

促進可持續消費的實踐

Working Towards Sustainable Consumption

青年創研庫
Youth I.D.E.A.S.



福生祥香莊

首席顧問 何永昌先生
顧問 徐小曼女士
研究員 張淑鳳女士
陳瑞貞女士
張靜雲女士
夏浩彬先生
陸家穎女士
出版 香港青年協會
青年研究中心
香港北角百福道 21 號
香港青年協會大廈 4 樓
電話：(852) 3755 7022
傳真：(852) 3755 7200
電子郵件：yr@hkfyg.org.hk
網址：hkfyg.org.hk
m21.hk
yrc.hkfyg.org.hk

出版日期：二〇二三年七月

版權所有 © 2023 香港青年協會

Chief Adviser Mr. Andy Ho
Adviser Ms. Hsu Siu Man
Researchers Ms. Christa Cheung
Ms. Chan Shui-ching
Ms. Sharon Cheung
Mr. Iverson Har
Ms. Joanne Luk
Published By The Hong Kong Federation of Youth Groups
Youth Research Centre
4/F., The Hong Kong Federation of Youth Groups Building
21 Pak Fuk Road
North Point, Hong Kong
Tel: (852) 3755 7022
Fax: (852) 3755 7200
E-mail: yr@hkfyg.org.hk
Web: hkfyg.org.hk
m21.hk
yrc.hkfyg.org.hk

Publishing Date: July 2023

All rights reserved © 2023 The Hong Kong Federation of Youth Groups

本報告內容不一定代表香港青年協會之立場。

The views expressed in this publication do not necessarily reflect the views of The Hong Kong Federation of Youth Groups.

青年創研庫 社會民生組

顧問導師： 范寧醫生

召集人： 倪智承先生

副召集人： 張綽嵐小姐 郭達生先生

成員： 小山海里小姐 史勝義先生
 司徒卓庭先生 何穎琛小姐
 李家利先生 周浩民先生
 胡智康先生 徐嘉熹先生
 莫穎雄先生 郭悅怡小姐
 陳昌堅先生 陳俊匡先生
 陳景林先生 湯可怡小姐
 程智楓先生 黃樂妍小姐
 楊子晴小姐 廖美欣小姐
 廖家如小姐 鄭嘉豪先生
 賴翠茵小姐

研究員： 夏浩彬先生

鳴謝

是項研究得以順利完成，實有賴下列人士的協助，並給予寶貴意見，使我們的資料和分析得以更為充實，謹此向他們致以衷心感謝。

被訪人士(排名按姓氏筆劃序)：

何偉歡	《環保政策與綠色生活：國際視野下的香港》作者
張一心	香港公平貿易聯盟總幹事
陳碧盈	Loop store 環團生活創辦人

所有曾接受網上問卷調查和深入訪問的香港青年

研究摘要

長久而來，追求經濟增長的發展和生產模式主導全世界，造成自然資源被過分消耗，生態環境受到巨大的破壞。隨着可持續發展概念抬頭，人們對氣候危機和環境問題日益關注，開始思考要改變破壞環境的經濟發展模式。實現可持續的消費及生產模式近年成為全球關注的議題，聯合國 2015 年將此納入為 17 項可持續發展目標之一，呼籲各國採取積極行動。

可持續消費及生產提倡在滿足發展需要和改善生活素質的同時，盡量減少因消費和生產而對環境造成的負面影響¹。過去數十年香港經濟急速發展，一躍成為物質生活豐裕的國際城市，但同時造就了過度消費，多年來香港的資源消耗量²和廢物棄置量³都維持著高水平。適逢香港進入後疫情復甦的階段，實現綠色轉型刻不容緩。要達至碳中和目標，除了建設低碳能源、發展綠色產業等經濟轉型外，還能從衣、食、住、行中生活習慣入手，藉消費行為發揮影響力。

雖然環保的消費方式逐漸在社會普及，但有本地調查發現，超過四成受訪港人認為自己不太或完全不了解可持續消費的概念，研究亦發現港人對可持續消費的認知和態度與實際行為之間有差距，社會整體的意識和實踐仍有待改善。要建立可持續的消費文化和生活方式⁴，需要政府、企業和消費者更多的參與和付出。如何改變人們消費追求便利的即棄文化和習慣，建立適度、公平和綠色的消費文化和生活方式，並促進企業以至整個經濟生產模式的轉型，是值得社會各持分者深思的議題。

可持續消費是新興的研究領域，過往較少獲香港社會的討論和關注。本研究通過了解香港青年對可持續消費的態度、認知和實踐情況，以及整理其他國家和地區推動可持續消費的策略和實例，從而思考如何增加社會大眾在生活上實踐可持續消費的誘因，並提出有效推廣可持續消費的方法。

¹ 可持續消費的定義於 1994 年的奧斯陸可持續消費研討會首次被確立，較近期和常見的定義要數 2011 年聯合國環境規劃署出版的 *Paving the Way for Sustainable Consumption and Production: The Marrakech Process Progress Report*。

² 香港 01 (2018 年 5 月 31 日)。〈【政策分析】港人食水消耗量為何偏高？從水費單裏找答案〉。網址：<https://www.hk01.com/社會新聞/194008/政策分析-港人食水消耗量為何偏高-從水費單裏找答>

³ 政府新聞處。(2022 年)。〈固體廢物棄置量按年增 5.4%〉。網址：https://www.news.gov.hk/chi/2022/12/20221229/20221229_143326_104.html

⁴ 消費者委員會。(2021)。〈可持續消費知行融樂—消費行為追蹤研究〉。

研究透過文獻參考、網上問卷調查、實驗和個案訪問蒐集資料。網上調查於 2023 年 5 月 10 日至 5 月 18 日期間進行，成功訪問了 903 名香港青年。另外，研究邀請了 8 名認同環保和可持續理念，但不經常在生活上作出具體實踐的青年，進行七天的生活實驗以及深度訪問。

主要結果

1. 消費行為和個人生活對氣候變化的影響愈來愈受關注，推動社會加快形成綠色低碳的生活方式是應對氣候變化的重點工作之一。
2. 觀念和取態上，受訪青年普遍肯定環保價值觀，意識到低碳和可持續生活的重要性，但他們不太願意為保護環境而支付更多費用，對氣候變化和可持續消費的認識仍有待進一步提升。
3. 惜食、查看能源標籤、自備容器及回收是受訪青年較常作出的可持續消費行為，但他們較少作出減少食肉和裸買行為。
4. 可持續消費的行為模式上，受訪青年進行消費活動時甚少考慮產品的環保友善程度，亦較少人在日常生活中留意自己的碳足跡，整體的實踐程度一般，態度和行為的不一致存在於青年組群之間。昂貴、不方便、朋輩和社會壓力、無足夠資訊等，是阻礙他們實踐可持續消費的因素。
5. 青年觀感方面，較多受訪青年認為政府應對氣候變化的決心不足，對減碳工作的表現和成效亦感不滿意，認為政府有責任促進社會實踐可持續消費。

建議

要實現碳中和的目標，需要大眾轉變至一個可持續的生活模式（sustainable lifestyles），以下是我們提出的具體建議：

1. 制定可持續消費策略，使用不同政策工具刺激行為改變。

政府有就減碳策略提供意見的「碳中和及可持續發展委員會」，以及負責督導協調政府的氣候行動和減碳轉型「氣候變化與碳中和辦公室」和「氣候專員」。現時政府的藍圖和工作都未有針對性推動可

持續消費，我們建議政府制定清晰明確的可持續消費策略，除了運用管制和徵費等硬措施，亦可研究相對軟性的綠色助推(green nudges) 方案，聘請相關專家擔任顧問，以行為科學為本，運用不同的心理技術設計推動大眾進行綠色生活轉型的政策和社區配套，引導全民實踐低碳生活。

2. 建立可持續消費積分制，推動綠色低碳生活方式的形成。

增加獎勵形式的經濟誘因，有助刺激消費者的行為改變。政府現時有「綠綠賞」積分計劃的嘗試，我們建議擴大計劃並涵蓋更多的綠色行為，可參考中國大陸的「碳普惠」機制或台灣政府推出的環保集點(green points)，利用科技記錄、量度及量化市民的減碳的成效，同時給予獎勵或回贈，只要市民作出回收、節能、進行「低碳飲食」或購買綠色商品等低碳行動，便可轉化為碳積分以換取實質回贈，以此鼓勵市民參與可持續消費，建立低碳生活習慣。

3. 重塑公眾教育和宣傳策略，令低碳生活的訊息持續和廣泛地被市民看見。

要加強市民的可持續消費的意識，公眾教育和宣傳工作必不可少。現時政府的宣傳焦點主要針對回收、走塑和減廢，已初見成效，我們建議政府擴大宣傳焦點，推動尚未普及的可持續消費行為，如素食、裸買或購買將會或已過最佳食用日期的產品等行為。此外，環境局宣傳代表「大咗鬼」的公關形象亦應進行更新，「大咗鬼」2013年起成為惜食運動的吉祥物，深入人心，成為最多市民熟悉的政府吉祥物，政府可透過改造「大咗鬼」形象，增加更多性格和思想設定，重點宣傳其他的可持續消費行為，並讓其頻密地出現在公眾眼球，擺脫市民對它仍停留在「浪費食物」的印象。

4. 發展碳標籤制度，普及化產品和食品的碳資訊，擴展生產者責任。

碳標籤的目的是讓企業向消費者傳達產品碳足跡的摘要，助消費者作出低碳綠色選擇。許多國家的政府已相繼發展碳標籤制度，目前香港只有本地企業和非牟利組織發起的試驗計劃，例如廠商會發起的「香港產品碳足跡標籤認證」、Future Green 聯同恒基兆業地產集團推出的「餐單碳標籤先導計劃」等。我們建議政府參與發展碳標籤制度，提高認受性，並增設誘因鼓勵企業參與，從而增加消費者對產品和食品碳排放量的知情權，同時亦推動企業進行減碳。

5. 讓有系統的氣候和環境教育在正規課程主流化。

目前環境教育在學校課程之中，分散在不同學科，只是旁枝而不受重視，而且以知識層面為主，對本地實際情況討論較少，亦缺乏與社區之間的連繫，未來需要更多置身環境的教育以及關心環境的教育。我們建議加強系統性環境和氣候教育的推行，令其充分融入中小學課程，參照國際標準制定明確的學習目標，重點培養出學生「全球思考，本地行動」的意識。局方亦應提供足夠的專業支持和資源以促進其教育成效，推動更多的實踐活動和體驗式學習，讓學生自小置身環境並培養關心環境的價值。

6. 提升青年在氣候行動上的主導和參與。

氣候問題與青年發展密不可分，碳中和長遠地能否成功，很大程度取決於如何將青年納入其中。政府應充分動員以及開設渠道，讓年輕人在氣候行動中發揮主動角色。世界各地不同城市的政府都有舉辦青年氣候峰會和論壇的嘗試，讓青年協助制定城市的氣候議程，本地亦不乏民間組織、社企和商界共同合作的嘗試，建議政府可嘗試與企業和民間組織的合作，舉辦恆常化的「香港青年氣候峰會」，讓青年能與政府官員及世界各地領袖的交流及聯繫，啟發並推動香港青年氣候行動。

目錄

研究摘要

第一章	引言	1
第二章	研究方法	2
第三章	可持續消費與氣候變化：概念、發展和政策	5
第四章	問卷數據結果：青年對可持續消費的意見調查	24
第五章	生活實驗和訪問	38
第六章	討論及建議	45
	參考資料	51
附錄一	網上調查問卷	53

第一章 引言

長久而來，追求經濟增長的發展和生產模式主導全世界，造成自然資源被過分消耗，生態環境受到巨大的破壞。隨着可持續發展概念抬頭，人們對氣候危機和環境問題日益關注，開始思考要改變破壞環境的經濟發展模式。實現可持續的消費及生產模式近年成為全球關注的議題，聯合國 2015 年將此納入為 17 項可持續發展目標之一，呼籲各國採取積極行動。

可持續消費及生產提倡在滿足發展需要和改善生活素質的同時，盡量減少因消費和生產而對環境造成的負面影響¹。過去數十年香港經濟急速發展，一躍成為物質生活豐裕的國際城市，但同時造就了過度消費，多年來香港的資源消耗量²和廢物棄置量³都維持著高水平。適逢香港進入後疫情復甦的階段，實現綠色轉型刻不容緩。要達至碳中和目標，除了建設低碳能源、發展綠色產業等經濟轉型外，還能從衣、食、住、行中生活習慣入手，藉消費行為發揮影響力。

雖然環保的消費方式逐漸在社會普及，但有本地調查發現，超過四成受訪港人認為自己不太或完全不了解可持續消費的概念，研究亦發現港人對可持續消費的認知和態度與實際行為之間有差距，社會整體的意識和實踐仍有待改善。要建立可持續的消費文化和生活方式⁴，需要政府、企業和消費者更多的參與和付出。如何改變人們消費追求便利的即棄文化和習慣，建立適度、公平和綠色的消費文化和生活方式，並促進企業以至整個經濟生產模式的轉型，是值得社會各持分者深思的議題。

可持續消費是新興的研究領域，過往較少獲香港社會的討論和關注。有見及此，本研究期望了解香港青年的消費模式，探討他們對可持續消費的態度、觀念和行為，以及在實踐時所遇到的困難和挑戰等；並整理其他地區的可持續消費政策和創新例子，以反思如何促進消費者的行為改變，為推動香港邁向可持續城市提出建議。

¹ 可持續消費的定義於 1994 年的奧斯陸可持續消費研討會首次被確立，較近期和常見的定義要數 2011 年聯合國環境規劃署出版的 *Paving the Way for Sustainable Consumption and Production: The Marrakech Process Progress Report*。

² 香港 01 (2018 年 5 月 31 日)。〈【政策分析】港人食水消耗量為何偏高？從水費單裏找答案〉。網址：<https://www.hk01.com/社會新聞/194008/政策分析-港人食水消耗量為何偏高-從水費單裏找答>

³ 政府新聞處。(2022 年)。〈固體廢物棄置量按年增 5.4%〉。網址：https://www.news.gov.hk/chi/2022/12/20221229/20221229_143326_104.html

⁴ 消費者委員會。(2021)。〈可持續消費知行融樂—消費行為追蹤研究〉。

第二章 研究方法

2.1 研究目的

本研究通過了解香港青年對可持續消費的態度、認知和實踐情況，以及整理其他國家和地區推動可持續消費的策略和實例，從而思考如何增加社會大眾在生活上實踐可持續消費的誘因，並分析有效推廣可持續消費的方法。

2.2 定義

可持續消費是指在購買、使用和處理商品和服務時，以社會及環境為大前提作考量，明智和謹慎消費，盡量有效率地使用商品和服務，在滿足當前消費者的基本需求的同時，不會危及未來世代的需求。本研究聚焦討論可持續消費中的個人生活面向，這種生活面向同時亦是一種負責任和低碳的生活方式。由於本研究聚焦香港和本地青年，故未能涵蓋所有的可持續消費行為，會集中討論回收、飲食和購買行為這幾方面。

2.3 研究問題

是項研究的重點問題包括：

- (1) 現時青年普遍對可持續消費有著怎樣的認知和實踐狀況？
- (2) 青年消費者在日常生活中實踐可持續消費時，會遇到甚麼障礙？
- (3) 如何進一步推動社會大眾實踐可持續消費？

2.4 研究方法

是項報告就上述目的和方向進行資料蒐集，作出綜合探討。蒐集資料主要透過三方面：文獻參考、網上問卷調查、實驗和個案訪問。

2.5 青年網上問卷調查

調查於 2023 年 5 月 10 日至 5 月 18 日期間進行，從 231,205 名 15-34 歲香港青年協會會員中隨機抽樣，發電郵邀請其於網上填寫問卷，成功訪問了 903 名香港青年，受訪者的基本資料可參看表 2.1。

表 2.1：受訪樣本的背景資料

	人數	百分比
性別		
男	284	31.5%
女	619	68.5%
合計	903	100.0%
年齡 (歲)		
15-19	268	29.7%
20-24	237	26.2%
25-29	200	22.1%
30-34	198	21.9%
合計	903	100.0%
教育程度		
小學或以下	1	0.1%
初中 (中一至中三)	53	5.9%
高中 (中四至中七，包括毅進)	216	23.9%
專上非學位/副學士	127	14.1%
大學學位或以上	495	54.8%
不知／難講	11	1.2%
合計	903	100.0%
職位		
經理及行政級人員	61	6.8%
專業人員	122	13.5%
輔助專業人員	50	5.5%
文書支援人員	112	12.4%
服務工作及銷售人員	35	3.9%
工藝及有關人員	5	0.6%
機台及機器操作員及裝配員	2	0.2%
非技術工人	8	0.9%
學生	428	47.4%
料理家務者	10	1.1%
待業、失業，及其他非在職者	27	3.0%
其他	23	2.5%
不知／難講	20	2.2%
合計	903	100.0%
每月的個人收入		
HK\$0	222	24.6%
HK\$1 - \$4,999	131	14.5%
HK\$5,000 - \$9,999	44	4.9%
HK\$10,000 - \$14,999	49	5.4%
HK\$15,000 - \$19,999	90	10.0%
HK\$20,000 - \$29,999	142	15.7%
HK\$30,000 - \$49,999	108	12.0%
HK\$50,000 或以上	34	3.8
不知／難講	83	9.2
合計	903	100.0%

2.6 生活實驗及個案訪問

為了解青年人實踐可持續消費生活的狀況，以及他們所遇到的障礙，本研究在 2023 年 5 月 18 日至 6 月 20 日期間，邀請了 8 名認同環保和可持續理念，但不經常在生活上作出具體實踐的青年，進行一個七天的生活實驗，要求他們在七天內完成以下項目：

- (1) 以環境局計算器評估自己過去一年在衣、食、住、行的碳排放量
- (2) 一星期其中兩天進行素食生活（蛋奶素）
- (3) 將可回收的廢物分類，並親身到住所附近的綠在區區進行回收
- (4) 購買外賣、食物或飲品時，自備餐盒、杯和食物袋。
- (5) 嘗試到裸買店購物

七天後，研究人員跟各青年進行一次深度訪談，了解他們的實踐狀況和對可持續生活的看法。參與者的背景資料請參看表 2.2。

表 2.2：受訪樣本的背景資料

個案	性別	年齡	教育程度	職業
1	女	24	大學學位	碩士生
2	女	26	大學學位	行政人員
3	女	28	大學學位以上	拒絕透露
4	女	32	大學學位以上	銀行經理
5	男	23	大學學位	大學生
6	女	17	高中	學生
7	女	18	高中	學生
8	女	18	高中	學生

第三章 可持續消費與氣候變化：概念、發展和政策

3.1 可持續消費：定義和發展

消費是人類在社會中的必要活動，每天的生活我們都需要使用資源，獲取資源的方法就是透過消費。隨著人類對環境問題的關注以及對工業文明進程的反思，可持續發展的理念日益受到重視，高消費的生活模式，即消耗大量資源及產生大量廢物，會對環境造成負面影響，亦逐漸成為社會的共識。可持續消費的理念，最初在 1994 年的奧斯陸可持續消費研討會被正式提出，其定義為¹：

「在滿足當代人基本需求並改善生活的同時，盡量減少在服務或產品生命週期內使用自然資源和有毒物質，以及製造廢物和排放污染物，從而不會危及後代的需求」。

在國際層面上，可持續消費一直與生產捆綁討論，2012 年聯合國舉行的里約+20 世界峰會肯定了「消除貧困，改變不可持續的和促進可持續的消費和生產模式，以及保護和管理經濟和社會發展的自然資源基礎」，是可持續發展的總體目標和基本要求，其後 2015 年的《巴黎協定》更肯定發達國家採用可持續的生活模式、消費模式和生產模式，在應對氣候危機上有著重要位置。故聯合國「2030 年可持續發展議程」的 17 個可持續發展目標（SDGs）中，其中一項便是可持續消費和生產，展望世界各地在 2030 年之前採用可持續的消費及生產模式，可見可持續消費對世界邁向可持續發展是一個不可或缺的重要元素。

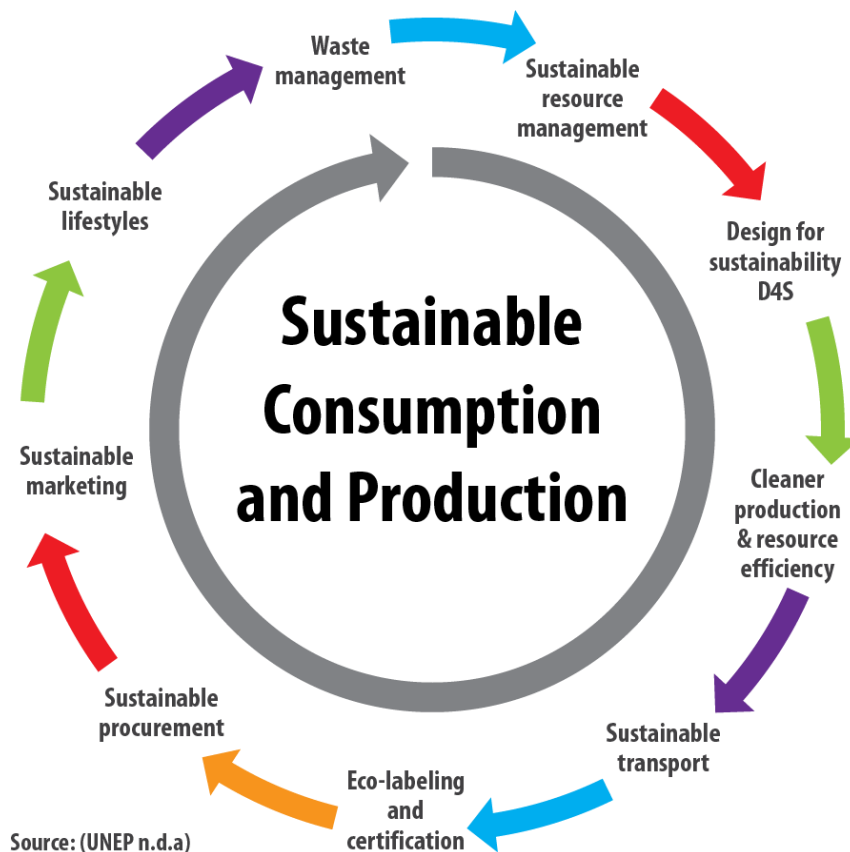
聯合國文件中列出的可持續消費及生產的主要原則包括²：

1. 在不加劇環境破壞和犧牲下一代的資源需求的情況下，改善生活素質
2. 通過以下方式使經濟增長與環境破壞脫鉤：
 - 減少當前經濟活動的原材料及能源使用，並減少製造排放和廢物
 - 推廣消費模式的改變，使用消耗較少能源和原材料的商品和服務

¹ Ofstad S. Westly L. Bratelli T. Norway & Symposium on Sustainable Consumption. (1994). Symposium: sustainable consumption : 19-20 january 1994 : oslo norway. Ministry of Environment.

² United Nations Environment Programme. (2015). Sustainable Consumption and Production: A Handbook for Policymakers.

3. 應用生命周期思維（life cycle thinking³），考慮生產和消費週期中每個階段的影響
4. 防止回彈效應（rebound effect）⁴，不要為提高效率而增加消費



雖然以上的原則和定義成為了世界各地的政府組織和非政府組織的共識，但仍是過於廣闊，如何達至可持續消費，不同人有不同的角度去解釋和闡述。研究可持續消費的英國學者 Lucie Middlemiss 認為，這是跨學科的課題，涉及經濟學、心理學、政治學、社會學以至文化研究，不同背景的人會用不同的切入點來看待這課題，舉例經濟學家會思考如何設計增加可持續消費行為誘因的政策、環境學家關注不同生產和消費模式所造成的環境影響、心理學家則探討消費背後的心理機制等，關注點各異。但總體來說，她認為要進入有關可持續消費的討論，必定預設了環境問題的存在，關注的是高消費模式對環境和社會帶來的影響，以及如何能減少這些負面的影響，令社會達至一個更環保和正義的社會⁵。

³ 生命周期思考，即透過計算一件產品或服務，由生產、組裝、運輸、銷售、使用、維修、拋棄或回收的整個生命週期中所產生的環境影響，以評估甚麼行為是真正對環境友善。

⁴ 回彈效應指的是指資源效率提高或每單位輸出的資源消耗減少後，整體資源消耗反而增加的現象，舉例有研究指出燃料效率提高可能鼓勵民眾更常開車。

⁵ Middlemiss, L. (2018). *Sustainable Consumption: Key Issues*. Routledge.

強與弱的可持續消費

(*Strong and Weak Sustainable Consumption*)

有學者提出二分的框架去理順甚麼是可持續消費，以強弱程度作區分。主流對可持續消費的關注點，一般是弱可持續消費(*weak sustainable consumption*⁶)，這種觀點假定經濟發展與環境保護能夠並存，認為透過科技創新和修正市場的缺陷可以改善能源效率(*resource efficiency*)，較關注商品和服務本身，並會鼓勵消費者扮演積極的市場角色，例如購買綠色或可持續產品，從消費者選擇入手達至市場改變。不過，有批評認為單純透過提升能源效率，並不能完全解決問題，甚至帶來反效果，例如有研究發現轉用混能車或電動車能提升能源的效益，但同時亦因為能源成本降低，開車的人反而用得更多，變相鼓勵民眾更常開車。這也解釋了為何這稱為弱的可持續消費，因為改善能源效率亦能帶來改變，只是改變的幅度較輕微，但總比甚麼都不做好。

另一方面，提倡強可持續消費(*strong sustainable consumption*) 的一派認為，單靠科技和選購更有效率的產品，不足以達至可持續的社會，社會須有根本性的改變，例如採取去增長(*degrowth*) 的發展模式、改變大眾的生活模式等。去增長論者認為，經濟增長與緩解生態危機根本上不可能兩全其美，要維持目前的消費水平甚至保持一定的經濟成長率，無法達成碳中和的目標，故世界需要擺脫增長的意識形態，重新思考經濟成長和進步的含義，將社會從一個物質社會轉變為崇尚簡單生活方式、義務工作和義務活動的社會，減少資源消耗，降低生活的消費與生產來減少對環境的傷害。其中一項去增長支持者希望看到的事，是國內生產總值(*GDP*) 不再被用作衡量經濟進步的指標，2018年就有238名科學家曾聯署呼籲歐盟執委會放棄 *GDP* 成長，改為聚焦於人類福祉和生態穩定⁷。所以，強可持續消費指向是社會結構的改變，這需要政策和經濟的配合，需要政府、企業和不同社會組織作出調整，由於直接觸碰社會上既得利益者的利益，故強可持續消費的討論往往在社會上缺席。

⁶ Lorek, S., & Fuchs, D. (2013). Strong sustainable consumption governance – precondition for a degrowth path? *Journal of Cleaner Production*, 38, 36–43.

⁷ The EU needs a stability and wellbeing pact, not more growth. (2018, September 16). *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/politics/2018/sep/16/the-eu-needs-a-stability-and-wellbeing-pact-not-more-growth>

消費者扮演一定的角色和責任

無論採取那一派的觀點，可持續消費往往涉及消費者和企業兩個主體，一方面全球各地的消費者愈來愈趨向理性消費、適度消費和綠色消費，消費活動愈來愈體現資源節約和生活共享性，節約和環保正逐漸成為民眾和整個社會的自覺行動。另一方面，企業作為市場的主體，通過供給環境友善產品來引導消費者的購買意向，也是有利於可持續消費的發展。過往可持續發展的討論較聚焦在生產者的角度，不過近年愈來愈開始強調消費者角色的重要性，認為消費者是驅動可持續生產模式的關鍵，能夠帶來一定程度的影響力。作為可持續消費的實踐者，消費者在選購產品或服務時，應考量該產品或服務對生態環境的影響，並透過消費行為去表達自己的立場和責任。有學者研究重視保護環境價值的消費者與不重視保護環境的消費者，兩者的消費行為分別時，發現可持續消費者的特徵包括：有社會責任感，透過消費影響社會；珍惜資源；不購買不必要的東西，物盡其用；儘量使用和發揮物品的價值；以及明智地善用自然資源⁸。與此同時，消費者亦是受益者，其權益應受到保護，例如讓消費者獲得基本商品和服務、保護弱勢和處於劣勢的消費者，及教育消費者作出有利於環境、社會和經濟可持續發展的消費選擇等，故政策制定者、生產商和零售商有責任將可持續性消費的概念成為消費者更簡單的選擇，減低其困惑。

然而，在崇尚自由市場的資本主義社會中，彷彿消費者的自主選擇不能被干預，鼓勵甚至賦予消費者有環保上的責任，是否有問題？但事實上，消費者運動並不是甚麼新鮮事，公平貿易（Fair Trade）就是一個很好的例子。作為一個全球性的公民運動，公平貿易旨在保障被邊緣化生產者及工人的應有權益、回報等，以及尊重環境，減少能源消耗和污染。公平貿易最為人所知的是其標籤，即「國際公平貿易認證」，是國際間認受性最高的公平貿易認證系統，這套認證系統由兩大組織運作：國際公平貿易標籤組織（FLO International）負責標準制定與協助生產者業務；公平貿易認證組織（FLO-CERT）負責授權認證和監督工作。標籤的背後，不僅保障對生產者收購的公平價格，同時也遵從國際勞工組織的規範，禁止童工或奴工、保障安全的工作場所及組成工會的權利，並嚴守聯合國人權憲章。另外，公平貿易同時亦強調對環境友善的種植方法，會要求生產者遵守一些環保標準，如減少使用農藥及不採用有害農藥、

⁸ Haws, K. L., Winterich, K. P., & Naylor, R. W. (2013). Seeing the world through GREEN-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336-354. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.11.002>

不使用基因改造原料、妥善處理廢物、護養水土等，可以說公平貿易標籤本身已包含有機認證的成份。

從勞動權益、貿易公義到負責任消費的倡議，背後都是在加強消費者對社會不平等及環境的關注。公平貿易運動在歐洲已普遍得到民眾的支持，英國更加設立相關的學校政策，支持及推廣公平貿易，現時已有超過 2,000 間公平貿易學校。透過公平貿易這個案例我們可以見到，改變消費習慣，用消費者的力量推動企業改變生產模式並非天方夜談。

實踐可持續消費的策略

至於怎樣的消費習慣才能滿足可持續的標準？有不少人對此仍存在誤解，認為購買有機和綠色產品就是一種可持續的消費，事實上不只如此，可持續消費的重點在於消費者減少消費和耗用天然資源，並在購買商品和使用服務時，關注產品設計、生產及回收對環境及整體社會所造成的影響，並選擇對環境和社會負責任的產品和服務。有環保經濟學者總結了過往就可持續消費的研究，歸納出社會實踐可持續消費一般有三種策略，包括改善消費（**Improve**）、改變消費（**Change**）和減少消費（**Reduce**）⁹：

改善（Improve）	消費更環保或可持續的同類型商品和服務，例如有環保標籤、有機、節能或本地生產的商品，透過購買這些商品和服務促進綠色創新，改善生產過程來解決環境問題。
改變（Change）	轉向其他消費模式，減低消費帶來的環保影響，包括改變自身的日常生活模式，例如改用公共交通工具代替駕駛私家車、以植物蛋白質代替吃肉、從擁有私家車轉向使用共享汽車或租車服務等。
減少（Reduce）	絕對地減少商品和服務的消費量，從而導致資源消耗和環境和社會影響的絕對減少。減少消費可以是個人減少食物浪費、改變時尚習慣、減少乘坐飛機和駕車、居住在較小的房屋等等。

⁹ Mont O, Lehner M and Dalhammar C (2022) Sustainable consumption through policy intervention—A review of research themes. *Front. Sustain.* 3:921477.

3.2 為何可持續消費？現代消費模式的問題與氣候公義

世界在戰後 20 世紀發展迅速，許多國家逐步邁向現代化，社會生產力提高，人民的生活質素得以提升，這些改變在已發展國家尤其明顯。不過快速的經濟增長和發展同時帶來了巨大的環境影響，自然資源使用的暴跳式增長，伴隨而來是廢物和排放的增加，氣候變化、食品安全、水資源短缺、空氣污染通通都是需要正視的環境議題。

維持現行的生活方式需要大量自然資源，統計指出每人每年約需 25 至 30 噸資源，到了 2050 年全球人口預計將達到 90 億，意味著全球資源使用量將達到 2250 至 2700 億噸，是 2010 年數量的三到四倍，如此大量的資源消耗，終有一日會耗盡地球的生態系統。要歸納現代人生活和消費模式的重點問題，大致可分以下幾方面：

■ **飲食：過度浪費、肉食需求過高**

食物生產、運輸、消費，乃至廚餘處理都是碳排放來源。每年全球食物生產製造約 137 億噸二氧化碳當量，佔全球溫室氣體排放量的 26%，其中以畜牧業和漁業為最高，佔 14.5%¹⁰。另一巨大碳排放來源是食物浪費，該問題亦是助長氣候變遷的原因之一。根據聯合國糧食及農業組織 2011 年的數字，全球每年浪費近 13 億噸食物，足夠養活 30 億人，處理食物浪費所產生溫室氣體的碳排放量每年高達 44 億噸，佔全球溫室氣體排放的 8%。

■ **衣物：速食時裝 (Fast Fashion)**

速食時裝的興起令時裝過度生產情況更嚴峻，對環境造成很大的負面影響。製衣業是全球第二大污染產業，僅次於石油業，其碳排放量佔全球 10%。而每年全球有 9,200 萬噸的紡織物被廢棄，相等於每秒就有一架垃圾車被舊衣裝滿。便宜與快速更新款式使人以輕率的態度對待衣物，造成過度消費。根據 2017 年綠色和平發表的《狂歡之後：國際時尚消費調查報告》，歐洲地區以至中國大陸、香港、台灣等大中華地區，均有超過五成受訪者表示擁有多於實際需要的東西。而香港的情況更是名列前茅，近七成受訪者承認自己擁有的衣服比需要的多，超過五成人擁有未剪招牌的新衣裳¹¹。

¹⁰ 綠色和平（2022 年 12 月 29 日）。〈全球第 3 大碳排放國竟然是它！減緩氣候變遷，從不浪費食物開始做起！〉。取自 <https://bit.ly/3A7EPDO>。

¹¹ 綠色和平（2017 年 5 月 8 日）。〈「愈買愈寂寞，唔買唔安樂」——港人沉迷購物全球「名列前茅」〉。取自 <https://bit.ly/41CvCPC>。

然而很多人認為只要做好回收習慣，即使買得多亦可幫助保護環境。但數據顯示，全球只有 12%的成衣物料被回收，而香港的紡織物廢料的回收率只有 7.6%¹²，情況不理想。衣物由製造、運輸、零售、到棄置的過程，都為環境造成極大傷害，若沒有消費和生產模式的改變，情況只會一直惡化下去。

■ **出行：交通系統依賴化石燃料，大量空氣污染和碳排放**

全球約有 60%的石油用於運輸。根據政府間氣候變化專門委員會（IPCC）的報告，運輸排放是溫室氣體的主要提供者，佔每年溫室氣體（包含非二氧化碳）排放的 14%，而四分一的化石燃料的二氧化碳排放也是來自運輸。另一方面，道路交通亦是路邊空氣污染物主要來源，會導致健康風險。在香港，交通運輸為香港第二大溫室氣體排放源，於 2020 年佔達 19.7%，不過由於香港具備完善、以鐵路為骨幹的公共運輸系統，縱使人口及經濟增長，過去數年運輸碳排放量維持在相對穩定水平，人均運輸碳排放量較其他主要城市為低。即使如此，香港未來仍需積極推動綠色運輸，運用「減少、改變、改善」的思維來減少出行帶來的碳排放。

■ **塑膠：一次用塑膠製品氾濫**

塑膠污染是全球第二大危機，根據世界經濟論壇在 2016 年的一份報告估計，每年沿海地區最少有 800 萬公噸塑膠廢物被丟棄至大海裡，塑膠對海洋和生態造成的污染，已經成為人所共知的問題。我們的生活基本上離不開塑膠產品，根據環保署公布的「香港固體廢物監察報告 — 2020 年的統計數字」顯示，香港每天產生的塑膠廢物量大約為 2,312 公噸（在都市固體廢物中排名第三，約佔總重量的 21%）。在塑膠廢物中，一次性的塑膠包裝是一個大問題，超過 42% 所生產的塑膠用作包裝用途，於使用後隨即被丟棄。而在世界各地產生的塑膠廢物中，只有 9% 會被回收，其餘均以都市固體廢物的方式處置，可見社會需正視減塑膠污染和塑膠廢物排放的問題。

¹² 消費者委員會（2022 年 8 月）。〈舊衣回收必讀 理性消費才最環保〉。取自 <https://bit.ly/3MUeGzN>。

氣候公義與碳排放不平等：誰造成的影響？

上述數據揭示現代消費模式的問題，值得進一步思考的是，這些問題由誰造成？誰人要負上較大的責任？在碳排放的問題上，氣候公義（climate justice）即碳排放的不平等情況，一直受到世界的關注和討論。樂施會 2015 年的一項研究發現¹³，過去 25 年的年碳排放量增長 60%，其中全球最富裕的 10% 人口，佔全球碳排放量超過一半達 52%；而全球最富裕的 1% 人口（即約 6 百萬人口）的碳排放，是全球最窮 50% 人口（即 31 億人口）的兩倍以上。數據反映富人的碳足跡遠高於窮人，碳排放不平等與財富不平等有著直接的關係。

然而，主要承擔極端氣候所帶來的災害損失往往是對碳排放貢獻最小的貧窮人口，同時加劇世界不平等。全球不平等研究室（World inequality lab）今年年初發布最新的「2023 氣候不平等年度報告」（Climate Inequality Report 2023），指出全球收入前 10% 的人口製造近一半的碳排放量，後 40% 的人口卻是主要的氣候受災戶。報告推算，每 1°C 的全球均溫上升，對於亞馬遜與非洲南部產生將近 15°C 的溫度變化（temperature variability），意味著更多的旱災與水災，嚴重影響以農業為主的國家的生計來源。

發達國家與發展中國家之間的碳排放不平等一直是氣候問題的重要討論之一，當中包括發達國家是否有責任幫助貧困國家渡過氣候危機所帶來的傷害和損失。據英國《衛報》2022 年的報道，在聯合國大會舉行前夕，全球部分最脆弱和貧窮的國家已連署，計劃聯合國會員大會上提出對發達國家祭出「全球稅」的要求，以彌補貧窮國家因氣候變遷，而遭受著無法挽回的損失¹⁴。2023 年的聯合國大會，一致通過了就氣候變化問題向國際法院尋求諮詢意見的決議，要求國際法院就各國根據國際法保護現代和後代人民免受氣候變化影響的義務發表諮詢意見，此舉被形容為界定各國政府對氣候變化的具體義務的重要進程¹⁵。

¹³ OXFAM. (2015). *Extreme Carbon Inequality*. Oxfam Media Briefing. Retrieved from https://www-cdn.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/mb-extreme-carbon-inequality-021215-en.pdf

¹⁴ Harvey, F. (2022, September 19). Vulnerable countries demand global tax to pay for climate-led loss and damage. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/environment/2022/sep/19/vulnerable-countries-demand-global-tax-to-pay-for-climate-led-loss-and-damage>

¹⁵ UNEP. (2023, March 31). *UN resolution billed as a turning point in climate justice*. Retrieved from <https://www.unep.org/news-and-stories/story/un-resolution-billed-turning-point-climate-justice>

氣候危機與社會不平等環環相扣，不平等情況不但發生於國與國之間，國家內部亦然。聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）曾特別提出，氣候變化對弱勢群體的不平等影響尤其嚴重，他們比一般人所受到的氣候影響大。氣候變化結合了結構性貧窮、社會和經濟不平等，加劇了弱勢社群如低收入社區、少數族裔、原住民、傷殘人士、小孩和長者、基層勞工及婦女等弱勢群體的困境。一項英國研究指出，低收入人士的平均碳排放比高收入人士的平均碳排放低，比對過不同方面的碳排放後，數據顯示收入與碳排放成正比，即愈有錢的人，碳排放愈高，故不少人認為抑制碳排放政策的重點，應針對生活富裕的高排放族群，並在採取應對氣候變化的行動時，必須保障弱勢群體的福祉，解決氣候變化所帶來的社會不公平問題，以符合氣候公義的原則。

以上的討論對如何推動社會邁向可持續消費的模式有著重要啟示，尤其是可持續消費著眼於探討行為上的改變。行為的改變可由理念和責任意識推動，若社會大多人都欠缺氣候公義的意識和視野，認為氣候變化的問題與自己無關，行為改變便無從說起。

3.3 氣候變化下的香港：表現與措施

減碳進程未如理想

氣候變化是世界共同面對的挑戰，香港更是首當其衝受到影響，因為香港是一個人口密集和多山的沿海城市，容易受到極端天氣影響，在氣候變化中甚為脆弱。特區政府近年亦意識到問題的迫切性並做了一系列工作，包括在 2021 年發布了《香港氣候行動藍圖 2050》，承諾致力爭取於 2050 年前實現碳中和，定下減碳排放的目標、策略和措施，當中包括「淨零發電」、「節能綠建」、「綠色運輸」和「全民減廢」四大策略，另外亦相繼公布了《香港資源循環藍圖 2035》、《香港電動車普及化路線圖》和《香港清新空氣藍圖 2035》等政策藍圖。除此以外，近年港府亦積極落實不同的減廢政策，例如優化塑膠購物袋收費計劃、實施即棄膠餐具和其他塑膠產品管制等，推動電動車普及化以及建設社區回收系統「綠在區區」等措施亦已略見成果。

不過，有評論認為政府訂立 2035 年前把碳排放量由 2005 年水平減少 50% 的減碳目標是過於保守緩慢，沒有充分響應政府間氣候變化專門委員會（IPCC）在 2018 年的呼籲，在 2030 年前世界需要把全球排放量

從 2010 年水平減少 45%¹⁶。有議員亦促請政府訂下更進取的減碳排放策略和應對氣候變化的措施。香港的環保政策一直被批評落後於國際社會，本地團體低碳想創坊連續五年評估香港在氣候行動表現，他們 2022 年發表的報告指香港削減碳排放的分數只得「C-」，批評政府可再化能源的目標遠低於中國內地和亞洲鄰近城市，目標有大幅落後的危機，促請政府要避免碳中和的願景流於口號，加速綠色發展¹⁷。

港人的消費模式

香港作為富裕城市，加上社會有過度消費物質的風氣，一般市民過的都是高碳排放型的生活模式，在個人層面上仍有很多空間為減緩氣候變化作出改變。在推動可持續消費這議題上，消費者委員會 2016 年起開展消費行為追蹤研究，監察消費者對於可持續消費的態度和行為的轉變情況，至今已發表兩份研究報告。最新的研究報告顯示¹⁸，消費者的認知與實際行為之間有差距，港人在實踐可持續消費行為上有待改善。此外，就對可持續消費的理解，研究發現消費者較多將可持續消費聯繫到日常生活息息相關的環境議題，例如節約能源、減少廢物等，但較少連繫到生產方式、保護物種和自然等關係。另外，數據亦顯示消費者的回收行為未如理想，建議完善社區回收設施及資訊網絡，提供經濟誘因吸引市民參與回收。

消委會以外，香港公平貿易聯盟亦曾針對中學生作出相關調查¹⁹。研究發現，中學生對可持續消費的態度普遍不夠積極，認識亦有待改善，數據顯示受訪者偏向把產品價錢和可持續消費模式掛鈎，較少考慮到產品的生產過程是否對環境友善、採集原材料時對破壞生態環境以及過度包裝等問題。另外，研究亦顯示中學生在實踐方面也不甚熱衷，逾半受訪者表示一星期以上才回收一次，或者從不回收。以上的數據均顯示，大眾對可持續消費的知識及文化仍然不足，如何增強市民行為改變的動力，需要政府、企業和社會各界通力合作去思考的問題。

¹⁶ Hong Kong 2050 is Now (2021 年 12 月)。〈港府減碳歎慢板 應積極邁向碳中和以減緩氣候危機〉。取自 <https://www.hk2050isnow.org/港府減碳歎慢板%E3%80%80應積極邁向碳中和以減緩氣候危/?lang=zh-hant>

¹⁷ 低碳想創坊。(2022)。〈2022 年巴黎氣候監察香港氣候行動報告〉。取自：<https://www.ccinnolab.org/zh/PWResearchPost/ParisWatchR08>

¹⁸ 消費者委員會。(2021)。〈可持續消費知行融樂-消費行為追蹤研究〉。

¹⁹ 明報(2022 年 9 月 21 日)。〈調查：兩成中學生購物關注環保、公平 75%以價錢分辨「可持續發展」否團體稱認知不足〉。

港府近年推出的重點減碳政策

政策是鼓勵市民改變生活習慣的其中一項重要因素，盤點香港與促進消費行為改變相關的政策，大致可分為回收、惜食和減廢三方面，以下將重點列舉相關的政策內容。

■ 垃圾回收

香港垃圾分類回收主要依賴三色回收桶，目前回收桶的覆蓋範圍已超過八成香港市民的生活和工作地點，2015年開始政府亦發展「綠在區區」社區回收網絡。綠在區區逐漸在全港 18 區投入服務，發揮社區教育的功能，亦改變了市民對回收站雜亂污穢的刻板印象。不過，綠在區區亦遭受不少批評，例如位置偏遠的問題、被揭發未完全履行監察責任等、回收成效有待改善等。

■ 惜食運動

針對食物浪費的問題，政府自 2013 年起開展「惜食香港運動」，「大咗鬼」、「食得晒先至好嗌」等宣傳標誌和口號都深入人心，港人對惜食的意識有所提高。另外，為鼓勵餐飲業界及酒店業界的食肆透過提供食物份量選擇和採取減少廚餘措施，環保署於 2015 年推出「咪嗰嘢食店」計劃，認證參與計劃的食肆，與顧客共同從源頭減少廚餘。然而，根據環保署 2021 年《香港固體廢物監察報告》，本港每日棄置於堆填區的廚餘佔 30%，達 3,437 公噸，政府在 2014 年曾訂下目標，以 2011 年的數字（3,584 公噸）為基礎，期望在 2022 年或以前減少 40% 的廚餘，至今仍未追上目標，廚餘回收和處理在未來仍有改進的空間。

■ 塑膠購物袋收費

塑膠購物袋收費計劃於 2009 年開始實施，初期涵蓋範圍有限，後來在 2015 年開始全面在整個零售業界全面推行。最新的膠袋徵費計劃將於 2022 年年底起開始實施，每個塑膠購物袋的收費由最低 \$0.5 提高至最低 \$1，新措施還收緊豁免範圍，取消現時對盛載冰凍／冷凍食品的塑膠購物袋（包括平頭膠袋）的豁免，但購買沒有包裝或非完全盛載於包裝的食品，或購買以非氣密包裝餐飲外賣，仍可獲免費提供塑膠購物袋。

■ **玻璃飲料容器生產者責任計劃**

為了促進本港廢玻璃飲料容器的循環再造，政府於 2023 年 5 月開始全面實施玻璃飲料容器生產者責任計劃，供應商及入口商等收取每公升 0.98 元的循環再造徵費。計劃訂明，任何人在本港分發玻璃樽裝飲品，必須先登記成為登記供應商，並須履行法定責任，包括呈交申報、保留與申報有關紀錄、繳付容器循環再造徵費及呈交周年審計報告等。

■ **實施都市固體廢物收費**

《都市固體廢物收費條例》在 2021 年在立法會獲三讀通過，垃圾徵費的目的是透過污者自付原則，推動源頭減廢並提高回收率，可是這議題在香港向來是社會具爭議性的題目，政策一直束之高閣，因為社會對如何執行一直都找不到共識。目前的方法會根據「按袋收費」原則，市民須購買指定尺寸膠袋及標籤，包妥垃圾方可棄置，違例者最高罰款 50,000 元。指定垃圾袋預計可在超級市場、便利店、郵局和自動售賣機等約 4,000 個銷售點購買，有 9 種大小容量，最大容量每個收費\$11。

■ **即棄塑膠餐具管制**

環境及生態局於 2022 年向立法會遞交條例草案，擬最快於 2023 年第四季實施首階段管制即棄膠餐具及其他塑膠產品，並預計以 2025 年作為第二階段目標。條例草案建議分階段管制 9 類即棄膠餐具，首階段將禁止銷售和向外賣顧客提供發泡膠餐具，及其他體積細小而回收困難或已有成熟替代品的即棄膠餐具，包括飲管及攪拌棒；另亦禁止向堂食顧客提供即棄膠杯、杯蓋、膠食物容器等。第二階段將全面落實所有管制。

3.4 政策介入：其他地區的案例和經驗

可持續消費是一個複雜的議題，牽涉消費、流通、生產和分配等各個經濟範疇。從消費者角度看，「知易行難」是普遍人對可持續消費實踐的印象，尤其是生活節奏急速的香港人。有外國的研究發現，阻礙市民實踐可持消費有各種不同因素，包括經濟與時間成本高、疏於思考和選

擇、朋輩與社會風氣的影響、對商家聲稱的環保訊息存疑等²⁰。如何針對消費者的痛點，在政策上有效推動可持續消費，發揮消費者的力量是值得進一步深入研究的問題。

經濟合作暨發展組織 (OECD) 九十年代起已關注如何在國家層面上，改善住戶和個人的不可持續消費模式。OECD 認為，降低消費對環境的影響需要採用不同的政策工具，以及多方持分者的參與，包括公共政策、市場創新、非政府組織、消費者團體，以及消費者的個人倡議等。政府在提高市場效率和創造有利條件讓社會達至其環保目標上扮演著重要角色，並可以使用經濟、監管和社會三方面的政策工具來實現該目標²¹：

經濟工具 (Economic Instruments)	例如廢物徵費、能源和用水稅、按樽制、取消用水補貼、綠色能源補貼、綠色稅收改革等。
監管工具 (Regulatory Instruments)	例如環保標籤制度、打擊漂綠行為、廢物管理政策、能源效率標準、擴大生產者責任制、法定污染排放目標、水質標準等。
社會工具 (Social Instruments)	例如公眾資訊和宣傳環境意識的活動、教育、公共辯論和參與式決策過程、支持公民倡議、與其他持份者（私營機構、非政府組織等）的合作。

協助英國政府設計的可持續發展策略的研究機構，英國可持續發展研究網絡 (SDRN) 提出四個 E 的框架²²，讓政府能「催化」市民和社區的行為改變，普及可持續消費行為。他們認為，政府的政策方針應具足夠動力去打破舊的、不可持續的消費和生產模式，並投入足夠的資源和長時間的努力。他們所提出的四 E 方法包括：開啟 (enable)、鼓勵 (encourage)、參與 (engage) 和示範 (exemplify)。

1. 開啟環保選擇的渠道

為協助人們實現可持續生活，政府應提供教育、技能和信息，並設法令可持續的替代品更易獲取。此外，亦應積極建設基礎設施，使可持續行為更易實行。

²⁰ Haws, K. L., Winterich, K. P., & Naylor, R. W. (2013). Seeing the world through GREEN-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336-354. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.11.002>

²¹ OECD (2002), *Towards Sustainable Household Consumption?: Trends and Policies in OECD Countries*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264175068-en>.

²² SDC. (2010). *Making Sustainable Lives Easier – A Priority for Governments, Business and Society*. Sustainable Development Commission. Retrieved from <http://www.sd-commission.org.uk/publications.php?id=1144>

2. 鼓勵人們

政府應提供顯示對可持續性的明確偏好和鼓勵行為改變的信號。這些可能包括同儕壓力，徵收更多環保稅和資助更多可持續的實踐。

3. 推動市民參與

政府應努力讓市民參與革新的進程，例如通過參與政策設計，表達他們在生活中關心的內容，理解某些行為模式的特徵。研究表明，如果人們認為解決方案是由上而下執行，他們對實現目標不會有積極的態度。

4. 政府帶頭示範改變

政府應帶頭示範什麼是可持續性，例如可持續的公共採購、優先考慮可持續發展項目而非不可持續的替代方案、培訓和建立政府員工的可持續消費能力。

目前香港政府並沒有針對可持續消費的政策綱領，接下來會審視海外其他地區推動可持續消費的經驗和做法，部分的政策設計對香港而言相對創新，甚具參考價值。

➤ 商品標籤與產品信息

■ 法國

法國有不同增加產品信息的措施，例如設立了標籤政策以促進銷售可持續產品，包括禁止產品聲稱「可生物降解」，打擊漂綠行為。另外，法國早在 2007 年便提議引進碳標籤制度，目前政府未有官方的碳標籤，但法國已在 2021 年通過法案，強制服裝和紡織品須引入碳標籤，讓消費者更了解其購買行為對環境的影響。

■ 新加坡

為減少包裝物料廢棄物，新加坡政府推出自願性減少包裝協議，讓企業和非政府組織參與，實施名為減少包裝物料的環保標籤（Logo for Products with Reduced Packaging, LPRP），方便消費者識別一些已減少包裝物料的產品。

■ 歐盟

歐盟生態標籤 (Eco-label) 是一個自願性環保標籤制度，由歐盟環保專員與歐盟內各國政府環保部門核准使用，目的是鼓勵生產廠商向消費者展示其產品的綠色環保性能。生態標籤制度涵蓋所有日常消費產品，但不包括食品、飲料、藥品及醫療器械。

➤ 食物浪費

■ 法國

法國在 2015 年通過反食物浪費法例，禁止超級市場棄置或銷毀未過期的食物，規定佔地 400 平方米或以上的超市，必須與慈善機構簽訂捐贈合約，違規者可被罰款 3,750 歐元²³。過往法國每年棄置 710 萬噸食物，法例實行後每年的棄置量僅佔食物總生產量的 1.8%，2018 年政府更籌備禁止超市、零售店等食物進行買一送一促銷活動法案，進一步打擊食物浪費行為。

■ 中國大陸

2021 年起開始實施《反食品浪費法》，分別對反食品浪費的原則、要求、政府部門職責等作出規定，包括要求各級人民政府加強對反食品浪費工作的領導；縣級以上地方政府應每年向社會公布反食品浪費工作情況。另外，餐飲服務提供者應主動提醒消費者防止浪費食物，否則會被責令改正並給予警告，而若出現誘導、誤導消費者過度點餐造成明顯浪費的，同樣會被責令改正和警告，拒不改正的處 1000 元以上 1 萬元以下罰款²⁴。

■ 丹麥

丹麥在減少食物浪費方面可謂引領全球，2010 年至 2015 年間丹麥的剩食數量下降 25%，這成功有賴於透過政府、企業和市民的全民合作，直接改變了消費者的消費習慣，當中包括剩食超市的普及，減

²³ Ann Wong (2018 年 3 月 21 日)。〈法國如何打擊浪費食物？〉CUP 媒體。網址：
<https://www.cup.com.hk/2018/03/21/french-food-waste-law/>

²⁴ 香港 01 (2021 年 4 月 30 日)。〈內地實施《反食品浪費法》「吃播」暴飲暴食最高可被罰款 10 萬元〉網址：https://www.hk01.com/即時中國/619205/內地實施-反食品浪費法-吃播-暴飲暴食最高可被罰款 10 萬元?utm_source=01webshare&utm_medium=referral&utm_campaign=non_native

少食物浪費措施的認證等，至今丹麥仍擁有著全歐洲最多元的剩食民間組織和倡議團體²⁵。

➤ 消費者的維修權

■ 歐盟

歐盟自 2020 年起推動「循環經濟行動計劃」，希望延長科技產品的使用周期，2022 年投票通過要賦予消費者「維修權」，要求商家確保電器和電子產品耐用及容易維修，鼓勵消費者作更可持續的消費選擇，並促進重用和維修文化，以實現「歐洲綠色協議（European Green Deal）」定下的氣候和環境目標。據最新的提案內容²⁶，法案分別包含保養期內的保障和保養期後保障，法律保障定明，除非替換比維修更加昂貴，否則供銷商必須提供維修服務。法律後保障就是讓消費者更方便地進行維修，措施包括規定家庭電器或電子產物生產商須確保有足夠後備零件，供買家購買電器後最多 10 年內使用，將電器使用週期延長，另外生產商亦有義務向消費者提供其維修責任的信息等。

■ 法國

法國亦有相似的法例，他們在 2020 年通過《反浪費及循環經濟法》(Prevention of Waste and Circular Economy Law)，要求手機、電腦、電視，甚至洗衣機與割草機製造商，為產品標示「維修指數」(repairability index)，讓消費者能清楚各產品的維修與耐用期資訊，以於購買時作出更環保的選擇。

■ 瑞典

瑞典促進維修權的方法是提供經濟誘因，利用稅務優惠鼓勵民眾維修。法案訂明，只要民眾維修其衣物、單車、雪櫃和洗衣機，就可享有稅務優惠，維修舊單車和衣物，增值稅稅率將從 25%調低到 12%；

²⁵ 張庭璋 (2021 年 7 月 12 日)。〈全球每年浪費 10 億噸食物！如何重新整理這些垃圾拯救地球？〉未來商務。網址：
https://fc.bnext.com.tw/articles/view/1500?_gl=1*afon1t*_ga*NDU0MjQwMTI5LjE2ODY4MDE3MTk.*_ga_LJQ58J2DG7*MTY4Nzc1MzE0MS4xLjAuMTY4Nzc1MzE0MS42MC4wLjA

²⁶ European Commission. (2023, March 22). *Right to repair: Commission introduces new consumer rights for easy and attractive repairs*. European Union. Retrieved from https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_1794

另外維修其他家電，可個人所得稅中扣除一半費用²⁷。

➤ 獎賞制度鼓勵綠色消費

■ 南韓

南韓政府為推動市民以可持續的方式消費，2011年發行綠色信用卡，當民眾作出環保消費行為，例如購買低碳和環保產品、使用公共交通工具、回收廢電池、節省水電煤費等，即可賺取積分，積分可用來兌換為現金、支付公共交通費用及地方稅等²⁸。

■ 台灣

台灣環保署推出「環保集點」的手機應用程式，當民眾乘坐公共交通工具、購買有環保標籤認證的綠色產品、參與環保行動如二手交換等，便可賺取綠點，這些綠點可在大型超級市場、綠色餐廳或住宿消費時獲得折扣或兌換商品。

■ 中國大陸

中國近年積極推行「碳普惠」機制，運用商業模式刺激民眾在日常生活選擇相對低碳的消費行為，具體方法是利用互聯網、大數據、區塊鏈等技術，對小微企業、社區家庭和個人的減碳行為，進行具體量化，並賦予價值。市民參與「綠色出行」，如步行、騎單車及使用電動汽車等；以及「綠色生活」節能減排，如節約用水用電；或「綠色公益」進行廢物分類回收等，就可獲得碳積分的「碳幣」，可在碳普惠平台上換取商品優惠券、兌換公共服務。個人和企業又可自願參與實施減碳措施，經核證的減排量可在碳排放權交易市場，獲取相應的報酬。

²⁷ Orange, R. (2016, September 19). *Waste not want not: Sweden to give tax breaks for repairs*. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2016/sep/19/waste-not-want-not-sweden-tax-breaks-repairs>

²⁸ Park, Ju-min. (2011, January 11). *South Korea promotes credit cards to go greener*. Reuters. Retrieved from <https://www.reuters.com/article/us-korea-green-idUKTRE70A07O20110111>

以助推理論制定政策

行為改變之難，在於人有其固有習慣，作出的行為往往未必符合社會長遠利益。除了透過各種教育或宣傳促進民眾認知和意識上的改變之外，助推（nudge）亦是一個值得探索的方法。

助推的概念源自行為經濟學，近年在公共政策設計中被熱切討論和應用，指的是「在不妨礙人民自由選擇的前提下，鼓勵或誘導人民做出決策，引導人們選擇對本身最佳的選項」。助推理論認為，人們在日常生活中做出的各種決策，都會受到環境和他人的影響，故通過調整人們身處的環境或面對選擇的預計選項等，可以使人們做出特定的選擇。

全球已經有 150 多個政府嘗試過助推政策，例如英國首相辦公室在 2010 年成立行為洞察小組²⁹（Behavioural Insights Team, BIT），職能是利用行為科學文獻，為公共政策的規劃與執行出謀劃策。他們為了督促人們繳稅，略微更動繳稅信函內容，稱收信人的所屬地區多數民眾都已經繳納稅款，以及大多數按時繳稅的人都取得了良好的結果，利用社會規範讓人們產生遵守的意願，結果繳稅比例上升約 5%。新加坡，為了把吸煙乘客和不吸煙的乘客分開，垃圾桶和公交車站分開一定距離。

助推看似微小和簡單，但卻在無形中引導民眾「不自覺地」作出一個更好的選擇。美國加州為鼓勵減少家庭用電，在賬單裏詳細列出了大廈每家的用電量並給予評級，因為社會壓力和競爭心態每個家庭都傾向節省用電，結果整體能源消耗下降，這是一個具體例子如何利用助推去促進人們實踐可持續生活。有國際顧問公司提出了一些助推建議和策略給企業使用，引導消費者作出可持續消費的選擇³⁰：

- **在顧客購物過程中突顯可持續選項，引起消費注意力。**例如旅遊搜索引擎可優先列出碳排放最低的航班；商店可以在當眼位置放上可持續產品等。另外，亦可通過製造對比，將可持續商品選擇與其他選擇並列，提供兩個可持續選擇和一個不可持續選項，促使消費者選擇可持續選項。

²⁹ 時任英國首相卡麥隆成立了俗稱「推力小組」的單位，「行為洞察團隊」（Behavioral Insights Team），試圖針對民眾進行各種不同試驗，想要找出能夠改善人民生活，或替政府省下開支的最有效方法。團隊由實驗心理學家賀爾本（David Halpern）帶領，在年金、稅金、失業、教育到電子煙等議題實現政策創新。

³⁰ DaSilva, B., Dhar, J., Rafiq, S., & Young, D. (2022). Nudging Consumers Toward Sustainability. *BCG Global*. Retrieved from <https://www.bcg.com/publications/2022/nudging-consumers-to-make-sustainable-choices>

- **簡化可持續選擇，消除消費者的障礙。**舉例外賣平台可以將餐具的默認設置為「不使用塑料餐具」；餐飲服務可將素食或碳中和選項置頂，只需點擊一下即可訂購；網上銷售平台可建議客戶考慮具有較小碳足跡但具有相同功能的產品。
- **教育消費者並提醒消費者關注可持續性。**舉例商家在應用程式中或收據底部顯示客戶購買行為的碳排放情況、在當眼位置提醒他們可持續選擇的影響，或公開更多產品的環保訊息等。

小結

氣候變化的問題逼在眉睫，締造可持續發展的未來，是世界各地共同的發展願景，其中關繫到環保的重要一環，是如何令社會邁向負責任的消費模式，一種減少浪費、保護環境和善用地球資源的消費模式。

現代人一向過著高碳排放的消費模式，速食時裝、食物過度浪費、肉食需求過高、塑膠氾濫等問題，都是造成氣候變化和環境污染的元兇。如何減少碳排放成為每個國家和地區均須面對的棘手問題。要令社會達至碳中和，除了發展再生能源、碳交易市場、擴大可持續消費品市場和循環經濟等宏觀轉型外，亦要大眾的參與和配合，從改變個人生活習慣上做起，實踐低碳和減廢的可持續生活。

要達至集體的行為改變，政策的支持和催化必不可少。香港一直以來有相關政策和宣傳推動市民的環保行為，例如實施已久的膠袋徵費、回收系統、惜食運動等，亦有在未來會實施的玻璃樽生產責任制、管制即棄塑膠等。不過過往的調查顯示，港人在實踐可持續消費的意識和行為有落差，整體的實踐上仍有待改善。由此可見，在政策層面上仍有很大的空間去建立一個可持續的消費和生產體系。

建設對環境更友好的社會，需由政府主導，企業和社會組織執行，公眾參與等多方面推進，提供經濟誘因，加強市場監管，進一步增強公民意識等都是未來方向。外國不乏相關的政策經驗，例如發展商品標籤與加強產品信息、針對食物浪費和剩食的法例和措施，設立獎賞制度鼓勵低碳消費等，都是值得香港參考措施。政策制定者思考相關政策時，亦可從助推（nudge）方向入手，通過改變環境而達到成本小效果大的政策效果。

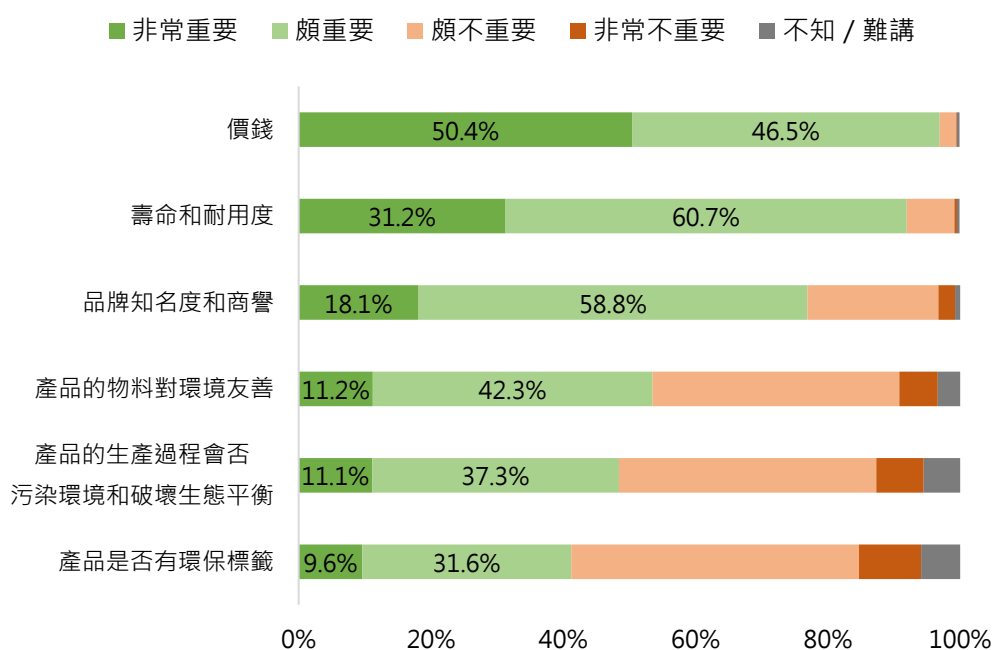
第四章 問卷數據結果：青年對可持續消費的意見調查

是次研究進行了一項青年網上問卷調查，以了解青年對可持續消費的意識和實踐情況、對氣候變化的關注情況，以及對政府減碳工作的意見。調查共成功訪問 903 名 15 至 34 歲香港青年協會會員。本章主要分析調查結果，並闡述如下。

4.1 青年的消費態度和行為

價錢是大部分受訪青年認為最重要的消費考慮因素，其次是產品的壽命和耐用度，產品的環保程度則並非他們消費時所作的優先考慮。

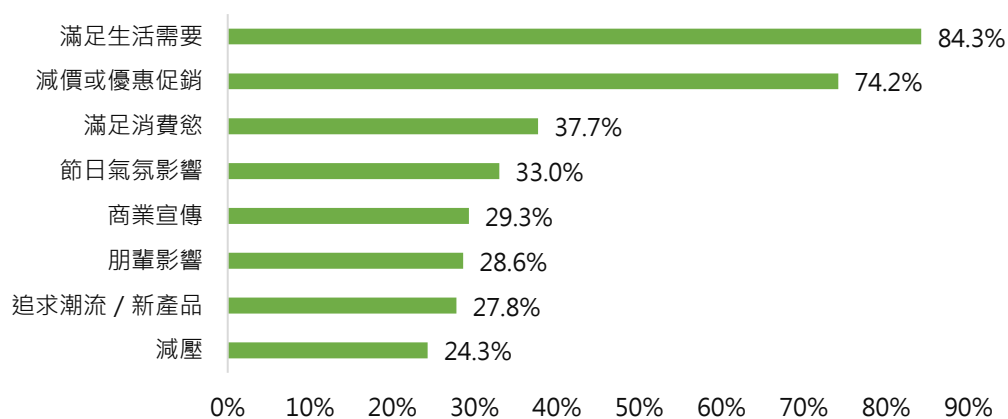
表4.1：以下的消費考慮因素對你來說有多重要？



調查顯示，超過 9 成受訪者認為價錢（96.9%）及產品的壽命和耐用度（91.9%）是重要的消費考慮因素，而認為產品的物料對環境友善（53.5%）是重要的消費考慮因素只有 5 成多，認為生產過程會否污染環境和破壞生態平衡（48.4%）、是否有環保標籤等因素（41.2%）均不足 5 成。數字反映，產品的環保程度並非受訪青年消費時所作的優先考慮，雖然受訪青年亦重視產品是否持久耐用，但未能得知背後的原因是基於節省金錢或環保考慮。

「滿足生活需要」和「減價或優惠促銷」為經常促使受訪青年消費的兩大因素。

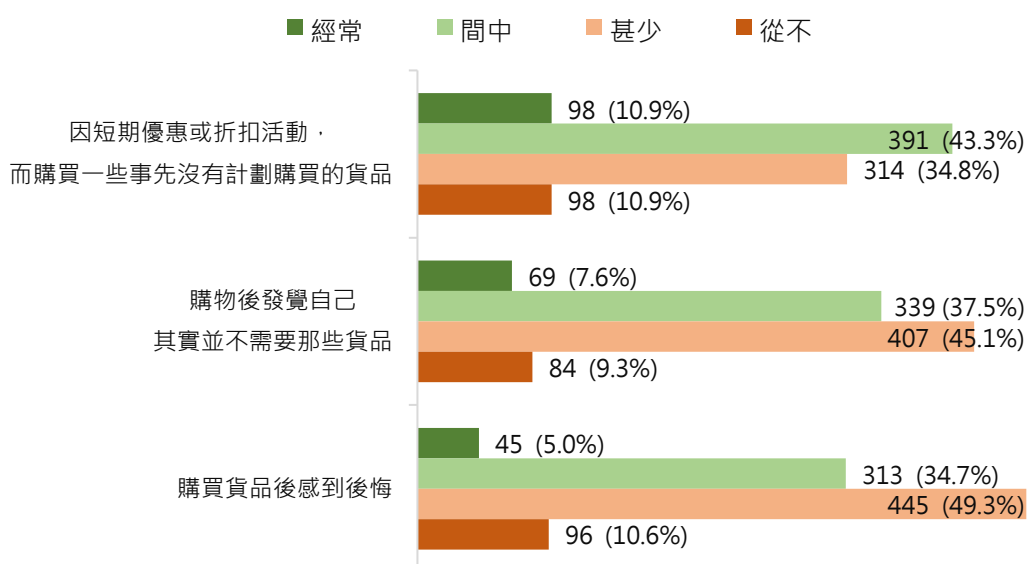
表4.2：以下那些是經常促使你消費的因素？



84.3%受訪青年認為，滿足生活需要經常是促使他們消費的最大因素。其次是減價或優惠促銷，佔74.2%。

大部分受訪青年屬適度消費，只有約一成受訪青年傾向過度消費。

表4.3：在過去12個月內，你有多經常發生以下情況？



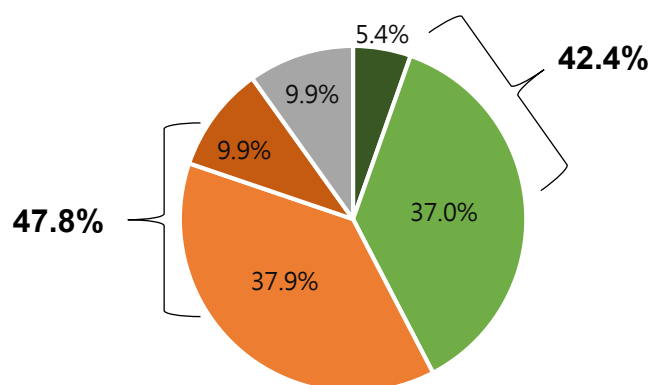
【表 4.3】羅列了三種消費狀況，背後指涉的是過度消費的特徵，受訪者要回答自己出現這些狀況的頻率。比較三個狀況，受訪青年相對較多出現「因短期優惠或折扣活動而購買一些事先沒有計劃購買的貨品」，而甚少出現「購物後發覺自己其實並不需要那些貨品」以及「購買貨品後感到後悔」，反映減價或優惠促銷能刺激青年的消費慾。但整體而言，大部分的受訪者都是「間中」和「甚少」出現以上三種消費狀況，只有約一成「經常」出現這些消費狀況。

4.2 青年對可持續消費的認知、態度和行為

近半受訪青年表示對可持續消費的概念不理解，近 6 成人甚少或從不留意自己的碳足跡，反映可持續消費意識在青年間仍未普及。

表4.4：你對「可持續消費」的概念有多了解？

■ 非常了解 ■ 頗了解 ■ 頗不了解 ■ 非常不了解 ■ 不知 / 難講



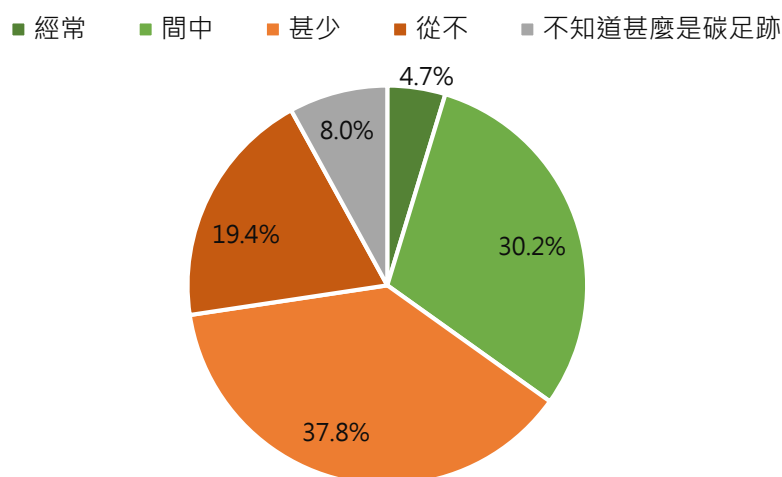
調查顯示，42.4%受訪青年認為自己了解可持續消費概念；而認為自己不了解的佔 47.8%，數字略高於認為理解的，反映可持續消費的觀念仍有待進一步普及。數據分析進一步顯示【交叉分析表 1】，年齡組別較小的受訪青年，他們較傾向認為自己了解可持續消費的概念，相反年齡組別較大的受訪青年，較傾向認為自己不了解。

交叉分析表 1：你認為自己對「可持續消費」的概念有多了解？
(按年齡組別劃分)

	年齡組別 (歲)				合計
	15-19	20-24	25-29	30-34	
了解	135 53.1%	111 52.4%	72 41.4%	65 37.4%	383 47.1%
不了解	119 46.9%	101 47.6%	102 58.6%	109 62.6%	431 52.9%
合計	254 100.0%	212 100.0%	174 100.0%	174 100.0%	814 100.0%

**p<0.01

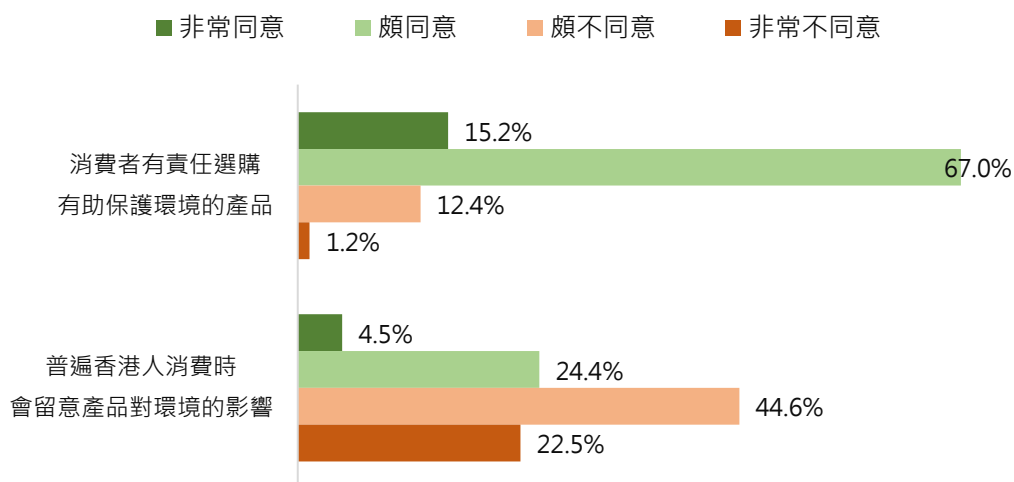
表4.5：在日常生活中你有多留意自己的碳足跡？



關於在日常生活中有多經常留意自己的碳足跡，表示「甚少」的最多，佔 37.8%，其次是表示「間中」的，佔 30.2%；「從不」留意自己碳足跡的受訪者亦有 19.4%，至於表示「經常」留意自己碳足跡的只佔 4.7%。綜合來看，有五成七人甚少或從不留意自己的碳足跡，可見有一定數目的人仍然較少注意自己的行為對地球帶來的影響。

大部分受訪青年同意消費者有責任保護環境，然而近 7 成認為香港人消費時鮮有考慮對環境的影響。

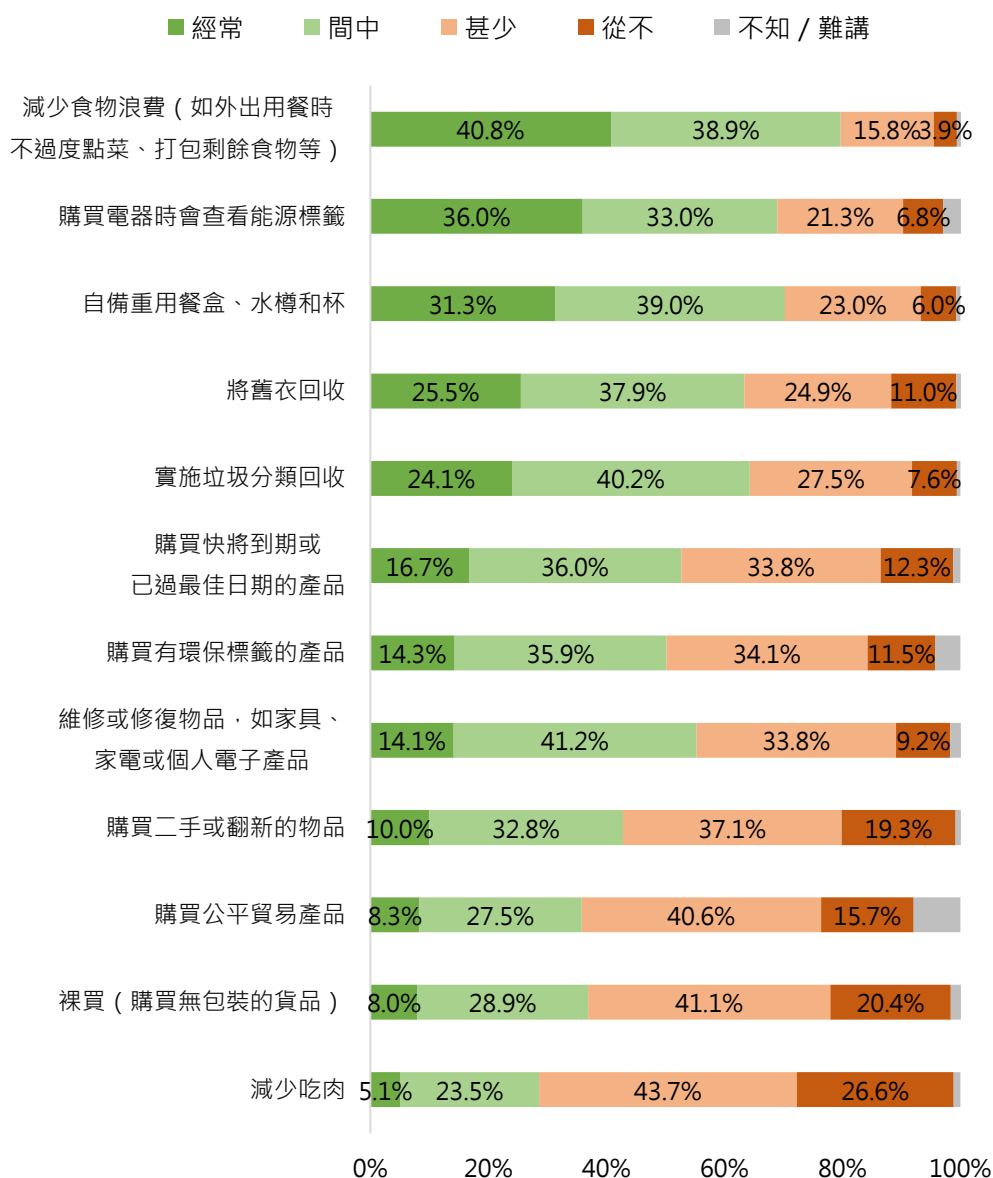
表4.6：你有幾同意以下說法嗎？



【表 4.6】顯示，共 82.2%的受訪青年同意「消費者有責任選購有助保護環境的產品」，表示不同意的只佔 13.6%。不過，多數受訪青年不認為「普遍香港人消費時會留意產品對環境的影響」，67.1%的人不同意該陳述。大部分受訪青年認同消費者的環保責任，但認為普遍香港人未能履行該責任。

受訪青年普遍具可持續消費的習慣，惜食、查看能源標籤、自備重用餐盒和水樽，為他們最常作出的實踐行為。

表4.7：在過去12個月內，你有多經常作出以下的行為？



在不同的可持續消費實踐當中，受訪青年最經常作出的首三項實踐是減少食物浪費（40.8%）、購買電器時會查看能源標籤（36.0%），以及自備重用餐盒、水樽和杯（31.3%）。另一邊廂，受訪青年甚少作出的可持續消費實踐包括裸買（43.7%）、素食（41.1%）以及購買公平貿易產品（40.6%）。雖然近年愈來愈多人認識裸買和素食等環保行為，但這股風氣似乎仍然相對小眾，未在普遍青年間成形。

整體而言，受訪青年的可持續消費實踐程度一般

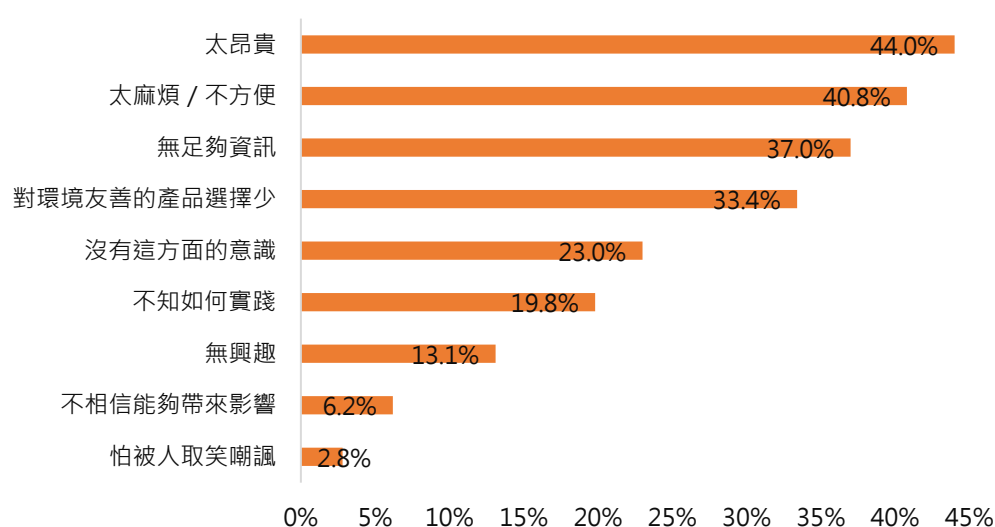
為進一步分析受訪青年的可持續消費實踐程度，研究員將【表 4.7】的 12 項行為選項的頻率轉換為分數，計算出每名受訪者的「可持續消費實踐綜合分數」，分數愈高，愈符合一個可持續的消費和生活模式。在 796 個有效樣本中，受訪青年的平均分數是 54.5 分（0-100 分），由此可見受訪青年的可持續消費實踐程度屬中等程度。

表 4.8：青年的可持續消費實踐分數

	平均分 (0-100 分)	N
受訪者的可持續消費實踐分數	54.5 分	796

昂貴、麻煩和不方便、無足夠資訊，為青年不常作出可持續消費行為的主要因素。

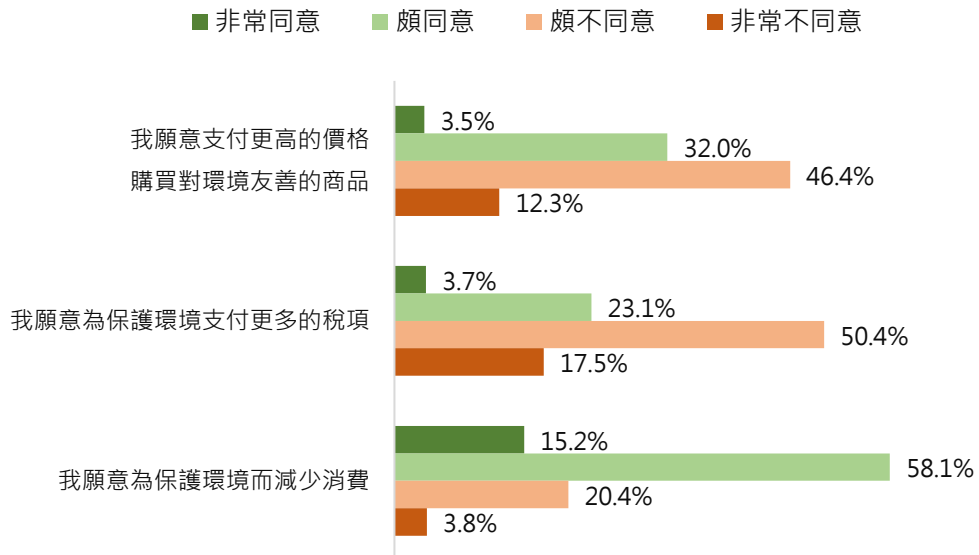
表4.9：甚麼原因令你不常作出可持續消費行為？



至於有關作出可持續消費行為的障礙，受訪者認為最主要的障礙是「太昂貴」（44.0%），其次是「太麻煩/不方便」（40.8%），接著是「無足夠資訊」（37.0%）和「產品選擇少」（33.4%）。

就個人對環境的責任，受訪青年傾向為保護環境而減少消費，但不太願意為保護環境而支付更多費用，包括支付更高價格購買對環境友善的產品及支付更多環保稅。

表4.10：你有幾同意以下說法？



調查詢問受訪青年對不同環境責任的肩負方式的意願。【表 4.10】顯示，僅 35.5%受訪者對「我願意支付更高的價格購買對環境友善的商品」表示同意，對「我願意為保護環境支付更多的稅項」亦只有 26.8%。表示不同意的受訪者明顯比表示同意的多，反映受訪青年不願意為保護環境而支付更多費用，包括支付更高價格購買對環境友善的產品及支付更多環保稅。

然而，同意「我願意為保護環境而減少消費」的受訪者則佔 73.3%，比不同意的多出近 50%。由此可見，青年大多願意為保護環境而減少消費，但不太願意為保護環境而支付更多費用，思考如何推動青年建立可持續消費習慣時，經濟誘因是一個重要考慮的因素。

4.3 青年對氣候變化的關注

受訪青年認同氣候變化與消費模式有關係，認知到生活的消費模式對氣候變化有所影響。

表 4.11：請用 0-10 分表達你所認為的程度。

(0=沒有關係；5=一般；10=非常大關係。88=不知/難講)

	平均分	標準差(S.D.)	N
你認為氣候變化與消費模式有多大關係	6.68	1.92	852

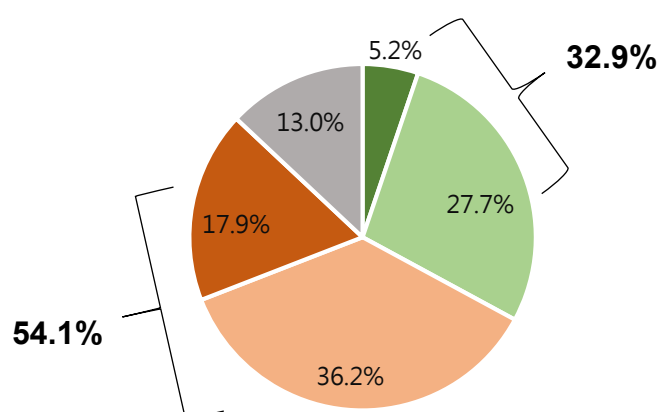
數字不包括回答「不知/難講」者

調查要求受訪青年就氣候變化與消費模式有多大關係作出評分，測試他們能否認知到氣候變化和消費模式有關聯性。受訪青年的平均評分是 6.68 分，顯示青年大多意識到兩者的關係，認知到消費模式會對氣候變化造成影響。

逾半受訪青年認為自己不了解「碳中和」的概念。

表4.12：你認為自己有多了解「碳中和」這個概念？

■ 非常了解 ■ 頗了解 ■ 頗不了解 ■ 非常不了解 ■ 不知/難講



「碳中和」是氣候問題中的重要概念，是世界各國應對氣候危機的行動目標，指的是碳排放量與減碳排量互相抵消，達到淨零碳排放量 (net-zero carbon emission) 的效果。【表 4.12】顯示，共有 54.1% 受訪者認為自己「頗不了解」和「非常不了解」碳中和概念，而認為自己「頗了解」和「非常了解」碳中和概念的只有 32.9%，不了解的受訪者

人數比了解的人數多出約 20%，反映青年對氣候問題的認識有待進一步加強。

另外，受訪者的年齡與對碳中和概念的了解有顯著的關係。【交叉分析表 2】顯示，年齡較低的組別，較多人認為自己了解碳中和，例如 15-19 歲組別中，表示「了解」（即回答「非常了解」和「頗了解」的人）碳中和概念的佔 47.1%，但 25-29 歲組別和 30-34 歲組別只佔 37.0%和 25.6%。另一方面，年齡較大的組別，較多人認為自己不了解碳中和概念。

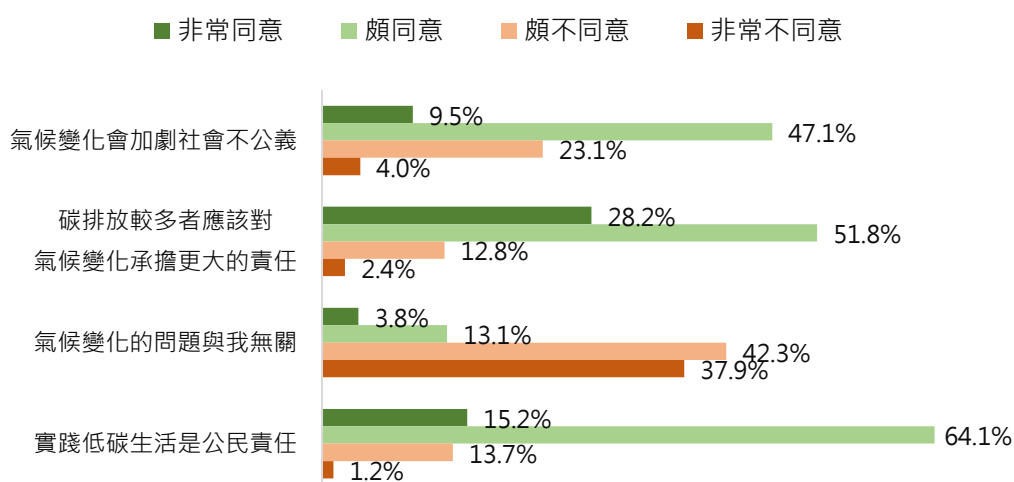
交叉分析表 2：你認為自己有多了解「碳中和」這個概念？（按年齡組別劃分）

	年齡組別（歲）				合計
	15-19	20-24	25-29	30-34	
了解	115 47.1%	77 37.6%	61 37.0%	44 25.6%	297 37.8%
不了解	129 52.9%	128 62.4%	104 63.0%	128 74.4%	489 62.2%
合計	244 100.0%	205 100.0%	165 100.0%	172 100.0%	786 100.0%

***p<0.001

超過一半人意識到氣候問題背後的不公義，近 8 成人同意實踐低碳生活是公民責任，反映青年大多對氣候變化有較進步的意識。

表4.13：你有幾同意以下說法？



【表 4.13】問及受訪青年對氣候問題的意識和態度。數據顯示，56.6%受訪者同意「氣候變化會加劇社會不公義」，另外 80.0%同意「碳排放較多者應該對氣候變化承擔更大的責任」。此外，80.2%受訪者「不同意氣候變化與我無關」，近 80%人同意實踐低碳生活是公民責任。數據反映，大部分受訪青年認為氣候變化問題與自身相關，他們意識到碳排放背後的不平等，認為實踐低碳生活協助改善環境是公民責任，反映青年大多對氣候和環境議題有較進步的意識。

4.4 青年對政府減碳工作的意見

超過 6 成受訪青年認為香港政府沒有決心應對氣候變化，以及不滿意政府減碳工作的表現。

表4.14：你認為香港政府有多大決心應對氣候變化？

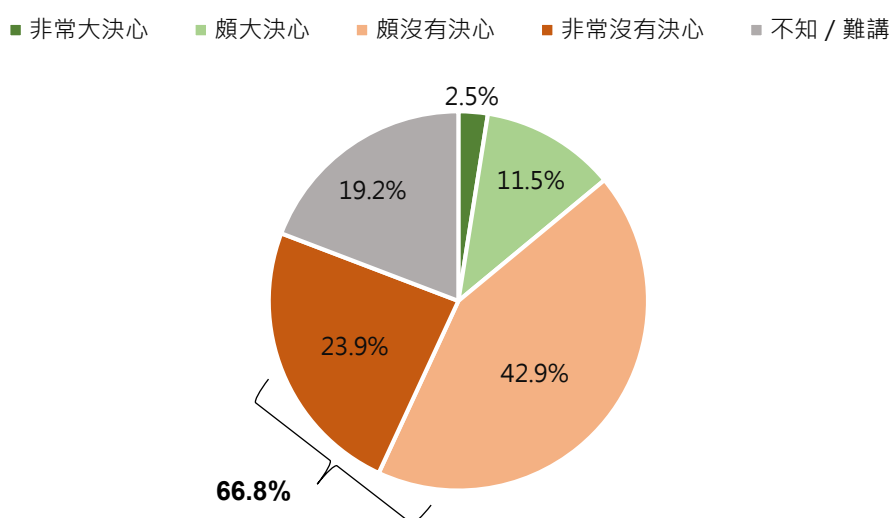
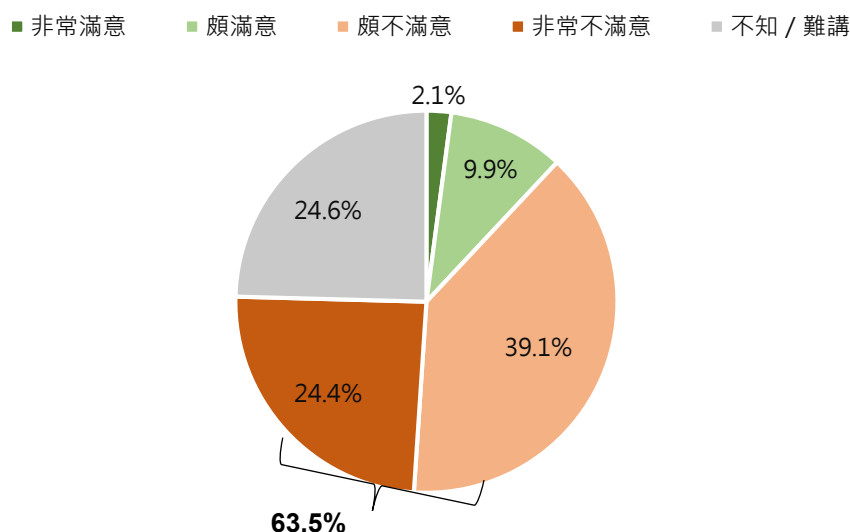


表4.15：你滿意香港政府在減碳工作的表現嗎？

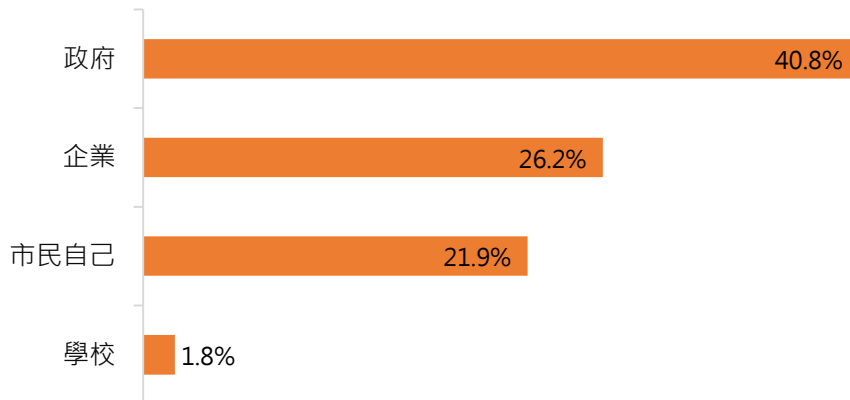


【表 4.14】及【表 4.15】問及受訪青年對政府應對氣候變化工作的評價。【表 4.14】顯示，66.8%受訪者認為香港政府沒有決心應對變化，當中最多受訪者認為香港政府「非常沒有決心」佔 42.9%。

【表 4.15】顯示，63.5%受訪青年表示不滿意政府在減碳工作的表現，當中最多受訪者表示「非常不滿意」，佔整體的 39.1%。

受訪青年認為政府在促進社會可持續消費上的責任最大

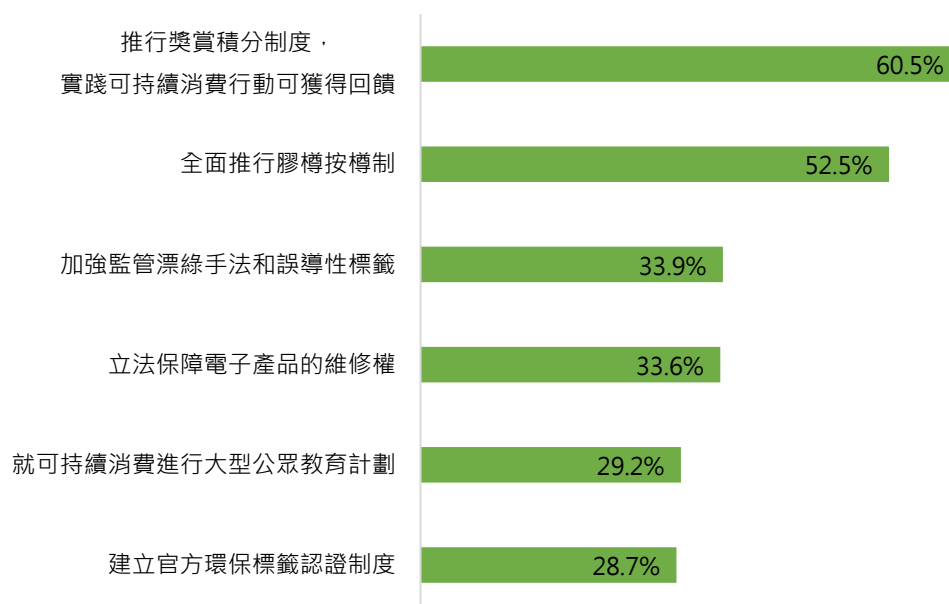
表4.16：你認為在促進社會可持續消費上，以下那一方的責任最大？



青年認為，政府在促進社會可持續消費上有最大責任（40.8%）其次企業（26.2%）和市民自己（21.9%），只有 1.8%受訪者認為學校有最大的責任【表 4.16】。

就有效鼓勵社會實踐可持續消費的措施，**6** 成受訪青年支持推行獎賞積分制度，**5** 成受訪青年支持全面推行膠樽按樽制

表4.17：你認為以下那項措施能有效鼓勵社會實踐可持續消費？



最多受訪青年認為，推行獎賞積分制度（**60.5%**）和全面推行膠樽按樽制（**52.5%**），是有效鼓勵社會實踐可持續消費的措施，反映經濟誘因是有效的政策方向【表 4.17】。

小結：調查結果重點

- 近半受訪青年不理解可持續消費的概念，5 成 7 人甚少或從不在日常生活中留意自己的碳足跡，反映**可持續消費的意識在青年間仍未普及**。
- 大部分受訪青年同意消費者有責任保護環境，不過產品的環保友善程度並非受訪青年消費時所作的優先考慮，近 7 成認為**香港人消費時鮮有考慮對環境的影響**。
- 關於青年的**可持續消費習慣**，惜食、查看能源標籤、自備重用餐盒和水樽，為受訪青年經常作出的三大可持續消費實踐。較少青年會經常進行裸買、素食以及購買公平貿易產品。整體而言，受訪青年的可持續消費實踐程度屬**一般程度**。
- 關於**進行可持續消費的障礙**，最多受訪青年認為昂貴、麻煩和不方便，以及無足夠資訊，是令他們不常作出可持續消費的主要因素。
- 關於青年對氣候問題的認知，超過 5 成受訪者意識到氣候問題背後的不公義，近 8 成人同意實踐低碳生活是公民責任，反映青年大多對氣候變化有**較積極和進步的意識**，但亦有逾半受訪青年認為自己不了解「碳中和」的概念，對氣候變化的認識有待進一步提升。
- 就**個人對環境的責任**，受訪青年傾向為保護環境而**減少消費**，但不太意願為保護環境而支付更多費用，包括支付更高價格購買對環境友善的產品及支付更多環保稅。
- 超過 6 成受訪青年認為香港政府**沒有決心應對氣候變化**，以及不滿意政府減碳工作的表現。
- 受訪青年認為**政府在促進社會可持續消費上有最大的責任**，他們傾向贊成提供**經濟誘因**以鼓勵社會實踐可持續消費的措施，例如推行獎賞積分制度以及膠樽按樽制。

第五章 生活實驗和訪問

為了解青年人實踐可持續消費生活的狀況，以及他們所遇到的障礙，研究邀請了 8 名認同環保和可持續理念，但不經常在生活上作出具體實踐的青年，進行一個七天的生活實驗，要求他們在七天內完成以下項目：

1. 以環境局計算器評估自己過去一年在衣、食、住、行的碳排放量
2. 一星期其中兩天進行素食生活（蛋奶素）
3. 將可回收的廢物分類，並親身到住所附近的綠在區區進行回收
4. 購買外賣、食物或飲品時，自備餐盒、杯和食物袋。
5. 嘗試到裸買店購物

研究人員在七天後跟各青年進行一次深度訪談，了解他們的實踐狀況和對可持續生活的看法（參與者的背景資料請參閱第二章）。以下是參與者的完成狀況和訪問總結。

5.1 參與者完成狀況

	碳排放量	素食	回收	自備容器	裸買
個案 1	7.0 公噸/ 評級 C	✗	✓	✗	✗
個案 2	4.4 公噸/ 評級 B	✗	✓	✓	✗
個案 3	6.0 公噸/ 評級 C	✓	✓	✓	✓
個案 4	4.4 公噸/ 評級 B	✗	✗	✓	✓
個案 5	7.7 公噸/ 評級 C	✓	✓	✓	✗
個案 6	3.5 公噸/ 評級 B	✓	✓	✗	✗
個案 7	4.0 公噸/ 評級 B	✗	✓	✗	✗
個案 8	4.0 公噸/ 評級 B	✗	✓	✗	✗

5.2 實驗與訪問總結

1. 參與青年甚少留意自己以至各項消費活動的碳足跡，他們亦甚少留意市面上對環境友善的商品。
2. 參與青年具備回收意識，大部分亦有持續的回收習慣，然而垃圾分類的概念大多停留於三色回收箱的概念。

3. 參與青年有自備容器的意識，但只有一半人能夠持續實踐，麻煩和社會壓力是他們的障礙。他們認知到裸買的概念，但只有一人能持續地在日常生活中實踐。
4. 培養素食習慣對參與青年而言有難度，實驗中只有不足一半的人能在一星期內完成兩天素食，做不到的原因各異，包括口味不合、飲食習慣難改變、朋輩壓力、市面選擇少等。環保並不能成為推動他們實踐素食的動機。
5. 參與青年認為普遍同齡人的環保意識都不是太強，認為社會仍有很多人未意識到問題的嚴重性，同時怕麻煩、欠缺效能感、缺乏硬件配套支援都是難以實踐的因素。
6. 參與青年認為政府推動環保工作的決心不足，建議應使用更多獎勵方式及改善配套設施，提供誘因讓市民實踐環保，並加強教育和宣傳。

5.3 訪談節錄和分析

1. 實踐狀況

回收

- 受訪青年具備回收意識，大部分亦有回收習慣，只是習慣停留於三色回收箱的概念，不深究更仔細的垃圾分類或塑膠分類，亦較少到綠在區區回收。

「我有進行回收的，通常是膠樽或玻璃樽，會放進屋苑的三色回收桶。而綠在區區則較不方便，需要走路一段時間，而且不太清楚其運作。」（個案 3）

「平日也會把可以回收的廢物放在一個袋子裡，但未必會拿到綠在區區回收，可能會拿去附近的三色回收桶。家裡本來是沒有環保回收的習慣的。」（個案 8）

- 有較年輕的青年提到，家人是否有回收習慣對他們有很大影響。

「會去綠在區區回收的原因有兩個，一是因為比較近，有時在家附近一星期有兩天也有流動站，十分方便。二是因為媽媽，算是被家人影響。其實家人的影響真的很大，去綠在區區也是媽媽先開始，才會形成自己的回收習慣。」（個案 7）

- 有青年肯定綠在區區的教育作用。

「在綠在區區的體驗是不錯的，只要帶要回收的物品及會員卡就可以了，覺得很方便。到過綠在區區後才知道原來膠分幾個種類，後來把家中膠分成三個種類，方便回收。」（個案 8）

素食

- 培養素食習慣對受訪青年而言有難度，原因是口味不合、飲食習慣難改變、朋輩壓力、市面選擇少等。

「我完全做不到蛋奶素的素食，一來我自己不習慣，因為我本身不愛吃菜，而且我覺得素的食物的味道不適合自己；二來與朋友聚會難以選擇素食。」（個案 1）

「我覺得實行蛋奶素有難度，我只是吃了一餐沙律，因為我對素食沒有太大興趣，而且學校飯堂沒有太多素食選擇。另外也因為我有做運動，素食難以支撐我的需要。我有朋友選擇素食的，但我覺得他比較痛苦，看似十分清淡，導致我主觀逃避素食。」（個案 2）

「素食方面，完成了 2 至 3 餐，吃了飯堂的素食，*technically* 是可以每天都吃的，但就比較難吃，所以也沒有很常去光顧。主要困難是口味問題，覺得素食普遍不太美味。」（個案 5）

「一日中有兩餐至少一定會食肉。主要困難在於找有素食的餐廳上，整個 *menu* 也沒有一個素食餐。覺得香港對素食者不太友善，在餐廳也沒有太多選擇。在家裡的話，媽媽是正常的做飯，只是自己選擇那天不吃肉。」（個案 7）

- 有青年坦言，不太認識環保與素食之間關係，並認為環保並非一個很大動機驅使人進行素食。

「本身大概知道素食和環保相關，但要特意去找一家素食餐廳是有難度的，如果是因為環保而素食的話，*motivation* 不大，不覺得有很強的 *correlation*，回收和裸買的 *correlation*，感覺就比較強。」（個案 5）

「我知道素食與環保的關係，但不太清楚當中的邏輯，可能因為當中的飼料的緣故？」（個案 1）

自備容器

- 年齡較大的受訪青年普遍接受亦能做到自備容器購買外賣食物或飲品，但年齡較小的受訪青年則表示不太習慣，亦害怕麻煩店鋪，直言需要一定勇氣。

「自備容器方面我本身也有做，例如我會在辦公室自備杯及餐盒，加上有些餐廳提供誘因，例如會減價等，對我而言不是十分困難。」（個案 3）

「自備餐盒方面，有時會自己帶餐盒去做 *intern* 的 *office* 附近的餐廳。過往沒有這個習慣，不過有同事會自備餐盒，所以參與這個研究的時候會跟他一起去買午餐。」（個案 5）

「自備餐具、餐盒比較難做到，很少見人會自備餐盒，不太習慣，害怕會麻煩到餐廳的職員。」（個案 6）

裸買

- 受訪青年均聽過裸買概念，但甚少在日常生活中實踐裸買或到裸買店光顧，原因包括麻煩、社區缺乏裸買商店、遭店家拒絕等。

「我沒有聽過裸買的概念，但知道有店鋪提供這種服務。我也認為裸買的產品特別貴，即使我缺乏日用品都不會想起裸買，說到底都是習慣及金錢的問題。」（個案 1）

「我也沒有勇氣進行裸買，因為需要準備的功夫更多，不像回收、自備容器那麼容易。」（個案 2）

「我有到裸買店逛，但沒有消費，避免「為買而買」，我覺得當中提供的商品選擇十分多，不過我本身居住的區域缺乏這類型的商店。」（個案 4）

「我曾經自備容器購買大份量的小食及糖水，但商戶表示會影響保存，所以便使用了他們的塑膠包裝。」（個案 4）

「只聽過裸買這個 term，但沒有去過。感覺裸買這個 term 很 free，不過我只知道很表面的東西。」（個案 6）

「家附近沒有可以裸買的店鋪，所以沒有去過，但我覺得這個理念很不錯」（個案 8）

2. 意見和看法

➤ 受訪青年認為普遍同齡人的環保意識都不是太強

「比起身邊的同事，我自覺比較環保，因為他們怕麻煩不會自備容器購買外賣。我認為同輩者的環保意識不太強，而他們平常也不太環保，例如運動後很多人都不會回收塑膠瓶。我認為人們不環保的原因在於缺乏意識、懶惰及怕麻煩。」（個案 2）

「經歷完這個實驗後，我覺得自己不算是環保，例如我很少自備容器。一開始我以為環保只代表回收，但其實還有很多元素。」（個案 1）

「多數都是回收，身邊沒有一些太熱衷環保的朋友。而且自己以前不太清楚原來自備餐盒和裸買也是實踐低碳生活的方法，所以就沒有做。」（個案 7）

「身邊的朋友都是喜歡打扮，所以看見喜歡的衣服就會買，不會考慮環保的問題。」（個案 8）

- 受訪青年認為人們缺乏環保意識和實踐的原因，包括未意識到問題的嚴重性、怕麻煩、欠缺效能感、缺乏硬件配套支援。

「我認為人們環保意識低的障礙在於較少硬件支援，例如外國會設有方便的回收點，但香港則缺乏。」（個案 1）

「我覺得香港人未意識到不環保的嚴重性，漠不關心源於問題可能並非十分切身，會為自己提供不同藉口，而我則會盡量做。」（個案 4）

「市民不環保的主因應該是覺得麻煩。知道現時有一些 *Incentive* 讓市民實踐環保，但對比歐洲的仍差很遠，應該不會特別吸引到市民參與。可能要選擇一個市民較容易接收的方式。另外，很多人認為環保回收也沒有用，最後也是被送到堆填區，亦有一部分人會覺得自己的力量微不足道，應該是較 *significant* 的人去做的事情。」（個案 5）

「我覺得是宣傳不足，了解這件事的香港人也較少，除了在課堂上有聽過之外，日常生活不會接觸到環保議題。」（個案 6）

- 有受訪青年認為政府推動環保工作的決心不足，提議應使用更多獎勵方式，並改善配套如回收設施、水機等可達度，提供誘因讓市民實踐環保，並加強教育和宣傳。

「我認為教育、宣傳、配套及獎勵不足，各方面都需要提升。教育方面，學校會有環保周及熄燈一小時等活動，但學生未必明白背後的意義。而我認為環保是需要灌輸的，正如我母親身體力行地做回收，耳濡目染下我也會有所明白。另外政府方面較少真正協助市民，宣傳的接觸程度也比較低。現時設立的回收點很少，港鐵站也缺乏類似指示，缺乏對環保的支持，唯一可取的是設立斟水機。回收也有不同種類，即使我希望回收部分產品如電池等但根本不知道如何去做，結果只能棄置。」（個案 1）

「我認為現時的膠袋徵費是懲罰，導致市民有負面感受，反而應提供獎勵鼓勵市民使用環保袋。」（個案 1）

「我認為可以從購買入手，不少人都因為方便而過度購買，例如不少人會購買飲料，我建議可增設更多水機，令人們可斟水，比較環保。」（個案 2）

「我認為可以從教育著手，讓學生接觸更多環保元素，另外政府也應該與區議會合作，連結社區，例如討論「綠在區區」的計劃實踐、監察運作等。」（個案 3）

「綠在區區的可達度不高，並非容易接觸，而且應增加可回收的物件種類及整體清潔程度，部分可持續設施陸續營運仍然不足夠。我認為政府的資助十分重要，即使有很多撥款投放於創科，但未必會帶來綠色生活。對比其他國家，香港政府的決心及推動仍有所不足，例如電動車仍然未被廣泛推廣。」（個案 4）

「以加一蚊膠袋政策為例，很多人會覺得一蚊不太重要，故仍繼續使用膠袋，所以政策前的宣傳和教育去改變市民的想法就十分重要。現實層面上，如果有獎勵，應該會比強硬手段更有用，始終人也是較喜歡獎勵的，是金錢的獎勵就更好。」（個案 6）

➤ **有受訪青年相信商界在推動可持續消費上有著重要角色。**

「除了政府外，我相信商界的角色也十分重要，因為他們有充足的資源，應在旗下的物業推動可持續消費，只要有足夠及方便的回收設施的話，自然會改變到大眾的習慣。」（個案 4）

討 論

1. 消費行為和個人生活對氣候變化的影響愈來愈受關注，推動社會加快形成綠色低碳的生活方式是應對氣候變化的重點工作之一。

國際間近年愈來愈關注和強調消費行為及個人生活對溫室氣體排放的重要影響。政府間氣候變化專門委員會（IPCC）指出通過落實正確的政策、基礎設施和技術，改變人們生活方式和行為，到 2050 年可以使溫室氣體排放量減少 40-70%。聯合國環境署的《2020 排放差距報告》亦提及，當前家庭消費溫室氣體排放量約佔全球排放總量的三分之二，加快轉變公眾生活方式已成為減緩氣候變化的必然選擇。

可持續消費是應對氣候危機和使社會邁向可持續發展的重要一環，它是一個複雜的議題，涉及消費者、企業、政府和全球經濟體系的互動。但與此同時，可持續消費是一個全民運動，每個人都可以通過自己的消費行為和選擇，對環境和社會產生積極的影響。要廣泛形成綠色生活方式，需要多方面合作和配合，包括消費者的支持和參與；企業的減碳貢獻，提供更多可持續的產品和服務；以及政府相應的政策、法規和建設，三者環環相扣，對推進全民參與可持續消費有不可或缺的重要性。問卷調查顯示，近 7 成（67.1%）受訪青年認為香港人消費時鮮有考慮對環境的影響，香港的氣候行動和目標較少於個人消費和生活層面著墨，推動社會加快形成綠色低碳的生活方式，應成為應對氣候變化的重點工作之一。

2. 觀念和取態上，受訪青年普遍肯定環保價值觀，意識到低碳和可持續生活的重要性，但他們不太願意為保護環境而支付更多費用，對氣候變化和可持續消費的認識仍有待進一步提升。

青年作為可持續發展的主要力量，擔當著變革、創新、傳播和領導的角色，他們的可持續消費態度、認知和行為值得關注。問卷調查顯示，超過 5 成受訪者意識到氣候問題背後的不公義，近 8 成同意實踐低碳生活是公民責任，另有 8 成同意「消費者有責任選購有助保護環境的產品」，反映青年普遍具備進取的環保態度，亦肯定低碳和可持續生活的價值。

受訪青年具備責任意識，但他們願意為環境負上怎樣的責任？調查發現，僅 3 成 5 受訪者對「我願意支付更高的價格購買對環境友善的商品」表示同意，對「我願意為保護環境支付更多的稅項」亦只有 2 成 6 同意，但同意「我願意為保護環境而減少消費」的受訪者則佔 7 成，遠高於以上兩項做法。近年簡約質樸、零廢棄生活的風氣日漸盛行，受訪青年願意為保護環境而減少消費，背後是否受這種風氣的提倡所影響，未來有待作進一步研究。

調查亦嘗試了解青年對氣候變化和可持續消費的認識。數據顯示，認為自己了解「可持續消費」概念的佔 42.4%；認為不了解的佔 47.8%，兩者數字相若，不了解的數字略高於理解的數字。另外，逾半（54.1%）表示對「碳中和」的概念不理解，比理解的多出 21.2%。上述兩個概念均有約 5 成人表示不理解，反映可持續消費的觀念仍有待進一步普及，有參與實驗的受訪青年亦坦言，不太知道應如何實踐可持續消費，未能舉出一些相關的行為，可見青年對氣候變化和可持續消費的知識，仍有可進一步提升的空間。

3. 惜食、查看能源標籤、自備容器及回收是受訪青年較常作出的可持續消費行為，但他們較少作出減少食肉和裸買行為。

調查發現，受訪青年最經常作出的四種行為是減少食物浪費（79.7%表示「經常」和「間出」作出）、自備重用餐盒、水樽和杯（70.3%表示「經常」和「間出」作出）、購買電器時查看能源標籤（69.0%表示「經常」和「間出」作出），以及實施垃圾分類回收（64.3%表示「經常」和「間出」作出）。他們甚少作出的行為是減少食肉（70.3%表示「甚少」和「從不」作出）以及裸買（61.5%表示「甚少」和「從不」作出）。

實驗訪問發現，參與者具備回收意識，大部分亦有持續的回收習慣，然而他們對垃圾分類的概念仍停留於三色回收箱的分類。實驗同時呼應問卷結果，參與者均表示對培養素食習慣和裸買感到困難，一半以上的人未能實踐。難以培養素食習慣的原因包括口味不合、飲食習慣難改變、朋輩壓力、市面選擇少等；而對裸買感困難的原因包括麻煩、社區缺乏裸買商店、遭店家拒絕等。社會推廣惜食運動、能源標籤及回收行為多年，普及程度可見一斑，而素食和裸買文化則是近年才興起的潮流，離普及化仍需要一段時間。

- 4. 可持續消費的行為模式上，受訪青年進行消費活動時甚少考慮產品的環保友善程度，亦較少人在日常生活中留意自己的碳足跡，整體的實踐程度一般，態度和行為的不一致存在於青年組群之間。昂貴、不方便、朋輩和社會壓力、無足夠資訊等，是阻礙他們實踐可持續消費的因素。**

雖然受訪青年普遍展現對環保和可持續生活的支持和肯定，但在具體實踐上仍然出現落差。數據顯示，受訪青年的平均可持續消費實踐分數為 54.5（0-100 分），實踐程度一般，只有 5 成多認為產品的物料對環境友善是重要的消費考慮因素，近 6 成表示甚少或從不在日常生活中留意自己的碳足跡。

態度與行為不一致受眾多因素影響，包括知識水平、價錢、方便性、社會文化因素、環境和資源限制等。調查顯示，受訪青年認為阻礙他們實踐可持續消費的主要因素是「太昂貴」（44.0%），「太麻煩/不方便」（40.8%）以及「無足夠資訊」（37.0%）。有參與實驗的青年認為，社會上仍有很多人未意識到問題的嚴重性，以及未意識到行為背後與環保的關係，例如有受訪者提到自己不太覺得環保與素食有很大的關係。

受訪青年雖然具環保的觀念，但觀念卻未能成為改變生活型態的動機，如何針對痛點，使青年以及社會大眾身體力行養成綠色的生活習慣，是各界要深思的問題。

- 5. 青年觀感方面，較多受訪青年認為政府應對氣候變化的決心不足，對減碳工作的表現和成效亦感不滿意，認為政府有責任促進社會實踐可持續消費。**

調查顯示，逾 6 成半（66.8%）受訪青年認為政府應對氣候變化的決心不足，超過 6 成（63.5%）不滿意政府在減碳工作的表現。約 4 成（40.8%）認為政府在促進社會可持續消費上有最大的責任。

氣候危機已成為當下的重要世界議程，政府在應對氣候變化方面扮演著重要的角色。香港政府致力於 2050 年前實現「碳中和」，力爭在 2035 年前把香港的碳排放量從 2005 年的水平減半，近年積極推進各項的減碳行動，在能源、運輸和減廢方面制定了不同的策略。然而，比起國家和國際社會，香港的起步較慢，減碳步伐要急起直追，未來政府要採取更多積極的減碳政策和行動，向青年和市民展示紓緩

氣候危機的決心，特別是建設可持續的消費和生產體系，以及催化社會集體的行為習慣改變。

建 議

要實現碳中和的目標，需要大眾轉變至一個可持續的生活模式（**sustainable lifestyles**），培養低碳意識、減少不必要的消費和資源消耗、選擇環保商品等，故消費者行為的改變應納入政策考慮之一，特別針對態度和行為的差距（**attitude-behavior gap**），制定清晰明確的可持續消費策略，逐步實現消費和生活的低碳轉型。以下是我們提出的政策方向和具體建議：

三大政策方向

- 鼓勵可持續消費行為，加快形成全民參與。
- 改善硬件和增加資訊，構建促進可持續消費的環境。
- 重整公眾教育和宣傳策略，加強推行氣候和環境教育。

政策建議

1. 制定可持續消費策略，使用不同政策工具刺激行為改變。

政府有就減碳策略提供意見的「碳中和及可持續發展委員會」，以及負責督導協調政府的氣候行動和減碳轉型「氣候變化與碳中和辦公室」和「氣候專員」。現時政府的藍圖和工作都未有針對性推動可持續消費，我們建議政府制定清晰明確的可持續消費策略，除了運用管制和徵費等硬措施，亦可研究相對軟性的綠色助推（**green nudges**）方案，聘請相關專家擔任顧問，以行為科學為本，運用不同的心理技術設計推動大眾進行綠色生活轉型的政策和社區配套，引導全民實踐低碳生活。

2. 建立可持續消費積分制，推動綠色低碳生活方式的形成。

增加獎勵形式的經濟誘因，有助刺激消費者的行為改變。政府現時有「綠綠賞」積分計劃的嘗試，我們建議擴大計劃並涵蓋更多的綠色行為，可參考中國大陸的「碳普惠」機制或台灣政府推出的環保集點（**green points**），利用科技記錄、量度及量化市民的減碳的成效，

同時給予獎勵或回贈，只要市民作出回收、節能、進行「低碳飲食」或購買綠色商品等低碳行動，便可轉化為碳積分以換取實質回贈，以此鼓勵市民參與可持續消費，建立低碳生活習慣。

3. 重塑公眾教育和宣傳策略，令低碳生活的訊息持續和廣泛地被市民看見。

要加強市民的可持續消費的意識，公眾教育和宣傳工作必不可少。現時政府的宣傳焦點主要針對回收、走塑和減廢，已初見成效，我們建議政府擴大宣傳焦點，推動尚未普及的可持續消費行為，如素食、裸買或購買將會或已過最佳食用日期的產品等行為。此外，環境局宣傳代表「大咗鬼」的公關形象亦應進行更新，「大咗鬼」2013年起成為惜食運動的吉祥物，深入人心，成為最多市民熟悉的政府吉祥物，政府可透過改造「大咗鬼」形象，增加更多性格和思想設定，重點宣傳其他的可持續消費行為，並讓其頻密地出現在公眾眼球，擺脫市民對它仍停留在「浪費食物」的印象。

4. 發展碳標籤制度，普及化產品和食品的碳資訊，擴展生產者責任。

碳標籤的目的是讓企業向消費者傳達產品碳足跡的摘要，助消費者作出低碳綠色選擇。許多國家的政府已相繼發展碳標籤制度，目前香港只有本地企業和非牟利組織發起的試驗計劃，例如廠商會發起的「香港產品碳足跡標籤認證」、Future Green 聯同恒基兆業地產集團推出的「餐單碳標籤先導計劃」等。我們建議政府參與發展碳標籤制度，提高認受性，並增設誘因鼓勵企業參與，從而增加消費者對產品和食品碳排放量的知情權，同時亦推動企業進行減碳。

5. 讓有系統的氣候和環境教育在正規課程主流化。

目前環境教育在學校課程之中，分散在不同學科，只是旁枝而不受重視，而且以知識層面為主，對本地實際情況討論較少，亦缺乏與社區之間的連繫，未來需要更多置身環境的教育以及關心環境的教育。我們建議加強系統性環境和氣候教育的推行，令其充分融入中小學課程，參照國際標準制定明確的學習目標，重點培養出學生「全球思考，本地行動」的意識。局方亦應提供足夠的專業支持和資源以促進其教育成效，推動更多的實踐活動和體驗式學習，讓學生自小置身環境並培養關心環境的價值。

6. 提升青年在氣候行動上的主導和參與。

氣候問題與青年發展密不可分，碳中和長遠地能否成功，很大程度取決於如何將青年納入其中。政府應充分動員以及開設渠道，讓年輕人在氣候行動中發揮主動角色。世界各地不同城市的政府都有舉辦青年氣候峰會和論壇的嘗試，讓青年協助制定城市的氣候議程，本地亦不乏民間組織、社企和商界共同合作的嘗試，建議政府可嘗試與企業和民間組織的合作，舉辦恆常化的「香港青年氣候峰會」，讓青年能與政府官員及世界各地領袖的交流及聯繫，啟發並推動香港青年氣候行動。

參考資料

- 何偉歡與羅金義。(2021)。《環保政策與綠色生活：國際視野下的香港》。香港：中華書局(香港)有限公司。
- 低碳想創坊。(2022)。〈2022年巴黎氣候監察香港氣候行動報告〉。取自：<https://www.ccinolab.org/zh/PWResearchPost/ParisWatchR08>
- 明報(2022年9月21日)。〈調查：兩成中學生購物關注環保、公平75%以價錢分辨「可持續發展」否團體稱認知不足〉。
- 政府新聞處。(2022年)。〈固體廢物棄置量按年增5.4%〉。網址：https://www.news.gov.hk/chi/2022/12/20221229/20221229_143326_104.html
- 香港01(2018年5月31日)。〈【政策分析】港人食水消耗量為何偏高？從水費單裏找答案〉。網址：<https://www.hk01.com/社會新聞/194008/政策分析-港人食水消耗量為何偏高-從水費單裏找答>
- 香港01(2021年4月30日)。〈內地實施《反食品浪費法》「吃播」暴飲暴食最高可被罰款10萬元〉網址：https://www.hk01.com/即時中國/619205/內地實施-反食品浪費法-吃播-暴飲暴食最高可被罰款10萬元?utm_source=01webshare&utm_medium=referral&utm_campaign=non-native
- 時任英國首相卡麥隆成立了俗稱「推力小組」的單位，「行為洞察團隊」(Behavioral Insights Team)，試圖針對民眾進行各種不同試驗，想要找出能夠改善人民生活，或替政府省下開支的最有效方法。團隊由實驗心理學家賀爾本(David Halpern)帶領，在年金、稅金、失業、教育到電子煙等議題實現政策創新。
- 消費者委員會(2022年8月)。舊衣回收必讀 理性消費才最環保〉。取自<https://bit.ly/3MUeGzN>。
- 消費者委員會。(2021)。〈可持續消費知行融樂—消費行為追蹤研究〉。
- 張庭璋(2021年7月12日)。〈全球每年浪費10億噸食物！如何重新整理這些垃圾拯救地球？〉未來商務。網址：https://fc.bnext.com.tw/articles/view/1500?_gl=1*afon1t*_ga*NDU0MjQwMTI5LjE2ODY4MDE3MTk.*_ga_LJQ58J2DG7*MTY4Nzc1MzE0MS4xLjAuMTY4Nzc1MzE0MS42MC4wLjA。
- 綠色和平(2017年5月8日)。〈「愈買愈寂寞，唔買唔安樂」——港人沉迷購物全球「名列前茅」〉。取自<https://bit.ly/41CvCPC>。
- 綠色和平(2022年12月29日)。〈全球第3大碳排國竟然是它！減緩氣候變遷，從不浪費食物開始做起！〉。取自<https://bit.ly/3A7EPDO>。
- Ann Wong(2018年3月21日)。〈法國如何打擊浪費食物？〉CUP媒體。網址：<https://www.cup.com.hk/2018/03/21/french-food-waste-law/>
- Hong Kong 2050 is Now(2021年12月)。〈港府減碳歎慢板 應積極邁向碳中和以減緩氣候危機〉。取自<https://www.hk2050isnow.org/港府減碳歎慢板%E3%80%80應積極邁向碳中和以減緩氣候危/?lang=zh-hant>
- DaSilva, B., Dhar, J., Rafiq, S., & Young, D. (2022). Nudging Consumers Toward Sustainability. *BCG Global*. Retrieved from <https://www.bcg.com/publications/2022/nudging-consumers-to-make-sustainable-choices>

- European Commission. (2023, March 22). *Right to repair: Commission introduces new consumer rights for easy and attractive repairs*. European Union. Retrieved from https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_1794
- Gevelt, T. (2020). Shoves or Nudges? *Promoting Behavioral Change to Tackle Climate Change in Hong Kong*. Hong Kong Government Public Policy Research Funding Scheme.
- Harvey, F. (2022, September 19). Vulnerable countries demand global tax to pay for climate-led loss and damage. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/environment/2022/sep/19/vulnerable-countries-demand-global-tax-to-pay-for-climate-led-loss-and-damage>
- Haws, K. L., Winterich, K. P., & Naylor, R. W. (2013). Seeing the world through GREEN-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336-354. <https://doi:10.1016/j.jcps.2013.11.002>
- Lorek, S., & Fuchs, D. (2013). Strong sustainable consumption governance – precondition for a degrowth path? *Journal of Cleaner Production*, 38, 36–43.
- Middlemiss, L. (2018). *Sustainable Consumption: Key Issues*. Routledge.
- Mont O, Lehner M and Dalhammar C (2022) Sustainable consumption through policy intervention—A review of research themes. *Front. Sustain.* 3:921477.
- OECD (2002), *Towards Sustainable Household Consumption?: Trends and Policies in OECD Countries*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264175068-en>.
- Ofstad S. Westly L. Bratelli T. Norway & Symposium on Sustainable Consumption. (1994). Symposium: sustainable consumption : 19-20 january 1994 : oslo norway. Ministry of Environment.
- Orange, R. (2016, September 19). *Waste not want not: Sweden to give tax breaks for repairs*. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2016/sep/19/waste-not-want-not-sweden-tax-breaks-repairs>
- OXFAM. (2015). *Extreme Carbon Inequality*. Oxfam Media Briefing. Retrieved from https://www-cdn.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/mb-extreme-carbon-inequality-021215-en.pdf
- Park, Ju-min. (2011, January 11). *South Korea promotes credit cards to go greener*. Reuters. Retrieved from <https://www.reuters.com/article/us-korea-green-idUKTRE70A07O20110111>
- SDC. (2010). *Making Sustainable Lives Easier – A Priority for Governments, Business and Society*. Sustainable Development Commission. Retrieved from <http://www.sd-commission.org.uk/publications.php?id=1144>
- The EU needs a stability and wellbeing pact, not more growth. (2018, September 16). *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/politics/2018/sep/16/the-eu-needs-a-stability-and-wellbeing-pact-not-more-growth>
- UNEP. (2023, March 31). *UN resolution billed as a turning point in climate justice*. Retrieved from <https://www.unep.org/news-and-stories/story/un-resolution-billed-turning-point-climate-justice>
- United Nations Environment Programme. (2015). *Sustainable Consumption and Production: A Handbook for Policymakers*.

香港青年協會 青年研究中心
青年創研庫
社會民生研究系列
「促進可持續消費的實踐」
網上調查問卷

調查對象：15 - 34 歲香港青年協會會員

樣本數目：預計 600-800 人

調查方法：向 15 - 34 歲香港青年協會會員發送邀請電郵，
邀請會員自行於網上填答

調查日期：2023 年 5 月

調查範疇：

範 疇	題 目
1 消費態度和行為	V01 ~ V10
2 可持續消費的認知、態度和行為	V11 ~ V31
3 對氣候變化的關注	V32 ~ V37
4 對香港政府的意見	V38 ~ V41
5 個人資料	V42 ~ V45

簡介

香港青年協會正搜集意見，了解香港年輕人的消費習慣以及對「可持續消費」的意見。我們經隨機抽樣選出受訪會員，現誠意邀請你給予協助，填答本問卷。

為答謝你的支持，我們將會在調查完結後選出 50 名填答所有問題的會員，送贈港幣\$50 之 Haagen Dazs 雪糕券。

問卷只需 10 分鐘完成。你提供的資料會絕對保密，只供研究分析用途。

如有任何問題，請聯絡香港青年協會青年研究中心：3755 7022 / yr@hkfyg.org.hk

第 1 部份 問卷內容

1.1 消費態度和行為

以下列出的一些消費考慮因素，對你來說有多重要？

	1. 非常 重要	2. 頗重 要	3. 頗不 重要	4. 非常 不重 要	88. 不知 ／難 講
[V01] 價錢					
[V02] 品牌知名度和商譽					
[V03] 壽命和耐用度					
[V04] 產品的物料對環境友善					
[V05] 產品的生產過程會否污染環境和破壞生態平衡					
[V06] 產品是否有環保標籤					

[V07] 以下那些是經常促使你消費的因素？（可選多項）

- | | |
|------------|----------------|
| 1 商業宣傳 | 7 滿足消費慾 |
| 2 節日氣氛影響 | 8 減壓 |
| 3 減價或優惠促銷 | 9 其他，請註明：_____ |
| 4 追求潮流／新產品 | 88 不知／難講 |
| 5 朋輩影響 | |
| 6 滿足生活需要 | |

在過去 12 個月內，你有多經常發生以下情況？

	1. 經常	2. 間中	3. 甚少	4. 從不	88. 不知 ／難 講
[V08] 因短期優惠或折扣活動（如雙十一、黑色星期五），而購買一些事先沒有計劃購買的貨品					
[V09] 購物後發覺自己其實並不需要那些貨品					
[V10] 購買貨品後感到後悔。					

1.2 可持續消費的認知、態度和行為

[V11] 你認為自己對「可持續消費」的概念有多了解？

- 1 非常了解
- 2 頗了解
- 3 頗不了解
- 4 非常不了解
- 88 不知／難講

[V12] 你認為你的消費行為會對環境造成多大影響？

- 1 非常大影響
- 2 頗大影響
- 3 頗少影響
- 4 沒有影響
- 88 不知／難講

你有幾同意以下說法嗎？

	1. 非常 同意	2. 頗同 意	3. 頗不 同意	4. 非常 不同 意	88. 不知 ／難 講
[V13] 消費者有責任選購有助保護環境的產品					
[V14] 普遍香港人消費時會留意產品對環境的影響					

[V15] 在日常生活中你有多留意自己的碳足跡？

- 1 經常
- 2 間中
- 3 甚少
- 4 從不
- 88 不知道甚麼是碳足跡

在過去 12 個月內，你有多經常作出以下的行為？

	1. 經常	2. 間中	3. 甚少	4. 從不	88. 不 知 ／ 難 講
[V16] 實施垃圾分類回收					
[V17] 將舊衣回收					
[V18] 購買二手或翻新的物品					
[V19] 裸買（購買無包裝的貨品）					

	1. 經常	2. 間中	3. 甚少	4. 從不	88. 不知 ／ 難 講
[V20] 維修或修復物品，如家具、家電或個人電子產品					
[V21] 自備重用餐盒、水樽和杯					
[V22] 減少吃肉					
[V23] 減少食物浪費（如外出用餐時不過度點菜、打包剩餘食物等）					
[V24] 購買快將到期或已過最佳日期的產品					
[V25] 購買電器時會查看能源標籤					
[V26] 購買有環保標籤的產品					
[V27] 購買公平貿易產品					

[V28] 甚麼原因令你不常作出可持續消費行為？（最多選三項）

- | | |
|---------------|-----------------|
| 1 太麻煩／不方便 | 7 不相信能夠帶來影響 |
| 2 無興趣 | 8 沒有這方面的意識 |
| 3 無興趣 | 9 怕被人取笑嘲諷 |
| 4 太昂貴 | 10 不知如何實踐 |
| 5 無足夠資訊 | 11 其他，請註明：_____ |
| 6 對環境友善的產品選擇少 | 88 不知／難講 |

你有幾同意以下說法嗎？

	1. 非常 同意	2. 頗同 意	3. 頗不 同意	4. 非常 不同 意	88. 不知 ／ 難 講
[V29] 我願意支付更高的價格購買對環境友善的商品					
[V30] 我願意為保護環境支付更多的稅項					
[V31] 我願意為保護環境而減少消費					

1.3 對氣候變化的關注

[V32] 你認為氣候變化與消費模式有多大關係？請用 0-10 分表達你所認為的程度。（0=沒有關係；5=一般；10=非常大關係。88=不知／難講）

[V33] 你認為自己有多了解「碳中和」這個概念？

- | |
|----------|
| 1 非常了解 |
| 2 頗了解 |
| 3 頗不了解 |
| 4 非常不了解 |
| 88 不知／難講 |

你有幾同意以下說法嗎？

	1. 非常 同意	2. 頗同 意	3. 頗不 同意	4. 非常 不同 意	88. 不知 ／難 講
[V34] 氣候變化會加劇社會不公義					
[V35] 碳排放較多者應該對氣候變化承擔更大的責任					
[V36] 氣候變化的問題與我無關					
[V37] 實踐低碳生活公民責任					

1.4 對香港政府減碳工作的意見

[V38] 你認為香港政府有多大決心應對氣候變化？

- 1 非常大決心
- 2 頗大決心
- 3 頗沒有決心
- 4 非常沒有決心
- 88 不知／難講

[V39] 你滿意香港政府在減碳工作的表現嗎？

- 1 非常滿意
- 2 頗滿意
- 3 頗不滿意
- 4 非常不滿意
- 88 不知／難講

[V40] 你認為在促進社會可持續消費上，以下那一方的責任最大？

- 1 政府
- 2 企業
- 3 學校
- 4 市民自己
- 5 其他，請註明：_____
- 88 不知／難講

[V41] 你認為以下那項措施能有效鼓勵社會實踐可持續消費？
(最多選三項)

- 1 全面推行膠樽按樽制 (即消費者在購買膠樽時，付出額外的費用作為按樽徵費，回收膠樽時可以拿回該費用)
- 2 加強監管漂綠手法和誤導性標籤 (漂綠是一種公關手段，使一間公司或一項產品看來比較環保，但實際上並未減少對環境造成的衝擊)
- 3 建立官方環保標籤認證制度
- 4 立法保障電子產品的維修權 (即強制商家供應零件予消費者自行維修、延長產品保養期等)
- 5 推行獎賞積分制度，實踐可持續消費行動可獲得回饋
- 6 就可持續消費進行大型公眾教育計劃
- 7 其他，請註明：_____
- 88 不知／難講

1.5 個人資料

[V42] 性別：

- 1 男
- 2 女

[V43] 你的年齡： _____ 歲（實數）

[V44] 教育程度：

- 1 小學或以下
- 2 初中（中一至中三）
- 3 高中（中四至中七，包括毅進）
- 4 專上非學位/副學士
- 5 大學學位或以上
- 88 不知/難講

[V45] 職位：

- | | |
|--------------------|------------------|
| 1 經理及行政級人員 | 8 非技術工人 |
| 2 專業人員 | 9 學生 |
| 3 輔助專業人員 | 10 料理家務者 |
| 4 文書支援人員 | 11 待業、失業，及其他非在職者 |
| 5 服務工作及銷售人員 | 12 其他，請註明： _____ |
| 6 工藝及有關人員 | 88 不知/難講 |
| 7 機台及機器操作員及
裝配員 | |

[V46] 每月的個人收入

- 1 HK\$0
- 2 HK\$1 - \$4,999
- 3 HK\$5,000 - \$9,999
- 4 HK\$10,000 - \$14,999
- 5 HK\$15,000 - \$19,999
- 6 HK\$20,000 - \$29,999
- 7 HK\$30,000 - \$49,999
- 8 HK\$50,000 或以上
- 88 不知/難講

第 2 部份 雪糕券送贈

為答謝你的支持，我們會送出 50 份港幣\$50 之 Haagen Dazs 雪糕券予完成問卷，並就以下問題提供最佳建議的 50 名受邀會員。

[V47] 如你有興趣取得雪糕券，請回答以下問題，並提供姓名、email 及地址以供聯絡之用。獲贈雪糕券人士將於 2023 年 6 月 30 日前收到電郵通知。

[V48] 你認為政府應制定甚麼政策以推動可持續消費？（提供最佳答案的 50 名會員將獲得雪糕券。）

我的建議： _____（跳至[V49]）

我不需要雪糕券（跳至 [完結]）

[V49] 姓名： _____

[V50] 電話： _____

[V51] email： _____

[V52] 聯絡地址： _____

[完結] 問卷已完成。非常感謝您的參與。

香港青年協會

The Hong Kong Federation of Youth Groups

hkfyg.org.hk | m21.hk

香港青年協會(簡稱青協)於 1960 年成立,是香港最具規模的青年服務機構。隨著社會瞬息萬變,青年所面對的機遇和挑戰時有不同,而青協一直不離不棄,關愛青年並陪伴他們一同成長。本著以青年為本的精神,我們透過專業服務和多元化活動,培育年青一代發揮潛能,為社會貢獻所長。至今每年使用我們服務的人次接近 600 萬。在社會各界支持下,我們全港設有 90 多個服務單位,全面支援青年的需要,並提供學習、交流和發揮創意的平台。此外,青協登記會員人數已達 50 萬;而為推動青年發揮互助精神、實踐公民責任的青年義工網絡,亦有超過 25 萬登記義工。在「青協·有您需要」的信念下,我們致力拓展 12 項核心服務,全面回應青年的需要,並為他們提供適切服務,包括:青年空間、M21 媒體服務、就業支援、邊青服務、輔導服務、家長服務、領袖培訓、義工服務、教育服務、創意交流、文康體藝及研究出版。

青年創研庫

Youth I.D.E.A.S.

香港青年協會(簡稱青協)青年研究中心於 2015 年成立青年創研庫,是本港一個屬於青年的智庫,透過科學研究和政策倡議,為香港社會的發展建言獻策。自成立以來,創研庫共完成 70 項研究,並與政策制定者及社會各界積極交流。

新一屆(2023-2025 年度)青年創研庫由近 80 位專業才俊、青年創業家與大專學生組成。五位專家、學者應邀擔任創研庫的顧問導師,就各項研究提供寶貴意見。

青年創研庫是年輕人一個獨特的意見交流平台。他們就著青年關心和有助香港持續發展的社會議題或政策,以求真求實的態度,探討解決對策和可行方案。

青年創研庫將持續與青年研究中心,定期發表研究報告。新一屆創研庫以「連繫·創見」為主題,透過三項專題研究系列:(一)經濟就業;(二)社會民生;以及(三)青年發展,連繫青年、社區與社會各界,以研究和行動推動社會轉變。

青年研究中心

Youth Research Centre

yrcc.hkfyg.org.hk

資訊科技發展一日千里，新思維和新事物不斷湧現。在知識型經濟社會下，實證和數據分析尤其重要，研究工作亦需以此為根基。青協青年研究中心一直不遺餘力，以期在急速轉變的社會中，加深認識青年的處境和需要。

青協青年研究中心於 1993 年成立，過去 30 年間，持續進行一系列有系統和科學性的青年研究，至今已完成接近 400 項研究報告，當中包括《香港青年趨勢分析》及《青年研究學報》，讓社會各界掌握青年脈搏，並為香港制定青年政策和策劃青年服務，提供重要參考。

為進一步強化研究領域和青年參與，中心於 2015 年成立青年創研庫，由本地年輕專業才俊與大專學生組成智庫，至今已就青年發展、經濟、管治、教育及民生等專題，完成 70 項研究報告，以青年角度為香港社會持續發展建言獻策。

香港青年協會領袖學院簡介

The HKFYG Leadership Institute

LeadershipInstitute.hk

香港青年協會領袖學院（簡稱「領袖學院」）致力為本港培養和訓練高質素的領袖人才，以支持及推動香港在二十一世紀的發展。秉承過去近 20 年的青年領袖培訓經驗，領袖學院於 2019 年 3 月正式開幕，重點培訓領袖技巧、提升傳意溝通、加深認識國家發展、開拓全球視野，以及推動社會參與的機會。

領袖學院至今為本港超過 20 萬名學生領袖提供多元化培訓、交流項目，以及開拓視野的機會。此外，社會領袖、各界專家及學者亦與領袖學院秉持相同信念，與學員分享他們的寶貴經驗及領導睿智，啟發青年在社會各個領域上發揮領導角色。領袖學院更與政府部門、企業、學校及專業團體等合作，設計適切實用的學習項目，為社會建立全方位的人才庫。

研究報告一覽

系列編號 Serial No.	題目 Titles	日期 Date
YI001	人盡其才——如何開拓青年就業出路 The Opportunities of Vocational Training for Youth Employment	7/2015
YI002	年輕一代可以為高齡社會做什麼？ What can the Younger Generation Do for an Aged Society?	8/2015
YI003	誰願意參與公共事務？ Who is Willing to Take up Positions in Public Affairs?	9/2015
YI004	促進青年參與創新科技的障礙與對策 Encouraging Young People to Participate in Innovation and Technology Development	10/2015
YI005	如何促進科技創業的發展條件 Enhancing the Conditions for Technology Start-ups	11/2015
YI006	輸入人才的機遇及影響 Attracting Talents to Hong Kong: Impact and Opportunities	12/2015
YI007	青年看公眾諮詢的不足與障礙 Young People's Perception on Public Consultations	1/2016
YI008	「翻轉教室」有助提升香港學生自主學習？ Do "Flipped Classrooms" Motivate Students to Learn?	2/2016
YI009	香港擔任「超級聯繫人」的挑戰與機遇 Challenges and Opportunities: Hong Kong's Role as a Super-Connector	3/2016
YI010	年輕一代為何出現悲觀情緒 What Makes Young People Feel Negative	4/2016
YI011	青年看立法會的職能與運作 Young People's Views on the Roles and Functions of the Legislative Council	5/2016
YI012	青年對持續進修的取態 Young People's Views on Continuous Learning	6/2016
YI013	多元發展香港旅遊業 Diversifying Hong Kong's Attractions to Boost Tourism	8/2016
YI014	少數族裔人士在港生活的困境 Challenges Faced by Ethnic Minorities in Hong Kong	9/2016
YI015	青年對公務員及其所面對挑戰的意見 Young People's Views on Civil Servant Challenges	10/2016
YI016	中學生對體育教育的意見和取態 Attitude of Secondary Students on Physical Education	11/2016
YI017	新生代的彈性就業模式 Flexible Employment of Today's Youth	12/2016
YI018	青年對香港城市規劃的願景 Young people's Views on "Hong Kong 2030+"	1/2017
YI019	青年對政治委任官員的期望 Young People's Views on the Performance of Political Appointments	2/2017
YI020	小學創科教育的狀況與啟示 STEM Education in Primary Schools	3/2017
YI021	香港創意工藝產業化的發展挑戰與機遇 Challenges and Opportunities Facing the Development of Creative Craftsmanship in Hong Kong	4/2017
YI022	青少年如何處理壓力 How Young People Cope with Stress	5/2017
YI023	香港青年看社會團結 Young People's Views on Togetherness	6/2017
YI024	高中學生對「休學年」的取態 Views of Senior Secondary Students on Taking a Gap in Their Studies	7/2017

系列編號 Serial No.	題目 Titles	日期 Date
YI025	如何建立公眾對政府的信任 Building Public Trust in the Government	12/2017
YI026	改善中學 STEM 教育的資源運用 STEM Education in Secondary Schools: Improving Resource Utilization	1/2018
YI027	電競業在香港的發展機遇 e-Sports in Hong Kong	1/2018
YI028	提升香港器官捐贈率 Promoting Organ Donation in Hong Kong	2/2018
YI029	促進特區政府電子服務 Enhancing e-Government in the HKSAR	4/2018
YI030	改善高中通識科的教學與評核 Improving Liberal Studies in Senior Secondary Education	6/2018
YI031	推動耆壯人士就業 Encouraging Young-Olds Employment	6/2018
YI032	提升香港生育率 Boosting Birth Rate in Hong Kong	7/2018
YI033	培養香港管治人才 Nurturing Talent for Governance	8/2018
YI034	創科生活應用與智慧城市 Living with Innovative Technologies and Building a Smart City	9/2018
YI035	釋放香港女性勞動力 Improving Incentives for Women's Employment	10/2018
YI036	促進高學歷特殊需要青年的就業機會 Enhancing Career Opportunities for Higher Educated Youth with SEN or Disabilities	11/2018
YI037	促進市民參與公共財政管理 Involving the Community in Public Finance Management	12/2018
YI038	改善中學生涯規劃教育的效能 Improving the Effectiveness of Career and Life Planning Education	1/2019
YI039	消除港青在粵港澳大灣區發展事業的障礙 Overcoming Career Challenges of Hong Kong Young People in the Greater Bay Area	2/2019
YI040	改善香港減廢與資源回收狀況 Stepping up Efforts in Reducing and Recycling Waste in Hong Kong	3/2019
YI041	優化香港特別行政區授勳及嘉獎制度 Advancing the Honours and Awards System of the HKSAR	4/2019
YI042	提升初中資訊科技教育的效能 Increasing the Efficacy of ICT Education at Junior Secondary Level	5/2019
YI043	吸納多元化年輕人才來港就業 Attracting Diverse Young Talents to Hong Kong	6/2019
YI044	「共居」— 香港青年住屋的可行出路？ Co-Living: An Alternative Hong Kong Housing Solution for Youth?	8/2019
YI045	強化區議會的角色與職能 Strengthening the Role and Functions of District Councils	9/2019
YI046	改善青年理財教育 Improving Financial Education for Young People	9/2019
YI047	豐富職青的海外視野與就業經驗 Enriching the Experiences of Working Youth through Overseas Exposures	10/2019
YI048	改善香港的跨代關係 Strengthening Intergenerational Understanding	12/2019

系列編號 Serial No.	題目 Titles	日期 Date
YI049	善用社交媒體提升管治 Improving Governance by Maximising Effectiveness of Social Media	4/2020
YI050	加強支援電子學習的發展 Enhancing Support for e-Learning in Schools	7/2020
YI051	促進虛擬銀行服務惠及青年 Facilitating Young People's Access to Financial Services through Virtual Banking	7/2020
YI052	優化彈性工作安排應對職場新常態 Maximizing the Advantages of Flexible Working Arrangements	9/2020
YI053	改善諮詢組織運作促進青年參與 Improving Operations of Advisory Bodies to Better Facilitate Youth Engagement	9/2020
YI054	疫情下為青年就業尋出路 Opportunities for Youth Employment Amid the Pandemic	11/2020
YI055	新常態下促進學生實習經驗 Enriching Students' Internship Experiences in the Next Normal	11/2020
YI056	全民抗疫對促進公共衛生的啟示 Public Health Lessons Learnt from COVID-19	1/2021
YI057	從青年去留抉擇看改善特區管治 To Stay or To Leave? A Critical Question for Good Governance	1/2021
YI058	為香港年輕人才流失作準備 Tackling Hong Kong's Brain Drain	3/2021
YI059	支援教師應對教學新挑戰 Supporting Teachers in Facing Educational Challenges	4/2021
YI060	大數據時代下保障個人私隱 Balancing Privacy Protection and Big Data Development	5/2021
YI061	促進公務員隊伍的人才發展 The Challenges of Civil Servant Talent Development	6/2021
YI062	擴闊香港青年事業發展機遇 Navigating Career Opportunities for Young People	8/2021
YI063	更新高中核心科目課程：挑戰與應對 Preparing for the Changes in the Senior Secondary Curriculum	8/2021
YI064	釋放香港娛樂產業的潛力 Unleashing the Potential of Local Entertainment Industry	9/2021
YI065	強化教育以維護法治 Strengthening the Rule of Law through Education	11/2021
YI066	促進產業化推動體育發展 Sustaining Sports Development by Strengthening its Industry	12/2021
YI067	支援初中 SEN 學生電子學習需要 Effectively Supporting SEN Secondary Students with e-Learning	9/2022
YI068	「假新聞」— 現況與應對的探討 A Study on the Rise of Fake News	5/2022
YI069	青年對香港未來的願景 What Young People Want for Hong Kong	7/2022
YI070	捕捉元宇宙的新經濟機遇 Tapping into the Economic Opportunities of the Metaverse	7/2022
YI071	青年眼中的世界視野 Why a Global Perspective Matters to Young People	5/2023
YI073	促進可持續消費的實踐 Working Towards Sustainable Consumption	7/2023



香港青年協會
the hongkong federation of youth groups

Donation / Sponsorship Form 捐款表格

Please tick (✓) boxes as appropriate 請於合適選項格內，加上“✓”：

I am / My organization is interested in donating 本人/本機構 願意捐助

- HK\$10,000 HK\$5,000 HK\$2,000
 HK\$1,000 HK\$800 HK\$500
 HK\$200 Other 其他 HK\$ _____

Receipts will be issued for all donations over HK\$100 and are tax-deductible.
所有港幣100元以上捐款，將獲發收據作申請扣稅之用。

Cheque 支票

Cheque No. 支票號碼

Crossed cheques should be made payable to : **The Hong Kong Federation of Youth Groups**

劃線支票抬頭祈付：**香港青年協會**

Direct Transfer 銀行轉賬

Direct transfer to the Hang Seng Bank, account no.

存款予本會恒生銀行賬戶：773-027743-001

Date of Payment 轉賬日期

Please use your contact number as the bill account number (if applicable). If you need a receipt, please send us the bank's receipt / transaction record together with this form. 請以您的電話號碼作為賬單/賬戶號碼(如適用)，並將存款證明/交易紀錄連同本表格交回。

Internet Banking “Bill Payment” or “Charity Donation” Services

本地銀行網上理財「繳費」或「慈善捐款」

Monthly direct debit (We will send you the Authorization Form.) 銀行戶口每月自動轉賬 (表格將另函寄上。)

PPS Payment 繳費靈

PPS Payment (The merchant code for The Hong Kong Federation of Youth Groups is 9345. Please use your contact number as the bill account number.)

繳費靈 (本會登記商戶編號：9345；請以您的電話號碼作為賬單/賬戶號碼)

Date of Payment 轉賬日期

Credit Card 信用卡

VISA MasterCard One-off Donation 單次捐款 Regular Monthly Donation 每月捐款

Card Number 信用卡號碼	Expiry Date 有效期至 / (MM月/YY年)	Signature of Card Holder 持卡人簽署
Name of Card Holder 持卡人姓名	HK 港幣 \$	

Donor Information 捐款者資料

Name of Donor / Organization 捐款人 / 機構

Name of Contact Person (if applicable) 聯絡人姓名 (如適用)

Telephone / Mobile 電話

Fax 傳真

Email 電郵

Donation receipt? 捐款收據? Yes 是 No 否

Name for Receipt 收據抬頭

Address 郵寄地址

I / My organization wish(es) to remain anonymous. 青協毋須就是項捐款於任何電子及印刷品鳴謝本人/本機構。

The Hong Kong Federation of Youth Groups (the Federation) respects the privacy of individuals. We do our best to ensure the collection, use, storage, transfer and disclosure of your personal data comply with the Personal Data (Privacy) Ordinance.

You have the right to access and correct your personal data and request a copy of the said data. You can make your request to personaldata@hkfyg.org.hk. Your request will be answered in 40 days. A fee may be charged for processing a data access request.

Your personal data may be used for purposes related to participation in various programmes and activities, issuing of receipts, collection of user feedback, conduct of analysis, and any other initiatives related to the aims and objectives of the Federation. Please indicate below if you agree to being contacted for these purposes. Should you wish to stop receiving news and information from the Federation and its service units, please contact us at unsubscribe@hkfyg.org.hk.

香港青年協會 (青協) 非常重視個人私隱，並確保轄下之服務於任何情況下收集、使用、儲存、轉移及查閱個人資料之程序均符合香港的《個人資料(私隱)條例》的要求。您有權要求查閱和改正所提供的個人資料及索取有關資料的複本。

如需查詢或改正個人資料，可電郵至 personaldata@hkfyg.org.hk。在收到您提出的要求後，本會將在40天內給予回覆，並將可能就此收取合理的費用。

您提供之個人資料將用作參與活動的相關用途、簽發收據、收集意見、資料分析，及其他配合本會宗旨及使命的事項。請在下面的方格上填上別號，表示您是否願意收到本會通訊。如需取消接收青協及有關單位的資訊，請電郵至 unsubscribe@hkfyg.org.hk 與青協職員聯絡。

I / We do not wish to receive communication through the channels below *:

本人 / 本機構 不希望從以下渠道接收通訊 *:

Email 電郵 Mail 郵寄 Phone 電話

e-Donation 電子捐款



PayMe



Alipay HK 支付寶HK



Octopus 八達通



FPS 轉數快



giving.hkfyg.org.hk

For donation receipt, please send us the screenshot of the donation transaction record with the name for the receipt, contact number and address via text message, fax, email or by post.

請將捐款截圖，連同收據抬頭、聯絡電話及郵寄地址，以短訊、傳真、電郵或郵寄方式交回本會，以便發放捐款收據。

Please send this form with your crossed cheque/ the bank's receipt/ screenshot of the donation record to: 捐款表格、劃線支票/銀行存款證明/捐款截圖，敬請寄回：

Partnership and Resource Development Office
The Hong Kong Federation of Youth Groups
21/F, The Hong Kong Federation of Youth Groups Building
21 Pak Fuk Road, North Point, Hong Kong

香港北角百福道21號
香港青年協會大廈21樓
香港青年協會「伙伴及資源拓展組」

Tel 電話: 3755 7103 / 9455 4305 (WhatsApp)

Fax 傳真: 3755 7155

Email 電郵: partnership@hkfyg.org.hk