

南良 通訊

Namliong
group

2019年9-10月
No.27期

 南良集團
NAM LIONG GROUP



南良 通訊

Namliong
group

2019年9-10月
No.27期



組織完善，機制健全 建設中等規模 精緻化紡織染整生產基地

 南良集團
NAM LIONG GROUP

南良集團 總管理處
www.namliong-group.com
台南市永康區三民里仁愛街357號
電話:+886 6 254 2372
傳真:+886 6 253 0310



- P02 **總裁的話** 南良集團邁入嶄新紀元
- P16 **洪良主刊** 洪良智慧化工廠專案啟動大會
- P26 **專題報導** 天寶公司專題報導
- P34 **產業快訊** 集團前進印尼成立旭榮戶外用品公司
- P40 **集團人物專訪** 洪良事業體-人力資源科 陳秀雲副處長



Oriental Green Energy Technology Inc.
佳東綠能科技(股)公司

材料以天然石粉和環保樹脂為基材，經高溫熱壓而成。
本產品可使用在地板與牆板裝飾應用，有安全扣鎖設計，提供快速組裝，能夠有效減少工時。
具防水、防潮、抗菌、耐污的特性，花色眾多、仿真設計，為設計搭配的好用裝飾材。

*Quick assembling 快速組裝 | *No VOC / DOP 無有機揮發物/塑化劑 | *Water resistant 防水 | *Anti-slip 防滑 | *Antifouling 防污

環綠扣板
DRESDEN FLOOR / WALL SYSTEM
Daily green living

Quick Assembling 快速組裝



NAM LIONG GROUP
Oriental Green Energy Technology Inc.

聯繫電話：06-253 2225
聯繫傳真：06-253 0310
辦公室地址：71072 台南市永康區仁愛街357號
聯繫信箱：oriental-dg@namliong-group.com



有獎徵答好康讓您拿不完!

有獎徵答 辦法說明

參加辦法

1. 使用有獎徵答線上表單(下方QR)填寫正確解答，或透過email將姓名、連絡電話及解答一併回傳予南良通訊編輯部收，即參加完成本次抽獎活動。
2. 每期抽出5位幸運得獎者，得獎名單將公佈於下一期通訊中。
3. 本次活動贈品由洪良事業體及總管理處贊助提供：

- ※ 舒適機能型後背包 2名
- ※ Hontex Polo衫 3名



贈品示意圖

有獎徵答題目

- Q1** 下列哪者不是福清洪良2019年，在EPP導入專案實施目標及管控要求的「五化目標」一項？
(詳P17.五化目標圖表)
- (A) 企業管理標準化
(B) 生產過程需要超多元化
(C) 設備管理精細化
- Q2** 洪良公司在今年中國國際紡織面料及輔料(秋冬)博覽會上主要推出四大系列面料參展，請問下列哪個選項不是這次主要推出的四大系列？(詳P14-15頁)
- (A) 機能性系列
(B) 彩色布料系列
(C) 運動休閒系列
- Q3** 南良集團為加速投資東南亞，於哪個國家成立旭榮戶外用品公司?(詳P34)
- (A) 越南
(B) 印尼
(C) 菲律賓

上期有獎徵答得獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	Vislife佳糧米	南良事業體	郭瓊絨
2	Vislife佳糧米	寶聯通綠能	陳詩涵
3	Vislife佳糧米	洪良事業體	林燕飛
4	綠鑽八寶堅果	天疆事業體	張羽伶
5	低納八寶堅果	佳東綠能	陳巧玲



1. 有獎徵答線上表單填寫網址：
<https://goo.gl/forms/aRrlrwyF0FYZKMgl2> (左圖QR碼)。
2. 或透過email將姓名、連絡電話及正確答案一併回傳至
ruby@namliong.group.com 南良通訊編輯部收，即完成抽獎活動流程。

南良 通訊

Namliong
group

2019年9-10月
No27期



南良集團
NAM LIONG GROUP

發行人 蕭登波
總編輯 張明
責任編輯 劉振銘
主刊編輯 洪良事業體
美工編輯 林郁綺
文字校對 蕭巧瑜、吳金錠

發行所 南良集團 總管理處
電話 +886 6 254 2372
傳真 +886 6 253 0310
台南市永康區三民里仁愛街357號
www.namliong-group.com

-目錄-

02 總裁的話 | 南良集團邁入嶄新紀元

04 企業社會責任 | 員工自主淨灘運動

06 南良學院 | 名人講座與經貿趨勢

08 洪良主刊

組織完善·機制健全

建設中等規模 精緻化紡織染整生產基地

- 09 ◆ 洪良的執行團隊 - 競爭力之所在
- 10 ◆ 主管格局的自我培養
- 12 ◆ 讓客戶做減法·用材料做加法。
- 14 ◆ 2019年上海秋冬國際紡織面料展
- 16 ◆ 智慧工廠專案啟動大會
- 18 ◆ 洪良智慧化工廠轉型
- 21 ◆ 洪良團建 - 超越自我·追求卓越
- 24 ◆ 2019 洪良營業本部家庭日

26 集團專題報導

- ◆ 天寶公司專題報導

28 集團參展動態

- ◆ 2019年中國國際紡織面料及輔料博覽會

30 產業快訊

- ◆ 南良-2019南良事業體齊心共進會
- ◆ 中良-服務行銷與創新趨勢課程分享
- ◆ 旭泰-集團前進印尼成立旭榮戶外用品公司
- ◆ 南良-中國國際紡織面料及輔料博覽會展後分享
- ◆ 寶聯通-物聯安防的現在與未來開創智慧應用新視野

39 知識園地

- ◆ 如何吃早餐才能保護您的胃？

40 集團人物專訪

- ◆ 洪良事業體人力資源科 陳秀雲副處長

42 員工投稿

- ◆ 上海華東辦 - 大美新疆



對南良集團而言，新總部的喬遷，不僅是「搬家入厝」，更代表集團下一步開展的全新篇章。集團為保持成長動能，須不斷創新與突破，新總部在軟硬體設計上融合「科技、生活、自然、健康」等元素，提供給企業同仁更優質的生活與工作環境，打造集團邁向下個世代的全新企業總部。在新總部落成啟用之際，登波也以「真愛」與「感恩」之心敬邀諸位蒞臨參觀指導，一同感受本人對於新總部設計規劃所下之功夫，本建築設計理念實乃融合了**金木水火土之五行調和**，充分體現南良集團對於「以心為本」的經營理念，其理念願以諸位共享交流。



方能卓越創新、永續發展，勇敢面對一年又一年的挑戰，並朝向永續經營之偉大里程碑邁進。最後，本人也以最謙卑之心，冀求諸位不吝給予集團鞭策與指教。

初冬伊始，祝願 諸位
身心靈守護，仁和大健康！

南良集團 總裁

南良集團總裁的話

南良集團邁入嶄新紀元

● 慶迎新 展鴻圖

2019年9月20日喜迎南良集團總管理處新總部落成啟用，也象徵著南良集團發展進入嶄新紀元，登波在此謹向長久以來支持集團發展的社會先進與朋友們，致以最衷心的感恩與敬意，並向集團海內外所有同仁及其家人們表達最誠摯的感謝與祝福，**敬祝大家福泰安康、諸事大吉。**

南良集團自1972年成立迄今，致力於創造股東、企業、員工及社會資源價值最大化，秉持「**對生命之尊重、對環境之愛護**」企業核心價值，願景矢志成為**偉大 (GREAT)**的企業，體現了對社會及環境之企業責任。

新總部的搬遷，具有承先啟後的重要意義，承接過去四十餘年來秉持的企業經營理念與精神，並展現集團勇敢投資未來的決心。

南良集團歷經好幾個階段的環境變遷與產業變革，面對未來，南良集團眾志成城，團結一心，整體團隊有著邁向卓越的決心與行動，不斷創新求變並積極變革，積極走出傳統並超越過往，將全面投入科技含量的經營，以創新科技、環保材料與智慧製造來創造領先優勢及市場差異化，同時，集團亦致力於**大健康產業、綠能節能及綠建材產業、SSI 智能應用系統**等新興產業，使企業不斷注入活水以永保競爭力，相信集團老本業及新興產業如此努力，必將創造企業嶄新動能！



落實企業核心價值 員工推動自主淨灘運動

— 對生命之尊重 · 對環境之愛護

■ 撰稿人 – 總管理處 劉振銘

近年來全球紛紛正視塑膠垃圾造成海洋生態的污染，南良集團為貫徹核心價值中「對生命之尊重、對環境之愛護」理念，讓愛護環境的行動由自身做起，在 10 月 26 日星期六上午，由總管理處同仁自主發起小型淨灘活動，地點選擇在台南市安平區漁光島海岸線，鼓勵員工透過淨灘活動更重視海洋環境議題，讓這簡單的微小行為凝聚成一股力量，化成守護生態及沿海環境的實質力量，進而還給海洋清淨的面貌。

台南西岸邊的神秘孤島「漁光島」，實際上就是台江內海的三鯤鯓所圍繞而誕生的沙洲，靠著漁光大橋與安平市區相連接，被稱為台南市最浪漫的海灘秘境，擁有 1.5 公里長的月牙灣，可以欣賞海景夕陽，同時也有一條 1 公里長的綠色森林步道，散步其中能一次飽覽兩種景致。



近年隨著知名度逐漸攀升，海岸線因人潮而充斥著人為丟棄的飲料杯、塑膠袋、釣魚線、瓶蓋及菸蒂等塑膠垃圾，除了嚴重影響到海洋生態，也影響沿岸景觀及安全，為此總管理處同仁發起此次淨灘運動，讓同仁身體力行，一同愛護海洋並守護美麗的台南海岸線。



2019/10/26 淨灘成功!



參與的同仁們紛紛表示此次淨灘活動十分有意義，除了能享受海岸線美麗風景，亦能為海洋生態貢獻一份心力，此次社會參與及關懷環境的實際行動，也讓漁光島周邊海灘繼續擁有美麗的海岸景觀，當天淨灘活動也整理出數袋垃圾，同仁們學習遵循「ICC 國際淨灘行動守則」規範，將垃圾進行統計與分類，統計出以飲料杯、塑膠瓶罐及漁業廢棄物數量最多。

透過實際參與淨灘，讓參與的企業志工、眷屬更加瞭解廢棄物對環境造成的影響，為此，未來企業也將規劃更多行動支持方案，推動源頭減量、塑膠資源回收、循環再利用的實際行動，喚醒同仁們對於海洋環境永續之重視，也希望透過本次活動喚醒更多台灣民眾從生活中改變使用塑膠產品的習慣。



名人講座與經貿趨勢

- 美中經貿爭端的緣起與動向 – 台灣綜合研究院 黃輝珍董事長
- 跨國投資稅務 – 東南亞投資為例 VS 台灣投資及境外資金回台優惠 – 勤業眾信 徐瑩瑩會計師
- 跨境電商趨勢與實務 – TRANSBIZ 張家睿總經理



南良學院在每年第四季度前夕皆會舉辦「名人講座與經貿趨勢論壇」課程，依慣例將會邀請政界、學術界或金融財經界具有聲望之名人蒞臨演講，這幾年來，已成功請到中華經濟研究院、台灣經濟研究院、中華民國對外貿易發展協會及中華兩岸會展經貿促進協會等單位之重量級名人至學院講演。

殷鑑於中美貿易大戰下的全球局勢詭變，經貿金融發展難以窺測，台灣產業之發展攸關

未來整體競爭力甚鉅，今年更在王福林總顧問的極力邀請下，首度邀請到台灣綜合研究院黃輝珍董事長蒞臨授課，主講「美中經貿爭端的緣起與動向」題目，並另外邀請到勤業眾信徐瑩瑩會計師以及 TRANSBIZ 公司張家睿總經理兩位業界專家，主講東南亞投資及跨境電商等實務課程，期望為集團年度計畫能指點出一條清楚的道路，也為全球產業趨勢做出最專業的論述分析。

美中經貿爭端的緣起與動向

黃輝珍董事長以全球的思維帶我們重新檢視中美爭端下的利害關係，透過下述六大面向精闢分析美中經貿戰略的演變，從世界局勢板塊錯動到中國崛起的變局，美中貿易糾紛表面上看似貿易戰，但實際包括了科技及智慧財產權的爭奪戰，乃至全球經濟的主導權，讓我們重新思索中國大陸崛起、中美對立的背景，以及過去美國面對主要競爭對手，毫不手軟的打擊行動。本課程可讓我們更清楚掌握美國的思路及未來貿易戰的發展態勢，尤其是從既有大國面對崛起大國的「修昔底德陷阱」心態去看見美中貿易戰背後的戰略意義，也對當前局勢能有更深入的闡釋與剖析。



台灣綜合研究所
黃輝珍董事長

勤業眾信
徐瑩瑩會計師

TRANSBIZ
張家睿總經理

- 一、世界局勢板塊錯動與範式轉移 paradigm shift
- 二、中國崛起啟動新世紀變局
- 三、修昔底德陷阱
(Thucydides's trap | Graham Allison)
- 四、美中貿易戰、科技戰、全方位戰略競爭
- 五、美中各自比較優勢與劣勢
- 六、前景：脫鉤冷戰？鬥而不破？重塑平衡？

跨境電商趨勢與實務

本課程從「傳統外貿」與「跨境電商」兩者差異談起，隨著中國跨境電商零售出口規模逐年攀升，在發展電商的戰略思維上，應著重於品牌故事獨特性，要產生影響力必須用力地塑造品牌的價值觀，創造可被傳遞的故事，透過表達價值觀，進而與消費者在信念上產生連結。並透過誠實、勇敢的聲音與行徑，表達給消費者的正向信念，將會更容易與粉絲產生共鳴，成為驅動品牌的力量。在電商千篇一律的競爭環境裡面，也惟有客製化能夠凸顯優勢獲得關注，透過團結一致，讓電商跟消費者緊緊抱在一起，才能讓電商成為他們目標的推動者。

跨國投資稅務

東南亞投資為例

隨著區域經濟合作浪潮四起，各國加速簽署自由貿易協定及區域合作協定，台灣對於跨境投資將面臨全新挑戰及風險，跨境投資應考量諸多因素，包含法令面、管理面、稅務面及財務面，任何一項投資決策都必須全面檢視當地稅務法規、租稅優惠、地點、投資架構、資本挹注方式以及最低資本額，徐瑩瑩會計師帶領學員從稅務角度檢視東南亞投資可能會面臨之關鍵因素，並從 BEPS 觀點來檢視集團價值鏈，也為集團供應鏈佈局提供全新思維。

組織完善，機制健全

建設中等規模
精緻化紡織染整生產基地



洪良的執行團隊 - 競爭力之所在

總裁最近提出政策指引：南良集團要整理後再出發，齊心並進邁入新紀元。對於洪良事業體來說，就是要明確新方向，由總裁親自組建、審定的洪良執行團隊運營機制，經過近四年 (2016~2019) 的風雨淬鍊，已日漸成熟與穩健，可以說是成就洪良今日內外形象良好的穩定力量，也是洪良連續三年營收營利達成目標的競爭力之所在。

總裁設計的洪良執行團隊機制具有和諧、完整的管理精神，同時更強調進取，活力的產銷運作，這個機制的核心要件為組織和制度。

洪良執行團隊組織為核心團隊加一級主管團隊，核心團隊由蔡德燦執行副總領軍，主要成員為行銷主管、供應鏈主管、資材主管以及財務主管等，亦以派駐幹部為主，一級主管團隊則以各部門主管及主要科處長組成，二十五人上下，是一個嚴密的強化責任組合。由實際效果看，洪良執行團隊彰顯出積極且極具責任感的功能性。

洪良執行團隊能夠邁上和諧、完整、進取及活力的階梯，有一個主要關鍵，在於總裁下令必須推動並完全執行之公平、公正、積極性的獎懲制度，這一制度精神並由核心團隊、大執行團隊推展至班、組，洪良主管層並體認到：這個獎懲制度正是總裁大力強調的大、中、小阿米巴的核心精神所在。

洪良是家有點歷史的老公司，其穩定基因是利基，同時也是往上再躍昇的障礙。如何將穩定變成堅實的基礎發揮到極致，應該是洪良團隊的中心思想。當然，穩定再穩定之後，向上跳躍，飛昇都成為有可能。亦因此，洪良的新方向亦是由實地出發的思考：

自從 2020 年伊始，洪良人的一致方向為：組織完善，機制健全，建設精緻化染整生產基地。

執行力督導組

張明

主管格局的自我培養

客觀、無私是重要的條件

■ 撰稿人－蔡德燦副總

長遠的角度來看，一個人在職業生涯當中若要不斷地往更高的境界提升、突破，具備足以擔當大任的條件，則必須要使自己培養成為一位「大將之才」，亦即格局要大。要有大格局、要成為「大將之才」，並非一蹴可及，必須從基層開始就要有正確的觀念、思維，長久下來，才能具備充分的條件而足以成其「大」。

「大將之才」具有幾項基本條件。首先，要能客觀地看待所有事物，唯有客觀，才能夠做到無私。一個人在判斷、決定一件事情的時候，若把私人利益摻雜在其中的話，判斷的方向勢必會朝向其私人的利益偏斜，而無法做出正確的判斷與決定。所以，**客觀、無私是非常重要的基本條件**；主觀、存有私心就會有所局限，格局便無法擴「大」。

其次，**則是思考、判斷事物時的平衡感**。主管在作決策的時候，必須要能綜觀全域，全盤考量各個牽涉到的層面，而非單點思考。平衡的思維代表不偏食、不偏廢任何一個面向，而能夠平衡地看待各種事物。



張明副執行長 (圖左) 與蔡德燦副總 (圖右)

看的面要廣之外，還要看得遠，如此一來，決策的品質才能提升。舉個例子來說，公司福利政策的制訂，必須全盤考量所有員工的需求，將有限的資源作最有效的分配運用，以求照顧到絕大多數的員工，並產生持續性的實質效果；而不是將所有資源全部投注在少數個人身上。要對眾人付出「大愛」，而非對個人施以「婦人之仁」，其差別便在前者能夠平衡地考量，而後者是單點思考。

再就公司的經營來看，經營者必須均衡且長遠地考量員工、公司與股東三方面，不能偏厚任何一方。

例如，不能為了提高公司的競爭力而給員工過低的薪資，但也不能為了滿足員工高收入的期望而給予過高的薪資，雖然員工短期內很高興，但是卻讓公司在市場上處於競爭劣勢，長久下來，可能無法持續經營下去，員工的工作都可能不保。

同樣地，股東投資一家公司自然希望有好的投資報酬率，但公司除了將獲利分配給股東之外，如果也抽出一部份與員工利潤分享，則員工將因此更努力投入工作，創造更好的績效，相對使得公司的獲利更佳，股東與員工均得到更大的利益。反過來說，公司也不能為了照顧員工而忽視股東的權益，否則，股東不願意投資，公司資金籌募困難，營運發展便受到限制。因此，一個經營者要能夠均衡、長遠地思考，才能做出正確、高品質的決策來。

客觀、無私地判斷，均衡、長遠的思維都是培養自己具備大格局，成為「大將之才」的基本條件，而這些觀念必須從身為基層成員的時候，便開始練習、自我培養。當這些觀念逐漸內化而成為習慣之後，對事物將會越看越清楚，逐漸強化認知力與洞察力，格局也隨之逐步放大，漸具大將之風。

然而，這樣的觀念與養成過程只是一種理想，在現實中不見得可以非常輕易地做到。例如，公司為了長遠發展的考量而擴大投資規模，但是員工的短期福利勢必受到影響，可能會導致員工的抱怨、疑慮，甚至因心情不佳而士氣低落。面對這種情形，如果礙于眼前一時的影響而退縮，則長遠考量下的目標便無法達成。所以，**主管要有為了堅持長遠正確的目標，而承受眼前困難的毅力，並且耐心、妥善地處理，而非退縮。**

又例如，要做到無私，很可能使自己眼前的個人利益看似產生某種「損失」。但是從長遠的角度來看，放棄眼前一時的小利，卻往往能夠在往後得到更大的回報。

因此，要培養自己成為「大將之才」，必須要面對問題，不畏困難的存在，進而苦思解決問題的方案。也由於問題往往不是一次就能全面解決，每想出一個解決方案只是減少一部份阻礙，因此，面對問題的同時，還必須能夠忍受解決問題時的艱困，持之以恆地克服一關又一關的挑戰。

能夠如此，不僅能夠真正把問題解決，更能在此過程中就一身解決問題的能力與毅力。要培養出大的格局，必須要有去克服、去執行的積極態度，而不是消極地逃避，或是便宜行事、得過且過。

除了具備正確的觀念與態度之外，還必須提升思考事情的深度與廣度，因此，用於思考的時間必須不斷加長。思考是最不受時間、空間限制的行為，思考時間加長並要特地規劃一個時段來進行思考，真正的重點在於養成思考的習慣，能夠隨時隨地思考，走路、搭車、排隊……等，以及所有的零碎時間都可以思考。體認到思考的重要性，並且養成思考的習慣，思考的時間自然可以不斷加長。

另一方面，則是要培養閱讀的習慣與正確的閱讀方法，以使知識的吸收能不斷持續，除了從工作的執行本身累積經驗與知識之外，透過閱讀而增加知識來源的管道，加上正確的閱讀方法，將使得知識的吸收更有效率。掌握上述要點，複以持之以恆地不斷自我淬鍊，則成為「大將之才」指日可待。

讓客戶做減法， 用材料做加法。

洪良拓展內需市場與優質品牌客戶合作策略分享

加法和減法，原本只是數學上的概念，然而把它們賦予商業上的意義，情景則會大為不同。一般來說，做生意的人喜歡做加法，加法意味著可以得到更多的業績。其實不然。什麼都想做，不如做減法，拋開繁瑣的業務，把一件事情做到極致，極致才是成功。



■ 撰稿人 - 營業本部 - 俞錦文經理

隨著改革開發的不斷深入與推進，中國社會經濟不斷發展，老百姓隨著經濟收入的不斷增加，普通消費者的觀念也在不斷的變化。針對國內的內需市場，洪良經過一段時間的沉澱積累，瞭解到國內的消費者已經形成一定的與時代發展相對應的自我認定標準，對於國內優質品牌產品的認可，也有了自我意識的積累，那就是物美、性價比高、功能性強。

針對與品牌的合作方面，除了利用資源的影響力以及個人人脈資源外，關鍵還要對於國內品牌產品的需求，有精準的瞭解及應對。對於拓展國內的內需市場，我們經過多年的業務推廣經驗，以及在與品牌客戶合作研發的一些功能性產品專案後，我們做一些經驗的分享。

1. 抓住品牌的從眾心理

國內品牌雖然建立起一定的定位，但仍擺脫不了學習並跟隨國際大品牌的產品流行趨勢。因此，我們必須在產品研發上跟上市場流行的趨勢，從紗線功能、圖案風格、顏色使用上，都要跟隨一些行業領先品牌的當季產品。在一些重點品類，比如跑步、訓練、瑜珈這些當下最為流行的產品上要第一時間呈現自己的相關面料，跟上開發，與成衣上市同步呈現。這就需要市場及研發人員要有靈敏的嗅覺並快速實現開發，甚至針對相關最新產品，為升級換代提前做準備。

2. 展示功能性面料的外顯表現

目前化纖針織面料功能性的需求其實已經成為面料的一個內在要求指標。特別是一些帶強烈運動屬性的品牌，基本上面料都要有相關的功能要求，因此在材料推薦使用時，務必要指出此要點。讓面料的功能在外顯性上特別突出，就是非常直觀能看得出來。比如潑水、涼感、單向導濕等，可以通過簡單的演示能夠直接看出或者感覺相關的功能效果，這樣就很容易被客戶所接受，並且在其市場推廣時也容易讓普通消費者理解並接受。

3. 面料展示成系列性組合

在品牌產品的材料推薦時，需要有多種方案及組合供產品及設計人員挑選。我們在選定每次主推的功能性材料時，需要同一功能性的針織材料但具有不同的組織風格。這樣客戶選定市場推廣方向時，也可以根據其服裝產品的小類選擇不同風格的面料，但功能性又是一致的，這樣在最終成衣上的表現種類就會豐富，利於品牌市場推廣的成系列性。

4. 面料故事包的說明及整合

所謂故事包，就是我們所推薦的材料本身具有一定單一或簡單的功能，但通過我們包裝說明、使用，使其在成衣的功能表現上能更加突出並且領先其它品牌。比如我們使用一些超細丹的面料，我們在推廣時通過與常規材料的比較，突出成衣最終的超輕性，從而讓材料在需要減負的跑步產品上運用，可以重點強調穿著的舒適減少負擔。比如在功能性拒水紗線的使用上，我們可以針對不同成衣的需求，轉化為不同的故事包，單強調拒水性，我們就可以講風雨衣類防水的功能，保證穿著者在風雨的環境下保持雨水不滲透皮膚；同樣的拒水紗線，我們利用與導汗快乾紗線結合，拒水面貼膚，導汗面為正面，講述的故事包又變成是單向導濕水分管理特殊功能。

所以，在與國內品牌一起合作成長的過程中，一定要儘量讓客戶做減法，我們作為材料推薦方，一定要做加法，用簡單的功能來包裝說明豐富的故事內容，讓品牌客戶不需要思考如何使用材料，可以直接拿來就用。這樣對於雙方合作的意願以及合作的密切關係是長久且牢固的。



洪良 2019 年

上海秋冬國際紡織面料展

■ 撰稿人 - 創新開發處 - 陳寶坤處長



今年是中國國際紡織面料及輔料（秋冬）博覽會舉辦 25 周年的日子，又恰逢新中國成立 70 周年。在喜迎國慶之際，intertextile 中國國際紡織面料及輔料（秋冬）博覽會作為全球知名的紡織展，用最專業的姿態、最宏大的規模、最前沿的理念，充分展示了面輔料行業在科技、時尚、綠色的新定位下遠大的發展成果。

25 日，世界紡織行業的目光聚焦在國家會展中心（上海），迎來 25 周年的中國國際紡織面料及輔料（秋冬）博覽會如期開幕。

9 大展館，才 23.6 萬平方米的規模，來自世界 33 個國家及地區的超過 44000 家行業領先的面輔料精英企業精彩亮相。



可持續、環保、再生 是本屆展會的突出亮點。

在中國面料流行趨勢展區，「可持續」是一大主題，500 多款生物基面料、原液著色面料、先進染整技術處理的面料吸引了不少來客駐足。

在此屆博覽會當中，不少展商展出他們新開發的新產品，如金辰紡織推出一款採用調溫相變粘膠生產的溫控面料，它是利用特殊聚合物狀態轉換時吸熱散熱作用，延緩衣服內溫度變化，以起到溫控效果。還有公司展出最新開發的可降解滌綸面料，滌綸降解技術的應用對整個紡織行業綠色發展具有重要意義。還有公司提出綜合環保概念，除了瓶片、廢舊塑膠等環保產品，提倡從源頭開始環保，推出從甘蔗、咖啡渣、玉米等當中提取纖維的「綠色創新項目」。

洪良公司在本展會上，主要推出四大系列面料參展：

- 一、機能性系列：1. 抗菌除臭、2. 吸濕快乾、3. 中空保暖、4. 抗 UV、遮陽、5. 抗靜電
- 二、綠色環保系列：1. 環保紗面料、2. 原液著色面料、3. 仿棉針織面料
- 三、運動休閒系列：1. 四面彈力布、2. 涼爽舒適面料、3. 碳刷面料、4. 單向導濕
- 四、緹花系列：1. 經編賈卡緹花布、2. 緯編電腦緹花布

從以上這些系列的產品，緊扣本屆展會“可持續、環保、再生”的主題，同時也回應國內外品牌客戶提出的環保要求趨勢，受到了到訪展位上客戶的認可和高度的評價。

在本屆展會開展首日（9 月 25 日），2019 中國國際紡織面料及輔料博覽會 25 周年慶典，在國家會展中心 4.2 館 E 廳盛大舉行。在慶典大會上，主辦方為海內外企業及媒體頒發了傳播貢獻獎、傑出貢獻獎、卓越貢獻獎。陳燕屏協理代表洪良公司參加了頒獎典禮，並上臺領獎。

智慧工廠專案啓動大會

■ 撰稿人 - 資訊中心 - 陳柏森副理



近年來，國內紡織染整行業的領行者都持續在進行智慧升級改造，通過結構調整進行轉型升級。

福清洪良 2019 年 7 月 31 日與天富科技簽約合作進行智慧工廠智慧升級改造的項目，8 月 28 日正式啟動，借重天富科技在紡織及染整行業的專業，協助洪良進行軟體及設備的智慧化轉型計畫實現。洪良智慧 " 智 " 造旨在提升企業的市場競爭力，強化

經營優勢，這是生存之爭，我們要做的是智慧 " 智 " 造也是智慧營運。

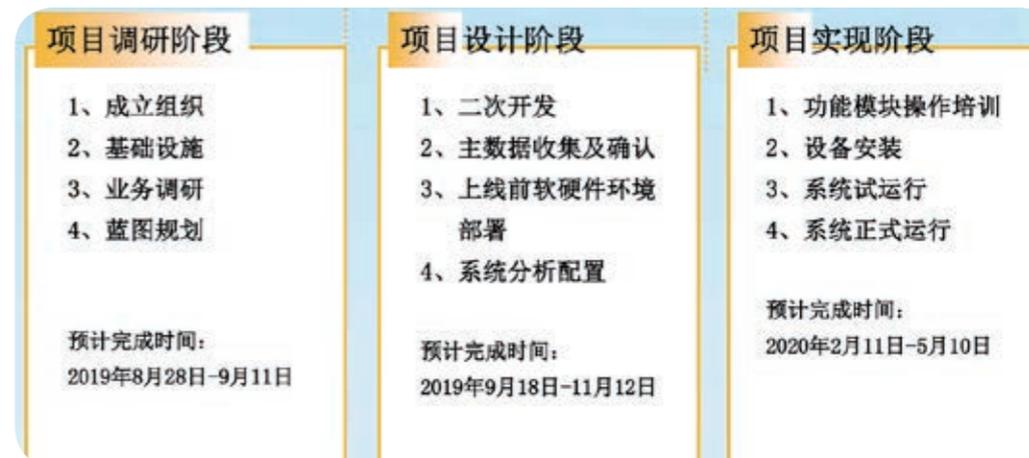
本次 ERP 導入的範圍包含，財務中心 / 營業本部 / 生產本部 / 管理部相關系統程式，染廠染缸中控系統、驗布系統、電子報工系統、電子簽核系統。

專案實施原則以借鑒天富科技多年在紡織及染整行業的專業性為依據，共同調整最適合洪良現有部門工作流程。

專案實施目標及管控要求



專案實施週期及原則



智慧工廠建設是一項企業管理系統工程，時間任務很艱鉅，為確保專案的順利開展，我們將建立適當的激勵機制，通過洪良人的共同努力，以最認真的態度對待，全力以赴地保證每個階段的目標都能順利完成，並下定決心：只許成功，不許失敗！

洪良智慧化工廠轉型

■ 撰稿人 – 曹宏光副理

製造業請不到人，努力市場從以往的不加班不想來，到現在是 -- 要加班不想來，年輕人不喜歡「傳產製造業」是全球進行式，這些因素加速了傳產製造業的自動化轉型；公司的營運不僅在追求效率，也在形成文化，人才是核心，透過與時俱進的管理機制和組織文化，轉變人的知識成為智慧來進行分析決策，因此，追求自動化轉型應包含機械設備的智慧溝通及人的能力價值提升，以人為本運用智慧工具設備更安全有效率完善工作。

洪良轉型的源由

近年來，國內紡織染整行業的領行者都持續在進行智慧升級改造，通過結構調整進行轉型升級；福清洪良 2019 年 7 月 31 日與天富科技簽約合作進行智慧工廠升級改造的項目，8 月 28 日正式啟動，借重天富科技在紡織及染整行業的專業，協助洪良進行軟件及設備的智慧化轉型計劃實現；洪良智慧智造目的在提升企業的市場競爭力、強化經營優勢，這是生存之爭，我們要做的是智慧"智"造也是智慧營運，更是人員的轉型。洪良的智慧"智"造分三個階段：

洪良人演化三階段 培養『早知道』的能力

流程職能漸進調整：人員的角色→由資料整理進化為→資料分析，再進化為→資訊預測能力，培養洪良人『早知道』的能力。

第一階段：整合調整現有人員組織及工作流程，進行新 ERP 導入上線，達到數據即時化，流程精確化，人員主動化的目標，培育洪良人正確收集資料的實務做法。

第二階段：大數據的分析及 BI 工具導入，各部門單據稽核及輔導，系統調整及改善，培育洪良人熟悉 BI 工具，擁有資料分析及運用的能力。

第三階段：進行 BI 運行開發，運用大數據分析的結果實現資訊預測，決策提早，讓洪良人擁有『早知道』的能力。

智慧轉型的主要工作，作業 流程 / 生產設備數據化

智慧"智"造基礎核心就是用數據讓事實變成可以傳承的東西，生產過程所有的問題和過程都數字化，要能夠分類、分解、分析。

問題相關資料數字化的目的是為了讓工具更深度的學習、分析、知識的累積，然後人可以更靈活的運用**新工具**去處理問題；過去人的工作是靠經驗累積，沒有經驗不能處理問題，人走了經驗也走了累積不下來。所以我們談的智慧轉型，實際上是一個傳承問題跟競爭力問題。

因此我們需要所有部門的同仁一同參與，將現行的各部門工作作業流程及生產流程進行重新的審視及調整，透過網路及手機 APP 等工具將流程效率提升，將過往的被動取得訊息轉化為主動推送訊息。

學會超車，接受新思維

過去的工作所顯現的是依靠經驗累積，技術熟練，工作效率自然突出，年資成了優勢；現在的工作，將是智慧工具的選擇運用、資料分析的能力、多方搜集資訊提高預測準確，工作效率自然突出；過去開車上路您要早點到目的地可能要熟悉車況、路況，現在的您可以買張機票，相同的終點卻更省時省力省錢；公司運用生產設備自動化，運用**新工具**提升人員的工作安全及價值，也增加生產的效益，這是適應世界趨勢，不進則淘汰。

數據分析，預測未來， 佔得先機

數據分析能力是智慧"智"造非常重要的能力，它推動智慧"智"造的三個方向：

- 一是運用數據來瞭解和解決看得見的問題。
- 二是運用數據來分析和預測看不見的問題，從明白解決問題的 Know how，進一步理解問題發生的原因，避免看不見的問題。
- 三是由數據中挖掘新知識，用知識去重新定義問題，使得看得到或看不到的問題都可在製造過程中避免。

以往工作效能依靠人的經驗累積，現在轉向依靠挖掘數據中隱性的線索，使得製造知識能夠被更加高效和自發地產生、利用和傳承，利用大數據去解決問題和積累知識；大數據的目的並不是追求數據量大，而是有系統的收集數據和分析技術及能力，這部份也將是洪良努力追求的人才；

「大數據時代的預言家」，牛津大學教授 Viktor Mayer-Schönberger：「在不久的將來，世界許多依靠人類判斷力的領域都會被計算機系統所改變甚至取代」；大數據時代最大的轉變是，放棄對因果關係的渴求，而取而代之關注相關關係，也就是說只要知道是什麼，而不需要知道為什麼；我們不一定要去學習設計這些 AI 技術，我們要會用 AI 工具，運用各項 AI 工具去分析解決工作上生活上的問題。

未來洪良要的是變得快的系 統還是猜得準系統？

.....續下一頁.....

洪良智慧化工廠轉型

■ 撰稿人 - 曹宏光副理

製造現場面對的重大議題：

- 現場的製造產能真的不足嗎？有沒有可以挪動或者改善的空間？
- 當訂單所需要的產能已經超載了，如何來決定生產與調度的先後順序？
- 車間製造的途程如高速公路一樣從福清到北京，總要有人告訴我塞車塞在那裡？
- 未來三個月現場的產能需求是多少？需要增加產線人力還是尋求委外產能？
- 當月初製造現場接到 100 張工單生產需求，到了月中因生產的變化，哪些工單變緊急了？

「為營運收戰果、為業務做先鋒」，無疑是對製造現場在企業中所扮演角色的最佳形容詞；不論業務單位在前線簽了多麼多漂亮的訂單，還是需要製造現場接續完成，如果製造現場的管理基石不穩，業務將失去強有力的交期承諾靠山；製造現場面對市場的競爭下，您需要的是一個「猜的準」還是「變的快」的模式，以現實的環境考量下，通常我們會需要的是「變的快」，以因應突如其來的抽插單、挪單與短交期的變動，協助現場主管快速完成生產調度作業；因為要「變的快」，反應的速度就必須突破原來傳統的模式，過去製造現場的人工表單抄寫，可能需要花上 3-7 天來收集統計現場的報工資訊，未來我們透過新工具將可協助製造現場面對競速的未來，透過以中控系統為平台，透過人機介面觸控式操作搭配 barcode reader 及與生產機台的 PLC 控制器整合，

更精準及快速正確的取得生產的資訊(工時,數量及生產工藝參數,配方)以掌控生產脈動,來化解過去窮極人力才能完成的現場資訊收集工作,讓製造現場資訊立即呈現將可實現。

生命的價值—創造幸福

天有不測風雲，人有旦夕禍福，我們無法決定生命的長度，但生命的寬度可以由您自己決定，一輩子是多久，每個人都不同，生命的價值或許在有限的生命長度裡，對生命熱愛，珍惜分分秒秒的光陰，拓展知識，用智慧，用科技，用奉獻拓展生命的寬度，追求更豐富的生命意義

我相信—洪良的未來我們共同努力，洪良的幸福您我都有。



洪良團建— 超越自我，追求卓越

■ 撰稿人 - 營業本部 - 邱曉輝



七月的色彩是金色的，明亮而珍貴；七月的味道是陽光的，芬芳而燦爛。七月，是充滿熱情的月份。洪良的小夥伴們在激情燃燒的七月，懷著滿腔的激情開啟了一段超越自我之旅。



1. 破冰團建

小夥伴們抽籤組隊，換上了各自的隊服，選隊長、取隊名、想隊歌口號，設計隊旗、安排旗手、隊形展示，集思廣益，個個都是小能手。

每次仰望天邊的彩虹，你一定好奇置身於其中是什麼感覺？來看看洪良小夥伴們的隊伍，在激情、冷靜、活力、踏實、帥氣、多金中你選哪一個？

-- 只有小孩子才做選擇題，大人我都要！

2. 雷池取水

所有隊員一條心，每個人在關鍵環節都發揮了重大作用。

3. 指壓板

訂製版“Running man”，重磅來襲！



4. 徒手摸魚

圍追堵截，抓魚過程中，小夥伴們放鬆身心、貼近自然，體驗田園生活樂趣，找尋失落已久的童心。



~才華這東西，是成功了之後別人送發給你的托詞。而你要做的，只是努力而已~



6. 水中拔河

動感的音樂，激情的舞姿，掀起水中大戰！

在激情燃燒的七月，對朝氣蓬勃的團隊來說，和清澈的河水激情碰撞，這種時候才能夠放肆嗨。

來一曲動感的海草舞、來一場熱辣的水仗才是團隊建設的正確打開方式！等等，似乎還少了點什麼？對，水中拔河是少不了的——確認過眼神，我們是並肩作戰過的小夥伴！



7. 遊翠屏湖島嶼

“縱情山水跡，無心自逍遙”。逃離了喧囂的都市，回到寂靜山野，結廬而居，像古人一樣生活。

8. 篝火晚會

“小橋流水桃花，木屋修竹籬笆，竹杖芒鞋輕勝馬，夕陽西下，看倦鳥歸家”。這一刻，讓山水回歸寂靜，讓我們回歸自己。

9. 一路同行

短短兩天的團建活動拉進了我們彼此的距離，貼近了彼此的心，增加了彼此的默契。也讓我們懂得了團結、堅持與珍惜！熱愛並堅持，溫暖且有力量，願這就是我們的常態。在我們經久年月的一生理，有緣相聚於洪良，成長於洪良，共同見證光陰的故事，是多麼幸運的一件事。

願我們彼此的一路同行，凝聚的點點滴滴，能化為溫暖的力量，為未來路上的風風雨雨撐起一片晴空。

2019年下半年，齊心協力，擡起袖子加油做！

2019 洪良營業本部家庭日

■ 撰稿人 - 營業本部 - 陳燕屏副總



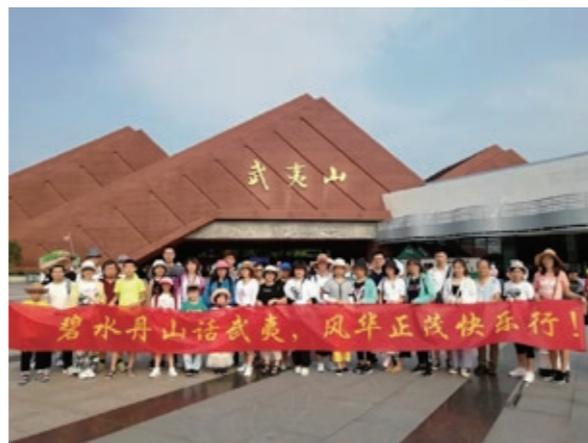
武夷山素有 " 奇秀甲東南 " 之美譽

澗水香如蘭，襲人長草間。

小魚相戲逐，正宜居神仙。

夏日裡，清爽的微風拂過水面，漾起翠綠的漣漪，偶爾花瓣隨悠悠蟬鳴悄然飄落，如輕語在明鏡的水中。沏一壺香醇的武夷岩茶，在日出日落的山水間，享一日之長，歎一生之短。

生活不止工作和瑣碎的苟且，應該還有詩和遠方。為了讓久居公桌前聞慣油墨紙頁和目染林立怪樣色彩的靈魂找到釋放的出口，小夥伴們懷著激動的心情奔赴武夷山.....



首站：武夷山，對很多人來說，並不陌生，這個位於福建西北部的山麓，以其特有的“大紅袍”聞名國內外。

千載儒釋道，萬古山水茶，武夷茶以其特有的岩骨花香，聞名於天下。據說武夷岩茶每年只在春季採摘，經過漫長一年茶樹體內養分的積累，加上初春氣溫低，厚積薄發，為營養物質的累積創造了條件。為了更全面瞭解製茶工藝，小夥伴們來到一家岩茶工廠參觀製茶過程，曬青（或加溫萎凋）、涼青、搖青、晾青、炒青、揉捻.....繁多而有序的過程讓大家體會到了每一泡茶的來之不易。結合茶藝活動，小夥伴們還展開了豐富多彩、精誠合作又輕鬆愉快的集體另類競賽活動，讓伴侶、孩子首次感受到平時工作場合裡大家庭互相關愛、相互扶持的合作氛圍。

第二站：到了武夷山，怎能錯過張藝謀導演的《印象大紅袍》？即使入夜，也阻擋不了大家看演出的熱情。

《印象大紅袍》是一場借茶說山、說文化、說生活的山水實景演出，它以獨特視角突出一個和諧生活的理念，希望大家把煩惱、抱怨、痛苦和鬱悶都放下，喝杯茶，享受茶的寧靜和諧，享受美好的生活。演出結束了，有幾位第一次觀看演出的同事，直呼不過癮。確實，震撼的表演場面，深情的旁白解說，獨特的觀看視角，讓人久久無法平靜。

第三站：溪流九曲瀉雲液，山光倒浸清漣漪。武夷之魂九曲，乘著古老的交通工具～竹筏，漂在盈盈溪水之上，坐筏觀山，極目皆山水畫...如此美景，自然要“造作”一番才過癮，欣賞美景的同時，也不忘開展造型PK大賽，看，這造型愜意不...九曲溪隨波逐流而下，溪面忽而平緩似池，忽而湍急如潮，竹筏隨之或珊珊而行，或瘋顛舞蹈，筏竹的小哥一邊自如的操控著竹筏，一邊風趣幽默的講解各種典故。縱情山水間，萬般煩惱休。



時間飛逝而過，行程接近尾聲，那麼多的歡笑，那麼多的感動，推動著我們不忘初心，砥礪前行，讓改變發生，讓精彩續寫，洪良加油！

天寶公司專題報導

■ 撰稿人 - 天疆許庭禎 副總

天寶公司於 2017 年由兩家成衣廠合併成立，目前為南良集團 100% 轉投資的成衣事業單位，天寶主據點分佈在中國江蘇省揚州與越南平陽省，分別擁有 700 與 2100 餘名員工。

天寶在中國與越南擁有成衣業務、研發中心與生產基地，可同時滿足運動品牌客戶在服裝設計、研究開發與高端產品生產之需求。集團擁有布料到成衣供應之垂直整合發展資源，可提供品牌客戶一站式採購之便利服務。

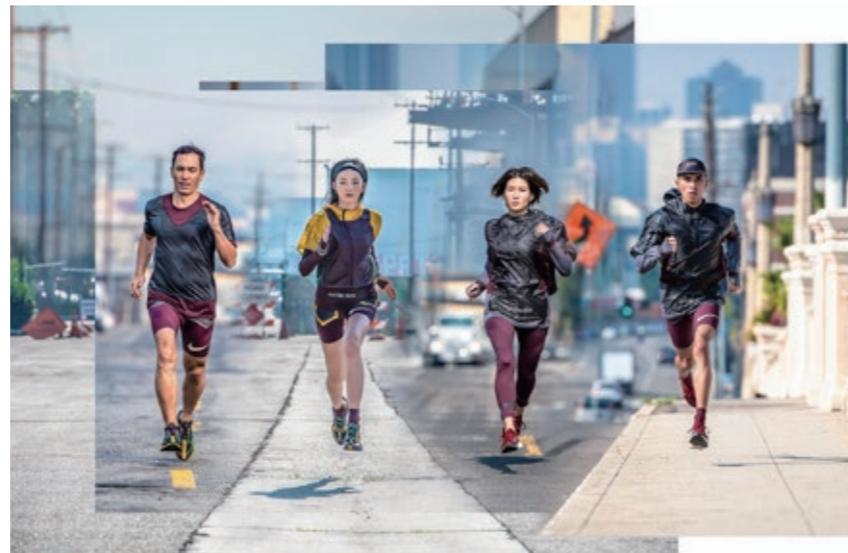
■ 主要商品 / 服務項目

主要產品為各類針織衫、平織衫，產品族包含了運動服、雪衣、外套、運動褲、T-shirt、等等。目前客戶有 Nike、asics、Shimano、The North Face...等。

兩地工廠自創立以來已 10 年有餘，正值經歷了中國與越南製造的黃金時間，藉此養成了一群實力堅強的生產管理專才的中間層幹部以及熟悉各式工藝的技術人員，專業能力頗獲大品牌賞識。

公司目前為 Nike 創新 (innovation) 之合作夥伴，創新新速度快研發動能強，在業界頗受好評。公司乃客人在亞洲供應鏈中負責開發高階特殊產品系列之專門工廠，如：

Nike 的 Aeroloft 會員限量產品及高橋盾設計師聯名款等高階限量服飾.....等。公司同時也是 asics 核心工廠，與 asics 有長期合作情誼，同時也引入與搭配集團布廠對 asics 提供一站式整合服務。



天寶產品於 Nike Shanghai Innovation House



▲ 天寶越南工廠



▲ 天寶揚州工廠

▼ Factory Locations



現代社會，人們閒暇時間所參與的休閒運動，內容豐富多彩，專案繁多。運動休閒風對時尚的影響仍然是服裝行業主要的增長動力。根據國際調查機構 Plunkett Research 的統計，二〇一六年全球每年運動休閒相關產業的總產值達一、五兆美元，持續每年以五、七%的幅度成長。到二〇二〇年，配合東京奧運的帶動下，全球運動休閒產業的產值預估有機會達到兩兆美元門檻。

也因此，公司的業績也伴隨著品牌客戶的需求增長而相應成長，故公司已開始規劃東南亞新增生產基地之擴廠投資計劃。

2019年中國國際紡織 面料及輔料博覽會

■ 撰稿人 - 總管理處 蕭巧瑜



中國國際紡織面料及輔料博覽會是目前全球規模最大的服裝面料和輔料展覽會，展會提供一站式採購平台。今年9月25~27日在上海國家會展中心展出，共有9大展館、超23.6萬平方米的規模，來自世界33個國家及地區的超4400家行業領先面輔料企業精彩亮相。

南良集團橫跨國際館台灣專區以及國內館功能面料專區，四個事業體首次以聯合形象攤位展出一系列功能面料與成品

本次集團參展的企業單位計有南良事業體（嘉興南雄特材及特紡、東莞南良）、友良事業體（台灣及上海友良、台灣及上海匯良、上海南德）、洪良事業體位於國內館；中良事業體位於國際館。

在國內館參展之單位，今年打破以往各單位獨立進行規劃的方式，自去年在門楣上統一放上集團 logo，更承襲並擴大型式，統一展位的外觀設計，再由各單位分別進行內部參展內容展示的規劃。從一開始詢問並彙集各單位對於展覽呈現的意見、進行展位位置分配及協調、召開視訊會議討論外觀的風格方向，到最後定案在展會上展出，過程中有賴於各單位的配合及互相包容，此次首次採取統一整體外觀的模式，發揮集團各單位結合之力量，並有效展現南良集團的形象。

中良則是參與拓會的參展團位於國際館的台灣專區展位，針對國際客戶及品牌，積極推廣且拓展，並與國際接軌。



● 展品趨勢方向仍是往綠色、環保、永續循環持續深入發展

● 可持續、環保、再生是本屆展會的一大主題

國際品牌及市場走向逐漸注重環保趨勢，因此在此次展會中，許多參展商都以再生、環保、綠色循環為展品內容主軸之一。在集團單位的展位上，許多客人都是看到文宣圖片上與「環保」相關的文字進而做深入的詢問，例如：嘉興特材的膜類產品以「生物可降解」、「可回收」等特性，進而吸引客人洽談。

● 國際品牌對全球綠色環保認證標準的強化與要求

南良特材許士榮協理與友良黃國泰協理都有提出現有的認證標準已是基本如 Blue Sign, Oeko-tex，今年展會已看到更多 GRS 認證標準的需求，認證標準已從材料或產品本身，進化到製程/流程、延伸到上游與下游端的供應鏈，未來與供應鏈的夥伴聯盟深化會更為重要。

● 功能性面料仍佔展品大宗

強調防水透濕、單向導濕、輕薄、彈力等功能性面料，在此次展會上也是多數面料參展商展出的品項，各參展商開發新產品功能的同時，也結合環保面向，性能越高、對環境影響越低的產品是不二之選。

● 部分展出安全防護服裝（軍裝、工裝等）用面料

展會上也有一部分展出防護裝用面料，多是展示印染或是反光等一般面料加工的部分；僅有少數參展商強調功能性，例如：阻燃、防靜電、高透濕、長效耐用等。

另有一區「新技術創新空間」主要展示紡織高性能複合功能材料、柔性結構材料製備技術的新進展，以及近年來中國紡織產業在「衛生災害響應」、「軍隊警察配套」及「特種安全防護」三個方面的新應用。



● 總裁親臨現場並於聚餐時刻勉勵同仁

展會第二天，總裁於白天親臨展會現場，給予各單位主管及同仁們勉勵及期許；晚上照例由集團總管理處舉行餐會，藉此機會讓台灣與大陸各企業同仁相聚交流聯絡感情，面對瞬息萬變之競爭局勢，企業本身更需不斷地精進，時刻思考如何提升企業價值，提升永續競爭力！

2019 南良事業體 齊心共進會

■ 撰稿人 - 國際行銷企劃室 - 林君章



南良願景計畫五年了！

南良事業體齊心共進會，2019年為五年願景進入第五年光景了！

今日海內外南良事業體主管來到團隊檢討與回顧主軸，想想五年願景以綠色、創新及智慧製造為核心，與社會及員工共享成果，永續經營的全球複合材料之標竿企業。這五年來南良事業體整體業績有持續穩定成長，最終目標雖待再加強，精實化的管理過程強化了團隊，未來方向正確只能往前衝不會間斷，為下個五年的共同願景開啟了新紀元！

關鍵效率行銷 & 提升虛實整合

今年度由南良事業體張舜卿總經理指出為關鍵行銷年，提出【關鍵效率行銷】&【提升虛實整合】為本次齊心共進會的議題核心，作為衝刺年的檢討及明年度展望準則；各部門的提出計畫報告中，都能跟重點佈局的主題來切題，深刻的讓會議中的每個幹部能了解公司的目標規劃，可以再度深根到底層每個員工的內化，展開了今日所有會議進行，行銷是整體作戰，唯有關鍵效率才能事倍功半，因應世界局勢，虛實的線上和線下更是密不可分！



對於機制與策略 / 前瞻創新的做法舉例說明，由總裁規劃出南良事業體新創立的第五事業部門，南良實業健康事業本部 (H & H)，總裁指示大健康線上線下虛實整合，將以座落在南良集團總部仁愛廠為中心；該廠區列入體外科技用品 H & H 整合行銷，結合南良集團垂直整合，引流 AI 智能科技產業，建立大中華華人大健康及康養服務機制，成為產業的創新重要里程碑。

機制與策略 / 前瞻 創新並濟前進

本次共進會邀請了南良集團蕭登波總裁和南良事業體王全成副董事長，為這次會議中來開訓及講評。總裁指示必須將南良的機制與策略室和前瞻創新組，整合成為經營團隊的最高指揮中心，強調南良公司面對市場趨勢，切記應以前瞻創新和機制與策略搭配進行，若無它者，後果不敢想像。

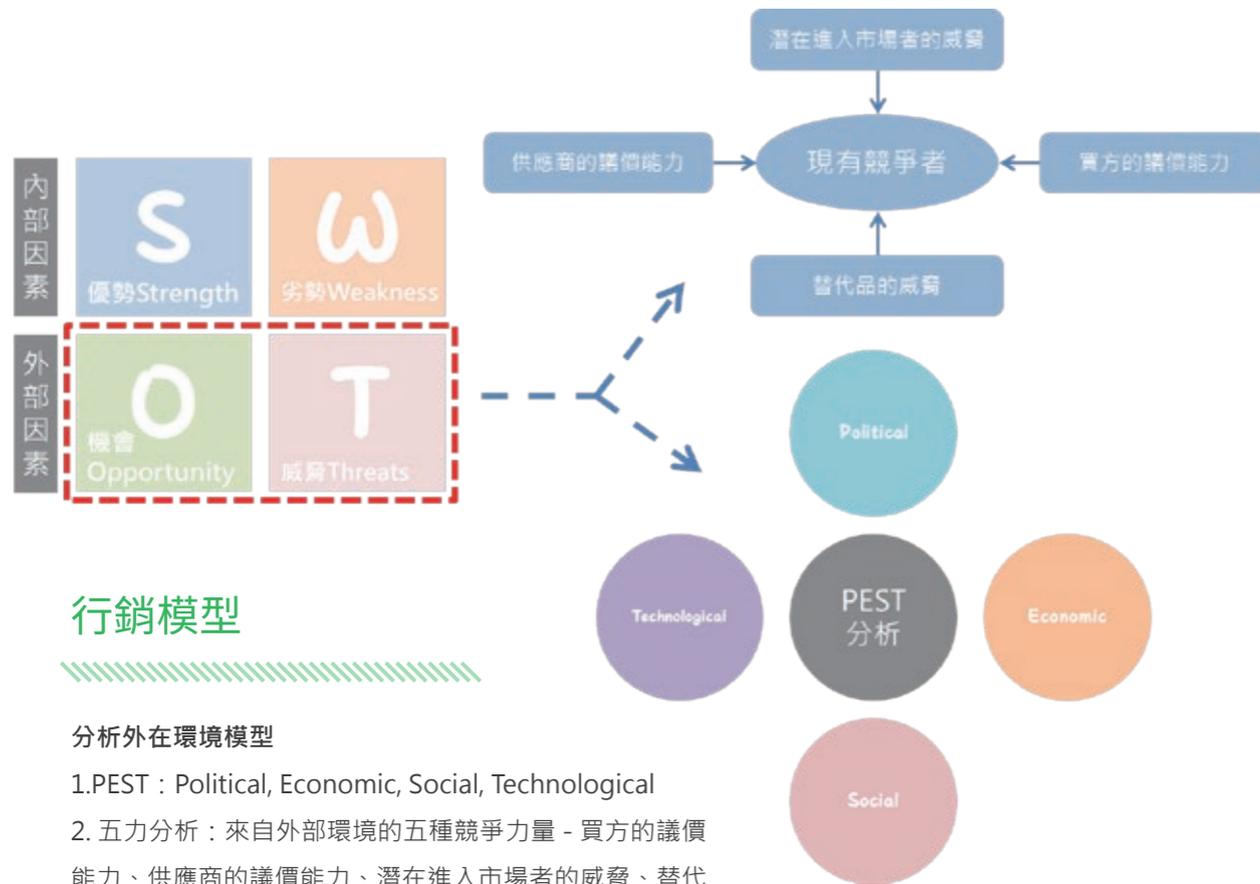


迎接下一個五年願景

南良事業體王全成副董事長全程參與了會議，體恤到南良事業體海內外幹部的全體努力不懈，更讚許每個南良人都願意付出一己之力，會議中規劃營銷機制的運籌，提出多項的可行性策略，與我們的客戶互動做最佳的佈局；希望我們能檢討昨天的缺失，不要怕失敗，從中領悟將帶給我們明日衝刺的本錢，來前進下一個五年願景目標！

服務行銷與創新趨勢

課程分享



行銷模型

分析外在環境模型

1. PEST : Political, Economic, Social, Technological
2. 五力分析：來自外部環境的五種競爭力量 - 買方的議價能力、供應商的議價能力、潛在進入市場者的威脅、替代品的威脅、現有競爭者的威脅

分析企業內部模型：

1. SWOT 分析：Strength, Weakness, Opportunity, Threats

老師以實際案例來講解此三種行銷模型理論，講解 PEST 模型理論時，印象最深刻是舉了三、四個實例來說明文化 (Social) 的影響。結論指出同一件事在不同地方的社會文化之下，會有不同的結果 (影響)。

若將這論點放在行銷實務應用中，點出行銷人員在做全球行銷策略規劃時，必須思考的問題是，同一種行銷語言或策略模式，是否適用在各個不同市場的社會與種族文化？也就是說，行銷語言與策略模式必須要能夠因地制宜的適當調整，才不致於在初入新市場時，就遭受投資損失跟挫敗，甚至擴展到當地市場對品牌形象的損害。

行銷創新趨勢

1. 大數據分析： Google 以分析資料庫的關鍵字，來進行流感地區預測。原理是利用彙整全球各地區對流感相關的關鍵字搜尋率，得出搜尋率最頻繁的地區，可能就是流感將會大爆發的區域。用在行銷面來講，資料庫若建立完整，可對數據資料進行統計分析，可歸納出顧客喜好、年齡層的偏好需求、地區性的偏好需求...等等，對於利用在分析目標市場客群，來擬訂相符的行銷策略很有幫助。

2. 行動行銷 (行動裝置的數據分析)： 利用行動裝置的 APP 平台，收集數據與分析數據，將帶動智能產品的發展。

3. O2O 線上線下整合： 電子商務與實體通路的結合。以現在中國內地很紅的連咖啡 Coffee Box 為例，創業人一開始藉由微信的小遊戲 - 送咖啡，累積各省區域對咖啡口味偏好的資訊，並且從中進行數據分析，之後便架設虛擬咖啡鋪，開始在線上進行咖啡販賣，再結合實體物流運送咖啡到府；再者進階到讓小額投資人利用這些數據分析進行線上加盟咖啡鋪。

4. 內容行銷： 有效的內容行銷，最主要目的是要讓觀看此廣告的人，產生轉傳的連鎖效應，透過連鎖效應而吸引到潛在消費者或客戶。以行銷角度面來看，投資一筆媒體廣告的資金，若能產生轉發效應，即是產生了無形的廣告效益，利用轉發影響力，便可達到廣告資金成本的效益最大化。

環境理論模型中的 PEST 與五力分析，對於應用在目前工作內容中有很大的幫助。因為所負責的專案中，需分析產品應用的市場環境、競爭對手、電子平台或網站 / 行銷廣告公司等供應商的評估。未聽這門課之前，在資料蒐集篩選與資訊過濾整合的過程中，會較易陷入雜亂無章地分析與過濾；上完課後，日後在工作中就可藉由理論中提出的分析面向，來做資料的收集與歸納，並且將這些面向再做交叉分析的應用，提出的市場分析報告、廠商評估報告等等的，在內容呈現方面，能夠更佳有系統化，使這些分析報告對於單位業務和市場行銷人員來說，可以幫助他們較易清楚理解市場動向。

集團前進印尼

正式成立旭榮戶外用品公司

美中貿易戰延燒迄今，不少在陸台商紛紛擴大海外投資力道，眾多跨國企業紛紛將生產與製造轉移至東南亞，以規避投資風險，轉單效應也造成越南及印尼等地投資熱度升溫，這也促使集團加速投資東南亞的腳步。

印尼為東協最大經濟體，人口 2 億 6 千萬人，為東協人口最多的國家，內需市場龐大。人口結構相當年輕，勞動人口充足，中產階級人數快速擴張，且當地勞工平均年齡為 28 歲，十分具有吸引力，除具有高人口紅利，也因中產階級勇於消費，使得國內消費穩定成長，再加上印尼對美國、歐洲出口有關稅優勢，對大陸則有原物料進口優惠稅率，近年來投資環境逐步改善，已成為台灣廠商南進的良好選擇之一，這也使得印尼成為集團這一波東南亞投資的重點區域。

集團所屬東莞旭泰運動手袋製品公司以生產運動背包、手袋、電腦包、護具為主，產品類別豐富，遠銷世界各地，並通過 ISO9001、WCA、C-TPAT、RQS 和品牌保護等各項驗廠標準，近年因應美國品牌客戶的急迫需求，旭泰團隊經兩年審慎評估與市場考察，遂規劃將美國產線轉至東南亞，並選擇在印尼泗水設置生產基地。於今年 9 月印尼

新廠，現已正式投產，命名為旭榮戶外用品公司。旭榮戶外用品公司專做休閒運動包、旅行袋、時尚包等包袋，為國際奢侈品牌、休閒運動品牌代工，承接客戶包括丹麥品牌樂高、義大利品牌亞曼尼、設計品牌 Alexander Wang (王大仁)、H&M 等。配合目前大陸東莞兩廠，共 300 名工人，一個月能產 15 萬個包袋，以外銷歐洲為主；而印尼新廠房以則銷至美國為主。



旭榮戶外用品業務協理黃豐賢表示，在貿易戰影響下，大陸製包袋產品出口到美國課徵的關稅恐將從原本的 17.6% 增加至 47.6%，因此幾乎所有的美國品牌客戶均要求公司將大陸產線移至其他國家。



順應部分客戶需求及訂單急迫，故轉投資印尼東爪哇省宗班縣，從 9 月 9 日正式投產，黃協理表示，在大陸的兩座廠占整體產線 80% 的美國線會全數移至印尼，預計一年內印尼廠將比大陸廠大三倍，達 4500 萬美元營收目標。

至於原大陸廠將持續大陸廠、歐洲線與日本線等其他線，且在不縮減產能的背景下，希望持續穩定擴大產能，目標一個月至少做 45 萬個包袋。

未來，為了迅速完善印尼廠規模，黃豐賢協理說，目前每個月增加 80 名員工，將複製大陸成功經驗，徹底訓練當地員工，希望員工訓練好，就能夠散播種子，快速達成目標，落實在地化的經營政策。

2019 中國國際紡織面料及輔料 (秋冬) 博覽會展後分享



市場發展趨勢 / 未來性

南良事業體以特材部 (嘉興為主)、特紡部 (嘉興為主)、海綿部等三個部門，與南良集團於 2019 年 9 月 25 至 27 日中國上海中國國際紡織面料及輔料 (秋冬) 博覽會共同聯展，南良集團總裁每年都會關切參展活動脈動，親臨參展藉今年本次展會觀察所對應到的市場發展趨勢及未來性，帶給集團上下材料垂直整合訊息分享。

本展屬性為紡織材料的重頭戲，每年都會持續增加參展和觀展人潮，今年重點參展觀後提出幾項同業等分享：



未來改善策略

總裁明確指出；提供參展觀念認知；優先建立公司形象展，提前邀約客戶，來參展改以【會客】的招待方式進行。對於事前的準備工作，要有【系統的管理】，針對產品或市場規劃，必須建立出非單一的【制度 + 系統 - 硬體和軟體】策略，讓每個人無所不在都能知道內部的管理層運作，達到知己知彼。人人更須建構出概念；【投入 (投資) = 產出】，產出需全方位，若未產出，要知道原因！參展的人員都必須要有產出，不論業務、主管、技術...等，對於自己的本分要了解產出的真正概念，貢獻出來。

各主管要重視大型國際展覽，目前參展的敗因，要懂得【追根究柢】，不怕輸，輸了甚麼，從中獲得經驗來改善。【利潤是靠管理來的，非靠景氣來的】；世局多變化我們靠全球化，不能自欺欺人，不許任何人跟他報告景氣不佳，所以才業績不好。南良人要認知，要抬頭挺身繼續往前走不能往後走。

南良事業體張舜卿總經理更明確指出，供應鏈中對於循環經濟、環保、回收再利用等議題來分別做認證，成本提高又有重複性，應以全公司來考量共同認證制，避免不必要成本浪費；整個展場的設計所展露出提供互動關係準則，才是展覽的主要工作。

1. GRS / Bluesign 藍標 / Oeko-tex Level 6 等認證，為目前大陸參展的潮流及推廣利器；同業動態的廠商對於認證也是急起直追中！
2. 紗線要朝向 GRS 來做認證，建議各關係企業品項結合，藉由關係企業有認證之材料結合，減少認證之過程。
3. KEVLAR 近年來有降低需求，耐磨布詢問減少，工裝類型阻燃布詢問增加。
4. 手感舒適且輕薄之防切割外套面料需求增加。
5. 有升溫材料議題產生，目前沒有發現有實際資料參考。
6. 建議要有差異化的產品，推出參展才具有意義；參展以 ECB 環保材料告知有曝光需求，未來發展是有的，應用包裝袋材為主要市場，與品牌知名度合作配合 ECB 未來參展的主要任務及方向。

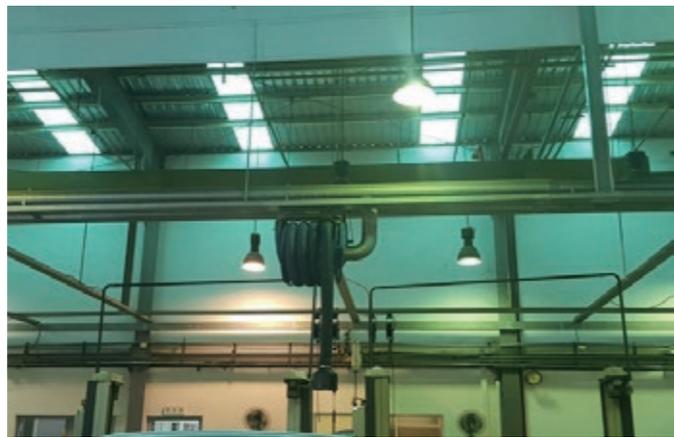


物聯安防的現在與未來 開創智慧應用新視野

科技日新月異，許多產業及場域的服務痛點，都因為技術的水到渠成，而迎刃而解。在這樣的資訊浪潮下，南良集團寶聯通綠能科技自然不能缺席。寶聯通運用物聯網技術導入於各種場域與產業，協助客戶將應用與服務進行升級，提升客戶服務效率、與管理成本下降。

寶聯通應用的物聯網科技，主要有四大面向：智能流通應用、人臉辨識管理、智能定位與導航及智慧環控與便利。本次主要分享智能定位與導航應用的方向。

寶聯通的智能定位與導航，採用的技術與傳輸協定為藍芽 (BLE) 技術，在場域裝設藍芽訊息接收器 (Receiver)，而在欲追蹤之人或物放置資訊感測器 (Tag)。這樣的定位、軌跡追蹤及導航技術應用很廣，例如：在失智長照機構可設定虛擬電子圍籬，避免長輩進入警戒區、或擅自離開長照機構。在遊樂場可應用於小朋友的軌跡追蹤，避免小朋友走失。亦可以作為室內導航，協助消費者找到將前往的遊樂點，更可作為停車場的室內導航，讓消費者可以輕鬆抵達停車的位置，避免繞遠路。



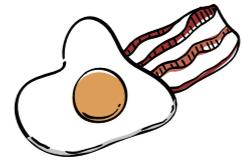
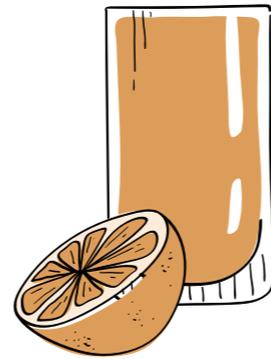
近期，寶聯通也將智能定位的技術成功輸出海外，與泰國 Syslink 公司 (泰國當地服務提供商 Service Provider) 合作，將智能定位技術應用於泰國賓士保養車廠，藉由室內定位技術的應用，車主將汽車開往保養廠後，可以因應車上的 Tag，使用手機 APP 而了解車子目前的保養維護階段，進而預測取車時間。智能定位技術導入，大幅降低車廠的管理疏失，更大大提升車廠對於客戶的服務與效率。

物聯網技術不僅著眼於現階段的場域痛點解決，更看重在數據收集以後的大數據分析，乃至於 AI 智能運算，用以挖掘尚未展開的潛在服務。寶聯通積極選擇物聯網技術進行資訊服務市場佈局，亦即了解到在此刻必須能夠將基礎建設導入場域，才能成為未來各行業潛在服務的先驅者。



如何吃早餐 才能保護您的胃？

■ 撰稿人 - 嘉良 謝順成

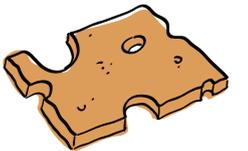


近年來許多人提倡體內環保流行生機飲食，很多人一早就喝蔬果汁，雖說可以提供蔬果中直接的營養及清理體內廢物，但大家忽略了一個最重要的關鍵，那就是人的體內永遠喜歡溫暖的環境，身體溫暖，微循環才會正常，氧氣、營養及廢物等的運送才會順暢。

所以吃早餐時，千萬不要先喝蔬果汁、冰豆漿、冰咖啡、冰果汁、冰紅茶、綠豆沙、冰牛奶等等，短時間內也許您不覺得身體有什麼不舒服，事實上會讓您變得身體日漸衰弱的，這是為什麼呢？因早餐吃冰冷食物傷了胃氣，吃早餐應該要吃「熱食」，才能保護「胃氣」。中醫學說的胃氣，其實是廣義的，並不單純指「胃」這個器官而已，其中包含了脾胃的消化吸收能力、後天的免疫力、肌肉系統的功能等。因為早餐的時候，夜間的陰氣未除，大地溫度尚未回升，體內的肌肉、神經及血管都還呈現收縮的狀態。假如這時候你再吃喝冰冷的食物，必定會使體內各個系統更加攣縮、血流更加不順。也許剛開始吃喝冰冷的食物的時候，你不覺得胃腸有什麼不舒服，但日子一久或年齡漸長，你會發現怎麼吸收不到食物精華，好像老是吃不結實，或是排便老是稀稀的，或是喉嚨老是隱隱有痰不清爽，時常感冒，小毛病不斷，這就是傷了胃氣，傷了身體的免疫抵抗力了。

因此早上第一個食物，應該是享用熱稀飯、熱燕麥片、熱羊乳、熱豆花、熱豆漿、芝麻糊、山藥粥或廣東粥等等，然後再配著吃蔬菜、麵包、三明治、水果、點心等。

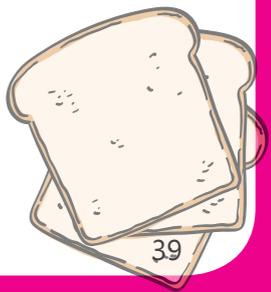
不建議喝牛奶，因為牛奶容易生痰、產生過敏，較不適合氣管、腸胃、皮膚差的人及體質濕氣重的人飲用。



那如何吃早餐照顧好身體呢？

1. 早上起床第一件事先喝 300 CC 溫熱開水一杯，讓您的胃腸、食道等身體「溫熱」一下。
2. 早餐務必要吃些熱食，熱飲料、熱粥 (各類熱稀飯，如熱地瓜粥) 配其他主食、蔬菜類。
3. 因懶惰、圖方便，冰牛奶、冰咖啡、冰果汁等，打開冰箱隨手可得。請花數分鐘時間，將「冰冷」飲料在電鍋內熱一下。
4. 改變自己及家人的早餐習慣：
 - (1) 將冷的蔬果汁、熱牛奶改在晚上 7 點至 9 點就寢前 1 小時前食用為宜。
 - (2) 早餐改吃熱食，寧可用一些時間準備煮熱粥、燙青菜及溫熱飲料。
 - (3) 餐前先吃水果是正確的，唯早餐就應先食用熱食，午、晚餐再先進食水果。

千萬不要自認為「身體很健康」、「年輕有本錢」，所以一時圖方便、講速食，畢竟身體的能量及抵抗力是累積型的增減，30 歲前絕對不會馬上顯現出「身體有異樣」，上了年紀就會有體衰、虛弱、抵抗力差的現象產生，平時做好保養，預防總是勝過治療。



不要侷限自己，挑戰自我。

受訪者：洪良事業體人力資源科 陳秀雲副處長
訪談整理：編輯部 劉振銘、林郁綺



改變，最佳的時機是現在，最佳方式是——去做！

- 1994年9月就職洪良織布廠生管科助理、生產排程等工作。
- 2000年8月調資訊處技術員
- 2001年3月內控組成立調任內控組主辦→科長→效率中心副處長（期間曾兼任人資三組 -- 驗廠組主管）
- 2015年6月調任人資處副處長

人力資源科在公司扮演相當重要的角色，也是企業最大的後盾，需要團隊成員協力合作，能否闡述您的領導風格及如何帶領團隊？

在洪良工作二十多年，這是我人生中的第一份工作。洪良培養了我，感恩公司提供的平臺，造就今天的我。一直以來秉承工作沒有做得最好，只有更好，通過不斷提升自己適應當下發展，特別感恩公司、蔡副總給予人資的各專項培訓機會。

在帶領團隊上，傾向以平等、相互信任方式。不論是生活還是工作，人與人可以融洽相處主因是信任。工作中以欣賞的角度去挖掘團隊裡每個人的優點，給予適當的肯定，讓整個團隊處於和諧輕鬆的氛圍，對待工作也會更上心。挖掘團隊裡每個人的優點，針對團隊人員不同的特性，調整相應的工作內容，適才適用，制定明確目標，帶領團隊積極主動發現問題，提出更多對公司有益方案，激發他們努力向上。

並要求大家以認真負責的態度對待工作，現代的人力資源管理是以人為本的管理階段，尤其在面對員工問題時，必須以親和的態度與員工交流溝通，協調他們在生活上、工作上遇到的問題。

對團隊夥伴懷著感恩的心，因為有這些對待工作主動積極，認真負責的團隊，使得人資各項工作順利開展。



福清洪良公司近年來離職率維持低於3%，使公司組織運作能相對穩定，人力資源科在當中有何具體作法及策略為何？

1. 招聘面試：A. 人資第一道把關，篩選適合各崗位的相應人員，依實際狀況進行機動性安排調配。B. 招聘時將公司福利待遇、工作環境、未來發展方向等一一向求職者進行說明，使其充分瞭解後，有意願者，再推薦複試，不盲目選人。C. 對於頻繁跳槽的求職者，沒有責任心者公司會謹慎選用。

2. 新人培訓：重點宣導公司情況、企業文化、規章制度、薪資福利、安全等，讓員工進一步瞭解公司，儘快融入公司工作、生活，找到歸屬感。新進、離職員工人文關懷訪談：追蹤適時瞭解員工工作、生活狀況、對公司建議等。與用人單位多互動交流，及時收集意見和發現問題。

3. 與外部政府、同行等保持良好的互動交流，適時瞭解有關資訊，如薪酬福利等。形成書面報告提供相關資訊給上級參研，結合公司政策進行必要的薪資檢討，讓我們的薪資在同地區中具有一定的競爭力。

關於未來，您對團隊您有何期望與具體目標？是否想勉勵團隊的話可分享？

1. 引進更多新生代年輕人加入洪良團隊，為各單位輸送優秀的同仁。共同創建更具活力的洪良團隊。

2. 優化考核制度，通過良好的績效考核體系，建立起有效的激勵約束機制，培養公司積極向上的健康的企業文化。

3. 加強人資人員專業知識，利用網路、微課等學習，鼓勵參加資格考試（如人力資源管理證書、績效薪酬培訓資格證書等）。

最後想對夥伴們說：努力學習，提升自我價值，讓自己變得更加優秀，成功不是將來才有的，而是從決定去做的那一刻起，持續累積而成。不要侷限自己只能做什麼，挑戰新的局面，挑戰自我。

大美新疆

員工投稿 ■ 撰稿人 - 華東辦 何卉



新疆是我嚮往已久的地方，都說不到新疆不知中國之美，不到新疆不知中國之大！

賽裡木湖

六、七十年代上海大批年輕人或自願或被迫，遠赴新疆，支援邊疆建設。我的公公、婆婆就是這樣的一代人，也就是俗稱的知青。他們在十七、八歲的年紀，遠離家鄉，來到這裡，度過了人生最珍貴的年華。我的先生更是生在這裡，長在這裡，所以對於他來說新疆有著特殊的意義！時隔二十多年，能帶著父母、孩子再次回到這裡，尋找兒時記憶，給孩子講長輩兒時故事，總算完成他們一直以來的心願！雖從上海到新疆需44小時，相當費時，但因老人身體原因，還是選擇火車臥鋪直達烏魯木齊。來新疆前其實已看了很多攻略，也知道每天會有大量時間花在路上，但當真正走過之後.....準確的說應該是一整天都在路上。

不過在路上也會有不辜負你的美景，我們穿過戈壁，看著火紅夕陽把大地燃燒；穿過草原，看“風吹草低現牛羊”的閒適；我們經過雪山，看神秘的雪山在雲中若隱若現；我們經過河流，在冰涼的雪

水中，洗去塵埃。這裡的條件相較於大城市無疑是艱苦的，但美景絕對會讓你的不辭辛苦。如果你是想要舒適之旅的，建議還是不要來。經過幾天的遊玩，這裡推薦幾個我認為不可錯過的景點給大家。

▶ 1. 獨庫公路

獨庫公路，20世紀80年代通車的國道217公路，全長561公里，從北獨山子起到南庫車結束。宛如一條巨龍盤臥天山，超過一半以上的地段都在崇山峻嶺、深川峽谷中通過，前一秒還穿梭在雪嶺雲杉間，下一秒就翻越雪山，有著一天過四季的體驗。



獨庫公路

▶ 3. 賽裡木湖

賽裡木湖是新疆面積最大、海拔最高的高山湖泊，大西洋暖濕氣流眷顧盆地成湖，有“大西洋最後一滴眼淚”之說。藍天白雲下看著清澈碧藍的湖水，非常的愜意，人少的時候安靜的只能聽見湖水拍打礁石的聲音和風吹草低的聲音，環湖一周有數十個環境點，每一處都有各自的特色，找一處安靜的靜靜地放鬆才是王道。建議租用景區的電動汽車，¥500元/4小時，自駕環湖遊，會比坐景區的區間車自由很多，遇到人少的停車點，隨時可以停下來欣賞風景。

新疆旅行注意事項及建議：

1. 新疆地區紫外線強烈，要準備足量防曬霜。
2. 蚊蟲藥水、腸胃藥、暈車藥，以及其他常備藥，以備不時之需。
3. 新疆氣候乾燥，外加飲食偏熱性的羊肉和辣椒，容易出鼻血。皮膚和嘴唇的乾裂也比較嚴重，還是要帶好各種防護用品。
4. 景區內的食品價格昂貴，可儘量在進入景區的前採購充足。
5. 港澳臺旅客儘量在旅行社事先諮詢好事宜，避免自由時遇到無法入住的情況。
6. 新疆大多數景區外來車輛無法進入只能搭乘景區區間車，或租用景區車輛。
7. 新疆的加油站，都只讓駕駛員一人進去，在入口處刷身份證（有的還要搜身），檢查後備箱；其餘人員在外面等，所以想去加油站上洗手間可是不行的哦。
8. 開車在路上時，包括國道、省道、進城，都隨時有公安檢查站，大部分需要駕乘分開；駕駛員帶好自己的身份證、駕照、行駛證從車的通道過，乘客要帶好各自的身份證從乘客通道過，身份證非常重要，一定要放在安全、取拿方便的地方。
9. 做好長久坐車的心理準備。新疆各景點的距離是以百公里計算的，一個景點到另一個景點，往往要坐十幾個小時的車，有些景點裡面大到要坐遊覽車。
10. 新疆最佳旅遊季節一般在7月—10月，7月能看到漫山遍野的花和草豐美的草原，8月中旬瓜果開始成熟，9-10月秋季來臨，南疆的胡楊林一片金黃。

▶ 2. 巴音布魯克

巴音布魯克草原屬高寒草甸草原和高寒沼澤草原，草原面積特別大，僅次於呼倫貝爾大草原，是我國第二大草原。水源以冰雪融水為主，意為“豐富的泉水”在這裡形成了大量的沼澤草地和湖泊。

主要有三大看點：第一是名聞天下的九曲十八彎，是所有遊客必到之地。第二是天鵝湖，裡面有我國唯一一天鵝自然保護區。第三是東歸的土爾扈特族所代表的蒙古民俗。巴音布魯克草原共有13處泉水，7個湖泊及20條河流。這些不同的水源，彙聚而成了開都河。九曲十八彎就是開都河最美的一段。每年有大量的遊客來巴音布魯克就是為了一睹九曲十八彎“九個太陽”的奇景，一些攝影愛好者，則會在景區蹲守很多天，只為能拍出最好看的九曲十八彎。很可惜，我們並沒有看到九個太陽，但是遠處的草原一片粉紫色，天空蔚藍，草原的遼闊之美，是我這樣在南方出生的人是從未體驗過的，不得不感歎自然之大而人類的渺小。



巴音布魯克



2020

心有所歸

【集團採購專屬優惠】

【BiBoViNo 法國紅酒1.5L=11】

2瓶量，另有白酒與3公升款

原價：NT. \$2400

特價：NT. \$1999



法國有機
時尚潮流

BiBoViNo為 2013年於法國巴黎成立的頂級盒裝葡萄酒品牌，5位跨領域的創辦人有歐舒丹、UCAR、Eldorado、電影製作人、拉法葉百貨葡萄酒部負責人，選用有機或動力有機的酒庄，嚴選不使用化學農藥的葡萄酒，並共同研發專利填充技術，改變了紅酒保存的方法，並以法國第一品牌的盒裝酒為訴求，在巴黎開始推廣。

特活綠小舖為中南部獨家經銷商

一盒/6瓶

原價：NT. \$860

特價：NT. \$720

美肌保養天然聖品，含多醣體羽膳食纖維，含有美顏四元素，燕窩、雪耳、北蟲草、皂角仁，特別添加蓮子與枸杞添加口感與健康元素，應用慢火熬煮與蜂蜜提味，顧健康也能美味享受。

【頂級燕窩蓮子雪耳禮盒】



年節送禮
體面大方

【燕窩、黑木耳、牛蒡香鬆】

3款各2份

原價：NT. \$856

特價：NT. \$688

特活綠嚴選
經典禮盒



結合特活綠小舖最搶手的三樣商品組成的經典禮盒，銷售前三名的燕窩、黑木耳、牛蒡香鬆是您過年過節伴手皆適用的組合。

集團採購優惠買10送1

訂購專線06-2038347 洽鄭小姐活動到1/15止