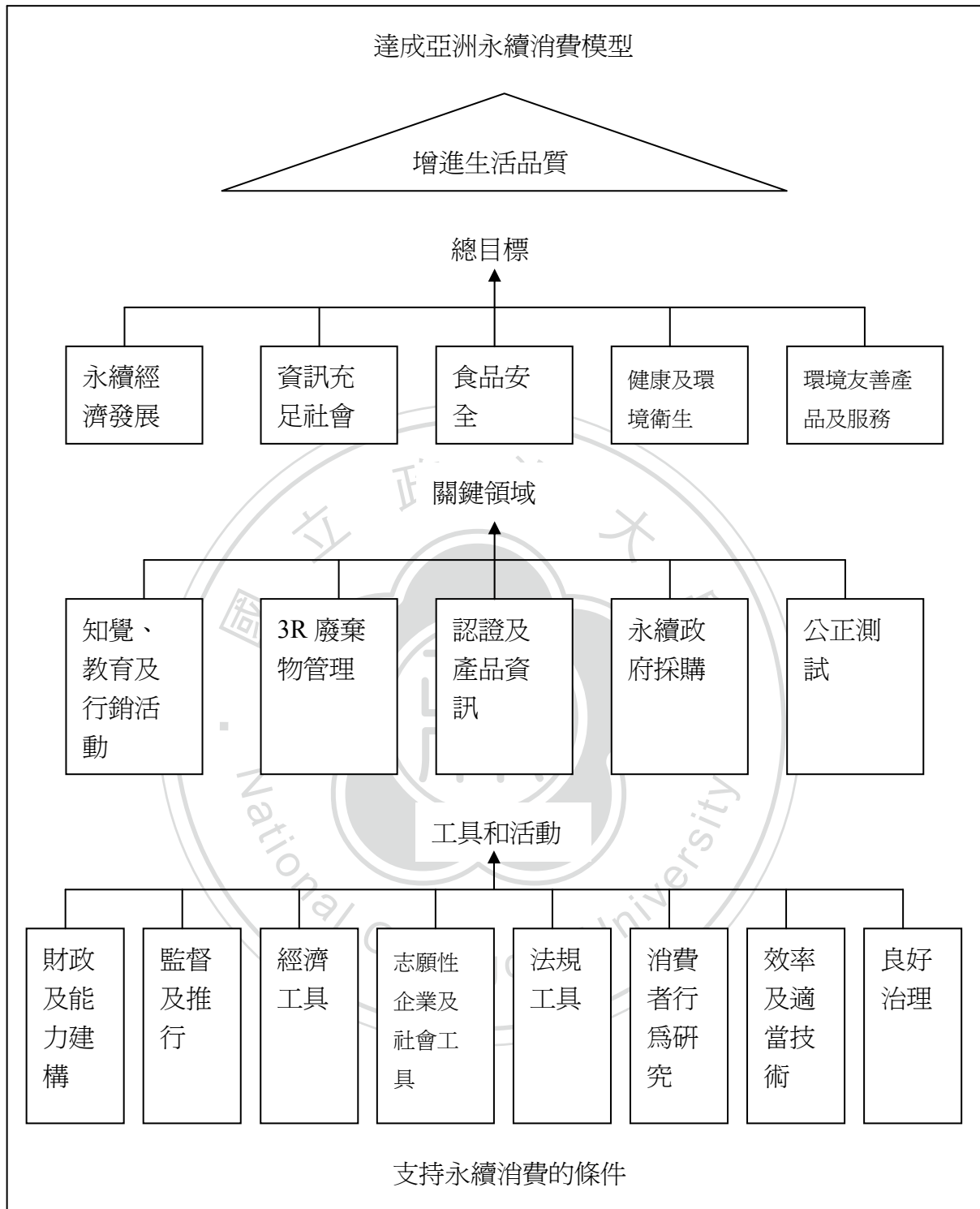


圖 2-2-1 OECD 達成亞洲永續消費模型

資料來源：OECD(2005)。Introduction to Sustainable Consumption in Europe and Asia。

(四)相關政策工具

1. UNEP 在《永續消費與生產資源工具箱》報告(2004)中彙整出廣告傳播、生態設計、能源、食物、住宅、休閒、生活方式、運輸、通訊、旅遊及水資源等 11 個部門的政策工具，另其在《傳遞永續：執行聯合國消費者保護指導綱領訓練手冊》報告(2005b)中，分別從法規改革、資訊宣導活動、產品環境測試、商品及服務設計、廢棄物回收計畫、產品製造標準、永續政府採購、永續消費指標及方法等提出推動作法及成功實例。
2. UNEP 針對 2008 年所發生的全球經濟危機，認為需要類似 1930 年代羅斯福總統提出之新政(New Deal)倡議，除了全球經濟復甦、確保金融穩定及創造就業為其必要目標外，並希望同時解決其他全球挑戰，如降低碳依賴、保護生態系及水資源，以及減輕貧窮，否則無法持續避免未來之危機，據此提出《全球綠色新政 (Global Green New Deal, GGND)》的整合政策(聯合國環境規劃署，2009：4)。我國行政院環境保護署(2009:27-31)彙整了相關國家推動「綠色新政」的相關工作項目，針對民眾、企業、基礎建設與能源及研究與創新四個領域，計提出 13 項計畫共 100 個子項目；這些計畫項目與「永續消費」有關者包括「弱勢族群照護」、「提升建築能源效率」、「推廣綠色產品」、「生態資源及環境教育」、「發展汽車及生產清潔技術」、「政府 E 化」等。
3. Jackson(2005b)除認為「永續消費」表現出非常特別的雙重獲利(double dividend):「消費的少以過的更好的能力，以及消費的少以減少我們造成環境的衝擊」，是非常有可能的外¹⁸，亦認為改變消費者行為朝向永續的策略，使用宣導活動及說明說服的技巧都並非容易，需一個較複雜的政策途徑，這包括如下：誘因結構(如稅、補助、處罰等)；促進條件及環境因素(如回收通路、公共交通等)；制度系絡(如規則、法令、市場結構等)；社會和文化系絡(如社區力量、家庭穩定等)；企業習慣以及它們對消費者及員工的影響；協助社區自我成長；自我的環境及社會績效等。
4. Schor(2005)在〈永續消費與工時減少〉一文中，依據其統計分析，認為，資源效率技術的進步、生產力的提升，尚不足以抵銷持續資源消耗的量，因為技術的創新需要成本及時間，而富裕的生活則會使新科技被大量使用而超過環境負荷；如許多國家都在學習及烤貝美國式的生活方式，造成資源消費量的持續增加。此外，新科技也帶來未知及潛藏的風險，如基因改造產品，

¹⁸ 詳前述。

更何況花錢與幸福之間並不能劃上等號。因此，他建議應該減少工時，以時間換取所得，而減緩消費量的持續增加，才能促進永續消費。依法國政府於1998年所通過並於2000年開始生效的「每週35小時工時法(The 35 Hour Week Act)」¹⁹的實施結果，除了確實降低失業率外，並改變人民的生活及消費習慣。另依相關調查顯示，人們有更多的時間從事非物質消費的生活，例如與家人相處或休息或參加球類運動，明顯降低物質及能源需求(Sanches, 2005:50-52)。

5. 另有多份研究報告認為，產品服務系統(PSS)是推動「永續消費」的可行方法之一。PSS 係指以商品或服務分享或共享或出租的方式提供服務，以更有效率的利用商品和服務並滿足消費者的需求。而所提供之產品的維修、替換、回收再利用及廢棄處理等，全由服務提供者負責，以改善消費產生的負面環境影響。其主要的理念為，消費者並不是特別需要產品，而是尋求這些商品和服務所提供的功能(utility)；如果服務可以滿足需求而不需要擁有商品的話，更多的需求可以在較低的物質及能源需求下被滿足。PSS 因為可以製造較少的商品，因此可以減少資源的使用及廢棄物的產生；而提供服務的增加，可以抵銷商品銷售量的減少，也就是在製造業上就業機會的損失，可以被服務工作機會的增加所平衡。PSS 以複合的商品和服務來滿足消費者的需要，並非是新的觀念，包括房屋出租、旅館、計程車和餐廳；惟與以往純粹基於經濟利益不同的是，消費者的偏好除了經濟利益的考量外，也受到環境的影響。PSS 是一個商品、服務、支援網絡及基礎建設相互競爭的系統，有些研究者以包括生態公民權(Ecological Citizenship)²⁰、社會資本(Social Capital)²¹、生命週期思考(Life Cycle Thinking)²²等相關理念來研究「永續消費」，認為 PSS 確實能達到改變消費模式、減少物質及資源浪費的效果，而且可以避免通常以處罰性及約束性的措施來減少消費決定的衝擊，使受倫理激勵的公民消費者自願在生活中做成所要的改變。但 PSS 也有其實務運用上的問題，例如它並不能滿足人們擁有商品的希望、需要更多具

¹⁹ 本法實施的目標前提是既不能減少薪資也不能弱化國家生產力。本方案首先於2000年針對大型企業開始實行，2002年後再將中小企業納入規範(Sanches, 2005:50)。

²⁰ Ecological Citizenship 是一個規範性的理論，以既有公民權理論去容納環境觀點，定義私人消費行為是具政治性的，以及是一個集體為了共同善的行動空間(Seyfang, 2006:387)。

²¹ Social Capital 是指一組社會關係、規範、制度的集合。增加永續消費計畫中的社會資本，將可能加強人際間的關係、創造更積極和諧的社群而達成集體的目標(Briceno & Stagl, 2006:1544)。

²² 分析商品和服務，從搖籃到墳墓，即從資源萃取、資源的轉換(產品生產、設計)、使用和消費、廢棄物管理到廢棄物棄置等所有各生命階段，考慮環境改善的可能性(Mont & Bleischwitz, 2007:59-60)。

有生態意識的公民消費者參與，以及需要更多制度面的支持，否則所提供的服務若未達經濟效益，可能很快就在市場上消失(Briceno & Stagl, 2006:1541;Mont & Bleischwitz,2007:67-68；Seyfang,2006:391-392；UNEP,2001a:32)。

(五)其他相關研究

- 1.Moll 等人(2005)在〈追求更永續的消費：分析歐洲國家及城市的家庭能源代謝情形〉一文中，利用投入產出、流程分析及生命週期評估組合式的能源分析方法，以及利用能源分析程式(Energy Analysis Program)計算能源使用量，求取荷蘭、英國、瑞典及挪威四國在國家層次、城市層次及個別家庭層次的能源使用量。他們發現這些國家間使用能源的差異與生產部門的效率及能源供應系統有關，暖氣、電力、食物、運輸及休閒則是最大的能源需求及造成環境負擔的主要消費類別，而不同的家庭特性，其消費支出類別也有很大的不同；在國家層次上，經濟結構及能源供給系統的結構和效率決定了商品及服務的價格，以及消費項目的能源量；在城市層次上，交通運輸等硬體結構、建築物設置區位、大眾運輸系統及住宅品質均影響直接的家庭能源需求；而在家庭層次上，不同消費項目的支出及直接能源使用決定了家庭能源需求。
- 2.Takase 等(2005)在〈以廢棄物投入產出模型(WIO)分析永續消費〉一文中，利用廢棄物投入產出模型(Waste Input-Output Model)，及考量「所得反彈效用」(income rebound effects)來評估日本家庭各項消費所產生 CO₂ 的排放量及垃圾掩埋量；並利用劇本分析法(scenarios analyses)，假設消費者將部份原用於消費較多能源之所得，改用於其他能源消耗較少的消費項目，如將原用於開自用車的費用改用於搭乘鐵路等大眾運輸工具等之改變消費模式作為，分析其對家庭消費 CO₂ 的排放量及垃圾掩埋量所造成的影響。經其研究發現，以「所得反彈效用」改變消費行為模式時，將會造成不同的環境負荷程度，故為從事更永續的消費模式時，應該將「所得反彈效應」考量進去。

經過以上對「永續消費」政策理念及工具相關文獻的探討分析，本論文將據以建立「消費者保護—推動永續消費」的政策定義、目標等政策架構，並歸納出可運用的相關政策工具，以於研訂我國政策綱領時加以評估納入。

二、具體政策及工具

從以上的整理，「永續消費」政策及工具內涵甚為多元，為了方便對照及參考，本論文將相關文獻中提及的，加以歸納整理如表 2-2-1 及 2-2-2：

表 2-2-1 國際「永續消費」政策及工具發展情形

政策	類別及工具項目	
21 世紀議程	1.鼓勵業者開發綠色商品	2.促請消費者購買綠色商品和服務；3.促請消費者改變消費模式；4.滿足貧窮地區人民的基本生活必需品；5.各利害關係人結合，共同推動永續消費
「聯合國消費者保護綱領-推動永續消費」	環境友善產品服務和技術、廢棄物和產品回收再利用計畫、產品公正測試、法規機制、經濟工具、公共(產品)資訊	法規機制、經濟工具、公共(產品)資訊、消費者行為研究、永續慣例(如公眾綠色採購)、知覺及資訊活動
UNEP「消費機會」政策	去物質化：效率消費	最適化：不一樣消費；知覺消費；適當消費
OECD 基本政策架構	將環境成本及效益內化的商品和服務價格結構	使優先順序及方向變革清楚的政策及法規架構；能激勵消費者行動的教育、學習及資訊化的環境；環境友善商品和服務的可獲性；包含環境品質標準的技術和基礎設施
政府部門 1.工具及行動	1.指標：追蹤消費水準及模式，追蹤環境影響 2.規範性的方法：生態足跡(ecological footprint)、生態包袱(ecological rucksack) ²³ 及環境空間(environmental space) 3.效率標竿：產品及過程的效率標準設定；報告及標示標準 4.資訊：收集及出版能源及物質使用程度統計資料；政府認證和標示 5.獎酬計畫：獎勵去物質化的成功實例 6.物質及廢棄物回收再利用計畫 7.產品環境及安全測試 8.績效標準及強制性標示：如能源效率標準、食品標示、生態標籤	1.國家會計：包括國家會計領域的正確指標 2.標的：財務、社會和質化標的(targets) 3.管理標竿：為所有環境相關行為設定標準 4.政策指南/工具、政策整合：永續消費跨部門政策領域整合 5.教育、宣導及訓練：一般及特別資訊的傳播 6.採購：政府成為綠色購買者 7.廣告規範：規範廣告除了必須真實外，並應說明其有關環境、社會、倫理的特性 8.資訊及討論：提出議題及問題，提供人們關注的事實資訊，廣邀各利害關係人參與 9.加強網路等基礎建設 10.弱勢族群的照顧 11.消費者行為研究 12.建構整合性的永續消費指標系統 13.發展國家永續消費行動計畫
(政府部門)	1.制定法律：以法律規範物質及能源使用水準改變的條件	1.制定法律：以法律規範各部門行為改變的條件 2.評估、強制(enforcement)：確保法規有效推動機制

²³ 生態包袱(ecological rucksack)係指生產一產品時，使用的物質材料干擾到自然原始狀態方面的自然物質總量，也必須把它考慮到物質的總輸入中，就好像生命週期評估一樣，從搖籃一直考慮到當產品準備使用前的物質總需求(廖本富，2001：45)。

<p>2.法規及經濟政策</p>	<p>2.評估、強制(enforcement)：確保法規有效推動機制 3.資源萃取稅賦/規費：擴大製程及產品效率誘因 4.產品稅賦/規費：處罰製程及產品無效率 5.排放稅賦/規費：有害物質排入空氣、水、地面、土地等；對社會有害的排放，如噪音、光害等 6.投資：促進去物質化 7.特別支持：對特定產業努力朝向去物質化的支持作為</p>	<p>3.環境稅賦改革(ETR)：對不好的課稅，取得新的稅收 4.取消不當的補助：突顯污染部門的不具競爭性(uncompetitiveness of dirty sectors) 5.新投資、補助、稅額寬減(tax-breaks)：支持剛興起的綠色產業 6.成本內化(污染者付費則)：令價格反應真正成本 7.可交易的排放許可：讓市場決定最好的污染減量方式</p>
<p>(政府部門) 3.政府間及國際間的行動</p>	<p>1.技術交易及轉移：清潔生產技術發現新市場 2.分享經驗及最好實例：合作學習及發展「係數 X(Factor X)²⁴」技術 3.能力建構：發展產品及過程效率的新技術 4.資訊自由流通：促進去物質化的討論及進展 5.法規工具：結合效率標準相關行動以避免尋底競爭(race-to-the-bottom)</p>	<p>1.策略性貿易：以互利的方式在不同國家間激勵好的部門績效 2.分享經驗及最好實例：合作學習及發展部門及策略性的最適消費政策 3.能力建構：發展部門及策略變革的新方法 4.跨境分享管理(shared management)：分擔主要消費影響的責任 5.國際慣例(conventions)：部門及策略改進的指南 6.財務：令投資者發現新夥伴、產業、顧客以及簡化的法規環境 7.雙邊合作：解決跨境問題 8.傳統文化：西方科技世界向傳統文化導師學習</p>
<p>產業部門</p>	<p>1.污染防制/廢棄物管理：污染防制付費，廢棄物是未使用(unused)的原物料 2.產品效率：生命週期評估(LCY)，整合性產品策略，擴大生產者責任，生態設計 3.耐久、升級：增加產品生命及消費者生活品質 4.主要的過程效率：清潔生產/生態效率/產業生態 5.環境管理：次要的(minor)過程效率 6.包裝簡化：去物質化的傳遞 7.研究：產品及過程效率發展，市場研</p>	<p>1.產品服務系統(PSS)：從購買商品轉變為購買以使用為目的(end-use)的服務 2.環境管理(EM)：控制及管理的方法，如全面品質管理 3.研究：PSS 及 EM 的研究 4.報告：檢核標竿標準，全面的論述，完備的指標 5.產品資訊/標示：知會及吸引消費者 6.核對及傳播成功實例：分享 PSS 及 EM 執行的智慧經驗 7.管理規範(codes of conduct)：自願性及協商後的協議</p>

²⁴ 「係數 X(Factor X)」是一種去物質化的工具，係指減少全部投入和產出或增加資源效率的統計，「X」係指所減少或增加的摺(fold)數(UNEP,2000:28；黃正忠)。

	究 8.整理及傳播(報告)良好實例：分享效率及無效率的智慧經驗 9.新市場：發展去物質化商品的新市場(特別在南方國家)	
公民社會行動	1.游說：要求提供去物質化的商品和服務，以及運用標示、指南(briefing)及出版品的資訊 2.共同監督：監督團體及追蹤報告 3.資訊分享：相互教育及活動發展 4.購買：確實消費去物質化商品及服務，創造市場 5.志願性標章：由第三公正團體(如非政府組織)所認證發給的標章，例如有機棉(organic cotton)，無害海豚之鮪魚(dolphin-safe tuna) ²⁵ 或永續林業(sustainable forestry)等	1.知覺選擇 1：資訊取得，學習有關生產、商品及服務的衝擊(impact)及關連(implication) 3.知覺選擇 2：有辨別力的(discriminating)及愉快的(enjoyable)消費 4.知覺使用 1：透過社群(分享)使用商品及服務 5.知覺使用 2：發展知覺使用及謹慎使用(節約)的技能 6.公民參與：社群(social clubs)，專題研討會(workshops)，休閒及文化結合等 7.文化復興：保留傳統藝術及工藝技能，以及創新 8.宗教及心靈發展：重新連結倫理及超我(transpersonal)價值

資料來源：筆者自行整理。

²⁵ 由於鮪魚具有與海豚一起迴游的習性，故漁民經常以海豚作為尋找鮪魚的指標，也因此捕撈鮪魚時，經常同時捕獲海豚，間接造成海豚傷亡。有鑑於此，美國立法頒布「無害海豚(dolphin-safe)」標章，禁止以圍網捕撈的鮪魚使用此標章(謝易衡、曾大川，2009：7)。

表 2-2-2 國際「永續消費」部門別政策及工具發展情形

部門別	政策及工具內容	利害關係人在地基本行動準則
廣告及傳播部門	1.建立發布規則，傳達商品及服務的永續相關資訊	1.個人： 學習解讀廣告訊息及估算其內容→拒絕信箱中不請自來的信封廣告→限制看電視的量→游說移除不合法的廣告看板(hoardings)→要求企業提出永續發展報告→將令人誤導的廣告通報自律機構(self-regulation authorities)
	2.企業基於社會及環境責任(SER)，提供負責任的傳播(responsible communication)	2.公司： 為支持負責任及永續的發展，提供具體活動的透明化資訊→確保廣告內容符合產業自我期許→禁止故意登載令人誤導的訊息及鼓勵不永續消費的廣告→禁止創造不停自我宣稱而祇會混淆消費者的標示→
	3.各項活動的規劃者應結合永續的觀念，如1999年國際奧林匹克委員會推動奧林匹克運動21世紀議程	限制使用印製廣告及經常更新郵寄清單→設立支持環境及人道主義計畫的基金會並發展社會行銷 3.地方機構： 執行及推動環境及社會責任計畫→傳遞訊息及動員政府資訊管道(如回收再利用、公平交易市場、與地區自願性團體合作等)，以提升公眾意識→確保城鎮的廣告在正當性的限制範圍，以及它們的內容符合自律機構的建議
生態(環保)設計部門	1.推動產品服務系統(PSS)	1.個人： 選擇濃縮(concentrated) 或可再補充(refillable)的產品，以及產品係與生態(環保)補充品(eco-refills)一起販售，或是使用最少包裝且以可回收再利用物質製造的產品→避免購買單一成份的產品(doses)→選擇
	2.零排放，重複使用廢棄物	持久性且可以重複使用、維修及回收再利用產品→詢問製造商產品需要多少水、能源及產品器具(products appliances)，以及也詢問產品所使用的原物

²⁶ ISO14001 是一個國際公認的、通用的環境管理系統標準，適用於任何製造或服務行業。由國際標準化組織(ISO)建立，ISO14001 基於兩個基本概念：持續改進和法規符合。ISO14001 要求公司定義環境政策及目標和標的，以及為達到這些目標所必須的管理系統，並將所有公司相關的產品、服務和活動的重大環境考量面納入。ISO 14001 的環境管理系統要求要項如下：環境政策、規劃、實施與運作，檢查與矯正措施，管理審查(DNV)。

²⁷ “生態氣候建築(Bioclimatic Architecture)”係指一種依據永續原則的建築設計方法，除了最小化建築對環境的衝擊外，並尋求創造一種基本上能回應區位、氣候及人性需求的建築物。這個技術追求不僅不會限制建築的自由度，而且對提升未來建築物的設計及功能以及使用的喜悅給予更多的新可能性(Goulding & Lewis,1997:3)。

	<p>3.綠色物資，使用可以再生的及廢棄物易處理的自然資源生產綠色產品</p>	<p>料的來源地、性質及種類→在購買一項產品或器具之前，確認一下僅購買服務或租用的可能性</p> <p>2.公司： 當開發產品時，藉由促進設計者、工程師或生產管理者的接觸，儘可能在愈上游就使用生態(環保)設計→提供產品最詳細的資訊及申請獨立機構的認證→申請 ISO 14001²⁶認證→促使水和能源成本、建築結構及廢棄物管理最適化→詢問產品供應商製造方法、原物料來源地等→除了銷售商品和設備(器具)之外，也提供相關的服務→學習成功實例</p> <p>3.地方機構： 發展生物氣候建築(bioclimatic architecture)(如游泳池、學校、住宅等)²⁷→評估不同計畫在其全部生命週期的成本→選擇可回收再利用的城市傢俱(urban furniture)以及使街道照明符合永續性→擴充廢棄物回收再利用設施並鼓勵人們利用→提供巨大或笨重物品(bulky items)的收集服務，以及使其易於維修及回收再利用→選擇較少污染的交通車隊(fleets)</p>
<p>能源部門</p>	<p>1.投資再生能源(如風力、水力、植物、動物等生物能，地熱能等)計畫</p> <p>2.積極的公民群體引導開發再生能源</p> <p>3.開發新燃料(如由植物製造的生物燃料)及減少 CO₂ 排放的新技術</p> <p>4.推動減少能源需求、環境成本內化，降低 CO₂ 的排放(OECD,2002:121-128)</p>	<p>1.個人： 隔熱建築(insulate buildings)(參見”住宅部門”)→設置有效率及適當的恆溫器(thermostats)→避免系統性地(systematically)打開空調設備→每當有可能就使用可再生能源→不需要燈光時就關掉→將屋內主要房間的傳統燈泡以省能燈泡取代→不要讓電器設備處於備用狀態→將某些電器設備裝上定時器→調整燈泡的瓦特數以符需要→選用不同的交通工具(參見”運輸部門”)→選用節能設備並經常維護及聰明地使用</p> <p>2.公司： 最適化辦公室溫度及燈光→選用自然光、節能燈泡及照明自動開關設備→鼓勵員工提出節省能源成本的方法→建立員工的輸運計畫(參見”運輸部門”)</p> <p>3.地方機構： 鼓勵生物氣候建築：隔熱、能源管理(參見”住宅部門”)→最適化街道照明→最適化交通車隊→提議使用可再生能源的集體熱能(collective heating)→</p>

		補助個人及團體的再生能源計畫→以回收再利用廢棄物生產能源
食物部門	<p>1.依循 1998 年荷蘭鹿特丹會議，約束農業化學有害物質的使用</p> <p>2.推動有機農業，以非化學藥品種植農產品，及以人道方式對待牲畜</p> <p>3.發展社區支持農業(community supported agriculture)³⁰，除可幫助失業者回到社區工作外，並採由消費者預約的方式生產，以減少生產過剩情形</p> <p>4.維護傳統環境友善的創意耕作方式，如 waru-waru 系統³¹</p> <p>5.支持永續農業(以具生產力、競爭力及效率的方式生產農產</p>	<p>1.個人： 寧願選擇較短的分銷通路(distribution circuits)及地區 貿易商而不要到超集市場→支持公平交易(fair trade)²⁸ 倡議(initiatives)→購買當季產品→選擇最少包裝產品→只購買需要的產品→研究產品標示及檢查來源地→請店家提供進一步的資訊→採行健康、均衡的飲食</p> <p>2.公司 檢測產品生命週期(參見”生態設計部門”)→為每一個階段發展行為指引(a code of conduct)：以減少水、能源、化學物質的消耗，以及降低交通運輸及包裝→出版環境報告以及報告環境績效改進情形→</p> <p>回收再利用廢棄物生產能源</p> <p>3.地方機構：</p>

²⁸ 公平交易(fair trade)開始於 1960 年代由英國及荷蘭非政府組織為了人權、環境及產品品質所發起，現已擴展到所有西方國家。產品的價格將以生產者及協力廠商為了滿足他們的基本需求(健康照護、教育及住居)及投資他們社區的未來而願意提供來設定。這系統拒絕中間商，而生產者必須致力於提供品質良好的產品、尊重國際勞工組織標準及投資部份的販售所得於發展計畫，來作為回報。這系統的宗旨是成為傳統國際交易的另一個選擇及重建南北半球的平衡(UNEP,2004:12)。

²⁹ 市民農場(allotment)制度：英國政府於 1908 年通過立法，保障人民擁有種植及生產自己糧食的權利。這項法案是為那些住在房屋密集區，而無自家前後院的居民而特別設定的，由政府提供耕地，讓符合資格的居民來耕種。這些被用來當作 allotment 的土地，不得輕易變更為其他用途。市民農場的制度與立法，幫助了英人度過第一次世界大戰德軍封鎖缺糧的危機。二次世界大戰期間，市民農場的功能更是發揮到了極致，著名的口號-為勝利掘土(Dig for Victory)，引導並鼓舞了民眾，在戰爭期間，到市民農場耕種，藉以自給自足，共度難關(卿海盟，2009)。

	品，同時保護自然環境以及改善社區的社會經濟條件)	提議在軍人福利社等共用的餐廳提供更多有機食物 →提供食物來源地資訊→開放市民農場(allotments) ²⁹
	6.支持農產品認證(codex alimentarius)	→發展可以提供兒童有關農漁牧產品見識的活動→在公園及花園開發一小塊蔬菜田→協助農民多樣化
	7.其他包括與提供食物有關的環境正確資訊、食物標章(示)、食物廢棄物處理、減少食物運送旅程 ³² 等(OECD,2002:109-114)	其活動，如民宿(bed & breakfast)、農莊假期(farm holidays)→在菜單上告知營養成份
住宅部門	1.提供足夠的住所，以及關心女性的居住環境	1.個人： 選擇房子面對的方向，正確地使它絕緣、控制通風
	2.使用地區資源及技術，建築符合人性及環境的永續建築物 ³³	及能源消耗→尊重地區建築物的型態→在圍牆上種植植物作為迷人的保護→選擇永續建築物或一個合
	3.熱平衡(Thermal balance)，注意建築時選用的設備、材料及空間、位置等條件	於生物氣候結構，雖然會比較昂貴，但能住的更經濟→在公寓建築物內選用個別分開的計量器(如暖氣設備、水等)→使用環境友善的產品維護房子(參見”休閒部門”)→選擇經 FTC 認證的木料(參見”休閒部門”)→選購自然而非人工的物料 2.公司 遵守“綠建築基地(green building site)”規則→就不同構造的生命週期成本進行全球評估，並建立環境標準→修補既有結構，注意衛生及健康傷害(如石棉移除、通風等)→設置合適的水及電力網路及設備，告知員工節約能源及節約用水的方法 3.地方機構： 建築耐久的住宅及基礎設施→修補及更新舊有建物，以使無論何時環境查核都可以接受→設置都市暖氣系統→依據地形及地質特性規劃土地使用→提出能使到達如交通運輸和學校等基礎設施及服務合理化的都市密度→保存綠色空間：保留社區花園及

³⁰ 社區支持的農業(community supported agriculture)係由消費者團體、農業組織、環保組織共同攜手推動生產品質良好的產品及發展環境友善農業(UNEP,2004:11)。

³¹ “waru-waru”系統原存於印加帝國時代，係指利用溝渠區隔出及提升一個土壤平台，收集及保存水源、淬取鹽份及創造一個溫暖及有利於農穫的微氣候，以解決容易會遭乾旱、水淹及霜凍的土壤耕作問題(UNEP,2004:12)。

³² 減量消費或購買當地或里程近的商品的理由是為減少國內外為製造產品所使用的能源、物質以及 CO₂ 的排放(筆者註)。

		行人徒步空間→鼓勵利用地區能源及水資源→鼓勵人們尊重地區建築物型態，以及將自行車道(cycle lanes)及滾軸溜冰道(rollerblading tracks)、行人徒步區均納入地區交通運輸計畫
休閒部門	1.家庭擁有綠地的配置，可加強社會網絡	1.園藝： 將化學製品置換為天然產品→選購國產(手製)肥料(home-made compost)→從專業的零售商購買產品，因為他們比較可能提供可信的建議→選購與有機園藝相容的經認證產品→仔細的閱讀標示以及依循建議操作→視天氣經濟有效的用水：儲存雨水以及在夏天等花園溫度冷卻之後再澆水(絕不要在大太陽
	2.公用林地(Public Forest)的FSC(Forest Stewardship Council)永續森林認證標籤 ³⁴ ，以尊重環境及地區居民權利的方式進行具維生能力的管理	底下澆水)→為花園及籬笆選擇不同的地區植物品種→在樹上放置鳥巢箱(nesting boxes)
	3.推動回收再利用，許多裝飾用的物品及傢俱是從回收再利用的鐵片、飲料罐及氣溶膠(aerosol)重新製造出來	2.Diy： 購買經生態認證的產品→使用水性塗料→不要將過剩的產品倒入排水溝(drain)：把它們連同空的容器放置於廢棄物回收地點→選購天然纖維如瓊麻(sisal)、椰子殼纖維(coir)及麻纖維(hemp)等→檢查木材的來源地及選用地方品種→回收再利用及維修→給予跳蚤市場(flea-market)傢俱新生命 3.公司及地方機構： 撥出側邊土地供作市民農場及社區花園→小心的選購產品及監測使用量→種植適合天氣的本土性植物→設置有效的供水系統
生活方式部門	1.綠色購買	在購買商品前總是問自己是否真的需要？以及它是在那裏及如何製造？→選擇堅固、容易維護、可以維修補(non-disposable)及以回收再利用物質製造的產品→在城市裡用走路或搭乘大眾運輸工具→要節約用水→不要無意間浪費能源：如不注意讓燈亮著或讓電器處在備用狀態等→選擇綠色產品及具有可接受的社會環境政策的公司→選擇消費較少能源的
	2.Finansol(為他人投資)：利用販售「社會責任投資商品(socially responsible investment products)」所獲得的資金投資於永續發展計畫、公平貿易倡議、社區發展計畫等	

³³ 許多國家採用環境影響評估方法去引導建築選擇，國際建築及結構物研究及創新會議(CIB)已檢測了多種這類方法的運用實例(UNEP,2004)。

³⁴ FSC(森林管理委員會)永續森林認證標章係於 1993 年由來自 25 個國家的環保團體、保育組織、林木公司、原住民代表等於加拿大多倫多集會並通過 FSC 成立決議，藉推動其永續森林驗證標章之使用，來鼓勵對森林之永續經營管理與使用。目前 FSC 認證標章可以發現於多種傢俱、紙張、木炭產品上(UNEP,2004:16；環境品質文教基金會)。

	3. 供應鏈管理(supply chain management) ³⁵	生態(環保)設計產品
	4. 推動廢棄物的回收再利用 (OECD,2002:128-134)	
	5. 改變生活方式，力行節能減碳消費行為 ³⁶	
運輸部門	1. 汽車共乘，減少交通擁擠、減少污染及節省支出	<p>1.個人：</p> <p>為每次旅程選擇最有效率且符合生態的運輸方式，例如短途以走路或騎腳踏車→當從事城市間的旅行時，搭乘火車→利用汽車共享或分享的服務→在購買新車之前，先了解它的燃油消費、CO₂ 排放及引擎系統(如電力、混合或液化石油氣等)情形→可自動診斷(auto-diagnosis)車況→安排定期檢修服務，以及平穩的開車(定期削減燃料消耗)</p> <p>2.公司：</p> <p>使員工搭乘大眾運輸工具變得容易，如在公司及最近的火車站間提供短程疏運服務→選購清潔生產車輛(clean cars)及為公司運輸工具安排定期檢修服務→建立合理化的交通運輸計畫供員工方便往返工作地點或出差，短中距離時搭乘火車→與地方機構發展以財務誘因推動大眾運輸的夥伴關係</p> <p>3.地方機構：</p> <p>規劃適合不同需求品質的運輸，例如建立汽車分享架構(car-sharing structure)、推動自行計程車(cycle-taxis)及計程巴士(taxibuses)等→改進既有的服務(如守時、顧客關係等)→鼓勵生態(環保)公共運輸：電車及電力巴士→促進不同燃料系統供應基礎設施的創造→鼓勵以自行車道、滾軸溜冰道以及行人途步區等不同的運輸系統為都市運輸計畫的一部份</p>
	2. 歐洲鼓勵水陸聯合運輸	
	3. 發展生物燃料(biofuels)，減少CO ₂ 排放	
通訊部門	1. 利用新通訊傳播技術，加強公	1.個人：

³⁵ 供應鏈管理(supply chain management)係指公司在每一個生產及分銷階段，依據正確的時間、地點、數量，提供顧客正確的產品的方法及程序，以減少庫存及遞送時間，避免不必要的能源消耗及廢棄物(UNEP,2004:18)。

³⁶ 依據在美國及德國的相關研究，只要在生活方式上做點改變，例如定期做汽車保養、在閣樓增加隔熱設備或少吃肉，就能夠減少大量的溫室氣體排放，無須影響生活水準(Dietz et al,2009；青年日報，2009；黃文正，2009)。

	<p>民參與及諮商，及促進永續倡議建構</p>	<p>透過論壇或參與網絡分享理念及經驗→學習及訓練新技能→利用網絡發現實務的、文化的及參與的資訊</p>
	<p>2.推動舊電腦設備回收再利用計畫</p>	<p>訊→不要停留在網路太久、應持續使用新溝通方法</p>
	<p>3.協助開發中國家利用網路等新通訊傳播技術，提供工作機會、資訊等</p>	<p>→不要總讓電腦處於備用狀態→選擇一個會與需求一起演進的耐用款式(sturdy model)並且使它維持在一個好的工作秩序→將舊的電子產品送回商店或送到廢棄物回收地點→不要扔掉工作電腦，改將它捐贈出去</p>
	<p>4.建立全球網路，利用網路與各利害關係人連結、交換成功實例、傳遞知識、提供建議</p>	<p>2.公司 建立一個業務通訊(newsletter)、建議箱及小型自動資料交換(ads)內部網路→用電子郵件傳遞備忘錄及業務通訊→參加國際交換活動去分享 know-how 及經驗→設立一個允許設備都可以被完全關閉的網路→取得一份公司電腦維護合約→當更換電腦時，將舊電腦分送給員工或捐贈給非營利組織</p> <p>3.地方機構： 建立一個網站，提供居民取得資訊、服務、小型自動資料交換、地區網絡、TV 及專家名錄等→提供免費進入市政府、學校及圖書館的網路→與民間組織(solidarity organization)合作，從廢棄物回收站挽救狀況尚好的電腦設備→捐贈這些設備給學校和慈善機構→提供居家回收服務(a home collection service)→發展線上學習計畫</p>
<p>紡織品部門</p>	<p>1.清潔服飾(clean clothes)：改善這個產業普遍存在不佳的工作條件</p>	<p>1.個人： 詢問製造者所使用的原物料及製造情形→選購源自於這個國家的物質及產品→不要購買來自工作條件</p>
	<p>2.促進大企業採行織品生態友善的公平交易標籤及可接受的工作條件</p>	<p>差的公司的服飾→轉讓(pass on)不再穿的服飾→客製化(customise for a new look)→小心清洗(使用污染少及少量的清潔劑)及小心照顧</p>
	<p>3.發展生態(環保)織品：利用藻類、黃豆、牛奶酪蛋白(milk casein)、竹子等製造生態友善織品</p>	<p>2.公司及組織： 供應生態友善及倫理正確(ethically correct)的工作服→鼓勵生態(環保)織品的交易(透過補助及支持)→配合相關活動(如服裝秀、討論會、耶誕市場)推動生態(環保)織品→選購生態認證公司的織品→使用以織品回收再利用製成的紙張</p>

旅遊部門	1.旅遊區的自然保育、土地與自然資源的分享與地區發展並重，如參觀費用(visitors' fee)	1.個人： 依據可能對地區環境、人口及經濟影響程度來選擇旅遊設施及服務(經認證的旅遊業者及旅館、有助於地區保育的結構或組織)→在出發前了解旅館區域的風俗並尊重他們→棄置廢棄物於確定可回收的地點以及使用可再充電的電池→節制用水用電→選購地區公司生產的產品(如指南、手工藝紀念品等)→不將以受保護物種製造的紀念品帶回家
	2.旅遊生態標籤：如歐洲海岸保育的藍旗計畫(Blue Flag Scheme) ³⁷	2.公司： 當籌組公司旅遊時，遵從生態旅遊規則→為員工及其家人規劃一些倫理活動→促使員工參加非營利組織(NGO)舉辦的生態旅遊計畫
	3.旅遊業者的永續旅遊倡議：協助會員發展尊敬環境和地區居民的永續旅遊方法，並確認及傳播成功案例	3.地方機構 透過訓練專業人員及執行 21 世紀議程或適當計畫促進永續旅遊的發展→利用補助及技術支援鼓勵永續旅遊的基礎設施的創造→調整去旅遊地點的交通設施(如巴士、自行車道等)以及改進非動力交通運輸設施→建立雙城(twin-town)計畫，以在學校及文化制度間進行交換
	4.其他包括推動近家及國內、長期停留(long stays)的旅遊方式，以減少旅次及能源使用(OECD,2002:115-120)	
水資源部門	1.協助開發中國家缺水地區取得水源	1.個人： 減少水資源的消費→以淋浴代替泡澡→偵測漏水及馬上修補→不要在水流時刷牙及清洗→將水龍頭及馬桶裝上低流量的設備→選購天然的家居產品而非化學的或危險的產品→不要倒太多含戴奧辛產品到下水道或丟棄他們，將塗料、亮光漆、溶劑等棄置於廢棄物回收點→使用少量的清潔劑及洗衣粉→當有設置污水管(sewage pipes)及廚餘槽(septic tanks)時，要遵守規定使用→收集雨水以供灌溉花園及各項可能的清洗使用→選購地區植物品種或需要較少水分的品種→將以化學種植的(chemical plant-care)產品替換為可自然分解的產品或其他自然的方法(參
	2.發展清潔生產技術，以協助企業減少水資源浪費	
	3.發展及推動家庭節約用水技術，如節水閥(aerator)、二段式省水馬桶 (dual-flush cistern)，以及改變家庭用水習慣(如以淋浴代替泡澡、在盆裏面洗滌餐具、注意和修補漏水地方等)	
	4.研發可行的農業滴水灌溉(drip irrigation) ³⁸ 技術，以減少水源的	

³⁷ Blue Flag scheme 於 1985 年由環境教育基金會所創設，已經成功的激發海岸保育的興趣。評判的標準為：水質、環境管理、安全與服務。已在 24 個國家設立 29,000 個藍旗海灘，並擴展到歐洲以外地區(UNEP, 2004: 26)。

	<p>浪費</p>	<p>見” 休閒部門”)→當到很熱的國家旅遊時，要節約用水(參見” 旅遊部門”)</p> <p>2.公司： 執行一個減少水資源消費的環境計畫，並為員工設定目標→在排水之前處理它，裝設污水處理系統，選購地區植物品種或需要較少水分的品種，以美化區域，以及在少雨地區避免設置草坪→工業：以密閉循環或空氣振動(pulsated air)方式使用水，儘可能選購最少污染的產品並監督它們的使用→農業：滴水灌溉及台地農耕(terrace farming)技術；培育地方品種、較少水分的品種以及季節水果及蔬菜；避免使用化學肥料</p> <p>3.地方機構 通知地方居民，包括成人及小孩，要節約用水→建立廢水處理工廠或與既有污水系統連結→維護控制用水的基礎設施→設置共用的地點(communal sites)，減少用水量→鼓勵農民及企業監測他們的用水量和漏水，提醒管理員檢查建築物漏水情形→指定“節約用水”日→清潔水路及設立自然濾水系統→使用自然的方法維護河岸(river banks)及保護生態系統(包括沼澤、湖泊、河流)→為公園及花園選購地區植物品種→收集雨水以供澆花及灌溉用</p>
<p>5.乾旱地區收集露水³⁹</p>		

資料來源：主要整理自 UNEP(2004)。Resource Kit on Sustainable Consumption and Production。

³⁸ “drip irrigation” 技術係指將水透過埋在地下的水管緩慢的滲入土壤中，除了提供植物的根持續的濕潤外，也避免水分過度流失，為一有效率且符合成本效能的方法(cost-effective)(UNEP,2004:30)。

³⁹ 在葉門、瓜地馬拉、智利等極乾旱缺水地區有利用霧網(fog nets)收集露水的方法，收集到的水匯集到水槽並透過水管分配到儲水池；在智利 Atacama 沙漠，霧收集設備可提供每人每天40升的水(UNEP,2004:30)。

三、政策的推動困難

由表 2-2-1 及 2-2-2 的整理可知，「永續消費」政策範圍及層面極為廣泛及複雜。因此，在推動時也必然會產生許多困難，而這些困難除了將作為我們以後推動的借鏡外，本論文也將在之後設法加以因應。就相關文獻所提出的推動困難，計包括認知、觀念、生活水準、社會經濟制度等各方面，茲整理分析如下：

(一) 認知不足

1. 對永續發展與永續消費的意義及關係缺乏瞭解，導致政府、企業、民間團體及個別消費者無法採行正確的行動。
2. 由於「永續消費」涉及範圍及層面的廣泛，導致不同的觀念、工具及政策持續發展出來，如永續發展、永續消費、永續消費與生產等，其多樣性易造成混淆。
3. 無論開發中國家或已開發家都認為永續消費的少消費，會影響到經濟發展，而抱持著懷欸態度。

(二) 消費倫理及觀念

1. 人們缺乏超越傳統經濟思維，包括如個人不祇是消費者，也是公民。這顯示，朝向永續消費行為的改變，必須發生在集體的層次，個人的層次是不足夠的。
2. 消費行為的複雜化：我們對於形成某種消費模式及水準的力量的理解仍非常有限，大部份是由於消費過程及人們附加於消費的意義複雜所致。人們購買商品和服務除了是因為他們的品質及功能外，也是為了他們的象徵或認同(identity)價值；他們使用產品去協助創造社會世界(social world)和去發現其可信之處；除此之外，鑲嵌於消費選擇的文化因素及社會個人化的程度，也都成為更多永續消費慣例的門檻，否則可能成為阻礙(Mont & Bleischwitz, 2007:65)。

(三) 資訊工具的限制

1. 提供消費資訊是提升消費知覺意識和改變消費模式的一個重要工具，但這並不必然導致消費行為的改變。許多研究指出，即使人們是非常喜歡環境，但支持環境(pro-environment)的行為可能非常的少，這可由人們採取謹慎行為的認知限制及購買情境的情緒影響來解釋(Mont & Bleischwitz, 2007:65；OECD, 2002:139)。

2. 主要的工具-生態標示(或生產者生態宣稱)易增加消費者的混淆，且可以合法化多購買環境友善產品，這會導致消費水準的過度增加(Mont & Bleischwitz, 2007:65-66；UNEP, 2005a:4)；另一重要問題是，消費者為支持在地生產的產品而購買，但事實上這些產品是透過全球供應鏈，而從很遠的地方供應過來的(Mont & Bleischwitz, 2007:66)。

(四)消費水準和反彈效果

1. 人口成長、生活水準提高，開發中國家許多人進入消費階級，及受西方消費模式的影響，消費量超過從生產及產品改進(透過生態效率和去物質化)所獲得的成果。
2. 除了消費水準外，消費模式的改變，如產品逐漸變大(房子、汽車)、消費者擁有多種形式版本及更高級的產品。此外，由於全球化，消費者在不同國家消費愈來愈多原生的及外來的資源，包括水果、木頭和寵物，以及到愈來愈遠的區域旅遊。

(五)不支持永續消費的社經政治環境

1. 在既存的消費結構及制度下，企業經營者為了經濟利益，會去尋找更便宜的薪資及資源，除導致開發中國家惡劣的工作條件外，並利用其法令的不足，輸出或私運消費後(下市)的產品，以類似回收再利用方式販售，或則甚至是最後棄置，造成開發中國家更惡劣的生活環境。
2. 消費選擇不僅是基於個人選擇，但也大部份依賴現有可用的基礎設施及已建立的社會規範；即使消費者願意從事永續消費選擇，他們常發現自己被鎖進不永續的消費習慣、不永續的基礎設施及不永續的商品和服務選擇(Jakson, 2005:61；Mont & Bleischwitz, 2007:65-66)。
3. 政府視「消費」直接與選票、國民生產毛額(GDP)有關，消費是一個非常重要的健康經濟的參數。維持 GDP 成長的一個方法是低估自然資源相關的社會成本，而這是由於政府補助及缺乏界定的財產權，以及由於市場未將使用自然資源相關的外部性納入計算。因此，某些企業和政府有計畫的在刺激物質及能源密集的消费，影響人們陷入從事不永續的消費模式中(Mont & Bleischwitz, 2007:66-67)。

四、小結：「消費者保護-推動永續消費」意涵的界定

如果將「永續發展」比喻為容納百川的大海，那麼「永續消費」、「永續生產」、「消費者保護」．．．等，就是流入這個大海的大小河川，並彼此交

集著。其相互之間的關係可以圖 2-2-2 表示：

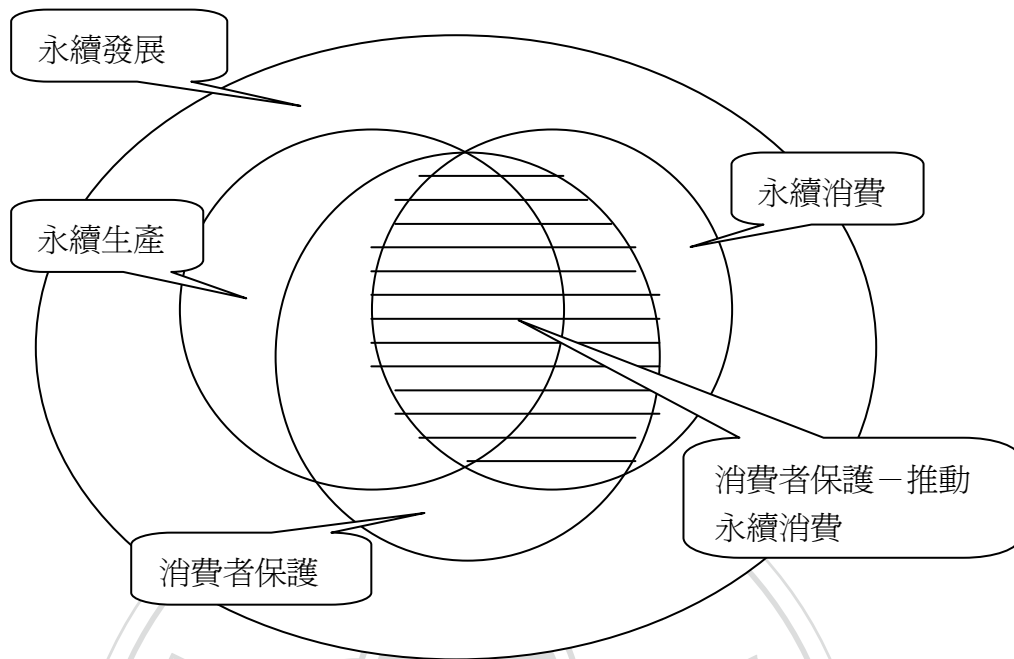


圖 2-2-2 「永續發展」、「永續消費」、「永續生產」及「消費者保護—推動永續消費」關係

資料來源：筆者自繪。

由上圖可知，「消費者保護—推動永續消費」的基本概念，也就是應用「永續消費」的理念去推動消費者保護工作。依據前面分析，聯合國「消費者保護指導綱領-G.推動永續消費」主要從滿足「消費者」對「商品和服務」的永續需求的角度來推動涉及「永續消費」的相關議題，以避免消費者購買到環境不友善(或含有毒性物質)的產品，造成消費者健康受害，或產生過多廢棄物及污染排放或導致自然資源耗損而影響居住環境品質。除了強調「環境友善產品、服務和技術」等九個政府部門的行動領域外，特別強調了商品和服務的環境健康及安全設計、測試，以及各公私部門的責任分工及合作。此外，在「永續消費」考量下，消費者是否願意購買價格比較高而功能相同的環境友善商品？有些以消費者為主的觀念是否必須退讓，以維護未來良好居住環境及永續發展？消費者利用網路進行拍賣(或購買)二手商品以及團購商品的情形也是朝向「永續消費」的途徑之一？這些議題都是需要一併納入關注的。

為利後續研提我國「消費者保護—推動永續消費」政策，本論文依據以上文獻的探討分析、聯合國「消費者保護指導綱領-G.推動永續消費」綱領內容，

並參照之前對「永續消費」意涵及基本要素的界定，在此對「消費者保護—推動永續消費」界定其操作性定義為：「消費者為滿足生活身心靈需求所購買的商品或服務，各部門應在整個產品的生命週期中減少物質及自然資源的使用、降低廢棄物及污染的排放以及具有可回收再利用的性質，以避免造成環境負面影響而直接或間接危及現在和未來世代消費者生命、身體、健康、財產。」，以及在這個定義下，「消費者保護—推動永續消費」政策應包括的原則及目標：

(一)原則

1. 依據消費者的需求及特性，利用各項經濟、法規及政策工具以及各項工具的結合，規劃推動各項有效措施。
2. 發展推動非物質的消費生活，以利消費者減少物質及能源之消費，追求身心靈平衡的生活品質。
3. 創造環境友善的生活環境，以利消費者採行永續消費行為。
4. 建立跨部門分工合作機制，共同推動與「永續消費」相關的消費者保護工作。
5. 依據國家特性及資源，規劃各項短、中、長程計畫，以逐步有效推動。

(二)目標

為兼顧消費者在經濟、社會及環境上的永續需求，以及多元參與的內涵，設定如下：

1. 企業經營者永續生產

鼓勵業者開發環境友善、安全健康及環境成本內化的商品和服務，供消費者選購。如提供企業研發的經濟誘因、訂定產品的環境友善及安全標準、對產品進行環境影響評估及含毒化物等安全測試、企業的永續採購⁴⁰等，以維護環境及避免產品直接或間接影響環境及人體健康。

2. 消費者永續採購

促請消費者購買環境友善、安全及價格合理的商品和服務，即包括個人、政府、團體的最終消費，以創造新綠色經濟產業及就業機會。如政府、民間團體及消費者的綠色採購，提供環保標章、低碳標章等對環境及人體健康有正面影響的商品資訊，企業發表永續報告，提供不永續消費行為對環境及人體健康負面影響的資訊，補助消費者購買環境友善商品(如環保冷氣、電動汽機車)等，以直接及間接促進環境及人體的安全

⁴⁰ 依我國消保法第 2 條對消費者的定義及行政院消保會的解釋(詳本研究第一章第四節所述)，如係以營利為目的之消費，並非消保法規範的消費者。

健康；並可藉以促進新綠色經濟及產業發展，補充因減少購買而導致傳統污染產業喪失的就業機會及經濟發展，且進而降低新綠色產業的生產成本。此外，並可逐漸淘汰對環境有害的商品和服務。

3. 改變消費者行爲模式

消費者(包括個人及組織)應該改變消費模式，建立集體的永續消費價值觀。消費者除了採行節能減碳及減少物資消耗的消費行爲，以維護良好的生活環境，如少吃肉類食物、購買運送旅程近的產品、選用耗能少的交通工具(如自行車)、以共乘或租用等購買服務而非商品外，另可避免過度消費，過多的物質消費並無法帶給人們快樂，並尋求在文化、宗教⁴¹及心靈層次的滿足。此外，透過集體永續消費價值觀的建立，如慈濟人集體力行節能減碳、廢棄物回收等，更能發揮同儕影響、推波助瀾的力量。

4. 弱勢消費族群環境權益之維護

維護貧窮地區人民的基本消費生活需求，並透過政府或慈善、宗教團體建立其綠色的生活鏈，讓他們有能力購買或擁有生活必需的環境友善及安全的商品及服務，不必要去購買低價且不環保、不健康的產品，以維護其自身的居住環境品質及安全健康，而不必犧牲自然資源及因環境不佳而影響健康：如提供失業救助、國民年金制度、中低收入戶的社會救助、增加救業機會、開闢市民農場等。

5. 各項環境友善基礎設施及制度之建制

建設各項環境友善的基礎設施，如利用再生能源發電、建置低碳節能的大眾交通運輸系統、做好國土規劃、建構環境資料庫、進行消費者行爲研究、推動永續社區及校園、研修相關法規、建立綠色經濟體制、設置廢棄物及污水處理制度，及對大型耗能及污染產業進行監控、盤查及輔導改善．．．等，以利消費者改變消費模式、力行永續消費行爲及各項政策措施的推動。

以上建立了「消費者保護－推動永續消費」的定義、原則及目標等政策架構，接下來即是如何依據國家消費環境狀況、消費者保護議題特性等，運用政策規劃理論及工具，建構適合我國的「消費者保護－推動永續消費」政策。

⁴¹ 佛教理念中包括「眾生平等」、「緣起互依」、「因果輪迴」等均與環境有關的，如「眾生平等」即是指無情器物也具有佛性，因此尊重眾生、保護環境是修行的第一步(鄭振煌，2006：20-22)。

第三節 國內文獻探討分析

自從聯合國提出「永續消費」以來，在國內似尚未受到太多的關注。從國家圖書館「全國博碩士論文資訊網」及「中華民國期刊論文索引」，以及其他相關的組織的出版品進行檢索，包括本論文第一章所提及的，僅有 12 篇於文中正式提及「永續消費」的期刊及論文，經彙整如下表 3-1-1：

表 3-1-1 國內「永續消費」相關文獻內容分析

作者	論文名稱	年代	相關內容分析	出處
于寧、賴明伸	綠色消費運動之緣起、現況及未來	2000	1.以「永續消費」即為「綠色消費」的觀點，介紹「綠色(永續)消費」的意義、推動面向。 2.未述及「永續消費」中的「消滅貧窮」議題，亦未述及其與消費者保護的關聯。	環境工程會刊
王文竹	該有個永續消費政策了	2003	1.從塑膠袋限用政策談應有家庭垃圾處理之永續消費政策。 2.未介紹「永續消費」意義及內涵	科學月科
鄭義	我國推動環境化設計的挑戰與因應對策	2003	1.介紹國外推動產品環境化設計的法規及措施，於文末提及「永續消費」，並提出改變消費模式一些細部建議。 2.未詳細探討「永續消費」的內涵及其與消費者保護的關聯。	工業污染防治雜誌
廖世机	消費者保護行政起源與發展之探討與比較	2003	介紹「永續消費」的起源及大意，但未詳論其內涵及後續發展。	消費者保護研究第九輯
葉菊蘭	創造消費者與經濟發展之雙贏	2005	提及「永續消費」的重要性，但未介紹其意義及內涵。	工商會務季刊
蔡英文	消費者與企業共促國家永續發展	2006	提及「永續消費」的重要性，但未介紹其意義及內涵。	工商會務季刊
黃彥文	大學生綠色消費行為之研究—以台北市立教育大學學生為例	2007	引用前開于寧、賴明伸的看法，且以「綠色消費」代替「永續消費」。	台北市立教育大學環境教育與資源研究所碩士論文
Wu, Pei-Ing (吳珮瑛)	Consumption Demand for Market Goods Environmental Quality: Sustainable Consumption Experience from Taiwan in 1983-1996	2007	1.利用計量經濟模型、特徵價格法(環境品質之價格指數及支出之估算)分析台灣 1983-1996 年家計單位的支出比例變化，同時觀察所得變動對環境品質需求的影響。 2.文中並未對「永續消費」加以介	Global Change and Sustainable Development

			紹。	
楊致行	永續消費生產與發展趨勢和因應	2007	1.簡要介紹國際推動「永續消費和生產」的背景及其相關經濟理論。 2.未詳細探討「永續消費」的內涵及其與消費者保護的關聯。	工業污染防治雜誌
林欣助	台灣廢棄物管理之研究-WIO 模型之應用	2007	1.利用投入產出法分析台灣家計消費與各產業廢棄物的排放強度，以轉變高排放產業的消費型態 ⁴² 。 2.簡略提到「永續消費」名稱、定義，但未作進一步說明。	國立台北大學都市計劃研究所碩士論文
王俊傑	台灣產業環境衝擊關聯分析與永續消費型態探討	2008	1.利用投入產出法分析台灣各產業活動所衍生環境影響程度，以及全國家計消費項目與三大產業類別(初級產業、製造業、服務業)之環境衝擊關係，以評估台灣永續消費型態。 2.簡略介紹「永續消費」的發展、聯合國綱領的內涵及部分國家推動情形，但未論述永續消費後續的理念發展及政策工具，亦未觸及永續消費與消費者保護的關聯。	國立台灣大學環境工程研究所碩士論文
廖世机	消費者保護與永續消費	2008	詳細介紹「永續消費」與聯合國「消費者保護綱領—G.推動永續消費」的發展與內涵，並建議消費者保護行政機關應從消費者保護的角度開始推動「永續消費」。	消費者保護研究第十四輯

資料來源：筆者自行整理。

由表 3-1-1 的整理可知，國內學界對「永續消費」的研究，或認為「永續消費」即是「綠色消費」，或未對「永續消費」內涵及發展做詳細的探討，且均未提及「消費者保護」與「永續消費」的關聯及政策。一直到行政院消保會依據筆者的初步研究，於 2008 年研訂的《98-99 年度消費者保護計畫》中納入推動「永續消費」的部份原則作為計畫項目，以及同年筆者於該會編印之「消費者保護研究第十四輯」中，正式將筆者的初步研究成果，以〈消費者保護與永續消費〉為題發表，國內方才有對國際「永續消費」的意涵及發展情形以及其與「消費者保護」的關聯做詳細探討的文獻。

⁴² 即 Takase 等(2005)在研究報告中所提到的「所得反彈效用」(income rebound effects)。

惟吳珮瑛(2007)、林欣助(2007)及王俊傑(2008)運用計量經濟模型及投入產出分析法針對特定永續消費議題所做的台灣本土性量化研究，則提供了研訂及推動我國「消費者保護－推動永續消費」政策極具參考價值的研究方式及資訊。

吳珮瑛(2007)發現台灣 1983 至 1996 年這段時間，台灣家庭對醫療與藥物有特殊需求，食住屬正常財貨，衣、交通運輸及教育娛樂等則為奢侈品；至於環境品質之支出，則隨所得提升而增加，同時逐漸轉變為奢侈品。

林欣助(2007：5-1~5-6)以 2004 年的調查統計資料進行分析，將 23 種產業別的廢棄物數量除以各產業別的生產總值，得到各產業產生廢棄物的強度。其中屬高強度者包括其他製造業、食品加工業、電力供應業、木材製品及紙製品及印刷業、金屬表面處理業、基本金屬工業、非金屬礦物業、初級產業。經其模擬降低對高強度產業的消費需求時，則總廢棄物數量亦會降低。因此認為，高強度廢棄物產業對環境的確充滿威脅，應該儘量避免使用高度產生廢棄物產業的產品。

王俊傑(2008：100-101)同樣以 2004 年的統計資料進行分析，從產業環境衝擊關聯分析中，發現電力、鋼鐵、化工原料、石油煉製品、非金屬礦物製品、紡織品及運輸倉儲業是主要污染負荷貢獻者；而金屬製品、人造纖維、塑膠、房屋工程、公共工程則對於高污染產業的需求量大，其建議這些產業需改善其需求方式，如使用潔淨材料等。另其藉由全國家計消費項目與三大產業類別(初級產業、製造業、服務業)⁴³進行環境衝擊關聯分析，發現製造業消費需求金額比例雖不高，但環境衝擊影響卻很大，顯示其單位產值所產生的環境影響強度較高；而服務業消費需求金額比例高，其環境衝擊亦大，打破服務業為低污染產業的迷思。若將家計消費項目分類至食、衣、住、行、電子電機產品、服務、其他用品七大類評估，則發現服務需求上的用電、食物的取用、交通運輸石油耗用與空氣污染物的排放、住宅用電及燃氣的使用，皆是造成環境衝擊上的主要因素。

綜合林欣助及王俊傑的研究，電力、非金屬礦物製品業及食品業具高環境污染及高廢棄物性質外，其餘屬高環境污染產業並不代表即屬高廢棄物產業。

⁴³ 將 49 個產業部門劃歸為初級產業、製造業、服務業三大類(王俊傑，2008：77)。

第四節 政策規劃及評估

本論文研究主題因涉及政策規劃的領域，有必要就相關理論及文獻予以探討，以便加以運用。

大部份學者將公共政策運作過程分為政策問題的形成、政策規劃、政策合法化、政策執行及政策評估五個階段。「政策問題的形成」主要係指一項公共問題經確認必須由政府主管機關採取相關行動、制定政策或計畫加以解決者；「政策規劃」主要係指為解決政策問題，決策者或政策分析人員設計未來替選方案的規劃、制定、預視等動態過程；「政策合法化」主要係指政策問題經規劃解決方案後，將方案提經有權核准的機關、團體或個人，如立法機關、行政首長等，予以審議核准，完成法定程序，取得合法地位；「政策執行」主要係指政策方案經合法化後，由主管部門採取相關作為，使政策方案順利付諸實施，俾達成目標或目的之所有相關活動的動態性過程；「政策評估」主要係指政策評估人員利用科學與技術，系統性的收集相關資訊，評估政策方案之內容及可行性、規劃與執行過程及執行結果的一系列活動(李明寰譯，2002；吳定，2000：34；吳定：1999，2008；陳恒鈞譯，2001)。

由於消費者保護、環境保護、永續發展等議題，我國相關機關均已制定相關政策並推動，甚至「永續消費」議題亦經行政院消保會初步納入其「98-99年度消費者保護計畫」中，並經行政院核定後函請各中央及地方主管機關據以研訂98-99年度的執行方案，故本論文研究範圍已超越「政策問題的形成」階段，而本論文是希望為我國「消費者保護—推動永續消費」政策做出更精緻的設計，以符合國家消費環境特性並有利於執行。因此，本論文主要與「政策規劃」階段之相關活動有關，謹將所涉相關理論及文獻檢視探討如下：

一、政策規劃

(一)政策規劃的意義

許多學者對規劃(planning)的意義提出界定，吳定(2000:165-167)綜合各家說法，將政策規劃界定如下：「政策規劃指決策者或政策分析人員為解決政策問題，採取科學方法，廣泛蒐集資訊，設計一套以目標取向、變革取向、選擇取向、集體取向之未來行動替選方案的動態過程」。其中與本論文較相關的特性為：

1. 從事政策規劃時，必須採取系統的、條理的科學方法，如問卷法、訪問法、觀察法、次級資料分析法等，廣泛蒐集資訊以設計可解決問題的替選方案。

2. 整個政策規劃過程就是選擇方案應以目標為取向的過程，任何一項活動都是在從事選擇，例如問題的選擇、資料的選擇、方案的選擇。
3. 規劃過程原則是理性的，即各項活動應儘量經過合理的、客觀的、科學的考慮後才作決定，應將個人主觀偏見減到最低的限度。
4. 政策規劃活動通常是經由集體互動的方式完成的。
5. 政策規劃是一項動態性的運作過程，即從政策問題界定，以致替選方案的設計、評估比較、選擇推薦等一系列活動，其中任何一個環節，可能會隨時發生變化，所以考慮的重點及作法也應當隨時加以變化。
6. 規劃過程不只須考慮規劃後產生的決定，而且要考慮規劃所涉及的資源問題(吳定，2008：179)。

(二)政策規劃的原則

除了朱志宏(1991：148)認為規劃一項公共政策應具有開放性、前瞻性、策略性及權變性外，Abraham Kaplan(轉引自吳定，2000：171-173；林水波、張世賢，2006：145-148)所提出的下列七項原則，極符合本論文研究主題的特性及需要：

1. 公正無偏原則：指政策規劃人員在從事政策方案設計時，應儘量以公正無偏的態度，通盤慎重的考慮方案對當事人、利害關係者、一般社會大眾等的影響情形，而作最適當的規劃。
2. 個人受益原則：指政策規劃人員在從事政策方案設計時，應考慮該方案不論理想多高、目標多好，但如果其利益或正面影響，最後無法為一般社會大眾所分享時，該方案將得不到人民的認同，而無法順利執行。
3. 弱勢族群利益最大化原則：指政策規劃人員在從事政策方案設計時，應當考慮儘量使社會上居於弱勢情形的弱勢團體或個人，能夠獲得最大的照顧，享受較多的利益，例如身心障礙者、低收入戶、少數民族、婦女等應獲得較多的照顧。
4. 分配普遍原則：指政策規劃人員在從事政策方案設計時，應考量儘量使受益者擴大，亦即儘量使利益普及一般人，而非僅限於少數人，成本之分配亦然。
5. 持續進行原則：指政策規劃人員在從事政策方案設計時，應考慮方案或計畫的持續性，從過去、現在以及未來三個角度，研究方案或計畫的可行性。
6. 人民自主原則：指政策規劃人員在從事政策方案設計時，應仔細考慮該政策問題是否可交由民間團體、企業、或一般社會大眾去處理。

7. 緊急處理原則：指政策規劃人員在從事政策方案設計時，應當斟酌各政策問題的輕重緩急，列出處理的優先順序，對於比較重要的及緊急的問題，應即時加以處理解決。

(三) 政策規劃的步驟

有關政策規劃的步驟，學者間的說法不一，Robert R. Mayer(1985:104)所提出的「理性規劃過程(rational planning process)」九個步驟，頗為具體明確，值得本論文參考。九個步驟依序為：1. 決定目標；2. 評量需求⁴⁴；3. 敘明目的；4. 設計替選方案；5. 估量替選方案的後果；6. 選擇替選方案；7. 設計執行辦法；8. 設計評估辦法；9. 回饋，如圖 2-3-1 所示(吳定，2000:221-222)。

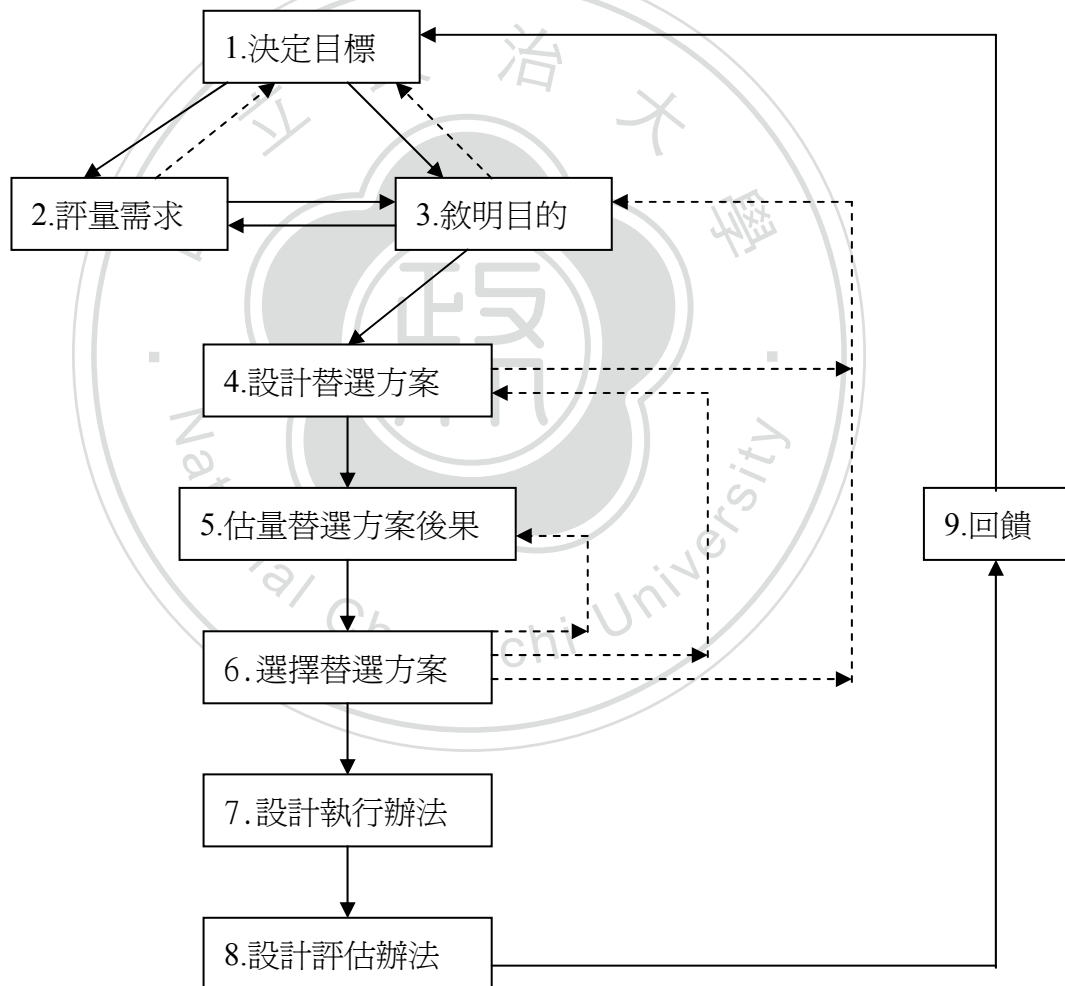


圖 2-3-1 政策規劃步驟

資料來源：轉引自吳定(2000)。公共政策，p222。

⁴⁴ 係指評量某一群人口之需求的程度與已提供服務以迎合此需求之數量間的差異(吳定，2000：224)。

二、政策制定

雖有了政策規劃的原則及步驟，但在進行實際規劃時，對於資料蒐集的範圍及取捨、解決方案的設計及評估時，仍會遭遇到應該以什麼樣的態度及角度來處理。在這方面約有六種決策模式可以參考：(吳定，2000:200-211；陳恒鈞譯，2001：95-101)

- (一)政治性決策模式：認為大多數的政策、計畫及方案等，基本上是由在政治上、經濟上、社會上居於優勢地位者互動後所制定出來的，並不依理性的、客觀的、科學的成本利益計算結果作決策，而幾乎是完全依據政治目的及政治力量的狀況而運作。
- (二)漸進決策模式：係指決策者在作決策時，著重從現在已有的政策或措施去找尋漸進的代替性政策，而不作大幅度的政策變動。
- (三)垃圾桶決策模式：認為組織的決策通常並非是經過理性思考計算後的結果，而是如同處於一個由問題、解決問題的替選方案、參與者及選擇機會四項分立的支流所匯集的垃圾桶，決策實際上是決策者在決策過程中某一關鍵時刻不經意交會的一項產出結果。
- (四)滿意決策模式：認為人是「行政人」，反對古典經濟學認為人是「經濟人」的觀點，而主張行政人祇追求「滿意的」或「足夠好」的政策。
- (五)理性廣博決策模式：係古典經濟學家所主張，認為人是「經濟人」，會追求最大的經濟利益，因此假設決策者能夠依據充分完整的資訊，對問題的解決方案作周詳理性的考慮，而制定最佳決策。
- (六)混合掃描模式：係綜合運用「理性廣博決策模式」及「漸進決策模式」所形成的另一種模式。指當決策者面臨決策情勢時，首先採取理性廣博決策模式的架構，以高層次或基本的政策制定程序先立下基本的決策方向，然後以漸進方法制訂詳細的執行辦法。

三、政策預測

為了使所規劃的政策或方案具可行性，必須預先估量政策或方案的優缺點、預期效果，否則可能實際執行時，產生窒礙難行或其他負面的影響。吳定(2000:254)認為：「政策方案的預測乃是指估計衡量既有政策與新政策後果、新政策內容、或政策利害關係人行為與態度所得之假設或資訊，做為比較取捨替選方案的依據」。

至於預測的方法，William N. Dunn(李明寰譯，2002：262-278；吳定，2000：255-279，2008：186-193)將之區分下列三種：

- (一)推估(projection)：指基於現在與過去的歷史趨勢，而推論未來社會狀況的一種預測方式；它可以藉由使用某些預測方法(如時間序列分析)或個案類比的方式(如過去與未來政策之間的相似度)，對未來可能發生的事提出主張。也可以利用權威式論證(如專家的觀點)與因果式論證(如經濟學或政治學理論)，對推估結果加以補充。
- (二)預計(prediction)：係以外顯的理論性假定為基礎的預測方式。這些假定可以是理論法則(如公共選擇理論)、理論主張(如主張「社會秩序混亂乃是因期望與達成期望能力的差距所引起」)或類推(如「政府的成長正如同生物機體的成長一樣」)等形式；其基本特質在於應用抽象的因果關係以及類比性來預測某事發生的可能性。權威式論證(如資訊充足者的判斷)與方法(如經濟學模型)都可以用以補充預計的結果。
- (三)臆測(conjecture)：以資訊充足者或專家對未來社會狀態的判斷為基礎的預測的方式。這些判斷可能會以直觀式論證的形式進行表達。在此，以直觀、創造性的智識能力或利害相關人的默會知識為基礎所作的判斷，都可以用以支持對有關未來狀態的主張。判斷也可以利用動機式論證的形式進行表達，過去、現在與未來的價值、目標與意向，都可用以支持主張的似真性。例如，我們可能會對未來的社會價值(如重視休閒)提出下列臆測：未來二十年內，每週的平均工時將降至 30 小時。權威式論證及因果式論證也都可以用以補充臆測的結果。

William N. Dunn 依據預測的途徑、基礎及技術加以分類列表如下：

表 2-3-1 政策預測途徑、基礎、技術分類

途徑(approach)	基礎(Basic)	適當技術(appropriate techniques)	產品(product)
外推預測 (Extrapolative Forecasting)	趨勢外推法(Trend Extrapolation)	1. 古典時間序列法 2. 線性趨勢估計法 3. 指數加權法 4. 資料轉換法 5. 大幅變動方法論	推估 (projections)
外推預測 (Extrapolative Forecasting)	理論(Theory)	1. 理論圖 2. 因果關係製模法 3. 迴歸分析法 4. 點與區間估計法 5. 相關分析法	預計 (predictions)

外推預測 (Extrapolative Forecasting)	資訊充足的判斷 (Informed Judgement)	1. 傳統德菲法 2. 政策德菲法 3. 交叉影響分析法 4. 可行性評估法	推測 (conjectures)
--	------------------------------------	---	---------------------

資料來源：李明寰譯(William N. Dunn 原著)。公共政策分析，p278；吳定(2000)。公共政策，p264。

四、政策評估

(一)預評估

政策規劃階段的評估，亦稱為預評估(pre-evaluation)，是指對於政策方案在規劃階段時進行可行性評估、優缺點評估、優先順序評估。如果能在於此階段即了解該政策方案的「預期影響」及「預期效益」，則在執行之前，將可適當修正該方案內容，使資源能作最適分配；或是在政策進行一段時間後，先作探測性的評估，以做為未來全面評估該項政策執行之影響及效益的基礎。包括三項評估工作：(吳定，2000：591-592)

1. 規劃評估：行政機關或人員為解決某項公共問題或滿足某項公共需求，在規劃解決政策或方案時，對各替選方案之可行性、成本、利益、影響等進行評估。目的在減少政策目標和實際情境的差距，以期在付諸執行前，修正政策方向的内容與資源條件，以利期望目標之達成。
2. 可評估性評估(evaluability assessment)：指政策在執行一段時間後，即對其執行現況及初步結果加以評估，以探究其執行狀況是否符合政策的原先設計與運作過程。除可做為修正政策執行的參考外，尚可建立未來全面性評估的基礎。
3. 修正方案評估：為增加正在執行中之政策方案的效率或效能，例如為擴大影響或服務的範圍、減少每單位成本，而對該政策方案進行修正的方案，稱為修正方案。此項修正方案是否有明顯的效果？其價值如何？是否有再修正之必要等，均有予以評估的必要。

(二)評估方法

1. 定量或定性評估：

採取定量或定性或二者兼採的評估途徑，主要係以要處理資料的性質而定。定量評估是蒐集可以轉化為「數字」的資料，因此分析部分是統計性的，報告主要是依據統計關係影響大小及重要性而撰寫。定量資料

通常是藉由實驗設計或準實驗設計的方式蒐集。定性評估則是採非結構性的晤談與觀察技術蒐集資料，因此分析及撰寫報告採用文字敘述的方式；定性資料通常是藉由個案研究、人種學或其他非標準化研究設計的方式蒐集。

當政策方案包含數十項的活動及變項，或者整個情境實在太複雜難以掌握，在此類情形下，以採定性方法為宜；而當方案已明確界定其詳細活動時，或實質上類似方案先後已做過許多評估的情況下，使用定量方法較為恰當(吳定，2000：615-634，2008：331-332)。

2. 蒐集資料的方法：

評估人員應依據評估的整體目的、評估所需資訊及評估過程的實際限制，選擇資料蒐集的方法。一般主要有下列四個方法，可以單獨或合併使用：(吳定，2000：639-640)

- (1) 檢視方案執行的紀錄：如果方案在執行全程中均有詳細紀錄可查，則評估者很容易即可篩檢出所需要的資料。
- (2) 採取訪問法：評估人員可對涉及方案之主要人員進行訪問，以蒐集所需資料，如決策者、執行者及標的人口。
- (3) 採取問卷法：評估人員可設計結構性與非結構性的問卷題目，以抽樣方式，交由涉及方案者進行填答，以蒐集所需資料。
- (4) 採取觀察法：評估人員可藉由實際觀察方案的執行而蒐集所需的資料。

五、小結

本論文之研究主題涉及多目標、多利害關係人，因此在進行後續的政策規劃時，除將參考以上所述的規劃原則、步驟等進行外，為了瞭解規劃結果的優缺點及可行性，將依據政策預測及評估等理論、資料特性，以及參考三角檢證的觀念，兼採定性及定量的評估，以不同的研究方法蒐集分析消費者及各界學者專家建議意見(吳芝儀等譯，2008：611)，進行政策評估，以據以修訂政策內容。

第三章 消費者保護起源與發展

在前一章的文獻探討中，我們發現國外學者為探究「永續消費」內涵，回溯到對「消費」行為理論的探討。因此，本章嚐試從「消費社會」的起源及發展，去追尋「消費者保護」的起源及發展，並從中發掘「永續消費」的歷史定位。

第一節 英美消費社會的起源與發展

一、西方消費的起源

Adam Smith(亞當·史密斯，1776)認為，「生產」因為專業及分工，產生剩餘(超出自己所需要消費的部分)，而可以依據自己的需要，把自己生產多餘的和別人生產多餘的進行「交換」。Adam Smith 亦認為，交換或以物易物為人類的天性。而為了便利交換的目的，原始社會曾以牲畜、貝殼、金屬等當作交易工具⁴⁵，最後發明了貨幣(謝宗林等譯，2000：29-45)。

Williams(1976)認為英文中的「consume」一詞在十四世紀就存在了，但這個字所有早期的用法幾乎都含有不好的感覺，它的意思有：毀滅(destroy)、用完(use up)、浪費(waste)、耗盡(exhaust)等。而「consumer」一詞，則出現於十六世紀，與毀滅(destroy)或浪費(waste)有類似的意思。一直要到二十世紀中葉，「consume」這一詞因為在政治經濟學中的專業用法，才開始被廣泛地運用(Glickman, 1999: 17-18)。

Glickman(1999：1)提到，在工業革命之後，「consumption」在市場經濟中產生了較中立(甚至正面)的生產性社會活動(productive social activity)的意涵。而無論在任何時期，消費者主義(consumerism)都有一個多元而不總是一致的意義，有時候被定義為過度的物質主義(excessive materialism)，有時候被定義為一種有組織的消費者的政治運動。

現代「消費」一詞的定義，是指使用勞務、貨物以滿足人類需求的行為(趙錫如，1993：598)；「消費者」一詞的定義，則是指以消費為目的而為交易，使用商品或接受服務者(行政院消保會，1994a：1)。所以，消費者就是為滿足人類需求而交易，以使用商品或服務的人。參照前述 Adam Smith 的見解，當時的「交換」與現今「消費」有類似的意思，同時指為滿足人類需求而交易，

⁴⁵ 以數量的多寡來表示交易物品的價值。

以使用商品或服務。故「交換」似可視為沒有貨幣時代時的「消費」，或可稱為是「消費」的前身。

二、英國消費社會之發展

(一)消費社會的形成

McKendrick 等認為(1982)，英國的消費者革命(consumer revolution)最早於十八世紀發生，而這是首次正式的確認英國社會的物質財貨(material possessions)，因為它們的愈來愈不耐久及愈來愈流行，而可能變得較有價值的時候。Yet Braudel(1974)更進一步的指出，交易關係(exchange relations)已經發展為一個甚至比工業化以前更複雜的方式；在十七世紀法國市場，博覽會(fairs)和嘉年華會(carnivals)是消費的焦點。

有一個對消費社會興起最有趣的說明，是 Benson 的英國 1880 到 1890 年的大事紀要。Benson 主要是研究在這段時期中促進消費者消費能力增加的物質變遷。雖然對於“消費者革命”發生的時點並沒有太多的共識，但較明顯的是居於十六世紀和 1890 年代間的任何地方。Benson 看到這是一個長期的發展，並且特別關注於十九世紀早期和二十世紀晚期間，因快速擴增的人口所產生持續增加的消費需求；這些需求的改變也伴隨著在一個持續擴張市場的供給的改變，而這一市場正致力於促使它的商品能獲得那些購買力量快速增加的消費者的注意。

消費社會的發展與“大眾社會(mass society)”的出現有緊密的相關，人口在都市地區的集中，使都市居民暴露在一個消費商品持續過剩的環境中。另消費社會的產生也與工業化的發生有密切關聯，本來是為了維持生計而從事生產，現被工資勞動所取代，人們不可避免的成為消費者和生產者。從一個長程歷史的觀點，如此的改變，以社會結構、社會價值和態度的角度來看，產生了非常不同於以往的生活方式。然後，逐漸地，一個新的社會形態發展出來：一個建立於渴望和新奇(經濟系統較易於改變)的社會(Miles, 1998: 6)。

(二)消費社會的發展

消費社會出現的一個重要發展，是工作階級購買能力的成長。第二次世界大戰後的數年，至少某種程度基於福特主義原理(principles of Fordism)的大眾市場(mass market)出現。福特主義係指美國工業家 Henry Ford 的觀念

和原理，特別是在汽車裝配線(car assembly line)的作法上--Henry Ford 一般被認為是現代大量生產系統的開拓者。當政府投資提供一個確保完全就業和繁榮的基本方法時，福特主義則係依據規模、一致和可預測性的原理，以及基於要維持高需求，必須維持高工資的觀念來運作。Henry Ford 提倡這樣的觀念：工人應該被鼓勵成為他們生產產品的消費者。

受到福特主義大規模生產的影響，許多產業部門也開始轉型，如衣服、傢俱和加工食品等。漸漸地，奢侈的消費商品成為每日的用品。福特主義經濟是依賴以下的事實--「工人有一個剩餘可處理的所得，他可將它們投資於他們生產的、多樣的商品上」。這樣一個重要的發展，使消費逐漸在人們的每日生活中扮演一個重要的角色。人們不僅被提供他們所需要的(needed)，也提供他們所想要的(desired)，而使“想要”成為“需要”。消費資本主義能夠開發出一種情境：消費商品被賦予的象徵性價值，在社會的重要性遞增(Miles, 1998: 6-7)。

(三)消費觀念的演進

1.消費需求的衍生

Campell(1987: 17)在分析十八世紀英國消費者革命產生及消費需求劇增的原因，先從理論發展的歷史談起。他認為，過去二十年來，經濟歷史學家逐漸承認他們的理論過度強調供給因素的傾向，而對工業革命分析，也傾向集中於生產技術的改變，而非需求特質的變遷。但工業革命構成了供給面的劇烈轉換，也可以假定是伴隨了消費發展的擴張，因此消費者革命成為工業革命一個必需的元素。這些看法形成了一個觀點：「對現代社會經濟基礎發生的任何理解的一個重要部份，在於對帶來『需求』劇烈增加力量的感謝」，套一句 Perkin(1968)的話：「消費需求是工業革命之最終關鍵」。

Campell(1987: 18)接著提到，最初歷史學家認為人口成長造成了需求的增加，但來自第三世界的證據推翻了這個可能性。接下來則關注於這樣的觀念：由於生活水準的上升導致支出力量(spending power)增加。但並沒有明顯的證據顯示，消費者會自動使用剩下的餘錢去滿足新的需求。瞭解到這樣的問題之後，經濟歷史學家被迫去接受“需求增加”的答案必需在主導消費的某些價值和態度中的變化中去尋找。因此，當有些學者強調品味和時尚等因素時，逐漸地，有人發現一個新的消費者支

出的“道德態度(moral attitude)”扮演了一個重要角色，或是購買時“心靈態度(attitude of mind)”的重要改變。如此的主張，使消費需求增加的爭論脫離了傳統的經濟理論之外，而置於更廣泛的社會科學中。

依據以上消費需求研究的轉向，幾位學者的研究成果如下：

- (1)Harold Perkin(1968: 96-97)認為：「如果消費需求是工業革命的關鍵，社會競賽(social emulation)則是消費需求的關鍵。十八世紀左右，在英格蘭及蘇格蘭低地的人們，當每個人接到一筆貨幣所得時，幾乎每一個人都準備花費其大部份，以趕上潮流。」。他認為此一理論在比較開放、有較精細的社會階級系統的英國特別有效，社會競賽成爲刺激人們努力工作和增加消費的重要因素。
- (2)Veblen(1984)結合了社會競賽的觀點，提出「炫耀式消費(conspicuous consumption)」理論。認為，有錢人在 1760 年代和 1770 年代盡情歡宴的花費，對此一消費新時代的誕生，扮演一個關鍵角色。而中產階級社會對有錢人浪費的模仿，以及其次一階級對中產階級的模仿，促成了近二百年來新消費傾向的產生。這種社會模仿和競賽支出的情形，有人稱之爲“Veblen Effect(范伯倫效應)”(陳坤宏，2000：29-30；張君玫等譯，1995：33-34；Campell,1987:19-20)。
- (3)McKendrick 則認為消費競賽並非十八世紀才有的現象，他認為在此時期的新的商業能力及行銷的技術，特別是廣告的出現，均與消費需求的劇增有關。他說：「英國社會許多人長期對上流階級的欲求，給予一個充沛的動力去消費；一個新的花費能力促使他們去消費；而且也容易接近到大量有用的新商品。一個大眾消費市場準備工業革命產品，有技巧的推銷能製造流行趨勢，大量的廣告能廣泛地宣傳；而售貨員的能力能使容易接近並購買。」。他認為新的消費需求水準的創造，是由於英國社會的商業化 (commercialization) 對社會競賽的操縱 (manipulation)，使得人們群起追求“奢華(luxuries)”。

而十八世紀廣告和商業活動的出現，McKendrick 認為是人們追逐潮流或流行使然。他認為，潮流就是一種流行的習慣，是一種普遍的社會現象，即使在傳統的社會中也會被迫改變。現代潮流的特徵發生於外觀、物料和式樣的大幅改變。證據顯示，這樣快速的改變步調開始於十八世紀中期，轉捩點是英王喬治二世，並一直延伸到喬治三世

(皇室帶領服飾式樣和顏色的流行)。流行的熱潮並不限於富人，而是快速的擴散到整個社會各階層，從家庭奴隸到工廠僱主，也到農業工人(Campell, 1987:20-21；McKendrick,1982:10-12)。

(4)Campell(1987:24-28)認為以上各個學者所提出的競賽花費、潮流及市場操縱等，均祇是闡述個別因素的影響，對於這些因素間的關係及因素間交互作用的結果，並未加以探討，而個別的因素尚不足以完整解釋消費者革命發生的原因。因此，他轉向從文化層面的變遷來探討可能的原因。他認為休閒活動的擴展，包括閱讀小說、流行和浪漫愛(romantic love)的興起，可以全部被視為首次在十八世紀英國文化現象的集合，且在某些尚不清楚的方面，也與消費者革命有關。經過他的研究後，他認為，十八世紀中葉歐洲興起的浪漫主義運動，其追求個人及美的自然流露的浪漫倫理(romantic ethic)孕育出現代消費者主義的精神。Campell 認為浪漫倫理(romantic ethic)是一種感性的讚美(a cult of sensibility)，其關於真、善、美的浪漫教義提供現代消費者行為所需的合法性和推力，而流行於當代的工業化世界(1987: 205-206)。

(5)Bocock(1993)在所著「消費(consumption)」一書中，延用 Max Weber(1824-1920)新教倫理孕生資本主義精神之觀念，分析十七世紀末期所出現的早期消費模式，是由於清教徒，尤其是喀爾文教派的禁欲文化價值，對當時的農業及製造業資本主義的早期布爾喬亞們⁴⁶產生極大的影響。它形成一種生產體系：僱用合法的薪資勞動者，並在自由市場販售商品，以一種和平、有系統、合理的方式來謀福利，並把賺的利潤再轉投資，以幫助事業成長。到了十八世紀，英國資本主義發展起來，小規模的企業製造了陶器、衣飾、珠寶．．．等消費品，人們發現家用品和身體裝飾品多樣化，而貴族、鄉村士紳及都市中產階級可以買得起，一個「消費者革命」於是興起(張君玫等譯，1995：

⁴⁶ 「布爾喬亞」(Burgensis)是一個音譯名，它的意思是指資產階級和中產階級者。在中世紀初期，“Burg”意指城堡，城堡居民便稱為 Burgensis。但從十一世紀起，Burgensis 一詞就泛指為城市居民。以回顧歷史的方式來了解布爾喬亞：西元第五世紀，西羅馬帝國滅亡，西洋史中的中世紀出現。在帝國統治時期，領土內的社會秩序與經濟尚可維持穩定。但到了中世紀，戰亂頻仍，民眾不願成天活在死亡的陰影之中，因此會移居城堡，請求領土保護，這就是 Burgensis 的來源。在城堡中自給自足的莊園經濟，舉凡職業和土地都受領主支配，城堡內部呈現一種超穩定結構。此外，教會主宰價值觀念，要求信徒虔誠信仰上帝，同時也凸顯反商的意識形態，以免商業運作與穩定的莊園經濟相抵觸。然而，隨著教會蓋教堂、農民欠收、領主打仗等資金的需求，工商業日漸發達，終於打破了莊園經濟體制，再加上海上貿易和文化交流、宗教改革及工業革命等的推波助瀾，促進了生產技術及資本主義。最後，龐大的中產階級推翻貴族統治而掘起，造成社會、經濟極大的轉變(辜振豐，2003:6-13)。

24-28)。

2.消費者主義內涵的改變

由於社會環境的變遷，及消費者意識的成長，Miles(1998:11-12)認為，今日的消費者主義，必須考量以下因素：

- (1)社會變遷：現代社會由交易所形塑的特徵，已不是以往爲了維生所形成的特性。所有的社會生活面向，例如兩性關係、階級關係和一般社會關係，均因此受到消費面向的衝擊。
- (2)經濟變遷：隨著人們可處理所得的增加，消費的力量在這數十年間持續的成長。這也具有顯著的政治意涵：政府已敏銳地瞭解到，他們必須承認消費的社會利益及消費者主義的訴求。
- (3)全球化：以上的兩種變化也都受到全球化運動的影響。在全球化的系絡底下，消費者主義是否鼓勵全球標準化和多樣化，是具有相當大的爭論。

三、美國消費社會的起源與發展

雖然消費的意義和實際的地點(如從角落商店到百貨公司、網站)在轉變，Glickman(1999: 2-5)認為：「消費已經從歐洲探勘到現在成爲美國人的國家認同。而同等重要的，是這長久存在且無法解決的與消費有關的道德、經濟和政治結果的爭論，以及這經常流動的消費者哲學思想的河流。對於每一個提倡“簡單生活是美國人精神體現(embodiment)”觀念的人，很多已成爲“深遠的和持續的物質主義是這國家獨特偉大的根”這論點的擁護者。」Glickman概述了美國的消費社會發展的歷史如下：

- (一)商業交易集中在早期的殖民地居民與偶然相遇到的歐洲人和本土美國人之間，並且在所謂的“第一次消費者革命”中，改變了彼此的文化。在工業革命促使大眾消費成爲可能之前，一個商業和初期的全球經濟將消費置於跨文化交易的中心。
- (二)在殖民時期，美國的人口每 25 年成長一倍，殖民人口中成長的中等階級，開始購買他們可以驕傲地展示在家中的製造商品。殖民人口財富增加的結果，導致的成長需求，刺激了工業革命，首先在英國，後來在美國。
- (三)美國革命中有部份是消費者革命。“殖民地是一個國家”的認同，以穿著手織衣服和抵制英國商品等實際行動而成長；最有名的是波士頓茶葉黨事

件⁴⁷，革命者成爲美國人中首位去聯繫消費和政治的人。

(四)十九世紀早期的市場革命，從都市、中等都市到最後鄉村地區帶來了大量生產的商品。當美國經濟由維持生活的鄉村形態，轉變爲以市場爲基礎的都市化形態，這種轉換的意義代表了“需求”的改變。消費不再祇是爲了需要，美國人開始提升消費標準。

(五)之後，工人和勞動改革者發展出一種基於消費的團結模式，其“消費不僅是個人主義者的活動”的理念已經爲將市場活動賦予社會意義的美國改革者所主張。十九世紀晚期，消費主義者團體(consumerist solidarity)開始具有現代化特徵的型式；到二十世紀，它已經是美國政府行動主義的支配潮流之一。



⁴⁷ 1770 年代，因英王喬治三世向美洲殖民地頒布新的稅金制度，課稅品目繁多，甚至連生活必需品的茶葉也要課稅，引發殖民地居民拒買英國商品以示抗議。1773 年 12 月 16 日，氣憤的殖民地居民爲報復英軍，喬裝成印地安人，潛入英國東印度公司貿易船上，並將船上 342 箱茶葉全部拋入海中，史稱「波士頓茶葉事件」(請參閱維基百科，波士頓茶葉事件，<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%B3%A2%E5%A3%AB%E9%A0%93%E8%8C%B6%E8%91%89%E4%BA%8B%E4%BB%B6>，瀏覽於 2010 年 6 月 24 日)。

第二節 中國及臺灣消費社會的起源與發展

一、中國消費社會的起源與發展

(一)中國消費社會的起源

前述假定，「交換」可視為沒有貨幣時代時的「消費」，或可稱爲是「消費」的前身。而中國在殷商時期，在商業行爲上已有交換的媒介，即以「貝」爲貨幣。已從自給自足的原始型態，進展到物物交易及簡單的貨幣交易(吳永猛，1991：19)。

大陸學者歐陽衛民(1994：37-38)在所著《中國消費經濟思想史》一書中提到，在中國古籍中，如《尚書》、《周易》、《禮記》等已包含有中國經濟思想的起源。〈尚書·大禹謨〉篇提到治國平天下，“惟修正德利用厚生”。依宋代蔡仲默註：「利用者，工作什器，商通貨財之數，所以利民之用也；厚生者，衣帛食肉，不飢不寒，所以厚民之生也。」。歐陽衛民認爲，“利用厚生”即儘可能滿足人們消費需要。故中國自夏商周開始即有消費思想，再經先秦諸子百家的詮釋，一直流傳至今。另其依據葉世昌教授的考證，中國古代最早提到「消費」二字的人是東漢王符，他在〈潛夫論·浮侈〉中提到，奢侈品生產者「既不助長農工女，無益於世，而坐食嘉谷，『消費』白日……」。《潛夫論》著於東漢安帝年間(西元 114-125 年)，可見「消費」這個詞至少在一千八百年前就被提出來了。唯當時是作動詞用，相當於浪費。但一般來說，中國古代論消費並不常用這一詞彙，而是用“靡”、“養”、“養生”、“食”、“穿衣吃飯”等詞代替，故中國消費思想在「消費」一詞出現以前早就有了(歐陽衛民，1994：2)。

(二)中國消費社會的形成

中國傳統社會是一個古老而歷史悠久的農業社會，中國傳統的社會生活方式，可以說是中國古老的農業文明的產物或體現。農業與農民成爲社會和國家的主要支柱，從商周至明清，國家也厲行「以農爲本」的基本國策，從而形成家庭經營的男耕女織、小農業與家庭手工業並相結合爲主要型式的農業社會。在宋積明和宋德金(2000：366-367)主編的《中國社會史論》一書中認爲，從消費的層面來看，中國傳統社會是屬於生存型生活方式，「民以食爲天」是主要的特點，從先秦到近代，人們的消費一直是「以食爲天」，糧食消費占有消費的 60-70%。但不同等級的消費生活和消費

結構則存在很大的差異，「朱門酒肉臭，路有凍死骨」是這差異的生動描繪。高級的文化消費，一般來說是屬於少數上層社會階層的專利。歐陽衛民(1994：14)亦認為，古代中國多數的思想家都主張「黜奢崇檢」，「黜奢崇檢」是中國古代的正統消費思想。而中國古代的消費問題，主要是農民的溫飽問題。因為在古代中國社會中，農民占絕大多數，且備受剝削、壓迫和奴役，所以解決他們的溫飽問題，是全部經濟思想的出發點。

另，宋積明和宋德金(2000：375-376)指出，中國在宋代社會結構和社會生活發生變動，商品經濟發展，自由租佃、自由僱工出現，資本主義萌芽因素產生，城市不斷的增多和日益繁榮。明清之際，以商人和手工業者為主體的市民群體產生。與此同時，強調人的主體性、能動性的王陽明的心學，取代了程朱理學。明後期至清初，出現了一批早期的反封建君主專制、具有啓蒙效應的思想家(如黃宗羲、顧炎武等)，這些經濟、文化、社會的變化，使社會價值觀念體系和人們的生活方式發生前所未有的異動。至清後期，西方工業文明的傳入，終於拉開了傳統社會生活向現代社會生活轉型的序幕。從清末至民國期間，人們從日常生活到政治生活方式，及從物質生活到精神生活方式，主要的潮流和特點，都是模仿西方現代生活方式。但是到了近代中國，實行社會主義，個人依附國家、組織的高度整齊劃一的模式化、吃大鍋飯的貧困的計劃經濟體制下的社會生活方式，成爲當時中國社會生活方式由傳統轉向現代化的巨大阻力。

(三)中國消費者革命

李聰華(Lee,1998:1-18)認爲鄧小平在 1978 年重新執政後，推動一波波的社會及經濟變革，大幅促使中國經濟重新復甦，消費群體不斷迅速擴張，開啓近代中國消費者革命。依其研究，決定中國消費者習慣與品味的是根本的社會和文化價值觀，可以分成以下四個基本因素：

- 1.生命的延續：渴望長壽和尊老愛幼是中國文化的特徵，生命的延續不僅指延長自己的生命、聲望，也意味著將自身所積累的財富傳給子孫，使他們易求得長壽，社會地位也會提高。即使是需要花費，也是將錢花費在子孫身上。
- 2.人際關係：中國人的人際關係的相互影響經常與「集體的」相互影響混爲一談；一般來說，人們是隨著群體品味的。另爲了與其所在特定群體之外有高地位或更大權力者培養關係，消費者會購買禮物或服務供他人使

- 用。雖然這種現象西方社會同樣存在，但中國人對這種做法的重視度普遍較高，而且他們用於這些象徵性費用與其收入的比例也較高。此外，一個群體裡的人總是努力使自己與眾不同，他想在同中求異。
- 3.社會地位：在今日中國，財富、權力和學識是界定地位的三個決定性因素，任何產品或服務，只要能明顯體現身分或地位，就一定能成功。
 - 4.同化現象：中庸之道和三思而後行，造就了一個對不同的新事物一開始便採取包容而非排斥態度的中華民族，但同時他們也是有名的賭徒，對新產品和新潮流永不知足。

二、台灣消費社會的起源與發展

依據連橫在《台灣通史》的考証(周密察，1987：8-14)，《隋書》中的〈流求國傳〉可能是第一次有關台灣的記載。而五代以來，以福建泉州為中心的海上貿易逐漸興盛起來，到南宋時期，已有漢人來到澎湖定居並且從事農業生產。元朝末年，旅行家汪大淵的《島夷誌略》中並記載，澎湖居民是「工商興販，以樂其利」。顯見此時，澎湖已有消費活動的產生。

澎湖雖然在宋元時期，已是個漢人的世界，但台灣仍是個原住民的樂園。旅行家汪大淵的《島夷誌略》提到台灣的情形略以：「土潤田沃，宜稼穡。氣候漸暖。俗與澎湖差異。．．．；『貿易之貨，用土珠、瑪瑙、粗碗、處州磁器之屬』。」(周密察，1987:16-19)，此可能是台灣與消費活動有關的最原始記載。

湯錦台(2001：10-13)在《大航海時代的台灣》一書中提到，明朝中葉以後，中國國內工商業漸趨繁盛，中、日之間的走私活動也增加，有一部份閩南人先移到澎湖，後轉到台灣，也有人專門前往捕魚。在西洋人到達台灣以前，台灣的先住民⁴⁸並從漢人身上學會種稻和插秧技術，而且也從漢人甚至日本人處換得鐵製武器。

康熙 22 年(西元 1683 年)清朝派遣施琅率兵征服台灣的鄭氏勢力後，清庭內部對於是否將台灣納入版圖爭論不休，施琅提出有名的「臺灣棄留疏」，獨排眾議地堅持將台灣納入版圖，並於文中提到台灣當時的社會情形是：「人口稠密，戶口繁息，農工商賈，各遂其行」(周密察，1987：97-98)。

⁴⁸ 目前在台習用「原住民」的說法稱呼早於漢人到台居住的土著。但嚴格來說，我們現在所有的各族土著住民的先人，到台灣的時間互有先後，而且在他們之前是否還有已經消失的其他族群住過台灣，我們並無確切的了解。因此，湯錦台還是用「先住民」的說法稱呼土著居民。

第三節 消費者保護的起源與發展

一、國際消費者保護之起源與發展

(一)消費者保護之起源

自人類有商業行為開始後，政府、企業經營者、消費者即有涉及保護消費者之作爲及法令(如規定商品之規格、瑕疵擔保責任．．．等)，但主要是有關價格和尺寸的規定。如 Oughton 和 Lowry(1997：11-12)就指出：「是否這些法規應該被正確地視爲保護消費者的規定是值得懷疑的，大部份它們實施的動機可能是爲了保護誠實的商人遠離不誠實競爭者。很多早期的規定，可以被視爲直接爲了公平交易，而非消費者保護。．．．最早爲相同重量和尺寸立法的企圖，早在十三世紀就可以被發現。它是在 1266 年麵包和啤酒法定價格之下的一個刑事罪名。」。另柴松林(2003：1)認爲，在巴比倫法典中即有保護消費者的法律制度，但未形成運動。

產業革命以前，世界經濟型態屬農業社會之經濟型態，生產者與消費者較接近，關係密切，交易過程簡單，出賣人即生產者，買受人即消費者，面對面進行交易；買賣標的物之種類、型態、數量有限，買受人瞭解商品，且可當面檢查有無瑕疵，因此出賣人詐欺之情事較少，法律並無特別保護消費者之必要。十七世紀以前之歐洲社會甚至嚴禁商業交易，市場交易行爲僅限教會方可爲之，之後雖然逐漸向外發展，但仍有限制。

之後，大陸法系國家(如德法)逐漸擴張出賣人瑕疵擔保責任，但英美法系國家卻因十七、十八世紀個人自由主義及放任自由主義思潮之風行，產生「小心選購、出門不換」主義，而使其中一度衍生之保護消費者觀念滅失。1756 年英國曼斯菲德法官，鑒於「出門不換」主義之濫用，提出「買受人給付完整之價金即應獲得完美商品」之言論，獲得普遍贊同，此或爲最早之保護消費者觀念(周宇，1976：5)。另在 1815 年時，英國政府頒布法令對進口穀物征收關稅，受到激進派團體廣泛批評，認爲犧牲消費者權益來保護地主利益，後於 1846 年廢除所有穀物法(劉森堯譯，2000：122)。

(二)消費者保護運動之發展

十九世紀末，工業革命發展，生產形態改變，人民所得增加，消費能力增強，生活習慣及文化改變，生活必需依賴且離不開消費物品。但由於高度工業化結果，商品複雜度增加、生產過程與分配過程日趨複雜，商品

大量生產或技術不成熟的結果，產生了瑕疵商品，以及企業經營者因競爭而形成獨占或寡占企業，控制市場，並以不實廣告及單方面擬訂之定型化契約條款，促銷商品，使消費者買到瑕疵商品或立於不平等的地位，造成生命、身體、健康、財產受侵害，而產生了消費者自覺意識，並因此產生了消費者運動(劉春堂，1996：1)。相關的學科，如法律、政治等，也開始關注消費者的權益(如法律從講求人民政治地位的平等到講求社會經濟地位的平等)(李鴻禧，1979：254-268)。

對於「消費者運動」之發展緣起，學者之間因角度不同而看法不一(程嘉君，1979:69)，有人認為最早在英國發起的消費合作社運動，是消費者組織的雛型(鄭又萍、雷倩譯，1979：83)；世界所公認的，1844年12月在英國曼徹斯特附近一個叫做羅虛戴爾(Rochdale)的工業城鎮中，由28個法蘭絨織工所發起組成的，名為「羅虛戴爾公平先驅社」(Rochdale Society of Equitable Pioneers)的消費合作社，亦為近代合作組織的源起。從十八世紀中葉，英國發生了產業革命開始，以營利為目的的商品生產制代替了自給自足的社會，因而形成勞動者與資本家的階級對立，以及在自由競爭的原則下，造成生產的無政府狀態及大資本支配的優勢，此一社會形態，被稱為資本主義社會；資本主義社會的形成，在若干方面固也促進經濟發展，並提高人民生活，但也給人類帶來許多災害，並發生若干弊端，演變成為社會問題。為了解決這些社會問題，有些先知先覺的人，想出了種種解決方案，可統稱為社會思潮，其中獲得多數人信仰的，並能積極付諸實施，遂成為社會運動。合作運動也正是此時由社會思潮推演而成的社會運動之一，而消費合作運動，是資本主義社會中勞動者及其他低收入者用以改善其生活的有效方法(尹樹生，1980：21-25)。

Bailey 和 Kennedy(1987：631-349)認為消費者保護運動的興起可能更早，但在1900年之前，由於下面幾個因素壓抑著消費者運動的興起：

- 1.當時的消費者覺得無權要求更多，只有選擇買與不買的權利；另外有些人卻對市場充滿信心，認為可以滿足人們的需求。
- 2.當時經濟學者如亞當史密斯(Adam Smith)和馬歇爾(Alfred Marshall)在其著作中，灌輸大眾經濟平等的觀念，使大家相信完全競爭的經濟體系下，資源可以自動完成適當的分配；經濟體系是由看不見的手所操縱，個別消費者並沒有法改變它。

3.由於當時剛得到政治上較多的自由，故人們很強調個人主義。而且消費者運動的推行，非要以組織的方式不可，而集體行動在當時很自然的被視為是對個人自由的束縛，因此不易形成消費者組織。

以上的情形，在十九世紀末，發生了改變，當時的背景如下(周憶楓，1992：44-47)：

- 1.世界性金融不穩定，物價不穩。
- 2.大企業形成，造成市場壟斷，市場機能遭到破壞。
- 3.消費者開始對托拉斯企業極度的不滿。
- 4.人口集中都市化，引起了都市的貧民問題。
- 5.政治腐敗日益嚴重。

另外，有人認為，最早的消費者保護運動發生於美國。美國在 1867 年以來即陸續訂定了若干與消費者權益有關之立法(如 1872 年之防止郵購詐欺法)，惜並非基於保護消費者而制定(周宇，1976：23)。十九世紀末和二十世紀初，有兩本文學創作賦予“消費社會”政治特徵。其中 Edward Bellamy 的《Looking Backward》描述一個廣布消費者主義消彌了階級衝突發生的美國烏托邦社會。之後，Upton Sinclair 的《The Jungle》一書，揭發芝加哥肉品包裝工廠不衛生之實情，使消費者運動廣為流行，並迫使美國政府於 1906 年通過兩項劃時代的法律--食品藥物管理法及肉類檢查法。1890 年紐約消費者協會(New York Consumer League)及 1899 年美國消費者協會(National Consumer League)的成立，是美國中等階級消費者參與政治的關鍵(Glickman，1999：4-5)，此亦稱為美國第一階段的消費者保護運動。

1930 年代，消費大眾復因痛恨紡織物膺品充斥市場，各種肺結核藥物不實誇大之廣告，以及睫毛化妝品造成許多使用者失明，而促使消費者主義興起。1929 年芝林克成立了第一個消費者測試組織--「消費者研究中心」(出版《消費者年報》)。1936 年，美國消費者又組織了美國消費者聯盟(Consumer Union)(出版《消費者報導》雜誌)，此為美國消費者保護運動之第二階段(周宇，1976:24；陳鴻榆節譯，1983：6-8)。

1950 年代中期，從 Montgomery 汽車的聯合抵制案開始，美國的消費者運動進入了一個新的階段，並開啓了現代公民權運動(Civil Right Movement)(Glickman，1999：5)。1965 年美國消費者保護運動產生了一位英雄人物，青年律師雷夫·納德，為美國消費者利益，不折不撓的奮鬥，喚起民眾、

組織民力，揭發大企業之秘密，促使美國消費者保護運動如火如荼的展開，成為全民運動迄今，有人稱之為「消費者的成就時代」(周宇，1976：26-28；程嘉君，1979:76-77)。

(三)消費者保護行政之發展

1962年3月15日，美國總統甘乃迪向國會提出消費者權利咨文中，明白揭示消費者四大基本權利：求安全的權利(the right to safety)、明瞭事實真相的權利(the right to be informed)、選擇的權利(the right to choose)及意見受尊重的權利(the right to be heard)，並強調政府應推動更多的立法與行政措施，以善盡保護消費者四大權利之職責，展開美國消費者保護運動的第三階段(劉春堂等著譯，民85：15)。1964年美國總統詹森創立了白宮消費者事務特別助理辦公室，並任命長期從事消費者運動的 Esther Peterson 擔任這個職位(Glickman，1999：5)。

除了美國消費者保護運動的蓬勃發展外，世界各國亦陸續展開消費者保護運動，如1947年加拿大成立消費者協會、1957年英國設立消費者協會、1971年新加坡消費者協會成立、1974年香港消費者委員會成立等；而各國亦先後通過立法並採取種種行政措施，以保護消費者權益(周宇，1976)。此外，美國、英國、澳洲、荷蘭、比利時等五國消費者組織，於1960年3月於荷蘭海牙共同發起設立的國際消費者組織聯盟(IOCU)，根據甘迺迪總統所提出的消費者四大基本權利，加以補充擴大成為消費者八大權利、五大義務⁴⁹，並於1983年正式決議以每年3月15日為世界消費者日，呼籲全球各地於當日同步辦理相關主題的消費者教育宣導活動，藉由凸顯此一特殊日子，以喚起社會對消費者權益的重視(行政院消保會，2008：3；CI, 2010)。

之後，聯合國於1985年4月9日通過「消費者保護指導綱領」，除使消費者保護工作成為國際間的共識外，更為各國制定消費者保護法規制度，提供一套有系統的立法藍圖與遵行方向。此外，1995年4月結束的關稅暨貿易總協定烏拉圭回合談判，亦決定在即將成立的世界貿易組織中設立貿易與環境保護委員會，**承擔規範推動有關綠色消費之責任，將消費者保護工作提升到對自然界生態平衡與對環境的保護**，以維護人類居住環境品質，使大自然得以生生不息、永續發展(行政院消保會，1996)。

⁴⁹ 詳第一章第一節所述。

二、中國消費者保護之起源與發展

(一)消費者保護運動之起源

中國古代社會從原始的氏族社會發展到有統治者與被統治者、剝削者與被剝削者的夏朝階級社會；爲了管理平民與統治奴隸，夏朝的統治者建立了初步的行政機關與法律。〈左傳·昭公六年〉載：「夏有亂政，而作禹刑」。所謂禹刑，不單是指禹時制定的刑罰，而是夏朝法律的總稱。

夏朝之後是商朝，具有早期的國家形態，行政體制是以商王爲主的奴隸主貴族世襲的專制體制。由於行政法律尚處於初級階段，整個行政結構既不嚴密，各種官職間也沒有明確的劃分。前面提過，中國在殷商時期即以「貝」爲交易的貨幣，土地則是最基本的生產資料，由國王分配給各貴族使用，貴族要向國王繳納貢賦。

武王滅商後，建立了周朝。爲了鞏固對全國的統治，實行大規模的封邦建國，將土地、人民分封給同姓子弟、姻親和功臣，而國王享有全國土地和奴隸的最高所有權；貴族諸侯只享有土地的占有權和使用權，不能自由處分，也不存在土地買賣現象。但周朝商品經濟有所發達，商業成了不可或缺的社會經濟部門，在都市中出現了市場。爲了調整商品貨幣關係，確立度量與物價，以防止爭訟，周朝不僅制定了相關法律，而且設置專官負責管理，如〈周禮·司市〉記載：「司市掌市之治教政刑，量度禁令，．．．以刑罰禁誅⁵⁰而去盜」。奴隸和牛馬、兵器、珍異一樣，在市場上出賣，爲了確認買賣雙方對商品的所有權，成交之後，要取得市場經紀人--“質人”製發的契券。西周的買賣契約爲法定憑證，遇有財產糾紛，即據此以處理。另〈禮記·月令〉記載：「是月也，命工師效功，陳祭器，按度程，毋或作爲淫巧以蕩上心。必功致爲上。『物勒工名，以考其誠。』功有不當，必行其罪，以窮其情。」⁵¹(王夢鷗註譯，2009：230)，雖然主要的用意是在考驗工匠的技藝，但間接可能也促進了與消費者保護有關的商品品牌或標籤的流行。由此可見，中國在周朝時代，即有與消費者保護有關的法令、規範及行政職位存在。

自周朝開始，中國在經濟法制及管理制度逐漸精緻，除有專職管理獄

⁵⁰ 「誅」音讀「ㄅㄨㄛˋ」與「暴」相通。

⁵¹ 此段古文的白話註譯如下：「命百工之長呈驗工作成績，陳列祭器，考察其樣式法度，不准以淫巧討好在上位者的歡心，必以工夫細緻爲佳。製作的器物皆刻著工匠的姓名，用以考驗其真工夫。如果成績不合，必課以應得之罪，而追究其責任。」(王夢鷗註譯，2009：230-231)。

訟、財經及手工業生產等的職官之外，在民事及經濟政策上，土地所有權朝向私有制發展。私人之間因契約或侵權行為以及物的損害而產生的債務，必須依法履行(清朝時，契約形式更加多樣及複雜化，且有了官版契約)。保護合法的商品交易，嚴禁非法的商業活動，要求市場上買賣的貨物要標明價格，以及有了法定的正式流通貨幣等等，但為能控制市場，一貫採行「重農抑商」的政策；在政治上，為加強鞏固國王的地位，仍是採專制的君主政體。

1980 年鴉片戰爭之後，中國由封建社會逐漸淪為半殖民地、半封建社會。外國資本主義侵入，破壞了自給自足的封建經濟社會，刺激了城鄉資本主義的發展。從十九世紀後半，一部份商人、地主和官主階級開始投資近代工業，社會經濟結構發生明顯的變化。為了適應帝國主義的需要、抵制日益興起的民族革命運動，清朝統治者不得不根據新的形勢，對原有法律制度作相應的修改，並開始引進西方法律文化，開始準備立憲。

清末在民事經濟的修法方面，因為受到外國法律的影響產生很大的變革，打破了從戰國李悝著《法經》以來「民刑不分，諸法合體」的傳統法典結構形式，而將舊有法律中有關的民事條款，單獨抽出，彙編成中國的第一部民法典--《大清民律草案》，內容包括了總則、債權、物權、親屬及繼承共五編、三十六章、1569 條。儘管它由於清王朝的迅速崩潰而未及頒行，但為以後北洋政府及國民黨政府的民事立法提供法律基礎；在經濟方面，亦著手編訂《商業貿易法》，內容包括〈商人通例〉、〈公司律〉、〈破產律〉、〈票據律〉及〈海船法草案〉，成為近代中國商法的濫觴。

1911 年 10 月 10 日的辛亥革命，推翻了滿清王朝，建立了民主共和的南京臨時政府。1912 年 3 月 11 日孫中山在南京公布《中華民國臨時約法》，根據「主權在民」及「民主自由」原則，規定中華民國人民，一律平等，無種族、階級、宗教區別，以及人民享有人身、居住、遷徙、言論、出版、集會、結社、通信、信教等自由和選舉、考試、請願、陳訴、訴訟等權利；另規定「人民有保有財產及營業之自由」，打破了清朝以前所謂「官辦」、「官商合辦」等束縛民主資本主義發展的桎梏(以上主要整理自張晉藩所著《中國法制史》，1992 年出版)。

至於民間的消費者保護運動，由於古代中國係屬專制的封建社會，限制人民的參政權，故並無法產生今日形式的消費者保護運動。但由於古代

自耕農、佃農受到朝廷賦稅及地主田租的雙重剝削，經濟力量極為薄弱，生活困苦，如遇自然災害或婚喪嫁娶的紅白喜事，開支無著，只好向富室借貸，忍受高利貸的剝削。依據陳寶良(1998：171-192)所著《中國的社與會》一書所載，貧民爲了減輕高利貸的剝削，抗禦天災人禍，中國民間形成“合會”的經濟組織，以互助的形式聯絡同一地域鄉村貧民的感情，類似英國消費合作社的組織。依王宗培於《中國之合會》一書中的考證，合會在中國之起始，在唐宋之間；而喪葬互助之社的出現，則約始於隋代。在唐宋以後，合會已經有了會、社的名稱，且形式多樣。

(二)消費者保護行政之發展

中共全國人大於 1954 年頒布新憲法和有關國家組織法，於此前後，中央政府制訂了許多商業和工商行政管理方面的法律、法規，並開始起草民法典。這些，對於保障人民生活安定具有重大的意義。但是，到了五十年代後期，左傾路線刮起了「要人治、不要法制」之風，使憲法和法律的權威沒有真正樹立起來，正確的法制原則橫遭批判，致使在相當長的一段時間，中國經濟管理和涉及保護消費者權益的制度在立法上不夠完備，僅有的一些法規在實際生活中也沒有發揮多大作用(陳志宏，1994：281)。

中國大陸從所謂改革開放十多年後，經濟成長大幅提高。爲了擺脫「文化大革命」時的貧窮，1981 年開始，人人在吃、穿、用品上皆相當講究，且毫無吝嗇之感。因此，雖然大陸在政治、社會並未開放，但消費問題卻已有風雨欲來之勢(劉士毅，1998：47-48)。這段期間，中共先後制定了《商標法》、《食品衛生法》、《藥品管理法》、《計量法》等法律，以及《工業品質量責任條例》、《廣告管理條例》、《城鄉集市貿易管理辦法》、《物價管理暫行條例》、《關於認真解決商品搭售問題的通知》等一系列行政性規範文件。顯示，保護消費者權益問題日益受到司法部門和各級政府的重視(陳志宏，1994：281-282)。

1981 年 1 月沈(瀋)陽市率先制訂了第一個保護消費者權益的專門法規--《保護消費者權益若干問題暫行規定》。1983 年 5 月 21 日，河北省新樂縣(現新樂市)成立消費者協會，爲中國歷史上第一個消費者保護組織(天虎新聞網，2003)。1984 年 12 月 26 日「中國消費者協會」經國務院批准成立，是以對商品和服務進行社會監督、保護消費者合法權益爲宗旨的社會團體性質的全國性消費者組織。1985 年春天，廣東省一位代表在第六屆全國人

大第三次會議中遞交了一份提案，建議制定消費者權益保護法，為消費者立法議題第一次進入中共立法機構的視野(中國消費網，2001)。1993年10月31日中共第八屆全國人大常委會第四次會議通過了《消費者權益保護法》，除於同日公佈外，並定於1994年1月1日正式實施(劉士毅，1998：47-48)。

目前，中國大陸全國縣以上之消費者協會已達3,138個，其中省、自治區、直轄市31個。在農村鄉鎮、城市街道設立的消費者協會分會，以及在村委會、居委會、行業管理部門、高等院校、廠礦企業中設立的監督站、聯絡站等各類基層網絡組織達15.6萬個，而義務監督員、志願服務者則達10萬餘名⁵²。

三、台灣消費者保護之起源與發展

(一)消費者保護之起源

可能是受到國際消費者保護運動發展的影響，我國民間於1969年12月設立了「中華民國消費者協會」，可稱為我國第一個消費者保護團體。但因會員人數太少、經費短缺，並無具體的成績表現。

劉士毅(1998：53-56)認為台灣消費者保護運動真正的受到重視，與1971年間兩次社會危機的形成有關。第一個危機發生於1973年世界能源危機，導致物價波動，造成了整個社會消費能力的緊縮和失調，若干廠商趁機哄抬物價，囤積商品而斂財，許多劣質商品紛紛上市，種種消費問題層出不窮。行政院為穩定經濟，確保民生安定，除採取相關行政措施外，更由經濟部商品檢驗局和中華日報聯合推行「保護消費者運動」，獲得社會各界、尤其是廣大婦女之熱烈響應，並發起籌組消費者組織，而於1973年12月22日成立「台北市國民消費協會」，正式展開我國消費者保護之序幕。我國行政院研究發展考核委員會於1975年委託學者進行消費者保護現況的行政、立法與司法等三面向的研究，而研究報告中的建議事項，包括了建議政府制定消費者保護法，以保護消費者的權益。然而，當時政府並沒有接受這項研究案的建議。雖然學界後續有學者發表文章或舉辦許多與消費者保護有關的座談會，也邀請法律學界的教授針對消費者保護法的制定進

⁵² 請參閱中國消費者協會，關於我們，<http://www.cca.org.cn/web/aboutus/6-gzcyj0.htm>，瀏覽於2009年12月6日。

行演講，但是消費者保護仍尚未受到政府的重視。

第二個危機發生於 1979 年台中、彰化等地發生了米糠油含有多氯聯苯的中毒事件，共計有 2,100 多位民眾受害，這件事情造成社會的震驚與恐慌；以及同年年底發生的毒酒事件，全台許多民眾不慎飲用毒酒，導致失明和死亡。發生了這一連串的消費者權益受害的案件後，消費者權益保護逐漸受到政府與民間的重視（劉士毅，1998；簡徐芬，1994）。

1980 年 11 月「中華民國消費者文教基金會」成立，推行相關活動，開啓了我國第二波的消費者保護社會運動；該會並積極呼籲應立法保護消費者，及設立專責的消費者保護行政組織。

(二)消費者保護行政之發展

在台灣消費者保護的啓蒙時期，政府亦陸續修訂了許多有關消費者保護之個別法律，如 1972 年的化妝品管理條例、1973 年的農藥管理法、1975 年的食品衛生管理法及修正商品檢驗法，以及 1982 年的商品標示法等。

1979 年發生多氯聯苯中毒及毒酒事件後，立法委員楊寶琳在立法院質詢時要求政府應該制定消費者保護法，用以保障消費者在消費時的安全。1980 年行政院研討會所提出的「保護消費者利益案」，案中決議政府主管機關應該制定公平交易法與商標法，並且擬定消費者保護基本法；消費者保護議題正式從公共議程進入了政治議程。

1982 年 6 月，當時行政院院長孫運璿指示內政部、經濟部儘速擬訂消費者保護法草案報行政院，行政院並正式以台 71 經第 6021 號函指示由內政部負責擬定消費者保護法，而經濟部、法務部、衛生署等機關為協辦單位，協助內政部進行制定。內政部在收文後，便組織考察團至日本進行考察，並於同年邀請學者專家、工商代表、政府官員組成專案小組，著手進行消費者保護法的研擬。1983 年 2 月 21 日和 3 月 2 日，內政部召集了行政院秘書處、法規會、教育部、交通部、經濟部、法務部、財政部、研考會、經建會、衛生署、台灣省社會處、台北市及高雄市社會局的人員與專家學者對消費者保護法草案進行討論後，消費者保護法草案終於完成。然而，內政部於 1983 年 3 月將消費者保護法草案交至行政院審查時，行政院認為消費者保護法與公平交易法性質相近，乃決定先行制定公平交易法，至於有關消費者保護部分則先以「消費者保護方案」替代，使得消費者保護法草案無法立即排入行政院院會審議。

內政部所訂頒的「消費者保護方案」，計訂定 43 項業務，橫跨 11 個部會。實施之目的在於加強有關機關之協調連繫，並以方案執行之經驗作為制定消費者保護法及修正其他相關法律的參考依據。該方案實施後，雖然對於保護消費者有了一些作法，也對消費者面臨的一些問題提出了新的解決之道，惟由於各界認為，為確實落實保護消費者，仍有儘速制定《消費者保護法》之必要，其主要原因是消費者保護政策的執行權限分散在不同的政府單位，沒有共同的專責機構。如當時立法委員朱鳳芝表示：「各單位卻僅以公文往返或訂定『宣示性』的措施作為，並無單一主管單位」。

1985 年 9 月發生了毒玉米事件和餿水浮油提煉食用油事件，又再度引起社會大眾對於消費者權益保護的重視，立法委員在質詢時強烈譴責政府漠視消費者的安全，而民間團體與新聞媒體也開始對消費者保護的議題加以推行與報導，使得政府又開始重視消費者保護的政策與法令的規劃；內政部乃於 1987 年再次提出消費者保護法草案，報行政院核轉立法院審議。1988 年 5 月 6 日，中華民國消費者文教基金會等民間團體亦擬定消費者保護法草案，由 66 位立法委員提案併行政院草案同時審議。消費者保護法草案在立法院審理過程中，經歷許多爭執與修改，一直到 1993 年 12 月 16 日才進入二讀並且通過。到了 1994 年 1 月 11 日，消費者保護法草案在經過數次立法院院會議事癱瘓的延遲下，經由中華民國消費者文教基金會的倡議與立法院的提升績效，終於經過三讀程序，正式通過制定。

《消費者保護法》於 1994 年 1 月 13 日公布施行後，政府為落實消費者保護工作，乃依該法第 40 條規定，於 1994 年 7 月 1 日成立行政院消費者保護委員會，負責研擬、審議消費者保護基本政策，協調、監督各主管機關落實執行消費者保護法，並促進中央各目的事業主管機關設置消費者服務窗口及各省(市)、縣(市)政府設置消費者服務中心、消費爭議調解委員會及消費者保護官，受理消費者諮詢、申訴及辦理教育宣導工作，落實推動各項保護消費者的行政措施，以確實保障消費者權益。從此，消費者保護之理念與責任正式納入我國政府之行政體系中，開啓了我國消費者保護的行政時代(行政院消保會，1996；劉士毅，1998；簡徐芬，1994)。

(三)台灣消費者保護的發展歷程

綜合我國消費者權益保護的發展，學者分別以四個時期(劉士毅，1998；王淑慧，2007)或三個階段區分(簡徐芬，1994)。本研究依據前開介

紹，加以綜合整理為以下五個時期：

- 1.消費者保護啓蒙時期(1969~1972)：此時期為從我國民間第一個消費者組織成立起到 1972 年世界能源危機前一年止。
- 2.消費者保護意識覺醒時期(1973~1979)：此時期由 1973 年世界能源危機開始至 1979 年發生多氯聯苯中毒及毒酒事件，以及立法委員楊寶琳在立法院質詢時要求政府應該制定消費者保護法止。
- 3.消費者保護運動提倡時期(1980~1987)：此時期從 1980 年中華民國消費者文教基金會成立起至 1987 年行政院將內政部提出之消費者保護法草案核轉立法院審議止。
- 4.消費者保護法律及制度建構時期(1988~1994)：此時期從 1988 年 66 位立法委員聯名提出中華民國消費者文教基金會等民間團體草擬的消費者保護法草案起至 1994 年《消費者保護法》經立法院三讀通過及行政院成立消費者保護委員會開始規劃建制推動消費者保護相關法令、制度及政策措施止。
- 5.消費者保護行政與法令落實時期(1995~迄今)：此時期則從 1995 年行政院消費者保護委員會開始有計畫的推動各項消費者保護工作起迄今。

不過，行政院為增進行政效率、簡化行政成本，自 2000 年起推動政府組織再造，並研修《行政院組織法》。在修法的過程中，或有將行政院消費者保護委員會與行政院公平交易委員會合併，或併入行政院院本部之議。依據 2009 年 4 月行政院通過送立法院審議的最近版本，係決定將行政院消費者保護委員會併入行政院院本部⁵³。未來將於行政院規劃設置「行政院消費者保護會」，以維持目前該會委員會議之職掌與運作功能，並於行政院內設「消費者保護處」，以現有業務人力及經費以及不減損現有功能下，繼續推動消費者保護工作；該法案業於 2010 年 1 月 12 日於立法院三讀通過，並經行政院於 2010 年 2 月 3 日公布實施，新的行政院組織架構將於 2012 年 1 月正式運作。當行政院新組織架構正式運作後，將又是我國一個新的消費者保護時期的展開。

四、消費者保護相關理念的發展

⁵³ 請參閱行政院 2009 年 4 月 13 日行政院函送立法院之「行政院組織法修正草案」，<http://www.rdec.gov.tw/public/Attachment/2009041601.pdf>。

(一)綠色消費主義(green consumption)

1980 年代初期，西德新環境主義者，結合消費者主義，倡導權利與義務合一之「綠色消費主義」，一時世人為之景從。1991 年國際消費者組織聯盟在香港舉行第十三屆世界大會，一致通過「綠色消費主義決議案」。1994 年世界貿易及關稅總協定烏拉圭回合第八次會議，決議世界貿易組織以綠色主義為規範今後人類經濟活動與貿易進行的基本原則。

「綠色消費」主要是指：在為了維持人類的生存，必須從事消費的時候，要儘量購買對環境破壞少，污染程度低的產品，並且要儘可能減少不必要的消費。講求的生活方式，也就是在從事消費時，必須要遵守三個 R 及三個 E 原則：即 Reduce(減少消費)、Reuse(重複使用)、Recycle(資源回收再利用)、Economic(講求經濟、簡單的消費)、Ecological(講求生態保育)、Equitable(講求平等、正義)(柴松林，1995)，以維護環境資源；可知是比較屬於個人消費的行為指引。

(二)倫理消費

倫理消費(ethical consumption)主義為綠色消費主義理念之延伸，係由英國「理性消費者研究協會」於 1987 年 6 月所發起。主張運用個人及群體之力量，購買對人類、動物及環境友善之廠商出產之商品(非僅購買綠色商品)，而抵制對人類、動物及環境不友善廠商出產之商品，以促進全人類的權益、環境的永續及動物之福祉⁵⁴。

(三)足夠/反消費者主義運動(Enough, Anticonsumerism Campaign)

由 15 個青年人於 1992 年英國曼徹斯特所發起。認為已開發國家要求開發中國家遵守綠色消費原則，但事實上，這些已開發國家對物質之追求，才是造成自然環境破壞之主因。另綠色消費主義、理性消費主張均還不足以達成維護自然環境資源之目標，而是應該從改變人類生活、交易及工作之方式，使生活負擔減輕，不過度依賴消費商品，才是根本的解決之道。

(四)永續消費

1992 年聯合國里約地球高峰會議所通過的《廿一世紀議程》第四章中，首度提出了「永續消費(sustainable consumption)」一詞及相關行動指南(Rachagan & Kanniah, 2001: 4-6; 林文政譯，1994: 7)。「永續消費」的觀念在

⁵⁴ 請參閱 Ethicalconsumer。About Us, Why Buy Ethically?, <http://www.ethicalconsumer.org/ahoutec/>。

之後的國際相關會議中不斷的被引用及界定，直到 1995 年聯合國建立正式工作定義為：「使用符合基本需求的服務及相關產品，以帶來更好的生活品質，同時使自然資源及有毒物質的使用以及廢棄物及污染在整個生命週期的排放最少化，以不危及未來世代的需求。」(UNEP, 2001a:12; UNEP & CI, 2004:8-9)，並於同年通過了一項建議，將「聯合國消費者保護指導綱領」擴展涵蓋到「永續消費」。1999 年聯合國大會通過新的消費者保護指導綱領，在原綱領中增加第 G 章「推動永續消費」，該新綱領第一條條文對「永續消費」的定義為：「永續消費包括滿足現在及未來世代對『商品和服務』在經濟上、社會上及環境上的永續需求」。

五、小結

經由以上資料的整理及分析，有關從消費到消費者保護的整個發展演進情形，可以歸納得出以下幾個重點：

(一)自古即有保護消費者相關的行政制度及法令，祇是當時主要是為了維持市場的交易秩序，並非特別針對消費者，且沒有形成消費者運動。而現代消費者保護運動及行政的發展，也因為各國不同經濟、文化及政治制度，而有不同的演進情形。但基本上，西方因為工業革命的產生及資本主義比東方早發達起來，而較早促進現代消費社會的形成，再加上追求個人主義、重視人民自由平等的政治、經濟制度，所以也較早促進了現代消費者保護運動及消費者保護行政的產生。而東方在受到西方經濟、文化、法律及政治制度的影響之後，也產生了現代消費者保護運動及消費者保護行政。故西方消費者保護運動產生的關鍵因素，應該是受到工業革命誘發的工業資本主義所導引而來。

(二)Adam Smith 認為，以物易物的交換是人類的天性；Campell 則認為，浪漫倫理孕育出現代消費者主義的精神。但是，雖然如此，並不意謂著“浪漫倫理”是“人類天性”。歐陽衛民認為，古代中國的“利用厚生”即是為儘可能滿足人們消費需要；觀乎“人類天性”、“浪漫倫理”背後的深層原因，似乎也是為了滿足生活的需要。故或許吾人可以推論，消費的產生，最基本的原因確是為了「生活」⁵⁵，之後才隨著社會、經濟的複雜化而演變成炫耀、花費競賽、追趕潮流及浪漫等情形，不過這些應都僅是研究

⁵⁵ 如第一章第四節的界定。

者從不同社會角度所看的其中存在的一些現象。而隨著社會經濟環境科技的變遷，消費的時代意義也更加複雜，綠色消費、倫理消費及反消費者主義運動的出現，是對消費角色功能的一再檢討，而「永續消費」的出現，則更是從社會、經濟、環境等面向，對「消費」及「消費者保護」的意義做全面性的檢討。

(三)「消費」既是為了最基本的「生活」需要，而國家存在的目的是為了保障人民的生命、自由、財產，所以國家採取保護消費者生命、身體、健康、財產的措施就具有正當性，消費者保護行政就有存在的必要。

(四)消費及消費者是自古以來即存在的，祇是一直要等到國家政治開放、允許人民參政、社會經濟繁榮到達某一程度，消費者才会有他自己的政治地位，而成爲今日我們所談的真正的、消費者保護需要來保護的消費者。故今日「消費者」的意義，不應該單祇是：「以消費爲目的而爲交易、使用商品或接受服務者。」而應該調整爲：「在法律和政治制度的規範之下，能主張自己權益而爲購買並消費商品或接受服務的人」。而當這樣的人於消費時受到侵害，即是有了消費者受害事件的發生。如此，可利於區分古代與現代之消費者。

(五)從消費到消費者保護運動之發展，我們可以簡要區分爲以下幾個歷史階段：1.以物易物的交易時期；2.貨幣發明時期；3.消費社會的形成時期；4.資本主義的發達時期；5.消費者保護運動發展時期；6.消費者保護行政發展時期；及 7.消費者保護的國際化及全球化時期。

第四章 臺灣消費環境分析及政策芻議

第二章及第三章檢視了國際「永續消費」及消費者保護發展情形後，由於涉及的範圍、目標及利害關係人甚多，爲了規劃適合我國國情的「消費者保護－推動永續消費」政策及工具，除了第一章業就我國推動「永續消費」相關背景因素有所說明外，仍有需要就我國與消費有關的重要社會、經濟及環境發展情形，以及既有與「永續消費」相關的政策及推動情形加以檢視及分析，以便找出我國「消費者保護－推動永續消費」的政策課題，做爲政策規劃的參據。

第一節 臺灣消費環境分析

一、人口成長及結構

(一)人口現況

從附表 4-1-1 可知，自 1999 年至 2008 年這十年來，我國人口成長趨緩，每年人口增加率從 2000 年最高的 8.34% 遞減到 2008 年最低的 3.43%，主要原因似在於出生率遞減而同時死亡率遞增所至。

此外，就人口結構而言，由於人口增加率呈遞減趨勢，故「0-14 歲」幼年人口呈現遞減趨勢，相反的「15-64 歲」工作人口及「65 歲以上」高齡人口則呈遞增趨勢，整體人口老化指數呈遞增趨勢，顯示我國正逐步邁入高齡社會。

表 4-1-1 我國 1999-2008 年人口成長及結構統計

年別 (西元)	總人口數(人)	人口增加 率(%)	粗出 生率 (%)	粗死亡 率(%)	人口結構			人口老化 指數(%)
					0-14 歲(%)	15-64 歲(%)	65 歲以上(%)	
1999	22,092,387	7.47	12.89	5.73	21.43	70.13	8.44	39.38
2000	22,276,672	8.34	13.76	5.68	21.11	70.26	8.63	40.88
2001	22,405,568	5.79	11.65	5.71	22.60	70.39	8.80	42.27
2002	22,520,776	5.14	11.02	5.73	20.42	70.55	9.03	44.22
2003	22,604,550	3.72	10.06	5.80	19.83	70.94	9.23	46.55
2004	22,689,122	3.74	9.56	5.97	19.34	71.19	9.47	48.94
2005	22,770,383	3.58	9.06	6.13	18.73	71.56	9.73	51.96
2006	22,876,527	4.66	8.96	5.95	18.13	71.88	9.99	55.08
2007	22,958,360	3.58	8.92	6.16	17.57	72.23	10.20	58.04
2008	23,037,031	3.43	8.64	6.25	16.95	72.62	10.43	61.53

資料來源：內政部戶政司。戶籍統計—戶籍人口歷年統計表。

(二)人口預測

依據行政院經濟建設委員會(2008：10-11)2008(民國 97)年至 2056(民國 145)年人口推計，以中推計(政策目標)而言，由於出生率持續遞減而同時死亡率持續遞增，在 2026(民國 115)年我國人口出現零成長，人口數最高達 2,383 萬 7 千人。惟至此後開始遞減，至 2056 年，人口總數僅為 2,028 萬 7 千人左右。

此外，就人口三結構之推計，未來「0-14 歲」幼年人口持續遞減，「15-64 歲」工作人口遞增至 2025(民國 104)年後開始遞減，「65 歲以上」高齡人口則持續遞增，並於 2017(民國 106)年增加到 14.0%，達到國際慣例及聯合國等國際機構所稱的高齡社會(aged society)，並於 2025(民國 114)年增加到 20.1%，進入所謂超高齡社會(super-aged society)；預計到了 2056(民國 145)年高齡人口佔總人口比例將超過三分之一(約 37.5%)，詳如下表 4-1-2 所示(行政院經濟建設委員會，2008：14-15)。故在人口老化及遞減的情形下，與其相關的消費者保護與環境課題，如中高齡者環境友善商品和服務的開發、產業的轉型等，未來政策應加以因應。

表 4-1-2 我國 2008-2056 年人口推計(中推計)

年別 (西元)	總人口數 (千人)	人口增加 率(%)	粗出 生率 (%)	出死亡 率(%)	人口結構			人口老 化指數 (%)
					0-14 歲(%)	15-64 歲(%)	65 歲以上(%)	
2008 ⁵⁶	22,960	3.6	8.9	6.2	17.0	72.6	10.4	61.4
2013	23,346	3.1	8.8	6.6	14.5	73.9	11.6	80.3
2015	23,479	2.8	8.7	6.8	13.6	73.8	12.6	92.8
2017	23,593	2.3	8.5	7.0	13.1	72.8	14.0	106.9
2018	23,642	2.1	8.4	7.1	13.0	72.3	14.7	113.4
2023	23,808	0.9	8.0	7.8	12.6	68.9	18.5	146.7
2024	23,824	0.7	7.9	7.9	12.5	68.2	19.3	154.0
2025	23,833	0.4	7.9	8.1	12.4	67.5	20.1	161.5
2026	23,837	0.1	7.8	8.3	12.4	66.8	20.9	169.1
2027	23,834	-0.1	7.8	8.5	12.3	66.0	21.7	176.9
2028	23,823	-0.5	7.6	8.7	12.2	65.3	22.5	184.8
2036	23,413	-3.7	6.6	10.9	11.3	60.8	27.9	248.0

⁵⁶ 本處為推估值故與附表 4-1-1 中之實際值有所誤差。

2046	22,091	-7.2	6.3	14.2	10.1	55.9	34.0	336.7
2056	20,287	-9.5	6.5	16.8	10.2	52.3	37.5	369.7

資料來源：行政院經濟建設委員會(2008)。中華民國臺灣 97 年至 145 年人口推計。

二、經濟成長及家庭收支情形

(一)經濟成長

由於 2008 年第 4 季國際景氣重挫幅度超乎預期⁵⁷，國外訂單急速萎縮，致以台幣計價海關出口驟減 23.99%，影響所及，製造業產能過剩、獲利劇減，使民間投資大幅縮減。另勞動情勢惡化，失業率又逐漸攀升，約制民間消費，第 4 季經濟負成長達 8.61%，全年經濟成長為 0.06%。平均每國民所得從 2007 年的新台幣 49 萬 6 千餘元減為 47 萬 8 千元左右。表 4-1-3 為我國 1999 年至 2008 年經濟成長(GDP)與國民所得發展情形。

表 4-1-3 我國 1999-2008 年經濟成長與國民所得統計

年別 西元	GDP ⁵⁸ 經 濟成長 率(%)	國民生產毛額 GNP ⁵⁹			國民所得			年平均 失業率
		金額(百萬 美元)	平均每人		金額(百萬新 台幣)	平均每人		
			NTD	USD		NTD	USD	
1999	5.75	301,562	443,294	13,737	8,730,667	397,707	12,324	2.9
2000	5.77	325,698	459,729	14,721	9,044,421	408,786	13,090	3.0
2001	-2.17	297,374	451,308	13,348	8,806,883	395,319	11,692	4.6
2002	4.64	304,680	470,426	13,604	9,227,042	411,987	11,914	5.2
2003	3.50	315,179	482,284	14,012	9,478,427	421,377	12,242	5.0
2004	6.15	342,137	506,650	15,156	10,001,162	443,019	13,252	4.4
2005	4.16	364,997	518,511	16,113	10,260,406	452,947	14,075	4.1
2006	4.80	375,939	537,788	16,532	10,692,909	470,224	14,455	3.9

⁵⁷ 2008 年 9 月中旬雷曼兄弟倒閉引發之全球金融市場恐慌，各國普遍出現財富巨幅減損、裁員風潮四起、總合需求萎縮與進出口貿易陡降等現象(行政院主計處，2009；行政院經濟建設委員會，2009:1)。

⁵⁸ 為本國及非本國常住居民提供生產要素在國內從事生產所創造之附加價值的總和，其每期的增加率即為經濟成長率(行政院主計處)。

⁵⁹ 某一期間本國常住居民提供生產要素從事生產所創造之附加價值或報酬(不論在國內或國外)，即等於國內生產毛額加國外生產要素所得收入淨額(行政院主計處)。

2007	5.70	394,901	568,084	17,299	11,336,547	496,595	15,122	3.9
2008	0.06	401,806	553,289	17,542	10,946,860	477,929	15,153	4.1
2009								6.13 ⁶⁰

資料來源：行政院主計處(2009)。國民經濟動向統計季報(第 125 期，98 年 5 月版)。

對於 2008 年第 4 季國內經濟隨國際景氣重挫而萎縮問題，台灣經濟研究院認為(2009)，政府應將資源分別運用於短期的振興措施與改變長期產業結構調整。即短期內應全力重視與解決當前的失業問題，而中長期部分問題則應設法擴大內需，讓其占國內經濟的比重提高，若出口受到衝擊，至少還有內需市場可以支撐。經濟不景氣影響國民所得收入，間接影響消費生活品質，而受害最嚴重的將是弱勢消費族群，因此如何利用創造新綠色經濟，增加弱勢消費族群的就業機會，提升其購買環境友善商品和服務的能力，也是未來政策的一個重要課題。

(二)家庭收支情形

下表 4-1-4，為我國 1999 年至 2008 年家庭收支情形統計。隨著我國生活水準的提高，在近十年內，原則上每一家庭的平均總所得、可支配所得、消費支出及儲蓄均呈遞增趨勢；惟至 2008 年則減緩，係受到當年全球經濟不景氣、國內失業率上率所致。

若以 2008 年為例，我國「平均每戶總所得」為 115.1 萬元，「平均每戶可支配所得」⁶¹為 91 萬 3 千元，「平均每人可支配所得」為 27 萬 3 千元。其中，「平均每戶可支配所得」中用於消費性支出者為 70 萬 5 千餘元，占平均總所得 77.21%；剩餘用於儲蓄部份平均每戶為 20 萬 8 千餘元，占平均總所得 22.79%。如以 12 個月平均，則平均「每月每戶」可支配所得中用於消費性支出者約為 5 萬 8 千餘元；平均「每月每人」可支配所得中用於消費性支出者約為 1 萬 9 千餘元。未來政策研訂時，應該針對消費者消費支出比例較多的部份研提因應對策；而對於占較大比例的非消費支出的部份，依第二章第二節建立的政策架構，則應從建制各項環境友善的基礎設施及制度著手。

⁶⁰ 本論文寫作期間，失業率於 2009 年 8 月份上升至 6.13%。

⁶¹ 指「平均每戶總所得」扣除非消費性支出(包括利息支出，稅捐規費及罰款、捐贈及婚喪禮金等移轉性支出)後即為可支配所得。

表 4-1-4 我國 1999-2008 年家庭收支情形統計

年 別 (西元)	平均每戶 總所得(元)	平均每 戶人口 數	平均每戶 可支配所 得(元)	平 均 每 人 可 支 配 所 得(元)	平均每戶消費 性支出		儲蓄	
					金額 (元)	%	金額(元)	%
1999	1,135,817		889,053	244,918	655,282	73.71	233,770	26.29
2000	1,139,336		891,445	246,256	662,722	74.34	228,723	25.66
2001	1,108,461	3.29	868,651	242,640	657,872	75.73	210,779	24.27
2002	1,111,550	3.25	875,919	239,978	672,619	76.79	203,300	23.21
2003	1,112,233	3.21	881,662	249,763	666,372	75.58	215,290	24.42
2004	1,122,966	3.16	891,249	254,643	692,648	77.72	198,600	22.28
2005	1,133,642	3.12	894,574	261,571	701,076	78.37	193,497	21.63
2006	1,151,338	3.09	913,092	267,769	713,024	78.09	200,068	21.91
2007	1,162,366	3.06	923,874	273,336	716,094	77.51	207,780	22.49
2008	1,150,912	3.01	913,687	272,742	705,413	77.21	208,274	22.79

資料來源：中華民國統計月報(民國 98 年 8 月)；行政院主計處，97 年度家庭收支調查報告。

(三)家庭消費支出情形

從每戶消費支出的項目來看，如表 4-1-5 所示，可以看出我國家庭的主要支出項目，近十年來總平均前五名分別為「食品費」(20.53%)、「娛樂教育及文化服務費」(18.91%)、「租金及水費」(15.10%)、「運輸交通及通訊費」(12.05%)及「醫療及保健費」(8.69%)。其中，食品相關及「衣著、鞋襪類」支出比重大體呈遞減趨勢，而「娛樂教育及文化服務」、「醫療及保健」的支出比例逐年增，「運輸交通及通訊費」之支出則呈先增後稍減的趨勢。顯示，一般國人除仍注重衣食溫飽之外，亦愈來愈重視養生及休閒等生活品質之追求，這點與國外研究認為「雖然人們想要有財產安全及物質享受的生活，但他們最深層的渴望是非物質(non-material)的生活」⁶²的看法相近。

⁶² 詳見第二章第一節所述。

表 4-1-5 我國 1999-2008 年家庭消費支出項目統計

單位：%

年別 西元	食品費	飲料 費	菸絲 及捲 菸費	衣著、 鞋襪及 飾用品 費	燃料 及燈 光費	租金及 水費	家庭器 具及設 備費	家庭 管理 費	醫療及 保健費	運 輸 交 通 及 通 訊費	娛 樂 教 育 及 文 化 服 務 費	其他 支出
1999	20.56	2.76	1.01	4.23	2.10	16.22	3.03	2.61	8.16	11.26	17.87	10.18
2000	20.32	2.63	0.99	4.12	2.14	15.73	2.99	2.66	8.11	11.65	18.52	10.14
2001	20.35	2.57	1.01	4.11	2.20	15.87	2.90	2.79	8.43	11.80	18.80	9.19
2002	20.07	2.57	1.14	4.06	2.16	15.49	2.92	2.81	8.62	11.98	18.72	9.47
2003	20.24	2.55	1.13	3.89	2.22	15.42	2.95	2.80	8.84	12.37	18.36	9.23
2004	20.23	2.43	1.07	3.95	2.14	14.74	3.00	2.78	8.73	12.79	19.09	9.05
2005	20.79	2.33	1.03	3.81	2.22	14.38	2.93	2.76	8.77	13.08	18.90	9.00
2006	20.71	2.33	1.09	3.66	2.24	14.43	2.99	2.84	8.92	12.28	19.49	9.02
2007	20.68	2.27	1.09	3.70	2.26	14.29	3.01	2.84	9.03	11.93	19.67	9.22
2008	21.39	2.21	1.07	3.67	2.28	14.38	2.95	2.86	9.24	11.37	19.67	8.91
平均	20.53	2.47	1.06	3.92	2.20	15.10	2.97	2.78	8.69	12.05	18.91	9.34

資料來源：行政院主計處。國民所得統計年報(98年)。

三、能源消費情形

表 4-1-6 及 4-1-7 為近十年我國能源總供給及總需求情形統計。綜合兩表可看出，我國能源供給隨著能源需求的遞增而呈遞增趨勢。其中，2007 年隨著國內經濟成長，工業部門需求旺盛，能源供給及需求成長均多；平均每人能源消費量從 1997 年的 3,543 公升遞增至 2008 年的 5,138 公升；而能源生產力指數，以 2001 年為基期，則從 1997 年的 112 先遞減到 2001 年的 100，再逐漸遞增到 2008 年的 111，顯見能源生產效率仍可再加強。

從表 4-1-6 來看，我國能源依賴進口。主要進口產品為石(原)油、煤炭及核能。另表 4-1-7 顯示，對能源的需求主要在工業部門、運輸部門、服務業部門及住宅部門，主要的產品為電力及石油產品。

以住宅部門的能源消費為例，整體能源需求之平均年成長率為 2%，少於 2008 年的人口增加率 3.84%(詳表 4-1-1)。其中，在電力消費部份，如表 4-1-8 所示，平均年成長率為 7.4%，但所占總電力消費量比率則近 30 年的變化不太，約占 20%；在天然氣部份，如表 4-1-9 所示，平均年成長率為 3.9%，但所占總天然氣消費量比率則近 30 年呈遞減現象，從 1985 年的 38.6%遞減到 2005

年的 9.3%；而在石油部份，如表 4-1-10 所示，平均年成長率為 2%，但所占石油總消費量比率近 30 年亦呈遞減現象，從 1985 年的 5.6%略減至到 2005 年的 3.3%。故似可推測，就整體而言，近十年住宅部門的能源消費，隨著人口成長而呈緩慢遞增現象，這可能是由於人們經常工作在外、外食增加、追求養生及休閒等非物質生活增加等生活方式轉變所致。

依據經濟部能源局的預測，以 2020 年為目標，國內能源之供給及需求將平均每年成長 2.1%，顯示其他生產部門的能源需求仍大，故根本解決之道，應該從發展再生能源著手。



表 4-1-6 我國 1999-2008 年能源總供給

單位：千公秉油當量

年別 西元	總計			煤			石(原)油			天然氣		液化天然氣		慣常水力發電		核能發電		再生能源 ⁶³	
	總計	自產	進口	總計	自產	進口	總計	自產	進口	總計	自產	總計	自產	總計	自產	總計	進口	總計	自產
1999	97 443	1513	95,930	35,668	63	35,605	54,988	47	54,941	846	846	6,830	6,830	483	483	11,125	11,125	73	73
2000	104 463	1347	103,116	37,786	57	37,729	56,228	37	56,191	739	739	7,401	7,401	437	437	11,150	11,150	73	73
2001	109 103	1 450	107,653	35,605	-	35,605	54,982	41	54,941	840	840	6,830	6,830	488	488	10,277	10,277	82	82
2002	114 355	1 280	113,075	37,729	-	37,729	56,242	51	56,191	877	877	7,701	7,701	266	266	11,455	11,455	85	85
2003	122 265	1 248	121,017	39,731	-	39,731	62,039	46	61,993	822	822	8,031	8,031	290	290	11,262	11,262	90	90
2004	135 713	1 219	134,494	43,773	-	43,773	69,432	45	69,387	772	772	9,897	9,897	307	307	11,436	11,436	95	95
2005	136 957	1 061	135,896	43,541	-	43,541	70,501	32	70,468	541	541	10,310	10,310	381	381	11,576	11,576	106	106
2006	139 908	1 001	138,907	45,080	-	45,080	71,123	24	71,100	458	458	11,181	11,181	391	391	11,546	11,546	129	129
2007	147 243	1 000	146,242	47,318	-	47,318	75,266	18	75,249	412	412	11,935	11,935	422	422	11,740	11,740	148	148
2008	142 475	947	141,527	46,187	-	46,187	70,467	16	70,451	353	353	13,067	13,067	412	412	11,823	11,823	166	166

資料來源：經濟部能源局。能源總供給。

⁶³ 再生能源=地熱發電、太陽光電及風力發電+太陽熱能。

表 4-1-7 我國 2001-2008 年能源總需求

年別 西元	總計	按部門別(千公秉油當量)							按能源別(%)						平均每人能 源消費(公 升油當量)	能源生產 力指數
		能源 部門	運輸 部門	工業 部門	農業 部門	住宅部 門	服務業 部門	非能源 消費 ⁶⁴	媒及媒 產品	石油產 品	進口液化天 然氣	自產天 然氣	電力	太陽熱 能		
1997															3,543	112.9
2001	98,743	9,759	14,411	47,622	1,470	11,909	11,201	2,371	7.8	40.9	1.2	1.4	48.6	0.1	4,432	100
2002	101,802	9,384	14,989	49,663	1,487	12,098	11,564	2,617	8.2	40.3	1.3	1.3	48.9	0.1	4,545	101
2003	105,484	9,681	14,963	50,976	1,634	12,477	12,808	2,945	8.0	40.4	1.1	1.2	49.2	0.1	4,689	101
2004	110,028	9,975	15,748	54,775	1,713	12,629	12,586	2,602	7.7	40.7	1.1	1.2	49.2	0.1	4,874	103
2005	112,614	10,380	16,185	54,920	1,584	13,436	13,253	2,856	7.3	40.0	1.1	1.2	50.3	0.1	4,971	105
2006	115,399	10,697	16,203	57,091	1,266	13,468	13,761	2,913	7.7	38.8	1.1	1.2	51.0	0.1	5,075	107
2007	121,212	10,533	15,780	63,003	1,068	13,603	13,684	3,541	8.1	39.6	1.1	1.1	49.9	0.1	5,310	108
2008	117,686	9,537	15,053	61,878	1,169	13,569	13,782	2,697	8.1	39.6	1.1	1.1	51.0	0.1	5,138	111
年平均 成長率							2%									

資料來源：經濟部能源局。能源總需求。

⁶⁴ 非能源消費僅含潤滑油、柏油、溶劑油。

表 4-1-8 我國近 30 年電力消費統計

項目 Item	1985		1955		2005		1985-2005 成長率(%)
	百萬度	%	百萬度	%	百萬度	%	
工業	32,298	62.8	66,750	55.2	121,961	56.9	6.9
住宅	10,131	19.7	25,329	20.9	42,305	19.8	7.4
商業	2,815	5.5	12,667	10.5	22,867	10.7	11.0
農業及運輸	1,490	2.9	2,509	2.1	3,825	1.8	4.8
其他	4,699	9.1	13,713	11.3	23,094	10.8	8.3
消費量(合計)	51,435	100.0	120,968	100.0	214,052	100.0	7.4

*本表含汽電共生

表 4-1-9 我國近 30 年天然氣消費統計

項目 Item	1985		1955		2005		1985-2005 年成長率(%)
	百萬立 方公尺	%	百萬立 方公尺	%	百萬立 方公尺	%	
發電及汽電	-		1,427.2	35.1	7,594.7	75.5	-
能源及工業	601.7	53.3	1,784.7	43.7	1,232.5	12.2	3.7
住宅用	437.4	38.6	691.5	17.0	931.6	9.3	3.9
商業用	78.6	7.0	141.1	3.5	276.0	2.7	6.5
其他	12.1	1.1	27.2	0.7	30.5	0.3	4.7
消費量(合計)	1,129.8	100.0	4,071.7	100.0	10,065.3	100.0	11.6

*包括液化天然氣

表 4-1-10 我國近 30 年石油消費統計

項目 Item	1985		1955		2005		1985-2005 成長率(%)
	千公秉 油當量	%	千公秉 油當量	%	千公秉 油當量	%	
工業	9,077	48.7	12,226	33.3	21,284	44.8	4.4
運輸	4,659	25.0	12,215	33.2	16,207	34.1	6.4
發電	1,315	7.1	7,812	21.2	4,314	9.1	6.1
住宅	1,044	5.6	1,385	3.8	1,565	3.3	2.0
農業	936	5.0	990	2.7	982	2.1	0.2
商業	88	0.5	190	0.5	578	1.2	9.9
其它	968	5.2	747	2.0	842	1.8	-0.7
非能源消費	539	2.9	1,220	3.3	1,730	3.6	6.0
消費量(合計)	18,626	100.0	36,787	100.0	47,502	100.0	4.8

資料來源：經濟部能源局。

四、產業結構

我國的產業結構，從表 4-1-11 可以看出，服務業的比重逐年增加，而農業及工業比重則大體上呈逐年遞減趨勢。以 2007 年為例，農、工及服務業的比重分別為 1.51%、27.77%及 70.73%。然從前述能源消費分析，工業部門的能源使用量仍逐年增加，且在 2008 年占 60%以上，可見工業結構比重雖減少，但工業部門的規模似甚大。或如第二章第三節所述及王俊傑(2008)的研究結果，工業部門中的「製造業」消費需求金額比例雖不高，但其單位產值所產生的環境影響強度較高，而造成能源使用量的增加。故提高工業部門的能源效率，亦是未來「永續消費」政策應該重視的工作項目之一。

表 4-1-11 我國 1999-2008 年產業結構統計

單位：%

年別 西元	農業	工業				服務業					
		小計	製造業	水電燃 氣業	營造業	小計	批發及 零售業	運輸倉儲 及通訊業	金融 及保 險業	不動產 及租賃 業	政府 服務
1999	2.43	29.90	24.02	2.04	3.37	67.66	15.61	6.42	10.11	8.49	10.78
2000	1.98	29.09	23.76	1.95	2.98	68.93	16.27	6.32	10.04	8.54	10.87
2001	1.85	27.62	22.73	1.97	2.55	70.53	16.16	6.45	10.26	8.72	11.38
2002	1.74	28.28	23.68	1.93	2.29	69.98	16.17	6.39	10.45	8.25	11.12
2003	1.66	27.96	23.69	1.90	2.05	70.38	16.26	6.22	10.56	8.33	11.44
2004	1.64	27.57	23.72	1.60	1.91	70.79	17.06	6.30	10.52	8.15	11.12
2005	1.66	27.05	23.21	1.55	1.99	71.29	17.77	6.15	10.43	8.08	10.97
2006	1.62	27.02	23.04	1.46	2.20	71.36	18.32	5.96	9.96	8.24	10.72
2007	1.51	27.77	24.01	1.11	2.25	70.72	18.51	5.83	10.03	8.15	10.10
2008	1.69	25.04	21.74	0.56	2.32	73.27	19.26	5.85			10.47

資料來源：行政院主計處，國民經濟動向統計季報(第 125 期)；國民所得統計年報(98 年)。

五、政府最終消費與綠色採購

(一)政府最終消費規模

由於政府採購有一定的經濟規模，故會對市場經濟有所激勵及引導。而所謂的政府之最終消費，係指一般政府購買貨品及勞務等(含公務員薪資及政府向企業或國外之購買支出)之經常支出，含設算的固定資本消耗，以及國防目的之一切支出，但必須扣除政府提供之銷售性商品及服務之收入(左國勝)。

從表 4-1-12 來看，政府最終消費支出近年來逐年遞減，有可能是受到政府財政困難，進行預算控管的影響。以 2007 年為例，政府最終消費支出約占政府總支出的 67.88%、約占 GDP 的 12.10%；而民間消費則約占 GDP 之 60%。可見，除了推動政府綠色採購外，如何將民間消費導向永續消費行為更是推動「永續消費」政策的重點工作。

表 4-1-12 我國 1999-2007 年政府最終消費支出情形統計

年別 西元	政府支出(%)						國內消費占 GDP 比例	
	合計	政府最 終消費	財產所 得支出	補助金	經常移 轉支出	儲蓄	民間最終消 費支出	政府最終 消費支出
1999	106.92	79.47	8.48	2.31	16.66	-6.92	59.71	14.13
2000	104.45	77.56	8.29	2.55	16.05	-4.45	60.68	13.87
2001	118.18	85.78	9.08	3.60	19.72	-18.18	62.15	14.24
2002	114.81	84.44	8.76	3.18	18.43	-14.81	61.06	13.90
2003	109.75	81.02	7.80	3.11	17.82	-9.75	60.39	13.87
2004	104.65	76.97	6.55	2.87	18.26	-4.65	60.72	13.24
2005	98.19	72.32	5.75	2.83	17.29	1.81	61.31	13.08
2006	97.31	70.79	6.12	2.68	17.72	2.69	61.31	13.08
2007	93.72	67.88	5.98	3.26	16.60	6.28	58.90	12.10

資料來源：行政院主計處。國民所得統計年報(97 年)；國民經濟動向統計季報(第 125 期)。

(二)政府最終消費內容

行政院主計處國民所得年報將「政府最終消費支出」內容區分為「一般公共事務」等 8 類，從表 4-1-13 可以看出，政府最終消費支出比重較高者為「教育」(21%)、「經濟事務」(18%)、「防衛」(17%)、「社會保障」(14%)、「一般公共事務」(13%)及「公共事務與安全」(13%)等類。除了「防衛」等部份之採購可能較難掌控外，政府應要求其他類別的產品或服務提供者儘量開發或提供環境友善的商品和服務。

表 4-1-13 我國 1999-2007 年政府最終消費支出項目統計

單位：百萬元

年別 西元	合計	一般公 共事務	防衛	公共事務 與安全	經濟事 務	環境 保護	住宅與社 區服務	保健	文化、娛 樂與宗教	教育	社會保 障
1999	1362647	192912	248832	117692	219688	46144	8256	24897	18050	270063	216113
2000	1391549	187895	240481	121349	236050	48871	6629	24213	17246	290003	218794
2001	1404434	191973	249904	133416	237593	43499	10990	19566	16571	287255	213667
2002	1430774	205424	242833	139642	254701	44498	7422	20093	16886	298754	200521
2003	1459019	199143	239727	140484	270403	4777	6085	20461	17029	311026	206884
2004	1465293	180715	264187	264187	271093	47527	9391	20789	18091	311908	200760
2005	1498304	189799	256997	256997	275241	49375	15674	22889	18516	324429	195829
2006	1504820	177101	240607	240607	290934	49762	12004	25779	20859	335749	196057
2007	1529199	175925	252508	252508	297377	49316	11643	24519	18180	346109	195952
平均	1449560	188987	248453	185209	261453	42641	9788	22578	17936	308366	204953
比例	100%	13%	17%	13%	18%	3%	1%	2%	1%	21%	14%

資料來源：行政院主計處。國民所得統計年報(97年)；國民經濟動向統計季報(第125期)。

(四)政府綠色採購

「綠色採購」(Green Procurement)為國際間推動「永續消費」的重要政策工具之一。利用各類機關團體龐大採購力量，優先購買對環境衝擊較少之產品，以鼓勵綠色產品的生產及使用，帶動綠色消費風氣，達到環境保護的效益。我國行政院環境保護署(以下簡稱行政院環保署)自 2002 年起奉行政院核定實施「機關綠色採購推動方案」，其適用範圍包括全部行政機關、國營事業及公立學校等單位。之後，復於 2007 年正式實施「推動民間企業與團體之綠色採購實施計畫」，期望透過民間企業與團體綠色採購，擴大節省能(資)源，進一步發揮環境預防功能，讓全民享有健康安全的生活環境。以 2006 及 2007 年為例，相關實施成效如表 4-1-14 所示：

表 4-1-14 2007 與 2006 年全國機關及民間企業團體綠色採購金額

單位：元

年度	政府			民間
	總採購	綠色採購	%	綠色採購
2006	75 億 2145 萬 4110 元	66 億 5064 萬 6212 元	88.42%	9992 萬 5188 元
2007	92 億 7752 萬 4140 元	67 億 7417 萬 2531 元	73.02%	6 億 6999 萬 5743 元
增加	17 億 5607 萬 30 元	1 億 2352 萬 6319 元		5 億 7261 萬 6837 元

資料來源：行政院環保署。綠色生活資訊網。

2007 年機關團體的綠色採購，政府機關部份占總採購金額的 73% 左右，較 2006 年增加 1 億 2352 萬餘元；而民間企業團體部份則較 2006 年增加 5 億 7,261 萬餘元，顯見政府和民間的綠色採購量都可以再提升。

六、生活環境品質

(一) 相關重要環保指標

前述提到行政院永續會(2008：12)所發表 2007 年「台灣永續發展指標現況」指出，較 2006 年劣而呈現背離永續的指標中直接與國人消費行為有關者包括：二氧化碳排放量、PSI(空氣污染物標準指數)平均值、受輕度以下污染河川比率、有效水資源、平均每人每日垃圾量、癌症標準化死亡率、農藥消費量佔農產產值比率、都市每人每日耗電量等。而依行政院永續會之後所發表 2008 年「永續發展指標個別計算與趨勢」，從 1999 年到 2008 年間各指標值的表現較差而與消費行為較有相關者計有：二氧化碳排放量、非自然資源生產地面積比、天然海岸比例、耕地總面積、有效水資源、都市小客車持有率、每人每日耗電量、每人每日用水量，如下表 4-1-15 所示，每一指標的整體表現趨勢均係朝負向發展，在未來研訂「永續消費」政策時，需要多加以關注及處理。

表 4-1-15 我國 1999-2008 年重要環境指標統計

年別 西元	CO ₂ 人均 排放量 (噸)	非自然資 源生產地 面積比	天然海岸 比例指標 值	耕地總面 積比	有效水資 源指標	都市小客車 持有率	每人每日 耗電量(度 /人/天)	每人每日 用水量
1999	8.98	10.87	74.30	23.75	51.27	2087.14	6.09	0.45
2000	9.67(-)	10.91(-)	73.87(-)	23.65(-)	51.12(-)	2157.47(-)	6.40(-)	0.52(-)
2001	9.80(-)	11.06(-)	72.92(-)	23.57(-)	51.05(-)	2188.40(-)	6.49(-)	0.52
2002	10.12(-)	11.16(-)	71.51(-)	23.53(-)	51.07(+)	2236.94(-)	6.70(-)	0.48(+)
2003	10.52(-)	11.30(-)	71.17(-)	23.44(-)	51.54(+)	2303.80(-)	7.00(-)	0.49(-)
2004	11.00(-)	11.33(-)	54.34(-)	23.20(-)	53.77(+)	2380.27(-)	7.05(-)	0.48(+)
2005	11.32(-)	11.53(-)	53.80(-)	23.14(-)	51.44(-)	2469.85(-)	7.52(-)	0.48
2006	11.62(-)	11.58(-)	50.89(-)	23.04(-)	51.03(-)	2477.04(-)	7.50(+)	0.48
2007	11.73(-)	11.66(-)	50.85(-)	22.94(-)	50.25(-)	2467.10(+)	7.56(-)	0.48
2008	11.17(+)	11.71(-)	50.75(-)	22.84(-)	50.10(-)	2434.17(+)	7.45(+)	0.48

資料來源：行政院永續發展委員會(2009)。2008 年「永續發展指標個別計算與趨勢」。

註：表中數值後(-)表較前一年度差；(+)表較上一年度佳。

(二)溫室氣體排放情形

二氧化碳僅係溫室氣體之一，第一章已提及農畜牧業所排放的甲烷亦是造成全球暖化的元凶之一。地球的大氣中重要的溫室氣體包括下列數種：水蒸氣(H₂O)、臭氧(O₃)、二氧化碳(CO₂)、氧化亞氮(N₂O)、甲烷(CH₄)、氫氟氯碳化物類(CFCs, HFCs, HCFCs)、全氟碳化物(PFCs)及六氟化硫(SF₆)等；由於水蒸氣及臭氧的時空分布變化較大，因此在進行減量措施規劃時，一般都不將這兩種氣體納入考慮。

1997 年於日本京都召開的聯合國氣候變化綱要公約第三次締約國大會中所通過的《京都議定書》，明訂針對六種溫室氣體進行削減，包括上述所提及之：二氧化碳(CO₂)、甲烷(CH₄)、氧化亞氮(N₂O)、氫氟碳化物(HFCs)、全氟碳化物(PFCs)及六氟化硫(SF₆)。其中，以後三類氣體造成溫室效應的能力最強。若二氧化碳溫室效應強度為 1，則甲烷大約為 21，氧化亞氮大約為 310，氟氯碳化物多數在 1 千至 6 千，全氟碳化物大約為 6 千至 9 千，六氟化硫大約為 2 萬多。但對全球升溫的貢獻百分比來說，二氧化碳由於含

量較多，所占的比例也最大，約為 55%。二氧化碳主要來自石化原料的燃燒，甲烷主要來自農牧業活動，氧化亞氮係物質經由燃燒及使用尿素肥料所產生，而氟氫碳化物氣體則主要來自冷媒等工業製品的使用。所以可以說，現今多數溫室氣體的排出與人類活動有很大的關係(郭博堯，2001)⁶⁵。

表 4-1-6 顯示，我國前開各類主要溫室氣體的排放，以 2007 年為例，分別為二氧化碳(CO₂)占 92.4%、甲烷(CH₄)占 1.4%、氧化亞氮(N₂O)占 3.5%，後三類含氟氣體合占 2%；雖然以二氧化碳(CO₂)為大宗，但其他氣體仍有推波助瀾的效應，應一併兼顧。

表 4-1-16 我國 1999-2007 年溫室氣體排放量統計 單位：千噸 CO₂ 當量

年別 西元	合計	二氧化碳排 放量(CO ₂)	甲烷排 放(CH ₄)	氧化亞氮排 放(N ₂ O)	氫氟碳化物 排放量(HFCS)	全氟碳化物 排放量(PFCS)	六氟化硫排 放(SF ₆)
1999	238419	209380	15820	9651	NE	2420	1148
2000	249593	223658	10908	10297	473	3557	700
2001	253308	229676	9072	10344	NE	4217	NE
2002	267056	239102	6901	10167	1903	4510	4473
2003	275212	248674	6346	9246	1816	4767	4363
2004	288763	261102	5679	9772	1907	5133	5170
2005	293950	269380	5460	9466	623	3813	5207
2006	302048	277784	4662	9665	1210	4033	4693
2007	316263	292350	4436	11048	2181	3976	2272
比例	100%	92.4%	1.4%	3.5%	0.7%	1.3%	0.7%

資料來源：中華民國統計年鑑 97 年版。

(三)綠色國民所得帳

行政院於 1998 年 2 月宣示，政府將推動試編我國「綠色國民所得帳」，並於同年 10 月修改預算法第 29 條為：「行政院應試行編製國富統計、綠色國民所得帳及關於稅式支出、移轉性支付之報告」。1999 年行政院永續會第七次會議決議：「由行政院主計處與行政院經濟建設委員會共同召集成立

⁶⁵ 另請參閱財團法人環境與發展基金會，「溫室氣體有那些」，<http://www.energystar.org.tw/Chtml/WARMAIR002.htm>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

『綠色國民所得帳工作分組』，以積極推動是項工作」。據此，行政院主計處於 2000 年以聯合國環境經濟綜合帳系統(System of Integrated Environmental and Economic Accountiong, SEEA)1993 年版之理論，規劃完成第一版試編結果；2003 年 10 月則在相關部會與專家學者協助下，融合聯合國 SEEA 2003 版之最新編製理論和其他編製系統理論，規劃完成帳表架構及資料彙集機制，建立帳表之編製依據(行政院主計處)。

綠色國民所得帳之計算繁複，基本上是先估計自然資源折耗(natural resource delpletion)及環境品質質損(environmental degradation)，再將此二項的貨幣價值從國內生產毛額(GDP)中扣除。其中，所謂「自然資源折耗」係指自然資源使用量超過自然生長及補注所造成的存量下降價值。原規劃之自然資源分為「礦產與土石」、「水」、「土壤」、「森林」、「海洋」及「土地與生態系統」等六類，但因後四類之資料不足，故目前僅編算前二類；而所謂「環境品質質損」則係在估算減少污染排放至環境中造成的損害金額。目前因損害仍無統一之衡量準則，且無法區分損害係當期或前期環境污染所致，所以目前僅估算減少污染排放所須投入的成本。環境污染可分為空氣污染、水污染及固體廢棄物污染等三類，亦為世界各國編算之主要範疇。我國則另考量「土壤及地下水污染」通常為前三種污染的最後歸宿，因此亦規劃納入評估範圍，惟由於目前資料不足，暫無法納入編算。

依行政院主計處 2005 年至 2007 年我國綠色國民所得帳的編算結果，在「自然資源折耗」部分，2007 年因為「水資源」及「土石資源」折耗減少，抵銷了「非金屬礦產資源」⁶⁶及「能源資源」折耗的微增，因此整體折耗減少 0.29%；在「環境品質質損」部分，2007 年除了「水污染」質損略減之外，「空氣污染」及「固體廢棄物」質損均較為嚴重，因此整體質損增加 1.20%；至於 GDP 部分，2007 年則較 2006 年增加 6.03%。經將 GDP 減去前二項的貨幣結果，2007 年我國綠色 GDP 為 12 兆 5,415 億元，較 2006 年增加 6.07%，如表 4-1-17 所示。從以上的計算可以看出，「非金屬礦產資源」、「能源資源」⁶⁷的耗損以及「空氣污染」⁶⁸、「固體廢棄物」⁶⁹質損都必須加以重視，

⁶⁶ 指以目前具有開發經濟價值之大理石、石灰石、白雲石及蛇紋石為主。

⁶⁷ 包含天然氣及凝結油。

⁶⁸ 目前納編之空氣污染物種類包括總懸浮微粒(TSP)、硫氧化物(SO_x)、氮氧化物(NO_x)、非甲烷碳氫化合物(NMHC)、一氧化碳(CO)及鉛(Pb)。其排放方式主要為來自列管工廠之燃燒及工業製程所產生的點源排放，公路運輸工具的線源排放以及低排放強度之固定污染源及非公路車輛之移動污染源等集合的面源排放。

此與林欣助(2007)及王俊傑(2008)的研究相似⁷⁰。除此之外，由於「土壤」、「森林」、「海洋」及「土地與生態系統」等自然資源的耗損並未計入，再從表 4-1-15 來看，非自然資源生產地面積比、天然海岸比例、耕地總面積比等指標朝向永續發展的情形並不理想，可知我國現行綠色 GDP 的估算並未全然反映環境耗損情形，宜再將其他因素一併考量進去。

表 4-1-17 我國 2005-2007 年綠色國民所得(環境與經濟綜合帳)統計

單位：百萬元

項目／年	2005	2006	2007	年增率(%)
一、國內生產毛額(GDP) a	11,454,727	11,917,597	12,635,768	6.03
二、自然資源折損	19,698	19,514	19,458	-0.29
(一)水資源(地下水)	15,661	15,583	15,478	-0.67
(二)礦產與土石資源	4,037	3,931	3,980	1.25
1.非金屬礦產資源	229	246	253	2.85
2.能源資源	3,208	3,117	3,186	2.21
3.土石資源	600	568	541	-4.75
三、環境品質質損	72,400	73,965	74,854	1.20
(一)空氣污染	31,426	33,043	34,237	3.61
(二)水污染	39,032	39,286	38,869	-1.06
(三)固體廢棄物	1,942	1,636	1,748	6.85
四、折損及質損合計 b	92,098	93,479	94,312	0.89
占 GDP 比率(%)	0.80	0.78	0.75	--
五、綠色 GDP(a-b)	11,362,629	11,824,118	12,541,456	6.07

資料來源：行政院主計處。綠色國民所得網站。

七、相關消費行為調查

(一)黃彥文(2007)於所著《大學生綠色消費行為之研究—以台北市立教育大學學生為例》中，綜合歷年來有關綠色消費行為之調查研究成果，以台北市立教育大學學生為對象，設計問卷並進行調查分析。經其研究發現，研究對象的綠色消費行為，主要係受到個人的環境價值觀(包括「個人責任

⁶⁹ 估算一般、農業、工業、營造及醫療等五大類未妥善處理之廢棄物量要妥適處理所需付出的貨幣價值。

⁷⁰ 詳第二章第三節所述。

感」、「控握觀(知覺到的行為控制)」、「個人環保資訊關心程度」)、綠色消費態度(包括「認知」、「情意」、「行為意向」)、每月可使用的零用錢、是否聽過綠色消費及心理性別角色的影響。

(二)行政院消保會 95 年度到 97 年度《國民消費意識程度、消費行為暨消費問題》調查研究》報告，依 95 年度的調查結果顯示，總體而言，重視環保消費問題的消費者多於不重視者；但依 96 及 97 年度的調查結果顯示，雖多數的消費者並不一定會特別選購環保或節能標章的商品。但原則上，40 歲以上之中年者或所得較高者較會選購環保商品。

(三)財團法人中華民國消費者文教基金會(簡稱“消基會”)於 2009 年 7 月 16 日至 8 月 10 日間就消費券的花費項目進行網路調查。消費券這份「天上掉下來的禮物」的使用，雖然性質特殊，但基本上也可以部分反映出民眾當時最想要從事的消費行為。依據消基會的調查結果，如表 4-1-18 所示，填答者的消費券大部份使用在食(25%)、樂(21%)、住(20%)方面，其次是衣(14%)、行(9%)及育(8%)方面，與表 4-1-4 家庭消費支出調查結果頗有吻合之處。

表 4-1-18 消基會 2009 年消費券的花費項目網路調查結果

問題：請問，您手上的消費券，最大一部分（或全部）是花費在什麼項目？ (2009/07/16~2009/08/10)	
食(如吃飯、或購買日常飲食)	25.05% (245 票)
衣(包括衣物、鞋帽、飾品等)	14.03% (140 票)
住(包括購買家電、家具、室內擺設等)	20.84% (203 票)
行(如購買交通工具配件等)	9.65% (92 票)
育(如參加才藝班進修、購買圖書文具等)	8.30% (80 票)
樂(如旅遊、看電影、買娛樂性質相關產品等)	21.10% (212 票)
合計	972 票

資料來源：中華民國消費者文教基金會網站。線上公投。

(四)丹麥科技委員會(Danish Board of Technology)為配合 2009 年底聯合國在丹麥首都哥本哈根召開的「聯合國氣候變化綱要公約締約國會議」(United Nations Conference on Climate Change--COP 15)，第一次以網路邀請包括台灣在內的

全球五大洲的國家和組織於 2009 年 9 月 26 日同步舉辦「2009 年全球暖化世界公民高峰會」，希望透過全球公民社會對於全球暖化議題的討論及參與，呈顯各國公民對於因應全球暖化的認知與期待，以提供 12 月底「後京都氣候公約」政治協商的公民建議版本。

台灣地區的會議選定在台北市耕莘文學院舉辦，透過網路報名的方式，排除專業團體及有利害關係的企業代表，以隨機抽樣選取 108 位公民代表參與討論。最後，與會台灣公民選出心中最重要的三個優先議題如下表 4-1-19 所示：(台灣永續能源研究基金會)

表 4-1-19 我國「2009 年全球暖化世界公民高峰會」三大優先建議議題

序位	議題	主要內容
1	蔬食做為有效減溫的途徑	無論經濟水準如何，各國都應負起溫室氣體減量的責任。蔬食尤應作為一主要手段。
		低度發展國家應受國際金融體系補助，及先進技術轉移之輔導。
		世界公民應改變生活，騎單車、吃蔬食、低消費。
2	建立可行的公平新氣候公約	已開發國家應嚴格執行減量，新興經濟體適度減量，低度開發國低度減量。
		由化石燃料交易源頭課徵碳稅，成立全球減碳基金以改善低度開發國家人民生活，及發展綠能產業，符合普世公平原則。
3	全球應立即訂定新氣候變遷協定	協定參與資格應加入排放實體。
		落實環境教育(消費飲食商業)與資訊公開。
		建立常設組織，執行減量，監控補助與獎懲。
		成立國際創投機制，取得低碳技術專利權。

資料來源：台灣永續能源研究基金會。2009 年全球暖化世界公民高峰會。

綜合以上的相關調查研究結果，在消費者行為方面，所得高低為從事環境友善消費的重要影響因素，而消費者重視的日常消費項目主要在食、樂、住方面，可特別針對這方面規劃相關政策措施，如鼓勵多食用蔬菜、搭乘大眾運輸工具或低碳運具等。

八、我國消費申訴案件類別統計

從行政院消保會網站查詢，我國 25 個直轄市、縣市政府所受理消費申訴案件統計，從 2004 年⁷¹到 2008 年，居前幾名的申訴類別，依序為：「運輸通訊類」、「金融保險類」、「購屋類」、「運動健身類」、「家用電器類」、「育樂類」及「車輛類」，如表 4-1-20 所示。其中，除「金融保險類」外，多係與生產效率或能源使用有關的商品或服務。另這些類別與表 4-1-5 家庭主要支出項目，除食品外，與其餘的「娛樂教育及文化服務費」、「租金及水費」、「運輸交通及通訊費」及「醫療及保健費」等，多有相關。

表 4-1-20 全國 25 直轄市、縣市政府 2004-2008 年受理消費申訴案件類別統計

期間	運輸通訊類	金融保險類	購屋類	運動健身類	家用電器類	育樂類	車輛類
件數	14612	11121	10856	9095	7370	6333	6088

資料來源：行政院消費者保護委員會網站。業務統計／統計分析。

九、與環境有關的重要消費者保護事件

檢視行政院消保會委員會議自 1994 年成立至 2009 年所處理過與環境有關的重要消費者保護案件，共計 30 件，包括：與水資源有關的 6 件、與食品安全有關的 10 件、與空氣品質有關的 1 件、與商品有關 6 件以及與毒化物有關的 7 件，如表 4-1-21 所示。故在接下來要研訂政策內容時，商(食)品安全、毒化物及水資源管理問題均需加以重視。

表 4-1-21 行政院消保會委員會議 1994-2009 年所處理與環境有關案件

類別	年度	次別	案由	相關機關
水資源	88	67	自來水水質遭油污染事件	經濟部
	89	75	高屏溪遭有機廢溶劑污染事件	經濟部
	93	112	花園新城污水入溪疑似影響供水事件	經濟部
	93	115	水庫藻毒暨遭毒物污染疑似影響飲用水事件	經濟部
	93	120	國民中小學公共安全、用水及餐飲衛生聯	教育部、經濟部

⁷¹ 以該會網站「線上申訴」功能啓用年(民國 93 年)為計算基礎。

			合查核案	
	97	161	加水站水質檢測案	衛生署、環保署
食品	86	44	市售茼蒿農藥殘留問題	農委會
	88	61	進口水果農藥殘留問題	農委會
	88	62	比利時乳製品感染戴奧辛事件	農委會、衛生署
	90	81	雞隻體內檢測出超級細菌事件	農委會
	90	84	雲林縣虎尾鎮稻穀遭受鎘污染事件	農委會
	94	124	含戴奧辛鴨蛋事件等黑心食品	農委會、衛生署
	94	125	有機蔬果管理案	農委會
	96	137	彰化縣農地鎘米事件	農委會、環保署
	96	139	美國進口受污染菠菜事件	衛生署
	98	162	市售木片便當容器查核案	衛生署
空氣	95	133	室內空氣品質案	環保署
商品	86	40	溫妮颱風造成林肯大郡房屋倒塌事件	內政部
	89	70	衛生紙缺貨、漲價事件	經濟部
	98	163	市售公仔及軟質玩具標示查核與品質檢驗	經濟部
	98	164 168	清潔用品補充包誤標回收標誌事件	環保署
	98	165	市售染髮劑品質檢測及標示查核案	衛生署
	98	169	拜香、紙錢及神明燈查核案	經濟部
毒化 物	83	8	市售紙粘土含「五氯酚」事件	環保署
	84	18	市售保鮮膜品質及標示查核案	經濟部、環保署
	86	42	市售瓦斯節省能源網廣告不實及有害健康	經濟部
	88	58	市售液態空氣芳香劑含甲醇問題	環保署
	92	105	薰香精油產品管理	衛生署、環保署
	95	133	「鐵氟龍塗層」鍋具事件	衛生署、環保署
	98	170	國內環境荷爾蒙管理機制	環保署

資料來源：行政院消費者保護委員會。委員會議事錄。

十、小結

從以上過去十年來我國消費環境中與「永續消費」及消費者保護相關的統計資料分析，獲得以下重要的「消費者保護—推動永續消費」政策課題：

- (一)在我國人口趨向老化及遞減的情形下，未來政策應考量如中高齡者環境友善商品和服務的開發、產業的轉型等問題。
- (二)利用創造新綠色經濟，增加弱勢消費族群的就業機會，提升其購買環境友善商品和服務的能力。
- (三)一般國人除仍注重衣食溫飽之外，亦愈來愈重視養生及休閒等生活品質之追求，此與國外研究相近，人們嚮往非物質的生活。
- (四)雖然住宅部門的能源消費成長緩慢，但未來其他生產部門的能源需求仍大，故應該從發展再生能源著手，並提高工業部門的能源效率。
- (五)政府和民間的綠色採購量都可以再提升，政府並應要求其他類別的產品或服務提供者儘量開發或提供環境友善的商品和服務。
- (六)2008年「永續發展指標」中表現較差而與消費行為較有相關者，包括：二氧化碳排放量、非自然資源生產地面積比、天然海岸比例、耕地總面積、有效水資源、都市小客車持有率、每人每日耗電量、每人每日用水量，應在未來政策面向多加以關注。
- (七)我國各類主要溫室氣體的排放，雖然以二氧化碳(CO₂)為大宗，但甲烷(CH₄)、氧化亞氮(N₂O)及其他含氟氣體仍有推波助瀾的效應，應一併兼顧調整與這些產業有關的消費及生產模式。
- (八)我國產業活動及廢棄物對環境的衝擊，應重視「非金屬礦產資源」、「能源資源」的耗損以及「空氣污染」、「固體廢棄物」質損情形。另我國現行綠色GDP的估算，宜再研究如何將「土壤」、「森林」、「海洋」及「土地與生態系統」等自然資源的耗損一併考量進去。
- (九)依相關研究調查結果，在消費者行為方面，所得高低為從事環境友善消費的重要影響因素。另消費者重視的日常消費項目主要在食、樂、住方面，宜特別針對這方面規劃相關政策措施，如鼓勵多食用蔬菜、搭乘大眾運輸工具或低碳運具等。
- (十)依全國25個直轄市、縣市政府所受理消費申訴案件統計，居前幾名的申訴類別，依序為：「運輸通訊類」、「金融保險類」、「購屋類」、「運動健身類」、「家用電器類」、「育樂類」及「車輛類」，多係與生產效

率或能源使用有關的商品或服務，且符合家庭主要支出項目。此外，商(食)品安全、毒化物及水資源管理問題等為較易發生與環境有關的消費者保護課題，需加以重視。



第二節 我國永續消費相關政策及措施推動情形分析

一、永續發展政策中相關政策及措施

在行政院永續會(2007)所訂定的「永續發展行動計畫」中，建構了我國永續發展行動計畫項目及分工表。為瞭解其中與「永續消費」及消費者保護有關的政策及工具，並為利分析及與國外比較，依據本研究第二章所界定的「永續消費」及聯合國「消費者保護－推動永續消費」的特性，重新加以分類整理如表 4-2-1 所示：

表 4-2-1 行政院永續會「永續發展行動計畫」中與「永續消費」相關項目

策略	政策及工具	主管機關
一.企業經營者永續生產		
(一)環境友善產品服務和技術	1.推動綠營建 (1)推廣生態工法 (2)推動營建資源再生利用 (3)透過獎勵措施，鼓勵民間興建綠建築	工程會、農委會、交通部、經濟部、內政部、環保署
	2.節約能源，提升能源效率 (1)提升產業能源使用率 (2)推動省能家電及照明設備 (3)推動節能標章 (4)加強政府機關及學校推動節約能源 (5)檢討電價，合理反映環境與社會成本 (6)鼓勵公共工程以綠色環保概念辦理設計工作	經濟部、環保署、工程會
	3.推動綠色生產，建構資源循環型社會 (1)政策宣導與教育策略 (2)推動產品包裝簡易化 (3)鼓勵生產可再利用的消費品	經濟部、教育部、環保署
	4.安全地管理環境有害物質的使用，並鼓勵使用對環境友善的替代性物質的發展	環保署
(二)廢棄物和產品回收再利用計畫	1.推動廚餘回收及利用	經濟部
	2.建構「區域性土方銀行」，有效管制廢棄土及資源回收再利用的雙重機制	內政部
(三)產品公正測試	1.強化環境影響評估功能	環保署
	2.有效推廣再生產品認(驗)證	經濟部

(四)商品與服務的國家及國際環境健康與安全標準的發展與使用	1.制定國家標準	經濟部
	2.建構安全消費機制(建材、有機及基因食品、農產品履歷、翻修輪胎)	經濟部、農委會、衛生署
二、消費者永續消費		
(一)公共(產品)資訊	1.大型企業須編撰「企業環境報告書」，並公開發行	經濟部、教育部、環保署
(二)永續慣例(如公眾綠色採購)	2.推動綠色消費，建構資源循環型社會 (1)政策宣導與教育策略 (2)建置綠色消費環境 (3)源頭減量，持續推動限制使用免洗餐具等	
三、改變消費者行為模式		
(一)知覺及資訊活動	1.保障民眾對環境危害資訊有知的權利	環保署
	2.決策資訊公開，應包括可行性評估與方案選擇過程，並以民眾可以了解的方式呈現，特別需對在地居民透明化	教育部、各部會
	3.建立並落實民眾參與機制	法務部、研考會、國科會、經建會、環保署、內政部、文建會
(二)消費者行為研究	進行永續發展教育相關研究及國際合作	教育部、環保署
四、弱勢消費族群環境權益之維護		
四、弱勢消費族群環境權益之維護	1.發展離島軟體建設(強化離島生態環境及文化之保護，提升離島生活素質)	經建會
	2.協助原住民部落調查並設置基金，加強原住民地區整體發展	原民會
	3.推動「原住民部落永續發展計畫」	原民會
	4.照護特殊族群健康政策	衛生署
五、各項環境友善基礎設施及制度之建制		
(一)發展測量各個層面朝向永續消費進展的指標、方法論及資訊	1.落實永續發展指標	研考會、經建會
	2.編製綠色國民所得帳	行政院主計處
	3.成立綠色專業人才認證制度	經濟部

料庫	4.建立各區域及縣市基本環境資料庫	環保署、經濟部、農委會
	5.建置完善國土資訊	內政部
(二)鼓勵政府創造或加強包含永續消費面向等消費者保護的有效管制機制 (三)發展及執行推動永續消費的策略	1.落實國土保育與保安 (1)以生態系之理念指導國土地資源之使用計畫 (2)落實森林、山坡地及水土保持 (3)依循生態原則，進行整合式河川管理及治理 (4)加強海岸及海域保育與管理 (5)推動生態旅遊 (7)推動國土相關法案與政策	內政部、經濟部、農委會、經建會、文建會、交通部
(四)安全地管理環境有害物質的使用，並鼓勵使用對環境友善的替代性物質的發展	2.推動永續交通與生態城鄉 (1)引進低污染交通工具，發展大眾運輸 (2)推動在家上班及視訊會議，減少交通需求 (3)積極降低機汽車使用量及其污染排放量 (4)發展建立步道及自行車網，健全環島步道、地區自行車專用道規劃 (5)推動節能運輸工具及系統	交通部、經濟部
	3.水資源管理 (1)水庫永續利用 (2)水量調配及運用 (3)工業用水回收率 (4)調整水價，強化飲用水管理 (5)水資源生態保育	經濟部、環保署
	4.水源水質保護 (1)污水接管普及率 (2)地下水保育與管理 (3)河川濕地保育及復育	內政部、農委會、經濟部、環保署
	6.推動生態城鄉規劃 (1)提升綠地空間比例達都市計畫法所規定 10%，及增設行人徒步空間、自行車道、無障礙空間等，強化交流聚會機能 (2)推動生態社區，透過社區總體營造，推動省能、生態與環保之生態社區規劃，並徵選或指定十八個社區(含原住民社區)，建立示範案例	內政部
	7.產業政策 (1)推動再生能源	經濟部、農委會、財政部、

	<p>(2)評估取消各項有害環境與能源密集之不當補貼法規，如「促進產業升級條例」，促使外部成本內部化</p> <p>(3)推動綠色環保產業、知識密集產業，以及清潔生產技術及管理</p> <p>(4)對大型企業於其大型投資計畫的審查，應考量其對社會之公益性(如促進地方政府之經濟收益、增加就業人數、環境之改善、勞動條件之改善、婦女/弱勢者權益等)</p> <p>(5)鼓勵企業執行企業環境會計與環境管理(如建置及維持 ISO14000 環境管理系統)，並重視企業經營的生態績效(或稱環境績效)</p> <p>(6)檢討畜牧政策及修正畜牧法，以積極推動有機畜牧業</p> <p>(7)開徵能源稅(中央開徵之各項環境稅賦，應部份撥予地方作為環保工作經費)</p> <p>(8)建立公共工程維護管理制度：①生命週期制度建立；②選擇指標性公共工程項目，優先建立示範案例(如焚化廠工程；公共建築及雨、污水下水道)</p> <p>(9)推動「環保科技園區」建構資源循環型社會(引進高級回收再利用與環保科技技術及人才，建立產業生態循環，整合污染防治產業及環保產業，建設「循環型永續生態城鄉」)</p> <p>(10)推動環保科技育成中心(促進環保科技之產官學合作，提升國內環保產業研發能力，提高我國環保技術水準)</p>	<p>環保署、內政部、交通部</p>
	<p>8.毒化物的管理及替代物質的發展</p> <p>(1)健全管理持久性有機污染物等，以促進永續發展、保護人類健康和環境</p> <p>(2)加強有害物質(含毒物和毒藥)流布調查與管理：毒性化學物質管理、有害廢棄物輸出入管理</p> <p>(3)配合國際環保公約，推動配套法令制度：因應氣候變化綱要公約，控制溫室氣體排放；配合蒙特婁議定書，管制破壞臭氧層物質</p> <p>(4)特定物質及介質引起健康風險之監測(保障人民免於擔心日常生活接觸之空氣、水、食</p>	<p>環保署</p>

	物及其他物質之健康危害，擁有安全無虞的生活)	
	9.促進生物多樣性的永續利用與消費 (1)消除生物多樣性的主要威脅，包括外來入侵種、氣候變化、污染和棲地改變等 (2)強化漁業資源的永續利用，長期收集漁業資源資料，並監測資源變化狀況 (3)加強生物多樣性產製品查驗技術作法	農委會、國科會
	10.制訂永續人口政策(人口政策應以生態足跡、生態赤字的概念規劃，並考量區域特性之適當分布，設定全國及各縣市之人口評估指標)	內政部、經建會
	11.整合政府、民間、企業及學校資源，推動永續發展教育	教育部、人事局、各部會
	12.推廣永續校園	教育部、環保署、衛生署
	13.建立污染受害者照護體系	環保署、農委會、衛生署

資料來源：整理自行政院永續會(2007)。永續發展行動計畫。

從上表 4-2-1 顯示，我國現行「永續發展行動計畫」中，對「永續消費」、「消費者保護－推動永續消費」理念範疇的各個層面已多所觸及，祇是商品和服務安全暨環境友善及產品環境成本內化、改變消費行為模式等方面較未具體明確，以及缺乏對「永續消費」完整的政策概念、架構及未將消費者保護的理念納入。

二、現行消費者保護政策及計畫相關內容

爲了推動我國消保法第 3 條所規定之各項措施，消保法第 41 條規定，行政院消保會應研擬及審議消費者保護基本政策及措施，研擬、修訂消費者保護計畫及檢討其執行成果，以及審議各主管機關消費者保護方案及其執行之推動、連繫與考核。因此，行政院消保會於 1994 年訂頒及 1997 年修訂「消費者保護基本政策」，以及於 1996 年開始每年檢討、研訂消費者保護計畫，供各主管機關據以研擬各自消費者保護方案，並督導各主管機關落實推動執行。相關規定及推動情形如下：

(一)消費者保護的基本概念

- 1.立法目的：我國消保法第 2 條開宗明義界定為：「保護消費者權益，促進消費生活安全，提昇國民消費生活品質」。
- 2.消費者與企業經營者：詳如本論文第一章第四節中所述。
- 3.政府的任務：爲了達成消保法的立法目的，消保法第 3 條規定了政府應實施的措施如下：
 - (1)維護商品或服務之品質與安全衛生。
 - (2)防止商品或服務損害消費者之生命、身體、健康、財產或其他權益。
 - (3)確保商品或服務之標示，符合法令規定。
 - (4)確保商品或服務之廣告，符合法令規定。
 - (5)確保商品或服務之度量衡，符合法令規定。
 - (6)促進商品或服務維持合理價格。
 - (7)促進商品之合理包裝。
 - (8)促進商品或服務之公平交易。
 - (9)扶植、獎助消費者保護團體。
 - (10)協調處理消費爭議。
 - (11)推行消費者教育。
 - (12)辦理消費者諮詢服務。
 - (13)其他依消費生活之發展所必要之消費者保護措施(行政院消保會，1994b)。

(二)消費者保護基本政策

爲了推動以上各項政府任務及措施，行政院消保會於 1994 年訂頒及 1997 年修訂「消費者保護基本政策」，內容摘述如下：

- 1.確保消費安全：爲確保商品或服務之安全，保障消費者之生命、身體、健康或財產免於遭受損害，應檢討並充實相關法令，提升規格及標準，加強檢驗及測試，建立監視及預警制度，以及健全回收制度等。
- 2.提供消費資訊與辦理教育宣導：爲建立正確消費觀念，提升消費生活品質，應充實消費資訊並加強辦理消費教育及宣導工作。
- 3.促進消費選擇自由：商品與服務之多樣化及複雜化，係現代消費之特色。爲增進消費者選擇之權利，應維護廣告、標示及包裝之真實，保障定型化契約之公平性，並維持市場公平競爭秩序，以建立公平合理之消費環境。

4. 尊重消費者意見：消費者保護政策之實施，其目的在嘉惠全體消費者，一方面要扶植獎勵消費者保護團體，另一方面亦須保持消費者意見管道之暢通。
5. 完備消費損害救濟制度：為保障消費者因消費商品或服務遭受損害之求償權利，應健全責任保險及補償制度，並落實訴訟前的爭議處理，建立事故原因究明制度。

從以上我國消保法及消費者保護基本政策的規定觀之，對於涉及環境保護的消費者保護政策方向並不是很明顯，即使如前述消保法第 3 條第 1 項第 7 款「促進商品合理包裝」及消費者保護基本政策中的「健全回收制度」、「應維護廣告、標示及包裝之真實」等規定，看似亦非站在環境保護的角度而來。此外，依拙著「我國消費者保護政策哲學之探討」，從我國消費者保護基本政策的內容來看，基本上滿足了消費者的八大權利，但缺乏消費者的五大義務。似可見，當初在制定消費者保護基本政策時，似乎偏重於維護消費者的權利，但卻未同時強調消費者應遵守包括「環保」等義務（柴松林，2003；廖世机，2007：116-146）。

此外，從上開「永續發展行動計畫」的整理，在我國推動「永續發展」的當時，雖有若干觸及綠色生產與消費的部分，但似尚未深入的思考消費者保護與「永續消費」的關係。

(二)消費者保護計畫

行政院消保會依據消保法第 41 條第 1 項第 2 款規定：「消費者保護計畫之研擬、修訂及執行成果檢討」所賦予的職掌，於 1996 年 6 月研訂通過「85 年度消費者保護計畫」，為我國第一個消費者保護計畫；內容共七大項 128 小項，涵括 13 個中央主管機關、台灣省及福建省政府以及台北市、高雄市政府共 17 個主管機關的消費者保護業務。惟隨著消費環境日趨複雜，消費者保護工作範圍愈來愈廣，97 年度計畫項目已包括「重點項目」98 項及「一般項目」486 項，總計 584 項，共涵括 26 個中央主管機關及 25 個直轄市、縣市政府之消費者保護業務在內。

行政院消保會有鑑於消費者保護計畫內容愈趨繁雜，而消保業務推動十多年來，各主管機關均能逐漸重視，為利各主管機關能配合預算及施政重點，更彈性的規劃推動消保業務，消費者保護計畫有加以簡化，僅為原則性、政策性規範之必要，乃將每年實施之消費者保護計畫及方案作業簡

化，改為每二年研訂一次，再由各主管機關依據職權、消費環境及預算規模自行研訂更彈性之消費者保護方案。據此，該會於 2008 年 6 月訂頒了「98-99 年度消費者保護計畫」。

由於迄「97 年度消費者保護計畫」之研訂，係採逐年增修計畫項目的方式辦理，因此愈到最後，其內容愈多且愈細。但「97 年度消費者保護計畫」以前之計畫內容，雖有與環境的相關的工作項目，但主要是從「綠色消費」的角度出發，且並未論及永續的議題。直到該會在研訂「98-99 年度消費者保護計畫」時，才配合國際社會對永續發展議題之重視及筆者的研究，將「促進永續消費」正式納為計畫工作項目之一⁷²。

從表 4-2-2 的整理可以看出，我國目前「97 年度消費者保護計畫」中與「永續消費」有關的工作項目，主要係以相關商品或服務的安全規範及管理為主，以及少數的「綠色消費」相關項目；至於「98-99 年度消費者保護計畫」中的「促進永續消費」則主要是從政府及企業面向做大原則的規範，缺乏具體的行動指引。

與行政院永續會所訂的「永續發展行動計畫」相似的是，在行政院消保會所訂的消費者保護計畫中，對國際「消費者保護—推動永續消費」理念範疇的相關層面已有所觸及，祇是仍缺乏完整的政策概念、指引及架構。

表 4-2-2 行政院消保會消費者保護計畫中與「永續消費」相關項目

類別	工作項目	主管機關
一、97 年度消費者保護計畫		
(一)食品及商品(含建材)安全之管理		
1.產品安全規範	(1)強化國產及進口食品衛生安全管理機制	衛生署、經濟部、農委會、財政部、海巡署
	(2)基因改造食品流通之規範、管理	衛生署、農委會
	(3)落實食品及農產品履歷制度及加強辦理原料追蹤	衛生署、農委會、相關部會行處局署
	(4)薰香精油相關產品之品質及安全規範與查核	經濟部、衛生署、內政部、環保署、相關部會行處局署

⁷² 詳第一章第一節所述。

	(5)環境衛生用藥安全規範與市售產品之檢(抽)驗	環保署
	(6)落實推動「農產品生產及驗證管理法」	衛生署、農委會
	(7)國產及進口農產品農藥殘留規範與監控	農委會、衛生署、經濟部
	(8)建立及推動有機食品規格基準、標示、驗證及認證等制度，以及相關立法之推動	衛生署、農委會
	(9)具危險性之文具用品(如雷射光筆、修正液…)安全、品質規範與檢驗	經濟部、相關部會行處局署
	(10)觀光、休閒、遊樂園(場、區)之旅遊安全及經營管理	交通部、相關部會行處局署
	(11)休閒農場(含實驗教學農場)、觀光果園環境及產物安全、衛生規範與管理	退輔會、農委會、教育部、相關部會行處局署
	(12)游泳池、海濱浴場水質與環境安全、衛生管理	內政部、國防部、教育部、交通部、衛生署、體委會
	(13)建構完善的市場監督機制	經濟部、交通部、衛生署、環保署、農委會、相關部會行處局署
2.水質安全	(1)國產及進口包裝水、盛裝水之衛生安全及管理	經濟部、衛生署、環保署
	(2)溫泉泉質成份、水質衛生之管理及經營業者之查核	經濟部、交通部、衛生署、內政部、相關部會行處局署
	(3)公私場所飲用水連續供水固定設備水質及維護管理稽查	環保署
	(4)飲用水之水源、水質衛生、安全管理	經濟部、環保署、農委會
	(5)自來水水質、供水管線、設備衛生、安全管理	經濟部
3.檢驗	(1)加強商品檢驗管理	經濟部、相關部會行處局署

	(2)加強檢討應施檢驗商品及非應施檢驗商品，擴大應施檢驗商品品目，為消費者把關	經濟部
	(4)從事消費商品(含建材、防火設備等)、食(藥)品或服務之檢驗(測)及比較測試，並公布檢驗結果	經濟部、內政部、環保署、衛生署、原能會、相關部會行處局署
	(5)國產及進口各項消費商品(含電器、熱水器等)安全、品質審核及上市前、市售產品之檢(抽)驗，並建立國內外瑕疵商品通報機制，隨時予以公布	經濟部、相關部會行處局署
	(6)觀光果園開放前之檢驗機制	農委會
	(7)國產及進口食用農畜水產品檢疫、監測及市售產品之檢(抽)驗，不合格產品回收及流向追蹤管理	農委會、衛生署、經濟部、財政部
	(8)加強進口商品、食品、農產品之檢驗、檢疫能力，建立並強化長期資訊蒐集及監控系統	經濟部、衛生署、農委會、原能會、相關部會行處局署
	(9)整合現有檢驗測機構與制度，導入原因究明檢驗(測)機制之業務	各部會行處局署
	(10)研議建立特定商品履歷制度之可行性	經濟部
4.回收再利用	(1)推動「管制黑心再生商品計畫」	環保署、經濟部、相關部會行處局署
	(2)加強二手交易市場之輔導與管理	經濟部、環保署
	(3)建立及推動商品退換貨或報廢、回收機制	經濟部、環保署、國防部、相關部會行處局署
5.污染防治	(1)農畜水產品含有害(毒)物質、超量重金屬之監測與流向管理	農委會、環保署、經濟部、衛生署
	(2)受污染農畜水產品產場(環境)使用管制及產品流向管理	農委會、環保署、經濟部、衛生署
	(4)加強醫療、事業及農業等廢棄物之監控管理機制	環保署、經濟部、相關部會行處局署
	(5)加強含有毒性化學物質商品之安全管理及流向管控機制	環保署、相關部會行處局署

	(6)建立各種有效之輻射防範機制如：鋼鐵廠門框式自動輻射偵測系統、建築物依法應指定承造人會同監造人於申報勘驗報告中附具無輻射污染證明等	原能會、內政部
6.標準	加強各類商品或服務國家標準編修	經濟部
7.營業衛生	畜禽屠宰場作業環境衛生管理，及違法屠宰之取締	農委會
8.室內空氣品質	(1)訂定室內空氣品質建議值及檢測方法、並由各部會共同推動室內空氣品質輔導改善工作	環保署、相關部會行處局署
	(2)檢討研(修)訂法令強制規範室內空氣品質之可行性	環保署、相關部會行處局署
	(3)推動公共場所室內空氣品質標章制度	環保署、相關部會行處局署
(二)消費資訊、標示及廣告之規範	(1)強化各類商品或服務之消費資訊、廣告、標示規制與管理	新聞局、通傳會、財政部、金管會、內政部、相關部會行處局署
	(2)環境保護標章之落實推動	環保署
	(3)推廣優良商店標章制度	經濟部、相關部會行處局署
	(4)加強正字標記管理	經濟部
	(5)食用米產地、品質標示真實性之規範	農委會
	(6)落實各項農產品、食品之中文標示(含標章)與查核	衛生署、農委會、經濟部
	(6)加強辦理弱勢消費族群如婦女、老人、身心障礙者、原住民、新住民．．．等之消費者保護教育宣導	各部會行處局署
	(7)加強各類消費資訊及警訊的發布	各部會行處局署
(三)促進綠色消費與生產	(1)鼓勵企業經營者開發綠色產品、省源環保產品等，並加強辦理消費者教育宣導	經濟部、環保署、相關部會行處局署
	(2)強化綠色消費之理念與知能	國防部、環保署、相關

		部會行處局署
	(3)加強宣導並積極推動「綠建材標章制度」	內政部
	(4)從環境保護觀點，妥適從事產品包裝	經濟部、衛生署、環保署、相關部會行處局署
(四)綜合性	(1)因應環境轉變，就所掌理與消費者相關事業之法令規章、制度等，配合消費者保護法之施行，導入消費者保護理念，進行整體性檢討修訂	各部會行處局署
	(2)加強推動國際消費者事務的聯繫、合作與交流	各部會行處局署
	(3)健全電子商務消費者保護管理架構，推廣執行「電子商務消費者保護指導綱領」	各部會行處局署
	(4)辦理消費問題之蒐集、統計、分析	各部會行處局署
	(5)扶植、輔導及獎勵消費者保護團體、組織	各部會行處局署
	(6)加強新興傳染病之防治政策與措施，及建立感染症防治醫療網	衛生署、國防部、相關部會行處局署
	(7)防範及因應油價、水電等不合理之價格調整及物價上漲(含有聯合行爲之物價上漲及無聯合行爲之物價上漲)等相關配套措施	經濟部、公平會
二、「98-99年度消費者保護計畫」之「促進永續消費」項目		
促進永續消費	1.鼓勵業者開發具生態效率、低能源及低自然資源的綠色生活必需品及消費品，以及推動清潔生產、不推行過度消費之行爲	各相關部會行處局署
	2.保障弱勢消費族群之基本生活需求	各相關部會行處局署
	3.將「永續消費」理念落實於各項施政措施中(如管理對環境有害物質的使用、取消有助於不永續消費和生產的補助、辦理與環境破壞相關的消費者行爲研究···)	各相關部會行處局署

資料來源：筆者自行整理。

(三)其他相關政策、工具及措施

1.鼓勵綠色生產與消費

- (1)辦理企業環保獎勵：行政院環境保護署(以下簡稱行政院環保署)為激勵業界積極推動環境保護工作，分別規劃辦理「中華民國企業環保獎」、「綠色行銷獎」、「環保旅館大賽」、「綠色包裝設計評選」及「企業綠色採購績優獎」等選拔活動。
- (2)輔導成立綠色商店、加強產品網頁宣導及行銷：行政院環保署自2008年起輔導包括連鎖超商、大賣場、量販店、百貨公司及一般商店等對象設置綠色商店，提供消費者便捷之環保產品購買通路及資訊；至2009年9月底止已輔導成立超過1,169家綠色商店。另為加強環保標章產品管理及行銷，建置有「綠色生活資訊網」，以及推動「減能減碳行動標章認證」。
- (3)發展碳標示制度：行政院環保署正參考英國 Carbon Trust PAS 2050 及日本經濟產業省 TSQ 0010 的作法，研訂國內商品的碳足跡計算準則，並選擇部分商品試算其碳足跡。目前進行中的商品包括：瓶裝茶飲、光碟片、LCD 電視機、糖果等；中期則將發展同級產品最佳碳排放表現標章；長期在抵換交易市場建立後，則希望做到碳中和標章，期藉此達到全民低碳消費行為的目標(行政院環保署，2009)。
- (4)其他：包括行政院環保署推動鼓勵乾電池回收及業者引進環境友善電池⁷³、補助民眾新購或改裝油氣雙燃料車⁷⁴、補助民眾「新購電動輔助自行車」⁷⁵、推動農業廢棄物的多元再利用⁷⁶、發布蚊香本體戴奧辛檢出限值⁷⁷、海灘水質監測⁷⁸ . . . 等。

⁷³ 請參閱行政院環保署 2009 年 11 月 30 日新聞稿「環保署公告修訂乾電池徵收及補貼費率 鼓勵業者引進環境友善電池」，

<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0981130154023>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁷⁴ 請參閱行政院環保署 2009 年 11 月 27 日新聞稿「環保署針對有關加氣券補助延遲發放時間之報導提出說明」，<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0981130154023>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁷⁵ 請參閱行政院環保署 2009 年 10 月 28 日新聞稿「預告修正『新購電動輔助自行車補助辦法』」，<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0981130154023>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁷⁶ 請參閱行政院環保署 2009 年 10 月 28 日新聞稿「環保署辦理農業廢棄物(果樹類)多元化再利用管理座談會，歡迎各界踴躍參與」，

<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0981130154023>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁷⁷ 請參閱行政院環保署 2009 年 8 月 26 日新聞稿「環保署發布蚊香本體戴奧辛檢出限值为 20 皮克」，<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0980826154705&MsgTypeName=新聞稿>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁷⁸ 請參閱行政院環保署 2009 年 8 月 6 日新聞稿「環保署公布最新海灘水質監測結果」，

2.改變消費者行爲模式

(1)「節能減碳酷地球」政策

①行政院環保署爲了響應馬英九總統的「節能減碳」政策理念，於2008年7月規劃推動此一系列活動，包括推動「節能減碳無悔措施全民行動方案」、發起「節能減碳十大無悔措施」，設立網站，發動全民上網簽署，以力行節能減碳。「節能減碳十大無悔措施」2008年第2版的參考項目如下：「冷氣控溫不外洩」、「隨手關燈拔插頭」、「省電燈具更省錢」、「節能省水看標章」、「選車用車助減碳」、「每週一天不開車」、「鐵馬步行兼保健」、「多吃蔬食少吃肉」、「自備杯筷帕與袋」及「惜用資源顧地球」。

②所採行的推動「策略」如下：鼓勵公職部門率先實踐「節能減碳無悔措施」、從總統府五院省市縣鄉鎮逐級發動到村里社區、爭取民意領袖首長與物業管理單位成爲發動機、公職同仁住家與辦公場所同步實踐並影響社區、表揚企業及社團參與動員實踐及協助村里宣導、建置節能減碳行動網站登錄實踐績效相互激勵。而上開「節能減碳十大無悔措施」，則供國民個人、機關學校、企業社團、公司行號或村里社區自行決定，選擇實踐項目的節能減碳行動。

(2)節能減碳宣導：除了上開行政院環保署配合推動「節能減碳無悔措施全民行動方案」的宣導作爲以及各相關部會配合「消費者保護計畫」及行政院環保署政策的相關宣導作爲外，行政院消保會編印「消費新生活系列宣導－減能節碳篇」宣導摺頁，教導民眾從日常食衣住行相關消費生活「節能省碳」的小撇步，以減少溫室氣體的排放，善盡消費者的環保義務⁷⁹；慈濟編印「減碳樸實新生活--讓孩子可以大口呼吸」摺頁，內容包括「生活好習慣」、「減碳小撇步」，教導會員及民眾改變消費行爲模式⁸⁰。

(3)其他：如行政院環保署規劃推動「都會地區接駁型公共腳踏車租賃系

<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0980806144457&MsgTypeName=新聞稿>，瀏覽於2009年12月6日。

⁷⁹ 請參閱行政院消保會「消保常識快易通」網頁，http://www.cpc.gov.tw/Events/2009sb_ez/index.html，瀏覽於2009年12月6日。

⁸⁰ 請參閱慈濟「克己復禮 全民減碳」運動，<http://www.2.tzuchi.org.tw/case/2007virtue-earth/index.htm>http://www.moi.gov.tw/files/download_file/，瀏覽於2009年12月6日。

統」⁸¹、大賣場禁用免洗筷及禁賣傳統耗能燈炮、交通部推動計程車共乘制度⁸²等。

3.在貧窮援助方面

這部份目前主要是內政部社會司的業務，檢視該司所出版的「97 年度社政年報」，相關業務如下：

- (1)依法辦理對中低收入戶之生活扶助、醫療補助及精神病患收容治療⁸³；急難及災害救助；遊民收容輔導措施；建立食物銀行等。
- (2)「工作所得補助方案」(習稱「近貧專案」)：2008 年上半年全球性通膨與石油上漲，下半年全球經濟大海嘯，為減輕處於貧窮線以上的低所得者所受的衝擊，以保障並維持非低收入戶的近貧者購買力及其家庭消費能力，政府首次規劃推動，對全年薪資收入偏低(30 萬元以下)的全職工作者，並符合其他相關條件，每月補助 3,000 至 6,000 元。第一階段自 2008 年 10 月 1 日至 2009 年 3 月 31 日止，第二階段自 2009 年 4 月 1 日至 2009 年 12 月 31 日止，協助其安定生活、度過難關⁸⁴。
- (3)「馬上關懷」專案：為落實馬英九總統扶窮濟急、減少家庭不幸的競選時政策主張，於 2008 年 8 月 18 日啟動，運用村(里)在地化通報系統，及早發現遭逢急迫性變故(如死亡、失蹤或罹患重傷病、失業或因其他原因無法工作)致生活陷於困境之民眾，發揮政府馬上關懷，提供及時經濟紓困。核定機關對符合規定者，應即時發給關懷救助金新台幣一

⁸¹ 請參閱行政院環保署 2009 年 3 月 1 日新聞稿「台灣環保新紀元 首座都會地區接駁型公共腳踏車租賃系統啟用」，
<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0980301135152&MsgTypeName> 新聞稿，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁸² 請參閱自由時報「計程車共乘費率 明年上路」，
<http://www.libertytimes.com.tw/2008/new/jun/3/today-life6.htm>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁸³ 包括各項給付扶助措施：如「中低收入老人生活津貼」，「身心障礙者生活補助費」，對於低收入戶中之老人、懷孕滿 6 個月之孕婦及身心障礙者，主管機關得依其原領取現金給付之金額增加 20%~40%之補助，以及孕產婦及營養品提供(含未婚媽媽新生兒營養補助)、生育補助、租金補助或住宅借住、房屋修繕補助、學生營養午餐費用補助、傷病住院看護費用補助等，以及「輔導自立措施」，如協助其接受職業訓練、就業服務、創業輔導或以工代賑等方式輔助其自立。對低收入戶內未領取生活補助費之高中職以上在學學生提供就學生活補助費等；醫療補助則包括全民健康保險之費用補助(包括保險費用及部份負擔費用)及全民健康保險不給付之醫療費用補助。

⁸⁴ 請參閱內政部全球資訊網，工作所得補助方案核定本(第二階段)<http://sowf.moi.gov.tw/income/income.htm>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

萬元至三萬元；經評估必要時，得將該個案關懷救助金採分月或分次方式發給之。同一家庭每年領取政府發給之急難救助金總額，最高以新台幣十萬元為限⁸⁵。

(4)其他：如民間自發性推動的食物銀行、二手商品等物資銀行或義賣等。

4.政府相關政策措施

(1)永續能源政策

行政院於 2008 年 6 月 5 日，通過「永續能源政策綱領」。該綱領的願景設定在「能源、環保與經濟」三贏，相關內容如下：

①政策目標

A.提高能源效率：未來 8 年每年提高能源效率 2%以上，使能源密集度於 2015 年較 2005 年下降 20%以上；並藉由技術突破及配套措施，於 2025 年下降 50%以上。

B.發展潔淨能源

(A)全國二氧化碳排放減量，於 2016 年至 2020 年間回到 2008 年排放量，於 2025 年回到 2000 年排放量。

(B)發電系統中低碳能源占比由 40%增加至 2025 年的 55%以上。

C.確保能源供應穩定：建立滿足未來 4 年經濟成長 6%及 2015 年每人年均所得達 3 萬美元經濟發展目標的能源安全供應系統。

②推動綱領：將由能源供應面的「淨源」與能源需求面的「節流」做起：

A.在「淨源」方面，推動能源結構改造與效率提升：

(A)積極發展無碳再生能源，有效運用再生能源開發潛力，於 2025 年占發電系統的 8%以上。

(B)增加低碳天然氣使用，於 2025 年占發電系統的 25%以上。

(C)促進能源多元化，將核能作為無碳能源的選項。

(D)加速電廠的汰舊換新，訂定電廠整體效率提升計畫，並要求新電廠達全球最佳可行發電轉換效率水準。

(E)透過國際共同研發，引進淨煤技術及發展碳捕捉與封存，降低發電系統的碳排放。

⁸⁵ 請參閱內政部全球資訊網，馬上關懷急難救助作業要點(公告版)(2009.9.14 修正)，http://www.moi.gov.tw/files/download_file/，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

(F)促使能源價格合理化，短期能源價格反映內部成本，中長期以漸進方式合理反映外部成本。

B.「節流」方面，推動產業、運輸、住商、政府及社會大眾各部門的實質節能減碳措施。

③法規基礎

A.推動「溫室氣體減量法」完成立法，建構溫室氣體減量能力並進行實質減量。

B.推動「再生能源發展條例」完成立法⁸⁶，發展潔淨能源。

C.研擬「能源稅條例」並推動立法，反應能源外部成本。

E.修正「能源管理法」，有效推動節能措施。

④配套機制

A.建立公平、效率及開放的能源市場，促使能源市場逐步自由化，消除市場進入障礙，提供更優質的能源服務。

B.規劃碳權交易及設置減碳基金，輔導產業以「造林植草」或其他減碳節能方案取得減量額度；推動參與國際減碳機制，透過國際合作加強我國減量能量。

C.能源相關研究經費4年內由每年50億元倍增至100億元，提升科技研發能量。

D.紮根節能減碳環境教育，推動全民教育宣導及永續綠校園。

(2)永續環境相關政策

①推動清淨家園全民運動：行政院環保署自2006年9月開始推動，動員政府、7,840個村里、社區志義工、社會團體等力量參與，共同維護環境整潔、鼓勵認養海灘之清潔維護，進行居家環境及水溝清理、髒亂點通報及認養等活動，以提升全國環境品質。

②推動低碳及循環型生態社區：行政院環保署依據2009年4月15日及16日全國能源會議決議：規劃「低碳城市推動方案」，整合地方政府推動減碳城鎮，未來2年每個縣市完成2個低碳示範社區，未來5

⁸⁶ 「再生能源條例」已於2009年7月8日公布實施。所謂「再生能源」係指太陽能、生質能、地熱能、海洋能、風力、非抽蓄式水力、國內一般廢棄物與一般事業廢棄物等直接利用或經處理所產生之能源，或其他經中央主管機關認定可永續利用之能源，由政府成立基金對其電價及設備進行補貼。(請參閱全國法規資料庫，<http://law.moj.gov.tw/Scripts/Query1A.asp?no=1J0130032&K1=再生能源&KeyWordID=&KCDate=>，瀏覽於2009年12月6日)

年推動 6 個低碳城市，於 2020 年完成北、中、南、東 4 個低碳生活圈；並優先擇選離島地區，建設為低碳示範島。

- ③推動室內空氣品質管理：行政院環保署已於 2005 年公告室內空氣品質建議值，並與各部會自 2006 年至 2008 年執行為期三年之室內空氣品質管理推動方案，以有效維護各公共場所室內空氣品質，確保民眾健康。同時為使推動改善室內空氣品質工作依法有據，已研擬室內空氣品質管理法草案函請立法院進行審議(行政院環保署，2009)。
- ④其他：行政院環保署建立「運輸及住商部門溫室氣體盤查及查證範例」⁸⁷，課徵揮發性有機污染物(VOCs)空污費⁸⁸，修訂「氟氯烴消費量管理辦法」⁸⁹，新增公告雙酚 A 及調整汞、石棉、1,4-二氧陸園管制⁹⁰，規劃推動「資源循環型生態農村」⁹¹等。我國慈濟、法鼓山等宗教團體積極推動環保工作及素食，如慈濟請會員在台灣各個角落實際從事資源回收及再利用，製作環保筷、環保袋、環保清潔用品，以及推動環保教育及提出「清平致富」等心靈淨化運動⁹²；法鼓山除了推動相關的資源回收及再利用外，亦提出「心靈環保」等呼籲。由於兩宗教團體會員眾多，慈濟更號稱有 400 萬會眾，故影響層面實極為廣泛且深遠(鄭振煌，2006)。

⁸⁷ 請參閱行政院環保署 2009 年 11 月 24 日新聞稿「航向低碳交通、邁向節能建築-環保署首次建立運輸及住商部門溫室氣體盤查及查證範例」，
<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0981124154848&MsgTypeName=新聞稿>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁸⁸ 請參閱行政院環保署 2009 年 11 月 8 日新聞稿「環保署回應『全台臭氧污染 急速惡化』報導」，
<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0981108141023&MsgTypeName=新聞稿>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁸⁹ 請參閱行政院環保署 2009 年 5 月 21 日新聞稿「2010 年我國臭氧層破壞物質消費量將大幅降低」，將要求我國氟氯烴消費量於 2010 年削減至 1989 年基準量之 25%，與目前為基準量之 65%相較將再降 40%，對臭氧層破壞物質之使用將再大幅減少，
<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0980521152700&MsgTypeName=新聞稿>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁹⁰ 請參閱行政院環保署 2009 年 7 月 31 日新聞稿「環保署新增公告雙酚 A 及調整汞、石棉、1,4-二氧陸園管制」，
<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0980731114317&MsgTypeName=新聞稿>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁹¹ 請參閱行政院環保署 2009 年 2 月 4 日新聞稿「超現代農村—環保署將與農委會規劃推動『資源循環型生態農村』示範區」，
<http://ivy5.epa.gov.tw/enews/Newsdetail.asp?InputTime=0980204180904&MsgTypeName=新聞稿>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁹² 詳第二章第一節所述。

(3)永續農業政策：行政院農業委員會以推動「健康、效率、永續經營」的全民農業為施政基本方針；「健康」就是照顧國內外消費者的健康，輔導符合用藥安全的 CAS 及吉園圃產品，設置有機農業專業區，選定推動產銷履歷，推動無毒有機農業，邁向無毒農業島；「效率」就是在開放性的全球市場有競爭力，發揮科技優勢及經濟地理條件，建設「世界級花卉島」、「世界亞熱帶水果中心」及「亞太種畜種苗中心」；「永續經營」則是對環境重視景觀、節能，加強造林，並落實節能減碳，發展平地生態旅遊(行政院農業委員會)。

(4)永續國土規劃：2009 年八八水災重創台灣，再度引起各界對國土未適當規劃、利用、保育而造成環境破壞的重視。內政部乃迅速將研擬十多年的「國土計畫法」草案函報行政院，經於 2009 年 10 月 8 日行政院會通過並同日函送立法院審議，期於通過後能促進國土資源合理配置，以有效保育自然環境、滿足經濟及社會文化發展之需要，提升生活環境品質，確保國土安全及國家永續發展⁹³。

誠如本論文第二章圖 2-2-2 對「消費者保護-推動永續消費」範疇的界定，經過以上相關政策、措施的探究可知，在政府朝向永續發展的努力當中，各項永續發展政策或措施都與「消費者保護-推動永續消費」政策範圍產生了連結，並經行政院消保會逐步納入「消費者保護計畫」內。顯示「消費者保護-推動永續消費」工作的推動，是一條必走且已經在走的路。祇是呈現與前面相同的問題是，現階段缺乏經整合的政策架構，以引導各相關機關有效推動，發揮整體的效益。

二、行政院消保會 98-101 年度中程施政計畫⁹⁴

由於近年來社會經濟政治環境有巨幅的變化，行政院消保會爲了因應未來消費者保護工作之需要，配合行政院 98-101 年度中程施政計畫之研訂，訂定了未來四年的策略績效目標如下：

⁹³ 請參閱立法院議案關係文書「院總第 336 號 政府提案第 11836 號」，行政院函請審議「國土計畫法草案」案，<http://lis.ly.gov.tw/lgcgi/lgmeetimage?cfc8cfbcfc9c8cdc5cec6c8d2cdcdcc>，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

⁹⁴ 請參閱行政院消保會網頁，http://www.cpc.gov.tw/KnowledgeBase_Query/showcategorytree_Query_390.asp?SpecialID=1127，瀏覽於 2009 年 12 月 6 日。

(一)強化商品與服務安全衛生，確保消費安全

針對重大消費議題，透過研議、規劃及協調，促請主管機關建立各項消費安全機制並監督其實施。

(二)強化弱勢消費族群保護，導引社會正義

依據不同弱勢消費族群的特性，規劃推動相關的消費者保護措施，以落實其消費權益之保護。

(三)建構公平消費環境，維護交易秩序

促請各主管機關檢討及查核目前的交易契約及環境，並加以改進及提供充分的交易資訊，以建立公平的交易環境，維護交易秩序。

(四)強化消費教育宣導及消費資訊蒐集，提升消費意識

1. 保護消費者最有效的方法之一，是加強消費者的自我保護，透過消費者教育宣導及正確消費資訊的提供，強化消費者的自我保護意識，進而得以採取合理的消費行為，有效維護自我的消費權益。
2. 面對地球暖化與全球日益高升之能源需求，且為配合總統將節能減碳降低地球負擔列為主要施政項目，業將「永續消費」納入「98-99年度消費者保護計畫」重點工作之一，將積極協調有關機關倡導消費者從事永續性消費、鼓勵消費者採行高度消耗能源的替代性消費行為，以及適度推廣可抑低能源消耗的替代性消費策略及相關策略之消費者教育。

(五)建立兩岸及跨境消費問題處理機制，加強互助合作

1. 為有效維護海峽兩岸及與其他國家跨境消費者權益，促進與大陸消費者協會的聯繫，確保於國內消費的大陸及其他國外旅客的消費安全，以及建立兩岸及跨境的消費問題處理機制。
2. 參與消保相關國際組織活動，促進跨境議題合作。

(六)整合政府民間資源，擴大參與效果

政府的人力及資源有限，必須借助各方面民間力量，方能有效推動龐雜的消費者保護工作，落實消費者權益之保護。

從聯合國「消費者保護-推動永續消費」的觀點，行政院消保會上開策略施政目標中，除了「(三)建構公平消費環境，維護交易秩序」外，其餘均與「永續消費」有關，祇是必須更具體、精緻化其內容，顯見「永續消費」已成為該會重要的施政方向。

三、行政院消保會推動「永續消費」經過及情形

在第一章中已提及行政院消保會爲了回應國際社會的呼籲，該會前二任主任委員葉菊蘭及蔡英文分別於 2005 年及 2006 年的專文中提及「永續消費」的重要性，筆者並開始廣泛的蒐集資料，爲政策規劃作準備。2007 年 10 月該會派員出席於澳洲雪梨舉行之國際消費者組織聯盟(CI)第 18 屆世界大會，會議主題爲「企業社會責任」，「永續消費」爲其中一個討論的議題，會中闡述企業對永續消費的責任(陳加昇，2008：13)。2008 年該會於研訂「98-99 年度消費者保護計畫」時，爲應時勢需要，依據筆者對「永續消費」的初步研究結果，暫時研提數項基本原則納入該計畫中，並獲行政院核定頒行，請各中央及地方消費者保護主管機關據以研訂消費者保護方案(2008：3)，並於該會研訂之「98-101 年度中程施政計畫」時將「永續消費」的觀念納入策略績效目標中。之後，筆者於行政院消保會 2008 年底出版的「消費者保護研究」第十四輯中發表「消費者保護與永續消費」一文。

自行政院消保會正式提出「永續消費」後，也立即獲得立法院的重視。立法院預算中心在審查該會 98 年度及 99 年度預算時，均提出應該建立「永續消費」的具體衡量指標。另立法院社會福利及衛生環境委員會於 2009 年 10 月 14 日審查該會 99 年度預算案及 2010 年 5 月 27 日該會進行業務報告時，鄭麗文委員亦針對促進消費者永續消費行爲提出相關口頭質詢，並認爲應提出更具體的「永續消費」政策內容。

檢視並彙整各中央部會依據行政院消保會「98-99 年度消費者保護計畫」之「促進永續消費」計畫項目所提出之方案內容，如表 4-2-3 所示。經參照第二章及本章所整理之國內外既有政策及工具，可能是由於二年的短期計畫或各部會相關工作已散見於如表 4-2-2 所列之相關工作項目，僅有少數機關列出有限的工作項目。另像行政院農業委員會、衛生署等與「永續消費」業務甚有相關的機關，其方案中均未出現「永續消費」項目，表示許多機關對此項本已在進行的工作尚不十分瞭解，也再次顯示提出「消費者保護-推動永續消費」整體政策架構的必要性。

表 4-2-3 各中央部會「98-99 年度消費者保護方案」中所提「促進永續消費」工作項目

計畫項目	方案內容	主管機關
1.鼓勵業者開發具生態效率、低能源及低自然資源的綠色生活必需品及消費品，以及推動清潔生產、不推行過度消費之行爲	(1)依據「綠建築推動方案」辦理綠建築補助。 (2)綠建材標章制度之基準研訂及審查作業。	內政部
	鼓勵技專校院與綠色能源產業合作，共同研發綠色生活必需品及消費品，宣導其利基。另將永續消費觀念落實於校園新、舊建築中。	教育部
	研究發展相關綠色產品(節能環保產品)，例如：燃料電池、太陽能電池及熱化學產氫等替代能源。並技術轉移民間。	原能會
	(1)協助產業推動清潔生產輔導與宣導。 (2)進行產業 EuP 體系輔導，鼓勵產品生態化設計，協助開發綠色產品與產品環境資訊揭露，並輔導取得產品國際認證。	經濟部
	鼓勵企業經營者開發綠色產品、省源環保產品等。	環保署
2.保障弱勢消費族群之基本生活需求	(1)各服務機構配合政府照顧弱勢政策，配合社區關懷據點，推動各項服務照顧弱勢民眾及榮民(眷)措施；如急難救助、助學措施、開展服務據點、居家照顧等。 (2)依行政院核定之安養機構資源共享實施計畫，開放家區，收置社會身心障礙、低收入戶、中低收入老人及榮民(眷)等。	退輔會
	(1)提高偏遠地區寬頻普及率，解決偏遠地區無網路可用問題，縮減城鄉數位落差，及保障其以合理價格使用基本通訊服務。 (2)持續推動電信業者提供身心障礙者便利使用電信服務，以達成身心障礙者溝通無障礙之通訊環境。 (3)落實推動公共資訊無障礙，協調電信業者基於公益，對於弱勢團體如視障、聽障及聲語障之身心障礙人士提供贈送或抵免國內通信費、網內外簡訊等優惠措施或特別服務。	通傳會
3.將「永續消費」理	依會頒「節能減碳實施計畫」，全面推動環保工	退輔會

<p>念落實於各項施政措施中(如管理對環境有害物質的使用、取消有助於不永續消費和生產的補助、辦理與環境破壞相關的消費者行為研究．．．)</p>	<p>作，避免產生過度消費情形。</p> <p>(1)推動國軍各單位加強實施綠色採購環保及節能產品(包括：節水龍頭、太陽能設施等)。</p> <p>(2)加強宣導國軍官兵之綠色、節能消費觀念與認知。</p>	<p>國防部</p>
	<p>(1)辦理永續校園推廣計畫，要求學校採用環保產品，在地材料，並要求學校做到工程中「零廢棄」或是廢棄物再利用。</p> <p>(2)推動所屬機關學校落實綠色採購。</p> <p>(3)訂定教育部節能計畫，並據以推動。</p>	<p>教育部</p>
	<p>(1)強化綠色消費之理念與知能：維護綠色生活資訊網站。配合相關單位辦理宣導展示活動。</p> <p>(2)研訂環保標章規格標準。</p> <p>(3)加強列管毒性化學物質：執行列管毒性化學物質中有關疑似環境荷爾蒙之禁止或限制之檢測，如氧化三丁錫(TBT)或鄰苯二甲酸酯類(PAEs)等。</p>	<p>環保署</p>

資料來源：筆者自行整理。

第三節 我國「消費者保護-推動永續消費」政策芻議

為研訂我國「消費者保護-推動永續消費」政策綱領，本節先進行國內外基本資料的整理比較，再據以研擬綱領“初稿”。為確保綱領能夠符合國內需求及具體可行，之後再於第五章透過問卷調查及焦點團體訪談的研究設計，廣泛蒐集消費者及各界學者專家意見，以評估及研(修)訂綱領“草案”內容。

一、綜合整理及比較分析

(一)政策工具的比較分析

依據第二章所建立之「消費者保護-推動永續消費」所界定的操作性定義、政策原則及目標，以及第二章及本章第一、二節對國內外相關政策及工具、我國消費環境特色及法令之檢視及分析，加以選取符合政策目標的措施及工具，並綜合列表如下表 4-3-1 所示：

表 4-3-1 國內外「消費者保護—推動永續消費」政策工具綜合對照

政策目標	我國發展現況			其他國際政策工具 ⁹⁵
	政府任務 ⁹⁶	UNEP 政策	工具	
1.企業經營者永續生產	品質與安全衛生	環境友善商品、服務和技術	1.提高產業能源使用效率 2.生產可再利用的消費品 3.鼓勵研發各種環境友善技術 4.鼓勵研發各種環境友善的替代性物質 5.鼓勵企業經營者開發環境友善商品及服務，以及導入產品服務系統(PSS)理念 6.辦理各項企業環保獎勵	1.發展「係數 X(Factor X)」技術 2.增加產品生命及功能 3.效率標竿：產品及過程的效率標準設定；報告及標示標準 4.環境管理(EM)，控制及管理的方法，如全面品質管理 5.供應鏈管理(supply chain management) 6.發展生態(環保)織品 7.綠色物資，使用可以再生的及廢棄物易處理的自然資源生產綠色產品
	合理包裝		7.推動產品包裝簡易化	
	商品或服		8.符合節能、省水、環保等標章及碳	績效標準及強制性標示：如能

⁹⁵ 本部分詳見本論文第二章第二節。

⁹⁶ 我國消保法第 3 條之規定。

	務標示		標示制度	源效率標準、食品標示、生態標籤，如 FSC、有機棉、無害海豚之鮭魚、永續林業、公平交易、藍旗計畫等標章，農產品、織品等認證，以及食物有關的環境正確資訊等。
	其他	廢棄物和產品回收再利用	1.廚餘回收及利用 2.固體等各種廢棄物可回收部份的再利用	舊電腦設備回收再利用
	防止消費者受害	產品公正測試	再生產品認證	產品環境及安全測試
	廣告	其他	強化各類商品或服務之消費資訊、廣告、標示規制與管理	1.建立發布規則，傳達商品及服務的永續相關資訊 2.規範廣告除了必須真實外，並應說明其有關環境、社會、倫理的特性。 3.企業基於社會及環境責任 (SER)，提供負責任的傳播
	度量衡	其他	加強各類商品或服務國家標準編修	
	合理價格	環境成本內化	檢討各項商品及服務價格，以合理反應環境與社會成本	
2.消費 者永續 消費	消費者教育及諮詢	公共(產品)資訊	1.大型企業編撰「企業永續(環境)報告書」，並公開發行 2.提供環保標章、低碳標章等對環境及人體健康有正面影響的商品資訊 3.政策宣導與教育(如名人代言環保產品、素食的環保效益) 4.輔導成立綠色商店、加強產品網頁宣導及行銷	1.產品資訊／標示：知會及吸引消費者 2.企業販售「社會責任投資商品」 3.收集及出版能源及物質使用程度統計資料，以及政府認證和標示資訊
	其他	永續慣例(如公眾綠色採購)	1.加強推動消費者、政府、機關團體的環境友善採購 2.補助民眾採購環保安全的消費商品或服務	
3.改變 消費者 行為模	消費者教育及諮詢	知覺及資訊活動	1.保障民眾對環境危害資訊有知的權利 2.決策資訊公開，應包括可行性評估	公民參與：利用社群、專題研討會、休閒及文化結合等方法

式			<p>與方案選擇過程，並以民眾可以了解的方式呈現，特別需對在地居民透明化</p> <p>3.建立並落實民眾參與機制</p> <p>4.辦理節能減碳、環保採購補助等教育宣導與諮詢</p> <p>5.提供不永續消費行為對環境及人體健康負面影響的資訊</p> <p>6.鼓勵消費者多吃素食</p>	
	其他	其他	<p>1.鼓勵宗教等民間團體建立會員集體的永續消費價值觀，如少吃肉類食物、購買運送旅程近的產品、選用耗能少的交通工具(如自行車)、以共乘或租用等購買服務而非商品</p> <p>2.源頭減量，持續推動限制使用免洗餐具等</p> <p>3.加強政府機關及學校推動節約能源</p>	<p>1.游說：要求提供去物質化的商品和服務，以及運用標示、簡報(briefing)及出版品的資訊</p> <p>2.利用新通訊傳播技術，加強公民參與及諮商，及促進永續倡議建構</p> <p>3.宗教及心靈發展：重新連結倫理及超我(transpersonal)價值</p>
4.弱勢消費族群環境權益之維護	其他	避免對市場進入可能的負面影響，特別是在開發中國家	<p>1.發展離島軟體建設(強化離島生態環境及文化之保護，提升離島生活素質)</p> <p>2.推動「原住民部落永續發展計畫」</p>	
	其他	其他	<p>1.辦理中低收入戶的急難救助、失業救助、國民年金制度、就業輔導、食物及二手商品銀行等生活扶助</p> <p>2.遊民收容輔導措施等</p> <p>3.透過政府或慈善、宗教團體建立中低收入戶的環保生活鏈，讓他們有能力購買或擁有生活必需的環保及安全的商品及服務</p> <p>4.持續推動電信業者提供身心障礙者便利使用電信服務，以達成身心障礙者溝通無障礙之通訊環境</p>	開放市民農場

5.各項 環境友 善基礎 設施及 制度之 建制	其他	永續消費 進展的指 標、方法 論及資料 庫	<ol style="list-style-type: none"> 1.落實永續發展指標 2.編製綠色國民所得 3.成立綠色專業人才認證制度 4.建立各區域及縣市基本環境資料庫 5.建置完善國土資訊 6.建構「區域性土方銀行」 7.消費者行爲研究(如辦理消費問題之蒐集、統計、分析) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.國家會計：包括國家會計領域的正確指標 2.發展生態足跡、生態包袱及環境空間等規範性的方法
	其他	創造或加強包含永續消費面向等消費者保護的有效管制機制	<ol style="list-style-type: none"> 1.制定商品及服務的環境健康與安全標準(含環境荷爾蒙之管理)，以及碳標示制度等 2.建構安全消費機制(建材、有機及基因食品、農產品履歷、翻輪胎、水質安全) 3.從事消費商品、食(藥)品或服務之環保及含毒化物等之安全檢驗(測)及比較測試，並公布結果 4.建立特定商品履歷制度 5.加強各項環境品質及其污染物的監測及流向管制 7.毒性化學物質管理與其替代性物質的發展 8.建立及推動不符環保、受污染及不安全各類產品之退換貨或報廢、回收機制 9.加強醫療、事業及農業等廢棄物之監控管理機制 10.推動「管制黑心再生商品計畫」 11.消費場所室內空氣品質管理 12.產品環保、安全等資訊標示及廣告之規範及管理 13.加強推動電子商務消費者保護 14.消費資訊的發布 15.提升環境影響評估制度的效能 16.建立各種有效之輻射防範機制：如鋼鐵廠門框式自動輻射偵測系 	

		<p>統、建築物依法應指定承造人會同監造人於申報勘驗報告中附具無輻射污染證明等</p> <p>17.加強新興傳染病之防治政策與措施及建立感染症防治醫療網</p>	
公平交易		18.防範及因應油價、水電等不合理之價格調整及物價上漲(含有聯合行為之物價上漲及無聯合行為之物價上漲)等相關配套措施	
消費爭議		19.建立污染受害者照護體系	
其他	發展及執行推動永續消費的策略	<p>1.落實國土保育與保安</p> <p>2.推動永續交通與生態城鄉</p> <p>3.水資源管理</p> <p>4.海洋及水源水質保護</p> <p>5.推動生態城鄉規劃</p> <p>6.推動永續能源政策</p> <p>7.取消各項有害環境與能源密集之不當補貼法規</p> <p>8.推動綠色環保產業、知識密集產業，以及清潔生產技術及管理</p> <p>9.推動永續農業政策(如推動有機農業)</p> <p>10.大型耗能及污染產業進行監控、盤查、取締及輔導改善</p> <p>11.設置廢棄物及污水處理制度</p> <p>12.溫室氣體排放源的盤查、輔導及管理</p> <p>13.促進生物多樣性的永續利用與消費</p> <p>14.推動新綠色經濟，創造新就業機會</p> <p>15.制訂永續人口政策</p> <p>16.規劃推動如「都會地區接駁型公共腳踏車租賃系統」、計程車共乘制度等產品服務系統(PSS)</p>	<p>1.管理標竿：為所有環境相關行為設定標準</p> <p>2.環境稅賦改革:對不好的課稅，取得新的稅收</p> <p>3.新投資、補助、稅額寬減:支持剛興起的綠色產業</p> <p>4.可交易排放許可：讓市場決定最好的污染減量方式</p> <p>5.文化復興：保留傳統藝術及工藝技能，以及創新</p> <p>6.各項活動的規劃者應結合永續的觀念</p> <p>7.依循 1998 年荷蘭鹿特丹會議，約束農業化學有害物質的使用</p> <p>8.發展社區支持農業</p> <p>9.旅遊區的自然保育、土地與自然資源的分享與地區發展並重，如參觀費用(vistors' fee)</p> <p>10.旅遊業者的永續旅遊倡議：協助會員發展尊敬環境和地區居民的永續旅遊方法，並確認及傳播成功案例</p> <p>11.推動近家及國內、長期停留(long stays)的旅遊方式，</p>

			以減少旅次及能源使用 12.新市場：發展去物質化商品的新市場(特別在南方國家)
消費者保護團體	公民社會	18.扶植、獎助消費者保護團體及其他民間團體共同推動「永續消費」相關消保工作 19.結合消保團體及民間宗教、文化等團體推動非物質的消費生活	1.發展及培養消費者知覺選擇及使用的知識、能力及技能 2.由第三公正團體(如非政府組織)認證發給標章
消費者教育	其他	20.推動永續消費教育 21.推廣永續社區及校園	

資料來源：筆者自行整理。

(二)國際推動「永續消費」困難的因應對策

依據本論文第二章第二節所彙整出的推動困難及問題，參考國內外相關推動情形及政策工具，加以檢討評估後，提出因應對策如表 4-3-2 所示，並納入將研訂的政策綱領內：

表 4-3-2 國際推動「永續消費」困難因應對策

困難	主要問題	因應對策
一、認知不足	(一)缺乏瞭解	1.加強永續消費教育，成功案例的分享、傳播 2.推動永續校園，推動相關學術研究 3.加強公民參與
	(二)觀念多樣混淆	
	(三)認知錯誤	
二、消費倫理及觀念	(一)消費倫理保守	1.針對不同的對象策訂不同的教育宣導作為 2.提供產品對環境友善及不友善結果資訊 3.加強個人及集體的永續消費價值觀，改變消費行為模式 4.建立環境友善的基礎設施及制度
	(二)消費行為複雜	4.消費者永續消費行為的研究
三、資訊工具的限	(一)效果有限	1.針對不同的對象策訂不同的教育

制		宣導作為 2.加強個人及集體的永續消費價值觀，改變消費行為模式 3.建立各項環境友善的基礎設施及制度
	(二)標章的誤導及限制	研議建立整合性的環境友善標章或認證管理制度
四、消費水準和反彈效果	(一)新消費階級大量增加	1.加強個人及集體的永續消費價值觀，改變消費行為模式 2.加強環境友善商品和服務的提供 3.加強個人及團體的綠色採購
	(二)美式生活及商品全球化的影響	4.加強商品環境友善標示、提供公平交易及社會責任商品 5.要求企業社會責任及永續宣告
五、不支持永續消費的社經政治環境	(一)全球分工中開發中國家被剝削環境資源	1.要求企業社會責任及永續宣告 2.中低收入者、貧窮地區、弱勢消費族群的支援及協助
	(二)既存不永續的消費社經環境及制度	建立各項環境友善的基礎設施及制度

資料來源：筆者自行整理。

二、政策綱領初擬

有了前開國內外「永續消費」發展情形的整理及比較分析，以及對推動困難及問題的檢討因應後，整個政策研訂的準備工作已就緒。

接下來，本論文依據第二章第二節所整理出的政策原則及目標，以及第二章第四節所提到政策規劃的原則、方法及步驟，考量研究範圍及議題的廣博、政策的完整及全面性，以及兼顧 Abraham Kaplan 所提出的政策規劃七項原則⁹⁷，決定採用混合掃描的政策制定模式⁹⁸，並參考「永續能源政策綱領」等相關體例，將第二章第二節的「政策原則」轉換為「推動原則」納入⁹⁹，以及

⁹⁷ 請參閱第二章第四節所述，包括：公正無偏原則、個人受益原則、弱勢族群利益最大化原則、分配普遍原則、持續進行原則、人民自主原則及緊急處理原則。

⁹⁸ 請參閱第二章第四節所述，先採取理性廣博決策模式的架構，以高層次或基本的政策制定程序先立下基本的決策方向，然後以漸進方法制訂詳細的執行辦法。

⁹⁹ 將第二章第二節所提出的政策原則轉換納為政策綱領(初稿)中的推動原則。此係依據第五章焦點座談會中學者專家的建議而於此加以補充說明。

依據表 4-3-1 及 4-3-2 所發展出的政策工具、因應對策及第四章第一節所整理出的我國消費環境特色，在各政策目標下研提可能的替選方案及配套措施，而試擬完成以下我國「消費者保護-推動永續消費」政策綱領(初稿)如表 4-3-3 所示：

表 4-3-3 我國「消費者保護-推動永續消費」政策綱領(初稿)

章節	內容
名稱	「消費者保護-推動永續消費」政策綱領(初稿)
一、前言	<p>(一)1992 年聯合國環境和發展會議，爲了追求人類社會的永續發展，於所通過的「21 世紀議程(Agenda 21)」第四章「改變消費模式」中，提出「永續消費(sustainable consumption)」理念及相關行動方向。1999 年聯合國將 1985 年訂定的「消費者保護指導綱領」內容擴展延伸到「永續消費」層面，在原綱領中增加第 G 章「推動永續消費(Promotion of sustainable consumption)」，從此將消費者保護與「永續消費」連結在一起。</p> <p>(二)「環保」爲國際所認定的消費者八大權利與五大義務中之其中一項義務，因國內與環境有關的消費行爲而影響環境或消費者健康事件也愈趨頻仍，如：溫室氣體的排放，國產或進口含毒性化學物質商(食)品，水資源匱乏或污染，重大天然災害造成消費者生命、身體、健康及財產受損等。爲了避免消費者購買到環境不友善(或含有毒性物質)的商品和服務造成健康受害，或因消費產生過多廢棄物及污染排放或導致自然資源耗損而影響居住環境品質，甚而危及未來世代消費者的生存權益，以確保國家社會的永續發展，爰制定本政策綱領。</p>
二、政策定義及範疇	依據國際發展情形及國內消費環境特性，將「消費者保護--推動永續消費」的操作性定義及範疇界定爲：「消費者爲滿足生活身心靈需求所購買的商品或服務，除了應確保其安全衛生外，各部門應在整個產品的生命週期中減少物質、能源及自然資源的使用，降低廢棄物及污染的排放以及具有可回收再利用的性質，以避免造成環境負面影響而直接或間接危及現在和未來世代消費者的生命、身體、健康、財產。」
三、政策目標	<p>依據前開政策意涵及範疇，本政策綱領設定並追求下列目標的達成：</p> <p>(一)企業經營者永續生產</p> <p>鼓勵業者開發環境友善、安全健康及環境成本合理內化的商品和服務，供消費者選購，以維護環境並避免產品直接或間接影響環境及人體健康。</p> <p>(二)消費者永續採購</p> <p>促請消費者購買環境友善、安全衛生及價格合理的商品和服務，包括個</p>

	<p>人、政府、企業及民間團體等的最終消費，以直接及間接促進環境及人體的安全健康、創造新綠色經濟產業及就業機會，以及逐漸淘汰對環境有害的商品和服務。</p> <p>(三)改變消費者行爲模式</p> <p>消費者(包括個人及團體)應該改變消費模式，建立集體的永續消費價值觀。除了採行節能減碳及減少物資消耗的消費行爲，以維護良好的生活環境外，另可避免過度消費，過多的物質消費並無法帶給人們快樂，並尋求在文化、宗教及心靈層次的滿足。此外，透過集體永續消費價值觀的建立，如慈濟人集體力行節能減碳、廢棄物回收等，更能發揮同儕影響、推波助瀾的力量。</p> <p>(四)弱勢消費族群環境權益之維護</p> <p>維護貧窮地區人民的基本消費生活需求，並透過政府或慈善、宗教團體建立其綠色的生活鏈，讓他們有能力購買或擁有生活必需的環境友善、安全衛生的商品和服務，不必要去購買低價且不環保、不健康的產品，以維護其自身的居住環境品質及安全健康，而不必犧牲自然資源及因環境不佳而影響健康等。</p> <p>(五)有效消費者保護管制機制</p> <p>創造或加強與永續消費面向有關的消費者保護管制機制，以避免消費行爲傷害環境，或受污染或被破壞的環境反噬消費者的生命、身體、健康及財產。</p> <p>(六)各項環境友善基礎設施及制度之建制</p> <p>建置各項環境友善的基礎設施及制度，以利消費者改變消費行爲模式、力行永續消費行爲及各項政策措施的推動。</p>
四、推動原則 ¹⁰⁰	<p>(一)依據我國消費者的需求及特性，利用各項經濟、法規及政策工具以及各項工具的組合，結合相關部門，規劃推動各項有效措施，創建環境友善、安全的消費生活環境。</p> <p>(二)發展推動非物質的宗教、文化等消費生活，以利消費者減少物質及能源之消費，追求身心靈平衡的生活品質。</p> <p>(三)運用同儕影響的力量，建立集體的永續消費價值觀，加速政策推動進展。</p> <p>(四)依據國家特性及資源，規劃各項短、中、長程計畫，逐步有效的推動。</p>
五、行動計畫	<p>(一)企業經營者永續生產</p> <p>1.環境友善商品、服務和技術</p>

¹⁰⁰ 依據第二章第二節所提出之政策原則轉換而來。

<p>(1)研發各種環境友善技術：包括提高產業能源使用效率，促進生態工法，設定產品及過程的生產效率標準，推動產品包裝簡易化及生態化，發展「係數 X(Factor X)」、生命週期評估等技術，使用可以再生的及廢棄物易處理的自然資源生產綠色產品等；運用環境管理(EM)及供應鏈管理(supply chain management)等技術，增進產品品質以及減少物質及資源的浪費。</p>
<p>(2)鼓勵企業經營者開發環境友善商品和服務：包括鼓勵研發各種環境友善的替代性物質，生產可再利用的消費品，增加產品生命及功能，開發各種生態(環保)商品和服務，以及導入產品服務系統(PSS)理念，以租賃及分享的模式提供商品的服務而非商品本身(如車輛租賃或共乘等)；辦理各項企業、組織的環保獎勵及表揚活動等。</p>
<p>(3)廢棄物和產品回收再利用：如廚餘、固體、廢土等各種廢棄物可回收部份的再利用，推動舊電腦設備回收再利用計畫等。</p>
<p>(4)鼓勵企業執行企業環境會計與環境管理(如建置及維持 ISO14000 環境管理系統)，並重視企業經營的生態績效(或稱環境績效)、成功實例的傳播以及對消費者及員工的影響。</p>
<p>2.商品標示及廣告</p>
<p>(1)標示</p>
<p>①使商品和服務符合相關環境友善標示或制度，包括各項強制性及自願性標示：如節能標章、省水標章、環保標章、綠建築標章、食品有關的環境資訊標示(如有機食品)、永續林業(FSC)、有機棉(Organic Cotton)、無害海豚之鮪魚(“Dolphin-Safe” Tuna)、公平交易(Fair Trade)、藍旗計畫(Blue Flag scheme)、碳足跡標示等認證及制度。</p>
<p>②為免消費者混淆，應研議建立整合性的環境友善的標章或認證管理制度。</p>
<p>(2)廣告及傳播</p>
<p>①建立發布規則，傳達商品和服務的永續相關資訊。</p>
<p>②廣告除了必須真實外，應說明其有關環境、社會、倫理的特性。</p>
<p>③企業基於社會及環境責任，應提供負責任的傳播。</p>
<p>3.產品公正測試：辦理產品環境友善及安全衛生的公正測試，包括再生產品認(驗)證等。</p>
<p>4.環境成本合理化：</p>
<p>(1)檢討各項商品及服務價格，合理內化環境與社會成本。</p>
<p>(2)因環境友善技術進步而減少物質及資源的成本，應合理反應在商品及服務的售價上。</p>
<p>(二)消費者永續採購</p>

1.公共(產品)資訊
(1)企業應編撰「企業永續(環境)報告書」或環境友善產品宣告書，並公開發行周知。
(2)提供環保標章、低碳標章、素食、社會責任投資商品(socially responsible investment products)等對環境及人體健康有正面影響的商(食)品資訊，以告知及吸引消費者。
(3)利用各種創意行銷，進行有效的政策、產品宣導與教育(如以名人公益代言環保產品，推廣永續消費行為等)。
(4)輔導成立綠色商店、加強產品網頁宣導及行銷。
(5)收集及出版能源及物質使用程度統計資料，以及政府認證和標示之資訊。
2.促進永續採購，以導引綠色經濟的發展
(1)加強推動消費者、政府、機關團體的環境友善採購。
(2)補助民眾採購環境友善的消費商品和服務。
(三)改變消費者行為模式
1.知覺及資訊活動
(1)保障消費者對環境危害資訊有知的權利：提供不永續消費行為對環境及人體健康負面影響的資訊。
(2)建立消費者環境友善及身心靈均衡滿足的永續消費倫理觀及知能，辦理各項教育宣導、訓練及諮詢活動：如節能減碳、多吃素食、購買運送旅程近的產品、選擇較短的分銷通路、支持公平交易(fair trade)倡議、選擇最少包裝產品、選購國產及天然的產品、只購買需要的產品、選用耗能少的交通工具(如自行車)、以共乘或租用等購買服務而非商品、從事垃圾分類及環保回收等。
(3)結合宗教、消費者保護等民間團體及社區等組織，建立集體的永續消費倫理價值觀及行為：鼓勵會員及居民參與生態(環境友善)的消費活動、避免過度消費。
2.參與機制
(1)公民參與：利用社群、專題研討會、休閒及文化結合等方法，鼓勵公民參與，改變消費知覺意識；提出議題及問題，提供人們關注的事實資訊，廣邀各利害關係人參與。
(2)決策資訊公開：應包括可行性評估與方案選擇過程等資訊，並以消費者可以了解的方式呈現，特別需對在地居民透明化。
(3)利用新通訊傳播技術，加強公民參與及諮商，以及促進永續倡議建構。
3.結合公民社會力量

<p>(1)結合消費者保護團體及民間宗教、文化等團體推動非物質的消費生活，重新連結倫理及超我(transpersonal)價值。</p>
<p>(2)由第三公正團體(如非政府組織)認證發給生態或環境友善標章。</p>
<p>(3)公民社會要求提供去物質化的商品和服務以及運用標示、簡介及出版品的資訊。</p>
<p>4.持續推動源頭減量，如限制使用免洗餐具、使用可分解的塑膠容器、禁賣非節能燈炮、帳單無紙化等，直接促使消費者改變消費模式。</p>
<p>5.加強機關團體、學校、社區、家庭推動節約能源，研訂各項行為準則，引導公務人員、學校師生、成員等集體改變消費行為，並落實於日常消費生活中。</p>
<p>(四)弱勢消費族群環境權益之維護</p>
<p>1.規劃辦理如中低收入戶的急難救助、失業救助、就業輔導、就學及醫療費用補助、遊民收容輔導、．．．等生活扶助措施，以利其從事環境友善的消費生活。</p>
<p>2.透過政府或慈善、宗教團體建立中低收入戶的環保生活鏈，讓他們有能力購買或擁有生活必需的環境友善的商品和服務，並參與資源回收等環保工作。</p>
<p>3.研議推動市民農場制度(allotments)、食物或二手商品銀行，以協助中低收入戶、失業者解決經濟生活問題。</p>
<p>4.發展離島軟體建設，強化離島生態環境及文化之保護，提升離島生活素質。</p>
<p>5.推動原住民部落永續發展計畫，以加強原住民地區整體發展。</p>
<p>6.推動電信業者提供身心障礙者便利使用電信服務，以達成身心障礙者溝通無障礙之通訊環境。</p>
<p>7.關懷弱勢族群的特殊醫療照護需求，優先照護山地離島、罕見疾病、中低收入戶等醫療弱勢族群。</p>
<p>(五)永續消費面向的消費者保護有效管制機制</p>
<p>1.商品和服務的環境友善及安全衛生管理</p>
<p>(1)研訂各項商品和服務的環境友善與安全衛生標準，落實檢驗(測)、檢疫及比較測試，並公布結果。</p>
<p>(2)針對各項國產及進口商品和服務，建構安全、衛生及對環境友善的消費者保護管理機制：如商品履歷制度、農產品產銷履歷制度、消費事故預警及通報機制、基因改造食品的規範管理、市場監督機制、環境友善及安全衛生認證、換貨或報廢及回收機制．．．等。</p>
<p>(3)強化各項金融消費安全機制，確保消費者經濟生活安定。</p>
<p>(4)建立及推動二手商品查驗及交易管理計畫，以控管商品品質及取締黑</p>

心再生商品。
(5)產品環境友善及安全、衛生等資訊標示及廣告之制定、規範及管理，以確保產品環境友善及安全衛生，促進消費者選擇。
(6)強化消費場所室內空氣品質管理，以創造良好的室內消費環境，維護消費者的健康安全。
(7)提升環境影響評估制度的效能，如改進環境影響評估的審查機制、健全環境影響評估的法制作業等。
(8)建立各種有效之輻射防範機制：如鋼鐵廠門框式自動輻射偵測系統、建築物依法應指定承造人會同監造人於申報勘驗報告中附具無輻射污染證明等。
(9)加強新興傳染病之消費者保護相關防治政策與措施，及建立感染症防治醫療網。
2.毒性化學物質及廢棄物的管理
(1)加強各項環境品質及其污染物的監測、流向管制，以及建立有效的管理查驗機制，以免因環境受破壞或污染而導致相關的商品和服務造成消費者受害。
(2)加強毒性化學物質(含環境荷爾蒙)管理，以及促進其替代性物質的發展。
(3)加強醫療、事業及農業等廢棄物之監控、流向及回收利用管理等機制。
3.教育宣導
(1)針對不同的對象，策訂各項與環境有關的消費者保護教育宣導作為，發展及培養消費者對環境友善及安全衛生商品和服務的知覺選擇及使用的知識、能力及技能，提升消費者保護自我及環境的能力。
(2)積極充實與環境有關的正確消費資(警)訊，以利消費者取得而採取永續消費行為。
4.其他
(1)健全電子商務消費者保護機制：建構公平安全的網路交易環境，並加強資訊教育及提升資訊科技水準，以善用網路，減少物質消耗、交易成本以及增加二手商品的流通再利用。
(2)防範及因應油價、水電等不合理之價格調整及物價上漲(含有聯合行為之物價上漲及無聯合行為之物價上漲)等相關配套措施。
(3)建立污染受害消費者照護及爭議協處體系，以有效救助受害者。
(4)收集統計分析消費者意見及污染受害事件，據以檢討研訂有效的保護消費者及環境措施。
(六)各項環境友善基礎設施及制度之建制

1.永續消費進展指標、方法論及資料庫
(1)建構永續消費指標系統，以隨時檢視永續消費的推動進程。
(2)提升綠色國民所得帳的編製成效，以及研訂相關的國家會計指標。
(3)成立各類綠色專業人才認證制度，並加強其培訓工作。
(4)建置完善的國土資訊以及各區域及縣市基本環境資料庫。
(5)建構「區域性土方銀行」，有效管制廢棄土及資源回收再利用的雙重機制。
(6)消費者永續消費行為及相關議題的調查研究，如永續消費意識及行為調查，工時減少、「所得反彈效用」(income rebound effects)對生產及消費環境的影響等。
(7)發展生態足跡(ecological footprints)、生態包袱(rucksacks) 及環境空間(environmental space)等規範性的方法。
2.發展及執行推動永續消費的策略
(1)落實國土保育與保安：包括以生態保育理念指導各項國土資源之使用計畫，如落實森林及山坡地保育、土壤及地下水保育與管理、整合式河川及濕地治理復育、海岸及海域保育與管理等。
(2)推動永續交通建設：包括引進低污染交通工具，發展大眾運輸，發展建立步道、滾軸溜冰道及自行車網，規劃水陸聯合運輸，降低機汽車使用量及其污染排放量等。
(3)水資源管理：包括水庫永續利用及管理、水量調配及運用、工業用水的回收、強化飲用水管理及水費環境成本合理化、污水接管普及率、發展及推動家庭節約用水技術等。
(4)推動生態城鄉規劃：包括提升綠地空間比例；增設行人徒步空間、無障礙空間等；推動在家上班及視訊會議，減少交通需求；建築符合人性及環境的永續建築物；推動「循環型永續生態城鄉」；鼓勵生態(環保)公共運輸(如電車及電力巴士)；最適化街道照明；使用可再生能源的集體熱能(collective heating)等。
(5)推動永續能源政策：包括推動再生能源、發展生物燃料(biofuels)、取消各項有害環境與能源密集之不當補貼法規等。
(6)推動永續農業政策：包括如推動有機農牧業；檢討畜牧政策；發展社區支持農業(community supported agriculture)；支持農產品認證(codex alimentarius)；約束農業化學有害物質的使用；協助農民多樣化其經濟活動，如民宿.bed & breakfast)、農莊假期(farm holidays)；研議推動市民農場制度(allotments)等。
(7)促進生物多樣性的永續利用與消費：包括消除生物多樣性的主要威脅(如外來入侵種、氣候變化、污染和棲地改變等)，強化漁業資源的永續

<p>利用(如長期收集漁業資源資料，並監測資源變化狀況)等。</p>
<p>(8)推動永續旅遊</p>
<p>①旅遊區的自然保育、土地與自然資源的分享與地區發展並重，如運用參觀費用(vistors' fee)制度、景點的開發應尊重及維護自然生態等。</p>
<p>②推動旅遊生態標籤：如歐洲海岸保育的藍旗計畫(Blue Flag scheme)。</p>
<p>③旅遊業者的永續旅遊倡議：協助會員發展尊敬環境和地區居民的永續旅遊方法。</p>
<p>④推動近家及國內、長期停留(long stays)的旅遊方式，以減少旅次及能源使用。</p>
<p>(9)推動新綠色經濟，在減少能源和材料使用及有害物質生成的條件下，創造新就業機會、達到滿足生產與消費的均衡形態：如</p>
<p>①推動綠色環保產業、知識密集產業，以及清潔生產技術及管理。</p>
<p>②推動如「都會地區接駁型公共腳踏車租賃系統」、汽車或計程車共乘制度、維修服務產業、社區洗衣中心等產品服務系統(PSS)。</p>
<p>③對大型企業於其大型投資計畫的審查，應考量其對社會之公益性(如促進地方政府之經濟收益、增加就業人數、環境之改善、勞動條件之改善、婦女/弱勢者權益等)。</p>
<p>④推動「環保科技園區」，建構資源循環型社會：引進高級回收再利用與環保科技技術及人才，建立產業生態循環，整合污染防治產業及環保產業。</p>
<p>⑤推動「環保科技育成中心」：促進環保科技之產官學合作，提升國內環保產業研發能力，提高我國環保技術水準。</p>
<p>⑥大型耗能及污染產業、溫室氣體排放源的監控、盤查、取締及輔導管理，以及研議可交易排放許可制度，讓市場決定最好的污染減量方式。</p>
<p>⑦規劃完善的廢棄物及污水處理制度、回收通路等，並促進相關產業的發展。</p>
<p>⑧加強網路等基礎建設，以利電子商務的發展，創造少紙化、商品重複流通等的消費環境。</p>
<p>⑨以新投資、補助、稅額寬減等方式，支持剛興起的綠色產業。</p>
<p>⑩文化創新：保留傳統生態藝術及工藝技能，並予以創新。</p>
<p>⑪技術及產品的交易與轉移：為創新的清潔生產等技術、去物質化商品及服務發展新市場。</p>
<p>(10)制訂環境有關行為準則及標準</p>
<p>①政府、企業及公民社會應建立各項與環境有關的行為準則，以利遵循。</p>
<p>②為所有環境相關行為設定管理標準及評價方法，評價結果應轉換為明</p>

	<p>確的指標，並加強推廣、宣導及查核。</p> <p>(11)制訂永續人口政策：人口政策應以生態足跡、生態包袱的概念規劃，並考量區域特性之適當分布，設定全國及各縣市之人口評估指標。</p> <p>(12)推動永續的財政、經濟制度及工具：例如環境稅賦改革(對不好的予以課稅，並取得新的稅收，以推動各項永續消費工作)、採行退還押金或退款制度等。</p> <p>(13)推廣永續校園：制定永續校園的標準【如校園商食品符合生態環保原則、符合環境友善及生態氣候(Bioclimatic)的校園建築物、辦理校外生態旅遊、建構零垃圾的校園等】、培育永續消費教育師資、開辦永續消費課程及講座、推動永續消費相關學術研究、與世界永續消費教育及校園接軌等。</p> <p>(14)辦理永續消費教育：整合政府、民間、企業及學校資源，針對不同的對象辦理永續消費教育。</p>
六、配套措施	<p>(一)現有相關法令、規章及政策(如消費者保護法、消費者保護基本政策等)，應依據本政策綱領，進行整體性之檢討修訂。</p> <p>(二)新的相關法令的研議、增訂及推動立法，如溫室氣體減量法、國土計畫法、樹木保護法、室內空氣品質管理法、海岸法，以及有機農畜產品、毒性化學物質及環境荷爾蒙管理，延長生產者責任等；並應視需要，尋求國際合作及洽簽各項協議。</p> <p>(三)行政院應成立推動小組，建置有效分工合作機制，以有效督導相關部會落實行動計畫、方案的規劃、推動及執行。</p> <p>(四)各行動計畫細部執行方案之研訂，應依具我國消費環境特性，加強下列項目的規劃及推動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.高齡消費者環境友善及健康安全商品和服務的研發、行銷及採購。 2.加強食品、娛樂教育及文化服務、水資源、運輸交通及通訊、醫療及保健等產業的永續採購，環境友善技術及產品的研發，節能減碳及溫室氣體排放盤查，產品及服務環境友善及安全衛生標準的研訂、查核、輔導及管理。 <p>(五)各主管機關研訂細部執行方案時，應依據期程提出各執行項目的績效衡量指標，並納入各機關施政計畫內。</p>
七、其他	<p>(一)每一項行動計畫的推動，都應結合政府、企業、民間團體及消費者的力量。</p> <p>(二)應加強執行業務人員本政策綱領的觀念教育、國際推動成功案例、可能的執行困難、創意思考理念等，並結合相關獎勵機制，以利其依實務經驗，發揮創意，規劃推動相關業務。</p> <p>(三)各部門應合作學習、分享經驗及最好實例，以建構執行能力，並發</p>

展最適的部門方案。
(四)各行動計畫的執行方案或細節之研訂，除本綱領的規定外，可參照行政院國家永續發展委員會訂頒之「永續行動計畫」及行政院消費者保護委員會訂頒之「消費者保護計畫」及相關國家建設計畫內容，以建立一致性的行動。
(五)加強推動國際消費者事務的聯繫、合作與交流，並積極參與國際相關會議及活動，以建立跨境分享管理、分擔主要消費影響的責任及經驗分享，並依據國際成功實例，作為部門及策略改進的指南，以及促進雙邊及多邊合作，解決跨境問題。
(六)各部門應建立全球網絡，利用網絡與各利害關係人連結、交換成功實例、傳遞知識、提供建議。
(七)各項活動的規劃者應結合永續的觀念來規劃及推動。
(八)其他未盡事宜，政府主管機關應依消費者保護法、消費者保護計畫等相關規定推動。

資料來源：筆者自行整理。

為確保上開政策綱領(初稿)的確實可行，以及瞭解及處理執行時可能須要的資源及遭遇的困難，下一章將依據政策評估理論，針對所蒐集資料的特性，運用問卷調查法及焦點團體法進一步蒐集國內消費大眾對永續消費的認知及各界學者專家對政策綱領(初稿)的意見，以便整理分析後，據以評估及研(修)訂為政策綱領“草案”。

第五章 研究設計與實施成果

第一節 永續消費意識問卷調查與結果分析

本研究設計係為探求我國消費者對「永續消費」的認同程度，因此需要設計數題概念性的問題，而不需要設計太過細節的題目。

為利本研究的進行，本論文搭配行政院消保會委外辦理之「98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究」(以下簡稱“該研究案”)一併辦理。至於本研究調查題目的設計，除了該研究案中原有筆者曾參與設計與「永續消費」有關的二個題目外，併同筆者依第二章文獻分析所得，另設計三個概念性的問題，納入整體問卷中，再依據該研究案委辦單位調查所得資料，就「永續消費」的各相關問題，由筆者重新加以分析及詮釋。相關研究設計及執行情形說明如下：

一、研究設計與執行

(一)調查範圍與對象

調查對象為台灣地區二十歲以上之居民，調查範圍遍及全台各地區，以避免產生地區性偏誤。

(二)抽樣方法/抽樣誤差

抽樣方法採分層隨機抽樣，分層方法依照台灣行政區域劃分，各層樣本數以各地人口數為基準進行抽樣。依據台灣地區 2008 年 10 月人口分布情況，設定 95% 的信心水準，抽樣誤差為 $\pm 3\%$ ，於各縣市總計抽出 1,068 名受訪者。依地區人口比例分布，各縣市所抽樣本數與所占樣本空間之比例如表 5-1-1 所示：

表 5-1-1 問卷調查各縣市抽樣樣本數

抽樣地區	台北市	基隆市	台北縣	宜蘭縣	新竹縣	桃園縣	苗栗縣	合計
百分比	12.07%	2.96%	14.90%	2.03%	3.71%	8.09%	2.48%	
樣本數	129	32	159	22	40	86	26	
抽樣地區	台中市	台中縣	彰化縣	南投縣	嘉義縣	雲林縣	台南市	100.00%
百分比	6.98%	4.20%	5.84%	2.39%	3.67%	3.27%	5.00%	
樣本數	75	45	62	26	39	35	53	
抽樣地區	台南縣	高雄市	高雄縣	澎湖縣	屏東縣	台東縣	花蓮縣	1,068
百分比	3.23%	7.07%	5.08%	0.40%	4.02%	1.06%	1.55%	

樣本數	34	76	54	4	43	11	17
-----	----	----	----	---	----	----	----

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

(三)「永續消費」問題設計及整體問卷試測

1.該研究案整體問卷中與「永續消費」有關的問題、受訪者基本資料題目，以及調查目的及題目來源如表 5-1-2 所示：

表 5-1-2 「永續消費」問卷調查題目、目的及來源

問項	內容與問項	調查目的及來源
永續消費問題	1 請問您在購買清潔劑等產品時，是否會選購具有環保標章的產品？ <input type="checkbox"/> (1)只挑選有環保標章的產品，就算貴很多也無所謂； <input type="checkbox"/> (2)只要價格差異不是太大，就會買有環保標章的產品； <input type="checkbox"/> (3)只要沒有比較貴，就會買有環保標章的產品； <input type="checkbox"/> (4)很少注意產品是否有環保標章； <input type="checkbox"/> (5)就算產品沒有環保標章，只要價格便宜，就會買	1.調查環保因素(環保標章、過度包裝)對受訪者購買決策的影響程度。 2.以往該研究案筆者參與設計的題目。
	2 請問您在購買商品時，是否會因為過度包裝而影響購買決策？ <input type="checkbox"/> (1)一定會 <input type="checkbox"/> (2)會 <input type="checkbox"/> (3)普通 <input type="checkbox"/> (4)不會 <input type="checkbox"/> (5)一定不會	
	3 請問您是否同意在待遇變動不大的條件下，減少工作時數，將有助於增加如家人相處時間等非物質的生活，降低消費支出，減少物質及能源消費需求？ <input type="checkbox"/> (1)非常同意 <input type="checkbox"/> (2)同意 <input type="checkbox"/> (3)普通 <input type="checkbox"/> (4)不同意 <input type="checkbox"/> (5)非常不同意	1.依據.Schor(2005)的研究，調查受訪者對工時調整影響永續消費行為的認同程度。 2.本次筆者自行設計之題目。
	4 我認為過多物質的消費並不會帶來快樂，反而會增加地球環境的負荷，我願意盡量減少從物質及能源消耗較多的消費行為，並轉而從物質及能源消耗較少的消費行為(如少開車，儘量搭車大眾捷運系統或騎自行車；或租用商品等)，並追求心靈層次的滿足？ <input type="checkbox"/> (1)非常同意 <input type="checkbox"/> (2)同意 <input type="checkbox"/> (3)普通 <input type="checkbox"/> (4)不同意 <input type="checkbox"/> (5)非常不同意	1.依 UNEP(2001a)、Jakson(2005a)等所提出物質消費不等於快樂等研究，調查受訪者對這些觀點的認同程度。 2.本次筆者自行設計之題目。
	5 我自己可以自由支配的消費金額非常有限，大部分的所得都已用於支付水、電、房租、保險、子女教養費等固定開支，故個人的消費行為對「環境保護」的影響極為有限：	1.依據 UNEP、Jakson、OECD 等所提出個人易陷於不永續的消費習慣、環

		<input type="checkbox"/> (1)非常同意 <input type="checkbox"/> (2)同意 <input type="checkbox"/> (3)普通 <input type="checkbox"/> (4)不同意 <input type="checkbox"/> (5)非常不同意	境、制度等，調查受訪者處於現有生活型態下，其消費行為對環境影響的認同程度。 2. 本次筆者自行設計之題目。
受訪者基本資料問題（社會經濟變項）	1	性別： <input type="checkbox"/> (1)男； <input type="checkbox"/> (2)女	1. 受訪者個人社會經濟變項，與永續消費問題調查結果進行交叉分析統計後，可以瞭解每項變項不同特性的永續消費意識或認知情形。 2. 題目來自行政院消保會「98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究」。
	2	年齡： <input type="checkbox"/> (1)20-29 歲； <input type="checkbox"/> (2)30-39 歲； <input type="checkbox"/> (3)40-49 歲； <input type="checkbox"/> (4) 50-59 歲； <input type="checkbox"/> (5)60-64 歲； <input type="checkbox"/> (6)65 歲以上	
	3	教育程度： <input type="checkbox"/> (1)國小及以下； <input type="checkbox"/> (2)國初中； <input type="checkbox"/> (3)高中,高職,高工,高農； <input type="checkbox"/> (4)專科大學； <input type="checkbox"/> (5)研究所以上	
	4	請問您每一個月所得大概是多少？ <input type="checkbox"/> (1)17,500 元以下； <input type="checkbox"/> (2)17,501-21,500 元； <input type="checkbox"/> (3)21,501-25,500 元； <input type="checkbox"/> (4)25,501 元- 29,500 元； <input type="checkbox"/> (5)29,501-33,500 元； <input type="checkbox"/> (6)33,501-37,500 元； <input type="checkbox"/> (7)37,501 元- 41,500 元； <input type="checkbox"/> (8)41,501-45,500 元； <input type="checkbox"/> (9)45,501 元及以上	
	5	職業： <input type="checkbox"/> (1)藍領勞工階層； <input type="checkbox"/> (2)公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士（醫師、律師、會計師）； <input type="checkbox"/> (3)受僱於私人企業的白領上班族； <input type="checkbox"/> (4)軍公教； <input type="checkbox"/> (5)農林漁牧業； <input type="checkbox"/> (6)學生； <input type="checkbox"/> (7)無(待)業、退休、家庭管理； <input type="checkbox"/> (8)其他（請說明）	

資料來源：筆者自行整理。

2. 該研究案委辦單位於整體問卷(初稿)開發完成後，隨即在大專院校內及週邊商家進行問卷試測，以發掘語意不清或不適當的問項，據以修正反應於問卷中，並由行政院消保會召開期中報告，邀請 5 位學者專家討論問卷架構與問題內容，請委辦單位據以調整修正。之後，於行政院消保會 2009 年 11 月 7 日在台中舉辦的活動中進行小樣本測試，計回收約 80 份問卷，最後再依測試及審查結果進行問卷最後的修正；同時訓練調查訪員，確認所有問題的提問方式。

(四)問卷效度、信度考驗

由於該研究案整體問卷事前經過初始設計、問卷審查及小樣本測試，最後再依測試及審查結果進行修正，故問卷各問題均符合專家效度的規

範；而在問卷的信度上，委辦單位採用 Cronbach's Alpha 值¹⁰¹做為檢測信度的指標。經過統計分析，整份問卷的 Cronbach's Alpha 值為 0.795，已達中高度的效用，亦符合一般社會科學研究的基本要求。

(五)調查方式

由於該研究案整體問卷題數達 41 題(詳附錄二)，電話訪問幾不可行，故委辦單位決定直接採用面訪，派出 12 名工讀生，於 2009 年 11 月 21 日至 11 月 31 日十日間赴全台各地火車站、公路車站、百貨賣場和量販店門口進行面訪。

(六)資料處理、編碼與輸入

檢查每一份面訪完成的問卷並確認內容無誤後，即著手進行問卷題次的編碼及問卷內容資料的建檔輸入工作，全部輸入完成並檢核輸入內容與調查結果一致後，即開始進行統計分析工作。

(七)統計工具與資料分析方法

調查所得資料除了以基本的敘述統計進行次數分配和比例分析之外，並以受訪者的社會經濟變項作為區隔變數，進行問題與各個社會經濟變項的交叉分析統計；由於所使用的統計方法尚不複雜，該研究案委辦單位選用 Excell 電腦程式的統計分析功能進行分析。

(八)資料分析與檢誤

運用電腦程式進行統計分析與交叉比對後，即進行統計結果的詮釋，以探討不同性別、年齡層、教育程度、所得及職業的受訪者對永續消費問題的不同反應，藉以發掘可能的問題，探求不同社會經濟變項對永續消費認知的影響情形，作為評估修訂前章所擬政策綱領(初稿)之參考。

二、結果分析

(一)受訪者社會經濟變項部分(行政院消保會，2009)

1.受訪者性別分布

受訪者中男性占 49.81%，女性占 50.19%。分布情形如圖 5-1-1 所示：

¹⁰¹ Cronbach's alpha 是統計應用信度指標之一，主要是衡量問卷或測驗題目的內部一致性，值越大代表整個問卷設計的可信度越高。當 Cronbach's Alpha 值大於 0.7 為高信度；介於 0.7~0.35 之間屬尚可；低於 0.35 為低信度，便必須予以拒絕。一般認為，Cronbach's alpha 值在探索性研究中只要達 0.7，就可接受資料的信度(林震岩，2007：197；榮泰生，2005：342)。

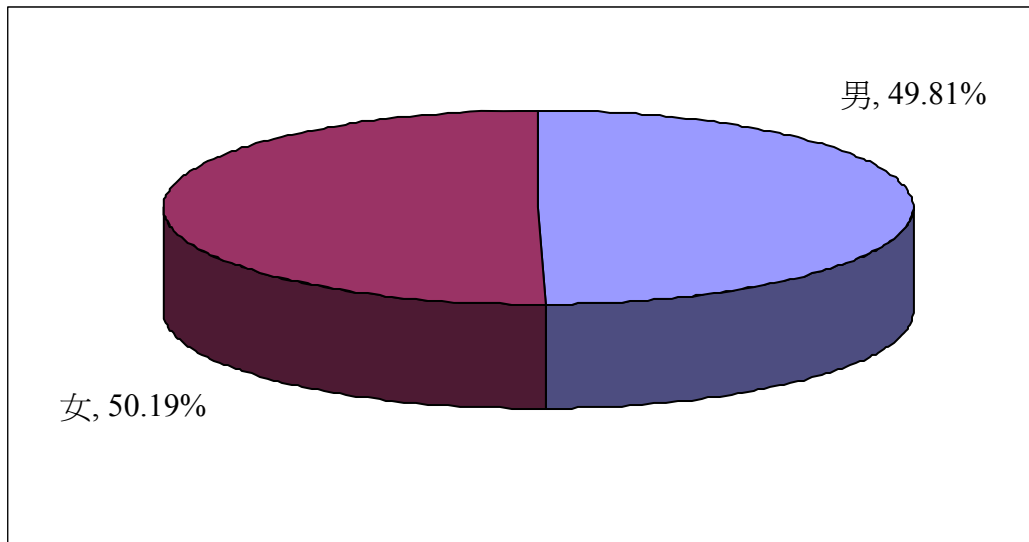


圖 5-1-1 問卷調查受訪者性別分布

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

2.受訪者年齡分布

受訪者年齡以 20-29 歲比例最高，占 52.25%；30-39 歲次之，占 21.16%；比例最低的則是 65 歲及以上，僅占 0.94%。詳細的年齡分布情形如圖 5-1-2 所示：

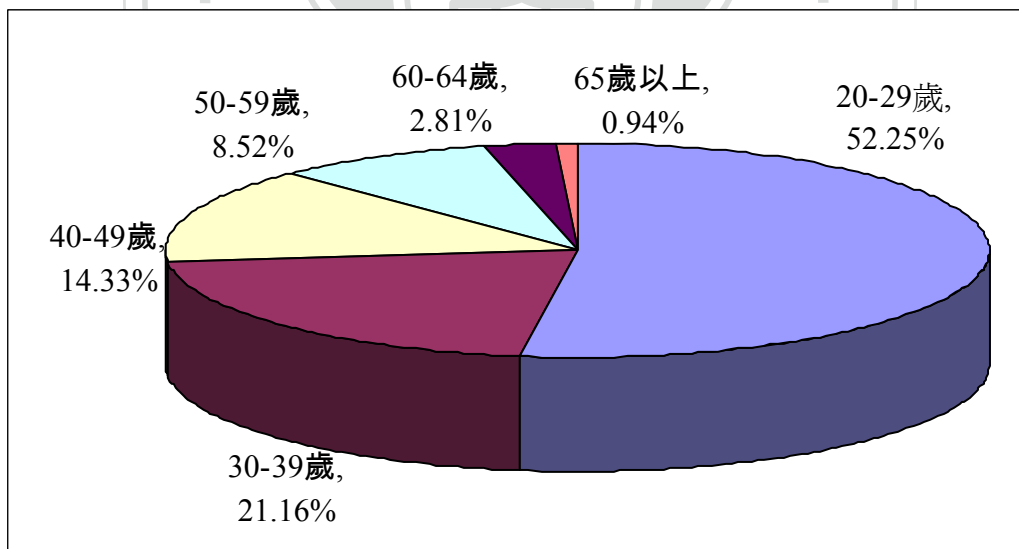


圖 5-1-2 問卷調查受訪者年齡分布

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

3.受訪者教育程度分布

受訪者教育程度以專科大學為最多，占 57.87%；其次為高中職工，占 28.56%；比例最低的則是國小及以下，僅占 2.81%。詳細的教育程度分

布如圖 5-1-3 所示：

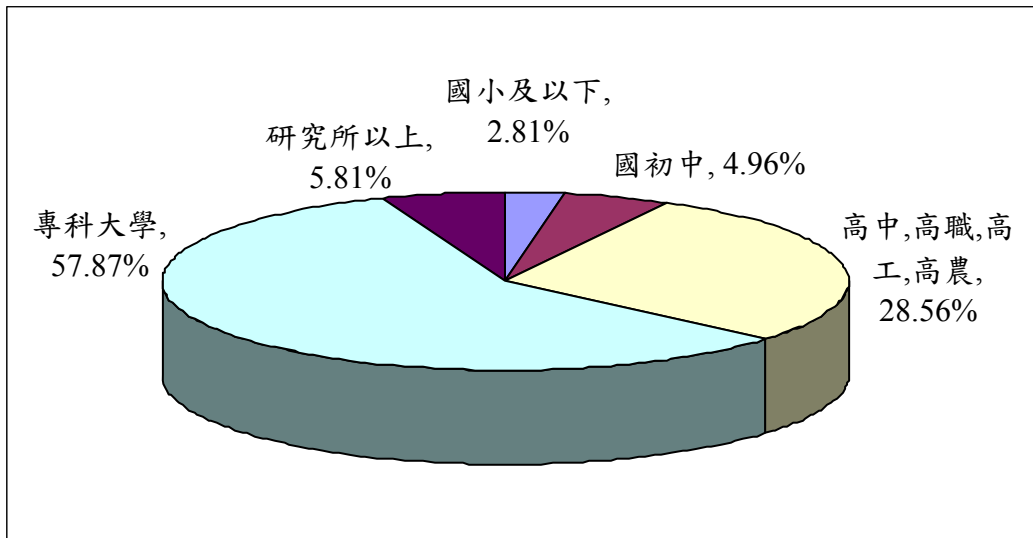


圖 5-1-3 問卷調查受訪者教育程度分布

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

4. 受訪者每月所得分布

受訪者每月所得以 17,500 元以下為最多，占 41.20%；17,501-21,500 元者次之，占 12.64%；比例最低的則是 41,501-45,500 元，占 2.62%。詳細的所得分布情形如圖 5-1-4 所示：

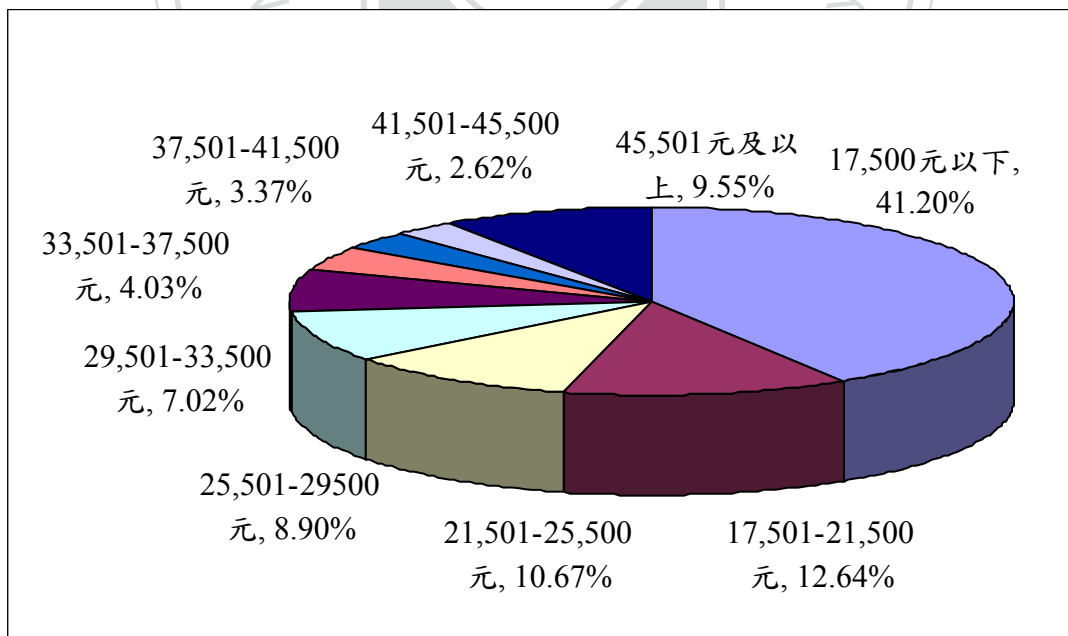


圖 5-1-4 問卷調查受訪者每月所得分布

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

5.受訪者職業類別分布

受訪者職業類別以學生比例最高，占 31.46%；白領上班族次之，占 21.54%；比例最低的則是農林漁牧從業人員，僅占 1.87%。詳細的職業類別分布如圖 5-1-5 所示：

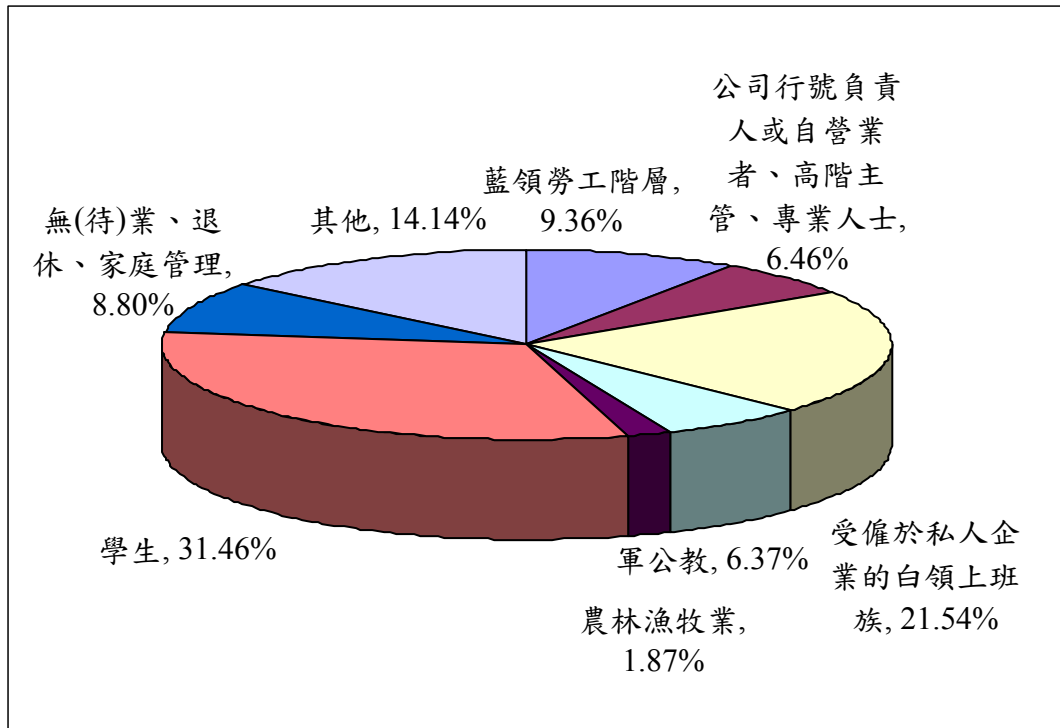


圖 5-1-5 問卷調查受訪者職業類別分布

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

(二)「永續消費」問題部分

- 1.「請問您在購買清潔劑等產品時，是否會選購具有環保標章的產品？」統計結果分析

調查統計結果(詳表 5-1-3)，各問項的回答次數比例統計情形，「(1)只挑選有環保標章的產品，就算貴很多也無所謂」者占 11.92%、「(2)只要價格差異不是太大，就會買有環保標章的產品」者占 38.95%、「(3)只要沒有比較貴，就會買有環保標章的產品」者占 22.77%、「(4)很少注意產品是否有環保標章」者占 22.38%，「(5)就算產品沒有環保標章，只要價格便宜，就會買」占 3.9%。整體而言，有 73.64%【(1)+(2)+(3)】¹⁰²的受

¹⁰² 指相關選項比例的累加，以下同。

訪者會注意購買具有環保標章的產品，另有 65.62% 【(2)+(3)+(5)】的受訪者會受到產品價格的影響。顯示，雖大部份的受訪者在消費時會兼顧到環保標章，但如果產品價格過高，則會影響消費者的採購意願。

另與受訪者社會經濟變項的交叉分析統計結果，分析如下：

- (1)「性別」部份：性別差異達顯著($\chi^2=12.254, p=.016$)¹⁰³，即男性及女性的受訪者對於採購環保標章產品的意識程度有明顯不同；而女性會購買具環保標章產品的比例略高於男性。
- (2)「年齡」部份：年齡差異達顯著($\chi^2=62.417, p=.000$)¹⁰⁴，即不同年齡層次的受訪者對於採購環保標章產品的意識程度有明顯的不同。大體而言，在「50-59 歲」(含)年齡層之前，年齡層愈高其注意購買環保產品的比例愈高，到「50-59 歲」年齡層達最高的 79.23%(1+2+3)，之後則呈遞減現象；其次，在「60-64 歲」年齡層(含)之前，購買具環保標章產品會受到價格的影響，惟各年齡層之間並不明顯。但在「65 歲及以上」年齡層內，有 22.22%只挑選有環保標章的產品、33.33%很少注意產品是否有環保標章，有 44.44%則會受到價格的影響；顯示，在「65 歲及以上」年齡層內，人口特性較為分明。
- (3)「教育程度」部份：教育程度差異達顯著($\chi^2=55.968, p=.000$)¹⁰⁵，即不同教育程度的受訪者注意購買具環保標章產品的意識程度有明顯不同。大體而言，教育程度愈高者會注意購買環保標章產品的比例愈高，然而「(1)只挑選有環保標章的產品，就算貴很多也無所謂」這個選項卻幾乎是呈相反的趨勢，「國小及以下」的受訪者有 20.00%選本項，是各教育程度中最高者。另「國小及以下」及「專科大學」的受訪者較會受價格的影響，「國初中」程度則是最不注意產品是否有環保標章。此外，「國小及以下」的受訪者除最注意產品是否有環保標章，且祇要價格便宜就會購買無環保標章的產品，呈兩極化現象。
- (4)「每月所得」部份：每月所得差異達顯著($\chi^2=54.472, p=.008$)¹⁰⁶，即每月所得不同的受訪者對於採購環保標章產品的意識程度有明顯的不同，

¹⁰³ 自由度(2-1)(5-1)=4， $\chi^2=12.254 > 9.49$ ，漸近顯著性值 $p=0.016 < 0.05$ ，達顯著水準(吳明隆，2007：447；詹志禹等，2005：341-345)。

¹⁰⁴ 自由度(6-1)(5-1)=20， $\chi^2=62.417 > 31.41$ ，漸近顯著性值 $p=0.000 < 0.05$ ，達顯著水準。

¹⁰⁵ 自由度(5-1)(5-1)=16， $\chi^2=55.968 > 26.30$ ，漸近顯著性值 $p=0.000 < 0.05$ ，達顯著水準。

¹⁰⁶ 自由度(9-1)(5-1)=32， $\chi^2=54.472 > 46.19$ ，漸近顯著性值 $p=0.008 < 0.05$ ，達顯著水準。

但較無明顯的趨勢，即並非隨所得增加即更重視購買環保標章產品。此外，所得「37501-41500 元」之受訪者最注意購買環保標章產品，所得「33501-37500 元」之受訪者最會受到價格因素影響，所得「25501-29500 元」之受訪者較少注意產品是否有環保標章。

- (5)「職業」部份：職業差異達顯著($\chi^2=49.405, p=.008$)¹⁰⁷，即不同職業的受訪者對於採購環保標章產品的意識程度有明顯的不同。整體而言，「軍公教」及「農林漁牧業」之受訪者是最會注意購買環保標章產品且易受價格的影響；「學生」及「藍領勞工階級」之受訪者較不注意產品是否有環保標章。另「藍領勞工階級」之受訪者有 17.58% 只挑選有環保標章的產品，就算貴很多也無所謂，為各職業類別的最高，故其特性亦呈現兩極化的現象。

綜合以上分析，大部份的受訪者在消費時會注意採購環保標章產品，其中尤以「50-59 歲」年齡層、每月所得介於「37501-41500」之受訪者最為重視，另教育程度愈高者會注意購買環保標章產品的比例愈高；而「國初中」教育程度、所得介於「25501-29500」間、「學生」之受訪者最不注意產品是否有環保標章。此外，如果環保標章產品價格過高，會影響消費者採購環保標章產品的意願，且以「國小及以下」之受訪者最為明顯。

¹⁰⁷ 自由度(8-1)(5-1)=28， $\chi^2=49.405 > 41.34$ ，漸近顯著性值 $p=0.008 < 0.05$ ，達顯著水準。

表 5-1-3 環保標章產品選購行為之調查統計分析

		只挑選有環保標章的產品	只要價格差異不大就會買	只要沒有比較貴就會買	很少注意有否環保標章	就算沒有環保標章，便宜就會買
	總計	11.92%	38.95%	22.77%	22.38%	3.97%
性別	男	13.56%	33.79%	23.58%	24.75%	4.32%
	女($\chi^2=12.254, p=.016$)	10.33%	43.98%	21.99%	20.08%	3.63%
年齡	20-29 歲	9.56%	40.26%	22.98%	23.71%	3.49%
	30-39 歲	11.01%	41.74%	20.64%	24.31%	2.29%
	40-49 歲	12.08%	39.60%	25.50%	19.46%	3.36%
	50-59 歲	25.61%	30.49%	23.17%	10.98%	9.76%
	60-64 歲	20.00%	23.33%	26.67%	26.67%	3.33%
	65 歲及以上($\chi^2=62.417, p=.000$)	22.22%	11.11%	0.00%	33.33%	33.33%
教育程度	國小及以下	20.00%	20.00%	24.00%	12.00%	24.00%
	國初中	18.00%	28.00%	22.00%	24.00%	8.00%
	高中職工	15.10%	31.88%	25.84%	23.15%	4.03%
	專科大學	9.33%	43.17%	22.33%	22.33%	2.83%
	研究所以上($\chi^2=55.968, p=.000$)	13.56%	49.15%	11.86%	22.03%	3.39%
所得	17500 元以下	9.93%	39.01%	23.40%	22.93%	4.73%
	17501-21500 元	14.39%	34.09%	28.03%	18.94%	4.55%
	21501-25500 元	12.39%	42.48%	24.78%	18.58%	1.77%
	25501-29500 元	10.64%	32.98%	15.96%	36.17%	4.26%
	29501-33500 元	14.29%	42.86%	28.57%	12.86%	1.43%
	33501-37500 元	9.52%	52.38%	26.19%	7.14%	4.76%
	37501-41500 元	19.44%	36.11%	25.00%	16.67%	2.78%
	41501-45500 元	3.70%	44.44%	29.63%	14.81%	7.41%
45501 元以上($\chi^2=54.472, p=.008$)	16.84%	37.89%	8.42%	33.68%	3.16%	
職業	藍領勞工階層	17.58%	34.07%	18.68%	23.08%	6.59%
	自營負責人或高階專業人士	14.06%	45.31%	18.75%	18.75%	3.13%
	白領上班族	10.53%	41.67%	23.68%	21.49%	2.63%
	軍公教	12.12%	51.52%	24.24%	6.06%	6.06%
	農林漁牧業	5.00%	25.00%	45.00%	15.00%	10.00%
	學生	8.59%	40.18%	24.23%	24.54%	2.45%
	無(待)業、退休、家庭管理	14.29%	34.07%	26.37%	21.98%	3.30%
	其他($\chi^2=49.405, p=.008$)	16.44%	31.51%	16.44%	28.77%	6.85%

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

2. 「請問您在購買商品時，是否會因為過度包裝而影響購買決策？」統計結果分析

調查統計結果(詳表 5-1-4)，各問項的回答次數比例統計情形，「(1)一定會」者占 8.56%、「(2)會」者占 36.41%、「(3)普通」者占 31.94%、「(4)不會」者占 19.68%、「(5)一定不會」者占 3.42%。若不將「普通」計算進來，認為過度包裝會影響購買決策者占 44.97%【(1)+(2)】，高於認為不會影響決策的 23.10%【(4)+(5)】。顯示，有較多的受訪者認同會因過度包裝而影響其購買決策，可能會改選購較不過度包裝的商品。

另與受訪者社會經濟變項的交叉分析統計結果，分析如下：

- (1)「性別」部份：性別差異達顯著($\chi^2=9.987, p=.041$)¹⁰⁸，即男性及女性的受訪者對於過度包裝影響購買決策的認同程度有明顯不同，女性受商品過度包裝而影響其購買決策的比例稍高於男性。
- (2)「年齡」部份：年齡差異達顯著($\chi^2=70.162, p=.000$)¹⁰⁹，即不同年齡層次的受訪者對於過度包裝影響購買決策的認同程度有明顯的不同。除了「50-59 歲」年齡層之受訪者會受影響及不受影響的比例相當，而「65 歲及以上」年齡層之受訪者不受影響的比例高於受影響的比例外，其餘年齡層之受訪者，會受影響者均高於不受影響者，尤其是「40-49 歲」之受訪者高出的比例最多，顯示這年齡層最不會去選購過度包裝的商品。
- (3)「教育程度」部份：教育程度差異達顯著($\chi^2=59.480, p=.000$)¹¹⁰，即不同教育程度之受訪者對於過度包裝會影響購買決策的認同程度有明顯的不同。在「國小及以下」及「國初中」之受訪者，雖然「國小及以下」之受訪者選「(1)一定會」的比例最高，但此兩類組會受影響的比例(1+2)仍均低於不受影響的比例(4+5)，顯示這兩類組較多的受訪者缺乏環境友善消費的意識；其餘「高中職工」、「專科大學」及「研究所以上」之受訪者則會受影響的比例均高於不受影響者，顯示這三個類組較重視環境友善的消費，其中「高中職工」及「專科大學」高出的比例尚超過「研究所以上」的受訪者。

¹⁰⁸ 自由度(2-1)(5-1)=4， $\chi^2=9.987 > 9.49$ ，漸近顯著性值 $p=0.041 < 0.05$ ，達顯著水準。

¹⁰⁹ 自由度(6-1)(5-1)=20， $\chi^2=70.162 > 31.41$ ，漸近顯著性值 $p=0.000 < 0.05$ ，達顯著水準。

¹¹⁰ 自由度(5-1)(5-1)=16， $\chi^2=59.480 > 26.30$ ，漸近顯著性值 $p=0.000 < 0.05$ ，達顯著水準。

- (4)「每月所得」部份：每月所得差異未達顯著($\chi^2=28.765$, $p=.631$)¹¹¹，即每月所得不同的受訪者對於過度包裝會影響購買決策的認同程度並無明顯的不同。基本上每個所得級距會受影響的比例均高於不會受影響的比例，但其中「45501 元以上」之受訪者選「(1)一定會」的比例最高，「21501-25500 元」之受訪者會受影響的比例最高且其超出不受影響的比例亦最高。
- (5)「職業」部份：職業差異達顯著($\chi^2=43.326$, $p=.016$)¹¹²，即不同職業的受訪者對於過度包裝影響購買決策的認同程度有明顯的不同。其中，「自營負責人和高階專業人士」受影響最大，即其最重視環境友善的消費，而以「無(待)業、退休、和家庭管理」者較不受影響。

綜合以上分析，受訪者因為商品過度包裝而影響其購買決策，可能改選購不過度包裝的商品者，較不會受影響者多；這種情形並不因受訪者的性別、每月所得不同而有不同，但原則上教育程度較高者較會受影響，且職業為「自營負責人和高階專業人士」受影響最大。顯示，學歷及職位較高者較具有環環境友善的消費意識，所得高低反而不是最重要的影響因素。

¹¹¹ 自由度(9-1)(5-1)=32， $\chi^2=28.765 < 46.19$ ，漸近顯著性值 $p=0.631 > 0.05$ ，未達顯著水準。

¹¹² 自由度(8-1)(5-1)=28， $\chi^2=43.326 > 41.34$ ，漸近顯著性值 $p=0.016 < 0.05$ ，達顯著水準。

表 5-1-4 商品過度包裝是否影響購買決策之調查統計分析

		一定會	會	普通	不會	一定不會
總計		8.56%	36.41%	31.94%	19.68%	3.42%
性別	男	8.05%	33.72%	31.23%	22.61%	4.41%
	女($\chi^2=9.987, p=.041$)	9.06%	39.06%	32.64%	16.79%	2.45%
年齡	20-29 歲	7.25%	35.14%	36.05%	19.20%	2.36%
	30-39 歲	8.22%	39.27%	30.14%	20.55%	1.83%
	40-49 歲	9.80%	44.44%	28.10%	15.69%	1.96%
	50-59 歲	11.24%	26.97%	24.72%	26.97%	10.11%
	60-64 歲	20.69%	34.48%	13.79%	13.79%	17.24%
	65 歲及以上($\chi^2=70.162, p=.000$)	10.00%	10.00%	20.00%	40.00%	20.00%
	教育程度	國小及以下	26.67%	13.33%	16.67%	26.67%
國初中		12.00%	26.00%	16.00%	36.00%	10.00%
高中職工		6.91%	38.16%	34.87%	17.11%	2.96%
專科大學		8.22%	37.66%	32.73%	18.91%	2.47%
研究所以上($\chi^2=59.480, p=.000$)		8.33%	35.00%	30.00%	23.33%	3.33%
所得	17500 元以下	8.29%	33.87%	32.95%	21.20%	3.69%
	17501-21500 元	9.70%	37.31%	33.58%	15.67%	3.73%
	21501-25500 元	7.08%	44.25%	30.97%	15.04%	2.65%
	25501-29500 元	7.45%	35.11%	29.79%	23.40%	4.26%
	29501-33500 元	13.70%	34.25%	36.99%	13.70%	1.37%
	33501-37500 元	0.00%	38.10%	30.95%	23.81%	7.14%
	37501-41500 元	2.78%	36.11%	33.33%	25.00%	2.78%
	41501-45500 元	3.57%	46.43%	25.00%	25.00%	0.00%
45501 元以上($\chi^2=28.765,$	14.29%	36.73%	26.53%	19.39%	3.06%	
職業	藍領勞工階層	10.31%	34.02%	29.90%	23.71%	2.06%
	自營負責人或高階專業人士	16.42%	40.30%	31.34%	10.45%	1.49%
	白領上班族	6.14%	37.72%	32.89%	21.05%	2.19%
	軍公教	7.35%	42.65%	29.41%	13.24%	7.35%
	農林漁牧業	5.00%	45.00%	25.00%	20.00%	5.00%
	學生	7.23%	34.04%	37.95%	18.98%	1.81%
	無(待)業、退休、家庭管理	14.13%	32.61%	20.65%	23.91%	8.70%
其他($\chi^2=43.326, p=.016$)	8.11%	37.84%	27.70%	20.95%	5.41%	

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

3. 「請問您是否同意在待遇變動不大的條件下，減少工作時數，將有助於增加如家人相處時間等非物質的生活，降低消費支出，減少物質及能源消費需求？」統計結果分析

調查統計結果(詳表 5-1-5)，各問項的回答次數比例統計情形，「(1)非常同意」者占 12.62%、「(2)同意」者占 43.31%、「(3)普通」者占 34.51%、「(4)不同意」者占 7.07%、「(5)非常不同意」者占 2.49%。若不將「普通」計算進來，表達同意和非常同意的受訪者比例超過半數，達 55.93%，不同意和非常不同意此一看法的則僅佔 9.56%。顯示，多數的受訪者同意，在待遇變動不大的條件下，減少工作時數，有助於降低消費支出，減少物質及能源消費需求。

另與受訪者社會經濟變項的交叉分析統計結果，分析如下：

- (1)「性別」部份：性別差異並不顯著($\chi^2=5.278, p=.260$)¹¹³，即男性及女性的受訪者對於本題的認同程度並無明顯的不同。
- (2)「年齡」部份：年齡差異未達顯著($\chi^2=28.890, p=.090$)¹¹⁴，即不同年齡層次的受訪者對於本題的認同程度並無明顯的不同，惟 60 歲以上的受訪者認同度較低。
- (3)「教育程度」部份：教育程度差異達顯著($\chi^2=37.185, p=.002$)¹¹⁵，即不同教育程度之受訪者對本題的認同程度有明顯的不同。除了「國小及以下」外，基本上隨著教育程度愈高其同意的比例愈高，不同意的比例愈低，故以「研究所以上」學歷的受訪者的支持度最高，不支持度也最低。至於「國小及以下」部分，其受訪者選「(1)非常同意」的比例為 10.00%，僅次於「專科大學」及「研究所以上」，另其受訪者選「(2)同意」的比例為 50.00%為各教育程度之冠，但其不支持的比例也是最高的；對照前兩題的調查情形，有可能是「國小及以下」的受訪樣本數較少，故調查結果較為特殊所致。
- (4)「每月所得」部份：每月所得差異達顯著($\chi^2=60.656, p=.002$)¹¹⁶，即每月所得不同的受訪者對於本題的認同程度有明顯的不同。所得級距在「29501-33500 元」及「45501 元以上」的受訪者認同度較高，而所得級

¹¹³ 自由度(2-1)(5-1)=4， $\chi^2=5.278 < 9.49$ ，漸近顯著性值 $p=.260 > 0.05$ ，未達顯著水準。

¹¹⁴ 自由度(6-1)(5-1)=20， $\chi^2=28.890 < 31.41$ ，漸近顯著性值 $p=0.090 > 0.05$ ，未達顯著水準。

¹¹⁵ 自由度(5-1)(5-1)=16， $\chi^2=37.185 > 26.30$ ，漸近顯著性值 $p=0.002 < 0.05$ ，達顯著水準。

¹¹⁶ 自由度(9-1)(5-1)=32， $\chi^2=60.656 > 46.19$ ，漸近顯著性值 $p=0.002 < 0.05$ ，達顯著水準。

距在「17500 元以下」的受訪者則認同度較低。

- (5)「職業」部份：職業差異達顯著($\chi^2=59.171, p=.001$)¹¹⁷，即不同職業的受訪者對於本題的認同程度有明顯的不同。其中，「自營負責人和高階專業人士」以及「白領上班族」之受訪者認同程度較高，「農林漁牧業」認同度較低，且其不認同比例亦較高。

綜合以上分析，多數的受訪者認同，在待遇變動不大的條件下，減少工作時數，有助於降低消費支出，減少物質及能源消費需求。這種情形並不因受訪者的性別及年齡而有不同，但原則上教育程度愈高者認同度愈高，其中以「研究所以上」、「45501 元以上」及「自營負責人和高階專業人士」的受訪者對於本題認同度較高。顯示，學歷、待遇及職位較高者可能由於本身生活較不匱乏，而較認同減少工作時數，從事非物質的消費生活，從而降低物質及能源的需求。



¹¹⁷ 自由度 $(8-1)(5-1)=28$ ， $\chi^2=59.171 > 41.34$ ，漸近顯著性值 $p=0.001 < 0.05$ ，達顯著水準。

表 5-1-5 減少工作時數有助於增加永續消費行為之調查統計分析

		非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
總計		12.62%	43.31%	34.51%	7.07%	2.49%
性別	男	13.05%	41.46%	35.32%	6.72%	3.45%
	女($\chi^2=5.278, p=.260$)	12.19%	45.14%	33.71%	7.43%	1.52%
年齡	20-29 歲	11.40%	41.73%	38.60%	6.43%	1.84%
	30-39 歲	17.12%	43.69%	29.73%	6.76%	2.70%
	40-49 歲	9.93%	50.33%	30.46%	6.62%	2.65%
	50-59 歲	11.11%	47.78%	28.89%	8.89%	3.33%
	60-64 歲	20.69%	24.14%	31.03%	17.24%	6.90%
	65 歲及以上($\chi^2=28.890, p=.090$)	10.00%	30.00%	40.00%	10.00%	10.00%
教育程度	國小及以下	10.00%	50.00%	16.67%	13.33%	10.00%
	國初中	9.62%	42.31%	30.77%	11.54%	5.77%
	高中職工	9.63%	43.52%	37.87%	7.31%	1.66%
	專科大學	12.89%	43.14%	35.21%	6.61%	2.15%
	研究所以上($\chi^2=37.185, p=.002$)	29.31%	41.38%	22.41%	3.45%	3.45%
所得	17500 元以下	8.16%	39.16%	42.42%	8.39%	1.86%
	17501-21500 元	12.03%	45.11%	33.08%	7.52%	2.26%
	21501-25500 元	18.75%	43.75%	27.68%	8.04%	1.79%
	25501-29500 元	13.68%	48.42%	31.58%	4.21%	2.11%
	29501-33500 元	18.06%	50.00%	25.00%	4.17%	2.78%
	33501-37500 元	16.28%	30.23%	46.51%	2.33%	4.65%
	37501-41500 元	11.11%	44.44%	27.78%	11.11%	5.56%
	41501-45500 元	10.71%	46.43%	35.71%	0.00%	7.14%
45501 元以上($\chi^2=60.656,$	20.41%	53.06%	16.33%	7.14%	3.06%	
職業	藍領勞工階層	13.40%	40.21%	35.05%	7.22%	4.12%
	自營負責人或高階專業人士	22.73%	42.42%	30.30%	1.52%	3.03%
	白領上班族	13.16%	53.51%	25.00%	4.82%	3.51%
	軍公教	16.42%	38.81%	38.81%	4.48%	1.49%
	農林漁牧業	10.00%	30.00%	40.00%	10.00%	10.00%
	學生	8.81%	41.03%	42.86%	6.38%	0.91%
	無(待)業、退休、家庭管理	11.83%	40.86%	35.48%	10.75%	1.08%
	其他($\chi^2=59.171, p=.001$)	14.38%	40.41%	28.77%	13.01%	3.42%

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

4. 「我認爲過多物質的消費並不會帶來快樂，反而會增加地球環境的負荷，我願意儘量減少從事物質及能源消耗較多的消費行爲，並轉而從事物質及能源消耗較少的消費行爲(如少開車，儘量搭車大眾捷運系統或騎自行車；或租用商品等)，並追求心靈層次的滿足？」統計結果分析

調查統計結果(詳表 5-1-6)，各問項的回答次數比例統計情形，「(1)非常同意」者占 17.68%、「(2)同意」者占 44.87%、「(3)普通」者占 30.99%、「(4)不同意」者占 5.13%、「(5)非常不同意」者占 1.33%。若不將「普通」計算進來，表達同意和非常同意的受訪者比例超過六成，達 62.55%。不同意和非常不同意此一看法的則僅佔 6.46%。顯示，多數的受訪者願意爲減少地球環境負荷、追求心靈層次的滿足，而轉而從事永續消費行爲。

另與受訪者社會經濟變項的交叉分析統計結果，分析如下：

- (1) 「性別」部份：性別差異並不顯著($\chi^2=7.848, p=0.097$)¹¹⁸，即男性及女性的受訪者對於本題的認同程度並無明顯的不同。
- (2) 「年齡」部份：年齡差異達顯著($\chi^2=46.709, p=0.001$)¹¹⁹，即不同年齡層次的受訪者對於本題的認同程度有明顯的不同，基本上年紀較輕者認同度較低，仍比較有物質層面的需求。
- (3) 「教育程度」部份：教育程度差異達顯著($\chi^2=45.647, p=0.000$)¹²⁰，即不同教育程度之受訪者對本題的認同程度有明顯的不同。基本上隨著教育程度愈高其認同的比例愈高、不認同的比例愈低，但「國小及以下」受訪者的部分，雖然其不認同度最高，但與前幾題有類似的情形，其認同度僅次於「研究所以上」。
- (4) 「每月所得」部份：每月所得差異未達顯著($\chi^2=40.509, p=0.144$)¹²¹，即每月所得不同的受訪者對於本題的認同程度無明顯的不同，惟所得級距在「33501-37500 元」的受訪者認同度最高，且無不認同者。
- (5) 「職業」部份：職業差異達顯著($\chi^2=47.788, p=0.011$)¹²²，即不同職業的受訪者對於本題的認同程度有明顯的不同。其中，以「無(待)業、退休、

¹¹⁸ 自由度(2-1)(5-1)=4， $\chi^2=7.848 < 9.49$ ，漸近顯著性值 $p=0.097 > 0.05$ ，未達顯著水準。

¹¹⁹ 自由度(6-1)(5-1)=20， $\chi^2=46.709 > 31.41$ ，漸近顯著性值 $p=0.001 < 0.05$ ，達顯著水準。

¹²⁰ 自由度(5-1)(5-1)=16， $\chi^2=45.647 > 26.30$ ，漸近顯著性值 $p=0.000 < 0.05$ ，達顯著水準。

¹²¹ 自由度(9-1)(5-1)=32， $\chi^2=40.409 < 46.19$ ，漸近顯著性值 $p=0.144 > 0.05$ ，未達顯著水準。

¹²² 自由度(8-1)(5-1)=28， $\chi^2=47.788 > 41.34$ ，漸近顯著性值 $p=0.011 < 0.05$ ，達顯著水準。

「家庭管理」之受訪者認同程度最高，而「學生」的認同度最低。

綜合以上分析，多數的受訪者願意為減少地球環境負荷、追求心靈層次的滿足，而從事永續消費行為。這種情形並不因受訪者的性別、每月所得而有不同，但原則上教育程度愈高者認同度愈高，其中，以「研究所以以上」及「無(待)業、退休、家庭管理」的受訪者，對於本題認同度較高；而「20-29 歲」及「學生」的認同度較低。顯示，高學歷者及無收入者在消費上比較不強調物質享受，而年輕人，尤其是學生族群，仍比較依賴物質層面的需求。



表 5-1-6 願意從事永續消費行為之調查統計分析

		非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	總計	17.68%	44.87%	30.99%	5.13%	1.33%
性別	男	17.75%	41.41%	32.82%	6.30%	1.72%
	女($\chi^2=7.848, p=.097$)	17.61%	48.30%	29.17%	3.98%	0.95%
年齡	20-29 歲	13.71%	45.52%	33.64%	5.67%	1.46%
	30-39 歲	17.57%	48.65%	27.93%	5.41%	0.45%
	40-49 歲	21.57%	45.10%	28.76%	3.27%	1.31%
	50-59 歲	25.56%	41.11%	27.78%	5.56%	0.00%
	60-64 歲	36.67%	26.67%	26.67%	3.33%	6.67%
	65 歲及以上($\chi^2=46.709, p=.001$)	50.00%	10.00%	30.00%	0.00%	10.00%
教育程度	國小及以下	33.33%	30.00%	20.00%	6.67%	10.00%
	國初中	22.64%	30.19%	39.62%	7.55%	0.00%
	高中職工	14.52%	44.55%	35.64%	4.29%	0.99%
	專科大學	17.46%	45.63%	29.98%	5.60%	1.32%
	研究所以上($\chi^2=45.647, p=.000$)	23.73%	59.32%	15.25%	1.69%	0.00%
所得	17500 元以下	14.81%	41.90%	36.57%	5.56%	1.16%
	17501-21500 元	17.78%	45.19%	33.33%	1.48%	2.22%
	21501-25500 元	20.54%	47.32%	27.68%	3.57%	0.89%
	25501-29500 元	14.74%	50.53%	29.47%	4.21%	1.05%
	29501-33500 元	21.92%	43.84%	24.66%	6.85%	2.74%
	33501-37500 元	20.93%	51.16%	18.60%	6.98%	2.33%
	37501-41500 元	13.89%	44.44%	30.56%	11.11%	0.00%
	41501-45500 元	10.71%	50.00%	25.00%	10.71%	3.57%
	45501 元以上($\chi^2=40.509,$	28.57%	45.92%	20.41%	5.10%	0.00%
職業	藍領勞工階層	21.21%	43.43%	30.30%	4.04%	1.01%
	自營負責人或高階專業人士	22.39%	43.28%	28.36%	4.48%	1.49%
	白領上班族	16.59%	55.90%	23.14%	3.93%	0.44%
	軍公教	19.12%	45.59%	33.82%	1.47%	0.00%
	農林漁牧業	35.00%	10.00%	45.00%	5.00%	5.00%
	學生	15.20%	41.95%	35.56%	6.38%	0.91%
	無(待)業、退休、家庭管理	22.58%	46.24%	24.73%	4.30%	2.15%
	其他($\chi^2=47.788, p=.011$)	14.29%	39.46%	35.37%	7.48%	3.40%

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

5. 「我自己可以自由支配的消費金額非常有限，大部份的所得都已用於支付水、電、房租、保險、子女教養費等固定開支，故個人的消費行為對『環境保護』的影響極為有限」統計結果分析

調查統計結果(詳表 5-1-7)，各問項的回答次數比例統計情形，「(1)非常同意」者占 20.868%、「(2)同意」者占 40.38%、「(3)普通」者占 29.47%、「(4)不同意」者占 6.79%、「(5)非常不同意」者占 2.49%。若不將「普通」計算進來，表達同意和非常同意的受訪者比例超過超過六成，達 61.24%。不同意和非常不同意的則僅佔 9.28%。顯示，多數的受訪者認同自己可以自由支配的消費金額非常有限，故個人的消費行為對環境保護的貢獻亦極為有限。

另與受訪者社會經濟變項的交叉分析統計結果，分析如下：

- (1)「性別」部份：性別差異並不顯著($\chi^2=2.102, p=.717$)¹²³，即男性及女性的受訪者對於本題的認同程度並無明顯的不同。
- (2)「年齡」部份：年齡差異達顯著($\chi^2=41.897, p=.003$)¹²⁴，即不同年齡層次的受訪者對於本題的認同程度有明顯的不同。其中，「20-29 歲」之受訪者認同度最低；「65 歲及以上」的受訪者認同度則高達 80.00%，且沒有不同意者，可能因為經濟負擔較重或較沒有正式的收入等所致；至其餘年齡層受訪者之認同度差距不大。
- (3)「教育程度」部份：教育程度差異達顯著($\chi^2=27.349, p=.038$)¹²⁵，即不同教育程度之受訪者對本題的認同程度有明顯的不同。不過，基本上隨著教育程度愈高者其認同的比例愈低、不認同的比例愈高。
- (4)「每月所得」部份：每月所得差異未達顯著($\chi^2=45.877, p=.053$)¹²⁶，即每月所得不同的受訪者對於本題的認同程度無明顯的不同。其中，所得級距在「33501-37500 元」的受訪者的認同比例高達 82.93%，且無不同意者，顯示，幾乎所有的受訪者均認為，其個人消費行為對環境保護的影響有限。另「17500 元以下」的受訪者認同的比例最低(52.1%)，顯示，有一些人仍認為個人消費行為有助於環境保護。照一般常理來說，因為環境友善的商品一般價格較高，故可支配的消費金額愈多，

¹²³ 自由度(2-1)(5-1)=4， $\chi^2=2.102 < 9.49$ ，漸近顯著性值 $p=0.717 > 0.05$ ，未達顯著水準。

¹²⁴ 自由度(6-1)(5-1)=20， $\chi^2=41.897 > 31.41$ ，漸近顯著性值 $p=0.003 < 0.05$ ，達顯著水準。

¹²⁵ 自由度(5-1)(5-1)=16， $\chi^2=27.349 > 26.30$ ，漸近顯著性值 $p=0.0038 < 0.05$ ，達顯著水準。

¹²⁶ 自由度(9-1)(5-1)=32， $\chi^2=45.877 < 46.19$ ，漸近顯著性值 $p=0.053 > 0.05$ ，未達顯著水準。

愈有機會進行較多的環境友善的消費而有助於環境保護，以上的結果似有違此一認知。顯然，每月所得在「17500 元以下」的受訪者中，有些擁有較強的永續消費意識。

- (5)「職業」部份：職業差異達顯著($\chi^2=66.520, p=.000$)¹²⁷，即不同職業的受訪者對於本題的認同程度有明顯的不同。其中，以「無業、退休、和家庭管理」之受訪者認同的比例最高，顯示，其有比較多的受訪者認同個人可支配的消費金額有限，故個人消費行為對環境保護的幫助亦有限。另「學生」的認同度最低，與前題相結合，顯然，「學生」的受訪者中，有些人擁有較強的永續消費意識，即使可支配消費金額有限，且生活仍必須多依賴物質，但仍致力於從事有助於環境保護的永續消費行為，而這也突顯出「永續消費教育」的重要性。

綜合以上分析，多數的受訪者認同自己可以自由支配的消費金額非常有限，故個人的消費行為對環境保護的幫助極為有限。這種情形並不因受訪者的性別、每月所得水準而有不同，但教育程度愈高者其認同度愈低，其中以「研究所以上」、「20-29 歲」及「學生」之受訪者認同度較低；這顯示有些年輕且高學歷的學生具有較強的永續消費意識，即使可支配消費金額有限，但可能認為可以透過積少成多、相互影響，個人的永續消費行為仍能對環境保護作出有力的貢獻，這突顯出「永續消費教育」的重要性。

¹²⁷ 自由度 $(8-1)(5-1)=28$ ， $\chi^2=44.520 > 41.34$ ，漸近顯著性值 $p=0.000 < 0.05$ ，達顯著水準。

表 5-1-7 個人消費行為對環境保護影響之調查統計分析

		非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	總計	20.86%	40.38%	29.47%	6.79%	2.49%
性別	男	19.58%	42.03%	28.60%	7.10%	2.69%
	女($\chi^2=2.102, p=.717$)	22.14%	38.74%	30.34%	6.49%	2.29%
年齡	20-29 歲	16.91%	37.68%	35.85%	7.54%	2.02%
	30-39 歲	22.97%	45.05%	25.23%	4.50%	2.25%
	40-49 歲	27.52%	42.95%	21.48%	5.37%	2.68%
	50-59 歲	25.56%	42.22%	20.00%	7.78%	4.44%
	60-64 歲	23.33%	36.67%	16.67%	16.67%	6.67%
	65 歲及以上($\chi^2=41.897, p=.003$)	40.00%	40.00%	20.00%	0.00%	0.00%
教育程度	國小及以下	26.67%	43.33%	20.00%	6.67%	3.33%
	國初中	39.62%	35.85%	18.87%	3.77%	1.89%
	高中職工	23.68%	41.45%	26.97%	5.59%	2.30%
	專科大學	17.14%	41.26%	31.95%	7.32%	2.33%
	研究所以上($\chi^2=27.349, p=.038$)	24.56%	28.07%	31.58%	10.53%	5.26%
所得	17500 元以下	16.05%	36.05%	36.98%	8.60%	2.33%
	17501-21500 元	25.37%	39.55%	27.61%	3.73%	3.73%
	21501-25500 元	23.89%	42.48%	25.66%	6.19%	1.77%
	25501-29500 元	21.51%	44.09%	25.81%	6.45%	2.15%
	29501-33500 元	23.61%	43.06%	22.22%	8.33%	2.78%
	33501-37500 元	24.39%	58.54%	17.07%	0.00%	0.00%
	37501-41500 元	22.22%	47.22%	22.22%	8.33%	0.00%
	41501-45500 元	32.14%	39.29%	25.00%	3.57%	0.00%
	45501 元以上($\chi^2=45.877,$	24.49%	42.86%	21.43%	6.12%	5.10%
職業	藍領勞工階層	24.74%	42.27%	27.84%	2.06%	3.09%
	自營負責人或高階專業人士	26.87%	37.31%	25.37%	7.46%	2.99%
	白領上班族	19.47%	46.02%	27.88%	4.87%	1.77%
	軍公教	27.27%	33.33%	24.24%	9.09%	6.06%
	農林漁牧業	25.00%	40.00%	25.00%	10.00%	0.00%
	學生	14.42%	33.74%	40.80%	9.20%	1.84%
	無(待)業、退休、家庭管理 其他($\chi^2=66.520, p=.000$)	33.33%	43.01%	15.05%	7.53%	1.08%

資料來源：行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。

(三)小結

- 1.多數的受訪者在消費時會注意選購有環保標章的產品，但如果環保產品價格過高，會影響消費者採購環保標章產品的意願。
- 2.多數的受訪者會因為產品過度包裝而影響其購買決策，而可能改選購不過度包裝的產品。
- 3.多數的受訪者認同，在待遇變動不大的條件下，減少工作時數，有助於降低消費支出，減少物質及能源消費需求。
- 4.多數的受訪者願意為減少地球環境負荷、追求心靈層次的滿足，而從事永續消費行為。但有多數的受訪者也認為，自己可以自由支配的消費金額非常有限，故個人的消費行為對環境保護的幫助極為有限。
- 5.就受訪者社會經濟變項對永續消費認知影響的整體而言，原則上受訪者的性別差異與永續消費的意識或認同程度較無明顯相關，但教育程度、收入及職位較高者，具有較高的永續消費意識或認同度。惟其中有些年輕且高學歷的學生具有較強的永續消費意識，即使可支配消費金額有限，但可能認為可以透過積少成多、相互影響，個人的永續消費行為仍能對環境保護作出有力的貢獻，這突顯出「永續消費教育」的重要性。

第二節 政策綱領焦點團體訪談與結果分析

一、研究設計

(一)設計規劃原則

- 1.爲了兼顧焦點團體訪談結果的質與量、建議政策的可行性及利不同背景與會專家代表的意見交換等，本研究設計規劃召開 2 至 3 場焦點座談會，每一場邀請產、官、學及消費者和環境組織代表各 2 位，進行 2 個小時左右的團體訪談，希望能儘量將所涉及各領域學者專家、代表的意見納入。
- 2.每一場團體訪談開始前，由筆者先進行研究初步成果的簡報，之後，再請主持人就筆者預先擬製的半結構性訪談大綱，邀請各與會者發表意見。
- 3.爲了確保訪談資料的可信度，依據分析者三角檢證的觀點¹²⁸，以立意取樣(purposeful sampling)的方式，廣泛邀請各相關領域具資訊豐富的代表(information rich cases)來參與(吳芝儀等譯，2008：259)。
- 4.在進行研究設計及實施的過程中，均依據各項研究倫理，提供受訪者充分的資訊、諮詢及溝通。

(二)實施程序

本研究參照葉至誠等(1999：194-199)、曾俊凱(2007：200)所歸納的以下六個步驟進行：

- 1.擬訂座談大綱：由於原則上希望每一場的與談者可以平均來自各界，故每一場座談會的訪談大綱除了設計共通性的問題外，另將增對不同與談者的背景設計個別性的問題。
- 2.確認參加對象：合適的與談對象是研究成功的關鍵，筆者將與指導教授討論後，邀請對研究主題有所關連或親身參與過相關工作的產官學、消費者及環境組織等各界代表參加。
- 3.確認會議主持人：會議主持人原則邀請指導教授或行政院消保會長官擔任，依據座談會大綱，引導各與談者討論與互動，並適時引導出各與談者的需求及意見。
- 4.安排座談時間及地點：座談時間將徵詢各受邀對象後確定，地點擇行政

¹²⁸ 使用多位分析者來審查研究發現(吳芝儀等譯，2008：611)。

- 院消保會或政治大學公共行政學系會議室之一舉行。
- 5.進行焦點座談：會前做好各項會場佈置、簡報系統及會議資料之準備，會場並安排錄音，並事先告知與會者，務使座談會在安靜及融洽的場所及環境中進行，以激發與會者的巧思。
 - 6.資料整理、分析與詮釋：於會後將與談人表示的意見內容做成逐字稿，並寄送各參與之學者專家確認後，以確保訪談資料的信度，再據以進行資料編碼、分析與詮釋。

二、研究設計之實施

(一)擬訂座談大綱

由於所擬政策綱領(初稿)內容涉及的議題非常多，故除了依據綱領(初稿)的架構研擬共通性的問題之外，個別性的問題，則就筆者認為較重要的、應加以討論的，在相關的共通性問題下，以列舉式的方式，提出供與會學者專家或主管機關代表依據其專業背景來發表意見並作為其發言的引導；其他則由與會者自由就所關心的議題提供意見。據此，所擬訂各場次統一的座談會大綱如表 5-2-1 所示：

表 5-2-1 焦點團體座談會訪談大綱

題綱	設定對象
(一)有關政策綱領之政策定義及範疇是否適當?	全體受邀對象
(二)有關政策綱領之政策原則是否適當?	全體受邀對象
(三)有關政策綱領之政策目標部分是否適當?	全體受邀對象
(四)有關政策綱領之行動計畫部分是否適當? 例如：	全體受邀對象
1.如何建立整合性的生態及環境友善的標章或認證管理制度?	全體受邀對象
2.如何結合宗教、消保等民間團體及社區等組織，推動非物質的消費生活，建立消費者環境友善及身心靈均衡滿足的集體永續消費倫理觀?	學者專家、政府機關、消費者及民間團體代表
3.是否多數消費者會受限於生活習慣及所得收入而影響其力行永續消費行為的意願?	學者專家、消費者代表
4.推動市民農場制度(allotments)、食物或二手商品	全體受邀對象

救助銀行等的可行性。 5.創造綠色經濟產業，導入產品服務系統(PSS)、環境成本合理化等是否有助於永續消費與經濟發展？是否能創造新就業機會？ 6.其他相關行動措施是否適當？	學者專家、政府機關及企業經營者代表 全體受邀對象
(五)有關政策綱領(初稿)之配套措施及其他部分是否適當？ 1.未來的推動組織如何設置？相關機關間如何分工合作？ 2.尚有那些迫切重要的法令需新訂?需要進行國際合作或洽簽協議的重要議題？ 3.其他	全體受邀對象 全體受邀對象 全體受邀對象
(六)其他推動本政策綱領可能問題及因應作法。	全體受邀對象

資料來源：筆者自行整理。

(二)確認會議主持人

經分別與指導教授及行政院消保會長官研商後，認為本論文研究主題也是行政院消保會正要推動的重要政策，且由該會出面邀集，各界參與的意願較高。因此，最後決定由筆者職務上之長官--行政院消保會企劃組吳組長擔任主持人，其主持會議經驗豐富，且具有消費者保護的專業，應非常能夠勝任。

(三)確認參加對象、場次、時間及地點

筆者依據本論文第二章文獻分析的基礎，廣泛蒐集與研究主題有所關聯或親身參與過相關工作的學者專家、政府機關、消費者保護團體、環境保護團體及企業組織等相關民間團體資料，並與會議主持人討論後，除了為避免每場次人數過多，設定每場各領域2至3位代表外，再依據學者專家代表之專業及區域平衡、政府機關設定科長級以上及民間團體以邀請負責人等原則，確定召開3場次焦點座談會。之後，將各場次會議時間、邀請與會的代表名單，分別以傳真、電子郵件及電話進行調查及邀請，並於時間及名單確定後，正式發送開會通知單。三場會議主持人、時間、地點及邀請與會名單如表5-2-2所示：

表 5-2-2 三場焦點團體座談會議基本資料

第一場焦點座談會			
開會時間	2010/1/20 上午10時正		
開會地點	行政院消費者保護委員會五樓會議室		
主持人	行政院消費者保護委員會企劃組吳組長		
與談人	類別	職稱	服務單位
	學者專家	主任	台北榮民總醫院(營養部)
		助理教授	國立台南大學行政管理學系
	民間團體	董事長	財團法人中華民國消費者文教基金會
		董事長	財團法人環境與發展基金會
		董事長	財團法人環境資源研究發展基金會
	企業	秘書長	社團法人台灣企業社會責任協會
	政府機關	未出席	行政院國家永續發展委員會
		專員	內政部
		科長	經濟部
		簡任技正	行政院環境保護署
		科長	行政院環境保護署
		專員	台北市政府
		消保官	台北縣政府
		科長	台中市政府
第二場焦點座談會			
開會時間	2010/1/25 下午14時30分		
開會地點	行政院消費者保護委員會五樓會議室		
主持人	行政院消費者保護委員會企劃組吳組長		
與談人	類別	職稱	服務單位
	學者	助理教授	私立東海大學行政管理暨政策學系
	民間團體	常務監事	社團法人台中市消費者權益促進會
		董事長	財團法人環境品質文教基金會
		董事長	財團法人主婦聯盟環境保護基金會
	企業	組長	中華民國全國工業總會
	政府機關	代表	交通部
		科長	衛生署(藥物食品管理局)
		副處長	行政院農業委員會
		科長	行政院農業委員會(漁業署)
		代表	行政院金融監督管理委員會
		消保官	桃園縣政府
消保官		高雄市政府	

第三場焦點座談會			
開會時間	2010/1/29 上午10時正		
開會地點	行政院消費者保護委員會五樓會議室		
主持人	行政院消費者保護委員會企劃組吳組長		
與談人	類別	職稱	服務單位
	學者	副院長	國立政治大學社會科學學院
		助理教授	國立交通大學通識教育中心
	民間團體	未出席	社團法人台灣消費者保護協會
		董事長	財團法人綠色生產力基金會
	企業	副秘書長	中華民國全國商業總會
	政府機關	專門委員	行政院經濟建設委員會
		研究員	教育部
		科長	財政部
		專員	財政部
		科長	國家通訊傳播委員會
		科長	國家通訊傳播委員會
消保官		宜蘭縣政府	

資料來源：筆者自行整理。

(四)進行焦點座談

除於發送開會通知單時，隨函檢附相關研訂參考資料(包括國際永續消費相關理論及政策工具等)，及請受邀政府機關至多指派科長級以上代表二位，以免影響開會秩序及時間外，於開會前並準備好座位牌、紙筆、茶水、簽到單、錄音等各項會場佈置事宜，以利座談會能在有秩序、融洽的氛圍中進行。

三場焦點座談會開始討論前，主持人先致開場白，接下來由筆者就相關研訂背景進行補充說明簡報，隨後主持人以豐富、幽默及專業的語言，有經驗的引導與會者發表意見及互動，激發出許多寶貴的建議，均圓滿順利完成。

(五)資料整理、檢核、編碼及分析

所謂質的資料分析是一種選擇、歸類、比較、綜合及詮釋的過程(王文科編譯，1990：161)。Earl Babbie 也指出，質的資料分析過程主要是對相似性與相異性類型的搜尋，以及對這些類型加以詮釋(1998：305，李美華等譯，1998：478；蕭鈺，2003：88)。

經將各與談者發言內容，以不損及其意義的方式做成逐字稿後，以正式會議紀錄函送各與談者確認，以確保訪談資料的信度；各與談者並未提出修正意見。之後，隨即依據前開原則，先進行資料的編碼，再進行資料的彙整、分類、比較、分析及詮釋，並提出本論文的研處意見。

每一與談者的發言紀錄，依據參與的場次、發言者該次會議代號、第幾次發言及該次發言的段落等加以編碼，編碼方式舉例說明如下：「發言代碼」=「1(第1次會議)-A(發言者本次會議代號)-x(第x次發言)-y(本次發言段落)」；三場會議紀錄及編碼情形如附錄三至五。

二、意見整理及分析研處

以下依據焦點座談會討論題綱的順序，將各界與會學者專家所提供涉及政策理念、架構、工具等需要加以研處之重要建議，依據「永續消費」理論與文獻觀點，進行彙整、分析、詮釋及研處，並說明如下。至於所提意見符合本政策綱領之需要或僅屬單純文字修正，可予以接受，或不涉及綱領(初稿)內容之修正者，即依其意見修正綱領(初稿)內容或留供參考，不在此特別提出說明。

(一)政策定義及範疇、綱領名稱

1.政策定義及範疇

僅有一位與談者對本綱領(初稿)所界定的「消費者保護-推動永續消費」操作性定義及範疇提出建議，認為應該改以第三人的角度來敘述，並建議修正部份文字。其建議摘述內容如下：

．．．事實上應該是這樣說「為了滿足消費者購買身心靈需求的商品與服務．．．」，這其實不是消費者為了做這件事情，而是我們為了要滿足消費者，才有以下範疇的界定，．．．所以我會建議不是把消費者當成主詞。(2-F-1-6)

．．．在第三段有關於「降低廢棄物及污染的排放」後面所提到「可回收再利用性質」部分，我覺得應該修正為「降低廢器物及污染的排放，以及加強使用」，其實我們是要強調「加強使用」那些可以回收、再利用的物質．．．。另外，有關於能源或自然資源的使用，應該再加上「避免浪費」，我想這才是我們所要陳述的目的。(2-F-1-7)

除了以上的不同意見外，相對的，有數位與談者則支持本綱領(初稿)所界定的政策定義及範疇，僅將代表性意見摘述如下：

．．．我覺得應該反過頭來從「消費者」本身的角度來思考、出發，．．．從政策的定義裡面「消費者為滿足身心需求．．．」，就突顯了「消費者主權」，所以，我感覺到今天召集會議的單位其實有思考到從消費者的角度出發。(2-C-2-2)

．．．至於所提出「永續消費」的定義，是蠻好的定義．．．(1-J-1-2)

．．．我們再看下面的政策定義，其實已經整個表述的蠻清楚了。(1-K-1-2)

本綱領所提出的政策定義，係於第二章時參照聯合國的定義及相關文獻所發展而來，希望以消費者為主體，從消費者保護的角度，讓消費者能自我力行永續消費的行為並能保障自己的消費權益，此亦有 2 位以上與談者肯定或支持本綱領(初稿)所為的界定。惟其所提建議修正內容，仍可審慎思考，若原定義未能兼顧時之可能修正方向。

2.綱領名稱

有 3 位與談者認為本綱領(初稿)名稱可予調整或簡化，謹摘述代表性的意見如下：

．．．關於題目「消費者保護—推動永續消費」，剛剛聽完簡報，其實它不是一個永續消費的觀念，而是友善環境、有效消費的理念。我們是不是可以把這個標題改成「推動友善環境的永續消費」．．．(2-F-1-2)

．．．把「消費者保護」當作前置詞，會造成大家的誤解，事實上「永續消費」的議題是很廣的，這不是只限制在買東西的消費者，我蠻贊成這個前置詞不要。(3-E-1-1)

不過，依本論文第二章第二節的文獻探討，「消費者保護—推動永續消費」與「永續消費」的意義及範圍並不完全一樣，本綱領是要從消費者

保護的角度來兼顧「永續消費」的議題。可參見以下筆者在第三場座談會所提出的回應意見：

．．．因為考量跟國外接軌的問題，以及再思考怎麼符合消費者保護的角度來推動，畢竟永續消費的面向很廣。以消保會的立場，當然是以消費者保護的角度來出發，故最後是配合「聯合國消費者保護綱領－推動永續消費」的名稱來訂。(3-B-2-2)

可能是受到本綱領(初稿)所訂名稱的影響，有一位與談者則於書面意見中建議精簡綱領內容，其意見摘述如下：

建議整體精簡「消費者保護－推動永續消費」政策綱領內容，僅針對目標、原則、綱領內容、及後續推動事項說明。(3-C 書面意見)

由於本綱領(初稿)所涉及的內容廣泛，有數位與談者亦對綱領四「行動計畫」部份的範圍提出意見，除隨後探討外，雖可考慮將本綱領內容拆成政策綱領及行動計畫兩份文件，但一拆開之後，可能就會失去其整體性及造成閱讀上的不便。本論文基於學術研究的立場，參酌「聯合國消費者保護指導綱領(Guidelines)」及行政院消保會之前所訂「電子商務消費者保護『綱領』」¹²⁹之名稱，以及查行政院消保會在 1994(民國 83 年)已訂頒有「消費者保護基本政策」，為避免與之重疊，本綱領名稱似可修正為「『消費者保護－推動永續消費』政策綱領」，將「政策」二字拿掉，以兼顧政策及行動計畫的內涵，並杜絕疑慮。

(二)政策原則

針對這部份所提意見並不多，其中有位與談者注意到「政策原則」與「推動原則」的問題，謹將其意見摘述如下：

．．．討論題綱的第二點有關政策綱領(初稿)之政策原則與我們後面對應到的推動原則是不是相同的？．．．(2-C-1-3)

¹²⁹ 請參閱行政院消保會網站，電子商務消費者保護綱領，http://www.cpc.gov.tw/KnowledgeBase_Query/ShowCategoryTree_Query_390.asp?mark=&SpecialID=1168&Cookie=0，瀏覽於 2010 年 6 月 3 日。

由於在綱領(初稿)中並未出現「政策原則」，因此引起該與談者的詢問。綱領(初稿)中的「推動原則」係依據本論文第二章所設定的「政策原則」，配合綱領(初稿)的架構，調整而來。此處雖係筆者的誤植，但也突顯出有於論文中交待「推動原則」與「政策原則」關係之必要¹³⁰。

至於其他提及「推動原則」中所提及的「同儕影響」及「依據國家特性及資源」等用詞上的意見¹³¹，可配合調整修正，以使語意更加清楚。

(三)政策目標

此部份的意見，主要可區分為二項，分別說明如下：

1.目標名稱

計有 4 位與談者對目標名稱提出具體的修正建議，謹就比較有爭議性的部份予以摘述及分析研處。

針對第一個目標「企業經營者永續生產」的相關意見，摘述如下：

．．．好像是逼企業去做生產，這是不對的。我們應該是建議、鼓勵企業經營者永續經營，那麼他才會作符合友善環境的生產，**建議把永續「生產」改為永續「經營」**。(2-F-1-8)

．．．「永續經營」的內涵其實比較多，「永續經營」有一部份是要回應到顧客的需要及其他性質．．．。因此，**替代的方法，是不是直接切入針對「永續生產」這部分來談?**(2-C-2-3)

誠如第 2 位與談者所提的意見，「永續經營」的範圍甚廣，本綱領的焦點是在與消費者保護及永續消費有關的「永續生產」部份，依本論文第二章第二節對「企業經營者永續生產」的內涵界定，「永續經營」實已超出了本綱領的範圍。

針對第二個目標「消費者永續採購」的相關意見，摘述如下：

「消費者永續採購」部份，也不是要他「永續」採購，而是「有效」採

¹³⁰ 業補充於第二章第二節中。

¹³¹ 參見發言代碼「2-F-1-3」、「2-F-1-5」。

購，我覺得這樣才符合這個綱領的目標。(2-F-1-8)

．．．例如說消費者永續「採購」，消費者有時候可能是採“用”，不一定是採購。我想它的英文原字可能是 consumption，這個字也有“用”的意思在內。(1-G-1-3)

第 1 位與談者似乎將這裡的「永續」解釋為「持續不斷」的意思，但永續發展、永續消費中的「永續」，最主要是要突顯及照顧到下一代需求的問題。至於此處名稱文字上的設計，原是為了與政府、企業的綠色「採購」相對應，及兼顧「永續消費」多元參與的內涵，且為了避免與標題重複，而不使用「消費者永續『消費』」的名稱。

針對第三個目標「改變消費者行為模式」的相關意見，摘述如下：

．．．「改變消費者行為模式」，我想目的應該是改善，因為改變不一定改好，是不是用字上面再考慮。(1-G-1-5)

．．．「改變消費者行為模式」部分，其實應該說「促進良好的消費行為模式」。(2-F-1-8)

對於「改變消費者行為模式」的部分，．．．但有些人有時候並不代表「消費者」，故是否可以修正為改變「民眾」的消費模式？(2-C-2-5)

第 1 位及第 2 位與談者的建議意見，較不符合「永續消費」希望扭轉消費者不永續消費行為的原意；至第 3 位與談者的意見，依據聯合國《廿一世紀議程》的第四章「改變消費模式(Changing consumption patterns)」用法，似可配合修正為「改變消費行為模式」。

另有 1 位與談者依據自己的論述，建議將目標設定如下：

．．．綱領內容．．．可以調整為，第一個是「用消費者的力量來促進生產者創造永續產品」。．．．第二個是「揭露產品的友善資訊」。．．．第三個是「提供消費者永續採購的環境」。．．．第四個是「改變消費者

行為模式」。第五個是「弱勢消費族群權益的維護」．．．還有是「消費者權益的保護及意見反映的機制」等。(3-C-1-9)

不過，除前三個目標彼此有所重疊外，且有大有小，前二個目標，或可僅視為是一個工作計畫，而第三個目標又太大，將所有的目標又包含進來，故似均不符目標設定的基本原則。至於後三個目標名稱，則基本上是沿用本綱領(初稿)所設定的目標名稱。為與國際接軌，以及突顯兼顧「永續消費」多元參與、追求經濟社會環境三方面永續的宗旨，似仍宜維持原有之設定方式，並依據前開相關建議略作調整。這可參見筆者在第一場及第二場座談會所提出的回應意見：

．．．考慮到要與國外的制度、政策工具、一些概念的接軌，所以有些文字上我們會考慮到怎麼讓國內與國際都可以互相通用的想法。(2-B-2-13)

2.目標質化或量化

有1位與談者在提供的書面資料中建議設定具體的量化目標，其意見如下：

除訂定質化目標外，建議設定量化之具體目標，以利後續追蹤管考。(3-C 書面意見)

因本綱領為指導性、跨部會的政策，涉及各部會的權責及專業，非如「永續能源政策綱領」，其主管機關可以設定單一、清楚的量化目標，但即使如該綱領，亦未能設定涉及其他部會的量化目標。另查「聯合國消費者保護指導綱領—G.推動永續消費」及其他行政院消保會訂頒的如「電子商務消費者保護綱領」、「98-99年度消費者保護計畫」中，亦未設定量化目標，故本綱領仍以設定質化目標為宜。至於後續執行之追蹤管考，已於綱領(初稿)五、(五)中有所規範，於各主管機關研訂細部執行方案時，再依據計畫期程提出各執行項目的量化衡量指標。另，亦可再參見筆者在第三場座談會中的說明如下：

．．．剛先進所提到許多執行推動的層面，但對我來說是一個步驟、標的的問題，而不是原則性的問題。原則性問題是在綱領中呈現，後面的執行問題可透過會報，邀請機關、學者專家來訂優先順序，來訂短、中、長程目標，以及來訂我們優先推動的重點。(3-B-2-9)

(四)行動計畫

座談會討論題綱中原例舉數項議題，以引導與談者討論。不過，除了第1項「如何建立整合性的生態及環境友善的標章或認證管理制度？」及針對行動計畫「範圍」等有較需要研處的建議外，其他議題之建議或可以直接配合修正，或綱領(初稿)已有相關規範，或不涉綱領(初稿)修正問題者，不在此特別說明。

1.如何建立整合性的生態及環境友善的標章或認證管理制度？

針對這個議題的發言意見，都認為現行標章多樣複雜，確有檢討的必要。而行政院環保署的代表亦表示，該署現已在進行相關的檢討，其意見摘述如下：

．．．但是我們也在檢討，不同標章的規格標準是不是可以互相援引，也就是說他們的標準和我們的標準如果是相同的，那麼祇要是取得如節能或省水標章的產品，我們就可以直接來相互承認。當然可能還會有一些標準不一的情形，這個部分我們會再和其他的部會來檢討。
(1-D-1-5)

其中一位與談者雖然認為標章的整合「立意非常好」，但他也認為「這麼多固然有它的缺點，但是也有它的優點，整合的時候要非常小心」，他建議如下：

．．．如果要這樣做，如何來打破過去的範疇，不要各主管機關各做各的？這樣子可能要看看政府那一機關出面進行統籌一個新的規範。
(3-C-1-7)

由於各發言者均認為現行標章多樣化的情形有檢討的必要，因此本項仍值得保留。至於如何研議、由誰研議？可於後續的執行階段再來處理。

2.行動計畫之範圍

有數位與談者認為綱領(初稿)的範圍太廣，建議侷限在某個範圍，其代表性的意見摘述如下：

任何事都會跟人有關，任何人都與消費有關，今天我們把它定為「永續消費」，範圍就變得非常廣泛。我是建議我們就定義來討論，是不是把它侷限在某個範圍，怎樣把消費者保護的部分給突顯出來，再來做後續的研議。(1-E-1-1、1-J-1-1、3-H-2-2)

不過，亦有 2 位發言者支持政策綱領(初稿)的內容，其意見摘述如下：

．．．這份資料既然是消費，內容就會很多。．．．我認為有必要大家應該用心去思考。(1-F-1-8)

．．．這個是政策綱領，所以它包含的面就比較廣。(1-M-1-1)

消費者保護的範圍本來就很廣，本綱領(初稿)即是要從消費者保護的角度聚焦於與「永續消費」相關的議題，而所納入的計畫項目，係參照本論文第四章國內外政策工具的綜合比較結果，其實與消費者保護與永續消費議題都有相互關聯。可參見以下筆者在第一場及第三場的發言意見：

．．．消費者會落入不永續的消費習慣、消費的環境和制度裡，消費者可能個人的力量沒有辦法改變，這些還是要靠基礎建設。基礎建設就是要靠永續的旅遊、永續的國土、永續的保育等，必須靠這些制度才有辦法，這是為什麼思考到最後會把這些因素也考量進來的原因，因為它最後還是反映到消費結果上。(1-B-2-3)

．．．消費者保護的範圍非常的廣，包括食衣住行育樂生老病死，而且也都相互影響．．．(3-B-2-3)

(五) 配套措施及其他

1. 與「永續發展行動計畫」的關係

有 2 位政府機關代表提到本綱領內容與行政院永續會「永續發展行動計畫」的關係，其主要意見摘述如下：

．．．因為行政院永續會也有行動計畫，不曉得兩邊的關係如何？

(2-J-1-2)

在行政院永續會目前已推廣一套相關的作法，這一套的作法在各個部門也已經在檢討。不知道消保會提出來的草案是要併入，還是要分開？可能要做一個整合。(2-K-1-4)

「永續消費」是「永續發展」關心的其中一項重要議題，所以本綱領與行政院永續會的「永續發展行動計畫」，一定會有一些相關的議題，且本綱領的一些行動計畫項目，即是從「永續發展行動計畫」引用而來。其實綱領(初稿)在「其他」部份已有交待，如果涉及到其他相關的計畫時，爲了政府一致性的行動，可以參考「永續發展行動計畫」等其他相關的計畫。另筆者認爲，從消費者保護推動「永續消費」的觀點來看，若要將其中一塊切割出去，這樣整個綱領就不完整，應該要一起涵蓋進來，那就一定會有共通的部份，但兩邊可以從不同的角度去推動，就好像其他部會在推動永續發展，其實並不一定是站在消費者保護的角度。但站在這個綱領裡面，所訂出的策略、工作項目就要從消費者的角度來著手，說是有共通，但其實可以有不一樣的作法¹³²。

2. 推動進程與時程

有一位與談者建議應該設定「推動時程」，其意見摘述如下：

．．．通常我們在講一個綱領的設計或策略規劃的設計，我們通常會 focus 在它推動的時程要多久？．．．時間的部分是蠻重要的。

(3-F-1-5)

¹³² 請參見第二場焦點座談會發言代碼「2-B-2-11」的見解。

本綱領所設定的為質化目標，屬指導性、長久性的政策，綱領本身較不易設定推動時程，且查行政院消保會所訂頒之「消費者保護基本政策」及「消費者保護計畫」中，亦無推動時程的設定，而是透過請各部會據以研訂的年度消費者保護方案中，納入量化目標及辦理時限來加以落實政策目標及計畫。本綱領(初稿)三-(四)及五-(五)，已規範應據以研訂各項短中長期計畫，以及請各主管機關於研訂細部執行方案時，依時程來設定各執行項目的績效衡量指標，以此逐步的來推動¹³³。

3.其他

至於與談者所提及其他具體的建議，如相關政策的永續消費評估¹³⁴、誘因及強制機制¹³⁵、標準化¹³⁶、強制回收¹³⁷、節能減碳的輔導服務及專有名詞的備註說明¹³⁸等，除符合本綱領的目標外，有助於綱領(初稿)內容的充實，均值得參考納入。



¹³³ 另請參見發言代碼「3-B-2-9」的見解。

¹³⁴ 請參見發言代碼「1-A-3-1」的見解。

¹³⁵ 請參見發言代碼「2-G-1-3」、「2-C-2-9」、「3-F-1-5」、「3-M-1-1」的見解。

¹³⁶ 請參見發言代碼「1-M-1-16」、「3-C-2-2」的見解。

¹³⁷ 請參見發言代碼「3-E-1-3」、「3-A-12-1」、「3-C-2-3」的見解。

¹³⁸ 請參見發言代碼「3-C(書面意見)」的見解。

第三節 綜合分析與政策草案研訂

本節將就問卷調查及焦點團體法之研究設計實施成果進行綜合分析，俾據以修訂「消費者保護--推動永續消費」政策綱領(初稿)為綱領“草案”，以提供行政院消保會參採。

一、綜合分析

除前開第二節已就焦點座談結果各與談者所提建議意見，依據「永續消費」的理念及相關文獻觀點加以探討分析及研處外，再就其中與第一節之問卷調查題目有關之建議意見，就問卷調查分析結果，進行綜合分析如下：

(一)在「政策定義及範疇」方面

就與談者認為本綱領(初稿)所界定的「消費者保護--推動永續消費」的操作性定義及範疇，應改以第三人的角度來敘述部份，依據問卷調查分析的結果，多數的受訪者在消費時會關心環保問題的情形，亦支持本綱領從消費者角度出發的觀點。

(二)在「如何結合宗教、消保等民間團體及社區等組織，推動非物質的消費生活，建立消費者環境友善及身心靈均衡滿足的集體永續消費倫理觀」方面

焦點座談會中有位與談者提到結合宗教及民間團體執行的問題，其意見摘述如下：

．．．當我們要倚靠宗教來幫我們推動永續消費的時候，我們要慎重選擇，或是給他們一些教育。(1-M-1-7)

．．．事情應該多讓民間團體做，可以用最低的成本贏得人民的信賴，．．．。很多民間團體做的很好，且非常認真。(1-M-1-14)

有關本綱領(初稿)此一部份之行動建議規劃，係參照第二章第四節所述及之政策規劃原則中的「人民自主原則」，上開意見除係屬執行細節的問題外，另依問卷調查分析結果，多數的受訪者亦認同，不應過度偏重物質生活並應兼顧心靈層次的滿足，此符合第二章第一節所提到國外的調查研究結果，故亦無須修正本綱領(初稿)的相關內容，且未來如能研訂具體的執行措施並落實推動，相信對消費者建立集體永續的消費生活觀，必有一

定的成效產生。

(三)在「是否多數消費者會受限於生活習慣及所得收入而影響其力行永續消費行為的意願？」方面

有位與談者提到民眾生活習慣的養成甚為重要，其意見摘述如下：

綱領裡面有提到我們要發展大眾運輸，多使用大眾運輸工具，減少碳排放。．．．這除了是教育問題外，也是地區生活習慣的問題，那這部分怎麼辦？這可能是在生活養成習慣上我們必須努力的。(1-L-1-6)

依問卷調查分析結果，確實有多數的受訪者認為，自己可以自由支配的消費金額非常有限，個人的消費行為對環境保護的幫助極為有限；而此情形亦為第二章第三節所探討國際推動「永續消費」的所遭遇的困難之一。

為利消費者力行永續消費行為，不陷入不永續的生活習慣和環境、制度中，本論文業於第四章第三節參考國內外相關推動情形，提出檢討因應對策，並據以納入政策綱領(初稿)之第三-(六)、四-(三)及五-(六)等項目內容中；故本項與談者的建議，在綱領(初稿)中已有所規範。

惟另依據問卷調查分析結果，雖然教育程度、所得及職位較高的受訪者，有較高的環境友善消費意識，但有些所得較低或學生之受訪者，即使可支配消費金額有限、仍必須較依賴物質生活，但卻具備較強的永續消費觀念，認為個人的消費行為仍有助於環境的保護，而突顯出「永續消費教育」的重要性。故未來在永續消費教育上，確實應該研訂有效的執行策略，並認真努力的來推動，以改變民眾的消費行為模式。

以上綜合問卷調查及焦點座談結果的分析及研處情形，將研處意見彙整如下表 5-3-1，並編列「研處序號」。

表 5-3-1 三場焦點座談會與談者建議與研處意見對照

討論題綱	研處 序號	發言 代碼	主要建議	研處意見
(一)有關政策綱領之政策定義及範疇是否適當?	1	2-F-1-6	<p>．．．在第一頁裡面提到「永續消費」的操作性定義及範疇界定部份，．．．事實上應該是這樣說「為了滿足消費者購買身心靈需求的商品與服務．．．」，這其實不是消費者為了做這件事情，而是我們為了要滿足消費者，才有以下範疇的界定，．．．所以我會建議不是把消費者當成主詞。</p>	<p>1.本綱領所提出的政策定義，係參照聯合國的定義所發展而來，希望以消費者為主體，促使消費者能自我力行永續消費的行為並能保障自己的消費權益。參照發言代碼「1-A-2-1」、「1-J-1-2」、「1-K-1-2」、「2-C-2-2」、「3-C-1-3」等，均肯定或支持這樣的見解。</p> <p>2.另從問卷調查分析的結果，多數的受訪者在消費時會關心環保的問題。</p> <p>3.故綜合以上情形，仍宜維持原定義基本內容，但可作文字上的略為修正。</p>
		2-C-2-2	<p>．．．我覺得應該反過頭來從「消費者」本身的角度來思考、出發，．．．從政策的定義裡面「消費者為滿足身心需求．．．」，就突顯了「消費者主權」，所以，我感覺到今天召集會議的單位其實有思考到從消費者的角度出發。</p>	
		1-J-1-2	<p>至於所提出「永續消費」的定義，是蠻好的定義．．．</p>	
		1-K-1-2	<p>．．．我們再看下面的政策定義，其實已經整個表述的蠻清楚了，．．．</p>	
		2-F-1-7	<p>．．．在第三段有關於「降低廢棄物及污染的排放」後面所提到「可回收再利用性質」部分，我覺得應該修正為「降低廢器物及污染的排放，以及加強使</p>	

		用」，其實我們是要強調「加強使用」那些可以回收、再利用的物質．．．。另外，有關於能源或自然資源的使用，應該再加上「避免浪費」，我想這才是我們所要陳述的目的。	
	2	1-K-1-2 ．．．我想「前言」第二段裡面的表述可以再大膽點的．．．所以我覺得某個意義上是可以從消費者同時是一個社會生活的成員，所以他的社會生活會受到整個消費的產品的生產過程中是否注意到保護環境的要求，以及照顧社會弱勢的要求等等所影響，所以事實上是非常廣義的現代消費者權益的一個部分。	配合所提建議及劉麗莉等(2005)見解 ¹³⁹ 修正。
	3	2-F-1-2 ．．．關於題目「消費者保護－推動永續消費」，剛剛聽完簡報，其實它不是一個永續消費的觀念，而是友善環境、有效消費的理念。我們是不是可以把這個標題改成「推動友善環境的永續消費」．．．	1.這裡的「永續」並非「持續不斷」消費或生產的意思。 2.依本論文第二章第二節的文獻探討，「消費者保護－推動永續消費」與「永續消費」的意義及範圍並不完全一樣，本綱領並非要訂「永續消費」的政策綱領，而是要訂與消費者保護有關的永續消費政策。
		3-C-1-5 ．．．我覺得整個也許可以稍微「精簡」，儘量不要重覆，如名稱叫「消費者保護－推動永續消費」政策綱領，是不是可以簡化成「永續消費政策綱領」。	
		3-E-1-1 ．．．把「消費者保護」當作前置詞，會造成大家的誤解，事實上「永續消費」的議題是很廣的，這不是	3.由於本綱領(初稿)所涉及的内容廣

¹³⁹ 詳第二章第二節。

			只限制在買東西的消費者，我蠻贊成這個前置詞不要。	泛，雖可考慮將本綱領內容拆成政策綱領及行動計畫兩份文件，但一拆開之後，可能就會失去其整體性及造成閱讀上的不便。參酌「聯合國消費者保護指導綱領(Guidelines)」及行政院消保會之前所訂頒「電子商務消費者保護『綱領』」之名稱用法，以及查行政院消保會在 1994(民國 83 年)已訂頒有「消費者保護基本政策」，為避免與之重疊，將本綱領名稱修正為「『消費者保護－推動永續消費』政策綱領」，將「政策」二字拿掉，以兼顧政策及行動計畫的內涵，並杜絕疑慮。
	3-C(書面意見)		建議整體精簡「消費者保護－推動永續消費」政策綱領內容，僅針對目標、原則、綱領內容、及後續推動事項說明。	
(二)有關政策綱領之政策原則是否適當?	4	2-C-1-3	．．．討論題綱的第二點有關政策綱領(初稿)之政策原則與我們後面對應到的推動原則是不是相同的?．．．	本綱領(初稿)中的「推動原則」係依據規劃時所設定的政策原則而來，本處係誤植為「政策」原則，將據以修正並於論文中補充說明。
	5	2-F-1-3	．．．提到的運用「同儕影響」的力量，這個同儕是指社會的同儕，還是怎麼樣的力量去建立?	1.依問卷調查結果，有些年輕且高學歷的學生，可能認為可以透過積少成

			多、相互影響，個人的永續消費行為仍能對環境保護作出有力的貢獻。 2.參見發言代碼「2-B-2-7」，配合修正政策綱領(初稿)四-(三)內容。
	6	2-F-1-5 ．．．關於政策原則中所提到的「依據國家特性及資源」部份，．．．包括文化特性、台灣人民族特性，怎麼樣在環境資源下面去規劃一個短中長期的計畫，在用詞上面可再作一點修正。	配合修正為「依據國家『消費環境』特性及資源」。
(三)有關政策綱領之政策目標部分是否適當?	7	2-F-1-8 ．．．「企業經營者永續生產」部分，好像是逼企業去做生產，這是不對的。我們應該是建議、鼓勵企業經營者永續經營，那麼他才會作符合友善環境的生產，建議把永續「生產」改為永續「經營」。	依本論文第二章第二節對「企業經營者永續生產」的內涵界定，以及「參照發言代碼「2-C-2-3」、「2-B-2-6」的見解，仍維持原文字內容。
		2-C-2-3 ．．．「永續經營」的內涵其實比較多，「永續經營」有一部份是要回應到顧客的需要及其他性質．．．。因此，替代的方法，是不是直接切入針對「永續生產」這部分來談？	
	8	2-F-1-8 「消費者永續採購」部份，也不是要他「永續」採購，而是「有效」採購，我覺得這樣才符合這個綱領的目標。	1.這裡的「永續」並非「持續不斷」的意思。 2.此名稱係為了與政府、企業的綠色「採購」相對應，及兼顧「永續消費」
1-G-1-3 ．．．是用字的問題，例如說消費者永續「採購」，			

		消費者有時候可能是採”用”，不一定是採購。我想它的英文原字可能是 consumption，這個字也有”用”的意思在內。	多元參與的內涵，故仍予維持原文字內容。
9	1-G-1-5	．．．「改變消費者行爲模式」，我想目的應該是改善，因為改變不一定改好，是不是用字上面再考慮。	1.發言代碼「1-G-1-5」及「2-F-1-8」的建議意見，較不符合「永續消費」希望扭轉消費者不永續消費行爲的原意。 2.參酌發言代碼「2-C-2-5」的意見，依據聯合國《21世紀議程》的第四章「改變消費模式(Changing consumption patterns)」名稱，配合修正為「改變消費行爲模式」。
	2-F-1-8	．．．「改變消費者行爲模式」部分，其實應該說「促進良好的消費行爲模式」。	
	2-C-2-5	對於「改變消費者行爲模式」的部分，．．．但有些人有時候並不代表「消費者」，故是否可以修正為改變「民眾」的消費模式？	
10	2-F-1-8	第四個「弱勢消費族群環境權益的維護」部分，我覺得應該把「環境」拿掉。	在綱領以「消費者保護-推動永續消費」為名稱的前提下，刪除「環境」二字，並不影響其在此的意義，同意配合修正。
11	2-F-1-8	第五個「有效消費者保護管制機制」部分，現在已有很多很好的機制，故應該是「完善消費者保護管制的機制」，這樣子的目標設定會比較清楚。	此處並非談現有的消保機制，而是必須將現有的消保機制結合「永續消費」的理念進去，故仍予維持原文字內容。
12	3-C-1-9	．．．綱領內容．．．可以調整為，第一個是「用消	1.除前三個目標彼此有所重疊外，且

		<p>費者的力量來促進生產者創造永續產品」。．．．第二個是「揭露產品的友善資訊」．．．第三個是「提供消費者永續採購的環境」．．．第四個是「改變消費者行爲模式」。第五個是「弱勢消費族群權益的維護」．．．還有是「消費者權益的保護及意見反映的機制」等。</p>	<p>有大有小，前二個目標，或可僅視為是一個工作計畫，而第三個目標又太大，將所有的目標又包進來，故似均不符目標設定的基本原則。至於後三個目標名稱，則基本上是沿用本綱領(初稿)所設定的目標名稱。</p> <p>2. 另參照發言代碼「1-B-2-6」、「2-B-2-13」的見解，為與國際接軌，以及為突顯兼顧「永續消費」多元參與、追求經濟社會環境三方面永續的宗旨，故除第四個目標「弱勢消費族群環境權益的維護」，刪除「環境」二字外，其餘仍予維持原設定名稱。</p>
13	3-C(書面意見)	<p>除訂定質化目標外，建議設定量化之具體目標，以利後續追蹤管考。</p>	<p>本綱領為指導性、跨部會的政策，故本綱領仍以設定質化目標為宜。至於後續執行之追蹤管考，已於綱領(初稿)六、(五)中有所規範，於後續請各主管機關研訂短中長程計畫時，再請各主管機關</p>

				設定各工作項目的量化目標。
		14	1-G-1-2 政策目標中開始就提到環境友善，我們還是以消費為出發點，對我來說的話，比較在乎消費者的安全、成本，環境友善不是不重要，但它的順位是不是排後面一點。	配合修正相關文字內容。
(四)有關政策綱領之行動計畫部分是否適當？	1.如何建立整合性的生態及環境友善的標章或認證管理制度？	15	1-F-1-5 所以各部會不要各自為政，就是你在想一個東西的時候，一定要讓消費者感覺這東西整體上都是好的，才會給他這樣一個標章。	1.多數發言意見，認為現行標章多樣複雜，確有檢討的必要。 2.參照發言編碼「1-D-1-5」及「3-B-2-4」的意見，維持綱領(初稿)五-(一)-1-(2)-②內容。至於如何研議、由誰研議，於後續的執行階段再來處理。
			1-M-1-15 ．．．今天台灣的標章太複雜，應該簡化，並且明顯告知只管什麼、是什麼意思。	
			2-C-2-7 第四頁提到標章標示的規定有很多。．．．這麼多的商標對弱勢的保障或者整體民眾消費資訊來講，這是一個負擔。．．．對內可以分門別類，因為各有各的主管，對外需不需要做一個簡化？	
	3-C-1-7 ．．．如何來整合？如果要這樣做，如何來打破過去的範疇，不要各主管機關各做各的？這樣子可能要看看政府那一機關出面進行統籌一個新的規範。			
	2.如何結合宗教、消保等民間團體及社區	16	1-M-1-7 ．．．利用宗教是有問題的。．．．當我們要倚靠宗教來幫我們推動永續消費的時候，我們要慎重選擇，或是給他們一些教育。	1.屬執行層面問題，不涉綱領內容的修正。 2.另依問卷調查分析結果，多數的受訪

	<p>等組織，推動非物質的消費生活，建立消費者環境友善及身心靈均衡滿足的集體永續消費倫理觀?</p>		<p>1-M-1-14</p>	<p>．．．事情應該多讓民間團體做，可以用最低的成本贏得人民的信賴，．．．民間團體他非常的節省。很多民間團體做的很好，且非常認真。</p>	<p>者願意從事永續消費行爲(如少開車，儘量搭車大眾捷運系統或騎自行車；或租用商品等)，並追求心靈層次的滿足，此符合第二章第一節所提到國外的調查研究結果，故亦無須修正綱領內容。</p>
	<p>3.是否多數消費者會受限於生活習慣及所得收入而影響其力行永續消費行爲的意願?</p>	<p>17</p>	<p>1-L-1-6</p>	<p>綱領裡面有提到我們要發展大眾運輸，多使用大眾運輸工具，減少碳排放。．．．這除了是教育問題外，也是地區生活習慣的問題，那這部分怎麼辦？這可能是在生活養成習慣上我們必須努力的。</p>	<p>1.依問卷調查分析結果，多數的受訪者也認為，自己可以自由支配的消費金額非常有限，個人的消費行爲對環境保護的幫助極為有限。但有些年輕且高學歷的學生，可能認為可以透過積少成多、相互影響，個人的永續消費行爲仍能對環境保護作出有力的貢獻。 2.為利消費者力行永續消費行爲，不陷入不永續的生活習慣和環境、制度中，已於綱領(初稿)三-(六)、五-(三)及五-(六)等中有原則性之規範。本項建議屬綱領落實執行的問題，不涉綱</p>

				領內容的修正。
4. 推動市民農場制度 (allotments)、食物或二手商品救助銀行等的可行性。	18	1-K-1-6	．．．比如第 6 頁談到的所謂市民農場制度，台灣現在已經有比較通俗的名稱叫「農夫市集」，．．．另外食物銀行或二手商品銀行，這個跟農夫市集或市民農場的性質或者目的好像比較不太一樣，後者是減少廢棄；農夫市集或市民農場則比較強調在地生產和在地消費，通常會加入對環境的關切。	配合修正增修綱領(初稿)五-(四)-3 內容。
	19	1-L-1-3	．．．「農夫市集」通常是用比較有機的方式在生產，有機方式生產的通常賣相就不會好看．．．可是怎麼樣去教導民眾去買不好看的農作物？	屬執行層面問題，不涉及綱領之修正。
5. 創造綠色經濟產業，導入產品服務系統 (PSS)、環境成本合理化等是否有助於永續消費與經濟發展？是否能創造新就業機會？	20	1-K-1-10	另外是關於 PSS(產品服務系統)，．．但是它的整個 Business Model 的發展其實有一定的限度．．．關於這方面其實，是不是有可能有較有系統的推動方法，是值得再思考。	1. 依問卷調查的結果，多數的受訪者願意從事包括 PSS 的永續消費行為。 2. 屬執行層面問題，不涉及綱領之修正。
	21	2-E-1-5	．．．我們常常忽略「環境社會的成本」，很多消費品未能合理的反應我們整個的環境社會成本，讓大家造成錯誤的消費。	已於綱領(初稿)五-(一)-4 有所規範。

6.其他相關行動措施是否適當?	22	1-C-1-3	第 4 頁 2.「商品標示及廣告」，建議修正為「商品標『章』及廣告」。	配合修正綱領(初稿)五-(一)-2 及相關內容。
		2-F-1-9	．．．第四頁裡面關於商品標示及廣告這是兩個概念，標示跟標章是不一樣的，原則上標示是屬於強制性的規定，標章是屬於自願性遵循的，這兩個部分把它分開來描述，會比較清楚一點。	
	23	1-F-1-2	我們在日常生活裏面，可能需求端的這些消費者欠缺	已於綱領(初稿)五-(三)-2 有所規範。
		1-M-1-3	這些觀念，所以觀念上的改革我認為是最重要的，只	
		1-M-1-4	要需求端的觀念能夠改革，那「永續消費」就很容易	
		1-M-1-6	呈現出效果。	
	24	1-G-1-6	我覺得好像比較沒有看到學校的教育。因為教育推廣	已於綱領(初稿)五-(六)-2-(14)有原則性規範。
1-J-1-4 3-D-1-1		的話，好像這個人已經離開學校了，雖然也有加強學校、社區相關活動，但是蠻重要是學校的基本教育。		
25	1-F-1-4	比較容易的是從根做起，讓我們下一代有永續消費的	屬執行層面，不涉綱領(初稿)的修正。	
	1-I-1-3 3-G-1-5	觀念，才是比較有前瞻、有未來的一個想法。		
26	1-J-1-4	社會教育的部分，我覺得有一個可以來利用的就是現在 101 所的社區大學，．．．社區大學是在地生根，如果有具體的內容，他們是可以很清楚來推動相關的理念。	屬執行細節問題，已於綱領(初稿)五-(六)-2-(14)有原則性規範。	

		1-M-1-12	．．．但我們要想到社區大學所教育的人只占全台人口的 1.5%，98.5%的人是沒有接觸到的，所以我們要設法把訊息傳遞給他們。	
	27	1-L-1-2	除了學校教育，社區的教育或家庭的教育其實也很重要。	已於綱領(初稿)五-(六)-2-(14)有原則性規範。
	28	3-E-1-2	．．．其實我們也可以運用「老人家」，慈濟的志工用了多少老人家在幫忙，每個社區都有老人群，應該都可以把他們納進來。	屬執行層面，不涉綱領(初稿)的修正。
	29	3-D-1-2	教育部在訂國中、高中的課綱，尤其公民與社會這部分，．．．我蠻建議消保會可以給一個建議，是不是由教育部來轉國立編譯館，請他們在九月分進入教材審訂的時候把永續消費列入為相對要重視的主題．．．	屬執行層面，不涉綱領(初稿)的修正。
	30	3-H-2-3	在第 12 頁第(13)項提到「制訂永續校園的標準」，．．．但是我們從來沒有去制訂永續校園的標準，．．．。所以我們基本上有一套準則，．．．我建議文字上可以修訂為「推廣永續校園」的觀念或概念。	配合修正綱領(初稿)五-(六)-2-(13)內容。
	31	1-K-1-9	另外一個可以同時考慮的是．．．，但是尤其像娛樂活動標章，．．．如果能夠發展相關的綠色認證標章，其實可以藉由這些活動對社會大為宣傳。	配合修正綱領(初稿)五-(一)-2-(1)-①、四-(二)-1-(2)等內容。

		3-D-1-5	我再談一個比較廣義的，我們剛所講的都是實質商品的消費，但在經濟上，廣義的消費觀念還有包括服務部分，在綱領裡面看到的比較少，怎麼把服務的部分納進來可以再思考。	
	32	1-L-1-5	．．．對於單價比價高的商品查驗部分，是否有其他的機制把關，這其實是綠色消費上的一個環節。	屬執行層面，不涉綱領(初稿)的修正。
	33	1-L-1-4 1-M-1-11	這又涉及到一個問題，通常綠色生產的農產品價格會比一般的高，．．．我們怎麼樣幫助這些弱勢的民眾購買綠色產品．．．。	已於綱領(初稿)五-(四)- 1 中有原則性之規範。
	34	2-F-1-9	第六頁裡提到「弱勢消費族群環境權益維護」第 1 項的內容其實是「社會福利」的部分，不是那麼的直接關連．．．	參照發言編碼「2-B-2-9」內容，仍予維持。
	35	2-F-1-10	此外，建議在許多行動方案裡面涉及企業的部份，前面都加上「鼓勵」二個字。因為，要讓企業經營者直接去推動相關的工作，有些優良企業可以做到，但是很多時候需要外部的法規或是措施來促進他們去做更好的改善，我想加「鼓勵」兩個字可以會更周全一點。	配合修正綱領(初稿)五-(二)- 1 -(1)內容。
	36	2-J-1-1	．．．第七頁提到「7．．．優先照護山地離島、罕見疾病、中低收入戶等醫療弱勢族群」，依照原住	配合修正文字內容。

			民基本法，建議在優先照顧山地離島後面加「及原住民地區」．．．。另因為身心障礙也是弱勢族群的一部份，建議修正為「身心障礙(含罕見疾病)」。	
	37	2-L-1-2	對於行動計畫的第四頁，有提到「Dolphin-Safe Tuna」，這部分根據我的了解，它是美國依據國內法對進口到國內的鮪魚及製品，要求貿易商要開的證明文件，並不是國際漁業組織的證明文件．．．建議目前暫時沒有必要把「Dolphin-Safe」標章列進來。	參照發言編碼「2-B-2-12」內容，仍維持原內容。
	38	3-C-1-6	另一個剛也有提到，在比較沒有關聯性的地方可以作修正。比如第7頁的第7項「提升環境影響評估制度的效能」、第9項「加強新興傳染病之消費者保護相關防治政策與措施」、第11頁的「訂定永續人口政策」，大概比較沒有直接的關係，不一定需要放進來。	參照發言編碼「2-B-2-12」內容，仍維持原內容。
	39	3-J-1-3	第三點，綱領第11頁提到以「稅額寬減」等方式，支持綠色產業。我必須說明，我們目前所得稅的改革方向是不走產業別的獎勵，所有產業別的獎勵全都取消，希望維持所得稅改革的一貫性。	「稅額寬減」祇是所例舉的國外推行的其中一種政策工具，屬後續執行層面問題，不作文字修正。
	40	3-K-1-1	．．．針對第11頁有關環境稅賦部分．．．。只是	配合修正綱領(初稿)五-(六)-2-(12)內

			這邊提到一段話，稅收要用來推動各項永續消費工作，因為稅收的用途是要統收統支，「指定用途」可能會和現行財政收支劃分法會有所衝突。當然，推動永續消費工作是消保會或者是相關部會要負責推動的，這可能就由各部會直接編列預算去支應。	容。
	41	3-D-1-6	．．．我最近碰到消費者購買金融商品的金融服務發生一些問題，很多的弱勢族群、資訊不夠的消費者如老年人，很多財富在這二年之中就不見了。．．．從永續消費的觀念要怎麼去談這一塊？	已於綱領(初稿)五-(五)- 1 -(3)中有原則性之規範。
	42	3-E-1-3	另外，綱領裡提到關於廢器物回收，我覺得整個系統要再加強，能夠回收的商品是否能再更廣些，現在只設定在電腦、電器用品而已，可以再思考是否放大一點？	配合修正綱領(初稿)五-(一)- 1 -(3)內容。
		3-A-12-1	我們每個人都在用手機，換手機就換電池，換電池就換充電器，常有一大堆電池、充電器要被丟掉。台灣現在買手機就要重新買電池，充電器就滿地丟，對消費者來說是一個大問題。	
		3-C-2-3	如在「強制回收」部分，．．．在國外歐洲電源供應器、手機都要強制回收，消費者是沒辦法自己處理的，強制回收可以增加它的成本，這樣就不會動不動	

			要換新。	
		3-E-1-4	<p>．．．當年在二戰前後，物質缺乏的時候，自然而然政府就會走上「配給制」的觀念，我們當然不是要走配給制，只是對高汙染、無法再生利用的商品把它規範出來，但不是要去限制廠商，是讓消費者產生一個配給觀念。我舉個例子，從前南投生產一款走路後跟會亮的鞋子並銷售到歐洲，其實那東西裡面是汞。歐洲國家怎麼規範？當要買一雙新的鞋子時，要把這雙舊的交回去，如果把舊的丟掉了就沒有資格買新的鞋子了。這是配給的概念，我們可以思考如何把這樣的精神抽出來再做運用。</p>	
	43	3-E-1-5	<p>關於綱領裡「公共(產品)資訊」的部分，提到要企業編撰「企業永續環境報告書」，我建議這個不要，引起的反彈會很大，我們或許可以用獎勵的方式找幾個大企業、指標性的企業去做，自然產生一個效仿的作用．．．</p>	<p>配合前開發言代碼「2-F-1-10」內容，修正綱領(初稿)五-(二)-1-(1)內容。</p>
	44	1-E-1-1 1-J-1-1 3-H-2-2	<p>任何事都會跟人有關係，任何人都與消費有關，今天我們把它定為「永續消費」，範圍就變得非常廣泛。我是建議我們就定義來討論，是不是把它拘限在某個範圍，怎樣把消費者保護的部分給突顯出來，再來做後</p>	<p>1.消費者保護的範圍本來就很廣，本綱領(初稿)即是要從消費者保護的角度聚焦於與永續消費相關的議題，而所納入的計畫項目，係參照本論文第四</p>

臺灣永續消費政策綱領之研議

			續的研議。	章國內外政策工具的綜合比較結果，其實與消費者保護與永續消費議題都有相互關聯。 2.參酌發言代碼「1-F-1-8」、「1-M-1-1」、「1-B-2-3」、「3-B-2-8」，以及其他的修正意見，亦不反對維持目前的綱領架構，故仍維持原案。
		1-K-1-3	．．．怎麼樣讓消費者在市場上更好、更便利、更有效率的可以買到這些他確認對環境友善的或者對環境永續性有幫助的產品或服務。我想若從這個角度，就可把一些和其他部會職責有強關聯的部分去掉，比如比較偏永續生產的面向。	
		1-F-1-8	行政院消保會的這份資料既然是消費，內容就會很多。．．．我認為有必要大家應該用心去思考。既然行政院消保會有這樣前瞻性的東西，大家應該齊力來努力，看怎麼樣讓我們的環境更好一點。	
		1-M-1-1	首先我們來看，這個是政策綱領，所以它包含的面就比較廣。	
		45	1-K-1-4 永續性是包含經濟、環境及社會的面向。．．．前面有提到綱領內容比較少社會面，這個邏輯間的一致性，我想是可以再檢視。	綱領中已包含有弱勢消費族群的照顧、消費者安全衛生等社會面向之議題，將再配合其他代表所提具體意見修正。
(五)有關政策綱領之配套措施及其他部分是否適當?	1.未來的推動組織如何設置? 相關機關間如何分工合作?	46	1-L-1-7 ．．．可是常存在的是業務分工的問題。除了消保會 1-M-1-13 是推動機關外，未來也應該要把相關配合的機關一併列入，我想後續的推動上權責才會分明。 3-F-1-6 ．．．後面也提到希望能夠有一些制度或機制的設立，．．．我建議消保會可以在這方面多扮演一些角	已於綱領(初稿)六-(三)有原則性規範。

			色 . . .	
	47	2-J-1-2 2-K-1-4	. . . 因為行政院永續會也有行動計畫，不曉得兩邊的關係如何？	已於綱領(初稿)七-(四)有所規範，並參考發言代碼「2-B-2-11」內容予以增修。
2.尚有那些迫切重要的法令需新訂?需要進行國際合作或洽簽協議的重要議題?	48	2-D-1-6	. . . 我覺得「科學的完整、訊息的完整」非常重要。 . . . 第一個建議的是，考慮參與國際上訂定法規科學的組織及相關協定 . . .	屬執行細節，已於綱領(初稿)六-(二)中作原則性規範。
3.其他	49	1-H-1-2 1-J-1-5 1-M-1-2 3-F-1-4 3-I-1-4	因為在地方政府是執行面，就我們的行動計畫裡面，為了要便於我們以後的執行，建議行動計畫能有短、中、長期，甚至是逐年的重點。 綱領是前面，但是推動的時候應該有先後有重點、有輕重緩急，所以我們希望有個秩序，否則就不曉得要先做什麼了。 . . . 後面談到那麼多的行動計畫，有沒有可能先選取幾個比較重點的來試辦推行？ . . . 政策綱領裡面所列出的一些政策措施，如果國際上專家有對消費面的政策工具做評估排序的話，排在前面的部分我們可以考量優先推動 . . .	配合增修綱領(初稿)四-(四)及六-(五)內容。

		1-K-1-7	．．．第一個在產業別上或產品服務的性質上面，能夠以食品、服飾或日用的消費品，做為優先開始推動的產品或服務的類型，尤其特別是食物和服飾業。	
		1-K-1-8	其次是關於企業的類型，．．．建議剛開始推動初期，是以量販店或是便利超商系統為主要推動以及合作的夥伴。	屬執行細節，不涉綱領(初稿)內容的修正。
	50	3-F-1-5	．．．通常我們在講一個綱領的設計或策略規劃的設計，我們通常會 focus 在它推動的時程要多久？．．．時間的部分是蠻重要的。	本綱領為一指導性、長久性的政策，綱領本身較不易設定推動時程，且查行政院消保會所訂頒之「消費者保護基本政策」及「消費者保護計畫」中，亦無推動時程的設定，而是透過請各部會據以研訂的年度消費者保護方案中，納入量化目標及辦理時限來加以落實政策目標及計畫，而此在綱領(初稿)四-(四)及六-(五)已有原則性規範。
	51	2-D-1-8	．．．在有效引導措施來講，應該要有一定的經費去鼓勵更多人、更多層面的這種自發性的行為，包括在社區，包括NGO的倡議或其他各自的努力，這些行為要被鼓勵，而且要看得得到。	已於綱領(初稿)五-(三)-2-(3)及五-(三)-3-(1)有所規範，並配合增修綱領(初稿)六-(三)內容。
		2-E-1-3	要怎麼樣讓民眾能有自發性的節能減碳行為？．．	

			應該要鼓勵更多的民間團體及有志者參與，沒有這個參與機制的話，很多的訊息就會不夠健全。	
	52	2-D-1-9	最後一個是「事後的監督機制」，要怎麼確保政府的處理是老百姓可相信的？．．．我的核心觀念是，．．．包括所有的政府、企業、個人等，他所知道的資訊應該完整揭露。不完整、不誠實揭露的話，從消費者的角度，應該在消保法去處罰他，起碼事後之鑑，對未來有教育作用。	已於綱領(初稿)五-(一)-2-(2)、五-(二)-1-(1)、五-(三)-1-(1)、五-(三)-2-(2)、五-(五)-3-(2)、六-(一)中有原則性之規範。
	53	2-G-1-3	．．．將來促請消費者把習慣改變的同時，政府機關可以推出一些獎勵的措施。比如早期米酒罐子回收，有發給一元、二元的獎勵金，等大家變成習慣，縱使沒有再獎勵，消費者也能夠把物資用到最好的方式。	配合增修綱領(初稿)五-(三)-5 內容。
	54	2-C-2-9	當企業經營者要推動永續消費模式時，政府能不能建立一些誘因機制，以鼓勵企業落實去推動，也可啓發、引導民眾？	已於綱領(初稿)五-(一)-1-(2)中有原則性規範。
		3-F-1-5	．．．建議能不能在實質的計畫裡提到相關制度要怎麼去設計?或者設置誘因結構，你來參加這個認證或BBB，可以得到什麼誘因？可以在這邊多作一些著墨。	

		55	3-M-1-1 . . . 外國說我們是 CO ₂ 排放最多的，原因在哪？因為我們汽機車太多，. . . 日本除了做綠能之鼓勵外，他們還有棍子，如果是五年以上的汽機車，稅就加重，所以我覺得對消費者有貼補之外，還要有一個棍子在後面驅趕。	屬於執行細節，已於綱領(初稿)五-(六)-2-(2)有原則性的規範。
(六)其他推動本政策綱領可能問題及因應作法。		56	1-A-3-1 . . . 如果以後政府在推動標章等攸關消費者保護之措施時，可以加上「永續消費」的影響評估. . .	已於綱領(初稿)七-(七)中有原則性規範。
			1-E-2-1 . . . 政府以後任何一項政策或作為本身，應該將消費者部分納入評估，並把它宣示出來，讓民眾瞭解環保會未來有這一項作為。	
		57	1-L-1-8 我們常聽到的是“這是民眾的事”、“是企業的事”等，但政府應該以身作則。	配合增修於綱領(初稿)七-(三)中。
			1-M-1-5 第二點是領袖人物最重要，政府要示範。	
			2-A-1-5 永續消費的觀念需要政府部門去引導消費者的觀念，消費者的觀念改變以後，消費行為就會轉變。	
			2-A-9-2 . . . 但是我們政府部門多作點努力，就會多少有一點成果。像環保部門禁止白熾燈泡的使用，政府部門可以強制以後所有政府機關辦公場所或公共營造物所使用的衛浴或電器設備等都要具有省水、節能標章，政府自己帶頭作。	

	58	1-D-1-4	我們也在研議只要是採購綠色的商品，就給民眾點數，鼓勵民眾能做這樣的消費。	配合增列於綱領(初稿)五-(二)-2-(3)中。
	59	1-M-1-8	．．．應該設一個媒體的生活指導獎，頒給對我們消費者的生活最有貢獻，能夠改變我們的生活方式、消費觀念的。	屬於執行層面，已包含於綱領(初稿)五-(一)-1-(2)內容。
	60	1-M-1-9	．．．現在朋友見面都是小酌一番，就是我們過去沒有養成文化消費的習慣。所以希望能開放更多的公共活動場所，有活動就會減少消費。	屬於執行層面，已包含於綱領(初稿)五(三)-1-(3)內容，並配合修正四-(二)、五-(三)-3-(1)等相關文字內容。
	61	1-M-1-10	．．．倡導 DIY，什麼東西都自己做，不要買現成的，追求簡樸健康的生活。	屬於執行層面，已包含於綱領(初稿)五-(三)-5 內容。
	62	1-M-1-16	另外一個是標準化問題，例如手機充電器、相機電池各家各型式規格不一，如不標準化就會造成浪費。	配合修正綱領(初稿)五-(一)-1-(1)內容。
		3-C-2-2	．．．高科技的電子產品真的是非常大的浪費，．．．一直在淘汰、換新，不只是電源供應器，連手機也一直在更新，約半年就有一個新款出來，這就是在浪費資源，其實經濟部標準局可以訂一些規範。	
	63	2-E-1-1	．．．基金會自己成立了一個消費的組織，叫做「生活消費合作社」。我們結集自己的力量，共同採購、檢測等，透過跟生產者的關係，建立像公平	已於綱領(初稿)五-(三)-3-(3)有原則性規範。

		貿易的機制，為自己生活的一切作了一些的規劃以及合作的運動。	
64	2-C-2-10	另關於提到原住民部落的協助部分，我覺得可以嘗試結合非營利組織去推動。	已於綱領(初稿)七-(一)有原則性規範。
65	2-A-9-2	．．．政府也可以運用一些政策工具，比如補助消費者購買節能標章的產品。	已於綱領(初稿)五-(二)-2 有所規範。
66	3-C(書面意見)	．．．透過適度的宣導、提供輔導服務，以及實質節能成效回饋(能源支出降低)，應可促使消費者改變過去生活形態，其對所得收入高低並無有直接之關連性。	配合增修於「六、配套措施」內。
67	3-C(書面意見)	政策綱領(初稿)內文字內容若是要公開予社會大眾，建議部分條文內容應更淺顯易懂，特殊專有名詞可備註說明．．．。	配合加註於「七、其他」部分。

資料來源：筆者自行整理。

二、政策草案研訂

接下來，即依據表 5-3-1 中所提出的焦點座談會與談者各項建議意見的綜合研處意見，評估及研修綱領(初稿)為綱領“草案”，研修成果對照詳如表 5-3-2 所示。研修過程的處理原則及待決政策性問題說明如下：

(一)研修原則

- 1.各項建議依表 5-3-1 中的研處意見進行綱領(初稿)相關內容的研修，並於表 5-3-2 最後一欄中註明「研處序號」。另隨時回頭檢視本論文第二章所建立的「永續消費」理論與文獻觀點，以及結合最新的研究發展見解，如 Frank Mitloehner 2010 年 3 月 22 日於「美國化學學會」提出蓄養牲畜對全球暖化的新觀點。
- 2.就涉及通案性的建議，進行全面相關內容的檢視修正，如「研處序號」第 14 項及第 22 項。
- 3.有些重複的地方，除因涉及不同部門的行動或兩邊均應兼顧，為臻周全者，兩邊均予以保留，如草案五-(一)-1-(2)及五-(六)-2-(9)-②之產品服務系統(PSS)、五-(一)-1-(3)五-(五)-2-(3)之廢棄物回收再利用等外，其餘則刪除或修正較不合適或誤植的地方。
- 4.於全面研修檢視過程中，發現有用語或語氣上不適或錯漏字者，一併修正。
- 5.在綱領(初稿)「七、其他」中，有些性質屬「配套措施」者，改移入「六、配套措施」中，如原綱領(初稿)七-(二)移為綱領草案六-(六)。

(二)待決政策性問題

本論文所建議之「消費者保護-推動永續消費」綱領“草案”，業研修完成並列於表 5-3-2 中之左半邊。至前所提到之綱領名稱及範圍之政策性問題，雖本論文前基於學術研究的立場，就綱領的整體性、閱讀方便性及行政院消保會已定有「消費者保護基本政策」等，認為仍應維持綱領現行架構但小修名稱，惟仍有待提報行政院消保會作政策性討論及決定。若該會認為應採精簡的方向，或考慮拆成政策綱領及行動計畫兩部份，則就必須再據以調整本綱領的名稱、架構及內容¹⁴⁰。

¹⁴⁰ 實務上，經提行政院消保會內部討論後，為利協調時共識的達成以及尊重政府各部會權責並賦予其後續更彈性的規劃細部執行計畫的空間，決定將本綱領以更原則性的方式加以精簡；至於綱領“初稿”中原所提較具體的「行動計畫」部份，則嗣後配合該會年度「消費者保護計畫」之修正，逐步予以納入計畫中。綱領精簡後，經再送請各中央目的事業主管機關及行政院消保會學者專家委員提供修正意見，並據以修正部份文字內容後，業提報 99 年 8 月 19 日行政院消保會第 179 次委員會議討論通過，通過之版本詳附錄六。

表 5-3-2 「消費者保護－推動永續消費」綱領草案與初稿修訂對照

綱領(草案)		政策綱領(初稿)		研處 序號
名稱	「消費者保護-推動永續消費」綱領(草案)	名稱	「消費者保護-推動永續消費」政策綱領(初稿)	3
一、前言	<p>(一)1992 年聯合國環境和發展會議，爲了追求人類社會的永續發展，於所通過的「21 世紀議程(Agenda 21)」第四章「改變消費模式」中，提出「永續消費(sustainable consumption)」理念及相關行動方向。1999 年聯合國將 1985 年訂定的「消費者保護指導綱領」內容擴展延伸到「永續消費」層面，在原綱領中增加第 G 章「推動永續消費(Promotion of sustainable consumption)」，從此「永續消費」成爲國際推動消費者保護工作的一個新主題。</p> <p>(二)「環保」爲國際所認定的消費者八大權利與五大義務中之其中一項義務，同時也是消費時的延伸責任，因爲消費者同時也是社會生活的成員，所以如果環境因爲商品或服務的生產或消費而導致破壞，則他的社會生活也會受到影響。國內與環境有關的消費行爲而影響環境或消費者健康事件也愈趨頻仍，如：溫室氣體的排放導致氣候變遷，國產或進口含毒性化學物質商(食)品，水資源匱乏或污染，重大天然災害造成消費者生命、身體、健康及財產受損等。爲了避免消費者購買到環境不友善(或含有毒性物質)的商品和服務造成健康受害，或因消費產生過多廢棄物及污染排放或導致自然資源耗損而影響居住環境品質，甚而危及未來世代消費者的生存權益，以確保國家社會的永續發展，爰制定本綱領。</p>	一、前言	<p>(一)1992 年聯合國環境和發展會議，爲了追求人類社會的永續發展，於所通過的「21 世紀議程(Agenda 21)」第四章「改變消費模式」中，提出「永續消費(sustainable consumption)」理念及相關行動方向。1999 年聯合國將 1985 年訂定的「消費者保護指導綱領」內容擴展延伸到「永續消費」層面，在原綱領中增加第 G 章「推動永續消費(Promotion of sustainable consumption)」，從此將消費者保護與「永續消費」連結在一起。</p> <p>(二)「環保」爲國際所認定的消費者八大權利與五大義務中之其中一項義務，因國內與環境有關的消費行爲而影響環境或消費者健康事件也愈趨頻仍，如：溫室氣體的排放，國產或進口含毒性化學物質商(食)品，水資源匱乏或污染，重大天然災害造成消費者生命、身體、健康及財產受損等。爲了避免消費者購買到環境不友善(或含有毒性物質)的商品和服務造成健康受害，或因消費產生過多廢棄物及污染排放或導致自然資源耗損而影響居住環境品質，甚而危及未來世代消費者的生存權益，以確保國家社會的永續發展，爰制定本政策綱領。</p>	3 2

<p>二、定義及範疇</p>	<p>依據國際發展情形及國內消費環境特性，將「消費者保護--推動永續消費」的操作性定義及範疇界定為：「消費者為滿足生活上身心靈需求所購買的商品或服務，除了應確保其安全衛生外，各部門應在整個產品的生命週期中致力於減少物質、能源及自然資源的使用，降低廢棄物及污染的排放以及具有可回收再利用的性質，以避免造成環境負面影響而直接或間接危及現在和未來世代消費者的生命、身體、健康、財產。」</p>	<p>二、政策定義及範疇</p>	<p>依據國際發展情形及國內消費環境特性，將「消費者保護--推動永續消費」的操作性定義及範疇界定為：「消費者為滿足生活身心靈需求所購買的商品或服務，除了應確保其安全衛生外，各部門應在整個產品的生命週期中減少物質、能源及自然資源的使用，降低廢棄物及污染的排放以及具有可回收再利用的性質，以避免造成環境負面影響而直接或間接危及現在和未來世代消費者的生命、身體、健康、財產。」</p>	<p>1、3、35</p>
<p>三、目標</p>	<p>依據前開政策定義及範疇，以及為兼顧社會、經濟及環境永續需求及多元參與的內涵，本綱領設定並追求下列目標的達成：</p> <p>(一)企業經營者永續生產</p> <p>鼓勵業者開發安全健康、環境友善及環境成本合理內化的商品和服務，供消費者選購，以避免產品直接或間接影響環境及人體健康。</p> <p>(二)消費者永續採購</p> <p>促請消費者購買安全衛生、環境友善及價格合理的商品和服務，包括個人、政府、企業及民間團體等的最終消費，以直接及間接促進環境及消費者的安全健康、創造新綠色經濟產業及就業機會，以及逐漸淘汰對環境有害的商品和服務。</p> <p>(三)改變消費行為模式</p> <p>消費者(包括個人及團體)應該改變消費模式，及建立集體的永續消費價值觀。除了採行減少物資及能源消耗的消費行為，以維護良好的生活環境外，另可避免過度消費，過多的物質消費並無法帶給人們快樂，並尋求在文化、宗教等心靈層次的滿足。</p>	<p>三、政策目標</p>	<p>依據前開政策意涵及範疇，本政策綱領設定並追求下列目標的達成：</p> <p>(一)企業經營者永續生產</p> <p>鼓勵業者開發環境友善、安全健康及環境成本合理內化的商品和服務，供消費者選購，以維護環境並避免產品直接或間接影響環境及人體健康。</p> <p>(二)消費者永續採購</p> <p>促請消費者購買環境友善、安全衛生及價格合理的商品和服務，包括個人、政府、企業及民間團體等的最終消費，以直接及間接促進環境及人體的安全健康、創造新綠色經濟產業及就業機會，以及逐漸淘汰對環境有害的商品和服務。</p> <p>(三)改變消費者行為模式</p> <p>消費者(包括個人及團體)應該改變消費模式，建立集體的永續消費價值觀。除了採行節能減碳及減少物資消耗的消費行為，以維護良好的生活環境外，另可避免過度消費，過多的物質消費並無法帶給人們快樂，並尋求在文化、宗教及心靈層次的滿足。此外，透過集體永續</p>	<p>3(及自行修正)</p> <p>7</p> <p>14</p> <p>8</p> <p>14</p> <p>9</p> <p>(自行修正)</p>

			消費價值觀的建立，如慈濟人集體力行節能減碳、廢棄物回收等，更能發揮同儕影響、推波助瀾的力量。	
	(四)弱勢消費族群權益之維護		(四)弱勢消費族群環境權益之維護	10
	維護貧窮地區人民的基本消費生活需求，並透過政府或慈善、宗教團體建立其綠色的生活鏈，讓他們有能力購買或擁有生活必需的安全衛生、環境友善的商品和服務，以維護其自身的安全健康及居住環境品質，而不必犧牲自然資源及因環境不佳而影響健康等。		維護貧窮地區人民的基本消費生活需求，並透過政府或慈善、宗教團體建立其綠色的生活鏈，讓他們有能力購買或擁有生活必需的環境友善、安全衛生的商品和服務，不必要去購買低價且不環保、不健康的產品，以維護其自身的居住環境品質及安全健康，而不必犧牲自然資源及因環境不佳而影響健康等。	10
	(五)有效消費者保護管制機制		(五)有效消費者保護管制機制	11
	創造或加強與永續消費面向有關的消費者保護管制機制，以避免消費行為傷害環境，或受污染或被破壞的環境反噬消費者的生命、身體、健康及財產。		創造或加強與永續消費面向有關的消費者保護管制機制，以避免消費行為傷害環境，或受污染或被破壞的環境反噬消費者的生命、身體、健康及財產。	(無修正意見)
	(六)各項安全暨環境友善基礎設施及制度之建制		(六)各項環境友善基礎設施及制度之建制	12、14
	建置各項安全健康、環境友善的基礎設施及制度，以利消費者改變消費行為模式、力行永續消費行為及各項政策措施的推動。		建置各項環境友善的基礎設施及制度，以利消費者改變消費行為模式、力行永續消費行為及各項政策措施的推動。	14
四、推動原則	(一)依據我國消費者的需求及特性，利用各項經濟、法規及政策工具以及各項工具的組合，結合相關部門，規劃推動各項有效措施，創建環境友善、安全的消費生活環境。	四、推動原則	(一)依據我國消費者的需求及特性，利用各項經濟、法規及政策工具以及各項工具的組合，結合相關部門，規劃推動各項有效措施，創建環境友善、安全的消費生活環境。	(無修正意見)
	(二)發展推動非物質的宗教、文化、體育等消費生活，以利消費者減少物質及能源之消費，追求身心靈平衡的生活品質。		(二)發展推動非物質的宗教、文化等消費生活，以利消費者減少物質及能源之消費，追求身心靈平衡的生活品質。	60
	(三)運用同儕影響的力量，促使消費者互相學習永續消費行為，建立集體的永續消費價值觀，加速政策推動進展。		(三)運用同儕影響的力量，建立集體的永續消費價值觀，加速政策推動進展。	5
	(四)依據國家消費環境特性及資源，規		(四)依據國家特性及資源，規劃各項	6、

	劃各項短、中、長程計畫，逐步有效的推動。		短、中、長程計畫，逐步有效的推動。	49、50
五、行動計畫	(一)企業經營者永續生產	五、行動計畫	(一)企業經營者永續生產	7
	1.安全暨環境友善商品、服務和技術		1.環境友善商品、服務和技術	14
	(1)研發各種安全暨環境友善技術：如提高產業能源使用效率，促進生態工法，設定產品及過程的生產效率標準，推動產品標準化、包裝簡易化及生態化，發展「係數 X(Factor X)」、生命週期評估等技術，使用可以再生的及廢棄物易處理的自然資源生產綠色產品等；運用環境管理(EM)及供應鏈管理(supply chain management)等技術，增進產品品質以及減少物質及資源的浪費。		(1)研發各種環境友善技術：包括提高產業能源使用效率，促進生態工法，設定產品及過程的生產效率標準，推動產品包裝簡易化及生態化，發展「係數 X(Factor X)」、生命週期評估等技術，使用可以再生的及廢棄物易處理的自然資源生產綠色產品等；運用環境管理(EM)及供應鏈管理(supply chain management)等技術，增進產品品質以及減少物質及資源的浪費。	14、62
	(2)鼓勵企業經營者開發安全暨環境友善商品和服務：如鼓勵研發各種環境友善的 <u>安全替代性物質</u> ，生產可再利用的消費品，增加產品生命及功能，以及導入產品服務系統(PSS)理念，以租賃及分享的模式提供商品的服務而非商品本身(如車輛租賃或共乘等)；辦理各項企業、組織的 <u>環境友善成果獎勵及表揚活動</u> 等。		(2)鼓勵企業經營者開發 <u>環境友善商品和服務</u> ：包括鼓勵研發各種環境友善的 <u>替代性物質</u> ，生產可再利用的消費品，增加產品生命及功能， <u>開發各種生態(環保)商品和服務</u> ，以及導入產品服務系統(PSS)理念，以租賃及分享的模式提供商品的服務而非商品本身(如車輛租賃或共乘等)；辦理各項企業、組織的 <u>環保獎勵及表揚活動</u> 等。	14、20、54、59
	(3)廢棄物和產品回收再利用：如廚餘、固體、廢土等各種廢棄物可回收部份的再利用，推動舊電腦設備、 <u>手機</u> 、 <u>充電器等回收再利用</u> 等。		(3)廢棄物和產品回收再利用：如廚餘、固體、廢土等各種廢棄物可回收部份的再利用，推動舊電腦設備回收再利用計畫等。	42
	(4)鼓勵企業執行企業環境會計與環境管理(如建置及維持 ISO14000 環境管理系統)，並重視企業經營的生態績效(或稱環境績效)、成功實例的傳播以及對消費者及員工的影響。		(4)鼓勵企業執行企業環境會計與環境管理(如建置及維持 ISO14000 環境管理系統)，並重視企業經營的生態績效(或稱環境績效)、成功實例的傳播以及對消費者及員工的影響。	(無修正意見)
	2.商品標章(示)及廣告		2.商品標示及廣告	22
	(1)標章(示)		(1)標示	22
①使商品和服務符合相關環境友善標章(示)或制度，包括各項強制性及自願性	①使商品和服務符合相關環境友善標示或制度，包括各項強制性及自願性標	22、31、37		

<p>標章(示)：如節能標章、省水標章、環保標章、綠建築標章、食品有關的環境資訊標章(示)(如有機食品)、永續林業(FSC)、有機棉(Organic Cotton)、無害海豚之鮪魚(“Dolphin-Safe” Tuna)、公平交易(Fair Trade)、碳足跡標章(示)、娛樂或會展活動環境友善標章等認證及制度。</p>	<p>示：如節能標章、省水標章、環保標章、綠建築標章、食品有關的環境資訊標示(如有機食品)、永續林業(FSC)、有機棉(Organic Cotton)、無害海豚之鮪魚(“Dolphin-Safe” Tuna)、公平交易(Fair Trade)、藍旗計畫(Blue Flag scheme)、碳足跡標示等認證及制度。</p>	
<p>②為免消費者混淆，應研議建立整合性的安全暨環境友善的標章或認證管理制度。</p>	<p>②為免消費者混淆，應研議建立整合性的環境友善的標章或認證管理制度。</p>	14、15
<p>(2)廣告及傳播</p>	<p>(2)廣告及傳播</p>	52
<p>①建立發布規則，傳達商品和服務的永續相關資訊。</p>	<p>①建立發布規則，傳達商品和服務的永續相關資訊。</p>	(無修正意見)
<p>②廣告除了必須真實外，應說明其有關環境、社會、倫理的特性。</p>	<p>②廣告除了必須真實外，應說明其有關環境、社會、倫理的特性。</p>	(無修正意見)
<p>③企業基於社會及環境責任，應提供負責任的傳播。</p>	<p>③企業基於社會及環境責任，應提供負責任的傳播。</p>	(無修正意見)
<p>3.產品公正測試：辦理產品安全暨環境友善的公正測試，包括再生產品認(驗)證等。</p>	<p>3.產品公正測試：辦理產品環境友善及安全衛生的公正測試，包括再生產品認(驗)證等。</p>	14
<p>4.環境成本合理化：</p>	<p>4.環境成本合理化：</p>	21
<p>(1)檢討各項商品及服務價格，合理內化環境與社會成本。</p>	<p>(1)檢討各項商品及服務價格，合理內化環境與社會成本。</p>	21
<p>(2)因環境友善技術進步而減少物質及資源的成本，應合理反應在商品及服務的售價上。</p>	<p>(2)因環境友善技術進步而減少物質及資源的成本，應合理反應在商品及服務的售價上。</p>	21
<p>(二)消費者永續採購</p>	<p>(二)消費者永續採購</p>	8
<p>1.公共(產品)資訊</p>	<p>1.公共(產品)資訊</p>	52
<p>(1)鼓勵企業編撰「企業永續(環境)報告書」或環境友善產品宣告書，並公開發行周知。</p>	<p>(1)企業應編撰「企業永續(環境)報告書」或環境友善產品宣告書，並公開發行周知。</p>	35、43
<p>(2)提供環保標章、低碳標章(示)、素食、社會責任投資商品(socially responsible investment products)等對人體健康及環境有正面影響的商(食)品、服務</p>	<p>(2)提供環保標章、低碳標章、素食、社會責任投資商品(socially responsible investment products)等對環境及人體健康有正面影響的商(食)品資訊，以告知及</p>	14、22、31

或活動資訊，以告知及吸引消費者。	吸引消費者。	
(3)利用各種創意行銷，進行有效的政策、產品宣導與教育(如以名人公益代言安全暨環境友善產品，推廣永續消費行為等)。	(3)利用各種創意行銷，進行有效的政策、產品宣導與教育(如以名人公益代言環保產品，推廣永續消費行為等)。	14
(4)輔導成立綠色商店、加強產品網頁宣導及行銷。	(4)輔導成立綠色商店、加強產品網頁宣導及行銷。	(無修正意見)
(5)收集及出版能源及物質使用程度統計資料，以及政府認證和標章(示)之資訊。	(5)收集及出版能源及物質使用程度統計資料，以及政府認證和標示之資訊。	22
2.促進永續採購，以導引綠色經濟的發展	2.促進永續採購，以導引綠色經濟的發展	65
(1)加強推動消費者、政府、機關團體的安全暨環境友善採購。	(1)加強推動消費者、政府、機關團體的環境友善採購。	14
(2)補助民眾採購安全暨環境友善的消費商品和服務。	(2)補助民眾採購環境友善的消費商品和服務。	14
(3)提供消費者永續採購的誘因機制，如給予獎勵金或環保點數。		53、58
(三)改變消費行為模式	(三)改變消費者行為模式	9
1.知覺及資訊活動	1.知覺及資訊活動	(無修正意見)
(1)保障消費者對環境危害資訊有知的權利：提供不永續消費行為對人體健康及環境負面影響的資訊。	(1)保障消費者對環境危害資訊有知的權利：提供不永續消費行為對環境及人體健康負面影響的資訊。	14
(2)建立消費者環境友善及身心靈均衡滿足的永續消費倫理觀及知能，辦理各項教育宣導、訓練及諮詢活動：如節能減碳、 <u>購買運送旅程近的產品</u> 、選擇較短的分銷通路、支持公平交易(fair trade)倡議、選擇最少包裝產品、選購國產及天然的产品、只購買需要的產品、選用耗	(2)建立消費者環境友善及身心靈均衡滿足的永續消費倫理觀及知能，辦理各項教育宣導、訓練及諮詢活動：如節能減碳、 <u>多吃素食</u> ¹⁴¹ 、購買運送旅程近的產品、選擇較短的分銷通路、支持公平交易(fair trade)倡議、選擇最少包裝產品、選購國產及天然的产品、只購買需要的	16、配合國際新研究見解修正

¹⁴¹ Frank Mitloehner 於 2010 年 3 月 22 日於「美國化學學會」提出報告時表示，將氣候變遷歸咎於牛和豬，欠缺科學精確性。他駁斥了若干報告的說法，包括聯合國 2006 年所提出的報告，指其誇大了牲畜對全球暖化所發揮的作用。他認為：「真正等於少排放的是以比較聰明的方式畜養動物，而不是減少畜養。減少肉類和乳類產量只會使貧窮國家的飢餓問題惡化。」(American Chemical Society, 2010; 張佑之譯, 2010)，考量「消弭貧窮」、經濟發展亦為「永續消費」所兼顧的議題，故不在此特別強調「多吃素食」。

能少的交通工具(如自行車)、以共乘或租用等購買服務而非商品、從事垃圾分類及環保回收等。	產品、選用耗能少的交通工具(如自行車)、以共乘或租用等購買服務而非商品、從事垃圾分類及環保回收等。	
(3)結合宗教、消費者保護等民間團體及社區等組織，建立集體的永續消費倫理價值觀及行爲：鼓勵會員及居民參與生態(環境友善)的消費活動、避免過度消費。	(3)結合宗教、消費者保護等民間團體及社區等組織，建立集體的永續消費倫理價值觀及行爲：鼓勵會員及居民參與生態(環境友善)的消費活動、避免過度消費。	16
2.參與機制	2.參與機制	23
(1)公民參與：利用社群、專題研討會、休閒及文化結合等方法，鼓勵公民參與，改變消費知覺意識；提出議題及問題，提供人們關注的事實資訊，廣邀各利害關係人參與。	(1)公民參與：利用社群、專題研討會、休閒及文化結合等方法，鼓勵公民參與，改變消費知覺意識；提出議題及問題，提供人們關注的事實資訊，廣邀各利害關係人參與。	23
(2)決策資訊公開：應包括可行性評估與方案選擇過程等資訊，並以消費者可以了解的方式呈現，特別需對在地居民透明化。	(2)決策資訊公開：應包括可行性評估與方案選擇過程等資訊，並以消費者可以了解的方式呈現，特別需對在地居民透明化。	23、52
(3)利用新通訊傳播技術，加強公民參與及諮商，以及促進永續倡議建構。	(3)利用新通訊傳播技術，加強公民參與及諮商，以及促進永續倡議建構。	23
3.結合公民社會力量	3.結合公民社會力量	(無修正意見)
(1)結合消費者保護團體及民間宗教、文化、體育等團體推動非物質的消費生活，重新連結倫理及超我(transpersonal)價值。	(1)結合消費者保護團體及民間宗教、 <u>文化</u> 等團體推動非物質的消費生活，重新連結倫理及超我(transpersonal)價值。	60
(2)鼓勵第三公正團體(如非政府組織)認證發給生態或環境友善標章。	(2) <u>由</u> 第三公正團體(如非政府組織)認證發給生態或環境友善標章。	(自行修正)
(3)公民社會要求提供 <u>安全暨環境友善</u> 的商品和服務以及運用標章(示)、簡介及出版品的資訊。	(3)公民社會要求提供 <u>去物質化</u> 的商品和服務以及運用標示、簡介及出版品的資訊。	14、22、63
4.持續推動源頭減量，如限制使用免洗餐具、使用可分解的塑膠容器、禁賣非節能燈炮、帳單無紙化等，直接促使消費者改變消費模式。	4.持續推動源頭減量，如限制使用免洗餐具、使用可分解的塑膠容器、禁賣非節能燈炮、帳單無紙化等，直接促使消費者改變消費模式。	(無修正意見)
5.加強機關團體、學校、社區、家庭推	5.加強機關團體、學校、社區、家庭推	53、61

動節約能源及資源，研訂各項行為準則及誘因機制，引導公務人員、學校師生、成員等集體改變消費行為，並落實於日常消費生活中。	動節約能源，研訂各項行為準則，引導公務人員、學校師生、成員等集體改變消費行為，並落實於日常消費生活中。	
(四)弱勢消費族群權益之維護	(四)弱勢消費族群環境權益之維護	10
1.規劃辦理如中低收入戶的急難救助、失業救助、就業輔導、就學及醫療費用補助、遊民收容輔導、．．．等生活扶助措施，以利其從事安全暨環境友善的消費生活。	1.規劃辦理如中低收入戶的急難救助、失業救助、就業輔導、就學及醫療費用補助、遊民收容輔導、．．．等生活扶助措施，以利其從事環境友善的消費生活。	14、33、34
2.透過政府或慈善、宗教團體建立中低收入戶的環保生活鏈，讓他們有能力購買或擁有生活必需的環境友善的商品和服務，並參與資源回收等環保工作。	2.透過政府或慈善、宗教團體建立中低收入戶的環保生活鏈，讓他們有能力購買或擁有生活必需的環境友善的商品和服務，並參與資源回收等環保工作。	(無修正意見)
3.研議推動食物或二手商品銀行，以協助中低收入戶、失業者解決經濟生活問題。	3.研議推動市民農場制度(allotments)、食物或二手商品銀行，以協助中低收入戶、失業者解決經濟生活問題。	18、19
4.發展離島軟體建設，強化離島生態環境及文化之保護，提升離島生活素質。	4.發展離島軟體建設，強化離島生態環境及文化之保護，提升離島生活素質。	(無修正意見)
5.推動原住民部落永續發展計畫，以加強原住民地區整體發展。	5.推動原住民部落永續發展計畫，以加強原住民地區整體發展。	(無修正意見)
6.推動電信業者提供身心障礙者便利使用電信服務，以達成身心障礙者溝通無障礙之通訊環境。	6.推動電信業者提供身心障礙者便利使用電信服務，以達成身心障礙者溝通無障礙之通訊環境。	(無修正意見)
7.關懷弱勢族群的特殊醫療照護需求，優先照護山地離島及原住民地區、身心障礙(含罕見疾病)、中低收入戶等醫療弱勢族群。	7.關懷弱勢族群的特殊醫療照護需求，優先照護山地離島、罕見疾病、中低收入戶等醫療弱勢族群。	36
(五)永續消費面向的消費者保護有效管制機制	(五)永續消費面向的消費者保護有效管制機制	11
1.商品和服務的 <u>安全衛生及環境友善管理</u>	1.商品和服務的 <u>環境友善及安全衛生管理</u>	14
(1)研訂各項商品和服務的 <u>安全暨環境友善標準</u> ，落實檢驗(測)、檢疫及比較測試，並公布結果。	(1)研訂各項商品和服務的 <u>環境友善與安全衛生標準</u> ，落實檢驗(測)、檢疫及比較測試，並公布結果。	14
(2)針對各項國產及進口商品和服務，建	(2)針對各項國產及進口商品和服務，建	14

構安全、衛生及對環境友善的消費者保護管理機制：如 <u>商食品的產銷履歷制度</u> 、 <u>消費事故預警及通報機制</u> 、 <u>基因改造食品的規範管理</u> 、 <u>市場監督機制</u> 、 <u>安全衛生及環境友善認證</u> 、 <u>換貨或報廢及回收機制</u> ．．．等。	構安全、衛生及對環境友善的消費者保護管理機制：如 <u>商品履歷制度</u> 、 <u>農產品產銷履歷制度</u> 、 <u>消費事故預警及通報機制</u> 、 <u>基因改造食品的規範管理</u> 、 <u>市場監督機制</u> 、 <u>環境友善及安全衛生認證</u> 、 <u>換貨或報廢及回收機制</u> ．．．等。	
(3)強化各項金融消費安全機制，確保消費者經濟生活安定。	(3)強化各項金融消費安全機制，確保消費者經濟生活安定。	41
(4)建立及推動二手商品查驗及交易管理計畫，以控管商品品質及取締黑心再生商品。	(4)建立及推動二手商品查驗及交易管理計畫，以控管商品品質及取締黑心再生商品。	(無修正意見)
(5)產品安全衛生及環境友善等資訊、 <u>標章及廣告之制定、規範及管理</u> ，以確保產品安全衛生及環境友善，促進消費者選擇。	(5)產品環境友善及安全、衛生等資訊標示及廣告之制定、規範及管理，以確保產品環境友善及安全衛生，促進消費者選擇。	14、22
(6)強化消費場所室內空氣品質管理，以創造良好的室內消費環境，維護消費者的健康安全。	(6)強化消費場所室內空氣品質管理，以創造良好的室內消費環境，維護消費者的健康安全。	(無修正意見)
(7)提升環境影響評估制度的效能，如改進環境影響評估的審查機制、健全環境影響評估的法制作業等。	(7)提升環境影響評估制度的效能，如改進環境影響評估的審查機制、健全環境影響評估的法制作業等。	38
(8)建立各種有效之輻射防範機制：如鋼鐵廠門框式自動輻射偵測系統、建築物依法應指定承造人會同監造人於申報勘驗報告中附具無輻射污染證明等。	(8)建立各種有效之輻射防範機制：如鋼鐵廠門框式自動輻射偵測系統、建築物依法應指定承造人會同監造人於申報勘驗報告中附具無輻射污染證明等。	(無修正意見)
(9)加強新興傳染病之消費者保護相關防治政策與措施，及建立感染症防治醫療網。	(9)加強新興傳染病之消費者保護相關防治政策與措施，及建立感染症防治醫療網。	38
2.毒性化學物質及廢棄物的管理	2.毒性化學物質及廢棄物的管理	42
(1)加強各項環境品質及其污染物的監測、流向管制，以及建立有效的管理查驗機制，以免因環境受破壞或污染而導致相關的商品和服務造成消費者受害。	(1)加強各項環境品質及其污染物的監測、流向管制，以及建立有效的管理查驗機制，以免因環境受破壞或污染而導致相關的商品和服務造成消費者受害。	(無修正意見)
(2)加強毒性化學物質(含環境荷爾蒙)管理，以及促進其替代性物質的發展。	(2)加強毒性化學物質(含環境荷爾蒙)管理，以及促進其替代性物質的發展。	(無修正意見)
(3)加強醫療、事業及農業等有毒廢棄物	(3)加強醫療、事業及農業等廢棄物之監	42

之監控、流向及回收管理等機制。	控、流向及回收利用管理等機制。	
3.消保教育及資訊	3.教育宣導	(自行修正)
(1)針對不同的對象，策訂各項與環境有關的消費者保護教育宣導作為，發展及培養消費者對安全衛生及環境友善商品和服務的知覺選擇及使用的知識、能力及技能，提升消費者保護自我及環境的能力。	(1)針對不同的對象，策訂各項與環境有關的消費者保護教育宣導作為，發展及培養消費者對環境友善及安全衛生商品和服務的知覺選擇及使用的知識、能力及技能，提升消費者保護自我及環境的能力。	14
(2)積極充實與環境有關的正確消費資訊(警)訊，以利消費者取得而採取永續消費行為。	(2)積極充實與環境有關的正確消費資訊(警)訊，以利消費者取得而採取永續消費行為。	52
4.其他	4.其他	(無修正意見)
(1)健全電子商務消費者保護機制：建構公平安全的網路交易環境，並加強資訊教育及提升資訊科技水準，以善用網路，減少物質消耗、交易成本以及增加二手商品的流通再利用。	(1)健全電子商務消費者保護機制：建構公平安全的網路交易環境，並加強資訊教育及提升資訊科技水準，以善用網路，減少物質消耗、交易成本以及增加二手商品的流通再利用。	(無修正意見)
(2)防範及因應油價、水電等不合理之價格調整及物價上漲(含有聯合行為之物價上漲及無聯合行為之物價上漲)等相關配套措施。	(2)防範及因應油價、水電等不合理之價格調整及物價上漲(含有聯合行為之物價上漲及無聯合行為之物價上漲)等相關配套措施。	(無修正意見)
(3)建立污染受害消費者照護及爭議協處體系，以有效救助受害者。	(3)建立污染受害消費者照護及爭議協處體系，以有效救助受害者。	(無修正意見)
(4)收集統計分析消費者意見及污染受害事件，據以檢討研訂有效的保護消費者及環境措施。	(4)收集統計分析消費者意見及污染受害事件，據以檢討研訂有效的保護消費者及環境措施。	(無修正意見)
(六)各項安全暨環境友善基礎設施及制度之建制	(六)各項環境友善基礎設施及制度之建制	12、14
1.永續消費進展指標、方法論及資料庫	1.永續消費進展指標、方法論及資料庫	(無修正意見)
(1)建構永續消費指標系統，以隨時檢視永續消費的推動進程。	(1)建構永續消費指標系統，以隨時檢視永續消費的推動進程。	(無修正意見)
(2)提升綠色國民所得帳的編製成效，以及研訂相關的國家會計指標。	(2)提升綠色國民所得帳的編製成效，以及研訂相關的國家會計指標。	(無修正意見)

(3)成立各類綠色專業人才認證制度，並加強其培訓工作。	(3)成立各類綠色專業人才認證制度，並加強其培訓工作。	(無修正意見)
(4)建置完善的國土資訊以及各區域及縣市基本環境資料庫。	(4)建置完善的國土資訊以及各區域及縣市基本環境資料庫。	(無修正意見)
(5)建構「區域性土方銀行」，有效管制廢棄土及資源回收再利用的雙重機制。	(5)建構「區域性土方銀行」，有效管制廢棄土及資源回收再利用的雙重機制。	(無修正意見)
(6)消費者永續消費行為及相關議題的調查研究，如永續消費意識及行為調查，工時減少、「所得反彈效用」(income rebound effects)對生產及消費環境的影響等。	(6)消費者永續消費行為及相關議題的調查研究，如永續消費意識及行為調查，工時減少、「所得反彈效用」(income rebound effects)對生產及消費環境的影響等。	(無修正意見)
(7)發展生態足跡(ecological footprint)、生態包袱(ecological rucksack)等規範性的方法。	(7)發展生態足跡(ecological footprints)、生態包袱 (rucksacks) 及 <u>環境空間</u> (environmental space)等規範性的方法。	(自行修正)
2.發展及執行推動永續消費的策略	2.發展及執行推動永續消費的策略	(無修正意見)
(1)落實國土保育與保安：如以生態保育理念指導各項國土資源之使用計畫，如落實森林及山坡地保育、土壤及地下水保育與管理、整合式河川及濕地治理復育、海岸及海域保育與管理等。	(1)落實國土保育與保安： <u>包括</u> 以生態保育理念指導各項國土資源之使用計畫，如落實森林及山坡地保育、土壤及地下水保育與管理、整合式河川及濕地治理復育、海岸及海域保育與管理等。	(自行修正)
(2)推動永續交通建設：如引進低污染交通工具，發展大眾運輸， <u>發展</u> 步道、溜冰道及自行車網，規劃水陸聯合運輸，降低機汽車使用量及其污染排放量等。	(2)推動永續交通建設： <u>包括</u> 引進低污染交通工具，發展大眾運輸， <u>發展</u> 建立步道、滾軸溜冰道及自行車網，規劃水陸聯合運輸，降低機汽車使用量及其污染排放量等。	55
(3)水資源管理：如水庫永續利用及管理、水量調配及運用、工業用水的回收、強化飲用水管理及水費環境成本合理化、污水接管普及率、發展及推動家庭節約用水技術等。	(3)水資源管理： <u>包括</u> 水庫永續利用及管理、水量調配及運用、工業用水的回收、強化飲用水管理及水費環境成本合理化、污水接管普及率、發展及推動家庭節約用水技術等。	(自行修正)
(4)推動生態城鄉規劃：如提升綠地空間比例；增設行人徒步空間、無障礙空間等；推動在家上班及視訊會議，減少交通需求；建築符合人性及環境的永續建	(4)推動生態城鄉規劃： <u>包括</u> 提升綠地空間比例；增設行人徒步空間、無障礙空間等；推動在家上班及視訊會議，減少交通需求；建築符合人性及環境的永續建	(自行修正)

建築物；推動「循環型永續生態城鄉」；鼓勵生態(環保)公共運輸(如電車及電力巴士)；最適化街道照明；使用可再生能源的熱能等。	建築物；推動「循環型永續生態城鄉」；鼓勵生態(環保)公共運輸(如電車及電力巴士)；最適化街道照明；使用可再生能源的集體熱能(collective heating)等。	
(5)推動永續能源政策：如推動再生能源、發展生物燃料、取消各項有害環境與能源密集之不當補貼法規等。	(5)推動永續能源政策：包括推動再生能源、發展生物燃料(biofuels)、取消各項有害環境與能源密集之不當補貼法規等。	(自行車修正)
(6)推動永續農業政策：如推動有機農牧業；檢討畜牧政策；發展社區支持農業(community supported agriculture)；支持農產品認證；約束農業化學有害物質的使用；協助農民多樣化其經濟活動，如民宿、農莊假期(farm holidays)；研議推動市民農場制度(allotments)等。	(6)推動永續農業政策：包括如推動有機農牧業；檢討畜牧政策；發展社區支持農業(community supported agriculture)；支持農產品認證(codex alimentarius)；約束農業化學有害物質的使用；協助農民多樣化其經濟活動，如民宿 (bed & breakfast)、農莊假期(farm holidays)；研議推動市民農場制度(allotments)等。	(自行車修正)
(7)促進生物多樣性的永續利用與消費：如消除生物多樣性的主要威脅(如外來入侵種、氣候變化、污染和棲地改變等)，強化漁業資源的永續利用(如長期收集漁業資源資料，並監測資源變化狀況)等。	(7)促進生物多樣性的永續利用與消費：包括消除生物多樣性的主要威脅(如外來入侵種、氣候變化、污染和棲地改變等)，強化漁業資源的永續利用(如長期收集漁業資源資料，並監測資源變化狀況)等。	(自行車修正)
(8)推動永續旅遊	(8)推動永續旅遊	(無修正意見)
①旅遊區的自然保育、土地與自然資源的分享與地區發展並重，如運用參觀費用(vistors' fee)制度、景點的開發應尊重及維護自然生態等。	①旅遊區的自然保育、土地與自然資源的分享與地區發展並重，如運用參觀費用(vistors' fee)制度、景點的開發應尊重及維護自然生態等。	(無修正意見)
②推動旅遊生態標籤：如歐洲海岸保育的藍旗計畫(Blue Flag scheme)。	②推動旅遊生態標籤：如歐洲海岸保育的藍旗計畫(Blue Flag scheme)。	(無修正意見)
③旅遊業者的永續旅遊倡議：協助會員發展尊敬環境和地區居民的永續旅遊方法。	③旅遊業者的永續旅遊倡議：協助會員發展尊敬環境和地區居民的永續旅遊方法。	(無修正意見)
④推動近家及國內、長期停留(long stays)的旅遊方式，以減少旅次及能源使用。	④推動近家及國內、長期停留(long stays)的旅遊方式，以減少旅次及能源使用。	(無修正意見)
(9)推動新綠色經濟，在減少能源和材料	(9)推動新綠色經濟，在減少能源和材料	(無修正意見)

使用及有害物質生成的條件下，創造新就業機會、達到滿足生產與消費的均衡形態：如	使用及有害物質生成的條件下，創造新就業機會、達到滿足生產與消費的均衡形態：如	正意見)
①推動綠色環保產業、知識密集產業，以及清潔生產技術及管理。	①推動綠色環保產業、知識密集產業，以及清潔生產技術及管理。	(無修正意見)
②推動如「都會地區接駁型公共腳踏車租賃系統」、汽車或計程車共乘制度、維修服務產業、社區洗衣中心等產品服務系統(PSS)。	②推動如「都會地區接駁型公共腳踏車租賃系統」、汽車或計程車共乘制度、維修服務產業、社區洗衣中心等產品服務系統(PSS)。	(無修正意見)
③對大型企業於其大型投資計畫的審查，應考量其對社會之公益性(如促進地方政府之經濟收益、增加就業人數、環境之改善、勞動條件之改善、婦女/弱勢者權益等)。	③對大型企業於其大型投資計畫的審查，應考量其對社會之公益性(如促進地方政府之經濟收益、增加就業人數、環境之改善、勞動條件之改善、婦女/弱勢者權益等)。	(無修正意見)
④推動「環保科技園區」，建構資源循環型社會：引進高級回收再利用與環保科技技術及人才，建立產業生態循環，整合污染防治產業及環保產業。	④推動「環保科技園區」，建構資源循環型社會：引進高級回收再利用與環保科技技術及人才，建立產業生態循環，整合污染防治產業及環保產業。	(無修正意見)
⑤推動「環保科技育成中心」：促進環保科技之產官學合作，提升國內環保產業研發能力，提高我國環保技術水準。	⑤推動「環保科技育成中心」：促進環保科技之產官學合作，提升國內環保產業研發能力，提高我國環保技術水準。	(無修正意見)
⑥大型耗能及污染產業、溫室氣體排放源的監控、盤查、取締及輔導管理，以及研議可交易排放許可制度，讓市場決定最好的污染減量方式。	⑥大型耗能及污染產業、溫室氣體排放源的監控、盤查、取締及輔導管理，以及研議可交易排放許可制度，讓市場決定最好的污染減量方式。	(無修正意見)
⑦規劃完善的廢棄物及污水處理制度、回收通路等，並促進相關產業的發展。	⑦規劃完善的廢棄物及污水處理制度、回收通路等，並促進相關產業的發展。	(無修正意見)
⑧加強網路等基礎建設，以利電子商務的發展，創造少紙化、商品重複流通等的消費環境。	⑧加強網路等基礎建設，以利電子商務的發展，創造少紙化、商品重複流通等的消費環境。	(無修正意見)
⑨以新投資、補助、稅額寬減等方式，支持剛興起的綠色產業。	⑨以新投資、補助、稅額寬減等方式，支持剛興起的綠色產業。	39
⑩文化創新：保留傳統生態藝術及工藝技能，並予以創新。	⑩文化創新：保留傳統生態藝術及工藝技能，並予以創新。	(無修正意見)
⑪技術及產品的交易與轉移：為創新的清潔生產等技術、去物質化商品及服務	⑪技術及產品的交易與轉移：為創新的清潔生產等技術、去物質化商品及服務	(無修正意見)

	發展新市場。		發展新市場。	
	(10)制訂環境有關行為準則及標準		(10)制訂環境有關行為準則及標準	(無修正意見)
	①政府、企業及公民社會應建立各項與環境有關的行為準則，以利遵循。		①政府、企業及公民社會應建立各項與環境有關的行為準則，以利遵循。	(無修正意見)
	②為所有環境相關行為設定管理標準及評價方法，評價結果應轉換為明確的指標，並加強推廣、宣導及查核。		②為所有環境相關行為設定管理標準及評價方法，評價結果應轉換為明確的指標，並加強推廣、宣導及查核。	(無修正意見)
	(11)制訂永續人口政策：人口政策應以生態足跡、生態包袱的概念規劃，並考量區域特性之適當分布，設定全國及各縣市之人口評估指標。		(11)制訂永續人口政策：人口政策應以生態足跡、生態包袱的概念規劃，並考量區域特性之適當分布，設定全國及各縣市之人口評估指標。	38
	(12)推動永續的財政、經濟制度及工具：例如環境稅賦改革(對不好的予以課稅，並取得新的 <u>稅收</u>)、採行退還押金或退款制度等。		(12)推動永續的財政、經濟制度及工具：例如環境稅賦改革(對不好的予以課稅，並取得新的 <u>稅收</u> ，以推動各項 <u>永續消費工作</u>)、採行退還押金或退款制度等。	40
	(13)推廣永續校園：制定永續校園的 <u>準則或標準</u> 【如校園商食品符合生態環保原則、符合環境友善及生態氣候(Bioclimatic)的校園建築物、辦理校外生態旅遊、建構零垃圾的校園等】、培育永續消費教育師資、開辦永續消費課程及講座、推動永續消費相關學術研究、與世界永續消費教育及校園接軌等。		(13)推廣永續校園：制定永續校園的 <u>標準</u> 【如校園商食品符合生態環保原則、符合環境友善及生態氣候(Bioclimatic)的校園建築物、辦理校外生態旅遊、建構零垃圾的校園等】、培育永續消費教育師資、開辦永續消費課程及講座、推動永續消費相關學術研究、與世界永續消費教育及校園接軌等。	30
	(14)辦理永續消費教育：整合政府、民間、企業及學校資源，針對不同的對象辦理永續消費教育。		(14)辦理永續消費教育：整合政府、民間、企業及學校資源，針對不同的對象辦理永續消費教育。	24-27
六、配套措施	(一)現有相關法令、規章及政策，應依據本綱領，進行整體性之檢討修訂。	六、配套措施	(一)現有相關法令、規章及政策(如 <u>消費者保護法</u> 、 <u>消費者保護基本政策</u> 等)，應依據本 <u>政策綱領</u> ，進行整體性之檢討修訂。	52
	(二)新的相關法令的研議、增訂及推動立法，並應視需要，尋求國際合作及洽簽各項協議。		(二)新的相關法令的研議、增訂及推動立法，如 <u>溫室氣體減量法</u> 、 <u>國土計畫法</u> 、 <u>樹木保護法</u> 、 <u>室內空氣品質管理法</u> 、 <u>海岸法</u> ，以及有機農畜產品、 <u>毒性</u>	48

		<u>化學物質及環境荷爾蒙管理，延長生產者責任等；並應視需要，尋求國際合作及洽簽各項協議。</u>	
(三)行政院應成立推動小組，建置有效分工合作機制， <u>以督導相關部會落實行動計畫、方案的規劃、經費的編列以及推動及執行。</u>		(三)行政院應成立推動小組，建置有效分工合作機制， <u>以有效督導相關部會落實行動計畫、方案的規劃、推動及執行。</u>	46、51
(四)各行動計畫細部執行方案之研訂， <u>依具我國消費環境特性，應加強下列項目的規劃及推動：</u>		(四)各行動計畫細部執行方案之研訂， <u>應依具我國消費環境特性，加強下列項目的規劃及推動：</u>	49
1.高齡消費者安全健康暨環境友善商品和服務的研發、行銷及採購。		1.高齡消費者環境友善及健康安全商品和服務的研發、行銷及採購。	14
2.加強食品、娛樂教育及文化服務、服飾及日用消費品、水資源、運輸交通及通訊、醫療及保健等產業的永續採購， <u>安全暨環境友善技術及產品的研發，節能減碳及溫室氣體排放盤查，產品及服務安全暨環境友善標準的研訂、查核、輔導及管理。</u>		2.加強食品、娛樂教育及文化服務、水資源、運輸交通及通訊、醫療及保健等產業的永續採購， <u>環境友善技術及產品的研發，節能減碳及溫室氣體排放盤查，產品及服務環境友善及安全衛生標準的研訂、查核、輔導及管理。</u>	14、49
(五)各主管機關研訂細部執行方案時， <u>應依據期程提出各執行項目的優先推動順序、期限及績效衡量指標，並納入各機關施政計畫內。</u>		(五)各主管機關研訂細部執行方案時， <u>應依據期程提出各執行項目的績效衡量指標，並納入各機關施政計畫內。</u>	13、49、50
(六)應加強執行業務人員本綱領的觀念教育、國際推動成功案例、可能的執行困難、創意思考理念等，並結合相關獎勵機制，以利其依實務經驗，發揮創意，規劃推動相關業務。			(移入)
(七)加強推動國際消費者事務的聯繫、合作與交流，並積極參與國際相關會議及活動，以建立跨境分享管理、分擔主要消費影響的責任及經驗分享，並依據國際成功實例，作為部門及策略改進的指南，以及促進雙邊及多邊合作，解決跨境問題。			(移入)
(八)各主管機關為有效推動相關措施，			66

	<u>可規劃提供輔導服務，輔導各機關團體、企業經營者、社區、家庭、消費者等從事節能減碳等永續消費行為。</u>			
七、其他	(一)每一項行動計畫的推動，都應結合政府、企業、民間團體及消費者的力量。	七、其他	(一)每一項行動計畫的推動，都應結合政府、企業、民間團體及消費者的力量。	65
			(二)應加強執行業務人員本政策綱領的觀念教育、國際推動成功案例、可能的執行困難、創意思考理念等，並結合相關獎勵機制，以利其依實務經驗，發揮創意，規劃推動相關業務。	【移 為草 案六 - (六)】
	(二)政府應帶頭示範力行永續消費，各部門應合作學習、分享經驗及最好實例，以建構執行能力，並發展最適的部門方案。		(三)各部門應合作學習、分享經驗及最好實例，以建構執行能力，並發展最適的部門方案。	57
	(三)各行動計畫與行政院國家永續發展委員會訂頒之「永續發展行動計畫」、行政院消費者保護委員會訂頒之「消費者保護計畫」或相關國家建設計畫內容有共通或相關的部分，應從消費者保護與永續消費的角度，重新檢討研訂。		(四)各行動計畫的執行方案或細節之研訂，除本綱領的規定外，可參照行政院國家永續發展委員會訂頒之「永續行動計畫」及行政院消費者保護委員會訂頒之「消費者保護計畫」及相關國家建設計畫內容，以建立一致性的行動。	47
			(五)加強推動國際消費者事務的聯繫、合作與交流，並積極參與國際相關會議及活動，以建立跨境分享管理、分擔主要消費影響的責任及經驗分享，並依據國際成功實例，作為部門及策略改進的指南，以及促進雙邊及多邊合作，解決跨境問題。	【移 為草 案六 - (八)】
	(四)各部門應建立全球網絡，利用網絡與各利害關係人連結、交換成功實例、傳遞知識、提供建議。		(六)各部門應建立全球網絡，利用網絡與各利害關係人連結、交換成功實例、傳遞知識、提供建議。	(自行 與各利害關係人連結、交換成功實例、 修正)
	(五)各項活動應結合永續的觀念進行規劃及推動。		(七)各項活動的規劃者應結合永續的觀念來規劃及推動。	56
	(六)其他未盡事宜，政府主管機關應依消費者保護法、本綱領的政策目標及推動原則等相關規定推動。		(八)其他未盡事宜，政府主管機關應依消費者保護法、消費者保護計畫等相關規定推動。	(自行 消費者保護法、消費者保護計畫等相關 修正)
(七)重要專有名詞解釋： 1.係數 X (Factor X)：是一種去物質化的工			67	

<p>具，係指減少全部投入和產出或增加資源效率的統計，「X」係指所減少或增加的摺(fold)數。</p> <p>2.公平交易(Fair Trade) 標章：於 1960 年代由英國及荷蘭非政府組織爲了人權、環境及產品品質所發起，產品的價格將以生產者及協力廠商爲了滿足他們的基本需求(健康照護、教育及住居)及投資他們社區的未來而願意提供來設定。這系統拒絕中間商，而生產者必須致力於提供品質良好的產品、尊重國際勞工組織標準及投資部分的販售所得於發展計畫，來作爲回報。</p> <p>3.所得反彈效用(income rebound effect)：係指改變消費行爲模式時(假設消費者將部分原用於消費較多能源之所得，改用於其他能源消耗較少的消費項目)，將會造成不同的環境負荷程度。</p> <p>4.生態包袱(ecological rucksack)：係指生產一產品時，使用的物質材料它干擾到自然原始狀態方面的自然物質總量，也必須把它考慮到物質的總輸入中。</p> <p>5.市民農場制度(allotment)：主要係指保障人民擁有種植以及生產自己糧食的權利，由政府提供耕地，讓符合資格的居民來耕種，這些土地不得輕易變更爲其他用途。</p> <p>6.生態氣候(Bioclimatic)建築物：係指一種依據永續原則的建築設計方法，除了最小化建築對環境的衝擊外，並尋求創造一種基本上能回應區位、氣候及人性需求的建築物。</p>		
---	--	--

資料來源：筆者自行整理。

第六章 結論

第一節 發現

本論文將「消費者保護」、「永續消費」及「消費者保護—推動永續消費」相關的國內外理論、文獻及發展過程，作了完整詳細的檢視、整理與分析，並實際運用於實務政策規劃上。在過程中，也獲得許多研究發現，在每一章節中或有交待，謹在此將較重要的發現整理如下：

一、就永續消費理念及發展方面

(一)對永續消費意涵的重新界定並建立我國政策架構

本論文依據「永續消費」理念的發展及探討分析，除重新界定「永續消費」的操作性定義為：「消費者為滿足生活需求所使用包括物質及非物質的商品及相關服務，各部門應在整個產品的生命週期中減少物質、能源、毒性化學物質及自然資源的使用、降低廢棄物及污染的排放最少以及具有可回收再利用的性質，以增進身心靈平衡的生活品質，並減少地球環境的負荷，而不危及未來世代的需求」外，並據以提出我國「消費者保護-推動永續消費」政策的政策原則及政策目標，而完成整個政策架構之建立。

(二)「永續消費」是消費者應盡的「義務」或延伸責任

「永續消費」的理念並非要求消費者權利退化，而應視為是消費者消費時應盡的「義務」或延伸責任，以維護未來良好居住環境及永續發展。至於消費者往往受限於不永續的消費及生產模式、制度、環境問題，則需要政府發展支持永續消費的基礎設施、制度及改變民眾的消費行為模式。

(三)就國際推動永續消費的困難，提出因應對策

「永續消費」政策範圍及層面極為廣泛及複雜，因此，在推動時也產生許多困難。就相關文獻所提出的推動問題，包括認知不足、消費倫理及觀念保守與複雜、資訊工具的限制、消費水準和反彈效果問題，以及存在不支持永續消費的社會經濟政治環境等五個面向；本論文則依據國內外文獻的探討分析，提出因應對策，並納入所研訂的政策綱領中，以利未來的政策推動。

二、從消費到消費者保護理念及發展方面

本論文為國內第一本從消費起源探討到消費者保護發展的論文，從消費起源到消費者保護的發展，隨著社會經濟環境科技的演進，「消費」角色功能變得極為複雜，也對「消費者保護」的內涵產生了質變。重要的發現如下：

(一)「永續消費」是對「消費」及「消費者保護」的意義做全面性的檢討

消費的產生，最基本的原因是為了「生活」需要。而隨著社會經濟環境科技的變遷，消費的時代意義也更加複雜，綠色消費、倫理消費及反消費者主義運動的出現，是對消費角色功能的一再檢討，而「永續消費」的出現，則更是從社會、經濟、環境等面向，對「消費」及「消費者保護」的意義做全面性的檢討。

(二)今日「消費者」的實質意義

消費及消費者是自古以來即存在的，祇是一直要等到國家政治開放、允許人民參政、社會經濟繁榮到達某一程度，消費者才會有他自己的政治地位，而成爲今日所談論的真正的、消費者保護需要來保護的消費者。故消費者的意義應該調整爲：「在法律和政治制度的規範之下，能主張自己權益而爲購買並消費商品或接受服務的人」。如此，可利於區分古代與現代之消費者。

(三)從消費到消費者保護運動發展的歷史階段

從消費到消費者保護運動之發展，我們可以簡要區分爲以下幾個歷史階段：1.以物易物的交易時期；2.貨幣發明時期；3.消費社會的形成時期；4.資本主義的發達時期；5.消費者保護運動發展時期；6.消費者保護行政發展時期；及 7.消費者保護的國際化及全球化時期。

三、就臺灣消費環境分析方面

從第四章對過去十年來(西元 1999-2008)我國消費環境中與消費者保護及永續消費相關的統計資料分析，所獲得較重要的發現如下：

(一)重視中高齡者環境友善商品與服務的開發、產業的轉型等問題

在我國人口趨向老化及遞減的情形下，未來政策應重視中高齡者環境友善商品和服務的開發、產業的轉型等問題。

(二)國人亦嚮往非物質的消費生活

一般國人除仍注重衣食溫飽之外，亦愈來愈重視養生及休閒等生活品質之追求，此與國外研究相近，人們嚮往非物質(non-material)的消費生活，

以追求身心靈的均衡發展。

(三)台灣應加強處理的「永續消費」工作項目

在未來推動台灣「永續消費」工作時，應在食品、娛樂教育及文化服務、水資源、交通運輸及通訊、醫療及保健等產業的永續採購，環境友善技術及產品的研發，節能減碳及溫室氣體排放盤查，產品及服務環境友善及安全衛生標準的研訂、查核、輔導及管理等方面特別加強處理。

四、就政策規劃、研究設計及實施成果方面

(一)政策規劃內容及後續的執行應考慮到實務層面的可行性

第二章第四節所探討的政策規劃理論，尤其是吳定(2000)及朱志宏(1991)所歸納出來的政策規劃特性和原則，例如政策規劃是一項動態性、集體互動的運作過程，需顧及弱勢族群利益最大化、分配普遍原則等，本論文在實際規劃時，幾乎都可參考運用到。不過，除了基於理論進行政策規劃設計外，即使是符合時代的需要，為顧及到時效性，所規劃的政策內容及後續的執行，仍須考慮到實務層面上的可行性，以政策能儘速合法化為首要。

(二)問卷調查的多數受訪者認同「永續消費」的理念，但亦認為自己能力有限

- 1.多數的受訪者重視消費對環境的影響，但如果環保產品價格過高，仍會影響消費者採購環保標章產品的意願。
- 2.多數的受訪者願意為減少地球環境負荷、追求心靈層次的滿足，而從事永續消費行為。但多數的受訪者也認為，自己可以自由支配的消費金額非常有限，故個人的消費行為對環境保護的幫助極為有限。
- 3.受訪者的性別差異與對永續消費的意識或認知程度較無明顯相關，而原則上教育程度、收入及職位較高的受訪者，有較高的永續消費意識。惟有些年輕且高學歷的學生，即使可支配消費金額有限，亦具有較強的永續消費意識，突顯出「永續消費教育」的重要性。

(三)參與焦點座談的各領域代表，仍會受限於自己的專業領域

另從焦點座談的實施情形來看，雖然與談者都是各界相關的專家或代表，但從討論中，除了少數與談者能站在整個綱領的精神來提出意見外，其他則似乎還是比較從本位專業的角度來談，顯示「永續消費」的理念仍有待加強推廣及宣導。

第二節 建議

針對以上研究發現，本論文研提建議如下：

一、就永續消費與消費者保護理念發展方面

(一)依據本論文研究成果，將「永續消費」理念納入並研修消費者保護法令、基本政策及永續發展行動計畫等重要政策文件

從國內外現況的分析比較中，本論文發現現行國內相關的消費者保護法、消費者保護基本政策等文件中都尚未關注「永續消費」這一新議題，甚至永續發展行動計畫內亦未對「永續消費」有完整的論述。因此，宜依據本論文研究成果加以研修納入，除能與時併進外，並能使各部門推動「永續消費」更名正而言順。

(二)關注國際永續消費及消費者保護的推動進展，積極參與並分擔消費對全球環境影響責任

由於全球化與全球治理的發展，國際規範多少都會影響政府的施政作為。雖然我國並非聯合國的會員國，但在一些國際會議或活動中，主辦單位也會依據國際規範或作為，安排相關的議題討論或訓練，而如果這些規範或作為是我們也應該一起承擔，或是值得我們學習、參考的，那我們就應該多爭取參與的機會，並在國內設法推動。在全球化的趨動下，我們的生產及消費行為，不僅會影響台灣的居住環境，也會對全球環境造成直接及間接的影響；身為地球村的一員，為維護未來地球全人類的居住環境品質，台灣應該積極參與國際相關活動、響應國際相關規範，並落實「永續消費」工作的推動，以分擔消費對全球環境影響的責任。

(三)以「永續消費」作為未來我國消費者保護新時代的推動方針

行政院消保會將配合行政院組織改造，於 2012 年併入行政院，我國消費者保護行政工作即將邁入一個新里程。不論其未來組織功能如何調整，應將「永續消費」作為其未來政策推動的重要主軸，以減緩自然環境因消費行為的影響而對消費者權益造成危害。

二、就理論、研究設計及實施成果方面

(一)重視政策規劃的決策環境特性

依據本論文的實務經驗，政策規劃理論除了強調規劃的原則、步驟、方法等技巧性的議題外，政府部門在進行政策規劃時，也應注意整個決策環境如公私部門間的本位、協調的難易度等特性，以利所擬政策最後容易為各界所接受並順利通過並施行。

(二)加強弱勢消費族群的經濟扶助及消費教育

依據問卷調查結果分析的發現，原則上教育程度、收入及職位較高的受訪者，有較高的永續消費意識。由於弱勢消費族群在這些方面是最不足的，將影響他們力行永續消費行為的能力。因此，未來應加強辦理弱勢消費族群的經濟扶助及消費教育工作，以利整體「永續消費」政策的推動。

(三)獎助公務人員進行與業務有關的進修及研究並提供行政協助，以將研究成果運用於實務工作上

本論文是結合公務及自行進修的實務研究成果，並實際應用於業務規劃及推動上。一般公務上的委外研究，常被批評最後束之高閣，雖然並非完全正確，但畢竟有時候還是與實務人員的業務需要有所落差。最知道業務需求的其實就是承辦人員本身，但公務人員本職業務繁忙，無足夠的時間或研究能力自行從事行政業務的研究。雖然政府有鼓勵公務進修及自行研究的制度，但在進修研究與實務應用的結合上，似乎仍有待加強。因此，建議研修現有的制度，除加強獎助公務人員進行與業務有關的進修及研究外，如是與執行業務有關的研究，相關機關應配合提供各項行政協助，如協助辦理公務人員的問卷調查或鼓勵行政人員參與焦點座談或深度訪談等，以利研究的進行。

三、未來政策綱領推動執行方面

(一)加強「永續消費」政策觀念的推廣與宣導

1. 執行人員的教育訓練：各項行動策略的推動與執行，執行人員的正確理念是最重要的；若觀念認知不清，就會影響執行的成效。
2. 消費大眾及主要領域從業人員的教育宣導：從第五章研究設計的實施成果來看，要改變消費模式，教育是一項非常重要的政策工具。因此，要利政策綱領的有效推動，應利用各種管道加強消費大眾及主要相關領域從業人員的

「永續消費」理念的教育宣導，增加其對「永續消費」理念的熟悉度，以利用其支持及協助政策的推行。

- 3.召開「永續消費」學術研討會：從焦點座談的發言情形來看，即使是學者專家或政府機關代表，也容易陷於自身的專業本位，而失於提出客觀性的政策建議。因此，建議舉辦學者專家的國內或國際學術研討會，以擴展各界專家的專業視野。

(二)強化推動組織的職能

焦點座談會多位與談者均提到推動組織及政府各部門的合作分工，影響綱領未來推動的成敗。因此，未來在設計推動組織時，應該從有效發揮職能及多元參與的角度去籌設，必要時並可設置各專業領域的諮詢委員或委員會，以於各推動細節提供協助。

(三)參考焦點座談與談者所提涉及未來執行方面的建議，研議執行細節

在焦點座談會時，與談的學者專家提供了許多執行層面的建議，雖然有些並不涉及綱領內容的修正，但對未來執行方案的研訂或執行技術，則極有助益，在討論未來執行細節時，應重新提出研議。

第三節 未來研究方向

本論文將研究範圍聚焦於「消費者保護」的層面，而經過研究分析及探討後，「永續消費」的理念對現代人類消費生活的反省、消費者權益的維護、消費生活水準的提升及促進人類社會的永續發展，確有其價值所在。因此，除了未來應有效推動本論文所提出之政策綱領外，對於「永續消費」的其他議題及層面，仍有繼續研究及發展的必要。茲就本論文研究所得，研提未來研究方向建議如下：

一、發展「永續消費」的其他政策面向

「永續消費」及「消費者保護－推動永續消費」的意義及範圍並不完全一致，本論文是參考「聯合國消費者保護指導綱領－G.推動永續消費」，從消費者保護的觀點來研訂我國「永續消費」政策，所以僅是整體「永續消費」關注的一個面向。未來政府可依據本論文的研究成果，發展更完整的「永續消費政策綱領」，或由各主管機關將「永續消費」理念納入自己主管的政策內。

二、研究發展本土性的政策工具

在整個政策綱領的建構中，我們引進了國外所發展的「永續消費指標」、「產品服務系統」、「市民農場制度」、「公平交易標籤」、各種生態環境友善標章制度等政策工具。為利這些政策工具或方法能適用於國內消費環境，或與國內已有的相關政策工具或措施加以融合，在運用這些政策工具之前，應該先就國內消費及政策環境情形，進行評估研究其是否符合國情，再建立必要的法制規範，以利後續的推行。

三、針對特定議題或推動困難進行本土性的專案研究

依據第四章對台灣消費環境的分析，台灣與「永續消費」有關的消費者保護議題甚為多元，如中高齡者環境友善商品與服務的開發、增加弱勢消費族群的綠色就業機會、發展非物質的消費活動、各項環境友善標章的整合、推動環境友善的基礎設施，以及較常發生的商(食)品安全、毒性化學物質及水資源管理等與環境有關的消費問題等。為了因應處理，各相關主管機關未來可以再就

特定的議題或推動困難，運用計量經濟或投入產出分析方法，或針對消費者永續消費行為進行專案民意調查等，進行本土性的專案研究，以發掘台灣本土性的與環境有關的消費資訊，俾據以研提有效的解決方案。



參考文獻

一、中文文獻部份

(一)專書、論文

- 于寧、賴明伸(2000)。綠色消費運動之緣起、現況及未來。環境工程會刊 11：3。
- 王之佳、柯金良等譯(1992)。我們共同的未來。台北：台灣地球日出版社。
- 王文竹(2003)。該有個永續消費政策了。科學月刊第 34 卷第 2 期，頁 98-99。
- 王文科編譯(1990)。質的教育研究法。台北：師大書苑。
- 王俊傑(2008)。台灣產業環境衝擊關聯分析與永續消費型態探討。國立台灣大學環境工程研究所碩士論文。台北，未出版。
- 王淑慧(2007)。資訊不對稱與台灣消費爭議之探討。國立政治大學行政管理碩士學程碩士論文。台北，未出版。
- 王夢鷗註譯(2009)。禮記今註今譯(上)(二版)。台北：臺灣商務。
- 尹樹生(1980)。合作經濟概論。台北：三民。
- 中國 21 世紀議程管理中心譯(William McDonough & Michael Braungart 原著) (2008)。從搖籃到搖籃：綠色經濟的設計提案。台北縣新店市：野人文化。
- 立法院(2009)。立法院第 7 屆第 4 會期社會福及衛生環境委員會第 7 次全體委員會議紀錄(頁 47)。立法院公報第 98 卷第 56 期，98 年 11 月 3 日。
- 丘羽先等譯(Thomas L. Friedman 原著)(2008)。世界又熱、又平、又擠。台北：天下文化。
- 丘昌泰(1995)。公共政策：當代政策科學理論之研究(一版)。台北：巨流。
- 行政院國家永續發展委員會(2008)。2007 台灣永續發展指標現況報告。台北：行政院國家永續發展委員會。
- 行政院國家永續發展委員會(2009)。2008 台灣永續發展指標現況報告。台北：行政院國家永續發展委員會。
- 行政院消費者保護委員會(1994a)。消費者保護法立法目的與理由。台北：行政院消費者保護委員會。
- 行政院消費者保護委員會(1994b)。消費者保護法。台北：行政院消費者保護委員會。

- 行政院消費者保護委員會(1996)。消費者保護研究第一輯。台北：行政院消費者保護委員會。
- 行政院消費者保護委員會(1997)。消費者保護基本政策。載於行政院消費者保護委員會(編)，消費者行政資訊第二輯(頁 1-6)。台北：行政院消費者保護委員會。
- 行政院消費者保護委員會(2002)。消費者手冊。台北：行政院消費者保護委員會。
- 行政院消費者保護委員會(2006)。95 年度國民消費意識程度、消費行為暨消費問題之調查研究。台北，未出版。
- 行政院消費者保護委員會(2007)。96 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。台北，未出版。
- 行政院消費者保護委員會(2008)。97 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。台北，未出版。
- 行政院消費者保護委員會(2008)。「98-99 年消費者保護計畫」。台北，未出版。
- 行政院消費者保護委員會(2009)。98 年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究。台北，未出版。
- 行政院環境保護署(2009)。厲行環境生態保育再造寶島安適家園--立法院第 7 屆第 4 會期社會福利及衛生環境委員會行政院環境保護署業務概況及立法計畫(書面報告)。台北，未出版。
- 行政院環境保護署永續發展室(2009)。國際「全球綠色新政(Global Green New Deal)」相關資料彙編。台北，未出版。
- 行政院經濟建設委員會(2008)。中華民國臺灣 97 年至 145 年人口推計。台北，未出版。
- 行政院經濟建設委員會(2009)。行政院經濟建設委員會業務報告。98 年 2 月立法院第 7 屆第 3 會期經濟委員會。台北，未出版。
- 朱志宏(1991)。公共政策。台北：三民。
- 朱岑樓、胡薇麗譯(1984)。成長的極限(一版七印)，台北：巨流。
- 江漢全、戴文堅、許麗淑、張晉豪、張靖為(2008)。應用機率分佈函數評估花蓮縣各季節 PSI 值。資源與環境學術研討會論文集，頁 13-23。
- 光復書局(1985)。大美百科全書(中文版)。台北。
- 光復書局(1988)。簡明大英百科全書(The New Encyclopedia Britannica)(中文版)。台

- 北。
- 李文忠(2009)。漁業生態標章—環保與消費新趨勢。**消費者報導雜誌** No.337，頁 52-54。台北：中華民國消費者文教基金會。
- 李永展(1999)。永續環境規劃之新思維。**環境教育季刊**，37:25-34。
- 李明寰譯(William N. Dunn 原著)(2002)。**公共政策分析**。台北：時英。
- 李美華等譯(Earl Babbie 原著)(1998)。**社會科學研究方法(上下冊)**。台北：時英。
- 李鴻禧(1979)。保護消費者權利之理論體系--經濟的人權憲章之新譜系。載於蕭新煌、鄭又平及雷倩(合編)，**台灣的消費者運動--理論與實務**，頁 254-268。台北：時報文化。
- 宋庭揚(2008)。**電子化政府的現況與挑戰：以東部地區執行縮減數位落差政策為例**。國立東華大學公共行政研究所碩士論文。花蓮，未出版。
- 宋積明、宋德金合編(2000)。**中國社會史論(上、下冊)**。武漢：湖北教育出版社。
- 吳 定(2000)。**公共政策(修訂版)**。台北：中華電視公司。
- 吳 定(1999)。**公共政策辭典**。台北：五南。
- 吳 定(2008)。**公共政策(初版)**。台北：五南。
- 吳 煌、黃啓豐、馬仲立、蔡妙姍、胡文正(2007)。聯合國氣候變化綱要公約第十三屆締約國大會暨京都議定書第三屆締約國會議。**聯合國氣候變化綱要公約資訊報導**，第 50 期，頁 1-7。
- 吳永猛(1991)。**中國經濟發展史導論(修訂五版)**。台北：文化大學。
- 吳芝儀、李奉儒譯(Michael Quinn Patton 原著)(2008)。**質性研究與評鑑**。嘉義市：濤石。
- 吳明儒(2002)。台灣『新貧階級』浮現的觀察與隱憂。**國政評論社會(評)091-251 號**，財團法人國家政策研究基金會。
- 吳明隆(2007)。**SPSS 操作與應用：問卷統計分析實務**。台北：五南。
- 林文政譯(1994)。**綠色希望：地球高峯會議藍圖**。台北：天下文化。
- 林水波、張世賢(2006)。**公共政策**。台北：五南。
- 林欣助(2007)。**台灣廢棄物管理之研究-WIO 模型之應用**。國立台北大學都市計劃研究所碩士論文國立台北大學都市計劃研究所碩士論文。台北，未出版。
- 林欽明(2005)。技術與南亞之貧窮的消除。二〇〇五年台灣的東南亞區域研究年度研討會，2005 年 4 月 28-29 日(埔里：國立暨南國際大學)。

- 林榮仁(2005)。從「互賴理論的『敏感性與脆弱性』的概念探討我國溫室氣體的減量政策」。國立東華大學公共行政研究所碩士論文。花蓮，未出版。
- 林震岩編著(2007)。多變量分析：SPSS 的操作與應用。台北：智勝文化。
- 周宇(1976)。消費者保護之研究。台北：臺灣學生書局。
- 周密查編撰(連橫原著)(1987)。臺灣通史：唐山過海的故事(袖珍 50 開初版)。台北：時報文化。
- 周憶楓(1992)。美國消費者保護政策之研究--公共利益團體對政策制定之影響。淡江大學美國研究所碩士論文。台北縣，未出版。
- 法鼓山(2006)。經濟與環保的創新作為。法鼓雜誌，第 200 期。
- 柯三吉(1998)。公共政策：理論、方法與臺灣經驗。台北：時英。
- 胡思聰(2007)。我國二氧化碳減量壓力日益迫切。國政評論永續(評)096-013 號，財團法人國家政策研究基金會。
- 胡幼慧主編(1996)。質性研究：理論、方法及本土女性研究實例。台北：巨流。
- 胡憲倫(2004)。生態足跡理論應用於產品環境衝擊之研究—污染換算模式建立。南華大學環境管理研究所。嘉義縣，未出版。
- 胡龍騰(2000)。研究方法：步驟化學習指南。台北：學富文化。
- 政府間氣候變化專門委員會(IPCC)(2008)。氣候變化 2007 綜合報告(簡體中文版)。瑞士：日內瓦。
- 孫本初編著(2006)。新公共管理。台北：一品文化。
- 唐根深(1996)。我國消費者保護法執行過程之研究：以消費者保護行政體系為研究焦點。東吳大學政治研究所碩士論文。台北，未出版。
- 柴松林(1995)。從環境主義到綠色消費主義。台北：行政院消費者保護委員會。
- 柴松林(2003)。〈消費者主義發展之新方向〉演講大綱。台北，未出版。
- 凌永健(2000)。環境荷爾蒙的化學分析。環境檢驗雙月刊，第 32 期。台北：行政院環保署環境檢驗局。
- 陳志宏(1994)。社會主義消費通論(第一次印刷)。北京：人民出版社。
- 陳加昇(2008)。出席「國際消費者聯盟」第 18 屆世界大會出國報告。台北，未出版。
- 陳恆鈞譯(James P. Lester & Joseph Stewart, JR.原著)(2001)。公共政策：演進研究途徑。台北：學富文化。

- 陳坤宏(1995)。消費文化理論(初版)。台北：揚智文化。
- 陳寶良(1998)。中國的社與會。台北：南天書局。
- 陳鴻瑜節譯(Lawrence P. Feldman 原著)(1983)。消費者保護運動。台北：台灣商務印書館。
- 張君玫·黃鵬仁譯(Robert Bocoock 原著)(1995)。消費。台北：巨流。
- 張晉藩(1992)。中國法制史。台北：五南。
- 黃彥文(2007)。大學生綠色消費行為之研究—以台北市立教育大學學生為例。台北市立教育大學環境教育與資源研究所碩士論文。台北，未出版。
- 曾俊凱(2007)。臺灣地區在家自行教育制度規劃與學生學習成效指標建構之研究。國立臺北教育大學教育政策與管理研究所博士論文。台北，未出版。
- 郭博堯(2001)。全球溫室氣體排放趨勢。國政研究報告永續(研)090-050 號，財團法人國家政策研究基金會。
- 葉至誠、葉立誠(1999)。研究方法與論文寫作(一版二刷)。台北：商鼎文化。
- 葉菊蘭(2005)。創造消費者與經濟發展之雙贏。工商會務季刊，第 56 期，頁 2-4。
- 逸扶東(1984)。西洋政治思想史(增訂八版)。台北：三民。
- 辜振豐(2003)。布爾喬亞：欲望與消費的古典記憶。台北：果實。
- 程嘉君(1979)。消費者運動的意義、歷史及產生背景。載於蕭新煌、鄭又平及雷倩(合編)，台灣的消費者運動--理論與實務，頁 64-81。台北：時報文化。
- 張春興、楊國樞、文崇一(1989)。社會及行為科學研法。台北：東華書局。
- 楊致行(2007)。永續消費與生產的發展趨勢與和因應。工業污染防治，第 101 期，頁 67-91。
- 楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園編(1985)。社會及行為科學研究法(上、下冊)。台北：東華書局。
- 楊憲宏等譯(2000)。瀕危的地球(Earth in the Balance: Ecology and Human Spirit)。台北：雙月書屋。
- 湯錦台(2002)。大航海時代的台灣。台北：貓頭鷹。
- 詹志禹、賴世培合著(2005)。基礎統計應用與 Excell 處理。台北縣：國立空中大學。
- 榮泰生(2005)。SPSS 與研究方法。台北：五南。
- 趙錫如(1993)。辭海。台北：將門文物。
- 蔡英文(2006)。消費者與企業共促國家永續發展。工商會務季刊，第 64 期，頁 3-5。

- 廖本富(2001)。物質流分析架構與量制系統之探討。國立台北大學資源管理研究所碩士論文。台北，未出版。
- 廖世机(2004)。消費者保護行政起源與發展之探討與比較。載於行政院消費者保護委員會(編)，**消費者保護研究第九輯**，頁 131-160。台北：行政院消費者保護委員會。
- 廖世机(2007)。我國消費者保護政策哲學之探討。載於行政院消費者保護委員會(編)，**消費者保護研究第 13 輯**，頁 116-144。台北：行政院消費者保護委員會。
- 廖世机(2008)。消費者保護與永續消費。載於行政院消費者保護委員會(編)，**消費者保護研究第 14 輯**，頁 209-219。台北：行政院消費者保護委員會。
- 鄭 義(2003)。我國推動環境化設計的挑戰與因應對策。**工業污染防治**，第 87 期，頁 92-117。
- 鄭又萍、雷倩譯(Jeremy Mitchell 原著)(1979)。消費者運動和技術變遷。載於蕭新煌、鄭又平及雷倩(合編)，**台灣的消費者運動--理論與實務**，頁 82-98。台北：時報文化。
- 鄭振煌(2006)。佛教環保觀。「心境」宗教月刊，95 年 12 月第 11 期，頁 20-22。
- 歐陽衛民(1994)。中國消費經濟思想史(第 1 版)。北京：中央黨校。
- 趙錫如(1993)。辭海。台北：將門文物。
- 劉士毅(1998)。中華民國消費者保護之研究。國立中山大學政治學研究所碩士學位論文。高雄，未出版。
- 劉春堂等著譯(1996)。消費者保護與消費者法。台北：行政院消費者保護委員會。
- 劉森堯譯(Edmund Wilson 原著)(2000)。到芬蘭車站。台北：麥田。
- 聯合國環境規劃署(2009)。全球綠色新政策簡報(簡體中文版)。巴黎：聯合國環境規劃署。
- 賴怡忠(2004)。全球環境變遷與永續發展趨勢。台北：行政院經濟建設委員會。
- 盧瑞嘉(2008)。全球視野的消費與可持續發展。**湘潭大學學報**，第 32 卷第 2 期，頁 20-24。
- 謝宗林、李華夏合譯(Adam Smith 原著)。國富論。台北：先覺。
- 謝易衡、曾大川(2009)。WTO 成立小組審查墨西哥指控美國「無害於海豚」標示規則。**經貿法訊** 98 年 6 月 9 日第 87 期，頁 7-10。

蕭鈺(2003)。「公共性」概念意涵之探索性研究。國立政治大學公共行政學系博士論文。台北，未出版。

蕭武桐(2000)。企業倫理。台北：中華電視公司。

蕭武桐(2001)。公務倫理。台北：智勝文化。

蕭新煌(1989)。臺灣新興社會運動的分析架構。載於徐正光、宋文里(合編)，臺灣新興社會運動。台北：巨流。

薛頌留主編(1996)。新編中國語辭典。台北：大中國圖書公司印行。

簡徐芬(1994)。公共利益團體影響政策制定過程之研究—以我國「消費者保護法」制定為例。國立政治大學公共行政研究所碩士論文。台北，未出版。

簡豪成(2007)。我國公務人員核心工作能力之研究—解釋典範與理解典範之競合。暨南國際大學公共行政與政策學系碩士論文。南投縣，未出版。

(二)其他

丁守中(2008)。「中常會通過丁守中臨時動議，減輕 600 萬戶房貸負擔，還款由 20 年延為 30 年」新聞稿。<http://www.tingsc.org/>。

內政部戶政司。戶籍統計—戶籍人口歷年統計表。

http://www.ris.gov.tw/version96/stpeqr_01_04.html。

王湘齡。全球化與環境安全。<http://vschool.scu.edu.tw/sociology/supplement/supp5.htm>。

中央研究院(2008)。台灣地區因應地球暖化之能源政策。

http://www.sinica.edu.tw/suggest_forgov.htm，瀏覽於 97.12.03。

中央研究院(2009)。環變中心劉紹臣特聘研究員發表重要論文 全球暖化與極端降雨密切相關。

http://www.sinica.edu.tw/manage/gatenews/showpost.php?_section=3&rid=2757。

中華民國消費者文教基金會。線上公投「請問，您手上的消費券，最大一部分（或全部）是花費在什麼項目？」。<http://www.consumers.org.tw/unit220.aspx>。

中國消費者協會。關於我們。<http://www.cca.org.cn/web/aboutus/6-gzcyj0.htm>。

中國消費網(2001)。各具特色的地方法規及〈消法〉的制定。

<http://www.ccn.com.cn/20010417/document/1174.htm>。

天虎新聞網(2003)。消費維權中可貴的“第一”。

<http://news.tfol.com/news/zhuanti/block/html/2003031100372.html>。

左國勝。經濟統計指標資源利用專題。

- <http://www.lib.nthu.edu.tw/library/hslib/subject/ec/ecin.htm>。
- 冉祥蓓(2009)。全球暖化 牛、豬確為元凶。台灣醒報，
<http://jimmyting.pixnet.net/blog/post/28638541>。
- 台灣永續能源研究基金會。2009 年全球暖化世界公民高峰會。
http://tise.org.tw/activitise_detail.php?aID=48&eID=95。
- 台灣經濟研究院(2009)。重視金融海嘯後台灣產業結構的問題(台經社論)。
<http://www.tier.org.tw/comment/tiermon200903.asp>。
- 行政院(2008)。二次內閣研討會兩大主軸：「鬆綁」與「重建」新聞稿，
<http://info.gio.gov.tw//ct.asp?xItem=38832&ctNode=3764&mp=1>。
- 行政院主計處(2008)。中華民國統計年報(98 年)。中華民國統計資訊網，
<http://www.stat.gov.tw/lp.asp?ctNode=2085&CtUnit=1178&BaseDSD=7>。
- 行政院主計處(2009)。國民經濟動向統計季報(第 125 期，98 年 5 月版)。
<http://www.dgbas.gov.tw/public/Attachment/96810144171.pdf>。
- 行政院主計處(2009)。台灣 2008 年第 4 季所得統計及經濟情勢展望。
http://tw.money.yahoo.com/news_article/adbfd_a_090218_2_1cu8k。
- 行政院主計處。中華民國統計月報-資料說明。
<http://www.dgbas.gov.tw/public/data/dgbas03/bs7/Bulletin/%E8%B3%87%E6%96%99%E8%AA%AA%E6%98%8E.pdf>。
- 行政院主計處。國民所得統計年報。
<http://www.stat.gov.tw/ct.asp?xItem=18692&ctNode=2085>。
- 行政院主計處。中華民國統計年鑑 97 年版。
<http://www.stat.gov.tw/lp.asp?ctNode=2115&CtUnit=1049&BaseDSD=34>。
- 行政院主計處。編製依據及相關政策宣示。綠色國民所得帳網站，
<http://win.dgbas.gov.tw/dgbas03/ca/green/index.html>。
- 行政院主計處。綜合結果。綠色國民所得帳網站，
<http://win.dgbas.gov.tw/dgbas03/ca/green/index.html>。
- 行政院國家永續發展委員會。行政院國家永續發展委員會成立之沿革。網址：
<http://ivy2.epa.gov.tw/NSDN/ch/nsdn/HISTORY.HTM>。
- 行政院國家永續發展委員會(2002)。永續發展行動計畫。
<http://ivy2.epa.gov.tw/NSDN/ch/PAPERS/FUTURE.DOC>。

- 行政院國家永續發展委員會。「廿一世紀議程－中華民國永續發展策略綱領」。
<http://sta.epa.gov.tw/NSDN/CH/PAPERS/DEVELOPMENT.htm>。
- 行政院國家永續發展委員會(2003)。**台灣永續發展宣言**。
<http://sta.epa.gov.tw/NSDN/CH/PAPERS/DEVELOPMENT.htm>。
- 行政院國家永續發展委員會。**台灣 21 世紀議程－國家永續發展願景與策略綱領**。
<http://sta.epa.gov.tw/NSDN/ch/nsdn/HISTORY.HTM>。
- 行政院國家永續發展委員會。**約翰尼斯堡永續發展高峰會**。
<http://sta.epa.gov.tw/NSDN/encyclopedia.doc>。
- 行政院國家永續發展委員會。**永續發展小百科**。
<http://sta.epa.gov.tw/NSDN/encyclopedia.doc>。
- 行政院永續發展委員會(2009)。**2008 年「永續發展指標個別計算與趨勢」**。
<http://sta.epa.gov.tw/NSDN/>。
- 行政院經濟建設委員會(2004)。**台灣二十一世紀議程：國家永續發展願景與策略綱領**。
<http://ivy2.epa.gov.tw/NSDN/ch/PAPERS/20041108.doc>。
- 行政院環境保護署。**生態消費壓力指數**。
http://content.edu.tw/junior/life_tech/tc_ir/student/einsten/0604.htm。
- 行政院消費者保護委員會(2009)。**環境荷爾蒙之管理-指定環保署為管理召集機關**。
<http://www.cpc.gov.tw/detail.asp?id=1339>。
- 行政院消費者保護委員會。**委員會議事錄**。
<http://www.cpc.gov.tw/commissionerMeeting.asp>。
- 行政院環境保護署。**綠色生活資訊網**。
<http://greenliving.epa.gov.tw/GreenLife/green-life/index.aspx>。
- 行政院農業委員會。**97 年報**。
<http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=19336>。
- 林嘉琪(2009)。**戴奧辛吃下肚 排掉得耗 20 年**(自由時報台北報導)。
<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/091113/78/1uvf0.html>。
- 林睿康(2009)。**八八省思／夏颱似秋颱！ 柳中明：台灣氣候變遷已經發生**。
<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/090815/17/1p43a.html>。
- 青年日報(2009)。**研究：改變生活方式 對環保助益大**。2009 年 10 月 28 日第六版。
- 馬英九、蕭萬長。**環境政策：馬英九蕭萬長全方位政策白皮書－打造台灣百年建設的基礎**。
<http://2008.ma19.net/policy4you/environment>。

- 卿海盟(2009)。英國：談市民農場(allotment)制度—人親土更親：市民農場(allotment)裡的美麗生活。http://magz.roodo.com/article/635。
- 陳佳珣(2006)。黑色大地。台灣環境資訊協會環境資訊中心。
http://e-info.org.tw/node/1629。瀏覽於 99.03.21。
- 陳時奮。品牌行銷的社會效益。http://www.emba.com.tw/emba/column/brand2.asp。
- 黃文正(2009)。學者：2050年 德國可達零排放量。中國時報 2009年10月26日 A2版。
- 黃正忠。生態效益指標全球發展現況。99 污染防治報導，
http://www.bcsd.org.tw/talk/t-talk1.htm。
- 黃福其(2009)。八八省思／土地超用 遷村不得不正視了。
http://udn.com/NEWS/FOCUSNEWS/NAT4/5075977.shtml。
- 溫蘭魁(2009)。越域引水惹禍？楊秋興：中央查明。
http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/090814/1/1p22f.html。
- 張佑之譯(2010)。專家：少吃肉無助於緩和全球暖化。中央社，
http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/100323/19/22jp1.html。
- 經濟部能源局。能源總供給。
http://www.moeaec.gov.tw/opengovinfo/Plan/all/WorkStatisticsAll.aspx。
- 經濟部能源局。能源總需求。
http://www.moeaec.gov.tw/opengovinfo/Plan/all/WorkStatisticsAll.aspx。
- 經濟部能源局。電力消費結構。
http://www.moeaec.gov.tw/opengovinfo/Plan/all/WorkStatisticsAll.aspx。
- 經濟部能源局。天然氣消費結構。
http://www.moeaec.gov.tw/opengovinfo/Plan/all/WorkStatisticsAll.aspx。
- 經濟部能源局。石油消費結構。
http://www.moeaec.gov.tw/opengovinfo/Plan/all/WorkStatisticsAll.aspx。
- 經濟部能源局。能源供需預測(2020年)。
http://www.moeaec.gov.tw/opengovinfo/Plan/all/WorkStatisticsAll.aspx。
- 蔡勳雄(2008)。台灣地區因應地球暖化之能源政策。
http://www.lib.tut.edu.tw/lecture_siew/970512/siew13.ppt。
- 鄭寺音(2009)。氣候專家疾呼：不吃肉救地球。自由時報 98年10月28日，

<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!eXxqFVsqBERwfxikTKrV0aOTa/article?mid=3610>。

聶建中。聶建中專欄。http://blog.yam.com/mqwer184/article/17414189。

環境品質文教基金會。永續林業國際驗證系統發展。

http://www.envi.org.tw/wood2/verify_2.html，瀏覽於 2009/12/21。

二、英文文獻部份

(一)專書、論文

Bailey, Thomas A. & Kennedy, David M.(1987)。 *The American Pageant : A History of the Republic*。Lexington Massachusetts : D. C. Heath and Company。

Benson, John(1994)。 *The Rise of Consumer Society in Britain, 1880-1890*。London: Longman。

Bocock, Robert(1993)。 *Consumption*。London: Routledge。

Briceno,Tania & Stagl, Sigrid(2006)。 The Role of Social Processes for Sustainable Consumption。 *Journal of Cleaner Production* , 14 , pp.1541-1551。

Campell, Colion(1987)。 *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*。Oxford: Blackwell。

Carlsson-Kanyama, Annika, Engström, Rebecka & Kok, Rixt(2005)。 Indirect and Direct Energy Requirements of City Households in Sweden: Options for Reduction, Lessons from Modeling。 *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.221-235。

Clark, Garrette(2007)。 Evolution of the Global Sustainable Consumption and Production Policy and the United Nations Environment Programme' s(UNEP) Supporting Activities。 *Journal of Cleaner Production* , 15 , pp.492-498。

Cohen, Maurie J. (2005a)。 Sustainable Consumption in National Context: An Introduction to the Special Issue。 *Sustainability : Science, Practice, & Policy*, Spring 2005, Vol. 1 , pp.22-28。

Cohen, Maurie J., Comrov, Aaron & Hoffner, Brian(2005b)。 The New Politics of Consumption: Promoting Sustainability in the American Marketplace。 *Sustainability : Science, Practice, & Policy*, Spring 2005, Vol. 1 , pp.58-76。

Deli, Veronique(2007)。 *EPOC Work : Promoting Sustainable Consumption*。4th AMSDE

- Meeting, 8-9 October 2007 ◦
- Dietz, Thomas, Gardner, Gerald T., Gilligac, Jonathan, Stern, Paul C. & Vandenbergh, Michael P. (2009) ◦ Household Actions Can Provide A Behavioral Wedge to Rapidly Reduce US Carbon Emissions ◦ *Proceedings of the National Academy of Sciences*(PNAS) , 3 November 2009 , vol.106 ◦
- Duchin, Faye(2005) ◦ Sustainable Consumption of Food: A Framework for Analyzing Scenarios about Changes in Diets ◦ *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No.1-2 , pp.99-114 ◦
- Foer, Albert A.(2001) ◦ Public Choice and Public Choices : Consumers and Politics of Antitrust ◦ *Consumer Interestd Annual*, V47 ◦
- Fuchs, Doris A. & Lorek, Sylvia(2005) ◦ Sustainable Consumption Governance:A History of Promises and Failures ◦ *Journal of Consumer Policy* , 28 , pp.261-288 ◦
- Glickman, Lawrence B.(1999) ◦ Introduction: Born to Shop? Consumer History and American History. In Lawrence B. Glickman(ed.), *Consumer Society in American History: A Reader* , pp.17-18 ◦ New York: Cornell University ◦
- Goulding, John R. & Lewis, J. Owen(1997) ◦ *Bioclimatic Architectur* ◦ Energy Research Group, University College Dublin ◦ Panoramalaan :LIOR E.E.I.G. ◦
- Hertwich, G. Edgar(2005) ◦ Consumption and the Rebound Effect: An Industrial Ecology Perspective ◦ *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.85-98 ◦
- Jackson, Tim(2003) ◦ *Policies for Sustainable Consumption* ◦ A Report to the Sustainable Development Commission, 20th May 2003 ◦ Centre for Environmental Strategy University of Surrey:Surrey ◦
- Jackson, Tim(2005a) ◦ Live Better by Consuming Less?: Is there a “Double Dividend” in Sustainable Consumption? *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.19-36 ◦
- Jackson, Tim(2005b) ◦ *Motivating Sustainable Consumption: A Review of Evidence on Consumer Behavior and Behavioural Change* ◦ Center for Environment Strategy, University of Surrey:Surrey ◦
- Jalas, Mikko(2005) ◦ The Everyday Life Context of Increasing Energy Demands: Time Use

- Survey Data in a Decomposition Analysis ◦ *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.129-145 ◦
- Lebel, Louis(2005) ◦ Transitions to Sustainability in Production-Consumption Systems ◦ *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.11-13 ◦
- Lee, Conghua(1998) ◦ **China : The Consumer Revolution** ◦ New York : John Wiley & Sons ◦
- Martens, Susan & Spaargaren, Gert(2005) ◦ The New Politics of Consumption: The Case of the Netherlands ◦ *Sustainability : Science, Practice, & Policy*, Spring 2005, Vol. 1 , pp.22-42 ◦
- Mayer, Robert R.(1985) ◦ *Policy and Program Planning : A Developmental Perspective* ◦ Englewood Cliffs, N. J.:Prentice-Hall.Inc ◦
- McKendrick, Neil, Brewer, John & Plumb, J. H.(1982) ◦ *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eight-Century England* ◦ London: Europa publication ◦
- Michaelis, L.(2003) ◦ The Oxford Commission on Sustainable Consumption ◦ *Journal of Cleaner Production* , 11 , pp.915-921 ◦
- Mils, Steven(1998) ◦ *Consumerism:As a Way of Life* ◦ Britain: Sage Publication ◦
- Mohr, Noam(2005) ◦ *A New Global Warming Strategy: How Environmentalists are Overlooking Vegetarianism as the Most Effective Tool Against Climate Change in Our Lifetimes* ◦ August 2005 An EarthSave International Report ◦
- Moll, C. Henri, Noorman, Jan Klaas, Kok, Rixt, Engström, Rebecka & Clark, Thror Herald(2005) ◦ Pursuing More Sustainable Consumption by Analyzing Household Metabolism in European Countries and Cities ◦ *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.259-275 ◦
- Mont, Oksana & Bleischwitz, Raimund(2007) ◦ Sustainable Consumption and Resource Management in the Light of Life Cycle Thinking ◦ *European Environment* , Vol. 17 , Issue 1 , pp.59-76, Published online in Wiley InterScience ◦
- Munksgaard, Jesper, Wier, Mette, Lenzen, Manfred & Dey, Christopher(2005) ◦ Using Input-Output Analysis to Measure the Environmental Pressure of Consumption at Different Spatial Levels ◦ *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.169-185 ◦

- Nijdam, S. Durk, Wilting, C. Harry & Goedkoop, J. Mark(2005) ° Environmental Load from Dutch Private Consumption: How Much Damage Takes Place Abroad? ° *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.147-168 °
- OECD(1997) ° *Sustainable Consumption and Production: Clarifying the Concepts, OECD proceedings* ° Paris : OECD °
- OECD(1999) ° *Towards more Sustainable Household Consumption Patterns : Incators to Measure Progress* ° Paris : OECD °
- OECD(2002) ° *Towards Sustainable Household Consumption? Trends and Policies in OECD Countries* ° Paris:OECD °
- OECD(2005) ° *Introduction to Sustainable Consumption in Europe and Asia* ° Background paper for SC Asia Cross-Learning Seminar, 15 -17 March 2005 Manila, Philippines ° Paris:OECD °
- OECD(2008) ° *Promoting Sustainable Consumption : Good Practices In OECD Countries* ° Paris : OECD °
- O' Rourke, Dara(2005) ° Market Movements: Nongovernmental Organization Strategies to Influence Global Production and Consumption ° *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.115-128 °
- Oughton, David & Lowry, John(1997) ° *Textbook on Consumer Law* ° London:Blackstone °
- Pearce, David(1994) ° *Sustainable Consumption Through Economic Instruments(Paper prepared for the Government of Norway)* ° Symposium on Sustainable Consumption, Oslo, 19-20 January 1994 °
- Perkin, Harold(1968) ° *The Origins of Modern English Society* ° London: Routlede and Kegan Paul °
- Pleleys, Andrius & Mont, Oksana(2004) ° *Towards Sustainable Consumption Practices: Community Based Services for Households* ° The Third International Workshop on Sustainable Consumption, October 2004 ° Tokyo, the Society of Non-Traditional Technology (SNTT) National Institute of Advanced Industrial Science and Technology (AIST) °
- Rachagan, S. Sothi & Kanniah, Rajeswari(2001) ° *Workshop on Sustainable Consumption for Asia Pacific*(Background Paper) ° CI ROAP(Consumers International Regional Office

- for Asia and the Pacific) ◦
- Sanches, Samy(2005) ◦ Sustainable Consumption a la Francaise? Conventional, Innovative, and Alternative Approaches to Sustainability and Consumption in France ◦ *Sustainability : Science, Practice, & Policy*, Spring 2005, Vol. 1 , pp.43-57 ◦
- Schor, B. Juliet(2005) ◦ Sustainable Consumption and Worktime Reduction ◦ *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.37-50 ◦
- Sinclair, Philip, Papathanasopoulou, Eleni, Mellor, Warren & Jackson, Tim(2005) ◦ Towards an Integrated Regional Materials Flow Accounting Model ◦ *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.69-84 ◦
- Serret, Yse(2007) ◦ *Environmental Policy and Household Consumption: Insights from OECD Work* ◦ 3rd International Expert Meeting SCP, 26-29 June 2007 ◦
- Seyfang, Gill(2006) ◦ Ecological Citizenship and Sustainable Consumption : Examining Local Organic Food Networks ◦ *Journal of Journal of Rural Studies*, Vol. 22 , Issue 4, October 2006 , pp.383-395 ◦
- Takase, Koji, Kondo, Yasushi & Washizu, Ayu(2005) ◦ An Analysis of Sustainable Consumption by the Waste Input-Output Model ◦ *Journal of Industrial Ecology Winter/Spring*, Vol. 9, No. 1-2 , pp.201-219 ◦
- Thøgersen, John & Olander, Folke(2002) ◦ Human Values and the Emergence of a Sustainable Consumption Pattern : A Panel Study ◦ *Journal of Economic Psychology*, 23 , pp.605-630 ◦
- UN(United Nations)(2001) ◦ *United Nations Guidelines for Consumer Protection*(as expanded in 1999) ◦ UNCTAD: New York and Geneva ◦
- UNCSD(United Nations Commission on Sustainable Development)(1996) ◦ *Sustainable Consumption and Production: Clarifying The Concepts* ◦ The Rosendal Workshop ◦
- UNCSD(United Nations Commission on Sustainable Development)(1998) ◦ *Consumer Protection and Sustainable Consumption: New Guidelines for The Global Consumer(Background paper for the United Nations Inter-Regional Expert Group Meeting on Consumer Protection and Sustainable Consumption: New Guidelines for the Global Consumer Sao Paulo)* ◦ Brazil 28-30 January ◦
- UNEP(2001a) ◦ *Consumption Opportunities: Strategies for Change(A report for*

- decision-makers*)。Paris:UNEP。
- UNEP(2001b)。 *The Role of Product Service Systems in a Sustainable Society-A PSS Brochure*。Paris:UNEP。
- UNEP(2004)。 *Resource Kit on Sustainable Consumption and Production*。Paris:UNEP。
- UNEP(United Nations Environment Programme) & Consumers International (2004)。 *Tracking Progress: Implementing sustainable consumption policies : A global review of implementation of the United Nations Guidelines for Consumer Protection(Section G: Promotion of Sustainable Consumption)(2nd Edition)*。Paris:UNEP。
- UNEP(2005a)。 *Advancing Sustainable Consumption in Asia: A Guidance Manual*。Paris:UNEP。
- UNEP(2005b)。 *Hands-on Sustainable Consumption: A Training Guide for Implementing the United Nations Guidelines for Consumer Protection*。Paris:UNEP。
- UNEP(2008)。 *Planning for Changing:Guidelines for National Programmes on sustainable consumption and production*。Paris:UNEP。
- Veblen, Thorstein(1994)。 *The Theory of the Leisure Class*。London: Constale。
- Watson, R.(1997)。 *Ethnomethodology and textual analysis*。in Silverman, D.(Eds.), *Aualitative research: Theory, method and practice*。London: Sage。
- William, Raymond(1999)。Consumer. In Lawrence B. Glickman(ed.), *Consumer Society in American History: A Reader*，pp.17-18。New York: Cornell University。
- Worldwatch Institute(2004)。 *State of the World 2004: A Worldwatch Institute Report on Progress Toward a Sustainable Society*。
- Wu, Pei-Ing(2007)。Consumption Demand for Market Goods Environmental Quality: Sustainable Consumption Experience from Taiwan in 1983-1996。 *Global Change and Sustainable Development*，Vol. 1, No. 1。

(二)其他

- American Chemical Society(2012)。 *Eating less meat and dairy products won' t have major impact on global warming*。Embargoed For Release March 22, 2010，
http://portal.acs.org/portal/acs/corg/content?_nfpb=true&_pageLabel=PP_ARTICLEMAIN&no_de_id=222&content_id=CNBP_024369&use_sec=true&sec_url_var=region1。
- DNV。ISO 14001。

<http://www.dnv.com.tw/certification/managementsystems/environment/ISO14001.asp> ◦

CI(Consumers International)(2010) ◦ *50 years of the global consumer movement* ◦

<http://www.consumersinternational.org/files/100609/FileName/ci50ebook-English.pdf> ◦

Ethicalconsumer ◦ *About Us , Why Buy Ethically?*

<http://www.ethicalconsumer.org/ahoutec/> ◦

OECD(1997) ◦ *Sustainable Consumption-Clarify the Concepts.*

<http://www.oecd.org/env/consumption/Concepts.htm/> ◦

UNCED(United Nations Conference on Environment & Development)(1992) ◦ *Agenda 21.*

<http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/index.htm> ◦

WWF(World Wildlife Fund)(1998) ◦ *Living Planet Report 1998* ◦

<http://assets.panda.org/downloads/livingplanetreport98.pdf> ◦





附錄一

「聯合國消費者保護指導綱領—G. 推動永續消費」英文原文
(UNITED NATIONS GUIDELINES FOR CONSUMER PROTECTION
Section G. Promotion of sustainable consumption)

42. Sustainable consumption includes meeting the needs of present and future generations for goods and services in ways that are economically, socially and environmentally sustainable.
43. Responsibility for sustainable consumption is shared by all members and organizations of society, with informed consumers, Government, business, labour organizations, and consumer and environmental organizations playing particularly important roles. Informed consumers have an essential role in promoting consumption that is environmentally, economically and socially sustainable, including through the effects of their choices on producers. Governments should promote the development and implementation of policies for sustainable consumption and the integration of those policies with other public policies. Government policy making should be conducted in consultation with business, consumer and environmental organizations, and other concerned groups. Business has a responsibility for promoting sustainable consumption through the design, production and distribution of goods and services. Consumer and environmental organizations have a responsibility for promoting public participation and debate on sustainable consumption, for informing consumers, and for working with Government and business towards sustainable consumption.
44. Governments, in partnership with business and relevant organizations of civil society, should develop and implement strategies that promote sustainable consumption through a mix of policies that could include regulations; economic and social instruments; sectoral policies in such areas as land use, transport, energy and housing; information programmes to raise awareness of the impact of consumption patterns; removal of subsidies that promote unsustainable patterns of consumption and production; and promotion of sector-specific environmental-management best practices.
45. Governments should encourage the design, development and use of products and services that are safe and energy and resource efficient, considering their full life-cycle impacts. Governments should encourage recycling programmes that encourage consumers to both recycle wastes and purchase recycled products.
46. Governments should promote the development and use of national and international environmental health and safety standards for products and services; such standards should not result in disguised barriers to trade.
47. Governments should encourage impartial environmental testing of products.
48. Governments should safely manage environmentally harmful uses of substances and encourage the development of environmentally sound alternatives for such uses. New

potentially hazardous substances should be evaluated on a scientific basis for their long-term environmental impact prior to distribution.

49. Governments should promote awareness of the health-related benefits of sustainable consumption and production patterns, bearing in mind both direct effects on individual health and collective effects through environmental protection.
50. Governments, in partnership with the private sector and other relevant organizations, should encourage the transformation of unsustainable consumption patterns through the development and use of new environmentally sound products and services and new technologies, including information and communication technologies, that can meet consumer needs while reducing pollution and depletion of natural resources.
51. Governments are encouraged to create or strengthen effective regulatory mechanisms for the protection of consumers, including aspects of sustainable consumption.
52. Governments should consider a range of economic instruments, such as fiscal instruments and internalization of environmental costs, to promote sustainable consumption, taking into account social needs, the need for disincentives for unsustainable practices and incentives for more sustainable practices, while avoiding potential negative effects for market access, in particular for developing countries.
53. Governments, in cooperation with business and other relevant groups, should develop indicators, methodologies and databases for measuring progress towards sustainable consumption at all levels. This information should be publicly available.
54. Governments and international agencies should take the lead in introducing sustainable practices in their own operations, in particular through their procurement policies. Government procurement, as appropriate, should encourage development and use of environmentally sound products and services.
55. Governments and other relevant organizations should promote research on consumer behaviour related to environmental damage in order to identify ways to make consumption patterns more sustainable.

附錄二

行政院消保會「98年度國民消費意識、消費行為暨消費問題之調查研究」

整體問卷內容(打底線的問題，為針對「永續消費」所納入題目)

問卷的第一部份為受訪者個人的簡單基本資料，請訪員特別說明本項調查僅供學術研究分析，保證不會外洩，並以勾選或填寫的方式協助受訪者回答：

1.性別

(1)男 (2)女

2.年齡

(1)20-29 歲 (2)30-39 歲 (3)40-49 歲 (4) 50-59 歲

(5)60-64 歲

(6)65 歲以上

3.教育程度

(1)國小及以下 (2)國初中 (3)高中,高職,高工,高農 (4)專科大學

(5)研究所以上

4.請問您每一個月所得大概是多少？

(1)17,500 元以下 (2)17,501-21,500 元 (3)21,501-25,500 元

(4)25,501 元- 29,500 元 (5)29,501-33,500 元 (6)33,501-37,500 元

(7)37,501 元- 41,500 元 (8)41,501-45,500 元 (9)45,501 元及以上

5.職業

(1)藍領勞工階層

(2)公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士（醫師、律師、會計師）

(3)受僱於私人企業的白領上班族

(4)軍公教

(5)農林漁牧業

(6)學生

(7)無(待)業、退休、家庭管理

(8)其他（請說明）_____

問卷的第二個部份是想了解政府推動提升消費意識的政策效果，請訪員協助受訪者以勾選的方式作答。特別注意此一部份有一複選題。

6. 請問您是否了解在電視購物頻道及購物網站購買的商品依法可以享有七天的退貨期限？

(1)非常了解 (2)還算了解 (3)普通 (4)不太了解 (5)完全沒聽過

7. 請問您是否了解消保法規定，任何不具安全性之商品或服務只要導致消費者權益

受損，就算錯不在該製造商，該製造商仍將負損害賠償責任？

(1)非常了解 (2)還算了解 (3)普通 (4)不太了解 (5)完全沒聽過

8. 請問您是否了解，政府各主管機關已經制訂近百種的各種定型化契約範本，例如：預售屋銷售契約、汽車買賣契約、保險契約、國內外旅遊契約、租屋(車)契約、手機服務契約、信用卡契約、線上遊戲會員契約等？

(1)非常了解 (2)還算了解 (3)普通 (4)不太了解 (5)完全沒聽過

9. 請問您是否了解，在簽訂各類定型化契約前，廠商必須提供消費者一定期間的審閱期，讓消費者有時間充份了解定型化契約的內容？

(1)非常了解 (2)還算了解 (3)普通 (4)不太了解 (5)完全沒聽過

10. 請問您在購買清潔劑等產品時，是否會選購具有環保標章（如下圖）的產品？

(1)只挑選有環保標章的產品，就算貴很多也無所謂

(2)只要價格差異不是太大，就會買有環保標章的產品

(3)只要沒有比較貴，就會買有環保標章的產品

(4)很少注意產品是否有環保標章

(5)就算產品沒有環保標章，只要價格便宜，就會買



11. 請問您在購買商品時，是否會因為過度包裝而影響購買決策？

(1)一定會 (2)會 (3)普通 (4)不會 (5)一定不會

12. 請問您有沒有聽過 1950 消費者服務專線電話？

(1)不知道有這條專線 (2)我知道這條專線，但沒有撥打過

(3)我知道這條專線，並且有撥打過

13. 請問您是否了解賣場和百貨公司出售的禮券都必須附有履約保證？

(1)非常了解 (2)還算了解 (3)普通 (4)不太了解 (5)完全沒聽過

14. 請問您是否知道賣場和百貨公司出售的禮券不得記載下列何項事項？（複選題）

(1)不得限制使用期限 (2)不可限制使用地點 (3)不可限制使用範圍

(4)不可記載餘額不得消費 (5)以上皆是

15. 請問您是否會因為廣播電視節目主持人和特別來賓對產品的推薦而決定購買該項產品？

(1)非常相信他們的推薦 (2)還算相信 (3)偶爾會相信

(4)很少相信他們的推薦 (5)從來不相信

16. 請問您認為購買預付型產品（如健身中心、電腦、英文補習班等）的交易風險高或低？

(1)非常高 (2)高 (3)普通 (4)低 (5)非常低

17. 請問您是否同意在待遇變動不大的條件下，減少工作時數，將有助於增加如家人相處時間等非物質的生活，降低消費支出，減少物質及能源消費需求？

(1)非常同意 (2)同意 (3)普通 (4)不同意 (5)非常不同意

18. 我認為過多物質的消費並不會帶來快樂，反而會增加地球環境的負荷，我願意盡量減少從事物質及能源消耗較多的消費行為，並轉而從事物質及能源消耗較少的

消費行為(如少開車，儘量搭車大眾捷運系統或騎自行車；或租用商品等)，並追求心靈層次的滿足？

(1)非常同意 (2)同意 (3)普通 (4)不同意 (5)非常不同意

第三部份 此處調查的問項屬於消費行為的問項，請訪員協助受訪者以勾選的方式作答。特別注意此一部分均為單選題。

- | | 非常同意 | 同意 | 普通 | 不同意 | 非常不同意 |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 19.購買食品時，我會注意食品的營養標示 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20.由於不安全進口產品頻傳，在購買產品時，我會注意產品的製造地點 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21.產品的品牌知名度，代表品質與安全，是我購買商品時重要考量因素 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22.購買商品、食品或藥品時，我會注意它的有效期限 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 23.想購買的進口商品，如果缺乏中文標示，我會拒絕購買 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 24.我清楚知道政府已經開始推動新的素食產品分類 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 25.我清楚知道政府已經開始推動有機食品認證 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 26.從事消費時，我會盡量保護我個人的隱私，不隨便提供給廠商 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 27.知名連鎖速食店的食用油發生重金屬污染之後，我會特別留意業者使用油品的資訊 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 28.我自己可以自由支配的消費金額非常有限，大部分的所得都已用於支付水、電、房租、保險、子女教養費等固定開支，故個人的消費行為對「環境保護」的影響極為有限 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

29. 購物網站和大賣場促銷型錄頻傳標錯價格的事件，並導致消費糾紛，請問您對這一類事件有什麼看法？

- (1)廠商無心之過，不要過份刁難
 (2)廠商應該負起交付貨物的責任

- (3)趁亂低價搶購的消費者，似乎也不值得鼓勵
- (4)這是廠商爲了吸引消費者上門的不道德促銷手段
- (5)廠商根本是惡意標價不實，欺騙消費者
- (6)其他_____

第四部份 此處調查的問項屬於消費問題的問項，請訪員協助受訪者以勾選的方式作答。特別注意此一部分有許多複選題。

30. 請問您在消費的時候，是否曾經發生下列的消費問題？(可複選)

- (1) 從未發生過任何消費問題
- (2) 交易的問題(貨品價格未明示、有隱藏費用、付了錢賣方卻沒有交貨、賣方交運的貨品與原本購買的不同)
- (3) 產品品質的問題(貨品品質太差、貨品送達時已有損壞)
- (4) 廣告不實的問題(貨品功能與賣方所宣稱或目錄所刊載之內容不同、業務員的不實推銷或惡意欺騙、未完全揭露產品或服務的風險)
- (5) 售後服務的問題(無售後服務或賣方拒絕保固、所購物品有瑕疵無法退換貨、郵購、網購、或電視購物商品無法於七日內無條件退換貨、發生爭議向業者申訴時，業者配合度不高)
- (6) 個人資料遭洩露，如信用卡遭盜刷、電話被盜打等
- (7) 其他_____

31. 您認爲在消費哪些商品和服務的時候，最容易發生消費問題？(可複選)

- (1) 電信服務(中華電信、遠傳、台灣大哥大、大眾電信、威寶電信等)
- (2) 健身
- (3) 瘦身美容
- (4) 醫療藥品
- (5) 食品
- (6) 旅遊
- (7) 農產品
- (8) 租售屋
- (9) 金融服務(信用卡、貸款等)
- (10) 其他_____

32. 如果真的發生消費問題，請問您會採取什麼行動？

- (1)如果損失不大，就自認倒楣不管他
- (2)不論金額大小，都會循管道向企業或相關單位申訴
- (3)在網路上把他登出來
- (4)找人私下解決
- (5)其他_____

33. 請問您是否曾經遇過下列疑似個人資料外洩的問題？(可複選)

- (1)不認識的廠商來電推銷商品 (2)信用卡被盜刷 (3)網路帳號被盜用
 (4)被冒名申辦行動電話 (5)接到大量垃圾郵件及廣告 (6)被詐騙集團騷擾
 (7)其他_____

34. 如果您因為發生消費糾紛而提出申訴，請問您是向哪些單位申訴？(可複選)

- (1)向消費者保護團體申訴
 (2)向經銷商或廠商申訴
 (3)向媒體投書或 call-in
 (4)向民意代表申訴
 (5)撥打 1950 消費者服務專線申訴（請答 34.1）
 (6)以書面或線上方式向行政院消費者保護委員會提出申訴
 (7)以書面或本人親至各縣市政府提出申訴
 (8)其他_____

34.1 請問您對 1950 消費者服務專線提供服務的滿意度？

- (1)非常滿意
 (2)滿意
 (3)普通
 (4)不滿意
 (5)非常不滿意

35. 您覺得政府部門還需要強化那些保護消費者的工作？(可複選)

- (1)加強法令宣導
 (2)增加消費者資訊或消費情報
 (3)提高消費申訴處理之效率
 (4)加強公共場所和商品安全的檢測
 (5)加強消費者諮詢服務
 (6)加強取締並重罰不法業者
 (7)加強消費者教育，例如_____
 (8)其它_____

36. 就您認為，台灣今年（2009 年）的消費者保護工作和去年（2008 年）相比有沒有改善？

- (1)有大幅改善 (2)有一點改善 (3)和去年差不多 (4)有一點退步
 (5)大幅退步

37. 整體而言，您對行政院消保會在保障消費權益和提昇消費意識的工作上的表現滿不滿意？

(1) 非常滿意 (2) 滿意 (3) 普通 (4) 不滿意 (5) 非常不滿意

女性消費問題：如受訪者為女性，請訪員加問第四部分四個問題；受訪者如為男性，則問卷至此全部結束，訪員感謝受訪者協助

第四部份 女性消費問題：如受訪者為女性，請訪員加問第四部分四個問題，並請注意複選題。

38. 請問您是否同意，台灣的醫療院所並沒有營造出對婦女友善的醫療環境？

(1) 非常同意 (2) 還算同意 (3) 普通 (4) 不太同意 (5) 完全不同意

39. 請問您是否同意瘦身美容業者過分強調婦女的身材（胸圍、體重），有不當刺激女性消費，違背行銷倫理問題？

(1) 非常同意 (2) 還算同意 (3) 普通 (4) 不太同意 (5) 完全不同意

40. 請問您是否同意化妝品業者也過分強調婦女的外表（美白、膚質），有不當刺激女性消費，違背行銷倫理的問題？

(1) 非常同意 (2) 還算同意 (3) 普通 (4) 不太同意 (5) 完全不同意

41. 請問您覺得，台灣的消費環境對婦女而言，最不友善的地方是什麼？

(1) 廠商刻意隱藏消費資訊，誤導消費決策 (2) 缺乏良好的隱私空間

(3) 廠商不注重行銷倫理，過度廣告刺激婦女消費

(4) 女性商品黑心貨滿街橫行

(5) 以男性為主的商業活動主導生產和消費，沒有真正了解女人的需求

(6) 消費場所安全性欠佳，對婦女同胞有極大的威脅

(7) 其他 _____

問卷至此全部結束，感謝您的協助

附錄三

第一場焦點座談會紀錄及編碼情形

開會事由：「消費者保護計畫-推動永續消費」第一場焦點座談會

開會時間：99年1月20日上午10時正

開會地點：行政院消保會5樓會議室

主 席：行政院消保會吳組長

記錄：廖世机

出席人員：(依發言順序)

職稱	單位	發言代碼
組長(主席)	行政院消費者保護委員會	1-A-x-y
簡任視察(筆者)	行政院消費者保護委員會	1-B-x-y
科長	經濟部(商業司)	1-C-x-y
簡任技正	行政院環境保護署	1-D-x-y
科長	行政院環境保護署	1-E-x-y
董事長	財團法人中華民國消費者文教基金會	1-F-x-y
主任	臺北榮民總醫院(營養部)	1-G-x-y
消保官	臺北縣政府	1-H-x-y
科長	臺中市政府	1-I-x-y
董事長	財團法人環境資源研究發展基金會	1-J-x-y
秘書長	社團法人台灣企業社會責任協會	1-K-x-y
助理教授	國立台南大學行政管理學系	1-L-x-y
董事長	財團法人環境與發展基金會	1-M-x-y
專員	內政部	未發言
專員	臺北市府	未發言

註：「發言代碼」說明：1(第1次會議)-A(發言者本次會議代號)-x(第x次發言)-y(本次發言段落)

壹、主席致詞：(略)

貳、簡報：

代碼	發言內容
1-B-1-1	主席、各位與會先進、各位機關代表大家好，除了會前所提供的會議資料以外，在此再就研訂背景資料作補充說明。1995年經聯合國永續發展委員會(CSD)採用並建立的「永續消費」正式工作定義如下：「使用符合

	基本需求的服務及相關產品，以帶來更好的生活品質，同時使自然資源及有毒物質的使用以及廢棄物及污染在整個生命週期的排放最少化，以不危及未來世代的需求。」
1-B-1-2	我們希望從消費者保護的觀點來推動永續消費的工作。在1995年以後「永續消費」觀念有很多的發展，我將其整理成四個方向：第一個是「增加消費或減少消費」，增加消費的意思是產品在生產過程中的能源效率、技術效率改進了之後消費者就是否就可以不用節制的消費？還是說永續消費應該減少消費？依據聯合國UNEP的看法,是要有效率的消費，希望減少資源密集的消費，使用資源比較少的產品。第二個是「永續消費與永續生產」，永續消費是需求面、永續生產是供給面。經過國際機構、消費者團體、專家學者的研究探討，認為永續消費與永續生產是無法完全區分，有所重疊。第三個是「強與弱的永續消費」，「弱的永續消費」是指透過技術效率的改進來減少能源、資源的使用量，「強的永續消費」是指減少消費。舉個例子，開省能源的汽車是技術效率、是弱的永續消費，強的永續消費則是儘量不要開車，搭大眾運輸工具。第四個是「消費水準、集體行為與生活品質」，聯合國UNEP等研究報告中提到，雖然需要物質的需求，但是它沒辦法單獨帶給人們快樂。另外，學者Jackson提到，有兩個推動永續消費非常重要的效果：「消費的少以過的更好」、「消費的少可以減少環境的衝突」。此外，多份研究報告討論過度消費的「反彈效果」，是不是技術效率就夠了？其認為，過度消費其實還是會抵消技術效率的成果。
1-B-1-3	根據以上的發展，我們對永續消費的意涵重新做以下的界定：第一個是鼓勵企業者開發友善環境的商品，讓消費者有所選擇，第二個是消費者端的綠色採購，以刺激綠色經濟、帶動就業機會。第三個是「改變消費者的消費模式」，有點類似強的永續消費的概念，除了採行節能減碳及減少物資消耗的消費行為外，另應避免過度消費，除應轉為購買適量及耗費資源較少的產品外，並應尋求物質生活無法滿足的更高層次的非物質生活的滿足，這綜合了前面的幾份報告所提的。第四個是永續發展與永續消費共同關心的弱勢地區人民基本需求的維護，避免他們購買到對環境不友善(或含有毒性物質)的產品，或因為生存而掠奪自然資源，進而造成自然資源耗損而影響居住環境品質。第五個是，因為消費者的力量有限，必須透過基礎的設施及制度來協助他們力行永續消費的行為，這必須結合民間企業者、民間團體及消費者等等的力量來推動。
1-B-1-4	永續消費和綠色消費的差別在那裡？我們認為永續消費比較強調：下一代、多元參與及消弭貧窮的問題。
1-B-1-5	根據永續消費的發展，聯合國將原本於1985年所訂定的「聯合國消費者

	保護綱領」裡面，於1999年也納進了永續消費的理念，並通過「聯合國消費者保護綱領—G. 推動永續消費」綱領。這綱領除了延續1992年「21世紀議程」有關「改變消費模式」的行動綱領主要內容外，特別強調了商品與服務的環境健康及安全設計、測試，以及各公私部門的責任分工及合作。
1-B-1-6	我們檢視了一些研究報告，包括聯合國UNEP(2001)在〈消費機會〉報告中提出，永續消費策略可以整合為2個方向及4個策略。
1-B-1-7	學者Jackson(2005)認為改變消費者行為朝向永續的策略，使用宣導活動及說明說服的技巧都並非容易，需一個較複雜的政策途徑，從基礎建設開始著手，包括：誘因結構(稅、補助、處罰)；促進條件及環境因素(回收通路、公共交通等)；制度系絡(規則、法令、市場結構)；社會和文化系絡(社區力量、家庭穩定等)；企業習慣以及它們對消費者及員工的影響；協助社區自我成長；自我的環境及社會績效等等。
1-B-1-8	另外一個學者Schor(2005)談〈永續消費與工時減少〉，以法國為例子，認為減少工時可以降低失業率及改變人民的生活習慣。
1-B-1-9	還有學者Koji Takase等(2005)發現，如果把消費者將部分原用於消費較多能源之所得，改用於其他能源消耗較少的消費項目，類似綠色消費的概念，將會造成不同環境的負荷程度，可以把反彈的效率程度考慮進去。
1-B-1-10	此外，有多份的研究報告認為「產品服務系統(PSS)」，透過分享、共乘或是租賃等等來推動，是推動永續消費可行的方法之一。我們現在已有許多出租的行業，但它比較不一樣的地方，是強調環境友善的觀念，以減少資源的浪費。除此之外，還有些研究報告則介紹了國外推動永續消費所發展出的政策工具等。
1-B-1-11	在相關的文獻上，也提到推動永續消費的困難。第一個是「認知不足」，包括對永續發展及永續消費觀念的不了解，及資訊多樣而造成混淆、認知錯誤的問題。第二個是「消費倫理的觀念」，認為一般消費者的觀念較保守，要去採取一個新的觀念是很不容易，消費的背後原因相當複雜，包括經濟、社會認同、個人炫耀性的心理等。第三個是「資訊工具的限制」，要去說服、宣導、說明，效果很有限，另標章的誤導問題，標章可能只能顯示一種資訊，無法顯示很多的資訊。比如只能顯示節能，沒辦法顯示碳排放量。但消費者卻被鼓勵多購買具標章的產品。第四個是「消費水準和反彈效果」，新消費階級的產生造成大量的消費，美式生活的影響，全球化造成增加消費進口產品。第五個是「不支持永續消費的社經政治環境」，如制度上面的不健全，經濟全球化的分工造成開發中國家環境被破壞的問題，再生能源占的比例不夠，低碳運輸設施不足等等。

1-B-1-12	根據以上，我們把消費者保護推動永續消費做一個範圍的界定，以圖來表示，會發現消費者保護與永續生產、永續消費都有關係的地方，就是我們要推動的範圍。
1-B-1-13	除了國外發展的綜合及比較外，我們也檢視了國內的狀況。我們檢視了人口成長、國民所得、政府和民間的消費情形、能源使用情形、溫室氣體排放情形、綠色國民所得帳編制情形、環保署推動的綠色採購情形、97年永續發展指標公布結果，也了解相關問卷調查結果、行政院永續會永續發展行動計畫的情形，再參考消費者保護法第3條所規定政府任務、行政院消保會歷年來委員會議處理過與環境有關的重要消保案件、目前在消費者保護計畫內已經涉及到永續消費的項目，還有其他相關機關推動的政策、措施，例如：環保署禁用免洗餐用及慈濟的環保工作等等。跟據這些資料，我們作了一個分析對照表。以消保法所規定的政府任務，把國內外的政策工具做個列表，並據此提出了政策綱領的初稿。
1-B-1-14	政策綱領(初稿)中除了將整個政策範疇作清楚的界定外，所提出的政策目標跟內涵也考慮到兼顧永續發展及永續消費在社會、經濟及環境三方面的永續需求，多元參與的內涵，以及我國消保法第3條之規定。
1-B-1-15	另外，我們訂出幾個推動的原則，第一個是，依據我國消費者的需求及特性，利用各項經濟、法規及政策工具以及各項工具的組合，結合相關部門，規劃推動各項有效措施，創建環境友善、安全的消費生活環境。第二個是發展推動非物質的宗教、文化等消費生活，以利消費者減少物質及能源之消費，追求身心靈平衡的生活品質。第三運用同儕影響的力量，建立集體的永續消費價值觀。第四個依據國家特性及資源，規劃各項短、中、長程計畫，逐步有效的推動。
1-B-1-16	綱領(初稿)中提到一些專有名詞，在會議資料附件三的註腳中有提到，原本我想在此舉一些例作介紹，不過時間的關係，假如有討論到時，再來說明。
1-B-1-17	由於這個案子經過這樣的界定，範圍還是非常的廣，定會有認知不足、資料收集不全、錯漏字的情形，希望各位學者專家、先進不吝給我們指正，讓我們可以修正的更好。以上報告謝謝。

參、與會人員發言內容：(依發言順序)

編碼	發言內容
1-A-1-1	本案是本會期望透過綱領的擬定，對未來政府推動「永續消費」策定明確、整體及前瞻的方向。今天會議的資料已敬供各位事先參閱，而討論題綱範圍又非常廣泛，建議不拘限討論題綱之順序及範圍，採比較開放性的討論，再由本會就各位先進及同仁的發言意見，對本綱領初稿再進行整理或研修。

1-C-1-1	在我們國家所說的如「留的青山在不怕沒柴燒」、「不要殺雞取卵」，這與國際間推動的永續消費都具有相同的意涵。
1-C-1-2	經濟部以前及現在也都有在推動永續消費的工作，比如說推廣綠色消費。如在一項政策中，希望消費者在消費的時候可以選購比較有環保概念的、比較不會耗能源的消費品。
1-C-1-3	在會議資料的第4頁的2.「商品標示及廣告」部分，建議修正為「商品標『章』及廣告」。

1-D-1-1	環保署先做一些環保制度推動的一些說明。
1-D-1-2	在環保標章的部分，從推動以來，已訂定了一百多項產品規格的標準，目前已累計有五千多項的商品獲得我們的環保標章。
1-D-1-3	在推動民眾消費的部分，在通路的部分，有在推動綠色商店，目前有一千多家的綠色商店，讓民眾知道他可以到那邊去採購綠色商品。
1-D-1-4	另外，在綠色採購的部分，我們是從公部門開始做。政府的部分，在採購法裏有要求一定比例的綠色消費。在民眾的部分，我們是從團購和線上採購著手。我們有線上採購網，讓民眾可以到網站上來消費。另外，我們也在研議只要是採購綠色的商品，就給民眾點數，鼓勵民眾能做這樣的消費。
1-D-1-5	當然很多人都提到，目前我們的環保標章和內政部、經濟部的節能標章、省水標章或是綠建築標章等很多標章有重複的情形。事實上環保標章規格標準涵蓋的範圍很廣，是從整個產品它的材質、或是它的生命週期都希望能夠是綠色的。而其它標章可能祇是單項的節能或是省水，而我們則是希望從材質或是廢棄都是可以回收的，是省資源的。所以我們的環保標章和其他部門的標章是有一點點不同。但是我們也在檢討，不同標章的規格標準是不是可以互相援引，也就是說他們的標準和我們的標準如果是相同的，那麼祇要是取得如節能或省水標章的產品，我們就可以直接來相互承認。當然可能還會有一些標準不一的情形，這個部分我們會再和其他的部會來檢討。
1-D-1-6	另外，我們今年會再來推動碳足跡的標示部分，剛開始可能會先從B2C的部分先來做這樣一個制度的推動。

1-E-1-1	任何事都會跟人有關，任何人都與消費有關，今天我們把它定為「永續消費」，範圍就變得非常廣泛。我是建議我們就定義來討論，是不是把它拘限在某個範圍，怎樣把消費者保護的部分給突顯出來，再來做後續的研議。
---------	---

1-A-2-1	<p>剛剛談到是界限的問題。事實上，「永續消費」當然是希望聚焦在消費端，消費者保護的部分。我也知道各部會在推的很多作為，但是我很期望我們在討論時能夠看看政府在從推動「永續消費」的過程中有發現那些問題、有那些可以努力的方向。例如在過去有辦理「大胃王」比賽、有無限暢飲的。事實上從「永續消費」的意涵來看，這就是過度消費，也可算是資源浪費。</p>
1-A-2-2	<p>本會研擬的政策綱領範圍非常的廣，應如何界定其範圍，希望就教各位的意見。但是我們可以聚焦於在目前台灣的消費形態或議題上，有那些是政府在「永續消費」的意涵裏面需要去注意、努力的方向。比如說剛剛所講的吃到飽問題，至少是政府該做些教育，儘量不要鼓勵學生去辦這樣的活動。另外像百貨公司藉折扣促銷化妝品等，也都可能造成過度消費之情事。</p>
1-A-2-3	<p>我們怎麼教育消費者「永續消費」的意涵，消費者在日常生活中怎麼去實踐，這是非常重要的。除了這一塊之外，企業經營者要去做怎樣的努力，政府部門可能要推動什麼樣的措施來讓「永續消費」的議題，能夠真正落實去實施，更是需要給予重視。我想我們基本上的政策方向大概是這樣子，但是基本上政策架構，大家可以討論。</p>
1-F-1-1	<p>對於行政院消保會願意來推動「永續消費」，本會覺得很欽佩。事實上如果把很多東西很簡單去思考，大概是因為需求而去生產，沒有人會沒有需求而去生產，否則就浪費掉了，所以需求帶動生產。那需求在那裏，就在消費者身上，就在消費。或許可以把消費的觀念用的比較窄，如只在有形的物質上面。如你把它擴及到無形的，很多東西事實上都包括在裡面，像醫療上面的重複、過度也是。</p>
1-F-1-2	<p>我們在日常生活裏面，可能需求端的這些消費者欠缺這些觀念，所以觀念上的改革我認爲是最重要的，只要需求端的觀念能夠改革，那「永續消費」就很容易呈現出效果。如果這個部分不能改革，還是充斥在我們傳統的觀念裡面，消費者認爲說「俗擱大碗」，這樣就會產生浪費。像剛剛主席提到的「ALL YOU CAN EAT」的東西，你已經超出了你這一餐要吸收的營養和熱量了，對自己非但沒有幫助、還有傷害，所以如果觀念不改，那消費者始終存在這樣的觀念。像去買手機也一樣，希望手機又便宜、功能又多，但你要想一想，你用得到這麼多嗎？若用不到這麼多，而它裡面有這麼多的功能，是不是耗費了很多社會的資源。如果再往上去推，台灣都喜歡做代工，做了好多的量，毛利可能3%、4%，這老實講，如果去對照歐洲國家，他們是不會做的。他們認爲這是過度耗</p>

	<p>費所謂地球的資源，他們要的是適度、合理的利潤去做。所以觀念上我認為有一些東西是應該慢慢去改；但是企業在競爭的時候，有時候爲了生存被逼的沒有辦法，所以感覺上地球的速度轉的愈來愈快，耗用的資源相當相當的多。這都是大家在環境裏面必須去面對的。</p>
1-F-1-3	<p>另外，我提單純的服務，比如說消費者照CT(斷層掃描)或MRI(核磁共振)，在這家照後覺得不行，又找別家重新再照，不然覺得沒有辦法判斷。這也是一樣的，消費者照CT、MRI也會有輻射等的負擔，但這過程好像都被變得很自然，大家一自然之後就耗費太多的東西，入不敷出，就要漲價，漲價大家又在那邊跳。所以，我覺得在觀念上有些地方要改革。</p>
1-F-1-4	<p>比較容易的是從根做起，讓我們下一代有永續消費的觀念，才是比較有前瞻、有未來的一個想法。我們的小朋友假使沒有這樣的觀念，當他長大後的價值觀要改變，我認爲是相當相當的困難，所以我覺得應該要把觀念的改革列爲重點的工作。就好像環保的概念，現在如果不知道環保的，他可能是現代的魯賓遜。因爲他與世隔絕，祇要他不與世隔絕，大概都知道環保。所以環保的觀念已經提倡的深植人心，大家事實上也或多或少在實踐，這要花一段很長的時間。所以我覺得教育部本身，扎根的工作事實上非常的重要。有好的消費者就會有好的生產者，社會的環境就會相對的變好。如果壞的消費者，他就會引導壞的生產者，社會的環境相對就會受影響，這是很容易瞭解的。</p>
1-F-1-5	<p>剛剛經濟部 and 環保署所提到標章的問題，比如說有一些營養專家就在看，你這個健康食品熱量怎麼這麼高，主管機關可能回答，這熱量不是我們管的，我們祇管它某一部分有健康促進的效果。如果從「永續消費」的觀念來看，你要告訴人家這東西是好的，你才給予標章，然而可能反而會造成如熱量多餘的供給，那這個標章在消費過程所顯示的價值性就不一樣了。各部會若仍是多頭馬車去做，那以後的話可能這個茶杯要貼5、6個標章，這絕對不是我們要的。所以各部會不要各自爲政，就是你在想一個東西的時候，一定要讓消費者感覺這東西整體上都是好的，才會給他這樣一個標章。</p>
1-F-1-6	<p>我再回到經濟部的奈米標章，它祇要奈米化就給它奈米標章，問題是奈米標章會不會有副作用。比如說這化妝品把它奈米化，這會不會對人造成負面的影響。奈米化的意思就是說，它連裏面的鉛、重金屬都奈米化，那也意謂著說，吸收的過程中可能直接對身體造成重大的傷害。以前是累積，但現在直接吸收了之後對人體上面可能會有直接深刻的影響，但經濟部還是認定這是奈米的。我記得我在經濟部標準局開會時，也提過這樣的意見。量測中心也提到進到人體的東西，奈米化要特別注</p>

	意。你容易吸收的意思就是說，好的東西容易吸收，壞的東西也容易吸收，你有沒有辦法控制？所以你在核給奈米標章的時候，如果沒有考慮到這個，那消費者認為奈米標章好像是好的，但他用的時候反而受到傷害。當然現在我們還沒有看到食品級的奈米產品，化妝品是已經看到了，如果出現了食品級的奈米產品，那影響將更深遠。
1-F-1-7	所以各部會在推動標章的時候，政府是公部門，是受到消費者、老百姓所信賴，所以當你有任何作為的時候，一定要注意你的行為會不會造成公權力上的斷傷。希望各部會在思考問題的時候能夠更深入一點，讓消費者感覺你的標章本身所表達出來的東西確實是可以相信。所以這部分，我們認為說大家應該去做協調。
1-F-1-8	行政院消保會的這份資料既然是消費，內容就會很多。我現在講話就是在消費，我用的麥克風、穿的衣服、坐的椅子，各位回去睡覺吹的冷氣、躺的床和枕頭、穿的睡衣都在消費，呼吸也在消費，因為家裏的裝潢如果甲醛過量也是在消費。所以說一天24小時要脫離消費，我認為不太可能，我認為有必要大家應該用心去思考。既然行政院消保會有這樣前瞻性的東西，大家應該齊力來努力，看怎麼樣讓我們的環境更好一點。
1-A-3-1	非常謝謝，謝董事長非常精彩的發言，從需求、生產、標章談起，也從教育面向來看。我想教育當然是一個非常重要的工作，如何從國小教育去做一些努力，讓理念在小孩子的生活教育從小養成是非常重要的。目前我們政府在做法案評估的時候，要加上兩性影響評估，如果以後政府在推動標章等攸關消費者保護之措施時，可以加上「永續消費」的影響評估，謝董事長的很多意見就會實現。
1-G-1-1	我看討論題綱包括政策、政策目標、原則及行動計畫，我在想今天消保會提出這個之後，將來應該有行動計畫去實現。綱領可以很大，但是行動計畫如果沒有辦法去support的話，那這個綱領就變得很難去實現。
1-G-1-2	有關綱領的內容，個人有以下一些意見：1.政策目標中開始就提到環境友善，我們還是以消費為出發點，對我來說的話，比較在乎消費者的安全、成本，環境友善不是不重要，但它的順位是不是排後面一點。
1-G-1-3	第二個是用字的問題，例如說消費者永續「採購」，消費者有時候可能是採”用”，不一定是採購。我想它的英文原字可能是consumption，這個字也有”用”的意思在內。
1-G-1-4	有關行動計畫未來應會談到優先順位，這次大概不會談到這麼細。如果真的要做的話，優先順位可能也要注意一下，因為這個可能也會影響到

	各部會未來的施政方向及作為。
1-G-1-5	至於這裡談的蠻重要的是「改變消費者行為模式」，我想目的應該是改善，因為改變不一定改好，是不是用字上面再考慮。
1-G-1-6	那該怎麼做呢，這裡談到很多消費資訊的推廣、活動，但是我覺得好像比較沒有看到學校的教育。因為教育推廣的話，好像這個人已經離開學校了，雖然也有加強學校、社區相關活動，但是蠻重要是學校的基本教育。我記得十多年前，我們在消保會也曾經討論過，在日本消費者教育從小學一年級就開始，就包括剛剛說是不是要消費，而不是給了零用錢就一定要用掉。所以我想有關教育的部分，在學校裡面也可以再落實，這部分恐怕也可以再參考日本的作法。我記得以前消保會相關的刊物，我也看過類似的一些報導，這部分大家可以考慮一下。
1-H-1-1	在地方政府的立場，主要在執行層面，所以只要是既定的政策，我們地方政府都會全力的去配合。比如說去年的綠色消費，台北縣政府在教育宣導方面、在行政監督方面，甚至在消費爭議案件的解決方面，我們都有把綠色消費帶進來。
1-H-1-2	因為在地方政府是執行面，就我們的行動計畫裡面，爲了要便於我們以後的執行，建議行動計畫能有短、中、長期，甚至是逐年的重點。例如在短期如99-100年，是以什麼東西爲其重點，那地方政府就會配合來執行。
1-A-4-1	台北縣政府令我印象很深刻的是最近周縣長常在坪林推動的低碳旅遊，其實是可以推動的方向。
1-I-1-1	依個人推動消費者保護的經驗，在我家附近有很多慈濟的資源回收廠。我常常去看、去幫忙，你會發現很多新的衣服都丟在那邊，包含很多都沒有用過的，我認爲很多都是過度的消費。
1-I-1-2	要如何去推動「永續消費」，在很多消費者的認知裡面，可能不管有錢沒錢，會購買很多不需要的東西。針對這議題，我認爲消費者的認知，如標示和標章太多，一般消費者能夠認識嗎？我們相關政策努力去推廣教育消費者認識這些標章、標示，可是拿這些東西去路上隨便問幾個行人和消費者，大概沒幾個人可以真正的分辨出來。
1-I-1-3	既然我們要推動這個「永續消費」政策，最主要是要告知消費者怎麼去認識才有辦法推動。我個人認爲我們的教育及宣導沒有辦法真正落實到一般民眾和消費者身上。縱使我們政策理想訂的很高，也很盡力去推動，但一般的消費者還是沒有辦法去認知。尤其是在學校教育裡面，大

	<p>家都有小孩子，可是你問小孩子有關什麼是「綠色消費」，很多還是不懂。所以我認為，我們怎樣將理念和教育推廣到下一代，包含整個社會層面，讓消費者及一般民眾能夠確實的去認知，才會比較有效的落實執行。</p>
1-A-5-1	<p>我想觀念的啓發是很難的，如剛剛謝董事長講的，觀念改變行動就會改變。但是好像總是政府做了很多的努力，但永遠跟民眾的認知差異很大。</p>
1-A-5-2	<p>宣導或教育部分當然政府要加強，基本上就我的想法裡面，「永續消費」有一些意涵，第一個就是合理消費；第二個是資源減量；第三個可能是資源的回收或再利用；第四個可能是環境控制。基本上我在想，「永續消費」有些核心的理念，在這核心的理念裡面，政府在消費者保護層面，有那些都東西是可以做的，這樣子大家可能會比較聚焦、具體一點。訂出這一套政策之後，讓大家可以嘗試在不同的崗位、以不同的措施，來做為努力的方向。</p>
1-J-1-1	<p>我剛剛蠻贊成環保署陳科長的意見，看起來政策綱領很大，應可以聚焦在能資源的消費，這樣比較容易操作。</p>
1-J-1-2	<p>至於所提出「永續消費」的定義，是蠻好的定義，但是這個如果要有策略要有行動計畫，要能夠真正執行，應該有一些如剛剛提到核心理念和核心的對象。</p>
1-J-1-3	<p>剛剛環保署提出來的lifecycle(生命週期)，就產業界來講，應該有一個很清楚的内容來推動。以水資源或是其他能源或資源的項目而言，如產品從原料到最後的成品都是綠色的話，那實際上對產業界是一個非常重要的教育宣導，能否朝這個方向去走？如果所有政府機關在選擇產品的時候都全部選擇綠色產品，從官方來推動，那這是一個方向。如果以長遠來講，當然要有許多政府部門來配合，並跟據這樣一個很好的定義來做，不然的話範圍太廣就不容易去執行。</p>
1-J-1-4	<p>永續消費實際上就是結合環境、經濟和社會面向。社會面向我是覺得教育面向很重要。教育有社會教育，有大學、中學、小學，甚至更小的。如果能夠從這裡切進來宣導，那教育部當然扮演很重要的角色；社會教育的部分，我覺得有一個可以來利用的就是現在101所的社區大學，實際上是一個可以很好來結合的單位。社區大學是在地生根，如果有具體的内容，他們是可以很清楚來推動相關的理念。</p>
1-J-1-5	<p>我是第一次參加這個會，看起來要做很多事情是很好，但是永續消費總是要有一個比較具體的topic，比如說剛剛消保官所提出來短、中、長期</p>

	推動的行動計畫。
1-K-1-1	今天所看到的這份政策綱領，我覺得幕僚單位其實是蠻用心的，照顧到很多國際間永續消費討論很多新的觀點和趨勢，首先這一點要表達個人的肯定。
1-K-1-2	其次，在第 1 頁的地方，我想前言第二段裡面的表述可以再大膽點的。因為這邊基本上強調「環保」是國際認定的消費者權利義務中的義務，但其實整段的描述是在強調環境等等相關的事項如何成為消費者權利保護一個新的面向，所以我覺得從整個精神來看可以更大膽的去強調這是一個新的消費者權利。比如說就產品和服務對環境面向、甚至對於社會面向的觀察，如果我們用廣義的消費者權利的概念，其實已經構成消費者權益的部分。為什麼呢，我們再看下面的政策定義，其實已經整個表述的蠻清楚了，如果產品生產過程沒有辦法滿足永續性的要求，它最後會直接危及現在消費者的種種權益，甚至於危及未來消費者的種種權益。所以我覺得某個意義上是可以從消費者同時是一個社會生活的成員，所以他的社會生活會受到整個消費的產品的生產過程中是否注意到保護環境的要求，以及照顧社會弱勢的要求等等所影響，所以事實上是非常廣義的現代消費者權益的一個部分。廣義上可以從這樣的觀念基礎對整個政策綱領奠定基礎，也比較能夠突顯出為什麼我們消保會這邊要 engage 這個永續消費的議題。因為確實整個產品或服務的提供過程對環境的關切，對消費者來講是必須關切的事情，的確關心到他自身的權益。雖然這個權益不是看的到的，不是像購買商品的時候，他可以直接感受到或知覺到，但確實那個影響是在的，主要因為社會生活是個整體。所以你買的產品是怎樣生產的最後還是會影響到自己。不管是全球暖化或是地震，不管你買的東西是從那邊生產的，如果它是高耗能或是高排碳，最後還是會影響到你的生活。我想這個可能是在這樣一個新的認知架構下必須重新去檢討，擴大原本消費者權利的概念。如果是從這樣為基礎，也許有可能可以解決整個政策綱領開始發展的難題。比如說在發掘許多政策工具的使用上，推動永續消費和推動永續生產是很分開的。坦白說也是因為這樣，大部分在歐美談論永續消費的政策脈絡，都是談所謂的SCP，就是永續消費和生產。這個政策架構都是擺在一塊談的。
1-K-1-3	當然今天消保會要特別來做永續消費的政策綱領，我的建議還是可以嘗試從廣義的消費者權益的概念，就是包含產品的環境特性、社會特性等等特質，把它也當成消費者權益保護的一個新的面向。也許從這邊切入，換言之整個政策綱領的發展期望支持-不論是綠色消費或者永續消費

	<p>都好，這樣的一種責任性消費行為的政策環境，或者比較白的說，怎麼樣讓消費者在市場上更好、更便利、更有效率的可以買到這些他確認對環境友善的或者對環境永續性有幫助的產品或服務。我想若從這個角度，就可把一些和其他部會職責有強關聯的部分去掉，如比較偏永續生產的面向。因為那些部分或許可以在最後透過配套措施，也許在將來有聯繫會報或協調會報的設置，怎麼樣把永續消費的政策綱領和推動與可能主要是經濟部和環保署推動清潔生產或綠色生產或是綠色供應鏈相關的一些政策及計畫進行一些對話，這可能反而會比較有幫助，而不是想要把所有的如永續生產的內容也放進來。我覺得那其實是有點困難，我不太曉得，如果都放進來，它跟其他政府施政計畫之間的排序及協調如何進行。</p>
1-K-1-4	<p>再來，我發覺到在整個概念的使用上，比較偏重說明永續性是作為一種環境生態的考量。如同前面幾位先進已經提過的，比較準確來說，永續性是包含經濟、環境及社會的面向。我們在這邊推薦的一些所謂環境友善的標章，譬如說Fair Trade的標章、FSC的標章，它的標章的準則不僅是重視生態的面向，也相當程度會強調社會的面向，特別是對勞工、人權的保護，對弱勢群體權益的尊重上。這個部分也許有必要，如果要把這些標章的特性更彰顯出來、在整個計畫更貫穿，在這邊的問題會是，它是不是完全符合前面對永續消費的定義？前面有提到綱領內容比較少社會面，這個邏輯間的一致性，我想是可以再檢視。</p>
1-K-1-5	<p>不過我相當肯定把fair trade等等這些放進來，因為在國外，其實談到所謂責任性消費或則是倫理性消費的時候，其實fair trade 等等這類標章認證都非常重要的。我們知道，尤其是fair trade 推廣最用力的英國，他們甚至有fair trade的town，整個town都是使用fair trade的產品。甚至於我們知道最近的調查，即使在2009年經濟蕭條的年度，英國調查發現他們的生態消費，裡面包括有環境友善的產品，他們的消費在去年沒有降低反而提高，我想這樣的趨勢都是值得注意的。</p>
1-K-1-6	<p>因為時間的因素，有些部分如果能夠事後再用書面提供意見，但我想再提供主辦單位參考的。比如第6頁談到的所謂市民農場制度，台灣現在已經有比較通俗的名稱叫「農夫市集」，也有很多公民社會團體在推動。另外食物銀行或二手商品銀行，這個跟農夫市集或市民農場的性質或者目的好像比較不太一樣，後者是減少廢棄；農夫市集或市民農場則比較強調在地生產和在地消費，通常會加入對環境的關切。但這些因為台灣現在都有地方公民團體在推動，甚至於包括第10頁所提到的社區支持農業、農莊假期等等，都在鼓勵永續消費，這確實是可以考慮的方式。</p>
1-K-1-7	<p>從這邊衍生到剛剛幾位先進所提到，政策綱領應發展短、中、長期不同</p>

	<p>階段的政策方案，甚至於是綱領的施政重點。我個人有幾點建議：我覺得第一個在產業別上或產品服務的性質上面，能夠以食品、服飾或日用的消費品，做為優先開始推動的產品或服務的類型，尤其特別是食物和服飾業。而這本來在國外也是談倫理消費或者是永續消費、綠色消費，競爭最熱烈的，廠商之間彼此競爭也會很熱烈，甚至有很多公民團體也很關注，政府以這些為重點推動項目的話會比較有幫助；</p>
1-K-1-8	<p>其次是關於企業的類型，為了讓計畫或整個政策綱領的能見度能夠提高，建議剛開始推動初期，是以量販店或是便利超商系統為主要推動以及合作的夥伴。</p>
1-K-1-9	<p>另外一個可以同時考慮的是，如同剛才環保署講到，環保署正規劃推動碳資訊揭露的標章，以及包括正在做的低碳、會展活動等的標章。廣義的來講，不僅包括會議，其實也可以包括展覽、甚至演唱會等等。我們這邊對「永續消費」的概念其實還是比較接近談產品，而不是服務，但是尤其像娛樂活動標章，我知道其實環保署有在研擬，如果能夠發展相關的綠色認證標章，其實可以藉由這些活動對社會大為宣傳。如果他們在宣傳活動時能夠標舉說綠色的或則是對環境友善的，甚至有政府認證，我覺得對整個推動上「永續消費」的意識，會有相當的幫助，因為同時你就可以有許多免費的代言。我舉個例子，比如阿妹的演唱會，或則是周杰倫的演唱會，你如果給他一個綠色活動的標章，他也願意來代言這個標章，就會有免費的宣傳。如果能夠以此為一個重點，可以讓政府在宣傳的時候可以借力使力。</p>
1-K-1-10	<p>另外是關於PSS(產品服務系統)，這個我是高度肯定能夠提出來。因為PSS其實是國外現在蠻夯的概念，但是它的整個Business Model的發展其實有一定的限度。在企業社會責任裡有一個非常有名地毯的製造商，他生產的地毯都不是用賣的，是以PSS的方式用租的，租到一定期限之後，他就幫顧客回收，回收的產品他可以自己再利用，再生產新的產品，所以他就可以減少物質的消費。關於這方面其實，是不是有可能有較有系統的推動方法，是值得再思考。</p>
1-L-1-1	<p>剛剛幾位先進都有提到教育，不過好像比較偏重於學校端部分。其實從學校教育來說，教育當然是很重要的一個工具。最近有一個案例還滿有趣的，就是有一個同事他開了一門課叫「動物保護」，當學生上完一個學期之後，發現他們對某些事情有了很大的改觀。比如講到屠宰業的人道屠宰，老師在課堂上就放了電宰業和一般溫體屠宰的過程，後來發現很多學生在課後想改變他們的飲食習慣。那個班聽說大概有40幾個同學，有10幾個已經願意改吃素了。這對我們來說似乎是一個很大的改</p>

	<p>變，對某些人的飲食習慣來說，美國牛進口似乎是很大的衝擊，但對吃素的人來說，就沒有什麼太大的改變。特別是我們之前看到，美國牛一旦禁止進口的時候，我們看到很多商家在門口貼著本店的牛肉來自澳洲，可是如果你從碳足跡及碳排放的概念來說，這些只要從外地進來，從食物里程來說，都不是一件好事，不管是來自那裡，都是從外地來的。</p>
1-L-1-2	<p>除了學校教育，社區的教育或家庭的教育其實也很重要。我看過一個影片，有個爸爸想要帶著女兒出門，過馬路的時候四下無人，旁邊雖然是紅燈，爸爸還是說過去吧。祇是這個小女兒說，可是是紅燈呢，老師教我們不能過。爸爸說啊旁邊又沒警察就過去吧。其實學校教完後，如果能對應到家庭有一些真正的體驗的話，會比較重要。我看過一篇研究報告指出，其實在很多的消費行為裡面，比較重要的教育者，其實是來自家庭的媽媽。小孩在家庭學完之後，如果在家庭沒有體現的話，是很麻煩的一件事情。剛剛有位先進有提到社區大學，其實我們可以透過這個管道，讓很多的家庭或是媽媽來學習綠色消費有關係的一些概念。我們看到社區大學教媽媽用回收的東西做一些手工肥皂，她可以馬上體認到回收的東西有這麼好用，小孩在無形中也會有一些改變。</p>
1-L-1-3	<p>剛剛先進有提到「農夫市集」這樣的概念，可是「農夫市集」通常是用比較有機的方式在生產，有機方式生產的通常賣相就不會好看。我們常看到消基會或消保會在宣導大家不要買很漂亮的農產品，很漂亮的產品通常有許多農藥或其他有害人體的物質。可是怎麼樣去教導民眾去買不好看的農作物，我想可能包括過去我也不會去買。可是在農夫市集看到的幾乎都是這樣的商品，有多少人願意去買這樣的東西。</p>
1-L-1-4	<p>這又涉及到一個問題，通常綠色生產的農產品價格會比一般的高，在綱領裡面則希望能夠輔導去幫助這些弱勢的族群能夠購買永續生產的產品。可是有一報告指出，一般的家庭願意去花費不會超過百分之5的價差去購買綠色產品的東西。然而，綠色產品在市面上的價格一定差過其他產品百分之5以上，我們怎麼樣幫助這些弱勢的民眾購買綠色產品，他們可能基本溫飽都有問題，你要叫他多花錢去買這些綠色產品，這可能是另一個必須去關注的事情。</p>
1-L-1-5	<p>去年台北縣政府消保官處理油炸油脂酸價的問題，我們發現商品查驗的標準上在國內似乎還有某些爭議，消保會和消基會陸續都還有在市面上做些商品查驗的工作。之前我曾和消基會的幾位先進討論過，就查驗來說，他們很大的負擔是那些查驗的樣品。他們不可能每台車都拿來試試看，他們只能找一些相對單價比較便宜的或他們財力範圍能夠負擔的。對於單價比價高的商品查驗部分，是否有其他的機制把關，這其實是綠</p>

	色消費上的一個環節。
1-L-1-6	在教育方面，綱領裡面有提到我們要發展大眾運輸，多使用大眾運輸工具，減少碳排放。可是昨天看到新聞報導，交通部退回九個各地方輕軌或捷運計畫案，發現說除了台北之外，中南部沒什麼人在搭捷運。這除了是教育問題外，也是地區生活習慣的問題，那這部分怎麼辦？這可能是在生活養成習慣上我們必須努力的。
1-L-1-7	前面先進也有建議綱領的實施必須訂定短、中、長期計畫，可是常存在的是業務分工的問題。除了消保會是推動機關外，未來也應該要把相關配合的機關一併列入，我想後續的推動上權責才會分明。
1-L-1-8	最後一個建議是，我們常聽到的是“這是民眾的事”、“是企業的事”等，但政府應該以身作則。綱領裏面有提到「夜間照明」，有時候我經過一些政府機關前面，覺得這燈怎麼打那麼亮？其實在消費的問題上，常會問的是”想要”還是”需要”。想必這燈打成這樣，是想要吧！但從綠色或永續消費來說，這到底是不是需要的？難道這不就是能源的耗損嗎？

1-M-1-1	首先我們來看，這個是政策綱領，所以它包含的面就比較廣。
1-M-1-2	不過，綱領是前面，但是推動的時候應該有先後有重點、有輕重緩急，所以我們希望有個秩序，否則就不曉得要先做什麼了。
1-M-1-3	第一點是真正能夠改變我們社會的是我們每個人的觀念，我們觀念改變，我們也會改變行為模式，所以生活方式是最重要的。比如說有的學校的環境很好，那他就可以下午就不要排課程，到戶外活動，這樣冷氣就可以關掉。改變生活方式就好，你早一點起來，你開燈的時間就會減少。可是我們不是，晚晚睡晚晚起。這都是很不好的習慣。最重要的就是改變生活方式，經營健康的生活。
1-M-1-4	我們身為一個人，就重要的就是與自己生活最近的事。不管這政策綱領多完美，對於一般的消費者來講，距離是很遙遠的。因為這樣的綱領連總統都做不到，我這種老百姓怎麼有能力能做得到。所以我想，要推動真正的永續消費，就是要從個人開始。你那件事情可以減少、那件事情可以改變，那件價值觀可以稍稍修正一下，那我們就會更好。
1-M-1-5	第二點是領袖人物最重要，政府要示範。我常常講一個例子是國家的經濟環境陷入困境才要發消費券。可是有些人拿消費券是沒用的，應該要給需要的人，不需要的退回去就好，而不要花在用不到的地方。
1-M-1-6	第三點是一定要改變價值觀。自我的價值最重要，不要崇尚名牌，不要以職等來規定政府首長的座車汽缸數。
1-M-1-7	第四點是利用宗教是有問題的。內政部一定知道，台灣吸收民間資源最

	多的是民俗信仰，他們是非常浪費的。當我們要倚靠宗教來幫我們推動永續消費的時候，我們要慎重選擇，或是給他們一些教育。
1-M-1-8	第五點是媒體，我們去買東西，不是出自於我們自己的價值判斷，我們是受到商業廣告的影響，所以媒體要承擔最大的責任。應該設一個媒體的生活指導獎，頒給對我們消費者的生活最有貢獻，能夠改變我們的生活方式、消費觀念的。
1-M-1-9	第六點是為什麼我們常從事很多無意義的消費，因為有意義的活動很少。我們沒有學會，也沒有機會，所以缺少公共活動。現在朋友見面都是小酌一番，就是我們過去沒有養成文化消費的習慣。所以希望能開放更多的公共活動場所，有活動就會減少消費。
1-M-1-10	第七點是倡導DIY，什麼東西都自己做，不要買現成的，追求簡樸健康的生活。
1-M-1-11	第八點是對於弱勢的人要給予特別的協助，以因應他們買不起有機、標章產品的情形。
1-M-1-12	第九點是剛剛大家都提到的社區大學，社區大學是非常有貢獻，但大家要知道，全台灣的社區大學創辦到今天才12年，整個才有30萬人受過教育。而這30萬人是比較知道怎麼消費的人，另外的2280萬人是沒有接受這個教育的，怎麼樣把我們的訊息傳遞給不接受教育的人才重要。所以社區大學是非常好、可以運用的，但我們要想到社區大學所教育的人只占全台人口的1.5%，98.5%的人是沒有接觸到的，所以我們要設法把訊息傳遞給他們。
1-M-1-13	第十點是政府機構，我們剛剛提到政府要分工、到底誰做，不應推託且應該加強事前預防工作。
1-M-1-14	第十一點是現在新的趨勢是提倡小政府，而我們今天是希望大政府，政府什麼都管，才須要這麼高的預算。事情應該多讓民間團體做，可以用最低的成本贏得人民的信賴，這才比較有效用。但民間團體不應發展成自衛性的團體，現在很多團體沒有信用，人家不敢找他，就是因為他發成自衛性的團體；所以可多多結合民間團體，民間團體他非常的節省。很多民間團體做的很好，且非常認真。
1-M-1-15	第十二點再談到標章，今天台灣的標章太複雜，應該簡化，並且明顯告知只管什麼、是什麼意思。
1-M-1-16	另外一個是標準化問題，例如手機充電器、相機電池各家各型式規格不一，如不標準化就會造成浪費。
1-A-6-1	就我個人而言，本次會議對我最大的啟發是，觀念還是最重要。過去我們對消費者不管在教育或宣導上比較著重在法律或制度的部分，我覺得

	<p>未來消保會比較要著重在一些消費行為的改變。嘗試用一些教育宣導去促進消費行為的改變，是今天我所聽到最重要、覺得可以在未來的路上做一些努力的方向。因為我們有三場焦點座談，所以今天就是廣泛的聽取各位的意見，我覺得各位的意見都非常的寶貴。基本上我是覺得說，未來如果綱領可以成形，我們會再召集大家就比較細節的例如分工、那些重要措施、短中長程計畫等再做討論。</p>
1-E-2-1	<p>我個人想再以消費者的想法提供意見，因為我本身認為消費者有時候實在是很無奈、很弱勢。其實我們要訂這個政策可能要先強調我們保護消費者的決心，政府以後任何一項政策或作為本身，應該將消費者部分納入評估，並把它宣示出來，讓民眾瞭解消保會未來有這一項作為。</p>
1-B-2-1	<p>幕僚單位在這裡做個簡單的回應。非常感謝在坐與會學者專家、產官學的先進，給這個綱領的意見。其實基本上大部分所探討的，我們在幕僚作業多有想過，當然有些是在研訂時候的政策選擇和政策制訂技術的問題。我不一一回應，如果我們沒有思考到的，我們會來檢討是否納入，就我們有思考過的，我做個簡單一、二點的回應：</p>
1-B-2-2	<p>首先是這個綱領的範圍問題，剛開始我在研訂的時候，其實我有一個很簡單的想法，就是聚焦在消費者保護，很單純的這一塊。可是事實上從整個文獻的探討及後來的思考，例如剛剛有些學者專家提到國土計畫為什麼會納進來，或生活習慣的問題，這些要支持永續消費行為必須要靠基礎建設。例如說我們國土計畫沒有做的好，可能就像莫拉克颱風一樣，造成房屋的倒塌，造成消費者的生命、身體、健康、財產受損。所以，因為有些基礎建設會牽扯進來，而要考量把它納進去的原因。</p>
1-B-2-3	<p>另外，剛有些先進提到生活習慣的問題，消費者會落入不永續的消費習慣、消費的環境和制度裡，消費者可能個人的力量沒有辦法改變，這些還是要靠基礎建設。基礎建設就是要靠永續的旅遊、永續的國土、永續的保育等，必須靠這些制度才有辦法，這是為什麼思考到最後會把這些因素也考量進來的原因，因為它最後還是反映到消費結果上。</p>
1-B-2-4	<p>另外，其實許多與會先進提到的是執行面的問題，是比較細部的，例如校園及教育部分，在綱領的第12頁其實有提到「永續校園」及「永續消費教育」的問題，因為是政策綱領，所以提到是原則性，至於細部的短、中、長期計畫以及優先次序的問題，在配套措施裡也有設計。</p>
1-B-2-5	<p>另剛剛學者專家所提到，相關的活動應該納入及代言問題，其實綱領也有考慮到，譬如說在「其它」裡面有提到各項活動都應該要結合永續消費的觀念。因為它祇是個原則，就沒有訂的太細。</p>

1-B-2-6	<p>因為時間的關係，我最後補充一點，永續性的觀念，不論「永續發展」、「永續消費」，確實是強調三個面向，社會、經濟與環境的永續。綱領裏面看起來好像是環境比較多，但其實我們是試著把社會及經濟也放進來。譬如說綠色經濟，其實今天如果經濟部的代表有針對這個議題討論的話，它其實也是綱領的一個部分，它透過綠色經濟要增加就業機會。社會面向就是消費者的安全部分，他購買商品或服務的安全，應該在產品的公正測試，除了環境友善之外，還有安全衛生。這些議題我們也試著要納進來，因為考慮的因素比較多，所以在整個政策研訂的技術上，我們目前是做了這樣的處理。感謝很多學者專家給我們意見，我們會再考量看看有沒有可以調整的地方。謝謝！</p>
---------	---

肆、會議結論：

1-A-7-1	<p>與會人員發言意見，請本會研議參考。</p>
---------	--------------------------

散會：下午 11 時 50 分。



附錄四

第二場焦點座談會紀錄及編碼情形

開會事由：「消費者保護計畫-推動永續消費」第二場焦點座談會

開會時間：99年1月25日下午14時30分正

開會地點：行政院消保會5樓會議室

主 席：行政院消保會吳組長

記錄：廖世机

出席人員：(依發言順序)

職稱	單位	發言代碼
組長(主席)	行政院消費者保護委員會	2-A-x-y
簡任視察(筆者)	行政院消費者保護委員會	2-B-x-y
助理教授	私立東海大學行政管理暨政策學系	2-C-x-y
常務監事	社團法人台中市消費者權益促進會	未發言
董事長	財團法人環境品質文教基金會	2-D-x-y
董事長	財團法人主婦聯盟環境保護基金會	2-E-x-y
組長	中華民國全國工業總會	2-F-x-y
消保官	桃園縣政府	2-G-x-y
消保官	高雄市政府	2-H-x-y
代表	交通部	2-I-x-y
科長	衛生署(藥物食品管理局)	2-J-x-y
副處長	行政院農業委員會	2-K-x-y
科長	行政院農業委員會(漁業署)	2-L-x-y
代表	行政院金融監督管理委員會	2-M-x-y

註：「發言代碼」說明：2(第2次會議)-A(發言者本次會議代號)-x(第x次發言)-y(本次發言段落)

壹、主席致詞：

編碼	發言內容
2-A-1-1	各位與會專家學者及機關代表午安，大家好。感謝大家參加本會所研擬的「消費者保護--推動永續消費」政策綱領(初稿)第二場焦點座談會，這是在消費者保護的業務中非常重要的環境保護議題。
2-A-1-2	政府每年在推動消費者保護工作均訂定有消費者保護計畫。過去幾年消費者保護計畫為兼顧環境之保護，將「綠色消費」當作推動的重點項目；

	民國98年、99年的消費者保護計畫，改以「永續消費」當作推動的主題。政府各部門根據我們消費者保護計畫訂定的消費者保護方案中，也已研訂了一些推動永續消費的事項，如節能標章、環保標章、省水標章之類的，很多政府部門也在推動節能減碳、農委會在推動有機農產品等等，這都是永續消費的措施。很多地方政府如台北縣政府在推動坪林的低碳旅遊，也是永續消費的實踐。
2-A-1-3	雖然政府部門已有推動一些作為，但是比較缺少指導性的規範，所以本會嘗試來訂定一個政策綱領。有這個政策綱領以後，可能在未來年度的消費者保護計畫、各部會的消費者保護方案裡面，可以較有效去推動永續消費的事務。
2-A-1-4	永續消費有其意涵、核心理念，政府部門最重要的是規劃出策略及作為，如此政府就可以有一個比較具體的規範去推動，也可以規劃出企業經營者可以努力的方向。比如說，各位之前在媒體上常看到的吃到飽的餐飲業，甚或大胃王比賽，其實並不符合永續消費的意涵。因此，我們可以努力看看，政府應該做些什麼，企業經營者應該做些什麼，更重要的是希望消費者如何在日常生活中去實踐永續消費。
2-A-1-5	永續消費的觀念需要政府部門去引導消費者的觀念，消費者的觀念改變以後，消費行為就會轉變。我們期望透過今天的第二場焦點座談，請各個先進給我們作些指導，讓政策綱領有個比較好的雛型。
2-A-1-6	我們企劃組的廖簡任視察世机已將永續消費做了一個比較完整的陳述，包含的面向非常多，也包含國土保育等在內間接的議題。在進行討論之前，我們先請他為我們這個案子的重點做簡要說明。

貳、簡報：

編碼	發言內容
2-B-1-1	主席、各位與會先進、各位機關代表大家好，除了會前所提供的會議資料以外，在此再就研訂背景資料作補充說明。1995年經聯合國永續發展委員會(CSD)採用並建立的「永續消費」正式工作定義如下：「使用符合基本需求的服務及相關產品，以帶來更好的生活品質，同時使自然資源及有毒物質的使用以及廢棄物及污染在整個生命週期的排放最少化，以不危及未來世代的需求。」
2-B-1-2	我們希望從消費者保護的觀點來推動永續消費的工作。在1995年以後「永續消費」觀念有很多的發展，我將其整理成四個方向：第一個是「增加消費或減少消費」，增加消費的意思是產品在生產過程中的能源效率、技術效率改進了之後消費者就是否就可以不用節制的消費？還是說永續消費應該減少消費？依據聯合國UNEP的看法,是要有效率的消費，希望減少資源密集的消費，使用資源比較少的產品。第二個是「永續消

	<p>費與永續生產」，永續消費是需求面、永續生產是供給面。經過國際機構、消費者團體、專家學者的研究探討，認為永續消費與永續生產是無法完全區分，有所重疊。第三個是「強與弱的永續消費」，「弱的永續消費」是指透過技術效率的改進來減少能源、資源的使用量，「強的永續消費」是指減少消費。舉個例子，開省能源的汽車是技術效率、是弱的永續消費，強的永續消費則是儘量不要開車，搭大眾運輸工具。第四個是「消費水準、集體行為與生活品質」，聯合國UNEP等研究報告中提到，雖然需要物質的需求，但是它沒辦法單獨帶給人們快樂。另外，學者Jackson提到，有兩個推動永續消費非常重要的效果：「消費的少以過的更好」、「消費的少可以減少環境的衝突」。此外，多份研究報告討論過度消費的「反彈效果」，是不是技術效率就夠了？其認為，過度消費其實還是會抵消技術效率的成果。</p>
2-B-1-3	<p>根據以上的發展，我們對永續消費的意涵重新做以下的界定：第一個是鼓勵企業者開發友善環境的商品，讓消費者有所選擇，第二個是消費者端的綠色採購，以刺激綠色經濟、帶動就業機會。第三個是「改變消費者的消費模式」，有點類似強的永續消費的概念，除了採行節能減碳及減少物資消耗的消費行為外，另應避免過度消費，除應轉為購買適量及耗費資源較少的產品外，並應尋求物質生活無法滿足的更高層次的非物質生活的滿足，這綜合了前面的幾份報告所提的。第四個是永續發展與永續消費共同關心的弱勢地區人民基本需求的維護，避免他們購買到對環境不友善(或含有毒性物質)的產品，或因為生存而掠奪自然資源，進而造成自然資源耗損而影響居住環境品質。第五個是，因為消費者的力量有限，必須透過基礎的設施及制度來協助他們力行永續消費的行為，這必須結合民間企業者、民間團體及消費者等等的力量來推動。</p>
2-B-1-4	<p>永續消費和綠色消費的差別在那裡？我們認為永續消費比較強調：下一代、多元參與及消弭貧窮的問題。</p>
2-B-1-5	<p>根據永續消費的發展，聯合國將原本於1985年所訂定的「聯合國消費者保護綱領」裡面，於1999年也納進了永續消費的理念，並通過「聯合國消費者保護綱領—G. 推動永續消費」綱領。這綱領除了延續1992年「21世紀議程」有關「改變消費模式」的行動綱領主要內容外，特別強調了商品與服務的環境健康及安全設計、測試，以及各公私部門的責任分工及合作。</p>
2-B-1-6	<p>我們檢視了一些研究報告，包括聯合國UNEP(2001)在〈消費機會〉報告中提出，永續消費策略可以整合為2個方向及4個策略。</p>
2-B-1-7	<p>學者Jackson(2005)認為改變消費者行為朝向永續的策略，使用宣導活動及說明說服的技巧都並非容易，需一個較複雜的政策途徑，從基礎建設</p>

	開始著手，包括：誘因結構(稅、補助、處罰)；促進條件及環境因素(回收通路、公共交通等)；制度系絡(規則、法令、市場結構)；社會和文化系絡(社區力量、家庭穩定等)；企業習慣以及它們對消費者及員工的影響；協助社區自我成長；自我的環境及社會績效等等。
2-B-1-8	另外一個學者Schor(2005)談〈永續消費與工時減少〉，以法國為例子，認為減少工時可以降低失業率及改變人民的生活習慣。
2-B-1-9	還有學者Koji Takase等(2005)發現，如果把消費者將部分原用於消費較多能源之所得，改用於其他能源消耗較少的消費項目，類似綠色消費的概念，將會造成不同環境的負荷程度，可以把反彈的效率程度考慮進去。
2-B-1-10	此外，有多份的研究報告認為「產品服務系統(PSS)」，透過分享、共乘或是租賃等等來推動，是推動永續消費可行的方法之一。我們現在已有許多出租的行業，但它比較不一樣的地方，是強調環境友善的觀念，以減少資源的浪費。除此之外，還有些研究報告則介紹了國外推動永續消費所發展出的政策工具等。
2-B-1-11	在相關的文獻上，也提到推動永續消費的困難。第一個是「認知不足」，包括對永續發展及永續消費觀念的不了解，及資訊多樣而造成混淆、認知錯誤的問題。第二個是「消費倫理的觀念」，認為一般消費者的觀念較保守，要去採取一個新的觀念是很不容易，消費的背後原因相當複雜，包括經濟、社會認同、個人炫耀性的心理等。第三個是「資訊工具的限制」，要去說服、宣導、說明，效果很有限，另標章的誤導問題，標章可能只能顯示一種資訊，無法顯示很多的資訊。比如只能顯示節能，沒辦法顯示碳排放量。但消費者卻被鼓勵多購買具標章的產品。第四個是「消費水準和反彈效果」，新消費階級的產生造成大量的消費，美式生活的影響，全球化造成增加消費進口產品。第五個是「不支持永續消費的社經政治環境」，如制度上面的不健全，經濟全球化的分工造成開發中國家環境被破壞的問題，再生能源占的比例不夠，低碳運輸設施不足等等。
2-B-1-12	根據以上，我們把消費者保護推動永續消費做一個範圍的界定，以圖來表示，會發現消費者保護與永續生產、永續消費都有關係的地方，就是我們要推動的範圍。
2-B-1-13	除了國外發展的綜合及比較外，我們也檢視了國內的狀況。我們檢視了人口成長、國民所得、政府和民間的消費情形、能源使用情形、溫室氣體排放情形、綠色國民所得帳編制情形、環保署推動的綠色採購情形、97年永續發展指標公布結果，也了解相關問卷調查結果、行政院永續會永續發展行動計畫的情形，再參考消費者保護法第3條所規定政府任務、行政院消保會歷年來委員會議處理過與環境有關的重要消保案件、

	目前在消費者保護計畫內已經涉及到永續消費的項目，還有其他相關機關推動的政策、措施，例如：環保署禁用免洗餐用及慈濟的環保工作等等。跟據這些資料，我們作了一個分析對照表。以消保法所規定的政府任務，把國內外的政策工具做個列表，並據此提出了政策綱領的初稿。
2-B-1-14	政策綱領(初稿)中除了將整個政策範疇作清楚的界定外，所提出的政策目標跟內涵也考慮到兼顧永續發展及永續消費在社會、經濟及環境三方面的永續需求，多元參與的內涵，以及我國消保法第3條之規定。
2-B-1-15	另外，我們訂出幾個推動的原則，第一個是，依據我國消費者的需求及特性，利用各項經濟、法規及政策工具以及各項工具的組合，結合相關部門，規劃推動各項有效措施，創建環境友善、安全的消費生活環境。第二個是發展推動非物質的宗教、文化等消費生活，以利消費者減少物質及能源之消費，追求身心靈平衡的生活品質。第三運用同儕影響的力量，建立集體的永續消費價值觀。第四個依據國家特性及資源，規劃各項短、中、長程計畫，逐步有效的推動。
2-B-1-16	綱領(初稿)中提到一些專有名詞，在會議資料附件三的註腳中有提到，原本我想在此舉一些例作介紹，不過時間的關係，假如有討論到時，再來說明。
2-B-1-17	由於這個案子經過這樣的界定，範圍還是非常的廣，定會有認知不足、資料收集不全、錯漏字的情形，希望各位學者專家、先進不吝給我們指正，讓我們可以修正的更好。以上報告謝謝。

參、與會人員發言摘要：(依發言順序)

編碼	發言內容
2-A-2-1	我們在日常生活中常會發現自己的消費行為並不是那麼的環保，如我們常常去買茶葉禮盒，包裝的鐵罐用完就丟。我們也常去買禮品，也發現有過度包裝的現象。我們換手機就要換電池，換電池就要換充電器，我們在日常生活中產生了許多資源的浪費。因此，我們期望在永續消費政策綱領裡面可以策定出未來政府努力的方向。

2-C-1-1	各位參加的先進大家好，我先簡單的提供我對這個永續消保議題的看法。首先我看到附件資料準備的相當豐富，裏面廣泛包涵了國際趨勢，也反應到我們長久在維繫的消費者的八大權利及五大義務上面。
2-C-1-2	剛談到的基本需求的保障它是個源頭，帶動整個消費循環。舉一個例子：這一次的江陳會，很強烈的希望將資訊、電腦有關的設備耗材納入兩岸的協商範圍裡面，因為這些被視為是黃金產業。同時我們注意到消費生產模式裡面，看到相關的報導，你可能會發現到一些很扼腕的照片，例如三歲以下的小朋友坐在地上，用手去撥鐵線，去掉這個

	<p>塑膠外皮。所以，基本需求的保障裡面延伸出來的問題很大，我也很樂見到這個綱領(初稿)的政策目標、原則能夠把這一塊也納進去，做一個比較完整的規範，畢竟這是循環的開始。</p>
2-C-1-3	<p>在這個綱領初稿裡面，我個人認為政策目標、原則，不管兼顧國際趨勢，還是剛剛簡報裡提到國內的需求以及相關法規，都蠻健全、完整的。在此先有一個小小的建議，討論題綱的第二點有關政策綱領(初稿)之政策原則與我們後面對應到的推動原則是不是相同的？所以，第二點題綱似乎應該是「推動原則是否適當」？在這個搭配的前題底下，就可以確認出政策目標與原則的先後順序，如果是筆誤，經調整之後，我們把討論題綱的二跟三做一個對調，先確定政策目標，再討論對調的二跟三，這樣今天大家後續討論的順序上會更為順利，我先做這個簡單的分享。</p>
2-A-3-1	<p>謝謝陳老師的意見，首先就題綱的順次做一個調整。</p>
2-D-1-1	<p>我是環境品質文教基金會的負責人，看到這個題綱覺得很重要，就特別過來學習，聽聽大家的意見。我們基金會在這幾年推動了碳足跡的計算器、水足跡的計算器。顧名思義就是知道碳排放的嚴重性、台灣水資源欠缺，所以希望透過一些方法促進公眾的認知。</p>
2-D-1-2	<p>去年哥本哈根會議之後，很多的國家都發現一個現象。就碳排放來講，先進國家將近百分之五十以上，都是因為個人消費行為所造成的。包括怎樣使用電、怎樣在日常生活的消費習慣造成了碳排放，這些先進國家分別在能源、汽車、建築等各方面開始想辦法。但是一切都導向消費，因為如果沒有辦法有效地改善消費者的認知，我們現在所談的因應、調適氣候變遷的大道理都沒辦法達成，所以我覺得我們今天這個題目很重要。</p>
2-D-1-3	<p>從我們民間團體的角度來看，我覺得如果國家能透過政策去引導消費，這是了不起的事。我們能力有限，我覺得報告人很認真，資料也很詳細，我們學習很多。不過，就我們的政策來講，都是以一種不確定的科學在制訂政策。這不是懷疑論，我相信在座沒有人懷疑氣候在變遷，但我們的疑問仍沒有減少，到底怎麼變遷的？</p>
2-D-1-4	<p>我們現在討論的事情都是1970年代發生的，因為1970年代開始工業發展，然後現在大家在喊氣候溫度上升等等。我們的呼籲通常沒有辦法帶來立即的改變，包括你我在內，為什麼我們依然奢侈浪費？因為我們不會那麼細心的替下個世代著想，我們現在通常都是有多少先用多</p>

	少，以後的再說吧！
2-D-1-5	<p>我很關心、也很擔心我們台灣在有關引導消費這部分，我們的政策工具是什麼？舉個例子，我們很關心如在座的衛生署、農委會、環保署等單位，因為我們現在做的決策其實都應該要根據科學事實，但包括生產技術、服務的效率等，都有你我現在不知道的新興技術在發展。我們通常都是在事件發生的後端在著手，要去幫消費者處理他為什麼會碰到那樣的事情。可是我不知道各位是用什麼方式確定，我自己是很不確定，我們國家發展的測試方法到底有多完整？比如說環保署有很多有毒物質的檢測，我們基金會經常收到環保署或其他有關機關公布的檢測辦法，老實講外行人根本不知道那是怎麼回事。比如說去年速食店油炸油的問題，他說沒毒，然後我們這邊說有毒，老百姓到底要相信哪一個？如過多因為科學基礎的爭論不休，會導致大家對政策的不相信。因為我沒辦法相信誰是真的，既然沒有人說的準，那我為什麼要為永續消費去做些什麼？所以我覺得「科學的完整、訊息的完整」非常重要。坦白說，如果它能完整，甚至正確，帶來的權威性更重要，這是行政院該做的。行政院要怎麼確保消費資訊是完整、透明、正確、權威的，不管是後頭要罰哪一個人、管制哪一件事情，一定要很正確，如果還有任何爭論餘地，對我們建立永續消費是很不利的。因為老百姓一旦有這種猶豫，要產生永續消費的信念就不容易。所以，第一個建議的是，考慮參與國際上訂定法規科學的組織及相關協定，國內其實這個部份做的很少，甚至稍為落後一點點。有關制定管制工具或是要形成管制辦法之前的科學事實，可能是需要努力的。</p>
2-D-1-6	<p>我們的政策綱領涵蓋很廣，第二個問題我想談怎麼去建立真正的「消費意識」。我們環保組織經常會講說以後的難民通通是氣候難民，人為的不敢講，但是其他的災難多多少少大概都與氣候有關。舉個大家比較感同深受的例子，八八水災到現在，大家所捐的錢到底用在哪裡？八八水災包括國、內外的捐款，據估計大概二百億以上，那蓋在永久屋上面有多少？我想不會超過三十億。半年前的一百多億的善款花在哪裡？我們人道救援，一般時候的防災、備災能夠把永續的觀念帶進來，會有二個改變，一個是捐款人心態的改變，假如我們給了慈濟、世界展望會等三十億，可是實際上需要的錢不到十億，那剩下的二十億到底花在哪裡？我相信政府可能也有這個問題，如果沒有用在災民的身上，而拿到別的地方用，這是不是符合捐款人的心意？我不知道，但我覺得這是個問題。這個問題和我們的永續消費有關係，如果我們防災、備災沒辦法放入永續觀念，那企業又怎麼會把永續的概念放在產品上面？一定不可能，沒有動機。</p>

2-D-1-7	所以我覺得在執行面上，假如「政策綱領可以做為一個有效的引導」？拿環保概念來講，七〇年代的環保活動和二十一世紀的環保活動不太一樣，七〇年代的環保活動可能為了反核，會使盡一切的力量作政治抗爭。可是就氣候變遷的這個時代來講，其實改變隨時都在發生，這個發生不一定要透過政治抗爭，這個發生可能在社區、在個人、在企業等等。我的意思是一個政策綱領，在有效引導措施來講，應該要有一定的經費去鼓勵更多人、更多層面的這種自發性的行為，包括在社區，包括NGO的倡議或其他各自的努力，這些行為要被鼓勵，而且要看得见，如果在政策上有這樣引導的力量會很棒。
2-D-1-8	最後一個是「事後的監督機制」，要怎麼確保政府的處理是老百姓可相信的？如果政府本身對資訊的掌握也不確定的，真正要為老百姓負責的時候不見得負責，這樣的政治可能會有點問題。假如消保法可以增訂定一條，有消費爭議的時候，企業經營者提供的資訊要誠實、完整，如果不誠實、完整，我們有處罰機制。因為事前可能業者也不知道，但如果事後發生事情的時候還在說謊，還在提供不完整的資訊，那我覺得這已經不是他的問題，這是社會大眾共同面對的問題。那要怎麼去處理這樣的資訊？如果消保會很早就知道那樣的資訊卻不公開，不知道我們消保會會怎麼看？對我們來講，這是全民的資訊，可是不曉得為什麼被壟斷在政府手上，是透過什麼樣的程序去決定要不要公開？
2-D-1-9	我的核心觀念是，如果真的事情發生了，包括所有的政府、企業、個人等，他所知道的資訊應該完整揭露。不完整、不誠實揭露的話，從消費者的角度，應該在消保法去處罰他，起碼事後之鑑，對未來有教育作用。
2-A-3-1	謝謝剛剛謝董事長精彩的論述，我想先回應一下董事長對消保法的詢問。消保法現在的法制裡面是有規定包括政府、企業經營者等都應該致力充實消費資訊，但是對於消費資訊未充分揭露者，目前是沒有懲處的規定，在未來消保法修正時，這是一個可以思考的問題。不過，當消費資訊不充分揭露而產生消費爭議的時候，我們政府部門與消保官會去做比較有利於消費者的解釋。但是消費資訊的正確當然是非常重要。此外，政府部門引導永續消費的政策工具？政府的測試標準在哪裡？等，這都是我們可以再思考的方向。
2-E-1-1	主席、各位在座先進大家好，剛才謝董事長講得很多我們的心聲，的確是有很多消費者的無奈，導致我們主婦聯盟環境保護基金會自己成

	立了一個消費的組織，叫做「生活消費合作社」。我們結集自己的力量，共同採購、檢測等，透過跟生產者的關係，建立像公平貿易的機制，為自己生活的一切作了一些的規劃以及合作的運動。
2-E-1-2	今天提出的政策綱領，我覺得真的需要即時趕快地推動，讓消費者得到應得的保護。其實真的在很多問題上，我們發現政府政策，在宣導教育時喊出的口號跟實際的作法大相逕庭。如在生活上常看到的，叫我們說要減碳，可是政府卻開放了那麼多重大污染的工業及開發案。要個人開始省電，認真的注意碳足跡排放的問題，但是一個大耗能的污染出現的時候，使我們整個國家的碳排放在世界排名仍是名列前茅。
2-E-1-3	要怎麼樣讓民眾能有自發性的節能減碳行為？今天所要談的，應該要鼓勵更多的民間團體及有志者參與，沒有這個參與機制的話，很多的訊息就會不夠健全。如何在目前法規制度沒有那麼完善的情況下，要改變過去錯誤的訊息、消費者長期錯誤的習慣？用道德勸說的方法的確很困難。這個政策綱領的宣導，政府一定要看重，不可以再漠視了。
2-E-1-4	怎麼讓我們的消費方式真的可以達到永續性？從上而下的確需要。以我們民間來講，我們已經做了二十多年，一直努力在做，但是都看不到上面好的政策下來--不管在推廣上面或宣傳上面，讓我們覺得很無奈。因為沒有一個好的政策，大家就失去了一個方向。
2-E-1-5	我發現我們有很多防範、因應的措施，但是我們常常忽略「環境社會的成本」，很多消費品未能合理的反應我們整個的環境社會成本，讓大家造成錯誤的消費。此外，舉一個簡單的例子，如規範我們不要燒紙錢，但是政府在節慶的時候大量放煙火，這個所造成的污染、耗費，我們都看不到嗎？生活上有很多這樣的例子，我希望能趕快有一些規範。
2-A-4-1	謝謝胡董事長的發言，本會過去很關心婦女消費權益的問題，每年也都會做些調查。從過去調查發現，許多婦女對於很多廠商的行銷活動，抵抗力比較弱。每個百貨公司週年慶促銷，總是引發搶購。這些問題，需要透過消費行為的改變、消費觀的傳達，讓婦女同胞在消費時採取比較合理的消費行為，我想很多在婦女的消費議題上是政府需要再努力的。
2-F-1-1	主席、各位與會先進午安，很感佩消保會推動這個議題。在剛剛聽過幾位NGO先進的意見之後，首先代表企業界表示感佩，感謝對於友善

	環境的付出。我想針對題綱的部份發表幾點淺見：
2-F-1-2	第一個部份，我想有關於題目「消費者保護－推動永續消費」，剛剛聽完簡報，其實它不是一個永續消費的觀念，而是友善環境、有效消費的理念。我們是不是可以把這個標題改成「推動友善環境的永續消費」，這樣大家可以很快的catch到這個題目所要表達的意念。
2-F-1-3	第二個關於政策原則，就「推動原則」這個部分，可能麻煩您等一下告訴我，您在這裡面提到的運用「同儕影響」的力量，這個同儕是指社會的同儕，還是怎麼樣的力量去建立？
2-F-1-4	第三點是剛也提到改變消費習性是非常困難的問題，其實這是非常有趣的課題。消費習性之所以難改變，跟剛提到的供給和需求有關。企業經營的目的其實是為了獲利，如果為了一個永續的產品，它其實就沒有獲利。如果大家都很節制，不斷地去重複使用商品，或生產很有效的環境友善商品，它其實是跟企業經營的理念相違背的。我想企業也很願意在有社會情感的責任下去獲利，這是最期望的狀況，但這個狀況是非常衝突、難以達成的，我想這也不是在這個會議會有答案的。
2-F-1-5	第四點關於政策原則中所提到的「依據國家特性及資源」部份，我們需要去討論一下，包括文化特性、台灣人民族特性，怎麼樣在環境資源下面去規劃一個短中長期的計畫，在用詞上面可再作一點修正。
2-F-1-6	我先回到整個政策定義及範疇部分。在第一頁裡面提到「永續消費」的操作性定義及範疇界定部份，主詞部分可能要稍為做一點修飾。事實上應該是這樣說「為了滿足消費者購買身心靈需求的商品與服務．．．」，這其實不是消費者為了做這件事情，而是我們為了要滿足消費者，才有以下範疇的界定，接下來才是各部門應該這樣子做，所以我會建議不是把消費者當成主詞。
2-F-1-7	另外，在第三段有關於「降低廢棄物及污染的排放」後面所提到「可回收再利用性質」部分，我覺得應該修正為「降低廢器物及污染的排放，以及加強使用」，其實我們是要強調「加強使用」那些可以回收、再利用的物質，這樣會比較可以把我們想要表達的定義和範疇清楚的描述。另外，有關於能源或自然資源的使用，應該再加上「避免浪費」，我想這才是我們所要陳述的目的。
2-F-1-8	在第二頁裡面，提到各個目標的部份，我想做一些標題的建議。第一個「企業經營者永續生產」部分，好像是逼企業去做生產，這是不對的。我們應該是建議、鼓勵企業經營者永續經營，那麼他才會作符合友善環境的生產，建議把永續「生產」改為永續「經營」。第二個「消費者永續採購」部份，也不是要他「永續」採購，而是「有效」採購，

	我覺得這樣才符合這個綱領的目標。第三個「改變消費者行為模式」部分，其實應該說「促進良好的消費行為模式」。第四個「弱勢消費族群環境權益的維護」部分，我覺得應該把「環境」拿掉。第五個「有效消費者保護管制機制」部分，現在已有很多很好的機制，故應該是「完善消費者保護管制的機制」，這樣子的目標設定會比較清楚。
2-F-1-9	在行動計畫的部分，第一點有關企業經營者永續經營部分，第四頁裡面關於商品標示及廣告這是兩個概念，標示跟標章是不一樣的，原則上標示是屬於強制性的規定，標章是屬於自願性遵循的，這兩個部分把它分開來描述，會比較清楚一點。第六頁裡提到「弱勢消費族群環境權益維護」第1項的內容其實是「社會福利」的部分，不是那麼的直接關連，比較像第五點「永續消費面向的消費者保護有效管制機制」的內容，我想這可以再經過消保會內部討論出一個更清楚的概念。
2-F-1-10	此外，建議在許多行動方案裡面涉及企業的部份，前面都加上「鼓勵」二個字。因為，要讓企業經營者直接去推動相關的工作，有些優良企業可以做到，但是很多時候需要外部的法規或是措施來促進他們去做更好的改善，我想加「鼓勵」兩個字可以會更周全一點。
2-A-5-1	謝謝邱組長非常具體的建議，我們都充分了解企業經營者在消費者保護工作是非常重要的一環。企業經營者作的一些努力，不管是在產品安全、資訊的充分提供或環保議題上，如果前端做好，也就可以有效達成很多的消費者保護工作。
2-A-5-2	在企業追求利益的過程中，現在政府在推的企業社會責任、消費者保護或是環境都是應該重視的部分。在過去的業務執行中也常發現一些問題，例如電台違法賣藥；以廣告刺激兒童的購買，造成現在兒童三高問題非常嚴重。我想很多東西是企業在追求利益的過程中也應該照顧到的，這是政府與企業經營者需要再努力的方向。我想今天是大體性的討論，有涉及到方向的問題，再請廖簡任視察做回應。
2-G-1-1	主席、各位先進大家好，剛剛與會先進所發表的意見都是很寶貴，這一次的內容也是非常豐富、面向非常廣。在政府機關這方面，既然需求跟供給是息息相關，我覺得政府機關真的可以就今天綱領的方向更加努力，也希望在推動回收再利用能夠更落實。
2-G-1-2	還有，如何去改變消費者的消費行為，剛剛先進有提到用鼓勵的方式，我也認為很好，可以從日常生活開始做起，尤其是要消費者把他的習慣改變真的不容易。舉個例子來說：比如標示、標章非常的重要，但也要很落實、正確。我記得在有一個會議討論到，消費者都以

	為今天的資源回收車來，會把有環保標章的商品回收回去，結果他們是不收的，好像兩個不是可以match上去的。
2-G-1-3	從消費者端來講，消費者認為標章告訴他們要做些什麼，如果這個標示、標章不是很落實的話，又如何去做資源回收的再利用？我們也希望，如果這些能夠很落實的時候，將來促請消費者把習慣改變的同時，政府機關可以推出一些獎勵的措施。比如早期米酒罐子回收，有發給一元、二元的獎勵金，等大家變成習慣，縱使沒有再獎勵，消費者也能夠把物資用到最好的方式，以上是我初淺的分享，謝謝。
2-H-1-1	主席、各位與會先進大家好，我覺得今天消保會提出的政策綱領裡，包括政策原則、目標、行動計畫等都非常的具體，有些觀念我覺得很好，但是問題是我們能不能把它落實在實際生活裡面？
2-H-1-2	我們擔任消保官經常會碰到一些問題，我們站在第一線，相關的消費者保護工作是由相關政府部門、民間團體、熱心消費保護工作者等來共同推動。我覺得各公部門應該要能非常落實政策的推動，比如剛才與會代表提到麥當勞油炸油事件，還有一些食品衛生消費問題，我往往會覺得為什麼相關的部會沒有把關？所以，未來這整個政策綱領的落實，除了我們與會代表所提修正意見外，相關的會議各相關部會也能夠來參與，對以後的落實推動會更具體。綱領裡面提到行政院要成立一個「推動小組」，然後各部會根據分工權責來推動落實，這個是非常重要的。在以後的落實層面，我覺得各相關部會需要跟消保會多溝通協調，謝謝。
2-A-6-1	謝謝兩位消保官的指教。政策綱領和政策方案執行會有上下位階的關係，但是我比較期望聽到各政府部門在「永續消費」所職掌的領域裡可以做些什麼具體的努力，而確實能夠達到「永續消費」的意涵且對環境做一些保護。比如環保署的強制回收制度？在經濟部有哪些產品必須做標準化的努力？那些廣告刺激婦女？如果法令不夠完善，總該有一些道德規範或政府努力去推動一些觀念，這是要真正要落實永續消費比較需要去思考的。請中央各部會就政策綱領的內容，提供各部會現在在推什麼，或是未來有什麼努力方向，提供給我們一些思考的方向。
2-I-1-1	主席、在座各位先進大家好，我看了這個方案裡面和交通部有關的是「推動永續交通建設」、「永續農業政策」及「永續旅遊政策」。首先，就推動永續交通建設部分，裡面提到的引進低污染交通工具、發

	展大眾運輸、建立步道及自行車網、降低汽機車使用量及其污染排放量等等，是我們交通部目前正在積極努力的目標。比如目前在推台鐵的捷運化、各地方的公車路網、捷運系統的發展、計車程車網的發展等，都是我們一直在努力、持續不斷的目標；至於第九頁提到的「滾軸溜冰道」我不是很清楚它的定義，如果要把它列為一個永續的交通建設，可能要把它定義清楚，讓我們有努力的目標及方向。
2-I-1-2	其次，第十頁第六點關於永續農業政策及永續旅遊部分，本部觀光局提供了一份書面的辦理情形如下：有關推動「永續農業政策」部分： 1.位於休閒農場及休閒農業區，經地方政府核准設立登記之民宿(以農舍申請設立者)，農業主管機關為渠等民宿之輔導機關，將提供相關農業發展資源。 2.民宿之申請、登記、發證及設施經營等事項之管理單位為地方主管機關，為提升民宿服務品質，觀光局除不定期辦理民宿經營管理研習外，並督促地方政府針對所轄民宿加強輔導相關設施，以協助民宿經營者永續經營。
2-I-1-3	另外，針對第八項推動永續旅遊部份，1.觀光局所推動生態旅遊政策，已經將永續旅遊納入。 2.為鼓勵觀光產業提升服務品質，配合推動飲食管理、餐飲衛生、環保節能等政策，觀光局於98年9月17日發布「交通部觀光局獎勵觀光產業取得專業認證補助要點」，凡觀光產業就環保節能措施取得旅館業環保標章、綠建築標章等認證，即可依該要點向觀光局申請補助。
2-A-7-1	謝謝交通部，整個永續消費政策是很重視公共運輸的，我們也看到最近很多地方要推輕軌捷運，但有的地方的公共運輸需求量可能不足。我覺得在推動永續消費的時候，可以思考如何鼓勵大眾搭乘大眾運輸上的政策工具。
2-J-1-1	主席、各位先進大家好，綱領中和衛生署比較相關的是「弱勢醫療照護」的部份，目前在執行上也沒有什麼特別的意見。一個小的建議是第七頁提到「7. . . 優先照護山地離島、罕見疾病、中低收入戶等醫療弱勢族群」，依照原住民基本法，建議在優先照顧山地離島後面加「及原住民地區」，這樣範圍可能比較廣。另因為身心障礙也是弱勢族群的一部份，建議修正為「身心障礙(含罕見疾病)」。至於其他部份，我們也是持續在進行。
2-J-1-2	在行政上面想請教，不知道綱領制定之後，後面希望各部的配合的是不是要有另外的行動計畫？因為行政院永續會也有行動計畫，不曉得兩邊的關係如何？

2-A-8-1	這就是我們先開三場公聽會，等開完之後我們再看看各部門在推動的時候要把重點放在哪一塊?國家永續發展計畫可能面向更廣，永續消費是其中一部份，之後來我們會再思考、界定它的內容。在衛生署的部分，第一次會議的時候大家曾提到，中國人都喜歡吃藥、買藥，買了一大堆藥、維生素，放著也不吃，造成健保、醫療資源的浪費，另很多食品廣告、藥品廣告也多少都會牽涉到永續消費的問題。
2-K-1-1	主席、各位先進大家好，農委會在這裏有幾點報告：第一點，很感佩消保會整理這樣包含國內外趨勢的資料，覺得蠻豐富的。第二點，生存在現在多元化的社會，例如剛剛主席提到的結婚喜餅，有時候這是蠻兩難的。因為大家重視個人化，個別包裝提高附加價值，但一大包送給別人則是環保，這是多元化社會不得不面臨的情況。因此，要改變個人的習慣是不容易。此外，涉及企業發展及環境的多元化，大家也知道要改變不是那麼簡單，但要如何可以走出一條路來？
2-K-1-2	第三點，針對第二點，在整個執行工具上，基本上有三種：一種是用「鼓勵」，等到某個時間點到了，把鼓勵拿掉，再到某個時點後，則改用強制手段。還有一種是「標示」，標示為環境永續或永續消費的產品，標示後價格會比較高，在道德上自我要求比較高的消費者，可以選擇買價錢高的但對環境是有利的，而且也付的起的。第三種是「法令強制」，政府先宣示如十年後要怎麼做，讓產業、消費者有調整時間，以上提供給消保會參考。
2-K-1-3	回歸跟農委會有關的，在附件三的第二部份--「產業部門」，除了這裡所提供與農業有關的部分，我們也翻遍全世界的資料，基本上有三個訴求，第一個是「生產要有效率」。第二個必須要有「衛生品質」，是符合消費者所需要的。第三是「永續」，也符合目前本會「效率、品質、永續」是我們的施政目標。
2-K-1-4	最後一點是，在行政院永續會目前已推廣一套相關的作法，這一套的作法在各個部門也已經在檢討。不知道消保會提出來的草案是要併入，還是要分開？可能要做一個整合。
2-A-9-1	我們會檢視政府相關部門在這一塊的相關資料，但我們比較著重在「消費端」。
2-A-9-2	當然我們都知道觀念的啓發或改變行動是非常的困難，但是我們政府部門多作點努力，就會多少有一點成果。像環保部門禁止白熾燈泡的使用，政府部門可以強制以後所有政府機關辦公場所或公共營造物所

	使用的衛浴或電器設備等都要具有省水、節能標章，政府自己帶頭作。此外，政府也可以運用一些政策工具，比如補助消費者購買節能標章的產品。
2-A-9-3	要從消費者端著手，現階段雖有些困難，根據調查，消費者看到節能產品與非節能產品價格超過百分之五，一般就會有經濟能力的考慮。但政府部門還是有可以努力的方向，從某些地方做起，再慢慢調整，把永續消費的東西一步一步做，雖不是一蹴可幾，但逐漸會有成果。
2-C-2-1	抱歉，個人第二次發言，再占用一點時間。剛聽完大家寶貴的發言之後，有兩部份的心得想分享。第一個是政策綱領制訂的大前題，在大前題確定以後，再來檢視剛主席所提到的各部會或消保會本身在永續消費這一塊還有哪些政策面、實務面的議題可以作的。
2-C-2-2	我先談一下大原則。剛剛與會先進也有針對政策目標、推動原則作一些修正的建議，有一些我覺得蠻認同的，但有一些我想提出一些不同的看法。這回應到我第一個問題，這議題我們要從那裡出發？我感覺推動永續消費存在的問題很多，跨政府部門之間的合作是問題、企業角度也是問題。我覺得應該反過頭來從「消費者」本身的角度來思考、出發，這也是政府應該做的事情。在這個原則基礎下，我們要去探討政策目標的時候，從政策的定義裡面「消費者為滿足身心需求．．．」，就突顯了「消費者主權」，所以，我感覺到今天召集會議的單位其實有思考到從消費者的角度出發。因為消費者的教育程度的落差很大，所以在這個消費主權的原則確定之下，必須搭配各部門用政策來引導，或者政府帶頭來作。
2-C-2-3	基於以上的前提，有關永續生產要不要改為「永續經營」問題，「永續經營」的內涵其實比較多，「永續經營」有一部份是要回應到顧客的需要及其他性質。若回顧前面提到的消費主權、文化教育參差不齊，要去回應顧客需求的時候，恐怕這裡面能不能作到永續消費的目標會有一點點的餘慮。因此，替代的方法，是不是直接切入針對「永續生產」這部分來談？
2-C-2-4	剛提到用「鼓勵」的方法或把第四個權益中的「環境」二字拿掉，這實際上是可以思考的，因為對於弱勢族群，八大權利裡不只是環境權益的問題，其他權益的部份也可以顧及。
2-C-2-5	對於「改變消費者行為模式」的部分，我們今天只談到「消費者」，但有些人有時候並不代表「消費者」，故是否可以修正為改變「民眾」的消費模式？比如我不是美國牛肉的消費群，但我具有健全的永續消費意識，這對公共政策的支持力道會不一樣。這是第一個出發點。

2-C-2-6	<p>在這個基礎底下，前所談到的消費資訊的透明化程度，這會彰顯政府公信力，也引發出剛所談到的政策帶領、政府能不能帶頭、政府公信力的消退等問題。可以從一些個別的案例發現到，現在消費的議題，合作對大家都很麻煩，但是不合作就沒辦法彰顯政府的整體效益。因此，我第二部分的建議是「政策實務可以推動什麼？」。舉例來講，第三頁談廢棄物包括廚餘、固體廢料的回收，我們知道環保署針對污水廢土等有一個完整的處理機制，但是這套機制沒有跨部門間的配套。是有針對業者違規去開罰，但如果是一個中端的處理商，他廢棄物的運銷出現這種違背倫理的消費型態的時候，追根溯源到最根本的是「誰去消費他的原物料」？從違規到公告到產品，這是一連串具體可以做的，可是需要部門之間的連結。</p>
2-C-2-7	<p>另一個案例，「標示」的部分，第四頁提到標章標示的規定有很多。如果從消費者角度去思考，有機認證就有很多商標，政府也推、民間也推，這麼多的商標對弱勢的保障或者整體民眾消費資訊來講，這是一個負擔。這麼多的標章，對政府內部、企業經營者的商品分類是可以的，但是對外、對消費者來講有沒有一個「統一」的？消費者只要看到這個，就知道是政府掛保證的。對內可以分門別類，因為各有各的主管，對外需不需要做一個簡化？</p>
2-C-2-8	<p>另外，關於消費者教育的部份，例如：有些國家、地區決定禁賣瓶裝水，但這裡面牽涉到許多消費成本及民眾消費模式改變問題，是不是可以從政府政策開始帶頭逐步的去作？</p>
2-C-2-9	<p>另外一點，第六頁提到如「帳單無紙化」，各位也可能接到很多信用卡的帳單。當企業經營者要推動永續消費模式時，政府能不能建立一些誘因機制，以鼓勵企業落實去推動，也可啟發、引導民眾？</p>
2-C-2-10	<p>另關於提到原住民部落的協助部分，我覺得可以嘗試結合非營利組織去推動。很多非營利組織跟原住民部落有很豐富的合作經驗，比如我們說的「三生」議題--「生產、生活、生態」的維護，或從經濟模式切入。有些非營利組織協力特定的原住民部落，協助他們將傳統的生產模式改為有機耕作。除了非營利組織的協助外，建議政府也能夠提供一些配套來協助。</p>
2-C-2-11	<p>最後，我再舉二個例子。營建法規的例子，台灣現在空屋率很高，但各地方建案一直在推。經濟發展與永續消費雖然是矛盾的，但必須是並存的。工業廢水與生活廢水是兩類，但生活廢水有一定的傷害程度，尤其當大型的建案、聚落、住宅區或超高大樓興建時，對局部地區的河川、河流、生態是有潛在的傷害。我們現在的經濟模式是在鼓勵開發，但建造許可、放流水、整地、污水處理設施、污水管線的建</p>

	<p>制等作業水準並沒有提升。所以，在地方政府推動都市重劃的時候，應即開始建制廢水處理等設施，否則建案推越多代表污染越多，對民眾是沒有幫助的。另一個有趣的例子，某個工業區根本沒有污水處理設施，但卻允許高用水、高污染廠商進駐，這也突顯我們政策和執行上的矛盾。</p>
2-C-2-12	<p>最後一個誘因的問題，我自己來自台中市，我覺得政策整合上要掌握「契機」。台中市的大眾運輸現在改善很多，可是「配套措施」如果不及時，我個人覺得會喪失擴大民眾使用交通運輸的意願與動機。現在其公車路網規劃比較完善，且提供一段可免費搭乘的時間，在去年年底已經結束了。這過程當中，大家享用它的便利，搭乘人數是提高的，可是過了這個時間點，搭乘人數降低了，因為免費、轉乘等誘因不見了。所以我覺得政策的細微配套可能要掌握關鍵的時間點。</p>
2-L-1-1	<p>主席、各位與會代表大家好，我想推動友善環境的消費、對自然資源的永續利用非常重要的。就漁業方面，目前國際上對於鮪魚的保育與管理，已經成立五個區域性漁業管理組織。我們是世界上主要的鮪魚漁業國，已經按照各區域的漁業管理組織的決議在進行管理，包括：要派觀察員上船，訂定漁船的捕獲量，安裝漁船船位監控系統等，以及針對特定的魚種，也要求開據漁業統計證明文件，到底漁獲是由那一艘漁船所捕獲，捕獲時間、地點等等。</p>
2-L-1-2	<p>對於行動計畫的第四頁，有提到「Dolphin-Safe Tuna」，這部分根據我的了解，它是美國依據國內法對進口到國內的鮪魚及製品，要求貿易商要開的證明文件，並不是國際漁業組織的證明文件。且目前圍網的船也要求百分之百派遣觀察員，建議目前暫時沒有必要把「Dolphin-Safe」標章列進來。</p>
2-M-1-1	<p>主席、各位先進，今天這個會議我們來之前，檢視會議資料後，跟金融或保險其實好像都沒有直接的關聯。不過，我們還是派代表來聆聽各位專家的意見，以及各部會目前實際的執行成效，以為學習。</p>
2-A-10-1	<p>今天是第二場焦點座談，這兩場每位學者專家均針對各方面提供意見，這就牽涉到本會所提出的綱領到底要涵蓋什麼範圍，也涉及到會不會有推動困難的情形。我們會再檢討看看，可能我們早期推的時候可以比較從消費者端著手，就現存大家發現的問題找一些努力的方向，可能在短期內是比較容易成功。非常感謝大家提供很多的意見，</p>

	請本會廖簡任視察世机簡單作些回應。
2-B-2-1	主席、各位與會先進，各位從不同的角度提供給我們的高見其實也就是這場焦點座談的目的，都是非常的感謝。當然，在整個研訂過程中我們也有很多的思考，不管是從國際性的角度或是國內的角度來看。剛剛各位代表所提供的意見，基本上我們也多思考過，我們會作成這樣的文字也有我們自己思考的想法，對於一些我們沒有考慮到的，我們都會作為參考。
2-B-2-2	因為意見有一點多、分歧，我希望每一個我都能答復，因為每一個我都有自己的看法，但是可能沒有辦法，我謹就我初步想到的做簡要的答復：
2-B-2-3	剛剛謝董事長的意見我是覺得提的非常好，是另外一個觀念的思考，不過基本上跟我們政策綱領比較沒有什麼違背。例如鼓勵自發性的行為，我們會再作文字上的修訂，其實這個還涉及到主管機關要怎麼落實，及如何產生誘因的問題。至於有關事後監督，綱領裡是有預設的監督機制，但並沒有強調是事後，這個部分可以考慮增修。
2-B-2-4	胡董事長的意見我覺得也非常的寶貴，針對重大污染的部分，其實綱領裡面有列入重大污染源盤查的行動計畫項目。另所提到環境成本的問題，綱領裡面也有交代到。
2-B-2-5	談到這裡我想先講一個議題，我認為政策綱領是一個原則，它不是每一個、每一個都要去訂，是原則底下舉一些例子。所以，剛剛有些代表認為應該要怎麼去規定，我認為那是比較屬於後續實際執行層面的問題。
2-B-2-6	非常感謝邱組長從企業面向去思考綱領的內容，不過我比較是從「消費者保護」的角度出發。比如說第一個目標「企業永續生產」是否改為「企業永續經營」，「企業永續經營」雖有涉及，但和這個案子只是一部分的相關，再加上思考與國際的名詞、概念接軌，我比較不認為訂為「永續經營」是比較好，因為已超出了這個主題。
2-B-2-7	另外，「同儕的影響」，其實有些研究報告有提到、綱領裡面也有交待到，個別消費者的力量其實有限，必須要透過互相的影響、互相學習。從這個角度，本綱領還規劃推動到集體永續消費價值觀的建立。至於有些文字上的建議，我們可以考慮來修正。
2-B-2-8	第四個目標「弱勢消費族群環境權益之維護」中的「環境」兩個字到底要不要？我們當初在訂這個標題的時候也思考了非常久，拿掉「環境」二個字，範圍就會變得太廣，保留「環境」二個字，又會太偏向於環境面向，這個我們可以再考慮看看。

2-B-2-9	至於這個目標裡面為什麼會提到社會補助的問題，這是因為永續消費要追求「社會、經濟、環境」三個面向兼顧的問題所在。必須先支持中低收入戶或弱勢消費族群有足夠的經濟能力，基本生活能夠照顧後，他們才有辦法去從事永續的消費行為，才能建立永續的觀念。中低收入戶或弱勢消費族群當然沒有這樣的經濟能力，就必須靠政府的社會福利政策，這也是為什麼會這樣訂的原因。
2-B-2-10	另外，交通部代表提到「滾軸溜冰道」，會議資料在附件三有提到它的英文” rollerblading tracks” ，這方面交通部是專家，我不在這邊多作說明。
2-B-2-11	本綱領與行政院永續會的「永續發展行動計畫」有關的問題，因為它是永續發展底下的永續消費，一定會有一些相關的議題。其實綱領在「其他」部分已有交待，如果涉及到其他相關的計畫時，為了政府一致性的行動，可以參考「永續發展行動計畫」等其他相關的計畫。我個人的意見是認為，從消費者保護推動永續消費的觀點來看，若要將其中一塊切割出去，這樣整個綱領就不完整，必須要一起涵蓋進來，那一定會有共通的部份，但兩邊可以從不同的角度去推動，就好像其他部會在推動永續發展，其實並不一定是站在消費者保護的角度。但站在這個綱領裡面，所訂出的策略、工作項目就要從消費者的角度來著手，說有共通，但其實也有不一樣的角度。
2-B-2-12	農委會漁業署代表提到Dolphin-Safe Tuna標章，這段文字的前面其實提到的是「包括各項強制性及『自願性』」的前提，再加上我前面提到，它是一個原則，如有這些方面相關的，可以是自願性的，不一定要強制性的，其他綱領的內容我們大概也是用這樣的原則在思考。
2-B-2-13	我想最後說明，考慮到要與國外的制度、政策工具、一些概念的接軌，所以有些文字上我們會考慮到怎麼讓國內與國際都可以互相通用的想法，不過各位先進所提到的我們還是會去思考。
2-B-2-14	此外，如果這個政策是好的、應該去推的，只要有百分之六十以上是值得的，我就覺得應該要去推，如果每個都要從不同的角度去改這個綱領、要求盡善盡美是不太可能，但是我們在研訂過程中，基本上已經把相關顧慮的從消費者保護的角度儘可能都考慮過了。
2-A-11-1	消保會的立場是希望做一些努力，努力總是希望有實現的可能性。各位與會先進及各機關代表提供給我們的意見，我們在理想與實現的可能性之間會做適當的權衡。也希望推出去的東西真的可以實現的，可以每年百分之十去推動，有百分之十就可以做出很大的貢獻。在消保會的立場，我們希望這個議題可以跟國際接軌，也希望政府各相關部

	門及民間團體一起來合作，讓大家有一些共通的努力方向。再次謝謝與會先進，謝謝各位。
--	--

肆、會議結論：

2-A-12-1	與會人員發言意見，請本會研議參考。
----------	-------------------

散會：下午 16 時 50 分。



附錄五

第三場焦點座談會紀錄及編碼情形

開會事由：「消費者保護-推動永續消費」第三場焦點座談會

開會時間：99年1月29日上午10時正

開會地點：行政院消保會5樓會議室

主 席：行政院消保會吳組長

記錄：廖世机

出席人員：(依發言順序)

職稱	單位	發言代碼
組長(主席)	行政院消費者保護委員會	3-A-x-y
簡任視察(筆者)	行政院消費者保護委員會	3-B-x-y
董事長	財團法人綠色生產力基金會	3-C-x-y
副院長	國立政治大學社會科學學院	3-D-x-y
副秘書長	中華民國全國商業總會	3-E-x-y
助理教授	國立交通大學通識教育中心	3-F-x-y
消保官	宜蘭縣政府	3-G-x-y
研究員	教育部	3-H-x-y
專門委員	行政院經濟建設委員會	3-I-x-y
科長	財政部	3-J-x-y
專員	財政部	3-K-x-y
科長	國家通訊傳播委員會	3-L-x-y
科長	國家通訊傳播委員會	3-M-x-y

註：「發言代碼」說明：3(第3次會議)-A(發言者本次會議代號)-x(第x次發言)-y(本次發言段落)

壹、主席致詞：

編碼	發言內容
3-A-1-1	各位先進、各位政府機關的代表、消保官，謝謝大家今天來參加「消費者保護－推動永續消費」政策綱領(初稿)的第三場焦點座談會。環境永續的問題在國際或政府間都很重視，我們政府部門有行政院國家永續發展委員會來策定國家永續發展的事務，當然永續發展裡面包含了永續消費的議題。
3-A-1-2	行政院消保會在過去年度消費者保護計畫裡面，也將綠色消費當作其中

	推動的主題。「98-99年度消費者保護計畫」中，為配合國際間的推動，將綠色消費改成永續消費，各部門也根據我們的計畫去推動相關永續消費的措施。
3-A-1-3	政府各相關部門也做了很多與永續消費有關的事情，像節能標章、環保標章、省水標章的推動；農委會推動的有機農產品；內政部營建署推動的綠建築；經濟部商業司推動的綠色會計等。本會希望在永續消費上做一些努力，並透過學者專家、政府機關及民間團體代表的意見，研議「永續消費」的政策意涵、核心理念及思維、重要策略，並策定政府部門的作為，與企業經營者在永續消費需要努力的方向，以及消費者如何在生活中作實踐。
3-A-1-4	這個議題牽涉的非常廣泛，已開過了兩場焦點座談會，大家也給我們相當多寶貴的意見，我們希望大家可以做些努力、提出比較明確的方向，這樣執行的時候有一個比較具體的方法。在會議開始之前，先請本組廖簡任視察世机向大家作簡要的報告，之後再進行討論。

貳、簡報：

編碼	發言內容
3-B-1-1	主席、各位與會先進、各位機關代表大家好，除了會前所提供的會議資料以外，在此再就研訂背景資料作補充說明。1995年經聯合國永續發展委員會(CSD)採用並建立的「永續消費」正式工作定義如下：「使用符合基本需求的服務及相關產品，以帶來更好的生活品質，同時使自然資源及有毒物質的使用以及廢棄物及污染在整個生命週期的排放最少化，以不危及未來世代的需求。」
3-B-1-2	我們希望從消費者保護的觀點來推動永續消費的工作。在1995年以後「永續消費」觀念有很多的發展，我將其整理成四個方向：第一個是「增加消費或減少消費」，增加消費的意思是產品在生產過程中的能源效率、技術效率改進了之後消費者就是否就可以不用節制的消費？還是說永續消費應該減少消費？依據聯合國UNEP的看法,是要有效率的消費，希望減少資源密集的消費，使用資源比較少的產品。第二個是「永續消費與永續生產」，永續消費是需求面、永續生產是供給面。經過國際機構、消費者團體、專家學者的研究探討，認為永續消費與永續生產是無法完全區分，有所重疊。第三個是「強與弱的永續消費」，「弱的永續消費」是指透過技術效率的改進來減少能源、資源的使用量，「強的永續消費」是指減少消費。舉個例子，開省能源的汽車是技術效率、是弱的永續消費，強的永續消費則是儘量不要開車，搭大眾運輸工具。第四個是「消費水準、集體行為與生活品質」，聯合國UNEP等研究報告中提到，雖然需要物質的需求，但是它沒辦法單獨帶給人們快樂。另外，學

	者Jackson提到，有兩個推動永續消費非常重要的效果：「消費的少以過的更好」、「消費的少可以減少環境的衝突」。此外，多份研究報告討論過度消費的「反彈效果」，是不是技術效率就夠了？其認為，過度消費其實還是會抵消技術效率的成果。
3-B-1-3	根據以上的發展，我們對永續消費的意涵重新做以下的界定：第一個是鼓勵企業者開發友善環境的商品，讓消費者有所選擇，第二個是消費者端的綠色採購，以刺激綠色經濟、帶動就業機會。第三個是「改變消費者的消費模式」，有點類似強的永續消費的概念，除了採行節能減碳及減少物資消耗的消費行為外，另應避免過度消費，除應轉為購買適量及耗費資源較少的產品外，並應尋求物質生活無法滿足的更高層次的非物質生活的滿足，這綜合了前面的幾份報告所提的。第四個是永續發展與永續消費共同關心的弱勢地區人民基本需求的維護，避免他們購買到對環境不友善(或含有毒性物質)的產品，或因為生存而掠奪自然資源，進而造成自然資源耗損而影響居住環境品質。第五個是，因為消費者的力量有限，必須透過基礎的設施及制度來協助他們力行永續消費的行為，這必須結合民間企業者、民間團體及消費者等等的力量來推動。
3-B-1-4	永續消費和綠色消費的差別在那裡？我們認為永續消費比較強調：下一代、多元參與及消弭貧窮的問題。
3-B-1-5	根據永續消費的發展，聯合國將原本於1985年所訂定的「聯合國消費者保護綱領」裡面，於1999年也納進了永續消費的理念，並通過「聯合國消費者保護綱領—G. 推動永續消費」綱領。這綱領除了延續1992年「21世紀議程」有關「改變消費模式」的行動綱領主要內容外，特別強調了商品與服務的環境健康及安全設計、測試，以及各公私部門的責任分工及合作。
3-B-1-6	我們檢視了一些研究報告，包括聯合國UNEP(2001)在〈消費機會〉報告中提出，永續消費策略可以整合為2個方向及4個策略。
3-B-1-7	學者Jackson(2005)認為改變消費者行為朝向永續的策略，使用宣導活動及說明說服的技巧都並非容易，需一個較複雜的政策途徑，從基礎建設開始著手，包括：誘因結構(稅、補助、處罰)；促進條件及環境因素(回收通路、公共交通等)；制度系絡(規則、法令、市場結構)；社會和文化系絡(社區力量、家庭穩定等)；企業習慣以及它們對消費者及員工的影響；協助社區自我成長；自我的環境及社會績效等等。
3-B-1-8	另外一個學者Schor(2005)談〈永續消費與工時減少〉，以法國為例子，認為減少工時可以降低失業率及改變人民的生活習慣。
3-B-1-9	還有學者Koji Takase等(2005)發現，如果把消費者將部分原用於消費較多能源之所得，改用於其他能源消耗較少的消費項目，類似綠色消費的概

	念，將會造成不同環境的負荷程度，可以把反彈的效率程度考慮進去。
3-B-1-10	此外，有多份的研究報告認為「產品服務系統(PSS)」，透過分享、共乘或是租賃等等來推動，是推動永續消費可行的方法之一。我們現在已有許多出租的行業，但它比較不一樣的地方，是強調環境友善的觀念，以減少資源的浪費。除此之外，還有些研究報告則介紹了國外推動永續消費所發展出的政策工具等。
3-B-1-11	在相關的文獻上，也提到推動永續消費的困難。第一個是「認知不足」，包括對永續發展及永續消費觀念的不了解，及資訊多樣而造成混淆、認知錯誤的問題。第二個是「消費倫理的觀念」，認為一般消費者的觀念較保守，要去採取一個新的觀念是很不容易，消費的背後原因相當複雜，包括經濟、社會認同、個人炫耀性的心理等。第三個是「資訊工具的限制」，要去說服、宣導、說明，效果很有限，另標章的誤導問題，標章可能只能顯示一種資訊，無法顯示很多的資訊。比如只能顯示節能，沒辦法顯示碳排放量。但消費者卻被鼓勵多購買具標章的產品。第四個是「消費水準和反彈效果」，新消費階級的產生造成大量的消費，美式生活的影響，全球化造成增加消費進口產品。第五個是「不支持永續消費的社經政治環境」，如制度上面的不健全，經濟全球化的分工造成開發中國家環境被破壞的問題，再生能源占的比例不夠，低碳運輸設施不足等等。
3-B-1-12	根據以上，我們把消費者保護推動永續消費做一個範圍的界定，以圖來表示，會發現消費者保護與永續生產、永續消費都有關係的地方，就是我們要推動的範圍。
3-B-1-13	除了國外發展的綜合及比較外，我們也檢視了國內的狀況。我們檢視了人口成長、國民所得、政府和民間的消費情形、能源使用情形、溫室氣體排放情形、綠色國民所得帳編制情形、環保署推動的綠色採購情形、97年永續發展指標公布結果，也了解相關問卷調查結果、行政院永續會永續發展行動計畫的情形，再參考消費者保護法第3條所規定政府任務、行政院消保會歷年來委員會議處理過與環境有關的重要消保案件、目前在消費者保護計畫內已經涉及到永續消費的項目，還有其他相關機關推動的政策、措施，例如：環保署禁用免洗餐用及慈濟的環保工作等等。跟據這些資料，我們作了一個分析對照表。以消保法所規定的政府任務，把國內外的政策工具做個列表，並據此提出了政策綱領的初稿。
3-B-1-14	政策綱領(初稿)中除了將整個政策範疇作清楚的界定外，所提出的政策目標跟內涵也考慮到兼顧永續發展及永續消費在社會、經濟及環境三方面的永續需求，多元參與的內涵，以及我國消保法第3條之規定。
3-B-1-15	另外，我們訂出幾個推動的原則，第一個是，依據我國消費者的需求及

	特性，利用各項經濟、法規及政策工具以及各項工具的組合，結合相關部門，規劃推動各項有效措施，創建環境友善、安全的消費生活環境。第二個是發展推動非物質的宗教、文化等消費生活，以利消費者減少物質及能源之消費，追求身心靈平衡的生活品質。第三運用同儕影響的力量，建立集體的永續消費價值觀。第四個依據國家特性及資源，規劃各項短、中、長程計畫，逐步有效的推動。
3-B-1-16	綱領(初稿)中提到一些專有名詞，在會議資料附件三的註腳中有提到，原本我想在此舉一些例作介紹，不過時間的關係，假如有討論到時，再來說明。
3-B-1-17	由於這個案子經過這樣的界定，範圍還是非常的廣，定會有認知不足、資料收集不全、錯漏字的情形，希望各位學者專家、先進不吝給我們指正，讓我們可以修正的更好。以上報告謝謝。

參、與會人員發言摘要：(依發言順序)

編碼	發言內容
3-A-2-1	謝謝廖簡任視察的報告，這個政策綱領我們花了相當長的時間進行研究，我們也針對趨勢以及現況，初步規劃未來可以努力的方向。內容非常廣泛，討論的議題也非常多，受限於時間，我們就廣泛的討論，不必受限於討論題綱的先後次序，大家先集思廣益。我們會再就三場焦點座談會的內容進行整理，以下的時間就請各位發表意見。
3-C-1-1	主席，各位先進好，8年前也在公部門工作，總共經歷了30年的公務生涯，一直在推動環保及節能工作，也許有些心得可以跟大家報告一下。
3-C-1-2	首先，非常感佩主辦單位能夠從消費者的角度來協助推動綠色經濟、綠色社會，這是非常重要的。剛主席及承辦同仁也說了這是未來潮流。剛講的很清楚，不管永續消費或綠色消費，基本上就是倡導簡樸及節約的觀念，從消費者端推動，這是很對的。過去我在公部門的時候，幾乎都從生產者開始著手。生產者有他的一些限制，無論提供服務或產品的單位，消費者如果能配合，對造成生產者的改變是一個非常重要的因素。所以這種從消費者倡導簡樸節約的生活，這是我們中國人很早的美德，只是生活水準提高了之後，大家忘記了。簡單來說就是減少浪費或耗損，也就是過度消費造成太多的浪費，最後希望達到合理、有效的利用有限的能(資)源。套用一個國際上常用的名詞叫「減質化」，就是如何減少物質的消耗。
3-C-1-3	對消費者來講，最重要的就是本身直接可以對地球有限的資源做出貢獻，其實我個人覺得更重要的貢獻在於公部門。我在經濟部一直推動產業的環保能源，發現如果沒有消費者的參與，生產者本身是非常被動

	<p>的，除非用很多誘因或強制的法律規定。所以，消費者的觀念改變會很快的來促成，我看文章中也把消費者的動作納入，是非常正確的方向，間接可以促成企業經營者提供一些綠色的產品及服務，這對生產者的改變，如推動綠色技術、創新，絕對是有很大的效益。</p>
3-C-1-4	<p>接下來，針對政策綱領內容我寫了一點書面資料(詳附件一)，我會送給主辦單位參考。基本上政策綱領是屬於比較沒有罰則，是宣示性的政策，可以很簡單也可以很複雜。看起來我們是寫的很複雜，像經濟部的永續能源政策綱領就很簡單，宣示幾個政策目標，還有一些量化的東西就好了。</p>
3-C-1-5	<p>本綱領寫的很完整，也不是不可以，這個更好，可以給更多人來參考該怎麼做，太空洞的話消費者也不知道如何來做。不過寫的完整、很細的時候就要特別小心，用文用字要讓消費者看得很清楚，第二個不要重重疊疊，我發現有很多重覆的地方。我覺得整個也許可以稍微「精簡」，儘量不要重覆，如名稱叫「消費者保護－推動永續消費」政策綱領，是不是可以簡化成「永續消費政策綱領」。</p>
3-C-1-6	<p>另一個剛也有提到，在比較沒有關聯性的地方可以作修正。比如第7頁的第7項「提升環境影響評估制度的效能」、第9項「加強新興傳染病之消費者保護相關防治政策與措施」、第11頁的「訂定永續人口政策」，大概比較沒有直接的關係，不一定需要放進來。</p>
3-C-1-7	<p>對於整個綱領，我先針對有幾項我覺得訂的很好，但是有需要檢討一下的來討論。比如第4頁提到要「建立整合性的環境友善的標章或認證管理制度」，我覺得這個立意非常好，現在有一大堆的標章、證認，這麼多固然有它的缺點，但是也有它的優點，整合的時候要非常小心。雖然大家談的都是環境的友善性，但是並不見得完全一樣，節水標章重點在節水，節能標章重點在節能，環保標章範疇更多，但比較普遍性。如何來整合？如果要這樣做，如何來打破過去的範疇，不要各主管機關各做各的？這樣子可能要看看政府那一機關出面進行統籌一個新的規範。比如說，本基金會兩年來一直協助台北縣、台北市(其他縣市還沒有開始)推動低碳社區等，也訂出一個低碳社區標章。另環保署未來也要推動低碳城市的計畫，我們也提出要有低碳標章。低碳標章當然包括很多，包括低碳運輸、節水等，我會把書面資料留給承辦的單位。</p>
3-C-1-8	<p>在第五頁「結合宗教、消費者保護等民間團體及社區等組織」這方面，我覺得最重要最成功的就在宗教界。遠見雜誌評選「邁向哥本哈根-台灣的環保英雄」，我有幸受邀擔任評審委員。我們後來選到的領袖，一個是周錫瑋縣長，一個是簡又新部長，還有慈濟的證嚴法師，還有一個最基層官員-台北市環保局的邱科長，尤其在宗教方面我們最為感佩。之</p>

	前，我剛好替經濟部做兩岸搭橋計畫，大陸相關人士到台灣來，我帶他們去看慈濟的廢棄物資源回收，他們實在非常感佩，認為台灣對資源回收、物質減量的重視比大陸好很多。所以透過宗教的力量來達成是非常的重要，至於如何來達成目標，我有一些小小的建議。
3-C-1-9	爲了讓政策綱領有比較具體的方向，我嘗試這樣建議，綱領內容包括對生產者的要求、整個資訊建立等等，若就技術面或功能面來講，可以調整爲，第一個是「用消費者的力量來促進生產者創造永續產品」。過去我們在生產者身上推了半天，就是達不到，是需要消費者來幫忙、促成。第二個是「揭露產品的友善資訊」，消費者才可以去選擇，要永續消費、綠色採購，沒有資訊我怎麼採購？第三個是「提供消費者永續採購的環境」，一直叫我永續採購，但是綠色產品可能更貴啊，在這個情況下應該有一些誘因，要給他一個好的環境。第四個是「改變消費者行爲模式」。第五個是「弱勢消費族群權益的維護」，要消費者去照護地球，但是我三餐都照顧不了，怎麼照顧地球？還有是「消費者權益的保護及意見反映的機制」等。
3-A-3-1	謝謝林董事長，從永續消費的內涵，談到我們政策綱領的界線、綱領內容的修正及標章整合問題。標章整合在國內實際上很困難，已經推動了很久，國內消費環境對標章的認同度又不是太高。另外，消費者會不會因爲標章而改變他的消費行爲？看起來因爲它的價格貴、又沒有相對的輔導機制，事實上也很少改變他的消費行爲。
3-A-3-2	謝謝林董事長提供六個明確的施政方向，牽涉到我們政策綱領的界線，要不要包含那麼廣？還是說從消費者端去界定政策綱領的範疇？我們非常謝謝林董事長給我們寶貴的意見。
3-D-1-1	我作個補充，其實剛林董事長的意見我蠻認同的。整個在談永續消費的部份，消費者本身是最重要的，消費者的行爲改變，生產行爲也會隨著調整。如果我們去談消費行爲的改變，就我的認知，基本上是一種自發性行爲的改變，需要長期推動，在此教育擔任一個重要的角色。
3-D-1-2	教育部在訂國中、高中的課綱，尤其公民與社會這部分，我昨天參加國立編譯館有關於公民與社會的課綱編訂，我就發現把永續發展列爲一個重要的主題，但是如果我們繼續看，它是偏重在生產的部分，永續消費的概念則著墨不多。這部分的98課綱在今年要推動，但是有關於永續的概念是在高二下的時候會成爲一個教材。整個教材的編訂在九月分會進入審核。我蠻建議消保會可以給一個建議，是不是由教育部來轉國立編譯館，請他們在九月分進入教材審訂的時候把永續消費列入爲相對要重

	視的主題？這是比較長期的，小孩從國中、高中就可以學習到。高中的部分現在已經在訂，可以馬上去做，國中的部分將來配合時間可以去改，把這變成教育的一個主題。
3-D-1-3	誘發性消費行為的改變是可以在中、短期去推動，像多元宣導是屬短期的，但是效果不見得很好。我倒是覺得誘因的部分可以跟「稅制」來結合，去年美國總統在拯救經濟方案中，就有跟永續發展的觀念結合，如關於汽車購買的補貼方案，有限定要購買節能減碳的汽車。我們也有類似汽車免稅的方案，但是到年底就取消掉了，很明顯就看到一月分汽車銷售量降下來。不純粹從經濟成長的觀點，而從永續消費的觀點來看，其實這樣的政策是可以保留的，但是可以限定購買的汽車的規格，符合永續消費的要求，這樣會誘導汽車廠商去作改變。
3-D-1-4	稅制這個部分，我覺是可以去訂，但我在賦改會的租稅改革方案中看到他們比較重視政府的收支，以及有關於公平的問題，好像並沒有把永續消費納入稅制改革。所以，我覺得你們是可以建議，因為它應該會有一些相關的方案。舉個例子，比如關於建築物的部份，剛才林董事長提到的低碳社區，如果朝這個方向走可能成本比較高，政府可以給一個誘因，鼓勵往這個方向發展；豪宅稅則是另一個觀點。
3-D-1-5	我再談一個比較廣義的，我們剛所講的都是實質商品的消費，但在經濟上，廣義的消費觀念還有包括服務部分，在綱領裡面看到的比較少，怎麼把服務的部分納進來可以再思考。
3-D-1-6	在政策定義裡有談到，本綱領與消費者的生命、身體、健康、財產都有關。我最近碰到消費者購買金融商品的金融服務發生一些問題，很多的弱勢族群、資訊不夠的消費者如老年人，很多財富在這二年之中就不見了。我之前有看到消保會處理的一個案子，到底消保要不要管到金融商品這一塊？你們自己還在討論，但是我覺得未來應該思考。的確有很多比較弱勢、年紀大的族群在這次金融海嘯變動中，還有一些問題沒辦法解決，這和我們談到廣義觀念的弱勢族群相關問題、或資產的概念有關，從永續消費的觀念要怎麼去談這一塊？這是我想到的一個問題，暫時先到這，謝謝大家。
3-A-4-1	謝謝朱副院長給我們提供很多寶貴的意見。觀念改變行動，大家都非常重視教育的問題。過去我們也長期非常重視中小學生的教育，舉辦過漫畫比賽、作文比賽等等，希望鼓勵小孩子。但是我們經費有限，很難做到全面性的普及，怎麼跟教育部結合、怎麼把消費者保護教育放在中小學課程裡面？
3-A-4-2	我覺得現在孩子可能其他知識很多，但是不大會生活。我看到坊間很多

	<p>不合理的消費行為，如大學生舉辦大胃王，很多父母鼓勵小孩去吃吃到飽。從某種角度來看都是資源浪費，要怎麼樣努力，未來政府部門可以再作一些思考。除了觀念改變以外，政府怎麼用政策工具去引導消費者改變消費行為，進而改變生產者，也都是非常重要的。</p>
3-E-1-1	<p>昨天我就拿「消費者保護－推動永續消費」政策綱領給我們同事看，他們很直接告訴我，你站在消費者的立場要永續消費，就是要有錢嘛，有錢才可以永續消費，沒有錢就發消費券給他。所以把「消費者保護」當作前置詞，會造成大家的誤解，事實上「永續消費」的議題是很廣的，這不是只限制在買東西的消費者，我蠻贊成這個前置詞不要。</p>
3-E-1-2	<p>剛剛朱副院長也談到從教育觀點、從小學生來推動。其實我們也可以運用「老人家」，慈濟的志工用了多少老人在幫忙，每個社區都有老人群，應該都可以把他們納進來。</p>
3-E-1-3	<p>另外，綱領裡提到關於廢器物回收，我覺得整個系統要再加強，能夠回收的商品是否能再更廣些，現在只設定在電腦、電器用品而已，可以再思考是否放大一點？</p>
3-E-1-4	<p>另外，朱副院長提到豪宅稅，當年在二戰前後，物質缺乏的時候，自然而然政府就會走上「配給制」的觀念，我們當然不是要走配給制，只是對高汙染、無法再生利用的商品把它規範出來，但不是要去限制廠商，是讓消費者產生一個配給觀念。我舉個例子，從前南投生產一款走路後跟會亮的鞋子並銷售到歐洲，其實那東西裡面是汞。歐洲國家怎麼規範？當要買一雙新的鞋子時，要把這雙舊的交回去，如果把舊的丟掉了就沒有資格買新的鞋子了。這是配給的概念，我們可以思考如何把這樣的精神抽出來再做運用。</p>
3-E-1-5	<p>另外，關於綱領裡「公共(產品)資訊」的部分，提到要企業編撰「企業永續環境報告書」，我建議這個不要，引起的反彈會很大，我們或許可以用獎勵的方式找幾個大企業、指標性的企業去做，自然產生一個效仿的作用，但是千萬規定不得，一旦立了卻做不到，政府的威信會沒了。我想到再補充，謝謝。</p>
3-A-5-1	<p>剛提到強制回收範圍的擴大，我想各位在生活上都會遇到一些問題，如買茶葉有鐵罐子，用完就丟掉。我一直在想，政府在推動資源回收，為什麼茶業商不能說我跟你買茶葉時把罐子繳還給你，你退我多少錢？我覺得是蠻大資源浪費的問題。剛提到的企業報告書應該不是一個強制，是鼓勵企業來作這樣的努力，這是原則性的規範。</p>

3-F-1-1	主席、各位委員、先進、長官們好，我自己做的是「減災」議題，另這二、三年來，對政府的策略規劃、中程施政計畫有在著墨，雖然我對消費者保護這個領域是非常陌生，但希望從我的專長領域可以提供一點意見。
3-F-1-2	我想就從公部門的策略規劃來訂政策綱領，或者我們從中、長程的發展來看，消保會要推永續消費的政策綱領，整個架構應該也算非常完整，有目標、行動方案，在目標內相關標的人口都納進來，我想這是非常完整的架構。可是另一方面，再細讀消保會後面要推的相關計畫，我心裡就在想，是不是要三個消保會才能做完整套的計畫？
3-F-1-3	我也非常同意剛林董事長、朱副院長、賴副秘書長的意見，應該focus在某些焦點，這是消保會可以再斟酌的地方。另外，我覺得一個比較有趣的部分，我最近剛好在作一個地方政府的策略規劃，所以最近常跑中、南部。打電話給地方的處長、同仁聯繫時，發現他們談到比較有趣、具體的事情，回應到我們日後計畫要推的事情，會讓我有一些感覺，我們關在台北辦公室想的東西，到中、南部被實現的機會有多大？如果沒有實現的話，它的威信是會受到損傷的。
3-F-1-4	舉例來說，前天我在台南和一個處長在談的時候，他剛好是一個社區協會的理事長，他要去推社區總體營造中的產業再造，這是非常難碰的一塊。他想到要把柳丁產業改一改，提高附加價值後賣給消費者。就想去推沒有農藥、無毒或有機的柳丁，但是在台南縣很難找到一個柳丁的農田是這樣的，最後找到一個農民同意先試辦。我想說的是，後面談到那麼多的行動計畫，有沒有可能先選取幾個比較重點的來試辦推行？
3-F-1-5	第二個，回到策略規劃的部份，通常我們在講一個綱領的設計或策略規劃的設計，我們通常會focus在它推動的時程要多久？比如說，三年、五年是中程的，或者超過五年的長程計畫。我們會期望它多久時間會做到什麼事情，也比較容易衡量是否成功，時間的部分是蠻重要的。
3-F-1-5	第三個，我也非常認同廖簡任視察世机所提到的，要推動永續消費的理念，在制度面或誘因結構上的設計是非常重要的。比如剛提到的例子，如果我們以道德的訴求，希望業者能作些改變，可能是需要二、三十年非常緩慢的推動時程。我比較建議能不能在實質的計畫裡提到相關制度要怎麼去設計?或者設置誘因結構，你來參加這個認證或BBB，可以得到什麼誘因？可以在這邊多作一些著墨。
3-F-1-6	最後一部份，看到綱領裡面有提到，比如希望能夠跟經濟部、交通部及跟其他部會來推動落實永續消費的概念。另後面也提到希望能夠有一些制度或機制的設立，比如在協調機制的制訂上面。我建議消保會可以在這方面多扮演一些角色，比如在消保會這邊有一個制度協調的平台，或

	甚至在跨國性的消費議題，消保會是否能多發揮一些功能，我想這是在消保會可以突顯的地方，報告到這邊，謝謝。
3-A-6-1	謝謝王老師的意見，消保會是一個政策協調機關，本有很多的協調平台在運作，未來在組織改造之後，提升到行政院有位階，應更能夠發揮功能。另也提到綱領範圍的問題，牽涉到任期、推動組織等具體的作法等問題，我們可以作為未來思考的方向。
3-G-1-1	主席、各位與會先進，很高興來參加這場焦點座談會，剛剛與會先進已經提供很多寶貴的意見，我就僅對自身的兩個經驗來作分享。
3-G-1-2	第一點是，我覺得政府部門一直在推減碳、綠色政策，但是我發現我們政府部門都是嘴巴在講，有沒有實際在作要打一個問號？我舉一個例子，民國96年我在當科長的時候，我長期以來觀察辦茶會的時候，紙杯、紙盤用完就丟，大家都不會覺得怎麼樣。但我覺得不應該是這樣，政府應該要帶頭作示範。
3-G-1-3	所以我就要求同仁去買磁盤、叉子，我們科裡面辦的活動我都要求這樣子作，辦完了之後要做廚餘回收，要作的很徹底，不是只用嘴巴講。如果機關首長沒有帶頭，沒有共識的話，一切都是空談。
3-G-1-4	第二點要跟大家分享的，星期二我去地方有線電視台談年貨稽查的情形，我就帶了這個東西過去。在年貨稽查時我們常常宣傳消費者不要買顏色鮮豔的東西，用嘴巴講沒有效，要親眼看。我就在銀幕上拿這個給他們看，什麼叫做自然原色的食品？震撼力就很大。傳統市面上的金針長這樣，但是真的金針應該長這樣。再來綠豆糕應該是什麼顏色？綠豆是綠色，所以普遍認為綠豆糕應該是綠色，這就是消費者錯誤的認知。綠豆皮是綠色的，但是綠豆裡面是黃色的，所以綠豆糕應該是這樣子。接下來的脆果子，果子應該是什麼樣的顏色？右邊這個顏色還是左邊這個顏色？這是我們市面上買的，但是這個才是它的自然原色，可是一般消費者從小到大吃的都是這個顏色，為什麼？因為大家都覺得應該這個顏色才對，所以企業經營者就會提供這樣子的產品。
3-G-1-5	消費會引導企業，我們要教育消費者什麼叫做自然的東西，需求增加供給才會改變。我呼籲前面學者專家所提到的，在課本裡面要從小教，我們的下一代才有希望，謝謝大家。
3-A-7-1	我覺得事實上很多事情政府都可以作，其實我們很希望聽到在永續消費面向各部門可以作那些事情？比如說政府的綠色採購問題。接下來的時間，請在座各中央政府機關就業務的部分提供一些我們未來一起努力的

	方向。
3-H-1-1	主席、各位先進，教育部代表發言。因為業務分工的關係，課程不在我們的業務管轄範圍內，但是就我所知，國中小課程都會採「融入式」。現在國中小課程有7大領域、10大主題，永續的議題進來之後，牽涉範圍太廣，所以我們沒辦法針對每個議題去設計它的領域或主題。就現在課程架構來講，要塞太多東西進去，孩子沒辦法承受的了。雖然我們都說要從小教育，但是要接收的資訊那麼的多，孩子沒辦法去承受。
3-H-1-2	我們就課程編製或安排，會依照其難易度慢慢的增加。所以無論在國中小或高中職課綱部分，我們基本上會以一個大架構的方式來處理。像永續發展這樣比較大的議題，各個學校或地方縣市政府在安排課程內容時，由他們依照主題，自由的用不同的方式或不同的議題去安排課程內容，並不會只針對某一個議題或某一個部分的課程教學。我建議未來如果要談到課程部份，可以安排教育部有關課程安排的相關單位來出席，因為安排課程他們才是專業，會比較容易來處理。
3-H-1-3	我們環保小組這邊，主要屬於環境教育這一塊。我們會就永續發展、節能減碳等相關部分，不論是在國小、國中、高中、大學，都有這樣的課程安排，會要求學校採融入式的方式進行教學。在大學部分，我們採通識課程的方式來處理。另就我所知，在老人教育部分，社區教育、社區大學也有把永續發展的課題放進來。至於課程在執行或進行當中，他們會採那一個議題或針對那一方面去教學、宣導，我這邊不是那麼清楚，因為他們可能會有主題的設定或有課程安排的機制。
3-H-1-4	基本上我們所談的，我們都有讓它進入現有的課程當中，除非有特別針對某一個議題要我們去研發一個新的主題、領域，且要強制納入課程或課本中，這就必須要再去研議，因為這樣會影響到現有的課程架構。
3-D-2-1	我想補充一下，因為我知道環保教育是平常生活教育，課本編訂其實現在是由國立編譯館在負責。我們知道九月分會進入新的課程編訂，永續發展的確是一個主題，細部的也都有，但它比較偏重於生產的部份，因為是一綱多本，可以要求在編製教科書的時候，請編輯委員要注意至少在某一個章節去談永續消費的觀念。
3-D-2-2	至於其內容，在設計上是75%，搭配的活動設計要占25%，這25%可以結合像消保官所講的，透過活動去認識什麼是對的、永續的商品。我只想說這剛好是一個很好的時機，也許不是你們部門，但是可以透過你們部門給國立編譯館，或許消保會這邊直接發公文給國立編譯館，因為我看到金管會給的公文，他們希望在課本上納入金融常識，以避免受騙等

	等。
3-A-8-1	朱副院長的建議我們會來努力，我們可以與教育部、國立編譯館作些協調。
3-A-8-2	從某個角度看，中、小學生比較著重於生活教育，消費生活是從小到大必須接觸的，永續生產是屬企業經營者的教育，我們這邊是從消費者端在看，未來會在永續消費的議題上再做些努力，能在學校教育裡面做些推廣。
3-H-2-1	我剛是先回應一些先進的意見，在此再提供一點意見。在課程的部份，其實因為現在永續議題一直不斷的被國家重視，不管是能源部份或是各面向，基本上可以跟教育做結合的我們都會在現有的教育體系盡量來做處理。
3-H-2-2	針對這個政策綱領的部份，看了這個內容，是站在消費者的角度來看，或是以政府部門的角度來看，界線的劃分一定要很清楚，如果我們純粹是政府部門的角度來看的話，也許沒辦法完全站在消費者的角度來看。內容規範的很豐盛、很紮實，會不會在執行上造成很大的困難？
3-H-2-3	在第12頁第(13)項提到「制訂永續校園的標準」，永續校園是我們教育部長期以來推動的計畫。但是我們從來沒有去制訂永續校園的標準，因為一旦標準訂下去的時候，所有學校都要一致化的規範。每個學校有不一樣的大小規模、地理區域都不一樣，就要訂非常多套的標準。所以我們基本上有一套準則，如果你達到永續校園，只要符合那些條件，基本上就符合永續校園的一個模型、一個環境，我建議文字上可以修訂為「推廣永續校園」的觀念或概念。教育部這邊已經有制訂永續校園的參考資料與手冊，後續提到的教育、課程、消費、學術研究等，配合永續校園的計畫，我們一直都有永續校園的課程、師資培訓等。
3-H-2-4	現今的消費環境是影響消費者行為很大的主因，是否應從現今消費環境去作一些規範或教育宣傳？因生產方面也會影響到消費者，如我要去做永續消費，但接觸到的商品、環境，都不具永續性，站在消費者的角度，我如何去作永續消費？這可能不祇占在消費者的角度，整個社會所提供的資源或資訊都應該去做些規範或考量，謝謝。
3-A-9-1	我想永續消費範圍是很廣泛，綱領裡面也作了很多考量，有關界線的問題我們會再思考。事實上消費者在生活上怎麼去實踐永續消費？你不常去吃三高食品、你不常去吃吃到飽、不要買過度包裝的產品等，這都是

	屬於永續消費的意涵。
3-E-2-1	在這邊做個建議，若課程的編排有困難，從小學開始不是都有些「課外教學」？換個觀念，不要只帶小朋友去動物園跑一跑等，可以安排跟這方面有關的，如去參觀風力發電，有人可以解說給他們知道，或安排一些配合永續經營企業參訪，除了解說以外，把產品拿給小朋友用一用，可以從這方面安排機會教育似的課程。
3-H-3-1	這個我們一直都有在辦，永續校園從91年開始，這個是每一年都會執行的工具，謝謝。
3-I-1-1	主席、各位先進大家好，我就本會所推動永續能源行動方案管考業務這方面提供幾點意見。目前跟消費面比較有關的是「運輸部門、環境、生活」這三個部門所採行的部門別措施。其中在運輸部門，特別是補助民眾購買低汙染車輛部分，98年是1萬2千輛，已經達成目標。在環境面的措施，建築物廢棄物減量利用率已經提高到70%以上，應該還不錯，綠建築更新改造工程也大概有15個案子。在生活面的措施，綠色採購98年度目標是80億元，到11月已經有70幾億，已經快達成目標，這些都是跟消費面比較有關。
3-I-1-2	其實國外的經驗也蠻值得參考，日本推出「生態點數(eco-point)」制度，買節能家電給一些生態點數的補助，從消費面去刺激國內生產者多生產一些節能的產品。另外，今年一月推出了「住宅版的生態點數」，就是要推綠建築，建物自己供應自己的能源，整個設計、節能等條件需符合環保標準。這些建築比照節能產品在推，今年剛推出來的。
3-I-1-3	韓國減碳的能力比較弱，目前產業部分在做國際競爭力的比較，訂定一些適合它產業部門可以達成節能減碳目標的具體措施。雖然積極在執行，但是蠻難的，因為韓國重化工業蠻發達，它在產業部門要減碳比較困難，所以它選定運輸部門及住商部門要加強推動節能減碳措施，這部分也可以讓我們來參考，鼓勵民眾購置綠色建築或住商部門、家用部門的綠色產品。去年三星與LG大量投資在這些產業，比台灣大二、三倍，目前韓國是積極往綠色經濟走，也蠻鼓勵民眾從事綠色消費行為，韓國的經驗及作法是值得我們參考。
3-I-1-4	另外，有關節能減碳政策措施的優先次序，可以參考英國的一個機構對政府的政策工具加以評比，他們詢問國際上的專家那些工具比較有效？評比的結果是效能標準優於總量管制和排放交易，又優於能源稅。政策

	綱領裡面所列出的一些政策措施，如果國際上專家有對消費面的政策工具做評估排序的話，排在前面的部分我們可以考量優先推動，這是我個人意見，謝謝。
3-A-10-1	剛提到政府部門怎麼利用政策工具去引導消費者永續消費，進而帶動企業經營者永續生產，這是一個非常重要的方向。政府部門怎麼去做，像政府在推動再生能源產業、節能標章、省水標章，是否以後政府新蓋建的公共建築都規定要運用一定的再生能源比例？政府帶頭去推，一定有引導示範性的效果，政府從自身作起，是我們可以努力的方向。
3-J-1-1	主席、各位與會先進好，既然討論到政策工具的運用，以財政部的立場來跟大家報告一下。賦改會在進行20項賦稅改革的時候有一個基本原則，希望稅制是一個「增效率、廣稅基、減稅政」，也就是讓稅儘量回到它應有的角色。消費要永續，我們也希望財政能夠永續，不要像去年那樣短差了兩千多億。在這個前提之下，必須請大家思考，政策工具有很多種，那種政策工具最能達到我們所要的政策目標？
3-J-1-2	以我們財政部的觀點，我們覺得「補貼」是較「稅式支出」更為有效。大家都忽略了減稅事實上就是政府財政上的補貼，只是它是用隱形的方式。我們希望儘量透明化，讓大家知道有多少財政用在這個部門、有多少用在這個產業或這個族群，而不是把它隱藏在租稅裡面，這是我們第二點要說明的。
3-J-1-3	第三點，綱領第11頁提到以「稅額寬減」等方式，支持綠色產業。我必須說明，我們目前所得稅的改革方向是不走產業別的獎勵，所有產業別的獎勵全都取消，希望維持所得稅改革的一貫性。
3-J-1-4	我再舉一個例子，可能大家覺得減稅方式是可以的，拿剛剛台南柳丁為例，如果是自力耕作的農民，成本費用是百分之百，所以他根本不用繳稅，就沒有所謂以「稅額寬減」方式來幫助他這個產業的發展。希望各部會在寫政策工具的時候，想一下政策工具的有效性，即便要採行租稅方式時，要想一下要用那個稅目，是要用稅額扣抵？還是成本費用減除？否則等到真正落實執行的時候會發生問題。
3-K-1-1	主席、在坐各位先進大家好，針對第11頁有關環境稅賦部分再做一點建議。有關推動永續的環境稅改革是財政部現行推動及行政院積極督導的方向。只是這邊提到一段話，稅收要用來推動各項永續消費工作，因為稅收的用途是要統收統支，「指定用途」可能會和現行財政收支劃分

	法會有所衝突。當然，推動永續消費工作是消保會或者是相關部會要負責推動的，這可能就由各部會直接編列預算去支應。
3-K-1-2	另外，回應剛有談到，因為減稅的措施使得98年度車輛的消費量大增，結果到99年1月之後就降低了。我們就開始想這個問題，其實99年1月這樣的消費型態才是正常的，因為永續消費的觀念就是要世代代有資源去消費，不要把資源提早用完。如果一個租稅的誘因反而誘使消費者在現階段對資源沒有做到對的消費方式，其實消費教育的一個基本概念是去選擇對的永續消費產品。
3-D-1-1	我想我補充的意思是，如果回到去年，在搭配車輛減稅時有採用美國的精神，它兼顧兩個目的，一個是暫時性為了經濟成長，二是持續性的要達到節能減碳。回到這邊來講，我們現在不是為了經濟成長去考慮用稅賦，而是在節能減碳方面，租稅在這邊可以扮演什麼樣的工具？是要回到思考這點，而不是在說成長率降低，怎麼透過稅讓成長率回去，因為它本來就是暫時性的。
3-A-11-1	財政部另外有一個相關的業務是菸酒的部分，基本上菸酒在國內消費量很高，也挹注了很多健保資源。某個角度來看對身體不好，對環境也不好，要生產很多的麥，也要砍伐很多樹林，會產生一些永續的問題。
3-L-1-1	國家通訊傳播委員會針對這個政策綱領已經有在推動的措施，有兩點報告(詳附件二)。
3-L-1-2	第一點在P7、項次6.「推動電信業者提供身心障礙者便利使用電信服務，以達成身心障礙者溝通無障礙之通訊環境」乙節，本項在內政部98年5月26日提報行政院社會福利推動委員會審查通過「身心障礙者權益保障白皮書」中「溝通無障礙」行動策略中已納入，內政部並定期提送行政院社會福利推動委員會報告執行進度。本會為配合身心障礙者權益保障法之實施，持續推動電信業者提供身心障礙者便利使用電信服務，例如專用電話機之供租或銷售，包含按鍵數字「5」上方附加凸點、免持聽向擴音、語音辨識及告知功能、3G影像電話等可搭配購機優惠方案，另使用電信服務之通信費、簡訊或上網費等優惠措施，以達成身心障礙者溝通無障礙之通訊環境。
3-L-1-3	第二點，P11、項次8.加強網路等基礎建設乙項，本項在行政院NICI小組「數位匯流發展策略」已納入議題定期討論。對於電信事業申請網路建設計畫許可及通信網路技術審驗，本會將依規定儘速辦理。惟業者係依市場需求，決定其網路規模及用戶數成長量規劃網路建設後，再向本會

	提出網路建設許可，我們會配合業者的建設來審察網路建設，謝謝。
3-A-12-1	我們每個人都在用手機，換手機就換電池，換電池就換充電器，常有一大堆電池、充電器要被丟掉。台灣現在買手機就要重新買電池，充電器就滿地丟，對消費者來說是一個大問題。
3-M-1-1	我提一個個人的看法，外國說我們是CO ₂ 排放最多的，原因在哪？因為我們汽機車太多，而且都是用老舊的，日本為什麼可以做那麼好？日本除了做綠能之鼓勵外，他們還有棍子，如果是五年以上的汽機車，稅就加重，所以我覺得對消費者有貼補之外，還要有一個棍子在後面驅趕。
3-A-13-1	國內一直想要推大眾運輸，台北市推的很成功，但是高雄就不甚合於原先的期望，現在有八個都會要做輕運系統也被交通部打回票。在國內的環境裡面，如果能利用政策工具去引導大家搭乘大眾交通工具，儘量少開車、少騎摩托車，對節能減碳、對環境有很大的幫助。
3-C-2-1	大家談到手機充電器、電源供應器問題，我想永續消費綱領應該擴及到第一次的生產者，由消費者的改變讓生產者來改變。大家都知道效能標準很重要，我們現在電源供應器可以供應全世界兩億顆，消費者可以去選擇，現在又有碳足跡要去標示，但如果可以不要用不是更好？外國沒有在用電器，不要用最省的。比如用省能的燈光還是要能源，不如將窗戶打開讓太陽照進來，不要用燈最省。我提一點意見，也許用消保的觀念可以導回去，因為不是消費者可以決定，這一定要去促成生產者，其實可以建立一定的規範及標準。
3-C-2-2	高科技產業雖對整個經濟是有的進步，但是它為了賺錢，故意不斷的用不同的新手機。高科技的電子產品真的是非常大的浪費，我也肯定他們過去的努力，但實際上為了賺錢而一直在淘汰、換新，不只是電源供應器，連手機也一直在更新，約半年就有一個新款出來，這就是在浪費資源，其實經濟部標準局可以訂一些規範。
3-C-2-3	如在「強制回收」部分，其實環保署有強制回收制度，有一部份是強制性的逆向回收，有一部份是鼓勵性的資源回收，那這個就應該強制回收。在國外歐洲電源供應器、手機都要強制回收，消費者是沒辦法自己處理的，強制回收可以增加它的成本，這樣就不會動不動要換新。
3-C-2-4	我們這幾年都從生產面去規範綠色生產，最後才發現，如果沒有法律的強制及配套，生產者是不可能完全來配合的，因為對永續經營觀念就不

	一樣。
3-A-14-1	我想各部會、專家學者今天都無法暢所欲言，如果有書面意見再給我們，或是事後再給我們意見。我們開了三場座談會，也談了很多，尤其界線在什麼地方？我們會根據大家的意見，再做思考。
3-B-2-1	主席、各位學者專家、各位機關代表大家好，非常感謝給我們很多寶貴的意見。在研訂的過程中，我們花了很多時間來收集資料及思考，名稱及範圍也在我們思考的範圍內，我在這邊簡單的作一、二點回應。
3-B-2-2	首先，就名稱的問題，其實我想了很多名稱，也想過是不是要用「『永續消費』消費者保護行動綱領」這樣的名稱？最後，因為考量跟國外接軌的問題，以及再思考怎麼符合消費者保護的角度來推動，畢竟永續消費的面向很廣。以消保會的立場，當然是以消費者保護的角度來出發，故最後是配合「聯合國消費者保護綱領－推動永續消費」的名稱來訂。
3-B-2-3	其次，三場座談會都談到「範圍」的問題，消費者保護的範圍非常的廣，包括食衣住行育樂生老病死，而且也都相互影響。在這麼廣的範圍內，我們要聚焦在「永續消費」的議題，「永續消費」內涵涉及的因素也很多，怎麼從消費者保護切到環境、切到消費者安全衛生問題，這就是在整個思考過程中最後怎麼落實在文字處理的政策研訂技巧和政策選擇上的問題。
3-B-2-4	綱領是一個原則性，也是一個方向、前瞻、未來，我們是不是要限定在目前的一些作法？還是我們可以參考國外一些發展的制度，在這個原則上，提出一些推動的構想？比如標章的整合問題，我們是希望去研議，而不是要求一定要，標章有好處也有複雜性。
3-B-2-5	在這樣的思考下，我們去界定綱領的範疇。舉例而言，剛提到「永續人口」為什麼要放進來？感覺上是沒有關係，但事實上是有關。從經建會的人口統計預測，在未來我們人口會呈零成長，而為什麼會要推永續消費？是因為有過度消費、過度資源浪費、破壞環境的問題，當人口呈遞減或是零成長的時候，我們的政策要怎麼去調整？是否還是要強調減少消費？消費者保護應該怎樣從人口遞減的情況下去處理這樣的議題？所以，為什麼永續人口也在這個思考範圍裡面。
3-B-2-6	再舉新興傳染病的問題，新興傳染病不是我們能預期的，消費者在公共場合都會碰到傳染病的問題。有些新興傳染病它可能是因為環境的破壞或是污染所造成的，比如之前的SARS涉及生物物的感染問題，這就會牽涉到消費者保護及永續消費的議題，這也就是為什麼看似不相關的議題

	也會納入這個綱領裡面。
3-B-2-7	其實從很多資料收集的過程中，會發現消費者保護的議題其實互相牽連。從這個角度來思考，因為綱領是原則性的，所以是不是基本上有相關的，以原則的方式列進來，提出國內、外已經推動或可能可以推動的方向，作例舉式的。實際的執行面，再去設定如之前先進所提到的優先順序、短中長程計畫等。
3-B-2-8	比如說永續教育的問題，我們是要從國小開始推動？還是從國中結合社區、團體來推動？在實際執行層面時，再做聚焦性的討論，並於所列出各個工作項目的時候，再考慮到績效管理、監督、誘因的問題，從這樣的層次上逐步來推動。如果一開始在綱領中就把它限定掉，很多東西就切掉了，在後面就會少一塊。比如在後面執行層面來看，是跟人口成長有關的時候，但綱領沒有放進來，我們就必須反過頭來去修訂綱領。
3-B-2-9	所以，當初在研訂思考的過程中，一定會考慮到範圍的問題，是否對於有相關的部分，在原則上都先涵蓋進來，然後實際要去落實的時候再來處理？剛先進所提到許多執行推動的層面，但對我來說是一個步驟、標的問題，而不是原則性的問題。原則性問題是在綱領中呈現，後面的執行問題可透過會報，邀請機關、學者專家來訂優先順序，來訂短、中、長程目標，以及來訂我們優先推動的重點。這也是我們在研訂思考中，所考慮涉及到整個政策研訂的技巧及選擇性的問題。我在這邊僅做這兩點簡要的報告，謝謝。

3-A-15-1	我想與會的先進、委員，比較從綱領讓民眾接受程度的角度來談，寫的廣泛有廣泛的好處，寫的簡單則是條簡意賅。我想並不是計畫內容有沒有關，而是關聯密度的不同，而決策上到底密度在什麼地方，是大家可以再思考的。還是非常謝謝各位的指教，我們承辦單位是希望可以畢其功於一役，但就會產生一些大家顧慮的地方，這我們之後會再做些思考，謝謝各位參加學者、機關代表的指導，謝謝。
----------	--

肆、會議結論：

3-A-16-1	與會人員發言意見，請本會研議參考。
----------	-------------------

散會：上午 11 時 50 分。

【附件一】

「消費者保護－推動永續消費」會議參考資料

1. 建立整合性生態及環境友善標章或認證管理制度 (p4 五(一)2.②)

- (1) 國內現行所推動之節能標章、省水標章、環保標章、綠建築標章等，甚至是碳足跡標示，均屬環境友善範疇內之標示，將其予以統合之立意良好。惟各標章對商品或服務所規範之意涵不相同，欲研議建立整合性之標章時，應瞭解是否須對該產品同時考量各種不同類型之環境友善面。舉例來說，某產品其對環境友善面著重在節能省電，其可能對省水的功能就較薄弱。屆時在評估或審核該產品時，則需對各環境友善面向給予不同權重方可比較，恐增加產品認證時之困難度。
- (2) 建立整合性認證管理制度時，應考量各標章主管機關之統整或權責分工，避免出現多頭馬車的情形。
- (3) 打破既有／現行標章範疇，由政府機關統籌規劃新的標章制度，以符整合性概念。如以目前臺北縣政府所推動的「低碳社區標章」為例，該標章從能源開發（再生能源應用）、社區教育宣導、綠建築及生態化、能資源管理、綠色消費與資源分類、低碳交通（共乘、電動車），甚至是社區農園等各面向進行評比，藉以創造低碳概念的社區環境。

2. 結合宗教、消保民間團體推動非物質消費生活，建立永續消費倫理觀 (p5 五(三)1.(3))

- (1) 非物質消費倡導的是資源共享，其消費的是服務而非產品本身。目前消費型態為：「生產者生產與銷售產品，用戶購買佔有產品並使用產品得到服務，產品壽命終結將其廢棄。」非物質消費為：「生產者承擔生產、維護、更新汰換及回收產品全部過程。用戶選擇產品、使用產品，按服務是付費。」引伸來說，原消費型態係對產品先佔有後使用，其存有排他性；若採非物質消費型態，則以服務量消費而使資源共享。舉例來說，網路公司在網站上租售軟體供使用端付費下載，使用者無須再購買光碟安裝軟體。另或者是唱片公司上網販售歌手音樂 MP3，歌迷無須至唱片行買 CD，可減少製作與運輸販售 CD 時所產生的資源消耗。
- (2) 目前各式非物質消費觀念已漸普及，透過宗教、文化團體等集體力量，利

用傳播媒介、體驗活動等方式宣導與推動非物質消費理念。

- (3) 對國內業者闡述「發展以功能服務為主導的經濟(Service Economy)，取代目前以物質產品為主導的經濟型態」之效益，使產品生產與消費使用兩端共同推動。

3· 消費者生活形態、所得收入對永續消費行為之影響

- (1) 節能減碳為永續消費重要一環。在目前油電雙漲的壓力下，個人、家庭，乃至於業者，在追求生活品質與利潤的同時，亦思考如何節約能源耗用來減少能源費用支出。因此，透過適度的宣導、提供輔導服務，以及實質節能成效回饋(能源支出降低)，應可促使消費者改變過去生活形態，其對所得收入高低並無有直接之關連性。
- (2) 以臺北縣政府推動低碳社區診斷服務為例，當社區獲知縣府提供低碳診斷服務時均踴躍參與，其原因可促成社區公共用電支出降低，同時亦減少溫室氣體排放等雙重效益。因此，適度的宣導與推動的誘因，將強化永續消費行為之落實。

4· 其他建議

- (1) 建議整體精簡「消費者保護－推動永續消費」政策綱領內容，僅針對目標、原則、綱領內容、及後續推動事項說明。(如附件「永續能源政策綱領」)
- (2) 建議整合篩選重點措施推動，以利有效聚焦執行推動。(如 p.7(五)1(7)、p.7(五)1(9)、p11(六)2(11)等措施，不易與消費進行聯想，或略過於擴充執行內容)
- (3) 除訂定質化目標外，建議設定量化之具體目標，以利後續追蹤管考。
- (4) 政策綱領(初稿)內文字內容若是要公開予社會大眾，建議部分條文內容應更淺顯易懂，特殊專有名詞可備註說明，如：
 - P.3 發展「係數 X」；產品服務系統(PSS)；
 - P.6 非物質消費生活；農場制度；
 - P.9 區域性土方銀行；所得反彈效用；生態包袱；集體熱能；
 - P.10 參觀費用制度；
 - P.12 生態氣候；
- (5) 建議以推動“永續消費”為目的，故對象應擴充為生產者及消費者，以進行整合推動之思考。(如推動手機充電器規格一致化，除可由源頭減少製

造，節省資源使用，進而可延長產品使用年限，減少消費者廢棄。)

(6) 建議修正政策綱領名稱爲「永續消費政策綱領」，除可精簡外，亦可包含與消費有關之各層面推動措施。

(7) 政策綱領內容建議可調整如下：

- 促進企業創造永續產品與服務
- 揭露產品環境友善資訊
- 提供消費者永續採購環境（包括提供誘因，如租稅減免或補貼）
- 改變消費者行爲模式（包括從教育著手）
- 弱勢消費族群權益之維護
- 消費者保護及意見反應機制

【附件二】

有關行爲院消費者保護委員會訂於 99 年 1 月 29 日舉辦之「消費者保護計畫－推動永續消費」政策綱領(初稿)第三場焦點座談會乙案，○○○意見如下：

一、P7、項次 6.推動電信業者提供身心障礙者便利使用電信服務，以達成身心障礙者溝通無障礙之通訊環境乙節，本項在內政部 98 年 5 月 26 日提報行政院社會福利推動委員會審查通過「身心障礙者權益保障白皮書」中「溝通無障礙」行動策略中已納入，內政部並定期提送行政院社會福利推動委員會報告執行進度。本會爲配合身心障礙者權益保障法之實施，推續推動電信業者提供身心障礙者便利使用電信服務，例如專用電話機之供租或銷售，包含按鍵數字「5」上方附加凸點、免持聽向擴音、語音辨識及告知功能、3G 影像電話等可搭配購機優惠方案，另使用電信服務之通信費、簡訊或上網費等優惠措施，以達成身心障礙者溝通無障礙之通訊環境。

二、P11、項次 8.加強網路等基礎建設乙項，本項在行政院 NICI 小組「數位匯流發展策略」已納入議題定期討論。對於電信事業申請網路建設計畫許可及通信網路技術審驗，本會將依規定儘速辦理。惟業者係依市場需求，決定其網路規模及用戶數成長量規劃網路建設後，再向本會提出網路建設許可，營運管理處就其網路建設係被動審查，並無法律授權得要求業者加速網路建設。

三、P12、項次 2.加強…通訊…產業的永續採購…。非屬○○○處權管事項。

附錄六

「消費者保護-推動永續消費」政策綱領草案(核定版)

一、前言

(一)1992 年聯合國環境和發展會議，爲了追求人類社會的永續發展，於其所通過的《廿一世紀議程(Agenda 21)》第四章「改變消費模式」中，提出「永續消費(sustainable consumption)」理念及相關行動方向。1999 年聯合國將 1985 年訂定的「消費者保護指導綱領」內容擴展延伸到「永續消費」層面，在原綱領中增加第 G 章「推動永續消費(Promotion of sustainable consumption)」，從此「永續消費」成爲推動消費者保護工作的一個新主題。

(二)「環保」爲國際所認定的消費者八大權利與五大義務中之其中一項義務，同時也是消費時的延伸責任。因爲消費者同時也是社會生活的成員，所以如果環境因爲商品或服務的生產或消費而導致破壞，則其社會生活也會受到影響。另鑑於國內與環境有關的消費行爲而影響環境或消費者健康事件也愈趨頻仍，爲了避免消費者購買到環境不友善(或含有毒性物質)的商品和服務造成健康受害，或因消費產生過多廢棄物及污染排放或導致自然資源耗損而影響居住環境品質，甚而危及未來世代消費者的生存權益，以確保國家社會的永續發展，爰制定本政策綱領。

二、政策定義

依據國際發展情形及國內消費環境特性，將「消費者保護--推動永續消費」的操作性定義界定爲：「消費者爲滿足生活上身心靈需求所購買的商品或服務，各部門除了應確保其安全衛生外，應在整個產品的生命週期中致力於減少物質、能源及自然資源的使用，降低廢棄物及污染的排放以及具有可回收再利用性質，以避免造成環境負面影響而直接或間接危及現在和未來世代消費者的生命、身體、健康、財產。」

三、政策目標

依據前開政策定義，爲兼顧經濟、社會及環境永續需求以及多元參與的內涵，本政策綱領設定並追求下列目標的達成：

(一)企業經營者永續生產

鼓勵業者開發安全健康、環境友善及環境成本合理內化的商品和服務，供消費者選購，以避免產品直接或間接影響環境及人體健康。

(二)消費者永續採購

促請消費者購買安全衛生、環境友善及價格合理的商品和服務，以直接及間接促進環境及消費者的安全健康、創造新綠色經濟產業及就業機會，而逐漸淘汰對環境有害的商品和服務。

(三)改變消費行為模式

消費者(包括個人及團體)應該改變消費模式，及建立集體的永續消費價值觀，除了採行減少物資及能源消耗的消費行為，以維護良好的生活環境外，另避免過度消費，尋求在文化、宗教等非物質心靈層次的滿足。

(四)弱勢消費族群權益之維護

應維護貧窮地區人民的基本消費生活需求，以維護其自身的安全健康及居住環境品質，而不必犧牲自然資源及因環境不佳而影響健康等。

(五)建立消費者保護之有效管制機制

宜創造或加強與永續消費面向有關的消費者保護管制機制，以避免消費行為傷害環境，或受污染或被破壞的環境反噬消費者的生命、身體、健康及財產。

(六)各項安全暨環境友善基礎設施及制度之建制

應建置各項安全健康、環境友善的基礎設施及制度，以利消費者改變消費行為模式、力行永續消費行為及相關政策措施的推動。

四、推動原則

(一)依據我國消費者的需求及特性，利用各項經濟、法規及政策工具以及各項工具的組合，結合相關部門，規劃推動各項有效措施，創建安全及環境友善的消費生活環境。

(二)發展推動非物質的宗教、文化、體育等消費生活，以利消費者減少物質及能源之消費，追求身心靈平衡的生活品質。

(三)運用同儕影響的力量，促使消費者互相學習永續消費行為，建立集體的永續消費價值觀，加速政策推動進展。

(四)依據國家消費環境特性及資源，規劃各項行動計畫及方案，逐步有效的推動。

五、主要行動策略

(一)企業經營者永續生產：

- 1.鼓勵企業經營者開發各項安全暨環境友善的技術及商品和服務，並辦理產品安全暨環境友善的認證及公正測試。
- 2.研議整合現行環保標章、節能標章及綠建築等標章，並提供相互承認之機制，以利廠商申請及消費者辨識。
- 3.推動商品和服務的「碳足跡」標籤。
- 4.加強廢棄物和產品可回收部分的再利用。
- 5.傳達商品和服務的永續相關資訊，及說明其有關環境、社會、倫理的特性。
- 6.檢討各項商品和服務價格，合理內化環境與社會成本。

(二)消費者永續採購

- 1.提供對人體健康及環境有正面影響的商(食)品、服務或活動資訊，以告知而吸引消費者。
- 2.利用各種創意行銷，進行有效的政策、產品宣導與教育。
- 3.利用各項政策工具促進消費者、政府、機關團體的安全暨環境友善採購，並導引綠色經濟的發展。

(三)改變消費行為模式

- 1.提供不永續消費行為對人體健康及環境負面影響的資訊。
- 2.結合民間消費者保護、環境保護、宗教文化體育等團體及社區等組織，建立集體的永續消費倫理價值觀及行為。
- 3.鼓勵公民參與及公開相關決策資訊，以促進永續消費倡議建構。
- 4.持續推動源頭減量，直接促使消費者改變消費模式。
- 5.加強機關團體、學校、社區、家庭推動節約能源及資源，研訂各項行為準則，引導公務人員、學校師生、成員等集體改變消費行為，並落實於日常消費生活中。
- 6.辦理永續消費教育，整合政府、民間、企業及學校資源，針對不同的對象辦理永續消費教育。

(四)弱勢消費族群權益之維護

- 1.規劃辦理弱勢消費族群的各項生活扶助措施，以利其從事安全暨環境友善的消費生活。

- 2.透過政府或慈善、宗教團體建立中低收入戶的環保生活鏈，讓他們有能力購買或擁有生活必需的安全暨環境友善的商品和服務，並參與資源回收等環保工作。
- 3.研議推動食物或二手商品銀行等，以協助中低收入戶、失業者解決經濟生活問題。

(五)永續消費面向的消費者保護有效管制機制

- 1.研訂各項商品和服務的安全暨環境友善標準規範，落實檢驗(測)、檢疫及比較測試，並公布結果。
- 2.針對各項國產及進口商品和服務，建構安全、健康及對環境友善的消費者保護管理機制。
- 3.強化各項金融消費安全機制，確保消費者經濟生活安定。
- 4.加強毒性化學物質(含環境荷爾蒙)管理，以及促進其替代性物質的發展。
- 5.發展及培養消費者對安全健康及環境友善商品和服務的知覺選擇及使用的知識、能力及技能，並充實各項消費資(警)訊。

(六)各項安全暨環境友善基礎設施及制度之建制

- 1.研發永續消費進展指標、方法論及資料庫，以及從事消費者永續消費行為相關議題的調查研究。
- 2.配合國家永續發展行動計畫及相關計畫，發展及推動執行各項與永續消費相關的基礎設施及制度，並確保其安全及環境友善。
- 3.建立各項與環境有關的行為準則、管理及評價標準，加強推廣、宣導及查核。
- 4.推動永續的財政、經濟制度及工具，以促進永續消費工作。

六、配套措施

- (一)現有相關法令、規章及政策，應依據本政策綱領，進行整體性之檢討修訂。
- (二)應視需要進行新的相關法令的研議、增訂及推動立法，並尋求國際合作及洽簽各項協議。
- (三)行政院應成立推動小組，建置有效分工合作機制，以督導相關部會落實行動計畫、方案的規劃、經費的編列以及推動及執行。
- (四)各行動計畫及細部執行方案之研訂，應依據我國消費環境特性及配合年度消費者保護計畫之研(修)訂，規劃優先推動順序、期限及績效衡量指標，並為綜

合追蹤之考核。

- (五)加強執行業務人員的觀念教育、國際推動成功案例、可能的執行困難、創意思考理念等，並結合相關獎勵機制，以利規劃推動相關業務。
- (六)加強推動國際消費者事務的聯繫、合作與交流，並積極參與國際相關會議及活動，以促進雙邊及多邊合作，解決跨境問題。
- (七)各主管機關為有效推動相關措施，可規劃提供輔導服務及誘因機制。
- (八)每一項行動計畫的推動，都應結合政府、企業、民間團體及消費者的力量。
- (九)政府應帶頭示範力行永續消費，各部門應合作學習、分享經驗及最好實例，以建構執行能力，並發展最適的部門方案。
- (十)各項活動應結合永續的觀念進行規劃及推動。



