



台灣單車新希望 College bike紀翔

蔡翔宇 報導

單車，是一種通勤工具，抑或是一種時尚單品。對於College bike創辦人紀翔來說，一台單車代表著一個人的生活態度，承載著打破舊有生活模式的可能性。

2014年，當時就讀台灣大學經濟系的紀翔與國中時期就認識的，同為台灣大學學生的好友戴維良，這兩位大學生看見了台灣學生平價單車的缺口，攜手創立了College bike，以平價、美觀及高品質為原則，第一季即獲得佳績，短短兩周就銷售一空，從此成為台灣大學生喜愛的熱門品牌。

觀察生活痛點 保持批判心態

雖然父母皆為創業者，但紀翔卻沒想過自己也會走上創業這條路。「引導我現在在創業這條路上有幾個關鍵的因素，一個就是我从高中開始就養成記筆記的習慣。」創業困難，最難的莫過於在最初的創意發想，紀翔從高中時期養成隨手筆記的習慣，也許是一個打動人心的小故事，也許是有啟發性的點子，都會是他筆記的內容，「我在生活中看到了哪些問題跟痛點，我就會馬上記下來。」他說道。「重要的不是記下來這個動作，而是培養看見問題的眼光。」隨手筆記的習慣讓紀翔保持對生活觀察的敏銳度，成為他創業的優勢之一。



雖然父母皆是自己創業，但紀翔卻沒想過自己也會成為創業者。（照片來源 / 蔡翔宇攝）

保持批判的心態是紀翔能成功創業的另一個因素。「我隨時保持著警戒心，就是這個社會運作的方式不一定是對的。」不管是看職場、政治或是教育，都隨時提醒著自己什麼是對的、什麼是錯的。即使是日常生活中一些不便的地方也應該是想辦法解決它，而不是習慣它。

身為台灣大學的學生，為了趕上課時間而騎單車在各系館間來回是家常便飯，紀翔要的不是一台「堪用」的單車，而是一台能有個人風格的單車，但是要買到一台完全符合期待的單車不是那麼容易，走進一家車店，店內擺了許多不同的車種，可能都沒有一台是他喜歡的，就算看上眼了，價錢對學生來說也不親民。觀察到這樣不便的生活經驗和帶著批判的眼光看台灣單車製造業的環境，創辦 College bike的想法在紀翔腦海中生根萌芽。

坐而言不如起而行

在創辦 College bike 以前，紀翔和好友戴維良就已經有合作的經驗，不過與單車完全無關。他們想做的是建立一個蒐集大學校園風雲人物的臉書網頁，為了這個網頁籌備了一個月左右，在一天晚上，毫無預警地有類似的網頁已經開始運行了，接著各個大學同性質的網頁如雨後春筍般的冒出。紀翔回想起當時，他和戴維良眼看自己籌備已久的網頁，竟被人捷足先登，兩人沮喪地癱坐在沙發上，卻也無能為力，只能放棄這項計畫。如此慘痛的經驗也讓他們學到了一課，那就是「當有好的點子就直接開始做」。紀翔說：「世界上聰明的人太多了，一定有人想到跟你一樣好的點子，關鍵在於誰的執行力比較好。」

所以當紀翔與戴維良提到學生單車的缺口，他們決定立刻行動，隔天馬上南下拜訪一家又一家的單車工廠，即使對單車根本是一無所知，紀翔語帶尷尬地說：「當時與工廠老闆溝通時，因為自己根本什麼都不懂，讓工廠老闆們很傻眼。」

起初他們並沒有打算成立自己的品牌，而是拿別人的產品，然後幫他們行銷。紀翔說，沒有一間工廠想把自己的招牌交給這兩個什麼都不懂的大學生。最終他們決定自己創立一個品牌，找到了一家願意幫忙生產的工廠，College bike 正式誕生。紀翔笑道，因為現實的因素，College bike 算是我們「被迫」創立的。

挫折內化成動力 人生轉捩點

2015年，紀翔為了打探 College bike 在歐洲市場的可行性，所以前往荷蘭交換一年，被問到為何選擇去荷蘭？他不加思索地說：「因為那裡是單車王國！」而戴維良留在台灣主要處理 College bike 的事務，那年他們全都用視訊開會，College bike 也如火如荼地推出新的一季。

一年過後，紀翔帶著滿滿的收穫和構思好的計劃回到台灣，和戴維良約在公館的一間咖啡館見面，迫不及待地想與他討論 College bike 未來的方向。沒想到戴維

良劈頭就問：「你還有打算繼續做嗎？」紀翔感到納悶，他怎麼會問這種問題。戴維良向紀翔坦言他不想再繼續做了，團隊也已經解散。「一路從大三做到這個時候，做出了一點成績，在校園中也小有名氣，之後又出國等等的，一切看似順利，卻在這個時候重重地摔了一跤。」紀翔說。聽完戴維良的話，紀翔並沒有責怪他，反倒是覺得有點愧疚，也非常感謝戴維良這一年的付出與犧牲。談好了股份的分配，紀翔毅然決然地一肩扛下已經解散的College bike。

「接下來的七個月，是我最低潮的時候。」一個人接手一間公司，負擔是可想而知的重，這段時間紀翔完全與外界隔絕，幾乎不與任何人互動。早上起床吃飯，然後去跑步，在跑步的過程中沉澱自己，並且反覆質問自己「這真的是我想要的嗎？」，每天過著同樣規律的生活，確立自己的意志和擬定未來藍圖，無關乎別人現在做得如何，或是會不會成功，只問自己想做什麼，「這段時間是我最低潮的時候，卻是我收穫最多的時候。」紀翔微笑著說道，在這段時間紀翔找到了自我以及真正想透過College bike傳達的理念。

走過了七個月的低潮，紀翔重新振作，接著歷時半年尋找認同他的目標並願意與他並肩同行的團隊夥伴，從零開始，籌備College bike第五季，準備再次驚艷大眾。



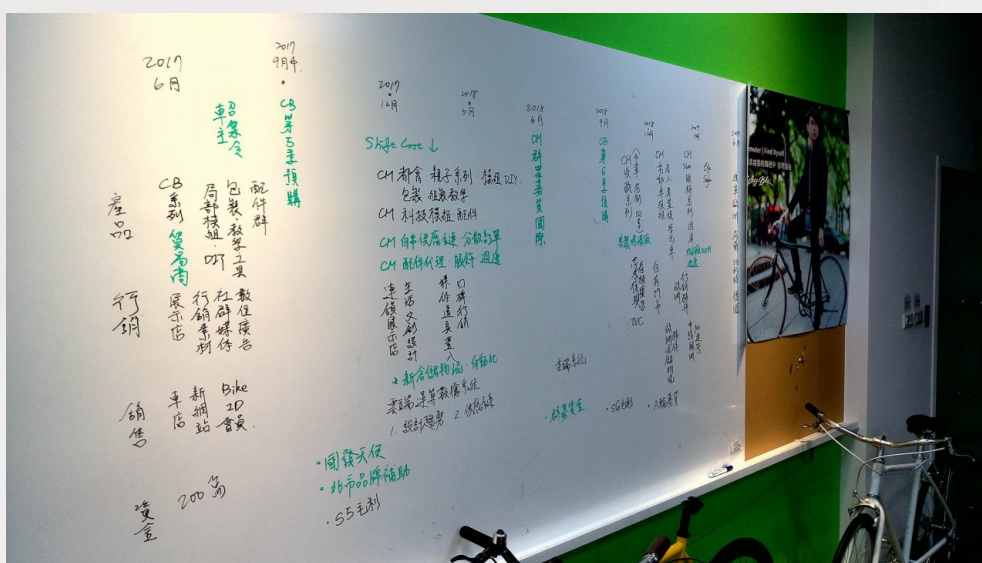
紀翔找了與自己志同道合的夥伴，審慎挑選每個領域的人才，從零開始。
(照片來源 / 紀翔提供)

目標打造有靈魂的品牌

在城市中生活的人們，身上都被許多肉眼看不見，卻能強烈感受到的細繩網綁著，每一條細繩都代表著不同的壓力、性別、工作及金錢等等，被束縛著無法自由地享受生活。騎上單車，在繁忙喧鬧的街道中來回穿梭，擺脫束縛，追尋自

由，同時尋找到自我，這就是經過沉澱後的紀翔想藉由College bike傳達給消費者的理念，「我們的單車沒有特別的魔法，運作原理與其他單車都一樣，但是我想藉由College bike傳達的理念是遠遠大於單車本身的。」紀翔自信地說著，College bike的每一台車都是有靈魂的，不單單只是解決表面的需求，而是能由內而外地改變一個人的生活方式。

2017年，College bike邁入第五季，紀翔打算將College bike定位成副品牌，並把公司改名為Commuter，推出中高價位的單車，主打國外市場，將眼光放得更遠大。當初的兩位大學生，如今剩下紀翔，少了當初一起打拼的夥伴，卻沒有動搖紀翔打造有靈魂的品牌及提供獨特生活方式的決心，在未來的路上，紀翔將更加堅定地帶領著College bike團隊走向世界。



白板上寫滿了Commuter和College bike的未來藍圖，在2019年時，Commuter將進軍歐洲市場。（照片來源 / 蔡翔宇攝）



記者 蔡翔宇



編輯 賴昀君

