



本土力量 X 東洋勢力

台北

文創力再升級!



在我們心目中，台北一早就是一個文藝創作天堂，而明年更獲選為世界設計之都，證明這香港人短假期後花園城市，在打造適合發展設計產業的環境，以及透過設計來提升國際形象的工作上，已獲世界肯定。而且台北的設計文創事業，早已紮根社會各階層，茁壯成長。

本土人士落力參與之餘，還與越洋而來的日本創作人一起擦出火花，摸索更多可能性。這邊廂有人在發展文創商品網購，然後延伸成實體市集，支持在地；那邊廂有人捍衛老店及本土文化，身體力行，帶領導賞老區……百花齊放，台北文創力面貌再升級。

text | R photo | Sky Lau、部分由受訪者提供 edit | Joyce art | N special thanks | Zuji currency | 文中貨幣已兌換成港元，以 1 港元兌 NT\$3.9



到訪當日天氣非常熱，二人仍堅持穿上自家設計襪褲作招徠，證明在地棉料製的成品夠透氣唔怕焗促。



從中找到自己的定位。」創辦人之一 Peter 如是說。
台灣的設計手作人有 Pinkoi 作伯樂，而日本則有 Makers' Base。Makers' Base 大本營在東京，提供木工、陶瓷、裁縫等不同領域的工具以及空間給設計師會員。今次雙方合作，帶來 12 個日本品牌擺檔，Pinkoi 更貼心地請來編譯員，加強日台設計手作人的交流。實行一個市集，買咗日、台好設計！

以網購打響名堂的 Pinkoi，原意是想讓對商業社會零概念的設計師享有免費平台，同時讓手作和創意變得無國界。不過隔了一層互聯網，不缺少了第一手用家意見。下綫搞實體手作市集，正好彌補不足，讓創作者與用家交流機會。
參與品牌由大會挑選，每月不同，種類不重複，務求令 Pinkoi 的每個設計師都能參與其中。更有來自日本、泰國和香港的品牌來擺檔，令商品國際化是其一，更希望推動在地設計圈，「不少台灣年輕人怕競爭，希望他們多累積經驗，認識和學習不同地方的設計概念，

網上好設計 現身市集

Peter Pinkoi 創辦人

日本風格簡約，包裝和用料漂亮；香港的設計較國際化，受歐美客人歡迎；而泰國用料夠特別，而且多諗頭。希望台灣設計師能在市集與客人互動及見識到各國風格。



電台已

近年香港的市集質素愈來愈參差，更見過有人賣淘寶貨！今次特地飛來台灣採訪好藝市，發現品牌水準非常高，想必是審批門檻夠高，絕無魚目混珠的參加者。

市集舉辦當日場面墟田，大會稱當日有 5,000 人次進場。



台灣本土創作

浮誇潮襪 花哩碌上腳

夏天，為大地帶來美腿。美腿不一定要露得愈多才愈吸睛，著上一對色彩斑斕的潮襪，一樣引來途人向你行注目禮。品牌 O+S 的設計師是兩名機褲發燒友，無論春夏秋冬都愛以襪褲配搭造型。二人一年前在澳洲 working holiday 完結後回台，正式創立品牌。台灣人含蓄，大花大朵未必敢着上腳，於是為了今次擺檔，就多設計了幾款以黑色作主調的襪褲，迎合台灣市場。

品牌名稱分別代表兩位設計師，S 是 Ss 太陽（左），而 O 取其形代表團體（右）。



澳洲風景短襪，約 76 港元
Working holiday 過後對澳洲仍是念念不忘，把思念之情印在短襪上。



水果圖案短襪，約 76 港元
怕襪褲太誇張，可以選擇短襪，同樣五顏六色貫徹品牌風格。



macaron 襪褲，約 198 港元
二人以自己最愛的食物作主題，有壽司、蛋糕、macaron 等款式。macaron 襪褲更以黑色作襯底，減低了浮誇度。



品牌：O+S
設計師：oplusequal

冷泡茶，約45港元
冷泡茶比傳統熱水沖茶釋出的咖啡因少，所以更甘甜和易入口。因保溫問題，藍不股網購，只限市集現場限量供應。



近年台灣 cafe 愈開愈盛，品味咖啡成了文青們的正經事。而琅琅的3位年輕合夥人，卻獨愛茗茶，更成立了自家品牌「琅琅」。創辦人之一 Arwen 的父親是選茶人，自幼就養成一份對茶的執着。琅琅每季親訪產地，由最 O.O 茶師，在最靚茶園，於最佳氣候採製單品茶 (Single Origin)。堅持不混茶，茶葉按收成期而編號，更在包裝上列明產地、發酵烘焙程度、推薦的飲用方法等，賣品質也賣專業。

「琅琅上口」細說好茶事



其中兩位創辦人，Dy (左) 和 Arwen (右)，本在科技公司工作，受 Arwen 的台灣茶夢所影響，決意一同成立「琅琅」。

屁股磁石，約165港元

有客人惡搞地問可否訂製蛇屁股，Nico 認真回答「蛇沒有屁股只有肛門」。

品牌：琅茶 Wolf Tea
設計師：wolfla

奶薑紅茶 (罐裝)，約152港元
號稱「不用加奶的奶茶」，茶葉竟帶陣奶香，入口卻十分清爽，是品牌最暢銷的產品。



野香烏龍茶 (紙盒裝)，約88港元
手工包裝茶，以環保紙製成的包裝，也是自家設計。



治療系羊毛氈動物園

手作人 Nico，製成品如此可愛，創作者果然是個溫文女生。



一個小小的磁石，港紙百六蚊，問完價後女生嫌貴然後拉住同行友人離開。真的很貴嗎？須知道製作時先以雙手不斷搓揉羊毛，結成一塊再捏製成型，然後上色、彩繪，最後才成了一件作品。「Wool's」的每件羊毛氈手作都出自 Nico 手，問她創作時有何心得：「我有考慮過結合異材質，或是將針氈的技法混合使用……」聽完專業的分享，百六蚊，忽然覺得物有所值，光是買手工都抵。

動物造型散紙包，約230港元
作品的靈感多數來自旅行中的體驗，大自然、動物等是「Wool's」最常使用的題材。

狐狸頸氈包，約165港元



品牌：Wool's [羊毛氈兒]
設計師：woolmade



必買！

台灣限定手工餅

近年食安問題雖不斷出現，幸好未見台灣人食慾有影響，不過無添加、天然有機等字眼，忽然成了最新飲食標準。主打手工餅乾的甜宇宙，算是市集最人氣檔口。母女檔品牌，媽媽買食材、細女整餅、大女

設計包裝。甜宇宙約有13款不同口味，以茶、咖啡、蔬果入饌，羅媽媽最愛的是桂花小烏龍，烏龍茶味十分搶戲，更有回甘！不過因餅乾易碎，暫不接海外定單，越洋來逛市集遇上甜宇宙的話，一定要試！



當日值得媽媽與一名友人看檔，忙到踴躍。

焦糖小蘋果，烘得香脆，帶有蘋果的爽甜味。市集現場實可以混合不同款式，每盒塞得滿滿，約50至76港元不等。



品牌：甜宇宙
設計師：galaxiesucree

品牌：甜宇宙
設計師：galaxiesucree



貝殼耳環，約170港元/對
總共帶了30對左右來台灣擺檔，生意不俗。

負責人
Makera's Base
松田純平



日本人崇尚名牌和老字號，年輕設計力量不如台灣的受重視。今次參與市集，主要希望能擴大日本手作人的市場；而且多作交流，亦能增添靈感。

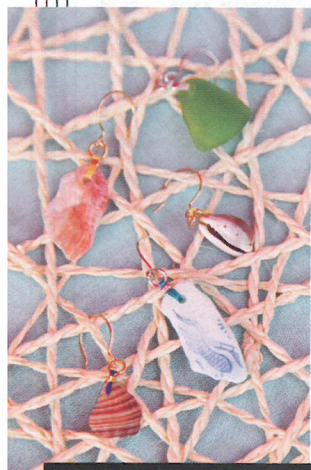
皆川めぐみ 認為每件碎片都經歷了不少風吹雨打，擁有頑強意志。



拾荒重生 碎片耳環

在沙灘上漂流的玻璃片、碎石、貝殼碎等，你覺得是垃圾，卻有人當寶。手作人皆川自言閒時愛到沙灘流連，或是旅行時在路上收集這些碎片，消毒清潔後加上耳針，製成耳環。拾荒再重造，她形容手作是一份分享快樂的工作，起初只是整男自己戴的耳環，想不到可以 cheer up 不少女生。

品牌：DAY TRIP
設計師：daytrip



東瀛
過江勢力

老手拭 新語言

當舊東西遇上新設計，也是一種讓老文化活下去的方法。日本品牌 ASA，獨沽一味製作傳統手拭巾（てぬぐい），從前日本幾乎人手一條，用以擦嘴、抹汗、包便當等多用途。傳統手拭的花式離不開和風設計，如櫻花、鯉魚、富士山等。ASA 將招牌抽象人體圖形印上，令手拭變得時髦，不變的是以全日本製的棉花平織而成，愈用愈軟身，而且吸水性强。

品牌：ASA
設計師：asa



以為是一把梳的圖案，其實是以抽象方法表現的人體，實色是頭、齒狀是骨骼、線條是腳。



手拭，約101港元

設計師伊藤麻豆，相當健談。言語不通，就靠肢體語言示範手拭用途。



天氣炎熱，Makera's Base 的團隊們都戴上手拭，增添涼爽和風。

敲打

心情印記

手作人丸藤皓平算是 Makera's Base 前輩級成員，成立品牌 Metal Colors 已有 8 年。本身攻讀有關金屬設計的學位，卻覺得最簡單的 pattern 兼少作加工，才夠原汁原味。從東京的金屬店搜羅質地較好的錫器，裁成不同的碟形，再隨性地在上面敲打出花紋。沒有固定款也不畫手稿，心情好，花紋淺身而細膩；心情欠佳，敲打得剛勁沉鬱。

品牌：Metal Colors
設計師：mb-e

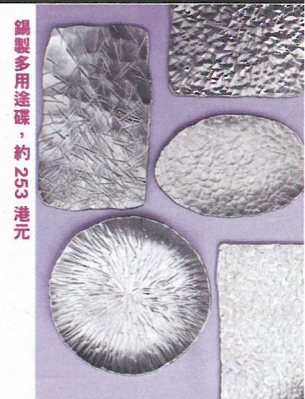


丸藤皓平，第一次來台灣擺檔，覺得台灣人喜歡飾品多於家用品，戒指的銷量不俗。



鑄製戒指，約190港元/隻
鈕扣和戒指同是人手上色。

鑄製鈕扣，約57.6港元/件



鑄製多用碟碟，約253港元



金魚 情意結

大概每個主人會對自家寵物有份不能言喻的感情，以貓狗作創作題材見得多，而富岡美紀則以家中的小金魚作主角，以電腦繪圖再印製成不同作品。風格多變，木杯墊的金魚帶點抽象風格，而頭上髮夾的金魚則形神俱備。現時主要在 D.O. 和手作店寄賣，擺檔則是第一次，富岡美紀稱產品雖定價較高，但很意外台灣原來也有不少金魚 fans 願意大破慳囊。

品牌：nikikomika
設計師：nikikomika

富岡美紀，本職是插畫家及平面設計師。



金魚髮夾，約203港元
在塑膠片印上金魚圖案，將原條裁出的步驟最考工夫。

金魚木杯墊，約33港元
金魚是手工雕刻，再人手塗上銀河色調，每個都獨一無二。



金魚印仔，約203港元/對



攤位30+ 花多眼亂

網購與逛市集的分別，是前者分門別類，讓你在螢幕上 search 完診完再買，而後者則在現場共冶一爐，花多眼亂選擇困難症發作。5 月份到訪時的 U30 市集攤位有 30 多個，而 6 月份更會增加至 40 個以上，隨手拎起的都是心機貨！



羊毛毯金魚兜約 229 港元 / woolmade (g)



現場買更提供即時打字機打字，網購暫無此項服務。



藍曬 postcard 約 15 港元一張，25 港元兩張 / cyanotypeimage (a) 全部 postcard 都以藍曬人手沖印，再利用陽光照射感光，每張都獨一無二。



手工藍曬筆記本約 63 港元 / cyanotypeimage (a)



竹製鹿叉子約 122 港元 / 呂 (b)



卡通圖案 one-piece 約 504 港元 / agoodhabit (c) 圖案是設計師自畫卡通，再親自選布印製成衣服。



竹製座枱時鐘約 219 港元 / 呂 (b) 品牌提倡環保與科技結合，產品全以台灣竹製成，竹子較一般樹木生長快速，可降低碳排放，而且不需依賴外國入口。



珠片樹脂耳環約 204 港元 / miktomoka (e)



刺繡電腦袋約 1380 港元 / agoodhabit (c) 手工裁縫及刺繡的電腦袋，放得落 A4 size。



忌廉戒指約 30 港元 / opussequai (h)



Buster 假兩截式連身裙約 377 港元 / Corsage (d) 品牌主打簡約線條，質感與精細車工，設計都充滿了中性味道。

彩色鉛筆約 76 港元 / Mumu Union (c)



弧形 tote bag 約 173 港元 / agoodhabit (c) tote bag 是特殊的圓弧版形，設計者希望讓一切不再再有稜有角。

產品設計館：
cyanotypeimage
lik-a
mumu-union
corsage
agoodhabit
miktomoka
woolmade
opussequai

Pinkoi X 好藝市集
• 地址：台北市信義區菸廠路 88 號松山文創園區台松菸誠品大樓前，舉辦日期：6 月 13 日、7 月 25 日、8 月 15 日、9 月 19 日，時間：2pm-8pm，網址：www.pinkoi.com / www.facebook.com/lovepinkoi
• 交通：捷運國父紀念館站 5 號出口，步行約 3 分鐘



工業風和森林風房間都有個小露台，可以遠望圓山。



除了揀選家品，Pinkoi 團隊更自家DIY手作，牆上的小樹及天花板的旗仔，都是人手製的。



「E&A Life Design」設計的台灣梅花鹿咕啞，一套4個，約1,508港元。



設計品不等於貴，「文三手做」的動物造型cardholder，每個只需76港元。

市集手作物琳瑯滿目，逛完彷彿自己都充滿了品味基因，恨不得統統都買回家。但現實是，手繪陶瓷杯與家中的市井味茶壺完全唔夾，而三尖八角的玩味茶几放在偏僻的斗室也顯得格格不入。品味基因在草根之家無處發揮，不如入住「示範單位」，感受一下設計魂。

Pinkoi 與佳佳·士林瓏柏公寓合作推出3間為期半年的Pop-up 房間，分別打造出森林風、星空風及工業風，由Pinkoi 團隊挑選了與主題相關的40多個設計品牌商品作客房內的家品和擺設，入住者用得玩得又睇得。房內家品全都可以在Pinkoi 網上買得到，且放有catalog，設計品用過後覺得合心水可即時check價錢再網購，減低了買完唔啱用的機會。

6個月限定的理想居



房價包含的早餐並非一般的酒店式自助早餐，而是每日即叫即整，新鮮健康。



工業風主題房不如想像中raw，帶點中性的味道，牆壁則以簡單的拼貼布置，幾何元素相當配合主題。



工業風
桌上放了「Edison-Industry」的商標LOFT水電燈，增添整體工業味道，約759港元。



星空風
設計者形容這間房是為喜歡探險、看星空、熱愛探索未知事物的人而打造。

Pinkoi x 佳佳·士林瓏柏公寓 Pop-up Room

地址：台北市士林區福德路48巷8號
 入住日期：即日起至10月14日
 電話：+886 (0) 2 2881 7588
 查詢：snpapersun@papersun.com.tw
 網址：www.papersun.com.tw
 房價：主題雙人房每晚約734港元，連早餐、免費Wi-Fi、個人盥洗用品需自備。交通：捷運士林站2號出口，步行約5分鐘。

士林瓏柏長住型公寓
 佳佳·士林瓏柏開業一年多，深受國內外藝文人士歡迎。「瓏柏」意思是paper，大樓前身是「士林紙業員工宿舍」，所以室內大部分地方都以廢紙纖維加上混凝土建成，回應建築物本身的故事之外，亦提倡環保。佳佳·士林瓏柏是service apartment，需最少連續訂房7天可以入住。



Moibelle
Pinkoi 創辦人

挑選商品時並沒有刻意將貨就價，本來就不應因價格而改變自己的審美觀。今次我們重視種類，希望房間內不會有太多重複的設計師商品。

Pinkoi 佳佳文化飯店 執行長