

第二屆「智醒消費學堂」
「消費·智專研」
初級組 主要得獎作品內容簡介

食物敏感人士在日常購物的智能解決方案
天主教培聖中學

初級組 冠軍、最佳表達方式獎
最佳科技與消費實踐獎

一般人選購食品著重美味與否，包裝是否精美，但食物敏感人士卻首先考慮一個看似非常基本的條件－「這個我能吃嗎？」同學綜合問卷調查、深度訪談和超市實地考察的結果，發現不少食品的商品標籤不清晰、字體細小、資訊繁雜，加上對食品添加劑認識不足，且市面上缺乏識別食物致敏源的應用工具，令食物敏感人士在選購食品時面對不少挑戰。同學盡顯創意，靈活運用科技知識，開發專為食物敏感人士而設的應用程式“**Allerguard**”，結合文字、語音、圖像和 **RFID**¹等多種智能識別模式，配合人工智能的快速分析和簡單易用的介面，幫助食物敏感人士認清食物內的致敏源，減低食物敏感的風險之餘，亦能減少浪費食物，為他們創造更公平及可持續的「搵食」消費環境。

「她遊」經濟：尋找「她有」的情感共鳴
聖保祿學校

初級組 亞軍
最具話題流行消費獎

你有沒有試過從遊戲中尋找情感寄託？乙女遊戲²（簡稱乙遊）正悄悄於年輕女性之間風行，為無數女性提供沉浸式的戀愛體驗。兩位電玩經驗迥異的組員，親身體驗戀愛模擬遊戲，再結合深度訪談女性玩家，發現乙遊能緩解女性在現實中的孤獨感與壓力，找到心理慰藉甚至建立自信；然而沉迷於虛擬戀愛，不但有機會陷入過度消費的困境，更可能影響現實間的人際關係。同學寄語玩家需要在虛擬體驗與現實中取得平衡，更期望透過政策和行業規範，減少玩家沉迷遊戲及控制高額消費，既能推動產業的健康發展，亦可培養玩家理智消費的習慣，「愛」得健康。

¹ RFID 英文全寫 Radio Frequency Identification，中文稱為無線射頻識別，是一種無線通信技術。

² 乙女遊戲，是以女性為主角（玩家）的戀愛電子遊戲的總稱，受眾目標為女性。

實測輪椅使用者消費困難：消費平等商場、商店、輪椅大改造！
香港九龍塘基督教中華宣道會陳瑞芝紀念中學

初級組 季軍
最關愛社群消費體驗獎

要拿取貨架上的商品，對常人來說伸手可及，對輪椅使用者卻是關卡重重。狹窄的通道、轉身的困難、臂展的局限，他們的消費體驗總會受到各種高度和空間限制。可是打開冰櫃的不便，遠不及服務人員的冷漠，令他們感到委屈和氣餒。為了真實反映輪椅使用者的消費難點，同學和輪椅人士一同走訪多個商場、食肆和超市進行考察，甚至模擬輪椅使用者，以第一身角度感受每一個消費決定背後的辛酸、忍耐和妥協。同學更進一步分析商店、商場和輪椅可以改善設計的空間，亦構思一款具導航和升降功能的輪椅，期望能便利輪椅使用者的日常生活。

冒險樂園－兒童的賭場
新界鄉議局元朗區中學

初級組 最佳創意媒體獎

冒險樂園裡孜孜不倦地玩樂的兒童，會否因過度沉迷而遊戲成癮？場內的音樂、燈光、環境佈置，以至代幣兌換機制，一切盡在商家的盤算中，無形中讓大腦陷入獎勵機制，可能令人對遊戲無法自拔，不斷付出金錢追逐獎品和快感。同學悉心製作一條有趣的影片，藉揭示冒險樂園背後的構思和佈局，提醒兒童以至成年人在放鬆身心、盡情玩樂的同時，也要懂得適可而止，避免過度消費。

綠色生活好難堅持？
新界鄉議局元朗區中學

初級組 最佳可持續消費創意設計獎

希望為地球出一分力，實踐環保生活卻無從入手？活出健康的可持續生活其實並不困難，同學從日常生活中找出實行環保生活的難點，為大眾提出一個又一個實用可行的建議，冀望個人、政府和商界共同實踐環保生活。同學亦構思了一個應用程式，由人工智能判斷用户上传的日常照片是否符合綠色生活之條件，配以月曆統計功能及打卡挑戰，以科技增加市民實踐綠色生活的興趣和動力，實踐可持續的生活態度。

[轉下頁]

第二屆「智醒消費學堂」
「消費·智專研」
高級組 主要得獎作品內容簡介

喪禮消費，傷心變商心
藍田聖保祿學校

高級組 冠軍

「人一出世就在倒數。」每個人總要面對生離死別，除了喪親之痛，更要面對殯葬開支的雙重考驗。香港寸金呎土，一場體面的葬禮自然支出不菲；但鑑於傳統忌諱，大眾鮮有交流相關消費資訊，而殯葬行業也有價格不透明、隱藏收費的狀況，家屬在面對不同的壓力下，要作出理性的消費決定倍添困難。同學從不同喪葬儀式、費用和宗教習俗出發，探討處理後事的市場模式；更採訪殯葬業從業者，從行業角度揭開鮮為人知的情況，令讀者對殯葬消費有更全面的理解及反思。破禁忌、談殯葬，是一場觀念到行動的變革，需要政府、行業、學校和公眾共同努力，讓死亡成為對生命的啟發，學會活在當下和珍惜身邊的人。

TRAVI
聖保祿學校

高級組 亞軍、
最佳科技與消費實踐獎

當北上消費成為愈來愈多人的週末選擇，香港本地商家面對客源大量流失該何去何從？透過問卷和深度訪談，同學勾劃長者北上消費的吸引之處，亦反思香港的本地活動的多樣性不足的現況，決定利用科技知識打造網站“TRAVI”，推廣本土文化、推薦本地深度遊，更可配合個人喜好的活動類型和生活習慣，為用家安排自動生成個人化行程，彈指之間便可傲遊香港。“TRAVI”設計上切身考慮長者需要，又運用麻雀元素介紹本地文化，饒有趣味。同學以創新思維發掘本土特色，既展現日夜亦繽紛的香港，亦為長者生活增添色彩。

毛孩的奢華日常－探究寵物消費
聖公會梁季彝中學

高級組 季軍

為毛孩購置玩樂用品，享受專屬美容服務，取悅家中的「主子」，已成為不少寵物主人的生活日常，也是寵物市場的縮影。一眾同學希望拆解為寵物一擲千金的迷思，進行了關於貓狗食品和保健品消費研究，及深入訪談多位主人，發現一切消費選擇皆源於愛寵之心；願意竭盡所能給予寵物最好的生活品質之餘，亦驚覺主人並非盲目的消費者——大部分的消費決定均經過理性思考和衡量。當愈來愈多人將情感傾注在寵物身上，或以養寵代替生育，寵物經濟自然帶來無數商機，養寵一族亦需要在寵愛與理性消費間找到健康的平衡。

伴你左右—情緒價值消費 協恩中學

高級組 季軍、
最佳表達方式獎、最佳創意媒體獎

怪病肆虐，人們不斷為情緒價值而肆意消費，同學們挺身而出，化身特務探究病源，拯救患者心靈。一條創意十足的短片，揭示現代人在高壓生活下，漸漸與他人和內心世界變得疏離，轉而透過情緒消費作為紓解壓力的方式，獲取心理上的愉悅、滿足感和歸屬感。同學研究以情緒價值行銷為主的品牌，發現消費者會因與品牌產生情感連結而消費，甚至可以犧牲日常開支為商品「買單」。理性批判背後，同學並非全面拒絕情緒價值消費，而是鼓勵大眾正視自己的情緒需要，透過適切的方式尋求內心平靜，提升身心靈健康。

重慶大廈，衣食住行行業雜陳：樓內樓外，文化交融遊客「峰」至 沙田蘇浙公學

最佳創意媒體獎

位處尖沙咀的重慶大廈屹立香港超過 60 年，龍蛇混雜，予人一些負面的刻板印象，但這又是否其真實面貌？一眾同學深入重慶大廈一探究竟，遊歷大廈內各式商舖，不僅發現商品價廉物美，更親身體驗文化衝擊，認識異國文化的可愛之處；亦採訪健談的商店老闆及員工，確切了解他們的營商經驗和感受，深入解構重慶大廈的獨特消費文化。為消除大眾對重慶大廈的偏見，推動「無處不旅遊」，同學融合創意與趣味製作一款特色桌遊以作介紹，冀望大眾以更正面的態度看待這幢充滿魅力的文化瑰寶。

Chiikawa（吉伊卡哇）的消費熱潮與市場影響 聖公會李炳中學

最具話題流行消費獎

Chiikawa（吉伊卡哇）熱潮直捲全港，這一群細小又可愛的小夥伴，由網上連載、漫畫發展至動畫，推出的周邊商品引起熱潮，收獲無數人的喜愛。透過走訪商場及訪問消費者和商舖店長，同學從品牌行銷及消費者心理的角度分析相關消費熱潮，剖析不同年齡層皆為之著迷的原因，亦點出「谷子經濟」³背後現代人受物質主義和情感消費影響，容易作出衝動購買的行為。同學不忘提醒消費者在尋求情感寄託的同時，亦應保持理性，做好財務規劃。

[轉下頁]

³ 「谷子經濟」泛指版權作品周邊商品

**視障人士「揀飲擇食」有多難？
心光學校**

**最關愛社群消費體驗獎、
最佳科技與消費實踐獎**

無法完全獨立自主地選擇食品，是視障人士每天都要面對的消費難題。同學們闡釋不同程度視障人士在選擇食品時遭遇的各種障礙和困境：難以閱讀食品標籤、無法單靠外觀分辨不同口味，導致錯購食品或需依賴他人協助，從而構思運用科技為視障人士分憂。透過開發應用程式“PickyEater”，簡單拍攝產品照片就能提供營養標籤識別，配以無障礙閱讀及語音輔助功能，令視障人士輕鬆獲取資訊。試用階段已獲用家讚賞，冀望透過持續更新及增加更多輔助功能，令視障人士能更自由便捷地選購食品，真正做到「揀飲擇食」。

**Refillable Lipstick
真光女書院**

最佳可持續消費創意設計獎

愛美是女人的天性，不少女性於美妝產品的花費不菲；但美妝行業的一次性塑料包裝不僅每年產生大量廢棄物，部份更難以分解，為大自然帶來負擔。美妝和環保是否無法兩者兼容？同學發現其實小至一支唇膏亦可注入環保元素，因而構思出一款可重複使用的唇膏殼來裝載唇膏的補充裝，更換過程簡便衛生，有助減少唇膏的包裝用完即棄的情況，為廣大女性帶來一個對環境友善的消費選擇。