

公平貿易的理念與發展趨勢

林錦宏

摘 要

公平貿易，或稱公平交易，開始於 1940 年代，是一種有組織的社會運動，奠基於建立一種透明與互相尊重的貿易夥伴關係，推動永續與道德的發展體系，以促成更平等的國際貿易。在貼有公平貿易標籤及其相關產品之中，它提倡一種關於全球勞工、環保及社會政策的公平性標準，其產品包括手工藝品及農產品等許多種類，這個運動特別關注自開發中國家銷售到已開發國家的外銷情況。公平貿易基於一系列的規則，確保生產者獲得公平的報酬、勞動者獲得應有的權利以及環境得到保護，提供生產者、貿易商與消費者直接參與對抗貧窮與剝削的管道。本文介紹公平貿易的歷史、標準、督導與認證、公平貿易對弱勢農民及勞工的影響，美國、歐盟、日本、英國、香港推動公平貿易的經驗以及臺灣公平貿易的現況。探討臺灣未來在公平貿易的推動上，如何協助消費者辨識公平交易產品，以及訂定公平交易價格，保障小農及勞工收入並推動維護環境保護、永續發展的理念，達成貿易公平的目標。

前 言

在臺灣，談到公平交易，直接聯想到的，應該是星巴克的公平交易咖啡豆。2003 年 4 月，臺灣星巴克第一次在點菜單上加入一個新品項：公平交易咖啡。另外，還選定每月二十號為「公平交易日」，在這一天，所有臺灣星巴克用「公平交易咖啡豆」烹煮每一杯咖啡。公平交易的名稱代表甚麼？統一星巴克在店內的宣傳手冊上是這麼解釋公平交易咖啡豆的：「不僅能夠採購高品質咖啡豆，也兼顧當地生態環境與區域經濟穩定。」中南美洲咖啡農生活貧苦，許多家庭一天的所得不超過三美金。企業希望以公平交易為基礎，給農民更適當的利潤，對當地產生最大的幫助。企業試圖把利潤回饋給農民、強調企業社會責任是最初構想，但如果以五個等級來評價咖啡，現在風行的大多為一、二等咖啡，就是所謂的精

緻咖啡。這些精緻咖啡往往在還沒有採收前就被預購、價格也更高，根本不需要企業或者政府幫助收購，而公平交易咖啡，大多都是三等以後的次等咖啡。以臺灣西雅圖咖啡來說，幾乎不會用到三等以後的咖啡，所以也就無從向中南美洲小農直接購買。咖啡農要將咖啡提升到精緻水準，需要資金、教育才可以做到提升自己的水準，種更好、更精緻的咖啡，也就不必擔心被剝削的問題了。

公平交易組織除了提倡咖啡公平交易，同樣還要求茶、香蕉、可可等其他農產品也能公平交易。而公平交易組織也會自行大量收購農產品，在產品包裝上印有公平交易標誌，等於是為組織貼上「慈善」標籤，增加產品附加價值後，再以單一高價轉賣給其他企業。公平貿易是一種有組織的社會運動，透過標籤認證讓消費者辨識公平交易產品，倡議消費者以一個「合理價格」向貧窮國家的生產者購買貼有公平貿易標籤與相關的商品。然而公平貿易的概念遠遠超出了簡單的經濟交易行為：「建立購買者與生產者之間的長期夥伴關係」是公平貿易的核心概念，目的是不依靠捐款者的援助，而是以消費的方式幫助生產者，提供農夫、工人與他們的家庭一種永續的方法來改善他們的生計。

內 容

一、公平貿易的歷史

公平貿易運動開始於 1940 年代，當美國與歐洲很小型的組織開始與低度開發國家的生產者直接展開手工藝品的貿易。這個另類貿易組織(Alternative Trading Organizations)首次以保障生產者與他們的社群在商品買賣中得到一個公平的價格，與傳統貿易開始有了區別。在公平貿易組織內的生產者多半為國際社會邊緣國家的農民與工人，這些生產者在自由貿易的體系內並未獲益，反而因為剝削與壓榨，生活在恐懼與赤貧之中。對農民而言，公平貿易以友善的態度，對生產者承諾提供一個能維持生計與永續經營的「保證收購價格」，這個價格能讓農民免除價格波動的傷害與保持生存尊嚴，而且確保他們是以友善環境的方式進行耕種。國際公平貿易標籤組織(FLO, Fair Trade International)向特許商收取年費和固定比例的營收，用來成立「社會發展金」，運用在幫助貧窮國家的生產組織建立水、電、教育、醫療等基礎設施，幫助他們改善生活，使他們在醫療、教育等基本生

活條件方面獲得更好的照顧，並投資他們生財設備，提供生產者接觸國際市場、呈現商品與動員的資源，幫助生產者得到經濟獨立的機會。

二、公平貿易的標準

公平貿易鼓勵加入的生產者遵守公平貿易標準，例如成立生產組織賦予勞工自主的權利，克服種族歧視，以及幫助婦女取得工作技能，得到平等的工作權利與機會等。並鼓勵參加公平貿易組織的農人與工人使用永續的生產方式、尊重自然環境，避免對害蟲管理使用有毒農藥，因此在公平貿易所認證的咖啡中，接近 85% 也是對環境與工人健康較有益的有機咖啡。所以得到公平貿易幫助的生產者在標準之下，也能提供對另一端消費者更好更健康的產品。對消費者而言，公平貿易以透明的管理方式與商業模式，建立一個負責任的商業網絡，讓消費者可以清楚追溯產品的來源。如此透明的機制，可以減少層層剝削與行銷成本，拉近消費者與生產者的距離，不但保障生產者的收益，也確保消費者的權益。公平貿易並且教導與幫助生產者以保護環境的方式，產出對環境友善的高品質商品，對消費者也有益。

三、公平貿易的督導與認證

公平貿易認證是一種產品認證的體系，設計的目的是為了讓人們辨別該產品符合環保、勞動人權以及第三世界的發展利益標準。這個體系由兩個單位負責執行：FLO International 是標準訂定的單位，FLO-CERT 是認證授權的單位；這個認證體系對生產者進行獨立的審查，以確保達成商定的標準。販售公平貿易商品的公司，必須符合公平貿易認證的標準，並且申請成為特許銷售商才可以使用公平貿易商標在自己的商品上。

四、公平貿易對弱勢農民及勞工的影響

1999 年，美國由民間發起了組織—「Trans Fair USA」，提倡企業應跳過中間商，並且用合理的價錢直接向農民購買產品，以減少對農民的剝削。公平交易咖啡也是這個組織下的產物。根據《Business Week》的報導，一般中南美洲農民一磅咖啡成本約為 0.5 美金，再以 0.8 美金賣給中間商，幾乎沒有利潤可言。但由咖啡廠商直接收購，透過「公平交易」則可以將價錢提高到每磅 1.26 美金。減少小農被中間商剝削。在不公平的國際貿易政策下，農民生產的回報被壓低，生活入

不敷支，甚至連生產成本也未能回收。貿易不但不能讓發展中國家農民在貿易中受惠，反而讓他們越來越貧困。「公平貿易」的出現正是為了改變這種不公平的狀況。然而根據時代雜誌的報導，即使將價錢提高到每磅 1.55 美金，已高出市場價 10%，扣除稅金、合作費用、生產成本，農民所得只有每磅 50 美分，尚有努力改善的空間。

五、美國、歐盟、英國、日本、香港推動公平貿易的經驗

美國提倡每筆公平貿易攸關產品品質，改善生活，保護環境(Every Purchase Matters Quality Products, Improving Lives, Protecting Environments)和我國農委會所提倡的健康、卓越、樂活農業有相同的理念。2003 年科羅拉多大學公平貿易研究團體總結了七個拉丁美洲公平貿易咖啡生產者的個案，認為公平貿易能在「短時間內改善小規模咖啡生產者及其家庭的生活」。在公平貿易下的生產者，更能得到信貸及外來的發展資助。比起傳統的咖啡生產者，公平貿易生產者更能得到訓練機會並能改善其咖啡的品質，而那些公平貿易生產者的家庭也更穩定，比起傳統咖啡生產家庭，小孩也能得到更好的教育機會。

歐洲議會在 2006 年 7 月 6 日，無異議通過一個有關公平貿易的決議文，承認公平貿易所能帶來的好處，認為歐盟應在全歐政策架構下發展公平貿易，以更加支持公平貿易，歐盟外貿執行官 Peter Mandelson 表示，執委會會全盤接受決議文，「公平貿易使得消費者思考，所以是相當有價值的，這決議文將會幫助我們發展一套連貫的政策架構。」

在日本，成立於 1995 年的 People Tree (取得 IFAT 認證)是日本最大的公平貿易團體，在英國設有分公司，他們也是公平貿易界中，最早創立的時尚品牌之一。除了有許多一線大廠的設計師跳槽支持，他們更曾經跟 VOGUE、BIRKENSTOCK 等名牌合作，研發新穎款式，不但讓消費者眼睛一亮，也讓公平貿易的概念更深入生活各個層面。

英國在 1994 年由五個關注地球不平等發展的慈善機構，聯手草創「公平貿易基金會」組織，讓愈來愈多消費者選擇公平貿易。全世界有 18 個國家，1,000 個公平貿易鎮。英國即有超過 500 個公平貿易鎮。倫敦推動公平交易運動，經常辦理各種主題活動，對世界公平交易的推動有極大激勵與影響。

香港樂施會在 2002 年推動貿易要公平運動，深信公平貿易是一個讓發展中國家農民得以脫貧的出路並為公平交易整理出八項特點：一、在農民、商人和消費者之間建立一個長遠而平等的夥伴關係；二、在交易過程中，讓農民得到合理和穩定的回報，足以支付種植成本和基本生活開支；三、提倡可持續的生產種植模式，讓環境受到保護，減少水土流失和災害等情況發生；四、農民成立和經營合作社，以可支付生產成本及維持基本生活的「公平」價格，向非政府機構或公司出售咖啡；五、農民與外國買家建立直接聯繫，從而更有力地影響商品價格；六、買家預先支付一筆款項，並簽訂一份較長期的購買合約，以保障咖啡農的生計；七、利用不損環境的種植方法，確保土地的土質得以維持；八、以部分利潤回饋社會，例如興建學校、安全食水供應設施、診所等，促進社區的長遠持續發展。只有符合以上八大特點的交易，公平交易聯盟才會發給認證，承認這樣的關係為公平交易。2008 年 5 月 10 日世界公平貿易日，香港成立了公平貿易協會，並與 12 個公司行號簽署『公平貿易茶水間』約章，這些公司行號承諾將使用公平貿易產品，以支持公平貿易實踐企業社會責任。

六、臺灣公平貿易的現況與未來發展

目前臺灣有三個主要的公平貿易倡導者：生態綠、主婦聯盟環境保護基金會及地球樹。生態綠成立的目的半為社會運動，半為商業營利：一方面在臺灣推動逐漸受到國際社會重視的公平貿易運動，另一方面則具體實踐重視社會責任的永續企業，同時也是華文世界第一家公平貿易特許商，販售並推廣公平貿易商品。主婦聯盟環境保護基金會成立於 1986 年，由一群渴望有綠色、健康及道德產品的消費者組織成合作社，亦致力推廣公平貿易產品。現有成員約 28,000 人。地球樹是一間臺北小店，售賣從日本進口的 People Tree 公平貿易衣物，以及各種工藝品。

臺灣自 2007 年開始有公平貿易店鋪，2008 年開始於每年 5 月自發性的舉辦世界公平貿易日活動。2011 年 6 月 18 日，臺灣的公平貿易商與支持者共同成立臺灣公平貿易協會。2012 年的世界公平貿易日為協會成立後首次舉辦，邀請陳曼青為年度推廣大使，推動公平貿易茶水間、公平貿易校園等行動。臺大社科院於 2008 年 9 月在校園開始供應公平貿易咖啡，成為臺灣第一個公平貿易校園，接後元智大學、輔仁大學陸續開始於校園推動公平貿易運動。臺灣目前有 38 間公平貿易茶水間。2011 年 11 月國際公平貿易標籤組織來臺灣舉辦座談會，從其公佈的資料顯

示，2010 年臺灣公平貿易的銷售總額已超越南韓，例如公平貿易冰棒每天創下銷售 1 千 4 百支，每支 30 元的紀錄，顯示民眾認同、支持直接以市場價格收購臺東農民農產品，製成冰棒銷售，並透過舉辦展覽活動支援農民的理念。

結 語

公平貿易的夥伴關係包括生產者、貿易商、通路商與消費者。當要求健康與道德健全商品的消費者越來越多，日益龐大的公平貿易市場提供更多機會給弱勢的生產者進入公平貿易體系的機會。自從 2002 年國際公平貿易標籤運動統合了各會員組織的標籤、認證標準與推廣力量外，更大力簡化生產者與進口者之間的流程，因此在國際銷售量也大幅提昇。公平貿易認證產品代表著為小農與工人們在全球市場裡提供一個公平的交易，也提供消費者一個機會，在每日例行的消費行為裡為倫理消費做出選擇。在國際公平貿易標籤組織 FLO 的努力之下，目前共有來自 25 個國家的成員組織。在全球 58 個國家，超過 120 萬名農民與工人獲得來自 FLO 的助益、600 萬名生產者、勞工的家屬直接得到 FLO 公平貿易的助益。公平貿易的銷售在全球持續強勁的成長。2009 年，具有國際公平貿易認證商品的銷售量，成長到 3.4 億歐元。其中 520 萬歐元貢獻在發展農民與工人的社區上。公平貿易商品在全球 70 個國家都可以找到。商業行為如果只是比較商品的功能與價格，忽略了消費者與生產者的社會關係以及生產鏈中環境與人權問題，表面的功能與價格其實隱藏了許多生態災難、食品安全、價格波動等系統性的風險與危機。公平貿易不是只有買賣，還有宣傳、訓練與教育消費者的工作，它協助生產者組織自立生產並改善其管理與接觸市場的能力，以透明的管理方式與商業模式，建立一個負責任的商業網絡，讓消費者可以清楚追溯產品的來源。未來需加強研究如何訂定公平交易價格，以保障小農及勞工收入並繼續推動維護環境保護、永續發展的理念，達成貿易公平的目標。

參考文獻

1. 林芳淳 2012 公平貿易在臺灣的經營實踐—以銷售商為個案分析 國立政治大學公共行政學系碩士論文。

2. 溫佳芸 2011 公平正義與商品消費－臺灣公平貿易咖啡的救贖與限制 國立臺灣大學地理環境資源學研究所碩士論文。
3. Lyon, S. 2007. Fair trade coffee and human rights in Guatemala, *Journal of Consumer Policy* 30(3): 241-261.
4. Mare, A. 2008. The impact of fair trade on social and economic development: a review of the literature. *Geography Compass*. 2(6): 1922-1942.
5. Slob, B. 2006. A fair share for coffee producers. P.122-139. In: Osterhaus, A. and G. Bossenbroek (eds.). *Business Unusual: Success and Challenges of Fair Trade*. Fair Trade Advocacy Office, Brussels.