

# 碳排放量，先從小日子、小細節 開始斤斤計較！

初探台灣民眾對碳足跡排放的最新認知





## 從日常微處出發，尋找、理解碳足跡！

因應氣候變遷的巨大影響，「減少碳排放量」這個目標至少已在全世界取得一定的共識，儘管各國在時程表與操作方式上還擁有許多歧見；但除了大至國際合作、從國際政治與經濟政策角力的層面上處理，以及社會層次中該如何推動、企業又能扮演什麼樣的角色著墨，除此之外，其實從每個人生活中無數的選擇裡，事實上無意間也處處藏著「碳」議題的玄機。

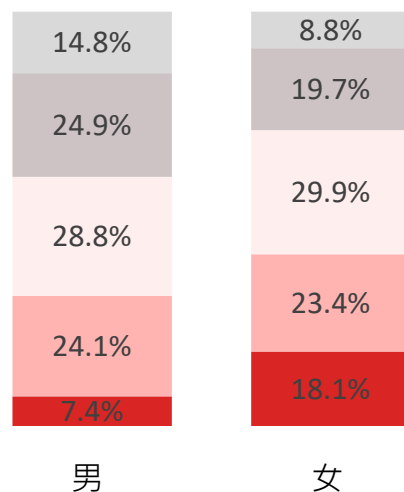
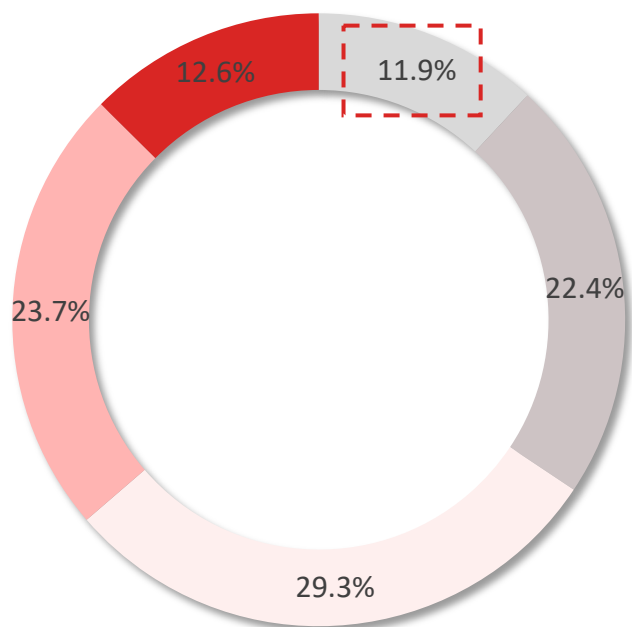
在上次的調查中，我們討論了台灣民眾對於碳足跡、碳排放與碳定價的認知，結果發現民眾對於這些議題雖大多有過聽聞，但整體而言卻不是那麼了解，並且不同群體對認知與興趣程度具相當的差異性。前篇文章初步發掘台灣民眾對於碳議題的認識，並討論造成差異的主因，而這次，我們將透過全球共用、簡單且實際的問題組合，希望能從微觀個人的生活面向，更進一步了解台灣民眾對於生活中碳議題的了解程度。

## 企業實際的減碳計畫相較罕為人知

調查發現，有半數的民眾認為就職的公司沒有減碳計畫，知道公司有減碳計畫並對此有明確掌握的只占11%。儘管台灣在過去已提出「二〇五〇年達到淨零碳排目標」以及早在二〇一五年已通過「溫室氣體減量及管理法」（溫管法），其中也包含碳交易制度，然而因不同產業還在協調當中，並且接下來還有法規緩衝時間，所以即使首先上路的會是對排碳大戶徵收碳費，以及常與排碳大戶重疊的用電大戶被要求必須使用一定比例的綠電，首要其衝主要是項石化、鋼鐵、電力等產業；但其中已有不少業者投資綠電設備，或是購買綠電憑證（如台積電），且已有三分之一、近一百家的企業大戶都成為綠電交易平台的會員。

然而因為法律規定還在逐步推行中，此外目前在台灣受法規影響拘束的公司範圍依舊較為有限，也不難想像這些概念還沒拓展到其他產業別的員工，甚至有相關計畫的公司裡的職員，也不一定真的清楚了解。

民眾是否知道目前任職的公司有任何減碳計畫



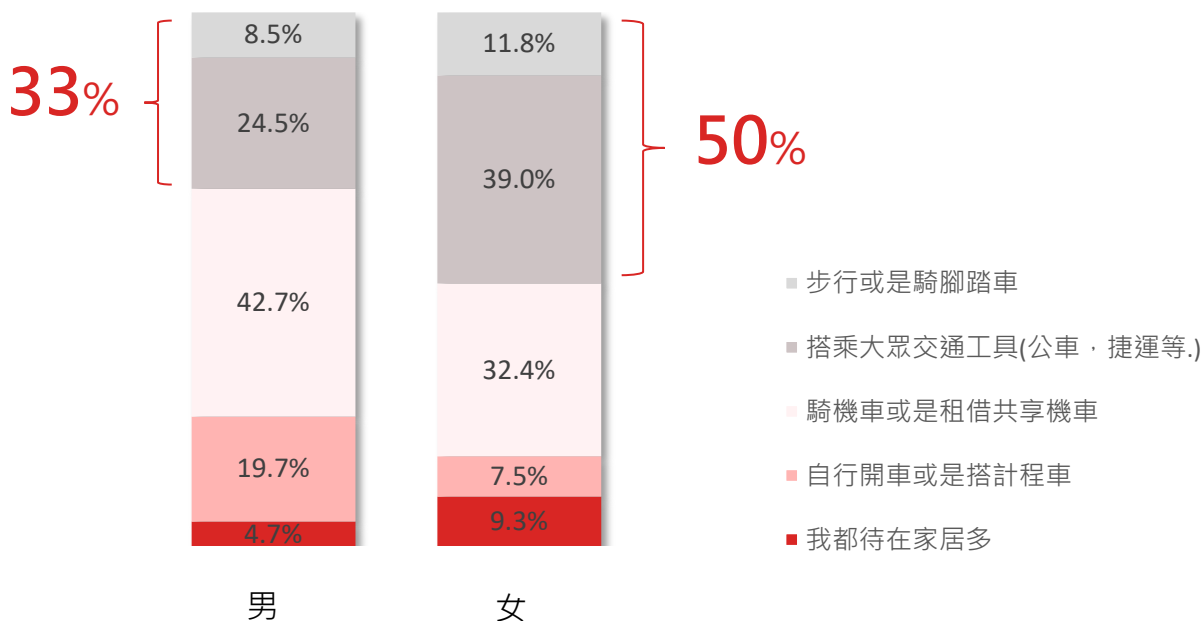
- 知道，且大多員工都對公司的減碳計畫很清楚
- 知道，但大多員工對公司的減碳計畫不清楚
- 就我所知，公司沒有規劃減碳計畫
- 我不知道公司有沒有減碳計畫
- 我目前沒有工作



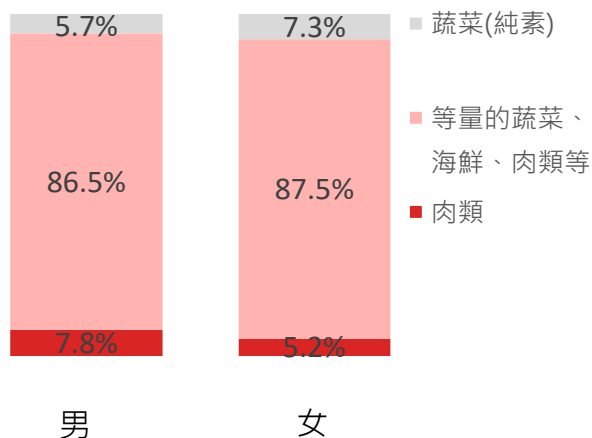
## 性別依舊是碳足跡差異主因

如果就個人碳足跡的另一個重要面向，以交通通勤的狀況而言，男性步行 / 騎腳踏車加上搭乘大眾交通工具的比率為33%，遠低於女性的50%。儘管在疫情影響下，選擇自行騎車或開車的人應該會有所增加，但這裡顯示出在經濟基礎或通勤習慣或其他考量的影響下，男性有約六成選擇自行開車 / 搭計程車，或者騎機車（包含共享），顯示出在移動所呈現出的碳議題影響上，不同性別者做出了迥異的的選擇。與之相反的，在食物攝取與（非日常用品的）購物上，調查中所呈現的性別比率圖像則沒有太明顯激烈的差別。

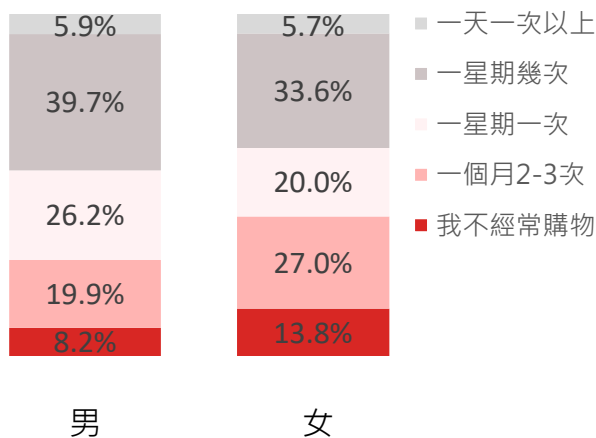
### 民眾如何通勤和最常使用的交通工具



### 民眾日常三餐攝取的食物



### 民眾非日常用品的購物頻率

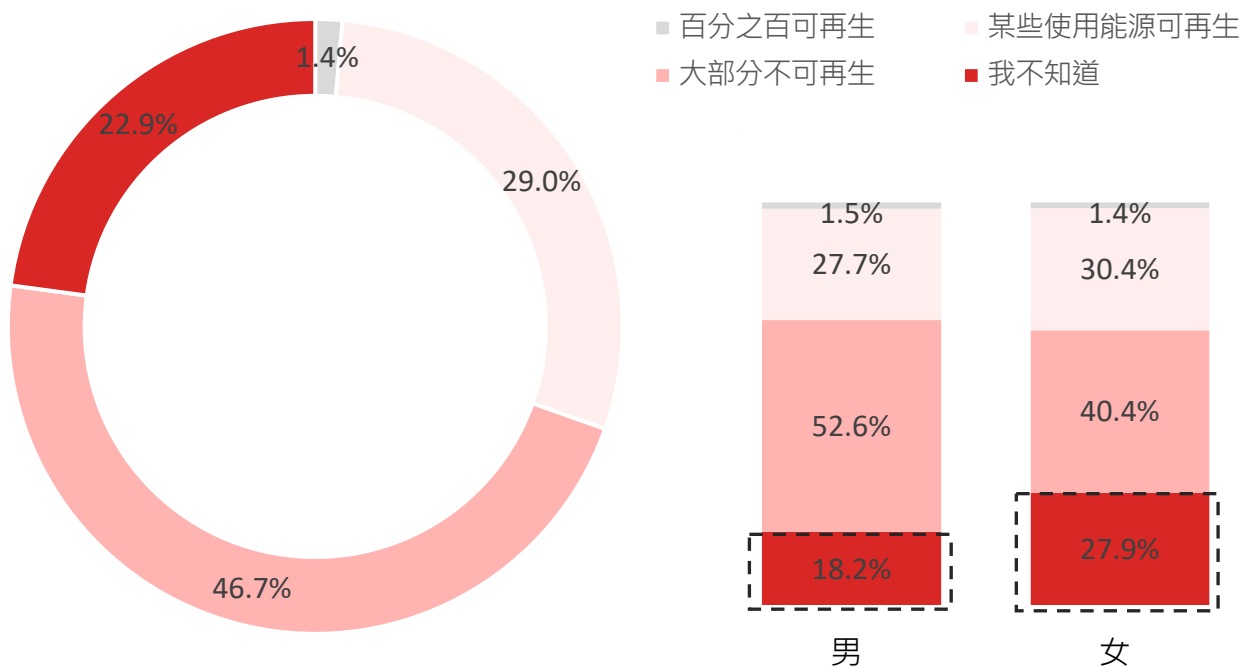




## 家中能源來處恐成最大謎團

更進一步詢問民眾在家裡所使用能源的特性，只有1.4%是使用完全可再生的能源，最直接的來源可能像是家中安裝太陽能熱水器；約三成使用可部分再生的能源（例如電力供應來源為水力、汽電共生之垃圾及沼氣）；有約47%是大部分不可再生的能源；而不清楚家中能源特性的部分則占了約23%。這顯示出在民眾的認知中，約三成的家用能源來源是可再生（或部分再生的），47%則是不可再生的。然而不清楚的比率也相當的高，更細緻來看，女性回答不清楚的比率占約28%，男性則為18%，這可能也意味著民眾對於家用能源的來源並不是非常清楚，甚至是相當困惑的。這個謎團可能需要更多的資訊揭露，才能讓民眾更清楚知道家中重要的能源，究竟從何而來？又耗費了多少的碳足跡？

### 民眾在家使用的能源





## 台灣人民平均碳足跡量多，占世界上第22名

在<https://clevercarbon.io/quiz/> 這個希望推廣民眾用簡單、有趣的方式更了解碳議題的倡議網站中，其中一份報告便在闡述，在依國家碳排放相較於國民人數的比率中，每個人所分配的CO2值平均值的數據中，台灣民眾在118個國家區域中，名列數量高居第22位，高於第23位的日本；而亞洲鄰國包含新加坡名列第6、南韓18、中國52、菲律賓排名92。當然，這與每個國家的產業結構、人民人口數量與發電能源的組成來源息息相關，但不可諱言的是，台灣還有相當大的進步發揮空間。

正如hashtag所揭示#clevercarbondecisions，每個人都有機會在碳議題上做出聰明、有創意的選擇。然而能夠做出選擇的前提，正在於必須擁有正確且清晰的資訊，而這正是調查中發現目前台灣民眾對於碳足跡認識有所不足之處。然而掌握資訊，做出聰明選擇，隨時需要更多人的參與，而且永遠都不嫌晚！

執行單位：z.com Engagement Lab  
調查日期：2022年2月8日-2月10日  
調查方法：網路調查  
調查對象：18 至 60 歲的台灣民眾  
樣本數：914份  
筆者：許月苓