

南良集團善盡 CSR企業社會責任

洪良 扁平化管理

2016 年度南良通訊5

南良集團 總管理處

www.namliong-group.com

台南市永康區洲尾街41巷10號

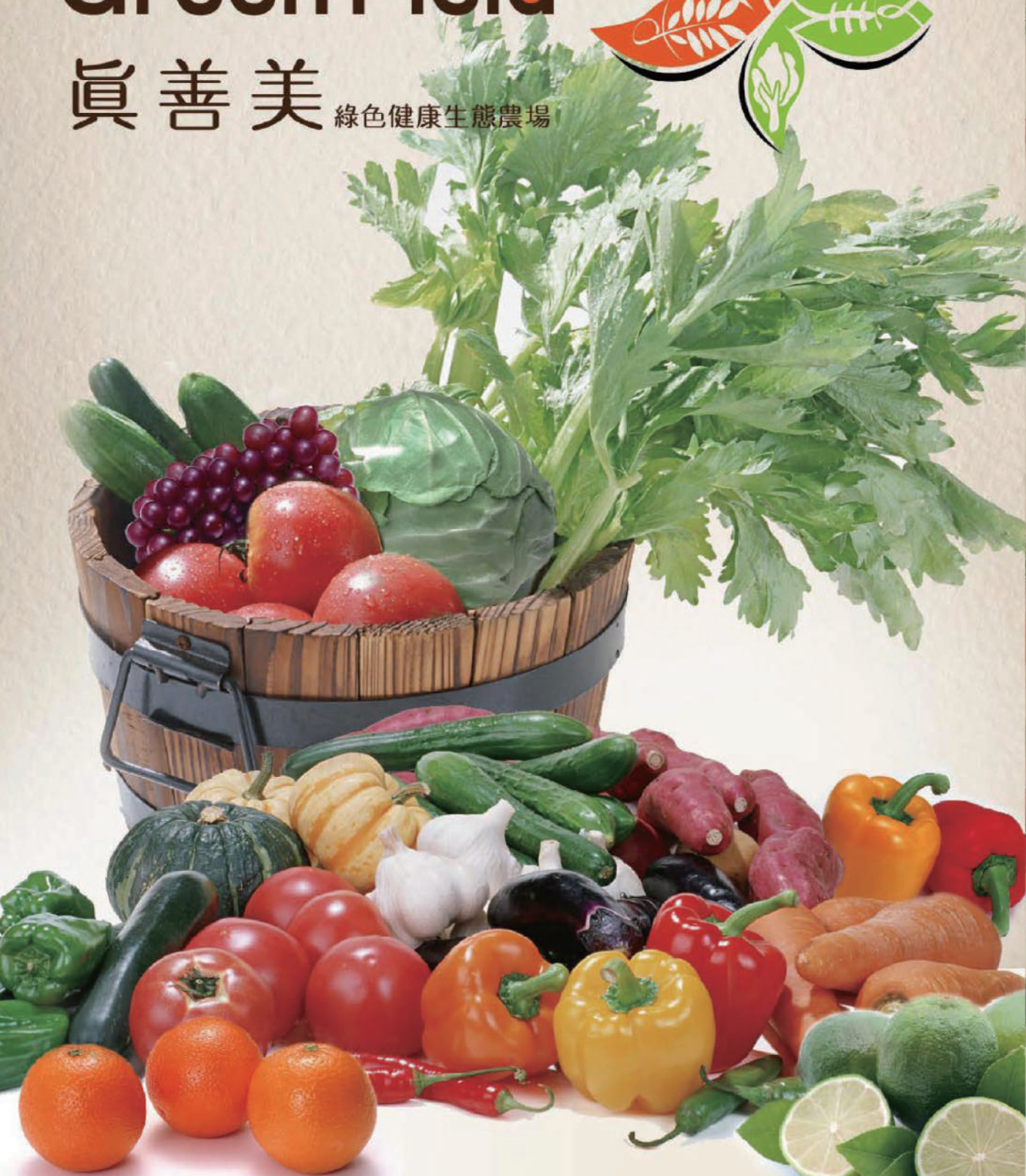
電話:06-2534161

傳真:06-2530310



JSM Green Field

真善美 綠色健康生態農場



承諾保證..... We Promise You

- ☒ 擁有現代化科技農業服務
- ☒ 提供健康、綠色有機食品
- ☒ 讓您使用放心，食用安心

台南本部辦公室

台南市永康區中正南路659號3樓
Tel: 06-2437108

太康有機農業專區 附設集貨包裝場

台南市柳營區義士路三段121號
Tel: 06-6226505

綠金農產行 附設產銷履歷集貨包裝場

屏東縣里港鄉中和村中和路3-33號
Tel: 08-7733778

真善美福山農場

嘉義縣番路鄉草山段17號(草山國小旁)



ISO22000



HACCP驗證通過





目次



南良集團
NAM LIONG GROUP

2016 年度南良通訊 5

發行人 蕭登波

總編輯 張 明

責任編輯 劉振銘、陳其泥

主刊編輯 洪良事業體

美工編輯 林郁綺、謝尚栢

美工總監 研創三組

發行所 南良集團 總管理處

電 話 06-2534161

傳 真 06-2530310

台南市永康區洲尾街 41 巷 10 號

www.namliong-group.com

02	總裁的話
	南良集團大健康產業的未來發展趨勢

04	CSR 企業社會責任
	臺南市府城防癌抗癌健康協會 成立志工大隊

06	南良學院 專欄報導
----	-----------

洪良再起

10	淺說洪良
14	扁平化管理
16	品牌策略
22	供應鏈管理
28	團結的整體

31	2016 上海面料展圓滿落幕
----	----------------

產業交流

34	南良 - 齊心共進
35	中良 - 2017 年度計劃政策說明
36	友良 - 表揚紡織事業本部 100 % 收款率
36	寶聯通 - 3D 列印創新功能設計

總裁的話

南良集團大健康產業的未來發展趨勢



企業經營宗旨固然以成長獲利為目的，但也應透過企業資源來對國家社會有一定的貢獻，南良集團重視企業社會責任(CSR)，為達永續經營就需秉持如此積極負責的精神，企業之經營應先求「利他」再求「利己」，在我人生的價值觀中仍保有前進不懈的動力，

內在還有源源不斷的潛能也是來自上述理念精神，吾領導南良集團奉此為最高準則並期許對國家社會盡棉薄之力，今日藉此機會，本人就近期南良集團的核心策略做簡單說明報告，懇請社會大眾給我們多一點的支持、鞭策與指教。

南良集團走過四十多年歲月，在材料產業領域一直為集團之本行本業，透過全球化之戰略佈局不斷提升企業競爭力，並投入創新科技及環保材料以擴大領先優勢及市場差異化，但隨整體國際局勢及台灣經濟環境變遷，身為一個企業領導人的我確實相當憂慮如何帶領集團正確地走向下一步，為此本人做過諸多研究與分析，近十年除了不斷強化全球戰略佈局及策略化發展，更秉持集團「對生命之尊重、對環境之愛護」核心價值與社會使命，積極投入發展南良集團大健康產業。

在此，容登波我向諸位長官、貴賓及好友報告本項大健康產業之發展緣由及方向：

1. 綠色無公害產業及產品是本世界普世的價值，更是時代的趨勢：我們選擇大健康產業之戰略佈局是吻合全球時代趨勢，現今社會食安及環境汙染問題，造成全球罹癌人口居高不下，集團規劃之大健康產業四大主軸藍圖(詳附件圖)乃是順勢而行的，並非逆勢而行，是從潮流趨勢中深入瞭解國家、社會及人類之需要所做出的堅定策略。

2. 台灣在全球上具備得天獨厚的自然資源、地理位置及人文道統：台灣位居亞熱帶氣候，擁有自然環境及資源豐厚，位居交通樞紐之先天地理優勢，此外台灣亦傳承良好中華文化固有的人文道統和歷史，擁有善良天性且認真打拚之精神，這是台灣極重要之無形資產。

3. 大健康產業承接集團「對生命之尊重、對環境之愛護」核心價值：集團大健康產業秉持永續經營之理念，以應用生物科技及技術為底蘊，延伸現代化科技農業，深化及加工生產健康食品及綠色無公害食品產業發展之堅定決心，南良集團所屬團隊築夢踏實，貫徹企業核心價值及願景，正式邁入嶄新之企業里程碑。

4. 大健康產業規劃三十年之長期發展計畫：集團大健康產業藍圖為三十年之長期規劃，以十年為一單位共分為三階段，每一階段亦分為短中長期，集團現在大健康產業仍處於萌芽階段，未來第一階段將以新台幣 66 億元為營運目標，從業人員將增員至 2000 人，人均貢獻度將達每人新台幣 330 萬元。大健康產業將落實供應鏈系統之整合，除自產性產品外，亦將加強合資合作與委外生產。其產品服務項目將擴及內服外用類別，以強化市場佈局之全面性，發揮更大社會國家綜合經濟效益，使顧客和股東及廣大社會同時受惠。

南良集團固有的企業文化即是以「對生命之尊重、對環境之愛護」為企業核心價值，所以應當要積極投入大健康產業並有所突破，更要擔負國家社會更多之企業社會責任，如此才能兌現此企業文化之根本核心價值，這是我身為企業領導人責無旁貸且必須擔負之任務與使命，我深切認為能往這個大目標來執行是相當有意義的，對一個集團企業來說也是具有相當價值性跟未來性。



守護您的健康是我們不變的使命

南良集團大健康產業四大主軸藍圖

所以面對未來，南良集團不能自我侷限於昨日的成績，應當積極思考並追求未來趨勢潮流，我相信大健康產業之發展空間及機會將會遠大於我們過去幾個產業，透過南良集團良好之組織力、管理力，以及強而有力的執行團隊，相信展望未來、放眼世界這將是無庸置疑的！這正是我們信心的來源，這也正是我們集團竭力所努力追尋之偉大目標，與大家共勉之。

南良集團總裁 蕭登波 謹誌

CSR 企業社會責任

臺南市府城防癌抗癌健康協會成立志工大隊

臺南市府城防癌抗癌健康協會在 10 月 2 日於台南市安平區安平國小風雨球場舉辦志工大隊成立大會活動，本次大會活動以「抗癌小幫手、不分你和我」為口號，宣導市民不分你和我一同加入全民防癌抗癌之行列。

現代人越來越注重養生保健，尤其對於癌症的防範從不停止關心，因此，擔任協會理事長的南良集團總裁蕭登波表示，為有效降低國人罹癌率，提升國人健康品質，全民防癌抗癌之行動須及早落實，有鑒於此，委由前安平區長林國明擔任執行長，將協會宗旨深入至各社區宣導，並結合各社區發展協會等資源成立志工大隊。

▼ 志工大隊成立大會當日由蕭登波理事長進行授旗儀式



活動花絮



台南市立醫院於現場進行癌症篩檢宣導服務



台南市立醫院帶領大會健康操



健康概念闖關活動花絮

活動當天，由協會理事長蕭登波授旗予志工大隊隊長許盈嫻，除了盧崑福、李文正等關心健康活動推廣的議員，四大醫院的支持、安平各里辦公室均踴躍參與，集團內多位主管 - 南良實業王全成總經理、郭建廷副總經理、洪良曾忠正董事長、總管理處張明副執行長也都特地到場，身體力行支持集團 CSR 政策。現場活動除台南市立醫院帶領大會健康操，數百位熱情志工與社區民眾一同健康活動，加上來自安平各社區發展協會精采之勁歌熱舞表演，使得現場活力四射。更值得關注的是南良集團旗下大健康產業的六個企業更設計寓教於樂之健康保健闖關活動，讓台南市民一同輕鬆學習健康知識，期望透過遊戲，能夠為民眾在防癌抗癌教育上紮根。

安平區是臺南市府城防癌抗癌健康協會志工隊的第一站，明年上半年計畫在安南區繼續推動，也希望集團同仁能共同參與，推動健康概念。



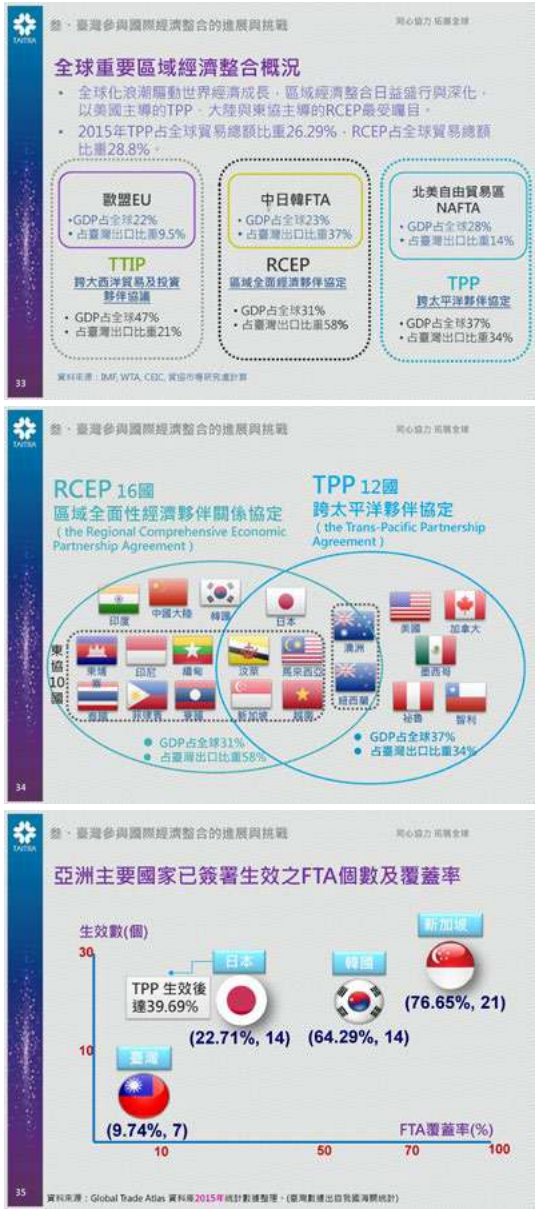
當日貴賓於南良集團教育訓練中心前合影留念

2016.10.1 是南良學院本年度最後一堂計畫課程，每年此時規劃【名人講座與經貿趨勢】的主題也是同時向集團各企業傳遞了新年度計畫作業已正式啟動。

感謝策略夥伴與億載會友好企業蒞臨交流，更感謝三位講師們遠從台北南下，讓集團主管們享受一天不同面向的趨勢剖析：



單元主題	演講人
【同心協力 拓展全球】	外貿協會 梁國新董事長
【當前國際經濟局勢】	前副總統蕭萬長先生
【當前台灣經濟趨勢與新南向政策】	中華經濟研究院 王健全副院長



外貿協會的核心服務是企業推廣國際貿易的利器

1. 全球 60 個據點提供全方位無國界零時差的國際經貿聯繫與交流。
2. 持續辦理的海外拓銷活動，協助企業開拓全球市場。
3. 提升臺灣產業形象的整合行銷作法。
4. 商情研析與服務。
5. 導入新科技進行貿易數據管理及分析。
6. 數位與電商行銷：新版的台灣經貿網已於 2016.1 月上線，推出商業活動即時化的 APP。
7. 國際企業人才培育 - 國際企業經營班與人才媒合活動。
8. 會展產業推動及服務

在科技翻轉的時代，未來能接受改變的才能生存下來。因此外貿協會 2016 年也展現了許多創新作法

1. 印度台灣商品行銷中心
2. 客製化出口服務 成立美妝品牌行銷聯盟 - 上中下游集體行軍
3. 中東市場行銷育成中心 - 杰貝阿里自由貿易區
4. 中小企業國際行銷成長茁壯方案
5. 強化數位服務 (A) 線上貿易資訊服務 (B) 貿易論壇 (C) APP 全球貿易 e 指通 (D) 外貿協會影音服務

民主是一種信仰

但當人民肚子不飽時，民主就被拋到腦後

經濟成長最重要的是內需、外需與勞動力

內需層面必須提振投資與消費

政府應致力於基礎建設、公共投資與都市更新

經濟就像水，哪邊有趨勢就往哪裡走

如果用水壩圍堵，只會潰堤

~ 蕭萬長 ~

新商機

(一) 新市場區隔

優質平價 (H&M、Uniqlo、Zara) → 東南亞、歐洲、美國

(二) 新產業

1. 具品牌、全球布局實力，及掌握大陸、東協內需商機服務業

雲端、電子商務、機器人、3D 列印、物聯網
國際布局產業 / 平價優質產業、ECFA 服貿受惠 - 電子商務、金融服務 (財富管理)、物流、文創、連鎖零售

2. 連結全球趨勢的產業

◆ 人口老化 / 少子化 / M 型社會

◆ 資源稀缺、氣候變遷 - 結合科技的傳統產業
(農業 (LED 照明)、糧食、水資源)

3. 結合新科技的新模式

◆ 物聯網、大數據、雲端 (了解消費者的聲音)

◆ 創造再購、加值服務、延伸服務

新思維

1. 綠色

2. 人口老化 (客製化生產)

3. 分眾市場 (小家庭、老人、女人)

4. 大數據 (了解消費者)

5. M 型社會 (平價優質)

6. 設備 (APP) → Sensor → 感應 → 通知送修、即時處理



因應的實質面

- ◆ 別過度生產、庫存太多 (可能通貨緊縮，庫存會跌價)
- ◆ 購併 / 合併可進行 (核心技術競爭力，別過度多角化)
- ◆ 留住核心人才
- ◆ 開發新市場留意風險 (新興國家) (全球需求下滑)
- ◆ 優質平價、客製化切入新市場區隔 (但留心對手信用)
- ◆ 升級轉型
 - 量產 → 創新、品牌通路 (紡織 → 機能性產品)
 - 策略聯盟，和價值鏈緊密結合，提供顧客更滿意服務 (beyond expectation，哇！哇！哇！)
 - 掌握趨勢：安全、安心、綠色、人口老化、少子化、房地產、營造工程變化
 - 善用科技 IoT、blog、APPs、big data 掌握新的需求，提供客製化服務
 - 尋求差異化、凸顯優勢，避免陷入殺價競爭
 - B2B2C
- ◆ 銷售：善用外國人 (臺灣女婿、華僑、僑生)
- ◆ big data：結合商業模式 (網絡愈大愈佳)
 - 從生產 > 銷售網絡
 - 紅色手機 / 客戶區隔



院長結語

企業應注重本身核心競爭力的建置，並從 C 的需求了解得到 B 的創新方向。

我們要善用政府資源，但不可完全倚靠政府。

終極操之在我，不是倚靠誰。讓我們向更好的明天前進。

洪良再起 > 淺說洪良



公司介紹

福清洪良染織科技有限公司是臺灣南良集團的核心事業體之一，於 1993 年創立於福建省福清市陽下鎮洪寬工業村，占地約 120,000 平方米，擁有花園式的環境和現代化廠房。

洪良染織擁有先進的織造、染整設備：整經機、德制經編機、大圓機、染色機、鬆馳機、後整理設備、起毛機、破刷機、定型機、自動包裝機等。月生產能力達 800 多噸。洪良擁有完善的物化性檢測實驗室，先進的打色設備，完善的污水處理系統。

先進的設備，標準化的作業流程，求精務實的精神贏得國內外品牌客戶的信賴。洪良擁有強大的研發團隊，已開發出許多功能性、舒適性運動休閒服飾、內衣用高級面輔料。如：多功能性系列、吸濕快乾系列、超細柔軟系列、四面彈力系列、時尚系列、環保系列、保健系列等。

一分耕耘一分收穫，洪良團隊十幾年如一日的執著和拼搏，在全球化市場的浪潮中，勇立潮頭，譜寫一頁又一頁華麗的篇章，市場的肯定和社會的好評紛至沓來。通過 ISO9001、ISO14001、OEKO-TEX 標準 100 等國際認證以及獲得發明專利：一種仿梭織針織面料及其製造方法，中國針織行業科技貢獻獎，全國紡織產品開發貢獻獎等諸多榮譽。憑著優良的產品和誠信服務，洪良事業體獲得歐美、日本、中國大陸許多知名品牌之信任並成為長期合作夥伴。

洪良再起 > 淺說洪良



企業榮譽

2000-2016 年誠信納稅，誠信經營聯盟單位。
2014 年 6 月被福建品質協會評為品質安全信譽。
2014 年被福建紅十字會評為熱衷公益事業獎。
2013 年 12 月被福清慈善總會評為慈善貢獻獎。
2013 年 5 月被福清市評為“創新爭星，科學發展”活動三星企業。
2012 年 2 月被評為“安全生產工作先進單位”。
2011 年 9 月被福州市委評為“福州市和諧企業”。
2010 年 12 月福清市熱心公益事業貢獻獎。
2010 年 12 月獲得福州市“春風行動”愛心奉獻獎。
2010 年 8 月成為東華大學《時尚面料與輔料》理事會理事單位。
2010 年 11 月獲得中國針織行業科技貢獻獎。

2009 年 7 月被福清市評為“園林式單位”。
2008 年 10 月獲得發明專利：一種仿梭織針織面料及其製造方法。
2008 年 9 月 HONTEX 被評為“福建省著名商標”。
2006 年 10 月獲得全國紡織產品開發貢獻獎。
2006 年 1 月自創品牌 HO-COOLING 榮獲“福建省名牌產品”。
2002 年 5 月通過 OEKO- 標準 ISO 認證。
2000 年 12 月通過 ISO14001 國際環境管理系統認證。
2000 年 8 月通過 ISO9001 國際品質認證。
1999 年被國稅局評為“納稅大戶”。
1998 年被評為福建省 300 強企業之一，環保先進單位，福建省重點保護支援的
百家出口基地企業之一。
1998 年 7 月公司順利通過 ISO9002 品質體系國際認證。

洪良再起 - 扁平化管理

洪良專刊編撰組



總裁講話

福清洪良染織公司於 1993 由總裁於福清所創立，到 2008 年時，最大單月出貨量超過 1000 噸，且完成由洪良染整織造，洪宇成衣加工，麥根服飾零售的垂直整合，成為織、染、成衣一體化的服裝廠。

但 2010 年初，公司在結構面及未來發展設計過程中出現重大失誤，導致一體化服裝廠的新設備與擴張的計畫被迫中斷，但已投入的固定資產折舊與資金緊縮下緊急借款產生的銀行利息又對整體營運造成了惡性循環的困局。直到 2013 年，洪良國際與相關各方達成積極解決方案，才結束三年來的資金周轉不順暢等重大問題，但與客戶的關係中斷卻是非短期內可以回復。

所以總裁決定從 2016 年 3 月起，洪良回歸南良集團管理，以雁型理論、整合行銷的概念策略，由總裁兼任洪良公司董事長與總經理，並任命由張明副執行長以執行力督導組代總裁協調洪良管理與業務工作；蔡德燦副總調任生產本部主管兼產銷協調主管負責福清洪良的整體作業。以大、中、小產銷的概念，分層管理。大產銷為每週各部門提交之管理報表，由張副執行長審視，每周二上午代理總裁以視訊會議作為跨部門事務裁決，中產銷為蔡副總依產銷狀況，於福清廠內隨時召開各項專案會議，小產銷為每日下午，生產幹部與業務間的固定品質與交期會議。層層分工，落實有狀況，立即反應、快速解決的新文化。



執行力督導組 張明副執行長



蔡德燦副總



並為了讓洪良更快速貼近市場需求，同時將研發部更名為創新開發處，直轄於業務本部，以求更能與業務協調配合，掌握客戶需求方向，加快開發討論速度。並要求每二個月召開成品發表會，建立年度開發方向，加強在環保、複合式材料、貼合等項目開發，務使符合流行趨勢。

而業務本部則分為福清營業處與上海、台北營業處，分別直屬總裁，除讓總裁隨時掌握公司整體業績外，遇有重大客戶事宜，可立即通過總裁協調，安排人脈網絡以加速增進客戶關係，並通過業務聯繫，隨時提供客戶最新需求呈交總裁，如有需要，總裁即可安排總管理處予以協助，以加強對客戶的服務速度。

管理體系下，管理部與人資單位合併為管理處，台灣財務與福清財務合併由許雅雯經理領導，資訊單位併入董事長室，藉由 ERP、MIS 系統管理成本與發現異常，達成不受限時間與地點限制的智慧型管理。重新調整授權體系，使各部門主管均有對應權限，縮短行政作業流程。

在客戶服務部分，除既有客戶外，積極配合李寧、安踏等中國品牌之開發工作，搭配協力廠商，並預計成立委外生產組，深化後段加工，增加產品品項，希望可以達成三年內，每月自製胚布 400 噸，外購胚布 400 噸，染整出貨 800 噸的短期目標。

藉由扁平化與管理系統的改善，駐廠幹部由先前八位，降為四位，全廠員工總數從 2014 年的 400 位，降為 2016 年的 350 位，透過整體人員穩定達成品質穩定，降低成本、提高效率、增加福利的良性循環。期望在 2016 年，洪良能榮登集團內獲利成長最快速的單位，展望未來發展，定能恢復往日榮光，再造洪良輝煌。

淺談與品牌客戶合作的一些細節

洪良公司與國內運動品牌合作多年，在這個過程中，多數業務人員其實已經有較豐富的經驗，在此我只分享一些在細節上需要注意的地方。



一、充分瞭解品牌開發、量產整季的時間計畫。

作為品牌開發到上市均有其計劃性。品牌的整個流程基本上都是從市場流行趨勢調研、品牌下季需求定位，收集需求產品、前期初樣確認、下銷樣單實現成衣效果、訂貨會確認、供應商量產、量產成衣製作、再到上市銷售。每個環節都十分重要做為供應鏈最末端的材料生產必須對於整個流程的時間點要做完整的掌控，才能統籌應對。我們要在客戶計畫點前完成自己的相應工作。同時以此為一個週期，作為自己的時間表安排，在下個週期開始前提前完成材料收集工作，給自己充分的時間準備。

客戶有計劃我們也要有計劃，而且還要更細。比如：推薦安排節點，客戶確認產品，初樣提供時間，工廠下開發單生產，開發品質確認，面料成品出貨，跟蹤每款物檢測試，技術資料資訊校對，功能性報告的確認，技術風險評估，量產確認移交，庫存成本結算。每個環節給出規劃時間表，根據時間表按期完成自己內部的工作。

二、做好充分而細緻的溝通。

1、瞭解清楚客戶真實需求是什麼？

比如來樣找樣，一般客戶多半會提供一塊樣，這種情況下業務人員應該與客戶充分溝通最終成品服裝的款式功能，再結合公司的產品，不限於單純要一模一樣的東西。要多思維推薦我們產品，想盡辦法的發揮下，或許你會推薦給客戶更加驚喜的材料。

2、當客戶遇到問題時或我們面料客戶提出質疑或風險時如何溝通？

做為客戶的開發人員，都是行業的專業人士，我們業務員一定要以實際的情況及專業性與客戶進行交流。切不可混水摸魚，而應給客戶詳細說明及風險評估，如數據之類的資訊越詳細越好，取得客戶在專業度上的認可，會增加客戶對我們的加分。千萬不可一棒打死或有推脫的說辭，而應取得客戶的理解，共同解決。

3、定期回訪客戶的需求及我們產品的開發是否有缺點？

個人建議可在日常的溝通中實現，主動提出聽取客戶的意見，做到每個溝通都能定量獲取客戶的對我們意見或產品的想法和趨勢，可將此資訊及時的提前準備起來。

以上這些細節處理好，應該會讓客戶對你產生依賴性，因為你是他最需要的人，只要他有任何問題，想必第一個就會想起你。

關於團隊戰鬥力及思考

作者：邱曉輝

上帝說：不要回頭。

如果用一個詞來形容我們此前經歷的幾年，很多人可能會用“迷茫”兩個字。

大環境的方向開始越來越猙獰，變幻的姿勢也越來越詭異。自身的短期體驗和製造業幾十年的“神話經驗”構成兩條纏繞相交的線，一眼望不到邊。健忘的我們如果有心把時間拉長，或明或暗的線還是能瞥見一些端倪。只不過各種牛鬼蛇神的陸續登場，輿論的蒙太奇總是讓我們沉浸於一時一事的興奮。這盛世，從不如我們所願。站在市場風尖浪口的業務團隊，或許比其他部門能更早感受到市場變幻莫測的暗湧。團隊，此時於我們，如鎧甲，披荊斬棘，共渡難關。在人人都談協作與資源整合的年代，我們都想要一個理想的團隊---有夢想、有激情、有承載、有分享、有收穫；但很多人並不知道真正的問題不在於團隊本身----而在於團隊是如何協作、以及如何調動協作。於2015年中陳燕屏協理接手營業本部團隊開始，對於如何構建有生命力和有效率的團隊，在大環境不如意，訂單日益緊張的情況下，如何穩定現有團隊、加強團隊協作及提高團隊協作效率，陳協理做了頗多考量：(1) 部門合併，提高開發效率：研發與業務曾各自為政，二者之間的不契合，曾給諸多業務同仁的開發帶來困擾。在促成這兩個部門合併之後，研發同仁能感同身受業務同仁的緊張與要求並不是無的放矢，從而在開發的反應上能開始進一步滿足客戶的要求。兩個部門之間的配合效率得以提升。(2) 加強教育訓練，促進共同成長：缺乏激情和消極被動，是任何大型組織都無法消除的頑疾。在一個發展日新月異的世界裡，公司的成敗取決於團隊成員能全身心投入工作，為團隊實現使命做出貢獻----而要實現這一點，如何調動業務團隊的積極性、熱情，研發團隊的創造力，就很值得深思。根據很多專業的人力資源公司的調查報告，發現工作無趣或所從事的工作不具備吸引力並不是讓員工喪失熱情和積極性的主要原因。從很多調研結果來看，86%的員工表示熱愛自己的工作，那麼導致團隊協作效率低下的罪魁禍首是什麼呢？第一：員工學習和進步的空間，即是否有機會提升自我；第二：公司的聲譽和願景，是不是值得員工全情付出；第三：領導人的行為和價值觀，是否值得被尊重和被追隨。

於是陳協理做了以下之安排：(a) 促進業務內部進行基礎教育訓練及進階教育訓練，旨在提升整個團隊的素養，以利進一步提升作戰能力，同時讓團隊在學習中共同成長，加強相互聯繫與分享。同時增加部門活動，比如聚餐、郊遊、K歌、爬山等活動來創造團隊共同之經歷，增加團隊凝聚力。(b) 在內部會議上宣導公司願景及未來規劃，在立足於當下之時，讓團隊成員有努力之方向及未來之期待。讓大家明白生活不止於眼前的苟且，還有遠方的詩意和夢想。(c) 作為頗有挑戰性的第三點，陳協理也在不斷的充實自己，致力打造一個熱情與理性兼併的領導人，同時也不斷督促大家共同成長，以期能帶領團隊走向更好的明天。

對於提高團隊戰鬥力的另一關鍵是薪酬，如何完善及提升激勵制度對團隊刺激，這個也是團隊領導人在努力的路上不斷思考的問題。如果歷史有節點，過了關鍵節點太遠，歷史路徑就基本形成。即便盛世總不如我們所願，但只要我們播下種子，並持續澆灌，種子自然會把我們所需的東西，吸引到身邊來，而成長茁壯。“不忘初心，方得始終”，團隊構建，亦是如此。

作為第一批走出臺灣的紡織企業，今天我們已經在中國這個市場上紮根，並借此將我們的品牌傳遞給國內、國際的市場，也取得了一定之成效。為公司品牌今後之更好營運，獲更大品牌營運之效應，今天借此機會，與諸位探討一下關於產品國際化、品牌與國際接軌之本人一些看法。

個人認為應該從上游合作（產品國際化）、下游合作（通路國際化）這兩個行業整合方面來達成公司產品與國際接軌。第一點是上游合作，此關係到產品國際化問題。目前公司主要採取[策略聯盟]之方式，在上游通過與日本帝人、旭化成、東麗、歐美韓國之杜邦、曉星等進行之技術合作，增加垂直整合度，以便優先取得新開發之原料，保持公司功能性產品之市場領先地位。同時亦能通過上游品牌之介紹，取得下游國際成品品牌之客源。第二點是下游合作，即成為國際品牌之供應商，此關係到通路國際化問題。該過程主要涉及開發與配合兩個方面之內容。

- (一) 品牌客戶之開發：首先，前期開發。 a. 上游品牌介紹取得下游國際成品品牌之客源 b. 專業展會，如ISPO展、上海展等專業展 c. 通過網路搜索，詳細瞭解品牌資訊，其次，中期瞭解。在對品牌做一定瞭解、接洽之後，須深入品牌之運作團隊，就其設計、開發、採購、QC、成品行銷人員、高層決策者等相關人員皆須建立良好之關係，進行密切之互動，確保能確實瞭解、掌握品牌運作之狀況，以予訂單之確保，亦可因之變化而採取應變之道。
- (二) 品牌客戶之後期配合：首先，品牌認證。成為一線國際品牌之合作夥伴，一定要通過其認證，才會減少後續配合上的困難。所謂認證，通常包括人權、環境、品質管控、實驗室是否符合它們的標準等。在國際化之合作中，品牌認證是不可缺少的，不僅能加強品牌合作關係，也能須進一步借用品牌之管理經驗來進一步提升生產管理水準。其次，快速反應。在開發、品質、交期及服務方面，須具一定之水準。在這個任何廠商都可能隨時被取代之時代，要成為品牌之供應商，均須通過其每季績效之評估，即所謂 KPI 評估。這涉及到開發、品質、交期、服務四個方面之管控。

開發是品牌不斷發展的根本，面對快速變化的市場，許多產品隨時都有可能被替代，唯有持續開發才能保持品牌不斷發展。對於我們，速度是取勝的關鍵，品牌在開發的時候絕不會放在一家開發，誰能取得頭啖湯，誰才能在後續訂單把握先機。

品質是品牌的生命，在為國際品牌客戶合作之時，我們須對品牌客戶的品質要求有全方面的認識，在品質管控上力求絕對之標準化，嚴格化。交期管控。這個問題好比某一品牌銷售很好，客人至其專賣店被告知斷貨了，若屆時讓客人下個禮拜再來購買，客戶可能因此流失，由此可以知道客人是要靠快速的反應。故我們須非常瞭解，快速反應的真諦是什麼。服務滿意。品牌通常會要求其成衣廠對其面料之供應商做評估，若某一家面料供應商被列入下一季所有供應商之最後前三名，若這家企業很不幸兩次被警告，第三次再來的時它肯定已經出局了，不會再是該品牌供應商了。所以在服務好品牌的同時，也要服務好我們直接面對之成衣廠，與其建立良好之關係，進行良好之互動，以利訂單之管控。

中國有句古語：人無遠慮，必有近憂。在國際化進程中，這句話是非常適用的。隨時關注國際格局之變化，及早進行行業整合之策略，與上下游品牌建立策略聯盟，以達長期合作魚水共存之關係，未來之出路才寬廣，才更有利公司品牌之國際化發展，亦有利於公司未來之成長。

細節決定成敗 | 作者：林燕飛

天下難事，必做于易，天下大事，必做於細。

在與日本客戶打交道的期間，越發體會到細節的重要性。從曾經的不理解到最後被日本客戶對品質理念所付出的時間，重視感及態度所折服，看似簡單的工作來自於他們對細節的追求，細節的落實和執行，以及執行者的態度，精益求精的精神值得我們去學習。常常聽說：沒有小事的積累就沒有大事的成功。從某種意義上講，細節是對一個人綜合素質最真實的考察，也是區別於他人的特點，很多時候正是細節影響結果。在生活和工作中，許多看上去是芝麻大的小事，往往會被人們所忽視。打個比方，我們生產的其中一個流程：染色，染程中是否按照規定時間進行添加染料助劑量，加多加少，加的方法，染料是否攪拌均勻，一個細節把握不到位，都可能導致返修，增加生產成本，影響時效及整體排程。往往不起眼的小細節讓所有人忙得不可開交，大家都認為微不足道，但是日積月累，這種無形的成本直接影響著企業的營運成效。在細節上下功夫，可以防患於未然，凡是需要一點一滴地做起，慢慢地積累和耕耘。

當今社會，其實我們不缺少雄韜偉略的戰略家，而缺少的是精益求精的執行者。

我們有完整的管理規章制度和標準化作業流程，缺少的是對規章條款不折不扣的執行者。作為 80 後的這一代人，希望自己在工作中確確實實地去執行，並把這個觀念與團隊夥伴共同分享之，共勉之。做一個有心人，做事細心。細節永無止境，日常一點一滴的積累，一絲一毫的服務，也是維護公司與建立客戶長久關係的紐帶。

樂觀向上，不失誠摯之心 - 記得在營業部的業務早會上，郭總經理分享了很多經典名言，與正中路上的我們一起共勉，有一句話是這麼說的，人生不如意事十之八九，沒事常想一二。天塌下來當棉被蓋，何況天是不會塌下來的。

當今社會競爭日益激烈，生活節奏越來越快，大家所承受的生活壓力也越來越大，難免會遇到困難與事與願違的事情，一旦不盡人意之時，要及時調整自己的心態，保持開朗，向前看的態度，儘快找到適合自己的新方向。當我們遇到沒有碰到問題的時候，請停止消沉和抱怨，而是先找解決方案和對策，個人的能力是否有辦法解決。如果沒有，可以請教工作同伴或者前輩共同商量對策。馬雲說：今天很殘酷，明天更殘酷，後天很美好，很多人倒在了明天晚上困難面前。不要灰心喪氣，勇敢向前，一步一個腳印走下去。



洪良重視與國際品牌客戶之合作關係

2016 年洪良組織架構進行扁平化管理，直接由蕭總裁、張副執行長領導，並提出了洪良再起重生的目標。作為南良集團旗下的企業，經營理念的其中一項是永續經營。縱觀世界，作為百年傳承的名牌、品牌，哪個不經過歲月的洗禮市場的驗證，哪個不經歷幾番波折方練就金剛之身。作為典型的以市場為導向的材料成產企業，營業本部是整個公司的火車頭、公司力量的源頭。所幸雖經幾次調整波折，團隊的精氣神尚存，凝聚力在，激情也在；那麼只要市場規劃方向正確、明確，必然能再起重生。

我曾有幸拜訪一個眾人推崇的營業前輩，他談到人要不忘初心。是的，“華嚴經”裡說“不忘初心，方得始終”，告訴我們只有堅守自己的本心和最初的信念，才能成就心願、功德圓滿。初心為我們指明了努力的方向，提供前進的動力，更提醒我們在迷茫彷徨的時不要忘記來時的路，不要忘記我們為什麼出發，不要會“亂花漸欲迷人眼”；初心給了我們成長的內在力量，無論三分天下也好（歐洲、中國大陸、東南亞），群雄逐鹿也好，行銷市場人員的初心在哪裡？首先我們要讓自己沉下來，作為業務人員基本面的不二法門：觀、思、學、變，萬變不離其宗。

一、觀：觀察市場、品牌和同行，三者整合瞭解，對比優劣、揚長避短。針對品牌，不能盲目出擊，未到手的客戶都是潛在客戶，做砸了連機會都沒有。首先要瞭解客戶的需求、市場定位、售價定位、消費者人群、市場上同類產品的售價、品質如何；他們的供應鏈如何管理，供應鏈管理的運用模式，供應鏈中的材料供應商、成品工廠、規模、水準、供需關係如何，授信問題等，觀察市場趨勢走向，全球市場的分佈、類別以及各自的優劣勢。

二、思：思考讓我們擴展思維，在此介紹幾種常用的訓練思維的模式：

（1）聯想思維：聯繫是一種重要的思維模式，具有流暢性、多樣性、靈活性、新穎性等特點。靈活主動的轉換角度思考問題，擺脫慣性思維的約束，突破常規思維的束縛，典型代表魯班、約伯斯。

（2）歸納思維：通過考察並掌握事物之間的因果聯繫，搜尋的資訊進行資料統計分析比對優劣勢，甚至是從自己失敗錯誤中頓悟出道理，能夠歸納思考，那麼能獲得不僅是經驗更是智慧。

（3）迂回思維：是指我們在遇到難以逾越的障礙，用直接的方法無法解決時，可以採取間接迂回的方法，設法避開障礙，另闢蹊徑。當一個人的思路受到牽絆時，往往不能非常清楚的找到問題的根源。這時就要衝破習慣上的枷鎖、避開思路上的限制，嘗試將問題進行轉換。



福清洪良營業本部團隊



（4）質疑思維：要處理任何一件事情，首先就要發現問題、提出問題、分析問題然後才能解決問題。但很多時候不是我們解決不了問題，而是我們發現不了問題。“質疑”是人類頭腦的一種行為，質疑就是思考、思索，孟子雲：盡信書不如無書。因質疑而思索，因思索而辨別，因辨別而創新！作為新世紀新時代的人，我們應該最大限度的鼓勵自己，向他人大膽提出疑問，敢於見解獨到，那麼創新思維將得到有效激發。

靈感也稱頓悟，常具有瞬間發生性與偶然巧合性的特徵，靈感是知識資訊等要素經過大腦潛意識思維啟動後的產生出目標所需的答案資訊，這種思維現象並不神秘，更不偶然，是長期積累、長期研究、收集大量資料付出辛勤的必然結果。它使得我們的思維活動格外敏捷，善於捕捉直覺，豁然開朗產生認知上的突破與飛躍！

三、學：從呱呱落地學語開始，學習二字將伴隨每個人終身。作為市場行銷人員，更是綜合知識素質的結晶體，不斷更新專業知識、時代知識、市場訊息是作為行銷人員必須具備的素養之一。學的形式很多，無需拘泥與模式，並非端坐課堂才是學習，要緊的是我們獲益了沒有。學習是一種長期的行為，需要長期堅持。我們可以選擇舒適的學習方式，不受時間、空間的約束，創造多元化的學習空間與機會，看書、新聞、報刊雜誌，工人師傅、前輩先賢、同輩比肩，上下游的供應商、工廠，同行對手，太多能學習的機會跟內容了。在我的職業生涯中最渴望的並非職業職務的高度，而是獲得對手的敬重。

觀、思、學三位本為一體，綜合目的就是為了變，變就是突破，就是飛躍，就是重生。那麼洪良如何變，如何應對如今供大於求的市場狀況以及惡性的價格成本競爭呢？

未來洪良三年的市場定位就是：

營業極大化：市場整合（成品 + 材料深加工 + 集團資源）+ 現代生產服務。

工業 4.0 時代的來臨，智慧化生產的大資料時代將勢如破竹，在這個背景下，如何在承受智慧生產、大資料競爭、跨界打擊中謀生存求發展，我們只能充分整合現有資源，利用現有的資源來強大自己，來接受挑戰。

市場整合：目前各大運動品牌因市場結構的調整，都出現產能過剩的現象。許多下游成衣廠均苦於找不到合適的品牌來服務。準確的說，它們作為單一的工廠，不知道如何進軍以及服務品牌，那麼我們的機會就來了。我們可以整合成品工廠，利用他們各自的長處加上我們服務品牌的經驗，針對各類品牌的需要進行綜合服務，例如成衣廠，就有專業打樣開發的小量多樣精品型，大量低價單一。我們有嘉良的功能性助劑，匯良的複合，南良的 OLEX、特殊材料，南德功能性紗線，天疆的成衣，還有越南的生產基地，國際材料集團！

這是個講故事的時代，這麼多的情節交由我們整編成有故事的現代生產服務企業，迎戰工業 4.0。

經編簡介 | 作者：雷寶發

織布廠經編單位現有高速整經機設備 3 台，最多掛紗粒數 672 粒；高速德國 KARL MAYER 卡爾邁耶 HKS 型經編機設備 8 台，分別有 28E 和 32E 與兩梳、三梳的機型。自建廠以來歷經從開始做鞋材面料生產轉型為現如今的成衣面料生產，隨著針織行業市場的逐步發展和原材料的創新發展，主要生產以滌綸和錦綸化學纖維為原料的織物在現如今已有廣泛的發展，全球紡織市場不斷研發推出新型的功能性原料；在公司研發團隊的努力下，作為生產單位積極配合研發開發新產品，並且通過使用各種類型的功能性原料不斷開發新的面料產品。因此，經編生產的產品也隨之不斷改良升級，為公司的發展奠定了強而有力的基礎，增強公司在紡織行業中的市場競爭力。根據我司針織設備狀況生產一流品質的產品，努力做到讓客戶滿意。主要的產品類型有裡布、起毛布、網布和人造麂皮面料亦稱麂皮絨等。

經編面料的生產流程：原料（倉庫領料）— 備紗區上紗 — 整經盤頭整經 — 盤頭上經編機織布 — 胚布繳入生控處倉庫；從原料經過整經生產再進行經編織布作業生產等環節，每一道工序都要非常的認真、細心和有耐心的操作才能織造出完美的一塊面料。做好生產管理需要注重（1）對生產需要團隊的力量共同努力才能創造好的效益。企業想發展做大，那就必須擁有自己的優秀團隊，一個人的力量是有限的，一群人則可以創造無限性的可能，提管理、抓團隊、練內功、謀突破大家上下一心，不斷學習，就可以達到提高工作效率的目的。（2）給員工注入品質是一種價值、一種尊嚴的觀念。樹立正確品質意識，使員工對品質引起足夠重視。品質是企業的生命，也是企業人的生命。“品質第一”是企業永遠堅持的原則。（3）降低成本；對於生產現場而言，主要是第一要減少生產異常；第二是降低原物料的損耗，如所使用的原材料管控、設備維護保養與零配件的使用管控。第三是合理的用人，每個企業肯定不乏優秀的人才和精英，如何利用好這些人，最大限度地發揮其能力和潛能，為企業最大化地創造價值和利潤，是每個企業主必須考量、同時又是難難把握的問題。處理好了，是最持久有效地降低成本的辦法。第四是通過設備改良，減少人力、物力的投入從而降低成本。經編機構造複雜設備精密度要求高，改善設備提升零配件的使用壽命；其次是利用新型的電子科學技術設備改良機器，例如對經編機改裝電子送經系統和加裝電子斷紗檢測系統等，不但提高了機器設備的生產運行效率也可相應減少人力的投入成本。（4）用創新思維創造未來；面料的創新和技術創新一直是紡織服裝行業關注的焦點，全球市場追求不斷在開發綠色環保領域的新產品，以此來不斷提升企業的產品附加價值，這樣企業才有活力與競爭力。



洪良產線 - 經編



緯編簡介 | 作者：熊初武

織布廠緯編單位現有合春品牌圓機（KH-S30 英寸*96F：10 台）和（KH-P34 英寸*72F：60 台），其中有開幅大圓機單雙面各四台。分別有 14 針 16 針 18 針 20 針 22 針 24 針 26 針 28 針 30 針 31 針 32 針 33 針 36 針 38 針等針筒。從最初做鞋材面料生產轉型為現如今中高端的成衣面料生產，隨著緯編針織行業市場的逐步發展和原料不斷的更新換代。主要生產以滌綸和錦綸氨綸為主輔原料的織物。在公司研發團隊和生產部門共同努力下，通過使用各種類型的功能性原料不斷開發工藝如小提花、破刷及起毛布等。緯編面料的生產流程：原料（倉庫領料）- 上紗 - 織機織布（改花型）- 胚布繳入生控倉庫；從原料經過改機生產織布作業生產等環節，每一道工序都要務實，求真，和有耐心的操作才能織造出每款胚布。



洪良產線 - 緯編

做好生產管理需要注重

- 1、領導重視是關鍵：作為緯編處的所有主管人員，把現場管理工作作為一項重要內容與生產活動放在同等重要的位置，重視程度，決定現場管理工作的進程和結果。要克服“生產任務重，沒空搞；廠裡基礎差，沒法搞；經濟效益低，沒錢搞；安全問題不大，不用搞；看看風向，慢慢搞”的思想，要堅持高起點、高標準、嚴要求、重細節。
- 2、管理標準化是基礎：是企業管理之本。加強基礎管理，就是將管理者和被管理者的行為納入制度化、標準化管理之中，把動態管理為常態管理，使員工的行為更規範、更標準。工藝上強化操作管理，職工必須熟記本崗位、工種的安全操作規程及操作程式以及現場管理標準要求，通過嚴格的管理，有效的約束，不斷提高人員的安全生產意識和操作技能，規範職工的操作行為
- 3、現場標準化是條件：主要強調生產作業現場的管理，要求工作現場實現文明、衛生、整潔，各種安全標誌、標語齊全醒目，保險防護、警報裝置齊全可靠，秘密頻道暢通，給工人創造一個舒適良好的工作環境，它能隨時提醒、激發人的安全生產自覺性，也能防止人產生失誤帶來的種種危害。
- 4、改良機器設備是效益：通過改良現有緯編機台控制面版使機器故障停機大大減少，檔車員工操作更方便，提升了生產效率減少了人力的浪費。通過分類機台生產不同品種的布種，提高生產效率及提升布面品質。分類織針生產不同的布種以減少織針的浪費，以降低生產成本，從而提升公司的整體的效益誠懇團結務實創新的企業精神和協作互助的團隊精神是公司文化的核心價值觀，車間團隊建設績效的好壞將直接影響到公司的整體利益。要打造高績效的團隊，首先就要制定明確並富有挑戰性目標，通過賦能授權讓組織成員互相尊重，並且願意幫助別人；車間團隊的每一位管理人員將關係和溝通作為工作的一個部分；當某個成員不在的時候會主動補位。團隊的產品品質卓越，決策效果好。組織中的每個人都得到認可和讚美；每個人都士氣沖天，快樂著工作。

染色生產簡介 | 作者：劉典鴻

染色科是洪良公司現場生產單位，現有一台興承 EMT 連續水洗機，9 台華震染色機，21 台東庚染色機，1 台厚頡染色機，共 31 台高溫高壓染色機，其中有兩台於 2014 年新購下走式染色，一台騰翌脫水機，兩台廣東精湛脫水機，主要生產以滌綸和錦綸化學纖維為原料的成衣面料產品，並配合生控依據業務交期規劃生產作業。

染色科主要生產作業程式：配布→鬆馳→染色→脫水等生產環節，每一道工序都需要現場作業人員用心細緻且有耐心的操作才能生產出優良的布面品質。做好現場管理的要項：

1. 提升效率，合理性的生產規範，充分利用染缸，確保生產順暢，減少停機待料，提高生產效率，以利生產交期能按時進行。依據胚布的特性，分別制定相對應染色升溫程式，縮短作業時效。
2. 降低成本，充分利用水資源，合理降低染色浴比作業，減少溢流洗水的時間。染色生產作業連續性訂單時，頭缸顏色及布面須經檢驗單位確認，物化性檢測通過後方可陸續生產，不穩定之配方工藝不可大量投染，以減少回修率，相對可節約水電，進而降低成本。
3. 規範作業，落實染色標準化作業，督導染色料房規範精確磅料的要求，同時針對染機浴比、水壓、布速、升溫程式是否符合工藝進行查核，減少品質異常的產生。
4. 異常分析，生產品質出現異常會造成生控交期進度延遲，生產時效浪費，並能影響現場生產作為能力。及時糾正異常產生的因素，運用 PDCA，減少品質瑕疵的產生。

染色現場同仁一起用心找出我們的缺失和不足，及時改善及預防，我們的品質就會不斷提升，走向更高的臺階。



洪良產線 - 染色



洪良產線 - 定型



定型簡介 | 作者：謝師鋒

整理科在公司的生產運作中，起到了重要作用。她有著自身的優勢：

一：熱定型（4 台）

定型機全部由臺灣力根公司進口，性能優異，品質穩定，可生產各類成衣面料，彈性面料，工業面料等的熱定型作業。熱定型後，使用中只要溫度不超過定型溫度，一般不會變形，在一些特殊功能性方面，整理還可賦於面料吸濕快乾，硬挺加工，防火，防黴抗菌等特殊功用。

二：拉毛機（5 台）

4 台為臺灣的鍵輪起毛機，1 台為義大利進口的先進數控雙鼓起毛機，可生產各式的拉毛布，廣泛用於秋冬等成衣面料。

三：破刷機（2 台）

破刷機全部由義大利的 Lafer 公司製造，這是一種先進的加工設備，可生產桃皮絨等新型面料，是未來發展的方向，在同行業中，起到了引領作用。

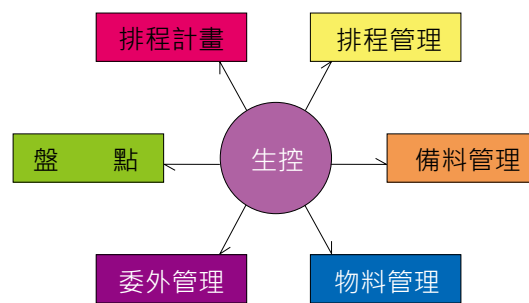
四：磨毛機（1 台）

由我們公司開發生產的麂皮布，在相當一段時間裡，成為我們公司的拳頭產品，在國內生產企業中，做到你無我有的帶頭作用，是我們技術革新的一項成果。

在面料的生產應用中，從原絲 - 織布 - 染整 - 成衣的生產過程中，我們整理科，本著提供優質的、差異化的產品為導向，降低生產的成本為己任，提高品質是我們的責任，加強全方位的生產管理，是我們追求的目標。

生控簡介 | 作者：羅新榮

何謂生控？生控主要職責是：為確保公司生產物流順暢，制定明確周密的生產和物料需求計畫，向零庫存零營運資本努力。負責制定生產計畫、產銷協調、產能負荷分析、生產資料收計、產銷異常協調處理。負責物料請購、物料進度控制、庫存量的控制、呆廢料的預防與控制、委外加工料件的控管，生控作業關聯圖：



生產排程計畫訂立：生控依業務“製造通知單”需求、同時根據交期、人員、設備、物料狀況每日排出“生產排程計畫表”。

排程管理目的：減少排程異動，準確掌握與跟蹤排程，異動減少換生產順暢，提高生產效率，合理安排設備生產，效率提高換產能漸增，做好交期信譽，達成品質及客戶滿意。

每週由生產主管召集相關人員開產銷協調會，產銷會議上，提出異常問題，討論獲取解決方案，達成生產任務，並對本周及下周的生產進度，產銷異常作檢討，以便更好的瞭解後續生產需求和計畫。生控可根據設備情形，人員狀況作生產資料統計，並及時調整生產過程中的異常，處理好各部門之間的溝通與協調。

備料管理的目的：為了不延誤客戶的交期及生產的順利進行，備料在這裡就是指：按照客戶訂單請購相應訂單成品數量的物料。

備料管理的說明：生控會簽業務的“製造通知單”時，並視成品及原物料庫存狀況，根據用量填寫“物料需求單”至採購作業。對所下“物料需求單”要整理歸檔，以便查閱；對所需求物料要根據採購回復的交期及時跟催採購，以避免待料停工；努力做到倉庫零庫存，與採購、相關部門及供應商配合做到所需物料隨傳隨到。

物料管理說明：對公司所管轄的物料瞭若指掌，降低庫存天數，呆廢料的預防、控制及處理，為了生產的順暢，倉管人員要認真清點所要入庫材料物資的數量，並嚴格檢查物資的規格、品質，做到數量、規格、品種與票據標明的準確無誤。並要嚴格執行憑《出貨單》發貨，無單不發貨，內容填寫不全不發貨。名稱不准不發貨，數目有塗改痕跡不發貨。



委外管理的分類：材料委外、半成品委外
委外加工的原因：維持產銷平衡、機器設備不足、人員技能不足、成本考慮

委外管理的說明：隨時注意進出物料狀況，特別是委外加工的物料，委外的物料要以“委外加工單”為準，以便通知採購人員進行委外加工及跟催委外物料，以避免待委外物料而延誤生產及客戶交期。



盤點管理的目的：為了掌握自己管轄範圍內的各項物品的可用程度，以達到有效利用資產的目的，核對所有實際物品與帳目是否一致，把握公司成本計算及各項資產真實價值的準確性，倉管人員要監管自己管轄範圍內物品在每月底、每季度、年中、年終的盤點。

化驗室簡介 | 作者：林 英

化驗室是公司的主要技術部門，主要提供準確、快捷的小樣色板，作為與客戶溝通確認和染色部門的生產標準樣，為行銷部門接單做先期準備工作，並為染色生產大貨提供配方。打樣工作是一門對操作準確性和顏色準確度要求較高的工作。為避免不同的人工作業而產生的誤差，不標準的光源而引起的顏色光源差，公司率先引進一系列精密儀器，主要儀器有標準對色燈箱，（不同客戶針對不同品牌的燈箱，如 Macbeth III，Coeower, Verivide, 等國際知名名牌燈箱），宏益無管路自動滴液系統，宏益，瑞比金剛砂全自動高溫試色機，Datacolor 分光儀，這些機台儀器很大程度提高了顏色的再現性和準確度。我們本著“省”“准”“快”的原則精神，為客戶滿意和高效生產提供有效保障。

“省”：首先在染色染料符合 OekoTex-100 和 REACH 法規環保要求，認真對待客戶的每一項色牢度或其它要求，我們熟知顏料的成本和環保等級並進行分類，在保證客戶要求的前提下選擇最實惠的染料進行打樣，節約成本讓客戶滿意，實現公司利益最大化。

“准”：堅持貫徹執行 ISO9001 的各項操作標準，每個顏色選擇合理 Type 染料組合和合適的升溫曲線，對於生產細節工藝（還原洗、固色）應堅持從小樣做起，與生產同步，科學管理努力減少人為誤差，給生產部門一個合格的染色配方，提高再現性。

“快”：在時間就是金錢的商場競爭環境下，我們必須充實自己瞭解客戶的需求，並不斷培訓員工，提高其工作技能。保證最快的打樣速度讓行銷部門爭取更多的訂單。

協助現場分析處理異常如色跡，色花，色點油點，鏽斑發黴等，分析異常原因預防為主。



團結的整體

洪良業務 B 系統上海、臺北營業處 | 作者：洪良專刊編撰組

在年初，總裁接任洪良董事長以來，認為洪良的當前議題就是應多方開發新客戶，而且就像人一樣，就應有左右手相配合，因此除由福清營業處積極開發李寧、安踏等中國品牌外，而且應更加強上海區的品牌與成衣廠的合作關係，因此將上海營業處提升作為洪良業務體系 B 系統，方便服務在上海的日本客戶與華東地區及包括浙江與江蘇的成衣廠，尤其是新客戶，如近期開發包括目前在華南與廣東區域展店迅速的海瀾之家，女性內衣品牌維珍妮，與吉利集團合作的西班牙運動品牌 JOMA 與客戶為 Walmart 的手套商 佳程，均是與福清現有客戶產品有所區隔的品牌，持續深耕後，能為洪良帶來不同的產品系列與降低淡旺季的分別。

而總裁也認為，洪良公司身為台資企業，更應該且更有實力與台灣品牌的紡織、成衣企業多加配合。因此成立，並於 2016 年 3 月設立洪良公司臺北營業處，以方便接洽台灣的客戶。辦公室地址則為原總管理處辦公室，臺北市承德路二段 86 號 6 樓，與允良公司共用。

臺北辦成立初期，由洪良董事長室李義仁副總兼任主管，6 月底李副總調任寶聯通後，由上海營業處營業主管葉倍福協理兼任臺北營業處主管，目前除葉協理外，臺北辦另有四位業務同仁。

依總裁規劃，臺北營業處的主要的目標客源為：

1. 總公司位於台灣之台資成衣廠
2. 在台灣有開發中心或辦事處之國際品牌
3. 布料貿易商

對於上海營業處的規劃為：

1. 位於上海有總公司或設計中心的國內與國際品牌
2. 華東地區的成衣、服飾廠
3. 其他原先尚未完全服務的客戶，並加強深耕以求業績進一步突破。

初期，總裁指示以聚陽、崑洲、興力、台南紡織做為優先服務客戶，除此之外，臺北辦業務同仁並積極接洽迪卡儂、愛迪達等國際品牌的台灣辦事處，與各大品牌的國外總部，希望直接連繫到開發人員，增加產品曝光的機會。

而在臺北辦所供應的商品，除福清洪良的針織布料外，集團內各公司的產品包括匯良的針織、貼合布，友良、允良的平織布等也都是臺北辦可提供給客戶的商品，因此臺北業務人員積極與關係企業的同儕聯繫，希望能發揮集團縱效，以一站式服務的概念，滿足客戶的所有需求。

藉由洪良業務 A、B 系統的分頭開發客戶，共同研發產品，雙方齊頭並進，定能再現洪良輝煌成績。



洪良台北營業處



洪良上海辦事處

洪良
團結的整體

財務單位

台灣財務部位於福清洪良母公司 - 台南，除原本的財務工作之外，財務部同事們肩負了採購、總務、人事行政等等業務內容，這給了同事們一個很好的在職學習機會，接觸到不同領域的工作項目和知識，訓練大家處事的思考邏輯和應對，以及對內部與對外部的溝通練習，透過所經手的事務一次次的累積經驗，培養大家能成為獨當一面的全方位職人，在未來繼續為公司效力扮演好後勤單位的角色，在一般大眾的認知裡，會覺得財務單位是一個很嚴謹、沉悶的單位，但是並不是如此，在這單位是一個很開放性的大廳，平時除了工作會計領域方面可以互相討論外，大家也會分享一些生活上的常識，閒暇之餘也會一起聚餐、吃美食、討論旅遊，聊聊人生的是是非非，彼此分享著自己的經歷，大家也會提供個人的建議，透過互相分享於無形間吸收了許多的知識。

團結的整體這個題目，讓我思考了許久，怎樣的整體才算團結，一言堂？或者僅來自一個人的想法，大家去執行這就是團結？由目前洪良財務部門來看，那我們不團結，因為一個指令下來我們會有其他的聲音，討論指令要的結果、指令的來源、爭論如何執行的過程、提供個人看法，但我們拒絕抱怨、拒絕計較。這個團隊是大家的，我們希望以此為榮的去進行任務的分派並全力以赴，透過公開與真心的評論事項並建立起達標後的獎勵方式，不達標時的改善模式，更多的期許是對公司而言我們希望能去努力創造正面的循環。

身為公司的一份子，相信沒有人希望公司不成長，我們都用自己的方式對公司好，但卻忘了去整合資源，集合大家的力量去突破現有的困境，這是我們目前暫時欠缺的但卻可以被解決的！

如同企業管理文章多次提到的共伴效應、木桶理論一般，團隊中沒有最強的個體，只有特質明顯的隊員，透過團隊中不斷地創造共同的回憶、同理心才能將理念價值觀一點一滴地滲入至團隊中的最底層。



員工對企業的歸屬感

要好自己的工作，最大關鍵在於是否對公司有歸屬感。莫說是工作，就算是觀看一場球賽，如果在心裡對球隊沒感情，找不到說服自己成為球隊擁躉的感情根據，那麼，當看見球隊進球時，你不會興奮跳起；當看到球員受傷時，你不會憂慮不安；當看到球隊輸球時，你便第一時間掉轉槍頭“責之切”——不需要作任何效忠宣誓和考驗測試，你的反應、你的心情和你的意向，已坦白地說明瞭，你根本沒有投入過。這或許並不因你不能，只因你不愛。員工在工作中有無“歸屬感”很重要。當然工作不只在於感性的投入，理性的處理也很重要，但我仍然相信，當員工不愛公司，就不會以公司整體利益為首要，亦不會有使命感，當一點一滴不能凝聚起來，始終都是一盤散沙。

有這樣的一句話：“忠誠的定義，就是超越理性的支援” 如果我們能創造美好的奇跡，那是因為我們在感情上互相歸屬，而成就往往是建基於強大的團結力量之上的。

從洪良公司 1993 年開廠到現在，給員工歸屬感成為洪良文化重要部分，每年定期舉辦尾牙晚會，中秋晚會，乒乓比賽等等集體活動；每次尾牙晚會都在公司食堂前搭大棚舉辦，在豐富多彩的娛樂節目中，在一片歡聲笑語中端出了一道道香噴噴熱騰騰的美味佳餚。簡單而溫暖的尾牙聚會，讓幹部職工在繁忙的工作之餘，難得的有機會聚在一起，說個家長裡短，聊些心窩子話。既拉近了彼此間的距離，增強了部門與部門之間、個人與個人之間的溝通聯繫，加深了作為同事和朋友之間的真摯友誼，也讓大家充分感受到了洪良這個大家庭的溫暖，加強了洪良一份子的集體榮譽感和責任感，凝聚了合力，激發了活力。



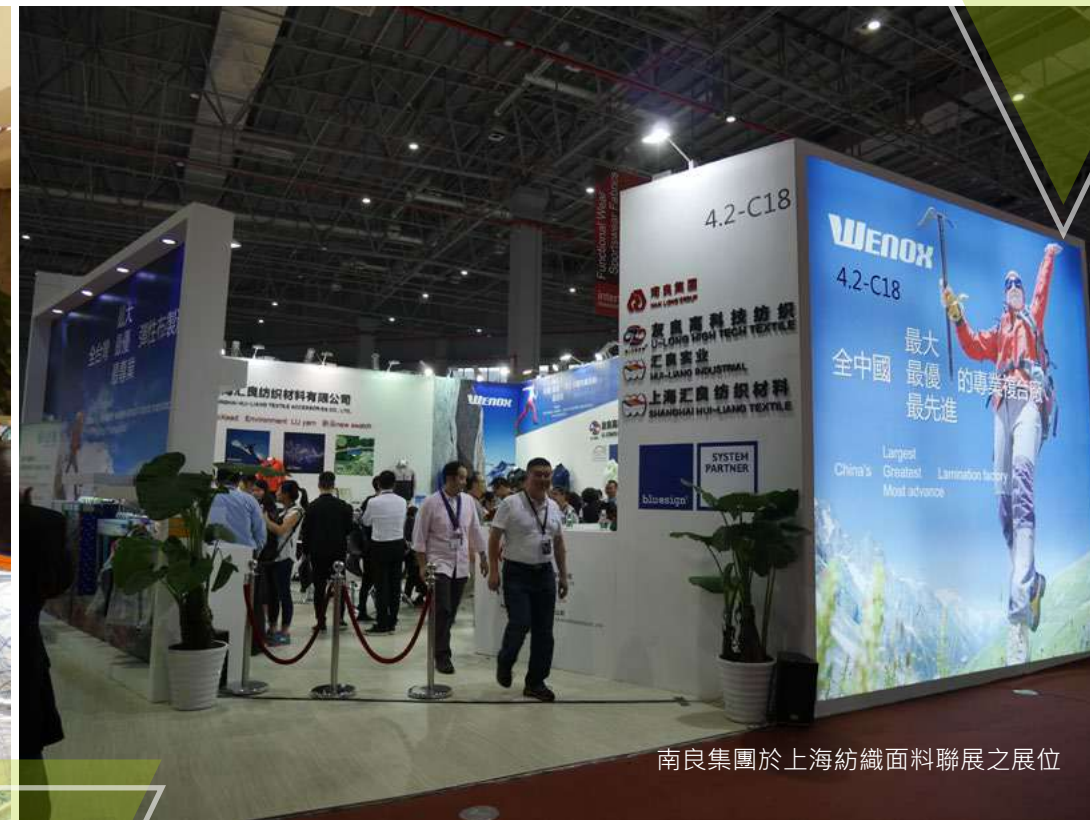
2016 秋冬面輔料展於 10 月 11 日 -13 日在上海國家會展中心舉辦。中國國際服裝展覽會與中國國際紡織紗線展覽會及秋冬面輔料展同期同地舉辦，共襄行業盛典。本屆展會有近 4600 家展商參展，展覽面積超 26 萬平方米。

南良集團此次參展共七個展位，國內館六個展位集中展出，國際館一個展位，皆處於展館之核心位置。集團參展迎接了來自國內外四面八方之參觀單位、合作夥伴及過往客戶。可謂座無虛席、互動頻繁。各參展單位皆表示此次參展大有收穫。

2016 上海面料展圓滿落幕



總裁與集團幹部慶祝參展圓滿落幕



南良集團於上海紡織面料聯展之展位



紡織面料展對於面料生產企業，無疑是至關重要的大型盛會，無論是商貿對接、品牌宣傳亦或是企業形象展示，都有輝煌的成就和滿滿的收穫。縱觀此次展會，呈現四大亮點值得關注：一是綠色材料展示。綠色纖維的綠色更多地體現在其生產過程中，重在引導消費者和社會關注健康消費、綠色消費；二是盛虹中國纖維流行趨勢2016/2017 靜態展；三是絲麗雅紡織材料創新輪胎；四是展商數量和規模等達到歷史新高。

進入2016年，越來越多的面料企業感覺到了行業形勢的嚴峻。經過一段時間的摸索以及管球範圍內行業格局的逐步調整和變化，面料企業對轉型升級有了更為深刻的認識。從面料本身到呈現方式，面料企業都在尋求更多突破。

在如此嚴峻和複雜的環境下，我們集團力求突破，贏得先機。各單位都積極從各方面找尋合適的發展利機。集團蕭登波總裁對面料展也是非常重視，每屆展會都能在百忙中抽出時間參觀展會，對集團各參展單位給予鼓勵。幫助各企業從展會中獲得更多的商機。同時，為了鼓舞士氣增強凝聚力，總管理處華東辦于12日舉辦了集團聚餐，參加聚餐的同仁熱情高漲，在緊張的參展工作中獲得了些許的輕鬆。

經過展前準備、三天參展，集團各單位皆成功參展，收穫多多，在參展單位全體努力下，此次上海秋季面料展圓滿落幕，期待來年的展會。

齊心共進

齊心努力 達成年度目標，共同前進 完成願景夢想

在 10 月 7 日、8 日，南良事業體在嘉義大埔歐都納山莊，舉辦了為期兩天的「齊心共進會」，本次會議是以「齊心」與「共進」作為主軸，以「齊心」：各事業部、業務行銷、支援單位（管理、人資、品保、資訊），提出各部門 2017 年之年度計畫。

「共進」：六、七職等中階同仁說明報告對於南良五年內將會有的改變與期待。

在前次的願景會議裡，南良事業體已經確定發展的路線，以「綠色」、「創新」、「智慧製造」作為五年內最重要的改變核心。



總裁 於蒞臨致詞時表示，南良必須也必要做出改變，朝著大家已經聚焦的目標前進，各事業單位需要清楚體認唯有改變才有出路，隨後，南良事業體王全成總經理也表示，南良人從創立到現今的規模，持續秉持著不服輸的精神，而經驗的傳承、精神的延續、宏觀的企圖與年輕的活力是南良最重要的資本，大家必須要「齊心」而後「共進」，並宣示將來工作重點將會有兩個部分，分別為制度面的檢討與薪資結構、獎金、預算的改變，這將是南良事業體改變的第一步。在會議中，各單位對於願景所展開的策略目標，提出各項的行動方案與具體計畫，本次年度計畫不再只是著重於「營業額」、「獲利」，更多比例是以願景出發的調整策略，特別是「綠色」、「創新」、「智慧製造」三個核心關鍵。而中階同仁也提出他們對於南良的期待與希望、想法，這也是南良事業體建立接班梯隊的關鍵。會議兩天雖然下著雨，但卻沒有澆熄大家的熱情與展望，大家在會議中充分提出想法，也有對於南良事業體的感情，我們希望能夠秉持著強烈改變的決心，為南良事業體再創新局。



2017 年度計劃政策說明

自動化的智能時代

當 NOKIA 的 CEO 奧利拉同意微軟收購時曾說過一句話：我們並沒有做錯甚麼，但不知道為甚麼，我們輸了！在這場大規模的變革中，無論是哪家公司如果不能深刻的意識到，金錢正隨著消費體驗的改變而改變流向，那麼，無論他們過去有多麼成功，未來都只能苟延殘喘直到被塵土掩埋。不是最強的能活下來，也不是最聰明的能活下來，而是最能改變的才能生存下來。



10 大現況問題

1. 各部門人員對專業度不足。
2. 跨部門的溝通協調不足。
3. 各部門擬定計劃能力 / 專案管理能力不足。
4. 自有品牌管理意識不夠。
5. 問問題的能力普遍不佳。
6. 內部現況作業流程系統不佳。
7. 產品力強度不夠。
8. 內部訊息流交流平台不佳。
9. 人才招募困難。
10. 2018 前海內外各廠區發展內容規劃不明確。

因應對策 (一)

統一最佳化



整合最佳化



因應對策 (二)

2-落實管理、品質二大政策

3-信奉三現主義(現地/現物/現實)

4-讓4R成為組織成員的生活態度

5-以5化精神提升自我及組織

因應對策 (三)



成功的人與失敗的人差別

他們很像，因為他們都在期初付出了 80% 的時間 / 資源但都只有 20% 的效果。但他們也很不像，成功的人他們堅持的繼續付出剩餘的 20% 持續走下去。而失敗的人則是放棄了。

落實源頭管理選擇作對的事情

什麼是源頭管理？就產品品質保證 (QA) 而言，就是落實建立 CRD 內容資料務必完整、正確、可行，就是源頭管理。

什麼是選擇做對的事情？若在新產品、新供應商、新製程的標準設定上無法取得完整、正確的資訊時，則必需想辦法取得或學習、協商出可行的結論，才可進行商品化，若最後仍無法得到上列資訊，則應決定暫停推出或放棄推出的決定，”這就是源頭管理、作對的事。”

表揚紡織事業本部連續 4 個月 完成 100 % 收款率



近幾年來友良有效降低呆帳與呆滯料兩大毒瘤，友良紡織事業本部連續 4 個月 (105.4 ~105.7) 將每月約 NTD 12,000 萬元的貨款全數收回，且在客戶屬性多為中盤商、貿易商，全數放帳之狀況下，實屬不易。為表揚該單位在收款優異之表現，友良 諮請董事長頒發獎狀及獎金，並於友良擴大早會中公開發揚以茲獎勵。

產業交流 - 寶聯通

3D 列印創新功能設計 提供更多元產業應用

寶聯通綠能科技公司於今年透過不同的大型銷售通路管道，提供更專業的服務應用，讓不同產業與學校有更多 3D 列印機專業的選擇。一年一度的台北國際模具暨設備展於今年八月底在南港展出，寶聯通公司於 3D 列印區展示創新機台「工業級 Apollo1.0」和消費性桌上型機台與多種類型的 3D 列印線材。透過此次的展覽讓更多客戶瞭解 " 專業 3D 列印服務 "，並能協助客戶解決問題與節省成本和時間以符合產業實際需求。

研發團隊於今年針對產業需求的應用面，開發出許多創新性功能運用以符合市場需求，並提供更多樣化的 3D 列印線材如 PA/PC/PETG/TPU/TPE/ 彈性材及類金屬 / 類木各類線材。



以 TPU 材料為例，是一款具有彈性的軟材，其最大的優點在於優異的韌性、耐磨耗與撕裂性，可應用於汽車工業零件，良好的透氣性質亦可應用於鞋材和成衣材，非一般消費性 3D 列印機台可進行列印。工業級 3D 列印機台於設計階段時，依照軟硬材料的特性，以創新前進料馬達及螺桿控制的方式，及提供列印溫度與流速控制，讓材料更穩定列印輸出，以達到軟硬材料皆可列印的功能。

另一方面，也因 3D 列印材料需要穩定保存，特別設計一體成型的方式將 3D 列印機台與電子防潮箱結合，讓更多種 3D 列印軟硬材和複合材料使用時能穩定列印，亦顧慮到機台運作時電力和即時監控問題，獨特設計斷電續打與遠端視訊監控功能。除機台創新功能外，更提供客戶多種 3D 列印材料，如尼龍 /PC/TPU...，以符合市場實際需求。未來寶聯通將促成與不同產業實際結合，可用於更多元領域如設計、教育市場、工業工程、工業零組件、治具以及產業應用如製鞋產業與建築模型等等。目前更積極與上下游廠商合作，透過學術研發單位，建立產業聯盟合作模式，並朝向工業 4.0 的方向邁進，讓 3D 列印產業往工業生產及更多元化方向發展。