

能源科技與環境 + 今日香港 + 全球化

中秋至，燈籠掛滿香港的小店。資料圖片



消費不浪費 過節要環保

節日廢物

綠色力量近日公布今年《中秋節消費及慶祝習慣》問卷調查結果，發現去年香港每個家庭平均丟棄0.63個月餅，創歷年新低。不少已發展國家、地區包括香港的生活都比較富裕，市民可能會偏向追求物質享受。然而，物質和消費主義，有可能會過分耗用地球資源，不單造成浪費以及環境污染，亦可能間接造成一些發展中國家的貧窮問題。到底何謂消費文化？本港的節日浪費情況如何？市民又可以如何減少浪費以及推廣環保？作者將於下文一一詳述。

■丁天悅

港人棄月餅創新低

綠色力量對中秋節的節日廢物的廢棄情況進行問卷調查，發現受訪家庭去年每戶平均丟棄0.63個月餅，創歷年新低，情況令人鼓舞。然而，調查指出有一半受訪家庭在中秋團圓飯中食剩飯餸，造成浪費，市民仍需關注和改善中秋廚餘問題。調查同時指出，市民購買月餅以送禮為主，預計今年每個家庭平均會購買2.97盒月餅，受訪者主要因獲贈太多月餅而最終丟棄。

另外，綠色力量發現中秋燈籠已漸漸被螢光棒取代，約兩成半受訪者家庭中秋會玩螢光棒，而去年每個受訪者家庭平均丟棄多達50支，若以統計處去年全港住戶數目約240萬人計，則將合共購買3,000萬支螢光棒。但由於螢光棒不能回收，螢光棒內含有毒化學物質，因此建議市民減少購買。



基礎級



環保組織關注中秋廚餘和螢光棒問題，並提出切合傳統而環保的過節方法，持續減少節日廚餘和廢物。資料圖片



市民用螢光棒自製「特色燈籠」慶中秋。資料圖片

網民自發減用螢光棒

為減少市民在今年中秋節使用及廢棄螢光棒，有網絡群組發起現實及網上共同行動。一方面，群組在Facebook專頁上召集網民在中秋節晚上到維園收集螢光棒，並在維園草地舉行悔改儀式，希望透過是次活動，警醒市民螢光棒是會對環境造成污染。

另一方面，群組亦在網上呼籲網民於中秋節時將自己承諾以後都不再使用及廢棄螢光棒的承諾圖片，連同自拍的「扭耳仔」悔悔照片上載到其活動網頁，再轉發給自己至少3位朋友，被轉發者亦上載悔悔照及作出相同承諾，希望藉此將環保訊息傳遞開去。

摘星級



消費文化 (Consumer Culture)：是資本主義自由經濟 (Free Market Economy) 的一大產物。在傳統社會，人們會因為日常需要而生產物品。但在消費主導的社會裡，生產和購買與必要需求已不再掛鈎；相反，自由市場的競爭促使商人不斷研發新產品，商家經常透過廣告滲透人們的生活，刺激人們的購物慾，鼓勵大眾不斷消費，以維持及增加商品銷量，達至利潤極大化效益，促成經濟增長。結果，一些人開始相信或奉行透過對物質的擁有及消費，來獲得個人幸福的消費原則；藉着購買不同的物品或服務，建構起我們自己的身份象徵，打造出個人獨特的生活方式，以顯示自己與別人的不同。

有社會學家指出商品的生產亦趨個人化，促進**文化多元性 (Cultural Diversity)** 發展。但另一方面，無止境的物質追求及商品生產，鼓勵消費者貪新厭舊，造成大量且不必要的地球資源耗損，產品製造過程造成環境污染，不必要的消費亦造成物資的浪費。

同時，**跨國企業 (Transnational Corporation)** 為取得生產原材料，到發展中國家開採各類礦藏、伐林及開發各種資源，破壞當地生態，令靠賴當地天然資源維生的原住民失去生計。**血汗工廠 (Sweatshop)** 亦正是消費文化間接

造成的另一問題；資本家為了推出日新月異的商品來吸引顧客，漠視工人權益，為減低生產成本，工人時長、收入低，或在欠缺職業安全措施的環境下工作，造成**在職貧窮 (Working Poor)** 或**跨代貧窮 (Intergenerational Poverty)** 等現象。

道德消費 (Ethical Consumption)：因應消費文化所帶來的種種弊端，20世紀下半葉興起的**消費者運動 (Consumer Activism)** 及**環保運動 (Green Movement)** 便提倡道德消費。道德消費又名責任消費、公義消費、良心消費等，是一種以道德責任為主要原則的消費行為，以使消費活動不致構成對人類、環境及動物的剝削及損害，並進而促進弱勢社群、社會以至世界的整體利益。

道德消費的成效較為受到爭議。有論者認為消費者力量並未能強大至足以帶來結構性的轉變。另外，消費者有時候根本難以得知絕大部分貨品是否涉及不道德的生產過程。但支持者則相信利益誘因及市場力量，比政治投票更能帶來有效的轉變。

事實上，持久的消費者運動的確可以帶來成果，例如在斯里蘭卡的茶農及在埃塞俄比亞的咖啡農，均因參與以合作社模式營運的公平貿易計劃，令其產品回報提高，生活得以改善；在英國，諸如購買公平貿易產品的道德消費亦已逐漸成為社會的主流。

■資料來源：樂施會《消費文化》及《道德消費》



消費文化 Consumer Culture
自由經濟 Free Market Economy
文化多元性 Cultural Diversity
跨國企業 Transnational Corporation
血汗工廠 Sweatshop
在職貧窮 Working Poor

跨代貧窮 Intergenerational Poverty
道德消費 Ethical Consumption
消費者運動 Consumer Activism
環保運動 Green Movement

中秋節節日廢物及其影響

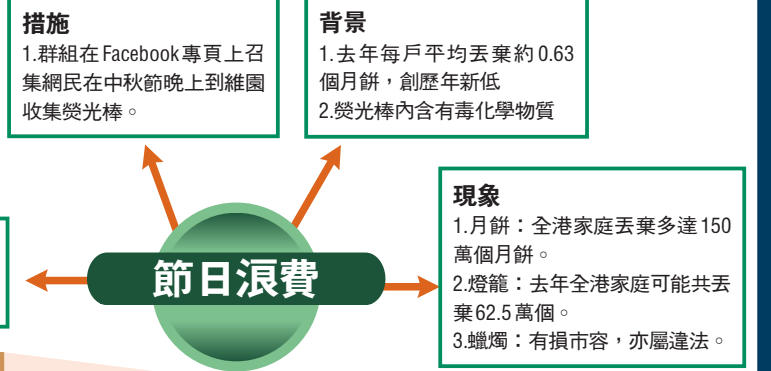
- 月餅** 據調查發現，在去年中秋節，全港家庭丟棄多達150萬個月餅。以去年全港丟棄的月餅計算，排放的二氧化碳共1,033噸，需約8.6萬棵樹木用一年的時間來吸收。
- 燈籠** 中秋節晚上大量用作慶祝的紙燈籠和膠燈籠，很多在一夜過後便遭棄置。據報，去年全港家庭可能共丟棄62.5萬個膠燈籠。
- 蠟燭** 燃燒蠟燭，會令公園或沙灘留下片地的蠟漬，不但有損市容，亦屬違法。袋蠟或燃燒蠟燭會產生危險，甚至燒傷皮膚，不宜嘗試。
- 燒烤垃圾** 不少人都喜歡以燒烤來慶祝中秋，不過燒烤活動過後卻沒有適當地棄置垃圾，污染郊野公園和海灘。據估計，去年在中秋節燒烤而耗用的即棄餐具多達500萬件。
- 食物殘渣** 燒烤人士在購買燒烤食物的時候，分量往往比實際需要多。據推算，去年市民於燒烤後剩餘了352萬件扒類和360萬條腸仔，即時丟棄量更分別多達61萬件扒類及63萬條腸仔。
- 螢光棒** 螢光棒外殼是由塑膠製成，丟棄螢光棒等同浪費石油資源。另外，螢光棒內的化學物質部分是致癌物，如進入人體的血液中，會影響腦部功能。其他物質亦會刺激眼睛及皮膚，可能危害健康。

■資料來源：綠色力量《綠色節目運動》



節後往往剩下很多廚餘。資料圖片

進階級



- 《港人有衣食 棄月餅創新低》，香港《文匯報》，2014年9月1日，<http://paper.wenweipo.com/2014/09/01/YO1409010011.htm>
 - 《香港一團圓查稱中秋螢光棒不環保 含致癌物難回收》，中新網 <http://www.chinanews.com/ga/2014/09-01/6550237.shtml>
 - 環保中秋：http://www.greenpower.org.hk/cuw/waste_p1.html
- 香港文匯報記者 李 慧



- 根據上文，指出何謂「消費文化」？
- 承上題，指出「消費文化」與資源浪費之間有何聯繫？解釋你的答案。
- 請舉例說明香港市民在慶祝節日時會有哪些浪費及環境污染行為？
- 有人認為，「在過中秋時，應以陪伴親人過節代替送月餅」，你在多大程度上同意這一說法？
- 面對香港日趨嚴重的資源浪費以及環境污染問題，你認為除了政府之外，個人及社區可以扮演什麼角色及開展哪些工作？



- 消費文化是資本主義自由經濟的產物。
 - 可從消費文化鼓勵消費者貪新厭舊，造成大量且不必要的地球資源耗損這一方面入手。
 - 例如丟棄月餅、膠燈籠；燃燒蠟燭；廚餘過多等。
 - 可從過中秋的目的為「人月團圓」出發，指出向長輩及親友表示關懷好於僅送月餅。
 - 社區可以開展廢物循環利用的活動，或向獨居老人贈送月餅的活動等。
- 香港文匯報記者 李 慧