



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา (ส่วนที่ 2)
ชาวเด่นประจำสัปดาห์จากไต้หวันประจำวันที่ 1 – 15 ก.ย. 2569

ไต้หวันชูความยั่งยืนขับเคลื่อนอนาคต: เจาะลึกงานมหกรรม 2026 Asia-Pacific Sustainability Expo

งานมหกรรม 2026 Asia-Pacific Sustainability Expo ครั้งที่ 5 เปิดฉากอย่างยิ่งใหญ่อีกครั้ง ระหว่างวันที่ 25-27 สิงหาคม 2569 ณ อาคารแสดงสินค้าไทเป เวิลด์เทรด เซ็นเตอร์ ภายใต้แนวคิดหลัก "ร่วมสร้างอนาคตของเรา: ความยืดหยุ่น นวัตกรรม และความเจริญรุ่งเรืองร่วมกัน" (Building Our Future: Resilience, Innovation, Prosperity) งานในปีนี้ได้เนรมิตพื้นที่จัดแสดงออกเป็น 9 โซนหลัก ครอบคลุมตั้งแต่สถาปัตยกรรมยั่งยืน การเงินยั่งยืน วิถีชีวิตยั่งยืน การท่องเที่ยวยั่งยืน การศึกษายั่งยืน การแพทย์ยั่งยืน โซลูชันเพื่อความยั่งยืน พันธมิตรด้านความยั่งยืน และระบบนิเวศที่ยั่งยืน นิทรรศการนี้ไม่เพียงแต่เป็นเวทีจัดแสดงผลงาน แต่เป็นการร้อยเรียงภาครัฐ ภาคองค์กรธุรกิจ การแพทย์ การศึกษา และวิถีชีวิตของประชาชนเข้าด้วยกันจนเกิดเป็น "ห่วงโซ่แห่งความยั่งยืน" ที่ข้ามผ่านข้อจำกัดของอุตสาหกรรม เผยให้เห็นศักยภาพของไต้หวันในการผสานเทคโนโลยี AI, การเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน, เศรษฐกิจหมุนเวียน การแพทย์อัจฉริยะ และความหลากหลายทางชีวภาพเข้ากับกลยุทธ์ระดับชาติและด้านการตลาดได้อย่างลงตัว

ภายในงาน กระทรวงเศรษฐกิจไต้หวันได้นำเสนอแคมเปญ "GO ZERO!" จัดแสดงความก้าวหน้าด้านพลังงานสีเขียวที่ควบคู่กับระบบนิเวศทางน้ำ สมาร์ทกริด เทคโนโลยีการดักจับและกักเก็บคาร์บอน (CCUS) และผลงานด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน ขณะเดียวกัน กระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการได้ผนึกกำลังโรงพยาบาลในสังกัด 26 แห่ง นำเสนอโมเดลการแพทย์ยั่งยืนที่ลดรอยเท้าคาร์บอนในทุกมิติ โดยไฮไลต์ที่น่าจับตามอง คือ "เครื่องตรวจชีพจรอัจฉริยะตามแบบแพทย์แผนจีน" จากโรงพยาบาลฉีซาน ที่ถูกนำไปใช้ในหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ในพื้นที่ห่างไกล นวัตกรรมนี้ผสานทฤษฎีการไหลเวียนโลหิตเข้ากับฐานข้อมูลคลินิกขนาดใหญ่ (Big Data) นับล้านรายการ วิเคราะห์ผ่านคลื่นชีพจร ช่วยลดการเดินทางของผู้ป่วย และยกระดับบริการทางการแพทย์ให้มีความแม่นยำและปลอดภัยคาร์บอนต่ำในเวลาเดียวกัน สำหรับภาคธุรกิจค้าปลีกของไต้หวัน ได้แสดงให้เห็นถึงความชาญฉลาดในการทำ Marketing ที่เปลี่ยนเรื่องไกลตัวให้เป็นไลฟ์สไตล์ที่จับต้องได้ เช่น 7-ELEVEN ยักษ์ใหญ่ Convenience Store ต่อยอด "ระบบหมุนเวียนกากกาแฟ" ที่ริเริ่มในปี 2566 โดยนำกากกาแฟจากสาขาต่างๆ มาอัปไซเคิลเป็นชุดพนักงาน ถุงเท้า และสบู่ ขณะที่ FamilyMart ร่วมกับ Zhongjie Biotech พลิกโฉมบรรจุภัณฑ์ด้วยการรีไซเคิลขวดนมจาก Let's Café ผลิตเป็นขวดพลาสติกกรีไซเคิล 100% (PCR) สร้าง Loop การบริโภคที่นำขวดพลาสติกเปล่าจากหน้าร้านกลับคืนสู่มือผู้บริโภคอีกครั้ง PX Mart เซนซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น โชว์ศักยภาพการเข้าถึงชุมชนด้วย "Mobile Supermarket" รถบรรทุกขนาด 7.5 ตันที่บรรจุสินค้ากว่า 300-400 รายการ ตั้งแต่ของใช้จำเป็นไปจนถึงอาหารสด วิ่งให้บริการในพื้นที่ห่างไกล ตอบโจทย์ความยั่งยืนทางสังคม ในการลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงทรัพยากร MUJI นำเสนอโปรเจกต์ Golden Corridor ร่วมกับเกษตรกรในเมืองหยุนหลิน ปลุกพืชใช้น้ำน้อย นำผลผลิตมาทำเป็นนมถั่วเหลืองท้องถิ่น และนำกากถั่วเหลืองมาแปรรูปเป็นคุกกี้ เพิ่มมูลค่าให้ผลพลอยได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ด้านเครือข่ายธุรกิจขนาดใหญ่ระดับภูมิภาคอย่าง Far Eastern Group จัดแสดงผลงานต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ภายใต้ธีม "ร่วมสร้าง Net Zero โลกก้าวไปด้วยกัน" ได้สะท้อนความสำเร็จในการบูรณาการ ESG ลงในกลุ่มธุรกิจ ซึ่งรวมถึง Far Eastern New Century ที่นำนวัตกรรมวัสดุสีเขียว โชว์ศักยภาพการออกแบบวัสดุเชิงเดี่ยวเพื่อการรีไซเคิลที่ง่ายขึ้น และเสือกีฬาจากวัสดุรีไซเคิลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งถูกนำไปใช้ในเวทีการแข่งขันกีฬาระดับโลก เช่น ในศึกฟุตบอลโลกที่ผ่านมา บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตชุดแข่งให้กับทีมชาติสเปนและอาร์เจนตินา โดยใช้วัสดุรีไซเคิลจากขวด PET 100% Far EastTone นำเทคโนโลยี AIoT มายกระดับเมืองอัจฉริยะ เช่น โซลูชัน Net Zero สำหรับอาคารอิมเมเนียม

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

ของมหาวิทยาลัยแห่งชาติทางทะเลไต้หวัน ที่ลดความหนาแน่นของการใช้ไฟฟ้าลงได้ถึง 42% และระบบแผ่นระวางระดับน้ำอัจฉริยะที่ช่วยรับมือกับวิกฤตสภาพภูมิอากาศสุดขั้ว **กลุ่มห้างสรรพสินค้า (SOGO, Big City, Far Eastern Dept Store, a.mart, city'super):** SOGO สร้างปรากฏการณ์เศรษฐกิจหมุนเวียน 100% ด้วยการนำชุดพนักงานเก่า 3,483 ชุดมาสกัดเป็นเส้นใยผลิตถาดอาหารในศูนย์อาหาร ลดคาร์บอนได้ถึง 70 ตัน ด้าน a.mart เตรียมเดินหน้าเก็บรวบรวมน้ำมันพืชใช้แล้วจากสาขาเพื่อส่งต่อให้โรงงานผลิตเป็นเชื้อเพลิงอากาศยานแบบยั่งยืน (SAF) ขณะที่ city'super ตั้งเป้าลดการใช้ถุงกระดาษ 15% ย้ำจุดยืนที่ว่าการบินบริโภคระดับพรีเมียมต้องมาพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดแสดงในปียังให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูธรรมชาติ กระทรวงเกษตรไต้หวันจัดนิทรรศการตั้งแต่ระดับป่าไม้ พื้นที่เกษตร ไปจนถึงทรัพยากรทางทะเล ในขณะที่ภาคเอกชนอย่างห้างสรรพสินค้า **Q Square** ได้ฉีกกฎเดิมๆ ของวงการรีเทลด้วยการยกเลิกการแจกถุงกระดาษ และริเริ่มโครงการ "โรงแรมผึ้งสันโดษ" (Solitary Bee Hotel) สนับสนุนให้ประชาชนสร้างแหล่งที่อยู่อาศัยของผึ้งผสมเกสรที่ระเบียงบ้าน เชื่อมโยงระบบนิเวศเข้าสู่ป่าคอนกรีต ด้านกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ **Radium Life Tech** นำเสนอโมเดลสถาปัตยกรรมจากไม้ที่สามารถถอดประกอบและนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทั้งหมด ลบภาพจำของโมเดลใช้แล้วทิ้งในอดีต นอกจากนี้ **China Airlines** ยังร่วมต่อยอดย้ำภาพลักษณ์สายการบินยั่งยืนด้วยการชูโซลูชันเชื้อเพลิง SAF และบริการอาหารบนเที่ยวบินคาร์บอนต่ำ

งาน Asia-Pacific Sustainability Expo ปี 2026 คือบทพิสูจน์ที่ชัดเจนว่า ไต้หวันกำลังเปลี่ยนผ่านจาก "ไต้หวันแห่งเทคโนโลยี" ก้าวขึ้นเป็น **"ไต้หวันแห่งความยั่งยืน"** อย่างแท้จริง โดยผสานนโยบายภาครัฐ นวัตกรรมสีเขียวขององค์กรธุรกิจ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพียงเล็กน้อยของภาคประชาชนเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อส่งมอบพิมพ์เขียวด้านความยั่งยืนระดับแนวหน้าให้แก่ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและประชาคมโลก

ที่มา Yahoo! News / Taiwan Panorama / 2026 SDG Asia

ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นของ สคต.

ไต้หวันและไทยมีบริบทหลายอย่างคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะการตั้งเป้าหมาย Net Zero ไว้ที่ปี 2050 (2593) รวมถึงการเป็นฐานการผลิตของโลก การมีภาคเกษตรกรรมที่เข้มแข็ง และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วย SME สิ่งไต้หวันทำสำเร็จจึงเป็น "Case Study" ชั้นดีที่ไทยสามารถนำมาปรับใช้และต่อยอดได้ทันที เห็นชัดเจนว่า ไต้หวันก้าวข้ามการทำ CSR แบบทั่วไป (เช่น การปลูกป่ากวาดลานวัด) ไปสู่การฝังความยั่งยืนลงใน **Core Business** การมาถึงของ ESG 2.0 หมายความว่า ปัจจัยเรื่องพลังงาน ภูมิรัฐศาสตร์ และซัพพลายเชนจะเป็นตัวกำหนดว่า "ใครจะได้ไปต่อ" แบรนדרะดับโลก (Global Buyers) กำลังบีบให้ซัพพลายเออร์ต้องเป็น Net Zero ธุรกิจ B2B ของไทยต้องเร่งทำบัญชีคาร์บอน (Carbon Footprint) ตั้งแต่วันนี้ เพื่อรักษาลูกค้าและเจรจาต่อรองราคากับคู่ค้าในยุโรปและสหรัฐฯ อีกทั้งการลดต้นทุนพลังงานคือการเพิ่มกำไรโดยตรง และตัวเลขที่ลดได้นี้สามารถนำไปทำ Carbon Credit หรือรายงาน ESG เพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติได้

โดยสรุปแล้ว ความยั่งยืนคือมาตรฐานใหม่ ไม่ใช่ทางเลือกอีกต่อไป จึงควรเปลี่ยนมุมมองจากคำว่า **"ภาระค่าใช้จ่าย"** เป็นคำว่า **"การลงทุนเพื่อสร้างแต้มต่อ"** ใครที่สามารถสื่อสารและดำเนินการเรื่องความยั่งยืนอย่างจริงจัง และสร้างระบบนิเวศร่วมกับพันธมิตรได้ก่อน จะสามารถเอาตัวรอดได้ในตลาดในรอบทศวรรษนี้