南良通訊

Namliong group

南良集團 NAM LIONG GROUP

2020年7-8月

No.32期

南良通訊

Namliong group

2020年7-8月

No.32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

詳閱P22.真愛大健康開台啟航報導

P02 總裁的話- 創新突破、價值創造、共創共享
P04 嘉良主刊-嘉良特化RECOVER 迴賦劑(紗)
P22 專題報導-跨足全通路真愛大健康開台啟航
P23 專題報導-南良總裁蕭登波獲朝陽名譽博士
P34 專題報導-數位轉型系列報導
P30 產業快訊-集團「成衣事業」垂直整合化邁進

南良通訊

Namliong group

2020年7-8月 No.32期

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

嘉良事業體贊助提供：

1.生津寶----------2名

2.山苦瓜茶包 ----------3名

3.挺好香草茶隨身組------2名

有獎徵答題目

Q1 嘉良特化與哪個國家的合作夥伴簽約代理天然RECOVER 迴賦劑(紗) ? (詳P12頁)

A. 越南
B. 韓國 (G.CLO)
C. 柬埔寨

Q2 紐登斯搭上地方創生列車，借力使力，何者為其品牌之DNA?(詳P19頁 紐登斯報導)

A. Delicious (美味的)
B. Natural (天然的)
C. Art (藝術的)
D. 以上皆是

Q3 真愛大健康電商平台，於9/20正式開台，下列何者為電商平台祭出之優惠與好處?

A.限定優惠活動：註冊平台會員可享$200購物金
B.大健康內容網：時常獲得健康相關知識
C.以上皆是，立即加入會員解鎖更多隱藏好康！

上期有獎徵答得獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	涼感上衣	友良事業體	陳姝妤
2	涼感衣粉色	總管理處華東辦	歐陽玉
3	涼感衣藍色	福清中良	陳　欽
4	涼感衣綠色	元宏國際	蘇世中
5	涼感衣綠色	福清洪良	俞鳳芳
6	口罩組	天疆事業體	劉明秋
7	口罩組	洪良事業體	蔡佩珊

1.有獎徵答線上表單填寫網址：
https://goo.gl/forms/aRrlrwyF0FYZKMgI2 (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

2020年07-08月
No32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　嘉良事業體
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
創新突破、價值創造、共創共享

04 企業社會責任 | CSR
- 財團法人中良九天教育基金會活動報導
- 太康樂活推動食農教育

08 南良學院報導
- 南良學院數位種子訓練營

10 嘉良主刊
10 - 嘉良事業體總經理的話
12 - 嘉良特化：RECOVER 迴賦劑(紗)報導
14 - 嘉良生技：台灣契作木鱉果
16 - 良農：在逆境中成長
18 - 恆鼎：地方創生的新機會疫情時代的新思維

21 真愛大健康通路事業專題報導
22 - 南良集團跨足全通路真愛大健康開台啟航
23 - 卓越成就肯定南良總裁蕭登波獲朝陽名譽博士
24 - 會員x 行銷x 商品 打造真愛大健康成功關鍵
26 - 優好健康事業再起
28 - 特活綠小舖打造食健康保留食材最高營養價值
30 - 世錦文化藝術中心推廣瓷繪昇華「好茶住好倉」

32 集團活動報導
- 2020 年度集團最高經決會與最高人評會綜合報導

34 數位轉型系列專題
- 面對數位時代，你準備好了嗎?

36 產業快訊
36 - 南良集團「成衣事業」垂直整合化邁進
38 - 台灣輔具暨長期照護大展
40 - 高階主管專題演講
43 - 友良設置開心農場讓外籍員工體驗種植樂趣
44 - 童年農業科技與南良集團展開合作
46 - 洪良大金湖團建活動

48 集團人物專訪
- 嘉良賴依辰處長 - 有限制，才會激發你的創造力

50 員工投稿
- 返越南包機艱辛路程

52 知識園地
- 真愛綠建材打造南良人的綠色產業

總裁的話　摘錄自 2020 集團最高經營決策委員會致詞

創新突破、價值創造、共創共享

在後疫情時代，全球所有產業的生產與需求產生了嚴重衝擊，在此瞬息萬變的商業環境中，唯有適者能夠生存，企業需要更具國際觀的創新營運模式，尤其須具備策略定位的選擇能力，以差異化的核心能力，才能拉開與競爭者的距離。隨著，數位潮流的腳步愈來愈快，企業若是不能加速創新突破，很可能就落於必須奮力追趕的境地。在經貿大勢緊縮背景條件下，集團要保障永續，尤須強調「創新突破、價值創造」，創新突破是開啟企業願景的鑰匙，惟有運用創新提升企業價值，企業才能不被市場所淘汰。

創新，是南良集團邁向標竿企業的基石

此波疫情來襲，產業及市場均面臨重大變革，企業應掌握轉型契機，積極開創機會之窗，投入數位轉型。數位科技將大幅改變企業價值的創造與傳遞方式，為此，集團必須從產品、技術、市場開發及組織內部型態去進行創新與改變，使企業與產業走到有價值的方向。創新的即時化獎懲是鼓勵創意最有力方式，集團鼓勵內部及員工創新，設立明確提案獎勵制度是必須的，創新不單只是產品的創新，應包含商業模式、行銷模式及管理模式的創新，有鑑於此，南良集團各事業體落實成立創研專責部門，結合產、官、學、研合作單位，共同建構出創研系統平台，決心以新的商業模式進行全面整合。

面對未來，集團不能只停留在一般加工類項，須朝綠能事業及智能化產業發展來求取突破，以因應國際化主要品牌要求，朝最大利益方向前進。集團老本業朝向原料到最終成品之垂直整合，生產銷售發展模式將於海外建立新面貌之產業基地，統籌集團資源、降低重複投資成本。橫向則整合集團內相同或類似產業之企業，獲取經濟規模與範疇經濟，取得競爭優勢以紮根本業。南良集團需集中資源以獲得規模經濟效益，整合層面除了產銷整合之外，還包括人力資源、資訊系統、智財權等重要資源的整合，並貫徹集團策略從上而下有效執行，以完整實現集團企業之長期價值。

打造共創價值、共贏勝勢、共享成果的模式 這是企業良性發展的基點

面對未來，企業同仁應懷著共同的理想與信念，為了共同的事業，朝向一致的目標邁進，攜手並肩，以期獲得成功；南良集團應打造共創價值、共贏勝勢、共享成果的模式，這是企業良性發展的基點。南良集團企業文化核心為價值共創，全員「共創、共享、共榮」精神須落實至制度面；集團主管級幹部均須建立責任承擔理念及目標必達之共識，部門主管應積極帶領部門創造佳績，各企業總經理室要建立主管責任追蹤稽核制度，透過落實執行月經檢會制度，針對達成率不彰之部門、項目提出書面差異分析報告及改善對策；在人才管理面，應積極實施員工參與持有企業股份，各企業及各部門均需建置 OKR 目標管理機制，具體落實執行，才能打造好績效的團隊。

強調數位轉型為各企業經營管理勢在必行的大方向

今日世界經貿環境瞬息萬變，資訊科技日新月異，加上全球競爭日益深化，對台灣產業而言，產業結構走向細密的國際分工，技術競爭日趨白熱化之際，南良集團的產業型態勢必儘速由「快速追隨者」轉型為「突破創新者」，集團須明確自身發展定位，並致力於高附加價值創造，才能夠突破現行成長所面臨的瓶頸，方能維繫企業的永續競爭力。集團將「共創共享」作為發展終極目標，是激勵團隊發展的動力，也是集團實現中長期戰略目標的不二法門，有了創新突破、價值創造、共創共享的發展理念，事業共創的道路才可能變得清晰，合作夥伴、員工幸福感的提升，必然要在「成果共享」中得以體現，在此，與大家共勉之。

南良集團　總裁

從生活儲備美感競爭力
為生命加值教育創新力

撰稿人 / 財團法人中良九天教育基金會

大雅場謝幕時九天基金會志工和全體演員合影

為作育英才、培植台灣下一代的美感競爭力，財團法人中良九天教育基金會 (以下簡稱九天基金會) 邀請表演經驗豐富、演出形象親民的金枝演社劇團來大雅辦理公益巡演，將地方少見的藝文活動，在地生活化的直接呈現於台中市民面前，希冀透過舞台劇帶來的視覺及聽覺震撼體驗，提升民眾對生活美學的投入及美學涵養的重視。

此次活動結合親子闔家三代同樂的意義，推廣藝文深耕社區的教育理念，於活動規劃期間，九天基金會即主動前往拜會大雅區公所，取得公所主管全力相挺支持，協助活動推廣宣傳及守望相助隊志工支援。場地則由長期接受九天基金會贊助而感念在心的大雅國小，主動表示願意無償借用共襄盛舉。透過公私部門的協力動員及資源投入，期能有效活絡地方參與藝文活動的能量，並為大雅留下表演藝術的教育種子。

(左起) 金枝劇團王榮裕藝術總監、九天基金會李榮良董事長、林殿庸總幹事

民眾熱情參與九天基金會攤位闖關互動小遊戲

現場大小朋友做伙來看戲，散播歡樂散播愛

進入活動宣傳期時，為使九天基金會特別邀請的金枝演社劇團之經典台灣原生音樂歌舞劇《可愛冤仇人》讓更多人知道並能前來看戲，對內藉由網路傳遞活動訊息、於各廠區張貼活動海報及線上 EDM 分享，邀請同仁於忙碌工作之餘，能闔家前來重拾古早戲棚腳的單純美好；對外則透過大雅區公所、鄰里長、學校社團、FB 粉絲專頁等單位合作，廣邀鄰近地區民眾一起來輕鬆看戲感受歡樂。透過公開大型活動的辦理，和大雅在地社區、學校、民眾等團體有更緊密的接觸，讓九天基金會之於社會大眾有更多露出及認識的機會。

然而活動辦理當日，午後旺盛的雷陣雨讓正在架設硬體設備的工作人員們心都涼了，只能邊有條不紊的持續進行舞台燈光音響的準備、邊在心裡祈禱天氣快放晴。幸運的是，到了五點預備開演前的時刻，雨不只停了，還洗刷帶走夏日酷暑的燥熱感。最適合戶外觀劇的涼爽舒適溫度，讓九天基金會志工及劇組同仁信心大增，趕緊整理場地和擺放塑膠椅，準備迎接民眾的到來。

本次活動最特別的是，九天基金會首次設計與民眾互動的闖關小遊戲，攤位以「尊重生命，愛護環境」為主題，規劃三個小遊戲讓民眾闖關體驗，前來觀劇的民眾在等待開演前，熱情地將攤位擠得水洩不通，有阿公阿嬤帶孫輩、國小哥哥帶幼稚園妹妹，甚至還有民眾分享看到活動訊息遠從豐原前來相挺，真正達到闔家同樂的教育意義。

九天基金會李榮良董事長、林殿庸總幹事及陳美麗監察人，皆到場以實際的行動支持在地藝文的發展。當天晚上共有四百多名民眾參與這場盛會，聽不太懂台語劇的孩子們，第一次親身體驗戲劇舞台的歡樂表演，個個都折服於戲劇張力和舞台魅力，看得目不轉睛；而劇中 50 到 70 年代的台灣社會時空背景，讓長輩們看得笑聲和掌聲不斷，直呼喚起生活中的美好回憶。

此次活動改變大眾對藝文活動的想像，影響社區民眾未來參與文化活動的意願，也讓流失中的藝文教育得以延續。更重要的是，讓更多大雅鄰近地區的民眾有機會認識九天基金會，同時展現中良工業取之於社會用之於社會、分享企業盈餘以回饋社會的良善之心。

撰稿人 / 編輯部 劉振銘

太康樂活推動食農教育

打造有機、無毒、真健康
友善食安環境

隨著國人重視健康有機食材的風氣漸開，近些年來，強調食品安全和生態保護的有機農業蔚為潮流，食農教育的推廣也為永續農業找到了一條出路。食農教育包含體驗農業生產、食材烹飪及生態體驗，培養人們透過體驗的過程，觀察及認識生態環境與農村樣貌，提升對土地情感、環境與農業的連結。

位於台南柳營的太康有機農業專區，座落於美麗的太康綠色隧道旁，為台灣第一座由公部門籌設興建，兼具生產、行銷、教育及休閒功能的有機農業專區，總面積約 45 頃，南良集團自 OT 取得經營權以來，積極將此處打造成兼具綠色無毒、環境教育、娛樂休閒的有機園地，是一座讓大人、小孩都能輕鬆體驗耕種樂趣與田園生活的開心農場，並結合有機生產、行銷、生態保育教學和休閒觀光多功能，期望成為推動台南有機農業發展的火車頭。

食農教育觀念講解以及農場 DIY 體驗活動 現場照片

參與民眾開心體驗動手做地瓜圓料理活動

太康樂活事業部在今年推出「太康農場遊樂趣」活動，以有機、無毒、真健康為主軸，一系列食農教育課程深獲好評，課程包含「拔菜趣、挖地瓜、瓜瓜樂、採果樂、蜂蜜檸檬蘆薈 DIY、天然蘆薈 DIY、蚯蚓農法及蜜蜂生態」，藉由食農教育觀念講解或農場 DIY 體驗活動和農場踏青小旅行等方式，進而提升民眾對於有機、友善、安全農業與農食產品的基礎知識，也期待透過友善的食安環境，讓消費者與生產者建立緊密互動關係，加深對於太康農產整體食材的安心！

本活動自今年度推出以來，深受台南市民的喜愛，吸引不少家庭扶老攜幼參加，時值番薯產期，為了讓親子體驗番薯生產到餐桌的歷程，太康農場推出挖地瓜採摘體驗活動，透過親手採摘的體驗，帶領民眾一起感受挖番薯的樂趣，採摘後，更於現場進行地瓜圓的料理體驗，讓不少都市孩童認識到台灣最有價值也具傳統的在地食材。

推動食農教育的過程中，不僅可以體驗，更重要的是讓民眾能夠瞭解食物來源，培養正確的有機種植及飲食知識，並學習對食物、生產者的尊重，建立良好的飲食習慣；對於環境而言，以友善環境的農業產銷模式經營，可以讓環境永續生存，形成一個正向的循環，使生態環境與農業共生共榮，積極以「對生命之尊重」及「對環境之愛護」的精神，創造綠色的永續農業。

南良學院
數位種子訓練營

撰稿人 / 南良學院學務辦公室

因防疫管制的需要，除了各學校積極的以線上方式持續教育，數位化的應用也已經是企業根植競爭力的必要基礎能力。有鑑於此，南良學院委員會已決議學院必須積極推動數位化學習，而數位化學習除了數位工具 (平台與 APP)，也包括必須有適合企業的數位教材 (線上課程)。

國際交通與室內多人集會都因全球新冠肺炎疫情的影響，南良學院 2020 年度的整體課程計畫也因此無法依計畫執行。但為迎接明日的競爭挑戰，企業學習力是不能停的。素被戲稱為魔鬼訓練營的南良學院年度最受歡迎的二天一夜專題營隊課程，今年為順應疫情防控，以數位種子訓練營為主題的營隊課程，也調整為二個週六的方式舉辦，首度應用 ZOOM 為工具，採線上直播，連結福清、嘉興、中山、台南四個廠區同步學習數位工具實際應用。

線上溝通是數位時代的主要方式，線上直播、預錄影片等都是重要的型態，根據時間與空間的是否相同，除了時間與空間同時相同的線下實體課程外，其他三個象限都必須使用到線上直播或是預錄影片。因此，不論是內訓課程，抑或市場行銷，直播與預錄的數位工具運用，已是如同電腦打字一般，是職場必備的基礎能力。

透過數位影片溝通的成功關鍵，教材內容的規劃更重於影片的視覺美觀。因此本次課程規畫重點除了教導如何使用 ZOOM 及剪印這二項工具外，在只有 8 秒注意力的速食學習時代，如何規畫具有吸引力、有邏輯力的教材內容腳本，前 8 秒快速吸引眼球，讓觀眾透過影片就能快速理解，達到製片想溝通的目的，是本次課程的重點之一。

思考想解決的問題、分析目標觀眾觀看影片的時機與所應用的載具，並以心象圖技巧回答問題、設計腳本，一連串相關的課程主題設計，在第一天豐富的課程學習後，雖然很多學員反應內容有點多、需要消化，但學員的用心學習在第二天的發表中充分展露。

獎項	第一名	第二名	第三名	最佳人氣獎	最佳演出(個人獎)
得獎單位	福清 洪良	上海 匯良	福清 洪良	嘉興南雄	俞景文 (福清洪良)
影片主題	風味 人間	認識 複合面料	洪良生產 部介紹	高科技的 南雄特紡	幸福企業

這次線上多點同步進行的營隊學習方式，由於是首次實驗課程，招生名額上有所限制，無法滿足各單位的期望。而整體執行的過程能夠順利圓滿，除了三位專業講師、更有賴各區主辦的協作配合、各組組長領導，以及受邀擔任評審的主管們，大家一同用心參與，從籌備、上課、分組作業、到最後觀摩分享，使南良學院這個企業大學在型態上勇於突破，也展現各位學員對自己的一種學習力挑戰。

雖然獎項受到預算限制，許多優秀的成果無法擠入前三名，但通過各組準時完成學習成果的觀摩與分享，各組所展現的團隊合作與學習力，可以肯定地說，所有參與課程的學員就是最大的贏家。在面對無法拒絕的數位時代，抗拒只會讓自己與團隊邊緣化，唯有不斷學習、迎接挑戰，才能讓我們面對未來的市場，繼續保持不被淘汰的競爭力。

嘉良事業體 總經理的話

▲ 嘉良事業體 楊豐彰總經理

主管與員工在爲企業打拼的同時，一定要重視健康性。

主管與員工是企業最珍貴的資產，而主管與員工的健康就是企業的競爭力！人生中，爲了維持基本生活、抑或是追求更美好的生活、自我理想的實現等，讓我們投入職場生涯，不論是員工或主管，其工作的時間佔了人生中最多、最重要的比重；如何讓主管與員工在爲企業打拼的同時，個人與企業都能重視其個人的健康，對企業的整體發展而言，主管與員工是不可或缺的資產，亦是企業維持成長與競爭力的重要基礎。

因此，對於職場因壓力衍生的身心健康問題是絕對不容忽視的，如何讓主管與員工在工作時能常保持愉快身心，落實正常的健康職場，是企業主應該正視的課題。企業重視職場健康有助於留住優秀人才，也是社會新鮮人找工作的最佳選擇！

集團以往對社會責任的重心一直放在環保和公益；令人興奮的是集團已經在發展大健康事業助益於集團競爭力之提升。企業能落實關心主管及員工的健康除了提升員工優勢生產力及競爭力之外，已成爲各大企業競相投注資源之優先策略。

健康是幸福的開始，有了健康後面的數字才有意義。

企業如能針對主管或員工健康問題找出需求，並規劃改善方案；鼓勵適當休息、健康餐飲及規律運動，讓員工關心自身健康，並有更多健康快樂的話題交集，無形中凝聚團隊的向心力和共識，讓大家在工作中更有默契，也更願意爲企業所託付的目標共同打拼！

員工是企業的最重要資產，促進主管及員工健康才是讓職場充滿電力的最佳捷徑，有健康職場才有幸福員工！

RECOVER 迴賦劑 (紗)

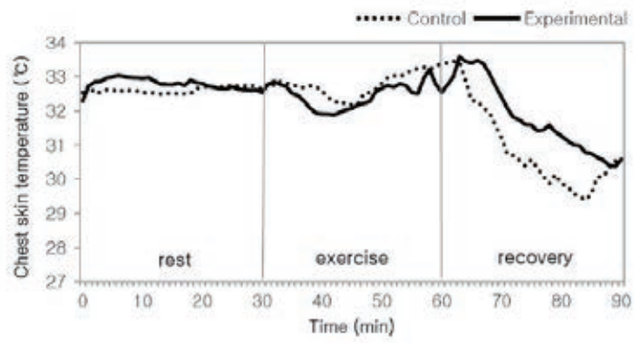
迴揚脈動 賦予新生
劑出天然 清爽如新

撰稿人 / 嘉良特化 賴依辰

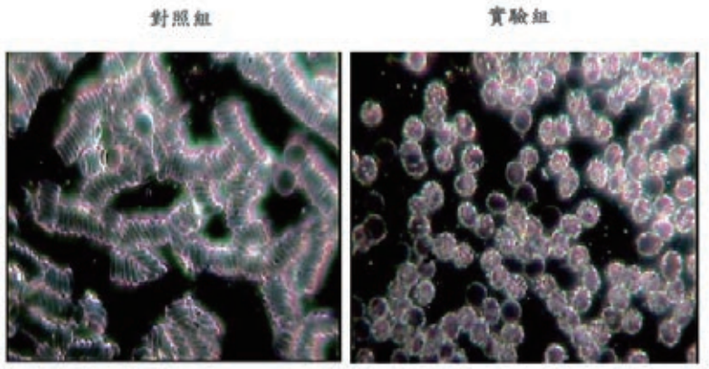
您是否經常會感到疲憊或運動成效不佳而感到氣餒呢？
原因就是人體的血液流速慢、血氧量不足、乳酸堆積所造成！

人體在運動時，會缺乏足夠的氧氣來運用，此時體內就會產生乳酸，因為乳酸不需要用氧氣就轉為能量被利用。但是乳酸被利用的速度，通常不及累積的速度，所以才會造成堆積。而乳酸堆積會導致肌肉疲勞、進而影響運動表現。

RECOVER 迴賦劑 (紗) 是嘉良特化與韓國 G.CLO 簽約時所代理的其中一個項目之一，維持一貫天然礦物及海洋萃取物的特色、具有優異的除臭表現外，同時透過礦物質吸收身體熱能，利用人體釋放的能量轉化為對身體有益的紅外線，達到增加皮膚溫度、增進血液流速、減少乳酸濃度等效益並透過這些功能可以改善血液流動、提高疲勞恢復速度、增加血氧量、增加體能表現、預防細菌滋生、織物持久清新、異味控制氣味如新等，擁有臨床試驗結果報告及各項檢測報告。



體溫升高 ▶

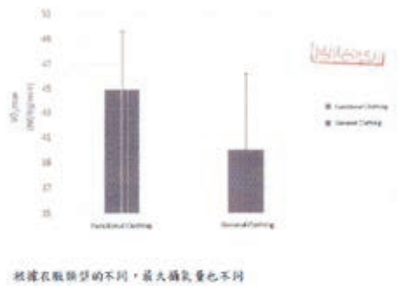


◀ ↑增加血氧量。當紅血球之間空間越多，即代表有越多的氧氣，人體會感到舒適且更有活力。相反的，當血紅球聚集成團代表著疲勞的健康狀態。

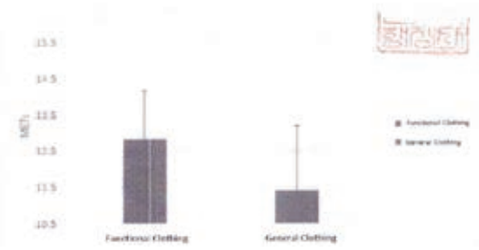
Comparison of blood lactate concentration by time according to the types of clothing. (mean±SD)

Variables	Intervention	Immediately before exercise	Immediately after exercise	Immediatelybefore exercise-Immediately After exercise(Δ%)
Lactate (mmol/L)	Functional Clothing	3.49±1.82	11.29±1.79	223.50
	General Clothing	2.40±1.32	12.28±1.74	411.67

◀ 運動結束後 30 分鐘內，穿著功能性服裝的人體內乳酸含量更少，代表疲勞恢復速度較未加工來得快。



▲ 最大攝氧量 (VO2max) 是指在運動過程中攝入的最大氧氣量，通常是反映有氧運動能力或心肺耐力的一個變量。



▲ 增加體能表現。METs(代謝當量) 表示能量消耗和代謝率。這意味著穿著功能性服裝鍛煉時的代謝率要高於穿著普通服裝鍛煉時的代謝率。

市場上不乏有相同訴求的產品，但 RECOVER 迴賦劑 (紗) 除了可應用在紗線上，也是唯一具有美國 FDA 的後整理加工處理劑。適合應用於運動內層衣、內衣褲、運動 / 訓練服飾、寢具 / 睡衣、潛水衣 / 水上活動服飾、護具 / 防護設備、制服 / 工作服、眼罩、手套、鞋類、醫療設備.....等，如需了解詳情，請洽嘉良特化 05-2381832。

南良集團嘉良生技
台灣契作木鱉果

撰稿人 / 嘉良生技 高裕翔

木鱉果的學名：Momordica Cochinchinensis (Lour.) Spreng，原意是「來自天堂的水果」。是一種草本植物，葫蘆科苦瓜屬，又稱為夫妻果、陰陽果、天堂果、生長果。木鱉果的種籽扁形有甲魚 (鱉) 的模樣，又像用木頭製成，所以被稱爲木鱉果。

其原產於熱帶地區，近年來已漸漸地為台灣民眾所認識，並深受生技公司的青睞，南良集團嘉良生物科技公司早於 2013 年即透過生物科技技術與現代化農業團隊運用安全農業技術契作種植，在台灣成功篩選、培育出優質品種的木鱉果，在清淨寬廣的培育場中，生長出具有豐富植化營養素的完熟果實，蘊含特殊的「天然酯化型營養素」，其中有許多是人體無法自行製造的營養素，包含茄紅素、β 胡蘿蔔素、葉黃素、玉米黃素、維生素 E、維生素 C、s- 胡蘿蔔素、必須脂肪酸 (EFA)、s- 隱黃質、微量元素 (鈣、鉀、鎂、錳、鐵、硒、磷、鋅)、輔酵素等。

2004 年美國農業部 (USDA) 發表報告指出：木鱉果蘊含人體必需營養素，其中所含的茄紅素約是番茄的 70 倍，而所含 β 胡蘿蔔素則是胡蘿蔔的 15 倍。米黃素含量為黃玉米的 40 倍 (枸杞的 3 倍)，維他命 C 含量為柳橙的 60 倍。同時也被美國食品藥品管理局 (FDA) 認證木鱉果原料及製品是完全無毒無副作用，是開發為保健食品的功能性原料。

嘉良生技有別於其他生技公司的產品開發方式，以一條龍的製程方式，從木鱉果契作種植開始把關、開發極具功能性的全效配方、採用植物性膠囊以專利液態封裝技術生產 (日本專利 Liquid-Sealing)，提供消費者一個安心、安全、優質的保健食品選擇。嘉良生技的木鱉果葉黃素產品有別於一般坊間的葉黃素產品，除了完整的照護配方及葉黃素的基本營養元素的補充之外，嘉良生技木鱉果葉黃素配方也能幫助我們將日常飲食中的葉黃素及人體所需的營養元素做有效吸收，讓身體在無負擔的情況下亦可獲得滿滿的必要營養元素。

在逆境中成長

撰稿人 / 良農現代化農業 廖國均

今年受到新冠肺炎疫情影響，全球各地的商業活動皆受到影響，各行各業籠罩在低迷的氣氛下，各大企業無不想在逆境中殺出重圍取得成長。

農業近年亦同樣面臨嚴峻的挑戰，無論是 2016 年初的霸王級寒流，接著數年的暖冬，以及不定期因西南氣流帶來的瞬間強降雨，氣候不斷變遷，農作生產輕則產期不穩產量歉收，重則幾乎完全失收，農民無語問蒼天。為減少天候影響以求穩定生產，許多農民熱烈投資搭建設施 (例如 : 溫室) 進行農業生產，政府亦針對設施搭建給予補助，但搭建設施生產真的穩定嗎？答案似乎是有爭議的！持續不斷的夏季高溫使得設施內產生動輒將近 50℃的高溫，此溫度已超過作物以及在場工作人員可忍受的極限，加上設施內大多通風不良，高溫多濕的環境是病蟲害的溫床，對於作物生長無疑是雪上加霜，如何度過逆境已成現代農民的重要課題。

知己知彼，尋求逆境的解方

人在遭逢逆境的時候，總會尋求宗教等方式以得心靈的慰藉，植物遭遇逆境時雖然無法自行向外界求助，仍然會有自己的一套因應措施，科學家亦不斷研究植物對逆境的因應辦法，以求能讓作物在逆境下也能正常生產。植物為了對抗逆境會自發性產生酚類化合物，水楊酸即屬於此類化合物，近年水楊酸廣泛受到研究重視，因為水楊酸具有揮發性且可作為植物的訊號因子，將使植物抗病或抗逆境的蛋白質表達產生抵禦能力，而且抵禦能力不僅只在單一植株上產生，周圍的植物也同樣可產生抵禦能力，這個現象稱為「系統獲得性抗性」(systemic acquired resistance，SAR) 。

花蓮區農業改良場植物保護團隊已潛心鑽研植物抗逆境作用多年，發現以數種植物精油複方混合而成的製劑，成功誘導番茄植株產生含量相較對照組高達數倍之多的水楊酸與茉莉酸，水楊酸與茉莉酸為訊號傳遞子能迅速誘發植物產生系統性抗性 (induced systemic resistance, ISR)，植株立即表現抵抗逆境的能力。

夏季種植全紅番茄，植株生長不良且結果率較差。

施用測試精油製劑後，夏季栽植全紅番茄著果正常。

農友驕傲的表示這是夏天在平地種出來的全紅番茄喔！

除此之外研究團隊更進一步發現，農民目前最頭痛的毒素病 (俗稱瘋欉) 也能透過誘導植物系統抗性的機制而有所控制，將帶有病原的粉蝨釋放至番茄種植處，叮咬接種番茄捲葉黃化病毒後，病毒在植體內不易複製增殖因而降低傳播感染機率，解決此一困擾後農民的收益將更為穩定。

突破逆境，再次成長

花蓮改良場的此一製劑符合集團「對生命之尊重，對環境之愛護」的核心宗旨，可解決農民諸多種植上的障礙且對環境無害，因此良農團隊極力爭取技術轉移，產品開發團隊亦不斷與改良場合作，在製劑穩定等試驗上進行產品優化，目前亦與位在彰化埔心的真善美契作農戶 - 結興農場合作進行內部測試，在今年 4 月過後的高溫季節挑戰種植難度極高的全紅番茄，依一般農民的經驗而言夏季在平地種植全紅番茄幾乎是不可能的，高溫會造成植株生長不良，容易落花落果，且畸形果、空洞果的比率會增加，因此我們夏季買到的番茄多半是高山種植，售價相對較高，本次的全紅番茄種植試驗著果正常且無毒素病危害狀況發生，試驗結果已經讓農友看見希望，表示配合契作意願極高，期待未來良農、真善美以及契作農戶一起團結努力突破逆境再次成長。

夏季栽植於溫室內的全紅番茄 , 施用測試精油製劑後生長勢強健

地方創生的新機會
疫情時代的新思維

撰稿人 / 恆鼎 黃振瑋

行政院訂定 108 年為台灣地方創生元年，並參考日本安倍晉三的地方創生國家級戰略訂定台灣地方創生推動辦法，希望能解決台灣城鄉失衡與人才過度集中都市區的問題，但很不巧的，109 年，也就是台灣地方創生的第二年我們就遇上了肺炎疫情，導致許多事情的推動都受到影響，可說是運氣相當不佳。但在疫情時代來臨的同時，或許換個思維去思考企業發展策略的方向與未來性，將可以把危機變成轉機，創造一個更有主動性的行銷策略。

什麼是地方創生？

地方創生一詞主要是來自於日本安倍晉三所推動的國家級發展戰略，當時日本發生許多問題，包含人口老化、青年過度往東京集中、鄉鎮勞動力缺乏與文化流失等等，所以當時日本出現了地方消滅論的一些說法，內容主要是提到國家若不改變目前的發展趨勢，在數年內，會有許多鄉鎮消失，甚至是產生嚴重的人口失衡，因此日本進行了將近十年地方創生的策略執行，來解決上述的問題。

地方創生的執行

在台灣，我們的地方創生還非常年輕，但幾個關鍵問題是一樣要去解決的。其實過往幾年，我們也嘗試去推動一鄉一特色與社區再造等策略，坦白說，這些都是地方創生的其中一環，而地方企業也在地方創生中扮演非常重要的角色，企業投資與發展特色產業，創造地方就業機會與提升經濟力也都是相當重要的。而我們南良集團身為台灣的老字號堅實企業，當然也必須要去思考我們的 CSR(Corporate Social Responsibility 企業社會責任) 要怎麼去落實，這除了能善盡企業的社會責任，也是提升企業品牌形象很好的一種途徑。

紐登斯搭上地方創生列車，借力使力

在今年行銷小組成立後，我們一直思考如何在有限的資源下重新定義恆鼎生技旗下品牌 - 紐登斯優格的品牌核心價值，在訴求健康的同時，我們也想嘗試讓消費者更容易發現，也讓產品在美味與健康中找到完美的平衡點。就這樣，紐登斯的新品牌定位出現了 -「打造高品質健康食品的藝術家」，如同藝術家般，在美味與天然中找到完美的黃金平衡點，並且以紐登斯 DNA 做為所有產品開發的組成元素，紐登斯的 DNA 為 Delicious(美味的) 、Natural(天然的) 、Art(藝術的) ，同時我們也定期安排員工內部課程，讓生產部門員工可以更了解品牌的願景。

「在要別人買下你的商品前，你必須先很愛很愛自己的產品」

這是我見到生產部同仁們，對他們說的第一句話。因此我們也搭上地方創生的列車，強化企業與在地的連結，從企業角度去支持地方人才的培育與發展，紐登斯新熱銷產品 PINGURT 粉優天然粉色系水果優格就是如此誕生的，與嘉義市興嘉國小的小畫家合作，將畫作結合 PINGURT 的粉色系背景，讓孩子的興趣在適性關懷下得到最大的開展，由學校與企業的合作搭起讓孩子表現自我的舞台，讓學生體認到，學藝術也能有實際應用的機會。當天活動除了嘉義市市長黃敏惠與相關局處首長出席外，也吸引許多媒體到現場，這為紐登斯這個品牌的新生，帶來不小的聲量與關注度，同時善盡南良集團的企業社會責任，提升企業形象。

疫情時代，紐登斯接下來怎麼做

在資訊爆炸的時代，品牌行銷的做法與媒介比以往更加的多元，但相對的，新生的品牌也更難在眾多的 LOGO 中被發現，舊有的老品牌持續創新，開始讓品牌的形象與設計隨著時代潮流走，經營企業的社會責任與公益形象，同時也有一派的品牌策略專門把重心放在品牌操作，短時間讓品牌聲量極大化，吸引民眾加盟經營，藉此獲得利潤。當然在疫情期間，有更多的人選擇上網路通路或電商經營，那紐登斯接下來會怎樣做呢？答案是我們想做「一個有溫度的虛實整合行銷」。

撰稿人 / 恆鼎 黃振瑋

地方創生的新機會，疫情時代的新思維

用心讓人感受到溫度，用網路加速佈局

還記得小時候賣麵包，載著木製櫥窗的摩托車嗎？記得騎著腳踏車賣養樂多的媽媽，招呼著客人的情景嗎？上個時代做生意的重點，講求的是人與人之間的互動與信任，因為消費者的信任，有可能在一個小區內就有穩定的生意可以做，隨著時代的變遷，資訊及網路世界的快速發展，電商跟網路銷售變成許多品牌的主戰場，但是這樣的趨勢，也造成網路行銷大紅海，在網路上放置一個商品，若不投入更多網路行銷預算，你被看到的機會可能很低很低，看到你產品的人可能低過於今天看到你家巷口路標的人。

所以虛實整合（Online to Offline）的行銷策略現在正熱烈的被討論中，各家有各家的做法跟策略，但普遍都擺脫不了線下服務線上行銷的邏輯架構，而紐登斯未來想做的是另一種方向，因為紐登斯目前主要產品多是需冷藏冷凍，所以在沒有大量行銷預算去拉抬品牌價值的狀態下，很難讓消費者去接受中高價位還得負擔冷藏冷凍運費的事實，因此反向思考，希望先透過線下經營溫度行銷，提升消費者對品牌的信任，培養忠實客戶，再藉由線上來進行品牌曝光與消費者教育的方式，來做短中程的行銷策略，這樣的方式看似與目前主流的虛實整合策略不同，但我們可以讓有限的資源盡量效能最大化，是屬於一種更能穩定品牌根基的策略，雖然速度不快，但每一步都是穩定踏實的，我們的目標是讓消費者在線上與線下都能感受到我們的溫度與專業，也期待這樣的策略可以讓紐登斯新的核心價值讓更多人認同，個個成為喜愛我們產品的忠實「紐粉」。

打造高品質食品的藝術家－紐登斯

大家好，我們是全新的紐登斯，對於產品的品質管控，我們就像研究員般堅持給你最高品質的內容；對於產品的開發，我們就像藝術家般在天然與美味之間找出最美麗的黃金平衡。歡迎大家吃吃看我們的產品，這些都是我們團隊深愛的作品，我們對自己的產品感到榮耀，也因此，我們把最好的推薦給您。

南良集團跨足全通路 真愛大健康開台啟航

報導內文摘自旺報 https://www.chinatimes.com/realtimenews/20200922000149-261702?chdtv

南良集團蕭登波總裁自 2010 年開始布局大健康產業，於 2020 年成立真愛大健康跨境電商平台。9 月 20 日在台中舉辦開台儀式，特別邀請前副總統蕭萬長、前監察院長張博雅及前台中市政府新聞處長曹美良及朝陽科技大學校長等貴賓共襄盛舉，見證南良集團新里程碑啟航。

有鑑於現代文明病及疾病發生年齡下降的趨勢，加上長照議題備受重視，南良集團蕭登波總裁強調防病養生從身心保健開始，因而成立「真愛大健康內容網站」。

真愛大健康平台歡慶開台，當日註冊平台會員可獲得 $200 元購物金，南良旗下事業體全力相挺，祭出一周限定優惠活動，商品最低 $92 元起！

真愛大健康：https://www.jamall.tw/
真愛大健康內容網站：https://blog.jamall.tw/

卓越成就肯定南良總裁蕭登波獲朝陽名譽博士

報導內文摘自經濟日報

南良集團總裁蕭登波，20 日獲頒朝陽科技大學名譽管理學博士學位，表彰其 40 餘年來從開創鞋材紡織到建構健康醫療、農業生技及綠能科技產業等尖端領域之卓越成就，包括前副總統蕭萬長、前監察院長張博雅等百餘位嘉賓及朝陽科大全校一級主管均應邀出席觀禮，共同見證光耀的一刻。

朝陽科技大學校長鄭道明（右）頒發名譽博士學位，由南良集團總裁蕭登波接受。 蔣佳璘 攝影

朝陽科大校長鄭道明表示，蕭登波總裁為嘉義農家子弟，22 歲白手起家，從鞋材做到防彈衣，40 餘年來一直秉持愛鄉愛土的情懷，為台灣的產業貢獻心力。而他所創建的南良集團，不但以高科技紡織產品及各類高分子材料聞名，在運動休閒及安全防護用品佔有一席之地，集團旗下事業體跨足六大產業，全球擁有近 70 家實體企業，年營業高達數百億元，近年更積極佈局大健康產業及生物科技產業，致力發展環保性材料，善盡社會責任，備受各界推崇與肯定，樹立了傑出企業家的典範。

與會全體貴賓共同合影。 蔣佳璘 / 攝影

獲頒名譽博士學位之南良集團總裁蕭登波表示，朝陽科大是一所重視社會責任的大學，不但進榜世界大學影響力排名，並且連續 4 年在英國泰晤士高等教育評比榮獲全球最佳大學佳績，辦學績效與國際聲望備受肯定，十分榮幸能獲頒名譽管理學博士學位，希望南良集團未來能與朝陽科大攜手，共同推動綠色無公害事業，促進社會共好。

新聞出處：https://money.udn.com/money/story/5723/4874636?utm_source=moneylinemobile&utm_medium=share

會員 x 行銷 x 商品
打造真愛大健康成功關鍵

撰稿人 / 大健康 康榆苹

真愛大健康
JA health

滿足全世代消費
健康生活從「真愛」開始

健康為一切之本，是一個普世價值，蕭登波總裁秉持著「對生命之尊重，對環境之愛護」的企業理念，創立大健康產業。旗下除了供應鏈及通路事業外，並規劃成立跨境電商平台。真愛大健康服務的對象從銀髮族、雄獅到主人翁，以健康為主軸，嚴選優質營養保健食品、專業照護、身心靈提升及人文藝術等商品，滿足各年齡層一次購足的需求，實現健康生活從「真愛」開始！此外，平台並與實體通路結合，線下通路由專人提供熱情服務，盛情款待每位客人，再利用多方渠道相互引流，線上線下夥伴共同結盟，培養顧客忠誠度並促進消費力！致力成為消費者最信賴且便利的電商平台。

嚴選精粹商品，層層把關
只為盛情款待每位客人

真愛大健康除了提供集團旗下內服保健及外用健康產品外，加以延伸出三大主軸 28 品類招商，滿足全世代的生活需求，建立和其他平台的差異化特色。平台更推出「真愛市集」自營店鋪，由真愛大健康層層把關與選品，提供給消費者最高品質、價格公道的熱銷商品，搭配線上社群與網紅推廣，活絡平台熱度，並藉由網紅影響力強化商品與品牌！此外，也能透過人與人之間的交流，進而產生消費，在體驗的過程中了解並認同這個產品或服務，口耳相傳，讓口碑不斷持續拓展！

真愛大健康

【加入並追蹤】

客服 line@

真愛大健康

健康 x 運動 x 生活

建立有價值的健康內容資訊使消費者產生共鳴與信任

內容網站

傳統定義的健康服務意指「身體診療服務」；而總裁的大健康概念是強調「防範未然」的預防觀念。所謂醫者，分上、中、下醫，我們提倡的是「治未病」的上醫策略，強調防病養生從身心保健開始，如健康促進、樂活養生、藝術生活及身、心、靈修練等課題。為提供給消費者最完善且正確的健康知識，另外成立「真愛大健康內容網站」，以健康、運動、生活三個面向出發，秉持著好讀、好懂、好實用的原則，分享有價值的內容給受眾，未來更藉由專業領域人士的分享，強化品牌價值與專業形象。期望社會大眾生活中所需的健康知識與最新訊息都能在真愛大健康內容中找到，成為我們忠誠的閱讀受眾與長期的會員客戶！

優好健康事業再起

撰稿人 / 優好 王志吉

提供大眾最優質保健產品和最專業諮詢服務

蕭登波總裁創辦之初即揭櫫以「尊重生命」及「愛護環境」為集團之核心理念，深感於環境污染、土壤貧瘠及其衍生之營養失衡、健康失調及生態失序等問題日益嚴重，需從根本加以改善，遂於 2005 年創立優好健康事業 (股) 公司，以「康健世代」自創品牌，致力發展有南良特色之直銷通路體系，提供大眾最優質保健產品和最專業諮詢服務，創造「優好，為您好！」的深層化服務價值。

康健世代 EternalCare

優好健康事業在不同機能性保健食品的推廣不遺餘力，未來亦將導入更多保健食品及健康用品，發揮全方位健康照護之品牌願景，並在「快樂、健康、財富、雙贏」的企業理念營造下，冀期以快樂的心情，為大眾營造健康快樂的生活環境，為整個社會創造出高附加健康價值財富，達到企業與社會一起成長和互惠互利雙贏境界。

優好健康事業股份有限公司本著”尊重生命、愛護環境”的集團使命，以快樂、健康、財富為宗旨，希冀所有企業人員以快樂的心情，致力於將高品質的產品提供給消費大眾，並塑造出健康快樂的生活環境，且藉由企業之銷售體系為整個社會創造出新的財富與價值。藉由人與人之間的信任感為基礎，建立長期緊密的關係，做深層化的服務，使企業與社會共同成長、共存共榮的雙贏目標，讓集團達到「根植台灣、放眼世界、穩定發展、永續經營」的企業願景。

優好健康事業股份有限公司在 2020 年將再次崛起，隨著南良集團於大健康產業的蓬勃發展，建立最現代化、時代最尖端的全通路系統，打破 Online to Offline 固有的疆界，採用虛實合一、線上多元的經營方式，全通路系統兵分三路，分左、中、右三大系統整合，分別是左 - 電商平台、中 - 組織行銷、右 - 體驗會館，使之成為通路中的通路，優好健康事業股份有限公司新創設金山蜂王，使用蜜蜂式行銷 (分銷)，營造出螞蟻雄兵之宏圖大略，讓大眾創業、萬眾創新、消費創潤 (分潤) 深植人心。

優好團隊具備國際化思考及格局，秉持全員一心、共創共享的基本觀念，使之成為有作戰力的高優質團隊，以創新力 (Innovation)、突破力 (Breakthrough) 與領導力 (Leadership) 為原則自我要求與提升，擁有針對問題解決問題之能力，對於責任工作之合理化與追根究柢的精神，持續追求團隊與個人之成長，以達到資源整合與經營效益達最大化的最終目標。

蕭登波總裁主持
優好再起會議

特活綠小舖打造食健康 保留食材最高營養價值

撰稿人 / 特活綠 陳駿億

嚴格篩選有機、無農藥殘留、履歷可追溯

「特活綠小舖」起源地在台南太康有機生態農場，為台灣第一座有機農業專區，總面積約 45 頃，是一處結合生態旅遊與休閒農業的農場，我們從友善農耕出發，與在地農民契作，本著蕭登波總裁「對生命之尊重·對環境之愛護」的理念，打造一個從農場到餐桌 (Farm-to-Table) 的食品通路，特活綠小舖透過嚴格篩選有機、無農藥殘留、履歷可追溯特性之原料，提供高品質且安全的食品給消費者，傳遞愛健康、愛自己、愛地球的大健康理念。

我們專研的商品要求單純，簡單不過度加工，讓消費者可以吃的到健康，也保留食材本身最高營養價值。

特活綠小舖在在台南已有四家直營店面，以及成大合作社、北海道超市、江南渡假村、南元農場為販售渠道。2020 年底預計將特活綠小舖與國內數間五星級飯店合作上架結合曝光。

近期特活綠小舖也陸續推出代表性商品，搭配時事話題具有故事性及延展性商品。例如薑黃系列商品 (黃金活力薑黃飲、乾拌麵 - 薑黃口味)、紀博飄香養生蛋、Vitamin c(西印度櫻桃與蔓越莓為主的黃金組合)、木鱉果精華飲...等。

其中目前熱銷商品紀博飄香養生蛋更以創新技術製成，將養生蛋做成常溫及禮盒樣式，在各大節日都是被消費者指定必購買伴手禮。讓小編來介紹一下養生蛋感動的故事吧 ~

紀博飄香養生蛋源起：

飄香養生蛋來自於屏東紀展南醫師，應用祖傳秘方經過多年改良結合近 20 種以上中藥配方與獨門複方慢火熬煮 4 小時並浸泡 72 小時製成。紀博飄香養生蛋已相傳超過 30 年光影，紀醫師在屏東懸壺濟世數十載，閒暇之餘以養生蛋默默行善多年，推廣藥膳食補的大健康觀念。紀醫師夫人與南良集團蕭總裁為同鄉，在偶然中得知紀醫師一直以來的期望，指派同仁拜師學藝，把紀家祖傳的飄香養生蛋量產化推廣，讓更多人能獲得健康生活。

每天早餐推薦特活綠小舖的乾拌麵 (薑黃口味) 搭配一顆養生蛋及木鱉果精華飲，把一天的健康活力先準備好再出門吧。

健康的您不與生活爭輝只為健康生活喝采，特活綠小舖是您的家人健康唯一的選擇。更多商品及優惠邀請南良諸多前輩們多多關注特活綠小舖粉絲 ~

FB 專區：https://www.facebook.com/teholy316/

邀請前輩們一起來加入 VIP 會員專屬 LINE@ >>>

世錦文化藝術中心推廣
瓷繪昇華「好茶住好倉」

撰稿人 / 世錦文化 童怡樺

讓「美」融入生活延伸「茶」文化與生活四藝

世錦文化藝術中心是蕭登波總裁秉持「對生命之尊重、對環境之愛護」的核心價值下誕生；在真愛大健康體系中，除了弱勢族群的作品外，也展現徐瑞芬老師與其他藝術大師的藝文作品。藉由讓「美」融入生活而延伸世錦「茶」文化與生活四藝，讓藝術、文化、生命中美好的事物，平實的展現在每個人的生活中，實現生活美學的最高境界。

因緣際會下，徐老師帶著友人贈與的佳葉龍茶 (GABA TEA) 走訪深山拜會該茶品茶農，帶著巧工精美的茶倉與他們揮汗碾製的茶葉做交流，從存放於茶倉中入鼻的茶葉香氣，讓製茶茶農驚艷其獨到的微酸果香、及濃郁茶香味，不同於未經茶倉存放的茶葉，香氣芬馥更上等級，令人沉醉不已。

茶葉能透過「茶倉」的存放，能完整保存其香氣風味，將茶葉置於茶倉中，透過與空氣中精華物質寂靜的對話，在時間流動中緩緩歷練而轉化為沉韻，讓茶香更升級。存放愈久的茶葉愈能增值，於好的茶倉中存放的茶葉，聚財與生財一氣呵成。

融合西方繽紛炫目瓷繪工法 呈現東方文人的雅逸

每款茶品都是茶農心血所製，在不同年份、不同濕度、溫度中，即便同一株茶樹、同一片山地、同樣的焙茶方式，都無法製成相同的滋味，故顯其珍貴。而茶葉為乾燥保存的代表之物，容易受潮而變質，本身對水分異味具強大的吸附力，清香與獨特香氣容易於空氣中變質或揮發，因此若保存不當，便可惜了好茶。

世錦推出的經典瓷器茶倉，是經徐老師巧手，融合了西方繽紛與炫目的瓷繪工法，在東方文人雅逸的茶器上呈現，別開生面各自精采的藝術作品，亦具功用特質：瓷器釉彩隔絕了空氣，造就集香空間，讓存放的茶不受環境影響，能在空間中獨自對話轉換香氣。茶葉本身的香氣濃郁芬芳，與流光溢彩的精緻茶倉，相互輝映。

「好茶住好倉」不僅是標語，即是盼望讓香氣撿回遺落的時光，落實起來更驚覺其價值。透過封茶典藏茶香，「時間」帶來更甘甜香醇的茶湯，也隨著茶香湧上回憶，所有歷歷在目與茶倉的賞心悅目，和著陳年清香發散，悠遠且經典。贈與友人或珍藏傳承都具深意，於傳承意義上更是不同凡響，是留存給晚輩最佳的禮物，是時間的精粹、是工法的傳承、是香氣的流傳...。

撰稿人 / 編輯部 劉振銘

2020 年度集團最高經決會與最高人評會綜合報導

2020 年度集團最高經營決策委員會 合影留念

2020 年度集團最高經營決策委員會與最高人事評議委員會，在 8 月 20 日於集團教育訓練中心舉辦，透過集團高層幹部參與集團未來方向之決策討論，共議及聚焦發展戰略，深入凝聚各事業體之共識與組織理念的貫徹。

本年度經決會主軸，蕭登波總裁以「創新突破、價值創造、共創共享」為題切入，聚焦集團發展應強調「創新突破、再造生機」，積極打造具備 IBL 進取意志的幹部群，以不畏困難之精神堅定執行總裁提出的三支箭 (OLC/SMP/NDI) 突破策略，方能使集團得以永續發展，會議中也討論集團應依產業別及發展需要進行縱向與橫向之資源整合，綜觀現階段國際大勢，全球市場趨勢產生劇烈變化，面對中美貿易戰，市場佈局應有前瞻思維，審慎評估兩大核心區域 : 1. 以中國為核心的亞洲區域布局 ; 2. 以美國為核心的西方區域布局，集團未來市場佈局應更有國際觀，方能規避風險。

因應疫情致使數位化浪潮蓬勃發展，本次最高經決會也決議加速投入數位轉型的腳步，集中企業資源逐步推動數位化轉型，期望集團能在下一波浪潮中站穩腳步。

本屆最高經決會召開後，並旋即召開最高人事評議委員會，確認集團最高層級之人事晉升評和，本次各企業提報位參加共計 7 人，根據會議評議結果，分別為晉升副總經理 1 人；晉升執行協理 1 人；晉升協理 4 人；晉升經理 1 人； 通過二〇二〇年最高人事評議委員會經理級 (含) 以上各位階晉升暨資格評定名單如下所示：

A. 晉升二職等真除通過：中良事業體 - 葉建華副總經理
B. 職位晉升　　：總管理處 - 白景仁執行協理
C. 晉升三職等真除通過：總管理處 - 林華澤協理、總管理處 - 蔡郁仁協理、
友良事業體 - 鄭富良協理、 南良國際 - 蕭宇喬運營協理
D. 晉升四職等真除通過：友良事業體 - 謝永源經理

因應疫情，最高人評會首次採用視訊模式舉行

面對數位時代，你準備好了嗎？

撰稿人 / 總管理處 華東辦公室

面對未來的市場競爭，數位轉型是必然要面對的課題。努力學習並應用使企業轉型升級，是我們唯一的選擇。本期從總裁指示整理的大陸區數位轉型應用的報告做為本系列報導分享的開端，希望透過南良通訊的報導，一同來學習數位轉型的新概念。

數字經濟包括製造端引起工業 4.0 的智能製造，也包括顛覆消費市場的新零售，在台灣稱為「數位化」，大陸則稱為「數字化」。中國國家信息中心信息和產業發展部 2020 年 06 月《中國產業數字化報告 2020》，首次專業闡釋「產業數字化」。產業數字化是指—「在新一代數字科技支撐和引領下，以數據為關鍵要素，以價值釋放為核心，以數據賦能為主線，對產業鏈上下游的全要素進行數字化升級、轉型和再造的過程。」

5G 是萬物互聯時代的新基建。5G 屬於通信技術範疇，不能單獨發揮作用，需與其他基建層技術和通用技術結合，作用於不同的產業。當 5G 與雲計算、大數據、人工智能結合，就構成了萬物互聯時代的新型基建設施體系。各產業的數位轉型升級都必須根植於 5G+AICDEB 的基建，才能真正的賦能轉型。那到底甚麼是 AICDEB 呢？

A	→	人工智能 (A.I.)
I	→	物聯網 (I.o.T.)
C	→	雲計算 (Cloud Computing)
D	→	大數據 (Big Data)
E	→	邊緣計算 (Edge Computing)
B	→	區塊鏈 (Blockchain)

在大陸，銷售面的數據化已經被電商收集起來，但供給面的數據化則剛剛開始。未來數位經濟與各產業的轉型趨勢只有一個：萬物互聯。這是未來十年的趨勢，所以消費互聯網的大老們 (例如：淘寶的阿里集團、微信的騰訊集團等) 都開始將眼光轉向產業互聯網。

智能製造、遠程操控和智慧紡織園區是當前 5G+ 紡織工業的三個最主要應用領域。對於紡織行業来說，通過 5G 網絡建立平台，物聯網進行感知計算，雲計算來做服務，大數據做分析，人工智能給出智慧，邊緣計算加强體驗，區塊鏈建產業鏈，互聯網思維，才能推進行業服務創新發展。(5G+AICDEB 概念)

數位科技目前在紡織產業中的轉型升級已有不少的實際應用，可以分為五大類來歸結：

一、計算機視覺在紡織行業中的應用：例如紡織產品檢索平台。

二、機器視覺在紡織行業中應用：例如智能驗布機。

三、自然語言理解在紡織行業中應用：例如語音功能的紡織電子商務系統。

四、機器學習在紡織行業中應用：例如面料研發 / 設計打樣流程的線上化、織物風格評價系統、人工神經網絡在智能穿戴中的應用、服裝流行趨勢預測系統、3D 穿衣效果模擬、服裝智能搭配系統等等。

五、機器人在紡織行業中應用：例如智能倉儲、自動上紗等。

智能製造本身是一種管理的思維，管理的提升或是資源配置效率的提升，透過數據的貫通來實現價值的創造，智能製造有三個層面的內涵：

一、新一代信息技術與製造業的深度融合。

二、企業管理與商業模式是一種創新。

三、面向產品的設計、研發、製造及遠程維運管理的面向產品的全生命周期的一種商業生態與模式。

智能製造最终必須達到：自感知、自決策、自執行、自分析、自適應。

產業快訊

南良集團「成衣事業」垂直整合化邁進

撰稿人 / 總管理處 黃惠津

南良集團在第一產業 (運動休閒衣著與用品產業) 的發展上，自成立以來，就致力在成衣材料與成品加工業不斷地投資耕耘，也陸續取得國際運動品牌客戶的工廠認證資格，在台灣地區有中良的針織類成衣材料、友良的梭織類材料；在大陸地區也有福清洪良在地化的針織生產設備、上海匯良 (含友良) 的針織貼合材料；緊接著，集團也進一步布局東南亞，越南中良在越南平陽地區成立為國外運動品牌客戶服務的染整廠區，而天寶成衣緊鄰越南中良隔壁，為一個中型規模的具針織梭織能力的成衣生產區。南良集團的成衣事業具備了紡織染整、印刷、貼合、成衣加工的全方位面向，展現了一應俱全的實力。

整合的迫切性與共識達成

近幾年，由於品牌客戶的供應鏈策略改變，國際品牌更注重獨特的研發技術能力，成衣產業也朝向一貫化垂直整合的趨勢發展，加上美中貿易衝突的影響下，全球供應鏈走向碎鏈的模式與區域性貿易聯盟如 RCEP，集團的成衣事業也面臨新的挑戰與轉變，因此今年初時，總裁與幾位事業體的經營主管進行了一場對於南良集團成衣事業的政策方向探討，所有的主管都一致認同，唯有以統一的集團形象，垂直化地整合從成衣材料到成品的模式，才能為成衣事業找到突破的競爭力。

然而，整合永遠都不是一件易事，集團在過去也進行大大小小不等的整合，各事業體存在已久的利潤中心制問題、品牌客戶關係的各自維持、成本計價模式難以透明，都是阻礙整合成功的因素，這次成衣事業啟動垂直整合已經到了刻不容緩的時刻，唯有萬眾一心，拿出壯士斷腕的決心，貫徹設定達成的整合目標，才能帶領集團開創成衣事業新的格局。

◄ 越南中良視訊畫面含越南天寶成衣業務同仁 8 月 6 日於中良中清廠的整合會議 ▼

整合小組形成 | 持續不斷地完善對品牌的策略

於是，今年六月份進行了首次的整合模式會議後，集團的成衣整合小組也緊接著成立，包含中良事業體成衣事業群 (台灣中良 & 越南中良)、天寶事業體 (越南天寶 & 揚州寶進)、福清洪良、友良事業體 (福清同良 & 上海匯良)…. 等，針對不同生產區開始進行供應鏈的垂整會議。

越南生產基地是這次垂整當中的首要進行的重要成衣供應鏈之一，在 7 月 8 號於中良中清廠舉行的的第一次中良成衣事業群與天寶成衣的整合交流會議，中良蕭執總、林總以及天寶許副總帶領業務與行銷主管共同討論以天寶為成衣生產基地，配合越南中良的材料與台灣中良的研發，並對現有三方的品牌客戶進行盤點，歸納出 5 個品牌客人來組成品牌團隊，各個品牌團隊先以 SWOT 跟七面向自評來進行討論與擬定策略，在經過近一個月的私下互動討論後，所有的業務於 8 月 6 號進行第二次的交流，除了以協同作戰的方式進行對品牌客戶的垂整化策略，主管們也請業務同仁們提出三個在權限範圍內無法執行的問題，以便讓上級主管協助解決，若是在各自的能力範圍，全組認同需要去做的加強、連結、串聯等整合工作那就自主去進行，不用再次徵求上級主管的同意，每次會議花費不少時間在交流交換意見，也藉由中良的創研中心來讓天寶更加了解中良的研發能量，經由這些互動讓整合團隊能夠更加緊密地合作，讓集團的成衣資源發揮極大化，樹立品牌客戶對南良成衣供應鏈的新價值！

產業快訊

台灣輔具暨長期照護大展

撰稿人 / 南良製成品事業本部 陳彥銘

隨著人口老化及照顧服務需求多元化，提供從支持家庭、居家、社區等之多元連續的綜合服務，建立長照服務體系，目標希望向前端銜接預防保健、活力老化、減緩失能，促進長者健康福祉，提升老人生活品質。

南良實業 H&H 以大健康為主軸切和政府長照 2.0 之規劃，致力發展樂活健康品項與服務的發展，以預防勝於治療觀念，落實健康老化，減少失能。本年度更獲得國家健康福祉創新服務計畫補助，加強與政策方向之連結。藉由此次參展推廣並增加與相關產業之合作。

長照 & 輔具產品趨勢

輔／護具：

現在市場上的護具分有不同的屬性 (醫療型、運動型)，其中又有針對特殊問題所開發的護具 (骨折、高強力工作用護腰等款式)。與相關廠商討論列出一些問題與原因：

1. 市場上需求度最高的部位 (全球)：前三名分別是護膝、護踝、護腰。
2. 消費者購買護具會在意的點：外觀、品牌、價錢、功能。
3. 消費者期望護具給予的功能：舒適、無感、有功能 (需求很衝突)。
4. 各廠商期望解決的痛點：產品的舒適度、產品的美感。

本次參展廠商多半還是把重心用在開發專業型的護具 (正全義肢、德林義肢)，而在智能護具發展上，有幾家是用在復健較多 (ex：緯創、福樂多)。

「南良本身是紡織、發泡材料的專家，這兩個材料都是護具最基礎的材料，可藉由發展一系列的護具展現在健康、護具產品的專業度，同步也可展現不同材料的應用概念。」

檢測設備：

展會上的檢測系統最基礎已經需要與資訊系統整合，在行動裝置 APP 上顯示。並藉由後台數據蒐集資料、分析後提供給使用者建議，甚至進一步可將整套完整的系統布建在場域中，提供場域 total solution。整合目前趨勢有：

1. 量測設備須結合聯網技術 (APP、後台系統)。
2. 結合專業數據分析給予使用者建議。
3. 有關連性的設備產品串聯。
4. 全套的場域系統建置與服務提供。

理療設備：

理療產品在本次展會上有分為很多不同的類型，例如復健設備、遠紅外線燈、熱敷產品、床等類型。由於是輔具展，在復健設備展出較多。就這次參展的觀察，熱敷產品、遠紅外線燈產品不外乎就是外型上的改變、功率的增減調整，實際上沒有太大的進化。而在復健設備已有廠商將整套的理療復健設備結合資訊系統 (運動處方)。

例如福樂多有提到現在是數據化的時代，復健運動若有一個數值可以參考將會提升復健效果或運動精準度。另外點睛科技在理療上有不同的創新，將傳統打地鼠的遊戲重新設計成為幫助長者訓練認知的產品。舊瓶新裝的方式也是一種很好的開發方向。

邁向大健康未來發展：

在大健康產品從短期到長期規劃可有：

1. 參考現有的廠商產品或商業模式，可從學習改良開始。
2. 市場導向為主之開發，同時須注重產品設計時服務的延伸。
3. 舊瓶可新裝，廣徵不同層面的創意發想，讓產品有差異化。
4. 法規專利之佈局與了解，規劃檢測，保護自己的產品也建立客戶的信心。
5. 鎖定主軸，加深產品專業、增廣同類型的產品線。可提升產品信任度。
6. 著重資訊化的基礎建設，Big Data 和 IOT 的基礎做妥善規劃與投入。
7. 可評估針對不同場域、對象設計產品、系統、服務的 Total solution。

產業快訊　**高階主管專題演講**

後疫情時期經濟發展與中美貿易戰進展

撰稿人 / 總管理處　黃惠津

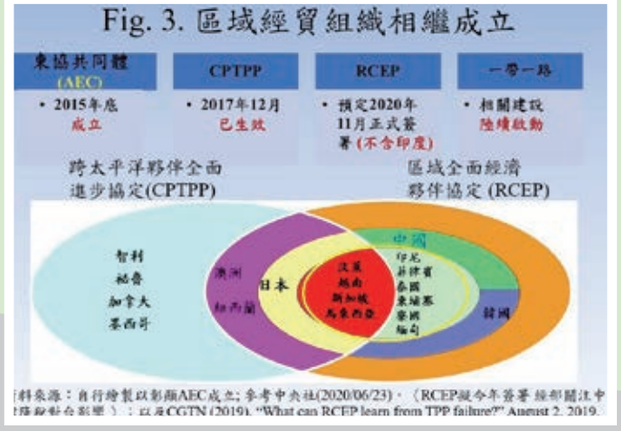
在台灣疫情稍加舒緩的七月天，南良集團總管理處依照總裁的指示，加上南良實業王凌霜協理的幫忙，邀請到國立成功大學經濟系的謝文真教授蒞臨仁愛廠，舉行一場根據全球局勢發展的演講，與各企業之高階主管探討後疫情時期的經濟發展與中美貿易戰進展，參與主管從南良、中良、友良、匯良、福清洪良、天疆、到總處張副執行長、白財務長以及總裁共 15 人，謝教授從全球國際貿易現況到台灣經貿發展的剖析，到新冠肺炎疫情及美中貿易衝突對台的影響，最後給出台灣企業生態與建議方向，經過兩個小時專注而熱烈的交流，大家對謝教授理論結合實務的分析也得到相當收穫，最後眾主管和總裁一起在五樓的餐廳與謝教授餐敘為此場演講寫下完美的篇章。

疫情下的經濟觀點和中美貿易戰產生的衝擊與因應

謝教授針對全球國際貿易的現況，引據了麥肯錫研究指出，全球化的五大結構性轉移，分別是商品交易強度下降、常態未衡量的服務性交易日漸成長、較少的勞工成本仲裁、更多知識強度導向以及更多區域性的貿易聯盟，這些全球經貿趨勢也直接或間接地影響台灣這幾年的進出口發展，在全球疫情尚未降溫的情勢下，各家國際機構均下修 2020 年 GDP 成長率，IMF 在 4 月預估全球成長率將下跌到 4.9%，專家學者也對 COVID-19 疫情的演變提出了樂觀、中庸、悲觀三種看法，樂觀的局面是緩慢的復甦，經濟影響緊縮到 2021Q1，中庸的局面是全球的趨緩到 2021Q4，悲觀的局面則是衰退到 2022Q3，對照目前全球的疫情尚未停歇，甚至有第二波捲土重來的態勢，經濟復甦的速度顯得步履蹣跚。

▲ 成大謝文真教授與南良集團高階主管 合影留念

另一方面美中局勢的發展，從 2018 年的關稅互加延伸到近年的貿易衝突、貿易壁壘，也因為年初的疫情影響，讓美中自顧不暇，各國政府也紛紛把重心放在其國內的經濟的紓困與振興方案上，儘管如此，美中的貿易戰也延伸到外交上面的抵制，台灣在面臨此多重變化的局勢下，謝教授建議企業布局有下面三點：



區域經貿組織 ▲

1. 重構供應鏈：企業以最適庫存取代零庫存，製造業以短鏈型態分散風險多國布局，而服務業則加速轉型為虛擬型態。
2. 遠距服貿：與客人利用線上通訊工具進行遠端的產品服務、開會.... 等。
3. 優秀人才互補。

主管提問帶出企業發展的思考方向

各企業主管也提出幾個問題向謝教授請教，天疆蕭堉志專員提出日前在美國所發生佛洛伊德事件，黑人種族遭受歧視對待，衍伸出一連串的全球性 Black Lives Matter(黑人的命也是命) 抗爭運動，此事件是否對美國的經濟造成影響？

------(續下一頁)-----

產業快訊　撰稿人 / 總管理處　黃惠津

後疫情時期經濟發展與中美貿易戰進展

謝教授回覆，此種族事件的確對美國社會造成頗大的影響，也迫使美國的各企業、各品牌在產品或廣告上更加注重避免有任何歧視的字眼或影射，對於其他層面或對經濟的全面影響，這是另外一個議題可以做深入研究。

南良實業的王凌霜協理提出台灣對主要國家地區之出口狀況，關於東協市場所占比例的變化，詢問教授對於東協市場的布局，謝教授表示，東協在近兩年佔台灣出口比重都維持約 16~17% 的增減，僅次於中國與香港的 40~41%，由此也可看出台商以台灣為基地接單，跨海外生產的模式漸漸的從大陸轉往東南亞，雖然因中美貿易衝突導致台商回流的轉單效應而有受惠，但在 RCEP 即將完成簽署 (2020 年 11 月)，ECFA 即將倒數階段，各區域貿易形式逐漸形成，雖印度退入 RCEP，但 RCEP15 的 GDP 仍達約 24.4 兆美元的規模，涵蓋全球約 3 成的人口及 28% 左右的全球貿易總額，其經濟體不容小覷，也將為大陸彌補美中貿易衝突所造成的損失，全球供應鏈裂解朝向斷鏈、分鏈、雙元供應鏈的模式，南良集團在東南亞、南亞的布局更需謹慎布局以分散風險。

中良工業的林殿庸總經理也針對全球供應鏈的變化向謝教授提問企業該如何因應，謝教授認為，儘管現今外在的全球局勢不斷在變，企業的競爭力還是源自於產品與研發能力，不管是製造業或是服務業，創新的研發仍是企業的核心競爭力，也是企業永續發展的動力。

南良實業成品事業本部的王詩婷執行協理提出最後一個問題請教謝教授，王執協請教授對於南良集團的大健康產業提出她的建議，教授的意見認為，目前台灣人口中，65 歲以上老年人口中失智約占 3%，80 歲以上則高達 30%，因此高齡照護是未來趨勢，大健康產業可以側重在高齡照護這一個區塊上，並要有好的、符合高齡使用者的產品設計為一個重點，這是教授對健康產業的看法。

在講座的最後，總裁也做了一番結語，勉勵各企業之高階主管在經營企業之餘，也需與學術界的專家學者接觸，以不同的學術觀點、角度來分析與產業、企業有關的經貿局勢，相信對帶領企業經營能夠更加面面俱到。

資料來源：成大經濟系謝文真教授之講義、台灣經濟研究院 - RCEP 簽署對我國可能影響與因應。
https://www.tier.org.tw/comment/pec1010.aspx?GUID=66accfc3-71dc-48e4-a601-4829f47e9847

產業快訊

友良設置開心農場讓外籍員工體驗種植樂趣

撰稿人 / 友良事業體 李元瀚

緣起

友良對員工關心及照顧，從不留餘力。員工的身心健康向來是友良關注的焦點，不論國籍的員工與公司間維繫良好的合作關係，都聚焦在公司如何讓員工安心且全心的投入在工作中。友良除了讓員工瞭解公司的發展方向，也使其體會到友良的企業社會責任，而員工與友良向來是生命共同體，如何照顧員工，讓員工感受到公司福利，朝向全員實現企業社會責任，並在公司的各種活動設計與工作細節中融入此概念。讓員工深刻的瞭解公司的責任理念，而妥善照顧員工，關注員工的身心健康與工作樂活，就是友良企業社會責任主軸之一。

員工活動主軸之一，開心農場

在友良外籍員工活動主軸中，結合了外國籍員工在地的生活技能，及農作興趣，開發了一系列樂活活動，促進企業與員工之間的正向回饋，友善利用工廠額外的空間 (原為屯放雜物用地)，規劃一小塊栽培區塊讓員工透過栽種實作，可以貼近台灣這塊土地，並且瞭解水土保護以及有機栽種等。採收作物將補足其在工作與生活期待上的小確幸，充實在友良工作後的生活娛樂。

產業快訊

童年農業科技與南良集團展開合作

撰稿人 / 真善美　李佳芸

▲ 發表會嘉賓合照　呂妍庭攝

2020 年 7 月 22 日上午在嘉義 F 飯店，童年農業科技 (股) 公司與合作廠商舉行聯合發表會，由董事長陳明賢主持，南良集團總裁蕭登波、聚和國際 (股) 公司董事長郭聰田、保進文教機構董事長江宗穎、利生旺農科技 (股) 公司董事長黃培鈺、童年農業科技 (股) 公司顧問李健全及國際知名畫家陳明順...等來賓應邀參加。

童年董事長陳明賢兩年前因緣際會嘗試種植印加果，發現印加果對人體有益，便組成團隊投入生產加工，已開發出多種產品。目前結合番路、中埔、竹崎、梅山以及霧峰等農會投入有機印加果契作種植，預計面積 40 公頃，吸引青農、中農回鄉，並配合農委會推動降低農藥使用量以及檳榔廢園有機轉作，提供國人健康、綠色、有機的產品，與南良集團「對生命之尊重，對環境之愛護」之精神互相呼應。

◀ 新鮮印加果實與乾燥後印加果實

印加果原產於秘魯，由於外形像星星，又稱為星星果 (因印加文明稱為印加果，大陸稱為美藤果)，據稱祕魯原住民食用印加果歷史已有三千年，印加果被廣泛應用於生活與飲食，當地稱為「長壽果王」。印加果含有極其豐富的不飽和脂肪酸 (Omega-3、6、9) 以及維生素 E、A 和蛋白質，且三種不飽和脂肪酸含量高達 92% 以上，印加果油更三度在巴黎世界食用油博覽會榮獲金質獎，被譽為「植物腦黃金」。

▲ 發表會蕭登波總裁致詞 / 李佳芸攝

▲ 良農現代化公司向來賓介紹有機肥料

童年農業與南良集團旗下的大健康產業公司展開密切合作，種植印加果使用的有機肥料將由良農現代化農業科技 (股) 公司供應，並另與真善美綠色健康生態農場 (股) 公司簽署合作備忘錄，合作「富硒」印加果、印加果油收購...等相關項目，嘉良生物科技 (股) 公司也將積極開發印加果的相關健康食品。

產業快訊

洪良大金湖團建活動

精緻價值，打造洪良文化
健康活力，造就幸福人生

撰稿人 / 總經理室 - 陳柏森副理

今年開春以來的生活，沒訂單放假在家，叫做「鬱悶」；小孩沒去學校在家搗亂，真是「燥悶」；在家只剩追劇打遊戲，又被老公 / 老婆唸，實在「苦悶」；總結來看就是「悶到快自閉，朋友剩手機」。

還好還好，大家的心聲，波哥聽到了，立馬請明哥跟燦哥開了一劑處方：泰寧大金湖二日團建活動。除了可以離家放風，還能灑錢採買，保證藥到「悶」除，還可作為茶餘飯後，鄰居東家長西家短的談資。

團建活動除了休閒外，也更需要營造團隊文化，建立洪良價值，所以明哥指示除了曾參與共識營的中堅主管外，基層幹部也都要了解洪良願景，精緻價值；對產品生產、對客戶服務、對帶領員工都要精緻化，做到更好。

燦哥也在這基礎上，提出疫情期間，體認到健康才是最重要的資產。身體健康，個人才會心情愉悅、充滿活力，才能照顧家庭、陪伴家人，也才有辦法投入工作、發揮價值。

所以本次團建活動，打破以往都是由單一部門主辦的習慣，改為專案小組的模式來舉行，包括業務一姐屏姐跟生產部羅哥，還有各小組組長都參與行程討論，在集思廣益下，團建活動主旨定為精緻價值，打造洪良文化；健康活力，造就幸福人生。也打破部門隔閡，所有人員分散編組，從大巴到用餐座位，從遊戲到夜遊分組，全部都是以組別為單位，希望讓僅在工作中有接觸的各部門同仁，在這次團建裡，能夠加深了解，在日後的工作，也能打破部門觀念，彼此合作。

因此從活動前一週，各小組就先建立微信群組，組長先通知團建的行程與各項活動，開始討論車程中的零食採買，團隊活動的練習，連打水仗的武器都先準備好，讓所有團建的隊員，不是只是在活動當天才出一個人，而是在出發前就開始參與，了解活動，才會有所期待。

而小組與小組間，每項活動都是團隊競賽，從零食大比拼，微信朋友圈集贊，各項團建活動的勝負，都是爭取團隊紅包的機會，拿到紅包，才有晚上夜遊的小組基金，最後累積最高獎金的小組，總共拿到 RMB1600 元獎金，夜遊的奶茶跟燒烤，都有實力拍桌，直接叫老闆把最貴的拿出來……而最熱鬧的活動，還是要算漂流的打水仗，從一開始各組就磨「槍」霍霍，短距水瓢跟長程水槍都準備好了，抱著沒有濕身就等於沒來漂流的心態，從上船就開始喊陣，第一艘船甚至在出峽谷後，馬上停船，跟每艘船打水仗打到變成自己在最後一艘，真不知道到底給了梢公多少小費，連停船上岸還是不消停，難怪大家都戲稱這組是玩的最划算的一組。

在這後防疫時代，整個地球大概只剩下大陸與台灣算是僅存的淨土，但其他世界不斷創新高的感染人數，我們也必須體認，除非有疫苗問世，否則人類就只能學會與習慣跟病毒並存，做好防護，調整心情，抱著警戒而不緊張的心態，把握與過好每一天的生活，我想這就是洪良本次團建最想表達給各位同仁的目的。

有限制，才會激發你的創造力

受訪者：嘉良特化 營業本部協理室 賴依辰處長
訪談撰稿者：南良通訊編輯部 / 劉振銘、林郁綺

嘉良特化股份有限公司創立於 1999 年 8 月，專司於研發符合環保理念之功能性特用化學產品。隨著近年來消費者環保意識抬頭，嘉良特化亦積極轉型與佈局，秉持著「讓客戶滿意是我們的義務」之理念，不斷地嘗試研發高經濟和特殊機能產品，以迎合市場及客戶的需求，並與國際知名之特用化學產品公司結合，陸續引進符合環保理念之產品，致力提升技術服務、提高產品品質與新產品的開發。本期專訪嘉良特化營業本部協理室賴依辰處長，服務年資近十年，自校園畢業後，旋即進入嘉良特化公司服務，在林鴻鵬協理帶領下，與公司團隊共同致力於供應鏈系統建置與強化，積極提升產品附加價值與整體競爭力，賴處長在協理室扮演稱職角色，份內工作不遺餘力，使公司能在市場營業面持續保持競爭優勢。

您擔任特化營業本部協理室處長一職，可否闡述您的工作內容，以及這幾年營業部門主要推動項目及具體成果

於營業本部協理室主要負責工作有三項，第一：為負責與國外代理品牌建立完善供應鏈，並將市場面訊息分享予國內業務；第二：負責國外品牌之陌生開發，向國外品牌介紹我司產品；第三：與營業單位配合，協助關係企業彼此間的資訊串聯，並提供後勤諮詢服務。

隨著市場主流趨向天然及環保意識，各大知名品牌均提出使用純天然環保的功能性處理劑，近幾年，嘉良特化積極在市場上與世界領導品牌策略結盟或取得代理權，也致力於天然材料的抗菌科技，例如於 2020 年初與韓國 G.CLO 結為合作夥伴，該公司在 2017 年與 Courtaulds(VISCOSE 發明者) 結為合作夥伴，強化嘉良特化公司旗下產品深度，可應用於生活上多種產品，如防護設備、醫療設備、內衣褲、家紡產品、鞋材等，未來公司也將因應天然趨勢，將朝環保型紗線積極轉型。

可否簡述您的處事或領導風格，在您的工作團隊有無遇到難忘的經歷或挫折，以及面對問題如何解決問題以達成公司設定目標？

在早期，嘉良特化在抗菌市場導入並不順遂，但是全體團隊將士用命，市場策略強調靈活彈性，使公司能在短期間提出因應策略，並成為功能性特用化學產品供應商一員。

在市場經營上，最容易遇到陌生開發但回覆性不高的問題，或者是品牌經營花了很多時間，但未能達到實質的效益，面對此挫折，我都勉勵自己或團隊，切要從中記取教訓並累積每次經驗，努力在技術上或服務達到客人的要求。在團隊帶領上，我不會給予太多侷限，只要確保目標正確，過程中會讓團隊去多方嘗試與自由發揮，使團隊成員能從中得到歷練，並激發創意，團隊才能不斷在困難與挑戰中成長茁壯。

一直以來，嘉良特化成績有目共睹，在本次疫情造成全球市場急凍的影響下，有何因應及調整策略，對於後疫情時代的市場行銷策略有何營運方向之建議？

本次疫情造成部分品牌客戶訂單轉移或中斷，但我們深知不能以此為藉口，後疫情時代，我們將強化中國市場經營，持續於床飾、寢具或家飾等主力客戶；在台灣方面將聚焦於高端材料，鞏固原有訂單跟客戶，致力提升抗菌標準配備，把握機會進入品牌客戶供應鏈，或積極投入新的產品或技術開發，例如公司在微膠囊溫控這塊技術很純熟，現階段市場還沒有我們這樣豐富的加工經驗，我們可在這領域提供配方或指導，深化在市場上之整體競爭力。

上述題目外，是否有想跟讀者分享的事情，例如興趣、收藏亦或有其他專業技能可以闡述。

曾經聽過一句話「有限制，才會激發你的創造力」，傳統產業因規模及資源有其限制，我鼓勵同仁或是團隊要有幽默感及想像力，不要因侷限而扼殺自己的想法，反而更應該從有限的資源中發揮無窮的創意。今天我也用這句話來鼓勵自己與公司新進的同仁，在有限制的空間與環境中，我們必須努力創造自己，以創意及靈活度來開創新局。

近年來，我新著迷的興趣是爬山，這是很好入門的運動，能短暫忘卻工作的煩惱，亦能鍛鍊心肺功能，強化自身體力，過程中需要透過毅力與耐力來走完全程。爬山就跟市場經營一樣，須設定目標來逐步踏實，透過一步一腳印，及意志力的體現，終將登頂完成目標。

返越南包機艱辛路程

撰稿人 / 越南中良李佳玫

3 月 17 日 2:45pm 我飛抵台中機場準備迎接一週的休假，於 3pm 整踏出機場大門搭上計程車，此時手機訊息聲響了，原來是衛福部群組通知記者會直播中並宣佈全球皆列為第三級，自 4pm 以後搭上飛機的都必須居家檢疫 14 天，我興奮的想著自己太好運了吧！殊不知將是煎熬的開始…隨著新冠病毒全球疫情惡化，越南政府每天都有發布新國境管制政策，在猶豫不決是否要立即衝回越南時，3 月 22 越南正式宣佈封鎖國境，完了！我的工作我的生活都在越南啊！即使如此，我還是每天都非常樂觀的認為肯定很快就會開放了，因此我的行李箱在 3 月 18 即收拾好沒再動過，打算隨時要第一時間衝回越南，直到它在角落已生了一層灰…

在台中辦公室上班的每一天，我始終積極的尋找返越的方式，不放棄各種資訊。或許是聽到大家的心聲，5/12 駐胡志明辦事處公告包機資訊，無疑是給了廣大受困台灣的台勞一個莫大的希望啊！包機報名以公司駐地區分南越及北越，我請求管理部多管齊下的電話、email、線上報名表，全部都丟資料，過一週後收到報名名單，告知名單內序號是報名先後順序，先搶先贏，我緊張的往下滑滑滑….76 號！感覺穩當了但還是十分不踏實，很怕被許多家大業大的老闆們黑箱擠掉，直到再收到報名確認信件並告知包機時間及需上繳文件，才總算安心下來。當時真的超級興奮，到處跟親朋好友「你快看不到我囉～因為我 6/15 就離開囉～」嘖，真是多嘴，難怪人家說懷孕三個月內不要說（事實證明這批包機最後真的流產了）。在行李箱二度整理後，跟家人也道別完一輪，於 6/12 辦事處來信告知南越包機要延期到至 6/22，此時我陷入兩難了，因當時新聞一直大肆報導 7/1 要開航，各大小航空公司也瘋狂開賣來回機票，那似乎不需要趕 6/22 因相差沒幾天，因此在辦事處要求繳件截止當天，我毅然決然棄權了，卻在當天下午，所有 7/1 的班機全部取消了！！當下的我真的想砍掉自己的手…

過沒幾天，傳出同時報名的第二批北越包機，早在 6/11 就飛了。這時雖然有考慮是否改飛北越，但覺得南越有包機為何跑北越？直到 6/25 一篇第二批北越包機的完整遊記傳的沸沸揚揚，此時我下定決心，我要飛北越！並且，我不會再相信任何騙人開心的開航假新聞了！才這麼想沒多久，7/1 早上 11 點多有人傳第三批北越包機開放報名資訊，有了上次經驗是要先搶先贏我在通知管理部同時已自行手刀填好報名表，過兩天後收到開箱文，登～登～登～恭喜我報名成功已保留機位並於 7/22 出發！這時要克服的困難是需在極有限時間內找北越的人協助送件到駐河內辦事處，而且沒有資料出錯可補救的時間，這時真是考驗人脈和做人是否成功，最後順利完成報名。送件完成後等待消息的幾天真的是無敵煎熬，每隔一小時就開一次手機看有沒有包機群組邀請，就在準備放棄時群組出現了！就這樣，正式開啟包機之旅。

看起來像是要去打生化戰爭的情境

所有包機相關資訊駐河內辦事處人員會在群組裡公告，由於每批包機遇到的狀況不同，所以資訊是逐一釋出非一次性，包含班機和旅館預定及各種注意事項。辦事處僅協助申請入境許可，當班機和飯店確認後會提供聯絡人給大家自行聯繫與訂購，且沒得選擇的。所有人必須隨時注意公告資訊因隨時有情況發生，例如在起飛前兩天，突然公告因各地有第二波疫情，廣寧政府要求我們需著全套隔離衣登機，真是折騰臨時哪裡生隔離衣啊？但穿隔離衣搭機我想此生只有一次了吧。懷著忐忑的心情到達廣寧省雲屯機場，一路的防疫機制很嚴謹，在踏入越南第一道門前，所有隨身行李先經過第一道消毒，再來是排到天長地久的入境手續路線，第一關檢查健康聲明書，第二關檢查你的名字是否在這次的入境許可名單內，第三關檢查護照與簽證，接著就入關了。領到行李後要上接駁巴士，行李箱搭專屬軍車，看著行李箱從輸送帶運上軍車挺新奇的。接著是一小時路程到即將度過 14 天的飯店，內心是期待又怕受傷害，有大房間、陽台、無敵海景，但不知道隔離 14 天是什麼感覺我撐得住嗎？懷抱度假的心情去隔離，事實證明我這 14 天真的過得非常愉快一點都不無聊！

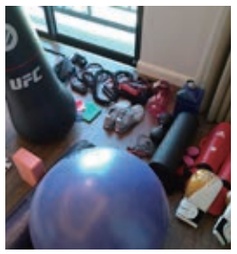
入關隊伍

大型行李進飯店前也要消毒

我們這一批有 277 個人，進房後飯店經理會開 line 群組做公告用，自然變成我們這群人打屁聊天分享抱怨的好所在。面對隔離 14 天，每個人準備的東西不同，有人帶了全套健身設備，有人帶了 5 支金門高粱打算醉 14 天，有人把雜貨店帶來了整箱泡麵和罐頭肉鬆餅乾，而我是帶了安博盒子與一些泡麵零食，強力推薦旅行用折疊鍋，讓我還能煮泡麵和煮咖啡。隔離期間每天要量 2 次體溫，以及於隔離第二天和隔離結束前兩天各做了採檢，每次看到飯店經理在群組公告全員陰性時，真的是很開心又安心。

在這群組內認識了在越南從事各行各業的人，大家都有非來不可的理由，大部分都做好半年以上回不了台灣的心理準備，有好多媽媽一個人帶著兩個小孩飛來隔離，甚至有媽媽帶著僅三個月大的嬰兒，準備來越南陪先生長期抗戰，有家裡有事才剛回台灣沒多久又立馬訂包機趕回越南的，新冠疫情在 2020 年打亂了所有人的腳步，每個人都試著在這亂世苦中作樂，我想這個經歷又可以讓我講一輩子了，如同 2014 年的 5/3 排華暴動。真心期望疫情能盡快結束，大家可以回到正常的生活軌道，可以隨時與家人團聚。

我的隔離日子



別人的隔離日子

眞愛綠建材 打造南良人的綠色產業

撰稿人 / 佳東綠能科技 陳偉翔

環保意識逐漸抬頭，綠色產業的發展也越來越被重視。南良集團將永續發展視為己任，採取更全面的方式投入綠能節能及綠建材業，除了吃的、穿的、用的外，也落實於居住環境中，透過綠建材開闢一條新穎之路。

綠建材定義

1992 年國際學術界特別定義：在原料選用、產品製造、應用過程和使用以後的再生利用循環中，對地球環境負荷最小、對人類身體健康無害的材料，稱為「綠建材」，簡單地說，現今人口爆炸的時代，建材的使用上只會越來越多，若選用不合適或過量使用材料，容易造成許多浪費及產生新的污染源;選用合適的綠建材，除了友善地球環境外，長時間對於人類健康及居住品質更多了一份保障。

綠建材的優點

1. 生態材料：減少化學合成材之生態負荷與能源消耗。2. 可回收性:減少材料生產耗能與資源消耗。3. 健康安全：使用自然材料與低揮發性有機物質建材，可減免化學合成材之危害。

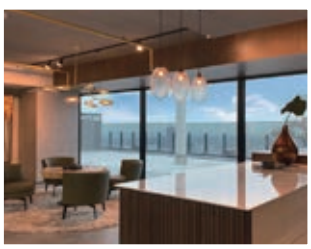
多元耐用的綠色新材料

佳東綠能科技股份有限公司成立於 2012 年，結合集團超過 40 年的高分子材料經驗，為南良集團致力發展綠能節能及綠建材業的一份子。

節能玻璃系列 – 綠晶玻璃、晴能板：

「綠晶玻璃」以專利奈米陶瓷 NF 膜，於膠合玻璃上擁有良好的隔熱節能效果，能夠直接阻隔 99% 紫外線及 80%~95% 太陽熱輻射。適合熱帶、亞熱帶地區，有效節省空調及照明電費支出，達到節能減碳之功效。

「晴能板」採用 PMMA 全新料，解決傳統 PC 板易黃變、脆化等問題。結合綠晶玻璃的隔熱技術，板材含奈米陶瓷隔熱材料，可阻隔太陽熱輻射 95% 及紫外線 99%，輕量化的材料可應用建築物附屬件或農業溫室。



綠晶玻璃可應用於各類門窗

森檜木可取代維護不易的實木材料

綠能板材系列 – 森檜木、環綠扣板

不同於市面常見的塑木材料，「森檜木」為 100% 可回收 - 比天然木材特性更優異的產品。擁有優秀的抗 UV 性，適合戶外施作；具備極佳的耐酸鹼及絕緣性，也完全不怕水；完全零添加木粉或天然纖維，適合各種環境下使用。室內地板「真愛環綠扣板」，以礦石粉與高分子材料製成，完全解決實木或一般複合板材及塑膠地板之板材受潮變形、霉爛等問題。卡扣設計、施工方便，不破壞原地面，有效節省施工及時間成本。亦不含裝修材料常見的甲醛等有機揮發物，落實真正的健康環保。

企業的社會責任

以綠色產業善盡社會責任，近年來成為各大企業致力前進的目標。真愛綠建材以一個年輕的綠建材品牌，以實際行動將南良人核心價值「對生命之尊重、對環境之愛護」透過產品給推廣出去，為地球盡一份心力，邁向企業真正的永續經營。

真愛 TRUE LOVE 綠建材