

出國報告（出國類別：國際會議）

出席全球環保標章網路組織(GEN)
2017 年會及研討會出國報告

服務機關：行政院環保署

姓名職稱：蔣憶玲幫工程司

派赴國家：瑞典

出國期間：106.10.08~106.10.16

報告日期：107.1.12

目 錄

一、前言	1
二、目的	4
三、行程及內容概要	5
四、與會過程及內容	5
五、心得及建議	26

圖目錄

圖 1 GEN 會員分布圖	2
圖 2 與我國相互承認之外國環保標章	3
圖 3 販賣現場之標章與非標章產品標示	14
圖 4 賣場中之貨架一角(非標章產品置於較不利之下方位置)	15
圖 5 染髮劑貨架上之警示	15
圖 6 2017 全球環保標章網路組織年會	17
圖 7 GEN 提出之四種代表性標誌設計	21

附錄一：PUTTING WORDS INTO ACTIONS 國際研討會議程

附錄二：我國於“PUTTING WORDS INTO ACTIONS”國際研討會提出之報告

附錄三：2017 GEN 年會會議議程(摘要)

附錄四：環發會提出之“INDICATORS FOR PERFORMANCE EVALUATION OF GEN MEMBERS & PRODUCTS”報告

附錄五：公務期間國外人士個人資料彙整表

2017 全球環保標章網路組織(GEN)年會出國報告

一、前言

消費行為是現代人必有的活動，透過民眾日常消費產生之經濟利益數量驚人，隨著民眾環保觀念逐漸提升，此一日常活動造成之龐大經濟利益正可用以推動環境保護。有鑑於此，德國在 1978 年首倡推動產品環保標章 (Ecolabelling) 的觀念與制度，期使經由綠色消費行為促使產品製造商減少產品對環境的負荷。這個制度在近年來相當迅速地被世界各國採用。

環境保護署為順應世界趨勢，鼓勵事業單位於產品之原料取得、製造販賣、使用、及廢棄之產品生命週期過程中，能夠降低環境之污染及節省資源之消耗，促進廢棄物之減量、減毒及回收，同時喚醒消費者慎選可回收、低污染、省資源之產品，以提升環境品質，特參考德國、日本、加拿大、北歐、美國、歐盟等先進國家實施環保標章之經驗，於 81 年 3 月 19 日評選出以一片綠色樹葉包裹著乾淨不受污染的地球作為環保標章的圖案，並依法註冊登記其商標專用權及對外界公告。

目前全世界有五十多個國家已實施環保標章制度，且於 1994 年成立國際性非營利之全球環保標章網路組織 (Global Ecolabelling Network, GEN)，目前共有包含歐盟在內之 28 個正式會員 (full member)，3 個準會員 (associate member)，2 個附屬會員 (affiliate member)。

依據 GEN 組織章程，GEN 之正式會員須為執行 ISO 14024 第一類環保標章之執行單位，亦即會員須同時進行環保標章產品規格標準之研修，與標章產品之驗證作業。我國於 1994 年 GEN 成立之時便由我國環保標章執行單位財團法人環境與發展基金會 (以下簡稱環發會) 代表參加，為 GEN 之創始會員，環發會資深顧問于寧博士並曾擔任多屆董事，與一任 GEN 主席，我國各相關單位並曾多次以 GEN 代表名義，參與各項國際活動。



圖 1 GEN 會員分布圖

GEN 的管理決策權主要在其董事會會議(Board Members Meeting)與年度的會員大會(GEN Annual General Meeting)。董事會包含主席一人與董事六人，由會員相互投票選出，主席任期三年，得連任一次，董事任期二年，得連選連任，我國環保標章於 GEN 會員中具有深厚影響力，除我國于寧博士曾任 GEN 董事與主席外，我國曾主辦二屆 GEN 年會，其中配合我國建國 100 年之 2011 年 GEN 年會，參與人數更創下歷屆年會參與會員數最高紀錄。

我國參與 GEN 之重點在於持續擴展國際合作網路，與提升我國業者利用此一網路增加環保產品國際綠色競爭力二大部分。在擴展國際合作網路部分，我國之優勢在於具有領先技術且我國政府綠色採購成效享譽國際，歷來國際合作成效與數量亦居全球重要地位，且透過長期密切互動與技術輸出，於全球環保標章組織佔重要影響力，是全球最早開始研究與實踐環保標章相互承認之會員，歷年共與 10 國環保標章簽訂雙邊相互承認合約。

為維持我國於 GEN 組織之影響力，環發會陳靖原副總經理於 2015 年競選 GEN 董事會名額並獲當選，目前亦負責 GEN 及其會員之績效評估指標開發工作。



圖 2 與我國相互承認之外國環保標章

二、目的

長久以來，本署積極支持環保標章國際交流與國際合作，亦於全球環保標章組織建立對我國標章制度與政府綠色採購之良好口碑，為持續深化我國之良好形象與影響力，本次赴瑞典參與西元 2017 年全球環保標章網路組織年會之目的包括：

- 參與 GEN 董事會，透過參與 GEN 發展方向討論，維持我國之權益與影響力。
- 發表我國環保標章與政府綠色採購執行成果，宣傳我國環保標章制度及綠色採購之推動成效，提升我國國際地位。
- 與該組織之會員國進行環保標章推動經驗交流，以建立良好溝通管道。
- 瞭解各國環保標章制度之最新發展，並作為我國後續推動相關制度之參考。
- 參與全球環保標章組織會員大會，掌握最新發展方向，並視需要配合推動我國環保標章。

三、行程及內容概要

(一)時間與行程

日期	工作內容概要
10.08	搭機出發
10.09	轉機並抵達斯德哥爾摩
10.10	參與“Putting Words into Actions”永續生產消費國際研討會
10.11	全球環保標章網路組織社交日、環保標章超市現場訪查、並與泰國環保標章組織進行雙邊會談
10.12	參與全球環保標章組織(GEN)年會與工作討論會(workshop)
10.13	參與全球環保標章組織工作討論會
10.14	私人行程
10.15	搭機返回並於曼谷轉機
10.16	抵達台灣

四、與會過程及內容

2017 年度全球環保標章年會與董事會，由同樣位於瑞典之北歐天鵝標章瑞典分部、瑞典 TCO 環保標章組織、與瑞典自然保育協會(SSNC)共同主辦，時間為 10 月 10 日至 10 月 13 日，內容主要包括 10 月 10 日之“Putting Words into Actions”國際研討會、10 月 11 日 GEN 會員交誼活動(Social Day)、及 10 月 12~13 日之 GEN 會員年會與 GEN Workshop。此外，本次出席人員另於 10 月 11 日晚間安排與泰國環保標

章組織辦理雙邊國際合作會談，以下分述各部分活動重點。

1. 10月10日之“Putting Words into Actions”國際研討會

本次國際研討會主軸在於環保標章與永續生產消費(SCP)，與會報告者包括北歐部長會議秘書長、瑞典財政與消費事務部長、GEN 主席、芬蘭環境機構代表、芬蘭 Motiva Services 公司經理、瑞典天鵝標章經理、我國環發會副總經理、瑞典哥德堡商業經濟與法律學院教授、瑞典自然保育協會(SSNC)代表、瑞典 TCO 標章組織代表、及北歐天鵝標章主持人，報告議題包含環保標章發展、政府綠色採購制度、與歐盟綠色採購法規最新修正等。於以上講者中我國為唯一受邀報告之非北歐國家代表，由本署委辦之環境與發展基金會(以下簡稱環發會)提出報告，我國之報告內容為機關綠色採購推動方式、相關法規、與綠色採購績效追蹤評估系統，會議完整議程如附錄一。

以下分別列舉各主講人之報告內容重點：

(1) Mr. Dagfinn Høybråten, General (北歐部長會議秘書長)

Mr. Dagfinn Høybråten 之報告重點在於說明北歐各國皆致力於推動環保標章與永續政府採購，以本次會議所在之瑞典而言，市場調查顯示，瑞典民眾對北歐天鵝標章之認知度高達 94%，且此一認知度之“品質”甚佳，亦即 94%知民眾除認識標章圖形外，更可以簡單敘述該標章之精神與涵義，顯示北歐國家民眾對綠色產品之關切。

就未來之發展而言，瑞典將致力於解決塑膠汙濫問題，並持續發展環保紡織品。關注塑膠問題之主因在於瑞典屬北歐國家，並有遼闊之海岸線，目前塑膠微粒問題日受重視，故瑞典將致力於減少塑膠廢棄物。而發展環保紡織品則是由於紡織品為瑞典傳統工藝，亦為重要之輸出品與觀光客紀念品，故被選定為重要之環保產品發展對象。

(2) Mr. Björn-Erik Lönn (全球環保標章網路組織主席)

身為 GEN 現任主席，Mr. Björn-Erik Lönn 報告之重點在於闡述第一類環保標章在 SCP 運動中之價值，包括：

- A. 第一類環保標章為自願性、多重準則、第三者驗證之標章。
- B. GEN 為全球主要第一類環保標章組合成之國際組織，主要任務為在全球發展、改善、與推廣第一類環保標章。
- C. 第一類環保標章致力於發展具環境優越性之產品規格標準，並提供大量優良之綠色產品與服務，做為推動 SCP 之基礎。
- D. GEN 會員遍布全球，目前正努力推動會員間之相互承認，目前 GEN 會員間已簽署超過 40 項之相互承認合約。

(3)Dr. Ari Nissinen (芬蘭環境機構)

本場報告說明歐盟如何將永續生產消費融合於追求循環經濟之政策工具中，重點包括：

- A. SCP 之推動工具包括資訊性工具如環保標章、經濟性工具如政府採購、與法律性工具如 RoHS 指令等。
- B. 歐盟曾提出之 SCP 政策包含 2001 與 2003 年之 IPP 指令、2008 年之 SCP 指令、2011 年之歐洲資源效率藍圖、2014 年提出之循環經濟、與 2013~2018 之產品環境足跡。
- C. 在其他國際性組織部分，比較重要之 SCP 相關策略包括 2016 巴黎氣候協定、聯合國環境署(UNE)提出之 UN Agenda 2030 與 UN Sustainable Development Goals、UNE 目前亦正積極推動 UN 10 YFP 計畫。此外，北歐五國目前正推動 2013~2018 年之環境行動方案。
- D. 配合循環經濟考量，綠色產品之環境設計重點包括提升產品耐用性、可維修性、重複使用性、與提升回收機制。
- E. 其中，提升產品耐用性為新興重點，近期許多國際研討會或政府文件皆特別予以著重。
- F. 許多第一類環保標章皆已將循環經濟納入產品標準考量，常見之要求包括產品耐用性、再生材料比率、與產品回收機制等，而未來環保標章修訂標

準時，亦可透過延長保固、確保產品維修性、確保產品零件供應年限、透過產品設計確保零件與材料可被回收/再用/再製，以延長產品或其物料之壽命。

- G. 目前芬蘭環境機構正在執行北歐天鵝標章關於循環經濟與產品環境足跡 (SCEPEF)之研究案。

(4)Ms. Isa-Maria Bergman (Motiva Oy, 芬蘭)

本場報告說明歐盟政府採購指令針對政府綠色採購之修正：

- A. 北歐政府於 2016 年提出透過政府採購促進綠色成長之方案，目的在於透過針對新的政府採購法令提出一致性的詮釋，幫助北歐市場之綠色產品供應商。
- B. 歐盟於 2016 年修正其政府採購指令(Directive 2014/24/EU)，規定採購單位執行採購時，得要求以特定標章作為採購標的符合招標要求之證明。
- C. 然而，要求提供特定標章之案件，仍應符合數項規定，包括標章規格標準要求僅能與採購標的及採購目的直接相關，且該標章應為公平、透明、無歧視、且經第三者驗證。
- D. 於以上規定中，標章規格標準要求與採購標的及採購目的直接相關，難以定義與執行，尤其近年歐盟與聯合國，積極推動“永續”採購，故目前歐盟標章多有永續性要求，包含勞工安全、薪資、童工保障，然此類要求與採購產品之使用性或功能性非直接相關，有違反前項規定之虞，目前歐盟方面亦尚未有定論。

(5)Ms. Anna Norberg (瑞典天鵝標章經理)

本場報告主要以瑞典當地觀點，說明永續採購之推動方式與最新進程，其報告重點如下：

- A. 永續採購為現代化之採購，而為推動永續採購，第三者驗證為必要且有效率之工具。單以瑞典而言，每年之政府採購額度便達到六千四百億克朗。

- B. 採購或消費採用標章產品之優點在於買方等於利用各標章充沛之專業人力，完整之驗證、追蹤等管理系統，保障採購物品之永續性，且具有充足且廣泛之產品供應。
- C. 除針對各標章之特性進行比較外，Ms. Anna Norberg 同樣針對歐盟新修正之 Directive 2014/24/EU 與瑞典提出之新採購策略 “LOU” 進行分析，但仍然認為目前之永續採購過於偏向 “綠色” 考量，但社會性要求不足(如童工、勞安等)。
- D. 最後 Ms. Anna Norberg 認為推動永續採購之最主要困難仍在於缺乏需要之知識，與完整之法規。亟待釐清者包括哪些產品與服務已有相對應之標章、哪些標章可以信賴、如何提供除標章以外之其他證明以顯示產品同樣符合要求，以及如何看待標章規格標準中之社會性要求。

(6)陳靖原副總（我國環保標章計畫主持人）

由於本次大會邀請我方提出報告之主要用意，在於希望了解我國機關綠色採購如何與標章制度結合，及其優點，故本次報告主要說明我國永續生產消費之推動架構、我國標章制度、我國政府採購法、機關綠色採購實施方式與綠採績效評估系統(附件二)，報告重點如下：

- A. 我國永續生產消費之推動，約可分為標章建置期、政府綠色採購推動期、與全民綠色生活推動期。
- B. 我國環保標章為政府標章，遵循 ISO 14024 國際標準運作之第一類標章。
- C. 我國機關綠色採購為依據政府採購法推動之強制性活動，以我國政府標章為綠色產品認定依據，結合既有之政府採購工具，並有全生命週期性的嚴謹績效評估系統。
- D. 我國綠色採購以我國政府標章為綠色產品認定依據，此一方式已經證明有效且易於推動，主要因素在於此一方式大幅減低採購人員辨識綠色產品之負擔。
- E. 為進一步降低採購人員負擔，我國綠色採購結合共同供應契約，目前約

90~95%之機關綠色採購透過此一系統執行。

- F. 為落實機關綠色採購並評估成效，環保署建置機關綠色採購電子化績效評估系統，並可即時產生績效評估報告，以供環保署及各採購單位隨時掌握自身績效，並適時調整，此系統對我國機關綠採之成功有重要貢獻。

(7)Ms. Cecilia Soler (瑞典哥德堡商業經濟與法律學院教授)

本場報告主要由商業活動角度，討論標章在商業市場之表現，及標章組織受商業活動之影響，其重點包括：

- A. 目前各類型之綠色標章眾多，標章間之競爭激烈。
- B. 不同標章之關切重點、嚴謹度、與取得成本皆不相同，而一般消費者通常難以區分哪些標章較為優良。
- C. 品牌商與零售商期望運用標章以增加其產品或服務之市場競爭力。
- D. 事實上，哪些標章可在市場勝出，成為主流標章，係由品牌商與零售商決定。
- E. 是故，若無適當之利基，則最不嚴謹而取得成本最低之標章，最容易受品牌商與零售商歡迎而主導市場。
- F. 較嚴謹而高品質之標章，需要特殊之利基市場(如政府採購)，否則難與低要求之標章競爭。

(8)Ms. Eva Eiderstrom (瑞典自然保育協會代表)

本場報告係介紹瑞典自然保育協會運作之 Good Environmental Choice 標章，其重點包括：

- A. 瑞典自然保育協會(SSNC)之設立宗旨為保育生物與環境、保護人類健康、並促進全球性合作。
- B. SSNC 於 1988 年便提出不使用氯氣漂白紙製品之訴求。
- C. SSNC 常用之訴求工具包括大眾教育、標章、發表報告、舉辦地區性活動、

組織策略聯盟等。

- D. 自 2012 年起，SSNC 逐漸將注意力轉移至有機議題，期望藉此降低土壤與水源污染。
- E. 另自 2016 年起，SSNC 提出 “Fresh for real!” 方案，期望提升個人清潔用品與化妝品之標章產品數量，並促使零售業銷售更多具有標章之相關產品。
- F. 就成果而言，目前瑞典有機食品之銷售量由市場的 4% 提升至 8%，而最主要之限制因子為有機品之供應量已達上限，而 “Fresh for real!” 方案移於通動時間尚短，成果有待統計。
- G. 經長期努力，瑞典民眾與業者之觀念已有明顯轉變，甚至有以往受 SSNC 抗議之對象業者，經改善產品成分後，申請 Good Environmental Choice 標章並成功通過審查。

(9) Mr. Sören Enholm (瑞典 TCO 標章)

本場報告主要在於探討目前全球電子業供應鏈在社會性議題之發展，其重點包括：

- A. 瑞典 TCO 標章之宗旨在於提升 IT 產品之永續性，以保障 IT 產品之使用者與 IT 行業之從業人員。
- B. 近年 IT 行業從業人員之人權問題日受重視，而最終完成產品之品牌商，須概括承受整體供應鏈之最終責任。
- C. 由於供應鏈複雜，由品牌商逐層執行買方稽核不切實際，較可行之方案為透過第三者對整體供應鏈執行驗證。
- D. 目前稽核之主要議題包括符合勞動法令、奴工問題、歧視性待遇、童工問題、勞工安全衛生、與組織工會權益等。
- E. TCO 於執行相關查核時，重視公司管理階級之承諾，是否確實成為具體之改善方案，並獲得包含品牌商在內之利害相關者支持，且確實落實。

F. 具公信力之第三者驗證，可以協助品牌商或產品買方降低因為誤觸此一問題之風險，並可提升產品之附加價值。

(10) Mr. Ragnar Unge (北歐天鵝標章 CEO)

本場報告主要在於說明北歐天鵝標章之現況與發展，其重點包括：

- A. 北歐天鵝標章之認知度達 94%，發證對象達 2000 家業者，一年標章產品銷售額約為 40 億歐元，員工人數 140 人。
- B. 北歐天鵝標章之使命在於提供消費者易於選擇之綠色產品與服務，以達成永續之生活方式。
- C. 北歐天鵝標章於北歐各國推動永續採購聯盟，其主要原則為優先採購天鵝標章產品或服務，參與者包括北歐各國之重要企業。
- D. 北歐天鵝標章創新針對創投基金訂定規格標準，期望創投基金除了針對本身之運作進行綠化外，亦透過對其投資標的之選擇，與要求投資標的企業同樣採行永續原則，擴大其影響力，現場並針對近期通過驗證之九家創投基金發證。

(11) Mr. Per Bolund (瑞典金融市場與消費事務部長)

大會邀請瑞典金融市場與消費事務部長 Mr. Per Bolund 主持研討會之閉幕，部長於致詞中感謝所有來自瑞典與其他國家之講者與來賓，並強調以其消費事務部長的身分，將致力於推動永續生產消費，並強調瑞典的環保標章與綠色消費已有堅實基礎，未來將結合瑞典各界，尤其是消費者，繼續努力。

2. 10月11日 環保標章超市現場訪查

主辦單位對本日之規劃，除休閒性質之斯德哥爾摩市區導覽與博物館參觀外，較具專業價值之活動便是參訪瑞典 SSNC 標章驗證之 Willy' s 超市。

該超市為綜合性家庭用品與生鮮超市，其規模及性質約與鄰近本署之家樂福桂林店相當，本署出席代表首先詢問出席之 SSNC 標章代表，該超市申請標章驗證之動機與誘因為何，對方表示由於瑞典民眾十分重視日常生活相關之環保活動，亦

十分在意有機食品議題，而 SSNC 標章之標準重點正符合以上需求，故業者樂意取得標章驗證，以提升自身之綠色競爭力。

此外，我國環發會代表亦詢問對此類連鎖超市，申請業者是否需逐店提出申請，SSNC 代表表示，原則上同一連鎖集團之不同分店，只要其性質與銷售內容接近，可合併申請而無須逐店進行查核。

依據現場導覽之 SSNC Ms. Eva Eiderstrom 解說，SSNC 標章對超市之要求重點包含明確標示綠色商品、銷售之清潔劑類產品須全數為綠色產品、與食品類產品應優先銷售經有機驗證者。於現場訪查過程中發現，Willy' s 超市十分重視 SSNC 標章，於賣場入口處便明確標示該賣場獲得之 SSNC 標章，標示明顯且面積相當大，消費者不容易忽略不見。

而進入賣場後，確實隨處可見標章產品及其標示，包含歐盟環保標章、北歐天鵝標章、SSNC 標章之各類產品。而在食品部分，SSNC 除接受各類型之國家或國際有機食品標章外，亦接受負責任食品標章如海洋管理委員會(Marine Stewardship Council)標章。

SSNC 標章與我國標章作法較不同之處，在於 SSNC 標章更尊重環保標章作為 “市場性” 環境保護工具之基本精神，並具有更高之彈性。以賣場內之綠色產品標示為例，一般說來我方常期待賣場可以設置環保產品專區，或是額外設置明顯之環保產品標示，然而業者考量消費者消費習慣，或是現場標示成本，常難以配合。而 SSNC 標章考量業者之可行性，容許業者將標章標示直接結合賣場原有之產品標示牌，但要求以綠色為底色並應包含標章圖形，如此業者較亦配合，而實際上視覺效果同樣十分明顯(圖 3)。



圖 3 販賣現場之標章與非標章產品標示

此外，雖然 SSNC 要求超市不得販賣非綠色產品之清潔劑，但在考量市場性後亦有特例，如下圖之 “yes” 品牌清潔劑，於瑞典當地為最主流產品，消費者需求強勁，若貿然禁賣則可能造成超商業者客源流失，故經協調後 SSNC 同意業者繼續銷售，然須置放於較不易取得，較不利銷售之貨架底層(圖 4)。

而 SSNC 代表另特別強調其對消費大眾發揮之教育功能，SSNC 認為於整個賣場中，染髮劑可說是對環境與人體最不利之產品之一，然而目前瑞典市場上之環保染髮劑十分稀有，難以強制超市業者販售環保染髮劑，故其替代方案為要求超市業者於染髮劑販售區域，提供明顯標示以提醒消費者染髮劑之有害性(圖 5)。

整體而言，SSNC 標章超市標準與我方研擬中之超市環保標章規格標準精神相近，重點皆在於提升綠色產品之販賣，亦皆包含有機食品議題，然而 SSNC 標章更重視標章之市場性，尊重超市業者於保護環境同時之市場性需求，值得我方參考學習。



圖 4 賣場中之貨架一角(非標章產品置於較不利之下方位置)



圖 5 染髮劑貨架上之警示

3. 10月11日 泰國環保標章組織雙邊會議

泰國環保標章係由泰國環境機構(Thailand Environment Institute, TEI)執行，我國環保標章與泰國環保標章有長期合作基礎，歷年來曾共同參與全球環保標章組織主持之亞洲國家共同核心標準開發計畫，雙方並簽有相互承認協議(MRA)，且泰國環保標章組織曾數次代替我方執行泰國地區之環保標章生產工廠現場查核。

然由於近年泰國與東南亞地區環保標章與綠色生產消費發展迅速，TEI 承辦環保標章之相關人員屢遭其他組織挖角，以致我國環發會與泰方 TEI 之聯繫中斷，為此環發會曾於 106 年 4 月份派員出訪 TEI 以重新建立聯繫管道，而泰方於本次年會前主動聯繫環發會，要求進行雙邊會談。

本次泰方由新任負責人 Ms. Boossarasiri Thana 與標章計畫經理 Ms. Kanyanee Seagnkiatiyuth 為代表，而我方主要由環發會陳靖原副總負責交涉，泰方主要訴求為希望提升雙方簽署之相互承認合約之落實程度，泰方表示台泰間之環保標章 MRA，為 TEI 與其他標章組織簽訂 MRA 之首例，故希望能加強落實，並作為泰方與其他國家合作之範例。

對此，我方表示十分認同，並以近年實際執行之泰國工廠現場查核為例，說明雙方實際上持續透過 MRA 執行相關作業，惜因泰方人員變動頻繁，相關經驗技術未能傳承予現任之 TEI 人員。而由於現任泰方人員對環保標章國際合作之發展歷史與常見之合作方式並不熟悉，我方代表亦應泰方要求，概要解釋近 10 年來全球與亞洲地區之環保標章國際合作發展理論與現況。

整體會談約 90 分鐘，重點結論如下：

- (1)我方希望泰方能繼續代為執行泰國地區之環保標章現場查核作業，以減低業者申請我方環保標章之成本，然泰方表示目前 TEI 缺乏合格稽核員，近期暫難執行。
- (2)為協助泰方重新建立執行環保標章現場查核之能力，我方代表日後若有資源，將儘可能赴 TEI，針對環保標章現場查核之流程、方式、與執行技巧，提供訓練課程，對象除 TEI 相關人員外，亦可包含 TEI 委外執行之稽核人員。

(3)為協助我方業者取得泰國環保標章，提升我方業者之綠色競爭力，並支持泰國政府之機關綠色採購，TEI 將提供英文版泰國標章說明資料，我方環發會將代為向我國業者宣導。

平心而論，本次會談雖實質進展有限，但考量泰方人員皆為新就任之主管，主要代表 Ms. Boossarasiri Thana 加入 TEI 僅約半年，本次會談主要目的仍在於確立聯繫管道與提升互信。由泰方主動邀約我方會談此點來看，環發會 4 月份之訪問確實已達成初步功效，而本次討論內容亦已協助泰方更清楚掌握國際合作相關觀念，由於泰國為政府新南向政策之重要標的國，而於東南亞各國中，泰國之政府綠色採購無論就法規之完整性，及綠採與標章之連結性皆屬領先，確實是我國綠色產品重要的潛在市場，後續仍值得持續連繫互動。

4. 10 月 12 日 參與全球環保標章網路組織年會 (GEN AGM)

本年度全球環保標章網路組織年會，於 10 月 12 日上午，於 TCO 標章組織 1 樓會議室舉行(圖 6)，會議內容除例行性之財務報告，秘書處工作報告、2016 會議記錄確認外，本年度較重要之重點包括 GEN 發展策略與全球 Ecolabel Day 規劃、GEN 董事投票、更換 GEN 秘書處合約、及 2018 年會地點選擇等事項(附件三)。



圖 6 2017 全球環保標章網路組織年會

(1) GEN 發展策略規劃與全球 Ecolabel Day 規劃：

依據 2016 年 GEN 年會之結論，GEN 之發展策略大致可分為“帶領(Leading)”、“服務(Serving)”、與“成長 (Growing)”等三大部分。其中除長年討論之提升 GEN 能見度及知名度、協助會員成長並提供技術服務、促進會員間交流合作等歷年常見內容外，較具體之目標包括增加正式會員與附屬會員數量，擴大 GEN 的陣容並提高與外界相關組織的聯繫。此外，提升會員間 MRA 數量並提高其價值，亦成為建議之主要目標，依據 GEN 近期之統計，GEN 會員間簽訂之 MRA 數量已經超過 40 個。

在具體做法部分，該規劃在三個面向中各提出兩項具體行動方案，列表如下：

表 1 GEN 發展策略規劃與行動方案

策略範圍	可行作法
帶領(Leading)	<ul style="list-style-type: none">● 建立 “全球環保標章日”● 標訂策略推動第一類環保標章(如針對特定類別產品集中火力推動)
服務(Serving)	<ul style="list-style-type: none">● 發展環保標章作業典範文件，與案例示範● 促進會員分享推動策略與實務典範
成長 (Growing)	<ul style="list-style-type: none">● 向外溝通 GEN 的會員申請資格，與申請流程● 發展地區性夥伴，如與各國環保機關、標準組織、驗證機構建立合作關係

於以上各項發展重點中，本次會議特別著重於“全球環保標章日”，並將其列為本日下午工作討論會議題，相關內容將於工作討論會段落詳述。

(2) GEN 董事投票

GEN 已於 2016 年通過並公布新版章程(bylaw)，依修正後章程，為維護董事會之連續性與討論內容一致性，六位董事任期交錯，亦即董事任期皆為二年，但每年改選其中三位。於 2016 年董事投票後，董事會內部協議瑞典籍、巴西籍、與德國及三位董事將於本年度改選，而其餘三位於 2018 年改選。

依前述協議，本年度共有三席董事開放改選，由於瑞典籍 Ms. Eva Eiderstrom 宣告退出董事會不再參選，本次共有巴西、德國、澳洲、與俄羅斯四國代表投入選舉，經全體出席會員代表投票後，巴西、德國、與俄羅斯代表獲選為新任董事。

依此投票結果，估計對 GEN 之發展方向不致有明顯影響。新加入之俄羅斯籍董事 Ms. Yulia Gracheva，近年關切之事項較集中於綠色消費之技術性工具，如其於 2016 年基輔年會提出之報告，係關於俄羅斯近年所發展，結合手機 APP 與衛星定位，可協助消費者了解鄰近地區販售之綠色產品及其通路之自動化系統，後續可能促進 GEN 於技術性工具之發展。

(3) 更換 GEN 秘書處合約

自加拿大環保標章仍由 Terra Choice 公司執行之時代起，GEN 之秘書處便委託加拿大標章組織代管，而 UL Enviroment 公司收購 Terra Choice 公司後，亦一併承受此一秘書處合約，然本年度 UL 公司表示因公司策略修正，本年度合約期滿後，將不再競爭此合約，故 GEN 於本年度重新邀請有意願之單位，參與 GEN 秘書處合約投標。

迄年會召開時為止，共計有北歐天鵝標章組織、美國 Chipperfield Design 公司、與紐西蘭 Michael Hooper 公司三家投標，經董事會討論後，認為美國 Chipperfield Design 公司提出之工作計畫與報價較符合 GEN 主席與董事會需求，故建議大會選擇該公司擔任 2018~2010 年之 GEN 秘書處，並獲大會同意。

由於美國 Chipperfield Design 公司之主要負責人為 Ms. Linda Chipperfield，亦為以往美國 Green Seal 標章參與 GEN 活動之代表，亦曾來台參加 2011 年 GEN 年會，與我國環發會于寧博士與陳靖原副總皆長期熟識，由該公司擔任 GEN 秘

書處，可繼續維持我方與 GEN 之溝通聯繫順利。

(4)2018 年會地點選擇

由於 2018 年適逢全球首先推動之德國藍天使標章 40 周年，故大會一致同意 2018 年之 GEN 年會將於德國柏林舉行，而配合德國規劃之環保標章日活動，預定將於 10 月 21~27 日該週舉辦，內容依往例會包含國際研討會、會員大會、社交日、與 GEN 董事會。而如何配合全球環保標章日之活動，藍天使標章將與 GEN 協商處理。

5. 10 月 12 日下午之 GEN 工作研討會(workshop)

本節工作研討會之主題在於如何推動全球環保標章日，本節首先由 GEN 秘書處之 Ms. Catherine Sheehy，針對 GEN 到目前為止之全球環保標章日規劃進行報告，然後再邀請香港環保標章組織 Green Council 針對近期於香港舉辦之環境日活動提出報告，以供會員參考。

(1)GEN 提出之全球環保標章日規劃

此部分由 GEN 秘書處 MS. Catherine Sheehy 提出 GEN 委託公關公司設計之活動規劃，並了解 GEN 會員對本活動之期望，其重點如下：

- A. 參考 2016 年 GEN 年會 workshop 討論結論，全球環保標章日可為一日或數日之活動，首次舉辦之時間預定為 2018.10.21~2018.10.27 當週，目前規劃以 2018.10.25 為全球環保標章日。
- B. 本次活動除 GEN 本身主辦外，亦期望各會員國能有踴躍的地區性參與。
- C. 全球環保標章日之辦理目的在於 “education & awareness raising”，期望透過全球一致之宣導推廣活動，凸顯第一類環保標章在眾多環境標示與宣告中之優越性，並協助各會員提升業務。
- D. 本次 GEN 秘書處共提出四種代表性標誌設計，並請會員討論選擇(圖 7)。
- E. 全球環保標章日之主要規劃對象為一般消費者，主推 B2C 業務亦即對一般消費者、社區、或零售業之綠色消費，其次才是 B2B 業務，也就是針對企

業與政府的綠色採購。



Draft Branding (in Progress)



6

The Global Ecolabelling Network | www.globalecolabelling.net

圖 7 GEN 提出之四種代表性標誌設計

- A. 目前規劃之推動方式包含與通路商合作之商店促銷活動、配合工作場所或服務業者之宣導推廣、及網路與社群媒體之推廣活動。正式活動時間為2018年10月22~25日。
 - B. GEN 可以提供各會員國之協助包括社群媒體露出、網站內容提供、代表性標誌設計、媒體資料範例、辦理網路研討會(Webinar)等。
 - C. 現場並發出調查表，收集各會員負責聯繫協調全球環保標章日之窗口，目前我國暫由環發會陳靖原先生擔任聯繫窗口。
- (2)香港環保標章“香港綠色日”活動報告

本次報告由香港環保促進會(Green Council) Mr. Steven Choi 進行，除說明香港環保促進會及香港環保標章背景外，重點在於報告2017年香港綠色日相關

活動，其重點如下：

- A. 香港綠色日為每年之 6 月 5 日，其目標為協助香港居民建立永續之生活文化，並響應世界環境日活動。
- B. 依據香港環保促進會估計，本年度接觸香港綠色日相關活動之人數，一般大眾超過 700 萬人，學生超過 10 萬人，參與之餐廳與零售業者超過 300 家。
- C. 本次香港環保促進會邀請商店、餐廳、與辦公室參與香港綠色日運動，執行方式包括展示文宣、提供綠色優惠、推廣環保標章產品、承諾執行綠色活動或措施、鼓勵員工穿著綠色服裝或配戴綠色飾品。
- D. 此外，香港環保促進會亦組織香港重要企業，簽署香港綠色採購憲章，承諾於公司治理中納入綠色採購政策與目標，並影響公司之利害相關者一起投入綠色採購。
- E. 由於香港政府已經發布政府綠色採購政策，未來的挑戰便在於提供符合政府需要之綠色產品。

6. 10 月 13 日上午之 GEN 工作研討會(workshop)

本節工作研討會之主題在於如何評估各會員組織，與環保標章產品之環境績效。由於我國環發會陳靖原先生為現任 GEN 董事，並受 GEN 主席指定進行相關研究，故本節工作討論會由環發會陳靖原先生與 GEN 秘書處 MS. Catherine Sheehy 共同主持，活動包括環發會陳靖原先生提出研究報告(附件四)，其後再由全體會員分組討論並提出實際執行方案。






(1)GEN 績效指標研究報告






本年度提出之研究報告係針對個別 GEN 會員之績效評估，提出不同之組織績效方式與績效指標建議，另針對標章產品之環境績效評估，提出績效指標規劃並以實例展示可能之評估範例，報告重點如下：

- A. 為展現 GEN 與各會員組織之績效，確實有必要訂定統一之績效評估指標，持續蒐集會員資料，以展現 GEN 與第一類環保標章之貢獻。

- B. 然而，由於 GEN 會員眾多，形態各異，包含政府機關、非政府非營利組織、商業驗證公司等，而標章性質亦包含政府標章、民營非營利標章、與商業性綠色標章等，故難以一致性之標準會指標評定所有會員之績效。
- C. 考量實務上之可行性，本研究建議訂定統一之指標系統，但各項指標之量化方式尊重各會差異，由各會員自行統計計算。例如各會員對標章產品項目與產品數量之計算方式不一，若要強制各會員統一產品項目數量之定義，衝擊與成本極高而難以推動，故建議尊重會員間之差異，但持續追蹤各會員產品項目數量之增加趨勢，並以此一成長趨勢高低為績效評估指標。
- D. 依以上概念，本研究針對 GEN 會員績效，分別提出外部活動指標與內部活動指標，並初步評估可行性(表 2)。

表 2 我國環發會提出之 GEN 會員績效指標

Performance Expectation (internal)	Indicators	Evaluation Method	Data Availability
1. Improve the awareness & credibility of the label	1. Public' s awareness of the label 2. Percentage of consumers who trust the label	Market survey	
2. Increase the incentives	1.The annual purchases of labelled products/ services by GPP, GC, or other credible label system(s).	Quantification of the total purchases	
3. Mutual recognition with other ecolabels	1. Pass GENICES peer review 2. Number of MRAs signed	1. Number of MRAs signed 2. Number of products licensed through MRA	
4. Increase number of licensees & licensed products	Number of licensees & licensed products	Number of licensees & licensed products	
1. Increase number of criteria	Number of criteria	Number of criteria	

Performance Expectation (internal)	Indicators	Evaluation Method	Data Availability
2. Improve/maintain the quality of criteria	1. Transparency of criteria development and revision 2. Interval of criterion review/revision	1. Number of approaches that stakeholders can participate in the process (e.g. public hearing, consultation meeting, online communication) 2. Examine the Interval of criterion review/revision	
3. Increase the environment benefit of criteria	Environment benefit of criteria	Environment benefit analysis	
4. Improve the quality of operations	Accreditation certificates (GENICES, ISO/IEC 17065, etc.)	Number of accreditation certificates	
5. Improve the efficiency of certification process	Average working days for certification	Count average working days for certification	
6. Improve financial sustainability	Financial sustainability	Financial report	



Data currently available



Partial data available or data capture easily achievable



Difficult to capture data

E. 而在標章產品環境效益部分，由於各國標準重點類似，多半包括省資源、低污染、可回收、低碳等要求，故訂定指標相對容易，然而實際之效益計算十分複雜。

F. 本次針對產品效益提出之指標項目包括減低有害物質量、減少資源消耗、

降低使用費、使用再生原料、及減碳效益等。

- G. 為使各會員了解實際計算產品環境效益可能需要之工作量，環發會以執行本署「105 年度環境保護產品環境效益評估專案工作計畫」之成果，舉例說明針對家用清潔劑、小汽車、與使用回收紙之衛生用紙產品環境效益計算方式，並重點提示其中關鍵技巧。
- H. 報告最後請各會員討論，是否有其他應考量之績效指標，以及建議之所有績效指標中，有哪些較易執行且已有相關數據，並可立即納入 GEN 之年度績效調查。

(2)全球環保標章績效指標(GEN Indicators)分組討論

為具體擬定 GEN 可以採取之後續行動，於我國環發會完成報告後，各出席會員分為六組，針對目前提出之各項績效指標進行分組討論，結論如下：

- A. 由於產品績效指標計算過於困難，目前暫以 GEN 會員之績效指標為初步評估對象。
- B. 就部分會員而言，其客戶之銷售數量或標章產品量為其業務機密，會員無從取得，而即使取得相關數據，向外公開亦可能構成違約，故此部分統計確有困難。
- C. 原則上同意環發會建議，以會員自我評估方式為主，GEN 可以將會員整體績效變化趨勢作為 GEN 之整體績效。
- D. 標章之整體認知度與消費者信心需透過市場調查蒐集，並非所有會員皆有充分資源可以進行。
- E. 依據分組討論結果，GEN 責成秘書處，依據會員討論結果，選定排名較前項指標，納入下年度之 GEN 年度調查表，開始蒐集會員績效資料，初步篩選出之指標包括標章認知度、消費指信心、標章產品數、簽訂 MRA 數量、規格準數、標章本身取得之第三者認證(如 ISO 17065)、標章審查時間等。

五、心得及建議

心得

本次行程最重要之心得，在於再次確認永續生產消費確實已極受重視，並發現第一類環保標章於其中之價值，此點由歐盟新修訂之政府採購指令可以得到證明。此外，透過我國於國際研討會提出報告後獲得之反應，發現我國環保標章與機關綠色採購成效，確實長久受到國際肯定，而我國為推動機關綠色採購而建置之綠色生活資訊網，其功能與效用亦令與會之北歐國家代表印象深刻，成功凸顯我國於此一領域之技術領先程度。

然而，與北歐國家相較，我國可向其學習之處主要在於對國際永續發展最新趨勢之掌握，例如對聯合國環境署提出之 SDG 及 2030 Agenda，與對民間綠色消費之推動。本次瑞典出席會議之二位部長，皆提及瑞典當地民眾對環保標章之認知度已達 94%，且民眾可簡略了解其涵意，此一成果須透過長期深入之宣導教育方可能達成。此外，本次參訪之瑞典綠色超市，其成效十分全面，銷售之綠色產品從日用品、清潔劑，一直到有機食品，其採用之產品及相關標章範圍甚廣，亦值得我國於訂定相關標準時加以參考。

此外，在全球環保標章組織年會部分，有以下二點值得留意。首先，環保標章組織間之雙邊相互承認協議(MRA)似乎再次興起，值得持續觀察此一趨勢。事實上，我國環保標章與美國 Green Seal 標章，及加拿大 Environment Choice 標章簽訂之 MRA，為全球最早簽訂之環保標章相互承認合約，其後本署委託之環發會，亦以 GEN 為管道，前後耗時 13 年簽訂了 10 個相互承認協議，然而，因為此一途徑緩不濟急，故環發會前總經理于寧博士擔任 GEN 主席時，推動全球標章組織 GENICES 同行評鑑制度，希望通過 GENICES 評鑑之標章組織自動形成多邊相互承認，以加速相互承認進展。然而，由於部分歐洲國家對此態度保守，近期部分東南亞國家，再次開始簽訂雙邊之合作意向書(MOU)或雙邊相互承認協議(MRA)，此事是否會擴大為全球性風潮，與我國是否應再次投入此一領域，值得持續觀察評估。

除了相互承認協議議題外，全球環保標章日為 GEN 近年繼推動 GENICES 制度後，少

見的具體行動方案，雖然初次推動效果難以預期，但依 GEN 年會會員討論狀況，顯示許多會員對此確實認同，並躍躍欲試，若能持續推動並配合聯合國環境署或歐盟之資源，或者會成為另一個具全球影響力的活動，我國似不應缺席。

平心而論，雖然於全球環保標章組織間，我國無論在環保標章發展或政府綠色採購制度，皆屬於領先族群，我國標章需 GEN 協助處不多，甚至曾有學者認為我國加入 GEN 之成效不明，每年繳納之年費可考慮移作他用，然而，全球環保標章組織確實為全球最重要的第一類環保標章國際組織，亦為聯合國環境署、歐盟議會、國際標準組織(ISO)等重要國際組織接受與承認之第一類標章代表，我國自 GEN 成立便加入迄今，而我國於 GEN 會員間之領先地位與影響力亦多受肯定，目前亦取得 GEN 六席董事之一，參與 GEN 活動除了協助我國維持相關國際活動網路，蒐集最新國際發展趨勢外，透過發表我國執行成果並領導 GEN 之相關研究，對我國於相關領域之國際形象確有助益，每年繳納 7000 美金之年費，應屬物超所值。

建議

依據本次行程之心得與發現，提出以下建議以精進我國環保標章、綠色生產消費、與機關綠色採購。

1. 加強蒐集聯合國永續發展相關策略資訊，以掌握國際潮流：由本次會議觀之，由於近期聯合國環境署(UN Environment)針對永續發展提出多項規劃，其中包含以負責任消費生產(responsible consumption and production)為重要之永續發展目標，並訂定 2030 Agenda，此二項規劃已明顯影響各國對永續消費與標章之推動。或因我國並非聯合國會員，歷年環保標章相關計畫之國際資訊收集分析，對此部分著墨有限，然依環發會代表近年參與各項國際性研討會或工作討論會之經驗，此一議題已多次成為國際討論之重點，我國對此一趨勢亦應密切留意，蒐集相關資料以研究分析，並進行必要之配合。
2. 觀察全球環保標章日之後續發展，並投入資源配合：除推動標章國際合作外，推動「全球環保標章日」相關之宣導造勢亦為本次 GEN 年會之重點，雖然初次推動效果難以預期，但依 GEN 年會會員討論狀況，顯示許多會員對此確實認同，並躍躍欲試，我國似不應於此活動缺席，建議預留部分宣導推廣資源加以配合。

3. 持續參與 GEN 並發揮影響力：我國於本次年會可謂成果豐碩，首先，我國為唯一受邀於本次國際研討會提出報告之非北歐國家代表，而報告結果頗獲肯定，成功展現我國之技術領先性。其次，我國環發會陳靖原副總受 GEN 董事會指派執行 GEN 之績效指標研究，並主持年會後之 Workshop，其研究成果並獲大會接受，將納入後續之例行 GEN 年度成果調查開始實際實施，此一結果除再次展現我國之技術領先性外，對其 2018 年競選續任 GEN 董事亦有正面助益。

由於全球環保標章網路組織為目前我國環保標章與世界接軌之最重要管道，亦可考慮擴大對 GEN 之參與，除例行性之繳納會費與出席年會外，可以考慮提供更主動之援助，如主動派員參與 GENICES 評鑑，甚至贊助部分 GEN 活動如辦理董事會與年會，持續參與 GEN 並發揮影響力。

2017

October 10 @ the City Conference
Centre in Stockholm, Norra Latin,
Drottninggatan 71 C, Sweden
(<http://www.stoccc.se/en>).

Putting Words into Action with Independent Ecolabels

There are many fora for discussions about circular economy and the UN Sustainable Development Goals, and there are lots of new exciting ideas in these areas. This conference is about moving from theory to practice, and how independent ecolabels are a good tool for this.

Let's walk the talk!

This event will include presentations of how the greening of the economy globally, in Europe and specifically in the Nordic countries is stimulated by creating a pull in the market among both consumers and professional purchasers. We will discuss how independent ecolabelling uniquely addresses that need.

Speakers Include



Ms. Nina Ekelund
Event Moderator



Dagfinn Høybråten
General Secretary, Nordic
Council of Ministers



Per Bolund
Minister for Financial
Markets and Consumer
Affairs, Deputy Minister for
Finance, Ministry of
Finance, Sweden

ATTENTION! Space is Limited. **Registration Deadline**
Sept. 26: <https://ecolabelconference.eventbrite.co.uk>

2017

Putting Words into Action with Independent Ecolabels

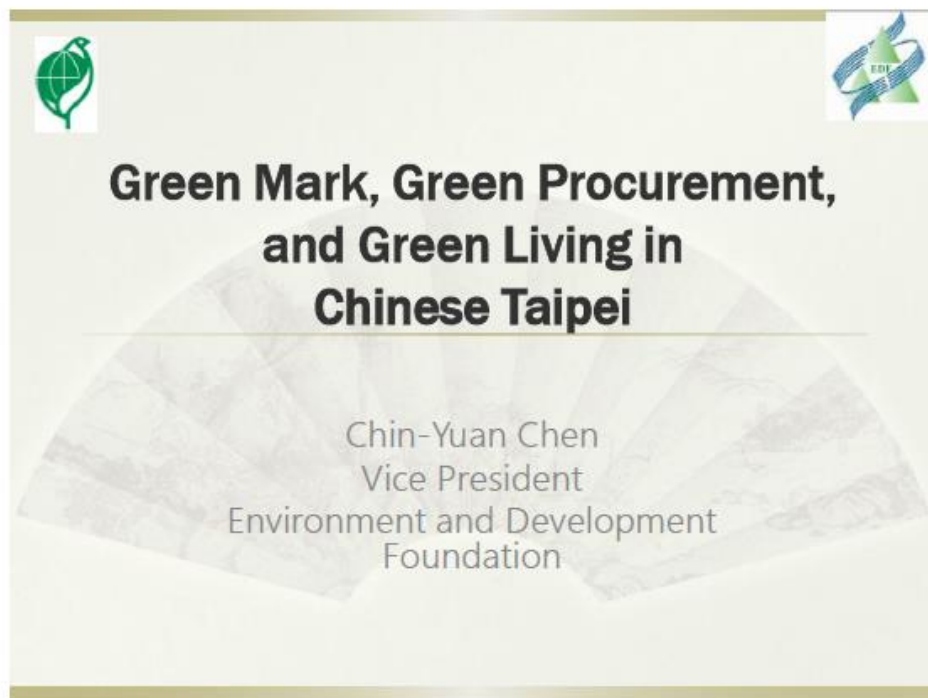
October 10 @ the City Conference Centre
in Stockholm, Norra Latin, Drottninggatan
71 C, Sweden (<http://www.stoccc.se/en>).

Conference Agenda

Registration starts at 8:30 am

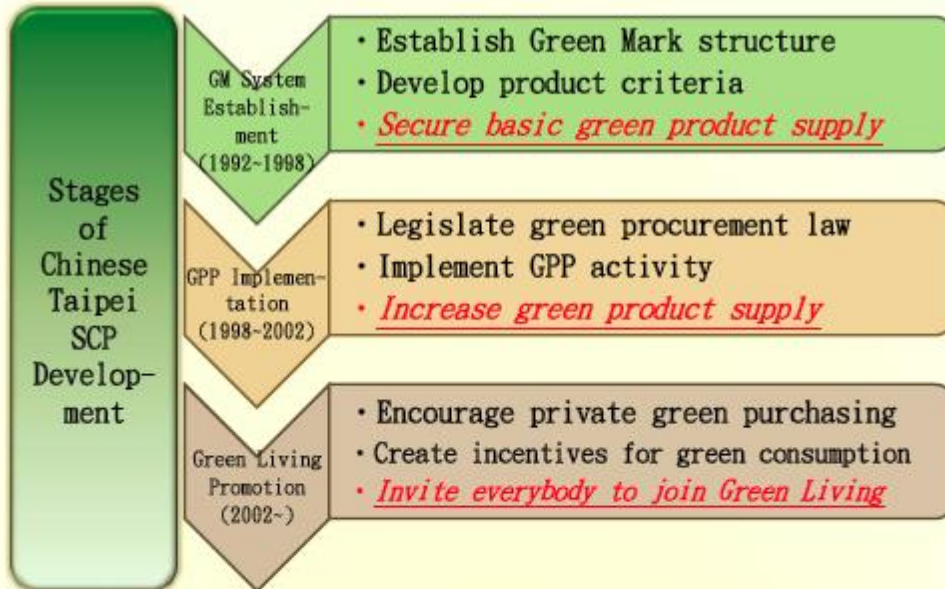
9:00	Environmental policies for SCP (sustainable consumption and production) <ul style="list-style-type: none">• Cooperation between the Nordic countries for a sustainable future. Dagfinn Høybråten, General Secretary, Nordic Council of Ministers• The variety in focuses of ecolabels globally. Björn-Erik Lönn, Global Ecolabelling Network• Integrating SCP policies in Europe - towards a circular economy. Ari Nissinen, Finnish Environment Institute• <i>Discussion</i>
10:30	Refreshments
10:50	Green Public Procurement <ul style="list-style-type: none">• Guiding the greening of public procurement under new EU legislation. Isa-Maria Bergman, Motiva Services, Finland• ModUpp - cooperation between ecolabels to promote GPP (green public procurement) in Sweden, followed by similar initiatives in Norway and Finland. Anna Norberg, Project Manager• Legislation coupling directly GPP with ecolabelling in Asia, featuring experiences from Chinese Taipei Chin-Yuan Chen, EDF (Environmental Development Foundation), Chinese Taipei• <i>Exchange of experiences</i>
12:10	Lunch
13:00	Consumer Power <ul style="list-style-type: none">• Ecolabelling and the market - trends and future challenges. Cecilia Soler, Gothenburg School of Economics• Consumer campaigns for sustainability. Karin Lexén, Swedish Society for Nature Conservation• Global supply chains bring up social requirements from the buyer, experiences with TCO certified IT equipment. Sören Enholm, TCO Development• <i>Possibilities and challenges for independent ecolabels</i>
15:00	Refreshments
15:30	Beyond Traditional Ecolabelling <ul style="list-style-type: none">• Greening the market by supporting choices made by both professional and private green buyers and investors. Ragnar Unge, Nordic Ecolabelling• Further steps as green consumer demands move into the finance markets. Per Bolund, Minister of Consumer Affairs and Finance Market
16:30– 17:30	Reception: fingerfood served by Ecolabelling Sweden

Please direct practical enquiries, including notice if you cannot attend to free your seat to another participant and minimize foodwaste, please contact Mr Kristoffer Lawner at kristoffer.lawner@svanen.se





Stages of Chinese Taipei SCP Development



3



Green Mark & Type II Green Mark



ISO 14024
TYPE I

“A green leaf wrap in the pure, uncontaminated earth” represents for “**recyclable, low-polluting, and resource-saving**”

The Green Mark system was launched in **1992**

Green Mark is awarded to products in the top **20%-30%** of its category.

14 categories and 126 type labeled product

- Resource recycling products
- Cleaning products
- Daily commodities
- Office products
- IT products
- Home appliances products
- Energy saving products
- Water-saving products
- Building materials
- Organic materials
- Degradable products
- Using solar energy resources products
- Services products
- Industry products

Updated to 2017.07.26, the cumulative total of the number of green mark products are **14,290**.

The number of valid products are **5,038**.

4



Green Mark and Type II Green Mark



- Different between Green Mark and Type II Green Mark

Categories	Definition	Mark
Green Mark	The product has been certified to the standard project of TEPA, and obtain the Green Mark certificate. (ISO 14024 TYPE I)	
Type II Green Mark	The Type II Green Mark is awarded to <u>products without GM criteria</u> . Following the principles of ISO 14021, the products must show significant environment superiority. (<u>ISO 14021 TYPE II with 3rd party certification</u>)	

Type II system is mainly for GPP

5

5



Features of Taiwan GPP



- Mandatory requirement ruled by law
 - Government Procurement Act & Resource Recycling and Reuse Act
- Rely on certified labelled products
 - Use existing government green labels to identify green products.
- Integrated with Common Supply Contracts
 - Integrate Taiwan GPP with existing government procurement system.
- Real-time performance evaluation system
 - The GPP performance reporting & monitoring system updates GPP records on a daily basis and generate GPP evaluation report for each user automatically.

6



“Green Article” in Taiwan Government Procurement Act



An entity may provide in the tender documentation that *preference shall be given* to a product which has been permitted to use a *label of environment protection approved by the government*, and in addition has the same or similar functions.

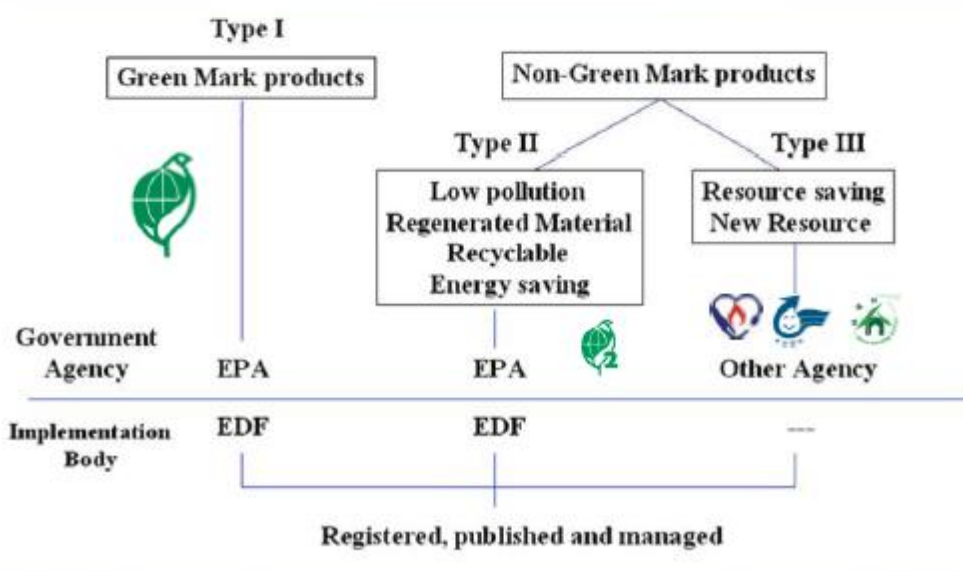
The said preference *may include a price preference of not exceeding ten percent*. Such preference shall also be given where a product or its raw material is manufactured, used, and disposed of in such manner that conform to *recycled materials, returnable products, low pollution, or energy-saving* requirements.

The preceding paragraph shall apply mutatis mutandis to other products which either increase social benefits or reduce social costs, and have the same or similar functions required.

7



Green Products accepted by GPP of Chinese Taipei



8



“Green Article” in Taiwan Government Procurement Act



Why government labels only ?

- Credibility
 - * In Chinese Taipei, government labels have higher credibility.
- Easy to implement
 - * For government procurement staff, it's much easier.
- Uniformity between responsibility and authority
 - * GPP is implemented with government budget, it should rely on government labels.

9



Common Supply Contract Platform



- * **“Common Supply Contract”** worked well through Bank of Taiwan
- * For **product items widely purchased** by government agencies
- * Bank of Taiwan negotiates with suppliers on behalf of **all government agencies**
- * Saves government **administrative costs**
- * Government can **get lower prices(20~30 %)**
- * Currently, **90~95% of GPP** is done **through Common Supply Contract Platform**
- * Easy to **trace performance**

10



查詢商品的分類：飲水機、類別：一般飲水機、查詢條件區：全部

查詢時間：查詢條件區欄位中查詢的部份有誤公佈欄位應先修正(更正) 採購編號：L15-00006 開標日期：960625 開標截止日期：970430

序	品名	單位	估價單價	合計價-壹共 (5297標單)	廠商名稱(原內(註明))
	富華聯合銀行公司 07-275-4143				◎ 龍德牌 MS 5501-CM11 含濾(新舊雜物有效日期：960328200006.1) ◎ 龍德牌 H4-3811 含濾(庫存總數有效日期：329520091215)(新舊雜物有效日期：960328200006.1)
	榮發企業有限公司 07-275-4144				◎ 龍德牌 MS 5501-CM11 含濾(新舊雜物有效日期：960328200006.1) ◎ 龍德牌 H4-3811 含濾(庫存總數有效日期：329520091215)(新舊雜物有效日期：960328200006.1)
	九龍飲水機有限公司 07-275-4145				◎ 龍德牌 LC-209A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303) ◎ 龍德牌 LC-309A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303)
	碩網飲水機企業有限公司 07-275-4146				◎ 龍德牌 LC-209A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303) ◎ 龍德牌 LC-309A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303)
	金枝王國際飲料有限公司 07-275-4147				◎ 龍德牌 LC-209A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303) ◎ 龍德牌 LC-309A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303)
	安祥利小材料有限公司 07-275-4148				◎ 龍德牌 LC-209A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303) ◎ 龍德牌 LC-309A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303)
	欣美小材料有限公司 07-275-4149				◎ 龍德牌 LC-209A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303) ◎ 龍德牌 LC-309A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303)
	富誠電器行 07-275-4150				◎ 龍德牌 LC-209A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303) ◎ 龍德牌 LC-309A 新含濾(標準總數有效日期：307920071005)(新舊雜物有效日期：9501100099303)



How is GPP evaluated ?



Volume & purchasing ratio of GPP



GPP Training



Promotion Activities

GPP training & promotion activities also evaluated



How is GPP monitored ?



-GPP performance reporting & monitoring system-

Purpose

- ◆ Reduce workload of procurement staff
- ◆ Improve quality of procurement records
- ◆ Provide real time GPP performance information
- ◆ As a solid base for rewards and punishments



13



How is GPP monitored ?



-GPP performance reporting & monitoring system-

Feature

- ◆ Online system, easy to access through internet
- ◆ Integrated with "Green Living System", "GPP Training System", "Promotion Activity Reporting System", & "Common Supply Contract Platform"
- ◆ Update GPP records on a daily basis
- ◆ Generate GPP evaluation report for each user automatically.

14



How is GPP monitored ?



-GPP performance reporting & monitoring system-

E-learning platform

Training Courses

最新採購資訊

歡迎使用本申報系統！
您好，您已登入成功！
[退出] [資料維護]

請各機關採購人員於採購前，預先瞭解

採購詳情請至一覽表

注意：此表格資料統計至昨天23:59，若有任何新增資料/異動，須一次點選後才會更新

機關名稱：	行政院環境保護署	[查看管理員資訊]
本單位代碼機關編號：	200	[管理員機關]
存在屬約編號：	0	[檢視採購資訊]

採購資料分析 (統計至 02/22)

指定項目綠色採購金額：	115,338.00元	指定項目採購比率：	2.32% (1.67%)
指定項目採購金額：	4,965,197.00元	總綠色採購金額：	115,338.00元
總綠色採購金額：	115,338.00元	總綠色採購比率：	2.32% (0.70%)
總採購金額：	4,965,197.00元		

列于統計狀況：

指定項目綠色採購比率	0.00元 (0筆)	[快速檢視]
快達90%約所屬機關：	0個	[快速檢視]
機關綠色採購約所屬平均分數：	74.47分 (達成率 70.95%)	

採購綠色採購公告資訊

104年機關採購資訊：詳見圖 104年度機關綠色採購資訊統計作業辦法
105年機關採購資訊：詳見圖 105年度機關綠色採購資訊統計作業辦法

綠色採購系統維護：

- 各位機關採購同仁大家好

GPP performance evaluation

Attention: Users can review the GPP performance of their own entity and all the Affiliated organizations

Data updated at 01:00

Rules for GPP Performance Evaluation

GPP Reminders

Function List

15

15



How is GPP monitored ?



-GPP performance reporting & monitoring system-

Fill in GPP records

Print out List

Individual Procurement

■填寫申報資料(Warning!)

是否為委辦工程或委託計畫： 否 是

採購/租賃時間： 105年 請選擇

請選擇統計分項： 環保產品

帶入環保產品品名： 第一類環保產品

請輸入產品編號： 帶入 (選擇標準號碼)

產品名稱：

產品型號：

採購/租賃數量： 單位：

總計金額： 元

已開標： 採購人員請確實填寫機關綠色採購情形，若虛報不實則屬犯用偽造文書罪，罰予以究究，請勿以身試法。

確認

Please fill in GPP data correctly, providing false information will be prosecuted for crime of forgery of documents and seals.

16

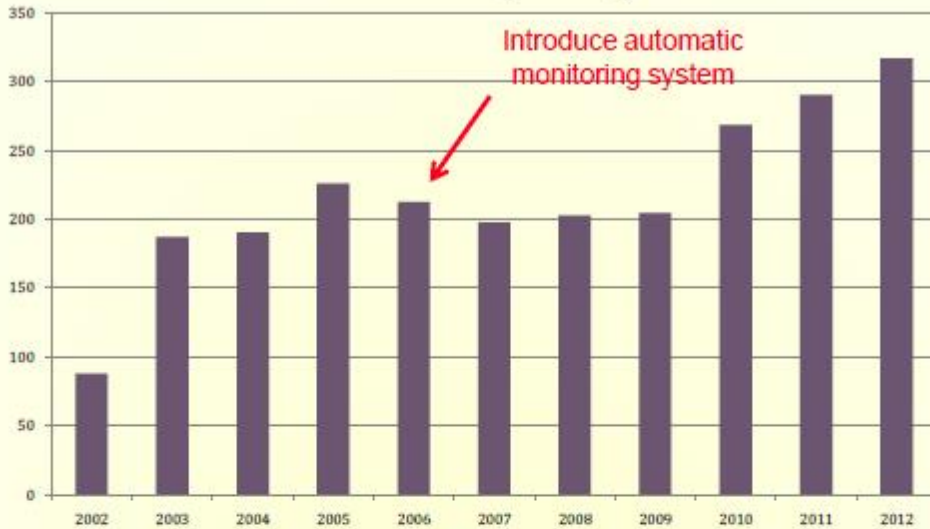
16



Influence of GPP Monitoring System



Volume of GPP (Million \$)



17



Benefits of GPP



Volume of Green Purchasing & Consumption

Total volume increased from 80 million to 2.2 billion USD



18

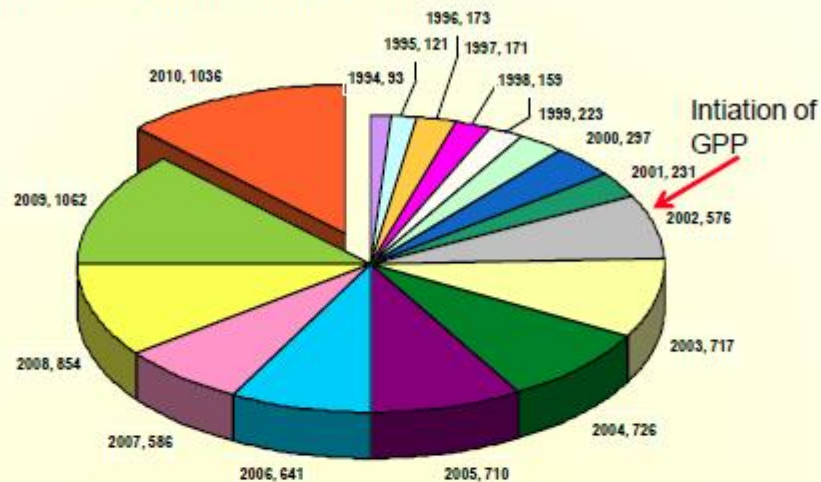


Benefits of GPP



Number of Green Mark products

Products certified by Green Mark per year increased from 230 to more than 1600.



19



Advantages



- GPP has been proven to be *one of the most efficient way* to promote SCP.
- GPP can contribute to SCP in three aspects include
 - ✓ Financial incentive : *with huge purchasing power*, GPP can easily *increase financial incentive* to green manufacturers
 - ✓ Increase green product supply : with such strong demand from GPP, green manufacturers will certainly *Increase green product supply* and improve the environment for SCP
 - ✓ Awareness raising : GPP can help to *introduce the concept of SCP* to government officers and suppliers.

20



Disadvantages



- Resource competition : GPP promotion and green consumption promotion have different needs. **Limited by resource**, we chose to **focus on GPP first**.
- Few applications for non-GPP product items : **without incentive**, very few manufacturers are willing to apply GM **for non-GPP products**.
- Low green product visibility for private sector : Increase on green product supply caused by **GPP does not help to increase public awareness on green products**.

21



Next Step



Next Step :

- To promote environmental product management system legislation (avoid greenwashing).
- Increase GM criteria for consumer products : In 2017, we revised our GM product item selection process to give higher priority to consumer products.
- Invest more on green consumption : More media exposure, training camp to colleague students, green point projects, etc..
- Assist more enterprises and civic groups to practice green purchasing.

22

22



Thanks for your attention!



附錄三：2017 GEN 年會會議議程(摘要)



OFFICIAL NOTICE
Sept. 11, 2017

To: All Global Ecolabelling Network Inc. (GEN) Members

FROM: GEN Board of Directors

SUBJECT: NOTICE OF THE ANNUAL MEETING

This is your official notice of the 24th Annual Meeting of the Global Ecolabelling Network, as called for the GEN By-laws, ratified on April 21, 2016.

The meeting will be held on Thursday, October 12th starting at 09:00 local time, at GEN member TCO's offices, Linnégatan 14, 114 47 Stockholm, Sweden.

The purpose of the meeting is the election of members to the Board of Directors and other business outlined in the agenda.

Three candidates submitted their petitions for candidacy. Their information is included in this packet. Nominations may also be made from the floor at the meeting. A proxy form and voting instructions are included in the attached packet.

This year, the GEN Board also seeks to facilitate Full member agreement to the GEN Memorandum of Understanding (MOU) through a signing ceremony at the AGM. We have enclosed a sample Power of Attorney authorization form for those of you who will require delegation of that responsibility to be able to sign this MOU at the AGM. Please feel free to use your own form or method as necessary.

Sincerely,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Catherine Sheehy".

Catherine Sheehy, PMP, ISSP-SA
Secretariat
Global Ecolabelling Network, Inc.



GLOBAL ECOLABELLING NETWORK
24th ANNUAL GENERAL MEETING
09:00, Thurs. Oct. 12, 2017
TCO Offices, Linnégatan 14, 114 47 Stockholm, Sweden

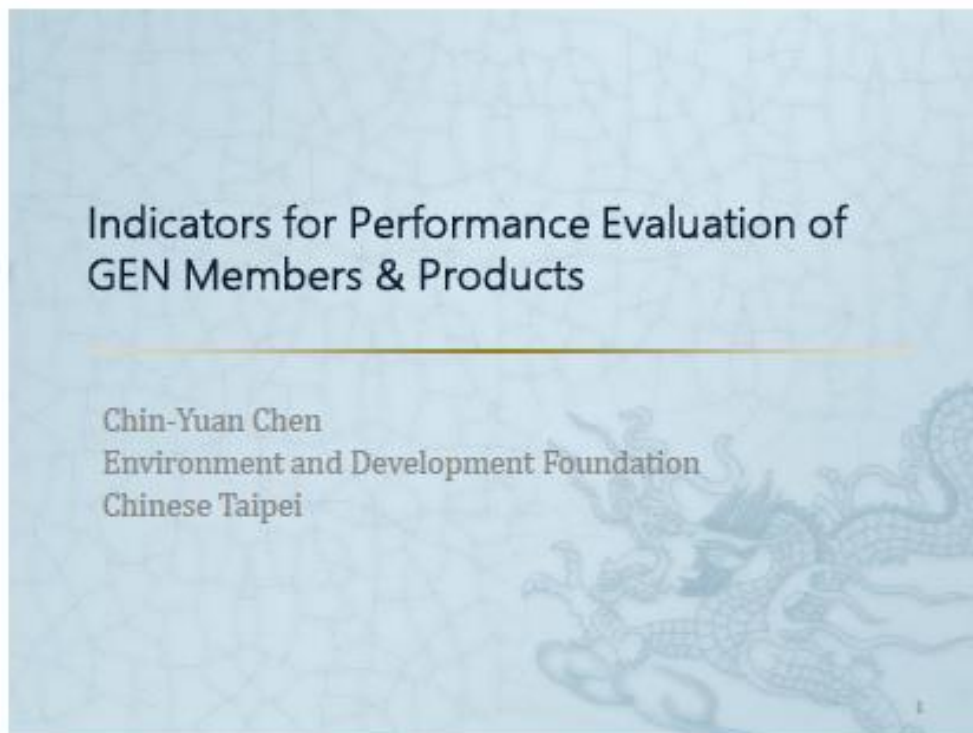
FINAL AGENDA

- 1. Opening of the Meeting & Introduction**
GEN Chair, Bjorn-Erik Lonn
- 2. Appointment of Drafting Committee for 2017 Annual General Meeting (AGM)**
Record of Decisions
- 3. Approval of 2017 Annual General Meeting Agenda**
- 4. Approval of Meeting Minutes and List of Participants from 2016 AGM**
For decision.
- 5. Update from the Board: Activities Since 2016 AGM**
For information; information to be presented at the AGM.
- 6. Secretariat Work Report**
For information.
- 7. Strategic Issues and Activities**
 - 7.1. Communications and Outreach**
For information; information to be presented at the AGM.
 - 7.2. 2018 Work Plan**
- 8. Applications for GEN Membership**
For discussion and decision.
- 9. GENICES & Member Collaboration**
 - 9.1. Presentation of GENICES certificates**
 - 9.2. Updates to GENICES Requirements**
 - 9.3. MOU Signing Ceremony**
- 10. Approval of Secretariat 2018-2020**
- 11. Financial Matters**
 - 11.1. Acceptance of 2016 Finalized Financial Statements**
For discussion and decision.



- 11.2. Status of 2017 Budget Activities YTD**
Presentation of budget status.
- 11.3. 2017 Financial Statements: Appointment of Financial Statements Review Committee**
For discussion and decision.
- 11.4. 2018 Budget Proposal**
- 11.5. Announcement of Treasurer for 2018**
For information.
- 12. Election of Directors for 2017**
 - 12.1. Election of Directors**
 - 12.2. Selection of 2018 Nominations Committee**
 - 12.3. Recognizing volunteers**
- 13. Date and Place of Next Annual General Meeting**
For discussion and decision.
- 14. Workshops and Presentations**
- 15. Review and Acceptance of Record of Decisions**

附錄四：環發會提出之“Indicators for Performance Evaluation of GEN Members & Products” 報告



Major Difficulty



**Members are so different
(Criterion scope, product
classification, license number, etc...)**

3

Possible Solution I - Harmonized System

- Adopt unified criterion classification system (e.g., HS Code), reclassify product group, recalculate product & license number, etc...
- Develop common indicators for 3rd party performance evaluation.
- GEN perform performance evaluation periodically on members.



Advantage	Disadvantage
1. Can reflect "actual" performance of members	1. Resource consuming, may not be affordable
2. Can generate more quantitative result	2. Not easy to reach consensus
3. May also create benefit to other inter-member cooperation	3. Confidentiality problem

4

Possible Solution II - Self Evaluation System

- Each member performs self evaluation with common indicators to avoid inter-member difference problem.
- Monitor performance change with time.
- GEN report overall change rate collected from members



Advantage	Disadvantage
1. Avoid inter-member difference problem	1. Results from different members are not comparable
2. No impact on existing systems	2. Show overall trend only, not "actual" performance
3. Feasible & affordable	

5

Suggestion



Major Concern : Feasibility

6

Performance Expectation for GEN Members

For External Activities

- Improve the awareness & credibility of the label
- Increase the incentives (e.g., GPP, GC*, recognition by other labelling systems)
- Mutual recognition with other ecolabels
- Increase number of licensees & licensed products
- Increase total sales of licensed products

* Green Consumption by the Private Sectors

7

Performance Expectation for GEN Members

For Internal Activities

- Increase number of criteria
- Increase the environment benefits of criteria
- Improve the quality of operations
- Improve the efficiency of certification process
- Improve financial sustainability

8

Indicators & Evaluation Method for Individual Member

Performance Expectation (external)	Indicators	Evaluation Method	Data Availability
1. Improve the awareness & credibility of the label	1. Public's awareness of the label 2. Percentage of consumers who trust the label	Market survey	●
2. Increase the incentives	1. The annual purchases of labelled products/ services by GPP, GC, or other credible label system(s).	Quantification of the total purchases	●
3. Mutual recognition with other ecolabels	1. Pass GENICES peer review 2. Number of MRAs signed	Number of MRAs signed Number of products licensed through MRA	★
4. Increase number of licensees & licensed products	Number of licensees & licensed products	Number of licensees & licensed products	★

★ Data currently available
 ● Partial data available or data capture easily achievable
 ■ Difficult to capture data

9

Indicators & Evaluation Method for Individual Member

Performance Expectation (external)	Indicators	Evaluation Method	Data Availability
5. Increase total sales or market share of licensed products/ services.	1. Total sales of licensed products/ services 2. Market share of type 1 products/ services	Collect the total sales of licensed products/ services Calculate the market share if possible	●

- ★ Data currently available
 ● Partial data available or data capture easily achievable
 ■ Difficult to capture data

10

Indicators & Evaluation Method for Individual Member

Performance Expectation (Internal)	Indicators	Evaluation Method	Data Availability
1. Increase number of criteria	Number of criteria	Number of criteria	★
2. Improve/maintain in the quality of criteria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transparency of criteria development and revision 2. Interval of criterion review/revision 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Number of approaches that stakeholders can participate in the process (e.g. public hearing, consultation meeting, online communication) 2. Examine the Interval of criterion review/revision 	★
3. Increase the environment benefit of criteria	Environment benefit of criteria	Environment benefit analysis	—
4. Improve the quality of operations	Accreditation certificates (GENICES, ISO/IEC 17065, etc.)	Number of accreditation certificates	★

- ★ Data currently available
- Partial data available or data capture easily achievable
- Difficult to capture data

11

Indicators & Evaluation Method for Individual Member

Performance Expectation (Internal)	Indicators	Evaluation Method	Data Availability
5. Improve the efficiency of certification process	Average working days for certification	Count average working days for certification	★
6. Improve financial sustainability	Financial sustainability	Financial report	—

- ★ Data currently available
- Partial data available or data capture easily achievable
- Difficult to capture data

12

Draft Checklist for Member's Performance Evaluation

Name of member organization:

Name of ecolabelling program:

Number of employees involved:

Annual budget:

Survey questions	This year (2017)	Last year (2016)	Change
1. Consumers' awareness of your ecolabel	<u> </u> % <input type="checkbox"/> no data	<u> </u> % <input type="checkbox"/> no data	<u> </u> % <input type="checkbox"/> no data
2. Consumers' confidence/trust in your ecolabel	<u> </u> % <input type="checkbox"/> no data	<u> </u> % <input type="checkbox"/> no data	<u> </u> % <input type="checkbox"/> no data
3. Annual sales (revenues) of all ecolabelled products	<u> </u> (USD) <input type="checkbox"/> no data	<u> </u> (USD) <input type="checkbox"/> no data	<u> </u> % <input type="checkbox"/> no data
4. Annual purchases of ecolabelled products through GPP or other green purchasing systems	<u> </u> (USD) <input type="checkbox"/> no data	<u> </u> (USD) <input type="checkbox"/> no data	<u> </u> % <input type="checkbox"/> no data
5. No. of MRA(s) signed with other labeling programs/organizations	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u> %
6. No. of ecolabelled products awarded through MRA activities	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u> %

13

Draft Checklist for Member's Performance Evaluation

Survey questions	This year (2017)	Last year (2016)	Change
7. Total number of ecolabelled products (cumulative)	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u> %
8. Total number of ecolabelled products (currently valid)	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u> %
9. Total number of product criteria (currently valid)	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u> %
10. Interval (year) of criterion review/revision	<input type="checkbox"/> 1-3, <input type="checkbox"/> 3-5, <input type="checkbox"/> over 5 yrs	<input type="checkbox"/> 1-3, <input type="checkbox"/> 3-5, <input type="checkbox"/> over 5 yrs	
11. Parties participated during criterion review/revision process	<input type="checkbox"/> industry <input type="checkbox"/> consumer groups <input type="checkbox"/> academia <input type="checkbox"/> government <input type="checkbox"/> other (<u> </u>)	<input type="checkbox"/> industry <input type="checkbox"/> consumer groups <input type="checkbox"/> academia <input type="checkbox"/> government <input type="checkbox"/> other (<u> </u>)	
12. Conduct study of environmental benefits resulting from ecolabelled products	<input type="checkbox"/> yes <input type="checkbox"/> no	<input type="checkbox"/> yes <input type="checkbox"/> no	

14

Draft Checklist for Member's Performance Evaluation

Survey questions	This year (2017)	Last year (2016)	Change
13. If such environmental benefits studied, the benefits include:	Saving or reduction: Electricity: (kWh) Water: (M ³) Carbon: _____ (kgCO ₂ e) Other: _____	Saving or reduction: Electricity: kWh Water: (M ³) Carbon: _____ (kgCO ₂ e) Other: _____	_____% _____% _____% _____%
14. No. of third party accreditation(s) (e.g., GENICES peer review, ISO/IEC 17065) your ecolabel certification process received	_____	_____	_____%
15. Average time required to conduct certification process for ecolabel applications	_____	_____	_____%

15

Possible Results



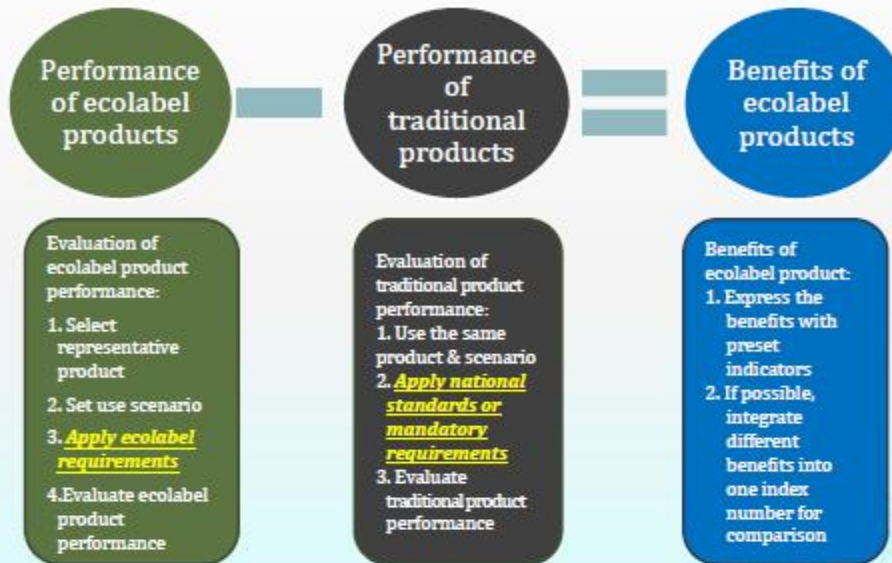
The average performance change of all members (actual value)



The performance analysis of GEN members on specific indicators

16

Indicators & Evaluation Method for Ecolabel Products



17

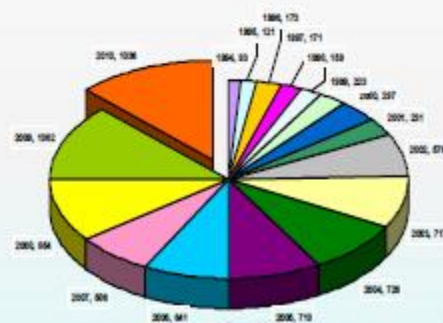
Benefits of GPP

Actual environment benefit

Since 2010, Taiwan EPA began to analyze the environment benefit achieved by GPP.



Environmental Benefit Index = 4.74



$$\text{Total Benefit} = (\text{Benefit of product}) \times (\text{Volume of GPP})$$







18

Performance Expectation for Ecolabel Products

- Reduce toxicity and pollution to the environment
- Reduce resource consumption
- Reduce operation cost
- Encourage the use of recycled material
- Carbon reduction

19

Indicators & Evaluation Method for Ecolabel Products

Performance Expectation	Indicators	Evaluation Method	Data Availability
1. Reduce toxicity and pollution	1. Toxic chemicals restricted by ecolabel criteria	1. Analyze the toxicities of chemicals	
	2. Air pollution reduction 3. Water pollution reduction 4. Solid waste reduction	2. Analyze the reduction of pollutant emissions & solid waste	
2. Reduce resource consumption	1. Raw material saved 2. Energy saved 3. Water saved	Calculate the raw material, energy and water saved	
3. Reduce operation cost	Operation cost reduced	Calculate the operation cost reduced	
4. Use of recycled materials	Recycled materials used	Calculate the recycled materials used	
5. Carbon reduction	CO ₂ emissions reduced	Calculate the CO ₂ emissions reduced	

20

Example1 : Hazardous chemicals reduction of home detergents

Related numbers :

- Chemical content limit

Standard	Formaldehyde	Triclosan	Total phosphorus	APEO
National	1000 ppm	3000 ppm	2%	0.1%
GM	15 ppm	5 ppm	0.1%	0.05%

Scenario assumption:

- Product capacity – 1000g/bottle

Hazardous chemical reduction :

(National limit – GM limit) * Product capacity = Hazardous chemical reduction/ product

HCHO : 985 mg Triclosan : 2.995 g TP : 19 g APEO : 0.5 g

21

Example 2 : Energy saving, CO₂ reduction, operation cost saving of GM passenger car

Related numbers :

- Fuel consumption – National : 13km/L, GM: 16.5 km/L
- Fuel price – 25 NTD/L
- CO₂ emission factor of fuel - 2.2631 kg CO₂/L

Scenario assumption:

- Travel distance – 12000km/year

Energy saving calculation :

$$12000\text{km/year} \div 13\text{km/L} - 12000\text{km/year} \div 16.5\text{km/L} = \underline{195.8 \text{ L/year}}$$

CO₂ reduction calculation :

$$195.8 \text{ L/year} * 2.2631 \text{ kg CO}_2/\text{L} = \underline{443.1 \text{ kg CO}_2/\text{year}}$$

22

Example 2 : Energy saving, CO₂ reduction, operation cost saving of GM passenger car

operation cost saving calculation :

$$195.8 \text{ L/year} * 25 \text{ NTD/L} = 4895 \text{ NTD/year}$$

23

Example 3 : Material saving & Use of recycled material of GM recycled toilet paper

Related numbers :

- Recycle content requirement – National : none, GM: 100%
- Process loss – pulp 50%, toilet paper 10%, total loss 55%

Scenario assumption:

- Product capacity – 12.48 kg/box

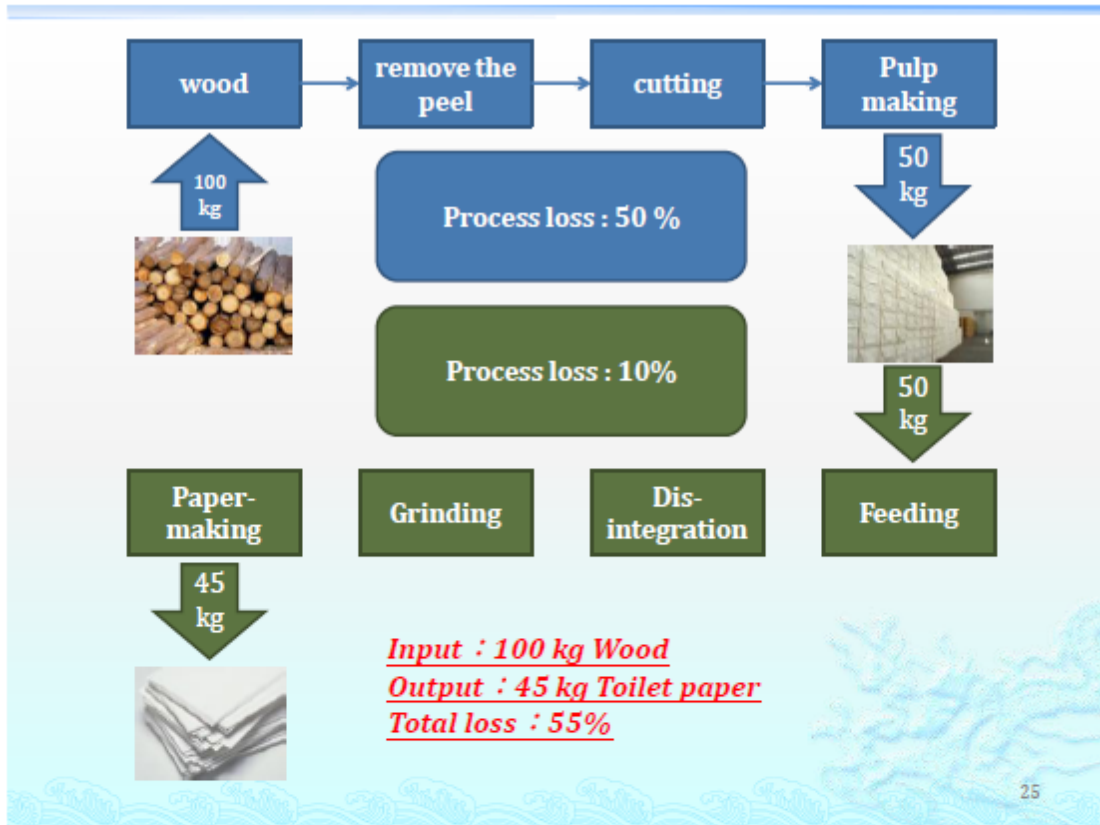
Material saving calculation :

$$12.48 \text{ kg/ box} \div (1-0.55) \times 100\% = 27.74\text{kg/box} \text{ (wood)}$$

Use of recycled material calculation :

$$12.48 \text{ kg/ box} \div (1-0.1) \times 100\% = 13.87\text{kg/box} \text{ (waste paper)}$$

24



25

Conclusions

- Universal indicators, local meters
- Change rate or actual value
- Product performance : important but hard

Discussion

Need other indicators?

Which indicators can we afford?

26

附錄五

公務出國期間國外人士個人資料彙整表

會議/活動名稱	姓名	單位及職稱	國別	專長領域	會晤日期	聯絡電話	電子郵件	我方接洽者姓名職稱	交流內容	備註
Putting Words into Actions” 永續生產消費國際研討會	張小丹女士	中環認證中心總經理	中國	環保標章、低碳標章、碳交易	106.10.10	+86-10-59205802	zhangxd@mepccc.com	蔣憶玲 幫工程司	1. 禮貌性交流，建立聯繫管道 2. 中國大陸政府綠色採購現況了解	張小丹女士為現任 GEN 董事
瑞典 SSNC 標章 Willy's 超市參訪活動	Ms. Eva Eiderstrom	The Swedish Society for Nature Conservation, Manager	瑞典	環保標章	106.10.11	+46 08 7026500	eva.eiderstrom@naturskyddsforeningen.se	蔣憶玲 幫工程司	1. 瑞典 SSNC 標章服務業標準重點 2. 連鎖超市申請環保標章方式，是否須逐店提出申請 3. 為何納入有機食品，標章選擇方式。	Ms. Eva Eiderstrom 長期擔任 GEN 董事
2017 全球環保標章網路組織(GEN)年會	Mr. Bjorn-Erik Lonn	Nordic Ecolabelling Board, General Manager	挪威	環保標章	106.10.12	+47 95855871	bel@ecolabel.no	蔣憶玲 幫工程司	1. 介紹我國環保標章進展 2. 表示我方對於國際合作之重視，並樂意配合 GEN 推動區域性環保標章合作 3. 致贈我方準備之紀念品	Mr. Bjorn-Erik Lonn 為現任 GEN 主席
2017 全球環保標章網路組織(GEN)年會	Linda W.P.HO	Green Council, General Manager	香港	環保標章與其他綠色生活措施推動	106.10.12	+852 28101122	lindaho@greencouncil.org,	蔣憶玲 幫工程司	1. 交換於香港推動民間企業綠色採購之心得與可能困難 2. 了解 2017 香港綠色	何女士為香港環保促進會負責人，亦為香港環

會議/活動名稱	姓名	單位及職稱	國別	專長領域	會晤日期	聯絡電話	電子郵件	我方接洽者姓名職稱	交流內容	備註
									日之推動與執行過程。	保標章主持人
GEN Workshop	Mr. Guy Ladvocat	Associação Brasil de Normas Técnicas, System Certification Manager	巴西	環保標章	106.10.12	+55 21 3974-2306	guy.ladvocat@abnt.org.br	蔣憶玲 薦任科員	<ol style="list-style-type: none"> Mr. Ladvocat 對我國綠色採購評價甚高，另對我國電子化驗證系統印象深刻。 Mr. Ladvocat 對我國環發會之標章驗證品質印象深刻，並曾執行對環發會之 GENICES 同行評鑑。 	Mr. Guy Ladvocat 為現任 GEN 董事
GEN Workshop	Mr. Hiro Koayashi (小林弘信)	Japan Environment Association (JEA)	日本	環保標章國際合作	106.10.12	+81 3 5643 6255	hiroyuki.kobayashi@ecomark.jp	蔣憶玲 薦任科員	<ol style="list-style-type: none"> 小林先生表示十分希望能針對台日影像設備產品完成相互承認合約換約。 小林先生表示，透過相互承認，日本 Eco Mark 與德國藍天使標章，已完成 800 件以上產品之直接交互發證。 	小林先生負責日本環保標章之國際合作業務