

南良 通訊

Namliong group

2020年11-12月
No.34期



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

Namliong group

通訊



南良集團
NAM LIONG GROUP

2020年11-12月
No.34期



進入 49 迎接 50 year



P02 總裁的話- 進入49迎接50

P06 ESG專欄-生態環境教育筏子溪淨溪

P13 總處主刊-副執行長的話「敏捷組織」

P22 總處主刊-南良集團ESG之策略與目標

P24 專題報導-越南中良Team building報導

P36 產業快訊-健康福祉創新服務推動計畫

〔自我追蹤管理・掌握心臟狀況〕



偵測您是否有異常的心電訊號



自我評估，也可以協助專業醫師診斷



自我追蹤與管理心電圖資料

vion® ECG Pen

採用高精度電子技術結合專業級的生物訊號量測，打造出極輕薄 30g 的口袋型手持式心電筆，方便居家或是旅行時攜帶並可以隨時進行自我檢測，可下載檢視心電圖或管理檢測記錄。

- 單按鍵操作
- 30秒快速測量
- 藍牙無線傳輸
- 36筆儲存紀錄
- 30克輕量設計

日常生活中，令人感到不以為意的身體訊號，例如心悸、浮腫、胸痛及呼吸困難等身體訊號，也許是由狹心症、心律不整、心肌梗塞等心臟疾病引起的危險訊號。若您平時養成居家自我檢測的習慣，當場記錄心電圖的波形，如出現異常症狀時，可將自己測量的心電圖給醫師協助診斷。如此，才不會延誤心臟問題治療的黃金時間！



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

總管理處與編輯部贊助提供：

- 1. 休閒暖毛衣 -----3名
- 2. 特活綠養生組 -----4名
(牛蒡香鬆、堅果即享包、飄香蛋、薑黃麵、雪耳燕窩)



有獎徵答題目

Q1 南良集團自創立迄今已即將進入第幾個年頭？
(詳P2頁 總裁的話)

- A. 50年
- B. 20年
- C. 39年

Q2 ESG 永續經營的三個指標，以下何者為「非」？
(詳P3 淺談何謂ESG)

- A. 環境 Environmental
- B. 特別 Specially
- C. 治理 Governance

Q3 領導學專家 賽門西奈克 (Simon Sinke) 表示，品牌經營的關鍵在於是否清晰的傳遞何種價值？
(詳P31 品牌意識與平台經濟)

- A. Why (為什麼)
- B. Who (對象)
- C. Where (地點)

上期有獎徵答得獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	休閒T恤	嘉良事業體	劉育婷
2	休閒T恤	江蘇旭泰	郭志卿
3	休閒T恤	友良事業體	黃佳慧
4	休閒提背袋	福清洪良	官蓮娟
5	休閒提背袋	南良事業體	江佳玲
6	休閒提背袋	福清洪良	林智勇
7	休閒提背袋	友良事業體	蔡宜廷

- 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@namliang-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 劉振銘
主刊編輯 總管理處
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

02 總裁的話

- ◆進入49 迎接50

04 ESG 環境、社會與公司治理

- 04 ◆ ESG 專題報導:淺談何謂ESG
- 06 ◆ 中良九天教育基金會:生態環境教育-筏子溪淨溪
- 08 ◆ 中良九天教育基金會:中良孟大雅開戰創在地良善循環

10 南良學院報導

- 10 ◆ 大陸區線上直播法律課程

12 總管理處主刊:進入49迎接50

- 13 ◆ 副執行長的話:敏捷組織-總管理處的提升路徑
- 14 ◆ 跨事業體整合,打造群體作戰之優勢
- 16 ◆ 整合事業體研發能量延伸環保與新材料之發展
- 18 ◆ 深化在地人才培育產學建教合作
- 20 ◆ 強化海外單位之連結華東管理中心功能定位
- 22 ◆ 南良集團ESG之策略與目標

24 專題報導

- 24 ◆ 越南中良Team building
- 28 ◆ 數位轉型升級報導系列之三

30 集團活動

- 30 ◆ 大健康產業朝品牌意識與平台經濟精進
- 33 ◆ 大健康產業:齊心締約為官兵共創福祉

34 產業快訊

- 34 ◆ 南良實業連續兩年榮獲經濟部國貿局行銷計畫補助
- 36 ◆ 2020 健康福祉創新服務推動計畫
- 38 ◆ 2021 南良國際新紀元
- 39 ◆ 雲林科大高階領袖班訪問南良集團報導
- 40 ◆ 植富碩成果發表會
- 41 ◆ 2021 全新洪良台北國際貿易處再出發利他行善有強大力量
- 42 ◆ 數位轉型已非選擇,而是生存的基本條件

44 集團人物專訪 ◆ 總管理處白景仁財務長

46 知識園地 ◆ 耳部疾病和缺氧也有關

48 員工投稿 ◆ 美食評論家解碼健康飲食

總裁的話



南良集團自 1972 年創立迄今已進入 49 個年頭，近乎半百歲企業，細數公司成立初期，從台南永康一家小材料工廠起家，一步一腳印，在歷經四十多年的淬鍊，以及全體員工胼手胝足的努力下，南良集團已成為橫跨海峽兩岸，佈局全球，旗下事業體跨足六大產業，擁有超過 60 家實體企業的跨國集團。在即將迎來第 50 年頭，登波感謝全體員工及合作夥伴一直以來與南良共同打拼，並肩奮鬥，並感謝社會大眾的支持與鼓勵，方有南良今日的規模。

2020 年度全球市場不分產業皆受到疫情衝擊產生嚴重影響，南良集團雖面臨巨大挑戰，但仍積極找尋突破之契機，已在動盪局勢中逐步調整恢復，疫情也加速了企業轉型的力道，組織逐步復原與強化。隨著全球經濟驟變，可預見的是，新一波的競爭強度將更甚以往，未來南良集團須更積極透過數位科技來加強組織發展，集團各級主管須加速成長並重構 IBL(I 創新力 Innovation; B 突破力 Breakthrough; L 領導力 Leadership) 能力，更重要的是對企業體質韌性的強化，方能在動盪的局勢中持續昂首向前邁進。



莫忘初衷、傳承永續

吾綜觀全球長青企業之所以能永續經營，乃是因為他們能夠充分保持核心理念，秉持創立的初心，但同時又能透過不斷創新求變、與時俱進、刺激進步，將不可能化為可能。面對科技化浪潮，如 5G 時代、AI 智慧、智慧製造及雲端服務等科技趨勢來襲，不斷翻轉產業經營策略，從製造、金融業到服務業，各領域皆面臨顛覆式衝擊，企業面對創新接軌的挑戰，完善傳承永續與創新計畫是不可或缺的，這兩者猶如企業永續經營的雙翼，也是企業能否突破轉型的重要關鍵。登波期勉集團同仁在追求創新突破之際，應莫忘初衷，秉持以「利他行善」之信念經營企業，力求對社會有所貢獻，在此同時，應擘劃企業責任與永續發展之策略，積極推動典範傳承及人才培育，才能打造永續經營的高效團隊。

推動 ESG 厚植永續競爭力

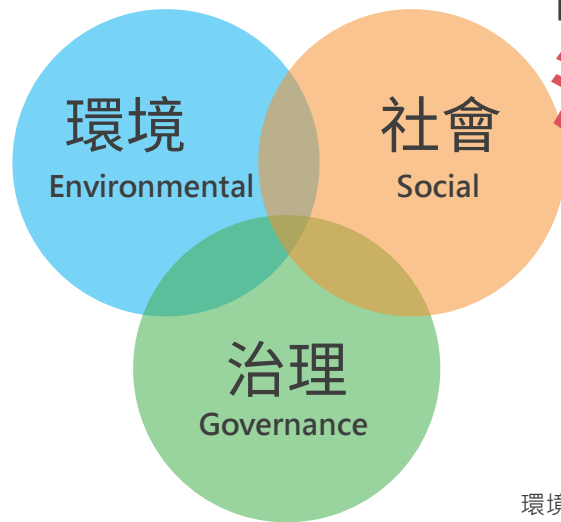
永續力就是競爭力，永續性議題與公司績效密切相關。企業想提高績效，就必須納入永續性。必須把環境、社會及治理等永續性轉化成績效指標或數字。為此，集團應強化 ESG 原則 (Environment 環境; Social 社會; Governance 治理)，此乃當前企業走向永續應必備的重要議題，南良集團應積極重視永續環保議題，將 ESG 觀念內化為經營的使命，企業將對環境和社會的關懷，整合融入到對自身商業營運中，透過不斷追求卓越與創新，打造差異化競爭力，深信企業惟有不斷追求永續發展的環境，建立經濟和環境和諧的條件，才能迎來永續豐收的果實。

後疫情新常態時代來臨

2021 年到來，工作、生活、消費、產業發展出後疫情時代的新常態，一連串的挑戰牽動著轉型與龐大新商機。疫情使得經濟、工作、生活等全然翻轉改變，全球供應體系面臨斷鏈等諸多挑戰，集團應透過數位轉型增加產業競爭力，以分散式製造及供應鏈重組來分散營運風險，加速組織的敏捷應變能力，南良集團惟有積極全球策略化佈局，建立敏捷組織來加強團隊作戰力，才能降低疫情對整體產業之衝擊。

新年伊始，在即將迎接 50 周年之際，登波在此祝願集團全體同仁闔家安康，我們將一同攜手並進，超越更多可能，邁向更卓越的未來。在未來，南良集團將持續致力於創造股東、企業、員工及社會資源價值最大化並秉持「對生命之尊重、對環境之愛護」企業核心價值，願景矢志成為偉大 (GREAT) 的企業，共同為世界盡一份力。在此共勉之！

南良集團 總裁



ESG 專題報導 淺談何謂 ESG

ESG 永續經營指標 (Environmental, Social, Governance) · 唯有良好的公司治理「G」，才能夠協助企業在實踐 E 和 S 的道路上事倍功半。

長期追求經濟增長的商業模式導致環境受到極大的破壞，環境反噬危機浮現，人類才意識到經濟是受到環境承载力所約束。這 20 年來，共計有 7,000 多次極端氣候造成的重大損害，

嚴重影響人類的生存，因而追求永續發展 (Sustainable Development) 經濟增長變成不得不的抉擇。而所謂的永續發展 (SD) 是須兼顧現在與未來、社會責任、獲利與公益等面向，在保護環境的條件下既滿足當代人的需求，以不損害後代人生存需求的前瞻發展模式。

提到永續發展就要提到企業社會責任 CSR(Corporate Social Responsibility)，泛指企業營運應負環境 (Environment)、社會 (Social) 及治理 (Governance) 之責任，CSR 是企業經營的三底線，也通稱為永續發展三要素 ESE(Environment 環境，Society 社會，Economy 經濟的個體與總體面向) 最近則泛稱為 ESG，G 為 Governances，也就是企業的自治監理與資訊透明制度，但總歸來說，CSR(ESE、ESG) 不脫離 Planet(地球環境)、People(社會) 和 Profit(利潤) 這三面向。

ESG 是定義為永續經營三大衡量與策略要素，如因代理理論資訊不對稱問題、如因環境變遷氣候危及問題、如因 COVID-19 新型高速傳染疾病問題，而變得更加重要且急迫，而三大構面之順序因層出不窮的問題而有所變動。

如 1997 年亞洲金融風暴的發生，突顯以家族及集團為中心之資訊不透明問題；且自 2001 年起一直被公認為公司法最具規模的美國，陸續爆發恩龍 (Enron)、默克 (Merk & Co.)、全錄 (Xerox) 等等大型公司重大財報不實醜聞，導致公司治理 (G) 為當時最重要的構面；如 2006 年「不願面對的真相」指出因人類活動導致氣候暖化之證據，極端氣候相繼重創人類社會，聯合國於 2019 年發布「海洋和冰凍圈的特別報告」中揭露：80% 冰川完全消融、海平面上升由以前「公分」計算改由「公尺」計算。

圖一



圖二



各種重大的氣候變遷抗議與相關防治措施，導致各國與跨國企業簽訂氣候危及之承諾改善方案，故環境 (E) 為 2020 年重點的永續經營策略；然 2020 年初突如其來的 COVID-19 疫情，卻瞬間打破 S 只為配角的地位，徹底顛覆企業原先對 ESG「優先順序」的劃分，企業不得不重新審慎面對員工的健康與福利等議題。故永續經營不是僅止於企業公司之永續，而是對整個地球如何永續經營。聯合國提出 17 項永續發展目標 (SDGs)，並有 169 個細目標，包含：貧窮、飢餓、教育、平等、環境等 (如附圖一)。

另台灣於 108 年行政院國家永續發展委員會，依據聯合國涵蓋「地球」、「人類生活」、「繁榮」、「和平」和「夥伴關係」五大面向的 17 項永續發展目標 (圖一與圖二) 和其根本目的，希望打造一個可在地球環境可乘載限度之下，滿足社會必備需求的經濟模式，來訂定臺灣永續發展目標，並規範人力資本、循環經濟、能源轉型加速去碳化、永續食農生態保育、智慧韌性城鄉和數位革命的轉型領域來進行跨域整合。

要達永續經營的前提條件是要體認：「企業不賺錢是罪惡的」，因為虧錢不僅無法對股東交待，也無法照顧到其他的利害關係人，因此獲利 (而且是以符合法規與道德規範的方式) 是企業的永續最基本的門檻，若無獲利則奢談 ESG 永續因子。所以，ESG 其中的治理，是與獲利有密不可分的關係。因為治理的定義是指企業要以透明、公開、有效率、遵守法規等做法來治理公司，並創造獲利，才能讓企業健康永續地經營下去。大致上還是有幾個原則可以考量，包括長期持續、從上到下讓 ESG 成為企業的 DNA、與核心能力結合、回應社會需求等。

茲彙總 ESG 的說明如下表：

環 境(E)	社 會(S)	治 理(G)
氣候變化	人力資本	風險管理
天然資源	健康與安全	企業領導
汙染與廢棄	供應鏈	內部控制
環境機會	社會機會	管理層薪酬
		股東權益

參考文獻與網址：

1. 新版公司治理藍圖 (2018~2020) 簡介，林文政與呂盈錄合著。
2. GRI 準則：基礎，2016 版，社團法人中華民國企業永續發展協會。
3. 2020 年 CSR/USR 年鑑，天下企業公民 100 強 * 天下大學公民 20 強：天下雜誌。
4. 綠金融行動方案 2.0：金融監督管理委員會。
5. 網站：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=616&parentpath=0,7

6. 台灣永續發展目標：行政院國家永續發展委員會。
7. 今周刊，ESG 永續台灣網站：https://esg.business.today.com.tw/
8. CSRone 網站：https://csrone.com/
9. MBA 智庫百科網站：https://wiki.mbalib.com/zh-tw/ESG
10. 社企流網站：https://www.sensights.asia/article/3289/3269/7442

生態環境教育－筏子溪淨溪 中良在地心～九天相助情



邀請在地民眾關心自己生活成長的土地，一起用具體的行動為環境盡一份心力

海納百川，當各地溪流向大海匯流時，隨意丟棄的垃圾也將隨之沖入大海。綠意盎然的筏子溪上游，匯集大雅排水及十三寮排水，供給沿線農地灌溉，兩岸茂密的植被蘊含豐富多樣的生態，是少數流過都市且充滿生命力的溪流。如同中良工業深耕大雅區四十多個年頭，提供優質工作機會，成為守護在地家庭的溫暖力量。

財團法人中良九天教育基金會傳承中良工業「對生命之尊重，對環境之愛護」的企業使命，以降低能源消耗及減少製造汙染物為初衷，為地球永續共盡心力。九天基金會邀請台中市民攜手支持筏子溪淨溪活動，喚起在地民眾關心自己生活成長的土地，一起用具體的行動為環境盡一份心力。



活動籌備過程中，九天基金會邀請在地「大雅區公所」及淨溪活動地點「西屯區公所」成為公私協力的合作夥伴，透過轄區里長們向里民推廣宣傳曝光基金會活動。同時鏈結深耕生態保育的「荒野保護協會」，其成立宗旨係為下一代締造美好的自然環境，與九天基金會不謀而合，彼此合作發揮協同效應，創造一加一大於二的力量。更特別的是，九月份歡慶開台的「真愛大健康電商平台」也熱情響應淨溪活動，藉由實體互動增加參與者對平台的認同感，建立良好口碑，使品牌更真實立體。

在九天基金會李榮良董事長、朱家俊監察人及陳淑靜董事的帶領下，活動當日先以虔敬的心完成淨溪儀式，於荒野保護協會概述筏子溪環境垃圾問題後，再分組前往筏子溪畔。成人組攀爬繩索而下，深入挑戰筏子溪上游區段撿拾垃圾；參與者過半數為親子組，年齡層橫跨幼稚園到高中階段，在爸媽悉心陪伴及親手示範下，動手將埋在土石下或卡在草叢中的垃圾撿拾乾淨，還給筏子溪清淨的面貌。

此次生態環境教育－筏子溪淨溪活動成果，當日撿拾的垃圾類型前三名為食物包裝（零食）袋、吸管、煙蒂，廢棄物總重量為 176 公斤，含可回收物 22 公斤及不可回收物 154 公斤，可觀的是，不可回收量竟然是可回收量的七倍之多。

活動心得分享時，家長們回饋闔家參與原因，是希望從己身開始身體力行實踐生態環境教育，讓孩子們自小落實環保責任態度。許多民眾特別肯定從溪流源頭著手守護環境的教育意義，很開心能一起參與淨溪，紛紛表示活動很棒、很健康、很有意義、請持續舉辦等正向評價，並現場承諾未來願意邀集更多親友一起參加，希望能持續收到九天基金會的活動訊息。

如同李榮良董事長致詞時分享的，九天基金會著重培植台灣下一代的創新能力、厚植服務的軟實力，一路走來積極投入弱勢教育及環保教育，不斷付出的時間與心力，就是希望能讓這個社會更美好，以實際行動打造愛與善的循環。期待志同道合的夥伴們，和九天基金會一起從源頭減塑做起，用實際行動愛護地球，共同為海洋生態把關！

ESG 環境、社會與公司治理 撰稿人：財團法人中良九天教育基金會洪子甯

中良盃大雅開戰創在地良善循環 中良在地心～九天相助情



萬里晴空、微風徐徐的好天氣，第一屆中良盃成人慢壘賽及 U10 少棒賽於歲末年終時刻熱鬧開打！中良工業四十年來善盡企業社會責任，深耕大雅活化社區，回饋在地不遺餘力，期能帶動周邊產業發展，創造永續共益新價值。

九天基金會重視培植台灣下一代的創新能力，厚植服務的軟實力，一路走來積極投入文教活動、弱勢關懷及環境保護。為鼓勵這群努力認真的孩子們，勇敢追求屬於自己的熱血棒球夢；同時邀請愛好運動的市民朋友，利用假日參與慢壘競賽，活絡筋骨享受打得到球的樂趣。由九天基金會統籌，於甫整修完成全新啟用的大雅體育運動園區棒球場熱血開幕。

本場賽事委由大雅在地績優球隊上楓國小棒球隊承辦，該隊今年代表台中市出征謝國城盃全國少棒錦標賽，得到全國第六名的佳績，更是首次有舊縣區棒球隊代表台中出征全國賽，是大雅地區的榮耀。

九天基金會李榮良董事長於開幕典禮時感性表示，看著球隊回想起當年小時候對棒球的熱情，小學的時候拿起棒子和甘蔗就開始打球，覺得打棒球是很快樂單純的。球場上的勝敗都是學習的過程，希望小球員在未來面對壓力時，都能記得現在對棒球的熱情，這才是棒球帶給自己的成長。

中良工業蕭弘凱執行總經理親切地和小球員們玩起土氣遊戲，充分燃起各隊對棒球賽事的熱情和鬥志，孩子們純真且充滿希望的笑容，感染了現場的每一個人。致詞時特別勉勵球員們在練球過程中願意接受不同的挑戰，持續不間斷的鍛鍊自我，追求創新與進步的動力，帶著棒球精神升級強化自身競爭力，如同中良的企業精神。



本次比賽邀請對棒壘球運動有興趣之學校球隊、團體機關、公司行號組隊參加，兩場賽事各有十二隊報名，共吸引來自各地六百位優秀棒壘球好手參加中良盃競賽。遠遠從入口處就聽得見球場的歡聲雷動，緊張激烈的球賽，每一記投球、每一次揮棒，總讓全場觀眾熱血沸騰，現場直接感受超實力球員們的運動家精神，此起彼落的隊伍加油口號，更是凝聚滿滿的歡呼與感動。

在地企業的生根與深耕，對社區發展影響相當深遠。希冀透過中良盃賽事以球會友，鼓勵更多的少棒壘球隊持續發展，積極推廣基層棒球教育。期待透過中良工業和九天基金會的拋磚引玉，攜手深耕大雅、關懷台中且推己及人，創造企業、學校、產業、社會多贏的良善循環。

大陸區線上直播法律課程



雖然學員集中上課的實體課程，多了彼此面對面互動交流的機會，但在進入降溫的冬季，全球再現新一波疫情，加上集團數位轉型大目標的兩大前提下，今年線上直播課程是唯一的首選方式。這是大陸區第一次開放全區參加的課程，總計有華東、華南、福建、台灣四主要區域 22 家企業單位共 85 學員參加。

本次課程係由總管理處華東辦的法律顧問上海博拓律師事務所顧正駿律師主講，顧律師就「銷售過程的法律風險及要點防範」、「勞動合同的簽訂與解除」、「企業用章的風險管理」三個子題，以較輕鬆的個案分享讓學員們在沙龍方式的氛圍中學習。在數位化（數字化）工具相當普遍應用的今天，許多業務已不再重視過去的紙本形式的合同，顧律師提醒：合同一定要簽、新客戶也一定要實地走訪、大額交易要有訂金。但對長單例行交易，內地的客戶往往習慣只用微信通知，該怎麼保全？

在 2019 修正的【最高人民法院關於民事訴訟證據的若干規定】（自 2020 年 5 月 1 日起施行），微信對話已可以成為正式的提示證據，因此對於以微信對話完成交易的證據保全方式，顧律師建議：

1. 微信對話不要刪除，換手機時可保留原手機，或做電腦備份。
2. 若雙方只是以微信語音談好條件，沒有書面合同時，可以在微信上將剛才討論確定的條件用對話方式傳送給對方，作為紀錄：【根據剛才我們電話中所確定的品項 / 數量 / 價格 / 交期...，我們將依此執行...】。即使對方沒有回覆，將來也可以提示作為證據。

研討個案中還有一個例子，是前一陣子知名內地企業「當當網」公司的高層搶公章風波，這個新聞鬧得沸沸揚揚。因為這個案的研討，許多學員都是今天才知道原來法定的公章樣式，是不會有文字在「五角星」的下面二角之下的。

透過這樣個案分享的方式，讓學員可以不必像傳統課程那麼有壓力，可以自然放鬆的學習。顧律師也在課前跟上海現場學員分享一個很棒的觀念：事前問律師 10 分鐘，往往可以避免事後訴訟好幾年。所以不要因為現在還沒有法律糾紛，擔心打擾律師，就不事先請教。畢竟，「法律是保護懂法律的人」。



公章樣式（不會有文字低於中間五角星下面二個角）

進入
49
迎接
50
year

南良集團 總管理處



敏捷組織－ 總管理處的提升路徑



2020 年度，不平凡的沉寂與憂慮之中，集團各位高階主管均陷入深層次思考，眼看著、也直覺到，未來已不可能回到過去，那麼，我們這個產業，這麼一萬多人，我們原有的營利模式，我們的經驗與能力，還能不能持續？一句話，我們是一步步下台階，終於歸將平淡呢？還是能有路徑，再可扶搖進步，或者可以在挫折與失敗中螺旋式上昇呢？

2020 年度，總裁可說嘔心瀝血，忙碌過春夏秋冬。作為部屬，看到總裁的奮進，看到他的過度辛勞，當然也會感受到他偶發的失落，總裁的意志力確實是萬中挑一，作為幕僚群主管，未能為長官排憂，我只能說，抱愧全年！

2020 年度，總管理處在困局之中也更加明確自身的方向，那就是，要朝向有能力、幹練型的幕僚團隊建設自己，總管理處營運中心，最起碼要具備即時反應、應變處理和急難解除的能力。總裁指示方向，擬訂策略，我們的責任就是宣導、督促與強力推行，所謂敏捷性組織就是如此的概念！

2021 年度敏捷組織的必備條件為：

1. 領導者啟動指引及協調組織凝聚力。
2. 數位躍升達致組織更新力。
3. 由大到至各組處均具備敏捷、反應力。

總管理處 張明 副執行長

進入
49
迎接
50
Year

總管理處 | 行銷管理組 黃惠津 Rumi

跨事業體整合， 打造群體作戰之優勢

ESG 對企業永續經營的重要性



南良集團即將在 2021 年邁入第 50 個年頭，在即將進入南良 50 的 2020 年，集團也面對重重的挑戰，延續到 2020 年的美中貿易戰牽動著台灣產業的動向，年初爆發的 COVID-19 影響了全球人類的消費生活，也不斷地改變品牌的行銷策略及其供應鏈政策；中國大陸「十四五」規劃提出了「以國內大循環為主體，以國內國際雙迴圈相互促進的新發展格局」；美國總統大選後的政經外交新布局以及各區域貿易組織的進展，接連不斷的考驗著南良未來的戰略策略，今年初總裁提出三隻箭的新產業發展方向，年中針對績效管理宣導 OKR 機制，年底回歸行銷核心、資源整合，總裁企求帶領集團全體同仁積極尋找創新的行銷模式，周易有云：「天行健，君子以自強不息」，總裁片刻不停息地思考如何因應未來產業與局勢的對策，因為現今詭譎多變的環境迫使企業必須不斷地淬煉成可以快速反應、解決問題的嚴密化組織，才能達到永續經營的企業價值。

ESG 對企業永續經營的重要性 | 圖片來源 :www.corporatecomplianceinsights.com/sustainability-performance-esg-reporting/

微軟創辦人比爾蓋茲每年都會推薦兩次讀書清單，2020 在他夏季的推薦清單中，其中有一本書是《艱困時代的經濟學思考》，這是由兩位 2019 年諾貝爾經濟學獎得主所寫，貿易創造的是更動盪的世界，保護主義的關稅對多數美國人而言是沒有幫助的，經濟學家正試圖以科學的方式設計「實驗」，找出符合最多人利益的解決方式，從此書中可以初步理解，不管是自由貿易，還是貿易障礙，世界都還是在動盪之下，貧富差距還是存在，移民政策並不能完全保障本地居民的工作，企業在此動盪的環境應該如何因應？Amazon 創始人 Jeff Bezos 有一段話：「你能擁有的唯一可持續的優勢就是敏捷性；僅此而已。因為沒有別的東西是可持續的，你創造的一切，其他人都能複製出來。」

組織唯有敏捷地快速洞察、掌握變化，以及即時做出反應、對策，才能在此瞬變的環境中建立可持續性的優勢，南良集團這一兩年大力地進行集團內的資源整合，即是以整合的力量來建立最佳的團隊作戰方式，尋找創新的商業模式來應變現今的快速變化，以下統整今年各企業內與彼此間的整合案例說明：

敏捷組織講究團隊溝通與合作



一、事業體之內部整合：越南中良於 2020 年中與台灣中良進行合併，因此整個大中良包含了台灣的中良工業、大陸的福清中良 & 中山中良、越南的中鎮科技 (貼合) & 越南中良 (針織)，現在美福五的新廠區也在進行當中，整個大中良規劃成一線品牌的鞋材與包袋材專業供應商，越南中良在越南經營已有 20 年的經驗，在與台灣中良合併後，不論在管理上、研發上或供應鏈上，可與其台中總部達到資源共享、提高效率之成效。

二、產業之垂直整合：成衣產業是集團具有染整織成材料到成品，具備一貫化生產能力的重點產業，規劃越南天寶廠與越南中良進行材料到成品的垂直整合，雙方經由互動交流先設定 5 個品牌客戶，並根據與客戶之關係安排主要的品牌服務窗口，成立以品牌為中心的跨團隊，共同研擬如何結合彼此的優勢及資源，以一個創新的型態來獲得與客戶的深入合作；另一個生產重心則是大陸揚州寶進廠與福清洪良、中山中良以及上海友良 / 匯良之針對大陸品牌客戶的垂整，首先鎖定的客戶是李寧品牌，中山中良做為李寧客戶鞋材的主力供應商，安排李寧 CEO 錢煒執行董事一行九人的高層管理者參訪福清洪良，並邀請了揚州寶進的業務總監一同跟客人與會，同時也跟台灣總處由總裁領軍中良、天寶、友良高階主管與客人做視訊會議，此聯合跨企業之業務團隊與品牌客戶會議可說是集團內首次舉行，不僅讓客戶感受到總裁帶領各主管所展現的集團精神，也讓客戶全面了解集團從鞋材、包袋材到成衣材的資源整合，延伸後續李寧客人的參訪揚州寶進成衣廠，期能以此協同作戰方式與李寧客人共榮、共創、共享。

三、生產供應鏈整合：南良東莞寮步廠區進駐有南良海綿一 & 二廠、盛良紡織、南廣織造以及旭泰南翔包袋廠等企業單位，寮步廠區的管理部沈協理維持每月舉辦輪流各企業的產品分享會議，迄今實施不間斷已有 3 年餘，今年在疫情的影響下，外銷的訂單普遍減少，但在下半年時，台灣匯良二廠開發到電競相關產品所用的發泡貼合材，藉由此新類別材料也促進了海綿二廠 EVA 發泡與盛良加工貼合的深入合作，帶動了彼此下半年業績的成長，也替國內市場開拓了另一塊新的區域，總裁對於寮步廠區的設定與期望，從一開始就勉勵同廠區的所有主管，唯有緊密的合作交流才能從中找出創新的商業模式，並創造寮步廠區永續的經營價值。

2020 年不僅是一個考驗之年，也是南良集團的轉型預備年，在全球更加嚴苛動盪的環境下，各企業單位依然兢兢業業地不斷思考創新突破之道，與跨企業的行銷、業務、供應鏈上的資源整合即是其中一項尋求提升競爭力方式，唯有快速地調整步驟與策略，即時地因應品牌客戶的需求與全球趨勢走向如環保以及永續發展，才能維持可持續的優勢，帶領企業與員工永續經營！

敏捷組織講究團隊溝通與合作 | 圖片來源 : <https://www.knowledgehut.com/blog/agile/agile-in-non-agile-organizations>

進入
49
迎接
50
Year

總管理處 | 創新研發組 張家維 Neils

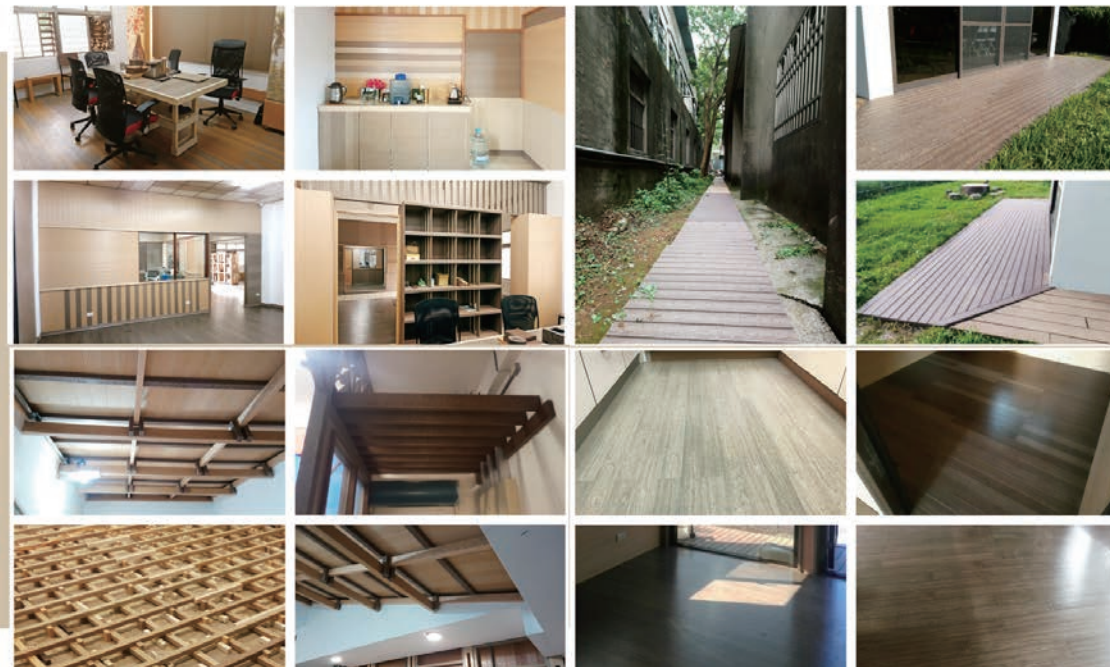
整合事業體研發能量 延伸環保與新材料之發展

近年來，由於油價波動劇烈以及全球溫室效應導致暖化現象，使得節能減碳成為世界上主要國家應關注且需備有相關對策以執行的課題。南良集團秉持著「對生命之尊重、對環境之愛護」的核心價值，整合集團於高分子相關領域經驗，極力規劃與發展一種純高分子系統的綠色材料，結合材料科學將高比例的再生材料透過配方與製程設計發展出高物性強度且克服木材缺點的森檜木綠建材系統。

天然木材易受潮、反翹、龜裂、蟲菌腐朽、難保養，必須加上防腐劑才可以防腐，但防腐劑具有毒性，對人及環境也會造成傷害，加上木材資源有限，生長不易，熱帶雨林也正快速消失中，更需要我們的保護。另一方面，結合塑膠與木頭之優勢的塑木產品雖然部分減低我們對木頭的依賴，也降低部分的吸水性，但最終對於耐候性的嚴格考驗始終難以突破，而在未來塑木的回收系統相對也較難以將塑膠與木頭分離回用。

此外，在全球減碳的趨勢之下，企業揭露碳資訊之壓力始於投資人對於投資風險之考量，促使企業評估氣候變遷對其本身可能造成的風險與機會；而消費者關切企業碳資訊揭露的重點在於了解產品供應鏈體系對於產品排放溫室氣體的貢獻，也就是產品的碳足跡大小。需追溯至原料開採階段，其次為製造階段、配送階段、消費者使用階段及產品廢棄階段，均需納入碳足跡的計算範圍。因此，不僅僅只有生產過程可以改善減碳，從產品設計之初的變革到運用新科技，皆能減少產品的碳足跡，為了能夠將資源重覆利用，開發更為環保的「綠色材料」，以高比例回收再生之塑料為設計邏輯的森檜木產品概念因應而生。

森檜木是以 100% 高分子塑料不添加任何木粉或木纖維且具有 70~80% 高比例回收再生塑料之綠建材產品，也因此後續廢棄物之處理可直接進行高比例之二次回收再用，徹底實現循環經濟之理念，是故在市場之推動上可以塑木或實木之替換為目標市場。



森檜木綠建材項目之材料範疇實屬仿木系統，塑膠仿木的定義即是以 100% 的塑膠做成有木頭的外觀質感，同時，需兼具可刨、可釘、可鎖、可裁切等加工特性與木材相仿。而發展進程中，從最初的 PVC 仿木，到 PP/PE 仿木，延伸到 HIPS 仿木，以及最新的有 TPE 仿木，每種材料皆具其特色與用途，但其最大的困難點在於材料物性無法比擬天然木材，當然，若要再以回收之塑料做為主原料則物性更是難以確保。我司經歷近十年的研發突破材料物性之限制，在維持外觀質感的前提下甚至可達到大幅超越實木之物性水平，另一方面，亦可大量導入回收再生之 rGPS 塑料，依然可維持材料物性，此舉大幅提升當前環保意識抬頭下之產品競爭力。

目前，正著手評估森檜木系統於越南區投產的可行性分析，其所設定發展的市場類別包含系統板材、裝飾格柵、戶外棧道與畜牧棚架等。在節能減碳與循環經濟的浪潮之下，選定越南為發展綠建材的基地，一方面可以善用東協組織的各項關稅優惠；另一方面，在中美貿易戰之下，越南將成為下一個世界工廠，藉此行銷全世界。同時，伴隨著越南經濟快速起飛，其各項建設也如火如荼地展開，尤其又是地處四季如夏的熱帶地區，吾人期許隔熱、節能又環保的森檜木綠建材項目在謹慎評估並貫徹執行力之下定能創造價值與收益。

進入
49
迎接
50
Year

總管理處 | 人資行政組 劉振銘 Terry

深化在地人才培育 產學建教合作



集團重視人才之選、用、育、留

面對全球化的競爭，企業對於國際化人才的培育更不能輕忽，南良集團視「人」為組織最重要的資產，亦是企業永保競爭力的關鍵因素，在人才的管理上須用人唯才，並重視人才之選、用、育、留系統的建立，並隨著全球化腳步不斷調整人力資源政策。總管理處承總裁之政策指示，推動企業須建立宏觀之選才、用才、育才、留才政策方向，使員工在企業內部接受完善之培育計畫，透過透明化之人員升遷管道及輪調機制，使人能在工作不斷自我學習成長，讓傳承沒有斷層、關鍵技術及知識經濟得以累積與創新，使人力資源之系統予以活用。

積極產學合作 培養優秀人才

知識、科技創新是帶動企業持續進步的原動力，而大學是產生原創性新知識、新技術的重鎮與創新的基石，總管理處在總裁的帶領下，逐步推動與台灣知名學府締結產學合作及人才養成計畫，強化專業人才與產業創新之連結，培育產業創新技術或跨領域人才，期望能為集團打造更前瞻之人才養成計畫及建立專業人才庫，例如集團與亞洲大學簽訂產學合作協議以及品牌實習合約，雙方加強在產學合作、教學等方面實質合作，集團提供多領域專長的學生實習機會，加深學生在學習階段能至產業實務場域與企業互動交流，並建立優秀畢業生人才引薦之機制，不僅有助於學生無縫銜接就業，對於優秀人才才能提早引用及培育，企業也能確保穩定且具品質的人才來源。

在結合教學資源方面，總管理處也透過南良學院與大學產學合作案方式，引用豐富校方師資開辦專業課程，以提升集團中高階幹部之專業能力，今年將預計於四月份與朝陽科技大學合作，開辦數位轉型專班營隊，培育高階主管形塑企業的數位創新思維，以開創新局。

加深技術交流與產學研合作之鏈結

學界擁有前瞻研發技術、研究資源及多元創新人才的豐沛資源，在過去企業往往未能善加利用，有鑑於此，南良集團須加速推動大學之技術交流與產學研合作之鏈結，以產業需求為核心導向，透過連結學校、企業或研發法人共同執行計畫，整合多方研發資源，協力完成技術商品化與事業化發展，有效協助企業轉型與產業升級，產出創新產品以及科技服務與新創事業，或突破產業鏈共通性技術缺口。集團與嘉義大學建立技轉合作模式，有效取得優格等生技產品之關鍵技術，進而增加產品附加價值及特色化差異。未來，也將與公司鄰近學府強化合作關係，例如與臺南應用科技大學流行時尚設計系深入交流合作，總管理處將與產學研界持續建構合作機制，共同開發產業前瞻技術及實用性技術之應用研究，集團即將邁入第五十個年頭，應杜絕企業技術老化及思想僵化，應積極攜手產業優秀人才及資源，領航產業創新，以協助產業技術升級。

總管理處推動產業屬性整合之大戰略，在人資與行政的策略執行面上也要執行集團共通性管理資源整合與應用，以嚴密組織化之原則，建構具體系統、制度的團隊。培育下個世代人才是企業未來競爭力與永續經營之關鍵，而總管理處人資行政組的責任目標建置更具系統性、連結性、有效性、適性發展的規劃與效能展現，進而提升人力素質與強化企業競爭力，惟有透過企業在徵才、育才、用才、留才的創新作法，建立人力培育的體系，再結合產學研及政府提供的資源與措施作為，相信定能為企業開展更有績效與成長的未來，為實現永續經營的目標而努力開創新局。

進入
49
迎接
50
year

總管理處 | 華東管理中心 歐陽玉

強化海外單位之連結 華東管理中心功能定位



為強化總管理處於大陸地區之組織功能，並提高對於各區企業之協助與督導責任，原總管理處華東辦公室自 2021 年 1 月 1 日起組織名稱正式改為「華東管理中心」。責任區域由原本的華東區，擴及華東以外區域之集團所屬企業。

延續過去兩年於華東區域企業的互動聯繫，自新年度起，將更積極將資源共享的範圍推及大陸其他區域的企業。並因應疫情期間，對長期無法返台的派駐幹部更多協助與輔導，落實總裁對員工關懷、關心、關愛的理念。

內部共享資源

紡發會研究委員專群
南良學院大陸學習群
大陸區幹部交流群

外部共享資源

法律顧問免費諮詢專線與法律講座
客戶徵信查詢會員網站
原物料行情查詢會員網站

鑒於 2020 年初至今，因新冠肺炎防疫工作致使國際交通多所限制，但企業的互動、彼此經驗交流、互相學習成長是不能因疫情而被停頓的，因此總管理處台灣總部與華東管理中心，已研擬於 2021 年度將以線上方式舉辦第一次屬於行政部門的 [大陸區跨企業行政事務研習會議]，希望透過此會議，讓大陸各企業的行政主管彼此的實務經驗可以交流，會議中計畫安排勞動合同等法規專業演講等，期行政主管透過本會議可以互相學習，提升行政工作品質與解決問題的能力，也能使集團行政命令、政策及專案推動更加得以彰顯。當然，大陸區幹部的共通性教育訓練，也是華東管理中心重要的工作之一。

除此之外，華東管理中心與大陸區各企業的互動是雙向的，除總裁指示的：華東管理中心得指定集團大陸區各企業建立責任聯絡窗口，定期提供訊息，以能每月向總裁進行集團六大產業專題匯報；另一方面，各企業若有需要專案支援的重點項目，也可經事業單位的台灣總部同意後，華東管理中心赴當地參與支援。

華東管理中心成員雖然精簡，但舉凡在行政、財會的专业，或集團內部產、銷、研之協調整合，都將戮力與大陸區的所有同仁，為集團企業大陸區的資源整合、同仁更穩定的工作信心、及明日脫胎換骨的競爭力一起盡心努力。



華東管理中心會議室
(六大產業聯合 showroom)



赴華東區短期出差人員臨時辦公室
(網絡、辦公桌椅)，歡迎各企業多多利用



總管理處 | 財會中心 蔡郁仁 Alan

南良集團 ESG 之策略與目標

傳統經營者認為執行 ESG 就是意味較低的報酬率，然而因 Covid-19 疫情爆發後，卻顛覆了這種看法。近期研究相繼證實，當企業執行 ESG 於疫情期間相較於一般企業，表現得更為出色，而其中最大的關鍵就在於企業能否展現出韌性 (Resilience)。沒錯，在去全球化的新時代下，企業韌性是最重要的競爭力。

韌性，指的是企業能夠預測、應對、適應環境持續變化，並且生存和繁榮發展的能力。打造韌性，不只幫助自己活下去，還能做到逆勢成長。尤其，當經濟局勢動盪，新科技模糊競爭邊界，產業加速洗牌，韌性，就變得比企業以往重視的效率更重要。故為了建構南良集團成為具有韌性的永續經營集團企業，南良集團須轉型為以增進總體福祉為基礎的社會責任企業，而不是為了提升營運效率，縮減成本、減少多餘配置，採取精實管理。這些企業只要危機一來，往往因為缺乏風險管理機制，低估因應成本，難以緩衝，將對營運帶來極大風險。

故南良集團若要轉型為永續經營的經濟體，能增加應付風險與挑戰的韌性，必需要將 ESG 觀念變成企業經營的使命，軟硬兼施融入公司關鍵績效指標 (KPI)，從商業模式裡找到一條利人又利己的路，這樣不僅公司能獲利、還能盡到社會責任，而達到永續經營，進而地球環境也能跟著永續。

轉型為具有韌性之 ESG 企業需進行落差分析後進入轉型契機，需執行下步驟：

- 1、落差分析：利用落差分析鑑別與選定永續發展目標之願景，排定南良集團 17 項永續發展目標之優先順序。
- 2、轉型契機：當南良集團個別永續發展目標的選定推動，開創了新的投資需求，實則創造企業賦能條件，增加韌性而能加速轉型。

故南良集團發展 ESG 之順序為，快速著手治理相關因素目標，同時擇定 E 與 S 目標之優先順序，故將 G 之發展與 ES 之發展各自表述，然實際上是同時發展。

參考文獻與網址：

1. 新版公司治理藍圖 (2018~2020) 簡介，林文政與呂盈錄合著。
2. GRI 準則：基礎，2016 版，社團法人中華民國企業永續發展協會。
3. 2020 年 CSR/USR 年鑑，天下企業公民 100 強 * 天下大學公民 20 強：天下雜誌。
4. 綠金融行動方案 2.0：金融監督管理委員會。
5. 網站：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=616&parentpath=0,7

6. 台灣永續發展目標：行政院國家永續發展委員會。
7. 今周刊，ESG 永續台灣網站：https://esg.businesstoday.com.tw/
8. CSRone 網站：https://csrone.com/
9. MBA 智庫百科網站：https://wiki.mbalib.com/zh-tw/ESG
10. 社企流網站：https://www.seinsights.asia/article/3289/3269/7442

先說 G 治理部分，因南良國際為上市櫃公司，且金管會已訂定五大計劃項目與十三項策略目標，並將透過執行二十四項具體措施，且目前公司治理評鑑指標計有「維護股東權益及平等對待股東、強化董事會結構與運作、提升資訊透明度及落實企業社會責任」等四大構面，只要依照下表將其內化為南良集團的基因，在執行上自無疑問。

計畫項目	策略目標	具體措施
深化公司治理及企業社會責任文化	強化公司治理評鑑效度	◆逐步增加公司治理評鑑質化因素，並考量產業差異因素公布評鑑結果。
	引導投資人重視公司治理指數及永續指數	◆研議建構上櫃公司永續指數，並推廣公司治理指數及永續指數之運用。
	深化公司治理及企業社會責任觀念	◆宣導公司治理及企業社會責任之重要性。
有效發揮董事職能	強化董事會之監督功能	◆研議擴大審計委員會之設置。 ◆推動興櫃公司設置獨立董事。 ◆增訂公司董事長與總經理及相當等級者(最高經理人)為同一人、互為配偶或一親等親屬時之配套措施。
	促進董監薪酬合理訂定	◆強化上市櫃、興櫃公司薪資報酬委員會之獨立性。 ◆促進個別董監事等薪酬資訊透明化與合理訂定。 ◆要求董事會進行自我(或同儕)評鑑，並將績效評估結果與董事薪資報酬之審查機制結合。
	增加對董事之支援，以提升董事會效能	◆推動設置公司治理人員。透過投保董監責任險，使董監事權責合理化。
	強化內部稽核之獨立性	◆明定內部稽核人員之任免、考評、薪酬等之核定方式。
促進股東行動主義	便利股東行使股東權利，督促企業落實公司治理	◆配合電子投票之採行，推動董監選舉採提名制。 ◆整合股東所需資訊及行使權利之管道。
	強化機構投資人對公司治理之影響	◆研議提升機構投資人盡職治理守則之簽署家數及其盡職治理資訊揭露品質。 ◆提升銀行、保險業等機構投資人出席股東會比率。
提升資訊揭露品質	提高上市櫃公司英文資訊揭露比率，並強化投資人關係	◆推動外資持股比率較高或資本額達一定規模以上之上市櫃公司，應提共英文版本之「股東會議事手冊」、「年報」、「年度財務報告」等資料。 ◆推動上櫃公司定期辦理法人說明會。
	提升資訊揭露時效、可比較性及內容	◆鼓勵提早於會計年度終了後60日內公布年度財務報告等資訊。 ◆提高XBRL財務報告之可比較性及資訊透明度。 ◆要求上市櫃公司揭露「非擔任主管職務之員工人數、年度員工福利費用(含中位數、平均數)及與前其一年度之差異」，以強化其社會責任。
	提升非財務資訊之揭露品質	◆配合國際GRI Standards發布，要求強制編制CSR報告書之上市櫃公司應依GRI Standards編制；令逐年分批檢視CRS報告書，提出改善措施及推動取得第三方驗證；並研議自CSR報告書中篩選屬投資人較為關注之非財務性資訊於年報揭露。
強化相關法令規章之遵循	強化公司治理相關法令之規範性	◆對於違反證券交易法第14條之4地4項(審計委員會行使職權辦法)及第14條之6第一項(薪資報酬委員會設置及行使職權辦法)情形，增訂相關裁罰依據。 ◆於證交所及櫃買中心相關規章中訂定公司治理規範，並研議相關處置方式之多元性。

越南中良 Team building

越南中良企業 Team building 活動由林殿庸總經理於 11 月的週一晨會提出，為了加強內部訓練、凝聚向心力建立團隊默契，由管理部主辦，而各單位輪流協辦 Team building 活動。



南亞 Formosa 參訪合影

活動規劃前，讓我們先了解 什麼是 Team Building ？

Team Building 可以翻譯為團隊凝聚活動、企業內訓，或是大家常說的共識營，Team Building 常以部門為單位進行，透過有趣、激勵人心、促進團隊合作的遊戲或活動，讓團隊獲取共同成就並培養合作默契，活動可以用任何形式呈現，只要能增進團隊之間的情感及默契，即使是簡單的團體活動，也屬於 Team Building 活動的範疇。

越南中良 Team Building 怎麼辦？

剛開始，我們需要讓團體成員願意參與，才能達到最好的效果，所以我們整理出幾個原則：

1. 儘量在上班日舉辦。既不影響同仁的假日活動規劃，也能避免產生「強迫假日上班」的剝奪感。
2. 活動盡量容易上手不複雜。安排容易上手的活動或遊戲，讓每一個人都能樂在其中。
3. 在活動中加入自我成長的元素。如志工活動、淨灘或是運動會等活動，可以鼓勵同仁自我實踐，讓身心靈都獲得成長。
4. 在 Team Building 活動中安排團隊合作的情境，鼓勵同仁溝通、培養默契，並加入些微競爭的元素，增加活動帶來的成就感。



大綸公司參訪合影

第一次 Team building 活動開始！

原先我們規劃兩天一夜的活動，但受到越南胡志明市疫情影響，臨時縮短為一天的活動，因此，我們以「標竿企業參訪」為本次 Team Building 活動主軸。

本次活動由資材處、研發中心協辦聯絡，訂於 12 月 19 日（星期六）舉辦活動，我們越南中良台籍及陸籍幹部走出工廠、向外界學習，從紡織源頭的紗廠 - 南亞 Formosa，到紡織染整一貫廠 - 大綸，以及成品後加工 - 樂曦印花廠，這三家企業皆座落於越南同奈省仁澤工業區，我們的成員們可以用一天的時間，好好的認識越南紡織產業。

上午，於工廠集合完畢後，我們出發到南亞 Formosa 公司，首先，由陳文宏處長為我們簡報南亞設廠歷史、工廠配置規劃、紡紗事業部現況及主力產品。聆聽簡報後，我們參觀現場先進的機械手臂、自動化送料系統、品質檢驗等設備，因為南亞有完整的大數據分析，所以可以很即時的反應生產狀況甚至計算 KPI，一個小時的參訪後，我們在行政大樓招待所享用就精緻又美味的飯盒。

越南中良 Team building

午後，我們拜訪長期合作的夥伴 - 大綸，藉由陳信彰總經理的介紹，我們了解大綸公司發展歷史和目前現況，也參觀了流亞公司最先進的自動化磅料及輸液系統，與織廠、染廠，現場動線與環境規劃、設備配置方式，都讓我們印象深刻，也讓我們感受到大綸追求精進，不斷改善、優化流程的精神，令我們十分欽佩。

傍晚，我們來到最後一站，也是我們的供應商 - 樂曦印花廠，由賈玉茹總經理為我們導覽，讓大部分不了解紙印花流程的成員，能瞭解紙印花工藝，又因為紙印花需要非常乾淨的環境，來避免印花異常，因此，廠內以圖片方式制定了所有的標準流程，大至機台設備的操作，小至廁所的落水頭清理，都有一定的標準流程及規範，這點也讓我們讚嘆不已。

小組心得分享競賽！

結束一天的「標竿企業參訪」後，回到越南中良附近的餐廳，用餐前，我們進行今天的重頭戲 - 心得分享競賽。我們將本次參與成員分為 5 個小組，用 1 個小時進行討論與歸納小組成員參訪心得，隨後由各組派員發表心得，發表後由林殿庸總經理總結，李展志協理、鄭志強協理評分。

分享過程中，可以發現不同部門成員所觀察的內容重點都不盡相同，透過分享可以獲取不同觀點，也藉此凝聚小組成員共識與培養團隊默契，這就是學習分享的價值所在，經過快 1 個小時的心得分享，最終，由資材研發小組獲得本次小競賽的優勝。



分組心得分享



優勝隊伍受獎



樂曦公司參訪合影

結語：Team Building 活動 辦理心得

最初，第一版的 Team Building 活動本來還設計了許多團體競賽活動，但因為疫情因素，所以取消了，十分可惜。但是，我們沒有因為疫情影響而停止的越南中良朝向學習型組織改變的動力！安排了本次參訪與小小的心得分享競賽，已經成功邁出第一步，因為有競賽小活動，也開始凝聚小組共識、培養合作默契。未來，我們也將會規劃更多元的企業 Team Building 活動，例如淨灘或登山等活動，不僅強化越南中良團隊向心力，更透過活動的舉辦，間接達到身心靈的成長。讓我們一起期待下次的 Team Building 活動吧！

數位轉型升級報導系列之三

數位轉型浪潮下企業的人力資源政策也要轉型升級

撰稿人 | 華東管理中心 歐陽玉

Uber 利用互聯網形成共享經濟，阿里巴巴透過手機改變消費模式，無人飛機、無人車、無人商店、機器人看護等改變許多商業模式，5G 的上市讓線上看診、遠端手術變成新業態，一場新冠疫情的人與病毒大戰，更讓數位應用從商業、醫療，到學校、能源、交通、觀光等無所不在的被快速數位化。「數位化」創造了許多新職業，但同時也讓更多產業的人失業。所以許多產業、組織被迫轉型。工廠傳統的製造生產流程自然也在這波數位轉型潮流下，無法避免的必須要面對。

隨著商業模式的推陳出新，新技術汰舊換新，各產業及企業都有迫切轉型的需求，首當其衝就是必須提升各組織數位化的能力。所以本期的數位轉型升級報導，我們就要來談談「人力資源政策也必須要隨之應變與轉型升級」。

世界經濟論壇 (World Economic Forum)：「35%的工作技能將在未來 5 年內被改變。」

在數位轉型大浪潮席卷全球的今天，數位轉型已成為企業的核心戰略。但同時，數位轉型人才的缺乏也成為企業數位轉型的瓶頸。根據調查：在企業數位轉型過程中，數位化人才缺乏成為最大的阻礙：首先，有些領導者缺乏數位轉型思維，不能敏銳感受到外部環境已經變化，不能當機立斷及時「從上到下」推動企業進行數位化變革，導致往往喪失市場商機；其次，企業內部員工的專業知識結構不合理，很多技術人才缺乏雲計算、大數據、人工智能等 AICDEB（參考系列報導之一）的新知識融會和應用經驗，不能很好地將新技術與業務融合。

數字化轉型涉及到跨領域的複雜系統，對人才的要求也從單一領域的專才向多領域的複合型人才轉型。在此情形下，企業便成為培養適應數位化時代人才的主要陣地，這也對企業的人才培養體系提出了全新要求。施耐德電氣全球執行副總裁、首席人力資源官樂海雯表示：「要培養適應數字化時代要求的創新型人才，企業首先需要從上到下進行觀念變革，在公司上、下都必須鼓勵「創新」的觀念，如果沒有推崇創新的企業文化，很難吸引並留住創新型人才。」

企業的管理者作為數位轉型的「大腦」，必須具備數位轉型思維，堅定信念，從上至下持續推進數位化變革。企業高管團隊數位轉型領導者能力的培養，可以從商業洞察、組織戰略和組織協同三個角度出發，培養管理者成為具敏捷性與適應性，找到數位轉型「切入點」。作為數位轉型的實際操作者，技術人員的能力關係到數位轉型能否具體執行。面對經營策略、行銷業務、財控、人資等各功能部門，必須思考如何應用數位技術、數據分析與商業模式融合，以創新、創造企業於市場中的價值。

4G 技術已能滿足人與人的快速溝通，5G 則更強化物與物的聯結，5G 降低 lag（網路延遲）、大量高速且更多應用的特性對企業的影響更甚於對個人。身為企業一員的你我，若無法比企業先動一步、先變一下，是無法維持自我崗位競爭力的。

在面對未來「萬物互聯」這個必然的總體趨勢下，整體企業與團隊必須願意擁抱數位經濟下的不斷學習成長，不論資深同仁或新進世代，都必須擁有數位應用的基礎概念與能力，因為唯有透過科技應用，進行自動化、數字化、網絡化、升級改造，通過實現標準化生產、提升效率與品質、降低人工成本，才能創造價值，才能提升企業效益及市場競爭力。

企業人才該有的數位轉型思維

企業進行轉型中不可或缺的人才，通常具備三大特質：**勇於創新、跨界整合與非典型經歷**。多半能為企業帶來新氣象的，往往都是非本科生，或非同質性產業經驗的人，因為能以不同角度來打破窠臼，勇於做嶄新的嘗試與合作。而企業經營從傳統的 IT、ICT 轉到 IoT 領域，工作屬性迥然不同，若無法及時從內部訓練拔擢，就得從外部招聘新血，快速補強企業競爭力。相關的從業人員該如何因應轉型呢？我認為須先釐清自身的商業模式，是以何種優勢獲利？這優勢能維持多久時間不被他人取代？捫心自問是否能脫離企業去創業？或進行組織內部創業？或是為公司貢獻所長，謀取更高待遇？確認後，才能再細分兩種轉型的方向：一是對內的自身技能提升，強化個人素質能力，走向更精緻的專業人士領域；另一是對外的跨界整合，提升溝通協調能力，朝向通才的管理階層而努力。

七大數位核心能力

數位化的即時性、精準性與突破時空性，讓企業趨之若鶩想掌握，而這些符合現代趨勢及需求的「數位核心能力」(Digital pivots)，大致分為七類：

- | | |
|--|--|
| 1. 商業模式調整能力 (Business model adaptability) | 5. 數據分析能力 (Data mastery) |
| 2. 安全且靈活的基礎力 (Flexible, secure infrastructure) | 6. 創建良好客戶體驗的整合能力 (Unified customer experience) |
| 3. 善於經營社群力 (Digital savvy, open talent networks) | 7. 串聯產業生態圈的能力 (Ecosystem engagement) |
| 4. 工作流程優化力 (Intelligent workflows) | |

從業人員若能從中具備越多項數位核心能力，就越能為企業帶來越多貢獻。但現實面來說，即使是專業的數位行銷顧問，也無法全部兼具，所以還是得認清自身天賦、與優勢定位，善於團隊合作，以他人之長補己之短，發揮最大效益。

（本框內段落資料節錄自：《專案經理》雜誌 2019 年 12 月號）

學習與運用 大健康產業朝品牌意識 與平台經濟精進

撰稿人 | 總管理處 林郁綺

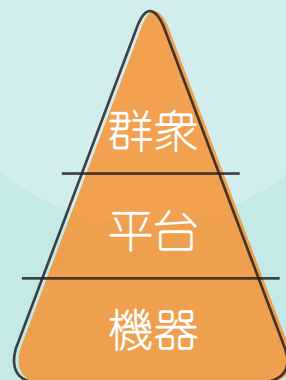
圖片來源：www.promaster.tw/gardeneryen

不斷學習、自我精進

大健康產業以不斷學習、自我精進，作為內部員工提升的主題，以朝集團 IBL (I=Innovation 創新力；B= Breakthrough 突破力；L= Leadership 領導力) 的條件邁進。經過不斷的討論與決策，在 2021 年 12 月有幸邀請到嚴守仁博士，以其專業帶領大健康同仁用「起而行」的方式，使同仁在品牌意識與平台經濟領域更加精進。課程從平台經濟的趨勢了解、品牌意識的自我釐清，到發現客戶的隱藏議題等章節，隨課程脈絡循序漸進。嚴守仁老師也於課程中延伸出許多核心關鍵的問題，透過分組討論的問答互動中得到回饋，也凝聚了團隊間分工合作、積極的氛圍。除此之外，老師也會因應延伸的題目去推薦合適的書單，提供同仁在課程後能持續性深耕。

平台經濟帶來的顛覆與衝擊：提升服務的價值。

初章節講述到「平台即服務 (PaaS)/ 軟體即服務 (SaaS)」概念，再以平台經濟的金字塔說明，而結構分別為：機器、平台、群眾三個層次。最底層為「機器」指的是能夠掌握平台客戶的足跡，而這些足跡背後的數據才是關鍵；第二層「平台」指提供功能的整合 (HI+AI：智能及人工智慧)；位於最上層的則為「群眾」能成功內化品牌意識與價值所在，使品牌能得到深度的認同。舉例來說：想辦法如何讓路人成為粉絲 (了解需求，提供服務)；再讓粉絲成為銅絲 (願意購買)；再讓銅絲成為超級銅絲 (願意支持)。



嚴守仁 博士

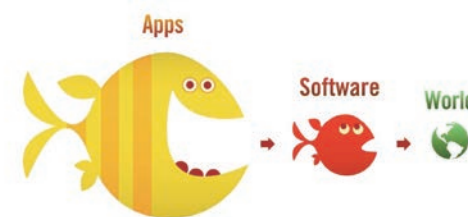


平台的力量正在顛覆傳統！網景公司 (Netscape) 創辦人安德森 (Marc Andreessen) 於《華爾街日報》專欄文章提到「軟體正在吞噬世界」。有越來越多企業仰賴軟體運作推動網路服務，持續的湧入並顛覆既有的產業架構，而安德森更預期，未來十年軟體將改革更多產業。

平台啟動的思考「是先有雞還是先有蛋？」嚴守仁老師：「在投資與獲利的循環中，消費者 / 會員是平台的資產，不要只想著向會員收費，而是要提供更好的服務，吸引更多的消費者習慣性的到訪，才是未來獲利的基礎！」並推薦了一本相關書籍《鈎癮效應：創造習慣新商機》，品牌價值與企業經營，勝負不在數據而在數據洞察力，因此觀點才能決定一切，若方向不對努力則白費！

“Software is Eating the World” – Andreessen in WSJ

圖片出處：橘子蘋果兒童程式學苑。



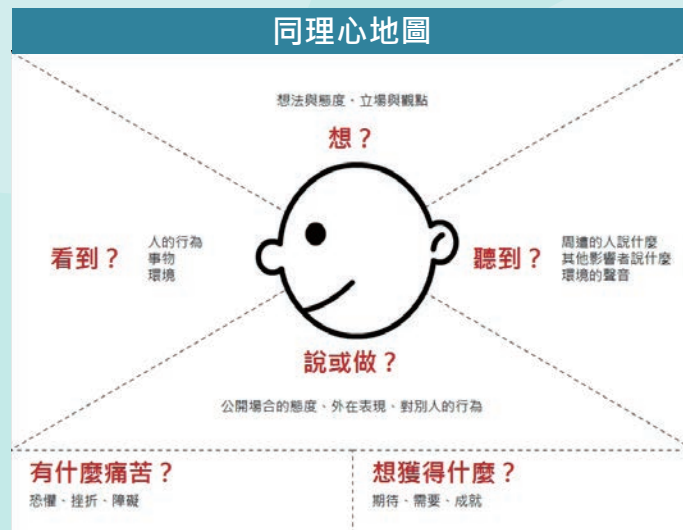
品牌意識與先問 為什麼？了解客戶做好 品牌定位

品牌經營的關鍵在於是否清晰的傳遞 WHY (品牌價值)，領導學專家賽門西奈克 (Simon Sinke) 表示

" People don't buy what you do, they buy why you do it. "

人們不買你做什麼；他們要買你的為什麼，其認為短時間真正能直接打動人心的說法是談論「為什麼」。

因此可以透過同理心地圖，深入洞察並掌握目標顧客的痛點與期待，能幫助在品牌定位上更貼近顧客需求，也能幫助企業發展第二曲線找出策略展開的創新切入點。



圖片來源：https://ppt-tw.blogspot.com/2018/06/blog-post_1.html

品牌經營的贏心策略： 打開顧客的隱藏議題。

在利用科技找到方向後，也正式開啓了下一波的平台革命議題「如何提供更具有人性溫暖的感動服務？」，因此掌握目標客群的隱藏需求將會是成功的關鍵！品牌經營的「贏心」策略(優勢資產與隱性議題的連結)三步驟：提問、傾聽與回應並透過故事或案例分享連結起來，重要的是永遠要先找到真正具備決定權的買家。

【案例分享】一位台灣女孩以協助失智長輩自立生活的議題帶入產品，設計出專屬餐具「Eatwell」全球直送，並拿下史丹佛設計獎。因此了解問題的過程，比設計本身更重要！也就是前述提到的傳達消費者的 WHY。

結尾：為今天的學習 成果作收割與分享

課程的尾聲，老師交由各組組員，以商業模式圖及九大要素來實作演練，建構出各組別的商業模式圖，提出實際的策略行動，除了日常管理工作外，提出額外新的服務。以系統思考創造品牌價值主張，將力量放在價值更高的地方！課後老師也提供一份 STAR/AR(有效的績效回饋法)給各位學員應用課程所學與實務案例接軌，持續將所學充分運用！



上課活動花絮



課程分組討論成果分享花絮

嘉義軍人服務站與榮民服務處 齊心締約為官兵共創福祉

資料來源：台灣好報 地方新聞
<https://www.newstaiwandigi.com/newspage.php?nnid=299218>



為感謝國軍官兵保家衛國及表達對退除役官兵之敬意，12月25日由嘉義軍人服務站張勉站長和嘉義榮民服務處郭豫臨處長，在嘉義駐地部隊主官或代表等貴賓見證下，與南良集團蕭登波總裁、旗下真愛大健康電商平台11家策略聯盟廠商，共同簽署「特約商店優惠契約書」，爭取官兵特約優惠，並擴大至榮民長輩與眷屬，以表彰社會各企業對國軍及退除役官兵的認同與尊崇，期能為嘉義地區現役、退除役官兵及眷屬們打造幸福桃城生活圈。

南良集團蕭登波總裁創立真愛大健康產業，以守護人類身、心、靈健康為志業，除了集團本身上、中、下游企業外，更致力於整合社會上各方有益於大健康的產品、服務與知識等資源，共同推動大健康服務，達成濟世利他、健康幸福與美滿人生的核心價值。對於這次能首度展開對於保家衛國的國軍官兵提供更多的服務，感到相當榮幸，也希望此份良善貢獻的心能持續擴散。

中華民國軍人之友社所屬各地區國軍英雄館住宿優惠對象，除現役軍士官兵與榮民外，嘉義國軍英雄館近期更推出平日住宿特惠活動至明年元月31日，嘉義榮民服務處將本著互惠互利原則，協助擴大宣傳，拓展消費契機。

近年來，全國各地軍人服務站在中華民國軍人之友社李棟樑理事長大力提倡與蔡鴻圖秘書長殷切指導下，積極邀集商家響應敬軍活動，協請提供產品優惠折扣，商家範圍涵蓋食衣住行育樂等6大類，嘉義軍人服務站與榮民服務處透過共同開發、分進合擊的方式，讓官兵和榮民服務對象，感受到來自社會各界的關懷與鼓勵。

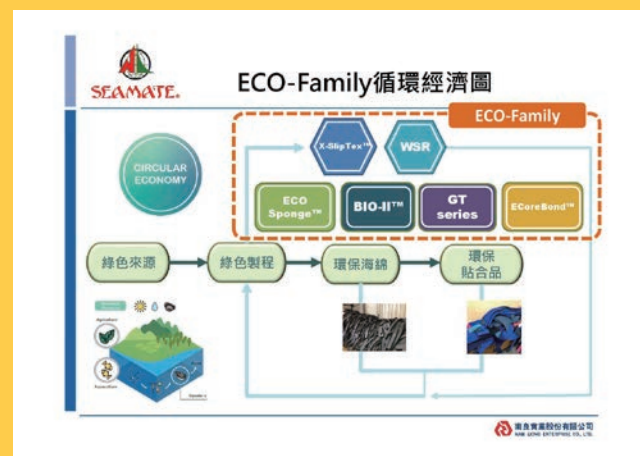
**南良實業連續兩年榮獲
經濟部國貿局行銷計畫補助**

經濟部國際貿易局為協助台灣紡織業加強拓銷海外市場，近年來有提供「紡織品整合行銷與商機開發補助計畫」資金挹注，由中華民國紡織拓展會進行相關計畫展開，鼓勵紡織業者能夠以多元的整合行銷方式，將台灣具有競爭力的功能性產品推廣到世界各個角落。去年度，南良實業以「ECoreBond™ & BIO-II™ 創新環保材料雙品牌國際行銷推廣計畫」獲得主審委員的青睞，得以讓總預算新台幣 127.5 萬的行銷計畫得以順利進行；今年度，我司採用「全回收材料品牌 X-SlipTex™ 虛實整合國際行銷計畫」的主題，再度以第四名的佳績獲得肯定，該行銷計畫總預算為新台幣 135 萬元。

以全回收材料為主軸，
行銷南良循環經濟概念

南良集團身為台灣紡織業龍頭之一，肩負提供環保創新材料之大責，一直以來，董事長也不斷耳提面命地告訴我們要「尊重生命、愛護環境」，所以我們在產品開發方面不斷思索如何能夠對這個環境盡一分心力。

隨著公司產品的多元化以及營業額的逐年增加，因而所產生的廢棄物也隨之增長，即便我們在原料的選擇上已盡可能選用生質材料或更環保的材料來取代石化原料，但仍不免在製程當中產生邊角料而造成地球更多的負擔。為此，我們將廠內回收海綿進行再利用，製成 X-SlipTex™ 耐磨止滑布，將磨碎後之回收海綿發泡碎粒塗佈在 100% 消費後回收寶特瓶平織布上，使平織布達到更佳之止滑耐磨效果，賦予回收海綿及消費後回收寶特瓶新的生命，創造出新的價值。



並藉由 109 年度紡織品整合行銷與商機開發計畫取得之補助款擴大行銷我司的循環經濟概念，讓潛在的品牌客戶感受到南良公司對環保愛地球的心，把南良人平常掛在嘴上且放在心中的「尊重生命、愛護環境」理念，以更實際行動落實在企業營運當中。

由國際第三方公證單位進行保證

此外，為了更取信於客戶，特將 X-SlipTex™ 中的 GTXP 產品進行 GRS (Global Recycle Standard) 全球回收標準認證，由全球公認的回收機構來證明我們 X-SlipTex™ 的回收來源及回收比例；另一方面，除了產品本身的強化及廢料再利用以外，我們南良公司也正積極建購減少溫室氣體放的生產製程，今年上半年度與去年同期相比，已使溫室氣體排放減少 29% 以上 (以 <https://ghgprotocol.org/> 為計算基準) 。

南良實業 X-SlipTex™ GTXP 產品獲得
GRS 全球回收標準認證



參加線上拓銷團，增加國際曝光機會

除了給予實際資金補助之外，主辦單位紡拓會亦舉辦了多場線上拓銷團，包含波蘭線上拓銷團、越南線上拓銷團及泰國拓銷團，以及多場國際買主視訊採購商洽機會，透過線上視訊的方式向多家品牌商及成衣廠介紹我司材料，包含美國運動鞋品牌 Saucony、波蘭運動用品通路品牌 Martes Sports、越南知名鞋靴製造商 TBS Group、越南知名成衣製造商 Scavi...等。我們已陸續依照商洽對象的需求進行供樣，將持續與其追蹤開發進度，並尋求進一步的合作機會。

補助計畫期程會結束，行銷活動永不停歇

今年度的「紡織品整合行銷與商機開發補助計畫」期程只到 11 月底，並於 11 月 27 日假紡拓會會議室舉辦成果發表會，所有的獲獎廠商均在會場上設有展示區，除了彼此觀摩產品並針對行銷經驗進行交流之外，主辦單位亦安排了數位行銷專家麥肯廣告股份有限公司張志浩執行長以「後疫情時代運用數位行銷開創商機」為題發表演說，以讓與會者對數位行銷有更進一步的認識。

連續兩年有幸取得政府資金的挹注，讓我們有機會有更多的行銷預算可以拍行銷影片、可以進行官網維護、可以執行關鍵字行銷廣告，雖然計畫期程已經結束，但這期間所習得之行銷操作以及所開發的客戶數會不斷累積增加，不會因此而停止。我們也將續積能量，並尋求其他計畫之補助，以利藉由政府的資源，發揮更大的行銷助益。



2020 健康福祉 創新服務推動計畫

經濟部工業局為協助 2020 台灣健康福祉創新服務推動計畫，來到了年底成果發表會時刻了，由執行單位工研院產科國際所，選定 2020 年 11 月 18 日 (三)14:30-17:00，於台大醫院國際會議中心 4 樓 401 會議室，邀約成果發表會的結案廠商；計有英華達「全家寶雲端建管 + 共創醫療照護服務計畫」、智邦科技「動吃·動吃·睡好飽 - 延 / 防輕失智計畫成果分享」、南良實業「適用於銀髮族之品牌聯合及檢測服務模式建置計畫」、中化銀髮「一站式銀髮資源服務平台」、鍊工場「微科技 - 在地照護新模式」、研華科技「大數據驅動智慧醫療及返家照護平台創新規劃等六家廠商。



適用於銀髮族之品牌聯合及 檢測服務模式建置計畫

簡報人莊淑芳行銷業務經理，簡報單位南良實業股份有限公司，當天莊經理將計畫主軸：解決銀髮族出院後，家屬來不及準備居家照護的困境，本案以銀髮族坐月子中心概念，提供全天候及短期照護服務。以簡報方式和影片製作等呈現給評審委員，將「銀髮族坐月子中心」短期調養與衛教指導，掌握復能黃金期，提供銀髮族及其家屬，2 周 ~1 個月之緩衝準備時間，提供復健支持、營養支持、心理支持，縮短「復能」時間與提高「復能」機率，協助銀髮族重新恢復社交生活，成功老化！



銀髮族坐月子中心加速術後 失能復健、營養支持及心理支持， 幫助回歸居家照護的銜接

合作場域醫院選擇高雄市立旗津醫院 (旗津長照島) 及台南和欣護理之家，高雄市立旗津醫院蔡忠榮院長等醫護團隊、台南市和欣護理之家何院長等醫護團隊、南良團隊、金屬中心團隊等本次計畫所有團隊，共同推出銀髮族坐月子中心：

1. 結合醫院 / 長照機構，協助銀髮族 (腦中風...) 快速復能，參與正常社交。
2. 「類 Uber」行動 APP 進行優質配對，進行銀髮族長期健康檢測追蹤與關懷。
3. 行銷自創聯合品牌，提供健康外用品、保健食品 (外用內服) 循環運用服務。

銀髮族坐月子中心 成果展廣受業界推崇

南良代表莊淑芳和陳彥銘，於本次成果展展出計畫的文案說明，受到醫院院所等照護機構的諮詢，了解計畫主軸在於解決銀髮族出院後，家屬來不及準備居家照護的困境，能提出以銀髮族坐月子中心概念，由配合的產業擴散照護服務，的確可統合過去的智能量測與記錄、健康諮詢系統等互動理療檢測服務模式，透過目前多數的實體場域如長照機構 / 護理之家等品牌聯合服務，強化了復健支持、營養支持、心理支持，目標對象可讓暫時失能無法自理的銀髮族 (居家照護前)，來提高「復能」機率等精準服務！

2021 南良國際新紀元



南良實業股份有限公司在身處激烈的國內外競爭環境中，仍堅持「對生命之尊重，對環境之愛護」經營理念，與發展自己的品牌、品質及品味雄心，其重視環保、消費者的健康及對社會公益的投入，企業在台南持續的紮根與經營，展現出對土地的認同，創造了更多的就業機會及企業價值，深耕台南，實為台南產業的驕傲。南良實業股份有限公司，在紡織、化工、發泡領域創新研發科技邁進，豐沛的產業活力發展出產業厚實的實力紮根與經營，在地企業的卓越成績必定能發光發熱。

在全球化競爭下，為了脫穎而出所投注的努力與毅力，必須更上層樓才能令人刮目相看；2020 年，經股東會決議及經濟部核准，正式由「寶聯通綠能科技股份有限公司」更名為「南良國際股份有限公司」，股票簡稱為「南良」。且經董事會決議，「南良國際股份有限公司」與「南良實業股份有限公司」進行簡易合併，基準日為 2020 年 12 月 31 日。

南良國際自 1972 年起，歷經近 50 年的萃煉，總公司位於台北內湖，於 2000 年股票公開上櫃。為履行南良母集團「對生命之尊重、對環境之愛護」的核心責任，朝向多方位發展，進軍綠能產業，包含太陽能光電、LED 光源；並發展智慧化管理系統產業，提供電源供應器、物聯網與能源管理在整合性規劃與全方位的解決方案；同時在嘉義設置經 IAC 認證的功能性特用化學實驗室、台南設置紡織材料研發中心，生產廠區位於台灣台南、大陸區、越南區，以高科技和功能性的紡織環保性材料、各類高分子材料和高彈性發泡環保性材料，擁有多項專利，並持續建構及整合完整的供應鏈系統，以優先解決顧客的痛點，服務知名大廠 NIKE、ADIDAS、Honeywell、3M、Decathlon...等。



雲林科大高階領袖班 訪問南良集團報導

國立雲林科技大學管理學院高階領袖班於 11 月 19 日訪問南良集團，由蘇純緒副校長及管理學院陳昭宏院長帶隊，率領共計 35 人企業高階領袖班成員造訪南良仁愛廠區。蕭登波總裁也親自高規格接待，並於廠區旁五榕園設席接待，邀請了永康三村國小直笛團到場演奏迎賓樂曲，本次參訪活動也在簡單隆重的熱鬧氣氛下展開。

雲科大管理學院所開設的「EMBA 高階領袖班」，匯聚中南部各行各業領袖菁英，本次透過雙方牽線，遂安排此次參訪行程，為此，總管理處也安排完整的集團簡介及交流座談，也依照本次高階領袖班成員之企業屬性，將參訪團分為三組，分別為綠建材及能源組、大健康組以及機能多工材料組，讓參訪團員依其背景與集團相關產業能有更深入之交流及互動，在短短兩小時的行程安排中，透過交流觀摩以及產品體驗，讓雲科大諸位團員更加認識南良集團產業，也與集團部分單位建立了日後合作的契機。



蕭總裁也表示：雲科大為台灣中南部知名學府，一直以優異辦學成績著稱，此次交流將促進雙方正向交流，集團將會持續深化與雲科大之產學合作與人才引用，攜手共創雙方更美好的未來。

植富硒成果發表會



與會嘉賓全體大合照

綠品生技高齡顧問(左一)、良農事業謝宏政協理(左二)、大自然生技-陳慧如總經理(右二)、綠品生技-謝睿哲總經理(右一)

南良集團農業事業本部 - 「真善美綠色健康生態農場股份有限公司」於 2020 年 11 月 21 日上午在台南市柳營太康有機專區舉辦農業植富硒成果發表會，發表會上除柳營區汪區長及柳營區農會洪主任之外也有多家企業及媒體如蘋果日報、大成報等...應邀參加。

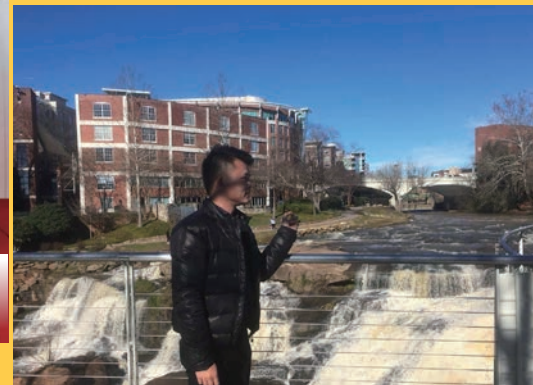
發表會當天邀請義守大學營養學系 - 陳麗琴系主任介紹硒元素，國際學刊論文上針對硒元素的研究有三萬六千多篇，顯示缺硒與各重大疾病有相關關係。由於人體無法自我合成硒，依靠食物補充是最方便的方式，許多國家的建議攝取量為 55~400 微克 / 天，植物的硒含量主要取決於土壤中的硒含量，很多國家的土壤不含有硒，或是僅集中在某部分地區，現代的海洋、空氣受到汙染，土地也在大量種植下流失許多營養，這些是造成食物缺硒的主要原因。

南良集團農業事業本部近年積極開發機能性食材，因此與台灣優化細胞協會合作，於南太平洋無汙染海域採集天然硒海礦粉，硒含量是一般富硒土壤約 4600 倍，十分難得，由 SGS 檢驗重金屬含量完全符合法規標準。天然硒海礦粉經由「良農現代化農業科技股份有限公司」的特殊工法製成富硒胺基酸，由「真善美綠色健康生態農場股份有限公司」與農友合作開發出植富硒農作物，可為全球缺硒問題提供最好的解決辦法，真善美綠色健康生態農場也免費提供植富硒山苦瓜茶包組供來賓帶回體驗。

良農農業事業本部 - 謝宏政協理表示經真善美及其他合作廠商實驗種植，富硒胺基酸能提高植物植化素及萃取物，未來也將與屏東科技大學農園生產系 - 趙雲洋副教授合作研究富硒農作物的栽培與其營養成分變化。真善美之合作廠商 - 綠品生物科技也已開發出富硒桑黃 + 山苦瓜及富硒桑黃 + 仙草等不同組合產品，並在發表會現場與大家分享富硒桑黃實驗數據及數十億美元的市場分析，發表會當天亦有多家通路商及生技公司表達合作意願。

隨著生產技術提升及驗證的普及，產銷履歷跟有機商品在商業競爭上已漸漸不具優勢，真善美將選擇機能性農作物搭配植富硒加乘功效，在通路內設置植富硒專櫃，在一片競爭紅海中創造差異性優勢。

2021 全新洪良台北國際貿易處再出發利他行善有強大力量



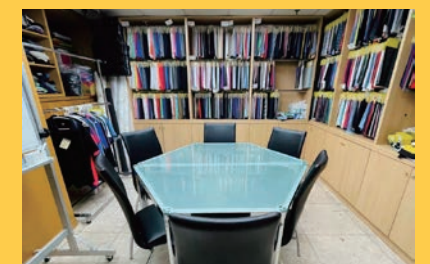
在日本求學時，經營管理學教授，拿了一本書給我，跟我說如果能夠熟讀，這學期成績我就能夠順利過關，為了我的成績當然跟他拚了，接過書看了封面，有一位戴眼鏡的老伯伯，上面書名寫著「誰にも負けない努力」，意思是付出的努力不輸給任何人，作者就是日本赫赫有名的經營之聖「稻盛和夫」。



還記得書中提到，要努力工作就必須喜歡這個工作，要培養自己喜歡這個工作，當喜歡了自己的工作，就會為自己所愛好去努力工作，在別人眼裡你是很辛苦的，但是你自己的體驗是很輕鬆很自然的，只要喜歡你的工作，再努力也不覺其苦，拚命工作是辛苦的事情，辛苦的事情要一天天持續下去，必須有個條件，那就是讓自己喜歡上現在所從事的工作。這就是洪良台北國際貿易處全體人員最重要課題，讓自己更熱愛這份工作。

全新洪良台北國際貿易處 2021 願景，將計畫與集團內各領域的公司合作，運用南良集團產品和技術，從日本東京和海外的銷售渠道，拓展業務合作夥伴。以東北亞為出發點，進而擴充全世界，我們擔任貿易公司的職能並通過銷售南良集團內的核心產品，對應客戶日益複雜的需求。洪良台北國際貿易處，主要從事紡織成衣布料之直接外銷以及合作外銷，除南良集團的核心商品外，嚴選台灣、大陸、泰國等知名紡織染整大廠與特殊機能性布料廠合作，製作高優質之產品。國際貿易處期許要為品牌商找最合適的商品，為供應商找優良的顧客，一同搭建一座溝通的橋樑，創造三贏的局面。

疫情影響，世界變得動彈不得，以往的商業模式也有很大的變化，危機就是轉機，洪良國際貿易處將突破以往的行銷模式，創造不一樣的商機。未來將會在東京創立展示間，方便客戶來樣挑選，從生活型態的變化找到商業趨勢，符合客戶需求。透過商品行銷的引導，不斷告訴客戶我們的存在，把顧客變成「椿腳」，建立不可被取代的價值。



數位轉型已非選擇， 而是生存的基本條件

2020 年因為疫情的肆虐，愈來愈多的企業體認到數位轉型的重要性，但是「數位轉型」到底是什麼？又要怎麼進行轉型呢？

在企業的數位科技應用上，可分為三個階段，第一階段是數位化，有些企業到目前為止仍是採用大量人工，資料儲存與傳遞多是依靠紙本，這類公司便需要盡快導入資訊管理環境。此階段建議由外部專業人員提供經驗與技術，協助進行數位化規劃。

第二階段為數位優化，目前台灣大多數企業位於此階段，經過第一階段的數位化過程，企業會累積相關經驗，從中找出最適合自身企業的數位優化應用。在這個階段建議由內部人員與外部專業人員互補進行規劃，並逐漸將數位操作轉回企業內部進行。

第三階段即是數位轉型，企業利用數位科技發展出原先沒有的商業價值，創造出差異性和提升競爭力，達到企業的整體升級。建議當產品進入成熟期時便著手規畫數位轉型策略，避免被改變迅速的市場淘汰。

企業數位科技應用三階段



數位化 Digitization

數位化是指企業為提升效率開始將紙本資訊、資料或流程改為數位模式的過程，是為企業踏入數位轉型的第一步。



數位優化 Digital Optimization

數位優化是指在現有數位化基礎之上，提升企業數位技術的應用、採用聯網工具，進而改善原先的商業模式。



數位轉型 Digital Transformation

數位轉型為利用數位科技的方式，幫助企業創造新的商業模式，或是跨入新市場。提前進行數位轉型規劃，大幅增加自身競爭力。

而數位轉型該如何開始呢？最優先的便是企業數位文化的建立，據統計企業數位文化的培養對於企業是否能夠成功數位轉型起到關鍵性的作用，具良好數位文化的企業在轉型成功的比例高達 90%，而數位文化較差的企業成功比例卻不到 20%。此時，管理者扮演了十分重要的角色，如何幫助企業內部培養數位文化，並協助內部跨部門垂直與水平進行協調與溝通，共同朝向數位轉型的新時代進行努力與合作。

除了培養企業之內部數位文化之外，管理者應對企業現況進行評估，確定目前企業數位化程度？營運上是否遇到哪些問題？目前可供運用之預算？並依此找出迫切需要解決的痛點或想要達成的目標。

有了初步想法後，接著尋求外部專業人員進行意見交流，目前政府與民間企業皆有相關資源可供協助。藉由外部人員的分析與經驗分享去調整目標與想法，界定出自身企業需要進行的議題，並進行可行性評估。最後便是目標的執行與定期進行效益評估，並以此經驗作為後續目標的訂定與調整。



南良國際智能應用事業部亦有協助客戶進行數位轉型規劃，在能源管理部分，提供系統平台，讓管理者能夠輕鬆查看關鍵基礎運行數據，如耗能、需量管理，即時掌握設備或廠區的電力資訊；使用天井燈之廠房，可協助更換榮獲 Edison Report 所頒發的 2017 最佳產品 -Filamento 智慧節能燈具。透過獨家專利技術，能讓不眩光的 LED 光線更有效率的投射在需要的空間。歐洲飛機製造商 Airbus 導入使用後，環境亮度提升了 1.6 倍，並節省了 70% 的能耗。目前美式會員制連鎖賣場也陸續換裝中，只需 150W 的耗能，便能提供 20,000 流明，平均壽命 50,000 小時，保固 5 年的效能保證，亦可選搭無線智慧控制元件，可以透過無線設定來即時調整光線及效能，提供更節能更即時之設定方式。

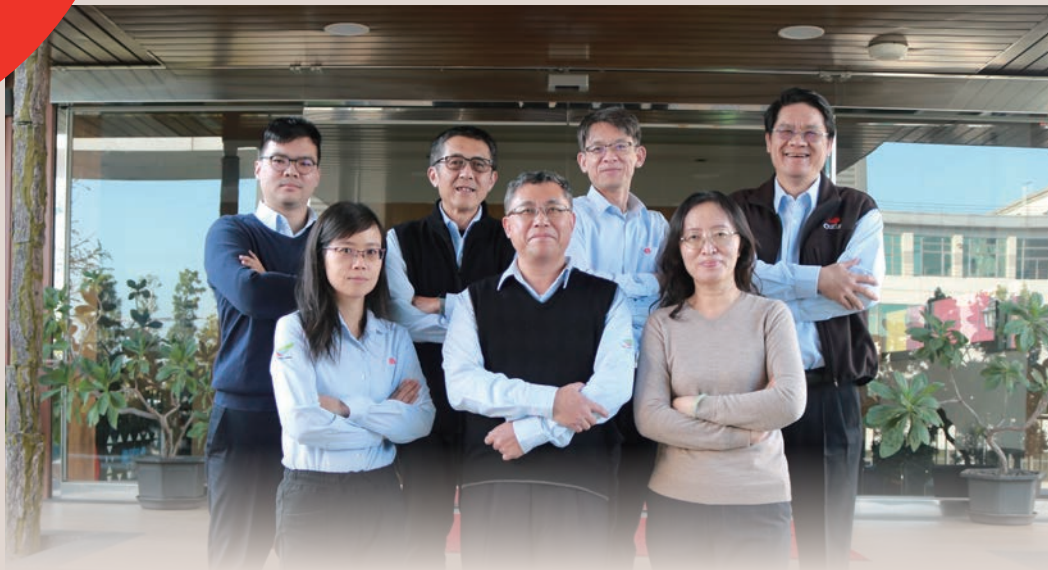
數位轉型帶來的或許不是立即可見的利潤，但是藉由設備、文化與制度的逐步導入，幫助企業減少損失、提升效率、改變制度與文化，進而發展出新的商業模式與新市場，讓企業能夠在競爭激烈的市場中佔有一席之地。

據資策會統計，目前台灣已有 60% 企業已啟動數位轉型，更有 20% 以上的企業已開始產生效益，據鼎新電腦分析，數位轉型預估可為製造業提升 8%~13% 利潤。數位轉型是一條很長的路，並非一蹴可幾，也許不會馬上見到成效，但是不開始進行便等同於慢性自殺！在現今科技日新月異的時代下，數位轉型已非企業未來發展中的一個選擇，而是企業持續生存的基本條件！~ 如有數位轉型任何問題，歡迎發信至 sales@namliong-global.com 洽詢 ~

從辦公室走向產業裡， 在業務流程中洞悉產業變化

受訪者：總管理處 白景仁財務長

訪談撰稿者：南良通訊編輯部 / 劉振銘、林郁綺



Q1

南良國際自 109 年 12 月 31 日合併南良實業，請問對於南良集團或南良國際所代表的意義是什麼？

南良國際自 109 年 8 月 4 日董事會決議於 109 年 12 月 31 日合併子公司南良實業股份有限公司，其目的是整合資源和簡化投資架構，執行這樣的整合計畫，必須董事會高層的授權，以及財會同仁和公司各單位的合作和努力，南良實業財務部邱淑貞經理、南良國際林華澤協理和蘇孟栩經理負責財務和會計的整合，公司張舜卿總經理、劉雅群協理、楊景發協理、林建宏副理等各主管積極主持合併工作才得以完成，其中許許多多的細節，不是第一線參與的人員，無法明瞭當中的辛苦和壓力，所以藉此次南良通訊的專訪，有機會向支持和共同參與的同事們致敬，也向南良集團的大家長蕭登波總裁致崇高的敬意，沒有他幫忙排除萬難，很多情況都可能功敗垂成。

整合資源和獲取資源一樣重要，在獲取資源的同時，如果無法整合資源，資源的浪費在不知不覺之中時時刻刻都在發生，所以負責規畫的人，不能停留於獲取資源，更應留意執行細節，去蕪存菁，想方設法控制資源使用，對於不合理支出要當機立斷，隨時檢討是否符合目標和評估最大效益。

基於以上的要點，財務會計的團隊，須發揮專業能力，分工合作地思考和研討各種法規面、制度面、及成本效益等層面。

合併之後，南良國際因為財務的透明化，在資本市場中更容易被投資人和其他同業比較，比較市場競爭力、核心能力、經營規模、創新能力和戰略佈局等，相信經由資本市場的不斷鞭策，南良國際將會持續地成長茁壯，朝向更卓越的企業邁進。

Q2

合併之後被任命南良國際財務長有任何思考層面可以分享？

本人承蒙董事會任命為合併之後南良國際股份有限公司財務長，面對的挑戰於合併之後才正開始，而協助張舜卿總經理所帶領的營運團隊，是財務團隊共同的責任，相信財務同仁們亦有相同之認知，所以鼓勵財務部門的同仁，要從辦公室走向產業裡面，在業務的流程中洞悉產業變化，能夠提供更適當的財務資訊。

財務部門除了提供經營團隊數據管理的資訊，還有強化公司治理，讓公司在有效的治理之下，強健公司體質，穩健邁向企業營業和獲利成長的短、中、長期目標。財務部門更要不斷學習，並保持足夠的現金流，提升財務彈性，面對類似突如其來的疫情影響，需要具備應對風險降臨的能力。

希望大家有志一同，讓財務團隊的思維和做法更具前瞻性，能為投資人描繪更好的企業藍圖，與經營團隊共同創造更高的企業價值。



Q3

財務規畫也是公司關注的重點，有沒有實質的功能計畫會在近期內實施或完成？

南良國際在資本市場擁有比較多的籌資管道，但是不論以任何模式籌資，最重要是我們的創新能力和經營的核心能力，是否足夠說服投資大眾，所以在資本市場裡，南良國際需要搭配熟悉集團的券商和優質的會計師等專業團隊，共同協助公司管理成長，更能夠符合資本市場和主管機關的期待與要求，提升籌資和投資的專業素養，以應付多變的世局。

財務部門應發揮協助公司治理和強化企業社會責任的角色，協助設置功能性委員會、舉辦法說會、強化內部控制制度等功能。財務本部經過此次合併之後，整合財務會計的人力資源，期能共同謀劃公司更具競爭力財務管理平台，透過管理會計的績效數據和營運稽核等措施改善缺失，努力創造企業和股東的最大價值。

撰稿人 | 方鴻明醫師 / H&H 健康諮詢醫師

耳部疾病和缺氧也有關



方鴻明醫師 / H&H 健康諮詢醫師

學歷：臺大醫學系 / 教育部公費留學：人類遺傳 / 美國約翰霍普金斯大學人類遺傳學碩士

耳朵是聽覺和平衡功能的所在，而聽覺是由耳朵、耳蝸、聽神經和聽覺中樞所組成。平衡則由半規管淋巴系統所組成。耳聾 (deafness) 或聽力喪失 (hearing loss) 是常見的耳疾。引起突發性耳聾的原因很多。內耳血管循環障礙是最常見原因。其他原因如感染、耳毒性藥物、外力 ... 等等。

內耳血液循環供應僅有一小動脈血液供應，且內耳神經非常微細而脆弱，內耳持續 6 秒，耳蝸及聽神經就會受損。缺氧超過 30 分鐘後，就有出現永久性的神經損傷的危險。尤其本身有血管問題，引起如腦中風的症狀。迷路動脈一旦被阻，會出現耳鳴、耳悶、眩暈、噁心甚至嘔吐 ... 等等。急性的耳部疾病，基本上和「缺氧」有關。越早排除及隔離危險因子是必要。愈早治療愈好，也不要改善，就不做治療，一定要做完療程。因為缺氧會引起發炎、血栓 ... 等等。

防治耳部疾病的方法，如腦中風一樣。這樣會比較容易理解。事實上，耳部，也是腦中樞神經系統的重要部分。如情緒過分激動，會引起交感神經興奮，內耳血管收縮，造成內耳循環障礙而缺血、缺氧，引起聽神經、耳蝸受損，引起耳聾、耳鳴 ... 等耳部症狀。也是腦中風的前兆或併發症。把急性耳部疾病，當做如腦中風一樣嚴重，不要掉以輕心，尤其是單側性耳部症狀，如腦中風一樣，都以偏側為多，而不對稱的表現。若兩側症狀一樣，則和病毒感染、過敏 ... 等，全身性病症有關（腦中風和心肌缺氧、梗塞，也都是缺氧的問題）。神經營養補充劑是必要的，用耳滴的方式，如眼滴液一樣，再試驗中。



其他藥物，如溶解血栓、抗凝血，血管循環。促進，降低血液黏稠，減少紅血球、血小板聚集 ... 等，都是為了減少缺氧的影響，必要時可用高壓氧來治療。急性期療程一般為 7-14 天。三個月後，聽力少有復原可能。發病三至六個月，病情已較定型。若經評估後，聽力未恢復，要採取補救措施，如配戴助聽器、人工耳 ... 等。若不及時進行，聽力會下降更快。兩側聽力不平衡，更會引起對聲源遠近、方向的判斷錯誤。造成活動不便，甚至危險。從聽覺獲得的資訊，僅次於視覺，且有平衡的問題。

隨著年紀增大，老年人的聽力會逐漸下降，但要延緩或減聽退化現象，下列要注意：

- 一、血氧充分，尤其在要用聽力或白噪音暴露之下，耳部耗氧更多。基本上，急性耳疾和血液循環有關。
- 二、避免「耳毒性藥物」(ototoxic drugs) 如鏈霉素 ... 等。若腎不好，這些藥物，更不易代謝。
- 三、避免自主神經，失去正常調節功能。
- 四、避免感染及外力，如噪音、壓力、機械性傷害 ... 等等。
- 五、耳腎有相關，中醫認為，腎開竅於耳。腎好，耳就好，而西醫的觀點，耳腎常有合併的先天性畸形。

這麼煮就會很健康 美食評論家解碼健康飲食



課程教學 _ 飲食重要性、認識吃得健康



課程教學 _ 現場示範健康飲食

許多方面來說，評論家的工作很輕鬆，我們冒的風險很小，卻握有無比的權力，人們必須奉上自己和作品，供我們評論，我們喜歡吹毛求疵、嫌東嫌西、誇大形容就為了引你上鉤，但我們評論家得面對一個難堪的事實，就是以價值而言，我們的評論可能比我們大肆批評的平庸事物更為平庸，可是有時評論家必須冒險去發掘並捍衛新的事物！

你有聽過營養師是用生命在學習的嗎。在 2020 年 11 月 24 日台中文心會館我有個全新的體驗，一堂不到三小時的課程，一頓奇妙的菜餚，讓我對飲食和美食有了不同的看法，如果說這頓菜餚和它的創作者，挑戰了我對美食先入為主的觀念，這麼說還太含蓄，他們徹底的震撼了我；過去我對食神節目的食材選擇、料理手法及菜餚的精細挑剔略有研究，不過現在我才終於瞭解他們如此斟酌的意義。

知道最正確的飲食順序，正確的吃比吃的正確還重要
知道生命需要攝取的不是食物而是營養素
知道如何用最適合的溫度萃取食物的營養
知道身體的構造是如何天選留存、如何正確使用、需要甚麼

現今會講道理的營養師很多，但透過料理來重新認識營養的營養師卻屈指可數。當天帶領著人們走向健康的營養師，其成長歷程與生命鬥爭之壯烈，令人難以想像，她卻能將下半輩子奉獻給素未謀面的人們，依在下的看法，她是台灣最優秀的營養師，若她再次開課我一定會再度請教這位從死神旁路過的營養師，滿足我的口腹之慾與身心健康。

民以食為天，從廟口小吃到餐廳異國料理，飲食充斥著人類社會，但曾幾何時認真認識它？