

可持续发展委员会策略工作小组

「管理即弃塑胶」 公众参与的拟议框架

目的

本文件就「管理即弃塑胶」公众参与过程的拟议框架，征询成员的意见。

背景

2. 可持续发展委员会(委员会)新一届委员在二零二一年四月二十二日举行首次会议，通过题为「管理即弃塑胶公众参与」的委员会第 02/21 号文件(见[附录 I](#))内载述有关公众参与的拟议主题和范畴，以及可持续发展策略工作小组(工作小组)的职能。

3. 委员会亦在同一会议上通过公众参与过程的优化措施，特别是工作小组的职能将予扩大，融合以往为公众参与工作而成立的支援小组的职能，并就拟备公众参与文件、为公众参与推行公众互动阶段、制订建议等事宜向委员会提出意见。委员会可因应公众参与的议题，委任熟知相关主题的专家担任工作小组的增选成员，以提供所需意见和支援。就此，我们委任了十名非政府界别人士为增选成员，连同十五名委员会的委员一起组成工作小组，在工作小组主席的带领下推行「管理即弃塑胶」公众参与；成员列表载于[附录 II](#)。

4. 二零二一年四月二十二日的委员会会议上，委员建议当局留意《可持续消费行为研究》(《研究》)的结果，以在推出新的公众参与前掌握消费者在可持续消费方面的态度和行为。《研究》由消费者委员会进行，并获可持续发展基金资助。我们向消费者委员会了解后得悉，与二零一五年时比较，消费者对可持续消费的认知、态度、行为和意愿至二零二零年时均略有进步。消费者尤其更关心产品是否过度包装，亦较倾向避免购买即弃的产品。虽然消费者委员会计划于六月中才开会公布研究结果，但我们准备了与即弃产品或塑胶产品相关的研究结果概要，载于[附录 III](#)以供预先参考。

工作小组负责的公众参与过程

5. 现按照委员会商议的结果，就公众参与提出下文所述目标及框架的建议。我们希望在公众参与的过程中搜集对以下议题的主流意见：(a) 淘汰即弃塑胶的需要；(b) 就各类型的即弃塑胶分阶段推行自愿或规管措施；以及(c) 上述分阶段安排的时间表。

(A) 目标

6. 「管理即弃塑胶」公众参与的目标包括：

- (1) **教育并告知** 市民过度使用和滥用即弃塑胶对环境、海洋生物与健康造成的祸害，以及透过改变行为和以规管或自愿方式妥善管理对减少使用即弃塑胶的重要性；
- (2) **推动公众参与讨论，以搜集他们对下列主要议题的意见：**
 - (a) 基于一系列的考虑因素及优次，须予处理／管制或豁免的即弃塑胶制品的种类／类别(不包括塑胶饮料容器及即弃塑胶餐具，两者正由／将由政府另行处理)。市民应获告知其他司法管辖区所采取的相关措施以作参考；
 - (b) 管理不同种类／类别的即弃塑胶制品时所采取的方式(规管或自愿)和所涉考虑因素(包括是否有替代品及对社会的影响等)；
 - (c) 进一步优化塑胶购物袋收费计划的规管措施；
 - (d) 推行管理／管制措施的时间表；以及
 - (e) 消费者选择「绿色」产品时的考虑因素；
- (3) 藉此机会 **进一步推广环保生活方式**；以及
- (4) 让委员会就如何管理即弃塑胶向政府提出**可行和务实的建议**。

(B) 公众参与的框架

(1) 焦点小组会议

为与持份者深入讨论并广纳意见，以助拟备公众参与文件，将会举办约三场焦点小组会议。焦点小组会议将集中邀请零售及批发界、食品店及预先包装食品界、派递服务界、物流及电子商贸界、旅游服务界、医疗护理界和其他界别(例如环保团体、非政府机构、教育界及公共机构)派员出席。

(a) 对象羣组

- **零售及批发界**—合适对象包括百货公司及零售界别(例如香港零售管理协会等主要商会)；调味料、酱料和佐料制造界别；以及杂货店。
- **食品店及预先包装食品界**—合适对象包括超级市场、便利店、面包店、湿货街市及预先包装食品界别。
- **派递服务、物流、电子商贸界**—合适对象包括网上购物派递服务界别、制造及分销界别、市场营销界别、物流界别及电子商贸界别。
- **旅游服务界**—合适对象包括康乐、住宿(例如香港酒店业协会)、会议、娱乐和文化界别及物业管理界别。
- **医疗护理界**—合适对象包括卫生署、医院管理局、私家医院、长者护理中心、健康护理及卫生界别(包括家居清洁、个人卫生及化妆产品)及中医界别。
- **其他**—合适对象包括环保团体、社团及非政府机构、学术及教育界别，以及公共机构。

(b) 讨论议题

上述对象群组的主要持份者除了讨论上文(A)(2)所列主要议题外，也会获邀根据各自的业务模式或日常运作上的观察所得来表达意见，例子如下：

- 在减少即弃塑胶方面，基于业务运作需要或任何重大关注事项而遇到的挑战。
- 在业务运作上为减少即弃塑胶而已采取的措施或将推行的计划。
- 即弃塑胶制品在市场上的现有可持续替代品及其对成本的影响。
- 从业务运作的观点考虑，哪一种即弃塑胶可先予处理或管制？
- 如何优化现行的塑胶购物袋收费计划？

(2) 公众互动活动

建议在公众互动阶段由计划总监协助举办连串公众互动活动：

- (a) 举行**记者会**以展开公众参与，藉此吸引传媒和公众的注意，鼓励他们就有关议题发表意见；
- (b) 举办**地区讨论坊**以便公众和主要持份者**深入交流意见**；
- (c) 举行**简介会**以咨询各类**持份者**，包括业内人士，例如各大商会及相关行业团体、政府咨询组织和委员会、地区分区委员会、环保团体及青年等；以及
- (d) 探访中学并结合互动话剧表演、电脑投影片简报和进行问答环节，从而引起学生兴趣。

(3) 随机电话调查

建议进行随机电话调查，以了解公众对议题有何基本认识，以及是否乐意共同减少使用即弃塑胶。我们会聘用承办商在公众参与展开后进行电话调查，目标是藉着流动电话号码成功访问至少 1000 人。

(4) 意见收集表

设计一份以选择题为主而且行文浅白的问卷，就一般及特定议题，搜集各方面的意见以作量化分析。

(5) 专属网站

推出专属网站以主要提供：

- (a) 公众参与的重点资料和可供下载的《公众参与文件》等；
- (b) 网上意见收集表和其他提交书面意见的平台；
- (c) 公众互动活动时间表；以及
- (d) 数据处理功能，能从意见收集表得出量化意见以供计划总监分析。

拟议公众教育及认知计划

7. 其他宣传活动包括制作电视宣传短片和电台宣传声带。除了传统的推广途径，我们会使用社交媒体(例如「大哋鬼」的 Facebook 专页)以推广公众参与。我们也会研究进行其他宣传活动，例如由关键意见领袖访问公众日常使用即弃塑胶的情况、推行认知运动或主持具挑战性的游戏，以推广环保生活方式。有关活动的短片会上载至上述专属网站和「大哋鬼」的 Facebook 专页及 Instagram 专页，让更多人看到。我们又会在报刊及其网上和流动通讯平台刊登广告，并视乎情况在不同地点张贴海报。

未来路向

8. 香港生产力促进局已获委聘为计划总监，并将展开筹备工作以举办焦点小组会议，邀请主要持份者就公众参与的整体方向提出初步意见，以及建议可进行公众讨论的范畴。我们亦正为公众参与委聘公关公司和其他承办商。

9. 至于公众参与的时间表，我们的目标是在二零二一年九月正式公布《公众参与文件》，并展开为期三个月的公众互动阶段，进行地区讨论坊、简介会、学校访问及其他推广活动。

可持续发展委员会秘书处

二零二一年六月