

2019 年 4 月份「通識徵文比賽」

初中組 題目一

初中組：參考資料二及三，說明漫畫中，推行「四電一腦」計劃對消費者帶來的兩個影響。(100-200 字)

潘亮宏 3A 29

推行「四電一腦」計劃對消費者帶來了正面和負面影響。

正面影響，是可以避免電器被胡亂棄置，造成環境污染。根據資料三，在生產者責任制的理念下，供應商、銷售商和消費者都要承擔廢電器處理的責任。市民買電器時，銷售商須向顧客提供除舊服務，再交給再造商處理。

負面影響是令消費者購買電器的成本上升。根據資料二，「四電一腦」供應商直接向環保署支付。這意味着供應商的生產成本上升，最終費用會轉嫁於消費者身上。

王梓丞 3A 32

首先，推行「四電一腦」會令物價上升，生產商向政府支付回收費，這會增加生產商的支出，令成本有所提升。在競爭力極大的情況下，生產商為保持競爭力及以少成本賺取最多利潤，他們會把售價提高，令電器價格上升，消費者需要付出更多金錢。

這不能促進消費者及生產商進行回收，會造成更大浪費。商品的價格上升。只會令他們選購平價電器。

因此「四電一腦」回收對消費者影響深遠。

王瑋雯 3B 14

「四電一腦」的計劃會令到消費者要收取徵費以及所有的成本和最終費用轉去消費者身上。供應商的生產成本上升，利潤最大化令銷售價提高。另外，政府會向供應商收徵費屬一個微小的金額，難以讓供應商減少再造；因甚少市民玩大型電器所以總成本更無效力，再者產品所產生的廢物徵收處理費，增加低收入家庭的負擔。

黃妍諾 3C 11

推行「四電一腦」會令供應商、銷售商和消費者都要承擔廢電器處理的責任。為了廢電器被胡亂棄置，造成環境污染。而且這計劃牽涉的成本可能令產品價格上升，令消費者亦要承擔昂貴的價格。

另外，源頭減廢和鼓勵循環再造的策略，利用經濟誘因減少生產及提高回收率，但會增加低收入家庭的負擔。

2019 年 4 月份「通識徵文比賽」

初中組 題目二

初中組：參考資料二及三，說明漫畫中情況與全球化有何關係？(100-200 字)

周旭浚 2C 18

現在，不同地區的文化在全球化的影響下，得以互相交流、影響，甚至融合，另外，全球化是將世界不同地方聯繫，融為一體的過程。而且，體育商品化就成了漫畫中的情況。

體育商品化是指體育及其周邊產品作為商品而發展出來的一種商業運作模式，所以資料一中的漫畫情況由全球化，體育商品化等影響，令人們從互聯網看見了各種運動推廣的廣告，令運動在世界全球化。

鄭綽瑤 3A 2

在全球化下，世界各地的文化得以加速傳播，西方文化的影響力最大。

西方文化一直佔領主導地位因西方國家較早發展，跨國企業勢力。資料一，xyz 邀請了 D 朗作為代言人潛移默化地將背後的價值觀推到全世界。文化全球化最重要就是傳播媒介的發展。根據資料二，不同地區的文化在全球化的影響下，得以互相交流，影響、甚至融合，當中就是因為通訊媒體的發達，特別是電子媒介。

文化全球化的出現並不意外，當中跟時代的發展有莫大關係。

陳樂聰 3A 18

從漫畫中可見，體育品牌 xyz 的代言人 D 朗是巴萊龍那人，卻有來自世界各地的粉絲在他社交平台的帖子留言，如日本人、美國人、中國人。

可見，在全球化的影響下，人們利用發達的通訊科技在全球互相交流，令不同地區文化互相影響、交流，甚至融合。如漫畫中人以廣東話出帖子，宣傳運動用品。

另外，體育商品化因全球資訊急速發展而廣傳，有着因果關係。因此，體育品牌順勢推出全球化的限定產品，增加其盈利。

曾詩琦 3B 12

漫畫中的情況是體現出體育商品化的現象。因漫畫中 D 朗這個用戶隨着網絡把自身傳播在全球急速地發展，也把大部份競技類的體育成為大眾娛樂之一，不少運動職業化，並出售轉播權、接受廣告商贊助等。而且在 IG 中，有不同的人作出回覆，也是用不同的語言，因此令全球的人們在文化、思想和價值觀上更為混合，而且人們也可以在世界各地購買到世界盃的各種產品。

王鎧汶 3C 9

漫畫中球衣和足球由於是「世界足球先生」作為代言人並放在自己社交媒體上推銷，導致粉絲購買並推高商品定價。

由於電子媒介的發展，透過傳播媒介，世界各地都可以即時通訊，進一步推動全球化。漫畫中的代言人貼文之評論不單只有英文、中文，還有日文，從中可以見出全球化。人們不再局限在自己的國家，不再受地域限制，可以通過不同方式與外界有文化（球星）和經濟（購買商品）等方面的交流，同時，也增加名人在各地的影響力。

馬樂桐 3D 10

參考資料二和三，漫畫中的情況與文化的全球化所重要的打擊是因為傳播媒介的發展。透過傳播媒介，世界各地都可以獲得大量的即時資訊。加上西方文化又一直處於主導地位，所以當代言人來自西方國家的時候，人們會更加留意和關注。

另外，現在因出現了體育商品化，所以導致人們都只追捧明星所代言的那樣商品，而忽略了運動本身的重要性。

漫畫中的情況之所以會出現，全都是因全球化出現和科技的進步。

2019 年 4 月份「通識徵文比賽」

高中組 題目一

高中組：「『四電一腦』計劃讓消費者承擔部分棄置成本，能有效避免廢電器被胡亂棄置，對環境是利多於弊。」你是否同意這看法？請參考資料，解釋你的答案。(200-500 字)

5A 08 梁嘉碧

我同意「四電一腦」計劃讓消費者承擔部分棄置成本，能有效避免廢電器被胡亂棄置，對環境是利多於弊。

首先，「四電一腦」計劃有助減少堆填區固體廢物。現時香港的堆填區正面臨飽和狀態，政府有可能要尋找新地段作堆填區，更落實在石鼓洲與建焚化爐以處理堆填區飽和的問題。然而，將垃圾棄置在堆填區會造成土地污染、滋生細菌，倘若動物食用受污染的食物，有可能令動物染病，甚至死亡。倘若大量動物死亡，便會破壞了食物鏈。而「四電一腦」計劃則由銷售商向顧客提供除舊服務，再交給再造商處理，減少廢電器被胡亂棄置。

其次，「四電一腦」計劃能回收舊的電器並循環再用。就我所知，不少港人在春節有送舊迎新的傳統觀念，有一些的電器內的零件能循環再用，卻被棄置於堆填區，造成浪費，污染環境。而「四電一腦」計劃則能把電器回收再用，減少電子廢物所產生物有毒氣體所造成的空氣污染。

有見及此，「四電一腦」計劃能有效避免廢電器被胡亂棄置，對環境利多於弊。

5A 25 李文駿

有指「四電一路」計劃讓消費者承擔部份棄置成本，能有效避免廢電器被胡亂棄置，對環境是利多於弊。我不同意這個看法。

首先，我認為讓消費者承擔部份棄置成本對環境弊多於利的原因是因為其無法有效避免廢電器胡亂棄置問題。廢電器胡亂棄置原因是其數量龐大，回收商無法處理大量電器。即使消費者支付部份棄置成本，也無法有效提升回收效率。因此消費者承擔部份回收成本無助改善胡亂棄置廢電器的問題。

有指讓消費者承擔部份棄置成本，能以經濟誘因令消費者不會胡亂棄置廢電器。但這並不正確。反而正是因為需要消費者支付棄置電器，會引致消費者為避免收費，做出非法棄置的行為。因此向消費者徵收棄置廢電器的費用反而使廢電器胡亂棄置的問題加劇，對環境是弊大於利。

盧巧瑤 5B 9

我部份同意這看法。「四電一腦」計劃讓消費者承擔部分棄置成本，並非完全有效避免廢物電器被胡亂棄置，對環境有着正負面的影響。

首先，「四電一腦」能改善廢物電器被胡亂棄置的情況，減少造成不必要的浪費，從而為環境帶來正面影響。「四電一腦」能讓消費者承擔部份費用，提供經濟誘因給消費者，以提升市民的意識，提醒市民切勿胡亂棄置廢電器，從而減少浪費，回收廢電器讓環境得到改善。

不過，「四電一腦」只是一個治標不治本的方法，未能有效避免廢電器被胡亂棄置。參考資料二，供應商向政府所收回徵費，只是 15-165 元，只屬一個微小的金額，難以讓供應商減少再造。由此可見，此計劃仍存有不足之處，更只會加重消費者因電器價格上升而出現的經濟負擔，從而加劇棄置的問題，為環境帶來負面影響。

李思敏 5B 10

我在某程度上同意「四電一腦」計劃讓消費者承擔部份棄置成本，能有效避免廢電器被胡亂棄置，對環境是利多於弊。

首先，四電一腦計劃能減少廢電器被胡亂棄置的情況出現。因為指定回收商會進行回收，有一個回收商願意進行上門回收，減少市民因為不知道應如何處置廢電器而胡亂棄置，避免廢電器造成環境污染的問題，減輕堆填區的負擔。

但是，根據資料二，四電一腦計劃其未能有效地促進源頭減廢。因供應商向政府所繳付的回收徵費，只是 15-165 元，難以讓供應商減少再造，如供應商將所有成本轉嫁到消費者身上，從而減少浪費就更你效力，因一般市民甚少更換大型電器。所以對環境並沒有好處，難以管制供應商如何處置電器。

黃海兒 5B 18

我同意這是你多於弊的看法。

首先，在阻嚇性方面，這能阻嚇市民減少胡亂置電器的次數。即使有些市民依然非法棄置電器，但這個措施依然能阻嚇一部分的市民，仍然有阻嚇力。

此外，在有效性方面，「四電一腦」的政策會收取費用，這方面的費用能用於興建回收場及其他環保設施。這能令市民認識到環保的重要性及有這意識。

還有，這是有利於環境發展，當更多的市民擁有回收的習慣，為自己所用的電器所負責回收，認識到保護環境的重要性。

總而言之，我認為讓消費者承擔部分棄置成本，是對環境有利多於弊，這能減少環境的負擔，減少環境污染，減少廢發器被胡亂棄置。

2019 年 4 月份「通識徵文比賽」

高中組 題目二

高中組：「全球化是促成體育商品化的最重要因素。」你在多大程度上同意這說法？請參考資料，解釋你的答案。(200-500 字)

王運成 4C 28

我很大程度同意，全球化各國合作增加，通訊和交通的迅速亦大大提升，促成體育商品化重要因素。

首先，全球化令各國合作增加。受全球化的影響各國可以更方便向其他國家推廣自己的文化，其中也包括體育，市民可認識更多的相關知識，增加了體育市場的需求，促進體育商品化，吸引大量市民消費。所以，全球化可促成體育商品化。

其次，全球通訊發展。全球化令不同國家的人可透過不同的渠道去了解不同國家的資訊，試問我更快、更清楚知道世界各地的體育狀況，吸引市民消費，增加體育商品化。所以全球通訊發展可推動體育商品化是一個重要因素。

最後，全球交通發達，令市民可透過不同的交通工具更快更自由去不同的地方，所以市民可以去不同國家參加體育活動，增加當地的消費數，令當地可以更加發展體育商品。

杜依琳 4D 11

我認同「全球化是促進體育商品化的最要因素」這說法。

不同國家會在不同的全球化影響下，而得到交流。不同的國家會透過不同的媒介去接觸體育賽事，例如電子媒介，不同國家的電視台會購買賽事的專利權於當地播放，從而增加市民對體育賽事的了解。

此外，體育賽事會為該球員推出不同的周邊商品，如足球賽的足球，世界盃的足球，或球員的建議。另外，亦會在场邊設立一個又一個的廣告，如排球賽，場外有圍欄，佈滿了不同廣告燈牌。同時球員的球衣亦有不同商店贊助。從而增加市民在觀看球賽時看見的廣告。

由此可見，全球化是促成體育商品化的最重要因素。

楊樂瑤 4D 14

「全球化是促成體育商品化的最重要因素。」我很大程度上同意這說法。根據資料，現今全球化的影響下，傳播媒介迅速發展，例如西方的明星或球星受全球所擁戴，由於西方文化佔主導地位，令西方文化有一定的影響力。所以全球化是促成體育商品化的最重要因素。

而且，如果沒有全球化，體育商品化並不能有成效，例如刺激經濟和消費，令該國家的經濟受限制，又或者該產品就失去價值。因為沒有全球化，人們認為沒有說服力，就不會買該產品，所以全球化是促成體育商品化的最重要因素。

單凱菘 5C 4

我很大程度上同意這說法。

首先，互聯網的發展發達，使市民助長了體育商品化。根據資料一，因為球員正用社交軟件為自己的商品進行推廣，正因他是球員的身份，使市民看見這帖子時會想購買，令體育商品化的情況更普遍，可見正因球員利用互聯網的發展才可以促進體育商品化。

此外，全球化是世界各地的文化互相認識，使世界各地都認識體育項目的文化及知識，促成了為了有助資本流通，形成了體育商品化。根據資料一，帖子下的留言都是來自不同的國家，可見發文者在世界各地的影響力極大，最後促成了體育商品化。

由此可見，全球化是促成體育商品化的最重要因素。

蘇綽楹 5C 5

我在很大程度上同意。

首先，全球化令各地的市民都能接觸到出名的體育選手。全球化令各地的人都能透過電視、新聞、網上交友平台等觀看、談論運動比賽、選手。亦促進了人們「追星」的行為，在球迷眼中，運動選手就如明星、偶像，球迷經常會購買有關球星的周邊商品及附有簽名的產品。

第二，全球化亦令各國購物更方便，增加了球迷購買的意欲。全球化方各國的貨品運輸發達，在全球化的影響下，市民能買到各國的運動周邊商品，使消費者不限於地域及語言，隨心所欲地購買周邊商品。