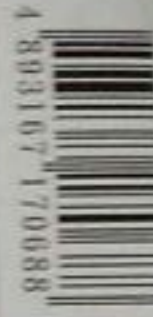


iMoney 智富



雀巢市務經理
林嘉琪



幕後女將



忘廉哥主人
見證尖東盛衰

P.020

P.026

商界名人陳南祿
授日本買樓貼士

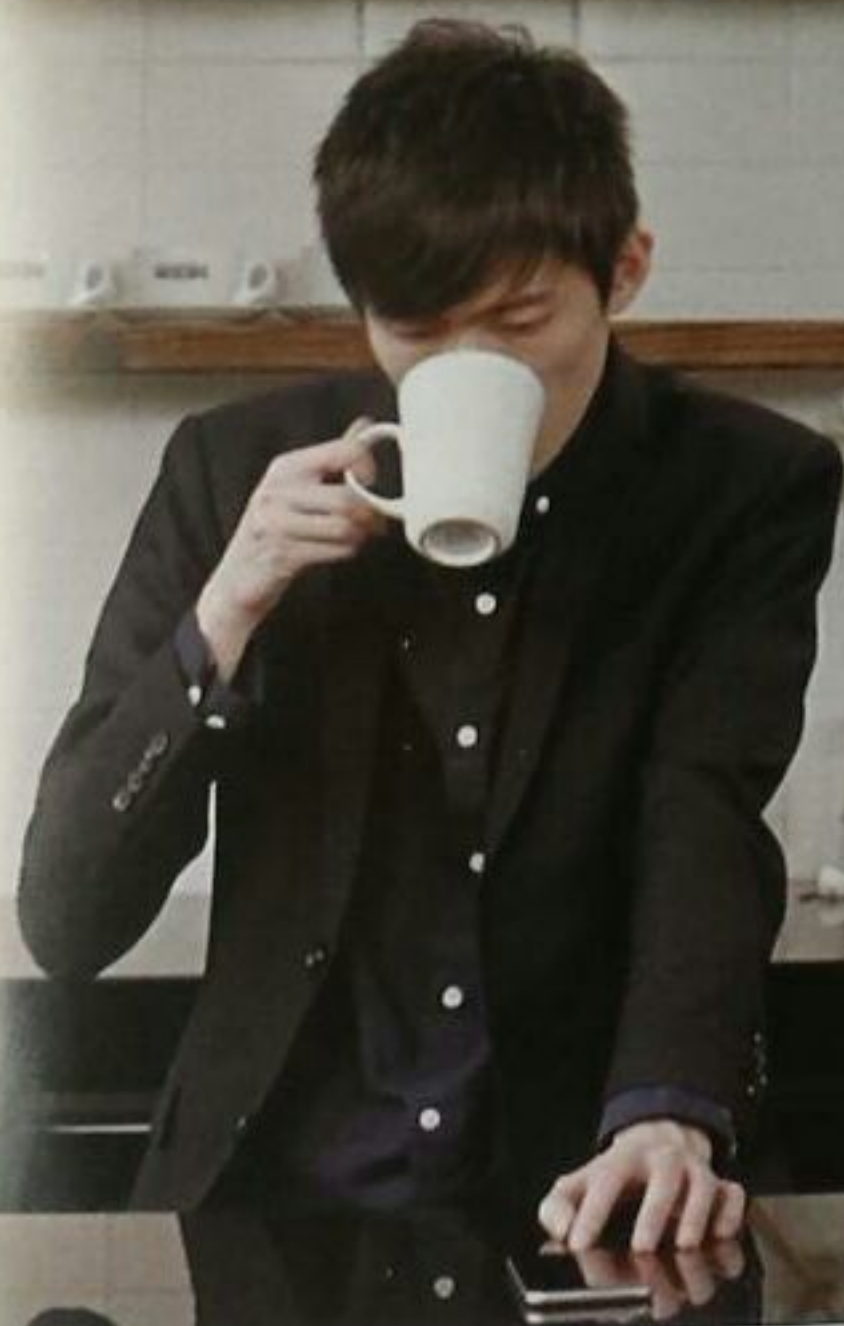
破港紀錄

400

萬 views

成功秘訣未曾講

天王啡熱潮



主辦機構



香港青年協會
the hongkong federation of youth groups

全力策劃

HSBC 滙豐
Commercial Banking 工商金融

滙豐青年創業大獎2016

發揮營商創意 盡展無限潛能

網址: ybhk.hkfyg.org.hk/ybaward2016



詳情請看P.6



曾經何時，尖東一片歌舞昇平，燈光璀璨的每一個晚上，背後象徵是香港的繁華。來自日本、內地等世界各地的商務客，聚集在尖東一帶的五星級酒店，日頭開會，夜晚在酒吧、夜總會消遣，鄰近大富豪夜總會和華懋戲院的信和便利店，正好見證尖東由盛轉衰，就算有明星貓忌廉哥坐鎮，依然不敵時代巨輪，老闆高志成最終決定拉開離場，「以前無(生意)都係咁做，但是以前租金平，4、5萬元，咪頂得住，而家開到8萬元，計埋人工，一個月要十多萬元成本，點頂呀？」離別在即，圓碌碌、大大隻的忌廉哥處之泰然，來自世界各地的Fans卻大為緊張，收到小店於下周三(25日)的結業消息，遠在美國、泰國的Fans都紛紛趕來見多佢幾面。

撰文：高樂琳·攝影：梁健騰·美術：朱勁培

忌廉哥臨別「貓」波

報紙檔見證 尖東興衰15載

▼13歲開始工作的高先生已年50，他說忌廉哥爆紅之後，同時要面對很多問題，但亦改了他的火爆性格。



忌廉哥訪問片段：
Facebook: Mrrey 高樂琳

尖東忌廉哥天生一副臭臉，眼神總是帶點高傲，但牠所到之處，總是被相機重重包圍，總是一群尾隨牠的貓步，爭相拍下牠的一舉手一投足，牠更成為不少人的治療藥方，「牠做的是幫人慰藉心靈，心情不好，來看到牠會覺得很開心，有些Fans一星期來一兩次，他們講：我又要來食藥了！有些自閉小朋友差不多日日都來，趴在忌廉旁邊傾偈，當牠是朋友，甚至有人幫牠作生日歌，知道我們唔做喊晒口。」經營店舖十多年的高先生

縱有不捨，但每日點算收銀機，現實卻叫他不得不拉下大閘。

因應時勢學賣雪茄煙斗

時光回到十幾年前，忌廉哥仍未出世的時候，高太已與朋友在尖東現址經營書報攤，後來拍檔退股，高氏以夫妻檔拍住上，經歷不少風光歲月，「7、8年前的日本客好豪爽，放低兩萬圓執鹹書，仲有幾百蚊俾我做貼士，或者在大富豪過來買煙，當時一包40多元，我唔識英文的，但又傾得幾句，放低一百蚊就走，但現在日本客好怪。」

日本客風光不再，接手的是每個月來港幾次的內地商務客，有批客人每次來港定必幫襯高先生，「一次過買十幾條煙、雪茄和書，現在完全沒有這些商務客，自由行、旅行團最多買枝水、買包煙，幫不到幾多的。」

除了報紙雜誌、飲品和煙的基本貨品，書報攤亦因應時勢，不斷轉型，高先生一直主力引入利潤較高、適合各地遊客的貨品，「我未加入之前，舖頭已賣雪茄，但未識賣雪茄，後來我入來，唔識養咪自己買書學，去問人，賣一枝雪茄百幾元，可以賺30多元，有三成利潤，賣一條煙又是賺30幾元，現在加了煙



▲明星貓忌廉哥吸引了不少明星Fans，圖為藝人唐詩詩與牠合照。

稅，再扣八達通手續費，利潤更低。」

訪問時剛好有客人想試食煙斗，高先生從旁解釋，說得頭頭是道，但原來他並不吸煙，「煙

斗又是買書學，其實我唔識食，但我一定要解釋到，個客才會買，回去食過好的，回來買個貴的煙斗，或者買煙絲，其實利潤得兩成，但我自己學捲，又教客捲，介紹他買配件才是賺錢的貨，希望是這樣養住一批客。」時代變，做生意一樣要變，要維持不斷上漲的租金，高先生說只有不斷學習，跟隨環境改變自己去生存，別人笑他賣過期鹹書，但是對遊客又有何分別，一樣會買，最重要有八成利潤，「不可以只賣報紙雜誌。」

忌廉哥產品難幫補生意

商務客轉為自由行，遊客從尖東移至廣東道，Disco、夜總會、華懋戲院相繼結業，換成專做旅行團生意的免稅店；本地客的習慣也有所轉變，買報紙雜誌的客人減，現在幾乎只有對面投注站的賭仔來買馬報；客人習慣在大街的便利店買飲品，在巷尾的書報攤盡失地利，「一箱24罐獅威(啤酒)批發價58元，我賣每罐5元，現在批發價是80元，我都是賣5元，我是不敢加，好似一包檸檬茶賣5元，大盒賣7元，便利店特價時一次買兩



▲忌廉哥愛食又愛睡，完全不受外界影響。

包可能便宜點，但一般單買一包是賣過我，我都捱了幾年，但夏天入貨就知道，需要的貨量明顯減少。」

近年聽得最多是小店被業主瘋狂加租，但高先生說要為他的業主平反，「業主不是差又不是好，這兩年市道多旺，都是加我一成多兩成，生意維持不到租金，自己計唔掂數要離場，都不要怨天尤人，可能離開有另一番新景象。」

在過去十多年，無論是香港或尖東有所轉變，高先生都體現出香港人的靈活變通，成本不斷增加，



▲形象百變的忌廉哥吸引不少Fans。

利潤不升反跌，高先生說早兩年已有退意，但當時已大紅的忌廉哥，又為他開通一線生機。高先生嘗試自家生產有忌廉哥標頭的產品，才發現生產、批發、運輸等成本，遠超出他的想像，他拿起一包利市封解釋，

「做這個我輸錢的，一個成本8毫，當零售每個2元，我要以1.2元批發出去，賣剩我要負責回收，即是我每個賺4毫，連同運費，賣不完就一定輸錢，明信片都是一樣道理，但只是啲人入來影相，希望買張卡都好。」產品賣了兩年，算是為書報攤續命，但

高先生說，自從去年10月開始，生意一落千丈，真是忌廉哥都難救，空閒的時候，兩夫婦可以齊齊低頭打機，「我行了兩年這條路，如果繼續用牠的產品撐住間舖，結果都是一樣，做不下去了。」

11歲的忌廉哥引退，Fans最關注牠會否重出江湖，高先生說現時沒有任何打算，雖然有人提出將店舖平租給他，但他不想再冒險重頭開始，除非有新投資者合作，「現在開一間舖，租約兩年，上期連按金幾十萬元，裝修又要幾十萬元，以現在的市道是很冒險，大本營我已守不住，去做其他會更好嗎？」



▲忌廉哥是少數可讓人近距離接觸的明星貓，搞生日會時吸引大批Fans到場。

搞牠，家長又不出聲，我抱走牠又不好，於是我想一望牠，叫牠一聲，然後我行入房，牠便會跟住入來。」忌廉哥今天的知名度遠至海外，Facebook專頁有逾190萬Likes，上過日本雜誌封面，接受過包括CNN的不少海外媒體訪問，這幾年的經歷更讓高先生感觸，「牠本來無人要的，點知今日咁紅，我都要向牠借鏡，天生我才必有用，牠不是特別靚仔或聰明，但有種吸引人的魅力，我有時都被牠吸引住。」

由孤兒到上CNN 忌廉哥「天生我才」

說話大大聲的高先生，每次講起忌廉哥的身世，他總是會眼紅紅，訪問當日，他嘗試用罐頭引忌廉哥

來個合照，見牠望見罐頭的萌爆「鏡樣」，高先生一面拿出電話對準忌廉哥，一面說：「我都忍唔住要影。」

曾經是棄場無人要的忌廉哥，機緣之下來到高先生的家，後來書報攤有老鼠，便將牠帶出舖頭，「初時都是當牠寵物，給牠食，跟牠玩，後來失蹤再回來，才開始了解牠和家中其他貓。」失而復得，格外珍貴，忌廉哥和高先生亦建立了一種男人之間的浪漫，甚至改變了他的火爆性格，「有時有些小朋友扯牠條尾或



▲忌廉哥爆紅現象引來CNN訪問，揚威海外，高先生說港府不懂得藉此宣傳香港。

書籍

毛優毛球 忌廉哥

出席活動

產品

慈善基金

代言廣告

忌廉哥足跡



忌廉哥生意表面風光

出席活動、產品、出書、代言，尖東忌廉哥隨時多Job過明星，以為牠可以袋袋平安，但是高先生說背後是另一個故事。忌廉哥爆紅之後，高先生承認第一年有過百萬元收入，「但是有一半俾咗人。」他說忌廉哥之前由廣告公司任經理人，從中抽佣，去年負責的職員離職，於是高先生要購入合約，

所以全年出席活動都以慈善為主，他坦言去年蝕到入肉，「傾合約時花了律師費7萬元，買返份合約要十多萬元，另加幾萬元律師費，總共30萬元，在香港和內地註冊商標，分別花了十幾萬元。」

至於產品生產，高先生說生產成本高，他拿起旁邊的Cap帽，「這些帽是樣辦來的，仲有衫和其他產品，

打完樣辦才知道很難做，假設有30間店要貨，大中碼每個色，一計數成本要逾百萬元。」現時不少產品以出售商標形式合作，但都不一定有賺，日本廠商生產的產品在店內有售，一面鏡售50元，以七折，即35元入貨，連同運費，高先生直言賣出都不一定賺錢，「但人哋俾面生產，我都要入貨回來賣。」