

南良 通訊

Namliong group



2021年5-6月
No.37期



南良 通訊

Namliong group

2021年5-6月
No.37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

友良在疫情下的

創新 與突破

- P02 總裁的話 - 學習與疫情共存的企業經營之道
- P04 ESG - 南良國際贈700套環保抗菌防護衣
- 友良主刊
- P10 友良在疫情下的創新與突破
- P12 創新思維 領先同業 科技含量 永遠第一
- P16 友良客戶導向之數位行銷工具
- P18 後疫情時代品保中心肩負企業重任
- P28 活動報導 - 南良集團2021年度創新研發會議



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 友良事業體

與編輯部贊助提供：

※輕塑日著上衣-----4名

※盥洗/化妝兩用包--3名

有獎徵答題目

Q1 友良高科技紡織朝數位化轉型與國際接軌，以下何者是經由數位化虛實整合所提升之客戶體驗？

(詳P10.友良在疫情下的創新與突破)

- A. 導入APEX4電子化布料開發模擬系統
- B. 製作電子樣冊參與國際紡織數位平臺展覽及推廣
- C. 友良官網運用SEO搜尋引擎優化
- D. 以上皆是

Q2 友良高科技紡織是台灣專業紡織業製造商，提供具專業、高科技的八大類產品，而下列何者為「環保胚布類」之項目？(詳P13.創新思維 領先同業科技含量 永遠第一)

- A. 寶特瓶回收 C. 節能胚布
- B. 可生物降解 D. 以上皆是

Q3 南良集團成立「大中華區品牌供應鏈控管中心」爭取國內外品牌的認同與支持，下列何者為控管中心之任務方向？(詳P32.南良集團大中華區品牌供應鏈控管中心成立與啟動)

- A. 資源整合 C. 訂單整合
- B. 整改調整 D. 以上皆是

上期有獎徵答得獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	(文創)可拉熊多肉花盆	友良事業體	李美儀
2	(文創)可拉熊多肉花盆	總管理處	林靜宜
3	(文創)可拉熊多肉花盆	天疆事業體	陳靜玟
4	(文創)可拉熊多肉花盆	洪良事業體	蔡佩珊
5	H&H奈米鋅5D彈力護膝	東莞旭泰	高幼珍
6	H&H奈米鋅5D彈力護膝	天疆事業體	鄭雅儂
7	H&H遠紅外線防護型護腕	友良事業體	羅俊良



輕塑日著上衣

使用ICE COOL纖維
原料添加微米冰涼礦物粉體
瞬間降溫清涼



盥洗/化妝兩用包



1. 有獎徵答線上表單填寫網址：
<https://goo.gl/forms/aRrlwyF0FYZKMgl2> (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。



02 總裁的話

- ◆ 學習與疫情共存的企業經營之道

04 ESG 環境、社會與公司治理

- ◆ 南良國際贈700套生質環保抗菌防護衣助基層防疫

06 南良學院報導

- ◆ 幫企業獲利的30堂財務思維課程
- ◆ 與浙江紡織學院產學合作紡織品抗菌實務

友良主刊報導

- 10 ◆ 友良在疫情下的創新與突破
- 12 ◆ 創新思維 領先同業 科技含量 永遠第一
- 16 ◆ 友良客戶導向之數位行銷工具
- 18 ◆ 後疫情時代品保中心肩負企業重任
- 20 ◆ 疫情下的數位培訓
- 22 ◆ 實戰阿米巴處級損益、數據經營
- 24 ◆ 蛻變的福清同良精於專業、力求卓越

26 副刊報導 | 對抗疫情集團各企業動起來

28 集團活動報導|2021年度創新研發會議

產業快訊

- 32 ◆ 南良集團大中華區品牌供應鏈控管中心成立與啟動
- 35 ◆ 蕭登波總裁獲頒嘉義大學名譽管理學博士學位
- 36 ◆ 推動綠色永續真愛農漁電
- 38 ◆ 將士用命宏利織造公司營運脫胎換骨
- 39 ◆ 坐落於馬稠後產業園區的友良新三廠介紹
- 40 ◆ 洪良中良羽球社成立暨洪良羽球館開幕感謝文
- 42 ◆ H&H與Hello Kitty首度聯名麥卡Micax冰舒涼感被墊組

44 集團人物專訪

- ◆ 越南禾家何振福經理

46 知識園地

- ◆ 解析防疫法律
- ◆ 應變潛力才是企業徵選主管人才的新標準



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

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

總裁的話

學習與疫情共存的 企業經營之道

台灣自 5 月爆發新一波新冠肺炎（COVID-19）疫情之後，全國進入三級防疫警戒，隨著確診及死亡人數大幅攀升，台灣正歷經最艱難的時刻，疫情連帶衝擊各產業營運，各行各業受到嚴峻考驗。所幸，邁入七月，在全民共同防疫的高度共識下，台灣終於度過最艱難的時刻。面對後疫情時代，提升營運韌性將成為企業追求永續發展的一門重要學問，疫情將成為我們必須學習與之共處的新常態，不論世界何時能夠擺脫疫情糾纏，我們都必須抱持樂觀的態度，並盡力做好萬全的準備。

以自然之道、養萬物之生

此波疫情迄今，已造成全球經濟的巨大影響，我們應深刻體認新冠肺炎乃是全球化的天災，全世界的人都不能置身度外，這是老天爺給全人類警告的訊號，我們須有所警惕，並謹記人類與地球緊密依存的共生關係，不能恣意妄為，這是地球向人類所發出的一次警訊，大自然反撲的力量不容小覷，當疫情過去，氣候變遷的危機仍將如影隨形，人類更要尊重大自然，從中學習與了解自然世界的法則，共同守護地球這片土地，與大自然共生共存。此次疫情席捲全球，恰是徹底反思、尋求解決辦法的重要時刻，我們需要照顧大自然，大自然才能孕育我們，這正是「以自然之道、養萬物之生」的哲理。



南良集團 總裁

蕭登鴻



滾動式管理、落實推動企業內部持續營運計畫

面對疫情，企業除了須配合政府進行各種防疫措施之外，更要加強風險評估、因應對策，建構應變組織和緊急聯絡網，落實推動企業內部持續營運計畫，也需密切關注疫情對產業經濟所帶來的後續衝擊。中長期來看，企業面對營運遭逢衝擊，得採取非常時期的應變，需進行滾動式管理，並因應內外情勢變化來重新配置資源比重；或重新思考策略定位及方向，檢視既有營運模式，然後尋找升級轉型的方向。企業應及早進行規劃並加緊落實數位化轉型，發展與善用數位科技已成為強化經營韌性與永續發展的關鍵，企業需投入更多資源增加數位基礎建設，以完善遠距協作的效率與資訊安全，加強客戶關係維繫與資源管理將是刻不容緩的事。

積善之家，必有餘慶

所幸，集團全體人員在此波疫情下皆保平安，我們應時刻心懷感激，這乃是積善與積德所致，我們須切記「積善之家，必有餘慶」之真理。面對最艱難的時刻，我們更應秉持「利他行善」的正向思維，相信秉持善念並嚴守防疫紀律，台灣必可度過抗疫危機，同島一命，惟有彼此互助合作，才能夠使疫情快速得到控制！面對疫情對產業的衝擊，企業必須具備「緊急應變」能力，才能邁向永續經營。我深信透過全民的努力，攜手前行，一定可以順利度過最艱難的時刻！

我也期勉全體同仁們應對疫情，須勇敢面對改變、沉著冷靜相待；更須揮別恐懼、積極應對，企業持續成長的關鍵，乃是透過風險管理持續強化企業韌性，各單位幹部應忠於職守，善盡職責所在，竭力維持公司正常運營，相信疫情終將過去，回歸正常。

最後，謹向諸位南良集團海內外幹部同仁們，致上最誠摯的敬意與慰問，並祝闔家安康。

撰稿人：南良國際 / 國際行銷企劃室 林君章

南良國際贈 700 套 生質環保抗菌防護衣 助基層防疫



生質環保抗菌防護衣開發，助基層防疫催生

接續行政院核定「製造業紓困及振興輔導措施」，鼓勵產業深耕在地研發、投入防疫科技，遂以補助方式推動「研發固本專案計畫」。南良國際股份有限公司（以下簡稱南良國際）防疫目標提出「生質環保醫用防護紡織品開發計畫」獲得補助。有鑑於 2021 年台灣本島肺炎疫情仍然嚴峻，南良國際有感於基層防疫人員的辛勞及風險，在臺南市市議員許又仁媒合下捐贈 700 套「生質環保抗菌防護衣」給警察局歸仁分局及仁德、歸仁、關廟、龍崎各區公所及各里，提供第一線防疫人員防護之用。於 6 月 18 日上午 10 時，在歸仁美學館戶外廣場舉行捐贈儀式，南良國際由張舜卿總經理代表，歸仁區魏文貴區長代表新豐區四個行政區受贈，另歸仁警分局由分局長洪頂力代表受贈。

南良國際善盡「環保」、 「公益」、「綠色」社會責任

南良國際材料的綠色永續是我們致力追求的目標，南良國際張舜卿總經理當日偕同公司的研發團隊表示，此次特別設計研發的生質環保抗菌防護衣，是拋棄式使用產品，由經濟部科技專案補助研發，各項研發數據達到 P2 等級以上，且較市售防護衣透氣、不容易撕裂。張總經理表示，南良國際希望協助基層防疫人員有更好的防護，善盡企業社會責任。



南良國際張舜卿總經理出席捐贈儀式（圖右 2）

南良國際研發團隊代表陳俊彥博士表示，站在永續發展及循環經濟或是保護地球資源的角度上，降低石化原料的使用，回歸到以替代源 / 生質源來取代部分石化產品是未來工業發展之必須方向。南良國際使用 DuPont Tate & Lyle Bio Products™ 之 Susterra® 生質技術，著手開發應用於 TPU 薄膜與 TPU 防水透濕貼合之產品，是此生質防護衣之主原料。

拋棄式醫用防護衣大多為不織布，主要都是 SMS 三層結構居多，而這當中為了補強抗血液及病毒滲漏功能，皆需淋膜或貼合一層薄膜（主要材質為 PE），但其 PE 透氣性差無法讓醫療人員長時間穿著，所以南良國際構思使用「生質防水透濕之 TPU 膜」來提升穿著舒適性。

回饋鄉里共同防疫，攜手渡過嚴峻時期

南良國際獲得 109 年經濟部科專補助，開發生質環保抗菌防護衣，研究團隊使用杜邦生質玉米澱粉作為高透濕薄膜原料，複合在獨特抗菌布上，成功改善目前市售防護衣穿著悶熱不透氣又容易撕裂的缺點，經紡織綜合研究所的假人模擬測試結果顯示，本次開發的防護衣將穿著舒適性提升兩倍以上，讓長時間的穿著不再感到濕熱不適。本次研發計畫內依需求打樣 700 件防護衣作為測試使用，經抽樣檢測各項數據皆可達到 P2 等級防護衣之規格。

許又仁市議員表示，自肺炎疫情升高為全國三級警戒，基層防疫人員從事疫調、防疫宣導及足跡清消，相當辛苦並承擔染疫之風險。最近登革熱、日本腦炎疫情又起，從事疫調及環境清消也要注意防護。他得知南良集團最近正開發生質環保抗菌防護衣，居中引介由南良國際提供 700 套生質環保抗菌防護衣，供新豐區各區里防疫人員及基層警察使用。臺南地區目前已開始施打公費疫苗，協助施打作業的里長、公所及警察人員也需要防護，南良集團捐贈的這批防護衣剛好解決了防疫人員的防護需求。



撰稿人
南良學院學務辦公室

南良學院

| 南良學院 2021 年度線上錄製系列課程 |

幫企業獲利的 30 堂財務思維 課程



數位工具無遠弗界的特性，讓每個人需要吸收的知識更加多元化，學習的時間卻也更形碎片化。同時為了降低新冠肺炎疫情對南良學院執行線下課程計畫的影響，並因應時代潮流，使企業同仁的學習不受區域、時間限制，應用隨身載具自我學習、充實成長，南良學院配合集團數位轉型之政策領導，於 2021 年 5 月完成首批線上錄製課程「幫企業獲利的 30 堂財務思維課」影片上架作業，不只台灣區、大陸區，越南區與印尼的同仁也可以隨時隨地觀看課程，自我學習提升。

比對平衡計分卡四大構面的概念，財務構面是企業最高的目標層次，往下展開，由其他構面分別承接。因此，學院委員會決議以「幫企業獲利的 30 堂財務思維課」系列課程做為首批學院上線課程，也是以財務思維出發，展開針對「生產」、「銷售」、「人事」、「研發」、「財務」五大組織功能類別，將企業中存在可能造成浪費、風險、或損害企業獲利的迷思與陷阱，一一加以說明。因此，相當適合所有需要對主管提案、審查提案、或決策的同仁與主管研習，對幹部企業管理的觀念培養，是較有系統且有效的教材。

本系列錄製課程係與外部專業課程錄製機構大大學院合作，授權南良集團使用，每個單元都是一個獨立的思維觀念，大約只有十五分鐘的長度，透過南良學院封閉式學習平台，集團內同仁可以在任何場域，甚至利用交通路程時間完成學習。

不過雖然線上學習有其方便性，但同時也是需要大家趁此機會建立對智慧財產權的尊重與對法律規定的遵守。同仁若覺得需要重複聽講才能吸收內化，可以透過線上學習平台重複播放，千萬不要有任意拷貝、再錄製、外流等侵權行為。希望各區同仁善用集團教育訓練資源，共同落實南良集團「學習型組織」的組織特色，畢竟學習力是企業競爭力的關鍵支持要素。



幫企業獲利的 30 堂財務思維課程 (每堂都是約 15 分鐘的微課)

(一) 生產

- F-01 生產地圖：你搞得清楚每一分錢到底花到哪裡去？
- F-02 乘法效應：小錯累積起來可能會造成災難性的危機？
- F-03 連鎖反應：只是稍微延遲一點交貨應該沒差？
- F-04 產能冗餘：接單接越多，產出怎麼沒有更多？
- F-05 便宜圈套：生產設備超便宜，買到就是賺到？
- F-06 破窗效應：辦公室保持乾淨整齊可以提升賺錢效率？

(二) 銷售

- F-07 收錢定義：做生意要銀貨兩訖，怎麼還是常常收不到錢？
- F-08 賒銷管理：遇到「好客戶」，就算變成欠款大戶也沒關係？
- F-09 應收水位：「收錢」能力比賺錢的能力更加重要？
- F-10 現金折扣：想要趕快回收現金，如何讓客戶早點付錢？
- F-11 預收幻覺：明明預收了很多貨款，卻不可以亂花？
- F-12 曇花一現：完成訂單後，對方卻說要「銷貨退回」並要求退款？

(三) 人事

- F-13 便宜最貴：請的人多，工作不一定做得更好？
- F-14 加薪迷思：時間到了，就應該幫員工上調薪水？
- F-15 績效陷阱：績效獎金都發出去了，結算時業績卻不如預期？
- F-16 獎金誤區：花了很多心思設計獎金制度，業績和收入卻沒太大提升？
- F-17 股權激勵：員工成為股東、合夥人，就會為公司賺錢成長共同努力？
- F-18 能力陷阱：換了能力好的新人，績效就應該會變好？

(四) 研發

- F-19 創意導向：就算公司預算不足，不花錢也能進行研發創新？
- F-20 專利迷思：申請專利，就能夠建立競爭障礙、避免抄襲？
- F-21 抄襲擴散：研發心血被抄襲，不告上法庭也能把抄襲危機變轉機？
- F-22 時間管理：研發的變數太多，很難掌控產品開發的時間？
- F-23 技術陷阱：花了這麼多錢開發技術優秀的產品，客戶卻不買單？
- F-24 魚與熊掌：研發就代表公司的未來，其他部門都應該配合？

(五) 財務

- F-25 預算迷思：大公司才需要做預算規劃，小公司只要拼命賺錢？
- F-26 預算關鍵：預算規劃要從「有憑有據的假設」開始？
- F-27 財務預警：財務人員常為了一點點錢算計個沒完，就只是「管錢的人」？
- F-28 交易失誤：交易失誤，最怕就是付了不該支付的錢？
- F-29 簽核權限：處理廠商請款單，符合付款條件就要馬上付錢？
- F-30 稅賦效應：賺的多留下的也要多，才能讓企業能夠走得長遠？



與浙江紡織學院 產學合作 紡織品抗菌實務



大陸區六月份線上直播暨錄製課程 -- 抗菌產品檢測實務，在嘉興南雄舉行，福清洪良同仁透過直播，線上同步學習。這是南良集團與浙江紡織服裝職業技術學院產學合作，不僅王瑄教授親自前來演講授課，同時該校二位紡織設計系的同學也參與擔任這次課程同步錄影的影片後製作任務。同學對於有機會參與實務的校外企業活動，所獲得不同的經驗感到開心與收穫，同仁在王瑄教授精彩的教材準備，也獲益良多。

疫情下，大家都在講抗菌，但究竟所謂抗菌或抗病毒，真正有效的哪些種類？王瑄教授很有系統的將整體概念分為三大單元：



在第一單元「抗菌抗病毒產品介紹」中，讓大家了解生活環境中常見的致病微生物種類、生物技術紡織品的分類、抗菌抗病毒纖維類紡織品、以及以抗菌抗病毒助劑後加工整理的紡織品，建立很完整的基礎概念；第二單元的「抗菌紡織品檢測標準」，完整的梳理了國內、外對紡織品抗菌性能的評價標準；第三單元「抗菌紡織品檢測實務」，除介紹大陸紡織品抗菌、抗病毒性能評價權威機構，也透過圖像與影片，帶領學員實際了解實驗室的儀器與作業。

透過三大單元主題，由淺入深，能幫助產、銷、研相關單位的同仁，快速完整的建立整套專業的概念。

認識抗菌產品檢測，不僅僅是一、二、三產業相關同仁需要，南良學院也希望透過這樣的錄製課程，讓更多有興趣的同仁在不同時間、不同場域，也都能有機會認識學習，應用知識幫自己避免細菌病毒的威脅，讓疫情遠離你我。但由於篇幅的關係，在此只能提示重點，更多精彩的內容，可以透過未來第三季預定上架的課程影片，深入了解。





友良在疫情下的 創新與突破

面對全球 COVID-19 病毒肆虐而產生之商業模式改變，友良為了支援及加強業務的作戰能力，積極的佈局與提升數位化轉型的能力，打造數位行銷設備、環境與機制，以創新與突破的商業模式來運作，其因應對策如下：

一、內控執行成效卓越—取得品牌及國際各項認證，打造一個具有人權、綠能、環保、工安各項認證標準的環境及制度。

透過品牌與國際各認證的嚴謹標準來不斷改善制度、升級設備，藉此提昇品質與交期準確來服務客戶，目前友良已取得了 ISO50001 能源管理系統認證、全球回收系統 (GRS) 織造供應商認證，在人權認證上通過 VF 集團、DOREL、BUGABOO、ECCO 與 VAUDE 等品牌驗廠、現已申請 TAF 實驗室認證來與國際接軌，經由取得品牌與國際各項認證來增加友良競爭優勢，並拉開了與對手的差距。



二、改革並找回自信

友良近 10 年來營運有顯著的進步，對上下游供應鏈整合有長足的進步，更提升公司形象與信任，在應收帳款及呆滯料管理上也有大幅度改善，整體營運綜效漸入佳境，營運績效穩定成長。經由以上的改善措施與精進之下，友良大幅的改善了公司的體質，也找回了自信。

三、優化薪資結構與福利措施

友良的薪資條件在嘉義縣市可以說是數一數二的，友良的福利待遇在業內向來也有口碑，我們也承諾「員工有業績表現，就帶員工出國旅遊」，至今已在兩個國家留下足跡。在疫情之下，友良從不考慮放無薪假或降薪，這是我們的底線。然而，公司承諾該給的一定會做到，關心員工並給予適當的照顧、藉由優化工作待遇激發員工的活力，使得以友良健康發展並從始至終獲得一個良性的循環。

採買國產鳳梨 相挺台灣農民「友良相挺、薪福旺來」
(本照係為三級警戒之前拍攝。)

四、數位轉型與國際接軌—提升客戶體驗與商業模式，經由以下虛實整合，搶占無接觸商機

- 4.1. 友良官網運用 SEO 搜尋引擎優化，製作友良公司網站，搭配 13 國語言，讓友良公司網站於各國搜尋引擎有優質的排名曝光，提升目標客戶主動與友良公司接洽之機會，同時運用關鍵字效益分析 Google Trend，觀察目標市場季節性趨勢，用以滾動調整關鍵字廣告之精準投放，提升友良公司及產品之國際知名度。
- 4.2. 製作電子樣冊參與國際紡織數位平臺展覽及推廣，並用於線上遠距新品發表直播中與客戶深入互動。

- 4.3. 架設專業 3D 攝影會議視訊系統，解決疫情下無法拜訪客戶之困境，且可藉由此系統參與紡織產業之線上 B2B 展覽平台，開展零接觸商機。
- 4.4. 導入 APEX4 電子化布料開發模擬系統設計樣布，搭載 3D 模擬成品系統可模擬超逼真的成品，便捷了打樣手續，大大縮短開發時程及提昇開發效率。
- 4.5. 導入數位對色系統，強化對色評級準確度，增強客戶對友良品質的信心，準確的對色系統是友良的自我要求。

五、各司其職、各盡其責

每個部門就有如組成木桶之板材，木桶能汲水的高度取決於短板的高度。唯有每個板材的高度都符合水準或在水準之上，才能完全發揮木桶的功效，同樣的也唯有每個部門各司其職、各盡其責、沒有短板，公司的實力才得以發揮。

迎刃而上，方能有突破的動力，迎風而上，方能見到新奇的世界，成功不是等待，而是創新與堅持。友良近年來積極在推動和強化的即是尋找任何能創新、突破與創造商機的機會，就像槓鈴的兩端，一方面穩固並深化原有的實力，另一方面積極的尋求創新與突破。經過這一年多的佈局、積極的軟硬體建設與所獲得的實質進步，友良翻轉了劣勢並找回了信心。**要做，只要能排除萬難，想辦法克服，就有突破有商機。**



撰稿人 | 友良事業體 紡織事業本部

創新思維 領先同業 科技含量 永遠第一

友良高科技紡織股份有限公司是台灣專業紡織業製造商，成立於西元 1983 年，紡織本部擁有超過 38 年的專業生產經驗，提供專業的彈性布料、耐磨布料、耐用布料、3D 組織布料、Cordura 系列布料、原液染色布料、高強力布料、工作服布料、可回收布料、功能性布料 ... 等高科技產品。我們的產品主要可分為八大類：

綜合工業胚布

包含有 OXFORD 面料、尼龍 6 面料、尼龍 66 面料、聚酯面料、尼龍 / 聚酯交織面料、彈性面料等。40~3600 丹尼不等，應用於箱包袋材、鞋材、嬰兒車以及許多其他用於工業應用的綜合工業胚布。



高強力胚布



高強力胚布可用於工業和增強紡織品的基礎織物。在工業用和補強紡織品的各種應用中具有良好的性能。我們的織物具有出色的機械性能，如拉伸強度和抗伸長性等特性，還有尺寸穩定性、最小的伸長率和收縮率、抗磨損等優點。

CORDURA胚布

我們的胚布採用 CORDURA® 高強度噴氣尼龍 6,6 長絲紗線織造，產品多元包含平織 / 經彈 / 緯彈 / 四面彈織物，經久耐用，具有出色的耐磨性和出色的抗撕強度。適用於各種服裝，包括戶外耐力運動（登山、騎自行車、滑雪等）服裝，lifestyle 和運動休閒的服裝、專業工作褲和工作服等。



環保胚布

寶特瓶回收

我們的環保回收胚布符合 GRS 認證系統，使用廢棄寶特瓶，將廢料做最大化的運用，耐用性與原石化產品相同，創造循環經濟。

節能胚布

原液染色胚布可減少大幅用水與廢水排放，減少資源的消耗。

可生物降解

生物可分解聚酯胚布，在掩埋後會自然分解，可避免塑膠微粒的產生，造成海洋生物的危害，且耐用性與一般聚酯相同。

生質 PET

生質胚布的原料中 37% 來自可迴圈再生的植物，減少使用石油資源。與尼龍 6 的生產過程相比，耗能降低 30%，溫室效應氣體排放量減少 63%，具有卓越的環保特點。

運動 / 休閒用胚布

我們是全台灣最大最優最專業彈性布織造廠，生產專業彈性面料及 TACTEL 面料的胚布，材質包含有尼龍、聚酯、SPANDEX，丹尼數由 40D-500D 不等。我們公司不斷努力研發適合用於不同用途的布料，可結合特殊纖維、組織紋理，增加其功能性，專為不同用途與需求設計變化。我們的功能性面料是強調具有防風 / 高彈性 / 舒適 / 仿棉感 / 透氣 / 輕薄等功能性的 Sports、Outdoor、Casual、Lifestyle 的運動 / 休閒，更符合生活型態的胚布。



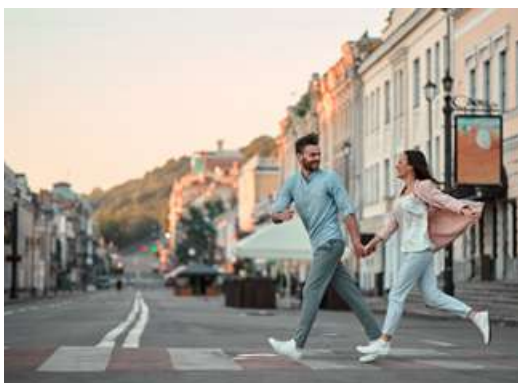


撰稿人 | 友良事業體 紡織事業本部

創新思維 領先同業 科技含量 永遠第一

成衣 / 褲料用胚布

我們專業生產經彈、緯彈、四面彈、雙層面料等胚布，材質包含有尼龍、聚酯、SPANDEX，丹尼數由 40D-1000D 不等。我們持續研發不同用途需要且適合的胚布，可結合特殊纖維、組織紋理，增加其功能性，專為不同用途與需求設計變化，具有多元化特質，提供客人不同的需求。我們的胚布運用方面十分廣泛，不管是訴求具有高密 / 防風 / 防絨 / 保暖 / 吸濕 / 涼感 / 仿棉感 / 雙層 / 輕薄 / 厚重 / 抗紫外線等機能性，或是多用於 Fashion、Sports、Outdoor、City Casual、Lifestyle 等用途別的面料，我們都有適合您需求的產品。



醫療 / 保健用胚布

我們專業生產包含舒適、健康、醫療、安全、身體防護等機能性的醫療 / 保健用平織胚布。「依照人類的需求，然後賦予機能的供給」是我們的產品訴求。外在環境的條件直接影響著身體的舒適與健康，為了追求生活的舒適性，衣物在穿著時可提供的機能性十分重要。為了提供身心的舒暢與健康，針對生活環境、工作環境與各種不同層面的人和他們潛在的需求，我們生產具有不同機能性的醫療 / 保健用胚布，主要以 3 種機能來區分：生活舒適、衛生保健、生活安全的機能性織物。其中包含舒適、健康的生理機能，也包含醫療、安全、身體防護的機能。我們主要的產品有：抗菌胚布、抗靜電胚布、吸濕排汗胚布、除臭胚布、膠原蛋白胚布、竹碳胚布等。我們會持續研發各種機能性胚布，使我們的產品更加貼合您的需要。



安全 / 防護用胚布

我們生產專業工作服或特殊性能服裝需要的高耐磨和高韌性平織胚布，材質由尼龍或聚酯 200-1000D 組成。我們的產品除了具有出色的撕裂強度、拉伸強度、耐磨性、耐老化等特性外，更注重穿著者的舒適性，工作健康和 safety。舒適是工作服的關鍵，布料的性能可提升穿著者的舒適性，有助於避免工作疲勞和提高工作效率！因此，專業工作服在性能上遠勝於傳統產品的標準。要生產高性能服裝，必須從精湛的面料開始。我們提供一流的胚布，使工作服兼具舒適和實用的性能。支持您的需求是我們的目標。

結語

我們多元化的產品已在各種不同產業中佔有一席之地，友良的產品符合顧客對於高品質的要求。紡織本部除了定期增添新設備，調整機台條件，對於機械設備也將不斷朝著自動化發展，建立可快速反應市場需求的生產機制。

同時友良也將不斷尋求對於環境資源永續發展的方法，我們會持續將可永續發展、資源零浪費做的更好，與地球共生，是我們致力追求的目標。我們用行動力落實友善環境與循環經濟，重新設計產品，從前端原物料的選擇、製造設計，到減少廢棄物等，採取更積極的循環思維，以最少的資源來創造最多的價值。

2022 MATERIAL TREND



撰稿人 | 友良事業體 UDC 陳奕帆

友良客戶導向之數位行銷工具

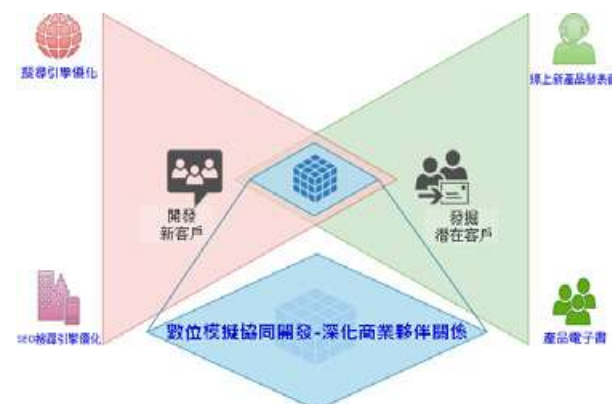


一、製作友良產品電子書

日新月異之科技及全球消費趨勢促使品牌採購人員，期待以更靈活即時方式與供應商合作，規劃製作友良產品電子書 (U-Long Material Trend)，整合市場流行趨勢及友良研發團隊之產品開發方向，依產品特色屬性、組織變化、使用原料以及製程技術等規劃系列主題，運用圖文搭配素材，展現友良各項產品特色、功能及通過國際檢測等訊息，方便品牌採購人員短時間內快速瞭解友良全系列產品及提升線上會議之效率。

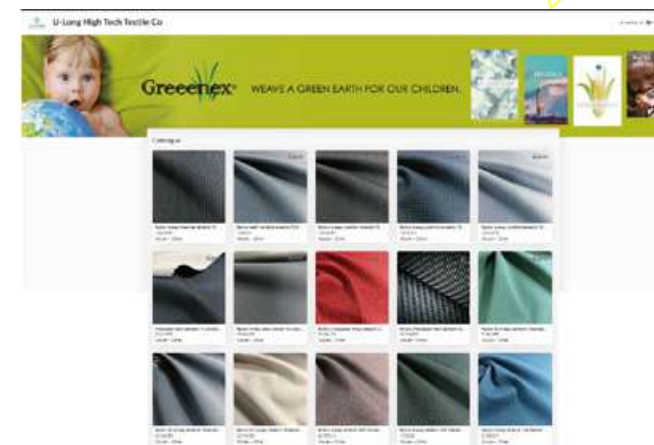
二、辦理主題式新產品發表會

依據品牌喜好、趨勢及採購方向，量身規劃新產品發表內容，洽邀品牌商之採購、開發參與新產品發表會，以利現場即時與品牌開發人員說明新產品特色及設計重點。藉由線上討論，提升會議效率及縮短品牌客戶產品上市之時程。活動後，依據與會品牌之意見反應，進行回覆及後續追蹤。



三、友良官網優化及關鍵字廣告

數位行銷為現今國際商務推廣的主流，品牌採購人員上網搜尋合適供應商之比例增加，運用 SEO 搜尋引擎優化，製作友良公司網站，搭配 13 國語言，讓友良公司網站於各國搜尋引擎有優質的排名曝光，提升目標客戶主動與友良公司接洽之機會，同時運用關鍵字效益分析 Google Trend，觀察目標市場季節性趨勢，用以滾動調整關鍵字廣告之精準投放，提升友良公司及產品之國際知名度。



四、國際紡織數位平臺推廣

新冠肺炎疫情改變商業模式與消費習慣，而在全球旅遊禁令尚未解除前，數位行銷成為商機開發的重要管道，Material Exchange 及 Foursource 為國際專業 B2B 紡織數位平台，串聯品牌端及製造端，提供歐美成衣服飾品牌商搜尋布料與輔料配件，規劃經由 Material Exchange 及 Foursource 等數位平台，設置友良虛擬產品展示間，針對 Material Exchange 及 Foursource 旗下買家會員進行行銷推廣及洽邀參與主題式新產品發表會。



Dope dye-三色色紗、三種配色、MOQ:600碼

	數位	實體
省水 100%	0	1.5 噸
省時 90%	7 天	60 天
省費用 88%	20,000	140,000



五、數位模擬協同開發快速反應市場

國際運動領導品牌紛紛提出永續經營及縮短產品上市之需求，為因應品牌客戶之短交期及按需生產的需求，提升客戶體驗及深化合作關係，運用數位織物開發系統，依據品牌客戶對材料與產品設計需求，模擬織物的顏色與圖形變化，先行以虛擬樣品進行開發討論，待開發完成再將虛擬設計轉變成真實織物及產品，整合虛擬與實際打樣，大幅提升與品牌開發人員溝通的即時性，以及減少反覆打樣的時間與生產成本、反覆製作樣品的環境汙染及浪費，同時符合國際品牌永續環保採購之理念。

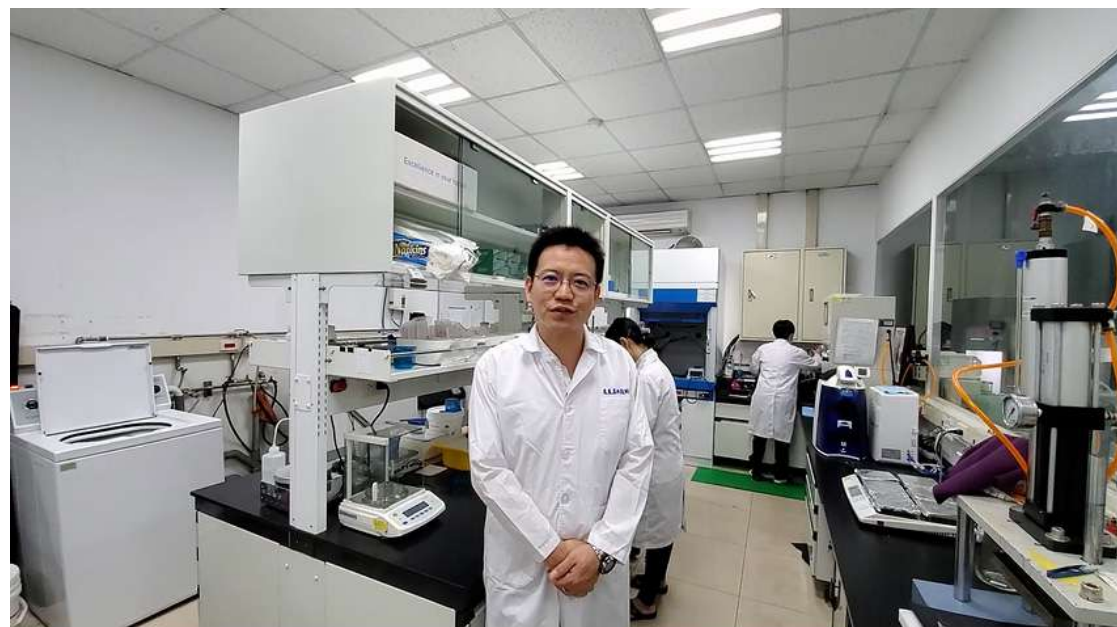


撰稿人 | 友良事業體 品保 郭儒謙

後疫情時代品保中心 肩負企業重任

認證驗廠已成為打入品牌的基本門檻

友良近幾年所建置 ISO 系統或通過多項認證如 Bluesign、Oeko-Tex 等，藉由作業流程的嚴謹管控制造流程及產品品質符合品牌或客戶的標準，最重要的是通過國際標準認可的機構認證，可對外宣示我司生產或服務品質已達國際標準，受到全世界肯定和公認，推廣顧客的權益也得到保障。另外近幾年來環保議題在紡織產業已成為發展趨勢主流，友良申請通過全球回收標準 Global Recycled Standard(GRS) 系統認證，不僅提升公司的競爭力，更增加客戶訂單為公司擴大營運規模。



為了強化與加深各大品牌對友良品質管控及檢測能力之印象，吳總經理於年初指示品保中心今年度完成 TAF 實驗室認證。所謂 ISO 17025 是國際共通的實驗室管理標準，也是確保實驗室數據結果之正確性，除了能力認可、提高管理效率、確保作業穩定度，最大的效用就是可以提升企業形象，現今社會中講求專業證照，公司具備 TAF 認證，可提升客戶之信心，所提供之數據為國內外相關單位所接受。

這幾年來友良已持續不斷在軟、硬體及環境等進行提升，主要的目的就是成為品牌可信賴之合作夥伴，而友良從去年初迄今已通過許多品牌認證驗廠，在後疫情時代，無接觸的商業模式儼然已成為必然的趨勢，因此，唯有做好萬全的準備，才能隨時因應各大品牌認證驗廠要求，進而為公司創造營運最大化之利潤績效。



COVID-19 新冠肺炎雖然不是人類歷史上造成最多死亡的傳染病，卻已經徹底改變人們的生活習慣，乃至於全球化的進程。從微觀的生活層面來看，舉凡人們的社交方式、飲食習慣、娛樂型態，甚至工作模式，都會因這次疫情產生長久的改變。從巨觀的全球層面來看，這次疫情也會讓全球的產業產業鏈重新洗牌，打亂過去全球化所形塑的世界秩序，藉此更因應而生的非接觸式新產業模式。友良在吳總經理經營決策中指出危機即是轉機，公司目前所建置許多的認證系統並通過多家品牌的驗廠，要藉由無接觸商



圖片來源: <https://jasunsite.wordpress.com/2016/01/28/iso90012015>

業模式如數位展覽、數位平台及行銷推廣等，在疫情後的時代將友良推廣至各大品牌，創造更多的商機。

疫情下的數位培訓

數位轉型是現今企業的發展趨勢，然而面臨疫情到來卻成了急迫的議題，不得不面對實務上的數位需求。外部的疫情環境導致人力資源發展必須做出相應的對策，首當其衝的便是培訓，由於第三級防疫警戒的實施，等於鎖死了實體課程。面對持續暫緩的培訓規劃，年度教育訓練勢必得重新規劃，除了已經上線數位課程，趁著疫情節點，找出更可計量、追蹤的數位訓練方式。



友良線上課程

線上課程

友良將今年度實體課程全部調整為線上課程，然而，線上課程仍概分為三大類，外部購買的（專業性、共通性課程）、內部自製的（現場操作課程）、數位講師教材製作課程，此三類依課程性質分類為不同受訓群組，目前友良課程性質如下圖分類所示。

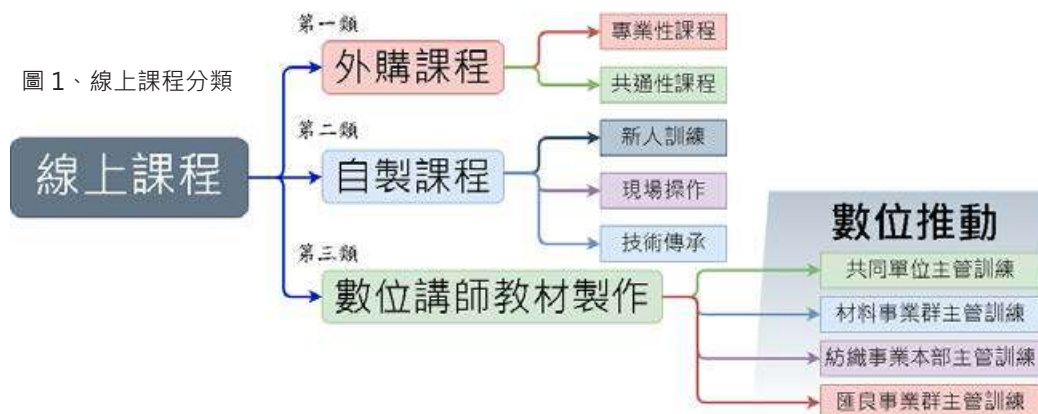


圖 1、線上課程分類

在外購課程的上課規劃重點將以三目標為基準：（一）確認培訓的目標群體；（二）培訓結果的依據；（三）後續的成效追蹤，以這三個目標為設計核心，規劃培訓部門，確保課程內容與受訓部門並能緊密串連，整個課程內容聚焦職務需求及職能發展上。

自製課程仍以知識及技術傳承為目標，用於新人及儲備人才養成。數位講師教材製作，則作用在公司整體的數位學習推動，為使每位主管都掌握線上教材製作的能力，以加快公司數位化腳步，我們讓各部門主管參與教材製作，從而了解到標準動作設計重要性，及影像培訓便利性等等。

線下課程

考量到線上學習在實際操作或與學員互動，仍有部分無法解決痛點，例如：現場員工對於線上課程的登入上手程度不一，或因為無法參照實體物件，導致傳達授課內容會產生偏誤等，以上問題仍使線下課程有存在可能性。於此，規劃出防疫期間線下課程進行方案：（一）「分流學習」同一門課程，不同時段、不同學員，分流上課，如圖 3 所示；（二）「分艙學習」同一個空間只容納 4 人，其餘上課同仁以 4 人 1 組，分於其他教室視訊學習，如圖 4 所示。



圖 3. 分流學習

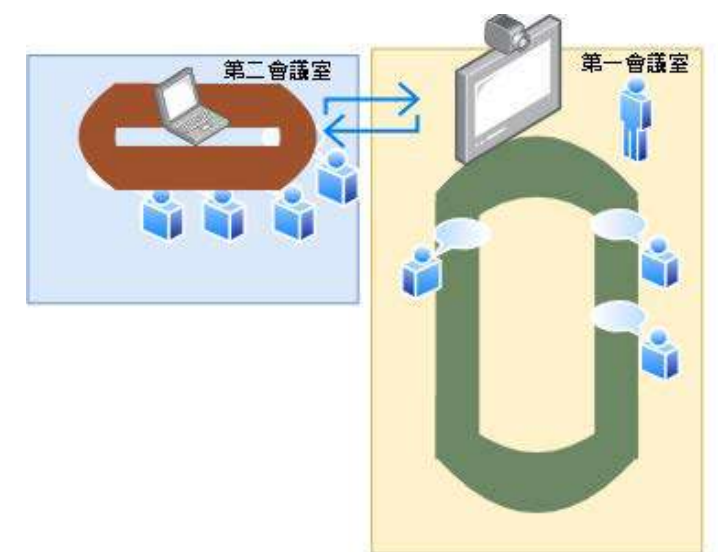


圖 4. 分艙學習



撰稿人 | 友良事業體 資訊中心

實戰阿米巴 處級損益、數據經營

總裁導入阿米巴經營管理；友良吳總經理大力推動；友良實踐全員參與經營。

阿米巴經營模式離不開數據支撐，而在數據分析管理方面，友良有多年的經驗，最為專業。在友良經營管理面上講求實際、落地化、因地制宜，因此，我們將很多共性的東西以資料流和報表的形式納入到友良的 ERP 平台，整個方案得到了數據化的支撐。阿米巴經營，我們將其固化成了一個平台，內置處級的經營報表，友良的經營主管可依據實際情況進行調整，省去了從管理到經營的培訓時間，直接指導實操落地，而且友良的阿米巴經營由各部門通力合作完成，沒有額外的費用支出，可謂「以最小的成本，讓阿米巴落地，實現收益最大化」。

阿米巴的實踐，由「處級部門損益戰略」作為阿米巴最小的單位，把公司的經營目標與淨利實績分解到各處級部門，包含所有成本、進貨、進退、銷貨、銷退、人事薪資、請採購（驗）、請款單等等，所有跟總帳相關的程序，都進行處級部門歸屬或分攤，無法歸屬的則依相對比例分攤，讓各個處級部門承擔自己應承擔的經營責任，獨立核算，自負盈虧，關注企業利潤最大化，保障組織整體效益。

實作上，由於一般進銷存作業大多原本就有綁定接單部門，即處級部門，因此僅需調整部分未綁定的部分。以庫存為例，庫存需區分：(一) 可分接單部門；(二) 不可分接單部門，不可分接單部門的部分，由業務及助理協助區分，無法區分的部分，並由部門主管指定比例進行分攤，待前端接單部門設定好之後，需要修改傳票結轉的程式，新增接單部門的部分，由於新增了接單部門傳票筆數會變多，但是合計總金額不變，因此，該做法對於原先報表不會有其他影響。

在銷貨成本方面，由回溯訂單接單部門的方式，取得大部分資料的接單部門，待扣除可回溯接單部門資料後，如有少量差額，以銷貨總額當比例進行分攤，或是直接以已知的銷貨成本當比例進行分攤。例如：該筆明細是整個損益部門要依比例分攤的，可直接輸入損益部門，最後結轉處級損益時在依指定的比例分攤。

序	料號	費用別	憑證類別	品名	編號	幣別	匯率	數量	單位	單價	原幣未稅	原幣稅前	台幣未稅
▶	1.3141410003	1_固定	1_發票	運費		31_N1	1	1	式	1830	1830	92	1830
分攤合計 100 1830													
序	接單/分攤單位	分攤單位	會計科目	分攤比例(%)	分攤金額	台幣金額	新增資訊						
▶	1.3913_營一貨三處 3910_營一部	611401_運費-陸運	3.28	60	60	發票號碼							
2	3914_營一貨一處 3910_營一部	611401_運費-陸運	26.23	480	480	發票合開 N							
3	3915_營一貨二處 3910_營一部	611401_運費-陸運	70.49	1290	1290	憑證日期 2021/04/30							
						統一編號							
						公司名稱							

在人事成本的設定，舉例來說：業務單位的業務助理的基本資料，需設定接單部門，在傳票結轉時，自動帶入接單部門，而共同單位人員則在最後結轉處級損益時依指定的比例分攤。待損益部門結算完畢後，再進行處級損益結轉，結轉所需的接單部門先由傳票直接抓取，如部分未設定的可設計藉由傳票來源單號回溯抓取。

大科會計科目	處理	分攤方式	使用	分攤方式	處理部門	接單部門	分攤比率	使用
41 411101_銷貨收入-內銷	3910	1_自動取得	Y	4_指定比例分攤A	3910	3911	25	Y
41 411102_銷貨收入-外銷	3910	1_自動取得	Y	4_指定比例分攤A	3910	3913	25	Y
41 411201_加工收入	3910	4_指定比例分攤A	Y	4_指定比例分攤A	3910	3914	25	Y
41 411301_佣金收入	3910	4_指定比例分攤A	Y	4_指定比例分攤A	3910	3915	25	Y
41 417001_銷貨退回-內銷	3910	4_指定比例分攤A	Y	5_指定比例分攤B	3910	3911	100	Y
41 417002_銷貨退回-外銷	3910	1_自動取得	Y	5_指定比例分攤B	3910	3913	100	Y
41 419001_銷貨折讓-內銷-不良	3910	4_指定比例分攤A	Y	5_指定比例分攤B	3910	3914	100	Y
41 419002_銷貨折讓-內銷-利息	3910	4_指定比例分攤A	Y	5_指定比例分攤B	3910	3915	100	Y

由於推動阿米巴，致使「處級部門損益戰略」成功，改善了長久以來處級部門間的費用紛爭，明確的處級部門損益，處級自主性得到提升，讓巴與巴之間得以良性的競爭，也讓各單位的內部核算更加清晰，藉由不斷的檢討改進可以讓公司資源花在刀口上，使整體成本增長率有效控制，讓企業利潤最大化。



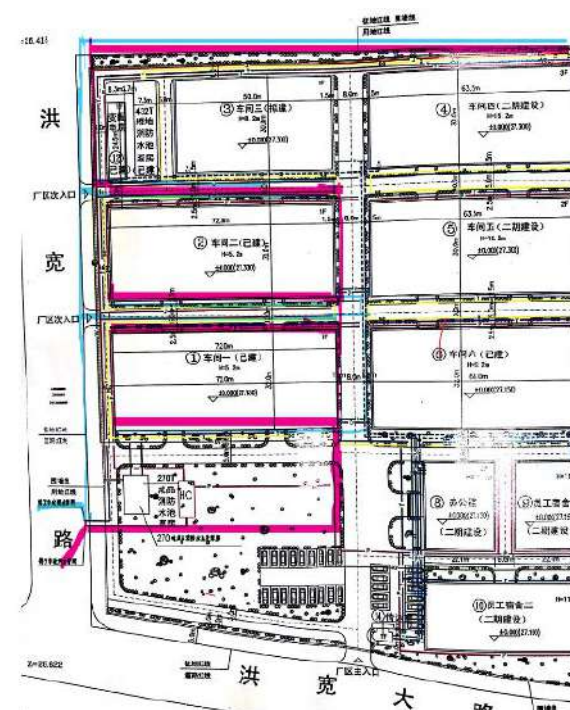
撰稿人 | 友良事業體 福清同良

蛻變的福清同良 精於專業、力求卓越

福清同良織造有限公司為友良事業體匯良事業群的核心企業之一，公司成立於 1995 年，專業生產單層網布及三層網布，產品主要運用於鞋材、運動護具、醫療器材、嬰兒車用品、OA 辦公椅網布、馬衣及其他工業用途等……。

福清同良為了企業能永續發展，因應市場脈動，拓展多元化市場，整合上、下游產業，建構出完整垂直且有系統的供應鏈體系，並積極推行在地化政策，大量培養及運用本土人才，使每位員工都抱著共同的社會使命感，持續不斷提供高品質的產品予全世界的消費者。

成立至今，福清同良深受客戶愛戴及獲得國際品牌的肯定，不斷創新並提供全球知名品牌優質材料，以確保品牌應有的品質以維繫消費者對品牌的忠誠度，同時致力發展綠色環保材料以提供世界級領導品牌的綠化地球自我要求，拋磚引玉帶動綠色環保回應風潮。為維護綠色地球善盡世界公民責任，因此福清同良在 2017 年籌劃第三棟廠房的興建，歷經二年半的時間在 2019 年年底完工，並且正式投入生產行列中。



環境改善

1. 廠區雨污分離管線改善：原雨水污廢水共用一線，改善後雨水與污廢水分離，各自排入市府管道（藍線：雨水管道；紅線：污廢水管道）。
2. 消防系統的安置：原廠房未設置消防系統，增加其消防系統；隨時可監控其消防用水是否在安全庫存水量。
3. 廚房油汙廢水分離處理池，以符合環保要求；定期污物有專門單位回收、淨化的水再排入廠區汙水管道。
4. 同良大門前的停車場規劃。
5. 消防池上方的加蓋 / 增加消防用水池桶利用空間。
6. 廚房用水增設過濾系統。
7. 草地的整理。
8. 中良電工房旁邊與後方空地鋪設水泥地。
9. 廠房棟距之間走道天棚加蓋。
10. 廠房第二棟利用樓高增設隔層放置存貨，下方為廠務室、品保室、機修室、機物料耗材倉庫。

機台設備

1. 單絲整經機
2. 第三棟廠房使用狀況及周圍環境：a. 第三棟車間擺設：第一層 b. 第三棟車間擺設：第二層（圓編機） c. 第三棟車間周圍

同良/中良 國際認證恆溫實驗室通過ISO14001、Bluesign、GRS、NIKE的VLA / VCA。



對抗疫情 集團各企業動起來



- 南良國際於疫情期間進行全廠區消毒作業 -

今年五月，隨著本土疫情急速攀升，全國宣布進入三級警戒，台灣面臨嚴峻的疫情挑戰，各企業單位防疫措施也跟著升級，南良集團為確保組織正常運作，謹慎因應並啟動相關宣導與防疫機制，透過即時且動態調整應變措施，期望確保員工及職場安全。

在五月疫情爆發當時，集團各企業不敢懈怠，紛紛啟動緊急應變機制，對於位在疫情重點熱區之企業，包含雙北及中部地區之企業，如南良國際、元宏國際、中良工業等公司，則快速啟動居家辦公或分流上班等模式，大幅提升居家辦公比例。隨著確診人數逐日攀升，台灣進入防疫大作戰，各企業啟動多項措施因應，如積極管制商務差旅，減少實體會議與跨廠區移動，改採遠端視訊會議模式；調整辦公及公共空間，讓人員能保持適當間距等。

在工廠運作上，為俾利企業能持續業務及運作，除了管理單位加強宣導防疫衛教外，廠區也持續每日量測體溫，並積極落實廠區內外環境消毒工作，企業利用星期六日進行大規模噴灑消毒藥水作業；對外，廠區則全面暫停來賓、訪客進入公司，同時要求員工避免與供應商面對面開會，以及減少非必要性的聚會與活動，全體同仁皆能共體時艱並承擔防疫責任，共同分散營運風險，期以縝密部署來規避可能之風險，同心共度難關。



- 集團海外幹部同仁積極接種疫苗 -

關於海外單位防疫工作，各企業總部及各海外管理中心，皆則透過日常內部通報群組加強疫情之聯繫，能確認最新疫情動態並回報公司員工健康狀況，若遇特殊情形或員工有疑似症狀則即時回報，以利掌握最新資訊、進行人力調度。隨著大陸地區疫苗的普及，集團也鼓勵海外同仁在身體狀況允許下，可積極接種疫苗，疫苗仍是現今對抗疫情最有效的方式，重要的效益是：能避免感染、避免症狀、避免重症住院、死亡以及避免傳播，透過當地管理部的宣導，逐步提高疫苗接種率，將加速群體免疫之力道。

雖然本土疫情大爆發，但過去一整年部分企業已展開數位轉型，導入數位工具強化營運，新冠肺炎雖改變了工作型態，但也加速了轉型的契機。集團當前最重大就是擁抱數位科技，並作好防疫各項準備以適應未來任何危機，也盼這波突如其來的本土疫情能儘速落幕，願天佑台灣。

中良事業體防疫花絮：

所有外來的來賓 / 訪客等都是掃 QR code 碼，如果手機不能掃，才會用書面的填寫，電子防疫問卷填完後→會直接顯示在守衛的平板電腦裡面，另外，所有人員進廠時「戴口罩、量體溫、手部消毒」。



南良集團2021年度 創新研發會議



本照係為三級警戒之前拍攝。

南良集團 2021 年度創新研發會議是集團第五次的大型創研會議，在本次會議中總處創研組認真完成了幾項創新：(1) 會議規格比照最高等級；(2) 演講貴賓邀請具代表性的同業先進；(3) 提升集團創研科技獎規格。在嚴謹的構思與準備之下，我們邀集了六大事業體總經理、創研主管、供應鏈主管以及創研具培養性的優秀幹部逾 70 位核心主管，並期許藉由本次會議的報告分享、經驗交流與展示為南良集團 50 周年建立好創研團隊的準備工程，而本次會議的主題為「數位優化、技術躍升、產品升級、企業轉型」，我們所強調的集團創研意識的提升，創研乃是企業立足市場的優勢所在，這是每位經營主管的核心要點，也是創研主管的責任，「創新」是經營者的領導，為企業勾勒出發展方向；「研發」是管理者的落實，以 PDCA 循環模式將方向實務化並轉換為成果。創研不只是創意、創新還能持續深化，同時能互相整合才能發揮最大的效益，此外，在行銷端要與品牌緊密結合才能第一時間洞察市場方向，為公司打下穩固的基礎，並藉由創研的不斷累積使企業得以強化並躍升其競爭力與市場地位。

五大模式創新引動集團轉型變革

南良集團是全員創新的集團企業，每位成員皆須具備創意與創新的自我要求，而創新不僅僅侷限於技術創新，而是要有更大構面的五大模式創新，以下分別闡述之：

- (1) 製程模式創新：包含設備的改善更新、生產流程與生產技術的提升；
- (2) 產品模式創新：包含材料與製成品，同時，須一併考量流行、設計與需求；
- (3) 商業模式創新：包含集團、整併、公開發行、公益形象、上下游垂直化整合將材料往製品化延伸；
- (4) 行銷模式創新：從原本 B2B 模式→轉換發展為 C2C 全員皆兵→再延伸為全通路會員制；
- (5) 管理模式創新：從原本的組織圖表管理→建立制度性規範搭配的自主化管理→透過培育榮譽感與使命感，分工、分層機制進行分進合擊。



未來紡織產業發展的關鍵要素在於是否擁有高效率的供應鏈，「速度」將是供應鏈的決勝關鍵，取決於是否具備快速且彈性反應的能力，以及具有競爭力的成本優勢。集團應結合各企業現有能量及資源，統籌管理國際品牌客戶之整體需求，促成價值鏈的串接與整合，才能對於品牌客戶提供更完善的服務與實力。企業單打獨鬥的時代已成過去，現今強調群體作戰及資源整合將成為主流，在全球化的架構下，集團與上下游供應商合作須建立密不可分的供應鏈夥伴關係，並以顧客為中心重新定義服務價值，為品牌找出新的行銷模式及營運流程，將成為當務之急。

研發創新、垂直整合、技術深化 與高端品牌結盟帶動公司轉型變革

八貫企業是專精於開發及生產環保材料 TPU 機能性布料，其主要產品可分為兩類：機能性布料（二次加工）以及成品與組件（三次加工），以應用面來區分可分為四大領域：(a) 醫療應用：包含各式醫療等級氣墊床、高頻胸腔壁震動拍痰背心、肌肉復健器材等；(b) 戶外用品：充氣露營睡墊、水肺潛水浮力控制背心等；(c) 航太救生：包含 slide 航空救生滑梯、raft 救生筏等；(d) 工業運用：攔油索、儲油槽等高技術門檻之材料與成品。



南良集團2021年度 創新研發會議



八貫劉董事長指出幾項要點：首先，在技術與品質的要求是絕不妥協與不斷精進改善，公司取得各項品質管理系統及認證，而這只是基本功，打好基礎之後接下來是「多元發展·Diversification & Multiplication」，多元化的產品組合並且積極爭取與歐美國際產品終端大廠合作對接可為公司帶來更多競爭優勢與商業機會。在公司內部則須建立兩種能力：其一為「團隊與整合·Teamwork & Integration」，找出

差異化的產品及市場定位，藉由與客戶之緊密結合並凝聚研發、加工與行銷團隊的各項經驗以提供最優質的產品給國際客戶；其二為「效率與創研·Efficiency & Innovation」，從原料→材料→成品具備一貫化的能力，同時，不斷提升製程良率，將客戶的概念藉由公司的創研能力轉化為可量產模組，並且能迅速而穩定的提供解決方案。綜上所述，其核心競爭力的關鍵即在於致力於發展技術，凝聚團隊向心力，提供客戶從開發設計至終端產品製造的一站式服務，以此發展之下讓八貫公司近 10 年來不斷成長，在面對疫情的年度依然創新高的表現，值得我們借鏡學習。

南良集團創研科技獎

今年的創研科技獎是由南良國際獲得，其以 Bio II、WSR 及生質防護衣獲獎，創研核心在於以生質材料出發、善用在地化材料並將廢棄物活用再生，此外，南良國際也獲得國際品牌客戶的優先販售合約，在國內也以生質防護衣獲得 980 萬元的補助，因此獲得評審委員的青睞。

創研成果獎則是由中良工業與友良並列獲得，中良以 Marinylon、TMY 毛彈紗線及 SOP 系統開發，創研重點在於活化海洋廢棄物，包含廢漁網及微塑膠，其與品牌結盟緊密一直是走在趨勢的最前端，值得集團內部學習。友良以 HyperBreeze、膠原蛋白環保布料及超寬幅與重磅機台在透過組織變化的機能性布料、具環保與清真認證上取得不錯的成績，同時，在設備的更新佈局也是不遺餘力，這些都是友良的亮點。而在創研應用獎的項目則是由嘉良、天疆和洪良並列獲得，主軸都放在各項功能性材料與製成品的應用。



本照係為三級警戒之前拍攝。



破舊立新、開創新局

管理學之父彼得·杜拉克曾說過：「不創新，就等死！」，成功不是偶然，乃是「累積與條件」，是透過不斷堆疊特色競爭力及差異化所致。各事業體創研單位須持續投入智能材料、可循環再生材料及綠色製程技術，開發從材料到產品的創新製程，並建構各項環保驗證規範與循環經濟等技術，朝向智能紡織品、綠色紡織品與數位紡織品等三大方向。

集團應結合各企業現有能量及資源，統籌管理國際品牌客戶之整體需求，促成價值鏈的串接與整合，才能對於品牌客戶提供更完善的服務與實力。「誰主導明日的關鍵技術，誰就掌握全球市場。」期許未來，集團企業務必保持永續的競爭力，破舊立新、開創新局。在積極導入新科技、新技術的同時，強化五大創新模式，優化內部作業流程，進而使產品升級，為客戶服務提供嶄新價值，方為企業生存發展之良策。

南良集團大中華區品牌供應鏈控管中心成立與啓動

南良集團於大中華地區的里程碑

南良集團成立迄今已將滿 50 年，依循總裁的六大產業規劃與全球布局，各事業體的研發生產基地已涵蓋中國大陸華東 & 華南地區、越南南部與北部地區、印尼泗水地區，甚至未來規劃前進印度此新興經濟體。其中大陸的福建地區是集團早期布局的重點之一，現今已有福清洪良染織、福清中良、福清同良等三家企業，形成一個兼具成衣材、包袋材、鞋材的南良產業聚落，提供大陸市場的品牌客戶與加工廠一個完整的供應鏈。

南良集團在福建地區（福清洪良於 1993 年成立）的生產供應鏈經過近 30 年努力不懈的耕耘，獲得了國內外一線運動品牌客戶的支持，如 Nike、迪卡儂、Fila、安踏、李寧....等，也樹立了南良的專業形象，面對中國市場的國內運動品牌漸趨與國際品牌並駕齊驅，國際品牌也把中國市場的未來持續經營列為其全球化市場策略之重點，南良集團在邁入下一個進程之時，如何整合大中華區已有的內部資源形成更具競爭力的生產基地，並結合其他國家如越南的新一代智慧生產廠區，導入台灣總部的創新研發技術，藉此建構出難以取代的實力與價值，將是集團未來經營的重要戰略方向！

以集團整體的最佳利益來進行協同作戰

台灣管理學之父 - 許士軍教授在一場座談會紀錄中提到對集團企業的定義：集團須有一個以上各自獨立具有法人地位之個別企業，使得不管對內或對外，會因彼此間的特殊關係而形成一個整體，故這些企業所追求的並非本身之利益，而是整體的最佳利益。

長久以往，集團各家事業體的獨立經營也取得不錯的成績，然而，這幾年在全球整體環境的快速變化下，大陸不再是世界的工廠，川普發起的中美貿易衝突，區域的關稅聯盟、直至 2019 年所爆發的 Covid-19 疫情延續至今，國際品牌客戶與供應商強烈面臨到全球供應鏈的型態正快速地變遷著，短鏈與斷鏈的策略應然而生，也加速品牌對供應鏈的精實化政策以及核心競爭力的要求。

以前的單兵作戰模式已無法符合現今品牌客戶對於多地生產以及提高自製率的要求，有感於此危機的迫切性以及整個集團在大中華區未來的永續發展，在今年初時，中良事業體向總裁提出大中華地區成立面對品牌客戶的營銷整合中心的概念，以福清中良與福清洪良的強強聯手來爭取穩固南良在大中華地區一線運動品牌的供應鏈名單中，藉此也可促進福清洪良廠房設備的整改與提升，進而以一個統一的形象與實力來爭取國內外品牌的認同與支持。



總裁指示成立「大中華區品牌供應鏈控管中心」

總裁在聽取福清洪良與福清中良主管們的意見後，指示接下來需成立「大中華區品牌供應鏈控管中心」，第一階段整合的企業有福清中良與福清洪良，第二階段則是加入福清同良，誓在福建地區構築一個大南良在鞋材、成衣材、包袋材整合內部資源所展現的軟硬實力，總裁也明確訂定了此控管中心的三大任務方向，

- 一、資源整合：對內整合集團資源，對外提出說服品牌的服務與實力。
- 二、整改調整：彙整品牌的需求，分析應整改優化的清單。結合內部與專案團隊，共同制定整改計畫與時程，確切執行。
- 三、訂單整合：國內外品牌之特殊訂單的統籌管理。

控管中心之專案精神、目標及規劃

總裁與高階主管所共同決議成立的大中華區品牌供應鏈控管中心，其精神在於「全體成員追求效率效果，以南良集團在大中華區的整體發展為最佳利益，無私奉獻己力、共同完成專案任務以達到專案的成功。」，跨企業的資源整合有其難度，除了總裁的授權外，各企業的主管也須站在集團整體的發展與企業長久經營的層面上去取得平衡點來進行改革。

產業快訊 撰稿人 | 總管理處 黃惠津

南良集團大中華區品牌供應鏈 控管中心成立與啓動



中良蕭執總接受總裁任命此案的總召後，其強調「寧可犧牲短期財務利益，也要達到中長期的發展」，以目標來決定方向，控管中心的目標明確，即「鞏固中良事業體與洪良事業體在品牌客戶的供應鏈名單中，以及朝向提高自製比與在地化生產的目標」，控管中心也依據此目標分別就營銷構面與整改構面來進行規劃執行：

一、在整合行銷上：以分層負責、團隊合作來讓南良的招牌浴火重生，透過 1. 產品獨特性 2. 創新研發力 3. 製造差異化 4. 業務即時服務 5. 快速短交期來重拾品牌的信任。由中良葉建華副總與洪良陳燕屏副總所領軍的營銷團隊，依據與客戶關係的深化程度，中良團隊鎖定在 Nike & Anta 品牌，洪良團隊則是李寧 & 迪卡儂品牌，加強服務並且爭取鞋材與衣材的訂單，且中良（中山 / 福清）訂單優先下單給洪良生產，進而整合且增加大中華區營業額。

二、在生產製造上：以福清洪良廠區為生產基地，分為基礎的形象工程、專業的廢水整治以及進階的智能設備 / 智能生產，依據品牌客戶的驗廠報告來進行廠內外的環境翻修與整改；另一方面就機器設備進行汰舊換新；在廢水工程整治上，中良的陳信元協理也加入洪良團隊提供專業的評估規劃。

南良集團的產業領域橫跨運動休閒、戶外活動與安全防護，材料類別的變化可以應用在鞋材、成衣材、包袋材、工業材、家飾類、特殊防護類....等，代表著南良集團的內部資源是廣泛且豐富的，這也是國內外品牌客戶對南良的普遍印象，然而，近幾年在全球產業與經濟環境的變化下，品牌客戶要求供應商須具備全球多個生產基地的實力，此更加考驗集團內部資源快速整合的重要性，從總裁前幾年所提出的產業屬性整合的策略方向，到今年的大中華區品牌供應鏈控管中心的成立，反應集團內部企業唯加強深化合作、協同作戰，展示出客戶所認同的核心競爭力，才能讓品牌客戶視為長久的供應鏈合作夥伴！

參考文獻：

許士軍 (1987)，《台灣地區集團企業與經濟發展座談會記錄》，第 7 版，台北：中華徵信所。

<http://cmr.ba.ouhk.edu.hk/cmr/webjournal/v15n3/CMR341C11.pdf>

資料來源：中良事業體賴俊佑副理，大中華區營運規劃 (508)/(518)/(524) PPT 檔案

產業快訊 撰稿人 | 總管理處 劉振銘

蕭登波總裁獲頒 嘉義大學名譽管理學 博士學位



南良集團創辦人暨現任董事長蕭登波先生於 6 月 25 日獲頒嘉義大學管理學名譽博士學位，以表彰他在關懷教育文化及學術交流等領域對國家社會的卓越貢獻，原頒贈儀式訂於 6 月 6 日在嘉義大學畢業典禮舉行，因受到新冠疫情影響，校方基於政府防疫規定予以暫緩舉辦，故特於 6 月 25 日由艾群校長親赴集團遞送名譽博士學位證書，校方表示待疫情趨穩，將於 11 月校慶典禮補辦其頒贈程序。

此次先行遞送學位證書，艾校長也特地身穿博士袍以示重視，親自撥穗並頒贈名譽學位證書給蕭總裁，以肯定蕭登波名譽博士在近五十年的企業經營中，所秉持的愛鄉愛土情懷，表彰他為台灣產業所貢獻的心力，其創建的南良集團，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，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。

蕭總裁也表示感激嘉義大學的厚愛，能獲頒名譽博士著實備感榮幸，也感謝貴校給予肯定，名譽博士既是一份榮耀，更是一份責任，今後將會秉持慈悲與善的信仰，永保真愛與感恩之心，持續為台灣這塊土地而努力，身為嘉大的校友，也希望未來也有更多機會為學校盡一份綿薄心力，共同為台灣的未來而打拼。

備註：本次遞交學位證書依照中央流行疫情指揮中心規定，室內五人以下並全程配戴口罩。

推動綠色永續 真愛農漁電



公司介紹

台灣期望在 2025 年達成非核家園的目標，確保能源安全、綠色經濟、環境永續及社會公平之均衡發展，並兼顧國際減碳承諾，且因應國內外政經情勢及能源環境的快速變遷與挑戰。行政院於 2016 年已推動新能源政策 - 啟動能源轉型與電業改革，期望能帶動自主綠能產業發展，實現能源永續發展。

台灣西南沿海原本就是養殖的重點區域，近年來因人口老化與生產力降低等因素影響，造成許多廢棄魚塭，又因鹽業產業轉型，目前有許多荒廢鹽田，為了配合政府綠電政策，除了在這些荒廢的土地上興建太陽能發電，也可以利用太陽能板下方空間從事養殖事業，就是所謂的「漁電共生」。

南良集團以「對生命之尊重，對環境之愛護」為前提，力求根植台灣、放眼世界、穩定發展及永續經營。二十一世紀再生能源已成為產業競爭力之重要指標，在全球掀起一股節能減碳愛地球風氣的同時，南良集團亦不缺席！2021 年成立「真愛農漁電共生事業股份有限公司」積極推動漁電共生事業，除了配合政府發展綠能政策，也利用 AI 智慧科技將傳統養殖技術升級，更透過學術研究、產業參與以及科技發展為台灣塑造永續經營且符合國人需求的農漁電共生產業，亦能利用現有環境升級培育更多相關的專業人才。

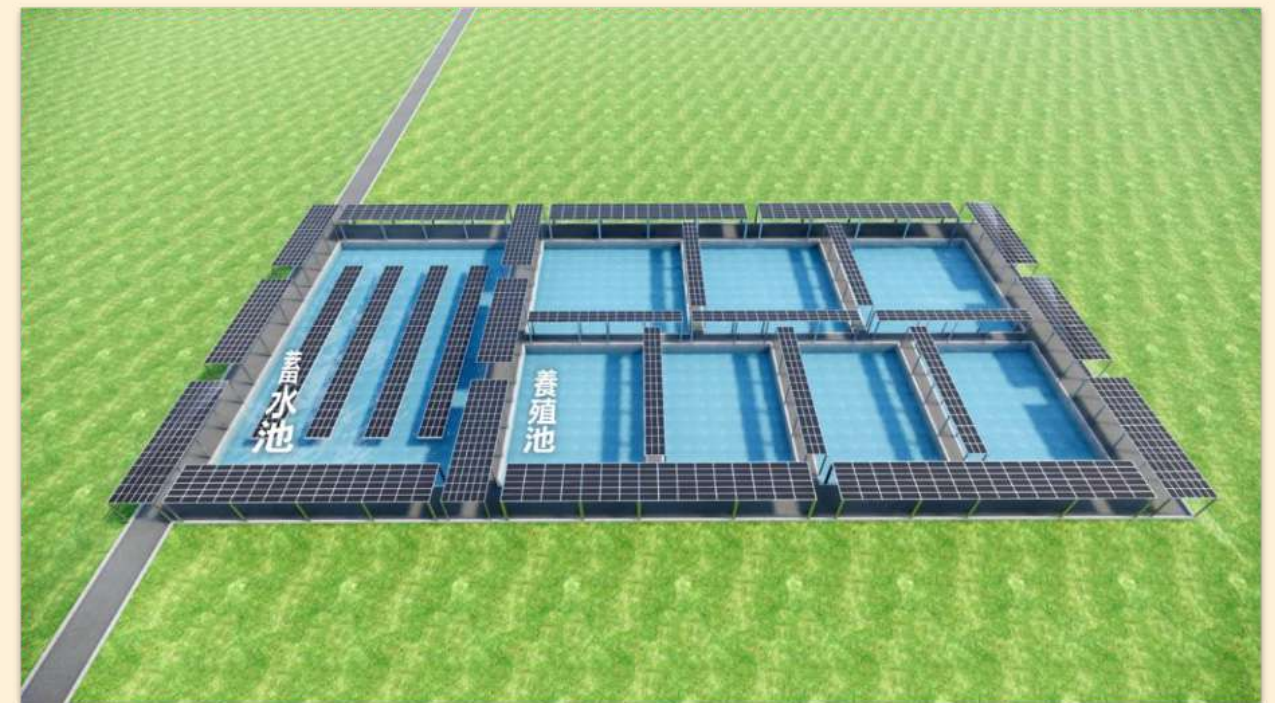
未來展望

目前正積極爭取「水試所漁電共生試驗育成基地」的招標計畫

(1) 蓄水池規劃設置浮水式太陽光電系統，以懸吊牡蠣或貽貝進行貝類等養殖活動，並混養大型龍膽、鱸魚、虱目魚、午仔魚等魚種，減少外水引進時的雜魚雜蝦及大型藻類之影響，配合生物特性進行水質淨化處理，真正達到養殖活動結合太陽光電使用之目的。

(2) 室內性養殖設施，預計使用「節能冷卻養殖系統」測試具高經濟價值之冷水性物種，為使臺灣水產產業開發新物種之可能性。如龍蝦，龍蝦屬高價養殖物種，每斤可販售至台幣 \$ 1000-2000 元不等，本系統可穩定控制水溫於龍蝦最適水溫，可縮短龍蝦養殖時間及減少其損。

期望能藉由第一場的示範案場，向外推廣本公司之養殖設施及技術，讓廣大的養殖戶、地主、投資者看見實際的成果，吸引更多具共同理念的業者進入投資，望能使臺灣水產產業更上一層，未來更能將農漁電共生成功模式複製至東南亞國家甚至全世界！



水試所漁電共生試驗育成基地 示意圖

將士用命宏利織造 公司營運脫胎換骨



宏利織造(股)公司於去年6月首次舉辦「願景與策略共識營」，公司建立了「整合產業資源，朝多元化發展，成為全球知名品牌供應鏈夥伴成員，以智能化生產綠色、環保產品，邁向共創雙贏的幸福企業」之企業願景，並積極朝著設定目標努力。從去年下半年起，公司內部積極進行組織調整，成立專案推動小組，公司核心主管將士用命，發揮團隊領導力，透過

每月及每季定期檢視目標達成率，靈活地根據市場趨勢來有效配置資源，並依照客戶需求來彈性調整策略，更在營運策略上聚焦主力客戶之經營，遂於今年逐步收到成效。

在今年起，在全公司33位同仁上下一心的積極奮鬥下，宏利織造第一季營收目標設定NTD5110萬元，營收實績NTD5126萬元，達成率100.3%，營收相較去年同期成長36%，利潤成長率達398%，繳出了一張亮麗的成績單，並於第二、三季持續注入訂單。隨著營運趨於穩定，宏利織造積極落實紗線採購量及成本之管控，並掌握生產流程順暢、生產良率、協力廠商品質與交期之控管，以確保每筆業務訂單皆能如期出貨。

宏利織造自成立26年來，持續提供潛水衣、護具、鐵人三項緊身衣之材料、防護衣及三明治網布等機能材料，在市場上佔有一席之地，隨著高端品質的材料已成為市場主流，在運動休閒市場強調短鏈、交期短、成本低、快速反應的發展趨勢下，市場競爭局勢日趨嚴峻，為持續維持公司之高度競爭力，宏利織造除了強化現有工業與成衣布料的主力產品之外，未來將研發個人防護或醫療相關的功能材料，持續朝向高單價產品及高端客戶開發，並與主力品牌客戶共惠共享地合作開發新材料，持續為企業創造前進之量能。

挑戰無所不在，企業的永續發展目標須建構具有韌性的基礎，加速持續創新進而打造「攻無不克、戰無不勝」的營運團隊，宏利織造於上半年度完成目標，但後面尚有不斷的考驗與挑戰，公司絕不能鬆懈，必須持續追求成長，方能為打造企業下一波競爭力。

坐落於馬稠後產業園區 的友良新三廠介紹

友良高科技公司成立於1983年，是全台灣最大、最優的彈性布製造廠及全台灣最專業、最先進的機能性布料供應商，為生產梭織布的垂直整合一貫廠，擁有超過38年的彈性布料、耐磨布料、耐用布料、3D組織布料、Cordura系列布料、原液染色布料、高強力布料、工作服布料、可回收聚酯布料、功能性布料製造經驗，友良以滿足客戶對於品質的追求為目標，主要產品廣泛應用於成衣類（戶外運動與流行）、箱包袋材類、工業防護類、鞋材類以及傢飾類等。

友良高科技公司廠房設於嘉義縣太保市嘉太工業區，占地18,579平方公尺，近年來上友良積極投入新材料研發與生產，鑒於現有廠房空間及機台設備有限，遂於嘉義縣馬稠後產業園區購地興建友良三廠，占地5940.74平方公尺，作為投入新型材料研發及生產基地，於2019年11月14日動土，並於2020年11月4日舉行上樑典禮，友良三廠預計在2021下半年竣工。友良三廠積極投入研發資源，並導入友良B系統，使友良三廠乘載全台先進的紡織製程技術，初步將設置超纖奈米膜實驗室及生產設備，期望在未來能為友良投入全新量能。

友良三廠落成之後將有絕佳的地理優勢、豐足的物產資源、完整的交通建設、多元的人才及學術研究單位的配合，並有著完善的福利措施，以及公家單位諸多的獎勵優惠方案，以上優勢條件將為友良打造厚實的基礎，並準備好迎接台灣紡織榮景的到來。

馬稠後產業園區介紹

嘉義馬稠後產業園區緊鄰長庚醫療特區、故宮南院以及朴子工業區等產業聚落，聯外交通有高鐵嘉義太保站、水上機場、布袋商港、國道3號及國道1號交通十分便利，馬稠後產業園區是嘉義縣自力開發的工業區，嘉義縣政府也將引進三低一高（低污染、低耗能、低耗

水、高價值）產業，為嘉義帶來就業人口、商機與經濟繁榮，未來將提供更多就業機會。嘉義「馬稠後產業園區」第一期84.7公頃園區，已經有30家知名廠商投資建廠，目前第一期的30家廠商中，有車燈大廠帝寶工業、伺服器機殼大廠勤誠興業、大成集團、電動巴士領導品牌凱勝綠能科技，預計為嘉義縣創造297億以上年產值，以及5000人次就業機會。後期343.8公頃園區已經動工，全區總面積達428公頃，將在2024年全部完成開發，預期可以提供300家廠商進駐，創造2萬個就業機會。



洪良中良羽球社成立暨 洪良羽球館開幕感謝文



六月七日早上微信群組傳來好消息，洪良陳副理 PO 文「各位好朋友們，我們期待很久的洪良羽毛球館終於今晚重新啟用了！晚上開幕戰開打，全新場地設備燈光美、氣氛佳，專屬於洪良與中良的新羽毛球館」眾多球友們引頸期待許久改裝後的新場地終於誕生。回想去年大家在洪良打球時，因地板容易在打球時滑倒，在這麼高運動能的競技中受傷了多少英雄好漢！拐腳的、擦傷的、顏面受損的，時間一長受傷的球友變多了，也漸漸減少大家打球的興致，但多年來的海外生活與工作壓力帶給每一位同事健康上都亮起紅燈，在有限的下班時間中能聚在一起打打羽毛球和桌球都是難得的享受，少了羽毛球這一項，也發覺同事間聚在一起的時間變少了，似乎生活趨向於平淡些，同時更可怕的事發生了！怎麼都胖了！這下子不得了，怎麼原本該打球的時間改去吃烤肉喝啤酒了？這才有了洪良同事們努力爭取經費後的現況。

晚上打開球場全新投射燈！偌大明亮空間出現我們期待中的新球場，完美 PU 厚地板和球后戴賓穎使用相同規格，全新比賽球網、反眩光照射燈，連球友們的球拍跟球衣都換新的，這全新的感受瞬間讓人眼眶含淚啊！蔡副總舉辦開球儀式，開啟了今晚十八場比賽 2V2 的雙打模式，講求的是默契大對決，打得好與不好不是我們比賽重點，笑聲與流汗過程的欣愉感受是球賽中褪下工作壓力的不二法門，一場又一場，沒人想離開這新球場，直至夜幕低垂，不得不在體力透支下離開。



駐外這十多年來走過幾個國家，感受人情風土間的文化差異之處，最終回到熟悉又帶點陌生的地方，相同生活方式和工作認同感極快融入周遭人群，尤其公司對員工除了工作時間的效率安排之外，心理與健康更是不可或缺，我見過許多業務導向公司要求下班之後的 CRM 關係維護，除了飯局之外，假日陪打球、下班陪逛街、假期陪出遊，有時當褓姆也是應該，但忽略了本質上健康是否亮起了紅燈！員工心理素質對公司的忠誠度是否也在一點一滴流失中呢？



今晚不是只有一個新場地的建立，花了些經費如此簡單，而是「視員工如家人，永續經營」這樣的理念，帶給我們更加希望有了健康的身體去為公司創造更多的期待，雖然每星期一次的羽毛球聚會並不多，但總在期待中結合更多人的汗水和笑聲，業務上的能力會隨著時間與經驗而有所增長，只有體力和健康抵不過歲月的消弭，我們這一群羽毛球愛好者會努力保持最佳身體狀況面對工作上的任何挑戰！



H&H與Hello Kitty首度聯名 麥卡Micax冰舒涼感被墊組



H&H涼感寢具2021年台灣獨家與 三麗鷗Hello Kitty聯名上市

南良集團中由南良國際 H&H 品牌，嚴選日本 SANRIO Hello Kitty 卡通形象精品，2021 年首度與台灣子公司三麗鷗股份有限公司聯名合作。H&H 在推出聯名前也做了 Hello Kitty 寢具市調，一般都是以 Hello Kitty 圖案居多，具有機能性或功能性較少，以機能寢具為主力發展的 H&H，借力使力聯名開發以集團麥卡 Micax 冰涼纖維作為功能原料，涼感值 Q-max 值高達 0.318，作為業界高規格涼夏寢具，不只涼更是療癒，給大人小孩一個舒適的涼夏睡品。

南良集團於全球紡織界頗盛好評，南良國際 H&H 也結合南良集團海內外的紡織能量，從 H&H 健康寢具機能寢具分有冬季和夏季兩款中，選定出該夏季聯名相關產品，挑選出涼感被、涼感墊、枕頭巾四件組的麥卡冰舒涼感被墊組，推出與 Hello Kitty 結合為麥卡 MICAX 冰舒涼感被墊聯名系列，在涼夏的季節推出給喜愛 Hello Kitty 的人們。

發展大健康產品品牌效益行銷

健康寢具機能睡品由大健康品牌中首推 H&H 行銷多年，我們秉持著結合多元化、專業分工、全方位行銷的市場趨勢，H&H 品牌了解「人」、「組織」和「資源」的重要性，不斷運用「創造與交流」的互動生態網絡來創造比傳統線性模式更具效益的經營模式。H&H 品牌致力參與全通路平台經濟活動，期望透過與客戶的良性互動及異業媒合，共同迎接大健康產業結構的下一個轉型。基於結合不同的轉型契機，希望透過麥卡冰舒涼感被墊組的優點，與日本 SANRIO CO., LTD. 結合聯名模式，藉由推出的品牌效益，借力使力讓南良集團和 H&H 在大健康的產業更上一層樓。

H&H團隊與媒體通路合作無間

H&H 團隊去年與購物台合作奈米鋅抗菌口罩到溫多絲蓄熱冬被頗有佳績，今夏持續結合媒體通路行銷優勢，趁勝推出 Hello Kitty 聯名涼夏療癒寢具，希望能再創佳績。H&H x Hello Kitty 麥卡冰舒涼感被墊組，涼感被採用特殊十字斷面結構，能更有效提高空氣對流，SGS 檢測 Q-max 涼感值高達 0.318，比起紡拓會的涼感標準 0.13 高達 2.4 倍，高規格領先業界，高科技涼感面料在蓋上瞬間，即可立刻感受到冰涼感。涼感墊採用獨創 6D 傳導系統，雙螺旋針織技術，中間層支撐釋壓，X+C 型交織柔軟彈力佳，底層為透氣蜂窩格狀設計，吸濕透氣清爽更有感。產品不含重金屬、偶氮染料、甲醛。H&H x Hello Kitty 聯名涼感被墊組，能夠快速降溫，極佳的親膚體驗，不用擔心睡不好，最深度的睡眠體驗，讓你一覺到天亮，大人小孩都愛不釋手。



集團人物專訪

積極做到降低成本 利潤最大化

受訪者：越南禾家何振福經理

訪談撰稿者：南良通訊編輯部 劉振銘、林郁綺

禾家塑膠工業股份有限公司是南良集團所屬的越南公司之一，公司主要生產 PE、PP、PETG、PET 等塑膠吹瓶、PP 與 PC 瓶蓋、電子零件以及 ABS、PC、POM 射出粉盒等產品。禾家堅持「持續改善、不斷創新」之經營理念，提供優質產品與專業服務，這幾年於越南地區穩定成長獲利。

本期專訪禾家財務主管何振福經理，於集團服務已達十年以上，期間努力推動企業提升產能、降低成本，使營業利潤達到最大化，禾家公司規模雖不大，但憑藉團隊的管理績效及設備改善提升，重視財務利潤控管，使得禾家團隊在激烈的越南市場中仍能繳出一張優質的成績單。

能否談及你個人的價值觀、信仰或處事理念，多年海外工作經歷，
您對於面對不同的社會文化及工作環境，如何調適及應對？

面對不同文化與環境如何去調適，簡單來說，就是須入境隨俗、靈活運用資源。越南的風土民情、投資環境與台灣迥異，企業在海外要能永續經營，就必須融入當地，並時刻掌握市場脈動。公司提供一個舞台，也賦予了我們主管責任，我們則必須在現有的資源及框架中，學習將可用的食材燒成一桌好菜。

多年的海外工作經驗，我都是秉持一個信念，就是設定一個清楚且可執行的目標，在符合法律及公司規範下，積極去調整及應對，盡力去滿足客人及廠商的需求，做好產銷協調工作，每個人都可視為一個利潤中心，積極控制成本、重視細節，進而達到獲利，如此一來，整體價值鏈將發揮到最高的境界。

- 越南禾家團隊合影照片 -



- 何振福 (圖右者) 經理於企業參展時合影照片 -



這幾年越南禾家經營逐年穩定，能否談及您的領導風格以及如何帶領團隊作戰？可否簡述您如何帶領越南當地員工解決問題，以達成公司設定目標。

在帶領越南工作團隊上，我們十分重視「說到做到、身體力行」的理念執行，並建立不推卸責任的團隊。員工就是我們的家人，須學習用換位思考來重視每一位員工的需求與想法。在團隊帶領上，我們會給予清楚公司願景及方向，並確認每位同仁的工作責任及目標，透過公正客觀的賞罰制度，讓員工能透過努力而獲得實質應有的獎勵。整個團隊都能在清晰透明的框架下運作，以績效考核落實賞罰分明，自然能激發團隊及企業穩定成長的動力。

這幾年公司不斷強化 6S 管理規範及提案改善制度，對於表現傑出的單位或是個人都能提出表彰與肯定，進而激發了員工的工作士氣，整個團隊充滿了正向積極的動力，自然能達到公司設定的營運目標。

面對越南市場的高度競爭，台資企業於越南當地如何在競爭者中勝出，禾家這幾年專注於優質客戶經營及在地化供應鏈的強化工作，可否闡述或分享您的策略與想法？

禾家面對高度競爭的市場如何勝出，就是積極做到「降低成本、利潤最大化」，禾家生產設備雖不是新型機台，但透過設備、材料的不斷改良及調整，去年產能仍能提升 20~30%，大大提高生產利潤。在成本控制上，我們重視控制原物料進貨成本，並分析原物料的價格走勢，透過預先採購或大批議價模式，使得購入成本大幅壓低，當企業能獲得合理成本，並建構至少三家以上的供應商，材料供應將能穩定無虞，對外營業接單將更具競爭優勢，訂單也就能成長穩定，並將資源發揮到最大化，透過此良性循環，企業將能創造優質的競爭力。

解析防疫法律

「嚴重特殊傳染性肺炎 (COVID-19) 防治及紓困振興特別條例」(以下稱本特別條例) 於 2020 年 02 月 25 日立法院三讀通過，隨即經總統簽署公布，並於 2021 年 05 月 31 日修正。以下來介紹本特別條例，條文一共有 19 條，本特殊條例的法律根據是面對「特殊傳染性肺炎 (COVID-19)」也就是「新冠肺炎」。

(一) 依中央標準法規定：法律的名稱，有法、律、條例、通則等，本特別條例是於條文訂定後，經由立法院三讀通過，由總統公布生效。

(二) 本特別條例是「有期限」時效的法律：本特別條例經修正後的施行期間至 110 年 6 月 30 日止，依照中央法規標準法第 23 條規定：「法規有施行期限者，期滿當然廢止...」。本條例是針對新冠肺炎特別訂定條例，於 110 年 6 月 30 日期滿後，依照本條例第 19 條第 2 項，可經立法院同意延長其條例實施的時效。另中央法規標準法第 24 條規定，訂有施行期限的法律，主管機關認為需要延長者，應於期限屆滿「一個月」前送立法院審議。

(三) 本特別條例、對於「刑罰」的規定：

1. 對「哄抬防疫物資之價格或無正當理由囤積不應市銷售」條文上規定：特別條例第 12 條規定：「對於經中央衛生主管機關公告之防疫器具、設備、藥品、醫療器材或其他防疫物資，哄抬價格或無正當理由囤積而不應市銷售者，處五年以下有期徒刑，得併科新臺幣五百萬元以下罰金。」條文中規範的是囤積、無正當理由不應市銷售，與刑法第 251 條第 1 項第 3 款，及傳染病防治法第 61 條有類似，主要是構成要件不完全相同，分析三種法律的刑罰構成要件及刑責。



法規	特別條例第12條	傳染病防治法第61條	刑法第251條
條文對象	對於經中央衛生主管機關公告之防疫器具、設備、藥品、醫療器材或其他防疫物資，哄抬價格或無正當理由囤積而不應市銷售者	中央疫情指揮中心成立期間，對主管機關已徵用防疫物資，有囤積或哄抬物價之行為，且情節重大者。	意圖抬高交易價格而囤積，經行政院公告之生活用品，無正當理由不應市銷售者。
刑責處罰	處五年以下有期徒刑，得併科新臺幣五百萬元以下罰金	處一年以上七年以下有期徒刑，得併科五百萬元以下罰金。	處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科30萬元以下罰金
物資標的	經中央主管機關公告之防疫物資。	主管機關已開始徵用的防疫物資。	糧食、農產品或其他民生必需之飲食物品及行政院公布之生活必需品。
犯罪行為	哄抬價格或無正當理由囤積不應市銷售。	囤積或哄抬物價之行為情節重大者。	意圖抬高交易價格而囤積，沒有正當理由不應市銷售。
未遂犯	處罰未遂犯	不處罰未遂犯	不處罰未遂犯

2. 對本特別條例不遵循主管機關指示而遭受感染之虞者的刑責：本特別條例第 13 條規定：「罹患或疑似罹患嚴重特殊傳染性肺炎，不遵行各級衛生主管機關指示，而有傳染於他人之虞者，處二年以下有期徒刑、拘役或新臺幣二十萬元以上二百萬元以下罰金。」
3. 本特別條例與傳染病防治法處罰構成要件不同：本特別條例無須「明知」的主觀意識要件，而是以「罹患或疑似罹患」作為構成要件。而且傳染病防治法中的「致傳染於人」，本特別條例規定「有傳染於他人之虞」。「本特別條例」與「傳染病防治法」構成要件不同處：

法規	本特別條例第13條	傳染病防治法第62條
主觀要件	罹患或疑似罹患。	明知自己罹患
違反行為	不遵行各級衛生主管機關指示。	不遵循各級主管機關指示。
所生危害	有傳染他人之虞。	致傳染他人。
刑度	處二年以下有期徒刑、或處二十萬元以上二百萬元以下罰金。	處三年以下有期徒刑、拘役或處新臺幣五十萬元以下罰金。

(四) 對「散布疫情謠言」或「散布不實資訊」

本特殊條例第 14 條規定：「散播有關嚴重特殊傳染性肺炎流行疫情之謠言」或「散布不實訊息」，足生損害於公眾或他人者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣三百萬元以下罰金。「本特殊條例」與「傳染病防治法」、「社會秩序維護法」刑度比較：

法規	特殊條例第14條	社會秩序維護法第63條第1項第5款	傳染病防治法第63條
法律條文	散播有關嚴重特殊傳染性肺炎、流行疫情之謠言或不實訊息，足生損害於公眾或他人者。	散布謠言，足以影響公共之安寧者。	散播有關傳染病、流行疫情之謠言或不實訊息，足生損害於公眾或他人者。
處罰	處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣三百萬元以下罰金	處三日以下拘留或處新臺幣三萬元以下罰鍰。	處新臺幣三百萬萬元以下罰金

解析防疫法律

(五) 特別行政法律—處罰罰則規定

1. 違反隔離、檢疫措施：(1) 隔離：本特別條例第 15 條第 1 項規定：「違反各級衛生主管機關依傳染病防治法第四十八條第一項規定所為之隔離措施者，處新臺幣二十萬元以上一百萬元以下罰鍰。」原本傳染病防治法的處罰僅有六萬元以上及三十萬元以下罰鍰，本特別條例提高到二十萬元以上一百萬元以下。(2) 檢疫：本特別條例第 15 條第 2 項規定：違反各級衛生主管機關依傳染病防治法第五十八條第一項第四款規定所為之檢疫措施者，處新臺幣十萬元以上一百萬元以下罰鍰。

2. 雇主的不當行為：本特別條例第 3 條第 3 項規定：「接受居家隔離、居家檢疫、集中隔離或集中檢疫者，於隔離、檢疫期間，其任職之機關(構)、事業單位、學校、法人、團體應給予防疫隔離假，且不得視為曠職、強迫以事假或其他假別處理，亦不得扣發全勤獎金、解僱或為其他不利之處分。家屬為照顧生活不能自理之受隔離者、檢疫者而請假者，亦同。」如果任職機關違反上開規定，不管是不給假或扣薪、解僱等，中央目的事業主管機關、地方政府可以裁罰 5 萬元以上、100 萬元以下罰鍰。

3. 違反徵用或調用處分、指揮官的應變處置：

拒絕、規避或妨礙各級政府機關依特別條例之徵用或調用，可以裁罰 5 萬元以上、100 萬元以下罰鍰。另外，特別條例第 7 條規定：「中央流行疫情指揮中心指揮官為防治控制疫情需要，得實施必要之應變處置或措施。」，違背指揮官的必要應別處置或措施，同樣可以裁罰 5 萬元以上、100 萬元以下罰鍰。

(六) 本特別條例除了上述處罰規定外，另有第 18 條對相關疫情的補貼條款，對於處理防治疫情過程中的補助、津貼、補償、獎勵、救助、稅法扣除額等：

1.(本特別條例第 2 條第 1 項) 對從事防疫相關工作人員，中央主管機關給予補助或發給津貼。
2.(特別條例第 2 條第 2 項) 對於公、私立醫療(事)機構與其他相關機關(構)、學校、法人、團體及其人員執行本條例防治工作著有績效者，執行防治工作有績效，應予獎勵。



3.(本特別條例第 3 條第 1、2 項) 經衛生主管機關認定接受隔離、檢疫，未違反相關規定，得在接受隔離或檢疫結束之日起 2 年內，申請防疫補償，但有支領的薪資或依其他依法令規定性質相同補助者，不得重複領取。

4.(本特別條例第 3 條第 3 項) 接受隔離、檢疫貨家屬為照顧生活不能自理的受隔離、檢疫者，任職單位應給予隔離假，不得強迫以其他假別處理，也不能為其他不利之處分。

5.(本特別條例第 4 條第 1 項) 任職單位在隔離假期間之薪資、指揮官應變處理指示得就請假期間內給付的薪資，可以用薪資二倍來作為年度所得稅扣除額。

6.(本特別條例第 3 條第 5 項) 因隔離、檢疫或中央流行疫情指揮中心指揮官所為應變處置，而須請假或無法從事工作，致影響其生計者，主管機關依社會救助法及相關法令予以救助。

7.(本特別條例第 5 條第 1 項) 為生產防疫物資必要時，可以徵用或調用生產設備及原物料，並給予適當補償。

8.(特別條例第 6 條) 徵用或調用生產設備及原物料，其管理、使用、收益及處分，不受國有財產法及地方公產管理法規相關限制。

9.(本特別條例第 9 條第 1 項) 受嚴重特殊傳染性肺炎影響而發生營運困難之產業、事業、醫療(事)機構及相關從業人員，得由目的事業主管機關予以紓困、補貼、振興措施及對其員工提供必要之協助。(特別條例第 9 條第 2 項) 醫療機構配合停診，予以適當補償。

10.(特別條例第 10 條) 廣播電視事業、衛星廣播電視事業應配合防疫需要受指定播放防疫資訊，可以放寬一定期間廣告時間。

11.(特別條例第 11 條第 1 項) 所需經費上限 8400 億元，得視疫情狀況以分期編列特別預算，不受預算法 23、62、63 條相關法律限制。

(七)、指揮官得實施必要之應變處置或措施

1. 特別條例第 7 條規定：「中央流行疫情指揮中心指揮官為防治控制疫情需要，得實施必要之應變處置或措施。」

2. 可公布違反隔離、檢疫及確診病患個資：特別條例第 8 條第 1 項規定：「於防疫期間，受隔離或檢疫而有違反隔離或檢疫命令或有違反之虞者，中央流行疫情指揮中心指揮官得指示對其實施錄影、攝影、公布其個人資料或為其他必要之防治控制措施或處置。」第 2 項規定：「為避免疫情擴散，對確診罹患嚴重特殊傳染性肺炎病人，亦同。」

應變潛力才是企業徵選主管人才的新標準

目前企業經營要徵選到最合適的主管人才，似乎這是陳腔濫調的話題，一般無非皆以能力、資歷、學歷和經驗老套來選擇人才，尤其是能力一向被企業所看重。對處在環境千變萬化，變幻莫測的今天，這種徵選標準已經過時且落伍。近年來發現：成功的企業對新進主管都已改變新選項：以候選人的「應變潛力」視為最重要，「應變潛力」是「能適應不斷變化的經營新環境，並讓自己能勝任愈來愈複雜的新環境及新角色能力」因為新環境、新產業、新組織和新工作形態都在快速且倍增性變動中，根本無法預測到未來會遇到哪些新環境？需要具備哪種應變能力。它比高智慧、高經驗和高能力都來得重要。

一、對候選主管人才首先要衡量：是否具備「應變潛力」。

時下一般企業在招聘高階人才時，都是緣以固定流程，先看學歷再看看資歷，然後再評估能力，但依此徵聘到的人才，有些由於無法適應新環境的劇變，或新環境的挑戰及產業新法規方面的改變，不得不就離開公司，對企業造成莫大影響及損害。徵選失敗的原因何在？最主要的原因是沒有重視候選應徵者的「應變潛力」，「應變潛力」需具有多元性知識及創新的能力，並對複雜多變化環境具有的適應能力。

當下商場環境變幻莫測、競爭劇烈，國際間企業市場對菁英人才的爭奪越來越激烈，於企業管理學上新發現：要能具備「應變潛力」，才是促成各層級主管人才是否能成就的最重要因素，不論基層主管、高層管理者或是董事長幕僚等都是如此。對於身為企業主管或管理階層，更須具備足夠能力來選拔人才。對人才的選拔標準應該配合時代潮流需求：由過去所考量的體力、智力、經驗和能力，應轉變為現代所需的「應變潛力」。

二、「應變潛力」才是徵選主管人才的首要標準。

徵選主管人才歷經不同階段，早期徵選人才標準都以外觀或體能，後來以學歷、智力、經驗作為標準。近年來，企業徵選人才的識別新標準轉變為能力，直到現在的企業尚之沿用。最近所有成功企業已演進到識別人才的新境界，以具備「應變潛力」才是徵選主管人才最重要的選項。目前國際間的商業環境尤如戰場，詭譎多變、複雜模糊且充滿著不確定性，僅以能力來評估和任免主管人才，顯然已經不夠用。同一個人，目前在公司成功擔任某一職務，並不意味著他在其它新職務或新環境上也能成功，因為要應付新環境、新戰略、新對象和團隊成員的不同，都會發生甚大變化。所以現在問題不是你的企業主管或領導人是否具備有足夠能力，而是他們是否具備有新知識、新創意、新適應力等的「應變潛力」。

三、要評定候選人是否具備「應變潛力」，要比具備能力困難的甚多。

【第一步】絕對要件：是要選對的人，徵選人才聘用須責以高規格標準，是企業成功最關鍵的要件。那麼在評定主管人才或員工時，如何衡量其具有應變潛力呢？提供評定高「應變潛力」人才的五項特質：(1) 要能有正確動機：能具備責任感和工作熱忱的人，才能願意去追尋一個大公無私的大目標，也才會把正確的動機放在首位，也才能成就大目標，因為動機不容易改變，這也就是一種品行與道德。(2) 要能有好奇心特質：極力渴望獲得新體驗、新知識、新創意及願意接受他人的反饋，以開放的心態來學習和精進。(3) 能洞見未來及吸收新知的能力：要有能力分析及蒐集未來情勢，喜好接受新知識及新資訊，並能具備準確性理解能力。(4) 極容易融入及參與的能力：具有融入新職場或不同環境的能力，善於運用感情和邏輯進行溝通，並能夠說服他人，參與他人來建立夥伴關係。(5) 具有決心與勇敢面對的態度：面臨挑戰或處於逆境中受挫時，能勇敢面對問題，想出解決問題的好辦法，且依舊能為達成目標努力不懈。

四、又如何能夠一眼即能看出候選者的「應變潛力」？

從候選者的生活訊息和職業經歷的描述，再經過與其深入訪談與當面問答、請他提出自引以為傲的 2 ~ 3 件事、並做好詳盡的背景調查，及挖掘出候選者的家庭背景及個人成長經過，依其所述的故事，要來判斷其是否具備或欠缺哪些特質，就不難了。要探討具備或缺乏某種特質：須透過提問方式，來做為判斷。

五、提供對候選人才提問話術內容，提供參考

1. 你對這份工作是不是有正確理解？你對公司文化的認知？你對工作的熱忱及積極度？
2. 你想要得到這份工作的原因？要讓我僱用你的理由？
3. 你的專業強項是？你自認哪幾項不滿意？
4. 如果有人頂撞你，你會何種反應？
5. 你如何讓團隊成員發表意見？
6. 你如何拓展思維、增加經驗和進行個人發展？
7. 你如何建立學習型的組織團隊
8. 在工作上遇到困難，你如何處理？處理方法？
9. 如何了解未知領域？如何接受新知識？
10. 如何處理工作中遇到的任何壓力？

提問題時，應要求對方回答具體事例，深入了解動機、好奇心、洞見能力、參與性和決心。能重視招聘過程準確度的企業，才能大幅提高成功選拔人才的概率。



健康喝好茶

防疫居家首選

自疫情進入到三級警戒，學校的課程轉為線上課程，許多企業也紛紛啟動分流工作與WFH(work from home)，迫於疫情的種種無奈下，如何讓生活取得平衡儼然成了另一門學問。宅在家防疫期間除了追劇、閱讀書籍之餘，不妨也可以泡杯好茶，享受居家片刻時光，增加生活的儀式感！真愛大健康幫您備好茶～順著節氣好生活！節氣養生漢方飲「秋分紫舒飲」清新爽口薄荷佐紫蘇，加上桑葚子沉穩香與微甘菊，表述爽朗輕盈的淡然。

110年初，經中央研究院團隊由3000多個樣品中，找出了5種具抑制新冠病毒活性潛力的藥物，薄荷和紫蘇就是其中兩項具強力抗病毒作用的藥物。(相關內容可詳中央研究院：<https://www.sinica.edu.tw/ch/news/6774>)

「紫蘇」入菜去油爽口還富含許多營養素！

紫蘇的鐵質含量為蔬菜之冠，再加上胡蘿蔔素、維生素C、成人必需的8種胺基酸及兒童必需的10種胺基酸，都有助於增強免疫功能；另外還有鈣、磷、鉀、紫蘇醛、紫蘇醇、薄荷醇等多種營養素。紫蘇的功能很多！莖與種子還能煉油，紫蘇籽油就含有豐富的亞麻酸，更被稱為「植物深海魚油」。(資料來源摘自：康健雜誌 - 鐵質含量是蔬菜之冠 紫蘇強化免疫力)

而薄荷在日常中使用廣泛，除了提神外，中東地區習慣在紅茶裡加入幾片薄荷葉，消油解膩；即便只是在沙拉、涼拌料理上撒上切碎薄荷，清新氣息也令人胃口大開。薄荷，為唇形科薄荷屬的草本植物，有超過600個品種，十字型綻放的嬌小葉片是東、西方醫家自古愛用的芳香類藥材。「數千年前，古埃及的傳統醫療就運用薄荷葉浸浴，達到消毒、抗菌、驅蟲的功效。羅馬時期，人們會將薄荷加入漱口水醒腦。」(資料來源摘自：康健雜誌 - 中醫師教你用薄荷趕走小毛病)

「紫舒薄荷茶」居家喝好茶～冷熱自己來

秋分紫舒飲
舒爽您整天奔波的氣息

清新爽口薄荷佐紫蘇，
加上桑葚子沉穩香與微甘菊，
表述爽朗輕盈的淡然。



選材 紫蘇、桑葚子、薄荷、甜菊

沖泡方式 一試一包就愛上

熱沖

取一包 注入100度熱水 浸泡可設置3-5分鐘
(隨口味調整) 350-500cc 待茶色釋出即可飲用

取二或三茶包 注入冷水 將水果茶凍即可
1000-1500cc 全家共享，不需加糖或其他方式提味

冷泡

取一或二茶包 注入冷水 靜置冰箱冷藏4-8小時
冷泡飲 500-600cc 待茶色釋出即可飲用

飲法

- ※ 浸泡時間與水量可依喜好調整，可重複沖泡至淡味無味，將所有食材養分釋出。
- ※ 可依個人口味添加些許紅糖，增添味蕾享受。
- ※ 建議時常熱飲養顏。
- ※ 若浸泡時間過長過濃，可再加開水調整濃淡。
- ※ 食材天然，夏季出飲時請注意天熱發酵腐敗。



真愛大健康
JA health

