化妝包

東方不敗 用的是哪幾招？

特約攝影：張小成

目前媒媒們發現，東區店面變裝換臉的最快時間為兩週，現在流行的微整型，早就在東區店家發生，給您五家傑出的換新裝事件。換完後沒有臉部表情僵硬的過渡期，大多是因為這個動作背後，都是一種經營風格的翹楚。

小林髮廊，換出家庭理髮的頂級精神；經營40年的主婦之店，換出維持傳統也大膽創新的風韻；Paradise Toy Land，由兩個完全沒有設計背景的兄弟，以豁出去的精神在東區賣玩具，換出一種氣魄與越站越穩的態勢；PS:TAPAS，多角化經營，又在東區換出吃食新趨勢；Mr. Paco，在東區數次改變經營店點，也換出每次駐足東區的記憶與痕跡。

給您看看一幅幅「東方不敗」的面貌，和**勇氣、經驗或膽識，讓東區因而歷久彌新。**

小林髮廊 1977

小林髮廊 2008

主婦之店 2008

主婦之店 2007

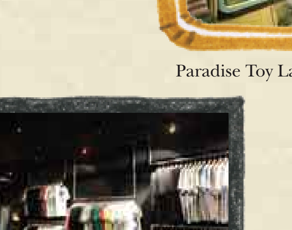
Mr. Paco Pizzeria 1998

Mr. Paco Pizzeria 2008

PS:Café 2007

PS:TAPAS 2008

Paradise Toy Land 2008



Paradise Toy Land 2008

家庭理髮，也要旗艦 小林髮廊

您或許不知道，這間小林髮廊是全台200多家小林髮廊的總店。由第一代房治林經營到今天已經30年，曾做過三次翻修，以去年年底一個半月的翻修最為徹底。重新規劃水電配置、冷氣系統，到調順工作動線，以及外觀裝修。裝修後的感覺，就像入口處那張奧黛莉・赫本的粉紅版畫，要永遠年輕，真的必須內外兼修，不能只是拉拉表皮而已。

東區，也是美髮業的一級戰區。近年東區興起以名設計師為號召的髮型工作室，小林髮廊反加強家庭理髮的定位，並往旗艦店方向前進，所以，在洗剪燙外，繼續維持家庭理髮的修指甲和腳底按摩服務。當店面進行裝修時，增加每個座位的空間，希望專注服務熟客。不是匆匆處理顧客的頂上問題，而是讓重要的街坊鄰里擁有頂級享受。

裝修也藏著管理學問，小林髮廊2000年裝修時，整體色調以白色為主，但每兩、三個月必須粉刷一次。當時整體座位規劃，用時髦的三角形排列法，希望讓顧客保有隱私，但卻發生視線死角的顧客常被忽略，設計師也像捉迷藏般非常難找。這次裝修重點，除了美觀，更為管理的需求：入口左右安置客人等待區與設計師休息區，讓設計師可以隨時看見剛到的客人；將藥劑區、污水台、茶水等用水區域整合在一起；並區分服務區塊，例如，入口為熟客區，通常熟客會有較多的服務需求，因此安排在工作人員最多的地方；最後段安排隱密推拿區等。下次到小林髮廊，您可以仔細玩味30年實戰經驗的空間精華。

因應東區金字塔頂層客戶，整體空間以低調奢華（金、深棕）為主，據說，這家總店也常出現在旅遊雜誌上，許多日本人會先來這裡洗髮，順便享受按摩，再神清氣爽去巷口吃鼎泰豐。抓出30年經營要領，在216巷的小林髮廊，正在把家庭理髮的精神拋光打磨到極致，或許，這才是台灣的美髮精神呢。

「徐」娘不老 主婦之店

2007年，經營40年的主婦之店縮小經營坪數，從100多坪大幅縮減到50坪，因不再矗立於原本路口的顯眼位置，讓很多人都以為主婦之店消失了。

縮小後的主婦之店，就像中年婦女減重成功一般，整體輕盈精巧許多。汰換一些陳設(例如：中式大圓桌、吧台、魚池)，新的空間規劃中，一樓是用餐、Live演唱的舞台區，二樓為酒吧，空間像多元的拼盤精巧靈活。裝修過程中換了三位設計師，留法的老闆及老闆娘，希望保有光線，融合法式庭院以及家的感覺，更要維持主婦之店40年來的重要紅磚、圓弧拱門元素。反映在空間上，可看見入口屋頂採用玻璃，空間挑高，整體色調以橘色搭配白色。各面挑高的牆壁由輔仁大學的學生繪製，一樓的壁畫是法式鄉間街道，從樓梯類似達利味道的雕塑開始，二樓畫風步入超現實，多幅壁畫分割又融合，順著動線的最後一幅壁畫位在入口上方三角形，超現實終點就在最初的入口，很有南柯一夢的輕盈感。

本來「Zee's Restaurant」(徐家廚房) 賣的是上海式下午茶，有燒賣等中國點心。現在以法式餐點為主，因延攬顧正里師傅擔任主廚，因此現改為「主婦之店Ku's kitchen」，菜餚為新式法國料理。但是，栗子蛋糕、cheese蛋糕、德國皮司頓派，還是40年以上的老廚師手藝。如同她的上海血統，我們看見一個上得了廳堂下得了廚房，能唱歌會煮飯，處處周到的女子，講究保養卻沒忘了年歲的怡然自得，這位徐娘，真是不老！

以小見大，服用時尚 PS:TAPAS

PS:TAPAS的前身是PS:Café，原本是附屬在PS:Concept裡的飲食空間，當時和PS:Concept僅用紫紅色窗簾隔開，空間只有現在的二分之一。當PS:Concept多角化的經營出PS:UNDERGROUND，並在其中開設義大利麵為主餐飲PS:PASTA後，開始思考PS:Café的另一種樣貌。店家把PS:PASTA的店名解構後重組，就出現了PS:TAPAS，於是，店裡以西班牙式的一口小食為主，在東區又開啟了新的飲食型態。

原來PS:Café的空間陳設是黑、棕為主調，後來統合PS系列的視覺風格，店裡調整為白色和木質色系。請注意看店門，垂直與水平的鋼條，蘊藏數個「PS」的組合，店裡的主視覺大檯燈吧台，是把PS:PASTA裡的一盞義大利檯燈按比例放大。本著PS的衣著本質，店裡也運用服飾做趣味擺設，例如用紳士帽當作燈罩，每張桌都因而有了穿著。本來就是從PS:Concept釋放出來的空間，所以用一道玻璃區隔的透光牆面，我們可以從華麗的壁紙空隙，看見PS:Concept店裡的動靜。

不論空間、色調、主視覺與門口，都可巧妙安置著PS的元素。相較於PS:UNDERGROUND、PS:PASTA，有豪宅隆重又深幽的特質，PS:TAPAS在飲食中濃縮時尚氣質，空間匯集PS的特質卻又輕描淡寫，是時尚得不著痕跡的小小院落。

多走動，從比利時到義大利 Mr. Paco Pizzeria

這是一個很會在東區旅行的店，不管是店點移動的距離，還是食物風格。Mr. Paco Pizzeria在目前店址經營義大利披薩之前，有個很長的遷移故事。首先，1998年，先在誠品光復店旁，開啟小小的店面。2000年，移到敦南誠品的B2（位在現今的臺北人咖啡館）經營之外，同時也在仁愛路四段354巷28號經營比利時淡菜mussel shell（原址本來經營的店家是「逛街」）。未料經營不久，28號竟被法拍，老闆趕緊移到現在的23號經營。接續發生SARS，經營面臨考驗，決定把敦南誠品的店合併到mussel shell，所以整合後，以Mr. Paco Pizzeria為名，食物也從比利時淡菜轉成義大利披薩。

原來店內的視覺風格呼應淡菜，以藍色為主，在變身為Pizzeria後，整個空間的色調都變溫暖了，牆面被改刷為橘色，加入木作壁面。陽光也是空間的重點，整個大面玻璃頂棚和落地窗，老闆設計可拉起的白色胚布遮陽棚，可以隨時邀請整片陽光進入店裡。仔細看看，您可以發現從比利時到義大利的痕跡：廚房上方由店裡第一代員工手繪的黑板，上面還寫著mussel shell；而當初在敦南誠品的圓形桌面，現在變成牆上掛飾。

很多藝文團和音樂人喜歡來這，例如董陽孜、張懸、胡德夫、伍佰，有趣的是牆上他們簽名的盤子大小不一，老闆率性的說有什麼就讓他們簽什麼。有空來坐坐，因為有歷程所以有故事，酷老闆有很多東西可聊喔。

囝仔轉大人 Paradise Toy Land

當媒媒們站在Paradise Toy Land的門口，一樓潮店的入口全是黑色，地下室的入口卻透出溫暖燈光。很像剛會化妝的青少年，在眼摺上拼命擦著耍酷的濃黑眼影，但腳趾甲卻仍是10種糖果色。

沒錯，這的確是一間「囝仔轉大人」的店，原本只賣玩具，慢慢開放公仔設計師販賣周邊的T恤或帽子，也開始代理潮流品牌。沒想到服飾越賣越好，空間不敷需求，例如，客人常要跑到角落遮掩試穿，而許多潮牌的酷形象和旁邊的各式玩具很不搭，所以去年11月底開始改裝，把一樓的玩具店移到本來是倉庫和辦公室的地下一樓。

地下一樓簡單複製了整個一樓的玩具店。原本暖色調的一樓，牆面與天花板全變黑色，店內光線使用極為精準，錯落在商品上。入口右側被墊高為舞台，依據店的精神每季改變裝置主題，本季放著一張深色皮沙發和一隻金色的BE@RBRICK，上面隨意披掛衣服，呈現某個人家中的一角，說明「衣著」只是一種生活選擇，Paradise Toy Land又更只是其中的一種，充滿豁達的況味。老闆未來更希望在店裡融合藝術性的裝置，讓店裡也能成為藝術空間。

兩個店面雖不大，但都有「全台獨家代理」的身份。如潮服Quenchloud海外第一家的代理權；玩具店則有Sonny Angel獨家，擁有全台最齊的貨色。電機背景的哥哥，與學習土木的弟弟，都因為熱愛公仔投入這行，選擇店點更是「豁出去」決戰東區，原本計畫營業一年，沒想到卻安穩的開了三年並擴大營業面積，另外，開展的兩種定位都穩妥的發展，或許，更是在東區成功「轉大人」的指標。

環保筷

東家，上菜囉！

十家正港的「東」家，換新裝但不換好口味，看我叫了一桌子的好料理，從鹹到甜，從早餐到晚餐還到宵夜，順序從開胃、正餐到甜點，挾出東區料理人犀利的烹調。

食材、烹調、賣相三項平均後，就是**動筷指數。**

強推Mr. Paco Pizzeria的比薩餅皮，酥又有口勁。小攤均合素食，筍包口感脆又分明，很容易就賣完。東區粉圓每種料恰到好Q，216巷粉圓大王的芋圓大顆軟Q，建議加點這款。小胖胖，食材份量多，是美而美式早餐中的誠意之作。PS:TAPAS提供3種沾醬，中東酸豆醬是一絕。湯姆漢堡肉厚菜多，疊起來就是漢堡中的高個兒，香又飽。

這是東區媒媒的動筷指數，大家可以自己到東區，來一份自己痛快吃的動筷報告。

包益民

PPGROUP 創辦人的東區關鍵詞：**Nothing is impossible!**

東區！只要你願意花時間尋找，什麼事情都有可能！

黑輪

關鍵字：**冒險、與狼共舞、心裡總有一頭狼**

對我這個成長經驗不屬於台北的人來講，在充滿誘惑的東區有太多冒險，一個不小心，心底的「餓狼」隨時就要擦槍走火！

王文華

作家的東區關鍵詞：**戀愛、夜晚**

富邦大樓，是我最喜歡的約會場所。眼前有草、有樹、有行人、有公車。像一場活的電影，在眼前放映。

美鵑

關鍵字：**青春**

17歲，我和年輕的伙伴們在忠孝東路四段擺起地攤做生意。21歲，我的第二份正職工作也在忠孝東路上，初生之犢對前途充滿企圖與學習的飢渴，青春不打烊。

路人一

東區最吸引我的地方就是永遠都有新東西怎麼逛都不膩，很多資訊可以吸收，就是隨便走走也覺得看了很多東西。

蔡康永

無法被定義的他說東區關鍵詞：**嚮往**

東區店裡賣的，常常不是「那個東西」，而是「那個東西的意思」。

那個東西所暗示的態度，那個東西所攜帶的感情，都是「那個東西的意思」。

烏魚子

關鍵字：**細節**

在東區行走，時尚是有天分做功課才會到達的高標，腿毛腋毛等身體細節則是一定要通過的東區低標。

花木蘭

關鍵字：**不眠**

東區的不眠，有它清醒的理由。心態有亢奮、期待、不甘寂寞，場合有享樂、作東、久別再遇，行為有趕稿、剪接、畫設計圖。列舉出所有的理由，又是一個不眠。

鐘文音

作家關鍵詞：**摩登**

東區，關於我的愛情前朝記憶，關於我在東區購買的第一雙時髦高跟鞋。在東區遊蕩的女人，內心永遠住著一個不肯老去的少女。

路人二

廁所乾淨，交通方便，建築與道路寬，很多事情可以在這裡完成。

美姬

東區，應該透過創意的力量讓菜市場、小吃攤、商店可以有一種集體的氣氛，美好的景觀與生活美學，而不是髒亂夾雜。東區的生活消費指數該要對應美好生活品質，值得以示範的心態有志一同動起來！

手機

7嘴8舌來逗陣

我們找來七嘴八舌，有名嘴來說明他們記憶中的東區；也有基金會編輯群，資深工作同仁，是長期於東區生活工作、玩樂購物的上班族，各有各的看法。未來的七嘴八舌接力可以是美食的七嘴、評論的七嘴、公務人員的七嘴、醫療的七嘴，請各行各業的喉舌代表說東區。

＊ 部份文字來源：粉樂町東區當代藝術展 特別企劃「城市記憶盒」 展覽地點：誠品敦南店2樓

ART MAP 00 2008・8月試刊號

媒婆報

發現東區新魅力，體驗藝術好生活。

你所不知道的東區媒媒

連續舉辦20檔的無牆美術館，3次粉樂町東區當代藝術展。讓叫做藝術家的一群人找到知音，讓冰冷辦公大樓重燃熱情，都因為這個你所不知的狠角色—**「東區媒媒」**。

做一個東區媒媒，20世紀的今天，媒的事一定要**跨領域、混搭、樂活、節能減碳**，才會有一定的關照與口碑，媒的過程也一定要**強調創意、故事、話題、百無禁忌**，不靠貼身T恤，短裙長腿，而是運用性感的腦袋讓眾人一起火熱。

建立社區與生活美學的平台，生活美學的實驗場。能否成為美眉要靠老天眷顧，但媒媒的本能則是天賦人權，歡迎具有實戰經驗的你，加入東區媒媒。

阿媒 搜主意 →包包大搜查

「亂點，鴛鴦」是一種失誤，但「亂，點鴛鴦」卻是一種功力。

在看似雜亂的環境中，看出秩序；看似毫無關係的領域裡，不慌不忙點出關連性，乃媒之至高境界，非一般泛泛之輩能及也，新解為跨界媒合，專長此能者，為媒境中之翹楚，一切也端賴包包中的**工具搜主意。**

手機 愛聊天，愛找七嘴與八舌鍛鍊思考曲線，讓腦袋性感。

指東針 偏執的東癖，所以其餘座標免談，專靠指東針看東區被你放在心中的哪個位置。

環保筷 最愛叫一桌子菜，精準夾出東區好味，也剔除黑心挾持東區美食。

筆記本 愛勤做筆記，從大量明查暗訪整理而來的資料，記載每次作媒關鍵的資料庫。

化妝包 眼光犀利，一眼看透東區店家補、遮、隆起、收緊、緊實，努力成為人瑞的心機伎倆，找出東區丰姿綽約的不老密技。

指東針

喔東區，幾分熟阿？

東區，最常擔任你哪一種情緒的出口？最擅長解決哪一種渴望與需要，還是是你永遠只是路過和聽說折扣和路邊攤的地方？你和東區熟嗎？做個測試，看看你和東區是巷子裡的知交，還是已經才開始交往還沒必要見面的網友？認識東區，有幾個基本題項。讓我們看看您與東區交往的深度，相識的熟度。

1. 去年忠孝復興站2號出口上方，蓋了一棟綠色建築物，是哪一家百貨公司？ ________
2. 接上題，該棟綠色建築物被稱為BR4的原因是什麼？ ________
3. 敦南誠品二樓圖書區一天營業時間多長？？ ________
4. 忠孝東路四段上，除了SOGO百貨、明曜百貨，還有哪一家百貨公司的分館？ ________
5. 216巷粉圓大王與東區粉圓，是否為同一個經營者？較早開始經營的是？ ________
6. 忠孝東路四段屈臣氏統領店大舉裝修後，經營方向改為？ ________
7. 融合法式料理和歌手駐唱的主婦之店的英文名字原為Zee's Restaurant，請問，店名為何是「主婦之店」？英文又為何是「Zee」？ ________
8. 位於敦化南路與忠孝東路交叉口的Bistro98，原為哪一位商業鉅子的舊宅？ ________
9. Under Cover是由哪一位日本設計師投資？店內的複合餐飲名稱為？裡面賣的是誰家的牛肉麵？ ________
10. 好樣二樓，目前經營的性質為？（1）潮店（2）卡拉OK（3）民宿。 ________

答對3題以下 →2分熟

還在一刀劃下，鮮血直冒的階段，你和東區非常不熟。鮮血別白流，快用血拼繳學費。

答對6題以下 →5分熟

半生不熟，模稜兩可。常和東區相處，卻只是一種習慣；和東區面善但不理解身家，沒有促膝常談的機緣。目前症狀為不東不西，不識東西（在東區跟在西門町沒啥兩樣）。

答對7題以上 →8分熟~全熟

正式原汁原味封鎖其中，讓人吮指回味的階段。您對東區的喜愛已經從大眾品牌的消費，到深入巷弄之間，記憶中的片斷都和東區套疊，走在東區沒有門牌號碼的限制，可以描繪誰在誰隔壁，找到真正好吃好賭拼個性店家、你和老闆互相叫得出名字，車可以暫停，錢包忘了帶還可以明天再付。

【解答】

1.太平洋SOGO 2.BR是英文BROWN(棕色)的縮寫，BR4是捷運忠孝復興站的代號。 3. 24小時不打烊 4.微風廣場 5. 否。216巷粉圓大王 6.藥妝店 7.30年前只做西點烘焙，店名叫「MADAME ZEE BAKERY」。中文店名沿襲至今，成為『主婦之店』。英文「Zee」，是老闆的姓氏「徐」的上海話發音。 8. 徐旭東 9.高橋盾，店名為UC noodle，鼎泰豐。 10.選項（3）民宿

筆記本

搞什麼東東？

老店家換新裝

魯蛋茶酒沙龍，曾是名人酣談續攤首選。美力斯西點蛋糕，更是許多台北人購買伴手禮的重要店家，曾經如同地標一般的店家，卻消失得輕快無比。一旦歇業，店面隨即有人承租，不久後，除了空間完全不留痕跡的徹底改頭換面，名聲，也快速的在人們的口語和記憶中退場。

曾經有一位資深的酒保形容，東區，就像是一杯雞尾酒。的確，東區絕不是單一純麥釀造，也等不及長時間的和外界隔絕，兀自發酵。每年，都有新的酒譜，但，也有著必要的基酒，將自己變身在顏色鮮豔的新酒中，既融合著新趨勢，又為東區維持著安穩的基調。

給您15個努力的單位和店家，您可以看見另類的東區小史。

行道會台北教會
台北市忠孝東路四段181巷17號
開業時間：1966
換裝時間：2007
換裝原因：將一樓改建，融合咖啡館的情境，閒暇之餘的心靈寄託之處，讓教會變得可親近。

1964-2008

主婦之店
台北市敦化南路一段190巷12號
開業時間：1967
換裝時間：2007
換裝原因：縮減經營坪數，更能有效管理。
新裝設計：挑高、切割多元功能，以橘、白色調為主。

小林髮廊
台北市忠孝東路四段216巷36-1號2樓
開業時間：1975
換裝時間：2007
換裝原因：為全省小林髮廊總部。從未裝修過，去年因為環境老舊，決定裝修。
新裝設計：低調奢華，以黑金棕（原店面為白+紫）為主，由兒子媳婦設計。
出沒名人：小亮哥

216巷粉圓大王
台北市忠孝東路4段216巷40弄3號1樓
開業時間：1981
換裝時間：2007
換裝原因：位址搬遷。
新裝設計：維持一台餐車，極簡單的傳統冰店陳設。

東區粉圓
台北市忠孝東路4段216巷40號
開業時間：1983
換裝時間：2006
換裝原因：因轉角老闆要頂讓店面，所以決定擴張。
新裝設計：加入第二代的想法（二代老闆愛衝浪），風格較為現代年輕，具設計感，如紅色的燈，與白色桌椅。
出沒名人：各演藝圈藝人

均合素食
台北市忠孝東路4段216巷
開業時間：1988
換裝時間：1992
換裝/轉業原因：原為雜貨店。因7-11興起，生意變差。
新裝設計：在原址將雜貨店改為包子店。

湯姆漢堡 Tin Tom's Cafe
台北市忠孝東路四段223巷51號181巷17號
開業時間：1995
換裝時間：2000
換裝原因：原經營坪數約為45坪，後因經營型態改變，縮小經營坪數。
新裝設計：維持美式空間特性。

麻辣霸子
台北市忠孝東路4段216巷8弄6號
開業時間：1996
換裝時間：2008
換裝原因：原為服飾店。代理名牌，因仿冒眾多，難以經營，所以改做餐飲。

Mr. Paco Pizzeria
台北市仁愛路四段345巷四弄23號
開業時間：1998
換裝時間：2004
換裝原因：1998開設在光復誠品，2002年移到仁愛路四段354巷28號開店，4年前因店址遭到法拍，故整個搬遷到現址。
新裝設計：濃厚的地中海風味，落地窗、原木裝潢。

小胖胖
台北市忠孝東路216巷51號
開業時間：2000
換裝時間：2008
換裝原因：擴大店點，原經營美而美式的傳統早餐店，生意興隆，因應目前生機飲食與健康潮流，加開一家
新裝設計：以綠、白色裝潢為主調，營造清新的感受。
●更在仁愛路四段345巷5弄內，還在去年加開了「小胖胖蝦仁餛飩」，主賣中餐晚餐。

KOOLOOK
台北市忠孝東路四段205巷24號B1
開業時間：2000
預計換裝時間：2008
空間改變原因：經營型態升級，引進Gabor、BWL等重機銀飾。
新裝設計：雖在地下一樓，但大量引進光線，店面明亮，單純的燈光與原木地板，創造極簡感受。入口樓梯盡頭擺滿白色鵝卵石，以及一台橘色腳踏車，悠閒與雅痞風格兼具。2008.9月即將改變經營地點與方式。

蘋果工房
台北市忠孝東路四段216巷8弄2號
開業時間：2003
換裝時間：2007
換裝原因：保持客人新鮮感。
新裝設計：改裝前以鮮豔的紅色為主色調，搭配維多利亞風格的家具，四年後轉為法國插畫為主調，期待更新風格，維持消費者的新鮮感。
出沒名人：吳滋懿
●連鎖經營：橘子工房（台北市大安區敦化南路一段187巷40號）

Zaka café
台北市敦化南路1段177巷37號
開業時間：2004
換裝時間：2008
換裝原因：更換經營者
新裝設計：維持原來的店名和格局，僅僅改變色調、燈具、沙發，menu用拍立得做成，提供隨意輕鬆的感受。

PS:TAPAS
台北市敦化南路一段181號
開業時間：2005
換裝時間：2008
換裝原因：擴張原本PS: Café 咖啡店，重新整合再出發。
新裝設計：延續PS:自私著物的風格與自私著物之間保有一面相互穿透的牆。認為飲食也可有一種品牌態度。
出沒名人：蔡健雅

Paradise Toy Land
台北市敦化南路一段187巷17號
開業時間：2005
換裝時間：2007
換裝原因：原本同時賣衣服與玩具，因服飾生意日漸興隆，故將服飾與玩具分開，改變本為辦公室與倉庫的地下室。
新裝設計：一樓店面調整後，加強搖滾風格，以黑為主要色調，販售衣服、銀飾。地下一樓專營玩具，以明亮色彩為主。
出沒名人：小鬼

東區店家生存關卡大約是一年，因房租契約如果以一年為期將有議價空間。所以，店家都會努力撐過一年，但高租金也讓營收不佳的店家沒有再來一年的本錢，這就是東區店家汰換速度快速原因。以忠孝東路為軸線，往市民大道的店家汰換速度十分快速，偏向仁愛路的店家，許多都經營超過10年，店家本身就是在地人的比例也較高。往市民大道的方向，店家型態大多為服飾，忠孝東路偏仁愛路店家，則以食物為主，各式厲害的吃食都可以在這裡找到。 筆記本 畫重點

富邦藝術基金會 www.fubonart.org.tw