

綠色消費教案

課程名稱	精打細算：綠色消費		
適用對象	社區民眾	適用人數	30-40 人
人力需求	教師 1 名	課程時數	120 分鐘
設計者	張惠玲		
教學地點	室內		
設備需求	投影機、麥克風、雷射筆、相機、紙、筆、電腦、投影機。		
課程設計	<p>本課程以實際消費體驗及議題討論為主，來引導社區民眾進行綠色消費。第一節課程帶領民眾檢視自己的消費行為，並查覺一般消費行為可能對自己與環境造成的危害。第二節課程則提供生活中綠色消費的行動案例，再反思採取綠色消費行為可能遇到的阻礙和較合宜的處理方式，進而讓參與者能選擇友善環境的綠色消費行為。第三節課安排參訪活動，體驗消費行為從購買、使用到回收廢棄的過程，從中奠定良好的綠色消費行為。</p>		
教學目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學習者能檢視自我的消費行為。 2. 學習者能列舉出消費行為可能對環境造成的危害。 3. 學習者能說明綠色消費的意涵。 4. 學習者能做出綠色消費的選擇。 		
教學流程、進行方式	課前準備	時間	評量
	<p>(一)解說者(教師)</p> <p>上課前：蒐集綠色消費相關照片，例如家電類節能標章、食品類的碳標籤、事前找出賣場設有的綠色消費專區等。</p> <p>室內課程：電腦、單槍投影機、螢幕、影片檔、教學簡報、綠色消費行為調查問卷。</p> <p>(二)學員</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 具有一般的消費經驗。 	課前準備	
	課程內容	時間	評量
	<p>活動一 「買尬！」我被設計了嗎？</p> <p>【引起動機】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教師提問並邀請學習者多久換一次手機？換手機的原因是什麼呢？ 2. 教師依序調查學習者更換手機的頻率從 5 年至 1 年，並請學習者舉手。 3. 歸納參與者答案後，告知根據專業研究單位顯示一支智慧型手機的硬體零件約可使用 4-5 年，電池則可使用可 1-2 年。然而，根據一份採樣 3200 人數的民間調查顯示台灣人平均換手機的頻率是 3 年又 2.5 個月。 	60 分鐘	
		5 分鐘	學習者能回答問題

	<p>4. 教師進而引導學員思考：我們自認是個明智理性的消費者，但是為什麼消費行為往往是衝動的？。</p> <p>【發展活動一 買賣前的思考】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教師播放「電燈泡的陰謀」(7min)新聞片段，並簡述該紀錄片的內容：由於廠商推陳出新及促銷的方法，使得很多的消費大眾，未到使用年限，即進行產品更換，因而造成了許多堪用但卻需廢棄的東西，這是經濟學家的行銷策略——「計畫性汰舊」。 2. 教師請學習者思考：生活中還有哪些商品可能是「提早被淘汰」之商品？為什麼？ 3. 教師配合簡報說明一般促銷的商業行為並不會從商品的生產、消費、回收與廢棄等全生命週期的環境衝擊進行考量，因而造成資源耗費、環境的衝擊、也產生了垃圾等問題，如果沒有預先與妥善處理，這些將對環境造成嚴重衝擊。 4. 教師分別舉例不環保的開發原料與產品回收的嚴重性。依序播放「TVBS 新聞-血手機大揭密」(3.45min)以及「電燈泡的陰謀」廢棄物剪輯(10min)片段，用以舉證不環保的消費行為將會耗損資源、衝擊生態環境、危害人體健康。 <p>【發展活動二 我的綠色對策】</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. 教師引導學員思考、討論並回答，生活中有哪些促進消費的手段會讓人們過量購買？什麼樣的行為才是對環境友善的綠色消費行為？ 6. 教師小結：在消費的過程中應避免接受促銷而購買，例如買一送一、銷價競爭、加量不加價…等而產生的過度消費，也應該思考所買的東西是否出於「需求」而非「欲望」或貪便宜，以減少消費帶來的環境污染。 	<p>40 分鐘</p> <p>15 分鐘</p>	<p>學習者能專心觀賞影片</p> <p>學習者能回答問題</p> <p>學習者能專心聽講</p> <p>學習者濃餐與討論並進行分享</p>
	<p>活動二 環保鬥士、綠色鬥智</p>	<p>時間 60 分鐘</p>	<p>評量</p>
	<p>【發展活動一 綠色標章有主張】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教師將學習者依照座位分成六組。 2. 教師分別發下「綠色標章」與學習單，指示學習者將綠色標章與正確的名稱配對，並思考與討論在哪些商品上看過這些綠色標章？ 3. 教師邀請學習者發表學習單成果，並給予回饋。 4. 教師配合簡報說明各政府機構頒發環保標章的意 	<p>15 分鐘</p>	<p>學習者能參與討論並完成學習單</p>

[menu id=1303](#)

2.教育部校園節能減碳資訊平台 http://co2.ftis.org.tw/pageA3_2.asp

3.經濟部能源局能源效率分級標示系統

<https://ranking.energylabel.org.tw/outweb/product/Approval/list.asp>

4.節約能源園區 <http://www.energypark.org.tw/index.asp>

5.行政院環保署臺灣產品碳足跡查詢資訊網

<http://cfp.epa.gov.tw/carbon/ezCFM/Function/PlatformInfo/FLabelProduct/FLProductInfo.aspx>

6. 電燈泡的陰謀(前言) <https://www.youtube.com/watch?v=8SaYMBBgHkk>

7. 血手機大揭密 https://www.youtube.com/watch?v=_oYFOIII01k

一、綠色標章有主張

標章圖案	<p>環保標章</p> 	<p>資源回收標誌</p> 	<p>省水標章</p> 	<p>節能標章</p> 	<p>碳標籤</p> 	<p>綠建材標章</p> 
<p>意義</p>	<p>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，以提昇環境品質。環保標章係以「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。環保標章之意義即代表該產品經由認證程序，證明除了具有一定的品質之外，亦符合可回收、低污染、省資源之環保實質效益，對於環境具有卓越的貢獻。</p>	<p>依據環保署資料，是基於資源循環再利用、萬物生生不息的精神，就好比是人體血液循環般，當心臟跳動將血液分送到身體各器官使用過後，又會循著靜脈再逆流回心臟產生新的血液供人體使用。這樣的循環過程乃是資源回收標誌所代表的真正意涵。另外，資源回收標誌之式樣跟中文字之『回』字有異曲同工之妙，因此當商品或容器上，標示出資源回收標誌，就是意謂著民眾須做回收之意。</p>	<p>一、箭頭向上，代表將中心的水滴接起，強調回歸再利用，提高用水效率。 二、右邊三條水帶，代表「愛水、親水、節水」，藉以鼓勵民眾愛護水資源，親近河川、湖泊、水庫，並共同推動節約用水。 三、藍色代表水質純淨清徹，得之不易，務當珍惜。 四、整體而言，水資源如不虞匱乏，大家皆歡喜，故水滴笑臉迎人。</p>	<p>電源、愛心雙手、生生不息的火苗，所組成的標誌，就是節能標章。節約能源在省油、省電，以手及心形的圖案意為用心節約、實踐省油省電，而中央圖案為可燃油料以及圖案右方為生活用電，來倡導國人響應節能從生活中的點滴做起。藉由『節能標章』的認證申請及推動，鼓勵廠商提供省能源、高效率的產品，作為消費者購買時優先選購對象，家電產品貼上這個圖樣，代表其能源效率比國家認證標準高10-15%，不但兼顧品質，更能節約耗電。希望藉節能標章制度的推廣，鼓勵民眾使用高能源效率產品，減少能源消耗。</p>	<p>碳足跡標籤(Carbon Footprint Label)，又稱碳標籤(Carbon Label)或碳排放標籤(Carbon Emission Label)，是一種用以顯示公司、生產製程、產品(含服務)及個人碳排放量之標示方式，其涵義是指產品從原料取得，經過工廠製造、配送銷售、消費者使用到最後廢棄回收等生命週期各階段所產生的溫室氣體，經過換算成二氧化碳當量的總和。透過碳標籤制度的施行，能使產品各階段的碳排放來源透明化，促使企業調整其產品碳排放量較大的製程，也能促使消費者正確地使用產品，以達到減低產品碳排放量的最大效益。</p>	<p>綠建材通則的制定是召開各領域之專家會議後彙整共同意見，將四大類(生態、健康、高性能、再生)評估項目中最基礎的要求獨立成為通則部分，其主要的管制意義與目的包括： 1. 綠建材是對環境無害的建材：應確保綠建材標章產品於生命週期各階段中不會造成環境衝擊。 2. 綠建材的規格標準：品質應符合法規及一般功能性要求。 3. 綠建材是對人體無毒的建材：確保對人體不會造成健康的危害。</p>
<p>看過請打✓</p>						
<p>哪些商品上有？</p>						

