

# 推行限制使用 塑膠購物袋之制度

## 諮詢總結報告

2016年8月



環境保護局  
Direcção dos Serviços  
de Protecção Ambiental



# 目錄

## 02

### 一、前言

## 03

### 二、諮詢活動簡報

## 06

### 三、諮詢內容回顧

## 07

### 四、諮詢意見匯總及分析

- 4.1 意見收集方法
- 4.2 電話調查結果
- 4.3 主動提交的社會意見結果
- 4.4 傳統媒體及網絡民意結果
- 4.5 諮詢活動的成效評估及小結

## 16

### 五、意見重點摘要及相關回應

- 5.1 有關收費水平
- 5.2 有關收費膠袋類型
- 5.3 有關商戶類別
- 5.4 有關豁免收費情況
- 5.5 有關監管措施
- 5.6 其他意見

## 23

### 六、後續工作安排

## 24

### 七、結語

# 一、前言

「源頭減廢」一直是特區政府重視和關注的議題，而實施塑膠購物袋收費是固體廢棄物管理政策中一個重要的切入點。為有序推進相關工作，環境保護局制訂出「推行限制使用塑膠購物袋之制度」諮詢文本，並繼2015年兩次召開的環境諮詢委員會介紹會以後，於2015年12月23日至2016年2月5日期間展開「推行限制使用塑膠購物袋之制度」公開諮詢，為期45天。活動期間，環境保護局向不同群體作諮詢，包括舉辦面向公眾、社會服務諮詢委員會、業界、社團及政府部門的諮詢專場；與此同時，各相關方亦可以親臨、郵遞、電郵、電話及傳真等方式發表意見，另外，亦透過電話調查進行隨機抽樣訪問，以更廣泛地收集社會各界的意見。

諮詢主要圍繞著澳門未來推行限制使用塑膠購物袋的措施進行討論，重點議題包括：在零售層面實行「膠袋收費」措施、受規管的商戶類別、收費水平、收費膠袋類型、豁免收費情況及監管措施等。在是次諮詢活動中，社會各界都積極就文本的內容建言獻策，使未來澳門推出的限塑措施更具成效和可操作性。環境保護局就諮詢過程中所收集的問題、意見及建議進行整理和分析，編製出這份諮詢總結報告，另亦將收到的意見及建議整合出意見匯編，讓大眾瞭解不同諮詢對象及參與者所持的觀點，並對有關重點議題作出回應說明。

藉著是次「推行限制使用塑膠購物袋之制度」諮詢總結報告及意見匯編發佈之際，環境保護局再次感謝社會各界一直以來對澳門環境保護工作的關注、支持及參與。

## 二、諮詢活動簡報

就「推行限制使用塑膠購物袋之制度」公開諮詢工作，環境保護局繼2015年兩次召開的環境諮詢委員會介紹會以後，於2015年12月23日至2016年2月5日期間，向社會各界收集意見。與此同時，亦於上述諮詢期間將諮詢文本上載至環境保護局網頁，以及設立專屬電郵，並以電視、電台、報章、巴士車廂海報和發放新聞稿方式進行宣傳工作，以讓各界知悉及方便發表意見。

### 環境諮詢委員會介紹會

日期：2015年6月18日

2015年7月16日

地點：環境保護局

諮詢方式：介紹會

對象：環境諮詢委員會委員



### 新聞發佈會

日期：2015年12月23日

地點：環境保護局

諮詢方式：新聞發佈會

對象：傳媒



### 公眾諮詢會

日期：2015年12月26日

地點：氹仔花城公園側之空地

諮詢方式：諮詢會

對象：全澳市民





## 業界諮詢專場

日期：2016年1月7日  
地點：環境保護局  
諮詢方式：諮詢會  
對象：業界代表



## 社團諮詢專場

日期：2016年1月12日  
地點：環境保護局  
諮詢方式：諮詢會  
對象：社團代表



## 社區服務諮詢委員會諮詢專場

日期：2016年1月14日  
地點：環境保護局  
諮詢方式：諮詢會  
對象：社區服務諮詢委員會代表



## 公眾諮詢會

日期：2016年1月16日  
地點：三盞燈休憩區  
諮詢方式：諮詢會  
對象：全澳市民





## 政府部門諮詢專場

日期：2016年1月19日

地點：環境保護局

諮詢方式：諮詢會

對象：政府部門代表



## 其他活動

### 巡迴展覽

日期：2015年12月28日至  
2016年2月5日

地點：祐漢街市公園、友誼廣場、  
塔石廣場、三盞燈休憩區、  
氹仔花城公園側之空地、綠  
楊花園休憩區

對象：全澳市民



### 澳門講場

日期：2016年1月22日

地點：澳門電台

對象：全澳市民

### 澳視新聞檔案

日期：2016年1月29日

地點：澳廣視

對象：全澳市民

## 三、諮詢內容回顧

「推行限制使用塑膠購物袋之制度」公開諮詢文本中，主要從六個重點議題收集市民意見，主要內容如下：

- (1) **推行強制性限塑措施**：建議於零售層面實行「膠袋收費」措施；
- (2) **商戶類別**：建議措施涵蓋的零售商戶範圍優先為超級市場、便利店、藥房、百貨公司、食品類手信店、麵包店和餅店，以及化妝美容衛生用品店；
- (3) **收費水平**：建議有關金額為每個塑膠購物袋不少於澳門幣1元；
- (4) **收費膠袋類型**：建議措施所涵蓋的塑膠購物袋類型包括含塑膠成分的購物袋；
- (5) **豁免收費情況**：建議基於衛生及食品安全理由所用的塑膠購物袋可獲豁免收費；
- (6) **監管措施**：建議引入監管制度，包括對零售商戶作巡查，以及對違規的零售商戶作定額罰款。

期望有關措施推出後，受規管零售商的塑膠購物袋用量減幅為50%。



## 四、諮詢意見匯總及分析

本部分為「推行限制使用塑膠購物袋之制度」公開諮詢（下簡稱「是次諮詢」）活動意見部分的總結報告。諮詢渠道主要包括：電話調查、主動提交的社會意見（包括公眾諮詢會、諮詢專場、書面、電郵、評論節目等渠道）、傳統媒體及網絡民意四個部分。

### 4.1 意見收集方法

#### 電話調查

於2016年1月17日至29日期間進行，成功訪問了1,201名年齡在15歲或以上的澳門居民。

#### 主動提交的社會意見

於2015年12月23日至2016年2月5日期間進行，收到社會意見共269份，其中包括公眾諮詢會發表的意見17份、新聞發佈會發表的意見5份、諮詢專場發表的意見38份（其中環境諮詢委員會介紹會發表的意見12份）、電郵意見112份、電話意見5份、書面意見（含來函、傳真等）24份、親臨表達意見1份及評論節目意見67份。

#### 傳統媒體

檢測期為2015年12月18日至2016年2月10日<sup>1</sup>。在該期間，26個澳門主要媒體中有15個提及有關議題，意見共計106份，其中新聞意見83份、評論<sup>2</sup>意見23份。

<sup>1</sup> 為更全面收集傳統媒體及網絡民意之意見，傳統媒體及網絡民意的採集日期設定為2015年12月18日至2016年2月10日。

<sup>2</sup> 包括報章刊載的社論、專欄文章、讀者來論等所有評論性文章。



## 網絡民意

檢測期為2015年12月18日至2016年2月10日。期間共收集到意見348份，當中Facebook意見198份、網絡論壇122份、新浪微博24份及Youtube影片4份。

## 4.2 電話調查結果

### 4.2.1 對諮詢的認知和參與情況

電話調查反映，超過一半受訪者（53.1%）獲悉是次諮詢，而以中高齡人群的知曉度均過半數，年青人群則相對較低；近七成（66.9%）受訪者認為有接觸過是次諮詢的資訊，其中電視、報紙是受訪者主要獲悉是次諮詢的主要途徑；受訪者對是次諮詢的平均關注度為6.5分，在0至10分中屬於中等偏上水平。

總括而言，受訪者對是次諮詢工作的平均滿意度為6.5分，於0至10分中屬中等偏上水平。

### 4.2.2 對諮詢議題的評價

電話調查受訪者對「膠袋收費」措施的整體支持度為7.3分，於0至10分中屬中上水平。

對於諮詢文本內提及「在零售層面實施『膠袋收費』措施」重點議題的支持度（0至10分）為7.0分，也屬中上水平；至於另四項重點議題的支持度（0



至10分)，分數均在6分或以上，處於中等偏上水平，屬正面結果（詳見表4.1）。

表4.1 對諮詢文本中重點議題的支持度

重點議題	支持度（0至10分）
在零售層面實施「膠袋收費」措施	7.0
含有塑膠成分的購物袋須收費	6.5
每個塑膠購物袋的收費不少於澳門幣1元	6.0
基於衛生及食品安全所用膠袋可豁免收費	8.0
未來引入監管制度來避免違規情況	7.4

而對於文本中建議的七類零售商戶類別優先實施「膠袋收費」措施的支持度（0至10分）如下：

表4.2 對建議七類零售商戶類別中優先實施「膠袋收費」措施的支持度

零售商戶類別	支持度（0至10分）
超級市場	6.7
便利店	6.9
藥房	6.8
百貨公司	6.8
食品類手信店	6.3
麵包店和餅店	4.9
化妝美容衛生用品店	7.1



其中，對麵包店和餅店類別的支持度處於中等水平（約5分）；而其餘類別包括超級市場、便利店、藥房、百貨公司、食品類手信店及化妝美容衛生用品店，則均處於中等偏上水平（6分以上）。

## 4.3 主動提交的社會意見結果

### 4.3.1 主動提交的社會意見整體分佈

有關是次諮詢，共收到主動提交的社會意見共269份<sup>3</sup>，其中電郵意見所佔比例相對最高（112份）；其次為評論節目（67份）；而諮詢專場、書面意見、公眾諮詢會、電話意見、新聞發佈會和親臨表達意見所佔比例相對較低。

### 4.3.2 主動提交的社會意見議題分佈

從269份主動提交的社會意見中，共整理出1,711條相關議題的具體話題，主要涉及到11個分類（見圖4.1），其中「『膠袋收費』措施：商戶類別」的意見量最多。

具體話題討論量方面，表4.3列出了主動提交的社會意見中，討論最多的具體話題前十位。

<sup>3</sup> 主動提交的社會意見來源的統計方法為：(1)電郵意見、書面意見、電話意見和親臨表達意見，以提供意見的份數為統計單位；(2)新聞發佈會、公眾諮詢會、諮詢專場及評論節目以發言人數為統計單位。

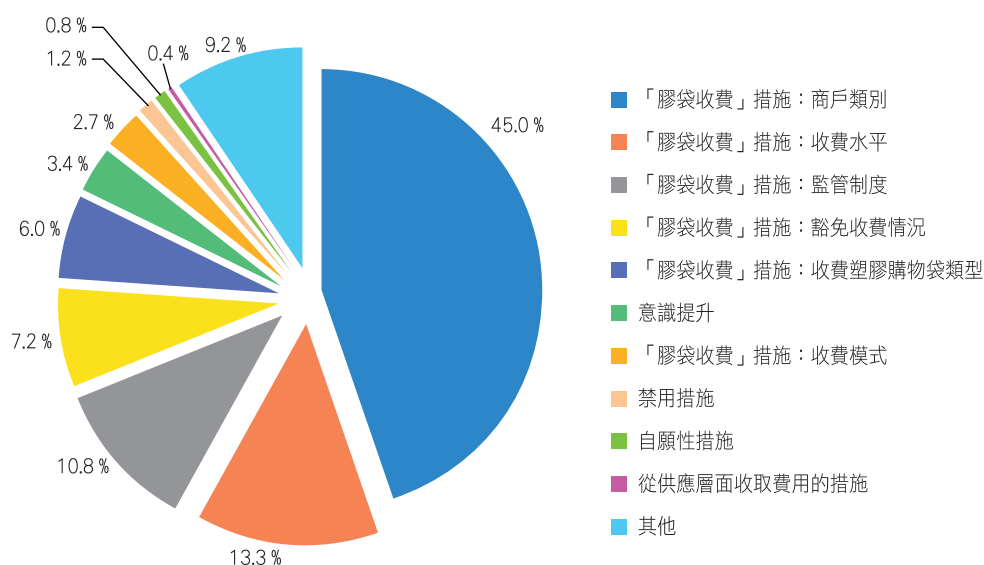


圖4.1 主動提交的社會意見議題比例分佈圖

表4.3 主動提交的社會意見－熱門具體話題前十位

排名	具體話題	所屬議題	意見條數
1	超級市場	「膠袋收費」措施：商戶類別	112
2	麵包店和餅店		108
3	每個塑膠購物袋的收費不少於澳門幣1元	「膠袋收費」措施：收費水平	106
4	便利店	「膠袋收費」措施：商戶類別	102
5	藥房		99
	百貨公司		99
	食品類手信店		99
6	化妝美容衛生用品店		97
7	基於衛生及食品安全所用膠袋可豁免收費	「膠袋收費」措施：豁免收費情況	89
8	引入巡查 / 定額罰款制度	「膠袋收費」措施：監管制度	88
9	含有塑膠成分的購物袋須收費	「膠袋收費」措施：收費塑膠購物袋類型	79
10	每個塑膠購物袋的收費少於澳門幣1元	「膠袋收費」措施：收費水平	45



### 4.3.3 主動提交的社會意見取向分佈

在主動提交的社會意見中，對重點議題「在零售層面實行『膠袋收費』措施」的取向，以認同態度為主，接近九成（88.2%）。

於另外四個重點議題的取向，認同態度均超過五成（53.9%-82.0%）；當中，「每個塑膠購物袋的收費不少於澳門幣1元」的不認同態度比例相對於其他議題較高（26.2%），但亦以認同為主（53.9%）。

對於建議之七類零售商戶優先實施「膠袋收費」措施的取向方面，亦均以認同態度為主（75.9%-89.7%）；當中，「麵包店和餅店」和「食品類手信店」的不認同態度比例相對較高（分別為13.9%及10.1%）。另外，「街市」是否優先實施「膠袋收費」亦較多關注，其取向呈多元分佈，但仍以認同態度為主（54.5%）。

總括來說，主動提交的社會意見均較認同諮詢文本所提出的各項重點議題。

表4.4歸納了主動提交的社會意見關於上述重點議題認同或不認同的主要原因：



表 4.4 對重點議題是否認同的主要原因

重點議題	認同主因	不認同主因
在零售層面實行「膠袋收費」措施	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 減塑 / 環保</li> <li>● 促使消費者養成習慣 / 提高自備購物袋意識</li> <li>● 遵守污染者自付原則</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 限塑作用不大</li> <li>● 變相為商家謀利</li> </ul>
含有塑膠成分的購物袋須收費	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 減塑 / 環保</li> <li>● 便於操作實施 / 避免爭議</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 種類太廣泛</li> <li>● 易引起民怨</li> </ul>
每個塑膠購物袋的收費不少於澳門幣1元	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 費用合理</li> <li>● 具阻嚇力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 費用過高</li> <li>● 零售商有利可圖</li> </ul>
基於衛生及食品安全所用膠袋可豁免收費	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食品安全 / 衛生健康</li> <li>● 減輕消費者負擔</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 此類膠袋使用量較多</li> </ul>
未來引入監管制度來避免違規情況	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 具阻嚇力</li> <li>● 助政策有效實施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 巡查監督成本高</li> </ul>
七類零售商戶優先實施「膠袋收費」措施	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 這些類別商戶膠袋使用量較多 / 使用頻率高</li> <li>● 減塑 / 環保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食品類商品無包裝應豁免收費（「食品類手信店」及「麵包店和餅店」類別）</li> <li>● 食品類無可避免用袋 / 實行難（「麵包店和餅店」類別）</li> <li>● 憂引起遊客不滿 / 難達成效（「百貨公司」及「食品類手信店」類別）</li> </ul>



#### 4.4 傳統媒體及網絡民意結果

在2015年12月18日至2016年2月10日期間，關於是次諮詢民意的報導共有106篇，當中新聞83篇，評論23篇，涵蓋15個大眾媒體；另網絡各種渠道的意見共348份，其中以Facebook及網絡論壇的報導量為最多。

傳統媒體及網絡民意的意見取向整體上來看呈現出較為多元。

有關重點議題「在零售層面實行『膠袋收費』措施」的取向方面，兩者均以認同態度為主（分別是72.0%和50.6%），而網絡民意則呈現多元分佈。

另外四個重點議題的取向，傳統媒體結果是以認同態度佔多數（39.5%-60.0%），網絡民意結果則是以無明確態度佔多數（41.1%-70.8%）。其中「每個塑膠購物袋的收費不少於澳門幣1元」的討論方面，傳統媒體及網絡民意均顯示認同態度多於不認同態度。

對建議之七類零售商戶優先實施「膠袋收費」措施的取向，傳統媒體及網絡民意均沒有不認同態度，而傳統媒體的認同態度與無明確態度佔比相若，網絡民意則以無明確態度佔比最高。

總括來說，傳統媒體及網絡民意的意見均較認同「在零售層面實行『膠袋收費』措施」議題，而其他議題上，傳統媒體顯示以認同態度為主，網絡民意則較傾於無明確態度。





## 4.5 諮詢活動的成效評估及小結

綜合了電話調查、主動提交的社會意見、傳統媒體及網絡民意的各類數據，是次諮詢的主要成效及結果概括為以下各項：




- (1) 諮詢期間，過半數受訪市民知悉是次諮詢，對諮詢工作的滿意度及關注度均屬中等偏上水平；
- (2) 受訪市民對「膠袋收費」措施的整體支持度較高；
- (3) 整體而言，是次諮詢結果對諮詢大部分議題均持正面態度，電話調查、主動提交的社會意見均以認同為主，而傳統媒體和網絡民意則呈現多元分佈。同時，主動提交的社會意見中，亦關注「街市」是否應優先實施「膠袋收費」；
- (4) 對於收費水平，社會上存在較多的討論，意見出現一定分歧，主動提交的社會意見及具代表性的電話調查結果均對「每個塑膠購物袋的收費不少於澳門幣1元」議題以認同態度為主，傳統媒體和網絡民意尚無明確主流意見產生；而在其他重點議題方面，整體上傾向認同，網絡民意則以無明確態度為主。

由於「限制使用塑膠購物袋」與市民生活密切相關，諮詢活動亦受到市民較高的關注。整體來說，市民已從各種渠道得悉諮詢內容，瞭解有關措施對環境保護的重要性，這亦有助推動其逐步養成自備購物袋的環保行為。

# 五、意見重點摘要及相關回應

## 5.1 有關收費水平

### 意見摘要

-  社會上對於文本中建議的澳門幣1元收費水平有不同見解，部分意見認為此水平太高；但亦有部分人士認為該收費在目前發展環境上是合情、合理、合適，能真正具阻嚇作用；有意見更指金額應越高越好，才更有效推動「源頭減廢」的工作；
-  有意見認為所收取的費用由商戶保留並自行處理為明智做法，也有意見希望費用上繳予政府較合理；
-  有意見希望不作劃一收費，而根據塑膠購物袋大小、質料等收取不同費用。

### 問題回應

- (1) 文本建議的收費水平澳門幣1元較鄰近地區（中國、香港特別行政區及台灣地區）為高，會否造成消費者過重的負擔？
  - 「膠袋收費」措施之主要目的是希望改善現時塑膠購物袋的濫用情況，消費者需認真地「停一停想一想」，是否真正有需要額外取用塑膠購物袋，故收費水平應具有一定的阻嚇力，足以改變消費者的行為，但卻不會讓消費者難以承受。其實只要養成自備購物袋購物的習慣，就無須負擔額外的費用。

## (2) 為甚麼建議膠袋收費的金額由商戶保留並作自行處理？為何不上繳政府？

- 參考中國、香港特別行政區以及台灣地區等鄰近地區經驗，現時都是採用「費用由商戶自行保留」的模式處理膠袋收費。若收費上繳政府，商戶及政府均投入額外的行政成本，例如商戶須安排專責人員去收集膠袋使用量、填寫及提交申報表、上繳款項等，而政府須增加人力及物力資源去核查所有單據、計算金額、收取款項等。因此經綜合考慮，「費用由商戶自行保留」的模式較適合澳門實際情況；
- 希望透過立法的方式，日後可確立商戶、消費者及政府三方的責任：商戶須確保在非豁免情況下不向消費者免費提供膠袋，否則將可被處罰；消費者須提高自身意識，養成自備購物袋的習慣從而不需額外負擔膠袋收費；政府則負責監管和宣教工作。我們鼓勵商戶將有關費用用作推動環保或慈善用途上，從而提升企業自身的綠色形象。

## (3) 可否按照不同塑膠購物袋的大小、質料設定不同收費？

- 對於有意見希望不同大小、質料的塑膠購物袋收取不同費用，我們也有留意到，但由於「膠袋收費」措施在澳門屬新鮮事物，希望不對消費者和商戶造成太大混淆，故建議最少收取每個1元的費用；在此基礎上，若商戶希望再進一步支持環保工作，是有自由度（如根據塑膠購物袋大小、質料等）對每個塑膠購物袋收取1元或以上的費用。



## 5.2 有關收費膠袋類型

### 意見摘要

- 部分意見希望政府推廣使用可降解塑膠購物袋，並冀作豁免收費；有意見擔心只規管塑膠購物袋，會使其他替代品出現濫用問題。

### 問題回應

- (4) 現時建議是含塑膠成分的購物袋都需收費，有沒有考慮豁免可降解塑膠購物袋？措施是否會導致紙袋、布袋等物品濫用的出現？
- 「膠袋收費」措施的目標是希望改變使用任何種類購物袋的習慣，所以我們在定義上特別作考慮，就是只要含有塑膠成分的購物袋都需收費，這已包括不織布環保袋、相當一部分的紙袋，可降解塑膠購物袋若含塑膠成分亦需收費。整體上，我們不希望造成鼓勵使用某一類購物袋的錯覺，只要大家養成將購物袋物盡其用之習慣，就能減少濫用的情況產生。

## 5.3 有關商戶類別

### 意見摘要

- 社會對「膠袋收費」措施是否優先於七大類別推行有不同意見，有意見認為合理，因畢竟牽涉大眾的日常生活，應循序漸進；有意見希望將「街市」納入規管，另有意見希望「麵包店和餅店」不納入為規管對象中；亦有意見希望全面推行措施。



## 問題回應

(5) 為甚麼建議要從七大類別零售商開始推行「膠袋收費」措施，而不直接作全面推行？

- 環顧各地推行「膠袋收費」措施的經驗，多數是採取循序漸進的方式，目前擬定建議之七大類別主要考量包括：（一）市民和遊客較常接觸；（二）塑膠購物袋消耗量較大；（三）這些類別零售商中塑膠購物袋的減用空間相對較大。因這個收費制度對澳門而言屬新鮮事物，需逐步適應，故希望藉七大類別作為切入點，觀察消費者對措施的接受程度。其實只要養成自備購物袋購物的習慣，就無需考慮於哪類商戶需要付費。

(6) 從觀察所得，街市的塑膠購物袋消耗量也較多，為何是次建議方案中不將街市納入為規管範圍當中？

- 「源頭減廢」是推出「膠袋收費」措施的主要目標，雖然街市的塑膠購物袋消耗量佔相當比例，但按照建議方案，基於衛生或食品安全所使用塑膠購物袋的收費可作適當豁免，可預計若將有關措施涵蓋至街市，將有為數不少的塑膠購物袋會豁免收費。即使如此，希望消費者養成自備購物袋或餐盒到街市購物習慣，街市攤販亦可主動呼籲消費者實踐「減塑」。



## 5.4 有關豁免收費情況

### 意見摘要

- 對於基於衛生及食品安全理由所用的塑膠購物袋作出適當豁免，有意見表示支持，也有意見希望不作豁免；另亦有意見希望針對所有情況，對第一個塑膠購物袋作豁免，而對第二個開始收費。

### 問題回應

- (7) 有建議表示，希望第一個膠袋應豁免，第二個才開始收費，這是否可行？
- 目前我們的建議是基於衛生及食品安全理由，而與商品直接接觸的第一個塑膠購物袋才獲豁免，這種做法也是參考了鄰近地區經驗；然而，所索取的第二個或以上的塑膠購物袋則須收費。若不論是否因衛生及食品安全的緣故，均豁免第一個塑膠購物袋，則較無法以經濟手段改變消費者的習慣。

## 5.5 有關監管措施

### 意見摘要

- 監管措施方面，有意見認同需引入巡查及定額罰款，以使「膠袋收費」得以順利推行；部分意見表示希望引入舉報制度，如設立舉報熱線等；也有建議希望對首次違規者可免處罰。



## 問題回應

### (8) 現時對監管措施方面有何構想？

- 初步構想是根據實際情況以及人力資源，對受規管之七大類別商戶進行不定期巡查，以及因應投訴等進行針對性的巡查，同時，也針對違規商戶科處定額罰款。

## 5.6 其他意見

### 意見摘要



其他意見包括：加強減塑宣傳教育，培養自備購物袋意識；政策推出前加強對市民或遊客的宣傳教育及普法意識；將收取的費用作為環保或慈善用途；擔心在旅遊區實行「膠袋收費」措施存在困難；全面禁用塑膠購物袋；盡快推行「膠袋收費」措施；由零售商自行售賣或租借環保購物袋等等。

### 問題回應

### (9) 有關措施在超級市場等場所會相對較易執行，但旅遊景點的遊客難免使用塑膠購物袋，因為他們要購物。針對遊客方如何推行「膠袋收費」措施？

- 「膠袋收費」措施目標對象是針對所有消費者，包括澳門居民及遊客，而事實上，遊客大部分來自於中國、香港特別行政區及台灣地區等，這些地區已實行有關措施，相信遊客對塑膠購物袋收費不會感到陌生；本局亦將持續加強針對遊客方的宣傳教育工作，同時希望相關商戶在收費實施前，培訓員工及營造「減塑」氛圍。



(10)有部分地区推行收费措施后，塑膠购物袋用量后期都有回升的情况，故除收费措施外，是否有其他方法去限制使用胶袋？

- 依邻近地区实施「胶袋收费」的经验，也存在塑膠购物袋用量反弹的情况。需要注意，单凭一条法例不能解决所有问题，本局亦将会强化相应工作，包括持续加强宣传教育，提升消费者减用塑膠购物袋的意识等，以减轻上述的反弹现象；一旦消费者养成自备购物袋的习惯，在互相影响之下，减用成效将会持续提升。

(11)有没有考虑换个角度，为不索取塑膠购物袋者以回赠方式进行激励？

- 参考外地经验，从零售层面推行「胶袋收费」能较有效减少塑膠购物袋的使用。事实上，实践环保是一种态度及习惯，若养成自备购物袋的生活模式，那么不管于哪类商户购物、收费金额多少，都不会受到影响，而消费者可自行决定是否需要使用塑膠购物袋，如确实需要才付费取得；本局亦会持续提升市民环保意识，推动养成自备购物袋习惯。

(12)为何不建议采取从源头入口途径对塑膠袋收取费用而进行管制？

- 参考外地经验，从消费者层面入手，直接向索取塑膠购物袋的消费者收取费用，才可直接、有效地传递「减塑」的讯息，以降低其对塑膠购物袋的依赖；若从源头入口收取费用，部分零售商可能会将费用自行吸收（即无转嫁至消费者），这样便难以透过经济手段直接改变消费者对塑膠购物袋的依赖行为。



## 六、後續工作安排

就是次「推行限制使用塑膠購物袋之制度」公開諮詢完結後，環境保護局將繼續推進以下工作：

- (1) 繼續對諮詢期間收集到的意見及建議作進一步研究及分析，結合澳門實際情況完善最終方案內容，並隨即起草相關法規；
- (2) 持續加強「意識提升」，針對不同階層開展多元化的宣傳教育工作，包括借助學校、社團等合作平台，特別向青少年及幼兒等灌輸減用塑膠購物袋的意識和行動；
- (3) 深化「自願性措施」，包括透過「減塑有著數」活動等，推進商戶主動營造「減塑」氛圍。此外，亦針對擬規管類別的零售商戶，展開個別化的宣傳工作，提供相關指引以讓業界及早適應有關措施。

## 七、結語

藉著是次「推行限制使用塑膠購物袋之制度」公開諮詢，環境保護局收集了許多有建設性的意見，亦深明社會各界對推進限制使用塑膠購物袋工作的期盼。在諮詢總結報告內所見，各界對商戶類別、收費水平、監管制度和意識提升等方面較為關注，環境保護局將會針對所收集之意見及建議再作進一步的分析，並結合澳門實際情況完善有關方案。

正如諮詢文本所述，環境保護局在草擬法規的同時，亦繼續循著各種途徑，向社會各階層灌輸減塑意識，務求於政府、企業、社團和消費者等各層面構建互動平台。為此，冀望各相關方作好準備，包括：商戶繼續推進「自願性措施」，例如設置宣傳品、制定「減塑」操作指引、採取「先問後派」方式提供膠袋、向主動不索取膠袋者表達「多謝支持環保」等等，以創造更多條件營造「減塑」氛圍；消費者須養成自備購物袋的習慣，並遵從「減用」、「善用」和「重用」的原則，達致「惜物減廢」，並將有關觀念向親友推廣；社團可發揮自身力量，協助將「減塑」的訊息以多元化方式向各階層持續滲透。我們深信，只有在社會各方的積極努力下，方使「減塑」的工作穩步推進。

最後，環境保護局再次感謝社會各界人士積極參與是次「推行限制使用塑膠購物袋之制度」公開諮詢，並提出寶貴意見及建議，該等資料將有助特區政府後續開展立法工作。

讓我們一起「減用塑膠袋 全城綠起來」！

## 聯絡我們

地址：澳門馬交石炮台馬路11號至11號D郵政大樓地下

傳真：2872 5129

電話：2876 2626

電郵：info@dspa.gov.mo

網址：<http://www.dspa.gov.mo>

有關社會各界就「推行限制使用塑膠購物袋之制度」的意見及建議內容，已獨立整理成匯編，並同步於網上發佈，以便瞭解不同活動參與者的意見。

歡迎瀏覽環境保護局網站進行下載(<http://www.dspa.gov.mo>)。

