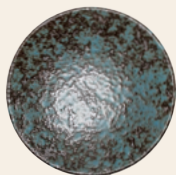
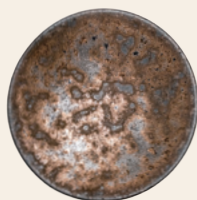


Brand New Day



台北造起來！

DOED.GOV.TAIPEI

2021

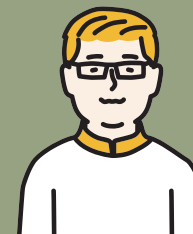
臺北如何造起來？

TAIPEI BRAND NEW DAY

鑽進巷弄到文創雜貨店挑一件最道地的臺味伴手，在中藥房透過遊戲了解藥材知識與應用，並飲啜一杯精心熬煮的養生下午茶；或是造訪臺北最老街區，品嚐甜而不膩的古早味漢餅，再配上一碗傳承40年的清湯瓜仔肉與黏牙滷肉飯……，漫步臺北，總能在不經意間遇見驚喜與美好。

走逛這些因為臺北店家再造計畫改頭換面的美食店家或傳統老店，不僅是新潮，也能感受新舊融合激盪的火花，就像翻閱一頁頁屬於臺北城的故事，有人情、有滋味、有文化、有創意，店家帶動街區翻轉，也為城市塑造更多的可能。

不懼時代淘汰再造老店新價值



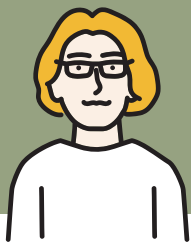
STEP ONE 專訪臺北市政府產業發展局局長林崇傑

面對環境快速改變與時代更迭，在協助新興產業成長的同時，更需要輔導傳統店家持續發展與轉型，尤其臺北蘊藏許多良品好店，隨著時代更迭、潮流移轉，為了延續品牌的價值與生命，這些好店需要改變，以面對市場環境的挑戰。自2015年起，臺北市政府產業發展局推動一系列臺北店家再造計畫，透過顧問諮詢服務，協助店家開創新型態的營運模式，運用新思維創造永續價值，從點、線、面擴散發酵，打造更多蘊含文化特色及故事的店家。

臺北市政府產業發展局局長林崇傑說：「這計畫的起心动念是幫助店家發生體質上的改變，包含經營方向、

經營理念、產品定位、產品包裝等，都必須由內而外重新塑造，來幫助生意變好、討論度變高，進而帶動店家所在商圈與街區的發展，讓更多潛力店家起而效仿，創造共好共贏效益。」

今年邁入第七年的店家再造計畫，從最初只鎖定美食店家的改造，到加入傳統老店，之後又將「美食餐飲」及「傳統產業」兩類型合併一起招募甄選，這些年下來總計輔導超過124家店，平均營業額及來客數皆提升了一成以上，其中也創造許多觀光客趨之若鶩的必訪名店，在商業或美學上的成果，大家有目共睹。



用新思維為品牌說新故事

STEP TWO —— 專訪甦活創意管理顧問公司總經理張庭庭

讓好店翻身、讓品牌發亮，是計畫的核心精神，因此執行過程必須緊扣著兩大方向：如何透過美學設計一改陳舊面貌？品牌行銷如何擦亮老字號再現風華？負責執行此計畫的團隊「甦活創意管理顧問公司」，總經理張庭庭分享七年來的心路更是精彩，甦活創意管理顧問公司的角色像是中央廚房一般，針對每一家店幫助找出新的品牌定位、精神與美學風格，甚至是商業模式的轉換，有一個初步的輪廓後，再和後續接手的設計團隊溝通，按照理念發想設計出新的商業識別與空間，同時在過程中，也必須串起每一個環節，同時成為店家諮詢、輔導和溝通的橋樑。

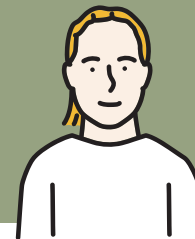
店家改造不僅是要好看，也得兼顧實用性。以大稻埕迪化街的店家改造為例，過去專營南北貨的商店，原本都是在做批發生意，店面空間也多為儲貨和進出貨物之用，然而改造後必須為觀光客或消費者創造零售空間，如何兼顧原有進出貨需求和零售消費動

線，就成為設計上也必須考量的重要關鍵。

此外，她也特別提到：「執行過程中除了跨專業、跨團隊，更多時候還得『跨世代』。小到燈光大到店名、改造預算，老一輩跟年輕一代之間也會有不同的看法，必須協調折衷。」例如現在網路知名的南北山貨店「富自山中」，原本店名叫做富山行，因為老闆叫阿富，故鄉又在嘉義山上而得名；但因為富山行無法註冊商標，改造過程中為了品牌化必須改名，「光是改名字就溝通好久，店家用了三、四十年也怕一改會影響生意，最後終於同意改成富自山中，保有原本意涵，也代表著蘊藏豐富山產的概念。」

結合設計的力量 打造讓世界看見的美好

STEP THREE —— 專訪此刻品牌設計MomentLand負責人趙瀚誼



店家再造計畫協助店家打造兼具人文與設計的品牌新貌，甚至成為人氣打卡景點或影視場景，也能讓引以為傲的臺北美食被世界看見。像是在華西街知名的「小王煮瓜」，便成功顛覆夜市小吃店的既定印象，搖身一變成為富有設計感與歷史性的美食景點，更因為食物美味連續三年入選米其林必比登推薦。

參與小王煮瓜的設計團隊「此刻品牌設計」負責人趙瀚誼回憶，當初設計發想來自於，小王煮瓜店名有著反轉諺語「老王賣瓜自賣自誇」的詼諧感，加上主打的滷肉飯也是平民美食，因此運用趣

味十足的插畫成為整體視覺元素。「另一方面我們也不忘文化傳承，將招牌瓜仔肉代表的辦桌文化呈現在店內牆面上。」同時為了吸引過路客目光，團隊也打造一臺小吃攤車放在店頭，甚至大工程移除了店前面一根三十年不用的舊電線桿。

從菜單設計、廚房動線到風格展現上也必須站在消費者角度思考與店家溝通。趙瀚誼強調：「這計畫挑選的店家與一般店面改造有非常大的不同，因為這些店家在文化、歷史或是工藝上具有保存價值或歷史意義，因此在設計上團隊也特別重視如何兼顧商業價值與文化傳統。」

臺北生動造起來！

店家接續華麗轉身？

執行計畫這些年，張庭庭認為每一年不只是完成任務而已，更像是肩負起替臺北挖掘文化資產的使命，因為這些店很多都是幾十年、甚至上百年的老店，擁有深厚的人文底蘊。從市府角度出發，林崇傑認為店家再造計畫讓傳統店家有了新生命，就有能力面對新時代的挑戰，同時成為翻轉城市形象的力量。「像大稻埕、雙連、打鐵街等街區很迷人、很吸引人，他們就是一家店帶動一家店慢慢改造，然後街區再

帶動其他街區產生改變，漸漸地形塑臺北成為充滿人情故事、多元繽紛的魅力城市。」

一個有故事的城市，不只是吃美食、逛街購物，更重要的是展現當地的生活風貌與文化情境，當人們來到一間店，可以了解店的歷史背景，甚至能與店主人的人生對話，當人與店家成為城市的書寫者，就能為這座城市寫下最動人雋永的篇章。



#走進清幽山間小路

迪化街一直以來都是臺北最熱鬧的南北貨、茶葉、中藥及布匹的集散地，騎樓擺滿了成堆的食材和乾貨，來自不同風土的自然氣息瀰漫空中，人潮熙攘，叫賣聲四起。多年來，一間間老字號商家的豐富選貨和濃厚人情味，串起了人與土地，其間，「富自山中」更以獨樹一格的新世代面貌，記錄著自己落地生根，又翻開新頁的故事。

從嘉義梅山到 臺北迪化街

三十年前，葉勝富帶著自家手作的阿里山純黑糖，從嘉義北上，和妻子在迪化街開了一間南北貨行「富山行」，做起批發生意。除了招牌黑糖，富山行也販售愛玉籽、埔里香菇、玉里高山金針、宜蘭現流蝦仁……小小一間店舖藏盡臺灣美物。二十多年過去，師範大學畢業的兒子葉亞迪，因父親搬貨時不慎受傷而回家接班，扛下延續家業的大任。

引人入勝的 山野氣息

想起過程中和父親的種種溝通，葉亞迪笑著說：「爸爸力行節儉，也抗拒改變，一直不明白為什麼要花那麼多錢去改造，甚至只是為了說服他把店裡的白光換成較為溫暖的黃光，就跟他好說歹說了一番！施工時我還要在現場監督，以免爸爸又跑去跟師傅『提出建議』！」但在完工後，看著年輕人和觀光客紛至沓來，熟客也因長久光顧的店家有如此的創意革新而備感榮譽，葉亞迪才終於獲得父親對改造的認可。

在老街上闖出新路

葉亞迪接棒後，有感傳統產業規模萎縮，批發業務縮減，年輕人下廚比例下降，於是他不斷開發新商品並拓展網路行銷和零售市場，總是和妹妹兩人在夜晚的迪化街拉著推車，處理網拍寄貨。但老字號商店想在新時代重新殺出血路，就必須更積極的轉型。

經過五年和父親的意見磨合，葉亞迪開始對商店進行全面改造。2016年參與臺北市政府的店家再造計畫，為與其他南北貨行區隔，富山行選擇聚焦山貨，改名「富自山中Full Mountain」，偕同品牌logo設計、小包裝優化、與店面翻新，1986年開業至今的老店搖身一變，成為宛如京都巷弄間的文創商行。



富自山中 ● 自家製水果乾

#沁心療癒的青草茶吧

走在臺北萬華街頭，時值炎炎酷暑，本想隨意在路旁買杯涼飲解渴，看見一間掛著「老濟安Healing Herbar」的文創風小店，原以為又是一間新創手搖飲，沒想到推開玻璃門，撲鼻而來的卻是陣陣青草香……

這間清新風格青草茶店的故事，要從半個世紀前說起。1972年，王榮貴憑著對藥草的熱情，和家人在人稱「救命巷」的青草巷賣起具有保健功效的青草茶。王榮貴和姊夫四處「挽草仔」，學習辨識植物性味與作用、熬煮草藥，幾十年下來，王榮貴從一個在青草巷玩耍的小男孩，成為老主顧口中的「王老師」。

翻轉青草印象

老濟安鍋中的藥草，熬成了一杯杯滿溢經驗智慧的香濃青草茶，也熬出了荏苒的歲月。2017年，老濟安和許多老字號店家一樣，面臨著產業沒落與凋零，王榮貴也苦思著該如何更廣泛地傳承青草浩瀚的知識與妙用，恰好見到臺北市政府的店家再造計畫，王榮貴夫婦起心動念報名聯繫，在專業輔導顧問團隊的協助下，「老濟安Healing Herbar」在原為倉庫的西昌街舊址嶄新改裝落成，為古韻悠悠的老萬華帶來一股沁心涼爽的療癒氣息。



「從小在幫忙家業的，長大後都會想離開一陣子，但最終還是會回來。」現在第三代的負責人王柏諺，原本也是在外闖蕩，在得知父親申請上再造計畫，急需注入新式經營思維時，他義無反顧返家接棒，決心和父母親共同努力，將老招牌再一次擦亮。有別大眾對青草茶僅為路邊攤飲料的印象，以及一飲而盡的飲用習慣，如今的老濟安有著舒適的吧檯、明亮燈光和手沖式青草茶菜單，並展示著各種草藥，更有趣味性的「身體狀況檢核表」供人勾選，顧客能夠平心靜氣地在此品嚐茶飲，由淺至深的和大小王老闆暢聊青草奧秘。

重新風靡世代

除了線上通路，老濟安也不定時舉辦體驗活動，第三代負責人王柏諺還笑說，原本都沒想過有一天會接到年輕人致電詢問訂位的電話，甚至還有老師帶著學童到店裡認識青草！在改造後，老濟安卻仍舊傾聽著每位客人的需求，量身配置藥草，欲弘揚青草知識文化的初衷依然原汁原味，在往後的日子，也將再在萬華的街坊鄰里間，持續飄香。



老濟安 ● 自家配方茶包



老濟安 ● 青草沐浴包



#燒不盡的百年香火

「香自誠心起，煙從信里來。」焚香是台灣最常見的宗教儀式之一，座落於臺北長安西路上的「陳振芳香舖」，已陪伴無數善男信女走過一次次開春、迎神、祈福、祭祖、普渡等日常信仰儀式，整整一百個年頭。

源自清朝的製香工藝

1910年，年僅十幾歲的陳塗，在村長的引薦下開始學習製香，寫字攤老師替他起名「陳振芳」，期待他所製出的香能夠振氣芬芳，流傳千里。在其努力經營下，陳振芳香舖終於在新莊老街開張。自此，他積極設廠，系統化製香，穩定品質並增加產量，奠下百年老店的厚實基礎。承續至二代，接班人陳金璋持續發揚家業，擴大版圖，於臺北長安西路落地經營，如同字攤老師的期許，陳振芳香舖的製香生意，也隨著經濟起飛的年代扶搖而上，穩據北臺灣，更聲名遠播至中國、日本與東南亞。

邁向百年品牌新紀元

如今，出身香舖世家的第三代陳盈州，也遵照父輩的腳步，從基本功開始學習製香，每道工序、選材皆依循古法，求真。但作為第三代接班人，面對新世代消費行為轉變和外來香品競爭，陳盈州深知，要讓陳振芳香舖的百年香火綿延不斷，就須與時俱進。

「時代在改變，我們不能被淘汰。」早在十幾年前，陳盈州就已開始架設官方網站，也開始研發宗教用途外的養生產品，以廣納年輕客層，對老字號香舖而言，可謂相當具有前瞻性的創舉。為了更全面的轉型，陳盈州在2018年申請加入臺北市政府的店家再造計畫，店貌從此煥然一新，產品包裝則以傳統花碼符號為主視覺重新設計，陳振芳香舖不僅正式

蛻變為懷舊文創香品品牌，也同時新增英文名稱「Make Cense」和slogan「振心寧神，芳氣迴真」，傳遞薰香療癒之核心價值，創造信仰以外的連結，延伸多元觸角。

振氣凝神·綿延香火

經過大刀闊斧的改造工程，當陳盈州的父親看見上代胼手胝足打下的江山，如此成功的轉型，他也暗暗為陳盈州感到驕傲。「爸爸是受日本教育長大的，不會當面認可你，但聽見客人稱讚時，他都會開心地偷笑！」陳盈州一邊整理著手中的香材一邊說。

創業維艱，守成更難，陳盈州不只做到守成，更願不斷發揚香道，授人敬香、品香、玩香，讓陳振芳香舖的百年香火，能夠代代相傳，流芳萬里。



陳振芳香舖 ● 自製盤香

#經典路邊攤的華麗轉身

臺北萬華的華西街以小吃聞名，其中榮獲必比登推薦的「小王煮瓜」更總是排著長長人龍，不論在地萬華人，還是外地觀光客，大家都是為了那一碗碗甘甜清香的瓜仔肉清湯和油亮黑金的香菇滷肉飯而來，這四十年的老滋味，來自艋舺兩代小王。

王家的招牌好味道

第一代小王王明雄，其父親是位在華西街賣日本料理的總舖師，1975年，王明雄在隔壁攤位另起爐灶，賣起了獨創的清湯瓜仔肉。專用老牌罐頭「日光花瓜」調製湯底，香濃卻能回甘；純手工製作的肉羹，同樣料多實在，每天在熱滾滾的鍋前現捏現煮；人稱「黑金滷肉飯」的香菇滷肉飯則充滿膠質的濃郁口感，讓人垂涎。

路邊攤變身美拍景點

十年前，第二代小王王捷生和妻子羅淑玲正式返家接棒，他們堅持按照相同食材和製程，傳承父親的經典口碑。2019年，他們獲選米其林必比登推薦街頭小吃，此份殊榮讓店裡生意蒸蒸日上，但小王夫婦並沒有從此自滿，不僅欲藉此契機讓家傳手藝更加發揚光大，也希望同時提振整條華西街的名聲與元氣，恢復往日榮華景象。



「已經走了第一步，就一定要繼續走下去。」不固守原來經營模式，第二代小王夫婦懷抱著謙卑和開放的心態，順應時代消費趨勢嘗試革新，並在同年投入臺北市政府的店家再造計畫，更名為「小王煮瓜Wang's Broth」，並加上「吃過的人都誇」的口號重新出發。在顧問輔導下，原來飽受漏水之苦的店面一改陳舊樣貌，如今的小王煮瓜儼然成為華西街人氣拍照地標，紅、黃、白桌椅的鮮明色彩與攤車造景設計，顯化了美食精髓、街區歷史和市井趣味，更進一步加強了品牌識別。如當初所願，觀光客和年輕消費者爭相遠道而來，華西街人潮絡繹不絕，小王煮瓜的改造成功也帶動了商圈同業跟進。

傳承美味的使命

「我們也是一步步邊做邊學，畢竟身為中生代，路還很長，總不能永遠是路邊攤！把門面打理起來，未來小孩子才更願意接手！」第二代小王王捷生的語氣輕鬆，眼神卻充滿熱情，散發光亮。正是這份熱忱與使命感，小王煮瓜不只是老萬華人共同的美味記憶，也將繼續為來自四面八方的客人，端出一道道屬於艋舺王家的經典手路菜。



小王煮瓜 ● 香菇滷肉飯



小王煮瓜 ● 瓜仔肉清湯

JOIN US !

「店家改造不只是重新裝潢店面或設計新的招牌，
更核心的是如何在產業環境的變動下，
為傳統零售業找到一條新的出路。」

「如果我們能把這些店家細細琢磨、讓其閃閃發亮，
其實就是臺北最珍貴也最無可取代的文化寶藏與觀光資產。」

「讓臺北引以為傲的店家，都能被世界看見。」



Brand New Day

DOED.GOV.TAIPEI

出版機關 | 臺北市政府產業發展局

編輯製作 | VERSE

社長暨總編輯 | 張鐵志

主 編 | 薛景文

文 字 | 游姿穎 吳欣瑜

攝 影 | 康志豪

設 計 | 蘇群 王筱君

