

# 「擰」樂



「擰」是一種獨特的消費文化。它與傳統的買賣行為不同。消費者付款後所得的產品是不可預計的——扭蛋機、扭卡機內的產品的價值、稀有度和受歡迎程度都有所不同，因而形成一種刺激和興奮的感覺，更隱含了博彩的意味。



本文由「第五屆消費文化考察報告獎」高級組傑出作品獎及優異選題獎得主張沛松紀念中學同學提供

## 青少年的擰蛋、擰卡文化

### 「扭擰」是為了甚麼？

是消費？「付出金錢來追求一些東西。」

是交換？「以自己不喜歡的來換取心儀的東西。」

是收藏？「集齊一套有一種滿足感。」

是遊戲？「好玩，刺激！」

是社交？「這樣比較容易交朋友。」

跟潮流？「很多同學都玩，不玩就跟不上潮流！」

是買賣？投資？「可以高價三至十倍轉賣。」

是賭博？追求刺激感？「能以小博大，貪念誰人沒有！」

還是為了心理滿足？「擰到特別的會給別人稱讚，有自負的感覺。可以炫耀，像拿了高分一樣。」

在考察的過程中，我們訪問了校內四位熱衷於「擰」的同學，得到了上面的答案。

「擰」的消費早在七十年代已出現，到了九十年代，這風氣由日本再次吹到香港，並以新面目示人。不少店舖都會將扭蛋機及扭卡機放在當眼位置。

表一：初次擰蛋、擰卡的原因(可選多於一項)

	小學生	中學生
潮流	8.1%	9.5%
跟隨朋友擰	13.5%	19.6%
覺得有趣	45.9%	42.9%
喜歡那些卡或蛋	45.9%	59.3%
將擰到的蛋/卡轉賣給他人	2.7%	5.3%
好奇	29.7%	27.5%
其他	2.7%	5.3%

去年，我們以問卷調查了將軍澳5間中、小學的274名學生，發現超過八成曾經擰蛋、擰卡，現在仍有擰的小學生有59%，中學生則是34%，平均每月一次或以下，以每次\$1及\$5的扭蛋機、扭卡機最受歡迎，而中學生最愛\$10以上的機。得到的卡/蛋的每件最高轉賣金額可達\$1,000，卡

的平均轉賣價為\$80至超過\$100，抽獎蛋機內有些購物現金券面值可達\$200。所以商店老闆表示，有越來越多的成年人喜愛擰蛋、擰卡。

### 擰蛋、擰卡能否獲得成就感？

我們發現，有23%的中學生和32%的小學生曾因擰到好東西而被同學讚賞，而因收集有關產品比別人多而被人羨慕者則不足三分之一。值得注意的是，因擰蛋、擰卡而獲得讚賞或被人羨慕而覺得更有自信的小學生達43%，中學生則只有14%。這反映了即使是偶爾的讚賞，都給予小學生多一點自信。相信這亦是擰的消費在小學生中較受歡迎的一個原因。

### 學生在擰蛋、擰卡時是否存在博彩心態？

雖然表示會炒賣擰出的蛋/卡的學生只有3%，但試過轉賣擰蛋、擰卡的中小學生為24%及15%。雖然半數學生表示吸引他們的是機內的产品，但當知道可以高價

表二：通常處理擰到的卡/蛋的方法

	小學生	中學生
收藏而珍而重之	81.1%	34.4%
收藏而不加理會	10.8%	46.0%
丟掉它們	8.1%	12.7%
炒賣	0.0%	2.6%
送給別人	0.0%	4.2%

賣出時，21%的中學生及32%的小學生會選擇將擰到喜歡的東西轉售。

研究亦發現，約三成的學生會在擰到不喜歡的東西後還會再擰，這反映了擰蛋消費的特點。一般來說，消費者通常不會再買不喜歡的产品（必需品除外），但「擰」的消費中，卻有近三成消費者在擰到不喜歡的東西時還會再消費，希望下次博得較理想或更高價值的產品。

上述現象反映出，擰蛋、擰卡有博彩成分——即使看見機內有喜歡的東西，不一定能擰到。在擰不到好東西時，不是丟掉它，就像丟掉不中獎的六合彩票，便是擱在一旁。在博不到心中所愛時，會因不甘心而再試，不斷投進金錢。若擰到貴重的東西，又可能因有利可圖而賣出。當青少年考慮把擰到的東西轉賣，這玩意就有了

### 訪問熱衷於「擰」的同學



### 訪問店主



投機的意味，成為了以小博大，再轉賣圖利的活動了。

為免青少年不自覺地染上了博彩習慣，若家長發現子女喜歡擰卡、擰蛋，應嘗試與他們探討付出與回報是否相稱，從而讓他們反思「擰」是否合理的消費，並趁機闡釋正面的運用金錢概念，使他們「擰」而不賭。

#### 《「擰」樂》組員

指導老師：關偉華  
組員（中六同學）：  
尹澤賢、甄詠詩、  
陳迪蕊、吳嘉豪、  
高文茵