



Pinkoi · 顏君庭 × 嘖嘖 · 徐震 × 貝殼放大 · 林大涵  
 帶著任性走在夢想的道路上  
 就不怕去了不想去的地方

文 許馨仁 攝 簡子鑫

幾年前，創業並不盛行，文創產業甚至無法被精準定義，在人們以為做文化創意喝露水也能活的年代，三位男子深信生活該有不同樣貌，於是卸下過去，懷抱一顆炙熱的心和一點執著任性，走在人跡罕至的路上，卻開啟更多意想不到的可能。這期聊聊天邀請 Pinkoi 顏君庭、嘖嘖徐震和貝殼放大林大涵，回顧一路走來如何趨近理想的自己，及背後不為人知的辛酸心事。

問 = 小日子 / 顏 = 顏君庭 / 震 = 徐震 / 大 = 林大涵

林大涵  
貝殼放大共同創辦人暨執行長，有深厚群眾集資經驗，不時蹦出金玉良言，身為三位中最年輕的，他已想好墓誌銘上這麼寫：「一直努力用現實的方式實踐理想的胖子。」



問：請和我們聊聊三位怎麼認識的？

大：我記得 2016 年嘖嘖辦說明會公布使用者規約，有一段可能寫錯了，變成如果你在上面提案，智慧財產權會屬於平臺所有，我那時候就舉手問請問這條是？不小心寫錯還是設計如此？一臉就是去踢館的，我認識徐震是這樣子，一個來找碴的人。

震：看我多容易忘記不好的事情，你講的細節我都忘了。我當時不知道他有 flyingV 背景，老實說也知道我們還在比較粗糙的階段，沒想到真的有人看那麼細，直到他快離開才有人說他是 flyingV 的人。我比較早認識 Peter，以前在英國有段時間是 Etsy 愛用者，注意到 Peter 的團隊在做這件事，就很想認識他，後來我的創業夥伴回臺灣，受我之託去拜訪，吃飯時就很冒昧問 Peter 有沒有機會把嘖嘖 logo 放在網站上，有小小的合作曝光。

顏：喔我現在才記起來！他們從英國回來，

那時候覺得徐震很有想法、很有理念，他又是讀建築，我是土木，就好像有那麼一點是同類人，都有點斜槓。對大涵的印象，他很會講故事、條理很清楚，不管在哪个領域都有很不錯的見解。

大：Peter 就是那種公司裡讓人非常安心的前輩，會直接告訴你他認為最重要的事，而且是理性地講。我對徐震的印象，他就是我心中最正面的那種文青，所有屬性運用在他身上都吻合。

顏：他真的很文青！愛讀書又從英國回來，有 English gentleman 的感覺。

問：三位如何定義自己的工作？

顏：簡單來說就是把好的品牌找進來，透過不同管道、市場把它賣出去，再把市場的反饋回饋給他們，大概是這樣的循環。很多品牌合作六、七年了，有的從本來只是一對夫



顏君庭  
人稱 Peter · Pinkoi 共同創辦人暨執行長，在矽谷工作七年後與夥伴回臺創業。據說幾年前仍是理工大叔，最近搖身一變成爲型男，有著和外表略爲反差的溫和嗓音。



徐震  
嘖嘖共同創辦人，曾是英國建築設計師，因為想體驗不同生活而踏入群募領域。目前正在追求什麼都能抵抗的人生，唯獨對連載漫畫異常執著這點，至今還難以克服。

妻經營，到現在已經是一個團隊。我們比較像品牌的 lifetime partner，不同階段給不同建議，盡可能回應他們。

大：我們就是把創作者的想法和概念變成大家看得懂、願意出資的提案。大家願意贊助的都是看起來會實現、跟他有關的夢想，所以我們把為什麼會實現、為什麼跟他有關具體化。也花很多時間了解提案者，說服他相信自己的計畫，在集資平臺上證明很多人也相信他，最後作品可能就在 Pinkoi 賣了。我們在比較前端，特別側重找新的領域，就像你一個人走路，突然很多人衝進來跟你一起走，如果沒有走快一點點，就可能被夾著去原本不想去的地方，我就是盡可能在主流前面一小步，嘗試走自己想走的方向。

震：我這幾年一直在摸索到底所謂嘖嘖是什麼，我覺得我在做創意人的 mafia（註），像連續劇裡廟口的黑道，他提供生意人安全感，讓大家覺得受到保護、得到協助。我想提供

一個不管你做什麼創意，都可以感到安心的場域，有點像是壯膽，知道自己在做的事有人相挺。這個念頭是我一直想把平臺的流量、會員，或大家願意主動來嘖嘖尋找好玩東西的企圖做起來，很重要的原因。

問：其中有特別鮮為人知的挑戰嗎？

顏：我自己覺得改變人的頭腦是最難的，平臺上的設計師大部分都需要很多幫忙，比方說他們不知道怎麼定價、有不錯的產品卻不曉得怎麼彰顯，他們原先可能會抗拒，但不代表不能接受，單純是沒有經驗，所以我們要跟他說這件事相信 Pinkoi 就對了，這是我比較少公開講的困難點。

震：大家對我們在做的這件事的美好感要求很重，當你用行動實際支持卻換來失望，那種落差特別大，對平臺造成的衝擊也很大。另外提案人也是恐懼失敗的，就是所謂達標、不達標。老實說你在電商平臺賣多少沒

註：黑字黨、黑幫。





有人知道，賣不好大家也不曉得，但是嘖嘖就有一個未達標的標記在上面。

**顏：**有啦有啦！大家都知道，這個數據都透明的啦！

**震：**喔原來是這樣(笑)，應該說他不需要跟大家解釋這個狀況，但在嘖嘖就要，以至於很多人會擔心沒面子。我之前跟大涵聊到，想努力讓臺灣更多小規模的提案人晉升到更大的規模，這件事成為常態，就會提高整體創作領域工作者的信心。說起來怎麼好像沒有很鮮為人知啊，不好意思。

**大：**大部分還沒有真正做出很多事情的創作者，你想想他心裡像是有一把火在燒，其他人只會看到燒出來的煙，不會看到火。我們要把那團火拿出來，讓別人看到，但要怎麼不被燙到地拿出來，就像剛剛 Peter 說的，說服他們改變想法。不過就算你講得超有道理、有數據支撐，最後還是用結果判斷當初他接受你的想法而做的改變，是錯還是對？在幫助他們從浪漫走向現實的過程，其實沒有那麼多錯誤空間，要承擔你給的意見不見得會照你想的樣子進行，也是種壓力。

**問：**有印象深刻的案例嗎？

**顏：**我們最近跟荷蘭的國寶級品牌 Miffy 合作，他們對理想生活的重視和 Pinkoi 很像，但提案後才發現過程非常難，門檻非常高，

難怪亞洲很少人和他們合作，合約每項都很恐怖，我們要擋在品牌前面承擔所有責任，那時心想乾脆心臟強一點做下去。荷蘭總部會問 Pinkoi 是誰？為什麼聯名是對的事？他們很重視底蘊和邏輯。後來也創造出超乎想像的設計品，有個品牌在戒指裡放進微型 Miffy，現在被擺在荷蘭博物館裡，Miffy 聯名手錶跟三宅一生一起登在香港時尚雜誌上。

**震：**我印象很深刻是三個女生創了個家具品牌叫走走，是很美好、很青春的故事，但有點像 Peter 講的，她們不太有商業上的思考，第一次推出雖然有很多關注，但因為不熟悉消費者心理最終沒有達標。她們花將近一年調整，當然也因為年輕人就是有時間啦(笑)，再來一次就很成功。他們同學後來當了漫畫家，就把嘖嘖跟他們的故事畫進去，很有趣。

**大：**對我來說，深刻的案子都有兩種特質，第一種，讓我覺得做這行就是為了遇到它，第二種，天啊我再也不要做這一行了！我來分享第一種，福山教會的案子，那是林慶台牧師想集資在烏來修建教會，我偶然被朋友介紹發現了這件事，覺得太了不起了。這已經變成一種套路，偶然發現某個存在，然後知道自己的領域可以跟它有關聯，就去加速或擴大他想完成的事，這種感覺很好。

**問：**三位本身怎麼選擇設計品？

**大：**工作上會被可以哇！的產品吸引，前陣

子有個集資是一個像書的燈，打開就會啾啾亮起來，宣傳影片就在啾啾，從頭到尾都在啾啾，我覺得很酷。買回去給別人聽那個啾啾，只要別人哇三次就覺得回本了。私人的話，最近徐震推薦我一個手裡劍，是方形造型磁鐵，一甩就可以變成手裡劍，中間的圓洞可以轉來轉去、無限摺疊，所以哇完還會讓我一直想玩的，我拿這種東西沒辦法。

**震：**我的消費欲望蠻低，但就因為比較少花錢，偶爾花的時候會安慰自己花多一點應該沒關係吧？最近認真想搜集《鬼滅之刃》，我喜歡從漫畫裡看一些不同職場的故事，一直很貪心希望自己不要只擁有一種生活，所以很慶幸工作可以讓我接觸各行各業，窺探不同的人生。

**顏：**我前陣子買了日本東京的設計品，是一個香氣的徽章，裡面可以補充各種香氣，在服裝穿搭上有個點綴，質感超好，又有視覺之外的一些體驗，我對香氣類的沒轍。

**問：**對臺灣創作者的觀察？

**顏：**臺灣人思考很活，對文化接受度是高的，不過對國際市場的想像非常不足。這很有趣，品牌會很興奮跟我說他收到第一筆國際訂單，可是接著會說，可不可以請 Pinkoi

確認是不是詐騙？還去 Google Maps 查實景，看到底有沒有這個地方，心態上是擔心多過期待和擁抱的。

**大：**我覺得臺灣設計師都是有細節的，而且是多層次的，但也因為這樣他們很容易受細節影響，創作者被不是那麼熟悉他們的人檢視和評論，常常蠻玻璃心。

**顏：**對啊！我遇過很多這種人耶。（震：哇 Peter 開啟真心話時間嗎？）喔我好像不該一竿子打翻一船人，但我也觀察到這個現象啦（笑到咳嗽）。

**大：**那我把玻璃心重新定義，其實不代表它易碎，而是它非常透明，當他被批評的時候，你可以很清楚看到他心裡有朵烏雲跑出來，那個衝擊感非常強，因為他們很在意，但多數的在意會變成動力，挺過來的人都變得很厲害。

**震：**我在倫敦生活快十年，從業的領域是建築，接觸很多英國創作人。我覺得創作人在我心中是一樣的生物，好像沒有國家之分，他們很自信同時又很自卑。這是難免的，作品就像他的孩子，很多提案人會被一則留言評論糾纏半年，再加上臺灣整體社會想像力不足，只要有人做沒做過的事就會開始質疑自己，扼殺創作人嘗試這些事物的膽量。

**顏：**喔你這個說法非常對。

**震：**對，不好意思用你剛剛真心話的時間，多思考了一下，這是後講者的優勢（得意）。

**顏：**我也是會有點玻璃心啦，消費市場對我們期待很高，就像是優等生，如果有個小錯或小失誤，就容易被檢視，負面留言會記好幾年，我相信我們幾個現在還是講得出那幾句可怕的啦。

**震：**我有三年不敢去 e-shopping 版了欸，我沒有逃避喔，我會請人去搜集。現在漸漸告訴自己那是工作，不要一個個去研究他是誰，還點進去查 ID。

**問：**有沒有一路走來不會改變的想法？

**顏：**未來十年，大家追求更好的生活、更好的自己是不會變的，我也是。剛創業的時候我的穿著跟現在很不一樣，徐震應該知道，以前就是在美國矽谷工作的那種工程師。（震：圓領 T-shirt！）然後在這個產業耳濡目染，開始覺得生活可以更細緻，以前我可能覺得戴一個東西在身上很女性化，現在覺得 why not？戴個徽章也不會突然變得怎樣吧？

**震：**我有個從創業到現在都在叮嚀自己的做

事方法，我知道大涵有打棒球，我大學第一次打棒球，才發現天啊我根本看不到那顆球，眼睛跟不上它飛的速度，常常揮棒落空。後來看到網路上有個說法，如果你一直看著球就會打不到，要試著把焦距放在投手肩膀上方，用餘光捕捉軌跡，才打得到球。

**顏：**啊你有成功嗎？

**震：**沒有，我還是打不到！但是我一直用這個邏輯告訴自己，很多時候你聚焦在事情的當下，會被糾纏進去，當你捕捉它此刻的影響，急著補救前面產生的問題，就會 miss 掉更多可能。所以它也許是個機會，我現在盡量在機會發生當下不要太興奮，負面事情發生也不要太沮喪，把眼睛放在投手肩膀上 30 公分。但目前還是打不到，可能我就是個理論派的？

**大：**我不會改的就是懶惰、不想動、逃避啊，最近無所事事小海豹不是很紅嗎，超級可愛的，它根本就是很多人心中的象徵，一定有某些時候只想享受懶惰，但我會用更有效率的方式去選擇。我到現在還是相信事情有「理型」，理想中的樣貌，以前會因為還無法到達而沮喪、在意缺少的那一塊，現在比較在意自己能多跨出的那一塊，接受事物不理想的樣子。





問：給想加入這個產業的人一些建議？

震：就是要保住一點點任性，我自己本來算專業工作者，客戶叫我幹嘛我就幹嘛。後來進入創意領域，開始發想自己想要的，任性是這個領域的人很大的快樂。像我很多事情都在沒有任何邏輯的情況下，憑著自己的任性做，我活得蠻快樂的。

顏：美國加州有很多外來移民，我問他們為什麼擠破頭要來矽谷，他們都說「American dream man, American dream!」之後在某次演講聽到，美國能富強，是因為在這塊土地上每個人都相信一件事情，就是 American dream。我們應該鼓勵每個進來的人都要有一

個 dream，大小不是問題。

大：剛開始創業常常要出去演講刷存在感，會講些很正面積極的想法，那時候講話不是很負責，只是知道大家也許想聽這個。這幾年才懂，不夠任性，到最後就會覺得做著不是真正想要的事，韌性不夠，就想放棄不走了，當你很多事情沒有做到讓人信任，就會覺得懊悔，如果當時再更到位、更有細節，也許下次能得到更多幫助，說實在的，自己的體悟永遠沒辦法用講的讓別人明白。

顏：我們下次可以一起喝一杯。

大：喝一杯再去打球，這比較實際。●

下班後的宵夜或休閒？

大：我有寫下來喔！搭車快到家就叫麥當勞歡樂送，兩塊辣味麥脆雞套餐，跟歡樂送店員一起到家，把宵夜帶上去，邊看動畫邊跟太太閒聊，一邊打電動，完美！

顏：我每天上班前會想晚上要做什麼菜，下了班休閒活動就是煮飯，過程很專注，可以不去想工作的事。我拿手菜很多啦，昨天有煮壽喜燒。

震：我很少吃宵夜欸，硬要說可能比較喜歡吃米飯？我喜歡忍受飢餓，從小就覺得忍受飢餓很有成就感。

顏：大涵是不是要暴衝了，好想看你暴衝。

大：如果不是做群眾集資，我覺得你應該去禪修。

震：就是隔天起床想起昨天明明很餓，卻忍過來順利睡著了，覺得自己很厲害。

（全體低頭，沒有人想接話）