

環保署副署長：六項新安排加強市場競爭

「綠在區區」引入自助回收冀降低成本

專訪

政府轄下的社區回收網絡「綠在區區」被批評營運成本高、效益欠佳，其中12個「回收便利點」的營運合約即將到期，環境保護署於今年初進行招標，引入六項新安排，包括開放非牟利機構競投，以加強市場競爭，提升成本效益。

環保署副署長（減廢）鄭健日前接受《大公報》訪問表示，新一期招標共收到69份標書，初步結果顯示，每噸回收物成本較上期合約降低兩至三成；新合約亦要求延長回收點開放時間，朝八晚九開放，並設自助回收時段，便利市民回收。

大公報記者 曾敏捷（文）
黃洋港（圖、攝錄）
融媒組（製作）

政府持續推動減廢回收工作，「綠在區區」回收網絡遍布全港18區，《大公報》去年專題報道深入探討「綠在區區」的成效和服務，引起極大回響。行政長官李家超在去年10月發表施政報告明確指出，須檢視「綠在區區」的招標安排和要求，提升其成本效益和服務水平。

環保署副署長鄭健日前接受《大公報》訪問表示，環保署隨即展開檢視工作，去年11月召開「武林大會」，邀請所有「綠在區區」營辦團體代表參加，探討降低營運成本、提高效益的方法。

今年1月，環保署就12個「回收便利點」進行續約招標，鄭健表示，今次招標引入六項提升成本效益措施，包括允許非牟利團體及私營機構在內的不同類型機構，參與營運競投，透過加強競爭，以期降低成本；審標的技術及價錢比重，由原來的70：30，調整為50：50，提升價格的重要性；提高基本回收量要求，將12個回收點的基本回收量平均提升一倍，同時嚴格控制額外回收量的獎勵，以控制成本；由於回收點的租金是實報實銷，新合約要求營辦者盡量將回收點遷入政府建築物，

例如空置街市等，降低租金成本。

電子禮券替代實體禮物

新合約亦要求營辦團體延長服務時間，朝八晚九開放，並引入自助回收時段，每日有6小時，例如早上8時至10時、下午5時至傍晚9時，「自助回收可減少營運團體人手需求，降低成本；我們也會要求營運團體根據市民習慣，增加自助回收時間。」至於回收獎賞，未來會逐漸用電子禮券替代實體禮物，減少營運者的處理成本，也為市民提供更多選擇。

鄭健透露，今次市場反應競爭加劇，12個回收點共收到69份標書，其中1個回收點有11份標書爭奪，而對上一次22間店招標收到50份標書，「除了傳統非牟利機構，私營機構、本地回收商和物流公司今次都參與競爭。投標價比市場意向價低兩成，每噸回收物成本較上一張合約下調兩至三成，說明提升成本效益的措施有成效。」環保署預期，六月公布招標結果。

「綠在區區」營運成本高，《大公報》的報道推算，每噸回收物成本高於私營回收店逾十倍。被問到新批出合約的「綠在區區」，成本減幅是否足夠，鄭健

▲環保署副署長鄭健表示，「綠在區區」引入六項新安排，以加強市場競爭，提升成本效益。

說，「綠在區區」與私人回收店未必適合直接比較，私人市場主要回收具有商業價值的物品，例如金屬、紙等，「綠在區區」接受市場價值低、私人不願回收的可回收物，所以成本相對較高，他強調大方向是減少成本，提升效益。

首次允許私營機構競投

過去曾有「綠在區區」回收點被發現違規，新合約有否加強監督，甚或加重罰則？鄭健強調，環保署對營運商有嚴謹監管，包括CCTV監控、回收物記錄核對等，署方不時抽查CCTV監控記錄，跟進舉報違規行為等。營辦商若被發現營運不佳、違規或不達標，署方會按合約處理，例如扣錢，記錄在案及反映在下次投標評分，「新合約的要求高了，但我們認為現有監管已足夠，若監管太多，循規成本就會增加，我們要取得平衡。」

至於新合約調整技術和價格評審比重，鄭健解釋，除出於成本考慮外，還因為「綠在區區」已廣為市民熟悉，署方認為以往涉及教育推廣、吸引人流等技術要求，比重可以相應下調。

今期招標首次引入包括私營機構在內的營運者競投，有營運團體擔心會造成不公平競爭，鄭健強調，本港現有逾10個下游回收商，營運者有不同選擇，而政府正致力開拓更多回收物處理出路。至於下一批20個環保回收點招標安排，鄭健表示，會總結今期的招標經驗，進一步優化招標條款，提升成本效益。



▲《大公報》於去年就「綠在區區」的成效和服務進行專題探討，報道引起很大回響。

詳細考慮

本港實施首階段管制即棄塑膠法例一周年，環境保護署副署長（減廢）鄭健接受《大公報》訪問時表示，措施減廢成效顯著，社會、市民已習慣走塑，近七八成顧客不再需要外賣餐具，估計每年可減少逾6000萬套即棄餐具，署方正為推展第二階段管制作準備，惟需考慮替代品的成熟度、可負擔性等，平衡環保和業界發展，不適宜制定落實第二階段管制的硬性時間表。

鄭健表示，市民及業界過去一年均很配合走塑法例的實施，巡查所見，業界基本上已轉用合規替代品，不少市民自攜餐具，減少外賣餐具使用，有大型連鎖食肆表示七八成顧客不再要外賣餐具，預計每年可減少逾6000萬套餐具進入堆填區。

法例推行後有六個月適應期，其間巡視了全港4.8萬間餐飲食肆、零售店和酒店賓館等，以宣傳教育為主。適應期過後，環保署開始執法工作，共收到122宗投訴或舉報，絕大部分在跟進後已整改，只有21間食肆在收到書面警告後違規情況仍然持續，被發出定額罰款通知書。鄭健認為，全港逾2.6萬間食肆，違例食肆佔比很小，可見業界已普遍適應法例要求。

「綠色餐具平台」提供約2000款產品

至於第二階段實施安排，鄭健坦言，要尋找適合裝熱湯熱汁的非塑膠容器杯和餐盒是挑戰之一，要考慮功能和價格。今年中會與部分餐飲集團合作，小範圍試用下一階段非塑膠替代品，根據替代品成熟度和可負擔性，決定下一步行動，暫不設硬性時間表。

鄭健又提到，實施首階段走塑後，替代品價格開始呈下降趨勢，環保署的「綠色餐具平台」登記供應商和款式亦大幅增加，在法例實施前，綠色餐具平台只有60間供應商登記，提供約1000款產品，現時平台已有170間，提供約2000款產品，包括第二階段管制餐具替代品，「替代品的種類、材料及技術等越來越多，亦不斷進步，但仍需在實際場景試用評估。」

大公報記者 曾敏捷



▲環保署副署長鄭健表示，近七八成顧客不再需要外賣餐具。

「綠在區區」回收量上升 營運開支飆六成

話你知

全港現有約800個「綠在區區」收集點，較2023年的約250個，大增超過兩倍，當中包括12個「回收環保站」（提供環保教育和回收支援）、82個「回收便利點」（設

於貼近單幢樓或公共屋邨）、約600個「回收流動點」，以及超過100套智能回收箱。隨着網絡擴大，營運開支亦大增。「綠在區區」2025/26年度的預算營運支出達5.07億元，較2023/24年度大增近

62%。環境保護署表示，「綠在區區」回收量近年持續上升，由2023年的約26900公噸，增至2024年的約41800公噸，按年升幅近六成。

大公報記者 曾敏捷

浸大設「第二主修」增數位娛樂等7科 衛炳江：跨學科改革加速AI融入

專訪

英國泰晤士高等教育2025亞洲大學排名近日出爐，其中香港浸會大學（下稱浸大）升勢勇猛，首度殺入50強。對於浸大近年國際排名穩步上升的核心推動力，香港浸會大學校長衛炳江教授在接受專訪時表示，這要歸功於學校四年前開始推動跨學科教育，進行「政務革命」，在課程上進行跨學科改革的同時強調研究成果轉化，過去幾年都實現相當大的改革。

浸大自2022/23學年起實踐跨學科教育模式，開設四個跨學科本科課程，2025/26學年起將開辦全新的「數位未來與人文學科文理學士」跨學科課程，亦會推出7個「跨學科第二主修」以及兩個「第二主修」課程，涵蓋文化產業管理、創意產業管理、數位娛樂、互動媒體出版、綠色科技與可持續管理、應用人工智能與可持續社會，以及創業與創新管理等領域。

跨學科的精神是要將科技融入各個學科。衛炳江表示，從今年9月起，所有浸大學生都必須學習人工智能（AI），要讓學生擁抱科技，即使是學習藝術的學生，也需要接觸科技。他續指，過去香港的學生普遍認為文科和理科是分開的，文科生無需學習理科知識，但在人工智能時代，這種觀念已改變，所有學科都與AI相關，現在常提到「AI+某領域」的概

念，無論學生主修文科、理科亦都應當擁抱技術，而這也與國家建設教育強國的發展目標相契合。

在國家建設教育強國的背景下，浸大希望學生無論主修哪個學科都能擁抱科技，衛炳江續指在高科技的推動下，許多新學科將會湧現，他希望學生不僅僅是被動適應未來，而是成為創造未來的人，這是浸大推動學校發展、香港發展以及配合國家教育強國目標的重要方式。

談到學生如何擁抱AI？衛炳江稱，不是讓每個學生學習編寫AI程式，而是需要學習理解AI的應用場景、能力和局限性。他舉例指，現在很多人提到ChatGPT、DeepSeek等工具，而這些工具提供的答案不一定完全正確，故如何分析它們的能力至關重



▲浸大校長衛炳江表示，學校四年前開始推動跨學科教育，逐漸取得成果。

要。他強調，教育重點是打破「這與我無關」或「我不需要懂這些」的觀念，讓學生接納AI。

「一校兩園」具優勢

近年，政府積極推廣「留學香港」品牌，各所大學也不斷推出相應措施，吸納更多非本地學生，助力香港高等教育國際化，浸大如何配合政府吸引留學生來港？衛炳江稱，此前浸大憑藉跨學科課程的改革，以及教資會的獎項和國際大學排名的成績，吸引眾多新生，也通過海內外的宣傳，令許多學生和家長看到了浸大的優勢。他介紹，浸大作為香港首個在大灣區設有校區的大學，實施「一校兩園」計劃，推行交換生項目，讓學生可選擇在珠海校園學習一至兩學期，體驗香港和內地的不同教育體系。

在與大灣區融合方面，衛炳江指出，校方一直積極與內地的高校和機構交流，例如在中醫藥項目上保持與廣州中醫藥大學的長期合作，近期也在推進和中山大學附屬第一醫院的合作。校方會向學生提供內地實習機會和其他多元經歷。他建議學生們敞開心扉，體驗和學習不同的工作方式，既要扎根香港，也必須開闊視野。

大公文匯全媒體記者 陳風、梁譯尹

城大牛奶獲設計師協會兩大獎

【大公報訊】記者郭如佳報道：出產自城大農場的教學副產品——城大牛奶，在香港設計師協會主辦的「BDA品牌大獎2025」中，憑藉在視覺識別、品牌語言、品牌價值與文化、社會形象及社會責任方面的卓越表現，榮獲「年度最佳品牌大獎」及「最佳品牌形象大獎」，展示了香港城市大學在積極實踐創新學習和秉持「健康一體化」的可持續發展理念方面優秀表現。而為延續城大牛奶成功，城大去年推出城大雪糕，亦廣受市民歡迎。

據了解，秉持着可持續發展理念，城大牛奶的生產過程選用了低排放飼料，並於本地進行消毒，減少碳足跡。自2023年推出後，產品在城大校園內發售，廣受歡迎。城大亦積極透過自家出品牛奶連結社會，例如向小學及慈善活動派發牛奶，支持本地社區，發揮品牌影響力。