



01 Big Story



02

天橋底下的 N 種玩法

- 02 好自然 喜歡與人為鄰 身邊的樹麻雀
- 03 創業：Start Me Up 快樂晚年 色彩繽紛長者店
- 04 共享主意 石硤尾邨一隅 草根遇着賣剩菜
- 05 家居優化 島上住宅 安閒自在



03



04

空間創造
裝貨以外，
貨櫃可以是……
創業：難不難
廚餘回收
立在環保與利潤間
充權教室
為巴士寧靜
作戰二十年
職場求生術
和諧工作間
同待遇 免歧視



05

創業： Start Me Up



撰文：仲繼因

攝影：羅君豪、黃寶瑩

快樂晚年 色彩繽紛長者店

據政府預計數字，香港到了2040年，每3個人便有1位是年屆65歲的長者。

面對老齡化社會，不少人至今仍只懂得將長者的晚年生活與護老中心直接掛鉤，但銀髮族群的生活需要與品味追求卻幾近被滅聲。

衰老，難道必然是一套有盡無聲的黑白粵語殘片嗎？

粉紅藍靛拼色碎花手杖、印着梵高《星夜》的雨傘、鑲上閃石的放大鏡項鍊……長形的百呎小店，擠滿了教人意想不到的新奇產品。「很有趣，許多子女為父母選購用品都會買黑、白、灰、藍的，以為老人家接受不了鮮艷色彩，但其實親身前來光顧的長者都喜歡紅紅綠綠的花俏款式，可以很大膽！」誰說生活品味只是年輕人的事！

「花碌碌」的長者店

世上如真有部《生意經》，「不



01

熟不做」想必是經書內的招式之一。然而，李燕儂（Aries）和蕭智敏（Elis），前者曾於銀行工作，後者則為IT人，本來對長者生活認知不多，卻因Aries母親數年前中風之故，才萌生開設長者生活用品店的念頭。

眼看着本來健康美麗的媽媽未滿60歲便中風，生活一下子起了很大變化，為助媽媽重構具質素的生活，



02



03



04

Aries曾四處找尋，但找到的卻盡是醫療復康類型用品，外觀設計連她自己都看不上眼，何況是愛美的媽媽，於是，她轉而到網上搜購，並發現外國原來有大量設計漂亮、討人喜歡的銀髮產品，「當時心想，為何香港沒有這些選擇？會否也有人如我一樣，苦苦搜尋有質素的長者用品呢？」這便促成了開辦「好好生活百貨」的契機。

店名正是創業理念，Aries和Elis笑說，就是想帶給長者「好好生活」，店舖的標誌是一對公公婆婆的娃娃，拼出一個「好」字。至於稱作「百貨」，原來也是心思細密的考量，Elis說：「開張第一天我們叫作『銀髮族生活用品店』，卻發現長者不喜歡被標籤為『銀髮族』，因此，我們另行構思一個去老人化和去醫療化的名稱，讓長者前來購物也不會有心理負擔。」

就開業的形式，二人也仔細商討過：到底應該開網店、樓上店還是地舖？她們很快便有共識，「因為銷售對象是長者，我們希望顧客能先前來體驗過才購買，所以，我倆都堅持要一間地舖；如果是樓上舖，長者不方便光臨。」於是「好好生活百貨」網店便先於2014年初面世，位於西營盤的地舖亦緊接在兩個月後正式開業。

防跌 = 防老

店舖現時備有超過300件長者生

活用品，主要針對長者在閱讀、聆聽和出行上的需要，而「好好生活百貨」的宗旨，就是提倡，也是教育消費者居家安老的概念。「這裏不是賣醫療復康用品，而是照顧長者日常需要的家居產品。這些產品能融入生活細節之中，增強長者獨立自理的能力，舒緩他們成為『被照顧者』的心理挫敗感。假若老人家動輒便要旁人幫助，他們心裏不會好受，然而，只要能善用一些體貼到位的生活用品，他們絕對可以在家中安度晚年。」

Elis隨手抓起一項用品介紹，「開業前，我們曾經到日本考察，發現當地人的設計非常細心，好像這支能屈曲的叉子，即使長者手震，用家也可以把叉屈曲至適合他們進食的弧度，不必依賴別人餵食。」Aries也端來一對看似平平無奇的膠拖鞋，「這對以環保物料製成的防滑拖鞋，沒有臭味，非常輕巧，中間還設排水孔，長者穿着到浴室洗澡也不怕滑倒。」

Elis補充，針對行動上的產品之所以極為重要，是因為老人家身體轉弱的表現，往往從雙腳乏力開始；一旦跌倒，本來健健康康的老人家即會迅速衰老。「長者一跌倒便容易觸發許多健康問題，且因跌過受驚，他們便不敢再活躍地參與戶外活動，因在家中對他們的心理和生理皆有損害，自然老得特別快。因此，防跌可謂防老的重要一步！」

- 01 Aries(左)和Elis據創業邊學習，非常珍惜在店內與顧客交流的時光。
- 02 門市選址雖未夠理想，但不失為創業踏出成功一步。
- 03 不會掉的筷子和可屈曲的叉。為確保安全和質素，店內的产品多從日本、英國及德國等地引入。
- 04 別以為年輕人才有派對，各式各樣的新潮拐杖可是長者的襯衫工具。
- 05 既是雨傘也是手杖。梵高的星夜擺於掌中，長者一樣可以很文藝。



05

創業新丁「蝦碌」不絕

Aries 和 Elis 雖事事皆為長者着想，但由於缺乏創業經驗，一片熱心總受制於種種粗心大意之中。當中一大失誤，莫過於舖位的選址，兩位「老友」說來也是既好氣，又好笑。「我們還以為在港鐵站旁租舖，人流一定有保證，誰知開通了港鐵綫後，反而方便了本區居民到銅鑼灣消費，而外來的本地客，很多只是好奇來參觀，並非來購物。」

除此以外，店舖位於「長命斜」之上，Aries 試過從街頭步行回舖也氣喘連連，莫論長者。由於舖身設於斜坡之上，產品要透過玻璃櫥窗展示於路人眼前，店內的商品便要放得很高才行，加上一進門便有梯級，不方便長者進出，因此 Aries 和 Elis 都希望覓得更理想的舖位。可惜理想歸理想，現實卻是貨品屬非消耗性用品，流轉較慢，顧客買完可不會一時三刻回頭光顧，因此也不能輕言開分店。

雖然舖位諸多局限，但令 Aries 和 Elis 窩心的是，不少到來的顧客，特別是有營商經驗的長者都熱心地指點迷津，讓兩位創業新丁獲益良多。「曾遇過有零售經驗的顧客，倒過來教我們應怎樣擺貨吸引客人；也有人趁轉季時，提醒我們要重新擺設櫥窗，保持新鮮感。」畫面想起來也甚惹笑，但見長者身體雖然衰退，可是，寶貴的經驗和智慧絕對是你我望塵莫及。



06

ee

曾遇過有零售經驗的顧客，
倒過來教我們應怎樣擺貨吸引客人；
也有人趁轉季時，提醒我們要重新擺設櫥窗，
保持新鮮感。

dd



07



08



09



10

老 ≠ 問題

老不是病，亦非問題，每位長者都可以在家人的陪伴下積極而優雅地安度晚年。一直希望推廣活齡生活概念的「好好生活」，今年1月終於找到契機，成功進駐一田開設期間限定店。回想過去無數次的閉門羹，Aries只覺香港人對於長者生活用品的概念太落後。「在電話中介紹我們的產品，對方完全不知該如何把我們歸類，眼鏡好像是文具部，藥盒當是旅行用品，或者認為老人產品不配合他們的時尚形象。」對於產品能完整地以活齡概念走進商場，而非「散件」式擠進貨架，二人都感到非常欣慰。



11

- 06 呈走廊形的門市，兩旁陳列着各式各樣的長者生活精品。
- 07、08 特別為長者而設的粗柄把手水杯，錐型的內籬可降低長者嗆到的機會，有顧客買後回店激讚。
- 09 精巧的項鏈其實是放大鏡，適合才50多歲的「young old」愛美女士日常穿戴。
- 10 Aries心痛不少客人是在家中長者發生意外後才亡羊補牢，因店內不少生活用品的設計原意，就是要避免家居意外發生。
- 11 去水及防跌能力極佳的浴室用拖鞋，可減低長者在沐浴時發生意外的機會。
- 12 你以為是mp3機，其實是助聽器；你以為是地翻譯詠麟，其實在播Taylor Swift。

Elis最後有感而發，「有時不能怪年輕人不關心長者，而是長者用品根本連暴露在公眾眼前的機會也欠奉，即使是百貨公司的產品，到了某個年齡層亦已止步。要把長者生活用品的形象打造得像普通商品一樣，在平日的購物點看得見、摸得着、試得到，才是真正地在社會推廣長者共融。」

好好生活，英文為Ho Ho Life。每位長者，都應該享有日子過得笑呵呵的權利。◎



12