

# 第23屆消費文化考察報告獎 2021 - 2022

## 撰寫「考察報告」提示

香港正經歷一個艱難的時期，「2019 新冠狀病毒病」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、與城市、與地球的關係，**尋找、探索、發現**現在與未來的可能，重新設置自己的消費生活選擇。

|       |                          |                |            |
|-------|--------------------------|----------------|------------|
| 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？（留港度假 (Staycation) 的「一家大細」？社交距離下「迫巴士」的上班族？只能用手機上網課的同學？鄰家獨居的長者、清潔工人、寵物？）

#### 2. 尋找消費處境 — 日常身邊，我你他經歷的、活生生的消費生活故事

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：疫情前 VS 疫情下 VS 疫情後

飲食／消閒／家居的消費習慣、模式的轉變？（聚餐？逛商場？遊輪旅遊？外賣 App？）

個人／家庭／群體／生活空間的消費改變？

目前的消費生活，有甚麼平凡的變得平凡了？又有甚麼不平凡的變得平凡了？

### 3. 探索 — 搜集、重構和呈現「消費故事」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。

重構「消費故事」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？可以不只是甚麼？未來的消費可以是怎樣？

**搜證方法：**觀察、訪問、體驗、實驗、測試、實地考察、個案追蹤、世代比較  
證據不單是問卷數據，以一手考察方法會更有效重整故事的來龍去脈

**表達方式：**文字、圖像、聲音、短片、動畫、多媒體  
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、與城市、與地球的關係。

*例如：*

*我不曾知道／想到的是……，原來他們是這樣想……*

*我沒留意……，原來消費在他們而言是……*

*我以為我了解……，原來我誤解了……*

*我遺忘了……，原來消費背後，我最在乎的是……*

## **可持續消費創意設計**

### **「可持續消費」是：**

根據聯合國所指，可持續消費是「在改善生活質素的同時，沒有增加對環境的損害，以及犧牲下一代在天然資源上的需要。」可持續消費不單指減少消費和耗用天然資源，同時亦關注由產品設計、生產、消費，再到廢棄回收，對環境及整體社會所造成的影響。

### **「可持續消費」設計是：**

一個體察、設計、解難和改變的多元學習歷程！

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**  
從自身體驗或觀察使用者的需求出發，以同理心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使用的角度改良或作創新的設計？*

*清潔牙齒的工具必然是牙刷和牙膏？工具二合一就能減省資源？*

2. **設計其實是解決問題的方法**

有更好的設計有效地選擇、運用和管理資源嗎？

以科技或商業的可能性作考量，可以是產品、服務、體驗、營銷策略、生產／銷售／消費／處置過程中的重組、整合、重新配置或全然創新的設計方案，也可以是為一個天馬行空的理想設計一個行動方案！