

GREENPRICE likes short-dated
high-quality, surplus food.

GREENPRICE loves feeding
community, minimizing
environmental impact
promoting sustainable

A little of all these
store, which illustrates
passion better than
defines the spirit of



專售過期食品 上班族的尋寶園



「一間成功的社企，是客人在不知道你是社企的情況下，仍然選擇光顧。」環保超市 GreenPrice 共同創辦人韓駿謙 (Terence) 總結多年的營運經驗說：「開始時顧客可能會因為社企的緣故而光顧，但如果你的產品不好，他們也不會再回頭。」GreenPrice 是 Terence 在唸大學時創立，短短 6 年間，由一個比賽構思，演變成現在 9 間位處於商業地段的店舖，體現了團隊持續做好產品、努力經營的形象。

重新定義「過期食品」， 減食物浪費

GreenPrice 的出現，是在重新定義一個概念——此日期前最佳 (best before)。過了賞味期的食物未必要丟棄，如果存放妥當，其實仍然可以安全食用。Terence 團隊在開業前做了很多調查，知道銷售這類短存放期產品的環保商店在歐美比比皆是。雖然這類商店在香港是合法的，然而不少大企業擔心這種做法會破壞品牌形象，以致每年有不少這類過期食品被扔去堆填區。

主修商業設計和創新的 Terence 與其友人，在 2016 年想出了這條一舉兩得的妙計，既為供應商省去棄置過期食品的人力物力，也讓消費者能以超低價嘗試一些優質且原價高昂的食品。Terence 說：「這等同於平價

試吃，消費者喜歡的話，以後自然會再買，對供應商而言同樣也有好處。」GreenPrice 主力銷售即將到期或已經過了「此日期前最佳」的商品，而它們也有一個終極「死期」——過了3個月，食品就會被下架。

「英國、德國和丹麥也有這類商店。我們覺得在香港也值得推動，但要做好本地化這一環，因地制宜製作出不同的宣傳資料，以及在店舖選址和品牌形象上有不同的考量。」Terence 以 GreenPrice 為例子，它的目標客群是一班中產上班族，故此分店大多設於商業地段。

GreenPrice 主要銷售即將到期或已過了「此日期前最佳」的商品。



分店貨品不同增添新鮮感

Terence 表示於開業初期，外間的反應不太理想，後來經傳媒報道後，業務開始有所變化。他說：「漸漸有不同的供應商聯絡我們，我們便租了貨倉營運起實體店。我們從 100 至 200 呎的小店起步，之後邊營運邊儲蓄。店舖面積愈來愈大，接着便開始在商場設店舖。現時 GreenPrice 的供應商已不再限於香港。」

目前 GreenPrice 的分店共有 9 間，遍布港九新界，貨品亦從原來的食

每間 GreenPrice 的貨品種類皆有所不同，以保持新鮮感吸引顧客。



品增加至護膚品、化妝品等。由於每一批次的貨品均不相同，每間分店所出售的產品亦有分別，而且已售出的並不一定會再補貨，故此貨架長期保持着新鮮感。Terence 說客人有時會一整天待在 GreenPrice 尋寶：「你到其他超市可能是有目的消費，例如去買牙膏。但來這裏，逛街就變成主要目的。」

隨住業務擴展，團隊亦加重技術方面的投資，以提升營運效率及出貨率。現時店內的標價全部數碼化，當貨品接近下架時，電腦會自動調整售價，不需以人手更改價錢。電子化後，讓店裏賣不出去的貨品降低至少於 1%。

走過初創關口， 逐漸迎來曙光

Terence 還未畢業便開始創業，他最難忘的是，在創業初期幾位成員包辦了所有工作，並且沒間斷地解決問題。「同一個人，既是銷售代理，又是倉務員，同時又要跟裝修師傅溝通，以及和銀行打交道。」他說初期不論精神或體力都難以負荷：「當時無法負擔足額薪金，加上坊間都認為很多初創都無法支撐最初那兩年，所以對未來還是一片茫然。」

他選擇堅持，生意逐漸有了曙光，並踏上了正軌。他日常都忙於管理人事。比起身邊在大企業建立一門專業職業生涯的同學，他慶幸自己能嘗試不一樣的崗位，學懂跟不同的人打交道。

在 6 年創業過程中，參加香港社會企業挑戰賽（HKSEC）亦是一個重要的里程碑。「我們在剛開始時要儲蓄很久才開設一間分店，HKSEC 的獎金對我們十分重要，我們最終用了它來開設中環新店。」

除了實際的資金支持外，Terence 指參加 HKSEC 亦幫助了他擴展個人網絡，尤其在經驗不足的初創時期，特別需要前輩的意見。他說：「在評審時期，有許多專業人士聚集在一起，輪流給我們意見。如果在外面個別找相關項目的導師，會非常耗時。」

HKSEC 除了讓 Terence 獲得獎金開設分店，亦幫助他擴展個人網絡。



反思社會企業價值

不少大學生有志創立一門有社會理念的企業，Terence 提醒說，要問自己沒有社企這個光環以後，客人還會上門光顧麼？「問題核心是你能給予客人什麼價值，不能單純靠助人的理念，要有好的產品才能繼續營運下去。有些初創投放在建立網絡的時間遠比研發產品多，這樣最終也無法留住客人。」

儘管已經經營得有聲有色，Terence 謙稱說距離成功還很遠：「最好就是將來連我們也消失了，因為我們的存在，就意味着這個世界仍有食物浪費的問題。」