

歲月變遷 美味不變



▲上世紀七十年代，香港市民多在「士多」購買零食。

零食的誘惑

在香港經營近三十年的本地零食店「優の良品」，終未能捱過疫境，日前正式宣告全線結業。事實上，「優の良品」也曾風光無限，而今被現實逼退，令人感傷。由此回望香港零食店的發展歷程，從士多、老字號零食舖到本地品牌零食店，再到售賣全球零食的大型連鎖超市，其承載的是大眾生活方式的改變。大公報記者走訪一眾零食愛好者，細味香港零食店的「前世今生」。

大公報記者 劉毅、顏琨

**代表零食**

放在玻璃樽中的瑞士糖 媽咪麵 戒指糖 齋燒鵝

▲齋燒鵝。

**士多：**嚴格來說，「士多」是一間小型雜貨舖，但當時的七十年代，經濟尚欠發達，人們沒有太多地方可以選擇購買零食，所以「士多」就成了陪伴一代港人成長的零食店。汽水櫃、紙牌廣告，或者各式玩具、文具，都是店舖標配。但伴隨時代發展，待大型超市及便利店出現後，傳統「士多」式微，如今是買少見少，往日的街坊人情味也淡了許多。記者也是頗費周章，才找到了它們，只不過一種是已經大不同往日的新派「士多」，而另一種是店主為了追尋往日情懷，而開設的復刻版「士多」。且以往在「士多」買到的金龜萬里脆花生等零食，現在也能在大型超市買到。

**何小姐（生於二十世紀六十年代）：**我在九龍屋邨長大，兒時印象中，都是在屋邨或者學校附近的「士多」購買零食，主要買本地生產的，例如涼果、蝦片、金龜、魷魚絲，以及乾吃的福字麵等。麵筋類如齋燒鵝等，更是從小吃到大。當年雖然零錢不多，但能買小小份零食，過下口癮，已經很開心。

士多舊時風光

**代表零食**

燕窩糕 薏米餅 蝦子扒蹄 杏仁餅

▲陳意齋燕窩糕。

**老字號零食店：**陳意齋零食店原是一家廣東零食品店，於上世紀二十年代落戶香港，開業之初主要賣杏仁霜、雀肉酥、椰蓉酥等。戰後肺癆肆虐，陳意齋推出止咳潤肺的川貝杏仁露。八九十年代，很多年輕人留洋海外，陳意齋還以代客人給他們遠在異國他鄉的子女寄送零食。新冠肺炎疫情前，內地和海外遊客如織，不少人也選擇去這家老字號零食店逛上一逛，購買手信。

**宋小姐（生於二十世紀七十年代）：**我喜歡吃傳統零食，所以香港老字號零食店陳意齋售賣的燕窩糕、杏仁餅、鴨潤乾，都是我的心頭好。其中的燕窩糕更是其代表作，糕點軟糯可口，關鍵的是，零食店堅持手工製作，沒有工業用糖精，只有實實在在的餅香。所以，講到令香港人驕傲的零食，怎能不提到本港陳意齋等老字號零食店。令人記憶深刻的，還有冠華的蝦片、么鳳的話梅，我都曾購買過。

老字號屹立有因



**叮叮糖：**為廣東省傳統糖果，後傳入香港。本身為一大塊帶有芝麻和薑味的麥芽糖，質地堅硬。售賣時，要用工具敲碎。

**龍鬚糖：**原名龍鬚酥，原料為麥芽糖、熟粉、芝麻花生碎。為一種民間傳統零食。



**花占餅：**在圓圓的餅乾上面，用奶油等畫出五顏六色的花狀，因其形狀和外觀形似花朵而得名。

**馬仔：**一種在中國流行的滿洲甜品，內地稱為沙琪瑪，香港叫馬仔。



**香蕉糕：**口感是帶有香蕉味的白色圓條狀軟糕，是香港一種地道零食。曾於上世紀七十年代在本地流行，如今因外地零食大量湧入，已不多見，成為一種懷舊零食。

**芝麻卷：**使用黑芝麻、冰糖及馬蹄粉做成粉漿，蒸好後再捲起而成。因其外形形似菲林，故又稱「菲林卷」。

**代表零食**

牛肉乾 各類果脯 涼果

**本地品牌具優勢**

**黃先生（生於二十世紀八十年代）：**學生時代，我時常會去優的良品購買零食，後來，其分店愈來愈多，地鐵站經常可以見到。當時，這本地品牌零食店在香港都算很有名氣。

**黃小姐（生於二十世紀六十年代）：**以前，我回內地探親時，會到優的良品買一些零食送給親戚，因其獨立包裝攜帶方便，一般會買較為日本、東南亞風味的零食，如魷魚絲、柑桔乾、朱古力等。

**本地品牌具優勢**

**謝小姐（生於二十世紀九十年代）：**我平日都會買一些日本零食，本地傳統風味零食如麵筋類的，反而不是我的首選。我主要光顧「U」阿信屋和零食物語，在這類零食店，可以買到日本零食。它們包裝好看，口感也很細緻。我會買日本和果子、朱古力棒、棒子味曲奇餅乾等。



▲「優的良品」零食包裝上可清晰看到其品牌名。

店名	開業年份	高峰期店舖	現有店舖
優の良品	1993	海外150間 加盟店	2022年6月 宣布結業
零食物語	1997	超過60間	18間
759阿信屋	2010	243間	173間
優品360	2013	102間	102間
DON DON DONKI	2019	8間	8間

零食連鎖店在港概況

**代表零食**

UHA味覺糖 卡樂比鹽味薯條盒 不二家麵包超人蔬果餅 POCKY朱古力棒

**售賣全球零食的連鎖店：**零食物語、759阿信屋、優品360，以及二〇一九年才進駐香港的DON DON DONKI，都以大型連鎖零售店模式，致力於打造售賣海外零食的旗幟。

零食物語主要以日本零食為主，759阿信屋則主要銷售日本、韓國等國家的進口零食、副食品和飲品。從中可看到香港人對於日韓零食的追捧，購買選擇也更趨向多元化。再加上現在大型超市也可以出售本地、內地及海外的各類零食，尋覓零食成為了一件十分便利的事。

**連鎖店攻海外零食**

**謝小姐（生於二十世紀九十年代）：**我平日都會買一些日本零食，本地傳統風味零食如麵筋類的，反而不是我的首選。我主要光顧「U」阿信屋和零食物語，在這類零食店，可以買到日本零食。它們包裝好看，口感也很細緻。我會買日本和果子、朱古力棒、棒子味曲奇餅乾等。

**何謂飛機攪**

飛機攪是把橄欖用鹽及甘草等藥材醃製而成。上世紀五十年代，售賣甘草攪的流動小販斜背着橢圓型的容器，在民居街上沿途叫賣。因當時的樓房並不高，買家從陽台扔錢給街上的小販，之後小販則如放紙飛機一般，將甘草攪扔到樓上，故而得名。

**日式風味多元化**

**時尚潮流**

香港人喜吃零食，儘管擺在他們面前的零食愈來愈豐富，但日式零食依舊不乏寵愛。

說起大家最愛的日式零食，Maruitai拉麵、可爾必思梳打、Marusan豆奶、TARAMI啫喱、日清凍兵衛腐皮烏冬等，必定榜上有名，其中Marusan豆奶還被視為健身愛好者的必備佳品。從零食到飲料，從辦公室、健身房到居家追劇，都可以看到日式零食的身影。

其實，不僅僅是日式零食，日

本料理、和風傢俱在香港依舊擁有影響力。日本流行文化之風自上世紀六十年代吹至香港後，始終不減。上世紀八九十年代，一些紅遍大街小巷的港樂，其實改編自日本歌曲；日本動漫也影響了不少香港本地漫畫家的創作風格；而日本的諸多城市，也成為港人旅行的選擇。

或許，日式的零食、餐廳、家居等生活方式背後所傳遞的生活態度，帶動消費潮流。

大公報記者 顏琨

**網店推人氣零食突圍**

**疫下消費**

新冠肺炎疫情改變了人們的消費模式，以往習慣出門購物的人，也開始在網絡平台購買零食，致使一些原本虧損的企業，後轉戰網絡平台，反而扭虧為盈，比如HKTVmall於二〇二〇年七月錄得純利潤一億零九百萬港元，是開業五年以來，首次轉虧為盈。

再以「零食大王」、「上倉胃子」和「好好味」等專攻零食

領域的網店為例，其中，「零食大王」由九十後彭啟明於二〇一三年創立，除了出售本地的傳統美食外，該店還提供沒有在香港出售的日韓零食，並自主開發專屬的傳統乾果和堅果品牌。據悉，現在網店的客人中，主要以習慣網購的客戶為主，當中有很多是學生，因為網店主打最新及具人氣的零食，故吸引喜歡新鮮感的年輕人。在第五波疫情下，不論零食及凍貨等產品銷量都不跌反升。

大公報記者 寧碧怡

郵票上的香港小食 註：香港郵政二〇二二年五月發行「香港懷舊小食II」特別郵票，當中包括左方的食物。