

吳素環從會計師跨行創業做不銹鋼，創意大膽，但步步穩健。（彭玉婷攝影）



英雄的鋼鐵事業～「非鉄原創」

創辦人吳素環校友專訪

採訪撰文／林秀美
照片提供／吳素環

吳素環，大學一畢業即進入會計師事務所工作，第9年升合夥人。之所以可以升得這麼快，是因為她選擇了一條和一般審計人員不同的路，她到美國接受電腦稽核的訓練並在香港在職訓練兩年，回臺後是資誠第一位開始做電腦稽核的人。

「當時其實我的老闆問遍了所有和我同級的男同事，但他們都考量很多，沒有人願意去，最後問到我時我在老闆辦公室一口就答應了。因為我認為電腦稽核這個領域對我而言是對的，值得勇敢去試試，也沒有想太多就去了！既然答應去了就認真的學習，好好地回來開創這個新的專業領域，也造成我升合夥人的速度比任何人都快。」感覺對了，做就是了，這就是吳素環。

一直想再進修，所以在事務所待了16年後，

來臺大唸EMBA。取得學位後，轉換跑道，2008年成立「非鉄原創」，一個連結設計師、鐵工廠的合作平台，以不銹鋼創作樹立自有品牌。

讀臺大EMBA 為創業埋種子

在EMBA那兩年，不但工作和讀書兩頭燒，第二個寶寶也在這時候誕生。不過，忙歸忙，充滿樂趣，她說，最主要是認識很多不同領域的人，他們那一屆最特別，還有來自國防部的將軍同學。

這些同學出身五湖四海，社會經驗豐富，有鑑於此，擔任班代的她，在週四兩堂課間，安排大家共進晚餐，每次邀請一位同學作報告分享，主題自選。所以，有婦產科醫生同學講巧克力囊

腫手術，有將軍同學報告921動員救災佈署，不僅額外獲得很多跨領域知識，也讓同學更認識彼此，聯絡感情。

到現在，這個班畢業10年了，同學往來還很熱絡。除了每年固定在9月2日的班日聚會，選班代外，一年至少辦個4至5場活動。她說，「在很多人際關係當中，同學關係沒有太多厲害關係。比如，有些事情會問同學，但不會去問同事，因為不想讓別人知道自己不懂。這個年紀能找到好朋友蠻難的，所以我們特別珍惜。」

回鍋學校讀書才知，隔行如隔山，所以要認真，更謙卑地學習。她說，「在巫和懋老師講賽局理論前，我以為談判就是技術或技巧而已，不知道談判還有理論，甚至一套數學架構在裡面。」這大大顛覆了她的想法。

而各種商業模式的討論也讓她覺得獲益匪淺。雖說當時完全沒想過創業，其實改變已經在發生。畢業後一年多，她終於轉換跑道，到媚登峰擔任兩年董事長特助，當見習生，然後創業去。



在臺大EMBA獲益匪淺。與巫和懋老師合影。

創非鉄原創，挽救家族事業

從決定用不銹鋼創作作為商品標的，到正式成立「非鉄原創」，只有短短兩個多月。時間很短，但並非憑空想像，或出於單純喜歡。她說，這和個性有關，「我的個性是，這樣做，可能對，就會去做。」而她的目的是為了挽救家族的鋼鐵事業。

父執輩家族經營鐵工廠超過30年，東鋁鐵工廠是臺北第一家做不銹鋼產品，曾經為楊英風打造「鳳凌霄漢」的大型雕塑。不過和臺灣許多其他製造業一樣，無論鍛造技術如何純熟，停留在代工階段的下場是利潤越來越低，加上技術外移，眼看鐵工廠行將步入夕陽，她想要做點什麼。

這就可以理解，為什麼她的名片上印著的頭銜是「英雄」，原來她要力挽狂瀾。「加入設計元素，就能讓產品活過來。但培養設計師需要時間，最快的方式是設立平台，雙方合作。他們創作，我做製造和行銷，抽取權利金，分享利潤。」，這是她從臺灣半導體產業得到的靈感。

她說，「在台積電成立之前，臺灣沒有製造能力，製造都被IBM和摩托羅拉大廠所掌控，台積電出現之後，臺灣半導體公司如雨後春筍，IC製造成本因此降低很多，也讓我們的设计被看見。我想，也許可以用這樣的模式來做。」

打造設計師平台 樹立雙品牌

「我的夢想是建立一個設計師平台」。她以「雙品牌」為產品定調，讓「非鉄」和設計師的logo同時呈現。為了提高曝光度，幾乎每年推新產品，從大型不銹鋼家飾，如燈具、屏風，到DIY不銹鋼文具收納，項鍊配飾，現在「非鉄」已經在不銹鋼市場占有一席之地。而平台更成功地為設計師累積曝光能量，多年下來，在消費者心中，每位設計師都有其認同度，已有客戶指定設計師做產品。這個平台不只延續了家族的鐵工廠生命，也成就了許多設計師。

現與10多位設計師合作，背景多元，有工業設計、平面設計、室內設計。吳素環讓他們各自發



「非鉄原創」與設計師合作，成功打造品牌。

揮特色，當然也不能天馬行空。她的作法是，擬定好設計綱要，給所有設計師，有意願的就參與討論，包括市場調查、價格區塊、銷售通路、成本、製造技術等等，都經過充分溝通，再開工。

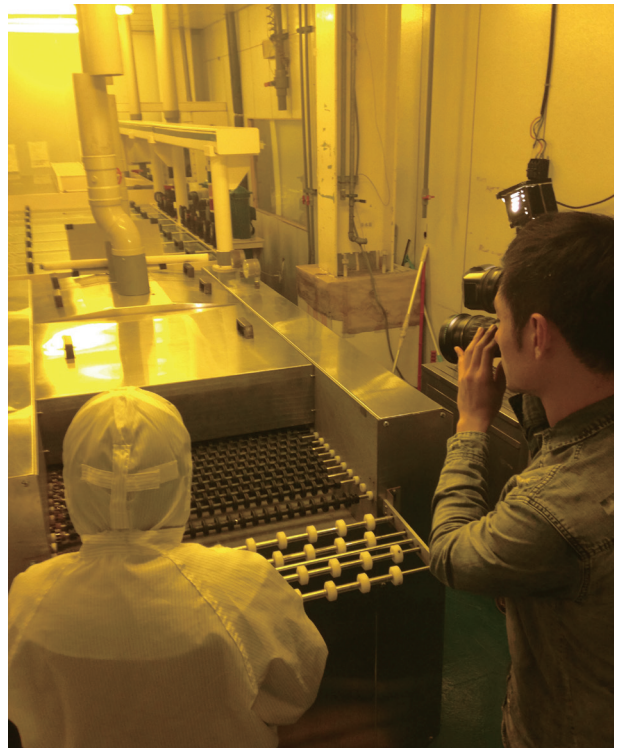
但創業之初，光是找人就煞費心力，一來國內從事金屬設計的設計師少，二來他們對「非鉄原創」的合作模式存疑，因為臺灣從未有過。所以，她決定先聘專任設計師做出產品，帶著產品奔走在德、法、日等國際大展，藉此打開知名度，也認識更多設計師，為日後合作鋪路。

她透露，現在光是OEM（Original Equipment Manufacturer, 貼牌生產）已有應接不暇的狀況，如奇美博物館委託案量大，需要4至5位設計師同時進行，還好，合作多年已建立起默契，他們會按個人強項來分工。設計師個個有主見，願意合作，可見吳素環的設計師平台很成功。

鐵工廠成功轉型 家族轉而支持

公司只有5名專職員工，3個人跑製造流程，2個人負責通路。需要專人督工是因為臺灣的基礎工業分工專精，從雷射切割、拋光、到噴砂，每個工序都要分開處理，換言之，一件作品要經過好幾個廠。幸好，工廠會自動按工序串連。他們要做的只是確保每道工序達到品質要求。

3年前公司開始有盈餘，設計和製造都步上正軌，下一步她想的是，「如何讓大家更知道這個品牌，更知道這個設計平台有很多資源。也許應該加強行銷和業務，不排除與行銷團隊作整合或



工廠製造環境比照3C規格。

合併。」她說自己是學會計的，傾向穩紮穩打，讓公司存活是首要目標，現在基礎已確立，她在尋找一個團隊或更大平台做整合。

她坦言，「去年至少有兩間公司要買非鉄，沒談成的原因有兩點，一是非鉄的品牌進入後，設計師平台就失去意義。二是家族反對出售，他們甚至表示要參與經營。」對於後者，公司已展開股權重整，「我已做到原先設定的目標，接下來不一定要我來完成」，似有功成身退之意。

最初家族反對她創業，於今轉趨積極想要接手，可說是一大轉變。「我的工作室一開始設在三叔的內湖工廠後方倉庫，他每個月都會把我叫去，要我：『控制一點，不要再投入了。』」，半年後，有次我在擦屏風成品，三叔走進來，說：『不銹鋼板還可以搞得這麼有藝術性。』表示他在這個產業那麼久，什麼事沒看過！」家族並不看好這個外行小女子能搞出什麼名堂。

柔情雕塑不銹鋼 叫我英雄

而吳素環還真的做出他們沒見過的東西。一只輕薄的筆筒，精緻的雕刻來自手機喇叭孔的技



2013 東京家飾展。駐日大使親臨展位。



2014 巴黎展，ELLE雜誌專訪。

術，半導體製程中的一環。「沒人拿這種技術來做產品外觀的，工廠也被我們整得很慘。設計加上技術門檻，很難仿冒。我們的產品一看就認得，我們有自己的語言。」

不只有美感，每一座筆筒都有故事，這才是無可取代的。從「繽紛五斗櫃」、「夢想摩天輪」到「藏寶書屋」、「擁抱樹屋」，光看名稱就充滿無限想像，還有DIY的樂趣，讓筆筒不只是筆筒。這就是吳素環所堅持的文創精神，讓藝術進入生活。「我並不想做藝術品，而是希望在產品上賦予美學。」

「非鉄原創」的理念就是，設計師的發想，鐵工廠執行，結合高科技技術，和小說家寫的故事，其特殊工法，加上文化元素的注入，完全顛覆了不銹鋼給人沉重單調的印象。吳素環讓不銹鋼藝術成為生活中隨時可得，並且溫暖人心的必需。

除了文具收納、家飾燈罩，「非鉄」近年更開發所謂輕時尚飾品，其中，只有12公克重量的項鍊，最令女性驚豔，剛硬的材質，經由鏤空線條，與溫柔完美結合。她預告，女用手鐲和耳環將成為未來主力產品。

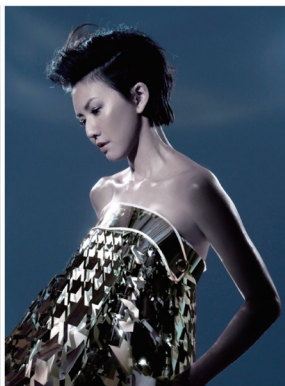
臺灣以陶瓷、琉璃享譽國際藝術界多年後，「非鉄」的不銹鋼創作已嶄露頭角，這遠超出吳



繽紛五斗櫃筆筒，有故事。



雪意不銹鋼項鍊，剛中帶柔。



幫孫燕姿設計製作不銹鋼金縷衣。

素環當時所想。坐大不是夢，但她卻低調表示，「我屬於衝鋒陷陣型，喜歡嘗試，做過了就可以了。要怎麼做我還在想，成事不一定在我。」

時勢造英雄，不想看到家族的鋼鐵事業沒落，吳素環以文化創意創業，不但讓鐵工廠成功轉型，更進而造就許多不銹鋼設計人才。英雄造時勢，雖然她說成功不必在她，然這股新興的不銹鋼創潮才正要拍岸，後勁如何，且讓我們拭目以待。