

07:00 7-11 扮演麵包店和報紙檔的角色

13:00 7-11 是辦公室一族的加油站

00:00 晚上的 7-11 成為青少年的吹水好地方



你問 7-ELEVEN 喺邊？

曾聽過電影裏的惡爺說：「話開就開，你估 Seven Eleven 呀！」香港的 7-11 分店真是話開就開、成行成市，目前已超過 880 間，認真

配合其為人所熟的舊口號「梗有一間喺左近」。踏入 27 周年的香港 7-11，又換上新口號「你問 7-11 喺邊」，大玩集體回憶。 記者：趙志雄 攝影：陳陶鈞

凌晨時分，當 7-11 店內只有零丁顧客時，補貨和送報紙的工人已經在忙個不停。七時許，陸續有顧客來買麵包、報紙；一到八時，熟食攤運作，蒸氣薰得店內充滿朝氣，上班一族買完早餐即趕住去搭車；午飯時間，店內出現西裝友人潮，思樂冰和自由牌汽水機亦發市，有顧客在雜誌架前打書釘，亦有在揀杯麵小食和叮飯，有人堂食，更多的是外賣。入黑後，顧客明顯年輕化，由剛打完波的學生、拖着手的情侶至三五成群的青年……7-11 正是這樣 24 小時人來人往，不停轉換出場人物。

24 小時來去匆匆

香港人時間寶貴，雖未至於秒秒鐘幾百萬上落，但做甚麼事都要快妥方便，便利店正是為此而生。就店舖設計而言，沒有開口為使顧客出入更省時，店舖面積小，更容易找東西，付款過程時間之短可謂無出其右。顧客總來匆匆去匆匆。嶺南大學文化研究系副教授李小良表示：「以前傳統街邊檔的老闆與顧客關係較熟落，顧客會對店內人和物產生情意結，現在顧客在快餐店、便利店都是過客，買了野便走。就如王家衛的《重慶森林》把便利店借喻香港這個殖民地只是過客之地，而港人就像便利店顧客一樣是過客，沒有歸屬感。」但 7-11 卻也成了我們的 27 年來的集體記憶。牛奶公司港澳區 7-11 市場傳訊總監楊樂詩說：「7-11 已成為香港人生活的一部份，就像相識已久的朋友，所以公司就與電台合辦故事創作選舉和換上新口號「你問 7-11 喺邊」，重點宣傳人人都有一個與 7-Eleven 的故事。」



港澳區 7-11 市場傳訊總監楊樂詩



嶺南大學文化研究系副教授李小良

電子時代來臨，互聯網把便利店服務變得一站式，繳費、傳真、充電、售賣電話卡和八達通增值服務，買份報紙買支可樂又可順便繳埋費，大大節省時間，對忙碌的上班族尤其重要。此外，產品多元化也是它便利人之處，報紙雜誌、乾糧飲料、紅酒香煙、中西成藥、飯盒麵包壽司甚至玩具，店舖雖小日用品俱全。近年，連街頭小食如蛋蛋、腸粉、燒賣都引進店內，楊樂詩表示：「台灣比香港早有熟食小點，我們是引入他們那邊流行和好賣的食品。」現在自家產品除了雨傘和思樂冰，還有龍鳳茶樓系列點心和蒸飯等等。

門外的故事

便利店也是香港城市景觀的一部份，霓虹招牌陣中必會出現一個 7 或 K 字。李小良指城市規劃也是促成便利店開得成行成市的主因：「例如將軍澳的規劃被各個大商場割離佔據，所有街舖幾乎都被趕進商場，以前店舖開滿整條街的情景不再，傳統零售店如雜貨店和報檔消失，便利店便取而代之。」香港給市民聚集的公共空間極少，這可能是晚上青少年都愛聚集便利店門外的原因。晚上十一時過後，公園和球場都關門了，越夜越精神的年輕人想我個免消費又可高談闊論的地方，喺 24 小時營業的便利店門外「吹水」可能比文化中心更方便自在，至少門外不會有保安員。李小良說：「若果我們把 7-11 門外街道這個位置詮釋為市民的公共空間是挺有趣的，因為街道本應就是公共空間。」7 仔最新廣告《分手篇》正描述一個青年在每次追女仔失敗後都與友人坐在門外訴苦，這個處境其實就是我們的 7-11 故事。



1. 蕭先生(中)：「7-11 方便又唔使排隊，貴少少都無所謂。」而他的同伴們則笑說：「我們是跟大隊入嚟幫襯的！」
2. 早上，大家一拎起份報紙昇錢就走！
3. 忙碌的香港人可能連職員的親切笑容也沒有留意。
4. 八時後出爐的蒸燒賣，是不少人的心水早餐。
5. 香港人時間寶貴，連等蒸燒賣時也趕
9. 兩位女士在研究如何講思樂冰才好味？
10. 顧客在 7-11 揀雜誌比在報攤方便
11. 跑馬地 7-11 還設有自動櫃員機。
12. 一杯提神咖啡都可以在熟食攤找到。
13. 送冰塊的工人在 7-11 忙個不停。
14. 午飯時間店內出現西裝友人潮。
15. 中午時間，人頭湧湧。
16. Mehdi(左)：「這裏很易找到想買的東西。」鍾小姐：「我通常來買汽水，都是少量的，貴少少卻很方便。」

7-11 27 周年

1981 4 月 3 日全港首間 7-11 便利店在 啟馬地開業，至今仍營業。

