

第一屆「智醒消費學堂」
「消費·智專研」
初級組 主要得獎作品內容簡介

我的「耆」幻之旅— 探索本港長者的消費困難
廠商會中學

初級組 冠軍、最佳表達方式獎

一覺醒來，赫然發現自己老態龍鍾、耳目不便！飢腸轆轆，只好拖著沉重步伐到快餐店「醫肚」，但餐牌的字體小、擺放位置高。到超市購物，又發現貨架上的商品令人難以觸及，產品說明的字體更如蚊蠅般細小。正抱怨購物不順心之際，一陣急速的鈴聲響起，才驚覺剛才的「耆」幻「驚」歷只是夢境一場！一眾同學隨即展開了一次探究之旅，年輕的腦袋卻拖著一副年過花甲的身軀，嘗試體驗身體疼痛、聽力下降、老眼昏花等生理問題，如何為商店購物和餐廳點餐等消費體驗，帶來種種難關。從訪談中更驚覺長者可能抱著知足或怕麻煩別人的心態，而漠視個人的消費需要，不敢向旁人求助；商家的「不體貼」亦無助推動長者友善的消費環境。不論個人、商家、社區組織或政府，其實都可以多走一步，共同締造關愛的社會氛圍。

A new life of beverage carton
中華基金中學

初級組 亞軍

紙包飲品輕巧便利，不論是校園還是社區皆有不少人飲用；卻因紙盒包裝經過層層加工，製造材料難以回收再造。為增加其回收再生的可能，同學實地考察香港的紙盒包裝回收站，及進行問卷調查：發現香港的飲料紙盒回收設施和市民的回收意識有待改善；另大部分受訪者在選購飲料較看重便利性、價格和品牌，環保因素近乎可有可無。同學之後化身成為科學家，從身邊發掘紙盒包裝的合適替代材料，繼而動手做實驗。最後發現植物基塑料或可降解材料等為可行替代方案，可大大提高紙盒包裝的可持續性。報告寄語在生產商尚未發展和普及相關技術前，大家不妨先由自身做起，在消費時也一併考慮環保的重要性。

垃圾百寶袋
聖保祿學校

初級組 季軍、最佳可持續消費創意設計獎

「珍珠奶茶杯應該丟去哪一個回收箱？」，「回收很麻煩，又要找回收箱，又要逐一分類，是件浪費時間的事。」如果你曾有過類似的疑問，那麼「垃圾百寶袋」或許是出路。同學進行了一週「吃喝玩樂」實驗，記錄垃圾製造的過程和數量，從而產生了智能分類垃圾箱的想法。科技發展一日千里，借助大數據運算和人工智能，把回收過程自動化，或可大大提高市民垃圾回收的參與度和效率。同學並不止於考察，而是積極思考實踐方法，由設計、營銷和市場策略、財務預算，甚至競爭對手分析，均能見於報告中，可見同學的信念已超越一紙文書，嘗試為可持續的消費生活開闢新路向。

假「幣」真「弊」? 探討 NFT 虛擬經濟泡沫的危與機

初級組 季軍、
最佳科技與消費實踐獎

基督教女青年會丘佐榮中學

NFT (Non-Fungible Token) 是一種新型的虛擬貨幣交易形式，曾在香港掀起一波熱潮。究竟 NFT 是否一場大騙局？還是一個令藝術品得到曝光和體現真正價值的機會？消費者身處虛擬經濟泡沫之中，周旋於機遇與風險之間，又應如何自處，保障自身權益？同學以中立的角度，透過實地考察、問卷調查、訪談對話以及參考媒體報導，分析不同持份者的觀點，探討其 NFT 具爭議性的原因，和研究其對藝術和版權等概念所產生的影響。同學認真考察，對消費者權益帶來啟示，亦藉 NFT 案例警惕消費者要理性投資，不應盲目進行投機性行為，令讀者有所反思。

「環保」袋 庇理羅士女子中學

初級組 最佳創意媒體獎

環保袋也可以不環保？家中積存的環保袋數量日增，如何避免浪費，令它們成為一次性的「不環保」袋？同學為過量環保袋造成的問題進行研究考察，並針對社會風氣、錯誤消費觀等因素，創意設計應用程式，透過一系列小遊戲、採用 AI 點算、搜集回收站等功能，為用家掌握環保袋的存量和提供回收去向。從處境、心態和行為等三方面，增加使用環保袋的誘因及其可持續性，令環保袋能夠名副其實地成為「環保」袋，為可持續消費作出貢獻。

反向代購 東華三院陳兆民中學

初級組 最具話題流行消費獎

隨着內地與香港來往愈趨頻繁，北上消費成為熱潮，那麼「南下外賣」又是否下一個新興消費模式？「反向代購」令市民不需等待至假期才能「過關」品嚐內地美食，故漸於社區流行。同學在內地網上平台點購食物發給代購，再親身約在香港交收，並模仿社交頻道流行的「實測」拍片模式作記錄和探討。便利背後的代價，可能是候餐時間太久，也可能是食物質素未如理想，亦可能需要留意食物安全的風險。同學更成功訪問代購員，親身解說工作性質，令讀者對此行業加深了解，有助思考未來消費模式的趨勢和轉變。

「老」有所食？長者於電子科技發展的趨勢下，日常到餐廳消費會遇到的困難

保良局李城璧中學

初級組 最關愛社群消費體驗獎

當食肆漸漸以電子螢幕取代餐牌，以二維碼取代「人手落單」，大部份人只覺方便無比；可有想過這會變成一種無形負擔，甚至心理壓力？科技發展日新月異，電子點餐的體驗令食肆運作更順暢，卻可能令長者墮入徬徨失措的境況。實地考察和問卷為讀者勾劃出清晰的現況，而同學直接記錄不善科技的長者以第一身「落區」到食肆點餐的體驗，更能令讀者感同身受。同學以理性分析和反思，構思出設置「長者模式」的電子點餐系統，以語音提示等功能協助長者適應新科技，提升消費體驗，呼應「老吾老以及人之老」的感悟。

第一屆「智醒消費學堂」
「消費·智專研」
高級組 主要得獎作品內容簡介

月「驚」唔驚
聖保祿學校

高級組 冠軍、最佳可持續消費創意設計獎

「我無錢買衛生巾，只能一日換一次慳住用...」你可有想過，香港女性也遇上「月經貧窮」的苦惱，為月事而「驚」？因經濟壓力無法負擔或取得足夠而且合適的生理用品，除了衛生問題，更可能為心理健康帶來負面影響。同學們活用科研知識，對市面上各式各樣的衛生巾進行實測和分析，並設計可重用衛生巾及迷你貼身衣物洗衣機，不但為有經濟困難的女士提供多一個便利及可負擔的選擇，亦能建立可持續的消費習慣，減少即棄衛生巾造成的環境損害。同學更撰寫營銷計劃，嘗試將理念化為實踐的可能，替都市女性分憂。

點亮餐桌：視障友善的外食智能解決方案
廠商會中學

高級組 亞軍、最佳表達方式獎

當到餐廳打卡和享受美食已成為大家生活日常，對視障人士卻談何容易。同學們決心運用科技替其解困，親身體驗視障人士在外用餐點餐的情景，並透過與 10 位視障人士進行訪談，發現視障人士無論在點餐、支付過程或是在點外賣過程中都困難重重。以綜合數據為基礎，啟發同學們利用人工智能技術開發一個外食指南服務平台的應用程式原型——不僅能依據視障人士的喜好和需求提供個性化推薦服務，還可以通過語音指令搜尋食肆、預約座位、點餐及分享食評。推動「無障礙搵食」，冀為視障人士點亮一張又一張餐桌。

環保，讓地球哭了
仁濟醫院羅陳楚思中學

高級組 季軍

環保成為大勢所趨，企業及生產商為求建立良好品牌形象，積極推動「綠色行銷」，替旗下產品披上綠色衣裳，以贏得消費者青睞。然而，當中有多少是真正具有環保成效，又有多少只是純粹把產品「漂綠」，營造出虛假的「綠色形象」，為騙得消費者信任以求永續高利潤？同學借鑒外國學者有關「漂綠」的研究方法，深入探討在香港進行綠色標籤的營銷行為，驚覺市民不但對可持續發展的認知和執行力較想像中低，更對「漂綠」的宣傳誤導或失實描述，沒有足夠的辨識能力。報告突顯消費者面對形形色色的「綠色」宣傳時，必須保持警覺性，真正實踐可持續消費。

消費同時消廢 南亞路德會沐恩中學

高級組 最佳創意媒體獎

如果連人類都不明白環境污染對地球的傷害程度，那就由外星人告訴你們吧！同學幻想外星人登陸地球，觀察人類社會過度消費的現象和影響。回到學校，同學通過五種方法考察周遭的消費行為和意識，親力親為做回收推動源頭減廢，又邀請校內師生拍片宣揚綠色生活。一條輕鬆有趣的短片就能帶出環保訊息，簡潔而見創意。

千金買「腐」 沙田循道衛理中學

高級組 最具話題流行消費獎

在日漸開放的社會風氣下，次文化應如何解讀？年齡、性別和宗教信仰等因素，對了解次文化的消費行為有何啟示？同學選取一個非一般的考察題材，帶出非一般的消費文化，探討 Boy's Love（簡稱 BL，泛指描寫男性間戀愛的主題作品）周邊產品的消費模式，展現「腐」文化潛在的消費價值觀衝突和心理掙扎。一擲千金所求的，不一定是名貴手錶或房車，有時只為一種心靈慰藉，那怕可能要面對別人甚至家人異樣的目光。

沒有聲音的消費 嘉諾撒書院

高級組 最關愛社群消費體驗獎

苦於無法有效溝通的消費體驗，你試過沒有？那麼在一個沒有聲音的世界，相信感覺會更糟。遇到的消費難關太多，懂手語或有耐心的服務員太少，聽障人士只能無聲無息地忍耐和接受。同學走訪不同的消費場所，又透過文字嘗試了解聽障人士的消費習慣，慨嘆無聲的消費生活實在難過。當「無聲店」在本港也難以營運，社會著實需要尋找更好的支援，為他們打造一個更友善、便捷的消費環境。

進唔進「補」？— 你我都在參加的補習班，能確保進步嗎？ 高級組 最佳科技與消費實踐獎

嘉諾撒聖家書院

補習文化大行其道，而不同社會階層和經濟背景的學生，對應否進「補」或如何進「補」，各自有不同的考量。同學細心考察，大膽思考，善用大數據的力量，找出最適合自己的補習課程，甚至評估補習是否最符合自身的學習效益？創建一個集諮詢、數據分析及用家分享於一身的線上平台，同學的用意並非為坊間補習社作嫁衣裳，而是鼓勵中學生重新考慮補習之必要性，避免因補習而帶來不必要的經濟和精神負擔。