

艋舺傳奇



【封面故事】

艋舺現在



「



」

萬華

【現場目擊】

二手物資 西鬧流通
情義救人・水上天使

【艋舺人】

貼近心底的聲音
吳靜嫻婉約吟唱50風華

【猛呷】

只有味如故
周記傳統芋圓冰

【特別報導】

《艋舺傳奇》
榮獲 文化部社區刊物最佳美術設計獎

【社大放送頭】

- 03 讓文化的塑造
乘著科技與經濟的翅膀起飛

【封面故事】

- 04 艋舺現在 ·  萬華

- 06 該往哪裡走去?—新富市場
09 如何創造潮流?—西園 2 9
14 怎麼保存活用?—萬華林宅
19 能否新起推陳?—西門旅店

【現場目擊】

- 24 二手物資 西鬧流通
為生活添加情趣

- 26 情義救人·水上天使
臺北紅十字會義勇救生隊

【艋舺人】

- 30 貼近心底的聲音
吳靜嫻婉約吟唱50風華

【猛呷】

- 34 只有味如故
周記傳統芋圓冰

【特別報導】

- 36 傳奇再現
《艋舺傳奇》
榮獲 文化部社區刊物最佳美術設計獎

【社大學習花園】

- 38 因而美麗
愛上爵士舞



【編輯室手記】

再現艋舺共同記憶

撰文/臺北市萬華社區大學廖鴻宇副校長

藝術家總能親身感受留存於心的記憶，以不同媒材創作，詮釋生活中片段風景：或許是人、是事件或一種信念。對他們而言，記憶的本質就印刻在創作裡；而對觀者來說，像是浮光掠影的驚鴻一瞥，瞬間看成了永恆。

萬華社大今年與「市場×試場」URS 提案團隊，分別假新富市場舉辦菜市場室內及星空兩場音樂會，更與街道上的城市藝術家進行夜市人生彩繪創作，是繼去年與「UPUP。西京朋友文化籌備組織」在剝皮寮合作「臺北城西鄉土文化絲路運動」之後又一次盛事，兩者意義除了在參與創造文化資產歷史空間活化的可能性，更重要的是尋找市民彼此寶貴的生命經驗，並勾勒出屬於一個世代的集體記憶。

承上所言，喚起更多社區居民對文資空間活化利用的認同亦是重要課題。因此我們期許市府能善用「民間活力」，透過在地參與的社區營造推動模式，協助統整相關資源，串連不同類型的地方文化據點策略聯盟，俾利形塑艋舺文化生活圈，促進文化產業帶動經濟發展。

發行所：臺北市萬華社區大學
指導單位：文化部
國立新竹生活美學館
承辦單位：財團法人愛家文化事業基金會
創辦人：李端端
發行人：余宗澤
社長：廖鴻宇
社大工作團隊：廖鴻宇、周小雯、方秀華、
梁慧雯、吳宜芳、陳偉中、
李永信、張靖姿、陳明明、
李文仁、鄭惠瑛、顏慧婷、
游碩呈、許文男

指導老師：由鈺涵
主編：鄭接黃
副主編：王閔正
美術編輯：林秀欣
採訪：萬華社大編輯採訪社
編採社社長：林鈞桓
採訪編輯：劉孟德、李大華、周華、
呂素貞、余俊英、羅美珍、
張秋輝、陳重維、黃嘉馨
感謝協助：林家鵬、李顯榮

出版：臺北市萬華社區大學

地址：10849 臺北市萬華區南寧路 46 號
電話：02-23064267
傳真：02-23064268
網址：http://www.whcc.org.tw
E-mail：anita@whcc.org.tw
印刷：慈輝文具印刷有限公司

版權所有，如須引用或轉載
請聯繫萬華社大並註明出處

讓文化塑造 乘著科技與經濟的翅膀起飛

撰文／臺北市萬華社區大學余校長宗澤



文化即是生活，而生活怎麼過，就是「文化」。

人們因生存、生命的需要，從「器物實體」到「制度禮式」形成「理念風俗」，進一步再從這些「生活型態」產生出「文化」。21世紀更因著科技帶來新的認知、想法及觀念，無論與舊文化交織或衝擊，當中的變化更衍生新的文化。社群生活更因實體的「科技」與抽象的「文化」相互激盪起人與人互動的方式，形塑了新的社區生活型態。

每個社會的演進都有其不同但也有相似之處：從游牧時代到農業階段，進入工業時期然後發展資訊社會。其中生財系統改變社會結構，而價值體系也不斷地蛻變，從傳統價值而後挑戰現況，再因享樂取向進而形成多元價值社會。

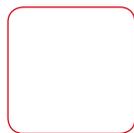
可以從世界產業發展的基本關鍵態勢來看：一、工業革命讓人類科技發展，誤入歧途。二、地球暖化使得綠能開發刻不容緩。三、工業化創造供給，城市化帶來需求，又因商業活動創造最大化利潤。

城市對經濟的貢獻顯而易見，而城市人口的增加，在農業時代約佔 10%，今日比率增為 53%，預計到 2050 年將為 67%。同時城市人的平均收入高於農村，佔全球收入的 80% 以上。因此，城市的永續發展對人類是非常重要的。因此在城市的社區營造，需要同時關注三個目標：一、經濟繁榮成長。二、社會包容和諧。三、環境永續保護。

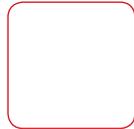
正如看得見的常是由看不見的所影響與決定，科技、經濟與文化的交互影響，正是非常經典的例子。我們要乘著科技與經濟的翅膀，讓文化的塑造，裝上起飛的引擎，帶來社區文化的新營造。



艋舺現在



下
方
丁
字
口



萬華



新富市場

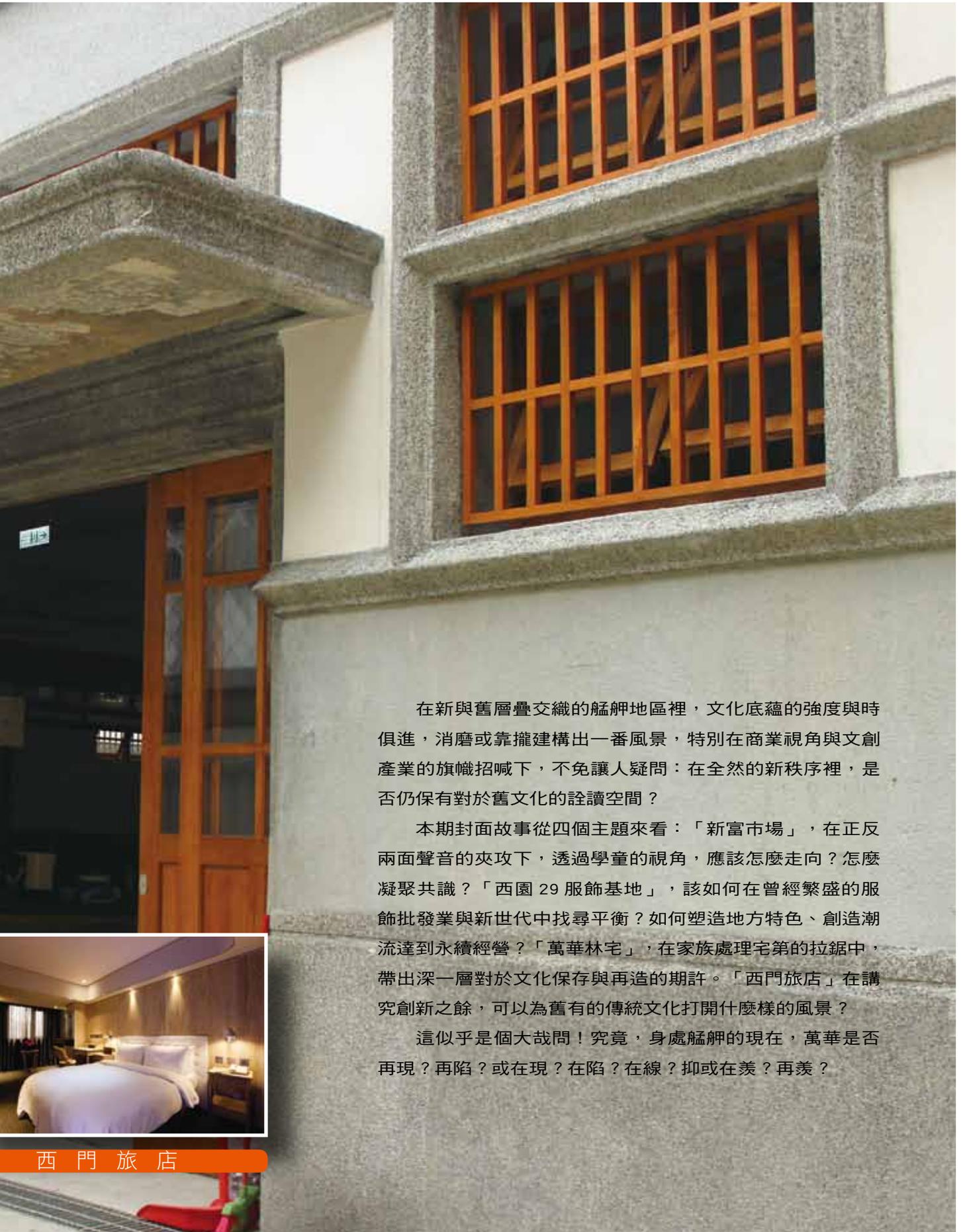


西園29



萬華林宅





在新與舊層疊交織的艋舺地區裡，文化底蘊的強度與時俱進，消磨或靠攏建構出一番風景，特別在商業視角與文創產業的旗幟招喊下，不免讓人疑問：在全然的新秩序裡，是否仍保有對於舊文化的詮讀空間？

本期封面故事從四個主題來看：「新富市場」，在正反兩面聲音的夾攻下，透過學童的視角，應該怎麼走向？怎麼凝聚共識？「西園 29 服飾基地」，該如何在曾經繁盛的服飾批發業與新世代中找尋平衡？如何塑造地方特色、創造潮流達到永續經營？「萬華林宅」，在家族處理宅第的拉鋸中，帶出深一層對於文化保存與再造的期許。「西門旅店」在講究創新之餘，可以為舊有的傳統文化打開什麼樣的風景？

這似乎是個大哉問！究竟，身處艋舺的現在，萬華是否再現？再陷？或在現？在陷？在線？抑或在羨？再羨？

西門旅店



該往哪裡走去？ 新富市場 Xinfu market

在孩童的世界裡，即使不知道新富市場這號建物，但可能曾與家人一起逛過東三水市集，走過叫賣攤位；也可能曾為一旁的漫香美食巴住眼珠子，垂涎三尺。「市場」對他們的意義，既純粹又原始。透過他們的眼光，不也正是提醒著，對於這塊社區文化資產場域的應用，是否也該回到本質上的需求與動機，進而勾勒出新富市場未來經營的藍圖。

採訪、撰文、攝影／陳重維



新富市場於 2014 年 4 月 29 日晚上的社區音樂會及 5 月 16 日的彩繪活動，為接下來將發生的嘗試與驚喜揭開序幕。



社區小小主人翁的市場想望

基於帶動社區營造係由社區居民共同參與的信念，在社區規劃師團隊、老松國小、鄉土教育中心，以及在地文史工作者的討論規劃下，帶領一群老松國小的學生，以歷史進程做為引導，架構時空背景概念，再安排一場實際體驗，串連在地的故事並投注情感。也極欲以這群社區小小主人翁的想望與期許，引領新富市場再起的新風貌。

社區小小主人翁的鄉土教育講座

老松國小全校四年級師生，於民國 103 年 3 月 20 日午休後，在學校多功能階梯教室參加了新富市場分享講座。

講座中，文史達人高傳棋老師以 1895、1911、1898、1932 年四張臺北地圖，帶著小學生找出地圖上龍山寺、艋舺、公學校（老松國小）、剝皮寮、新富町（新富市場）、西門、台北城、祖師廟、艋舺河（淡水河）、大稻埕等之所在，並加以比對觀察出臺北、老松國小及新富市場的演變。

會後的有獎徵答，當問起小學生，在市場裡最想開什麼店時，除了學童最愛的糖果店、電動玩具店外，也有人提出巧克力店、冰淇淋店、3C 產品商店等深受現代人喜愛的專門店。

從回答的內容不禁令人思索，時代的演進是否反應出現今對傳統市場的概念在過度開發的城市裡，已逐漸被期待轉變？特別在連鎖商店、各大賣場以便利舒適、衛生把關、行銷包裝等強力宣傳夾擊下，「傳統市場」該如何突圍？



學童比較 4 張臺北地圖。



小學生以四到五人一組探索市場，完成經抽籤的指定任務。



小學生將拍攝的照片、影片上傳與指定任務故事分享。

社區小小主人翁的社區營造體驗

同月 27 日午後，老松國小四年級一班與四班師生共四十人，參加了市場體驗與分享活動。數十位小學生進入東三水市集，攤商老闆紛紛急忙招待這群小小客人。

為了讓小學生認識鄰近學校的日式市定古蹟，不僅讓學童穿梭於傳統市場，親自拍下所見所聞完成任務，更開放整建後的新富市場使其發現當中的美好。

在體驗市場的過程中，每組學生都有任務，他們東走西竄，逛過攤販又探索小店，不斷按下相機快門，滿心好奇各種問題。

任務分享時間一到，投影機光線打在新富市場的白牆面，瞬間變成舞台，只見一張又一張的照片播放著，學生抓起麥克風，有人為攤商賣的東西編起故事，有人分享試吃的過程，更有人拍下老闆叫賣的影片。

為了找出「最喜歡市場的三個理由」，有組小學生不畏中藥材川七的烏黑外貌，勇敢試吃，雖然苦得立刻吐了出來，但同學強調，大家願意試吃是因為對店家的安心，這也是他們喜歡傳統市場的理由。

從學童分享對傳統市場的驚奇裡，對比起新富市場的 U 型空間、空空的攤商桌子、及沿著走道繞行的細溝，想像過去曾經是熱鬧的市場景象——在這裝載著柴米油鹽醬醋茶的繁複人文場域，似乎「人」

的情意，更勝架上商品的琳琅滿目，哪怕只是一句親切的問候！反而學童們說起不那麼想要新富市場變成巧克力店、糖果店或 3C 產品電腦店，而是希望未來的新富市場可以賣好玩的伴手禮，不管是復古的抽抽樂、彈珠汽水或糖果，還是具有特色的市場禮物，都會讓他們更喜歡逛市場。

談起如何重現當年繁華，萬華媳婦、也是菜籃族的陳月香女士建議，新富市場可結合同伴禮、古早特色小吃，以文創吸引人潮，讓觀光客在萬華擁有更多在地體驗。

即將再起的新富市場風貌，在開放展現前，或許藉此次活動更能提示，唯有連結在地情感、凝聚共識形塑願景並且共同打造，將使市場更富風味。



新富市場以馬蹄形為建築特色。

如何創造潮流？

Fashion Institute of Taipei

西園 29

「西園 29 服飾基地在哪裡？」
若你這樣詢問當地住民，
十之有八九眼神透露出疑惑只
能回答「不知道」，但以其前
身「舊萬華區公所」相問，你
就會發現比較容易找到目標。
西園 29 在當地尚且知名度不
足的情況下，肩負「活化艋舺
服飾商圈」的責任，到底能以
怎樣的姿態為萬華再添色彩？

採訪／鄭接黃、王閔正、許振銘、黃嘉馨
撰文／黃嘉馨
攝影／許振銘
照片／西園 29 服飾基地提供





西園 29 服飾創作基地位於 2 樓的快速打樣中心。

原臺北服飾文化館由中華民國紡織業拓展會接管後，改名為「西園 29 服飾基地」。

有個地方叫做西園29

民國 95 年，舊萬華區公所改建為臺北服飾文化館，委託臺北服飾文化基金會經營管理，後又轉由中華民國紡織業拓展會接管經營，將之重新命名為「西園 29 服飾創作基地」，並且接受經濟部工業局支助與臺北市政府政策支持。以引進時尚氛圍為主軸概念的西園 29，強調以「協助國內設計師發展品牌」、「協助產業提升服飾設計能量」、「辦理時尚設計相關活動」來活絡服飾商圈發展。在硬體設施上配備科技化打版、成衣工具，同時利用場館舉辦設計比賽或展覽，也不定期舉辦創意、品牌、經營、行銷等主題的講座課程。將橄欖枝投向臺灣各地區角落的服飾創作人才，藉此期望營造萬華地區的時尚氛圍。

儘管外行人很難看出從西園 29 中誕生的服飾是如何與艋舺歷史及在地文化連結，但西園 29 在設計師與當地商家之間，始終位處連接的樞紐，媒合雙方進行在地服飾商店風格調整，注入屬於新世代的流行趣味，力求翻新再造的效果。

「時尚」是西園 29 部署的策略，卻與傳統店家之間阻橫一段難以銜接的落差。因為前者是在培育人才的前提下，所帶來的設計元素，而後者是成衣產業聚集的結果，由這段落差形成的空白，有可能再度繪添艋舺服飾商圈的繁榮嗎？或對萬華而言是一場付出了成本的小打小鬧？抑或將上演適者生存的淘汰舞台？儘管未來的輪廓依然深陷雲霧，仍令人不禁猜測艋舺服飾的年華即將消逝、被取代，或是被改造的去向。



不定期舉辦時尚講座，吸引對服飾創意有興趣的民眾。

用時尚設計許一個美夢

西園 29 與服飾商圈的落差，根本起源於對「產業轉型」策略推動的方向偏差，「創作面」的升級並不一定等於「通路面」的轉型。鯢舢成衣產業的發展本質是為平價消費文化，而設計師講究個人風格、成就理想為出發點的創作成品，對於顧慮市場胃口的店家，便須考量是否能迎合民眾的日常便衣風格及可接受價格範圍，從而刺激消費。

其實西園 29 成立 3 年以來已有兩件商家轉型成功的案例，即融合潮流與中國風的「九段工坊」，和融入流行元素的「玉美人孕婦裝」，另有其他十多起小型商家完成與設計師共同合作的目標，再創新商機。然而，多數的商家仍舊留在過去的營運型態，在變與不變的歷程裡，不禁令人追問，這些時程所展現的成果，是否達到提升整體產業能量的效率？考慮到改變並非一蹴可幾，或許應再給彼此多一點時間？

服飾創意的身影已經開始在鯢舢閃現，而面對勞力密集型的成衣產業，創造其新生命的方法，即是融合鯢舢文化概念和加入設計價值，以強化產業結構。但可以確定的是，以目前成果來看，活化在地商業模式的藍圖並沒有實現。「時裝」與「成衣」本質上的不同，使得雙方難以磨合、互為所用。從一開始立足點的差別，卻期望雙方能有相同的視野、共創未來，便難以避免在期待中感受失落。



設計師創意作品，「美味星球」有機棉 T 恤。



西園 29 服飾基地設計作品「大圓袖斗篷外套」。



鯢舢服飾商圈店家仍以批發為最大宗。

力求轉型超越韓國東大門

除了藉由西園 29 與鯢舢商圈建立新銳設計師的發展平臺，經濟部更打出「超越韓國東大門」的口號。啟用新生代設計師，並效法其經營模式「快速打版」、「舉辦時尚活動」、「設計生產結合」等，以西園 29 為中心，計畫將鯢舢打造成亞洲的流行成衣聖地。

然而，為何遲遲不見鯢舢服飾商圈成功變身呢？

西園 29 規劃透過培養設計人才，達到提升在地服飾產業競爭力、再現成衣聚集經濟效應，但是較之於韓國東大門，西園 29 更著力於設計的發展，更因當地服飾業者多數心態保守而對轉型或升級的概念宣導困難，使得設計師與服飾商店通路的合作尚且無法發揮極大影響力，加上設計人才不以留存在地發展為目標，設計、製造、通路未能整合，自然無法為商圈累積設計能量，距離躋身成衣聖地，也還有一段漫漫未知路。

在這樣的模式之下，時尚設計固然能引起媒體效果，達到宣傳鯢舢與服飾的效應，但對於在地服飾產業是否有長遠的幫助？是否隨著潮流的沉浮可以轉換成創造潮流的力量？或許將產業與地方過去故事連結，直視地方特性，便有機會打造專屬於鯢舢服飾的品牌效應。

我們必須更進一步思考，中國東莞虎門以極便宜具有價格競爭優勢，而韓國東大門以偶像劇作為招牌特色，倘若鯢舢成衣真能成為亞洲新興成衣批發地標，那麼將以什麼特色區別？或是只是為了成為「另一個」東大門而已？如此又為何非是以鯢舢為出發點不可？難道翻新比整合更能快速見效？以上種種，更是值得產官學共同深思的問題！

韓國東大門市場

東大門市場原是成衣傳統市場，經韓國政府指定為服裝批發特別商街之後，與周邊布料輸出、加工廠、批發及零售商相互垂直整合，形成一條龍產業模式，加上成立首爾時尚設計中心，配合觀光局大力宣傳與韓劇帶動，成功奠定亞洲成衣批發業的地位。

對未來尚未存在的共識

但在尚未凝聚地方共識之前，即便有熱情、想法也難以推動改變，因為力量來自於群眾，而萬華當地與服飾相關的業者，正陷處於這樣的困境。

西園 29 以培育國際設計人才是首要執行任務，冀望藉由在地通路強化產品市場性，並創立推廣品牌；而在地商家傾向傳統保守者，嚮往能回到艋舺商圈往昔光榮，卻對如何通往感到不確定。有意改革的商家自組「艋舺服飾商圈促進會」，於民國 102 年底出版《艋舺服飾商圈回憶錄》，以文化和歷史追尋服飾與地方特色。在萬華這個孕育臺灣一段輝煌的地方，各方對其未來規劃尚未產生共識，無法有效凝聚力量帶領艋舺轉變。

由經濟部領軍的西園 29，與商家透過一對一的媒合進行設計開發合作，而向來以「固執標悍」民風著稱的艋舺地區，多數商家更是不願意冒險，或是經過風險評估後，仍然處於觀望的狀態。在互無共識的情況下，使原先成立西園 29 的美意難以發揮完全。

反觀位於西門的紅樓，由「紙風車文教基金會」接管經營後，透過舉辦以一般民眾為受眾對象的多样化活動，逐漸取得與當地居民的共識，並整合周邊產業資源，開始為地方注入活力。那麼大理街這塊區域，也能齊心同力按下更新地方產業的啟動鍵吧？具有官方的支持，擁有獲得資源的管道，倘若能藉由建立共識，與在地商家互助共生，或許能為創造屬於艋舺的舞臺投入更多信任。



《艋舺服飾商圈回憶錄》

艋舺服飾商圈促進會希望透過編寫《艋舺服飾商圈回憶錄》，凝聚商圈業者對未來的發展共識，內容描述服裝批發在艋舺的興與落，目前尚未發行，僅提供書冊給當地圖書館和學校。



大理街上各式服裝陳列。





夜晚店家仍拉起鐵捲門營業。

轉型與革命的搖擺天平

西園 29 為艋舺帶來的是「轉型」還是「革命」？以與舊產業連結的程度來看，似乎偏向「革命」更多一些。我們看到新盤子不斷端出，如此一來，舊物是否終將在歲月裡遭到淘汰？既然硬體已經逐漸完備，在地特色能否得到適當的詮釋？該如何在曾經綻放的服飾批發業與新世代中找尋平衡？如何塑造地方特色達到永續經營？這一切值得反覆思考、不斷質疑，以期繁榮的結果從拘囿於時代的框架中蛻變。

徒步慢行於大理街，晃過只是守著營業日光燈的服飾店老闆，看見更多已經吹熄燈號，卻留下沒有拆卸的招牌。承載過經濟鬱鬱蔥蔥，在歷史中存入關於艋舺服飾商圈的記憶，因此而衍生特有文化，保存與再現不只是為了風光，更是為了在國際化與全球化的腳步中，以深厚底蘊卓然屹立。



價格低廉成為經營優勢。



批發服飾商圈商店林立。



怎麼保存活用？ 萬華林宅

Wanhua Lin's House

林家自先祖林細保、林紅麻擇地築宅後，幾經數代，風華漸褪，雖然綿延的力道仍在，卻已不見昔日榮光。雨果說：「建築是用石頭寫成的史書。」而曾經絕代風華的林宅，在後人的續寫裡，究竟該當如何下筆？

採訪、撰文／黃嘉馨、羅美珍、林鈞桓 攝影／林鈞桓 照片／陳德君、和英文化提供



在尋常巷陌中，林宅是否還能找到屬於自己的現代意義？



圖 1 為東面與北面。內凹的東側為天井與陽臺，增加了宅第的採光；圖 2 四樓的公媽廳為坐北朝南的格局，開口設置在南面；圖 3 為西北與北面。不貼紅磚且綴有典雅雕飾的西北側，為大宅的門面。

脫貧而成典型

萬華林宅，座落於臺北市萬華區西園路一段 306 巷 24、26 號，為林細保於昭和 6 年（西元 1931 年）起建，並由長子林紅麻肩負起設計、監工等重責。林宅構建之特殊處，除結合當時最佳的各式建材以外，亦綜合中、西建築風格，並依循當時預定之道路規劃，最終呈現為三面臨接馬路的菱形四層高樓，是臺北市現存 30 年代民間巨宅的代表作品。

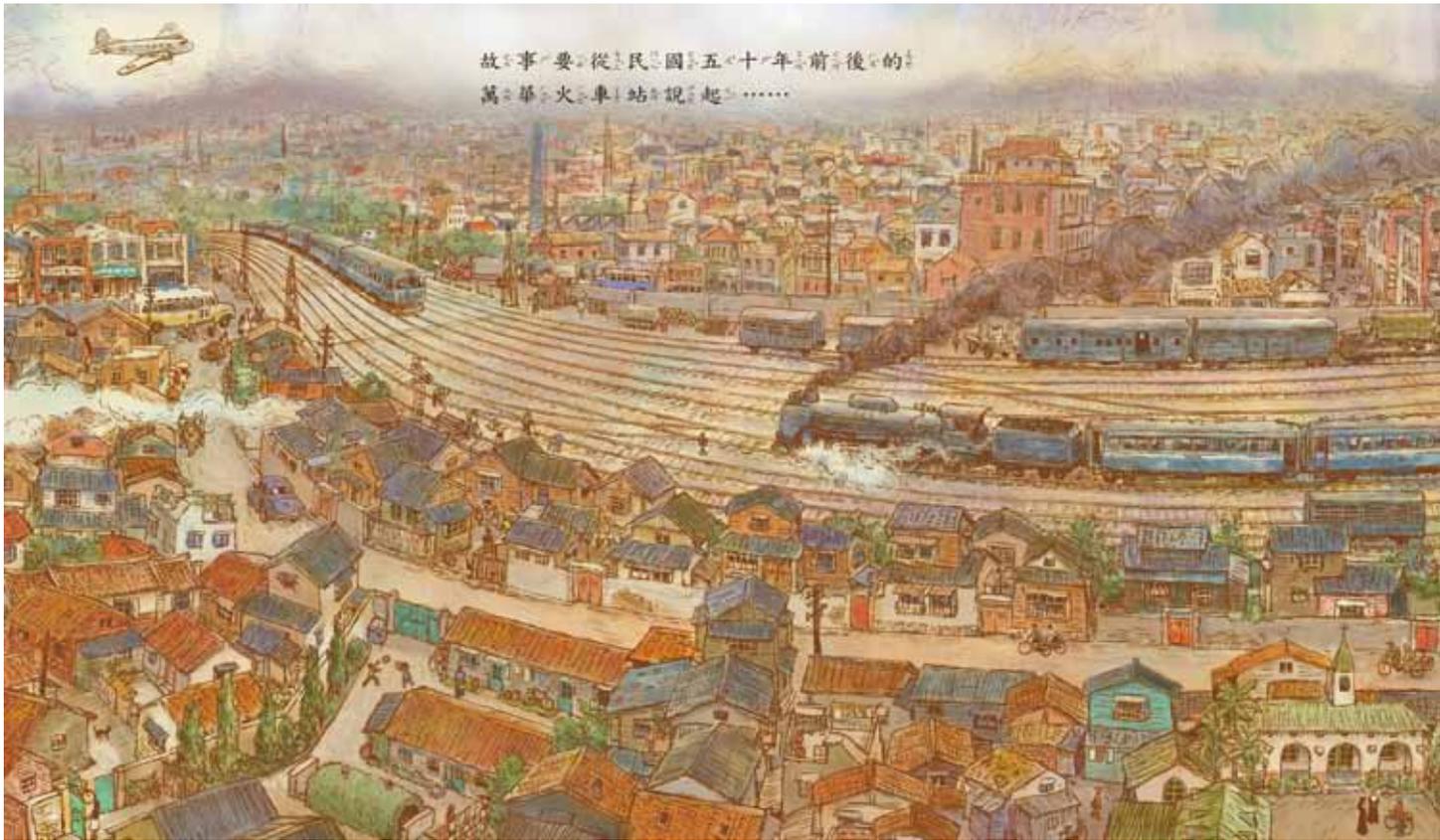
考量家族經營工程與蔬果批發事業之便，林宅的建址選定於具有運輸地利的鐵道旁。其四層樓高、雕工華美、細部講究的聳壘，成為當年鐵支路上最鮮明的形象。而因外牆施作大量選用品質極佳的清水紅磚作為貼面，故在地人習稱「紅磚厝」。在臺旅美畫家呂游銘所創作的《鐵路腳的孩子們》繪本中，便有著林宅紅磚艷美的模樣。

其實，林宅昂立的存在意義，不只述說了林細保白手起富的成功傳奇，更是代表了當地人脫貧想望的典型。

典型已在夙昔

「一府、二鹿、三艋舺」，臺北城茂興於萬華，卻在淡水河口淤退後發展重心移往大稻埕，萬華自此逐漸式微；至日治時期，日人依西方都市規劃的概念，建築艋舺車站，百業因此快速勃興。再加上中央批發市場的成立，使林氏家族事業更加飛騰成長，艋舺林宅也在此時構建完成。

光復後，國民政府在萬華推動了多項都市景觀再造計畫，希冀藉由運輸交通的建設，重振艋舺昔日的風光。於各項都市景觀再造計畫陸續完竣後，南北萬華長久以來區域發展不均的情況自然也獲得疏解。然而，即便據有運輸地利，林宅一樣避不開同地同命，整體區域的衰萎與頹勢。



風水流轉，緊鄰於萬華車站的林宅，在城市擘劃中雖仍踞於運輸建設的樞紐。民國 72 ~ 90 年，政府在萬華推動了多項都市區域再造計畫，例如：鐵路地下化工程，騰出了更多的地面空間以供重新利用；另外，車站周遭的整體規劃與開發，則增添了觀光與遊憩的地方價值；而「萬板幹道（艦舥大道）」計畫，除促使北市與北縣兩地交通更加頻繁之外，也連帶暢通了南北萬華長久以來區域發展不均的情況。但剝脫的磚瓦已然揭糞了宅第典型不復的景況，以及區域的衰暮。

修葺而後活化

萬華林宅綜括歷史價值及位處運輸樞紐的特殊性，於 2000 年 7 月 11 日，經臺北市政府公告指定為宅第類古蹟的文化資產

後，2011 年開工進行修復，2013 年 9 月修復完竣。其修復之原則，在歷史考察與林家家族記憶的交叉對證下，保留住許多深具歷史背景、文化意涵與林家人情繫的文物細件。

OURS 社區規劃師陳德君轉述林家人的回憶：「四樓的公媽廳，在及腰的部分，每隔幾公分就有一小塊紅寶石鑲嵌壁中——孩提時大家都戲稱此為『媽媽的ろへろへ』；論及建築外觀，則提到東面橫樑上的鳥類飾物，其形如斑鳩或鴿子，在興建之初，即寓藏風水中繁衍不息的用心；86 歲的林章洲老先生說起小時候美軍來襲，爬上四樓平臺遠眺龍山寺被炮火轟炸的情境；以及 76 歲的鄰居談到來襲彼時，大人指示小孩幫忙燒煙誤導美國軍機，使其以為此地已遭轟炸，不再投擲炮彈。」

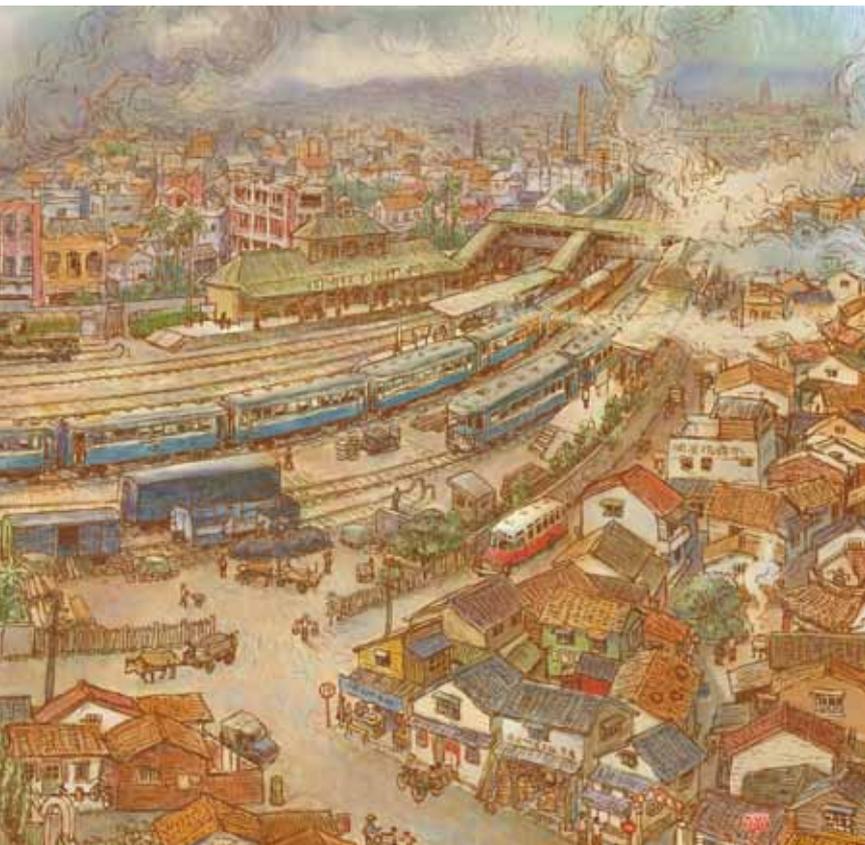
這些口述歷史、私人情意，除存在於林家耆老的回憶中，同時也依附在宅第內的每一個小配件及屋宇轉折處，閃閃耀目。



OURS 社區規劃師陳德君，對於林宅的未來有著相當深的期盼。

OURS

即「專業者都市改革組織」，是以提升都市環境使用價值為目的的非政府、非營利組織。用歷史的、生態的、關心弱勢群體的視野規劃都市空間改造，改善臺灣都市實質環境。



《鐵路腳的孩子們》作者呂游銘繪出穿游舢舨的鐵路，而林宅傍此而立。



陳設於 1 樓的老照片。



設置在東面庭院的空間藝術裝置。

修復至今，「玩聚場」是唯一在林宅內舉辦的大型空間利用企劃。在 OURS 計畫下，由蔡明穎建築師事務所、社區規劃師陳德君，和田田圖文創工作群三個單位聯合主辦。活動期間（2013 年 11 月 23 日至 12 月 29 日）四層樓的空間透過皮影戲、老照片、林家歷史 video 播放及設計師的創作裝置，分別搬演林宅的故事，呈現含蘊於宅第內的歷史、文化與建物風情。其中，經展場志工票選結果，蕭如訓老師指導的大理國小影子傳奇劇團所製作演出的皮影戲「舢舨大道說故事」，是最受人喜愛的項目；而老照片則被公認為最適合放置於宅內的陳設。另外，在 2014 年 1 月還舉辦了延續性的分享座談，以及一次街坊導覽活動。

回憶起林家人參與活動的態度，陳德君說：「玩聚場設有志工導覽團，一共招募 27 人，有 1/3 是林宅人。團長林桂美熱情帶領團隊，積極地向來訪遊客導覽介紹宅內的每個角落。林家人對於宅第的熱忱相當令人感動。」

當問及 OURS 的企圖，陳德君說：「我們希望藉由活動的舉辦，來看究竟能夠擾動多少討論進來？」一個新起的文化資產，不只內部，如果能受到外界更多的討論與重視，那麼空間利用與文化歷史的價值，也才更能被活化與真定。

想望裡有膠著

林宅為宅第類古蹟，因歷史、文化和藝術層面上具有保存價值，而經市政府認可並指定為文化資產。唯其屬於私人產業，在產權人眾多且無產權明確對應的情況下，要討論出一個統整的空間利用方案，將會是無限期的挑戰。

當初為何要申請文化資產的指定呢？陳德君提到：「林福慶是阿公帶大的，對於林宅，他有著特別濃厚的世代情感；林志棟則在大學任教，專長於土木。長媳毛老師是國小退休教師。他們因長期沉浸在教育界，因此深知保留文化與歷史的重要性。」雖然有少數中堅因個人情感或信念，願意投入心力於林宅的傳承，

但族人散葉四海，離枝各奔，很多的產權擁有者並不曾居住過古厝，對於建物，自然很難有集體共感與深遠的利用思維。另外，再加上民間普遍對政府古蹟保存所抱持的不信任感，故而林家人徒然坐困於各自的想望，陷入無所著力的膠著狀態，古蹟的動能全盤停當。



奔碌於古早梯道的林家人身影，對於宅第的未來，究竟描繪何種希望藍圖？

商業與文化的取捨

對於林宅，我們可以討論的是，商業與文化應該如何抉擇？或是兩者之間有無權衡的可能？但妥善利用的前提是，產權擁有人是否已把握住建物原有的根本與優勢，即謂林宅的文化與歷史，藝術及人文，是否能被家族全體清楚地看見與認同？如果不從根本處作為考量的原點，那麼無論是商業的經營或是文化的推廣，所有的利用恐將只是冒然地行銷。

個體與群體的關係

其次，在「獨善其身」與「兼善天下」之間，應該抱持何種態度？獨善，原來是持守個人一切的美好，是一種對自我負責的應世態度。人要先能對自己交待，而後在待人接物之際自然能夠與他人禮尚往來，和諧共生。比之於林宅，修復後的宅第不應只有建物的存在，那是種現代拉皮不增內在的假性唯美。故林宅人的參與及善意，對於外人與整體區域來說，便是獨善與兼善的關鍵。參與愈高，討論愈甚，傾聽街坊，此善意可形諸種種管道與形式，然後自有反饋與改變的契機。

環境與策略的謀劃

再者，政策性的經濟議題，慣於包裝全體而忽略細部的殊異，往往徒成包裹糖衣的劇毒。若未經反覆議論而選擇故步自封，一旦攀附於現下民粹與短線式的意向主流，來看待區域改革或是古蹟利用，那麼便容易轉入淺碟市場的經濟模式，讓主體波隨外在環境而震宕不已。這對林宅在文化及歷史層面的厚植，具有永久性的傷害。

「建築與基地間，應當有著某種經驗上的聯繫，一種形而上的聯繫，一種詩意的連結！」— 美國當代建築師代表人物之一，史蒂芬·霍爾（Steven Holl）如是說。東西軸線翻轉，萬華火車站雙子星大樓 BOT 案，是否真能為區域及個體帶來永續的興榮，尚不可知。但發展區域特色，尊重在地價值，必然是不變的保證。傳說艋舺林家因撿到寶藏而致富，建起大宅，但白手起家的故事及傳家精神，比諸寶藏，更加叫人深味。萬華這般多元，林宅倘若能成亮點，更該擔起區域底蘊、傳燈遍滿，非敝帚自珍而已！

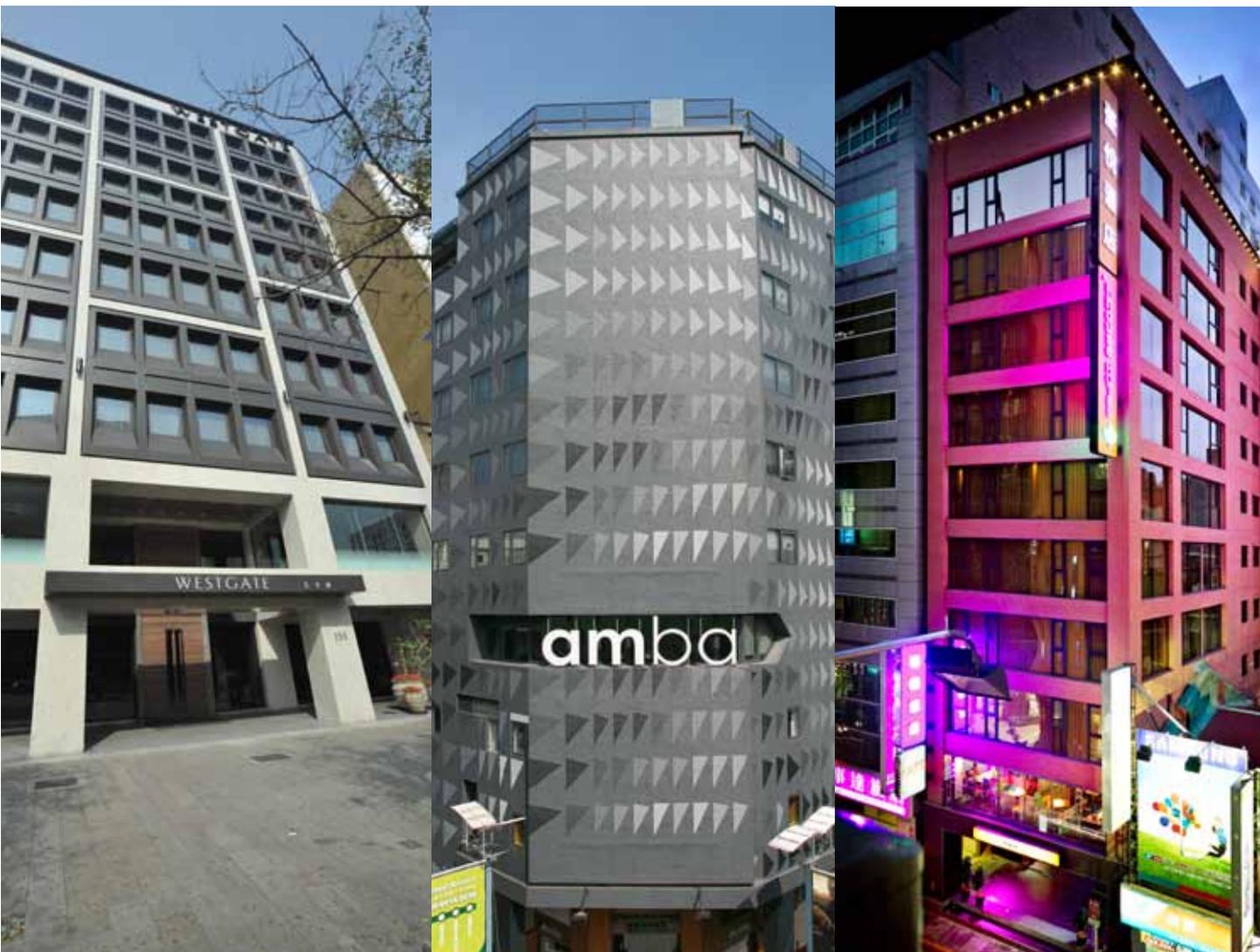
萬華車站BOT案

已通過都市設計審議的萬華車站 BOT 案，計畫將車站及周邊土地改建為兩棟商用大樓，及一棟停車塔，亦因此擁有「雙子星」美名。將用作發展觀光、旅館、餐廳等產業。



繫於樓窗上的招商布條，是否真能帶領林宅回到最初的夢？

林宅嶄新的外觀，能否使路人為其停駐？



能否新起推陳？ 西門旅店 Ximen Hotel

所謂的與時俱進，必然存在著新秩序的更迭。特別在萬華西門町這「商機無限」的大轟揮舞下，多少演化的適者生存？功成而萬骨枯，不斷淘汰，也目睹凋零。然而這不一定是悲哀的，正是因為「新」的訴求就像源頭活水，各式風格旅店開始扎根於此，做為旅人的宿歇處，讓艍舄的風華更能源遠流長。

採訪、攝影、撰文／王閔正 照片／永安棧、Ambe、*inhousehotel 提供

風格旅店

1. WESTGATE HOTEL 永安棧
2. amba 意舍
3. *inhousehotel 藝悅酒店

多元觀光 西門小旅行正夯

萬華西門町每個月有著近 250 萬人次的遊客量，平均一天約莫 8 萬次的人潮湧入西門町，而觀光客、背包客占了 15 ~ 20%，約 1 萬 3 千人次，其中，又有為數 8 千人左右選擇入住西門町，在如此大量的住房需求下，西門町的客房成為炙手可熱的稀有物，往往需提前一、二個月下訂。在如此特殊的供需狀態下，造就了一波旅店潮，從民國 101 年 70 幾家，到 102 年 85 家，如今已至 103 家旅店，各知名飯店、連鎖企業前後進駐西門町旅店產業，衝擊出百家爭鳴的榮景。

透過如此榮景更可直視西門町特殊的區域性：因鄰近臺北車站，具備捷運交通便捷的優勢，而黃綠紅徒步專區的規劃，讓遊客能悠閒、自在、安全地漫步。另外這裡有著眾多的異國料理、道地小吃可供選擇，飽腹之餘，戶外的街頭藝人、塗鴉藝術各自綻演，供給多元的文化食糧。還能走踏尋寶各大百貨、書店、潮牌店、紅樓文創區，讓旅途增添了多少豐富的收穫。

正是因為西門町本身擁有的觀光元素，才讓榮景得以逐漸成長。

風格旅店 活絡西門風華滋味

在如此全面、多元發展下的西門町，旅店的風格也有著各式的特色，建立自我獨到的品牌文化，以便在百家爭鳴的西門戰區永續經營。

而每一間成功的旅店，都有著核心精神，是想給予旅客最舒適的高質感享受，是想為旅客帶來「家」的感覺，抑或是來一場驚奇的奇幻旅程，隨著核心精神的不同，有著不一樣的變化。硬體上，諸如建築外部立面的造型、風格、語彙、質感，內部空間的尺度、配置、裝潢、氛圍，以及寢具、設備等；而軟體部分，如服務項目、細膩度、友善度、藝術品的擺設等。每一處細節，可能都隱藏著一份體貼與用心，值得細細的品味與感受。

一間旅店的好與壞，涵蓋了相當廣的層面，每個人的需求與喜好，或許都有些微的不同，旅店間雖彼此存在著相互競爭的關係，但也同時共同維繫著西門町的發展，共生共榮相互成就，從以下的三間風格旅店故事說起，都有著一絲共通性，皆將西門町的閒置或老舊空間，再次的活化運用，為西門町注入了一股新血。

西門町獨特的觀光元素為旅店榮景背書，在講究「新」的創意之餘，為「舊」打開了一扇門戶，請您來好好地看看走走。



風格旅店 1

夢想的傳承 品質的堅持

WESTGATE HOTEL 永安棧

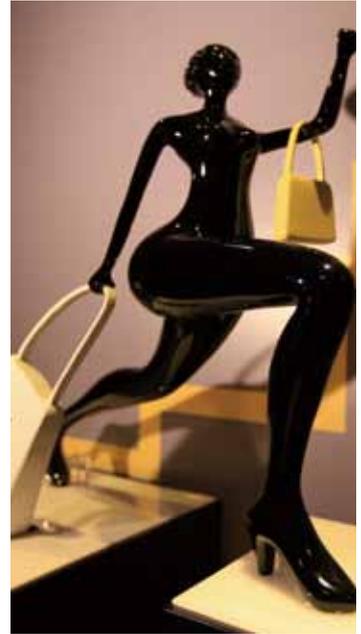
招牌繽紛林立的西門町鬧區，在人車川流不息的林蔭大道中華路旁，聳立著一座低調卻顯得靜謐高雅的一棟建物，似乎與周圍的環境格格不入，卻因美感讓人忍不住駐足想多看幾眼。這樣的存在，為西門町帶來了新的層次、不同的可能與希望。

WESTGATE 永安棧，在如此光鮮的外表下，深藏著一段夢想傳承的故事：永安棧的前身永安大飯店，於民國 59 年即進駐於此，為董事長與其父親一起攜手完成，是當時 60、70 年代繁華西門町的指標性建物。幾經起落與轉變，始終堅持夢想的傳承，在歷經兩年半扎實的整建、補強，將舊有空間改造，於 101 年以新穎時尚飯店之姿，再次重生於西門町。

一間獨棟完整、高質感、能滿足旅客需求的飯店，這就是董事長對夢想飯店的堅持，而將夢想化為現實的，則是整個經營團隊的不願妥協與努力，造就了今日永安棧的品質與定位。

飯店在設計之初，考量到要能滿足旅客的所有需求，空間上、動線上、服務上、隱私上，無不展現出貼心的設計；在硬體設施則強調讓旅客有著高質感的舒適休憩空間；在軟體服務面，賓至如歸的感受讓飯店成為旅客在地最好的朋友。

與西門町有著深厚情感連結的永安棧，自許能為西門町的旅店水平帶來新的提升，讓旅客在遊覽大臺北文化的同時，也能在西區感受到臺北時尚的感官享受及活力。



DATA

www.westgatehotel.com.tw
臺北市萬華區中華路一段 150 號
TEL：02-2331-3161
FAX：02-2388-6216





風格 旅店 2

超創意 超廣角 超複合

amba 意舍

你能想像有一天，會有機會睡在百貨商場裡嗎？或許你還曾記得，在西門町繁榮的鬧區裡，曾有過一棟百貨，一棟曾得過台北第一個現代化百貨美譽的來來百貨，然而隨著當年商圈移轉，在無法抗拒大環境的變遷下於 2003 年結束營業。當年的來來，就是今日的誠品武昌店，也是特色旅店 amba 意舍所在地。

amba 意舍位於百貨大樓的 5 至 10 樓，享有絕佳的位置及空間條件。百貨空間尺度的寬敞舒適大廳，光影迷人的中央採光天井，是設計師於整建過程，刻意保留舊有空間特性的巧妙規劃。5 樓接待大廳採開放式空間、複合式機能設計，大空間的通透感，感受與其他旅店不一樣的超廣度，進入 amba 就彷彿進入了一處世外桃源，隔



DATA

www.amba-hotels.com
臺北市萬華區武昌街二段 77 號
TEL: 02-2375-5111
Email: ximending@amba-hotels.com

絕了西門町鬧區裡的紛擾，獨擁片刻的寧靜。在機能上，5 樓大廳同時規劃了接待櫃台（問吧）、異國美食餐廳（吃吧）、音樂表演空間（聽吧），讓住房的旅客，擁有視覺、味覺、聽覺一次性的滿足。

amba 意舍為國賓大飯店集團旗下新品牌，在服務品質方面，旅客能感受到同等級享受。而在品牌風格的設定上，設計團隊以環保、科技、創意三大 DNA 創新市場定位，將現代人關注的話題、科技喜好的習性、內心輕鬆的想望，融入在飯店的軟硬體當中。amba 意舍的期望是：為來到西區遊玩的旅客，激發旅程中無限的驚喜。



風格
旅店

3

復古唯美 潮流時尚 完美結合

*inhousehotel 蔓悅酒店

感受過西門町的活力與朝氣了嗎？若想來點浪漫唯美的空間色彩、目眩神迷的燈光情境、再加點 lounge music，不用再大老遠地跑去東區，如此多元的西門町裡，於 101 年已悄然誕生了一間潮牌旅店——*inhousehotel 蔓悅酒店，擁有磚紅色的建築外觀，其柔情美學的設計風格，似乎巧妙地與歷史有了結合，也呼應西門町百年的歷史色調。

*inhousehotel 蔓悅酒店為 *inhouse 團隊旗下經營的產業之一，團隊在信義區經營時尚娛樂事業已有數十載，有著豐富的產業資源與經驗，飯店



DATA

www.inhousehotel.com

臺北市萬華區西寧南路 107 號

TEL : 02-2375-3388

FAX : 02-2375-9930



於整建過程，刻意改變了舊有大樓的電梯位置，確保光線能引入每一個房間，在燈光的運用、空間氛圍的營造、家俱選用配置上，更有著獨到的手法與見解，搭配著團隊專屬 DJ 錄製的背景音樂，一踏進酒店大門內，彷彿置身在美妙的奇幻世界。

*inhousehotel 對品味有著極其堅持與講究，想把最好的都帶給旅客，如選用印度大理石地板、南法進口桃花心木家俱、義大利 SMEG 冰箱、歐舒丹名品沐浴系列等，以專業手法打造獨樹一格的專屬特色。而旅店的房間裡，也流露出濃厚的歷史人文色彩，旅店備有 1000 多張具歷史連結及意義性的老照片，隨時更替於房間內，讓來此入住的旅客，可以感受到臺灣 60、70 年代的歷史風華。雖然這是間潮牌旅店，但除了想帶給旅客絢麗的感官刺激外，亦希望能將臺灣在地歷史文化，藉由旅店延續、傳播下去。

電影公園裡的西關二手市集

部落格：<http://taipeicinemarket.blogspot.com>

地址：臺北市康定路 19 號

電話：(02)2312-3717



二手物資 西關流通

為生活添加情趣

二手市集近年來蓬勃發展，除了基於環境保護、物資再利用的概念外，更結合了懷舊及創意的元素，各自營造出不同的特色。位於西門町電影公園的西關二手市集，高聳的瓦斯煙囪矗立街角已有 80 年，榕樹的樹蔭及氣根為此地標註了年歲，周邊牆壁上的塗鴉創作，說明歷史建物空間已被賦予了新任務，為新的世代服務。

採訪、撰文、攝影／周華



棚架頂棚已毀於颱風，目前沒有遮風蔽雨功能。

空間功能解構再造

昔日的瓦斯公司 今日電影公園

在西門町的後段一個角落，「台灣瓦斯株式會社」1934 年成立當時曾是時代進步的象徵，在沒落後，閒置了 34 年，直到 2001 年保留舊時的廠房、煙囪、煉焦爐等設施之歷史建物，成立了臺北市「電影主題公園」。此一古意盎然的空間並不足以吸引大眾親近，反而有治安上的疑慮。臺北市文化基金會 2009 年 6 月接管此地，肩負活化空間的任務，立意創造一個藝術文化休憩性的空間，與周邊電影、咖啡、青少年文化結合。藉著各式活動，成功將電影公園推陳為生活休閒的熱門地標。

二手群聚市集

從西門捷運站穿過時尚的徒步街區，沿著武昌街的紅色街燈柱，走到康定路口，因電影街而得名的電影公園就是西關二手市集的所在。

自 2011 年開辦的二手市集，以「西關」為名，因位於西門町鬧區邊陲，取其諧音「嬉鬧」之意。三年來，從每月一場擴大為兩場，搭配節日如聖誕節、萬聖節、兒童節等…設計不同主題，新鮮有趣的調性總能吸引人潮造訪。官方部落格累積近 9 萬人次瀏覽，單場最高曾創下百攤的紀錄，平均維持單場四、五十攤的規模。

每次市集開張的下午一點開始，陸續有攤主拉著行李箱報到，每席攤位擁有 2 公尺見方的空間，就地鋪上塑膠布或床單，將貨品羅列其上，標價之後就開始營業了。有些還自備衣架，更方便展示。商品以衣服及相關配件居多，書籍、玩具、CD、手機殼等也位居一線主角，甚至還有中古相機這等高獨特性的商品，吸引不同年齡或族群買家。

趣味不在一處

午後到黃昏這段時間，陽光威力漸次收斂，三五親朋結伴或獨自一人閒散遊逛，尋找等候青睞的物品，誠然愜意。尋寶也罷、撿便宜也罷、巡遊也罷，帶著懷舊或學習的心各取所需。然而，這也必須看天色，若遇到老天爺不賞臉，戶外空間無法遮風避雨，活動只好取消，辦理退費。

攤主本身就是最好的廣告與宣傳，凸顯出各個攤位的特色：有的是出清家中的幼兒用品、有

的是為自家蒐集的玩具尋找新主，最多就是女性過季過時的衣物，以「舊的不去新的不來」想法來清理衣櫃。攤主性別則以女性居多，參與的理由不外是換現金、空間清理或趣味蒐集交換。彼此經驗交流，和買家互動、議價、殺價，都相當有趣，當然也不乏低頭族。而年齡層以年輕人為主，被認為是學習經營實務的好起點。

緊扣環保概念

西關二手市集經營團隊身為非營利組織，以活化空間為主要訴求，定市集以環保概念，例如貨物以舊品為主、自備包裝袋等，也推廣以物易物，但尚不普及。資格審核最重要的原則是「拒絕新品和批發商品」，符合主題，現場實際對照，報名不到者或違反規定者列為黑名單管制，致力打造市集做為合理的交易平台。

林瑞慈小姐是主要的企劃者，走過三年，練就一身功夫，剛剛離職的她認為還有進步空間，例如廣告及主題活動受限人手不足、行政工作瑣碎，壓縮企劃發想空間。接手的李羿苓對於這個工作的挑戰性充滿鬥志。

身處在市集進行的四個小時



展攤內容。



朋友相招做攤主。

即將登場的活動

第四屆後街文化祭「True Colors, 什麼角『色』」街頭文化工作坊」7 至 8 月提供青少年學習街頭舞蹈、特效化妝、塗鴉、花式籃球、DJ 等課程。詳情參閱 <http://www.cinemapark.org.tw/Active.aspx?ActiveID=257>

中，感受音樂輕快流動，每月一次搭配創辦「Beat Square 節拍廣場」的 DJ CHICANO 以黑膠唱片接歌，帶動現場氣氛，加上市集旁的年輕人滑板活動，洋溢著青春氣息，在這樣的氛圍裡，相信二手市集還會繼續西關下去。



善於設計的美少女自創「熊喵販賣機」品牌。

情義救人·水上天使

臺北紅十字會義勇救生隊



台北市紅十字會義勇救生隊已有 25 年的歷史。



對受助者而言，義勇救生隊行義勇事就是「水上天使」。

在 60、70 年代一般民眾未能具備周全的水上安全教育概念，只要每逢夏季，便是各溪流、海灘發生溺斃的高峰期，往往為家屬帶來莫大的哀傷！為此，有那麼一群人，因為不捨，所以扛起義務責任，勇敢起來。

採訪／呂素貞、劉孟德、李大華、張秋輝
撰文／呂素貞、劉孟德、李大華
攝影／呂素貞、劉孟德
照片／臺北紅十字會義勇救生隊提供

25 年的義勇救生隊

民國 66 年青年公園游泳池即有紅十字會早泳會招生訓練救生員，民國 73 年部份受訓學員，結合同好與熱心人士協助下，成立紅十字會臺北市分會水上安全服務自願工作隊，擴大傳播水上安全教育，不分年齡地域推廣，以達到「人人會游泳、個個會救生」的最終目標。

水上安全教育培育眾多教練人才，返鄉就地生根結果，如今各鄉、市、鎮大都已成立紅十字會救災服務團隊，當初成立救生工作隊之志工成員雖將水上安全教育傳播推廣至其他縣市，然臺北市原有的一群志工成員認為更需有效集合各個點成面，讓團隊服務效率倍增，即於民國 78 年成立臺北市紅十字會義勇救生隊，至今已滿 25 年。



萬華環河北快速道路橋孔下為義勇救生隊永久隊址。

無殼蝸牛有了一個家

眾所皆知，紅十字會是僅次於聯合國，全世界第二大組織團體，然而旗下的「義勇救生隊」成立之初，隊部竟如無根的浮萍，不只沒有固定的辦公地方，連大批救援器材也無處存放、集會訓練場所也沒有著落，只好四處求人幫忙或向熱心隊員借用私人住處。

所謂巧婦難為無米之炊，義勇救生隊既沒有強有力資源作後盾，又沒有持續性財力來灌注，創隊艱辛自不在話下，直至民國 83 年於蔣宗仁隊長任期內開始尋找隊部安置地點，經過多年的奔波，民國 90 年再次回任的蔣隊長，在當時市議員和里長等人士幫忙與努力催生下，終獲政府暨各界肯定紅十字會義勇救生隊多年來協助政府備災、搶災不遺餘力，同意撥借萬華環河北快速道路橋孔下為永久隊址，

並將該團隊也納入臺北市消防局義消行列，編制為義消總隊第一大隊特種救生中隊。

有了建地，尚缺建築及裝修費用等建設基金，因此從民國 90 年 10 月開始舉辦募款餐會，精心設計募款紀念手錶，共募得 100 多萬元，再加上建築師義務提供免費設計監造，終於民國 91 年 10 月開工，民國 92 年 3 月完成第一期主體結構工程。

建設基金在支付第一期款後所剩無幾，時逢世界金融蕭條臺灣景氣不佳，募款作業斷斷續續，東補西湊 100 萬元後，第二期工程於焉展開，得以在民國 92 年 12 月 7 日搬遷，結束無固定隊址到處流浪的日子。

回顧那段時日，蔣隊長說：「同情只有一次，認同則是無限的。」唯有透過理念認同，方能凝聚對於「義勇」的支撐。



隊部右側是教室、集會訓練場所。



凡努力必留下痕跡，來到這裡好像是小型救援器材博物館，您會驚訝這些器材皆由隊員及各界賢達慷慨解囊所捐贈的。



紮實泳訓後證照榮耀

臺北紅十字會義勇救生隊民國 78 年成立至今，已默默耕耘 25 年，每年暑假固定舉辦救生員訓練班，報名者需年滿 16 歲，並於 12 分鐘內完成 400 公尺（含蛙泳、捷泳、自選泳式），訓練時間在每天早上 5 點 20 分集合至 7 點 30 分結束，週日則全天訓練，課程包括一次溪訓與一次海訓，可以讓學員體驗封閉式水域與開放式水域的差異性，其救生知識與器材也不盡相同。而在陸地有上 CPR 與 AED 急救訓練，另外還有急救理論與技術、基本繩結等室內課程，訓練時間長達四週 28 天，讓學員真正學習到救生的技能及急救之觀念。因現今災難發生通常是多重性，非僅是單一風災、火災，有可能連帶地震跟土石流一併產生，救生隊的訓練不單只是個人的技能和器材使用之訓練，更強調養成救生的概念，施救時須考量安全、快速、有效。



全程參加訓練，學科成績均達 75 分，單項測驗及綜合水考均需合格，才可取得紅十字會「水上安全救生員」及「急救員」兩張證照。



義勇救生隊溪訓前的熱身。



義勇救生隊的海訓。



除了 CPR 與 AED 急救訓練，另外還有急救理論與技術等室內課程。



游泳池集訓活動相片集錦。

心中有愛水中無障礙

除了上述提到救生員訓練外，有感於身心障礙者運動需求常被忽視，義勇救生隊於8年前開始試辦身心障礙游泳推廣訓練活動班。此活動不僅具備安全的學習環境，而且全程免費，還有專業教練針對個別情況，以熱忱、耐心、關懷進行指導。初期報名者非常踴躍，為求資源公平，以中低收入家庭及從未游泳者為優先，讓各種障別的朋友能夠游出不同的可能，同時也期盼藉水中游泳訓練的機會和環境，來帶領不便於陸地上運動的身心障礙朋友們舒活筋骨，在短期間能夠不怕水，進一步樂在其中。

行義勇事的水上天使

義勇救生隊，他們無異於一般人，也有家庭、事業以及生活上的種種挑戰，卻願意再肩挑起「義勇」二字跳入水中，藉由水的浮力讓看似極為沉重的負擔輕盈了起來。他們自認平凡，卻在現今功利主義高漲人人皆為己，凡事看重經濟價值的社會裡，貢獻自我能量。當颱風來襲民眾停班停課待在安全的家中，他們反向直奔災區救援，自動自發擔任有潛在危險性的志工。

或許救起一個生命，使之重生、再生，將少一些哀傷，多了一份圓滿，是他們付出的價值。

也許對於受難者來說，他們

的平凡，卻因「義勇」，顯得格外不凡。



義勇救生隊身心障礙游泳推廣活動，成果十分豐碩，幾乎所有的家長與學員們都強烈的反應可否延長時間或續辦。



貼近心底的聲音

吳靜嫻婉約吟唱 50 風華

沒有接受過正統聲樂訓練，兩度入圍金鐘之最佳女歌唱獎；沒有戲劇經驗，第一次演戲即獲電視金鐘獎最佳女演員殊榮；沒有經過教育學程的學習，卻是社區大學裡育樂班最受歡迎的指導老師。她的歌唱人生路迢迢，一路走來卻始終如一。她是吳靜嫻。

採訪、撰文／李大華
攝影／林宣佑
照片／吳靜嫻提供



《星星知我心》劇照。



1983 年金鐘獎最佳女演員。

歌唱比賽冠軍走上人生不同路

吳靜嫻小時候住高雄岡山的空軍眷村，是海軍將領吳初禮的孫女，兄弟姐妹都愛唱歌，而她從小就擁有天生的好歌喉，不過她立下的志願卻是想要從事服務人群的白衣天使。直到 1966 年在一家書店裡買到一本歌本，內附有正聲廣播電臺第 9 屆歌唱比賽報名表，起初只是抱著試試看的想法參賽，沒料到從高雄的初賽到臺北的決賽，一路過關，最後與姚蘇蓉並列雙冠軍，那一年她才 16 歲。

次年她受聘擔任正聲廣播公司每日中午 12 時至 15 時「我為妳歌唱」現場直播的節目主持人。除了自己主唱外，還邀請來賓互相飆歌，若遇到來賓臨時有事還得多唱幾首，這樣的經歷讓她培養出演繹各式曲風的歌唱技巧，熟背的歌曲達百首之多。而在一次琴師請假，讓她一時亂了手腳，魔蠍座 B 型個性追求完美主義的她，因此苦心學好彈琴和打鼓。

這之間 7 年的磨練奠定了她紮實的主持功力、歌藝與音樂基礎，而令她最開心的是當年獲得聽眾票選為最佳節目主持人。

歌唱風華生涯獎不完道不盡

吳靜嫻身材修長纖細、皮膚潔淨、五官清秀，淡然的微笑有股與生俱來的魅力。而她的臺風更是氣韻俱佳，嗓音寬廣，唱腔溫婉，咬字吐音渾厚，舉凡婉約的江南小調民謠、經典訴衷情歌、爵士節奏等在她的演繹詮釋下都恰如其分。醇厚恬暢，也是她顯現出對歌唱的一往情深。

吳靜嫻以初犢之姿，一路蛻變成長，累積豐富的經驗，在不同的階段受到矚目。1969 年獲選中國時報主辦的全國十大歌星。同年與臺灣電視公司簽約，成為基本演藝人員。1970 年當選香港十大歌星。不斷地在全省各大歌廳表演，最高記錄每天唱八場

秀，也受邀前往歐美、東南亞各地巡迴演出、宣慰僑胞。雖說在這過程裡有不為人知的辛勞，但她樂此不疲。

她所唱出的情境，蒙受大家喜愛，於 1986 年和 1987 年兩度入圍金鐘獎最佳女歌唱獎，多次擔任金曲獎歌唱比賽的評審，最為難能可貴的是其為目前在國家音樂廳演唱國語流行歌曲僅有的兩位演藝人員之一。

之後受邀主持華衛電視臺「我為妳歌唱」長達數年之久，是全臺唯一現場點唱型態的節目，成就歷歷可謂輝煌。

「星星知我心」的演戲心法

1983 年吳靜嫻應林福地導演邀約，在連續劇「星星知我心」裡飾演一位身患絕症的單親媽媽古秋霞，費盡心血安排送養五個孩子，那種生離死別的錐心之痛、萬般無奈之情深撼觀眾，為她揪心，在電視機前與她一同掉淚。此劇在當時收視率狂飆，造成轟動，原來預定演出 5 集，後觀眾請命改編劇情，得以延至 40 集，成為那個世代的臺灣人記憶。吳靜嫻更因此榮獲電視金鐘獎最佳女演員的殊榮。

對於初次演戲如何精準拿捏劇中人物的個性呢？吳靜嫻表示，用歌唱方式表達。她說：「歌曲的詞句在理解意涵後，經過分析揣摩，將之深刻體會然後融入情境裡，演唱才有層次，戲劇也是如此。」

吳靜嫻由歌唱啟發進而摸索出吸引觀眾焦點的訣竅，自在適切的表演，開創嶄新的風格在歌壇大放異彩。1985 年獲聘中華電視公司基本演藝人員，自此在臺視、中視、華視參與多齣電視劇演出。值得一提的是，她所拍攝「中華豆腐」、「頂好清香油」的廣告，也得到了廣告金鐘獎的肯定，是名副其實的多棲明星。



金曲專輯封面。

戀戀金曲來去西門町聽老歌

西門町當年的輝煌是 50 年代記憶中的夢土。因東區崛起而沉寂，現又翻轉復甦，隸屬於新世代，然而仍留存懷舊韻味，名聞遐邇。

鳳凰歌廳門口，一幅海報令人駐足「特邀吳靜嫻演出」。

吳靜嫻站在舞臺中央，臉上帶著微笑，眼神專注，肢體的律動散發熱情懾人的氣勢，在老歌的浪漫旋律中彩燈閃爍，懷舊的情境，聽眾皆陶醉在熟悉而無可替代的回憶中，拍手是直接的讚美，鼓勵臺上臺下的感情都是真誠。吳靜嫻說：「臺下觀眾的專注，讓我聚精會神地把已爛熟的歌詞慢慢唱出。」在西門町曾經紅極一時的歌唱場所，炫麗而不失典雅的服裝與舞臺風格，耳熟能詳動聽的懷念老歌，喚醒了那個年代共同青春記憶，隨著旋律擺動合唱。

直到現在，吳靜嫻仍是每天練習唱歌，名利並不是她追求的目標，一直唱下去才是真正能讓她眷戀的。她期許著，西門町老歌文化，能讓喜愛老歌朋友能再次回味屬於庶民生澀的喜悅，銀髮族重拾回憶，而年輕族群產生共鳴，老歌得以伸延和傳承。詩人余光中說：「歌是不死的靈魂，沒有歌的時代是寂寞的，只有噪音的時代更寂寞，要壓倒噪音安慰寂寞，只有歌。」吳靜嫻伴隨金曲成長，但願與歌同老。

教學相長經營一個知音家庭

對於吳靜嫻來說，教唱也是一段無心插柳，最初只是里長請她來社區教導里民，之後受萬華社區大學邀請，成為「懷念金曲」授課老師，各方慕名而來，

報名時秒殺額滿。

多了一個身份的吳老師在教課時總是素粧淡抹，穿著長褲簡單襯衫，凸顯出她獨特個性。而她訂的教學目標，以抒發情感唱出心中苦悶為宗旨，從老歌中選出耳熟能詳可以隨口哼上幾句的曲子，電子琴現場演奏，從咬字、腔調、換氣、節拍，引領情韻起伏逐漸讓同學熟習旋律。甚至不會說臺語的吳老師，為教臺語歌，每天晚上花費許多時間學習，更是讓同學佩服她的精神。

在課程裡教唱、合唱、獨唱，若累了師生來段輕快節奏的健身操，紓解筋骨後繼續高歌。吳老師說：「看到一群好學的朋友齊聚在課堂裡討論學習心得，透過歌唱為彼此的生命撼動、安慰或鼓勵，展現出生命的另一種風華，真的就像家人相處，也會相約爬山、旅遊，從真心的交陪裡看到每位同學的改變。」

如此用心的帶班方式，她就像在經營一個溫暖幸福的大家庭。



西非來的粉絲，開心會偶像。



歌唱、戲劇粉絲橫跨老中青三代。



老師伴奏，唱起歌來更有勁。

歡迎一同感受她最美的微笑

自覺幸運的林孟聰說到，7年前報名課程搶到最後一個缺額。親切零距離的吳老師在課堂上親自彈琴伴奏，特別是獨唱時，就覺得自己像是大明星，成就感十足。老師更進一步要求「用真誠去唱，與生活結合，樂在其中是最重要」。

林孟聰說：「我在醫院做儀器維護工作，但這7年來，這一堂課總是風雨無阻，保持全勤，就是因為感謝老師的用心，讓我的生命價值存在更多希望與美好。」

班長梁寶珠也隨吳老師上了7年的課，她說吳老師總記得每個同學的名字，上課活潑，與大家一同談心說笑，讓同學們都能夠心情愉快地歌唱。在傳授唱歌專業技巧時，又可以深入淺出地讓同學們了解。在每學期結束，吳老師會帶大家到歌廳實際站上舞臺，體會臨場經驗，當作是對自己的驗收。

其實，最令同學們感動的是吳老師總是堅持自己彈琴，有時她感冒一臉倦容，但仍選擇不用卡帶或伴唱，她為每一位學生伴奏，把每一位學生都視作最佳演唱人，在同學的心中她不僅是歌唱老師外，更是一位人生導師。

洪英蘭從護理師退休後，因為羨慕朋友可以把歌唱得好，因此報名課程，卻沒想到授課老師竟是演出「星星知我心」的女主角，甚至懷疑她是真的來上課嗎？帶著這樣的質疑初次上課，見到樸素的吳老師，有些夢幻略帶點嚴肅，卻在下一刻吳老師主動叫了聲洪英蘭，並同時握住她的手問候，用親和力化解了她的僵硬，告訴她，請放心進入這個大家庭。

就是這樣，吳靜嫻讓人放心地進入她的歌聲、戲劇與教課裡，而從中感受到真誠、熱情、溫暖，以及她最美的微笑。



來！把煩惱憂愁都拋出去。



反覆練唱，直到滾瓜爛熟。



只有味如故

周記傳統芋圓冰

位於萬華龍山商場美食街內的周記傳統芋圓冰，是一家已經傳承三代超過 70 年的古早味道。如同臺灣吃食文化的傳統進程，從路邊攤型態到掌店經營，這一路走過的風景，也聚散了多少人的吃冰記憶。而記憶裡，那個沁涼的滋味，源來自一種實實在在。

採訪／李大華、呂素貞、余俊英 攝影／呂素貞 撰文／余俊英



目前周記的用料共六種，分別是芋圓、湯圓、芋頭、綠豆、大紅豆、小紅豆。芋圓、湯圓皆現場現煮，另搭配早上熬煮加台糖二砂保鮮的其他配料，顧客可點綜合口味亦可自行任選，冷熱皆宜。

完成後的湯圓及芋圓在滾水燙煮熟後，再放至熱糖水中稍為浸泡，食用前經剉冰冰鎮後急速收縮，十足彈牙。



周記傳統芋圓 (熱、冷、冰)

地址：臺北市和平西路三段 120 號
(龍山商場 1 樓美食街)
訂購專線：0936-669278
營業時間：10:30 至售完為止
(每月第四星期日公休)



給消費者吃到最好的產品的自我要求，讓周記得以度過毒澱粉食安風暴。



老闆精心挑選來自日本的陶瓷食具。



放置於桌上兩瓶不鏽鋼高矮罐，一為香蕉油淋於冰品、一為白草粉灑於熱品，皆是傳統的甜品添味品。

承繼古早路邊滋味

創辦人周阿火先生原先為煤礦工人，在退休後，跟著日本人學做手工芋圓，將每日現做的芋圓挑擔至萬華火車站販售予卸貨工人。民國 35 年，正式領到攤販執照，開始在大理街騎樓下擺攤，並陸續由第二代、第三代參與。民國 98 年遷至現址。現由第三代的周月華和嫂嫂張瓊芳經營。每天上午十點三十分開賣，若時值炎夏，往往甚早售罄，老顧客都知道，欲享冰鎮涼品，尚需捷足先登。

堅持當日現做成就口碑

這樣的懷舊滋味從備料開始，前一晚在看完氣象預告後，依明日天氣的晴雨狀況及常年的經驗來決定用料數量，部分用料需先行浸泡，至翌日凌晨 3 時，即起身熬煮豆子、蒸芋頭，開啟一天的忙碌工作，務求用料每日現做，新鮮供應饕客。

芋圓是傳承自周阿火阿公的手工招牌：在芋頭蒸熟後加入糖及地瓜粉攪拌均勻，以手搓揉成塊，分成條狀，再切成僅 0.2 公分的薄片，使之在煮成後易於咀嚼，芋頭香氣也容易在口中散發。地瓜粉依季節、氣候放置的比例略有調整，而「搓揉」的勁道更是芋圓 Q 度的關鍵，靠的就是長年積累的手感功夫。

湯圓則是採用兩年以上舊圓糯米，從浸泡、磨漿、壓乾，到製作成球，一絲不苟。

講究原料用材自我要求

不只堅持在製作上的實在，對於原料也同樣講究。例如：芋頭因產期而分，夏季用自屏東，冬季購於大甲，為確保品質一致性，一次購足百斤備用。部份豆子因國內產量較少、品質不穩等問題，採購來自東南亞的原料。至於頗受歡迎的脆圓因廠商品質降低而暫停販售。近年則以小紅豆增加配料選擇。另外不可或缺的地瓜粉也因品質要求，採用價格超過倍數計的物料。

除了原料，周記的細節要求更展現在挑選衛生安全的冰塊，以及為避免熱食燙手又兼顧色香味的呈現，擇定顏色古樸的陶碗食具，更從餐具的流水清潔裡，看到周記的用心。

拒絕連鎖加盟傳承用心

拒絕連鎖加盟，對於食材講究天然、當天現做不含防腐劑及化學添加物，在如今食安風暴頻傳的狀況下講求產品速成，添加物促成美味的現代社會中，重視品質的周記，相當難能可貴。店內吱吱作響的剉冰機中那支釘附於冰塊的芯，平均兩年即損壞，全機必須一再重新訂製，這不也正是象徵著傳統老店不肯妥協的一份心意嗎！



初期的《艋舺傳奇》，是以單印報紙的形式作為宣傳學校的功能；後期的《艋舺傳奇》是以彩印雜誌的形式作為關切在地議題並期待能更深入認識萬華。

傳奇再現 《艋舺傳奇》榮獲 文化部社區刊物最佳美術設計獎

一座城市最重要的真正價值，在於長期沉積的精神和文化氣質，更需要透過文化符號（包含地理、歷史、民風、建築、藝術等）來銘刻記憶。萬華社區大學秉持「以人文角度關懷生態、以生態視野回顧人文」的核心價值，藉由田野訪調、在地書寫與影像記錄等手法，希望可以描繪出「艋舺」的永恆記憶。

撰文／萬華社區大學廖鴻宇副校長（摘錄《來去社大玩社團》）



在地書寫 再現艋舺風華

2000年創辦萬華社區大學，肩負「解放知識，催生公民社會」的重任，認為透過在地書寫能激發公民自覺與行動力，凝聚社區民眾的參與力量，因此早期是由社大行政同仁、社大師生共同撰寫，後期在經由前社團負責人吳台琪主任秘書主動成立「萬

華社大編輯採訪社」，規劃一系列的編輯採訪課程，培養編輯志工熟悉編輯與採訪的理論，進而實際運作出《艋舺傳奇》。

《艋舺傳奇》於2000年9月19日創刊，現今以社區雜誌半年刊形式發行，於每年一月及七月出版，每期發行數700至800本，並透過社員的協助致贈每期受訪者與萬華區公所及里辦公室、鄉土教育中



獲文化部頒獎—由萬華社大副校長代表領獎。



文化部一樓廣場展示本年度獲選之作品。

心、中山堂、龍山老人中心、西門、龍山寺捷運站等相關社區單位。

走動文學 記錄艋舺脈動

《艋舺傳奇》以專題記錄當地的議題與結合萬華社區大學的辦學主軸，曾報導過溼地、再生家具（環境守護）、小腦萎縮症病友協會、中輟生（弱勢關懷）、性工作者、街友、新住民（社會寫實）等議題。社員從在地多元且客觀角度發掘議題，與人文觀點的區史、口述歷史、地方議題對話，並試圖轉化一般人對於萬華的刻板印象。

萬華社大編輯採訪社集合一群喜愛寫作、編輯、採訪及影像紀錄的同好，研習編採、報導及寫作技巧，更是挖掘社區目前累積的各項生態、文化資源及公共議題。包括了電影《艋舺》所引發的正反意見、剝皮寮空間、公共藝術、在地人物故事等，希望透過議題的討論，讓這些寶藏重新為社區居民所認識，進一步增進社區好生活環境。同時，經由文字及影像記錄的永續經營，深耕基層文化，找回居民的自主性認同、促進社區文化發展。

感恩的心 走進無悔的路

2013年文化部首次舉辦的「社區比報—優良社區報選拔活動」，感謝評審委員對萬華社區大學《艋舺傳奇》的肯定，對於苦心經營社區報的夥伴更是一種鼓舞與激勵。

14年走來，《艋舺傳奇》的初衷始終未曾改變。其間有小市民的發聲、有社區人物與產業的探訪、有社造經營成功案例介紹等，譜成壯闊交迭的交響樂曲，演奏出屬於我們的共同記憶。藉此謹向這些年來，支持與愛護《艋舺傳奇》的學者、作者、讀者、編者，致上最高的敬意與謝意！因為在耕耘付出的同時，相對也帶給我們更多的成長，同時在不斷賦予想像與期待的討論中，促使大家對艋舺有更多的觀察與認識，當這些認識行諸文字、付梓印刷，讓更多人有機會能夠參與社區生活的打造與經營。

未來我們仍將希望透過多元的社區紀實與報導，觸發對於許多社會現狀應有的看待，並致力在主流或官方論述之外，還原被忽視卻真實存在的另一個歷史脈絡或社會面貌，藉此引發思考反省，以及對一些事物的珍惜和問題的重視，相信值得熱愛這塊土地的你我持續來關注。

年度／日期	期刊期數	大事紀
2000/09/19	NO.1	萬華社區大學創校，創刊號。
2006/07	NO.16	原報紙形式改換雜誌形態出刊，單色印刷改為彩色印刷。
2007/01	NO.17	邀請美術編輯專家加入《艋舺傳奇》，並加入依專題性報導。當期主題為「迎接冬候鳥」，萬華區的生態特色莫過於「華江雁鴨公園」，一個天然的濕地需要在地人的關注。
2007/07	NO.18	當期主題為「編織多采的百衲被」，記錄新移民姐妹的在地生活，打破了對新移民的單一且負面印象，也創造機會與新移民家庭進行面對面的交流。
2008/07	NO.21	美編由當時任職時報周刊的魏綾鴻老師為《艋舺傳奇》量身打造版型。同時也推出封面故事「艋舺青紅燈」以及專欄「何處是遊民的家」。
2010/01	NO.23	創刊十年，當時《艋舺》電影成為熱門的討論話題，將其製作為封面故事，採訪製片李烈及社區民眾，記錄對萬華的印象。



心得留聲機

因而美麗

愛上爵士舞

撰文、攝影／賀憶美

從小我就是個體能狀態頗差的孩子，在高溫環境或烈日下曝曬太久就容易心律不整，爬樓梯時要慢慢走不能說話，不然就會氣喘吁吁，再加上我的性格在人群中容易害羞膽怯，平時最大的嗜好就只是看電影、上網、與三五好友喝茶聊天之類，比較靜態的活動，所以很難將跳舞這件事與我產生連結。即便如此，在我心裡還是潛藏著一股對舞蹈的喜愛。

我喜歡看著人們跳舞。舞者擺動肢體，時而有力、時而柔軟，自信又自在的神情沉浸在旋律。這就是我選擇學習爵士舞的原因了！一種結合力與美的舞蹈，帶點芭蕾的基礎，可充分展現出女性的肢體美感，跳起來性感卻又不缺氣勢。

每個老師都有各自的特色與教學方式。陳凱怡老師風趣幽默又可愛，除了專業、系統性的教學外，讓我最感動的是，每回課堂上教新的動作時，老師總是會不厭其煩地陪著同學們一起複習。有時分組練習，老師也會陪同一起跳，往往一段舞碼一輪下來，學生們只跳一遍，老師就已經跳了十遍。凱怡老師就像個「裝了勁量電池的粉紅兔」，在學生面前永遠充滿著無窮的活力。

每堂課後老師都會提供慢動作的分解舞步，以及配上音樂的示範帶，影片都會於當日上傳臉書社團，以供同學們回家複習。這對我這種勤能補拙型的學生，實在有著非常大的幫助！

經過一個學期的洗禮，我對自己的成長感到很開心，肢體的展現也比以往更放得開，雖然仍有很大的進步空間，但我很期待在凱怡老師的帶領下，自己能更接近心目中那個散發自信，因而美麗的舞者形象。



同學們因熱愛爵士舞而相遇，成為了相知的舞伴。



成果發表前的展演練習。



魅力四射的表演讓身體與自己有了對話。

陳凱怡

萬華社大「愛上爵士舞」授課老師。以現代舞與爵士舞蹈為教學元素，引導學生認識及開發自己身體的潛能，除了達到體態優美及健康之功效，更能沉浸在舞動身體的樂趣裡。

萬華區地圖



- 1 新富市場：三水街 70 號
- 2 西園 29 服飾創作基地：西園路二段 9 號
- 3 萬華林宅：西園路一段 306 巷 26 號
- 4 永安棧：中華路一段 150 號
- 5 意舍：武昌街二段 77 號
- 6 蔓悅酒店：西寧南路 107 號
- 7 西關二手市集：康定路 19 號
- 8 臺北市紅十字會義勇救生隊：長順街 60 巷 5 號
- 9 周記芋圓：和平西路三段 120 號

地圖提供 / 大興出版社



《艋舺傳奇》 編輯採訪志工強力募集中

現實確實有時候醜陋甚至難堪，但還是有美麗。而因為美麗，才讓一群人可以踏在柔軟的土地上，腳勁更為堅實。關於艋舺，你是否有很多話想說？或者你本身就是滿載著故事的道地老艋舺？如果你願意傾聽艋舺娓娓的訴說，請加入我們，一起踏在這塊土地上，成就傳奇。「萬華社區大學編輯採訪社」歡迎你！

臺北市萬華社區大學自民國 89 年成立，深耕社區已 14 個年頭，「艋舺傳奇」初期為萬華社大校園刊物，民國 94 年改頭換面——「改」由社區起「頭」，期待轉「換」萬華的刻板「面」貌，自此，轉型為社區雜誌。

採訪編輯過程中，由一般民眾、社區居民擔任記者，透過《艋舺傳奇》紀錄、傳遞社區的故事，進一步與社區對話。一群對萬華充滿熱情的人，一個充滿故事的社區，萬華社大以非營利組織維持艋舺傳奇的印刷發行，您的贊助參與，是對我們極大的鼓勵與認同，更是將力量傳播出去的種籽。

感謝您贊助印刷，臺北市萬華社區大學將回饋贈閱《艋舺傳奇》，一年二期，逢一、七月份出刊（開本 21cm × 29.7cm）



臺北市萬華社區大學
TAIPEI WAN HUA COMMUNITY COLLEGE

【聯絡人】臺北市萬華社區大學 社服專員吳宜芳
【地址】108 臺北市萬華區南寧路 46 號（龍山國中內）
【電話】02-23064267 分機 23
【傳真】02-23064268
【部落格】<http://mypaper.pchome.com.tw/news/wanhuedit>
【網站】<http://www.whcc.org.tw>
【信箱】anita@whcc.org.tw

艋舺傳奇 印刷贊助 歡迎小額捐款

我願意贊助費用（請在□內打勾）

方式 1. 一次贊助 3 年 6 期，共 600 元（回饋贈閱 6 期）

方式 2. 一本 100 × 您願意幫助的數量 = 總贊助金額

例：您願意贊助 100 本，贊助金額為 10,000 元，回饋贈閱 100 本，掛號郵資（每本 35 元）請贊助者自行負擔，未註明期數將回饋贈閱當期雜誌

戶名：財團法人愛家文化事業基金會

金融機構名稱：台北富邦大安分行

銀行代碼：012-3707 帳號：370 102 149671

匯款後請
傳真或郵寄
回執函

贊助人（或贊助單位）：

身分證字號：_____ 贊助金額：_____

收據（捐款單）地址：

寄書地址： 同收據地址

電話：

聯絡方式：
