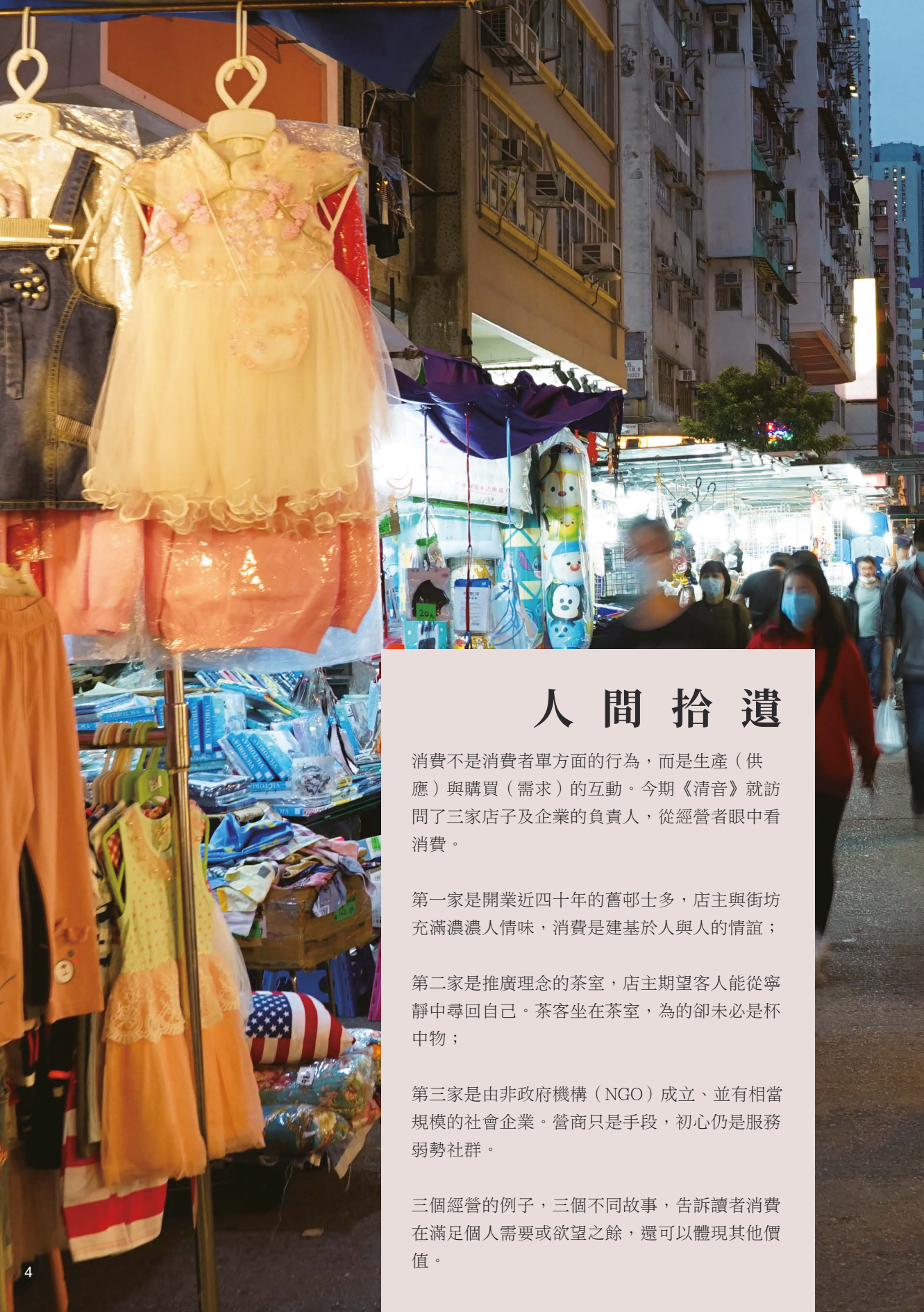

人間拾遺

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。

我
妈妈
XS SH
14元16元
55
$59
4955
SUGAR
STAR★BOY

看準商機的社企

除了捐錢，可有想過消費也能幫助弱勢社群，或為他們提供一展所長的機會？不錯，那就是光顧社會企業（社企）。社會福利署自 2001 年撥款資助非政府機構開設小型企業，協助殘疾人士就業，及後也有私人機構響應這種經營模式，至 2020 年初全港約有 600 多間社企，為不同類型人士提供就業機會。

「明途聯繫」是早期由非政府機構成立的社企之一，專門售賣復康和醫療用品，其轄下的便利店十多年來也經歷了不同變化，由最初主攻公立醫院零售點，擴展至街舖。「只要幫到有需要的人，不論甚麼工作手法我都願意考慮。」負責營運的行政總裁鍾偉成說。

該公司明白到殘疾人士及弱勢社群就業困難，故以企業模式經營，為有需要人士提供培訓及就業機會，讓他們更有尊嚴地融入社會工作。而所有殘疾人士一旦完成培訓，公司就會聘用為長期員工，為他們提供同等的薪酬及晉升機會，讓他們發展事業，同時讓生活得到保障。

另一方面，社企是以商業形式運作，故需要有敏銳觸覺，洞悉香港不同年代的經濟變化。「顧客的消費力較以往十年高很多。他們選購成人尿片、營養奶等消耗品時，會留意品牌形象，仔細考慮產品的質素和功能是否合適，而非單純看價格。」鍾偉成說。

社工營商　種子早種

社企愈開愈多，但尋覓管理人才卻非易事，因為願意「半途出家」去營商的社工不多。念社工出身的鍾偉成本身負責職業復康服務，透過在當時所屬機構大樓內開設的綜合商店，協助培訓殘疾人士，之後轉任行政總裁。

他笑說部分營商所需要的技巧，早已在當社工的年代一點一滴累積起來，例如舉辦基層功課輔導班，也會牽涉到「宣傳推廣」、「成本控制」和「人事管理」等技巧；母機構在麗港城設立日間復康中心遭居民反對，當時他作為中心主管，要思考如何回應公眾和傳媒，其實已是「企業傳訊」和「社會營銷」的範疇。

經濟逆轉　未失信心

雖然並非在「零經驗」的情況下起步，但事情不是一帆風順。公司的業務起步不久，就碰上一個大挑戰。

「2003 年爆發 SARS 疫情後，醫院限制探病，因此設於院內的零售點生意大跌七成。」鍾偉成回憶說，當時有點進退維谷，幸好尚有母機構貸款支持，加上後來投得另外兩間醫院的便利店和復康店的營運權，擴闊了銷售規模和增加了現金流，最終也撐過去。

多得這次經驗，公司日後決定拓展街舖，分散風險。街舖選址都在公立醫院附近，方便病人、家屬和照顧者等目標顧客。即使近期香港再度受疫情困擾，經濟有逆行之勢，但鍾偉成並不擔心，今年 2 月底繼續按原定計劃在荃灣開新店。

如此有信心繼續進一步拓展銷售網絡，是因為鍾偉成看到一股消費力正在冒起。「我們發現銀髮市場正平穩增長，相信在未來十年，銀髮市場的消費力只會不斷攀升。因此除了現時所銷售的復康用品之外，也計劃引入更多樂齡產品和輔具。」

網購生意　支援實體店

此外，公司也開拓網購平台，協助社企實體店的營運。「貨品存倉、物流和客戶服務等後勤支援等成本相當高，網購生意的利潤不多，但供應商可以在我們的網上平台宣傳，為公司帶來小量廣告收益。」此外，物流團隊可以把貨品送到網購客戶家中，同時協助實體店調動貨源。

鍾偉成說，網購平台最初是為了方便已經出院或不良於行的病人，以及他們的照顧者購買復康用品，免運費的最低消費金額已十多年沒調整：「面對劇烈的市場競爭，我們不能跟人家『鬥便宜』，長遠希望透過推廣集體採購模式，推動更多企業或機構經社企購買產品，幫助弱勢社群就業。」

既是社工又是商人的鍾偉成想要告訴大家，要推動社會服務，毋須拘泥於傳統的工作手法。而社企出現後，社會大眾要幫助有需要人士，也未必需要大大改變生活習慣，只要消費前多留意一下，就能讓所花的錢更有意義和價值。

面對劇烈的市場競爭，我們不能跟人家『鬥便宜』，長遠希望透過推廣集體採購模式，推動更多企業或機構經社企購買產品，幫助弱勢社群就業。