

# 可持續發展委員會

## 管制即棄塑膠公眾參與報告



# 目录

摘要	1-2
1. 简介与背景	3-5
2. 公众参与过程报告	6-12
3. 建议	13-18
4. 意见归纳及分析方法	19-21
5. 意见分析总结	22-64
5.1 意见收集表的量化分析	
5.2 电话调查结果	
5.3 公众参与活动和书面意见收集的质化分析	
6. 结语	65

附件一 可持续发展委员会策略工作小组成员名单

附件二 公众参与活动概览

附件三 支持机构名单

附件四 意见收集表

附件五 电话调查报告及问卷

附件六 媒体报导的意见列表

附件七 网上文章及社交媒体发表的意见列表

附件八 团体或公司提交的书面意见书列表

附件九 个别人士提交的书面意见书列表

## 摘要

塑胶轻巧耐用，而且价格相对便宜，常用于日常生活。然而，塑胶可以在环境中持续存留数百年，大量生产和使用塑胶会造成污染，并影响我们的生态系统、危害动物生命和威胁人类健康。在 2020 年被弃置于堆填区的都市固体废物总量为每日约 11 000 公吨，其中废塑胶约占 21%，即每日约 2 300 公吨。随着都市固体废物收费的相关条例于 2021 年 8 月底获立法会通过，香港的整体废物管理已迈向新阶段。除此之外，社会亦同时期盼在减废和达致资源循环方面有更积极进取的行动。

可持续发展委员会（委员会）接受政府邀请，以由下而上及持份者为本的方式，展开了全港性的公众参与，旨在提高公众对即弃塑胶废物问题的认知及收集社会各界对管制即弃塑胶的意见。公众参与先辨识这议题的优先行动及挑战，再举行公众互动活动，以收集公众和持份者的意见，从而制定管制即弃塑胶的建议。香港生产力促进局获委任为是次公众参与的计划总监，协助委员会拟定方法和公众参与文件，及执行整个公众参与过程。委员会亦委托珩峰市场研究有限公司进行一项随机电话意见调查。

可持续发展委员会委任了具有相关知识的人士为可持续发展策略工作小组（工作小组）的增选成员，就是次公众参与的议题范围提供意见。就此，工作小组于 2021 年 7 月举办了三场焦点小组会议，以收集各持份者的意见，包括零售和批发界、物流及电子商贸界、食品店及预先包装食品业界、医疗及保健业界、商会、回收业界及替代物料的供应商、专业团体、学术和教育界别、环保团体及非政府机构。各持份者被邀对是次公众参与的整体方向提出初步意见，以订出可供市民讨论的关键议题及鼓励公众参与表达意见的方法。

在公众互动阶段，即 2021 年 9 月 30 日至 12 月 29 日，共举办了 35 场公众参与活动，包括 3 场会堂论坛、青年讨论坊、学校外展等，以及一系列为不同的持份者和组织举办的简介会，共约有 2 600 人参加。委员会主动为长者及学生安排多场生动有趣的互动话剧暨简介会，以提升他们对管制即弃塑胶重要性的意识。同时于 2021 年 10 月 15 日至 11 月 1 日期间对手机用户亦进行了一项随机电话意见调查，以了解公众对管制即弃塑胶议题的基本认识，以及他们是否愿意出力参与支持减少使用即弃塑胶。另外，委员会也获得 123 间支持机构的帮助，借着他们的组织网络宣扬有关公众参与的资讯。委员会也利用电视宣传短片、电台宣传声带、宣传海报、小册子、专属网站等，进一步推广是次公众参与及鼓励更多不同背景和年龄的市民都参与其中。

公众互动阶段结束后，委员会从公众和业界收集和分析了超过 9 400 份意见收集表、60 份书面意见和并透过随机电话调查成功访问 1 003 人。综合在公众互动阶段收集的意见后，委员会在五个重要范畴，分别是：订定管制即弃塑胶优次的一般原则、新的管制措施、优化塑胶购物袋收费计划、宣传和公众教育，以及绿色商品，提出共 24 项建议。主要建议包括：

- 禁止销售已有合适替代品或非必要的即弃塑胶制品，如在零售点出售的即弃塑胶餐具；
- 禁止免费派发现时一般会免费提供予市民大众的即弃塑胶制品，如雨伞袋；
- 禁止制造、销售和分销若干即弃塑胶制品，如部分发泡胶制品；
- 制定行政及立法措施，减少使用塑胶包装物料(包括发泡胶)；
- 优化现行的塑胶购物袋收费计划，包括收紧豁免范围、将收费水平调高至港币 1 元或 2 元及加强监管派发平口袋；及
- 以宣传和公众教育推广绿色生活，及透过相关的研究基金来支持塑胶替代品的研发。

我们相信政府会因应当前疫情，仔细考虑各项建议及落实时间表。

## 1. 简介与背景

- 1.1. 塑胶轻巧耐用，而且价格便宜，常用于日常生活。然而，塑胶可以在环境中持续存留数百年，大量生产和使用塑胶会造成污染，并影响我们的生态系统、危害动物生命和威胁人类健康。
- 1.2. 即弃塑胶对环境尤为有害，因为它们通常是由低价值和难以回收的塑胶制成，而且一般体积较小，难以分类、分拣及清洗以作回收。此外，这些即弃塑胶制品只会被使用一次或数次，之后很快亦会被丢弃。因此，管制即弃塑胶已成为全球重点关注的环保议题，很多地方亦已就有关课题提出应对方案。
- 1.3. 根据环境保护署（环保署）公布的二零二零年废物统计数字<sup>1</sup>，每日平均约有 10 800 公吨都市固体废物被弃置于堆填区，其中约 21.4%（即每日平均约 2 300 公吨）是塑胶，包括：胶袋（当中包括塑胶购物袋及其他胶袋）、塑胶饮料容器、塑胶 / 发泡胶餐具等。在二零二一年二月，政府公布了《香港资源循环蓝图 2035》。蓝图以「全民减废·资源循环·零废堆填」为愿景，并提出实现上述愿景所需的策略和措施。蓝图提到香港需要加强探讨「走塑」的政策方向，与国际社会携手合作，尽力减少使用塑胶，包括推动源头「走塑」，同时找寻合适的塑胶代替品，并且逐步规管即弃塑胶。有见及此，政府于二零二一年先后就「塑胶饮料容器的生产者责任计划」及「管制即弃胶餐具计划」收集公众意见。
- 1.4. 在二零二一年四月，可持续发展委员会（委员会）接受政府邀请，就「管制即弃塑胶」展开全港性的公众参与，冀藉此在公众之间建立共识。委员会采取由下而上及持份者为本的模式，确立应优先处理的范畴和相关议题，作为公众讨论的基础。委员会辖下一个由相关界别和专业人士代表组成的可持续发展策略工作小组（策略工作小组）协助委员会就如何制定和执行公众参与提出建议。策略工作小组成员名单载于附件一。该策略工作小组分别于二零二一年六月及九月举行了两场会议，商讨如何执行是次公众参与。
- 1.5. 委员会在二零二一年七月与 66 名来自约 63 个不同组织的关键持份者举行了三场焦点小组会议，各持份者被邀请对是次公众参与的整体方向提出初步意见，以订出可供市民讨论的关键议题及如何鼓励公众参与表达意见的方法。参加者来自不同的业界和界别，包括零售和批发业界、物流及电子商贸业界、食品店、预先包装食品业界、医疗及保健业界、商会、回收业界，替代物料供应商、专业团体、学术和教育业界、环保团体及非政府机构。综合焦点小组会议及策略工作小组所得的意见和背景研究结果，委员会制定了公众参与文件及小册子，以便在公众互动阶段进一步邀请公众和各持份者发表意见，从而探讨如何逐步管制使用非必要和难以回收的即弃塑胶制品。

---

<sup>1</sup> 資料來源：環境保護署 - 〈香港固體廢物監察報告 - 二〇二〇年的統計數字〉，  
<https://www.wastereduction.gov.hk/sites/default/files/msw2020tc.pdf>。

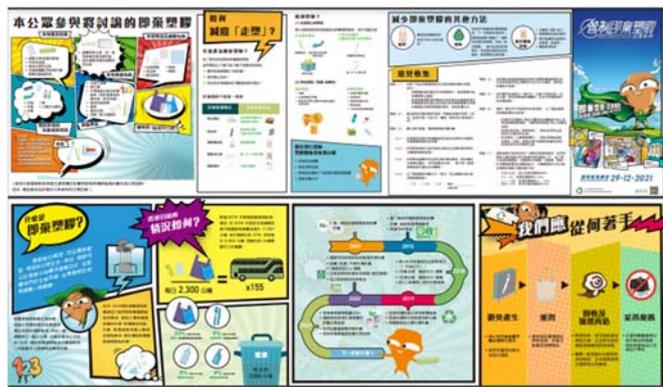
图1.1 及图1.2：焦点小组会议



图1.3：公众参与文件



图1.4：公众参与小册子



1.6. 为了让公众和持份者展开更深入且有系统的讨论，委员会在公众参与文件中提出和界定了以下主要范畴 –

- (i) 什么是即弃塑胶？
  - a. 即弃塑胶的定义和例子
  - b. 为何我们要处理即弃塑胶？
- (ii) 香港目前的情况如何？
  - a. 香港废塑胶弃置的统计数字
  - b. 香港现行及过往管制即弃塑胶的工作
- (iii) 我们应从何着手？
  - a. 我们应采取的行动
  - b. 公众参与的目的
    - i. 该处理哪类别的即弃塑胶制品、及其管理方式和时间表
    - ii. 从消费者角度探讨「走塑」的方法，以期彻底改变市场需求

- (iv) 如何避免产生废物?
  - a. 什么即弃塑胶制品需受管制?
  - b. 何时管制不同类别的即弃塑胶?
    - i. 短期 (3 年内)
    - ii. 中期 (3 至 5 年)
  - c. 应采用什么管制方式管制不同类别的即弃塑胶?
    - i. 全面禁止或限制
    - ii. 规管措施
    - iii. 自愿性措施
  - d. 如何优化现行的塑胶购物袋收费计划?
    - i. 收紧豁免范围
    - ii. 避免多层包装
    - iii. 限制豁免情况下可派发的塑胶购物袋数量
    - iv. 调整收费水平
- (v) 绿色生活小智慧
  - a. 重用、回收及妥善弃置废物
  - b. 绿色购物习惯
  - c. 新兴绿色产品
- (vi) 公众参与总结

委员会旨在透过公众参与的公众互动阶段，让市民大众认识及了解即弃塑胶对生态系统、动物和人类健康所带来的影响，并订出需受管制的即弃塑胶制品、管制方式，以及相关时间表。

## 2. 公众参与过程报告

- 2.1. 「管制即弃塑胶」公众参与是委员会举办的第九轮公众参与。委员会于二零二一年九月三十日举行了记者会，正式发布公众参与文件，并启动为期三个月的「管制即弃塑胶」公众参与的公众互动阶段至二零二一年十二月二十九日。
- 2.2. 香港生产力促进局获委任为是次公众参与的计划总监，协助委员会设计及执行是次公众参与的过程，包括：举办焦点小组会议以收集持份者就整体方向的初步意见；编写公众参与文件；举办公众参与活动并收集主要持份者和公众的意见，并且将收集的意见及数据进行分析。

图2.1：记者会<sup>2</sup>



- 2.3. 于公众互动阶段，委员会共举办了 35 场公众参与活动（包括 3 场于香港岛、九龙及新界举行的会堂论坛、青年讨论坊、学校外展等），并得到约 2 600 名来自不同界别人士的参与。这些公众参与活动还包括咨询和法定机构会议、相关的商业和贸易协会、专业学会的简介会、一些地区委员会会议及屋邨管理咨询委员会会议等。在公众互动阶段举行的公众参与活动载列于附件二。

<sup>2</sup> 資料來源：香港特別行政區政府新聞公報 - 〈「管制即棄塑膠」公眾參與活動展開〉，二〇二一年九月三十日，<https://www.info.gov.hk/gia/general/202109/30/P2021093000365.htm>。

图2.2: 委员会在香港岛、九龙和新界共举办了 3 次会堂论坛, 有约 200 人参与并踊跃发表意见



图2.3: 会堂论坛可以直接收集公众和持份者的意见, 让与会者对议题深入交流及讨论



图2.4: 广邀商界的持份者及国际商会参与是次公众参与的简介会，互相讨论并交流相关经验



图 2.5: 举办青年讨论坊，让青少年深入讨论，并从他们的视野交流意见



2.4. 这些公众参与活动提供了一个重要的平台，以收集公众和持份者就是次公众参与文件议题所发表的意见。部分委员会和策略工作小组成员也有出席公众互动活动，聆听及就市民和持份者的意见作出回应。

图 2.6: 于南区、荃湾区及深水埗区的分区委员会举办简介会，让委员会了解地区社群对议题的关注



图 2.7: 于牛头角下邨及和禾峯邨的屋邨管理咨询委员会举办简介会，与会者细阅公众参与小册子并各抒己见



图2.8: 委员会到访5所本地大学, 与学生交流, 深化他们对公众参与的认知及了解



图2.9: 委员透过视像会议与学生探讨对即弃塑胶的管制



2.5. 为广泛地接触更多市民, 委员会广邀不同界别的组织作为今次公众参与的支持机构。支持这次公众参与的机构共有 123 间, 并涵盖不同的界别, 包括商界、非政府组织 / 办学团体、专业团体、公共机构、大学、大专及教育界、青年团体和餐饮业界 (支持机构名单载于附件三)。支持机构的主要角色是通过其网络协助发放有关是次公众参与的资料 (例如: 提供展示宣传物品的空间; 播放政府的电视宣传短片; 在新闻通讯 / 出版刊物 / 网站 / 其他网上渠道宣传是次公众参与活动), 切实及有效率地接触社区上不同界别的人士。部分支持机构还会主动协助委员会为其成员及持份者举办有关是次公众参与的简介会, 并鼓励他们积极参与是次公众参与及就公众参与文件中所提出的问题发表意见。

图2.10： 合共 123 间来自不同界别的支持机构，透过其网络协助推广有关公众参与的资讯和活动



2.6. 委员会亦透过电视宣传短片、电台宣传声带、宣传海报、小册子及专属网站 (www.susdev.org.hk)，鼓励市民查阅是次公众参与文件，并透过网上意见收集表及举办公众参与活动来收集公众和持份者的意见。意见收集表载列于附件四。公众也可通过书面、电邮以及手机应用程序提交意见。是次公众参与专设网站的总浏览量超过 228 000 人次。

图2.11: 公众参与透过不同的渠道宣传; 其中宣传影片「走塑全方位」于「大睇鬼」Instagram 专页上吸引高达12 000 人次的点击率, 深受公众欢迎

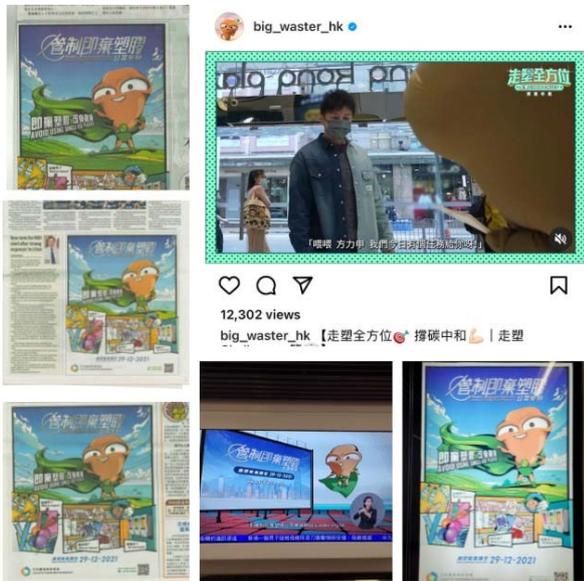


图 2.12: 透过制作多段网上宣传短片和使用「大睇鬼」Facebook 专页的社交媒体作宣传推广, 进一步提升公众环保意识。公众参与网上挑战, 分享他们的「走塑」购物心得



- 2.7. 另一方面, 委员会委托了珩峰市场研究有限公司进行了一项随机电话调查, 以了解公众对管制即弃塑胶议题的基本认识, 以及了解他们是否愿意出力参与支持减少使用即弃塑胶。是次调查在 20 天内成功访问了 1 003 人。电话调查报告载列于附件五。
- 2.8. 在公众互动阶段期间, 委员会还经由各种渠道收集意见, 当中包括 37 篇报章报导、55 篇网上文章, 以及 72 篇来自社交媒体的话题。媒体报导、网上文章及社交媒体的意见分别列表附件六和附件七。
- 2.9. 委员会亦安排了多场生动有趣的互动话剧暨简介会给学生和长者, 让他们能积极参与以及提升他们对管制即弃塑胶重要性的意识。出席的学生和长者均踊跃参与互动环节, 并对互动话剧给予相当正面回应。该话剧成功唤起他们对绿色「走塑」生活的兴趣, 让他们对即弃塑胶有更深入的了解。

图2.13: 是次公众参与特别为长者举办活动, 透过生动有趣的互动话剧暨简介会, 吸引长者对议题积极发表意见



图2.14: 为师生举办互动话剧暨简介会。学生的反应热烈



图2.15: 长者踊跃发表意见, 并分享他们实践「走塑」的经验



- 2.10. 在为期三个月的公众互动阶段中, 委员会透过各方途径收集到的意见, 包括超过 9 400 份意见收集表及 60 份来自个人和公司 / 组织的书面意见。来自个人和公司 / 组织的书面意见分别列表于附件八及附件九。
- 2.11. 综合在是次公众参与收集到的意见与及策略工作小组于两次在二零二二年二月及三月举行的会议上所商议的结果, 委员会准备了此报告, 并就管制即弃塑胶制定一系列具体的建议, 以供政府考虑。
- 2.12. 完成此报告标志着是次公众参与到达最后阶段。我们期待政府对这份报告作出回应。

### 3. 建议

3.1 由公众参与活动、电话意见调查以及公众互动阶段所收集到的全部意见和反馈都已被记录及分析。相关的分析结果总结于**第五章**。有关结果为可持续发展委员会制定的建议报告书提供了坚实的基础，订出香港处理即弃塑胶的主要方向。

3.2 可持续发展委员会于五个关键领域中提出了 24 项建议：

- 甲. 订定管制即弃塑胶优次的一般原则
- 乙. 新的管制措施
- 丙. 优化塑胶购物袋收费计划
- 丁. 宣传和公众教育
- 戊. 绿色商品

3.3 有关建议包括一系列短期（3 年内）和中期（3-5 年）工作，包括订立新的管制措施、优化现行管制措施、公众教育和提高环保意识，以及提倡绿色生活。

#### **甲. 订定管制即弃塑胶优次的一般原则**

3.4 政府应展示推广「走塑」文化的决心，并持续在社区教育市民应淘汰 / 尽量减少使用即弃塑胶制品。我们应只在必要（例如基于健康或卫生理由）及没有非塑胶替代品的情况下才使用即弃塑胶制品。即使符合了上述使用即弃塑胶的条件，我们亦应透过重用、回收和妥善弃置废物，把即弃塑胶对环境带来的影响降至最低。就考虑管制哪类即弃塑胶制品而言，我们建议考虑以下关键因素：

- 必要性
- 是否有合适的替代品
- 其塑胶物料是否难以回收

3.5 现时堆填区是香港废物处理的主要终端设施。然而，目前仍缺乏证据显示市场上的各种「新塑胶」（包括但不限于可生物降解塑胶、可堆肥塑胶和生物基塑胶）能在堆填区的实际和厌氧环境中完全降解。因此，任何即弃塑胶管制措施也应涵盖「新塑胶」。此外，「新塑胶」与现时从不同渠道收集和现有机器处理的传统塑胶的材料特性有别，难以在回收工序中把两种塑胶分开。因此，把「新塑胶」与传统塑胶混合，会影响后者的回收性。

## 乙. 新的管制措施

### i. 禁止销售即弃塑胶制品

- 3.6 禁止销售某些即弃塑胶制品是强而有力的管制方法，适用于有合适替代品或非必要的即弃塑胶制品。政府应不时检讨相关管制措施的成效，并适时作出调整。

#### 短期措施

- B1) 公众参与过程提及了适合「禁止销售」的即弃塑胶制品，例如：在零售点出售的即弃塑胶餐具、塑胶棉花棒、用于派对或庆祝活动的充气打气棒和气球棒。我们留意到政府正计划分阶段全面禁止餐饮业处所向顾客提供各类即弃胶餐具，因此在零售点推行禁止销售即弃塑胶餐具，以及就特殊情况提供豁免，将有助加强管制即弃胶餐具的成效。另外，政府也可探讨禁止销售其他即弃塑胶制品的可能性。



### ii. 禁止免费派发即弃塑胶制品

- 3.7 就某些一般会免费派发予市民大众的即弃塑胶制品，禁止销售并不是最有效的管制方式。我们建议政府探讨禁止免费派发这类即弃塑胶制品。

#### 短期措施

- B2) 公众参与过程反映适合「禁止免费派发」的即弃塑胶制品包括：雨伞袋和酒店洗漱梳妆用品。政府也可探讨禁止免费提供 / 派发其他即弃塑胶制品的可行性。
- B3) 应同时推广合适替代品，例如雨伞除水器、挂墙式洗头水 / 沐浴露机及提供滤水壶而非塑胶樽装水。



### iii. 禁止制造、销售和分销即弃塑胶制品

- 3.8 公众参与过程反映公众对市场上各种「可降解塑胶」制品急增的情况表示关注，尤其是这些制品可能无法在香港的废物管理系统中达致完全降解。

#### 短期措施

- B4) 鉴于氧化式可分解塑胶<sup>3</sup>对环境的影响，而其他地方（例如澳洲、欧盟、苏格兰、新西兰）已开始禁止制造、销售和分销氧化式可分解塑胶制品，政府亦应仿效。
- B5) 政府亦可探讨禁止制造 / 销售 / 分销其他即弃塑胶制品的可能性，例如部分发泡胶制品，因发泡胶对比其他塑胶的体积更大，亦更难回收。



### iv. 其他规管 / 自愿性措施

- 3.9 从物流、卫生和保护商品的角度而言，某些特定行业使用的即弃塑胶制品有其需要及特有作用，例如不同类型的包装。

<sup>3</sup> 氧化式可分解塑胶由传统塑胶加入可降解添加剂后所组成，当塑胶暴露于紫外线 / 热力下可加速碎裂，但分解后仍会残留细小胶碎片。

3.10 《欧盟包材与包材废弃物指令》确认了包装具重要的社会和经济功能，而该指令并不影响其他有关包装或包装货物的质量以及运输这些货物的相关法律规定。

3.11 此外，该指令指出，应「用最少的包装，确保产品安全、卫生以及为消费者接受」（中译本）。我们应使用可持续的包装，以尽量减少对环境的影响及碳足迹。

#### 短期措施

B6) 公众参与过程反映，基于物流、卫生和保护商品等原因，市民普遍认为全面淘汰所有包装较困难；但同时，社会上亦有强烈声音要求管制过度包装，尤其是用于零售、物流及网购的即弃塑胶包装。建议政府应考虑参考内地及海外政府和企业的经验，要求有关业界积极减少使用塑胶包装物料(包括发泡胶)，并同时考虑透过行政措施及立法进行有效监管。以本地包装为例，本地超级市场可进一步研究减塑措施，例如避免使用额外的发泡胶包装物料；尽量减少重新包装进口商品，若需要重新包装，应尽量使用非塑胶包装或含再生塑胶成分的包装。



B7) 有意见指出政府应不论产品来源，以「一刀切」的方式推行管制措施，同时规管本地及进口产品的塑胶包装物料。建议政府在制定合适的包装管制措施时可予以考虑。

#### 中期措施

B8) 消费者普遍愿意支持承担了更多企业环境责任的品牌。政府应探讨如何提高透明度，让消费者得悉私营企业的环保措施。

### v. 推行任何规管措施前均须作好准备

3.12 在推出任何规管措施前，业界认为有必要引入一段准备期，让制造商、零售商和消费者为新安排作准备，并处理现有存货。政府可参考落实过往的规管措施 / 其他地方的做法，制定合适的过渡安排。我们建议准备期不应太长，政府亦需不时检讨规管措施以评估其成效。

## 丙. 优化塑胶购物袋收费计划

3.13 我们的最终目标是淘汰免费派发的塑胶购物袋。我们亦大力鼓励市民应自备购物袋（包括冷冻袋）和 / 或容器。

#### 短期措施

C1) 政府应收紧现行塑胶购物袋收费计划的豁免范围，以进一步减少使用塑胶购物袋。政府应为豁免产品订立明确定义和提供实施指引，以避免实施时出现灰色地带。

C2) 公众普遍认为可以取消目前对盛载冰冻或冷冻食品的塑胶购物袋的豁免。这是因为大多数冰冻或冷冻食品已经有密封包装，而且塑胶购物袋无法防止水滴在冰冻或冷冻食品上凝结，也无法保温。



C3) 公众关注现行计划的豁免或会导致多层包装的问题，因现时盛载「非气密包装」食品的塑胶购物袋可获豁免收费。因此，我们建议无须为已被非气密包装完全包裹的食品提供免费塑胶购物袋。



C4) 公众普遍认为，使用塑胶购物袋盛载没有任何包装的食品有其必要性，如鲜肉、鲜鱼和蔬菜，应保留有关豁免。

C5) 不过，公众亦认为在上述豁免情况下（即 C4）应只限提供一个免费塑胶购物袋。然而，是否应为每一件豁免产品提供一个免费塑胶购物袋，还是每个购物袋应盛载一种或多种的豁免产品，公众没有明确取向。就此，我们建议政府在制定有关措施时应保留一定灵活性，因产品的种类、大小和每次购买的数量均有别。政府亦应制定详细的实施指引以避免误会。

C6) 为提醒市民「胶袋有价」并进一步推动市民减少使用塑胶购物袋，参考其他城市的收费水平，建议提高现时 5 角的收费水平。



C7) 就合宜的收费水平而言，公众普遍认为收费水平应调整至最近的整数。把收费水平提高至港币 1 元或 2 元均有助促使消费者改变他们的行为习惯。我们亦建议政府应鼓励零售商将所得的塑胶购物袋收费用作支持或举办环保活动以及宣传环保工作。政府应为零售商提供相关的指引。

C8) 为顺利实施优化计划，我们建议政府应准备详细指引，尤其应为不同种类受影响的零售商提供建议。

C9) 收紧豁免范围是一个重要改动，更多零售商将不能根据豁免派发免费塑胶购物袋，例如部分街市摊档。考虑到有关改动或会影响这些零售商的日常营运，我们建议政府设准备期，以确保优化安排运作畅顺。

C10) 随着《2018 年废物处置（都市固体废物收费）（修订）条例草案》于 2021 年 8 月通过，市民日后须使用指定垃圾袋<sup>4</sup>来弃置废物。这是一个契机，让政府探讨都市固体废物收费计划与塑胶购物袋收费计划是否有协同效应，例如是否可以推广同时具塑胶购物袋及指定垃圾袋功能的「两用袋」。



#### 短期和中期措施

C11) 待都市固体废物收费计划推行时，政府应鼓励零售商在收银台上提供指定垃圾袋以取代塑胶购物袋，并推广使用「两用袋」。

3.14 部分受访者对市民过度使用平口袋的情况表示关注。我们留意到部分零售点会把平口袋放置在水果 / 蔬菜区旁，供顾客任意取用。

3.15 同时，我们也留意到部分本地零售商 / 超级市场仅在收银台上向有需要的顾客提供平口袋，这是较为环保的做法。

<sup>4</sup> 指定垃圾袋的价格为：每公升\$0.11，有九种容量及两个款式（背心及平口袋）；例如 10 公升（港币 1.1 元）； 15 公升（港币 1.7 元）及 20 公升（港币 2.2 元）

### 短期措施

C12) 零售点需要加强监管派发平口袋。目前，部分零售商允许顾客随意取用平口袋，有机会出现滥用。一些较好的做法包括：

- 不要在售卖新鲜水果 / 蔬菜区附近放置平口袋；
- 仅按顾客要求提供平口袋；
- 在平口袋旁放置提醒字句，指出除获豁免情况，使用平口袋需支付塑胶购物袋收费。



## 丁. 宣传和公众教育

3.16 宣传和公众教育对推广绿色生活至关重要。我们建议政府探讨以下措施：

### 短期措施

- D1) 环保营商手法能有效从源头减少产生即弃塑胶。政府应联同业界着手准备和推广相关指引。
- D2) 共享环保资讯对于减少社会对即弃塑胶的依赖和让公众了解塑胶替代品的特性（包括其优点和缺点）尤其重要，例如由非塑胶材料或生物降解塑胶制成的替代品等，有助公众选择合适的产品。政府应与不同持份者协商，包括商界、材料供应商和消费者，探讨建立即弃塑胶资讯共享平台。
- D3) 政府应加强公众教育以推广环保概念，例如推广「废物管理架构」（即应优先避免产生废物，而弃置废物则是最后选择）、介绍现有的塑胶替代品和分享与即弃塑胶相关的废物统计数据。



- D4) 透过相关研究基金支持研发塑胶替代品，例如低碳绿色科研基金和奖学金等。

## 戊. 绿色商品

3.17 消费者表达了对「绿色产品」的需求，例如补充装 / 可重用的产品、由再生塑胶等「绿色材料」制成的产品以及简约包装的产品。在公众参与中，我们列出了不同的「消费者愿意为更环保的产品支付的额外费用」，其中最多受访者表达愿意多支付产品价格的 5-10%。我们建议各行业应考虑上述结果，在产品设计 / 日常营运 / 营商政策中融合绿色元素（例如提供更多补充装产品、为可持续产品设专属货架、设立补充站、餐饮业可聘请承包商清洁可重用餐具而非使用即弃餐具，以及考虑为绿色或可持续的产品提供折扣 / 优惠 / 奖赏等）。



3.18 消费者表示，有时候很难分辨哪种即弃塑胶商品较环保，例如该产品是否可以回收或是否含再生塑胶成分等。本地制造商应尽可能在其商品上标明相关的绿色资讯，包括产品的原材料及如何回收该产品等。



3.19 管制即弃塑胶应「赏罚兼施」。除了上述提出的规管措施外，通过奖励计划来推动「走塑」文化是一个有效的方法，例如若顾客自携容器 / 选择不包装货品 / 选择店内取货而非送货服务时，业界可为消费者提供折扣优惠；为杰出的绿色品牌 / 零售店提供行业奖励；向消费者退回借用可重用购物袋的费用或按金。

3.20 在推广使用塑胶替代品和绿色生活方面，零售商可以发挥其关键作用。我们建议零售商可：

- 鼓励顾客自备冷冻袋；
- 推广或销售可重用的棉质 / 麻质购物袋，并将其塑造为一种时尚的生活方式，以吸引年轻人改变生活习惯；
- 尽可能重用某些塑胶包装，如胶盒；
- 以可重用的容器代替发泡胶容器；及
- 为前线员工提供适当的培训，以便他们向客户解释相关的环保措施。



3.21 香港交易所（港交所）已发布了《环境、社会及管治（ESG）报告指引》，以方便所有上市公司制定其年度 ESG 报告。部分公司更作出了「走塑」承诺。可持续发展委员会建议港交所鼓励香港的上市公司制定整体的废物管理计划，包括管理 / 减少其营运中涉及的即弃塑胶，以及设定实现碳中和的目标。上述提及的资讯分享平台将有利于企业采取绿色企业文化。从公司层面开始作出改变可有效影响客户走向更绿色的生活方式。

## 4. 意見归纳及分析方法

4.1 是次公众参与透过不同渠道向持份者（例如公司 / 机构）及一般公众人士收集不同形式的意见和评论。在公众互动阶段收集的所有意见和评论被分类为不同的类别（例如公众参与活动、意见收集表、机构 / 公司的书面意见和个人的书面意见，以及媒体报导等）。意见和评论列表载列于附件六、附件七、附件八和附件九。意见收集表的范本载列于附件四。

4.2 根据收集到的意见和评论的性质（例如封闭式问题和开放式问题），每个问题 / 意见根据量化（即封闭式问题）和质化（即开放式问题）方法进行分析。

### (i) 量化方法

对于封闭式问题（如是非题、多项选择题等），我们将数据转换为数字格式进行计算，为每个问题的不同回答选项提供百分比，然后为每个封闭式问题准备频率分配表和图表（例如棒形图 / 圆饼图），把趋势呈现出来。所有主要的意见和关注点总结于本报告的第五章中。

同时，委员会还委托珩峰市场研究有限公司进行了电话意见调查，以收集公众对管制即弃塑胶的意见。电话调查员访问了 18 岁或以上使用手提电话的香港居民来进行调查。调查的主要目标是：

- 了解公众对管制使用即弃塑胶产品的看法；
- 识别出应管制的即弃塑胶产品；及
- 了解公众对管制使用即弃塑胶产品的方法的接受程度。

香港生产力促进局（生产力局）比较了在意见收集表及电话意见调查中类似问题的统计数据（例如应管制的即弃塑胶种类、调整塑胶购物袋收费计划的收费水平），并得出相关结论。

### (ii) 质化方法

委派专人审阅意见收集表的详细意见、提交的书面意见、所有公众参与活动（包括会堂论坛）的意见概要，以及从其他相关渠道（例如社交媒体、网上文章）中提出的意见。生产力局制定了一个意见框架，如表 4.1 显示，以反映公众参与文件中涵盖的所有问题以及在公众互动阶段收到的相关评论。生产力局接着按性质对所有从开放式问题上获到得的回应进行分组，并进一步分析和总结每一个类别的主要评论。

表 4.1 意见分析框架

#### A. 对环境议题的关心程度，包括：

- 即弃塑胶制品乱扔在自然环境中，造成环境污染和伤害野生动物
- 使用即弃塑胶制品会增加碳足迹并加剧气候变化
- 即弃塑胶制品难以回收并占用堆填区宝贵的空间
- 社会过度依赖即弃塑胶制品，助长浪费文化
- 管制即弃塑胶以实现碳中和
- 管制即弃塑胶以实现循环经济
- 其他

<p>B. 管制即弃塑胶产品的类别，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 本地产品包装</li> <li>● 本地零售包装</li> <li>● 本地物流及网购包装</li> <li>● 节庆产品</li> <li>● 酒店派发的洗漱梳妆用品</li> <li>● 其他 - 与产品一起出售的辅助工具，例如附于纸包饮品盒上的塑胶饮管</li> <li>● 其他 - 其他洗漱梳妆用品例如塑胶棉花棒</li> <li>● 其他 - 与举办会议或展览相关的各项用品例如指示牌</li> <li>● 其他建议产品</li> </ul>
<p>C. 管制即弃塑胶的时间表，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 短期（3 年内）</li> <li>● 中期（3 至 5 年）</li> <li>● 其他时间表</li> </ul>
<p>D. 管制即弃塑胶的方法，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 全面禁止</li> <li>● 规管措施</li> <li>● 自愿性措施</li> <li>● 其他意见</li> </ul>
<p>E. 优化现行塑胶购物袋收费计划，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 取消现行对盛载气密包装的冰冻或冷冻食品的塑胶购物袋的豁免</li> <li>● 取消现行为已被非气密包装完全包裹的食品提供免费塑胶购物袋的豁免</li> <li>● 只向盛载未完全被包装包裹的食品（例如面包店售卖的面包、街市售卖的水果）提供一个豁免的塑胶购物袋</li> <li>● 调整最低收费水平（以港币计）以降低市民使用塑胶购物袋的意欲</li> <li>● 全面禁止使用塑胶购物袋</li> </ul>
<p>F. 制造商提供更多有关即弃塑胶产品的资讯（可回收程度和再生塑胶成分百分比）</p>
<p>G. 建立塑胶替代品的资讯分享平台</p>
<p>H. 影响消费者选择环保购买的考虑因素，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 产品是否可以重用</li> <li>● 产品是否使用「绿色物料」</li> <li>● 品牌的企业环境责任</li> <li>● 产品是否没有过度包装</li> </ul>
<p>I. 为减少使用即弃塑胶产品而愿意支付更多的费用</p>
<p>J. 即弃塑胶替代品建议使用可生物降解物料替代即弃塑胶</p>

- 4.3 经专人审阅后,将相同或来自同一范本的书面意见分类为请愿书。因此,我们总共收到了 6 份请愿书。
- 4.4 最后,生产力局在本报告**第五章**有系统地提出了综合意见和分析,并在**第六章**提出了结论。

## 5. 意见分析总结

### 5.1 意见收集表的量化分析

#### 5.1.1 意见收集表的數量

5.1.1.1 截至二零二一年十二月二十九日，即在公众互动阶段的三个月内，委员会剔除重复收到的网上意见收集表（即意见收集表内完全相同的数据，并于六十秒内由相同的网络位址提交的意见收集表，以及于开放式问题中填写「测试」而其他问题则是空白的意见收集表）后，共收集并处理 9 424 份意见收集表，其中包括 2 148 份透过专属网页提交的网上意见收集表及 7 276 份纸张意见收集表。这些经处理的意见收集表当中，553 份是来自机构，63 份是来自公司及 8 808 份是来自个人<sup>5</sup>。委员会认为每一个意见都很重要，所以除了因为上述原因剔除重复收到的意见收集表外，有关分析会包涵意见收集表中的所有回应。

#### 5.1.2 统计分析

5.1.2.1 如第四章所述，对于封闭式问题（例如是非题、多项选择题等），数据被转换为数字格式以进行统计，为每个问题的不同回答选项提供百分比。由于四舍五入的关系，有些百分比的总和可能不等如总数或 100。

5.1.2.2 值得注意的是，这些意见收集表并不是从人口中抽取的随机样本。因此，不宜用于假定随机样本的统计测试，亦不能用作反映整体人口的意见。

---

<sup>5</sup> 在網上提交的意見收集表中，有 28 份被視為潛在重複／測試記錄而被剔除，原因是這些意見收集表內容完全相同，並於六十秒內由相同的網絡位址提交，或於開放式問題中填寫「測試」而其他問題則是空白。而在收到的紙張意見收集表，有 472 份未能識別為機構或個人，因此被視為以個人身份提交。另外，對於在身份部分中選擇“其他”的回應者，若他們有提供“機構名稱／公司”，我們會根據其工作性質，進一步將其重新歸類為特定類型的機構、公司或個人。

### 5.1.3 背景资料

表 5.1 背景类别

背景类别	总计	百分比
机构	553	5.9%
公司	63	0.7%
个人	8 808	93.5%
<b>基数</b>	<b>9 424</b>	<b>100.0%</b>

5.1.3.1 从表 5.1 显示，在 9 424 名回应者中，93.5%表示他们是以个人身份回答，5.9%是以机构身份回答，另有 0.7%是以公司身份回答。

表 5.2 机构类别

机构类别	总计	百分比
专业团体 / 学术机构	418	75.6%
公营机构	84	15.2%
环保组织	32	5.8%
业界协会	7	1.3%
其他	12	2.2%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>100.0%</b>

5.1.3.2 从表 5.2 显示，在 553 名以机构身份并有说明机构类别的回应者中，75.6%表示他们是代表专业团体 / 学术机构，有 15.2%是公共组织，5.8%是绿色团体，1.3%是行业协会，另有 2.2%是其他类别。

### 5.1.4 对环境的关心程度

表 5.3 即弃塑胶制品为自然环境带来的问题的关心程度

即弃塑胶制品乱扔在自然环境中，造成环境污染和伤害野生动物	机构	公司	个人	总计
不关心	33 6.0%	0 0.0%	347 4.0%	380 4.0%
不太关心	28 5.1%	1 1.6%	283 3.2%	312 3.3%
中性	103 18.7%	2 3.2%	1 939 22.1%	2 044 21.8%
关心	173 31.3%	13 20.6%	2 842 32.4%	3 028 32.2%
非常关心	197 35.7%	46 73.0%	3 075 35.0%	3 318 35.3%
不知道	18 3.3%	1 1.6%	294 3.3%	313 3.3%
<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 780</b>	<b>9 395<sup>6</sup></b>

5.1.4.1 从表 5.3 显示，超过 65%以机构、公司和个人身份的回应者表示，他们关心或非常关心即弃塑胶制品乱扔在自然环境中，造成环境污染和伤害野生动物。少于 8%的回应者表示不关心或不太关心这个环境问题。

表 5.4 即弃塑胶制品为碳足迹及气候变化带来的问题的关心程度

使用即弃塑胶制品会增加碳足迹并加剧气候变化	机构	公司	个人	总计
不关心	32 5.8%	0 0.0%	304 3.5%	336 3.6%
不太关心	23 4.2%	2 3.2%	372 4.2%	397 4.2%
中性	128 23.2%	2 3.2%	2 160 24.6%	2 290 24.4%
关心	177 32.1%	12 19.0%	2 715 30.9%	2 904 30.9%
非常关心	168 30.4%	45 71.4%	2 829 32.2%	3 042 32.4%
不知道	24 4.3%	2 3.2%	402 4.6%	428 4.6%
<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 782</b>	<b>9 397<sup>7</sup></b>

5.1.4.2 从表 5.4 显示，超过 60%以机构、公司和个人身份的回应者表示，他们关心或非常关心使用即弃塑胶制品会增加碳足迹并加剧气候变化。少于 8%的回应者表示不关心或不太关心这个环境问题。

表 5.5 即弃塑胶制品的回收程度与堆填区的现况的关心程度

<sup>6</sup> 29 名受訪者沒有回答這個問題，因此被排除在基礎數據外。

<sup>7</sup> 27 名受訪者沒有回答這個問題，因此被排除在基礎數據外。

即弃塑胶制品难以回收并占用堆填区宝贵的空间	机构	公司	个人	总计
不关心	29 5.3%	0 0.0%	323 3.7%	352 3.7%
不太关心	26 4.7%	2 3.2%	397 4.5%	425 4.5%
中性	120 21.7%	5 8.1%	2 156 24.5%	2 281 24.3%
关心	163 29.5%	11 17.7%	2 557 29.1%	2 731 29.1%
非常关心	193 35.0%	42 67.7%	2 992 34.1%	3 227 34.3%
不知道	21 3.8%	2 3.2%	359 4.1%	382 4.1%
<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>62</b>	<b>8 784</b>	<b>9 398<sup>8</sup></b>

5.1.4.3 从表 5.5 显示，超过 60%以机构、公司和个人身份的回应者表示，他们关心或非常关心即弃塑胶制品难以回收并占用堆填区宝贵的空间。少于 8.5%的回应者表示不关心或不太关心这个环境问题。

表 5.6 即弃塑胶制品引起的浪费文化的关心程度

社会过度依赖即弃塑胶制品，助长浪费文化	机构	公司	个人	总计
不关心	32 5.8%	1 1.6%	356 4.1%	389 4.1%
不太关心	22 4.0%	2 3.2%	394 4.5%	418 4.5%
中性	110 19.9%	5 7.9%	2 138 24.4%	2 253 24.0%
关心	180 32.6%	12 19.0%	2 438 27.8%	2 630 28.0%
非常关心	181 32.8%	42 66.7%	3 007 34.3%	3 230 34.4%
不知道	27 4.9%	1 1.6%	445 5.1%	473 5.0%
<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 778</b>	<b>9 393<sup>9</sup></b>

5.1.4.4 从表 5.6 显示，超过 60%以机构、公司和个人身份的回应者表示，他们关心或非常关心社会过度依赖即弃塑胶制品，助长浪费文化。少于 9%的回应者表示不关心或不太关心这个环境问题。

<sup>8</sup> 26 名受訪者沒有回答這個問題，因此被排除在基礎數據外。

<sup>9</sup> 31 名受訪者沒有回答這個問題，因此被排除在基礎數據外。

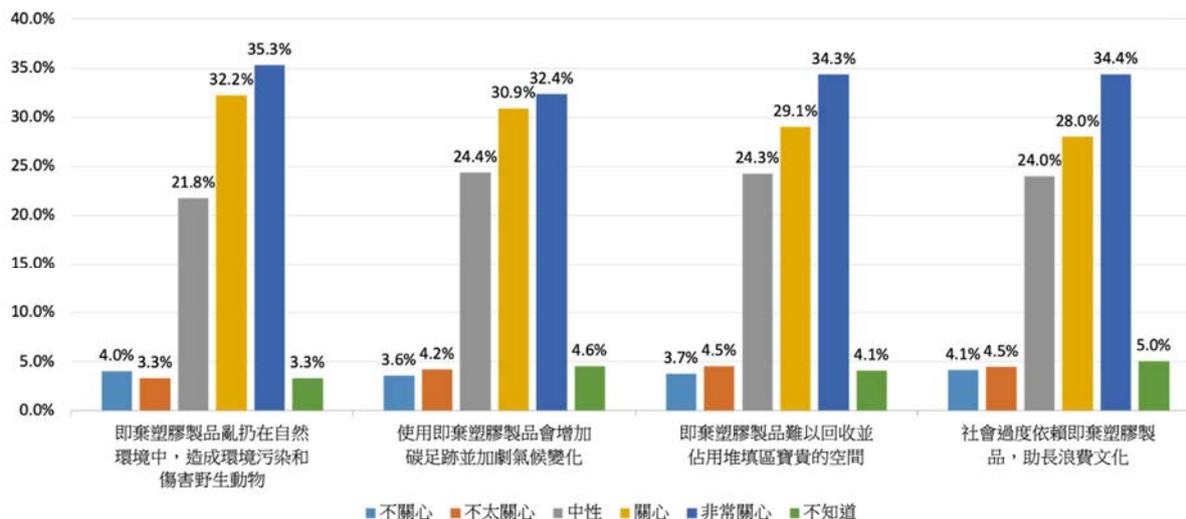


图 5.1 关心程度的总结图

5.1.4.5 从图 5.1 显示，总体而言，超过 60% 的回应者对每个环境问题表示关心和非常关心。

### 5.1.5 管制即弃塑胶产品的类别、时间和方法

表 5.7 管制本地产品包装的支持度

管制本地产品包装的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	457 82.6%	56 88.9%	7 757 88.1%	8 270 87.8%
	不须管制	93 16.8%	6 9.5%	907 10.3%	1 006 10.7%
	没有提供意见	3 0.5%	1 1.6%	144 1.6%	148 1.6%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	140 25.3%	27 42.9%	2 556 29.0%	2 723 28.9%
	中期行动	243 43.9%	20 31.7%	3 376 38.4%	3 639 38.6%
	没有提供意见	170 30.7%	16 25.4%	2 868 32.6%	3 054 32.4%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 800</b>	<b>9 416<sup>10</sup></b>
管制方法	全面禁止	61 11.0%	15 23.8%	1 143 13.0%	1 219 12.9%
	规管措施	201 36.3%	30 47.6%	3 332 37.8%	3 563 37.8%
	自愿性措施	90 16.3%	5 7.9%	1 778 20.2%	1 873 19.9%
	全面禁止及规管措施	21 3.8%	1 1.6%	239 2.7%	261 2.8%

<sup>10</sup> 此問題有 8 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

管制本地产品包装的支持度		机构	公司	个人	总计
	全面禁止及自愿性措施	2 0.4%	0 0.0%	8 0.1%	10 0.1%
	规管措施及自愿性措施	30 5.4%	0 0.0%	211 2.4%	241 2.6%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	4 0.7%	0 0.0%	23 0.3%	27 0.3%
	没有提供意见	144 26.0%	12 19.0%	2 072 23.5%	2 228 23.6%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 806</b>	<b>9 422<sup>11</sup></b>

5.1.5.1 从表 5.7 显示,87.8%的机构、公司和个人表示同意管制本地产品包装。其中 28.9% 和 38.6% 的回应者分别表示应该在短期 (3 年内) 和中期 (3 - 5 年内) 采取行动, 32.4% 的回应者则没有就管制时间提供意见。37.8% 的回应者认为应该采取规管措施, 其次是自愿性措施 (19.9%)、全面禁止 (12.9%)、全面禁止及规管措施 (2.8%)、规管措施及自愿性措施 (2.6%), 选择所有管制方法 (全面禁止、规管措施和自愿措施) (0.3%), 以及全面禁止及自愿性措施 (0.1%)。 23.6% 的回应者则没有就管制方法提供意见。

表 5.8 管制本地零售包装的支持度

管制本地零售包装的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	454 82.1%	57 90.5%	7 600 86.3%	8 111 86.1%
	不须管制	94 17.0%	5 7.9%	1 036 11.8%	1 135 12.0%
	没有提供意见	5 0.9%	1 1.6%	172 2.0%	178 1.9%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	137 24.8%	30 47.6%	2 509 28.5%	2 676 28.4%
	中期行动	234 42.4%	16 25.4%	3 166 36.0%	3 416 36.3%
	没有提供意见	181 32.8%	17 27.0%	3 130 35.5%	3 328 35.3%
	<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 805</b>	<b>9 420<sup>12</sup></b>
管制方法	全面禁止	80 14.5%	26 41.3%	1 504 17.1%	1 610 17.1%
	规管措施	203 36.7%	20 31.7%	3 217 36.5%	3 440 36.5%
	自愿性措施	81 14.6%	4 6.3%	1 558 17.7%	1 643 17.4%

<sup>11</sup> 此問題有 2 個無效答案, 因此被排除在基礎數據外。

<sup>12</sup> 此問題有 4 個無效答案, 因此被排除在基礎數據外。

管制本地零售包装的支持度		机构	公司	个人	总计
	全面禁止及规管措施	21 3.8%	3 4.8%	238 2.7%	262 2.8%
	全面禁止及自愿性措施	1 0.2%	0 0.0%	9 0.1%	10 0.1%
	规管措施及自愿性措施	23 4.2%	0 0.0%	154 1.7%	177 1.9%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	4 0.7%	0 0.0%	33 0.4%	37 0.4%
	没有提供意见	140 25.3%	10 15.9%	2 095 23.8%	2 245 23.8%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

5.1.5.2 从表 5.8 显示, 86.1%的机构、公司和个人表示同意管制本地零售包装。其中 28.4%和 36.3% 的回应者表示应该在短期 (3 年内) 和中期 (3 - 5 年) 采取行动, 35.3% 的回应者则没有就管制时间提供意见。 36.5%的回应者表示应该采取规管措施, 其次是自愿性措施 (17.4%)、全面禁止 (17.1%)、全面禁止和规管措施 (2.8%)、规管措施和自愿性措施 (1.9%)。 选择所有管制方法 (全面禁止、规管措施和自愿性措施) (0.4%), 以及全面禁止和自愿性措施 (0.1%)。23.8%的回应者则没有就管制方法提供意见。

表 5.9 管制本地物流及网购包装的支持度

管制本地物流及网购包装的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	470 85.0%	56 88.9%	7 814 88.7%	8 340 88.5%
	不须管制	80 14.5%	6 9.5%	792 9.0%	878 9.3%
	没有提供意见	3 0.5%	1 1.6%	202 2.3%	206 2.2%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	172 31.2%	27 42.9%	2 653 30.1%	2 852 30.3%
	中期行动	214 38.8%	17 27.0%	3 081 35.0%	3 312 35.2%
	没有提供意见	166 30.1%	19 30.2%	3 066 34.8%	3 251 34.5%
	<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 800</b>	<b>9 415<sup>13</sup></b>
管制方法	全面禁止	79 14.3%	18 28.6%	1 686 19.1%	1 783 18.9%
	规管措施	209 37.8%	25 39.7%	3 456 39.2%	3 690 39.2%
	自愿性措施	91 16.5%	5 7.9%	1 488 16.9%	1 584 16.8%
	全面禁止及规管措施	20 3.6%	3 4.8%	210 2.4%	233 2.5%
	全面禁止及自愿性措施	1 0.2%	1 1.6%	11 0.1%	13 0.1%
	规管措施及自愿性措施	27 4.9%	1 1.6%	152 1.7%	180 1.9%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	3 0.5%	0 0.0%	29 0.3%	32 0.3%
	没有提供意见	123 22.2%	10 15.9%	1 776 20.2%	1 909 20.3%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

5.1.5.3 从表 5.9 显示，88.5%的机构、公司和个人表示同意管制本地物流及网购包装。其中 30.3%和 35.2%的回应者分别表示应在短期（3 年内）和中期（3 - 5 年）采取行动，34.5%的回应者则没有就管制时间提供意见。39.2%表示应采取规管措施，其次是全面禁止（18.9%）、自愿性措施（16.8%）、全面禁止和规管措施（2.5%）、规管措施和自愿性措施（1.9%），选择所有管制方法（全面禁止、规管措施和自愿性措施）（0.3%），以及全面禁止和自愿性措施（0.1%）。20.3%的回应者则没有就管制方法提供意见。

<sup>13</sup> 此問題有 9 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

表 5.10 管制节庆产品的支持度

管制节庆产品的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	481 87.0%	56 88.9%	7 995 90.8%	8 532 90.5%
	不须管制	70 12.7%	6 9.5%	631 7.2%	707 7.5%
	没有提供意见	2 0.4%	1 1.6%	182 2.1%	185 2.0%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	174 31.5%	33 52.4%	2 859 32.5%	3 066 32.6%
	中期行动	219 39.7%	13 20.6%	2 944 33.4%	3 176 33.7%
	没有提供意见	159 28.8%	17 27.0%	3 001 34.1%	3 177 33.7%
	<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 804</b>	<b>9 419<sup>14</sup></b>
管制方法	全面禁止	124 22.4%	24 38.1%	2 156 24.5%	2 304 24.4%
	规管措施	184 33.3%	18 28.6%	3 000 34.1%	3 202 34.0%
	自愿性措施	82 14.8%	5 7.9%	1 676 19.0%	1 763 18.7%
	全面禁止及规管措施	18 3.3%	3 4.8%	195 2.2%	216 2.3%
	全面禁止及自愿性措施	1 0.2%	0 0.0%	14 0.2%	15 0.2%
	规管措施及自愿性措施	26 4.7%	0 0.0%	172 2.0%	198 2.1%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	4 0.7%	1 1.6%	32 0.4%	37 0.4%
	没有提供意见	114 20.6%	12 19.0%	1 563 17.7%	1 689 17.9%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

5.1.5.4 从表 5.10 显示，90.5%的机构、公司和个人表示同意管制节庆产品。其中 32.6%和 33.7%的回应者分别表示应在短期（3 年内）和中期（3 - 5 年）采取行动，33.7%的回应者则没有就管制时间提供意见。34.0%表示应采取规管措施，其次是全面禁止（24.4%）、自愿性措施（18.7%）、全面禁止和规管措施（2.3%）、规管措施和自愿性措施（2.1%），选择所有管制方法（全面禁止、规管措施和自愿性措施）（0.4%），以及全面禁止和自愿性措施（0.2%）。17.9%的回应者则没有就管制方法提供意见。

<sup>14</sup> 此問題有 5 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

表 5.11 管制酒店派发的洗漱梳妆用品的支持度

同意管制酒店派发的洗漱梳妆用品的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	426 77.0%	55 87.3%	7 252 82.3%	7 733 82.1%
	不须管制	122 22.1%	7 11.1%	1 341 15.2%	1 470 15.6%
	没有提供意见	5 0.9%	1 1.6%	215 2.4%	221 2.3%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	153 27.7%	28 44.4%	2 477 28.1%	2 658 28.2%
	中期行动	184 33.3%	18 28.6%	2 768 31.5%	2 970 31.5%
	没有提供意见	215 38.9%	17 27.0%	3 558 40.4%	3 790 40.3%
	<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 803</b>	<b>9 418<sup>15</sup></b>
管制方法	全面禁止	99 17.9%	19 30.2%	1 414 16.1%	1 532 16.3%
	规管措施	146 26.4%	21 33.3%	2 628 29.8%	2 795 29.7%
	自愿性措施	103 18.6%	6 9.5%	2 109 23.9%	2 218 23.5%
	全面禁止及规管措施	16 2.9%	2 3.2%	143 1.6%	161 1.7%
	全面禁止及自愿性措施	2 0.4%	0 0.0%	8 0.1%	10 0.1%
	规管措施及自愿性措施	18 3.3%	1 1.6%	164 1.9%	183 1.9%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	3 0.5%	0 0.0%	18 0.2%	21 0.2%
	没有提供意见	166 30.0%	14 22.2%	2 324 26.4%	2 504 26.6%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

5.1.5.5 从表 5.11 显示，82.1%的机构、公司和个人表示同意管制酒店派发的洗漱梳妆用品。其中 28.2%和 31.5%的回应者分别表示应该在短期（3 年内）和中期（3-5 年）采取行动，40.3%的回应者则没有就管制时间提供意见。29.7%的受访者表示应采取规管措施，其次是自愿性措施（23.5%）、全面禁止（16.3%）、规管措施和自愿性措施（1.9%）、全面禁止和规管措施（1.7%）。选择所有管制方法（全面禁止、规管措施和自愿性措施）（0.2%），以及全面禁止和自愿性措施（0.1%）。26.6%的回应者则没有就管制方法提供意见。

表 5.12 管制雨伞袋的支持度

<sup>15</sup> 此問題有 6 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

管制雨伞袋的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	430 77.8%	55 87.3%	7 359 83.5%	7 844 83.2%
	不须管制	120 21.7%	7 11.1%	1 253 14.2%	1 380 14.6%
	没有提供意见	3 0.5%	1 1.6%	196 2.2%	200 2.1%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	173 31.3%	36 57.1%	2 849 32.4%	3 058 32.5%
	中期行动	171 31.0%	8 12.7%	2 454 27.9%	2 633 28.0%
	没有提供意见	208 37.7%	19 30.2%	3 501 39.8%	3 728 39.6%
	<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 804</b>	<b>9 419<sup>16</sup></b>
管制方法	全面禁止	149 26.9%	30 47.6%	2 221 25.2%	2 400 25.5%
	规管措施	124 22.4%	14 22.2%	2 071 23.5%	2 209 23.4%
	自愿性措施	92 16.6%	4 6.3%	2 072 23.5%	2 168 23.0%
	全面禁止及规管措施	8 1.4%	1 1.6%	118 1.3%	127 1.3%
	全面禁止及自愿性措施	1 0.2%	0 0.0%	10 0.1%	11 0.1%
	规管措施及自愿性措施	20 3.6%	0 0.0%	118 1.3%	138 1.5%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	2 0.4%	0 0.0%	28 0.3%	30 0.3%
	没有提供意见	157 28.4%	14 22.2%	2 170 24.6%	2 341 24.8%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

5.1.5.6 从表 5.12 显示，83.2%的机构、公司和个人表示同意管制雨伞袋。其中 32.5%和 28.0%的回应者分别表示应该在短期（3 年内）和中期（3 - 5 年）采取行动，39.6% 的回应者则没有就管制时间提供意见。25.5%的人表示应该全面禁止，其次是规管措施（23.4%）、自愿性措施（23.0%）、规管措施和自愿性措施（1.5%）、全面禁止和规管措施（1.3%）。选择所有管制方法（全面禁止、规管措施和自愿性措施）（0.3%），以及全面禁止和自愿性措施（0.1%）。24.8% 的回应者则没有就管制方法提供意见。

表 5.13 管制与产品一起出售的辅助工具，例如附于纸包饮品盒上的塑胶吸管的支持度

<sup>16</sup> 此問題有 5 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

管制与产品一起出售的辅助工具，例如附于纸包饮品盒上的塑胶吸管的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	383 69.3%	58 92.1%	7 188 81.6%	7 629 81.0%
	不须管制	167 30.2%	4 6.3%	1 436 16.3%	1 607 17.1%
	没有提供意见	3 0.5%	1 1.6%	184 2.1%	188 2.0%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	119 21.6%	34 54.0%	2 363 26.8%	2 516 26.7%
	中期行动	185 33.5%	14 22.2%	2 778 31.6%	2 977 31.6%
	没有提供意见	248 44.9%	15 23.8%	3 660 41.6%	3 923 41.7%
	<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 801</b>	<b>9 416</b>
管制方法	全面禁止	83 15.0%	29 46.0%	1 842 20.9%	1 954 20.7%
	规管措施	144 26.0%	16 25.4%	2 596 29.5%	2 756 29.2%
	自愿性措施	76 13.7%	7 11.1%	1 733 19.7%	1 816 19.3%
	全面禁止及规管措施	11 2.0%	2 3.2%	131 1.5%	144 1.5%
	全面禁止及自愿性措施	3 0.5%	0 0.0%	13 0.1%	16 0.2%
	规管措施及自愿性措施	18 3.3%	0 0.0%	124 1.4%	142 1.5%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	5 0.9%	0 0.0%	20 0.2%	25 0.3%
	没有提供意见	213 38.5%	9 14.3%	2 349 26.7%	2 571 27.3%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

5.1.5.7 从表 5.13 显示，81.0%的机构、公司和个人表示同意管制与产品一起出售的辅助工具，例如附于纸包饮品盒上的塑胶吸管。其中 26.7%和 31.6%的回应者分别表示应该在短期(3 年内)和中期 (3 - 5 年) 采取行动，41.7%的回应者则没有就管制时间提供意见。29.2%表示应采取规管措施，其次是全面禁止 (20.7%)、自愿性措施 (19.3%)、规管措施和自愿性措施、全面禁止和规管措施(均为 1.5%)、选择所有管制方法(全面禁止、规管措施和自愿性措施)(0.3%)，以及全面禁止和自愿性措施 (0.2%)。27.3% 的回应者则没有就管制方法提供意见。

表 5.14 管制其他洗漱梳妆用品，例如塑胶棉花棒的支持度

管制其他洗漱梳妆用品，例如塑胶棉花棒的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	389 70.3%	53 84.1%	7 128 80.9%	7 570 80.3%
	不须管制	162 29.3%	9 14.3%	1 483 16.8%	1 654 17.6%
	没有提供意见	2 0.4%	1 1.6%	197 2.2%	200 2.1%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	132 23.9%	32 50.8%	2 354 26.7%	2 518 26.7%
	中期行动	170 30.8%	13 20.6%	2 723 30.9%	2 906 30.9%
	没有提供意见	250 45.3%	18 28.6%	3 726 42.3%	3 994 42.4%
	<b>基数</b>	<b>552</b>	<b>63</b>	<b>8 803</b>	<b>9 418<sup>17</sup></b>
管制方法	全面禁止	96 17.4%	27 42.9%	1 556 17.7%	1 679 17.8%
	规管措施	132 23.9%	13 20.6%	2 463 28.0%	2 608 27.7%
	自愿性措施	92 16.6%	5 7.9%	2 108 23.9%	2 205 23.4%
	全面禁止及规管措施	10 1.8%	3 4.8%	110 1.2%	123 1.3%
	全面禁止及自愿性措施	1 0.2%	0 0.0%	7 0.1%	8 0.1%
	规管措施及自愿性措施	19 3.4%	0 0.0%	131 1.5%	150 1.6%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	2 0.4%	0 0.0%	18 0.2%	20 0.2%
	没有提供意见	201 36.3%	15 23.8%	2 415 27.4%	2 631 27.9%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

5.1.5.8 从表 5.14 显示，80.3%的机构、公司和个人表示同意管制其他洗漱梳妆用品例如塑胶棉花棒。其中有 26.7%和 30.9%的回应者分别表示应该在短期（3 年内）和中期（3 - 5 年）采取行动，42.4% 的回应者则没有就管制时间提供意见。27.7%的受访者表示应采取规管措施，其次是自愿性措施（23.4%）、全面禁止（17.8%）、规管措施和自愿性措施（1.6%）、全面禁止和规管措施（1.3%）。选择所有管制方法（全面禁止、规管措施和自愿性措施）（0.2%），以及全面禁止和自愿性措施（0.1%）。27.9%的回应者则没有就管制方法提供意见。

<sup>17</sup> 此問題有 6 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

表 5.15 管制与举办会议或展览相关的各项用品，例如指示牌的支持度

管制与举办会议或展览相关的各项用品，例如指示牌的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	417 75.4%	54 85.7%	7 266 82.5%	7 737 82.1%
	不须管制	133 24.1%	8 12.7%	1 318 15.0%	1 459 15.5%
	没有提供意见	3 0.5%	1 1.6%	224 2.5%	228 2.4%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	136 24.6%	31 49.2%	2 282 25.9%	2 449 26.0%
	中期行动	190 34.4%	14 22.2%	2 910 33.0%	3 114 33.1%
	没有提供意见	227 41.0%	18 28.6%	3 613 41.0%	3 858 41.0%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 805</b>	<b>9 421<sup>18</sup></b>
管制方法	全面禁止	75 13.6%	16 25.4%	1 425 16.2%	1 516 16.1%
	规管措施	180 32.5%	21 33.3%	2 995 34.0%	3 196 33.9%
	自愿性措施	85 15.4%	10 15.9%	1 802 20.5%	1 897 20.1%
	全面禁止及规管措施	11 2.0%	1 1.6%	111 1.3%	123 1.3%
	全面禁止及自愿性措施	3 0.5%	0 0.0%	3 0.0%	6 0.1%
	规管措施及自愿性措施	21 3.8%	1 1.6%	156 1.8%	178 1.9%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	5 0.9%	0 0.0%	19 0.2%	24 0.3%
	没有提供意见	173 31.3%	14 22.2%	2 297 26.1%	2 484 26.4%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

5.1.5.9 从表 5.15 显示，82.1%的机构、公司和个人表示同意管制与举办会议或展览相关的各项用品，例如指示牌。其中有 26.0%和 33.1%的回应者分别表示应该在短期（3 年内）和中期（3 - 5 年内）采取行动，41.0% 的回应者则没有就管制时间提供意见。33.9%表示应采取规管措施，其次是自愿性措施（20.1%）、全面禁止（16.1%）、规管措施和自愿性措施（1.9%）、全面禁止和规管措施（1.3%），选择所有管制方法（全面禁止、规管措施和自愿性措施）（0.3%），以及全面禁止和自愿性措施（0.1%）。26.4%的回应者则没有就管制方法提供意见。

<sup>18</sup> 此問題有 3 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

表 5.16 管制其他即弃塑胶制品的支持度

管制其他即弃塑胶制品的支持度		机构	公司	个人	总计
须否管制	须管制	104 18.8%	21 33.3%	1 364 15.5%	1 489 15.8%
	不须管制	129 23.3%	5 7.9%	611 6.9%	745 7.9%
	没有提供意见	320 57.9%	37 58.7%	6 833 77.6%	7 190 76.3%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>
管制时间	短期行动	23 4.2%	14 22.2%	506 5.7%	543 5.8%
	中期行动	41 7.4%	2 3.2%	364 4.1%	407 4.3%
	没有提供意见	489 88.4%	47 74.6%	7 937 90.1%	8 473 89.9%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 807</b>	<b>9 423<sup>19</sup></b>
管制方法	全面禁止	17 3.1%	9 14.3%	449 5.1%	475 5.0%
	规管措施	35 6.3%	7 11.1%	365 4.1%	407 4.3%
	自愿性措施	16 2.9%	1 1.6%	265 3.0%	282 3.0%
	全面禁止及规管措施	2 0.4%	2 3.2%	47 0.5%	51 0.5%
	全面禁止及自愿性措施	2 0.4%	0 0.0%	3 0.0%	5 0.1%
	规管措施及自愿性措施	6 1.1%	1 1.6%	19 0.2%	26 0.3%
	全面禁止、规管措施及自愿性措施	3 0.5%	0 0.0%	13 0.1%	16 0.2%
	没有提供意见	472 85.4%	43 68.3%	7 646 86.8%	8 161 86.6%
	<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 807</b>	<b>9 423<sup>20</sup></b>

5.1.5.10 从表 5.16 显示，15.8%的机构、公司和个人表示同意管制其他即弃塑胶制品。其中有 5.8%和 4.3%的回应者分别表示应该在短期（3 年内）和中期（3-5 年）采取行动，76.3%的回应者则没有就管制时间提供意见。5.0%的回应者应该表示应采全面禁止来管制这些即弃塑胶制品，其次是以规管措施（4.3%）和自愿性措施（3.0%）。86.6%的回应者则没有就管制方法提供意见。在提供的意见中，建议管制的即弃塑胶制品前三位包括即弃塑胶餐具（26.5%）、塑

<sup>19</sup> 此問題有 1 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

<sup>20</sup> 此問題有 1 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

胶购物袋（17.2%）及塑胶饮料容器（15.1%）。其他建议管制的即弃塑胶制品还包括塑胶饮管、发泡胶、塑胶容器、过度包装等。

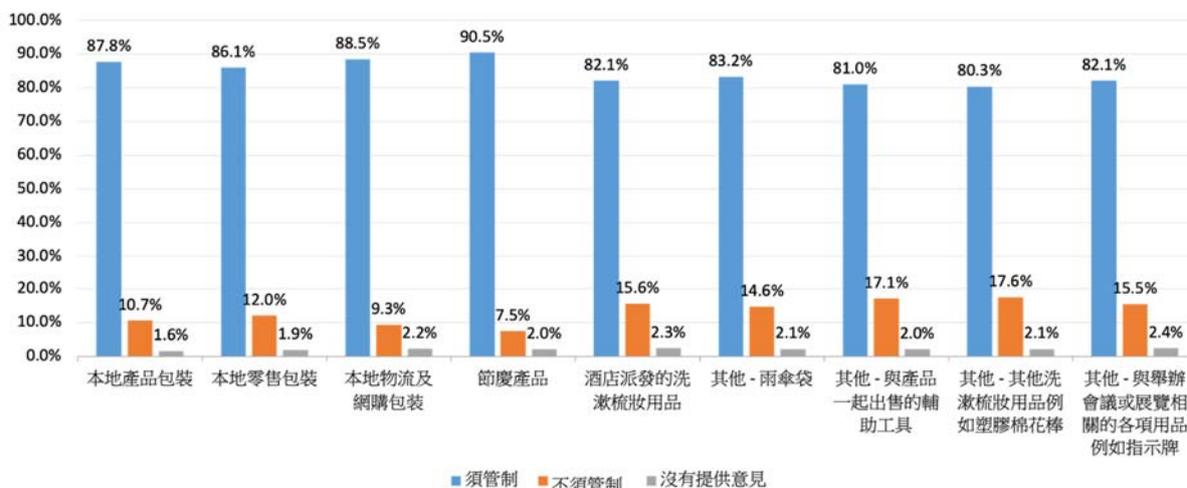


图 5.2 管制即弃塑胶产品的类别的总结图

5.1.5.11 从图 5.2 显示，一般而言，超过 80%的回应者同意对每类即弃塑胶产品进行管制。

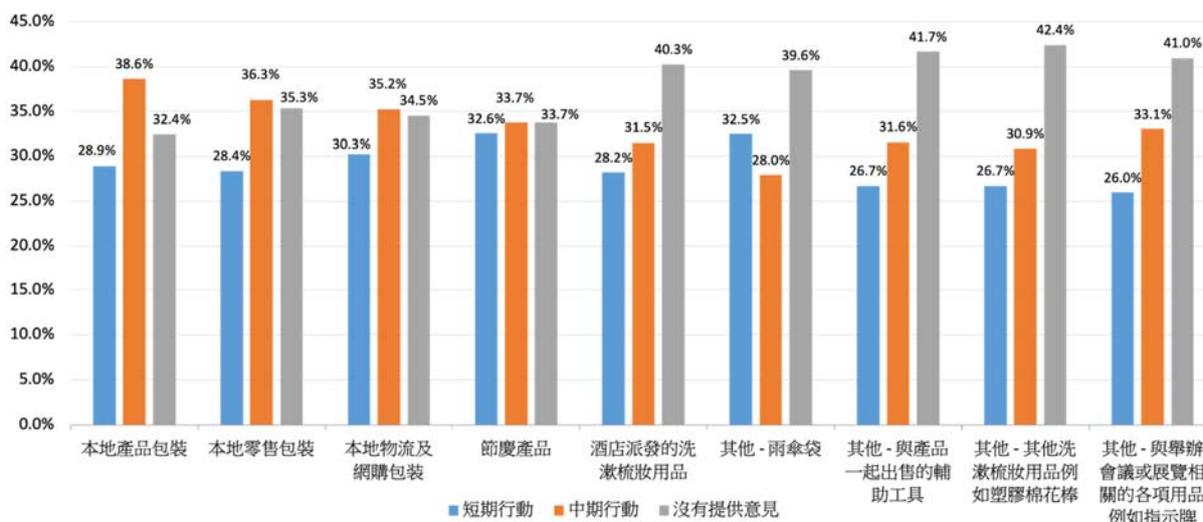


图 5.3 管制即弃塑胶产品的时间的总结图

5.1.5.12 从图 5.3 显示，采取短期和中期管制即弃塑胶产品的措施皆受到支持（合共约 60%）。

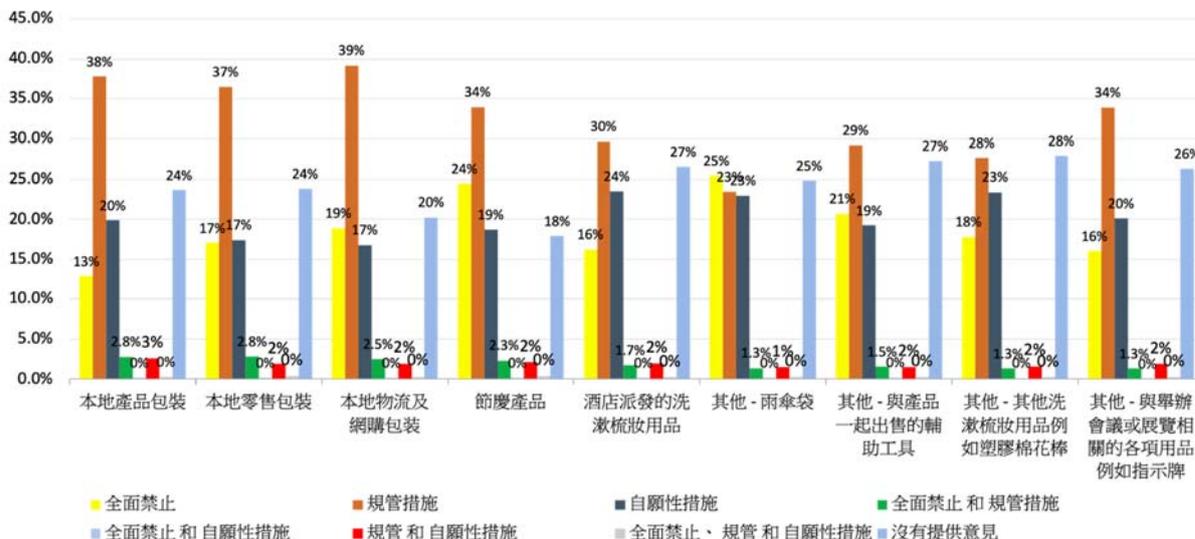


图 5.4 管制即弃塑胶产品的方法的总结图

5.1.5.13 从图 5.4 显示，除了大多数的回应者同意应全面禁止使用雨伞袋外，大多数的回应者支持透过以规管措施（如收费、生产者责任计划等）管制即弃塑胶产品。

### 5.1.6 优化现行措施 - 塑胶购物袋收费计划的支持度

表 5.17 取消现行豁免盛载气密包装的冰冻或冷冻食品的塑胶购物袋的支持度

取消现行豁免盛载气密包装的冰冻或冷冻食品的塑胶购物袋的支持度	机构	公司	个人	总计
同意	313 56.6%	46 73.0%	5 231 59.4%	5 590 59.3%
不同意	231 41.8%	15 23.8%	3 320 37.7%	3 566 37.8%
没有提供意见	9 1.6%	2 3.2%	257 2.9%	268 2.8%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

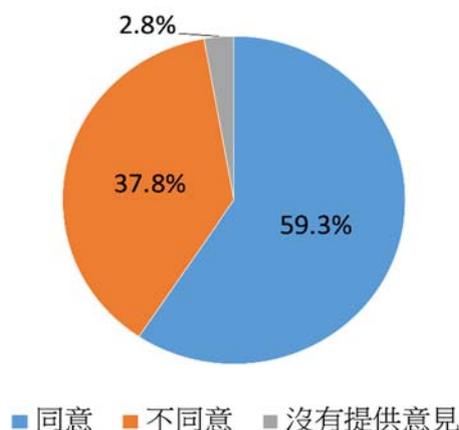


图 5.5 取消现行豁免盛载气密包装的冰冻或冷冻食品的塑胶购物袋的支持度总结图

5.1.6.1 从表 5.17 和图 5.5 显示，59.3%的回应者同意取消现行对盛载气密包装的冰冻或冷冻食品的塑胶购物袋的豁免，其中 56.6%的机构、73.0%的公司和 59.4%的个人同意这一点。相反，37.8%的回应者表示不同意取消该豁免，而 2.8%的回应者则没有提供意见。

表 5.18 无须为已被非气密包装完全包裹的食品提供免费塑胶购物袋的支持度

无须为已被非气密包装完全包裹的食品提供免费塑胶购物袋的支持度	机构	公司	个人	总计
同意	367 66.4%	46 73.0%	5 720 64.9%	6 133 65.1%
不同意	178 32.2%	15 23.8%	2 823 32.1%	3 016 32.0%
没有提供意见	8 1.4%	2 3.2%	265 3.0%	275 2.9%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

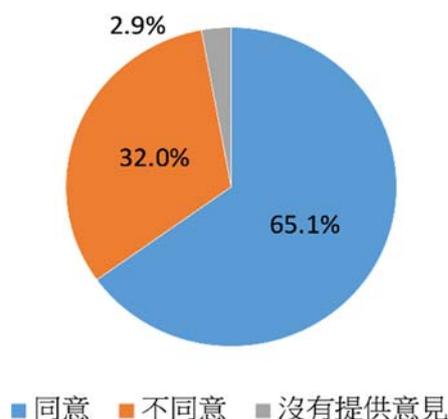


图 5.6 无须为已被非气密包装完全包裹的食品提供免费塑胶购物袋支持度的总结图

5.1.6.2 从表 5.18 和图 5.6 显示，65.1%的回应者同意无须为已被非气密包装完全包裹的食品提供免费塑胶购物袋，其中 66.4%的机构、73.0%的公司和 64.9%的个人同意这一点。32.0%的回应者表示不同意取消该豁免，而 2.9%的回应者则没有提供意见。

表 5.19 为盛载未完全被包装包裹的食品只提供一个获豁免收费的塑胶购物袋的支持度

为盛载未完全被包装包裹的食品只提供一个获豁免收费的塑胶购物袋的支持度	机构	公司	个人	总计
同意，我认为只需一个获豁免收费的胶袋	402 72.7%	43 68.3%	6 144 69.8%	6 589 69.9%
不同意，我们不应限制提供获豁免收费胶袋的数目	106 19.2%	11 17.5%	1 762 20.0%	1 879 19.9%
不同意，我认为应提供其他数量获豁免收费的胶袋	37 6.7%	7 11.1%	558 6.3%	602 6.4%
没有提供意见	8 1.4%	2 3.2%	344 3.9%	354 3.8%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

表 5.19(i) 提议其他数量获豁免收费的胶袋

提议其他数量获豁免收费的胶袋	机构	公司	个人	总计
不应提供豁免收费的塑胶购物袋	10 27.0%	5 71.4%	201 36.0%	216 35.9%
提供一个以上豁免收费的塑胶购物袋	13 35.1%	0 0.0%	208 37.3%	221 36.7%
没有提供意见或没有明确说明	14 37.8%	2 28.6%	149 26.7%	165 27.4%
<b>基数</b>	<b>37</b>	<b>7</b>	<b>558</b>	<b>602</b>

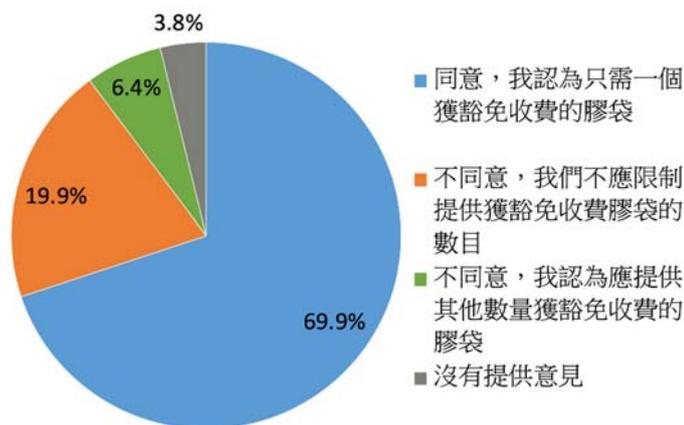


图 5.7 为盛载未完全被包装包裹的食品只提供一个获豁免收费的塑胶购物袋支持度的总结图

5.1.6.3 从表 5.19 和图 5.7 显示，69.9%的回应者同意仅为盛载未完全被包装包裹的食品提供一个可获豁免收费的塑胶购物袋，其中 72.7%的机构、68.3%的公司和 69.8%的个人同意这一点。19.9% 的回应者不同意限制提供获豁免收费胶袋的数目。另外，也有 6.4%的回应者反映应提供一定数量的获豁免收费的塑胶购物袋，其中表 5.19(i)显示约 36%反映不应提供豁免收费

的塑胶购物袋，约 37%反映应提供一个以上豁免收费的塑胶购物袋，而约 27%的回应者则没有提供意见或没有明确说明。

表 5.20 对塑胶购物袋的最低收费水平的看法

对塑胶购物袋的最低收费水平的看法	机构	公司	个人	总计
港币 1 元	180 32.5%	16 25.4%	2 748 31.2%	2 944 31.3%
港币 1.5 元	69 12.5%	7 11.1%	1 019 11.6%	1 095 11.6%
港币 2 元	177 32.0%	23 36.5%	2 884 32.7%	3 084 32.7%
其他	118 21.3%	15 23.8%	1 878 21.3%	2 011 21.3%
没有提供意见	9 1.6%	2 3.2%	275 3.1%	286 3.0%
基数	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 804</b>	<b>9 420<sup>21</sup></b>

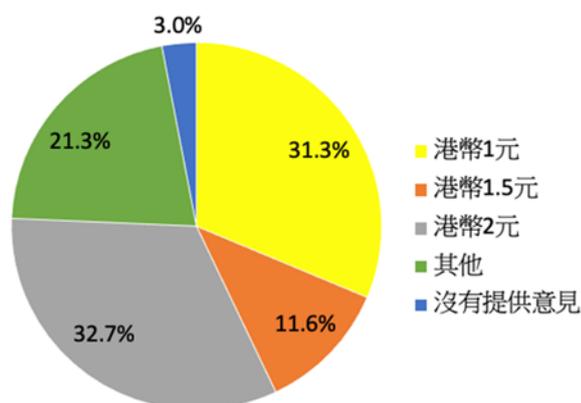


图 5.8 对塑胶购物袋的最低收费水平的看法的总结图

5.1.6.4 从表 5.20 和图 5.8 显示，32.7%的回应者表示若每个塑胶购物袋收费水平提升至港币 2 元能推动他们减少使用塑胶购物袋，而 31.3%和 11.6%的回应者分别表示若塑胶购物袋最低收费水平提升至港币 1 元和港币 1.5 元已能推动他们减少使用塑胶购物袋。21.3%的回应者则建议其他收费水平，其中 65.3%建议收费水平提升至多于港币 2 元，18.7%建议少于港币 1 元，5.9%建议不需要收费，约 10%的回应者没有提供意见或其答案属无效。一般而言，超过 60%的回应者选择港币 1 元或 2 元。

<sup>21</sup> 此問題有 4 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

### 5.1.7 制造商提供更多有关即弃塑胶产品的可回收程度和再生塑胶成分百分比的资讯的支持度

表 5.21 制造商提供更多有关即弃塑胶产品的可回收程度和再生塑胶成分百分比的资讯的支持度

制造商提供更多有关即弃塑胶产品的可回收程度和再生塑胶成分百分比的资讯的支持度	机构	公司	个人	总计
同意	449 81.2%	57 90.5%	6 933 78.7%	7 439 78.9%
不同意	92 16.6%	4 6.3%	1 562 17.7%	1 658 17.6%
没有提供意见	12 2.2%	2 3.2%	312 3.5%	326 3.5%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 807</b>	<b>9 423<sup>22</sup></b>

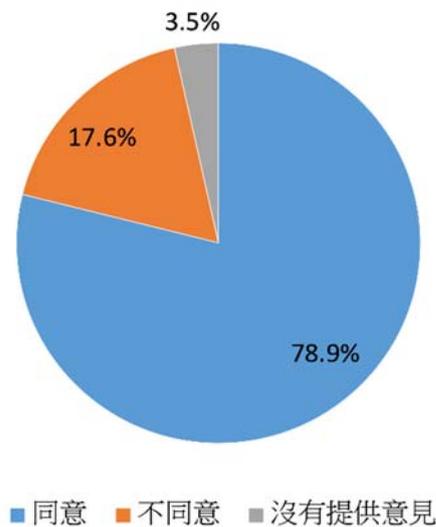


图 5.9 制造商提供更多有关即弃塑胶产品的可回收程度和再生塑胶成分百分比的资讯支持度的总结图

5.1.7.1 从表 5.21 和图 5.9 显示，78.9%的回应者认为，获得更多有关即弃塑胶产品的可回收程度和再生塑胶成分百分比的资讯能有助消费者作出知情的购买决定，其中 81.2%的机构、90.5%的公司和 78.7%的个人同意这一点。只有 17.6%的回应者表示不同意，而 3.5%则没有提供意见。

<sup>22</sup> 此問題有 1 個無效答案，因此被排除在基礎數據外。

### 5.1.8 有必要建立一个平台，以便不同持份者互相分享塑胶替代品的资讯的支持度

表 5.22 有必要建立一个平台以便不同持份者互相分享塑胶替代品的资讯的支持度

有必要建立一个平台，以便不同持份者互相分享塑胶替代品的资讯的支持度	机构	公司	个人	总计
同意	449 81.2%	58 92.1%	6 804 77.3%	7 311 77.6%
不同意	79 14.3%	1 1.6%	1 261 14.3%	1 341 14.2%
没有提供意见	25 4.5%	4 6.3%	743 8.4%	772 8.2%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424</b>

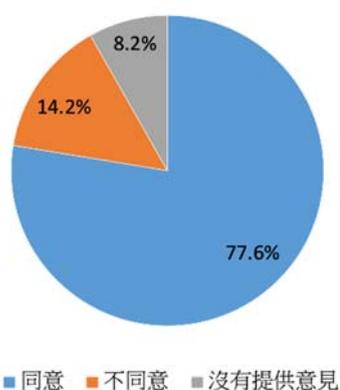


图 5.10 有必要建立一个平台，以便不同持份者互相分享塑胶替代品的资讯支持度的总结图

5.1.8.1 从表 5.22 和图 5.10 显示，77.6%的回应者同意有必要建立一个平台，以便不同持份者（包括企业、材料供应商和消费者）互相分享塑胶替代品的资讯，其中 81.2%的机构、92.1%的公司及 77.3%的个人同意建立该分享平台。只有 14.2%的回应者表示不同意，而 8.2%则没有提供意见。

## 5.1.9 环保考虑因素

表 5.23 产品可否重用之考虑程度

产品可否重用	机构	公司	个人	总计
极大影响	189 34.2%	33 52.4%	2 852 32.4%	3 074 32.6%
轻微影响	201 36.3%	20 31.7%	3 072 34.9%	3 293 34.9%
不太受影响	93 16.8%	6 9.5%	1 657 18.8%	1 756 18.6%
完全没有影响	18 3.3%	1 1.6%	357 4.1%	376 4.0%
不知道 / 不清楚	44 8.0%	1 1.6%	606 6.9%	651 6.9%
没有提供意见	8 1.4%	2 3.2%	263 3.0%	273 2.9%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 807</b>	<b>9 423<sup>23</sup></b>

5.1.9.1 从表 5.23 显示，超过 65%的机构、公司和个人表示，产品可否重用对他们在选择产品时造成极大影响或轻微影响。约 23%的回应者表示这个环保因素对他们不太受影响，或者完全没有影响。

表 5.24 产品是否含「环保物料」之考虑程度

产品是否含「环保物料」	机构	公司	个人	总计
极大影响	151 27.3%	39 61.9%	2 195 24.9%	2 385 25.3%
轻微影响	200 36.2%	13 20.6%	3 103 35.2%	3 316 35.2%
不太受影响	121 21.9%	6 9.5%	2 151 24.4%	2 278 24.2%
完全没有影响	29 5.2%	2 3.2%	456 5.2%	487 5.2%
不知道 / 不清楚	44 8.0%	1 1.6%	638 7.2%	683 7.2%
没有提供意见	8 1.4%	2 3.2%	264 3.0%	274 2.9%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 807</b>	<b>9 423<sup>24</sup></b>

<sup>23</sup> 1 名受訪者沒有回答這個問題，因此被排除在基礎數據外。

<sup>24</sup> 1 名受訪者沒有回答這個問題，因此被排除在基礎數據外。

5.1.9.2 从表 5.24 显示，超过 60%的机构、公司和个人表示，产品是否含「环保物料」对他们在选择产品时造成极大影响或轻微影响。大约 30%的回应者表示这个环保因素对他们不太影响，或者完全没有影响。

表 5.25 品牌的「企业环境责任」之考虑程度

品牌的「企业环境责任」	机构	公司	个人	总计
极大影响	158 28.6%	35 55.6%	2 152 24.4%	2 345 24.9%
轻微影响	172 31.1%	16 25.4%	2 869 32.6%	3 057 32.4%
不太受影响	112 20.3%	6 9.5%	2 203 25.0%	2 321 24.6%
完全没有影响	43 7.8%	2 3.2%	592 6.7%	637 6.8%
不知道 / 不清楚	60 10.8%	1 1.6%	716 8.1%	777 8.2%
没有提供意见	8 1.4%	3 4.8%	275 3.1%	286 3.0%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 807</b>	<b>9 423<sup>25</sup></b>

5.1.9.3 从表 5.25 显示，超过 55%的机构、公司和个人表示，品牌的「企业环境责任」对他们在选择产品时造成极大影响或轻微影响。约 32%的回应者表示这个环保因素对他们不太影响，或者完全没有影响。

表 5.26 产品是否没有过度包装之考虑程度

产品是否没有过度包装	机构	公司	个人	总计
极大影响	179 32.4%	35 55.6%	2 800 31.8%	3 014 32.0%
轻微影响	172 31.1%	20 31.7%	2 642 30.0%	2 834 30.1%
不太受影响	107 19.3%	1 1.6%	1 885 21.4%	1 993 21.2%
完全没有影响	31 5.6%	2 3.2%	525 6.0%	558 5.9%
不知道 / 不清楚	56 10.1%	2 3.2%	676 7.7%	734 7.8%
没有提供意见	8 1.4%	3 4.8%	278 3.2%	289 3.1%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 806</b>	<b>9 422<sup>26</sup></b>

<sup>25</sup> 1 名受訪者沒有回答這個問題，因此被排除在基礎數據外。

<sup>26</sup> 2 名受訪者沒有回答這個問題，因此被排除在基礎數據外。

5.1.9.4 从表 5.26 显示，超过 60%的机构、公司和个人表示，产品是否没有过度包装对他们在选择产品时造成极大影响或轻微影响。约 28%的回应者表示这个环保因素对他们不太影响，或者完全没有影响。

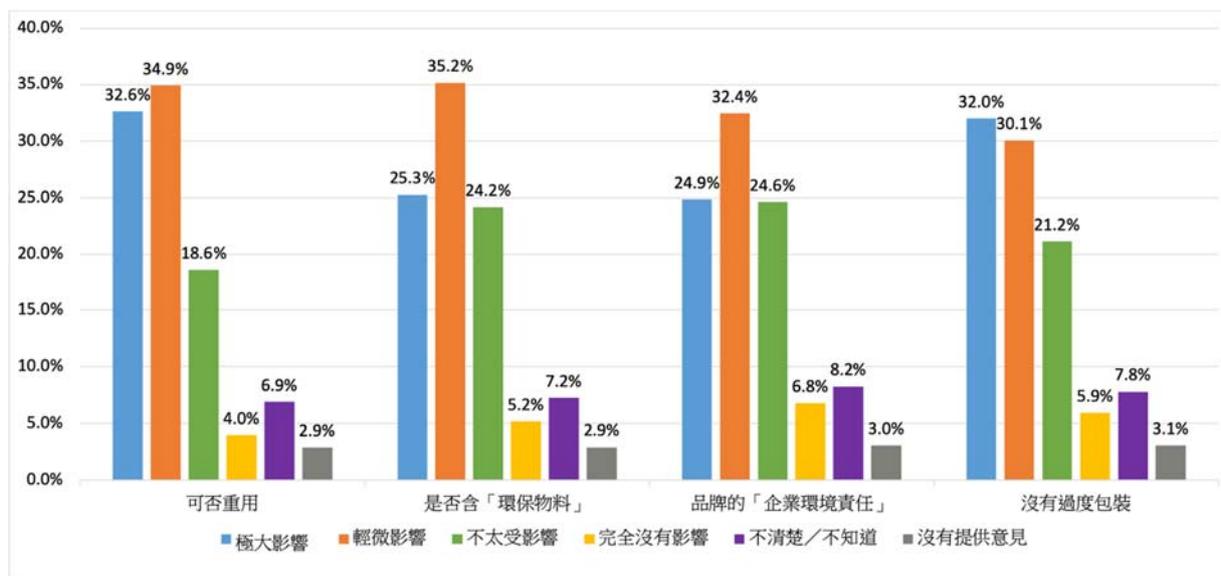


图 5.11 环保因素的总结图

5.1.9.5 从图 5.11 显示，总体而言，超过 55%的回应者在每个环保考虑因素上受到极大影响或轻微影响。

#### 5.1.10 为减少使用即弃塑胶产品而愿意支付更多的费用

表 5.27 为减少使用即弃塑胶产品而支付更多费用的支持度

为减少使用即弃塑胶产品而愿意支付更多的费用	机构	公司	个人	总计
少于 0.5 元，即少于产品价钱的 5%	144 26.0%	11 17.5%	1 996 22.7%	2 151 22.8%
0.5 - 1 元，即产品价钱的 5 - 10%	166 30.0%	21 33.3%	2 887 32.8%	3 074 32.6%
1.1 - 1.5 元，即产品价钱的 11 - 15%	109 19.7%	10 15.9%	1 841 20.9%	1 960 20.8%
于 1.5 元，即多于产品价钱的 15%	120 21.7%	18 28.6%	1 695 19.2%	1 833 19.5%
没有提供意见	14 2.5%	3 4.8%	389 4.4%	406 4.3%
<b>基数</b>	<b>553</b>	<b>63</b>	<b>8 808</b>	<b>9 424<sup>27</sup></b>

<sup>27</sup> 406 名受訪者沒有回答這個問題，因此被排除在基礎數據中外。

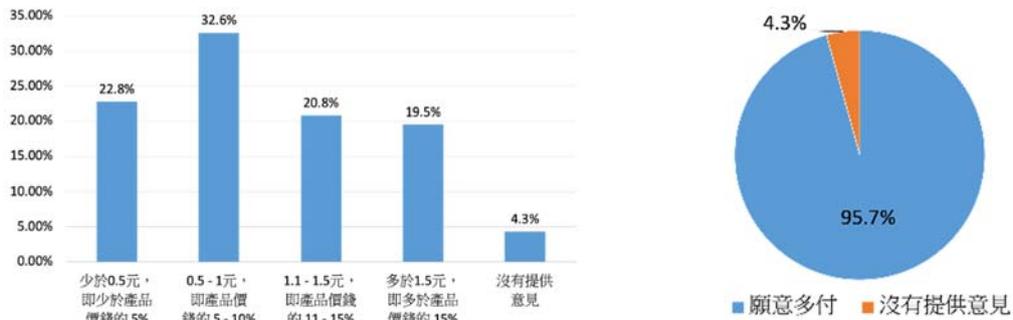


图5.12 为减少使用即弃塑胶产品而愿意支付更多的费用的总结图

5.1.10.1 从表 5.27 显示，接近 33%的机构、公司和个人的回应者愿意多支付产品价格的 5% - 10%，以减少使用即弃塑胶产品。从图 5.12 显示，反映了 22.8%的回应者愿意多付的百分比少于产品价格的 5%、20.8%的回应者愿意多付产品价格的 11 - 15%，而 19.5%的回应者则愿意多付产品价格的 15%。

## 5.2 电话调查结果

### 5.2.1 随机电话调查的背景

5.2.1.1 如第二章所述，委员会还进行了一项随机电话调查，以进一步了解公众对这个议题的基本了解以及他们意愿为减少使用即弃塑胶作出的贡献。是次电话调查在 20 天内成功访问了 1 003 名年满 18 岁或以上及使用手提电话的香港市民。电话调查问卷载列于附件五。

### 5.2.2 对滥用即弃塑胶的看法

5.2.2.1 近八成的受访者（79.4%）认为「节日用的装饰品和其他派对用品」有滥用问题，其次为「产品及食物包装」（78.3%）及「物流及网购的包装」（78.0%）。只有 4.4% 的受访者认为香港没有滥用即弃塑胶的问题，反映大多数的受访者认为即弃塑胶的滥用问题在日常生活中时有发生。

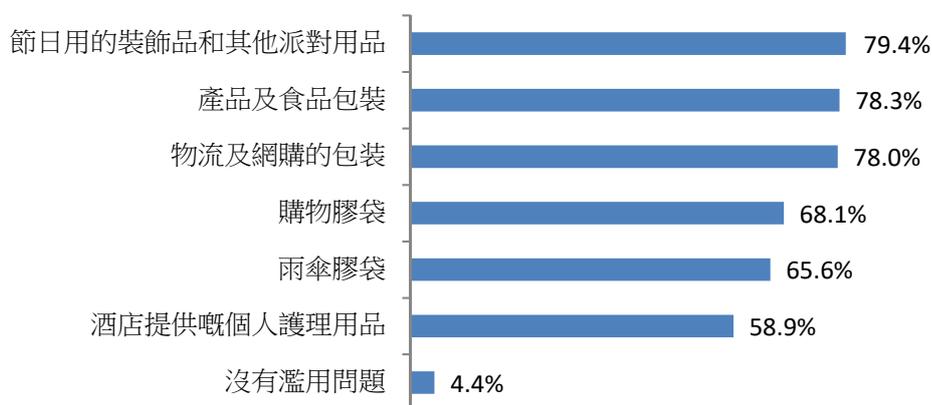


图 5.13 对滥用即弃塑胶的看法（多选）

### 5.2.3 对减少使用即弃塑胶的观感

5.2.3.1 就受访者对市民减少使用即弃塑胶的意识而言，约半数的受访者（49.9%）表示该意识不足够。反之，近四成的受访者（38.0%）认为该意识足够，而 12.1% 的受访者表示无意见。

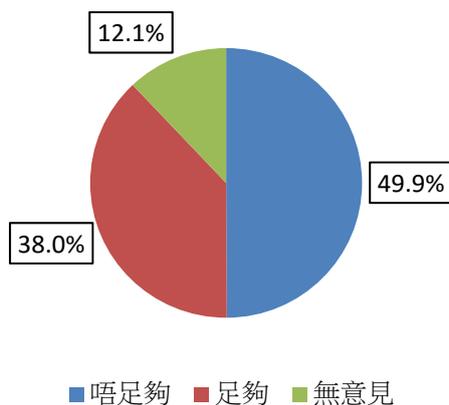


图 5.14 对减少使用即弃塑胶的观感

## 5.2.4 对应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶的看法

5.2.4.1 近六成的受访者(57.0%)赞成应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶,约三成的受访者(29.9%)则持相反看法,而 13.0%的受访者表示无意见。

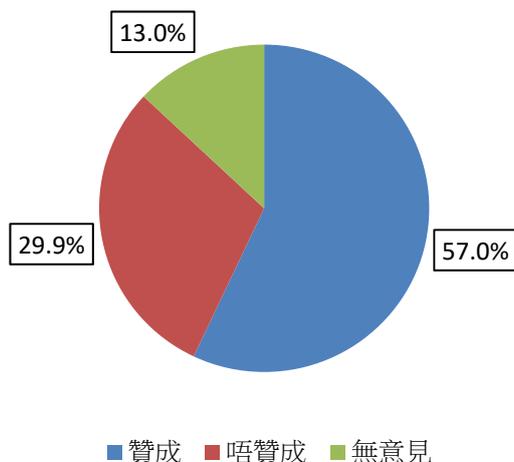


图 5.15 对应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶的看法

## 5.2.5 日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯

5.2.5.1 当被问及在日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯时,大多数的受访者(90.6%)有自备购物袋的习惯,其次是避免使用即弃雨伞胶袋(67.3%)、购买简约塑胶包装的产品(64.5%)及减少网购(52.5%)。只有少数的受访者(2.4%)表示他们在日常生活中并没有减少使用即弃塑胶的习惯。

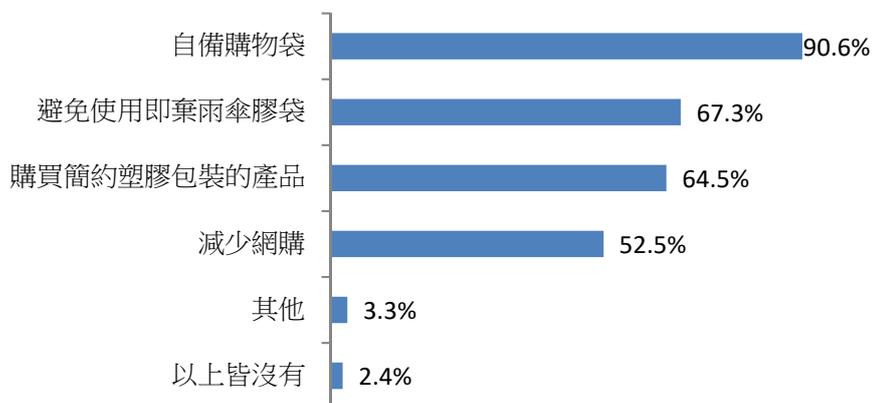


图5.16 日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯(多选)

## 5.2.6 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免

5.2.6.1 当被问及应否收紧对商户为冷冻或非气密包装的食品所提供的胶袋收费豁免时，超过半数的受访者（54.7%）赞成应收紧该豁免，超过三成的受访者（32.9%）则不赞成此建议，而 12.4% 的受访者则表示无意见。

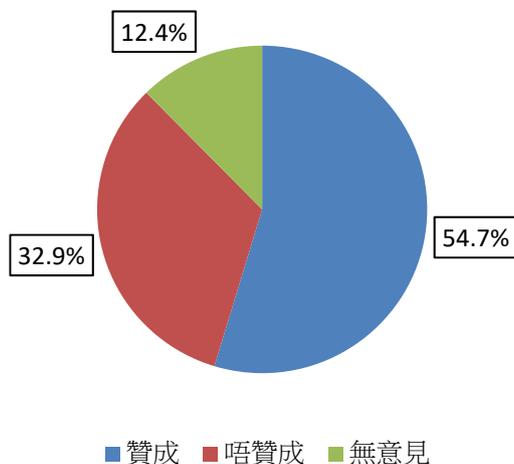


图5.17 对塑胶购物袋收费计划的看法-收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免

## 5.2.7 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 调整塑胶购物袋收费可令市民减少使用塑胶购物袋

5.2.7.1 当分析受访者对调高塑胶购物袋收费能否令市民减少使用塑胶购物袋的看法时，接近四成半的受访者（44.2%）表示不赞成调高塑胶购物袋收费可令市民减少使用塑胶购物袋，36.3%的受访者则赞成此建议，而接近两成的受访者（19.6%）表示无意见。

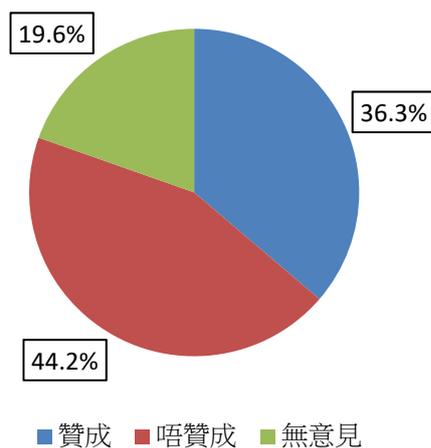


图5.18 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 调整塑胶购物袋收费

## 5.2.8 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 合适且有效塑胶购物袋收费水平

5.2.8.1 在所有赞成调高塑胶购物袋收费的受访者当中，近半数的受访者（48.2%）认为塑胶购物袋收费增加至港币 1 元才可令市民不使用塑胶购物袋，其次为港币 2 元（23.6%）及港币 3 元

(10.9%)。而只有 1.1%的受访者认为塑胶购物袋收费增加至港币 1.5 元才可令市民不使用塑胶购物袋。合适并且有效的塑胶购物袋收费水平的平均值为港币 2.2 元。

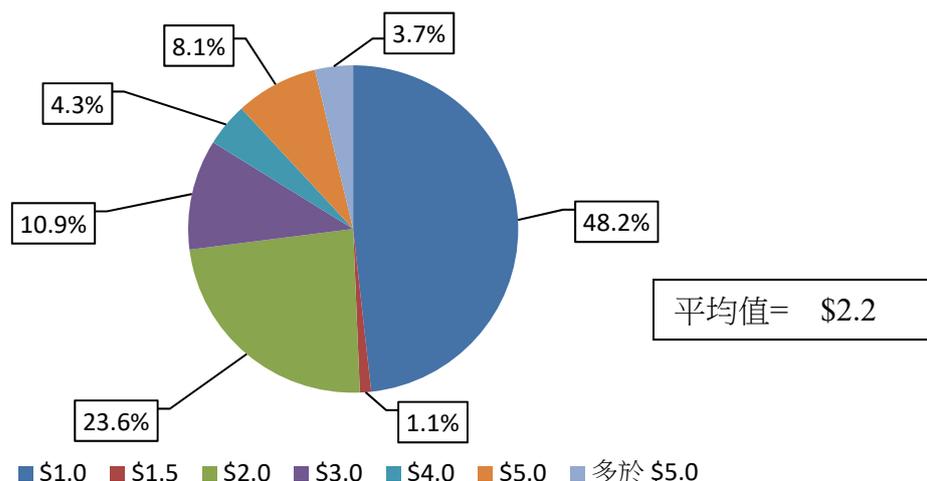


图 5.19 对塑胶购物袋收费计划的看法-合适且有效的塑胶购物袋收费水平

### 5.2.9 为减少使用即弃塑胶产品而愿意支付更多的费用

5.2.9.1 当被问及是否愿意多付金钱以减少使用即弃塑胶时，超过四成的受访者（41.9%）表示不愿意多付钱以减少使用即弃塑胶；33.2%的受访者则表示愿意多付钱及 24.8%的受访者表示无意见。

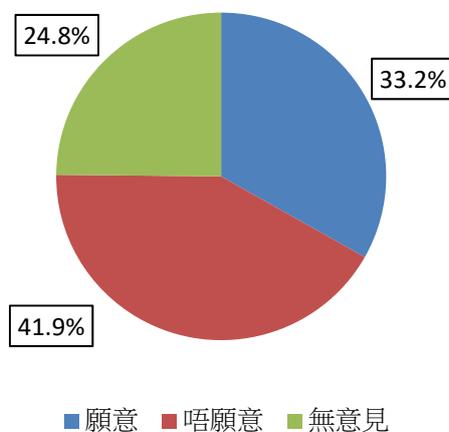


图 5.20 为减少使用即弃塑胶而多付金钱的意愿

### 5.2.10 受访者愿意多付金钱购买非塑胶或可重用的替代品的意见

5.2.10.1 在所有愿意多付金钱以减少使用即弃塑胶的受访者当中，超过半数的受访者（52.5%）表示他们愿意多付\$0.5 - \$1（即产品价钱的 5-10%）去购买非塑胶或可重用的替代品；其次是少于\$0.5，即少于产品价钱的 5%（34.6%）及\$1.1 - \$1.5，即产品价钱的 11-15%（10.6%）。只

有少数的受访者（2.3%）愿意多付多于\$1.5（即多于产品价钱 15%）去购买非塑胶或可重用的替代品。

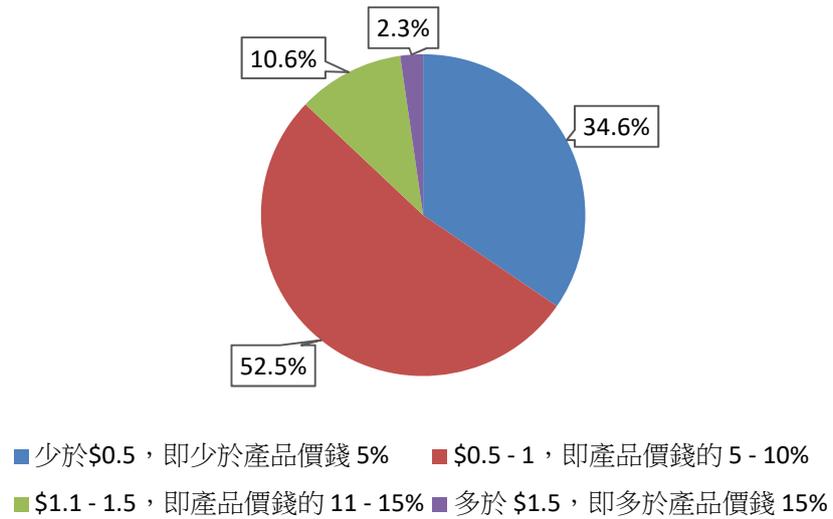


图 5.21 假设一件即弃塑胶产品的价钱为\$10，受访者愿意为购买非塑胶或可重用的替代品而多付的金额

## 5.3 公众参与活动和书面意见收集的质化分析

5.3.1 所有在公众参与活动中收集的意见和书面意见均使用质化方法进行分类和分析。分析结果是根据以下的分组进行，包括 1) 公众，2) 青年 3) 长者，4) 零售及餐饮业界，5) 一般商业机构、替代物料供应商、酒店业界、物流及运输业界、物业管理业界及回收业界，6) 专业团体和 7) 绿色团体及非政府机构。是次公众参与还收到对过往公众咨询的意见，包括「塑胶饮料容器生产者责任计划」和「管制即弃胶餐具计划」，以及对是次公众参与的其他意见（如意见收集表的设计）。所有有关意见的详细内容，请参阅公众意见汇编。

### 5.3.2 公众

#### 5.3.2.1 对即弃塑胶为环境带来问题的关心程度

大部分回应者对即弃塑胶制品乱弃在自然环境中，会造成环境污染和为野生动物带来伤害表示关注，例如他们指出塑胶废物对环境的危害最大，部分回应者更提出在 2030 年或之前即弃塑胶不会再出现在大自然环境中的目标。此外，他们对即弃塑胶制品难以回收，及对堆填区有限的空间表示关注。他们还对即弃塑胶的回收标准和发泡胶围城的问题表示关注，因此他们促请政府采取措施以减少废物的产生和弃置，以防止出现堆填区饱和的情况。

此外，一些回应者表示他们对即弃塑胶引发的碳足迹和气候变化问题，以及实现碳中和及循环经济表示关注。人们过度依赖即弃塑胶产品，导致碳足迹增加并加剧气候变化。他们期待政府制定新的计划和政策，以解决即弃塑胶带来的问题，并以实现碳中和为目标。此外，他们还提出循环经济的概念，即推动减少废物产生及通过新产品设计进行的再生经济活动。

#### 5.3.2.2 管制即弃塑胶产品的类别

公众建议管制的即弃塑胶产品的类别如下：

- 1) 本地产品包装
- 2) 本地零售包装
- 3) 本地物流及网购包装
- 4) 节庆产品 - 在零售点出售的即弃餐具
- 5) 节庆产品 - 充气打气棒和萤光棒
- 6) 酒店派发的洗漱梳妆用品
- 7) 雨伞袋
- 8) 其他建议物品（如进口产品包装、发泡胶等）

大部分公众回应者同意管制公众参与文件中提及的即弃塑胶产品。

为解决即弃塑胶的问题，部分回应者认为政府应管制多种本地产品包装物料，包括收缩包装物料和涂层包装物料。对于本地零售包装，部分回应者表示他们对本地零售业使用的包装表示关注，例如一些用于包装新鲜水果和肉类的发泡胶托盘。同时，部分回应者建议政府管制本地物流及网购包装，以防止出现过度包装的情况。此外，他们建议商户应向消费者提供简单的包装选择。

在公众参与活动中提及的节庆产品中，部分回应者同意管制在零售点出售的即弃餐具，并建议通过收费或使用替代品（例如可生物降解的替代品等）的方式进行管制。此外，也有部分回应者同意应管制充气打气棒和萤光棒。

公众亦反映酒店派发的洗漱梳妆用品同样应受到管制。他们建议酒店停止向客人提供免费的小瓶装的洗漱梳妆用品，并在每间浴室内安装挂墙式的洗头水和沐浴露机或提供可补充的大瓶装洗漱梳妆用品。另一方面，部分回应者建议酒店业虽可按客人的需要来提供小瓶装的洗头水和沐浴露，但要向他们收取费用。

部分回应者表示，由于市场上已有可重用的雨伞袋和雨伞除水器等替代品，故他们认为雨伞袋也应纳入管制范围。他们建议政府应加强对雨伞袋的回收配套，并在更多商场提供雨伞除水器。

此外，大部分回应者还建议政府应管制一些未在是次公众参与文件内提及的即弃塑胶产品，包括进口产品的包装、发泡胶容器等。

### 5.3.2.3 管制即弃塑胶的时间

部分回应者建议政府应在以下三个不同的时间内针对即弃塑胶推行管制措施，包括在短期推行（即三年内）、尽快推行，以及在特定时间内推行。他们建议在三年内优先管制以下类别的产品，包括 1) 已有替代品的塑胶制品、2) 非必需品及 3) 对环境有害的即弃塑胶制品。他们特别指出，发泡胶和酒店派发的洗漱梳妆用品应在三年内推行管制措施。就香港整体的塑胶垃圾情况而言，回应者希望政府能收紧塑胶购物袋的豁免，并尽快解决网购和物流的过度包装问题。此外，一些回应者促请政府为解决香港的塑胶问题设立明确的目标，有些人更提出在 2030 年或之前即弃塑胶不会再出现在大自然环境中的目标。

### 5.3.2.4 管制即弃塑胶的方法

部分回应者同意应采取规管措施来管制即弃塑胶。值得注意的是，他们希望政府可以管制产品的塑胶材料编码，以及声称可生物降解的塑胶产品。此外，他们建议政府可以通过生产者责任和用者自付原则，分别管制生产者和消费者使用即弃塑胶。预期可通过这些措施增强阻吓作用。

为进一步完善回收渠道和举措，他们强烈建议政府向相关行业就回收程序和塑胶包装产品标签的标准等提供明确指引。此外，部分回应者建议政府应增强社区内的回收设施，例如安装更多「入樽机」，以及改善回收点的奖励计划（例如「绿绿赏」(电子)积分计划）。

此外，大部分回应者强调教育的重要性，并同意政府应加强公众教育，在社会上推广环保概念和「走塑」文化（例如推广「裸买」购物习惯和使用塑胶替代品）。他们希望通过教育和宣传来改变市民的习惯，例如自备购物袋和进行妥善回收。

### 5.3.2.5 优化现行塑胶购物袋收费计划

检视现时的塑胶购物袋收费计划，市民普遍认为政府应调整塑胶购物袋的最低收费水平，从而降低市民使用塑胶购物袋的意欲。相对上较多市民建议把塑胶购物袋的收费水平上调至港币 1 元，亦有部分市民建议上调至港币 2 元及港币 5 元。不少回应者对滥用塑胶平口袋来盛载冷冻 / 冷藏食品的情况表示关注。部分回应者建议取消或收紧现行对盛载气密包装的冰冻或冷冻食品的塑胶购物袋的豁免，因这些产品已完全包装好；部分回应者建议取消向已被非气密包装完全包裹的食品提供免费塑胶购物袋，亦有部分回应者建议收紧对盛载未完全被包装包裹的食品（例如面包店售卖的面包、街市售卖的水果）的豁免。他们认为有很多物品在现行的豁免范围内（例如水果）是无须提供豁免的塑胶购物袋，而且亦无须向每件豁免的物品（例如面包）提供独立的塑胶购物袋。此外，部分市民建议政府应增加塑胶购物袋收费计划收费流向的透明

度，并在即将推出的都市固体废物收费计划中，引入兼具塑胶购物袋和指定垃圾袋功能的「两用袋」。

### 5.3.2.6 提供更多有关即弃塑胶产品的回收资讯及建立平台以分享塑胶替代品的资讯

有部分回应者对提供即弃塑胶产品的回收资讯和建立塑胶替代品资讯的分享平台表示支持。他们认为提供有关产品的回收资讯（即其可回收性和可回收成分的百分比）能有助消费者作出明智的选择并能鼓励他们进行回收；建立平台以分享塑胶替代品的资讯则有助于资讯收集，并鼓励更多人使用塑胶替代品，甚至达到公共教育的目的。

### 5.3.2.7 即弃塑胶的替代品

部分回应者对使用即弃塑胶替代品表示关注。值得一提的是大部分回应者支持研究新物料或引入新的方法来取代塑胶。他们建议政府应促进研究机构与企业研发塑胶替代品之间的合作。此外，为支持研发新物料，部分回应者建议政府向相关行业提供资助，如补贴和减税等，从而推动创新科技的研究。

## 5.3.3 青年

### 5.3.3.1 对即弃塑胶为环境带来问题的关心程度

青年人对即弃塑胶为环境带来的问题表达关注。青年人主要关注环境污染、碳足迹和堆填区容量有限的问题。部分青年人建议政府应提供被送往堆填区的废塑胶类型、类别和来源的统计数据。此外，也有部分青年人建议政府应采用生命周期分析来计算每件即弃塑胶制品产生的二氧化碳排放量，加深市民对即弃塑胶制品的了解，从而推动绿色生活文化，以冀减少对环境造成的负面影响。

### 5.3.3.2 管制即弃塑胶产品的类别

青年人建议管制的塑胶产品种类如下：

- 1) 本地产品包装
- 2) 本地物流及网购包装
- 3) 节庆产品
- 4) 其他建议物品，如发泡胶和未受污染的即弃塑胶实验室器具

有回应者指出，有时用于水果和肉类上的本地产品包装是不必要的，故他们认为零售商应提供产品包装选项供顾客选择。部分回应者亦对在本地物流及网购包装中产生的废物表示关注，并建议政府正视这个问题。此外，他们认为礼品包装等节庆产品应受到管制。他们还建议管制发泡胶和未受污染的即弃塑胶实验室器具。

### 5.3.3.3 管制即弃塑胶的方法

大多数回应者认为要管制即弃塑胶，采取规管措施和完善回收渠道及措施会较为有效。他们建议政府应采取措施来更有效管制本地物流及网购包装和本地零售包装等的即弃塑胶。部分回应者建议落实使用生产者责任计划来解决过度包装的问题。此外，他们建议政府应向社会上不同

的持份者提供全面的回收计划和明确的回收指南，从而加强塑胶回收的措施。回应者还建议政府向相关持份者提供资助，例如补贴和支援基金等。此外，也有部分青年回应者支持全面禁止使用塑胶购物袋和塑胶包装。

#### **5.3.3.4 优化现行塑胶购物袋收费计划**

大部分青年人同意需优化该收费计划。一部分青年人同意应调整该计划的最低收费水平（但没有提出具体的收费水平），务求令市民减少使用塑胶购物袋，而另一部分的青年人则支持全面禁止使用塑胶购物袋。此外，部分回应者对滥用塑胶平口袋来盛载冷冻 / 冷藏食品的情况表示关注。

#### **5.3.3.5 提供更多有关即弃塑胶产品的回收资讯及建立平台以分享塑胶替代品的资讯**

部分青年人表示支持提供更多有关即弃塑胶产品的回收资讯及建立分享塑胶替代品资讯的平台。一些例子包括：提供有关产品的相关资讯和环保指引，而建立塑胶替代品资讯分享平台则能向市民提供绿色采购的指引。

#### **5.3.3.6 影响消费者选择环保购物的考虑因素**

据青年人反映，过度包装是影响他们购买产品的主要因素。大部分回应者表示有些包装属不必要的，同时他们指出有时候产品过度包装，导致他们在打开物品包装时造成困难。少部分回应者表示产品的可重用性是影响他们购买的其中一个因素。在制造塑胶时应加强其耐用性，以增加塑胶产品的寿命。

#### **5.3.3.7 即弃塑胶的替代品**

此外，大部分回应者对香港的塑胶替代品价格和可生物降解塑胶物料的标准表示关注。对于前者，大部分人认为塑胶替代品价格昂贵，令一般市民难以负担，故部分人建议使用易消耗的材料，例如以蜂蜡制成的环保包装来替代即弃塑胶包装；对于后者，他们建议政府就可生物降解产品提供明确的指引，并考虑在未来对可生物降解产品进行监管。

### **5.3.4 长者**

#### **5.3.4.1 管制即弃塑胶产品的类别**

有具体意见指出，月饼等节庆产品通常会被过度包装，小瓶试用装的化妆品亦会造成浪费，故应加以管制。

#### **5.3.4.2 管制即弃塑胶的方法**

部分长者同意全面禁止生产和进口即弃塑胶制品，并认为这是管制即弃塑胶的最有效措施。此外，他们支持采取自愿性来管制酒店派发的洗漱梳妆用品。他们建议酒店业应减少向客人派发洗漱梳妆用品，因为大多数酒店的浴室内都安装了挂墙式的洗头水和沐浴露机。

#### **5.3.4.3 优化现行塑胶购物袋收费计划**

部分长者认为无须在现行的塑胶购物袋收费计划下设立豁免范围，因为塑胶购物袋并非必需品。举例来说，以前的面包店使用纸袋而非使用塑胶购物袋来包装食物。

## 5.3.5 零售及餐饮业界

### 5.3.5.1 对即弃塑胶为环境带来问题的关心程度

零售及餐饮业对即弃塑胶为环境带来问题表示关注。部分回应者表达对实现循环经济的关注，他们认为若能提供更多回收渠道，便能有助香港实现循环经济。其他回应者对香港回收即弃塑胶所面对的困难和堆填区空间饱和的情况表示关注，他们指出不管塑胶替代品降解速度如何，如竹制产品，它们也会占用堆填区空间。另外，还有部分回应者对即弃塑胶制品乱扔在自然环境中，造成环境污染和伤害野生动物表示关注。

### 5.3.5.2 管制即弃塑胶产品的类别

零售及餐饮业建议管制的即弃塑胶产品种类如下：

- 1) 本地产品包装
- 2) 本地物流及网购包装
- 3) 节庆产品，尤其是在零售点出售的即弃塑胶餐具
- 4) 酒店派发的洗漱梳妆用品，
- 5) 其他 - 与产品一起出售的辅助工具，例如附于纸包饮品盒上的塑胶饮管

有意见反映，管制即弃塑胶产品的范围应涵盖本地产品包装中的个人护理产品胶樽。一位回应者指出，政府必须为行业提供明确的方针作指引，以解决本地物流及网购包装的问题。部分回应者建议以下的产品类别也应包括在管规制范围内，包括：个人护理产品胶樽、纸包饮品盒、不可在本地回收的塑胶、已有可持续替代品的塑胶产品、能达到类似的卫生、健康和安全标准的可持续替代品，以及对营商和消费者的成本带来较小影响的产品。此外，有零售业的回应者表示，他们公司正积极为塑胶产品寻找替代品，例如以纸饮管或竹饮管来取代附在纸包饮品盒上的塑胶饮管。

另外，来自餐饮业界的回应者留意到政府正计划分阶段规管餐饮业处所向顾客提供各类即弃胶餐具，因此在零售点推行禁止销售弃塑胶餐具，以及就特殊情况提供豁免，将有助加强管制即弃胶餐具的成效。零售业界的回应者表示，如政府决定禁售有关胶餐具，必须就餐具的定义提供清晰指引，以及预留过渡期供业界处理存货。

### 5.3.5.3 管制即弃塑胶的时间

对于管制在香港使用的即弃塑胶，零售及餐饮业没有提出明确的目标和时间，但他们认为应以渐进的方式来管制不同类型的即弃塑胶。他们期望待政策制定后，政府会提供一个过渡期供各界适应。

### 5.3.5.4 管制即弃塑胶的方法

部分回应者同意采取自愿性措施，例如教育公众正确的回收概念、推广管制即弃塑胶计划以及为从事即弃塑胶环保包装设计的行业提供诱因等来管制即弃塑胶。同等数目的回应者同意采取全面禁止及完善回收渠道和回收的举措来管制即弃塑胶。他们建议可全面禁止非必要品及已有可持续替代品的即弃塑胶产品；而对于其他的即弃塑胶产品，可透过在社区内提供完善的回收

网络处理，例如增加回收物的收集网点及改善「绿在区区」的积分计划等。

#### 5.3.5.5 优化现行塑胶购物袋收费计划

少数回应者对现行的塑胶购物袋收费计划表示关注，其中一名回应者认为计划的收费水平与消费者的消费习惯是存在相互影响的关系，因而促请政府通过检讨该收费计划，从而调整其收费水平（但没有提出具体的收费水平）以及塑胶购物袋的豁免范围。

#### 5.3.5.6 提供更多有关即弃塑胶产品的回收资讯

部分回应者认为提供更多有关即弃塑胶产品的回收资讯能有助消费者识别较环保的产品和回收方式，回应者建议政府应考虑提供物料成分和回收说明的产品标签指南。

#### 5.3.5.7 建立平台以分享塑胶替代品的资讯

部分零售业的回应者支持建立塑胶替代品的资讯分享平台。他们认为这样有助于促进行业之间分享选择塑胶替代品的资讯和识别更多塑胶替代品（如产品包装使用的环保物料）。此外，他们建议应把替代品的资讯指南和供应商资讯包含在分享平台中，以方便平台使用者识别可持续的替代品。

#### 5.3.5.8 即弃塑胶的替代品

部分回应者建议政府应将可生物降解塑胶物料的资料透明化。若没有相关资讯，他们担心本地的废物管理系统和回收设施将无法妥善处理可生物降解的塑胶。他们还建议把塑胶替代品的价格降低，例如有回应者建议饮食业界可探索价格合理的洗碗服务，从而尽量减少在其业务中使用即弃塑胶餐具和容器。此外，他们对在香港进行塑胶替代品的研究表示支持，他们建议政府应向相关行业提供技术支援，以助他们研究更多新的物料，如研究可重用的塑胶袋等。

### 5.3.6 一般商业机构、替代物料供应商、酒店业界、物流及运输业界、物业管理业界及回收业界

#### 5.3.6.1 对即弃塑胶为环境带来问题的关心程度

在这些行业中，大部分回应者对香港堆填区有限的空间表示关注，例如一般商业机构的回应者指出，弃置即弃塑胶是导致堆填区饱和的其中一个因素，故堆填区不应被视为处理塑胶废物的可持续解决方法。部分回收行业的回应者表示，堆填区的塑胶垃圾问题十分严重，其中在11 000吨都市固体废物中约有2 300吨是来自废塑胶。此外，部分替代物料供应商的回应者希望政府解决堆填区的塑胶垃圾问题，从而设法减轻堆填区的压力。部分回应者还指出部分市民过度依赖即弃塑胶，例如，滥用塑胶平口袋盛装冷冻 / 冷藏食品，会导致浪费文化。

#### 5.3.6.2 管制即弃塑胶产品的类别

这些行业建议管制的即弃塑胶产品种类如下：

- 1) 本地产品包装
- 2) 本地零售包装
- 3) 节庆产品 例如萤光棒
- 4) 酒店派发的洗漱梳妆用品

- 5) 雨伞袋
- 6) 其他建议物品（如进口产品包装等）

在上述的建议产品种类中，大部分回应者同意应管制本地零售包装和酒店派发的洗漱梳妆用品。对于本地零售包装，部分回应者建议政府实施规管措施，例如只容许使用一个塑胶盒 / 一层保鲜膜来包装蔬菜和水果。此外，参考内地的做法，部分回应者建议酒店业不应主动向客人派发即弃洗漱梳妆用品。部分回应者同意本地产品包装（如个人护理产品胶樽）、节庆产品（如萤光棒）和雨伞袋也应受到管制。此外，政府应考虑在未来针对进口塑胶包装产品和一些目前未能回收的产品（如水果篮）进行管制措施。

### 5.3.6.3 管制即弃塑胶的时间

部分回应者同意在短期内（即三年内）推行管制酒店派发的洗漱梳妆用品的相关措施，部分回应者希望政府尽快管制所有即弃塑胶。此外，部分回应者没有提出明确的管制时间框架，但他们建议政府不要以「一刀切」的方式管制即弃塑胶产品，否则将令他们难以适应。

### 5.3.6.4 管制即弃塑胶的方法

绝大部分的回应者同意采取规管措施来解决即弃塑胶的问题，他们绝大部分都强调处理香港塑胶废物的重要性，并建议实施法例来解决这个问题。一些规管措施的例子包括：生产者责任计划、塑胶废物收费、胶樽按樽制等。此外，他们认为自愿性措施同样是管制即弃塑胶的重要方法，他们特别强调教育的重要性。一些自愿性措施包括：加强公众教育、推广环保概念及鼓励制造商采用环保包装。

### 5.3.6.5 优化现行塑胶购物袋收费计划

为优化现行的塑胶购物袋收费计划，部分回应者认为应调整该收费计划的最低收费水平，以打消市民减少使用塑胶购物袋的念头。举例来说，有人建议该收费计划的最低收费水平应提升至港币 1.5 元。有意见认为应取消豁免现行对盛载气密包装的冰冻或冷冻食品和已被非气密包装完全包裹的食品使用的塑胶购物袋。他们认为很多获豁免的塑胶购物袋是可以避免的。他们对该收费计划还有其他意见，包括政府应加强执法以打击零售商非法向顾客提供获豁免的塑胶购物袋，以及加强公众教育以鼓励市民减少使用塑胶购物袋。

### 5.3.6.6 提供更多有关即弃塑胶产品的回收资讯

为方便消费者识别较环保的产品，部分回应者建议政府鼓励和支持制造商通过自愿性措施，把即弃塑胶产品的可回收性和回收成分的百分比纳入产品资讯中。部分回应者表示，政府应把回收资讯标准化和以规范的格式呈现。他们建议政府应帮助核实及验证回收资讯，以提高其可信性。

### 5.3.6.7 建立平台以分享塑胶替代品的资讯

部分回应者认为有必要建立塑胶替代品的资讯分享平台，因为此平台能为选择塑胶替代产品提供明确的方向。

### 5.3.6.8 为减少使用即弃塑胶产品而愿意支付更多的费用

部分回应者表示愿意为由非塑胶物料制成 / 可重用的塑胶替代品制成的相同产品支付额外的费用。他们愿意支付额外的费用为少于产品价钱的 5%。另一方面，亦有部分回应者指出他们愿意为这些产品支付额外的费用均受不同因素所影响，故无法对此作出具体评价。

### 5.3.6.9 即弃塑胶的替代品

大部分回应者建议政府应向本地公司和研究机构提供资助（如减税、补贴），以支持他们研发新的塑胶替代物料。他们相信这样可令环保物料在各行业中被广泛使用，从而帮助香港迈向绿色社会，实现循环经济。此外，其中有些人建议政府应参考加拿大和欧洲等国家的经验，采用可生物降解的产品，例如可生物降解的购物袋，作为即弃塑胶的替代品。

## 5.3.7 专业团体

### 5.3.7.1 对即弃塑胶为环境带来问题的关心程度

部分回应者对即弃塑胶带来的环境问题表示关注，特别是即弃塑胶经分解后变成微塑胶，并进入海洋，污染生态系统，继而对食物链造成威胁。此外，有具体意见指即弃塑胶为郊野公园带来伤害的问题值得关注。部分回应者对使用即弃塑胶导致碳足迹增加和加剧气候变化的问题表示关注，部分回应则认为即弃塑胶难以回收并会加重堆填区的负担。此外，部分回应者担心社会过度依赖即弃塑胶会导致浪费文化。亦有具体意见指出政府应促进和建立循环经济，以提高其价值链的效率。

### 5.3.7.2 管制即弃塑胶产品的类别

专业团体建议管制的即弃塑胶产品的种类如下：

- 1) 本地产品包装
- 2) 本地零售包装
- 3) 本地物流及网购包装
- 4) 节庆产品 - 充气打气棒、萤光棒、在零售店出售的即弃塑胶餐具
- 5) 酒店派发的洗漱梳妆用品
- 6) 雨伞袋
- 7) 其他 - 与产品一起出售的辅助工具，例如附于纸包饮品盒上的塑胶饮管及其他洗漱梳妆用品例如塑胶棉花棒
- 8) 其他 - 与举办会议或展览相关的各项用品例如指示牌

部分回应者表示，大多数的即弃塑胶产品属非必需品 / 不必要、过量、难以回收，以及可被可持续的替代品取代，例如用竹 / 纸 / 木制成的棉花棒能代替塑胶棉花棒，而纸饮管则能代替塑胶饮管。因此，应采取规管措施来管制即弃塑胶的使用和销售，以减少塑胶废物产生。此外，部分回应者还建议需要把氧化式降解塑胶、微塑胶、聚氯乙烯（PVC）、发泡胶类包装物料纳入管制范围中。

### 5.3.7.3 管制即弃塑胶的时间

部分回应者指出有必要在短期内（即三年内）针对在市场上已有的即弃塑胶替代品及直接由商界控制的产品进行管制措施，例如雨伞袋和塑胶棉花棒。此外，部分回应者表示有些即弃塑胶产品则需要在中期（即三至五年）进行管制措施，以便给予相关持份者和消费者足够的时间来准备和适应。

### 5.3.7.4 管制即弃塑胶的方法

大部分回应者同意采取自愿性措施来管制使用即弃塑胶，包括但不限于在产品设计中融入环保元素、以公众教育 / 活动来推广可持续消费和源头分类及使用可持续的替代品等。另外，另一部分回应者同意采取规管措施，例如征税，来管制即弃塑胶的使用。部分回应者同意应以实行全面禁止措施来管制那些非必要、难以回收或在市场上已有可持续的替代品的即弃塑胶产品。部分回应者表示增设奖励计划、加强回收网络及加强在学校课程中教授废物管理的概念都是有效的方法。同时，部分回应者建议政府应以整全或融合的废物管理方式，并透过加强审核法例 / 报告框架来监察管制即弃塑胶措施的成效，及达到尽量减少大量使用其他材料和减少使用原材料的目的。

### 5.3.7.5 优化现行塑胶购物袋收费计划

对于优化现行的塑胶购物袋收费计划，部分回应者认为应取消现行对盛载气密包装的冰冻或冷冻食品的塑胶购物袋的豁免。部分回应者亦同意无须为已被非气密包装完全包裹的食品提供免费塑胶购物袋，并认为应只为盛载未完全被包装包裹的食品只提供一个豁免收费的塑胶购物袋。然而，在冠状病毒病大流行的情况下，也有少数人对食品的卫生问题表示关注，故他们反对取消现行的豁免。此外，亦有意见指出政府应先设立准备期，并在准备期间提供足够的宣传和教育，从而令零售商和消费者在取消豁免前适应更环保及新的销售和购物方式。另外，部分回应者认为应提高塑胶购物袋的最低收费水平，而其中大部分回应者建议最低收费水平应设为港币 1 元。有意见指出，在优化措施实施之后，政府须把完全禁止使用塑胶购物袋定为最终目标。同时，部分回应者对使用和派发含聚丙烯的可重用购物袋表示关注，因为这些声称「环保」的可重用购物袋实际上仍是由塑胶制成分。他们还认为应提高塑胶购物袋收费计划的收费流向透明度。

### 5.3.7.6 提供更多有关即弃塑胶产品的回收资讯

为方便消费者识别较环保的产品和提高其回收意识，部分回应者建议政府应统一即弃塑胶产品的资讯，包括明确列出其可回收性、原生和再生材料的资讯等。这些资讯可用标签或二维码的方式加在包装上。

### 5.3.7.7 建立平台以分享塑胶替代品的资讯

部分回应者同意建立塑胶替代品的资讯分享平台。他们建议该平台能让公众、物料供应商和商界使用，以帮助他们识别环保的塑胶替代品及减少使用即弃塑胶，并且促进各持份者之间的沟通。此外，有意见指出政府应推行可持续替代品的证书 / 标签，以帮助消费者识别环保产品。

### 5.3.7.8 为减少使用即弃塑胶产品而愿意支付更多的费用

部分回应者表示愿意为由非塑胶物料制成 / 可重用的塑胶替代品制成的相同产品支付额外的费用，其中大部分人愿意额外为产品支付 5%-10% 的价钱。

### 5.3.7.9 即弃塑胶替代品

就使用即弃塑胶替代品而言，部分回应者建议政府应透过生产者责任计划来管制即弃塑胶产品的安全和其他要求（例如提高产品的可回收程度）。此外，部分回应者建议政府为研究新替代物料的机构提供财政 / 技术 / 研究上的支持。

## 5.3.8 绿色团体及非政府机构

### 5.3.8.1 对即弃塑胶为环境带来问题的关心程度

部分回应者对即弃塑胶带来的环境问题表示关注，特别是对水质、海洋生物及食物链造成的污染及影响。部分回应者对即弃塑胶增加碳足迹和加剧气候变化的问题表示关注。另外，有回应者指出他们对即弃塑胶为堆填区带来负担表示关注，并指出所有即弃塑胶产品，包括即弃塑胶的替代品，同样占用堆填区空间。此外，部分回应者担心社会过度依赖即弃塑胶会导致浪费文化，例如与可重用的口罩相比，即弃口罩在市民中相对受欢迎。有意见指出政府有需要通过回收塑胶和其他物料来达到循环经济。再者，部分回应者表示本地的回收设施不足，可能会导致无法有效地在本地收集或处理回收物。

### 5.3.8.2 管制即弃塑胶产品的类别

绿色团体及非政府机构建议管制的即弃塑胶产品种类如下：

- 1) 本地产品包装
- 2) 本地零售包装
- 3) 本地物流及网购包装
- 4) 节庆产品 - 充气打气棒、萤光棒、在零售点出售的即弃餐具等
- 5) 酒店派发的洗漱梳妆用品
- 6) 雨伞袋
- 7) 其他 - 与产品一同出售的辅助工具，例如附于纸包饮品盒上的塑胶饮管以及其他洗漱梳妆用品例如塑胶棉花棒
- 8) 其他 - 与举办会议或展览相关的各项用品例如指示牌

部分回应者指出，一些即弃塑胶产品已有现成的替代品，例如以纸板或纸箱制成的可回收包装来替代发泡胶包装，及以无饮管杯盖和纸饮管来代替塑胶饮管；此外，部分回应者表示需要管制已有替代品的即弃塑胶产品及与微塑胶相关的产品。部分回应者指出，由于本地市场大部分的产品都是经入口引进，因此政府需要探讨管制进口产品的包装。另外，部分回应者表示，政府应制定更详细的管制即弃塑胶产品清单并定期作出检阅和更新，这样才能把新出现的即弃塑胶产品包括在其中。

### 5.3.8.3 管制即弃塑胶的时间

大部分回应者同意在短期内（即三年内）推出管制即弃塑胶的相关措施，而部分回应者建议应马上针对本地物流及网购包装、节庆产品、酒店派发的洗漱梳妆用品、雨伞袋和其他洗漱用品作出管制。同时，部分回应者认为针对某些即弃塑胶的管制措施应在 2025 年或之前推行。此外，部分回应者建议政府应为管制即弃塑胶定下目标和时间表。

### 5.3.8.4 管制即弃塑胶的方法

有两大组回应者分别主张采取全面禁止和推行规管措施来管制即弃塑胶的使用。对于采取全面禁止的管制方法，有部分回应者特别指出应针对以下类别的产品，包括：已有替代品（如雨傘袋、塑胶饮管等）、难以回收的即弃塑胶（如聚氯乙烯及发泡胶等）及不必要 / 过度的包装（如水果或蔬菜的本地零售包装）。在规管措施方面，部分回应者建议政府制定包装物料的指引（例如可回收 / 再生物料的使用百分比、包装物料重量与产品重量的比例等），及实施生产者责任计划。此外，另一组的回应者建议采取自愿性措施来管制即弃塑胶的使用，例如与相关持份者推出环境约章计划、教育公众正确的回收概念、设立基金和与可持续包装等有关创新 / 先导计划。部分回应者表示需要加强社区的回收设施，并增加收集回收物承办商与回收商之间的物流透明度。有意见指出政府应使用经济诱因来管制即弃塑胶，而部分回应者则建议政府制定减塑目标。

### 5.3.8.5 优化现行塑胶购物袋收费计划

没有回应者对优化现行的塑胶购物袋收费计划表示反对，包括取消部分塑胶购物袋的豁免、对盛载未完全被包装包裹的食品只限制一个塑胶购物袋可获豁免收费，以及调整最低的塑胶购物袋收费水平。在提高塑胶购物袋的收费水平上，他们同意最低收费水平应至少定为港币 1 元，部分亦建议定为超过港币 2 元。部分回应者建议政府应该扩大收费计划至覆盖由任何物料制成的购物袋，例如纸购物袋。此外，一些回应者对零售店收取的塑胶购物袋收费的费用去向表示关注，并建议政府在费用去向一事增加透明度。有一位回应者建议政府应先优化现行的塑胶购物袋收费计划，然后在 2025 年或之前推行全面禁止使用塑胶购物袋。

### 5.3.8.6 提供更多有关即弃塑胶产品的回收资讯

为方便消费者识别更环保的产品及提高其回收意识，部分回应者建议应增设产品包装标签，例如可在标签上注明产品的可回收性、所使用的回收物料、处理和弃置等资讯。部分回应者建议政府探讨规管标签上的回收资讯，以提高资讯的可追溯性。

### 5.3.8.7 建立平台以分享塑胶替代品的资讯

部分回应者支持建立塑胶替代品的资讯分享平台。他们建议该平台能让公众及相关持份者使用，令他们能够识别环保的替代品并减少使用即弃塑胶，还能促进相关持份者之间的沟通。

### 5.3.8.8 影响消费者选择绿色购买的考虑因素

此外，一些回应者认为绿色购买对减少碳足迹、保护环境和减轻堆填埋区的负担十分重要。

### **5.3.8.9 为减少使用即弃塑胶产品而愿意支付更多的费用**

部分回应者表示愿意为由非塑胶物料制成 / 可重用的塑胶替代品制成的相同产品支付额外的费用。此外，有具体意见指出政府应以不同措施来稳定非塑胶材料 / 可重用的替代品的价格，例如增加税项或以生产者责任制调节费用，从而调整增加在消费者身上的最终成本。

### **5.3.8.10 即弃塑胶替代品**

部分回应者表示关注改造塑胶（包括可生物降解塑胶）的完全降解程度与本地回收或废物处理设施的相容性，以及微塑胶对海洋造成污染的情况。他们建议政府为改造塑胶制定指引，其中包括有关改造塑胶与本地废物处理设施的相容性的资讯，并探讨限制使用不符合标准的改造塑胶。

## 6. 结语

- 6.1. 为期三个月的「管制即弃塑胶」公众参与公众互动阶段于二零二一年十二月二十九日结束。在委员会辖下策略工作小组的支持下，委员会审视了分析报告，并整合公众及持份者的观点和意见。将此建议报告提交政府是公众参与的最后阶段。
- 6.2. 从公众参与过程中收集的意见得知，公众对管制即弃塑胶，特别是对非必要和难以回收的即弃塑胶产品的意识甚高。过度使用即弃塑胶会对我们的环境造成负面影响。管制即弃塑胶亦有助香港朝着 2050 年前实现碳中和的目标迈进。
- 6.3. 在制订实际及可行的策略时，委员会尽力平衡公众和社会各界的意见。就此，委员会于五个关键领域中提出了 24 项建议，包括订定管制即弃塑胶优次的一般原则、新的管制措施、优化塑胶购物袋收费计划、宣传和公众教育和绿色商品。鉴于当前疫情带来的影响，我们相信政府会仔细考虑各项建议及落实的时间表。

附件一 可持续发展委员会策略工作小组成员名单

黄焕忠教授, MH, JP (主席)

陈倩君女士

朱海山教授

钟芯豫女士

何海明教授

郭美珩女士

梁进先生

马家敏女士

吴家颖先生

柯家洋先生

庞心怡女士

谭建忠先生

黄颖灏先生

叶中贤博士, JP

余敏思博士

余远骋博士

陈捷贵先生, BBS, JP \*

张宇澄先生 \*

何惠萍女士 \*

李钧瀚博士 \*

李伟文博士 \*

梁晓辉先生 \*

廖衍森先生\*

邓展翔博士\*

曾超华教授\*

黄思丽女士\*

\*增选成员

## 附件二 公众参与活动概览

日期	活动
1.	06-10-2021 简介会 - 香港机场管理局
2.	19-10-2021 南区东分区委员会会议 (包括南区南分区、西分区及北分区委员会成员参与)
3.	20-10-2021 学校活动 - 真光女书院
4.	03-11-2021 荃湾南分区委员会会议 (包括荃湾西分区及北分区委员会成员参与)
5.	04-11-2021 学校活动 - 圣罗撒书院
6.	04-11-2021 简介会 - 绿色团体及回收业界
7.	07-11-2021 本地有机水产节 2021
8.	08-11-2021 学校活动 - 中华基金中学
9.	10-11-2021 学校活动 - 佛教觉光法师中学
10.	11-11-2021 牛头角下邨屋邨管理咨询委员会会议
11.	12-11-2021 简介会 - 香港浸会大学
12.	15-11-2021 深水埗西分区委员会会议 (包括深水埗中南分区及东分区委员会成员参与)
13.	16-11-2021 简介会 - 珠海学院
14.	19-11-2021 青年讨论坊
15.	22-11-2021 会堂论坛 - 香港岛
16.	23-11-2021 简介会 - 香港科技大学
17.	23-11-2021 会堂论坛 - 九龙
18.	25-11-2021 简介会 - 香港中文大学
19.	26-11-2021 环境运动委员会会议
20.	29-11-2021 学校活动 - 潮州会馆中学
21.	30-11-2021 简介会 - 商界 / 专业团体 / 非政府机构 / 医疗 / 绿色团体 / 物业管理团体
22.	02-12-2021 简介会 - 英基学校协会
23.	03-12-2021 简介会 - 长者学苑
24.	03-12-2021 会堂论坛 - 新界
25.	06-12-2021 环境咨询委员会会议
26.	09-12-2021 禾輦邨屋邨管理咨询委员会会议
27.	10-12-2021 小组讨论 - 商界环保协会
28.	13-12-2021 简介会 - 商界 / 回收业界 / 酒店 / 绿色团体
29.	14-12-2021 简介会 - 零售商 / 餐饮业界 / 物流及运输业界 / 绿色团体
30.	15-12-2021 学校活动 - 香港四邑商工总会陈南昌纪念中学
31.	20-12-2021 简介会 - 长者学苑
32.	22-12-2021 「低碳生活」网上问答比赛颁奖典礼
33.	23-12-2021 简介会 - 国际商会
34.	23-12-2021 简介会 - 香港大学
35.	29-12-2021 中小企业委员会会议

### 附件三 支持机构名单

#### (A) 商界

- 1 商界环保协会
- 2 香港荷兰商会
- 3 香港工业总会
- 4 港九新界贩商社团联合会
- 5 绿色款待
- 6 香港再生资源总商会
- 7 香港货运物流业协会有限公司
- 8 香港中国商会
- 9 香港会议展览中心（管理）有限公司
- 10 香港数码港管理有限公司
- 11 香港经贸商会
- 12 香港展览会议业协会
- 13 香港环保回收业总商会
- 14 港九药房总商会有限公司
- 15 香港酒店业协会
- 16 香港专业及资深行政人员协会
- 17 香港资源再生总会
- 18 香港环保废料再造业总会有限公司
- 19 香港零售管理协会
- 20 香港零售科技商会
- 21 香港废塑料协会
- 22 香港中小型企业联合会
- 23 香港废物协进会
- 24 新界总商会
- 25 香港新西兰商会
- 26 香港瑞典商会
- 27 香港加拿大商会
- 28 香港中华总商会
- 29 香港中华厂商联合会
- 30 中港澳环卫总商会
- 31 香港酒店业主联会
- 32 香港中国企业协会
- 33 香港中华出入口商会
- 34 香港食品委员会
- 35 香港食品，饮料及杂货协会
- 36 香港中小型企业总商会
- 37 香港纺织及成衣研发中心
- 38 香港医药经销业协会

## **(B) 关注团体**

- 1 121C 回收社
- 2 Bottless
- 3 Earthero Project
- 4 生态教育及资源中心有限公司
- 5 EcoDrive HK
- 6 环保协进会有限公司
- 7 坊众资源管理有限公司
- 8 齐惜福
- 9 香港地球之友
- 10 绿想成真
- 11 环保促进会
- 12 新绿资源有限公司
- 13 绿色力量
- 14 环保触觉
- 15 香港绿色策略联盟
- 16 嘉道理农场暨植物园
- 17 自然脉络
- 18 一口舍群
- 19 无塑海洋
- 20 长春社
- 21 绿惜地球
- 22 珍古德协会（香港）
- 23 世界绿色组织
- 24 世界自然基金会香港分会

## **(C) 非政府机构 / 办学团体**

- 1 佛教慈济基金会香港分会
- 2 基督教家庭服务中心
- 3 东九龙居民委员会有限公司
- 4 香港公平贸易联盟
- 5 匡智会
- 6 离岛妇联有限公司
- 7 新生精神康复会
- 8 北区居民联会有限公司
- 9 香港海洋公园
- 10 保良局
- 11 博爱医院
- 12 香港赛马会
- 13 九龙乐善堂
- 14 将军澳街坊联会
- 15 东华三院
- 16 仁爱堂

#### **(D) 专业团体**

- 1 香港环保科技专业人员总会
- 2 香港环境管理协会
- 3 香港资助小学校长会
- 4 香港环保产业协会
- 5 香港绿色建筑议会 - 香港绿建商铺联盟
- 6 香港环境师学会
- 7 香港合资格环保专业人员学会有限公司
- 8 香港有机资源中心
- 9 香港津贴中学议会
- 10 香港废物管理学会
- 11 国际设施管理协会 (香港分会)
- 12 津贴小学议会
- 13 香港水务及环境管理学会
- 14 香港物业管理公司协会
- 15 香港建筑师学会
- 16 香港工程师学会 (环境分部)
- 17 香港物资采购与供销学会
- 18 香港药学会

#### **(E) 公共机构**

- 1 香港机场管理局
- 2 消费者委员会
- 3 香港房屋协会
- 4 香港生产力促进局
- 5 香港物流发展局

#### **(F) 大学、大专及教育界**

- 1 珠海学院
- 2 香港城市大学
- 3 香港浸会大学
- 4 香港都会大学
- 5 岭南大学
- 6 香港中文大学
- 7 香港教育大学
- 8 香港恒生大学
- 9 香港演艺学院
- 10 香港科技大学

**(G)青年团体**

- 1 香港中华基督教青年会
- 2 生态巴士
- 3 香港基督教女青年会
- 4 香港童军总会
- 5 香港基督少年军
- 6 香港青年协会
- 7 香港女童军总会
- 8 低碳本地游

**(H)餐饮业界**

- 1 现代管理（饮食）专业协会
- 2 香港食品及饮品行业总会
- 3 香港餐饮联业协会
- 4 香港餐务管理协会

## 附件四 意見收集表

你以個人或團體職位回答本意見收集表？

<input type="checkbox"/> 專業團體 / 學術機構	<input type="checkbox"/> 公營機構	<input type="checkbox"/> 環保組織
<input type="checkbox"/> 業界協會	<input type="checkbox"/> 公司	<input type="checkbox"/> 其他
機構 / 公司名稱： _____		
<input type="checkbox"/> 個人		

電郵地址： \_\_\_\_\_

問題（1）：你對下列由即棄塑膠製品引起的問題的關心程度如何？

回答：

問題	關心程度					不知道
	(1 - 不關心, 5 - 非常關心)					
	1	2	3	4	5	
即棄塑膠製品亂扔在自然環境中，造成環境污染和傷害野生動物	<input type="checkbox"/>					
使用即棄塑膠製品會增加碳足跡並加劇氣候變化	<input type="checkbox"/>					
即棄塑膠製品難以回收並佔用堆填區寶貴的空間	<input type="checkbox"/>					
社會過度依賴即棄塑膠製品，助長浪費文化	<input type="checkbox"/>					

問題 (2): 哪些類別的產品應受管制? 有關管制應於短期 (3 年內) 還是中期 (3 至 5 年) 實施? 應採用什麼管制方式? [注: 有關更多即棄塑膠製品的例子, 請參閱本公眾參與文件的第 7 頁]

回答:

即棄塑膠產品	須管制					不須管制
	短期 / 中期行動? (請✓)		方法 (請✓) (可揀選多於一項)			
	短期	中期	全面禁止	規管措施	自願性措施	
本地產品包裝, 例如盛載水果 / 雞蛋的膠盒	<input type="checkbox"/>					
本地零售包裝, 例如盛載新鮮水果、肉、魚或家禽的發泡膠托盤	<input type="checkbox"/>					
本地物流及網購包裝, 例如包裝膠膜和泡泡紙	<input type="checkbox"/>					
節慶產品, 例如充氣打氣棒、螢光棒、進食用具、攪拌棒、飲管、碟	<input type="checkbox"/>					
酒店派發的洗漱梳妝用品, 例如小瓶沐浴產品	<input type="checkbox"/>					
其他, 包括 - 雨傘袋	<input type="checkbox"/>					
- 與產品一起出售的輔助工具, 例如附於紙包飲品盒上的塑膠飲管	<input type="checkbox"/>					
- 其他洗漱梳妝用品例如塑膠棉花棒	<input type="checkbox"/>					
- 與舉辦會議或展覽相關的各項用品例如指示牌	<input type="checkbox"/>					
- 其他 (請註明) _____)	<input type="checkbox"/>					

問題 (3)：優化現行措施 - 塑膠購物袋收費計劃

(3.1)：你同意取消現行對盛載氣密包裝的冰凍或冷凍食品的塑膠購物袋的豁免嗎？

回答：

同意

不同意

(3.2)：你同意無須為已被非氣密包裝完全包裹的食品提供免費塑膠購物袋嗎？

回答：

同意

不同意

(3.3)：你同意為盛載未完全被包裝包裹的食品（例如麵包店售賣的麵包、街市售賣的水果），應只有一個塑膠購物袋可獲豁免收費嗎？

回答：

同意，我認為只需一個獲豁免收費的膠袋。

不同意，我們不應限制提供獲豁免收費膠袋的數目。

不同意，我認為應提供                    （請註明數量）個獲豁免收費的膠袋

(3.4)：以下哪個最低收費水平（港元）可以推動你減少使用塑膠購物袋？

回答：

\$1

\$1.5

\$2

其他：

                      
(請註明)

問題 (4)：你同意如果製造商能提供更多有關即棄塑膠產品的可回收程度和再生塑膠成分百分比的資訊，能有助消費者作選擇？

回答：

同意

不同意

問題 (5)：你同意有必要建立一個平台，以便不同持份者（包括企業、材料供應商和消費者）互相分享塑膠替代品的資訊嗎？

回答：

同意  不同意

問題 (6)：當同一產品有不同品牌可供選擇時，以下哪些環保因素會影響你的選擇？

回答：

環保因素	會否影響你的選擇				
	極大影響	輕微影響	不太受影響	完全沒有影響	不清楚 / 不知道
該產品可否重用（例如可重用的金屬餐具 對比派對用的即棄塑膠餐具，可重用的雨傘袋 對比 即棄雨傘袋）	<input type="checkbox"/>				
該產品是否含「環保物料」（例如含有再生塑膠成分的產品和包裝）	<input type="checkbox"/>				
該品牌的「企業環境責任」（例如品牌為其產品提供「回收」服務 以進行收集和後續的回收）	<input type="checkbox"/>				
該產品是否沒有過度包裝	<input type="checkbox"/>				

問題 (7)：塑膠被廣泛使用的其中一個原因是價格便宜，使用非塑膠 / 可重用替代品可能會令產品價格上升。為了減少使用即棄塑膠，你願意多付錢嗎？如願意，假設一件即棄塑膠產品的價錢為 10 元，你會願意多付多少錢去購買非塑膠 / 可重用替代品？

回答：

少於 0.5 元，即少於產品價錢的 5%  0.5 - 1 元，即產品價錢的 5 - 10%  1.1 - 1.5 元，即產品價錢的 11 - 15%  多於 1.5 元，即多於產品價錢的 15%

(完)

公眾參與—管制即棄塑膠  
電話意見調查

調查報告

本调查报告的所有内容的版权为可持续发展委员会拥有。

珩峰市场研究有限公司

# 目录

页

1 背景 .....	錯誤! 尚未定義書籤。
2 調查目標及方法 .....	錯誤! 尚未定義書籤。
3 詳細調查結果 .....	錯誤! 尚未定義書籤。
4 結論 .....	錯誤! 尚未定義書籤。
5 附錄一：問卷 .....	<b>120</b>

## 1 背景

- 1.1 塑胶轻巧耐用，而且价格便宜，常用于日常生活。然而，塑胶可以在环境中持续存留数百年，大量生产和使用塑胶会造成污染，并影响我们的生态系统、危害动物生命和威胁人类健康。塑胶的主要原材料是化石燃料。提取、运输和提炼这些燃料，以及制造塑胶的过程，均会产生温室气体，加剧气候变化。要达至可持续发展，我们需避免滥用塑胶。即弃塑胶对环境尤为有害，因为它们通常是由低价值和难以回收的塑胶制成，而且一般体积较小，难以分类、分拣及清洗以作回收。此外，这些即弃塑胶制品只会被使用一次或数次，之后很快亦会被丢弃。因此，管制即弃塑胶已成为全球重点关注的环保议题，很多地方亦已就有关课题提出应对方案。
- 1.2 在香港，堆填区的废塑胶弃置量由 2010 年至 2020 年增加了 19%，而同期的人口增长仅 6.5%。根据 2020 年香港固体废物监测报告，被送往堆填区的都市固体废物总量为每日 10 809 公吨，其中塑胶占约 21%，即约每日 2 300 公吨，相当于约 154 辆双层巴士的重量。政府已一直致力推广「走塑」文化及从源头减废；虽然现有的措施行之有效，但现阶段需要制定一个长远计划，从而全面管制即弃塑胶。我们须透过广泛的公众参与以收集他们对管制的方式、范围、优先次序及时间表的意见。
- 1.3 可持续发展委员会(“委员会”)负责开展是次「管制即弃塑胶」的公众互动阶段，并委托珩峰市场研究有限公司(“珩峰”)进行是次电话访问调查，旨在收集公众对管制即弃塑胶的意见。

## 2 调查目标及方法

### 2.1 是次意见调查的目标为：

- 了解公众对管制即弃塑胶制品的意见；
- 确定应处理的即弃塑胶制品；
- 了解公众对不同管制即弃塑胶方法的接受程度。

### 2.2 调查范围

2.2.1 是次调查访问 18 岁或以上及使用手提电话的香港市民。

### 2.3 数据收集方法

2.3.1 本调查以电话访问形式进行，由访问员在严格督导下亲身进行电话访问。所有数据均通过电脑辅助电话访问系统 (CATI) 方式收集，而该系统能够即时处理及整合数据。

## 2.4 调查设计

### 样本量

- 2.4.1 珩峰成功在 20 天内访问至少 1 000 名人士。与目标受访者完成整份问卷才被视为一次成功电话访问。

### 抽样框架及挑选程序

- 2.4.2 电话样本是透过两个阶段的过程中随机产生。第一阶段于系统随机抽出一系列手提电话号码为样本。是次电话调查以通讯事务管理局办公室 (OFCA) 所公开发布的香港电讯服务号码计划作为抽样的基础。
- 2.4.3 香港电讯服务号码计划包含所有分配给香港电讯营办商的电话号码排列分类, 当中包括固网服务号码、移动服务号码、传呼服务号码等。珩峰从通讯事务管理局之香港电讯服务号码计划获取已分配予电讯商的电话字头, 以随机方式从中产生号码。最后, 剔除重复号码成为最终抽样框架。
- 2.4.4 运用以上方法成功接触受访者后, 第二阶段将随机挑选年满 18 岁或以上的目标对象。假如受访者的年龄低于 18 岁, 我们的访问员会致谢并终止访问。假如受访者年满 18 岁或以上, 访问员便会诚邀该手机用户参与是次的电话意见调查。是次电话调查最终成功访问 1 003 名目标对象, 回应率为 55%。

### 访问时间

- 2.4.5 访问时间不超过 4 分钟, 问卷问题包括年龄、性别、教育背景、职业及行业等人口统计问题。

### 问卷设计

- 2.4.6 珩峰负责问卷的编制。调查所用的问题主要是以「管制即弃塑胶」公众参与的意见收集表为基础, 并由委员会在调查前指定问题的清单。此问卷包含封闭式及开放式问题。调查问卷的中文版初稿收录在附件一内。调查问卷的初稿获批准后, 便进行试访, 用意是在正式执行调查前测试其可行性。完成测试后, 将问卷定稿并提交予委员会作最后审批, 获得批准后的问卷即用于正式的调查。

### 电脑辅助电话访问系统的使用

- 2.4.7 珩峰采用电脑辅助电话访问系统 (CATI) 协助访问员进行是次电话访问, 而问卷的所有问题在正式调查前已被编入系统, 并经过逻辑性的检查。电脑辅助电话访问系统 (CATI) 的程式编制、编码服务及调查所需的硬件均由珩峰提供。访问员只需于系统按照屏幕上显示的问卷流程进行访问, 然后将答案直接输入电脑即可。问卷完成后, 数据立即安全地被传送到伺服器。
- 2.4.8 虽然是次调查使用 CATI 进行, 但当系统出现故障时, 仍有后备方案作出应对。我们会预先打印一些问卷的纸本, 以便访问员在必要时使用。

## 2.5 质量控制措施

### 独立的质量控制小组

2.5.1 为确保调查结果的质素及不受到个别人士的偏见所影响，珩峰成立一个独立的质量控制小组，在调查期间的各个阶段实施质量控制措施，以确保整个调查能达致满意的成效：

- ✓ 对每名访问员所完成的调查问卷和访谈进行最少 15%的独立检查
- ✓ 对实地工作进行质量检查
- ✓ 在数据处理的各个阶段进行质量检查

2.5.2 除了质量控制小组，我们亦安排另一个独立的编辑小组，对所有完成的问卷进行编辑和编码。该编辑小组的人员在编辑和编码问卷方面具有丰富的经验，并在该领域工作至少两年以上。

### 访问层面上的质量检查

2.5.3 为确保访问工作的执行受到全面监察，珩峰在整个项目过程中实施以下质量检查措施：

- ✓ 为确保最高级别的数据完整性，珩峰任命一名经验丰富且专业的工作人员担任现场工作经理，负责处理所有营运问题，并严格控制整个数据收集过程。
- ✓ 为所有访问员及相关工作人员提供培训，包括不同类型问题的访问技巧、专业和恰当访问指南及深入探讨开放式问题的技巧。
- ✓ 每名访问员所完成的访问中会有最少 15%被进行独立的质量检查，而所有质量控制的检查人员均不是是次调查的访问员。
- ✓ 为确保所得数据的准确性和一致性，所有已完成的访问均会被检查和编辑，此过程并会在调查完成后立即进行，以确保访问员仍可以回忆起那些不完整或不清楚的答案。这样可以立即诊断和纠正已完成问卷中出现的任何问题。
- ✓ 在质量检查及编辑的过程中，现场工作经理会细阅访问员的关键绩效指标，例如致电次数、访问的成功率、资料收集的一致性及准确性等，以分辨出适合参与调查的访问员。如有访问员的表现未能达标，该名人员将会被剔除。
- ✓ 于办公室设置即时监控系统，配合现场监督，从而监察访问员的表现。

### 数据管理层面的质量检查

2.5.4 采取合适的管理措施以获得高质量的数据，并会在电脑辅助电话访问系统中直接进行跳过及逻辑检查等问卷验证步骤，以保证所收集数据的质量。在进行电话访问期间如发现资料有任何遗漏，系统会即时提醒访问员与受访者确认答案。如问卷内出现未能纠正的错误，该问卷会被作废。

2.5.5 珩峰建立了一个双重数据输入系统，将数据输入电脑程序，以确保数据的完整性。

## 2.6 数据处理及分析

2.6.1 是次电话访问的问卷包含封闭式及开放式问题，因此在收集到数据后进行定量及定性的数据分析。

### 定量数据分析

2.6.2 所有问卷均由珩峰编辑、编码和验证。编码手册、编辑及验证规则是与委员会秘书处协商后制定，并以 excel 格式发送最终数据资料。

2.6.3 社会科学统计包（SPSS）是用于执行数据分析的主要软件。根据最终问卷的结构以及委员会和/或研究人员所考虑的任何假设，珩峰运用推论统计数据，从该数据中作出预测（「推论」）。由此我们在样本中获取数据并对总体人口进行归纳。例如，一定比例的人接受使用棉质袋代替即弃塑胶购物袋等。

2.6.4 数据将运用 SPSS 产生出不同变数的交叉表列，同时亦根据委员会的意见编制并修订最终制表格式。该制表格式的内容制定出一系列列表中变数的要求，以及调查结果上的分析（例如：顶双盒、底双盒、平均值、中位数、标准差）和/或显著性测试（以及置信区间）。所有调查结果会按照委员会指定的报告形式展示。

### 定性数据分析

2.6.5 如果问卷涉及开放式问题，那些答案会以定性的方式进行数据分析。

✓ *编码*

➤ 将从答案中提取关键字以组成一个代码列表，该代码列表会以逻辑方式组织（例如：一组为正面评论和另一组为负面评论）。

✓ *关键词的分类和频率统计*

➤ 对所有完成的问卷进行关键词频率统计。经过编组后，便得出不同年龄组别之间的差异。

✓ *主题*

➤ 仔细审查所有开放式答案，以探索从不同问题和/或受访者中出现的任何主题。这些主题可能指向相关信息，甚至可以引导调查结果的解释方向。

✓ *原整性*

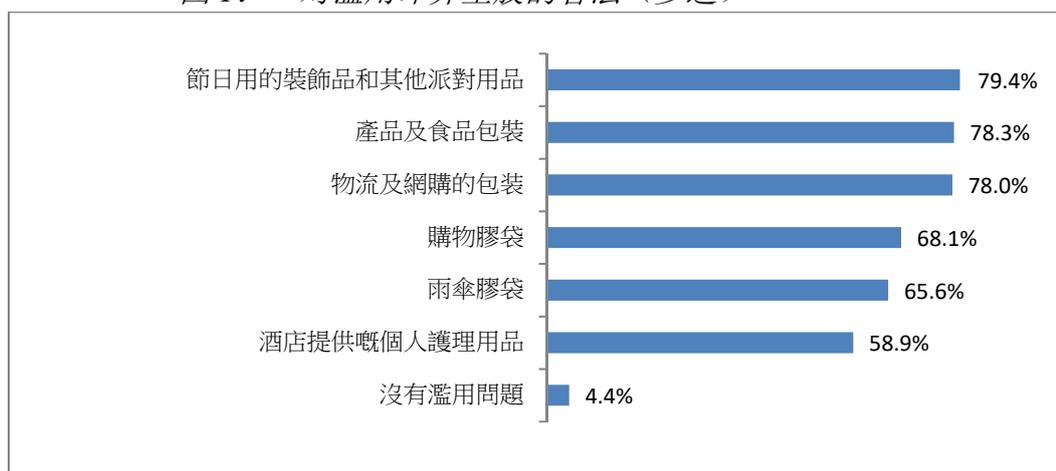
➤ 有独特见解或对主题有代表性的开放式答案会被逐一挑选并进行分析及报告，以确保在编码和/或主题合并过程中保留受访者想表达的确切措辞和语气。

### 3 详细调查结果

#### 3.1 对滥用即弃塑胶的看法

3.1.1 近八成的受访者（79.4%）认为「节日用的装饰品和其他派对用品」有滥用问题，其次为「产品及食物包装」（78.3%）及「物流及网购的包装」（78.0%）。只有4.4%的受访者认为香港没有滥用即弃塑胶的问题，反映大多数的受访者认为即弃塑胶的滥用问题在日常生活中时有发生。

图1：对滥用即弃塑胶的看法（多选）

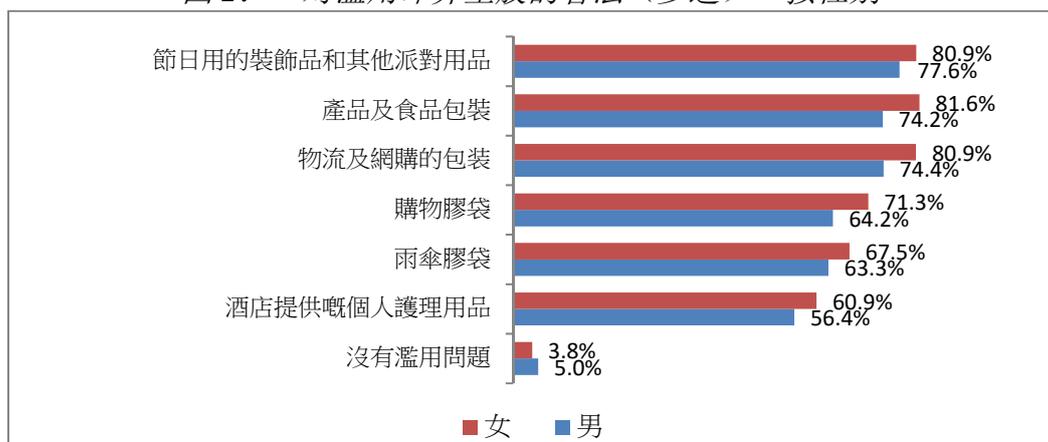


基数：所有受访者

注：[Q1. 你认为以下各项即弃塑胶有没有滥用问题？（有/没有）]

3.1.2 女性受访者比男性受访者更意识到滥用即弃塑胶的问题。在所有女性受访者当中，81.6%认为「产品及食物包装」有滥用问题，其次为「节日用的装饰品和其他派对用品」及「物流及网购的包装」（均为80.9%）。另一方面，最多男性受访者认为「节日用的装饰品和其他派对用品」有滥用问题，达77.6%。只有少数男性（5.0%）及女性受访者（3.8%）认为即弃塑胶制品不存在滥用的问题。

图2：对滥用即弃塑胶的看法（多选）- 按性别

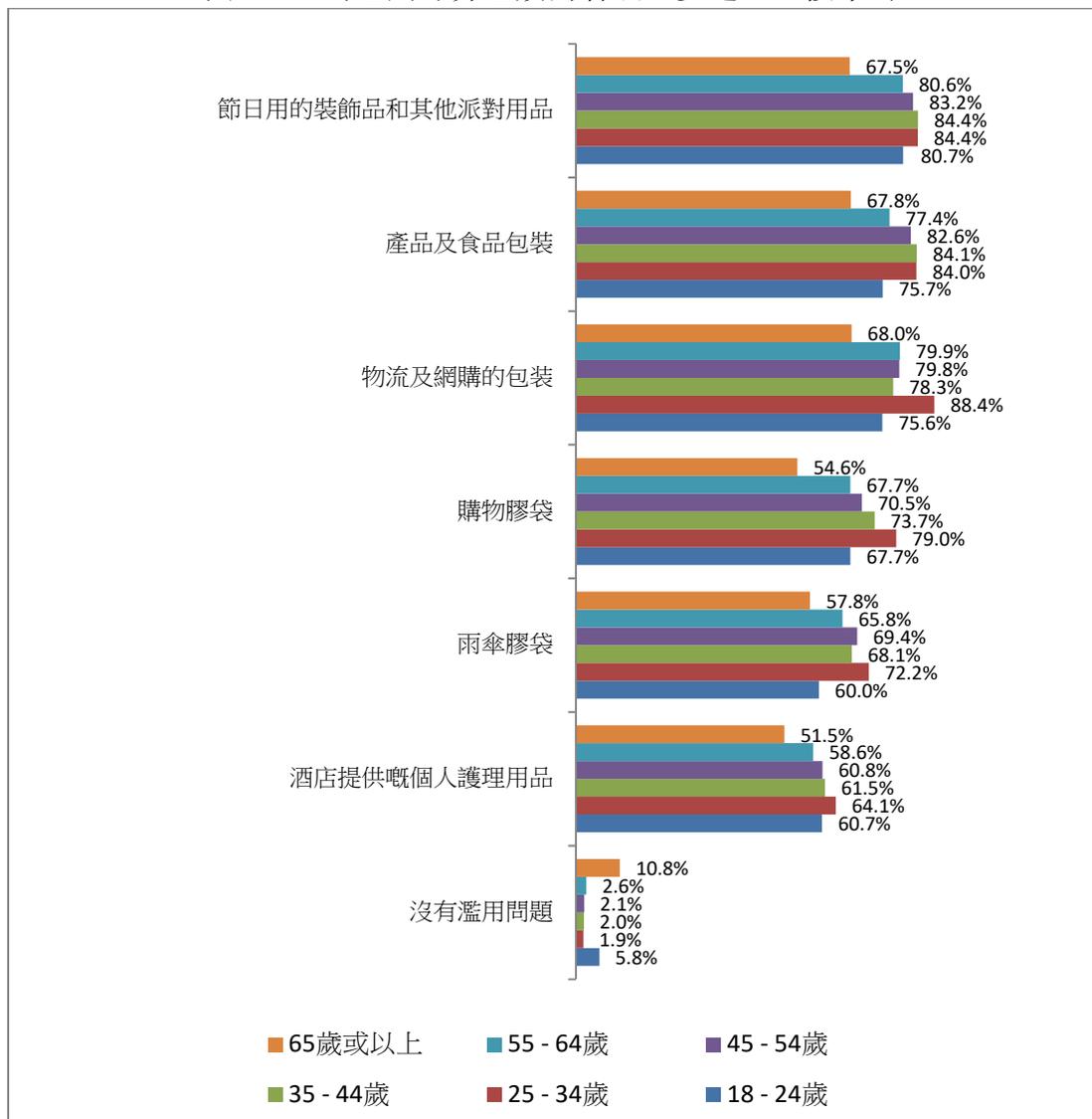


基数：所有受访者

3.1.3 相比于其他年龄组别，年龄介乎25至64岁的受访者会更认为即弃塑胶有滥用问题，尤其是25至34岁的受访者。而65岁或以上的受访者在认为所有选定的即弃塑胶制品有滥用问题的比例明显较低。65岁或以上的受访者当中，有10.8%认为即弃塑胶

没有滥用的问题。就年龄分布而言，超过八成年龄介乎 18 至 24 岁（80.7%）、35 至 44 岁（84.4%）、45 至 54 岁（83.2%）及 55 至 64 岁（80.6%）的受访者认为「节日用的装饰品和其他派对用品」有滥用问题。而接近九成年龄介乎 25 至 34 岁（88.4%）及接近七成 65 岁或以上（68.0%）的受访者认为「物流及网购的包装」遭滥用。

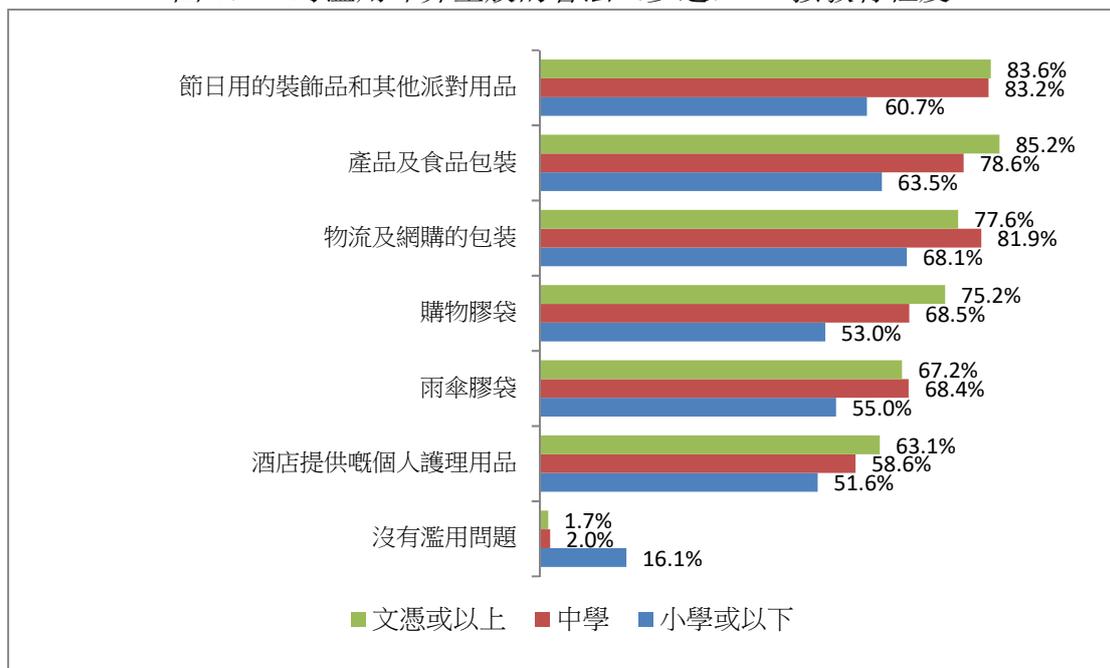
图3：对滥用即弃塑胶的看法（多选）- 按年龄



基数：所有受访者

3.1.4 拥有中学或以上学历的受访者更倾向认为即弃塑胶有滥用问题，然而拥有小学或以下教育程度的受访者在滥用即弃塑胶的意识则明显较低。16.1%拥有小学或以下教育程度的受访者认为即弃塑胶没有滥用问题。就教育程度而言，八成半拥有文凭或以上教育程度的受访者（85.2%）认为「产品及食品包装」有滥用问题。超过八成拥有中学学历的受访者（83.2%）认为「节日用的装饰品和其他派对用品」有滥用问题。而接近七成拥有小学或以下教育程度的受访者（68.1%）认为「物流及网购的包装」遭滥用。

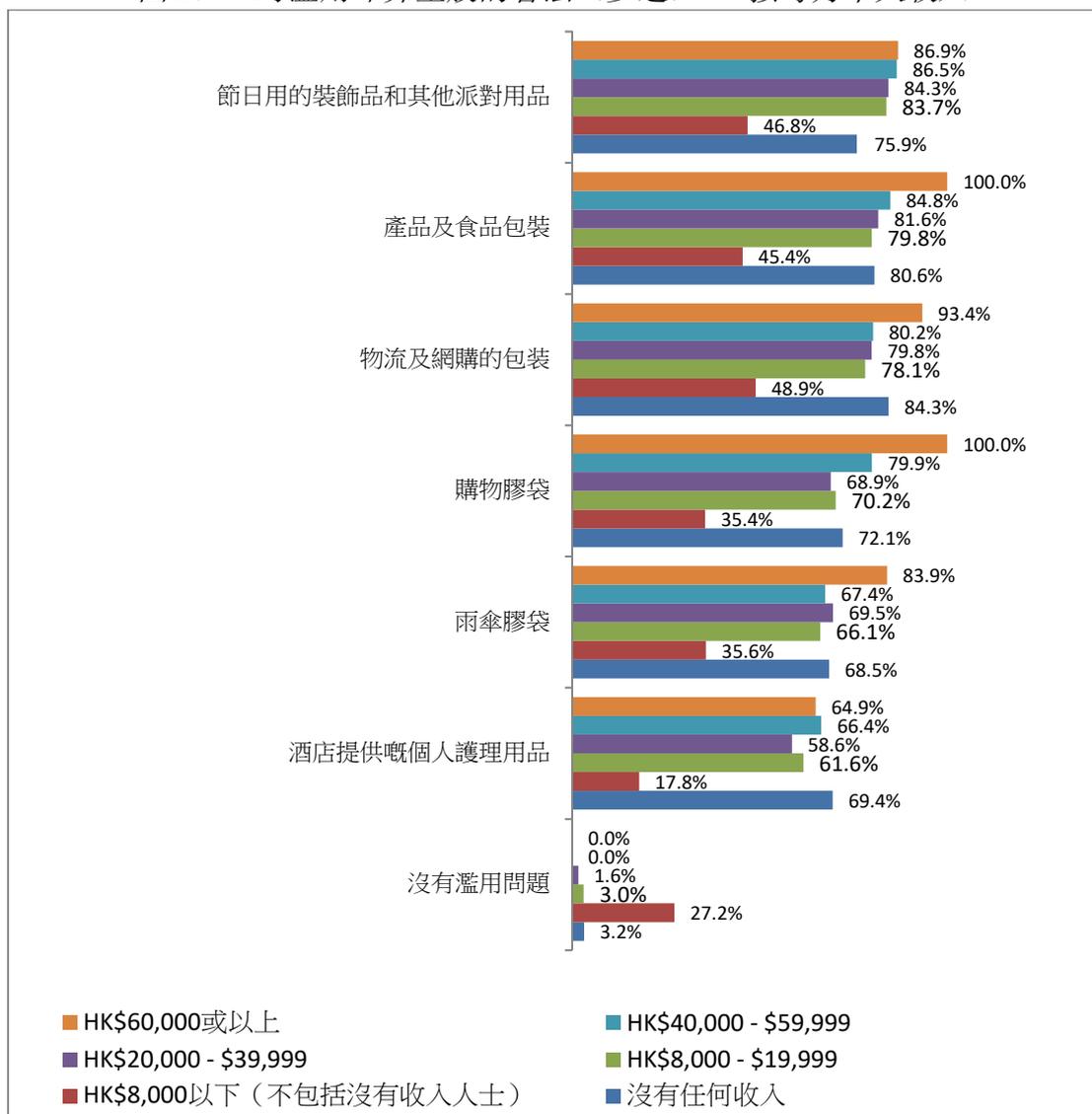
图4： 对滥用即弃塑胶的看法（多选） - 按教育程度



基数：所有受访者

3.1.5 按每月个人收入分析，收入为\$60,000 或以上的高收入受访者更意识到即弃塑胶滥用的问题。超过两成半收入为\$8,000 以下（不包括没有收入人士）的受访者（27.2%）认为没有滥用即弃塑胶的问题。所有收入为\$60,000 或以上的受访者认为「产品及食物包装」及「购物胶袋」有滥用问题（均为 100%）。接近八成半收入为\$40,000 - \$59,999（86.5%）；超过八成收入为\$20,000 - \$39,999（84.3%）及\$8,000 - \$19,999（83.7%）的受访者认为「节日用的装饰品和其他派对用品」有滥用问题。而接近半数最多收入为\$8,000 以下（不包括没有收入人士）（48.9%）及接近八成半没有任何收入（84.3%）的受访者认为「物流及网购的包装」遭滥用。

图5： 对滥用即弃塑胶的看法（多选） - 按每月个人收入

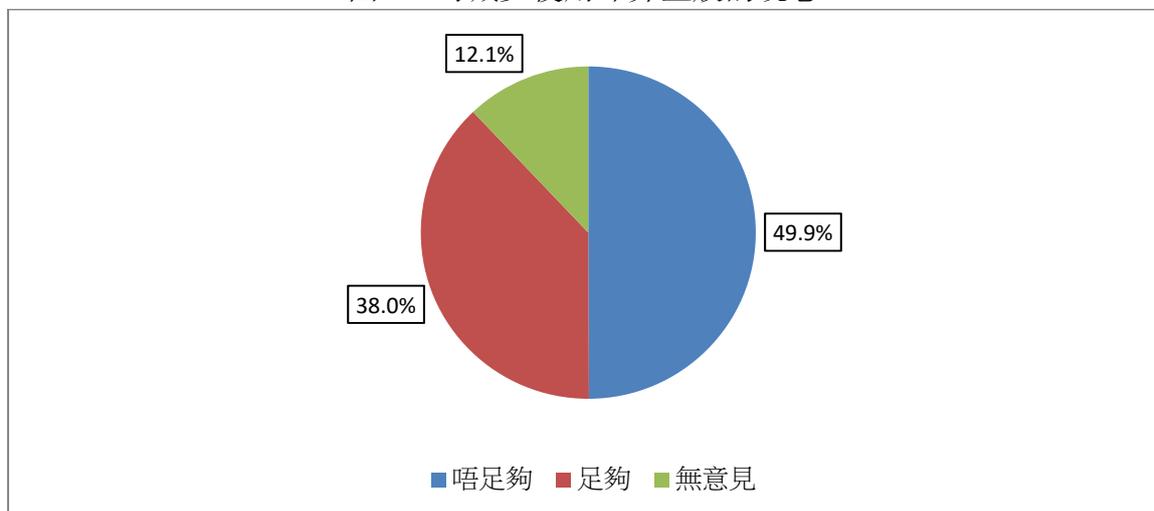


基数：所有受访者

## 3.2 对减少使用即弃塑胶的观感

3.2.1 就受访者对市民减少使用即弃塑胶的意识而言，约半数的受访者（49.9%）表示该意识不足够。反之，近四成的受访者（38.0%）认为该意识足够，而 12.1%的受访者表示无意见。

图6：对减少使用即弃塑胶的观感

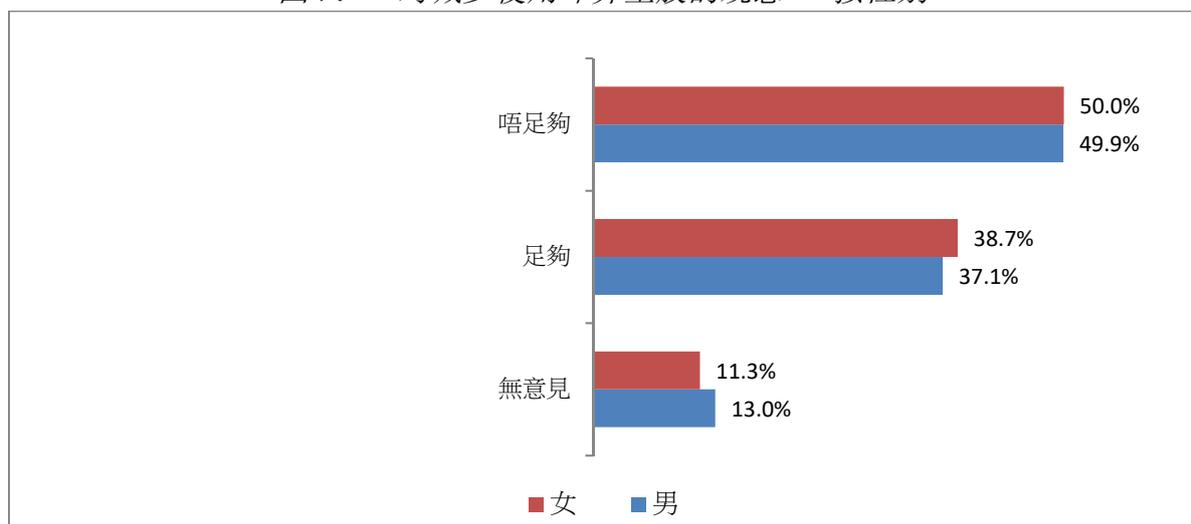


基数：所有受访者

注：[ Q2. 你觉得香港市民对减少使用即弃塑胶的意识足够吗？（单选） ]

3.2.2 约半数的女性（50.0%）及男性受访者（49.9%）认为市民对减少使用即弃塑胶的意识不足够。另一方面，近四成的女性（38.7%）及男性受访者（37.1%）表示该意识足够，而其余的受访者表示无意见（11.3%的女性受访者及 13.0%的男性受访者）。

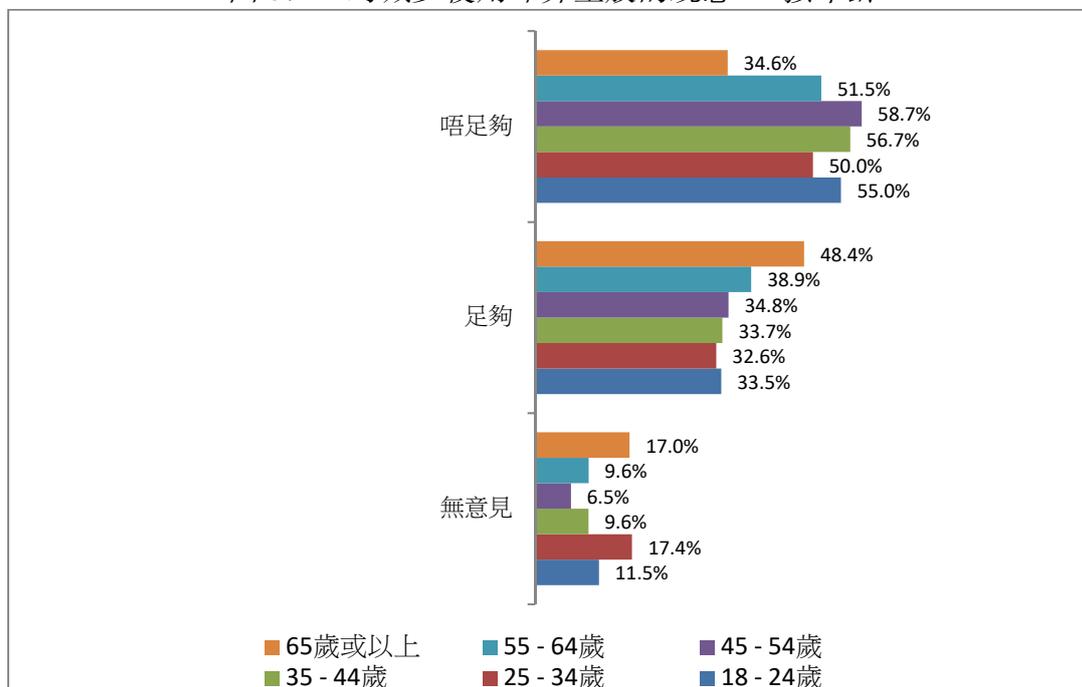
图7：对减少使用即弃塑胶的观感 – 按性别



基数：所有受访者

3.2.3 在年龄分布方面，超过半数年龄介乎 18 至 24 岁（55.0%）、25 岁至 34 岁（50.0%）、35 至 44 岁（56.7%）、45 至 54 岁（58.7%）及 55 至 64 岁（51.5%）的受访者均表示市民对减少使用即弃塑胶的意识不足够，但接近半数 65 岁或以上（48.4%）的受访者则认为足够。

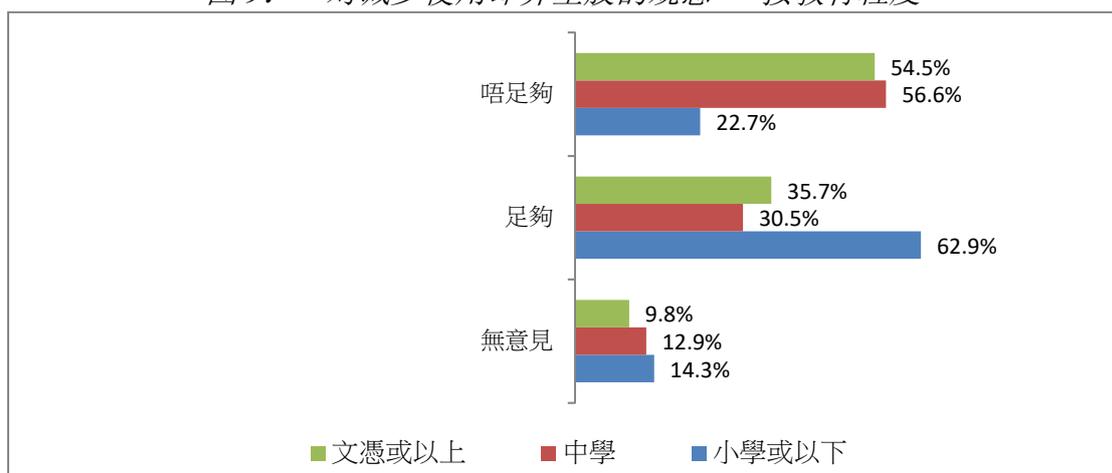
图8： 对减少使用即弃塑胶的观感 – 按年龄



基数：所有受访者

3.2.4 就教育程度而言，接近五成半拥有文凭或以上教育程度（54.5%）及超过五成半拥有中学学历（56.6%）的受访者倾向认为市民对减少使用即弃塑胶的意识不足够，超过六成拥有小学或以下教育程度的受访者（62.9%）则持相反看法。

图9： 对减少使用即弃塑胶的观感 – 按教育程度

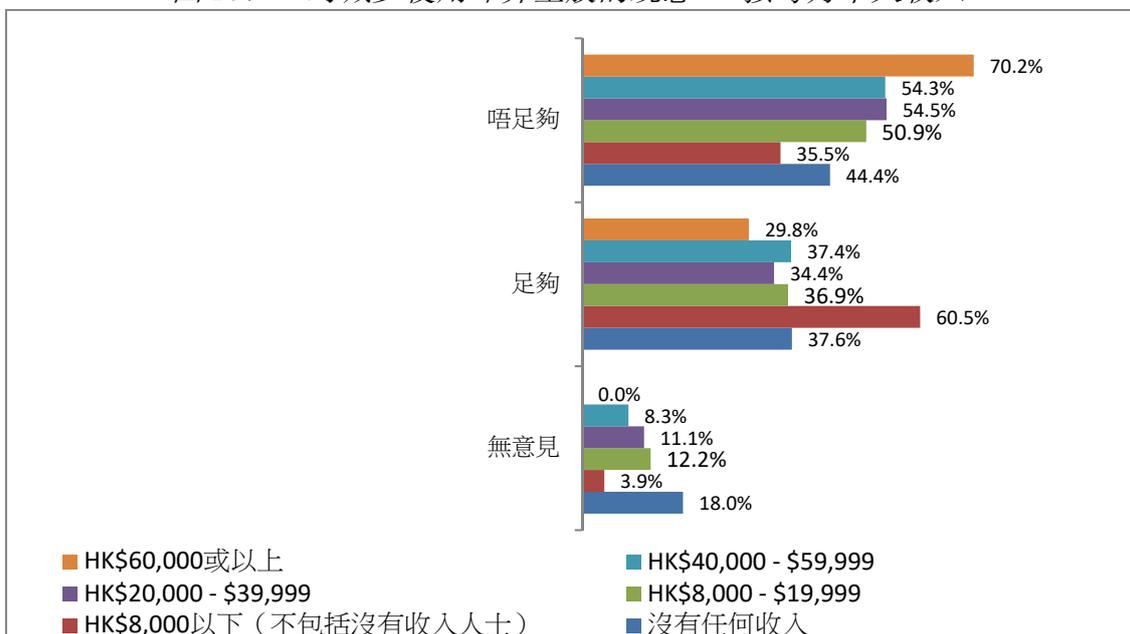


基数：所有受访者

3.2.5 按每月个人收入分析，七成收入为\$60,000 或以上（70.2%）；接近五成半收入为\$20,000 - \$39,999（54.5%）及\$40,000 - \$59,999（54.3%）；五成收入为\$8,000 - \$19,999（50.9%）；

及接近四成半没有任何收入（44.4%）的受访者均认为市民对减少使用即弃塑胶的意识不足够。另一方面，约六成收入为\$8,000 以下（不包括没有收入人士）（60.5%）的受访者表示此意识足够。

图10： 对减少使用即弃塑胶的观感 – 按每月个人收入

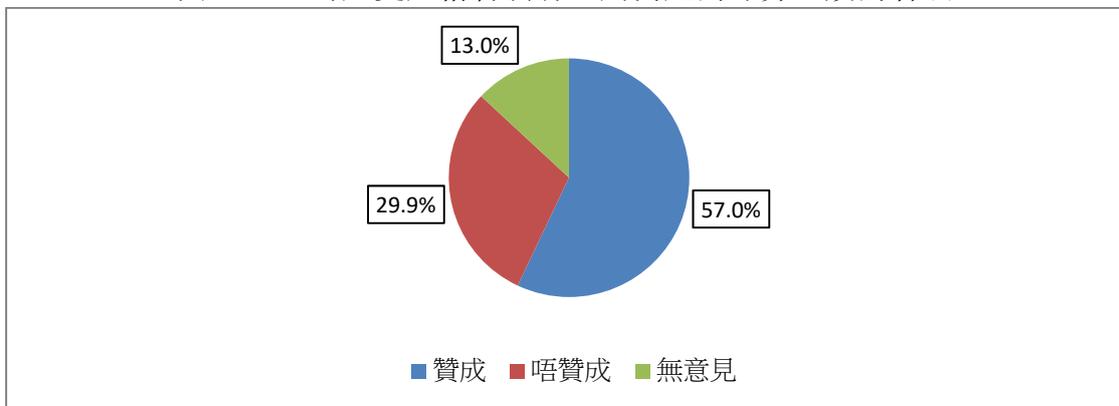


基数：所有受访者

### 3.3 对应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶的看法

3.3.1 近六成的受访者（57.0%）赞成应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶，约三成的受访者（29.9%）则持相反看法，而 13.0%的受访者表示无意见。

图 11： 对应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶的看法

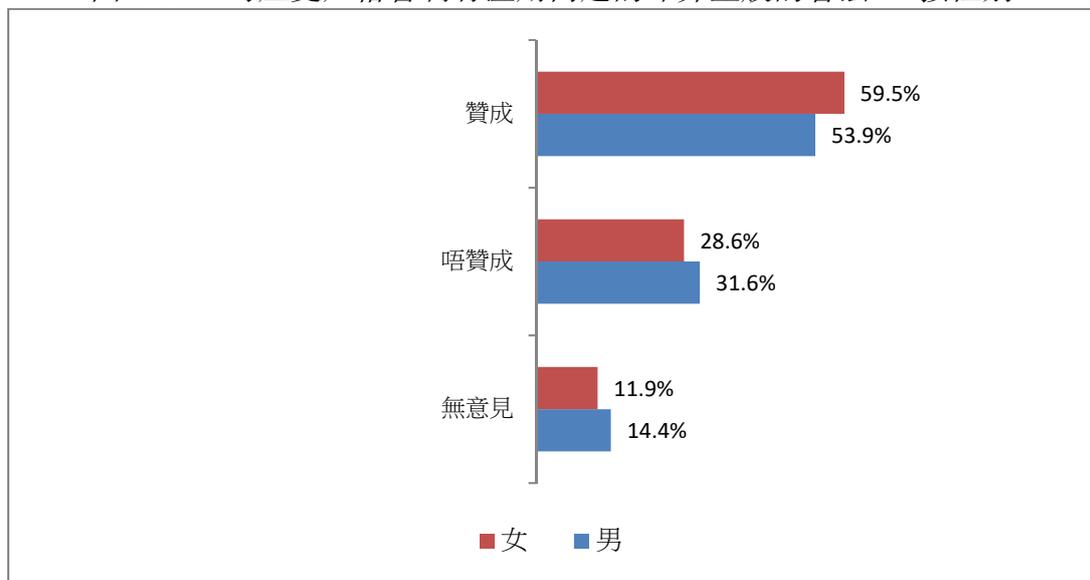


基数：所有受访者

注：[ Q3. 你赞唔赞成应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶，例如禁止销售或免费派发？（单选） ]

3.3.2 就性别而言，约六成的女性受访者（59.5%）和超过半数的男性受访者（53.9%）赞成应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶。

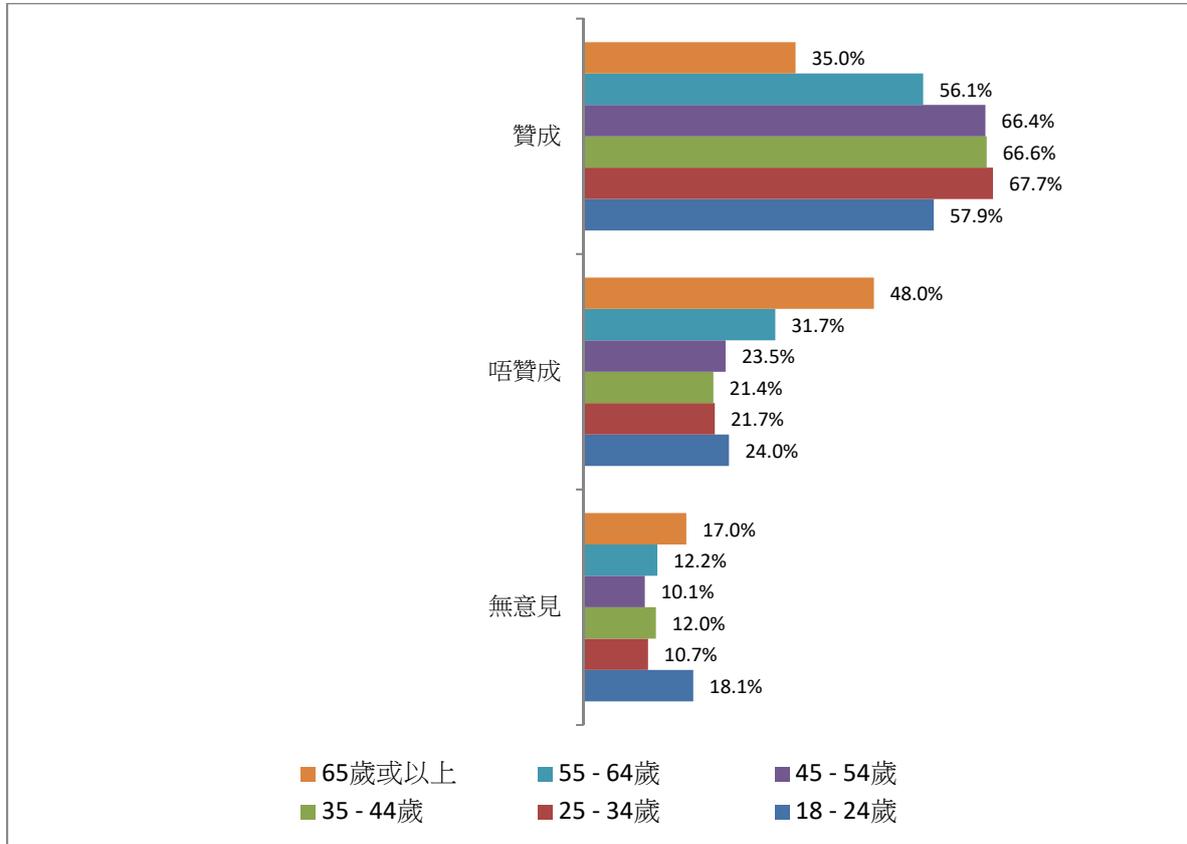
图 12： 对应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶的看法 – 按性别



基数：所有受访者

3.3.3 在年龄分布方面，超过五成半年龄介乎 18 至 24 岁（57.9%）及 55 至 64 岁（56.1%）；超过六成半 25 岁至 34 岁（67.7%）、35 至 44 岁（66.6%）及 45 至 54 岁（66.4%）的受访者赞成应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶，接近半数 65 岁或以上（48.0%）的受访者则不赞成此建议。

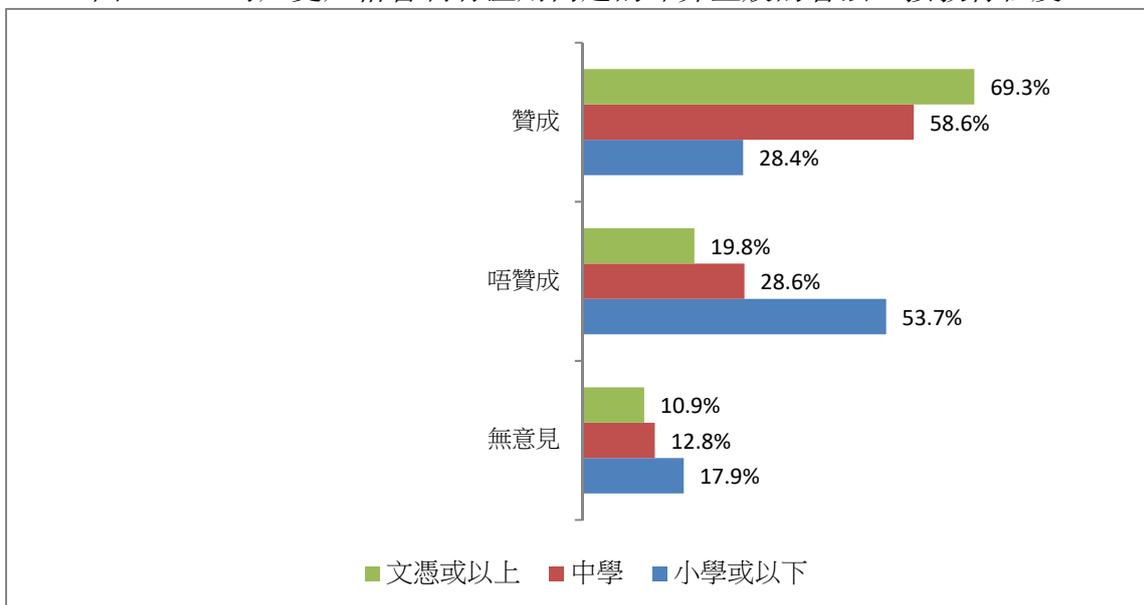
图 13： 对应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶的看法 – 按年龄



基数：所有受访者

3.3.4 就教育程度而言，接近七成拥有文凭或以上教育程度（69.3%）及接近六成中学学历（58.6%）的受访者赞成应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶，超过半数拥有小学或以下教育程度的受访者（53.7%）则不赞成此建议，反映较高教育程度的受访者更接受应更严格管制有滥用问题即弃塑胶的建议。

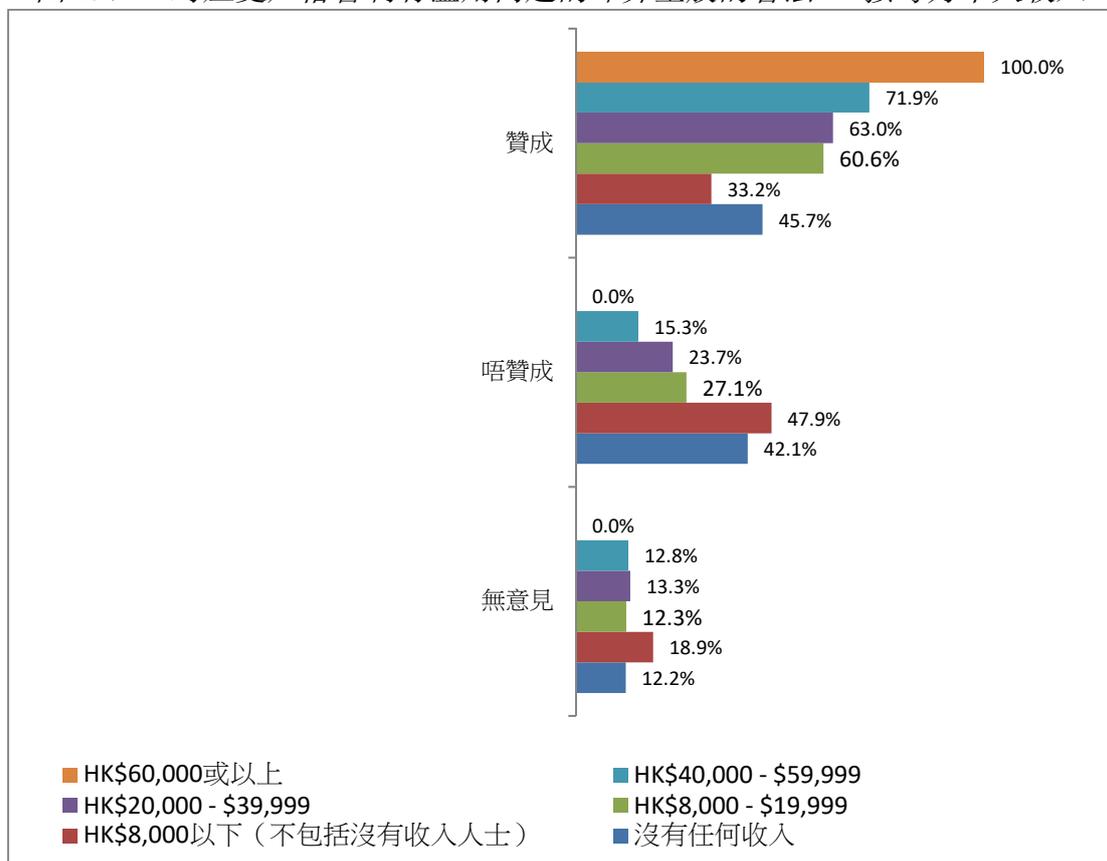
图14： 对应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶的看法- 按教育程度



基数：所有受访者

3.3.5 按每月个人收入分析，所有收入为\$60,000或以上(100.0%); 超过七成收入为 \$40,000 - \$59,999(71.9%); 超过六成收入为\$20,000 - \$39,999(63.0%)、\$8,000 - \$19,999(60.6%); 及四成半没有任何收入(45.7%)的受访者均赞成应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶。另一方面，接近半数收入为\$8,000以下(不包括没有收入人士)(47.9%)的受访者则不赞成此建议。

图 15: 对应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶的看法 – 按每月个人收入

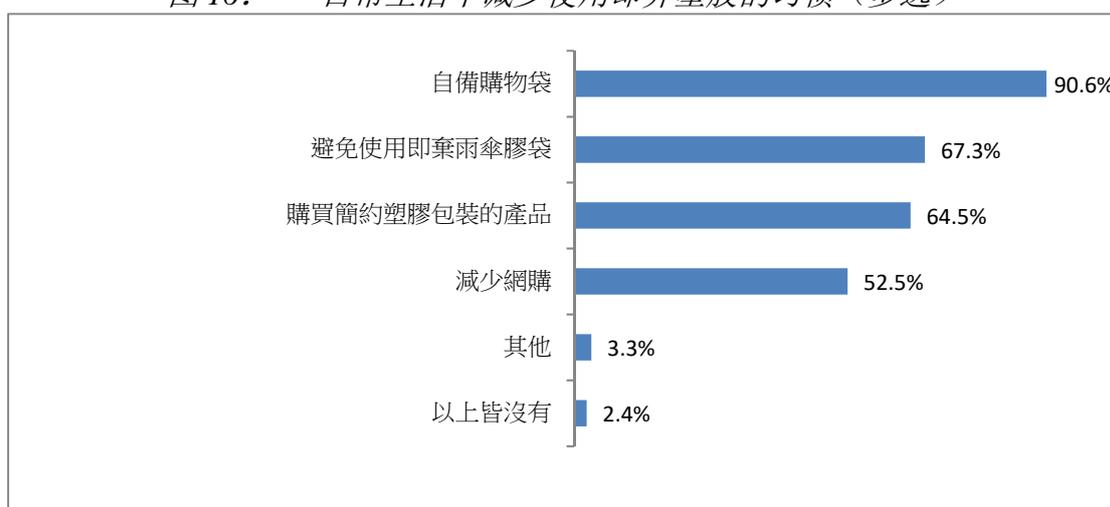


基数：所有受访者

### 3.4 日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯

3.4.1 当被问及在日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯时，大多数的受访者（90.6%）有自备购物袋的习惯，其次是避免使用即弃雨伞胶袋（67.3%）、购买简约塑胶包装的产品（64.5%）及减少网购（52.5%）。只有少数的受访者（2.4%）表示他们在日常生活中并没有减少使用即弃塑胶的习惯。

图 16: 日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯（多选）

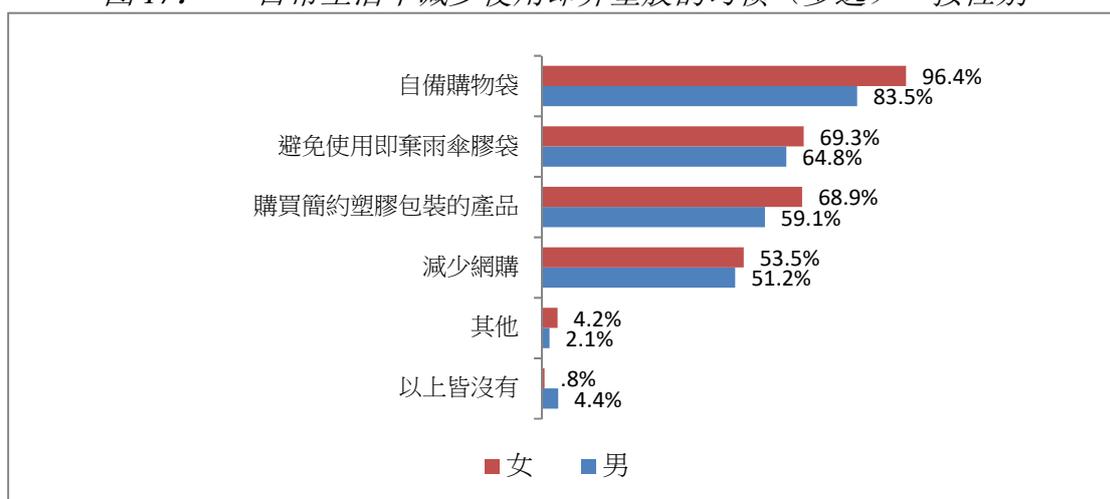


基数：所有受访者

注：[ Q4. 在日常生活，为了减少使用即弃塑胶，你有没有以下的习惯？ ]

3.4.2 女性受访者自备购物袋的习惯占比最高为 96.4%，其次是避免使用即弃雨伞胶袋（69.3%）及购买简约塑胶包装的产品（68.9%）。另一方面，83.5%的男性受访者表示会自备购物袋。只有少数男性（4.4%）及女性受访者（0.8%）表示他们在日常生活中并没有减少使用即弃塑胶的习惯。

图 17: 日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯（多选）- 按性别

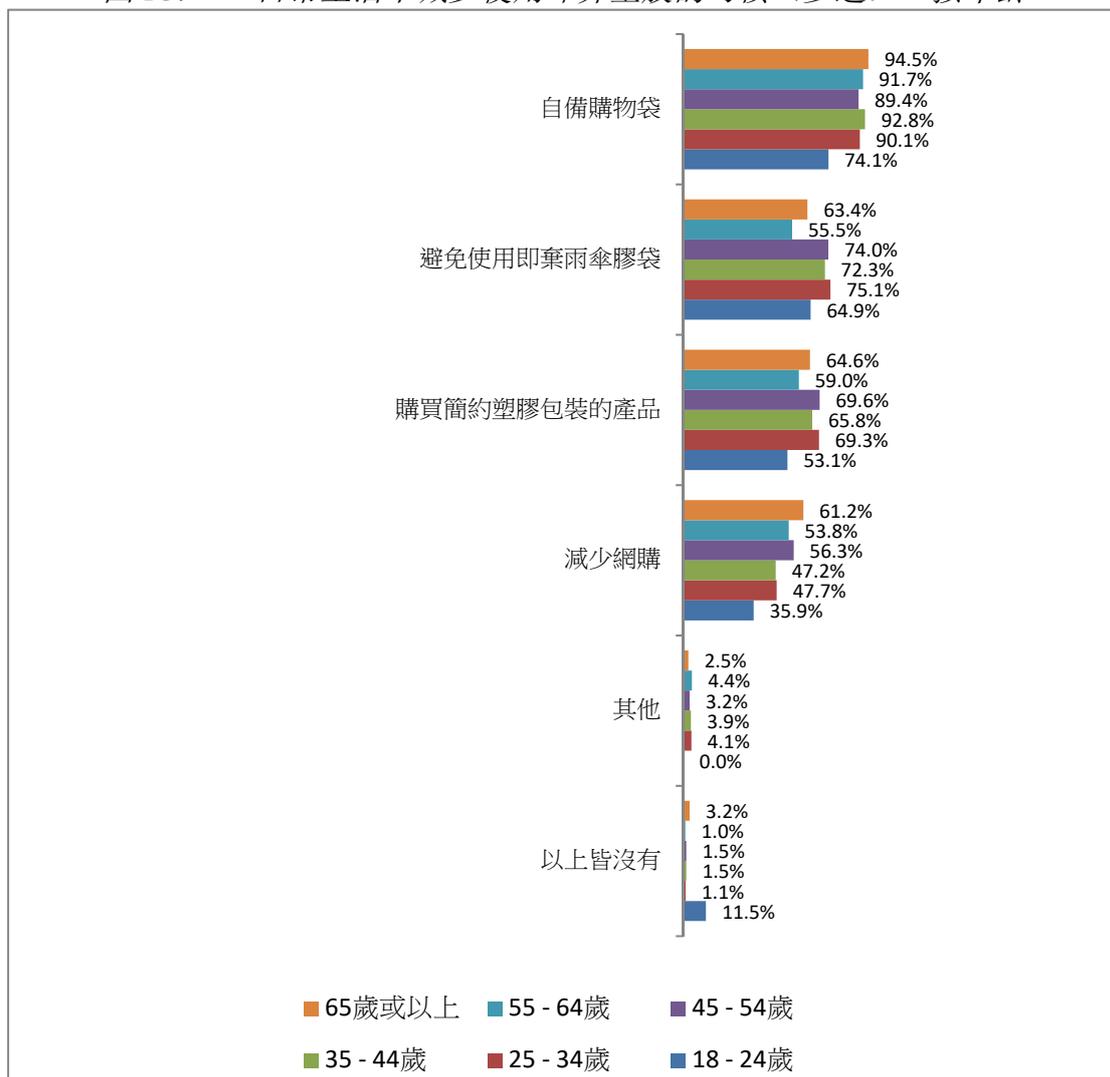


基数：所有受访者

3.4.3 在年龄分布方面，接近七成半年龄介乎 18 至 24 岁（74.1%）；接近九成年龄介乎 45 至 54 岁（89.4%）；超过九成年龄介乎 25 岁至 34 岁（90.1%）、35 至 44 岁（92.8%）、

55 至 64 岁（91.7%）及 65 岁或以上（94.5%）的受访者表示在日常生活中会自备购物袋以减少使用即弃塑胶。

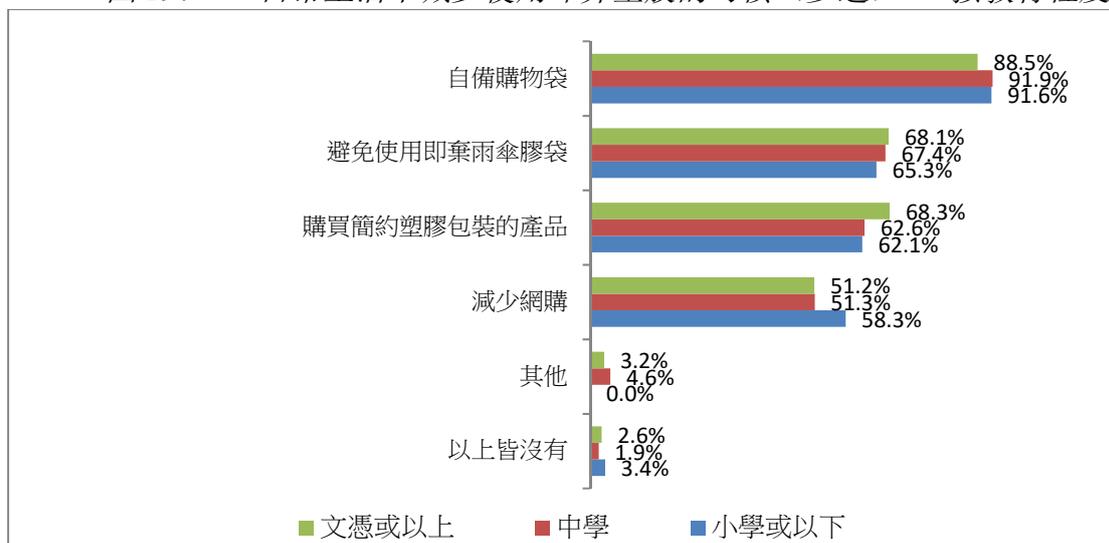
图 18: 日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯（多选）- 按年龄



基数：所有受访者

3.4.4 就教育程度而言，接近九成拥有文凭或以上教育程度（88.5%）；超过九成拥有中学学历（91.9%）及小学或以下教育程度（91.6%）的受访者表示在日常生活中会自备购物袋以减少使用即弃塑胶。

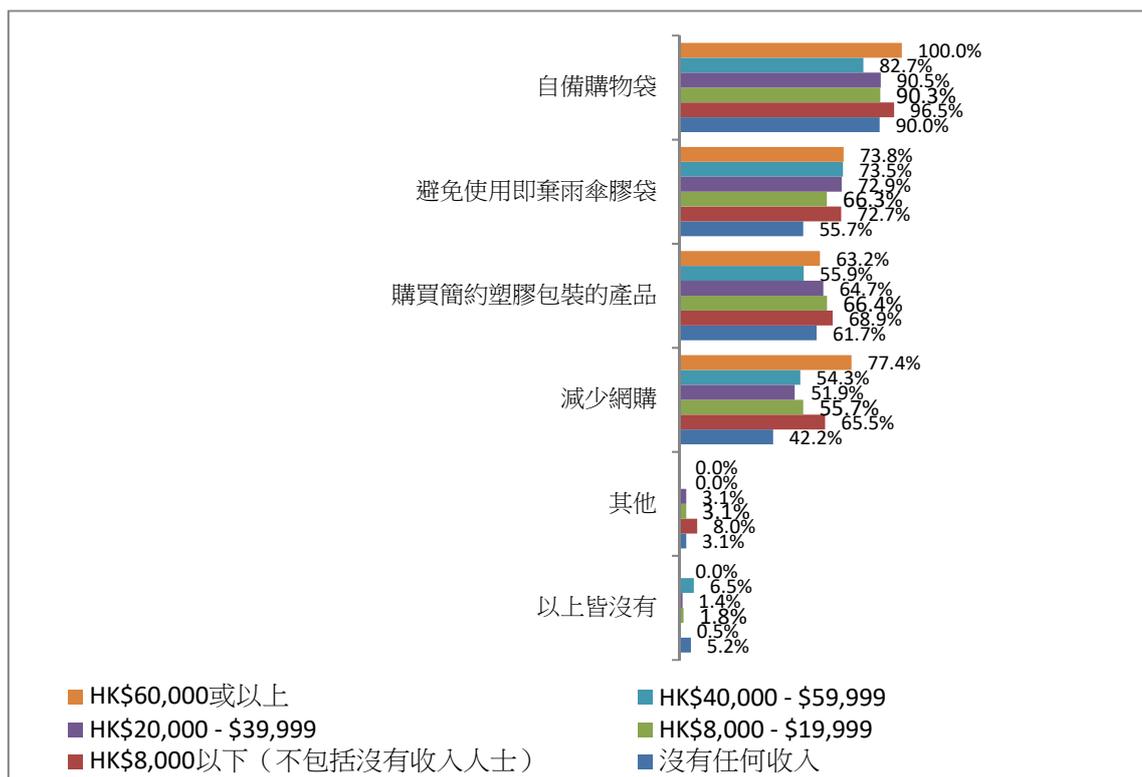
图 19: 日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯（多选） – 按教育程度



基数：所有受访者

3.4.5 按每月个人收入分析，所有收入为\$60,000 或以上（100.0%）及约九成收入为\$20,000 - \$39,999（90.5%）、\$8,000 - \$19,999（90.3%）、\$8,000 以下（不包括没有收入人士）（96.5%）及没有任何收入（90.0%）；及超过八成收入为\$40,000 - \$59,999（82.7%）的受访者表示在日常生活中会自备购物袋以减少使用即弃塑胶。

图 20: 日常生活中减少使用即弃塑胶的习惯 (多选) – 按每月个人收入

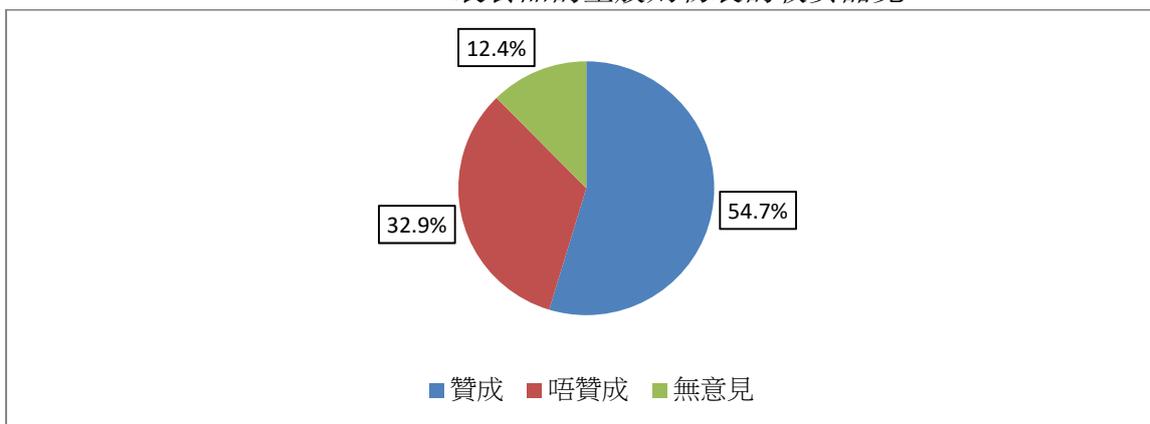


基数: 所有受访者

### 3.5 对塑胶购物袋收费计划的看法-收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免

3.5.1 当被问及应否收紧对商户为冷冻或非气密包装的食品所提供的胶袋收费豁免时，超过半数的受访者（54.7%）赞成应收紧该豁免，超过三成的受访者（32.9%）则不赞成此建议，而 12.4%的受访者则表示无意见。

图 21: 对塑胶购物袋收费计划的看法-收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免

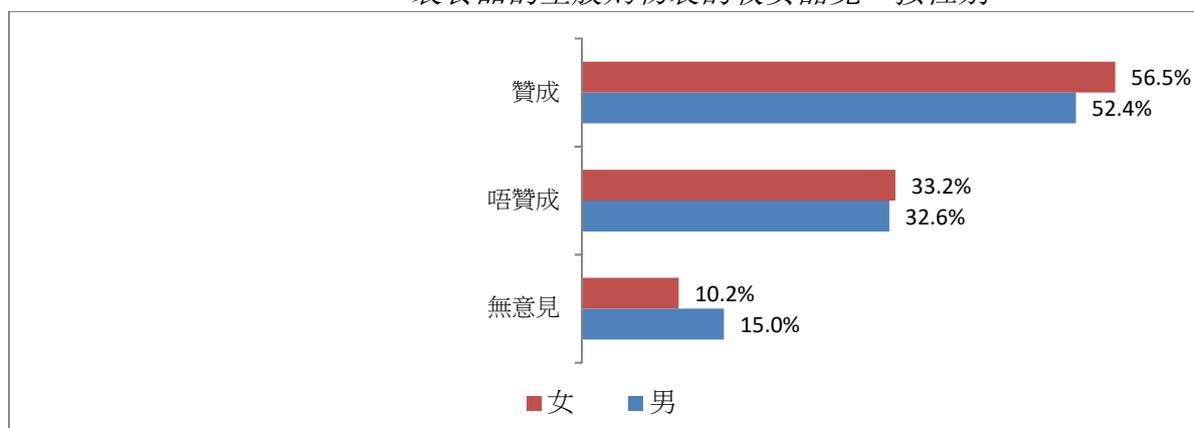


基数: 所有受访者

注: [ Q5. 现时购买冷冻或有透气包装的食品，商户提供的胶袋可豁免胶袋收费，你赞成应收紧这豁免吗？ (单选) ]

3.5.2 就性别而言，超过一半的女性受访者（56.5%）及男性受访者（52.4%）赞成应收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免。

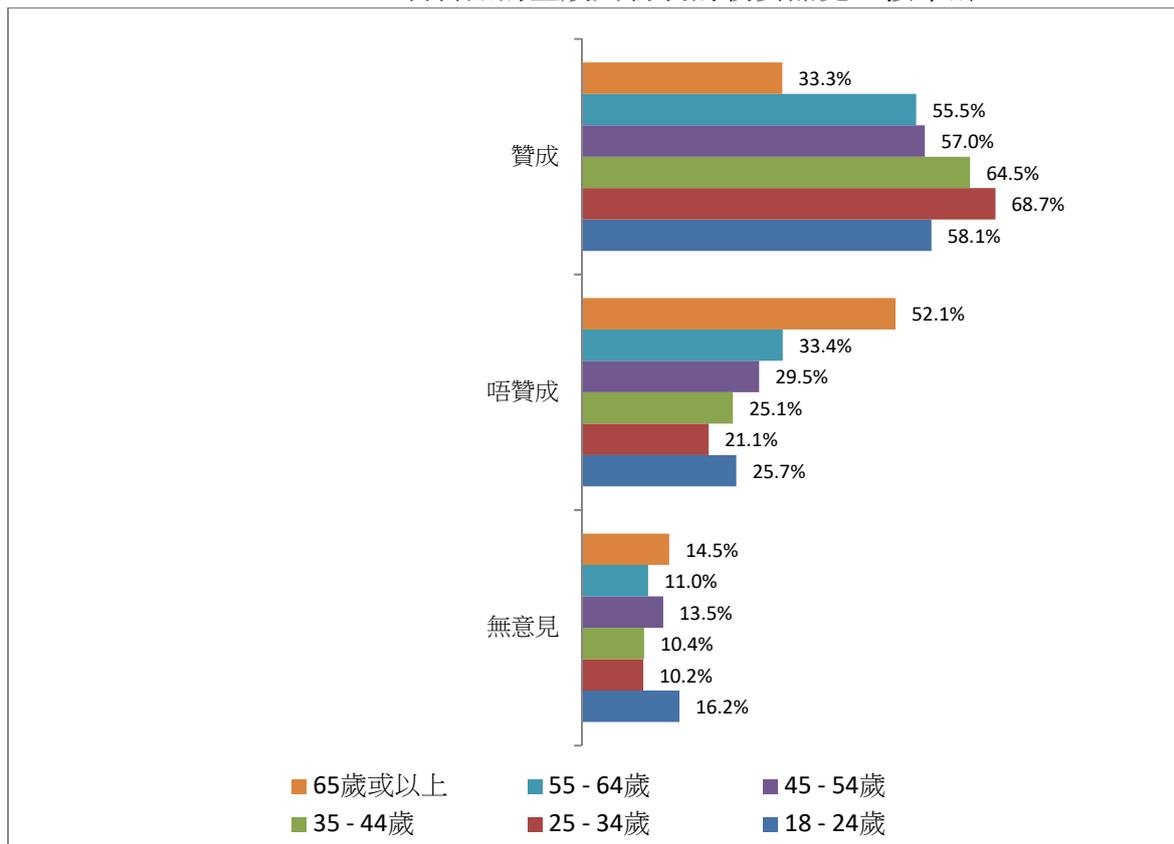
图 22： 对塑胶购物袋收费计划的看法-收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免-按性别



基数：所有受访者

3.5.3 在年龄分布方面，超过六成半 25 岁至 34 岁（68.7%）；约六成半 35 至 44 岁（64.5%）；及超过五成半 18 至 24 岁（58.1%）、45 至 54 岁（57.0%）和 55 至 64 岁（55.5%）的受访者赞成应收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免，超过半数 65 岁或以上（52.1%）的受访者则不赞成此建议。

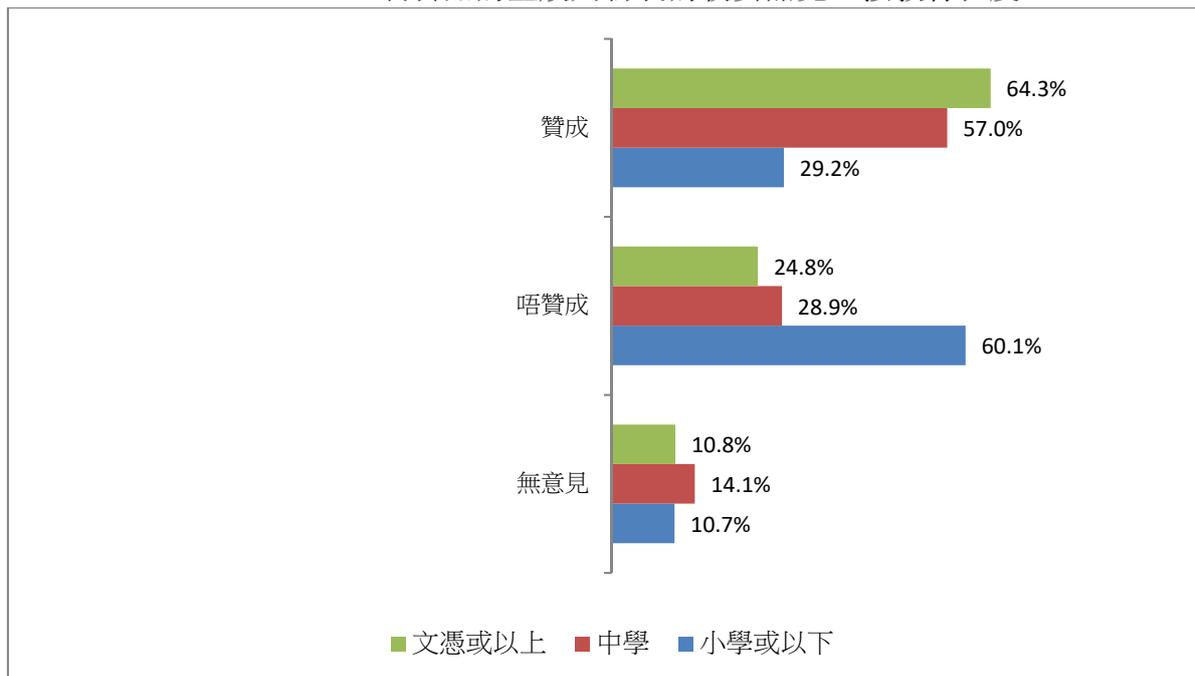
图23: 对塑胶购物袋收费计划的看法—收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免—按年龄



基数：所有受访者

3.5.4 就教育程度而言，接近六成半拥有文凭或以上教育程度（64.3%）及超过五成半拥有中学学历（57.0%）的受访者赞成应收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免；约六成拥有小学或以下教育程度的受访者（60.1%）则不赞成此建议，反映具有较高教育程度的受访者更倾向接受应收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免建议。

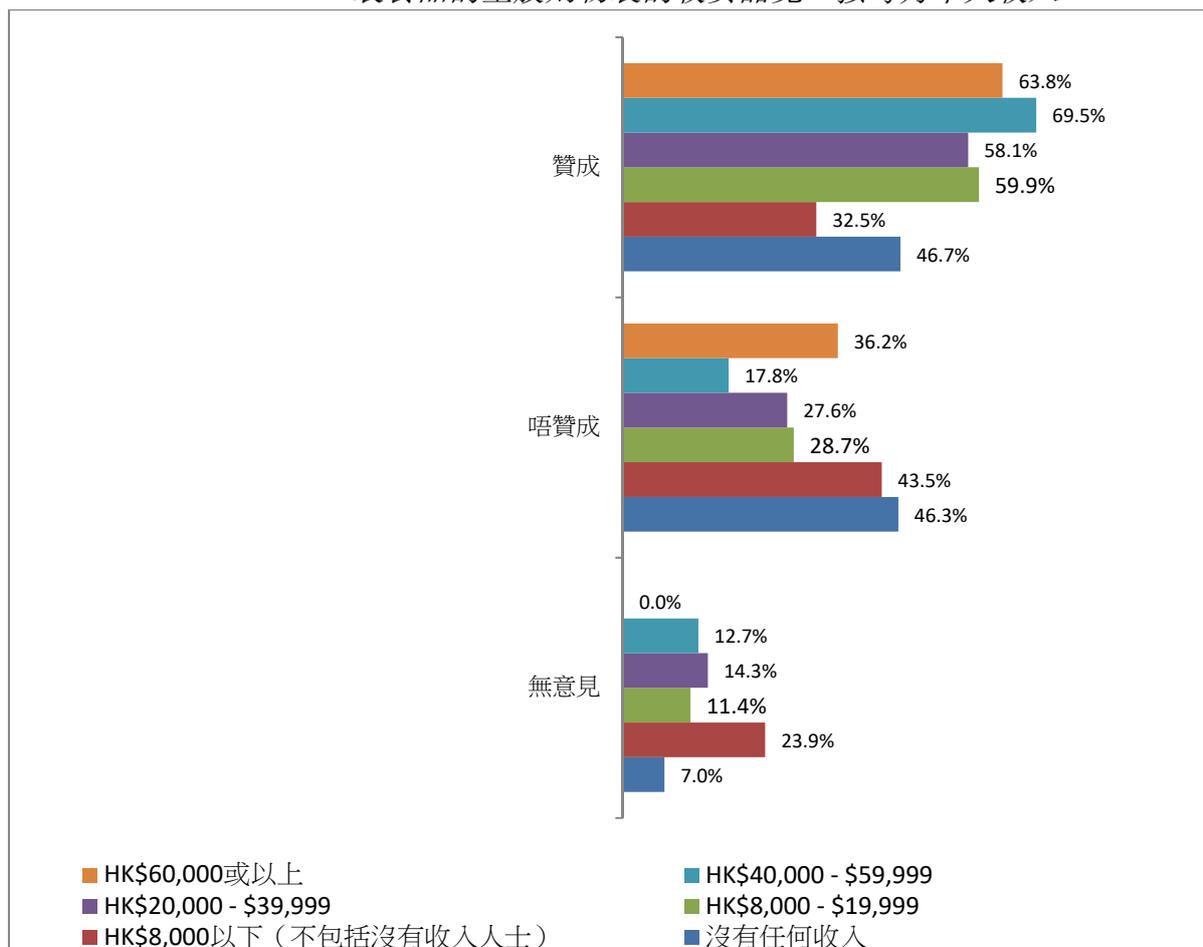
图24： 对塑胶购物袋收费计划的看法—收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免—按教育程度



基数：所有受访者

3.5.5 按每月个人收入分析，超过六成收入为\$60,000 或以上（63.8%）、\$40,000 - \$59,999（69.5%）；接近六成收入为\$20,000 - \$39,999（58.1%）、\$8,000 - \$19,999（59.9%）；及超过四成半没有任何收入（46.7%）的受访者均赞成应收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免。另一方面，接近四成半收入为\$8,000 以下（不包括没有收入人士）（43.5%）的受访者则不赞成此建议。

图 25： 对塑胶购物袋收费计划的看法—收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免—按每月个人收入

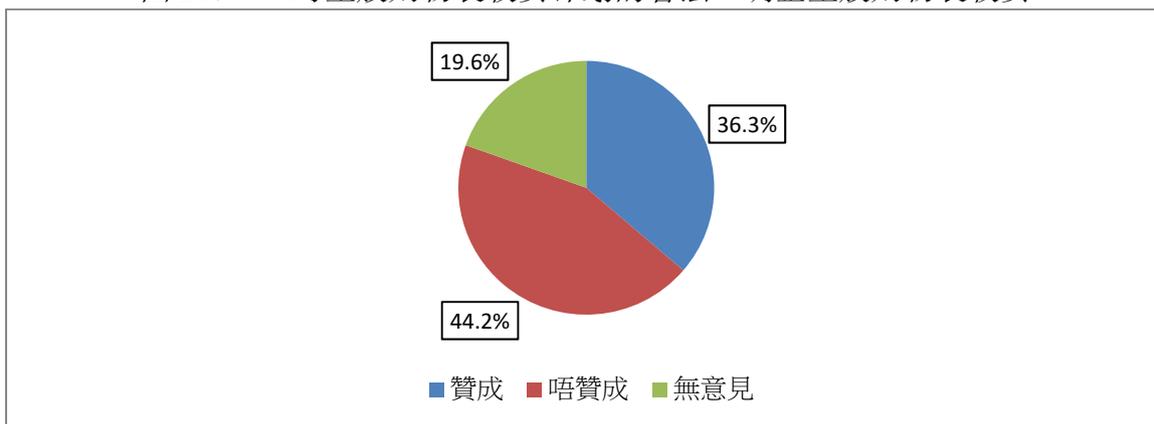


基数：所有受访者

### 3.6 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 调整塑胶购物袋收费可令市民减少使用塑胶购物袋

3.6.1 当分析受访者对调高塑胶购物袋收费能否令市民减少使用塑胶购物袋的看法时，接近四成半的受访者（44.2%）表示不赞成调高塑胶购物袋收费可令市民减少使用塑胶购物袋，36.3%的受访者则赞成此建议，而接近两成的受访者（19.6%）表示无意见。

图26: 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 调整塑胶购物袋收费

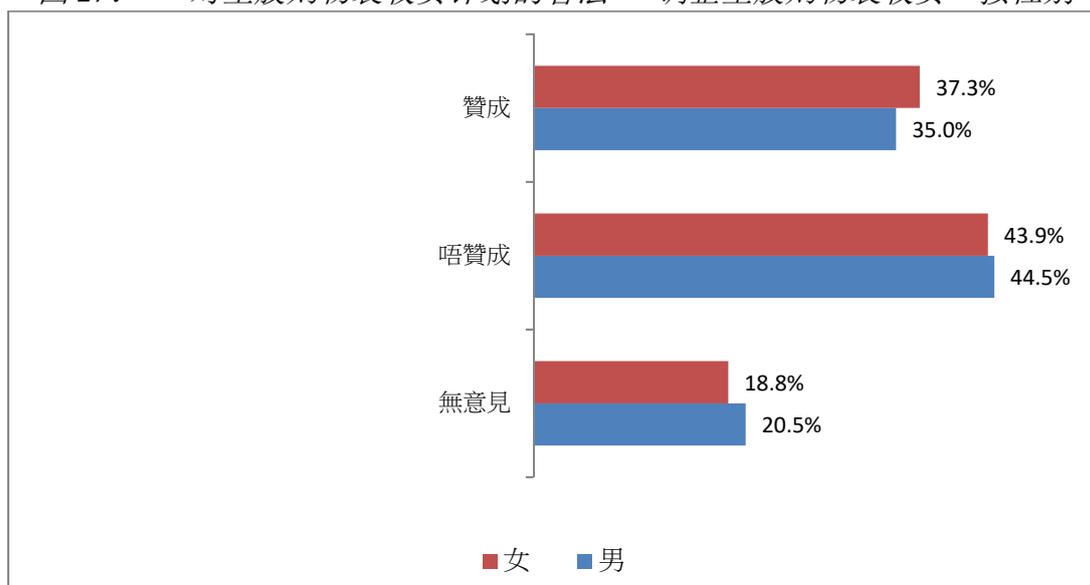


基数: 所有受访者

注: [ Q6. 你赞唔赞成调高胶袋收费可令市民减少使用胶袋? (单选) ]

3.6.2 就性别而言, 男性和女性受访者在是否赞成调高塑胶购物袋收费上的意见相若。接近四成半的女性 (43.9%) 及男性受访者 (44.5%) 均不赞成提高塑胶购物袋收费可令市民减少使用塑胶购物袋。

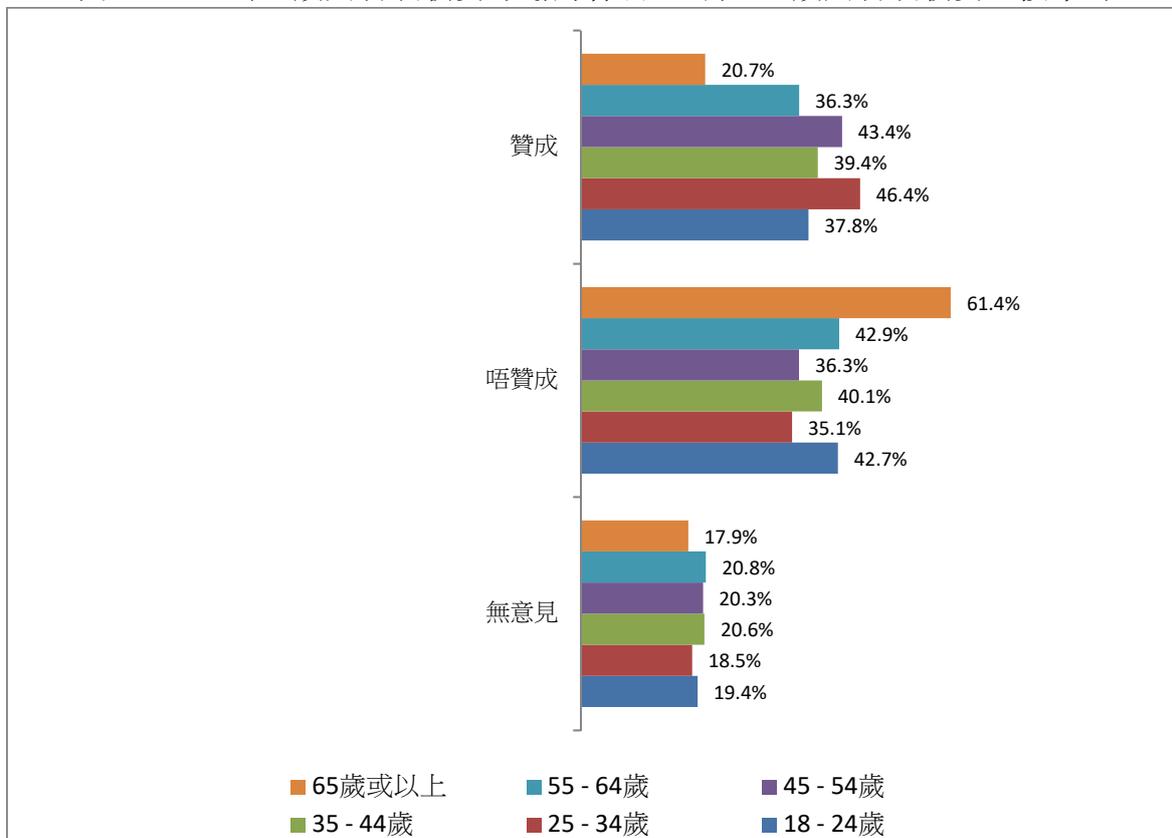
图27: 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 调整塑胶购物袋收费 – 按性别



基数: 所有受访者

3.6.3 在年龄分布方面，超过四成 18 至 24 岁（42.7%）、35 至 44 岁（40.1%）、55 至 64 岁（42.9%）及超过六成 65 岁或以上（61.4%）的受访者不赞成调高塑胶购物袋收费可令市民减少使用塑胶购物袋，而超过四成半 25 岁至 34 岁（46.4%）及接近四成半 45 至 54 岁（43.4%）的受访者则赞成此建议。

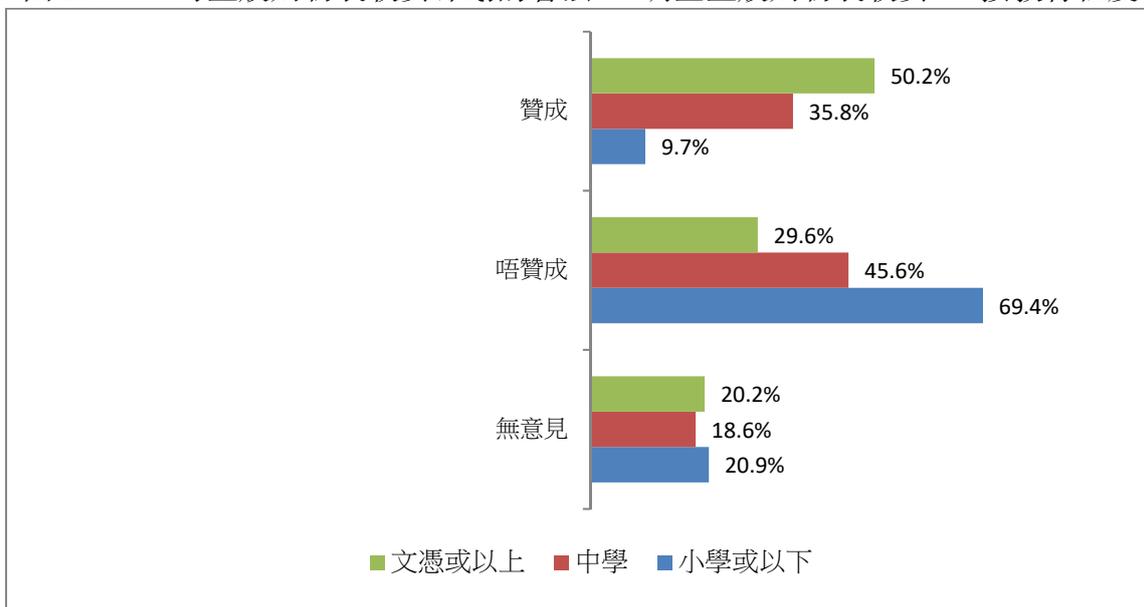
图28： 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 调整塑胶购物袋收费- 按年龄



基数：所有受访者

3.6.4 根据教育程度，约半数具有文凭或以上教育程度（50.2%）的受访者赞成调高塑胶购物袋收费可令市民减少使用塑胶购物袋；接近七成具有小学或以下教育程度（69.4%）及四成半中学学历（45.6%）的受访者则不赞成。这反映具有较高教育程度的受访者更倾向同意调高塑胶购物袋收费。

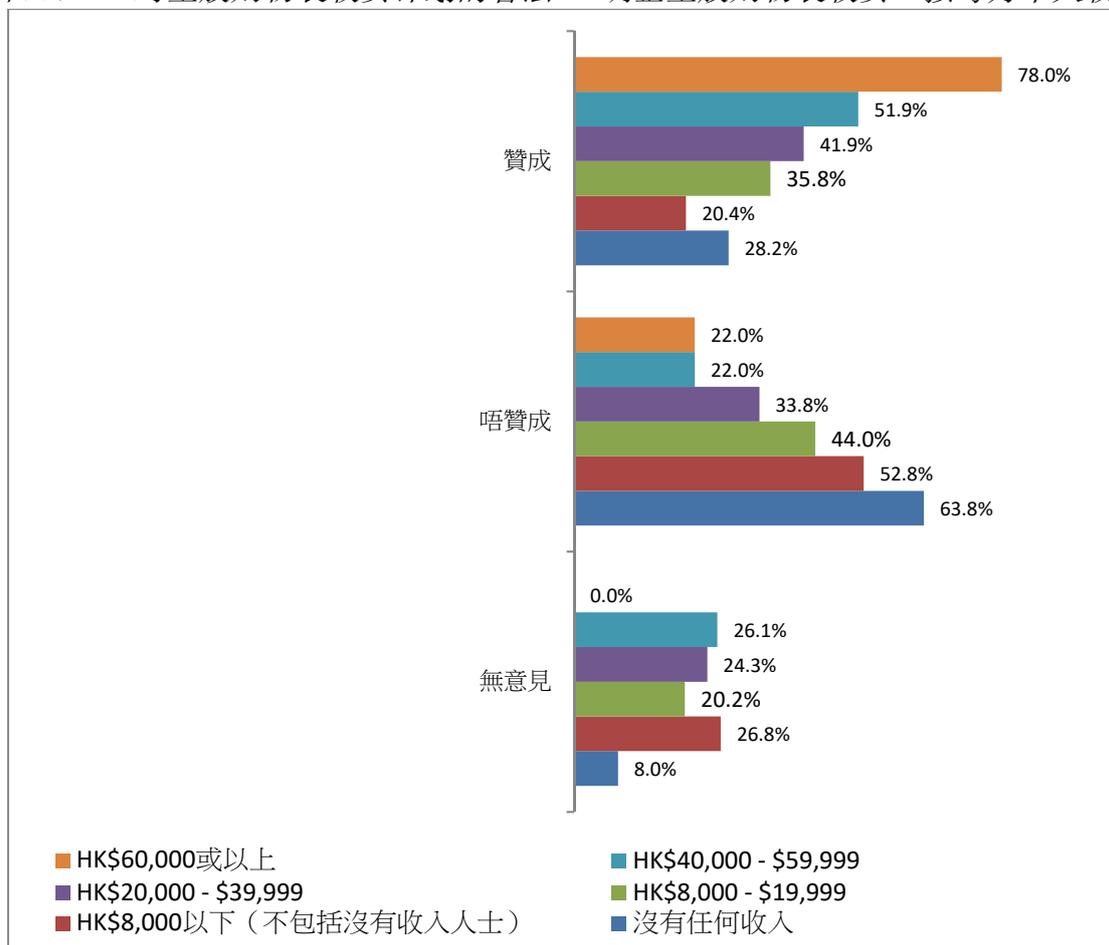
图29： 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 调整塑胶购物袋收费 – 按教育程度



基数：所有受访者

3.6.5 按每月个人收入分析，接近八成收入为\$60,000 或以上（78.0%）、超过半数收入为\$40,000 - \$59,999（51.9%）及超过四成收入为 \$20,000 - \$39,999（41.9%）的受访者同意调高塑胶购物袋收费。另一方面，接近四成半收入为\$8,000 - \$19,999（44.0%）；超过半数\$8,000 以下(不包括没有收入人士)(52.8%)；及超过六成没有任何收入(63.8%)的受访者则不同意此建议。

图 30: 对塑胶购物袋收费计划的看法 – 调整塑胶购物袋收费– 按每月个人收入

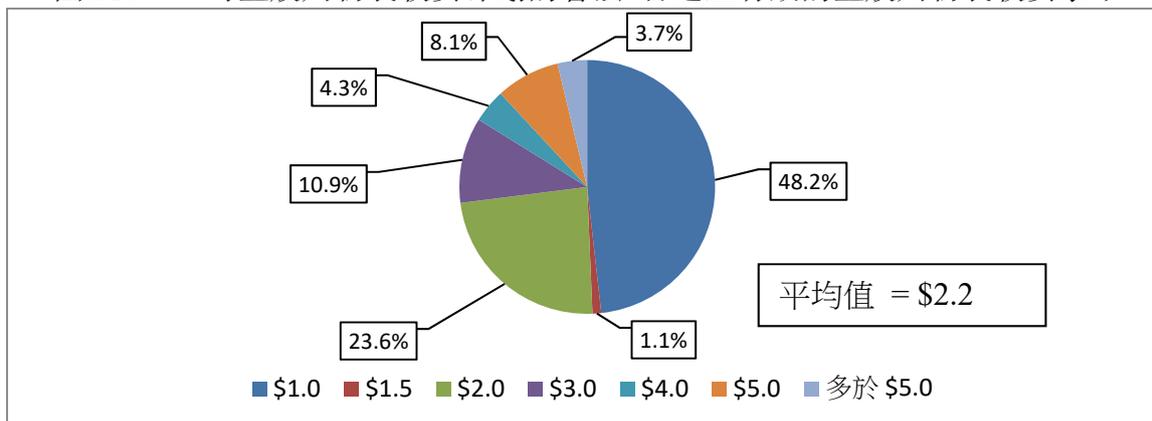


基数：所有受访者

### 3.7 对塑胶购物袋收费计划的看法—合适且有效塑胶购物袋收费水平

3.7.1 在所有赞成调高塑胶购物袋收费的受访者当中，近半数的受访者（48.2%）认为塑胶购物袋收费增加至\$1.0 才可令市民不使用塑胶购物袋，其次为\$2.0(23.6%)及\$3.0(10.9%)。而只有 1.1%的受访者认为塑胶购物袋收费增加至\$1.5 才可令市民不使用塑胶购物袋。合适并且有效的塑胶购物袋收费水平的平均值为\$2.2。

图31： 对塑胶购物袋收费计划的看法—合适且有效的塑胶购物袋收费水平

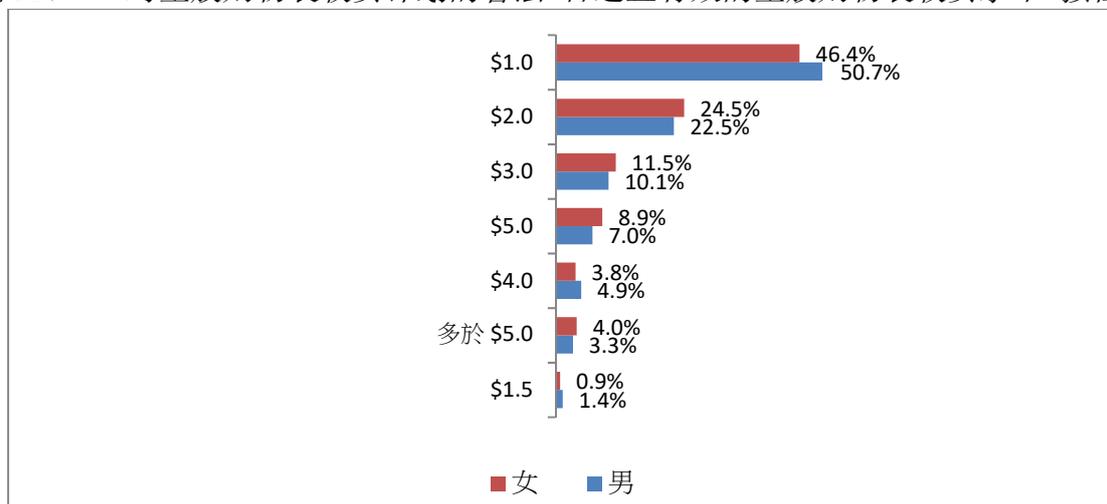


基数：所有赞成调整塑胶购物袋收费水平的受访者

注：[Q7. 你觉得胶袋收费增加至多少钱，市民才不会使用胶袋？（市民可提出任意答案）]

3.7.2 就性别而言，近一半的女性受访者（46.4%）及约一半男性受访者（50.7%）建议上调塑胶购物袋收费水平至\$1.0 才可令市民不会使用塑胶购物袋。

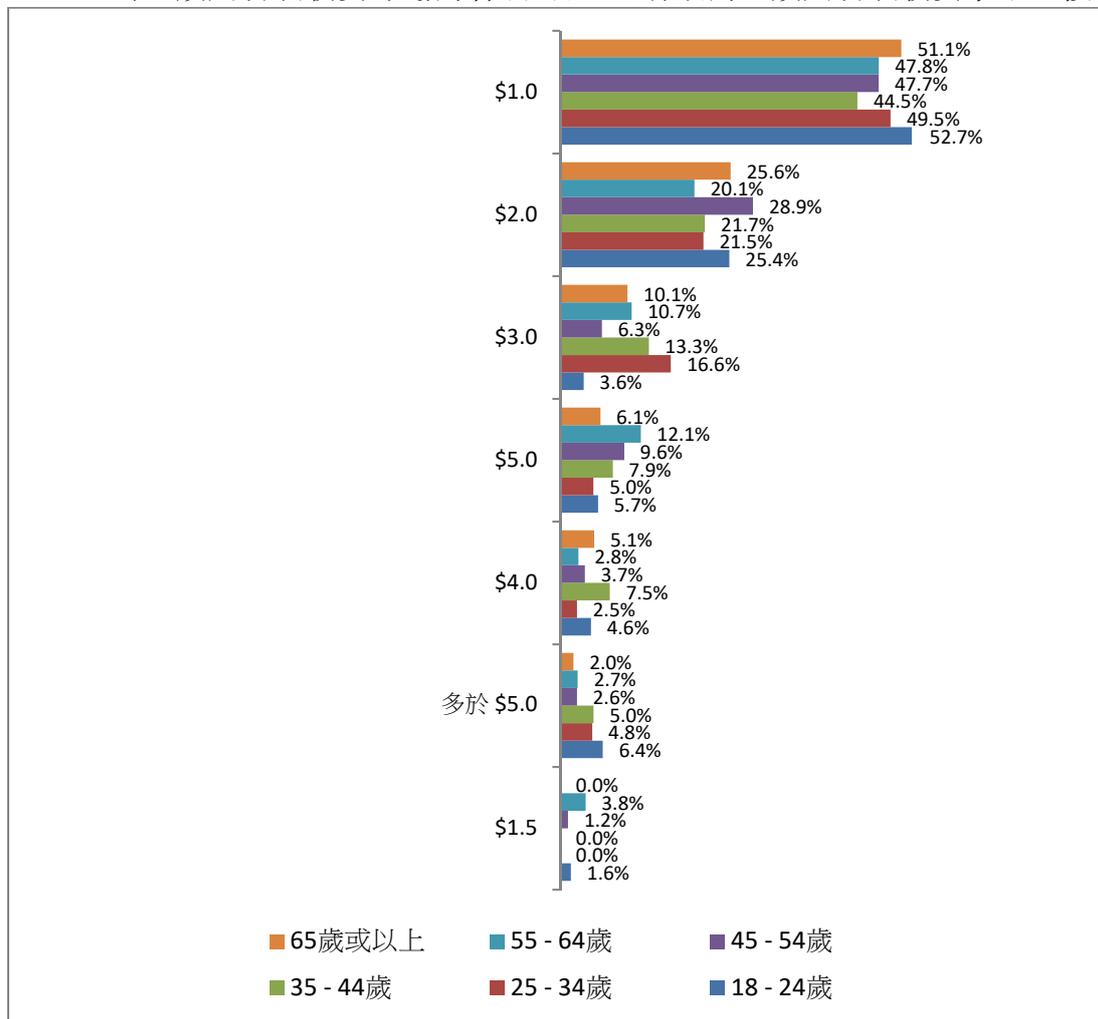
图32： 对塑胶购物袋收费计划的看法—合适且有效的塑胶购物袋收费水平—按性别



基数：所有赞成调整塑胶购物袋收费水平的受访者

3.7.3 在年龄分布方面，超过半数 18 至 24 岁（52.7%）、65 岁或以上（51.1%）；超过四成半 25 岁至 34 岁（49.5%）、45 至 54 岁（47.7%）、55 至 64 岁（47.8%）；及接近四成半 35 至 44 岁（44.5%）的受访者认为提高塑胶购物袋收费水平至\$1.0 才可令市民不使用塑胶购物袋。

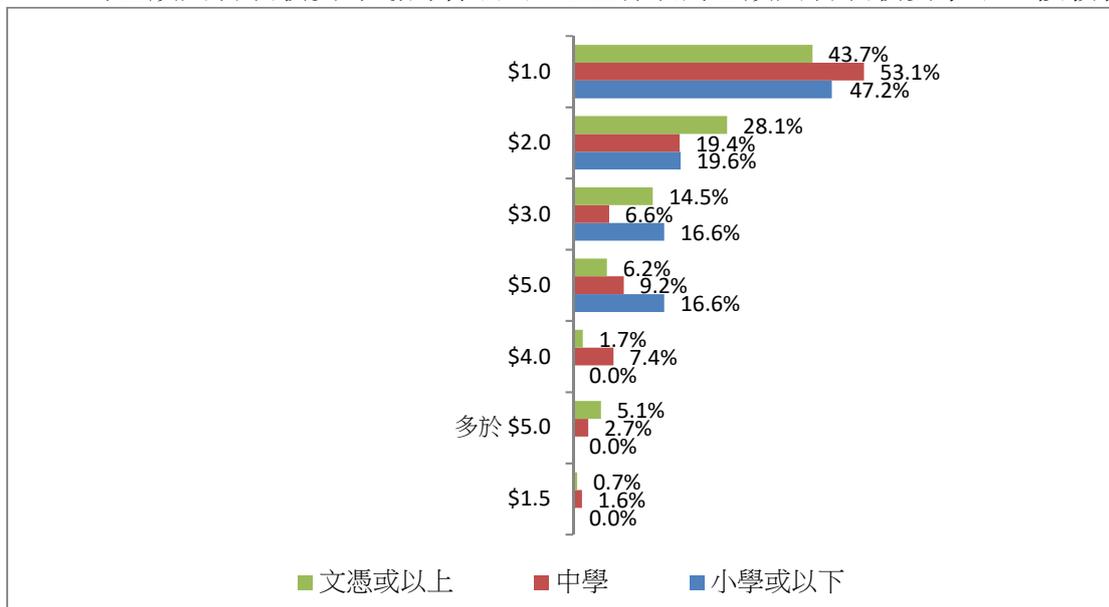
图 33： 对塑胶购物袋收费计划的看法-合适且有效的塑胶购物袋收费水平-按年龄



基数：所有赞成调整塑胶购物袋收费水平的受访者

3.7.4 就教育程度而言，接近四成半拥有文凭或以上教育程度（43.7%），接近五成半具有中学学历（53.1%）；及超过四成半拥有小学或以下教育程度（47.2%）的受访者表示提高塑胶购物袋收费水平至\$1.0 才可令市民不使用塑胶购物袋。

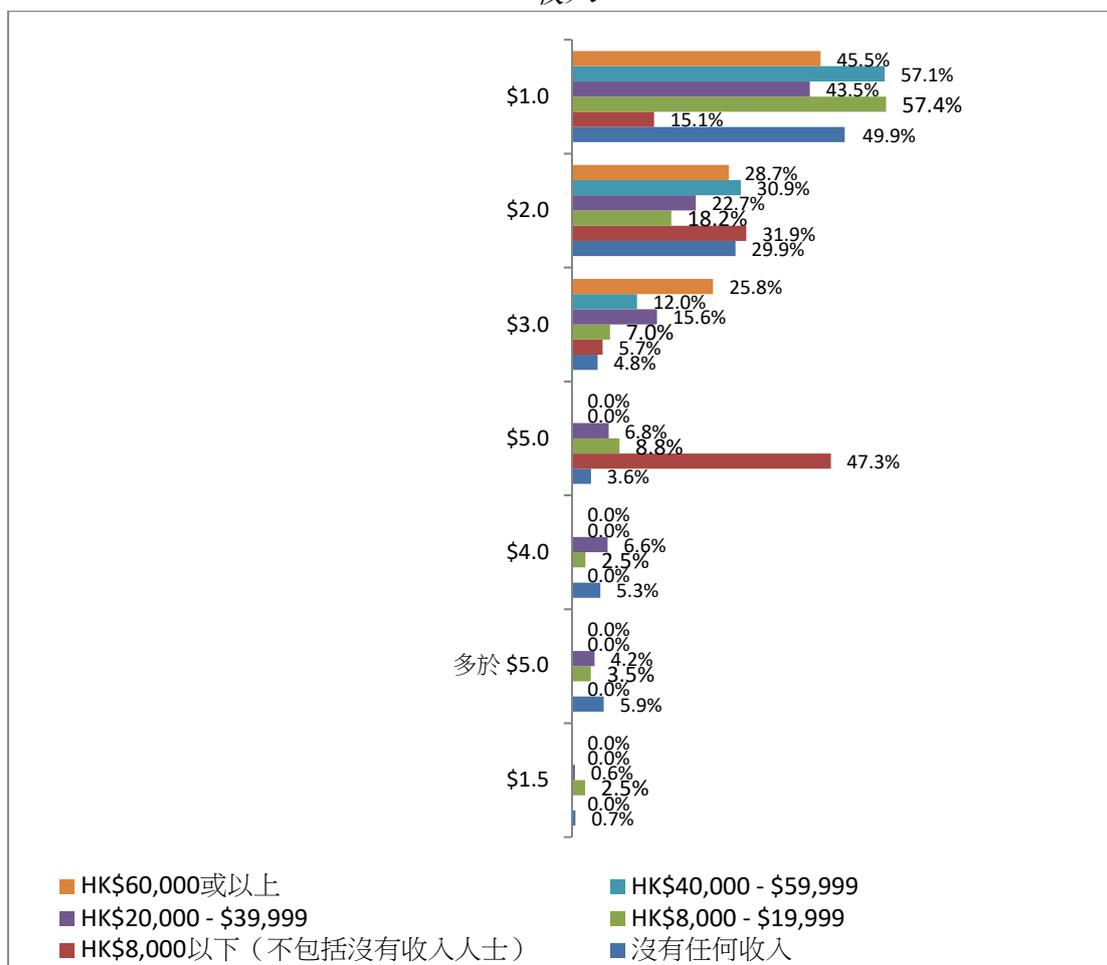
图34： 对塑胶购物袋收费计划的看法-合适且有效的塑胶购物袋收费水平-按教育程度



基数：所有赞成调整塑胶购物袋收费水平的受访者

3.7.5 按每月个人收入分析，约四成半收入为\$60,000或以上（45.5%）、接近四成半收入为\$20,000 - \$39,999（43.5%）及接近一半没有任何收入（49.9%）；超过五成半收入为\$40,000 - \$59,999（57.1%）、\$8,000 - \$19,999（57.4%）的受访者认为提高塑胶购物袋收费水平至\$1.0可令市民不使用塑胶购物袋。而超过四成半收入为\$8,000以下（不包括没有收入人士）（47.3%）的受访者认为提高塑胶购物袋收费水平至\$5.0才可令市民不使用塑胶购物袋。

图35： 对塑胶购物袋收费计划的看法-合适且有效的塑胶购物袋收费水平-按每月个人收入

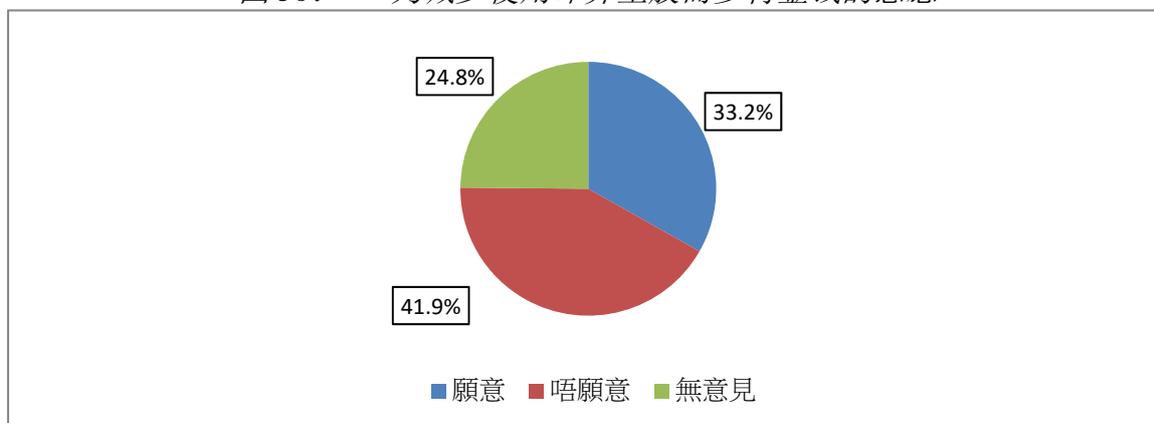


基数：所有赞成调整塑胶购物袋收费水平的受访者

### 3.8 为减少使用即弃塑胶而多付金钱的意愿

3.8.1 当被问及是否愿意多付金钱以减少使用即弃塑胶时，超过四成的受访者（41.9%）表示不愿意多付钱以减少使用即弃塑胶；33.2%的受访者则表示愿意多付钱及 24.8%的受访者表示无意见。

图36： 为减少使用即弃塑胶而多付金钱的意愿

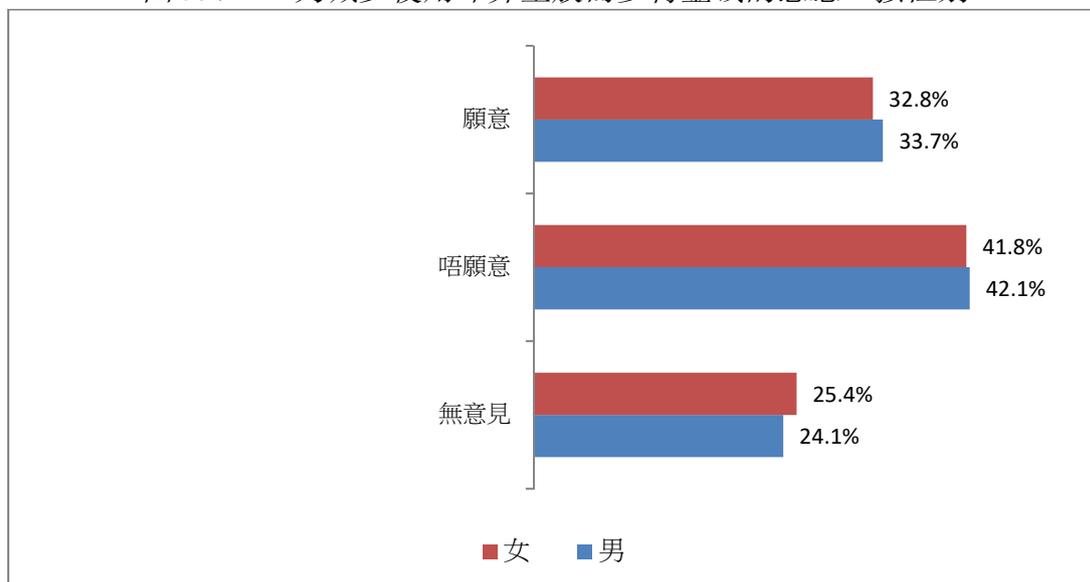


基数：所有受访者

注：[Q8. 塑胶被广泛使用的其中一个原因是价格便宜，使用非塑胶或可重用的替代品可能会令产品价格上升。为了减少使用即弃塑胶，你愿意多付钱吗？（单选）]

3.8.2 就性别而言，超过四成的女性（41.8%）及男性受访者（42.1%）不愿意多付金钱以减少使用即弃塑胶。

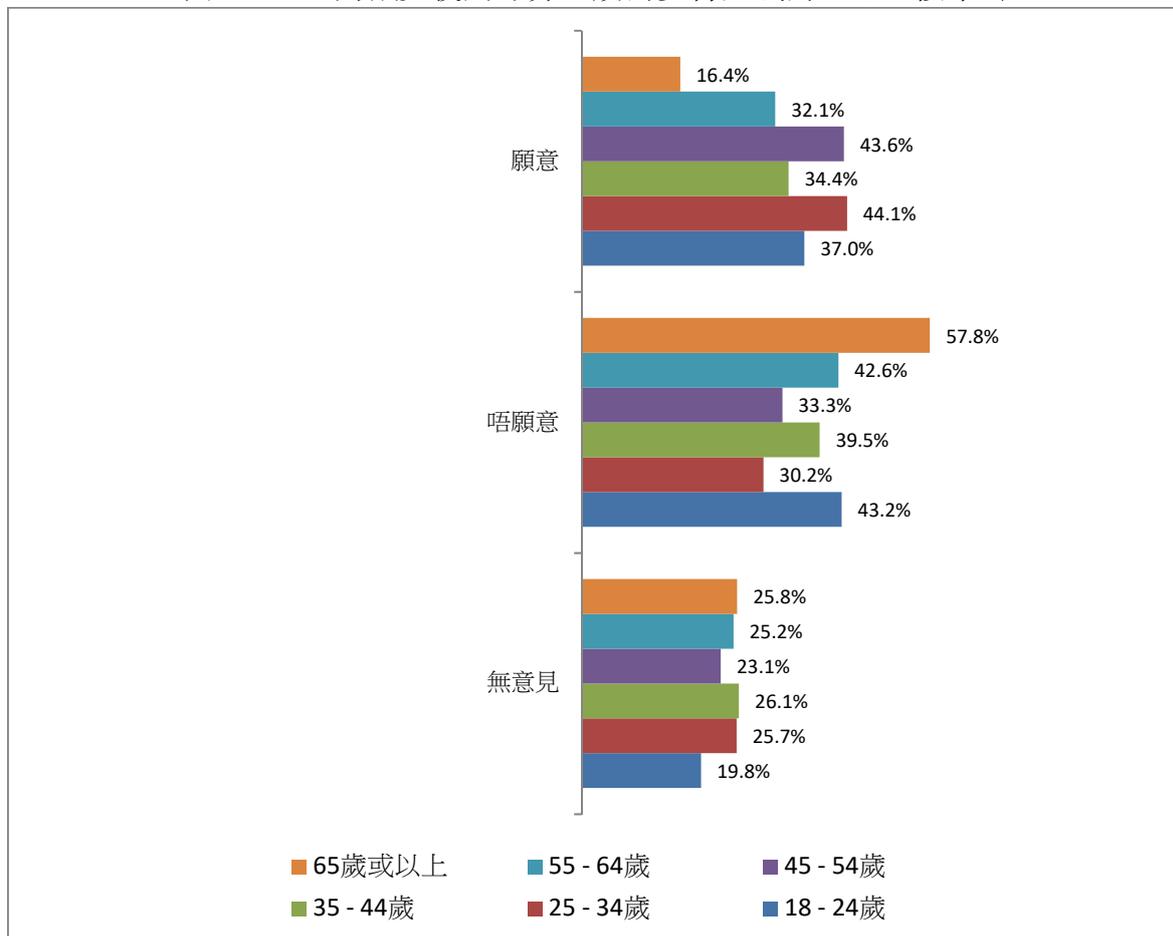
图37： 为减少使用即弃塑胶而多付金钱的意愿 – 按性别



基数：所有受访者

3.8.3 在年龄分布方面，超过四成 18 至 24 岁（43.2%）及 55 至 64 岁（42.6%）、接近四成 35 至 44 岁（39.5%）及超过五成半 65 岁或以上（57.8%）的受访者不愿意多付金钱以减少使用即弃塑胶；接近四成半 25 岁至 34 岁（44.1%）及 45 至 54 岁（43.6%）的受访者则表示愿意多付钱。

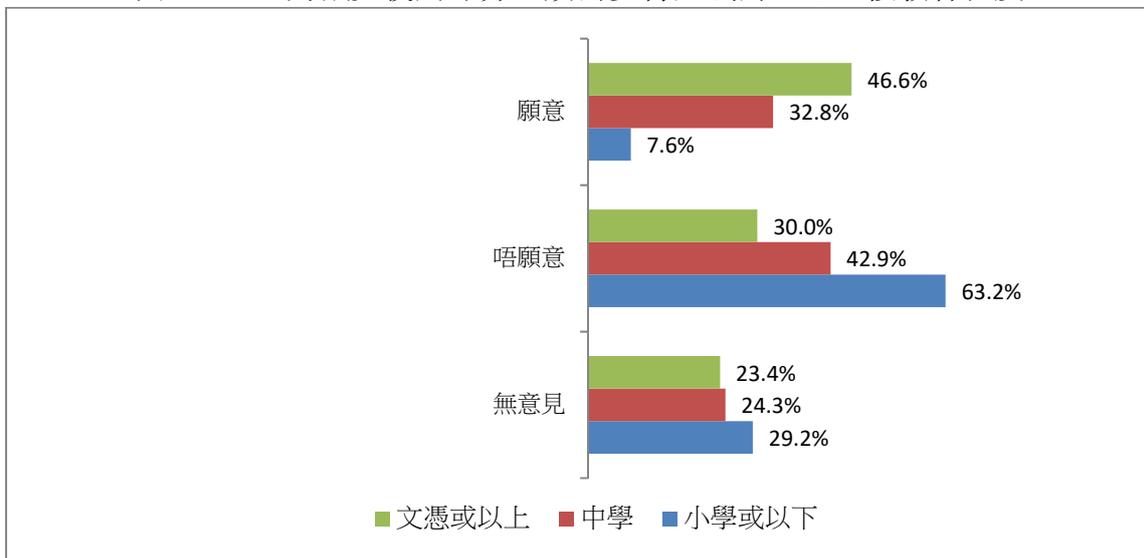
图 38: 为减少使用即弃塑胶而多付金钱的意愿 – 按年龄



基数：所有受访者

3.8.4 根据教育程度，超过四成半具有文凭或以上教育程度（46.6%）的受访者愿意多付金钱以减少使用即弃塑胶；超过六成具有小学或以下教育程度（63.2%）；及超过四成中学学历（42.9%）的受访者则表示不愿意多付钱，反映较高教育程度的受访者更愿意多付金钱以减少使用即弃塑胶。

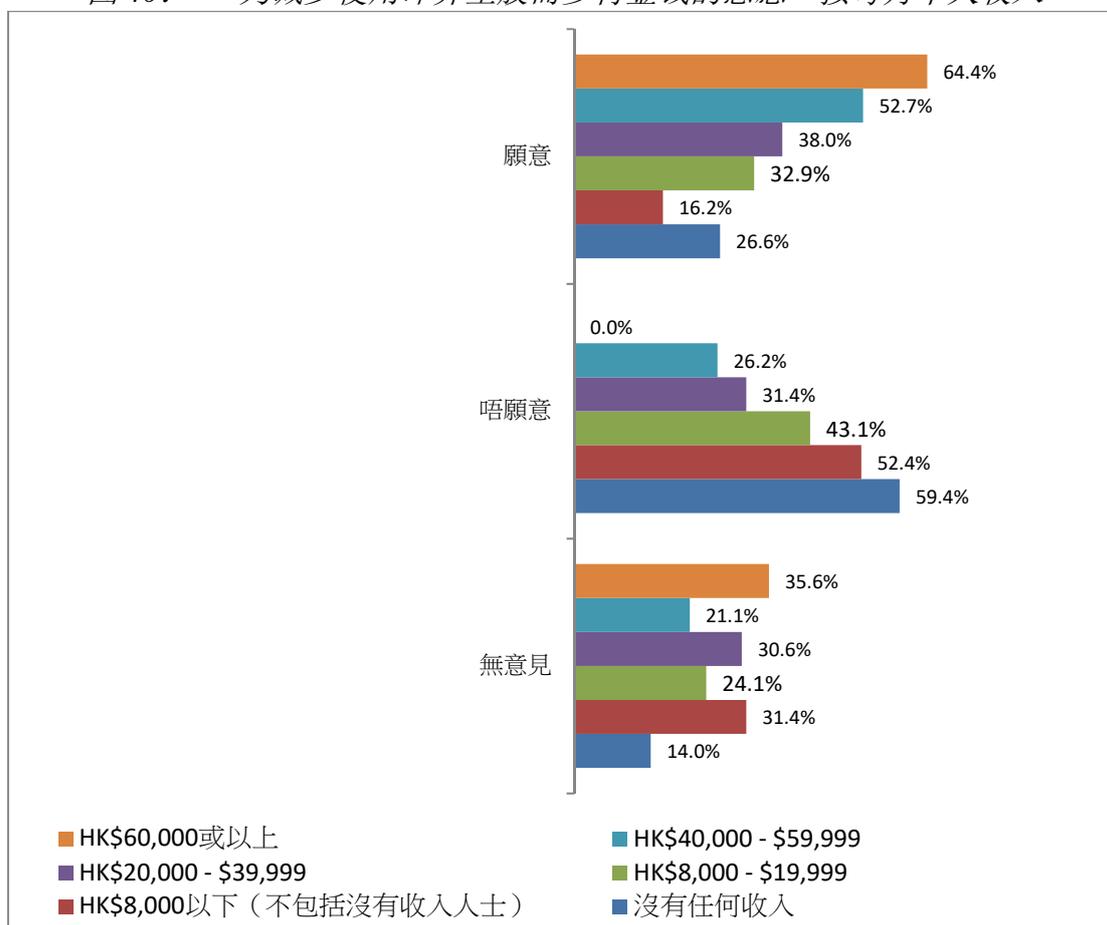
图39： 为减少使用即弃塑胶而多付金钱的意愿 – 按教育程度



基数：所有受访者

3.8.5 按每月个人收入分析，接近六成半收入为\$60,000 或以上（64.4%）；超过半数收入为\$40,000 - \$59,999（52.7%）；及接近四成收入为\$20,000 - \$39,999（38.0%）的受访者愿意多金付钱以减少使用即弃塑胶。另一方面，超过四成收入为\$8,000 - \$19,999（43.1%）；超过半数收入为\$8,000 以下（不包括没有收入人士）（52.4%）；及接近六成没有任何收入（59.4%）的受访者则表示不愿意多付钱。

图 40： 为减少使用即弃塑胶而多付金钱的意愿 – 按每月个人收入

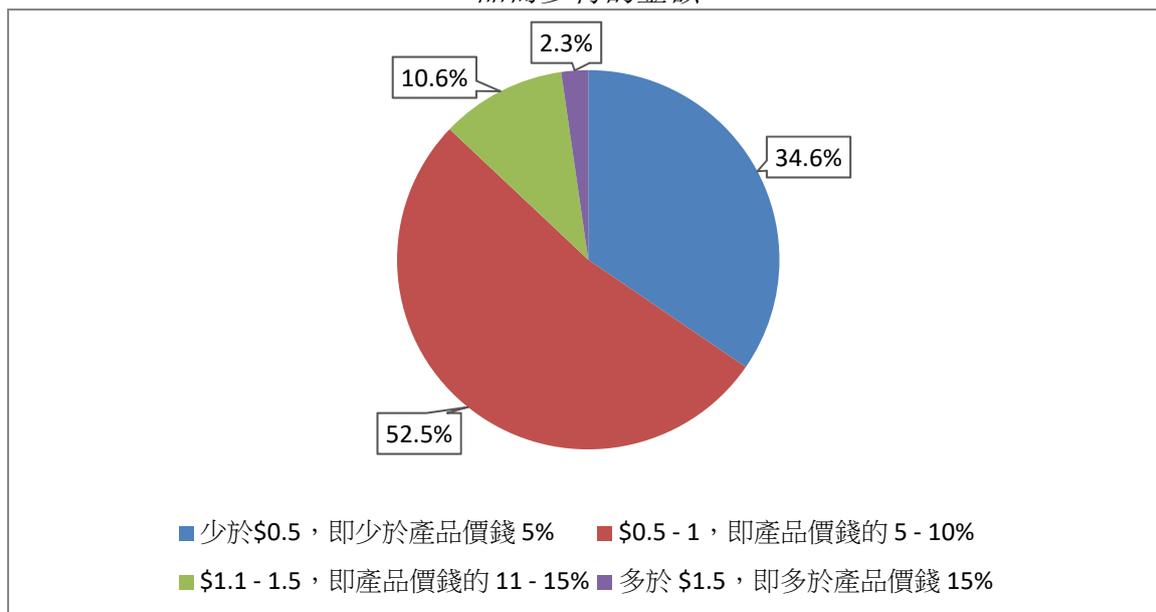


基数：所有受访者

### 3.9 受访者愿意多付金钱购买非塑胶或可重用的替代品的意见

3.9.1 在所有愿意多付金钱以减少使用即弃塑胶的受访者当中，超过半数的受访者（52.5%）表示他们愿意多付\$0.5 - \$1（即产品价钱的 5-10%）去购买非塑胶或可重用的替代品；其次是少于\$0.5，即少于产品价钱的 5%（34.6%）及\$1.1 - \$1.5，即产品价钱的 11-15%（10.6%）。只有少数的受访者（2.3%）愿意多付多于\$1.5（即多于产品价钱 15%）去购买非塑胶或可重用的替代品。

图41： 假设一件即弃塑胶产品的价钱为\$10，受访者愿意为购买非塑胶或可重用的替代品而多付的金额

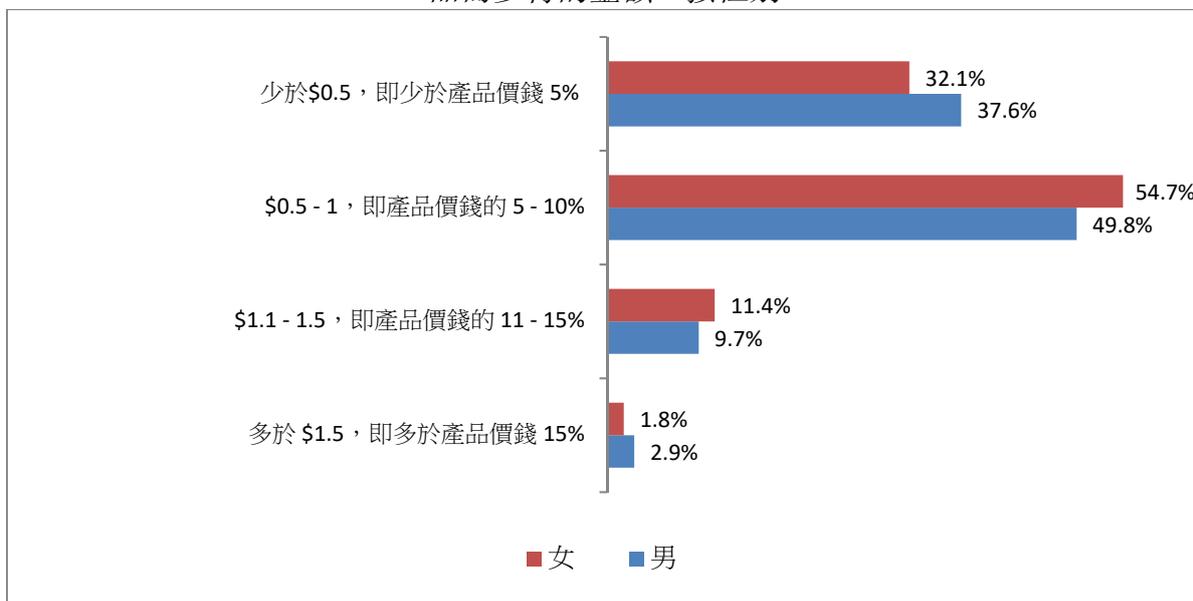


基数：所有愿意为减少使用即弃塑胶多付金钱的受访者

注：[Q9. 假设一件即弃塑胶产品的价钱为\$10，你会愿意多付多少钱去购买非塑胶或可重用的替代品？（单选）]

3.9.2 就性别而言，超过五成的女性（54.7%）及约五成的男性受访者（49.8%）表示他们愿意多付\$0.5 - \$1（即产品价格的 5-10%）去购买非塑胶或可重用的替代品。

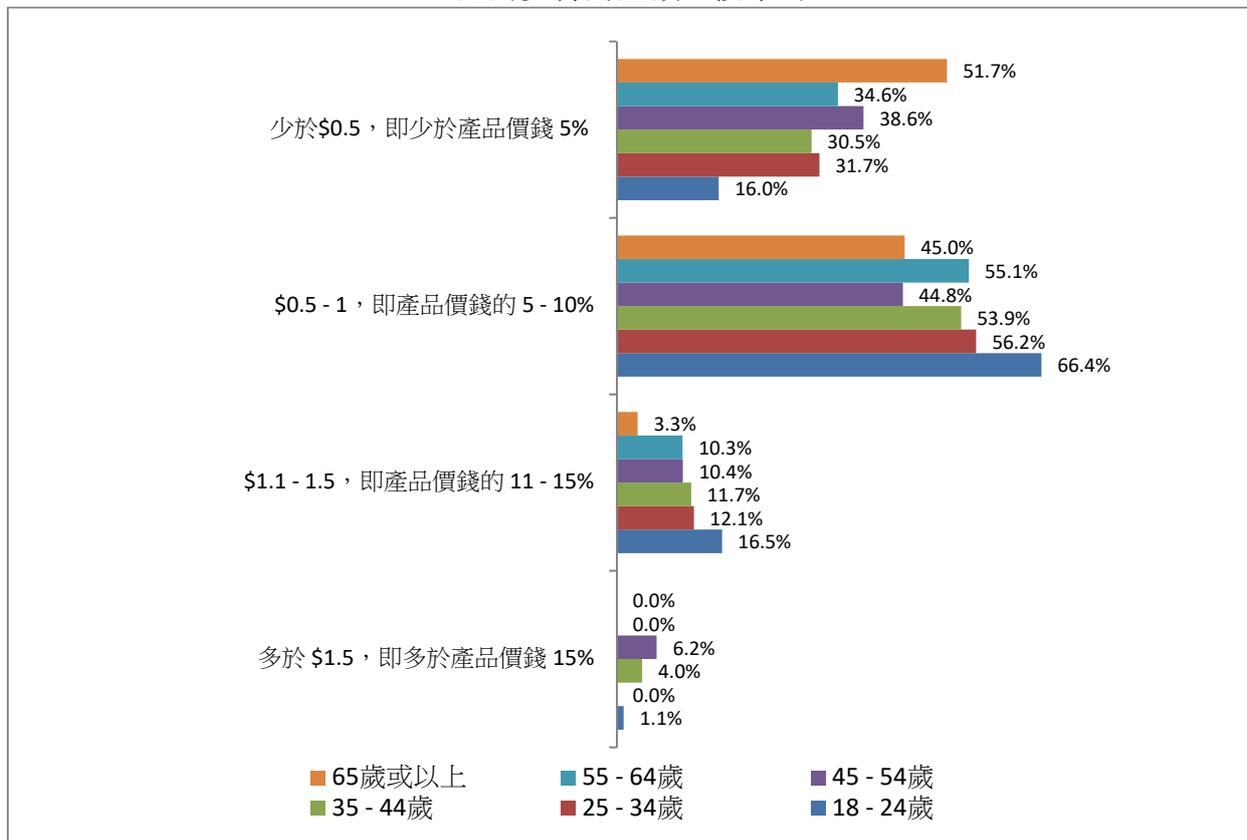
图 42： 假设一件即弃塑胶产品的价钱为\$10，受访者愿意为购买非塑胶或可重用的替代品而多付的金额 – 按性别



基数：所有愿意为减少使用即弃塑胶多付金钱的受访者

3.9.3 在年龄分布方面，超过六成半 18 至 24 岁（66.4%）；超过五成半 25 岁至 34 岁（56.2%）、55 至 64 岁（55.1%）；超过一半 35 至 44 岁（53.9%）；及接近四成半 45 至 54 岁（44.8%）的受访者表示他们愿意多付\$0.5 - \$1（即产品价钱的 5-10%）去购买非塑胶或可重用的替代品，而接近半数收入为 65 岁或以上（51.7%）的受访者表示愿意多付少于\$0.5（即少于产品价钱 5%）。

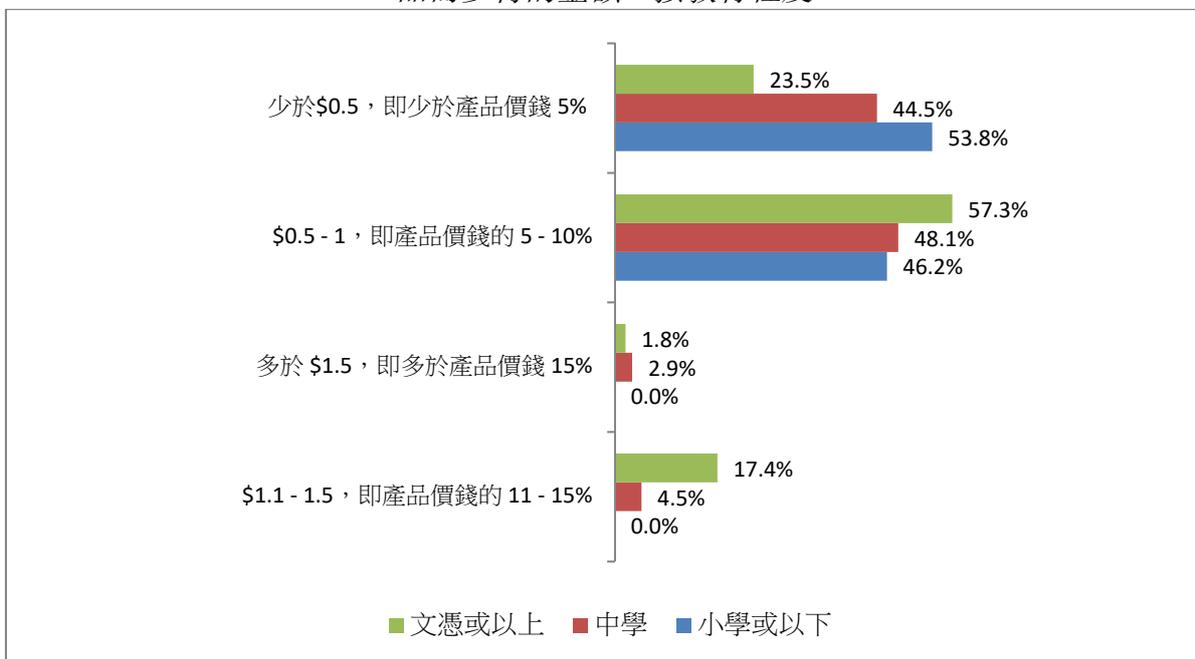
图 43： 假设一件即弃塑胶产品的价钱为\$10，受访者愿意为购买非塑胶或可重用的替代品而多付的金额 - 按年龄



基数：所有愿意为减少使用即弃塑胶多付金钱的受访者

3.9.4 根据教育程度，超过五成半具有文凭或以上教育程度（57.3%）及接近半数具有中学学历（48.1%）的受访者愿意多付多于\$0.5 - \$1 去购买非塑胶或可重用的替代品，而接近五成半具有小学或以下教育程度的受访者（53.8%）则愿意多付少于\$0.5，反映较高教育程度的受访者愿意付更多钱去购买非塑胶或可重用的替代品。

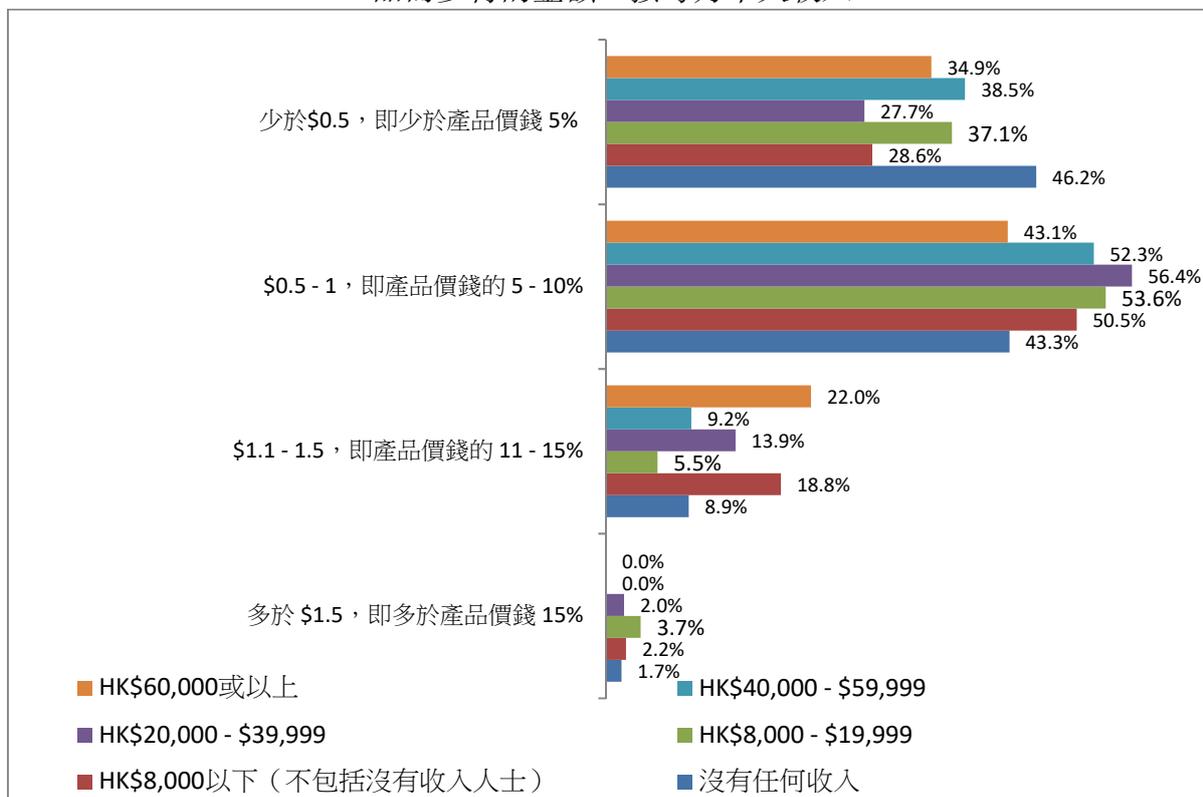
图44： 假设一件即弃塑胶产品的价钱为\$10，受访者愿意为购买非塑胶或可重用的替代品而多付的金额 – 按教育程度



基数：所有愿意为减少使用即弃塑胶多付金钱的受访者

3.9.5 按每月个人收入分析，接近四成半收入为\$60,000 或以上（43.1%）；及超过半数收入为\$40,000 - \$59,999（52.3%）、\$20,000 - \$39,999（56.4%）、\$8,000 - \$19,999（53.6%）及\$8,000 以下（不包括没有收入人士）（50.5%）的受访者愿意多付\$0.5 - \$1.0 去购买非塑胶或可重用的替代品。超过四成半没有任何收入的受访者（46.2%）则愿意多付少于\$0.5。

图 45： 假设一件即弃塑胶产品的价钱为\$10，受访者愿意为购买非塑胶或可重用的替代品而多付的金额 – 按每月个人收入



基数：所有愿意为减少使用即弃塑胶多付金钱的受访者

## 4 结论

- 4.1.1 大多数的受访者认为即弃塑胶在日常生活中的有滥用的问题。只有 4.4%的受访者认为香港没有滥用即弃塑胶的情况。近八成（79.4%）的受访者认为「节日用的装饰品和其他派对用品」有滥用问题，其次为「产品及食物包装」（78.3%）及「物流及网购的包装」（78.0%）。
- 4.1.2 女性受访者比男性受访者更意识到滥用即弃塑胶的问题。年龄介乎 25 至 64 岁，尤其是 25 至 34 岁的受访者，具有中学或以上的教育程度及高收入（收入为\$60,000 或以上）的受访者更关注滥用即弃塑胶的情况。
- 4.1.3 约半数的受访者（49.9%）认为市民对减少使用即弃塑胶的意识不足够。而越年长的受访者（48.4%）更倾向认为市民对减少使用即弃塑胶有足够的意识。
- 4.1.4 近六成的受访者（57.0%）赞成应更严格地管制有滥用问题的即弃塑胶。教育程度或每月个人收入较高的受访者更倾向接受应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶的建议。
- 4.1.5 大多数的受访者（90.6%）有在日常生活中会自备购物袋的习惯，其次是避免使用即弃雨伞胶袋（67.3%），购买简约塑胶包装的产品（64.5%）及减少网购（52.5%）。
- 4.1.6 超过半数的受访者（54.7%）赞成应收紧对用于盛载冷冻食品或非气密包装食品的塑胶购物袋的收费豁免。较年轻或具有较高教育程度的受访者更倾向赞成收紧有关豁免。
- 4.1.7 接近四成半的受访者（44.2%）不赞成调高塑胶购物袋收费可令市民减少使用塑胶购物袋，36.3%的受访者则是同意此建议，而约两成的受访者（19.6%）表示无意见。教育程度或每月个人收入较高的受访者更倾向赞成调高塑胶购物袋收费。
- 4.1.8 在所有赞成调高塑胶购物袋收费的受访者当中，近半数的受访者（48.2%）认为塑胶购物袋收费增加至\$1.0 才可令市民不使用塑胶购物袋，其次为\$2.0（23.6%）及\$3.0（10.9%）。而只有 1.1%的受访者认为塑胶购物袋收费增加至\$1.5 才可令市民不使用塑胶购物袋。
- 4.1.9 超过四成的受访者（41.9%）表示不愿意为减少使用即弃塑胶多付金钱。33.2%的受访者则表示愿意及 24.8%的受访者表示无意见。教育程度或每月个人收入较高的受访者较愿意多付金钱以减少使用即弃塑胶。
- 4.1.10 在所有愿意为减少使用即弃塑胶多付金钱的受访者中，在假设一件即弃塑胶产品为\$10 的情况下，超过半数的受访者（52.5%）表示愿意多付\$0.5 - \$1（即产品价钱的 5-10%）去购买非塑胶或可重用的替代品。具有较高教育程度的受访者愿意付更多的钱去购买非塑胶或可重用的替代品。

## 5. 附录一：问卷

- Q1. 你认为以下各项即弃塑胶有没有滥用问题？（有 / 没有） [调查员逐一读出即弃塑胶产品，市民逐一回答有 / 没有，如 1-6 项皆为没有，调查员应填写 7]
1. 购物胶袋，包括用于盛载冷冻食品或生果的平口胶袋
  2. 产品及食品包装（如托盘，胶兜，包装胶膜等）
  3. 物流及网购的包装（如包装胶膜，泡泡纸等）
  4. 雨伞胶袋
  5. 节日用的装饰品（例如气球、横额）和其他派对用品（例如超市售卖的即弃塑胶餐具、打气棒、萤光棒）
  6. 酒店提供嘅个人护理用品（如细支装洗头水，浴帽，牙刷，梳等）
  7. [毋须读出此选项，如市民 1-6 项皆回答没有，调查员填写此项]即没有滥用问题
- Q2. 你觉得香港市民对减少使用即弃塑胶的意识足够吗？（单选）
1. 唔足够
  2. 足够
  3. 无意见
- Q3. 你赞唔赞成应更严格管制有滥用问题的即弃塑胶，例如禁止销售或免费派发？（单选）
1. 赞成
  2. 唔赞成
  3. 无意见
- Q4. 在日常生活，为了减少使用即弃塑胶，你有没有以下的习惯？ [调查员逐一读出选项，市民逐一回答有 / 没有，如 1-5 项皆为没有，调查员应填写 6]
1. 购买简约塑胶包装的产品
  2. 自备购物袋
  3. 避免使用即弃雨伞胶袋
  4. 减少网购
  5. 其他（请注明：\_\_\_\_\_）
  6. [毋须读出此选项，如市民 1-5 项皆回答没有，调查员填写此项]以上皆没有
- Q5. 现时购买冷冻或有透气包装的食品，商户提供的胶袋可豁免胶袋收费，你赞成应收紧这豁免吗？（单选）
1. 赞成
  2. 唔赞成
  3. 无意见
- Q6. 你赞唔赞成调高胶袋收费可令市民减少使用胶袋？（单选）
1. 赞成
  2. 唔赞成
  3. 无意见
- Q7. （如Q6 的答案是 1，问此题；其他答案则毋须问此题）你觉得胶袋收费增加至多少钱，市民才不会使用胶袋？（市民可提出任意答案）

Q8. 塑胶被广泛使用的其中一个原因是价格便宜, 使用非塑胶或可重用的替代品可能会令产品价格上升。为了减少使用即弃塑胶, 你愿意多付钱吗? (单选)

1. 愿意
2. 唔愿意
3. 无意见

Q9. (如 Q8 的答案是 1, 问此题; 其他答案则毋须问此题) 假设一件即弃塑胶产品的价钱为\$10, 你会愿意多付多少钱去购买非塑胶或可重用的替代品? (单选)

1. 少于\$0.5, 即少于产品价钱 5%
2. \$0.5 - 1, 即产品价钱的 5 - 10%
3. \$1.1 - 1.5, 即产品价钱的 11 - 15%
4. 多于 \$1.5, 即多于产品价钱 15%

## 附件六 媒体报导的意见列表

### A: 印刷媒体列表

项目	日期	印刷媒体的来源	报导的标题
1	01-10-21	明报 Ming Pao	管制即弃塑胶咨询 聚焦包装等 6 类制品
2	01-10-21	香港经济日报 Hong Kong Economic Times	6 大非必要即弃塑胶 倡聚焦规管
3	01-10-21	东方日报 Oriental Daily News	废胶弃置 10 年升四成
4	01-10-21	星岛日报 Sing Tao Daily	网购包装荧光棒等塑胶研规管
5	01-10-21	信报财经新闻 Hong Kong Economic Journal	拟规管即弃胶制品 可持续委会启咨询
6	01-10-21	大公报 Ta Kung Pao	规管使用荧光棒展公众咨询
7	02-10-21	明报 Ming Pao	Public engagement on control of single-use plastics [POSTER]
8	04-10-21	英文虎报 The standard	Public engagement on control of single-use plastics [POSTER]
9	05-10-21	晴报 Sky Post	Public engagement on control of single-use plastics [POSTER]
10	08-10-21	南华早报 South China Morning Post	HK government is committed to recycling
11	14-10-21	文汇报 Wen Wei Po	废物征费在即 企业设法减排
12	15-10-21	星岛日报 Sing Tao Daily	Microsoft 研发新材料 循环再用海洋废胶樽
13	21-10-21	头条日报 Hong Kong Headline	港商研专利技术扭转塑废料命运
14	21-10-21	明报 Ming Pao	信和黄金海岸酒店 再造客房推环保
15	22-10-21	信报财经新闻 Hong Kong Economic Journal	新技术速降解发泡胶
16	22-10-21	东方日报 Oriental Daily News	新界东北海岸 胶樽垃圾为患
17	22-10-21	大公报 Ta Kung Pao	疫下多人行山 海岸胶樽飙三成
18	22-10-21	晴报 Sky Post	东北 4 成海岸线垃圾囤积严重
19	24-10-21	东方日报 Oriental Daily News	85% 海洋垃圾属塑胶品 联合国吁全球减塑
20	26-10-21	大公报 Ta Kung Pao	减塑由你我开始
21	27-10-21	香港经济日报 Hong Kong Economic Times	维港投资: 合成生物技术 如 20 世纪石油
22	27-10-21	信报财经新闻 Hong Kong Economic Journal	维港投资盼海藻胶囊 3 年取代塑料

项目	日期	印刷媒体的来源	报导的标题
23	27-10-21	文汇报 Wen Wei Po	塑胶碳排 2030 超煤碳 创科抢制「完美替身」
24	27-10-21	文汇报 Wen Wei Po	神奇喷雾取代保鲜膜「细菌塑胶」自动分解
25	27-10-21	文汇报 Wen Wei Po	化学降解变回油产品 转化率可达 90%
26	27-10-21	信报财经新闻 Hong Kong Economic Journal	可口可乐拟推 100%植物性胶樽
27	28-10-21	南华早报 South China Morning Post	City's nastiest plastic pollutant is hiding in plain sight
28	30-10-21	头条日报 Hong Kong Headline	减少垃圾刻不容缓
29	01-11-21	明报 Ming Pao	发泡胶回收 溶解变回原材料
30	02-11-21	文汇报 Wen Wei Po	用量过多包装讲究 药剂业排放超汽车
31	07-11-21	明报 Ming Pao	一个愿昇 一个愿拎
32	07-11-21	明报 Ming Pao	买餸胶袋每日上百万 点样减?
33	08-11-21	南华早报 South China Morning Post	Resolute action can help cut plastic waste
34	28-11-21	南华早报 South China Morning Post	If we are not careful, waste will bury us all
35	03-12-21	香港商报 Hong Kong Commercial Daily	明辉集团环保先锋程俊华 各大电商平台大力宣传环保革命产品达「零塑化」目标
36	07-12-21	东方日报 Oriental Daily News	平日袋遭滥用 环咨会促堵漏洞
37	13-12-21	南华早报 South China Morning Post	Hotels pressed to recycle plastics used in quarantine

#### B:广播（电台）

项目	日期	电台	电台节目名称
1	30-12-21	香港电台 Radio Television Hong Kong (RTHK)	林正财称若公众冀尽快管制即弃塑胶 可调节立法时间表

附件七 网上文章及社交媒体发表的意见列表

A:网络媒体列表

项目	日期	网络媒体的来源	新闻文章的标题
1	30-09-21	Now 新闻 NowTV news	可持续发展委员会展开管制即弃塑胶公众咨询
2	30-09-21	香港电台 Radio Television Hong Kong (RTHK)	可持续发展委员会收集有关管制即弃塑胶意见为期三个月
3	30-09-21	商业电台 Commercial Radio	政府进一步研究规管即弃塑胶 今展开公众参与活动
4	30-09-21	东方报业集团 On.cc	减塑咨询拟规管非必要物品 包括萤光棒及充气打气棒等
5	30-09-21	香港电台 Radio Television Hong Kong (RTHK)	当局收集管制即弃塑胶意见 环团冀政府 5 年内推出措施
6	30-09-21	有线新闻台 Cable TV news	可持续发展委员会展开管制即弃胶公众咨询
7	30-09-21	Now 新闻 NowTV news	可持续发展委员会展开管制即弃塑胶公众咨询
8	30-09-21	无线新闻 TVB News	可持续发展委员会收集公众对管制即弃塑胶意见 供制定政策
9	30-09-21	香港电台 Radio Television Hong Kong (RTHK)	Public consulted on regulating single -use plastics
10	30-09-21	香港 01 hk01	管制即弃塑胶咨询今展开 提上调胶袋税到 1 至 2 元 研会否禁遮袋等
11	30-09-21	中通社	香港就管制即弃塑胶展开公众咨询
12	30-09-21	香港特别行政区新闻公报 The Government of the HKSAR Press Release	「管制即弃塑胶」公众参与活动展开（附图 / 短片）
13	30-09-21	独立媒体 Inmediahk	管制即弃塑胶今起咨询 环团倡胶袋征费加至 2 蚊
14	01-10-21	有线新闻台 Cable TV news	政府拟规管即弃胶 环团批仅限本地不足 林正财：有办法管制海外产品
15	01-10-21	香港中国通讯社	管制即弃塑胶”公众参与活动展开
16	01-10-21	明报 Ming Pao	胶袋费 10 多年未变 委员会倡检讨最少收 1 元
17	04-10-21	明报 Ming Pao	管制即弃塑胶咨询 聚焦包装等 6 类制品未有时间表 环团斥步伐慢过内地 未提目标落后国际
18	20-10-21	香港经济日报 Hong Kong Economic Times	【澳洲研究】人体每周摄入一张信用卡重量塑胶 医生吁源头减塑：微塑胶可致癌
19	23-10-21	东方报业集团 On.cc	政府目标 2035 年碳排放减半 林正财盼北部都会区结合零碳运输

项目	日期	网络媒体的来源	新闻文章的标题
20	27-10-21	东方报业集团 On.cc	可口可乐第4年被评为全球最大塑胶污染者 数字较2018年倍增
21	31-10-21	无线新闻 TVB News	都市固体废物征费落实 有组织倡自携容器买无包装货品
22	06-12-21	Now 新闻 NowTV news	环咨会商管制即弃塑胶包装 委员忧出现不公平情况
23	06-12-21	香港经济日报 Hong Kong Economic Times	可持续发展委员会指获豁免平口袋多年遭滥用 每日弃置量占整体胶袋3成
24	06-12-21	星岛 Sing Tao	环咨会商管制塑胶委员批超市平口袋遭滥用 倡研回赠鼓励减用
25	06-12-21	东方报业集团 On.cc	滥用平口胶袋无王管 环咨会揭占弃置量3分1 促政府加强监管
26	06-12-21	有线新闻台 Cable TV news	环咨会将逐步取缔即弃塑胶用具 倡购物零包装少收5毫
27	06-12-21	无线新闻 TVB News	环咨会指管制即弃塑胶推行初期不宜太复杂 可考虑加入奖励机制
28	06-12-21	Now 新闻 NowTV news	环咨会讨论管制即弃塑胶咨询文件 料以较大力度回应碳中和目标
29	07-12-21	巴士的报 Bastille Post	调查：4类食品塑胶包装可围绕地球两圈 环团促计划走塑蓝图
30	08-12-21	东方报业集团 On.cc	入口胶量够铺全球 只禁本地货 减塑得把口 规管包装袋大细超 堆填区吃不消
31	07-12-21	香港电台 Radio Television Hong Kong (RTHK)	环团要求当局提出管制即弃塑胶时间表
32	07-12-21	香港经济日报 Hong Kong Economic Times	【即弃塑胶】环团发现四类食品包装总长可围绕地球两圈 促港府尽快管制进口产品包装
33	07-12-21	Now 新闻 NowTV news	环团推算去年使用近两亿件即弃塑胶包装 促订淘汰即弃塑胶时间表
34	07-12-21	东方报业集团 On.cc	4类塑胶食品包装长度可围地球两圈 环团斥管制措施华而不实
35	07-12-21	晴报 Sky Post	源头走塑   港去年即弃胶包装 够绕地球两圈 环团轰港府咨询用字艰涩 倡企业设裸买选择
36	07-12-21	独立媒体 inmediahk	环团斥即弃塑胶公众参与有名无实 制定政策责任外判予市民
37	07-12-21	香港经济日报 Hong Kong Economic Times	【即弃塑胶】调查指去年港恐弃置58.5亿件胶餐具 环团促港府规管所有即弃餐具
38	07-12-21	香港 01 hk01	环团：去年4类食品塑胶包装够绕地球两圈 批管制咨询形同虚设
39	07-12-21	am730	管制即弃塑胶公众参与活动 环团批形同虚设

项目	日期	网络媒体的来源	新闻文章的标题
40	07-12-21	立场新闻 Stand News	全面强制安心出行在即 团体忧即弃胶餐具增 建议食肆提供借还餐具
41	11-06-21	晴报 Sky Post	参考日本可乐 樽装水无招纸走塑
42	23-12-21	香港经济日报 Hong Kong Economic Times	【管制即弃塑胶】黄锦星指要检视胶袋最低收费水平 现时平均每户家庭 每年仍弃逾千个胶袋
43	23-12-21	环境局 Environment Bureau	走塑战！多裸买 少胶袋
44	24-12-21	众新闻	走塑不走数，最紧要有得拣（绿色和平项目主任谭颖琳）
45	26-12-21	星岛 Sing Tao	每个家庭每年丢弃逾千个胶袋 黄锦星：即弃塑胶问题仍严峻
46	26-12-21	香港电台 Radio Television Hong Kong (RTHK)	管制即弃塑胶公众活动周三结束 黄锦星冀市民积极回应
47	26-12-21	香港 01 hk01	黄锦星吁市民积极回应管制即弃塑胶 以研塑胶购物袋征费调整空间
48	26-12-21	东方报业集团 On.cc	港家庭年均弃千胶袋 黄锦星冀「与民共议」征费及收窄豁免范围
49	26-12-21	信报财经新闻 Hong Kong Economic Journal	黄锦星冀市民积极回应管制即弃塑胶安排
50	26-12-21	香港特别行政区新闻公报 The Government of the HKSAR Press Release	环境局局长及渔农自然护理署署长会见传媒谈话全文
51	26-12-21	香港经济日报 Hong Kong Economic Times	【塑胶污染】每个家庭每年丢弃千个胶袋仍严峻 黄锦星：研收费上有 否调整空间
52	26-12-21	头条日报 Hong Kong Headline	每个家庭每年丢弃逾千个胶袋 黄锦星：即弃塑胶问题仍严峻
53	28-12-21	香港电台 Radio Television Hong Kong (RTHK)	环团指管制即弃塑胶文件不全面 没有完整规管产品清单
54	28-12-21	星岛 Sing Tao	环团指管制即弃塑胶文件不全面 欠完整规管产品清单
55	29-12-21	东方报业集团 On.cc	胶袋征费成效差劲 环团促订禁胶令

#### B: Facebook 网页列表

项目	日期	来源	标题
1	30-09-21	黄锦星 Wong Kam Sing	[管制即弃塑胶 公众参与]
2	30-09-21	大嘍鬼 Big Waster	[管制即弃塑胶 公众参与]
3	30-09-21	政府新闻网	[管制即弃塑胶 公众参与]

项目	日期	来源	标题
4	05-10-21	大哋鬼 Big Waster	[9月大事回顾]
5	06-10-21	海岸清洁 Clean Shorelines	[管制即弃塑胶 公众参与]
6	11-10-21	环境运动委员会 Environmental Campaign Committee	[!!123 走即弃!!]
7	17-10-21	黄锦星 Wong Kam Sing	香港团队贡献 海南岛长臂猿保育
8	21-10-21	林正财	管制即弃塑胶 如果管制?
9	26-10-21	林正财	10月19号南区分区委员会成员参与了管制即弃塑胶简报会
10	01-11-21	林正财	第一场「管制即弃塑胶」公众参与简介会暨互动话剧
11	04-11-21	海岸清洁 Clean Shorelines	[管制即弃塑胶公众参与]
12	12-11-21	环保促进会 Green Council	「管制即弃塑胶」现正进行公众参与, 诚邀大家参与会堂论坛
13	16-11-21	大哋鬼 Big Waster	[#管制即弃塑胶公众参与 等你意见]
14	17-11-21	大哋鬼 Big Waster	管制即弃塑胶公众参与 等你意见
15	18-11-21	环保触觉 Green Sense	[即弃塑胶要唔要管? 参与会堂论坛界意见]
16	23-11-21	绿在新墟 San Hui Recycling Store	承同日帖文, 再次谢谢大家绿在新墟的支持!
17	23-11-21	大哋鬼 Big Waster	[NO "SUP" NOVEMBER]
18	26-11-21	环境运动委员会 Environmental Campaign Committee	[地狱慳 B]
19	27-11-21	黄锦星 Wong Kam Sing	大专生撑走塑
20	27-11-21	大哋鬼 Big Waster	震撼来袭!! 片尾有彩蛋 Waster-man 真正身份揭盅
21	30-11-21	大哋鬼 Big Waster	「鬼鬼唔系懒」, 鬼鬼系有苦衷㗎
22	03-12-21	Green 360	「管制即弃塑胶」公众参与会堂论坛
23	03-12-21	大哋鬼 Big Waster	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Challenges 篇
24	03-12-21	林正财	今日玩 Crossover! 一身二用, 可持续发展委员会 x 安老事务委员会一齐听长者意见, 点样可以管制即弃塑胶。
25	07-12-21	源·区 T·PARK	「管制即弃塑胶」公众参与
26	07-12-21	绿领行动 Greeners Action	绿领行动联同多个环团, 今日召开记者会

项目	日期	来源	标题
27	08-12-21	大哋鬼 Big Waster	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Challenges 篇
28	09-12-21	「真·环保即弃餐具」 Purearth HK	「管制即弃塑胶」公众咨询开始啰!
29	10-12-21	林·区 Y·PARK	[管制即弃塑胶公众参与]
30	13-12-21	大哋鬼 Big Waster	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Party 篇
31	15-12-21	大哋鬼 Big Waster	《大哋侠：不弃无胶》开启无即弃胶宇宙
32	16-12-21	大哋鬼 Big Waster	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Office 篇
33	17-12-21	大哋鬼 Big Waster	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Challenges 篇
34	22-12-21	世界绿色组织 World Green Organisation	管制即弃塑胶公众参与学校活动
35	23-12-21	黄锦星 Wong Kam Sing	<b>【走塑战争多裸买 少胶袋】</b>
36	24-12-21	大哋鬼 Big Waster	走塑全方位 撑碳中和 走塑 shopping 篇
37	24-12-21	林正财	走塑战! 多裸买 少胶袋
38	28-12-21	牛欢喜 Joy Cow	管制即弃塑胶嘅公众咨询明天截止

### C: Instagram 社群应用软体列表

项目	日期	来源	标题
1	30-09-21	Wongkamsinghk	[管制即弃塑胶 公众参与]
2	30-09-21	big_waster_hk	[管制即弃塑胶 公众参与]
3	01-10-21	drlamchingchoi	We are listening.
4	04-10-21	big_waster_hk	[My name is Waster. Big Waster]
5	05-10-21	big_waster_hk	[9月大事回顾]
6	05-10-21	drlamchingchoi	即弃塑胶可免则免
7	06-10-21	Cleanshorelineshk	[管制即弃塑胶公众参与]
8	11-10-21	ecc1990	[!!123 走即弃!!]
9	17-10-21	Wongkamsinghk	香港团队撑海南岛长臂猿保育
10	20-10-21	drlamchingchoi	管制即弃塑胶 如果管制?
11	28-10-21	big_waster_hk	[如… … 入樽机伴我]
12	04-11-21	Cleanshorelineshk	[管制即弃塑胶公众参与]
13	17-11-21	mocc_cuhk	「管制即弃塑胶」公众参与
14	18-11-21	greensensehk	[即弃塑胶要唔要管? 参与会堂论坛界意见]
15	23-11-21	drlamchingchoi	管制即弃塑胶公众参与
16	23-11-21	big_waster_hk	[NO “SUP” NOVEMBER]

项目	日期	来源	标题
17	26-11-21	ecc1990	[地狱慳 B]
18	27-11-21	Wongkamsinghk	大专生撑走塑
19	27-11-21	big_waster_hk	震撼来袭!! 片尾有彩蛋 Waster-man 真正身份揭盅
20	01-12-21	big_waster_hk	「鬼鬼唔系懒」, 鬼鬼系有苦衷㗎
21	03-12-21	green360hk	「管制即弃塑胶」公众参与会堂论坛
22	03-12-21	big_waster_hk	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Challenges 篇
23	03-12-21	drlamchingchoi	今日玩 Crossover! 一身二用, 可持续发展委员会 x 安老事务委员会一齐听长者意见, 点样可以管制即弃塑胶。
24	07-12-21	greeners_action	绿领行动联同多个环团, 今日召开记者会
25	08-12-21	big_waster_hk	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Challenges 篇
26	10-12-21	yparkhk	[管制即弃塑胶公众参与]
27	13-12-21	big_waster_hk	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Party 篇
28	15-12-21	big_waster_hk	《大嘍侠: 不弃无胶》开启无即弃胶宇宙
29	16-12-21	big_waster_hk	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Office 篇
30	17-12-21	big_waster_hk	走塑全方位 撑碳中和   走塑 Challenges 篇
31	22-12-21	worldgreenorganisation	管制即弃塑胶公众参与学校活动
32	23-12-21	Wongkamsinghk	[走塑战!争多裸买 少胶袋]
33	24-12-21	big_waster_hk	走塑全方位 撑碳中和 走塑 shopping 篇
34	28-12-21	joycowshk	管制即弃塑胶嘅公众咨询明天截止

## 附件八 团体或公司提交的书面意见书列表

在公众互动阶段共收集了 30 份来自团体或公司包括以电子版或印刷本所提交的书面意见书，这些书面意见中提及的所有关注和观点均会被纳入在质化分析。

表 D.1: 团体或公司提交的书面意见书列表

项目	团体 / 公司名称 (英文)	团体 / 公司名称 (中文)
D001	ADM Capital Foundation	-
D002	Business Environment Council	商界环保协会
D003	Community Leap	喜动社区
D004	Consumer Council	消费者委员会
D005	Drink Without Waste	免「废」畅饮
D006	Environmental Management Association of Hong Kong Limited	香港环境管理协会
D007	Friends of the Earth (HK)	香港地球之友
D008	G.R.E.E.N. Hospitality	绿色款待
D009	Green Power	绿色力量
D010	Greeners Action	绿领行动
D011	Hong Kong Institute of Qualified Environmental Professionals Limited	香港合格环保专业人员学会有限公司
D012	Hong Kong Professionals and Senior Executives Association	香港专业及资深行政人员协会
D013	Hong Kong Waste Management Association	香港废物管理学会
D014	Liberal Party	自由党
D015	Momentum 107	107 动力
D016	Plastic Free Seas	无塑海洋
D017	The American Chamber of Commerce in Hong Kong	香港美国商会
D018	The Arete	政贤力量
D019	The British Chamber of Commerce in Hong Kong	香港英商会
D020	The Green Earth	绿惜地球
D021	The Hong Kong Beverage Association Limited	香港饮品商会有限公司
D022	The Hong Kong Institution of Engineers	香港工程师学会
D023	Vegware Hong Kong	-
D024	Wealth of Flows Consulting Limited	-
D025	World Wide Fund for Nature Hong Kong	世界自然基金会香港分会
D026	(Declined to disclose) (1)	(不愿意公开) (1)
D027	(Declined to disclose) (2)	(不愿意公开) (2)
D028	(Declined to disclose) (3)	(不愿意公开) (3)
D029	(Declined to disclose) (4)	(不愿意公开) (4)
D030	(Declined to disclose) (5)	(不愿意公开) (5)

## 附件九 个别人士提交的书面意见书列表

是次公众参与共收集了 30 份以个别人士身份包括以电子版或印刷本所提交的书面意见书。这些意见书中提及的所有关注及意见均会被纳入在质化分析。

表 E.1: 个别人士提交的书面意见书之列表

项目	提交者
E001	提交者 (1)
E002	提交者 (2)
E003	提交者 (3)
E004	提交者 (4)
E005	提交者 (5)
E006	提交者 (6)
E007	提交者 (7)
E008	提交者 (8)
E009	提交者 (9)
E010	提交者 (10)
E011	提交者 (11)
E012	提交者 (12)
E013	提交者 (13)
E014	提交者 (14)
E015	提交者 (15)
E016	提交者 (16)
E017	提交者 (17) *
E018	没有提供姓名 (1)
E019	没有提供姓名 (2) #
E020	没有提供姓名 (3)
E021	没有提供姓名 (4)
E022	没有提供姓名 (5) ^
E023	没有提供姓名 (6)
E024	没有提供姓名 (7)
E025	没有提供姓名 (8)
E026	没有提供姓名 (9)
E027	没有提供姓名 (10)
E028	没有提供姓名 (11)
E029	没有提供姓名 (12)
E030	不公开姓名及保密全部意见

\*: 透过同一电子邮件地址和邮寄方式，共收到 3 份相同的书面意见书

#: 透过同一电子邮件地址，共收到 2 份相同的书面意见书

^: 透过同一电子邮件地址，共收到 4 份相同的书面意见书