







寶島眼鏡

擁有30多年歷史，
LOGO設計以台灣島的形狀作為標誌造型，
寶島台灣狹長的結構猶如人臉的造型，
配上眼鏡就構成。

會選擇該招牌原因，
除了是名稱「寶島」會直接聯想到台灣外，
還有絕大多數人想到台灣的眼鏡行時，
最先出現在腦海的就是寶島眼鏡。



活海味

活海味店

台灣第一家鹹酥雞



有些人會稱鹹酥雞發明者是
1975年臺北市西門町的「台灣第一家塩酥雞」，
但事實上那是一間調味粉批發商的名稱。

談到台灣的特色美食，
我以前會聯想到豬血糕、臭豆腐、珍奶等。
但直到這次專案我才發現，
其實鹹酥雞也是代表台灣的美食之一，
所以我選擇用水彩繪製了它的招牌。



漢堡

222-6848

漢堡

222

丹丹漢堡



丹丹漢堡創始店設於高雄市前金區七賢二路，
創立於民國73年。
全台分店約四十家，
散佈於高雄、台南、屏東。

身為高雄人，
有丹丹漢堡這樣的速食店是非常幸福的事，
價格相對麥當勞、肯德基便宜，
還有百元內的套餐，
份量多、「俗擶大碗」的特點，
更是它能在南部立足的原因之一。
可以說是南部人的驕傲。



計
10

酪梨牛奶
40

木瓜牛奶
40

柳丁汁 20

紅蘿蔔

西瓜汁
大 20 小 10

懷念
懷念

計
10

柚子
40

香梨
40

柳丁
40

香蕉
牛奶
40

10

牛
乳
40

紅
蘿
蔔
汁
20

杏仁
核桃
露

台灣小吃招牌



路過各類小吃攤販時，
最先吸引人的，
相信是這類充滿「台灣味」的字體的招牌，
常見的有圓黑字體、楷書 等等。

而似乎，
如果這些小吃招牌不使用這類字體呈現，
便會覺得好像少了一「味」，
食物感覺也沒那麼好吃了。





檳榔攤

生活在台灣的人們，
對於充斥大街小巷的檳榔攤，
應該是十分熟悉，
這樣的現象甚至發出了屬於台灣的
「檳榔西施」文化。

除了鮮豔飽和的綠色招牌，
招牌旁的孔雀燈也是一大特色。

臺灣酒於
者賣公局

酒商行

零售商

台灣菸酒股份有限公司



臺灣專賣事業起源於日治時代，
1901年合併原有之
臺灣製藥所、臺灣鹽務局及臺灣樟腦局，
成立「臺灣總督府專賣局」。

1945年改組為「臺灣省專賣局」。
1947年改組為「臺灣省菸酒公賣局」，
專賣業務縮減為菸、酒、樟腦3項。
1951年樟腦專賣業務終止。
2002年廢止專賣制度、
改制為「臺灣菸酒股份有限公司」。



大樂透

100

台灣彩券



台灣彩券公司於民國95年7月10日成立。
台灣的博彩十分盛行，
彩券行的常見程度和
檳榔攤不分上下，
過幾個路口便能再看到另一間彩券行。

若要聯想台灣代表性的招牌，
台灣彩券會是我先聯想到的範疇之一。

明豐堂 刻印 名片 喜帖 印刷 影印 裝鎖 配鎖 遙控器 按裝拷貝

配鎖

各報廣告 本店代登

快速-拷貝 遙控器

門禁感應卡

娃娃連續印章 小太陽 國際電話 節費卡

(數十種圖案)

卡面彩色貼紙

(姓名貼)

明豐堂

打字印鎖匙行

遙控器

遙控器

0.8 元

娃娃連
續印章

門禁感應卡

快速-拷貝

遙控器

小太陽 國際電話

0.8 元

娃娃連
續印章

門禁感應卡

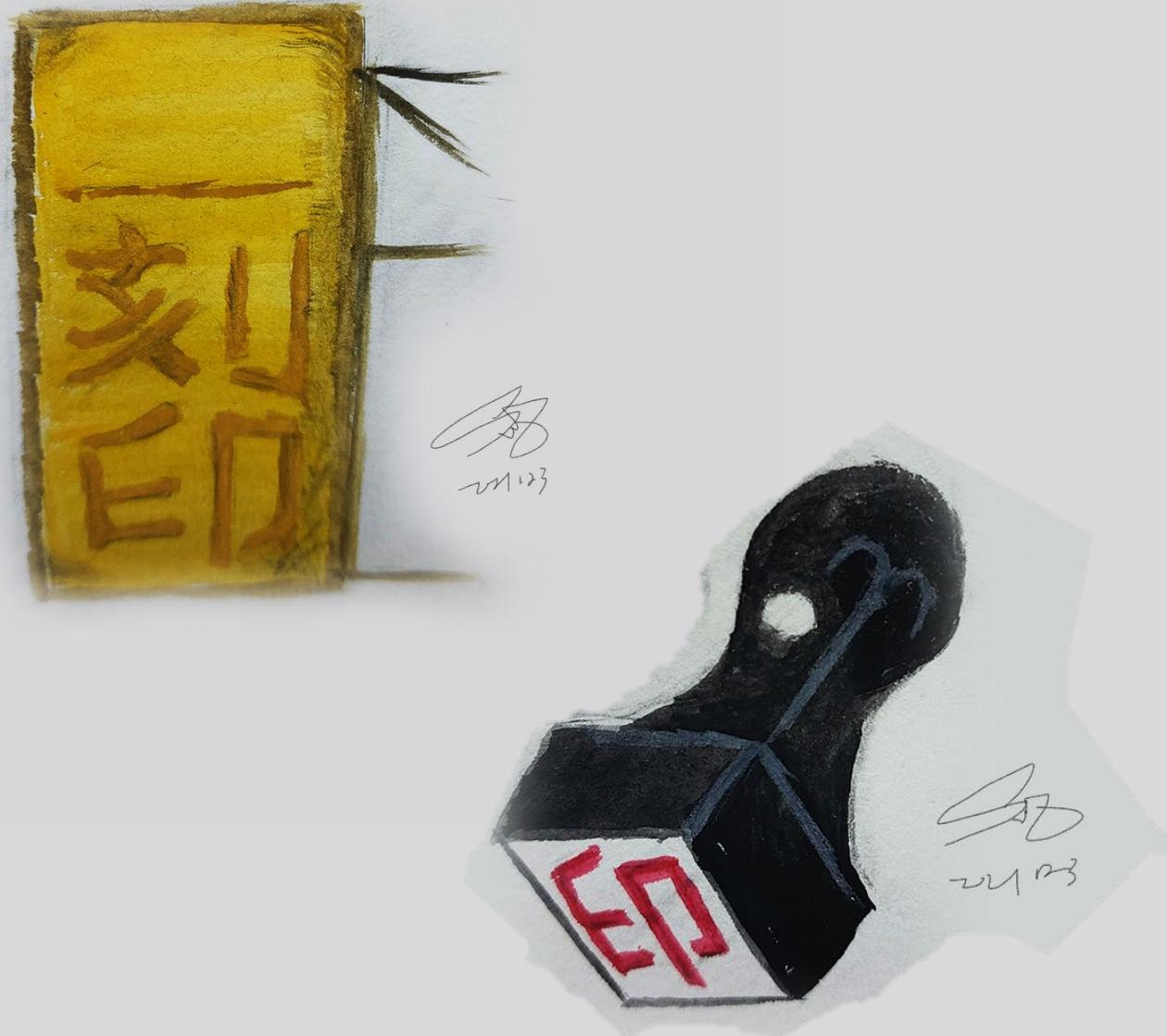
快速-拷貝

遙控器

小太陽 國際電話

0.8 元

忠孝東路五段 1



台灣彩券

刻印行在台灣是十分傳統的產業。
除了製作印章外，還有提供鑄造鑰匙的服務。

在我老家附近的三角窗，
也有一間刻印行，
小時候常常會和奶奶從家裡散步到刻印行門口
再折返回來，
所以對於我來說，刻印行有種特別的回憶。

我也挑了招牌上常見的印章圖案，
將它記錄下來。





傳統理髮廳

一直到國中前，
我都是在家附近的理髮廳剪頭髮。
我還記得門外貼著山本頭字樣的貼紙，
店外牆上有旋轉燈，
屋內有幾台舊式配有菸灰缸的理髮椅，
洗頭是在類似洗手台的地方洗，
老闆娘會拿烘過的熱毛巾讓我擦乾臉。

再找尋資料時，
我發現早期許多理髮廳都有提供特別服務
為了規避警察，店外會設有「純」的招牌，
事實上，代表的是相反的意思。



台雄東海別墅

全新完工、冷氣附送
大小坪面各100坪、三層樓二廳六臥室
威望太平洋、视野一級棒
適合民宿、新婚夫妻、三代同堂居住

洽詢電話：853-6379、0933-995209

台達建設
花蓮站前電梯大別墅

全新完工、冷氣附送
大坪數、雙大進深、南北大房間、方正設計
戶戶獨立電梯、可隔合套房、坪數多

洽詢電話：853-6379、0933-995209

多羅滿MOTEL

03-8316622

新鐵路旁1號12樓1號火車頭

雅筑↑
MOTEL

訂房專線：03
8347755

國盛一街25號 花蓮火車站前

往50
上
小旅宿

雅筑汽車旅館

這次研究帶給我的收穫

在做這次研究前，我覺得我就是那個對於台灣招牌習以為常的人。

從我們出生到現在，每天都會看見，我們已經和它共處了超過18年，
再者，他不像101、墾丁一樣會第一個被想到是台灣的特色，
也不像夜市、小吃或是人情味，這種講到爛的答案，在討論時會一再地被提起。

它就好像香蕉對於生活在台灣的我們，是便宜、稀鬆平常的水果，
但在日本，它可能會是需要仰賴進口的奢侈品。

也就是說，換個角色、角度來看，看似平凡無奇、甚至被一些人譏為「難看」的台灣招牌，
反而會覺得這樣的現象極具特色，有另一番的見解。

所以對我來說，最大收穫並不僅僅是察覺到台灣街景的特別，更了解到用不同角度去看事情。
例如，每天要想著下一餐吃甚麼其實是一件很幸福的事、某個科目被當掉了也並不代表人生就這樣毀了。
從不同的面向去看待同一件事，有時便會發掘出意想不到的答案。

2

0

2

1

J
I