

《第十三屆消費文化考察報告獎——焦點片段》錄像
(錄像字幕)

第十三屆消費文化考察報告獎

觀察 城市 處境 生活

我有甚麼是不知道的

《途中徒》宣道會陳瑞芝紀念中學
初級組優異選題獎

途中徒

如果屯門能選擇

從家中往返工作地點的過程，
即為「通勤」。

通勤是屯門的一大特色，
看似有許多選擇。

馬同學：
「可以步行上學。控制自己的時間，減少遲到的機會！」

雪同學：
「搭的士，習慣了。我喜歡有私人空間！」

其實搭車能選擇？

從出發地至目的地，
消費的不再只是地點往地點，
還有空間和娛樂的時間。

普通的考慮，
可以是快、平，
或個人習慣，
又或者喜歡搭車的感覺。

讓我們從路訊通上接收資訊顯然並不足夠，
還有鋪天蓋地的廣告，
從視覺聽覺上都強行要我們消費連帶資訊。

我們在消費一個嘈吵、充斥資訊的空間，
一個我們根本不想要的空間。

通勤者不僅需要一個工具載他們到達目的地，
更需要一個小小的空間，
為自己建立一片
彼此互不溝通，
你有你玩，我有我做的
私密小天地。

然而，車廂又是一個公共空間。
大家分享着同一卡車廂、
同一種空氣、同一種處境。

生活是？

每個人都會
因不同的價值觀，
選擇
個人的、自我的、
通勤生活模式。

《社會企業——尋找消費的出口》宣道會陳瑞芝紀念中學
初級組優異選題獎

社會企業——尋找消費的出口

社企商鋪

同樣給消費者提供需要的東西
但出發點是幫助社會上不同階層，有需要的人
讓消費者在消費的同時，幫助別人，助人助己

消費者的看法

光顧時會感到更有意義
十分放心去以消費來幫助別人
付錢時更心甘情願
幫到人，做善事，有滿足感

消費者的做法

消費時，逗留時間總會特別長，
就像到慈善機構要捐錢一樣。
總會多花一點時間，
一定要買到東西。
如果不這麼做，
就會覺得好像有些事情還沒完成似的。

消費者的想法

「如果社企的東西比市價貴」，
就不會光顧了，覺得「蝕底咗」。
但在社企給小費，就好像慈善捐款一樣，
有一種滿足感。
同樣是付錢，兩者的意義大有不同。

信仰與消費？

在有共同宗教信仰的社企，
消費時會特別放心，對店鋪的信心更大。
認為它比較可靠，
食物或商品的質素也較有保證。
有一種很特別的親切感！

「買一送一」

在購買自己需要的東西的同時，
也能夠幫助有需要的人，助人助己。
不再只是金錢上的利益關係，更有著共同的目的，一同幫助社會、回饋社會。
賦予「消費」二字物質以外的意義。
消費時感到更加快樂！

知道了又怎樣

《有借有還的紙巾》趙聿修紀念中學
初級組傑出作品獎、優異選題獎

他們有甚麼關係？

同學：如果有人問你借紙巾，你需要他還給你嗎？

受訪同學：不用

受訪同學：不用

受訪同學：不會

同學：如果是向你借兩元呢？

受訪同學：要

同學：為什麼呢？

受訪同學：因為是錢。

受訪同學：兩元啊？要！錢來的！

受訪同學：兩元，不用，嗯。

受訪同學：不會的，因為多數我都會不記得要求佢他還。

同學：如果兩蚊呢？

受訪同學：要。

受訪同學：因為……兩元是金錢。

同學：但是紙巾都值兩元啊！

受訪同學：紙巾是紙巾，不是錢。

我從未想過紙巾的價值，
多年來借給別人的紙巾合共有多少，
我也不知道。

這個報告並不是教你斤斤計較，
而是要去珍惜生活的每一個細節。

生於一個物質豐盛的社會，
消費者往往沒有理會
價值小的物質，
因此造成損失
甚至浪費。

《超市的詭計》基督教香港信義會元朗信義中學
初級組傑出作品獎

超市的詭計

搜証方法

一個月內，
每星期到天水圍銀座的「百佳超級廣場」兩次，
比較指定貨品的價錢或份量。

搜証一

不少貨品一直以相同的「特價」發售，
原價之實質意義不大。
「特價」其實才是貨品的真正原價。

「特價」？

搜証二

貨品的特價和原價常常會調高調低。

某衣物柔順劑不同日期之標示價格

原價\$13；特價\$10（2/1）

原價\$13.5；特價\$10.5（6/1）

原價\$12.9；特價\$9.9（10/1）

原價\$14；特價\$11（26/1）

「特價」？

搜証三

有些貨品某天的特價竟然在另一天變成了原價，而且售賣價錢差距甚大。

某紅梅乾不同日期之標示價格

原價\$31.5；特價\$21.9（2/1）

原價\$31.9；無特價（6/1）

原價\$21.9；特價\$19.9（10/1）

原價\$31.9；特價\$12.5（1/2）

某威化餅不同日期之標示價格

原價\$45.6；特價\$33.9（2/1）

原價\$33.9；特價\$33（6/1）

原價\$45.6；特價\$33.9（18/1）

原價\$14；特價\$11（26/1）

「破抵價」？

搜証四

某些貨品被標示為「破抵價」，但價錢不一定特別便宜。

「破抵價」？

搜証五

「破抵價」無準則。

某粟米筒

無論售價是 18.5、13.9 或 14.9 均被指為「破抵價」。

某地板清潔劑

售價為 32.9 時被指「破抵價」，

但當售價下調至 24.9 及 28.8 時，

「破抵價」反而不見了。

標價不同

搜証六

同一貨品，不同貨架標示不同格價。

某薄荷糖

貨架（一）上之標價

原價\$10.5（6/1）

原價\$9；特價\$14.8 / 2（21/1）

原價\$9；特價\$14.8 / 2（26/1）

原價\$10.5；特價\$9（29/1）

貨架（二）上之標價

原價\$10.5；特價\$17.8 / 2（6/1）

原價\$8.6；特價\$16.8 / 2 (21/1)

原價\$8.6；特價\$13.8 / 2 (26/1)

原價\$8.6；特價\$7.7 (29/1)

僅能建議

要多留意貨品的售價，

並養成檢查單據的習慣，以免損失和受到誤導。

我怎樣才知道

《夢·想·居》德望學校（中學部）

高級組傑出作品獎、優異選題獎

六位現居少年宿舍的少女，

都有一個夢，

一個對居所的夢。

每一個夢想的居所

都在悄悄地洩漏了

少女的一些經歷。

“Nothing is Impossible” – Alice

「...是要專為開派對而設計的。」

「因為我怕寂寞，所以想開多點派對來讓自己做多點事，
讓自己更加累，更容易入睡。」

「我要不同凡響的設計。因為我想得到別人的注意！」

被人重視、認同，

甚至是簡單的理會，就是她所渴求的。

「我想一個人住！」 – Beatrice

「我想所有的事物都在自己掌握之中，尤其是在人際關係上。」

一個空曠的私人空間，

讓她放鬆自己繃緊的心態，讓她有屬於自己的小天地。

「我要獨立的家庭！」 – Crystalbell

「我不會抗拒與父母相處，但我絕對不會跟他們一起住。」

「會有一個櫃，用來放置見證自己成長經歷的照片，

讓子女深入了解我及我的過去。」

「我要舒適感和親情在我的居所內。」

讓她放下過去沉重的包袱，放下對不完整的家庭的遺憾。

「我想住私家樓。」－Denise
「不要公屋！自己有能力就不要佔用公家地方。
都住了十五年，也夠了吧！」

「一個約五百呎的私人屋苑單位。」－Elizabeth
「小屋有安全感，大屋反而給我一種空虛的感覺。」

每一位少女
都透露了
自己所渴望或追求，
能填補她們所缺乏的東西。

“A house is not a home”－Polly Adler
「一間房子並非一個家。」－波利·阿德勒

House 只會讓人得到生理上的休息，
但 Home 則會讓人得到精神上的休息。

「一個好的家居只能被人建造出來，而非買回來。」－謝茜·馬納

消費真能換來我們心中渴望的嗎？

《綠識消費——消費文化與環保意識的關係》聖保羅書院
高級組傑出作品獎

綠識消費——消費文化與環保意識的關係

買與不買，
可能只是一瞬間的決定，
但對環境卻是影響深遠。
我們消費的時候，
究竟有多少環保的意識呢？

94%受訪者明白環境問題的嚴重性和環保消費的迫切性；
只有 49%在消費時會考慮對環境造成的影響；
反映出港人缺乏在消費時的實踐。

13) 您購買產品的時候，有沒有考慮產品的：
能源效益 74%有考慮
製造過程 32%有考慮
物料的環保性 35%有考慮
丟棄時對環境的影響 18%有考慮
反映環保意識欠全面，
沒有考慮產品對環境的整體影響。

對產品環保性的認識

產品的環保性

「能源效益標籤」	4% 不認識	93% 會選用這類產品
「低碳排放」	79% 不認識	10% 會選用這類產品
「容易被降解」	84% 不認識	4% 會選用這類產品

反思我們的消費模式

14) 您選擇產品的考慮點

能源效益、製造過程、所用物料的環保性、已擁有的數量、價錢、性能、品牌、丟棄時對環境的影響

都是以自己的好處為先，
最後才考慮對環境的影響。

我們的環保消費

知識和概念

都比較膚淺。

消費者還沒有主動選擇綠色產品。
綠色消費觀念還未深入人心。

《捨得·獲得·記得·懂得》南屯門官立中學
高級組傑出作品獎、優異選題獎

捨得·獲得·記得·懂得

想起是誰陪伴過你上班、上學嗎？
是那小小的音樂播放器。
有天，那台 MP3 跌在地上，
爆了 **mon**
你會拿去維修嗎？

哪裡還有人.....
不知道到哪裡去維修？
再者，這麼便宜，
怎麼會拿去維修呢？
——鍾同學，17 歲學生

因為成本.....
那台 400 多元的 SONY MP3 壞了，
維修要先付百多元的工費，
零件另計，
個多星期才能取回。
很不值得和浪費時間！

——蔣先生，30歲保安

更專業的答案...

我這裡只負責賣，不包任何維修！

雜牌的MP3機根本沒有原廠，
行內人都未必知道那裡可供維修，
更何況行外人呢？

——呂先生，鴨寮街攤檔老闆

科技發展？

怎麼MP3變成用完即棄。

壞了不願去維修？

是想維修也不能？

壞了更是一個藉口，來買新的。

甚至產品未壞時，就已經買新的。

回想從前，

家裡都有台菲林相機，

為全家留下美好的回憶。

都有VCD機來播電影。

也會有台厚重的電視，

供大家「電視汁撈飯」。

它們已經被放家中的一角，

還是已在人間消失，

你有想念它們嗎？

但對新產品又誰不心動呢？

你真的這麼捨得買新的？

獲得的新產品哪方面滿足了你？

你可會記得陪伴過你的那些舊產品？

結果是全世界也要懂得接受新事物？

「變幻才是永恆」？

甚麼人可以告訴我

《那些年屬於我們的小島》高主教書院
初級組最佳選題獎、傑出作品獎

那些年屬於我們的小島

長洲

一個我們又愛又恨、既熟悉又陌生的地方。
我們理所當然地愛她，
因為這是我們的家。

可是我們也恨她，她是個離島啊！
但迎面而來的大都是遊客，
更別論太平清醮時舉步維艱的情況。

長洲本來不就是一個漁村嗎？
三十年代，長洲的消費故事，

只有滿足「需要」的消費，
從沒有「想要」的消費。

年過八十的張婆婆談起以前的長洲，眼裏盡是緬懷。
「不過一個小小的漁村，
我們連消費的能力也不夠，哪會有選擇的餘地？

除了捕魚，空閒時也不忘幹些小活以幫補家計。
消費簡直是一種奢侈的想法！」
「現在，甚麼也變了！」

海鮮檔的出現吸引了不少遊客。

一個小漁村，漸漸轉型為旅遊業。
單車鋪、精品店、海味鋪、
茶餐廳、海鮮檔。

島上消費的價錢也水漲船高了。

不同的升幅，有合理也有不合理的！

「甘永泰」魚蛋
小學三年班時，八毫子粒；
四年班時，「一蚊」粒；
五年班，「個二」粒；
現在是：「兩蚊」一粒

遊客偶爾來玩一次，魚蛋的價錢是嚇不了他們的，
因為「最緊要開心嘛」！

那我每天放學後小小的放縱呢？

「街坊生意」變成了「遊客生意」，
遊客再讓我們的消費變成了奢侈！

為甚麼在遠離市區的長洲也要「捱」貴價呢？

遊客偶然才到長洲消費，而我們在這兒的消費卻是每天，
長洲居民就只有嘆氣的份了，眼怔怔地看著長洲的「成長」。

屬於我們的長洲到哪裡去了？

遊客是主？長洲居民是客？

然後長洲變成大自然版的中環？

我們向未來發展的時候，也別忘了事物的根本。
長洲是一個離島！

最後希望大家能夠以「同理心」
來閱讀這份長洲的消費故事。

《「辛」移民》香港四邑商工總會黃棣珊紀念中學
高級組最佳選題獎、傑出作品獎

「辛」移民

初到港時，
地鐵路線圖對於丹丹一家來說，
是看不懂的探險地圖，
連八達通增值或付車錢，
他們都不懂。

迷茫、無助，沒有提示。
沒有速成的方法，
只能靠自己探究。

消費的地方大多局限於深水埗，
較遠的也只是旺角、油麻地而已。

山頂、迪士尼、海洋公園，
是多麼的遙遠。
並不是不想去，是負擔不起。

只有等到新年，
才會到尖沙咀看煙花。

立立的爸爸：
初時，我們相隔兩地，
跟家人通電話，聽到兒子的聲音，
就是最大的鼓勵。
但電話費昂貴，
因此，即使有千言萬語，
也只好放在心中。

為了省錢，
立立會留長頭髮，
等到回內地時才剪。
而且剪得短短的，
既清爽也省錢。

每次回內地，
都會買兩、三隻新鮮雞，在家煮熟後，再帶回香港。
也會扛一兩包米回來。

「在現今的社會，一定要懂得英文才有前途。
因此，省吃儉用，
也要讓立立補習，改善英文成績。
將來才有希望吃份『斯文飯』，
不用做地盤工。」

智智的爸爸：

在內地，騎著自行車即可在村內自由穿梭；
在香港，卻要走數十分鐘的路。

在內地，我們自耕自足；
在香港，光是買菜就已花費了五分一的收入。

每當一家回內地探親時，我們都盡情的吃喝，
因為價錢低廉。
我們還會購入大批文具。
連衣服亦是在內地購買的便宜貨、路攤貨。

三家人都在等待「公屋」，一個理想的「家」。
獲批公屋，
亦是得到一個身分象徵，
成為「香港永久性居民」——「真正」的香港人。

所有的付出都是為了下一代，
更好的教育，更多的機會，
更好的生活，更好的將來。
脫貧——就是他們的目標，他們的夢。
但想在香港紮根並非易事。

你想的是甚麼

《真係感興趣？（探討香港中學生報讀興趣課程背後的原因）》中華聖潔會靈風中學
初級組季軍

真係感興趣？

為什麼香港的學生一邊抱怨學業壓力大，
一邊又要擠時間去報讀興趣課程呢？

我們也和深圳及加拿大的學生作對比，看看有何不同？

成本

阿明從小四開始，學了 6 年鋼琴，得了 8 級證書。
報讀鋼琴課程的總支出 \$69,420
加上購買課本、樂器以及考級的費用，支出可能超過 \$100,000。

一些進度慢點的同學，支出更是高昂

完成這些課程後，知道自己學到了甚麼嗎？

年齡

接近一半的本地受訪者首次報讀的年齡，
是在幼稚園至初小這個階段。

深圳跟我們相似，加拿大的學生
則大多（80%）是在 10-12 歲以上才開始的。

本港學生首次報讀興趣課程的年齡分佈

3-5 歲	13%
6-9 歲	34%
10-12 歲	31%
12 歲以上	22%

前因後果

「興趣」竟不是主因，
倒是「父母希望我讀」和「提升競爭力」更主要。

有近一半人是不確定自己喜歡這些課程，
甚至是根本不喜歡。

近六成同學曾經因為興趣大減而想放棄。

數量

報讀 2 個或以上的課程

香港：超過一半

深圳：超過六成

加拿大：少於 10%

數量 = ？

光有一技之長還不行，還要多才多藝。

報讀的數量越多，技能就越多，
競爭能力就越強，
未來的選擇也就越多？

於是

「全人發展」變成了
「全能發展」。

所以，身邊很多朋友，
鋼琴考到 8 級後，
就沒怎麼碰過鋼琴了！

《「唯旺角落」——旺角的獨白》 文理書院（香港）
高級組季軍

「唯旺角落」——旺角的獨白

壹

旺角是...

名店林立的。
夾雜在雜誌檔旁，
威風地矗立著、展示著、炫耀著光彩。
是少男少女的「潮流天堂」，
亦是各階層女士的採購區。
上至品牌名店，下至中國製批發店。
也有行人專用區數不清的街頭表演，
無論收費或免費。

貳

還有...

殘留著不少回憶碎片的砵蘭街。
中國傳統工藝、習俗最後棲身之處的上海街。
一次過感受真正的香港味道的登打士街。
滿足各有所好的金魚街、波鞋街、花墟街、槍街、電器街。

叁

旺角

一向都能集齊各人的潮流口味。
都可以迅速滿足大眾對潮流的追捧。

還有那
拖拉著大得驚人的行李車，
融入 / 改變了我們消費文化的內地遊客。

大家都有著熱切的期待，
有著崇拜一切的激情。

旺角或許能稱得上是「國家級」的購物旺地呢！

肆

在旺角，滿身名牌的人也不會少於那些豪門派對。
只是有真也有假。
似乎在面子之下，真假也不重要了。

只不過是地圖袋成了塑膠質的；
只不過是「made in China」而已；
只不過是價錢牌上的「10600」變成了「106」。
只不過是擺放在狹窄而被汗臭味淹沒的街道兩旁。

訪問

語錄

出了新款，想換了嘛。
嗯...很難說，一有新手機出臺，就算是落伍了吧。
只要夠新夠貴、廣告賣得夠勁就行了。
浪費是一定的吧！
追趕潮流也要付出代價的呀！

消費

一詞源於漢代
意指「消磨」「浪費」的合體

Consume

一詞源於拉丁語
意指「用盡」「破壞」
含有貶義

旺角，歡迎著各色各樣的人
但卻罕見老人、小孩

旺角，總是喧鬧嘈雜的
總是人多擁擠的

或許老人和小孩
受不起這樣嘈鬧
那般推撞

旺角是不適合這麼一群人生活的

旺角
就是這樣不甘後人地變化著
總是比其他地方都要進取

還要迅速地
滿足著
消費
催化著
慾望

我原來是不知道

《買·不由己？》香港四邑商工總會黃棣珊紀念中學
初級組亞軍、優異選題獎

買·不由己？

「你有壓力，我有壓力，
大家都有壓力……」

利用消費去減壓，
還是消費會帶來一些無形的壓力？

不做獨行俠的阿如

班上只剩我一個無買班衫，
就算我內心幾抗拒，
但看見同學一副失望的表情，
以及漸漸冷淡的態度，
我知道：「同學會覺得我不合群，不愛這個班，
就會逐漸疏離我，我不想變成『獨行俠』。」

陪着她走的陳先生

「因為我本身就比較慳，好少用錢。」

試過一次唔買俾女朋友，
佢嬲咗我，搞到我好唔開心。

但係買俾佢，佢又即刻開心翻，我又跟住開心。

用少少錢就可以令到佢開心，
我又開心。咁咪買囉.....」

不願旅行的何小姐

「雖然公司講旅行係自由參加，
但有一種無形壓力逼使我一定要參與。
雖然經濟上我負擔得起，但我都係好唔鍾意。
為咗份工，我都係會繼續參加！」

渴望慰藉的張婆婆

「同中心職員朝見口晚見面，
大家成班老街坊咁，

佢地又不停推介，話啱我用，
唔買過意唔去嘅！」

好不容易才找到一些「關心自己」的人，
感受到絲絲溫暖，
婆婆又怎能對抗這個「人情債」的消費？

隨著年齡的長大，
我們慢慢學會了顧慮，
我們多了牽掛，
或多了壓力。

消費不單是自己的事。
因為人是群體的。

消費可以是一個簡單的交易動作，
但是我們卻要考慮很多的因素。

有因必有果，
消費者是最清楚自己的抉擇。
或許，
換個角度，
換個處境，
你和我都是一樣的決定。

《四朵「慳」花》天主教母佑會蕭明中學
高級組亞軍、優異選題獎

四朵「慳」花

Cordelia Kitty Catherine Jasmine

我們四個人，要在 11 和 12 月，
體驗「不消費」的「消費文化」。
每月只有\$250-\$300 可用。
要記下一切開支，更不得超支。

第一關 學校旅行日

靠省掉的車費，
買雞翼已用去\$42...
往後的日子怎過呢？

我走路上學儲錢，
買糯米粉，做糯米糍。

熱天最好是吃冰條，如今只能看著別人吃！
為了分散注意力，我們去玩沙。
我堆了一條冰條！

十一月月結

本月開支：\$278.4 超支 \$28.4
誰知月中有突如其來的晚餐（\$20），
又忍不住買咖啡（\$34.9），最終令自己「爆煲」。

太好了！
雖然要預備旅行的食物，但我們三個都沒有超支！
下個月要開始步行上學，儲錢買聖誕禮物。

第二關 聖誕禮物的誘惑

我用家中剩餘的黏土和不織布，享受自製禮物的過程。

買禮物用了\$51，加上一盒別人送來的食物。

為了這聯歡會，我早已習慣行路上學，不吃下午茶了。

聯歡會一樣的開心，似乎不消費沒有甚麼影響。

慾望的誘惑

經過「無印」，嘆口氣，沒有進入，以減低消費意欲。聖誕節這幾天都沒有外出，
最終能用\$0.9 渡過漫長的十二天，
對自己也刮目相看！

放學後還是抵受不住食物的誘惑，
然後在 Burger King 買了一個「小華堡」來吃。

儘管心裡不停叫自己，不能胡亂花錢，
卻敵不過.....就買了一支\$ 22的飲品。
其實我並不口渴，只是心癢。
難得日日辛苦地省錢，又不敢買零食，轉頭來...
我的 Shopaholic 性格還是未改，
下星期又要行路上學了。

變通

朋友力邀去看《那些年》。
她竟提議先把錢借我，幾個月後再歸還。

每天只帶一個有五元硬幣、八達通的小錢包，
可限制用錢意欲。

經過精品店，看到了我最愛的小丸子，
每件都很昂貴呢！
唯有拍下來珍藏在我相機內，算是擁有了！

友情

朋友是最重要的，
我怎也會花錢去令朋友得到快樂，
花錢「買」一份人情。

和朋友外出，不外乎用膳、購物，
其實與她們聊天也能維繫友情！

十二月月結

本月開支：\$ 262.9 超支\$ 12.9
實在難以用有限的金錢渡過聖誕節呢，
超支也不算是太過份吧！

本月開支：\$ 306.8 超支 \$ 6.8
不要緊，只超額 \$ 6.8 而已！
整月我也很放鬆，最後還請 Cat 吃薯條。
有些東西總是需要的！

嘿嘿！我今個月沒有超出預算了，
還用\$ 0.9 渡過了十二日！

改變

節省用錢能否減肥？
結果是——我的體重沒有分別，真有點失望！

看似「不消費」對我沒有甚麼影響。
事實上，我只不過是將消費轉移到家中的開支。

其實我是十分希望能夠回復以前的生活，
消費行為並不容易改變！

消費只是平時的習慣，
生活上有很多代替品，只是我們沒有理會，
總以消費去解決。

體驗過「低消費」的生活，
更珍惜每一次消費的機會。

我原來還可以這樣看

《街頭促銷·速速消》宣道會陳瑞芝紀念中學
初級組冠軍

街頭促銷·速速消

70% 有光顧街頭促銷攤檔
50% 因為「有實際用途」
25% 因為「便宜」
50% 覺得「貨不對辦」
100% 受騙後都沒有向推銷者追討

常見推銷手法

有人做媒
她這時是消費者
她這刻是推銷者
她是消費者，買了一個煲
但她卻在攤檔裡幫手

常見推銷手法

給消費者一份親切感

1. 有現場示範
2. 推銷者笑容滿面
3. 推銷者會與消費者談天，藉以和對方打好關係。
是一份親切感，還是一份壓力呢？
無論答案是甚麼，都不要緊。
反正，這兩種力量都可以促使消費者購買產品！

示範得咁仔細，自己唔使睇說明書*V*
我示範一下點樣開鎖，首先.....
送多兩個地拖頭俾你:-\$

經驗之談

曾是小學教師的鄧女士

因為曾被騙，雖感不滿，但未有追討，
「貨品較便宜（10元），即使被騙，損失也不會太大。
相信推銷者不會退錢。」

至今仍愛圍觀，但很少光顧，
只了解推銷者的騙人技倆。

經驗之談

電子工程師鍾先生

經常會圍觀。
每年光顧3至4次，每次\$100。
「有示範，不用看說明書。」

試過「貨不對辦」，但不認為是被騙，
因為「產品做到了推銷者的介紹，
只是功效和期望不同。
他只是隱瞞了產品的缺點。」

掛鈎的實驗

呢啲鈎好實，
地震時都唔會跌;-)

地震時我會顧住我條命，
邊個會得閒理啲野有無跌吖-,-

掛鈎的實驗

按推銷員示範使用
一天後……（掉下來了）

我們是找朋友幫忙翻譯，
才知道包裝盒上的日文說，
應在掛鈎安裝後72小時，才可使用。
（但消費者又有多少個是懂日文的？）

消費者的八大權益

「3. 有權取得正確資料」。
推銷員隱瞞了那個重要提示，
不就是奪去了我們的權益嗎？

「6. 有權獲得公正的賠償」。
我們嘗試去退貨，
但該攤檔翌日已搬走，找不到推銷者要求賠償！

而且因沒有銷售單據，就是找消委會投訴也沒用！

《窮：窮？窮！》香港四邑商工總會黃棣珊紀念中學
高級組冠軍、優異選題獎

窮：窮？窮！

窮二代
一群輸在起跑線上的孩子

「未來」
對於他們來說，
是一片光明，
還是漆黑一片？

故事一：小尊

一部電腦對於我們來說是必需品，
對於小尊來說卻是奢侈品，
是日思夜想卻遙不可及的夢想。

他會埋怨家人
會因自己與別人不同而自卑
會介意別人標籤為「窮二代」

「我窮，但不等於我是低人一等」

故事二：阿金

手機的款式日新月異
別人在追趕潮流時
他在追趕別人步伐
別人手中的是最新型號
而他手中的卻是五年前「最新型號」

他渴望更換
渴望與別人一樣
渴望與朋友在同一平行線上

故事三：阿 Ling

出國旅行
對阿 Ling 來說是難如登天的事

由今天起
為兩年後的韓國之旅作準備
靠自己意志、堅持、忍耐
不吃早餐和小食
一點一點儲蓄

每天活在如此拮据的環境
想買的東西，都比別人慢一步
時會埋怨，時會抱怨
但細想後
「這只是神給予我的挑戰」

看見他的忍耐
使我慚愧，慚愧自己的浪費
使我後悔，後悔自己揮霍
將一切視之為理所當然
自己身在福中不知福

我們嘗試過一下他們的生活
感受他們的世界
也給我們一個機會
反思我們的人生態度

貧窮給予他們
苦澀、苦惱、苦難
但同時給予
他們堅毅
逆境中自強不息

若我們仍舊故我，不懂惜福

「未來」
對於我們來說，
又是一片光明，
還是漆黑一片？

這一切都掌握在我們手中！

觀察 城市 處境 生活

第十三屆消費文化考察報告獎