

第參章 台北夜店發展歷程與脈絡

Pub 這個字是個外來的符號，因此在定義上是非常任意的，會隨著時代、文化或是社會背景的不同而有所變化（蘇勤惠，2001）。在台灣特殊的社會脈絡及歷史背景下，夜店的休閒特性並非一開始即有的，它在不同的時代下有它特有的功能與性質。因此，以下本節將跟據文獻資料與有 pub 經營經驗受訪者的訪談，來描述不同年代夜店所呈現出的風格樣貌、價格及參與者類型。本章共分六節：第一節 60-70 年代；第二節 70-80 年代；第三節 80-90 年代；第四節 90-90 末；第五節 90 年代末期；第六節近五年的夜店發展。

第一節 60-70 年代

從殷寶寧（1999）的研究發現，60 年代的夜店大多稱為 pub 及 bar，由於這個時期台灣在國際上戰略位置的特殊，使得台灣尤其是台北市成為美軍參與越戰時的度假中心。這也使得 pub 這項外來文化傳入台北。鍾俊陞（1988）估計當時來台美軍最多的一年約有二十萬美軍來台，同時也幫台灣帶來了十億美元的外匯，對於當時台灣的經濟來說是很重要的。

一、風格

Pub 文化，本身就是美國人生活中所不可或缺的休閒活動之一，台灣沒有，所以這也使得 pub 為專屬於美軍社群的休閒社交活動。然而這樣的社交場所也因為美國大兵異地他鄉所產生的性需求，而孕育出了色情的因子。大致來說當時夜店的風格及特色就如達哥及王總所說：

他們大多屬於傳統的美式酒館，也就是裡面除了吧台外還有撞球台及飛鏢靶。外面則是紅紅紫紫的霓虹招牌，伴隨著站在底下的漂亮小姐，重點是他們還會幾句拉客的英文喔，如：「*come in*、*handsome boy* 等」（達哥）

那時候的 pub 很陽春，有些還沒店名，大多都是把美式啤酒的招牌，如 *budweiser* 及 *miller* 等框上霓虹燈，就形成了店面的外觀。而內部的

裝潢大多是以木質建材為主，音樂部分則是美式的鄉村及搖滾樂為主，燈光則是以紅黃色的搭配為主，不像現在夜店中那樣吵雜及昏暗。我印象中他們大多是喝啤酒及 *whisky*，多是在喝酒、抽煙或與店內的小姐聊天，反正他們去那只是為了酒與女人。（王總）

二、價格及參與者

在那個年代，夜店的消費比現在要高得許多，有時店家也會收美金，因此當時 pub 的主要消費者就如達哥說的：

pub 及 *bar* 根本就專屬於美國大兵的，那裡幾乎不會出現台灣的消費者，依我看那比較像他們的軍官俱樂部，有時候在裡面也會用美金來消費。（達哥）

因為這些因素，所以當時夜店的參與者也就是美國大兵在店內幾乎都抱著有錢是老大的心態，這樣的心態就如毓芬姐說的：

那個時候的 *pub* 幾乎沒台灣人，都是外國人，而且他們的酒品及態度都不是很好，常常會喝完酒就在那邊發瘋，以為自己是外國人就很了不起，還好那時我還不是老闆不然以我的個性我一定會翻桌。（毓芬姐）

依當時平均國民所得約為 360 美元來看，對於一瓶啤酒要價 100 圓新台幣的美式 *pub* 來說，一般大眾鮮少會前往消費的。

走過了美國大兵的年代後，台北夜店的發展並沒有因此走出色情及功能取向的陰影。到了 70 年代由於我國國際環境的持續緊張，*Pub* 此時所扮演的角色依舊以提升國家生產能力及觀光交流為主。但是也因為經貿發展的緣故，主要的顧客則由美國大兵轉為日本商業人士。這時期因為其特殊的時代及社會背景，*Pub* 在當時的發展大多是以美式風格在經營，後來也衍生出了色情的內容。此時期的 *Pub* 大多集中於中山北路及雙城街一帶，目前類似的店家在那一帶的路上仍能見到。

第二節 70-80 年代

1970 年越戰結束美軍駐兵離台後，部分具有情色性質的 bar 也因此沒落或轉型，此時 pub 的性質也稍微有所轉變。

一、風格

此時期的 pub，大多集中於外國人較多的商圈內，如天母及師大附近。在外觀及內部裝潢上並無太大的改變。達哥說：

這個時候的pub除了延續先前的美式pub風格外，也出現了許多英式的小酒館，這兩種pub的店內裝潢差不多，大多是以簡單的木質建材為主的吧台及桌椅，當然店內不可或缺的就是撞球台及射飛鏢區了，那邊是許多人交談及互動的好地方。還有一個地方也可以交談，而且還可以與酒保（bartender）互動，這地方就是吧台，我會講這個是有原因的，你知道為什麼嗎？因為這種英美式的酒館要換啤酒都得去後倉庫搬酒出來，但後來為了方便所以在吧台上都會裝一個拉把，那叫beer engine，這是這種pub的特色之一。（達哥）

二、價格及參與者

雖然在外觀、內部裝潢與價格上沒有很大的改變，但在性質及參與對象上已稍有不同。

在價格方面，此時這類型 pub 的消費如凱哥說的：

那個時候的pub擁有濃厚的異國風味，且消費也不便宜，所以會去那邊消費及交友的人們，在經濟及接受外來文化的程度是比一般人要來的高，那時我記得一個人平均消費大概介於300至500元之間。（凱哥）

雖然那時的國民所得依主計處的資料顯示已提高至 1900 多美元，但對大多數人而言，pub 在他們的心裏並非一項休閒活動，而且與當時的物價相比，300 元去喝

杯酒已算是奢侈的消费，再加上受到当时保守社会风气的影响，前往 Pub 的人在当时算是一群异质的小众。

虽然当时参与的对象大多仍以外国人及外籍学生为主，但也有少部分的台湾人参与其中，他们大部分是留学回来或是希望能在里面与外国人练习英文对话或有所目的的人们。王总就提到：

这阶段的美式及英式酒馆，都是一些外国驻台使节或是在台湾当地工作的外国人，这个地方是他们结束一天工作后唯一能去及想去的休闲场所，大多是在里面喝酒及藉著跟同乡的谈天来消解异乡之苦。此时也有许多留美回来的留学生会来这里，还有许多希望能藉著这个环境学英文的台湾人也会在这里出没。（王总）

另外凯哥也提到：

据我所知，在当时那个年代还有许多小姐前往的目的是希望能在里面谱出异国恋曲，进而获取美国绿卡。（凯哥）

整体来说，这阶段的 pub 无论在空间大小及内部装潢上都比较狭小且简单朴实。同时具有特殊的功能，如获取外汇、促进观光经济及某些人获取绿卡机会的场所。在参与的人数上也属于小众，毕竟在那个后农业及工业刚起步的年代，一般民众对于休闲及观光的概念还是比较著重于重要的民俗及节庆活动为主（苏硕斌，2006），所以对于 pub 这项外来文化还未能完全接受，因此这阶段的 pub 也不具有休闲的特质。

第三節 80-90 年代

由於 80 年代中後期的經濟起飛及交通網絡的逐漸發達，造成台灣在產業結構上的快速轉變，由原先的工業社會逐漸轉型成以服務業為主的社會型態。也使得各家大型的主題樂園及休閒活動應運而生，好比說小人國、西湖度假村及台北海洋館

的出現，相對也開啟了一般社會大眾的休閒概念（張人傑，2006）。而在這段時期台灣的夜生活也漸漸地盛行及普及起來。

一、風格

本時期出現了一個融合台灣本土風格的夜間喝酒場所，「啤酒屋」。在訪談過程中達哥及王總回憶到這段都特別興奮，像王總就說：

說到啤酒屋，讓我想起那時歡樂的時光，在裡面除了可以跟朋友喝生啤酒及吃碳烤外，還可以搭訕啤酒小姐，也就是現在的酒促啦！（王總）

達哥也提到：

這個時期一般的快炒店及喝酒的路邊攤大多開到九點左右，接下來要繼續喝酒，就得自己回家喝了。好在不久後就有啤酒屋的出現，當時啤酒屋的出現對於愛玩的我簡直是天下掉下來的禮物，你現在可能會覺得很誇張，但對於當時那個時候來說，有一個地方可以喝酒聊天到午夜的場所真的不多。那時候的啤酒屋外面都會掛一個很大的啤酒杯然後寫著pub，所以啤酒屋可以說是一個具有台灣味的pub。（達哥）

二、價格及參與者

啤酒屋的價格在當時來說可算是一項平價的夜間消費，而參與者當然是以台灣人為主了，其實啤酒屋就很像現在的快炒店，只是當時的快炒店並無啤酒屋般精緻的裝潢。當時啤酒屋內一杯生啤酒的價格約 150 元新台幣，在當時正值經濟起飛的年代，國民所得已接近一萬美元的同時，再加上漸漸開放的社會風氣，大眾也逐漸能接受這樣價格的消費。

第四節 90-90 末

在那個經濟起飛及生活水平逐漸提高的年代中，社會中的休閒娛樂思維也越加

普及與開放，這也使得人們在追求休閒及娛樂上的需求漸增。啤酒屋及美式小酒館在情境上、視覺上及聽覺上的互動已逐漸無法滿足夜間消費族群的需求，所以 90 年代開始許多類型的 pub 紛紛出爐。

一、風格

由於社會風氣的開放，夜店也漸漸成為一個交友的平台。毓芬姐就提到：

其實啤酒屋算是一個不錯且很平價的夜間喝酒場所，但後來為什麼會有夜店（搖頭店及 disco pub）的產生呢？我覺得這與社會風氣逐漸開放下的男女互動關係有關。像啤酒屋內的互動都是屬於同桌的互動，且同桌的人們都是相互認識且一同前往的朋友，所以幾乎沒有任何的媒介可以與他人互動。而夜店卻提供了一個可以藉由音樂節奏而與他人跳舞的場所，除此之外，也可藉由當時店內的情境及敬酒行為來達到認識的效果。所以當夜店有了這些功能後，人們漸漸覺得去夜店比去啤酒屋喝酒有趣及刺激，所以夜店就這樣盛行起來了。（毓芬姐）

除了跳舞為主及互動較多的 disco 夜店外，此時也有以 live band 演唱、rock、jazz、lounge 及複合式餐廳等為主的小酒館，這類夜店的消費者大都是獨自在享受裡面的氣氛或與朋友聊天。這時的夜店風格類型頗多，在訪談的過程中達哥也說到：

那時候台北的夜店類型確實很多，就看你自身的需求及喜好。（達哥）

二、價格及參與者

此時的參與者在經濟能力上都具有一定的水準，就如達哥說的：

那時會去 pub 消費的族群在消費能力上都有一定水準，如果想在 pub 內多喝幾杯，那幾千塊是跑不掉的。我印象中，以音樂取向為主，像比較有名的 hard rock cafe、roxy、EZ5 等，一杯啤酒都要 150-200 元。比較走時尚流行風的 disco pub 一杯啤酒也要 150 元，所以那時候比較不會看到有人醉倒

在舞池中。(達哥)

隨著經濟、消費及社會風氣的大幅提升與開放，加上都會商圈計畫的執行，使得這個時期的 pub 已由盛行一時的啤酒屋，發展到具有都會時尚特色的 pub。這些如雨後春筍般冒出的夜店各具特色，有以聽音樂為主的 café 及 lounge、走美式酒館及複合式餐廳經營為主的 pub、也有以跳舞為主的 disco。

第五節 90 年代末期

90 年代末期夜店的發展主軸為都會時尚且有舞池可跳舞的 disco pub 為主，其中還包括在 90 年代末期短暫出現的搖頭店。

台北的東區，一個以時尚流行，品味消費為主軸發展的現代都會區悄悄地運用商業炒作的模式建構出一個完全不同於上述任何脈絡的 pub 類型，disco pub，這也是 disco pub 最初的發展地點。

一、風格

此時夜店的風格走向已越趨商業化及走向個人化的風格。達哥說：

一切都是從東區開始的。因為那邊是都市商圈計畫的重點區域，所以在商業資本的大力炒做下，可以看到東區那附近進駐了大批以外國時尚名牌為主的店家，再加上時尚所需的元素及設計，使得那裡變成了一個追求時髦及新潮的人都得去的地方。也是從那個時候開始，許多的大小夜店都在那裡設點，最多的時候，一條巷子裡有五六家，其中最有名的大型夜店就是現在還是 disco pub 龍頭的 luxury。那時候夜店的特色已與先前不同了，他們很注重設計感及夜店空間內的特色，包括店名都很有時尚感。(達哥)

王總也說到：

這時的夜店很注重包裝及設計，且各有特色。像我朋友之前投資的一家叫

侏儸紀，裡面的裝潢設計就是以原始時代及恐龍造型為主，音樂則是當時流行的西洋舞曲，印象中布蘭妮的歌放得最兇。(王總)

二、價格及參與者

此時期的參與者大多是有基本經濟能力的年輕上班族群。王總說：

那個時候去夜店的族群大多是上班族及打扮時髦的年輕人，但跟現在比起來還是有所差別。因為那時在裡面喝酒是要用點的，所以沒有多少錢的人是不會進去喝酒的。在當時點一杯啤酒大約要200多元，所以大部分的人也不會點太多，兩三瓶就算很多了。(王總)

毓芬姐也說：

我自己年輕的時候就是那種穿著全身黑且打扮時髦的夜店咖¹，但那都是包裝出來的，有沒有錢才是重點。因為那時沒有什麼特別優惠及喝到飽這回事，所以進去後你會發現，沒那麼多錢的整晚就拿著一瓶啤酒撐著。但大部分的人都還挺有錢的，在我的記憶中每桌上都是滿滿的酒杯。(毓芬姐)

凱哥也認為：

那時候disco pub 很盛行，也很受到年輕的上班族群所歡迎，他們認為以他們的經濟能力一個禮拜去那邊喝一次酒約500元是負擔得起的。他們還認為那邊的消費空間及被製造出來的時尚及流行品味是很符合他們生活品味的，所以那時可以看到很多穿著雅痞的年輕人酷酷的坐在夜店喝酒及跳舞。(凱哥)

由此可知，當時會前往夜店消費的族群，在經濟上雖可負擔一次約 500 元左右的消費金額，但他們飲酒的模式就與現今暢飲店出現很大的差別，當然在「暈眩」

¹ 咖：傢伙的流行語，台語的國語版。

及「迷亂」的程度上也就出現很大的落差。

上述這些有特色的 disco pub 在蕭伊容(1995)的論文中均把它稱為當時興起的新興 pub。蕭伊容的論文提到，由於當時受到流行消費的影響及飲酒風氣的日益多元與大眾化，所以 disco pub 被視為是一個高級、時尚、流行且專屬於那些自認為可接受外來文化及有品味的中產階級所擁有。

就在 disco pub 流行的同時，搖頭店也慢慢的在台灣出現了，當時鍾佳沁(2001)就寫了一篇關於台灣搖頭次文化的論文，文中提到了許多有關 rave(瑞舞)文化及台灣搖頭店內的嗑藥現象。他認為當時在台灣搖頭店內的毒品與黑道及中小企業經營夜店有關。除此之外，台灣的搖頭店也發展出與 KTV 有關的台灣在地化青年搖頭休閒文化。因為搖頭店的電音及嗑藥為社會所不允許，所以流竄到 KTV 內進行，也因此台灣的搖頭族並沒像外國般那樣抵抗警方的臨檢及抗拒社會的規範。另外 Merchant 和 MacDonald(1994)在他們研究的瑞舞文化中就提到，過去的傳統迪斯科舞廳是在展現個人魅力及對於性慾望的追求，而這與瑞舞文化中人們對於音樂及藥物的陶醉是有所不同的(孫憶南，2004)。另外，Pini(1997)在女性與英國早期瑞舞的研究中也指出，瑞舞文化是不同於舞廳的陽具思考模式，相反的，他們的歡愉是建構在搖頭丸與音樂之中，這也就說明了賣弄風騷與眼神交會在其中是不被重視的。

第六節 近五年的夜店發展

近年來，台灣電視媒體的蓬勃發展及綜藝談話節目的炒作，以時尚消休閒為出發點的雜誌大量發行，使得台灣現今的時尚消費都會休閒觀走到了極致。再加上生活安逸及資訊的大量接收，使得人們在追求感官刺激上的需求更勝以往。所以近幾年發展出了兩種類型的時尚夜店，一種是奢華雅致的 lounge bar，另一類則為本研究欲探討的暢飲型夜店。

一、Lounge Bar

這類型的夜店主要是為了方便上班族談公室及下班後放鬆心情所設計的。一般來說，內部裝潢優美及舒適，音樂也以輕鬆的爵士及 bossa nova 為主。

(一) 風格

lounge bar 為都市中的人們提供了一個時尚且舒適的飲酒空間，像達哥就從有形及無形的感受上為 lounge bar 做了定義：

就我個人的體驗，如果真要為 lounge bar 下個定義的話，那可以從他有形的裝潢和音樂及無形的感受說起。在 lounge bar 的裝潢中並非只有幾張冷冰冰的椅子或是桌子，它一定要有一個很大的沙發，而那個很大的沙發一定要讓人在坐下去後感到很放鬆且舒適，就有如回到自己家裡般。而在燈光方面的運用上則是要給人柔和溫暖的感覺。（達哥）

另外毓芬姐也提到：

聽覺在 lounge bar 中是一項很重要的元素，在 lounge bar 中我們不會聽到像 disco pub 裡的重節奏音樂，而會聽到比較舒緩的音樂，如 jazz、down tempo、bossa nova 等帶電的柔和音樂。（毓芬姐）

由此可知，lounge bar 在有形的裝潢上所呈現出的是舒適大方的沙發坐椅、及輕鬆柔和的音樂。在無形的空間氛圍中，則可讓人們感受出放鬆及舒適的美感。

（二）價格及消費者

在消費者的對象中，會去 lounge bar 的消費者本身在經濟上都具也一定水準，因為 lounge bar 的消費方式有如一般的高級餐廳，在餐點及酒精飲料上都是屬於有特色的單點消費。依研究者親身的經驗，在 lounge bar 中一瓶小瓶的 coors 啤酒要價約 300 元新台幣，這與市價一瓶 38 元相差了近八倍之多。

二、暢飲型夜店

其實暢飲型夜店的許多特色是沿襲 dico pub 而來的，但為什麼暢飲型夜店的出現會帶給 dico pub 那樣大的衝擊及影響呢？

（一）風格

暢飲型夜店之所以會興起主要與其行銷手法、店內風格及音樂類型有關。毓芬姐有提到：

暢飲型夜店只是把原本disco pub所不足的地方加強且賦予更多的性暗示於其中，這可以從我們每週的行銷手法看得出來。我們幾乎都是針對女性的主題而提供優惠給她們，這也使得現在夜店裡的女性消費者比以往高出許多。現在暢飲店主要都是在賺男生的錢，所以我們必須營造出某種想像空間給他們。最近就有一家同業的行銷模式是12點前只准女生入場，且女生有辦卡的可以免費攜帶25歲以下的女性朋友一起入場，這樣男生一進場就會感覺整個夜店都是女生，也提高了他們下次再進場的意願。(毓芬姐)

這樣的模式也可以從暢飲店每天都舉辦不同特色的活動但都是針對女性消費者而看出，好比說現在台北的暢飲店都會在星期三及星期四作為「淑女之夜」，在假日則會舉辦「迷你裙」及「比基尼」派對，這些活動的訴求都是希望能吸引敢穿敢露的女生以免費或較低的價格入場，藉此由大量的女生來吸引男生花錢入場。

至於暢飲店內的空間及裝潢，是以時下年輕人所追求的精緻、奢華及重視感官刺激等休閒娛樂觀為設計的主軸，因此店內的空間都不會太大，大約都在五十坪自一百五十坪之間，並且在其中融入 lounge 的時尚裝潢特色及 disco pub 的夢幻跳舞空間。

最後在音樂類型上，大多以比較芭樂²的嘻哈及流行音樂舞曲為主，且在播放模式上有一定的順序及必放歌曲，以藉此炒熱氣氛而獲得大家的共鳴，如 Usher 的 Yeah、布蘭妮的 Do something、Queen 的 We will rock you、黑眼豆豆的 like that、Ciara 的 Goodies 等。

(二) 價格及消費者

暢飲型中「無限暢飲」的特殊消費方式使得消費者在消費時的經濟負擔大為減輕，這也使得暢飲店的消費者出現了較無經濟能力的學生族群，這是以往夜店中較少出現的一群消費者。這樣的轉變，在訪談中王總提到：

如果今天有兩個相似的地方，但其中一邊比較便宜你會去哪邊？暢飲店運

²以羅蘭巴特對符號及語言學的定義來說，羅蘭巴特把符號所展現的意義分為兩個層次。第一種層次所表現出來的是它原本所擁有的樣貌，而第二種層次則會隨著其社會及文化的不同而有所表達的意涵。像芭樂在第一種層次所展現出的意義為水果的一種，而它在第二層意義中則意味著大量重複且規格化的通俗文化。

用乾冰燈光及show girl把過去disco pub內的氣氛搞得更瘋狂及歡樂，製造更多的互動機會給消費者，且提供喝到飽的酒精飲料。好！你想想喔！今天你去那邊的目的是什麼？大多數的人醉翁之意不在酒吧！所以酒的好壞不是那麼重要。所以過去一杯酒要200元，現在我們只收500卻提供所有的酒給大家喝，那你會選擇去哪呢？（王總）

達哥也提到：

暢飲店的出現確實給非暢飲的disco pub帶來很大的衝擊，這也是為什麼現在有幾家非暢飲型夜店在星期三及星期四會改暢飲來吸引消費者的原因。這個原因很簡單，暢飲型夜店內的調酒大多是濃縮果汁與冰塊加的比較多，且用來調配的基酒品牌也大多使用二流的牌子，啤酒也是大量批發及…某些管道所取得，所以才會用500暢飲來吸引消費者。（達哥）

凱哥也說：

由於會去暢飲店的人們對於酒的品質及音樂的類型無太大的挑剔，所以只要把店內的裝潢搞得很時尚、很氣派就可以了。至於酒只要能喝，音樂只要是大家耳熟能詳的流行舞曲，他們就很快樂了！這也是為什麼暢飲店可以以平價消費，對女生甚至免費的方式來與非暢飲型的disco pub做競爭，也因為平價的原因所以帶來了大量的女性學生族群，相對的這也會吸引許多男性進場。（凱哥）

除此之外，我認為現今的暢飲型夜店之所以會出現大量的學生消費族群，主要與現今年輕人的消費價值觀及整體社會環境有所關聯。這兩項因素是息息相關的，想當初我還讀高中時，並沒有像現今滿街都是「吃到飽」的餐飲店，但近幾年在街上三不五時就可以看到399吃到飽的招牌，另外在其他娛樂上好比說看電影、唱KTV的消費金額也大多介於500元之間，這樣的轉變使得大多數年輕人已習慣了這樣的消費金額，相對的也表現出目前大部分台灣人可以接受的消費金額。因此暢飲

店的消費水準在他們眼中，已不同於上述五個時期。

本章小結

隨著社會及經濟脈絡發展至今，台灣的夜店由一開始的戰略、外匯、經濟需求到了今天的時尚消費需求。在特性上從以往的工具性質轉變到了具都會休閒的特色，類型也從一開始的美式酒館到了現今流行的暢飲型 disco pub。

60-70 年代的台北夜店一點也不台灣，只能說是用以取賺外匯及促進觀光交流的美軍休閒酒館及日式商務酒吧。到了 70-80 年代後，雖然此時的 pub 在一般社會大眾的認知中並不具任何休閒的功能，但已有些許的台灣人為了自身的目的，好比說學英文，而開始參與這項夜間活動。然而，對台灣人來說，真正開始感受到夜間活動所帶來的休閒樂趣，是從 80 年代的啤酒屋開始。在此之後的 90 年代，由於經濟及社會風氣的劇變，使得各類型的 pub 如雨後春筍般的出現。在這眾多類型 pub 出現的此時，台北東區出現了一個以時尚流行及品味消費為主軸的新興 disco pub，而這類型的 pub 至今依舊盛行於台北的夜間，且更近一步的發展出暢飲的形式。

暢飲類型的經營模式之所以會盛行且對於非暢飲型夜店造成影響，主要因為其名稱雖然為「暢飲」，但卻鮮少人能真的喝那麼多，因為人們的酒量有限。以女生來說，她們並不會喝太多的啤酒，大多是喝調酒，而暢飲店用來調酒所用的基酒就如上述經營者所說的並不會用太好的基酒。另外，根據我的觀察，男生如果去暢飲店是以結交異性為主時，並不會喝太多。而真的純去喝酒、跳舞的人們，在我簡單訪問四家 bartender 後，他們告訴我，一般的消費者大多喝個四五杯調酒或啤酒就很多了，鮮少有人會喝到十瓶以上。這也是為何夜店經營者，會以「暢飲」為其行銷手法的原因之一。而這樣的一個暢飲型夜店，究竟在現今都會中呈現出何種特殊的文化風格及休閒功能？

目前在「愛趴網³」與「PTT 的夜店版⁴」的收錄中，台北大約有 74 家各類型的 pub，大致上分為三類（如附錄一）。在 disco pub 方面，有非暢飲類的 Luxy、Plush、Room18、The Face、Pasoul、Mint、Champagne3 等，以及本研究欲探討的暢飲型，如 9person、TU、Wax、VS、COR、Lava、Babyl8 及 Partyroom 等。偏美式風格 live band 且有歷史的 pub 則有 Roxy99、Roxy、The Wall、地下社會、銅猴子及河岸留言等。走時尚品味且消費較高的 lounge bar，如 Sofa、BrownSugar、Champagne1、

³ 目前台灣最大的夜店出口網站，專門介紹目前台灣北中南各大夜店的訊息及活動。

⁴ 討論有關夜晚何處去的網站，很多網友會在上面討論有關夜店的事情。

Champagne2 及卡內基等。