



新型態的設計聚落 凝聚個人工作室的群體力量

TEXT / Kyte Lin



吳東龍
地下連雲企業社負責人
東喜設計負責人

職場新當家

地下連雲企業社



在人類社會中，聚落通常是自然成形。以天候氣象、地區地形等外在變動因素為參考點，進而決定逐水草而居或農耕定居的生活型態。近年來，國內外也逐漸有汲取老祖宗智慧，取優避劣的設計聚落誕生，而地下連雲企業社便為其中之一。站在地下連雲企業社暨東喜設計負責人吳東龍的觀點看來，設計聚落之所以成立，是因為全盤考量社會現況的變動因素，並深刻了解個人工作室與企業間的各種優劣利弊。吳東龍表示，他也曾經歷過獨立工作室時期，幾乎公司大小事務都必須獨立處理與完成，在個人工作室裡雖然具備著彈性靈活，但必須仰賴工作經驗的累積，才足以應付各類情況發生。但如果是以剛出社會的學生或新成立的工作室來說，因為不具備社會經驗與人脈累積，常會面臨資源匱乏，因而先天位居較弱勢的部份。在大企業內，雖然資源豐富、人際交流機會多，甚至是員工訓練的豐富課程等，但大企業在組織運行上面，就比較不具備彈性與效率，像是下決策時，通常也需要層層上報，等到評估的時間過去後，時機通常也就錯過了。

而反觀在地下連雲裡，不會有個人工作室的單打獨鬥，也不會感到孤立無援，卻又比大企業的運作模式來的更靈活、有彈性。當個別單位遇到問題時，大家都可以互相分享跟支援。在這裡，不會干涉彼此個人工作室的事務，但卻可以共同享有課程精進上修、設計相關經驗分享、共享設計圈的人脈等。

設計聚落發展的開端

一開始開始僅約莫有四個工作室聯合，像是擅長視覺、書籍與展覽規劃的東喜設計、二十一設計團隊、GAYA 皮件設計品牌、插畫家李翰成立的Landio。起初在連雲街四之五號時，是以Share 工作室空間為出發點，最近幾年各工作室夥伴的都有正向擴張的趨勢，今年三、四月的時候，就搬離原本的地下室，移到隱身於老公寓的辦公空間，同樣延續著個人工作室的感覺。原本舊有的空間，就會持續對外開放，讓有需求的新品牌

與新夥伴加入。當新夥伴加入時，地下連雲也會希望對方有基本了解，畢竟是要一起長期工作的鄰居，也需要對方認同地下連雲企業社正在運行的事情或是理念等，志同道合才能夠得以長久。所以如果只是想要Share 辦公空間的話，那可能就不是我們所想要的對象。

新型態設計聚落的互助互惠

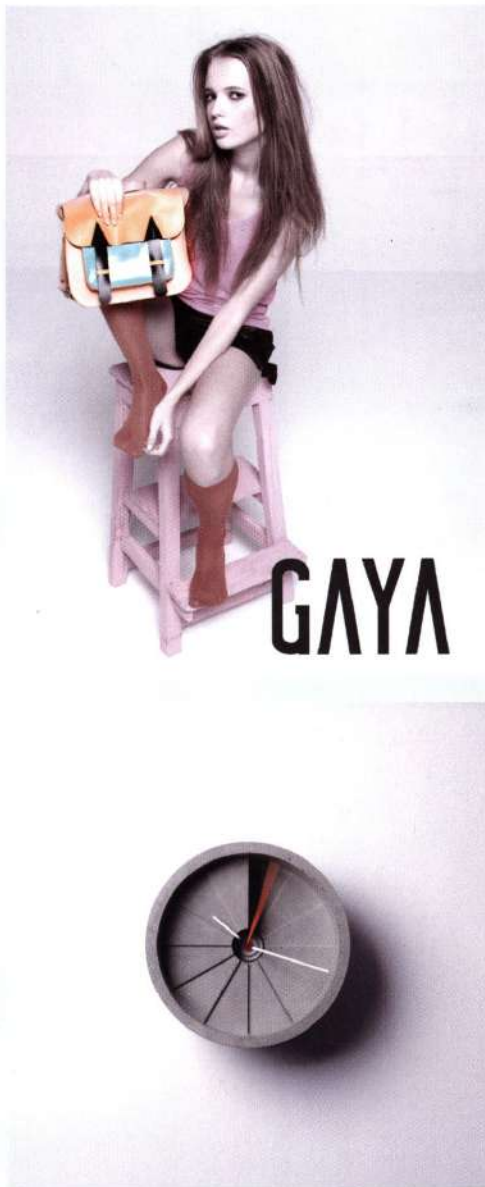
在地下連雲企業社裡，每個工作室各自不同且獨立，也都有既定的客群與固定案源。創辦人吳東龍的期待裡，則是希望可以做到互相介紹不同領域的客人給彼此的聚落夥伴們，開創出不一樣的設計火花。而地下連雲的八個聯合品牌裡，也常會出現彼此合作的案例，像是品牌 GAYA 今年在松煙誠品一樓開了專櫃，另一聚落夥伴的品牌 Eye Lure 就將珠寶飾品放置在 GAYA 店頭做販售動作，就像是彼此互助一般。「設計創作，更需要開放的經驗分享與交流。」吳東龍說道。

定期開會統整各方建議 進行調整與權益義務的分配

聚落，就像是大家共同共享資源，當然也需要共同負擔權力義務的部份。會議對我們而言，比較傾向於解決問題，盡量在會議中討論出共同解決問題的方法並忠實記錄下會議記錄，做為事情的解決依據。因此，縱使每個品牌經常出國參展或是國外出差，無法出席會議，也能使事情順利推行。在地下連雲裡，並不是一個牽絆住大家的組織，在這裡彼此互相尊重，並希望大家變得更好。「我們希望大家在自己工作室的部份先發展好，有餘力、有心力與熱情時，再來參加團體的活動。當然不希望出現顧此失彼，本末倒置的狀況。」吳東龍說道。地下連雲其實就是希望集結對設計抱有熱情與想法的人，一起交流與學習的開放園地。

國外設計觀念導入設計師的孕育與養成

除了設計聚落概念外，地下連雲企業社更不定期舉辦符合設計師的養成講座。負責人吳東龍說：「會



舉辦這些講座活動，主要是地下連雲成員，大多擁有豐富的國外經驗。若是以台灣設計師觀察來說，比起交流更像是彼此競爭的關係，我們企圖想要化解這樣的想法。「其實台灣的設計競爭市場是在海外，因此國內相互競爭並沒有太大的實質意義。因此我們就透過這樣講座經驗分享，將各自擅長的分享出來。而講座目標族群則是鎖定在設計師與對設計有興趣的人身上。選擇設計師是因為他們的影響範圍很大，作品一推出可能就是幾千幾萬個擴散到民眾生活周遭。」

再者，「我們自己也常會反問地下連雲要帶給大家什麼樣的教育價值？」吳東龍說。GAYA 成員曾提出說：「要讓大眾過著像設計師一樣的高品質生活。」所以我們就從不同角度思考，開了一系列「學校沒教的設計課」課程，讓設計師獲得更多不僅是設計能力，像是設計師的說話課、會計課、料理課甚至是如何應對媒體的課程等。在籌備課程時，需要與老師的事前磨合與花費一些心思。因為設計師與大眾的人格特質有著很大的落差，像是比較藝術性、看法不同等，因此必須先了解設計師面對的問題，然後針對這樣的問題講師又該如何去解決等等。

吳東龍說，「這類的課程對我們來說算是一種嘗試。因為沒有人知道設計師是否會意識到他們需要這樣的課程。但我們盡力嘗試著去做，讓一些設計師不用經歷太多時間上的摸索與挫折。」

地下連雲的未來期盼

在前兩年，地下連雲企業社都有接受文化部的補助，因此都還需要繼續完成結案的部份。吳東龍目前希冀先將當初規劃好的目標給順利達成，並進行檢討今年與去年所舉辦的活動。補助，對於企業來說是一壓力也是一助力。執行創意活動過程中，事事都與執行的夥伴保持著密切的成長關係，同時也需要時間與默契養成。當團隊從累積經驗當中，學會了怎麼走之後，要跑就很快了。吳東龍謙虛的說：「過去兩年經驗裡，我們都還在學習如何爬，希望未來明年可以做更多新嘗試，地下連雲其實不以營利為重，僅希望實戰經驗跟設計交流都能夠再有更深厚的累積。」吳東龍也提到，在活動舉辦過程中，會看到很多人熱衷參加，並且是真正發散影響力的，無論是影響工作上的專業或生活品味層面都好，能夠令人感受到地下連雲企業社存在的真正價值。

職場新當家

食在品味 點心工坊

嚴選食材， 堅持品味

謝瑞鈞手中的 法式幸福

TEXT / Kevin Cheng



多數人認為興趣是無法當作一個穩定的經濟基礎，甚至只是個閒暇時間的消磨，尤其現代人為了要有一個更完善的生活而勞勞碌碌，卻忘了讓自己放鬆並在日常中的休閒找到平衡。一九九七年畢業於交大工業工程與管理學系碩士班的謝瑞鈞，從十幾年的資訊服務業退位，放棄高薪也放下長期以來的專業，選擇法式點心從零開始，最大的動力是除了成就自己想要創業的決心，對她而言更是為了增加與家庭之間更緊密的接觸與照顧。

研究所期間在梁高榮教授指導下，做遠端現場監控系統的相關研究的謝瑞鈞提到，當時國內才剛有網路，台灣北中南三區每一區只有幾所國立大學有網路可以使用，但是她卻非常看好這項技術將來對生活及工作的影響，因此在基礎背景知識完全不夠的狀況下，依然選擇進入現場監控實驗室。尤其那時畢業後大部分同學都留在新竹科學園區，而她因緣際會進入林口的大眾電腦工作，主要業務是幫 HP、Compaq 代工，並在專案工程處負責工廠內新產品的導入。「我在這個單位中得以從較高的角度來看整個工廠的各項流程，對於整合各部門的作業很有幫助。」謝瑞鈞這麼說著。

一九九九年楊瑞鈞應研究所同學的邀請進入前進國際工作。主要業務是 ERP 和 SCM 的導入，在公司中做過許多不同產業的專案，舉凡晶圓代工、封裝測試、光電產業、電腦組裝、零售業、

通信業等一線公司的專案都有接觸，然而不同產業有不同特性，因此對她而言「絕不能讓客戶覺得我在狀況外」是對自己的基本要求。「我對各個產業的流程掌握度高，而我的專案團隊中則有人資訊技術很強，靠著團隊合作，我和同事們完成了許多資訊管理系統的專案，也不斷累積我們在資訊服務業的相關經驗值。」這是在幾年工作之後得到的體悟，專案的完成不只是一個人的力量，團隊合作更是重要的歷程。

在謝瑞鈞的生涯規畫中，她喜歡設定一個挑戰自己的目標，明知知道努力的過程很痛苦，但是努力之後得到的果實卻是格外甜美。在交大就學期間，她一直有著創業的夢想，工作多年來，這個夢想從未消失過，可惜一直苦無好的創業題材，為了保有未來創業的彈性，讓自己能夠有多一點的時間空間思考，因此，她決定在二〇〇四年選擇以 SOHO 的身分接專案。她表示：「我對時間的掌握及工作的安排會有比較大的自由度，我也才能多看多想多學習一些自己有興趣的事物。」而美食就是她在工作之外最大的撫慰，蒐集各國食譜並且親手製作成為嗜好之一，這也是達成今日成就的第一步。

談到製作甜點，對於如此忙碌的她來說其實也是不經意地成為生活的一部分，「原本這只是和孩子們親子互動的遊戲之一，漸漸地卻成為我放空的方式之一。我也喜歡孩子和親友們嚐到甜點的表情，我精挑細選的材料加上獨特的

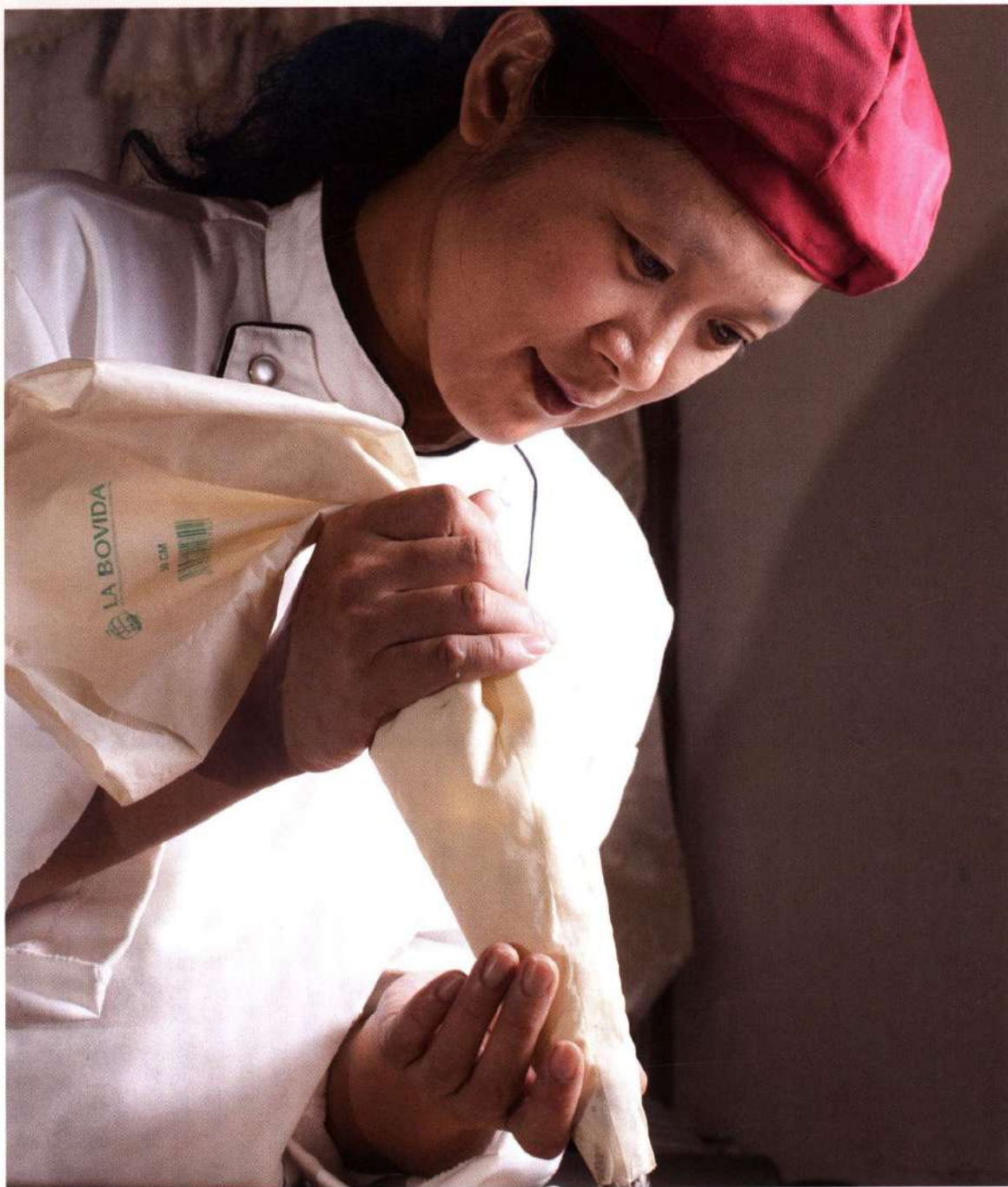


製作方式，讓大家印象深刻，在聚會中，我的甜點具有畫龍點睛的功能，而我也得到極大的成就感。」另一方面，她更表示當專注於眼前的糖漿或麵團，白天煩惱的專案工作，可以藉由製作甜點的過程煙消雲散，也許就是因為可以短暫的將情緒抽開，讓高壓工作的她找到生活的調劑，隔一天上班又能冷靜地將問題排除。因此在這樣的因緣際會之下，她在兩年前做了一個很大的決定，手邊的專案漸漸告一段落，毅然決然的投入法式點心的市場，雖然清楚這個決定不只是影響她一個人，但先生也陪著她一起踏入這個領域，成為事業上的夥伴，而「食在品味點心工坊」就此誕生。

創業靠的不只是衝動，更需要累積經驗和實際的操作，尤其是每個行業有它的營運模式，平衡拿捏和仔細規劃成為最重要的關鍵，然而無論是哪一個產業，取得客戶的認同並願意長期購買是一件非常重要的事，在「食在品味點心工坊」草創初期，產品的開發是非常重要的，一項具有市場優勢而且高品質的產品才能獲得客戶的肯定，並讓公司立於不敗之地。因此楊瑞鈞提到在創業初期，花了非常多的時間改良產品，並不斷的去了解客戶對產品的看法。產品的品質穩定之後，接下來的企畫和行銷就是重點了，再好的产品如果銷售不出去也是枉然。她表示：「我們採用的食材是非常好的材料，在製作上又完全採用法國的傳統做法，因此本身成本就比較高，我們舉辦了很多次的試吃活動，也花了很多的時間和客戶溝通產品的價值，才漸漸取得客戶的認同。」而她也抓緊現代人喜歡網路購物的習慣，在愛合購網站先舉辦了小型試吃，不但吸引人氣更招攬到新光三越信義新天地的人員主動聯絡，成功打響了第一波的名號。

大家都很清楚服務業是一個以人為本的產業，發自內心真正願意為客人著想是一件很重要的事，但她特別認為甜點這個市場。只有在愉快、心情放鬆的情況下品嚐甜點才會感受到甜點所帶來的快樂。只要客人從洽詢、購買到品嚐點心的過程中，有一些不愉快的感受，就很容易對這道點心留下不好的記憶。因此，怎樣讓法式點心從接单、製作到出貨整串流程都很順暢，這是在經營管理上，花很多心力去努力的。而多數人轉職會選擇以餐飲業作為出發，但甜點這個領域在市場的佔有率來說可以算是飽和，「創新」就成了吸引客群的關鍵點，楊瑞鈞笑著說：「我在創業時對自己就有一個期許，我們絕不開發和大家相同的東西，即使有名字相同的產品，在口味上也必須比同業明顯高出一級。」因此除了遵照法式傳統做法，將原汁原味的道地風情呈現給消費者之外，也不斷的開發新品讓求新求變的台灣人可以得到更多元的選擇。

台灣的網路商店數目每年都在成長，要讓網路族在數萬個賣家中找到一間心儀的商店是很不容易的，因此謝瑞鈞表示只要是銷售平台的活動她都會盡量參加，她更提到：「平台上的活動本身就是一個廣告，有廣告就有流量，有流量就有機會取得訂單。」「在實體商店中，我們能切身感受到店裏頭的氣氛，無論是視覺、嗅覺、味覺乃至於店員的介紹、說話的口吻、待客的態度都能夠直接的感受，但是在網路商店中卻只剩下視覺的感受，所以網頁的配置和商品的照片以及相關的介紹必須讓人有強烈的印象，才能留住客戶。」這也一語道出她的商品在網路上保持高人氣的不懈原因。



一個好的經營者多數兼顧統籌、業務，甚至是開發等多重身分，他也坦言說其實在有限的時間內扮演多個角色是不容易的，雖然並不衝突但必須做好妥善的時間規劃，例如接下訂單後會開始規劃相關的物料採購及生產作業，人力與時間有限的狀況下，一切以出貨為優先。開發的部分則仍會安排其他時間進行，他們不急於推出新產品，但堅持的是只要一推出，就必須是好產品。而每個創業者會遇到的阻力她也都迎刃而解，只要確立了公司的定位和價值，就可以延續品牌所創立的宗旨，她說：「無論是低價團購網或是尋求代工的客戶都不斷要求降低進貨價，這對堅持嚴選食材，法國工法製作的我們而言是完全不敷成本，如果要獲利就必須降低食材等級，用更簡單的方法製作，但這與我們原本創業的宗旨完全相違背。考慮再三，我們最後決定放棄這條路線，高營利是一時的，但是永續銷售真正的美味才是我們真正想做的事。」

從資訊服務業到「食在品味點心工坊」，這一路走來的心路歷程三天三夜也說不完，但可以確定的是在這創業的過程中，謝瑞鈞的確完成了自己的心願，她告訴所有不論是想創業或是想轉職的朋友，創業者必須有足夠的膽識去嘗試，也要有厚實的肩膀去承擔後果，走的每一步都必須步步為營，而創業的過程中，不只要對自己負責，也要對自己的合夥人及工作夥伴負責，這是最重要的。「這幾年來，我們因為製作甜點參與了客人的結婚、生子、工作升遷、朋友聯誼、家庭聚會……我常想如果工作能夠不只是工作，工作中能夠多一點人與人之間發自內心的真誠關懷，那麼這樣的工作是不是會顯得格外有意義。」現在的她在甜點中找到人生的幸福，也期待所有人可以藉著她親手製作的點心中得到幸福，這樣會心一笑的甜蜜也就足夠了。