

壯圍鄉 113 年辦理「做環保、換好康」兌換活動計畫

壹、計畫名稱：壯圍鄉 113 年辦理「做環保，換好康」兌換活動計畫

貳、計畫緣由：為落實資源循環零廢棄，達成資源回收再利用量最大化，促進資源循環再生利用，以減輕環境負荷；因應政府「限塑」政策，宣導「減少一次性購物塑膠袋」之環保習慣；並提升民眾隨手做好資源分類及回收再利用的知能，期許建立資源永續利用之社會，遂企劃本活動。

參、計畫目標：藉由常態性兌換及巡迴兌換活動之宣導，喚醒民眾對「資源回收再利用」的概念，加強宣導限塑生活及環境保護人人有責之觀念，也藉由兌換環保性之清潔用品，強化及教育民眾生活中「處處環保的綠生活」概念。

- 一、**乾電池**含有對環境危害極大的**汞**和**鎘**等重金屬。若不妥善處理，可能引起植物枯萎，並經由空氣、水、土壤及食物的污染途徑被人體吸收，造成危害性神經破壞、誘發癌症、皮膚病等症狀，嚴重則有致死之虞，且重金屬之危害將會持續殘留到下一代。藉由兌換活動，鼓勵民眾養成集中、回收之習慣。
- 二、**乾淨堪用紙袋**可回收再使用，於鄉內販賣業設置「袋來幸福箱」，鼓勵民眾以可重複利用之紙袋替代塑膠袋，落實限塑生活。
- 三、為因應農民所排出之**農藥容器**，規劃農藥容器之宣導與兌換，期以輔導農民隨手回收農藥容器之習慣，以防止土質及水質之汙染，確保民眾生活安全。
- 四、**菸蒂**，看似由紙包覆濾嘴，但多數濾嘴為成千上萬根細小的塑膠纖維所組成，需十多年才會在自然環境中分解。再加有近三成吸菸者愛把菸蒂丟水溝，菸蒂上的尼古丁、焦油等化學物質都嚴重汙染環境，也會透過食物鏈危害人體健康。本活動持續兌換**菸蒂**項目，旨在提倡維護環境、道路、水溝之清潔，提醒吸菸者將菸蒂丟垃圾桶不可亂丟，做一個有品德的吸煙人士。
- 五、全球電子垃圾量逐年創新高，根據環保署統計，台灣有近五成民眾將舊手機堆置在家。廢棄的行動電話與配件裡，有許多資源是可以回收再利用的，包括塑膠以及金、銀、銅、鎳、鋁等金屬，若未妥善回收處理，將對環境造成無法挽救的傷害。藉由兌換活動，建立**手機**的回收再利用機制，以降低手機對環境的衝擊，並且還可以從廢棄的行動電話中再生新資源。
- 六、**高壓氣瓶**使用日漸增多，17 公升以下之高壓瓶罐，如：定型液、防曬噴霧、髮膠噴霧、殺蟲劑、噴漆、空氣清新劑、防腐蝕劑、除臭劑、潤滑劑…等，係屬環境部資源循環署公告應回收容器「金屬類」。如未妥善分類回收，偶有發生民眾將其當成垃圾廢棄垃圾壓縮車，造成爆炸意外事件。

肆、實施對象：**設籍壯圍鄉**之民眾（須出示可證明身分之文件，如：身分證）

伍、兌換地點：

一、常態性兌換：**壯圍鄉清潔隊：113 年 5 月 7 日至 7 月 30 日（每週二 09：00-11：00）**

- 二、巡迴式兌換：
- | | |
|-------------------|-------------------|
| ① 5 月 02 日-功勞活動中心 | ② 5 月 16 日-喜互惠壯圍店 |
| ③ 5 月 23 日-古亭活動中心 | ④ 6 月 06 日-大福補天宮 |
| ⑤ 6 月 13 日-後埤活動中心 | ⑥ 6 月 20 日-順和活動中心 |
| ⑦ 6 月 27 日-壯六活動中心 | ⑧ 7 月 11 日-新南活動中心 |
| ⑨ 7 月 18 日-新社活動中心 | ⑩ 7 月 25 日-美福活動中心 |

巡迴式兌換時間
皆為當日之早上
9：00~11：00

陸、活動辦法：請持指定之資源回收物至兌換地點，即可兌換以下清潔用品。

（兌換活動期間，每人最多兌換 200 點清潔用品）

一、回收物品兌換計算基準：

- | | | |
|---------------------|--------------------|--------------------|
| (1) 乾電池：100 公克=10 點 | (2) 堪用紙袋：1 公斤=30 點 | (3) 高壓氣瓶：1 公斤=30 點 |
| (4) 手機、平板：1 臺=30 點 | (5) 農藥容器：1 公斤=10 點 | (6) 廢筆電：1 臺=50 點 |
| (7) 菸蒂(乾)：10 克=10 點 | (8) 廢食用油：1 公升=30 點 | |

二、宣導物品兌換基準：

- | | | |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| (1) 環保衛生紙：每包 20 點 | (2) 環保洗衣粉：每盒 50 點 | (3) 環保香皂：每個 10 點 |
| (4) 環保洗碗精：每瓶 60 點 | (5) 透明環保袋：每袋 40 點 | (6) 環保清潔劑：每瓶 50 點 |
| (7) 培養土：每公斤 10 點 | | |