



節能標章全球資訊網
<http://www.energylabel.org.tw>

節能標章線上申辦
<http://www.energylabel.org.tw/energylabelapply/login.asp>

節能標章推動小組諮詢專線
0800-668268



能源效率分級標示管理系統
<http://ranking.energylabel.org.tw>

能源效率分級標示諮詢專線
02-8772-8082 轉 591 或 595

節能標章與

能源效率分級標示

107 年度 第壹季



線上瀏覽季刊



工業技術研究院
Industrial Technology
Research Institute

HITACHI

頂級
空調

日立變頻多聯式空調

Set-Free

完美的空間設計，從空調開始。

日立變頻頂級空調，
高科技的變頻技術加上智慧中央管理網路系統，
讓人安心、信賴，
隨心所欲享受極致舒適的優質生活。

日立冷氣 榮獲商務人士理想品牌No.1*



4~96HP Max.1對64

輕量

小型化
室外機

多樣

7種
室內機型式

節能

自控
省電機能

換氣

全熱
交換器

智慧

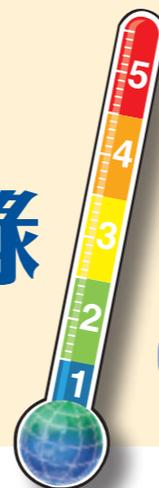
中央管理
網路系統

專業

日本日立
變頻技術

* 依據2017年刊商務人士理想品牌調查

目錄



節能標章

與



能源效率分級標示

107年度 第壹季

CONTENTS

科技視窗

04 俄羅斯能源週與莫斯科市綠能建設參訪報導

主題分享

12 居家生活小撇步
做好防潮準備，梅雨季不再讓你濕答答！

資訊看板

- 16 能源效率 OPEN DATA 看這裡
- 18 106 年度標章與標示民衆認知度調查研究之消費者行為探討
- 44 106 年度節能標章標示正確性網路稽查概況－獲證公司
- 54 107 年度節能標章獲證產品之能源效率抽測名單決定及抽測作業說明
- 58 「節能標章與能源效率分級標示」會議暨活動行事曆
(107 年度 1 月至 3 月)

獲證商品

- 59 節能標章 107 年 1-3 月核准款數
- 60 節能效率分級標示 107 年 1-3 月核准款數



【消除歧視 性別平等】

《消除對婦女一切形式歧視公約》簡稱CEDAW，
是全球共同遵行的公約，世界共同的潮流，
我國透過立法使婦女在政治、社會、經濟、
就業、文化、教育、健康、法律、家庭、
人身安全等各個領域，
獲得充分的發展與保障，
建立性別平等的幸福社會！

CEDAW

廣告



Panasonic 空調
連續四年 省電第一^{*1,2}



2012-2013
全日本桌球冠軍
福原愛 *福原愛*

日本銷售
NO.1
10年
壓縮機保固
7年
主機板保固

*1 從2015~2018.1.31止。*2 與他社MIT 標章機種比較：2018年1月31日止。依Panasonic雙機一對一空調PX系列(2.2kW-11.0kW) 與他社於能源局網站登錄機種之比較(詳細商品內容請參閱型錄或官網)。*3 Panasonic家用空調為日本銷售第一：數據引用日本經濟新聞出版社所發行之日本經濟新聞社「日經業界地圖」(2018年版) 資料來源：日本冷凍空調工業會。

節能 + 健康 雙科技

全系列CSPF
1級能效 節能標章

ECONAVI 智慧節能科技

nanoeX 健康科技

人體感應 日照感應 雙感應 再省電 32%*

主動淨化空氣 抑制PM2.5達 99%*

19dB
舒適安靜
超靜音

*詳細商品內容請參閱型錄或官網。

俄羅斯能源週與莫斯科市綠能建設參訪報導

張文瑞

工業技術研究院 綠能與環境研究所

一、前言

我國長期參與 APEC EGEE&C[1、2] 工作會議及相關活動，觀摩考察各經濟體實施節約能源的政策與計畫，並與各經濟體維持良好的合作關係，近年於 2012 年與 2016 年分別舉辦第 40 次與第 47 次 EGEE&C 會議及相關研討參訪活動，提升我國在國際能源領域的地位，有助於能源效率管理國際化，落實節能減碳的政策目標。

節能標章推動小組近年來皆派員協助能源局參與 APEC EGEE&C 會議，會議主軸大多著重在各會員國能源效率管理政策制定及推動經驗之分享，相關之資訊有助於我國節能標章及強制性能源效率分級標示制度推動之參考。透過參與會議及相關活動，蒐集與瞭解 APEC 各國實施使用能源設備能源效率管理之現況，觀摩學習 APEC 相關計畫執行內容與研究成果 [3]，並和相關人士交換意見與心得，藉此與 APEC 與會專家建立交流管道，為我國強制性能源標示制度之推動，提供最佳助益。

本文介紹 2017 年 10 月出席 APEC 在俄羅斯莫斯科市所召開之第 50 次 APEC EGEE&C 會議期間，參加俄羅斯 2017 年能源週論壇研討會與莫斯科市區綠能建設參訪行程的報導，作為國內能源效率政策推動及管理業務推展之參考。

二、2017 俄羅斯能源週

本次 APEC EGEE&C 第 50 次會議由俄羅斯聯邦能源部主辦，於 2017 年 10 月 5 日至 10 月 7 日在俄羅斯首都莫斯科市舉行，搭配其國內盛大舉辦的「2017 俄羅斯能源週」（2017 Russian Energy Week）論壇，邀請本次 APEC EGEE&C 專家參與相關論壇。

在 10 月 3 日至 7 日期間，由俄羅斯兩大都市—莫斯科及聖彼得堡舉辦「2017 俄羅斯能源週」（Russian Energy Week, REW 2017）—能源效率與能源發展國際論壇（Energy Efficiency and Energy Development International Forum），期許 REW 成為俄羅斯在能源議題方面，以產業發展為基礎，且符合國際水準的商業交流平台 [4]；REW 論壇中研討許多能源經濟中核心領域的發展，包括原油、天然氣、煤及石化產業等。該活動的目標是論述並展現俄羅斯燃料和能源產業的前景，並且推動國際交流與合作。

本次活動規劃由俄羅斯聯邦及其地方政府機構約 8 千多名代表參與，邀請能源領域相關產業的國內外公司，包括一些科學家與能源專家、年輕工作者等，另外大約 1 千名媒體代表參加本次論壇；國際間來自歐洲、亞洲、澳大利亞、北美和拉丁美洲等約 70 多個國家的代表獲邀參加本次盛會。

俄羅斯能源週舉辦一系列重大活動，包括國際市長高峰會議、第 6 屆莫斯科全球能源 2017 年峰會第 2 天、第 4 屆 ENES 2017 全俄能源節約與能源大賽，以及第 3 屆 MediaTEK 2017 全俄新媒體大賽，燃料和能源產業公司之新聞服務，地方政府行政服務，以及全球 #Brighter Together 全俄節能嘉年華慶典節目介紹等等。

該計畫另一個關鍵部分，是由俄羅斯能源部長亞歷山大·諾瓦克（Alexander Novak），與相關產業的學生及年輕專家舉行一場傳統非正式會議，稱為俄羅斯能源週青年日。REW 論壇也延伸到俄羅斯的聖彼得堡，聖彼得堡國際氣體論壇（the St. Petersburg International Gas Forum）於 10 月 3-6 日在世博會展覽會議中心舉行。本次 REW 活動由 Roscongress 基金會籌辦。

REW 論壇在 10 月 4 日下午正式開幕，以「Energy for Global Growth」為主題，由俄羅斯聯邦總統普丁進行專題演說，並由天然氣出口國論壇（GECF）秘書長、國際可再生能源機構（IRENA）總幹事、石油輸出國組織（OPEC）秘書長等 3 位主導這次研討會。



圖1 2017俄羅斯能源週－俄羅斯電力數位化轉型論壇現場

本次出差期間，10 月 5 日上午至莫斯科世貿中心參與 REW 2017 一場關於主題為「俄羅斯電力數位化轉型論壇」(Realizing the Potential of the Energy Sector--The Digital Transformation of Russian Electricity)，如圖 1 所示。

本次論壇研討重點，摘錄如下：

建構數位化經濟，是俄羅斯總統和聯邦政府今日必須面臨的主要戰略挑戰之一，國家經濟數位化之後關注的重點，應該是數位化衍生的議題及其內涵，而且是否能夠符合每一部門的需求，這是應該重新思考的問題。

由於生產過程會影響到性能表現、勞動生產力，以及能源供應的可靠性與安全性，可以透過數據和資訊的收集，進而瞭解生產過程中的獨立因子。電力部門所面臨最大挑戰，是透過風險管理（risk-oriented management）來提高俄羅斯電網的可靠性和安全性。

數位化科技最大的優勢，在於維持現行的營運成本下，運用有限的資源與資訊，將電力供應的穩定性達到最佳化，並確保供電的安全。數位化的過程，可以針對不同部門用電報告 / 現況與自動監控程序，創造一個很好的契機，並降低營運的負擔。

俄羅斯能源部已經啟動電力部門的數位化計畫，包括數位化電力轉換系統、產業特定需求的開發與驗證等，已由俄羅斯專家團隊投入這些未來性電力技術的研



圖2 莫斯科市中心Bersenevskaya變電站

發，並且在 REW2017 會場中分享。透過來自不同科技公司、研發機構、以及 REW 參加者在論壇上的分享與討論，希望可以促進數位化經濟的建置與實現。

三、莫斯科市綠能建設紀實

本次 EGEE&C 的參觀行程安排在第一天 10 月 5 日下午 4 點至晚上 8 點，由地主國俄羅斯能源部及莫斯科市政府，安排莫斯科市中心 Bersenevskaya 變電站與市區綠能建設參訪行程，這變電站距離克里姆林宮僅 400 公尺，外觀如圖 2 所示，坐落在莫斯科這個特大城市中心，因此這變電站對設備和安裝的要求非常嚴格，外觀完全沒有電纜線及配電裝置，整體的景觀與莫斯科河周邊的歷史古蹟－克里姆林宮、救世主大教堂及牧首橋觀光景點，搭配得得相當協調。

這是俄羅斯 JSC 聯合能源公司的變電廠址，剛好位於俄羅斯河畔的黃金地帶，建造時電力工程師除了原先須符合的高壓電力減壓供電的基礎設施功能外，還要考慮在歷史古蹟周邊的美學考量，使用的設備也極度講究。

參考台電之變電所或變電站的電壓等級與功能，可分為超高壓變電所（電壓 345 千伏降壓為 161 千伏）、一次變電所（161 千伏降壓為 69 千伏）、一次配電變電所（161 千伏降壓為 11.95 或 23.9 千伏）及二次變電所（69 千伏降壓為 11.95 或 23.9 千伏），國外的情形類似，本次參觀的變電站應該屬於二次變電所或更低電壓的輸配站。

用戶端所在的區域，必須經過配電站將電壓降載到適當的電壓，再傳輸到用戶端。配電變壓器運作時，有時候因容量過大而欠載運行的，也有因過載或過電流運行而導致設備過熱，甚至燒 的情況，因此使用良好的控制機器，可以避免前述的

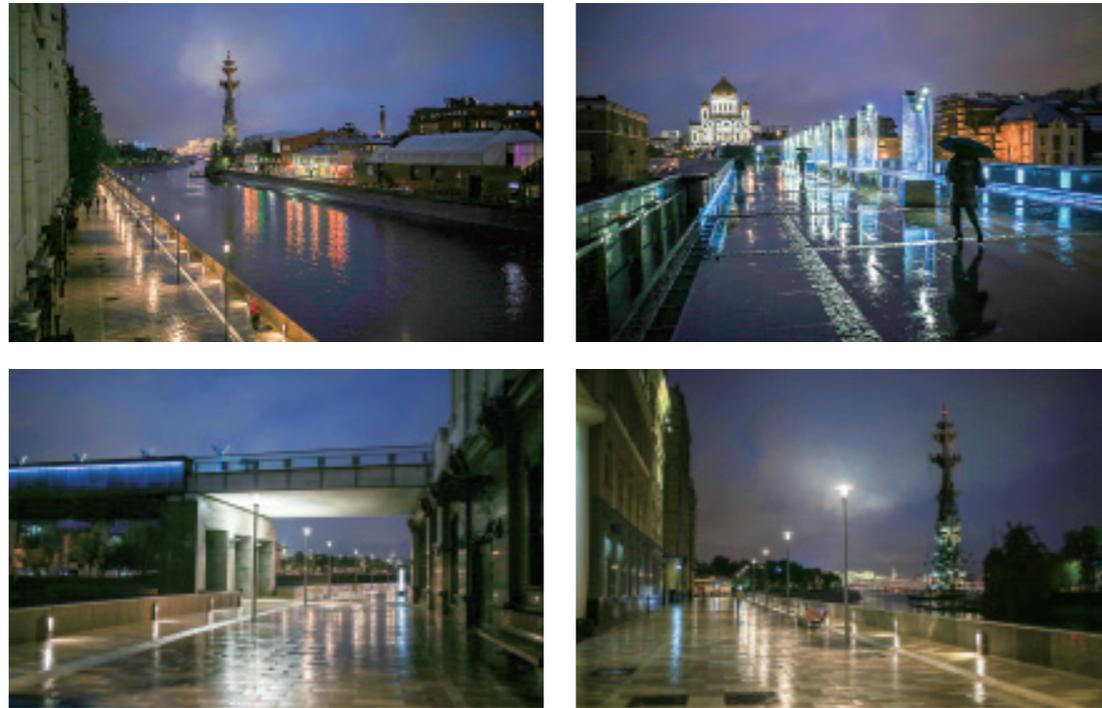


圖3 莫斯科河畔行人徒步區之LED照明裝置

問題。配電電力變壓器是變電站最重要的設施，是用來將某一數值的交流電壓（電流）變成頻率相同的另一種或幾種數值不同的電壓（電流）的設備。

針對用戶端不斷變化的用電需求，這座 Bersenevskaya 變電站採用精密的儀器控制所有的迴路電壓可維持在設定的準位，對異常的斷電或跳脫狀況，也可以及時在控制台顯現，並快速處理。在變壓器的絕緣液體應用上，率先使用合成的絕緣液體，取代傳統的礦物油絕緣液，雖然初期購置成本高出許多，由於新的合成絕緣液使用性能良好，耐久性高出 1 倍以上，因此降低許多維修成本與回收的損耗。Bersenevskaya 變電站採用德國西門子變壓器公司 4 台共計 400 MVA 的酯絕緣變壓器，容量從 6 到 110 kV，提高了莫斯科能源供應的安全性、可靠性和環保性要求。

參訪變電站之後，由莫斯科市政府代表帶領 EGEE&C 專家們，參訪克里姆林宮周邊的景觀建設與綠能設施，如圖 3 所示，主要是沿著莫斯科河兩畔的行人徒

步區與紅場周邊的交通管制措施。俄羅斯近年來經濟發展相當亮眼，也因此投入更多經費在基礎建設、莫斯科核心區的景觀重建與綠能設施、推動大眾運輸系統與大量行人徒步區等等，這些街道是 2016-2017 年在莫斯科舉行「我的街道」改造計畫的一部分，在城市基礎設施中實施高級創新技術，其中包括電纜管道全部地下化，讓城市的天空看不到電線。這些都可以看出俄羅斯對於未來國際競爭所展現的企圖心，相信不久的將來，這個藉由能源輸出賺取外匯的國家，將成為新興的熱門觀光區，賺取更多更環保的觀光財。



圖4 莫斯科「我的街道」都市改造計畫成果

四、結語

本次參加 APEC 第 50 次能源效率與節約能源專家分組工作會議，配合俄羅斯聯邦「2017 俄羅斯能源週」活動，2017 年 10 月 5 日至 10 月 7 日在分別在國立研究大學高等經濟學院（HSE）及 REW 2017 世貿中心 2 個會場召開。

第一天 10 月 5 日行程，在參加俄羅斯能源週當天論壇研討會結束後，由俄羅斯能源部及莫斯科市政府，安排莫斯科變電站與市區綠能建設參訪行程。

藉由參加俄羅斯聯邦主辦第 50 次 EGEE&C 會議的契機，了解俄羅斯近年來在基礎建設、經濟發展、能源供給應用與能源效率研究的成果，不論是再生能源開發、分散式電力系統的整合、電力系統數位化的可行性研究、大數據在能源供給端和能源效率管理的應用、莫斯科核心區的景觀重建與綠能設施、推動大眾運輸系統與大量行人徒步區等等，都可以看出俄羅斯對於未來國際競爭所展現的企圖心，相信不久的將來，這個藉由能源輸出賺取外匯的國家，將成為新興的熱門觀光區，賺取更

多更環保的觀光財；不過莫斯科市區道路與地鐵的英文標示實在非常少，這部分已經有代表跟他們當局反映了。

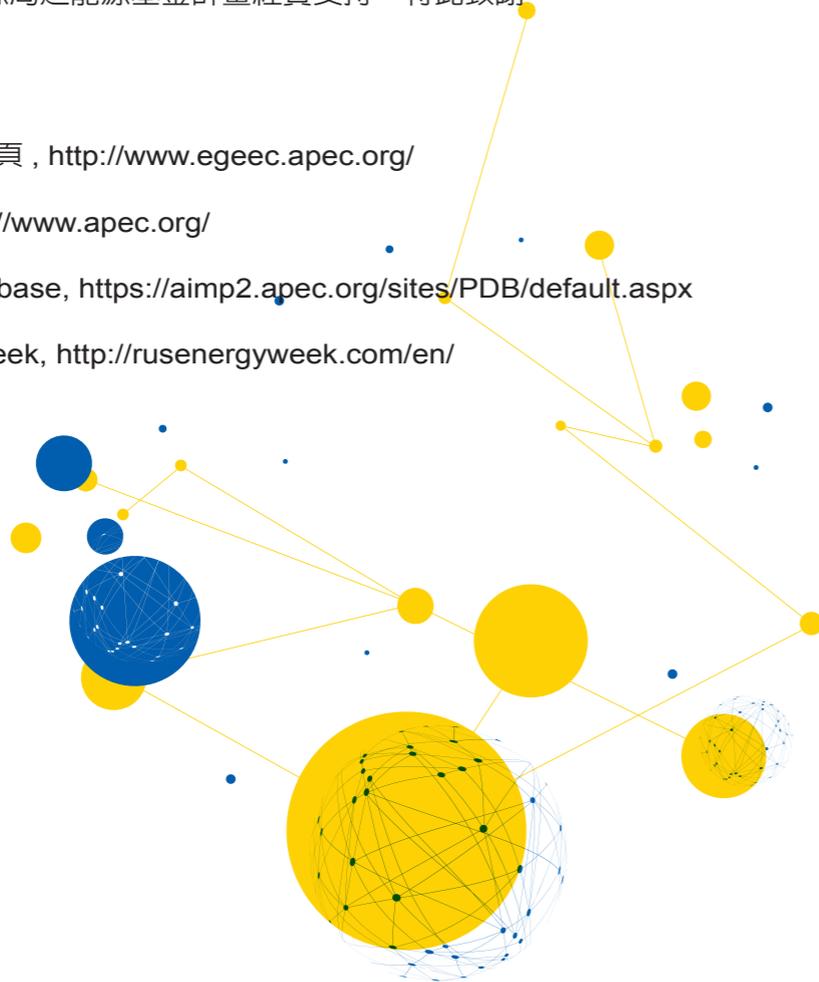
由俄羅斯展現的研究成果發現，他們運用豐富天然資源及廣大土地面積的優勢，應用數位化科技與大數據分析技術，克服地廣人稀所衍生供電的問題，並可以預測未來能源消費國家的需求，掌握國際能源市場的動向。

誌謝

本文承經濟部能源局之能源基金計畫經費支持，特此致謝。

參考文獻

1. APEC EGEE&C 網頁，<http://www.egeec.apec.org/>
2. APEC 網頁，<https://www.apec.org/>
3. APEC Project Database, <https://aimp2.apec.org/sites/PDB/default.aspx>
4. Russian Energy Week, <http://rusenergyweek.com/en/>



建議你購買熱水器、瓦斯爐、煮飯器、抽油煙機、烘碗機、電爐、電熱水器、瓦斯壓力調整器等，請認明TGAS保險安全標章，每五年請更換一次，家庭幸福、安全更有保障。為遠離瓦斯爐具使用與安裝的潛在危險性，應由政府登記合格燃氣熱水器承裝業技術士安裝

居家生活小撇步

做好防潮準備， 梅雨季不再讓你濕答答！

林真君

工業技術研究院 綠能與環境研究所

潮濕的梅雨季節又即將來臨，濕濕黏黏的空氣總是讓你感到不適？介紹你幾招不需要開啓除濕機而且操作簡易的方法，雖然無法像除濕機般在短時間內透過機器運轉就能去除空氣的濕氣，但至少能有效降低體感的濕度。



如果你也有興趣，不妨自己動手試試，也許能夠獲得意想不到的結果。

一、降低屋內的濕度

撇步 1

電扇及循環扇搭配使用（非雨季）

良好的空氣循環會讓濕氣排出屋外，其方法是開啓屋內的窗戶並啓動循環扇；而循環扇的設置位置應遠離並面向電扇，藉以促使空氣循環，濕氣也相對會跟著排出屋外。

撇步 2

善用冷氣機的除濕功能

冷氣機的除濕功能是被認定與除濕機有相同的除濕效果，其中的差異是冷氣機的室外機所產生的熱氣會向外排出，避免在屋內產生中暑的情況；然而，除濕機相較冷氣機的電力消耗低也較經濟實惠。但是如果家中已購置冷氣機，不妨試試除濕功能，讓屋內維持乾燥又舒適的環境。

二、其他的防潮作法（建議在較狹小的空間實作，效果較好）

撇步 1

保特瓶

取一個 2 公升的保特瓶，裝進 8 分滿的水後再放入冷凍庫，待完成結凍後拿出放置在屋內，利用冰塊融解會吸熱、凝結的原理，因為凝結會產生水珠，所以必須用淺盆或盤子承裝並定時清理，避免水又因為熱氣而蒸發，反倒造成屋內濕氣揮散不去。

撇步 2

木炭

木炭不只具有除臭、除濕的功能，在空氣過於乾燥時還會自動釋放水氣並調節空氣濕度；而炭類又以備長炭最有名，因其具有多孔性，遠比一般的木炭更具有優質除臭及調節濕氣的功能，所以市售的除濕產品多會添加備長炭，藉以達到良好的效果。

撇步 3 報紙

報紙的吸水力非常好，可以在鞋內、櫥櫃內放入報紙以吸取多餘的水分，最好 2~3 天就定期進行更換。

撇步 4 小蘇打

小蘇打不但有良好的去污及除臭力，也是不錯的除濕劑。只需要將小蘇打放入廢棄不用的瓶子，待一段時間後，會發現小蘇打因為吸滿濕氣而結塊，再進行更換即可。換下的小蘇打粉也不要丟棄，還可以在大掃除時作為清潔用品。

三、減少屋內加濕的動作

撇步 1 降雨時應緊閉窗戶

室外雨天的濕度會高達 90~100%，當濕氣過高時，開啓窗戶容易讓屋外的濕氣進入室內，造成濕氣增加，所以雨天應緊閉窗戶，減少開啓的動作。

撇步 2 烹飪時應開啓排油煙機

烹煮料理時，因煮沸所產生的水蒸氣，也是造成室內濕氣升高的原因。所以開啓排油煙機，除了可以抽排屋內的油煙，還可以把水蒸氣一併向外排出，也是降低濕氣的方法。

撇步 3 室內不擺置積水容器或盆栽

因為擺設積水容器或盆栽，當水分蒸發時會造成室內濕度些許的提升，所以建議積水容器或盆栽最好擺放在屋外。

參考來源：

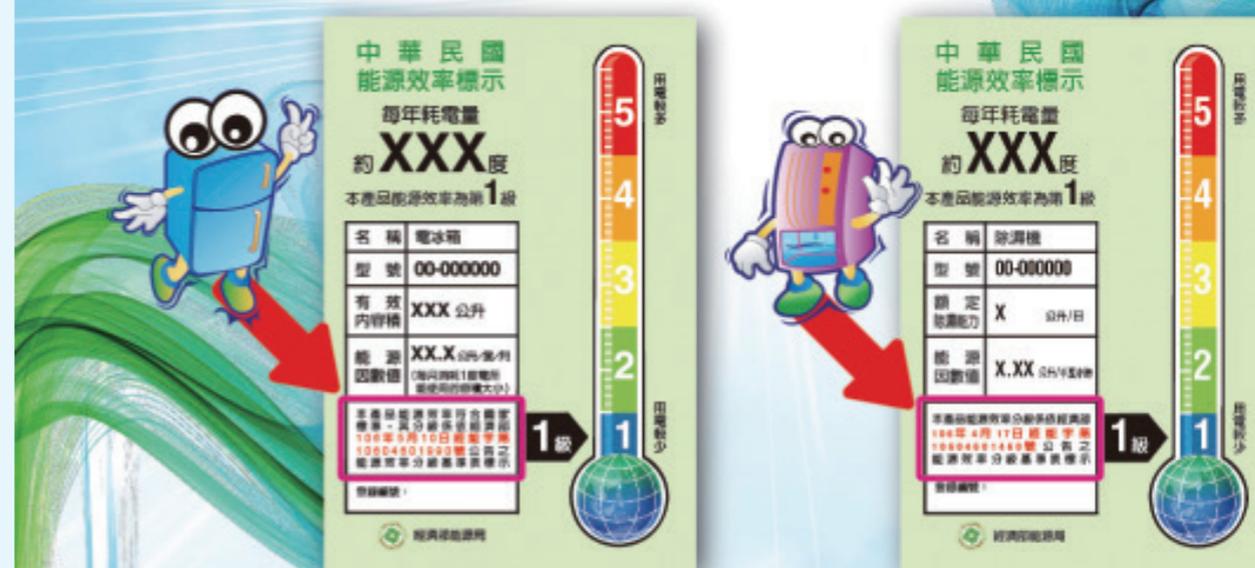
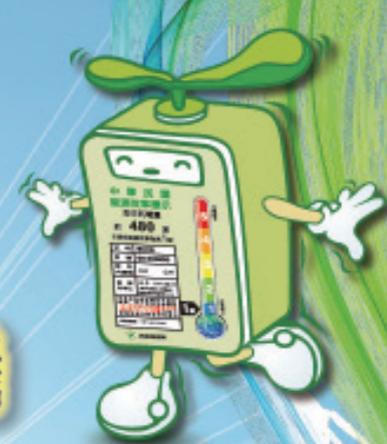
1. 部屋の湿気を除湿器を使わずに下げる方法10選 梅雨対策にも効果テキメン！
<https://sukinamono1.com/2281.html>
2. 部屋を除湿する方法 | エアコンや除湿機なしで除湿する5つのアイテム
<http://rutsubox.com/1490.html>

節能減碳 1 級棒 能源效率選第 1

電冰箱 與 除濕機

能源效率分級標示基準修定，

107年1月1日正式生效，新版標示(文號為紅色字體)，
舊版標示不得再張貼展售。



目前已開放產品有：無風管空氣調節機、電冰箱、除濕機、安定器內藏式螢光燈泡(省電燈泡)、電熱水瓶、瓦斯熱水器、瓦斯爐、貯備型電熱水器、溫熱型開飲機、冰溫熱型開飲機、冰溫熱型飲水機、溫熱型飲水機等12項。

提醒您汰舊換新購買電器及燃氣器具時，請選擇能源效率高的產品，可以參考產品上所張貼的能源效率分級標示，級數越小越省能，能替您省下可觀的能源費用，節約能源就是這麼簡單！經濟部能源局與您一起當個節能省錢的聰明消費高手。

能源效率分級標示管理網站：<https://ranking.energylabel.org.tw/>



能源效率 OPEN DATA 看這裡

林玲如
工研院綠能所 資深管理師

開放資料 (Open data) 指的是一種經過挑選與許可的資料，這些資料不受著作權、專利權，以及其他管理機制所限制，可以開放給社會公眾，任何人都可以自由出版使用，運用方式不加以限制。

政府資料開放平臺 (<https://data.gov.tw/>)，是中華民國政府根據《政府資訊公開法》規定，採開放資料的精神，所建立的一個跨部門計畫。該計畫目前採取了 CSV、XML、JSON、OLAP、TXT 等格式提供資料集，任何人 (包括企業) 在其使用規範內，可以利用該平臺所提供的開放資料自由運用 (包括重製、改作、公開傳輸、產生衍生物等)。

中華民國政府資料開放平臺自推動以來，成果相當豐碩，截至 2018 年 2 月止，各部會及地方政府共開放涵蓋公共資訊、交通及通訊、生活安全及品質、求職及就業、投資理財、選舉與投票等 18 類 35,159 項資料集，提供非常多元的政府施政與統計相關資料，其中經濟部開放資料集 2,451 項，能源局提供節能標章獲證產品資料集 43 項，與能源效率分級標示核准產品資料集 10 項。

節能標章獲證產品資料集，提供節能標章獲證產品能源效率相關資訊，作為消費者選購產品之參考，使消費者在選購產品時，能以簡易之方式分辨節能產品。主要欄位包括項次、產品型號、商標名稱、標示使用公司、合約編號、起約日期、迄約日期、產地、效率基準、測試報告能源效率、年節電度數 (與非標章機種比較)，資料集每日更新，下載網址為 <http://www.energylabel.org.tw/other/opendata/list.aspx>。

能源效率分級標示核准產品資料集提供產品能源效率分級相關資訊，作為消費者選購產品之參考，消費者在選購產品時，能以簡易之方式分辨節能產品。主要欄位說明項次、廠商名稱、產品型號、能源效率、能源效率等級等，資料集每日更新，下載網址為 https://ranking.energylabel.org.tw/_OutWeb/gen/opendata/list.asp。



106 年度標章與標示民衆認知度 調查研究之消費者行為探討

吳苑慈、羅新衡
工業技術研究院 綠能所 能源效率研究室

摘要

為瞭解目前「節能標章」、「能源效率分級標示」的推動成效，並做為未來持續推廣的策略基石，本調查自 96 年起，連續 11 年追蹤社會大眾對「節能標章」的認知與態度。

99 年起，將「能源效率分級標示」納入調查範圍，探討民衆對此標示的認知程度，以及此標示是否有效引導民衆購買節能產品。

106 年延續往年之追蹤，持續瞭解評估民衆對節能標章以及能源效率分級標示的認知情形。另外，並藉由認知情形調查中了解民衆對於節能意識、希望得到「節能標章」、「能源效率分級標示」的資訊管道、購買的通路習慣、因應節能產品價格的行為反應及其疑慮，調查結果除可作為未來持續推動「節能標章」、「能源效率分級標示」的策略依據，更可作為鼓勵國內產業持續投入節能產品開發的策略參考。

一、研究方法

茲將本次調查研究的問卷設計、調查對象、調查方法、調查時間及樣本代表性檢定，分別說明如下：

- (一) 調查對象：台灣地區 20-59 歲男女民衆。
- (二) 調查方法：以定點街頭訪問的方式進行測試。測試地點為人潮流量大的捷運站、車站、市場、百貨公司…等。以與歷年來相同的訪問方式進行，可延續追蹤比較歷年資料；此外，面對面的訪問可以出示「節能標章」與「能源效率級標示」，以確認受訪者的認知是否正確。
- (三) 執行時間及地點：民國 106 年 8 月 10 日至 24 日執行，實際訪問地點如下：
 - ◎ 北部涵蓋縣市：基隆市、宜蘭縣市、台北市、新北市、桃園市、新竹縣市
 - ◎ 中部涵蓋縣市：苗栗縣市、台中市、南投縣市、彰化縣市、雲林縣市
 - ◎ 南部涵蓋縣市：嘉義縣市、台南市、高雄市、屏東縣市
 - ◎ 東部涵蓋縣市：花蓮縣市、台東縣市
- (四) 共計完成 2,700 份問卷。

二、消費者行為的問卷設計

- (一) 請問最近 2~3 年來，您是否認為節約能源比以往更重要？（單選）
 - 1. 有 2. 沒有 （跳問 Q6）

(二) 請問您認為政府推動的「節能標章」與「能源效率分級標示」，對於您在辨識與選購節能產品時是否有幫助？

1. 是 2. 否

(三) 比較「節能標章」與「能源效率分級標示」，請問對您來說，您認為那一種圖示對您選購節能產品比較有幫助？（單選）

1. 節能標章 2. 能源效率分級標示 3. 兩者都有幫助

(四) 您希望將來能從哪一種管道獲得「節能標章」產品資訊？（可複選）

1. 報紙 / 雜誌 / 海報 / DM 等平面文宣 2. 電視 3. 廣播
 4. 戶外看板 / 車廂廣告 5. 宣導活動 6. 研討會
 7. 賣場人員介紹 8. 網際網路 9. 電器包裝標示

(五) 您希望將來能從哪一種管道獲得「能源效率分級標示」產品資訊？（可複選）

1. 報紙 / 雜誌 / 海報 / DM 等平面文宣 2. 電視 3. 廣播
 4. 戶外看板 / 車廂廣告 5. 宣導活動 6. 研討會
 7. 賣場人員介紹 8. 網際網路 9. 電器包裝標示

(六) 您購買家電產品的主要通路是…（單選）

1. 百貨公司 2. 一般大賣場 3. 傳統電器行 4. 網路 / 郵購
 5. 3C 電子量販店 6. 其他（請註明）_____

(七) 如果因為購買能源效率較佳、較省電之家用電器產品而需要付較高的價錢，會不會影響您汰換的速度，延遲換購新產品？（單選）

1. 會 2. 不會 3. 不會換購能源效率較佳、較省電之電器產品

(八) 以一般家用電器而言，如果廠商未來研發生產更節能的產品，但購買此節能產品的價錢會增加，請問您認為增加多少會讓您覺得太貴了而不去購買它？（單選）

1. 10% 2. 20% 3. 30% 4. 40% 或以上 5. 其他：_____ 元
 6. 不論增加多少都會選購能源效率最好的產品

(九) 您對購買節能標章產品可能會有那些疑慮？（可複選）

1. 不耐用 2. 價格高昂 3. 不知去哪裡買
 4. 其他（請說明）_____

三、調查結果

(一) 問題一：請問最近 2~3 年來，您是否認為節約能源比以往更重要？

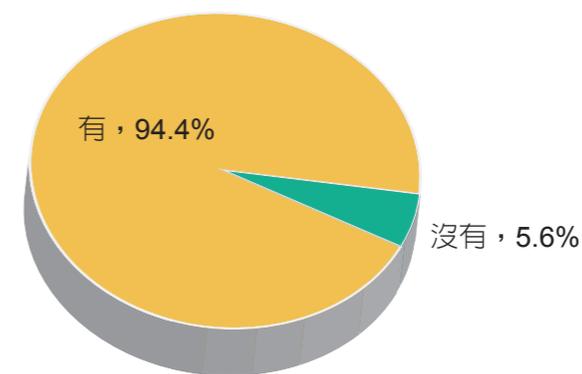


圖 1 是否認為節約能源比以往更重要？

全台灣地區民眾中，94.4% 在最近 2、3 年來，有認為節約能源比以往更重要，5.6% 的受訪者則認為沒有（如圖 1）。

受訪者基本資料與問項的卡方檢定分析結果如下（詳見報表）：

- 依性別之不同而有顯著性差異：女性認為比以往更重要的比例高於男性。
- 不依年齡之不同而有顯著性差異。
- 依居住地區不同，呈現以下差異：
 - 依六都 / 六都以外地區之不同而有顯著性差異：六都地區民眾認為比以往更重要的比例較高。
 - 依北中南東部之不同而有顯著性差異：北部及南部地區認為比以往更重要的比例較高，中部較低。
 - 依縣市別之不同而有顯著性差異：基隆、苗栗、南投、屏東、宜蘭及花蓮地區民眾認為沒有比以往更重要的比例較多。

- (4) 依市 / 鄉鎮之不同而有顯著性差異：城市地區民衆認為比以往更重要的比例高於鄉 / 鎮。
- 4. 依個人年收入之不同而有顯著性差異：年收入 40-100 萬者認為比以往更重要的比例較高，20 萬以下者較低。
- 5. 依職業之不同而有顯著性差異：軍警、教師、自營商及民營事業僱員認為最近兩、三年來，節約能源有比以往更重要的比例較高。
- 6. 依教育程度之不同而有顯著性差異：教育程度愈高者，認為比以往更重要的比例愈高，但研究所以上教育程度者低於大學 / 專科者。

(二) 問題二：請問您認為政府推動的「節能標章」與「能源效率分級標示」，對於您在辨識與選購節能產品時是否有幫助？

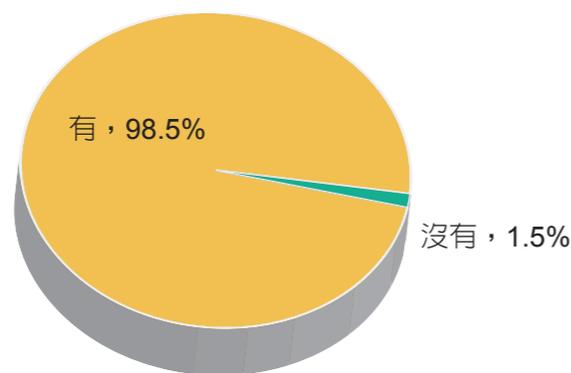


圖 2 「節能標章」與「能源效率分級標示」在辨識與選購節能產品是否有幫助？

全台灣地區民衆中，98.5% 的受訪者認為「節能標章」與「能源效率分級標示」在辨識與選購節能產品上是有幫助的，1.5% 認為沒有幫助。

受訪者基本資料與問項的卡方檢定分析結果如下（詳見報表）：

- 1. 依性別之不同而有顯著性差異：女性認為有幫助的比例高於男性。
- 2. 不依年齡之不同而有顯著性差異。

3. 依居住地區不同，呈現以下差異：

- (1) 依六都 / 六都以外地區之不同而有顯著性差異：六都地區認為有幫助的比例高於六都以外地區。
- (2) 依北中南東部之不同而有顯著性差異：中部地區民衆認為有幫助的比例較低。
- (3) 依縣市別之不同而有顯著性差異：南投地區民衆認為沒有幫助的比例較高。
- (4) 依市 / 鄉鎮之不同而有顯著性差異：城市地區民衆認為有幫助的比例高於鄉 / 鎮。

4. 不依個人收入之不同而有顯著性差異。

5. 不依職業之不同而有顯著性差異。

6. 依教育程度之不同而有顯著性差異：教育程度高中及以上者認為有幫助的比例高於國中及以下。

(三) 問題三：比較「節能標章」與「能源效率分級標示」，請問對您來說，您認為那一種圖示對您選購節能產品比較有幫助？

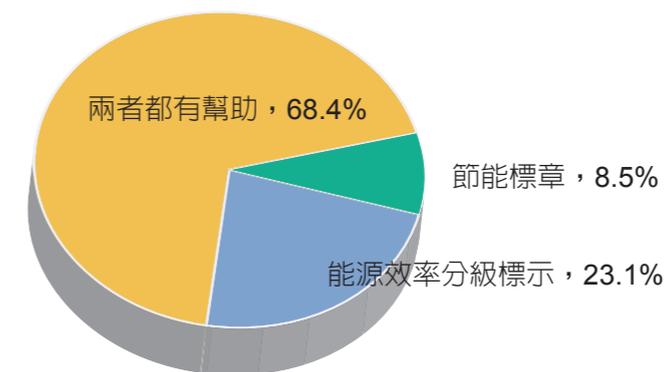


圖 3 「節能標章」與「能源效率分級標示」何者較有幫助？

調查全台灣地區民衆對於「節能標章」與「能源效率分級標示」在選購節能產品時的幫助程度（如圖 3），23.1% 認為「能源效率分級標示」對選購產品較有幫助，8.5% 認為「節能標章」對選購產品較有幫助；認為兩者都有幫助者佔 68.4%。

受訪者基本資料與問項的卡方檢定分析結果如下（詳見報表）：

1. 不依性別之不同而有顯著性差異。
2. 不依年齡之不同而有顯著性差異。
3. 依居住地區不同，呈現以下差異：
 - (1) 不依六都 / 六都以外地區之不同而有顯著性差異。
 - (2) 依北中南東部之不同而有顯著性差異：北部及東部地區民眾認為「節能標章」較有幫助以及「兩者都有幫助」的比例較高；中部及南部地區認為「能源效率分級標示」較有幫助的比例較高。
 - (3) 依縣市別之不同而有顯著性差異：彰化、嘉義、宜蘭及花蓮地區民眾認為「節能標章」有幫助的比例高於其它地區；認為「能源效率分級標示」較有幫助的則以台中市、台南市、高雄市、雲林、嘉義、屏東及宜蘭的比例居多。認為兩者皆有幫助的以台北市、新北市、桃園市、新竹、苗栗、南投及花東地區較多。
 - (4) 不依市 / 鄉鎮之不同而有顯著性差異。
4. 依個人年收入之不同而有顯著性差異：沒有個人收入及年收入 20 萬以下者，認為「節能標章」有幫助的比例較高，年收入 100 萬以上者認為「能源效率分級標示」較有幫助的比例低，而認為兩者皆有幫助的比例較高。
5. 依職業之不同而有顯著性差異：農林漁牧礦業、勞力工、家庭主婦及退休 / 待業中認為「節能標章」有幫助的比例較多，教師及自由業認為「能源效率分級標示」較有幫助的比例較高，軍警、學生及民營事業僱員認為兩者皆有幫助的比例較高。
6. 依教育程度之不同而有顯著性差異：國中以下及研究所及以上者認為「節能標章」較有幫助的比例較高，而教育程度愈高，認為「能源效率分級標示」較有幫助的比例也愈高。研究所及以上者認為兩者皆有幫助的比例較低。

(四) 問題四：您希望將來能從哪一種管道獲得「節能標章」產品資訊？

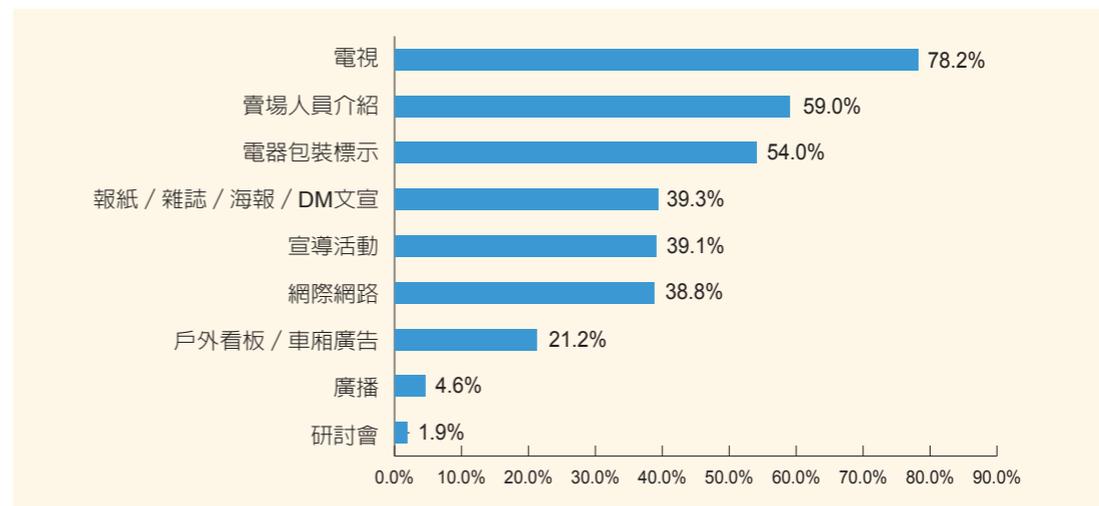


圖 4 將來希望獲得「節能標章」產品資訊的管道

全台灣地區民眾對於未來獲得節能標章產品資訊的管道（如圖 4），最希望的是「電視」（78.2%），其次依序為「賣場人員介紹」（59%）、「電器包裝標示」（54%）、「報紙 / 雜誌 / 海報 / DM」（39.3%）、「宣導活動」（39.1%）、「網際網路」（38.8%）及「戶外看板 / 車廂廣告」（21.2%）等。

由全台灣地區民眾最希望的「電視」管道了解，由性別來看（如圖 5），女性比例略高於男性 1.6%；由年齡觀察（如圖 6）以 50~59 歲民眾占最多（28.1%），其次為 40~49 歲（26.2%），30~39 歲（24.6%），20~29 歲（21.1%）；性別與年齡各類別差異不大。

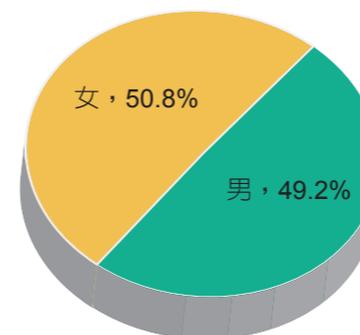


圖 5 電視資訊管道中男女生占比

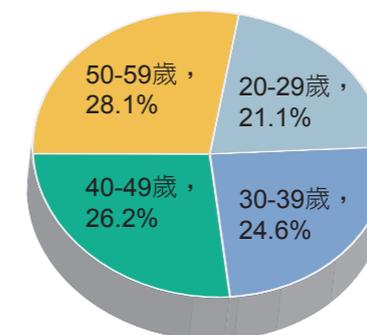


圖 6 電視資訊管道中各年齡占比

由職業別來觀察（如圖 7），其中佔最多的為 25.4% 的民營事業雇員，其次為服務業佔 24.5%。



圖 7 電視資訊管道中各職業別占比

由教育程度來觀察（如圖 8），除研究所（含）以上外，隨教育程度高民衆越希望能從「電視」資訊管道得到「節能標章」產品資訊，其中以大學/大專（49.0%）佔最多。

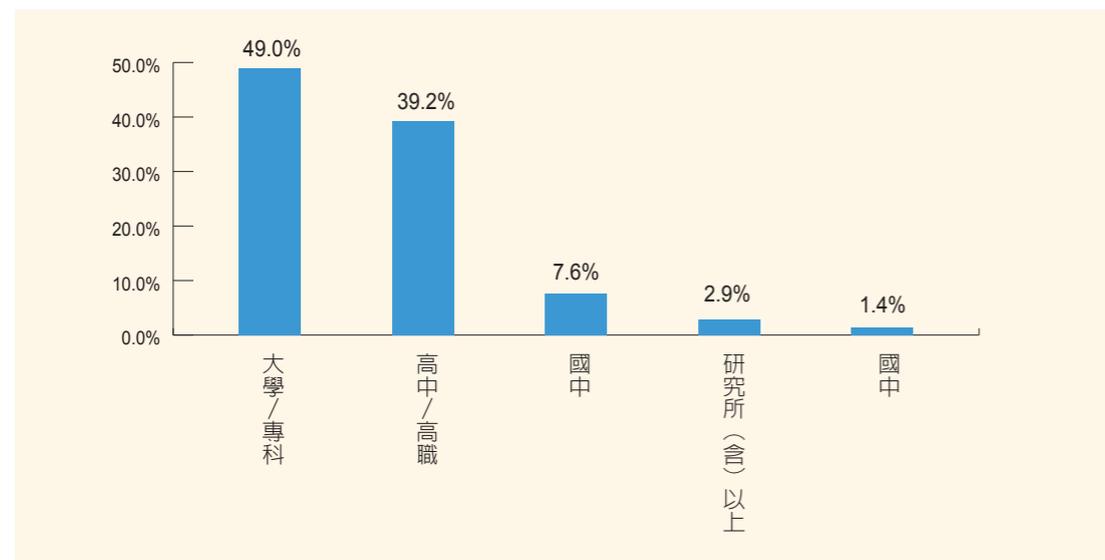


圖 8 電視資訊管道中各教育程度占比

由年收入來觀察（如圖 9），其中佔最多年收入在 40~100 萬的民衆佔有 38.8%，其次為年收入在 20~40 萬的民衆佔 35.1%。

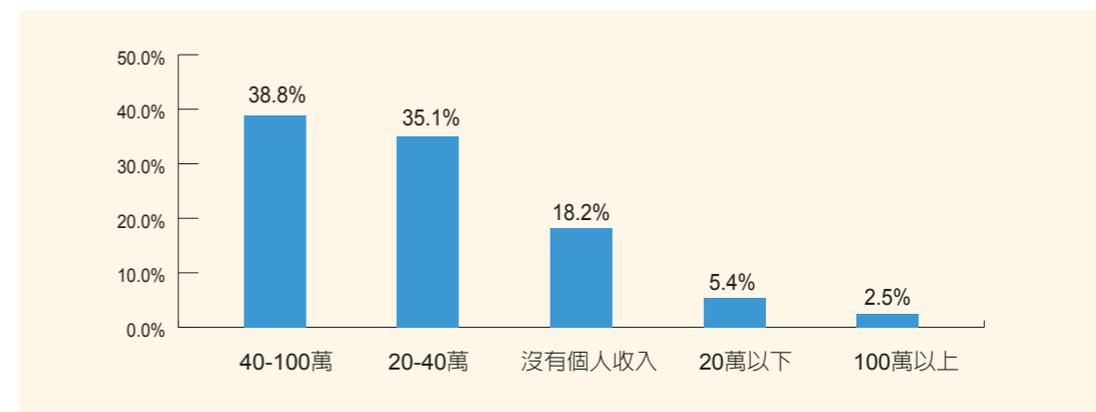


圖 9 電視資訊管道中民衆各年收入占比

以地區別來看（如圖 10），各縣市中新北市、台中市及台北市各佔 16.3%、15.8% 及 12.4% 為最多，較少的為花蓮縣（1.0%）及台東縣（0.3%）；其中六都的佔比高於非六都 41 個百分點（如圖 11）；北中南東四區來看（如圖 12），以北部四成三佔最多，最少的為東部地區（1.3%）。

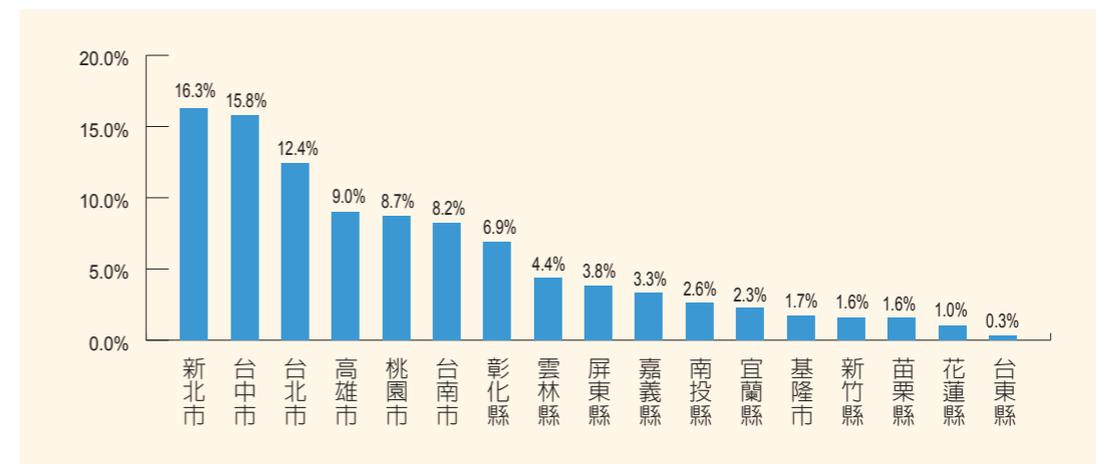


圖 10 電視資訊管道中各縣市占比



圖 11 電視資訊管道中六都及非六都占比 圖 12 電視資訊管道中北中南東四區別占比

(五) 問題五：您希望將來能從哪一種管道獲得「能源效率分級標示」產品資訊？



圖 13 希望知道「能源效率分級標示」產品資訊之管道

與全台灣地區民眾對「能源效率分級標示」產品資訊的期待與希望得到「節能標章」的管道雷同(如圖 13)。期盼透過「電視」(79.2%)的比例最高，其次依序為「賣場人員介紹」(57.5%)、「電器包裝標示」(57%)、「報紙/雜誌/海報/DM等平面文宣」(44.8%)、「網際網路」(42.3%)、「宣導活動」(40.2%)及「戶外看板/車廂廣告」(22.3%)等。

由全台灣地區民眾最希望的「電視」管道了解，由性別來看(如圖 14)，女性比例略高於男性 1.8%；由年齡觀察(如圖 15)以 50~59 歲民眾占最多(27.7%)，其次為 40~49 歲(27.1%)，30~39 歲(25.4%)，20~29 歲(19.8%)；性別與年齡各類別差異不大。

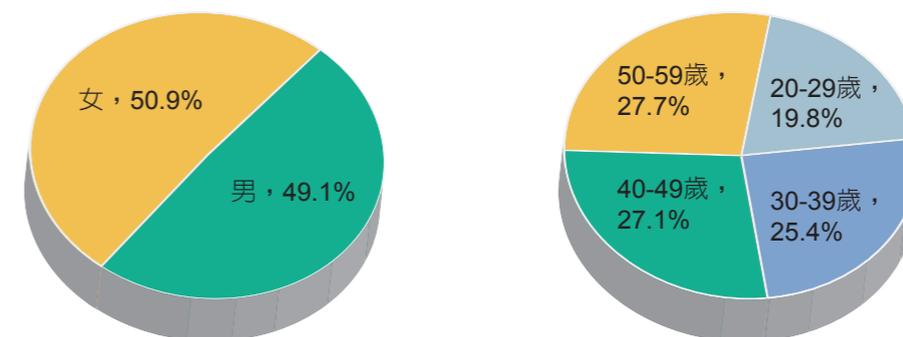


圖 14 電視資訊管道中男女生占比 圖 15 電視資訊管道中各年齡占比

由職業別來觀察(如圖 16)，其中佔最多的為 27.9% 的民營事業僱員，其次為服務業佔 22.9%；較少的為軍警的 0.7%、農林漁牧礦業 1.4% 及教師 1.5%。

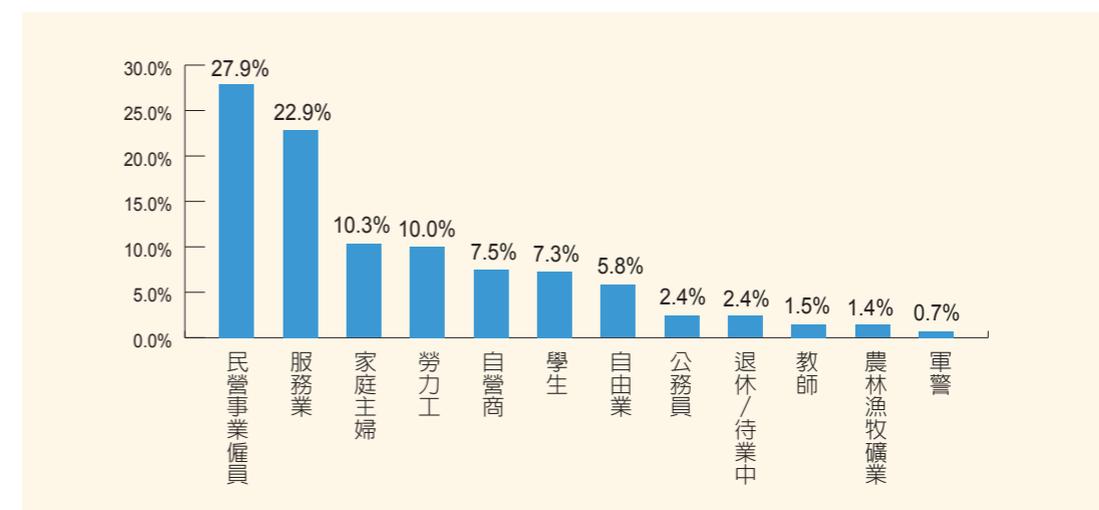


圖 16 電視資訊管道中各職業別占比

由教育程度來觀察(如圖 17)，除研究所(含)以上外，隨教育程度高民衆越希望從「電視」資訊管道得到「節能標章」產品資訊，其中以大學/大專(49.6%)占最多。

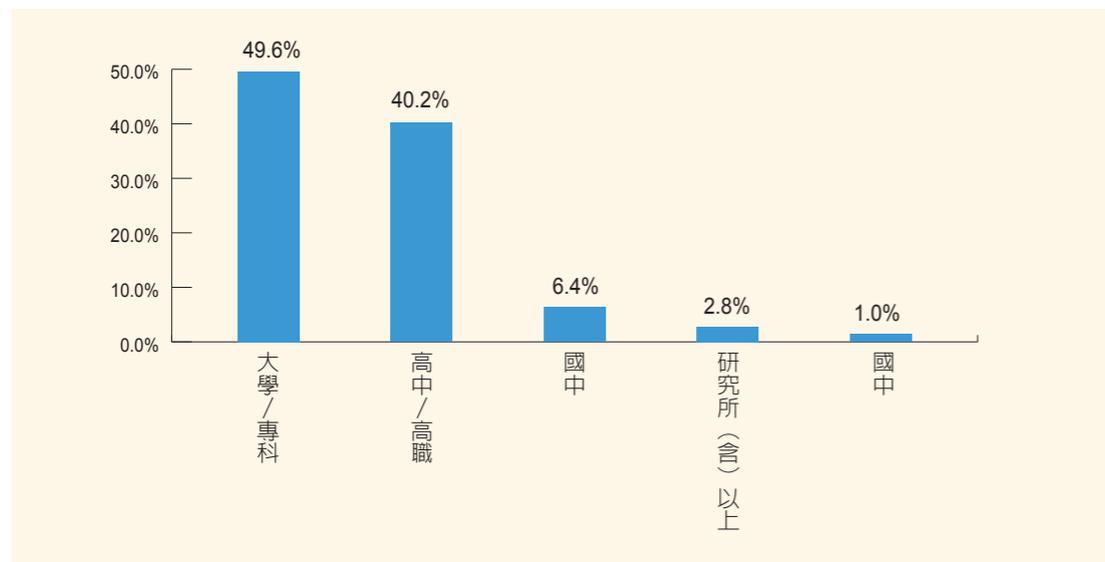


圖 17 電視資訊管道中各教育程度占比

由年收入來觀察(如圖 18)，其中佔最多年收入在 40~100 萬的民衆佔有 40.4%，其次為年收入在 20~40 萬的民衆佔 34.7%。

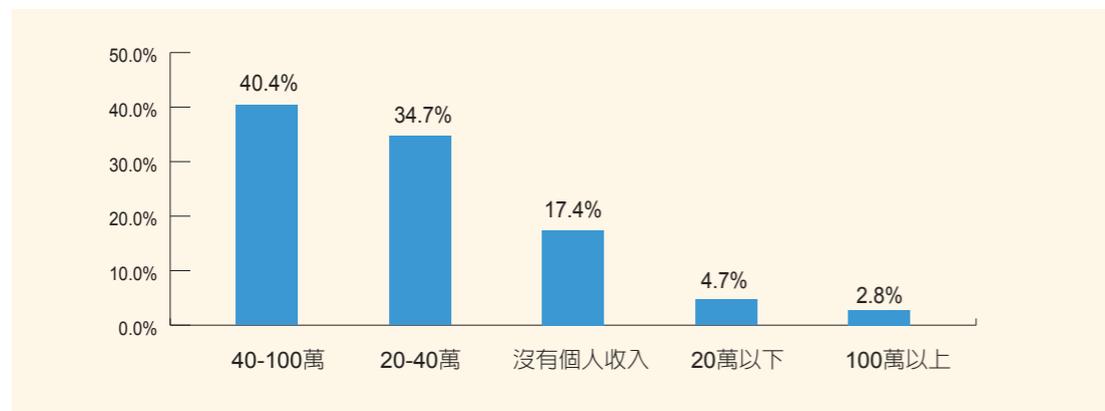


圖 18 電視資訊管道中民衆各年收入占比

以地區別來看(如圖 19)，各縣市中新北市、台中市、高雄市及台北市各佔 17.1%、12.6%、11.7% 及 11.7% 為最多，較少的為花蓮縣(1.4%)及台東縣(0.9%)；其中六都的佔比高於非六都 41.8 個百分點(如圖 20)；北中南東四區來看(如圖 21)，以北部約四成六佔最多，最少的為東部地區(2.3%)。



圖 19 電視資訊管道中各縣市占比



圖 20 電視資訊管道中六都及非六都占比 圖 21 電視資訊管道中北中南東四區別占比

(六) 問題六：購買家電產品的主要通路？

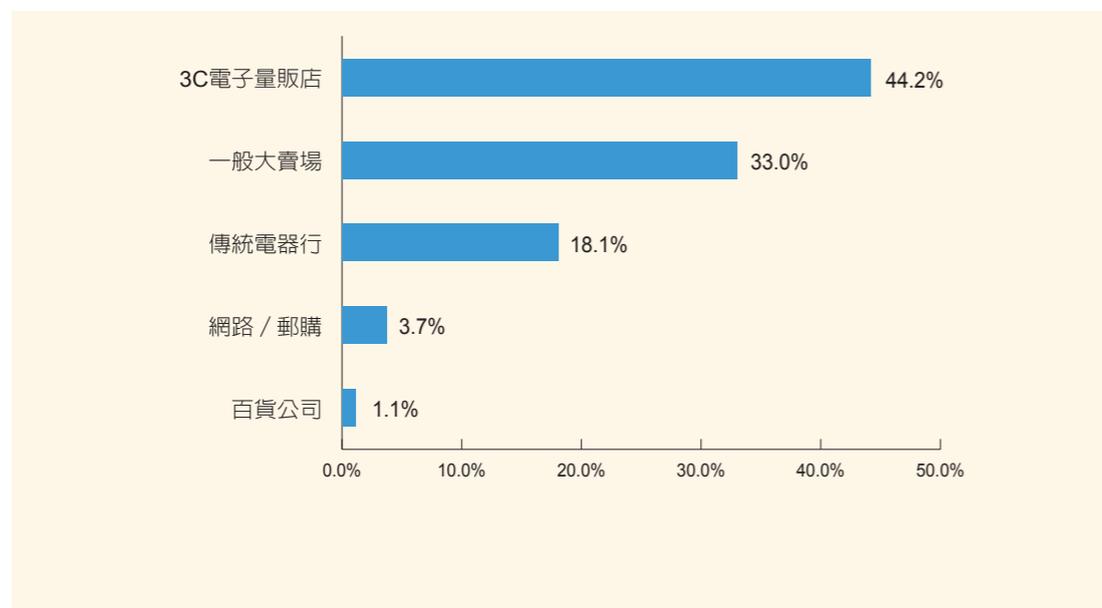


圖 22 購買家電產品的主要通路

購買家電產品時，全台灣地區民眾到「3C 電子量販店」（44.2%）購買的比例最高，其次依序為「一般大賣場」（33%）、「傳統電器行」（18.1%）、「網路 / 郵購」（3.7%）及「百貨公司」（1.1%）。（如圖 22）

受訪者基本資料與問項的卡方檢定分析結果如下（詳見報表）：

1. 不依性別之不同而有顯著性差異。
2. 依年齡之不同而有顯著性差異：年齡愈低至「3C 電子量販店」、「網路 / 郵購」愈高，至「傳統電器行」購買的比例則愈低。至「一般大賣場」購買的比例以 30 歲以上者高於 20-29 歲。
3. 依居住地區不同，呈現以下差異：
 - (1) 依六都 / 六都以外地區之不同而有顯著性差異：六都民眾至「3C 電子量販店」購買的比例較高，而六都以外地區民眾則較多至「一般大賣場」及「傳統電器行」購買。

- (2) 依北中南東部之不同而有顯著性差異：東部地區民眾至「3C 電子量販店」購買的比例較高，北部至「3C 電子量販店」及「網路 / 郵購」較高，「一般大賣場」較少。而中南部民眾至「一般大賣場」購買較多，中部民眾較少到「傳統電器行」購買。

- (3) 依縣市別之不同而有顯著性差異：台中市、台南市、基隆、彰化、嘉義及屏東至「一般大賣場」購買的比例較高；彰化及雲林地區民眾至「傳統電器行」購買的比例較高；台北市、高雄市、新竹、宜蘭及台東地區民眾較多至「3C 電子量販店」購買。

- (4) 依市 / 鄉鎮之不同而有顯著性差異：至「一般大賣場」購買以鄉鎮地區民眾比例較高，而「3C 電子量販店」以城市民眾的比例較高。

4. 依個人年收入之不同而有顯著性差異：收入越高者至「3C 電子量販店」購買比例愈高，至「傳統電器行」購買之比例愈低，沒有個人收入者至「傳統電器行」及「網路 / 郵購」購買家電產品之比例亦較高；年收入 20 萬以下及 20-40 萬者至「一般大賣場」之比例亦較高。

5. 依職業之不同而有顯著性差異：較傾向至「傳統電器行」購買家電產品的受訪者其職業以自營商、農林漁牧礦業、勞力工及家庭主婦居多；而至「3C 電子量販店」比例較高的則為軍公教、學生、服務業及民營事業僱員等職業。軍警、學生及退休 / 待業中透過「網路 / 郵購」的比例較高，「一般大賣場」以自營商、自由業、勞力工及家庭主婦較多。

6. 依教育程度之不同而有顯著性差異：教育程度愈高到「3C 電子量販店」及「網路 / 郵購」比例愈高；到「傳統電器行」愈低；「一般大賣場」則以高中 / 高職教育程度者較多。大學 / 專科到「3C 電子量販店」之比例高於研究所以上。

(七) 問題七：如果因為購買能源效率較佳、較省電之家用電器產品而需要付較高的價錢，會不會影響您汰換產品的速度，延遲換購新產品？

五成八的全台灣地區民眾表示會因為購買能源效率較佳、較省電之家用電器產品需要付較高的價錢，而影響汰換產品的速度，四成表示不會受到影響；另有 1.7%

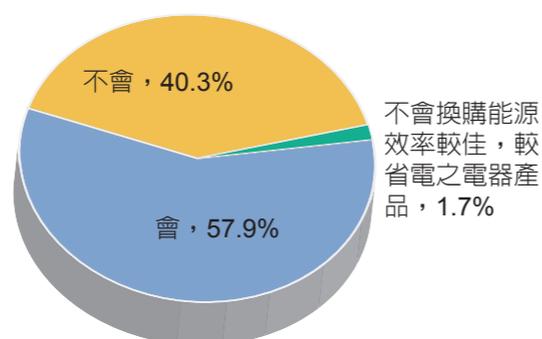


圖 23 售價對於汰換產品的速度之影響

表示不會購買能源效率較佳、較省電的電器產品（如圖 23）。

受訪者基本資料與問項的卡方檢定分析結果如下（詳見報表）：

1. 不依性別別之不同而有顯著性差異。
2. 不依年齡之不同而有顯著性差異。
3. 依居住地區不同，呈現以下差異：
 - (1) 依六都 / 六都以外地區之不同而有顯著性差異：六都地區民眾會因為產品價格更高，而影響汰換產品的速度高於六都以外地區。
 - (2) 依北中南東部之不同而有顯著性差異：中部及南部地區民眾有較多因為產品價格更高，而影響汰換產品的速度，東部較不會受到影響。
 - (3) 依縣市別之不同而有顯著性差異：新北市、台中市、台南市、基隆、雲林及嘉義有較多會因為產品價格更高，而影響汰換產品的速度。
 - (4) 不依市 / 鄉鎮之不同而有顯著性差異。
4. 依個人年收入之不同而有顯著性差異：個人年收入愈高者，會影響汰換產品速度的比例愈高，但沒有個人收入者高於 20 萬以下者。
5. 依職業之不同而有顯著性差異：軍警、教師、自營商、服務業及民營事業僱員會影響汰換產品速度的比例較高，學生、農林漁牧礦業則較多不會受到影響。
6. 不依教育程度之不同而有顯著性差異。

(八) 問題八：請問您認為增加多少會讓您覺得太貴了而不去購買它？

全台灣地區民眾中，分別有 35.7% 及 38.4% 表示產品價格漲幅達 10% 及 20% 以上就不會去購買，有一成七表示漲幅達 30% 以上不會購買，4.1% 回答漲幅達 40% 以上不會購買。有 4.3% 表示不論漲多少都會選購能源效率最好的產品。（如圖 24）

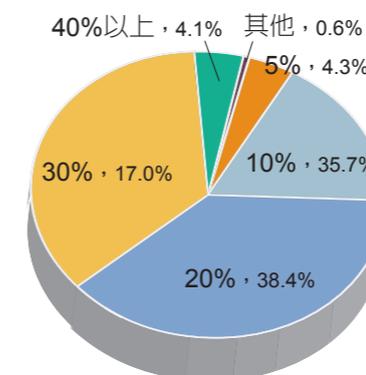


圖 24 節能產品售價增加多少會覺得太貴而不去買它

受訪者基本資料與問項的卡方檢定分析結果如下（詳見報表）：

1. 不依性別之不同而有顯著性差異。
2. 依年齡之不同而有顯著性差異：年齡層愈低，可以接受的漲幅愈大。
3. 依居住地區不同，呈現以下差異：
 - (1) 依六都 / 六都以外地區之不同而有顯著性差異：六都地區民眾可接受的漲幅較大。
 - (2) 依北中南東部之不同而有顯著性差異：北部及中部地區可接受漲幅較大，東部較小。
 - (3) 依縣市別之不同而有顯著性差異：台中市、基隆、南投及宜蘭可接受的漲幅較大，新竹、苗栗、雲林及花東地區較小。
 - (4) 依市 / 鄉鎮之不同而有顯著性差異：城市地區可接受漲幅大於鄉鎮地區。

- 依個人年收入之不同而有顯著性差異：年收入 100 萬以上者可以接受的漲幅較大，20-40 萬者較小。
- 依職業之不同而有顯著性差異：公務員、教師、學生及退休 / 待業中可接受漲幅較大，勞力工較小。
- 依教育程度之不同而有顯著性差異：教育程度愈高，可接受的漲幅愈大。

(九) 問題九：您對購買節能標章產品可能會有哪些疑慮？

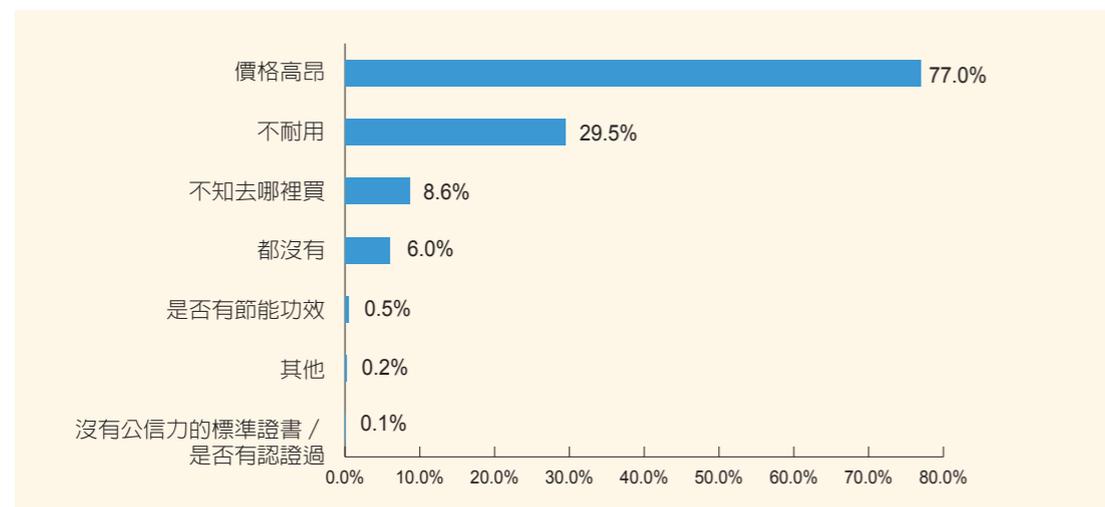


圖 25 購買「節能標章」產品可能的疑慮

調查顯示（如圖 25），全台灣地區民眾對節能產品最主要的顧慮為「價格高昂」，佔 77%。其他包括「不耐用」（29.5%）與「不知道去哪裡買」（8.6%）等。

由全台灣地區民眾對節能產品最主要的顧慮為「價格高昂」中觀察，其中由性別來看（如圖 26），女性比例略高於男性 1.0%；由年齡觀察（如圖 27）以 50~59 歲民眾佔最多（26.3%），其次為 40~49 歲（25.8%），30~39 歲（26.2%），20~29 歲（21.7%）；性別與年齡各類別差異不大。

由職業別來觀察（如圖 28），其中佔最多的為 28.9% 的民營事業雇員，其次為服務業佔 23.1%；較少的為軍警的 0.6%、農林漁牧礦業 1.3% 及教師 1.7%。

由教育程度來觀察（如圖 29），除研究所（含）以上外，隨教育程度高民眾對節能標章產品疑慮為價格高昂的以大學 / 大專（50.5%）佔最多。

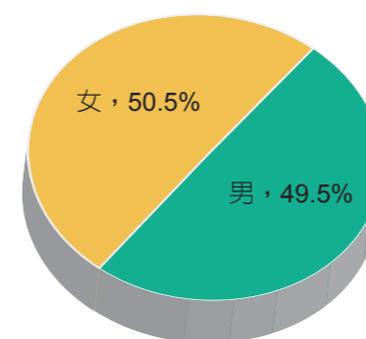


圖 26 價格高昂中男女生占比

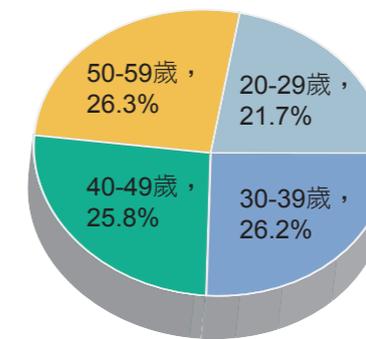


圖 27 價格高昂中各年齡占比

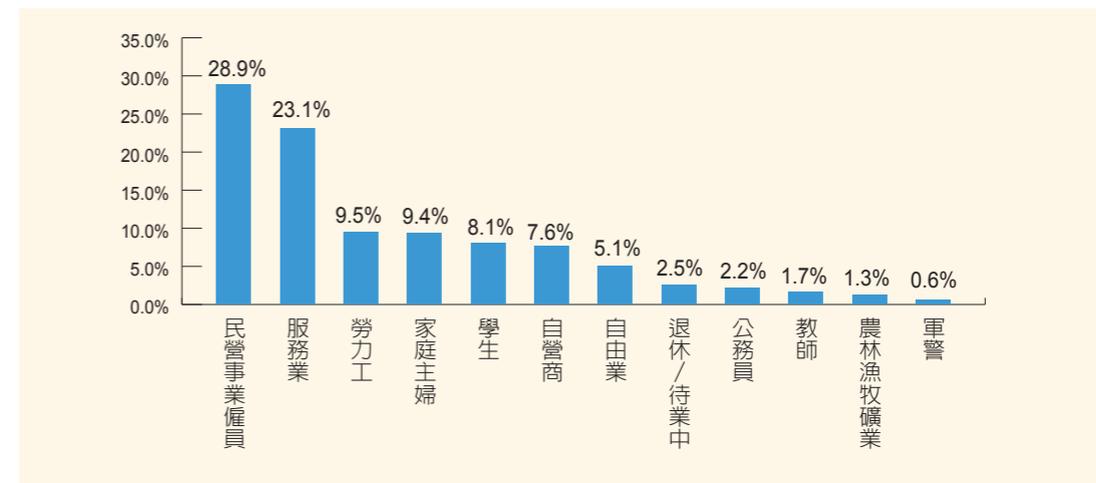


圖 28 價格高昂中各職業別占比

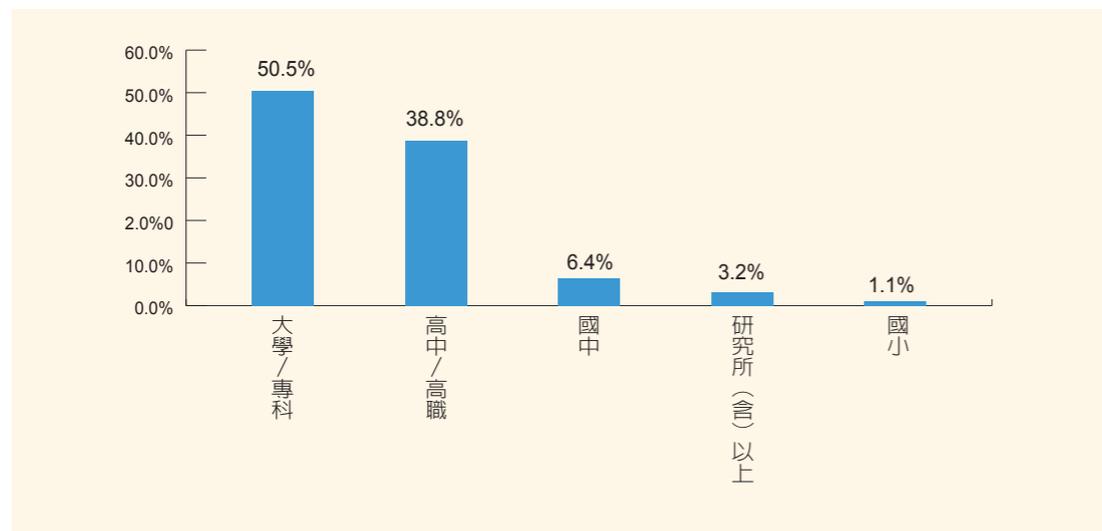


圖 29 價格高昂中各教育程度占比

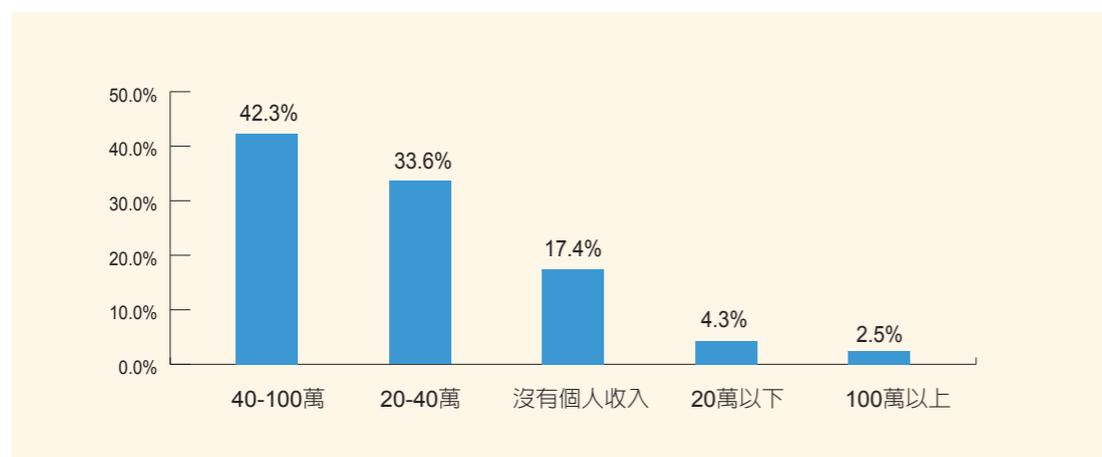


圖 30 價格高昂中民衆各年收入占比

由年收入來觀察(如圖 30)，其中佔最多年收入在 40~100 萬的民衆佔有 42.3%，其次為年收入在 20~40 萬的民衆佔 33.6%。

以地區別來看(如圖 31)，各縣市中新竹縣、南投縣及新北市各佔 17.0%、12.9% 及 12.4% 為最多，較少的為宜蘭縣(0.7%)及台北市(0.9%)；其中六都的佔比高於非六都 44 個百分點(如圖 32)；北中南東四區來看(如圖 33)，以北部約四成五佔最多，最少的為東部地區(2.4%)。



圖 31 價格高昂中各縣市占比

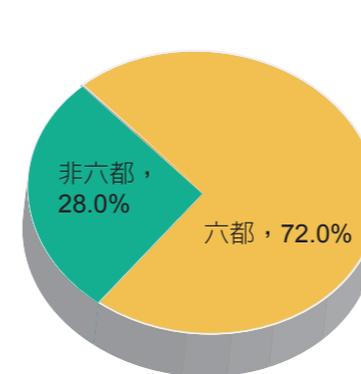


圖 32 價格高昂中六都及非六都占比

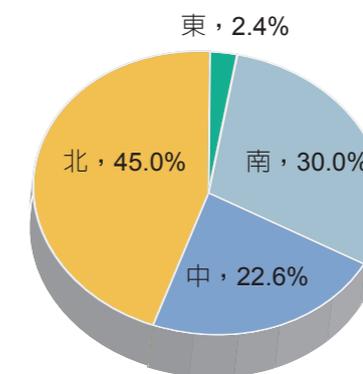


圖 33 價格高昂中北中南東四區別占比

四、問卷分析統計整理

	性別	年齡	居住地區 (六都 / 北中南東)	個人 年收入	職業	教育程度
請問最近2~3年來，您是否認為節約能源比以往更重要？	女性高於男性	-	六都較非六都認為比以往更重要 北部及南部認為比以往更重要	40-100萬者認為比以往更重要的比例較高	軍警、教師、自營商及民營事業僱員認為比以往更重要的比例較高	教育程度愈高者，認為比以往更重要的比例愈高，但研究所以上教育程度者低於大學 / 專科者
請問您認為政府推動的「節能標章」與「能源效率分級標示」，對於您在辨識與選購節能產品時是否有幫助？	女性認為有幫助的比例高於男性	-	六都地區認為有幫助的比例高於六都以外地區 中部地區民衆認為有幫助的比例較低	-	-	教育程度高中及以上者認為有幫助的比例高於國中及以下
比較「節能標章」與「能源效率分級標示」，請問對您來說，您認為那一種圖示對您選購節能產品比較有幫助？	-	-	北部及東部地區民衆認為「節能標章」較有幫助以及「兩者都有幫助」的比例較高； 中部及南部地區認為「能源效率分級標示」較有幫助的比例較高	沒有個人收入及年收入20萬以下者，認為「節能標章」有幫助的比例較高， 年收入100萬以上者認為「能源效率分級標示」較有幫助的比例低，而認為兩者皆有幫助的比例較高	農林漁牧礦業、勞力工、家庭主婦及退休 / 待業中認為「節能標章」有幫助的比例較高， 教師及自由業認為「能源效率分級標示」較有幫助的比例較高， 軍警、學生及民營事業僱員認為兩者皆有幫助的比例較高	國中及以下及研究所及以上者認為「節能標章」較有幫助的比例較高， 教育程度愈高，認為「能源效率分級標示」較有幫助的比例也愈高。 研究所及以上者認為兩者皆有幫助的比例較低

	性別	年齡	居住地區 (六都 / 北中南東)	個人 年收入	職業	教育程度
您希望將來能從哪一種管道獲得「節能標章」產品資訊？(資訊來源為電視)	女性比例略高於男性 0.6%	50~59歲民衆占最多	六都的佔比高於非六都 北部四成三佔最多	年收入在40~100萬的民衆佔最多	佔最多的為25.4%的民營事業僱員	研究所(含)以上外，隨教育程度高民衆越希望能從「電視」資訊管道得到「節能標章」產品資訊，其中以大學 / 大專(49.0%)佔最多
您希望將來能從哪一種管道獲得「能源效率分級標示」產品資訊？(資訊來源為電視)	女性比例略高於男性 0.8%	50~59歲民衆占最多	六都的佔比高於非六都 北部約四成六佔最多	年收入在40~100萬的民衆佔最多	最多的為27.9%的民營事業僱員	除研究所(含)以上外，隨教育程度高民衆越希望能從「電視」資訊管道得到「節能標章」產品資訊，其中以大學 / 大專(49.6%)佔最多
您購買家電產品的主要通路是	-	年齡愈低至「3C電子量販店」、「網路 / 郵購」愈高，至「傳統電器行」購買的比例則愈低。 至「一般大賣場」購買的比例以30歲以上者高於20-29歲	六都民衆至「3C電子量販店」購買的比例較高，而六都以外地區民衆則較多至「一般大賣場」及「傳統電器行」購買。 東部地區民衆至「3C電子量販店」購買的比例較高， 北部至「3C電子量販店」及「網路 / 郵購」較高，「一般大賣場」較少。 中南部民衆至「一般大賣場」購買較多， 中部民衆較少到「傳統電器行」購買。	收入越高者至「3C電子量販店」購買比例愈高，至「傳統電器行」購買之比例愈低， 沒有個人收入者至「傳統電器行」及「網路 / 郵購」購買家電產品之比例亦較高； 年收入20萬以下及20-40萬者至「一般大賣場」之比例亦較高	較傾向至「傳統電器行」購買家電產品的受訪者其職業以自營商、農林漁牧礦業、勞力工及家庭主婦居多； 至「3C電子量販店」比例較高的則為軍公教、學生、服務業及民營事業僱員等職業。 軍警、學生及退休 / 待業中透過「網路 / 郵購」的比例較高， 「一般大賣場」以自營商、自由業、勞力工及家庭主婦較多	教育程度愈高到「3C電子量販店」及「網路 / 郵購」比例愈高； 到「傳統電器行」愈低； 「一般大賣場」則以高中 / 高職教育程度者較多。 大學 / 專科到「3C電子量販店」之比例高於研究所以上

	性別	年齡	居住地區 (六都 / 北中南東)	個人 年收入	職業	教育程度
如果因為購買能源效率較佳、較省電之家用電器產品而需要付較高的價錢，會不會影響您汰換的速度，延遲換購新產品？	-	-	六都地區民眾會因為產品價格更高，而影響汰換產品的速度，東部較不會受到影響 中部及南部地區民眾有較多因為產品價格更高，而影響汰換產品的速度，東部較不會受到影響	個人年收入愈高者，會影響汰換產品速度的比例愈高	軍警、教師、自營商、服務業及民營事業僱員會影響汰換產品速度的比例較高，學生、農林漁牧礦業則較不會受到影響	-
以一般家用電器而言，如果廠商未來研發生產更節能的產品，但購買此節能產品的價錢會增加，請問您認為增加多少會讓您覺得太貴了而不去購買它？	-	年齡層愈低，可以接受的漲幅愈大	六都地區民眾可接受的漲幅較大 北部及中部地區可接受漲幅較大，東部較小	100 萬以上者可以接受的漲幅較大	公務員、教師、學生及退休 / 待業中可接受漲幅較大，勞力工較小	教育程度愈高，可接受的漲幅愈大
您對購買節能標章產品可能會有哪些疑慮？（價格高昂）	女性比例略高於男性 1.0%	50~59 歲民眾占最多	六都的佔比高於非六都 北部約四成五佔最多	年收入在 40~100 萬的民眾佔最多	最多的為 28.9% 的民營事業僱員	除研究所（含）以上外，隨教育程度高民眾對節能標章產品疑慮為價格高昂的以大學 / 大專（50.5%）占最多

五、結論與建議

最近 2、3 年來全台調查民眾認為節約能源比以往更重要比率高達 94.4%，且有 98.5% 的受訪者認為「節能標章」與「能源效率分級標示」在辨識與選購節能產品上是有幫助的，並從調查中可以了解無論是「節能標章」或「能源效率分級標示」，消費者最希望得到資訊的管道為電視，其購買通路佔比最多的為 3C 電子量販，可做為未來政府推廣時之參考。

全台灣地區民眾有五成八表示會因為購買能源效率較佳、較省電之家用電器產品需要付較高的價錢，而影響汰換產品的速度，其產品價格漲幅達 10%~20% 以上就不會去購買得佔有 74.1%，民眾對於節能標章產品之疑慮中產品的不耐用佔有近三成，國內產業在持續投入節能產品開發時，節能產品之訂價策略及品質亦是不可忽略之項目。

誌謝

本文承經濟部能源局之能源基金計畫所贊助，特此致謝。

參考文獻

1. 節能標章全球資訊網站，106 年。認識標章。<http://www.energylabel.org.tw/purchasing/product/list.asp>
2. 經濟部能源局能源效率分級標示網站，106 年。相關條文。https://ranking.energylabel.org.tw/_outweb/gen/law/list.asp
3. 鄭易文、吳苑慈、羅新衡，106 年。106 年度「節能標章」與「能源效率分級標示」認知度調查報告。

106 年度節能標章標示正確性 網路稽查概況－獲證公司

汪偉杰、吳采郡、李司榆、洪淑娟、羅新衡
工業技術研究院 綠能與環境研究所

摘要

本計畫透過稽查節能標章獲證公司之公司網站方式，以了解節能標章使用正確性情形。

106 年度共完成 652 家次節能標章獲證公司的例行性網路稽查作業，合計發現 197 項疑似違規使用節能標章之事項，佔總稽查項次（73,993 項）之 0.27%。

所有在例行性稽查過程中所發現的疑似初次違規使用節能標章事項，皆已得到獲證公司的改善回覆資料，且經執行單位逐一上網再次稽查確認所有疑似違規使用事項皆已完成改善。

關鍵字：節能標章、網路稽查、節能標章產品

一、前言

節能標章係由經濟部能源局所建立之自發性標章認證制度，以建構國內高能源效率之消費環境，引導消費者優先選用，進而積極鼓勵廠商研發生產高能源效率產品。過去除已建立嚴謹且完整的申辦、認證與後市場管理機制外，並經由教育推廣，使節能標章在業界和社會大眾之間，建立良好的公信力與省能省錢品牌形象。

經過多年的努力，截至 107 年 3 月 19 日止，已有 51 種產品類別供廠商申請認證，包括無風管空氣調節機（冷氣機 CSPF 基準）、電扇、除濕機、電冰箱、電視機、螢光燈管、洗衣機、乾衣機、吹風機、烘手機、溫熱型開飲機、冰溫熱型開飲機、冰溫熱型飲水機、汽車、機車、安定器內藏式螢光燈泡、顯示器、燃氣爐台、即熱式燃氣熱水器、電鍋、貯備型電熱水器、電熱水瓶、出口及避難指示燈、DVD 錄放影機、溫熱型飲水機、室內照明燈具、組合音響、緊密型螢光燈管、影印機、印表機、空氣清淨機、道路照明燈具、浴室用通風電扇、壁式通風電扇、筆記型電腦、桌上型電腦、空氣源式熱泵熱水器、排油煙機、微波爐、軸流式風機、離心式風機、螢光燈管用安定器、電烤箱、貯（儲）備型電開水器、發光二極體燈泡、LED 平板燈、在線式不斷電式電源供應器、天井燈、筒燈及嵌燈、辦公室及營業場所燈具、室內停車場智慧燈具等。

而節能標章後市場稽查工作，係依據「經濟部能源局節能標章推動使用作業要點」而執行。為了瞭解節能標章獲證公司是否正確使用節能標章，故至各獲證公司之公司網站，稽查其展售商品有無冒用或不實廣告等疑似違規使用節能標章的情形，並要求疑似有違規使用節能標章之獲證公司進行改善，以維護節能標章之公信力，並保障消費者權益。

二、節能標章使用正確性之網路稽查作業方式

106 年度獲證公司節能標章例行性網路稽查作業執行方式如下：

- （一）針對節能標章官網中所列示之獲證公司，蒐尋該公司是否有架設公司網站。並針對有架設公司網站者，至該公司網站稽查相關網頁（包含型錄、規格…等需下載之檔案）之畫面與內容，以確認是否有使用節能標章圖示或節能標章文字之情形，並判定是否正確使用節能標章圖示或文字。

(二) 上述稽查結果若發現有疑似違規使用節能標章圖示或文字之情形，則將該疑似違規事項做成紀錄，並再複查確認。

(三) 經複查確認後之違規事項，若屬於初次違規，則通知獲證公司立即改善；若屬於重複違規事項，則呈報能源局依據相關法規裁處（如商標法）或函轉其他主管機關（如公平交易委員會）裁罰。

三、節能標章使用正確性之網路稽查結果與處理情形

(一) 106 年度獲證公司於公司網站節能標章使用正確性稽查結果統計

本（106）年度共完成 652 家次公司官網節能標章標示例行性稽查，包括上半年之 314 家與下半年之 338 家。表 1 為 106 年度進行節能標章網路稽查之獲證公司於公司網站設置、公司網站使用節能標章以及節能標章正確性使用稽查結果統計表。

在 652 家次的網路稽查作業中，發現於獲證公司網站上有疑似違規使用節能標章情形者有 45 家次，佔有設立公司網站家數與佔總稽查獲證公司家數之百分比，分別約為 9% 與 7%。而疑似違規使用節能標章項次佔總稽查項次之百分比，約為 0.27%。

本（106）年度稽查發現之疑似違規使用節能標章之家數及網頁數佔比，皆較上（105）年度為低。

表 1 106 年度獲證公司於公司網站例行性節能標章正確性使用稽查結果統計

獲證公司官網網路稽查結果 統計項目	106 年度 上半年	106 年度 下半年	106 年度	105 年度	104 年度
總稽查公司家數	314	338	652	665	673
未設立公司網站家數	61	69	130	141	136
有設立公司網站家數	253	269	522	524	537
有設立公司網站之總稽查項次	37,648	36,345	73,993	63,651	75,370

獲證公司官網網路稽查結果 統計項目		106 年度 上半年	106 年度 下半年	106 年度	105 年度	104 年度
未使用節能標章家數		135	126	261	224	210
使用節能標章家數		118	143	261	300	327
公司 網站 使用 節能 標章 情形	有使用節 能標章之 公司網站 正確性使 用稽查結 果					
	正確使用家 數	96	120	216	227	232
	疑似違規使 用家數	22	23	45	73	95
	疑似違規使 用網頁數	31	166	197	238	315
	疑似違規使 用款數	30	105	135	222	257
疑似違規使用節能標章 家數佔有設立公司網站 家數之百分比		9%	9%	9%	14%	18%
疑似違規使用節能標章 家數佔總稽查公司家數 之百分比		7%	7%	7%	11%	14%
疑似違規使用節能標章 項次佔總稽查項次百分 比		0.08%	0.46%	0.27%	0.37%	0.42%

上述疑似違規使用節能標章之 45 家次公司、197 項次疑似違規使用事項，加計上、下半年加強稽查所發現之 3 項次疑似違規使用事項，經整理分析後，屬於 43 家獲證公司與 1 家非獲證公司，累計共有 44 家公司、200 項次疑似違規使用事項。

表 2 為上述 44 家公司於公司網站疑似違規使用節能標章之項次與產品類別統計表。若以各別產品類別之疑似違規總項次佔比排序，前 10 名依序為聚光燈 & 泛光燈（21.0%）、冷氣機（15.0%）、貯備型電熱水器（9.5%）、電扇（9.5%）、發光二極體燈泡（6.5%）、電視機（4.5%）、鎢絲燈（4.0%）、顯示器（3.5%）及洗衣機（3.0%）、電冰箱（3.0%）、蠟燭燈（3.0%）。

表 2 106 年度於公司網站疑似違規項次於各產品類別分佈情形

產品類別	106 年度於公司網站違規使用節能標章於產品類別分佈情形												
	上半年				下半年				106 年度總計				
	冒用項次	不實廣告項次	冒用 + 不實廣告項次	違規項次	冒用項次	不實廣告項次	冒用 + 不實廣告項次	違規項次	冒用項次	不實廣告項次	冒用 + 不實廣告項次	違規項次	百分比
聚光燈 & 泛光燈	0	0	0	0	42	0	0	42	42	0	0	42	21.00%
冷氣機	2	0	0	2	25	0	3	28	27	0	3	30	15.00%
貯備型電熱水器	0	1	0	1	13	3	2	18	13	4	2	19	9.50%
電扇	2	4	2	8	7	4	0	11	9	8	2	19	9.50%
發光二極體燈泡	0	0	0	0	13	0	0	13	13	0	0	13	6.50%
電視機	0	0	0	0	9	0	0	9	9	0	0	9	4.50%
鎢絲燈	0	0	0	0	8	0	0	8	8	0	0	8	4.00%
顯示器	0	1	3	4	3	0	0	3	3	1	3	7	3.50%
洗衣機	1	0	0	1	5	0	0	5	6	0	0	6	3.00%
電冰箱	1	0	0	1	5	0	0	5	6	0	0	6	3.00%
蠟燭燈	0	0	0	0	6	0	0	6	6	0	0	6	3.00%
影印機	3	0	0	3	2	0	0	2	5	0	0	5	2.50%
窄角聚光燈	0	0	0	0	5	0	0	5	5	0	0	5	2.50%
溫熱型開飲機	0	0	3	3	0	0	1	1	0	0	4	4	2.00%
印表機	2	0	1	3	0	0	0	0	2	0	1	3	1.50%
空氣清淨機	1	0	0	1	1	1	0	2	2	1	0	3	1.50%

產品類別	106 年度於公司網站違規使用節能標章於產品類別分佈情形												
	上半年				下半年				106 年度總計				
	冒用項次	不實廣告項次	冒用 + 不實廣告項次	違規項次	冒用項次	不實廣告項次	冒用 + 不實廣告項次	違規項次	冒用項次	不實廣告項次	冒用 + 不實廣告項次	違規項次	百分比
除濕機	0	1	0	1	1	1	0	2	1	2	0	3	1.50%
窄光射燈	0	0	0	0	3	0	0	3	3	0	0	3	1.50%
室內照明燈具	2	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	2	1.00%
高天井燈	0	0	0	0	2	0	0	2	2	0	0	2	1.00%
LED 平板燈	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0.50%
道路照明燈具	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0.50%
支架燈	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0.50%
泛光燈	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0.50%
窄射燈	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0.50%
合計	16	7	9	32	153	9	6	168	169	16	15	200	100.00%

(二) 106 年度於獲證公司網站疑似違規使用節能標章之態樣分析結果

針對 106 年度於公司網站中疑似違規使用節能標章之 200 項違規事項，進行違規態樣統計分析，分析結果如表 3 所示。

由表 3 可知，以 A-1（未獲證產品使用節標圖示）違規態樣之佔比最高，佔總違規項次的 57.5%；其次為 A-3（屆期未續約或抽驗不合格或未配合後市場抽測產品使用節標圖示），佔總違規項次的 27.0%。所有 200 項的違規事項，皆屬於初次違規。

表 3 106 年度公司網站節能標章違規使用態樣分析結果彙整表

案例代碼	廠商類別	違規態樣	106 年度公司網站網路稽查違規樣態分析結果統計						
			(初次 + 歷史) 違規			初次違規		歷史違規	
			家數	項次	違規項次佔比	家數	項次	家數	項次
A-1	節標獲證廠商	未獲證產品使用節標圖示	14	115	57.5%	14	115	0	0
A-2		未獲證產品使用節標文字	2	4	2.0%	2	4	0	0
A-(1+2)		未獲證產品使用節標圖示與文字	2	3	1.5%	2	3	0	0
A-3		屆期未續約或抽驗不合格或未配合後市場抽測產品使用節標圖示	18	54	27.0%	18	54	0	0
A-4		屆期未續約或抽驗不合格或未配合後市場抽測產品使用節標文字	8	12	6.0%	8	12	0	0
A-(3+4)		屆期未續約或抽驗不合格或未配合後市場抽測產品使用節標圖示與文字	5	10	5.0%	5	10	0	0
A-5		公司或產品首頁以節標圖示作為廣告行銷宣傳	未發現		未發現		未發現		
A-6		公司或產品首頁以節標文字作為廣告行銷宣傳	未發現		未發現		未發現		
A-(5+6)		公司或產品首頁以節標圖示與文字作為廣告行銷宣傳	1	1	0.5%	1	1	0	0

案例代碼	廠商類別	違規態樣	106 年度公司網站網路稽查違規樣態分析結果統計						
			(初次 + 歷史) 違規			初次違規		歷史違規	
			家數	項次	違規項次佔比	家數	項次	家數	項次
B-1	非節標獲證廠商	未獲證產品使用節標圖示	未發現			未發現		未發現	
B-2		未獲證產品使用節標文字	未發現			未發現		未發現	
B-(1+2)		未獲證產品使用節標圖示與文字	未發現			未發現		未發現	
B-3		公司或產品首頁以節標圖示作為廣告行銷宣傳	未發現			未發現		未發現	
B-4		公司或產品首頁以節標文字作為廣告行銷宣傳	未發現			未發現		未發現	
B-(3+4)		公司或產品首頁以節標圖示與文字作為廣告行銷宣傳	1	1	0.5%	1	1	0	0
合計			51	200	100%	51	200	0	0

(三) 獲證公司疑似違規使用節能標章事項之處理與改善情形

上述所有發生在公司網站之初次違規使用節能標章之事項，皆於第一時間通知獲證公司要求其立即限期改善並回覆改善資料。廠商回覆的改善資料，經工研院上網確認該違規事項確實已經完成改善之後，才完成結案。本（106）年度並未發現有蓄意重複違規，需呈報能源局之事項。

106 年度上、下半年於公司網站執行之例行性與加強性節能標章標示網路稽查所發現之初次違規使用節能標章事項，皆已分別於 6 月下旬與 11 月上旬完成改善。執行單位留存所有與違規使用節能標章公司往來聯繫之電子郵件檔案，連同疑似違規事項改善回覆表，一併做為計畫執行過程之相關佐證資料。



財團法人台灣大電力研究試驗中心
Taiwan Electric Research & Testing Center

經濟部能源局、標準檢驗局認可檢驗機構

測試及檢定項目：

- 電力產品測試
- 電器產品測試
- 再生能源測試
- 電度表/變比器檢定

新增測試服務項目：

- 10米法電波暗室EMC測試
- 電機電子產品有害物質(RoHS)測試
- 防爆器具測試
- 省水標章測試



10米法電波暗室EMC測試



省水標章測試



電機電子產品有害物質(RoHS)測試



防爆器具測試

結論

- (一) 106 年度共完成 652 家次公司網站的例行性網路稽查作業，稽查結果發現之疑似違規項次（197 項）約佔總稽查項次（73,993 項）之 0.27%。若以產品類別分析，公司網站疑似違規項次佔比較高前 3 名的產品類別依序為聚光燈 & 泛光燈（21.0%）冷氣機（15.0%）及貯備型電熱水器（9.5%）電扇（9.5%）。所有疑似違規項次，皆屬初次違規，並皆已完成改善。
- (二) 違規事項之態樣分析結果顯示，公司網站之違規態樣以未獲證產品使用節標圖示（A-1）違規態樣之佔比最高，佔總違規項次的 57.5%；其次為屆期未續約或抽驗不合格或未配合後市場抽測產品使用節標圖示（A-3），佔總違規項次的 27.0%。
- (三) 針對 105 與 106 年度獲證公司官網稽查發現疑似違規使用節能標章事項，合計 435 項次，進行加強稽查作業，其稽查結果顯示，仍有 3 項疑似違規項次，約佔總稽查項次（435 項）之 0.69%。

誌謝

本文承經濟部能源局之能源基金計畫所贊助，特此誌謝。

參考資料

1. 節能標章全球資訊網，<http://www.energylabel.org.tw/>。
2. 106 年度能源效率分級標示及節能標章產品之標示稽查暨能源效率抽測作業說明簡報，<http://61.219.118.186/energylabel/gen/news/upt.aspx?p0=279&key=&uid=0&cid=0&con=1&year=&month=&day=>。

需要服務之處，誠摯歡迎聯絡我們：

電話：03-4839090 E-MAIL：customer_service@ms.tertec.org.tw

地址：32849桃園市觀音區草漯里榮工南路6-6號

107 年度 節能標章獲證產品之 能源效率抽測名單決定 及抽測作業說明

依據「經濟部能源局節能標章推動使用作業要點」第 19 條規定，將不定期對節能標章產品實施能源效率抽驗，以確保節能標章產品符合節能標章能源效率基準，維持節能標章公信力及維護消費者權益。

一、107 年度節能標章產品抽測名單

有關本（107）年度 節能標章產品抽驗名單，已於第 1 次節能標章審議委員會決定抽驗 28 品項、300 件次以上產品，並公告於節能標章全球資訊網站。

本年度節能標章產品抽測以每品項內每廠家應至少抽測 1 款為原則；該產品受檢廠商若已連續前 2 年抽測結果皆符合者，本次可免抽驗。上年度未配合抽測或抽測結果不符合者，以及獲證款數為多者，則列入加強管理。

本年度節能標章抽驗廠商名單決定如下（各廠商除另有標註外，至少抽測 1 款）：

1. 吹風機：源田
2. 組合音響：景誠
3. 緊密型螢光燈管：台灣飛利浦
4. 軸流式風機：福珉

5. 在線式不斷電式電源供應器：施耐德
6. 乾衣機：博西、上洋
7. 電鍋 / 電子鍋：燦星網通、大賀、禾聯碩
8. 電烤箱：嘉儀、大同
9. 筆記型電腦：華碩（2）、宏碁
10. 空氣源式熱泵熱水器：巨倫、善騰（2）
11. 貯（儲）備型電開水機：龍泉、賀眾、力霸
12. 桌上型電腦主機：華碩（2）、宏碁（2）
13. 浴室用通風電扇：台達電子、易而益、生原、順光
14. 離心式風機：台灣新晃、原勵、質昌（2）
15. 天井燈：中國電器新營廠、昶旭、展忻、展光
16. 印表機：台灣富士全錄（2）、台灣愛普生（2）、互盛
17. 電視機：台灣三星（2）、鴻海、台灣索尼、台灣樂金（2）
18. 影印機：金儀（2）、震旦行（2）、台灣佳能（2）、台灣京瓷、互盛、台芝
19. 室內照明燈具：倍好、鈞全、力瑪（2）、晟鑫（2）、大友、南亞、億光、光華（2）、恆堡
20. 發光二極體燈泡：晶睿（2）、永佳、台灣新照明（2）、億光、天力光、康寶、麗光、巨鑫億、壯格
21. 洗衣機：聲寶（2）、台灣樂金（2）、大同、東元、台松、憶聲、新視代、美第（2）、日立家電、上洋、台灣三洋、台灣三星
22. 溫熱型飲水機：賀臨、賀眾（2）、豪昱、力霸（2）、豪星、偉志、拓霖、普德、普鴻、樂泉、沛宸、華旗、台灣明尼蘇達、龍泉（2）
23. 冰溫熱型飲水機：元山、全茗、凡德仕、豪昱、賀眾（2）、豪星、千山、力霸（2）、普德、沛宸、龍泉（2）、樂泉、賀川、華旗、鴻茂

24. 道路照明燈具：中國電器新營廠、元證、銘隆、賀冠、聯嘉、利順德（2）、宏電（3）、富山、國隴（2）、耀源、立基、亮昇、佳業、寶立、德威、東貝、軒豐
25. LED 平板燈：茂林、尖控雲端、金協昌、南亞、傳遞、翔耀、國隴、興通、台灣飛利浦照明、祺美、世界光、晨陽、中國電器新營廠、億光、泰銘、康宏、宜紀、光多、鈞全、亞帝歐、家耕、翊聖
26. 空氣清淨機：美最時、聲寶、台灣松下、一舜、台灣艾特維、偉昕、台灣明尼蘇達、大同、克立淨、台灣樂金、華宸、元山、台灣飛利浦、佳醫、席愛爾、新視代、格瑞、和泰興業、格威、臻淨、樂智、東元
27. 顯示器：禾聯碩（2）、台灣夏普、或詎、明基電通（2）、聲寶（2）、台灣松下（2）、華碩、東元、嘉捷（2）、憶聲、盛源、大同、捷達、瑞軒（2）、宏碁、新視代、台灣三洋、佶特（2）、鴻海、普騰
28. 電扇：山星綠能（2）、東元、東銘、易而益、聲寶（2）、將財、台灣松下、風格、研深、偉昕（2）、慶奇（2）、台灣日旭、優數、鴻茂、雙生綠能、東亮、中央興、捷芮、嘉易齊（3）、三新、太星、瀉湖、吉宇、大同、新典、威力、元山、明宙、大友、席愛爾、新視代、中國電器新營廠、佳醫、天寶、嘉隆、鼎元、旺德、金宏新（2）、順光（3）、台芝、快譯通、棣樺、忻展、長餘、助晟、鎰臻（3）

二、節能標章產品抽測注意事項

（一）前列抽驗名單決定後，依下列原則依序篩選抽驗產品型號：

1. 由抽驗廠商申報之獲證產品資訊中，選取前一年度獲證產品生產量或銷售量較大者，且抽驗時節能標章證書有效期限在 6 個月以上之機型作為抽驗機型。
2. 無法判斷之原則下，由執行單位隨機抽樣。

（二）執行單位實施抽驗作業時，獲證廠商須配合下列事項：

1. 獲證廠商收到執行單位抽驗通知後，依指定抽測型號、預定抽樣時間及地點，經雙方確認後，應配合執行單位於市場或工廠倉庫執行取封樣工作，取樣之產

品由受檢廠商負責送至指定實驗室進行產品能源效率（或能源耗用）檢測。

2. 抽驗時注意事項：

- （1）受檢廠商應於樣品封識日起 3 日內，運送封識樣品至指定之檢驗試驗室，進行節能標章獲證產品能源效率能源效率檢測，同時應攜帶抽測取樣時留存之檢查紀錄表影本予指定試驗室人員簽收，未依規定辦理者，執行單位得通知受檢廠商限期內完成辦理。
- （2）廠商逾期未送樣至指定實驗室，依「節能標章推動使用作業要點」第 21 點第 10 項：視同規避或拒絕抽驗，報請審議會及能源局終止該類產品節能標章全部有效獲證型號的使用權。未配合辦理產品抽驗之受檢廠商等同處理，並公告於節能標章網站。

（三）節能標章獲證產品能源效率抽驗結果，處理方式如下：

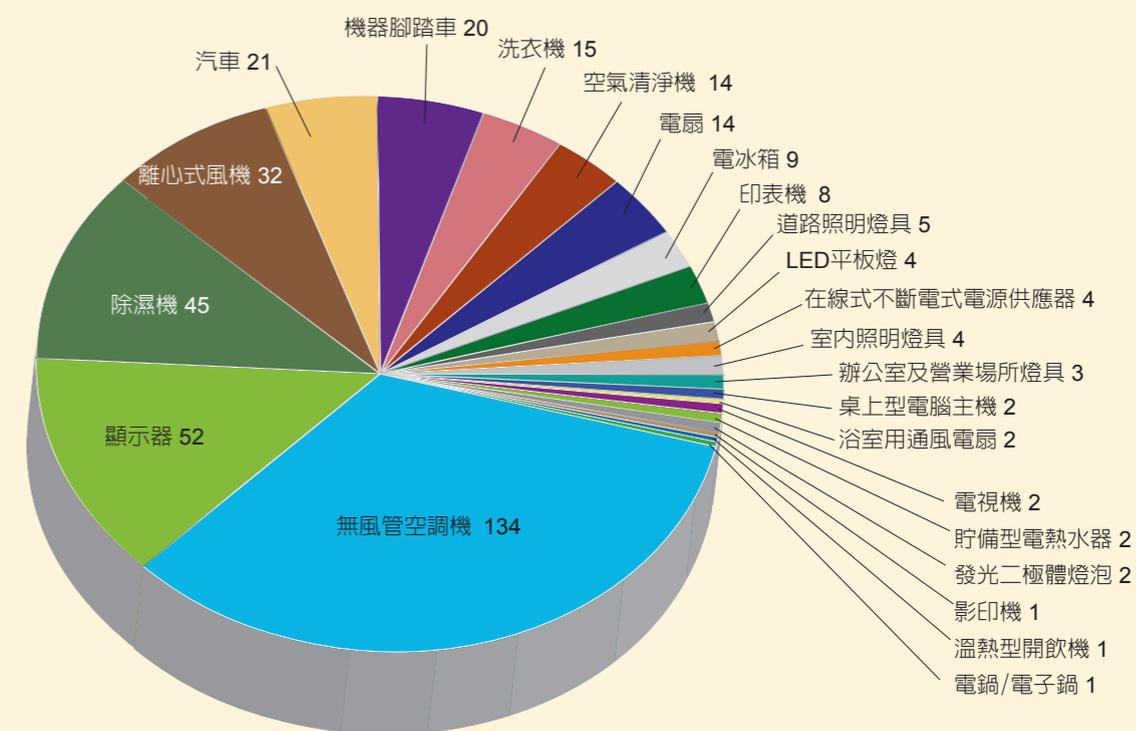
1. 檢測結果若符合產品原申請之能源效率基準，則廠商得繼續使用節能標章至合約期滿。
2. 檢測結果若未符合產品原申請之能源效率基準，則依下列方式處理：
 - （1）由執行單位立即以書面通知獲證廠商於受通知日起，將該產品相關資訊自節能標章專屬網站移除，獲證廠商應立即停止使用節能標章，並於規定時間內實施複查。
 - （2）複查時，複查樣品數應為抽驗相同型號之節能標章產品之 2 倍，進行能源效率檢測，複測相關費用依作業要點規定由受檢廠商自行負擔（請詳節能標章作業要點及節能標章使用合約書）。
 - （3）複查樣品檢測結果應全數符合原申請之能源效率基準，由執行單位以書面通知獲證廠商於受通知日起，於節能標章專屬網站恢復該項產品相關資訊，獲證廠商始得繼續使用節能標章。
 - （4）複查樣品檢測結果未全數符合原申請之能源效率基準，或未辦理複查，由執行單位提報審議會及能源局終止其節能標章使用權，其系列型號等同處理，並公告於節能標章網站。

「節能標章與能源效率分級標示」 會議暨活動行事曆 (107年度1月至3月)

日期	時間	地點	會議名稱
107.01.16	13:00	集思台大會議中心 柏拉圖廳	107 年度能源效率分級標示及節能標章 產品之標示稽查暨能源效率抽測作業說 明會 (台北場)
107.01.18	09:30	高雄國際會議中心 2F-VIP 會議室	107 年度能源效率分級標示及節能標章 產品之標示稽查暨能源效率抽測作業說 明會 (高雄場)
107.01.18	10:30	財團法人台灣大電力研 究試驗中心 101 會議室	實驗室測試一致性比對電鍋測試方法說 明會
107.02.06	14:00	經濟部能源局 13 樓第 1 會議室	107 年第 1 次節能標章審議會
107.02.27	09:30	台北福華文教會館 103 階梯教室	2018 年節能標章能力試驗前置作業說 明會
107.03.09- 107.03.12	12:00- 20:00	高雄巨蛋體育館	2018 高雄 3C 節能家電空調居家生活 展
107.03.19	14:00	集思台大會議中心米開 朗基羅廳	107 年度空氣清淨機能源效率測試方法 說明會



節能標章 107 年 1~3 月核准款數

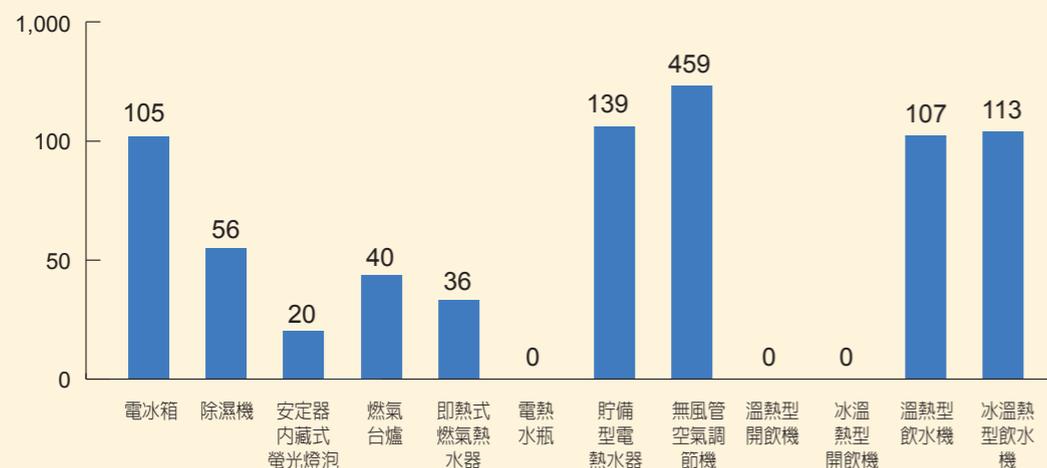


欲查詢之各項產品核准詳細資訊請至：節能標章全球資訊網站
(<http://www.energylabel.org.tw/purchasing/product/list.aspx>)



節能效率分級標示 107年1~3月核准款數

產品項目	電冰箱	除濕機	安定器內藏式螢光燈泡	燃氣台爐	即熱式燃氣熱水器	電熱水瓶	貯備型電熱水器	無風管空氣調節機	溫熱型開飲機	冰溫熱型開飲機	溫熱型飲水機	冰溫熱型飲水機
家數	9	12	4	6	7	0	6	31	0	0	5	2
款數	105	56	20	40	36	0	139	459	0	0	107	113



欲查詢之各項產品核准詳細資訊請至：中華民國能源效率分級標示管理系統
(<http://ranking.energylabel.org.tw/index.asp>)

R32 新環保冷媒 1級 變頻空調

舒適 節能 省電 安靜

CSPF 智慧節能新標準



禾聯碩股份有限公司
TEL: (03)396-1188 FAX: (03)396-1199
<http://www.heran.com.tw>
免付費服務電話: 0800-667-999
服務傳真專線: (03)262-7866



全省服務據點

公司: 桃園市龜山區華亞科技園區科技三路88號 TEL: (03)396-1188
服務部: 桃園市龜山區華亞科技園區科技三路88號 TEL: (03)327-5407
台北站: 台北市南港區成功路一段22號 TEL: (02)6617-7860
新竹站: 新竹市竹光路197號 TEL: (03)610-6383
台中站: 台中市烏日區三和里中山路3段130-3號 TEL: (04)2338-0480



2010台灣優良品牌



台灣精品 2017



QR CODE

禾聯碩官方網站

特約服務站

澎湖站: 澎湖縣馬公市中興路6-2號

TEL: (07)733-5113

金門站: 金門縣金湖鎮山外黃海路1-5號 TEL: (07)733-5113