

台灣中小企業零碳排策略

文 | Jenny Chang, Senior Director, Ipsos

前言

「臺灣 2050 淨零碳排放路徑及策略」，旨在提供淨零之軌跡與行動路徑，以促進關鍵領域之技



術、研究與創新，引導產業綠色轉型。「2050 淨零轉型」不僅攸關競爭力，也關係環境永續，透過發展循環經濟，打造具競爭力且安全之各項轉型策略及治理基礎，來促進經濟成長、帶動民間投資、創造綠色就業、達成能源自主，並造就社會福祉，進而提升台灣國際競爭力。^[1]

根據 IPCC 定義，「淨零碳排」是指在特定的一段時間內，將“全球人為造成的溫室氣體排放量極小化”，再用負碳技術（碳捕捉、再利用）或是自然碳匯（森林或海洋吸收碳）等方法抵消。企業目前能夠透過運用減碳技術（如：設備更新）進行能源管理以改善能源使用效率，或創造低碳商業模式，來達到減碳目的。^[2]

本文的中小企業包括：餐飲業者、旅宿業者、傳產業者以及其他各類型中心企業等等，對他們在零碳排的認知、目前減碳措施有哪些作為、未來減碳的規劃以及對轉型的期待方面進行探索。

中小企業對零碳排的認知與作為，可分為三個面向來探討

1. 中小企業對淨零碳排的認知落差頗大

中小企業對「淨零碳排」的理解程度隨著企業規模和產業別的不同有著很大的落差，較具規模的企業理解度和落實度普遍高於較小規模和傳統產業，涉及的領域包括環保、節能減碳議題、汰換老舊設備時考量自身經濟能力可承受的範圍來決定哪些要局部置換、及環保愛護地球行動等等，因此“綠色永續議題”也常會被認為等同於是“淨零碳排議題”的想法。

大多數中小企業主透過媒體、報章雜誌、往來客戶、政府公文等等管道聽過「淨零碳排」此名稱，然而僅少數具規模的企業對淨零碳排有較完整的概念並能說明碳排放、碳權、碳交易、種植樹木吸收碳等相關概念，其餘多數皆只粗略了解一二。企業通常採取簡單節能措施如購買省電燈泡、變頻冷氣、採購電動車、推廣無紙化、減塑、安裝太陽能板等等來推動「淨零碳排」；然而多數中小企業主對於這些措施所能產生的節能減碳效果多數是不太理解，對於減少碳排、碳排放的機制、淨零碳排的計算和成效、及如何更大規模實行節能減碳等等，知識也非常有

限。

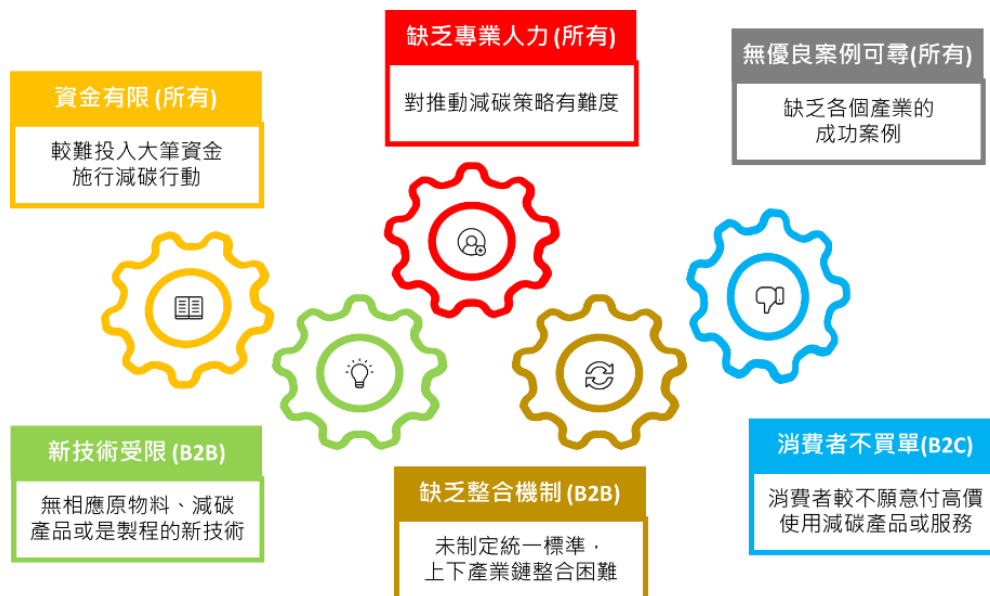
2. 中小企業採用的減碳策略多數以減少支出等「節流」為主要目的

「減碳策略」是個遠大名詞，多數中小企業主並無真正有規劃性地實施所謂減碳策略。「減碳策略」原始出發點主要是以減少支出來提高收益為前提，例如：優化日常資源使用，推行數位系統逐漸落實無紙化政策、置換燈泡/變頻空調/電動或柴油或油電混合汽車等節能電器設備、宣導廠房不使用的區域隨手關閉照明和空調、安裝太陽能板、推行廢料可再利用的分類、使用再生材質或是減少產品包裝、旅宿業者配合政府政策宣導愛護地球請旅客自備盥洗用具、提供清洗掛牌只在需要時才更換浴巾毛巾被單等等各種措施來達到減碳節流效益，以及在消費端的公開場所控制空調溫度達到節能目的。

上述所列多屬表層措施，也比較能被企業主接受和落實，至於進一步如碳盤查、碳足跡、碳權、碳交易等等，中小企業主對其感受薄弱，除非是有專人指導且對其營收有所助益，否則多數認為那些是給大企業家去關心的議題。

3. 中小企業實施零碳排面臨諸多挑戰且實施困難重重

所有產業均面臨幾個共同的問題，包含：資金有限只能階段性落實減碳目標、缺乏專業人力來推動減碳規劃和實施、無行業的成功案例可參考導致一路摸索且走且看成效不彰；某些個別產業對投入減碳新技術研發無論是資金、或是減少原物料開採過程、和加工製造過程的減碳排放技術等，在短時間內較難實現，此外，就技術面而言也缺乏出口的國際競爭優勢；再者，行業間的生產規格標準不一，要整合上下產業鏈也是難以實行；推行自動化系統或是數位管理時內部員工不願意學習配合改革的牛步速度，亦是企業的另一挑戰。就消費端，有些餐飲業者或是旅宿業者倡議提供減碳商品或服務時，消費者對須付較高費用獲得對這些商品或服務，這種情況大半不被消費者所接受，因此推行「零碳排」無論是在企業端或是消費端阻礙極多。



諸多挑戰有待一一克服才能落實臺灣 2050「淨零碳排放」的願景。

業者服務的一般消費對象對於節能減碳的態度又是如何呢？

Ipsos Taiwan 於近期在台灣地區針對 11,000 消費者就節能減碳的行為態度進行訪問調查。從調查結果約有八成的消費者表示支持節能減碳。在實際行為上，台灣消費者約有四成五表示旅遊住宿會自備盥洗用具；三到四成願意減少一些便利性來支持節能減碳的行動，例如購買咖啡或手沖飲料時自備杯具、自備環保餐具而減少一次性餐具使用、或盡量減少使用過度包裝的產品。此外，消費者在日常工作或生活也願意以實際行動支持節能減碳：五成三願意多使用行動載具電子發票而不列印紙本發票、四成六願意使用節能商品、三成五盡量不列印文件或使用二手紙列印。消費者在交通方面也逐漸落實節能減碳意識：近兩成為了節能減碳會盡量搭公車騎腳踏車、而減少開車騎機車的頻率，近一成已經有購買電動或油電混合型的機車或是汽車。

節能減碳已逐漸成為消費者日常生活的一部份。根據調查顯示，有四成的消費者願意在合理範圍內多付費來展現他們支持的行動，然而，依然有六成的消費者雖然支持節能減碳的行動，但卻希望產品售價不變，除非商店或是服務有提供誘因。例如，若回收舊品可以適度折抵新品價格，約五成五消費者願意行動！也有四成以上消費者願意參加活動時取用數位門票以憑數位 QR Code 入場可獲贈紀念品、飯店連住時選擇不清理房間但享部份優惠的方案，顯示只要給予一定誘因，將可明顯提升消費者更願意參與節能減碳活動。

促進中小企業落實零碳排與轉型策略可從三個方向著手：

1. 中小企業對淨零碳排未來的期待與協助需求

資金受限是所有中小企業主的難處，如果可以提供低利貸款或補助來協助解決資金的問題，將會是企業主最期待的協助。其次，協助解決專業人力缺乏的問題，提供專家到廠診斷進行輔導，並確實指出可落實節能減碳的環節及規劃短中長期的實施方案。

就個別產業來看，製造業面臨產業鏈之間缺乏有效整合、上下游無法配合減碳或是技術受限等障礙，因此期待能制定統一規範，協調提供新技術輔導，促進產業鏈整合並共享技術資源；服務業則認為需強化整體市場環境供需雙方的共識，使消費者願意接受減碳商品和服務時必須需付較高費用的認知，並同時給予回饋的誘因來支持業主加入減碳行列的動力。

進一步分析，政府透過宣導，鼓勵中小企業主取得環保節能等相關綠能認證、綠色標章或是減碳技術、結合獎勵方案給予減稅、提供低利貸款以及資金補助，加上專人和技術輔導、計算措施落實後減碳的效益，長期追蹤成效等，將有助於鼓勵中小企業主，無論是設備方面、廠房建構、軟硬體設施，願意投入更多資金在節能減碳效益高的面向，並提高中小企業主參與的意願。

2. 響應企業文化的變革，因應零碳排的趨勢，轉型勢在必行

企業全體響應數位轉型政策已是不可逆的趨勢，外在環節變化快速，提升企業國內外競爭力勢在必行，全盤檢視企業現況與競爭優劣勢態、加強員工創新與科技培訓、尋求外部創新技術、發展內部新事業領域、尋找跨業合作機會、學習運用最新科技建構新的商業模式、提升內部營運效率等，才能接軌多變的局勢，找到企業不被淘汰且可永續發展的長遠規劃。^{[3] [4]}

上述所列多屬表層措施，也比較能被企業主接受和落實，至於進一步如碳盤查、碳足跡、碳權、碳交易等等，中小企業主對其感受薄弱，除非是有專人指導且對其營收有所助益，否則多數認為那些是給大企業家去關心的議題。

3. 提升企業與全民對零碳排的認知與支持

就消費者而言，身為地球的一份子，應當響應關心自然環境、積極加入節能減碳的行列，並投入環保永續愛地球的行動。

未來可以透過媒體宣導和持續教育，讓資訊共享，加快落實步伐，例如：

- 透過新聞媒體及報章雜誌宣導，提供可取得詳細資訊的管道；
- 建立統一提供專門資訊的網站，以供有需求的企業民眾可自行搜尋，依產業別、企

業規模等加以分類，並提供可行的策略方案、對應的企業其成功經驗等等；

- 舉辦講座、說明會，邀請各產業的中小企業參加，吸收或是分享都是很好的舉措；
- 提供吸引消費者的誘因將可望明顯提升其參與節能減碳行為的意願，進而擴大節能減碳商品服務的商機與行銷機會點。

節能減碳既是不可逆的生活型態趨勢，也是企業社會責任的必要方向，更有可能提升相關商機，進而達到企業社會責任與企業利益追求共存的目標。而逐步提升台灣整體市場競爭環境，持續向小企業溝通與宣導對「淨零碳排」的理解程度與接受度，讓企業與品牌創造有利誘因以強化消費者接受意願，都可望為更邁進落實零碳排放的目標，提供永續發展的更大驅動力。

參考資料

1. https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=FD76ECBAE77D9811&upn=5CE3D7B70507FB38
2. <https://www.ipcc.ch/assessment-report/ar6/>
3. <https://leaderweb.com.tw/digital-transformation-case/>
4. <https://tec.ntu.edu.tw/corporateopeninnovation>
5. Ipsos Internal Survey

Ipsos 益普索市場研究

Ipsos是全球頂尖的專業市場調查研究機構，在全球九十個國家及地區設有分公司，在挖掘顧客經驗，執行品牌行銷調查，我們具有創新的思維與先進的科技。我們是世界頂尖企業執行長最信賴的企業顧問，我們也有熟悉各產業的專家協助測量、模擬和管理顧客與員工關係。

想了解更多資訊，請參考 <https://www.ipsos.com/en-tw/solution/overview#category3>
或洽詢我們的研究團隊

研究總監 Jenny Chang

02 2701-7278 ext. 111 Jenny.Chang@ipsos.com