

# 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？）

#### 2. 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？

### 3. 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的開始！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

### 4. 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？*

2. 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？