

小創作 大野心 從文創到品牌之路

創意市集的興起，除了掀起一股創作風潮外，還帶來不少創業機會。創作者以市集作為起點，研發、販售各類產品，生活用品、文具玩意、清潔產品、藝術作品、健康食品等，應有盡有。台灣文創風氣更甚，不少人全職創作，並將之當成事業經營，幾年下來，已略有成就，不僅累積了粉絲，更吸引了誠品、林百貨等企業的注意，進駐櫃檯，慢慢建立起品牌。

適逢今年台灣月以「思想創業」為題，邀請數十個台灣原創品牌來港擺攤，記者邀來其中四個——綠藤生機、樸實工作室、大隱陶集及有空5 mins，分享其創業過程，讓大家先睹為快。

從最初以興趣開發，不斷在創意市集曝光，到後來產品愈來愈為人熟知，開始擴充規模，這些都需要花時間經營。相比香港，台灣近年崇尚慢生活，人們放下腳步思索生活，開始做些小手作，加上市集興旺，政府又大力發展文創業，從上而下形成了一股風氣，讓不少不甘於營役過日子的年輕人開啟文創之路。

然而文創畢竟是個空泛的詞彙，要將之轉化成產值，不僅是作品做得精緻做得好，經營者更要從商業角度出發，配合包裝、行銷、通路等，打造出專屬的產業鏈。台灣原創品牌阿原肥皂便是最好的例子，2005年成立以來，除了在台灣地區通行外，更進駐香港、內地、新加坡、日本等地。其標榜的天然、草藥製成固然是一個賣點，更重要是其行銷手段，如打造清新的品牌形象、靠口碑相傳等，不以打折、強銷博取顧客歡心。

因此，如何打造品牌亦成為一個學問，是像綠藤生機般走生活美學路線，還是像大隱陶集般以簡樸取勝？

四家品牌，各有特色。綠藤生機從研發芽菜到推出清潔用品，幕後原來請來兩位農學專家擔任顧問，確保產品絕對天然、安全；樸實工作室從健康角度出發，在食品加工方面做出新意，推出口味特別的鳳梨糕、麻油薑黑糖等，原來團隊在背後做了大量實驗、評估，以消費者的接受度為優先；大隱陶集出品的陶瓷生活器皿深受顧客喜愛，但在慢慢朝向量產的過程中，全由創辦人孫瑞玲一人把關；而有空5 mins由一對夫妻經營，曾任設計師的蔡文明埋頭創作，妻子Miya處理所有行銷工作，品牌成立不久已進駐Pinkoi、ETSY、誠品expo等平台，他們靠的是不斷開發、改善商品，來累積人氣。

創業的模式有很多，文創業尤是，可以一個人玩，可以夫妻兩人分工合作，也可以呼朋喚友一起創作，最重要是清楚目標是什麼。



■貓房子



■漂浮貓

綠藤生機 打造生活品牌

乍看綠藤的產品，第一感覺是「很清新」。簡單的瓶子，裝着淺色的清潔液體，十分順眼，「我們想做一個生活類型品牌，像Muji那樣。」業務經理陳宜珊說。她和幾個金融系的同學在2010年創立綠藤，當時他們在桃源開了一個農場，以種芽菜為主。他們把研發出來的活芽菜帶到市集裡，一顆顆小小的菜苗，吸引了大家的注意力，「那時還蠻突出的，因為大家很少看見活的芽菜。」

2013年，菜賣得差不多了，他們開始投入產品研發中，利用芽菜萃取做出一系列清潔用品，而背後負責監控品質的是台大的鄭正勇教授及橘子工坊的創辦人林碧霞博士。「從吃到用，我們都強調植物活着的形態。」



■綠藤生機 2010年創立，最初以培養活芽菜為主，後來萃取芽菜研發各種清潔用品。



■綠藤從飲食到使用，致力營造簡樸的生活美學。

東•西

文：余綺平

中西教育孰優孰劣？

「學生能力國際評估計劃」(PISA)每年向六十五個國家、五十萬名十五歲學童，進行數學、閱讀和科學三科測試。今年，上海學生三科踞首位。過去多年來，亞洲學生的成績最佳，英美兩國的成績通常排名二十名以下。傳統中國式教育逐漸受西方國家青睞，他們甚至認為，中國的經濟突飛猛進，全賴數學成績出類拔萃。

兩年前，英政府曾組織教育考察隊，前往北京的學校取經。最近，英國漢普郡(Hampshire)一所中學，邀請了五名中國教師來校，向五十名年齡十三至十四歲的學童授課，希望藉此交流經驗，從中偷師。

整個過程，由BBC拍成紀錄片，分三集播出。結果，片中的中式教育方法，引起英國社會爭議。《衛報》署名文章更指出，如果英國學校要模仿中國教育

的話，勢必一敗塗地。英輿論普遍認為，中國傳統的背誦和操練等方式不可取。

從BBC節目看到，參與實驗的學生在課室裡不守秩序，交談、吃東西、走來走去，中國老師無可奈何。老師愈嚴厲，學生愈反擊。老師反感，指責學生意度惡劣，不尊師重道。校長辯稱，批評中式教育過於沉悶，沒有啟發性，沒有互動性，學生毫無得益。

節目最後分析，中式教育和英式教育水火不容，這項試驗徹底失敗。

《衛報》評論今次教學試驗時指出，根據英政府的視學官調查結果，三分一英國中學的教育水平不合格，其中十七萬名學生的成績不能接受。但是，如果根據這個調查和PISA的排名榜來否定英式教育，實屬荒謬。因為從來沒有證據證明，PISA的成績與學生將

來的成就有關連。

過去半世紀以來，英美兩國的PISA排名榜均落後他國。不過，無論英國在學術研究、文學創作、電影製作和藝術創意等方面；美國在經濟生產、軍事實力、數碼科技發展和太空探索等方面，一直領先，贏得最多諾貝爾獎。

文章引用今年初出版的《誰害怕大壞龍：為什麼中國擁有最優秀（以及最惡劣）的教育體制？》(Who's Afraid of the Big Bad Dragon?)一書。作者趙勇(Yong Zhao)一九六五年出生於四川，在中國接受小學、中學和大學教育，一九九三年入讀美國伊利諾大學教育學院，獲得博士學位。現職密西根州立

有空5 mins 向海外邁進

「我們用最少的資源去經營一個品牌。」說的是有空5 mins。這個以設計小物為出發點的生活品牌，盛載了蔡文明與Miya對生活的想像。曾是設計師的蔡文明，在43歲這一年，放棄原本的工作，返璞歸真，以手作陶器重新出發。他喜歡以魚和貓為題材，手下的魚兒可愛精緻，貓兒則趣怪十足，看着牠們，心情也會變好。

他的陶土作品以擺設為主，像魚嘴散步、狐狸散步、喵小兵等，都很適合放在家中的某個角落。至於貓房子、橡果子屋、漂浮貓這些，則適合放一些小物品。Miya說丈夫是用手跟土來對話，作品融合創意、想像與手塑溫度，帶給大家溫暖、樸實的生活氣息。

「他比較不顧市場，直覺性地創作。」而Miya也默默地鋪路，為產品找更多通路。「我們花時間了解目前的文創通路，在臉書開粉絲頁，並去市集擺攤。」品牌創立短短兩年，已在台南林百貨、誠品expo寄賣販售，Miya也充分利用網絡平臺，如Pinkoi、ETSY等，做網絡銷售。除了陶土之外，他們也發掘更多素材，譬如做藍染布袋、插畫T-shirt等，務求愈做愈好。

Miya說，文創者要起步並不難，關鍵是現在品牌愈來愈多，要持續被看見不容易，而且誠品這些企業也不時更換合作對象，所以要「一直創作、一直進步。」她也不時往海外跑，到澳門、香港擺攤，尋找更多合作機會。



■大隱陶集創辦人孫瑞玲



■咖啡漬簡約方把杯

大隱陶集 One-man band

出於對陶瓷的喜愛，孫瑞玲在2012年創立大隱陶集，並以一己之力，製作陶瓷器皿，並營運大安區青田街的店鋪。「台灣很少人做陶瓷器皿，很難生存，也做得辛苦。」但當初決定去學這門工藝時，她心底已有一個品牌夢，「我成立品牌就是為了不斷提醒自己，無論如何都要做下去。」

大隱陶集的杯、盤、碗、茶具，線條簡單，顏色清淡，沒有太多複雜的圖案，拿在手上舒心不已。器皿的土色、釉色、形製都甚為講究，非常有個性。「每一個我都親自做線條、手繪，讓消費者有使用上的期待。」她希望使用者不僅是拿來盛飯，更可以感受器皿的溫度，想像生活的氛圍。

一直以來，都是一個人工作，因為沒有太多時間打點，店舖只在星期五、六、日開放，「這樣好像很浪費。」她忍不住笑起來。

而她也不急着要拓展，陶器只在自己的店舖及鶯歌陶瓷博物館、大稻埕、台北紅館等幾個地方銷售。「我會看銷售夥伴的態度及店裡的氛圍來決定是否放在那裡賣。器皿類的產品需要一個適合的展示舞台，而台灣並沒有太多這樣的場地。」

樸實工作室 爭取市場佔有率

設立樸實工作室的孫嘉豪是非常理性的人，做每件事之前都有充分的準備，而在推出產品之前，都必定做好市場調查、客戶評估。與一般以興趣出發的創作者不一樣，很早以前，孫嘉豪便把工作室當成一門生意來經營。「我母親開有機店，所以我很早就對健康生活有想法。」常跟人說「這個不要吃」、「那個不能吃」，有天被人反問「那要吃甚麼」，他突然驚醒，覺得這樣治標不治本。

他開設樸實工作室，以研發健康食品及食物加工為主。他全台到處跑，去選購適合的食材，又以遊玩的心態，嘗試開發不同的商品。「我們試過做果醬，但經過檢驗、評估後，發現消費者難以承受它的價格，所以我們沒有推出市面，只是自用而已。」消費者接受與否很重要，很多創作者埋頭創作，往往忘了面對消費者，罔顧市場法則，品牌也難以長久。

樸實推出的鳳梨糕、麻油薑黑糖，味道讓人驚喜，誰也沒想過鳳梨跟椰奶混合起來可以這麼搭配，麻油跟薑放在一起竟然變化出這麼特別的味道。「我們每年更會找些主題來玩，像去年颱風吹掉90%的柚子，我們就採購一些回來，用幾個月時間研發新產品。」開發、研發、設計等，全都自己來，「這也是為什麼產品的價格會比較高。」

市面上的健康食品多如繁星，「我不覺得很大競爭，我們只爭取食物市場1%的佔有率就很夠了。」

樸實工作室的銷售點遍佈全台，誠品、有機店、生活小店都有其蹤影。



■樸實工作室以推出無添加的食品為主，偶爾也幫客戶做食物加工。



■夏威夷鳳梨糕



■英國Hampshire一所中學邀請中國老師來教書。

大學教育學院教授。

《誰》書指出，美國學生的數學和科學成績，幾十年來都落後於人，曾經引起歷任總統憂慮，例如：里根形容

《國家災難》(Nation at Risk)，布什強調「一個孩子都不能落後」(No Child Left Behind)。

但是，趙勇認為中國教育受傳統文化影響——因為中央集權，為了選拔官員，仍沿用二百年前的科舉制。他批評中國教育看不到復興、啟蒙和工業革命。

《衛報》說：「既然如此，我們為什麼還要複製中國的失敗教訓？」