

From: Hahn Chu <[REDACTED]>
To: juniusleg@kcho-fong.com
Cc: panel_ea <panel_ea@legco.gov.hk>, [REDACTED], Edwin Lau
[REDACTED]

Date: Thursday, November 22, 2018 04:28PM

Subject: 綠惜地球 回樽有賞試驗計劃簡報

致立法會環境事務委員會主席何君堯先生：

何主席，您好！綠惜地球進行的「回樽有賞」社區試驗計劃，公眾凡回收一個乾淨的PET膠樽，可獲2角現金回贈。活動反應良好，拾荒基層反應尤為熱烈，反映按樽制等經濟誘因，能帶來正面的回收及補貼基層生計的效果。

附件為計劃及成果簡報，期望有助環境事務委員會審議相關工作時，有所裨益，也歡迎向委員會成員及對外發放。如有問題，請不吝與我們聯繫。謝謝。

祝安！

朱漢強
綠惜地球環境倡議總監
電話：[REDACTED]

Attachments:

綠惜地球「回樽有賞」社區回收試驗計劃簡報.pdf

1. 摘要

綠惜地球舉行「回樽有賞」社區回收試驗計劃，一連五個周六（2018年9月29日、10月6日、13日、20日、27日）於葵芳路德會啟聾學校，向參與乾淨回收PET膠樽的市民，提供每個2角的回贈。五次活動共回收14,072個膠樽，市民普遍有能力做到乾淨回收，計劃亦反映經濟誘因可增加回收率，對基層市民及拾荒業者的效果尤其顯著。

2. 計劃背景及目的

香港塑膠問題日益嚴重，根據2016年環境保護署《都市固體廢物監察報告》的數據，本港PET膠樽回收率只有8.5%。本會參考外國實施按樽制法規的膠樽回收率，平均達82%，相信本港若仿效推行，回收率會大大提升。香港未有相關按樽法例，綠惜地球就透過「回樽有賞」的回收試驗計劃，向每回收一個乾淨PET膠樽的市民，提供兩角回贈，旨在測試：

1. 經濟誘因對回收行為的吸引力；
2. 每個2角的經濟誘因對拾荒等基層的吸引力；
3. 市民實踐乾淨回收的效果；

3. 結果

有償回收兼顧減廢及改善基層生計

活動一連五個周六回收共14,072個膠樽，參與人次達155人，拾荒人次約佔兩成，並且佔膠樽總量約八成，反映有償回收對拾荒者具一定吸引力。除葵芳本區外，拾荒者有來自石籬及荃灣，收集膠樽的熱點，包括球場、街市、地鐵站及行人路等（見表1）。有葵芳拾荒婆婆稱一個星期能收集近600個膠樽，並表示「如果有地方存放，可以收集更多膠樽」。

除拾荒群體，參加者包括鄰近街坊（有長者、年輕人和家庭），及遠至港島北角、黃大仙而來的市民，當中有不少是家長藉此教育小朋友乾淨回收及塑膠危機問題，部分市民志在參與及支持，不領取回贈。

The Green Earth 綠惜地球

Room 703, 7/F, Kwai Cheong Centre, No.50 Kwai Cheong Road, Kwai Chung, Hong Kong

Phone: 3708 8380 Fax: 3708 8360

Email: info@greenearth-hk.org Website: www.greenearth-hk.org

Facebook: www.facebook.com/greenearthhk

而收集的膠樽，絕大部分都是喝乾淨、或者經清洗再送過來。至於活動現場，也擺設供參加者清倒飲剩液體及沖洗的水桶，以防萬一。而第一次收集的膠樽放置五周後，仍沒出滋生蚊蟲，顯示膠樽的潔淨程度，及參與者能做到乾淨回收。

瓶裝水比例偏高

本會就頭四輪回收到的 8,437 個膠樽，進行了：1. 樽裝水與非樽裝水比例的統計；2. 廢膠樽品牌調查。

就樽裝水與非樽裝水比例上，在撇除 957 個無法識別的膠樽外，兩者分別佔 46% (3,437 個)及 54% (4,043 個)，膠樽水比例甚高。若以樽裝水排名計算，飛雪、維他、屈臣氏及其生產的 Cool 共高佔 88%的廢膠樽佔有率 (見表 2)。

至於整體的廢膠樽排名 (合併計算膠樽水與非膠樽水)，則以可樂、維他、匯泉等佔較多。品牌排名詳見表 3。

4. 總結及建言

綠惜地球指出，是次試驗計劃反映經濟誘因可帶來明顯的回收效果。無論是拾荒者抑或普羅街坊，均表示支持項目，也認同經濟誘因能有效增加回收率。參與者亦表示，期待類似活動能繼續，並且擴展至其他地區，以減少浪費塑膠，提升回收，同時有助改善基層生計。

本會促請環保署加快膠樽飲品容器的立法步伐，並且仿效德國、南韓、挪威等地，採納按樽制做法，以應對香港的塑膠危機，保護香港自然環境免受塑膠污染。

在按樽定價上，綠惜地球認為，2 角雖然能吸引拾荒基層，但就不一定對社經水平較高的群體產生積極回收作用，加上拾荒者無法進入私人屋苑及範圍收集廢膠樽，故此建議以 5 角為定價起點，增加回收效果。

在未落實相關政策前，可樂、維他、屈臣氏等飲品生產商，應推出進取的減塑及回收的目標及時間表，承擔應有的企業環保及社會責任。

本會同時要求政府、港鐵等相關持份者應多設斟飲食水設施，推廣自備水樽文化，以抑制過度使用即棄膠樽的情況。

主辦機構：

綠惜地球

協辦機構：

路德會啟聾學校

社區伙伴：

葵芳不是垃圾站

綠惜地球

查詢：

綠惜地球環境倡議總監 朱漢強

綠惜地球項目主任 章詠雯

電話：3708 8380

電郵：info@greenearth-hk.org

2018年11月19日

表 1. 收集膠樽熱門地點

回收熱點例子

場地	說明
球場	有參與者走一圈，便收到接近30個膠樽
公共垃圾桶	點算葵芳有垃圾桶，有17個膠樽
街市	菜檔會用大量裝雪的膠樽做保鮮
工廈樓層垃圾桶	一星期收集超過上百個膠樽
地鐵站垃圾桶	有拾荒叔叔三日執超過100個膠樽
行人路	「執唔完」

資料來源：參與回樽有賞市民

表 2. 水類飲品膠樽品牌調查排名

水類飲品膠樽品牌調查排名

名次	品牌	數量	百分比(%)
1	維他	1127	32.8%
2	Bonaqua 飛雪	1023	29.8%
3	Cool 清涼水	453	13.2%
4	屈臣氏	419	12.2%
5	怡寶	78	2.3%
	其他*	337	9.8%
	總計	3437	

* 包括38 個其他品牌

表 3. 非水類飲品膠樽品牌調查排名

非水類飲品膠樽品牌調查排名

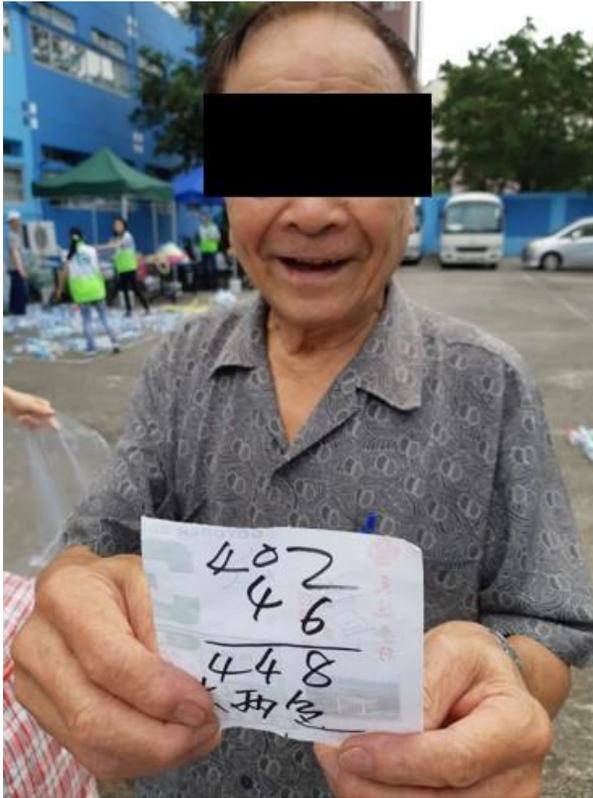
名次	品牌	數量 (%)	百分比(%)
1	可口可樂**	1163	28.8%
2	維他	527	13%
3	匯泉#	413	10.2%
4	津路	385	9.5%
5	寶礦力	329	8.1%
6	鴻福堂	228	5.6%
	其他***	998	24.7%
	總計	4043	

**可口可樂轄下品牌及經銷品牌包括：可樂、雪碧、芬達、水動樂、玉泉、淳茶舍、健康工房、果粒橙、喬亞咖啡、飛想茶、Appletiser、Glacéau 維他命水、雀巢咖啡、雀巢奶茶

#匯泉轄下品牌包括：道地、百事、Meko椰子水、七喜

*** 包括60 個其他品牌

活動花絮：



這位伯伯，從石籬騎單車過來做回收



參與計劃的葵芳拾荒婆婆，每次帶來四、五百個膠樽



這對年輕人路上檢到的膠樽



家長帶來孩子，實踐乾淨回收



環境局副局長謝展寰先生與立法會議員朱凱迪先生交流廢物管理政策



五場活動下來，所收集的 14,000 多個膠樽

完