

環境運動委員會
第168次會議紀錄

日期：2022年10月27日（星期四）
時間：上午10時
地點：香港灣仔軒尼詩道130號修頓中心5樓會議室（線上線下同步會議）

出席

黃傑龍先生, BBS, JP (主席)
許湧鐘先生, BBS, JP (副主席)
陳家強先生
陳建強醫生, SBS, JP
鄭茹蕙女士
莊偉茵女士, JP
何志輝先生
葉頌文先生, MH
梁懷敏先生
李進秋女士
伍顯龍先生
倪文玲女士, JP
譚劉清儀女士
黃天祥博士工程師, BBS, JP
胡文珊女士
邱亦聰先生
徐浩光博士, JP
梁秀雯女士
楊銘浩先生
蔡貝琪女士
鄧敏雪女士

環境保護署副署長 (1)
教育局高級課程發展主任 (德育、公民及國民教育) 1
民政及青年事務局行政主任 (公民教育) 1
政府新聞處高級新聞主任 (宣傳) 3
環境保護署總行政主任 (社區關係) 2 (秘書)

列席

黃耀光先生
甄麗雲女士
歐陽敏儀女士
江嘉怡女士
李淑冰女士
陸焯然女士
鄭梓豐先生
何澤榮先生

環境保護署社區關係總監
環境保護署首席新聞主任 (宣傳)
環境保護署高級行政主任 (社區關係) 2
環境保護署宣傳經理 (社區關係) 2
環境保護署助理秘書 (社區關係) 2
環境保護署助理秘書 (社區關係) 3
環境保護署行政主任 (社區關係) 2
環境保護署行政主任 (社區關係) 3

因事缺席

梅詩華女士
吳芷欣博士
鄧業煒女士

主席歡迎各委員出席環境運動委員會（環運會）第 168 次會議。

議程第一項：通過環運會第 167 次會議紀錄

2. 秘書處沒有收到任何修訂建議，環運會第 167 次會議紀錄獲確認通過。

議程第二項：減廢回收宣傳運動進度報告

3. 甄麗雲女士匯報「減廢回收 2.0」宣傳運動的工作進展。環運會與環保署於 2020 年 6 月中推出「減廢回收 2.0」宣傳運動，鼓勵市民實踐惜物減廢的綠色生活，運動亦創作了新的宣傳角色「慳 BB」夥拍「大咗鬼」推廣環保訊息。宣傳運動分階段推廣不同的主題，運動現正進入第五即最後階段，主題為「食物斷離捨」，創作理念源自簡約生活斷捨離概念，主力推廣廚餘管理，轉廢為能。宣傳項目包括製作宣傳短片、線上線下和社交媒體的廣告推廣，以及推出用於社交通訊的宣傳貼紙。宣傳運動已於 10 月中旬推出一分鐘的宣傳短片和剪輯成 30 秒的政府電視宣傳短片，並安排在電視頻道播放，向市民宣傳惜食和廚餘分類訊息。此外，宣傳短片以廣告形式在五條地鐵沿綫路軌旁的電視屏幕及媒體網上平台，例如 YouTube、香港 01、經濟日報和 on.cc 播放。為了向更多食客推廣惜食訊息，宣傳短片亦安排於 OpenRice 和 the GULU 飲食資訊平台，以及在食肆門前的電視屏幕播放；同時亦推出線下廣告宣傳，包括地鐵大堂和巴士站海報，巴士和電車車身廣告，以及在頭條日報、Yahoo.com、新假期和晴報等網上平台的宣傳廣告。
4. 甄麗雲女士續匯報將於 11 月中旬推出名為「食物清碟大行動」的社交媒體挑戰賽。挑戰賽為期四星期，旨在鼓勵更多公眾響應參與惜食運動。為增加趣味性，挑戰賽同時推出 Facebook 和 Instagram 濾鏡供參加者使用，參與率最高的參賽者可獲得「食物斷離捨 KOL」名銜和特製的「大咗鬼」頭像，以及其他獎品。參加升級玩法的得獎者將獲得一次參觀 O·PARK1 的特別體驗。挑戰賽將邀請網絡紅人和微網紅在社交平台推出帖文協助宣傳，邀請食肆在店內展示宣傳品協助宣傳，以及邀請企業響應參與，並會推出社交媒體帖文及社交通訊平台貼紙供市民使用。以上為第五階段工作進展的情況。
5. 委員建議邀請設有飯堂的公司響應挑戰賽，並表示其工作機構亦樂意合作鼓勵同事參與和透過其 Facebook 專頁與「大咗鬼」專頁合作宣傳。
6. 主席亦表示旗下食肆樂意合作宣傳，而受委聘的公關公司一般只聯絡其相熟的企業網絡，可能導致其他有意支持的公司無法參與，建議一併邀請他和委員旗下公司響應活動較為理想。他建議可在招標文件內列明公關公司需聯絡商會，透過他們邀請食肆合作，增加社會的參與機會。他並建議製作特別版「大咗鬼」頭像予委員協助推廣宣傳。
7. 甄麗雲女士感謝主席及委員支持，會繼續邀請更多的企業合作。

8. 委員建議增加獲獎名額以提升市民參與意欲和詢問可否利用「咪嗱嘢食店」資料庫作宣傳。
9. 甄麗雲女士指會考慮增加獎額的建議。此外，署方曾透過該資料庫聯絡邀請食肆合作，初期反應不太理想，但於宣傳短片推出後得到正面迴響，會繼續邀請食肆參與。
10. 委員指現時坊間廚餘回收的設施並不普遍，擔憂市民不知如何安排廚餘回收。甄麗雲女士指環保署已開展公共屋邨廚餘收集試驗計劃，宣傳工作將配合現時政策進行。
11. 甄麗雲女士回應委員就如何衡量宣傳運動成效的提問時表示，署方會分析社交平台互動率的數據以評估公眾對活動的參與率。
12. 委員建議可參考過往活動資料庫邀請曾參與活動的食肆和酒店協助宣傳，並邀請大型企業聯絡旗下的食肆響應，以及透過發展商聯會與食肆溝通，增加企業參與機會，署方可保管該資料庫，擴展企業合作網絡。
13. 主席認同委員以上就加強宣傳網絡的建議。

（會後註：秘書處於會後以電郵邀請委員可提供有興趣參與宣傳挑戰賽的合作機構。委員所提供的相關資料已一併交公關公司作聯絡跟進。）

議程第三項：碳中和宣傳運動進度報告

14. 甄麗雲女士介紹碳中和宣傳運動的背景。宣傳運動為期兩年，旨在提高市民認識氣候變化問題的迫切性和呼籲公眾積極實踐低碳生活，從而達至碳中和。宣傳運動分為三個主題進行，分別為節約能源、綠色運輸和減廢回收，減廢回收包括宣傳都市固體廢物收費。主席與其他委員於較早前參與招聘承辦商的招標評審，選出承辦商制定宣傳策略和推廣計劃。服務合約批出後，承辦商已分別與三個主題的相關部門進行初期會議，討論宣傳策略和一系列宣傳活動。承辦商建議宣傳項目圍繞同一個碳中和宣傳運動品牌，避免以往每個項目分散推行的做法，從而達到協同效應。另外，參考環運會其他工作小組的恆常做法，在保持主題預算總數不變的情況下，秘書處可因應實際情況容許各負責小組在跨項目之間作出預算兩成內的彈性微調。由於宣傳運動長達兩年，難以固定預算分配，但會同時給予規範遵守。委員就此並無其他意見。品牌的宣傳方向將會是加強危機感和強調迫切性，地球暖化會直接影響人類存亡，是關乎自身安全的事，市民急需行動，作出改變。運動將以認真模式包裝宣傳，宣傳角色亦以嚴肅手法呈現。
15. 甄麗雲女士續介紹品牌下的宣傳短片將傳達行動的迫切性，內容講述人類自私的行為令碳排放量激增，影響人類生存，實現碳中和是唯一出路。主視覺設計除了圍繞溫度上升之外，亦會強調地球暖化所引致的其他危機，設計會安排在適當時間推出。此外，宣傳運動亦包括在社交平台推出新角色「碳魔」，在

提及排碳量的時候出現，目的是將排碳量形象化，提醒市民減碳。在確定宣傳運動品牌標誌的設計後，會以此製作宣傳運動 T 恤供委員出席活動時穿著。

16. 主席補充說，與承辦商於早前的會議商議後，暫定將新標誌主題由「撐碳中和」改為「實現碳中和」，以加強人類面對碳中和並沒有選擇；將品牌理念由「一齊做 即刻做」改為「絕無退路」，強調是人類存亡問題，他並建議吉祥物角色應以認真模式而非輕鬆手法作包裝宣傳。除了氣溫上升，需向市民清楚表達其他危機，如水源遷移、糧食生產困難以致引發戰爭等。宣傳 T 恤設計方面，他提出需考慮出席活動時與服裝顏色的搭配效果，以及如委員加穿外套時亦可清楚展示碳中和的圖案。另外，主席指出宣傳運動除了要提高市民的環保意識外，亦需讓市民知悉政府政策和配套設施的工作進度，共同實踐環保。他提議製作約三個以都市傳說闢謠為主題的帖文在環保署和環運會社交平台推出，例如包括分類回收物的處理方法，以澄清坊間的謬誤。主席並建議創建一個綠色元宇宙作為新的宣傳手法，令其成為香港推廣環保的重要平台，以此推廣不同的活動宣傳，例如贈送元宇宙賬戶予本地的綠色團體和環保人士，亦可邀請環境及生態局局長和委員在元宇宙裏擔任角色與市民互動。
17. 副主席建議將標誌主題「實現」二字改為「實踐」會更清晰，讓公眾理解運動的目標為實踐碳中和。他認同品牌理念的英文用句“The only way out”，建議將中文「絕無退路」改為「唯一出路」更能清晰確定宣傳方向。他同意引入新角色「碳魔」，相比已深入人心的「大嘍鬼」，新形象應更能突出效果，吸引市民注意，但毋須加強其宣傳比重。他認同主席就整個宣傳運動中提出全球危機議題的建議，而非只限於探討本地的情況，藉此增加市民對碳中和的認知。
18. 主席同意副主席以上的意見，以「唯一出路」或「唯一生路」作為“The only way out”的中文本，而「碳中和」三字已能清晰表達訊息。委員亦認同主席的意見，並認為新角色有助加強對兒童層面的宣傳效果，「碳魔」可作為反面教材，建議可參考「角落生物」的卡通角色突顯其性格，以故事形式加強宣傳。
19. 委員建議向市民清晰闡釋碳中和的概念和具體實踐方法。主席回應指宣傳運動就節約能源方面共 11 個項目、綠色運輸有兩個項目和減廢回收有九個項目，每個項目將講解實踐方法。
20. 委員認同採取認真和嚴肅的模式推行宣傳，而主視覺設計海報能清晰表達氣溫上升，建議於巴士站等地方進行宣傳。由於他並不太清楚英文理念“The only way out”所指的出路，認為「一齊做，即刻做」更合適。他提議製作三款印有不同口號的活動 T 恤以增強宣傳效果。
21. 主席認為標誌設計的焦點應是人類存亡問題，可考慮設計不同版本應用於不同場景。他確定宣傳方向使用「唯一生路」或「唯一出路」，但“The only way out”未能準確表達存亡問題。此外，印製不同設計的活動 T 恤會增加成本，故提議將不同設計應用於電子宣傳會較具成本效益。甄麗雲女士亦認為統一標誌設計更能凸顯宣傳效果，加深市民印象，設計過多反而會令市民產生混淆。
22. 委員認同宣傳應表達危機感，標誌設計亦應以簡約為主，而出席相關活動時如

以「唯一出路」作為口號聲音比較突出。她並詢問有關危機感的圖像和海報構思的資料來源，建議清晰傳達在氣候變化下實踐碳中和的原因，加強宣傳危機感，令市民明白這是關乎存亡而非只是口號。她並建議「碳魔」的設計可以模擬病菌作藍本，帶出消滅它的意識。

23. 甄麗雲女士回應，有關宣傳內容會先諮詢相關部門，以確保資訊正確。
24. 委員認為「碳魔」只需在某些場景出現，代表碳排放，作用是提醒市民減碳，而不需刻意宣傳、美化或醜化角色。
25. 主席認同難以圖像化表達碳排放，故此藉「碳魔」會較容易向市民傳達訊息，但不會刻意宣傳其角色，只在社交平台出現。他強調新角色的重點並不在於其外形名字，而是代表碳排放。
26. 委員建議使用橙色或外紅內橙的漸變色代替紅色作為標誌顏色。另一委員建議可用彩虹顏色或外紅內橙以漸變色呈現。主席回應，使用紅色的原因是為呼應碳中和的原有標誌，由於漸變色印刷會比單色複雜，需考慮技術問題和實物美感，建議沿用現有的紅色設計。
27. 委員認同標誌可刪減「實現」或「實踐」，而使用「唯一出路」較順口易記。他認為宣傳短片需提及全球議題的迫切性，讓市民有切身感受，並建議宣傳設計上可多作資料搜集，了解有關碳排放的資料。
28. 委員認為標誌使用「實踐」並不合適，指出碳中和是一個狀態，而非可實踐的生活模式，而「絕無退路」更顯行動力，而中英文語境表達不同，並不需完全一致，“The only way out”已可清楚表達訊息。他認同宣傳應避免採用可愛形式，以近日一齣受歡迎的電影為例，建議可沿用為人熟悉的「大咗鬼」，構思在未來世界的生活與「碳魔」的互動。他建議參考美國著名的徵兵海報，在認真模式下作針對性的宣傳，讓市民感到自身責任，而非只是獲取資訊。
29. 委員提議把該受歡迎電影的對白「結局係點，由我哋自己決定」加入宣傳，他並可嘗試邀請電影中的男主角讀出宣傳口號，增強效果。
30. 委員認為以恐嚇形式未必達到真正預期的宣傳效果，建議宣傳應帶出共情感，即市民感受自身相關之餘亦願意共同參與，便能達到宣傳目的和效應。
31. 主席總結，大部分委員皆認同標誌設計可刪除「實現」而只需保留「碳中和」三個字，即英文只需顯示“Carbon Neutrality”而刪減“Strive for”。此外，標誌上的品牌理念可考慮使用電影對白，「結局係點，由我哋自己決定」。
32. 甄麗雲女士認為標誌設計應以簡約為主，方便應用。她建議可將該電影對白加入宣傳短片。主席認同建議，同時可將標誌理念句子改為「結局由你決定」或「結局你定」，與短片對白互相呼應。
33. 委員提醒使用名人作宣傳需考慮可能帶來的影響和風險。她認同使用簡約標

誌設計和以「唯一出路」作口號，而「唯一生路」則帶有負面的意思，她並建議英文本可改為“Act now before it's too late”。

34. 主席建議以官方途徑邀請影視名人合作宣傳，並確認使用「唯一出路」和“The only way out”作為標誌中的標語。主視覺設計將於適當時間推出，可隨時間圍繞其他主題危機更改設計。此外，新角色「碳魔」只在宣傳碳排放時出現，而活動 T 恤採用白色設計。
35. 甄麗雲女士補充，T 恤主要是作為外展隊的制服，考慮委員以上的建議，T 恤亦將會提供給委員出席活動時穿著，會使用環保物料製造。
36. 就委員詢問宣傳運動在未來三個月的活動時間表，甄麗雲女士表示將整合委員意見，會先以確定整體品牌方向為主，而現時由李慧詩小姐擔任「碳中和」宣傳大使的宣傳減碳生活項目，屬「香港氣候行動藍圖 2050」，將推行至明年第一季，預期本宣傳運動將承接該活動推出。

議程第四項：環運會轄下委員會／工作小組進度報告

I. 宣傳工作小組

37. 歐陽敏儀女士向委員簡報環運會第 10/2022 號文件內的工作進度如下：

- (a) 環運會於 2022 年 9 月 5 日至 11 月 18 日期間於七間大學推出第二階段可重用餐盒借用服務先導計劃「ben don go!」，推廣外賣「走塑」文化。參與計劃的大學院校餐飲承辦商或環運會委聘的專業餐具清潔承辦商 We Use 負責提供每日清洗及消毒餐盒服務。除了發佈新聞稿，環運會亦透過不同方式包括地鐵廣告，邀請大學教授拍攝短片等作宣傳。先導計劃自九月開展已獲多個新聞平台報導，香港電台亦邀請主席接受《千禧年代》節目的相關訪問，計劃的整體宣傳效果理想。
- (b) 作為《環保好「傭」易》的後續活動，環運會於 2022 年 9 月 25 日聯同香港基督教青年會（YMCA）合作舉辦以廚餘加工材料製作手鐲的環保工作坊，並邀請《環保好「傭」易》短片拍攝比賽之得獎者參與及分享，向外傭進一步宣揚環保。
- (c) 對比 2022 年 7 月數據，環運會 Facebook 專頁之追隨人數增幅逾 10%。三位暑期實習生亦協助設計社交平台帖文及製作宣傳短片，相關帖文反應良好。「環保友」社交平台舉辦了兩場會員專享活動，分別是親子農耕體驗日及 ZOOM 網上故事活動，深受家庭歡迎。
- (d) 於 2022 年 8 月 5 日在利東街進行外展推廣活動，透過簡易互動遊戲，向大眾推廣低碳生活。

II. 香港環境卓越大獎委員會

38. 歐陽敏儀女士介紹環運會第 11/2022 號文件。委員備悉香港環境卓越大獎委員會的工作進度報告，包括 2021 年度香港環境卓越大獎各項比賽的賽果，香港綠色機構認證的最新參與數據及碳中和主題的訓練計劃，以及本年度各項宣傳計劃的概述。

III. 教育工作小組

39. 歐陽敏儀女士向委員簡報環運會第 12/2022 號文件內的工作進度，包括 2021 香港環境卓越大獎 - 學校界別及其特別獎項的評審結果、2022 年度的報名及活動安排，以及 2022/23 學年的各項學生環保計劃活動及網上講座等資訊。秘書處並會繼續出席全港不同地區的校長聯會會議和講座，以推廣環境教育活動。

IV. 環保教育和社區參與項目審批小組

40. 歐陽敏儀女士向委員簡報環運會第 13/2022 號文件內載的審批小組工作進度報告。委員備悉於 2021/22 年度項目次輪申請的審批工作和資助申請的情況，秘書處亦已通知申請機構審批結果，並於九月初以網上形式舉行「環保教育和社區參與項目工作坊」，向獲批資助的申請機構講解開展和推進項目時應注意的事項，包括擬備項目報告和會計文件和其他行政事宜。此外，秘書處將於 2022 年 11 月舉行兩場簡介會，發布 2022/23 年度項目申請須知和特定主題等資訊，本年度項目的申請將於 2022 年 11 月 28 日截止。

議程第五項：環運會於 2021-2022 財務年度的財政報告及財務報表

41. 歐陽敏儀女士向委員簡報已獲環運會外聘核數公司完成帳戶審計的 2021-2022 財務年度財政報告及財務報表。
42. 就委員對該財務年度利息收入的詢問，歐陽敏儀女士回應指秘書處會根據環運會的實際支出按時向環境及自然保育基金（環保基金）申領撥款，有關撥款在用作支付項目支出或員工薪金前，會短暫存放於環運會的銀行戶口，因而產生利息。
43. 黃耀光先生補充說，環運會每年獲環保基金所批准的項目預算資金主要存放於環保基金的戶口內，環運會的銀行戶口並不會存放大量資金。
44. 委員對環運會於 2021-2022 財務年度的財政報告及財務報表沒有異議，並接納該財政報告及財務報表。

議程第六項：其他事項

45. 委員並無提出其他討論事項。

議程第七項：下次會議日期

46. 下次會議日期容後通告。

47. 議事完畢，會議於中午 12 時 05 分結束。

環境運動委員會秘書處
2022 年 12 月