

No.
637

02 / 2021

台北 畫刊

Taipei Pictorial



台北新創時代 開創城市無限繁榮

StartUP@Taipei · 群眾募資 · 個人品牌

讀者可至台北旅遊網 (www.travel.taipei)「影音刊物」單元點選「台北畫刊」，即可進入台北畫刊網路版。

台北畫刊郵政劃撥寄送辦法：1年(12期)

劃撥帳號：16630048

劃撥戶名：台北市政府觀光傳播局

◎國內——新台幣300元(平寄)

◎香港／澳門——新台幣600元(航空平寄)

◎亞洲——新台幣780元(航空平寄)

◎歐、美、非洲——新台幣888元(航空平寄)

上網填問卷 好禮送到家

《台北畫刊》每月舉辦「填問卷 抽好禮」活動，只要您到台北旅遊網填寫網路問卷，就有機會獲得1份優質出版品！



免費索取地點

i 旅服中心

交通部觀光局輔導各地旅遊服務中心

各國家風景區遊客中心

台北車站旅遊服務中心

台北松山機場旅遊服務中心

捷運新北投站旅遊服務中心

捷運劍潭站旅遊服務中心

捷運西門站旅遊服務中心

捷運台北101/世貿站旅遊服務中心

捷運龍山寺站旅遊服務中心

機場捷運A1台北車站旅遊服務中心

西門紅樓遊客中心

纜車貓空站遊客中心

樟山寺旅遊資訊站

指南宮旅遊資訊站

台北地下街行政服務中心

機場、捷運

台北捷運各站

台北火車站服務台

台鐵松山火車站

台鐵南港火車站

台北轉運站

松山機場服務台(國際線)

昇恒昌台北松山機場免稅店

桃園機場一、二航廈旅客服務中心

展演場所

自來水博物館(售票口)

北投溫泉博物館

北投文物館

客家文化會館

林安泰古厝民俗文物館

台北偶戲館

小藝埕

台北市藝文推廣處

大稻埕戲苑

國父紀念館

陽明山中山樓

臺灣藝術教育館

台北當代藝術館

台北二二八紀念館

紀州庵文學森林

梅庭

台北之家

市長官邸藝文沙龍

台北國際藝術村

士林官邸

逸仙公園

華山1914 文化創意產業園區

松山文創園區

台北市孔廟遊客中心

關渡自然公園

芝山文化生態綠園

寶藏巖國際藝術村

撫臺街洋樓

郭子儀紀念館

水源劇場

三井倉庫

臺灣新文化運動紀念館

台北小小巨蛋服務台

台北探索館服務台

台北市立美術館

台北市中山堂

台北市立動物園

台北市立天文科學教育館

台北市青少年發展處

台北市立兒童新樂園

台北市萬華故事館

中山親子館

北投親子館

新富町文化市場

國家表演藝術中心國家兩廳院
(表演藝術圖書館)

中正紀念堂

臺灣博物館

臺灣公路博物館

台北國軍英雄館

國軍歷史文物館

袖珍博物館

郭元益糕餅博物館

二二八國家紀念館

中研院史語所歷史文物陳列館

孫運璿科技人文紀念館

錢穆故居

瓶蓋工廠台北製造所

書局、戲院

國家書店

三民書局

誠品書店(台北市各分店)

聯經書房、上海書店

金石堂書店(台北市各分店)

國語日報門市

紀伊國屋書店(台北市各分店)

東南亞秀泰影城

國賓大戲院

樂聲影城

in89豪華數位影院

今日秀泰影城

新光影城

絕色影城

滿山戲院

國賓影城(微風廣場)

欣欣秀泰影城

百貨、店內閱讀等

路易莎咖啡(部分門市，限店內閱讀)

摩斯漢堡(部分門市，限店內閱讀)

伯朗咖啡(台北市、新北市各門市，限店內閱讀)

丹堤咖啡(部分門市，限店內閱讀)

麥味登(台北市各門市，限店內閱讀)

咖啡弄(台北市各分店)

明星咖啡

曼都髮型(台北市、新北市各分店，限店內閱讀)

小林髮廊(台北市、新北市各分店，限店內閱讀)

全真瑜珈(雙北8家門市)

寶樂交通(限車內閱讀)

台北衛星車隊(限車內閱讀)

台北101觀景台(5樓)

新光三越信義店A8、A11(服務台)

Q square 京站時尚廣場

遠東百貨寶慶店

義美公司(台北市、新北市各分店)

機關

台北市政府大樓1樓市民服務組

台北市各區公所

台北市各戶政事務所

台北市各運動中心

台北市立聯合醫院各院區、

各區健康服務中心

台北市立圖書館總館及各分館

台北市立文獻館服務台

台北市議會

台北市教師研習中心

台北市交通事件裁決所

台北NGO會館

台北市信義公民會館

台北市內湖公民會館

台北市中山公民會館

台北市稅捐處總處及各分處

台北市動產質借處

台北市社區營造中心

國家發展委員會服務台、經濟部

國營會

健保署台北業務組

國立臺灣圖書館(原國立中央圖

書館臺灣分館)

勞保局台北市辦事處

內政部移民署台北市服務台

救國團中國青年服務社

台北富邦銀行各分行(限原台北

市台北銀行各分行)

國泰醫院

榮民總醫院

泰安醫院

台北集郵服務中心

洪建全教育文化基金會

台北市藝文工會

林境琪先生紀念基金會(老人社

會大學分校)

老人社會大學(台北市三民路)

澆灌時代的多元想像 茁壯台北新創生機

攝影 | 陳育維

在科技越發便捷的時代，人與人之間的交集快速拉近，網路的發展更為城市的人們帶來優化生活、成就進階、實現夢想的機會。讓我們懷抱彼此對創新、創業的想像，一起認識屬於台北的新創時代！

工欲善其事、必先利其器，「StartUP@Taipei 創業台北辦公室」作為一站式的創業平台，匯聚多項資源，提供如「t.Hub 內科創新育成基地」般完善的創業空間，以及充沛的補助資金，串聯創業者彼此的能量，推動夢想的動能；群眾募資也是當今創業者的重要助力，跟著群眾募資顧問公司「貝殼放大」創辦人林大涵透視新創專案的啟動過程，訴諸理念促使社會齊心協力實踐美好價值；在個人品牌當道的時代，找到個人風格定位是重要課題，聽個人品牌創辦人「少女凱倫」現身說法，從自身出發，強化專長、挖掘亮點，化個人魅力為創業的利基。

實現個人成就之餘，好好生活也是人生一大要事。在新年的起始和飲食作家魚夫一起品嚐具有吉祥意味的料理，感受喜氣的滋味；因疫情衝擊而無法返家過年的異鄉遊子們，不妨跟著馬來西亞人西西歪與香港人狄達走訪台北的異國年味美食，尋找溫暖的家鄉味！滿足了味蕾，讓我們也到台北的開運場所走走，宮廟與命理咖啡廳皆引人翹首盼望來年的好彩頭。也別忘了甜蜜的西洋情人節，透過「Q sweet 精品甜點」主廚吳葵妮和旅遊美食作家徐銘志的眼光，一探巧克力的幸福魔法，共度浪漫的日子。

新的一年，台北仍舊生機盎然，一起準備好走向更廣闊、充滿無限可能的未來！



PART

1

台北 +



台北故事 Taipei Story

06 台北新創時代 開創城市無限繁榮

08 一站式平台助攻 StartUP@Taipei 激發新創軟實力

12 齊心協力創造美好 群眾募資圓創業夢

16 找尋自我風格 個人品牌時代來臨

台北食 Taipei Food

20 要吃什么才會「賭家伙」？／魚夫

22 台北的異國年味

台北人 Taipei People

26 方正格線上的黑白魅力

——職業圍棋棋士

PART

2



+

台北

聊台北 Talk About Taipei

32 台北濃情巧克力

精品甜點主廚吳葵妮 × 旅遊美食作家徐銘志

36 永樂市場不只是菜市場而已／水瓶子

共好台北 Better Taipei

38 便利雲端支付 打造智慧金融時代

拍台北 Capture Taipei

42 遇見魔幻台北／陳尚平

畫台北 Draw Taipei

46 台北城裡的自由魔法／黑耳

PART

3

Adj

十
台北

愜意台北 Chill Taipei

- 48 Misc :
開運，從自身改變做起
- 50 覺察身心的療癒境地

公共台北 Public Taipei

- 54 台北造起來 老店新品牌
- 56 翻轉老店新面貌
- 58 台北觀光品牌識別聯名紀念品
- 60 2021 陽明山花季
- 61 2021 士林官邸鬱金香展
- 62 大溝溪生態治水園區花海

好玩台北 Fun Taipei

- 63 活動短訊

台北畫刊

Taipei Pictorial

中華民國57年1月創刊
110年2月5日出刊

發行人	劉奕霆
總編輯	謝佩君
副總編輯	鄧佳穎
主編	鄭雅萍・涂敏
責任編輯	劉子立・林彥男・劉琇吟
行銷企畫	陳其睿・李宗岳・林均霈・李紹綺

發行所

台北市政府觀光傳播局
地址 110204台北市信義區市府路1號4樓
電話 1999 (外縣市02-2720-8889) 轉7563、7564
傳真 02-2720-5909
網址 www.tpedoit.gov.taipei
Email taipeipictorial@mail.taipei.gov.tw

企畫製作

社長	鍾昕翰
總編	陳頤華
主編	黃映嘉・林佳蕙
美術顧問	方序中
封面攝影	陳育維
封面設計	李珮雯
設計	李珮雯・王曉雅
電話	02-2362-9039
製版印刷	秋雨創新股份有限公司

ISSN 00399051
統一編號 2005700037

本刊全部圖文均有著作權，未經本刊同意不得使用或取材

中華郵政台北雜字
第1164號執照登記為雜誌交寄
每本定價25元

台北畫刊



目次 contents





台北



台北故事 Taipei Story

台北新創時代 開創城市無限繁榮

一站式平台助攻 StartUP@Taipei 激發新創軟實力

齊心協力創造美好 群眾募資圓創業夢

找尋自我風格 個人品牌時代來臨

台北食 Taipei Food

要吃什麼才會「賭家伙」？

台北的異國年味

台北人 Taipei People

方正格線上的黑白魅力——職業圍棋棋士

台|北|新|創|時|代

開創城市無限繁榮





台北，匯聚全國充沛資源，支撐著青年們的創業夢想，同時，呼應新時代來臨，各種與時俱進的工作空間、募資管道、進修課程，也都在這片土地如雨後春筍般出現，灌溉著創業初心，逐漸長成茁壯的樣貌。

「Startup@Taipei 創業台北辦公室」提供優質創業基地，吸引各式人才進駐，同時為新創團隊媒合資源，開展青年們無可限量的未來；群眾募資近年成為創業者的有力後盾，透過訴諸產品理念的方式打動人心，使創業起步就獲得資金與認同；在成功取決於個人特色的時代，投資自己儼然成為新創青年的重要課題，不妨以自身魅力出發，開拓個人品牌的基石。

立足台北、展翅高飛，夢想以新創事業開拓人生下一步的青年們，將一展心中抱負，撐起台北最繁榮、擁有無限可能的時代。

一站式平台助攻 StartUP@Taipei 激發新創軟實力

文－陳怡如
攝影－蔡耀徵

熱銷全球多國的「星球爆米花」、會員人數超過 45 萬的線上教學平台「Hahow 好學校」、榮獲 CES 2020 創新獎的運動穿戴科技公司「快樂島」、從獨立網站一躍成為媒體集團的「關鍵評論網」……這些大放異彩的新創公司，全都有一個共通點：在他們最需要資源協助的初創時期，背後都有「StartUP@Taipei 創業服務辦公室」陪伴他們度過艱辛的時光。



台北市產業發展局局長林崇傑致力於推動 StartUP@Taipei，協助新創業者有源源不斷的生產力。



「t.Hub 內科創新育成基地」為全台最大的創業基地，提供多元舒適的工作空間。

6 年寫下 64 倍驚人效益

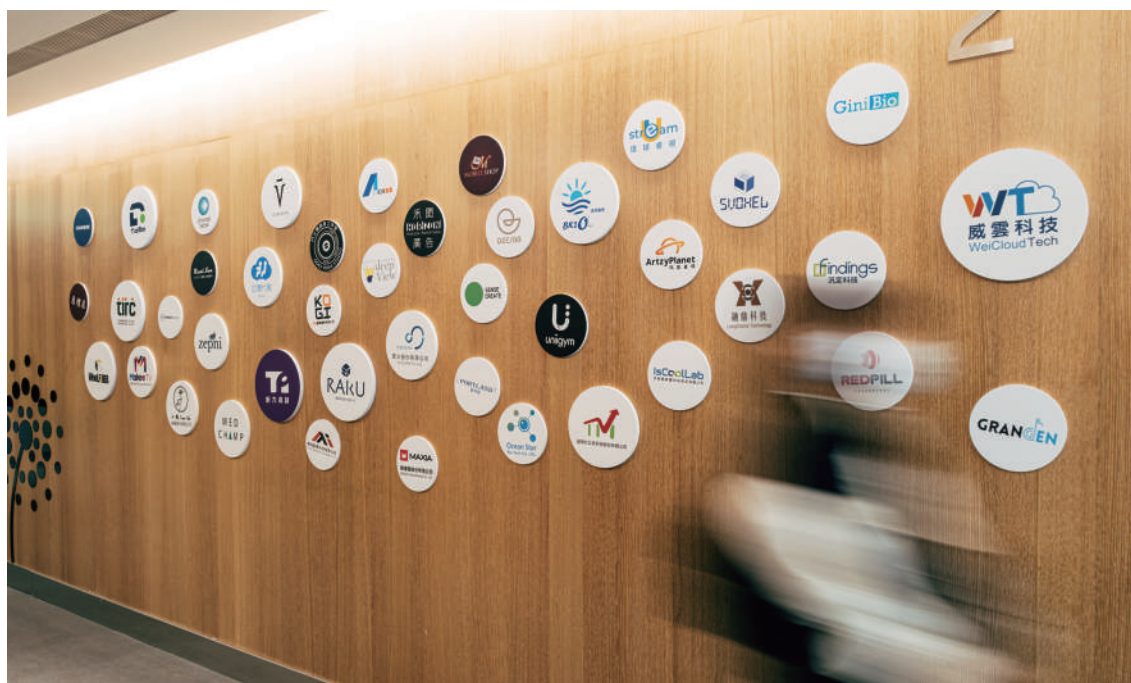
「這是一個創業最好的年代！」台北市產業發展局局長林崇傑說。網路的出現，降低了創業門檻；科技的進展，帶來了爆發成長的機會，新世代期望用自己的創意改變生活，甚至翻轉世界，「這個世代充滿一種對創新的想像，創新創業成為台北當代非常重要的能量。」

為了協助新創產業茁壯成長，早在 2015 年，台北市政府就打造一站式的創業服務平台「StartUP@Taipei 創業服務辦公室」，整合諮詢、業師、培訓、輔導、場域、資金、企業對接、國際鏈結等服務，透過單一窗口，省去要四處奔波、尋求資源的困擾，至今已有超過 3 萬間新創公司接受諮詢，「北

市府建構完整體系，把新創從小蝦米變成大鯨魚的過程中，所需要的資源都準備好。」林崇傑笑著說。

以新創最需要的第一桶金來說，StartUP@Taipei 提供完善的補助體系，創業補助最高 100 萬元、育成補助最高 300 萬元、品牌／研發補助最高 500 萬元，自 2015 年至 2019 年，總計挹注了高達 15 億元，扶持 1,100 家新創公司，這些公司的營收加總已達 967 億元，創造超過 64 倍的效益，累積至 2020 年，更已協助超過 1,320 家公司。

StartUP@Taipei 的資源挹注，的確為台北新創帶來許多助益。像是線上教學平台「Hahow 好學校」，從成立時的 3 人團隊，如今已成長至 90 人，會員人數超過 45 萬人；將台灣元素幻化為印花布料的「印花樂」，從



「t.Hub 內科創新育成基地」空間牆面展示目前輔導進駐的新創團隊。

大稻埕一個小店面發跡，如今已進軍全球 60 個城市；主打水下運動科技的「快樂島」，以創新的穿戴式裝置，榮獲全球最大消費電子展「CES 2020 創新獎」的肯定；專注研發各式創新口味的「星球爆米花」，至今則已推出超過 50 種口味，熱銷全球十多國。

形塑獨具魅力的創業之都

林崇傑觀察，身為台灣首善之都，台北擁有得天獨厚的創業條件，匯集科技大廠、金融機構、知名創投和充沛人才，台北共有 33 所科技相關系所，每年有多達 6 萬名大學畢業生投入就業市場，提供源源不絕的生力軍。

此外，台北創業氛圍蓬勃，一年與新創相關的活動超過 860 場，代表平均 1 天至少有

3 場，同時還有超過 110 處與新創相關的創業基地、育成中心、加速器和共同空間等，「整個城市充滿一種創造未來可能性的氣氛。」最重要的是，台北擁有健全的城市機能、豐富多樣的文化娛樂活動，形塑獨具魅力的城市生活風格，吸引人才持續留駐。

也因此，台北新創的成長力道相當驚人。若將新創公司營收與北市府核貸或補助的金額相比，2015 至 2017 年是 39.9 倍，2018 年成長為 49.9 倍，到 2019 年已成長至 63.7 倍，其中成立 5 年內的新創公司更是占補助對象的 81%，「完全是增長十倍速的成長！」林崇傑說。

為了協助不同階段的新創發展，未來北市府提供資源的腳步將不停歇。過去 StartUP @Taipei 的獎補助規模，著重於創業早期階

段，林崇傑表示：「我們發覺市場上的資金補助，在 500 萬到 5,000 萬元之間是空缺的。」因此北市府目前正積極修法，希望在 2022 年推出「新創投資」，預計組織 50 億元的資金規模，由北市府出資 20 億元，吸引民間投入 30 億元，投資種子輪／天使輪／A 輪前（Pre-A）新創，每案投資約 1,000 萬至 5,000 萬元，希望透過更多元類型的資金挹注，幫助創業者站穩腳步。

打造全台最大規模的創育基地

除了資金外，打造扶持新創成長的創新育成基地也同樣重要，「育成空間和加速器扮演的是引動社群、帶動發展的角色。」林崇傑說。北市府在台北共規畫 23 處創新育成基地，面積廣達 58 萬平方公尺，創下全台最大規模，目前已完成 14 處，預計 2028 年將全數完工。

以去年底開始營運的「t.Hub 內科創新育成基地」來說，坐落於創造全台最高營收的內湖科技園區，總面積超過 7,800 坪，是全台灣最大的育成空間，不管一人、十人甚至是上百人的團隊，都有合適使用的空間，滿足新創在不同成長階段的需求。

最特別的是，t.Hub 不只提供育成資源，還設有托育中心、醫院診所、健身中心、咖啡廳，又鄰近捷運站，生活機能完善，讓創業者也能兼顧生活，目前吸引超過 60 組團隊入駐，進駐率近 8 成。

林崇傑表示，這 14 處基地各有不同特色，滿足新創各種需求。除了像 t.Hub 這種綜合性空間外，也有針對特定新興科技，如 AR、VR、區塊鏈的育成中心，其他還有建構產業

鏈及促進產業群聚的空間。像是位於永樂市場的「T-Fashion」，匯集打版師傅、布料供應商、新銳設計師、模特兒經紀公司、學校系所等，提供時尚產業發展的平台；而在圓山和南港分別各有 5 個和 6 個基地，構成產業聚落，期待帶動區域發展。

「創業是九死一生，不是每個人都會成功，但我們給予你跌倒之後還可以再站起來的機會，從每次失敗中吸取經驗，創造更多可能性。」林崇傑說。在創業最好的年代，北市府提供最堅實的後盾，激發台北更多新創軟實力。

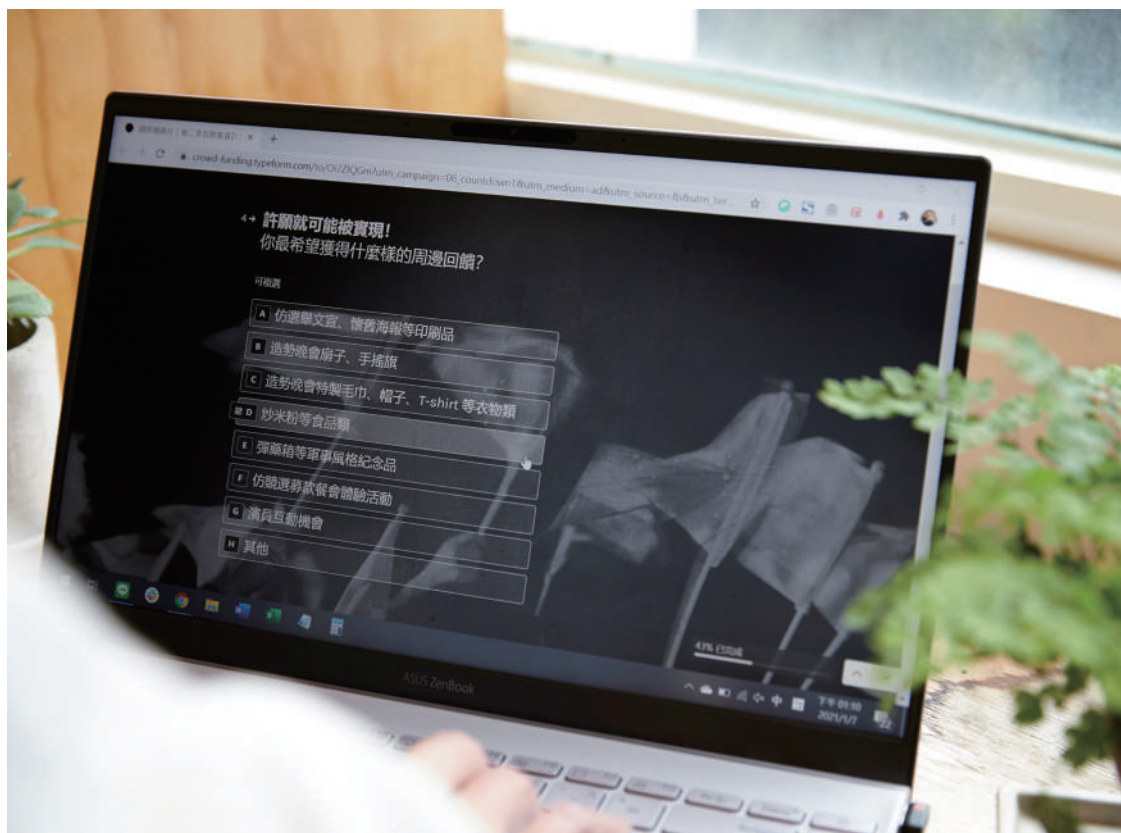


進駐團隊在「t.Hub 內科創新育成基地」也能體驗各種創新科技的生活應用。（圖為智能科技點餐販賣機。）

齊心協力創造美好 群眾募資圓創業夢

文—張雅琳
攝影—黃政達
圖—生鮮時書

當「創業」成為新一代進入社會的選項之一，漸漸成熟的群眾募資風氣，無形中也成了一股助力，為創業者另闢一條圓夢的路。而居中輔導的眾多群眾募資顧問公司，在科技、設計、影視和社會議題等跨領域的媒合經驗裡，也創造出更多改變社會和城市的美好價值。



「貝殼放大」以事前的市場調查機制，幫助創業者優化自家產品。



左：林大涵認為群眾募資平台是創業者測試市場反應的重要管道。右：各種類型的產品和專案都能透過募資管道，獲得大眾給予的支持。

用提前信任換取資源

創業不能光只有夢想與熱情，還需仰賴專業的策略，群眾募資顧問公司「貝殼放大」創立迄今已輔導超過 300 個國內外專案、總募資金額超過 22 億，以「透過群眾的力量，讓有價值的事物可以得到更好的機會」為願景。創辦人林大涵將「群眾募資」形容為「一個提前相信的流程」，將得到的信任經此過程轉換為更好的籌碼，交換到更多實際的資源，「當你身為產品開發者，有了群募訂單，就比較容易說服投資者；如果做的是倡議型的提案，也能透過群募的聲量，招攬更多認同。」

林大涵接著說：「很多時候我們看的不只是創業計畫的內容，而是這個創業團隊本身的信念，能否以實際行動爭取大眾的支持。」專案起始之初，貝殼放大會先透過市場調查

做可行性分析，從樣本數裡分析出優化的建議，這也是傾聽使用者聲音、獲取反饋的方式。他建議創業者應做到的基本準備，就是盡可能先以較低成本打造出能夠提供市場試驗自家產品和商業模式的 MVP（Minimum Viable Product；最小可行產品），「因為很多時候所測試的不只是市場反應，更是測試在市場上的可行性。」

成為推動城市進步的力量

百年來，台北身為台灣的首善之都，聚集了來自四面八方的人才，自然也比其他城市擁有更多有利於創業的資源，林大涵指出，「光是資本密集、媒體匯聚這幾個條件，就足以讓大多數的創業者優先選擇在此進行計畫。」在團隊經手的專案裡，北北基的案件就占了將近 6 成，南港軟體園區、內湖科技



「Lightbox 攝影圖書室」以及「日星鑄字行」是透過群眾募資讓文化資產得以延續的最佳範例。

園區等高科技產業聚落的建構，也成了最堅強的後盾，因此來自大台北團隊的提案中，不乏 Cubio 掌上型雷射雕刻機、Cubo AI 智慧成長型寶寶攝影機等科技類型的產品，多半都是源自於這樣的地緣因素。

林大涵認為，群眾募資有三個很重要的正面意義，一是讓生活有更多更好的選擇，二是讓更多城市空間得以誕生，三是讓文化內容獲得更多發展機會，台北就有不少很好的實例。他舉獲得「2019 台北老屋新生大獎」社區空間類首獎的「Lightbox 攝影圖書室」為例，透過群募籌措搬遷資金，如今館內可提供 4,600 本書籍免費閱讀，也會不定期舉辦講座、交流攝影文化，打造更理想的影像識讀分享空間；又或是由貝殼放大執行的「日星鑄字行：字體銅模修復計畫」，以推廣繁體漢字為號召，觸動群眾的共同記憶，成功募集到近千萬元，讓老舊的鑄字行搖身一變成為

打卡熱點，也帶動太原街一帶的觀光熱潮。

他感性地說：「當這些空間和文化繼續存在，持續說著自己的故事讓更多人知曉，也能讓贊助者感覺到因為相信、並且付諸行動支持的滿足，甚至是超過期待的回報，未來便能激勵大眾對下一個改變更有參與的動力。」憑藉這些正向的循環，就有可能讓社會變得比想像中更好。

群募類型多元讓創業路走更遠

台灣的群募產業發展脈絡大約於 2012 年上半年開展，至 2017 年時已累積一定程度的商業規模，林大涵形容目前以自己的「體感」而言，新一波的創業黃金時代，似乎即將誕生，「而且你會慢慢發現，有些提案在台灣不做募資反而變得很奇怪，可能是一個有議題的桌遊，或一支有話題的紀錄片，這是我

覺得很有趣的改變。」

隨著群眾募資越來越蓬勃發展，近年五花八門的提案，哪些類型脫穎而出、引發廣大回響？林大涵指出其中吸引人的關鍵之一是「生活」。以日曆來說，如果喜歡看書或是花花草草的，收錄作家金句的《讀曆書店》日曆、每天介紹一種植物的《一年生》日曆，就很吸引目光。「當這些和生活切身相關的產品，結合了特定的價值觀或信仰，就變得與大眾相對好溝通。所以說為什麼環保相關的產品特別受歡迎，就是因為它勾勒出理想生活的樣貌。」

訂閱式募資是時下另一種熱門趨勢，有別於一次性的募資，讓使用者透過定期付費訂閱，獲得相應的內容回饋。林大涵認為粉絲支持特定人物的「抖內（donate）」模式已然發展成熟，Hahow 好學校、YOTTA 等知識付費型的線上課程平台更是新的一波藍海。而在這兩類以外第三個廣受關注的類

型，當屬社會運動或議題的募資，開始從以前的「對抗型」慢慢轉為「建設型」，比如去年1月初畫下句點的智慧海漂垃圾收集機器人「湛鬥機」專案，又或是二度募資的「ARRC 前瞻火箭」，讓台灣自製火箭上太空不是夢，兩者都是透過定期定額的資金支持，讓提案團隊得以擁有更長的一段執行時間，更有餘裕地逐步實踐計畫。

常有人問林大涵，群眾募資的深度支持者，都是些怎樣的人？「有時候比較開玩笑地講，我會說他們是一群腦波弱、心腸軟的人，容易被打動，對於社會上種種不平等的現象較為關心，也希望自己的付出可以帶來些許改變；但我更喜歡用『好人』來形容。」每一次的贊助，不僅是支持一個創業夢想，更能使採取積極作為的參與者更加相信自己能夠改變世界，「也讓更多好人得到好報。」他正面地說。



左：關注生活議題的文創產品，是近期相當受歡迎的募資類型。（圖／生鮮時書） 右：「ARRC 前瞻火箭」這類需要長期開發的科技產品，使得定期定額的產品募資受到矚目。

找尋自我風格 個人品牌時代來臨

文－林郁嫻

攝影－林軒朗

圖－少女凱倫、93 巷人文空間

消費者對於品牌的信任能夠連帶引發購買商品的動機，如果將品牌的策略轉移至個人身上，何種特質能對大眾產生足夠的吸引力？個人品牌「少女凱倫」創辦人凱倫的答案是「專業度」。近年來，青年的創業型態從零工經濟、斜槓接案，再到個人品牌經營，路線不斷改變與修正，一如凱倫對自己抽絲剝繭，在逐漸認識自己的過程中，把專長強化成專業，提供時下新創者一條打造個人品牌的參考方向。



少女凱倫透過文字力，打造自己的特色與優勢。



凱倫將探索自我優勢的心得集結成書，引導許多人藉由反思自我，找出更多人生的可能性。(右圖／少女凱倫提供)

從檢視自己的優勢出發

「對我來說，個人品牌的核心本質，是追尋自己喜歡的事情，並在過程中更認識自己，強化個人品牌的定位和特色。」凱倫在求學時期，就清楚訂下未來目標——成為電視新聞記者，但人生航程不是揚帆後就能一帆風順，凱倫在社會新鮮人時期，從社群小編、約聘記者，到公關操作、統計軟體應用，什麼都做、什麼都學，在不同工作與兼職中輪迴，甚至在 25 歲後仍當著工讀生，只為了等待轉職成為記者的機會，「我一度覺得我的能力被侷限了，找不到人生的意義。」

因為這份不甘心，凱倫開始尋找走出以零工維生的出口，她重新檢視自身的工作專長，「我發現能夠快速書寫的『寫作力』是我的優點，這多虧了寫網路新聞的經驗，一天 10

篇稿子的壓力使我迅速成長。」於是她試著在網路上分享自己的工作經驗，提供一篇又一篇職場菜鳥觀察，成功在年輕族群比例高的 Dcard 產生回響。

透過在 Dcard 的成功經驗，凱倫發現多元化的網路平台，像是 Facebook 粉絲團、Instagram、各大論壇，甚至是自己架網站，都能藉由嘗試書寫以轉換跑道，並且透過網路無邊際的擴散特性，進而發展出個人品牌雛形，「以我的經驗來說，因為不再受限於為雇主而寫的制式模樣，因此擁有調整寫作風格的彈性，也更能取得網友共鳴。」

強化個人專長並積極「被看見」

為了讓個人品牌特色更廣為人知，凱倫藉由閱讀充實自己，強化個人「寫作力」，以



左：凱倫在各大校園與企業演講分享「WPV」理論，鼓勵創業者找出專業與競爭力。右：凱倫從自己喜歡的閱讀出發，透過讀書會建立人脈網絡，強化個人品牌能見度。

書寫出更好的文章。接案性質的工作，使她有機會不斷於城市中移動，只要路過書店，都會鑽入其中吸取書本裡的智慧，「像是在永康街一帶、誠品中山地下書街等，隨時都能找到有興趣的書籍，讓自己保持在充電狀態。」

除了讓自己產出的文章具有高品質，她也深知要「被看見」才能脫穎而出，於是她選擇從喜歡的閱讀出發，發起線上社群活動，像是跨界讀書會，聚焦在自己感興趣的職場規畫、自我成長、習慣養成、心理學等書籍討論，並透過定期活動，積極串聯參與讀書會的成員，以及邀約喜歡的作者前來演講，讓凱倫在正職工作之外，也逐步摸索出文案書寫和讀書會創辦人的個人品牌特色。

從斜槓接案到建立個人品牌，凱倫認為須

具有「備受肯定的專業」，才能稱作品牌。她建議用她自創的「WPV」理論找出自己的專業，「當我能做好某件事（well）、我對它具有相當熱忱（passion）、並能從中找到自我價值（value），此三者交織的共同點便是個人的天職。」WPV 理論可應用的範圍廣泛，以目前盛行的 YouTuber 而言，不論遊戲、美妝、旅遊、產品評測等類型，都是將個人興趣、專長發揮到最大值，進而轉化成專業，並且透過觀眾訂閱數反映大眾給予的肯定。

城市的多元造就個人品牌

凱倫近期正式將「少女凱倫」登記為公司行號，並且將原本的線上讀書會開拓至線下，透過面對面的方式，建立信任感、串接資源

與人脈，她提到，「對於創業者來說，能夠找到志同道合的朋友，並且交換即時的回饋，這樣的連結感相當重要。」台北擁有許多共享空間，例如共同辦公室、短租場地，甚至是企業免費外借的空間，都能提供讓創業者逐步建立品牌人脈的實體場域。此外，她特別提到，由於出版媒體業多分布在台北，更有助於藝文產業在此創業成功，「滿推薦天下、遠見等出版社在台北開設的複合型咖啡廳，可以邊品飲、邊翻閱各出版社的年度經典書籍，觀察社會趨勢，而透過這些空間舉辦講座、集會、與廠商洽談合作，也能提升自我品牌在社會上的公信力。」

台北創建個人品牌的風氣，相對亞洲鄰國

旺盛許多，或多或少跟自由的民風有關，像是同志的個人品牌發展，在台北就比較容易被接受。凱倫並指出，韓國、日本新鮮人的整體就業趨勢，多以搶進大企業為目標，而台北的就業風氣則偏向發展個人特色，將技能觸角伸向多元的領域。

凱倫回顧自身個人品牌發展的歷程，她認為最大的收穫，在於專注經營個人品牌的同時，從而認知自己是誰，每一步都走得更加踏實與明確，「拿回人生主導權便是個人品牌的意義。」在台北包容多元文化的風氣之下，不僅能更明確地開拓未來事業的自我特色，也能為個人品牌注入良好的發展能量。



台北有許多複合式的藝文空間，提供個人品牌創作者舉辦活動、演講或觀察社會趨勢的場域。(圖／93巷人文空間)

吉祥食物



要吃什麼才會「賭家伙」？

文·圖—魚夫

現代人生日要吃蛋糕慶祝，為什麼是蛋糕雀屏中選，而不是別的食物呢？據說這是從希臘流傳下來的風俗。

古希臘人信奉月亮、狩獵的女神阿堤米絲，每年在她的生日慶典，必須在祭壇上供奉蜂蜜餅乾，並點上蠟燭，營造神聖的氛圍，以示尊崇。希臘人又相信在生日這一天，靈魂最容易被惡魔入侵，所以需要眾親友的聚氣祝福，以力抗惡魔，這般習俗演變到後來，變成送上從前只有國王才能享用的蛋糕作為最高的誠意，再插上具有祭拜阿堤米絲神祕

力量的蠟燭，許願後吹熄，願望就會實現。

想來生日吃的蛋糕就是西洋吉祥食物。而咱們台灣版過生日，傳統則是吃豬腳麵線，又是根據什麼來著？

豬腳麵線若能再加上一顆紅蛋，那就功德圓滿了。紅蛋之為用大矣哉，紅色象徵吉祥、喜慶、希望，且能辟邪，蛋又是生命的起始，圓形外表還有圓滿融合的意義在。

享用麵線時，萬不可咬斷，因為製作麵線時麵條被拉得很長，又叫「長麵」，長麵的音近「長命」，因此又稱「長壽麵」，所以享

用時不可用筷子夾斷，以免夭壽。

那豬腳裡最好還帶塊豬蹄，台灣話有句諺語：「衰到踏著豬屎。」過去養豬環境不佳，豬隻常腳踩穢物，引申為吃豬蹄可將衰運踩在腳下之意。

以上所言，果真有效乎？啊知，反正台灣人的觀念相信吃形補形，腦袋長在自己的脖子上，各自發揮想像力去吧。

台灣話說：「好喙斗。」是形容不挑食，什麼都吃，若能有「好喙水」（好的口才）那就更完滿了。

享受吉祥美食之際，最好再添上兩句美言，諸如「食芋才會有好頭路」或「食米粉芋，才會好頭路」，吃芋頭跟工作、職業當然八竿子打不著，但聽到這句祝福，食欲大開，肯定是有的。

再諸如「食粿才會賭家伙」、「食雞起家」、「食龍眼，賺錢像海湧」、「食菜頭，好彩頭」、「食香菇，金銀財寶滿倉庫」、「食水餃，生意做袂了」、「食甘蔗，做阿舍」、「食土豆，食乎老老老」、「食瓜子，好過日子」、「食貢丸，囝孫中狀元」等，當然連飯後吃水果，也有諸如「食王梨，好運來」、吃橘子代表吉利等意味在。

吉祥食物中，人們最耳熟能詳者便是紅龜粿了，祭祀、喜慶或年節時，都是重要的主角，然食粿有分教：華語文化裡的「糕」在台語裡多數是「粿」的意思。如「綠豆涼糕」，台語說「綠豆粉粿」、「蘿蔔糕」說「菜頭粿」、「甜糕」說「甜粿」；而台灣古早時代的年節文化並無所謂吃「年糕」，而是吃「炊粿」，要準備甜粿、發粿、包仔粿和菜頭粿等，且能端上供桌祭拜神明的才夠資格叫作粿，有古閩南語活化石之稱的中國潮汕



「食水餃，生意做袂了。」圖為台北龍門客棧餃子館。

話，亦尊粿而輕糕，和台語雷同。

說到吉祥食物，隔鄰的日本也不遑多讓。隨著日本美食逐漸在台北流行起來，許多典故也為人所知，譬如日式豬排飯。

現在日本人稱豬排飯為とんかつ (tonkatsu)，這是將日本漢字「豚」(ton) 和英語 cutlet 兩字結合起來的新名詞，但因為かつ的發音和日文裡「勝つ」一樣，代表勝利的意思，所以凡我莘莘學子欲金榜題名，在考試期間就要多吃豬排飯才會出運。

再如日本人相信過年要吃蕎麥麵方能去霉運。日本過的是新曆年，除夕指的是每年的12月31日，日文叫「大晦日」，這一天得吃一種跨年的蕎麥(年越し蕎麥)，因為蕎麥麵的「筋性」沒那麼強，容易剪斷，所以又可象徵將過去一年辛苦煩惱的霉氣給截斷了去，不要帶到即將來臨的嶄新一年。

原來這世上吉祥食物如此之眾，我聊畫數樣表現，那些都是吃了就會賭家伙的啦。



影片分享

台北的異國年味

口述、攝影—西西歪、狄達

文字整理—黃映嘉

圖—晶華軒

西西歪與狄達，分別為馬來西亞人與香港人，6年前來到台灣求學，並開設 YouTube 頻道「甜度冰塊」分享他們的日常生活。目前已在台灣投入職場的他們，想家的心情始終濃烈，好在台北有許多道地的馬來西亞與港式餐廳，過年期間就算因疫情影響無法回國與家人團聚，他們依舊能透過味蕾感受家鄉的溫馨年味。

在台北為馬來西亞遊子煮年菜

以馬六甲「沙嗲朱律」（Satay Celup）與巴生「碌碌」（Lok Lok）為主題的「吧生仔碌碌」，是許多在台念書的馬來西亞學子，到公館必吃的家鄉菜。西西歪分享去年農曆年節期間，因為疫情的影響，很多馬來西亞人無法回家過年，因此同樣來自馬來西亞的老闆池雪麗便決定留守在店裡，烹煮道地的馬來西亞年菜，讓異鄉遊子都能找到彷彿回家的感覺，「而今年老闆也會持續這麼做！」

池雪麗會在除夕準備一道馬來西亞代表年菜「撈生」，又稱「七彩魚生」，傳統上是大年初七「人節」必吃的食物，相傳女娲娘娘在第7天造出了人，於是這天便是人類的生日。



色彩繽紛的馬來西亞傳統年菜「撈生」充滿吉祥喜氣。



左：「撈生」的每項食材都有吉祥意義，品嚐時要一邊講吉祥話、一邊將食物高高撈起。右：「芋頭佛鉢咕咾肉」底層為酥炸的芋泥，口感外脆內嫩，同時具有好兆頭的意涵。

這道料理是由生魚片、生菜絲、紅蘿蔔絲、沙葛絲、黃瓜絲、紫包菜、薑絲、青木瓜絲、餅乾脆片、碎花生等食材組成，醬料則以酸梅膏加桔子汁添糖水調配。所有材料都會擺放在碟子上，每一種食材都代表著吉利話語，例如紅蘿蔔絲象徵鴻運當頭、生魚片象徵年年有餘、青木瓜絲象徵青春永駐……是富有吉利兆頭的料理。「發！發！年年有餘！」「撈起！風生水起！」西西歪開心地用筷子把食物撈起來，並且高喊吉祥話語，他表示，據說食物撈越高、喊得越熱烈，就越有好彩頭。

其他馬來西亞年菜還有「豬腳醋」，跟台灣滷豬腳不同的是，除了滷汁之外，還添加了醋味，酸溜溜的口味更加誘人開胃。「芋頭扣肉」和「芋頭佛鉢咕咾肉」則是馬來西

亞的客家年菜，由於芋頭與粵語「護頭」發音相似，意思為「好運氣、好彩頭」，因此一家人一起吃芋頭，便有了「合家團圓平安」的意象。



具有微酸滋味的「豬腳醋」，稍嘗一口便能感受清爽開胃的風味。



左：類似關東煮的「碌碌」食材種類多樣。右：「吧生仔碌碌」將馬來西亞街頭常見的碌碌車搬到店內，讓馬國海外遊子能夠來此找尋家鄉味。

而提到吧生仔碌碌，就不能不介紹店內十分有特色的碌碌車。在馬來西亞街頭經常會看到有碌碌車販賣一串串的碌碌，有點類似台灣的關東煮，池雪麗把一台碌碌車搬到店內，讓空間氛圍彷彿回到馬來西亞。你可以把一串串食材放在想要的湯底裡，包括叻沙辣湯和清湯。而馬六甲著名的沙嗲朱律，就是把沙嗲醬當成碌碌的湯底，讓濃郁的醬汁滲進食材，充滿熱烈的南洋風味。因此，不只農曆年節，馬來西亞遊子隨時都可以來到這裡品味思鄉。

茶餐廳的香港年味

提及香港年菜，狄達表示大多數人會指名「盆菜」。盆菜歷史可追溯至南宋末年，

當時宋少帝趙昀為躲避元帝國的軍隊追趕，一路逃到香港新界一帶，當地居民為了迎接皇帝駕到，匆促間將所有食物都盛裝在木盆裡奉上，由於每樣食材都貨真價實，而且充滿誠摯心意，不僅讓宋少帝感動，更讓這道佳餚成為年節傳統，並帶有團圓之意流傳至今。不過，由於盆菜分量龐大，多為大家族共享，準備起來也頗為費力，因此不少飯店業者會在年節期間推出外帶盆菜，讓想要感受團圓年味的香港人，都能呼朋引伴、豪邁品嚐。

以「晶華軒」的外帶盆菜來說，就將傳統食材再升級，提供視覺與味覺的華美饗宴。主廚選用直徑約 27 公分的砂鍋，先在底層鋪上北菇、白蘿蔔、大甲芋頭等較易吸收湯汁的食材；中層疊上燒鴨、蠔豉、貴妃雞等肉

類增添鮮美多汁的口感；最上層則鋪滿婆參、帝皇蝦、北海道干貝、白花膠等奢華食材，堆疊成極致奢華的年節料理。

如果是小家庭，或是幾位好友團聚，狄達補充說道，道地的茶餐廳就是非常貼近家鄉味的選擇，每逢農曆年節也有不少香港家庭會選擇前往茶餐廳熱鬧一番。每次與台灣朋友聊天時，狄達都會被問到：「台北哪裡有道地的茶餐廳？」位於公館的「茗香園」一直是她不變的答案。她提到，台灣的港式餐廳雖然不少，但大多數都有依照台灣人的口味做調整，而茗香園不管是料理或是飲品，都還原了港式料理最基本的味道。

狄達十分推薦新年必吃、同時具有好彩頭意象的港式蘿蔔糕，軟嫩口感搭配微辣的XO醬，更加夠味。另一道推薦料理則是奶黃口味的法蘭西多士，裡面包夾著鹹甜風味的醬汁，搭配鬆軟麵包外皮，口感馥郁扎實，令人十分難忘。

料理最能喚醒與家人相處的年節時光，縱



年節時，香港人常會全家前往茶餐廳，感受平價點心的年味。

使今年仍舊無法順利返家團圓，在台北的異鄉人們不妨藉著品味家鄉料理，感受遠方年味的呼喚。



大家族齊聚時，可以選擇食材豐盛的「盆菜」（左）來慶祝年節，小家庭則可以選擇茶餐廳的港點，例如蘿蔔糕就具有好運的意涵。（左圖／晶華軒）

方正格線上的黑白魅力 ——職業圍棋棋士

文－謝宛庭
攝影－林冠良
圖－俞俐均

台灣對於圍棋的概念多為休閒娛樂，但其實有一群人正努力推廣這項棋類運動，並積極參與世界賽事，不僅提升台灣的

國際能見度，也將圍棋的魅力傳達給更多人知道。擁有「圍棋甜心」之稱的俞俐均，4歲第一次接觸圍棋、9歲決心成為職業棋士，



俞俐均自4歲起便著迷於圍棋的世界，更立下志向要成為職業選手，至今已參加過無數比賽。



左：俞俐均（左）曾前往韓國受訓、參與比賽，感受與台灣不同的比賽氛圍。（圖／俞俐均）右：初學圍棋時，可以透過閱讀棋書，建構觀察棋局的基本概念。

13 歲時便成為台灣第一位女子業餘七段棋士，15 歲即通過職業賽事檢定成為一名職業棋士，從此沉醉於圍棋的世界，在方正格線上，透過一顆顆黑白棋子，追尋人生的奧義。

④ 賽前準備

目 維持手感、穩定身心

人生大半時光都與圍棋共度的俞俐均，曾在 2015 年加入中華職業圍棋協會新銳隊，並在 2016 年遠赴韓國國家隊受訓，讓她有感於國際與台灣認知圍棋的差異，「各國棋院的教學方式其實大同小異，但風氣相差甚大，韓國比較嚴謹專心，而台灣比較輕鬆自在，這也是為什麼『圍棋棋士』一詞，在國外被視為一種專業，但在台灣卻容易被打上問號，甚至有圍棋只適合聰明人學習的誤解。」

不過，無論在哪個國家，一位優秀職業棋士的養成，並非靠運氣，也非高智商，而是日常便與圍棋為伍，時時思考棋路以及對戰的方式。俞俐均提到，初學圍棋時，她會大量閱讀棋書，書中有眾多制式的棋理可以參照模仿，但是跳脫基礎以後，就必須仰賴實戰練習，從中推敲琢磨每一場棋局，才能將各種布局內化運用，「平常的訓練中，我會依照個人狀態選擇訓練模式，有可能是單純的擺棋，維持手感，也會設定死活題，讓自己靈巧應變戰略，或是與智能 AI 對戰，培養大局觀、增進計算力。」

屢次在賽事獲得亮眼成績，是俞俐均的成就感來源，但是在光鮮的背後，所有職業棋士都會面臨撞牆期，這時候，對於棋局的思考判斷或邏輯推理都不是突破困局的關鍵，而是適時調整心情與身體狀態，找回自己的



賽後利用 AI 智能進行「複盤」訓練，是精進棋藝的最佳方式。

步調。俞俐均不諱言自己也曾經歷低潮期，因此她開始習慣慢跑，用運動放鬆身體，同時讓心情恢復平和，「身心狀況和賽事表現息息相關，穩定維持自己的身心節奏，也是職業棋士的必備條件。」

⌚ 比賽期間 👁 等待機會、冷靜應對

俞俐均分享，在培生文教基金會棋下的海峰棋院推動下，台灣越來越多企業投入贊助圍棋賽事，才有了現今的海峰盃、棋王賽、UMC 聯電盃快棋爭霸戰和名人冠軍賽，「台灣的圍棋賽多以男女混打為主，約莫一百多

位職業棋士中，女性僅占 10%。」對此，俞俐均感慨認為，「女性同樣擁有綜觀棋局的思維能力，因此期待自己能夠強化優勢、補足劣勢，讓心境維持冷靜，沉著面對棋局的判斷。」她以自己的經驗為例，「有時候進行到中後盤，發現自己處於劣勢時就會開始著急，最後因操之過急下出無理的棋，反而被對手抓到破綻，讓原本還有贏面的棋局瞬間結束。」

此外，一場賽事短則一個月、長則半年，從回合淘汰制，直到八強循環戰，每一場棋局動輒 5、6 個小時起跳，極為考驗職業棋士的定性，比賽最忌心浮氣躁而自亂陣腳，「專注當下是制勝的唯一關鍵，直到比賽結束前，都不能鬆懈。」

① 賽後檢討

目 透過複盤回顧思考棋局

對俞俐均而言，圍棋是需要領悟力的棋類運動，因此身為職業棋士，必須格外重視自我檢視。回顧自己對戰過的棋手，年紀最小僅 11 歲、最大 40 餘歲，因此能否取勝無關年齡，每一次對弈，都有值得反覆思索的部分。專業圍棋棋士為了維持勝率，必須投注大量時間琢磨棋藝、思考布局，所需具備的專業知識，以及所承受的壓力強度，儼然超過一般休閒性質的對弈活動。

因此比賽結束後，俞俐均會透過 AI 智能將對弈棋局重新擺放進行「複盤」訓練，這也是增進棋藝的重要關鍵。由於 AI 智能的精密計算能力是人類所無法比擬，所以她會將棋

局重新套入軟體當中，讓 AI 智能完整示意每一手的最佳著手處，並分析當棋子落在不同著手處對於棋局的影響和勝率，進而審視自己的失誤、模擬對手的思路，「但 AI 智能只能呈現結果，無法述說原理，每一個落棋點的原因，仍要靠自己領悟箇中奧秘。」

無論是職業棋士的人數，或是一般大眾的關注度，相較於中國大陸、日本和韓國，圍棋在台灣是相對冷門的棋類運動，但俞俐均並不因此感到氣餒，2022 年將迎來四年一次的亞洲運動會，這一屆難得地將棋類納入競賽項目，為職業棋士搭建嶄露頭角的舞台，「我只有一個目標，專注訓練、認真比賽、大力推廣，為台灣爭取榮耀，也讓更多人能夠認識圍棋的魅力。」



姓名：俞俐均

職業：圍棋棋士

特質：努力、堅持、耐心、不服輸

工作任務：在每場賽事中精益求精，與各方棋手切磋，提升棋力。

核心理念：把握眼前每個得來不易的機會，全力以赴，才不愧對自己。





+ 台北

聊台北 Talk About Taipei

台北濃情巧克力
永樂市場不只是菜市場而已

共好台北 Better Taipei

便利雲端支付 打造智慧金融時代

拍台北 Capture Taipei

遇見魔幻台北

畫台北 Draw Taipei

台北城裡的自由魔法



台北濃情巧克力 —— 精品甜點主廚吳葵妮 × 旅遊美食作家徐銘志

文—林佳蕙 · 攝影—顏涵正



西洋情人節是許多人甜蜜說愛的時分，而甜甜的巧克力總與這樣的節慶意象相連，透過「Q sweet 精品甜點」主廚吳葵妮和旅遊美食作家徐銘志的對談，看見台北巧克力品項的最新發展，不僅種類多元且品質深具國際水準，為美好滋味帶出更多探趣的空間。

令人感覺幸福的甜美魔力

巧克力常是人們最初接觸甜品的品項之一，吳葵妮從小便因父親在世界各地工作，有機會品嚐不同國家的巧克力，養成了有別於一般人的鑑賞力。比利時巧克力學院畢業的她，認為在所有的甜食選項中，無論是滋味或食用後對身心產生的作用，巧克力都有讓人著迷的理由，她說：「食用巧克力會讓人的大腦分泌多巴胺，產生幸福快樂的感覺，在甜點的世界裡，它有無可取代的地位。」

相較之下，徐銘志自析對巧克力的啟蒙稍晚，學生時期的他也和多數人一樣，對巧克力的認識僅限於一般貨架上的商品。直到他成為媒體記者，開始對生活風格領域深入探索，才發現原來巧克力的世界如此深廣。「晚近 20 年，大家開始討論風土的概念，我才發現像可可這樣的農作物，會隨種植區域的氣候與環境產生不同的味道，而巧克力原來像紅酒一樣，有前、中、尾韻的變化，這和商業型只有可可和甜味的感覺完全不同，勾起了我對巧克力的興趣。」

在地食材更添品食之趣

因為深知巧克力世界的博大及其可創造的味覺魔法，24 歲便成為連鎖甜點品牌總監的吳葵妮在自行創業時，即萌發了要以國際水準打造自有品牌的想法，她說：「我在上海外灘看到時尚競爭的白熱化，深覺甜點未嘗不是這樣，甜點師傅在巷子裡守著一家小店的時代已經過去了，這是一個國際競爭的時代。我覺得要占有一席之地，並不是盲目地追逐流行的品項，而是要選擇所愛，並把熱情發揮到極致，才能和別人一較高下。所以我以自己最喜歡的巧克力為主題，把店內所提供的蛋糕、甜點和飲料都做到最好。」



以手工製作的巧克力產品，注入了職人百分之百的用心。



左：吳葵妮，比利時巧克力學院畢業，依憑著自身對可可風味的喜愛與信念開設「Q sweet 精品甜點」，並於 2019 年世界巧克力大賽奪下「全球最佳白巧克力霸」獎項，2020 年則成為亞太區 14 國得獎項目最多的主廚。

右：徐銘志，自由撰稿人，作品散見於《GQ》、《商業周刊》、《經濟日報》等媒體。近年聚焦於生活風格領域，常於報章雜誌書寫巧克力相關報導。

秉持著這樣的信念，她在 2019 年世界巧克力大賽（ICA），以使用花椒和草莓覆盆子的兩種巧克力品項為台灣首度贏得「全球最佳白巧克力霸」獎項，更在 2020 年 ICA 亞太區競賽「無調味黑巧克力甘納許或松露巧克力」項目光榮奪金。

種植條件的差異賦予可可不同的風味特色，徐銘志發現不少國家都以此為基礎，開始發展自己獨特的巧克力產品。在這樣的風潮下，台北的主廚也日益講究巧克力的品項

研發，例如「法朋」便曾推出包含玫瑰、醬油、桂圓、老薑、芝麻和香菜的「台灣六味」巧克力，以及「畚室」製作的「黑麻油鹽花」，都讓他印象深刻。「巧克力畢竟是外來的文化，透過大家熟悉的食材或味道，讓它和巧克力結合，可以讓台北與全台灣的消費者，在品嚐巧克力時，感受更多與自身的關聯性。」

無論黑白皆能調和討喜滋味

徐銘志指出，喜歡巧克力的人，多半由黑巧克力入門，而在近年強調原豆產地風味，以及從選豆、烘焙到成品一手包辦的「Bean to Bar」理念下，許多製造者已不再採取以現成的巧克力半成品加工成商業品項的製作模式，而是從挑豆階段便開始涉入，務求每個環節都能符合精品水準，像是他喜歡的越南 MAROU 和義大利 AMEDEI 精品巧克力，皆為這類強調風土特色的產品，當國內開始引進這類產品，也逐漸影響大眾品食的深度。



近年國內引進許多強調可可豆在地風味的巧克力產品，提供巧克力愛好者更豐富多樣的味蕾體驗。

而黑巧克力在不同甜度中，各有巧妙，可隨自身喜好尋味，他說：「我喜歡偏成熟、帶著大人感的微苦巧克力。這樣的苦味是可以回甘的，所以這種甜味不是一逕的甜，在不同時間點會有不同味道出現。」然而他也強調，雖然消費者現在都懂得以可可的百分比挑選黑巧克力，但這絕非唯一指標，「那只代表可可膏和可可脂的總和，但這兩者的確切比例，每家的作法不同，這都會影響口感，最終還是要看風味決定。」

儘管傳統上以黑巧克力為主力，但吳葵妮發現近年國際上也開始吹起白巧克力的風潮，她說：「黑巧克力本身味道較厚重，很多食材的味道會被蓋過，白巧克力比較沒有

框架，可以讓甜點師傅發揮天馬行空的創意，所以近年以白巧克力參賽的人很多。」而她研製的「花椒可可豆療癒巧克力霸」或「草莓覆盆子療癒巧克力霸」，也收服了不少原本只吃黑巧克力的客人。吳葵妮分析，時下的消費者已更了解機器和手工製品的差異，而主廚們也有廣大的創作空間，可以進行更多的創意嘗試。

現今關於巧克力的資訊遠比過去豐富，也有很多職人在台北各角落默默耕耘，持續推出精緻且創新的產品。兩人皆鼓勵消費者多嘗試、多比較，在味蕾的世界進行探索，也許就能發現讓自己真正著迷的命定滋味。



「Q sweet 精品甜點」以加入創意食材的巧克力作品，征服世界級評審的味蕾。

文史

永樂市場不只是菜市場而已

圖—水瓶子



文—水瓶子

作家、文史工作者、青田七六文化長。著迷於無目的的城市散步，到世界各大城市留下足跡，走過一座橋，便開始想像橋下河流的身世，更想了解背後的故事與流過的時光。著有《台北慢步》、《台北咖啡印象》、《臺北老屋三生事》等。

大稻埕每到假日人潮眾多，很多民眾出來逛街購物，疫情爆發前，每天更有世界各地的觀光客前來，究竟永樂市場是何時開始那麼熱鬧的呢？

郭 雪湖在他 1930 年的畫作《南街殷賑》中，描述中元節時台北霞海城隍廟旁人車眾多、逛街購物的景象，街屋上的看板標榜在地農特產品。時至今日，我們強調在地精神，原來當年的永樂町（迪化街周邊）就已經將「越在地就是國際化」的概念應用在廣告看板上了。

永樂市場前身是花園

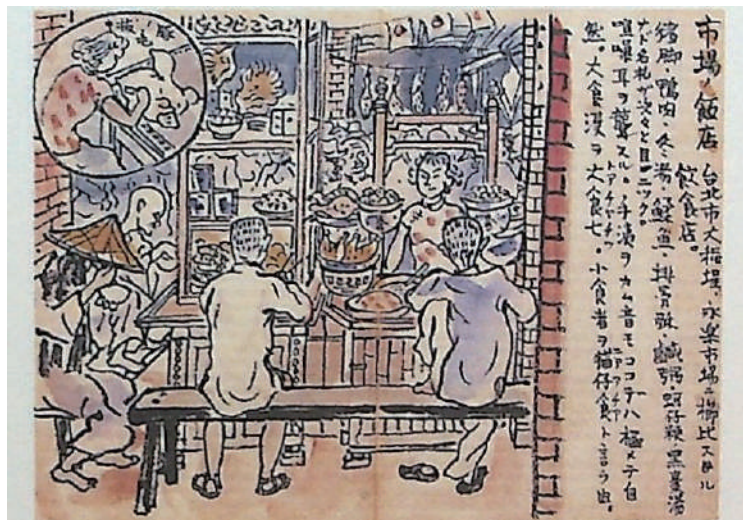
根據 1895 年《台北及大稻埕・艋舺略圖》的圖資，今日大稻埕的永樂市場，原本是一座花園，位於城隍廟以南的區域，鄰接蘆竹腳街與鴨寮街。光是這幾項資料，永樂市場興建前的地景彷彿重現一般，在我腦中浮現竹林、鴨寮、花園的景象。

時間來到 1908 年，大稻埕新市場興建，是座東西向、長型挑高的磚造市場，屋頂挑高類似太子樓可通風採光，與艋舺新起街市場（今西門紅樓）同時舉辦開業典禮，是台北城進步、現代化的象徵。

直到 1920 年台北州設台北市，因應地方自治精神重新規畫分區，而後 1922 年大稻埕新市場也改名為「永樂町市場」。

永樂町市場成為最大複合式商場

1932 年，大稻埕當地人發起成立「永樂町店鋪建築信用買賣利用組合」，在永樂町市場北鄰霞海城隍廟的轉角處，興建了「永



左：永樂旅館的廣告內容標榜具有現代化設施。右：1962年畫家立石鐵臣的《台灣畫冊》中，描繪永樂市場飲食攤位的熱鬧景象。

樂店鋪」，主建築樓高4層，兩翼則是呈現L型、具有現代主義風格的新式2層樓建築。永樂店鋪在興建時就開始招商，轉角的大樓2樓經營「永樂ホテル」（永樂旅館），3、4樓「カフェー百合」咖啡店是有女給服務（指1920、1930年代，女侍、女服務生在咖啡店所提供的接待服務）的咖啡館。

永樂町市場最初300多坪的磚造本館，旁邊有木造飲食店，加上後來興建的永樂店鋪，從生鮮蔬果、布行、飲食、和洋雜貨專賣店等一應俱全。根據《台北州商工要覽》（1939年版）永樂町市場店鋪數量達239間，已是新起街市場的2倍多，是當時台北市最大的市場。

台北文青聚會新選擇

當時永樂旅館主人陳春金接受報紙訪問，因看好台灣博覽會（1935年）帶來的商機，

投資旅館生意，當年他在報紙與旅行雜誌刊登廣告，強調每一間客房都有電話與洗臉台，客房內有寫字的辦公桌，住宿費從1圓到5圓不等。據說旅館的地毯、家具由日本進口，非常高級，還設置了餐廳、會議室等。

1934年12月9日，永樂旅館開業不久後，瀛社例會在此舉辦，會員出席40餘人，中南部的詩友亦來赴會，席間作詩的主題是〈陳蕃榻〉，每人最多繳交一首，下午5點鐘交卷後隨即晚餐，最後公布得獎名單，入選20名贈送獎品，當天旅館主人陳春金送了10圓及油紙等。詩社成員許多為大稻埕地方仕紳，可見陳春金政商關係良好。

永樂市場周邊還有永樂座戲院，整個街廓涵蓋今日的迪化街、延平北路，周邊有各行各業的店家，食衣住行育樂、求神卜卦擇日等都有，期待今日越發蓬勃發展的在地文創，能緊扣此地豐富的文化與歷史，延續過去的美好韻味，也持續創造出新的地方商機。

便利雲端支付 打造智慧金融時代

文—田育志 · 攝影—林冠良 · 圖—將來銀行



受到疫情影響，保持社交距離成了一種新生活運動，而近幾年陸續發展的各式雲端支付，不論是線上的金融交易，或是日常生活的小額支付，無疑成了疫情時期的一大解方。另外，趁勢而起的網路銀行，帶來的不僅是科技上的突破，更改變了你我的生活。

從交通支付到便利支付的悠遊卡

生 活在台北這座城市，不論是搭乘大眾運輸，還是停車付費，悠遊卡已經是日常生活中不可或缺的一張卡片。去年迎來成立第 20 週年，悠遊卡股份有限公司董事長陳亭如逗趣地分享，若將至今發行的悠遊卡疊起來，高度已有 17 座台北 101 大樓這麼高。

「最一開始，悠遊卡從沒想過做雲端支付，它比較像一個載體，整合了許多便民服務。」陳亭如提到，為了解決金額小、支付繁瑣的交通費而出現的悠遊卡，在這波雲端支付的浪潮裡，思考的其實是如何將民眾的交通習慣與金融支付巧妙地整合在一起。

陳亭如分析道，由傳統的現金支付轉換到雲端支付的過程中，有三個由悠遊卡延伸而

來的因素得考慮。第一個是無現金環境，這也是目前台北市的優勢，隨著裝設悠遊卡機的店家日益增多，自然有利於消費者使用悠遊卡來支付；第二個則是政策的配套推動，例如敬老金以敬老卡的儲值點數取代現金發放，也漸漸影響了長輩過去使用現金消費的習慣；第三個則是要掌握改變的契機，雖然疫情打亂了生活步調，但在避免人與人之間過多接觸的考量下，也讓雲端支付有了更大的發揮空間。

結合行動化與數位化而誕生的「悠遊付」

在這樣的時空背景下，悠遊卡公司在 2020 年 3 月推出了「悠遊付」，拓展了過去實體悠遊卡的行動化與數位化功能。「行動化是



悠遊卡股份有限公司董事長陳亭如提到，從金額小又繁瑣的交通支付出發，到日趨增加的小額支付，「悠遊付」有效地整合了台北人的消費模式。

把過去的實體卡片裝載進手機裡，而數位化則是進一步讓悠遊付成為一種錢包的概念。」陳亭如如此解釋。

行動化後，只要透過手機就能增值或是進行小額支付，同時，由於可在未連網路時使用，因此不必擔心因連線品質不佳而遭遇無法付款的窘境。陳亭如提及，目前與手機品牌合作推出聯名悠遊卡，用戶可直接利用手機 App 下載虛擬卡片使用，不論是消費表現或是記名比例，都有不錯的效益。

截至去年底，悠遊付已突破 75 萬名會員，細數悠遊付與其他雲端支付不同之處，陳亭如首先提到，悠遊付可以綁定 20 張悠遊卡，也可以綁定銀行帳戶自動增值，「過去悠遊卡丟了就丟了，但悠遊付有記名制的綁定功能，即使丟了還有雲端資料可以查詢，我們

就能將遺失金額退還給消費者。」

同時，悠遊付也積極結合市府服務，與使用者的生活做連結。例如「親子綁定」功能可連結數位教育平台，學費帳單能透過悠遊付即時繳納；另外也能透過悠遊付領取生育與托育補助，「過去使用實體卡片，無法得知使用者的身分輪廓，但透過悠遊付的綁定功能，就能清楚知道這位使用者的角色，進而提供更切身的優惠資訊。」陳亭如認為這樣的折扣資訊對使用者而言是更有意義的，同時也能促使民眾嘗試轉換支付方式，建構更完善的智慧金融模式。

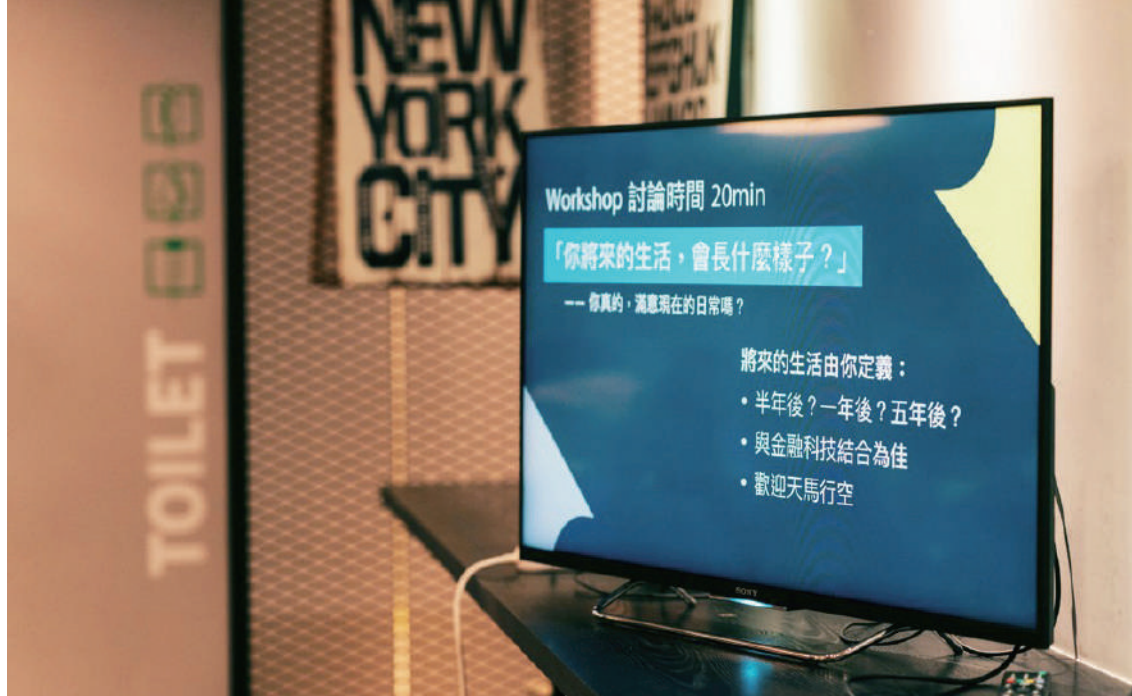
金融智慧化是當前不可或缺的服務

另一方面，甫取得純網路銀行執照的「將來銀行」，在這波雲端支付的趨勢裡也躍躍欲試。將來銀行法務長李蘊恆指出，雖然許多傳統銀行已紛紛推出自家 App，但介面設計上仍然以原有的金融商品為核心，且傳統銀行所衍生出的儲匯、證券、保險等業務，可能都分屬在不同的子公司；純網銀的優勢則是打破商品間的疆界，將這些金融服務整合在一起，也因為沒有傳統銀行的行政、制度包袱，在 App 的設計上能更貼近客戶的喜好與需求，讓使用者能打造專屬自己的純網銀頁面。

李蘊恆也指出，根據台北市民政局的統計，15 至 39 歲人口已占目前台北市人口 30% 以上，「這群人對於資訊的共享、掌握程度都是比較高的，純網銀作為一種創新的金融服務，自然瞄準這樣的年齡段作為目標客群。」加上台北擁有高水準的網路技術與網路普及率，還有消費者對金融服務有較高的使用需



「悠遊付」可以減少實體卡片的發行，只需攜帶手機就能租借 YouBike、買小額商品。



網路銀行將「科技」與「金融」結合，讓金融服務更加便利。

求等，都是網路銀行在台北發展的利基。

李蘊恆認為，科技能替人們解決許多生活上的不便，而許多生活型態的最後一哩路，都會與金融服務有所連結，例如叫車服務或是外送平台，最終都會需要金錢支付，「連結日常生活與金流間的角色，就是網路銀行希望能做到的服務。」

也由於網路銀行提供的不僅是既有的金融商品，而是結合現有生活型態的金融服務，李蘊恆表示，以將來銀行為例，「其實我們從一開始就把自己定位成是一間領有金融牌照的科技公司。」將來銀行之後要推出的 App，在介面上會更以使用者的習慣為導向，「就像客戶能透過 App 知道自己花了多少錢在什麼地方，就可以更了解和管理自己的財務狀況。」未來，網路銀行不再只是處理匯款、投資時才會想到的金融服務，而是融入在日常的食衣住行育樂之中，只要有金流的地方，就有網路銀行。

像這樣以使用者為中心的金融服務，對雲

端支付或是網路銀行而言都是重要的考量，陳亭如也提到她對智慧金融的想法：「在不與使用者面對面接觸的雲端服務中，我們一直希望能創造『新體驗』與『心體驗』，即使是透過手機或網路，也能感受到人情味。」而李蘊恆也希望，未來提到智慧化一詞，不會只有物聯網或是自動車等事物，金融服務的智慧化，同樣也是現代生活中不可或缺的一環。



「將來銀行」期望以創新思維，打造以使用者為中心的全方位金融服務。（圖／將來銀行）



永康街—是的，主人



萬華區—勝利女神



台北市立美術館－參與者



台北小巨蛋－發功

攝影——陳尚平



台北人，哥倫比亞大學都市設計碩士、德州大學奧斯汀分校建築碩士，曾任教於淡江大學與台灣科技大學建築系，現主要從事街頭攝影及都市觀察。著有《我在台北放框框》攝影書。

台北捷運——遇見紅心人



西門町——腦部整修



西門町——休息中的雕像



遇見魔幻台北

文—陳尚平

城 市是一個大舞台，我們每個人既是表演者，也是觀眾。每當我拿著相機，更覺得台北不斷地在上演各式戲碼，讓人目不暇給。而其中特別令我著迷的，是魔幻劇。

正如許多人一樣，一開始我傾向於相信照片可以客觀捕捉人們的生活樣態，卻也隨即發覺，拍攝者會將自己的意念投射到影像裡，或者說，會帶著主觀看世界。也因為每個人的主觀不同，看到的世界就很不一樣。

我所看到的台北，常會在不經意間冒出一些魔幻時刻。那些場景，在真實生活中往往不具意義，也非拍攝前所能擬想、編造，但卻總在不經意的時刻不請自來，像某種快閃

行動劇。戲的內容有時荒謬、有時令人莞爾、有時似有深意，卻總像要跳脫眼前的世界，帶我進入另一個幻想國度。遇到這種時刻，我總會屏氣凝神，希望不要打擾了這明知是錯覺的戲。而我所熟知的台北，也會在那些時刻，突然顯得陌生，有如體驗了一場瞬間發生的夢。

可以說，照片中所顯現的，既是當下，也不是當下；既是台北，也不是台北；是我，也不是我；那些景象確實發生過，且被相機記錄下來，卻也可說只在照片中存在。或許這正是攝影迷人的地方吧？觀景窗裡有另一個世界，等著我們去探索。



台北城裡的自由魔法

圖·文—黑耳



黑耳

畢業於大葉大學視覺傳達設計學系，擅長使用鉛筆畫出手感線條與溫和筆觸。喜歡自然生態，作品多與動物相關，在繪畫過程中了解並呈現他們的生活樣貌。

出生視力就不好的我，出門需要家人接送，即使出了社會亦然。直到搬到這座城市，台北的交通運輸很便利、友善，想去哪都不成問題。初次在台北起床的早晨，買票搭上捷運抵達辦公處，中午吃了附近的越南菜後，移動到書店尋找有趣的書，途中經過麵包店，隨心帶走一顆美味的泡芙。慢慢走在回家的路上，彷彿有道雀躍的光芒從腳底竄至頭頂，雖然舟車勞頓讓身體有些疲憊，眼前卻依舊閃閃發亮。我永遠忘不了，第一次能獨立自由移動的那天，生活彷彿魔法降臨般自在，原來出門是這麼開心的事情啊！明天，明天我還會再出門喔！



+ 台北

t.HübbTaipei

愜意台北 Chill Taipei

Misc：開運，從自身改變做起
覺察身心的療癒境地

公共台北 Public Taipei

台北造起來 老店新品牌
翻轉老店新面貌
台北觀光品牌識別聯名紀念品
2021 陽明山花季
2021 士林官邸鬱金香展
大溝溪生態治水園區花海

好玩台北 Fun Taipei

活動短訊

A woman with short dark hair, wearing a green quilted jacket and dark pants, stands in a temple. She is in a prayer position with her hands clasped together. To her left is a large, ornate stone incense burner with many incense sticks. The background is filled with colorful flowers and traditional temple architecture.

平面設計師 Misc： 「開運，從自身改變做起。」

Misc

本名林佳齡，闖蕩設計界多年，設計作品橫跨專輯封面、書封裝幀、影展海報等，近期開設個人 Podcast 頻道，談論無形的天界、靈界。

文－林郁嫻・攝影－林冠良

年節時分，一盞盞光明燈紛紛被點燃，為自己、為家人朋友祈求來年平安順心。除了向天祈願，Misc 提供了另一種想法——「自助而後天助」，有意識地讓自己跳脫負面情緒，保持正向思考，如此一來運勢不開也難，就讓自己成為那盞最亮眼的光明燈。

「對 我來說，並不是有所求才特地從事某個儀式，而是在日常修行間就為自己逐步累積好運。」Misc 從小就認知到自己屬於「敏感體質」，能感應天界或靈界，而 3 年前的一趟異國禮佛旅遊，讓她正視自己的與眾不同，開啟修行之路，也有了信仰。

「我曾經因為自己報喜不報憂的個性，及大學時期經歷的一場嚴重創傷，而飽受憂鬱症之苦，長達 6 年。」但在 Misc 師尊菩薩、信仰佛法後，就像多了一個聆聽心事的朋友。她因此得到啟發，先接受自己有憂鬱症的事實，不要覺得丟臉，使心理狀態保持平穩，才能往更好的方向而去，進而有開運的機會。

Misc 解釋，其實所謂的修行，跟傳統民間故事裡的苦行僧大有不同，它可以是一件很 Chill 的事情。她引用影集《冥想正念指南》的一句話，「冥想就像是大腦的重訓。」閉上眼睛、放空腦袋、清除過多的思緒，帶來療癒感受。更多時候，修行更像是一種日常習慣的練習與養成，當負面情緒出現時，試著轉念消化，「東西不見了，就看成是斷捨離的契機。」藉此撫平心情、提升正能量。

脫胎換骨的 Misc，在親友鼓勵下於 2020 年開啟自己的 Podcast 頻道「設計師的仙界傳說」，談論占星、通靈、民俗禁忌，「每當廟會時，都會看到天上神明與地上信眾同歡、飲酒作樂的模樣。」一則又一則的奇幻故事抓住聽眾的好奇心。Misc 也分享，她常常在吉林路上的中庄仔福德宮見到土地公，因此特別靈驗。「土地公就像熱心的里長伯，建議大家平日就能提著供品，向住家或公司附近的土地公祈福拜拜。」目前節目推出已半年，每集結束都會收到熱烈的回饋。「最讓我感動的是，這些故事給了那些同是敏感體質的人力量，告訴他們自己並不奇怪，只是比平常人多了一個通往異域的開關。」

Misc 以自身的故事，透過社群的傳播，幫助其他人走出低迷，不只幫自己累積福澤，也直接或間接地扶持他人往更好的運路而去。自助而後天助，Misc 深信練習讓自己保持在正向思考、心情開朗的狀態，無形中就會幫自己的運勢鋪出一條康莊大道，當自己先發光發熱，上天也能在茫茫人海中搶先發現最明亮的人。



Chill 大使推薦—覺察身心的療癒境地

文—林郁嫻、謝宛庭、林佳蕙 · 攝影—林冠良、Vivienne Lin · 圖—古芸香邸、好氏研究室、Saturn Landing Turkish Coffee 登陸土耳其咖啡、ToucHeart 深夜塔羅咖啡廳

無論是尋求宗教信仰或命理占卜，Misc 認為在提問、訴說、祈運的同時，也是一種剖析真實自我、覺察身心的過程。進一步了解自己後，也將更明白該往何方追求想望，這何嘗不是新春替自己開路鋪運的方式？

有拜有保庇的傳統大廟

📍 艋舺龍山寺、艋舺青山宮

Misc 推薦，心情雜亂時可以到廟裡走走，感受平靜氣息。像是艋舺龍山寺與艋舺青山宮皆位於萬華區，相去不遠，Misc 分享，「我跟朋友會從青山宮走到龍山寺，除了參拜求平安之外，身為一名設計人，我也會繞著廟宇四處觀察、拍照。」說著說著，Misc 便拿起手機，對著龍山寺繪有神獸的燈籠拍照，直呼可愛，從藝術的角度，看見台灣廟宇的精巧美麗。

Misc 表示，參拜不分時間，建議準備供品，能顯得更誠心。她特別推薦去龍山寺求籤，「真的很準！」Misc 指出，龍山寺主祀觀世音菩薩，香火鼎盛，無論想求什麼，只要秉

持誠心參拜，多能獲得解答。青山宮則供奉靈安尊王，每到年底王爺誕辰之時，便盛大舉辦青山王祭。Misc 說她每年都會參加，感受普天同慶的歡騰氣息，「我喜歡去廟會沾染喜氣，這也是種簡單的開運方式。」



艋舺青山宮庇佑芸芸眾生，是許多人參拜祈運的聖所。

身心皆獲引導的香氛占卜

📍 古芸香邸

「由植物萃取而成的精油，仍帶有植物的靈性。」具有敏感體質的 Misc 分享，她在按摩 SPA 空間「古芸香邸」的「我的小香席」冥想體驗中，走入了自己的意識深處，伴著來自印度的音樂，看見一片森林，與精油的植物成分產生共感，是場很特別的體驗。

我的小香席是專寵於個人的客製化調香體驗。首先，在芳療師的引導下抽出卡片，根據直覺所得的卡片暗示著個人當下的身心狀態，芳療師會以此為據，找出最適合個人需求的精油，頗具療癒的效果。

此外，古芸香邸也推出「占星按摩」，以和個人情緒、人格息息相關的星座作為切入點，結合精油按摩和飲食療方，從外在身體到內在心靈，全方位深層照護。

🌸 古芸香邸

🕒 10:00-21:00 (週一公休)

📍 台北市大安區延吉街 246 巷 6 號

☎ 02-2703-0358



挖掘真實本我的未來相談

📍 云老師未來相談室

隱身在設計工作室「好氏研究室」裡的「未來相談室」，人稱云老師的主理人以心理學的角度，解析人與周遭的關係變化，與其說是算命，更像心理諮商。Misc 分享周遭朋友的實際體驗，「從空間到老師本人，都散發一種舒適的氣息，老師講話風趣，又能直接地點出問題，像朋友般給予建議。」

云老師自述，她修習陰陽五行、八字等古法已久，並以此為基礎去發掘個人的人生樣貌，她認為多數人漸失人生熱忱的原因是忘了自己原本的樣子，看不見自己的優點、沒有自信，而她的工作是協助個人爬梳當下的狀態、整理出脈絡，在天性跟現實間取得平衡，才能從容地面對各種挑戰。云老師扮演站在漩渦外的角色，聆聽前來體驗者的心聲，並指引一個突破困境的方向。

🌸 云老師未來相談室

☎ LINE 預約帳號 0916-795-129



1

2

1. 透過舒適的精油芳療體驗，能更了解自己當下的狀態。(圖／古芸香邸) 2. 云老師的相談不給定論，更接近心理諮商，給予人生正向的建議。(圖／好氏研究室)

以世界命理智慧打開新年好運

人生本不易，命運誠奧妙，不同國度各有不同特色的占卜和命理，給予人們生活的建議。而在台北市，即有來自不同文化的相關處所可供諮詢，本篇精選幾處具有特色的命理場所，讓大家可隨自身喜好前往問事，知運而行，讓新的一年充滿明朗前景。

來自中東的古老占法

📍 Saturn Landing Turkish Coffee

登陸土星土耳其咖啡

天藍的色調、別致的圖騰，道地的異國風韻讓人彷彿置身於土耳其一般，「Saturn Landing Turkish Coffee 登陸土星土耳其咖啡」重現 17 世紀前的咖啡屋文化，復興經典的壺萃咖啡。土耳其咖啡是世界上最早流行的純咖啡式飲品，將極其細緻的咖啡粉加水並倒入伊芙利克銅壺，在將近攝氏 300 度的



以歷史悠久的咖啡占卜問事，體驗中東民族的命理智慧。(圖／Saturn Landing Turkish Coffee 登陸土星土耳其咖啡)

砂爐上游移，透過熱能傳導烹煮，不需過濾即可直接享用咖啡的焦香油脂與厚實口感。杯底殘留的咖啡渣更是延伸出別具趣味的傳統——將盤子蓋在咖啡杯上倒扣，等待咖啡渣流下，再移去咖啡杯，即可依照咖啡渣形成的圖樣解析象徵的含義，從日常的機遇端倪神祕的啟示。

☼ Saturn Landing Turkish Coffee 登陸土星土耳其咖啡

🕒 11:00-20:00(週一至週五)、11:00-21:00(週六、週日)

📍 台北市大安區永康街 75 巷 14-2 號

☎ 02-2395-5158

讀卡觀星的療癒配方

📍 ToucHeart 深夜塔羅咖啡廳、

Miss Strega Cafe & Bar 義大利女巫咖啡酒吧

佇立於巷弄間的「ToucHeart 深夜塔羅咖啡廳」，是主理人賽琳娜和店貓「布經理」的祕密基地，低調而靜謐的藍色大門，如同啟動通往內心的永恆之門，等待各式人生故事的光臨。午夜時分來上一杯名為「若水」、「赤子」、「如煙」或「無塵」的無酒精調飲，沉醉在水、火、風、土四大元素的魅力當中，透過感官品味星座奧祕；或是來一趟穿梭時空的旅程，在貓塔羅的神奇力量下，一探前世今生的神祕面紗。

鮮紅的絨布簾、華麗的水晶吊燈、精細的拉鉤座椅和鑲金的線板鏡，時光彷彿凝結在中古世紀歐洲的「Miss Strega Cafe & Bar 義大利女巫咖啡酒吧」，就悄然隱身在五光十色的現代都會。以獨家代理的 STREGA 系列利口酒為基底，佐以各式香料和食材的創意，感受一杯杯女巫特調的魔法衝擊，再透過駐店



1

2

1. 在安靜的咖啡廳中，占卜師和問事者可以全心交流。(圖／ToucHeart 深夜塔羅咖啡廳) 2. 位於松江路人行地下道的算命街，有多個算命攤位提供服務。(攝影／Vivienne Lin)

占卜師接通宇宙的古老智慧，轉譯北歐盧恩符文、占星術、花精占卜支持和阿卡西紀錄傳遞的訊息，為徬徨的人們指引方向。

☀️ ToucHeart 深夜塔羅咖啡廳

🕒 13:00-00:00 (週一公休)

📍 台北市中山區合江街 100 巷 23 號

☎️ 02-2509-9787

☀️ Miss Strega Cafe & Bar 義大利女巫咖啡酒吧

🕒 週二至週五 16:30-00:00、週末 15:30-00:00
(週一公休)

📍 台北市中正區新生南路一段 54 巷 12 號

☎️ 02-2321-8590

精匯民俗智慧的命理建議

📍 龍山寺地下街命理區、松江路命理街

占事論命、新年開運，是本地生活中不可或缺的一環。龍山寺地下街的命理區以及以行天宮附近民權東路、松江路人行地下道空

間為址的命理街，是台北市兩處知名的算命街。服務項目從八字論命、卜卦問事、開運面相至風水鑑定一應俱全，在此領域所累積的民間智慧，不僅為台灣民眾指點迷津，也吸引國外旅人來此探問。

在松江路命理街設攤多年的命理師吳蕙珍指出，新年開運其實沒有一定的規則可循，除了常見的廟宇參拜、安太歲習俗之外，每個人因命盤不同，每年旺運與該注意的事項皆有不同，無法以生肖概論。有意知命開運的民眾，可以來此走走，讓專業的命理師批論流年，讓自己在擬定新年計畫之時，有所參考。

☀️ 龍山寺地下街命理區

🕒 11:00-21:00 (各攤營業時間不定)

☀️ 松江路命理街

🕒 08:00-21:00

🚫 飲酒過量，有害健康

台北造起來 老店新品牌

整理—劉懿慧·圖表—Miyabi

台北市商業處持續推動「台北造起來」店家再造計畫，從輔導業者空間更新、挖掘品牌特色、設計形象視覺等面向，美化店內空間並提升品牌識別度。自 2015 年至 2020 年已連續推動 6 年，成功輔導 101 家，讓經營 3 年以上的傳統產業或美食店家有機會提升品牌競爭力與人文價值，再現新生。

店家再造核心理念

核心項目：

-  保留傳統特色商品
-  翻轉產業傳統商業模式
-  打造兼具人文與設計力的品牌新貌

計畫目標：

-  樹立產業標竿
-  帶動當地街區發展
-  提升台北市整體產業品質

店家再造甄選方式

甄選類別	再造店家	型店店家
甄選方式	透過相關領域專家學者籌組甄選委員會，依店家的品牌發展潛力、品牌歷史背景及店面空間形象等面向進行甄選。經書面初審後，擇優進行實地訪查複審。	
申請條件	- 具改造亮點、故事特色、國際觀光與發展潛力，欲重塑品牌核心價值、轉變經營模式的傳統及美食店家。具在地故事亮點特色者佳。 - 接受專家顧問提供品牌經營管理新觀念與改造建議，願自提支應硬體改造預算（含硬體採購與裝潢工程費）。 - 需配合導入無現金支付交易工具。	- 店面形象設計已具特色風格、故事特色，惟欲重塑品牌核心價值、轉變經營模式的傳統及美食店家。 - 有店面空間形象設計改造需求，願自提支應硬體改造預算（含硬體採購與裝潢工程費）。 - 需配合導入無現金支付交易工具。

店家再造輔導內容

品牌定位：

- 梳理資源優勢及特色。
- 釐清現況問題及經營方向、定位策略診斷建議。
- 提出經營管理改善建議。

品牌塑造：

- 依店家改造需求，協助店家進行品牌建構工程，如品牌命名、品牌 Slogan 潤飾建議。
- 挖掘品牌故事或擬定形象介紹文宣。

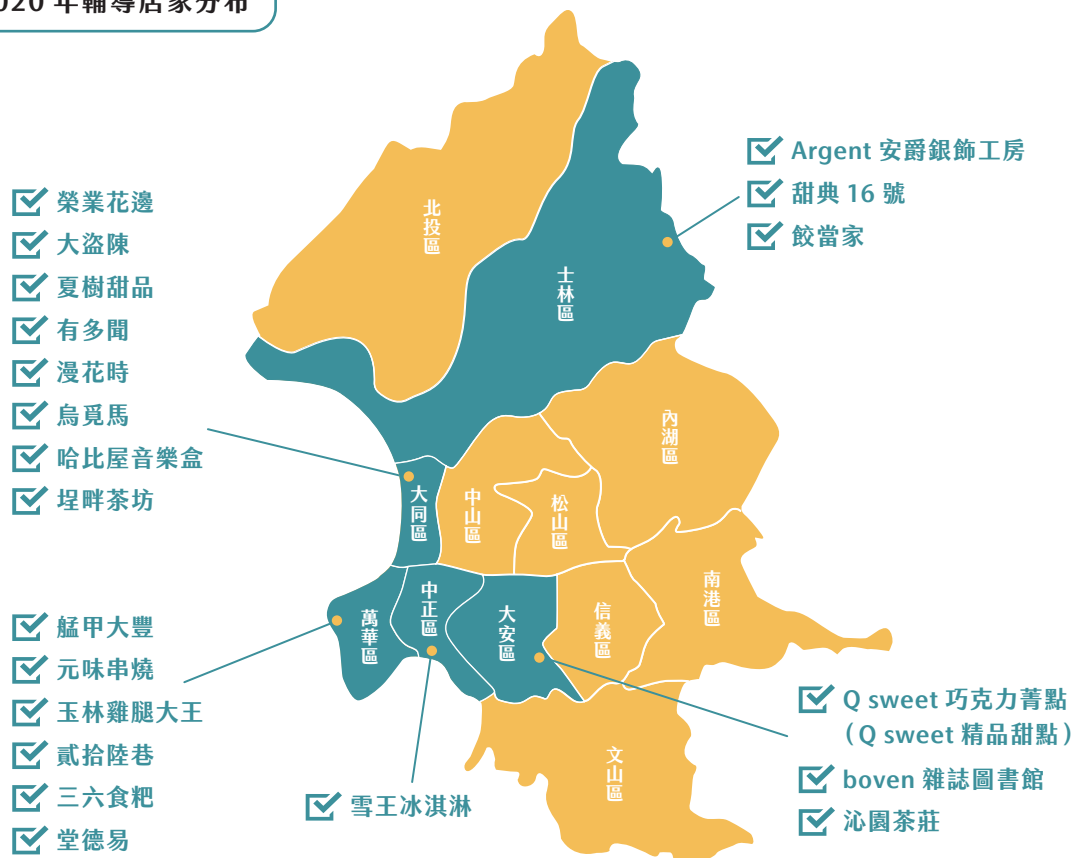
品牌推廣：

- 行銷發展策略建議、新興網路社群行銷策略與工具應用建議。

經營課程：

- 規畫包含人文品牌經營、財務規畫、新商業趨勢、創新經營、虛實整合行銷、創意美感等強化店家競爭力課程。

2020 年輔導店家分布



台北市
商業處



我是商 Ya 人
粉絲專頁



翻轉老店新面貌

文—劉懿慧·圖—台北市商業處

台

北市擁有多元美食及許多傳統產業店家，但可能因外觀較老舊或不善於宣傳推廣，而被民眾遺忘。為協助店家升級轉型、增加競爭力，台北市商業處自 2015 年起推動「台北造起來」店家再造計畫，透過專業顧問與品牌打造輔導，融合傳統特色並開創新商業模式，為老店注入活水。

刻畫店家品牌特色

讓老字號變身文創事業

「希望能藉由店家再造，替老店說故事。」商業處表示，雖然台北市有許多具特色、有年代的店家，承載了珍貴的歷史文化及在地人的記憶，但在歲月洗禮下，不吸引人的店家外觀，加上不懂得包裝、宣傳，常讓民眾路過就錯過。

因此，商業處推動店家再造，從品牌定位、品牌識別設計、產品包裝、空間設計等面向，透過顧問與輔導團隊了解店家需求，並協助釐清、聚焦核心品牌價值與商品特色，更進一步以品牌定位、商品包裝、識別設計、店裝改造與經營策略輔導等，協助店家開創傳統產業的新商業模式，打造出兼具人文與設計力的品牌新貌。

以往輔導案例中，最常遇到「傳承」問題，繼承家業的年輕人想法常與老一輩背道而馳，此時顧問與輔導團隊就要擔任兩代的溝

通橋梁，折衷處理。舉例來說，許多店內擺放的老物，像是人力拉車或具有百年歷史的陶瓷碗，年輕一代覺得舊了想丟棄，但老一輩卻捨不得，因此輔導團隊想辦法將舊有文物融入店內裝潢，以傳承前一代的記憶，同時開創店內亮點。

以去年的亮點改造店家為例，原名益良食品行的「有多聞」，為專做食品材料批發的 50 年老字號，有感於現代人日漸崇尚天然食品，近年開始有意識地重整香料產品線，並重新打造品牌定位為「東西方香料烏托邦」，象徵無國界的香料共和國，並在傳統實體店鋪的經營模式之外，開拓數位化系統管理及網路經營，以核心 Slogan「好味香挺，點食成津」拓展零售市場，此外，也策畫香料文化的互動體驗空間，吸引饕客、名廚、遊客前往聞香。

另外，原名三六圓仔店的「三六食粿」，1943 年在艋舺龍山寺前擺攤賣粿及圓仔起家，對自家產品的新鮮品質有所堅持，第四

代接班人也期待能將糕粿推廣至更廣的客層。於是透過店家再造計畫，不僅以九九乘法的諧音，幽默保留原店名稱，也同時彰顯出販售米製糕點此一特色，將品牌定位聚焦「艋舺最黏人的古意點心」，輔以核心 Slogan「糕粿不貴，圓滿情味」，也導入智慧管理系統，從手寫記帳改成線上系統結帳，節省成本，同時更推出精緻伴手禮盒，拓展年輕族群與觀光客市場，全面轉型再進化。

產業典範效應顯現 帶動街區店家共同轉型

除了重新挖掘店家的品牌價值，顧問與輔導團隊更著眼於改變店家客層結構，進而興起街區效應，為街區帶來更多人潮，成果最

顯著的是大稻埕街區，從南北乾貨店「富自山中」於 2016 年參與輔導改造後，後續帶動周邊店家加入再造輔導，例如參藥行「誠天下葯食舖」及南北乾貨店「五色本物」、「元太商行」等，目前已累積 32 家，成功活絡大稻埕發展。

另外，艋舺在地也已累積輔導 12 家店家，例如青草店「老濟安」及小吃店「小王煮瓜」，逐步帶動當地街區翻轉新面貌。商業處期望能藉由大稻埕及艋舺街區的改造實例，逐步帶動全市特色店家轉型，2021 年甄選家數也將增至 23 家，預計於 2 月中旬開放店家報名，期待特色老店傳承時代韻味的同時，也能藉由現代商業模式的引入，持續帶領台北市的產業動能更上層樓。



專營食品材料批發的 50 年食品行 (右) 經過再造後，重新聚焦品牌核心，以「有多聞」(左) 的全新形象和經營模式，持續保留老店獨特韻味。



左：台灣茶品牌「不二堂」延伸台北觀光品牌識別延伸插畫推出「啜茶趣」茶包禮盒，結合戳戳樂遊戲的樂趣。右：生活選服裝暨選貨品牌「plain-me」擅長結合台北特色的設計，已連年推出台北觀光品牌識別聯名商品。

人回想起古早味與時代記憶。不只啤酒風味層次多變，此限定款包裝更結合台北品牌識別的地景插畫，貼近在地特色，活潑繽紛值得收藏。

遊逛你所未見的台北

若想優雅品味台北茶文化的歷史脈絡，茶體驗設計品牌「不二堂」，將台北觀光品牌識別延伸插畫應用於「啜茶趣」茶包禮盒。禮盒包裝融入戳戳樂遊戲概念，每一幅插畫皆對應一款台灣好茶，讓民眾在品味的同時戳出台北景點，彷彿帶你暢遊台北，在茶香四溢中享受台北獨有的愜意氛圍。

有吃有玩，選物穿搭樂趣更不能少。台灣第一間提供線上與線下服務串聯的生活選服

裝置選貨品牌「plain-me」，持續跨界與世界各地品牌合作，推廣台灣時裝搭配文化。其「JNP by plain-me」紀念品支線，自 2019 年起陸續以台灣特色為本，發展出許多不同系列商品，讓消費者透過商品體會台灣風格，2021 年更參與台北觀光品牌識別延伸插畫聯名，規畫將視覺插畫拆解、應用於設計商品上，連結民眾日常生活與城市印象推出全新紀念商品，要讓世界看見台北的獨特個性之美！

台北市觀光品牌識別延伸插畫聯名推出的限定紀念品，讓城市符號不只能觀賞，更能夠限量擁有，期待台北印象能深植人心，品味美感的同時，更能陪伴我們的日常生活，處處都可以看見不一樣的台北。邀請民眾持續關注「台北旅遊網」最新資訊，挖掘第一手紀念品消息！

線上賞花迎假期

2021 陽明山花季

文－Midori・圖－台北市公園路燈工程管理處

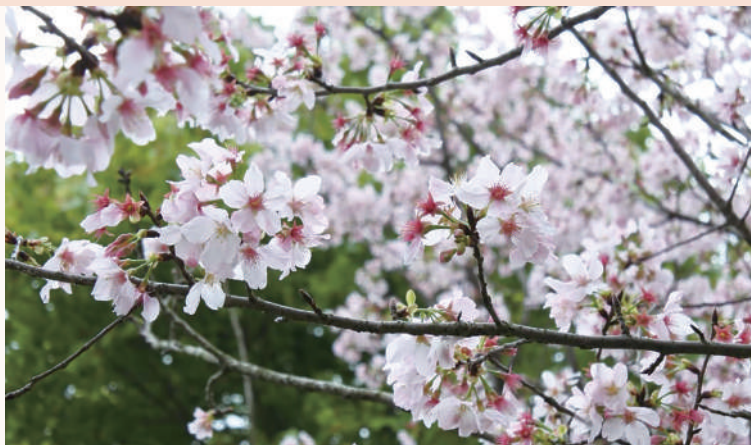
2021 陽明山花季

即日起～3/21(日)

陽明公園



粉絲專頁



繼 2021 台北茶花展送上開春氣息後，眾所期待的春季賞花重頭戲——陽明山花季接續盛大登場，正式開啟陽明山迷人的賞花季節，邀請民眾賞花走春，共度一趟自然輕旅行。

今年陽明山花季因應北市防疫措施，取消花季實體活動，改以台北市公園路燈工程管理處規畫的一系列線上活動，讓民眾仍能體驗花季之美。目前山櫻花已率先綻放，接下來八重櫻、吉野櫻及昭和櫻等各色櫻花將於農曆春節前後陸續盛開，FB 粉絲專頁「陽明山花季」將不定時分享櫻花的滿園春色，也將有花季導覽直播，讓民眾可在線上欣賞櫻花的美麗景致。

除此之外，民眾還可以透過粉絲專頁線上參與陽明公園精彩的系列知性活動，包括生態淵源、歷史文化、童趣故事等內容，更有居家藍染手作教學，將以直播或短片形式上線，歡迎民眾踴躍追蹤最新消息，並參與粉

絲專頁與官方網站推出的抽獎活動，將有機會獲得花季限定版精美贈品，將花季回憶帶回家！

台北市公園處也與陽明山周邊星級飯店、北投區多家溫泉會館合作，提供用餐折扣、花季限定特色餐點等多項優惠，也歡迎旅客多加善用台北市政府的「台北加碼 GO」安心旅遊補助，或交通部觀光局「春節孝親專案」。

防疫時期，北市府也呼籲民眾盡量減少參與群聚活動，全民共同用心防疫。如已安排外出旅宿，可以時時線上關注疫情最新發展，走春踏青的同時也要注意保持社交距離並佩戴口罩。若遇人潮眾多時，不妨擇期再來，許多線上遊賞體驗也能身歷其境，在家享受自然美景與人文體驗，與家人共享花開的幸福氛圍。



體驗異國風情

2021 士林官邸鬱金香展

文－Midori · 圖－台北市公園路燈工程管理處

2021 士林官邸鬱金香展——荷你相遇

2/25 (四) ～ 3/7 (日)

士林官邸



官
網



粉
絲
專
頁

「2021 士林官邸鬱金香展——荷你相遇」展出來自荷蘭及日本的 11 萬株鬱金香，讓民眾在新年開春就能觀賞到色彩繽紛的鬱金香花海，展區中可以看到代表土耳其的熱氣球、荷蘭的風車及木鞋和日本祈福鐘及鳥居，帶領民眾一同沉浸在異國風情中，感受春花浪漫。

花展期間，民眾不僅可以免費觀賞五顏六色、造型特殊的鬱金香，現場更由知名 3D 手繪畫家洪榮傑，以 3D 手繪方式打造荷蘭運河縮影，增添身歷其境的氛圍。此次花展

更串聯周邊 30 家以上店家，於展出期間推出限定商品與優惠，如鬱金香造型手作甜點、飯店獨家賞花配套行程等，歡迎大家前來觀賞美麗花季。

此外，近期因疫情持續延燒，賞花不忘防疫，提醒大家戴口罩來賞花，並遵守相關防疫規定，現場活動將視疫情彈性調整，相關資訊請關注活動官網和「士林官邸旅客」粉絲團動態消息。



城市裡的祕境花景 大溝溪生態治水園區花海

文－Midori・圖－台北市水利工程處

大溝溪生態治水園區花海

📅 即日起～2月中下旬

📍 大溝溪生態治水園區



粉絲專頁

美堤河濱大波斯菊花海

📅 即日起～2月中旬

📍 美堤河濱公園



北市河濱
旅遊地圖



內湖「大溝溪生態治水園區」為五指山系環繞，具有淺山森林環境的清幽，今年的花海以在地豐富的鳥類生態作為主題發想，即日起至2月中下旬正是最佳觀賞期，歡迎民眾把握花開好時節前來賞花。

作為台北市第一座兼具生態滯洪功能的調洪沉砂池，大溝溪生態治水園區的花海區入口處，即可見階梯旁可愛討喜的5隻竹編小雞，列隊歡迎前來賞花的遊客，而來到園區最上方的平台廣場，更可清楚觀賞到占地約1,042平方公尺，由紅、粉紅、黃、橙、紫等5種顏色花草拼湊而成的「五色鳥」圖騰，伴隨著四季秋海棠、孔雀草、香堇菜等4萬盆當季花草，民眾可享受居高臨下的廣闊視野，飽覽整片花海美景！

除了亮麗花景，來到內湖大溝溪生態治水園區，別忘了欣賞豐富的鳥類生態。台北市水利工程處表示，近年調查曾到訪大溝溪生態治水園區的鳥類超過40餘種，如五色鳥、

台灣藍鵲、台灣紫嘯鶇、小彎嘴及大彎嘴等特有種鳥類，幸運的話，還有機會邂逅第二級珍貴稀有保育類的大冠鶯、東方蜂鷹及鳳頭蒼鷹等飛羽精靈們，翱翔在繽紛的花海之中。

不只大溝溪生態治水園區的景觀豐富，即日起至4月更是內湖白石湖草莓產季，全家大小不妨在走訪花海、聆聽鳥鳴之餘，前往白石湖休閒農業區採草莓、享用美食，來一場滿足身心的城內小旅行。

若想遊賞台北市內更多賞花景點，目前北市河濱佔地最廣的花海「美堤河濱大波斯菊花海」也盛開囉！整片粉紅色系的大波斯菊及百日草，即日起至2月中旬為最佳觀賞期，現場更設有巨大南瓜造型裝置藝術及稻草捆，溫暖豐收的意象配上微風中舞動的花海，搭配開闊的河岸風光與天際線，十分愜意悠閒。

春日時節，台北市百花盛開，空閒時不妨共邀親朋好友散步花海，蒐集新年的溫柔新意。

好玩台北 Fun Taipei

北投社三層崎花海



春日正是賞花好時光，台北市公園路燈工程管理處利用北投社三層崎公園的山坡地形，於展區西側以橫向方式種植繽紛草花，東側以縱向方式種植，交叉呈現多層次的視覺效果。除了有銀葉菊、孔雀草、薰衣草、四季秋海棠、五彩石竹等，今年更新增鬱金香展區，打造出色彩豔麗的花海景觀，宛如「台版富良野」，喜歡拍照的民眾千萬別錯過這美麗的饗宴。

📅 即日起～3/31 (三)

📍 北投社三層崎公園

「牛轉乾坤 好運廉廉」網路猜謎廉政宣導活動

台北市政風處為擴大宣導廉政理念，舉辦「牛轉乾坤 好運廉廉」網路猜燈謎活動，精心規畫 9 道謎題，凡答題完成九宮格任一連線即享有抽獎機會，獎項包含智慧型手機、禮券、遊戲主機、上掀式水蒸氣循環烤箱等多項好禮。

📅 2/9 (二)～3/9 (二)



2021 士林官邸春節花卉展



喜迎新春，士林官邸春節花卉展展出 20 餘種象徵好運的蝴蝶蘭，如大唇蝴蝶蘭、玩賞性蝴蝶蘭等，再搭配蝴蝶造型物及爆竹、燈籠等新年應景裝飾，呈現色彩繽紛燦爛的景致，讓你賞花歡樂過好年。

📅 2/12 (五)～3/14 (日)

🕒 08:30 - 17:00

📍 士林官邸公園新蘭亭



2021 青年戲曲藝術節



今年的青年戲曲藝術節聚焦「舊典新詮」主題，推出三部曲：「奇魅俠情」，在大稻埕戲苑上演 3 齣新製戲曲首演與 1 場口碑加演場，並於永樂廣場演出戶外掌中戲，更將舞台延伸到台北地下街 1 號廣場，由戲曲新苗帶來 4 場精彩的「青春舞台」演出。活動從 2 月延續到 4 月，讓我們一同沉醉於奇幻魅影與俠客風情中，喜愛藝文的觀眾朋友不要錯過！

📅 2/20 (六)～4/11 (日)

📍 大稻埕戲苑、永樂廣場、台北地下街 1 號廣場



「牛轉錢坤」中型徵才活動



年後大徵才！台北市就業服務處邀集 15 家知名餐飲及科技業等廠商，提供待遇優、福利佳的職缺，月薪最高逾 4 萬元，歡迎有求職或轉職需求的民眾把握良機。

31 2/26 (五)

13:00 - 16:00

台北青年職涯發展中心

寶藏巖國際藝術村第一季駐村藝術家聯展

寶藏巖國際藝術村 2021 年第一季駐村計畫藝術家聯合發表，由分別來自韓國、台灣、日本的 4 組藝術團隊呈現，包含朴莎拉、藝術家團體大米釀造姐妹俱樂部的申賢珍、鄒婷、narco。作品呈現橫跨實驗性與開創性的創作語彙，創作主題不約而同地著墨於台灣區域性的文史、地理與觀光，試圖以異鄉人的眼光切入城與鎮的紋理。

31 2/26 (五) ~ 3/14 (日)

11:00 - 18:00

寶藏巖國際藝術村

走靜貓空系列活動



以台北市立動物園的大貓熊、貓空纜車及貓空串起的「三貓」觀光軸線，涵蓋宗教、文化及在地商圈，台北市觀光傳播局規畫 3 月「春之行—跟著優人雲腳貓空」、4 月「茶之味—貓空品茗香」、5 月「祈福趣—茶園遶境茶山健行」、7 月「夜觀星—一夜玩台北尋找貓空最亮的那顆星」、8 月「童樂會—動物野餐派對」等活動，期待在「走靜貓空」主題下，讓貓空成為大家散策休閒的優先選擇，相關資訊可至活動官網查詢。



預防火災 使用電器應牢記「五不一沒有」



春節期間，闔家團圓圍爐，是用火、用電高峰期，若使用不慎可能釀成火災。台北市消防局提供「五不一沒有」口訣，提醒民眾注意用電安全。



以上活動時間、地點、內容如有異動，以主辦單位公告為準。
防疫期間，參加活動請佩戴口罩及維持安全社交距離，並配合主辦單位執行防疫措施。

尊重身障者戴口罩 不同需求



同理

關心

不責怪

~ 防疫大愛 彼此無礙 ~



臺北市衛生局 關心您

貓起來玩台北

12.16²⁰²⁰ → 03.15²⁰²¹

動物彩繪列車運行中

📍文湖線



undiscovered
taipei
你所未見的台北

TAIPEI

觀光傳播局
Department of Information and Tourism



台北旅遊網

廣告