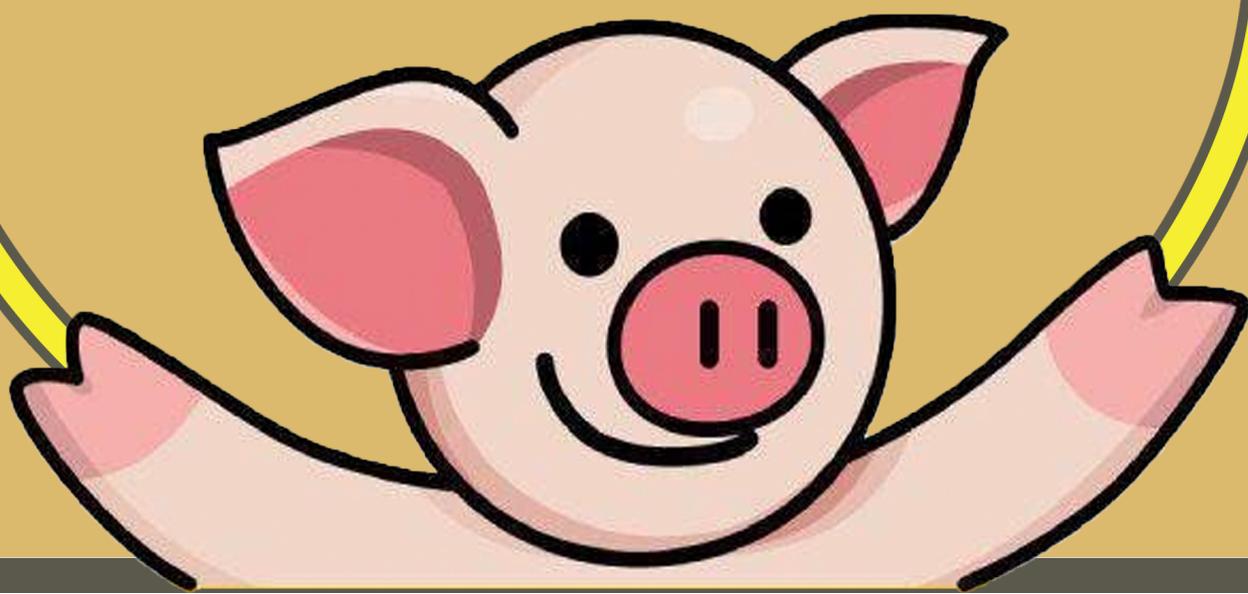


黃色經濟圈下的

黃店百態



目錄

街坊小店意外成為高調黃店 決意承擔黃店責任
東屋台

P.4

香港人的挪亞方舟 驅逐中國製拯救香港製
重光號

P.8

拒絕霸權成為獨立的黃藍地圖 望能壯大黃色經濟圈
新時代消費地圖

P.12

無懼謀生帳戶被刪 勇敢表態的黃色代購網店
Thisway

P.16



街坊小店意外成為高調黃店 決意承擔黃店責任—東屋台

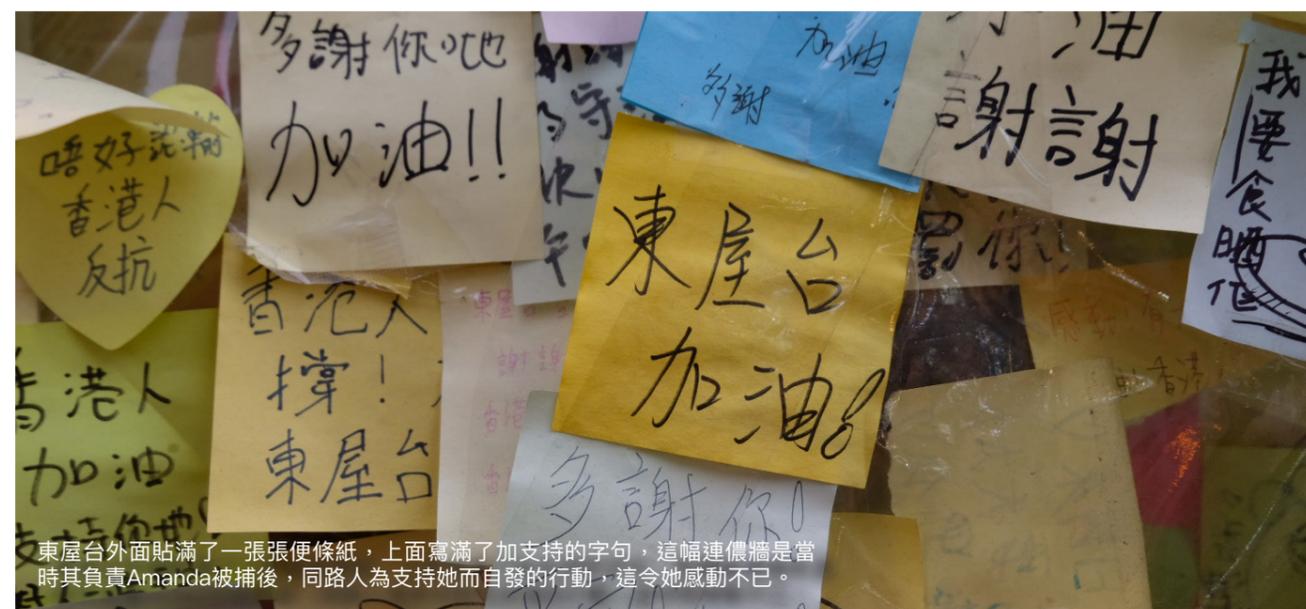


東屋台本來是一間做街坊生意的小店，因為一次意外成為著名的黃店。餐廳負責人Amanda表示意外之前東屋台並沒打算高調表態，雖然私底下一直支持反修例運動，也一直都會出席合法的示威活動，但她認為政見與生意政見及生意不應混在一起，亦不想借表態吸金，不想用「黃色」作經營，希望用食物作招徠，如今變成黃色小店是意料之外，但她沒有後悔，「支援街坊對我來說是作為一個人應該做的事。」

負責人意外被捕 店外連儂牆成支持

2019年10月30日，屯門區內出現不明刺激性氣體，導致多人不適送院，有人懷疑源頭來自區內的「大興行動基地」，引起不少居民在附近聚集，要求警方作出交代。為驅散示威人士防暴警察出動，更兵分多路包抄示威人士，最終制服並拘捕數十人。而東屋台兩名餐廳負責人，就因在餐廳門口阻止防暴警察在沒有手令下進入餐廳被拘捕。在被拘捕的翌日，餐廳負責人Amanda被押到店鋪搜屋時，驚見店外出現了一幅連儂牆，一張張的便條紙鋪滿了店外整塊玻璃，上面寫着「加油」、「多謝」，令她不禁掉

下眼淚。事後她沒有拆除連儂牆，還提供便條紙和筆，讓同路人表達自己的想法，有空閒時間她就會看連儂牆上的內容，早期的內容多為支持她，後來變成「香港人加油」、「香港人堅持」等互相鼓勵的內容，當然也有「黑警死全家」、「三萬thx」等宣洩情緒的內容，不過Amanda就比較喜歡看互相鼓勵的話，因為她認為能起打氣的作用，成為繼續堅持的動力。除了連儂牆的字句外，有些有心的客人更會送手作禮物給她，在特別日子例如聖誕節、新年，都會送一些手作禮物，這猶如她與客人互相支持對方的信物。



東屋台外面貼滿了一張張便條紙，上面寫滿了加支持的字句，這幅連儂牆是當時其負責Amanda被捕後，同路人為支持她而自發的行動，這令她感動不已。

短暫出現排隊潮 希望長遠以食物作招徠

成為黃色小店後東屋台出現排隊潮，這情況出現在她被捕之後的兩星期，不過後來的客量比平日多，甚至有客人是特意跨區光顧，但東屋台始終是間食店，她希望長遠來說客人是因食物而來，不希望只因為同樣理念而來。不只客人為理念而來，也有不

少人因為同理念而見工，雖然她請人也傾向聘請有同理念的員工，但有時會有矛盾。因為他們希望出席一些示威遊行，但全部員工都請假根本不可能，我們需要一定數量員工才能開鋪，不能長期休息，否則負擔不了10多人的生計。

成黃店前低調表態 成黃店後負起責任

其實在被捕意外成為黃色小店前，東屋台早於10月已經透過收據低調表態，本來她與拍檔一直不想表態，但有次去吃飯收到收據上寫「香港人加油」，這種突如其來的感動令她當下差點落淚，也令她發現原來這可以成為精神的支持，直至今刻提起這事Amanda也忍不住哽咽起來，「雖然只是短短數字，對有需要的人是個精神支持。」因此東屋台在10月時就低調地在收據表態，希望能成為別人的精神支持，「以前覺得表態為自己，只是令自己得益的手段，不知道原來可以幫到別人。」

而在成為一間黃色小店後，Amanda深知自己要為反修例運動做更多事，盡自己的社會責任。放置文宣是她的責任之一，她指特別多人想放文宣在店內，例如《牆紙》，每星期都會有人來放。東屋台除了提供文宣，也會嘗試舉辦宣傳活動，例如上年舉辦了「和你Sing」，因為擔心大的家會淡忘運動，又適逢聖誕節，所以就舉辦這活動提醒大家不要掉以輕心。東屋台之後想做一些紀念品，提醒大家不要因安逸而淡忘運動。她希望黃色經濟圈能持續下去，可以「剝對方柵牙」，令對家知道主流民意。



東屋台負責人Amanda指，在成為高調黃店後不少人會主動詢問能否擺放文宣，例如《牆紙》，就算東屋台的鋪面狹小，Amanda仍特意預留一角讓大家擺放文宣。



在特別日子例如聖誕節、新年，一些有心的客人會送禮物給東屋台負責人Amanda，而這些大多是手作禮物，對她來說是她與客人間信物，令她感到無比窩心。

慶幸人身安全未受威脅 但麻煩事仍不斷

黃店被破壞、襲擊的事件陸續發生，東屋台雖然幸運地未遇到危害人身安全的事，但也遇過不少麻煩。試過有不同政見的人到店鋪對着店員破口大罵，Amanda只好馬上找區議員幫忙，最後得街坊幫忙趕走了該人士，店外的連儂牆也不時被人破壞，有次剛好看到有名女子經過伸手撕毀連儂牆，被發現後就馬上逃離，只好不斷修復連儂牆。雖然這些都尚算小事，但Amanda坦言如果有事不知怎做，因為不會報警，只可以自己加倍小心，尤其是夜晚，亦會提醒員工到店鋪前不要穿員工服，「值得慶幸的是暫時最嚴重的只是有人到鋪面鬧事，人身安全尚未有威脅。」

高調成為黃店後，除了有意見不同的人士到店外鬧事、店鋪外的連儂牆被破壞等，其實還要面對被食物環境衛生署針對的問題，她提到在新年前食環署巡查時會故意「雞蛋裏挑骨頭」，例如打開雪櫃看其隙縫有否污迹，甚至用電筒照這些隙縫，以前根本不會這樣檢查。她又指其他黃店也有相同的情況，其中一間黃店，元朗的老馮茶居甚至被扣分至停牌，食環署經常巡查老馮茶居，如果其沒有將門關上就會扣分，「不知是否與黃店有關，但我們黃店群組裏有很多店主都遇到這樣的事。」



東屋台在成為一間黃色小店後，其負責人Amanda認為自己要為反修例運動做更多事，盡自己作為黃店的責任，而她認為放置文宣是其責任之一，所以店內貼滿反送中的文宣。

黃色經濟圈能持續多久？



香港大學經濟及工商管理學院助理講師阮穎嫻認為，黃色經濟圈能否持續是視乎兩個因素。第一，視乎政權的打壓程度，如果政府作出刺激抗爭者的行為，加強打壓社會運動，例如檢控抗爭市民、推行「國歌法」等，會令社會運動更為熾熱，同時令黃色經濟圈能持續。第二，是社會運動的熾熱程度，因為黃色經濟圈是在反送中運動下所衍生出來，要視乎抗爭者是否仍願意付出較多的金錢或時間光顧黃店，她認為黃色經濟圈的社會價值是與社會運動連繫，所以黃色經濟圈的可持續性取決於抗爭的熱度。

未受疫情打殘 望回饋有需要的人

黃店除了受被破壞、襲擊的威脅外，最近的武漢肺炎疫情亦使不少黃色食店告急，但Amanda表示疫情對東屋台的影響較小，因為要視乎地區，如果位於遊客區影響會較大，但東屋台不在遊客區，只是做街坊生意，做居民生意所以店鋪本身已有一定的人流，而且是外賣店，影響相對較小，不過生意沒有跌也是因有黃色經濟圈的幫助。此外，在疫情下東屋台嘗試提供一些實質支援，提供物資並象徵式收費，為避免誤中法律陷阱，想回饋有需要的人，例如提供口罩、搓手液等的抗疫物資。

Amanda認為現時黃色經濟圈不夠強，要有更多人加入才能變得強大，試想如果每間黃店都放文宣，愈來愈多黃店就更能清晰地展現主流民意，「希望隨着我們表態，會有更多暗黃的商家表態。」對於黃色經濟圈的發展，她認為黃色經濟圈能維持多久，視乎這個政府有多壞，「目前看來至少一年吧！」



香港人的挪亞方舟 驅逐中國製拯救香港製 — 重光號

在出現黃色經濟圈這個說法後，不少人都在思考可以怎樣做，重光號的負責人之一的Jarvan也不例外，他認為黃色網購平台可以將不同黃店的产品「connect」，並提供了一個平台給它們，既能令本地產品的銷量提升，又能將賺到的錢聘請「手足」，而且市場上雖有同類型的網店，但沒有「非中國製」的平台，所以在社交平台找到志同道合的伙伴後就成立了，香港第一個「非中國製」網購平台，望藉此擴大黃色經濟圈。

「香港是我的家鄉，想做些事幫香港人。」

在懷疑中開業 一度腹背受敵

重光號在開業初期受到懷疑，因為時間上的巧合，被認為其目的是打擊另一個同類型黃店「光時」，但事實上重光號是籌備已久，並不是突然冒起。他表示成立一間網店不是件簡單的事，有一系列的準備工作，例如開店前需要聯絡設計師，而且當黃色經濟圈一直擴大時，不能只有一間黃色網上購物平台，所以當時對這些指控感到困惑。不過他理解同路人攻擊他們的原因，亦清楚無論怎樣解釋都沒用，所以當時需要應付同路人的懷疑，還有大陸網民、「五毛」以及藍絲的攻擊，值得慶幸的是這段腹背受敵的時間不長，大約一至兩星期，而轉捩點是前行政長官梁振英在社交媒體上的「認證」，令重光號得到同路人的支持和信任。

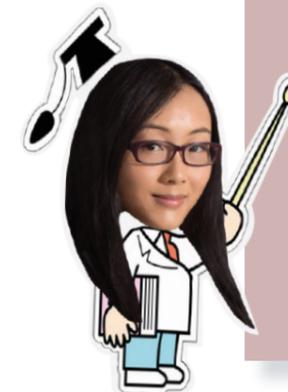
因一則帖文聚在一起 彼此互相信任

重光號得而建立是因為一群有心人，他們因為都想為反送中運動出一分力而成為拍夥，而Jarvan就是其中一位有心人。他與拍檔們的相識可能會讓人覺得有點兒戲，因為他們是在一個論壇「連登」的帖文中認識，繼而為了建立一個「非中國製」平台而聚在一起，大家相談甚歡後就每人投放了數千元開設重光號。雖然整個過程看似兒戲，但他們為了共同的理念願意相信對方。就算是在虛擬的網絡上認識，他們對彼此的信任程度頗高，或許是因為大家有相似的理念和立場，所以在言談間就能建立到基本的信任。直至現在，重光號已開業一段時間，成員之間已經有一定程度的磨合，懂得彼此尊重，而且經討論後定立了一些大家都同意的原則，如果有大事又會拿出來討論，所以少有爭執。

雖然少有爭執，但免不了出現分歧，對Jarvan來說最大的分歧是分工，因為成員來自各行各業、不同家庭背景，所以每個人能投入的時間都不同，以最費時費力的倉務為例，有些人要經常做倉務，同時有些人少有做倉務，分工各工作量的不均令彼此有分歧，「不過這方面仍在磨合中的，我們也需要理解不同成員的難處。」而他亦笑言自己作為成員中最年輕和較多空閒時間的人，只好承擔更多的倉務責任。

有人認為黃色經濟圈裏的每一環都必須是黃色，這是否可能？

要黃店要做到每一環都是「黃色」，香港大學經濟及工商管理學院助理講師阮穎嫻指是沒可能的事。她認為黃色經濟圈中的店舖只是比其他的企業較為「黃色」，而不是絕對的「黃色」，就好比環保企業一樣，就算是環保企業也沒可能做到零污染，其亦只是比一般企業環保，如果要做到完全環保或完全「黃色」的話，這些企業是無法生存的。





重光號推出御守，希望能成為抗爭者的一份寄托。

堅持「非中國製」 國際公司入貨與自家創作

而為何重光號會有「非中國製」這個堅持，是因為Jarvan與其的拍檔都認為黃色經濟圈應該每一環都是黃色，不應有中國製造的成分，因此重光號堅持出售「非中製」貨品。雖然市面上超過一半的產品都是中國製，但令人意外的是重光號在取貨方面的困難不大，因為他們在採購時發現外國貨其實不等於貴，其的性價比可能較中國貨更高。在重光號的網站中不難發現很多生活日用品或食物，其實都可以避免中國製，例如午餐肉、紙巾等，而且價錢與平時超市的售價相差無幾，所以他認為黃色經濟圈應分散投資、擴闊貨源，同時亦能為消費者提供更多選擇。雖然他們透過國際供應商取貨，但是事實上很難知道該公司的資金來源有否中資涉入，所以他們定立了「可避則避」的入貨原則，如果知道是中國製就會避免，「我們當然想劃分得很清楚，但是很難知道公司的資金來源。」

不過為了避免中國製的產品，重光號所售賣的貨品種類和選擇的確較匱乏，如果瀏覽重光號的網頁，就會發現同一種的產品通常只有一兩個品牌選擇，所以除了透過國際供應商取貨外，重光號亦有不少有心思的自家製產品。重光號經常與不同的本地創作者合作，推出了

很多新奇有趣的產品，而且都是與反送中運動有關，例如早前其推出了打小人套裝，將香港的一些高官化為一個個「小人」，讓廣大市民能藉打小人一吐污氣。此外，重光號亦推出了不同款式的御守，例如繡上卡通人物PEPE的御守，類似參拜日本神社時能買到的御守，重光號希望這御守能成為抗爭者的一份寄托，去面對漫長的抗爭路，並藉此鼓勵香港人堅持。

疫情考驗黃色經濟圈 同路人應出手幫助

最近在疫情下香港經濟蒙上了一層陰影，大多數的店舖生意都受影響。Jarvan認為疫情對小店有較大的打擊，相反對網店的生意有幫助，重光號的銷量因疫情輕微上升，因抗疫產品帶起其他產品的銷量，而在疫情之前生意一般。他認為疫情可以測試黃色經濟圈是否足夠團結，當黃店經營困難時同路人有否出手幫忙，因為黃色經濟圈本就是一場持久戰，每張鈔票就是一張選票，最終能否令香港越來越多黃色店舖。

此外，他認為黃店需要負擔一定的社會責任，所以在有能力時希望能「幫得就幫」，尤其在疫情這麼嚴重的情況下，所以重光號早前與旺角東區議員林兆彬合作派防疫用品一事，雖然有成員認為這些應該拿來幫手足，但是Jarvan認為在實際執行上有困難，所以最終還是決定捐出防疫物資幫弱勢團體。

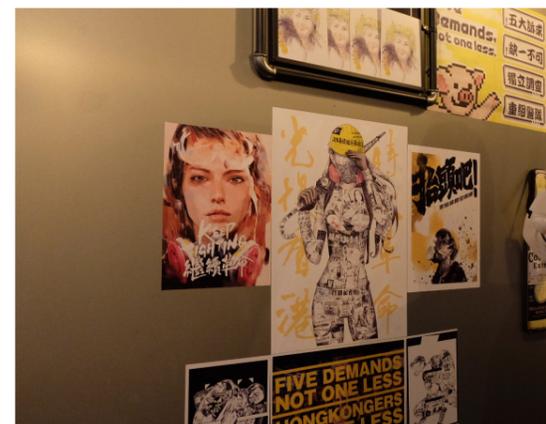


重光號與旺角東區議員林兆彬合作派防疫用品。

黃店負責傳遞資訊 文宣擔當重要角色

文宣是黃色經濟圈重要的一環，同時黃店也有應付的責任。Jarvan認為黃店的角色應該是提供資訊，因為黃店發佈文宣能觸及更多人，會比只在個人Instagram等的社交媒體發佈更強，資訊的流通亦會更快，能夠擔當提醒和提供資訊，例如在前數個月政府說不用戴口罩，但不同文宣都不斷強調戴口罩的重要性，在年廿八已經開始呼籲戴口罩，加上黃店不斷分享有關文宣，令香港人對疫情的警覺性提高，可見由反送中運動到現在抗疫，文宣都擔當着很重要的角色。因此重光號一直都在不同的社交平台上分享文宣，包括反送中行動上的文宣、防疫上的文宣，更會發表對黃店的食評，為黃色食店帶來宣傳作用，盡其黃店的責任。

同時，他認為香港人的文化意識較低，如果沒有反送中運動出現，香港人總是利字當頭、口不離錢，但在反送中運動期間的文宣很出色，他想藉此讓香港人明白到文化對一個群體來說很重要，所以在重光號上開設文化專區一重光文化，發售與文宣、文化有關的書籍，希望能薰陶年輕人文化的重要性。在重光文化上架的書五花八門，但始終圍繞着同一個主題一反送中運動，有小說、漫畫、圖片集、歷史書籍、哲學書，甚至連由劉細良的訪談書也有，而且重光文化的排序是僅次於賣日常用品的重光超市，可見重光號對文化的重視，以及在香港推廣文化的心。



重光號打小人套裝

無法忍受警暴問題 盡自己能力幫忙

「我比較年輕，只有二十多歲，沒有經濟負擔，加上之前上學時已學習了足夠的理論，但欠缺實習的機會，所以是個很好的機會讓我做實事。」這是Jarvan希望能透過建立重光號所得到的，他表示家人很支持他的決定，認為他仍年輕應多作嘗試，也十分支持他的立場，令他可以無後顧之憂地投入在重光號。因為在建立重光號後，他的私人時間少了許多，由下午3至4時工作直到凌晨3至4時，經常凌晨才回到家，因為訂單的處理不能停，貨品上架又是他所負責。失去私人時間又辛苦，還要是義工性質，經過一段時間後，他腦海中不時都會閃過一個問題，「為甚麼自己根本沒利益，還要這麼辛苦？」

使他繼續堅持的原因是Jarvan在重光號有個目標，是能夠將很多香港本土產品上架，將看似不可能「非中國製」的產品上存，例如電話保護殼其實也可以非中國製，還未見到最後結果，他不會放棄，「我相信失去的東西始終會回來。」如果只是因为眼前的利益而放棄，根本不是愛香港。他之前在外國讀書，方知香港的好，不想失去自己認識的香港，曾到過外國生活的人就會明白，無論在語言上抑或是文化上都有很大的差異，很多時雞同鴨講，但在香港很多東西不用解釋對方就明白。

不過，由始至終令Jarvan堅定去建立重光號的最主要原因是警暴問題，反送中運動中警暴問題愈演愈多，在電視新聞上經常看到示威者頭破血流的場面，更不時有反送中的示威者被自殺的消息傳出，他無法忍受這樣的情況，認為不能任由這樣的情況繼續，所以想盡自己能力去為反送中運動出一分力。



拒絕霸權成為獨立的黃藍地圖 望能壯大黃色經濟圈 — 新時代消費地圖

「2014年雨傘革命時，我有上前線，因為還年輕，但現在已經成家立室有包袱，無法上前線貢獻肉身。」

新時代消費地圖創辦人膠花(化名)說這句話時不禁嘆了一口氣，因為無法再到前線獻身，他決定用自己的專業設立了一個黃藍地圖，希望能讓同路人更易分辨黃店與藍店，望能藉此壯大黃色經濟圈，為反送中運動出一分力。

爭取網頁獨立性 拒絕在霸權平台生存

新時代消費地圖創辦人膠花在7月時聯同另一位同事在「My Google Map」標記黃店，差不多1000個，但後來被禁止，令他發現到這種做法並不穩妥，可能隨時失去所有標記。此外，之前有不少同類型的分辨工具都會在App store上架，例如「夾公仔」，它本來只是一個提供夾公仔資訊的手機軟件，但之後加了黃店與藍店的標記後，因為與軟件簡介不符曾被下架，因此膠花不想自己的消費地圖依賴其他網站，想爭取獨立性，成為一個完全獨立的平台。



新時代消費地圖所用的地圖，是他自己擁有的公開資料，除非租不起資料的服務器或他被捕，否則沒辦法把這平台和其資料除去，而且新時代消費地圖的網頁亦支持「web app」，即代表其與一般手機軟件有相同的功能，但可以脫離App store。他認為既然反修例運動的目的是打倒霸權，蘋果和Google也是霸權，所以不想依賴它們。他又指有其他手足做同類型軟件，在App store上架，該平台有捐款功能，可以在裏面捐款，但他們其實只收到七成捐款，其餘三成是蘋果所收，所以自己不會在這些平台生存。不過新時代消費地圖並不打算設捐款功能，亦不會有廣告和收費，「有人說問為何不收錢，我是抗爭者，既然負擔得到，就不需外界付運動費用。」



分類顏色有特別意思 配合不同標則

新時代消費地圖與其他地圖有所不同，其的顏色區分不只有黃與藍，還有黑、灰和紅。首先，深黃與淺黃是以店鋪的行為區分，例如被區分為深黃的店鋪是其社交媒體或店鋪內明顯撐學生撐反送中，或針對警察和政府，有關鍵字如光復香港，時代革命，五大訴求，還眼等，有事實查核，而淺黃店鋪是該店曾罷市，但除了香港人加油、8月5日罷工外，沒有提及及其他關鍵字，同樣需要事實查核。而深藍與淺藍就以有否事實查證作區分，深藍的店鋪是其老闆或職員罵過學生或示威者，或有福建幫背景，有事實查證就會被標記為深藍，而淺藍的店鋪是其老闆或職員罵過學生或示威者，但沒事實查證。而較特別的是黑、灰、紅色，黑色是代表偽黃或做了出賣手足的行為，而灰色是先撐反送中運動後改口、先罵學生後又走出來澄清或不停轉軟受兩方質疑的店鋪，最後紅色就較淺白，代表店鋪是中資或親中，有建制背景。這些準則是為滿足不同標準的人，因為人人的標準不同，例如有人很狂熱，認為黃店一定要捐錢。

準則是藍鬆黃緊 望給予老闆壓力

而其所採用的準則是藍鬆黃緊，藍鬆是指如果員工說了藍的言論，就算老闆沒有表態，也會被放進淺藍，是希望該店的老闆發現，給予他壓力，「就算他不肯表態，也要他管好自己員工的嘴巴。」黃緊是因為被標示為深黃的店鋪會多很多生意，所以不能輕易給予深黃標籤，亦可以令淺黃店鋪為變深黃而作出相應行動。此外，他們也會持續檢視被標示的黃店，如果做得不夠時就會調整至相應位置。他們會發佈食評，有義工會去光顧餐廳，有時經過也會觀察黃店的文宣等是否還在，不過黃店有否捐款較難事實查核，「最簡單是文宣，到底有否持續放在店面或有否更新，也會看有否新的表態。」他認為有些平台的標準太低，一句「香港加油」就會標示是黃店，但其實藍店也可以說「香港加油」，不能證明是黃店。



指控未必真確 需小心事實查核

雖然花膠很重視事實查證，但他也試過出錯，不過勇於承認自己的錯，會出公告幫該店澄清，例如小方糖被標記為藍店一事，因為是早期的資料未有事實查證就入了資料，其老闆以電郵提供公司註冊和解僱員工的證明，澄清了自己不是藍店，經查閱後也證實了之前對其的指控並非事實，就發佈了澄清公告。他也曾遇過一些奇案和冤案，被標籤為藍店後那些店鋪根本百口莫辯，例如文記事件，它突然被攻擊指是藍店，一度沒生意，被人指控其老闆是前警察，雖然其老闆的確是前警察，但卻是皇家香港警

察，「王喜也是皇家警察也是黃絲，為何文記不能是黃店？」因此嘗試幫他們找證據，最終發現存在打手，是有組織的行為。他們知道誰是店主，偷了店主的頭像，並改為自己假帳號的頭像後，開始在網絡上留言罵人，之後將帳號刪除，我發現到打手的截圖有破綻，最終證實了有打手，並在網站發佈了調查報告為其澄清。因為不少抹黑言論都會指「該店的幕後老闆是藍絲或支持警察」，但我們會利用查冊去做事實查核，「文記一事我找不到證據，只是口說無憑，所以我才會去調查。」

花膠坦言黃色經濟圈有年齡歧視的問題，大家都很容易先入為主地認為老人家、長輩就是藍絲，亦很相信自己所作的判斷，因此當表面證據符合預期時就會輕易相信。儘管沒有實質證據，也不會自己再做事實查核，更有些人會認為只有在2019年6月至8月發現或表態的黃店才是黃店，之後表態的都是為利益的偽黃，他認為這是問題，會令黃色經濟圈無法壯大。

新時代黃藍地圖的顏色標籤分類	
黃	曾派飯或派水，或者在社交媒體上或店舖內有明顯證據顯示撐學生、撐反送中，或針對警察和政府，有關關鍵字如光復香港、時代革命、五大訴求、選眼等，而且有事實查證。
淺黃	罷市或除了香港人加油、85罷工外，沒有提及相關關鍵字，需有事實查證。
藍	職員或老闆曾罵學生或不識者，或者有福建幫背景，需有事實查證。
淺藍	職員或老闆曾罵學生或不識者，但沒有事實查證。
紅	中資或親中或建制背景。
灰	先表態支持反送中後改口，或者先罵學生後又作出澄清，或者不停轉軸受兩方質疑的店舖。
黑	藍粉黃被人揭發，吃「人血饅頭」。

想壯大黃色經濟圈 先要避免提供和接受優惠



透過社交媒體寫食評，推廣黃店。

膠花表示黃色進口商永遠不是最便宜，做生意為了省成本只好選用中國的產品或進口商，需要黃店賺到錢才可以令黃色經濟圈壯大和運行，所以需要由消費者走第一步，黃店才能走下一步。他認為黃店不要給優惠，黃色消費者亦不要貪圖優惠，才能將黃店利益最大化，市道淡時才有彈藥打敗對手。但是事實上半年前大家踴躍光顧的黃店，當中有黃店捐出比自己所賺更多的錢，也有黃店雖然賺多了，但遭到破壞，要維修提高了成本，最後結果可能是虧蝕，「黃店少一間便少一間，未必可以再開業。」



黃店鋪面貼有「香港人米豬連指南」貼紙，以示立場。

他又指出有數間黃店特別明星化，例如光榮冰室、龍門冰室，大部分的人流去了這些黃店，就像「黃色新假期」，全部人都到某幾間當店鋪前排隊，其實是在浪費黃色消費力，為此他有嘗試研究要怎樣改善這情況，他透過在社交媒體寫食評，推廣相對沒那麼出名的黃店，也嘗試在自己的分辨黃藍平台上市列出告急名單，希望能達到分流作用。不過他同意黃色經濟圈中應該有「明星黃店」，因為這樣才能令其他黃店效法，由淺黃變成深黃。

部分黃店外經常大排長龍，同時部分黃店門可羅雀，在黃店外排隊是否浪費黃色消費力？

香港大學經濟及工商管理學院助理講師阮穎嫻指，黃店的質素參差導致黃店人流不均的問題出現，所以認為其他黃店需要作出提高質素，方能改善黃店良莠不齊的問題。但她又指出有人在黃店前排隊未必是壞事，因為是表態的一種，「有人排隊能在視覺上顯示出有很多人支持黃店，能展現黃色經濟圈的聲勢。」



無懼謀生帳戶被刪 勇敢表態的黃色代購網店



Thisway是一間黃色化妝品代購店，其由網上生意發展至實體店，其的老闆Jayden是一位新聞系畢業的年輕人，在讀書時培養的新聞觸覺令她不做「港豬」，不願成為一個只顧做生意的人，而是一個在反送中運動盡自己所能，發揮自身影響力的人。她認為要好好利用店鋪的渠道為這場運動出一分力，所以不停分享與運動有關的資訊，望能讓資訊觸及更多人。

早於六一二時表態 望能成為發佈文宣的渠道

Thisway是屬於在反送中運動初期表態的黃店，其早於六一二時就已經表態，Jayden指自己表態是因為當時很多店鋪不敢表態，所以令她覺得要表態，當時Thisway的社交平台帳號有一萬多人追蹤，「我也算有不少人追蹤，Instagram是個很好的渠道讓大家知道這些事，為何不做？」

一開始表態也沒想太多，也沒想到後來表態會變得這麼重要，而表態所帶來的影響是很後期才出現。一開始只是會分享那些店鋪有表態，不會預想到後來的結果會是這樣，由表態到中期她一直都覺得自己的店鋪是寂寂無名，是有次周庭在個人社交平台詢問有否黃色化妝品代，之後有人留言推薦她的店鋪，這才知道原來在黃色經濟圈裏也有人認識她，也由那刻開始發現店鋪多了人流。她又指六一二那段時間的生意比較冷清，後期發現人流多了很多，一開始不肯定人流增加的原因，但現在很肯定是很多人因為支持黃店而來光顧。

黃店加快資訊流通 分享警暴影片帳戶險被刪

Jayden認為黃店能分享很多有關反送中運動的資訊，而且這些資訊經過黃店傳遞，其的流動速度會較快，觸及率也會較高，因為黃店能提供公開的平台，能接觸較多人，加上是商店的原故會購買廣告，變相能让更多人看到你分享的資訊，觸及的人也較多。但同時，她懷疑黃店分享文宣的重要性，因為會留意黃店的大多是同路人，事實上是在同溫層不斷互相分享資訊，只能加快資訊流通，尤其在行動上的資訊，但對於真正想影響和觸及的人，例如另一陣營或中立人士，老實說作用不大。她認為相比分享一些行動上的文宣，分享不同人對運動的感受的文章作用更大，例如被捕人士寫自己的個人經歷，「這些文字感染力會更大，當我分享這些內容時亦較多人看和留言。」

作為黃店大多都會在自己的社交平台分享有關反送中運動的資訊，Thisway也不例外，其的社交平台帳戶會分享文宣外，還會分享警暴影片，但亦因發佈警暴的片段而差點被刪除帳戶。Jayden指自己一直都會分享有關警暴的片段，但有天發現帳號的帖文數目少了，然後逐一檢查期間，收到帖文被移除的通知，而被刪的帖文全部與警暴有關，而原因是帖文屬暴力和謠言。其後她更收到來自Instagram的電郵指，如果她再發佈有關暴力內容或被投訴就會刪除她的帳戶。雖然最終帳戶沒有被刪，但後來真的不敢再發佈警暴的片段，改為發佈不同文宣，「太暴力的畫面就不發佈，因為如果連這個帳號也被刪，以後想發佈其他文宣的機會也沒有。」



Jayden認為黃店分享文宣能加快反送中運動的資訊流通，但她指出這些資訊只是在同溫層中流動，難以影響同溫層外的人的想法。

受惠於黃色經濟圈 疫情下生意逆市上升逾半

在新型冠狀病毒的疫情下，對零售業造成很大的衝擊，但Thisway受惠於黃色經濟圈，其的生意不但未有下跌，更上升逾一半。Jayden指疫情對其店鋪最大的影響是物流慢了，但整體來就影響不大，而生意較疫情前有所增長，網店和實體店的生意都多了一半，新客人的數量也有所增加，而大多數的新客人都是來自黃色經濟圈，大約佔七至八成。那麼她從何得知這些是「黃色」的客人？她笑言在訂單上已經一目瞭然，因為「黃色」的客人會在下單的備註留下「記號」，他們會打上「三萬thx」、「黃店加油」、「支持黃店」等字句。不過Thisway的表態亦引起部分持不同立場的客人不滿，因為Thisway的訂單電郵中有「光復香港，時代革命」的字眼，有藍絲客人看到後回覆指「早知道你們是時代甲由就不光顧你！」，但對於這些攻擊Jayden指自己不會回應，更直言自己和這些人溝通不了。儘管有流失少量不同立場的客人，但黃色經濟圈為她帶來的客人更多，令其能在疫情中能夠逆市增長。

嘗試使用黃色速遞 但選擇的客人寥寥無幾

作為網店不時都需要使用速遞公司的服務，但現時最多人使用的仍是中資的順豐速遞，因此最近有不少黃色速遞公司冒起。面對這樣的情況，Jayden也曾嘗試提供黃色速遞的選擇給客人，但她認為現時黃色速遞公司仍有很大問題。她指黃色速遞公司最大的問題是始終是新公司，有很多不完善的地方，例如人手不足的問題，現時不少黃色速遞停止接單就是反映這問題，再加上人手入單的問題，導致出錯率大增。不過她認為一些年輕人願意嘗試這個行業十分可貴，而且在發展初期大家都是摸着石走路，總會有出錯，但如果想支持黃色事業的發展，這些錯是可以接受的，「如果他們真的支持黃色經濟圈，應該會有很高的包容度。」

雖然Jayden有提供黃色速遞的選擇，但選擇的人寥寥可數，「我看到選擇順豐的人依然是大比數，因為消費者將方便放在第一位。」她認為就算是黃色消費者，對黃店的包容性仍然很低，以Thisway為例，其的客人很重視追蹤貨物的功能，但不少黃色速遞都未有此功能，所以就算提供了黃店的選擇，也極少客人選用，「問題你（客人）叫我使用黃色速遞，但你繼續選用順豐。」而Jayden為了支持黃色速遞，加上開始有黃色速遞提供貨品追蹤功能，例如傘兵速遞，因此她決定向客人提供免運費優惠，如果客人選用傘兵速遞，就會由Jayden代替客人付運費，「我已經幫你付了運費，你只需踏出嘗試的一步，希望能幫這行業發展。」



黃色速遞公司 - 傘兵速遞



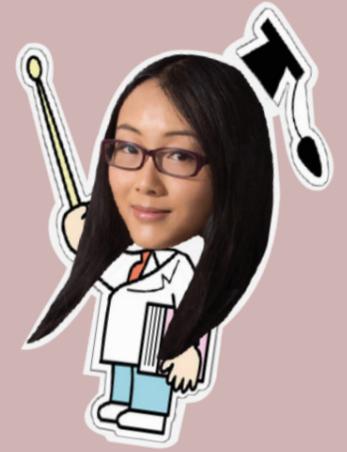
中資速遞公司 - 順豐速遞

抵制難度大 口說抵制身體卻很誠實

其實黃色速遞的運費低於順豐速遞，部分也有貨物追蹤的功能，但因為仍在起步階段，大家未接觸過，所以不知道兩者的服務是一樣的。Jayden指消費者不願給黃色速遞機會，而黃色速遞的確有發展的潛質，「你不踏出第一步，又如何抵制順豐？」她認為很多人說抵制說得輕易，但事實上他們在購物時首選仍是順豐速遞，只因認為順豐速遞較方便，「如果將方便放在第一位，你永遠不能幫到本土或黃色經濟的發展。」

黃色經濟圈會破壞香港的資本主義市場？

香港大學經濟及工商管理學院助理講師阮穎嫻認為，黃色經濟圈符合資本主義原則，因為黃色經濟圈屬意識形態的市場策略包裝手法，與消費者選擇環保商店或素食食店一樣，是消費者優先考慮商店的意識形態，每個人作出自己的選擇，最終成為市場選擇。



除了順豐速遞是抵制對象外，之前化妝品品牌Shiseido成為罷買名單的一員，但Jayden坦言儘管自己是一間黃店也很難不賣這品牌的產品，因為其是一個很大的品牌，而且有很多客人要求代購，所以在商業上她無法完全不賣。在平衡商業與黃店良心後，她選擇不宣傳罷買的品牌，如果有客人主動要求就會幫忙代購。她指即使自己不再宣傳，仍有很多客人主動要求代購，而當中不乏黃色消費者。她認為抵制行動的問題是一直未有共識，而且每個人的標準亦有所不同，「是否中國製造就不用？」

黃店繼續發揮自身作用 為手足提供工作機會

對於Jayden來說，黃店在這場運動中從來不是主軸，她認為現時黃店所做的事已經很足夠，例如擺放文宣、聘請手足等，只要能保持現有的模式又不影響營業，已能發揮自身的作用，不需要做得更多。而黃店的重要性她認為是為這場運動不斷提供機會，例如黃色速遞就是黃店所衍生出來的行業。此外黃店也提供了很多工作機會，Thisway雖然只是一間小店，但也聘請了3名同路人。



「如果有手足不幸被判入獄的話，他們出獄後就是依靠黃店提供的工作機會。」



黃色經濟圈
Yellow Economic Circle

PheSti/HKER/IMTR/0125

記者:郭芝琳
攝影:郭芝琳