

南良

Namliong group

通訊



南良集團
NAM LIONG GROUP

2020年1-2月
No.29期



南良

Namliong group

通訊

2020年1-2月
No.29期



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



外貿協會黃志芳董事長訪問南良集團 P32

P02 | **總裁的話**
戰勝疫情惟靠人心與萬全準備

P06 | **南良學院報導**
南良學院執行委員會委員專訪

P20 | **中良主刊**
SLCP 社會勞工整合計畫

P26 | **專題報導**
因應新冠肺炎集團落實全面防疫工作



EXO-Q 系列



- A. EXO-Q 奇肌密碼活萃-
奇肌密碼賦活露-9ml/Ampoule
奇肌密碼晶凍-150ml/Ampoule
- B. EXO-Q 髮現密碼活萃-
髮現密碼賦活露-9ml/Ampoule
髮現密碼晶凍-150ml/Ampoule
- C. EXO-Q 髮現奇蹟賦活露-60ml



保健食品系列

健康明亮新選擇
活力滿溢好健康

- A. 專利游離型葉黃素+木鱉果膏亮液態膠囊
60顆/盒(PTP包裝) 明亮、清晰、水潤
- B. 富硒山苦瓜錠-60錠/瓶



美顏機能飲品



嚴選天然珍貴蔬果萃取發酵
SOD-Like 補充青春活力

- A. 台灣有機諾麗果100%精華酵素
750ml/瓶
- B. 木鱉果+蔬果酵素 280ml/瓶
- C. 木鱉果+青梅酵素 280ml/瓶

牛樟芝產品

✓ 隨身一瓶，健康跟隨



台灣國寶-牛樟芝小簡介

以台灣牛樟芝經固態培養9個月以上之子實體
與菌絲體為原料，經高倍濃縮萃取產出之產品
牛樟芝精華液+含珍貴的三萜類及多醣體。

- A. 牛樟芝養生精華液
30ml/瓶*10瓶/盒
- B. 牛樟芝機能飲健康隨身瓶
350ml/瓶*24瓶/箱

居家食品系列



健康加價
價格不加

- A. VisNuts 低鈉八寶堅果 25公克/包-16包/盒
- B. 特活綠 有機梅精 50公克/罐
- C. EXO-Q 富硒極潤能量包 25公克/包-10包/盒
- D. EXO-Q 富硒順暢能量包 25公克/包-10包/盒



嘉良生物科技股份有限公司
客服專線:0800-047336
嘉義縣(612)太保市嘉太工業區興業路8號



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7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

中良事業體&編輯部

贊助提供：

- ※ Ariaprene撞色多功能包 x3名
- ※ Ariaprene 手拿包(黑)x2名
- ※ 特活綠蘆薈健康麵條 x2名



有獎徵答題目

- Q1** 工業4.0下何者「非」財會人員智慧化營運的職責?
(詳P12頁:工業4.0下財務部門的轉型.圖二)
- A.前端預估
B.中端決策
C.後端分析
- Q2** 中良事業體以何項責任奉為圭臬，並持續創造新價值?
(詳P20頁:與國際品牌直接對話衝到供應鏈前端)
- A.仰賴石油
B.實踐環保
C.節能省電
- Q3** 中良事業體主打「環保」訴求,何者為中良的環保4R?
(詳P22頁:與國際品牌直接對話衝到供應鏈前端)
- A.Reduce(減量)、Reuse(再使用)
B.Recycle(再利用)、Renewable(再生)
C.以上皆是

上期有獎徵答得獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	滿月煥彩氣氛燈	南良事業體	吳雅恩
2	滿月煥彩氣氛燈	洪良事業體	郭雅芬
3	滿月煥彩氣氛燈	友良事業體	蔡慶勳
4	滿月煥彩氣氛燈	江蘇寶聯通	李均明
5	Vislife佳糧米	南良事業體	劉晉嘉

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 蕭登波
總編輯 張明
責任編輯 劉素銘
主刊編輯 中良事業體
美工編輯 林郁綾
文字校對 蕭巧瑜、吳金銳

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

- ◆ 戰勝疫情惟靠人心與萬全準備

04 CSR 企業社會責任

- ◆ 台南市四區聯合寒冬送暖贈衣活動

06 南良學院報導

- ◆ 南良學院執行委員會委員專訪

08 中良主刊

- 10 ◆ 中良第一事業群經營回顧與展望
- 12 ◆ 中良第二事業群經營回顧與展望
- 14 ◆ 與國際品牌直接對話衝到供應鏈前端
- 18 ◆ 從中美貿易戰、新冠肺炎看供應商管理
- 20 ◆ SLCP 社會勞工整合計畫
- 22 ◆ 工業4.0 下財會部門的轉型
- 24 ◆ 整合資訊力支撐公司競爭力

26 專題報導

- ◆ 因應新冠肺炎集團落實全面防疫工作
- ◆ 洪良公司新冠肺炎防疫工作總結

30 產業快訊

- ◆ 嘉良特化與韓國G.CLO 締結獨家經銷代理
- ◆ 外貿協會黃志芳董事長訪問南良集團
- ◆ 如何建立南良公司H&H 品牌網紅形象
- ◆ 華東辦公室會議室整合性showroom

38 知識園地

- ◆ 真善美綠色健康生態農場有機蔬菜介紹
- ◆ MES 是什麼？

42 集團人物專訪

- ◆ 中良林潔昌副理 - 聚焦環保、功能、創新
建構虛實整合、內外協作的研發鏈

44 各企業尾牙花絮

南良集團總裁的話

戰勝疫情 惟靠人心與 萬全準備



隨著全球新冠肺炎 (COVID-19) 疫情持續延燒，世界各國也陸續爆發疫情，全球確診及死亡人數一路攀升，儼然成為足以撼動全球局勢的國際公共衛生緊急事件，預料此波疫情將造成全球經濟巨大之衝擊。南良集團面對突如其來的「黑天鵝」，考驗著企業應變及風險管理的能力，保障全體同仁健康安全乃是首要之務，但企業如何將危機化為轉機，進而強化體質、升級風險管理，則是面對此波疫情最首要核心工作。

企業應全面重視防疫力道 加強員工健康的安全管控

綜觀近期國內新冠肺炎疫情現況，家庭、醫院群聚感染病例持續增加，專家指出台灣恐邁入廣泛性社區傳播階段，推估企業受影響時間可能持續兩個月甚至半年，新冠肺炎疫情對產業經濟衝擊在所難免。

為此，以製造業及服務業為本體的南良集團更應謹慎面對，除了制訂嚴格、完整的防疫流程外，亦須重視員工健康、安全與環境衛生清潔，並加強對海內外員工及家屬之關懷。惟有企業全面重視防疫力道，加強員工健康的安全管控，才能將疫情影響降到最小。本次疫情自年節爆發後，集團各企業無不積極應對，尤其企業第一線管理部門於疫情中有守有為，登波對此深表肯定與感謝，在此謹向諸位致上最誠摯的敬意及慰問。

人心不能被疫情所擊倒， 應做好萬全準備 力求將企業風險降至最低

面對全球防疫戰線拉長，新冠肺炎對全球經濟影響的時間可能超過 SARS，對產業的影響廣度也可能有過之而無不及，面對中國之後，美洲及歐洲各國相繼爆發疫情，全球市場可能引發經濟動能停滯，除了企業可能出現員工健康安全防護不足、人力短缺等問題，供應鏈上可能面臨產銷大亂，如原材料供應延遲或中斷，客戶需求變化或者上升，物流短缺導致交付延遲問題，將直接或間接造成製造業及其他服務業之供應鏈斷裂，進而對營收及獲利造成鉅大損失。

災難可以凝聚人心，人心不能被疫情給擊倒，面對疫情來襲，我們更須團結一心，做好各項防疫工作的萬全準備。企業風險無時無處不在，我們或許避不開風險，但惟有做好準備，才能將風險造成的損害降至最低，這波疫情放大了數位轉型的重要性，缺乏數位競爭力的傳統企業將加速淘汰，現今集團企業也亟需具備智慧製造及供應鏈全球佈局之思維，也惟有積極採取應對策略，方能提高企業中長期競爭力。

企業抗疫資訊化、系統化 升級企業風險管理

企業如何執行面對重大傳染病的營運持續計畫，並採取緊急應變的風險管理機制，是值得全集團共同關注的議題，除了持續員工健康監測及照護管理之外，企業應將風險管理等應變措施予以資訊化、系統化，並建立標準 SOP 流程，以持續維持營運及服務水準；在市場經營面，應執行供應鏈風險分散、客戶管理及危機溝通等機制。在疫情發展期間，企業更須落實節流與開源策略，也要強化防疫物資備援、緊急辦公室開設、視訊會議、遠端工作的基礎建設，降低因出入境而造成人員感染之風險，以期妥善落實企業人力資源調配與管理。

危機中往往蘊藏機會，景氣谷底更是搶占企業優勢的最好時機，只有充分做好準備的企業，才有辦法承接起市場的反轉需求。新冠肺炎後，將迎來供應鏈全新思維，惟有建構完善供應鏈及生產基地，才能使企業擁有強大競爭力，並擁有下一波成長機會，在此與諸位同仁共勉之。敬祝大家，闔家平安。福泰安康！

南良集團 總裁

CSR 企業社會責任

台南市四區聯合 寒冬送暖贈衣活動

撰稿人 ● 總管理處 劉振銘

在歲末家家戶戶團圓之際，為讓弱勢里民感受到社會的溫暖，由臺南市府城防癌抗癌健康協會發起，舉辦台南市安南區、七股區、北門區及將軍區四區聯合贈衣活動，特於 1 月 21 日上午假安南區梅花里活動中心舉辦寒冬送暖贈衣儀式，合計捐贈 440 件保暖防寒背心給台南市四區弱勢里民，由安南區葉誌明區長及市長夫人劉育菁老師代表接受臺南市府城防癌抗癌健康協會理事長蕭登波慈善捐贈防寒背心之義舉，七股區徐屏屏區長、北門區張明寶區長、將軍區洪聰發區長及南良集團張明副執行長也一同出席此贈衣活動，在受贈的里民及區公所同仁共同見證下，讓弱勢里民於節慶前夕，感受人間溫情，過個溫馨的好年。



..... 捐贈保暖防寒背心予台南市弱勢里民



▲ 台南市四區聯合寒冬送暖贈衣記者會活動照片

南良集團總裁蕭登波身兼臺南市府城防癌抗癌健康協會理事長，為善盡社會責任，透過協會持續在台南地區推廣善舉，「寒冬送暖贈衣活動」於農曆年節前夕舉辦，迄今已邁入第三年，臺南府城防癌抗癌協會殷鑑於罹癌比例逐年攀升，除提倡民眾要有正常生活與飲食外，也倡導民眾注重身心靈的健康，如此才能少罹病，協會現今除了致力於防癌抗癌事務的推動，於 106 年開始也將觸角延伸至社會公益上，著手關心台南市之低收入戶及中高齡獨居老人，相信此行動對社會是相當有助益的。

安南區葉誌明區長表示，感謝臺南市府城防癌抗癌健康協會與南良集團的愛心付出，可讓生活於社會邊緣獨居長者能在這個寒冬將至之際獲得溫暖，讓他們了解社會也有溫馨的存在，也感謝該協會的愛心付出，此團體的拋磚引玉能獲得更大響應，同時結合民間資源提供適切協助與照顧，希望更多人士與團體能加入愛心行列，藉由行動的力量，傳遞關懷與愛心，讓所有家庭在年節到來的時刻，都能夠享受到溫暖，讓社會家家戶戶充滿歡笑，感到幸福，社會就能充滿溫暖祥和之氣。

南良學院執行委員會委員專訪

專訪整理 ● 南良學院 歐陽玉



本次專訪委員

南良事業體
林建宏委員



友良事業體
侯煥文委員



南良學院根據章程精神，對於集團中階以上主管，合流但分級的聚焦於「核心職能」與「管理職能」的培訓提升。在課程中，學員較常看到南良學院學務辦公室的成員為各位服務，但學院這些年來可以順利運作的關鍵人物，其實是每次在委員會上針對議題及準備工作總是不斷提出建議、討論、並稱職擔任與事業體溝通橋樑的委員們。

南良學院正式調整以委員會的形式運作，至今已邁入第六個年頭。在 2019 年底，由南良學院的王福林總顧問帶領委員會全體團隊訪問各事業體與企業，進行學院前一階段的總體檢查報告。

值此總結前段、開創新程的時候，本期南良學院專欄，我們特別訪問二位資深的學院委員，分享學院參與心得，並讓新興企業有機會更認識他們，能夠互相學習。

Q1. 參與南良學院 5 年來的心得？



林建宏委員

南良學院執行委員會在主任委員林殿庸總經理的帶領及王福林總顧問的指導下，5 年多以來，一直維持良好的運作，也締造出有口碑的辦訓成績。身為南良學院執行委員會的一份子，個人是感到與有榮焉。雖然執行的中間過程會不斷遇到許多的問題，但經過大家集思廣益與群策群力，總是能建立共識找出解決方法並達成預定目標。參與南良學院對我個人而言，不僅僅是付出，更是有滿滿的收穫，因為在這個團隊裡透過分享、溝通與學習而讓我有相當多的成長。所以在此也要對南良學院所有成員表達感謝之意並由衷希望南良學院能永續傳承下去，讓南良學院的精神永遠伴隨每一個在學習成長路上的南良人。



侯煥文委員

時光匆匆，轉眼五年過去了，除了感受到來自集團的快速發展，學員們接收到的價值觀逐漸趨向多元化，此時，集團朝向海外發展的迫切性也漸漸提高，而身處海外的員工所需接受教育的需求也隨之增加，我們的教育訓練除了集體培訓外，尚需要開發其他教育訓練方式。未來面對公司多樣性的員工，作為可以實施分項細膩且充實的教育手段，目前企望的只有數位學習 (E-Learning)，此刻由衷感謝集團對數位學習重視與開發，讓分散各地不同階層的同仁可享成長的機會。南良學院執行委員會，在林殿庸主委的領導、王福林總顧問的指導及學務處的籌劃下，讓集團的教育訓練顯現斐然的成果。身為學院執行委員一直本著讓集團更進一步的使命感，從事管理工作多年，深覺公司內部資深員工的工作模式已經成為一種「工作習慣」，主管與部屬之間已經形成了某種刻板

的默契，墨守成規，將來一旦組織欲實行變革，就會引起員工潛意識的反對與抗辯；期能透過集團的教育訓練讓不同公司、不同階層的領導人才在同一間教室進行交流，吸收新知，增加專業上廣度、及深度。藉著集團訓練，規劃漸進持續式主管職能發展，引領共通管理語言，期能建構優質經營團隊。

Q2. 如何形容自己的風格？及從事人力資源多年的成就與挫折？



林建宏委員

我在南良學院委員會的參與風格是屬於知無不言、言無不盡的類型，簡言之就是話多型。針對各項討論的議題，不管是不是自己有碰過的，我通常會毫無保留地提出個人的經驗與意見供所有委員參考，再經由大家交流討論後進行決議。南良學院委員會並非一言堂，每位委員都有發表意見的機會，多年以來，開會時我們完全看不到有針鋒相對或堅持不下的畫面，只會感受到彼此尊重及教學相長的氛圍，這是南良學院委員會讓我覺得最難能可貴的地方也是讓我樂意參與投入的原因。

從事人力資源工作已超過 20 個年頭，一路走來自有酸甜苦辣，有時令人振奮也有時令人氣餒，但我總是在遇到挫折無助時，告訴自己要轉個彎，換個思維，重新找回信心與動力，不能忘了從事這份工作的初衷。我曾經因為幫助弱勢同仁解決問題而感動不已，也曾經在金融風暴時每天大量資遣員工和同仁相擁而泣，我更曾因為堅持做對的事被人中傷陷害，也曾因為幫公司成功推行重要制度而備感光榮與驕傲，這一切的點點滴滴，如人飲水，感受深刻。但我很肯定的一件事就是，人資工作是我一輩子的職志，我將會用我的理念與熱情，繼續在這條路上奮鬥下去。



侯煥文委員

長年以來的管理經驗，讓我在面對問題或發生問題，都會思考問題發生的源頭在哪裡？如何避免同樣的事情再次發生？這個問題最好的解決方案是什麼？同時進行問題的輕重緩急的排序，且明載在日後行程上將問題逐一解決。我的管理風格趨向內斂，在南良執行委員會，我重視團隊中每一位委員的意見和想法，有助於為每件事尋找出最佳的處理方式。不過，我在開會同時也關注團隊中負面的反饋，善於傾聽、勇於接納，讓不同委員的專業得以確實發揮，而不是讓問題止步於前，反而是浪費大家的時間。

長期在友良從事人資的工作，一直對公司文化有個直觀的感受，從上到下都非常重視「行事效率」，而在其他主管在帶隊向前衝刺的前提下或許能逼出員工的潛能，但日子久了也能逼出員工的負面情緒，甚至離去。此時我有意識地覺察，必須協助員工與主管之間達成一種「平衡」。以我自己來說，多年來歷練、曾任於公司不同職務的經驗，加上自我人格特質，我知道自己在處事時，很注重人際和諧，願意授權部屬自由發揮，且能引導其他主管改善互助行為，提升部門整體的工作效率。我認為公司辦理教育訓練是一種持續的學習過程，目的是使得主管們不斷學習新的管理知識，培養底下的部屬思考的能力與主動積極的態度。也就是說，公司不僅是要培養具有創造力和前瞻性的主管，且要激勵部屬們使得他們熱愛、挑戰工作，進而讓整個組織從上到下能發揮得淋漓盡致。

然而在友良，有些員工可能因為對工作內容太過熟悉，習慣用過往的經驗來判斷，反而阻礙執行上優化的空間。但現在透過集團教育訓練，通過與其他事業體間的交流，可以提升員工彈性思考的能力，更能符合時空環境變化的需求，於此，更加肯定自己在執行委員的責任。集團的教育訓練能讓公司員工在工作上獲得鼓舞並充滿活力，進而提升工作滿意度。這對友良的長期經營來說非常重要，因為讓員工在工作上更有動力，就能提升員工的向心力、降低員工的離職率。

中良主刊
介紹

蛻變

本期的主刊，以「蛻變」為主題

「蛻變」- 是經過一段時間結繭、焰煉以及昇華的過程。在改變過程中，產生對新事物期盼帶來的振奮，並珍惜蛻變的過程，擁抱希望。

蛻變是每次成長的契機，本期中良主刊方向——「沒有最好，只有不斷追求更好」

藉由分析面對環境的詭譎多變，以「沒有最好，只有不斷追求更好」的精神，尋找創新方案，並落實執行。

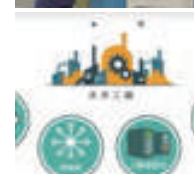


中良編委



中良事業體 人力資源中心
教育訓練 廖宣雅

中良主刊



財務
中心

碎鏈管理/物聯網與數據共享/供應商評鑑

品保
中心

SLCP社會勞工整合計畫

資訊
中心

資訊力整合/AI/大數據/智能化技術發展



P10-11

中良第一事業群回顧與展望

未來的競爭是創新的商業模式與跨產業融合的競爭。

P12-13

中良第二事業群回顧與展望

唯有積極改善才能提升「團隊的信心和活力」。

P14-17

與國際品牌直接對話衝到供應鏈前端

過去被動接單的模式已不適用，唯有主動與國際品牌業者接觸，我們才能繼續活下去！

P18-19

從中美貿易戰、新冠肺炎看供應商管理

唯有強化供應商管理，使其蛻變為智慧化採購，才能與工業 4.0 中的智能化生產相輔相成，達到最高的效益。

P20-21

SLCP 社會勞工整合計畫

與國際品牌合作不可不知的產業新動向。

P22-24

工業 4.0 下財會部門的轉型

財會人員在工業 4.0 的挑戰下，更要加強經營分析，提供攸關決策資訊，運籌帷幄之中決戰千里之外！

P22-25

整合資訊力支撐公司競爭力

積極打造與國際接軌的資訊團隊！企業的轉型與變革需要的不僅是資訊科技，更重要的是強大的團隊。



中良第一事業群 經營回顧與展望



敬愛的蕭總裁及各位南良集團的先進、夥伴們，大家新年恭喜！新年好！

首先由我向各位報告在過去一年 (2019) 中良第一事業群整體的經營成果：在業績的達成率是：82%；而利潤的達成率是：22%。其中「材一本部」在業績的達成率是：83 % (比起 2018 少了 5%)；而利潤的達成率是：33% (比起 2018 則是成長了 20%)。而「成品貿易部」在業績的達成率是：25% (比起 2018 是少了 15%)；而利潤的部分則是虧損。過去的 2019 年，第一事業群整體的業績營收表現還是不盡理想，尤其是材一營二 (成衣材料組) 和成品貿易部 (也就是我們的自有成品品牌 OJO) 這二個單位，在成衣材料組後勤供應鏈資源整合不足，無法與大型一貫廠競爭，且沒有具絕對差異化的創新產品技術優勢，又無法即時縮減費用等因素下，造成我們成衣材料組在 2019 年大幅度的虧損。

且 OJO 品牌轉型以電商模式經營的過程中並不順暢，短期間又無法為企業帶來利潤，為了能讓團隊永續經營，我們務實檢討並不得不在 2019 年下半年進行大幅度的組織精實，因為我們深切體會必須重新整頓團隊、修正策略、調整體質，唯有精實的團隊才能讓前進的步伐更穩，也才能走得更長更遠。

另外在材一本部，值得一提的是材一營一 (功能鞋材組)，2019 年在面臨整個世界局勢動盪，更在中、美貿易戰持續膠著的考驗下，在業績營收與利潤值還是展現堅韌的實力，比起上一個年度保有不錯比例的成長，營收微幅成長 2%，而利潤則成長近 85%，尤其是在大陸地區對沃爾瑪品牌的經營，仍能保持穩定的收益，並且徹底的執行異常處理與追蹤，有效的預防異常再發生或二次傷害，降低不必要的成本，是特別值得嘉許的地方。新的年度一群需落實，以源頭管理的精神在內部作業流程的改善與優化，以及各項異常的嚴格管控與即時處理，產銷協調與跨單位的溝通需更順暢，才能讓部門營運更加穩固，在未來競爭的環境與挑戰中屹立不搖。

2019 年 8 月份中良事業體完成了「創研中心」的設置，幾個月下來，透過幾次與國際一線品牌客戶的互動，已有不錯的評價回饋與開發效益，這是建立企業未來產品力的重要里程碑。希望能藉由創研中心與國際品牌客戶的開發設計接軌，展現出我們中良聚焦以「環保、創新」為核心的創研精神與企業價值，呈現給國際品牌客戶，進而能開發出更多符合消費者需求的產品與技術，帶領團隊與時俱進與客戶共同雙贏成長，為企業帶來更多的營運實績與價值，啟動企業下一個階段的成長動能。

2020 年對中良經營團隊仍然是充滿挑戰的一年，除了整個國際市場大環境的詭譎多變，台灣大選後政治局勢角力與國際貿易關稅聯盟等各項競爭壓力，對外還需面對來自全球品牌客戶更高標的環、工、安、衛、人權等各項認證要求，這些與我們的產品品質、交期與客戶服務雖然沒有直接相關，卻是我們能夠接单的最基本參賽資格，各位可想而知這場資格賽對經營成本的增加是必然的，中良經營團隊需以總裁指引的「以一個大中良為發展前提」進行各項規劃思考，加速供應鏈整合與策略聯盟建構，以降低經營成本及風險，發揮資源整合綜效，才能在一波嚴苛的供應鏈資格賽中保有一席之地。

最後殿庸在此與大家共同勉勵與分享：未來的競爭是創新的商業模式與跨產業融合的競爭，中良除了在傳統材料本業領域需保有穩定的發展，因應萬物聯網、工業 4.0、5G 的新世代，我們需積極規劃並參與智慧紡織品的研發，才能有足夠的量能，帶領中良工業朝向永續經營的百年企業目標邁進。

新年新氣象！祝福各位夥伴～

鼠年開新局，事事都如意；新來除舊去，感恩又福氣！

中良 林殿庸敬上

中良第二事業群

經營回顧與展望



敬愛的蕭總裁、關係企業各位主管以及同仁，金鼠開春，謹向各位拜個晚年：祝大家在鼠年中有鼠不盡的收穫、鼠不盡的快樂、鼠不盡的笑容、鼠不盡的幸福、鼠不盡的鈔票、鼠不盡的美滿生活！

壹、2019 年度回顧

中良工業鞋材事業群經歷過 2018 及 2019 的體質調整後（改革四構面及精實六化註一），業已初步達成業務強化、供應鏈整合、人才培訓及費用精減，2019 年的成績單如下：

	2019 與 2018 比較	2019 目標值達成率
營業收入淨額	108% (成長 8%)	98%
營業淨利	141% (成長 41%)	143%

a. 與上年度比較：2019 年營業收入僅較 2018 年微幅成長 8%，但營業淨利卻大幅成長 41%，主係 2019 年堅持過去營運策略（註二），提高銷售毛利所得之成果。

b. 預算值達成率：2019 年營收預算達成率佳，此有利後勤部門及採購部門針對業務的營業預測進行存貨管理及人力調配，可使公司人力資源效率提升，強化存貨周轉；另 2019 年營業淨利大幅高於預期，主係年初預估進貨成本恐因石油價格高漲而波動，故採取對應的採購策略，降低銷貨成本所致。上述也可視為堅持過去營運策略（註三）所得之成果。

c. 其他 - 越南當地化交貨：寶成與豐泰分別將其製鞋產能由大陸移轉至越南 (46%&52%)，僅上述兩家台商即可在越南當地生產約 2 億雙運動球鞋。本群為了捕捉該商機，除規劃越南中聚廠的興建外，亦把【加強越南當地化交貨】視為重要的營運策略。而 2019 年越南區營業額亦較 2018 年度成長 76%，足以彰顯本群落實營運策略，貼近品牌聆聽需求。2019 年的營運體現改革的發酵，但距離真正的完善目標仍舊是任重道遠。本人將抱持【沒有最好，只有不斷變得更好】的精神持續革新，以達成集團對本人之期待與託付。

貳、展望與政策

展望未來，2020 年是災變多難的一年。年初中國因武漢肺炎而封城鎖國，美國於 11 月舉行總統大選都給全球經濟帶來不穩定的變素。雖中美貿易已達第一階段協議，但是否樂觀仍需觀察。總括而言若 2019 年全球總體經濟表現不佳，那 2020 年絕對是有個很糟糕的開始。不過最好的年代有人賠錢，而最壞的年代也有人賺錢。

不論大環境好壞【認真打拼向前行】，就是本群的拼鬥精神。2020 年力求步步為營、穩扎穩打、把握機會、創造利潤。

一、研發與業務雙股前行：創新一直是本群成長的根本，於 19 年落成之創研中心更是體現此精神之代表。20 年除了繼續保持創新研發外，更加強與業務的連結，達成「研發輔助業務，業務反饋研發」，使研發與業務就像雙股紗擰成一線，帶領本群營收成長。本人將此概念轉化成下述目標【創意技術化、技術產品化、產品商品化、商品服務化】，從市場商情收集、達成技術可行、行銷強力推廣、業務專業服務，由前串後結合各部門，戮力於營收極大化。

二、越南製造與銷售：本群除持續借重台灣的貼合生產外，將於 2020 年完成麗新布機台越搬遷案與提升平織布機台稼動率。2021 年完成【越南中聚廠】之建置與品牌認證，完成越南當地織造、染整、貼合垂直化整合，並落實 AI 智能化生產目標。中聚廠斥資不變的綠建築更是彰顯中良工業愛護環境追求永續的初心不變。

三、供應商管理與評鑑：未來趨勢對於短供應鏈以及安全供應鏈的需求將更加明顯。品牌的快返訂單比重越來越高的同時，如何快速回應客人的訂單需求以及提供穩定品質 – 安全供應鏈將是未來品牌對供應商評鑑與篩選的重要因素。資訊反饋的即時、當地交貨的能力以及系統的應用跟交期是息息相關，而設備與產品的標準化則有助於品質的穩定。另外每半年召開核心供應商大會強化彼此關係並分享願景；亦會針對關鍵供應商採取策略合資群策群力。另品質部門輔導供應商建立品質管理及法規遵循。綜上以取得交期品質價格之最佳組合，強化本群競爭力。

四、當地化人才培育：因應品牌要求的全球化的佈局，本群在世界各據點開枝散葉，善用南良集

團的文化進行企業管理，著重培訓在地化人才，使其留著中良的溫度與信念。讓對的人在對的位置做對的事；善用 KPI 衡量指標，定期考評 / 落實績效面談 / 輔導員工改善績效；建立公正公平公開的獎酬制度與升遷管道，齊力塑造優良的工作環境，吸引志同道合的優秀的人才。達到人盡其才的在地化深耕。

五、品牌肯定及環保認證：2019 年本群取得認證如下：Nike 於越南經編、圓編、平織供應商認證（全球唯一）；Anta 核心紡織品核心供應商與認證實驗室；Nike 越南平織廠 VQA 綠燈滿分...等。據此本群成為 Nike 越南地區可以供應針織、平織與複合材料的獨家供應商。另已導入 Higg Index 系統，強化環安與勞安，落實企業社會責任。

參、總結

唯有積極改善才能提升「團隊的信心和活力」：即使是非常微小的細節能得到團隊的重視和改善，都會讓人「感覺心情很好」。而好的心情具有「強烈的感染力」也能提振團隊的「活力和士氣」，讓所有團隊同仁更加相信「凡事只要肯努力」就會獲得良好的成果！「信心」會滋生信心，「成功」更會滋生成功：所以不管是「各級幹部」還是團隊中「每一位成員」，從此時此刻開始，都要「站在一秒鐘的觀點」秒秒都在改善！！這樣才能讓同仁，讓主管、讓客戶感動，對我們中良產生更大的信心！也為我們中良帶來更穩定的發展和勝利！！真正達到「尊重生命」及「愛護環境」，並追求卓越管理，以提供消費者高品質的產品為己任，邁向永續經營的願景。第二事業群將秉持【快速】、【務實】、【創研】、【永無止盡】的態度來面對詭譎多變的未來，戮力強化營運。將與第一事業群的夥伴一起攜手合作續創佳績。

最後祝總裁、各位總經理及與會的各位主管各位先進：身體健康，新年快樂！事業順利，再創佳績！

報告人：葉建華 / 蕭弘凱

註一. 四構面【營運面、生產面、供應鏈、管理面】及精實六化【策略組織化、組織業務化、業務流程化、流程圖表化、表單數字化、數字會說話】
 註二. 營業面的策略【掌握業界產品發展新趨勢】：增加經營品項、維持高毛利；生產面的策略【自動化流程之設計】善用 PSC 固化供應商交期
 註三. 供應商構面【加強供應商的關係建立】：達成與供應商之願景共諒、深化彼此關係，藉此得到更好的品質與交期；管理面的策略【精實組織人力】：精簡組織費用，降低無效率支出



與國際品牌直接對話 衝到供應鏈前端

轉載自●貿易雜誌 344 期 www.iatepe.org.tw/magazine/ebook344/storypage08.html

奉環保為主臬 中良工業創造新價值



環保是世界公民應盡的責任，更是一門好生意，然而要做出環保產品並不容易，決心和技術同等重要。主打功能性紡織材料的中良工業，總是勇於嘗試各種可以實踐環保信仰技術的可能性，加上從材料開發到生產流程皆極力追求減廢及效率，這家公司早已是 Nike、adidas、PUMA、The North Face 及 Timberland 的長期合作夥伴。

在中良工業台中清泉廠內，藏著一處鮮少於媒體上曝光的祕密武器—「TLC 創研中心」，許多有關球鞋、運動衣革命性紡織品材料技術，都誕生在這處時尚明亮空間中，並將中良工業的招牌愈磨愈亮。中良工業成立於 1976 年，當時員工僅 7 人，但在母公司南良集團打造的既有堅實基礎上，短短幾年內，中良成為 Nike、adidas 與 PUMA 等國際品牌大廠的鞋材供應商。

屹立至今 45 年，然而隨著產業環境及生態變遷，中良其實經歷過無數挑戰，其中尤以 1990 年代中期金融風暴更是可懼，而中良不只挺過來，事後回頭看當初的轉型決策，更像是迎來一次「轉大人」契機。在當時被延攬進入中良的現任總經理林殿庸，就是這次轉型成功的關鍵人物。

歷經轉型陣痛期，中良的經營事業主軸從傳統鞋材貼合，一路發展成織布、染整、特殊貼合及特殊塗佈的全方位功能性紡織布料生產供應商，因而建立其在全球紡織業的 B2B 品牌知名度，且在公司規模不斷擴大之際，亦積極投入創新研發與採購新設備，強化技術優勢。

建立新商業模式

打造自有品牌

在 1996 年亞洲金融風暴前，中良工業已順利由傳統鞋材貼合轉型為功能性紡織材料供應商，在墨西哥、菲律賓、印尼等地皆建立據點，提供客戶在地化服務，藉以成功切入全球運動品牌大廠的供應鏈。

這些布局使得中良不致在 1990 年代的台灣紡織業衰退洪流中沒頂，且公司業務頗有蒸蒸日上之態勢，成果之一就是在 1995 年獲得拜耳集團全力支持，在台灣獨家代理銷售 Bayer 防水膜的加工產品。

然而，「人無千日好，花無百日紅」，市場詭譎多變，僅僅 1 年後，1996 年爆發的亞洲金融海嘯襲來，中良工業難以倖免，當時人在東南亞為中良擴展事業版圖的林殿庸被召回，公司再次轉型的重任再度放在他的肩上。勇於承擔後，林殿庸不斷思考，「如何實現真正的國際化？」「過去被動接單的模式已不適用，唯有主動與國際品牌業者接觸，我們才能繼續活下去。」林殿庸進一步說明，「以往，品牌多是與鞋廠議定產品規格後，才由鞋廠發出訂單給鞋材業者，位於供應鏈後端的鞋材廠商只能拚成本，而微薄利潤根本禁不起任何一次危機衝擊，於是我們決定啟動轉型。」

中良轉型的策略重點，在於與國際品牌業者研發、設計單位對接、直接對話，透過這些方式，中良改變了自己在供應鏈中的命運，也就是轉變成品牌業者先與中良合作，討論材料物性及價格後，再由品牌指定鞋廠向中良採用該項材料。在與運動鞋、衣品牌業者的合作過程中，中良進一步藉由推出自有品牌具環保創新的紡織品材料，得以掌握定義規格的主動權。「在這 20 餘年來，我們累積不少建立自有品牌的失敗經驗，經由不斷修正及嘗試，才開始漸成氣候。」從失敗中學習，林殿庸分享他的收穫，「既然要打進國際市場，還是要捨得砸錢找外國團隊協助行銷及市場推廣。」

>> 續下一頁 >>

與國際品牌直接對話 衝到供應鏈前端

轉載自 ● 貿易雜誌 344 期

www.iatepe.org.tw/magazine/ebook344/storypage08.html



主打環保訴求 撐出利潤空間

在美國團隊操刀下，自 eco Smart 概念延伸的 ARIAPRENE® 品牌受到市場青睞。ARIAPRENE® 是一種創新又環保的發泡材料，有別於傳統的橡膠發泡材料燃燒後會產生「氯」，ARIAPRENE® 採用熱可塑彈性體（TPE）發泡材料，在燃燒後不會產生氯，不致對環境造成傷害。在組合工藝上，中良同樣也以環保為優先考量，不使用傳統溶劑型膠料，而是改用環保水性膠。從材料到製造工序等環節，中良皆不忘實踐環保理念。

「我們和品牌業者在談判時，對方總是想壓低價格」，林殿庸談到他如何扭轉情勢，「我告訴對方，如果你沿用不環保的傳統材料，我可以降價供應，但如果要採用環保產品，請尊重我們為了創新所付出的努力。」

在環保已成為普世價值的時代，中良以環保創新技術為訴求，擺脫殺價泥淖。中良在各個層面貫徹環保理念，從材料、生產、物流到銷售前、中、後服務，乃至後端回收等過程都儘量達到中良環保 4R 的概念。4R 是指：Reduce（減量）、Reuse（再使用）、Recycle（再利用）及 Renewable（再生）。

導入數位打樣 減廢並省時

中良環保之路從十幾年前就已啟動，不只是在產品開發上落實環保，更將其內化為全體員工思維。



林殿庸強調「唯有從心底認同環保，才會努力找出符合環保的所有解方，並願意花時間說服供應商一起努力。」在中良廠區，所有人都必須自備餐具，你看不到任何紙杯和免洗餐具。這樣的環保思維落實在每個層面上，例如，開發利用邊角料製作產品的配方改善技術，並為了減少客戶因重複打樣產生的大量廢棄物及所耗費的資源，中良引進要價不菲的數位設計打樣系統。

「採用數位打樣的好處很多，不僅符合環保訴求、減少碳排和廢水，且可大幅加速客戶的產品設計流程，」中良創研中心副理林潔昌進一步說明，「開發生產 1 件實體樣品約需 2~3 星期的工作時間，而打樣通常不是 1 次就過關，累積的消耗時間相當可觀；而開發生產 1 件數位樣品則僅需 30 分鐘就能搞定，效率高下立判。」

由於數位打樣好處不少，目前包括 Nike、Adidas 等國際品牌大廠皆已接受數位打樣方式。奉環保為主旨，中良不斷投入技術及流程創新，因此相關業界凡是遇到「不願意做、不會做、來不及做」的難題時，求助的第一個對象往往就是中良。

值得一提，中良是「永續成衣聯盟」（SAC, Sustainable Apparel Coalition）的一員，且在該公司加入聯盟時，中良是全台第 1 家、全亞洲唯有的 2 家創始會員之一，可見中良對環保的重視及力行程度。

開發智慧紡織品 迎接新挑戰

中良創新形象鮮明，勇於挑戰各種具有未來性技術，智慧型紡織品就是其一，林殿庸表示，「我們透過策略聯盟以及跨領域整合不同產業的夥伴，投入智慧型紡織產品開發及推廣。」

2019 年，中良已推出多種概念產品，其中包括結合主動性發光機制運動衣及可應用於衣著、鞋類之模組化電子加熱暖暖包等，即將在 2020 年中陸續完成商品化。

從環保理念出發，中良不斷開發更多環境友善的技術和方法，例如，如何回收廢棄漁網並製作成紡織材料，就是中良持續在思考的課題。

「我們之前已與 Adidas 合作產出少量回收漁網製成的運動鞋，但是距離大量商品化還有一些距離，中良會持續努力。」林殿庸再一次強調，「環保是企業公民責任，氣候變遷問題日益嚴重，我們希望以自己的經驗出發，號召更多企業願意投入建立正確的環保觀念，一起永續發展。」



從中美貿易戰、新冠肺炎看供應商管理

撰寫人 ● 中良事業體 賴俊佑

2018 年 7 月初，一艘滿載七萬噸美國大豆的貨輪「飛馬峰號」，正在太平洋上加足馬力流星趕月般地駛往中國大連，期待在 7 月 5 日以前靠港，為了避免中國對美國大豆的懲罰性關稅。最終飛馬峰號在 7 月 12 日靠港，多繳了近 600 萬美金的關稅，變成了中美貿易戰下第一批被加稅的美國大豆。兩年後，到了 2020 年 2 月，韓國的起亞汽車及現代汽車韓國廠於 2 月 5 日宣布：自 2020 年 2 月中起，工廠停工 3~4 周，主係位於中國的零附件廠因武漢肺炎停工，故無零件可裝配成車，不得不停工待料；全球市場研究機構 TrendForce 最新調查，中國延後至 2 月復工將對手機製造造成明顯衝擊，故下修第 1 季智慧型手機生產總數的預估至 2.75 億支，較 2019 同期衰退約 12%。上述案例雖然看似風馬牛不相及，但都彰顯了一個問題：零件庫存與供應商管理不像以前那樣簡單。過去只要找到供應商的實體聚落，接著就像在大賣場買菜一樣，在實體聚落的供應商中，東挑西選後找出一個價錢、品質及交期都符合需求的高麗菜（供應商）即可，但現在一切都變得更加困難。



從二十世紀中期到二十一世紀初期的全球化蓬勃發展就如同湯瑪斯·佛里曼在「世界是平的」一書中所述：全球將打破地域的限制，資金、人才、工廠、設備將各項生產元素將流動到效益最好的地方開花結果。所以在中國加入世貿組織的這 20 年來，中國利用物美價廉的人力與對環保視若無物，吸納大量的生產工廠到中國投資設廠，因此獲得「世界工廠」的美名。

許多國家的產業集體外移至中國，並且在中國建立龐大且完整的供應鏈聚落。一度這樣的供應商聚落是中國的驕傲，在中國要什麼有什麼。但如今，這樣全部都聚在一起的供應商，反倒像雞蛋都放在同一個籃子裡，無法規避傳染病、貿易戰、關稅同盟...等突如其來不可預測的風險。

故現在的供應商管理面對的是全新挑戰，建議可以用以下三個方向重新思維供應商策略：1. 碎鏈管理 2. 物聯網與數據共享 3. 供應商評鑑與備援，分別說明如下：

「碎鏈管理」首見於和碩董座董子賢的演講中，其內容有關中美貿易戰後，和碩將蘋果的 IPAD 組裝廠移到印尼，但 IPAD 的零件供應分布全球，記憶體可能來自日本、觸控螢幕可能來自韓國、機身鏡頭可能來自台灣、中央處理器可能來自美國、繪圖可能來自中國晶片，供應鏈來自四面八方，該如何管控零件交期使組裝廠順利運作？如何在世界各國找到質優價廉的零件？考慮終端消費地的關稅該選擇哪一國的供應商？，這些都變成供應商管理的重點，也就是「碎鏈管理」。從此供應商的遴選不單單只看產品的品質、價錢與交期，更要考量跨國物流、最終消費者、國別及關稅，甚至是捉摸不定的區域風險。

「供應商備援與評鑑」則是一種與風險並存的概念。以往的供應商備援主要是擔心廠商爆單導致產品延交，但現今的供應商備援除考慮爆單外，更要同時考慮國別風險、關稅壁壘、物流規劃...等因素，尤其不可把所有的雞蛋都放在同一個籃子（國家），方可規避政治上與地域性的不確定風險。但這樣跨國界的備援往往給採購人員帶來許多新的挑戰，包含如何完成跨國的訪商，採購人員的語言能力、採購人員對各地文化熟悉度、如何保持跨國卻一致標準的原料品質...以上都是新的挑戰。而解決這個挑戰的利器就是落實供應商評鑑，過往的供應商評鑑常被批評淪為紙本作業應付了事，但在跨國別的供應商管理中，唯有可靠確實真切的供應商評鑑，才可規避預期中的風險並保持標準化品質及交期。如果「物聯網與數據共享」是碎鏈管理的定海神針，那「供應商備援與評鑑」就是實現碎鏈管理的康莊大道，唯有落實確實的供應商評鑑才能將碎鏈管理這個目標築夢踏實。

供應商一直是南良重視的三寶之一，而面對詭譎多變的國際情勢、難以捉摸的地域風險以及雨後春筍般的關稅同盟，供應商管理就更顯得重要。唯有強化供應商管理，使其蛻變為智慧化採購，才能與工業 4.0 中的智能化生產相輔相成，達到最高的效益。時代在變，科技在變，供應商的管理當然也會日新月異求新求變，但採購人員應繼續保持「沒有最好，只有不斷追求更好」的精神，戮力於日常工作，落實供應商評鑑，這才是供應商管理的根本，更是企業所亟需的。

供應商管理



與國際品牌合作 不可不知的產業新動向 —SLCP 社會勞工整合計畫

撰寫人 ● 中良事業體 彭思悅

根據國際紡織聯盟 (ITMF) 調查研究，全球紡織成衣產業現行的稽核及驗廠方式重複性過高，平均一年多餘的稽查量高達 75%，造成人力及成本的浪費。有鑑於此，ITMF 與國際成衣聯盟 (IAF) 率先提出「社會勞工整合計畫 (Social & Labor Convergence Program, SLCP)」。

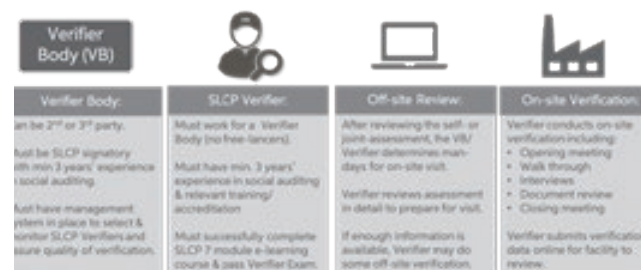
SLCP 目前全球已有 194 個會員，包含 Nike、addidas、Target、VF Corporation、SGS、BV、Intertek、MGF Sourcing 等，共 71 個知名品牌商及零售商、39 個製造商、67 個認證機構、16 個政府及產業協會。(統計至 2019 年 5 月) 社會勞工整合計偕同品牌商、製造商、認證機構、政府部門等，致力發展出一個評估架構，透過 IT 平台技術整合與資訊共享，除了可刪除現行多餘的標準並有效提升稽查效率，節省各單位時間及成本外，更能提升整個價值鏈的透明度，進而改善全球成衣及製鞋供應鏈的工作條件。



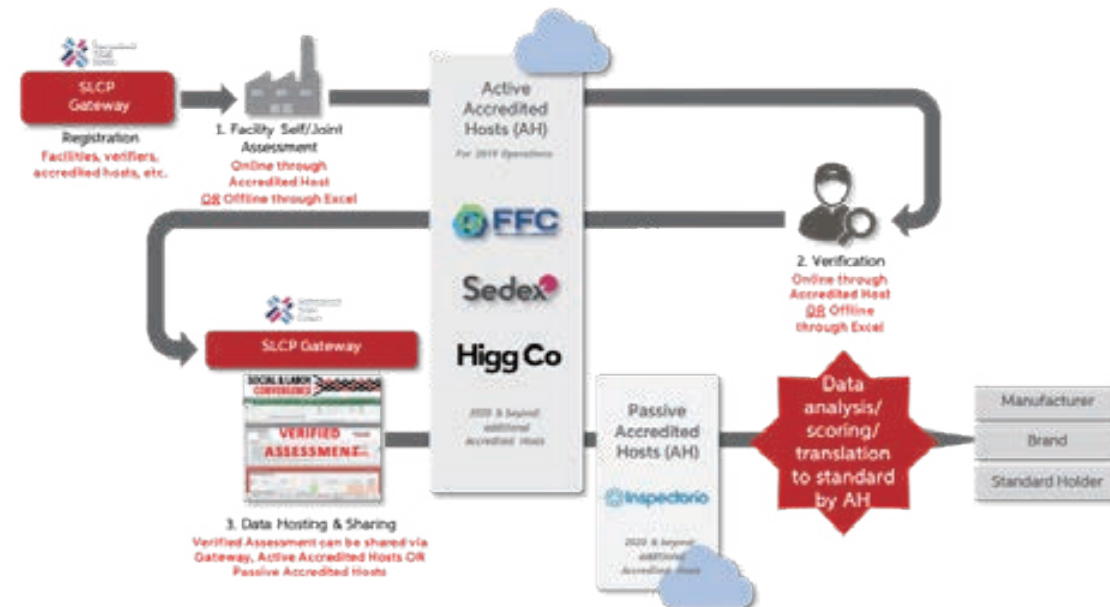
資料蒐集：

工廠進行 Self-Assessment(自我評估)或 Joint-Assessment(聯合評估)。在自我評估期間，工廠自行透過 Excel 或經認可的託管平臺進行線上系統填寫。

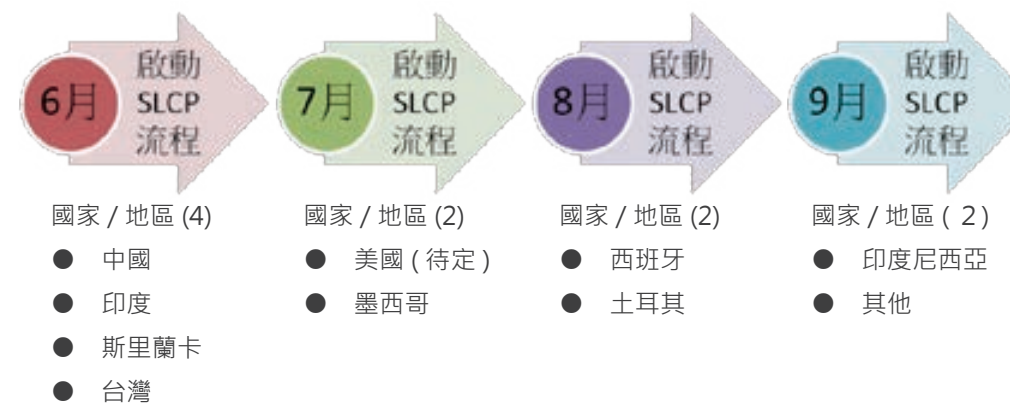
資料驗證



資料共享



本次中良 Social and Labor Convergence Program (SLCP: 社會勞工整合專案) 驗證，是通過實施收集社會與勞工資料的 Converged Assessment Framework (CAF: 融合評估框架)，以取代目前所有的審核方法，CAF 包含 Data Collection Tool (資料收集工具) 及第三方驗證方法，目的在通過 SLCP 審核降低品牌或客戶的社會與勞工審核的次數，驗證工廠的社會與勞工狀況，工廠可將驗證後資料分享給合作夥伴，以消除 Audit fatigue(審核疲勞)、實現資料比較、節省資源並改善全球供應鏈上的社會與勞工條件，目前 SLCP 推出的時間表如下：



- 2019 年在越南、孟加拉國、巴基斯坦和柬埔寨與國際勞工組織 / 印度尼西亞 BetterWork 和 CAF 利益相關者進行合作，以便 2020 年實施。
- 2020 年在更多地區推行，旨在覆蓋所有相關市場。



工業 4.0 下

財會部門的轉型

— 變與不變之間

撰寫人 ● 中良事業體 賴俊佑

全球製造產業正在風起雲湧的迎接工業 4.0 時代的到來，這是自 1970 年代第三次工業革命以來最大的變革，從自動化生產升級為智慧化生產，或有人稱之為第四次工業革命（如右圖一）。



智慧化生產指的是將物聯網及系統服務應用加入製造流程，結合為網路實體融合生產系統（Cyber-Physical Production System），垂直整合生產要素如原料、人工、設備及廠房，使彼此成為智慧生產網絡；同時水平整合供應商與客戶的價值鏈，形成價值創造網絡。這項革命不只發生在工廠，也對財會人員帶來巨大的新挑戰。

以中良工業為例，過去雖可透過大量標準化生產，降低生產成本；但隨著消費者的需求多元（特殊色），交貨期縮短（急單），以及各項採購量下修（小單）等趨勢，大量標準化生產已無法滿足現今潮流。在不增加營運成本的前提下，我們可以透過加強「前端預估」以及「後端分析」解決生產製造面臨消費市場快時尚的挑戰（如圖二）。而財會人員也應該跳脫過去順應潮流改變自己，達成財務與業務協同作業的智慧化管理。

「前端預估」指的是由業務單位取得客戶的預告訂單，接著按照預告訂單進行採購、生產等各單位一連串的協同作業。財會人員此時應發揮的作用即是確認預告訂單的準確度，複合各單位的協同作業是否合理。透過了解終端消費市場的趨勢資訊及重大品牌客戶／製鞋（成衣廠）的財報分析...等財務構面的資料，確認預告訂單的準確度，避免過於樂觀導致備料過高且產能閒置，或是過於悲觀導致生產斷料或製造機台堵塞，力求不偏不倚允當表達，以利公司預測管理規劃。

「後端分析」指的是全天候不間斷的監測公司資產變化、產能利用率以及資金水位...等重要指標，並針對異常立刻提出警示，找出效率不彰之處予以改善。而財會人員此時應發揮財務分析的專長，隨時監控存貨有無呆滯以保持最佳水位、稼動率有無過高過低以提早調整產能、現金周轉是否順暢持盈保泰，力求及時發現及時改善，以利公司營運成本下降。諸如鴻海集團、車王電子、億光電子...等各大企業均隨時將重要的營運財務資訊彙整於一個 Dash-board（如圖三），由財會人員進行監控，即時決策及時改善，加速決策效率提高管理力度。



（圖三）

自 1494 年義大利人因為繁忙的國際貿易開啟了會計這門學科，從最簡單的流水帳到後來的複式簿記、財務報表，財會人員的工作重點一直著重在正確的帳務處理，允當表達的財務報表。但是再好的營利都只是「美麗的曾經」，財會人員要「走出過去、分析現在並即預估未來」。身為財會人員在工業 4.0 的挑戰下，更要加強經營分析的廣度與深度，更要提供攸關的決策資訊供業務、採購及生產單位及時決策，運籌帷幄之中決戰千里之外。

未來的財會人員不能只是把帳作好，正確的帳務處理是基本，更要期許自己透過商情分析，財報資訊擔任企業經營的眼睛與耳朵，替企業看得更遠，收集更多資訊然後經過分析彙整後，再提供業務單位營運上的競爭策略與戰略規劃。變的是「從專注已經發生的曾經走向監控改善現在及審慎預測未來」，不變的是持續用「公正不阿、實事求是、厚植專業」的態度謹慎的處理每一件事情。

工業4.0下財會人員的職責

（圖二）





整合資訊力 支撐公司競爭力

撰寫人 ● 中良事業體 徐木益

資訊中心 - 歷史沿革



打造與國際接軌的資訊團隊

「人才」是公司最重要的資源，資訊中心秉持此原則，創造學習型組織與環境，讓每個人都有學習的機會。

我們不能只靠待遇來留住人才，要讓每個人在學習過程中有機會創造更好的價值，進而整合資訊人力資源，提升部門執行力，支撐公司競爭力。過去的經驗告訴我們企業的轉型與變革需要的不僅是資訊科技，更重要的是強大的團隊。集團 2019-3-22 舉辦的資訊營隊，資訊橫向溝通、技術交流、增進彼此的認識，提升不少技術層面觀念，是一種學習的機會，也是資訊團隊的表現。



● 2019 年 03 月 22 日 南良學院舉辦的資訊營隊結業頒發證書



● SAP 上線的教育訓練

資訊中心中長期發展目標

系統工具的統一化為中長期目標，落實流程化、圖表化與數字化的管理模式。唯有系統工具統一，大家在一個標準系統平台上操作，才能更迅速溝通，提升工作效率。

目前中良正在整合統一的系統有三：

1. SAP ERP：未來財報合併可更快速整合，損益可合併產出。
2. HR 系統：統一管理辦法，落實系統執行。
3. BPM(電子簽核系統)：整合海內外簽呈流程與速度。

未來大中良整合學習的三大平台，將落實簡單化、透明化與即時化，為未來整合提供一個快速的系統平台。

資訊中心發展願景

未來發展朝三大方向執行

1. 國際化與全球化：為大中良經營策略的目標，資訊系統需支撐中良在全球佈局的發展，除了系統工具國際化外，更需發展運籌帷幄的全球戰情室，提供即時資訊反映戰情資料，讓經營主管可掌握全球經營狀況，提供決策分析的參考平台，支撐整個大中良的全球化舞台。

2.SAP 專業顧問等級的資訊人員：資訊團隊將逐步強化在 SAP 領域的專業能力。SAP 六大模組的分工，建立一個全方位的 SAP 資訊顧問團隊，未來規劃可服務到集團關係企業。

3.AI/ 大數據 / 智能化的技術發展：資訊發展日新月異，資訊團隊在未來的 5G/ 大數據 /AI 也不能缺席。

(1) 將規劃強化弱點，引進 AI/ 大數據的技術能力，以整合全方位的資訊來源彙整成大數據平台，目前配合工研院在 A 機台的各項生產數據收集，技轉成內部技術，為未來生產大數據做準備。

(2) 另外品檢機台自動化與 AI 化，正積極與紡綜所洽談技術合作，未來在平織布與針織布，期待能做到 AI 人工智慧的檢驗。

(3) 資訊團隊在機台巡檢部份，亦自行開發智慧型巡檢回報系統，可運用在未來的廠區安全、倉庫、機台的運用。

資訊團隊目前積極強化機台自動化的技轉，再結合目前團隊的既有的專業技術，連接 BI(商業智慧分析)系統，打造生產戰情室，皆為未來可以支撐整個大中良做準備，也歡迎集團資訊單位，交流各項技術層面，提升彼此的認知，將來有機會整合集團的資訊力，提升集團競爭力。



專題報導

因應新冠肺炎 集團落實全面防疫工作

整理 ● 編輯部

大陸地區於農曆春節期間爆發新冠肺炎疫情，為了避免疫情擴散，原本預計 1 月 30 日結束的春節假期，被延後至 2 月 2 日，中國政府為了有效控制疫情延燒，從 1 月下旬農曆春節持續實施封城或區域管制措施，以期能有效防堵疫情擴散。集團在大陸地區分布於華東、福建及華南區等區域，面臨疫情可能蔓延之考驗，在第一時間也啟動了緊急應變機制，而多家公司主管幹部也在企業尚未復工前返回崗位，全力投入防疫各項工作準備，其精神及付出值得肯定。全集團各企業也紛紛動員起來，建立各項防疫制度及 SOP 流程，以確保集團員工健康。

一、全面落實廠區出入口管制



●嘉興南雄高分公司落實進廠防疫檢查，
加強現場消毒安全防護



●蘇州宏夏



●蘇州宏夏

1. 嚴格要求進出廠區須身份控管，出示身份證及廠牌等證明文件，非廠區人員或非業務必要禁止入廠，進出人員須以酒精進行消毒。
2. 每日量測體溫，高於 37.5 度者禁止進入廠區。
3. 同仁須配戴口罩方得入廠（無口罩者，可向公司管理部登記領取乙次）。
4. 非必要公務儘量減少人員外出，以減少外部感染之風險。



二、廠區內部防疫工作

1. 廠區定期消毒水消毒。
2. 全員每日進行體溫測量與紀錄。
3. 公司內部全面放置洗手用品或是酒精供人員消毒、並保持清潔。
4. 中央廚房工作人員須全程配戴口罩，且每日定期消毒廚房設備。
5. 經發現有咳嗽不停症狀或發燒同仁者，須緊急離廠，並接受檢查。

三、減少公司活動聚會

1. 室內會議時全員均需全時配戴口罩。
2. 集團全面共識應避免大型集會之舉行，共識活動及大型教育訓練課程得暫停或延期。



對抗細菌病毒，需要我們一起來！

撰稿圖文 ● 大健康總部 張文瑜 / 世錦文化藝術 徐瑞芬

在這波冠狀病毒疫情之下，世錦文化藝術股份有限公司徐瑞芬總經理於 2020 年 2 月自掏腰包購入進口抗菌液進行分裝並免費贈送，而大健康單位亦動員至嘉義世錦文化藝術協助，共同進行抗菌液的分裝任務！

在資源短缺時期，任何的資源都是非常可貴的，抗菌原液的作業任務讓大家在短時間內彼此凝聚共識與向心力，力求在最短時間內完成這項任務，才得以獲得眼前每一瓶珍貴的抗菌品並順利將抗菌液均量分配至大健康產業各相關單位使用與贈送。在日常生活中，充斥著看不見的細菌及病毒，也在此跟大家分享，正確洗手五步驟，預防疾病最有效的方法之一，就是正確的洗手與保持手部的清潔衛生！

洗手 5 步驟圖來源：<https://heho.com.tw/archives/63628>



專題報導

洪良公司新冠肺炎防疫工作總結

撰稿人 ● 洪良行政處 謝章勝處長



政府包機接員工返回工作崗位

生命重於泰山，疫情就是命令，防控就是責任！在疫情緊急情況下，為了做好洪良公司新型冠狀病毒肺炎疫情防控工作，張副執行長第一時間緊急召開防疫工作會議，成立以蔡德燦執行副總為組長，陳燕屏執行協理為副組長及前線總指揮的防疫應急小組，小組立即制定《洪良冠狀病毒肺炎感染肺炎防控應急預案》，小組分工職責，堅持“七個到位”，扎實有效推進洪良公司疫情防控及復工工作。

一、防疫物資到位 - 防疫應急小組在福清疫情開始時第一時間通過各種管道採購防疫物資，蔡副

總、陳協理及賴經理在臺灣採購足夠的口罩及體溫槍並由台籍幹部分批帶進，各級主管積極通過各個管道採購了各種防疫物資，保障了防疫工作有效執行，為公司復工起關鍵作用。

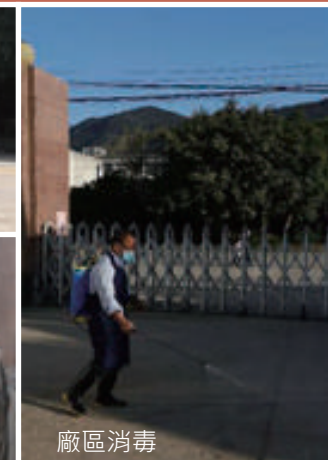
二、嚴防護到位 - 一是非公司員工禁止進入公司內，員工上班必須佩戴口罩，配合警衛檢測體溫，體溫超過 37.2 度禁止進入公司；二是要求所有員工必須戴好口罩才能上崗，每天兩次測量體溫，做好體溫記錄；三是要求全廠無死角堅持每日消毒，做好消毒記錄並及時公示。



政府專列接員工返回工作崗位



員工及物流公司進廠查體溫



廠區消毒

三、資訊到位一是防疫小組每天時時關注防疫資訊及政府防疫規定，微信會議時時溝通協調，蔡副總及陳協理每天無論多晚，對防疫及復工各項工作時時溝通協調並決策執行到位，二是全員參與，定期彙報，各單位主管全力排查員工健康資訊。

四、隔離到位一安排公司女生宿舍 3 樓及男生 3 樓作為隔離宿舍，落實隔離各項措施，提供隔離觀察區員工生活必備生活物資，每天定時體溫健康檢查，送餐等等生活各種服務，隔離區衛生消毒及垃圾無害處理。

五、宣傳到位一加大宣傳，提高全員意識，在全廠公佈欄張貼防疫宣傳圖片，充分利用微信等資訊交流工具，及時傳達相關防疫資訊，提高對疫情認識，掌握基本防控技能。

六、復工到位一積極瞭解政策資訊，各單位積極配合協作，爭取公司完全復工；陳協理努力協調融僑管委會及福清人社局等政府部門，落實各項復工有力措施，復工申請第一批順利通過，並且在員工返崗包機、專列及核酸健康檢查等等，在陳協理協調下政府部門都給予最大的支持，使員工順利返回工作崗位；洪良公司在所有迪卡儂供應商裡面為第一家復工也是唯一一家三月份前產能全面恢復的企業。

七、優惠政策到位一人資、財務、行政、能源處等積極詳細瞭解福清市政府印發幫助企業應對疫情共渡難關各項優惠措施，渡過困難期。

上下同欲者勝，風雨同舟者興！在疫情防控的非常時期，福清洪良全體人員將堅定信心，同心協力，共克時艱，日夜行動，彙聚成抗擊疫情的強大合力，堅決打贏疫情防控阻擊戰！

嘉良特化與 韓國 G.CLO 締結 獨家經銷代理

撰稿人 ● 嘉良事業體 賴依辰



隨著近年來消費者環保意識抬頭，各大知名品牌均提出使用純天然環保的功能性處理劑，嘉良特化當仁不讓也一直找尋符合市場期待的产品，然而一直無法找到成熟且滿足市場的产品。去年在因緣際會下，嘉良特化與 G.CLO 公司開始聯繫，G.CLO 公司自 2002 年起就一直致力研發天然材料的抗菌科技，並於 2017 年與 Courtaulds 結為合作夥伴。

Courtaulds 是 1794 年在英國成立的紡織公司，一直引領紡織產業的革新，更是 VISCOSE 的發明者。G.CLO 的产品品牌名稱為 Ceravida，主要為天然礦物質和陶瓷製成的獨特科學系統产品，該品牌旗下产品 -FRESH 是由海洋資源及天然礦物加上生物聚合黏著劑所組成的除臭劑，不含有重金屬、塑化劑、危害物質等，具有 SGS REACH 測試及 Oeko-tex 的認證，更重要的是百分之百的生物可降解性。操作上便於加工廠應用，不用額外使用架橋劑；經實驗證實能有效抑制細菌生長、預防並分解臭味元素，可應用於生活上多種产品，如防護設備、醫療設備、內衣褲、家紡产品、鞋材等。



G.CLO 以結合日常生活产品、優化大眾生活福祉為目標，與南良集團核心價值不謀而合。而 G.CLO 公司也對於嘉良特化與各大知名品牌合作、長期深耕在地廠商提供技術服務等具深刻印象，正所謂「Everything you need will come to you at the perfect time」，也就是所有你需要的都會在最完美的時間出現，嘉良特化確信 G.CLO 正是我們想要找的合作夥伴，因此在今天正式締結合作。此次簽約主要基於互惠平等的基本原則，確定嘉良特化股份有限公司作為 G.CLO 的獨家經銷代理商，未來嘉良特化定秉持讓客戶滿意的信念，並藉由 G.CLO 公司專業的技術團隊，提供最完善的產品及技術服務給各個品牌及供應商。

外貿協會黃志芳董事長 訪問南良集團

撰稿人 ● 總管理處 劉振銘

中華民國對外貿易發展協會（以下簡稱外貿協會）為臺灣最重要的貿易推廣機構，以協助業者拓展對外貿易為設立宗旨，南良集團一直以來與外貿協會保持著縝密之交流與互動，日前透過外貿協會台南辦事處周秀芬主任規劃，安排外貿協會黃志芳董事長於 2 月 4 日訪問南良集團仁愛廠區，當日黃董事長率領邱仕敏特助及台南辦事周秀芬主任、許伯禕高級專員等一行貴賓蒞臨本集團，由蕭登波總裁及張明副執行長親自熱情接待，並帶領參觀集團仁愛廠的整體設計及 H&H 健康科技產品「體驗館」與「展示館」等空間，並於總管理處舉行交流座談會議。



南良集團蕭登波總裁（圖左）與外貿協會黃志芳董事長（圖右）合影留念

外貿協會近年積極推動新南向市場布局不遺餘力，協助台灣企業開拓新興市場商機，提升台灣精品形象，並運用數位通路跨境拓銷。面對美中貿易戰及歐洲市場充滿不確定性等變數，南良集團自 2019 年開始加大東南亞市場投資力道，更進軍北越及印尼等地設廠，蕭總裁在會議上也感謝貿協長期提供零時差、無國界的即時服務，持續與廠商共同追求台灣經濟的穩健發展。



未來更期望貿協持續給予集團最強而有力的奧援及支持，並成為台灣業者拓展貿易的最佳夥伴。

南良集團近年積極發展大健康產業、綠能節能及綠建材、SSI 智能應用系統產業，黃董事長在交流會議上也肯定南良集團朝多元發展的穩健腳步，並給予集團多項寶貴建議，強調台灣企業如能秉持數位、科技目標，以軟硬結合，虛實整合，跨業結盟，運用創新等經營模式，將能使產業快速成長茁壯，再創台灣產業新奇蹟，本此會議也在雙方熱烈的交流討論中劃下完美的句點。

外貿協會介紹：

中華民國對外貿易發展協會係為經濟部結合民間工商團體成立之公益性財團法人，以協助業者拓展對外貿易為設立宗旨，自 1970 年成立年以來，一直是我國貿易推廣政策的執行機構及重要推手，外貿協會擁有 1,300 多位海內外專業經貿人員，除台北總部外，設有桃園、新竹、台中、台南及高雄等 5 個國內辦事處和遍佈全球各地 63 個海外據點，形成完整的貿易服務網，提供台灣業者最即時化服務，持續與廠商共同追求台灣經濟的穩健發展，是業者拓展貿易的最佳夥伴。

如何建立南良公司 H&H 品牌網紅形象

撰稿人 ● 林君章 (南良國際行銷企劃室 / H&H 健康事業本部營銷部行銷企劃)



社會中 誰最具有網紅 形象特質？

我們都知道個人和企業網紅的定義層非常不同，個體戶藉著名聲人氣竄紅，擁有一群同溫層的族群每日每周這樣的循環推陳出新，藉由各類社群媒體持續拓展，用點擊率數量衝高關注達成目標；那企業的做法又是如何？企業跟個人不同是所選擇的面向可深可廣，由外部或內部的任何人、事、時、地、物都可成為話題，話題可否成為網紅寵兒焦點，常用的手法就是透過傳播傳達，它已經是社會綜合學習領域，精準來說企業了解傳播的力量後，借力使力運用社群媒體、電視、電台、展覽...等不同方式，更快速的達到與人建立溝通認識企業的訴求。

所以說，有錢幹嘛來作個人網紅，經營時間長度長，團隊人少，短時間接地氣難度高。但，也不能說做曝光性的社群網紅沒效果，我想大家於社群平台不知加入多少個各行各業的不同網紅，每天藉著直播像連續劇般的追劇，樂此不疲。網紅為了讓故事有多元發展設計，無論創意、小編、聲音效果、符合年輕時尚.....等等元素，打動人心後確實它能小兵立大功，創造各類網紅成就獨特的社群化形象特質。

淺談 H&H 品牌 網紅形象

南良公司將以 H&H 為健康科技用品的自有品牌，南良集團蕭總裁選擇 H&H 為健康快樂代名詞，已經建立很棒的網紅形象。筆者認為企業學習朝向個人的網紅經營模式，應該做好兩件事，選擇品質滿意和誠信可靠為最高原則，網紅有趣不失企業格調，詼諧不失企業態度，不能一窩蜂為了網紅而來網紅，造成名利兩失外還會嚴重影響到後面的母體企業！

首先，認識企業的形象，如同我們耳熟能詳的三花棉業董事長的電視廣告代言，簡單的三言兩語，刻劃出經營傳統紡織產業的形象和力道，打動消費族群的喜愛，讓各類經銷商也願意推波助瀾採購三花襪子產品經銷。2020 年 H&H 開始籌備了內部訓練網紅能力作準備，未來有機會找尋業界翹楚網紅時，才有共通的語言能力對接，來協助企業社群成長！故，內部訓練主角，人人都可以成為網紅的可能，H&H 團隊建立在南良集團總部內，於 2019 年 9 月成立攝影棚、體驗館和寢具主題館等模擬場景，團隊人員只有 13 人，成立攝影師、小編、美工設計、模特兒、

主持人採取任務編制，開始為行銷作了最大運用及分工準備。



隨時隨地創造 網紅話題

H&H 團隊除了戶內外也走出戶外，H&H 三九健康科技床體驗下鄉服務，H&H 2020 愛您愛您尾牙走秀，新品足穴按摩器和多用途健康能量墊等介紹，H&H 輕盈舒壓健康鞋特賣活動，遠紅外線黑碳紗~~能量披毯穿戴介紹，能量毯和披毯的愛用者體驗 - 設計師侯姐分享，新春購介紹 - iCARE 隨身健康量測儀開箱文和買 iCARE 送滅火器優惠，智能發熱毯預購上市.....等等。

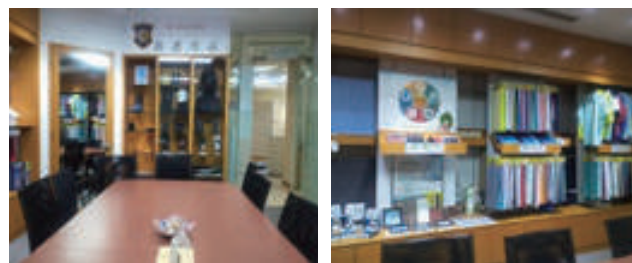
姑且別說網紅能做到多棒，但對於推出產品的敬業和願意與人分享的熱忱程度大家不在話下，我們終於了解這就是網紅的原動力！"H&H" 代表了特別的意義，"H&H"- 的第一個 H 是代表 HEALTH" 健康"，而第二個 H 是代表 HAPPINESS" 幸福"，"HAPPINESS 不單單代表著微笑、快樂，同時希望能帶來幸福。

華東辦公室會議室 大陸區集團六大產業 整合性 Showroom

撰稿人 ● 總管理處華東辦 歐陽玉

總裁以其前瞻宏觀思維引導集團，大陸已是全球不得不重視得一個市場，總裁期許各事業體必須積極開拓大陸區的內銷市場，持續提高現有佔比。特指示華東辦將原有會議室調整以六大產業面向來介紹集團產品，華東辦於 2019 年 10 月進行第一階段整改方案，面對只有 48 小時期限的整改任務，集團各事業體均展現了高效率的合作力：華東區的嘉興南雄、上海南德、上海匯良、嘉旭精細化工（上海）、洪良上海營業處、嘉良生技，與在上海沒有常設據點的中良事業體、南良海綿部、佳東綠能節能建材等單位也都能第一時間配合將展示樣品與海報都到位，也因此在接到指令的二天後，即給予華東會議室新風貌。

華東辦會議室，這裡是南良集團大陸區唯一的集團六大產業整合性 showroom，自從去年第四季進行第一階段整改後，已有多家企業多次利用來與客戶進行跨事業體的會議，尤其是對需要多面向材料、或新啟動的合作夥伴，這裡可以幫助客戶更容易瞭解集團的多元產業版圖。2020 上半年將進行第二階段的整改，我們將加入集團第六產業 SSI，來自寶聯通公司的「RFID 互動推播台」。



這階段當然也是需要各企業參與，透過這個互動推播台，讓客戶更容易了解我們產品的競爭力。歡迎集團各企業多利用華東辦公室的會議室，一起攜手開創南良集團大陸區市場的新紀元。

RFID 互動推播台



RFID 互動推播台產品，運用寶聯通 SSI (Smart System integration) 既有的 RFID 技術優勢，進行遠端廣告推播技術進行多元整合，達到客戶對於產品推廣的需求目的，相關產品廣泛應用於客戶商品推展，目前應用純熟，例如屈臣氏（忠孝店）、及 B&Q...，運用 RFID 廣告推播台將欲推廣之美妝新產品，使用者僅需將欲了解之商品置放於指定位置

（Reader），上方螢幕即可呈現該產品之圖文說明，目前除了屈臣氏相關流通場域外，已有部分學校圖書館對於此產品深感興趣，用於新書推薦閱讀。此產品為何能夠深獲客戶青睞，主要在於提供消費者（讀者）了解該產品（書籍）外，無形中也增加了採購（借閱）流程的樂趣，更降低了現場解說人員的壓力。

► 運用於 B & Q 產品介紹相關產品導入照片提供各事業單位通路拓展、產品推廣應用參考。

詳情請洽寶聯通綠能科技股份有限公司

寶聯通綠能科技股份有限公司

聯絡人：楊綏澄

電話：+886-2-2659-1588#250

Email: joyce_yang@serv.prolink.com.tw



真善美綠色健康生態 農場有機蔬菜介紹

撰稿人 ● 嘉良事業體 謝順成 高專



食物是影響人體健康的最直接的關鍵，必須要做好嚴謹且審慎的食物選擇，近年來有許多歐美學者及營養學專家，都證明食用有機食物，比食用慣行農法生產的農作物來得健康，而且營養成分也相對提高甚多。

真善美有機蔬菜是源自於有機契作農戶，要求契作農戶務必根據國際有機種植技術標準，來栽種無毒有機蔬菜，生產規格須通過國家指定有機食品認證管理；且需經允許使用有機食品標章。從契作種植到摘採、包裝、運輸，最後到消費者的食物中，皆由「真善美」專業人員專責細心的輔導與把關。種植嚴禁使用化學農藥、化學肥料及生長調節劑，更禁用各種加工工藝、基因工程技術及食品添加等，也絕對不能有農藥檢出問題及重金屬殘留的危害，藉由關係企業「良農」提供自行研發的有機資材及生物肥料，來作為蔬菜病蟲害的防治與蔬菜種植的養分供給。

真善美對有機蔬菜契作栽植管理要項：

環境評估 → 蔬菜種類與品種選擇 → 栽種時期
→ 有機資材或生物肥料 → 適當輪作 → 雜草控制
→ 非化學農藥的病蟲害防治



1. 環境評估：栽種的土地須經有機專業的環境評估及土壤檢驗；要求契作區域附近無污染源，且須合乎有機農產品生產標準，設備空間要有防雨、防蟲及通風採光，週遭雜草須清除，減少病蟲害媒介及雜草種子之散播。

2. 蔬菜種類與品種選擇：選用環境適應性強、風土適應性高、抗蟲害較強的蔬菜種類或品種栽種，如大(小)白菜、地瓜、甘藍、菠菜、空心菜、芥蘭、薺菜、香菜、葉萵苣、紅鳳菜等，及野生性較強的原生種蔬菜；如薑花、山蘇、茼蒿、山芹菜等。



3. 栽種時期：播種時期最需要考慮的條件就是要有溫度與光照，栽種有機蔬菜採取適時、適地栽種，避免栽種非當季蔬菜，因栽種非當季的蔬菜，通常較容易發生病蟲害，防治病蟲害較為困難。

4. 以有機資材或生物肥料施肥：有機栽培的有機堆肥施放量應較一般栽培多，視作物別及地力而定。利用有機肥種類如樹皮堆肥、稻桿堆肥、雞、豬、牛、禽畜廢棄物堆肥及酒渣等，整地時一起翻入土壤中促其發酵後使用。

5. 適當蔬菜作物輪作：以吸收土壤營養不同、根系深淺不同的蔬菜作物互相輪作，來改善土壤酸鹼質及含氧量。

6. 雜草控制：大都利用黑色地膜覆蓋，抑制雜草生長。在使用含有雜草的有機肥時需要使其完全腐熟發酵，從而殺死雜草種子，減少帶入菜田雜草種子。

7. 非化學農藥的病蟲害防治：(1) 提供栽種的土地須經有機專業的環境評估及土壤檢驗。(2) 種植方法須合乎有機種植技術的規範及條件具備。(3) 採收及包裝，須合乎有機包裝規格及運輸管理。(4) 蔬菜品質須合乎食品安全規格及無農藥殘留保證。

真善美綠色健康生態農場選擇陽光照射充足及具優質水源灌溉區的嘉南平原農地來契作栽種有機蔬菜，最主要是利用無汙染的水土和自然生態的環境資源，從「無農藥殘留」及「食品安全上」的顯示，此契作的有機的蔬菜確實比一般慣性農法生產的蔬菜來得優越，除了保證食用安全外，更符合人類「健康」、「營養」。

常吃有機蔬菜對您的身體健康及保養，皆有相當大的好處：1. 有機蔬菜中抗氧化劑的含量比一般的蔬菜產品高出二倍以上，抗氧化劑對人體可降低罹患癌症、心臟疾病、血管疾病等的風險；2. 有機蔬菜的營養成分及礦物質含量也比一般蔬菜高出很多，平時多吃有機蔬菜不但可改善體質，更可增加抵抗力；3. 有機蔬菜不使用有毒的化學農藥、化學肥料，對人體可免除因吃入有被化學汙染的食物，而產生病變的毒素；4. 因農藥殘留長期累積在人體，容易產生器官病變；有機蔬菜嚴禁使用化學農藥，也就沒有農藥殘留的疑慮，食用有機蔬菜也較安全，對身體健康也較有益。

隨著經濟的發展和人們生活水平的提高，越來越多的人開始追求更健康的生活方式，以及更健康的食材。真善美有機農業種植有機作物可改善人們在飲食方面對農藥殘留的憂慮，在食用有機蔬菜從根本上就可解決我們食品安全問題。更提倡保持有機作物的天然養分，有機蔬菜即可保持食物中的原有的營養成份，所以您可以從有機蔬菜中吃到「生命力」。

MES 是什麼？

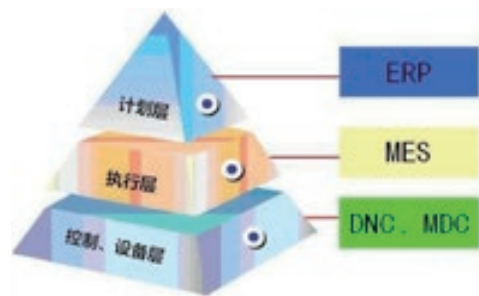
撰稿人 ● 宏夏 鄒小飛



MES(Manufacturing Execution System) 是製造執行系統也叫生產實施系統，是面向車間的生產過程管理與即時資訊系統，它主要解決車間生產任務的執行問題。MES 可以為企業提供包括製造資料管理、計畫排程、生產管理、生產調度管理、庫存管理、品質管制、人力資源管理、工作中心 / 設備管理、工具工裝管理、採購管理、成本管理、專案看板管理、生產程序控制、底層資料集成分析、上層資料集成分解等管理模組，為企業打造一個扎實、可靠、全面、可行的製造協同管理平臺。

MES 市場需求

在應用方面，國內大部分製造企業還過度依賴人力進行生產，因此收集完整、可靠的資料化資訊非常困難。而且製造企業的資訊系統都是由許多獨立的子系統組成，基於交易處理的子系統和許多基於即時操作的工廠子系統，集成難度非常高、相容性比較低。MES 是製造執行與控制管理系統，由於製造過程及程序控制物件的複雜性和專有性，使得 MES 系統形態有比較大的差異，應用模式也可能完全不同，這些因素客觀上造成了 MES 產品與服務市場的多樣性。但是由於 MES 的多樣性、複雜性、特殊性以及特定行業的需要性，MES 在國內市場已經出現較大的需求。



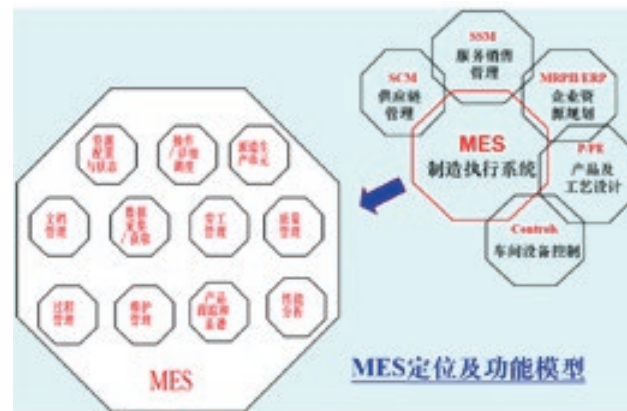
MES 分類

傳統的 MES(Traditional MES, T-MES) 大致可分為兩大類：

- (1) 專用的 MES (Point MES)。它主要是針對某個特定的領域問題而開發的系統，如車間維護、生產監控、有限能力調度或是 SCADA 等；
- (2) 集成的 MES(Integrated MES)。該類系統起初是針對一個特定的、規範化的環境而設計的，如今已拓展到許多領域，如航空、裝配、半導體、食品

和衛生等行業，在功能上它已實現了與上層交易處理和下層即時控制系統的集成。

雖然專用的 MES 能夠為某一特定環境提供最好的性能，卻常常難以與其它應用集成。集成的 MES 比專用的 MES 邁進了一大步，具有一些優點，如單一的邏輯資料庫、系統內部具有良好的集成性、統一的資料模型等等，但其整個系統重構性能弱，很難隨業務過程的變化而進行功能配置和動態改變。



MES 常見功能概述

- 現場管理細緻度：由按天變為按分鐘 / 秒
- 現場資料獲取：由人手錄入變為掃描、快速準確採集
- 電子看板管理：由人工統計發佈變為自動採集、自動發佈
- 倉庫物料存放：模糊、雜散變為透明、規律
- 生產任務分配：人工變為自動分配、產能平衡
- 倉庫管理：人工、資料滯後變為系統指導、及時、準確
- 責任追溯：困難、模糊變為清晰、正確
- 績效統計評估：靠殘缺資料估計變為憑準確資料分析
- 統計分析：按不同時間 / 機種 / 生產線等多角度分析對比
- 綜合分析：按不同的需求綜合分析不同的資料

MES 企業應用

生產執行系統 MES 可監控從原材料進廠到產品的入庫的全部生產過程，記錄生產過程產品所使用的材料、設備，產品檢測的資料和結果以及產品在每個工序上生產的時間、人員等資訊。這些資訊的收集經過 MES 系統加以分析，就能通過系統報表即時呈現生產現場的生產進度、目標達成狀況、產品品質狀況，以及產的人、機、料的利用狀況，這樣讓整個生產現場完全透明化。企業的管理人員，無論何時身處何地，只要透過 Internet 就能將生產現場的狀況看的清清楚楚明明白白。身在總部的老闆亦能通過 MES 獲取資訊運籌帷幄，遠在國外的客戶當然可以來關心他們的訂單進度、產品品質。

MES 系統為工廠帶來什麼好處

- a. 優化企業生產製造管理模式，強化過程管理和控制，達到精細化管理目的。
- b. 加強各生產部門的協同辦公能力，提高工作效率、降低生產成本。
- c. 提高生產資料統計分析的及時性、準確性，避免人為干擾，促使企業管理標準化。
- d. 為企業的產品、中間產品、原材料等品質檢驗提供有效、規範的管理支援。
- e. 即時掌控計畫、調度、品質、工藝、裝置運行等資訊情況，使各相關部門及時發現問題和解決問題。
- f. 最終可利用 MES 系統建立起規範的生產管理資訊平台，使企業內部現場控制層與管理層之間的資訊互聯互通，以此提高企業核心競爭力。

TLC INNOVATION CENTER



聚焦環保 功能創新 建構虛實整合 內外協作的研發鏈

受訪者：中良林潔昌 副理

訪談撰稿者：南良通訊編輯部 / 劉振銘、林郁綺

在「快經濟」的發展趨勢下，功能性紡織品市場經營強調速度及一站式服務已成為主流，中良創研中心自 2017 年起規劃籌設，於 2019 年第四季正式啟用，在中心主管林潔昌副理主持下，該中心將成為行銷上最大利器。本期集團人物專訪對象為中良林潔昌副理，畢業於逢甲大學纖維與複合材料系，為該系（前身為紡織系）更名後首屆學生，自 2009 年入職，旋即進入研發中心織物課，擔任功能型織物開發工作，自 2015 年晉升副處長，負責主持整個部門之運作管理，一步一腳印，逐年建構完善的大中良創研實力，更將創研中心打造為聚焦環保、功能、創新，建構虛實整合、內外協作的研發實戰單位。

Q1. 可否與大家分享中良研創中心從規劃到成立有什麼樣的心路歷程與經驗分享？

中良之市場經營建構在「客戶需求導向」的經營模式，在材料及生產面臨多項挑戰，從大型運動客戶乃至小型新創品牌，整體材料需求多元，無法聚焦生產於單一項目，為此，創研中心於 2017 年著手規劃設置，花了諸多時間及心力，在執行過程透過需求確認與上下級的溝通，也參訪多間專業研究機構及同業單位，經與企業內部及市場客戶充分討論下，才逐步規劃出創研中心的藍圖。

創研中心整體設置分為兩期，現今已完成第一期階段，目前有織物模擬系統、圓編電腦縐花、橫編電腦縐花、塗佈貼合實驗機、雷射切割共五項新式設備，同時整併原先實驗工具，創造出「小而精、小而美」的材料開發環境。現今第二期已著手規劃，預計建置數位直噴印刷及平織打樣兩項目，使研創中心成為更完整的開發場域。創研中心除深化發展自主技術外，將努力使創研與行銷相結合，提供品牌客戶「一站式服務」體驗，從織物的設計到開發，以及數位到實際樣品的製作，將提供給客戶更好服務。

Q2. 創研中心的功能與專業定位，已成為企業爭取各品牌客戶重要利器，在未來行銷上如何滿足客戶需求，成為強而有力的後盾？

中良創研中心將朝建構「環保為主、功能為輔」之方向前進，現今國際大品牌主軸朝「減少初始塑料」發展，循環再生材料將成為未來主流。

軟體方面，中良建構虛實整合的數位模擬系統，強化輔助實體開發的能力，試圖滿足客戶成品開發時程從過去的 90 天縮短一半以上的需求，創研中心的設置不僅可縮短材料開發時程，並可減少實體材料製作組數，降低能耗、減少廢棄物。

創研中心虛實整合的實踐方式：

1. 數位設計模擬：在前段透過數位設計模擬方式，即時與客戶互動，針對設計做調整、確認，完成後再投入樣品製做；2. 數位輔助實體開發：前一季度或以前開發之舊品項，透過系統模擬新配色提供給客戶選擇；3. 成品模擬：以織物系統模擬成品，或透過高階平台掃描器，掃描材料放到電子樣冊系統（行銷中心建置），客戶可登錄至平台觀看或下載後使用於各家的模擬渲染。

創研中心內外協作的實踐方式：中良研發以前聚焦於自有技術及自製材料，未來將主動把供應鏈創新技術及材料帶進來，透過內外協作方式，思考如何設計、產生創新的材料，發展能創造附加價值的研發鏈。

Q3. 您帶領創研團隊，邁向創新的路上，是否有什麼樣的領導風格與理念與諸位分享或共勉？

在創研中心組織裡，我並非是最資深、最專業的那位，但我絕對是該領導、推動團隊前進的那個人，自許能成為球隊教練般的角色，清楚了解每一個夥伴優點及人格特質，想辦法把每位同仁能力極大化，並使其能融入團隊。

現今講求團隊作戰的時代，再強的個人都沒辦成英雄，好的主管應該是增加同仁對於團隊的認同感及榮譽感，透過部門內部合作及跨單位協作方式，帶領團隊成員前進以達成目標，進而創造成就感，是我自己帶團隊的信念。



在職場上每個人或多或少都會面臨不同程度與情境的壓力，自己有兩個調節壓力的方法，想跟大家分享：

1. 適時幫自己安排一趟旅行吧！旅行過程能短暫將自己帶離現實生活，暫時忘卻煩惱並轉移注意力，降低負面的壓力，透過旅行可以觀察到不同的人、事、物或吸收新觀念，帶來一些新的想法。
2. 當自己面對壓力及負面情緒時，我習慣問自己：多年後如何看待現在面臨的問題？未來的我（半年、三年、甚至五年）會如何面對現在遇到的瓶頸？藉此試著讓自己跳脫當下的心境，避免陷入負面情緒裡，把自己做時空的抽離，往往可以幫助自己擺脫當下的壓力。

唯有先處理自己的情緒，才能有理智、有效率的處理事情！
提高抗壓性，面對問題，直球對決！

洪良

尾牙迎春晚會

撰稿人 ● 行政處 謝章勝處長

2020年1月11日晚上，福清洪良染織科技有限公司隆重召開了尾牙迎新春晚會。與會的人員有公司供應商代表、各界領導代表、全體員工及員工家屬代表共400多人，大家齊聚一堂、歡歌笑語，整個會場洋溢著節日的氣氛。

南良集團蕭登波總裁發來賀電，對公司2019年度成績予以嘉許，對2020年願景方向：組織完善，機制健全，建設中等規模精緻化的染織生產基地，這個願景美好而輝煌，總裁表示給予極大鼓勵及全力支持；並祝大家新春快樂，新年進步；公司領導蔡德燦執行副總及陳燕屏執行協理發表了熱情洋溢的致詞，為廣大幹部職工送上滿滿的新春祝福，晚會開始前公司領導對一年來表現優秀的員工及幹部頒發獎狀及獎金，獎勵他們一年來辛勤地付出。



一首開場舞《采薇》拉開了晚會的帷幕，絢麗的舞姿伴隨優美的旋律迎面撲來，瞬間將觀眾帶入了歡樂的海洋。整場晚會均由基層各單位員工自編、自導、自演，內容貼近群眾、貼近民生、貼近時代，形象生動地展示了洪良人攜手共進，喜人的局面。男生獨唱《等待》、舞蹈《尊巴》、歌伴舞《講不出再見》、男生獨唱《藍色的蒙古高原》、舞蹈《彩綢飛舞》、情歌對唱《男人情女人心》等，展現了洪良公司幹部員工共謀發展、滿懷豪情，對描繪2020年美好藍圖的期待。喜慶歡快的舞蹈、優雅婉轉的歌聲和激昂動聽的旋律交織成恢宏的多彩畫卷，感動了在場的每一位觀眾，熱烈的掌聲此起彼伏。晚會同時舉辦獎品豐盛的抽獎活動，最高現金獎產生將晚會推向高潮，晚會在歡快舞曲聲中圓滿結束。



集團尾牙集錦

中良事業體



南良事業體



友良 & 嘉良事業體



天疆事業體



寶聯通綠能 & 元宏國際



越南地區公業

越南中良

越南中鎮

越南天寶



越南禾家 & 南良

越南中良

越南天寶



黃金活力薑黃飲

防疫
聖品

- 薑黃的地下根莖部份，在中醫與印度醫學中，曾用來治療發炎性疾病、皮膚疾病創傷與保護肝臟等用途，薑黃素是一種脂溶性多酚，具有許多神奇功效：保護心血管：薑黃素的抗氧化能力是維生素E的10倍，促進血液循環增強免疫力。
- 選用左鎮白堊土黃薑黃、屏東履歷檸檬、天然蜂蜜，調配出最完美的黃金比例酸甜滋味一輩子忘不了！薑黃與黃金檸檬的完美比例調和，美味又健康！
- 防癌：許多動物實驗發現，薑黃素能抑制由化學致癌物誘發的癌症
- 抗發炎：薑黃素做為多酚類物質，具有抗發炎功能，所以能緩解炎症、舒緩疼痛，且沒有一般抗發炎藥物的副作用



原價：58元
集團價：請電洽

FB搜尋：特活綠小舖

06-2542099

LINE@：@ckz7626z

線上訂購

文獻與數據資料摘自今周刊生活健康特刊〈神奇薑療力〉