

目錄

1	前言	3
2	背景資料收集及分析	3
	2.1 資料搜集.....	3
	2.2 問題分析.....	3
3	計劃內容	3
	3.1 對象及目的.....	3
	3.2 內容簡述.....	3
	3.3 預期效果及影響.....	4
4	計劃細節	5
	4.1 試行計劃 — 素食週	5
	4.2 短期計劃 — 社交平台宣傳	7
	4.3 長期計劃.....	9
	4.4 時間表	11
5	風險和解決方法	12
	5.1 素食產品爭議.....	12
	5.2 手機應用程式隱私風險	12
	5.3 參與偏差.....	12
	5.4 合作餐廳營運成本考量	12
	5.5 中大餐廳改良態度消極	13
6	財政預算	14
7	可持續性	15
8	結語	15

1 前言

香港人均肉類消費量高居不下，每人每日的平均攝入量高達兩塊 10 安士牛排。畜牧業所釋放的溫室氣體正是阻礙可持續發展的一大元兇。香港中文大學致力於推動可持續性發展目標，茹素是可減少溫室氣體排放，並與日常息息相關的習慣。但是中大的素食餐廳更新換代引起學生熱議，評價趨向負面，學生素食需求未能滿足。於是本組對此問題溯本求源，望以裨補中大素食闕漏。

2 背景資料收集及分析

2.1 資料搜集

本組先於社交媒體收集同學對於中大素食餐廳的評價。社交平台的評價反映餐廳款式單一、價格昂貴、味道不盡人意等問題，為本組調查問卷設計提供選項假設。本組於 2021 年 10 月 2 日至 15 日期間派發第一份問卷，以同學在社交平台評價為基礎，在眾多問題成因中數據統計以研究問題根源再著手解決。本組問卷調查結果表明，接近 60% 同學對於中大素食餐廳的多元化及味道評分低於 3 分。有素食習慣的同學 62.5% 在一個星期平均有三至四日食素。

2.2 問題分析

本組在調查研究中發現，在中大建立素食習慣的環境欠佳是由惡性循環所引起。除素食選擇評分僅有 2.16 分之外，味道的評分也僅有 2.32 分，兩項因素造成中大素食餐飲的負面形象。而出於對中大素食此既定印象，同學比較之下會轉向更加吸引的葷食，導致素食銷量無法給餐廳提供可觀利潤，餐廳沒有推動力改善素食口碑、推廣及去提供多元化高質量素食，導致素食負面印象持續。

3 計劃內容

3.1 對象及目的

本計劃的對象為中大想要培養素食並且意欲想增加素食的頻率的學生。我們旨在幫助他們建立彈性素食的習慣。彈性素食指向頻率為一週兩至三次的素食，比起純素食要求簡單。我們希望降低同學心目中素食的門檻，提升中大素食的吸引力，幫助這些同學培養起彈性素食的習慣。

3.2 內容簡述

本組計劃以三個階段進行，初設先導計劃，研究味道及款式改良、印花獎勵活動吸引力，為長期計劃的程式設計提供參考及測試其作用性。短期計劃旨在以社交媒體為平台推廣素食餐飲、宣傳、普及營養知識及交流意見，以素食抽獎活動吸引同學注意擴大計劃受眾範圍。本組的長期計劃為研發程式，包括收集分析顧客意見，可以得悉同學素食喜好做出改善及設計餐單，提供餐廳改良方向。程式中設立儲分獎勵計劃，購買素食餐飲累積分數以換購食物，提高同學購買素食動力。

3.3 預期效果及影響

我們的目標是提供多元化素食給有素食需求的同學，建立彈性素食環境。而彈性素食困難程度不如純素食高，合適的挑戰程度能帶給同學成就感以推動持續素食習慣。另外，擴大素食受眾，為餐廳提供推動力提供多元化素食與中大同學，以餐廳為突破口，著手改善素食吸引力，制止惡性循環，為同學提供可持續的食素動力。同時，此舉亦望可響應可持續發展目標中的減碳呼籲。

4 計劃細節

4.1 試行計劃 — 素食週

4.1.1 目標

本次計劃有三個目標。

首先，驗證素食食物味道在同學素食選擇方面的影響程度大小。本報告的背景分析發現食品質素是惡性循環的其中一個元素，我們希望收集參與素食週的同學的意見，證實味道較佳的素食會直接影響同學選擇素食。

其次，以實際數據展示多元的素食選擇如何影響利潤。餐廳的最大推動力是利潤，透過分析素食週限定餐單的經濟效益，我們可以此說服其他餐廳參與未來的計劃。

最後，分析咩樹咖啡店現行的印花計劃。由於長期計劃將加入類似的集點制度，我們希望理解和參考當中的利弊，設計出更有效的制度。

4.1.2 具體方案

簡述

本計劃為一次性的試行活動，與位於伍宜孫書院的咩樹咖啡店合作，在 2021 年 11 月 15 至 19 日期間舉辦素食週。咩樹咖啡店同樣關注社區可持續發展，同學亦對其食物有較高的評價，符合計劃的理念。同時，餐廳的規模較小，有助我們收集及分析意見。在素食週中，餐廳會推出期間限定素食餐單，收集同學的即時回饋。同時，我們會透過 Instagram 帳戶分享餐單中的營養資訊。我們亦會分析餐廳現有的印花計劃，並檢視本次計劃的經濟效益。為鼓勵同學參與問卷調查及素食週，我們會以有獎問答的形式獎勵積極參與的同學。

餐單設計

由於咩樹咖啡店自身有推出素食，亦有控制食物成本及設計餐單的經驗，本次限定餐單由餐廳主導。我們計劃推出較完整的餐單，包括前菜、主食及甜品（見附件二），菜式皆未曾在餐廳推出，並確保食物含有充足的營養。同時，為了讓同學嘗試不同種類的素食，餐單會加入較冷門的健康食材，例如紅菜頭，增加餐單的多元性及新鮮感。在活動期間，我們會每日在 Instagram 推出一個貼文，介紹每個菜式包含的營養，並作宣傳之用。

即時回饋

本次計劃其中一個重要環節為收集參與活動的同學的意見。我們會在收銀處旁張貼印有問卷二維碼的海報，每位購買素食週食物的同學都可以即時掃描，留下意見。問卷分為兩部分。同學首先會進入有獎問答遊戲，回答有關已購買的素食食物的營養資訊，提高教育性及互動性。然後同學會進入問卷調查的部分，反映同學參與活動的原因、消費模式的改變、對於素食週食物的意見及參

與集點制度的意向。完成問卷的同學會自動參與抽獎，贏取餐廳現金券，以此鼓勵同學積極參與。

4.1.3 成效評估

本次計劃成效將由兩個向度評估。

其一為參與同學的正面回饋。問卷中的正面回應會直接反映計劃是否達到期望成效，如透過改善素食味道推動同學建立素食習慣，以及此類活動是否符合同學的興趣。

其二為餐廳利潤。由於本次試行計劃的主要目的是收集實際數據說服其他中大餐廳，咩樹咖啡店能否透過活動賺取額外利潤是一個重要指標，將會直接影響我們繼續日後的計劃。

我們收集的數據反映本次活動達到期望成效（見附件二），同學的反應樂觀，餐廳亦有賺取額外收入，為未來計劃建立了良好的藍本。

4.2 短期計劃 — 社交平台宣傳

4.2.1 目標

計劃中社交平台“Vegbuddies_cuhk”有兩個主要目標及對象，由兩個主要持份者的角度解決構成問題的惡性循環。

第二，鼓勵及協助餐廳提供多元化素食。這些意見可以讓餐廳知道現時其實有一群有意欲培養素食習慣的同學。為增加營業額，及吸引一群潛在顧客，中大餐廳願意提供素食。另外，社交平台的意見能讓餐廳參考去改善他們素食的種類及質素，說服餐廳提供多元化素食。

4.2.2 具體方案

素食食物評價

我們會在中大各餐廳進行實地考察，親身嘗試該餐廳的素食，為素食種類、外觀、食材、味道、食物價錢等方面作出介紹及評分。我們亦會鼓勵中大同學們提供具體的意見予我們收集，使評分更具公信力。

學生意見反饋

我們會綜合各同學對中大各餐廳有關素食的意見。例如向餐廳反映同學認為伍宜孫學生飯堂的素食太寡淡，致力提供改善素食的方針。

素食活動宣傳

「味素皆宜」帳號會作為平台協助舉辦及宣傳中大有關素食的活動。例如與咩樹咖啡店合作的試行計劃，計劃中本組協助他們收集同學意見，得悉同學覺得咩樹咖啡店的食物雖然有保障，但有關素食的選擇少。在與咩樹咖啡店進行討論後，咖啡店以我們的意見作為參考，推行為期七日的素食週，嘗試提供各項素食給同學選擇。同時，我們在社交平台發出各項帖文，介紹活動食物中的各項營養，引起同學對於活動的關注，協助餐廳推廣該項活動，最後亦有正面的效果。

素食資訊教育

我們會在社交平台上各項有關素食的資訊，增加同學對素食的瞭解，例如如何為彈性素食，素食的營養等等。在提高食素意識方面，消除同學對素食的誤解，提升他們選擇素食的意欲。

4.2.3 可行性及創新性

以社交平台收集同學意見而不是傳統的問卷調查使得短期計劃更加可行。我們發現社交平台提供了各個功能用於收集持份者對某議題的意見，Instagram 正是一個高覆蓋率的社交媒體，幾乎身邊每位同學都擁有帳戶，也有時時去閱讀帖文的習慣。同學只需不到一分鐘時間，簡單短短一句就可以即時發表自己的意見，相信這個方法比傳統的問卷更有創意，更加可以配合到同學日常的社交習慣，不用像問卷一樣要填滿每個問題及有繁複的步驟，在縮短意見收集的時間和擴大樣本數量方面提高短期計劃的可行性。

此計劃的創新性在於貼合同學社交媒體使用趨勢。我們發現現時有大部分同學都喜歡為食物拍照及評論，亦有很多同學會在選擇餐廳及食物時參考社交平台的意見。我們貼合此個趨勢，當同學分享對於該餐廳的相片同評論時標注我們的賬戶，我們就可以綜合各位同學的照片及意見，此方法可以幫同學發掘左中大各項素食美食，提高他們選擇素食的意向以及選擇適合自己素食的能力。

4.2.4 成效評估

社交平台的用戶關注人數以及追蹤人士的讚好將會用於評估我們社交平台宣傳成效，并以餐廳素食營業額評估各項短期素食活動的效果。

4.3 長期計劃

4.3.1 目標

本計劃主要共有兩個目標。

首先，第一個目標為加強中大餐廳和學生的信息流通度。現時問題在於同學的素食需求及意見未能傳遞予餐廳。我們希望透過手機應用程式，建立一個平台去連結中大餐廳和學生，增強他們之間的資訊交流。

第二個目標是為了打破現時問題的惡性循環。餐廳的關注點在於利潤，然而由於與顧客間的資訊並不流通，他們不知道市場所需，對素食餐飲效益持懷疑態度，因而缺乏推動力提供高質且多變的素食。加上同學也不願主動購買，進而加速此惡性循環。因此，本計劃期望制止現時的惡性循環，從餐廳方面介入，鼓勵他們提供更多素食選項，從而鼓勵同學多嘗試素食，建立食素的習慣。

4.3.2 具體方案

簡述

本計劃將依賴和中大餐廳的合作及同學的參與。計劃之初，我們會向中大各餐廳作出邀請，以問卷數據、環保及試行計劃的成功為理由去遊說他們參與計劃。我們將會推出一個獎勵計劃，參與的同學將會成為本計劃的會員。本計劃下的會員在中大餐廳進食一定數量的素食餐後，將可以免費在中大餐廳換購一例素食餐。參與計劃的餐廳將會設計新的素食選項或維持現有的素食餐單，配合獎勵計劃，提供獎品予同學。而我們則會通過社交平台宣傳本計劃，並自行設計一個手機應用程式，作為本計劃長期運行的方案。

在以下的章節，除非另行標明，「中大餐廳」將指參與本計劃的中大餐廳。

意見回饋

應用程式會設置意見回饋功能。會員在中大各餐廳進食素食後，可即時就其品質、價錢、外觀等因素填寫表格。表格數據及回應將會自動發送至相應餐廳。此功能將會提供一個方便、集中的平台讓會員提供意見，相信可以有效提升會員的回應率。

此舉在於令餐廳明白顧客的素食需求並非只是來源於小部分純素者，而是有更大的發展市場，藉此引起餐廳注意從而提高素食食物質素。令同學更願意在中大進食素食，幫助他們建立食素的習慣。

投票

此功能參考了社交媒體常見的投票功能，用家只需提出問題，其他用家只要輕輕一按就能作出選擇，由於其便利的特點，商家也經常利用此功能去與顧客交流。應用程式也會設立這項功能，構建一個平台連結中大所有的餐廳與中大的師生，這樣比起各個餐廳獨立建立社交媒體帳戶更為方便。

而投票功能最主要的作用是提高中大餐廳素食的多元化，如前所述，提高多元化並非是一次性提供多項食物，而是應該定期更換食物選項，藉此提高顧客的新鮮感。以實行計劃為例，同學在問卷及訪問中表示，有人特意為了素食週限定菜單而光顧咩樹咖啡店，當中不乏首次光顧的學生。可見餐廳定期更換素食餐單或是提供期間和季節限定的食物，均可以提升顧客的新鮮感，令他們更願意付費嘗試。但是由於研發新菜單需要額外的時間和成本，且餐廳與顧客之間的資訊並不流通，餐廳不了解顧客的喜好，導致中大餐廳缺乏動力及方向研發新素食菜單。此功能可以讓餐廳詢問透過用家投票詢問顧客的偏好，例如是菜式或食材等。整個過程需時短，且餐廳可輕易收集數據並作出統計和分析，促進新菜單設計的進程，而同學亦可食到合口味而多變的素食，令他們對中大餐廳素食一式一樣的想法改觀。加強消費者與商家的信息交流不僅可以提升餐廳的營業額和利潤，而且能擴大客群，提高餐廳的市場佔有率，可以以此為誘因推動餐廳改良。

素食獎勵計劃

本計劃下的會員在中大餐廳進食一定數量的素食餐後，將可以免費在中大餐廳換購一次素食餐。為了增加此獎勵計劃的趣味性，我們將會遊戲化此獎勵計劃。每一個會員將在應用程式內有一個虛擬農場。會員每在中大餐廳進食一次素食餐，便可獲得虛擬種子。在播種之後，會員需要定期灌溉農作物，藉此培養會員使用此應用程式的習慣。灌溉達到一定次數後，農作物便可以收成。會員儲存一定數量的收成後，便可以到餐廳兌換免費的素食餐。農作物的收成時間將會視乎用家使用數據及餐廳意見作出調整。若我們發現同學放棄比率高，我們會調低收成時間。如果餐廳反映太多同學換領免費素食，我們將會調整遊戲難度，例如調高收成時間，以持續推動同學參與素食計劃。

雖然中大校方本身亦有推廣素食的計劃---Green Monday，然而此計劃除了張貼海報外，便不見有其他宣傳方法，令 Green Monday 活動流於口號式。而我們獎勵計劃可以提供額外的經濟誘因，吸引同學成為會員，吸引他們多吃素食，從而慢慢建立起素食的習慣。

素食知識小測

本計劃下應用程式會設置選擇題形式的小測，考驗會員有關素食食材營養、素食與環保的關係等的知識，提高會員的素食知識，使他們更清楚如何從素食攝取足夠營養。部分小測問題亦會與各餐廳提供的素食有關，提高不同餐廳素食餐的曝光率，為餐廳作出宣傳。會員每次回答小測後，將會即時顯示問題的正確答案。為了增加會員參與小測的動力及整個應用程式的趣味性，不論會員的回答正確與否，會員將在每次小測後獲得一個肥料。肥料可用於縮短農作物收成時間。

此舉旨在消除同學認為素食營養不足的誤解，讓他們明白只要小心選擇，便可以從素食吸收足夠營養。同時亦可為餐廳素食餐單作出宣傳，讓同學更清楚中大不同餐廳的素食選擇。

4.3.3 創新性

我們受到一個名為 Forest 的應用程式啟發，明白到手機應用程式的彈性，以及遊戲化的效用。Forest 是一個幫助人戒除電話成癮的應用程式。用家使用時，會在應用程式設置一個倒數計時，開始種植一棵虛擬的樹。在倒數期間，用家不能使用手提電話其他功能。如果用家違反了這條規則，那棵樹將會死去。相反，如果用家成功在限定時間內不用電話，便可以在森林內成功種植一棵樹。應用程式內有多達數十種不同的樹供用家選擇，在節日期間更會有節日特色的樹。此應用程式功能簡單，卻取得具大成功。Forest 在 2016 年推出，現時在全球 136 個國家有多於四千萬用家。由此，我們認為應用程式可為我們的計劃提供一個非常彈性的平台，容許我們添加不同的特色。我們亦將遊戲化的概念應用在我們計劃當中，增加本計劃的吸引力。與此同時，我們的應用程式亦能提供一個集中的平台，讓會員更方便地與餐廳互動。

4.3.4 成效評估

在應用程式推出後，我們會定期收集數據，以評估本計劃的成效，並決定計劃未來的方針。我們會統計用戶數量、使用時數，以及收集用戶及餐廳的意見。若應用程式的普及率未如預期，我們會加大宣傳力度，以及參考用戶意見，以作出改善；若應用程式的使用率超出預期，我們便會擴大計劃至其他院校。

4.4 時間表

2021 年 11 月 15 至 19 日	試行計劃 - 咩樹 x 味素皆宜 素食週
2022 年 9 月初 - 9 月中	短期計劃準備階段 <ul style="list-style-type: none"> • 試食
2022 年 9 月中	短期計劃 <ul style="list-style-type: none"> • 在 Instagram 發佈食評、提供素食資訊 • 收集同學意見 • 向餐廳反映意見 • 推廣活動
2022 年 11 月 - 2023 年 5 月	長期計劃（第一階段）
2023 年 5 月 - 8 月	成效評估
2023 年 9 月起	長期計劃

5 風險和解決方法

5.1 素食產品爭議

我們了解到現時市面上各種「素肉」的爭議。例如對於素肉的營養成分，製作過程，味道的質疑等等。有同學會認為素肉並不是真正的素食，擔心若果餐廳以素肉入饌，餐廳會減少以原型蔬菜作食材的素食。

解決方案：

我們的社交平台提供了的渠道給予同學及餐廳互相提供意見，正正可以協助解決到有關各項素食問題上的爭議。藉助我們的社交平台可以介紹現時市面上各種素肉的詳細資料，包括營養成分以及製作材料等，令各位同學更加了解素肉收集各位同學對於素肉的意見。若果有大部份同學接受素肉的話，我們會向餐廳反映，餐廳就可以以素肉入饌，令該餐廳的素食更多元化。相反，若果大部份同學都不同意素肉出現在餐廳的素食上，我們亦會向餐廳提出同學意見。

5.2 手機應用程式隱私風險

本計劃採用會員制，用家需要填寫個人資料。我們亦需要儲存用家用餐資訊，以推行獎勵計劃。這些儲存的資訊可能受到黑客攻擊，而導致資料洩漏。

解決方案：

在設計應用程式時，我們會充分諮詢有網絡安全背景的人士，確保應用程式沒有安全漏洞才推出。在會員登記階段，我們只會收集用家登入名稱、密碼及電郵，不會收集其他個人資料，以減低資料洩漏時的損失。此外，用家選購素食餐後，會即時獲得農作物種子，我們不會儲存用家其他用餐資訊。即使黑客竊取資訊，亦難以透過資訊得知用家用餐習慣。

5.3 參與偏差

由於試行計劃為我們與位於伍宜孫書院的咩樹咖啡店所合作推行，同書院的學生傾向參與購買該餐廳的素食以及填寫調查問卷，並且本組為宜孫書院學生，試行計劃及先導問卷皆受到參與偏差限制，所得出意見及評估亦不可以代表所有中大同學表現。

解決方案：

此計劃視為後期程式開發的測試，正因為問卷調查在樣本數量收集方面受到限制，應用程式可以彌補樣本限制利用數據庫擴大樣本數量，而第三階段的長期計劃都會邀請更多餐廳、涵蓋不同書院學生的參與，使分析所得出的消費者行為更加準確，為餐廳提供明確方向，廣大同學意見得以表達。

5.4 合作餐廳營運成本考量

本計劃鼓勵餐廳定期更換餐單，改良素食品質。由於現時大部分中大餐廳並非以素食為主，如要設計富有營養價值及味道較佳的菜式，可能需要投入更多研發資源，大幅增加成本。

解決方案：

我們了解到中大現有的餐廳主要為集團式經營，而飲食公司大多擁有自身的研發團隊，在推出產品前，會由專業團隊作測試，確保食物安全及計算營養價值。而葷食和素食所使用的食材有不少重疊之處，合作餐廳可以善用現有的專業團體和資源，無需額外投入大量資金研發素食餐單。

5.5 中大餐廳態度消極

由於改良及開發新餐單需要額外金錢和時間成本，某些餐廳可能不願改善，繼續提供質素欠佳的素食，不但減低同學在中大食素的意欲，難以令他們培養素食習慣，亦會影響本計劃的名聲和成效。

解決方案：

中大餐廳數量眾多，競爭激烈。若某餐廳的素食質素欠佳，而其他餐廳提供高質素的素食，同學也會選擇光顧其他餐廳，該餐廳最終亦會被市場淘汰，或是不獲續約。因此，當本計劃逐漸成熟時，餐廳自然有推動力去改進素食品質。而在長期而言，我們亦會根據餐廳提供的素食品質去進行定期評估，並設立合作門檻，若餐廳食物質素欠佳便不獲資格參與本計劃。

6 財政預算

	試行計劃 HKD\$	程式開發 HKD\$	程式營運 HKD\$
支出			
• 人力資源	-	(80,000) ¹	-
• 伺服器租用 • 獎勵計劃食物	-	-	(16,000)/ 年 (15,000)/ 年 ²
• 宣傳	(60)	-	-
• 樣本測試	(300)	-	-
總支出	(360)	(80,000)	(31,000)/ 年
收入			
• 校內/外資助計劃	-	40,000	20,000/ 年
• 廣告收入	-	-	24,000/ 年 ³
總收入	-	40,000	48,000/ 年
利潤	(360)	(40,000)	17,000/ 年

應用程式會放置於 CUHK Mobile App Store, 無須在手機應用程式商店上架, 以節省成本。每年預期利潤為 HKD17,000, 預計第三年可收回初始的一次性程式開發成本 HKD\$40,360, 達至收支平衡。

¹ 本計劃預計招募志同道合的大學同學進程式設計, 另外聘請顧問, 以減低坊間相對昂貴的開發成本。

² 假設 500 個會員, 每年換領 3 次免費餐。我們會提供每餐\$10 補貼予餐廳。

³ 本計劃程式廣告定價低於市價為 HKD1,000/ 月, 預計兩間商戶投放廣告。

7 可持續性

在財政方面，計劃能否達到收支平衡將直接影響其可持續性。計劃將以應用程式內的廣告收入及大學資助維持運作。由於計劃初期需要大量資金，後期所需維持平台運作的支出則較穩定。大學資助及比賽獎金將支持我們開發程式，補貼日常營運。當計劃受眾增加，自然可以吸引商家投放廣告，我們便可透過穩定的資金支付維持平台的費用，並完善程式內的功能，鼓勵更多同學參與，形成良性循環。

在受眾方面，未來計劃規模可擴大至其他本地大學。現時中大有近二萬名學生，對計劃初期而言，規模絕對不小。然而，我們明白素食的需求及社區可持續發展並非中大獨有。我們展望在未來把計劃推廣到其他本地大學，形成更大的受眾群，收集不同的樣本和意見，擴大社區影響力，提高可持續性。

8 結語

本組的計劃方案是以呼應中大素食訴求，探究問題根源，衡量風險與可行性，致力推動校園素食。根據香港大學研究，如市民可減少三分二的肉類消耗，因肉類消費的碳排放量將可大幅減少 67%，達致 2030 年減排目標。本計劃冀望以中文大學為起點，改善素食環境，在健康與減碳環保方面響應大學對可持續發展目標的呼籲。

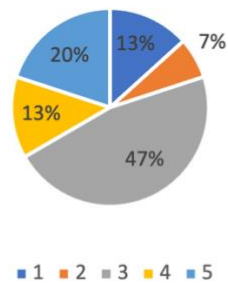


徵引資料

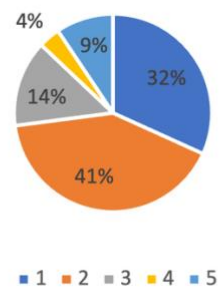
香港大學：〈港大環境科學研究發現香港人嗜肉致成全球人均最高碳排放地之一〉，香港大學網頁，2018年5月3日，www.hku.hk/press/press-releases/detail/c_179，2021年12月18日讀取。

附頁一、同學現時對中大素食的評價
問卷調查結果

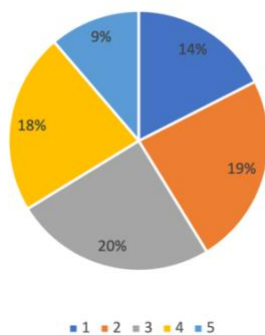
你多大程度上同意中大餐廳
的素食選擇多樣化(沒有素食
習慣同學)



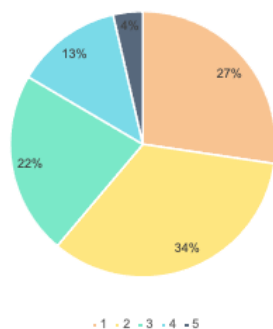
你多大程度上同意中大餐廳
的素食選擇多樣化(有素食習
慣同學)



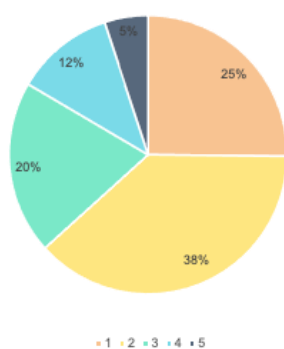
你多大程度上同意中大fusion
有足夠的素食素材



你是否同意素食味道和肉食差不多甚至更好吃？

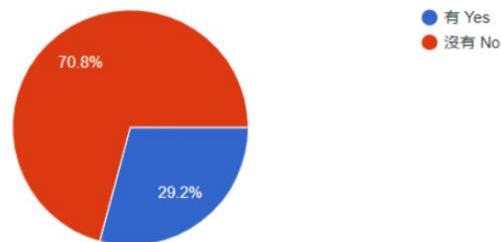


你是否同意素食營養充足？

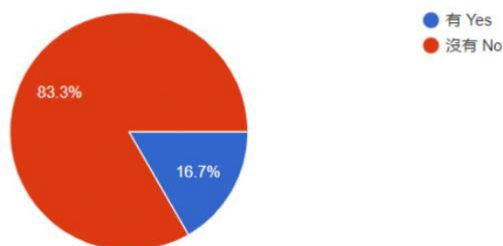


附頁二、試行計劃 問卷調查結果

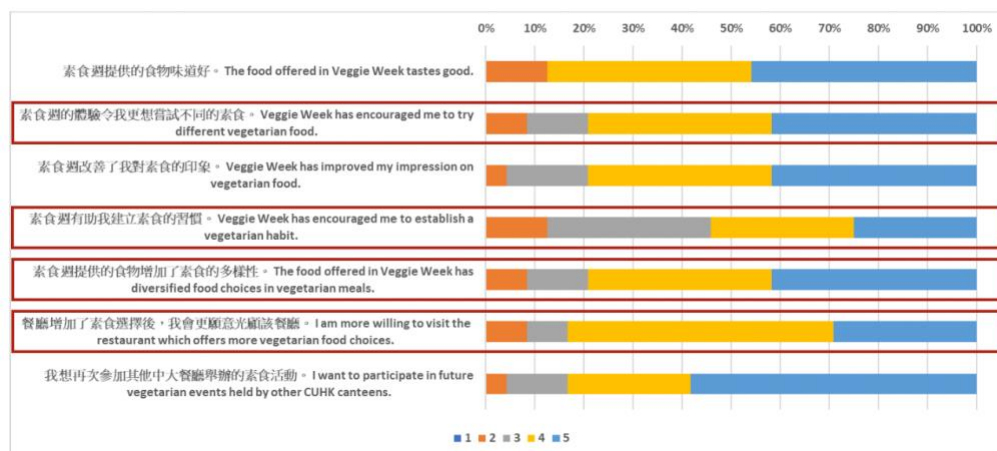
Q1: 在素食週前你曾光顧過咩樹嗎? Have you ever tried food in Lookup Coffee before the Veggie Week?



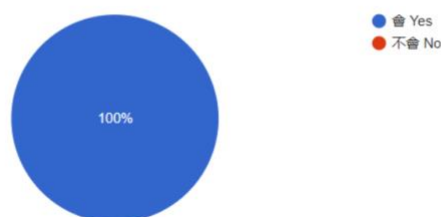
Q2: 你本身有食素的習慣嗎? Do you have a vegetarian habit?



Q3: 你在多大程度上同意以下的句子? (1 為最不同意; 5 為最同意) To what extent do you agree with the following sentences?



Q4: 如果我們和各中大餐廳合作推出一個應用程式，以儲分形式獎勵在中大吃素的同學，你會有興趣參與嗎? If we collaborate with other CUHK canteens to launch an app, which rewards students having vegetarian meals in CUHK, will you be interested to participate in the program?



素食週試行計劃餐單



素食週試行計劃宣傳海報



素食週試行計劃活動照片

