

附件 1-110 年輔導店家資訊及介紹

110 年台北造起來 23 家特色好店列表

1	萬華老牌古法精熬四神湯「惠安四神湯」
2	老鎖匠的咖啡角落「九日咖啡」
3	實驗室女孩的私房咖啡食宴「燒杯咖啡藝廚」
4	平實風義式田園餐桌「歐品鄉廚」
5	純真派牛肉麵 x 麻香滷「牛有廖」
6	師傅級專業衣改訂製「美縫 Sew Beautiful」
7	一條龍五行極茶工藝「八鼎匠茶」
8	會說話的手工餅乾「媽咪里啦」
9	東方文化書畫紙專家「福隆棉紙」
10	漫畫雜誌愛心空間「e 書漫」
11	傳家老滷深功夫「梁記嘉義雞肉飯」
12	療癒甜點應援補給站「嗨糖日式可麗餅 Hi Sugar」
13	法式創憶造型甜點「Quelques Pâtisseries 某某甜點」
14	四重奏藝式甜點「ISM 主義甜時」
15	工醬風歐式早午餐「Charles' Kitchen 察爾斯廚房」
16	阿公老厝裡的義香料理「CURA PIZZA 古樂餅舖」
17	台式古早味禮慶糕點「十字軒」
18	百年筆藝刷新時尚經典「林三益」
19	老城區的私房菜櫥「巧婦超市」
20	一圓多味的有情點心「同心圓水晶紅豆餅」
21	內外雙養美顏蜜方「酣蜜蒔」
22	御點珍方，鮮潤綠豆黃「台北御珍」
23	松字號茶品「松山茗茶」

【美食再造店家】

一、【惠安四神湯】

電話: (02)2371-0898

地址: 臺北市萬華區內江街 142 號

Facebook: <https://www.facebook.com/4godsoup>

(一) 改造重點：古早味菁煉底蘊，文青風傳達情義肚腸

萬華老字號，慈心的第一代創辦人精通藥膳，店內招牌四神湯用料與做工講究，極具食補價值，非坊間一般四神湯小吃可比，然產品精髓未能完整表達，加上原店面傳統老舊，難以招攬新客群。透過改造品牌定位訴求「古法精熬四季溫補」提煉品牌價值與商品優勢，並以 Slogan「情義肚腸，實惠安康」及英文名「Favor Tonic Soup」整裝文青風新店面，暖心吸客年輕世代。

(二) 改造前、後對照圖



(三) 店家特色料理



二、【九日咖啡】

電話: (02)2306-2885

地址: 臺北市萬華區廣州街 213 號

Facebook: <https://www.facebook.com/9daycoffee/>

(一) 改造重點：萬華厝邊，老鎖匠的咖啡角落塑形傳神

位於萬華廣州街騎樓下，九日咖啡由一名老鎖匠創立，如今傳承至二代，自家烘豆廣受在地客支持，以外帶為主的創始店，店門前仍保有打鎖作業區，環境及視覺較雜亂。透過改造以品牌定位「老鎖匠的咖啡角落」與 Slogan「養豆九日·鎖味極致」呼應品牌歷史及烘豆特色，重整店裝打造市井味文青風的咖啡角落。

(二) 改造前、後對照圖



(三) 店家特色料理



三、【燒杯咖啡藝廚】

電話：(02)2336-8136

地址：臺北市萬華區西園路1段236號

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

(一) 改造重點：實驗室女孩的私房咖啡食宴，脫殼新生

原名米卡咖啡，為萬華在地經營近 20 年老咖啡廳，接手後的新店主原為實驗室研究員，熱衷研發新菜色，除了咖啡，自製的新鮮天然味料理亦為特色。透過改造注入現任店主的背景特色，改名為「燒杯 咖啡藝廚 Beaker ChefCafe」，搭配品牌 Slogan「老地方新菜香，品咖啡烹夢想」，店裝以實驗室元素創意重組，品牌新生，注入食宴靈魂。

(二) 改造前、後對照圖



改造前

改造後

(三) 店家特色料理



四、【歐品鄉廚】

電話: (02)2883-9951

地址: 臺北市士林區中正路 235 巷 32 號

Facebook: <https://www.facebook.com/European.Kitchen/>

(一) 改造重點：平價義麵館破繭，把義式田園搬上餐桌

原名歐品香廚餐坊，專營平價義大利麵，注重食材品質且用料捨得，帶給消費者物超所值的美食享受，位於捷運士林站出口邊，門面招牌篇幅雖高達三層樓高，但版面正面被柱體遮蓋，為了加深往來路人留意店家品牌的印象，透過改造更名「歐品鄉廚 European FarmTable」，偕同品牌定位「平實風義式田園餐桌」樹立品牌特色，刷新門面，以全新視覺打造如在歐洲鄉間用餐的環境質感。

(二) 改造前、後對照圖



(三) 店家特色料理



五、【牛有廖】

電話：(02)8861-3708

地址：臺北市士林區美德街16巷8號（士林捷運站1號出口）

Facebook: <https://www.facebook.com/beefull.noodles/>

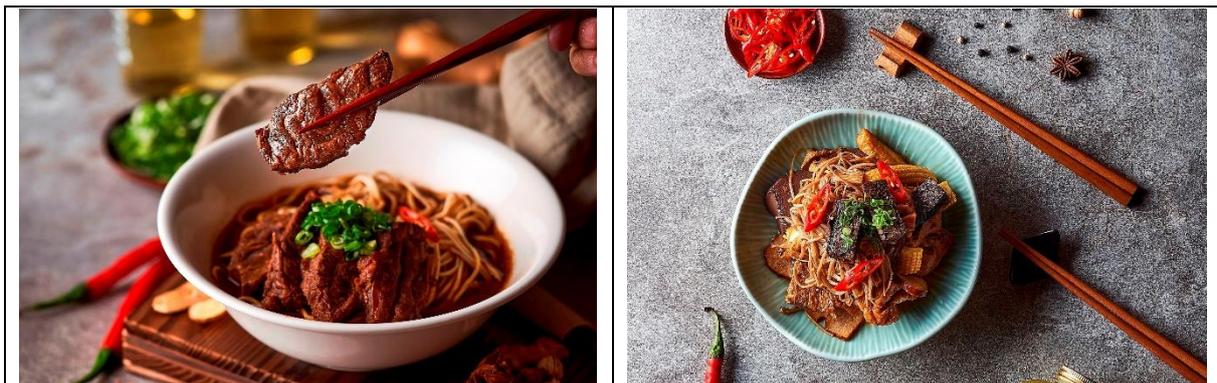
(一) 改造重點：滷菜升格主角，牛肉麵館重塑家廚好料

原名牛廚，為廖家女兒主掌的牛肉麵專賣店，原為配角的麻辣燙滷菜深具特色，空間顯舊，門面外觀不顯眼，品牌故事亦與店主無涉。透過改造重新命名為「牛有廖 Beefull」，滷菜改名並提升並列為主角，品牌定位「純真派牛肉麵 x 麻香滷」，偕同 Slogan「慢燉細熬的家廚味道」展現溫度，店面空間時髦翻新，偕同麻香滷外帶區規劃，吸客年輕及外賣市場！

(二) 改造前、後對照圖



(三) 店家特色料理



【傳統再造店家】

一、【美縫 Sew Beautiful】

電話：(02) 2873-0636

地址：臺北市士林區天母西路 3 號 1 樓之 10

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

(一) 改造重點：傳統衣改店時尚變身，打造專業直播間

天母圓環邊衣改訂製老店，由兩位手藝精湛的裁縫師夫婦主理，二代積極運用數位專業轉攻線上，全台接單，然老舊店面堆滿兼賣的二手服，顯得侷促雜亂。透過改造以「師傅級專業衣改訂製」定位搭配 Slogan「匠心不老，衣舊很潮；惜物念情，合身有型」傳述品牌價值，並打造內設直播場景的復古摩登風店面，助力數位轉型。

(二) 改造前、後對照圖



(三) 店家特色商品



二、【八鼎匠茶】

電話:(02) 2305-2172

地址: 臺北市萬華區西藏路 197 之 1 號

Facebook: <https://reurl.cc/NZb17m>

(一) 改造重點：全能茶行點睛提煉，匠心整裝五行極茶

原名八鼎炭焙茶研究中心，創辦人李兆杰老師自創一格，從製茶技術研發，上及茶園種植管理，下伸到茶壺研製與茶禪教學，專業龐雜深奧，加上門面老舊，堆積雜亂，難顯箇中精妙。透過改造更名「八鼎匠茶 Budding CraftsTea」，從其匠藝中提煉出金木水火土元素，以「一條龍五行極茶工藝」定位再出發，「慢研種製焙 細品真善美」，偕同店裝煥新，質感翻身五行極茶體驗空間。

(二) 改造前、後對照圖



(三) 店家特色商品



三、【媽咪里啦】

電話:(02) 2751-7306

地址:臺北市大安區忠孝東路4段60-2號

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

(一) 改造重點：讓手工餅乾會說話，感性服務創意加值

英文原名 Mamalia，傳承三代手工餅乾品牌，從市場擺攤起家一路發展至擁有獨立工廠，不少五星級飯店為其主顧客，然整體論述及形象缺乏特色。乞靈於一段喜餅放入字條被親友接力朗讀的故事，品牌定位以「會說話的手工餅乾」為核心，輔以英文命名「Cookie Talks」及 Slogan「所嚐即所想」，以暖心文字藉由對話框小卡之設計，傳遞心情與祝福，創造精緻消費體驗深耕送禮市場。

(二) 改造前、後對照圖



(三) 店家特色商品



四、【福隆棉紙】

電話:(02) 2537-6771

地址：臺北市中山區長春路 89 號 1 樓

Facebook: <https://reurl.cc/Gb5p9d>

(一) 改造重點：老字號棉紙注入墨香，書畫紙展現多樣

60 年來專精於生產優良紙品，傳承造紙技術及東方書畫文化，外銷日、韓市場，長年主要提供書法及國畫使用，市場拓展有限。透過改造品牌定位「東方文化書畫紙專家」，品牌 Slogan「彩素有致，嘆為觀紙」，傳達書畫紙與加工印花紙的極致水準，另以七言絕句品牌藏頭詩為品牌厚植人文底蘊，而原本以辦公貿易及倉儲功能為主的單調店面，也妝添了丹青墨韻的文化體驗感。

(二) 改造前、後對照圖



(三) 店家特色商品



五、【e書漫】

電話:(02) 8369-1989

地址: 臺北市大安區羅斯福路2段75號2樓

Facebook: <https://www.facebook.com/esmRose168/>

(一) 改造重點：美食漫畫屋凸顯愛心，讀享安靜喵時光

有別於坊間漫畫店、網咖或圖書館，e書漫整合漫畫雜誌閱覽、行動辦公室、餐飲、休憩的複合式服務，同時也是貓中途之家，並雇用喜憨兒友善身心障礙者。透過改造品牌定位「漫畫雜誌愛心空間」簡潔涵蓋各式服務與多元特色，並突出店主喜愛安靜與愛護流浪貓的特質，Slogan「讀享一方安靜食光」搭配英文名「SoothMan」，訴求舒適體驗，CI設計則以一隻可愛貓咪為主角。

(二) 改造前、後對照圖



(三) 店家特色商品



【美食型店】

一、【梁記嘉義雞肉飯】

電話：(02) 2563-4671

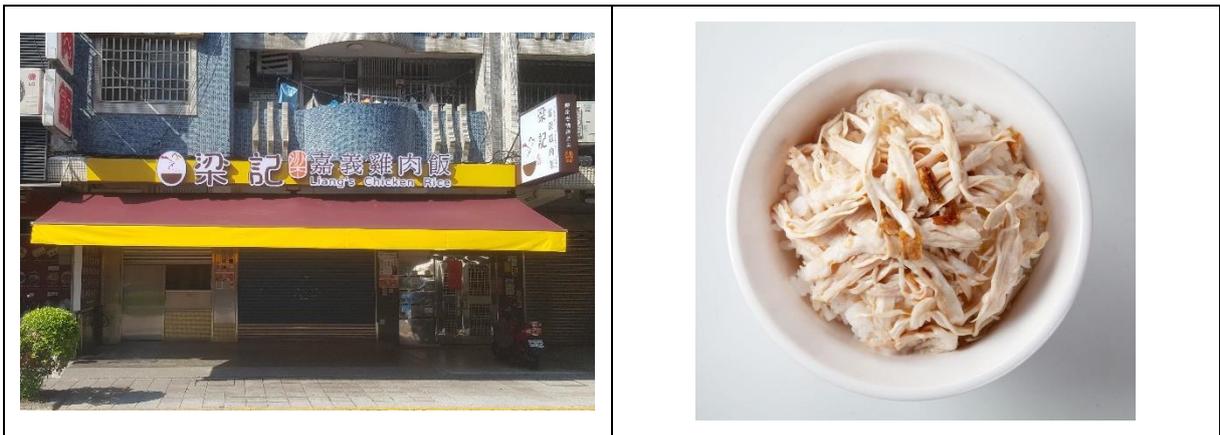
地址：臺北市中山區松江路 90 巷 19 號

Facebook：<https://reurl.cc/q1G2Yp>

(一) 改造重點：雞肉飯老字號再升級，熬滷老滷深功夫

傳承三代的梁記嘉義雞肉飯，40 多年來日日熬煮的老滷雞汁，是品牌無法取代的美味靈魂。透過改造由品牌定位「傳家老滷深功夫」出發，彰顯美食老字號的深厚功力，另將客戶題句增添後兩句成為品牌詩「南來北往東西道，嘉義雞肉台北香；熬滷鮮材老滷旺，此味堪絕獨記梁」，為主力商品命名「爆漿蓋雞飯」，重新設計品牌 CI，並豎立醒目新招牌，重塑在地指標名店。

(二) 店家形象圖



二、【嗨糖日式可麗餅 Hi Sugar】

電話：(02)2511-8776

地址：臺北市中山區南京西路 12 巷 13 弄 7 號

Facebook：<https://www.facebook.com/Hisugar.cc/>

(一) 改造重點：可麗餅店化身療癒補給站，為生活應援

嗨糖將甜點元素加入可麗餅，捧花般的外型好拍討喜，藉由外送服務，成功化身療癒系辦公室下午茶，並以可麗餅結合偶像應援活動，為台灣知名應援店，可惜店面無美拍景點，難以結合商品加乘宣傳，由上述產品特色及商業模式出發，透過改造將品牌定位為「療癒甜點應援補給站」，結合具畫面感的主力商品命名，另於店門口打造美拍牆，搭配甜點元素等各式拍照道具，助力社群傳播效應！

(二) 店家形象圖



三、【Quelques Pâtisseries 某某甜點】

電話：(02)2755-4097

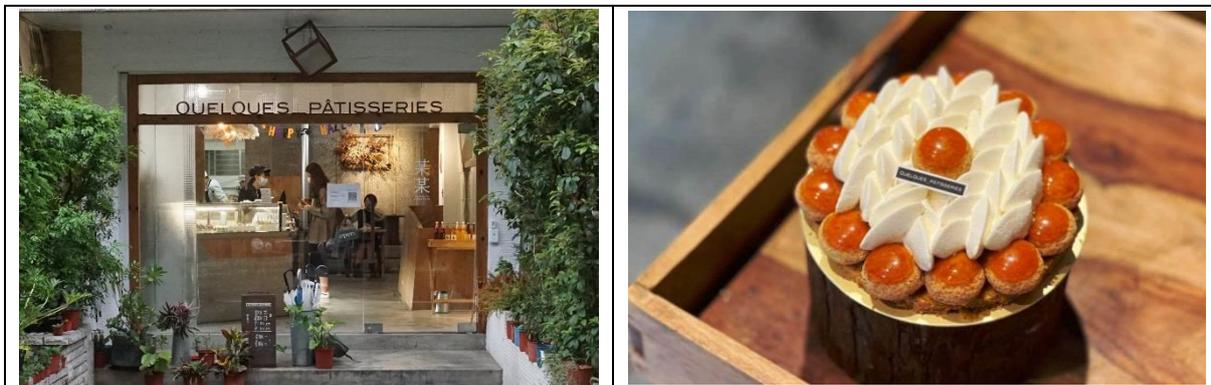
地址：臺北市大安區安和路1段102巷23號

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

(一) 改造重點：法式創憶造型甜點，創造回憶唯美唯一

某某甜點外觀簡約俐落，深富美感，法文名稱「Quelques Pâtisseries」，自許以甜點為媒介為顧客創造回憶，兩位共同創辦人皆出身自法國五星飯店點心房，具深厚實力及美感素養，累積一批忠實客群，然位於巷內深凹的店頭門面皆無中文，招牌也不明顯，不利初次到訪的顧客找尋。透過改造以「法式創憶造型甜點」定位，點明品牌初心，門面重豎中文名稱招牌，加強識別與記憶，與新客群對話。

(二) 店家形象圖



四、【ISM 主義甜時】

電話：(02)2874-7989

地址：臺北市士林區天母東路 8 巷 21 之 2 號

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

(一) 改造重點：藝式甜點譜新樂章，品牌重奏靜候賞味

創始於天母的知名法式甜點店，創辦人為大提琴家，亦曾任弦樂四重奏大提琴手，曾於日本福岡甜點名店習藝，創立 ISM 後以藝術專業為核心，致力實踐以品牌為文化交流的平台。透過改造以品牌定位「四重奏藝式甜點」為核心，取材弦樂四重奏的演出形式，重新詮釋 ISM 的品牌內涵及產品特色，並於店面及提袋包裝補強品牌定位標語，結合品牌故事卡，具體型塑 ISM 的論述與樣貌。

(二) 店家形象圖



五、【Charles' Kitchen 察爾斯廚房】

電話：(02)2872-1556

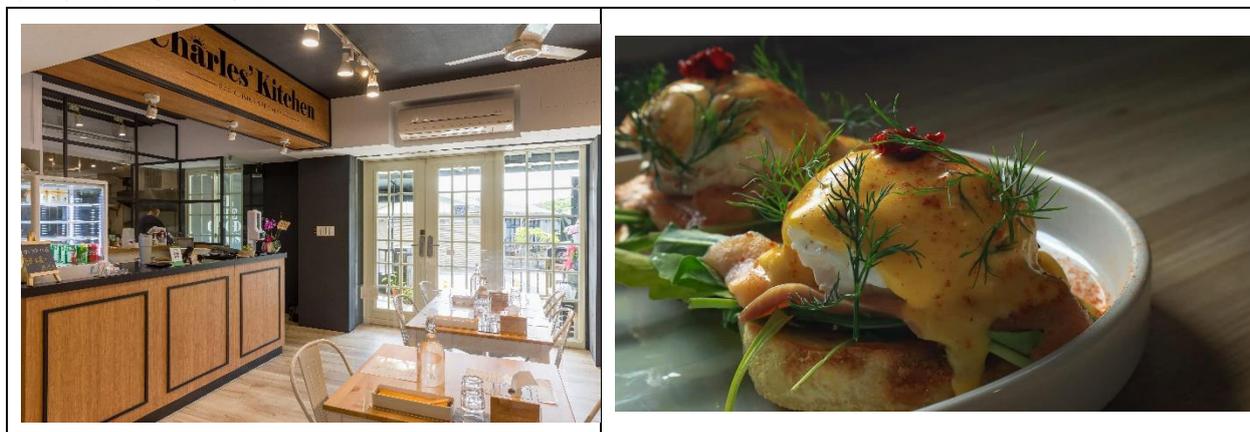
地址：臺北市北投區行義路 136 號

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

(一) 改造重點：天母早午餐店重新破殼，孵出特色

位於北投行義路上，店主經歷八仙塵暴意外創立本店，察爾斯廚房訴求職人手作，主力商品為班尼迪克蛋及私房味義大利麵，店內所有醬汁幾乎皆由主廚自研配製作，然原本只強調為早午餐，且廚房區明顯過大。透過改造由「工醬風歐式早午餐」定位出發，另以 slogan「Hatch out morning sunshine 孵出飽滿的美味晨光！」傳達料理特色及店主熱情。店面重新配置整裝，風格轉身！

(二) 店家形象圖



六、【CURA PIZZA 古樂餅舖】

電話：(02)2339-5877

地址：臺北市萬華區東園街 68-9 號

Facebook： <https://www.facebook.com/cura.pizza.cura.pizza/>

(一) 改造重點：萬華窯烤披薩祖厝重生，演繹古道樂嚐

CURA 創辦人曾遠赴披薩的故鄉那不勒斯習藝，秉持著創生家鄉的創業初衷，在祖傳三代的老屋裡開設窯烤披薩專賣店，然無中文名稱與行銷論述，不利記憶與傳播，門面視覺凌亂。透過改造新增中文名稱「古樂餅舖」，並定位「阿公老厝裡的義香料理」及 Slogan「窯火熾心·古道樂嚐」，連結店主創業初心與商品特色，強化外賣外送，門面重新整頓，吸引消費者樂嚐！

(二) 店家形象圖



【傳統型店】

一、【十字軒】

電話：(02) 2558-0989

地址：臺北市大同區延平北路 2 段 68 號

Facebook：<https://reurl.cc/dx10jD>

(一) 改造重點：大稻埕老糕點，傳統文化與文青風對話

從 1930 年創辦至今，十字軒遵循古早傳統，按照特定節日與習俗製作禮慶糕點。透過改造承襲品牌定位「台式古早味禮慶糕點」及 Slogan「添福添壽 Ten Cake！」，新增品牌對聯「綿密鬆酥脆 福祿壽喜吉」搭配橫批「十字生糕」展現底蘊，並設計文青風禮盒。針對未來擬增設的茶飲店，以 Slogan「啜十方茶，嚐百年糕」連結母品牌，並於老屋天井設品牌形象牆，連結原有糕餅博物館，重整參觀動線。

(二) 店家形象圖



二、【林三益】

電話：(02) 2556-6433

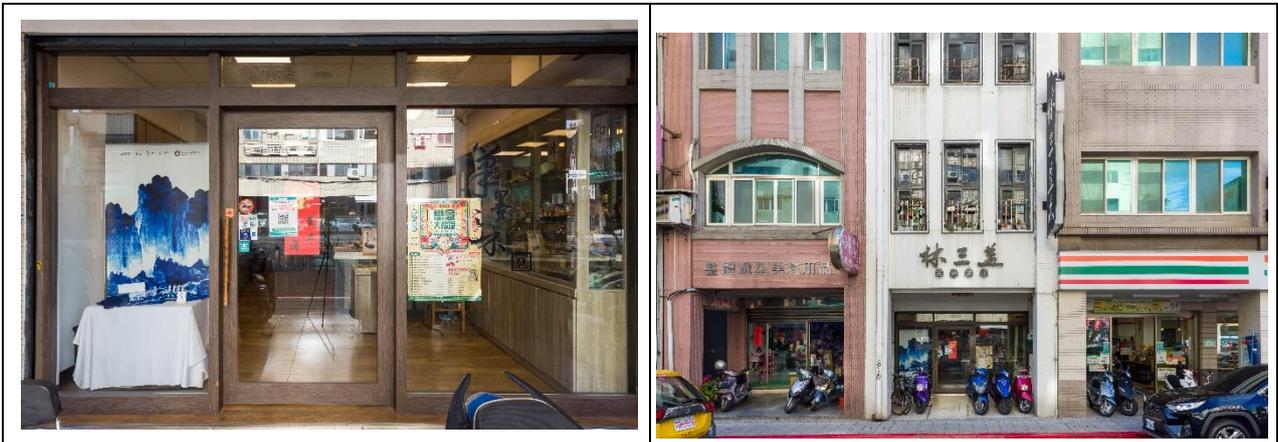
地址：臺北市大同區重慶北路2段58號

官方網站：<https://www.facebook.com/lamsamyick.tw/>

(一) 改造重點：書寫走向梳妝，百年筆藝刷新時尚經典

林三益筆墨專家以文房四寶百年品牌深植人心，後跨足彩妝刷具，成功打開市場，然老牌毛筆轉型彩妝刷的話題熱度漸退，如何讓彩妝刷具走出生活用品範疇，從外觀設計到使用情境創造購買慾望為當前課題。透過改造從「百年筆藝刷新時尚經典」品牌定位出發，Slogan「美人合一，青春落筆」，並與知名服裝設計師合作，以藍墨山水畫為主題展佈門面櫥窗，筆墨與梳妝相互幫襯相乘，創造品牌亮點。

(二) 店家形象圖



三、【巧婦超市】

電話：(02) 2361-3489

地址：臺北市萬華區西昌街 143、145 號

Facebook：https://reurl.cc/WXAYE5

(一) 改造重點：社區超市轉身私房菜櫥，助力難買之炊

位於萬華超過一甲子老店，從雜貨店轉型為生鮮超市，招牌商品為一般賣場買不到的古早味調料，除服務在地客，不乏台菜日料名廚到訪購買，店面雖明亮，特色未能彰顯。透過改造以「老城區的私房菜櫥」定位出發，呼應古早味調料特色，結合 Slogan「巧婦-助你難買之炊」與一語雙關之英文名稱「Wivesmart」，並設計規劃「巧婦獨賣」專區，突顯隱藏版台味醬料，成為巧婦們提升廚藝的超市。

(二) 店家形象圖



四、【同心圓水晶紅豆餅】

電話：(02) 2775-7406

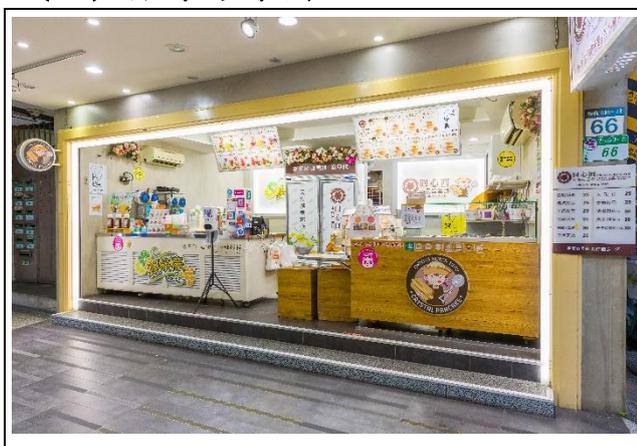
地址：臺北市大安區復興南路 1 段 66 號

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

(一) 改造重點：古早味甜點二次進化，有情點心形象翻新

20 年前創立於台北東區，改良傳統餅皮只加奶不加水，並以葛粉麻糬裹餡，台日合璧，陸續研發 11 種甜鹹口味，成功翻新古早味小吃為精緻點心，不少人從小吃到大。透過改造擷取創辦人故事與初衷，以「一圓多味的有情點心」定調品牌，增加 Slogan「奶蛋皮 Q 酥，甜鹹餡夠酷」，翻新 CI 與吉祥物 Q 妹，並設計伴手禮盒，號召新舊世代客群。

(二) 店家形象圖



五、【**酣蜜蒔**】

電話：(02) 2711-6797

地址：臺北市大安區忠孝東路 3 段 196 號

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

(一) 改造重點：泉發蜂蜜重整美妝子品牌，內外雙養

泉發是台灣少數自製自產自銷的蜂蜜家族，近年更開發蜂蜜及蜂王乳系列美妝保養品，擁有自己的化妝品工廠及實驗室，品質不輸國外大廠，然苦於不擅品牌行銷溝通。透過改造為美妝系列創立子品牌「酣蜜蒔 Honey Spring」，輔以 Slogan「內外雙養美顏蜜方」，於店內佈置情境展架，提升品牌質感號召潛在消費者。

(二) 店家形象圖



六、【台北御珍】

電話：(02) 2518-0162

地址：臺北市中山區長春路 199 號

Facebook：<https://www.facebook.com/YuJade.cake>

(一) 改造重點：宮廷點心凸顯手藝，感性號召新舊客群

傳承京城御廚好手藝，台北御珍專攻宮廷及年節糕點，招牌商品—綠豆黃曾獲選為 2000 年總統就職國宴點心，商品質精有特色，店面也光鮮，然費工手製的工藝特點未清楚傳達。透過改造品牌定位暨 Slogan「御點珍方，鮮潤綠豆黃」輔以英文名稱「YuJade Cake」，搭配綠豆黃製程介紹的設計形象，傳遞手藝溫度，助推國內外伴手禮市場。

(二) 店家形象圖



七、【松山茗茶】

電話：(02) 2507-9165

地址：臺北市松山區長春路 422 號

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

(一) 改造重點：茶葉世家精煉特色，展現文化底蘊

傳承四代茶品老字號，第一代專事種茶，而後從事茶葉批發，到買下自有茶園，開始產銷一條龍經營，茶葉品質優良卻無論述輔佐，皆靠實體參展等傳統方式拓展業務，且多個品牌名稱易混淆。透過改造統一名稱「松山茗茶」，品牌定位暨 Slogan 以「重花馭火，輕松沐風」傳遞製茶特色與茶品價值，並為四款主力茶品風格式命名，輔以門面形象及文宣品設計，凸顯品牌專屬之松紋圖騰，展現茶品文化底蘊。

(二) 店家形象圖

