

5-2014

從涼茶舖追尋香港本土文化

Follow this and additional works at: <http://commons.ln.edu.hk/mcsln>

 Part of the [Critical and Cultural Studies Commons](#)

Recommended Citation

伍潔盈 (2014)。從涼茶舖追尋香港本土文化。文化研究@嶺南，40。檢自：<http://commons.ln.edu.hk/mcsln/vol40/iss1/1/>

This 專題文章 Feature is brought to you for free and open access by the Department of Cultural Studies at Digital Commons @ Lingnan University. It has been accepted for inclusion in Cultural Studies@Lingnan 文化研究@嶺南 by an authorized editor of Digital Commons @ Lingnan University.

從涼茶舖追尋香港本土文化

伍潔盈



(圖片來源：<http://hk.apple.nextmedia.com/financeestate/art/20110706/15405021>)

引言

當談起童年往事，首先浮現於眼前的總是我淚眼汪汪地坐在一家涼茶舖裏，拿著小鐵匙，吃著深紫色的啫喱的情景。那是舅父跟我在公園玩追逐遊戲，把我絆倒在地上受傷以後，他為了安慰我而帶我去吃的啫喱。事隔多年，那種帶著衝擊和委屈，同時被一口一口冰凍香甜的啫喱撫慰的心情仍然深刻。當時涼茶舖內，電視正播放著卡通片，我們一直坐到接近黃昏時份，傷口不再流血了，我也不哭了，才慢慢步行回家。

現在跟舅父已沒有聯絡了，回想起這件童年往事，除了懷念那段跟他最要好的時光外，還有那玻璃小碗裏，帶有果肉的啫喱，和混著草藥與茶葉蛋香氣的涼茶舖。

回想以前，家中附近有不少涼茶舖，媽媽有時候會給我幾毛錢，給我蹲在舖前的玻璃櫃前擲金錢龜，任我怎樣用毫子擲牠的龜殼，牠總是一動也不動。記憶中涼茶舖總是人來人往的，總有幾張熟悉的臉孔在店裏跟老闆聊天，店外總會有幾個人經過，拋下一些零錢，然後打開瓷碗上的玻璃蓋子，站著一口氣地地把涼茶喝掉。涼茶舖曾經是香港人日常生活的一部分，套用法國思想家 列斐伏爾（Henri Lefebvre）在 “*The Production of Space*” 中所提出的三種空間製造，涼茶舖就是香港人的空間實踐（social practice），是對香港本土文化有象徵意義的空間（representation space）。

可惜十多年以後，在今天的香港，這種空間實踐已變成碩果僅存的事物了，取而代之的是地鐵站售賣樽裝涼茶的連鎖店，及連鎖的咖啡店或快餐店。空間實踐是從日常生活製造出來的，每個人都參與其中，亦參與空間製造，因此空間實踐是城市文化的精髓。涼茶舖的日漸式微，連帶著怎樣的文化一起消失？本文將透過追溯涼茶舖的歷史，和香港人在涼茶舖的空間實踐，從空間了解文化，尋找香港本土文化的根源，及此空間實踐的式微，反映香港文化怎樣的轉變。

涼茶舖：結合醫館與娛樂的空間

涼茶是中國嶺南地區獨有的飲品，由常見的中草藥結合而製成的，有清熱解暑的保健功效。據說涼茶早於清朝已經出現，後來王老吉在香港開店，把涼茶引入香港。¹而涼茶舖真正在香港流行，大概是由五十年代開始。由於當時香港較少西醫，而且診金不便宜，所以當時一般市民每當身體不適，都會自行到藥材舖買藥材煎藥，或飲用具藥療效果的苦味涼茶。一八六九年的《香港政府憲報》內登載，當局規定每艘運送中國勞工往美國、澳洲、南岸等地稱為「豬仔船」的船隻，須有一至兩名中醫師及相當數量的指定中藥材，以備航程所需，當中大部分是「廿

¹ 參考維基百科「涼茶」條目 <http://zh.wikipedia.org/wiki/涼茶>

四味」及「十八味」涼茶的材料。由此可見，涼茶是十九世紀市民的主要治病藥物。²於是涼茶舖便應運而生，而每家涼茶舖的配方都略有不同，依舖主的經驗和對草藥的認識而調配，不少涼茶舖更有中醫註診，猶如專為升斗市民而設的醫館，變為市民生活的一部分。其中尚屹立於中環閣麟街的春回堂藥行便是這類醫館涼茶舖的好例子。

到了六十至七十年代，涼茶舖更演變成市民休閒的娛樂場所。當時電視機尚未普及，有些涼茶舖會安裝電視機，吸引顧客來光顧，一眾顧客集體看電視，儼然一個小型電影院，他們會一直流連至接近凌晨，即電視台收台為止。³此外，由於當時唱片的價格並非一般市民可以負擔，唱機也不普及，一些涼茶舖為了招徠更多客人，便在舖內擺放巨型的坐地點唱機，唱機內置數十隻唱碟，大部分是當時的歐美英語流行曲，包括貓王及披頭四（Beatles）的歌曲。這唱機使涼茶舖成為當時年青人最時髦的約會地點，他們常會投幣進點唱機點唱給朋友來憑歌寄意，或點選一些恰恰舞（Cha Cha）的音樂及或是貓王的歌曲，為的就是在涼茶舖表演舞步，吸引異性的目光。⁴配合這一轉變，也為了招來更多顧客，涼茶舖也兼賣很多小食，包括茶葉蛋、咖哩魚蛋、魷魚、啫喱等。

這個結合平民醫館與休閒娛樂的空間，正正體現了香港歷史學家科大衛（David Faure）所言：「香港的文化，承襲著中國的傳統，也同時承襲英國的，影響同樣強大。」（*Chinese tradition in Hong Kong was as much a British heritage as it was Chinese.*），香港一般市民相信中國傳統的醫術，以涼茶保健治病，而同時受著殖民者英國文化的影響，喜歡聽歐美的英語流行曲。在涼茶舖裏，邊呷著一碗華南文化獨有的涼茶，邊聽著披頭四的歌曲，便是香港本土獨一無二的中西混合的文

^{2&3} 參考網頁

<http://www.thevoice.org.hk/thevoiceOnline/article.asp?Position=7&ToPage=3&Class=11>

⁴ 蘇真真 (2011年3月7日). 潮人講古：「潮爆」涼茶舖. *明報*.

化。

當時的大戲院旁都會有家涼茶舖，例如北角新光戲院旁的益壽堂⁵及元朗戲院的許留山老舖，還有很多不具名氣的涼茶舖在西營盤高陞戲院⁶及真光戲院、李鄭屋邨仙樂戲院⁷等大戲院旁，我認為這是當時香港低下階層運用對策（tactics）而製造出有象徵意義的空間（representational space）的例子。首先，當時的戲院規模都非常大，最大的戲院可容納三千多名觀眾，因此每次戲院開場前後，必然吸引大量人流，因此也造就涼茶舖得以客似雲來。另外，這些人流也吸引了很多小販在戲院門前擺檔，他們售賣小食如焗魷魚、鹽水花生、粟米、竹蔗、糖葱餅、炒栗子、鹽焗蛋等⁷，都是些惹味香口的食物，光顧小販的人或怕口渴或上火，自然也會到涼茶舖買涼茶下火。綜合以上，就是因為戲院能帶來很多做生意的機會，因此涼茶舖都開在戲院旁邊，是低下階層為維持生計的對策，是從生活有機而成的空間。而小市民的對策，正正是本土城市文化的重要部分，反映了當時小市民以一己的力量維持生計，甚至養活家庭的智慧和精神，也是小市民在城市的權力壓迫下，靈活變通的體現。從民間醫館、平民娛樂場所、以至低下階層的靈活對策，可見涼茶舖是極富本土文化特色的空間實踐。

涼茶舖的式微：資本累積方式轉變與全球化下本土文化的消失

八十年代以後，電視開始普及，唱片不再是奢侈品，涼茶舖作為娛樂場所的角色慢慢淡出，變回了保健醫館。資本主義建基於無止境的資本增長的信念，以傳統模式於舖內煲涼茶，對資本來說增長有限，因此於八十年代，鴻福堂成為首家引入生產線製作涼茶的涼茶舖，以福特主義的形式生產傳統涼茶，把涼茶以膠樽包裝在便利店及超級市場出售，於二零零二年更開始在地鐵沿線開店。這種大量生產的模式使購買涼茶更便利，光鮮亮麗的店面感覺也較傳統涼茶舖清潔衛生，吸

⁵ 參考網頁 http://the-sun.on.cc/cnt/news/20120212/00407_042.html

⁶ <http://www.thevoice.org.hk/thevoiceOnline/article.asp?Position=7&ToPage=3&Class=11>

⁷ 蘇真真 (2010年12月6日). 潮人講古：「潮爆」涼茶舖. 明報.

引上班族、女士以至年輕一輩購買涼茶，這為涼茶舖的生態帶來重大轉變，傳統小舖在競爭下難以生存。千禧年以後，涼茶舖更經歷後福特主義的轉變，不再只生產迎合大眾需要的傳統涼茶，而開發更多針對小眾市場需要的飲品，以延續資本的無限增長。例如傳統涼茶舖同治堂，於二零零零年改名為健康工房，與鴻福堂一樣以生產線大量生產涼茶，但它不只售賣傳統涼茶，就如其創辦人吳少珍所說：「以前顧客買涼茶，多數只是長口瘡、牙瘡等上火問題。但隨著社會變化，生活壓力愈來愈大，普遍涼茶已經不能滿足顧客……現在客人會告訴我有睡眠不足、胃痛、飲食失衡等都市病，他們需要的，不只是清熱，還想要更多」，⁸因此其產品有為女士活膚養顏的、減肥消脂的、改善睡眠等等，著重創新與靈活性，一改人們對傳統涼茶的概念。這樣的轉營使涼茶業面臨更激烈的競爭，加上香港的租金地價在二零零零年以後急劇增長，不少涼茶舖單靠售賣涼茶難以生存，逐漸被淘汰掉，剩下的大部分是大型連鎖涼茶舖。雖然這些大企業連鎖店依然售賣傳統涼茶，但其重視的是制度化及標準化，使其可以不斷擴張，如鴻福堂已在深圳開分店，也加入了英文名稱「HFT」，因此難以繼續本土文化獨特的空間實踐。



(圖片來源：marketing.mingpao.com)

⁸ 參考網頁 http://www.com.cuhk.edu.hk/ubeat_past/061175/healthworks.html

這個充滿香港本土特色的空間日漸式微，加上全球化的推動下，使人們在家以外的憩息場所，變成咖啡店或連鎖快餐店。這些空間造就香港成為「另一個國際大城市」，邁向國際化同時卻失去了本土特色。在星巴克喝咖啡可以在世界上任何一個大城市發生，但在涼茶舖邊把脈喝涼茶，邊聽外國歌，卻是唯有在香港才能體驗的事，是香港獨一無二的文化特色。這理應值得我們珍惜及重視的空間實踐，香港人對它的式微甚至消失卻視而不見，不但沒有支持及保衛，也沒有為它作正式記錄，除了於香港歷史博物館一個模擬涼茶舖佈景以外，相關的正式文獻也少之有少，就如學者阿巴斯（Ackbar Abbas）所說，香港人對本土文化有一種逆向幻覺（reverse hallucination），明明在我們眼前出現又失去的獨特文化，我們都彷彿沒有看到，讓本土文化無聲無色地消失。

這種逆向幻覺，也許是因為香港人存在一種精英主義（elitism），認為街頭文化不夠「高尚」，因此總不大重視，忽略了我們的本土文化，就是來自與生活最接近的街頭。也許是受殖民統治的影響，香港人總有一種崇尚外國文化的心態，惟有得到外國文化的欣賞及認同後，我們才會對本土文化重視及宣揚。例如鐵皮檔在香港是低下階層購物的地方，本被視為混雜低下之地，但因在外國人眼中充滿異國情調，而被外國旅遊雜誌介紹，吸引外國遊客前往拍照及購物，才得到香港人的重視，更被香港旅遊發展局推薦為香港重要的旅遊景點。又如，魚蛋一直都是草根階層的小食，因前港督彭定康到訪一家粉麵店，試吃魚蛋而成為代表香港的美食。

涼茶舖亦然，惟有得到外國旅遊指南報導以後，吸引外國旅遊前往喝涼茶，及為店內獨特的佈置拍照後，才得到香港人的重視，紛紛前往光顧及拍照。另外在佐敦開業四十多年的梁仲良涼茶舖，一直寂寂無聞，惟於二零零三年一新加坡遊客在港期間患上感冒，經酒店侍應推薦後前往喝了一杯感冒茶，發現功效非常顯著，

回國後製作網頁向人推薦涼茶舖，才使這家低調平凡的涼茶舖為人所知，更吸引傳媒前往採訪。⁹既然涼茶舖一直都在，為什麼是得到外國人的推薦，香港人才加以重視呢？這種文化輸出至外國，得到外國文化的認同，才能得到香港人重視的過程，證明香港人根本不清楚本土文化，亦是香港人逆向幻覺的有力證明。涼茶作為嶺南地區獨有的飲品，涼茶舖是嶺南地區獨特、富有文化意義的空間，而香港的涼茶舖更曾是獨特的中西混合的空間，盛載著重要的本土文化，不單得不到普遍香港人的重視，即使香港旅遊發展局，對這重要的空間也隻字不提，難怪這麼多年來，香港的特色都只能流於「購物天堂」、「美食天堂」、「東方之珠」等老生常談。

總結

由五十年代開始，涼茶舖隨著時代的變遷而演變，是草根階層的醫館、是集體消閒的空間、也是年青人消費的空間。它象徵著民間醫藥的智慧、集體娛樂的文化、香港獨有的中西混合文化、還有小市民靈活變通的精神。如此富有本土特色的空間實踐，隨著資本累積方式的轉變，及全球化的入侵而逐漸式微，可惜香港人的精英主義及對本土文化的逆向幻覺，使涼茶舖的出現與息微都沒有得到應有的重視及維護，而惟有得到外國文化所認同的少數，才能到市民及媒體的關注，但從香港旅遊發展局對涼茶舖的忽略，可見香港主流對這個極富本土文化象徵的空間始終未有受重視，以至香港對本土文化認識的不足，被誤解成只有經濟奇蹟的文化沙漠，始終無法展示出文化的獨特性。長久以來，香港忽略了從空間實踐追尋本土文化，涼茶舖便是其中一個重要的例子。從以上對涼茶舖歷史及發展的了解，此空間與人們生活的連繫，可見香港的本土文化著實獨特而豐富，因此我們必須擺脫逆向幻覺，在街頭的空間實踐，尋找尚待我們認識的本土文化。

⁹ 參考網頁 <http://herbaltea-hk.tripod.com/>