

「樹·酷生活」

3月22日，世界水日，也是二十四節氣中的春分，香港「地球之友」將會在赤柱廣場舉行「樹·酷生活」(Trees·Cooliving)的啟動禮暨嘉年華，在這次活動上，由「綠色生活通道」環節開始，談論香港樹木及其保育，東江上下游挑戰，氣候變化，城市耕作等，其旨在啟動「酷生活」的議題。

在上篇文章中，筆者講到了樹木能夠給我們帶來許多公共衛生方面的好處，其他益處還體現在：

- 綠色基礎設施
- 道路與交通
- 商業
- 房地產價值
- 氣候改變和碳排放
- 社區改善
- 野生動物和生物多樣性

然而，若要跟從聯合國應付「氣候變化」的目標，「樂活」(LOHAS)是減少碳排放的好方法。

樂活族——「快快樂樂，用心生活」

樂活，是一個新興生活型態，樂活族成爲了一種潮流，其是由音譯 LOHAS 而來。LOHAS 是英語 Lifestyles of Health and Sustainability 的縮寫，意為以健康及可持續發展的型態過生活。在 1998 年的書籍《文化創造：5000 萬人如何改變世界》(The Cultural Creatives: How 50 Million People are Changing the World)，美國社會學家保羅·雷 (Paul H. Ray) 對 LOHAS 族的定義爲「一群人在做消費決策時，會考慮到自己與家人的健康和環境責任。」

特色及價值觀

樂活族的特色是身體力行他們關心的環保議題，除了消費對健康有益、保護環境的商品，也鼓勵大家改變消費態度。在做消費決策時，會考慮到自己與家人的健康和環境責任。多數的樂活族的生活價值觀和下列有關：

- 健康
- 環境保護
- 社會問題
- 個人發展
- 適可而止的生活態度

LOHAS 中，H(Health)指的是「健康的飲食、生活、身心靈的探索與個人成長。」S(Sustainability)指的是「生態永續的精神」，例如可重複使用的能源，或是有機、可回收的產品。

市場投資

樂活市場投資人很多都是因爲自己身體力行，接觸到 LOHAS 概念的影響成爲了樂活族。目前的資料顯示，在美國約有 32.3%的成人可代表爲樂活族，也就是有 6 千 8 百萬左右的消費者屬樂活族。而在 2006 年美國加州所舉辦的 LOHAS 研討會中提及，有 30%的美國成人過著這種生活方式，其市場的產值約有 2,289 億，其中：

A.永續經濟佔 764.7 億。其市場包括：再循環材質所製成的用品、材料，混合動力和電力汽車，

綠色可持續建築，節能電器及應用，其在製造業和物流業還有很多努力的空間，像是包裝及垃圾減量等。在香港，有關膠袋徵費的政策將於 4 月 1 日起全面實行，屆時市民到全港所有以零售方式出售貨品的商戶購物，每用一個膠袋將會被收取不少於 5 角的費用。

B. 健康照顧占 307 億。健康的生活型態像是近年逐漸被提倡的生機飲食法、營養補充品等；而最近熱門的運動瑜伽，或是中醫、自然療法，前文關於樹木與綠化對健康的正面影響，也是健康照顧和養生的項目。

C. 健康的生活型態佔 300 億。其市場包括：有機和天然食品，有機和天然個人用品，天然家具用品，天然以及預防型藥物等。樂活族正推動了目前的有機食品工業。

D. 個人成長佔 106.3 億。個人成長的出版品等，則都是現代人對於身心靈健康的追求。同樣，在藝術方面可以有結合心、身、靈的文學作品、書畫裝置，新世紀流派多媒體音樂及及通過哲學和宗教孕育全人健康。

E. 生態生活佔 811.9 億。其市場包括樂活農業及消費性文化觀光產業等。另一個與樂活族相關的慢食運動也有異曲同工之妙，慢食運動是一個全球性的基層組織，其有來自全球 150 個國家的支持者，在面對好食物時有著共同的對社區和環境的承諾，慢食運動在於反對快餐食品的不健康成份與製造過程。

前瞻

而簡樸生活則是在樂活族之前較早被提出的，簡稱為 LOVOS (Lifestyles of Voluntary Simplicity)，它主要在於對抗消費至上的奢華主義，從行銷觀點看來，簡樸世代的特色較少也較不明顯，但也有未來發展的潛力，他們更注意健康、與家人和朋友相處的寶貴時光、崇尚儉樸等。

反過來說，在經濟發展為大前提下，更應探索和發展相關市場，例如綠色營銷，自然資本主義，可持續發展的商業，公平貿易 (Fair Trade) 產品等，值得在本港進行大力推行的即是具有社會責任的投資 (Socially responsible investing(SRI))，這種投資者會投資具有社會責任的領域，例如環境保護，生物多樣性，綠色產業等。

黃譚智媛 醫生
香港大學醫學院榮譽教授

參考資料：1.Alliance for Community Trees. ” Benefits of Trees and Urban Forests” (2011).
2.Wikipedia
3. slowfood.com