



咖啡廳與Live House的交響曲 鄭新穎

記者 郭揚 報導

2021/05/23

2021年3月6日傍晚，一間位於台北市大龍街的咖啡廳，守夜人、凹與山、東波、Osean等七組獨立音樂人與聽眾，在這細雨濛濛的夜相遇，隨著咖啡與紅茶啤酒的香味瀰漫，一場音樂表演就此展開。這是複合式咖啡廳JOMO COFFEE創立以來舉辦的第三場音樂表演，也是老闆鄭新穎一切夢想的起點。



邀請守夜人、凹與山、東波、Osean等七組獨立音樂人參與活動。（圖片來源 / 郭揚攝）

與咖啡的相遇

鄭新穎畢業於臺北醫學大學呼吸治療學系，畢業之後像多數同學一樣，投身於醫療相關產業工作，偶然在一位醫療部門主任的推薦下進入了扶輪社，在此認識了一位咖啡師，從而開啟了新穎與咖啡之間的驚奇之旅。

工作之餘，新穎跟著咖啡師學習咖啡製作的技術，兩年多的鑽研下，他的咖啡技藝愈趨成熟，加上從小在經營管理、品牌創立方面有極高的興趣，新穎覺得是個機會創立屬於自己的品牌。苦思數月之後，他決定辭掉醫療器材公司的工作，用

這些年的存款為自己的夢想勇敢一次。

脫「穎」而出的咖啡廳

JOMO 為「Joy of missing out」的縮寫，意指學習去享受失去過程所帶來的美好，而不是在失去的痛苦淵藪中徘徊不前。辭去工作的新穎頓時失去了經濟重心，身為創業菜鳥，一切開設咖啡廳的事前準備都得獨自完成，在孤獨奮戰又無助的狀態下，這句話成為了新穎對自己最大的慰藉與期許，也成為了品牌名稱。



JOMO 為「Joy of missing out」的縮寫，意指學習去享受失去過程所帶來的美好。（圖片來源 / 鄭新穎提供）

在這個咖啡廳猶如雨後春筍般出現的時間點，激烈的競爭下，不到三年便失敗倒店的例子數不勝數，而每個倒閉的店面便是幾百萬元的損失，因此如何在紅海中脫穎而出，走出自己的風格與訴求顯得格外重要。為此，新穎在JOMO COFFEE的前期規劃走得相當謹慎。

為了將風險降至最低，新穎決定先從線上店面開始經營，之後再視網路上的產品銷售情況，作為是否開設實體店面的重要指標。為了打造精品咖啡的品牌形象，從Logo設計到各式包裝袋都不惜砸下重本由專業設計師操刀，並且架設電商網站，販售濾掛式咖啡以及咖啡訓練課程等產品。

在線上電商經營兩年左右，由於取得不錯的成績，新穎決定開設實體店面，加上恰好有認識的前輩正在尋找店面共租對象，因此JOMO COFFEE葫洲外帶店於焉誕生。雖然歷經多年努力終於迎來第一間店面的開幕，但新穎的夢想藍圖並不止於此，「葫洲店的開幕是一場意外！」新穎俏皮地說到，真正讓他徹夜沈思的是對籌備中JOMO COFFEE大龍店的遠大理想。

LIVE HOUSE與咖啡廳的交響曲

國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

新穎對於JOMO的定位從來都不只是一間咖啡廳，咖啡只是JOMO品牌創始的媒介。「當初在寫這個品牌的時候只有寫JOMO，後來因為剛好遇到咖啡，所以就叫做JOMO COFFEE。但其實沒有受限在咖啡領域，說不定未來還有JOMO TEA或JOMO BAR。總之JOMO會是一個強調多元、複合式的品牌」新穎說到。

由於剛好認識許多玩音樂的朋友，將大龍店與Live House結合的構想油然而生。「我會覺得想要跟他們一起成長，提供他們一個空間辦表演是一件很棒的事情。而且我本身是很喜歡唱歌的人，也可以在這裡舉辦自己的表演。」新穎說到這自己都笑得合不攏嘴。因此大龍店特別設計吸音牆，成為一個可以容納七十多人的音樂展演空間，並在2020年7月成功開幕。



JOMO COFFEE大龍店開幕，鄭新穎上台獻唱。(圖片來源 / 鄭新穎提供)

文章的開始所述之音樂會可以說是JOMO COFFEE的重要里程碑，透過鄭新穎的努力，七組樂團的卡司，搭配吸睛的宣傳海報與成功的社群行銷，表演當天座無虛席，這些經驗都讓新穎在複合式經營上更有自信。

讓咖啡與音樂成為生活

新穎認為咖啡就是人們日常生活的一部份，對咖啡的品質與風味是JOMO的自我要求與專業的提升，而非用一堆口感、技術、咖啡豆品種的術語去包裝給客人看，因此JOMO的咖啡名稱不外乎是接地氣的名字例如，例如：葉生活·配方茶啤酒和人生好難手沖咖啡。「我自己是學醫療出來的，我深深了解跟客人溝通的時候，不可能把醫療知識拿去跟客人講，放到咖啡上也一樣的道理。」

與Live House結合的複合式咖啡廳概念，則是讓JOMO賦予了貢獻社會的品牌價值，提供台灣獨立音樂人一個展演的空間，讓這些好的音樂就像咖啡一樣，真正地走入人們的生活中。

在孤獨中蛻變 享受追夢的喜悅

回顧開創JOMO的過程，一切都必須靠自己孤軍奮戰，身邊的人不懂也不會懂你的心情。看到財務報表後的失落與手無足錯，看見雇用的員工時感到的壓力重重，所有問題與痛苦都必須獨自承擔。那些沒有經歷過的棘手問題，就是盡力去找朋友、長輩求教。

對新穎來說，扛起所有責任並在孤獨中自立自強絕對是過程中最困難的部分。「有人會覺得我在創業，但我自己並不這麼覺的，因為創業可能有一點創新，但我其實是在舊有模式下，摸索自己的商業跟經管模式來開創公司。這些過程裡不會有太多的前輩指引，就是自己必須學會堅強的面對，真的很孤獨。」但新穎也表示「辭掉上一份工作、踏上這條路一點也不後悔，反而很滿意現在的生活方式。」





雖然過程孤獨又艱辛，鄭新穎卻很滿意。（圖片來源 / 鄭新穎提供）

疫情下的JOMO精神

雖然近日在疫情的衝擊下，一切音樂展演活動皆無法舉辦，對JOMO COFFEE來說無疑是一大打擊。然而，鄭新穎並不因此氣餒，對他來說疫情反而提供一個機會讓自己沈靜下來，為JOMO這個創立不久的新品牌做更詳盡的規劃，「與其埋怨疫情的衝擊，不如擁抱Joy of missing out！」

關鍵字：咖啡廳、Live House、咖啡、音樂展演空間

縮圖來源：鄭新穎提供



記者 郭揚



編輯 徐曼妮