



發現台灣 隱形生命力

轉動傳統產業大未來



港台書

發現台灣 隱形生命力

轉動傳統產業大未來



發現台灣隱形生命力

作者——財團法人金屬工業研究發展中心
出版者——財團法人金屬工業研究發展中心
發行人——黃啓川

地址——高雄市楠梓區高楠公路 1001 號

電話——(07) 351-3121

公司網址——www.mirdc.org.tw

總編輯——林烈全

統籌——吳永成、侯佰良

企劃——鮑佩瓊

採訪攝影——王錦河、吳敏菁、吳睿騏、周麗蘭、范揚光

黃文鎧、黃昱貴、趙麗妍、蔡依珍、羅培菁

視覺設計——包惠玲

封面設計——采紅傳播

製版——一揚製版

印刷——振宏文化事業有限公司

代理——喬林圖書

總經理——聯合發行股份有限公司

地址——新北市新店區寶橋路 235 巷 6 弄 6 號 2 樓

電話——(02) 2917-8022

初版一刷——2013 年 12 月

定價：220 元

ISBN 978-986-65198-1-9



9 789866 519819

00220



喬林圖書

本書若有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換
版權所有 翻印必究

發現台灣的隱形生命力

一本紀錄汗水與淚水的夢想實踐的感人紀實，值得品味。

在經濟部服務的這些年，有機會走訪的傳統企業並與業者進行交流，每走到一個地方，背後都有感人的故事。這些企業雖然不大，外表看起來或許不起眼，卻都是支撐著我們國家甚至其他國家經濟的重要支柱，不論是食、衣、住、行、育、樂，所看到的國際知名品牌產品，裡面或有流著MIT的血統。這些傳統企業雖然沒有響亮的品牌，但透過創意的發想與實踐，讓這些隱形的生命力得以在全世界發光發亮，也正如此，讓這些傳統企業開創新的藍海版圖。

近年來國際經濟變化快速，以及中國、印度、越南等新興經濟勢力崛起，台灣傳統產業在國際競爭優勢面臨嚴峻的挑戰，雖然如此，仍有許多傳統企業能夠掌握轉型的關鍵契機，加速創新研發、技術升級，以提升附加價值，走出一條令人刮目相看的新道路。技術處從民九十七年起委託金屬中心，協同國內法人機構規劃推動「南部傳統產業科技關懷計畫」、九十九年度起延伸「南部傳產計畫」成功經驗，規劃「傳統產業加值創新科技關懷計畫」，擴大對全國傳統

推薦序

產業之照顧。一百零一年起更將技術處協助傳統產業相關法人科技專案資源整合，推動「傳統產業加值轉型推動計畫」，陪伴台灣這些傳統產業的隱形生命力日益成長、茁壯。

這本書的出版，讓我們一同見證台灣傳統產業的堅持與毅力，經由深入輔導、訪視，台灣這些可愛的傳統企業老闆們，爲了堅持自己的夢想，咬牙、苦思、堅定、靜觀、突破、展現，不得不說聲「讚」，而這些經驗的傳承、智慧的累積，都是學校學不到的寶貴課程，相信值得年輕人學習。

往往我們都害怕改變，總在自己習慣的路上感到安全且自在，質疑著何必冒險？何必挑戰？然而，我們怎麼知道在山窮水盡疑無路的時刻，不會柳暗花明又一村呢？台灣傳統產業的堅強生命力，一年又一年的蛻變，我們總是不斷的發現驚喜，也因此更堅定我們要持續技術的研發與創新，輔導台灣傳統產業創造價值的信念，幫助更多傳統產業轉型、創造品牌、放眼世界，轉動大未來。

經濟部技術處處長

林全龍

拚勁與傻勁的對話

拚勁的廠商，傻勁的工程師，感謝你們成就了這麼多令人振奮的故事。

回顧台灣產業發展史，台灣中小企業的平均壽命大約十三年，然而，俗話說得好，不景氣淘汰不爭氣，能在現今如此高度競爭的環境中存活下來又能脫穎而出的企業，他們成功的背後，一定有著精彩的歷程，閱讀這些中小企業的故事，更讓我感受到台灣企業的韌性與生命力！

傳統故事中，許多以傻勁出名的故事：精衛填海、愚公移山；或者是：臥冰求鯉的愚孝、王羲之拼著寫完一整缸水造就了蘭亭集序……等等。當然，有著傻勁不代表一定能成就什麼，但有傻勁又有對的方向與方法，絕對能開拓出不同的視野。本書讓我們看見一群工程師拼著一股傻勁，成功地協助廠商升級與重新出發。

許多廠商在與金屬中心等法人單位的工程師接觸後，才發現研發對企業的發展有著多麼大的影響力，也藉由新技術、新觀點的開發，讓自己在產業中站穩利基，讓更多人看見自己的品

推薦序

推薦序

牌，也讓公司進入新的里程碑。除了研發，有時藉由不同產業、不同思維、不同角度的建議，讓看似平凡的傳統產業，也能轉變得時尚而有趣。

近年來，政府大力提倡「品牌台灣」，我們明白台灣企業要從代工發展出自己的品牌並非是一蹴可幾的任務，但我鼓勵大家朝這個目標前進，一步一步向前，這絕非遙不可及的夢想。看看這些中小企業經營者的拼勁，以及這些法人研究單位工程師的傻勁，共同激盪出的火花，值得為他們喝采！

上銀科技董事長

卓永財

不露鋒芒的堅韌力量

傳統產業是台灣的根，在當前國際經濟不景氣的情形下，傳統產業如何站穩腳步，保持穩定前進的力量；以及如何善用創意與行銷等軟實力，在新興國家環伺下突圍開創新局，都是台灣當前最重要的課題。

閱讀一本書，就像是在追尋一張張的人生藏寶圖，本書的傳統產業老闆們胼手胝足、韋路藍縷、一步一腳印所走出來的路，都是指引我們獲得寶藏的康莊大道。看完了這本書的感覺，就像是打開了另一個新世界的大門，所有幾乎不可能發生在我們身上的事，在書裡都找得到，也正因為這樣，它豐富我們了我們平凡的人生經驗，使得閱讀它的每一天都擁有不平凡的意義。

這幾年大家都將眼光聚焦在高科技產業的同時，回頭看看這些默默耕耘的傳統產業，發覺這些台灣的隱形生命力，或許不太會說話，總是埋頭苦幹，但如此不露鋒芒卻擁有巨大力量，逆境時的乘風破浪、順境時的展翅飛翔，這些強韌的力量，正轉動著台灣的未來。

推薦序

推薦序

台灣傳統產業在國際間有強力的競爭力，除了產品優良的硬實力，台灣人肯拚、不服輸的軟實力，更是珍貴的資產，在這本書當中，雖然各個經營者來不同的產業，面臨不同的挑戰，但是仔細審視每一個故事背後，點滴都透露著台灣人腳踏實地的精神與韌性，每一個人在職場工作都會面臨徬徨挫折，免不了抱怨現狀的殘酷，懷疑自己的能力，您不妨靜下心來，細細品味這群老闆們的創業歷程，看完這本書必能給人滿滿的勇氣與正面的能量。

金屬工業研究發展中心董事長

黃毅川

目錄

8 9	7 9	6 9	6 1	5 1	4 1	3 1	2 1	1 1	0 1
寬豐工業	大鄴紙業	聚紡公司	歐得葆家具	元成機械	維格工業	首君企業	旺鑫工業	豪山廚衛	歐函科技
—— 不做第一只做唯一	—— 主攻會展產業不「紙」是環保	—— 研究員走出實驗室當老闆 開創藍海市場	—— 將愛妻之心化為研發動力	—— 一只皮箱、破英文 永遠站在技術浪頭的企業	—— 不斷開發新產品 維持強勢競爭	—— 讓手工工具變得聰明	—— 掌握黃金時機 從代工走向品牌	—— 讓 MIT 的廚具變國際級精品	—— 台英聯手 打造知名馬術冠軍也驚豔的新型商品

目錄

193	181	173	163	151	141	131	121	111	99
彪琥鞋業	景航企業	祥巽企業	泰慶皮革	永興家具	天一藥廠	建利光學	誌懋公司	美上鎂科技	采姿秀公司
—— 從製鞋工廠 轉型觀光工廠	—— 台灣遊艇五金配件 攻佔金字塔頂層	—— 沒有業務部 全部靠研發部拿訂單	—— 要與人家握手把 是要有本錢的	—— 從傳統家具工廠 變身博物館	—— 讓吃中藥像喝下午茶一樣優雅	—— 研發基地留台灣 產品行銷全世界	—— 堅持無毒理念 進軍世界地標	—— 表面處理 不只做表面功夫	—— 采姿秀 把世界名畫穿在腳上



▲ 創立 41 年的台灣製鎖公司：寬豐工業董事長何義輝自創鎖品牌 REAL（瑞而）

01

不做第一 只做唯一 ——寬豐工業

企業小檔案

- 公司名稱：寬豐工業股份有限公司
- 成立時間：一九七二年
- 主力產品：高品質掛鎖、凸輪鎖 (cam lock)、門鎖、汽機車鎖、保險櫃鎖、電子鎖
- 所在地：新北市五股區

01

寬豐工業

01

國際大廠指名寬豐產品

一九八二年，寬豐工業董事長何義輝在南非好望角海邊漫步，路過燈塔大門，熟悉的門鎖映入眼簾。何義輝拿起這把印有自家品牌 **REAL** 字樣的鎖頭，想到遠在台灣의 自家商品，竟然能飄洋過海出現在這南半球的遠端，深受感動之餘不禁喜極而泣。

走進位於台北五股工業區的寬豐工業，一眼望去各種琳瑯滿目的鎖掛滿展示間，其中有九成產品幾乎全都外銷歐美日。國際大廠美國 **3M** 及日本三菱重工，更是指名下單寬豐產品。

小小鎖頭得到國際各大廠商青睞，最重要的推手，就是寬豐工業董事長何義輝。

調酒師出身的創業家

臉色紅潤，總是帶著親切笑容的何義輝是寬豐工業的靈魂人物，不說還看不出來，創立以鎖心鎖具聞名遐邇的寬豐工業之前，何義輝曾經是台北國賓飯店的調酒師，有著一身能調出四百

多種酒的好功夫。

但在學校主修農業的他，毅然決定投身蒜頭及生薑等農產品貿易事業，就這樣帶著一卡皮箱，遠渡重洋前往法國找尋機會。

也許是不諳當地風俗民情，何義輝的農產品貿易事業曾經一賠就是四年，但不服輸的他想出創新行銷策略，「我把兩個貨櫃的產品直接給法國當地代理商，要對方賣完收到錢，算好利潤之後再給我就行」。

這大膽策略不僅讓法國代理商對這年輕小伙子印象深刻，何義輝的精準眼光更是讓兩大個貨櫃產品全部賣光光，讓法國代理商隔年全家人直接來到台灣，要求繼續合作。

何義輝的貿易事業蒸蒸日上，人生轉捩點卻在此時意外來到。一九七一年某日，何義輝腹痛如絞，急著回家上廁所，但手中三把鑰匙卻怎麼也開不了家門，何義輝額上冷汗直冒，幸虧鄰居借了廁所讓他擺脫窘境，這個小插曲，讓何義輝動了開創製鎖事業的念頭。

想要擁有一把打開全世界鎖的鑰匙 開啓製鎖人生

「那個時候急得要死，我想說，能不能有一把鑰匙可以開啓所有的鎖呢？」，就這麼一個念頭，向來極有行動力的何義輝，就在一九七二年創立寬豐工業。

俗話說「隔行如隔山」真的一點不假，面對原本一竅不通的鎖片、鎖頭，何義輝拿著自己熟悉的馬鈴薯，用小刀看著鎖具樣品慢慢刻劃，吃盡苦頭。但他不放棄，全力摸索，所有問題打破砂鍋問到底。就連剛開始教他的師傅也被這股衝勁感動，傾囊相授，何義輝自此潛心製鎖工藝，練就一身好技術。

可惜空有一身好手藝卻還沒建立好名聲，為維持公司營運，何義輝不惜賣掉陽明山祖傳二甲土地，甚至瀕臨破產。

在美國辦開鎖大賽 拿下美國市場

何義輝此時想出在美國舉辦開鎖擂台賽的妙計，以「失敗就回台灣擺路邊攤」這樣破釜沉舟的心情遠赴美國，祭出開得了 **REAL** 鎖頭就有五千美元的誘人獎金，吸引大批人潮。三天擂台賽下來沒人挑戰成功，不但成功打響 **REAL** 鎖的知名度，還因此與美國大廠結緣，至今合作三十多年，這副「尾帖藥」讓何義輝印象深刻。

自此何義輝帶領著寬豐工業一步步向前邁進，不但能做出多達數十億，甚至上百億種變化鎖頭，其品牌生產的萬能鑰匙一支就能打開上萬個鎖頭，都是破紀錄的高水準。



▲ 創立 41 年的台灣製鎖公司：寬豐工業自創鎖品牌 **REAL** (瑞而) 生產的各類鎖

不要做第一 但要做唯一

雖有獨步業界的鎖心鎖具及製鎖技術，何義輝仍舊堅持細水長流，不莽撞拚搏，而是用心經營品牌。「我們不要做第一，但是要做唯一。」何義輝說，第一名很容易就被取代，只有做到唯一，才是一份事業長長久久的最基本要素。

「我覺得我們台灣的中小企業真的非常厲害，代工做得非常好。可惜有些人只在乎近利，對品牌經營毫不在意，所以我們雖然代工做得好，都為國際大廠牌做事，但說到世界知名的台灣品牌卻沒有幾個。」

不只要賣價格 更要賣價值

抱持著想讓台灣製鎖工業擺脫傳統「黑手」觀念，走向國際的信念，何義輝參與了金屬工業中心的輔導計劃，「因為這個計劃，我對自家產品的核心價值更加明晰，也更認定自己的品牌