

Mr.One 玩出樂器品牌新高度

鄒典儒 報導

2018/09/30

簡潔的擺設、原木風格的裝潢，一踏進Mr.One Cajon的店面，便能感受到暫時離開城市喧囂的寧靜氛圍。若不是大大小小的木箱鼓陳列於店內，實在很難將如此精緻的藝文空間與傳統樂器行產生聯想，「主要希望讓人來過一次就印象深刻。」Mr.One Cajon的創辦人王萬沂這麼說道。



年僅23歲的王萬沂，已擁有自己的木箱鼓品牌。(圖片來源 / 鄒典儒攝)

人稱「Mr.One小萬」的王萬沂，於2015年創立自己的木箱鼓品牌「Mr.One Cajon」，也就是說，年僅23歲的他，今年已邁入創業之路第三年。這三年來，Mr.One Cajon不僅在業界積累了不少名氣，第一家實體店面更在去年11月於竹北市新瓦屋客家文化保存區盛大開幕。

夢想的起點 從木箱鼓開始

選擇木箱鼓作為創業品牌的原因，其實並非單純只是興趣那麼簡單。對王萬沂而言，創立個人品牌是自己一直以來的夢想，但這個夢想該如何實現，又該以何種

形式呈現？當時他觀察到台灣的個人服飾品牌已逼近飽和狀態，要想在創業之初就讓人留下深刻印象實在不容易。而正巧也在這個時候，王萬沂開始接觸到「木箱鼓」這種樂器，他發現市場普遍對於木箱鼓感到陌生，且相關品牌在台灣並不多見，因此便決定從推廣手工木箱鼓作為創業的出發點。



王萬沂選擇以木箱鼓作為創業的起點。(圖片來源 / 鄒典儒攝)

至於創業所需的基金，則全數源自於他的個人積蓄。與許多青年創業家不同，王萬沂並沒有接受家人提供資金援助，也無意尋找合資夥伴或相關贊助，「其實不想要這樣的原因是會有壓力，不是你的錢你怎麼做都做不動。」他解釋道。因此，攢了許久的壓歲錢、打工薪水及股票投資獲利成為品牌在草創時期最主要的經濟來源，當年的選擇不僅讓王萬沂為自己的夢想負起責任，也在往後的創業之路上給了他絕對的自主權。

功成名就背後 不為人知的辛酸

然而，創業過程並非當初所想的那樣容易，他甚至形容：「感覺像是在做一份沒有薪水的工作。」光是最初木箱鼓的樣本製作，就花了王萬沂不少心思，前前後後嘗試了三十幾個版本都以失敗作結，大約試到第三十七個樣本時，才終於敲出第一個他認可的聲音，並陸陸續續開始量產。





只有聲音品質經過王萬沂認可的木箱鼓才能量產並販售。(圖片來源 / 鄒典儒攝)

除了研發產品的挫折以外，家人的態度曾經也成為創業初期的阻力之一。他坦言當初在決定獨自創業之後，受到不少親戚的冷嘲熱諷，質疑這種「箱子」有誰要買？況且知道的人那麼少，誰會願意花錢買這種東西？「但我覺得這才是我要做的，就是因為沒有人要做，我才要做。如果大家都在做，我再做就沒有意義了。」王萬沂簡潔有力的回應，卻顯現超乎常人的勇氣與態度。親友的一番話不僅沒有讓他打退堂鼓，反而更加堅定了其創立木箱鼓品牌的決心。

掙脫傳統 走出自己的路

在Mr.One Cajon創立之初，王萬沂便為品牌設立了明確的核心價值，不僅強調產品的高質感及時尚性，更立志讓每一個Mr.One Cajon的手工木箱鼓成為超越時代的藝術。此外，在主打手工可調式木箱鼓之餘，店內也陸續推出許多周邊商品，從木箱鼓紀念鑰匙圈、保溫瓶到印有品牌logo的T-shirt均有販售，成功地將木箱鼓與流行設計元素融合為獨一無二的潮流品牌。



Mr.One Cajon推出品牌周邊T-shirt。(圖片來源 / 鄒典儒攝)

相較於傳統樂器品牌主要透過實體店面進行銷售的營運模式，王萬沂投入更多心思在社群網路的經營及形象廣告的拍攝上，選擇以現代化的宣傳建立起品牌形象，而非利用削價競爭的方式打入台灣現有的木箱鼓市場，這也印證了Mr.One Cajon一直以來的自我期許：讓每一樣產品都充滿靈魂，充滿年輕人的衝勁。

Mr.One Cajon目前主要產品除了可調式手工木箱鼓及其周邊商品的販售之外，還包含樂器教學及演藝經紀共三大面向。當初之所以會決定推出課程教學，是由於王萬沂觀察到一旦木箱鼓少了宣傳廣告的推播，便容易面臨無人訂購的窘境，於是他意識到：「賣一個產品你一定要先讓客人產生興趣、想要去學習。」然而，令人意外的是，後期才納入的教學課程不僅成為日後相對穩定的收入來源，同時也讓Mr.One Cajon在短時間內被更多人看見。

一步一腳印 拼湊事業藍圖

談到Mr.One Cajon未來的發展，王萬沂表示早已有擴張分店的想法，但受限於店內人手有限，為顧及分店的教學品質只好作罷。對於師資要求較高的他也坦言：「會比較希望我們的老師是自己培訓出來的學生，在我的品牌體系底下教學。」不僅如此，Mr.One Cajon旗下的老師每年還必須通過專業人士評鑑，以確認每一位授課教師的音樂技巧及教學模式均符合要求。



重視品質的王萬沂，從產品研發到師資培訓均親力親為。（圖片來源 / 鄒典儒攝）

至於新產品開發的部分，王萬沂表示未來會以不插電的樂器為主，目前暫定將木吉他作為下一個研發目標，但他同時也表示：「現在可能會希望先把我們的木箱鼓做到一個很專業的水準。至少要先讓人家認同你的第一個樂器，才會認同你的下一個樂器。」而近期準備推出的則是手沙鈴、響板……等能夠搭配木箱鼓演奏的

國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

配件。

回首創業艱辛 悟得人生道理

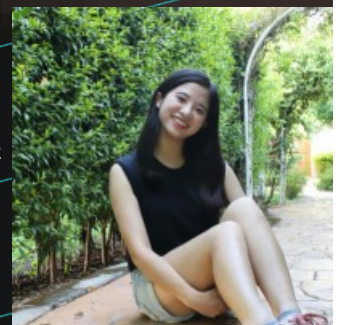
被問及是否後悔選擇創業時，王萬沂笑著搖搖頭並表示：「不後悔，反而很慶幸還好當初有堅持下去，現在的我比以前成熟很多。」回首這三年的打拼過程，他得到最大的體悟便是瞭解到凡事都該將目光放遠，而非過於執著眼前的利益。在創業過程中，王萬沂更時時刻刻提醒自己：「年輕就是要吃虧，沒有賺錢沒關係，至少學到經驗。」他同時也鼓勵年輕人該趁著還有衝勁的時候，勇敢追求自己的夢想。

懷抱野心 挑戰本土品牌新高度

Mr.One Cajon自2015年創立後，便持續以新型態的營運模式拓展客群，更揮別過往本土樂器以低價提升競爭力的銷售思維。「想要當一個領導品牌，帶著人家走，而不是跟著人家走。」王萬沂的語氣看似平淡，字句間卻顯露出年輕人欲挑戰傳統的野心。在他的帶領之下，手工木箱鼓與現代潮流品牌將碰撞出什麼樣的火花，十分值得期待。



記者 鄒典儒



編輯 王允妍