

## 附件 1：112 年輔導店家資訊及介紹

### 112 年台北造起來 23 家特色好店列表

1	粉愛養生雜糧老舖 — 「穀來泉」
2	迪化街純香麻油老舖 — 「李九英」
3	老街坊的鮮米倉 — 「日益豐禾」
4	傍竹而生天然金香舖 — 「源竹隆香」
5	職人手作真情堅果塔 — 「樂東菓井」
6	東石家鄉海口味 — 「東時鮮蚶」
7	原香日式私廚 — 「御神烹」
8	台味聚場居酒屋 — 「家吶子」
9	Hi sweetie! Keep your smile! — 「SOLA 日式棉花糖」
10	綿豆漿古早味蛋糕 — 「大吉先生」
11	閩式老屋食新主張 — 「天山行」
12	伴侶動物設計選品&教學 — 「元氣毛孩」
13	主廚的秘密食材庫 — 「好歐食庫」
14	當中醫師走進老藥行 — 「泰昌堂」
15	天然系台式古早糕點 — 「龍月堂」
16	炒糖師的爵味堅果酥 — 「爵林堅果」
17	野生烏魚子食尚料理 — 「鯉魚 The Carp」
18	電器匠的手沖咖啡廠 — 「啡創工廠」
19	玉米與烤物製作所 — 「玉米蛋蛋」
20	稻埕夢想會客廳 — 「導演的豆花店」
21	手作鹹派與自烘焙咖啡 — 「肯都咖啡」
22	清爽有滋家常味 — 「文湖 21 雞湯麵」
23	私房義麵燉飯 — 「夏綠沁」

## 【傳統再造店家】

### 一、【穀來泉】

電話: (02) 2553-9498

地址: 臺北市大同區迪化街1段147號

Facebook: <https://reurl.cc/Rym0G6>

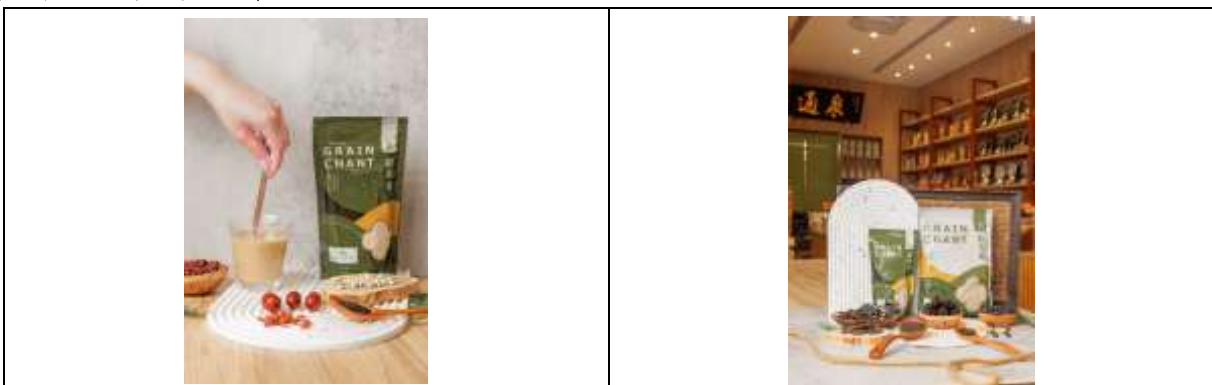
#### (一) 改造重點：雜糧老舖綠活新生，擔當迪化街地標最美背景

原名「泉通行」，迪化街南北貨老舖，商品繁雜，其中天然堅果穀類粉頗有人氣，店址近歸綏街口之迪化商圈地標，為熱門拍照打卡點，可惜店面外觀老舊不起眼，且店名已被註冊。第三代為芳療諮詢師，熱愛天然與食療，透過改造聚焦強化養生穀粉，品牌定位「粉愛養生雜糧老舖」，並更名為「穀來泉 GrainChant」，搭配 Slogan「天然摩萃·原香原味」，將店面打造為洋溢清新綠活氛圍之穀糧小舖，成為地標拍照最美背景。

#### (二) 改造前、後對照圖



#### (三) 店家特色商品



## 二、【李九英】

電話：(02) 2557-1156

地址：臺北市大同區迪化街 1 段 347 號

網址：<https://www.facebook.com/leescoop1863>

### (一) 改造重點：迪化街純香麻油老舖，譜寫環保的生活打油詩！

原名「李順利行」，此名無法註冊商標，百年前從挑擔起家，至今傳承至第五代，主賣黑、白麻油及苦茶油，油質純粹，更保留讓客人打油的傳統，2023 年 9 月從安西街搬回迪化街祖厝。透過改造以創始高祖之名，結合打油特色命名品牌「李九英 Lee'scoop」，品牌定位為「迪化街純香麻油老舖」，Slogan「給生活來首打油詩！」搭配顧問由古詩改寫之打油詩「柴米油鹽醬醋茶，當年件件大桶挖。而今七事包裝變，好油何妨自己打？」。店面改裝兼容新舊，改用更衛生的新油桶，老油桶與老招牌退役一旁敘說歷史，還有店主收藏之骨董機車在店門口趣味「加油」。

### (二) 改造前、後對照圖



### (三) 店家特色商品



### 三、【日益豐禾】

電話：(02)2303-4041

地址：臺北市萬華區萬大路 277 巷 6 號

Facebook: <https://www.facebook.com/YiFongStore/>

#### (一) 改造重點：萬華老米行存舊佈新，老街坊鮮米倉擦亮形象

原名「益豐商號」，位於萬華老巷內，開業近 50 年米穀雜糧行，各種米每周深夜由產地新鮮直送，除批發外，零售方式以散裝秤重為主，符合二代店主環保減塑理念，店面老舊雜亂，且原名稱無法註冊商標。透過改造更名「日益豐禾 grain days」，定位「老街坊的鮮米倉」感性傳遞米要新鮮最好吃，以及老米行與鄰里的情誼，slogan「鮮選質送·好味掂糧」強化鮮米與裸賣特色，老招牌修復後與新招牌共存，老秤與米袋端坐在米色調清新空間裡。

#### (二) 改造前、後對照圖



#### (三) 店家特色商品



#### 四、【源竹隆香】

電話：(02) 2557-8725

地址：臺北市大同區迪化街1段176號

Facebook：<https://www.facebook.com/winlong176>

##### (一) 改造重點：百年馨傳金香舖，商品文創化助力轉型

原名「源隆行」，近百年歷史的迪化街老香舖，主力商品為竹製傳統手工香，以及用竹紙與純正金箔製作之手工金紙，店面曾自行改裝，然品牌特色並未彰顯，產品也未轉型，且原名稱無法註冊商標。透過改造納入原名，更名為「源竹隆香 WinLong」，聚焦竹材古法製作，定位為「傍竹而生天然金香舖」，結合 slogan「敬天惜善·百年馨傳」訴求天然、友善天地，LOGO 與店面空間以竹子為設計靈感，並推出臥香組合、福祿壽來(金紙畫)、節節高升、安太歲不求人等文創商品！

##### (二) 改造前、後對照圖



##### (三) 店家特色商品



## 五、【樂東菓井】

電話：(02) 2381-2068

地址：臺北市中正區中華路2段53號

Facebook: <https://www.facebook.com/lovedon.tw>

### (一) 改造重點：職人手作堅果塔分饗初心，品牌顯真情

原名「樂東菓子 LoveDon」，創辦人以照顧家中長輩健康為初衷，研發少糖、少油、無添加的堅果塔，從塔皮到餡料，無一不細，商品費工且具質感，可惜未能有效彰顯傳遞，多靠老顧客支持。透過改造以新名字「樂東菓井」結合「職人手作真情堅果塔」定位再出發，堅果塔的造型神似和食丼飯，也呼應 slogan「樂心利口·東極西究」的職人精神，店面布局與動線重整，並以溫暖木質凸顯品牌調性，牆上品牌故事以數語道盡忠於天然、凡事究極的品牌理念。

### (二) 改造前、後對照圖



### (三) 店家特色商品



## 【美食再造店家】

### 一、【東時鮮蚵】

電話:(02) 2595-6267

地址：臺北市大同區延平北路 3 段 50 號

Facebook：<https://www.facebook.com/DS00melet>

#### (一) 改造重點：蚵仔煎老店翻新，衝浪蚵仔直送 Cute 版台味

原名「東石鮮蚵」，位於延三商圈，為寧夏夜市 40 年老店二代所主掌，原名稱無法登記商標，店面外觀傳統老舊，且菜單選項繁多，料理特色未凸顯。透過改造改名「東時鮮蚵 Eastone Oyster」，品牌定位「東石家鄉海口味」訴求來自家鄉之時鮮美味，結合 Slogan「蚵仔煎煮炒，海產粥飯湯」強化特色料理；品牌 LOGO 以擬人化衝浪蚵仔豎立 Cute 版台味的鮮明形象，趣味象徵新鮮直送的蚵仔，並精簡菜單，提升經營效益。

#### (二) 改造前、後對照圖



改造前

改造後

#### (三) 店家特色商品



## 二、【御神烹】

電話:(02) 2938-1086

地址：臺北市文山區木柵路3段48巷1弄9號

Facebook: <https://www.facebook.com/muzhaokami>

### (一) 改造重點：日料名廚品牌煥新，木柵靜巷遇見心的四季

原名「御神日式食藝料理」，由日本料理名廚阿昌師所開設，阿昌師生長於石碇，一生致力於以當令、在地食材費心費工烹調日本料理，位於木柵靜巷，門面不顯眼，店名過長難以記憶，料理精髓與情懷亦未能完整闡述。透過改造，更名「御神烹 ur cook」，經營模式改為預約制無菜單料理，品牌定位為「原香日式私廚」，Slogan 以同音尾字三段句，「懷於鄉、隱於巷、誠於香」九字道出店主料理哲學，並以具文化感之圖文設計傳達之，而巷口、門口都有了明顯標示。

### (二) 改造前、後對照圖



### (三) 店家特色商品





### 三、【家訥子】

電話:(02) 2339-3582

地址: 臺北市萬華區東園街 68-4 號

Facebook: <https://www.facebook.com/kalaha.2017>

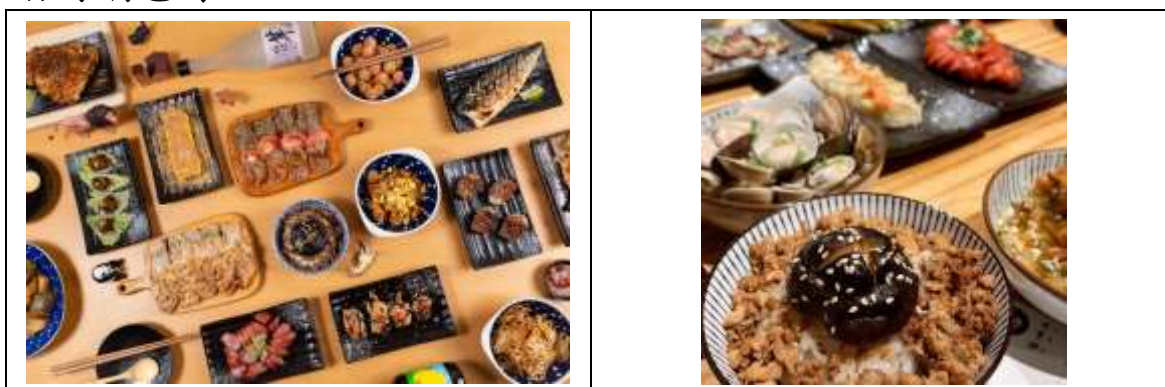
#### (一) 改造重點：老城區居酒屋打造台味聚場，挖底家訥！

開在萬華東園街上，「家訥子台式居酒屋」創辦人為加訥子弟，夫婦倆以在地酒食融入創意，傳遞對家鄉土地的熱情，晚上是居酒屋，白天則是展覽講座活動空間，位於老城區內，店面外觀較不顯眼，較難招攬外地客人。透過改造以品牌定位「台味聚場居酒屋」，凸顯家訥子為友人歡聚的場域，亦為同好分享理念的據點，Slogan「歡迎回家，呷飽未！」連同各式品牌金句渲染在地氣口，門面刷新，招牌餐點以劇場海報形式展示，熱情招喚：挖底家訥！

#### (二) 改造前、後對照圖



#### (三) 店家特色商品



#### 四、【SOLA 日式棉花糖】

電話:(02) 2381-7104

地址：臺北市萬華區西寧南路 36-45 號

Facebook: <https://www.facebook.com/solacottoncandy/>

##### (一) 改造重點：日式棉花糖以天空為名，晴空藍門面重綻形象

創辦人與日本籍妻子由日本關西地區引進日式棉花糖，採用 100%天然口味粉取代化學香精，招牌商品為棉花糖隨行杯，高質感外型包裝常受邀與時尚精品品牌合作。位於西門町的店面狹小且被大樓牆柱遮擋，不利招攬過路客。透過改造以晴空藍 CI 色改造門面視覺形象，與商品特色呼應強化品牌印象，更提升醒目度，Slogan「Hi sweetie! Keep your smile!」以親密口吻號召消費者，像吃著棉花糖一樣綻放笑顏永保甜蜜。

##### (二) 改造前、後對照圖



##### (三) 店家特色商品



## 【傳統型店】

### 一、【大吉先生】

電話：(02) 2738-1761

地址：臺北市大安區復興南路 2 段 381 之 1 號

Facebook: <https://www.facebook.com/bakesmith.taipei/>

#### (一) 改造重點：古早味蛋糕烤舊焙新，品牌形象顯化升級

大吉先生以豆漿取代牛奶，革新食材並改良製作流程，讓古早味蛋糕升級進化，門市地點為大馬路後方人行道，初次來客不易找尋，招牌不明顯且只有 LOGO 名稱，看不出營業內容，且「古早味蛋糕」易給人平價印象，無法傳遞特色。透過輕改造品牌定位「綿豆漿古早味蛋糕」，連同 Slogan「美味烤舊·誠意焙新」展現非傳統古早味蛋糕的特色價值，另以金句「願吃到的每一片都是上上籤！」連結品牌名與消費者心理，門面補強招牌輔以定位論述，廣招新客群。

#### (二) 店家形象圖



## 二、【天山行】

電話：(02) 2553-6619

地址：臺北市大同區迪化街1段200號

Facebook：<https://www.facebook.com/Mountsky200>

### (一) 改造重點：閩式老屋南北貨行二次進化，高舉食新主張

位於迪化街一間百年閩式店屋歷史建築內，有別於迪化街傳統南北貨行，主力商品為台日泰食材醬料，然此特色未特別強調，十年前門市即有小包裝販售，商品陳列與動線卻以服務批發客為主，不便零售顧客選購。透過輕改造品牌定位「閩式老屋食新主張」搭配品牌 Slogan「台日泰食材醬料，獵鮮精挑！」點出老店為飲食生活帶來多元豐富的新面貌，另設計品牌 CI，特色商品展陳，並結合老店與老屋歷史介紹，將過去被櫃位遮擋的老石磚牆重新展示，藉此強化品牌印象，吸引更多零售顧客。

### (二) 店家形象圖



### 三、【元氣毛孩】

電話：0970-841-447

地址：臺北市大同區迪化街1段14巷2號

Facebook：<https://www.facebook.com/Genkifurkids.Taiwan/>

#### (一) 改造重點：毛孩選品店凸顯店主專業，複合經營元氣出發

原名「元氣毛孩子」，位於迪化街巷內，招牌不明顯，一樓為伴侶動物用品食品及動物主題設計小物，創辦人為寵物按摩認證講師，精於寵物經脈與養生調理，於二樓空間不定期舉辦相關講座與教學，但此專業並未凸顯。透過輕改造精簡名稱為「元氣毛孩」，品牌定位「伴侶動物設計選品&教學」，結合品牌關鍵字「毛孩學苑」，凸顯出創辦人 Ken 老師專業背景，提升品牌專業度亦布局未來寵物保健相關服務項目，另重整品牌 Logo，換上醒目招牌，呼應 Slogan「望望望，14 巷的稻埕狗狗歲月」。

#### (二) 店家形象圖



#### 四、【好歐食庫】

電話：(02) 2367-1558

地址：臺北市中正區汀州路 2 段 189 號

Facebook：<https://www.facebook.com/gful89>

##### (一) 改造重點：頂級歐陸食材鋪更名亮相，敞亮門面張臂迎客

原名「Good Food You 主廚的秘密食材庫」，創辦人父親專營歐陸食材進口，二代開店作為展示空間，主顧客多為餐廳主廚，主力商品為法國生蠔等少見頂級的生鮮與香料，原名過長，難以記憶不利口碑行銷，門面不顯眼且無說明，讓生客卻步不敢進門。透過輕改造中文更名為「好歐食庫」，將原名「主廚的秘密食材庫」改為定位語，Slogan「開啟你的歐陸味蕾」點出品牌使命，門面裝置吸睛招牌與植栽牆，店內輔以木質感軟裝並優化主力商品陳列與購物流程。

##### (二) 店家形象圖



## 五、【泰昌堂】

電話：(02) 2838-6508

地址：臺北市士林區中山北路 6 段 208 號

Facebook：<https://www.facebook.com/TAICHANGTANG>

### (一) 改造重點：中醫師傳承掌舵，天母老中藥行凝煉專業功夫

天母老字號中藥行，老掌櫃未傳子，而是傳給合作的年輕中醫生，於 2 樓中醫診所駐診，然而中藥行由中醫師掌舵，中藥結合中醫診所特色，於門市並未特別介紹。透過輕改造，以品牌定位「當中醫師走進老藥行」擦亮老招牌，連同品牌故事放在門口醒目處，透過在地情感人文意涵推廣行銷品牌；並協助梳理提煉 7 字專屬工法製程「功夫給藥 — 辨、算、識、量、核、製、成」結合活潑圖示掛上牆面，強化藥行的專業與用心。

### (二) 店家形象圖



## 六、【龍月堂】

電話：(02) 2557-8767

地址：臺北市大同區延平北路 2 段 169 號

Facebook：<https://www.facebook.com/LongYueTangGaoBingPu>

### (一) 改造重點：台式古早糕點挖出底蘊，擦亮經典價值

創立於 1932 年，龍月堂糕餅舖傳承古早糕點，第三代老闆具嚴謹知識素養，製作糕點承襲人工古法，不用半成品原料及化學添加物，並沿用古樸包裝用紙，工序繁複，製作成本高，老糕餅店的價值需要被重新梳理。透過輕改造賦予英文名稱「MoonDragon」，品牌定位「天然系台式古早糕點」，Slogan 特以「絕版舊味·一嚐如歸」傳達老餅店、老糕點、老手藝的難得可貴，並梳理特色糕點製作工序以行銷特色價值，另用店內古早味包裝紙設計成特色裝置，創造獨一無二的空間視覺亮點。

### (二) 店家形象圖





## 七、【爵林堅果】

電話：(02) 2883-2958

地址：臺北市大同區迪化街1段89號

Facebook：<https://www.facebook.com/juelindhua>

### (一) 改造重點：老牌炒糖酥施展絕味，看熱鬧也看出門道

40多年老牌炒糖酥，起家於台北士林夜市，兩代傳承從攤車開到迪化街實體店面，同時將夜市的現場製作文化於店面還原，讓顧客就近觀看炒糖的生動過程，然而店家精選優質堅果製作，工序繁複的付出與用心，未能明顯傳達。透過輕改造品牌定位「炒糖師的爵味堅果酥」，以爵味一語雙關，並整理出工序輔助現場炒糖製程，讓炒糖酥的工藝價值有效彰顯，展現更多的人文感性與個性，使得爵林堅果不僅是一家堅果酥伴手禮店。

### (二) 店家形象圖



## 【美食型店】

### 一、【鯉魚 The Carp】

電話：(02) 2557-7660

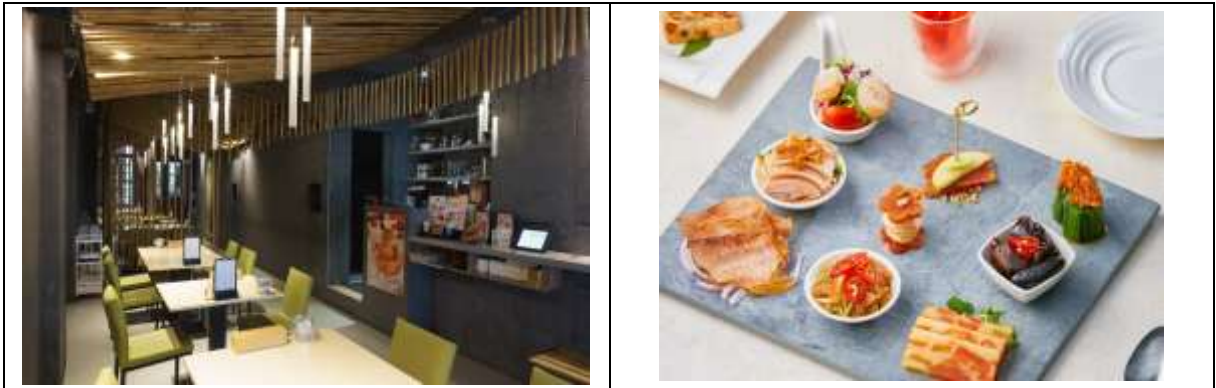
地址：臺北市大同區迪化街1段169號

Facebook：<https://www.facebook.com/thecarp169/>

#### (一) 改造重點：野生烏魚子領路，開啟餐桌上的大稻埕之旅

迪化街 80 年南北貨老店第三代所創辦，品牌以烏魚子料理為主打訴求，並研發花膠、鮑魚等經典台菜，空間氛圍時尚，然未能將「野生」烏魚子價值及料理用心予以傳達，只能吸引識貨老饕，名稱與門面也讓人難以一眼理解營運內容。透過輕改造以品牌定位「野生烏魚子食尚料理」顯化招牌食材之專屬價值，結合品牌 Slogan「餐桌上的大稻埕之旅」號召一趟餐桌上的大稻埕味覺旅程，強化說菜、導嘗，傳遞食材講究與料理用心，推升品牌價值與營運獲利。

#### (二) 店家形象圖



## 二、【啡創工廠】

電話：(02) 2586-1010

地址：臺北市大同區民族西路 31 巷 18 號

Facebook：<https://www.facebook.com/future.factory.coffee/>

### (一) 改造重點：匠器匠心飽滿品牌靈魂，咖啡館晉級充電廠

品牌創辦人為咖啡烘焙師與專業講師，喜好美式工業風，故當時開創品牌，命名與店面裝潢風格以此定調，咖啡烘焙雖有得獎，但繁多品項在同業中並無特別凸出特色與差異化。透過輕改造挖掘創辦人的背景與興趣，原來家裡開設電器行，從小便喜歡動手製做、修理，店裡的管線電路、工業風裝置皆出自他之手，以此提煉出品牌定位「**電器匠的手沖咖啡廠**」，以此為核心進行店面改造，找出老家倉庫裡的老電器加以陳列布置，重塑迥異於坊間各式工業風店裝的品牌靈魂。

### (二) 店家形象圖



### 三、【玉米蛋蛋】

電話：(02) 2382-6668

地址：臺北市萬華區貴陽街 2 段 97 號

Facebook：<https://www.facebook.com/cornegg.business/>

#### (一) 改造重點：烤玉米專賣店宣示特色，品牌亮相自信獻寶

原名「玉米蛋蛋製作所」，創辦人原為上班族，看透職場人情冷暖創業，以最愛的玉米為主題，開設專賣烤/蒸煮玉米的特色小店，食材玉米皆為產地直送，天然新鮮，然缺乏品牌論述，價值未傳達，店面位於老街上，周邊環境雜亂，招牌也不顯眼容易被忽略。透過輕改造更名「玉米蛋蛋 Corn Eggie」，品牌定位「玉米與烤物製作所」聚焦玉米主題並凸顯特色烤物，另以 Slogan「現蒸·現烤·現寶」及金句「田園鮮送·香甜呷爽」強化產品連結故事，重新設計 CI、整理粉刷店面外觀，強化醒目識別。

#### (二) 店家形象圖



#### 四、【導演的豆花店】

電話：(02) 2713-1979

地址：臺北市大同區迪化街1段224巷24號

Facebook：<https://reurl.cc/Wv7RvD>

##### (一) 改造重點：公益豆花店導入商模，影像加持成就夢想

原名「夢想基地-導演的豆花店」，紀錄片導演以公益出發開創的品牌，位於迪化街巷內，豆花與配料皆以天然食材純手工製作，導演期盼以大稻埕為基地，除了影像教學，還能連結在地，未有清楚品牌論述，過度偏向公益思維，獲利性待強化。透過輕改造更名為「導演的豆花店 Action! Bar」，品牌定位「稻埕夢想會客廳」聚焦創辦人情懷，偕同 Slogan「來一碗真情實料，cut!」連結品牌、食材特色，與導演的公益志業，品牌 CI 與店面以影像為主題重新設計布置，打造夢想基地，並導入可獲利之商業模式。

##### (二) 店家形象圖



## 五、【肯都咖啡】

電話：(02) 2338-0898

地址：臺北市萬華區康定路 263 號

Facebook：<https://www.facebook.com/candocoffeetw/>

### (一) 改造重點：鹹派升格主角，咖啡品牌標舉正能量精神

店家為專業咖啡豆烘製與零售批發背景，創辦人深藏烘焙開發能力，並自詡為做派的人「做派郎」，創立肯都 CANDO，希望傳達迎難而行正能量，然整體品牌論述並未清楚傳達，與一般咖啡館並無異，且核心產品法式鹹派未加以凸顯。透過輕改造聚焦鹹派特色，強化英文名「肯都咖啡 CANDO Quiche & Coffee」，輔以品牌定位「手作鹹派與自烘焙咖啡」，品牌 Slogan「You cando everything you dare to.」連結重新設計的 Logo，將原本臨摹網路知名握拳寶寶的抽象圖騰重新設計，掛上醒目招牌，以視覺重塑正能量精神！

### (二) 店家形象圖



## 六、【文湖 21 雞湯麵】

電話：(02) 2771-8881

地址：臺北市內湖區麗山街 68 巷 5 號

Facebook：<https://www.facebook.com/21callnoodle/>

### (一) 改造重點：雞湯麵店簡單點出特色，清爽家常味不一般

原店址位於文湖街 21 巷，店名由此而來，後搬遷至內湖 737 巷，餐點口味清爽頗有特色，以雞湯麵為主力，但整體品牌論述與餐點特色仍待聚焦，經營以來仍有顧客誤以為是濃郁湯頭之雞湯麵。透過輕改造品牌定位「清爽有滋家常味」，Slogan「簡單，來自於不一般」訴求食材本味的樸實原香，與其他濃郁湯頭之雞湯麵加以區隔，更凸顯商品特色與品牌價值，門面以清新布簾迎客，牆面多了質感的菜單設計，呼應品牌定位。

### (二) 店家形象圖



## 七、【夏綠沁】

電話：(02) 2713-4533

地址：臺北市松山區敦化北路 244 巷 37 號

Facebook：https://www.facebook.com/IMcharlotte2021

### (一) 改造重點：台風義麵燉飯，重塑沁入心脾的品牌暖味

原名「夏綠蒂·小私廚 À table chez Charlotte」，承接前店主店面經營至今，以西式料理手法結合當歸、何首烏、蟲草、藿香等台式香料入菜，以提供暖心服務自許，然夏綠蒂一名極為普遍，不易註冊商標，料理特色及體驗價值亦未能清楚論述。透過輕改造，以品牌定位「私房義麵燉飯」聚焦餐點內容，品牌另命名「夏綠沁 Summer Green」，與 Slogan「暖日裡的清風滋味」一氣呵成傳遞品牌帶給顧客沁心又溫暖的體驗氛圍，兼具美味與人文溫度，並以此調整門面新妝。

### (二) 店家形象圖

