



今天只談便利超商

文／陳穎衡

不管是在台灣都會地區生活過一段時間的外地人，或只在台灣當過來去匆匆的旅客，或多或少總會光顧過公路旁、山頂上、辦公大樓下、街角處的便利超商，且對總有一家便利超商當左鄰右里的生活形態，感到羨慕。

小小的店面綜合各樣生活機能，如：預購五月天演唱會門票、出遊高鐵車票、提供美味溫飽的微波食品、購買剛宅配到超商的《1984》、在午後雷陣雨中，坐在超商內喝著文青的奶綠，然後發呆……。

對港澳旅客而言，無論是路過買一瓶飲料的，又或者出發前已被好友指定要便利超商的御飯糰、溫泉蛋等鮮食作為伴手禮的，便利超商是遊寶島必到景點。說實在，這樣的伴手禮對於曾在台生活的朋友而言，比鳳梨酥、滷鴨舌更能解鄉愁。

但每當我們都漸漸地習慣了在這些大企業、大財團旗下的連鎖商店消費，享受著一切便利、殷勤周到，不自覺地被這股小確幸氛圍所籠罩時，有否留意到除此之外不一樣的台灣呢？

在台北生活期間，認識了一位經營便當店的老闆，她本著便利超商文宣所呈現的健康、安全、美味、愛台灣的企業形象經營她的便當店。為人母的她希望顧客每天吃到「媽媽味」便當，奉行低鹽低油原則，為求新鮮，每日清晨就到菜市場買菜。



記得大概是 09 年時，某天中午她邊張羅便當，邊跟我聊天，「時機歹歹！經濟再不景氣，人還是得要吃，但是現在水電瓦斯什麼都漲，生意真難做……」她拿起夾子指著對面的便利超商接著說，「我的便當賣得再便宜，就是賣不過它們，況且他們加十元可多瓶飲料，又有集點換公仔……。」

大概是從那天開始，我才意識到我們港澳旅客引頸企盼的小確幸，背後的大企業已透過所謂的橫向及縱向整合，暗地對其他產業造成影響。

在 22K 時代，大家當然想花愈少錢但得到愈多。便利超商看準了這一點打出「銅板策略」花台幣幾十元給大家吃過粗飽，低價策略奏效為便利超商攻佔了不少外食市場，這樣的業績在這個時代確實令投資者鼓舞，也為消費者提供廉價選擇。但當單一企業擁有大量零售通路、具議價能力大批購入原材料、以寡頭壟斷之姿決定商品價格削價競爭、掌握由農場到餐桌中的養殖、運輸、生產、倉儲、零售，每一個環節時，問題就變得不容小覷。寡頭獨大已非聯合調漲咖啡售價那麼明目張膽地進行，而是一步步地逼使周邊的相關產業慘淡經營。

今日澳門、香港的中小型食肆也有同樣的經營困境，不是自身產品不好、服務不周、經營不善，而是要終日面對加租壓力，人手被大財團搶走留不住伙計。我們今天眼睜睜地看著一家家特色風味的小館「光榮結業」，換來的是能擔起天價租金的連鎖商店。原先茶餐廳的服務生去了連鎖商店當店員。在港澳這樣一個成熟開放的自由經濟體裡，這些更迭我們麻木見怪不怪，更戲稱為「產業升級」。直到市場上除了連鎖商店外再沒其他小攤販、小商戶後，一切都高度集中，我們還能宣稱這是自由經濟嗎？

下回再到台灣旅行時，大家不妨多多光顧路邊的小吃攤，點一份黑白切、嚐一口四神湯，不單只領略台灣豐富多元的飲食文化，更可望「吃」出公平正義與永續經營來。至於賣便當的母親，最終還是無法經營她的健康便當，但靠著她老實做生意所積累的人脈，當起房地產仲介了。