

策劃：蘇添平、郝雨凡、王海濤、李自松
主辦：香港文匯報、澳門蓮花衛視
支持：澳門特區政府經濟局、澳門消費者委員會、澳門大學
贊助：工商業發展基金
主編：王海濤 採寫：李潔穎、林婉琪 攝影：陳顯耀

特刊 責任編輯：陳秀麗 版面設計：伍泳傑

花是美麗的象徵，不論古今中外，都作為傳情達意的首選，每一個走進花店的人都帶着一個或悲或喜的故事，花店的生存正是在為人們傳遞情懷、表達心意。創辦於一九五六年，屹立澳門過半世紀的「李光記花店」，它見證着小城的興衰浮沉，也承載着每個澳門人的集體回憶，這個三世同堂的家庭式小店以溫情及愛心盛載無數人的歡喜或哀思。

李光記花店

品牌宣言

以誠待客，與時並進。

品牌標識

李光記花店的商標是一朵簡潔的手繪牡丹，執筆者正是創辦人李光，熱愛攝影的他從前經常走於祖國各地取材拍攝，這朵牡丹的原型是他數十年前攜同妻子赴洛陽所拍攝，回澳後便依照所攝之精美圖片，親手繪製出這個商標，既能突出花店的主題，內裡亦包含了李光對花、對生活的熱愛。



具有傳統特色的牌樓上，「龍柱」由李光親手繪製。

品牌之光

李光記花店，屹立澳門超過五十載並傳承三代歷久不衰，是同業眼中的老行尊，曾承辦過無數大型政府、商界、民間社團、坊間市民的婚喪喜慶項目之花牌、花籃製作。不少社會知名人士均為其長期顧客，全國政協副主席、澳門中華總商會會長馬萬祺從創辦起，便是李光記花店一直支持的熱心顧客。



葡國人訂製的花牌多作圖形並輔以圖案及文字，花牌上的圖案全以花卉逐朵拼砌而成。



李光記花店至今已傳承三代，是澳門老字號的品牌花店。

品牌傳奇

三代傳承 見證小城悲喜沉浮

「李光記花店」創辦至今已超過半世紀的歷史，是澳門僅存的老字號品牌花店之一，至今已傳承至第三代。創辦人李光早已辭世，而已屆古稀之年的妻子，談起先夫過往種種與花店的歷史依舊記憶猶新。李老夫人侃侃而談道出先夫當年跟隨親戚入行，本身喜歡花卉的他在藝術領域亦有過人天份，兩口子遂自立門戶開設花店，那一年是1956年。她說：「我並非賣花讚花香，我先生頭腦真是好好又有創意，畫畫、寫字全都是無師自通，還記得那時新馬路第一間周大福開業時，便找他製作一個如門面般大型的花牌，那時澳門街還未有人如此做過，他從前製作過不少非常壯觀的大型花牌，樓高兩、三層，要在大樓外搭棚架製作，這種做法現今經已失傳了。」

回想剛開業的十數年，李老夫人娓娓道出箇中辛酸，在那個年代，所有家庭式經營的店舖，均無多餘閒錢聘請員工幫忙，李光記亦不無例外，當時仍在求學階段的年幼子女，下課後便回家幫忙。李老夫人回憶着說：「以前的花牌都是一朵朵花拼砌而成，一家大小一起製作，每當接到大型花牌的工作，便全家出動一起扯大纜，爬棚架把花牌掛起。現在的人很怕爬高爬低，但以前我們那一代的人一點都不怕，哪會講甚麼安全不安全，只要有工開便可以了。」

性格外向的李光除努力經營花店外，亦非常熱衷於社會公益工作，每年國慶節李光都會主動做些義務勞動的工作，走到鏡湖慈善會幫忙畫畫，為節慶籌備工作盡一分力。她說：「李光畫龍畫鳳非常漂亮，所以那時工會的人每逢節慶都會找他幫忙畫畫，而他一分錢也不收義不容辭去幫忙，他樂觀外向、熱心社會工作的個性，亦愈來愈多人認識到李光這個人，從而使李光記花店漸為人所熟悉。」就在一家人的努力下，生意一直不溫不火，直至60年代澳門發生了「12·3事件」後，才真正領略何謂難關。

發生於1966年12月3日的「12·3事件」，是澳門上世紀發生的一次嚴重的警民衝突，同時也是歷史上一次規模較大的群眾運動，那次事件導致澳門市面一片蕭條，李光記當然也深受事件拖累，李老太回憶自「12·3事件」發生後的那數年，生意可謂是一落千丈，她說：「12·3時期，人人都雞飛狗走，個個人心惶惶，有錢的都離開澳門向外發展，從那開始生意便慘淡了3年，生意時有時無，有時一日連一單生意也沒有，當時細女剛出生，加上每月500元的舖租，以及一家人的伙食及生活費，那段日子真的捱得很吃力，還好老天保佑，那三年過去後生意漸漸上軌道，我們一家的生活亦日漸好起來。」

李老夫人介紹說，花店的生意非常被動，好壞全看市道景氣與否，多人開張生意自然好，但生意好時免不了要捱更抵夜、通宵達旦，加上現在中小企業均存在聘請人員困難的問題，人手不足唯有自己「頂硬上」。

自丈夫過身後，李老夫人亦把花店交由子女接手打理，並由第六子李展圖擔起當家的大旗。李光記在澳門屹立超過半世紀，見證着澳門數十年來的滄桑變遷，也隨着社會發展而不停變遷與進步，第二代當家人李展圖在父親創辦的基礎上，對花牌產品進行改良革新，以緊貼時代的步伐。他說：「以前的澳門街，車哪有現今般多，記得小時候可以推着堆滿花牌的三輪車在大街小巷內穿梭，而且從前的花牌體積較大，每當店舖開業，花牌便佔據了整條街道，但隨着社會進步，人口漸多，舊式的大型花牌已不合時宜，唯有把其改良成較細的花牌、花籃，以符合社會及顧客的需求。」



李光與愛孫李孟秋在花店內的合照

作為一間家庭式經營的花店，能夠在澳門屹立不倒逾半世紀，除靠經營者的苦心經營和誠信服務外，還有賴於一班熟客的長期支持。李展圖坦言，現在很多顧客都是光顧了他們數十年的老街坊，當中不少更是從爸爸那年代就一直支持的長期熟客。他說：「我們能夠歷經多年而不衰，必須多謝客人的長期支持，例如馬萬祺先生便是從我們開店光顧至現在的熟客，若沒有他們的支持相信我們亦沒有今天。」純真的鄰里情誼是澳門這小城不可或缺優良傳統，在李光記花店尋到的這份濃濃人情味將繼續陪伴澳門走過更多悲喜時光。

李展圖介紹說，花店這門行業成本高、利潤少，風險亦較其他行業為高，他解釋：「開花店風險好大，既是一門花工夫的行業，同時花的壽命非常短，不像食品般可放進雪櫃冷凍數月，如果生意不景氣，銷售情況不佳，過不了數天便要全數丟掉。」不擅言辭的李展圖在花店內默默耕耘數十年，直至今天兒子長大成人有意承繼家業，李展圖也開始把家傳祖業傳給下一代。

品牌老號 傳遞澳門人情冷暖

「李光記」第三代繼承人李孟秋自10來歲起，便在店內幫忙。或許遺傳了爺爺的藝術天份，李孟秋在學校修讀的是廣告設計，並且在花藝方面悉心鑽研。從小對花卉便有着偏愛的李孟秋說：「或許是從小接觸的關係，對這個行業特別有興趣，長大後更覺得經營花店是一份很特別的工作，無



創辦人李光生前熱愛攝影，常到中國各地拍攝。

論是喜事喪事都少不了花的存在，在別人開心時為他們歡喜，悲傷時也可以花牌慰藉其追思心靈，是一個既有人情味又別有意味的行業。」

李孟秋表示，自己絕不輕言放棄爺爺苦心經營的成果，而隨着現在已走進科技年代，他說花店在經營及管理模式上亦要與時並進，必須要逐步實現電腦化管理。他認為，目前同行競爭激烈，在產品及服務上亦要力求革新，未來目標是在傳統的根基下，加入西式的嶄新元素，致力傳承和發展這份來之不易的家族事業。

市面上西式花店日新月異，為了緊貼時代步伐及市場需要，「李光記」在產品上亦作出不斷改良革新，修讀廣告設計的李孟秋接手後，在產品款式及服務上加入了不少新元素，如花牌、花籃的設計上加入毛毛熊等西式元素飾品，在婚慶場地、花車佈置等方面亦會多加着力，他說，以往李光記都是給人中式花店的印象，但由於近年西式花店大行其道，所以我們未來的方針是在傳統根基上作為改良，加入西方元素，花束設計不能太過傳統、呆板外，婚禮場合佈置更會運用電腦繪圖設計，設計出帶有故事及主題性的佈置，希望能讓更多年輕人認識我們李光記花店，打進年輕一輩的市場。



今日的李光記在產品上亦不斷革新，以滿足年輕人需要。

品牌秘笈

誠實做人 長懷情意

三代傳承 信譽至上

澳門「李光記花店」創辦至今已超過半世紀的歷史，是澳門僅存的老字號品牌花店之一，由創辦人李光起，至今已傳承至第三代。三代的苦心經營和良好信譽，是澳門老字號中彌足可貴、傳承與發展並進的卓越品牌。

李光記花店經營半個世紀以來，本着「以誠為本」的經營理念，誠實是做生意必須固守的最大原則，因此對待客人如同朋友般，對於客人訂製的任何產品亦會認真製作，絕不偷步取巧。李孟秋認為，除了要保留傳統花店的技術外，爺爺李光對工作、對人對事的热情態度亦必須傳承下來，絕不只是以賺錢為目的來經營。



從前需在大樓外搭建棚架製作的花牌、橫匾佈置，技術現已幾近失傳。