

環保標章與綠色消費

在行將邁入 21 世紀之際，綠色設計、生產、行銷及消費已然成爲風潮。不僅許多國際經貿組織均在熱烈討論綠色消費對國際貿易的影響，運用經貿措施遂行環保目的之趨勢也日益明顯。

綠色消費所宣導的觀念，是改變消費模式（pattern），以降低天然資源、毒性物質之使用及污染物排放，其目的在追求更佳之生活品質並不影響後代子孫的權益。那麼要如何改變消費模式？利用簡單但精確的各種說明、符號或圖形將某種產品（含服務）的環保特性充分表達出來，並訴諸於消費大眾，便是最好的教育方式之一，這些說明、符號或圖形便是「環境標誌與宣告」。簡言之，「環境標誌與宣告」是廣告行爲，藉由爭取消費者之認同，採購較環保的產品而達到環保之目的。

「環境標誌與宣告」之種類與定義依據國際標準組織（ISO）已公告之 ISO 14020 系列標準之定義，計有三類「環境標誌與宣告」。即第一類環保標章，第二類廠商自行宣告的環境訴求，及第三類環境宣告：

第一類環保標章	以預先設定之產品規格標準，並經過第三者驗證，選擇對環境產生不利衝擊較的產品，頒發專用之商標。
第二類環境訴求	由產品製造商、進口商、配銷商、零售商或任何藉由此訴求而獲益的人士所提出，指出環境考量面之說明、符號或圖形。
第三類環境宣告	以預先設定的參數群，並經過獨立者之確認(而提供給消費者的)定量化環境資訊。

除了上述三類「環境標誌與宣告」外，在市場上還有一些僅針對單一產品或行業（如造紙業、漁業）、單一環保特性（如能源之星、省水標章、有機農業等）或取自永續自然資源之原料（如自人工林而非原始森林砍伐而得之木材）的「環境標誌與宣告」，可統稱之爲第四類。

下表係採用幾個指標來區隔第一、二、三類「環境標誌與宣告」。所謂「要求事項」，係指第一類環保標章之規格標準（criteria）中，包括了不止一項要求。例如洗衣機的規格標準中，含有用電量、用水量、塑膠組件標示、包裝紙箱規格等多項要求。第三類環境宣告因係利用參數群來表達產品的環境數據，因此也是多重要求。

在「選擇性」部分，第一類環保標章僅頒發給每一產品項目下，環境表現最優良的（通常爲前 20~30%）產品，因此具鼓勵作用，而第二、三類「環境標誌與宣告」則無此作用。

第一、二、三類環境標誌與宣告之比較						
	要求事項	選擇性	科學基礎	第三者確認/驗證	註冊商標	執行組織
第一類	多重	有	生命週期考慮	必要	有	多數爲政府支持之非營利組織
第二類	大部分爲單一	無	無	宜有	無	廠商
第三類	多重	無	生命週期評估	必要	無	廠商/營利性組織/驗證單位

第一類環保標章與第三類環境宣告均需經過獨立、公正且與產品買賣雙方沒有利害關係的「第三者」確認或驗證。在第一類環保標章係由執行單位驗證，在第三類環

境宣告則為確認（生命週期評估技術之關鍵性審查可被視為「確認」）或更進一步「驗證」。

第一類環保標章的註冊商標多半屬於政府單位，如我國與加拿大之環保標章商標專用權分屬於環保署及環保部（Environment Canada）。但也有屬於私人機構者，如美國綠標籤（Green Seal）基金會，瑞典自然保育協會（Society of Nature Conservation）等。廠商若要使用第一類環保標章，需向執行單位提出申請，經審查合乎產品規格標準及其他要求事項（如繳交申請費、通過廠址稽核等）後，獲准授權使用。第二、三類「環境標誌與宣告」純係廠商自發性行為，故無申請使用之必要。此外，第二、三類不可使用專用商標（除廠商或驗證單位本身之商標外），以免造成混淆。

在科學技術基礎方面，第三類環境宣告強調生命週期評估技術的使用（至少要完成生命週期盤查分析）；第一類環保標章僅要求有生命週期考慮；第二類環境訴求因多數為單一訴求（例如省水或省能），故無生命週期考慮。所謂生命週期考慮，意指鑑別出在產品生命週期中，最能減少對環境造成不利衝擊的部分，例如洗衣機在「使用」階段對環境造成的衝擊最大（佔90%以上），而在其他階段(原料取得、製造生產、運銷及廢棄)對環境衝擊並不大，因此鼓勵廠商改善洗衣機的用水與用電量可以立竿見影。

綜合以上所述，第一類環保標章強調的是「獲得標章的產品是最優良的產品，消費者看到標章即可安心購買」，第二類環境標誌則強調「廠商對產品環保性的訴求一定要是正確的，可查證的及不誤導消費者的」，因此其廣告行為必須受到約束。第三類環境宣告則認為第一類環保標章或第二類環境標誌都沒有把產品對環境的衝擊完整地消費者透露，因此要以生命週期評估技術為依據，而且要消費者自行選擇最好的產品。（本文轉錄自行政院環保署環保標章計劃簡介）

附註：有關綠色採購資訊詳情，請上行政院環保署環保標章資訊網站查詢
<http://www.greenmark.org.tw/main4.asp>。