媒婆報 MAPPER

㉖ 2015.09

東區旅歷，達人核可！

富邦藝術基金會 www.fubonart.org.tw

完整版地圖請參閱電子連結

東區早不瑜亮情節

同行相忌，小自手搖飲料舖店員的嘹聲角力，大至 Michael Porter 的同業競爭鑽石模型理論，掀去這些表層，心理學則有競爭嫉妒症候群論述。

功課作到這裡。

同行相忌有什麼指標性意義？它或許是商圈另類的健康指標之一，代表店家們活力充沛，無懼單挑，最難以吞噬的是旗鼓相當。所以，我們該如何理解一個商圈漸漸不再同行相忌？它是提升了，還是消沈了？

東區近年漸漸不再提對廝殺，至少空氣裡沒有那樣的訊息，其一是因為削價競爭、次貨充斥，二、三房東提高房租而良店奔逃，瑜亮於是難以情結、奧賽羅亦無法在此症候。但另一種角度是這樣的，只要能在東區站得住的店家們，在持續孔根之際胸襟升級，相較零和競爭，他們更在乎共好價值的創造；營業額度儘管重要，但理念純粹度更該錙珠必較；同行應相濡而非相忌，因為共鳴才能成就榮景。

這一刊媒婆報，阿媒請東區的翹楚店家推薦同業，這條紅線很容易成為火線，但意料之外的，東區翹楚店家無一不跨越藩份、地位、種種秤子式的比拼，秒速推薦了同業，我們意會了，廝殺從來不是翹楚店家的思考，相較羽扇綸巾只看戰場，他們更端詳著，誰將理念轉化了，誰在販售裡擁有論述，誰讓美感被心領神會了，誰又具體化了刻痕、質感、溫度、顆粒等抽象的心靈質素；他們享受非競逐的自在泅泳，並共同掀起未來能被註記的浪潮。所以，瑜亮是過時的劇情，早該以凱斯安迪情結、華格納李斯特情結、戈蒂耶波特萊爾情結而代之。

本次媒婆報在一貫的旅人曆規格中，為您安放七顆店家的相互推介，它不單是走逛路線建議，更是東區經營者的胸臆地圖。宜：共榮，忌：狹心，是以步履店的唯一心訣。

Sunday 9/20, 9/27, 10/4, 10/11, 10/18, 10/25, 11/1, 11/8, 11/15, 11/22, 11/29, 12/6, 12/13

Hair Makeover Day

格局推展到一定高度，各國山頭，即便維持優雅的距離，也能輕易越過物換星移的紛擾，師出相惜。斐瑟與肯夢AVEDA，東區光譜20年，創辦人鄧泰華與朱平，皆視美髮產業為一生志業。白手起家，在時間的皺褶裡拉出驚人向度，各自打造屬於美髮產業的前瞻與系統。格局並非題實，而是質的改變，例如對人的尊重、對藝術的理解，以及對服務的詮釋。

1 斐瑟：鄧泰華 — 四年後段班
性別年齡（男／女：年次）
開業年資（年）
每日工時（時／日）
顧客人數（十人／日）
旗下設計師數（十人／團隊數）
培訓設計師人數（十人／年）

2 肯夢AVEDA：朱　平 — 三年後段班
性別年齡（男／女：年次）
開業年資（年）
每日工時（時／日）
顧客人數（十人／日）
旗下設計師數（十人／團隊數）
培訓設計師人數（十人／年）（肯夢學院每屆招收最高人數）

東區，是鄧泰華小時候穿越田梗上學的原鄉，之於斐瑟，有著血濃於水的情感，成為開店落點的理所當然。面對各系髮廠的蓬勃發展，斐瑟保有不動如山的氣勢。因為，再大的變化，也比不過20年來地景轉變令人驚訝。你可以從替人明星的首選來理解斐瑟，但光鮮亮麗不足以解釋老字號髮廊地位的無法撼動。更真實的一面是，安靜低調是斐瑟消費者的整體樣貌，這是一個有機體，客人與設計師在一來一往之間，融為一體。店裡空間大量留白、當代藝術品進駐呼應，都代表著斐瑟在技術精進之外，更多關於「人」的思考。

肯夢AVEDA不是一間店，是一個全新的生態系統。非科班是本質上的擴動，舞者、銀行員、工程師…，承載不同原生職業的夢想，設計師從扁平人物，鼓出生命力，成為圓形人物。Profit sharing是結構上的破格，情感上的信任。當城市趨向低碳生活——表現在縮短工作與生活圈的距離，住商混合的東區，意外成為當代顯學。珍惜巷弄文化，凝聚鄰里共識，是肯夢在仁愛路後巷逸街的思維，透明落地窗內，學員們專注剪落髮絲，精心調配染髮劑顏色，是夢想的舞台，也是東區最美的風景之一。

鄧泰華與朱平，兩人皆從「頭」開始，並深入演繹詮釋。每位從斐瑟旗艦店地下室浮出地表的客人，儼然登台的明星，到位的自信，來自於斐瑟懂得將片斷的「造型」升級為連續性的「風格」之國中道理；而肯夢AVEDA則深入關述「質感」，由內到外，再由外至內，細膩的循環，將美髮產業提升至美感產業層次。

鄧泰華：
20年前便去過AVEDA在遠企開設的髮品專櫃，很喜歡髮品的味道，後來AVEDA成立髮廊，是很合理的過程。藉由髮師讓消費者體驗髮品。

鄧泰華：
AVEDA 讓我們重新思考髮廊的經營面，如何取得平衡。商品與技術放在一起是平衡的。

鄧泰華：
朱先生是值得學習的對象，也很樂於付出，很容易感受到他的熱忱；希望有機會多交流。

對彼此的觀察？
朱　平：
斐瑟是東區指標性沙龍，提供專業教育分享。

不同的地方為何？
朱　平：
AVEDA採取profit sharing制度，設計師之間不是競爭關係。

給對方的一句話。
朱　平：
Don't do hair，do life，共勉之。

仁愛路四段151巷32號B1 — 02-2778-5185 — 週二至週六11:30-20:00，週四、日11:30-17:30，週一公休

大安路一段117號 — 02-2740-1038 — 11:00-21:30

Monday 9/21, 9/28, 10/5, 10/12, 10/19, 10/26, 11/2, 11/9, 11/16, 11/23, 11/30, 12/7, 12/14

Caffeine Day

「不好意思…」是熱門店家客滿時能給向隅客人的唯一安慰，然而，東區有兩間咖啡店，大方推薦客人到200公尺外的鄰店，給的是實質的美味。Simple Kaffa的Berg和Single Origin的阿吉六年前在醃小鴨咖啡師教室認識，他們對咖啡的熱情和堅持，早已超越了競爭對手的尷尬與避諱，歡迎客人自行選擇好味道。

3 The Lobby of Simple Kaffa：Berg — 七年O班
性別年齡（男／女：年次）
開業年資（年）
每日工時（時／日）
互訪頻率（次／月）
1+1銷售量（杯／團隊數）
烘豆數量（包20g／月）

4 Single Origin espresso & roast：阿吉 — 七年二班
性別年齡（男／女：年次）
開業年資（年）
每日工時（時／日）
互訪頻率（次／月）
出國次數（次／年）
雜誌攝取量（本／年）

Simple Kaffa是Berg累積十年咖啡功力後，偶然開的咖啡店。這個然其實參半著突然，亦適就了語兩年黑暗。憑著親和意志和細緻手法，精品咖啡優雅而立，甜點也以足以與咖啡媲美的姿態驚豔四方。近年Berg得到台灣咖啡大師冠軍，也因此Simple Kaffa常與「冠軍咖啡」連結在一起，許多人慕名而來，也有人碰巧遇見：曾有來自美國的客人誇讚這兒的咖啡跟Handsome Coffee一樣好喝，上癮般地甘願繞路拜訪。若知道那是美國首位世界冠軍的店，應不難想像Berg靦腆笑容下藏不住的感動。

「咖啡就是藝術」，這句話套在Single Origin上一點也不牽強，這裡的吧檯手各具風格，他們為咖啡的美味下了不同的定義，每種口感都有咖啡迷重溯擁護著。如秘境般的地理位置，連過客的匆匆一瞥都無法抗得；咖啡香口耳相傳，飄洋過海，如今，從外國來訪的客人比例高達兩成多。Single Origin亦堪稱咖啡同業最常造訪的咖啡店，越來越多同好和專業人士拜倒於單品espresso的魅力之下，紛紛前來交流請益。或許，在這裡除了喝咖啡，還可以聽到咖啡界的大小事呢。

不約而同選在平面視角不可及之處作為夢想孕育之地，以1+1作為推薦首選，讓品者品嘗各區豆子特有風土及甜味，並感受加入不同元素時咖啡味道、色澤、唇齒餘韻間的變化。同樣的溫文儒雅、謙虛自信，知悉咖啡是門學無止境之顯學，透過比賽吸收新知並增進技巧，樂於將所學分享給同好，這便是Berg和阿吉「相同」但也創造「不同」的魅力所在。

Berg：
Single Origin 是一間勇於嘗試，實驗性強的專業咖啡店。

Berg：
對咖啡的熱愛。

Berg：
Single Origin 的吧檯手大方展現技術，歡迎顧客交流聯天，而我們的吧檯則偏於封閉隱密。

Berg：
太聳了，吃顆點！
（阿吉：我沒辦法啊！我努力了…）

對彼此的觀察？
阿吉：
Simple Kaffa 極具專業知識與高品質，成功讓大眾消費市場愛上精品咖啡。

彼此相似之處？
阿吉：
不斷學習精進的精神。

彼此不同之處？
阿吉：
Simple Kaffa 吧檯手不花俏，快速、專業且扎實地提供高品質的咖啡。

給對方的一句話。
阿吉：
Berg 進入了人生另一個階段：站上國際舞台、開咖啡教室、即將成為爸爸等，很替你開心！

敦化南路一段177巷48號B1 — 02-8771-1127 — 週日至週四12:30-21:30，週五、週六12:30-22:00

敦化南路一段161巷76號 — 02-8771-6808 — 13:00-22:00，每月不定期休一日

Tuesday 9/15, 9/22, 9/29, 10/6, 10/13, 10/20, 10/27, 11/3, 11/10, 11/17, 11/24, 12/1, 12/8

Unique Day

從figure21到Glasense Studio，最好的路線是走防火巷捫進69弄再越過71弄，鑽進靜好的綠蔭裡。figure21有著夏丹畫作的靜謐靛灰，Glasense下午時段只要天晴必有林布蘭光，這些質素與手工皮件、半手工眼鏡樣合出古典恬靜的意象，但別忘了，這是快時尚充斥的東區，一個強調手工慢做，一個堅持手工打磨，規模微型來自門志頑強，本格得很。

5 figure21：Darren — 六年中段班
性別年齡（男／女：年次）
開業年資（年）
每日工時（時／日）
互訪頻率（次／月）
（很少，因為他會跑來跑去，我需要坐在這進工作。）

6 Glasense Studio：Salon — 六年後段班
（隨時。）

在言語之外的，其實傳遞更多。踏進figure21，幾乎沒有人聲。Darren和Phoebe敲製皮件的聲音，為東區獨特的聲紋辨識。然後，伴隨著如同心搏跳動的扎實篤音，你可以觸摸皮件，理解縫線為何可以如此巔直不馬虎，低調的設計是成熟的叛逆感，在小巷裡，我們因而沈潛心思，選擇一個對我們有特殊詮解的包。挑選物件之際，也散迎顧客傳的陳設，靜謐與專注並且在東區扎實經營了8年的figure21手工包房，店裡所有的櫥櫃、掛勾、海報，都是在這裡經歷結婚生子的Darren和Phoebe的生活累積，孩子的玩具車，是現在店裡最趨靜靜好的擺設。

眼鏡，是傳遞CSR的途徑？而誰說店小，就不能打造圈隙？Glasense Studio，薛蕊在生鏡招牌上恣意寬美之前，Salon曾被代工廠背叛，也遭遇奇實罵轉金不靈的窘境。所幸，Salon說：「現在這裡是我夢想85%的樣子。」眼鏡大多由Salon設計，做工由他把關，這種的待客哲學是，讓客人盡情試戴絕不生氣。雖然店僅一家，但回饋社會的心意與力道強別，不定期舉辦PO微笑照片就可以兌換眼鏡；憑捐款給公益單位的收據，就能兌換小物的活動。而對店裡夥伴心理素質的鍛鍊，都傳達店的規模看起來雖小，但卻在自我實踐中建構格局。Salon以售後服務表達對自己所做眼鏡的深情，可以花三天磨一把被腐物咬噬的眼鏡，只要，客人還珍惜。

Darren和Salon其實正執拗地和快東區at-tshiú-pà（比腕力）。一個敲打縫紉，一個調耳距控平衡，儘管Darren認為，堅持「技術在自己身上」，是傳店不能推進至下一步的原因，但「真的有必要踏到下一步嗎？」Salon也認為：「擴張不是第一選項」。在種小的面積濃縮極大的自覺，理念的密度讓他們胼手互握。

認識對方的契機？
Darren：他先來跟我訂名片盒，後來又跟我打了一個手套包，然後又訂了鏡頭鏡的皮製扛鏡，漸漸就熟了。
Salon：6年前我就跟figure21訂製了手套包，當時非常喜歡，後來跟Darren訂做了皮質名片盒，一再不對稱的設計很迷惑我，當在裡的眼鏡陳設需調整時，就跟Darren訂做30個皮圈。Darren四角縫製的縫線，細針的手法非常完美，別人或許不會包很得整心，托盤也讓眼鏡陳列更安穩，而我的同仁甚至偷偷為我向Darren訂做每項工具都能安放的工作包，如今包在我在，就像是我的看診包。

雙方共同之處是？
Salon：很偶爾地們天雷，話不多，但幾件東西都來自他們兩大靠的手。我和Darren都是狂熱症，很執著不要妥協。在乎細節與溫度，除了這個，我們都是WAGON五門旅青車的愛好者，我的車是15年老車，他的，15歷20年紀。

東區經營的感想？
Salon：161巷最初只有3家店，等這裡開隆是COSTUMICE CAFÉ老闆站在巷口歡客人，夜怪客人怎麼就是不轉進來，現在已是一番榮景。儘管現在規模漸好，但不急著擴大規模，反而希望深耕文化，細緻的發正向能量。

給對方的一句話。
Darren：繼續做吧，繼續堅持下去。把自己做好，那才是大的。
Salon：堅持是對的。

忠孝東路四段205巷29弄1之6號 — 02-8771-4498 — 週二至週六13:30-21:30，週日13:30-18:30，週一公休

敦化南路一段161巷71號 — 02-2771-2800 — 14:00-22:00

Wednesday 9/16, 9/23, 9/30, 10/7, 10/14, 10/21,10/28, 11/4, 11/11, 11/18, 11/25, 12/2, 12/9

Al Dente Day

王嘉平，走遍義大利20個行政區，經營東區義大利餐廳solo pasta六年，出書、辦講座、示範料理，google搜尋關鍵字19,600筆，他所相信的，是松隆路窄巷弩，半露天式，廳雨棚下至多只能容納六位客人的迷你小店「布爾喬亞」。奉起兩人情誼的關鍵信仰，是9,600公里之外，屬於義大利家常的傳統滋味，與數年前，大學科理社團社長與講師之間的關係。

7 solo pasta：王嘉平 — 五年後段班
性別年齡（男／女：年次）
開業年資（年）
每日工時（時／日）
互訪頻率（次／月）
（頻率無探訪前特地去一趟。）

8 布爾喬亞：簡榕呈 — 七年前段班
（通常是有新的菜單時特別想嘗試。也會參加王嘉平主辦的餐會。）

義大利麵銷售量（十盤／日）
手揉麵糰量（公斤／月）

在追求個人色彩的年代，王嘉平非主流地自比為忠實演繹開讀的翻唱歌手，他追隨的音符，是義大利的傳統滋味。傳統是不斷俗，即便置著挑戰客人味覺舒適帶的風險仍為之；傳統是真探本質，例如義大利手工麵的精彩，不在於刀法花俏，而是乾燥過程是否符合時間與風的等待。對他而言，時間、溫度、水份的轉換，都是烹調有趣的事。solo pasta在東區代表的意義，是將義大利麵的價位，落在平日可以負擔的價格帶。或許，在trendy的東區，在熙來攘往的過客中，底蘊仍可以厚厚接踵地被撕亮。

如果你的戀情剛開始，別質然與情人相約布爾喬亞。這裡沒有靜心的冷氣，也沒有舒適的室內座位；面對成本天秤，布爾喬亞斷捨用餐環境，只為保取最純粹的味覺整持。現煮義大利麵，是信仰，而手工，是支持信仰的儀式。對於義大利麵的付出，除了瞭若指掌於各家杜蘭麥粉廠牌的特性外，更忠實反應在義大利麵的口感、層次、審香，甚至消化系統的無負擔。這場料理考證學，味覺與工序依循原文食譜。在店家進入下一階段，轉型為店面經營之前，不妨趁著秋涼，品嘗一口彈牙的執念滋味。

慢慢相惜來自，他們是被此的想望，是不同時空的自己。布爾喬亞想望一間店，想望規模放大之後，仍保有對義大利麵最原始的在乎。solo pasta在高流量率的東區屹立6年（換算坪數與營業項目之後，說是15年老店也不為過），他咀嚼的，是布爾喬亞在細巷，如同打游擊戰般的求生方式，沒有人事營業包袱，與每個知音客人的相遇，都是久別重逢的驚喜。

王嘉平：
在執行的過程是遺地的，季節性的感覺非常明顯，簡單，趁布爾喬亞還沒有店面之前，不妨前往感受這說「偏執」的感覺。

王嘉平：
布爾喬亞信服傳統。

王嘉平：
布爾喬亞提到未來經營店面的計劃，屆時將面臨很多成本，包括員工管理等等。

對彼此的觀察？
簡榕呈：
重視對本質的追尋、對文化的要求、對食物脈絡的理解，連配菜的呈現方式都講究。

彼此推崇的原因？
簡榕呈：
在台北能吃到「現煮」義大利麵。

給對方的一句話。
簡榕呈：
相信真的有人在乎義大利麵，堅持自己想要做的。

安和路一段29之1號 — 02-2775-6665 — 週間11:30-15:00／17:30-22:00，週末11:30-22:00

松隆路59號 — 02-8787-3212 — 週二至週六11:00-19:00，週一、日公休

Thursday 9/17, 9/24, 10/1, 10/8, 10/15, 10/22, 10/29, 11/5, 11/12, 11/19, 11/26, 12/3, 12/10

Swag Day

古著專賣的A ROOM MODEL，以vintage為開場白，所相信的，是同落腳敦化南路161巷3分鐘腳程的Groovy，以trend為入口，賣的是新發掘，專於梳理流行的in & out。相識於七年前的奇賣合作，至今，沒有同行的愛恨交纏，相知的，是對時尚的理解，包含衣著的新穎現樣和年份珍藏。攔開兩家店的品項，新舊並存，成分一樣，比例不同，他們的迷雖，如同紅與綠，互補又經典，殊途卻同歸。

9 A ROOM MODEL：小川 — 七年四班
性別年齡（男／女：年次）
開業年資（年）
每日工時（時／日）
互訪頻率（次／月）
檢書粉絲數（十萬／日）
個人購物頻率（次／月）

10 GROOVY STORE!：傅先生 — 六年三班

七〇年代復古寬褲的歸來，但它可能又在回去的路上。關於流行，循環地很無情，讓我們在可能渴零的look中詳解當代性，增添讀資慣行的蘊藏帶宛感。A ROOM MODEL，網路商店起家，東區公寓展店，店主憑8年古著購物狂履歷，對皮革、銅、絲質樞盡考究，懂得分辨品牌領標、字體及銅印的種種流變，而開設歷久彌新的古著生意，但不是你所想的那種陰鬱斑駁全身上下舊到底的老頑固，而是強調新舊並存的實用主義。商品結構古著八成、新品兩成，其中對時尚的敬意是，購物時必須分泌一些創作慾，才不辜負身上這個比你年長的老東西。

有時穿衣服就是，沒穿錯什麼，卻也沒穿對什麼，不痛不癢，不過不失，讓人沮喪。Groovy店鋪裡，展示一整季to wear list，足以幫你提綱挈領。東區逾十年的領衣資歷，掌握流行產業快半拍的時間差，有賴於店主大量雜誌消化和第一手國外看秀情蒐，相較讀人摸不著邊際的快時尚，Groovy的挑貨眼光更強調商品意識和小眾趣勢。它的基本教義是中性的，堅信所謂的性感不在水水的雪紡紗裡而是在navy風味的深藍色裡。掌握街端新品探集，偶而的回顧也勢在紅行，不忘撿拾微量古著來畫龍點睛，old is new，這就是潮流的玄機。

小川是平面設計師出身，傅先生過去在FedEx從事物流，都因喜歡打扮而入行，開店前皆無經驗。開業時，小川最擅心當時位在四樓的店鋪沒人來，傅先生則是對陳列和商品組合生疏，全店都是上衣，沒有下身，有了下身卻少配件。小川喜歡散步，個性內斂低調，你必須按電鈴爬樓梯才逛得到他的店，還創造了虛擬客服角色「閃月蕙花」。傅先生愛從旅行找生意靈感，性格外放直率。

小川：
資訊狂，走在很前面。店裡不斷有有趣的品牌湧進，以大量的新品跟賣對流行敏銳的客群。

小川：
喜歡的東西和眼光相近。

小川：
香氛蠟燭，現在家裡固定都是這個味道。

小川：
走著瞧！

對彼此的觀察？
傅先生：
穩重、內敛、幽默、老靈魂。對文字敏感，對拍照有獨到想法，例如會挑選風格獨特的模特來讓商品更有滋味。

彼此相似之處？
傅先生：
品質保證的生意邏輯，以及，能夠讀人清楚感受到品牌的精神。

曾在彼此店裡消費？
傅先生：
一條可遇不可求的老褲子。

給對方的一句話。
傅先生：
繼續有默契開心的合作共創佳績！

敦化南路一段161巷6號之1樓 — 02-2751-6006 — 15:00-22:00

敦化南路一段161巷62號 — 02-8773-0735 — 週日至週四14:00-22:00，週五、六14:00-23:00

Friday 9/18, 9/25, 10/2, 10/9, 10/16, 10/23, 10/30, 11/6, 11/13, 11/20, 11/27, 12/4, 12/11

Tipsiness Day

酒保之間的交遊，是言簡意賅的，酒精將故事切成碎裂的片段，清醒後，隨喜拼貼，卻是至情至性；酒保之間的敘事，就像喝茫後的行走，非直線前進，總有意料外的轉折；而酒保之間的距離，是日常溫暖的。Trio跟Digout皆屬親和力強的酒吧，因為在同區營業而相識；不論是有形的關心問候，或是無形的酒精牽引，他們相似的努力在於：拉近人與人之間的距離。

11 Trio Original：Cody — 六年後段班
性別年齡（男／女：年次）
開業年資（年）
每日工時（時／日）
互訪頻率（次／月）
調酒杯數（十杯／日）
幫客人與車數（次／年）

12 DIGOUT BAR & CAFFÉ：Wayne & Norman — 六年後段班

哲學家亨利．列斐伏爾認為，空間不是自然性的存在，而是一種社會關係的容器。Trio以小庭院向落地窗做為入口的接界，看似一眼望盡，其實深藏不露。室內一方空間80公分低矮吧檯，是邀請恣放心靈著的暗示。無酒單望聞問切式調酒，在話語揣接間充滿節奏感的問候。同樣深藏不露的是擁有12年調酒資歷的當家酒保Cody。面對客人的出招，常有出奇致勝的味覺驚艷。常保謙虛與好奇的他，不斷學習精進。更無於分享味覺新發現。Trio的社會關係，是不需要虛張聲勢的，任何減市的疲勞，都可以找到最適處方的解藥。

市傳達開心的完美距離。兩年前，Digout出現在嶄新信義路上，落點剛意與主戰場保持些微距離，有開拓開闢之意。兩位酒保風格獨特，各有擁護的粉絲；Wayne心理系畢業，進退應對之間，精準調配情緒濃淡；設計人Norman則是用美學眼光雕琢每一杯調酒。開店之初，便定位為「開給朋友來的店」，保持真實的狀態是兩人心照不宣的初衷。如今已成為Cody下班後最常逃訪的酒吧，而Cody則是少數last order之後，酒吧大門仍為他敞開的客人。

酒吧存在的關鍵意義，在於情緒歸零後的振奮；酒保的KPI，或許就是客人的「振奮值」。Trio與Digout，皆屬回流率與留客率相互精彩的酒吧，不僅能將客人一整天酸甜苦辣的情緒撫平，還能從零開始，向上無限加值。客人們一旦接上酒吧的座充，所有傳洛伊德學說的、蒙太奇式的，行為、動作、話語，絕對催化，頓巢而出。

Cody：
這記得當時的酒單，感受到Wayne的用心與講究。
（這是Wayne第一次為Cody調酒，也是最後一次。因為，再話的Cody往往已醉，無需費心調酒，只需Shot。）

Cody：
…。（對於Wayne的秒答，Cody笑而不語。）

Cody：
放鬆，溫馨。

相識的過程？
Wayne：
某一天，Cody無預期造訪，我們相當緊張，嚴陣以待，精心調了三杯酒。

彼此相似之處？
Norman, Wayne (and Cody)：
三個人都很喜歡自己的工作，樂於與人互動，店裡氣氛輕鬆和樂，沒有距離與壓力。

不同的地方？
Wayne：
Digout的Bartender比較師。

彼此推崇的原因？
Wayne：
Cody對於shot的口味搭配有獨到之處，他的「1+1」shot永遠大於2。

對彼此的觀察？
阿吉：
Simple Kaffa 極具專業知識與高品質，成功讓大眾消費市場愛上精品咖啡。
阿吉：
不斷學習精進的精神。

彼此不同之處？
阿吉：
Simple Kaffa 吧檯手不花俏，快速、專業且扎實地提供高品質的咖啡。

給對方的一句話。
阿吉：
Berg 進入了人生另一個階段：站上國際舞台、開咖啡教室、即將成為爸爸等，很替你開心！

信義路四段307號 — 02-2703-5775 — 週間08:00-03:00，週末10:00-03:00（19:30前為CAFFÉ，02:00後不提供調酒）

Saturday 9/19, 9/26, 10/3, 10/10, 10/17, 10/24, 10/31, 11/7, 11/14, 11/21, 11/28, 12/5, 12/12

Selection Day

Jin，古道具店主，他所販售的，是淨鍊的時光，除此，也開餐廳、接案空間設計、藝術指導和攝影。他所相信的，是相距550公尺步程7分鐘的禮拜文房具，因為互訪店鋪而結緣，同樣需要美感作陪的店主Marco，以好眼光讀文具鞋子新意，英國Monocle雜誌與日本蔦屋書店都指名款點。他們所相知的，是某種風格，包含了風潮時尚格局的成分，重疊的，是獨到的眼光、觀看的方式以及對生活的想像。

13 古道具 Delicate：Jin — 七年四班
性別年齡（男／女：年次）
開業年資（年）
每日工時（時／日）
互訪頻率（次／月）
出國次數（次／年）
雜誌攝取量（本／年）

14 禮拜文房具／TOOLS to LIVEBY：Marco — 六年O班

杉本博司說：真正的美，可以通過時間的考驗。就如同古道具，一處對流行免疫的樣所，索引了各種迭去年代的肌理，對鐵月臣服，對快反感，對慢執著。店主Jin的選物角度特出，跳脫「品項如斯」的市場邏輯，反強調極度的殘破感、使用感與時間遊走的軌跡。店內空間靈小，陳列令人窒忘，木頭的漆色斑駁、金屬的鏽蝕、皮革精年累月的油光，都是記載時光的語法。我們可以這麼說，或許，散落在台灣的100張經典椅，會是一模一樣的，然而，在古道具的100張椅子，則是獨一無二的狀態，像藝術品般的存在。

樂利路靜謐公園旁，邊境式選址，陷路式相達，來場文具漫遊。若說由國是店鋪的集體動作，店鋪就是店主的個人敘事了。鎮壓時代，與網路購物區別，是實體購物的記憶感。因此，即便補寬困難，仍堅持將單一字排開來賣；氣味也是記憶的一環，泰國香氛是店主意識的感性鋪陳。山本耀司說：不追隨潮流，就永不過時。帶起文具潮後，雜誌專題鋪擁、衣服店開始賣起像皮帶、同類型店鋪群起效仿，而他們摒棄潮流的陳腔，選擇優雅轉身將自家開發商品出口歐美選品店販售。才發現，這一回合非「一家店」的命題，而該用「一個品牌」來論述它。

都喜歡研究老車、拍照，常討論Instagram的經驗。同為資訊焦慮症患者，Jin每天花近3小時在咖啡店看書：Marco則是翻閱大量雜誌，最近因BBC節目而熬夜到凌晨三點。穿衣哲學相反，Marco對流行敏感，喜分享穿搭照；而，草帽搭配一襲棉麻質感的襯衫，是Jin一年365天實徵的裝束，是老派風格之必要，更是他待物的時間觀。

Jin：
低調謙虛的特質。當大家都鼓吹個人品牌，我則更尊敬很圓滿有料把自己藏在背後的一方。

Jin：
美感的使用方式。禮拜文房具以品味來挑選與創造能被很多人使用、提升整體美感的東西。古道具則是用審美觀挑選獨一無二的東西。

Jin：
一起翻市集。地點的選擇，比起理所當然有市集存在的地方，會想選一處很難的偏僻。

Marco：
在輕部有老靈魂。對於美的意識強烈、擁有「魔鬼就在細節裡」的做事風格。

Marco：
理念接近。我們想打造的不只是一家店，是一個品牌。目標放在全球，得經得起國際檢驗，讓市場變大，而非在台灣內部法拉自轟。

Marco：
我在台南有一個私宅，未來希望請 Jin 一起來做點什麼事，想像在台南能有像古道具、香色的風格，那該有多酷！

對彼此的觀察？
Marco：
在輕部有老靈魂。對於美的意識強烈、擁有「魔鬼就在細節裡」的做事風格。

相同與不同之處？
阿吉：
Simple Kaffa 極具專業知識與高品質，成功讓大眾消費市場愛上精品咖啡。

未來的計畫。
阿吉：
Berg 進入了人生另一個階段：站上國際舞台、開咖啡教室、即將成為爸爸等，很替你開心！

嘉興街346號 — 02-2732-5321 — 週一至週六13:00-21:00，週日13:00-20:00

樂利路72巷15號 — 02-2739-1080 — 週二至週六12:00-21:00，週日12:00-19:00，週一公休