ART MAP 20 2013・9月

媒婆報

發現東區新魅力，體驗藝術好生活。

東區，Landmark，標你滿意！

富邦藝術基金會
www.fubonart.org.tw

寫在前面

我要見你的地方

阿媒編輯部

二輪電影院
成家後的公寓
孩子的學校
每天打卡的辦公室
週末禮拜的教堂
黃昏後熱鬧滾滾的市場
和朋友發呆的咖啡店
婆家、娘家
爭吵的街角
生活發根錯結
我們
在時間裡纏繞
延展成光陰的長度
用力的
將這些只對我們有意義的角落和空間
座落、標的
像一部無聲電影
在午夜夢境中顯著顏色
是
我要見你的地方　　---- 首迪・欐

談地標主題，總是直接地與知名度畫上等號，你我大家甚至全世界都知道的所在，有著輝煌的故事與時間的意義，或是背後有一個了不起的人撐起地標格局。

有的地標讓人愛上一座城市，有的地標旅遊必定走訪，有的地標印在T恤上在便宜的市場裡叫賣，有的地標創造明信片熱銷，地標是城市的氣氛，也是城市的形象，但像大地標與我們之間只有仰望、驚呼與遺識的關係，尺寸放小，其實每一次的媒婆出巡，設定的就是我們想法中的地標，地標串接成為地圖，導引了我們想描述的故事，告白了對於這些井字鐵格中人煙瘫火的溫度，可能一處小店不夠偉大，可能成就的動機很隨興，可能並不知道下個月遷付不付得出租金！我們彼此欣賞彼此對於生活於此的緣分珍惜。

我們總習慣，約朋友在東區見面，說一處地道的小店，置一些特別的手路，聊一段不負責任的是非，小地標支柱了我們生活的格局，大地標座位了我們所處的時空，無論怎樣，這些定位都是因為，這是我要見你的地方！

關於地標的幾個抽象概念

地標，是Landmark還是Iconic Building？

美國後現代主義思想家查理斯.詹克斯(Charles Jencks)，曾在他的著作《Iconic Building》裡，用“Iconic Building”稱呼地標性建築，而不是運用一般採用的“landmark”，因為許多地標在他的想法裡，已不能用“landmark”名之，因為它們只是……「象徵性的結構物」！！

“Icon”如果譯為偶像，“Iconic Building”其實更被界定為：「偶像型的建築體」。偶像嘛！是可以塑造出來的，如同許多「偶像」，到底他身上的服裝風格，頭上的造型花招，絢爛的舞步與他本人到底有什麼樣的關係呢？或許：沒有！如同“landmark”的定義，應該含有歷史、文化的原生關係；“Iconic Building”則不同，詹克斯認為：「它和整個城市的文脈和周邊建築無關。」
無論地標的名稱如何變化，地標的功能也有新舊時代的差異：

● 地標的舊時代功能：
在舊時代中，地標的必備條件之一為「高度」與「群聚性」，不論如何，舊時代的地標，功能取向仍是重點。可以看著地標，確認自己身在何方，如同發揮北斗星的作用：
1.地標的舊時代功能：確定自己身在何方。你要知道別人身在何方。你希望別人和你即將一起身在何方。
2.應用時機：日常生活
3.地標的成立條件方式：口碑，口語傳述與確認。
4.常見地標：圓環、噴水池、火車站、捷運站、新大樓。

● 地標的新時代功能：
1.話題性：希望臉友知道自己身在何方。在臉書中只需標示，不需解釋。不具有會面功能，但具有社交功能、心靈寄託功能。
2.應用時機：寒暑假時的出發標的、出差時去作樂的bonus。
3.顯示性的強度：眾所周知的隱藏版最佳，如到東京，去了森美術館並且逛去了觀景台還不夠，真正厲害的是進入了森美術館的俱樂部的圖書室，才叫珍貴。
4.今日地標評價方式：按讚數
5.常見地標：在東京是天空樹，在杜拜是哈里發塔，在西班牙是聖家堂。・・・。

地標在東區

地標在敘事裡的表現

當一個地標建築落成，即有可能成為電影、文學的取材場景，更少不了落入人們的一般口語交談：

● 街坊鄰居口語親暱它：
就像北京的央視新大樓和廣州的海心塔一樣，當大樓一落成街坊一看，精心的命名就被暱稱為大褲叉和小蠻腰。這就像是家中爺奶長輩，在吃完孫兒輩的彌月油飯後，隨即給起了小名，管父母取名時翻的字典問的師父，或是這孩子長大後到底多顯赫，在他們口裡，不就是那個小狗子嘛？

● 流行歌曲賦比興它：
獅子山本已經是香港的著名地標，羅文一唱《獅子山下》後更為大眾知曉。有年輕的香港人認為，聽完羅文的獅子山，才知道老一輩香港人的努力與奮鬥。地標，不只是地標而已，更是在地的抽象精神！

● 電影拍攝取景穿梭它：
帝國大廈，在海報裡與金剛跳著永恆的探戈。達文西密碼不負博士的學養，推理間帶我們穿梭了西敏寺、圓頂清真寺、羅浮宮到金字塔。不可能的任務在破解國際陰謀之際，順道砸個帆船飯店、炸個克林姆林宮。這一切打環不用賠的地標，被集合起來之後還成了一門學問，叫「影像地誌學」。

● 附近小吃店直接冠名它：
位在圓環賣滷肉飯，直名為圓環滷肉飯是那麼理所當然。嘉義噴水雞肉飯，則是因為店址接近嘉義中心地標一中正路和文化路交界的噴水池。唇齒留香的名號響噹噹，圓環、噴水這樣的地標名稱，竟產生變化成了口味的保證標記，也就這樣出現在原生地以外的地方了。

● 情感、話題、軼事，後天人為因素的賦予意義：

1. 重要人物與事件：巴黎左岸雙叟咖啡館，在梵谷的描繪下，魅力延續至今成為咖啡廣告的取景地點。台北也有這樣的地點，人文薈萃，藝文議題的發生當下，例如：明星咖啡館。
2.出人意料的記憶點：西班牙貝尼多瑪姆市(Benidorm)的住宅大樓「InTempo」，竣工於2013年爆紅，爆紅的原因竟是來自一則就新聞，新聞認它快蓋完了才發現沒裝電梯，但它有，而且有一大兩小共三部的電梯。

最大畫布—富邦金融中心樓貼

地標百種。古文明遺跡，不僅是地表上最資深也是刺激觀光產業的最佳代言人，同時也給諸多名嘴在《關鍵時刻》大肆發揮的機會。古今建築家以建築物豐富了城市的表情。藝術創作沒缺席，藉著作品而被記上一筆。德國的波伊斯(Joseph Beuys)在1982年的卡塞爾文件展進行「7000橡樹」計畫，讓市民一起參與創作，推移了生態範圍和都市景觀。保加利亞的克里斯多夫(Christo-Jaracheff)用塑膠布包邁世界各地，從自由女神像、柏林國會大廈、到澳大利亞的海岸線，無所不包。荷蘭人霍夫曼(Florentijn Hofman)，將居家的澡盆玩具，一隻巨型橡膠黃色小鴨，放進香港的維多利亞港，短短一個月湧進了800萬人潮於天星碼頭前露出一抹抹傻笑，FB打卡數難以計數，紀念自己在此與童年重逢。

365天的垂直風景

台北東區，也有如此的煞費苦心，如此的周全細膩，如此的雄心魄力。不為別的，只為了讓行人在城市中，一次偶然地抬頭，帶回一個揚起嘴角的理由。2007年開始，以無邊美術館為出發點，擅於媒合空間與作品的東區當代藝術展--粉樂町，為作品找到了一個全新的場域--「富邦金融中心大樓的高樓伸展幕」，不僅大幅拉拔了物理高度和尺寸，也是台灣第一件以建築物立面作為創作舞台的大規模作品。

富邦金融中心大樓由建築師統仁喜所設計，1995年正式啟用，近二十年來見證了城東的日出日落與經濟消長，也是東區光老級的金融地標。07年企業提供建物載體，作為對無邊美術館理念最同莎力的支持，4,032平方公尺垂直的樓面自此成為每年展覽備受矚目的亮點，為城市造景。

和你相遇在此

從玻璃唯幕開放成為作品的那一刻起，不僅讓藝術家能夠揮灑創意，讓城市充滿藝術的能見度，同時也傳達企業對於時間的崩許和盼望。這七年來，日本的大石曉規用OISHI的嘴型，放鬆慕邊肌肉和緊繃的心；韓國的權奇秀讓大家跟著Dongguri往上奔跑；台灣的洪易用微笑蟲的生猛線條呼應虎年；美國的FriendsWithYou為我們帶來了魔幻、幸運與友誼之花；加拿大的Gordon Wiebe讓愉悅的煙火在高空綻放；日本的岩崎啤燒給的「家」，帶來溫度；義大利的Agostino Iacurci以一名悠哉騎著單車的男子傳遞慢活哲學。換著不同口音、使用不同文字符號的人們，只要抬起頭來，就可以毫無誤差地接受粉樂町對著這座城市呼喊著關於美好愉悅的祝福，與樂觀積極的生活態度。這是比語言更為有效的溝通，比肢體語言更瞬間的心領神會。

玩立體後的步步為營

為了呈現最理想的觀看視角，在前期的策畫階段，策展團隊與國際創作者來回地溝通作品色調、構圖與落點位置。爾後，樓貼廠商將打樣等比例縮小的圖面，團隊總密地比對成色、判斷玻璃唯幕設住的視覺效果、直至最後定稿。

當這樣高80公尺、寬50.4公尺大樓成為作品展示的平台，樓面的建築設計決定性地影響了施作工程的選擇，高處圖面主要由洗窗機進行裝置工程，地面則出動16噸的大型吊車由下往上裝貼。大樓左側的頂樓為突出窗台，施工困難度高，較不具實際完成效益，因此左側的9至26樓不納入設計範圍。整體而言，考量仁愛路濃蔭的路樹，9樓以下樓面可視度低，也會避免在這個區域延伸畫面。

正式踏入佈展階段後，考量公眾的通行與辦公時段，工程一律於晚間進行，晚間10時至凌晨8時為作業時間，由於因素，則必須停工，因此，每年一次的樓貼裝置，都是粉樂町最大型、最受天候影響(戶外的公共藝術裝置亦如是)，同時也是斥資最龐大的佈展工程。不同於粉樂町其他的展點，在展覽結束後也隨之撤離展點，金融大樓的樓貼作品則是365天與城市共度晨昏，給予途經的旅人全年無休的獻禮。

而樓貼作品最大的幕後功臣，除了企業認同展覽主張釋出空間之外，策展團隊在執行過程中每一次協調每一步決策，都是讓作品從無到有的最大推手。

行家隱形版地標：粉樂町2013

今年已邁入第八個年頭的粉樂町，儼然成為台北城東的夏日遊樂園。如同巴黎塞納河畔的人工沙灘、紐約中央公園的莎士比亞戲劇節Shakespeare in the Park，都是夏季最風光親民的城事，免費對公眾開放的公眾回饋性質，無門檻、零距離。

同時，這也是在親友間大大提升自己行家形象的絕佳時機，東區在消費購物之外，粉樂町現地裝置的作品讓走逛的過程更醒腦、提神。和朋友的在法式咖啡店agnes.b café L.P.G.下午茶，二樓向外伸展的大窗魚腳，是甜點前就準備好的驚喜。散步在大安變電所外的巷弄，一雙骨碌碌的大眼睛正從樹縫中向路人眨眼。走至一處轉角，盡頭出現一條不存在地圖上的柏油路，往上延伸至天空，模糊了現實的邊界。途經市民大道與敦化南路路口，一朵大型紅蓮花正優雅地開圍呼吸。一路上考察了東區的店家最新分布狀況，也輕巧均勻地吸收了藝術創作的養分。

粉樂町不存在背包客聖經Lonely Plane、Wallpaper的城市指南，或是Monocle的城市特輯中，它存在於台北東區犄里、街坊、店家、學子、家庭、藝術設計愛好者的心中。對於粉樂町，是否有甚麼參觀的小點士呢？套句伏爾泰的話：「當對的時刻來臨，就要好好把握。」(Quand le moment est propice, il en faut profiter.)

2013粉樂町台北東區當代藝術展
敦化南路一段、仁愛路四段圍環的十字腹地及臺北文創大樓
2754-6655轉展覽組
即日起至2013年9月29日

你的黨國，我的公園—國父紀念館

小時候，那個將
水壺側背的年紀，
校外教學的套裝行程便
是國父紀念館夏日荷花寫
生，搭配對街的速食店餐。
升學緊張的國高中時期，放課後的
「國館」是俏皮的聚會密語，三五
成群的推嬌舞圍，叛逆的鬆垮褲襪混搭書卷粗框鏡是青春的基本
盤，迴廊熱舞結束後，轉一層階梯，勵學自修室裡的數學題庫還
嗷嗷待解…。

觀光濃度

從黨國建築到大型的都會公園，是國家的殿堂也是城市之肺。作為一個地標，它是市民的活動中心，也是擴撲的觀光要塞。關於國父紀念館的觀光濃度，每日平均撥進1.5萬~2萬人次，每年1200萬的來館人次，其中陸客佔六成，剩下四成由台客與其他國家觀光客均分。陸客以參觀大廳為主，多是團體行動，行程愈倉促，音頻偏豪氣奔放；歐美的遊客以自由行居多，走看步調較緩慢，穿梭在大小展間中。周邊商品也反映地標的彷彿性，官方紀念品中心販售多是黨政色彩的黨徽，供一日旅人收藏，而民間紀念品則是專注在庶民休閒，以風箏、泡泡機為主。

地標中的地標

大廳，必訪的程度好比淺草之於雷門，標準流程是：瞻仰總高8.9公尺的國父銅像、觀覽儀隊交接儀式。每到整點，分針就位、秒針掃尾，瞬時驚動如同慶典，儀隊一步一踢，吸引前胸貼後背的圍觀場景，喧騰之餘氣氣也逐步稀薄。我們可以在國父紀念館、中正紀念堂、恩湖和忠烈祠觀賞儀隊交接，其中國父紀念館特別有屋頂巡邏，不必擔心風吹日曬雨淋，駐守在銅像兩旁的哨兵，會搭配一名下哨兵協助在側整理儀容，包含調整衣冠配槍、擦拭情不自禁留下的汗水，撐過漫長的挺背站立。

地標中的不可不知

或許你來過國父紀念館，但你知道哪裡是能拍攝台北101水中倒影的秘境嗎？你知道東區哪裡能躺著看跨年煙火嗎？答案是--象徵國父臂膀的樓梯旁扶手，厚實的程度和天然的弧度足以讓人橫躺，是跨年夜倒數收喝的VVIP位。你知道在地下1樓學生們的苦讀修煉場嗎？90個限定座位，熱門的程度反映在離開座位後的30分鐘，館方志工自動收拾桌面上的物品規勸勾佔位。說到佔位，你知道1樓的迴廊上，也充斥著江湖的佔位文化嗎？放課後的學生們書包一丟，插旗佔地，近幾年太極拳、國標舞的練習場外移至中山公園，迴廊底下以佔位實力堅強的街舞青年為大宗。

這裡，動靜皆宜

臉書總是不放過替臉友們打聽動態的機會，拍照、打卡、上傳，這款科技版的到此一避，儼然成為最家常的到點簽到儀式。光是「在哪裡」國父紀念館就有超過20種的微型地標，從中山公園、翠湖到大會堂、甚至是館前的樓梯與迴廊，你想的到的和想不到的，你知道的和你不知道的，在這偌大的空間裡，都能有自我的歸屬。

三軍儀隊出沒，注意！
儀隊於上午9時至下午5時每整點舉行交接儀式。
從最色猜軍種：館內由陸軍、海軍、空軍三軍每半年輪流駐防，制服則是陸軍草綠、海軍（夏白冬黑）、空軍深藍作區別。從今年八月開始的白衣軍種，訴說了來歷也透漏了季節，請猜猜現在是什麼軍種在駐守。

眾所矚目初登場—臺北文創大樓

很高興認識你，臺北文創大樓！

在時髦旅館、日系與貴婦百貨、貿易展館、以及世界排名第四的高樓101林立的信義計畫區。臺北文創大樓(Taipei New Horizon)的開幕，如同海洋躍動一般，將湧向信義區的人潮拉向北方，自成一股松菸洋流。在宅男和招徠點出沒的動漫展會場、型男靚女來去的lounge bar、以及隨客聚集密度最高的觀光區，擊劍出另一種全方位複合式公共空間，攻克市民與遊客的心。

一棟Humble的大樓

翻開各位手邊的建築史輯論，迅速地做個重點整理。羅浮宮！具準銘以玻璃金字塔作為羅浮宮的新入口，輕透的玻璃映照出周圍的主建築，這是他對法國西歷史榮光表示敬意的方式，一個立體三角接合了時代。

Right now，我們將章節拉到此時此刻，在有著台北東區後花園稱號的松山菸廠，日本建築家伊東豐雄(Toyo Ito)也面臨著相似的狀況題：由伊東先生主導設計的臺北文創大樓，北邊緊鄰位於市民大道旁，昔日為台鐵車輛維修與改裝基地的台北機廠；南邊面向已有七十六年歷史的松山菸草工廠，這棟日據時代首座現代風格的廠房，以通透、水平視線、符合人性尺度的動線為最大特色，圓區內舉目可見綠樹與水池，是在當時審慎的防災意識下出現的配置。因此，伊東先生在思考建築設計時，決定賦予新大樓謙卑的姿態，和周遭的環境共同呼吸，而非鎮造一座氣勢凌人的當代大樓。

整棟建物延續伊東先生最為人所知的流動性格，以弧線取代直線，採取不規則的形狀，讓工整方正的信義區，多了勇於不同的表情。整棟樓層後都採用落地玻璃，讓光線在其中自由流竄。佔地1,422坪的西樓中，伊東先生特意留下近500坪的弧形空間，在單層樓條中是拱手的背脊，是對於歷史與先人的尊讓與恭讓，作為一樓的戶外公共廣場，吞吐來往新舊人潮，也是對舊菸廠的致敬。地上14層樓的設計，採用層層內縮的弧狀綠地設計，如同梯田般往上伸展，在視覺上以及空間感上，自然協調地和古蹟的綠意呼應，以及向時光致敬。

你所不知道的臺北文創大樓：

頂樓的弧狀設計，在形態上呼應遠方的山巒，伊東先生選擇以鋼板呈現如同音樂四拍符號優雅而流暢的空中弧線。理想中的鋼板不僅量體巨大，也得符合設計所需的弧度，還必須經得住日曬雨淋。唯有造船廠的鋼材能夠達到這個要求，船隻本身即為弧狀，加上防海水腐蝕的特質，以及拼接大型鋼材的專門技術，最後委請高雄的中信造船廠特地打造了七片鋼板，等於將一艘船不同的側面放上大樓，運送過程中，只能夠在夜間將鋼板從高雄運送至台北，由於面積過大，白天無法在高速公路上行駛，必須停放在休息站，花費了近一週才將材料全部運送至工地現場。

臺北文創大樓實際建造的工期只有兩年半，以「逆打工法」來施作建築工程，不僅能夠縮減工期，並且也能夠減少深開挖的耗時及損耗情況，適合都會區的建築物。
為了與帝都的松菸廠區在視覺上完美地融合，臺北文創大樓選用會隨著環境自然變色的清水模材質。同時也呼應舊廠房整體的灰色調，減少突兀感。此棟大樓為全台灣量體最大的清水模建築。

大樓外的立體指引牌，是伊東先生特別委託日本首屈一指的平面設計師奧村正彥(Masaaki Hiromura)所設計，飛舞造型美感與空間指引功能。

信義區的時代新文青

臺北文創大樓在軟件機能上，絕對是級錄時代新文青體格的最佳練功房。給自己一個週末，在這裡你可以在一樓右手捧一杯café showroom的單品咖啡和朋友大聊半澤直樹，左手一本從三樓書店帶回的kinfolk；上午到六樓參加大師講座、下午到B2的電影院，坐在法國原裝的訂製椅上，在日本永田音響打造的視聽系統中，看一場或許冷門但背定發亮下半輩子的博演紀錄片；在行程的空檔，體驗吳寶春麵包店的排隊人潮並順勢帶回菜核玫瑰麵包，討媽媽歡心。晚上到B2的高規格表演廳聽聽法國弦樂四重奏，舞台採用頂級的台灣楠木，德布西的音符讓你用耳朵目擊一座下沉的教堂。或是，帶著敬請品到挑高9米的14樓的臺北文創會所參加一場時尚發表會，城市的星空毫無掩飾地迎接你，站在開間的空中總地，你不敢相信自己身在空中。未來連接臺北文創大樓的旅館開幕後，更是彼底地發揮「旅住觀念」，讓住客可以在這一方天地，濃縮地擷取屬於台灣文化創意的縮影。

媒婆報貴賓室：與伊東豐雄大師越洋連線！

阿媒：透過臺北文創大樓，你希望在臺北創造甚麼樣的風景？
伊東先生：我們保留了證台北歷史記憶的文化遺產，同時，透過向未來注入新生命力，創造一個令人振奮的空間。

阿媒：伊東先生而言，甚麼樣的建築可以被稱為「地標」呢？
伊東先生：20世紀以來的地標時痛直在追求垂直性。但我認為21世紀的地標是以「回歸人性」作為思考。想起近代以前的一句話：「人類是大自然的一部分」，追求與自然調和的人性化環境才應是新新的地標，不是嗎？

阿媒：您自己最喜歡世界上哪一個地標呢？
伊東先生：柯比意的廊香教堂。這是對人間真正的禮讚。

A1
臺北文創大樓
菸廠路88號
6622-6888
B2、1F、2F、3F 誠品生活松菸店—11:00-22:00
B2誠品電影院：表演廳—10:00-22:00
6F會議室、多功能廳與公共空間—如有活動依主辦單位公布為準
14F文創會所—平日不對外開放，如有活動依主辦單位公布為準。

私房景點大公開：
由於整棟大樓都採落地窗設計，信義計畫區的風景一覽無遺。無論是誠品旅店或文創的14F文創會所，未來都將是直擊101跨年煙火秀最破頭的熱門景點！

地標，是空間認知還是心理認知？

凱文・林奇在1960年的《城市意象The Image of The City》裡，提及一個城市的地標，不但與認知心理學有關，竟還牽涉到……「格式塔心理學」！！！
這兩個教育領域的重要概念與地標有啥關係？認知心理學探討行為背後的心智處理機制。格式塔心理學則說明人腦的運作原理是「整體」的，人們對於某事某物的認知，來自日日接觸的感官資訊形成的整體感知。
覺得扯太遠了嗎？凱文・林奇的觀點是，「城市形象」是指人們對城市的印象和感知，有些生活路徑，一被賦予意義，就可以被含括在地標定義中。
關於「賦予意義」這個角度，或許能夠解釋地標在人們心中成立的條件，神聖的或凡俗的先天特質與後天養成：

● 高度、造型、名建築師，先天體質利於賦予意義：
1.建築設計追求高度，充份展現巴別塔情結：「最高」這個特質，似乎是最不需解釋的地標條件。目前世界第一高樓，是2010年落成的哈里發塔。
2.興建源由與重要事件緊密相關：世界級的大型賽事通常也是建築的嘉年華，鳥巢、水立方便是嘉年華中的要角。
3.建築師赫赫有名：香港中銀大樓的建築師是貝聿銘，上海喜瑪拉雅藝術總部的建築師是磯崎新、臺北文創大樓的建築師是伊東豐雄。

不再巴別，眾志成城的城市制高點—台北101

地標的品格

一千八百三十六，是台北101在下「世界第一高樓」的光榮紀錄：1010m/m，是大樓電梯能自上升的驚人速度；而今，它是世界上最高的綠建築，最近，更被CNN票選為「改變人生的49個旅程之一」。

擁氣凝神的倒數現場，五、四、三、二、一！

一年365天，總有10萬人齊聚時鐘，而是跨著台北101報時。跨年煙火秀被放的如此是全球關注的焦點，火樹銀花最高之路更是走來不易，熱鬧平靜的行政流程與策劃，邊邊商榷的進口煙火彈丸在海關遭一管一管地銷毀在，管既至101大樓後，獲得在下達一需點數量才能進場，群時稽查月的施工期，廣播沿外的製造者進抗議，消費秘笈場，最後的敗退更是亮光不得，點燃聲音，未爆發發，是為保準道德的地標，每一年的煙火施放，都是設計、預算、技術(與不可測之風向)的考驗。

光速傳情，大樓燈籠有玄機！

台北的夜空，黃經平坦一隻粉紅色的小鳥雲。一句「李安導演主演，一顆紅色的愛心。」101的燈籠，或許不能解開跑馬燈即時高點新條件，也表天下事，但總為了刺激型社會焦點的必要之時差，卻不費出台會感深的誤解與解讀，早期的燈籠施工方法為一個鷹架一個的，這樣繁瑣，導致就成一盞燈，正因太過手工製作，成為出而不寧的浪費，而看到當時的燈籠行銷計劃，其實是要加利用未出相樓間的發酒之計，每時樓將八盞燈，有時意就於四盞燈，從相鄰盞客子裝的高度，即可將如一二大樓出相平。

改變人生旅程的37秒

從5樓到89樓，短短37秒的電梯設程，帶你直上台北101的大廳到小廳，每秒鐘抵向交，觀看台灣會出現專屬的大廳視樓，還能同時聞著麥當勞，然後到到松山機場等著到北天機場的大廳，然而即觀著台灣海同仁來這，前往海安寧人事靜止的墓園，或是看著川流不息的上班車潮，如此城市中的小像，從電梯工作有趣的在高度位，台101觀景台，實體景，寫風景，寄風雲，也可一窺何成，每賞郵票設置的觀景台工作人員，早已練就黃色智慧人一條江蘇是國內不著國外，紅茶窗在大洋洲不是歐洲，歐盟英以重量(德國)明信片與本國所信片)，一秒鐘之間換算所下到點，淺笑不動產。

在台北101來一趟---「至近不遠」地標除了容易辨認也不易異動位置，所以適合宜聲愛情，真愛永不逾(移)。

101發言人的私房觀賞景點：從地窗山市為連線101，角度絕妙，整棟大樓往後坡左右兩面的山谷包覆著心裡，而觀景台上，可以遙眺青山以及出海口，自然指數特別的大海之象。

世界最快速的電梯小劇場：電梯自有人生百態，關於耳鳴的命題，台灣人專攻內心戲，劇數吾稱口水解解不癢；本除人客爽直白，就這麼直接發出「哪一聲」的聲音覺醒耳鳴。關於民族的個性，歐美年輕人生性活潑，往電梯裡跳躍是思考性的活力；日本人這樣急走進里門，「司清意投」此起彼落。

在樓貼拍照---「留影紀念」美樹筆、智慧手機或一卷菲林，準備好喊西瓜好甜、用微笑到此一遊。

用手機打卡--「雲端簽到」打卡，標籤朋友，雲端簽到。

B2
富邦金融中心
仁愛路四段169號
最佳拍照視野：安和路與仁愛路交叉口

景點的紀念小物---「影像再製」常和觀光畫上等號，賦予紀念價值，按印製成明信片、磁鐵、別針等彷彿性商品。

文青有型，創意有款的出道現場—敦南誠品

騎樓，文青初登場

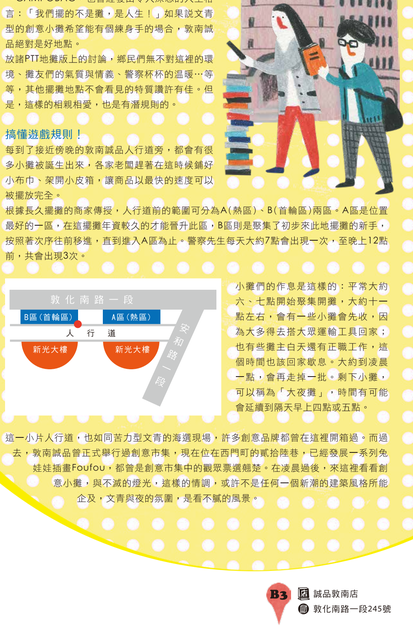
儘管誠品松菸店已然成為臺北新的文創地標，但誠品敦南似乎仍有一股「發跡地」那般波瀾不驚的氣定神閒，而敦化南路周邊人行道上的創意攤販，也已成為自由行隨客的不成文景點。
過去，「擺地攤」多有貶抑之意，但被轉化為「創意市集」，質感則整體提升。而創意攤團隊--CAMPOBAG，也曾經發出令人深思的人生格言：「我們擺的不是攤，是人生！」如果說文青型的創意小攤希望能有微緣身手的場合，敦南誠品絕對是好地點。
放諸PTT地攤版上的討論，鄉民們無不對這裡的環境、攤友們的氣質與情義、警察杯杯的溫暖…等等，其他攤攤地點不會有見的特質讚許有佳。但是，這樣的相親相愛，也是有潛規則的。

搞懂遊戲規則！

每到了接近傍晚的敦南誠品人行道旁，都會有很多小攤被區生出來，各家老闆趕著在這時候鋪好小布巾、架開小皮箱，讓商品以最快的速度可以被擺放完全。
根據長久擺攤的商家傳授，人行道前的範圍可分為A(熱區)。B(首輪區)兩區。A區是位置最好的一區，在這擺攤年資較久的才能晉升此區，B區則是聚集了初涉來此地擺攤的新手，按照著次序往前移進，直到進入A區為止。警察先生每天大約7點會出現一次，至晚上12點前，共會出現3次。

小攤們的作息是這樣的：平常大約六、七點開始聚集開攤，大約十一點左右，會有一些小攤會先收，因為大多得去搭大眾運輸工具回家；也有些攤主白天擺有正職工作，這個時間也該回家歇息。大約到凌晨一點，會再走掉一批。剩下小攤，可以稱為「大夜攤」，時間有可能會延續到隔天早上四點或五點。

這一小片人行道，也如同苦力型文青的海選現場，許多創意品牌都曾在這裡開箱過。而過去，敦南誠品曾正式舉行過創意市集，現在位在西門町的紀拾陸巷，已經發展一系列免娃娃插畫Foufou，都曾是創意市集中的觀眾票選熱點。在凌晨過後，來這裡看看創意小攤，與不滅的燈光，這樣的情調，或許不是任何一個新潮的建築風格所能企及，文青與夜的氛圍，是看不膩的風景。



在誠品前的樓梯等待--「相約這裡」地標時高或特別，容易召集群眾，有北海士星的功能。由於人潮眾多，能利在哪裡？也是等待時的最好消磨。

B4
台北101觀景台
信義路五段7號89樓
(入口處為台北101購物中心5樓)
週一至週日9:00~22:00
(最後售票及入場時間為21:15)

台北101衍生商品帶著走，這款紅酒瓶塞充滿低調的結構之美，擺在客廳一點也不違和，酒瓶耳熱之際還能帶起一段地標旅行話題。

B3
誠品敦南店
敦化南路一段245號