

警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章／內容／資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章／內容／資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及法律費用。

《消費者委員會條例》第二十條第(1)款其中有規定，任何人未經委員會以書面同意，不得發布或安排發布任何廣告，以明示或默示的方式提述委員會、委員會的刊物、委員會或委員會委任他人進行的測試或調查的結果，藉以宣傳或貶損任何貨品、服務或不動產，或推廣任何人的形象。有關該條文的詳情，請參閱該條例。

本會試驗的產品樣本由本會指定的購物員，以一般消費者身份在市面上購買，根據實驗室試驗結果作分析評論及撰寫報告，有需要時加上特別安排試用者的意見和專業人士的評論。對某牌子產品的評論，除特別註明外，乃指經試驗的樣本，而並非指該牌子所有同型號或不同型號的產品，也非泛指該牌子的所有其他產品。

本會的產品比較試驗，並不測試該類產品的每一牌子或同牌子每一型號的產品。

本會的測試計劃由本會的研究及試驗小組委員會決定，歡迎消費者提供意見，但恕不能應外界要求為其產品作特別的測試，或刊登其他非經本會測試的產品資料。



佳節在即，許多人會購備禮物以表心意。不少商號趁節日把現有貨品重新包裝，加入精美設計或節慶元素，於節慶前推出市場。然而，華麗裝潢的背後，再一次引證不少節日禮盒是又貴又不環保的選擇。

節日禮盒過度包裝 價貴兼不環保

農曆新年、情人節將至，本會在去年11月下旬於大型連鎖超級市場及個人護理用品店，搜羅了9款為節日而設的禮盒裝朱古力和糖果，以及可食用量與禮盒裝相近的普通裝產品，就產品的包裝及售價進行分析，協助消費者作出精明和負責任的選擇。分析結果顯示，不少禮盒都屬於「過度包裝」。逾4成禮盒裝產品較與其可食用量相近的普通裝產品貴1倍以上，反映消費者須為華麗的包裝付出代價。

華麗的包裝

包裝的基本用途是保護產品及提供說明和營養標籤，供消費者參考，亦方便儲存、運送及銷售。當節日送禮變得越商業化，商戶為促銷便把商品包裝得更華麗精緻，吸引眼球，刺激購買慾。9款食品禮盒包裝手法大同小異，較常見的是「盒大餡小」、「多層包裝」及以「豪華」鐵盒裝載。此等追求氣派的包裝，無非是針對消費者應節和「怕失禮」的心理。可是，偏離包裝應有功能的设计，不僅引致成本上漲，消費者須花更多錢購買，也導致過度耗材。包裝物最後成為生活垃圾，對環境構成沉重負擔。

禮盒包裝的空間比例

過度包裝其中一個特點是包裝體積不必要地大於商品體積及其所需要的保護空間，出現「盒大餡小」的情況。由於香港現時未有法例規管商品的包裝，本會參考台灣限制產品過度包裝的法規，檢視9款禮盒是否存在空間比例過大的情況。根據台灣的《資源回收再利用法》，禮盒包裝體積比值若等於或超出1，即包裝體積超出內含食品的體積與其必要的保護空間（糕餅及其他食品所需的保護空間分別為內含食品體積的6倍及2.7倍），便屬於過度包裝。9款禮盒中，有6款（樣本#2至#6及#8）的包裝體積比值由約1至2.3不等，可見「盒大餡小」的問題頗為嚴重。

另外，本會發現超過一半檢視的

禮盒（樣本#1、#2、#4、#6及#7）都加入托盤及/或填充物，當中禮盒樣本「麥提莎」（#6）甚至用上5件配件分隔已獨立包裝的產品。雖然托盤能防止產品受壓，但使用過大的托盤擴大包裝體積，卻可能使消費者錯誤估計盒內食品的分量，也浪費資源。

禮盒包裝的重量

節日過後每每出現堆積如山的包裝廢物，而且大多難逃棄置於堆填區的命運。9款禮盒的包裝物重量平均約201克，其中「金樂絲」（#2）、「好時」（#4）及「麥提莎」（#6）的包裝物甚至佔禮盒整體重量的一半以上，最高更達69%（#2）。這些包裝物最終會成為生活垃圾，加重社會處理廢物的壓力。本會建議：選購包裝簡約、大小適中的禮盒裝產品，切記送禮是表達心意，不是送包裝。



禮盒樣本#4（左）「盒大餡小」的問題嚴重，包裝與內含食品體積比值高達2.3。禮盒裝體積遠大於普通裝（右），每克售價相差超過1.3倍，卻同樣為32粒裝。消費者應加倍留神，查看包裝標示的可食用量。

禮盒樣本#1、#7及#9未見有過度包裝問題，而圖中的禮盒#1及#9包裝體積比值最低，包裝較能反映內含食品的分量。





過度包裝的影響

包裝物普遍由紙張、塑膠及金屬製造，過量製造和棄置包裝物皆會對環境及人類帶來不良影響：1) 紙製物料：大部分以木材為原材料，過量使用會加快砍伐樹木，造成土壤侵蝕、溫室效應及損害野生動物棲息之所；2) 塑膠物料：難以自然分解，長期佔用堆填區位置，加速堆填區飽和。如以焚化方式處理，或會造成空氣污染；3) 金屬物料：製造過程會釋放二氧化碳（主要的溫室氣體），加劇全球暖化問題。過度包裝的問題影響深遠，消費者選擇節日禮物時宜多考慮環保因素。



就禮盒樣本 # 5 而言，普通禮盒裝（右）已美觀得體，加入節慶元素的禮盒裝（左）比普通禮盒裝貴逾 1.5 倍（每克）。消費者選購禮盒裝前，應衡量包裝的價值、能否重用包裝物等環保因素。

9款食品禮盒與可食用量相近的普通裝資料及分析結果

樣本編號	牌子	禮盒裝								可食用量相近的普通裝			
		產品名稱	淨重(克) [1]	內含食品件數 [2]	大約零售價 [3]	與普通裝每克零售價之差距 [4]	分隔食品之配件(件) [5]	包裝佔禮盒整體重量 [6]	禮盒與內含食品(單件)的體積(長×闊×高)(厘米) [7]	包裝與內含食品的體積比值(約) [8]	產品名稱	淨重(克) [1]	大約零售價 [3]
1	Ferrero 費列羅	Collection T48 臻品朱古力及甜點48粒裝禮盒	518.4	48粒 (未有標明)	\$199.9	+34%	1	47%	禮盒：約31.1x27x4 食品：約3.2x3.2x3	0.8	Collection T3 Outer 臻品朱古力16條 X 3粒裝	518.4	\$149
2	Gavottes 金樂絲	Dark Chocolate Crepes House Tin 黑朱古力薄脆屋罐	120	24條 (未有標明)	\$98	+146%	4	66%	禮盒：約14x7.1x21 食品：約4.9x2.3x1	1.3	18 Crispy Brittany Crepes Covered with Dark Chocolate純味朱古力薄脆	90	\$29.9
3	Haribo 哈瑞寶	Goldbears Gummy Tin 金熊雜果橡皮糖罐裝	250	25包 (未有標明)	\$69.9	+192%	—	47%	禮盒：約12.7x22.9x9 食品：約5.2x5.9x1	1.3	Goldbaeren Mini Gummy 金熊迷你雜果橡皮糖	250	\$23.9
4	Hershey's 好時	Kisses Creamy Milk Chocolate with Hazelnuts Giftbox Kisses香滑榛子朱古力禮盒	148	32粒 (未有標明)	\$59.9	+137%	2	69%	禮盒：約28.1x21x4 食品：約2.2x2.2x2.5	2.3	Kisses Bag - Creamy Milk Chocolate with Hazelnuts Kisses香滑榛子朱古力袋裝	146	\$24.9
5	Lindt 瑞士蓮	Lindor Bear Tin 聖誕熊鐵盒朱古力禮盒	96	8粒 (未有標明)	\$78.9	+158%	—	49%	禮盒：約9.2x7.1x15.1 食品：約3.6x2.8x2.8	1.6	Lindor Milk Cornet 牛奶軟心朱古力 [9]	75	\$23.9
6	Maltesers 麥提莎	Milk Chocolate Gift Box 牛奶朱古力禮盒	168	14包 (標明)	\$54.9	+49%	5	58%	禮盒：約29.1x23.6x4.8 食品：約5.8x8.1x1.8	1.0 [10]	Milk Chocolate Fun Size 麥提莎家庭裝	144	\$31.5
7	Meiji 明治	Macadamia Chocolate Gift Box 麥加果仁朱古力禮盒	200	27粒 (未有標明)	\$79.9	+5%	1	46%	禮盒：約32.6x19.5x4.2 食品：約5.6x4.2x1.8	0.9	Macadamia Chocolate Large Box 麥加果仁朱古力	144	\$54.9
8	Merci 蜜思	Petits Tree Chocolate 樹型雜錦朱古力	150	25粒 (未有標明)	\$36.9	+29%	—	18%	禮盒：約11x5.5x13 食品：約4x1.8x1.3	1.2	Petits Chocolate Collection 香滑雜錦朱古力	125	\$23.9
9	Toblerone 瑞士三角	Swiss Tiny Milk Gift Box 牛奶朱古力禮盒	200	25包 (標明)	\$43.9	+63%	—	16%	禮盒：約10x8.8x18.8 食品：約5.7x3.1x1.8	0.8	Swiss Tiny Milk Share Bag 迷你袋裝牛奶朱古力	200	\$26.9

註 [1] 從樣本的包裝取得可食用淨重量(net weight)及內含件數資料。

[2] 樣本所含的食品件數，如包裝未有標明，則由本會點算所得。

[3] 本會於去年11月下旬於各超級市場及個人護理店收集到的大約零售價，會因推廣時間段、零售店及地區而有差異，只供參考。

[4] 計算方法：(禮盒裝的每克零售價 - 其相近的普通裝的每克零售價) ÷ 普通裝的每克零售價。每克指每1克的可食用淨重量。

[5] 用以分隔食品或避免食品與盒內邊緣接觸之非軟性配件。

[6] 由本會量度產品的總重量(克)，再減去包裝標示的可食用淨重量(克)，得出包裝重量(克)。

[7] 禮盒的體積為禮盒最外層包裝之最小立方體的體積，非方形的包裝均以方形計算，不包括附屬於盒外之包裝，例如塑膠膠等。內含食品(單件)

的體積為食品(如非獨立包裝)或與食品接觸之包裝(如已獨立包裝)之最小立方體的體積，如食品為袋裝，長度為側壓封處之距離；如以糖果紙包裝，長度則為完整包裝食品之部分，包括兩邊摺邊。皆由本會量度，量得之體積或有差異。

包裝體積

[8] 計算方法參考台灣《資源回收再利用法》： $\frac{\text{內含食品體積總和} \times \text{其必要保護空間係數}}{\text{包裝體積}}$

糕餅及其他食品的必要保護空間係數分別為6及2.7。如體積比值等於或超出1，便屬於過度包裝。

[9] 樣本#5的普通裝為普通禮盒裝。

[10] 未經四捨五入至小數點後一位的實際體積比值大於1。

新春送禮錦囊

1 年三十或年初一購買食品禮盒或更化算 節省高達 64%

不少送禮者習慣提早準備拜年送禮用的食品禮盒，以便有充裕時間細心挑選合心意的禮盒。根據本會《網上價格一覽通》網站收集市面部分禮盒裝產品的售價資料，發現愈接近農曆新年，禮盒裝食品的售價愈低。以去年的農曆新年為例，有大型連鎖超級市場自農曆新年前約1-2星期開始，逐步下調部分禮盒的售價，年三十或年初一起更降至過去一個月的最低價，較一個月內的最髙價低64%。消費者於拜年送禮前數天選購食品禮盒或更化算。

2 送上心意，不送包裝

真摯的祝福和心意比華麗的包裝來得重要。新春致送賀年禮物時，可參考以下減廢及重用資源的方法表達心意：

1. 選購包裝簡約的產品，附上自製環保心意卡或電子賀卡表達心意，減少製造不必要的生活垃圾；
2. 禮品的包裝多數已很美觀，毋須再用花紙包裝，浪費資源；
3. 如仍需包裝禮品，應考慮重用資源，例如循環使用花紙、將用過的花紙剪裁成蝴蝶結貼於禮物上點綴、以可重用的花布包裹或用環保袋盛載禮物等。



禮盒樣本 # 7(右) 每粒朱古力為獨立包裝，並以膠托盤將禮盒體積擴大，製造不少包裝廢物。其實，此禮盒的封面設計及售價皆與普通裝(左)相近。購買普通裝送禮較環保，亦是精明又不失體面之選。

裝，或包裝物佔產品總重量一半或以上的禮盒，更較其普通裝貴1倍以上。送禮者選購較昂貴的禮盒裝前，應考慮包裝設計是否可重用或回收，避免選購採用一次性物料包裝的禮盒，加重環境的負擔。本會建議：考慮禮盒裝和普通裝的差價，選購包裝簡單的產品，作合乎化算和負責任的選擇。

經包裝後的可食用量及價格

消費者購買禮盒裝時，應留意其內含食品的實際可食用量及商品的整體價格。一般可從包裝標籤得知食物的可食用量。根據《食物及藥物（成分組合及標籤）規例》的規定，預先包裝食物須清楚列明內含食物的數量、淨重量或淨體積。9款禮盒全都標示可食用淨重量，當中2款禮盒（樣本#6及#9）同時以文字額外列明食物件數。沒留意可食用量的消費者，容易受過大的包裝體積影響，以為內含分量豐富，但實質的可食用量或比預期少。本會建議：選購時應查看有關食物標籤，知所選擇。

俗語有云，「羊毛出自羊身上」，其實精美的包裝都會計算入禮盒的生產成本，到最後很大機會轉嫁到消費者身上。本會以購買1克可食用淨重量所需的價錢比較禮盒裝與普通裝的售價差異，發現9款禮盒每克的售價較普通裝高5%至192%不等，當中4款（樣本#2至#5）以「豪華」鐵罐包

總結

節日送禮是表達心意及送上祝福。禮物的包裝不一定要富麗堂皇才夠體面，只要花點心思配搭，簡約包裝也可以大方得體。為使社會可持續發展，本會呼籲消費者作精明之選，建立「綠色」消費觀，向過度包裝說不。另一方面，本會建議商號參考其他地區就商品包裝訂立的規範，開拓設計簡約且環保的禮盒市場，給消費者多一個選擇。🌱

3 款禮盒食品 需於半年內食用

9款禮盒的食用期限（以本會購買日起計算）平均有8.2個月，最長約於1年後到期，食用期限最短的3款禮盒需於半年內食用。雖然該3款禮盒的食品都是獨立包裝，但如遇上送禮「高峰期」，例如農曆新年、聖誕節等節日，收禮者或難於短期內食完，造成浪費。本會建議：選購禮盒前應留意標示的食用期限，並購買食用分量適中的禮盒。