

打動人心的萬秀洗衣店

一起來認識幕後推手，萬秀金孫張瑞夫！



受訪者 | 萬秀洗衣店品牌主理人 張瑞夫
採訪 | 丁奕均、王若芸、紀昭宇

或許大家都曾在社群媒體中看過萬秀洗衣店的身影，經營超過一甲子的傳統洗衣店，將店裡超過幾十年客人未取而囤積的衣服，搖身一變，成為我們看到照片中萬吉先生與秀娥小姐顛覆印象的潮味穿搭。Instagram 成立短短一個多月便吸引逾六十萬粉絲，更讓國內外媒體爭相報導，包括 BBC、CNN、紐約時報都爭先前來採訪，一夕之間這對高齡夫妻成為全台最熱社群話題，除了受邀擔任 2020 臺北時裝週永續時尚大使，還出演了歌手吳青峰的 MV。而這一切精彩的開始，就是萬秀金孫張瑞夫在 2020 年 5 月開始替萬吉先生與秀娥小姐開設了 Instagram 帳號。瑞夫是怎麼樣的人？他開啟的萬秀洗衣店品牌為何可以感動這麼多人？一起來聽聽他的故事吧。

WANT SHOW Laundry
- Since 1951 -

萬秀 洗衣店

萬秀洗衣店 IG 帳號

(@whatshowasyoung)、萬秀孫文創股份有限公司與萬秀洗衣店網站平台之創辦人，為萬秀洗衣店第三代，故又以「萬秀孫」為大家熟知。張瑞夫畢業於國立台北教育大學文化創意產業經營學系，而後修讀國立台北藝術大學藝術行政與管理研究所。原先只是想增添不同回憶，為阿公萬吉先生與阿嬤秀娥小姐改造後拍攝紀錄並分享，沒想到洗衣店的爆紅不只給萬吉與秀娥帶來更多意料之外的新體驗，過程中種種的回饋也促使瑞夫繼續發揮自身的影響力，試著為這個社會做更多的事。



▲萬秀洗衣店榮獲第 75 屆商人節暨金商獎「優良台灣老店」殊榮



▲ 110.11.16 瑞夫與元沛農坊創辦人進行對談講座

大學考試失利是美麗的錯誤？

大學就讀文創系，碩士就讀藝術管理的張瑞夫，看似目標明確的他卻和我們分享，當初升大學的學測考試因一個科目沒畫到卡，導致很多科系不能填，這個意外卻成為一個契機，使他開始思考自己想做的事情。回顧自身的經歷，在臺中后里成長的他，從小就受到家鄉各種傳統產業的耳濡目染，使得瑞夫與傳產的連結深厚，希望能為此做些事，便走上文創這條路。

文創這條路，好走嗎？

進入文創系後，瑞夫在上課之餘也進入工作場域歷練，前後在不同領域累積工作經驗，一路從策展工作、法藍瓷專案、陶瓷傳統產業、唱片業、甚至中國的地產，特別的是他提到這些工作最一開始都不是他去應徵，而是在上一個工作中與他人合作時被注意到，因此有了新的可能機會。被問到能夠在不同產業間轉換的原因時，瑞夫認為很大一部份原因是自己擁有以文創角度看待事情的眼光，以及不為自己能力設限的積極學習態度，因此得以在各產業中作為創意、活化的角色提供協助。多元產業經歷除了豐富工作經驗外，也為瑞夫的人生經歷增添許多樂趣，以中國的地產公司經驗為例，瑞夫向我們說明當地的地產公司為了協助造鎮，以文創的精神找出該地與周邊的故事或連結，並將不同的概念串聯在一起，藉此產生被大眾看見的機會，進而創造商機。回想一路的經歷，瑞夫認為自己很堅持一定要做有趣的事情，原因是雖然乍聽下不太負責任，但長遠來看還是要自己覺得有趣才有動力想去學習，也才會想要與他人分享成果。



▲張瑞夫（右二）與志工團成員合影

WANT SHOW

萬秀的誕生

在中國工作一段時間後，因為發覺難以空出時間陪伴家人，在 2019 年末決定要給自己一個 gap year，除了利用這一年好好聯繫與家人間的感情，也希望能藉由走訪世界抽離工作，讓自己忙碌之餘也能停下來休息，但最後礙於疫情回到了台灣。

從小與阿公阿嬤一起生活的張瑞夫，如今重新回到那間最熟悉的洗衣店，與記憶中的它仍相去不遠。為了迎接金孫回國，阿嬤每天都會熱情地端出一道道拿手好菜，但隨著日子一天、一天過去，在家的瑞夫發現阿公阿嬤其實沒有想像中的快樂 – 白天時的阿公常常坐在洗衣店櫃台對著門口發呆，負責家務的阿嬤則是趴在餐桌上。不忍心看到兩老如此無精打采的場景不斷發生，身為孫子的他便想出藉由自己擅長的「拍照」，為阿公阿嬤的生活帶來一些變化，而上傳 Instagram 也只是帶著與人分享生活樂趣的心態，這樣的無心插柳，誰也沒想到會成為萬秀品牌建立的起點。

讓萬秀洗衣店成為一種精神

隨著迴響愈來愈大，也收到各式各樣的回饋，原本只為增添阿公阿嬤日常趣味所拍攝的照片，卻變成擁有六十幾萬人追蹤數的專頁。對此我們十分好奇，張瑞夫對於社群經營是不是有一些獨到的見解，他則笑著跟我們說沒有，一切都是平實地帶出自己與阿公阿嬤的相處模式，「對我來說，創作就是把生命中的日常拼湊在一起成為不同的樣貌」，沒有人物的設定，只有純粹的真心，不把網路上的人當工具，自然收到的正向回覆也越來越多。

經由這些回饋中，他發現自己的影響力遠比想像中的大，也因此不管是對阿公阿嬤、甚至是這個產業、社會，一種油然而生的使命感，讓他希望自己能多做些什麼。以社會企業出發，張瑞夫想延續的品牌價值除了「跨世代溝通」外，「永續循環」、「惜物」也是其不斷提倡的。透過相片說故事進而產生共感，讓自己的理念能傳遞給他人，即使有時粉絲的解讀會與原先想表達的不同，但他並不覺得誰對誰錯，只要能促進正循環都相當樂見。

改變關係，產生關係

知道自己常常以情感作為思考的第一步，尤其看著家鄉傳統產業的逐漸沒落、洗衣店光景不如從前，便讓張瑞夫想要改變這一切，從原本簡單的提醒大家「留在洗衣店的衣服要記得拿」，到後來藉由與零廢棄時尚品牌 STORY WEAR 聯名以回收牛仔布製作新設計，並將收益捐給臺北霞海城隍廟做偏鄉公益、架設社群公益平台網站並設立衣物循環平台「重新定衣計畫」，推行環保二手衣，讓被遺忘的衣物經過整理重新送到新客人的手中，減少資源浪費。自始至終，瑞夫對社會的理想不變，從自己最熟悉的事物做起，改變傳產與世代間的關係，用影像產生與家人、粉絲間的關係，進而推行自己的理念，我們也期待張瑞夫能繼續在改變世界的路上踏實地前進，讓萬秀洗衣店用故事感動更多人。

給對經營數位社群有興趣的同學的建議

瑞夫建議同學們想清楚自己是想要做品牌還是行銷，因為相較坊間有很多創造爆紅方式的教學，品牌不是只是爆紅，還要透過長時間經營來梳理品牌的本質與傳遞品牌價值，比如說萬秀的品牌本質就是：**循環、樂齡、溝通**。

給大學生的建議

不要輕易翹課、或輕視任何一位老師。我們太習慣想自己喜歡什麼、或以後職場需要什麼，但大學課程真的是最好吸收各種領域知識的機會。推薦同學們試著選一些不一定跟自己未來職場有關、反而是跟原先領域完全無關的通識。這可能會是工作之後創造自己跟同儕的差異化所在。也就是職涯道路或許不易更動，但不用限制自己本身的可能性！

「沒有什麼事情是容易的，但也沒有什麼事情是絕對的。一定要先相信自己、然後記得讓你開心的片刻。不論做任何事或選擇，都請務必記得思考這個選擇能不能讓這個社會更好。」

——張瑞夫

