



人間拾遺

消費不是消費者單方面的行為，而是生產（供應）與購買（需求）的互動。今期《清音》就訪問了三家店子及企業的負責人，從經營者眼中看消費。

第一家是開業近四十年的舊邨士多，店主與街坊充滿濃濃人情味，消費是建基於人與人的情誼；

第二家是推廣理念的茶室，店主期望客人能從寧靜中尋回自己。茶客坐在茶室，為的卻未必是杯中物；

第三家是由非政府機構（NGO）成立、並有相當規模的社會企業。營商只是手段，初心仍是服務弱勢社群。

三個經營的例子，三個不同故事，告訴讀者消費在滿足個人需要或欲望之餘，還可以體現其他價值。



人情維繫的士多



「我姓施，但這裡幾乎人人都叫我『華記』。」年過六十的施長華在彩虹坪石邨開店近四十年，由最初的街市生果檔，慢慢擴充至相連鋪位，變成現時兼賣零食和飲品的士多。

身形魁梧的華記穿上黑色背心，右手戴着粗金鍊，其中一條腿擱在店子中央的木椅子上，看似是電視劇或電影中所描繪的「惡霸」模樣；然而攀談之後，才發現他非常和藹友善，而且相當重情。

街坊共聚聊天勝地

對華記來說，這店子已非單純的賺錢工具，而是維繫他與坪石街坊數十年情誼的地方。

「八十年代初，我住在牛池灣，於是在附近的坪石邨投檔位開生果店，當時我還未結婚呢！這裡的街坊情誼很濃，有些老人家叫我『華仔』。後來我搬到別處，雖然天天要坐車來開工，還是捨不得。」華記說。

華記已是爺爺級人馬，但看上去較實際年齡年輕很多，臉上經常掛着笑容，說話中氣十足。不少街坊愛到店裡找他，由時事議題到生活趣

事，無所不談。華記也乾脆放置兩張椅子在店外，日間讓街坊隨便坐坐休息；一到黃昏，這裡更會變成聊天勝地，幾個街坊好友拿起啤酒汽水談天說地，很多時一聊就聊到深宵。小小的生意，付出的卻是不少維繫街坊情誼的時間。

士多以外的其他功能

華記既是街坊的朋友，也是他們眼中的好幫手：「試過有老人家忘了帶鎖匙無法回家，結果找我來幫忙開門。只不過是舉手之勞，不用花錢找人開鎖，何樂而不為？」華記說。

「以往會有街坊把孩子暫託在士多，然後去街市買菜或恤髮。」他邊說邊拿起身旁一個鐵盒，笑笑說：「現在則有些較熟稔的客人把門匙寄存在我這裡；假若一時忘了帶鎖匙上街，也不怕『有家歸不得』。」連門匙也放在士多，可見華記與街坊的關係真的恍如親人。

採訪當天，有人來問華記哪裡可以配燈泡。對方沒有光顧任何東西，他仍然隨即走出店外替對方指路。

說着說着，一名撐着拐杖、戴着口罩的婆婆，





烈日之下來到士多外的椅子休息。華記第一時間提醒她在星期天再來，因為他會派發口罩和酒精搓手液。新型肺炎疫情嚴峻，防疫物品價格飆升。華記在做生意之餘，也不忘張羅、收集物資，免費派給街坊。

時代變遷生意銳減

華記近四十年來見證着坪石邨的發展、看着很多街坊成長。然而隨着大型街市加入競爭，縱然仍有舊街坊千里迢迢駕車來購買東西，但對華記而言，生意仍然大不如前，再加上自己的年紀無法轉行，唯有順應時代轉變，在生果店兼賣糖果、零食和飲品，維持收支平衡。

屋邨士多不只是做街坊生意，更是維繫人與人之間情感的一道橋樑，但華記的兒子們均無意

接手士多的生意。「希望身體健康，能做多久便多久，我還沒想過幾時退休呢！」華記說。

市區急速發展下，士多的生存空間日漸見小。但願情永在，居民在大型連鎖店以外仍找到有人情味的消費選擇。

小小的生意，付出的卻是不少維繫街坊情誼的時間。