



# 在 轉變中 成長

*Interview with* 副總經理 ● 陳冠豪

# 從 穩健中 衝破極限

豪威實業從生產不鏽鋼廚具工廠起家，一路成長茁壯，逐漸擴展至歐化廚具、系統家具的生產製造，二代接班後，於 2003 年創立自有廚具品牌「TOMATO 蕃茄廚具系統傢俱」，建立南台灣最大廚具展場，在穩健發展中積累立足南部市場的實力。

● Text by 涂心怡 ● Photography by 戴倫

TOMATO Kitchen & System Furniture

since 1986

# 豪威實業





豪藏在燕巢建立南台灣最大廚具展場。



豪威實業有限公司董事長陳義永於創業前曾於家電機械廠工作，擔任業務人員，期間一路晉升至總公司業務經理一職，基於對人生的期待與成功的追求，讓他開始萌生自行創業的想法。當時正逢新式不鏽鋼廚具在台灣萌芽，逐漸取代早期磚窯、水泥砌成形式的傳統廚房，因此他決定從市場需求最高的不鏽鋼廚具切入，在 1986 年創立公司。

出身佃農之家的陳義永經歷過貧苦滋味，成長過程的磨難，讓他在創業之初兢兢業業，一人身兼業務、工務、廠務與會計數職。談起父親，豪威實業有限公司副總經理陳冠豪的語氣中有著無比的佩服。早年業界盛行應酬文化，陳義永時常從白天應酬到深夜，但即使深受宿醉所苦，每天依舊準時 8 點到辦公室上班，「父親堅持做好一件事情的意志力與抗壓性，我還跟不上。」

而陳義永打拚而來的扎實基礎，也成為陳冠豪回到公司接班的十幾年來，引領公司進行轉型蛻變的重要根基。

## 回家接班，從廚具擴展至系統家具

陳冠豪退伍之後便回到家中幫忙，當時陳義永已看見系統家具的發展商機，決定從廚房走出，將生產動能擴大到整間房子，從不鏽鋼廚具跨足製作系統家具。

「我一進公司，父親就把我直接丟到系統家具開發部門中。」當時豪威已投入系統家具開發 5、6 年的時間，卻因為生產家具的製程與原本廚具大不相同，一直未能順利結合。

陳冠豪笑說父親當時的作法「很直接也很殘忍。」但他的笑容中卻滿是感謝。父親不僅放手讓他嘗試，給予充分的授權與信賴，還在一旁協助，運用自己的人脈，讓陳冠豪跟業界前輩討論學習，汲取寶貴經驗。

而陳冠豪也沒有辜負父親的期待，順利推動豪威跨足系統家具市場，並在逐漸站穩腳步後，看見產業下一步發展趨勢，進而做出大膽的決定：建立自有品牌、直接與消費者面對面溝通。



陳冠豪認為豪威銷售的不只是產品，更是生活。

## 直接面對消費者，創建自有品牌

自小跟著公司一起成長，寒暑假時常到公司幫忙搬貨的陳冠豪，對於豪威有著極深的情感，「這間公司早已是我生活中的一部分，它是我的日常。」隨著歲月流逝，公司面臨轉型的關鍵時期，陳冠豪也期待能盡自己所能，帶領公司蛻變升級，讓產品發揮最大效用，「豪威銷售的不只是產品，更是生活。」

豪威過去採取與經銷商合作模式，扮演代工生產的角色，因此即使豪威具備精湛製造的工藝技術與規劃設計能力，也只能配合經銷商的訂單，無法掌握產品設計權，「廚具及系統家具是相當客製化的產品，規劃的方式不同，結果會產生極大落差，如果沒有專業的設計規劃及製造工藝，不僅產品無法發揮功能，更會影響生活起居。」

在陳冠豪的擘劃下，豪威開始投入產品開發與設計美學工作，訓練員工直接面對消費者，於 2003 年創立「TOMATO 蕃茄廚具系統傢俱」自有品牌，並不辭千里赴歐洲取經，學到更多精緻工法與產品呈現方式，進而提升品牌水準與市場定位。

在發展自有品牌的過程中，陳冠豪不僅要求產品品質到位，服務內容更是要全面。他認為，優質的系統家具、廚具不一定是很昂貴，但必須要「符合使用者的需求」。

「每一處設計都要回歸使用者的生活本質，每一個細節都必須符合消費者的使用需求。」他表示，豪威的產品考慮的不只是當下，更兼顧未來的可能性。例如遇到還沒成家立業的業主，豪威會詢問對方對於未來的規劃，將生活願景一併考量進來，為消費者打造未來生活的完美藍圖。

## 視員工為家人，共享驕傲時刻

接手公司營運已十幾年，陳冠豪仍記得當初下定決心回公司接班的情景。當時父親憂心忡忡的跟他說：「公司的員工們跟了我幾十年，如果我退休後，雖可以安穩的過日子，但那些員工該何去何從？」父親凝重的神情，在陳冠豪腦海中揮散不去，也因此讓他決定承接父親照顧員工的重擔。

然而新舊交接之時，難免會遇上世代溝通問題。接班之初，陳冠豪遇到最大的瓶頸與衝突，是當他決定擴廠並引進自動化生產機器、制定系統化的生產流程時，員工深怕自己被機器取代，因而產生抗拒意識。面對員工的不安，陳冠豪選擇親自走到他們身旁，溫情喊話：「公司引進自動化機器，不僅能提升產品品質，你們工作起來也能更輕鬆，以前單靠勞力工作，體力畢竟有限；再怎麼拚命也不可能得到數倍的提升，現在卻能做到以前產能的數倍！」

對於陳冠豪而言，帶領公司轉型，固然是他的首要目標，但他絕不會輕忽公司的重要支柱——員工。父親總是提醒他：「平常一帆風順的日子不會感受到老員工的好，但你永遠要記得，當公司有難時，這些老員工會是你最強的后盾。他們陪我一路打天下到現在，你可要好好珍惜他們。」

## 公司轉型升級，激勵同仁自我提升

父親話說得明白，陳冠豪也做得柔軟。有時，他也會以柔克剛，向老員工撒嬌：「我這樣做不是在刁難，也不是在懷疑你的能力，更沒有要把你給踢走的意思。我只是為了要讓公司更好，我們來試試看好不好？你看著我長大的，就讓我試一次好嗎？」

陳冠豪誠懇溝通的態度感動了員工，願意與他一起攜手向前邁進。有一天，陳冠豪看見業務與設計同仁對於設計圖的結構、施工、配色有著不同的見解與看法，兩人討論熱烈，並且因此碰撞出更好的想法與火花。

陳冠豪將這一幕看在眼里，心裡滿是感動。帶領公司升級轉型後，激勵員工自我成長，使他們珍貴的技術及經驗更有發揮的空間，不僅帶動團隊良性競爭，也提升公司整體素質。

陳冠豪承繼父親穩扎穩打的經營理念與基礎，以「TOMATO 蕃茄廚具系統傢俱」名號在市場中闖出一番成績，並在燕巢打造南台灣最大廚具展場，但他始終不敢把「穩定」掛在嘴上，因為市場變化之大，每一天都是挑戰，必須以謙虛的心匍匐前進。

面對未來，他的夢很大，但也很肯定，「要說上市上櫃都是其次，我只希望能對父親、員工的期許有所交代，當別人問他們在哪裡上班時，同仁能很驕傲地說出來：『我在豪威工作！』」



幸福就從「蕃茄」開始

**TOMATO**  
Kitchen & System furniture





陳冠豪始終不敢把「穩定」掛在嘴上，  
因為市場變化之大，每一天都是挑戰，  
必須以謙虛的心匍匐前進。



豪葳引進自動化生產機具，擴大產能。

#### 獨創力——

以不鏽鋼廚具起家，打下扎實根基，  
生產歐化系統廚具。

#### 創新力——

看見市場需求，  
跨足系統家具並打造自有品牌。

#### 傳承力——

照顧員工，穩健中求成長。

豪葳以不銹鋼廚具起家，隨後跨足系統家具製造，  
並在 2003 年成立自有品牌「Tomato 蕃茄廚具系統傢俱」。