

CREATING NEW IDEAS IN CITY LIFE

市集產業變動太快，我們需要不斷地進化並創造體驗，
不能停在原地被追過去

● 受訪者 洪健哲 執行長

● 地址 高雄市前鎮區正勤路 63 號 1 樓

● 員工人數 5 人

● 核心理念

La Rue 文創設計

打造客製化需求的夢想載體 • 創造城市間的美感生活提案

2017 年 以餐車設計為始，創立「La Rue 文創設計」

2018 年 受高雄市觀光局之邀，舉辦河畔餐車等人氣主題市集

2019 年 愛河野餐派對創下 2 天 20 萬人次紀錄

2020 年 轉型以活動籌辦為主

2021 年 臺南島嶼餐桌物語再創大型活動紀錄

2022 年 預計推出 La Rue Market 嶄新視覺設計，另規劃發展
固定場域的市集新型態

市集活動整合創意 打造城市生活更多活力表情

近幾年 La Rue 所辦的主題市集總是人氣超旺，任誰都忍不住拍照打卡的入口意象，伴隨現場樂團演唱輕鬆自在，特色餐飲令人難以抉擇，也有歇腳休息的飲食區，執行長洪健哲 (Eric) 自信團隊打造的市集，讓 25-35 歲受眾族群待上半天至一整天絕非難事。2017 年從三輪餐車改裝設計起家，為推廣自家服務，從第一年辦起餐車主題市集，3 年累積 200 多場實體活動：潮流風格的「La Rue Market」、森林植物系的「Mori Market」、主打蔬食餐飲的「艸食祭」、傍晚過後的「黃昏市集」、辦在夜晚以音樂為主的「霓虹派對」，2021 年的「島嶼餐桌物語」，則呈現了大型音樂祭的樣貌。La Rue 帶起另一波市集風潮，讓人感覺高雄、臺南、屏東等地——城市裡的週末不太一樣。

從餐車到主題市集的進化

La Rue 文創設計創辦人洪健哲 (Eric) 和徐榆翔 (Louis)，兩人在軍中認識，原本構思創業開咖啡店，審慎評估營運風險，規劃改以移動式的三輪餐車作為咖啡店載體，因而探訪已實際創業的餐車主，發現車體常遇上結構配置、輪框承重與冰箱設備電力等問題，需找不同廠商處理，Eric 唸軍校時專長為機械工程，因緣際會主動幫餐車主維修，「後來覺得我們應該可以試試，從進口零件、組裝、電力改裝到品牌視覺設計與維修等，把所有服務都整合

在我們這邊，一站式解決。」再透過主辦當時臺灣少見的餐車主題市集，現場實際露出改裝車體，成功快速讓許多人認識 La Rue，2017 年首場在四維國宅的「車車車趴」，活動後訂單量與網路社群搜尋量超乎預期地成長二三十倍！

與高雄的連結

La Rue 創辦人洪健哲 (Eric) 和徐榆翔 (Louis) 的成長背景皆和高雄有地緣關係，Louis 為高雄人，Eric 則是媽媽來自高雄。高雄常年少雨，十分適合發展餐車和戶外市集。且三輪餐車需要較大腹地的街道馬路進行活動，高雄的公共場域有較寬敞的空間彈性用於市集舉辦，進而創造良好的營業環境。加上餐車移動上路已獲得許可，在法規層面，高雄也較為友善。



鼓勵餐車經濟 默默成為青年創業的催化劑

場場市集的成功效益，高雄市政府觀光局於 2018 年找上 La Rue 規劃活動，2019 年 4 月一場「愛河野餐派對」，創下 2 天吸引 20 萬人次的紀錄——身在愛河，也能體驗像在國外野餐的愜意風景，開始翻轉高雄人對愛河的舊有印象。

Eric 提到，他也參與了觀光局多次會同交通局商討三輪餐車的相關法規，終在 2019 年通過移動上路的許可，更加友善推動了高雄餐車的風潮。年輕人藉由餐車創業，從市集累積客群和品牌經驗，近年在高雄也出現不少從餐車起家、再轉而開設店面的餐飲品牌。

我們因而從地方公部門與餐飲創業者型態的變化上，看見 La Rue 從市集活動擴散延伸的能量。

未來聚焦： 發展固定式場域的市集聚落

「未來要做的就是——創造體驗。」Eric 說起當初開始做市集，和夥伴 Louis 曾到訪曼谷知名 Artbox 市集，從燈光、音樂、攤主收穫的感官體驗皆成為養份。位於倫敦的 Street Feast，也是 La Rue 將進入下階段的借鏡對象，公司化的 Street Feast 集團收購廢墟空地，以獨特美學經營固定式場域的創意聚落，「接下來，La Rue 除在大型活動有更潮流的呈現，也計畫以美食街商場模式來經營市集聚落。」像是與肚肚科技合作 POS 系統等數位化科技，提升市集產業的門檻規格，透過固定式場域穩定帶動產業間的連結。另一方面，與新加坡、泰國曼谷市集的跨國交流也正籌備中，對鍾愛旅行的 Eric 而言，帶領 La Rue 展開的旅程，已然成為一個以市集為擴散、串連風格品牌的平台，「希望過程中不是只有我們在往前走、變更好，希望所有參與到這個平台的所有人，都可以一起往前進步。」