



台北捡到宝 个性街区探秘指南

朋友前段时间向我咨询：「我要去台湾玩一周，怎么才能把好玩的地方都玩一遍？」这位朋友计划不眠不休地在台湾打卡，譬如住一晚台北便转战宜兰，再一晚宜兰便冲去花蓮……我突然对她的行程感到惋惜：台北怎么能只待两天一夜呢？

社区里有画着牵小孩走路图案的绿色「人行区」，马路的人行道绿灯可以超过30秒，街心花园虽小，却树多草绿——作为一个城市，台北非常适合慢慢走。和大陆不断刷新自己记录的「二三线城市」不同，台北的高楼大厦并不多，繁华街道两旁不乏房龄超过20年的老房子，这份陈旧感让台北在「大城市」列表里，显得气质独到。据说政府为此也尝试过推广外墙翻新计划，却在市民的反对浪潮中作罢。最近20年，台湾当地政府在积极推进的事情还有一项，就是「文创」。最早在2009年提出的「文化产业研讨会」上被提出的「文化产业化，产业化」构想，最近20年在台湾迅速扩大，落地在台北这个城市，则是古朴街道中隐藏的有趣空间。

由此，漫步台北，乍看下平淡无奇的小街道，却藏有风格各异的「小店」，这让散步在台北变得有趣，如寻宝历险，在平淡无奇的街边挖到精妙的宝物。这些宝物里有很多是咖啡馆、糕点铺、杂货铺、艺术廊、造字馆或艺文空间，有时也能挖到有如时光停滞的老店铺，或只是从围墙顶上蔓延而出的藤蔓植物，如厚重毛毯盖在这个城市的角落。不同的店铺带着创办者浓厚的个人风格，在每个小巷里开花。散步其中，你能感受到台北的纷繁意趣，以及隐藏在下面的自我坚持。

据说，由于文创产业的推动，台湾近20年的「个性」店铺以及主题园区不断衍生，「文创」一词有被滥用的趋势。在民间存有疑虑的同时，城市的角落里繁花似锦并非坏事。在一个街区里散步，可以喝400元新台币（约80元人民币）的精品咖啡，亦能转头买一个10元新台币（约2元人民币）的红豆饼，没有什么能比这样的经历更微妙有趣了。若有机会，去台北花点时间，慢慢暴走街头。



编辑 魏蔚
摄影 杨弘迅 江宜璋
设计 梁海平
特约撰稿 孙志熙
开篇插画 Tokk
专题助理 许力为
特别感谢 Pinkoi.com
亚洲最大设计商品购物网站



图 江宜璋



PLUS



跟着“Pinkoi散步旅行地图”，探秘台北街区，按图索骥！部分地区随刊随机附送中山、西门和东区的散步地图。没拿到地图怎么办？立即扫码下载，随身携带一样挖到宝！



虽说是老城区，却没有让年轻人感到放弃。西门有著名的涂鸦街，在建筑外画上有区域感的创作涂鸦，涂鸦墙还不定期被涂鸦艺术者们翻新。

购物狂热表面下的 文艺社区

西门町当然是个著名的购物区，走出捷运西门站，抬头便是悬挂在大楼外墙的超大屏幕，滚动播放最近大热的新闻预告，以及品牌广告，数不清的商家招牌让人有点措手不及。眼下西门的人比招牌更多，很热闹，但不是恼人的拥挤。

惯常的购物区印象会让不少外地人对西门失去探索的乐趣，但西门实打实的是一个艺文集中地。光是超过20年历史的河岸留言就已经吸引了足够多的年轻人前往，是「台湾底层摇滚生命力最旺盛的地方」。而隐藏在西门热闹的商铺之外，好吃的老店，有趣的涂鸦，包裹在咖啡馆外皮下的各类艺文空间，也让西门真正变得多元有趣。如果你在高楼大厦间发现突然出现一间日式房屋，也不用惊讶，这是作为历史建筑并用作为茶馆对外开放的轮番所。下次再去西门的时候，请一定记住，把它「商圈」的概念抛弃掉，然后在小巷里细细寻找惊喜。文魏蔚





两年前柯明阳因为心脏不舒服，前去检查，在医生解释了一堆术语之后，他得到的解决方案是：「在心脏里搭个导管，小手术，有风险。」手术只是微创手术，却可能稍有差池便丢了命。在了解到其中的风险后，柯明阳有些怅然，决定在手术前，去自己最喜欢的恒春半岛。他带着自己的胶片相机在台湾最南边的半岛上疯狂拍摄了两天，回到台北后，接受了心脏手术。

坐在已经开业三年的198café里聊到这段故事时，柯明阳似乎有些遗憾：「要是当时的手术真出了点问题，我的恒春半岛作品估计就成为一部特别有价值的作品了！」玩笑归玩笑，台北爱拍照的年轻人很庆幸柯明阳还在这里，用很自我的方式，经营着这家打着咖啡馆名号但实际上是一个「创作者展场」的空间。

我可以坐在198café里，和你讲各种故事，三天三夜都不一定能说完。



01 柯明阳在经营198café的同时，也在不断创作。拍了几百张的西门路人，到店客人半身肖像，亦或是各种女生参与的《纯情旅社》。02 店内同时也会售卖摄影相关的独立出版物，不少都是柯明阳筹资出版的。03 柯明阳对胶片摄影情有独钟，聊到兴起，他决定给到访的客人拍一张肖像。这算是给到店客人的最高礼遇。

辞掉服装设计去卖保险的摄影师

9年前，柯明阳是一位已经工作了10年的服装设计师，负责外贸毛衣的设计、制作等，因为工作原因，经常中国大陆、台湾、纽约各地跑，工作当然累，经验很丰富，压力并不小。某天在纽约，他的美国朋友一边开车一边问他：“既然那么多经验了，为什么屈就在一个工厂，不来美国试一试？”柯明阳彼时30周岁，是一个有很多羁绊的年龄。他也想去纽约闯一闯，却觉得家人和生活的牵挂太多。但纽约朋友的问题，也让他开始思考自己在这个公司继续工作，“还能不能做到更好？”，他的答案是：“不能。”虽然做着驾轻就熟的主管工作，但柯明阳觉得自己已经“老态”，并意识到自己无法接受这种状态。他给当时的女友打了一通跨越台湾海峡的电话，问她是否接受自己“裸辞”，女友表示，“你决定的事情没有人可以改变你。”柯明阳便果断离开了自己熟悉已久的服装行业。

恢复自由身，也总需要做事情，柯明阳把目标集中在摄影这个爱好上。他对摄影有远大前程般的梦想，却也知道梦想需要很长时间实现，他在那时候给自己定了一个10年目标之约，“一步步将皮球踢进球门，10年或许可以”。他的皮球，已经踢了9年。

9年内发生的事情无法统计。为了练习摄影，柯明阳辞职后便不停拍摄，一度每天保持了50卷胶卷的拍摄量，因为他认为练习得够多，才有可能拍出真正好的作品。可问题是，没有收入的情况下，一天50卷胶卷的使用量迅速消耗着柯明阳过去10年累计的存款。他开始买电影胶片自行分装，虽说省了一部分钱，却总还是需要“开源”。他便开始卖保险。

卖保险只是柯明阳为了买到“生活的面包”而作出的妥协。这份工作还有个特质吸引到柯明阳：时间弹性大。在卖保险的路上可以拍照，不用打卡上班，这简直就是“在拍照的空隙再卖卖保险”。在这个工作的完美伪装下，朋友和家人对他之前辞掉设计师工作的决定也不再过多评价，认为他总算是回归到了正常的生活中。柯明阳则在这样的状态下不断积累。在辞掉服装设计工作5年后，他攒了一些钱，决定开一家咖啡馆。

和卖保险一样，开咖啡馆其实也是一种伪装。拿着60万新台币，柯明阳租下了在

西门非中心地段的这间有两层楼的小房子。在他决定租下来之前，这栋房子已经被房东空置了10年。为了让198café变得更好看，柯明阳也找了不少老同学、师弟或者是朋友的朋友帮忙设计店面，却发现不仅设计费用奇高，大家的设计方案还大同小异，非常失望。遂决定自己动手，找被拆掉的老房子的木架做成大门，买便宜耐用的木栈板铺成木地板，去街头巷弄找被废弃的老家具放店里使用。为了让这家店成为名副其实的咖啡馆，柯明阳花了很长时间和咖啡豆品牌的经理软磨硬泡。一开始，这位经理是不想把咖啡豆代理给这个穷酸小年轻的，却在参观完即将开业的198café时，发觉这个看起来有些固执的年轻人，实际上能打造出一个不错的空间，咖啡豆完全可以在这里卖。于是，柯明阳成功给自己的“咖啡馆”引进了品牌咖啡豆。开业时，完美伪装到位，真正的功能也同时上线：一个创作者的展览空间。

摄影者秘密集地

爱拍照的人，都不应该错过198café。

店面并不大，很多人路过198café都不会注意到它，注意到并进来的人总会问这店是做什么的。有趣的是，其实柯明阳在大门口挂了一个牌子，告诉大家里面有咖啡、底片冲洗、展览、摄影书籍等多种服务，不少人却总看不见挂在门把手上的这些“服务项目”。造成这一现象的一个原因或许是店里看似杂乱的摆放：

198café

固执青年的「伪装」试验

文 魏蔚 图 杨弘迅





01 从老房子上拆下的旧木在柯明旻的设计下，被漆成了“丑丑的浅绿色”，其实木头是正宗的桧木，钻开来还能有木头的奇香。不少人路过，都有点不清楚是干什么的，柯明旻倒一直都不太担心这一点，他有足够的耐心和进店的客人慢慢讲。02 《民不聊生》是年轻摄影师甘伟廷的个展。他选择进入消防队来代替军队服役，并在期间坚持拍摄创作，最后便有了这一关于消防队生活日常的摄影展。03 198café的后面就是柯明旻工作的空间，虽然不大，但工具齐全。04 店内各种相机、摄影作品，或是小玩意儿，把这个不大的空间塞得满满的。

回收来的二手家具上，摆着柯明旻筹资出版的各类独立摄影刊物，贴在墙上的摄影作品，二楼正在进行的摄影展海报，个人作品，二手或全新的胶片相机等摄影器材……乍一进去，难免有些疑惑，况且柯明旻更多时候是在店里进进出出，冲洗别人送洗的胶片。

面对第一次来店满脸陌生感的客人，的确如柯明旻所预见的那样，咖啡成为了很好的过渡和包装。坐下来喝咖啡的客人逐渐认识了这个以摄影创作为主题的小空间，若感兴趣，总会有第二次，第三次，乃至之后多次的拜访。

就是在这样的来往下，柯明旻和很多年轻人都熟悉了起来。198café会不定期举办摄影展览，就在二楼，必然不会有过多的装饰，显得顽固又奇特。胶卷、相机都可以在店里直接买到，当然，柯明旻更喜欢和爱好摄影的人聊天，帮年轻人做个展，集结一群摄影爱好者出摄影集。他还开班教学，举办摄影活动，譬如题为“198出发，目的地不明”的活动便是带上一群爱好摄影的人，从198café出发，扔硬币，正面朝左走，反面朝右走，参与的人都觉得好好玩、好激动。这其实是柯明旻自己以前练习拍摄时经常做的事情，试着让一部分人也体验，从大家的反应来说，效果应该很好。前段时间小店3周年，有学生借用场地进行舞蹈表演，柯明旻本以为这只是一个三五人的小表演，却不料承接的是十多人的现代舞团。十几个人在狭小空间里尽情释放演出，吸引了很多人驻足观看。柯明旻开创空间的一些设想，就在这样一件件事情里，慢慢达成。

198café并不在西门的中心区，柯明旻觉得自己“在西门的角落里，守着小小的地方做自己的事情，挺好的”。他愿意和喜欢摄影的人不断交流，分享经验、心得，他也不时从顾客那里学到一些摄影的小窍门。有空时，他会跑到人潮汹涌的西门町，拍路人拍游客，已经攒了好几百张照片。每天营业结束后，他会去坐计程车收费不超过100元新台币的南机场夜市（几乎整个夜市都没有bug，是个家家好评的低调夜市）吃东西。柯明旻正在经历自己辞去服装设计师工作的第十年。他即将走到自己为自己设定的结点。198café在这个结点到来之前，依然存在，不断完善。

有人曾问柯明旻快乐么？他说自己特别快乐。这快乐的源泉自然不是198café不多的营业额，而是在3年多时间里，柯明旻觉得自己通过在咖啡馆和人交流、帮冲洗底片，成为全台湾观察最多年轻人的摄影创意、天赋和想法的人，这些宝贵的东西让他想不快乐起来都不行。{ 198café · 台北市西宁南路198号 每周二店休 }



01 | 02
03

01/02 张凡璇因为对外面的食物特别不放心，决定自己制作食物招待Somebody Café的顾客。说不上什么精致的餐点，但用绿色安全的食材制作出来的三明治、pizza以及最近在尝试制作的蛋糕，都能在其中品尝出满满的诚意。03 店内不少东西都是张凡璇插画作品的衍生产品，这些细节也让小店显得精致有趣。



文魏蔚图杨弘迅

误闯奇幻空间

Somebody Café

在西门町热闹的店铺间穿梭，满眼的奶茶凤梨酥以及鞋服铺，抬头仔细辨认，会发现简洁的“Somebody Café”招牌挂在二楼。找到狭小的入口，爬上有点高的楼梯，西门町的喧闹突然不见，眼前的干净空间，挂满了画家张凡璇充满想像力的版画、插画，怪趣的人物和动物，让人误以为闯入了作者的梦境。这是张凡璇和张希洛两兄弟用心打造了近7年的Somebody Café的新家。全新的咖啡馆空间白净简约，墙壁上挂着张凡璇的个人作品，室内摆放着小学校课桌式的木头桌椅。弟弟在张罗店里的布置，姐姐则在吧台后面的厨房准备食物。看起来忙碌，却又温馨十足。

在这之前，咖啡馆坐落于西宁南路的一栋小房子里。当初因为做艺术创作，张凡璇有作品在创意市集出售，其文创品牌“贰拾陆巷”也是台湾第一代创意市集里就有的品牌，Somebody Café和“贰拾陆巷”都算是台北的老牌文创产业代表。当初参加市集，家里东西逐渐堆太多，“甚至连画画的地方都没了”，看到小房子在招租，姐弟俩就商量着把地方租了下来。一开始只把一楼作为咖啡馆空间，二楼堆放姐姐的创作作品和杂物，此后两人的朋友里有些独立乐团想要做演出，或是有人想要做诗展等，便思考着把楼上的杂物间开辟成艺文空间。当时还是2007年，“西门町这个商圈并没有什么人在做这件事”，彼时艺文活动都在台师大附近。这一误打误撞的举动，让咖啡馆在西门商圈逐渐受到关注。

但和很多小店一样，Somebody Café旧店也遭遇了涨租的问题。于是咖啡馆在今年初新搬到了成都路，和房东签了一个长租，试图更稳定更安心地在西门迎接不同朋友们的见面。新地方依然有好喝的咖啡，姐姐亲手制作的健康简餐，以及最重要的，依然可以为不同的展演活动提供场地。两兄弟亲手打造的温馨奇幻空间，是西门町不可错过的精彩点。{ Somebody Café · 台北市万华区成都路65号2楼 pinkoi.com/store/creative26 }



出版顽童的文化根据地

田园城市风格书店

独立风格的书店在台湾并不少见，但用独立的姿态在一条小巷里一待就超过十年，并不断有年轻人前往拜访，这样的书店就显得特别了。陈炳惨作为田园城市风格书店的创立者，开办之初便将书店选址在了僻静小巷里，没有安装显眼的招牌，也不做噱头的宣传，却在这个干净安静的小街，坚持风格，不断创新的她做了20年，卖台湾的图书，办年轻人的展览，有声有色。



田园城市门口并不显眼，根据不同的展览主题会更改贴在外墙的展览海报。



独立风格的田园城市书店是陈炳惨10多年创新耕耘的成果。



一直支持独立文化事业的田园文化会在店内贩售各类独立出版杂志，试图给这些杂志开辟更多通路。

即使很多官方单位欲给田园城市贴上“文创代表”的标签，陈炳惨却直言不需刻意强调，因为文化和美学会自然而然循着生活渐进，他将此概念进一步落实在“田园城市书物市集”：书店所在的这条巷子，每到假日会释出一些闲置空间，他便利用空当举办主题市集，号召邻里与店家共同参与。“这就是做文化事业所需的酝酿，不必太着急，每次只要顾好小主题和小趣味性，能让人惊讶或是期待就好，我不求大，求大求多不仅会形成莫须有的压力，还会把本身好的点子压平。”他发觉台湾目前对创作思维的养分不足，社会只一味追捧最新最快，既然自己有能力可以从国外淘回一些经典好书，也就特别希望能服务那些需要自我激励的客人，“很多老东西有该年代的文化养分，经典是有延续性的，它一定具有一些很厚实的内涵，让你可以应用，所以我们不能让断层产生。”近来他投注许多心力到意大利、法国和日本的旧书展，搜集大量的二手摄影书，就是预备筹划一个和摄影展同步的市集。“我每次去日本都会买下几百本二手书，挑这些书很便宜，所以也能用合理的价格和客人分享；也有客人会给我清单让我去帮他找书，当我真正挖到、看到的时候，会感觉自己又成长了，连带地工作乐趣和视野也提高了。”

出版·展览·市集

田园城市称得上是老牌出版社，1993年发行人陈炳惨就带着它在台湾书市里独树一帜。起初专营建筑和设计类书籍，不过单如此岂可满足专业人士的胃口？这些读者理应有更广泛的兴趣，需要更多元的信息，电影、摄影、文学都是他们能汲取的营养素，况且陈炳惨也坚信，专业技能加上内在涵养，创作出来的作品才可能独特，否则人人都是一个模子。“走出独特的道路”这股信念，田园城市贯彻至今，因此目标客群一直很明确，2003年成立这间风格书店，不愿开在大马路边。客人绝大部分都是主动前来的，这种动机肯定就能和品牌精神对接上，产生比买卖还要紧密的关系，也许，会更像一位久别重逢的故知。求质精而不求量多，是田园城市不愿亦不会改变的经营方针，这句话由闯荡业界近30年的老江湖说来，别具说服力。

相较风格书店，很多年轻人更熟知的是它位于地下室的展览空间。在台北，要是人际圈子里有几个搞创作的朋友，总有谁是来这里办过展的。此处的展览项目由田园城市自主策划，也尽量把机会开放给新锐艺术家们，一年十几场展出，每场约三至四周，对展览范围并不限制范围，可以是染布，可以是涂鸦，当然也可以是摄影和书籍，“前阵子办过以zine为主题的展览，还满热门的，一个档期下来，到访数可以达到千人次；五月中至六月中规划了一档新锐摄影展，相信大家看到这位摄影师才三十几岁时，会觉得自己也有机会。”陈炳惨亦鼓励创作者尽量去贩卖作品，因为小量制作没有压力，重要的是能够得到宝贵经验：与人沟通，交流意见，对外在保持灵敏感知，“我做出版已经30年了，但你看我们对出版书封的想法，不会觉得我们已经老了。”这就是经验，经验转换为技巧，可以娴熟地应用到各种层面。

当下的台湾，“文创”已被架空为一个浮泛名词，

01 书店区域之外，是田园城市文化事业的工作人员办公室。这导致书店会在中午时暂时关闭，因为那时候办公室的员工在午间休息。这样的书店，也算是特立独行。02 田园城市风格书店会坚持出售台湾作者的书，除了出版社自行出版的书目外，书店会精选他们所认同的其它出版局的图书，放入书店。





书店的负一楼是可供租借的展览空间。不少创作人都会在这里进行个人展览。陈炳穆非常欢迎年轻创作者们前来策划、展览，在此过程中，大家对项目进行探讨，他认为年轻的创作者也能在这其中学习到很多东西，绝不只是“办过展览”的收获那么简单。陈炳穆喜欢年轻人不断思考、尝试、创新，因为20多年来，他就是这样不断让自己保持年轻的。

原创激发的持续能量

尽管积极耕耘着展览和市集，但出版仍是田园城市的本业，每年出版的书籍中，他们始终坚持台湾作者必须占到总体的七成。从地下室展间回到一楼书店内，陈炳穆从以塑料菜篮和木板组装而成的图书展示架上，拿起一本《织物地图：一位艺术家的纤维染织行旅》解说道：“这本今年卖得很好，已经售出一千多本了，作者本身是位纤维艺术家，虽然她认为自己只是进行纤维创作，但我一直鼓励她把生活中长期体验和经历的东西释放出来，写成一本书。”他同时也为工作团队动辄十几年的资历与强大的凝聚力自豪，在目前出版业多半外聘项目设计师的现状下，田园城市出版的书籍皆是由内部自行设计，“台湾这几年设计的实力突然变强了，但是有才华的人只在前端设计，却不了解后端执行，所谓的设计不是你懂电脑绘图就可以了，你要懂材料、制作、加工，执行出来的产品才能具备高度整体性。”他也相信把专业和经验传承下去后，每当出现了问题，就要放手让团队去试验，唯有如此才能令员工成长，否则光有一个强势的老板，对事业帮助不大。

田园城市很欢迎创作者主动向他们提案出书，“我们会有专业人员跟你讨论，提出架构，找出你需要的元素。一般出版社不习惯做这个事情，因为要磨很久，耗费很多时间和人力资源，但对我来讲，好东西就是要磨，我们每一本书都这样做。所以其他出版社的员工我觉得很可惜，他们有潜力，有热情，可是上面不给机会，如果没有制作一本书的完整经历，就会开始觉得从事出版很无聊，只能挑挑错别字而已。你看我们团队的每个人，都会看到不一样的特质，这是经营文化事业的核心态度。”

对于在全球业界延烧了多年的“纸本灭亡的焦虑”，陈炳穆观察、衡量过台湾书市景况后，仍然怀抱正向态度，他认为稳握实力与战斗力才是首要，把书籍做得厉害，就能比别人活得更久，“为什么做书要做得这么用力，因为大家担心会被电子书取代，未来是有这样的趋势，但是它成不成熟我不晓得，当你提早拉开自己战斗的空间时，就会想为什么敌人到现在还没有来？电子化的前提是必须有高科技的工具支持，电子阅读的软件也一定要很成熟，才有商业空间和利润可被操作，所以这么久了，台湾的电子书仍没有办法成型。”

任何具有原创精神的事物，就会继续产生能量，田园城市从22年前秉持着理想与热

爱行至今日，既没有大集团的蔽护，没有其他股东，思路 and 脚步却因此而清晰明确，并寻求自己独一无二、稳健的定位，“我们不愿意被叫作独立书店，我们是风格书店，因为我们还是出版社，是独立书店的上游。我长期在国外看到不管是新书店还是二手书店，或者任何和书相关的场所，它们都有自己的风格，风格代表个人，包括个人的理念和想法、有特质的东西。”陈炳穆再次强调，每个行业都应该创造出自己新的领地和不可取代性，更应该是快乐的，虽然人人走得辛苦，但不能摆出一付央求官方或大众施舍的样子、靠补助过活，所谓的企业和公司，理应去开创新的格局和未来。

谈话时，陈炳穆突如其来要大家猜测他岁数，从这一行径看来，他实是一位童心未泯的可爱大叔。有很多学校邀他去演讲，他总是委婉回绝，因为觉得自己没那么伟大。他最希望的，就是任何一个有心人来到这里，感受尘嚣里的恬静，领会书店醇厚的气质，体验生活里的文化行动。这时他便乐意与你无私分享。“如果我到学校、办公室去演讲，面对一个陌生的环境是没有感觉的，只有在自己的地盘可以滔滔不绝，很实在也很轻松。”

田园城市风格书店进驻中山商圈十余年，陈炳穆会如何描绘自己所在的这块街区，又为何能够安然自适地待下去？他说，这里可以让所有焦躁情绪中的城市人，找到一个舒服的落脚地。{田园城市风格书店·台北市中山北路二段72巷6号}



陈炳穆的个人办公室更像是一个个人收藏馆，有他喜欢的黑胶唱片、古书，各类古旧家具、玩具，在世界各地收藏的 free paper，包括被同事淘汰下来的旧苹果台式机（真的好旧，会让人以为是玩具模型）。他说男生长大了反而玩心会更大，对喜欢事物的收集会比女性更夸张。他说等到时机成熟，那些来自世界各地的艺术馆、博物馆宣传单张，免费海报等，或许还能办一个展览，要知道，其中可以看到不少好设计。



店内书架由台湾市场里常见的装运蔬菜的塑料篮子和木条拼接，这是陈炳修设计出来的，上面则放着陈炳修不少个人收藏的玩具。创意十足的这位大叔也童趣十足。



日星铸字行

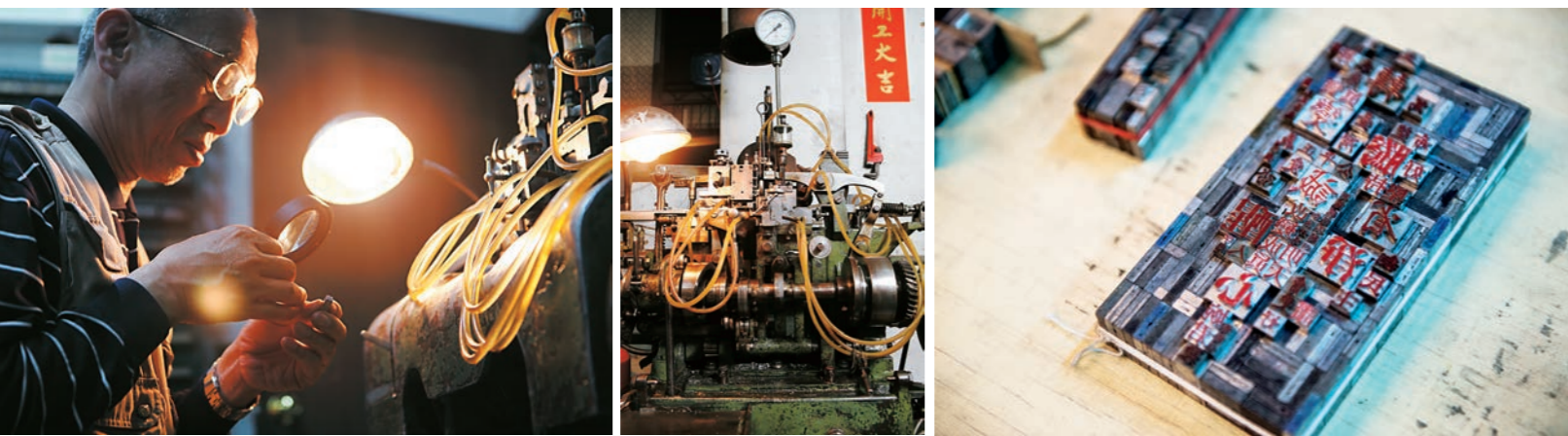
活字印刷复活记

文 孙志熙 图 杨弘迅

1998年创业以来，日星经过5次搬迁，落脚在太原街97巷。一间小铸字行，捱过了数码化对活版印刷业的巨大冲击，举步维艰地存活下来，以至成为传统文化的保存者。这一切的起点，却比较接近一桩意外。当时，老板张介冠的父亲要开的其实是印刷厂，只是下订的机具交货不及，在必须营运周转的经济压力下，才以铸字行的身分立足于产业的第一线，服务对象从社会大众变成印刷厂，就这么走过了50个年头。

島 峽 峯 岡 岸 中 屬 履 層 屨

布 巾 卷 巴 己 產 巨 巧 左 干



01 | 02 | 03

01 在铸字机器前，张介冠先生一工作就是一整天，是难能可贵的坚持。02 机器虽然看起来老旧，却是目前日星用来进行字形复刻的重要机器。03 肩负文化重任的日星常受到各界邀请，且都紧贴社会脉动，“去年和一家网络咨询公司合作，他们选出几个2015年的代表字，然后由我们把字排成台湾的图像，318学运、反核运动的一些印刷品也是我们做的。像排台湾形状的版，困难在于铅字有7种规格大小、3个体系，要大小小交错排在一起，对排版师傅是非常大的考验，要做非常多的计算。专业的老师傅台湾其实还有，但不愿意排，因为他们都70多岁了，第一眼力不行，第二不知道怎么收费，排这个版要花3到4小时，工资2000块再加上老板的营销，一个小小的版如果要价4000块，会把客户吓死。”

台北唯一的铸字厂

上世纪70年代前，光是日星所在的台北市大同区就有四五十家印刷厂。1985年进入数码时代，此至1995年的十年间，台湾活版印刷厂消失99%，5年后这个产业被宣判死刑，规模最大的铸字行同年停业，换算他们当年的投资额，超过现在10亿新台币，但倒闭后整厂售出价格不到300万。2005年，日星意识到自己可能会成为台湾活版印刷业的句点，张介冠原打算收业后把铸字机、铜模、铅字各保留一套留给子孙，让他们知道这是非常重要的人类文化遗产，“打一通电话让人来收购就好，但心会很疼，所以最后仍没有处理掉，好在所有运作我一个人就能处理，也不须担忧薪资和房租，负担算是非常轻微。”于是他计划让日星转型为工艺馆。工艺馆和博物馆的最大差别在于博物馆陈列器具供人凭吊，工艺馆则具备教育和技术传承的任务——从最上游的铅字铸造开始活化，字模一旦有实质生产力，保留下来的火种才不会熄灭。出于资金考虑，日星开业时由老师傅刻好铅字，再用电镀生产的字模制成，无法长久保存，整批汰换重制的时机到了，“近50年台湾引进了烤模雕刻的技术，质量远远高于传统电镀铜模，我们将所有铅字通过数码修复再制，修好一个字要8小时，第一批共有4500字，等于要12年。”

这就是日星2007年在网上发起的复刻计划，很快吸引四十几位有志人士加入，但三四年努力后张介冠还是喊暂停，“大家修出来的字不一样，早上修和晚上修也不一样，一套工业用字有非常多的规范要遵守：单一字有单一字的美感，一套字有一套字的共性，汉字尤其楷书，若以台湾大五码（Big5）来说，最少有13060个，国际码则最少20000个，每个字都要注意所有细节，每个字的笔划就是一幅图。”日星的这套楷书是1920年至1930年间在上海设计生产，是全球唯一存在近百年的字型，具有强烈书法性格，而在过去一次次使用中，笔画会产生瑕疵，每次修正又因师傅对字型的见解不同而有不同诠释，张介冠说就像人虽然骨架一样，但有很多相异的细节。如今进行数码修复，又有更多问题衍生，是对照上一位师傅修的样子，还是去掉其个性回归到第一代字型？既要保有旧特征，又要思考细节处理，这比设计一套新字型的工程更加复杂浩大。

过去铸字师傅闭眼徒手画出来的字，每个都得一样，这在当时是必备技术，但对现在的美工人员而言，即便是用计算机设计150个字，彼此的协调性可能都有问题，难以达到张介冠的标准。面临字模一天天在损坏，他今年改变策略，先从宋体与黑体下手，因为更能定好工业规范。也有很多国外厂商可提供协助，但坊间字型公司多从功利

角度出发而使用速成法，他却认为一万多个汉字都是独特个体，不能用零件拼凑的方式完成，所以要求修字者先从书法开始，学习掌握字体、笔法的特征，这是目前最大的难题，除了让两个儿子进来接手，学徒学习到一定程度不需10年也需5年，但若现在不做，永远也无法完成。张介冠不仅对印刷有着透彻研究，也对电子设备极具兴趣，音响都是自己组装，各种面向的专业涉猎得多，又从舅舅和父亲身上学到“凡事尽全力”的态度，眼光自然比同业来得宽广。

新时代的活化机遇

这三四年来，社会对古老产业的陌生感和好奇心倍增，日星吸引了许多年轻人来选铅字作礼品，张介冠观察到其中多是留学生，“很多欧美人士喜爱汉字。我算了一下，如果要合乎未来运作的理想铜模数量，最少要30万个。初步试做时，一个模子制作时间接近一小时，一天生产10个左右，差不多3万天才能完成，除非购置很多机器同

张介冠对印刷的尊重与执着让日星正在不断复兴。



近年来，铸字在中外年轻人中都流行起来。不少人会来日星铸字行参加导览，或是选铅字作为礼物送给朋友，甚至不少外地游客将它作为台湾伴手礼。流行带来关注，这在一定程度上帮助着日星的传统工艺保存、修复、推广工作。

时进行，可以缩短时间，但投资非常大：10台机器就等于一两千万投资，对于日星是天文数字。但若从制作过程去改良工序，包括修字也会愈来愈熟练，就可慢慢提速。”然而他认为更关键的要素是培养出小众市场，让这个文化财产有提升空间，自然就会有人愿意进入了解并传承下去。日星从六七年前开始提供团体导览，参观者在面对满室宏伟的文化结晶、生出访古之幽情的同时，也能真正理解相关知识，把濒临失传的工艺有效地传播出去。但若涉及操作上的专业问题，仍需实际从业的技术人员来解说，这是张介冠对于印刷事业的尊重与执着。

在媒体及公众的多方关注下，日星铸字行的知名度与支持度已大幅提升，除了既有的基本制造工作，还得兼顾传统工艺的保存、修复与推广。24小时闲不下来、一周工作7天、春节无休的张介冠，却还挂念着目前活版印刷生产的质量未尽如人意，并计划再建一个印刷部门，他相信唯有这样才能让技术传承，单单修复模具、生产铅字，只是产业链的一段，后端排版印刷如果没衔接上，链条还是断开的。“日本也有类似危机，这行的从业人员也看不到明天，大陆更不用说，早没了。七八年前日星在互联网开始曝光，很多对此关心的人慢慢想从不同角度、环境切入，对日星来讲是乐观的。”据张介冠所知，辽宁和深圳都各有一家铸字行还在贩卖铅字，上海包括上海印刷技术研究所在内，也有两个端点有能力和设备生产铅字，只是以它们的处境而言，很难像日星这样把文化价值放在第一顺位。

日星的一楼被铅字柜填满，只剩地下室作主要办公区，肃静又有股凛然之气，一旁有两人一组在为铅字拍照建档，另一旁的角落则叠了几口箱子，张介冠说那是要送给英国大学的整套铅字，“欧美还有活字印刷，但很少，送他们这套吓死他们，他们不知道一套竟然那么多，8个箱子才装完，总共800公斤，快15000个字。这些成本超过我们一年营业额，但还是要送，因为是个难得的机会及重要的文化外交，它将成为全欧洲最完整的一套铅字。”日星即将送往英国的也包含APP检索系统，连接到台湾的教育部，让欧洲想学汉字的人能有完整的数据可查询。老传统有什么不可取代的价值？旧技术能不能有新诠释？取“日日生”之义命名的日星铸字行，这是它给我们这代人的启发。{ 日星铸字行 · 台北市太原路97巷13号 pinkoi.com/store/rixing }





东区的确是年轻人喜欢出入的区域，在这里能看到各类打扮时髦的年轻人出现。虽说店铺众多，但仍是一个可以细心闲逛的悠闲区。

潮流艺术中心

在年轻人口中，东区是目前最「夯」的区域。大型商场和国际快时尚品牌在这里都能找到踪影，街道内还有不少精品店和潮流鞋服店，网络红人开服装店也首选东区。这似乎是个个性旅行路线的规避区，但，请等一下。

在潮流店、大商场背后，如同台湾所有小街小巷一样，这里有不少有趣的空间。东区有不少老字号的小吃店，鹅肉大王、东区粉圆以及太多记不住的名字，光是吃就能吃好久，也有风格明显的日式面包店、料理店。质量颇高的咖啡馆、书店，以及手工皮具、眼镜店也能在这个区找到。一开始听说东区是潮人热爱的地方，以为它只是一个肤浅的购物区，却不想它其实也是一个承载着很多故事和心意的地方。

其实慢慢逛，用心看，哪里都有收获。

文 魏蔚





店主Salon正在为预约好的客人亲手打磨眼镜。

忠孝敦化站，服饰小店的
核心热区里，有条特别幽
密、仅有一个入口的静巷，
巷子口上就是眼镜工作室
Glasense Studio所在地，
名曰「工作室」，是因为除
了陈列眼镜的墙面，中央那
张大桌同时也是维修用的工
作台，客人一旦购买，只要
不涉及零件更换，无论镜架
抛光或角度调整，皆享有免
费售后服务。

在这里能找到质量和售价符合期待的镜框。



文 孙志熙 图 杨弘远

为亚洲人设计的眼镜

Glasense Studio

Glasense是一个宛如眼镜展览会的空间：基本线条木制款、特殊八角切割款、鲜艳板材系列、协同香港设计师开发的儿童眼镜、创立之初设计的双层可拆卸镜片、年代久远的全铜制三面立镜、其它动辄五六十年历史的老对象，以及鲜见于服饰店家，令人留下强烈嗅感印象的青柠罗勒香氛。

6年前，Glasense作为寄售性质的眼镜品牌，由于自行设计的款式尚少，多是依据原就从事时尚产业的老板Salon之品味喜好来选货，销售量其实不错，但寄卖不免会产生现金回流问题，基于周转考虑，他在3年前开设这间直营店。30岁转行的Salon，虽然热爱眼镜胜过先前的摄影和服装业，却有许多相关知识需要增补，托以前做服装行业的福，他在广州找到了做生产合作的工厂，有趣的是当时好几家工厂地址还是向出租车司机问来的。每隔一两个月，Salon都飞去广州亲自监工，不仅在旁观摩，也要求师傅让他亲自操作，于是设计眼镜不再只是画图，慢慢容纳了更多手工技艺的底蕴，“现在品牌的自有设计款大概是70到80支，我也会去国际眼镜展，看到质量



Glasense里报答客人公益贡献的特制钱夹。



通过预约，顾客可以将自己购买的Glasense眼镜送往店内进行调试，店主Salon会在精确测量后，将眼镜调试得最适合这位顾客佩戴。

和售价符合期待的镜框，就把它引进回来，但不一定是大品牌，这点是我要特别强调的，我在意的不是品牌，而是它的做工和材质本身。”台湾的眼镜市场，商品质量相当悬殊，若非昂贵的精品名牌，就是夜市里的便宜劣品，如此单二的选择模式已经深植消费者心中多年，而这即是Glasense欲打破的，即使如今有了一定知名度，但眼镜外观上始终没有logo，logo放在内侧，就是不希望客人只因崇尚品牌而佩戴。

当然在起步之初，顾客确实存在疑问：一个没有知名度的品牌，单品售价却要近3千元新台币？经由沟通和对商品细节的介绍，好比塑料材质的种类、差别性，以及针对亚洲脸型的设计重点，客人们才渐渐认同，“一开始我不太接受媒体采访，不是因为我不喜欢，而是我觉得需要把本身先做好，做到一定水平；我也不找代言人，但我们的客人之中就有明星艺人，如果他们满意并真心喜欢我们的眼镜，自然就会向人推荐，我是希望透过商品的本质去说话的。”

“不同于市场行情，我们最热销的反而是黑色镜框，很奇怪。”Salon信手捻来店内几款特殊的材质和配色，并表示这些商品大众接受度没有那么多高，但他认为客人一定有搭配的需求，而就算是几年前的旧款设计，也不会只看销售量而去决定是否继续生产，尤其中国香港、日本、新加坡的顾客占总比例三成，消费口味其实有更多可能性。纯手工订制则是Glasense的长远计划，“当客人来到店里，可以告诉我们大概想要什么框型，然后我再依照客人的脸型、鼻距、耳距、面宽等等，帮客人设计一副镜框，这就是我最终的目标。”虽然国际品牌也会宣称适合东方人鼻距，但除了改变距离，还得考虑脸型和五官立体性的不同，这也是Glasense为何坚持必须针对耳沟和脸部大小等细处，替顾客亲自调整，才得以确保佩戴的舒适度。Salon说自己仍旧不断精进手艺，也乐于和客人交流，从中获得反馈与各种设计上的建议，“日本的工匠精神真的值得我们学习，他们每天重复同一个动作，在这种重复当中可以发现某一点还存在着小缺失，所以他们每天都不断地在进步，也许外人看来，只会觉得就是一个很简单



更多时候，Glasense像一个风格浓厚的眼镜博览馆，各式各样的眼镜让人目不暇接。店内还不乏Salon在各地搜集到的古旧眼镜收藏品。同时他也会把朋友的一些产品放在店内售卖，整个眼镜工作室显得更加立体丰富。由于有适合亚洲人脸型的镜架，完备的售前售后服务，Glasense在当地很受欢迎。



的动作，但是我相信这种细节上的体会只有自己最清楚，我想要带给客人的，也是这样的感受。”

说着，Salon就从柜台后拿出几张貌似厚重的小卡片，原来每张上面都附带一支眼镜造型的钱夹，这是Glasense只送不卖的周年庆赠品，不过却不是以消费金额当作门票来兑换，卡片上印着：“The world will become better because of you”这句话也是他拿来自我鼓励的，如果有一点能力，就应该去帮助世界上有需要的人，客人只要捐款给孤儿院等慈善机构，就可以凭着不限金额的捐款收据，回到店里兑换一份黄铜制作的钱夹，“去年我们的活动叫做‘我要帮助人’，只要在Facebook上发微笑自拍照，前15位朋友就可以免费来店里挑选一支眼镜，不限款式也不限价位，这支客人选走的眼镜，我们会再将它定价金额全数捐给台中某盲人儿童学校。”今年Glasense打算持续这样的小小善行，把正能量散发出去。

眼镜是最有生命力的配件，Salon这样认为，那么就算受了重伤也想全力抢救它，

遇到过最夸张的镜框损伤，是被狗儿咬到整个表面都凹凸不平，他观察了客人对这副眼镜的喜欢程度，抱着能救尽量救的心情，花了两到三天的时间才修复完成，他说这就是他对眼镜的爱。提起了生命，生命的要素之一果然是阳光吧，当你在店内试戴起一支眼镜，端详半天却还犹疑着的时候，Glasense便会亲切建议你走出室内，在店门口的充足日照与绿意中转悠一会儿，接着你会发现眼镜的色泽质地和设计细节，全都在阳光下真切地活了起来。【Glasense眼镜工作室·台北市敦化南路一段161巷71号】

文 魏蔚 图 杨弘迅

纯手工制作有生命的皮具

figure 21 手工包房

如果布和皮让我选，我肯定选皮，因为它是有生命的。



具有历史感的家具物件，配上店主亲手制作的皮具，宁静又稳重的气质，和手工皮具相得益彰。

东区商业街近几年已成为“潮人聚地”，各类大小店铺经营着最in的时装、潮人装备等。这里或许是店家平均存活时间最短的区域，若三五个月不拜访，一些小店或早已消失不见。在“日新月异”中，也存留着不少坚守了好些年的老店。

仔细窥探街道两边延伸进去的窄窄的小巷子，里面藏着不少有趣的店家。Figure 21就是其中之一。2006年，离开了影视行业的Darren尝试着做自己喜欢、想做的事情，手工制作皮包便是其中之一。在Darren看来，皮是有生命的，每个人捏一张皮时，大家的感受都不一样，“会有不一样的精神灵魂和思考”，这让他很喜欢做皮具。而后他想要开一家小店时，“正好看到这里在招租，转进来问，就租下来了”，一直开到如今。一开始这家手工皮具店叫figure，后来同样制作皮具的Phoebe带着自己的品牌P-21加入，大家决定给品牌改名，便有了现在的figure 21。

还未走进figure 21，便看到有只黑猫在门口闲逛，店里传来皮具制作的敲打声。全职做手工皮具创作的Darren，工作时都会来到店里，坐在自己的工作台前，剪切皮具，安装五金，敲打缝补。若有客人对店里的皮具感兴趣，Darren会停下手中的工作，告诉你这是什么皮制作的，又是怎样的售价。Figure 21在外有着很高的评价，不少台北朋友都在推荐这家低调的皮具店。Darren介绍，目前工作室主要进行接单制作，也会根据自己的想法制作一些皮具，在实体商店进行寄卖。

作为在东区已经超过8年的老店，figure 21算是见



证了这个区域的巨大变化。由于房租上涨，不少个性小店慢慢搬离，连锁品牌、潮流店铺进驻，东区变成了一个很潮的地方。或许也正因此，figure 21显得如此有趣。不过Darren解释不搬走的原因其实很直接：“其它地方租金更贵。”一直都在这里，习惯了，离不开，搬不走，那就继续留在这里，专心制作自己喜欢的皮具，迎接各种意想不到的客人，并继续目击周围店面的风潮变换。{ figure 21手工包房·台北市忠孝东路四段205巷29弄1-6号 }



每个工序都全手工制作，诚意满满。除了大包，Figure21也有不少实用小物件。不少人在店里都会迷到不愿离去。



Bunita (陶器) pinkoi.com/store/bunita

来自日本的小仓真和夫人一起来4月的好艺市集摆摊。在儿童游乐园工作的他，闲暇时会制作这个名叫Bunita的陶艺小丑娃。受到Pinkoi日本同事的邀请，进驻了Pinkoi设计馆，这是他们第一次来到台北。因为小丑娃很受欢迎，销量还不错，“赚回了我们的旅费”。



ABEARABLE (双色T恤)

pinkoi.com/store/abearable

Abearable来自泰国，因为觉得熊实在是太可爱了，所以基本上用熊为主角进行了产品设计。目前最受欢迎的应该是随着天气变化而在变色的T恤。T恤上的图案虽然简单，却不失童趣。Abearable还设计了熊猫头套等产品，总之，都离不开熊啦！



Risy (松木制包袋)

pinkoi.com/store/risy

来自香港的Shaylyn第一次来到台湾摆摊，感觉很新奇。由于有工厂资源，Shaylyn利用水松木布料亲自设计制作包袋，在香港颇受欢迎，她想在台北摆摊看看大家的反应。水松木布料看起来特别新奇，大家的询问度和购买度都很高。不想撞包大可多关注！



牵牛花 * 开了 (手作陶器)

pinkoi.com/store/dearocat

橘喵老师一直在做插画相关的工作，后来有幸接触到了陶艺，便尝试着将插画和陶艺结合起来。把看起来传统又有些严肃的陶艺，结合插画变成活泼的陶艺，受到更多人的关注和喜爱。橘喵老师虽然有时候觉得自己制作的陶艺作品没有什么实际用处，但就是这些小东西让生活变得更加丰富美好。



文魏蔚 图杨弘迅
**东区还不能错过的
好艺市!**

逛市集应该是最直接和本地人、创意工作者进行面对面交流沟通乃至做朋友的好办法了。在松烟诚品前广场，一直到今年9月，每月都将举办一场Pinkoi 和富邦艺术基金会一起合作的好艺市集创意市集，除了有台湾设计师参与外，还会有来自日本、中国香港及泰国的亚洲设计师来这里摆摊售卖，是难得的交流体验机会。用不错的价格，买到优秀的设计产品，顺带也可以把松烟诚品给逛了。用小半天，就能更多丰富自己的台北探险。

近期好艺市集时间

6/13 (星期六) 7/25 (星期六) 8/15 (星期六) 9/19 (星期六)

地点：松烟诚品前广场 (台北市信义区烟厂路 88 号)

最新市集信息，可前往 www.weibo.com/pinkoi



嬷嬷 Murrur (皮件)

pinkoi.com/store/murrur

嬷嬷手工皮具由天马行空的左撇子Ai和注重细节的右撇子Yen共同打造，两人自学皮具制作，创作颇具细节，又创意十足，色彩多变且功能性强让嬷嬷很受欢迎，尤其是受女孩子们的欢迎。



vingt-six (包袋)

pinkoi.com/store/vingt-six

专业学习设计的张珮因为找不到合适的包袋，便自己做了一个可以装下画图工具并防止被戳坏的包包，试着售卖时，发现包包很受欢迎。张珮将包包创意地和裙子设计相结合，凸显女性化又不失个性。每个包包都经过3个月的使用测试，不少包的承重能达到6公斤，让人心生佩服。

Pillow Hug (抱枕定制) pinkoi.com/store/pillowhug

因为把校服制作成抱枕而走红的pillow hug很受欢迎，不少人找他们定制有意思的抱枕，包括把自己从小到大的照片全都拼接在抱枕上，也有人把自己喜爱的明星做成真人大小……千奇百怪的抱枕奇趣非凡。



针线球 (卡片、贴纸)

pinkoi.com/store/yarnball27

针线球是一对小夫妻共同打造的插画设计小店，两人共同创作了台湾家常菜系列、保育动物系列等多种具有台湾本地特色的明信片、贴纸、印章等等，东西虽小，却细致有心。



Loopy 鹿皮 pinkoi.com/store/loopy

林嘎嘎和陈幸运是一对生于1992年和1989年的情侣，学习设计的两人在毕业之际开创了Loopy，目前是很受年轻人欢迎的创意品牌。而闲不住的嘎嘎又决定再做一个小吃店，每天吭哧吭哧地学习甜品制作，并搬了一个大玻璃柜、保温箱、烤箱，拿到市集上来卖！甜品因为太好看太好吃，被一扫而光。嘎嘎一边忙，一边继续傻傻地笑。



设计师聚会

作为主办方之一，Pinkoi会不定期邀请设计师进行聚会。4月的创意市集有幸请到了不少台湾以外的设计师，便在雨人面包店为大家举行了一场after party，来自各地的设计师互相交流，伴着可口的食物，雨夜也温馨。



淹没在小清新标签下的台湾，在大多数人眼里显得柔软又美丽，这里有每一口都可以让人尖叫的鲜奶珍珠奶茶，以及每一个旅途中遇到的热情又礼貌的台湾好人。旅行的宣传会让人对台湾产生一些期待，让每个到达台湾的过客，都在其中寻找自己的各种“小确幸”，沉浸在干净、规律、秩序又不乏美感的台湾里。这是游览式的台湾。

另一方面，本土年轻人对自身的处境相当焦虑，民主化的意见表达在每个角落都能觉察到；台湾年轻人会和不同的人探讨起薪22K新台币等话题；没有朋友圈的轰炸和微信公众号的强势，年轻人群保持着一定水准的阅读习惯。在别人看来是小清新的生活，却是物欲大潮过后，每个人试图找寻自己个性，而产生的结果。大家都在批评，在思考，在认真生活。这是本地化的台湾。

不管哪种类型下展现出的，都是社会趋向成熟的台湾。这里的民众更注重生活的细节，因此你会看到市民注重街头卫生和垃圾分类，会发现小街小巷很多布置细心的咖啡馆，或是各具风格的大小餐厅，以及各类商店，包括各类行路指南都具有基本的美感。

在这样的环境下，会出现并发展为有40万设计产品在售卖的Pinkoi网站，并不奇怪。要注意，这里强调“设计”二字。Pinkoi并非普通电商网站，而是专注于

为独立设计师提供售卖商品平台。不过这里的“独立设计师”也并非某些语境下的冷艳群体，而是通过自己的思考、设计并尝试亲手制作后，将个性化的商品进行售卖的设计师。Pinkoi希望给大家带来的，是关于日常生活的美好设计。用美好的设计，带来美好的生活。

时间回到2008年，在硅谷就职于雅虎的Peter闲时喜欢去旧金山逛市集。旧金山每年会举办设计展览，主要针对手工创作者，来自各地区的手工业设计创作者摆摊售卖自己的创意。这类大大小小的市集非常多。不过回到亚洲时，Peter感觉这种设计创意的氛围明显不高，欧美的朋友似乎认为亚洲是“设计沙漠”。

其实早在10年甚至更早前，台湾就曾兴起过摆摊热潮。一度热闹的牯岭街市集据说是创意市集的发源地。当时在敦南诚品前也不定期有摆摊活动。摆摊文化在那几年很火热，但随后的管理问题，包括城市管理部门对摆摊的驱逐，都让热闹的摆摊逐渐消失。一度收入不错的创作者不得不回到之前的工作环境中，因为每个人需要为自己生活的面包买单。手工设计创意者在小范围内活跃，却没有合适的平台来展示。Peter明白在亚洲、在台湾，手工创作设计者很多，这里并不是“设计沙漠”，只是太少人了解到这些创意设计。所以他在想，为什么自己不去创造一个平台呢？

文魏蔚 图杨弘迅

让大家知道亚洲也有迷人设计

Pinkoi.com

同样住在旧金山的阿Mai (Maibelle) 出于兴趣爱好，也非常喜欢创意设计产品。在Peter寻找合作伙伴时，两人通过朋友介绍认识，在Facebook上聊天。交流了不少想法后，阿Mai说需要一个晚上考虑。时间一到，阿Mai就表示：“OK.Let's do it.” 合作伙伴里还需要一位很懂技术的人。为此，Peter在网上找到不少博客、网站搭建的人。彼时Mike为家里的冰品店等搭建了不少网站，被Peter看中。包括Mike在内，Peter给十多个博客、网站搭建者发邮件邀请洽谈，Mike是第一个回复的，便成为了合作伙伴。3人凑了50万新台币，开始了为期一年的筹备期。

网站的核心是好的设计产品。三人花了大量时间和设计师沟通，交流如何为设计品开拓出更多有效的销售渠道，以及这中间设计师们容易遇到的问题，大家的顾虑等。Peter和Mike“几乎每个周末都会跑出去和设计师们沟通聊天”，阿Mai定居在旧金山，会在找到合适的设计师并深入沟通了解后，推送给Peter和Mike继续拜访。开始肯定不容易，“有些人甚至觉得我们开这个网站是来骗钱的”，由于涉及到售卖产品，传统含蓄的亚洲人一开始并不好交流，不过三人团队渐渐和设计师成为朋友后，设计师开始透露在卖产品时遇到的瓶颈、困难，以及对售卖平台的期待。在不断的沟通、设计过程中，Pinkoi逐渐成型，2011年正式上线。3人在两个不同的城市，用1年时间，推出了一个影响了不少台湾设计师的电商平台。

成立4年的pinkoi目前团队人数已经发展到42人。办公室也从Peter家一半的书房搬到如今的西门商圈写字楼。网站上线为设计师和客人都带来便捷，清爽页面，设计师使用方便，购物者买得愉悦，网站被使用者口口相传。极具发展潜力的Pinkoi目前把重心放在更稳妥地踏实发展上，也有很多投资团体表达了投资意向。回想网站刚上线，阿Mai表示团队并没花钱去做“推广”，重点放在了网站产品，包括售卖品牌的质量把控上。这样对品质的坚持和要求，显然是对的。

硕士毕业于
国立交通大学。
负责 Pinkoi 平台技术开发与负责日常营运，用最高的标准看待产品开发的每一个细节，希望带给每一位使用者最美好的产品使用体验。

硕士毕业于
纽约 Parsons 设计学院，负责 Pinkoi 产品开发规划定调、设计策略与使用者接口，设计师出身的她注重美学细节，简化使用者体验，积极运用设计思考在产品开发和商业策略上带出跳脱框架的市场影响力。



Maibelle
林怡君
共同创办人
产品长

硕士毕业于
纽约 Parsons 设计学院，负责 Pinkoi 产品开发规划定调、设计策略与使用者接口，设计师出身的她注重美学细节，简化使用者体验，积极运用设计思考在产品开发和商业策略上带出跳脱框架的市场影响力。

硕士毕业于美国
Carnegie Mellon University 电机信息学院。在硅谷七年深刻感受到硅谷创业家追求梦想的热情及对人价值的重视，决定回台并期许将新技术和想法带回来为设计文创业创造更多价值。

或许是创始团队中有两位都在美国硅谷浸染过的缘故，办公室绝对地开放，没有个人位置，执行长 Peter 技术长 Mike 和产品长阿 Mai 都和同事分享同一张办公桌，氛围轻松。



Mike
李让
共同创办人
技术长



Peter
颜君庭
共同创办人
执行长



城市画报: 创办 Pinkoi 之前是否有做市场调查?

Pinkoi: 作为亚洲人, 我们知道这里有很多很棒的设计师, 他们很在意生活, 聚集了很多的能量和感受, 产品不比欧美的差, 只是没有大型平台。所以把亚洲不同地区的设计师聚在一起, 让世界看到亚洲, 是我们的初心。回想起来很心虚, 我们好像真没做过什么考察: 没有问卷、数据、调查, 更多是生活经验。基于对亚洲设计的相信, 以及想帮助设计师的热情。当时觉得这事两三个月就挂掉都有可能。

城市画报: 和设计师们是怎么开始真正沟通的?

Pinkoi: 我们一到周末就去各个市集拜访设计师, 或者直接去他们的工作室。慢慢的设计师们觉得我们真的很有心, 便开始把自己真正的想法、问题表达出来。我们从中了解到, 一方面他们找不到好的销售平台卖东西。另一方面, 他们将东西拿到实体店去卖会遇到店铺抽成的问题, 再加上销售成本、各类开销等原因, 最后设计师收入只能有卖价的 20%。卖 100 块的东西设计师只拿 20 块, 他付出时间、精力, 20 块怎么供他们生活? 我们对此做出调整: 回馈 90% 的价值给他们, 他们会有更多的金钱和精力去做创作。

城市画报: 所以是用大比例抽成来吸引设计师入驻网站?

Pinkoi: 其实不是。在 Pinkoi 出现之前, 台湾没有垂直电商, 没有专门为设计品打造的平台。当时设计师的网络平台是大型综合电商, 设计品很容易被淹没、被比价: 客人会觉得 1000 块新台币的设计品太贵, 同样价格可以买好多卫生纸了。而 Pinkoi 里都是设计师产品, 东西不会被随意比价, 而是用拿品质和质感来比较, 这很受设计师欢迎。

城市画报: 在美国也有著名的手工网站 etsy.com。Pinkoi 是否有做相关借鉴?

Pinkoi: 我们那時候参考了很多网站, 了解它们的商业模式, 有什么问题, 哪些是我们需要学习的。具体说到 Etsy, 它是开放平台, 不存在筛选机制, 设计师可以自由加入。而 Pinkoi 具有设计师上架产品的筛选条件, 重质不重量, 让使用者可以快速找到喜欢的商品。此外 Etsy 标榜什么都要 handmade (去年开始有做调整), 但手工是过程的一部分, 也较难定义, 所以我们一开始就把 Pinkoi 定位为广义的设计平台。

城市画报: 筛选入站产品是否很严格?

Pinkoi: 目前大概是 10 个申请品牌可通过 1-1.5 个。我们会询问产品是否自制, 曾在哪里售卖, 也会让制作者提供相关制作过程照片。不符合标准的申请我们会退回去, 但



我们欢迎他们继续来申请。再者, 我们会去研究商家在网络的使用量, 毕竟我们是网络电商, 如果设计师是从来不会使用网络的人, 那 Pinkoi 对他来说或许并不是最好的平台。

城市画报: 台湾本土和非台湾的设计师比例是什么?

Pinkoi: 最近台湾设计师品牌比例有降低, 我们创办了海外办公室, 并有外籍小伙伴加入 pinkoi 团队, 包括中国大陆、香港、日本、泰国等不同地区的设计师也有加入。具体很难量化, 大概 75-80% 是母语为中文的设计师。

城市画报: 吸引台湾以外的设计师, 是在扩展海外市场?

Pinkoi: 很多国家地区的设计师也面临没有好平台的问题。Pinkoi 一开始就准备要做国际平台, 帮助设计师跟西方交流。我觉得全球的事业在调整, 以前可能是北美代表全世界, 但亚洲设计师也慢慢崛起了, 这个势力成长非常明显。亚洲象征了很大的潜力, 这个潜力能够帮助我们未来和西方的市场跟文化做非常好的结合。也让他们对亚洲没有设计文化的刻板印象慢慢打破。

城市画报: 目前网站是否有欧美国家的顾客?

Pinkoi: 根据数据, Pinkoi 的产品卖到了 47 个国家地区, 其中有 25 个很小的国家, 包括非洲、南美洲以及东欧国家, 蛮有意思的。我猜是因为有很多创作者、设计师, 他们会去旅行、当义工, 不经意把 Pinkoi 的信息传递出去。我觉得这就是人与人之间的连接。

城市画报: 不少人觉得 Pinkoi 非常“台式小清新”, 你们认同么? 风格上怎么选择?

Pinkoi: 最开始大家觉得 Pinkoi 跟台湾格格不入, 今年我们推出日文版, 当地人又觉得台湾味很重。我觉得这都没有对错, 并会根据评价来做调整。我们也在半年前针对大陆开通了微信微博通道。具体风格上, 我们会坚持该坚持的, 提供最好的设计。

城市画报: Pinkoi 迅速发展是否跟台湾年轻人喜欢原创作品有关?

Pinkoi: 或许是因为年轻群体已经过了盲目追求名牌的时代。大家对品牌有认同, 但大家更喜欢个性化。我们不希望和他人撞包撞衫, 买的东西想更符合自己个性, 那么设计师原创作品就能更满足大家的需求。个性化产品的需求市场的确为 Pinkoi 带来了发展机会。



+ Pinkoi x 佳佳·士林佩柏公寓 Pop-Up Room

Pinkoi, 与佳佳长住型公寓系列下的佳佳·士林佩柏公寓共同合作主题快闪房型, 推出三间为期半年的 Pop-Up Room 供住客选择入住, 房型主题分为别森林风、星空风及工业风, 三间房都由 Pinkoi 的伙伴们亲手设计、装饰。房间里你喜欢的摆设, 都可以在网站上买到!

* 订房咨询:
请致电 +886-2-2881-7588 或 e-mail 至 service@papersun.com.tw 洽询



“美好岁月”是目前 Pinkoi 最有人气的设计馆之一, 由以蹯和小朱夫妻俩共同经营。出于对旧木的热爱, 两人本想创作旧木家具, 但这对木工技艺要求很高, 卖价也不低, 给大众的门槛太高, 两人便决定用旧木做小小的定制产品, “美好岁月”逐渐在这些想法中诞生。两人会去捡漂流木, 收集别人扔掉的旧柜子、烂板凳, 利用材料本身的颜色拼接在一起后再手工刻字。旧木自带旧漆色和温柔的刻字, 让小木块很受欢迎。“勇气”、“莫忘初衷”, 小小文字在木头上显得很有力量。在接收客人定制需求时, 以蹯和小朱会和客人讨论刻什么内容最好, 他们希望即使只是很小的冰箱贴, 也能体现出文字最大的力量。

美好岁月 (旧木刻字): pinkoi.com/store/lovely-days

甜蜜生活 (贴纸、明信片): pinkoi.com/store/adolcevita

moimoi (饰品): pinkoi.com/store/moimoi

扫一扫, 在家也能马上开始台湾设计小旅行!
更有城画读者专享优惠在里面, 一扫就懂。

文创， 大树与武术

文游智维

风尚旅行社总经理，亦担任诸多文化场馆与文创品牌外部顾问。用国际旅者经验对照，用当地人角度观察，试图和大家讨论台湾的文创产业的迷思与反思。

大树与武术

有间咖啡馆，创立第一家店在美国某城市海滨市场旁。他们提供数种意式咖啡，跳脱出欧洲精致咖啡馆数百年的固执老派传统观念，而转译为更符合社会生活中普罗大众可以轻易接近的通俗美好体验。他们提供家与办公室外的第三空间。你能猜到这间咖啡馆吗？没错，它就是星巴克（Starbucks），分布于全球66个国家、拥有超过2万2000家门市，去年营收高达164亿美元。这家咖啡馆从产地开始公平交易采购、与上下游供货商关系友善、长期投入环境保育运动，透过随行杯、大豆油墨、环保产品等打造形象。进入所在地小区成为一份子，把每一个同仁称为伙伴，而不是员工。

这些无论是从内部中心思想到外在品牌形象上的通盘思考策略，从咖啡文化中找出的创新应用，从生活文化里延伸的善意经营，都不只考虑到消费者对于商品空间的显在需求，也将产业链中隐性的相关人事物都顾虑到，点点累积成就了品牌，是否能称为“文化创意产业”？故事里的咖啡若换成一杯从东方高山上采收的手冲乌龙冷泡茶，消费者也愿意付出同等售价吗？倘若这样的认同愿意也开始扩散，便是我们期待从传统产业迈向文创产业的第一步路。

文创，是文化与创意之间的简称缩写，这两者之间也有密不可分的关系。若以大树看，文化是根，创意是茎。一切的长成都发源于文化的根，才能延伸出创意的茎。倘若从事文创产业工作者若本末倒置、重短轻远，只追求成长速度却轻忽稳固根基，着眼设计创意却忽略文化传统，不懂得一步一脚印的文化厚度积累。若以武术想，文化是被动防守，经年累月下的日常练习成为基底，而创意是主动攻击，跟着时代与环境的改变去调整动作，才能有效正确攻击目标，直取要害而有所成绩。各个国家民族在数千百年来的风俗民情间的差异，是一种文化的堆栈记忆，法国中部山区葡萄酒酿造技术、苏格兰低地的威士忌蒸馏技法、日本京都榻榻米手工编织产业，这些人们在追求美好生活里所专注的项目，都成为他们独特且无法被复制取代的防守能力，并能创造一定经济价值收益。

所以文化是极为重要的一环，我们若忽略文化应有的价值，便会失去竞争性。而全球化的蔓延与网络世界的普及，过去千百年来变动不大的市场开始产生改变也面临挑战，因应越无远弗届的全球化应变之道便是透过愈在地化的文化，产生独具其特色与价值的创新设计与做法。而从文化里长出的设计创意，便是一种防守确实后的主动攻击。

真心与虚情

至于最近引人注目的台北文创+诚品行旅一案，由于定价太高等问题受到各界的讨论及争议。在讨论这个热门题目前，我想从导演陈芯宜耗费十年所拍摄的《行者》纪录片说起，剧中无垢舞蹈剧场艺术总监林丽珍老师说：“创作是倚赖百分之九十九的传统跟百分之一的创意，没有根基的话，很容易被时代所汰换。”以及她在排练时不满舞者未使出全力投入其中，因而斥责：“剧场不能找方便的路子走！”还有教导舞者时持续叮咛：“不要只是做表面动作，要找回你的脊椎。”这部电影令人感动，观众不抱期待前来，却带着满满收获落泪离开，关键在于付出一切地持续用全心全意来对待初衷与尊重文化的精神。

而同样的精神与态度，可以用来检视每一个投入所谓文创的个人与企业。没有所谓“真”与“假”的区隔，文创真实与否都会存在于消费者与经营者各自的心理，在字眼上的争议冲突只是口舌之快，认同价值的消费投票才是关键所在。

正因有所期待，所以严谨视之，这是我对诚品行旅初次拜访的准备心态。诚品书店通过百货化经营创造极大的营收利润，这让它不同于以往清新小众，但我仍保有它的品牌价值认同：这二十五年来持续提供友善的阅读空间给不买书也可待上一整天的莘莘学子，和二十四小时不打烊的购书思考环境。一入旅店门便能看见这以书为始的文化事业，但美丽神圣的书架上有令人失望的设计，仅能远观的二楼高的书架上摆满各式书籍，有许多套书胶模仍未拆封，同时，却有数十册同一本滞销书籍塞满架上。视觉摆设大于阅读实用的作法虽可接受，但诚品诞生之初曾作出“一开始就不是卖书，而是为了阅读”的承诺，如今却在自行违背。

来到旅客入住的房间内，除了方形的矿泉水来自台湾知名品牌，其余从房间内FLOS的Arco立灯与Cassina、Minotti等座椅，到床头的圆型闹钟、咖啡胶囊机、快煮壶、冲泡茶包、沐浴用品等，无一不是国际知名品牌的采用。我个人对于经营者的期待，更多是希望透过突显在地化成为第一家源自台湾品牌的艺文旅馆，进而吸引更多国际旅客来到台湾。

观察与提问

“我是在自己的历史中拿东西，几个资源不断地开发，像是泉州的资源：如帆船、中药、风水和灯笼。故乡是我的仓库。”“那时候我寻找自己的价值认同，想知道什么是我的原生态，在艺术上我又如何让自己的线条绘画、空间使用优于西方的长处……我觉得我要回过头来在自己的文化里头找到答案。”当今最具影响力的中国艺术家蔡国强在谈到自己的创作时如此说道。

能够感动人心并且有强大影响力的艺术创作，莫不从自己根生的那片土地文化出发。蔡国强、林明弘、林怀民、李安、萧青阳都是因为自身文化强有力的支撑，作品才能在国际发光，可见文化与创意的能量强大与重要性。

台湾是个充满多元文化的岛屿，这数千年来从十几族的原住民到渡海来台的闽南客家、外省族群，甚至西方来访的荷兰、日本、东南亚移民等各式人种的移居落地。这累积冲突与融合的生活场域，累积了与众不同的文化深度。历史的记忆在短短的三百多年中，更替了许多不同的政权人种统治过这块土地。

困苦的环境让这块岛屿上的居民学习到如何生存的能力，也在世界上打造了所谓的经济奇迹。擅长掌握短期快速的市场定位与创造获利，善于解决眼前难题的优势拉远来看也变成不易根除的缺点：浅碟的市场、浅碟的思维、短浅的眼光，习惯将传统文化的保留与传承放到最后才去抢救重视的选修课题。

若是拥有善待生活与文化的观念正确，愿意投入同等的精神心力来耕耘。这座位于在全世界最大的海洋与陆块交界的美丽岛屿，有着航海冒险充满机会的基因。关键在于每个人是否愿意多想一点，将视野放得更远一些。若能沉着的更有耐心，思考的比已经所知的范围再多一点，那么影响未来五十年，一百年的决定会更为果决。

我们自诩为“翻世代”，在过去商业往来频繁的社会中，大地里蕴育万物的价值被低估忽略，翻世代应该不怕弄脏双手不怕汗水，重新找到属于台湾这片土地上真正的美丽。若是能有一群人愿意参与连结，像是一大群蚯蚓般的奋力翻动已经被踩硬踏实的土壤，那么播种下的创意种子也能在文化的沃土中发芽茁壮。在不断随着生活更新的产业形态与新世代里，唯有对文化重视，对生活重视的社会结构，从教育培养出一代又一代的创意人才，才有可能源源不绝的产出更多令人感动的文创品牌与体验经济。唯有清晰的看清楚浓雾中的远方岛屿，我们才知道要将船驶向何方去。📍