

南良 通訊

Namliong group

2019年11-12月
No.28期



南良集團再出發
邁入新紀元



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

南良 通訊

Namliong group

2019年11-12月
No.28期




南良集團再出發
邁入新紀元



- P02 總裁的話 繼往開來 再創巔峰
- P12 總處主刊 集團2019年度業務聯誼會活動報導
- P30 活動報導 集團2019 年度海外員工尋根之旅活動報導
- P32 參展動態 第二屆進博會參展報導
- P34 集團快訊 南良 - 增設越南據點落實群戰降本



遠紅外線黑碳紗能量披毯

體感升溫

2°C

遠紅外線
Far-Infrared Rays
(4-14μm)

安全
免插電

速效
蓄熱升溫

蓋鋪披
三合一

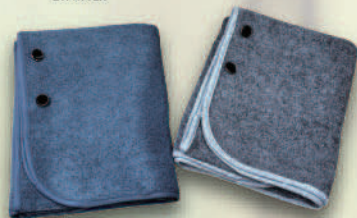
遠紅外線
循環

可扣式
披肩

- 添加黑碳紗纖維，雙效蓄熱持續保溫。
- 遠紅外線塗佈，積蓄熱能促進循環。
- 舒柔親膚、台灣製造。



BLACKHEAT
CARBON FIBER WARMING SYSTEM
LI PROTEX



| 藏青藍 |

| 尊爵灰 |

多用途搭配



▲ 鋪



▲ 蓋被



▲ 氣質風斗篷



▲ 奢華風斗篷



▲ 自由風披肩



▲ 俏麗短披風

本產品內冒物不含飾品

產品成份：100%聚酯纖維（黑碳纖維）
產品規格：尺寸90CMx150CM ±5% / 重量0.6KG ±5%
洗滌須知：冷水洗、勿漂白、勿烘乾、可乾洗
適用場所：家庭、外出旅遊、野外登山、辦公室、冷氣房

南良實業股份有限公司 | 健康事業本部
工廠地址：台南市永康區仁愛街357號
服務電話：06-2542372 # 8306
傳 真：06-2438453

編號：EB-C03



4 719579 121189



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

寶聯通綠能贊助提供：

- ※ 滿月煥彩氣氛燈- x 4名
- ※ Vislife佳糧米--- x 1名



有獎徵答題目

- Q1** 下列何者「非」南良集團蕭登波總裁於2020年提出南良人應具備的一致。(詳P12頁總管理處主刊)
- A. 價值觀一致
B. 績效一致
C. 行動一致
- Q2** 下列何者為2019年度集團業務聯誼會的主題精神?(詳P14頁業務聯誼會活動報導)
- A. 南良集團再出發，邁入新紀元!
B. 實施成果要展現，持之以恆是關鍵!
C. 有堅持才有希望!
- Q3** 南良集團總管理處位於新仁愛廠區五樓，空間規劃三種型態庭園，下列何者「非」總裁命名之庭園?(詳P22頁集團仁愛新廠落成啟用介紹報導)
- A. 子良中庭
B. 世錦庭園
C. 七榕園

上期有獎徵答得獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	舒適後背包	大健康-真善美	謝宗富
2	舒適後背包	洪良事業體	賴怡豪
3	經典Polo衫	總管理處華東辦	歐陽玉
4	經典Polo衫	天疆事業體	蔡函庭
5	經典Polo衫	中良-越南中鎮	龐志功



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。



發行人 譚登波
總編輯 譚明
責任編輯 劉振雄
主刊編輯 總管理處
美工編輯 林振興
文字校對 蕭巧瑜、吳金枝

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.namliang-group.com

-目錄-

02 總裁的話 | 繼往開來 再創巔峰

04 企業社會責任

- 台南市五格園創園暨關懷弱勢寒冬送暖愛心會活動
- 捐血傳愛南良集團寮步廠區舉辦捐血活動

08 南良學院

- 內部高階主管的分享課程
- 亞洲大學經營系南良學院EMBA 在職學程正式招生

12 總管理處主刊

■ 南良集團再出發 邁入新紀元

- 12 • 總管理處副執行長的話
- 14 • 南良集團2019年度業務聯誼會活動花絮
- 18 • 2019 年度業務聯誼會中興代高階論壇報導
- 22 • 集團仁愛新廠落成啟用與環境介紹報導
- 24 • 綠色創新 系統整合 創研、供應鏈新戰略
- 26 • 新紀元: 財務工作改善提升任務會議

28 專題報導

- 友良生產製造朝向智能化及自動化發展

30 集團活動報導

- 集團2019 年度海外員工尋根之旅活動報導

32 集團參展動態

- 第二屆進博會參展報導

34 產業快訊

- 南良事業體 - 增設越南據點落實群戰降本
- 洪良事業體 - 廈門井欄蓋報導
- 集團紡發會報導
- 台灣上市櫃公司協會產業學習之旅 - 參訪南良集團
- 鄭成功墓址紀念碑園區修繕工程竣工落成
- 總管理處協助大健康產業推動
- 健康科技床下鄉服務 - 讓您體驗健康舒好眠!

48 集團人數專訪

- 謹良郭曉璋副理 JUST DO IT, 不做永遠不知道結果如何!

50 知識園地

- 淺談產品生命週期管理
- 2020 年勞動事件法新法上路

54 員工投稿 • 企業營運持續性計劃概略



南良集團總裁的話

繼往開來 再創巔峰

「繼往開來」一詞出自宋·朱熹《隆興府學濂溪先生祠記》。
「繼往」是指「繼承過去的」；「開來」是指「開闢未來的」。

「繼往開來」意思是繼承前人的事業，開闢未來的道路，亦有承先啟後、承上啟下、開拓未來之意。本人在 2020 新年伊始之際，也以「繼往開來、再創巔峰」題目來勉勵全體同仁，在創新中實踐傳承，在傳承中追求創新，回顧再前瞻，以更穩健的步伐和速度向前邁進，積極開創未來，再創巔峰。

● 「繼往開來」乃正視生命的價值

生命之價值，在於能夠創造人世間的一切美好；

生命之無限，在於能夠繼往開來，延續我們共同的理想與價值。

各位有緣份成為並肩作戰的戰友，共同為著偉大願景與目標打拼，我也期勉南良集團全體同仁們應秉持正確與健全的價值觀，落實企業的傳承與共享，展現「承先啟後、承上啟下、繼往開來」的前瞻思維，共同為台灣的社會及企業的未來而努力。

展望嶄新季度，期許全體南良人能承接集團優良傳統，共同策勵光明未來，再創卓越巔峰，在此同時，也不忘以感恩之心服務社會，並視回饋社會為企業當然責任，在「對生命之尊重、對環境之愛護」的核心價值下，致力發展環保性材料，並積極推動綠色無公害事業，以實際行動回報社會，善盡世界公民及社會責任，方能無愧於生命之價值。

● 堅守初心 傳承創新

對企業來說，「傳承策劃」與「創新計畫」都是不可或缺的，這兩者猶如企業永續經營的雙翼，是企業突破轉型的重要關鍵。我相信「只有夕陽經營，沒有夕陽產業」的真理，企業永續經營最重要的是要保持創業的精神與初衷，也唯有堅守初心、典範傳承才能使企業精神予以延續。

企業之經營如同接力賽跑一樣，所有的企業經營者無不追求長久之經營續航力，**透過一棒接一棒的傳承方式**，力求在賽場上能拔得頭籌。今日的領先並不代表明日的成功，**如何有效將成功經驗複製，領導後進並有效傳承給下一棒，方是企業在邁向永續經營上的重要課題**，這也是企業繼往開來之真諦。

● 突破自我、開創新局

把所有的不滿與失望當作昨天；把所有希望與未來寄託於明天。欲得到明日希望的果實，就必須把握今天，積極努力。

繼往開來對於企業經營之意義，不單單只是承接過往，而是要能持續突破自我並開展新局，全體同仁們須在工作及任務上勇於面對未來，從大格局去開創嶄新的領域，使企業擁有開疆闢土之競爭力。

為此，有幾點方向須予以重視：

1. 優化體質、提升營運—以嚴密組織扎實根基，貫徹機制以提升整體營運效能。

2. 不斷堅實提升企業的核心競爭力—重視創新與科技，導入技術再升級與智慧化革新的前瞻思維，方能不斷深耕市場、洞燭先機。

3. 重視服務與品質—品質是通向市場的基石，信賴是贏得客戶的關鍵。

4. 培養接班團隊—盤點資源、提早佈局，重視由上至下各階層之經驗傳承，團隊需計劃性地持續培育造就各階段所需要的人才。

身處於瞬息萬變的時代，企業不能再固守城池，安於現狀。**不開創，將被市場所淘汰**，也阻礙了成長茁壯之路。

南良集團成立迄今，已近乎半百歲企業，吾深知「創業維艱，守成不易，交棒更難」之道理，在此登波以今日主題勉勵諸位，期望大家承接企業精神與優良傳統，共同開創未來道路，並隨著趨勢不斷變革和創新，活用企業資源以發揮最大的功效，並在所屬領域中不斷提升差異化與核心能力來尋求發展突破之機會，相信以「繼往開來、再創巔峰」的巨大決心與堅定信心，必將企業帶入嶄新紀元。
最後敬祝大家：

迎接挑戰 全力以赴

擁抱美夢 共築願景

南良集團 總裁

台南市五榕園創園暨 關懷弱勢寒冬送暖 愛心會活動圓滿成功

撰寫人：總管理處 劉振銘



本次活動以音樂、藝術及武術修練等主題為發想，融合現場設置集團大健康產業多家健康體驗攤位（寰宇中道、H&H 健康科技用品、紐登斯優格、特活綠小鋪、康健世代以及真善美綠色健康生態農場），期望帶給參加民眾更多身心靈層次的豐盛饗宴，進而促使身心健康。南良集團近年來推動大健康產業，除了致力於健康系列食品及多項健康科技用品外，也積極推動人類之身心靈健康與平衡，蕭總裁所規劃之大健康產業中包含「修與練」的系統，係分為武術、氣功、療癒音樂、舞蹈及書法共五藝，未來該五藝修練也將於五榕園中持續推展，該園區內有清乾隆年間蔣公堤功德碑市定古物，及五株鬱鬱蔥蔥的古榕，環境優美舒適，是個適合修練以及身心靈放鬆沉澱的友善園地。

本次公益活動感謝諸多民間團體鼎力協助，不分彼此出錢出力，透過協辦或贊助方式促成此樁美事，蕭登波總裁由衷感謝中華愛心文化藝術聯合總會、台灣農特精品跨岸交流協會、台灣螳螂拳藝擊協會與社團法人新榮社會福利慈善事業基金會、台南市星光身心障礙勵進會、台南市復健青年勵進會、社團法人臺南市身心障礙關懷協會、臺南市平安照顧服務勞動合作社等眾多團體支持，也感謝諸位社會先進慷慨解囊，共同為社會弱勢族群付出愛心，有能力付出是幸福的，希望透過本活動能發揮拋磚引玉之果效，讓更多企業與民間單位共同加入慈善公益活動，使這份正能量的愛能不斷綿延下去。



年關將屆，為關懷弱勢家庭，讓弱勢家庭感受社會的溫暖，增進身心靈喜悅的人生觀。遂由南良集團蕭登波總裁與臺南市府城防癌抗癌健康協會等發起號召下，經諸多民間團體與社會先進共同響應，於 2019 年 12 月 28 日（星期六）上午在南良集團總管理處旁五榕園，舉辦「台南市五榕園創園暨關懷弱勢寒冬送暖愛心會」公益活動。臺南市長黃偉哲先生、文化局長葉澤山、消防局局長李明峯、永康區區長張睿民及多位民意代表紛紛到場響應與支持，期望透過關懷弱勢之愛心公益活動，讓弱勢及身障里民於年節前夕，感受滿滿社會溫情，提前過個溫馨的好年。

本愛心會活動邀請眾多表演團體與大師蒞臨五榕園演出，透過音樂、藝術及武術等公益演出，與弱勢團體一同享樂與交流，當日現場也邀請到臺南市推拿與民俗調理保健養生協會到場免費為民眾推拿，更有蕭世瓊書法家現場揮毫及春聯免費贈送。除此之外，也提供美味餐點佳餚並致贈精美禮品，讓整場活動在溫馨與感恩氛圍中畫下最圓滿的句點。

捐血傳愛南良集團 寮步廠區舉辦捐血活動

撰寫人：南良通訊編輯部



● 血，是生命的泉源； 愛，是傳遞生命的希望！

隨著大陸地區醫療水平不斷提升，南良集團大陸寮步廠區所在之東莞市地區，每年臨床用血量逐年攀升，每年約需 30 噸熱血才能滿足全東莞市區的用血需求量，每年一到冬季即是血荒時期，用血需求增加，使得血液安全存量拉警報。



因此，南良集團基於「取之於社會，用之於社會」的企業回饋精神，特別以奉愛之名，舉辦捐血傳愛活動，於 2019 年 11 月 14 日與東莞市地方政府配合，在寮步廠區內舉辦無償捐血活動，期望能落實企業影響力，讓愛心發揮更多價值，得到社會各界的支持與積極參與。



● 捲起衣袖，熱情響應

本次捐血活動，得到廠內多個事業單位熱情支持與響應，寮步管理中心事前在廠內協調整合並積極宣導，透過廠區各處所及車間公告欄的訊息發布，並邀請諸多單位幹部帶頭參與，當天九點一到，便有眾多主管幹部與基層員工到場支持，紛紛抽空捲起衣袖參與這有意義的捐血活動，加上本次捐血活動當地政府也提供紀念品，捐血救人之外又獲得小禮物，每個參與同仁各個笑得合不攏嘴。

南良集團落實企業社會責任，未來公益活動將不分地區、不分你我，將朝公益在地化、連結化方向邁進，讓公益之果效能倍數成長，共同善盡企業社會責任。除了公益捐血，南良集團也持續實踐「追求員工、顧客、公司的共同成長，並回饋與奉獻社區」核心理念，未來將會辦理更多與在地社區結合之公益活動，期望能將善的種子，傳遞到世界各個角落。

● 挽袖捐血 好處多多

對一位健康的人來說，捐血並不會對健康造成影響。定期捐血也會促進新陳代謝、增加血液循環，並使體內血液年輕化。醫學報導指出，定期的捐血將使心血管疾病、糖尿病等發生機率下降，亦能透過捐血前基本的健康檢查，了解有無血壓、肝指數、有無 B 肝或 C 肝等健康問題，捐血人可以趁此機會知道自己身體的一些狀況，整體好處相當多。

內部高階主管的 分享課程

撰寫人：南良學院 歐陽玉



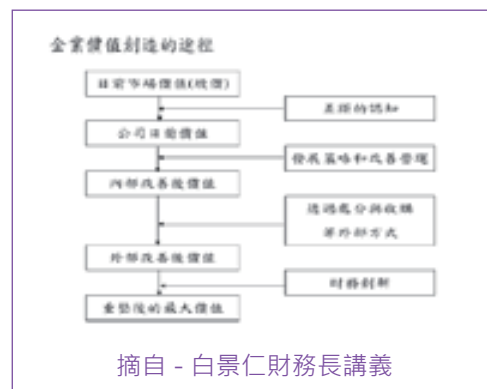
緣因颱風攪局，原定八月底的分享課程延期到十二月進行。這是每年一次精選的高階菁英主管不藏私的將經驗分享給中階與培訓幹部的中階課程。安排這樣的課程，自然是因為外部的專業顧問講師即使台上風範唱作俱佳，但就實際應用面來說，內部高階主管的分享課程，才是學員評價最高，也最期待吸收的課程，畢竟，這三堂課講師都是從基層做起，憑藉實力與學習力，透過這樣的課程，將其具有集團 DNA 的實戰經驗萃取分享給另一層級的接班梯隊。

南良事業體張舜卿總經理從學習方法談起，引導大家自律性、管理能力、經營能力，到建立贏的策略及分析未來趨勢，張總以其自身在南良職場的成長過程、自律習慣分享，引導大家要有熱情、用心思考，張總說：「沒思考過的知識不是你的」，讓年輕世代了解「活知識」的重要性。張總的分享也鼓舞中階學員體會到，只要願意不斷學習、自律並用心思考，人人都有機會擔任領導。



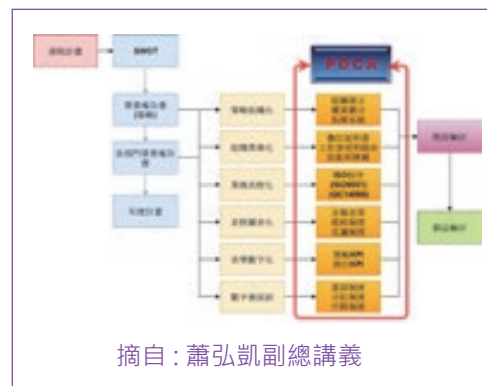
摘自 - 張舜卿總經理講義

集團白景仁財務長則以其擅長的財務角度與學員探討企業價值的創造。學院課程設計的宗旨在強化主管的核心職能與管理職能，所以不論學員原本的背景偏重於生產、銷售、研發、人資、或是資訊，只要是集團的幹部，都必須瞭解財務利潤與企業價值思維。



摘自 - 白景仁財務長講義

第一次正式在南良學院演講的中良事業體蕭弘凱副總，從接受邀課的爽快、課訪過程的用心、及侃侃而談營業報告書與精實六化之關聯性的不怯場台風，確實讓台下近百位學員認識這位新銳主管的實務能力與內涵。



摘自：蕭弘凱副總講義

南良學院學務辦公室也藉此篇幅，鼓勵更多新生代的主管，未來願意不藏私的分享，並透過演講機會，讓自己整理累積的精華。

一天的課程在學員欲罷不能的座談會提問中進入尾聲。這樣的學院課程，是分享、也是對中階主管與年輕幹部的一種鼓舞，不論你是誰，只要用心、肯學、努力，下一位站上舞台的就是你！

亞洲大學經營管理學系 南良學院 EMBA 在職學位學程 正式招生

撰寫人：南良通訊 編輯部



照片出處：亞洲大學全球資訊網 (<https://www.asia.edu.tw>)

南良集團視員工為企業最大之資產，鼓勵企業同仁在職進修，利用工作之餘不斷自我提升，厚植職場競爭力，進而成為企業經營管理人才。

因南良集團與亞洲大學長久建立之產學合作關係，以及南良學院王福林總顧問居中牽線之下，遂經蕭登波總裁與亞洲大學團隊共同研議後拍板，擬於 2020 年度在南良蔦松廠區集團教育訓練中心就地開辦「亞洲大學經營管理學系南良學院 EMBA 在職學位

學程」，並於今年一月起辦理正式招生作業。

本 EMBA 在職專班乃為南良集團量身打造之學程，依教育部頒定「專科以上學校推廣教育實施辦法」辦理，凡大學畢業或具備報考研究所同等學歷資格者皆可報名就讀。本班也適用「專業領域具卓越成就表現者」報考資格認定，非大學學歷者仍可依專業領域成就表現予以報名本班學程。

本班教學首重實用性，課程聚焦於企業經營管理知識及才能之養成，講師除了來自亞洲大學堅強之師資團隊外，未來將與校外業師協同教學，並與南良學院老師合作搭配，以提升整體教學品質之深度與廣度。關於上課時段，為考量集團同仁上班時間，本班上課模式原則採隔週上課，每次周六、日上課。修課三十九學分即可取得教育部認可之碩士學歷證書，竭誠歡迎集團同仁報名就讀。本班將於本年度二月中下旬先行開設學分班，待九月開學後正式入學籍，並最高可認列學分班十八學分。

亞洲大學是一所前瞻、有遠見且快速成長的學校，目前有 7 個學院，29 個學系，20 個碩士班研究所，7 個碩士在職專班研究所，和 6 個博士班研究所。創校 19 年來，亞大創下臺灣新設大學許多項優異紀錄，已連續 12 年榮獲教育部評選為教學卓越大學，連續五年 (2015-2019) 獲選入榜全國辦學績優公私立 Top20 大學，與國立名校名列前茅，以及進入 2019 遠見雜誌台灣大學排行榜文法商大學類全國第 7 名，在國際方面，獲得英國泰晤士報高等教育特刊公布 2020 全球最佳大學排行榜 - 亞洲大學排名全台第 11 名、私大第 4 名，泰晤士報高教特刊評為排行榜上全球最年輕大學，亞洲大學經營管理系於 2017 年通過 AACSB 國際商管認證 (全球僅不到 5%)，亞洲大學已累計「18 個項目百大」大學；還榮登上海交大、英國 QS、美國新聞與世界報導等 3 大國際大學排名，辦學績優，名列私校前茅，優質辦校成績有目共睹。



本次透過亞洲大學於南部開設 EMBA 專班之契機，透過產學合作之方式，期望能為集團打造更前瞻之人才養成計畫，也希望提高集團於南台灣地區辦訓知名度，達成養才、留才的企業與員工雙贏，在此歡迎企業同仁踴躍報名就讀，有意願者請洽各企業總經理室或人資單位，或洽詢總管理處人資行政組劉振銘。

聯絡資訊

TEL:(06)2542 372 # 8627

E-mail:terryliu@namliong-group.com

**亞洲大學經營管理學系**
南良學院EMBA碩士在職學位學程

簡介

- 英國泰晤士報高等教育特刊公布 2020 全球最佳大學排行榜 - 亞洲大學排名全台第 11 名、私大第 4 名。
- 亞洲大學經營管理系於 2017 年通過 AACSB 國際商管認證 (全球僅不到 5%)。
- 經營系學制完整 (博士班、碩士班、EMBA 碩士班)、師資陣容堅強 (多達 31 位專業師資，為全臺之最)，提供專業豐富課程。

報考資格

學歷：大學畢業或同等學力
工作經驗：具一年以上工作經驗

上課時間

週六週日全天上課、隔週上課

課程設計

創新與策略管理、組織營運管理、電腦與網路行銷等三大主軸 (兩年課程共計 39 學分)

科目	學分	科目	學分
策略管理	3	電子商務	3
顧客關係管理	3	企業研究方法	3
行銷管理	3	供應鏈管理	3
生產與作業管理	3	企業組織與管理	3
服務創新管理	3	碩士論文(一)	3
人力資源管理	3	碩士論文(二)	3
人文與美學	3		

聯絡方式

亞洲大學經營管理學系 秘書 郭小姐 (04)23323456轉5561

總管理處副執行長的話

南良人的三個一致 價值觀一致、形象一致 及行動一致



又一年過去，新的一年 2020 我們喜稱為齊頭並進年，南良集團再出發邁入新紀元！做為日日在總裁身邊工作的一群人，總管理處上上下下，均能強烈感受到總裁的努力與辛勞，他的工作節奏為一場場會議、一批批灼見、一項項決策...每天都到夜晚十點、十一點，七十歲老人的體與魂，確令年輕世代們汗顏！

總裁最近提出南良人三個一致 - 價值觀一致、形象一致及行動一致；這三個一致可視為新年度集團全體幹部員工的行動綱領，更是總處同仁新年度推進各系統大整合的指導方向！



www.nanliang-group.com
良集團再出發邁入新紀元



首先為思維及價值觀一致，南良的共同價值觀為「尊重生命、愛護環境」這是地球人、宇宙村的觀念，更是優秀企業家的崇高道德觀，南良集團是有企業文化、思想高度的企業，總裁多次講到稻盛和夫的哲學，稻盛對幹部員工的責任感，對社會及股東的責任感，在總裁身上均可看到更深入的體現。

最近，洪良事業體提出精緻化企業的設想，更提出做精緻化洪良人的口號，其發想亦來自於總裁的教誨與文化啟示，所謂精緻化，就是不要平庸、不要安於現狀、要進取、要有追求、要有目標，無論事業或個人修養，都要與時俱進、俱昇！

總管理處 張明 副執行長



南良集團 2019 年度 業務聯誼會活動花絮

撰寫人：總管理處 蕭巧瑜

秋風漸起，把握夏天最後的尾巴，也是集團各級主管及業務同仁相會的時刻。今年來到湖山相伴，媲美世外桃源的日月潭，以「日月潭教師會館」為本次會議的場地。

這次會議入場布置設計以中青代主管介紹為主要內容，展現了傳承的意象；主辦單位也請到幾位高階主管錄製影片給予業務同仁勉勵。為響應環保，繼去年免去紙本簽到，採用個人專屬 QR Code 形式，今年更進一步：每位與會同仁僅需拿出手機、點一點表單即可完成報到。不少同仁對此也感到十分新鮮及便利。

自今年 2019 年 9 月南良集團總管理處新總部落成啟用之時，總裁即宣布集團正式邁入新紀元。新總部搬遷，承載著過去四十幾年來所秉持的企業理念與精神，更代表邁向嶄新未來的決心。除了不斷創新且力求變革，也需加強機制與策略之規劃與執行，本次業務聯誼會主題即圍繞這個精神：「南良集團再出發，邁入新紀元；行銷模式、全員創新；機制為本、策略領先」。



南良集團中青代高階論壇

中華經濟研究院網羅國內外學者專家，研究國內外經濟情勢，提出政策建言。主辦單位特邀王健全副院長蒞臨，帶領集團 8 位中青代高階主管一同探討集團未來將會面臨的問題。

王副院長首先分析全球及台灣經濟情勢，他指出目前全球經濟復甦正面臨挑戰，同時提出世界大國目前情勢，例如：美國的經濟正處於高點；歐盟因各國變動多，不確定性仍高；日本的經濟雖穩定，但趨緩；中國經濟正腹背受敵；而台灣經濟受美中貿易戰影響大，企業可因應的方式有供應鏈的重新布局、以差異化、系統化、數位經濟等作升級轉型等等。



接著各中青代高階主管依目前自身所管理的單位或產業提出 2020 年的展望、遇到的挑戰與機遇，針對國際市場變化，在行銷方面及品牌客戶的策略如何因應等主題，皆提出自身經驗與在場人員分享，使大家受益良多，也能更了解各企業目前情況。最後由王副院長給予回饋，圓滿結束這場精彩的對談。

這次以中青代的主管幹部們為首進行論壇對談，在在表現集團邁入嶄新紀元的同時，除了承載過去的精神與理念，也有優秀的中青代主管帶領著企業，傳承並使企業迎來新氣象，經營永續。



掌聲與肯定— 績優業務人員與團隊表揚

南良集團發展迄今，依靠的是每位同仁力求超越自我的努力，其中也不乏表現優異的績優業務人員及團隊，為表揚這些同仁，特頒發獎座及獎金給予肯定。今年接受表揚鼓勵的同仁及團隊如下表：

績優業務人員

友良事業體	邱建旻	專員
南良事業體	張乃文	國貿專員
洪良事業體	倪時斌	副理
洪良事業體	吳燕	處長
中良事業體	傅潤鑫	副處長
中良事業體	呂佳晏	處長

績優團隊

天疆實業	護貝事業部
佳東一處	核心經營團隊



山水與詩畫的相遇

日月潭猶如璀璨明珠鑲嵌在台灣正中心，而向山遊客中心是以環抱日月潭為意象，結合地景造型做設計。難得來到日月潭，絕不能錯過曾被 CNN 評選為全球十大最美自行車道之一的日月潭環潭自行車道。

從水社碼頭到向山遊客中心，或踩踏雙輪，或悠閒漫步，迎面而來的是微風徐徐，準備來場山水與詩畫的相遇。每位集團夥伴們無論是緩步揮汗或是乘風而騎，都盡情享受在這風和日麗、波光粼粼，總裁雖是徒步，也是堅持參與全程。

馳騁在樹林里的木棧步道、筆直的公路旁，日月潭秀麗的景色時而若隱若現，時而近在眼前，平日裡忙碌的生活和工作，來到這裡似乎都能放慢腳步、貼近土地、沉澱心靈。

團隊建立共識課程

今年業務聯誼會有別於以往邀請業界專家或企業家以靜態的演講授課，主辦單位請了 IACT 競爭力學院的何在群（小馬）講師，以活潑生動的方式，在活絡的氣氛中，除了喚醒下午的睡意，也帶領與會人員從中初步獲得對於團隊建立的啟發。

「關鍵 15」是以兩兩互相喊一到三個數字，最先喊到 15 的人獲勝。依據講師循序漸進的引導，所要傳達的是在工作中往往都把焦點放在結果，但其實真正的關鍵是「開始」。

接下來是「全力『球』勝」，全場同仁在三位「領導者」的帶領下齊心協力把海灘球托高，目的是不讓球落地，透過領導者不同的方式、經過七、八次的試驗下，雖然因為時間因素沒能繼續完成任務，但也從中體悟到要完成目標，關鍵的人物、時間、建議及作法都是不可或缺的，領導者的統御、指揮及適當規劃，再加上團隊每位成員的齊心合作，並且凝聚向心力，方能獲得成果！



交流與激盪

業務聯誼會除了是提供各企業同仁齊聚一堂的場合，更重要的是各企業間的交流。本次分組討論以大南良、大中良、大友良及大健康產業的概念分為 PHP 安全防護材料及成品組、鞋材專業組、成衣及包袋材料專業組和新興展業組，分別以各產業內如何整合各企業資源與優勢及未來規劃、佈局等方向進行探討，使與會同仁獲得跨領域或跨企業的資訊。

按照慣例，在兩天一夜會議的尾聲召集大家回到集會堂，由總裁給予最後的訓勉與結語，為一年一度的業務聯誼會劃下完美句點。主辦單位的籌備過程，都是期許這個年度盛會有不一樣的風采，也希望今年的小小突破，能為主管同仁帶來一些收穫，同時也讓與會同仁能聯絡情誼、相互交流或是藉此活動舒展身心、凝聚團隊力量！



2019 年度業務聯誼會 中青代高階論壇報導

撰寫人：總管理處 黃惠津

南良集團邁向新紀元， 中青代高階主管之使命感、危機感、責任感

以「對生命之尊重，對環境之愛護」為南良集團的核心價值，也是總裁在創立南良集團的初心，初心奠基南良，立心成就南良，是南良集團在歷經 48 年來的企業經營上所不斷引以為傲的中心思想，在南良邁入第 50 年之際，也是南良新一個紀元的開始，集團內的中青代高階主管們肩負著承先啟後的使命，帶領著所有精英同仁們再出發，邁向新紀元。

業務聯誼會第一天的重要活動即是以集團內部中青代的八位菁英主管為主，並邀請中華經濟研究院的王副院長來做開場與講評，最後則是由總裁來做總評，八位菁英主管分別代表著南良事業體、大中良事業體、洪良事業體、天疆事業體與元宏國際，一同來為集團業務同仁們演譯一場對於企業經營的精采論述。



全球及台灣經濟情勢分析 - 兼論美中貿易戰

中華經濟研究院為國家引領翹楚的智庫之一，王健全副院長對於當前的全球經濟，乃至於台灣經濟，以及中美貿易戰的影響與衝擊，進行了一系列的剖析，在全球經濟走疲，全球降息的風潮下，台灣出口雖下滑卻也因美中貿易之緣故，呈現台商回流與資金充沛之局勢，因而帶動台灣 2020 年的經濟呈現利多之預測。

世界各大經濟體普遍 2020 年趨於減緩，美國的 2 次降息與結束縮表讓 2020 經濟普遍認為將下滑；歐盟在英國脫歐的變數、成長引擎德國表現不佳下，經濟上也欲振乏力；日本經濟雖穩定，但在日韓貿易戰

中已造成損傷；中國大陸在國內改革與美中貿易戰的雙重壓力下恐有金融風暴的疑慮，然外匯存底厚，須待審慎觀察。王副院長也認為台灣在面臨中美貿易的轉單效應下，雖因此會創造資金回流與就業機會，但大陸面對美國的關稅懲罰下，其國內也會加速產業的升級與轉型，屆時台灣在一些產業的競爭力以及大陸的出口上將會受到威脅與影響，因此王副院長也指出，台灣企業更需在供應鏈的布局上朝向移轉與短鍊進行，所謂移轉即是從中國大陸移出，短鍊則是縮短供應鏈，並時刻注意全球各地的貿易協定納入策略中，新南向政策往東南亞以及南亞前進是一大機會，此也與總裁的規畫不謀而合，南良集團也已經在東南亞布局設廠，另外在南亞地區如印度，南良集團相關企業也積極拓展在印度市場的行銷力道。

南良實業： 精準關鍵行銷之分享與美 中貿易戰之因應

王凌霜協理領導國際行銷企劃室團隊在一年多前提出規劃南良實業的精準行銷策略，以有限的預算來做最大的發揮，讓南良之網頁曝光度達到全球 232 國家之多、其網頁優化後更是創造了 127 萬次曝光以及 7.49 萬的點擊拜訪，王協理也指出公司的官網就是旗艦店，是全球的展示中心，其精準關鍵字行銷的精神也是虛實整合的實踐，將網頁上行銷招來的客人帶到會展或是公司來參訪，材料與成品互相搭配整合各部門，把客人做廣做深，如同沙漠開店，要被看見，端賴如何掌握科技、應用科技。

執掌南良實業國貿部門的王思婷協理，從基層業務做起，經過 20 年的歷練，目前擔任南良實業整體的國貿業務與 AI 科技用品事業處的主管，協理對於中美貿易摩擦的掌握與分析也制定了南良實業的因應策略，從短 / 中 / 長期來規畫，從整理客戶交易建立過渡期方案、進而下一步加速海外供應鏈調整跟集團內垂直化與水平化策略結盟，最終則是要在體質面找出升級轉型的創新經營模式，王協理也以古希臘詩人荷馬的名言「決定問題，需要智慧；貫徹執行，則需要耐心」來結尾，以宏觀的眼光，帶領南良實業從累積小勝利開始，持之以恆，讓企業永續發展。



大中良的整合經營： 綜合管理、國際品牌客戶 戰略、海外市場布局

中良工業的蕭弘凱副總加入中良事業體已第 11 年，從業務開發專員一路爬升到中良與中鎮的副總，蕭副總與業務同仁們分享他進入中良前與後到現在的心路歷程，以及自始自終的堅持與追根究柢的精神，與總裁最近所講的三種領導管理風範，其中之一的 - 合理並追根究柢的領導管理風格不謀而合，帶領中良事業體在經營管理上進行了一系列的改革，包含制度面的化繁為簡與百川歸海、客戶策略的與時俱進、材料到成品的一貫式生產、供應鏈的策略與評鑑，到後勤部門

- - - - - 續下一頁 - - - - -

的整合以強化支援前線，蕭副總秉持一貫的信念掌握未來並檢討過去，從財務資料去作檢驗的工具，著眼在企業的未來前瞻面，讓業務同仁們領悟到中良主管常講的一句話：用目標決定方法，勿用方法決定目標，最後蕭副總還借用一位前輩的話與同仁勉勵 - 「不怕困難，只怕不知道困難在哪裡」。

剛榮升中良副總的葉建華副總經理，從剖析消費市場趨勢、國際品牌客戶的動態、到品牌客戶對供應鏈之策略，以及集團的應對策略，做了深入淺出的論述分析，讓其他企業的業務同仁宛如上了一堂理論與實務兼濟的專業課程，結尾時葉副總以南良集團的對應策略，以集團內各企業之所長進行專業分工、資源整合，分享了數個合作成功的案例，期能鼓勵更多的後進同仁往這個方向努力，一同去創造更多對品牌客戶的成長優勢。

越南中良的李展志協理從畢業之初就開始至越南廠打拼，從基層的行銷專員到現在統籌大局的協理職，一路的成長是有目共睹的，他分享了越南區當前的政經局勢以及越南區南良集團各企業之分布，與針對東南亞成衣市場的專業分析，讓其他同仁對於這一塊熱門之地有更深入的了解與行銷上的參考，緊接著，李協理也闡述世界經濟模式正朝向循環經濟的運行，同時客人對於供應商的採購策略也不斷地在演變，未來越南中良的布局與發展戰略會以四大主軸為核心：分別是產品轉型、市場開發與滲透、對環境的愛護，以及內部整改來作為大中良系統攜手邁入新紀元的重要方針。

福清洪良持續擴展大陸國內內需市場，深耕優質品牌客戶有成

福清洪良的陳燕屏執行協理實習後就進入了福清洪良，期間不斷精進學習，帶領著洪良的業務團隊締造了無數的業務佳績，陳執協以她多年所累積的實戰經驗，從總體紡織市場環境與產業作分析，並以幽默有趣的圖案從品牌的文化特性、品牌的營銷策略分析、定義何謂優質的客戶，讓業務同仁對國內品牌客戶有更加在地化的了解，陳執協強調優質的客戶必須是有訂單、有信用、能共同成長，在開發優質客戶之前，首先要穩固現有客戶，下一步尋找新客戶以三個方向為重點：新生小眾品牌與跨界投資的新型運動品牌，以及優質電商品牌，並持續與這些潛力品牌保持密切互動，在執行面，陳執協也分享他的營銷精神：不要怕、就是幹！營銷是一個價值創造的過程，要有執著精神，更要有專業精神，陳執協與各位南良的伙伴們共同勉勵，共同創造與成長。



天疆實業布局越南生產基地的緣起、決策與展望

天疆實業跨足複材與護具，兼有材料與成品之性質，多年來在許副總的帶領下，業務總體面呈現穩定的維持與成長，此次論壇由蕭靖志專員代為許副總進行分享與報告。

蕭靖志專員有條不紊地與業務同仁們分享，天疆經營團隊從設立越南生產基地的緣起，說明大陸大環境的改變以及品牌客人的要求，讓天疆實業開始審慎評估第三國生產基地的過程，乃至於最後團隊的決策原因作了一系列完整的分析，秉持著總裁以產業屬性的概念，最後選定越南平陽省為生產基地，目前已經運作了快一年並有穩定的出貨表現，雖如此，天疆實業不敢放慢腳步，時刻警惕檢討未來在國家面以及客戶面將會面臨的挑戰，也不斷思考以三大方向：中國成為研發創新中心，加上台 / 中 / 越三地生產供應的策略，以及成為具備多國生產的最佳夥伴戰略，來建立起不可取代的競爭優勢，持續以展望未來的角度讓企業能夠不斷地永續發展。

元宏國際以創新思維突破與因應大陸生產的困境

蘇世中副總具備電源產業的經歷達 23 年，於 2014 年加入元宏國際，對電子產業在大陸市場因美中貿易戰下的劇烈衝擊下，元宏也進行了一連串的情勢分析，包含太倉宏夏廠是否要搬遷、搬遷的依據與目的，以成本角度來衡量，讓業務同仁了解到不同產業的思考點，現在是元宏關鍵的一刻，蘇副總也提出以創新的思維來從產業定位、產品類型、業務型態、心態上去找出因應與突破之道。





集團仁愛新廠落成 啟用與環境介紹報導

撰寫人：總管理處 劉振銘

南良集團總管理處新總部於 2019 年 9 月 20 日正式落成啟用，坐落於三崁店糖廠舊址，遠眺鹽水溪畔美景，為廠辦合一之綜合大樓，除了總管理處外，也包含南良織造及健康事業本部等單位，整體建築結合多項永續設計概念，包含使用集團綠能節能綠建材、太陽能發電裝置以及空中花園等設施，在兼顧使用者的辦公型態之下，結合了環保與節能的綠能設計。

一樓、二樓南良織造事業本部

仁愛新廠在廠辦合一的綜合空間上取得平衡，徹底體現即時化管理，而在辦公空間上內部建置明亮且挑高區域，打造開放且藝文的知性空間，成為員工交流互動與發揮創意之場所，並導入具藝術及人文氣息之大廳陳設，辦公空間各角落皆可見蕭總裁典藏之藝術逸品，整體設計以簡約俐落的線條來呈現內斂之風格。



三樓 南良健康事業本部 H&H

H&H 為南良集團健康產業下的自有品牌，將集團機能性材料延伸設計為具有科技含量之產品。以高科技的智慧編織健康快樂的生活，為健康生命把關，提出全新的健康防護觀點，三樓除了辦公室空間之外，亦有規劃「體驗館」與「展示館」等空間，提供顧客更有溫度的服務體驗。



五樓 總管理處

總管理處之空間規劃融合了中華文化之金木水火土五行調和，在整體空間規劃上設置前中後三個不同型態之空中庭園，總裁特命名為團隊庭苑、子良中庭、世錦庭園，以象徵重視團結、思源與盡孝之意涵。世錦一詞為取自總裁父母名字（蕭世與張水錦），蕭總裁特將庭園以父母命名，也有緬懷親恩與飲水思源之意。

五樓總管理處的空間規劃上，重視藝術與空間的結合，透過開放空間與玻璃視覺穿透，巧妙的將戶外優美景緻延伸入內。辦公空間除了滿足功能性外，其設計也考量應具備精神性與人文涵養，故能發現仁愛新廠整體空間處處皆為藝術品，點綴空間的是總裁多年之藝術收藏品，如山水畫、木雕、書法等作品皆能將空間巧妙畫龍點睛，不僅能裝飾辦公環境，更能激發員工的工作熱情。

除此之外，五樓空間亦規劃專業視訊會議室、前瞻廳（宴會廳）、健康體驗小區及貴賓休憩室的空間，開放與共享的設計理念讓整體企業總部機能更加完善，創新且完善的工作環境也激發同仁工作方式和思維習慣的創新型轉變。從今爾後，南良集團將更關注建築與環境的共生，在設計上採用智慧可持續的方案，通過主、被動結合的設計減少能源的消耗，希望增加可再生能源的使用。

新總部的搬遷，具有承先啟後的重要意義，也象徵著南良集團發展進入嶄新紀元，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。一個企業的總部，除了能傳達務實扎根的企業形象之外，亦展現以人為本的包容與內涵，仁愛新廠充分體現南良集團對於「以心為本」的經營理念，經由這座全新的新總部所展現的前瞻形象，將象徵企業朝永續經營之路邁進。





綠色創新 系統整合 創研、供應鏈新戰略

撰寫人：總管理處 張家維、吳金銳

2019 年為了呼應集團政策方向「大品牌引領大潮流、新產業創造新成長」，總管理處創研組、供應鏈組所設定的行動方案則以綠色創新、整合連結為核心來制定，經歷這一年來的努力，期許以創新帶來成長的動能。以下針對重要項目進行彙整：

(一) 集團研發創新暨 供應鏈整合會議

今年的主題強調「低碳循環綠色共生，智能環保永續深耕」，所謂的「低碳材料」其範疇橫跨了原料、生產製程、產品應用及使用後廢棄等整個材料的生命週期，也就是說，具備可再生或能夠被多次循環利用者均符合此定義。在材料方面：綠色共生膠粒之研發是一個重要的項目，在創研組與南良上游特化處共同努力之下已順利取得美國 USDA Bio-preferred 認證，現階段正評估 FSC 認證之取得邁進中，以期能打入品牌之供應鏈系統。在產品應用方面：綠建材即符合此項，在本年度創研組協助佳東二處（原佳東綠能科技）完成綠晶玻璃 M 系列開發，突破現有規格以膠合玻璃系統達到符合綠建材標章之性能規範。

另一方面，創研組與成大能源策略中心投入四年合作也於今年完成氣凝膠粉體之開發，同時，由南良承接技轉，現階段我們正往產品應用發展，ex. 氣凝膠功能性塗料，努力創造新的商機。



(二) 直管企業責任 督導執行能力提升

佳東一處（原越南禾家）在經歷了兩年徹底的改造歷程，在核心團隊全員共同努力並落實執行之下，終於達成年度盈利目標。從最初的訂單優質化 - 重新審視報價基礎；人員與設備精實化 - 汰弱留強、提升效率，完成第一階段降損。第二期的強化則著重於各項機制的建立，包含合理的生產機制、創研機制的導入 - 導入綠色共生膠粒等綠色材料作為敲門磚來爭取客戶目光。

另一方面，也開始建立供應鏈夥伴機制，以長約來穩定原料價格並嚴控耗料比，多管齊下，最終也達成穩定平衡年的設定，期許 2020 年全員以執行力的貫徹來達成雙十目標成長。



(三) 新產業越南 綠建材基地籌畫

經歷約兩年的審視與磨合，於今年年底完成森櫨木 - 合作夥伴策略聯盟框架協議之簽署，接下來，更重要的任務是確保此整廠輸出案之技術能確實、完整的承接，同時，越南基地的籌建與市場佈局的啟動也將積極、謹慎的展開，這也是一個難得的機會，創研組必定全力協助佳東二處完成此重大專案之佈建與落實。



(四) 供應鏈戰略 實現價值鏈最大化

於 2019 年 5 月 2 日（四）擴大召開集團研發創新暨供應鏈整合會議。藉由此會宣導供應鏈理論背景、全世界趨勢、為何非做不可、為何而戰而做，並凝聚共識與了解。藉由此會進入供應鏈時代，共襄盛舉。並以供應鏈戰略實現價值鏈最大化強調供應商整合強化之必要性與重要性，同時宣導必需打團隊合作的群體戰戰略。

南良實業特紡事業本部推行供應鏈強化計劃；於年中委託成大呂執中高級顧問在特紡事業本部既有管理制度與組織團隊基礎下，於 2019 年下半年期間進行輔導及改善之指導，目前已經完成第一期以診斷先啟動。而第二階段供應鏈執行行動方案也將於近期展開。並持續改善與效能提升，強化供應鏈透明度與建置智慧型產銷協調機制與平台。



新紀元：財務工作 改善提升任務會議

撰寫人：華東上海辦 吳娟



作為一個企業的核心部門，財務單位的地位和作用是尤為重要的，按照企業的願景及目標要求，合理財務運作、調度企業資金，有效地利用財務槓桿，使企業利益最大化，風險最小化，成為企業發展奠定堅實的基礎。有鑑於財務單位於企業之重要性，總管理處財控中心也首次於 2019 年 11 月 22 日（五）在錦江都城經典上海靜安寺酒店舉辦「財務會計工作改善提升任務會議」。該會議集合集團在大陸各企業的財務主管共襄

盛舉，以一天紮實的課程及群體研討，落實學習提升改善，並強化總管理處政策宣導。此對總裁強調集團所有同仁均應貫徹的**三個一致** - 「**理念價值觀的一致性、形象的一致性、行動步調的一致性**」的落實，及未來總管理處華東辦公室財會工作的開展是相當正面的。

會議開始前總裁特別以視訊方式給我們嘉勉，給大家激勵並肯定在日常工作展開外，不能只有做好例行事務，還須提供經營主管有關財務數據分析後異常管理及預防的建議方案。

特聘講師許世憑會計師針對主題—中美貿易戰下的因應策略，旁徵博引舉出實例告知世界無國界，尤其是二個大國的衝突不僅僅只有二個國家受到影響，範圍擴及到周邊國家及相關產業，我集團的企業就因此受到衝擊，財會部門在這樣的大環境之下，對於訂單移轉後，如何讓企業可以繼續存活，提供了個案研討及相關做法可以進行的調整因應，讓我們獲益不少。

白景仁協理宣導集團企業的四大利潤，財務部門應對於單位上的財務工作做好管控和規劃，才能夠因為財務的努力而為公司產生財務利潤，同仁們都應檢討自己工作的深入度是不是足夠。

身為財務人員，主要工作任務不僅僅是每月結帳工作而已，更應該積極的從財務分析中發現「差異管理」模式，提供建議，協助企業領導擬訂提升改善的項目及策略。

蔡郁仁協理講授的內控管理內容相當豐富，不過由於兩岸內控法令面尚有差異，比對公司內部制度流程，以能靈活運用課程裡面講授的控制點和控制方法。林華澤協理對實務個案有許多建議，則屬於比較接地氣的實務分享。

下午個案討論時間，各參加會議主管在租稅優惠與獎勵各方面的實務分享及介紹，總管理處華東辦吳娟表示：自己也上台分享上海租稅個案，原本以為財會主管是比較內向不擅言詞的，但沒想到這樣的專業領域會議，大家能不藏私的分享，讓與會成員都受益很多，希望未來總管理處能定期安排類似的專業工作指導與交流會議，讓我們更多成長。



友良生產製造朝向 智能化及自動化發展

撰寫人：友良事業體 李元瀚

前言

友良以紡織本業起家，擁有噴水、噴氣、劍軌式三種織機的生產優勢，能生產各種機能布料。如今，伴隨科技及技術的創新，新一波的紡織革命即將到來，強調橫跨紡織業和科技業的智慧紡織將引領未來趨勢。

台灣製造產業想要升級，必定得跨足智能化及自動化，在這瞬息萬變的全球市場中，友良若想繼續生存，就必須得驅動技術上的全面升級，必須與時俱進才能永續發展。工業 4.0 的時代，將進入「智慧密集的產業發展」階段，整合大數據和雲端運算的虛實整合系統，透過連結物聯網，打造「智能自動化工廠」已成為競爭的必備要件。

生產設備汰舊換新

工欲善其事，必先利其器：友良公司持續引進新設備，以提升產品品質、產能效率。
☆**新型的織布機**：使總產能提升 15%；實際效率達到 97% 以上。

一廠

◆102 年引進新型津田駒噴水織機



◆105 年引進 ZW8100 先進噴水織機



◆107 年引進高磅數、高緯密津田駒噴水織機搭載 CAM 軟體應用技術
◆108 年導入自動化冰水主機管理



二廠

◆103 年引進 TOYOTA 新噴氣式織布機 6 台



◆103 年更換節能變頻式 1100 HP 的空氣壓縮機



◆104 年更換 4 梭 6 梭織布機



◆104 年添加新型六錫林烘乾機，提高烘乾品質效率



R 廠

◆108 年引進部分整經機「博佳美」



二廠

◆106 年引進新型噴氣式織布機，世界最頂尖的織布機



結語

檢視友良現今內外部資源及整體競爭力，未來發展的機會在哪？要立足於市場別無他法，須透過階段性導入方能逐步到位，首要應先朝工業 3.0 之自動化生產設備汰舊換新，先完善硬體基礎後，才有後續軟體之條件，因此企業研發創新工作攸關重要，應思索物聯網、雲端、大數據如何與智慧製造的工業 4.0 結合，力求導入智能生產，以新生產模式來提升管理效能，工廠也應提高彈性生產、客製化生產之能力，因此工業 4.0 所帶來影響，將遠遠超過其他技術，友良將緊緊抓住這波智慧化的浪潮，努力思考未來環境的變化，更以機動、靈活的生產機制來滿足客戶的需求，以高質化、少量化、差異化產品為主不斷精進創新，為多變的未來做好萬全的準備。

南良集團 2019 年度海外員工尋根之旅活動報導

撰寫人：總管理處 劉振銘

南良集團 2019 年度海外員工尋根之旅活動於 12/1~12/7 順利圓滿落幕，自 2013 年開始舉辦以來，尋根之旅活動已成為集團年度重點共識活動之一，亦為集團海外同仁情感聯繫之重要管道，本屆活動有來自南良事業體、中良事業體、洪良事業體、寶聯通綠能及宏利織造等多家集團海外單位共計 17 人參與，參加人員皆為企業選派之傑出優秀幹部及資深員工，本屆有年資最高達 28 年之同仁參加。南良集團總管理處期望透過這次七天六夜的活動，能讓這些優秀、資深之海外幹部員工能真正走訪集團企業並深入認識台灣這塊土地，進而提升企業所屬員工對集團認知及向心力。



南良集團近年來全面落實「在地化」用人政策，積極培養海外優秀幹部，使其能不斷自我提升與精進，隨著尋根之旅活動參加團員年齡逐年降低，集團也希望透過本活動來培育海外優秀幹部，並強化企業間橫向交流與互動，故本活動另一舉辦之重點也在於強化中生代幹部間之聯繫與交流，希望彼此成為日後共同打拼的夥伴，此也為集團人力資源政策之重點工作項目之一。

每年尋根之旅活動在總裁及集團各單位的支持下，透過縝密的活動安排與企業間之配合，已一年比一年愈加成熟與進步，亦獲得企業不少口碑與肯定。在本屆活動中，總裁及集團同仁們給予了來訪的團員最熱情的回應與接待，讓每個團員都能像回到「家」一樣的溫暖，總裁也以最感恩的心肯定大家對於集團的付出，並向海外的同仁逐一一致上勉勵與慰問，也期勉大家不管身在哪裡，都要團結合作，並以南良人為榮。最後總裁也以「三個一致」來勉勵全體同仁需要追求 (1) 理念價值觀的一致性；(2) 形象的一致性；(3) 行動一致性、步調一致，方能強化集團整體之競爭力。



尋根之旅活動除了參訪各大事業體的行程中外，另外也安排如日月潭、清境農場、故宮博物院及台北 101 等台灣知名景點，本屆也首度安排熱鬧的西門町商圈，以及台北賓館及總統府內入參觀等行程，讓團員七天行程結束後帶著滿滿的收穫及愉快的心情回到工作崗位上。

福清市洪良染織科技有限公司 熊出武 織布廠緯編處科長

此次臺灣之旅分為兩個部分，第一部分參觀南良集團各事業體工廠，第二部分觀光名勝古跡。從台南往臺北參觀了南良事業體、友良事業體、中良事業體、嘉良特化等多個公司。其中與我們相關的企業如中良對我的感覺最深。他們的研發團隊利用科技的力量讓開發布種能力及速度超乎想像，是值得我們洪良學習和借鑒的。再來參觀了我們友良機織車間裡的佈局合理，現場管理井井有條，特別是在廠房上面還為節能環保裝上太陽能板。總體來說南良集團所涉及到的產品，基本上重科技含量，不以產量大為目標，服務的都是中高端品牌客戶。另外，還到南良集團總管理處總部參觀仁愛廠後深深體會到我們所服務的企業，領導人的仁愛之心，對生命之尊敬，對環境之愛護。一直都在為社會弱勢群及社會責任，讓本人深感在這樣的集團裡工作感到無比自豪和驕傲，今後還會更加珍惜和公司一起成長進步，為集團願意盡自己的一份力量。

尋根之旅 團員心得分享摘錄

南良事業體寮步品保中心 楊天旭 科長

南良集團自 1972 年造立以來是以傳統人紡織行業開始發展，並一直沒有放棄過紡織行業，此次之行讓我深刻體會到什麼是「傳統」中的「不傳統」，傳統行業也有科技和創新，傳統行業也可以不「不傳統」，讓我明白在傳統行業類公司一個個倒下，而南良集團得以生存之根基是持續不斷以科技、創新為主軸，並根植臺灣拓展至全球，穩定發展直到今天，並讓紡織品插上科技的翅膀，讓一塊小小紡織品上展現出「對生命之尊重，對環境之愛護」企業核心價值。

此次對各公司參訪，也讓我瞭解到各公司各部門管理方式、工作方法，有助於對進行對比檢討找出自身工作中的差距和不足，相互學習和借鑒各公司優點，達到改善之目的。同時此次活動有助於同仁之間的互相交流學習，共同探討，在以後的工作中如有問題時可互相溝通請教，共同進步。

第二屆進博會 參展報導

撰寫人：華東辦 歐陽玉



進博會全名「中國國際進口博覽會」，展會目的在促進商業發展與國家交流，既展現中國開放形象，也有助於挖掘參展國家及地區之間巨大的經濟合作潛力。領導人習近平先生於2018年首屆進博會致詞中，定位進博會為「國際一流的博覽會」、「中國國際進口博覽會不但要年年辦下去，而且要辦出水準、辦出成效、越辦越好。」也因此，2019年第二屆成效果然不出所料的比第一屆更是精彩，150多個國家和地區的3000多家企業參加企業商業展，參會人數超過50萬人，展會總體成交金額達711.3億美元。

雖然由於大健康產業是集團的新興產業，及多數在台灣公司的同仁不明瞭進博會的作業及對大陸市場的陌生，而對參展進博會有所質疑，南良集團蕭總裁秉持其高瞻宏觀思維，2018年底即指示南良集團的大健康產業必須參與第二屆的進博會參展。



寶聯通公司與南良實業本次聯袂參展，華東辦公室負責在地對接工作的支持，過程雖有許多磨合，展會期間更因大會嚴格的人員、物資進出管制，相較於其他展會更為辛苦，但卻是難得的團隊合作經驗，也讓我們主推的三九健康科技床，及H&H(大陸品牌：康及優)的產品九(久久)大系列產品，在產會期間受到關注。



圖左一 吉林省商務廳主任

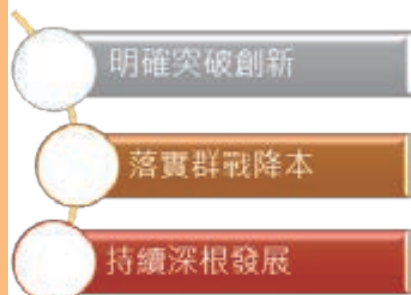
這次南良集團首次參與中國國際進口博覽會的經驗，讓團隊成員體會一個展會要發揮效益，必須相關參與的團隊成員共同合作、遵循展會事前準備/事中盡心/事後追蹤檢討的機制，才能有所成效。

這次兩岸同仁共同的佈展規畫與參與交易團的各項準備、展會期間盡心努力、返台後邀集相關單位召開會議追蹤檢討及報告對未來發展的擘畫，讓參展後的方向更加清晰。下屆進博會報名已登錄，又一個新的挑戰任務在前方等待，大家繼續一起加油！



增設越南據點 落實群戰降本

撰寫人：南良國際品牌開發組 歐 蓉 / 越南南良生產處處長 黃耀南



2019 年，南良事業體的三大經營方針分別為「明確突破創新」、「落實群戰降本」及「持續深耕發展」，除了持續以綠色創新進行產品開發，以智慧製造進行產線改良之外，今年，南良在越南土龍木市增設一高分子複合材生產工廠，於 2019 年 11 月 5 日舉辦越南南良責任有限公司的開幕典禮，為的就是希望藉由越南生產之優勢達到群戰降本之效。

以越南為跳板，拓展東南亞市場

受到中美關係不穩定的影響，很多品牌買主不得不加速將製造版塊從中國大陸移至東南亞各國，身為材料供應商的我們，也唯有隨著製造產業趨勢進行移動，跟代工廠攜手以群戰之力有效降低製造成本，才能在競爭激烈的消費市場中取得立足之地。

越南人口超過 9500 萬，平均年齡約 30 歲，擁有充足的勞動人口；越南每月平均工資約 250 美元，相較於中國的 650 美元少得多。龐大的勞動力及相對低廉的工資，加上越南為東協經濟共同體之一，簽定有太平洋夥伴關係 (TPP) 協定、歐盟越南 FTA、越南韓國 FTA，以及協商中的 RCEP 其他自由貿易協定，都讓越南銷往多國擁有較佳的關稅優惠。

此外，南良集團下其他關係企業早於 2001 年進入越南，至今已有近廿年的越南投資經驗，讓我們在越南當地有更多的過去經驗可以參考，有更多的人脈關係可以運用，都大幅降低了南良公司進入越南市場的障礙；在當地的關係企業，不僅能成為我們的客戶，亦能成為我們的供應商或加工廠，以發揮集團手足合作之群戰力。我們對東南亞佈局的腳步並不止於越南，我們更進一步評估未來在印度或是印尼設廠的可能性，為下一次的製造版塊移動提前做好準備。

前進越南戰場，各廠全力支持

因發泡機台設備投資甚鉅，且有較高之技術門檻，在求品質穩定的前提之下，現行越南南良著重於貼合工段及越南成品半成品供需資源整合，加上總部及他廠之產品和技術支援，定位在於為客戶提供客製化之複合材和產品，並提供在地化和及時化之服務。



越南南良的業務推廣，不僅以傳統貼合品為限，有了位於前線的銷售據點，將更有助於業務人員直接面對面向代工廠及品牌客戶介紹各種高新產品之特色及優勢，預估越南南良也將為海綿部其他廠區生產之產品連帶拉抬銷售額。

此外，該廠區除了海棉部設有生產及銷售據點之外，特材部也派駐業務台幹一員，針對功能性面料、充氣類產品和醫療護具材料提供服務，材料事業部間彼此扶持並結合公司及集團之資源，一同齊心拓展當地客源，甚而尋求直接出口成品、半成品或材料之機會。

結語

整合前述，群戰力不僅指越南南良本身的團結戰鬥力，更可以來自於他廠、關係企業、供應商、客戶（含代工廠及品牌買主），當各個結點的群戰力越強，就越有能力降本，來面對競爭激烈的消費市場需求。現在，越南只是我們在海外非華語地區設廠的第一步，

未來，我們將更秉持著群戰降本的企業經營原則，把步伐踏向更有製造競爭力之國家。



洪良公司 廈門共識營報導

撰寫人：洪良事業體 陳柏森

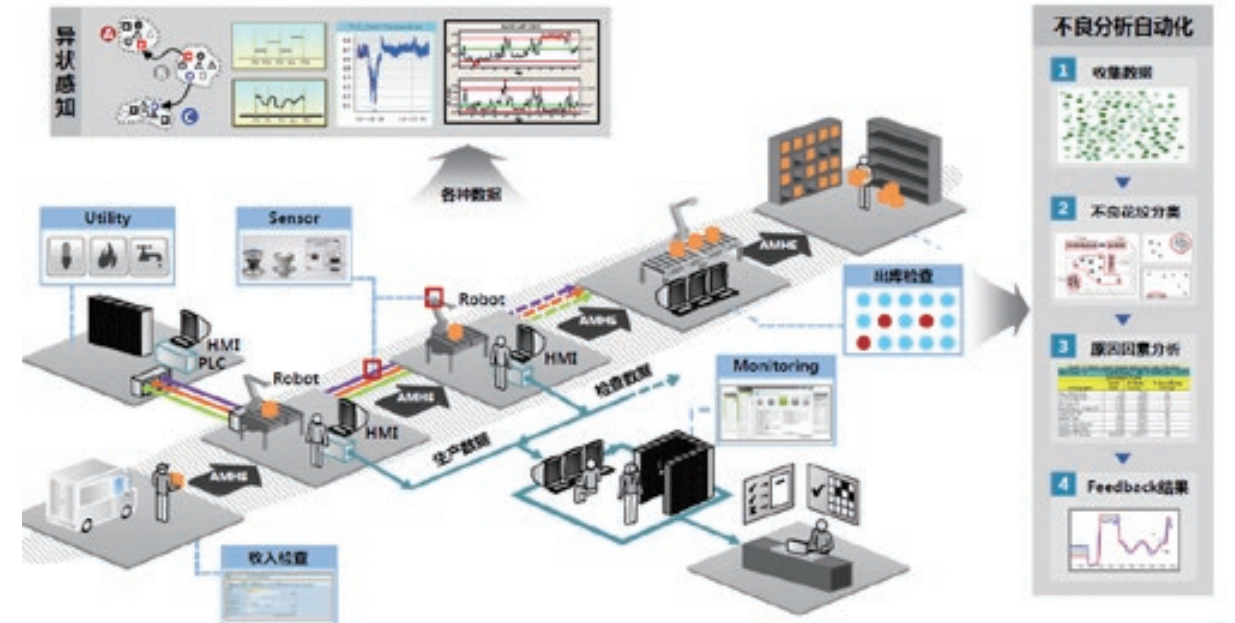


2019 年 12 月 6-7 日，洪良公司假廈門鼓浪嶼會務中心與廈門思明行政中心會議室舉辦洪良公司“組織完善，機制健全，建設中等規模精緻化紡織染整生產基地”共識營。

組織完善即是組織完整嚴密有序，和諧團結；機制健全則是制度、流程有生命力，無遺漏死角，能順利解決業務與生產困難；以四 + 一台定型機的產量，往公司組織精緻，工作分工、責任到位的智能化工廠，選擇形象與產品精緻的精華品牌客戶，提供精緻品種與符合潮流的高端技術產品。

總裁在會議開始，首先以“繼往開來，再創巔峰”為題，向洪良團隊進行談話，勉勵洪良人展現承先啟後、承上啟下、繼往開來的思維，要建立有著共同認知、目標與方向的組織團隊，要優化體質，提升競爭力，才能有良性的循環。並舉出洪良管理人員須具備的三個能力：

1. 能力領導團體、
 2. 合理追根究底、
 3. 情感與溫度來領導管理
- 以此機制 - 法制為本，建立洪良 OKR 的成功偉大企業。



張副執行長也呼應，洪良在過去四年穩定中有成長，包括員工與幹部穩定，年度離職率低於 3%，接下來除保持管理團隊，也要建立幹部評價與考核，並引進新機械與新工藝，提升生產技術，來加強洪良競爭力。



洪良公司於 9 月份開展 ERP 升級計畫，因此在此次活動中，邀請 ERP 提供商天富公司軟體事業部劉紅偉總經理以智慧洪良為題，為所有幹部說明並演示 ERP 如何構建高效智慧工廠與實現敏捷柔性製造，在未來的智慧工廠，運用監視鏡頭、感測器，收集各項生產數據，再以系統，也就是目前俗稱的大數據來分析，在可見的未來就能達成異常自動感知與改善自動化的任務。

且天富 ERP 的最大特色也是最有競爭力的部分，就是天富公司是做染缸中控起家，包括染劑自動秤料送料、中央控制系統、流水線自動貼標、自動倉儲等軟硬體系統都為自產，可以完成達到“釋放人的手與腳，豐富人的大腦”的智慧工廠。

洪良公司廈門共識營報導 撰寫人：洪良事業體 陳柏森



劉總經理以一句“未來洪良要的是變得快的系統還是猜得準系統？”做為結論，實務上，要面對瞬息萬變的環境，所以常會需要容易調整的變得快系統，但對未來，人員將由資料整理進化為資料分析，再進化為資訊預測，培養『早知道』的能力，而我們這時的首要工作就是作業流程／生產設備資料化，未來才能達成此目標。

緊接著，各主管開始 2020 各單位管理精緻化工作報告，業務部、研發單位匯報了客戶精緻化、產品精緻化，生產單位匯報生產精緻化、設備精緻化，行政財務單位匯報了管理精緻化等方向，各單位針對精緻化紡織染整生產基地的概念，進行具體項目延伸，蔡副總則在總結時先宣導了總裁在經決會的談話，機制乃執行管理之本及企業創造利潤更要創造價值，並指出，洪良在 2018 年訂立的共識是精益創新，卓越競爭，節能環保，健康分享，永續發展之幸福企業，在這共識下，2020 年的工作方向則是組織完善，機制健全，建設中等規模精緻化紡織染整生產基地，公司會在設備、管理、產品各方向進行更新，共同建構一個重效率、講求效益的工作團隊，共同創造效益、提高員工收入。

會後，用完晚餐，又開始了新一輪的團隊共識聚會，業務團隊帶到了曾厝垵，沉浸在強烈的音樂聲，以濃烈的酒精調動激情，活力四射的討論起了明年的計畫。生產與行政團隊，則就近在會議中心附近，很接地氣的一手舉著現烤孜然羊排，配著新疆烏蘇里啤酒，共同宣示明年的表現。

由陳柏森主辦的活動，已經連續三年，包括平潭、金門以及廈門的共識營，在少雨的季節，均遭遇了下雨，洪良雨神之稱當之無愧。不過幸好，在洪良團隊齊心發力之下，將雨神威力限制在了室內會議的第一天，第二天的鼓浪嶼之行，太陽公公重新露臉，給了我們好天氣，在導遊愛暉（台灣腔國語可唸為愛妃）的解說下，參觀了菽莊花園。

此花園是清末台灣首富，板橋林家花園的林氏家族在馬關條約後，移居廈門鼓浪嶼後所興建的，其中包括藏海園與補山園，其中經過大門，繞過隔牆，當面迎來就是補山園以十二生肖為寓意的十二洞天，不到十畝地內，營造出山景與湖景，但一轉首，見到“海闊天空”，才知藏海園的寓意與氣勢，將整片大海借入莊園造景中，以園飾海、以海拓園、以石補山、以洞藏天，足見首富家族的低調奢華感。

中午在黃家花園餐廳用餐及參觀，黃家花園在二十世紀 2,30 年代，被譽為中國第一別墅，目前已改建為旅館，僅前庭部分開放參觀，但就這中西合璧的中樓與前庭，仍依稀可見當年繁華的景象。黃家花園參觀後，就讓團隊成員自由活動，採買紀念品後，再集合搭船返回，結束這次心曠神怡的行程。

集團紡發會報導

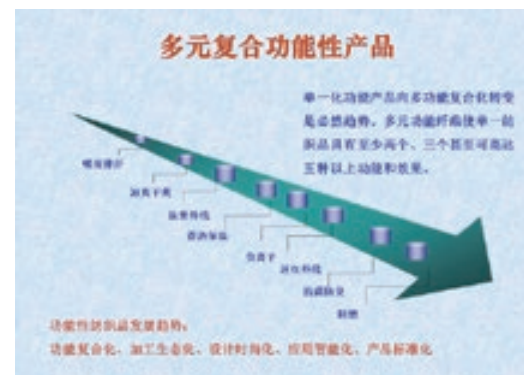
撰寫人：華東辦 歐陽玉

2019 年度最後一場集團紡織發展委員會 11 月於上海延安飯店舉行，為促進紡發會更好的推動，總裁也於會前就紡發會的定位再次給予明確的指示：

總裁再次強調：集團進入新紀元，組織的管理模式不能再老式傳統的方法，必須要有整體的創新。

紡發會的全稱更名為「機能紡織發展委員會」，是針對集團一、二、三產業的「紡織」與「高分子」二大主軸的橫跨兩岸三地的組織，對國際性的紡織發展，不只講生產，要引導大家行銷的思考。

本次委員會力邀業界超過三十年實戰經驗、具教授級資格的孔彩珍老師、東華大學王華平教授、與浙江紡織學院的王瑄教授，三位專家分別就不同面向談紡織發展。孔彩珍老師就差別化、多元複合、與生物質等面向來分析機能性纖維的最新市場應用現狀。



王華平教授主講的「纺织新材料应用与发展」，則是從纖維發展的歷史、到新材料的應用、紡織新材料的發展與展望，貫穿過去與未來，好比是一場纖維從古至今再到未來的一部精采且完整的旅程故事，鑑往知來，加上應用面的實證說明，不只圖文並茂，還有影音動畫，令會委員即使到休息時間仍舊意猶未盡的踴躍提問與交流。

浙江紡織學院王瑄教授則以「聚焦时尚：从纤维到产业」為主題，鮮明活潑的 PPT 不僅相當吸睛，內容揭櫫的眾籌時尚、設計賦能、對接產品三大面向，更是直接對焦集團現況，幫助我們思考以建立提升南良品牌。

王瑄院長定義「價值驅動“設計競爭力”= 技術創新 + 時尚創意 + 生態發展」這也是已走過 48 年的南良集團必須再加速注入的新元素。



台灣上市櫃公司協會 產業學習之旅 - 參訪南良集團

撰寫人：總管理處 林靜宜



台灣上市櫃公司協會理事長蔡榮騰、創辦人施明豪率領一行人約 25 人於 2019 年 12 月 6 日下午首度蒞臨南良集團仁愛廠區總管理部與南良本廠鹽洲廠區進行一系列的產業學習之旅，上市櫃公司協會的貴賓們所展現的積極參與，在這寒流來襲的冬季裡帶來一陣陣的熱情！

三崁店的五榕園，又名五龍緣，是南良集團的大健康引流、修與練的場地，是氣功、書法、武術、古典音樂、佛舞，五種規劃項目的場御。這次的接待，南良集團的大家長蕭總裁選擇於五龍緣拉開序幕，先後參訪南良集團總部，包含健康事業本部、南良本廠區、鄭成功衣冠塚紀念碑。



台灣上市櫃協會是台灣最主要的上市櫃企業家協會，「講座學習平台、傳承與推廣、產業合作、社會公益及公共事務參與」是該協會所重視的五大職能。在講座學習平台上，透過這次協會舉辦的「產業學習之旅-台南行」的活動，南良不僅是讓各位貴賓了解了集團產業的動態，更是傳達了集團重視的核心價值「對生命之尊重、對環境之愛護」的使命。協會產學之旅的最後，也特別安排了貴賓參觀蕭總裁所領養的鄭成功衣冠塚紀念碑，蕭總裁愛護台灣這塊人文土地，對於保護的環境、社會的回饋任重道遠，根據南良核心價值一直存在心中，是不能忘掉的社會責任。

對於這次的接待活動，總處這邊也很感謝集團各相關企業的協助。藉由這次協會的參訪，不單促使集團內部的資源相互支援及互補，也促進了對外產業間資訊的交流。貴賓表示，對我們集團的產品，如 H&H 能量及科技的產品、特活綠的檸檬汁及木鱉果果汁...等都很有興趣，也很驚訝我們橫跨了這麼多的領域。另外，貴賓們對於總裁對南良集團總部風水的講究、藝術品的擺設收藏亦感到讚嘆不已。而我們也很榮幸能跟各位貴賓分享南良人的精神，彼此相互切磋、學習，更拓展集團視野，也勉勵彼此日後可以有更進一步的合作與交流！

鄭成功墓址紀念碑 園區修築工程竣工落成

撰寫人：南良國際行銷企劃室 林君章

永康洲仔尾鄭氏父子陵墓舊址

位於永康洲仔尾埋著大明國招討大將軍延平王·國姓爺鄭成功(1624~1662)·以及長子世藩·東寧國國王鄭經(1642~1681)·兩個台灣歷史上非常重要的人物。鄭成功1661年從廈門鼓浪嶼出兵，攻下安平古堡、赤崁樓，趕走荷蘭人，當今在台南到處都有紀念遺跡，例如延平郡王祠就是鄭成功廟、開元寺就是其夫人晚年安居處所。但他英年早逝，1662年年僅39歲就死了，葬在那，你知道嗎？讓我告訴你。

鄭成功攻下臺灣之後，就以台灣做為反清復明基地，但因病逝世，雖有傳子，但也在康熙年間就被清朝收回。康熙38年，清朝為攏絡漢人，將其墳墓遷回出生地福建南安，予以厚葬，原墓址便日漸荒蕪，世人漸淡忘這個地方了。



1980年舊臺南縣政府豎立墓址紀念碑

原鄭成功父子陵墓自遺骸歸葬後逐漸荒廢，墓址確切位置消失無痕後人所遺忘，也經過了大約300多年，滄海桑田，南良公司因緣際會在此處購地，興建屬於自己的第一棟廠房，帝王級的墳墓遺跡才又出土，經過台大考古學家，一個月的考證，証實就是鄭成功的墓址，兩邊屈手各有一隻白馬，一隻完整的現保存在塩行天后宮後面，一隻斷腿的修復後移赤坎樓保存，衣冠遺物報請中央設立鄭成功衣冠塚古蹟。

為紀念鄭成功、鄭經父子陵墓位於此地的史事史實，1980年臺南縣政府於此豎立鄭成功墓址紀念碑，以供今人憑弔，緬懷古今往來。

這兩隻白馬在洲仔尾當地也時有傳說，經常出來偷吃玉米，被農民打斷後腿(赤坎樓那隻)，也有傳言南良集團有今天這個規模，也是得到這塊寶地，才開始發跡，信不信由你了。

南良實業為認養善盡社會責任

南良實業股份有限公司，自從2006年開始認養鄭成功墓址紀念碑公園，每日必須來清掃紀念碑公園，了解清康熙皇帝以【朱成功係明室遺臣，非朕之亂臣賊子】，認定盤據臺灣抗清的鄭成功父子並非叛國份子。

1700年清廷派官兵護送鄭氏父子兩官柩回到福建泉州南安縣埋骨故鄉，並配置守墓人、建祠祭祀，用以推崇成功父子忠於明朝不因威脅利誘而接受敵國招安的風骨。



由南良集團蕭登波總裁對此史事非常認同及絕對的信仰，南良集團多年來也承蒙寶地保佑，由於1980年豎立之鄭成功墓址紀念碑已陳舊多年，修繕紀念碑公園不遺餘力，因此於2019年12月24日將鄭成功墓址紀念碑園區修築工程竣工落成，南良集團，於落成當日邀約臺南市政府文化局長官、鄭成功祖廟多位委員，王全成副董事長帶領著南良實業股份有限公司員工、玄空法師僧人、建築師...等蒞臨觀禮，由蕭總裁在這個有意義的重大時刻親自揭幕，讓活動當日也圓滿成功，祝福在場來賓身體健康、萬事如意！

總管理處協助大健康產業推動

撰寫人：總管理處 蔡郁仁

總裁貫徹發展大健康產業的決心與毅力，在 2019 年年中重新定位仁和大健康集團為獨立於南良集團外之集團事業，並著手將仁和大健康集團依照藍圖規畫為三大區塊：農業事業、通路事業、醫養護事業。其中大健康通路事業，為線上線下虛實整合、大數據精準行銷、口碑相傳、互利共享之永久會員制的創新商業模式，督導單位權責屬於仁和大健康集團總部，但由南良集團總管理處輔導與協助；大健康農業事業則劃歸嘉良集團負責督導與監督，主要係確保提供綠色無公害產品，自源頭控管食品或保健品溯源安全保證；另外醫養護事業目前正在籌組建立中。

所謂大健康通路事業，是由四加一為主體組成的通路事業群，所謂的四：指四家獨立的公司，如負責時尚流行生活藝品與美學態度的「世錦文化藝術股份有限公司」。負責綠色無公害產品與體驗式行銷的實體通路，輔以金雞母精準行銷手段、推廣「良食、良農、良鮮與良健」四大品牌的「特活綠小舖股份有限公司」；負責健康保健食品直銷通路與 5A 體驗式行銷會館的「優好健康事業股份有限公司」；負責大中華區大健康產業發展之華東區總指揮基地的中

道福良健康科技有限公司，所謂的加一是指：為落實創新行銷模式，構建「真愛平台」為線上虛擬通路，朝線下有溫暖的服務與體驗，引流會員至真愛平台，形成一個完整良性自給自足的大健康通路系統。

雖大健康通路事業是未來新星產業，但南良集團是以傳統生產製造、B2B 為主的商業模式，如今跨足 B2C、B2B2C、或甚至 C2B 之商業模式，因此，相關行銷與通路的衡量指標或督導機制尚未落實，或無相關經驗，所以，總管理處站在協助新創事業的立場，從數本行銷管理書籍中找出屬於通路事業的相關評量標準，「流量池」中提到：流量稍縱即逝，打造流量水庫，透過「儲存」、「轉化」、「裂變」，讓導購飆高、客源不絕、營運升級的行銷新思維。且依據數字管理精神，擬設計相關衡量控管指標，以輔導與協助仁和大健康通路事業的營運有所依循。

總管理處除協助建立流量池之成長駭客 AARRR 模型外，需再加上網站瀏覽耗損模型，用以評估仁和大健康通路事業，由拉新到裂變，意即，從平台或是體驗館一開始的獲取用戶 (Acquisition)、提高活躍度 (Activation)、提高留存率 (Retention)、流量變現 (Revenue)，到最後的口碑傳播 (病毒式傳播) (Refer)，好去吸引新一批的用戶 (利用漏斗模型找出從獲得新客戶到口碑相傳裂變的永久會員各階段自然流失之比例)。

第一個模型為永久會員之評估標準，第二個模型為會員轉為實體交易收入的評估模式，此兩個模型幫助大健康通路事業發展的兩大目標，永久會員數與實際營收金額。

並督促打造仁和大健康通路事業最基本的兩大思維精神，「急功」與「近利」。所謂「急功」：是指要快速建立品牌，打響知名度，以獲得流量。所謂「近利」：則是指在獲取流量的同時，能快速轉化成銷量，帶來實際的效果。此模型可由上而下設定標準，也可由末端逆向上設定標準，如一年內要獲取多少口碑相傳的永久會員，透過自然損耗而得知每關卡之目標客戶數，在依照 PDCA 不斷地循環改進，以期快速「急功、近利」，完善總裁大健康之大願。



參考資料：「流量池」，采實文化出版，作者：楊飛。「成長駭客」，高寶書局出版，作者：范冰。



健康科技床下鄉服務， 讓您體驗健康舒好眠！

撰寫人：南良國際行銷企劃室 林君章



H&H 南良實業健康事業本部，2019 年歲末暖冬來到歸仁區仁壽宮，參加由臺南市議會舉辦「臺南市議長盃全市勞工歌唱比賽」體驗車巡迴擺攤，12月15日【年末同歡，聽歌逛市集抽大獎】為本次的活動主軸，聽歌逛市集，來到市集向攤位索取投票券，投下你最喜歡的表演歌手一票就有機會抽到精美大獎。

協辦單位為許又仁議員服務處，是南良公司的民間友人，服務處透過南良公司先前的介紹及體驗，了解 H&H 科技床對於需要運動和睡眠等助益的人是最佳好幫手，希望南良的三九健康科技床問世，讓歸仁區鄉親朋友及好鄰居，藉著市集推出高 CP 值的健康科技床，不分男女老幼民眾體驗，認識 H&H 健康床的好處，紛紛讚不絕口可以體驗到全球唯一的好舒眠床，讓鄉親大開眼界。



H&H 三九健康科技床體驗時間：上午 9 點至下午 5 點；當日派出人員由健康事業本部 H&H 營銷部 Selina 經理帶隊，找出 H&H 俊男美女菁英團隊服務鄉親，H&H 體驗車展，開歐翼車型，首度下鄉來到廟口服務，除了體驗車外當天也推出買一送一專案，來吸引市集的人潮目光，在歌唱比賽、精彩節目的演出下，或棟也進入尾聲，H&H 更期待下次為民服務的機會，讓更多的好朋友來多多體驗「三九健康科技床，讓您體驗健康舒好眠」。



JUST DO IT. 不做永遠不知道結果如何！

受訪者：匯良郭駢璋副理 訪談撰稿者：南良通訊編輯部 / 劉振銘、林郁綺



本期編輯部專訪匯良實業郭駢璋副理，一位充滿陽光爽朗性格著稱的大男孩，郭駢璋副理畢業第一份工作旋即進入匯良事業群服務，自 2008 年 8 月入職迄今，從基層工務做起，一步一腳印，期間勇於接受挑戰，配合公司政策調任至元良、福清同良、香港匯良等公司，累積共 11 年海內外工作資歷，擁有完整之開發及業務主管經驗，現任匯良 UDC 跟衣材二部之開發主管跟業務主管工作，是集團年輕世代的優秀幹部，旗下帶領著 16 位團隊成員，努力打造出具有競爭力之全方位團隊。

編輯部：您目前擔任 NIKE 之 UDC 的工作內容，可否談談您擔任 UDC 工作在帶領團隊從最初到現在的歷程與分享？可否分享您以什麼樣的風格與方式帶領團隊達成目標？

從七年前開始專職負責 NIKE 的開發工作，我覺得經營品牌就如同養育小孩般，需要長期不斷的溝通與教育，也因為這幾年在 NIKE 品牌上的穩定經營，讓整體配件類業務（包袋、手套、護具等材料）從市佔率 20% 逐年提升到 90%，也從既有產品線衍生到其他更多元的產品上。

「在前往成功道路上，尋找志同道合的團隊，當目標一致時，自然就會吸引到並肩作戰的夥伴！」

在領導團隊的運作上，我覺得首重建立清楚明確之目標，當目標一致，便會吸引志同道合的夥伴靠攏，將可建造一支並肩作戰的堅強團隊，大家各司其職、分工合作。

團隊領導上我也秉持機會教育，讓他們從做中學，教會他們怎麼跟客戶應對，我也常常教導團隊成員：「做好一件事情比做完十件事重要！」、「先求精再求量」，如此經營市場，將更能無往不利。

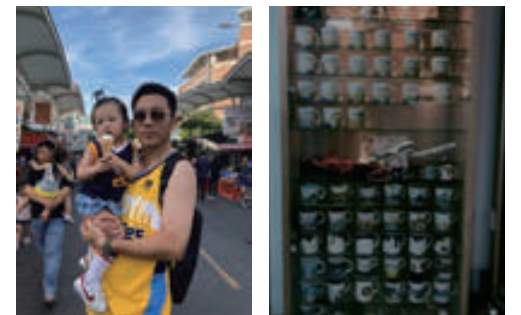
編輯部：在工作中面臨挑戰與困難時，您是如何在工作與生活中取得平衡？

以消費者的角度與廠商站在一起
加深服務的廣度與深度，才是對品牌服務的根本之道

現階段因為工作的關係，需要南北兩地跑，在每個月的出差行程，最大的挑戰在於如何在工作與家庭間取得平衡，因為本身我很喜歡運動，所以對於 NIKE 經營剛好能跟興趣結合在一起，這是很棒的一件事。與美國總部開會的時候，能以貼近消費者的角度去體驗產品，提供品牌客戶更多意見，讓產品更趨完美，品牌常常問我們可以帶他們什麼？而不是只單單帶材料給他們，我想能以消費者角度跟製造商結合，加深服務廣度與深度，才是對品牌服務的最根本之道。

編輯部：在與 NIKE 緊密的夥伴關係下，您是否有想分享的 NIKE 產品或個人的典藏分享？若有可否分享你收藏中最有故事的產品？

喬丹、KOBE 系列球鞋是我所珍愛的收藏品項，家中鞋櫃也擺滿了每一代經典款式；因工作緣故常需出差到世界各大城市，星巴克城市杯也成為我生活中對於工作的紀念，因一年中需兩三次前往 NIKE 位於波特蘭的企業總部開會，所以波特蘭城市杯在我眾多收藏中也顯得格外有意義。在每年赴 NIKE 開會的過程中，我也更加認識該公司的企業文化，從員工身穿牛仔褲、球鞋打扮，以及重視運動的企業風氣，能看出企業專注於品牌理念的追求，這是西方與拘謹的亞洲文化差異所在。



編輯部：對於未來趨勢及公司發展的展望

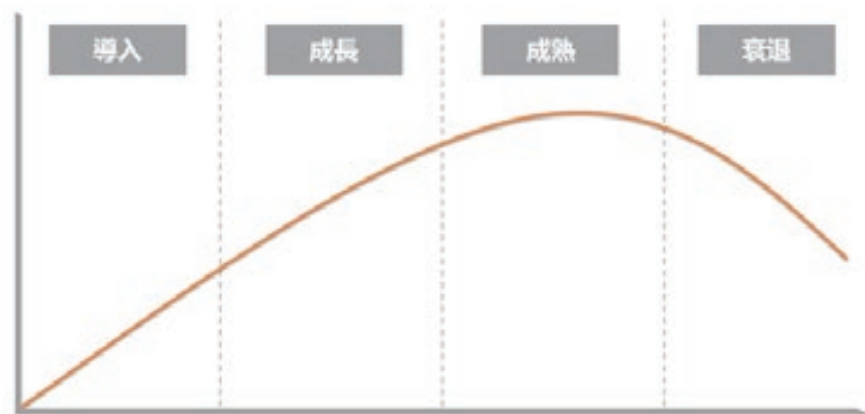
不做永遠不知道結果如何！在做之前，永遠把最壞的結果先想好！

南良集團能跟 NIKE 建立長久的夥伴關係，其競爭優勢在於豐富集團材料資源及強大的研發團隊，並且能不拘泥於現有的資源與產品線，不斷嘗試與創新。這幾年 NIKE 的方向，品牌漸漸要求化材料在地化，並逐漸縮減供應商，聚焦在幾個主力供應商上；品牌也追求快設計、快生產、快時尚，未來如何縮短成品交期，在事前的規劃及訂單取得，將必須更下足功夫。未來事業體也計畫於嘉興廠區設置創研中心，來因應品牌日新月異的快速需求，團隊運作上也必須積極整合集團材料，以完成品牌客戶對於一站式採購的需求，最後還是一句勉勵團隊的話，不做永遠不知道結果如何，JUST DO IT!

淺談產品生命週期管理

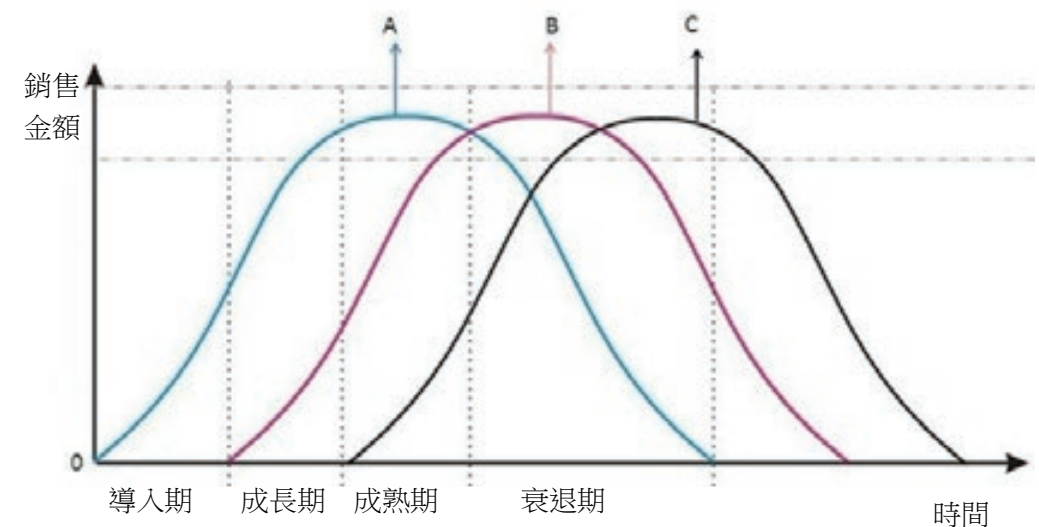
撰寫人：元宏國際 蘇世中

產品生命週期管理 (Product Lifecycle Management，簡稱 PLM) 是覆蓋了從產品誕生到消亡的一種概念，其中包含了 4 個階段，包括導入期 (Introduction Stage)、成長期 (Growth Stage)、成熟期 (Maturity Stage) 以及衰退期 (Decline Stage)。



為了使產品及時上市，打敗競爭者，投資回報 (ROI，return on investment) 極大化，產品知識快速移轉，從市場研究員到產品經理到產品設計員到技術支援等，知識移轉的速度和準確度直接衝擊產品上市及專案總成本二個構面。

產品開發進度落後將導致失去市佔率及營收的機會；而開發資料不精確招致時間浪費及重新設計的成本增加。任何成功的產品，嚴謹的產品定義是生命週期的第一步，但是沒有完善的方式來協助管理產品開發，在兩個不同部門間對產品開發的認知不同，結果會是失序的，例如：產品文件上的產品功能敘述無法即時更新，導致品質、可用性及客戶對產品接受度的降低。



於是軟體業者發展了一套資料庫系統—產品生命週期管理系統，來協助公司解決以上問題，而產品生命週期管理系統則是全過程的、開放的、互操作的一整套應用方案。

PLM 可以從企業資源計畫 (ERP)、供應鏈管理 (SCM)、客戶關係管理 (CRM) 系統中提取相關的資訊，並使之與產品知識發生關聯，進而使之用於擴展型企業，使從製造到市場、從採購到支持的所有人都能夠更快速、高效地工作。這樣就允許在公司間的整個網路上共同工作來進行概念設計、產品設計、產品生產、產品維護，對整個網路的操作就像是對一個單獨的機構操作一樣。

PLM 允許擴展型企業在公司間共用產品的業務流程和產品知識，包括從提出概念到產品退出市場整個生命週期的各個階段。產品生命週期是一種戰略性的業務模式，支持產品信息在全企業和產品全生命週期內 (從概念到生命週期結束) 的創建、管理、分發和使用，它集成了員工、流程和信息等要素。

在理想情況下，所有參與某項產品的系統和部門，有權使用同一個資料庫：從計劃 (PPS/ERP)，設計 (CAD)，計算 (CAE)，成形到控制 (CAM)，銷售和服務。

但事實上，沒有一個 PLM 產品能完全滿足所有企業資訊整合需求，也沒有任何一個企業能完全使用套裝軟體既有功能而不作任何客製化開發之導入方式完成系統建構，而每一套 PLM 解決方案亦各有千秋；有些產品是從產品設計觀點及工程角度出發，重視產品協同設計的能力；有些產品是從整體平台出發及專案管理出發，重視產品生命週期管理的能力；有些則是以產品知識累積及企業流程管理出發，重視產品結構及知識累積的能力等。

最重要的是導入產品生命週期管理的目的，為的是管理各個產品的開發階段，務求在產品開始進入增長期時，能夠迅速推出新產品，以接續前一個產品的生命週期，維持公司營收的穩定。

以我個人導入 PLM 系統的經驗來說，ERP 系統管理的是產品的生產階段，而 PLM 系統管理的則是產品的開發階段；導入 PLM 系統的成效則是不可言喻的，舉例來說：產品開發涉及的各種資料通常都由開發部門的各個不同的單位各自保管，有了 PLM 系統以後，只要有權限，可以查閱產品所有相關資料，並且產品文件的版本也能有效控管；但目前市面上的 PLM 系統都相當龐大，而且需要一定程度的客製化，導入 PLM 系統需要投入相當多的資源與費用，因此也要視實際需要程度來評估是否適合導入。參考資料來源：維基百科

2020 年勞動事件法 新法上路

撰寫人：嘉良事業體 謝順成

● 2020 年 1 月 1 日「勞動事件法」開始實施

107 年 12 月 5 日公布之勞動事件法，司法院公布於 109 年 1 月 1 日施行，其中有五十三條的法條，包含勞動調解程序、暫時狀態處分、舉證責任及推定工資等等。讓勞工要進法院門檻降低，企業必須負擔較重的訴訟義務和舉證責任，對資方的人資管理需要更加謹慎，尤其對勞基法新制的問題解決，及員工每日的差勤、加班費、資遣費等等的計算得格外小心。

「勞動事件法」施行，立法理由是提升基本人權及工作權的保障，著重針對國內勞資雙方不對等的情境，因此「勞動事件法」是處理勞工與雇主之間相關爭議的專屬法律，主要是給予勞工有對等甚至超過資方的抗爭權力。隨著勞動法規的逐年修正，越來越多勞工開始重視自己權益問題，仿照國外提出勞動三權；「團結權」、「團體協商權」、「爭議權」要求立法保障勞工權利。也就是說因個別勞工與雇主之間權力是不對等的，所以，法律允許勞工團結起來，就是「團結權」，組織工會透過集體的力量，一起跟雇主協商勞動條件。其次是要求法律保障勞工的「協商權」，個人或工會可以跟雇主協商勞動條件。如果協商不成，法律賦予勞工「爭議權」。

● 「勞動事件法」讓勞工更有能力去爭取法定權益

新實施的「勞動事件法」，這有別於現行的民事訴訟法，也可以說是民事訴訟法的特別法，將讓勞工更有能力去爭取法定權益。由於過去勞資雙方的資力和法律專業能力不對等，絕大多數的勞資爭議均由勞動主管機關協助來調解處理，僅少部分走上民事訴訟程序。勞動事件法施行後，對過去未結案的爭議件或目前新發生案件，立即可以適用「勞動事件法」讓勞工走上民事訴訟程序。

「勞動事件法」的施行可更受惠多數的弱勢勞工。包括勞動糾紛事件處理、勞動調解程序、訴訟程序、保全程序、督促程序、強制執行程序，以及委請律師費用支付等等均由國家補助。如對於勞資爭議事件要提民事法庭，「勞動事件法」可對於低薪、低收入的勞工；可享有免費取得律師或法扶的協助，其中工資給付、資遣費等爭議，法定將由資方負責舉證責任。此新法施行後，對於企業的人資或法務的責任負擔會更形吃力。而主管的管理能力也須面對挑戰及需更加嚴謹。

● 改變「勞工」與「雇主」關係上認定。

從 2020 年 1 月 1 日起，企業只要在人力銀行有開缺招募員工，有興趣的應徵者投遞履歷後，依規定二者就有「勞工」與「雇主」關係，若有紛爭就適用「勞動事件法」來處理。依勞基法定義：勞工是指「受雇主僱用從事工作以獲取工資者」（勞基法第 2 條第 2 款），雇主是指「僱用勞工之事業主、事業經營之負責人或代表事業主處理有關勞工事務之人」（勞基法第 2 條第 1 款）。民法第 (482 條) 關於僱傭契約之規定；「僱傭者，謂當事人約定，一方為他方服勞務，他方給付報酬之契約。」，也就是必須有雇用契約關係，受僱人（勞工）為僱用人（業主）服勞務，僱用人（業主）給付報酬（工資）予受僱人，雙方才構成勞工與雇主關係，但勞動事件法與勞基法及民法上，對勞工與雇主的認定不同。

A、勞動事件法對勞工的認定

1. 受僱人或其他有從屬關係提供其勞務而獲取報酬者。 2. 學徒、技術生、養成工、見習生、建教生及其他與技術生性質相類者。 3. 拋履歷求職者。

B、勞動事件法對雇主的認定

1. 僱用人（業主）、有行使管理權之人，或依據契約，實際有指揮監督派遣勞工從事工作者。 2. 招攬技術生、養成工、見習生、建教生、學徒及其他與技術生相類似者，或建教合作機構。 3. 招募求職者。

「勞動事件法」對勞工及雇主定義，有著跟勞基法及民法完全不同的全新規定。其中最引人注目者，就是「求職者」被納入勞工、「招募求才者」被納入雇主定義範圍。依據這樣規定，企業只要在人力銀行開缺招募員工，有興趣的應徵者投遞履歷後，依上述就成了「勞動事件法」定義下的「勞工與雇主」關係，若有實體法上的紛爭，可以適用「勞動事件法」來處理。對基本上沒有契約關係者，這樣也會因有勞資爭議進行訴訟，前提是雙方要有實體法上的權利可以主張。

勞動事件法上路後，不管你的身分是傳統勞工，或是派遣工、餐飲外送員、學徒、建教生、見習生、產學合作實習生，甚至只是投遞履歷參與面試的求職者，都是勞動事件法內所定義的勞工，可以用「勞動事件法」保護機制來保障自己的權益。相對的企業主應瞭解「勞動事件法」定義上的勞工已較勞基法規定擴大不少，因此企業對勞動法遵循必須提前到招募階段，對於求才階段就得謹慎小心，尤其對招募廣告、面試過程必須嚴格遵守法規，以免衍生勞資爭議。

員工投稿： 企業營運持續性計劃概略

撰寫人：元宏 - 趙銘俊

■ 前言

2018 年 3 月美國總統川普 (Donald John Trump) 簽署了總統備忘錄，宣布對一系列中國貨物徵收進口稅，開啟了美中貿易爭端 (戰)... 而自美中相互發動制裁關稅以來，超過 50 家全球主要企業考慮生產據點轉移，將部分產能遷出中國。帶動了若干國際往來客戶對其重點關鍵零組件供應商關切 -- 公司是否有完整的『企業營運持續性計劃』？

■ 企業營運持續性計劃

『企業營運持續性計劃』(Business Continuity Planning，縮寫為 BCP) 是指制定策略與計劃，創建預防和恢復系統以應對企業的潛在威脅的活動或過程。該活動或過程會對企業造成嚴重損害或破壞性損失 (例如，運營中斷)。

除了預防之外，目標是在面臨嚴重損害風險的情況下、災難恢復執行之前和期間確保企業在經濟可持續性方面繼續存在，使正在進行的運作成為可能。或者使企業不得不適應更適合新環境條件的新工作方式。這種方法總結為：準備，保護，響應和恢復。

■ 業務影響分析 (BIA)

首先進行分析，包括：影響分析、威脅分析、影響方案，以及損失率的量化。業務影響分析 (BIA) 區分關鍵 (緊急) 和非關鍵 (非緊急) 組織功能 / 活動。

如果法律規定，該項職能可能被認為是至關重要的。據估計，花在預防損失上的一美元可以預防“七美元的與災難相關的經濟損失”。

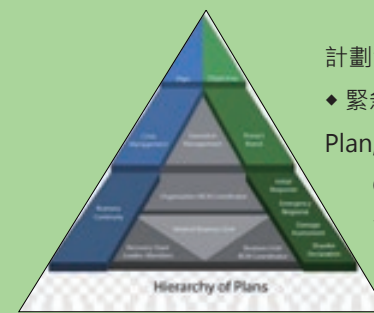
■ 威脅與風險分析 (TRA)

在定義恢復要求之後，每種潛在威脅都可能需要獨特的恢復步驟。常見威脅包括：• 流行病•地震•火災•洪水•網絡攻擊•破壞 (內部或外部威脅)•颶風或其他大風暴•停電•停水 (供應中斷，污染)•電信中斷•IT 中斷•恐怖主義 / 盜版•戰爭 / 內亂•盜竊 (內部或外部威脅，重要信息或材料)•關鍵任務系統隨機故障•單點依賴•供應商失敗•國際政治 / 環境 (或當地政治 / 環境) 因素變異以上區域可能會層疊。確定並記錄影響方案，這些應該反映出最大可能的損害。



■ 設計計劃

企業營運持續性計劃必須清晰、以行動為導向、以時間為主軸，並且能夠讓企業應付一定廣度的事件。此外需針對計劃進行管控，確保內容為最新有效，且可讓適當人員容易取得。



計劃包含：

- ◆ 緊急應變計劃 (Emergency Response Plan, ERP)
- ◆ 業務復原計劃 (Business Continuity Plan, BCP)
- ◆ 災難復原計劃 (Disaster Recovery Plan, DRP)
- ◆ 危機管理計劃 (Crisis Management Plan, CMP)

■ 培訓計劃

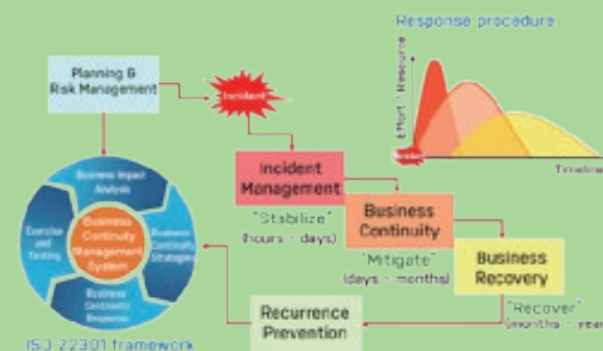
為了確保計劃能夠成功，企業之高級管理層必須參與其中，且需指派專人 / 團隊管理計劃的相關機制。培訓計劃主要包括跨部門溝通協調、安全性考量、事件通報程序、個人責任與職責項目，以確保團隊成員達到推動企業持續性營運所需的技術能力。

■ 演練與維護

為了讓企業營運持續性計劃能夠落實，平時即必須進行定期演練。透過演練來驗證計劃之可行性？是否能夠符合復原時間之要求？可提昇人員對計劃內容認知及操作的熟悉度。而檢討演練結果，針對計劃內容進行改善，更可確保人員提升推動企業持續性營運所需的能力，並增強信心及效率。

■ 註記

請留意『ISO 22301 安全防禦與抵抗 – 業務持續性管理系統』是一套值得參考的完整系統，只是它的範圍被局限在資訊 (Information technology, IT) 領域，所以在實際運用上必須予以全面擴大。



† 參考文件 / 資料：◆業務連續性計劃, Wiki-zhtw ◆中小企業持續營運救戰手冊, APEC ◆業務持續營運計畫簡介, 樞貿專論 ◆營運持續計畫之災害復原實作, 資策會與資通技服中心 ◆ISO 22301:2019 Security and resilience – Business continuity management systems – Requirements

■ 簡易評核

當意外事故甚至災難事件發生時，企業必須保護員工，並繼續支持關鍵業務的運作。為了保護業務持續性，規劃是必要的。作為一個企業，需了解連續性計劃的戰略意義。這就是為什麼營運持續性規劃的重點是多方面的業務，確保恢復必要的技術和流程以處理在不可預見的故障後進行正常操作。為事件做好準備，因此企業及其工廠可透過此查檢表來進行簡易自我評核，以及請供應商、分包商和服務的公司來核對確定重要的，具體的活動。



A. 關鍵性問題：◆公司有營運持續營運計劃？若有，公司在過去的 12 個月內有測試過持續營運計劃？◆公司的 BCP 包含何時啟動或觸發營運持續計劃例子？◆定期地檢討持續營運作的計劃？◆在持續營運作計劃中有啟動員工訓練？◆董事會 / 業主 / 資深合夥人承諾持續營運作計劃？◆組織中有確定負責持續營運的主管？◆有文件清楚的記錄所有的員工將參與的持續營運的啟動計劃？

B. 一般性：◆持續營運的計劃中有員工的電話號碼？◆持續營運的計劃中有重要聯絡人的電話？◆公司和員工熟悉主要的電源開關交換機和閥門的位置？(例如電力，燃氣和水) ◆公司檢查過所有的水管是在正常狀態？◆公司定期檢查過所有的油料、天然氣和化學管線是在正常狀態？◆公司定期檢查過暖氣和空調是在正常運作？◆公司有罷工、暴動、戰爭、駭客入侵和病毒攻擊的營運持續計劃？◆企業復原計劃？◆員工聯絡清單？◆IT 供應商的詳細訊息？◆客戶和供應商詳細的聯絡訊息？

麥覺明導演第一部臺灣黑熊生態電影

翻越中央山脈歷史長廊 走進臺灣黑熊的青剛櫟森林

黑熊來了

12/13 尋找山的靈魂



財團法人中良九天教育基金會積極投入社會公益，重視環境及生態教育，

本次特別贊助台灣紀錄片《黑熊來了》，以行動支持台灣生態影片。

希望同仁們能走進戲院多多支持台灣本土紀錄片。

【內容簡介】

深入黑熊的家 尋找山的靈魂，每年 10 月過後，野生的臺灣黑熊陸續從各個山區，前往八通關日本越嶺古道上的大分，享受一年一次豐盛的青剛櫟果實饗宴；而長期研究臺灣黑熊的黃美秀團隊，必須在 2 個月前就先翻山越嶺進駐山區、並架設陷阱，等著和野性十足的臺灣黑熊面對面、展開最近距離的接觸。

麥覺明導演跟著黃美秀團隊跋涉山水，漫長的等待後，黑熊一旦出現，就必須與時間賽跑，用最短的時間完成捕捉繫放的研究過程。甚至要照養在南安發現的迷途小熊，這一切都是為了讓瀕危的臺灣黑熊，能夠在原本就屬於牠們的山林家裡過得更安全、自在，並且生生不息...

【導演的話】

為什麼大家這麼愛拍臺灣黑熊的題材？對常常與大自然為伍的影像工作者來說，「臺灣黑熊」是非常神祕而有吸引力的，因為牠們隱居山林、神出鬼沒；就連曾經在大分一帶活動的原住民都說，若非協助黃美秀老師的研究，他們這輩子可能都沒看過野生的黑熊。

在山裡漫長的三、四個月，熊沒有出現的時候，我們就會拍拍其他的生物和風景，比如盤旋上空的大冠鷲、夜晚的水鹿、螢火蟲，或是記錄山裡的日月升落...也因此得到許多意料之外的美好收穫；希望觀眾透過《黑熊來了》可以更認識臺灣唯一的一種熊科動物，發現臺灣獨特的美景、更重要的是認知到臺灣的保育危機，因為這絕對是全人類都應該共同面對的問題。