

課程名稱：飲食文化史：本地與全球

課程編號：HIS5558

## 第二次導修報告

題目：以元朗「豪記海味」為例，探討舊式雜貨店在現代社會生存之法。

在香港政府的規劃下，元朗自一九七零年代開始城市發展，時至今日，元朗已由一鄉村之地發展成繁榮的新市鎮。隨著時間的發展，元朗不斷有空間被撥出，以建立現代化的建設，如在日常生活層面上，元朗近年湧現不少連鎖式大型超級市場。這些現代大型超級市場對傳統舊式店舖構成威脅。以下本文將以元朗「豪記海味」雜貨店為例，探討這一間舊式雜貨店在面臨來自連鎖式大型超級市場的競爭時，如何繼續經營。

「豪記海味」（以下簡稱「豪記」）屬於舊式雜貨店，店內售賣林林種種的中式雜貨，如海味、罐頭食品、臘味、乾冬菇及髮菜等。像「豪記」這種舊式雜貨店售賣的貨品，有不少種類在連鎖式大型超級市場中亦可買到，是故貨品種類的重疊，分薄了小本經營的雜貨店的客源以致利潤，成為舊式雜貨店逐漸式微的原因之一。

然而，「豪記」營業至今已有五十多年，在元朗建立良好的信譽，成為了顧客心中的「名牌」雜貨店，前途明朗，沒有倒閉結業的威脅。「豪記」擁有的優厚的經濟條件或許是它能夠在不斷現代化的社會中得以生存的主要原因。



首先，「豪記」屬於家族經營的生意，現由陳小姐與幾姐妹主理，因此其工資部份的支出較低並且較易調節。而且，她們擁有亦老闆亦員工的雙重身份，使她們在售賣時更賣力，因為店舖所賺的利潤是她們得到的直接利潤，附合了傳統經濟理論中，激勵對勞動力的作用<sup>1</sup>。

此外，「豪記」的舖面屬自置形式，無需每月繳交六至七萬的租金，大大減少了「豪記」的營運支出。是故，店主回憶在前幾年香港經濟較為不濟時，「豪記」仍然能在逆市中生存，經濟繁榮與否，只影響「豪記」賺到多或少，不會構成結業的威脅。

<sup>1</sup> 陸耕雲，〈香港元朗新街街市的歷史狀況與現實挑戰——香港傳統街市的研究報告〉，載《亞洲研究》，第48期（2003年12月18日）：頁127。

上文提及「豪記」所售賣的貨品，可能有不少在大型超級市場都可以買到，但是，透過訪問，筆者得悉「豪記」有一種貨品是其他雜貨店甚至大型超級市場都買不到的，就是「八珍甜醋」。店主陳小姐在解釋其他商舖沒有「八珍甜醋」時指出，大型超級市場需要收取「上架費」，即陳列費用，而且要「除數」，需半年後才付款給「八珍甜醋」。而「八珍甜醋」作一個大品牌、老字號，在同類產品中早已享負盛名，即使不寄賣在大型超級市場仍可以繼續經營。「豪記」則因為有豐厚的經濟能力，及建立了數十年的進貨網絡，所以有足夠條件買入「八珍甜醋」。是故，「八珍甜醋」成為了「豪記」吸引顧客的魅力之一，正如何小姐若要煮薑醋必定會光顧「豪記」，店主亦指出有些客人從她們「做女」時，即還未曾嫁人時，到現在有了兒孫，都愛在「豪記」買「八珍甜醋」。

「豪記」在元朗營業至今已五十多年，因此其顧客來源中老客戶佔了不少。經過長時間在買與賣中的互動與傾談中，「豪記」與老客戶建立起超越買家與賣家的關係——朋友，因此老客戶到「豪記」買貨品時亦可以順道探望朋友，這種親切感是他們到超級市場購物時感受不到的。相反，大型超級市場的管理模式屬於「操控者」(operator)<sup>2</sup>，顧客排隊付錢後便要離開，超級市場與顧客之間難以建立情感。

此外，老客戶的光顧「豪記」的原因還跟他們的消費習慣有關。元朗作為一個新市鎮，其城市發展的歷史只有三十多年，很多老人輩的元朗居民自小便在鄉村、圍村等地方長大，後來搬到新市鎮居住，光顧舊式雜貨店、逛街市等是他們一直沿用的消費模式，故此大型超級市場對他們的吸引力不大。

店主補充「豪記」近年來多了滿多新客戶光顧，而這些新客戶的來源是來自元朗及天水圍新市鎮發展。元朗及天水圍在香港政府的新市鎮發展計劃下發展迅速，區內人口有所增長，據規劃處於二零零二發表的《元朗小冊子》，當時元朗與天水圍的人口總數約為三十二萬零九百<sup>3</sup>，及二零零七年人口數目上升至約四十六萬四千八百。<sup>4</sup>人口的增長，擴大了「豪記」的客源，當老客戶有所損耗時，新客戶便可以起補益的作用。同時，隨著九廣輕鐵及西鐵的落成，元朗與天水圍的交通亦日益便利，方便顧客到「豪記」光顧，如「豪記」的舖位距離輕鐵的「大棠道」的車站僅十分鐘的腳程。

「豪記海味」得以營業到現今，沒有被社會淘汰，與其雄厚的經濟實力有關，

<sup>2</sup> F.Y. Tse, "Market and Street Trading: A Conceptual Framework", (Hong Kong: Social Research Center, Chinese University of Hong Kong, 1974), 8, photocopied.

<sup>3</sup> 規劃處網站：[http://www.pland.gov.hk/press/publication/nt\\_pamphlet02/y1\\_html/statistics\\_c.html](http://www.pland.gov.hk/press/publication/nt_pamphlet02/y1_html/statistics_c.html)

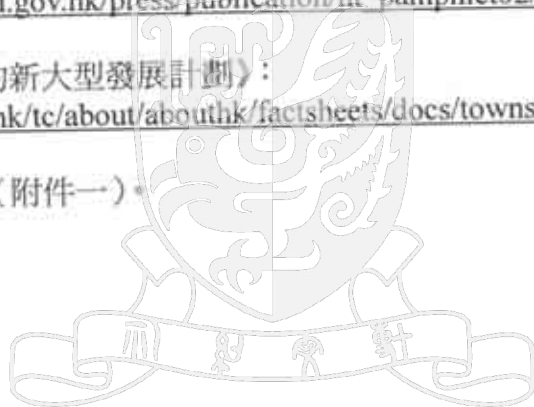
<sup>4</sup> 《新市鎮及市區的新大型發展計劃》：

[http://www.gov.hk/tc/about/abouthk/factsheets/docs/towns&urban\\_developments.pdf](http://www.gov.hk/tc/about/abouthk/factsheets/docs/towns&urban_developments.pdf)

家族經營和自置舖位大大減低了「豪記」的營運支出；同時「豪記」亦有其獨特的條件吸引顧客，如「豪記」的信譽和口碑、店主與客人的情誼；此外，城市化雖然一方面侵蝕了舊式店舖的生存空間，但仍一方面亦為其帶來楔機。因此，在舊式雜貨店漸漸式微的今天，「豪記」仍可以屹立不倒。

參考資料：

1. 陸緋雲·〈香港元朗新街街市的歷史狀況與現實挑戰——香港傳統街市的研究報告〉·《亞洲研究》，第48期（2003年12月18日）：頁122—151。
2. Tse F.Y. . “Market and Street Trading: A Conceptual Framework”. Hong Kong: Social Research Center, Chinese University of Hong Kong, 1974, p7-23. Photocopied.
3. 規劃處網站：  
[http://www.pland.gov.hk/press/publication/nt\\_pamphlet02/yl\\_html/statistics\\_c.html](http://www.pland.gov.hk/press/publication/nt_pamphlet02/yl_html/statistics_c.html)
4. 新市鎮及市區的新大型發展計劃〉：  
[http://www.gov.hk/tc/about/about/hk/factsheets/docs/towns&urban\\_developments.pdf](http://www.gov.hk/tc/about/about/hk/factsheets/docs/towns&urban_developments.pdf)
5. 口述歷史報告（附件一）。



香港中文大學

The Chinese University of Hong Kong

## 附件一

課程名稱：飲食文化史：本地與全球

課程編號：HIS5558

### 第二次導修的口述歷史報告

是次報告的受訪者有兩位，一位為元朗「豪記海味」雜貨店的店主陳小姐，另一位則是元朗居民何小姐。

通過與「豪記海味」雜貨店（以下簡稱「豪記」）的店主陳小姐的訪談，得知「豪記」從一九五零年代在元朗新墟開始經營，當時的「豪記」只屬路邊攤位。及一九六四年，「豪記」搬往現址，即合益廣場對面，若由搬遷後計起，「豪記」營業至今已有五十多年歷史，可謂見證著元朗的城市化發展。

「豪記」屬於家族生意，現由陳小姐幾姐妹一同打理，人工不高，而且舖位是自置的，故此不用繳交地租，而鄰近一帶店舖的租費約為港幣六至七萬。「豪記」的貨源為香港的批發商，如海味是來自上環的批發市場，亦有來自五豐行。店舖的顧客有舊客亦有新客，有些老顧客由「做女」，即還未嫁人時，便開始光顧「豪記」，及她們有了兒孫，而新的客人則源於鄰近天水圍的人口。元朗雖為一新市鎮，但仍帶有不少鄉村氣息，是故在大時大節如過年、中秋等，「豪記」便會客似雲來。

第二位受訪對象何小姐於一九九二年由屯門藍地遷往元朗居住，於遷居之前便已到元朗街市購物，有差不多二十年逛街市的經驗。與百佳等大型超級市場相比，何小姐較喜歡到街市購買食材因為，街市的價格便宜，選擇多樣化，食材新鮮，而且與街市的店舖建立了情感，較有親切感，如何小姐是「豪記」的熟客之一。