●責任編輯：李佩瑾 2025年7月25日(星期五) 香港文匯報

「綠綠賞」明年首季全面電子化 提供更便利及多元禮品兌換選擇

香港文匯報訊（記者 李芷珊）特區政府環境保護署自2020年11月推出「綠綠賞」電子積分計劃後持續優化安排，明年將全面實施電子化，提供更多元禮品兌換選擇，同時提升運作效率、降低行政成本，以及減少濫用機會。

署方昨日向香港文匯報表示，現時87%用戶已採用電子兌換，僅約13%使用實體卡，考慮到部分實體卡已遭閒置或遺失，實際受影響市民有限。過往曾有個別居民持多張實體卡，並將廚餘分多次投放入智能回收桶以領取更多積分，環保署相信電子化後可堵塞此類漏洞。

特區政府環境保護署助理署長（減廢）蕭智慧介紹，明年1月至3月期間，「綠在區區」仍提供實體禮品兌換，職員將主動協助市民轉用手機應用程式，4月1日起須透過手機應用程式兌換電子禮品。為鼓勵市民改用應用程式，署方計劃推出「交卡獎勵」，當市民到「綠在區區」交回實體卡，轉用手機應用程式，可獲得額外50「綠綠賞」積分。

針對長者適應問題，蕭智慧強調應用程式操作簡便，「只有幾個按鈕」，相信不會對大部分長者造成太大困難。對於使用舊式手機的長者，環保署會有特別安排，經登記後可保留專用實體卡，然後於指定兌換點換領日用品。

▲「綠綠賞」積分回收可免費換米、糧油雜貨等。 資料圖片

◀環境保護署助理署長（減廢）蕭智慧 香港文匯報記者涂穴 攝

電子化最大突破在於贈品兌換的選擇大幅增加。蕭智慧指出，過往實體禮品僅提供約十多種日用品，「禮品品牌有限，市民未必鍾意呢隻米……亦有年輕夫婦表示唔煮飯，包米對他們來說係贈品，冇用。」如今綁定「易賞錢」平台後，每100「綠綠賞」積分可兌換50個「易賞錢」積分，然後可於超市及零售店換領心儀贈品，相信電子化後自由兌換各類商品，更能吸引年輕人參與回收。

「易賞錢」每月只有3,000分兌換上限，蕭智慧認為夠用，因為全港「綠綠賞」用戶每月平均派發2億至3億積分，以100萬名用戶計算，每人可獲200至300分，對多數使用者而言，3,000分上限已足夠，僅極少數回收量高的「勤力用戶」或受限。此外，他表示署方會透過公開招標程序，以「價錢相宜、條件合適」作原則，引入至少3個新增電子積分平台，「例如yuu或者其他平台，一切視乎招標結果而定，政府不會指定與某個平台合作，希望提供更多選擇給市民。」

至於全面電子化後可減省的資源，蕭智慧直言雖未有具體數字，但此舉將顯著降低人手需求，並提升整體運作效能。他解釋，電子化後無須再安排職員管理實體禮品兌換流程、倉儲作業及相關行政事務，相關成本亦可同步節省，此項轉型安排預計能協助「綠在區區」優化服務效率，同時強化成本效益。

「綠綠賞」累計收逾12萬公噸回收物

●圖為市民在社區回收網絡提交回收物。 資料圖片

香港文匯報訊（記者 李芷珊）「綠綠賞」電子積分計劃2020年11月推行，旨在推動市民參與源頭分類回收，將減費回收習慣融入生活中。市民在社區回收網絡提交回收物時，只需使用「綠綠賞」手機應用程式或出示「綠綠賞」積分卡，即可賺取相應「綠綠賞」積分。可利用積分兌換禮品，或捐予慈善機構，幫助有需要人士。計劃推出至今已累積100萬用戶，成為推動減廢回收的關鍵引擎。

帶動「綠在區區」回收量升逾六成

特區政府環境保護署助理署長（減廢） 蕭智慧表示，署方持續優化計劃，如2022年推出手機應用程式，開啟電子化進程；去年底聯乘「易賞錢」平台，市民可使用「綠綠賞」積分直接於超市消費，相關積分兌換量由最初的700萬分，飆升至今年5月的2,400萬分，增幅接近兩倍。此外，市民亦可利用「綠綠賞」積分兌換港鐵車票、本地生態遊等禮品。

回收成效數據更顯著反映計劃影響力。計劃推出4年多以來，「綠綠賞」計劃累積收到逾12萬公噸回收物，同時帶動「綠在區區」一般回收物數量，去年收集量達41,800公噸，較2023年急升近60%，今年上半年收集量亦高達22,700公噸，較去年同期增長兩成。蕭智慧認為，數據反映「綠綠賞」有效提升整體回收量，市民亦逐漸習慣將回收物送到「綠在區區」，成為生活的一部分。

工展會購物節重現荔園叮叮船 下月開鑼設300攤位 廠商會料吸6萬人次入場

▲最新上映的《神奇4俠：英雄第一步》打卡專區，粉絲可憑電影票打卡。 香港文匯報記者曾興偉 攝

▶《鬼滅之刃無限城篇》展區，現場設置3米高的「炭治郎」及「胡蝶忍」打卡點。 香港文匯報記者曾興偉 攝

▲「第五屆工展會購物節」下月1日至4日假亞洲國際博覽館舉行。 香港文匯報記者黃艾力 攝

◀圖為展商展示參展商品。 香港文匯報記者黃艾力 攝

香港中華廠商聯合會主辦的「第五屆工展會購物節」下月1日至4日假亞洲國際博覽館舉行，今屆規模與體驗全面升級，特設八大主題展區共300個攤位，包括新增的「家鄉風味區」及「荔園．遊樂區」展區，售賣內地10個省市的地道特產，以及重現荔園的經典攤位遊樂設施，如叮叮船及碰碰車等，為市民及旅客提供一站式購物娛樂體驗。廠商會預計今屆將吸引6萬人次入場，銷售額約6,000萬元，與去年相若。 ●香港文匯報記者 張茗

今屆購物節八大主題展區包括「休閒食品區」「健康養生區」「生活家品區」「服飾美容區」「Chill 飲 Chill 食區」「為食 Guide」「家鄉風味區」，以及「荔園．遊樂區」。廠商會會長盧金榮表示，亮點之一包括全新打造的「家鄉風味區」，精選四川、甘肅等十大省市地道特產，展現香港作為內企「出海」橋頭堡的角色。

另外，懷舊風情的「荔園．遊樂區」重現經典碰碰車、叮叮船等設施，以及經典攤位遊戲。至於「Chill 飲 Chill 食區」及「為食 Guide」，每日下午4時至晚上7時推出半價或以下限定美食。

提供免費入場券及穿梭巴士

他表示，去年購物節錄得6萬人次入場，逾250個攤位的總銷售額約6,000萬元，今年入場參觀的旅行團已有20團，預計人流及銷售額與去年相若。

廠商會副會長兼展覽服務有限公司副主席莊家彬補充，今年安排大灣區內地城市的旅行團入場參觀，至於其他旅客亦可憑有效旅遊證件換領免費入場券，主辦方並提供便利和優惠措施，包括提供3條免費穿梭巴士路線來往荃灣、屯門及天水圍至亞博，機場快線則有車票優惠。

參與今屆購物節的香港新豐天然健康食品代表廖小姐表示，過往主要參加每年12月舉行的工展會，今次是首次參與工展會購物節，難預計銷情。「見面禮」是原價25元的金燕牌有機首烏黑芝麻霜（200克）以1元發售「試試水溫」吸引客戶。她表示近期天氣仍不穩定，若再次打風，會考慮加大各產品的折扣力度。

已參展四年的臘味公司廣昌隆代表楊駿軒表示，去年參展「贏少少走」，對今屆購物節銷情持審慎樂觀態度，相信有望提升10%。他表示，今年推出減鹽30%的全新配方產品，不同臘味增加優惠，並採用更經濟的包裝吸引消費。對於香港天氣驟變，早前香港書展因颱風暫停開放一天，他坦言：「冇辦法，希望展會不受影響，並且能保持人流量。」

另一參展商「芒果王」負責人廖先生表示，已有多年參展經驗，面對消費市場的波動，堅持「產品OK就不怕沒客源」理念，且價格「凍結」多年，通過優化經營保持性價比，「這種堅持留住了大批熟客的同時，還能不斷拓展新客源。」

3米「炭治郎」進駐動漫節 動漫迷入場可尋「惡魔果實」

香港文匯報訊（記者 李千尋）香港年度盛事的「香港動漫電玩節2025」，今日起一連5日假灣仔會展中心舉行，今年的規模冠絕歷屆，吸引160家參展商設近800個攤位，並匯聚多個人氣IP展區。近期熱映的電影角色如史迪仔、神奇4俠及多啦A夢等亦設置攤位，發售限定商品。有參展商期望藉展覽與動漫及潮玩愛好者加強交流，亦有參展商看準電影熱潮及展會人流，預期今年銷售額可望增長三成。

今屆展覽面積擴展至34,872平方米，較去年增大近一倍。會場內設有多個以人氣動漫IP為主題的沉浸式展館，包括即將上映的日本人氣動畫《鬼滅之刃無限城篇》三部曲第一章為主題的大型展區，還原動畫經典場景，現場設置3米高的「炭治郎」及「胡蝶忍」打卡點，並用懸浮建築與無限鏡像技術，帶來360度全沉浸體驗，並會每日贈送限量特別版明信片。

「神奇4俠」設專區可打卡

闊別7年的LEGO香港今年重返動漫電玩節，並首次以動漫為主題設置展區，主打日本經典動漫《海賊王》。現場首度公開5款全新盒組，每款均附隨機懸賞海報。展區亦設有「尋找惡魔果實」互動遊戲，參觀者只要於社交平台分享展覽內容，即有機會獲取每日限定360份的神秘迷你寶箱。

另一焦點展位為「Hot Toys 大型珍藏人偶展覽」，佔地約2,000平方呎，展出逾20款會場限定1：6的珍藏人偶，包括限定500套的《007：生死有時》占士邦 Commando Outfit（軍裝人偶），以及各限定400套的《幪面超人 BLACK》雙主角BLACK及影月。場地亦推出五大主題專區，包括最新上映的《神奇4俠：英雄第一步》打卡專區，設復古未來科技感裝置場景，粉絲可憑電影票打卡，有機會獲得每日限量100份的獨家主題手幅。

Hot Toys高級市場傳訊經理周晴晴表示，今年暑假有多部強檔電影上映，包括漫威及華納作品，加上知名遊戲廠商即將推出《死亡擱淺2》，整體市場氣氛更活躍。公司因應熱潮推出多款對應周邊產品，期望透過預售及會場優惠吸引顧客，預計今年銷售額增長三成。

內地《非人哉》首次參展

內地人氣動漫作品《非人哉》首次參展，帶來特別版襟章及多款主題商品。展位負責人表示，希望了解香港市場的消費趨勢，預期銷情理想，相信不少內地粉絲會專程來港，可進一步提升銷售。他指出，「動漫電玩節是連結海外的重要窗口，未來計劃將品牌推向國際，希望藉此機會讓更多人認識中國動漫。」他強調，近年國產動漫水平逐漸提升，具潛力引領新潮流。

阿里巴巴旗下海外二手交易平台Goofish亦首次參展，並展出造價逾30萬港元、首次在港亮相的大型互動裝置「交換機」。

裝置直徑達2米、高2.1米，機械風格的黃色外形設計吸睛。參觀者可將想交換的物品投入裝置，隨機獲得來自陌生人的禮物及故事，活動全程免費。負責人之渡希望參與者能體驗二手交易的樂趣，帶回一份驚喜和一份美好回憶。