

報告  
呈交  
可持續發展委員會

---

推廣可持續使用生物資源的公眾參與  
的獨立分析及匯報顧問服務

---



香港大學

社會科學研究中心

二零一七年五月

<b>第一章</b>	<b>引言.....</b>	<b>4</b>
1.1	背景 .....	4
1.2	研究團隊 .....	4
1.3	參與過程 .....	4
1.4	所收集的意見種類 .....	4
1.5	意見分析 .....	5
<b>第二章</b>	<b>意見收集表格的量化分析.....</b>	<b>6</b>
2.1	意見收集表格的數量 .....	6
2.2	數據分析 .....	6
2.3	意見收集表格的設計 .....	6
2.4	意見收集表格的結果 .....	11
2.4.1	對過度開發生物資源的影響的意識水平 .....	11
2.4.2	就香港推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平 .....	12
2.4.3	購買可持續來源或製成的產品的習慣 .....	13
2.4.4	辨識12個可持續產品的標籤 .....	15
2.4.5	代表的機構／公司是否有政策或既定措施採購可持續產品 .....	16
2.4.6	限制個別消費者及機構／公司代表購買可持續產品的因素 .....	17
2.4.7	各種資訊對個別消費者選擇可持續產品的效用 .....	21
2.4.8	各種可促使機構／公司採購更多可持續產品的誘因的重要性 .....	23
2.4.9	各個可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性 ....	25
2.4.10	各個可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性 .....	30
2.4.11	各個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性 .....	35
2.4.12	個別消費者人口統計 .....	41
2.4.13	機構／公司背景資料 .....	44
2.4.14	就個別消費者的性別作比較 .....	46
2.4.15	就個別消費者的年齡組別作比較 .....	52
2.4.16	就個別消費者的教育程度作比較 .....	60
<b>第三章</b>	<b>質化意見.....</b>	<b>71</b>
3.1	引言 .....	71

3.2	消耗的生物資源類別 .....	73
3.3	改善生物可持續性的策略 .....	74
3.4	鼓勵供應更多可持續產品的行動 .....	80
3.5	阻礙供應可持續產品的因素 .....	82
3.6	鼓勵需求更多可持續產品的行動 .....	83
3.7	阻礙需求可持續產品的因素 .....	86
3.8	資訊對促使選擇可持續產品的效用 .....	88
3.9	教育和宣傳活動 .....	90
3.10	個人對過度開發生物資源的影響的意識 .....	94
3.11	其他公眾參與以外關於生物資源的意見 .....	94
3.12	對公眾參與過程的意見 .....	95
<b>第四章</b>	<b>概要與總結.....</b>	<b>97</b>
4.1	背景 .....	97
4.2	意識水平 .....	98
4.3	購買可持續產品 .....	98
4.4	辨識可持續產品標籤 .....	99
4.5	公司採購制度 .....	99
4.6	阻礙 .....	99
4.7	促使選擇可持續產品的因素 .....	100
4.8	政府／公營機構行動的重要性 .....	101
4.9	商界行動的重要性 .....	101
4.10	策略 .....	102
4.11	教育及宣傳活動 .....	102
4.12	其他公眾參與活動以外關於生物資源的意見 .....	103
4.13	公眾參與過程 .....	104
4.14	總結 .....	104
<b>附件甲</b>	<b>地區討論坊列表.....</b>	<b>107</b>
<b>附件乙</b>	<b>公眾諮詢平台列表.....</b>	<b>108</b>
<b>附件丙</b>	<b>諮詢不同持份者的活動列表.....</b>	<b>110</b>
<b>附件丁</b>	<b>媒體報道列表.....</b>	<b>112</b>
<b>附件戊</b>	<b>網絡及社交媒體列表.....</b>	<b>113</b>
<b>附件己</b>	<b>簽名運動列表.....</b>	<b>121</b>

附件庚	意見調查列表.....	122
附件辛	意見收集表格.....	123
附件壬	分析框架.....	127

# 第一章 引言

## 1.1 背景

可持續發展委員會(委員會)就推廣可持續使用生物資源展開了題為「生物資源、識取惜用」的公眾參與(公眾參與)。從事分析及匯報顧問並有豐富的研究及公眾調查經驗的香港大學社會科學研究中心(研究中心)，受委託在公眾參與期間負責收集、整理、分析和匯報公眾及不同持份者的意見。

## 1.2 研究團隊

研究團隊是由白景崇教授帶領及曹小慧女士協助。吳劍峰先生、盧方中先生、李曉菱小姐、呂綺雯小姐、陳敬豪先生、廖天雅小姐及黃懿婷小姐負責數據處理及分析，以及研究中心的所有職員提供物流支援工作。

## 1.3 參與過程

是次公眾參與過程的公眾參與階段由二零一六年七月二十六日開始，並於二零一六年十一月十五日結束，期間所收集的全部意見均被納入分析之中。在公眾參與期間，研究中心出席了 4 場地區討論坊（列於**附件甲**，當中共有 22 個焦點小組討論）、29 個公眾諮詢平台(列於**附件乙**)和 31 個討論會／圓桌會／研討會／簡報會（列於**附件丙**）。

## 1.4 所收集的意見種類

研究中心協助委員會設計了一份雙語的意見收集表格。為使表格在香港社區內廣泛傳發，該表格可透過互聯網及公眾參與活動中取得。這份表格的設計簡單易明，務求讓任何達中學教育程度的人士都能夠理解表格內容。除此之外，研究中心所收集的意見還包括書面記錄、透過意見收集表格發表的意見、網上討論區的留言、從電子及印刷媒體中節錄的公眾意見。最後，還包括研究中心在公眾參與期間獲邀出席的 60 個活動（請參閱**附件甲至丙**）。研究中心未有出席的四個諮詢活動的相關官方紀錄亦已交由研究中心作出分析。這些都是不同持份者及公眾意見的重要來源。

## 1.5 意見分析

從意見收集表格所收集的意見(開放式意見除外)均以量化方法處理及分析，分析結果載列於本報告第二章，而意見收集表格載列於附件辛。其他的意見會以質化方法分析，這部份的分析結果載列於第三章，而意見分析框架載列於附件壬。

所有從意見收集表格收集的意見(即封閉式問題)均以列表形式顯示，並採用 SPSS 24.0(社會科學統計套裝)軟件進行統計分析，以百分比及在適當的情況下以累積百分比顯示不同的回應選項。主要的問題與人口統計資料會以交叉分組列表顯示。

除了封閉式問題外，所有從意見收集表格收集到的意見會以 NVivo 軟件，根據載列於附件壬的意見分析框架，以質化方法分析意見。意見分析框架是由研究中心經過與可持續發展委員會磋商後制定出來，以反映所有在「公眾參與文件 2016」(公眾參與文件)中談到的議題，及擴展至包含其他在公眾參與過程中收集到的質化資料中所提出的其他相關議題。

量化分析建基於超過 3,000 份以特定封閉式問題提問的意見收集表格(這些意見收集表格來自個別消費者及機構/公司代表)，較明確地說明回應者對議題的意見；而質化分析為相關議題提供宏觀及概括的意見，當中包括一些未在封閉式問題涵蓋的層面和意見。

## 第二章 意見收集表格的量化分析

### 2.1 意見收集表格的數量

截至二零一六年十一月十五日，研究中心共收回並處理 3,481 份供個別消費者填寫的意見收集表格，當中包括 852 份透過專屬網頁提交及 2,629 份以書面填寫表格。

研究中心共收回 111 份供機構／公司代表填寫的意見收集表格，當中包括 28 份透過專屬網頁提交及 83 份以書面填寫的意見收集表格。

### 2.2 數據分析

正如第一章所提到，所有封閉式問題會以列表形式表達，並以 SPSS 24.0(社會科學統計套裝)軟件分析數據，以百分比及在適當的情況下以累積百分比顯示不同回應選項。表格的主要問題和人口統計變量會以交叉列表展示。由於四捨五入的關係，有些百分比加起來可能不會達至總數或 100。數據結果是根據每條問題的回應而得出，那些沒有合理回應的問題會被視為「缺失資料」，並會被排除而不作分析。每條問題的回應數目和缺失資料的數目都顯示在每一個圖表下的「基數」。

要注意的是，這些意見收集表格不是任何群體的隨機樣本，所以假設隨機樣本的統計檢定方法並不適用。委員會認為每一個意見都要包括在內，所以除了因為上述原因而被排除的回應之外，意見收集表格中的所有回應都會包括在分析之內。

### 2.3 意見收集表格的設計

意見收集表格共有兩個部分，分別針對個別消費者及機構／公司代表的意見。

在個別消費者填寫的意見收集表格中，消費者首先被問及他們對於過度開發生物資源的影響的意識水平，以及在公眾參與文件所提及香港就推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平。其次，他們被問及購買以下各種類型產品的習慣：

- (i) 可持續來源的紙張；
- (ii) 可持續來源的海產；
- (iii) 可持續棉花所製成的衣服；及
- (iv) 可持續棕櫚油所製成的產品。

此外，消費者被問及在閱讀公眾參與文件前，他們能否識別 12 個可持續產品的標籤。然後，他們被問及以下的各種因素對他們選擇可持續產品的意欲的限制程度：

- (i) 辨識哪些是真正的可持續產品的知識；
- (ii) 市場上可持續產品的供應；
- (iii) 可持續產品的價格；及
- (iv) 可持續產品的質素。

消費者亦可以列出其他阻礙了他們選擇可持續產品的意欲的因素。

個別消費者評價以下各種資訊對幫助他們選擇可持續產品的效用：

- (i) 產品上的環保標籤；
- (ii) 購買可持續產品的消費者指南；及
- (iii) 有關可持續產品的更多資訊(例如：產品來源、可持續產品的統計數字)。

消費者可以列出其他有助他們選擇可持續產品的資訊。

個別消費者也評價以下各個可以由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源；
- (v) 推展宣傳活動；
- (vi) 為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊；
- (vii) 支持約章和自願承諾；
- (viii) 支持獎勵計劃；及
- (ix) 提供更多有關可持續產品的資訊。

消費者亦可以列出其他可以由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動。



個別消費者還評價以下各個可以由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 加強可持續使用方面的市場推廣；
- (v) 為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓；
- (vi) 支持約章和自願承諾；及
- (vii) 支持獎勵計劃。

消費者亦可以列出其他可以由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動。

個別消費者評價以下的每一個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性：

- (i) 學校計劃；
- (ii) 廣告；
- (iii) 展覽；
- (iv) 公眾工作坊；
- (v) 主題嘉年華或節慶；
- (vi) 文化藝術活動；及
- (vii) 透過電子平台(例如：網頁)提供有關資訊。

消費者亦可以列出其他推廣可持續使用生物資源的教育及宣傳活動。

最後，要求消費者提供背景資料，包括性別、年齡和學歷，以作人口變項分析。

在機構／公司代表填寫的意見收集表格中，代表首先被問及他們的機構／公司有否政策或既定措施採購可持續產品。其次，他們被問及以下的各種因素對他們的機構／公司在採購可持續產品的限制程度：

- (i) 辨識哪些是真正的可持續產品的知識；
- (ii) 市場上可持續產品的供應；
- (iii) 可持續產品的價格；及
- (iv) 可持續產品的質素。

代表亦可以列出其他限制了他們的機構／公司採購可持續產品的因素。

代表亦評價以下各種可促使他們的機構／公司採購更多可持續產品的誘因的重要性：

- (i) 更高的社會認知；
- (ii) 約章計劃；
- (iii) 獎勵計劃；及
- (iv) 可持續產品及供應商的資訊平台（例如：網頁及資料庫）。

代表亦可以列出其他可促使機構／公司採購更多可持續產品的誘因。

代表也評價以下各個可以由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源；
- (v) 推展宣傳活動；
- (vi) 為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊；
- (vii) 支持約章和自願承諾；
- (viii) 支持獎勵計劃；及
- (ix) 提供更多有關可持續產品的資訊。

代表亦可以列出其他可以由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動。

代表還評價以下各個可以由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要程度：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 加強可持續使用方面的市場推廣；
- (v) 為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓；
- (vi) 支持約章和自願承諾；及
- (vii) 支持獎勵計劃。

代表亦可以列出其他可以由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動。

代表評價以下每一個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要程度：

- (i) 學校計劃；
- (ii) 廣告；
- (iii) 展覽；
- (iv) 公眾工作坊；
- (v) 主題嘉年華或節慶；
- (vi) 文化藝術活動；及
- (vii) 透過電子平台(例如：網頁)提供有關資訊。

代表亦可以列出其他推廣可持續使用生物資源的教育及宣傳活動。

最後，代表提供背景資料，包括機構名稱、機構代表／聯絡人姓名、機構性質及員工人數，以作機構變項分析。

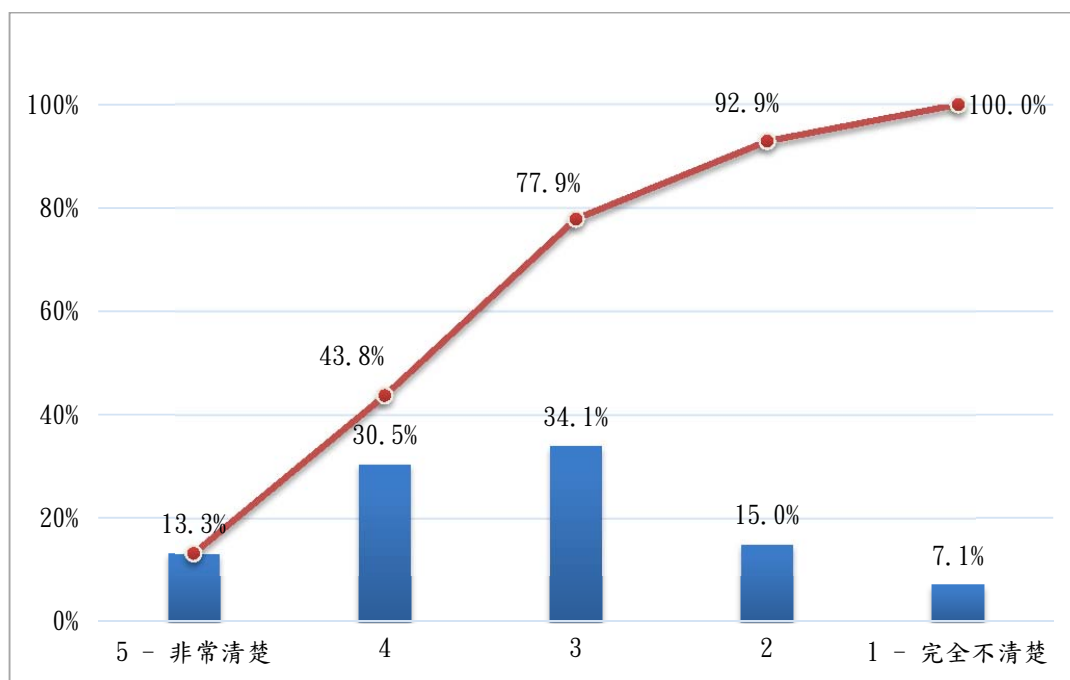
## 2.4 意見收集表格的結果

### 2.4.1 對過度開發生物資源的影響的意識水平

本章節闡述個別消費者對過度開發生物資源的影響的意識水平（評分由 1 至 5 分，5 分代表非常清楚及 1 分代表完全不清楚）

從圖 2.1 顯示，逾五分之二的個別消費者（43.8%）認為自己對過度開發生物資源的影響的意識水平有 4 分或以上，而有逾五分之一的個別消費者（22.1%）認為自己意識水平有 2 分或以下。

圖 2.1 對過度開發生物資源的影響的意識水平（個別消費者的看法）



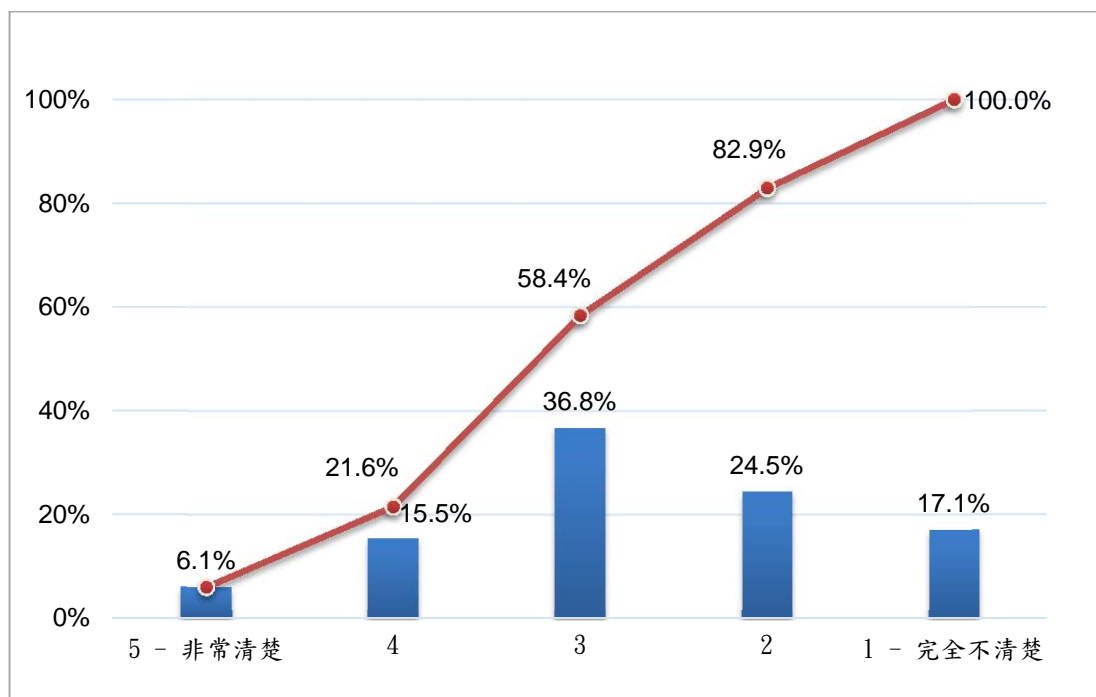
（基數：3,431 份意見收集表格，但不包括 50 份未有回應此問題的表格）

## 2.4.2 就香港推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平

本章節闡述個別消費者對於公眾參與文件所提及香港就推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平(評分由 1 至 5 分, 5 分代表非常清楚及 1 分代表完全不清楚)。

從圖 2.2 顯示, 略多於五分之一的個別消費者 (21.6%) 認為自己對香港就推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平有 4 分或以上; 而有略多於五分之二 (41.6%) 的個別消費者 (41.6%) 認為自己的意識水平有 2 分或以下。

圖 2.2 就香港推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平 (個別消費者的看法)



(基數: 3,326 份意見收集表格, 但不包括 155 份未有回應此問題的表格)

### 2.4.3 購買可持續來源或製成的產品的習慣

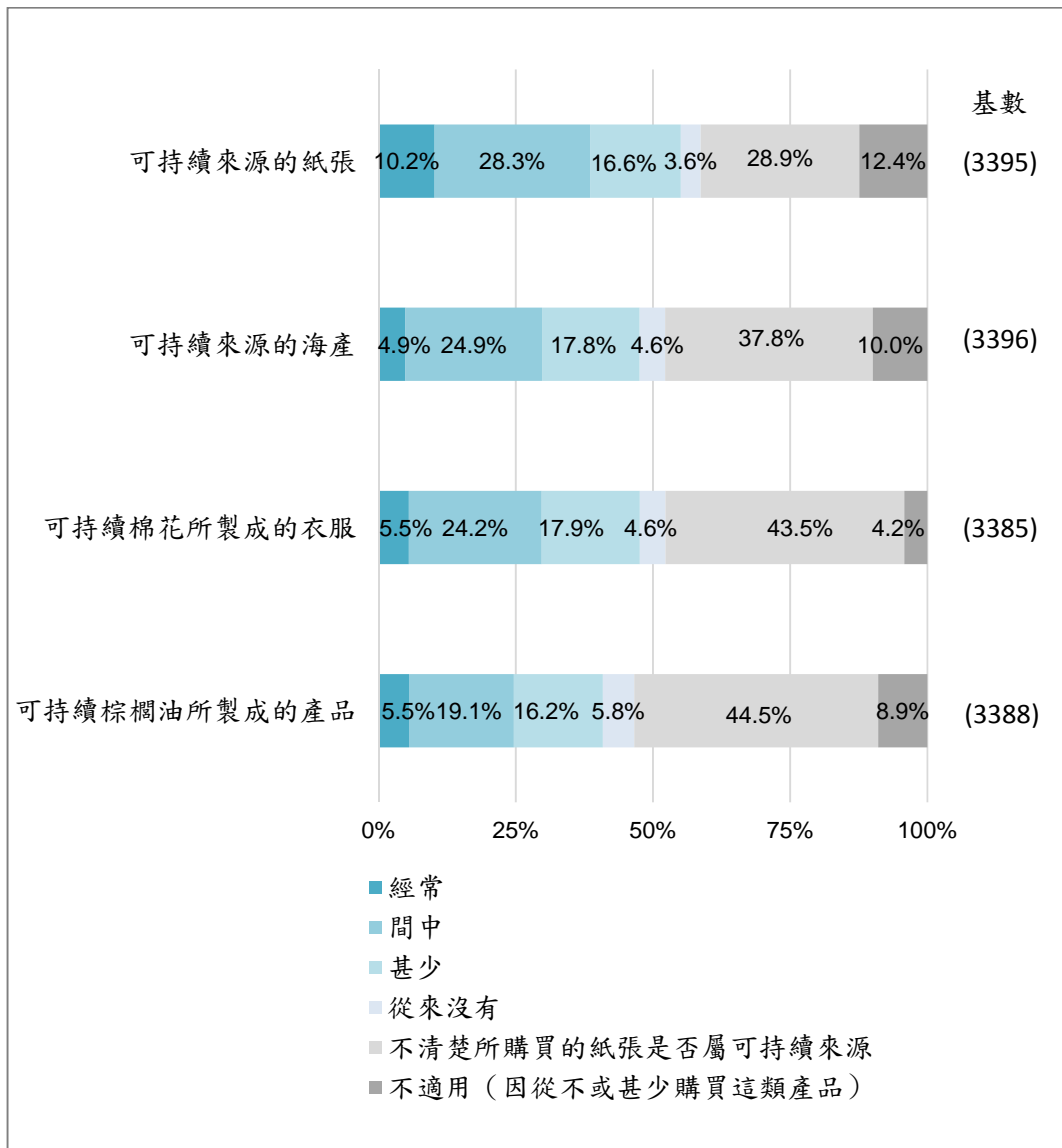
本章節闡述個別消費者購買可持續來源的紙張、可持續來源的海產、可持續棉花所製成的衣服及可持續棕櫚油所製成的產品的習慣(以 1 至 4 分代表經常性，4 分代表經常、3 分代表間中、2 分代表甚少及 1 分代表從來沒有；同時，提供了兩項其他的選擇項目:包括「不清楚所購買的產品是否屬可持續來源」及「不適用，因為從不或甚少購買這類產品」)。

從圖 2.3 顯示，至少有五分之二的個別消費者表示他們不清楚所購買的產品是否屬可持續來源，或者從不或甚少購買這類產品（介乎 41.3%至 53.4%之間）。

相比甚少或從來沒有購買有關產品的個別消費者，有較高比例的個別消費者表示他們會經常或間中購買以下四項產品：

- (i) 可持續來源的紙張（經常或間中：38.5% 對 甚少或從來沒有：20.2%）；
- (ii) 可持續來源的海產（29.8% 對 22.5%）；
- (iii) 可持續棉花所製成的衣服（29.7% 對 22.5%）；及
- (iv) 可持續棕櫚油所製成的產品（24.7% 對 21.9%）。

圖 2.3 購買可持續來源或製成的產品習慣（個別消費者的看法）



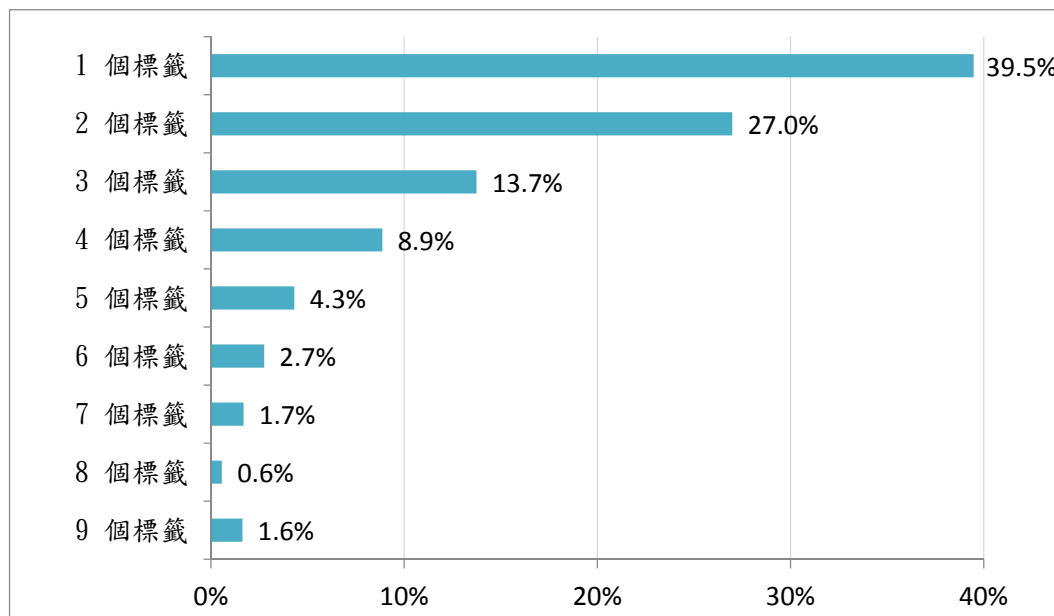
#### 2.4.4 辨識 12 個可持續產品的標籤

這章節闡述個別消費者被問及在閱讀公眾參與文件之前，他們能否辨識 12 個可持續產品的標籤。

從圖 2.4 顯示，約有三分之二的個別消費者（66.5%）表示他們能辨識 1 或 2 個可持續產品的標籤，逾五分之一的個別消費者（22.6%）能辨識 3 或 4 個，餘下的個別消費者（10.9%）則能辨識 5 個或以上。個別消費者能辨識可持續產品的標籤之平均數及中位數分別是 2.39 和 2。

可是，值得關注的是約有五分之三的消費者表示他們能辨識其中 1 個特定的可持續產品標籤。這個特定的標籤有三個不同的變化，均具有不同的含義（只有其中一個是與可持續產品有關），而它們的差異只是顏色不同。因此，我們不能確定回應者能否正確地辨識它們的差異，即是我們不能確信回應者能辨識該特定標籤。

圖 2.4 辨識 12 個可持續產品的標籤（個別消費者的看法）



（基數：1,601 份意見收集表格，但不包括 5 位個別消費者選擇不能辨識以上任何一個標籤，以及 1,875 份未有回應此問題的表格）

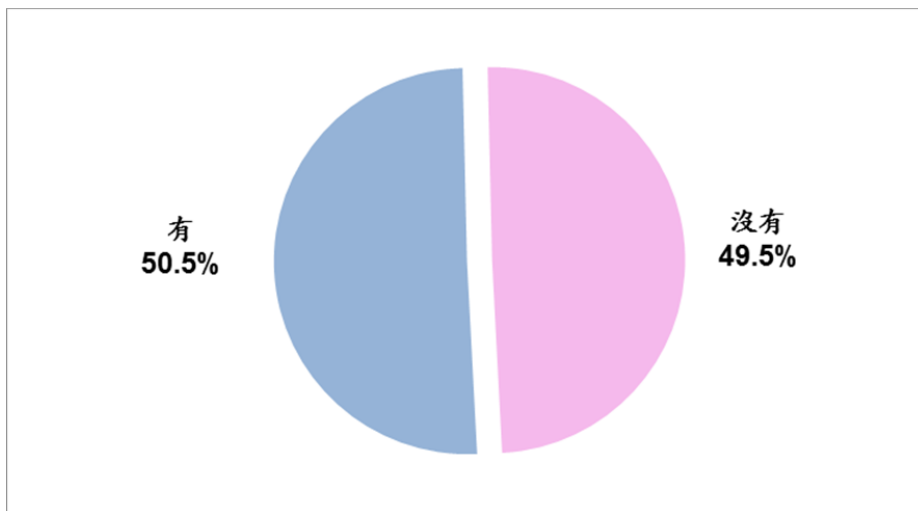


#### 2.4.5 代表的機構／公司是否有政策或既定措施採購可持續產品

這章節闡述代表的機構／公司是否有任何政策或既定措施採購可持續產品。

從圖 2.5 顯示，略多數的代表(50.5%)表示他們的機構／公司有政策或既定措施採購可持續產品，而餘下的代表（49.5%）則表示沒有任何政策或既定措施。

圖 2.5 代表的機構／公司是否有任何政策或既定措施採購可持續產品（機構／公司代表的看法）



（基數：107 份意見收集表格，但不包括 4 份未有回應此問題的表格）

## 2.4.6 限制個別消費者及機構／公司代表購買可持續產品的因素

這章節闡述個別消費者和機構／公司代表就各種限制他們購買可持續產品的因素作出的評價。（評分由 1 至 5 分，1 分代表很小程度上，及 5 分代表很大程度上）。

在個別消費者中，圖 2.6 顯示，略多數的回應者對以下的因素評為 4 或 5 分；而少數的回應者則評為 1 或 2 分：

- (i) 可持續產品的價格（5 或 4 分：57.1% 對 1 或 2 分：15.2%）；
- (ii) 市場上可持續產品的供應（53.0% 對 16.4%）；及
- (iii) 可持續產品的質素（52.6% 對 18.8%）。

約有半數的個別消費者（49.5%）對辨識真正的可持續產品的知識評為 4 或 5 分；而有五分之一的回應者（20.2%）評為 1 或 2 分。

圖 2.6 各種因素對購買可持續產品的限制程度（個別消費者的看法）

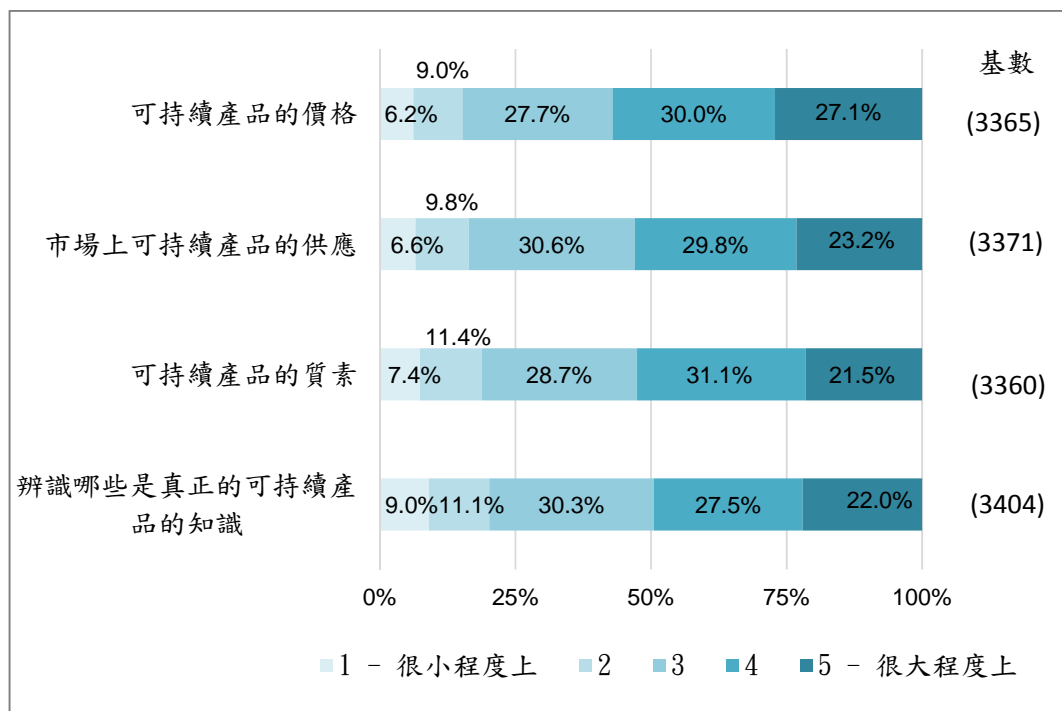


表 2.1 列出其他 11 項個別消費者提出限制購買可持續產品的因素，並有 26 位個別消費者評分。

表 2.1 其他提出的因素對購買可持續產品的限制程度（個別消費者的看法）

	1-很小程度上	2	3	4	5-很大程度上	總計
健康考慮	1					1
可持續產品的標籤／認證 (例如：太多標籤)				1	1	2
購買方法／方便購買 (例如：網上)				4	2	6
可持續產品的定義			1			1
可持續產品的品牌／供應商／ 製造商				1		1
生產程序 (例如：包裝)	1					1
可持續產品的生產地		1	1	1	1	4
對環境的影響／考慮				1		1
可持續產品的必要性	1			1	2	4
宣傳／公眾教育			1		3	4
產品的外貌			1			1
<b>總計</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>26</b>

圖 2.7 顯示在機構／公司代表中，大多數回應者對以下的因素評為 4 或 5 分，而少數的回應者則評分為 1 或 2 分：

- (i) 可持續產品的價格（5 或 4 分：76.6% 對 1 或 2 分：8.1%）；
- (ii) 市場上可持續產品的供應（73.0% 對 10.8%）；
- (iii) 可持續產品的質素（64.0% 對 16.2%）；及
- (iv) 辨識哪些是真正的可持續產品的知識（59.5% 對 12.6%）。

圖 2.7 各種因素對購買可持續產品的限制程度（機構／公司代表的看法）

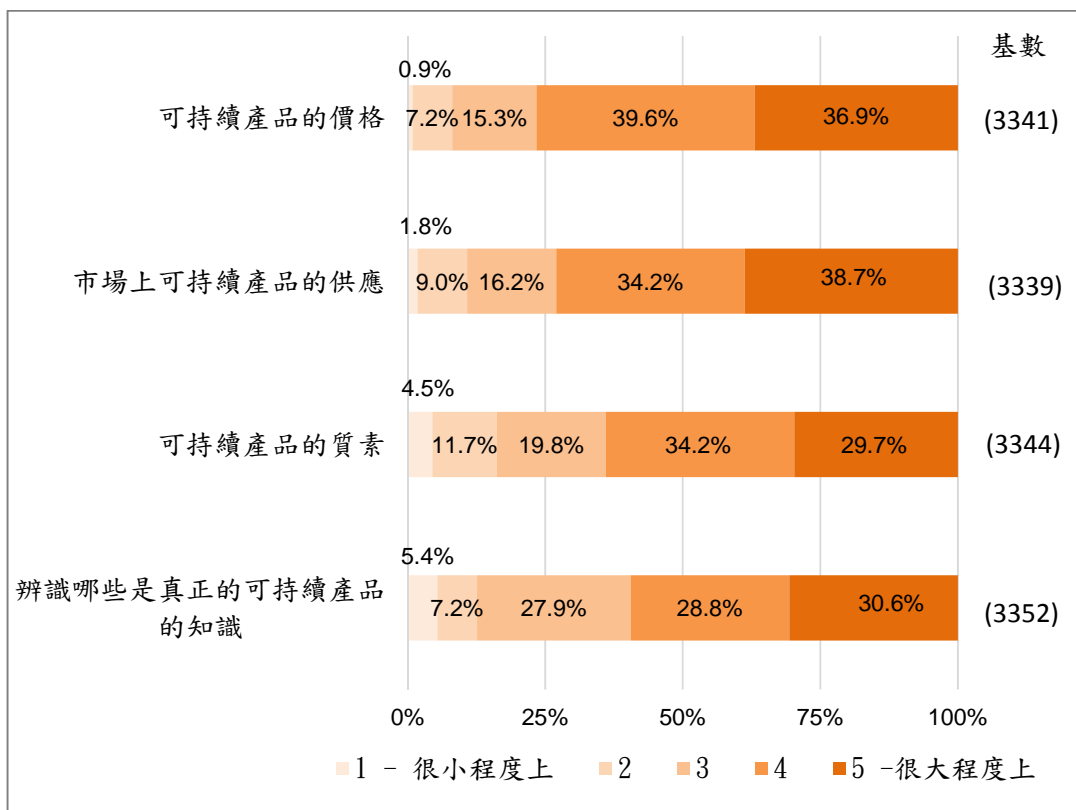


表 2.2 列出其他 10 項機構／公司代表提出限制採購可持續產品的因素，並有 11 位代表評分。

表 2.2 其他提出的因素對購買可持續產品的限制程度（機構／公司代表的看法）

	1 - 很小程度上	2	3	4	5 - 很大程度	總計
產品是否可以方便購買				2		2
政府是否支持				1		1
可持續產品的兼容性				1		1
健康考慮				1		1
缺乏指引／政策宣傳可持續產品				1		1
可持續產品的安全性					1	1
供應商的可靠性及誠信					1	1
監管要求					1	1
公司／消費者及顧客的需要			1			1
市場宣傳					1	1
總計			1	6	4	11

#### 2.4.7 各種資訊對個別消費者選擇可持續產品的效用

本章節闡述個別消費者就各種資訊對幫助他們選擇可持續產品的效用作出的評價（評分由 1 至 5，1 代表完全沒有用，5 代表非常有用）。

圖 2.8 顯示，大多數的回應者就以下資訊的效用評為 4 或 5 分；而少數的回應者則評為 1 或 2 分：

- (i) 產品上的環保標籤（5 或 4 分：65.3% 對 1 或 2 分：12.7%）
- (ii) 有關可持續產品的更多資訊（例如：產品來源、可持續產品的統計數字）（59.5% 對 12.6%）；及
- (iii) 購買可持續產品的消費者指南（55.1% 對比 15.3%）。

圖 2.8 各種資訊對幫助個別消費者選擇可持續產品的效用（個別消費者的看法）

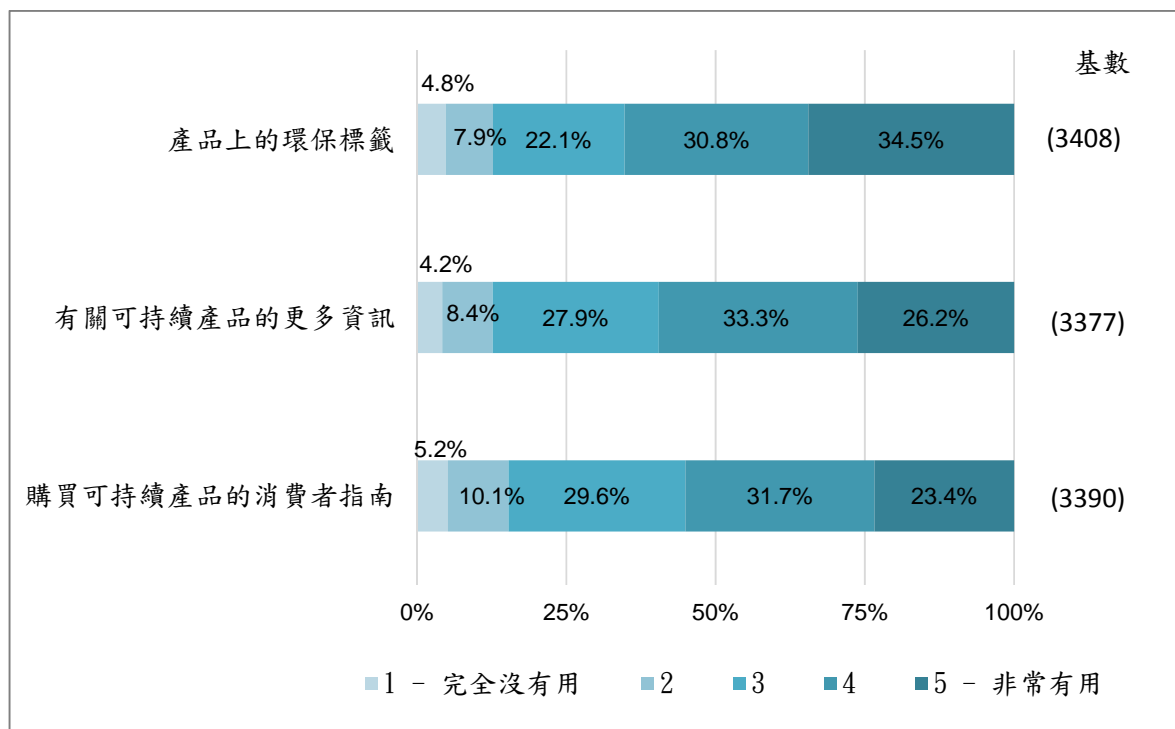


表 2.3 列出其他 3 項個別消費者提出幫助選擇可持續產品的資訊的效用，並有 19 位個別消費者評分。

表 2.3 其他提出對幫助個別消費者選擇可持續產品的資訊的效用(個別消費者的看法)

	1-完全沒有用	2	3	4	5-非常有用	總計
宣傳(包括:推廣策略/公眾教育)			3	5	7	15
統一的標籤(例如:商店/產品標籤)				1	2	3
列出產品資料(例如:原料來源)					1	1
<b>總計</b>			<b>3</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>19</b>

#### 2.4.8 各種可促使機構／公司採購更多可持續產品的誘因的重要性

本章節闡述機構／公司代表就各種可促使他們的機構／公司採購更多可持續產品的誘因的重要性的評價(評分由 1 至 5 分，1 分代表非常不重要，5 分代表非常重要)。

圖 2.9 顯示，大多數的回應者對更高的社會認知和可持續產品及供應商的資訊平台(例如：網頁及資料庫)評為 4 或 5 分(分別 77.5%及 76.2%)；而少數的回應者則評為 1 或 2 分(分別 6.3%及 7.3%)。

再者，略多數的回應者對獎勵計劃及約章計劃的評為 4 或 5 分(分別 55.9%及 50.5%)；而少數的回應者則評為 1 或 2 分(分別 12.6%及 12.8%)。

圖 2.9 各種可促使機構／公司採購更多可持續產品的誘因的重要性(機構／公司的看法)

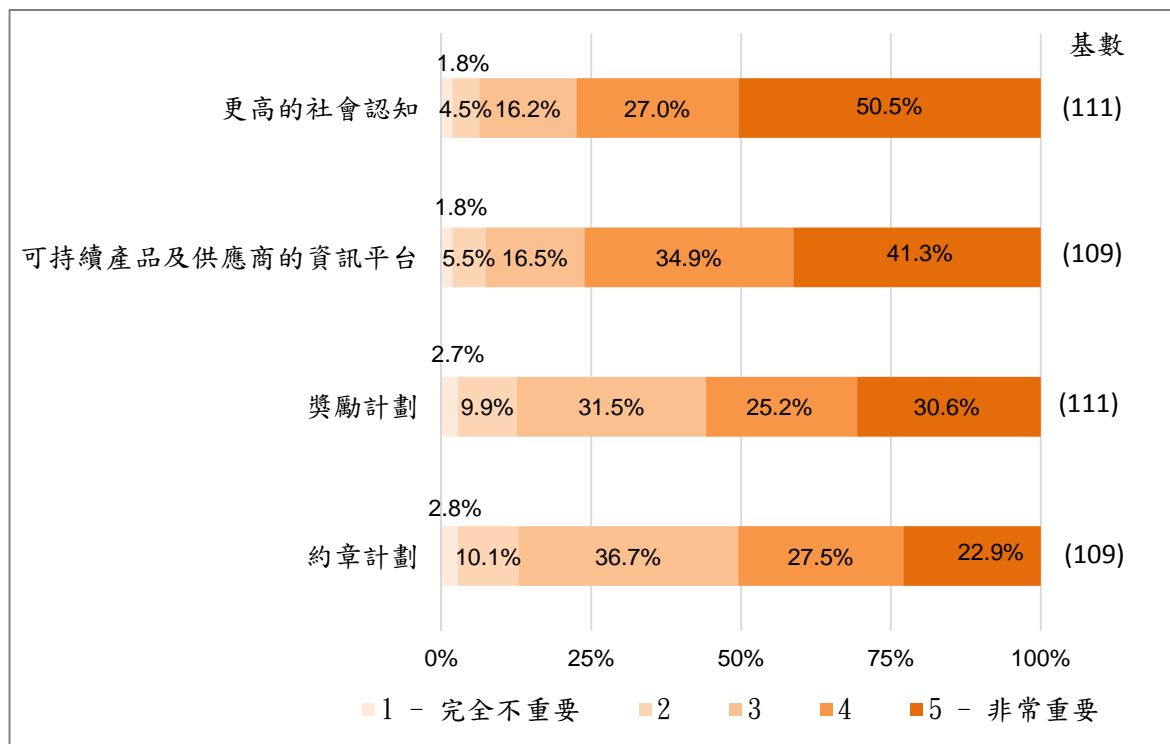




表 2.4 列出其他 10 項可促使機構／公司採購更多可持續產品的誘因，並有 16 位機構／公司代表評分，共有 20 個回應。

表 2.4 其他提出促使機構／公司採購更多可持續產品的誘因（機構／公司代表的看法）

	1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要	總計
社會責任／承擔		1			1	2
政府提供稅務寬減／誘因					2	2
可持續產品／供應商的認證					3	3
成本／公司資金			1		3	4
消費者及顧客的需要					2	2
立法					2	2
認受性			1	1		2
由採購專員／經理決定					1	1
可持續產品的質素					1	1
可持續產品的安全性					1	1
<b>總計</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>20</b>

#### 2.4.9 各個可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性

本章節闡述個別消費者和機構／公司代表就各個可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性的評價（評分由 1 至 5 分，1 分代表完全不重要，5 分代表非常重要）。

在個別消費者中，圖 2.10 顯示大多數的回應者對以下可由政府／公營機構帶頭的行動的重要性評為 4 或 5 分：

- (i) 提供更多有關可持續產品的資訊（5 或 4 分：71.0% 對 1 或 2 分：6.7%）；
- (ii) 推展宣傳活動（68.4% 對 7.9%）；
- (iii) 提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源（67.1% 對 8.0%）；
- (iv) 擴大採購可持續產品的名單（65.2% 對 9.8%）；
- (v) 檢討及更新採購標準（64.7% 對 8.1%）；
- (vi) 檢視及推廣宴會的可持續菜單（63.6% 對 8.6%）；
- (vii) 支持獎勵計劃（63.5% 對 9.6%）；及
- (viii) 為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊（59.1% 對 10.8%）。

略多數的回應者（50.9%）對支持約章和自願承諾的重要性評為 4 或 5 分；而少數的回應者則評為 1 或 2 分（14.7%）。

圖 2.10 各個可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性  
(個別消費者的看法)

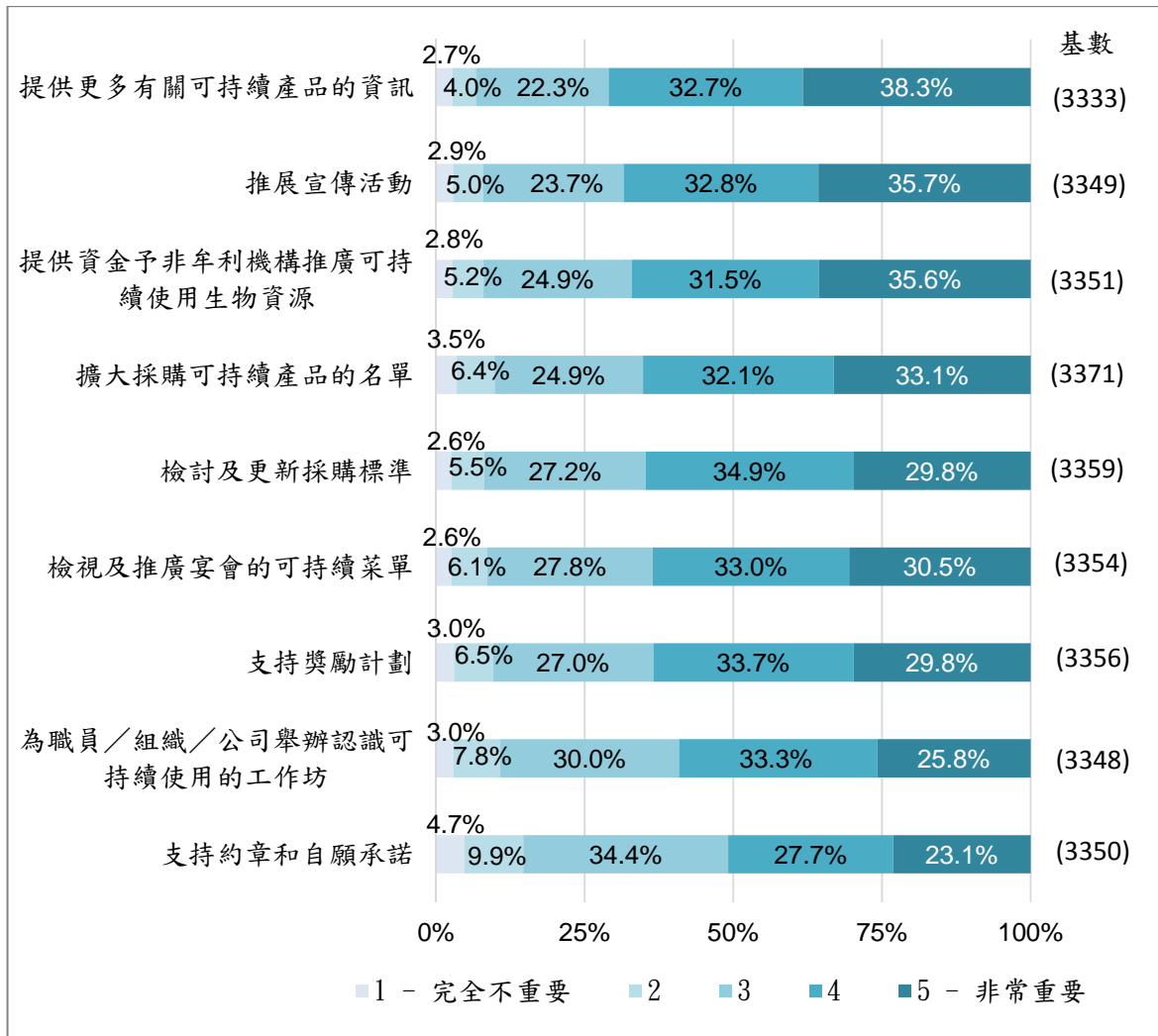


表 2.5 列出其他 4 項可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的建議行動，並有 22 位個別消費者評分，共有 23 個回應。

表 2.5 其他可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的建議行動的重要性(個別消費者的看法)

	1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要	總計
檢討稅務政策／獎勵計劃／為公司提供財務資助			2		2	4
行政措施／立法	1		1	1	6	9
在學校推廣可持續使用生物資源	1	1		1	5	8
公眾獎勵計劃(例如：綠卡)				1	1	2
<b>總計</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>23</b>

圖 2.11 顯示機構／公司代表中，大多數的回應者就以下可由政府／公營機構帶頭的行動的重要性評為 4 或 5 分：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單（5 或 4 分：84.7% 對 1 或 2 分：2.7%）；
- (ii) 提供更多有關可持續產品的資訊（83.6% 對 1.8%）；
- (iii) 提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源（79.1% 對 1.8%）；
- (iv) 檢討及更新採購標準（77.5% 對 1.8%）；
- (v) 推展宣傳活動（76.1% 對 4.6%）；
- (vi) 為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊（75.0% 對 5.6%）；
- (vii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單（71.2% 對 2.7%）；
- (viii) 支持獎勵計劃（67.3% 對 5.5%）；及
- (ix) 支持約章和自願承諾（64.0% 對 9.0%）。

圖 2.11 各個可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性（機構／公司代表的看法）

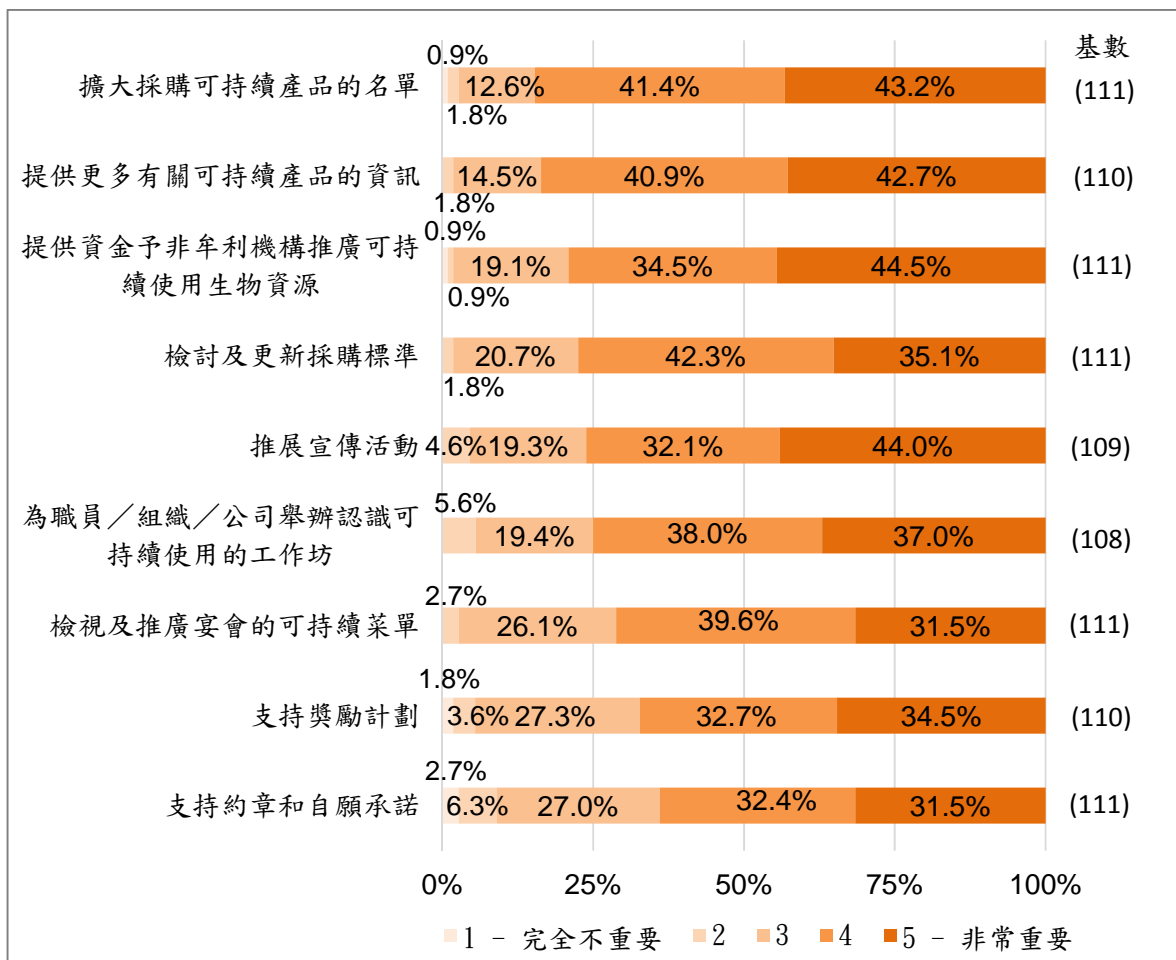


表 2.6 列出其他 5 項可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的建議行動，並有 13 位機構／公司代表評分，共有 15 個回應。

表 2.6 其他可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的建議行動的重要性(機構／公司代表的看法)

	1 - 完全不重要	2	3	4	5 - 非常重要	總計
檢討稅務政策／獎勵計劃／為公司提供財務資助			2		6	8
行政措施／立法					3	3
學校教育					2	2
獎勵計劃(例如：政府提議一些公司參與可持續使用)					1	1
可持續使用亦延伸至非生物資源(例如：建築材料)					1	1
<b>總計</b>			<b>2</b>		<b>13</b>	<b>15</b>

#### 2.4.10 各個可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性

本章節闡述個別消費者及機構／公司代表就各個可以由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性作出的評價（評分由 1 至 5 分，1 分代表完全不重要，5 分代表非常重要）。

在個別消費者中，圖 2.12 顯示大多數的回應者就以下各個可以由商界帶頭的行動評為 4 或 5 分：

- (i) 加強可持續使用方面的市場推廣（5 或 4 分：72.0% 對 1 或 2 分：7.4%）；
- (ii) 擴大採購可持續產品的名單（70.2% 對 8.9%）；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單（69.0% 對 8.0%）；
- (iv) 檢討及更新採購標準（68.4% 對 7.7%）；
- (v) 為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓（68.3% 對 8.0%）；
- (vi) 支持獎勵計劃（65.8% 對 9.1%）；及
- (vii) 支持約章和自願承諾（60.6% 對 12.2%）。

圖 2.12 各個可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性(個別消費者的看法)

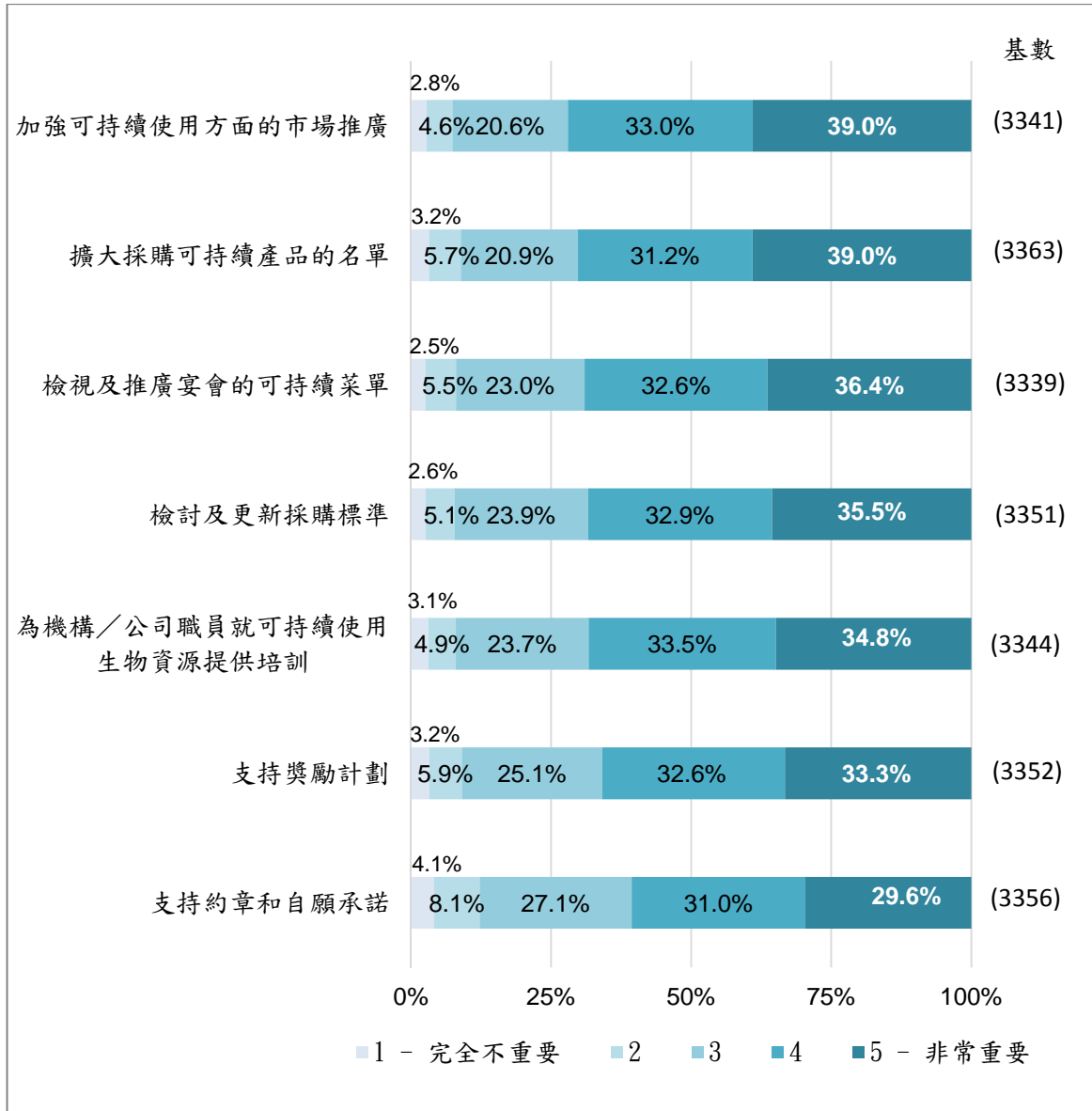




表 2.7 列出其他 8 項可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的建議行動，並有 8 位個別消費者評分。

表 2.7 其他可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的建議行動的重要性(個別消費者的看法)

	1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要	總計
提供有關可持續使用／生產的指引／政策					1	1
披露轉移至消費者的成本					1	1
商界互相交換可持續採購和市場推廣的資料和經驗	1					1
披露相關資料(例如：採購可持續產品的資料)					1	1
鼓勵企業和其他機構合作推廣可持續使用產品					1	1
可持續產品的定價合理					1	1
參與保護海洋生物					1	1
為獲可持續認證的公司給予優惠(例如：租金優惠)				1		1
<b>總計</b>	<b>1</b>			<b>1</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

在機構／公司的代表中，圖 2.13 顯示大多數的回應者就以下各個可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性評為 4 或 5 分：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單（5 或 4 分：88.3% 對 1 或 2 分：1.8%）；
- (ii) 檢討及更新採購標準（82.0% 對 3.6%）；
- (iii) 為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓（78.2% 對 3.6%）；
- (iv) 檢視及推廣宴會的可持續菜單（77.5% 對 4.5%）；
- (v) 加強可持續使用方面的市場推廣（77.3% 對 4.5%）；
- (vi) 支持獎勵計劃（74.8% 對 7.2%）；及
- (vii) 支持約章和自願承諾（67.6% 對 5.4%）。

圖 2.13 各個可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性(機構／公司代表的看法)

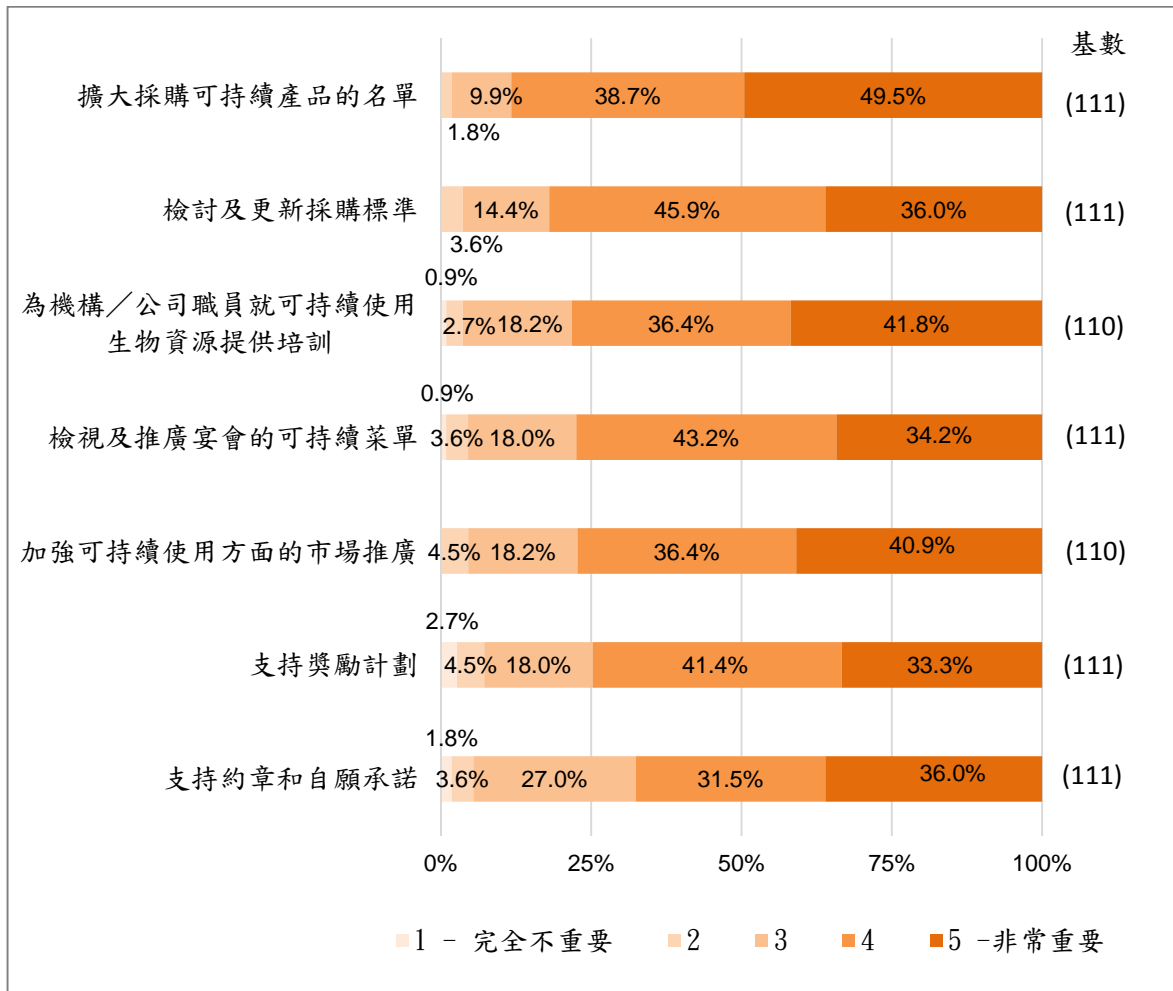


表 2.8 列出其他 8 項可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的建議行動，並有 6 位機構／公司代表評分，共有 9 個回應。

表 2.8 其他可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的建議行動的重要性（機構／公司代表的看法）

	1 - 完全不重要	2	3	4	5 - 非常重要	總計
交流可持續採購的資料和經驗					1	1
作出全面承諾					2	2
消費者的需求					1	1
產品質素					1	1
為公眾提供相關資料				1		1
企業與其他機構合作推廣可持續使用					1	1
產品安全					1	1
產品價錢					1	1
總計				1	8	9

#### 2.4.11 各個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性

本章節闡述個別消費者和機構／公司的代表就各個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性的評價（評分由 1 至 5 分，1 分代表完全不重要，及 5 分代表完全重要）。

在個別消費者中，圖 2.14 顯示大多數的回應者就以下各個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性評為 4 或 5 分：

- (i) 學校計劃（5 或 4 分：77.3% 對 1 或 2 分：7.3%）；
- (ii) 透過電子平台（例如：網頁）提供有關資訊（70.9% 對 8.0%）；及
- (iii) 廣告（69.0% 對 8.4%）。

略多數的回應者就以下各個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性評為 4 或 5 分：

- (i) 主題嘉年華或節慶(59.5% 對 11.9%);
- (ii) 公眾工作坊(56.3% 對 11.9%);
- (iii) 文化藝術活動(54.4% 對 12.7%);及
- (iv) 展覽(51.2% 對 14.7%)。

圖 2.14 各個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性（個別消費者的看法）

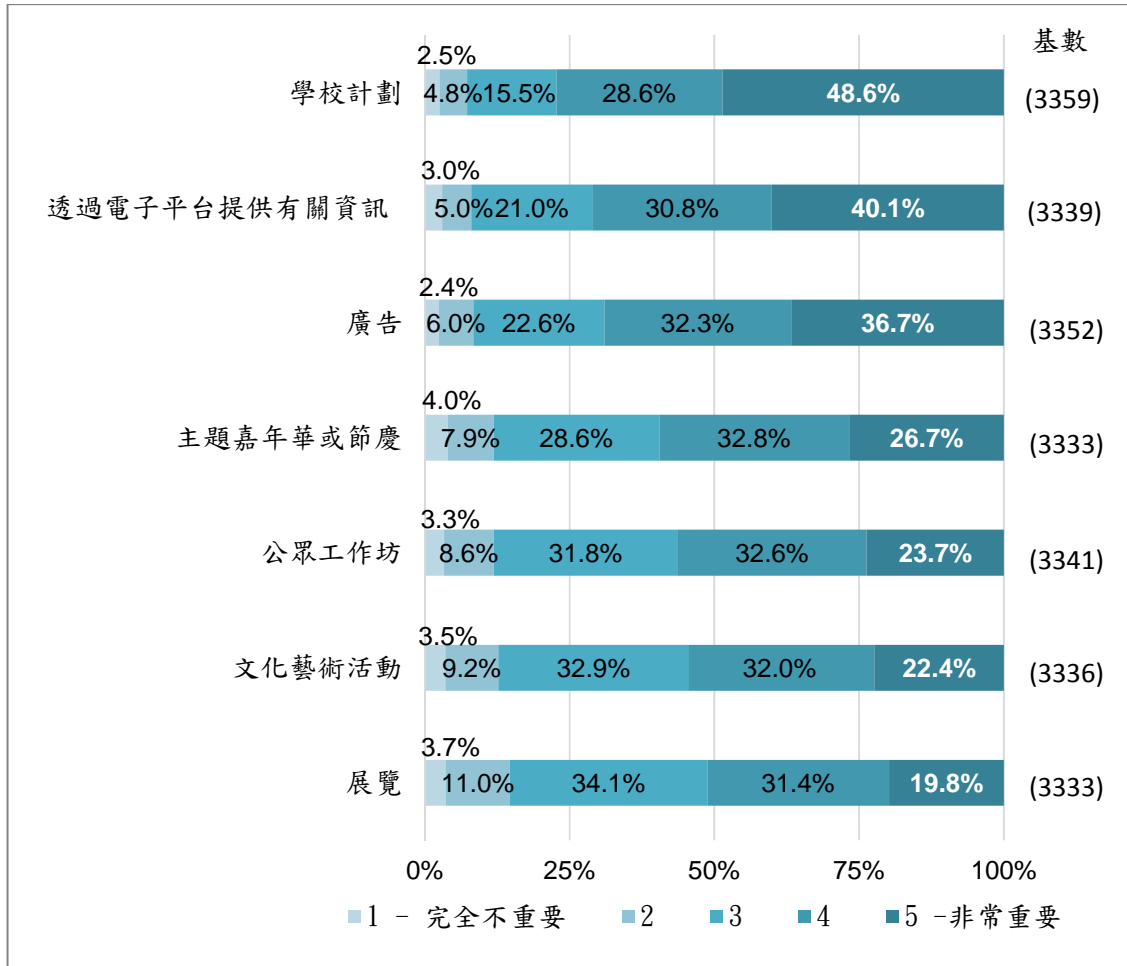


表 2.9 列出其他 13 項推廣可持續使用生物資源的教育及宣傳活動的建議，並有 17 位個別消費者評分。

表 2.9 其他建議的教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性（個別消費者的看法）

	1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要	總計
聚焦可持續使用／產品的優點					1	1
在購買點作宣傳(例如：超級市場)					1	1
推出吉祥物(例如：大咗鬼)					1	1
家長活動				1		1
體驗活動				2	1	3
公眾獎勵計劃(例如：綠色計劃)					1	1
話劇					1	1
名人代言					1	1
購買可持續產品／供應商的消費者指南					1	1
特寫			1			1
學校教育(例如：常規課程)	1				2	3
電視節目				1		1
巡遊				1		1
<b>總計</b>	<b>1</b>		<b>1</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>17</b>

圖 2.15 顯示在機構／公司代表中，大多數的回應者就以下各個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性評為 4 或 5 分：

- (i) 學校計劃 (5 或 4 分：88.9% 對 1 或 2 分：1.9%)；
- (ii) 透過電子平台 (例如：網頁) 提供有關資訊 (84.8% 對 2.9%)；及
- (iii) 廣告 (75.0% 對 2.8%)。

略多數的回應者就以下各個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性評為 4 或 5 分：

- (i) 公眾工作坊 (59.8% 對 7.5%)；
- (ii) 主題嘉年華或節慶 (59.3% 對 7.4%)；
- (iii) 展覽 (54.6% 對 8.3%)；及
- (iv) 文化藝術活動 (52.3% 對 12.1%)。

圖 2.15 各個教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性(機構／公司代表的看法)

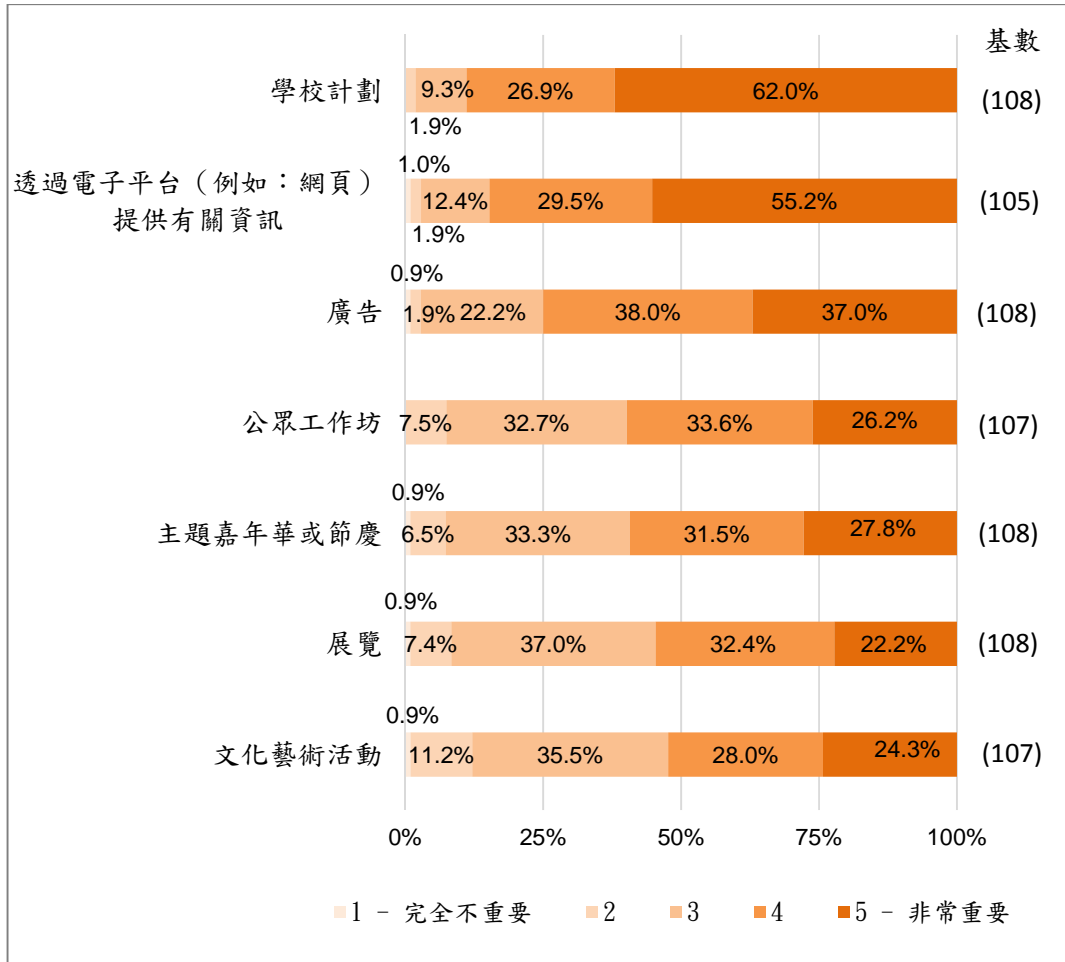




表 2.10 列出其他 8 項對推廣可持續使用生物資源的教育及宣傳活動的建議，並有 7 位機構／公司代表評分。

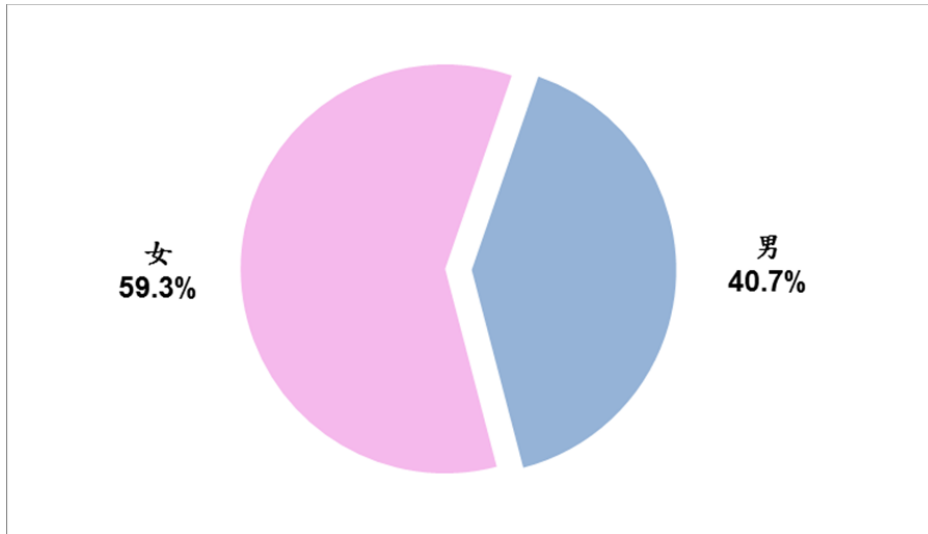
表 2.10 其他建議的教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性（機構／公司代表的看法）

	1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要	總計
親子活動				1		1
專業機構研討會和會議					1	1
學校教育(例如：常規課程)				1		1
行政措施／立法					1	1
獎勵計劃					1	1
海外考察			1			1
清楚及簡單的認證標誌					1	1
向公營機構推廣可持續食物菜單(例如：學校、診所、醫院等)				1		1
<b>總計</b>			<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>8</b>

#### 2.4.12 個別消費者人口統計

圖 2.16 顯示佔多數（59.3%）的個別消費者是女性，而其餘的（40.7%）是男性。

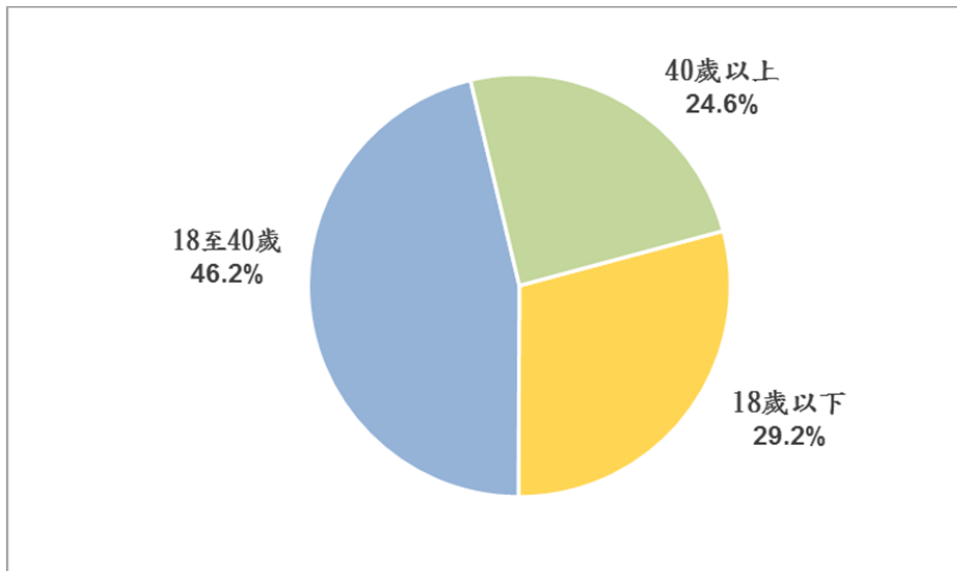
圖 2.16 個別消費者的性別



（基數：3,359 份意見收集表格，但不包括 122 份未有回應此問題的表格）

圖 2.17 顯示約半數的個別消費者（46.2%）的年齡介乎 18 至 40 歲，其次是 18 歲以下（29.2%）和 40 歲以上（24.6%）。

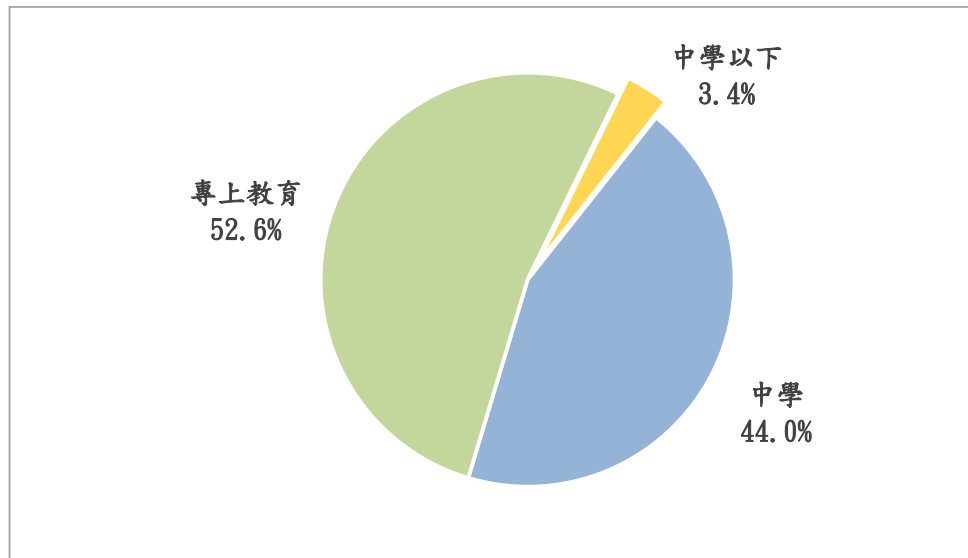
圖 2.17 個別消費者的年齡群組



（基數：3,320 份意見收集表格，但不包括 161 份未有回應此問題的表格）

圖 2.18 顯示逾半數的個別消費者（52.6%）持有專上教育程度的學歷，逾五分之一的回應者（44.0%）持有中學程度的學歷，而其餘的回應者（3.4%）持有中學以下的學歷。

圖 2.18 個別消費者的教育程度

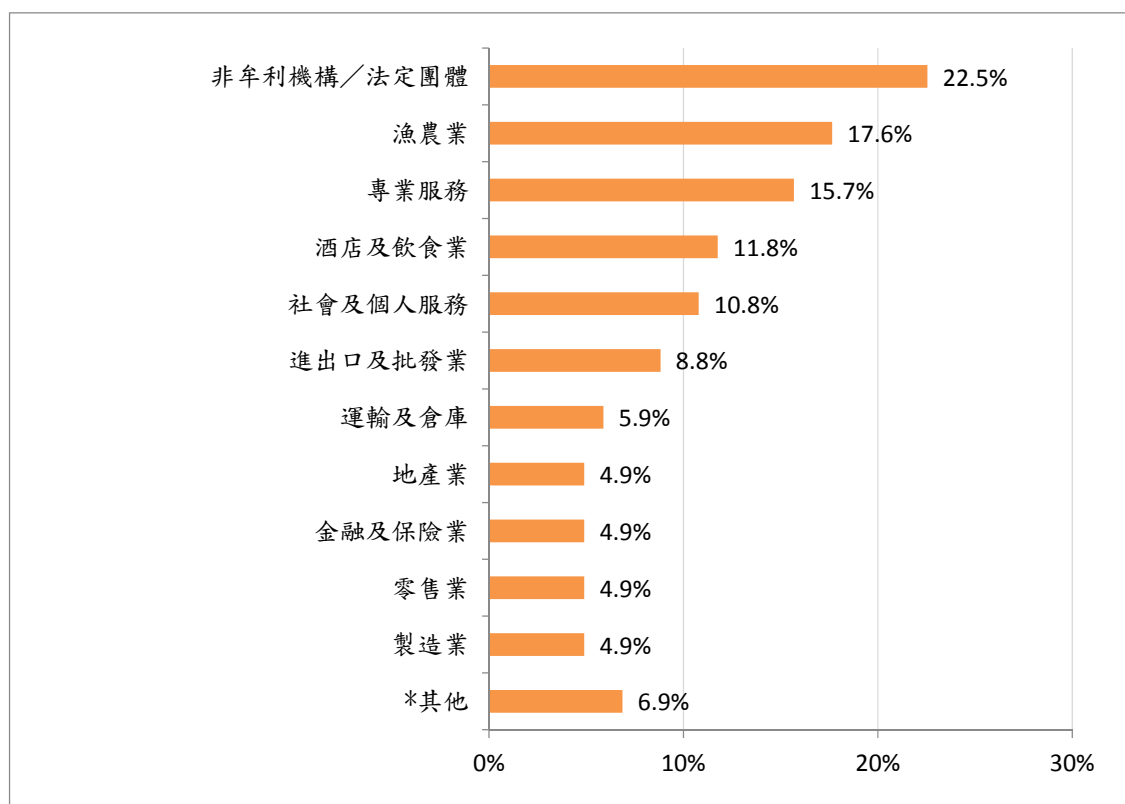


（基數：3,320 份意見收集表格，但不包括 161 份未有回應此問題的表格）

### 2.4.13 機構／公司背景資料

圖 2.19 顯示逾五分之一的代表來自非牟利機構／法定團體（22.5%），其次是漁農業（17.6%）、專業服務（15.7%）、酒店及飲食業（11.8%）和社會及個人服務（10.8%）（可選擇多於一項）。

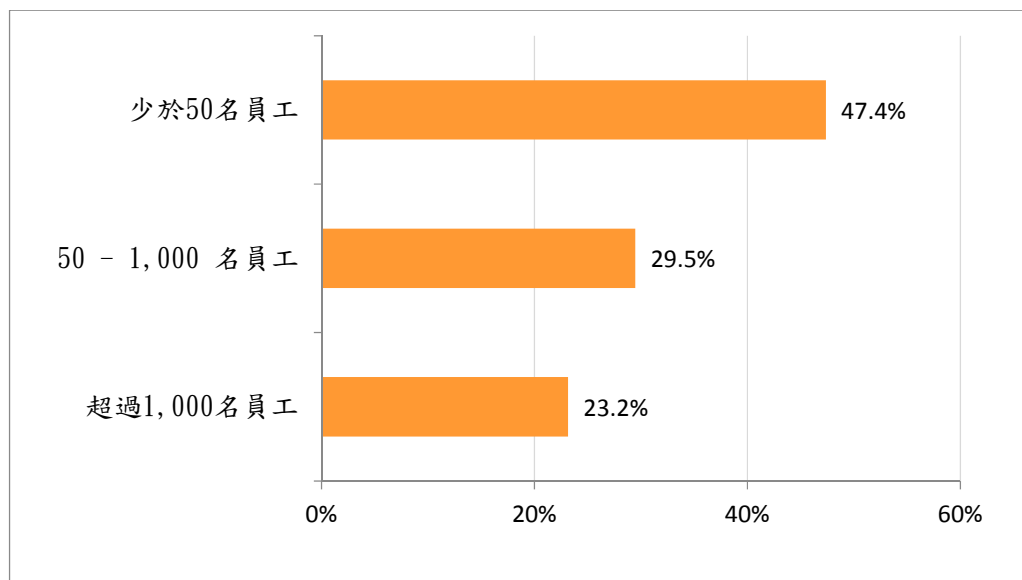
圖 2.19 機構性質



（基數：102 份意見收集表格，但不包括 9 份未有回應此問題的表格）

圖 2.20 顯示約半數的機構／公司代表表示他們有少於 50 名員工（47.4%），其次是 50 至 1,000 名員工（29.5%）和超過 1,000 名員工（23.2%）。

圖 2.20 機構／公司代表的員工人數



（基數：95 份意見收集表格，但不包括 16 份未有回應此問題的表格）

#### 2.4.14 就個別消費者的性別作比較

表 2.11 顯示有關對過度開發生物資源影響的個人意識水平，相比男性個別消費者，女性個別消費者給予 4 或 5 分的可能性較少。

表 2.11 對過度開發生物資源影響的意識水平

個別消費者的性別	基數	1-完全不清楚	2	3	4	5-非常清楚
男	1355	6.5%	13.7%	32.8%	32.3%	14.7%
女	1967	7.4%	15.7%	34.8%	30.1%	11.9%

表 2.12 顯示就香港推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平，相比男性個別消費者，女性個別消費者給予 1 或 2 分的可能性較大。

表 2.12 就香港推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平

個別消費者的性別	基數	1-完全不清楚	2	3	4	5-非常清楚
男	1316	16.4%	23.2%	37.5%	17.4%	5.5%
女	1904	17.8%	25.4%	36.7%	14.3%	5.9%

表 2.13 顯示可持續產品消費者指南對幫助選擇可持續產品的效用，相比女性個別消費者，男性個別消費者給予 1 或 2 分的可能性較大。

表 2.13 可持續產品的消費者指南對選擇可持續產品的效用

個別消費者的性別	基數	1-完全不清楚	2	3	4	5-非常清楚
男	1348	5.3%	10.8%	30.5%	32.2%	21.2%
女	1947	4.8%	9.6%	28.6%	31.9%	25.1%

表 2.14 顯示就以下可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性，相比女性個別消費者，男性個別消費者給予 5 分的可能性較小：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源；
- (v) 推展宣傳活動；
- (vi) 為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊；
- (vii) 支持約章和自願承諾；及
- (viii) 提供更多有關可持續產品的資訊。

表 2.14 各個可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性

個別消費者的性別	基數	擴大採購可持續產品的名單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1339	3.1%	6.6%	27.3%	31.5%	31.5%
女	1957	3.4%	5.9%	23.2%	33.0%	34.4%
個別消費者的性別	基數	檢討及更新採購標準				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1342	2.5%	6.1%	30.1%	32.6%	28.7%
女	1941	2.6%	4.7%	25.0%	36.9%	30.8%



個別消費者的性別	基數	檢視及推廣宴會的可持續菜單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1339	2.5%	6.8%	30.9%	32.7%	27.0%
女	1940	2.5%	5.3%	25.5%	33.7%	33.1%
個別消費者的性別	基數	提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1335	2.5%	5.8%	26.3%	31.3%	34.1%
女	1942	2.9%	4.4%	23.5%	32.1%	37.0%
個別消費者的性別	基數	推展宣傳活動				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1340	3.0%	5.7%	25.7%	33.6%	32.0%
女	1935	2.7%	4.2%	21.9%	32.7%	38.6%
個別消費者的性別	基數	為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1336	2.7%	9.9%	32.3%	32.4%	22.8%
女	1937	3.1%	6.2%	28.4%	34.4%	27.8%
個別消費者的性別	基數	支持約章和自願承諾				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1339	4.7%	10.3%	36.5%	27.1%	21.4%
女	1936	4.6%	9.8%	32.9%	28.6%	24.2%
個別消費者的性別	基數	提供更多有關可持續產品的資訊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1330	2.5%	4.8%	25.8%	31.4%	35.6%
女	1928	2.7%	3.3%	19.5%	34.1%	40.4%

表 2.15 顯示就以下可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性，相比女性個別消費者，男性個別消費者給予 4 或 5 分的可能性較小：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 加強可持續使用方面的市場推廣；
- (v) 為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓；及
- (vi) 支持獎勵計劃。

表 2.15 各個可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性

個別消費者的性別	基數	擴大採購可持續產品的名單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1339	3.0%	5.7%	22.6%	32.1%	36.7%
女	1950	3.2%	5.4%	19.2%	31.3%	40.9%
個別消費者的性別	基數	檢討及更新採購標準				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1335	2.4%	5.8%	26.4%	31.9%	33.5%
女	1939	2.6%	4.4%	21.8%	34.1%	37.0%
個別消費者的性別	基數	檢視及推廣宴會的可持續菜單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1334	2.6%	6.0%	25.5%	33.7%	32.2%
女	1931	2.3%	4.8%	20.8%	32.5%	39.6%
個別消費者的性別	基數	加強可持續使用方面的市場推廣				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1332	3.1%	4.8%	23.7%	32.8%	35.6%
女	1934	2.3%	4.4%	17.9%	33.5%	41.9%
個別消費者的性別	基數	為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1334	2.3%	5.5%	27.7%	32.8%	31.7%
女	1934	3.3%	4.4%	20.8%	34.2%	37.2%

個別消費者的性別	基數	支持獎勵計劃				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1336	3.0%	7.0%	27.2%	29.6%	33.1%
女	1940	3.1%	5.1%	23.2%	35.2%	33.4%

表 2.16 顯示透過學校計劃推廣可持續使用生物資源的重要性，相比女性個別消費者，男性個別消費者給予 5 分的可能性較小。再者，就以下的教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性，相比女性個別消費者，男性個別消費者給予 4 或 5 分的可能性較小：

- (i) 廣告；
- (ii) 展覽；
- (iii) 公眾工作坊；
- (iv) 主題嘉年華或節慶；
- (v) 文化藝術活動；及
- (vi) 透過電子平台（例如：網頁）提供有關資訊。

表 2.16 教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性

個別消費者的性別	基數	學校計劃				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1352	2.5%	4.6%	17.1%	29.0%	46.8%
女	1964	2.5%	4.6%	13.9%	28.7%	50.3%
個別消費者的性別	基數	廣告				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1352	2.6%	7.5%	27.0%	30.5%	32.5%
女	1957	2.1%	4.9%	19.3%	33.8%	40.0%

個別消費者的性別	基數	展覽				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1344	4.4%	13.0%	35.1%	30.2%	17.3%
女	1948	3.1%	9.8%	33.2%	32.3%	21.6%
個別消費者的性別	基數	公眾工作坊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1346	4.2%	10.7%	34.8%	31.6%	18.8%
女	1954	2.8%	7.2%	29.6%	33.5%	27.0%
個別消費者的性別	基數	主題嘉年華或節慶				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1349	4.2%	10.3%	31.9%	30.4%	23.2%
女	1942	3.8%	6.2%	26.2%	34.6%	29.2%
個別消費者的性別	基數	文化藝術活動				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1349	3.6%	11.4%	37.2%	29.4%	18.4%
女	1947	3.5%	7.6%	29.6%	34.1%	25.2%
個別消費者的性別	基數	透過電子平台（例如：網頁）提供有關資訊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
男	1347	3.2%	5.4%	23.8%	29.4%	38.2%
女	1950	2.8%	4.7%	18.9%	31.8%	41.8%

#### 2.4.15 就個別消費者的年齡組別作比較

表 2.17 顯示個別消費者就自己對香港推廣可持續使用生物資源現行措施的意識水平，相比稍年長的個別消費者，18 歲以下的個別消費者有 1 或 2 分的可能性較小。

表 2.17 香港就推廣可持續使用生物資源的現行措施上的意識水平

個別消費者的 年齡組別	基數	1-完全不清楚	2	3	4	5-非常清楚
18 歲以下	934	11.0%	18.2%	46.6%	19.2%	5.0%
18-40 歲	1503	19.7%	28.4%	34.1%	13.7%	4.1%
40 歲以上	762	19.4%	24.9%	31.2%	15.0%	9.4%

表 2.18 顯示相比稍年長的個別消費者，18 歲以下的個別消費者經常購買可持續來源的紙張的可能性較小。

表 2.18 購買可持續來源的紙張的習慣

個別消費者的 年齡組別	基數	經常	間中	甚少	從來沒有
18 歲以下	567	13.8%	50.6%	28.6%	7.1%
18-40 歲	818	18.1%	44.9%	30.4%	6.6%
40 歲以上	521	19.0%	51.1%	25.0%	5.0%

表 2.19 顯示就以下的因素對個別消費者選擇可持續產品的意欲的限制程度，相比稍年長的個別消費者，18 歲以下的個別消費者有給予 4 或 5 分的可能性較小：

- (i) 辨識哪些是真正的可持續產品的知識；
- (ii) 市場上可持續產品的供應；
- (iii) 價錢；及
- (iv) 可持續產品的質素。

表 2.19 各個因素對個別消費者選擇可持續產品的意欲的限制程度

個別消費者的 年齡組別	基數	辨識哪些是真正的可持續產品的知識				
		1-很小程度上	2	3	4	5-很大程度上
18 歲以下	968	8.8%	12.7%	43.3%	23.8%	11.5%
18-40 歲	1527	6.1%	8.7%	25.3%	32.5%	27.4%
40 歲以上	792	12.6%	13.1%	24.6%	24.7%	24.9%
個別消費者的 年齡組別	基數	市場上可持續產品的供應				
		1-很小程度上	2	3	4	5-很大程度上
18 歲以下	963	6.6%	12.4%	44.0%	25.6%	11.3%
18-40 歲	1518	3.8%	6.5%	24.5%	34.5%	30.7%
40 歲以上	781	10.6%	11.3%	25.6%	28.3%	24.2%
個別消費者的 年齡組別	基數	可持續產品的價格				
		1-很小程度上	2	3	4	5-很大程度上
18 歲以下	962	5.6%	9.8%	36.2%	29.3%	19.1%
18-40 歲	1514	4.2%	7.2%	22.5%	32.4%	33.7%
40 歲以上	782	9.5%	10.5%	26.9%	28.0%	25.2%

個別消費者的 年齡組別	基數	可持續產品的質素				
		1-很小程度上	2	3	4	5-很大程度上
18歲以下	962	6.5%	12.5%	35.3%	28.7%	16.9%
18-40歲	1507	6.1%	11.3%	25.4%	33.3%	23.8%
40歲以上	786	10.4%	9.4%	26.1%	31.2%	22.9%

表 2.20 顯示就以下資訊對個別消費者選購可持續產品的效用，相比稍年長的個別消費者，18歲以下的個別消費者給予4或5分的可能性較小：

- (i) 產品上的環保標籤；
- (ii) 購買可持續產品的消費者指南；及
- (iii) 有關可持續產品的更多資訊（例如：產品來源、可持續產品的統計數字）。

表 2.20 各種資訊對個別消費者選購可持續產品的效用

個別消費者的 年齡組別	基數	產品上的環保標籤				
		1-完全沒有用	2	3	4	5-非常有用
18歲以下	968	4.9%	10.0%	32.9%	31.3%	21.0%
18-40歲	1529	2.5%	5.8%	16.4%	34.2%	41.1%
40歲以上	797	7.7%	8.0%	18.6%	26.0%	39.8%
個別消費者的 年齡組別	基數	購買可持續產品的消費者指南				
		1-完全沒有用	2	3	4	5-非常有用
18歲以下	969	6.4%	10.6%	38.9%	30.8%	13.3%
18-40歲	1518	3.2%	9.9%	25.4%	34.5%	26.9%
40歲以上	790	6.6%	9.4%	25.4%	29.0%	29.6%

個別消費者的 年齡組別	基數	有關可持續產品的更多資訊（例如：產品來源、 可持續產品的統計數字）				
		1-完全沒有用	2	3	4	5-非常有用
18 歲以下	963	4.5%	10.3%	38.2%	32.1%	15.0%
18-40 歲	1516	2.2%	6.5%	23.8%	35.9%	31.5%
40 歲以上	790	6.3%	8.4%	23.7%	30.9%	30.8%

表 2.21 顯示就以下可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性，相比稍年長的個別消費者，18 歲以下的個別消費者給予 4 或 5 分的可能性較小：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源；
- (v) 推展宣傳活動；
- (vi) 為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊；
- (vii) 支持約章和自願承諾；
- (viii) 支持獎勵計劃；及
- (ix) 提供更多有關可持續產品的資訊。

表 2.21 可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性

個別消費者的 年齡組別	基數	擴大採購可持續產品的名單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18 歲以下	957	3.7%	7.7%	40.6%	32.0%	16.0%
18-40 歲	1519	1.6%	4.1%	18.0%	35.2%	41.1%
40 歲以上	797	5.4%	8.0%	19.3%	28.1%	39.1%



個別消費者的年齡組別	基數	檢討及更新採購標準				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	958	2.9%	6.9%	39.8%	34.2%	16.2%
18-40歲	1519	1.2%	3.8%	21.1%	37.9%	36.1%
40歲以上	787	4.7%	5.6%	23.1%	31.8%	34.8%
個別消費者的年齡組別	基數	檢視及推廣宴會的可持續菜單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	958	3.2%	7.6%	37.0%	33.1%	19.1%
18-40歲	1510	1.3%	3.9%	22.8%	34.2%	37.7%
40歲以上	791	3.9%	7.0%	26.0%	31.9%	31.2%
個別消費者的年齡組別	基數	提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	955	2.9%	6.6%	35.1%	32.0%	23.4%
18-40歲	1515	1.6%	3.6%	19.2%	31.7%	43.9%
40歲以上	788	4.6%	5.6%	22.8%	31.7%	35.3%
個別消費者的年齡組別	基數	推展宣傳活動				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	957	3.4%	6.9%	34.8%	32.5%	22.4%
18-40歲	1512	1.6%	3.4%	18.9%	34.5%	41.7%
40歲以上	786	4.3%	4.8%	18.4%	31.4%	41.0%

個別消費者的年齡組別	基數	為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	956	3.7%	8.5%	40.1%	32.1%	15.7%
18-40歲	1512	2.0%	7.1%	26.3%	35.1%	29.6%
40歲以上	785	3.9%	7.6%	25.2%	32.9%	30.3%
個別消費者的年齡組別	基數	支持約章和自願承諾				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	954	4.6%	10.9%	39.6%	28.4%	16.5%
18-40歲	1517	4.4%	9.8%	33.5%	28.3%	24.1%
40歲以上	785	5.1%	9.2%	29.8%	27.3%	28.7%
個別消費者的年齡組別	基數	支持獎勵計劃				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	953	2.9%	6.7%	34.8%	35.0%	20.5%
18-40歲	1516	2.4%	6.5%	23.5%	34.2%	33.4%
40歲以上	790	4.1%	5.4%	24.2%	32.4%	33.9%
個別消費者的年齡組別	基數	提供更多有關可持續產品的資訊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	949	3.0%	4.5%	35.4%	33.4%	23.7%
18-40歲	1511	1.5%	3.0%	16.1%	34.3%	45.1%
40歲以上	778	4.5%	4.1%	17.5%	30.3%	43.6%

表 2.22 顯示就以下可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性，相比稍年長的個別消費者，18 歲以下的個別消費者給予 4 或 5 分的可能性較小：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 加強可持續使用方面的市場推廣；
- (v) 為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓；
- (vi) 支持約章和自願承諾；及
- (vii) 支持獎勵計劃。

表 2.22 可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性

個別消費者的 年齡組別	基數	擴大採購可持續產品的名單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18 歲以下	958	3.7%	7.1%	33.4%	33.3%	22.5%
18-40 歲	1515	1.7%	3.8%	14.3%	32.5%	47.7%
40 歲以上	794	4.7%	6.3%	17.4%	28.3%	43.3%
個別消費者的 年齡組別	基數	檢討及更新採購標準				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18 歲以下	956	3.2%	5.9%	36.0%	32.1%	22.8%
18-40 歲	1514	1.7%	4.2%	17.0%	35.2%	42.0%
40 歲以上	784	3.2%	5.1%	21.6%	31.4%	38.8%
個別消費者的 年齡組別	基數	檢視及推廣宴會的可持續菜單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18 歲以下	951	3.2%	6.6%	31.8%	34.3%	24.2%
18-40 歲	1511	1.6%	4.0%	17.6%	32.7%	44.1%
40 歲以上	782	2.9%	5.9%	21.7%	31.8%	37.6%

個別消費者的 年齡組別	基數	加強可持續使用方面的市場推廣				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	949	3.1%	5.1%	32.3%	35.0%	24.6%
18-40歲	1509	2.0%	3.4%	14.9%	31.9%	47.8%
40歲以上	788	3.0%	5.7%	16.2%	34.1%	40.9%
個別消費者的 年齡組別	基數	為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	952	2.8%	5.5%	34.7%	34.0%	23.0%
18-40歲	1515	1.8%	4.3%	19.1%	33.7%	41.1%
40歲以上	782	5.0%	4.9%	19.1%	33.4%	37.7%
個別消費者的 年齡組別	基數	支持約章和自願承諾				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	956	4.3%	9.2%	34.7%	30.2%	21.5%
18-40歲	1515	3.6%	7.5%	23.8%	31.6%	33.5%
40歲以上	788	4.7%	7.2%	23.7%	32.5%	31.9%
個別消費者的 年齡組別	基數	支持獎勵計劃				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
18歲以下	957	3.2%	7.6%	34.2%	32.6%	22.4%
18-40歲	1510	2.5%	4.7%	20.4%	34.0%	38.4%
40歲以上	789	3.9%	5.7%	22.4%	31.4%	36.5%

#### 2.4.16 就個別消費者的教育程度作比較

表 2.23 顯示就過度開發生物資源影響的意識水平，相比較高教育程度的個別消費者，中學以下程度的個別消費者給予 1 或 2 分的可能性較大。

表 2.23 過度開發生物資源影響的意識水平

個別消費者的教育程度	基數	1-完全不清楚	2	3	4	5-非常清楚
中學以下	107	21.5%	21.5%	26.2%	15.9%	15.0%
中學	1443	7.3%	13.9%	39.8%	28.5%	10.5%
專上教育	1737	5.7%	15.4%	29.9%	34.3%	14.8%

表 2.24 顯示就香港推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平，相比持有中學以下或專上教育程度的個別消費者，持有中學程度的個別消費者給予 1 或 2 分的可能性較小。

表 2.24 就香港推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平

個別消費者的教育程度	基數	1-完全不清楚	2	3	4	5-非常清楚
中學以下	97	24.7%	23.7%	28.9%	16.5%	6.2%
中學	1390	14.1%	18.8%	44.0%	17.1%	6.0%
專上教育	1699	19.2%	29.1%	32.1%	14.4%	5.1%

表 2.25 顯示相比較低教育程度的個別消費者，較高教育程度的個別消費者表示會經常購買可持續來源的海產、可持續棉花所製成的衣服、可持續棕櫚油所製成的產品的可能性較小。

表 2.25 購買各類可持續來源產品的習慣

個別消費者的教育程度	基數	可持續來源的海產			
		經常	間中	甚少	從來沒有
中學以下	60	15.0%	46.7%	23.3%	15.0%
中學	790	9.4%	53.3%	30.9%	6.5%
專上教育	825	8.6%	41.8%	38.4%	11.2%
個別消費者的教育程度	基數	可持續棉花所製成的衣服			
		經常	間中	甚少	從來沒有
中學以下	68	19.1%	45.6%	23.5%	11.8%
中學	783	12.0%	51.6%	30.9%	5.5%
專上教育	826	6.9%	41.4%	39.7%	12.0%
個別消費者的教育程度	基數	可持續棕櫚油所製成的產品			
		經常	間中	甚少	從來沒有
中學以下	65	18.5%	33.8%	35.4%	12.3%
中學	745	13.3%	43.9%	33.7%	9.1%
專上教育	687	9.0%	38.3%	36.4%	16.3%

表 2.26 顯示，就以下因素對他們選擇可持續產品的意欲的限制程度，相比較高教育程度的個別消費者，較低教育程度的個別消費者給予 1 或 2 分的可能性較大：

- (i) 辨識哪些是真正的可持續產品的知識；
- (ii) 市場上可持續產品的供應；
- (iii) 價錢；及
- (iv) 可持續產品的質素。

表 2.26 各個因素對個別消費者選擇可持續產品的意欲的限制程度

個別消費者的教育程度	基數	辨識哪些是真正的可持續產品的知識				
		1-很小程度上	2	3	4	5-很大程度上
中學以下	104	27.9%	14.4%	29.8%	16.3%	11.5%
中學	1435	9.8%	13.9%	39.4%	22.6%	14.3%
專上教育	1732	6.4%	8.3%	23.0%	33.1%	29.2%
個別消費者的教育程度	基數	市場上可持續產品的供應				
		1-很小程度上	2	3	4	5-很大程度上
中學以下	102	21.6%	21.6%	22.5%	20.6%	13.7%
中學	1416	7.5%	12.4%	42.4%	24.9%	12.8%
專上教育	1727	4.5%	6.0%	21.3%	35.4%	32.9%
個別消費者的教育程度	基數	可持續產品的價格				
		1-很小程度上	2	3	4	5-很大程度上
中學以下	102	22.5%	20.6%	24.5%	14.7%	17.6%
中學	1417	7.0%	9.9%	35.7%	28.4%	19.1%
專上教育	1723	4.1%	7.0%	21.2%	33.1%	34.6%

個別消費者的教育程度	基數	可持續產品的質素				
		1-很小程度上	2	3	4	5-很大程度上
中學以下	104	23.1%	16.3%	33.7%	12.5%	14.4%
中學	1417	7.3%	11.4%	34.2%	28.6%	18.4%
專上教育	1718	6.3%	10.6%	23.6%	34.8%	24.7%

表 2.27 顯示就以下資訊對選購可持續產品的效用，相比較高教育程度的個別消費者，較低教育程度的個別消費者給予 1 或 2 分的可能性較大：

- (i) 產品上的環保標籤；
- (ii) 購買可持續產品的消費者指南；及
- (iii) 有關可持續產品的更多資訊（例如：產品來源、可持續產品的統計數字）。

表 2.27 各個資訊對個別消費者選購可持續產品的效用

個別消費者的教育程度	基數	產品上的環保標籤				
		1-完全沒有用	2	3	4	5-非常有用
中學以下	106	17.9%	20.8%	22.6%	19.8%	18.9%
中學	1437	5.5%	11.1%	29.9%	29.6%	23.9%
專上教育	1735	2.5%	3.9%	15.0%	33.5%	45.1%
個別消費者的教育程度	基數	購買可持續產品的消費者指南				
		1-完全沒有用	2	3	4	5-非常有用
中學以下	103	17.5%	16.5%	33.0%	21.4%	11.7%
中學	1433	6.1%	11.8%	36.1%	29.4%	16.5%
專上教育	1727	3.1%	8.1%	23.6%	35.1%	30.1%



個別消費者的教育程度	基數	有關可持續產品的更多資訊（例如：產品來源、可持續產品的統計數字）				
		1-完全沒有用	2	3	4	5-非常有用
中學以下	106	13.2%	22.6%	28.3%	14.2%	21.7%
中學	1424	5.5%	10.3%	36.5%	29.6%	18.1%
專上教育	1726	2.0%	5.3%	21.0%	38.2%	33.5%

表 2.28 顯示就以下可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性，相比較高教育程度的個別消費者，較低教育程度的個別消費者給予 1 或 2 分的可能性較大：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源；
- (v) 推展宣傳活動；
- (vi) 為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊；
- (vii) 支持約章和自願承諾；
- (viii) 支持獎勵計劃；及
- (ix) 提供更多有關可持續產品的資訊。

表 2.28 可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性

個別消費者的教育程度	基數	擴大採購可持續產品的名單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	106	17.0%	15.1%	20.8%	18.9%	28.3%
中學	1428	3.6%	8.3%	37.3%	29.9%	20.9%
專上教育	1727	1.8%	3.6%	15.1%	35.7%	43.8%

個別消費者的教育程度	基數	檢討及更新採購標準				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	105	9.5%	10.5%	32.4%	24.8%	22.9%
中學	1418	3.2%	6.7%	36.7%	33.2%	20.2%
專上教育	1727	1.4%	3.4%	19.0%	37.9%	38.3%
個別消費者的教育程度	基數	檢視及推廣宴會的可持續菜單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	105	10.5%	12.4%	25.7%	26.7%	24.8%
中學	1421	3.4%	7.7%	35.7%	30.8%	22.4%
專上教育	1721	1.3%	3.8%	21.3%	35.9%	37.8%
個別消費者的教育程度	基數	提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	101	8.9%	8.9%	22.8%	23.8%	35.6%
中學	1420	3.1%	6.8%	34.2%	30.8%	25.1%
專上教育	1723	1.9%	3.0%	17.2%	33.3%	44.7%
個別消費者的教育程度	基數	推展宣傳活動				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	105	9.5%	10.5%	28.6%	23.8%	27.6%
中學	1419	3.5%	6.9%	32.3%	30.4%	26.8%
專上教育	1718	1.7%	2.7%	16.1%	36.0%	43.6%

個別消費者的教育程度	基數	為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	103	9.7%	7.8%	33.0%	23.3%	26.2%
中學	1422	3.5%	9.2%	36.1%	30.9%	20.2%
專上教育	1717	2.0%	6.5%	24.6%	36.6%	30.3%
個別消費者的教育程度	基數	支持約章和自願承諾				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	103	10.7%	17.5%	27.2%	20.4%	24.3%
中學	1417	5.1%	9.7%	36.8%	29.8%	18.7%
專上教育	1722	3.9%	9.7%	32.9%	27.1%	26.5%
個別消費者的教育程度	基數	支持獎勵計劃				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	104	8.7%	9.6%	23.1%	28.8%	29.8%
中學	1421	3.1%	7.0%	31.9%	33.7%	24.3%
專上教育	1722	2.4%	5.6%	22.8%	34.8%	34.4%
個別消費者的教育程度	基數	提供更多有關可持續產品的資訊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	104	9.6%	6.7%	29.8%	26.0%	27.9%
中學	1406	3.6%	4.9%	32.1%	31.7%	27.6%
專上教育	1715	1.3%	2.4%	13.4%	34.8%	48.0%

表 2.29 顯示就以下可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性，持有較低教育程度的個別消費者給予 1 或 2 分的可能性較大：

- (i) 擴大採購可持續產品的名單；
- (ii) 檢討及更新採購標準；
- (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單；
- (iv) 加強可持續使用方面的市場推廣；
- (v) 為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓；
- (vi) 支持約章和自願承諾；及
- (vii) 支持獎勵計劃。

表 2.29 可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性

個別消費者的教育程度	基數	擴大採購可持續產品的名單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	105	14.3%	13.3%	23.8%	23.8%	24.8%
中學	1431	3.8%	7.9%	30.3%	31.0%	27.0%
專上教育	1720	1.5%	2.7%	12.6%	32.8%	50.4%
個別消費者的教育程度	基數	檢討及更新採購標準				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	105	8.6%	6.7%	36.2%	21.9%	26.7%
中學	1420	3.2%	7.0%	32.7%	30.9%	26.3%
專上教育	1719	1.5%	2.7%	15.8%	36.2%	43.8%
個別消費者的教育程度	基數	檢視及推廣宴會的可持續菜單				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	104	8.7%	11.5%	23.1%	31.7%	25.0%
中學	1416	3.4%	6.9%	30.5%	32.8%	26.4%
專上教育	1717	1.1%	3.4%	16.2%	33.3%	46.0%

個別消費者的教育程度	基數	加強可持續使用方面的市場推廣				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	107	10.3%	11.2%	24.3%	27.1%	27.1%
中學	1415	3.3%	5.9%	29.3%	33.4%	28.1%
專上教育	1714	1.4%	2.9%	12.8%	33.6%	49.4%
個別消費者的教育程度	基數	為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	103	13.6%	5.8%	28.2%	23.3%	29.1%
中學	1417	3.3%	6.1%	31.0%	32.8%	26.7%
專上教育	1719	1.8%	3.5%	17.6%	35.0%	42.2%
個別消費者的教育程度	基數	支持約章和自願承諾				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	105	12.4%	12.4%	25.7%	24.8%	24.8%
中學	1423	4.4%	9.2%	31.4%	30.8%	24.2%
專上教育	1722	3.1%	6.6%	23.6%	32.3%	34.5%
個別消費者的教育程度	基數	支持獎勵計劃				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	105	12.4%	10.5%	23.8%	24.8%	28.6%
中學	1422	3.4%	6.8%	31.4%	31.8%	26.7%
專上教育	1719	2.1%	4.6%	19.7%	34.4%	39.3%

表 2.30 顯示就以下的教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性，相比較高教育程度的個別消費者，較低教育程度的個別消費者給予 1 或 2 分的可能性較大：

- (i) 學校計劃；
- (ii) 廣告；
- (iii) 公眾工作坊；及
- (iv) 透過電子平台（例如：網頁）提供有關資訊。

表 2.30 教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性

個別消費者的教育程度	基數	學校計劃				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	106	13.2%	9.4%	23.6%	23.6%	30.2%
中學	1440	3.2%	6.5%	23.6%	31.0%	35.6%
專上教育	1734	1.0%	2.5%	7.8%	27.6%	61.1%
個別消費者的教育程度	基數	廣告				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	107	8.4%	14.0%	26.2%	20.6%	30.8%
中學	1434	3.1%	7.7%	29.9%	32.3%	27.0%
專上教育	1733	1.1%	3.8%	16.4%	33.6%	45.2%
個別消費者的教育程度	基數	公眾工作坊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	108	8.3%	10.2%	27.8%	21.3%	32.4%
中學	1430	4.3%	8.7%	34.6%	31.3%	21.1%
專上教育	1729	2.3%	8.3%	29.7%	34.8%	25.0%

個別消費者的 教育程度	基數	透過電子平台（例如：網頁）提供有關資訊				
		1-完全不重要	2	3	4	5-非常重要
中學以下	106	12.3%	7.5%	23.6%	24.5%	32.1%
中學	1427	3.7%	6.4%	28.8%	29.2%	31.8%
專上教育	1730	1.6%	3.5%	14.3%	32.9%	47.7%

## 第三章 質化意見

### 3.1 引言

本章將會分析從意見收集表格獲得的開放式意見及在公眾參與過程期間所收集的所有其他意見。

在公眾參與過程期間共收集 39,212 個意見，並按以下十個途徑歸類：

1. 活動 (E)：除地區討論坊和公眾諮詢平台外的 31 個活動，包括討論會、圓桌會、研討會及簡報會；共收集 567 個意見(附件丙)；
2. 網絡及社交媒體 (IM)：73 條來自非政府網上論壇的主題、5 個來自政府網上論壇的回應及 9 項網上新聞文章；當中有 59 個意見可作分析 (附件戊)；
3. 媒體 (M)：14 份來自印刷媒體及傳播媒體報告的意見；當中有 54 個意見可作分析 (附件丁)；
4. 公眾諮詢平台 (PCP)：16 份區議會會議撮要、13 份來自諮詢及法定組織及屋邨管理諮詢委員會的記錄文件 (包括 11 份摘要及 2 份官方會議記錄)；共收集 402 個意見(附件乙)；
5. 簽名運動／請願信 (SCP)：一個含有四項不同意見的簽名運動，每項意見分別有 9,126, 9,132, 9,131 及 9,125 個有效簽名。所有在這簽名運動的意見是基於已核實的簽署和電郵 (附件己)；
6. 意見收集表格 (Q)：載於 3,592 份意見收集表格中的書面意見；共收集 178 個意見作質化分析 (附件辛)；
7. 地區討論坊 (RF)：22 份來自四個地區討論坊的焦點小組討論摘要；地區討論坊有別於其他公眾參與活動，因其得到廣泛宣傳並開放予所有人士參與，而部分其他活動則特為不同專責機構／組織而設；從地區討論坊的參與者中，共收集 1,212 個意見 (附件甲)；



8. 意見調查 (OS)：1 個意見調查：由於未能核實以上調查的參加者身份，所以上述調查的結果均被視為單一的書面記錄。當中多於五成人表達的意見會予以編碼，共收集 9 個意見(附件庚)；
9. 以組織／公司信箋遞交的書面記錄 (WSL)：11 份有組織或公司身份的信箋，以郵遞、傳真或電郵方式呈交，包括以電子版或印刷本提交。共收集 126 個意見；及
10. 以非組織／公司信箋遞交的書面記錄 (WSNL)：16 份沒有組織或公司身份的信箋，以郵遞、傳真或電郵方式呈交，包括以電子版或印刷本提交。共收集 91 個意見。

如本報告的第一章所提及，這項質化分析利用 NVivo 軟件輔助進行。研究中心編製了一個基礎分析框架(附件壬)，反映了所有就公眾參與文件內容而提出的議題，及擴展至包含其他在公眾參與過程中所收集的質化資料中所提出的相關議題。

在本章的每一節中，各項議題的質性意見數目會以整體列表顯示，並按十個收集意見的途徑顯示出來。為反映由不同人士或團體針對個別議題所提出的意見數目，不論這些意見是來自哪些途徑，或即使不同人士針對同一議題提出相同的意見，意見的數量都會以其最終被提出的次數作點算。由於未能分辨個別意見是代表個人或機構，在點算意見數量時，由個別人士或團體提出的意見會以相同方法處理。點算以意見為基礎。

當個別意見同時以不同途徑遞交時，亦都會按途徑分開點算，而不會跨途徑地核實其身份。

在本章中，將討論任何意見數量不少於 10 個的議題，並會引述一個具代表性的意見作例子。在適當情況下，會列出支持與反對的意見數目；亦會指出某些多於半數意見是來自同一途徑的議題。

### 3.2 消耗的生物資源類別

表 3.1 消耗的生物資源類別

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總數
<b>總計</b>			<b>5</b>				<b>11</b>				<b>16</b>
A.3.1 動物資源			2								2
A.3.1.1 海鮮			2								2
A.3.3 植物資源			3				11				14
A.3.3.1 紙張							10				10
A.3.3.2 棉			2								2
A.3.3.3 棕櫚油							1				1
A.3.3.6 傢俱			1								1

從表 3.1 顯示，共有 16 個意見是有關消耗的生物資源類別。除了一項外，所有有關生物資源的意見均已在第二章作量化分析，因此，在此不作進一步討論。

### 3.3 改善生物可持續性的策略

表 3.2 改善生物可持續性的策略

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
<b>總計</b>	<b>105</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>117</b>	<b>18257</b>	<b>24</b>	<b>142</b>	<b>2</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>18745</b>
A.4.1 對現行改善生物可持續性的措施的意見	19	7	7	18	9131		27		4	1	9214
A.4.1.1 漁農自然護理署「優質養魚場計劃」	1			4							5
A.4.1.1.1 正面				4							4
A.4.1.1.2 負面	1										1
A.4.1.2 可持續漁業模式	4	1	4	4			5				18
A.4.1.2.1 香港以內水域	4	1	2	4			3				14
A.4.1.2.1.1 正面	4	1	1	4			3				13
A.4.1.2.1.2 負面			1								1
A.4.1.2.2 香港以外水域			2				2				4
A.4.1.2.2.1 正面			1								1
A.4.1.2.2.2 負面			1				2				3
A.4.1.3 公務酬酢活動中採用符合可持續發展概念的環保菜單		1	1	1			1		1	1	6

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
A. 4. 1. 3. 1 正面		1	1	1			1		1	1	6
A. 4. 1. 4 環保採購 指引	10			1			15				26
A. 4. 1. 4. 1 正面	6						15				21
A. 4. 1. 4. 2 負面	4			1							5
A. 4. 1. 5 可持續海 鮮行動	4	2	2	4	9131		2		3		9148
A. 4. 1. 5. 1 正面	1	2	2	4	9131		2		3		9145
A. 4. 1. 5. 2 負面	3										3
A. 4. 1. 7 向魚翅 說不		3		3			3				9
A. 4. 1. 7. 1 正面		3		3			3				9
A. 4. 1. 8 環保促 進會的香港環保 採購約章							1				1
A. 4. 1. 8. 1 正面							1				1
A. 4. 1. 9 香港可 持續校園聯盟的 可持續採購框架				1							1
A. 4. 1. 9. 2 負面				1							1
A. 4. 2 對改善生物可 持續性的策略的意見	86	6	9	99	9126	24	115	2	38	26	9531
A. 4. 2. 1 擴大採購可持續 產品的清單	4			3	9126	1	7		5	2	9148
A. 4. 2. 1. 1 正面	4			3	9126	1	7		5	2	9148

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
A. 4. 2. 2 檢視及更新採購標準	5			3		3	14		2	1	28
A. 4. 2. 2. 1 正面	5			3		3	14		2	1	28
A. 4. 2. 3 檢視及推廣可持續的宴會菜單						1	2		1	1	5
A. 4. 2. 3. 1 正面						1	2		1	1	5
A. 4. 2. 4 提供資金以推廣可持續使用生物資源	2			4			4		3	3	16
A. 4. 2. 4. 1 正面	2			4			4		3	3	16
A. 4. 2. 5 透過宣傳及教育	27		5	40		3	30	1	5	6	117
A. 4. 2. 5. 1 正面	27		5	40		3	29	1	5	6	116
A. 4. 2. 5. 2 負面							1				1
A. 4. 2. 6 舉辦可持續使用的工作坊				1			1				2
A. 4. 2. 6. 1 正面				1			1				2
A. 4. 2. 7 支持約章和自願承諾	1			4		2	10		3	2	22
A. 4. 2. 7. 1 正面	1			4		2	10		3	2	22
A. 4. 2. 8 支持獎勵計劃	9			5		1	17	1	1	2	36
A. 4. 2. 8. 1 正面	9			4		1	15	1	1	2	33
A. 4. 2. 8. 2 負面				1			2				3

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
A. 4. 2. 9 立法保護 生物資源免被過 度使用	14	1	1	15		7	7		2	5	52
A. 4. 2. 9. 1 正面	11	1	1	13		7	7		2	5	47
A. 4. 2. 9. 2 負面	3			2							5
A. 4. 2. 10 採用懲 罰制度	10	2		5		5	4		1	3	30
A. 4. 2. 10. 1 正面	10	2		4		5	3		1	3	28
A. 4. 2. 10. 2 負面				1			1				2
A. 4. 2. 12 提倡減 少使用而非使用 可持續產品	3		1	1			5		1	1	12
A. 4. 2. 12. 1 正面	3		1	1			5		1	1	12
A. 4. 2. 13 促進或 加強生物多樣性									2		2
A. 4. 2. 13. 1 正面									2		2
A. 4. 2. 14 不同政 府部門合作以宣 傳生物可持續性	4			13			6				23
A. 4. 2. 14. 1 正面	4			13			6				23
A. 4. 2. 15 關於時 間表	1	1	2	3		1	6		10		24
A. 4. 2. 15. 1 為 推廣可持續使 用生物資源設 立時間表		1					3		3		7
A. 4. 2. 15. 1. 1 正面		1					3		3		7

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
A. 4. 2. 15. 2 盡快推廣可持續使用生物資源	1		2	1					7		11
A. 4. 2. 15. 2. 1 正面	1		2	1					7		11
A. 4. 2. 15. 3 按部就班地推廣可持續使用生物資源				2		1	3				6
A. 4. 2. 15. 3. 1 正面				2		1	3				6
A. 4. 2. 16 基於科學統計實行政策	3	1		1					1		6
A. 4. 2. 16. 1 正面	3	1		1					1		6
A. 4. 2. 17 推廣生產本地食物	3	1		1			2		1		8
A. 4. 2. 17. 1 正面	3	1		1			2		1		8

從表 3. 2 顯示，有 18, 745 個意見（包括 18, 257 個來自簽名運動）是關於改善生物可持續性的策略，包括 9, 531 個意見有關新策略及 9, 214 個意見有關現行措施。

在 9, 531 個有關新策略的意見中，有 9, 148 個意見有關擴大採購可持續產品的清單（全部是正面的意見，來自簽名運動的有 9, 126 個）（「加強現行環保採購政策以展示政府對使用可持續資源的承諾」）；有 117 個意見有關宣傳（除了一個以外，所有都是正面的意見）（「政府應為可持續發展作更多宣傳」）；有 52 個意見有關制定新的保護法例（當中有 47 個正面意見）（「砍伐沉香和在海洋放生紅耳龜，強調透過法例保護天然資源的重要性」）；有 36 個意見有關獎勵計劃（當中有 33 個正面意見）（「應訂立相關的獎勵計劃，因為企業關心他們的社會形象」）；有 30 個意見有關採用懲罰制度（除了 2 個以外，全部都是正面的意見）（「稅收和徵費可以幫助消除市場上非可持續的產品，或者使它們成為一個不太吸引人的選擇。」）；有 28 個意見有關檢視及更新採購標準（有 14 個意見來自地區討論坊及全部是正面意見）（「現時沒有一千元以下的採購指引，所以可以擴展環保採購指引的範圍」）；有 23 個意見有關不同政府部門合作以宣傳生物可持續性（「可持續發展委

員會應更積極與其他政府部門合作，例如與教育局制定教育政策」)；有 24 個意見有關時間表(包括有 11 個意見關於盡快推廣可持續使用生物資源(有 7 個意見是透過有組織或公司身份的信箋提交) (「政府可就可持續生活及環境保護盡快提倡和推展政策」))；有 22 個意見有關約章和自願承諾(全部是正面)(「中小企業的自願約章計劃有助宣傳，因為他們願意參與這些活動，如商界展關懷計劃」)；有 16 個意見有關提供資金援助(全部是正面) (「政府應分配更多資源研究和評估不同產品和／或物種的可持續性或保育狀況，讓市民得悉更多資訊才作出購物的決定」) 及有 12 個意見有關應推廣減少消費而不是去使用可持續產品(全部是正面) (「廣告促使消費者購買不必要的產品，從而取悅他人。可持續發展委員會應鼓勵市民在購買任何產品前三思」)。

在 9,214 個有關現行措施的意見中，有 9,148 個意見有關可持續海鮮行動(有 9,145 個是正面的意見，來自簽名運動的有 9,131 個)(「在香港，海鮮指引是個很好的工具去提升公眾認知和幫助消費者選擇可持續海鮮」，有 26 個意見有關環保採購指引(有 15 個意見來自地區討論坊和有 21 個正面意見) (「採用政府採購指引可鼓勵進口可持續替代品」)；及有 18 個意見有關可持續捕魚，包括有 14 個意見有關香港水域(其中有 13 個是正面意見) (「除了禁止漁民使用拖網外，政府可向漁民提供協助，幫助他們適應更好的捕魚方式」)。



### 3.4 鼓勵供應更多可持續產品的行動

表 3.3 鼓勵供應更多可持續產品的行動

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
<b>總計</b>	<b>37</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>21</b>		<b>6</b>	<b>60</b>		<b>6</b>	<b>14</b>	<b>151</b>
A.5.1 提供財政誘因	16	2	2	14		3	24		3	3	67
A.5.1.1 綠卡計劃	3			1						1	5
A.5.1.1.1 正面	3			1						1	5
A.5.1.2 稅務誘因	4			2		1	6				13
A.5.1.2.1 正面	4			2		1	5				12
A.5.1.2.2 負面							1				1
A.5.1.77 沒有指明	9	2	2	11		2	18		3	2	49
A.5.1.77.1 正面	9	2	1	11		2	17		3	2	47
A.5.1.77.2 負面			1				1				2
A.5.3 可持續產品的供應	5						5			3	13
A.5.3.1 正面	5						5			3	13
A.5.4 設立機構以促使選擇可持續產品							4			1	5
A.5.4.1 正面							4			1	5
A.5.5 建立合適的營商環境	6			3		2	10		1	2	24
A.5.5.1 正面	6			3		2	10		1	2	24
A.5.6 統一及發展一套香港的環保標籤系統	2		1	2			1		1		7

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
A.5.6.1 正面	2		1	2			1		1		7
A.5.7 提供環保標籤或可持續產品的資訊	2		1				5			4	12
A.5.7.1 正面	2						5			4	11
A.5.7.2 負面			1								1
A.5.8 透過廣告和教育進行宣傳	5		1	2			5				13
A.5.8.1 正面	5		1	2			5				13
A.5.9 立法要求使用環保標籤	1					1	6		1	1	10
A.5.9.1 正面	1					1	4		1	1	8
A.5.9.2 負面							2				2

從表 3.3 顯示，共有 151 個意見有關鼓勵供應更多可持續產品的行動，當中有 67 個意見有關財政誘因(其中有 49 個意見沒有指明特定行動(「政府應向本地農業及海產養殖業提供財政支援和營銷技巧」)及有 13 個意見有關稅務誘因(其中有 12 個正面意見)(「租金優惠和稅務優惠皆可激勵零售商提供認證的商品以配合可持續運動」)；有 24 個意見有關合適的營商環境(全部是正面)(「對採購可持續產品有興趣的公司可組成群組，並接觸供應商讓他們知道香港有相關市場，從而建立可持續產品的市場」)；有 13 個意見有關增加可持續產品的供應(全部是正面)(「市民應在任何地方都可購買可持續產品」)；有 13 個意見有關透過廣告和教育進行宣傳(全部是正面)(「教育供應商以助超級市場獲得更多可持續海鮮產品的供應」)；有 12 個意見有關提供環保標籤或可持續產品的資訊(有 11 個是正面意見)(「公眾應能夠在互聯網透過搜尋編碼及關鍵字，從供應商中找到相關資訊」)及有 10 個意見有關環保標籤立法(有 6 個意見來自地區討論坊及有 8 個是正面意見)(「有需要就標籤立法，讓公眾可以知道他們進食了甚麼物種」)。

### 3.5 阻礙供應可持續產品的因素

表 3.4 阻礙供應可持續產品的因素

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
<b>總計</b>	<b>13</b>			<b>1</b>			<b>17</b>				<b>31</b>
A.7.1 對可持續產品的認識							1				1
A.7.2 市場上可持續產品的供應	2						5				7
A.7.3 可持續產品的利潤	7			1			9				17
A.7.4 可持續產品的質素	1										1
A.7.5 關於環保標籤的問題	3						2				5
A.7.5.2 太多種環保標籤	1										1
A.7.5.3 產品上顯得不清晰	1										1
A.7.5.4 對環保標籤的認識	1						2				3

從表 3.4 顯示，共有 31 個意見有關阻礙供應可持續產品的因素，當中有 17 個意見有關可持續產品的利潤（有 9 個意見來自地區討論坊）（「若商家因使用可持續來源的物料生產商品而提高成本，他們未必願意參與」）。

### 3.6 鼓勵需求更多可持續產品的行動

表 3.5 鼓勵需求更多可持續產品的行動

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
<b>總計</b>	<b>124</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>58</b>	<b>9132</b>	<b>46</b>	<b>255</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>11</b>	<b>9655</b>
A. 6.1 提供財政誘因	49	7	4	20	9132	20	88		6	2	9328
A. 6.1.1 綠卡計劃	29	3	2	13		2	48		5	1	103
A. 6.1.1.1 正面	28	3	2	11		2	47		5	1	99
A. 6.1.1.2 負面	1			2			1				4
A. 6.1.2 稅務誘因				1		6	3				10
A. 6.1.2.1 正面				1		6	3				10
A. 6.1.77 沒有指明	20	4	2	6	9132	12	37		1	1	9215
A. 6.1.77.1 正面	19	4	2	6	9132	12	37		1	1	9214
A. 6.1.77.2 負面	1										1
A. 6.2 設立機構以促使選擇可持續產品	3			5			5			1	14
A. 6.2.1 正面	3			5			4			1	13
A. 6.2.2 負面							1				1
A. 6.3 統一及發展香港的環保標籤系統	23			15		6	33		4	1	82
A. 6.3.1 正面	22			15		6	32		4	1	80

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
A. 6. 3. 2 負面	1						1				2
A. 6. 4 提供環保標 籤或可持續產品的 資訊	14			9			48	1	4	4	80
A. 6. 4. 1 正面	13			9			48	1	4	4	79
A. 6. 5 透過廣告和 教育進行宣傳	22			8		17	42		1	2	92
A. 6. 5. 1 正面	22			8		17	42		1	2	92
A. 6. 6 為可持續產 品設立特定銷售區	5					1	20				26
A. 6. 6. 1 正面	5					1	18				24
A. 6. 6. 2 負面							2				2
A. 6. 7 在產品上提 供環保標籤	4						2		1		7
A. 6. 7. 1 正面	4						2		1		7
A. 6. 9 良好的包裝 以方便消費者容易 認出可持續產品	1		1	1		1	14				18
A. 6. 9. 1 正面	1		1			1	13				16
A. 6. 9. 2 負面							1				1
A. 6. 10 增加市場 上可持續產品的供 應	3					1	3			1	8
A. 6. 10. 1 正面	3					1	3			1	8

從表 3.5 顯示，共有 9,655 個意見（有 9,132 個意見來自簽名運動）關於鼓勵需求更多可持續產品的行動，當中有 9,328 個意見有關財政誘因，有 92 個意見有關通過廣告和教育進行宣傳（全部是正面意見）（「應在地區進行推廣，以鼓勵市民逐步改變他們的行為」），有 82 個意見有關香港的環保標籤系統（有 32 個意見來自地區討論坊，有 80 個是正面意見）（「現有的環保標籤是來自國際的認證機構，香港應建立屬於自己的標籤」），有 80 個意見有關提供環保標籤及可持續產品的資訊（有 79 個是正面意見）（「公眾需要了解哪些種類海鮮是否可持續，從而作出明智的選擇」），有 26 個意見有關為可持續產品設立一個特定銷售區（有 20 個意見來自地區討論坊，有 24 個意見是正面）（「超級市場應開始另闢銷售區，放置所有可持續產品，以便市民容易尋找」）及有 18 個意見有關為可持續產品提供良好的包裝（有 14 個意見來自地區討論坊和有 16 個正面意見）（「有時有關可持續的標籤貼在產品的背部，而消費者未必能容易察覺，所以需要更明顯的標籤」）。

在 9,328 個有關財政誘因的意見中，有 9,215 個意見是沒有特別指明行動（有 9,214 個意見是正面，其中有 9,132 的意見是來自簽名運動）（「政府應提供足夠的誘因去鼓勵商家和消費者採納可持續貿易和消耗」）及有 103 個意見有關綠卡計劃（當中有 99 個正面的意見）（「南韓綠卡計劃是一個好例子，因為當地市民的消費習慣與香港市民相似」）。

### 3.7 阻礙需求可持續產品的因素

表 3.6 阻礙需求可持續產品的因素

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
<b>總計</b>	<b>63</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>31</b>		<b>36</b>	<b>191</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>339</b>
A.8.1 對可持續產品的認識	2			6		1	19			1	29
A.8.2 可持續產品在市場的供應	10	1		6		10	37	1	1	1	67
A.8.3 可持續產品的價錢	25		1	8		4	49	1	2	1	91
A.8.4 可持續產品的質素	3					6	11			1	21
A.8.5 關於環保標籤的問題	20		1	10		9	68		3	1	112
A.8.5.1 可信性	4			1		5	7		2		19
A.8.5.2 太多種環保標籤	8		1	3		2	17		1	1	33
A.8.5.3 產品上顯示不清晰	4			2			14				20
A.8.5.4 對環保標籤的認識	4			4		2	30				40
A.8.6 缺乏可持續產品的詳細資訊	1		2	1		1	7				12
A.8.7 健康考慮	2					5					7

從表 3.6 顯示，有 339 個意見有關阻礙需求可持續產品的因素，當中有 112 個意見關於環保標籤的問題，（其中有 40 個意見有關認知（有 30 個意見來自地區討論坊）（「很難找到有環保標籤的產品和市民未必確實知悉標籤的資料及其含意」），有 33 個意見有關太多環保標籤的種類（有 17 個意見來自地區討論坊）（「有太多環保標籤，而要記著所有標籤是有困難的；統一環保標籤能讓人更容易掌握。」），有 20 個意見有關在產品上的環保標籤不清晰（有 14 個意見來自地區討論坊）（「標籤太細小和有一些產品有太多標籤」）及有 19 個意見有關可信性（「不是所有宣稱是有機的產品都是真正的有機產品，所以即使它們有認證，市民也不會百份百信賴這些產品，」）；有 91 個意見有關可持續產品的價錢（有 49 個意見來自地區討論坊）（「公營機構會購買非可持續產品，因為它們通常較可持續產品便宜」）；有 67 個意見有關可持續產品在市場的供應（有 37 個意見來自地區討論坊）（「最大的問題是沒有一個供應商能提供環保紙張，因此，他必須支付額外費用，並且需透過其他來源取得」）；有 29 個意見有關對可持續產品的認識（有 19 個意見來自地區討論坊）（「如果公眾認識兩罐吞拿魚的分別，他們將會考慮較貴的一罐，但若他們不明白當中的分別，他們會購買較便宜的」）；有 21 個意見有關可持續產品的質素（有 11 個來自地區討論坊）（「產品價錢及產品質素對消費者作選購決定是同樣重要的」）及有 12 個意見有關缺乏可持續產品的詳細資訊（有 7 個意見來自地區討論坊）（「難以得知於街市售賣的新鮮產品是否有環保標籤」）。



### 3.8 資訊對促使選擇可持續產品的效用

表 3.7 資訊對促使選擇可持續產品的效用

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
<b>總計</b>	<b>25</b>	<b>2</b>		<b>24</b>		<b>4</b>	<b>42</b>		<b>6</b>	<b>1</b>	<b>104</b>
A.9.1 產品上的環保標籤及認證	10	1		13		2	21				47
A.9.1.1 正面	7	1		12		2	14				36
A.9.1.2 負面	3			1			7				11
A.9.2 購買可持續產品的消費者指南	1			2			1		2		6
A.9.2.1 正面	1			1					2		4
A.9.2.2 負面				1			1				2
A.9.3 產地	3	1		2		1	1				8
A.9.3.1 正面	3	1		1		1	1				7
A.9.3.2 負面				1							1
A.9.4 可持續產品的統計				1			1		1	1	4
A.9.4.1 正面				1			1		1	1	4
A.9.5 可持續產品的資料庫	7			3			10		2		22
A.9.5.1 正面	7			2			7		2		18
A.9.5.2 負面				1			3				4
A.9.6 有否合適的供應商						1	1		1		3
A.9.6.1 正面						1	1		1		3
A.9.7 消費者態度和偏好的市場調查結果	2						3				5
A.9.7.1 正面	2						3				5
A.9.8 新本地環保標籤	2			3			4				9
A.9.8.1 正面	1			3			4				8
A.9.8.2 負面	1										1

從表 3.7 顯示，共有 104 個意見有關資訊對促使選擇可持續產品的效用，當中有 47 個意見有關產品上的環保標籤及認證（其中有 36 個是正面意見）（「標籤只是一種幫助消費者分辨一些他們不熟悉的資訊的工具」），有 11 個是負面的意見（有 7 個意見來自地區討論坊）（「公眾在購買食品時不會留意環保標籤」），及有 22 個意見是有關可持續產品的資料庫（當中有 18 個是正面意見）（「資訊平台能幫助公眾獲得更多保育環境的知識」）。

### 3.9 教育和宣傳活動

表 3.8 教育和宣傳活動

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
<b>總計</b>	<b>143</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>81</b>	<b>9125</b>	<b>60</b>	<b>383</b>	<b>3</b>	<b>23</b>	<b>22</b>	<b>9854</b>
A.10.1 渠道	121	6	6	56	9125	54	322	3	21	22	9736
A.10.1.1 學校計劃	13		2	8		5	24	1	5	4	62
A.10.1.1.1 正面	12		2	8		5	24	1	5	4	61
A.10.1.1.2 負面	1										1
A.10.1.3 展覽	4			1		2	16			2	25
A.10.1.3.1 正面	3			1		2	14			2	22
A.10.1.3.2 負面	1						2				3
A.10.1.4 公眾工作坊	19	1		8		3	29	1	1	3	65
A.10.1.4.1 正面	16	1		7		3	27	1	1	3	59
A.10.1.4.2 負面	3			1			2				6
A.10.1.5 主題嘉年華或節慶	10						18		1	2	31
A.10.1.5.1 正面	9						18		1	2	30
A.10.1.5.2 負面	1										1
A.10.1.6 文化藝術活動和教育及體驗活動	17	1		2	9125	6	38		2	2	9193
A.10.1.6.1 正面	15	1		2	9125	6	37		2	2	9190

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
A. 10. 1. 6. 2 負面	2						1				3
A. 10. 1. 7 電子平台	13	1	2	8		9	42	1	3	5	84
A. 10. 1. 7. 1 正面	13	1	1	7		8	39	1	3	5	78
A. 10. 1. 7. 2 負面			1	1			3				5
A. 10. 1. 8 電視	17	1		2		12	45		2		79
A. 10. 1. 8. 1 正面	16	1		2		12	43		2		76
A. 10. 1. 8. 2 負面							2				2
A. 10. 1. 9 電台	1					2	11		1		15
A. 10. 1. 9. 1 正面	1					2	11		1		15
A. 10. 1. 10 報紙 或雜誌	1			3		4	5			1	14
A. 10. 1. 10. 1 正面	1			3		4	4			1	13
A. 10. 1. 11 海報	6			2		2	26				36
A. 10. 1. 11. 1 正面	6			2		2	22				32
A. 10. 1. 11. 2 負面							4				4
A. 10. 1. 12 社交 媒體	10	1		1		6	30		4	1	53
A. 10. 1. 12. 1 正面	10	1		1		6	30		4	1	53
A. 10. 1. 13 其他	1			1		3	15		1		21
A. 10. 1. 13. 1 正面	1			1		3	12		1		18
A. 10. 1. 13. 2 負面							3				3

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
A. 10. 1. 77 沒有指明	9	1	2	20			23		1	2	58
A. 10. 1. 77. 1 正面	9	1	1	19			23		1	2	56
A. 10. 1. 77. 2 負面			1	1							2
A. 10. 2 策略	22	1	1	25		6	61		2		118
A. 10. 2. 1 在兒童 早期進行教育	12		1	18		2	28				61
A. 10. 2. 1. 1 正面	11		1	18		2	28				60
A. 10. 2. 1. 2 負面	1										1
A. 10. 2. 2 透過鄰 里進行教育							2				2
A. 10. 2. 2. 1 正面							2				2
A. 10. 2. 3 透過家 庭進行教育				2		1	4		1		8
A. 10. 2. 3. 1 正面				2		1	4		1		8
A. 10. 2. 4 使用口 號、吉祥物或名 人	6	1		3		1	22		1		34
A. 10. 2. 4. 1 正面	6	1		3		1	21				32
A. 10. 2. 4. 2 負面							1		1		2
A. 10. 2. 5 更多推 廣策略	2			2			3				7
A. 10. 2. 5. 1 正面	2			2			3				7
A. 10. 2. 6 使用紀 念品或禮品	2					2	2				6
A. 10. 2. 6. 1 正面	2					2	2				6

從表 3.8 顯示，共有 9,854 個意見有關教育及宣傳活動，當中有 9,736 個意見關於渠道和有 118 個意見關於策略。

在 9,736 個有關渠道的意見中，有 9,193 個意見關於文化藝術活動和教育及體驗活動（當中有 9,190 個正面意見，包括有 9,125 個意見是來自簽名運動）（「透過全校參與模式，將可持續和「一個地球生活」的概念融入教育層面，以此將可持續發展的教育主流化」）；有 84 個意見有關電子平台（有 42 個意見來自地區討論坊和有 78 個是正面意見）（「如市民有興趣，他們可透過網站學習環保標籤計劃的理念」）；有 79 個有關電視的意見（有 45 個意見來自地區討論坊和有 76 個是正面意見）（「主婦能透過電視學習更多可持續使用生物資源」）；有 65 個意見有關公眾工作坊（其中 59 個是正面意見）（「地區討論坊或講座應對主婦有用，因為她們有較多的時間參與這類活動」）；有 62 個意見有關學校活動（其中 61 個是正面意見）（「可持續使用的教育應由幼稚園和小學開始，並融合學校的課程」）；有 58 個意見沒有特別指明渠道（其中有 56 個是正面意見）（「有需要作公眾教育去影響市民改變他們的消費模式」）；有 53 個意見有關社交媒體（有 30 個意見是地區討論坊和全部是正面意見）（「可用網上平台作宣傳，使用 Facebook 專頁邀請活動的贊助」）；有 36 個意見有關海報（有 26 個意見來自地區討論坊和有 32 個是正面的意見）（「可在港鐵站展示綠色標誌和綠色標籤以提升公眾意識」）；有 31 個意見有關主題嘉年華或節慶（有 18 個意見來自地區討論坊和有 30 個是正面意見）（「節日推廣可包括使用可持續生物資源的訊息」）；有 25 個意見有關展覽（有 16 個意見來自地區討論坊和有 22 個是正面意見）（「可舉辦展覽讓公眾認識更多有關環保標籤」）；及有 15 個意見有關電台（有 11 個意見來自地區討論坊及全部是正面意見）（「女性可透過簡單的電台廣播劇或處境喜劇記著有關資訊」）。

118 個有關策略的意見中，有 61 個意見有關在兒童早期進行教育（有 60 個正面的意見）（「兒童透過教育學習相關訊息，深入腦海，而且他們可幫助提升家人的意識」）及有 34 個意見有關使用口號、吉祥物或名人（有 22 個意見來自地區討論坊及有 32 個正面意見）（「像垃圾分類，制定相關口號，讓公眾能較容易記住」）。

### 3.10 個人對過度開發生物資源的影響的意識

表 3.9 個人對過度開發生物資源的影響的意識

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
<b>總計</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>			<b>14</b>	<b>1</b>			<b>31</b>
A.12.1 有意識	7	1	3	4			14				29
A.12.2 沒有意識	1							1			2

有 31 個意見關於個人對過度開發生物資源的影響的意識，但這些意見與第二章的量化分析報告差別不大。

### 3.11 其他公眾參與以外關於生物資源的意見

表 3.10 其他公眾參與以外關於生物資源的意見

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
<b>總計</b>	<b>18</b>	<b>24</b>	<b>5</b>	<b>30</b>		<b>2</b>	<b>31</b>		<b>22</b>	<b>7</b>	<b>139</b>
A.99.1 廢物和回收	7	16	3	19		2	24		21	6	98
A.99.1.1 推廣回收	5	7	1	15		2	17		17	4	68
A.99.1.2 減少廢棄廢物	2	9	2	4			7		4	2	30
A.99.3 推廣素食	3	2		5			1			1	12
A.99.4 減少碳排放	4		2	2							8
A.99.6 嚴格限制水污染	2						3		1		6
A.99.7 維持發展與環境之間的平衡	1			3							4
A.99.8 關於環境保護的宣傳或教育	1	6		1			3				11

從表 3.10 顯示，共有 139 個意見有關生物資源但與公眾參與不相關的，有 68 個意見有關推廣回收（「政府應帶頭使用再造紙」），有 30 個意見有關減少廢棄廢物（「可持續發展委員會可考慮推廣由可回收及較少有害物質製成的即棄容器」），有 12 個意見有關推廣素食（「推廣素食可能會長遠地幫助解決問題」）及有 11 個意見有關推廣環境保護（「可在學生年輕時，傳遞環境保護的資訊予他們，從而讓他們學習生態的潛在關係」）。

### 3.12 對公眾參與過程的意見

表 3.11 對公眾參與的意見

意見	E	IM	M	PCP	SCP	Q	RF	OS	WSL	WSNL	總計
總計	13	2	2	34			15		3	4	73
A. 15.1 提供的資訊不足	8	1		6			1		1		17
A. 15.2 公眾難於理解概念	4	1	2	11			1			1	20
A. 15.3 意見收集表格的問題不適當或不足	1			5					1	2	9
A. 15.4 政府應收集公眾對未來政策的看法				1					1	1	3
A. 15.5 公眾參與應改用較簡單的名字				2			3				5
A. 15.6 諮詢小冊子非常有用和富資訊性				1			1				2
A. 15.7 諮詢提倡生物資源的概念而不是解決這個問題的具體行動				5			1				6
A. 15.8 諮詢應以更環保的方式進行				3			8				11



從表 3.11 顯示，共有 73 個意見有關公眾參與，包括 20 個意見有關公眾難於理解相關的概念（有 11 個意見來自公眾諮詢平台）（「較高教育程度的市民能明白訊息，但關鍵是如何向社會大眾傳遞相關訊息以致他們能明白」），有 17 個意見有關缺乏資訊（有 8 個意見來自活動）（「公眾參與文件較少強調生產商，較多強調消費者」及有 11 個意見有關諮詢應以更環保的方式進行」（有 8 個意見來自公眾諮詢平台）（「政府部門應出版電子文件或小冊子從而減少浪費資源」））。

## 第四章 概要與總結

### 4.1 背景

委員會就推廣可持續使用生物資源開展了題為「生物資源、識取惜用」的公眾參與。研究中心在公眾參與過期間負責收集、整理、分析和匯報公眾及不同持份者的意見。是次公眾參與的公眾參與階段由二零一六年七月廿六日開始，並在二零一六年十一月十五日結束，期間所收集的全部意見均被納入分析之中。

從意見收集表格所收集的意見（開放式意見除外）均以量化方法處理及分析，其餘的意見以質化方法分析。

研究中心共收回並處理 3,481 份供個別消費者填寫的意見收集表格，當中包括 852 份透過網上提交及 2,629 份以書面填寫的意見收集表格。此外，研究中心共收回 111 份供機構／公司代表填寫的意見收集表格，當中包括 28 份透過網上提交及 83 份以書面填寫的意見收集表格。

公眾參與過程期間共收集 39,212 個意見，包括透過網絡及社交媒體收集的 59 個意見；透過印刷媒體及傳播媒體收集的 54 個意見；透過區議會會議、諮詢及法定組織和屋邨管理諮詢委員會收集的 402 個意見；透過簽名運動／請願信收集的 36,514 個意見；透過 3,592 份意見收集表格的 178 個意見；透過四個地區討論坊收集的 1,212 個意見；透過一個意見調查收集的 9 個意見；透過組織／公司信箋遞交的書面記錄收集的 126 個意見；透過沒有組織／公司信箋遞交的書面記錄收集的 91 個意見；及透過其他活動收集的 567 個意見。

## 4.2 意識水平

逾五分之二的個別消費者（43.8%）認為自己對過度開發生物資源的影響的意識水平有 4 分或以上，而有逾五分之一的個別消費者（22.1%）認為自己的意識水平只有 2 分或以下。

略多於五分之一的個別消費者（21.6%）認為自己對香港就推廣可持續使用生物資源的現行措施的意識水平有 4 分或以上；而有略多於五分之二的個別消費者（41.6%）認為自己的意識水平只有 2 分或以下。

男性及持有中學或以上的教育程度的個別消費者表示對有關影響及現行措施皆有較高的認識。

## 4.3 購買可持續產品

至少有五分二的個別消費者表示他們不清楚所購買的產品是否來自可持續來源，或者從不或甚少購買這類產品。

相比甚少或從來沒有購買有關產品的個別消費者，有較高比例的個別消費者表示他們會經常或間中購買以下四項產品：可持續來源的紙張、可持續來源的海產、可持續棉花所製成的衣服及可持續棕櫚油所製成的產品。相比稍年長的個別消費者，18 歲以下的個別消費者經常購買可持續來源的紙張的可能性較小；同時，相比較低教育程度的個別消費者，較高教育程度的個別消費者表示會經常購買可持續來源的海產、可持續棉花所製成的衣服、可持續棕櫚油所製成的產品的可能性較小。

#### 4.4 辨識可持續產品標籤

約有三分之二的個別消費者表示他們能辨識 1 或 2 個可持續產品的標籤，逾五分之一的個別消費者能辨識 3 或 4 個，餘下的個別消費者則能辨識 5 個或以上。

#### 4.5 公司採購制度

略多數的代表表示他們的機構／公司有政策或既定措施採購可持續產品，而餘下的代表則表示沒有任何政策或既定措施。

#### 4.6 阻礙

在個別消費者和機構／公司代表中，最少逾半數的回應者就以下阻礙他們購買可持續產品的因素的評分為 4 或 5 分：可持續產品的價格、市場上可持續產品的供應、可持續產品的質素、及辨識哪些是真正可持續產品的知識。較高教育程度的個別消費者，就各種因素對他們選擇可持續產品的阻礙程度，給予較低的評分可能性較小。

共有 31 個意見是有關阻礙供應可持續產品的因素，當中有 17 個意見有關可持續產品的利潤。

共有 339 個意見是有關阻礙需求可持續產品的因素，當中有 112 個意見有關環保標籤的問題（其中有 40 個意見有關認知、33 個意見有關太多環保標籤的種類、20 個意見有關產品上環保標籤不清晰及 19 個意見有關可信性）、91 個意見有關可持續產品的價錢、67 個意見有關可持續產品在市場上的供應、29 個意見有關對可持續產品的認識、21 個意見有關可持續產品的質素及 12 個意見有關可持續產品上缺乏詳細資訊。

#### 4.7 促使選擇可持續產品的因素

就有關促使個別消費者選擇可持續產品的因素，大多數的個別消費者對以下資訊的效用評為 4 或 5 分；包括產品上的環保標籤、有關可持續產品的更多資訊及購買可持續產品的消費者指南。

女性、成年消費者及持較高教育程度的消費者，就各種資訊有助他們購買可持續產品，給予較高評分的可能性較大。

就有關促使機構／公司採購更多可持續產品的誘因，大多數的機構／公司的代表對更高的社會認知、可持續產品及供應商的資訊平台、獎勵計劃及約章計劃等誘因評為 4 或 5 分。

有關鼓勵供應更多可持續產品的行動的意見共有 151 個，當中有 67 個意見有關財政誘因（有 49 個意見沒有指明特定行動）、13 個意見是稅務誘因（12 個是正面意見）、24 個意見有關合適的營商環境（全部是正面）、13 個意見有關提升可持續產品的供應（全部是正面）、13 個意見有關透過廣告和教育進行宣傳（全部是正面）、12 個意見有關提供環保標籤或可持續產品的資訊（11 個是正面意見）及 10 個意見有關環保標籤立法（8 個是正面意見）。

關於鼓勵需求更多可持續產品的行動的意見共有 9,655 個（來自簽名運動有 9,132 個意見），當中有 9,328 個意見有關財政誘因、92 個意見有關透過廣告和教育進行宣傳（全部是正面意見）、82 個意見有關香港環保標籤系統（80 個是正面意見）、80 個意見有關環保標籤及可持續產品的資訊（79 個是正面意見）、26 個意見有關為可持續產品設立一個特定銷售區（24 個是正面意見）及 18 個意見有關為可持續產品提供良好的包裝（16 個是正面意見）。

在 9,328 個有關財政誘因的意見中，有 9,215 個意見沒有特別指明誘因（9,214 個是正面意見，其中有 9,132 個意見來自簽名運動）及 103 個意見有關綠卡計劃（99 個是正面意見）。

有關資訊對促使選擇可持續產品的效用的意見共有 104 個，當中有 47 個意見有關產品上的標籤及認證（36 個是正面意見及 11 個是負面意見）及 22 個意見有關可持續產品的資料庫（18 個是正面意見）。

#### 4.8 政府／公營機構行動的重要性

在個別消費者中，大多數的回應者對以下可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性評為 4 或 5 分：提供更多有關可持續產品的資訊、推展宣傳活動、提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源、擴大採購可持續產品的名單、檢討及更新採購標準、檢視及推廣宴會的可持續菜單、支持獎勵計劃、為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊及支持約章和自願承諾。

女性、成年個別消費者和專上教育程度的個別消費者，就政府／公營機構可帶頭推動可持續使用生物資源行動的重要性，給予 5 分的可能性較大。

在機構／公司代表中，大多數的回應者對以下可由政府／公營機構帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性評為 4 或 5 分：擴大採購可持續產品的名單、提供更多有關可持續產品的資訊、提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源、檢討及更新採購標準、推展宣傳活動、為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊、檢視及推廣宴會的可持續菜單、支持獎勵計劃及支持約章和自願承諾。

#### 4.9 商界行動的重要性

在個別消費者中，大多數的回應者對以下可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性評為 4 或 5 分：加強可持續使用方面的市場推廣、擴大採購可持續產品的名單、檢視及推廣宴會的可持續菜單、檢討及更新採購標準、為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓、支持獎勵計劃及支持約章和自願承諾。

女性、成年及有較高教育程度的個別消費者，就商界帶頭推動可持續使用生物資源行動的重要性，給予較高評分的可能性較大。

在機構／公司代表中，大多數的回應者對以下可由商界帶頭推動可持續使用生物資源的行動的重要性評為 4 或 5 分：擴大採購可持續產品的名單、檢討及更新採購標準、為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓、檢視及推廣宴會的可持續菜單、加強可持續使用方面的市場推廣、支持獎勵計劃及支持約章和自願承諾。

#### 4.10 策略

關於改善生物可持續性的策略的意見有 18,745 個（其中 18,257 個來自簽名運動）是，包括 9,531 個有關新策略的意見及 9,214 個有關現行措施的意見。

在 9,531 個有關新策略的意見中，有 9,148 個意見有關擴大採購可持續產品的清單（全部是正面的意見，來自簽名運動的有 9,126 個）、117 個意見有關宣傳（除了一個以外，所有都是正面意見）、52 個意見有關制定新的保護法（47 個是正面意見）、36 個意見有關獎勵計劃（有 33 個是正面意見）、30 個意見有關採用懲罰制度（除了 2 個以外，全部都是正面的意見）、28 個意見有關檢視及更新採購標準（全部是正面意見）、23 個意見有關不同政府部門合作以宣傳生物可持續性、24 個意見有關時間表（包括有 11 個意見是關於盡快推廣可持續使用生物資源）、22 個意見有關約章和自願承諾（全部是正面）、16 個意見有關提供資金援助（全部是正面）及 12 個意見（全部是正面）有關應推廣減少消費而不是去使用可持續產品。

在 9,214 個有關現行措施的意見中，有 9,148 個意見有關可持續海鮮行動（有 9,145 個是正面意見，來自簽名運動的有 9,131 個）、26 個意見是有關環保採購指引（21 個是正面意見）及 18 個意見有關可持續捕魚（包括有 14 個意見有關香港水域，而其中有 13 個是正面意見）。

#### 4.11 教育及宣傳活動

在個別消費者中，大多數回應者就以下推廣可持續使用生物資源的教育及宣傳活動的重要性評為 4 或 5 分：學校計劃、透過電子平台提供有關資訊、廣告、主題嘉年華或節慶、公眾工作坊、文化藝術活動和展覽。

就推廣可持續使用生物資源的教育及宣傳活動的重要性，女性及較高教育程度的個別消費者給予較高評分的可能性較大。

在機構／公司代表中，大多數回應者就以下推廣可持續使用生物資源的教育及宣傳活動的重要性評為 4 或 5 分：學校計劃、透過電子平台提供有關資訊、廣告、公眾工作坊、主題嘉年華或節慶、展覽和文化藝術活動。

有關教育及宣傳活動的意見共有 9,854 個，當中有 9,736 個意見關於渠道和 118 個意見關於策略。

在 9,736 個有關渠道的意見中，有 9,193 個意見關於文化、藝術活動和教育及體驗活動（當中有 9,190 個正面意見，包括 9,125 個意見來自簽名運動）、84 個意見有關電子平台（78 個是正面意見）、79 個意見有關電視（76 個是正面意見）、65 個意見有關公眾工作坊（59 個是正面意見）、62 個意見有關學校活動（61 個是正面意見）、58 個意見沒有特別指明渠道（56 個是正面意見）、53 個意見有關社交媒體（全部是正面意見）、36 個意見有關海報（32 個是正面的意見）、31 個意見有關主題嘉年華或節日（30 個是正面意見）、25 個意見有關展覽（22 個是正面意見）及 15 個意見有關電台（全部是正面意見）。

在 118 個有關策略的意見中，有 61 個意見有關在兒童早期進行教育（60 個是正面的意見）及 34 個意見有關使用口號、吉祥物或名人（32 個是正面意見）。

#### 4.12 其他公眾參與活動以外關於生物資源的意見

有關生物資源但與公眾參與不相關的意見共有 139 個，其中有 68 個意見有關推廣回收、30 個意見有關減少廢棄廢物、12 個意見有關推廣素食及有 11 個意見有關推廣環境保護。



#### 4.13 公眾參與過程

有關公眾參與過程的意見共有 73 個，包括 20 個意見有關公眾難於理解概念、17 個意見有關缺乏資訊及 11 個意見有關諮詢應以更環保的方式進行。

#### 4.14 總結

##### 意識水平及採購

在香港，公眾對於可持續使用生物資源的意識水平明顯是很低的。公眾參與的回應者理應較關心這課題，但少於一半的回應者認為自己對過度開發生物資源影響的意識水平有 4 分或以上；亦只有少於四分之一的回應者認為自己對於香港現時就推廣可持續使用生物資源的措施的意識水平有 4 分或以上。而且，最少有五分之二的個別消費者表示他們不清楚所購買的產品是否來自可持續來源，或者從不或甚少購買這類產品。與此同時，在十二個環保標籤中，只有約三分之一的個別消費者表示能辨識多於兩個標籤。只有略多數的機構／公司代表表示他們的機構／公司有一些採購可持續產品的政策或既定模式。

##### 阻礙

個別消費者和公司／機構的代表普遍認為可持續產品的價錢、供應與質素及辨別真正的可持續產品的知識都是阻礙他們購買可持續產品的重要因素。亦有意見提及需要統一、可信及能夠被辨識的環保標籤。

有意見指出可持續發展產品缺乏利潤是限制了它們的供應的因素。

##### 促使因素

大多數個別消費者認為產品上的環保標籤、更多可持續產品的資訊及購買可持續產品的消費者指南，都有助促使他們購買可持續產品。

同時，機構／公司代表普遍認為更高的社會認知、可持續產品及供應商的資訊平台、獎勵計劃和約章計劃，都是促使他們採購更多可持續產品的重要因素。

另外，有意見提及財政誘因、宣傳和教育、綠卡計劃、香港的環保標籤系統、特定銷售區和良好產品包裝對鼓勵需求的重要性，亦有意見提及需要一個可持續產品的資料庫以協助市民選擇可持續產品。

### **政府／公營機構行動**

個別消費者和機構／公司代表普遍認同由政府／公營機構帶頭作出一系列行動的重要性：提供可持續產品的詳細資訊、推展宣傳活動、提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源、擴大採購可持續產品的名單、檢討及更新採購標準、檢視及推廣宴會的可持續菜單、支持獎勵計劃、為職員／組織／公司舉辦認識可持續消費的工作坊，及支持約章和自願承諾。

### **商界行動**

個別消費者和機構／公司代表普遍認同由商界帶頭作出一系列行動的重要性：加強可持續消費方面的市場推廣、擴大採購可持續產品的名單、檢視及推廣宴會的可持續菜單、檢討及更新採購標準、為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓、支持獎勵計劃，及支持約章和自願承諾。

### **策略**

有不少意見提到有關現行措施及新的策略。就新策略而言，大多數意見支持擴大採購可持續產品的清單和增加宣傳工作。另外，有意見提及制定新的保護法、獎勵計劃、採取懲罰制度、檢視及更新採購標準、不同政府部門合作以宣傳生物可持續性、約章和自願承諾及迅速行動。就現行措施，有正面意見關於可持續海鮮運動、環保採購指引及可持續漁業。

## **教育及宣傳活動**

個別消費者和機構／公司代表普遍認同以下教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性：學校計劃、透過電子平台提供有關資訊、廣告、主題嘉年華或節慶、公眾工作坊、文化藝術活動和展覽。

意見中有許多有關教育及宣傳渠道的正面建議，例如：文化藝術活動、教育及體驗活動、電子平台、電視、公眾工作坊、學校計劃、社交媒體、海報、主題嘉年華或節慶、展覽和電台。

有關教育及宣傳策略的正面建議包括在兒童早期進行教育、使用口號、吉祥物或名人。

## **公眾參與過程**

除了社會大眾較難明白相關內容外，只有少數意見是有關公眾參與的過程。

## 附件甲 地區討論坊列表

在質化意見分析中包括了 22 份來自四個地區討論坊的焦點小組討論摘要。

表 甲一：地區討論坊列表

項目	日期	詳情	焦點小組數目
1	19-09-2016	第一個地區討論坊：香港島	6
2	24-09-2016	第二個地區討論坊：新界西	6
3	27-09-2016	第三個地區討論坊：新界東	4
4	23-10-2016	第四個地區討論坊：九龍西	6
		總數	22

## 附件乙 公眾諮詢平台列表

質化意見分析收集並包括了來自區議會(16份摘要)、諮詢及法定組織和屋邨管理諮詢委員會(11份摘要及2份官方會議記錄)的意見及關注。研究中心出席所有活動，除卻二零一六年九月十二日的南區區議會轄下社區事務及旅遊發展委員會簡介會、二零一六年九月十二日的元朗區議會轄下環境改善委員會簡介會、二零一六年九月五日環境諮詢委員會簡介會及二零一六年九月十四日青年事務委員會簡介會。

表 乙一：公眾諮詢平台（區議會）列表

項目	日期	詳情
1	12-09-2016	南區區議會轄下社區事務及旅遊發展委員會簡介會
2	12-09-2016	元朗區議會轄下環境改善委員會簡介會
3	19-09-2016	北區區議會轄下地區小型工程及環境改善委員會簡介會
4	20-09-2016	觀塘區議會轄下環境及衛生委員會簡介會
5	22-09-2016	油尖旺區議會轄下食物環境衛生及工務委員會簡介會
6	26-09-2016	離島區議會轄下旅遊漁農及環境衛生委員會簡介會
7	29-09-2016	深水埗區議會轄下環境及衛生委員會簡介會
8	30-09-2016	屯門區議會轄下環境、衛生及地區發展委員會簡介會
9	11-10-2016	葵青區議會轄下社區事務委員會簡介會
10	18-10-2016	東區區議會轄下食物、環境及衛生委員會簡介會
11	18-10-2016	灣仔區議會轄下發展、規劃及交通委員會簡介會
12	20-10-2016	九龍城區議會轄下食物環境衛生事務委員會簡介會
13	25-10-2016	黃大仙區議會轄下食物環境衛生事務委員會簡介會
14	27-10-2016	中西區區議會轄下食物環境衛生及工務委員會簡介會
15	03-11-2016	荃灣區議會轄下環境及衛生事務委員會簡介會
16	09-11-2016	大埔區議會轄下環境、房屋及工程委員會簡介會

表 乙二：公眾諮詢平台（諮詢及法定組織和屋邨管理諮詢委員會）列表

項目	日期	詳情
1	05-09-2016	環境諮詢委員會簡介會
2	14-09-2016	青年事務委員會簡介會
3	22-09-2016	秀茂坪邨屋邨管理諮詢委員會簡介會
4	23-09-2016	石硤尾邨屋邨管理諮詢委員會簡介會
5	27-09-2016	中小型企業委員會簡介會
6	27-09-2016	魚類統營顧問委員會簡介會
7	01-10-2016	漁農業諮詢委員會簡介會
8	12-10-2016	華富(二)邨屋邨管理諮詢委員會簡介會
9	13-10-2016	公民教育委員會簡介會
10	18-10-2016	婦女事務委員會簡介會
11	18-10-2016	梨木樹(一)邨及(二)邨屋邨管理諮詢委員會簡介會
12	27-10-2016	愛民邨屋邨管理諮詢委員會簡介會
13	10-11-2016	環境運動委員會簡介會

## 附件丙 諮詢不同持份者的活動列表

質化分析包括了所有在31個諮詢不同持份者參與活動所收集的意見及關注(36份摘要)。

表 丙一：諮詢不同持份者的活動列表

項目	日期	詳情
1	09-08-2016	稻苗學會簡介會
2	13-08-2016	香港貿易發展局美食博覽 2016 簡介會
3	16-08-2016	綠惜地球簡介會
4	30-08-2016	香港聖公會簡介會
5	31-08-2016	香港總商會簡介會
6	13-09-2016	香港建造商會簡介會
7	23-09-2016	香港地球之友簡介會
8	15-10-2016	世界自然基金會(香港)簡介會
9	17-10-2016	東華三院鄺錫坤伉儷中學簡介會
10	17-10-2016	可道中學(嗇色園主辦)簡介會
11	19-10-2016	長春社簡介會
12	19-10-2016	商界環保協會簡介會
13	19-10-2016	職業訓練局簡介會
14	20-10-2016	沙田第一城居民簡介會
15	21-10-2016	香港城市大學簡介會
16	22-10-2016	香港有機資源中心簡介會
17	23-10-2016	香港大學 Domestic Workers Empowerment Project 簡介會
18	24-10-2016	港九鮮魚行總會簡介會
19	26-10-2016	香港中文大學簡介會

項目	日期	詳情
20	29-10-2016	香港有機資源中心簡介會
21	31-10-2016	香港餐飲聯業協會簡介會
22	01-11-2016	國泰航空公司簡介會
23	01-11-2016	漁業界簡介會
24	02-11-2016	聖雅各福群會簡介會
25	02-11-2016	鄉議局簡介會
26	02-11-2016	嚶色園主辦可譽中學暨可譽小學簡介會
27	04-11-2016	香港大學簡介會
28	04-11-2016	香港零售管理協會簡介會
29	05-11-2016	青年討論坊
30	10-11-2016	香港浸會大學國際學院永續大使簡介會
31	12-11-2016	婦女服務聯會簡介會



## 附件丁 媒體報道列表

質化意見分析了7份來自印刷媒體的文章（包括5份新聞報導、2份專欄及0份社評）。

表 丁一：印刷媒體列表

項目	印刷媒體名稱	新聞報導數目	專欄數目	社評數目	總數
1	AM730	1	0	0	1
2	明報	0	1	0	1
3	東方日報	1	0	0	1
4	星島日報	1	1	0	2
5	大公報	1	0	0	1
6	英文虎報	1	0	0	1
	總數	5	2	0	7

質化分析包括了7個電台節目的意見。

表 丁二：廣播媒體（電台）列表

項目	日期	電台	電台節目
1	26-07-2016	新城電台	新城財經新聞
2	26-07-2016	香港電台	Newswrap
3	27-07-2016	香港電台	Hong Kong Today
4	27-07-2016	香港電台	自由風自由 Phone
5	29-07-2016	DBC 數碼電台	早晨八達通
6	30-07-2016	香港電台	香港家書
7	07-08-2016	商業電台	政好星期天

## 附件戊 網絡及社交媒體列表

質化分析了政府網上論壇的意見，包括5條來自民政事務局的公共事務論壇的回覆。

表 戊一：政府網上論壇（民政事務局公共事務論壇）列表

項目	題目	回覆數目
1	民政事務局公共事務論壇	5

質化分析了9份網上媒體文章（包括8份新聞報導、1份專欄及0份社評）。

表 戊二：網上新聞文章列表

項目	網上媒體名稱	新聞報導 數目	專欄數目	社評數目	總數
1	商業電台	2	0	0	2
2	信報財經新聞	1	0	0	1
3	新城電台	1	0	0	1
4	明報	1	0	0	1
5	東方日報	1	0	0	1
6	香港電台	2	0	0	2
7	南華早報	0	1	0	1
	<b>總數</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>9</b>

質化分析了非政府網上社交媒體/論壇的意見，共73條題目(包括66個Facebook網頁，5個博客及2個網上論壇的論題)。

表 戊三：非政府網上社交媒體 (Facebook) 列表

項目	日期	來源	題目
1	26-07-2016	Facebook	Priva Solutions is using the cloud to grow sustainable food
2	27-07-2016	Facebook	Recycled whisky vats make for great sustainable houses.
3	27-07-2016	Facebook	Marine life is endangered by overfishing and unsustainable ...
4	27-07-2016	Facebook	【消夜時間】睇住相先，明年初就有得食.....
5	28-07-2016	Facebook	What should you consider if you want to buy sustainable tun ...
6	28-07-2016	Facebook	【錫住地球】消費模式有好多種，唔一定要將眼前嘅生物資源用到盡㗎！點樣令大家更惜用資源呢？大家一齊諗諗吖！
7	28-07-2016	Facebook	【生物資源 識取惜用】點先做得到？你都嚟畀下意見吖??
8	29-07-2016	Facebook	直播室嘉賓：譚鳳儀教授(可持續發展策略工作小組主席)、黃煥忠教授(推廣生物資源的可持續使用支援小組召集人)dbcTV 直...
9	30-07-2016	Facebook	《可持續消費 Sustainable Consumption》
10	31-07-2016	Facebook	紅衫魚，我地有得食，我地個孫嘅孫可能無得食。點解？因為比我地食晒囉！聽下可持續發展委員會推廣生物資源可持使用支援小組
11	02-08-2016	Facebook	【錫住地球】消費模式有好多種，唔一定要將眼前嘅生物資源用到盡㗎！點樣令大家更惜用資源呢？大家一齊諗諗吖！

項目	日期	來源	題目
12	02-08-2016	Facebook	【生物資源 識取惜用】其實乜嘢係生物資源？推廣生物資源的可持續使用支援小組召集人黃煥忠話我哋知，其實生物資源代表地球上...
13	02-08-2016	Facebook	【「推廣可持續使用生物資源」公眾參與】
14	02-08-2016	Facebook	「自然大作為」一路以來都注重推出為香港社區作出實質改變嘅環保項目。今屆有兩組同學仔就通過創新方案，推廣可持續耕種發展，減...
15	03-08-2016	Facebook	Modern consumer behavior and rapid population growth ...
16	04-08-2016	Facebook	保育議題   蘇眉   可能大家都習慣去海鮮酒家，Order 條大魚清蒸...但係好多時我哋都無真正了係咪環保海鮮?! 希望 ...
17	04-08-2016	Facebook	發表您的意見:【「推廣可持續使用生物資源」公眾參與】
18	07-08-2016	Facebook	【新聞】以紅衫魚減少為例 學者指消費速度過高可減絕物種可持續發展委員會可持續發展策略工作小組主席譚鳳儀在電台節目說，生 ...
19	08-08-2016	Facebook	我哋今年又提早使大咗啦！今日，8月8日係2016年嘅??#? 地球透支日?。呢一日代表住本年度人類對於自然資源嘅需求 ...
20	08-08-2016	Facebook	從消費層面減少浪費，固然可以從消費者着手，強調綠色消費/可持續消費。不過，消費者某程度上仍處於被動，皆因企業對產品生命 ...
21	11-08-2016	Facebook	【唔係老翻】可持續發展委員會推出「潮語卡」，由正版「潮語卡」的本地設計師蘇真真設計。
22	15-08-2016	Facebook	點解要正視月餅浪費問題？聽聽天文台前助理台長、可持續發展委員會委員梁榮武教授解釋吧：「過剩月餅和其他垃圾一樣，很大機會...

項目	日期	來源	題目
23	24-8-2016	Facebook	你是否曾想過我們每天要處理多少包裝？數量大到失控，而塑膠是最糟糕的一種 — 它永遠不會生物降解。
24	25-08-2016	Facebook	對推廣可持續使用生物資源有諗法？可持續發展委員會嚟緊有活動預埋你！
25	26-08-2016	Facebook	我地的朋友，商界環保協會，將會舉行一個 3 小時的課程，俾所有希望認識如何係佢地的機構中，透過以可持續的採購和管理供應鏈...
26	02-09-2016	Facebook	MamiTv 帶你去 — 【探索生物資源 識取借用】
27	06-09-2016	Facebook	環境保護係我一直關注的生活話題，近日可持續發展委員會進行有關推廣可持續使用生物資源公眾參與的文件，就住相關議題進行諮詢 ...
28	07-09-2016	Facebook	Shop with a conscience in Hong Kong today at sustainable ...
29	07-09-2016	Facebook	【 # now 地產 】要為下一代發展可持續嘅生活，# 城市規劃 硬件要與時並進之外，更要進行「 # 軟規劃 」。
30	07-09-2016	Facebook	【咪做大嘍仔】除咗我大嘍鬼，地球仲有好多浪費嘅大嘍仔！
31	10-09-2016	Facebook	可持續的 fast fashion！# 香港可唔可以有【原文】。
32	12-09-2016	Facebook	//簡而言之，食物回收對糧食體系功不可沒，並且是食物供給和分配鏈條上不可或缺的一環，絕不僅僅是無足輕重的配角。
33	15-09-2016	Facebook	青年事務委員會第 138 次會議今日下晝順利舉行咗啦！我地好榮幸邀請到「可持續發展委員會」代表譚鳳儀教授同黃煥忠教授為委 ...
34	18-09-2016	Facebook	【自備食具，弘揚大愛，我哋愛埋地球伯伯！】

項目	日期	來源	題目
35	21-09-2016	Facebook	廚師徐欣榮話，除了選購「可持續海產」，以蒸、焗方式烹調亦較環保~
36	22-09-2016	Facebook	熊貓廚藝學堂用環保海鮮煮出綠色美味！海鮮係香港人常用嘅食材，但係過度捕撈會增加海洋壓力，甚至令部分物種變得瀕危.
37	27-09-2016	Facebook	【吃紅衫要找數】#busymom 早前獲可持續發展委員會邀請，出席「生物資源，識取惜用」發佈會，原來講環保除了減少 ...
38	28-09-2016	Facebook	唔想下一代冇啖好食？買嘢要認住可持續發展標籤 ...
39	28-09-2016	Facebook	WWF 加入「改善海洋生態基金及漁業提升基金」管理委員會早前 WWF 同其他環保團體收到機管局邀請參與「改善海洋生態基金及漁...
40	04-10-2016	Facebook	好消息！四種鯊魚列入受保護名單 魚翅將受進一步管制【動物專訊】保護鯊魚的運動有好消息，聯合國瀕危野生動植物種國際貿易公 ...
41	05-10-2016	Facebook	【生態保護 由我做起】生物資源 識取惜用 可持續使用資源早係暑假期間，我同小小豬參加左一個好有意義活動「生物資源 識取 ...
42	07-10-2016	Facebook	【魚菜共生——水耕以外的永續選擇】原文：
43	07-10-2016	Facebook	土地除了「起樓」、「割車場」、「擺係到曬太陽」之外，其實還有其他的選擇。【魚菜共生——水耕以外的永續選擇】原文：
44	09-10-2016	Facebook	【介紹返】要心繫自然，除咗喺重陽節假期去行山登高外，大家都可以幫手諗下點樣推廣可持續使用生物資源！
45	10-10-2016	Facebook	新生物多樣性工作坊
46	12-10-2016	Facebook	日常食用嘅海鮮、使用嘅紙張、衣服入面嘅棉花、製造家具嘅木材..... 地球資源，真係可以取之不盡嗎？可持續發展委員會正就如何 ...

項目	日期	來源	題目
47	12-10-2016	Facebook	【魚菜共生——水耕以外的永續選擇】原文：
48	12-10-2016	Facebook	人人都想要「黑卡」，但熊貓只想要「綠卡」！講緊係南韓嘅「綠卡獎勵計劃」！為咗推廣環保消費文化，南韓政府喺 2011 年推出 ...
49	13-10-2017	Facebook	【「生物資源·識取惜用」—商界的角色】 「生物資源的可持續使用」與商界何干？商界在採購、銷售等層面，可以就這範疇怎 ...
50	14-10-2017	Facebook	超市買條魚，竟然牽涉環境？社會？法律甚至人權問題？熊貓會今日發表有關超級市場出售海鮮嘅調查報告，發現超市出售多種屬全球 ...
51	15-10-2016	Facebook	可持續發展委員會而家正做緊「推廣可持續使用生物資源」既公眾參與項目。其實呢樣野同生態保育真係息息相關，因為我地日 ...
52	15-10-2016	Facebook	【Green LUCK Banquet 無綠不歡飲宴？】
53	19-10-2016	Facebook	上星期五我哋公布有關本地超級市場出售海鮮嘅調查報告，顯示超級市場出售多種屬全球受威脅物種嘅海鮮...
54	26-10-2016	Facebook	香港政府嘅環保採購政策包括 150 個項目，但當中只有少數關於生物資源嘅項目。其他地區又做成點？喺英國，政府其中一項採購標 ...
55	26-10-2016	Facebook	【喺，生物資源七七七？】喺，生物資源危機？！乜生物唔係可以無限再生嘅咩？是咁的，生物都係可再生，但唔係無限量供應，如果
56	27-10-2016	Facebook	香港政府嘅環保採購政策包括 150 個項目，但當中只有少數關於生物資源嘅項目。其他地區又做成點？喺英國，政府其中一項採 ...
57	27-10-2016	Facebook	若全球人類都以香港人嘅模式生活，你估要幾多個地球先夠？今日 WWF 總部發表《地球生命力報告 2016》，顯示全球人類喺使 ...

項目	日期	來源	題目
58	01-11-2016	Facebook	香港信貸：「全世界生活如港人，4個地球先夠使？」香港有購物天堂美譽，但消費背後，卻持續破壞地球。世界自然基金會...
59	01-11-2016	Facebook	我們必須了解何謂生物資源 才能加以推廣其使用方法 及利用價值生物資源 是指生長在自然界中的，能夠直接或間接被人類利用的 ...
60	03-11-2016	Facebook	WWF 公布有關本地超級市場出售海鮮嘅調查報告，顯示超級市場出售多種屬全球受威脅物種嘅海鮮！熊貓知道你都唔想無辜誤食 ...
61	03-11-2016	Facebook	小朋友係未來嘅主人翁。我哋要點樣教育下一代與地球和諧共存？WWF 總部上星期發表《地球生命力報告 2016》，顯示全球人 ...
62	03-11-2016	Facebook	WWF 總部發表《地球生命力報告 2016》，顯示全球人類係使用可再生自然 ...
63	07-11-2016	Facebook	【都市資訊】「推廣可持續使用生物資源」公眾參與－收集意見秋季涼涼正好買冬季衫，同約 friend 打邊爐。之但係，喺大 ...
64	07-11-2016	Facebook	「推廣可持續使用生物資源」公眾參與－收集意見...
65	08-11-2016	Facebook	【「推廣可持續使用生物資源」公眾參與－等您提交意見】 ...
66	12-11-2016	Facebook	政府可持續發展委員會現正舉行推廣可持續使用生物資源的公眾參與及諮詢活動。愛協認為應該把動物福利納入這次討論中。香港每年 ...



表 戊四：非政府網上論壇（網上討論區）列表

項目	日期	來源	題目
1	07-08-2016	HK DISCUSS	以紅衫魚減少為例 學者指消費速度過高可滅絕物種
2	22-09-2016	HK EASY CHAT	WWF 環保海鮮指引

表 戊五：非政府網上社交媒體（博客）

項目	日期	來源	題目
1	15-08-2016	AM730 Blog	消委會鼓勵服裝店回收衣物減少浪費
2	15-08-2016	kui.name	消委會促更多服裝店回收衣物減少浪費
3	31-08-2016	HK Headline Blog City	高級環保時裝
4	04-10-2016	linepost.hk	曾俊華《出席惜食飯餐感謝宴》
5	04-11-2016	AM730 Blog	護鯊會對不少知名大機構拒簽「向魚翅說不」約章感失望

## 附件己 簽名運動列表

質化分析包括一個含有4項不同意見的簽名運動，當中具有9,126, 9,132, 9,131及9,125個有效簽名。

表 己一：簽名運動列表

項目	詳情	簽名數目
1	世界自然基金會(香港)就「推廣可持續使用生物資源」向可持續發展委員會呈交意見	意見 1: 9126
		意見 2: 9132
		意見 3: 9131
		意見 4: 9125

## 附件庚 意見調查列表

質化分析包括共1份意見調查結果。

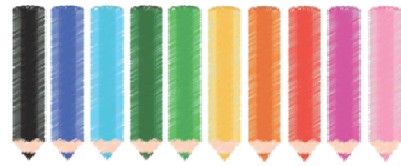
表 辛一：意見調查列表

項目	提交之人士/ 團體	標題
1	溫瑞琪博士	Sustainable Consumption of Biological Resources

## 附件辛 意見收集表格

### 思考問題 - 個別消費者

此問卷以不記名的形式收集公眾對推廣可持續使用生物資源可行措施的意見。



- 您有多清楚過度開發生物資源的影響？ (請參閱第6至9頁)  
(請選擇一個選項) (請在適當方格內填上「✓」號：1-完全不清楚；5-非常清楚)  

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
- 您有多清楚於本文件第12-14頁所提及香港就推廣可持續使用生物資源的現行措施？  
(請選擇一個選項) (請在適當方格內填上「✓」號：1-完全不清楚；5-非常清楚)  

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
- 您購買以下產品的習慣是甚麼？(請選擇一個選項)
  - 可持續來源的紙張
 

<input type="checkbox"/> 經常	<input type="checkbox"/> 間中	<input type="checkbox"/> 甚少	<input type="checkbox"/> 從來沒有
<input type="checkbox"/> 不清楚所購買的紙張是否屬可持續來源的紙張		<input type="checkbox"/> 不適用 (因從不或甚少購買紙張)	
  - 可持續來源的海產
 

<input type="checkbox"/> 經常	<input type="checkbox"/> 間中	<input type="checkbox"/> 甚少	<input type="checkbox"/> 從來沒有
<input type="checkbox"/> 不清楚所購買的海產是否屬可持續來源的海產		<input type="checkbox"/> 不適用 (因從不或甚少購買海產)	
  - 可持續棉花所製成的衣服
 

<input type="checkbox"/> 經常	<input type="checkbox"/> 間中	<input type="checkbox"/> 甚少	<input type="checkbox"/> 從來沒有
<input type="checkbox"/> 不清楚所購買的衣服是否屬可持續棉花所製成的衣服		<input type="checkbox"/> 不適用 (因從不或甚少購買棉花所製成的衣服)	
  - 可持續棕櫚油所製成的產品
 

<input type="checkbox"/> 經常	<input type="checkbox"/> 間中	<input type="checkbox"/> 甚少	<input type="checkbox"/> 從來沒有
<input type="checkbox"/> 不清楚所購買的產品是否屬可持續棕櫚油所製成的產品		<input type="checkbox"/> 不適用 (因從不或甚少購買棕櫚油所製成的產品)	

24

- 在未閱讀此文件前，您能辨識以下哪些與可持續產品有關的標籤？ (可選多於一項)



- 以下因素在甚麼程度上限制了您選擇可持續產品的意欲？  
(請在適當方格內填上「✓」號：1-很小程度上；5-很大程度上)
  - 辨識哪些是真正的可持續產品的知識 

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
  - 市場上可持續產品的供應 

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
  - 可持續產品的價格 

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
  - 可持續產品的質素 

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
  - 其他，請列明：\_\_\_\_\_ 

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
- 以下資訊有助您選擇可持續產品嗎？  
(請在適當方格內填上「✓」號：1-完全沒有用；5-非常有用)
  - 產品上的環保標籤 

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
  - 購買可持續產品的消費者指南 

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
  - 有關可持續產品的更多資訊 (例如：產品來源、可持續產品的統計數字) 

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------
  - 其他，請列明：\_\_\_\_\_ 

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

25

7. 政府／公營機構可如何帶頭推動可持續使用生物資源。請評價以下行動的重要性。  
(請在適當方格內填上「✓」號：1-完全不重要；5-非常重要)
- |                             |                          |                          |                          |                          |                          |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (i) 擴大採購可持續產品的名單            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (ii) 檢討及更新採購標準              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (iv) 提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (v) 推展宣傳活動                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (vi) 為職員／組織／公司舉辦認識可持續使用的工作坊 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (vii) 支持約章和自願承諾             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (viii) 支持獎勵計劃               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (ix) 提供更多有關可持續產品的資訊         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (x) 其他，請列明：_____            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
8. 商界可如何帶頭推動可持續使用生物資源。請評價以下行動的重要性。  
(請在適當方格內填上「✓」號：1-完全不重要；5-非常重要)
- |                            |                          |                          |                          |                          |                          |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (i) 擴大採購可持續產品的名單           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (ii) 檢討及更新採購標準             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (iv) 加強可持續使用方面的市場推廣        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (v) 為機構／公司職員就可持續使用生物資源提供培訓 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (vi) 支持約章和自願承諾             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (vii) 支持獎勵計劃               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (viii) 其他，請列明：_____        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

26

9. 請評價以下的教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性。  
(請在適當方格內填上「✓」號：1-完全不重要；5-非常重要)
- |                           |                          |                          |                          |                          |                          |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (i) 學校計劃                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (ii) 廣告                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (iii) 展覽                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (iv) 公眾工作坊                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (v) 主題嘉年華或節慶              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (vi) 文化藝術活動               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (vii) 透過電子平台（例如：網頁）提供有關資訊 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (viii) 其他，請列明：_____       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### 個人資料

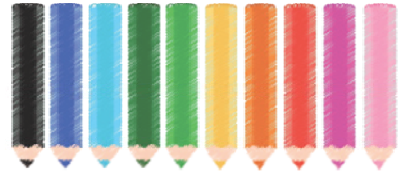
- 性別  
男                      女
- 年齡  
 <18                       18—40                       >40
- 學歷  
 中學以下                       中學                       專上教育

-完-  
 謝謝您的參與！

27

## 思考問題 - 機構/公司代表

此問卷的目的在於收集機構/公司對推廣可持續使用生物資源可行措施的意見。



1. 貴機構/公司在採購可持續產品上，有沒有任何政策或既定措施？
- 有  
 沒有
2. 以下因素在甚麼程度上限制了 貴機構/公司採購可持續產品？  
(請在適當方格內填上「✓」號：1-很小程度上；5-很大程度上)
- |                      |                            |                            |                            |                            |                            |
|----------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| (i) 辨識哪些是真正的可持續產品的知識 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (ii) 市場上可持續產品的供應     | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (iii) 可持續產品的價格       | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (iv) 可持續產品的質素        | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (v) 其他，請列明：_____     | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
3. 有甚麼因素可促使 貴機構/公司採購更多可持續產品？請評議以下的重要性。  
(請在適當方格內填上「✓」號：1-完全不重要；5-非常重要)
- |                                 |                            |                            |                            |                            |                            |
|---------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| (i) 更高的社會認知                     | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (ii) 約章計劃                       | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (iii) 獎勵計劃                      | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (iv) 可持續產品及供應商的資訊平台 (例如：網頁及資料庫) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (v) 其他，請列明：_____                | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |

28

4. 政府/公營機構可如何帶頭推動可持續使用生物資源？請評議以下行動的重要性。  
(請在適當方格內填上「✓」號：1-完全不重要；5-非常重要)
- |                             |                            |                            |                            |                            |                            |
|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| (i) 擴大採購可持續產品的名單            | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (ii) 檢討及更新採購標準              | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單         | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (iv) 提供資金予非牟利機構推廣可持續使用生物資源  | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (v) 推展宣傳活動                  | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (vi) 為職員/組織/公司舉辦認識可持續使用的工作坊 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (vii) 支持約章和自願承諾             | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (viii) 支持獎勵計劃               | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (ix) 提供更多有關可持續產品的資訊         | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (x) 其他，請列明：_____            | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
5. 商界可如何帶頭推動可持續使用生物資源？請評議以下行動的重要性。  
(請在適當方格內填上「✓」號：1-完全不重要；5-非常重要)
- |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| (i) 擴大採購可持續產品的名單           | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (ii) 檢討及更新採購標準             | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (iii) 檢視及推廣宴會的可持續菜單        | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (iv) 加強可持續使用方面的市場推廣        | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (v) 為機構/公司職員就可持續使用生物資源提供培訓 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (vi) 支持約章和自願承諾             | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (vii) 支持獎勵計劃               | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| (viii) 其他，請列明：_____        | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |

29

6. 請評價以下的教育及宣傳活動對推廣可持續使用生物資源的重要性。  
(請在適當方格內填上「✓」號；1-完全不重要；5-非常重要)

- |                           |                          |                          |                          |                          |                          |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (I) 學校計劃                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (II) 廣告                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (III) 展覽                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (IV) 公眾工作坊                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (V) 主題嘉年華或節慶              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (VI) 文化藝術活動               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (VII) 透過電子平台(例如：網頁)提供有關資訊 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (VIII) 其他，請列明：_____       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### 機構背景

機構名稱：\_\_\_\_\_

機構代表/聯絡人：\_\_\_\_\_

- 機構性質：
- |                                     |                                       |                                  |
|-------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 製造業        | <input type="checkbox"/> 進出口及批發業      | <input type="checkbox"/> 零售業     |
| <input type="checkbox"/> 酒店及飲食業     | <input type="checkbox"/> 資訊及通訊業       | <input type="checkbox"/> 金融及保險業  |
| <input type="checkbox"/> 地產業        | <input type="checkbox"/> 專業服務         | <input type="checkbox"/> 社會及個人服務 |
| <input type="checkbox"/> 非牟利機構/法定團體 | <input type="checkbox"/> 其他，請列明：_____ |                                  |
- 員工人數：
- |                                  |  |                                     |
|----------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 少於50名員工 | <input type="checkbox"/> 50 - 1,000名員工 | <input type="checkbox"/> 超過1,000名員工 |
|----------------------------------|--|-------------------------------------|

-完-  
謝謝您的參與！

## 附件五 分析框架

A.0 行動的積極角色
A.0.1 供應
A.0.1.1 政府
A.0.1.1.1 正面意見
A.0.1.1.2 負面意見
A.0.1.2 非政府組織及學校
A.0.1.2.1 正面意見
A.0.1.2.2 負面意見
A.0.1.3 商界或工業界
A.0.1.3.1 正面意見
A.0.1.3.2 負面意見
A.0.1.4 獨立機構
A.0.1.4.1 正面意見
A.0.1.4.2 負面意見
A.0.1.5 個人
A.0.1.5.1 正面意見
A.0.1.5.2 負面意見
A.0.1.77 沒有指明
A.0.2 需求
A.0.2.1 政府
A.0.2.1.1 正面意見
A.0.2.1.2 負面意見
A.0.2.2 非政府組織及學校



A.0.2.2.1 正面意見
A.0.2.2.2 負面意見
A.0.2.3 商業或工業界
A.0.2.3.1 正面意見
A.0.2.3.2 負面意見
A.0.2.4 獨立機構
A.0.2.4.1 正面意見
A.0.2.4.2 負面意見
A.0.2.5 個人
A.0.2.5.1 正面意見
A.0.2.5.2 負面意見
A.0.2.77 沒有指明
A.0.3 兩者皆非
A.0.3.1 政府
A.0.3.1.1 正面意見
A.0.3.1.2 負面意見
A.0.3.2 非政府組織及學校
A.0.3.2.1 正面意見
A.0.3.2.2 負面意見
A.0.3.3 商界或工業界
A.0.3.3.1 正面意見
A.0.3.3.2 負面意見
A.0.3.4 獨立機構
A.0.3.4.1 正面意見
A.0.3.4.2 負面意見

A.0.3.5 個人
A.0.3.5.1 正面意見
A.0.3.5.2 負面意見
A.0.3.77 沒有指明
A.1 行動的目標群組
A.1.1 供應
A.1.1.1 政府
A.1.1.1.1 正面意見
A.1.1.1.2 負面意見
A.1.1.2 非政府組織及學校
A.1.1.2.1 正面意見
A.1.1.2.2 負面意見
A.1.1.3 商界
A.1.1.3.1 正面意見
A.1.1.3.2 負面意見
A.1.1.4 公眾
A.1.1.4.1 學生
A.1.1.4.1.1 正面意見
A.1.1.4.1.2 負面意見
A.1.1.4.2 家庭主婦
A.1.1.4.2.1 正面意見
A.1.1.4.2.2 負面意見
A.1.1.4.3 長者
A.1.1.4.3.1 正面意見
A.1.1.4.3.2 負面意見

A.1.1.4.77 沒有指明
A.1.1.4.77.1 正面意見
A.1.1.4.77.2 負面意見
A.1.1.5 行業
A.1.1.5.1 漁業
A.1.1.5.1.1 正面意見
A.1.1.5.1.2 負面意見
A.1.1.5.2 林業
A.1.1.5.2.1 正面意見
A.1.1.5.2.2 負面意見
A.1.1.5.3 農業
A.1.1.5.3.1 正面意見
A.1.1.5.3.2 負面意見
A.1.1.5.77 沒有指明
A.1.1.5.77.1 正面意見
A.1.1.5.77.2 負面意見
A.1.1.77 沒有指明
A.1.2 需求
A.1.2.1 政府
A.1.2.1.1 正面意見
A.1.2.1.2 負面意見
A.1.2.2 非政府組織及學校
A.1.2.2.1 正面意見
A.1.2.2.2 負面意見
A.1.2.3 商界

A.1.2.3.1 正面意見
A.1.2.3.2 負面意見
A.1.2.4 公眾
A.1.2.4.1 學生
A.1.2.4.1.1 正面意見
A.1.2.4.1.2 負面意見
A.1.2.4.2 家庭主婦
A.1.2.4.2.1 正面意見
A.1.2.4.2.2 負面意見
A.1.2.4.3 長者
A.1.2.4.3.1 正面意見
A.1.2.4.3.2 負面意見
A.1.2.4.77 沒有指明
A.1.2.4.77.1 正面意見
A.1.2.4.77.2 負面意見
A.1.2.5 行業
A.1.2.5.1 漁業
A.1.2.5.1.1 正面意見
A.1.2.5.1.2 負面意見
A.1.2.5.2 林業
A.1.2.5.2.1 正面意見
A.1.2.5.2.2 負面意見
A.1.2.5.3 農業
A.1.2.5.3.1 正面意見
A.1.2.5.3.2 負面意見

A.1.2.5.77 沒有指明
A.1.2.5.77.1 正面意見
A.1.2.5.77.2 負面意見
A.1.2.77 沒有指明
A.1.3 沒有指明
A.3 消耗的生物資源類別
A.3.1 動物資源
A.3.1.1 海鮮
A.3.1.2 肉類
A.3.1.3 日用品
A.3.1.4 動物皮
A.3.2 微生物資源
A.3.2.1 細菌
A.3.3 植物資源
A.3.3.1 紙張
A.3.3.2 棉花
A.3.3.3 棕櫚油
A.3.3.4 農作物
A.3.3.5 蔬菜
A.3.3.6 傢具
A.4 改善生物可持續性的策略
A.4.1 對現行改善生物可持續性的措施的意見
A.4.1.1 漁農自然護理署「優質養魚場計劃」
A.4.1.1.1 正面意見
A.4.1.1.2 負面意見

A.4.1.2 可持續漁業模式
A.4.1.2.1 香港以內水域
A.4.1.2.1.1 正面意見
A.4.1.2.1.2 負面意見
A.4.1.2.2 香港以外水域
A.4.1.2.2.1 正面意見
A.4.1.2.2.2 負面意見
A.4.1.3 公務酬酢活動中採用符合可持續發展概念的環保菜單
A.4.1.3.1 正面意見
A.4.1.3.2 負面意見
A.4.1.4 環保採購指引
A.4.1.4.1 正面意見
A.4.1.4.2 負面意見
A.4.1.5 可持續海鮮行動
A.4.1.5.1 正面意見
A.4.1.5.2 負面意見
A.4.1.6 香港可持續時裝設計大獎
A.4.1.6.1 正面意見
A.4.1.6.2 負面意見
A.4.1.7 向魚翅說不
A.4.1.7.1 正面意見
A.4.1.7.2 負面意見
A.4.1.8 環保促進會的香港環保採購約章
A.4.1.8.1 正面意見
A.4.1.8.2 負面意見

A.4.1.9 香港可持續校園聯盟的可持續採購框架
A.4.1.9.1 正面意見
A.4.1.9.2 負面意見
A.4.2 對改善生物可持續性策略的意見
A.4.2.1 擴大採購可持續產品的清單
A.4.2.1.1 正面意見
A.4.2.1.2 負面意見
A.4.2.2 檢視及更新採購標準
A.4.2.2.1 正面意見
A.4.2.2.2 負面意見
A.4.2.3 檢視及推廣宴會的可持續菜單
A.4.2.3.1 正面意見
A.4.2.3.2 負面意見
A.4.2.4 提供資金以推廣可持續使用生物資源
A.4.2.4.1 正面意見
A.4.2.4.2 負面意見
A.4.2.5 透過宣傳及教育
A.4.2.5.1 正面意見
A.4.2.5.2 負面意見
A.4.2.6 舉辦可持續使用的工作坊
A.4.2.6.1 正面意見
A.4.2.6.2 負面意見
A.4.2.7 支持約章和自願承諾
A.4.2.7.1 正面意見
A.4.2.7.2 負面意見

A.4.2.8 支持獎勵計劃
A.4.2.8.1 正面意見
A.4.2.8.2 負面意見
A.4.2.9 立法保護生物資源免被過度使用
A.4.2.9.1 正面意見
A.4.2.9.2 負面意見
A.4.2.10 採用懲罰制度
A.4.2.10.1 正面意見
A.4.2.10.2 負面意見
A.4.2.12 提倡減少使用而非使用可持續產品
A.4.2.12.1 正面意見
A.4.2.12.2 負面意見
A.4.2.13 促進或加強生物多樣性
A.4.2.13.1 正面意見
A.4.2.13.2 負面意見
A.4.2.14 不同政府部門合作以宣傳生物可持續性
A.4.2.14.1 正面意見
A.4.2.14.2 負面意見
A.4.2.15 關於時間表
A.4.2.15.1 為推廣可持續使用生物資源設立時間表
A.4.2.15.1.1 正面意見
A.4.2.15.1.2 負面意見
A.4.2.15.2 盡快推廣可持續使用生物資源
A.4.2.15.2.1 正面意見
A.4.2.15.2.2 負面意見



A.4.2.15.3 按部就班地推廣可持續使用生物資源
A.4.2.15.3.1 正面意見
A.4.2.15.3.2 負面意見
A.4.2.16 基於科學統計實施教策
A.4.2.16.1 正面意見
A.4.2.16.2 負面意見
A.4.2.17 推廣生產本地食物
A.4.2.17.1 正面意見
A.4.2.17.2 負面意見
A.5 鼓勵供應更多可持續產品的行動
A.5.1 提供財政誘因
A.5.1.1 綠卡計劃
A.5.1.1.1 正面意見
A.5.1.1.2 負面意見
A.5.1.2 稅務誘因
A.5.1.2.1 正面意見
A.5.1.2.2 負面意見
A.5.1.77 沒有指明
A.5.1.77.1 正面意見
A.5.1.77.2 負面意見
A.5.3 可持續產品的供應
A.5.3.1 正面意見
A.5.3.2 負面意見
A.5.4 設立機構以促使選擇可持續產品
A.5.4.1 正面意見

A.5.4.2 負面意見
A.5.5 建立合適的營商環境
A.5.5.1 正面意見
A.5.5.2 負面意見
A.5.6 統一及發展一套香港的環保標籤系統
A.5.6.1 正面意見
A.5.6.2 負面意見
A.5.7 提供環保標籤或可持續產品的資訊
A.5.7.1 正面意見
A.5.7.2 負面意見
A.5.8 透過廣告和教育進行宣傳
A.5.8.1 正面意見
A.5.8.2 負面意見
A.5.9 立法要求使用環保標籤
A.5.9.1 正面意見
A.5.9.2 負面意見
A.6 鼓勵需求更多可持續產品的行動
A.6.1 提供財政誘因
A.6.1.1 綠卡計劃
A.6.1.1.1 正面意見
A.6.1.1.2 負面意見
A.6.1.2 稅務誘因
A.6.1.2.1 正面意見
A.6.1.2.2 負面意見
A.6.1.77 沒有指明

A.6.1.77.1 正面意見
A.6.1.77.2 負面意見
A.6.2 設立機構以促使選擇可持續產品
A.6.2.1 正面意見
A.6.2.2 負面意見
A.6.3 統一及發展香港的環保標籤系統
A.6.3.1 正面意見
A.6.3.2 負面意見
A.6.4 提供環保標籤或可持續產品的資訊
A.6.4.1 正面意見
A.6.4.2 負面意見
A.6.5 透過廣告和教育進行宣傳
A.6.5.1 正面意見
A.6.5.2 負面意見
A.6.6 為可持續產品設立特定銷售區
A.6.6.1 正面意見
A.6.6.2 負面意見
A.6.7 在產品上提供環保標籤
A.6.7.1 正面意見
A.6.7.2 負面意見
A.6.9 良好的包裝以方便消費者容易認出可持續產品
A.6.9.1 正面意見
A.6.9.2 負面意見
A.6.10 增加市場上可持續產品的供應
A.6.10.1 正面意見

A.6.10.2 負面意見
A.7 阻礙供應可持續產品的因素
A.7.1 對可持續產品的認識
A.7.2 市場上可持續產品的供應
A.7.3 可持續產品的利潤
A.7.4 可持續產品的質素
A.7.5 關於環保標籤的問題
A.7.5.1 可信性
A.7.5.2 太多種環保標籤
A.7.5.3 產品上顯示得不清晰
A.7.5.4 對環保標籤的認識
A.8 阻礙需求可持續產品的因素
A.8.1 對可持續產品的認識
A.8.2 市場上可持續產品的供應
A.8.3 可持續產品的價錢
A.8.4 可持續產品的質素
A.8.5 關於環保標籤的問題
A.8.5.1 可信性
A.8.5.2 太多種環保標籤
A.8.5.3 產品上顯示不清晰
A.8.5.4 對環保標籤的認識
A.8.6 缺乏可持續產品的詳細資訊
A.8.7 健康考慮
A.9 資訊對促使選擇可持續產品的效用
A.9.1 產品上的環保標籤及認證

A.9.1.1 正面意見
A.9.1.2 負面意見
A.9.2 購買可持續產品的消費者指南
A.9.2.1 正面意見
A.9.2.2 負面意見
A.9.3 產地
A.9.3.1 正面意見
A.9.3.2 負面意見
A.9.4 可持續產品的統計
A.9.4.1 正面意見
A.9.4.2 負面意見
A.9.5 可持續產品的資料庫
A.9.5.1 正面意見
A.9.5.2 負面意見
A.9.6 有否合適的供應商
A.9.6.1 正面意見
A.9.6.2 負面意見
A.9.7 消費者態度和偏好的市場調查結果
A.9.7.1 正面意見
A.9.7.2 負面意見
A.9.8 新本地環保標籤
A.9.8.1 正面意見
A.9.8.2 負面意見
A.10 教育和宣傳活動
A.10.1 渠道

A.10.1.1 學校計劃
A.10.1.1.1 正面意見
A.10.1.1.2 負面意見
A.10.1.3 展覽
A.10.1.3.1 正面意見
A.10.1.3.2 負面意見
A.10.1.4 公眾工作坊
A.10.1.4.1 正面意見
A.10.1.4.2 負面意見
A.10.1.5 主題嘉年華或節慶
A.10.1.5.1 正面意見
A.10.1.5.2 負面意見
A.10.1.6 文化藝術活動和教育及體驗活動
A.10.1.6.1 正面意見
A.10.1.6.2 負面意見
A.10.1.7 電子平台
A.10.1.7.1 正面意見
A.10.1.7.2 負面意見
A.10.1.8 電視
A.10.1.8.1 正面意見
A.10.1.8.2 負面意見
A.10.1.9 電台
A.10.1.9.1 正面意見
A.10.1.9.2 負面意見
A.10.1.10 報紙或雜誌

A.10.1.10.1 正面意見
A.10.1.10.2 負面意見
A.10.1.11 海報
A.10.1.11.1 正面意見
A.10.1.11.2 負面意見
A.10.1.12 社交媒體
A.10.1.12.1 正面意見
A.10.1.12.2 負面意見
A.10.1.13 其他
A.10.1.13.1 正面意見
A.10.1.13.2 負面意見
A.10.1.77 沒有指明
A.10.1.77.1 正面意見
A.10.1.77.2 負面意見
A.10.2 策略
A.10.2.1 在兒童早期進行教育
A.10.2.1.1 正面意見
A.10.2.1.2 負面意見
A.10.2.2 透過鄰里進行教育
A.10.2.2.1 正面意見
A.10.2.2.2 負面意見
A.10.2.3 透過家庭進行教育
A.10.2.3.1 正面意見
A.10.2.3.2 負面意見
A.10.2.4 使用口號、吉祥物或名人

A.10.2.4.1 正面意見
A.10.2.4.2 負面意見
A.10.2.5 更多推廣策略
A.10.2.5.1 正面意見
A.10.2.5.2 負面意見
A.10.2.6 使用紀念品或禮品
A.10.2.6.1 正面意見
A.10.2.6.2 負面意見
A.11 受訪者在閱讀公眾參與文件前可以辨識可持續產品的標籤
A.11.1 漁業 (ASC, BAP, DSTP, FOS, MSC)
A.11.2 林業 (FSC, PEFC, SFI)
A.11.3 農業 (BCI, RSPO)
A.11.4 本地標籤 (HKGLS, HK Green Mark)
A.12 個人對過度開發生物資源的影響的意識
A.12.1 有意識
A.12.2 沒有意識
A.15 對公眾參與的意見
A.15.1 提供的資訊不足
A.15.2 公眾難於理解概念，例如生物資源
A.15.3 意見收集表格的問題不適當或不足
A.15.4 政府應收集公眾對未來政策的看法
A.15.5 公眾參與應改用較簡單的名字
A.15.6 諮詢小冊子非常有用和富資訊性
A.15.7 諮詢提倡生物資源的概念而不是解決這個問題的具體行動
A.15.8 諮詢應以更環保的方式進行，例如電子版本、不用印刷本



A.99 其他公眾參與以外關於生物資源的意見
A.99.1 廢物和回收
A.99.1.1 推廣回收
A.99.1.2 減少廢棄廢物
A.99.3 推廣素食
A.99.4 減少碳排放
A.99.6 嚴格限制水污染
A.99.7 維持發展與環境之間的平衡
A.99.8 關於環境保護的宣傳或教育