

消費者委員會 教育局 合辦

第三屆「智醒消費學堂」

「消費·智專研」專題研習

參加細則

活動目的

- 「消費·智專研」是一個透過觀察、體驗、感受、思考的自主和多元學習經歷，旨在鼓勵青少年：
- 認識及探討本地的消費文化和消費者權益，並提升自我保護能力
 - 以多角度思考不同的消費議題，例如：電子消費、綠色生活、可持續消費、公平貿易等
 - 關懷社區、關注弱勢/特殊需要人士的消費處境和需要
 - 發揮創意、探討創新科技於消費市場的應用
 - 通過搜集第一手資料，提升觀察力、分析力和多元思考能力
 - 透過撰寫考察計劃書、製作考察報告及／產品設計，鍛煉組織、協作、創意和解決問題能力

目標對象

全港中學生均可參加：

- 初級組：中一至中三學生
- 高級組：中四至中六學生
- 適合修讀「公民、經濟與社會」、「公民與社會發展」、「企業、會計與財務概論」、「經濟」、「科學、科技、工程、藝術和數學（STEAM）」及「設計與應用科技」等科目的同學參加
- 適合老師安排同學參加此活動，作為「價值觀教育課程」的多元學習經歷

主題及形式

參加者可從 **4 個特定主題**中選定感興趣的本地消費議題，選擇以「**考察研究報告**」或「**可持續創意設計方案**」形式呈現，再擬定及提交簡單**考察計劃書**。經過**第一輪評審**後，主辦機構將**選出 50 份**考察題材最獨特創新、有趣味、有意義、能提供具體的設計方案、提出切實可行或具潛力的考察計劃書。

4 個特定主題包括：

- 消費行為、消費文化轉變、不同年代的消費價值觀之研究
- 消費及社區關懷（關注社區內不同人士的消費處境和困難）
- 可持續消費和綠色生活（關注消費對環境的影響，並針對問題提出可行的解決方案，以達致可持續消費和綠色生活的目標）
- 消費與科技（探討科技於消費市場之應用、如何透過科技改良現有產品/服務，以解決消費問題、關注符合道德的科技應用）

獲選的 50 組隊伍需透過搜集第一手資料，如實地觀察、調查訪問、親身體驗等，從而了解和分析消費者的心理、處境和行為模式，並進行反思及尋找新發現；或為達至可持續消費和綠色生活提出具體的設計方案；或探討科技為消費者帶來的改變和影響，並於**限期前（2026 年 3 月 13 日）完成及提交完整文字報告／設計方案**（詳見「作品及交件要求」）。

活動日程



參加辦法

1. 同時追蹤本會官方 Instagram 帳戶 [@consumercouncilhk](https://www.instagram.com/consumercouncilhk/) (<https://www.instagram.com/consumercouncilhk/>) 及「智醒消費學堂」官方 Instagram 帳戶 [@consumercouncil_sca](https://www.instagram.com/consumercouncil_sca/) (https://www.instagram.com/consumercouncil_sca/) 。
2. 參加者必須以學校名義參加，並由老師指導。
3. 小組或個人為單位參加均可，每隊最多 4 名同學，參加組別（初／高級組）以該隊最高年級隊員為準。
4. 每校參加隊數不限。
學校可於 10 月開始於 [「智醒消費學堂」專頁](#) 下載考察計劃書。

報名日期：2025 年 9 月 1 日至 10 月 31 日

報名手續：請登入網頁 www.consumer.org.hk/sca 或通過此 [連結](#) 或 [二維碼](#) 網上報名。



學習活動及參考資料

消委會教育部將透過一系列公開講座、參觀、工作坊及諮詢面談等學習支援活動，為同學的考察意念、內容及方法等提出建議，並帶引同學觀察、發掘不同的消費處境，協助他們經歷這自主學習的歷程，歡迎老師及同學免費報名參加。

報告及交件要求

I. 考察計劃書

1. 計劃書以文字表達，主辦機構將提供計劃書樣板，參加隊伍需完成計劃書每項內容。
2. 如作品形式為「可持續創意設計方案」，各隊伍可自由選擇附加最多 2 頁 PowerPoint 以展示設計草圖。
3. 每校最多可推薦和提交每組別 5 份作品以競逐。學校可先在校內進行初選，以甄選參賽作品，並於限期前向主辦機構提交考察計劃書，以進行第一輪評審。
4. 提交考察計劃書截止日期：2025 年 12 月 3 日（下午 5 時正）。

II. 文字報告／設計方案（包括多媒體作品）

1. 文字報告／設計方案／多媒體作品必須為原創作品及未經公開發表，亦不可一稿兩投。

2. 文字報告／設計方案／多媒體作品可通過不同形式表達，包括文字、圖像、漫畫、影音製作、電腦軟件、網頁、模型，甚或其他能以實物提交的藝術形式，表達題旨。作品內容可同時以超過一種形式表達（例如：文字報告＋圖冊＋錄像，或設計圖＋模型等）。
3. 文字報告／設計方案：不多於 30 頁（A4 紙）；
多媒體作品：須有效傳達作品的內容或訊息。影音製作亦不可多於 15 分鐘。
4. 內容宜以精簡、準確表達意思為佳，避免以不同形式重複提交相近的內容。所有形式合計的整體內容以閱讀時間不超過 30 分鐘為限（包括下載時間）。
5. 所有報告，不論是文字、影音製作、或電腦軟件，須提交一份電腦檔案。模型只需提交相片或影片檔案。網頁則須以檔案形式儲存，並註明網址，及不用密碼登入下載；所有網頁須在繳交作品前上載互聯網，並至少保留一年供他人閱覽。
6. 為方便評審，所有提交之檔案須與 Windows 7 相容，並能以 Office 2016、IE 11、Media Player、Quick Time、Real Player 或 VLC Player 啟讀。詳細軟件要求及交件安排，請參閱稍後公布之「交件須知」。
7. 提交報告截止日期：2026 年 3 月 13 日（下午 5 時止）。
8. 交件後，各隊伍仍須自行保留作品檔案原件，以便日後作展覽或結集出版之用。

評審準則

I. 考察計劃書

考察題目(20%)： - 主題具原創性、獨特性而有啟發性，亦生活化和有趣味。

考察目的(20%)： - 目標和方向非常適切和清楚，並能清楚明確點出所關注的消費處境和困難。

- 「消費行為、消費文化轉變、不同年代的消費價值觀之研究」主題探討消費者的行為、消費文化及消費價值觀之改變。
- 「消費與社區關懷」主題發掘社區內不同人士（特別是弱勢人士）的消費處境和困難，並提出解決問題的建議。
- 「可持續消費和綠色生活」主題著重為相關問題提供解決方案及倡議負責任的消費行為。
- 「消費與科技」主題則探討科技的應用如何解決消費問題，並關注符合道德的科技應用。

搜集資料的方法及

考察計劃撮要(50%)： **考察研究報告作品**

- 針對需要探究或解答的問題，設計效度和可信度高的考察方法，並以第一手資料為主，有系統及有效地搜集資料，提出切實可行的方法及步驟去完成考察報告。

可持續創意設計方案

- 針對需要探究或解答的問題，設計有效、可靠、執行度高的創意設計方案，並以第一手資料為主，有系統及有效地搜集資料，提出切實可行的方法及步驟去構思設計原型。構思著重比較市面產品的功能及不足之處，並提供具前瞻性，有意義及適合本地社會／目標消費群需要的具體方案設計或改良現有的產品／服務，以達到考察目的，並構思如何促進負責任的消費行為及符合道德的科技應用。

參考資料(10%)： - 就考察題目作出相關資料搜查，並提供資料來源，來源清楚明確，容易查證。

II. 文字報告／設計方案（包括多媒體作品）

考察題材/角度 (20%)： - 題材獨特、具有原創性、生活化、有趣味和富意義。

資料搜集 (20%)： - 搜集第一手資料為主，並有系統、有效地搜集、整理和分析資料。
- 了解目標對象的消費處境和需要，並進行有系統的分析。

報告內容(50%)： - 內容表達流暢、清晰、吸引。
- 發掘主題的關鍵或提出有意義的問題，並有嶄新的發現和深刻的反思。
- 精確提出適用於目標消費群的设计方案，设计具可行性、延伸性及實用性，並能有效改變消費者行為，有助推動可持續消費及綠色生活，促進負責任的及符合道德的科技應用。

媒體運用(20%)： - 媒體運用具創意、製作出色、呈現效果吸引，能有效傳達作品的內容／訊息。

獎項

初級組及高級組分別設有下列獎項：

| | |
|-----------------|------------------|
| 冠軍： | 獎學金港幣五千元、獎座及證書 |
| 亞軍： | 獎學金港幣三千元、獎座及證書 |
| 季軍： | 獎學金港幣二千元、獎座及證書 |
| 最佳表達方式獎： | 獎學金港幣一千五百元、獎座及證書 |
| 最具話題流行消費獎： | 獎學金港幣一千五百元、獎座及證書 |
| 最關愛社群消費體驗獎： | 獎學金港幣一千五百元、獎座及證書 |
| 最佳可持續消費創意設計主題獎： | 獎學金港幣一千五百元、獎座及證書 |
| 最佳科技與消費實踐獎： | 獎學金港幣一千五百元、獎座及證書 |
| 最踴躍參與獎*： | 獎學金港幣一千五百元、獎座及證書 |

*最踴躍參與獎將頒予學生參與率最高的 3 間學校。

各組別均設有傑出作品獎，倘報告達到一定水平，更可獲嘉許證書，以資鼓勵。此外，每位成功提交考察計劃書之參加者亦會獲發參加證書。

結果公布

得獎名單將於 2026 年 6 月公布。得獎者將有專函通知及邀請出席於 2026 年 7 月舉行的頒獎典禮。部分得獎隊伍將獲邀於頒獎典禮中進行作品分享，主辦機構將安排相關隊伍於典禮舉行前進行綵排。

其他細則及須知

1. 參加者須同意將參加作品免費提供主辦機構作教學、公開展覽、結集出版、發佈、進行其他宣傳或推廣活動之用、或上載到互聯網，供公眾閱覽，主辦機構有權對參加作品作出複製、改動、修改或刪減。
2. 參加者須留意作品應是**原創作品**，不可侵犯他人的知識產權，包括但不限於文字、照片、圖像、商標、歌曲、音樂、影片、卡通人物或使用未有清楚註明出處的人工智能生成作品，作為報告內容及內文的裝飾用途（例如：背景、插圖、配樂）。
3. 參加者若在製作文字報告／設計方案過程中曾使用人工智能工具，必須清楚註明出處（包括相關平台及 prompts (提示)），包括曾使用之軟件／網站等。人工智能工具有其不足之處，例如資訊來源或有可能是錯誤或具偏頗成分，所生成的作品或未得原作者同意下引用，虛構引文及參考書目等，因此，為鼓勵原創意念，參加者請避免過分依賴人工智能工具，以增加親身體驗學習的機會。
4. 參加者向受訪者或任何其他人士收集、使用及處理其個人資料前，須告知其參加作品會作上述用途，其個人資料會因而被公開，並徵得有關人士的同意。參加者應避免於作品內過度披露個人資料，以免衍生私隱問題。
5. 除得獎作品外，其餘提交的參加作品將於應屆活動完結後 12 個月全部銷毀。
6. 參加作品只反映學生對消費文化的觀點，並不代表消委會立場。
7. 活動之舉行方式或不時更新，部分或會以視訊會議形式進行。
8. 消委會／主辦機構可能於活動過程中進行拍攝及／或攝錄，當中或包括參加者之相片／錄像／作品及相關資料，以作教學、公開展覽、結集出版、發佈、進行其他宣傳或推廣活動之用、或上載到互聯網，供公眾閱覽。如參加者不同意相關使用，可透過書面向消委會教育部提出。
9. 參加學校和有關人士（包括參加學生、老師及／或家長）（下稱「參加者」）在表格上提供的個人資料／資料會由消費者委員會（本會）收集及處理，並用作「智醒消費學堂」之活動、其各項比賽籌劃、安排、頒獎及賽後評估，以及消費者教育相關用途，包括但不限於處理和跟進參加者的查詢、向其提供本會之服務、邀請參加者參與本會之活動、交流、調查和研究（不論線上或線下）和辦理登記、向參加者發出或感興趣的資訊，例如有關消費者教育或本會的其他服務、進行研究和數據分析以保障、倡議和促進消費者教育，以及執行本會的其他法定和行政職能。
為了以上目的，本會可能會將有關資料披露給 (i) 評審人士和協辦及／或支持機構，包括提供學校名稱和有關老師和學生的名稱以用作評審和諮詢用途以及 (ii) 第三方服務供應商，包括提供得獎學校的名稱和學生的個人資料以用作籌辦頒獎禮。除此之外，除非符合收集資料的用途，或為法律所容許或規定，否則本會不會未經參加者同意而向第三者披露其個人資料。所有收集的個人資料將根據嚴格的安全和保密標準以及本會的私隱政策進行保存和處理。參加者有權查閱及更正有關資料。如欲查閱或更正個人資料，應以香港個人資料私隱專員公署指明的表格(OPS003)向本會的會議及規管主任以書面提出，郵寄至香港北角渣華道 191 號嘉華國際中心 22 樓。本會有權就處理任何查閱資料的要求收取費用。請閱覽本會私隱政策（<https://www.consumer.org.hk/te/privacy-policy>）以進一步了解本會對私隱的承諾。
10. 評審結果以主辦機構之決定為準，參加者不得異議。如有任何爭議，主辦單位保留最終之決定權。
11. 主辦機構可因應需要增刪修訂活動的其他細則及規定，並適時通知各隊指導老師有關安排，亦會同步於活動網頁中公布。

查詢及聯絡

電話：2368 4073

電郵：sca@consumer.org.hk

傳真：2552 5377

地址：北角英皇道 633 號 20 樓

活動詳情

www.consumer.org.hk/sca

