

來論

# 食肆鼓吹環保 只為免被杯葛

筆者發覺近期有不少本地和外國連鎖快餐店及食肆都不提供飲管，聲稱「環保日」。筆者亦嘗試詢問店內員工，只是回答「公司要求，我不清楚」。

筆者深究，原來歐洲議會於一九九三年三月二十八日以壓倒性票數通過法案，自二〇二一年起將全面禁止歐盟國家使用飲管、餐具和棉花棒等一次性塑膠製品。

在香港，逐漸愈來愈多連鎖快餐店及食肆響應號召，支持環保，推行「走塑」政策，例如不再提供飲管、杯蓋和手套等塑膠製品。

歷史可鑑，尤其是對待例如美國、歐洲這樣較先進的國家所倡導的理念，若不有所響應，就有可能會受到社會杯葛，例如某大企業股市一夜之間跌入谷底。再以英國披頭士樂團(The Beatles)為例，其成員約翰·藍儂(John Lennon)曾說：「披頭四樂團已經比耶穌基督更加流行，更得人心。」

此言論引起了世界信徒的憤慨，樂團當時的幾場巡迴演出也受到了恐嚇，此事件直接導致了披頭士樂團在日後不再進行公開的現場演出。憑此事件可以看出，社會壓力與社會道德輿論足以令一個人、一個團、一家公司甚至一個企業瞬間倒下。

## 不應一刀切 須提供替代品

麥當勞、大家樂、大快活等快餐店及食肆走飲管事件，這些餐飲店都鼓吹環保，且施行不主動向顧客提供飲管政策。在筆者看來，此種商業行為的響應也是避免自己成為社會杯葛的對象而已。

若真推崇環保，不應只是一刀切

地撤走所有飲管，但卻沒有走飲管後相應的替換措施，亦沒有考慮顧客的實際需求，更沒有相應地改良那些必須要飲管才能食取到的食品包裝。其實是趁機賺到盡。

筆者認為此做法令人不齒，藉推崇環保理念，扮崇高，實際卻不願花錢和心力去做環保。實踐環保理念不是一句口號，更不只是通過無道理的禁止飲管政策來實現。否則只會讓人覺得商家目的是出於自私，看似是在實踐社會責任、推行環保，實則是藉機讓自己賺到盡，照收消費者的飲管費但就無提供相應商品。

站在消費者角度，此類商業做法實際達到的目的似乎只是：

一、通過表面履行社會責任，實則為保護自己品牌名聲；

二、通過響應環保而作出跟風行為，忽略顧客需求，強制犧牲顧客利益以維護自身利益；

三、並藉此時勢，趁機為自己做免費廣告，提升自己社會道德與聲譽。

但此類做法真的有達到推行環保的目的嗎？又是否有助於實踐環保理念呢？值得深思。

總括來說，筆者認為此類做法是要消費者非自願付出代價去體現商家的社會責任。更甚的是，有環保生產商亦藉此時勢以推銷自己的「環保產品」。

筆者歎息，此類打正旗號「履行社會責任、以顧客利益為本」的行為，卻要消費者付出代價來維護自身名聲與利益，真是「從商高招」！

錢志庸  
執業律師