ART MAP 16 2012・9月

媒婆報

發現東區新魅力，體驗藝術好生活。

媒婆APP手機版免費下載！

寫在前面

空。間

阿媒編輯部

像往常一樣，透過搜尋功能和關鍵字，我嘗試在知識的網絡中，找到具體說明空間的解釋，為這次的主題增加支撐，科技讓我不用一分鐘就分享出「空間在度向上從一度到十度的知識，分由點、線、面到速度、溫度磁場另外更超越十度就進入到“詩意”的向度，跳脫物理性進入精神性的空間狀態」。讓我發現，透過知識與文字的表述，除了可以實弄內涵外還可以堆砌出距離感的厚薄！「空間」對所有人而言就是生活的場域吧，它因為功能而有不同的名字，家、臥室、辦公室、學校、車廂、早餐店、洗手間，皆因空間如是。

媒婆報的「空間」，說的也是生活的場域，除了填充其間的心思外，也透過窗欞磚瓦找出時間的密碼，像品紅酒一樣地遙想年份的風味，之於東區的年輪線條是怎樣在這其中繞行，又怎樣在時光當中展現引領的風騷，空間裝載著舊時的美感與風味，隨著時間分秒地進入到現下，綿合著所有人的記憶，在回想的閃光當中，順成麵包、香檳大廈、仁愛泳池、龍門購物中心、復旦橋、大陸大樓…。

當年4層樓沒有電梯的公寓曾經以成群結隊的方式，墊高了許多眷村的視野，巷弄與小水溝都藏到地底下改成樓梯間，原來村子裡的鄰居都住進了透天的厝，印象最深的就是窄小的樓梯間，基本上就是鞋子展示區，這家人有幾個人多半可以推敲個一二，後來出現華廈，以白領之姿區隔出另一種生活與身份選擇，搭電梯是最明顯的識別，同時這樣的房子多半還會在一樓設出收發的管理員櫃台，同時也有商住混合的設計，東區寸土寸金的店面租金，讓有心要開業的人也有其它的選擇，髮廊、美容、牙醫診所、K書中心、咖啡店、餐廳無一不有！近十年的大樓格局以社間的造型設計、優良的建築團隊、進駐的品牌名店成為另一種空間的進化格局，但殘留於其中的舊空間，仍因為高張的地價遞時待估，基本上東區說不上是很完美的生活空間，住商混半的複雜與帶著寬虹的便利，不夜的尋歡客、歌唱的酒友、游移在時間差擺盪的年輕人、夜班的百貨店員，多少在應該已進入安眠的時間裡仍在趕車移動，以至於喧囂不歇！

儘管如此，東區仍是鮮活而特色的，當夜幕低垂人潮漸退，空間又還回了城市，留下前一日的熱鬧買氣，有機會走在空盪的街弄，體驗空間會有一種進入「詩意」的想像，這常常讓我想起香港導演王家衛的電影，在時意調慢的速度與調快的速度中，衝著街燈，空間走閘了第十度的向。

阿媒檔案

出生地：富邦藝術基金會
東區資歷：10年以上
特殊專長：鼓勵藝術和生活對話，空間和藝術家懇愛，城市裡品味者追求，在匆忙的東區和你之間，透過「敘觀」中的「神合」，綿造現代版良緣佳話。

現身頻率：每三個月出刊一次，提供兩面思考，正面聽老間們怎麼說，背面創意地圖讓你按圖索驥，親自走訪。

富邦藝術基金會
www.fubonart.org.tw

東區，標的建築

哪些關鍵「點」，鋪出活絡的路「線」，拓展出熱鬧的商「圈」？

「畢爾包現象」一詞，意指西班牙畢爾包在興建了古根漢美術館之後，從一個沒落小鎮重新成為全球旅者的夢幻景點，這樣由Frank Gehry操刀的美術館，宛如在畢爾包本來鬱結的穴位上扎了一針。東區是不是也有這樣的關鍵建物？除了建築本身有特色，更兼具集氣的作用？甚至彼此擴散連成線與面，維持著東區順暢的血路，與紅潤的氣色？

41 歲

百齡大廈

身高：12層
出身地：忠孝東路
關鍵報告：頂好商圈的起源，60年代起，佇足在忠孝東路重遠的青橋大廈，為頂好商圈的起點，接著，香榭大廈與髮群、龍門大廈連成一線，最流行最新鮮事都在這裡發聲，進口禮服、耐來品與流行衣著，為東區的東區進口第一條蛇形，而現在大家習以為常的商圈台一大樓，更由香榭大廈開啟。

37 歲

阿波羅大廈

身高：13層
出身地：忠孝東路
關鍵報告：機殼的命名時常響亮，像是一品、龍門大廈，又或是多了一點學問想想像，以掌管藝術的大廈神為名的阿波羅大廈就是一個例子。將方的大廈神為名的阿波羅大廈就是一個例子。將方的大廈，分成ABCDE棟，也是當時的新穎設計，與空間組織，活動範圍也更寬間，從引入潮湧入，百日鼎盛時期能容納40戶家畫廊進駐，1988年到2007年，ATT也位於忠孝東路，仍吸引畫迷、藝、服飾等店匯集。

25 歲

太平洋SOGO忠孝館

身高：13層
出身地：忠孝東路
關鍵報告：建築本身擁有優美的立面設計與順眼的外牆看板空間，東區長老級百貨，從前至今，太門口的音樂鐘整點輪播響時時，陪伴大朋友等人，讓小朋友看得入神。從頂好落腳，是東區的百貨時代第一槍鳴響，各大百貨業的圖地戰，附帶的商圈隨之鼎立，統領商圈起跑，沿著忠孝東路蔓延，SOGO的精凜商圈起跑，附帶的商圈隨之鼎立，統領百貨業的圖地戰，微風商圈…，以百貨為核心，逐年擴增。

25 歲

明曜百貨

身高：12層
出身地：忠孝東路
關鍵報告：太空時代之後，最令人興奮的一件事，就是前往明曜百貨的透明電梯視身體雖迷你版的升空模擬。明曜的落成，延伸了忠孝東路的商圈範圍，將東區正式劃為百貨業百家爭鳴的戰場，樹立了雷亮名號，1987年與日本京王百貨技術合作。簡潔俐落的外型，隨著今年國際品牌包下三層進駐後，外觀增加了LED燈與大型電視牆，夜晚的明曜燈火輝煌，你我的集體記憶也隨之改寫。

17 歲

富邦金融中心

身高：24層
出身地：仁愛路
關鍵報告：位於仁愛路24層的富邦金融中心，釋出自身建築物外牆，每年夏日與「粉樂可台北東區當代藝術展」一同為藝術起舞，成為台北空間，消弭了金融業冷硬嚴肅的形象，為仁愛路吹起人文藝術的暖流。點亮城市義路連觀是最佳的觀賞距離，走遊在街頭，仰首即藝術。

11 歲

微風廣場

身高：9層
出身地：復興南路
關鍵報告：市民大道高架橋下的黑松汽水工廠遺址改建，轉身一變貴婦百貨，而建築分為兩個區塊，A區地上樓層有9層，B區地上樓層有2層，兩層，在商場建築中獨樹一格。內部挑高，大量引用自然光，“微風廣場”，此門禁節事務所與澳洲The Buchan Group負責設計，「微風廣場」名別具含意，雅處東區外緣，透著獨具慧眼的品牌挑選邏輯，以百貨業的衝之姿，帶來如沐微風般舒服的特殊品味。當時許多人都很好奇，微風進駐復興南路路頭，是否真能稱霸一方，結論是，的確可以。

6 歲

台新金控總部大樓

身高：24層
出身地：仁愛圓環
關鍵報告：經建築大師貝聿銘之手打造，流線型的建築外觀，成為仁愛圓環最搶眼的地標。前身為昔日風光一時的五星級財神酒店，富麗堂皇的花園、前廊的透明電梯，敬業後建築物卻因長期閒置而荒廢，一度造成圓環景觀的殘缺，2006年台新金控大樓完工之後，才重新賦予這個地方生命。

6 歲

SOGO_BR4

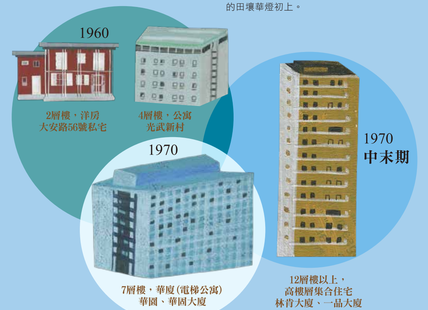
身高：11層
出身地：忠孝東路
關鍵報告：由知名建築師李祖原先生設計，玻璃建材的綠色建築體，弧形渾圓的體型，有後蘊含著「都市之玉」的時意想像。外觀感性但命名卻理性，代碼BR4為忠孝復興的捷運編號，BR是英文「BROOK」（棕色）的縮寫，指的是木柵線第四站的意思。奧賓趨近熱和的東區商圈，SOGO_BR4以初生之犢不畏虎的姿態，佔領東區百貨樞紐，與捷運站相連共構，乘客出站後，隨即連結百貨商場，便捷的購物模式，為東區商圈新的建築型式。

建築長高圖

相信許多人的家裡，都有著一面給軍記錄孩子長高的牆，牆上的標記是成長縮影。東區也有這樣的長高圖嗎？而這長高圖竟然有口訣，快來瞧瞧。

口訣：2，4，7，12

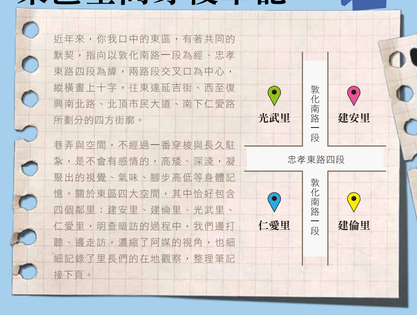
東區最早的空間，大多是稻田，1960年代，我們可以打趣地說，這段時間似乎是東區的青春期，建築開始抽高，出現二樓洋房與四樓公寓，這樣的高度維持近10年之後，1970年代初期增長至七樓華廈，因為發展速度加快，大約在1970末期，東區更開始出現十二層樓的集合住宅。只是，在建築的轉骨之外，東區的性格，也從農人轉成了商人，方塊的田壤華燈初上。



東區空間穿梭筆記

近年來，你我口中的東區，有著共同的默契，指向以敦化南路一段為經，忠孝東路四段為緯，兩路段交叉口為中心，縱橫畫上十字，往東遞延吉街、西至復興南北路、北頂市民大道、南下仁愛路所劃分的四方街廓。

巷弄與空間，不經過一番穿梭與長久駐紮，是不會有感情的，高矮、深淺，凝聚出的視覺、氣味、腳步高低等身體記憶。關於東區四大空間，其中恰好包含四個鄰里：建安里、建倫里、光武里、仁愛里，明查暗訪的過程中，我們邊打聽、邊走訪，濃縮了阿媒的視角，也細細記錄了里長們的在地觀察，整理筆記接下頁。



阿媒觀察筆記

建安里：

穿梭密技：
此區騎樓極為罕見，夏季的午後，為求保命，一定要攜帶防曬工具，尤其是東西向之巷弄，絕對有灼傷皮膚與眼珠的潛力。

空間特質：
東區店家密度最高的區域，競爭激烈沐換率高，久久經過，常有耳目一新之感。商圈熱鬧、地段搶手，本來大坪數的店面，會分割為數個小坪數的店面，在店面需求並非店面的空間，例如：防火巷、會間發原來並非店面的空間，例如：防火巷、車庫。另外，同質性商家，潛藏物以類聚的習性，形成了東區人口中的「茶街」、「彌街」（東區裏原宿）。

里長筆記簿

建倫里：

穿梭密技：
大樓，小院齊聚，巷弄尺寸標小，務必縮小腹，方可躲開騎樓下的諸多攤販雜藏之陷阱，切忌以「福神壽」的方式橫排行走騎天，否則必討行人之白眼及嘴魔…。

空間特質：
本區建築的一樓通常有花圃，當您入座這一區的店家時，如果發現沒有花圃，大多是被增建出來了，再往上抬頭，會看見許多屋頂是一些臨時性的建材：塑膠浪版、石綿瓦，因為地主大多仍住在此，保有對土地的情感基礎，因此店家特性也被慣重篩選，維持這裡的開店品質，讓此地樓宇沒有屬性較為雜陳的營業型式。

本區里長：
林正達先生

光武里：

穿梭密技：
巷弄尺寸極小，容不下雙向會車。許多人在此區開車，往往花費許多時間換行，因為此區巷弄大多是單行道，開車禁知進入迷魂陣，行人走路則需耳聽目明，身手靈活，才能在面對店家熱惡之際，邊能順利閃避車輛。

空間特質：
四層老公寓組成的街廓，樓房舊式，店家空間較為低矮，雖少了高樓大廈的氣勢，卻多了一份歲月累積的痕跡，幽近的公園與捷運出口「頂好廣場」，讓人在走逛之餘，稍得片刻喘息。相近一條街，是間以拉麵子聞近的區意。

本區里長：
宋忠誠先生

仁愛里：

穿梭密技：
一踏進這個區域，竟能從商業區裡感受一絲絲文教區的幽靜：復興小學座落此處，住戶多於店家，階梯上的小盆栽、高聳老樹、私宅圍上藤蔓攀爬，展現最不功利的情調。

空間特質：
以名人巷大安路為要道，概念因與旗艦店鋪排成列，暗而不暗，走逛舒適，心情愉悅。街道寬闊，店家格局也寬敞，利用空間做底發揮陳設的可能性，形式多為品牌的旗艦店或概念店，以生活品味相關商家為大宗，像是SPA、畫廊、進口傢飾店等等。

本區里長：
鄭秀郎先生

轉一個階梯，換一個旋律，樓中樓的迴轉篇章。

敦化南路181巷，是東區商業活動發展較晚的區塊。此區的空間格局是樓中樓，住宅本體的空間模式大約如下：

- 庭院
- 大玄關
- 大型落地窗
- 地下室挑高，透過地窗，可從店外觀望地下室。

MSPC—粗獷男子耐翻看的心思

2008年，當忠孝東路四段181巷尚未成為東區開店首選時，MSPC已經決定在這落腳，與對街路口的Undercover遙相呼應，濃濃的東洋時尚味開始在此蔓延。

樓中樓格局，轉一個階梯，換一個篇章

以販售手作機能包為主的MSPC，在東區開設海外第一家旗艦店前，已在信義誠品設櫃，因為品項漸多，更開始了服裝的副線，因而希望在百貨設櫃經驗後，開啟一家呈現品牌全概念的「複合式品牌的路面店」。設計總監富士松大智先生，當時不做二想即選擇東區作為落點，因為在他心中，東區就如同表參道或代官山。儘管很早鎖情東區，但卻與協同的空間設計師，花了非常久的時間尋覓店面，一直走到東區道最後一條的巷弄，才看見兩人都屬意的好空間。MSPC也算是這個空間的「店家處女作」，在MSPC尚未承租前，這個空間是一間被打通的民居，一樓挑高，往上通達閣樓，與往下延伸地下室，多元的空間趣味，迥異於東區大多數的店面，另外大坪數也讓富士松大智與空間設計師立刻決定進駐。

類似樓中樓的格局，或許對許多商家而言零碎且費心思，卻在MSPC的巧手下，做出商品空間的多元篇章。MSPC把主力商品：日本手工機能包款，陳列在一目了然的一樓與閣樓。把副線商品：日本品牌02DERIV.男性服飾，放在不能一眼看穿的地下室。而空間運用也很靈活，能快速從商品賣店，轉變成為小型展覽空間。此外特別的是，地下室竟然還有一個小小吧台與包款客製區，這樣的規劃呼應東區的消費特性：在辦辦的181巷，流動客人不多，來此的族群大多是VIP或是忠實顧客，且屬目的性購買，因而富士松大智希望能透過吧台，和熟客像朋友般地聊天，而客製區擺放舒服沙發，則是因為光一個包包，就有20個以上的客製部位，19種顏色及多種不同的布面材質，客人要完成種種的選擇且不後悔，討論時間至少需要1~2小時。

粗獷男子的細膩肚腸

站在MSPC的任一角落，你卻不難透過它想像這個空間過往的樣貌，因為MSPC沒有做大範圍的敲打與更動，而是在原來的細節裡講究，如店裡保留最初的磚牆，MSPC對這個磚牆所做的，是將磚牆的起伏敲得更細緻。空間的穿透感也讓光線巧妙流動，並呼應MSPC產品「異材拼接」特色，讓磚牆、水泥、木作三種質感在店內交錯。而另一個角落，你也能看見空間最原始的樣貌，本來是後院的公仔陳列區，細膩的啞示品牌精神，卻融合著建築原來的浪板、鋁門窗，呈現一種拼貼趣味，更像是對老空間的致意。

粗獷男子的細膩肚腸，是MSPC旗艦店給人的感覺，在多元空間轉折著豐富心思，我們可以看見一種大戶人家的優渥格局，承載著新時代男性的悠遊生活。

家的美好，層層甜甜－Cath Kidston

Cath Kidston——承襲原屋舊架構，跳脫出甜美氛圍

英國血統的Cath Kidston，2011年底挾帶著復古印花風潮抵台，一舉相承的甜美色調令少女們痴狂。運用粉系色彩與獨有的印花圖像，夾在鄰近中性品牌之間，甜美氣息更顯濃郁。

從裡到外粉色調，門前水泥地舖上綠草皮，為英式鄉村做了開場白

這裡是東區開中取靜的一角，Cath Kidston在此瀰漫著英式鄉村風情，門口英國小衛兵佇立，跟你道聲歡迎光臨！踏進店裡，耳畔首先響起輕快的鄉村音樂，一屋子的印花商品，開門見山展現Cath Kidston的經典視覺，高起的台階與內嵌的地下室，為室內空間帶來層次感與節奏，讓整體陳列更顯活潑。利用穿插的樓中樓格局，將生活空間巧妙的劃分，自然地區隔珠寶的商品類型。一樓滿滿的各類包包盡覽眼前，再往上踩幾個階梯，陳列了兒童商品與廚具，也是滿滿的杯具席捲而來，往下走，地下室以居家類商品為主，從維眼的外在到私密的生活空間，商品的擺設與室內格局相輔相成，自成一套邏輯。Cath Kidston也巧妙的運用了空間的配角，從歐洲市集挑揀來的二手家具、古董擺飾讓整體氣氛加乘，於是，我們在寢具間可以發現復古英式梳妝台、陳年打字機、英式刺繡盤…等等舊貨，也有刷成粉色調、鑲上銀把手的訂製櫥櫃，從大空間到小角落，充斥著新舊混搭的浪漫情懷。

從空間格局到商品陳列，相得益彰

除了運用空間、搭配空間，也設計了空間的擬真佈置，透過大型家具的擺設，提供消費者對於居家的想像，其中地下室挑高露出一樓的半截透明櫥窗，能巧妙地從一樓透視地下室的夢幻寢室，暖暖灑落在英式印花床鋪上，少女情懷表露無遺。Cath Kidston玩印花、玩陳列，也玩空間，因為各個細節各有層次，讓整體店面宛如香水或美酒一般，有前味、中味、後味的曼妙。這些別有用心的鋪排邏輯，來自於精準的品牌風格，也因為空間的特殊性，讓大量的商品在有限的空間內，能有主題發揮。

A2

Cath Kidston
忠孝東路四段181巷35弄21號
2731-0199
13:00~21:30

天光請進，這裡有個大位子！

仁愛路四段151巷的三菁新名人巷社區，與敦化南路一段233巷的三菁門第雅舍社區，是東區著名的集合式住宅。特色如下：

- 為大區塊建築物，周邊有開放空間及大範圍人行道。
- 地下室空間寬敞，開店也不覺壓迫，如：安悅電氣、摩斯漢堡。
- 一樓空間挑高，寬大清爽，如：綠碧紅茶苑、Tsumori Chisato…等。

斐瑟髮廊旗艦店－地底冒出的頂上風光

B1

斐瑟旗艦店
仁愛路四段151巷32號B1
2778-5185
週一公休
10:30~19:00
（週二~三，週五~六）
11:30~17:30（週四、日）

眼見為憑。
根據阿媒好壞力、餐飲店，40珠寶型禁市場，一處隱身在這東區最

地下室也能立業！
獨眼色的數據報告，東區216巷一帶，共有124間服飾店，190間店，4間電信公司，24間髮廊，8間房仲，7間鑲嵌按摩，一區小傳統信仰中心，以及一間大型百貨公司。而斐瑟髮廊旗艦店，便生猛清烈住商混合區的地下室。

地下一樓，但陽光請進

地下室封閉與神秘的形象，往往令許多店家避之唯恐不及，但是斐瑟旗艦店卻逆向操作，化腐朽為神奇。10年前尋覓店面之時，在房仲業者三寸不爛之舌的推薦之下，斐瑟總監鄧先生從「連看房子都不想看」，到決定買下地下室永續經營，這其中的改造過程自然不在話下。首先，斐瑟以半開放式的露天樓梯，吸納天光，打破與世隔絕的藩籬。為了呈現自然的感覺，斐瑟更打掉原先做為出版社所隔開的層板及所有附加的舊裝潢，不但還原廣壁水泥本色，還讓天花板的管線毫不羞澀地原形畢露，而房子的水泥本色及木頭地板，則帶來原始狀態的安穩感受。拾階而下，三大片玻璃落地門滿版框進室內風景，只見270坪的寬廣空間一目了然，一舉翻轉地下室的刻板印象，也給客人安心的感受。

留白，為的是更多的想像空間

台北東區寸土寸金，斐瑟卻豪擲將近五分之一的無狀態空間，既不擺放工作台，也不設置桌椅或裝飾，除了設計師創意揮洒不受阻礙，客人與客人之間保有隱私距離以外，還考量到視覺上的休息空間與穿透性的感受。鄧先生特別強調接待櫃台一定要很寬敞，只見一張長沙發奢侈獨佔一整片留白空間，讓等候的客人轉眼一次最澄靜的思考，或許理想中的髮型就會這麼靈光乍現。

走過東區各式各樣的小店眼花撩亂，一進斐瑟大門，流通的空氣、寬敞的等候區，正好幫助思考，今天想要什麼樣的造型？呈現怎樣的感覺？只見設計師們在地下室空間揮揮剪剪，讓顧客冒出頭的那一刻，都靚亮有型。

LUPICIA 綠碧紅茶苑－東區雪影交疊東京品飲

「高」人一等的時尚曲線

自從日本及西班牙知名平價服飾品牌進駐明曜商圈之後，忠孝東路四段再度成為人潮聚集的中心，同樣來自日本的綠碧紅茶苑旗艦店，自去年12月起，也落腳於明曜百貨後巷。如果我們把經緯度向北拉到日本，將發現綠碧紅茶苑總公司及總店分別位於東京代官山及自由之丘，一個是東京頂尖的流行時尚，一個展示著東京另一種的悠閒時尚。對於綠碧而言，「東區」便是台北時尚的代名詞，不管是客人的品味深度與廣度，或是店家嘗試各種消費模式與產品的可能性，都是最有發展空間的地方。

仰望茶葉的圖書館

踏進綠碧紅茶苑，挑高的店面讓人彷彿悠遊於茶海之中，全店由早稻田大學教授出身的建築師古谷誠章擔任空間設計，他首先調整大廈一樓轉角的格局，在挑高後空出來的牆面設置整排壯觀的木質茶櫃，藉由大量重覆的排列，展現一致性的簡潔美感，成就全店最吸睛的設計趣。順著茶櫃而下的是一整面不規則突起的白色牆面，看似揉過的白紙，增點一點異趣，而大片落地窗及素淨白亮的店面外觀，將消費目標族群指向年輕的現代人，也顯示綠碧茶「和風現代」的品牌特色。來自不同產地，風味各異的紅茶、綠茶、養生茶，分別以紅色、綠色及黃色標示，客人可以先從顏色的直覺找到想要的類別，再逐一細分口味、適飲季節等等。貼心的店家在上百個試聞茶葉罐前，逐一放上一疊筆記紙，客人毋需強記茶葉的品名，只需要抽走相對應的筆記紙便可以直接到櫃台結帳。

日籍店長特別告訴阿媒，每當落日時分，橘紅色的夕陽便會從側面窗戶斜射灑入店內，挑高的空間吸納充足的光影，特顯迷人，也為簡潔俐落的店面增添些許浪漫。不只茶葉季節限定，店內的美景更是時間限定。

B2

綠碧紅茶苑
忠孝東路四段170巷11號
2711-5703
11:00~21:00（週日~週四）
10:00~22:00（週五~週六）

登堂入室，別墅心裁

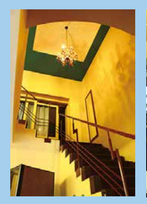
大安路一段舊稱「仁愛路四段35巷」，1960年代聚集滿圓花草的小洋房，為富政高層住所，隨著土地徵收和道路拓寬，洋房漸少。保存下來的洋房格局有：

- 獨棟庭落，兩層分布，四周多植栽或是綠樹圍繞。
- 改為店家者，搭配大片落地窗，光線穿透力強；仍為私宅者，周遭皆砌上圍牆。

建築與食物的洋「姿」味－洋緹

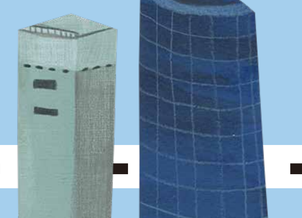
洋味進駐，成為名符其實的洋房

天清氣爽的秋夜嗅數一杯“Chianti”葡萄酒，慵懶地靠在沙發邊望著大安路一段的車水馬龍，紅酒冰淇淋加上這光景讓阿媒沉醉。遙想當年大安路一段舊稱「仁愛路四段35巷」，1960年代滿圓花草旗旗搖著精緻的小洋房，風風光光住著顯有權勢與社會地位的富政高層，所謂名人巷的稱號不腥而走。然而隨著土地徵收和道路拓寬，洋房愈來愈少，多了電梯大廈、精品店與咖啡館。九年前店家遭出的機緣下，來自義大利的Alberto Zambotti租下位於大安路一段92號少數留下的洋房，保留原房東種植的玉蘭花樹，自己再種蘭花，一段時間後鳥類紛紛來此築巢，早晨鳥語花香承襲60年代名人巷氛圍；並對建築本身圓柱結構稍做裝修，窗簷及橫樑設圓形拱弧、以土黃色系重漆牆面，並加上復古吊燈裝飾、灰色地板，使洋緹義大利餐廳從食物到環境都呈現道地的托斯卡尼鄉村風味，內外空間如同老闆本人，有著義國特色和台灣情感之結合。



D1

洋緹
大安路一段92號
2721-3182
11:30~14:30
17:30~22:00

結盡在人境，就愛車馬喧

翻翻阿媒的筆記本，異國料理餐館從九年前到現在增加不少，但多半走時尚奢華的路線，與洋緹的義大利鄉村情調有別。洋緹從只開放一樓店面，擴張到二樓作為宴會場地，新建Pizza窯，並聘請師傅在一樓廚客面前的開放式空間製作Pizza，為維持窯中溫度，龍眼木的薰香二十四小時不間斷，才能確保Pizza的品質。從食物到空間，都走托斯卡尼風情。冬圈在信義計畫區BELLAVITA百貨公司另開“Beata te””餐廳邁入第三年，空間更寬闊、擺設精緻高貴，然而他還是偏愛大安路一段熱鬧的生活氣息，從大片落地窗看每天經過的人和車、聽住在附近的熟客談天說笑，也樂意和台灣藝術家及熱衷中國山水畫的法國藝術家合作，故點店面的同時提供藝術家表現平台。來到大安路一段名人巷，不妨放慢腳步看看花草、感受它們背後的昔日風華，也許停下來喝杯葡萄酒，在龍眼木與Pizza融合的香氣中欣賞洋緹餐廳的圓柱、吊燈、土黃牆面上的義大利老電影照片，心遠地自偏。