第二十一屆消費文化考察報告獎

**2019 - 2020**

撰寫「考察報告」提示

香港正經歷一個艱難的時期，新型冠狀病毒的疫情顛覆了我們很多習以為常的消費模式和習慣，衝擊著我們既有的消費抉擇、取捨和價值觀。這段特殊的消費生活狀態，你和家人、朋友有甚麼不尋常的消費經歷？你們有甚麼感受、發現、反思？

為協助同學組織考察的經歷，我們重整了「消化獎」的考察步驟和報告的建議內容，讓同學在撰寫報告時可作參考和依據。同學除可繼續探討原訂的考察方向外，亦可就現在的疫情或以下提示增潤報告內容，讓我們一同尋找、記錄、感受這一年屬於香港、屬於你們的獨特消費文化。

「消化獎」的考察是：

一個觀察、體驗、感受和思考的考察歷程！

從考察前的「我以為」與經歷考察後的「我發現」對照、內省中，

檢視自己與消費、與別人、與物種、與世界、與地球的關係，

**尋找**、**探索**、**發現**現在與未來的可能，

重新設置屬於自己的價值選擇。

|  |  |
| --- | --- |
| 考察步驟： | 尋找 🡪 探索 🡪 發現（考察前VS考察後） |
| 報告內容： | I. 考察目的 | II. 考察計劃、過程、結果 | III. 發現／行動 |

1. **尋找主角 ─ 人、我、你、他／牠們、地球**

考察的「主角」應是「消費者」，而不只是描述「消費品／店鋪／行業／市場」；

「主角」可以是一個人、一群人或一個群組。

 *例如：*

 *目前你最關心甚麼人*／*群組？（家裡沒有WIFI的同學？忙於製作網上教材的老師？*

*「迫巴士」的上班族？「等舖頭開門」排隊買口罩的長者？鄰居、清潔工、寵物？）*

1. **尋找故事 ─ 日常身邊，我你他經歷的、活生生的生活「故事」**

在這消費「處境」中，這些「主角」有甚麼特別？

（例如：他們的經歷、想法、看法、做法、說法、取捨……）

（例如：他們的感覺、心情、開心／不開心／矛盾／掙扎／兩難的地方……）

 *例如：*

*口罩及清潔用品的消費處境？*

*飲食／消閒的消費習慣、模式的轉變？（打邊爐？坐遊輪？行山？行商場？)*

*個人／家庭／群體／生活空間的消費改變？*

 *經歷「2003年沙士疫潮」與「新型冠狀病毒肺炎」的故事／感受？*

*目前生活中有甚麼平凡的變得不平凡？又有甚麼不平凡的變得平凡了？*

1. **探索 ─ 搜集證據、重組和呈現「故事」的來龍去脈**

較容易是從自己切身的經驗（例如：成長中的經歷和轉變、與家人的關係），或身邊熟悉的人和生活開始！環繞「主角」身邊的關鍵人、物也可能提供重要線索。

重整「故事」的細節：

- 「主角」做了甚麼？想了甚麼？說了甚麼？
 消費的一刻、消費前後「主角」的心情、感受是甚麼？

- 「主角」在整個消費過程有甚麼明顯、微妙的變化？

　付出了甚麼？得到了甚麼？得不到甚麼？有甚麼是預計之中？有意料之外的嗎？

- 「主角」為甚麼這樣做？為甚麼不得不這樣做？

 - 消費還可以是甚麼？可以不是甚麼？未來的消費是怎樣？

 證據不只是問卷數據，以一手考察方法會更有效重整故事的來龍去脈。

 **搜證方法：**觀察、訪問、體驗、測試、實地考察、個案追蹤、世代比較

**表達方式：**文字、圖像、聲音、短片立體地呈現消費故事的細節

1. **發現 ─ 考察前VS考察後**

考察的發現不只是「答案」、「結論」、「建議」，而是通過對照、內省

考察前：「我以為」消費是......

考察後：「我發現」消費原來是......、還可以是......

重新理解／檢視／思考自己與消費、與別人、與物種、與世界、與地球的關係。

*例如：*

*我不曾知道／想到的是......*

*我沒留意他們有這些感受......*

*我以為我了解父母，原來我誤解了......*

*我遺忘了我最珍惜的是......*

可持續消費創意設計

1. **發現、明白、瞭解消費者在可持續發展的角色和責任，重新想像與各種生活的新連結**

從自己的經驗或觀察，檢視生活中大大小小的消費處境和問題。

*例如：*

*疫情下，一次性的衛生用品如何以可持續消費的角度改良／作新的設計？*

*清潔牙齒一定是牙刷和牙膏？減用資源就只是工具二合一？*

1. **設計其實是解決問題的方法**

 有更好的設計嗎？（可以是產品、服務、營銷策略、生產/銷售/消費/處置過程中的重新

設計，或者是任何創新的想法！）如何有效地選擇、運用和管理資源？