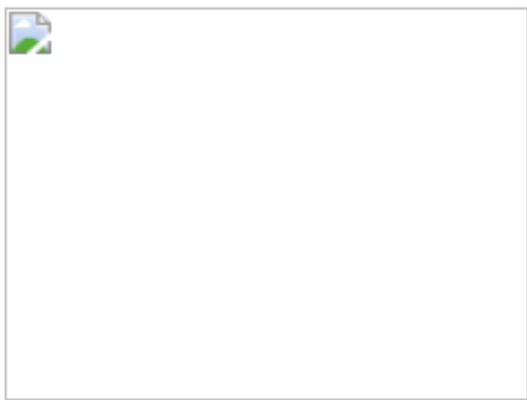


## 林宏文交大幫幫忙：結合台灣3C與文創的新品牌—紙可拍創辦人兼CEO 林秋吉

整理 黃昱晴



原本在大聯大等台灣半導體零組件公司工作的林秋吉，接觸數位相機產業已經很多年，他認為台灣也需要擁有自己的數位相機品牌，讓最好的技術優勢能夠保留在自己的土地上，於是創立了「紙可拍Paper Shoot」品牌，並透過「環保紙外殼」，紙製外殼可隨環境分解、不汙染環境，並可搭配各式創意的印刷，讓紙可拍可以專利布局加上文創風格，創造出產品的創意元素。

林秋吉（以下稱George）說，紙可拍要創造一種品牌感覺，是「可以直覺式的操控，從小孩到老人都可以輕易拍照上手，透過沒有螢幕的設計，帶給拍攝者回歸到最原始底片相機，那種很單純享受拍照的樂趣。」紙可拍成立至今滿一年，已賣出二萬台，目前以小孩子為最大的目標市場，未來也將進軍海外市場。

主持人：歡迎George來上我們節目，想請George先跟我們來介紹一下，這個紙可拍，他的想法和產品本身，到底有哪些的零件、哪些的功能？

林秋吉：紙可拍名副其實是個用紙做成的一台數位相機，我們非常成功的躲開3C市場的規格跟價格戰，創造自己的藍海市場。我們紙可拍走自由品牌，把未來全世界都在推崇的文創這個特色，加進去我們的產品。

我們的相機和所有市面上的相機是全然不一樣的。中間就跟你的名片一樣薄，用的是大立光的鏡頭，台廠的感光原件；再來只要給他兩顆4號電池，還有記憶卡，然後把機心跟我們的環保紙外殼搭在一起，就變成一台數位相機了。

全機的使用只需要按一個按鍵，開機、拍照、關機，全部一個按鍵搞定。然後我們的電池，兩顆就能拍2000張，1G的記憶卡就能拍4000張，還能支援到32G，可以存取非常多的張數。我們真的把全台最強的高科技融入在這項3C、文創的產品內。

主持人：現在的數位相機，或者是手機，都能拿來拍照，而且也很方便。我想請George跟我們談一下，為什麼還要做一個功能簡單又輕薄短小的相機品牌？

林秋吉：大家會覺得說在相機業界，數位相機慢慢被smart phone給瓜分，這個原因是他們只強調拍照的功能。我可以跟聽眾提，我們紙可拍賣的不只有相機，其實主要是在賣附加價值，例如說我們在跟很多配合的廠商，像日本的hello kitty，還有公司和政府機關的禮贈品。我們最大的特色就是把我們的印刷彈性，應用在產品上面，所以外觀是可以根據每個顧客的需求來客製化。

我們的產品在廣告置入性和廣告性行銷上面，功能是遠大於其他3C產品。我們不是在強調拍照功能，我們是選擇生活中，最貼近生活的東西。就很像SWATCH手錶，它躲開勞力士、精工錶、石英錶的市場，用簡單的塑膠錶、個性化、獨特的外觀和造型，來吸引特定族群。所以我們不想讓相機，去取代手機或單眼相機。而是想讓更多的族群發現到，原來他們還有這麼特殊的選擇。

而我們的族群也非常鎖定，兒童，就是我們最大的市場，因為我們想要成為小朋友人生中的第一台相機。我們也鎖定企業的禮贈品，企業都做馬克杯、T-shirt，但有一台這麼棒的數位相機，而且價位是非常友善的情況下，送給VIP客人，每個客人會覺這個東西實在太有創意了。這就是為什麼馬英九總統出訪巴拉圭和薩爾瓦多行程的時候，是帶著紙可拍送給友邦的政府官員跟貴賓。

主持人：George所說兒童市場，第一個我們很怕小孩摔壞東西，還有另一個好處是，這個殼是自己DIY做的，可以做專屬於自己的相機。關於兒童的市場可以在跟我們多做說明一下好嗎？

林秋吉：我們是全世界上唯一一台，你可以從頭到尾自己組裝的數位相機，而且可以組裝成你想要的樣子。我們的外殼可以讓人家畫畫、貼上他喜歡的貼紙，再加上我們專門做的樂高基座。讓小朋友有了相機跟基座，可以推出自己想要的樂高圖案或形狀。所以我們大人，不要在扼殺小朋友的創造力了，讓他們有一個發揮的空間。讓他自己設計，有種自己好像是他的主人的感覺，而且他拍的照片，往往是你無法想像小朋友眼中的世界。

主持人：George以前也在電子業工作，參與很多零件的代理和代工廠的溝通合作，但到後來自己出來創業，可不可以跟我們分享一下這段故事？

林秋吉：站在晶片供應商的上游，我們看到台灣整個產業鏈的下游，因為他是站在OEM、ODM的角色，所以每次在跟配合廠商談開案子、生產的時候，焦點都是在我們要怎麼樣砍自己的利潤，來讓大廠牌答應我們的solution。我覺得這不是台灣未來該走的方向，我以站在晶片供應商要把中游、下游串起來的角度，拉出來做一個台灣的自由品牌，讓台灣其他習慣做OEM、ODM的廠商們知道。當你有技術，有研發和生產製造的能時，不要再做所謂的hidden jumping，用自己的立基點和特色，是有機會以小博大，，拼搏這條血路市場裡面的。我們也是想為台灣的電子生態帶來一些改變，我相信只要紙可拍成功，會有更多hidden jumping站出來，跟我們一樣勇敢做自己的理想自由品牌。

主持人：紙可拍創立到現在一年，已經賣了2萬多台數位相機已經非常成功，且算達成目標，不只在國內市場，甚至是國外市場，可以來談談你的未來計畫？

林秋吉：成立紙可拍，就是放眼全球的市場，從產品的操作、理念、銷售，就是想把他帶到世界各地。其實在今年八月六號，華爾街日報報導出我們在做一個台灣電子產業沒人敢做的事，做自己的品牌，去推廣文創和eco-friendly的附加價值。而去年一整年深耕台灣市場的時候，也有20、30家電視採訪，在網頁、報紙、雜誌不斷的露出，我們是在做一個品牌該做的事情，我們品牌的的價值、我們的理念是什麼，能帶給你的好處、能帶給世界的改變又是什麼。希望未來大家看到紙可拍，不是只有在台灣的文創通路看的到，未來在世界各國的知名景點，或是有文創設計的通路，都能看到紙可拍的出現。

主持人：紙可拍英文叫paper-shot，很多資訊也能在許多網站搜尋的到。因為是用紙做，所以殼也能用回收紙去再利用，不像傳統數位相機會汙染環境，這也是品牌的一個精神。

林秋吉：我們要倡導的是，他是用無毒顏料，是要告訴大家，原來一個是可以離你生活這麼的近。現在許多的電子垃圾，是由於新舊款式的好看或不好看，而去淘汰舊的產品。未來用紙可拍相機，你喜歡新的款式，就把他換新的外殼，這樣可以減少許多電子垃圾，去取代拋棄式底片機，把汙染給取代掉，就能在許多景點出現。

主持人：George和其他人一起創立了紙可拍一年多，得到了許多產品類的設計獎項，但背後一定很辛苦，從資金、開拓市場，都有碰到一些挑戰。跟大家分享一下，你是怎麼樣走過這一年。

林秋吉：就跟所有的新創團隊一樣，我們都是第一次創業。在我們資源跟資金有限的情況下，非常努力讓最小的錢，發揮最大的功用，然後把一個人當五個人用。像我在行銷、銷售和產品架構，都是由我開始發想，再跟他們討論。這個團隊大家的向心力都很強，都是以成立台灣新的驕傲為目標，雖然途中遇到非常多的困難，包含資金上的周轉、推廣時遭到質疑，投資者不敢貿然合夥贊助，想等營收比較穩定、賺很多錢的時後再來談。所以我們在最需要的時候，是靠自己的毅力和意志力，真的就是求生存、找出路，不斷地想盡辦法去找各個方面的資源進來。

我可以跟大家講，現在的創業雖然辛苦，但是沒有比這個更好的時機點了。政府跟民間組織都在提倡創業。當你舉手起來說自己有個很好的idea時，詢問要怎麼開始的時候。大家會靠近你並告訴你，第一步驟是什麼，第二步驟又是什麼。政府也會不斷鼓勵你去往這方面發展，跟你說有哪些補助案可以申請。在以前王永慶的年代，因為經濟起飛，創業容易成功。現在的年代，競爭激烈，但有許多有潛力的新創團隊願意幫助你，加速你的成功，加速你的國際化。我們在交大加速器中心，在政府的幫助下，終於跨出所謂新創團隊的死亡谷底期。真的很感謝大家對我們台灣品牌的相挺，我們未來絕不會讓曾幫助我們的人失望。

主持人：交大加速器中心好像也幫了你不少忙，要不要來談談他們是如何幫助你的？

林秋吉：他帶我們走向國際，帶我們到上海，帶我們參加IPET CHALLENGE，是要我們這些新創團隊，不要只待在辦公室做事。他不斷把你的眼界打開，告訴你外面的世界是怎麼樣，而你要做什麼準備。交大加速器中心，是全台排名第七的加速器中心，裡面的資源、專家和顧問，都是你不用燒很多的錢，就很樂意幫助你。所以如果你很擔心出來創業沒人幫助你，那歡迎你加入交大加速器中心。我們這裡都是互相扶持，有相同的理念，唯有創業，製造創業機會，台灣的經濟才會成長。

主持人：不像傳統數位相機，拍完就能看，而是先存在記憶卡中，在放到displayer去看，那大家對你的產品會不會有所質疑？

林秋吉：很多人都說，你的數位相機好特別哦，但如果再加上一個螢幕，能馬上看，就更好了。但我們其實就是要塑造這種期待感，復古但同時又能享受科技的便利。很多人在用我們產品時，剛開始可能會有這樣的質疑，到後來會發現，這是其他3C產品所無法帶給他的感覺。他在外面用相機拍了照之後，回到家用傳輸線、讀卡機把照片輸出來，跟大家和朋友分享的感覺，那才是所謂的感動。

主持人：不管這是優點還是缺點，當你要創一個品牌，要思考這個品牌的精神在哪裡，我想George有很深刻的體會，對不對？

林秋吉：我們出來做品牌，要的就是差異化，你要做別人沒在做的，你要做別人不敢做的。所以我們在行銷方面，有人稱我們為奇兵，因為我們在行銷的訴求上面，不是你先前所看到的。我們的訴求是樂趣，是你拍照的感動，還有讓每個人有屬於自己獨一無二的相機。誰說大家相機都要長的一樣，誰說你不能親手打造自己喜歡的相機。

主持人：我覺得是不是讓使用者有個可以分享的社群平台，一個經驗的交流，這是不是也是個拓展品牌的方法？希望George能繼續把紙可拍做成成功。

林秋吉：大家會看到紙可拍越來越有創意，越來越有趣。不是只做硬體的，我們還會有雲端和軟體上的整合，讓大家覺得說，台灣終於有一個值得驕傲的3C新品牌。

