

用餐飲時光調節閱讀的節奏

訪新竹或者新州屋

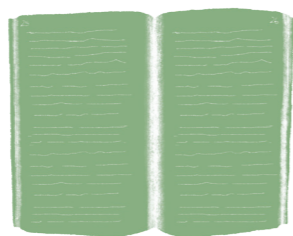
Balancing Reading Pace with Culinary Delights:
A Visit to OR House, Hsinchu

文 | 林郁嫻 · 攝 | 劉璧慈



鴻梅文創執行長陳添順一手打造新品牌「或者新州屋」。

自 2017 年起，「或者」以書冊為主，佐以地方選品、飲食和工藝等等，為大新竹地區注入文化軟實力，希望讓在地人驕傲、旅行者憧憬。「或者」近年來逐漸開枝散葉，拓展旗下品牌並各有不同定位，但通常有書的地方就會有咖啡和輕食，一手打造「或者」的鴻梅文創執行長陳添順認為，閱讀需要有停下來思索的時候，讀和思缺一不可，而一杯咖啡可以創造這樣的時間。



「或者」的建築距今已有 90 年的歷史，店內的一隅空間也用老照片訴說好幾代的新竹記憶。

在老建築裡遇見地方風土

「或者」在 2024 年問世的最新品牌「或者新州屋」，其前身是戴吳獅與戴吳傳父子倆於 1934 年建造的「新州屋」，戴吳傳並親自到日本取經建築風格。新州屋是第一家由臺灣人興辦的百貨公司，也是繼 1932 年日人在臺北創立菊元百貨之後，全臺第一家、新竹州第一家現代化百貨公司。陳添順表示，「建築是可以看見歷史累積的載體，新竹已建城三百年，承載其中的記憶和美學可說相當豐富。」從選址的考量，就可以看出「或者」對文化的重視。

或者新州屋高四層樓，各有精彩，從一到四樓分別是選品、餐酒館、共創廚房、城市露臺，延續品牌廣納地方產物的多元性。

一樓的選品主題圍繞於地酒和醬料，取新竹特產九降風的諧音「酒醬風」，在重視風土的前提下，以臺灣在地多樣化食材再製成酒或醬，進駐的甜點店也以地酒製成馬卡龍，陳添順說，「我們一直以來在做的是讓地方被看見。」自或者新州屋向外走三分鐘即是東門市場，再走五分鐘則是中央市場，因此一樓選品也呼應此地緣特

性，讓來到這裡的民衆，都能體會在地方採買的樂趣。

以飲食語彙轉譯建築歷史

二樓餐酒館的下午茶菜單以年份命名，不但對應不同的年代風味，同時也藉由飲食述說或者新州屋的建築歷史。陳添順解釋，最早期的新州屋走在時下潮流前端，親自到日本帶貨、引進最時髦的和洋選品是一大特色，因此「1934」套餐以美式咖啡、櫻花奶酪、金平糖引出那年代和洋融合的昭和浪漫；後來，新州屋轉手他人，改名昇龍百貨，風格從日式轉為典型臺味，因此「1976」套餐由菊花酸柑茶搭配黑糖桂圓米糕，用質樸的臺式飲食反映務實努力拼經濟的年代；90 年代改由麗嬰房租賃經營，「1998」套餐以焙茶厚奶、脆笛酥、佛卡夏，組合出滿滿的童心；到了現在，「或者」接手經營這棟建築，「2024」套餐便跟鄰近傳承至第五代的中藥房合作，以肉桂和柑橘等材料自製可樂，搭配雙色錦玉、桐花蜜、果脆凍乾，貼合現代講求健康創新的輕食潮流。「在懷舊、反映生活軌跡的同時，更能貼近現代人的品味及訴求。」陳添順總結下午茶套餐的設計理念。



1
2

1 三樓的空間寬敞明亮，百餘種的飲食選書展現了以「飲食」出發的核心特色。
2 陳添順（右）延續過往跟女兒（左）在咖啡廳讀書的美好回憶，在自己的書店中納入品飲空間，提供讀者慢慢讀書、慢慢休息、慢慢思考的美好時光。

從無到有的料理、 從淺到深的感情連結

三樓共創廚房涵蓋百餘種的飲食主題選書，以及提供多人一起做菜的開放式廚房，「我們希望大家來這裡以食會友。」陳添順說現代小家庭居多，平日忙著工作，可能也沒有太多時間和空間做飯，而共創廚房從地方風土出發，設計食譜、準備食材，提供前置作業已準備妥善的環境，讓親友可以一起輕鬆做飯、交流感情、愉快用餐；還會有公司在此舉辦餐會，讓同事間透過做菜增加默契，轉換上班心情，也是一大樂事。此外共創廚房會不定期舉辦活動，像是邀請 Solo Pasta 主廚前來客座、部落客雀兒喜教外國人做臺灣菜、作家吳怡安分享結合臺灣茶與日式麵條的飲食等等。共創廚房是可以容納各種飲食想像的所在。

片刻點心時光之於 閱讀的意義

或者新州屋的多元承襲了建築會是百貨公司的角色，陳添順回憶多年前帶著女兒在咖啡廳邊看書邊喝咖啡、吃點心的美好記憶，可說是打造「或者」的重要參考。「我認為經營一家書店不僅是賣書，也要提供讀者慢下來的空間，喝咖啡時可以平靜下來，先暫停閱讀、思索並品味書中內容，古人說『學而

不思則罔，思而不學則殆』，期望讀者可以善用這個空間。」陳添順笑說，女兒如今長大了，談起和爸爸的回憶，同樣對這段親子共讀、品嚐輕食飲料的時光印象深刻。

對於閱讀習慣、飲食文化，以及老建築保存的推動，「或者」並不止步於此，陳添順透露在或者新州屋之後，還有正在翻新的建築。陳添順引用了法國雕塑家羅丹的一句話，「美一直都在，只是缺乏被發現。」他的藍圖從閱讀出發，將持續結合各種不同領域、發展在地，彼此相輔相成。



林郁嫻

太陽風象、上升水象，這十年的變與不變，是持續讓企劃與採訪與策展等一切內容，引領我向任何有故事的他方流動。



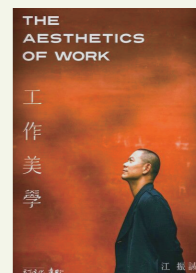
1



2



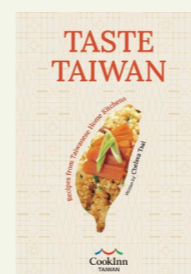
3



4



5



6



7



8



8



10

1 《理想的下午》

舒國治·著 | 新經典文化 (2021.01)

當抱持著開放、好奇的心情去度過一段時光，便會覺得每一種當下都很美。

2 《用一頓飯的時間旅行》

高靜芬·著 | 遠流出版 (2020.08)

當去一家餐廳吃一頓飯時，會想要去了解食材從何而來、料理怎麼做成，就像去了一場地方風土的旅行、四處探索。

3 《薯條與油封大蒜》

陳陸寬·著 | 三采文化 (2023.09)

以輕鬆趣味的態度講述餐廳經營，餐廳本業人士可以從中獲得啟發，非本業的人也能理解大概。

4 《工作美學》

江振誠·著 | 天下文化 (2023.08)

作者思考食物與自己的關係，自述如何從廚師提升到更專精的層次，成為一個專業的工作者，提出八角哲學的獨到見解。

5 《iá 野植風味學 ISSUE NO.1 鮮味 UMAMI》

郭庭璋、蘇立中·著 | 野植風味 (2024)

如何在植物裡找到食物的鮮味，以雙語製作。

6 TASTE TAIWAN: Recipes from Taiwanese Home Kitchens

Chelsea Tsai 蔡佩君·著 | CookInn TAIWAN (2023.12)

以全英文書寫臺灣小吃，定義食材名詞，對於外國人來說是建立基本概念的絕佳工具書。

7 《EATALY 義大利飲食聖經》

Oscar Farinetti·著 | 積木文化 (2024.03)

EATALY 是連鎖食品商場，在介紹橄欖油、義大利麵、起司……的形狀、顏色、作法之餘，也教大家如何挑選。

8 《味覺獵人》

Barb Stuckey·著 | 漫遊者文化 (2020.05)

透過邏輯、科學化，講述味覺是大腦分析後的結果，大腦味覺資料庫愈大，愈能品嚐、形容出料理的好吃滋味。

9 《食物設計》

詹慧珍、黃若潔·UOVO Food Design Studio·著 | 果力文化 (2023.09)

整個吃的過程體驗都是食物設計的一環，與生活美學息息相關，書中並有多項來自全球的案例提供參考。

10 《也好吃》

馬世芳·著 | 新經典文化 (2024.01)

從食譜談到生活，作者透過吃一碗麵、喝一杯咖啡的簡單日常，分享對生活飲食的感知可以如何再更深入一層。