

# 第 23 屆消費文化考察報告獎

## 「學校合作推動計劃」

### 校本支援活動

凡全校合計有 6 隊或以上參加的學校，將自動參加「學校合作推動計劃」，可因應學校課程及參加同學的需要，與本會商討如何將「消化獎」活動配合學校的學習目標，制訂靈活的校本合作細節。歡迎有興趣的學校致電 2856 8506 與教育部李小姐聯絡。

可為「學校合作推動計劃」參加學校安排的學習支援活動\* 包括：

#### A. 諮詢面談會系列

由消委會教育部團隊主持，以提問和互動的形式，為每隊參加隊伍提供獨立的面談諮詢時間（每隊面談時間約 10-30 分鐘），幫助同學發掘考察意念、整理考察焦點和設計搜證方法、組織和呈現考察內容和發現。

內容包括：

- 考察計劃和選題
- 考察重點和方法
- 內容及製作
- 作品匯報

我們可按個別學校需要，與負責老師商討安排於同一時段或分階段進行多個「諮詢面談會」。

#### B. 專題學習活動系列

- 「專題講座」適合全級同學參加，於禮堂或活動室進行。
- 「專題工作坊」適合不多於 40 位同學參加，於課室或活動室進行。

由消委會教育部團隊或其他特邀嘉賓主持，鼓勵同學嘗試從多角度思考和探索消費文化，初探考察的不同面向和可能，加強同學進行考察的信心和把握（每節約 60-90 分鐘）。專題內容詳見後頁。

校本支援查詢

消費者委員會教育部

電話 2856 8506 / 2368 4073

電郵 [ccsa@consumer.org.hk](mailto:ccsa@consumer.org.hk)

活動詳情、報名及參加細則可瀏覽 [www.consumer.org.hk/ccsa](http://www.consumer.org.hk/ccsa)



\* 因應疫情及教育局最新指引，本屆學習活動可考慮到校或以視訊會議形式進行，詳細安排將視乎疫情最新發展及／或與個別學校再作商討。

## B. 專題學習活動系列 — 主題簡介

範疇	主題	內容簡介
消費文化	設計消費 99%	以互動形式，帶引同學觀察、捕捉消費者的真實處境，讓同學在問和答的過程裡剖析「消費 · 文化 · 考察」的種種可能和釋義，幫助同學設計自己的考察體驗。
選題角度	尋找消費的故事	從歷屆優秀作品中，檢閱不同年代、不同消費處境下城市人的消費故事，擴闊考察選題的角度。
考察方法	多角度考察	發掘考察消費和文化的可能性，加深和拓闊對事物的認知。
	生活的趣味觀察	學習觀察生活，將生活中的種種，發展成值得考察和剖析的有趣題材。
表達手法	知用媒體	學習如何選取不同媒體，發揮創意潛能，認識媒體的傳意能力。
可持續消費創意設計	可持續消費	認識消費者「小改變、大不同」的力量對可持續發展的重要性；從「體察處境」的角度理解使用者面對的問題和真正需要，再構思新設計或改善現有產品、服務或體驗。
消費者保障	消費者的權利和責任	通過認識本港消費者保障條例及相關消費陷阱的經驗分享，同學可重新檢視消費者的權利和責任，積極在消費過程中提升自我保護的意識和能力。

## C. 校本設定體驗內容

( 必須全級同學參加 )

校本設定的消費考察體驗，為同學提供預設的考察角度和體驗過程，擴闊同學對城市考察的認知和信心。我們可與學校共同商討及設計校本設定內容。

曾設計的校本內容舉隅：

- 不消費（親身體驗，探尋消費以外的可能）
- 生涯規劃（個案追蹤，探尋人生不同階段的消費處境）
- 關懷社區（實地考察，從熟悉的社群開始，探尋城市人的消費故事）
- 世代比較（世代分析，探尋消費文化的轉變、承傳與未來）