

香港 深度

在旅客清零的日子，他们在水货区、旅游区开店，重新耕作“香港特色”

“过往10年，你觉得代表香港的是甚么？”



“上水货舖”于2020年10月开业，位于新界北区上水石湖墟新康街，由90后的罗庭辉创办。摄：林振东/端传媒

特约撰稿人 郑淑华 发自香港 | 2022-10-05

水货 本地消费 COVID-19 旅游业 香港制造

罗庭辉的杂货店面积约700呎，售卖过百种香港本地杂货——门口右边的铁架，放了本地蔬菜；食材旁边

书架上，摆放抗日老兵的历史书和广东话文学期刊；店舖中间的两个组合柜，放置各种酱料、明信片、香水、护肤品、啤酒……

杂货店位于新界北区上水石湖墟新康街，于2020年10月开业。新康街，俗称水货街，曾是中港矛盾其中一个象征。疫后两年多，这里变了个样子，从前做中港水货客生意的药房、药行（药妆店）陆续倒闭。水货产业链在疫情时期衰落，成了罗庭辉在这里自立门户的契机，主打做本地人生意。

杂货店取名“上水货舖”，揶揄上水变成水货采购集中地。这家店的前身，也是服务水货客为主。“我们赶走了一些我们不想要的东西后，要放甚么进来？”开业前，罗庭辉这样问自己。

这两年间，不少创业者进驻水货区、旅游区，开宗名义做本地人生意，也有商场在疫下转型，改为主攻本地客。他们以香港制造为卖点，重新耕作香港特色，重塑香港价值。

趁市道低迷，乘势推香港特色

9月的一个下午，上水新康街和旁边的新功街，安静得听得到雀鸟叫声，“上水货舖”迎来了一些长辈光顾、聊天。

“起码有个选择，不用每次都买中国大陆的货品，或者不知哪里来的东西。”60岁的关太，每星期都到“上水货舖”一、两次，专门买本地菜、果仁酱和调味料。关太曾在北区当过农夫种过菜，“对香港本地人种的有信心。”

已退休的李太每次来到，都挑新货品来试试，这次她买腐乳味（豆腐乳）饺子，“每间超市卖的东西都差不多，都是那些固有品牌，但这里卖的就不一样。”以前，她会避免到新康街购物，水货货物堆在街上，她进不了店，“但现在就可以。”

时间回到2003年，沙士后，“一签多行”政策带动自由行访港，加上中国大陆的食安和冒牌货问题，间接令中港两地的水货产业链蓬勃起来。





疫情爆发以来，上水石湖墟过往依赖水货客赚钱的商店已陆续倒闭。摄：林振东/端传媒

那时，与罗湖口岸一站之隔的上水人头涌涌，水货客拉着手推车，大手抢购奶粉、美妆和药物等。分拆货物后，他们用蚂蚁搬家方式，经陆路把货物运往大陆转售图利。

满街的人潮和货品阻碍居民出入，加上分拆货物时遗下大量垃圾，引起卫生问题。部分基本民生货短缺，价钱上升，店铺货品种类也为了迎合水货客而变得单一。上水居民不满生活被滋扰，遂发起“光复”示威行动，往后几年，行动更伸延至新界屯门、元朗等边境地区。去到2019年反修例运动前期，仍有大型“光复上水”的反水货客示威。

时至2020年初，疫情爆发，封关后旅客清零，过往依赖水货客赚钱的商店陆续倒闭。现在，新康街两旁至少20个铺位铁闸紧锁或已丢空，贴满招租广告。一街之隔的新功街20个铺位逾半已落闸，当中8间仍挂着美妆或药房招牌。

疫情前，这里的月租高达30万港元，罗庭辉现在仅用5万元的价钱，就租下铺位。

90后罗庭辉曾在台湾留学，当地小店的文创和设计，渗出一种浓烈的Made in Taiwan气息，让他想到，香港在发展主义下正失去手工制作的土壤。

他于2014年返港，当过立法会前议员黄毓民的助理，也曾创办补习社和管理旅馆。2019年底，他参选北区区议会，四出拜访从事“香港制造”的厂商，希望当选后可协助他们经营。惟最后他以两票之差落败，申请选举呈请成功却无法重选。

既然已建立人脉，他尝试用另一个方式重塑上水面貌，“我找回厂商，说全部货品摆放在我这里卖。”

有日，罗庭辉和同事把爆谷机（爆米花机）和封罐机搬回来，他形容当时是“人类捡到了UFO”般盯着机器，研究了好半天，听到机器突然吱吱作响，才知道是糊里糊涂把它们启动了。

他的理想计划是这样：若本地品牌食品获得国际奖项、自家制爆谷出现在外国美食展，就可将香港特色传播出去，将香港重新推向国际市场。

罗庭辉看准爆谷在世界各地无人不识，各地商人都会按其地区特色添加口味，吸引民众尝鲜，例如日本有北海道玉米浓汤口味，台湾也有咸酥鸡味。而在香港，他自创了花椒海盐和奶酱多口味。他认为，推出一种完全陌生的香港地道食品，风险较高，而外国人可能较容易接受这种揉合本地和国际口味的产品。

手工制作在香港式微，师傅也愈来愈少，罗庭辉觉得现在重新投资做手工生产，将是一个漫长的过程。

“上水货舖”社交平台的简介上，写上“香港制造，唯一出路”。社会气氛低迷下，罗庭辉也尝试从守护本土制造中找个寄托，“过往几年，我们可能很专注在政制改革，但碍于现实因素，现在有些阻滞，但不代表我们甚么都做不了。我们更加要庄敬自强，去想如何做好自己。”他说。



罗庭辉形容，“上水货舖”是个“大型社会实验”，测试香港人能否将“香港制造”延续。摄：林振东/端传媒

地区转型后，重新认识社区

“上水货舖”有意将水货区转型的理念，也将营运经理YY重新带回到这个自己成长的社区。她原从事人力资源工作，疫下被逼放无薪假，索性转换环境。她早就认识罗庭辉，顺势便成为“上水货舖”的一员。

YY的爷爷在石湖墟经营餐厅，邻里看着她长大。小时候，新康街还有文具店、校服店等，“当时买涂改液也可以格价的，你试想像一下。”

大约十多年前，水货客涌入，上水变得陌生。大学时她住宿舍，每星期背着一大堆衣服回家一次，“好像‘冲锋21’（美式足球体育漫画）那样，要撞的。我不会跟他们撞，我是被人撞。”又看着从前的文具店，和儿时玩伴的家人开的店陆续结业，她觉得社区已不属于自己，“曾经有一段时间不想回来。”

最终她还是回来了。“我想上水或者北区的街坊有个地方——买菜也好，是可以接触香港制造的产品。”

除采购和与厂商洽谈外，有时她到门市做店员，“这么多年都未试过有一日在这里待十个小时，在石湖墟。”熟客们经过，跟她说菜比之前新鲜，又送她水果、汤水。“很夸张，都开心的。”

不过，本年底有望开放边境，水货客是否会重临？她开始担心，也留意到有美妆店重开，并改以直播和把产品邮寄至中国大陆的模式经营，“我不知道今次如果开放边境，是不是会100%回复过往（水货街的情况）。但起码我们的店会继续在这里。”

那么要如何令当区居民重拾对“香港制造”的信心？罗庭辉住上水8年，据他观察，北区居民会到粉岭联和墟吃喝玩乐，上水石湖墟则是水货客的天下。如今，石湖墟门可罗雀，他希望这间以香港特色为理念的杂货店可以杀出一条生路，吸引街坊回来这个久违的地方逛逛，正如当初也吸引了YY回来工作。

在上水经营地产公司30年的胡佑明则没那么乐观。他指出，从前的店舖以杂货粮油和衣服为主，却因租金高昂被水货店迫走，不少老店主趁机退休。即使水货店因疫情失势，新进场的主要仍是食肆，还是欠缺售卖日常用品的家品店，上水还是回不到十多年前的面貌。他也明言，若通关后市道回好，业主或会再加租。





2022年7月，80后Leslie和朋友Sean在旺角女人街开设自家品牌“三一饺子”分店。摄：林振东/端传媒

由“中环价值”到创立地道饺子品牌

在九龙旺角通菜街（俗称女人街），昔日旅客熙来攘往情境同样不复见，在周日，有档主索性不摆摊，将搭起档摊用的铁枝放在路旁。

2022年7月，80后Leslie和朋友Sean在通菜街，开设自家品牌“三一饺子”分店，这新店旁边的转角位置和对面是空铺。

市道欠佳，这个实用面积约600呎的铺位，自2021年8月丢空，但业主态度强硬，租金减不足一成，月租仍需7万多元。他们最终签下5年约，业主可在最后两年调整租金。“如果这时不租旺角，可能一辈子都不能在旺角租铺做生意。”

他们的第一间饺子店在2018年开业，选址中环利源西街。说到开店的原意，Leslie本来低着头、捧着三饭（三个菜式的便宜便当），忽然直望记者，问：“过往10年，你觉得代表香港的是甚么？”

他顿了一顿，继续说：“香港给人的感觉是金融城市，地价很贵，很多旅客……大家思想上很支持本地企业，但实则上，发展资源和选择的都是国际性品牌。”

Leslie曾于大型银行工作5年，离职前在位于中环的总行当客户关系经理，拥有200至300个客人，“要帮

他们看银行里的钱”，也是“帮银行从他们身上找生意”。从早到晚，Leslie的工作就是见客、找客，再见客、找客。

当初Leslie“为了钱”在大学修读经济金融，但当他看到上司的“人生”——一边管理6名下属、为银行不停跑数，同时面对自己上司无尽的要求，他才渐觉，自己就算在这待多10年，晋升到更高位置，也不会开心，“到40岁，就甚么都没有。”



Sean（左）与员工在九龙湾的工场制作饺子。摄：林振东/端传媒

电影《激战》中，主角张家辉说：“我唔想到熄灯果阵，我连一件值得记得嘅事都无啊（我不想到死去的时候，连一件值得记得的事都没有）。”这句话，激励了他们创业，“你会不甘心，做到死，到头来还是只得钱。”Leslie说。

本来同样从事金融业的Sean，即使面对身边家人朋友反对，也放弃高薪厚职，与Leslie一同转战饮食业。从前在银行打工业绩理想，Leslie年薪可达百万港元，少则也有50、60万元——这是饺子店每年营运从未赚到过的金额。他有考虑过这收入差异，但转行也谈不上后悔，“钱而已，慢慢再赚吧。”

卸下西装，换上背心T恤，Leslie和Sean由看银码变成握锅铲。在做生意这事上，两人早就聊了两三年，

想过卖健康餐盒，但成本高，没了下文。后来发现Sean的妈妈有饺子食谱，加上他们认为要将香港制造发扬光大，应由香港人爱吃的食品出发——饺子便成了不二之选。二人在家“闭关”三个月，专心研究菜式。

将“香港”融入饺子之中，需洞悉香港人的口味——若韭菜、松露、粟米等太平凡，他们还研发出姜葱饺子，Leslie说灵感是来自烧味饭，“大家贪的不是烧味好不好吃，贪的是姜蓉”。

餐单也设计得很“香港”。每项菜式旁边都附上一句广东话描述，如煎饺是“好麻烦嘅煎法（很麻烦的煎法），少少香多多脆”，炸鸡则是“唔系叫货返黎加热嘅垃圾（不是购入现成食品再加热的垃圾食品）”。

旅游业停摆、经济低迷，在核心旺区开店，会不会冒太大风险？Leslie分析，香港经历沙士和金融海啸后，过份依赖游客，但他反问，如不依赖游客，是否就做不成生意？由2018年首店开业，至社会运动和疫情，食店的生意也不是靠旅客眷顾，Leslie形容食店一直是在香港旅游业萎缩的情况下运作，“从没想过旅游会帮到我们”。

Leslie经常自嘲这个香港品牌尚未成功，但觉得生活比从前开心了“一点点”，因为“感觉做了一些事”。由门市的装潢，到自家急冻饺子品牌的诞生，都是实在的香港制造。

《激战》中另一经典对白，还有这一句：“怯，就输一世（怕，就输一辈子）。”尽管创业困难重重，但他们的目标，是香港人想吃饺子时，会想起他们的店；若有天产品卖到外国，他们希望食客会这样形容：“这饺子在香港很有名，是香港人喜欢吃的。”





“广东捌拾”租给超过20多个本地品牌和餐厅，希望大众可再认识小店，而非只买日本、外国产品。摄：林振东/端传媒

在“名店街”做平民化生意

距离旺角约3公里外的另一旅游区尖沙咀，一些名店仍屹立在广东道，这是香港租金最贵的地段之一。对着一街之隔的D&G、Moncler和Hermès，怀旧商场“广东捌拾”有点格格不入。

它是楼高三层的商场，前身是大型连锁药妆店，2020年该租户退场后，曾丢空一段时间。负责营运商场的陈小姐向端传媒指，几个业主一向关注香港传统保育，想到“不如自己做，去维护这件事”，于是把场地翻新，租给超过20多个本地品牌和餐厅，让大众认识香港小店。商场亦定期举办市集和外借场地作音乐表演，客群是香港年轻人。

这个商场位处广东道80号，故以中文数字大写取名为“广东捌拾”，“想让人知道广东人有属于香港人的东西。”陈小姐说。

她带记者四处参观。走上一楼，门口挂了几个手工霓虹灯牌，其中一个亮着黄色灯光、写上“欢迎”二字；旁边叠起几个原本用来摆放旧式玻璃瓶饮品的红绿色胶架，上面放了部沉甸甸的传统厚电视（俗称“大牛龟”）；加上经典鸳鸯“囍”字痰罐和圆形折凳，设计模仿80年代的香港。

场内的摊档用建筑废料竹支搭建而成，旁边放着两部大型游戏机（俗称街机），一部是风靡那年代的“食鬼（PAC-MAN Doodle）”游戏；而另一部是在90年代日本发行的《街头霸王II》，低像素图画是岁月痕迹。

走过摊档，一列大红灯罩在头上，映照旁边以怀旧冰室作设计的白色卡位，墙纸是绿色的铁窗框和印有小红花的白磁砖，这是供客人饮食和休息的地方。但过了快半个小时，也只有两三位客人坐着。座位后面其他椅子桌子都丢空了，那块背景板上的相片，包括已清拆的皇后码头和启德机场。

这一系列的装潢花费七位数字，业主暂未有打算短时间内再出租予大品牌，“我们在这里花了很多心思，也想保留这个场景。”陈小姐指出，因疫下减租，租金收入减少两成至四成，现在收入刚好能填补管理费和杂费，业主没有分到盈利。虽然出租给药妆店的收入或比现在更可观，但她认为，未来几年会持续受疫情阴霾影响，经济未必会太快复苏。



“广东捌拾”内灯光昏暗，场内放着两部大型游戏机（俗称街机）。摄：林振东/端传媒

“我们本来希望可以帮到广东道的人流，但很不幸的，这似乎没发生。”她估计，“可能是我们用广东道这个名字用错了？广东道卖名牌的印象真是太根深蒂固……有些人猜不到我在这是做甚么。”

人流不如预期，连找租客亦不容易。业主对租客的筛选相当“严谨”，最好是本地制造，或香港人创立的公司，最后找来大澳的酱料品牌、长洲的饮料店等。他们有想过引入传统小食如奶茶和蛋挞，但商家婉拒。“这条街是名店街的印象很深入香港人的心，很多人（商店）觉得你在这地方做一些平民化的事，会否没生意？”

以往，大型品牌以天价租金承租旺区店舖作为据点，吸纳人流之余也收广告之效。利嘉阁（工商舖）高级营业董事郑得明分析，这些品牌“北望神州”，透过自由行旅客打开中国市场，但现在已没这个需要，加上全球经济疲弱，已退场的店不会再回归，新驻的外国品牌将集中于本地客源，而非自由行。

旺区租金下跌，不代表空舖能容易放租。郑得明续称，有业主赌博心态强，希望待海外通关，再租给外资品牌，“你在尖沙咀或铜锣湾有一间舖，收几万元租金对他们来说算是甚么？每间舖从前都过亿元。”同时，经济不景，租客宁愿付多一点，到人流多的位置，“因为现在还有选择。”

这三家酒店，以往十多间员工宿舍，几间下四八四宿舍，现在是一四八八宿舍，难道有投资做本地人生意？陈小姐重念这问题一遍，说：“这条街本身是属于香港人的，我觉得是之前太多旅客，令香港人不想在这里逛街……但我们现在就是希望他们出来逛逛街，所以才产生了这东西。不要因为旅客而令香港人觉得自己没有消费力。”

她沉默一会，再续说，“如果没有有这疫情，我想他们说得很对，我们这里未必会有这东西。这东西产生出来了，但是你继续觉得我们想骗香港人钱，就会变了个死循环……”

“你不信任自己的香港，觉得商家只想赚游客钱，那香港就真的会死。”

根据政府统计处数字，2021年零售业总销货价值约3529亿港元，比疫情和反修例运动前的2018年约4852亿元减少约二成七，即约1323亿元，香港大学经济及工商管理学院讲师阮颖娴分析指，原因包括旅客下跌和本地经济低迷。



怀旧商场“广东捌拾”屹立广东道，对着一街之隔的名店群，包括D&G、Moncler和Hermès等。摄：林振东/端传媒

她和中大经济学系副教授庄太量均表示，3年间零售业总销货价值下跌二成七，是个大数目，这也意味着不少人失业和生意亏损。

庄太量说，香港零售业在过去十年扩张很大，除非推倒重来，叫所有员工转行，否则只靠本地消费并不足够。“香港有今天的生活水平，我们不是靠每人摆地摊、自己做小贩、赚自己钱的，我们主要靠金融赚外面钱，靠贸易赚外面一些佣金，自由行都是赚外面钱的。如果香港对外关闭，我们做餐厅只给本地人、自己摆地摊，我们有否可能会有今天的生活水平？”

相对水货客和自由行，阮颖娴认为，过夜（留宿）旅客和商务客在酒店住宿、餐厅消费、参与会议，对香港本地生产总值的贡献较大，“所以要看看招呼甚么客人。”

虽然经济学者如此分析，但陈小姐坚持她对商场的未来营运理念，“我们会比较期待，经过这疫情后，这条街会不会不再是旅客主导、香港人都愿意在香港消费？”

本土消费社会实验，“会和香港一样好”？

自“上水货舖”开业以来，每月都约有六位数字亏损，耗掉罗庭辉不少积蓄，他也不知道可以支撑多久。

开业时为了省钱，店内的装潢是他和员工一手一脚完成，外面经过的街坊看到，问他为何老板要亲身上阵；和员工组装铁架时，他把过程录下来，问他们对杂货店前景的看法，有人装作一本正经地说，“会和香港一样好”。现在他重看影片，仍被逗得发笑。

罗庭辉形容，“上水货舖”是个“大型社会实验”，测试香港人能否将“香港制造”延续。“结果是大家一起承受。假设我们做得掂（成功），固然是我们经营得很好，再加上香港人支持。我们做不来，反过来道理也一样：原来香港制造在香港是没有市场。”





“上水货舖”的开办理念是“香港制造，唯一出路”，期盼港人能重视香港制造和本地生产。摄：林振东/端传媒

7月，“上水货舖”因装修而推出清货优惠，客人以为店舖要倒闭，纷纷涌过来。“过往几年，有很多人悼念老店，那为甚么你不趁它在生（存在）时令它营运下去？为何在它Last day时才过来打卡？”他问。

最近似乎看到通关的势头，即使水货客回归，罗庭辉并不担心，反觉得可能是好事：“反正你拖（运送）水货，不如不要拖SK-II，拖些香港制造的货……If you can't beat them, join them。”就算租金在未来上升，他也认为“怕不了这么多。”

庄太量估计，就算内地和香港通关，半年之内旅客人数最多回到高峰期的三成，要一至两年才能回复正常；短期租金亦不可能短期内升至从前高位，最快也须两至三年时间。

他认为，当中国大陆的烟税和其他税项依旧，便会有水货的利润，水货客也必然回归。同时，政府须多向外国旅客宣传香港，减少依赖内地客，但“无论如何宣传，也没可能取代内地客，因为内地客可从陆路走，每日步行来……所以不是说想多元，就一定能做到。”

同样看淡短期旅游业前景的阮颖娴指，中国大陆的旅客量和购物热情，短期内不会飙升，皆因中国大陆经济转差，2019年的社会运动，也影响香港在他们心目中的形象，“业界人士不能够期望可像以前一般赚那么多钱。”

“如果大家还想为香港出一分力，你可以继续做产品……你一路创造的过程，是在保护这件事。”他说，本土消费也应如此：“你可以懒惰九次、经济条件不好九次，去喝嘉士伯啤酒、去吃大陆菜，你找一次支持香港，”他拍一下手，“那就好了。”

2021年9月，罗庭辉在新界大围开设第二间门市，这家店新增餐饮业务，以香港农作物作食材，推广有农场到餐桌（From farm to table）概念。至2022年初香港第五波疫情大爆发，蔬菜因中港物流严重阻滞而供应短缺，他又找来本地农户在其杂货店卖菜，菜也没加价，街坊和农户双赢之余，“上水货舖”也赢了口碑。

“希望实验结果是好的。”罗庭辉说。