■星哥當年自創38種香料咖喱，命名為「聯合國咖喱」。 莫雪芝 攝

創業故事

# 星哥：新裝再搽鑊、全鑊

## 名氣不敵貴租

社會發展，時代變遷，不少傳統店舖未能轉型升級，逐漸淘汰消失；亦有老店重新包裝自己，磨利裝備「殺出血路」。位於上環水坑口街的「咖喱星」，雖然開業才短短4個月，但原來已經有18年歷史，當年以「聯合國咖喱」聞名一時。人稱「星哥」的店主陳國陞多年來飽歷風霜，曾受金融風暴和沙士打擊，整整10年放棄再開業煮咖喱，直至最近才被説服「出山」，決定以「小賣店」形式再闖江湖。「印度有印度咖喱，馬來西亞有馬來西亞咖喱，點解香港唔可以有屬於香港的咖喱」？ ■香港文匯報記者 顏倫樂

■除「黃金飯系列」外，還有賣咖喱串燒和咖喱魚蛋等。 莫雪芝 攝

■「咖喱星」的咖喱汁較稠身，香味濃郁帶辣。 莫雪芝 攝

■丁香、肉桂、豆蔻等香料。 莫雪芝 攝

### 外賣店經營模式全面睇

1. 店舖裝修設計＋廚具等成本：600,000元。
2. 每月經常成本支出：108,000至120,000元。
   包括：租舖成本：30,000元。*
   材料成本：18,000至20,000元。
   人手成本：60,000至70,000元。**
3. 每月營業額：約200,000元。
4. 營業額扣除經常成本後每月淨賺：80,000至92,000元。
5. 預計最快回本期：約6個月至8個月。

*地舖實用面積約170方呎。

**3個廚師及3個店員(包括兼職及輪更職員)。

■製表：香港文匯報記者 顏倫樂

■星哥誓要煮出屬於香港的咖喱。 莫雪芝 攝

說起香港美食，咖喱必不可少，不少旅客訪港其實只為一嚐咖喱魚蛋的美味。可惜香港街頭咖喱愈來愈濫竽充數，缺乏創意美味。「當年出街食嘢，有時想開胃啲叫個咖喱食，但食親都唔好食，所以最後自己整嚟食」。對食物有要求的星哥，1995年決定研製自家咖喱，並於荃灣開設首家「咖喱星」。

### 研港人口味咖喱

一提起咖喱，星哥即時眉飛色舞，當年自創38種香料咖喱，命名為「聯合國咖喱」，丁香、肉桂、豆蔻等香料如數家珍，更即席品評各國咖喱，如印度和泰國的咖喱偏辣，馬來西亞的咖喱會加椰汁，味道較甜。「我哋嘅咖喱係香港人口味，點研製？靠自己經驗囉，無一本書會講咁多嘢你聽，我仲去過緬甸同馬來西亞取經㗎」。

星哥的「咖喱之路」走得不容易，當年成名較早，荃灣首間店舖因加租結業，其後搬至灣仔一帶，生意最高峰時擁有一間餐廳、一間小食店及一間私房菜，可惜仍敵不過加租結業的命運。2003年期間，因業主瘋狂加租3倍，無奈全線結業。

### 平常心面對起跌

回憶當年「威水史」，星哥説：「我嘅食物名仲好得意㗎，摩洛哥咖喱雞、印度馬德拉斯咖喱羊肉，全部諗過度過，要令人覺得我整嘅嘢食，好味之餘亦有特色，嗰時好多傳媒嚟過採訪，家吓仲有好多當年嘅客仔返嚟食我煮嘅咖喱。」言談間流露出自豪。

「當時業主覺得你生意好，加你租10萬元你都要做，但我唔肯，做生意都喺為賺錢，我咁辛苦一日炒十幾個鐘，周身骨痛，然後賺埋啲租畀你，咁無意思㗎。」這番話，説給時下瘋狂加租的業主聽最為適合。2003年結業後，星哥以平常心面對：「做生意起起落落梗有嘅。」

星哥隨後的生意之路亦迭遭挫折，2003年初曾在牛頭角淘大花園附近開凍肉公司，卻碰正沙士，只得轉行；做過私人廚師、大集團廚師，過去數年則與妻子共同經營地產代理行。

### 開小店延咖喱夢

今年56歲，年紀漸大的星哥原本已放棄「咖喱夢」，直至4個朋友游説他合作開外賣店，説只需將手藝傳給店員即可，不會太辛苦，星哥「心中一團火」再次點燃，但笑稱：「交低畀人做可以，但味道始終差少少，唔放心。」本着對食物的要求，雖然有夥記幫忙，星哥到今日仍事事親力親為，採訪當日就見他身水身汗進出廚房，展露香港人拚搏的精神。

「開張前3日，我幾乎晚晚無瞓，疲勞轟炸後半夜發高燒，開檔嗰日（5月19日）成12點都未返到去，叫同事頂住先，但食咗4粒藥再加支針，又即刻精神番，無理由第1日唔做嘢。」自稱「咖喱癡」的星哥，雖然覺得辛苦，但能夠再次開舖賣咖喱仍然相當興奮：「10個食過我咖喱嘅香港人，7個覺得好好味，就已經好滿足！」

## 開店始知難撈 外賣仔唔易請

◆人手緊張◆ 香港人生活急速，上班族的午飯時間一般只有1個小時，不想等位食飯，外賣成為不二之選。由於不設堂食，外賣店的門面一般較細，舖租亦較餐廳平一大截，材料成本易控制。表面看這門生意似乎有得做，但原來經營外賣店有相當多學問，例如人手調配，食物種類等。現在「咖喱星」的營業額雖達每日7,000元，但只是當初目標的三分一，目前「最想快啲企穩陣腳」。

### 西環路斜難密密送

外賣店的經營説易行難，星哥語帶無奈指：「其實小賣店成本都唔平，係租金嗰度抵咗，材料成本易啲控制，因為顧客入到嚟都知食咖喱，來來去去就嗰幾款。不過人手廚師都一樣咁多，最估唔到係咖喱汁用多咗好多，而家一日要煮3桶，相等於過去餐廳4日的分量。點解呢？因為你外賣個盒大嘛，咖喱汁無理由淋得少少上去，所以消耗咪好大囉。」

走外賣店路線，許多事情均在實際操作後才知道困難：「實際上我哋經過重重波折，一開始諗法好簡單，諗住只賣5種食物，但後來愈搞愈大。加上小賣店人手成本唔輕，你計吓1個人最多送6盒飯，但要行到東邊街，西環斜路多，送外賣真係上刀山落油鑊，好難請人。」

### 夜晚人流少拍烏蠅

當初選擇在上環擺檔，一來因為舖租較平，二來亦睇好該區起居及工作人口稠密，加上特色食店不多，可以吸納這批「嘴叼」顧客。不過原來這個位置亦有弱點，因為夜晚沒有大型商場可以逛街，人流較少。

現時外賣店每日營業額約7,000元（每日賣150個至200個套餐），最希望生意快點上軌道，夥記可以幫手煮咖喱，生意額能夠達到每日2萬元的目標（每日賣450個至500個套餐），等企穩陣腳再去香港區其他地方開分店：「我同4個Partners（合作夥伴）希望再喺香港區開多5間，但家吓先搞好呢間，開得太快怕有骨牌效應。」

為提高營業額，星哥亦有在其他方面努力，最近就於店內推出「咖喱星特色小炒」，以星哥早年的菜牌做藍本，客人提早一日預訂就可以品嚐當年美味，一來滿足星哥的廚師癮，二來亦可為外賣店增加一項賺錢方法。為打入年輕族群，咖喱星亦於Facebook開設專頁，商標Logo設計摩登，星哥堅持於Logo中加入紅色星星，希望將十多年的咖喱感情連繫起來。

## 港舖租全球最貴 營商最痛

◆租金高昂◆ 香港舖租昂貴，做生意要有好大勇氣，更要做好「會蝕錢」的心理準備，隨時可能被加租逼走。做過地產代理的星哥夫婦坦言，食肆的租金太貴，經濟又不好，估計之後市況會轉淡，是次轉營做外賣店，或多或少與地產行業轉差有關，加上近年政治爭拗太多，影響社會氣氛，對香港前景感到憂心。

近年，在內地自由行帶動下，香港旅遊業蓬勃。繁華的另一面，是舖租不斷攀升，核心零售區幾乎被大品牌壟斷。以銅鑼灣為例，全港呎租舖王紀錄三甲幾乎全部在這個地區，如去年以18萬元續租的景隆街2號地下A2號找換店舖位，建築面積僅約50方呎，呎租達3,600元，其次羅素街38號地下D號舖，去年由Swarovski水晶店以250萬續租，呎租約3,144元。

### 老店退居二線或結業

早前，世邦魏理仕環球研究部調查報告指出，香港以每年每平方呎4,328美元（約3.37萬港元，即每月每方呎逾2,800港元）的租金，蟬聯成為全球舖租最貴城市。數據較排行第二紐約的每年每方呎3,050美元高出1,200美元或42%。

今年以來，內地人士來港的消費力雖然減弱，舖租有回落跡象，但市場仍不時聽到高價搶租的個案，如早前原本由許留山租用的西洋菜南街單邊舖王，被韓國化妝品牌以每月約180萬元搶租。香港多間位於一線地區的老店，要不被逼遷至二線地區，要不就結業收場，營商成本極之高昂。