

警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章 / 內容 / 資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章 / 內容 / 資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及律師費用。

用心的報告

——記「第八屆消費文化考察報告獎」頒獎禮

究竟男士使用美容服務，女士是否接受？家長對子女的閱讀習慣和選擇課外書產生怎樣的影響？當市面上充斥問題食品，對市民的飲食習慣影響有多大？……

生活中的無限可能

四千多位參加「報告獎」的同學由日常生活或社會關注的消費議題出發，成功地將生活與學習融合，可說是實踐了通識教育的理想。

由消費者委員會及教育局合辦的「第八屆消費文化考察報告獎」於7月16日在葵青劇院舉行了頒獎禮。蒞場的除了五百多位師生及教育局代表，更有來自中國消費者協會、浙江省工商行政管理局、浙江省消費者權益保護委員會及澳門消費者委員會的負責人，一同觀摩及分享報告獎的成果和經驗。



「人文關懷」體現教育理想

消費者委員會主席張炳良教授在頒獎禮上表示：「同學為我們發掘到不少被人忽視的消費現象和問題；更提出了不少極具啟發性的見解。所以，『報告獎』已不只是同學的學習活動，而是一個讓我們理解年青人的想法、態度和能力的重要渠道。但最值得欣喜的，就是不少同學對社會和環境問題的敏感和關心，更能從『人文關懷』的角度出發，體現了通識教育的理想境界。」

主禮嘉賓教育局黃鴻超常任秘書長

致辭時表示，「報告獎」推動學生自主學習，培養他們獨立及終身學習所須的共通能力，讓同學得到一個擴闊眼光和增長知識的機會。

揭示兩代消費矛盾

在作品匯報時，初級組冠軍田家炳中學《老吾老》的作者，以「獨腳戲」的形式，個人分飾四角，為觀眾揭示中外文化對「養老服務」的不同觀念，例如，在香港，子女擔心送父母入老人院會被視為不孝，事前盡量不讓父母知道，更不用說讓他們參與選擇的過程。結果，選購服務的是子女，享用的卻是父母，主動和被動的消費者之間固然產生不少矛盾，消費權益的保障又會出現甚麼問題呢？同學的匯報為觀眾作了獨到的觀察和分析。

高級組冠軍華英中學的《“Neither coffee nor tea” is your cup of tea》則嘗試拆解年輕人到咖啡店，和老人家到茶樓，兩種表面上看似相異的消費有何共通之處。同學發現兩代消費者買的卻是同一樣的滿足——希望買一個與平日生活相反的環境，一個買寧靜，一個買熱鬧，卻都是在追求一個「可以寄託的空間」。



同學為主禮嘉賓介紹得獎作品。

體驗消費中的情味

初級組亞軍得主是香港四邑商工總會黃棣珊紀念中學的《浪紙回頭金得換》。同學匯報時娓娓道出她們對拾荒者生活的親身體驗，並從中探究出功利的金錢交易外的無價人情味。高級組亞軍葵涌蘇浙公學《「蛙」眾取寵》的同學，則以卡通的形象，演繹卡通軍曹如何以其「無厘頭」搞笑行為及性格，讓消費者產生共鳴，並投射到現實生活中。

用心的報告

評判之一劉燕卿總幹事表示，今年的報告特色是篇幅精短，邏輯思維縝密。

另一位評判消委會前委員周志堅博士則認為，同學不再止於發表統計數字的報告，而是「讓我們看到大量有血有肉、有感情、有觸覺、有思考，用心來做的報告。」

本屆「報告獎」的得獎作品已輯錄成光碟集，免費供教育界索閱。新一屆「報告獎」亦將於9月中展開。有興趣的老師及同學可向消委會教育部查詢，電話2368 1245。