

返工這回事 深度

一店一世界：當便利店員工，我看到「便利」背後的「重要之事」

看著眼前琳琅滿目的安全套，我開始不耐煩，心想到底它們有何分別？！



凌晨時份的旺角，便利店在四周漆黑中營業。攝：林振東/端傳媒

2023-05-13

勞動 工作 返工這回事 職業

【編者按】「其實你返工有咩做㗎？」——這個問題，你有問過別人或被人問起嗎？

這個來自日常的問題，啟發我們開啟「返工這回事」這個新欄目。在當代社會，工作主宰我們的生活，既定義個人的身份，亦維繫社會的「正常」運轉，但在「隔行如隔山」的區隔中，我們並不容易看見彼此——從恆常的工作勞動，到行業內的語言詞彙、職場文化、人際關係、性別分工、權力層級以至價值體系。藉此欄目，我們希望打破邊界，深入聆聽多位「打工仔」的行業見聞，不但走進社會各行業的「貼地」日常，亦從職業的視角觀照當代社會的切面和現象。

這一期文章，我們走進「梗有一間喺左近」（總有一間在附近）的便利店世界。透過一位工作三個月的年輕店員講述，我們將了解在這個小世界，什麼才是「重要之事」；在方便快捷的便利店背後，有哪些繁瑣的工序；在便利店的世界，我們又怎樣看當代消費社會的特質？

讀大學的時候，身邊有朋友半開玩笑地說要去做M記、做便利店，說要體驗一下這些以後應該不會從事的工作。

那時的我，想起便利店店員，只會幻想到通宵在便利店可能發生的奇遇，像遇到打劫，然後發現劫匪另有隱情……終於，畢業後有一段時間，想起這事，也因為生活的緣故，我去做了幾個月的便利店店員。

從客人變成店員，由操作收銀機到擺放貨品，由每天與客人相遇道別到和同事不相往來地共事……在這些日常瑣碎的勞動中，我看到便利店的「重要之事」，並體會更多便利店在城市生活中扮演的角色。

上班第一天的紀律課：手腳乾淨、不談政治

第一日上班，我就行經顧客不能踏足的空間——水房，即飲品櫃後儲放飲品的低溫房間。穿過這冰冷的空間，我在細小的經理房中學到便利店最重要的守則。

經理淑芬以摩打手的速度點算一疊疊500港元紙幣，然後慢慢跟我解說：「首先，千祈唔可以手多，有cam影住，貪一次就有啲啦……我哋呢度有藍有黃嘅，試過搞到鬧交要炒人，所以返工唔好講呢啲啦……煙我都食，但係唔好著住制服食……」（千萬不要多手，這裏有攝像頭，貪心一次就永不錄用……我們這裏黃藍的政治立場都有，曾試過吵架要解僱，所以工作時不要講政治……我也抽煙，但不要穿著制服抽煙……）

我呆呆地點頭，處理好入職文件，穿上制服外套和戴上名牌，就去店面工作。

淑芬安排了同事阿花教我用收銀機。阿花是一個瘦小、眼細細的女孩，外表看來應該只有十幾或廿幾歲。我剛走進收銀位置，阿花便開始指著螢幕上的不同按鈕介紹：「報紙撇呢度（按這裏），奶呢度，雜誌呢

度，現金呢度，八達通呢度。」我看著收銀機螢幕上一個個按鈕，只感覺迷迷糊糊。



深水埗一間便利店，店員整理售賣香煙的櫃檯。攝：林振東/端傳媒

然後，她微微轉身，拉開煙櫃，取出一包煙，過機（掃描商品條碼），指著螢幕顯示的煙名。我讀一次，她就按取消，再拿另一包煙出來過機，慢慢教我認識煙名和它們的位置。

有客人來了。 「紅萬呀！」 「60蚊，收你100蚊，找返40蚊。檸檬茶6蚊，要唔要埋？」

面對客人，阿花收錢時「唱出唱入」（大聲說出收取和找贖的現金），一手收錢一手交貨。期間她的手指靈活地在螢幕上和銀櫃來回活動，又準確說出收了多少錢、找贖金額以及完成「sell嘢」（推銷產品）。一切的動作，十分流暢自然。

輪到我的時候，接到貨品或客人的要求後，我首先要思考：這是可以直接掃描，還是要手動輸入的貨品？若是後者又要花點時間找出按鈕的位置。然後，我還要確認收多少錢，到底是用現金、八達通還是其他電子支付方式。有時客人直接說出，有時則以模糊肢體語言表達，我都要即時領會。

當我終於為完成第一筆收款而鬆一口氣時，我才發現，這不算是合格的交易過程——我沒有跟客人打招呼

和推銷。

便利店的「小意外」和「重要之事」

在日復日的工作中，我逐漸在店舖經理指導下，學習林林總總店員的職務：清潔店面、上貨擺貨、檢查及記錄凍櫃溫度、上牌仔（為貨物貼上標籤）、打日期牌、「void 貨」（註銷和清理過期貨物）、整理倉存、協助盤點，以及更重要的回應客人查詢、sell 嘢（推銷）……

在便利店工作，一般有分早（A）、午晚（B）及通宵（C）三更，每更8小時。我主要做的是早更，開門幾件事大致就是：開門、開收銀機、清潔、檢查牌仔、上貨，還有疊報紙。每天早上，香港4份主要報紙皆不是以一份份完整的送來，而是按港聞、娛樂、財經等不同版面而分成ABC疊，我們要將他們拼裝成完成的一份，並把前一天賣剩的退回給報社。

開門營業並不總是暢順俐落，而是充滿小意外。正是在這些意外之間，我學習到何為便利店的重要之事。

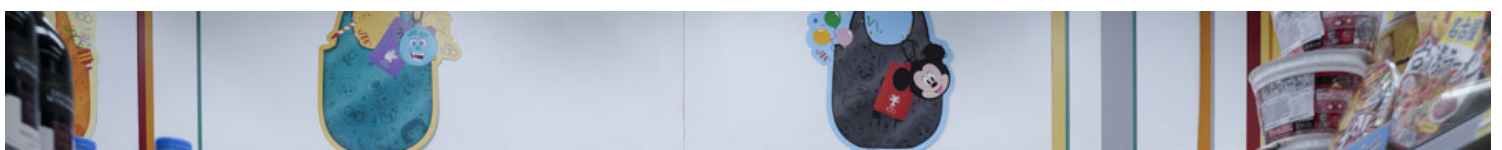
有天上班，剛開門就有客人進來買一份10元的報紙。我匆匆忙忙打開收銀機，輸入貨品、接過客人遞上的100元紙幣，並選了現金付款的按鈕。當銀櫃一彈出，我一看，心裏罵了一句髒話——收銀機不夠銀頭（零錢）。擾攘之下，幸好客人有八達通，才能解決這筆交易。

然後才想起，平日有零錢，是因為經理每天早上會點算前一日營業額，並兌換好現金作找贖之用。那天經理沒有上班，我自自然就手忙腳亂。經過這次小意外後，我才知道，「現金管理」是便利店的重要事項。而電子付款方式的流行，某程度減輕了店員在這方面的工作量。

還有一個小意外，是關乎價錢爭議的。那天上班，客人拿來一枝飲品，我如常過機，客人也如常拍八達通付錢，機器也如常地「嘟」了一聲。

「咦，唔係7蚊咩，點解收咗我10蚊嘅？」（不是七塊錢嗎，為什麼收了我十塊？）客人問道。但是螢幕確是顯示十元，我有點緊張。客人隨即走到飲品櫃，指著飲品的價錢牌，上面清清楚楚寫著「優惠價7元」。

問准經理後，我只好道歉，並照價收取7元。





尖沙咀一間便利店的冷凍飲品櫃。攝：林振東/端傳媒

為什麼有這樣的意外？原來是因為便利店每隔一段時間，就推出優惠和減價促銷，當中收銀機的電子系統會自動更改，但貨品的價錢牌則要人手更換。因此，確保產品價格的一致，是我們每天工作的要項。

經此意外，經理馬上叫我檢查一次全店牌仔。我拿著手提掃描儀逐個牌仔掃描，檢查貨品最新的價格，一發現還未更新的牌仔就更換。那時的我剛入職一個星期多，還不清楚有中央電子系統可以查閱比對，便掃描了全店逾千種產品的牌仔……

除了管理現金和確保價錢牌準確外，迅速純熟上貨和合理運用倉庫空間也是便利店的重要之事。當一箱箱的貨物需從店內的倉庫擺上貨架，我一開始以為應該從側邊開箱，這樣取貨較為容易，但經理特意教導和叮囑，紙箱一定要從頂部開，這樣才能將貨物穩妥地疊高，並善用空間存貨。需要上貨時，我們先將幾個紙箱逐個搬上板車疊高，再推出舖面，看到貨架有空缺就上貨。雖然推出舖面的貨品不一定都要上架，但這樣做卻能避免貨品被遺忘在倉庫內而囤積起來。

當然，在管理庫存背後，其實更大的學問是如何貨如輪轉，我就聽過分區經理跟店長說：「要想的不是如何有效運用舖內倉庫的空間，而是如何將貨物銷售出去。」

到底這些安全套有什麼分別？！

在沒有相機、便利店裏很多貨物都是什麼？以我觀察，貨架是橫排式和手標，

有沒有想過，便利店買得最好的貨品是什麼？以我觀察，答案是樽裝水和香煙！

一樣是「需要」，一樣是「慾望」，這兩種商品構成便利店的「基本盤」，具備相當穩定的銷量。不過，香煙的種類繁多，對很多店員來說是較難掌握的產品。幸好本人也是煙民，記住超過六十款煙名和它們的別名不算困難。不過，客人有時要求「不要爛腳」的香煙——香港的香煙包裝盒有嚇人的健康忠告圖，包括喉嚨破洞、腳部潰爛，模擬靈堂等——就可能相當頭痛。碰巧有一次賣剩的只有「爛腳」圖案，我只能盡力在煙櫃尋找是否仍有其他圖案的香煙……

儘管有水 and 香煙支撐便利店的基本銷售，但要創造更多營銷，就要再下功夫。每家便利店的產品雖然看似大同小異，但每家店舖都相當「在地化」，店舖經理根據附近客群的特性、喜好、消費習慣，以及附近有哪些潛在的競爭商舖，而決定商品的訂單。令經理撓爆頭、搞盡腦汁的是，我所在的便利店位於住宅區的商場，缺少遊客生意；而區內不乏超市及雜貨店，對於附近居民來說，有眾多其他選擇，便利店的吸引力並沒有那麼大。

值得一提的是，近年便利店推出「會員制」和「零食化」的策略，吸引更多的人流和營業額。所謂會員制，是指便利店鼓勵客人安裝手機應用程式登記會員，透過積分計畫和定期推出優惠刺激消費欲望。近年其中一次最大的推廣，可能是在疫情期間利用政府推出的「消費券」計畫：只要客人登記成便利店會員，在店內領取消費券後，就能額外獲取現金券。在消費券發放那幾天，我真的「講到口水到乾」，見到客人就自動自覺問，「係咪（是不是）消費券？」「消費券呢邊（這邊）幫你……OK了，留意餘額，廿蚊優惠券可以買嘢嗰陣用！下一位！」





油麻地一間便利店的店員。攝：林振東/端傳媒

至於「零食化」，則是店內引入各式各樣的新潮零食品類，吸引客戶購買。比如說，便利店就不乏標榜來自不同地方的小食：韓國雪糕、日本蛋糕、台灣牛肉乾，還有以美味健康作招徠的加工蔬果零食。然而，這些新產品並不都讓客人受落——很多時候，我都聽到經理苦惱於重點推銷的貨品賣不出去，原因也許是區內人口年齡較大，未有太大的意欲嘗試新產品。

我也是在成為店員之後，才發現便利店的產品真的是琳琅滿目。每月都有一次存貨盤點，我大概要盤點最少800款貨品，需要逐款貨品點算、紀錄數量，由飲品、零食、牛奶、快餐、雪糕、酒……逐個櫃、逐個架、逐行、逐件貨去數——這種需要專注並且不斷重覆的工作常常令人犯睏。有一次，我蹲在收銀機櫃前，望著貨架上的安全套，開始比對貨品清單：

XXX 持久裝 3片 XXX 至尊超薄裝安全套 3片 XXX 至尊超薄貼身裝安全套 3片

XXX 至尊極薄感裝安全套 3片 XXX 倍滑至薄幻隱裝 3片 XXX 超薄倍滑裝更薄型安全套 3片

XXX 超薄緊貼裝安全套 3片 XXX 超薄安全套 3片

我很疑惑，搞不清楚到底哪項是哪項，就一盒盒拿起互相比對它們的外觀，並仔細留意包裝上細小的字體。看著眼前這些包裝五顏六色、字體各異、修辭又大同小異的安全套，我開始有點不耐煩，心想：「究竟它們有何分別？！」然後，我不禁噗通一聲笑了出來。

環顧四周，不單是安全套，很多產品看起來琳琅滿目，但其實他們真的有那麼大的分別嗎？

（偽）推銷員之惑：多說一句就買？

在成為便利店店員之後，我才發現，原來店員不是簡單收銀就可以，而是要「Sell 嘢」（推銷產品）的。平常付款時聽到的「新口味朱古力，要不要試一下？」就是這樣的一回事。而這個銷售步驟，更是公司安排神秘顧客評分的重要環節。

分區經理曾教導過我如何去sell客，並以獎金鼓勵我：「拿到神秘顧客的A級評分，就可以有獎金。你想想，每次客人付款時多說一句『加五元有一盒朱古力奶』，那就可以有獎金！如見到客人已買飲料，你又可以sell什麼呢？對了，你不要sell飲料啦！你可以sell零食呀！」

可以SELL什麼呢？對，你不妄SELL飲料啦！你可以SELL令良嘛！」

有一次，有一個目測大約30多歲、OL打扮的女士來光顧，她買了一瓶飲品，結帳時我說了一句「新出水果味軟糖，要不要試下？」她首先猶疑了一下，然後竟拿起了糖，說：「哦，試下啦……」

不是吧，我只是隨口說一句，這樣就可以了？也許很多人會覺得理所當然，不過我至今仍難以理解，為什麼簡單的一句，就令人真的付錢購買：你真的需要？你為什麼想要？你是沒所謂嗎？那為什麼會沒所謂……



尖沙咀一間便利店。攝：林振東/端傳媒

像這樣的內心小劇場，我在日常的收款和銷售過程中時常發生，並常常「口不對心」。當一位婆婆問我，「小姐，這款雪糕是什麼味道？好吃不好吃？」我心裏想的是，「我覺得好吃可能你覺得不好吃呢……」然後說出來的是：「茶味雪糕，不是好甜，每個人的口味都不一樣的……」當一位外傭問我「有沒有可以打去印尼的電話」，我心裏想，「我不知道呀……我是不是應該要知道呢？」，而說出來的是：「好呀，我幫你找一找呀……這方面我不是很清楚，我幫你問一問經理（微笑）」。

有時候，店內也有一些精明的客人，要不向我釐清條款內容，要不在付款時問這次的購物是否能使用優

惠，恍如考試問書。總之，在任何時候，我都不能輕易說不，而是做出「幫緊你，幫緊你」的樣子，並盡力找出最可行的回應方式。後來我想到，雖然每次的交易都只是一個很短暫的行為，但是對每個客人來說，都可能投入了不同的、我們未能從片刻的購物行為理解的意義。而他們的行為，有時可能會讓店員感到疑惑、不滿乃至煩燥。但作為員工，我們的職責就是在每次的服務中盡力找出最合適的回應方式。

在日復日的交易中，我漸漸發現便利店的「社區感」和「時間感」。工作了一個多月後，我開始記得重覆光顧的客人：早上買報紙的阿叔、上學前來買早餐的學生、午飯時間後落場（休息）來買水的廚師、因附近工程而來買飲品買煙的地盤工人……在認出這些「返頭客」時，我會有一點點的喜悅和興奮。而工作內容也讓我實在地感受到時間的緩緩流動，早上執報紙時知道今天是星期幾，店內的貨品兩星期換一次牌仔，冬天到了換上放熱飲的飲品櫃，還有配合大時大節推廣的產品……

有一次，我又撞到一位幾天前來買菸的大叔。「紅威嘛？」「阿妹，醒喎！」阿叔的驚訝，竟讓我有一點成就感和雀躍。

流動的和紮根的

像很多人理解的一樣，便利店的人際關係是高度流動的。大概是技能門檻較低，入職容易，來工作的人年齡背景各異，很多人只是暫時來賺錢（我也是）。我的同事們，年齡最小的有中學生，還有的是大學生，有的做過外賣員，也有的看起來像是「不良少年」。木訥的男大學生不喜歡sell嘢，認同「躺平」，然而說起喜歡的Marvel電影卻眼中有光；「不良少年」口甜舌滑，是sell嘢能手，愛裝帥和嚇人，但又會做出在公家剗刀貼上自己名字的可愛舉動；「外賣員」在公開考試因為一科語文不合格，去了讀大學銜接課程，疫情期間線上課堂無法專注，決定不讀了，出來工作。他們都是比我早來的同事。而在短短幾個月內，我已看到幾個同事來了又走了。





旺角一間便利店的店員。攝：林振東/端傳媒

因為分更和店舖人手短缺的關係，我們不時要「單挑」（一更只有一個店員當值），所以就算是同一間店舖的店員也不會很熟悉。但工作聯繫著我們，感覺到對方的存在，像早班看到疊好的紙箱、未上完的水、收銀機裏準備好的銀頭，還有更換好的新鮮麵包、牛奶和快餐。有時候，A更時段會看到B更同事的錯失和遺漏，需要A更同事執手尾（反之亦然），這些銜接問題常常都帶來同事間的抱怨和張力……

比起店員的高流動性，店長卻是相對穩定的。便利店經理淑芬在這工作超過十年，由店員開始，後來成為了店舖經理，練成一雙數錢摩打手、迅速高效的上貨執貨能力、對貨品流轉及客人需要的敏銳觀察力，以及本能級別的招待及銷售口才。另一位經理阿敏，曾跟我說過，她本來在另一個區做了很長一段時間，突然調過來也一度令她有一種「被連根拔起的感覺」。而淑芬則曾在另一品牌的便利店打工，後來又回來了。她的解釋是「這裏比較有人情味」，她會認得熟客，有時會跟客人閒話幾句，也會與小孩打招呼。我也是聽到她們說才想到，原來在便利店的世界，也是有讓人感到「紮根」的感覺。

「為什麼這裏沒有阿姨來求職呀？給我一個阿姨店員！」有一次，阿敏向我「哭訴」，她的意思是我們店內的員工都太年輕、工作粗心，沒有任勞任怨和長期工作的中年婦女。

要管理好年齡背景各異且流動性高的員工，對店長來說真是不容易呢！

在「熟悉」和「陌生」之間

成長於香港的我們，對於迅速找到便利店如此的理所當然。在便利店工作三個月後，我對無縫嵌入到我們的生活習慣與文化的便利店有了更多的認識。

便利店的「便利」，不單只是「梗有一間喺左近」（總有一間在附近），還有電子化及標準化下創造的熟悉的環境、貨品種類，以及服務經驗——我知道去便利店就能買到某種我需要的東西，而即使去不同分店或是不同品牌的便利店也該會是差不多的。在充滿陌生人、繁雜資訊的城市中，這是一種對人來說很重要的可掌握感和安全感。因此，便利店必須要能提供「基本」的貨品。

然而，只提供「基本」的貨品不足以滿足和追上資本增長的邏輯，因此也要創造令人消費更多的念頭。便利店的零食化和會員制推廣，正正是為了生產新的「陌生」。便利店如同其他城市的創造物一樣，被推動著要生產變化，但同時也要保留讓人有某種「安全」、「熟悉」的感覺。

由客人到店員，觀察雖淺，但也讓我體會到貨品和服務送到客人前的種種瑣碎事情和重要之事。回想起我的日常工作，儘管電子化和自動化省卻不少工序，但人類店員暫時仍是這個龐大系統中不能缺少、未被機器完全取代的部分。然而，當科技再發展下去，電子貨幣和人工智能變得更普及和成熟，人類店員還會是便利店的「重要之事」嗎？



深水埗一間便利店。攝：林振東/端傳媒