



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

轉型再造 價值躍進

整合企業資源 開啟國際視野，抓住時代脈動
以「健康產業」為願景，共創產業新契機



- P02 總裁的話 - 新時代的為將之道
- P04 ESG - 響應綠色環保南良集團捐贈YouBike2.0站
- 嘉良主刊**
- P06 轉型再造價值躍進
- P07 Ceravida FRESH永續環保的抗菌除臭劑
- P08 嘉良事業與嘉義大學締約結盟
- P22 產業快訊 - 大陸區行政主管會議紀實

嘉良生物科技

特色高質化健康食品

GREENRAYS
INTERNATIONAL



從源頭把關，採用自然農法、友善
種植，嚴謹要求品質，給消費者最
安全、安心的高品質產品。

秉持南良集團

「尊重生命，愛護環境」的經營宗旨

精心研發具備綠色、環保、天然的各類食品
以台灣為出發點，逐步將優良的產品推廣至全世界
維護廣大消費者的健康、善盡社會公民的責任
實踐「綠色有機、無毒安全、健康樂活」的理念
實現對環境的愛護、對生命的尊重

南良集團

NATURAL · HEALTH · GREEN

紐樂美-特色高質化健康食品



客服專線：0800-047336

www.greenrays.com.tw

嘉義縣(612)太保市嘉太工業區興業路8號

TEL: 05-2381832 / FAX: 05-2381206



南良通訊
Namliang group
2021年7-8月
No.38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 友良事業體

與編輯部贊助提供：

- ※花蓮六號有機山苦瓜茶包 --- 5名
- ※松果園手工鳳梨果醬 ----- 2名

有獎徵答題目

- Q1** 嘉良事業體秉持「轉型再造，價值躍進」為理念，以下何者為三大動能之軸心？(詳P6 轉型再造價值躍進)
- A.鞏固立足點
 - B.切入新契機
 - C.擴大健康產業
 - D.以上皆是
- Q2** 下列何者為嘉良Ceravida FRESH永續環保的抗菌除臭劑產品優勢？(詳P7 Ceravida FRESH永續環保的抗菌除臭劑)
- A.是一款 100% 天然抗菌除臭劑
 - B.由海洋資源、天然礦物質等組成
 - C.可防止微生物生長並消除引起的異味
 - D.以上皆是
- Q3** 硒元素是人體必需的营养素，下列何者是2003年美國食品藥品管理局(FDA)所明示之作用？(詳P11 木鱉果 — 「來自天堂的水果」)
- A.硒能降低患癌風險
 - B.硒可在人體內產生抗癌變作用
 - C.以上皆是

上期有獎徵答得獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	輕塑日著上衣	天疆事業體	陳靜玟
2	輕塑日著上衣	友良事業體	詹秋萍
3	輕塑日著上衣	洪良事業體	張小勇
4	輕塑日著上衣	福清洪良	林 娟
5	盥洗/化妝兩用包	總管理處	歐陽玉
6	盥洗/化妝兩用包	友良事業體	吳珮瑜
7	盥洗/化妝兩用包	友良事業體	王祥全



1.有獎徵答線上表單填寫網址：

<https://goo.gl/forms/aRrlrwyF0FYZKMgl2> (左圖QR碼)。

2.或透過email將姓名、連絡電話及正確答案一併回傳至

ruby@namliang-group.com 南良通訊編輯部收，即完成抽獎活動流程。



轉型再造 價值躍進

融合企業資源 關注國際視野 · 抓住時代脈動
以「誠信為本，勤儉實業，共創產業新榮耀」



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、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.namliong-group.com

-目錄-

02 總裁的話

- ◆ 新時代的為將之道

04 ESG 環境、社會與公司治理

- ◆ 響應綠色環保南良集團捐贈YouBike2.0站

嘉良主刊報導

- 06 ◆ 轉型再造 價值躍進
- 07 ◆ Ceravida FRESH 永續環保的抗菌除臭劑
- 08 ◆ 嘉良事業與嘉義大學締約結盟
- 10 ◆ 木鱉果——「來自天堂的水果」
- 12 ◆ 真善美製作農業介紹
- 14 ◆ 經銷商老闆心目中的優秀營業人員

16 副刊報導

- 16 ◆ 真愛大健康 員工經驗分享-招商業務
- 20 ◆ 優好創新突破

22 產業快訊

- 22 ◆ 大陸區行政主管會議紀實
- 26 ◆ 南良國際激勵提案改善贏得前瞻創新成果
- 28 ◆ 友良數位化多功能展示會議空間
- 30 ◆ 南良國際營造CSR企業社會責任
輔導建置、持續深化永續發展
- 31 ◆ 新冠病毒疫情的危機與轉機
- 32 ◆ 後疫情時代未來工作新型態?
- 33 ◆ 業務行銷點滴

36 員工分享

- ◆ H&H伴您一起「氧」生、走過疫情

新時代的 為將之道

企業經營佈局猶如戰場之運籌帷幄，面臨著更加複雜多變的環境，承擔著更大的壓力。在這瞬息萬變的後疫情時代，南良集團之企業主管如何運用最佳的經營理念與管理策略，使企業能如虎添翼般的贏得競爭優勢，乃是值得共同深思的課題。企業經營乃在主管的素質條件與領導能力，如同優秀將領般應具備多項成功特質，包含公正無私、細膩果敢的決策、勇於挑戰、努力學習、不恥下問與責任感，並必須時刻「反求諸己」，這些特質彼此融合，進而形塑「為將之道」。

「道天地將法；商場如戰場」

老祖宗留下的孫子兵法中談及「道天地將法」，言明治軍用兵需從道（大政方針）、天（天時）、地（地利）、將（將帥）、法（法治）五個要素來研究，放在今日企業之運作來看，即戰略願景及理念文化、外部環境、內部條件、核心管理團隊、制度與系統等重要面向。企業經營如果能與孫子兵法的精義互為連結，將更能增添企業與組織面臨競爭變局的深層體現。從團隊組成到組織管理、市場競爭到行銷策略，應有全方位的智慧視野，並結合策略、謀略與組織領導統御。

好的企業領導與治理，必須從戰略的高度出發，具備五力—思考力、分析力、判斷力、決策力、執行力。以綜觀全局的思維與考量，全盤考慮影響企業經營的各項要素，清楚地知曉企業戰略方向、競爭態勢、行業狀況、團隊實力、管理水平、關鍵問題等，並知輕重、明得失，據此做出「整體為優」的決策，方能引領企業往既定的方向前進。

「將者，智信仁勇嚴也。」

「將者，智信仁勇嚴也。」此五德乃是為將標準，智、信、仁、勇、嚴五個要素，既是為將之道，也是領導者提升自己的五項層面。每一位領導幹部都應該是「足智多謀、賞罰分明、關愛員工、勇敢果斷、制度嚴明」的人。綜觀古今，軍事的成敗，皆繫於高階的領導能力，作為企業的領導幹部亦然，如無靈活的調度、沒有豐富的實戰經驗和良好的人格素養，沒有綜合判斷的洞察力和高人一籌的預見能力，是不可能成功率領團隊邁向成功卓越。

管理學之父彼得杜拉克說，每一個成功的企業背後，都曾有人做出富有勇氣的決定。言簡意賅地說明，現代企業主管在團隊領導上，必須精實擘劃企業發展的藍圖及前瞻決策，並時刻不斷精進專業能力，持續學習，凡事追根究柢、實事求是。在經營事業上，致力於合理化之追求，並且以「止於至善」做為最終之理想目標，才能求得生存及長遠的穩定發展。在此我謹歸納提出為將之道予諸位共分享：

1. 成與敗的關鍵是人。任何團隊要先有將，才有兵，也才有團隊。
2. 不服輸，越挫越勇，非萬不得已，不會臨陣逃脫。
3. 為將之人要有本事，要不斷精進、終身學習，主管對下屬要能做到：指教、指派、指令、指正、指導、指定。

「為將之道，當先治心」

作為將領的原則，應當首先從修身、修道、修心做起，以身作則管理好自己，進而學習全面地看待每位不同個體，稻盛和夫的經營哲學十分強調「以人為本」的經營，如何讓自己堅持信念不斷往前，用利益他人的角度來思考，將是不斷進步的動力。

在此吾也期勉企業主管應重視人性、倫理與利他精神，並將此信念內化，這道理值得我們用心體會，集團若是能夠建立一個處處為客戶或員工立場設想的經營理念，兼顧雙方共存共榮之道，相信這對企業持續創新及茁壯，將具有重要的功能及意義，也是經營事業的不二法則，在此與諸位共勉之。



南良集團 總裁

南良

愛護地球 響應綠色環保

南良集團捐贈 YouBike2.0 站

撰稿人 | 南良通訊 編輯部



為響應環保，愛護地球，南良集團近期捐贈 YouBike2.0 站，由蕭登波總裁及集團所屬嘉良特化及友良高科技聯合捐贈，共計捐贈新台幣 165 萬元，於嘉義大學內設置五個公共自行車 Youbike 租賃站，為推廣綠色運輸盡一份心力，預計將嘉惠嘉大學子與社區居民。



本次捐贈的 YouBike2.0 站目前已施工完成，分別設置於嘉大學生活動中心、行政中心、綜合教學大樓、蘭潭招待所及嘉禾館等五處，預計 10/8 啟用營運，並將於 12/11 嘉義大學校慶時舉辦 Youbike 2.0 校內站捐贈儀式。嘉義大學師生約一萬二千餘人，平日通勤者多，設站也讓通勤師生受惠。許多嘉大學生使用台鐵及機車上下學，近年嘉大積極推動公共自行車入校，希望能藉此提升學生使用大眾運輸工具的意願，減少機車的使用率，降低意外事故的發生和溫室氣體的排放，也期望透過嘉大校內站的設置，引入嘉義的觀光人流，提升整體蘭潭周邊觀光效益。

嘉義市是目前雲嘉南地區唯一有 YouBike2.0 進駐的城市，提供市民、學生、觀光客更多的彈性選擇，不只是交通上的方便，也是觀光旅遊最好的代步工具。嘉義市政府也積極鼓勵民間主動捐贈 YouBike 站，呼籲企業界共襄盛舉，捐贈後並由市府維護管理，政府及民間可以共同打造生態城市、綠色典範城市，本次透過南良集團捐贈公共自行車站點的活動，也讓嘉義市成為一個適合低碳慢遊的城市，今後將陸續完成建站並投入營運服務，未來站點規劃設在大型住宅區、交通節點、機關學校、商場、觀光景點，民眾可多利用公共運輸、騎單車、步行，以減少交通運具對環境的衝擊，綠色低碳的運輸形態，就是為了落實低碳城市的方向目標，讓我們一同為低碳城市的環保目標而努力。

「YouBike 微笑單車」

為提供 24H 甲租乙還租賃服務的電子無人自動化管理公共自行車系統，且更貼近民眾需求，用心研發出 YouBike 2.0 公共自行車高運量系統，YouBike2.0 可利用專屬的 APP 手機掃碼服務，提供一卡通、悠遊卡靠卡借車及手機 QR Code 掃碼租車 2 種借車方式。以優質的營運服務、舒適好騎的自行車、方便註冊與使用之特點，鼓勵民眾改變出行習慣，使用大眾運輸系統，降低交通壅塞度，同時能夠環保節能，創造永續智慧交通環境，方便民眾快速借還車，讓公共自行車深入巷弄，串起最先與最後一哩路，讓出行更為便利。

轉型再造 價值躍進

整合企業資源 開啟國際視野，抓住時代脈動
以「健康產業」為願景，共創產業新契機

新冠疫情 (COVID-19) 撼動全球整個產業經濟，嘉良事業體秉持「轉型再造，價值躍進」為理念，以三大動能「鞏固立足點」、「切入新契機」、「擴大健康產業」為軸心，積極為公司及員工創造最大的利益，在創造產業經濟價值同時，也致力響應企業永續經營的原動力——綠色共生。

「後疫情時代」，企業經營人如何適應疫情過後的新環境、企劃經營運作之轉變，並搶先在未來的市場浪頭中站穩腳步將是致勝成功關鍵。

「健康產業」成為此波疫情預防、治療與後續復健或照護的重要推手，對於遠距、行動及虛擬化等數位新健康服務型態也已加速提前到來，吸引多數企業經營者的矚目；「危機就是創新的契機」，面對新冠病毒疫情的艱難時刻，卻也意外扶植許多新興對策的創新，展現其因應措施與解決方針的彈性、加速新技術的採用，從消費者至企業，邁開創新與轉型步伐。

嘉良事業體內企業重整經營能力、力拼轉型，並要求積極檢視自身轉型的速度與機制，戮力找尋未來商機發展。並期待能創造突破性的商業價值，提供多方競爭優勢能力，方能具韌性的面貌來迎接未來的挑戰。

Ceravida FRESH 永續環保的抗菌除臭劑

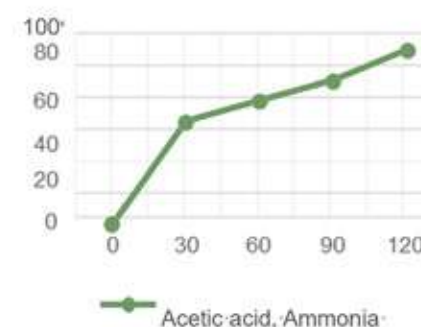
撰稿人 | 嘉良特化 賴依辰

預計在今年 10 月登場的 TITAS 主題將延續 2020 年的「機能應用、永續環保、個人防護、智慧紡織、智慧製造」，其中「永續環保」更是近年熱門話題，人類意識到必須採取行動來拯救我們的地球，如何減少溫室氣體排放、減少碳足跡，成為全人類要共同面對的課題。

而消費者對於健康的需求以及減少使用化學成分產品的期待更加上漲，許多消費者願意選擇對環境無害的產品、更願意多花費成本來取得有機產品，許多品牌領導者也發布了使用減少碳足跡的生物基材料需求。

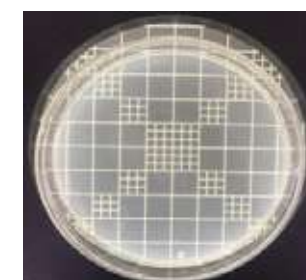
對於日益增長的需求，我們能夠提供哪些服務，以符合消費者期待、又能達到良好的微生物控制呢？Ceravida FRESH 是一款 100% 天然抗菌除臭劑，有別於市面上標榜天然抗菌產品仍須使用化學架橋劑，才能達到黏著及耐洗的效果，該產品是海洋資源和天然礦物質以及生物聚合物黏合劑組成，可防止微生物生長並消除微生物引起的異味。

生質含量檢測的權威實驗室 -BETA 也證明了CERAVIDA FRESH 100%生物基成分，並且還獲得了美國 EPA 認證，是目前市面上最安全環保的處理劑！



| 除臭抗菌 |

此產品可吸收因流汗產生的醋酸異味，抑制臭味，且經過多次水洗後依然維持舒適感受。



| 抗菌效果 |

經過 24 小時及多次水洗測試之後，使用此產品加工的紡織品，展現了絕佳的抗菌效果。

嘉良事業與嘉義大學 締約結盟



加值產學合作 奠基產業創新動能

嘉良事業體於 2021 年 2 月 26 日假蘭潭校區與嘉義大學共同簽署產學合作結盟，由嘉義大學校長 艾群、副校長黃光亮及副校長朱紀實等 19 位主管，與南良集團由總裁蕭登波帶領總管理處副執行長張明及南良集團旗下嘉良事業體侯尊仁協理等 12 位主管出席締約結盟儀式，雙方確立未來合作項目。

南良集團蕭登波總裁表示，未來將以設立於嘉太工業區的嘉良生技與良農現代化農業，與嘉義大學產學合作，針對嘉義大學人才庫的建立、食品及生物科技之研發，以及政府的產學重大計畫，與地方創生等議題為主要推動目標，希望建立正向合作機制，以達知識交流與資源共享之目的，進而提升產學相互間之量能。

一、建教合作方面：嘉良事業體提供農業事業包括良農、真善美、益良、大白象、向日葵等單位。生物事業包括嘉良生物科技、恆鼎食品、元韻食品等與嘉義大學師生建教研討交流。

二、產學合作方面：嘉義大學與嘉良生物事業及嘉良農業事業，共同合作爭取國家重要研究計畫、共享圖書及貴重研究儀器資源、共同舉辦學術研究及國際研討會等。

嘉義大學設有管理、農業、理工、生命科學及獸醫等七個學院，三十九個學系，並與世界各國等一百多所大學締結為姐妹校，是嘉義市唯一歷史最悠久、最具規模的國立綜合大學。

為因應知識經濟時代的來臨，無論是企業或學校莫不致力強化知識創新、流通與加值能力。嘉良事業體亟需培育產業創新技術或跨領域人才，可透過與嘉義大學產學合作開設學程，來培育生物科技事業與農業事業人才，也可從一般的求才中心延伸到學校找到所需要的人才，更可透過產學合作的開設專班、學程或專業輔導小組來教育、輔導員工，不僅有助於學生無縫銜接就業，更可讓現有員工享有跨領域進修學習的機會，確保穩定且具品質的人才來源及培養員工進階主管的進修機會。

希望藉與嘉義大學產學合作，讓知識能量轉化為「生產力」，以達成產學雙方成長目標。嘉良事業體須要邁向知識創新，與嘉義大學產學合作，牽手共創成長是必要策略。期以「產學牽手」領航，引導學校與產業牽手培育人才及牽手合作研發，使企業倍增先端技術發展及創新產品開發的有力支援。



木鱉果 — 「來自天堂的水果」



嘉良生物科技股份有限公司自創立以來，一直以來致力專精於綠色食品及保健食品的創新研發，秉持專業專精的態度為企業客戶及終端消費者做食安的守護者，從源頭層層把關，針對品質檢驗等流程，生產製造各項「綠色有機、安全無毒、健康樂活」的產品。為了維護廣大消費者的健康，嘉良生技公司不斷引進先進的產品開發技術、以嚴謹的品管方式與負責的產銷流程，實踐「綠色有機、無毒安全、健康樂活」的理念，善盡對環境的愛護以及對生命的尊重。

在嘉良生技的努力下，木鱉果這個「來自天堂的水果」已普遍的為台灣的消費者所認識，它是最安全的保健產品原料，富含豐富的植化素，包含茄紅素、β-胡蘿蔔素、玉米黃素、隱黃質、Q10、Omega3、葉黃素等.....。嘉良生技公司於2012年開始與南台灣的農民採用自然農法、友善種植、安全無毒原料種植契作，確保商品符合綠色無公害標準。在這個3C高度使用的趨勢下，而導致許多眼疾發生，如：輕者出現眼睛酸澀、視力模糊等症狀，重者則出現

黃斑部病變、視覺調節失調、提早退化等問題。因此，嘉良生技公司的研發團隊結合了木鱉果元素，開發出有別於市場其他的葉黃素產品，提供更安全無公害且吸收效率佳的護眼產品，不但可完整的補充因為過度使用3C產品而流失的β-胡蘿蔔素、葉黃素及玉米黃素等，更可以長時間維持視力健康。並持續研發生產更多不同劑型的木鱉果相關產品，以提供消費著更多元的選擇。

此外，嘉良生技於2021年與大葉大學產學合作委託進行功能性食品開發專案計畫，來強化功能性原料的生產及掌握，開發植物硒的功能性原料。硒元素是人體必需的常量礦物質營養素，人體本身的硒總含量為6-20mg。硒遍佈各組織器官和體液，對提高免疫力和預防癌症非常重要。由於人體內不存在長期貯藏硒的器官，機體所需的硒應該不斷從飲食中得到足夠的量，硒濃度的平衡對許多器官、組織的生理功能有著重要的保護作用和促進作用。嘉良生技結合集團內產業各專長優勢，取得各種富含硒的農作植物原形，透過生技新藥開發的技術加值，開發出從有機肥料、富硒土壤營養素、有機耕地、生技技術加值的產業鏈，提供消費者可溯源材料與技術的優質保健食品，我們醫藥營養團隊結合分子矯正醫學專家，合作開發出一系列的「富硒保健食品」，團隊做如此規畫是因為硒是人體必需的微量元素，對人體很重要但我們卻經常攝取不足而缺硒，產生健康的失衡現象，透過適量的天然營養素及硒的補充，可以重新調節平衡身體狀況，使在亞健康範圍的人漸漸趨向健康。

2003年美國食品藥品管理局(FDA)明示：「硒能降低患癌風險」和「硒可在人體內產生抗癌變作用」。「硒」是人體必需的，又不能自製，因此世界衛生組織建議每天補充200 μg 硒，可有效預防多種疾病的高發。世界營養學家、生物化學會主席、巴博亞羅拉博士稱：「硒」是延長壽命最重要的礦物質營養素，體現在它對人體的全面保護，我們不應該在生病時才想到它。



嘉良生技秉持著南良集團「對生命之尊重、對環境之愛護」的核心價值，一步一腳印已逐步踏實的在消費者心中，建立起堅實可靠的印象，持續致力於研發生產優質的產品，並以台灣為出發點，並規劃佈局參加重要的食品及生技展覽，讓產品及技術能在市場上揭露，逐步將優良的各項產品推廣至全世界，以維護更多廣泛大眾的健康、善盡社會公民的責任。

真善美契作農業介紹

「契作農業」是農民夥伴（生產供應者）與業者（農產品需求者），透過協議一方為農作物生產者，另一方為農產品需求者，以契約來規範雙方的權利及義務。目前台灣的農民夥伴大部分屬於小農制，耕作面積大約為 2 公頃以下，生產所占市場比例渺小，要面對競爭的農產品市場，確實有缺乏議價能力及通路操作技術條件，常會受到中間商對價格的無理剝削，不但無法依生產成本來決定販售價格，又因常遭受氣候異常影響，生產量降低，對小規模種植的農戶將面臨極大衝擊。

契作農業以「農民」和「業者」訂立契約關係中，農民基本責任是提供「土地」和「人力」，與業者議定農作物成長管理細節及資材供應等事宜，並依業者需求數量種植，並依業者需求來完成農產品的「品規」、「包裝方式」、「運送條件」、「分銷市場」等。農民代表可能是農民個人或合作社等生產者，業者責任除了支付對價金外，或者有提供種子、生產資材、技術援助、化學或生物防治製劑等，業者代表即是公司。

一、契作農業的優勢

(A) 對業者而言：透過契作農業的約束，有利於取得較穩定、較優質的農產品原料，該農產品原料品質、數量與農藥殘留安全性標準均較能符合業者需求，且經由契作農業所取得該規格原料之投入成本、時間及勞力成本，均較直接於市場購買得來得較低。

(B) 對農民而言：直接參與契作農業，出貨對象及價格皆較為穩定，可減少收入的不確定性，且能得到業者的資材、設備、技術與服務等協助提供，投入生產成本相對較低，生產的利益收入較為穩定。

二、契作農業的缺點

(A) 對契作業業者而言：會有遭農民違約的損失、須預先支付訂金、會有生產不足缺貨情形、農產品（原料）品規不合格、品質不良等風險。

(B) 對農民而言：可能面臨業者違約損失，農產品生產受氣候影響而無法完成履約，當市場上農產品價格漲幅大，於市場上的價格較高，對於契作約定收購價可能被農民誤認為被剝削，產生對業者抗議的誤會。

三、契作農業風險發生的原因與緩解方式。

(A) 與生產有關之風險，如氣候變遷、農作物病蟲害等風險，可經由農作物種植技術改善及運用生物科技資材做好防護。

(B) 與市場有關風險，如疫情影響或通貨膨脹致市場需求變化大，可藉由契作契約彈性條文約定風險分攤原則，及多樣化的產品替換機制。

(C) 與人為有關風險，如濫用化學資材、場邊交易的違約，可藉由嚴格的不履行契約條款或損失賠償條款來約束，及與其它合約配套條款來避免。

(D) 其它不可抗力因素，如政治變動、極端氣候、疫情傳染等，雙方應先就不可抗力因素發生時之風險分攤原則，於合約中先敘明約定以作緩解之。

四、真善美有機蔬菜（蔬果）與農戶契作運營模式：

找到需求市場、需求產品及數量：

A. 真善美結盟大型果菜公司及速食連鎖店供應商，與北市農產運銷公司、新北市果菜運銷公司等大型果菜公司結盟，直接或間接供應新北及台北市國小營養午餐的新鮮有機蔬菜，及國內大型的速食連鎖店供應商合作，間接供應麥當勞、肯德基等大型速食連鎖店。

B. 真善美直接供應台南科學工業園區多家大型科技公司及工廠團膳：以契作有機蔬菜供應台南科學工業園區內多家大型科技公司員工餐廳的團膳。

C. 以投標方式取得台南市多間國小或幼兒園的營養午餐團膳、供應有機蔬菜及水果。

既有的有機蔬菜契作農戶夥伴、契作蔬菜種類、數量、品規：

A. 與契作農戶訂定契作合約，約定所有蔬菜均須符合農產品生產驗證管理法規，及有機農產品驗證，並須合乎有機農產加工品驗證管理辦法相關規定。

B. 真善美綠色生態農場於接單後，須完全配合大型果菜公司及速食連鎖店供應商、科學園區團膳及校園午餐的營養食譜，排訂契作農戶生產計畫，整合具備有履約能力的農戶生產者投入生產，須擁有足夠專業栽培能力以履行契約。契作農業首重標的蔬菜需求量及菜類要明確，再者是雙方須本著誠信及契作夥伴情懷。

C. 與契作農戶契約中，明定所需有機蔬菜種類、數量、品項及規格、品質、包裝、緊急應變準備蔬菜等約定事項，這些規範用以達成與學校供給學生營養午餐為目標。有機蔬菜的生產技術門檻高，政府機關對於校園營養午餐食材品質監測嚴謹，實務上除派員到產地抽檢外，幾乎每週均至指定交貨的截切場逐批抽檢。經營多年，對於選定契作生產農戶後，就契約細節及相關法規向契作農戶作詳細說明，確保真善美契作夥伴有能力按時交付符合契約規範的有機蔬菜品項、數量及品質。

D. 由契作農戶自產地直送真善美包裝場作好包裝，再由公司冷藏車直接送至各需求客戶、市場及校園午餐團膳或科學園區團膳，供應的蔬品項主要以葉菜類為主。

結論

小農戶經營規模小、生產成本高、不但缺乏議價能力，更缺乏通路經營能力，往往發生產銷失衡等情況，這些劣勢經由真善美實施契作農業加以改善，由真善美綠色生態農場與生產者訂立契作合約，強調雙方共同分享價值、共同承擔風險，並分享利潤及理想，共同努力提升產品品質與產量。雙方以公平化用合約作為規範，以創造良好契作環境，創造農民、業者及消費者三贏的局面。

經銷商老闆心目中的 優秀營業人員

曾與經銷商接觸已有相當長之時間，因此藉此經驗與大家分享
「在經銷商老闆心目中的優秀營業人員與其應具備的特質」。

第一、身為公司的優秀業務員，最基本原則是應該深刻瞭解自己的職務，除了努力充實自己的工作技能外，更應學習多方面才能，保持正面心態，樂觀與熱誠，保持身心愉快，下班後若抽出小段時間看看書，吸收新知，俾更能與時俱進。從事行銷業務與經銷商接觸頻繁、知識需要豐富，例如會計常識、合理合法的節稅、商品的推銷方法等等。經銷商進了我們的貨以後如何銷售出去、商品的管理、人才的運用、財務的調度等方面的知識，可以多看多充實這些基本知識。待知識充實之後，有機會可傳授給經銷商，讓他們覺得你是一位能幹的業務員，什麼事問你都知道，比較容易取得他們的信任，以後若遇到難以推銷的商品，會想到找你幫忙，而你也隨時可從各方面提供意見供他參考。有一點要注意的事，不要與經銷商一見面就是催促出貨，在行銷商品之前，先行銷自己，展現自己的才能。若沒有讓對方感受到你的與眾不同，經銷商（老闆）是不會輕易信賴你的。

第二、加強與經銷商之間感情的聯繫，經銷商不買貨，身為業務人員必須勤加頻繁接觸，跑得快、跑得快，確實瞭解不進貨的原因，感情若培養不起來，生意怎麼做也做不好。所以對於不出貨的經銷商就得多拜訪腳要勤。

第三、一家經銷商接觸久了以後，還要慢慢瞭解他的經營方針，是靠管理或是服務還是販賣...。一個優秀的業務人員，對擔當區域內的經銷商其目標、經營情形都要深入瞭解，而不只是做一些表面上虛應事情，有拜訪就交差了事。

第四、鼓勵經銷商勤儉經營，目前經濟景氣並不好利潤微薄，不容擺闊要面子的鋪張浪費。休閒生活可以安排有益身心、省錢的活動。鼓勵勤儉經營，發揮各人才能創造利潤，使經營更加健全。

第五、假若經銷商老闆是「阿公級」的老闆，年較大一點，你要向他建議依靠腦賺錢，不是只憑勞力多。

第六、用一、二名員工來代替體力方面的工作，自己才有時間從事經營策畫，如果每天體力透支、精神疲憊，無暇注意公司營業狀況、收支情形，若到頭來遇到經營上的困難可能還不曉得原因。

以上是依我個人長期經驗分享，經銷商老闆對一個優秀的營業人員基本上所必須做到的。

再來，談如何促成經銷商與公司共存共榮，優秀營業人員應扮演什麼樣角色？

一、目前大家所感到最頭痛就是惡性的轉售與削價競爭，原因在哪裏呢？業務員通常設定的目標是今天上級交下來多少業績，你就根據經銷商以往的銷售來分配。沒有銷售的經銷商就不去理他，變成把商品集中在少數幾家經銷店，分配完了就算了事，而導致轉售價。

二、輔助經銷商做目標管理。目標管理怎麼做？每個月要訂多少營業額？應該要把營業目標列出，才可以加以控制並達成，同時瞭解經銷商貨的出路，防止倒閉、維持市價。

三、對於如何提高業績、降低成本達成我們的利潤，要從各方面採取有效的措施。各位業務員不妨提醒一下你所負責的區域內經銷商老闆，凡事自己要多花點心思，就可經營得很好。

以上是談到對於經銷商老闆，如何推銷商品、如何誘導經銷商老闆走上經營正軌，來促成經銷商與公司能夠共存共榮。

經銷商老闆，對一位優秀的營業人員應扮演什麼角色，他們的看法：

一、日前有許多業務員以打電話方式推銷商品，沒有親自到店裡拜訪，難得看到他們到店裡來，而只是以電話連絡出貨，好像沒有向他出貨無法經營似的，這種錯誤的做法與觀念要改。各位一定得是要勤拜訪、多接觸、多跑動，畢竟市場競爭愈來愈激烈，商品的開發與進步幾乎到了水準，推銷也就愈不容易。所以與經銷商間的感情建立與培養，對銷售幫助非常大所以請善於支配你的時間，多多與經銷商們直接接觸，不要有偷懶現象進而使經銷商老闆產生不良印象。

二、共存共榮的觀念，找出不出貨的原因，努力協調配合，避免用不出貨（暢銷貨）的手段，使感情愈弄愈僵，到最後甚至不相往來。這些在平時，業務員就要做最適當的處理，而不是等著主管來替你解決。

三、做好廠商與經銷商間的橋梁地位。經銷商有什麼困難，業務員應多向公司反應盡力爭取，因為業務員是先鋒，直接和經銷商接觸，可以立即獲得經銷商的反應，迅速讓公司知道，來謀求彼此關係的改善與向心力建立。如此不但經銷商對你有信賴感，當你業績需衝刺時才會幫助你。經銷商們認為優秀的業務員是遇到值得反應的事情時，可以做好溝通的工作。

各位可能認為，自己只是一位業務人員，其實非常重要，你的努力就是公司與經銷商的成功，發揮你的才幹使公司有發展，使經銷商能獲得利潤，在此呼籲各位業務同仁腳踏實地、跑得更勤、走得更快，大家共同努力達成業績。

真愛大健康 員工經驗分享

招商業務不簡單也不複雜

外頭有很多消費者、廠商在詢問甚麼是大健康的時候，同仁會怎麼回答？
不必現在回答，但須隨時準備好被詢問的時候，妳/你才能說在真愛大健康工作。

一、提升自信從自我認知開始，先從怎麼介紹真愛大健康開始

將介紹的重點歸納為下列：

- ◆ 在線上結合線下 (O2O)
- ◆ 我們的強項是系統
- ◆ 我們的客戶不是阿貓阿狗
- ◆ 我們做的是分潤機制、不是賣東西，是做分享好商品推廣為主
- ◆ 對每個不一樣的廠商要針對他的性質 (痛點) 提出

最常講述的方式是：「我們真愛大健康來自台南的南良集團，我們總裁想回報社會做公益，透過線上線下全通路的方式介紹品質優的商品給顧客，而我們的強項是系統化服務。線上有電商還有分潤 (兼差) 系統、線下有百貨 / 賣場通路，商品上架我們是有條件的選擇...」

二、建立廠商與商品的審查機制，掌握平台理念主軸

商品選擇條件如下：第一我們挑選有品牌知名度的商品、第二我們不賣假貨 (貨真價實)、第三我們只提供與健康相關的產品及服務。

Q: 當品牌商問「我們商品有沒有符合你們需求」？

A: 我們的平台對於廠商及商品的入駐、上架系統，有建立一套審核機制。若銷售的產品具備特色、真材實料並與我們的健康理念相契合，非常歡迎您的提案，加入我們的商品上架，我們會依照流程進行商品審核機制與遴選。

三、你來我往不僅是對立的談判更要建立交情

當廠商詢問我們通路商的客戶群是哪裡？流量是多少？業績多少？該如何應對

對每個不一樣的廠商要針對他的需求 (痛點) 提出，陳駿億 (簡稱：小白) 分享：「我們真愛大健康平台，主軸為追求高品質與相同理念之經營者、廠商來入駐與上架，如果只是以價格戰那消費者大多會選擇「蝦皮」，但我們不以削價競爭，建立會員的制度，平台的會員資質掌握，雖然不做低價競爭，但是也會不定期舉辦活動並與商家進一步洽談獨家優惠。



分享內容：招商業務不簡單也不複雜

分享時間：2021/07/28

員工名稱：陳駿億 (小白)

工作職位：通路事業總部 副理

專精技能：行銷業務、靜物攝影

何謂「獨家」：意旨只有真愛大健康有，可以是組合優惠活動、活動套票、主題服務等外頭比不到的優惠活動。

為什麼會找百貨公司的品牌？因為他們有流量有曝光，品牌有自己的會員且會員量固定。但是很多品牌商因是小型企業，所以品牌商沒有多功能系統 (分潤 / 兼差)。品牌商正在成長期，我們可以提供這個系統短暫免費使用，原本系統是要收費。

廠商：「你們要上架要收到少錢？」 (統計數據) 會說外面都收 30% 以上，廣告費另外計，行政及系統固定費用另計 (我們的收費價格都跟外面平台一樣很合理)，如果願意再來談合約，再來討論合約價格。

四、與時俱進更新自有籌碼列表，了解對廠商來說每個籌碼的特性。

(一) 團購主 - 忠誠業務

我們商品品質都有保證 (不賣假貨)、有系統 (不用買貨囤貨、自己送貨、自己去收款)，透過系統用 (發簡訊，我吃得不錯分享給你們，再附上網址) 簡訊、Line@ 連結分享，我們可以由系統辨識 ID。透過發連結分享給好友，有興趣的人就會去問問題，如果有問就有機會變成忠誠業務 (下線兼差)。

(二) 網紅

自接洽網紅公司後會發現請一個網紅必要的行政流程相對耗時且費用成本較高，所以我們透過「節省」的方式扮演行銷公司角色協調溝通 (網紅與廠商的問題)。「挑粉絲數、找網紅、拍照片、經紀公司的費用、撰稿、校稿，都由我們處理。行政及各雜項費用都不用付，只須要提給我們 40% 以上的商品」，若需要更高的 % 數就用簡報方式讓廠商知道能幫廠商解決什麼痛點，我們付出多少，透過協助能幫廠商省多少，使得雙方站在同一陣線。簽約後更要求廠商主動參與網紅商品選品 (參與次數越多挑中的機會越大)。寫文、拍照片，網紅挑了 10 個商品，有選到你，請問您要不要參與這次曝光？

真愛大健康 員工經驗分享，招商業務不簡單也不複雜



（三）招商合約 - 必須砍價的紙張

選項與抽成的天秤：外面公司的主約通常會被嚇到，因為把所有的費用項目都寫上去了，品牌商就會開始談條件用附約方式刪減項目或砍價，透過種種細項費用來掌握談判空間，如果選項都不要，我們就可以提高抽成。

反轉問題：雙方來談，廠商會說保證業績多少嗎？通常不會回答，會反問說廣告願意投放多少？如果這些放在新光三越或是家樂福都沒有賣的話，那就是商品力或是涉及知名度的問題了，我們能幫忙曝光到流量高的地方，業績是須要雙方一起共同努力。

坦言相待，化敵為己用：通常第一、二次投廣告不會有明顯業績，因為品牌平均要花費兩個月投廣告才會有人認識你、後續三個月再來審核這個通路適不適合都不遲。若您也持有需要維護的理念（天然、健康），而在其它僅在乎價格與營利的通路銷售最後結果不甚理想，不妨與真愛大健康結為志同道合的盟友，在會員水平與 TA 也能較為符合、親近。

五、結論

在找廠商之前必須先自我催眠並製作大健康的自我介紹，讓公司的夢想引領廠商入駐。知己知彼，知曉談判籌碼與對方的痛點。我們現在微小但不卑微，擔任廠商心目中品質、信任度最高的平台而前進。

六、課後探討

請各位隨時準備一份自己的「真愛大健康的介紹」，也統整一份自己的業務武器庫，應對隨時迎來的好廠商及好商品。

常見問題 Q&A

（一）客戶說其他平台很賣，怎麼回應？

真愛大健康提供的服務是相當多元優質的行銷平台渠道。如果有上到 momo 的活動，廠商就會去宣傳，相反的我們這邊也可以這樣做。如果有活動，也幫我們宣傳，要和廠商有互動。

（二）momo 沒有抽 30%，你們怎麼抽 30%？

那你認為我們可以抽幾%，請廠商填寫，基本上不會低於 10%。momo 都有收年費、保證金，我們都沒有。所有固定費用都不收，我們收 30% 是合理的，因為有賣出才有抽。（以上我們的優勢，要列所有平台習慣性收的固定費用出來。）

（三）每一間廠商的附約都不一樣，主約一樣。

我們是可以個別調整。就像 momo 也是一樣，每個條件約都會不一樣。代理合約、報價單，需要有代理合約，如果有的話，避免被其他品牌經銷商提告。

（四）活動優惠終止就不會賣？

如果沒有降到最低就不會賣了？是客人問的？還是自己認為？

請先找到這個提問的消費者，如果真的有準客戶來問，我們再給。如果沒有就不要問了，因為自己的障礙自己過。如果是客戶，可以回客人，主管放權買一送一，要不要多買一點，因為下一次，時間不一定了。不是自己退一步而是要考慮該客人的後一步。對銷售員（客服）後續教導～如果有活動快結束，要主動打電話給客人，讓他們快點來買。

（五）大品牌怎麼找：可以搜尋，有做特賣活動或臨時櫃，那就算是。但實際的大品牌是公司自己定義。例如：依蕾特可以上我們平台。打造我們是高品質商品、知識高的人。不保證業績、PC 和 momo 也是不保證。我們的目標是曝光品牌和金流。帳期可以談月結 60 天，抽 30%。

（六）樣品怎麼談：先開提高需求數量，然後再讓廠商調整數量。

（七）EC 怎麼談活動：

每月活動主題設定完成後，就全發給廠商，看廠商有沒有意願參加。如果我們挑店家又挑商品，成果好壞很容易被放大檢視。建議活動全面通報給廠商，看廠商願意給我們什麼優惠，我們再來比和挑選，這樣就算不賣，我們也沒損失，因為不是我們拜託，是廠商自願來參加。

（八）提優惠、辦活動，廠商是否一起參與？

有參與很重要，如果辦不好，他不會反應沒賣好，因為廠商是主動一起參與，如果反應賣不好，我們可以說「活動您都沒有一起參與，商品很難一起曝光」。

（九）廠商舉辦活動，比起真愛大健康平台，廠商應該會更願意下廣告到他們自己官網上吧？

投廣告在我們平台，會讓真愛的會員引流到廠商的品牌官網。因為會員會搜尋，反而是讓流量跑到你們官網。跟 PChome 和 momo 一樣的意思。業績不是我們負責，我們最重要的是引流跟曝光。

優好創新突破



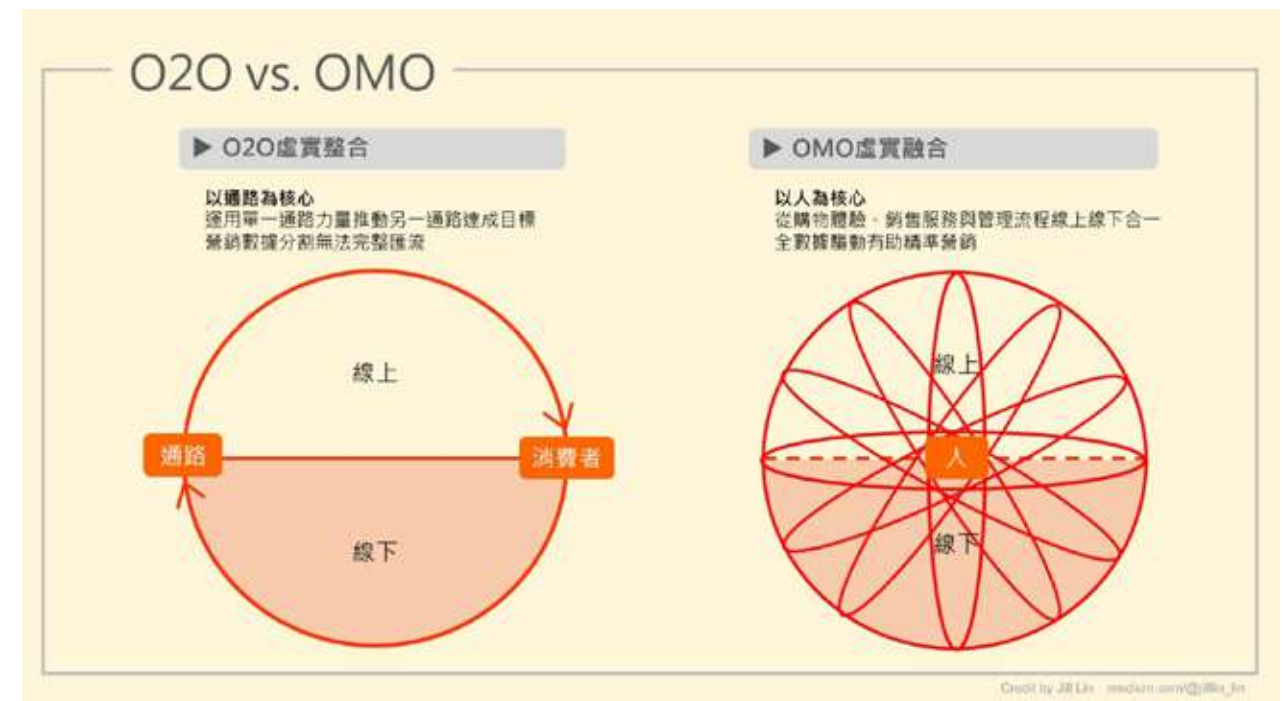
蕭總裁創辦之初即揭櫫以「尊重生命」及「愛護環境」為集團之核心理念，深感於環境污染、土壤貧瘠及其衍生之營養失衡、健康失調及生態失序等問題日益嚴重，需從根本加以改善，遂於 2005 年創立優好健康事業（股）公司，以「康健世代」自創品牌，致力發展有南良特色之直銷通路體系，提供大眾最優質保健產品和最專業諮詢服務，創造「優好，為您好！」的深層化服務價值。

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 2021 年將突破自我建立嶄新的一年，隨著南良集團於大健康產業的蓬勃發展，建立最科技化、時代最尖端的全通路系統，打破現有銷售通路固有的疆界，採用多元促動消費者的行銷策略，建立獨特的策略地位，發揮卓越的營運效能，強化品牌知名度，拓展全方位合作策略夥伴，重視策略夥伴及消費者所認知的核心價值，在產業結構上分析其競爭態勢和獲利能力，擴大整體經濟市場規模，實現降低成本、高品質穩定、資訊整合連結、產業聯繫與歸屬，營造出自我實現並超越自我的社會影響力，積極滲透新地理區域市場之宏圖大略，讓大眾創業、萬眾創新、消費創潤（分潤）深植人心。

優好團隊把一個原本小眾的需求變成大眾的剛需，把一個原本平淡的東西賦予內涵、情感、乃至信仰，橫跨社會新鮮人、職場中堅族、壯齡熟年族、熟齡銀髮族四大族群，創造彼此之間的連結與信任，運用 O2O 虛實整合 (Online To Offline)+ 虛實融合 OMO (Online merge offline) 以人為核心的銷售、購物商業模式，打造最貼近消費者的商品體驗，建立有利服務人員的銷售武器，用整合線上線下數據，達到精準營銷驅動業績成長，從原本的單點單打，進展到多渠道翻倍助攻，極大化品牌忠實會員的貢獻度，建立穩健成長的商業模式。



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，以達到資源整合與營效益達最大化的最終目標。

大陸區行政主管 會議紀實

為促進大陸區集團各企業行政工作的交流，並透過互相學習，達到行政優化的目的，華東管理中心在總裁及總管理處高層主管的支持下，完成第一次的大陸區行政主管會議，雖然因為疫情，讓會議的舉辦只能透過線上互動，但各區績優行政主管的心得分享，不僅是對獲表揚的當事人起到肯定鼓勵的作用，也讓各區行政單位主管瞭解，行政單位不只是花錢的單位，只要用心與積極，關注與善用政府政策，不僅可以通過政府獎勵與補助，節省企業支出，遵循政府對評鑑的規範，也確實可以實質促進企業行政品質的提升。

這次的行政會議議程重點包括專家演講與績優表揚兩大主題議程，藉此篇幅，讓我們來回顧行政會議上的精彩片段

專家演講： 勞動合同法與相關行政法律座談(總 管理處大陸區法律顧問顧正駿律師)

職業病發生該怎麼認定，怎麼處理？

並非得了相應的職業病名錄中的病就一定是職業病，這是由專業的職業病鑒定機構鑒定的。鑒定的依據：1. 入職時間 2. 個人健康情況 3. 工作單位環境因素。所以即使仲裁結果為職業病，只要不是一裁終局的個案，企業可向法院提起訴訟；要求員工向工傷檢測機構（例如：上海復旦大學醫學中心）進行檢測。



內部制度的重要性

某集團在規範情況下削減人事成本，對公司內部一項加班夜宵福利支出嚴格控制。內審時發現有兩名員工的報銷有問題，於是請兩人在同樣時間、同樣情況下、點同樣東西，當著內審的面吃完，事實證明他們吃不完該分量食物。由於該集團訂有評核制度，連續二年評級為 D 級，就可解除合同。

第二年雖員工不服評核，提出勞動仲裁。但因公司建立有詳細的內部制度，仍裁定可依制度。

閒置廠房及人員優化創益新規定

2021 年規定，有設備廠房的公司，在淡季時可採用承包模式。可將閒置廠房和人員整體承包給其他企業，以補貼淡季人員的支出或設備的保養。

遠距上班也可認定曠職

疫情期間發生很多曠職糾紛，大量案例已形成統一判決標準，即使遠距上班，只要公司有明確證據證明就可認定員工曠職，可以根據曠工的條款合法解除合同，無需賠償。證據例如：app 考勤打卡、線上會議未參與、OA 流程檔、微信記錄等所有可以轉成紙面形式的證據都可以。

◆**勞動保障局**：只負責社保繳納問題，一般是繳納基數存在問題，或者繳納不足。

◆**勞動稽查大隊**：只負責工資問題，一般是工資未能發放，或者金額有問題。

◆**勞動仲裁**：只負責勞動糾紛，21000 元以下金額具有一裁終局的權利（一裁終局，不得上訴），以上的金額不服可以向法院上訴。但不具調查權。

◆**法院**：勞動糾紛，具有調查的權利。

大陸區績優行政主管 蘇州宏夏 李均明副理

宏夏搬廠過程中，重視「當責」觀念，執行 PDCA 流程概念，圍繞 4M1E 人、機、料、法、環五個面向進行相關計劃部署，最終完成兩個無縫接軌，達成「生產線 0 小時停工、廠房租金 0 重疊支付」的任務目標。

李副理的以下這段心得報告，特別獲得本次會議主席讚賞，在此以原文方式刊登：

行政也能替公司帶來效益

有人說行政單位它不直接為公司帶來盈利，反而花銷不菲；其實，行政各項工作也可以為公司減少成本，提高員工的滿意度、凝聚力、忠誠度，可以使員工更好地為公司服務，為公司創造更大的效益。

把「份內之事」顧好 ≠ 負責

當組織運作的過程中產生問題時，多數人會想要先釐清「責任歸屬」，以「排除法」檢視是否是自己的「份內之事」。如果不是「份內之事」，當然不是我負責；倘使碰巧發生在權責範圍內，想法就變成：「該我負責的我會負責，但問題是因某人而起，所以應由某人負全責。」亦即，把「份內之事」顧好就是負責任，是多數人對「責任感」的認知。

另一類人，他充分認知到功能分工是高度互賴；要真正把事做好，必須把鄰近功能的事物，以及功能之間的灰色地帶一起納入思考。當他遇到權責不清之處，他會積極主動去負起責任、尋求解決，並持續關注灰色地帶事物有否改善與提升。不知不覺中，考慮事情涵蓋的層面就變廣，思考的高度也漸次推升，無形中，就比別人多歷練了思考的高度與執行的深度。

這類人的任事原則是「寧可撈過界，也不踢皮球」，將灰色地帶納入自己的「份內之事（責任範疇）」；但積極主動負責的過程中，不自覺也提升了能力的火候與思考的高度。所以，積極主動負責才是真正有責任感，也永遠是組織所欲優先拔擢、培養的人才。以組織的角度而言，倘使人人都具有「『積極主動負責』才是真正有責任感」的認知，那麼，組織中的灰色地帶，將不會是無人聞問的「死角」，反而會是不斷提升運作精緻度、培養人才的溫床。

管理的落實，應該是做到讓員工能「自主管理」，而不是在被命令與要求的狀況下做到「人為管理」。

大陸區行政主管會議紀實



希望團隊成員不是成為一名被注入簡單程式的機器人，而是注入靈魂。人才流動、雙向選擇是任何一個企業都無法避免的事實，不是留人，而是留心，企業要靠事業去留人，靠形象去吸引人，靠人格魅力去感染人，而不是靠權力去留人、高薪留人、檔案留人，心不安則身不安，若身不安，那麼主動性、積極性、創造性又從何而來？新車上路需要磨合，人才培養也需要磨合。培養人才就像開一輛手動檔新車，不要長期使用一個檔位，應以低檔起步，逐步換為高檔，循序漸進地行駛。

大陸區績優行政主管 福清同良 陳美辰處長



在工作的過程中，陳處長體認到：當地政府如今為大力支持企業創新、創業，有設立許多專項補貼扶持企業，因此也越來越多企業投入政府專項補貼申報的大潮中。在評估過程中，對於那些目前公司可能無法申請的項目，我們可以分析不能申報的原因，並積極規劃與調整，爭取在未來年度達到申報條件門檻。

如果公司獲得政府扶持補貼獎勵，不僅能幫助公司適當增加收入，減輕企業成本，更能提升公司的競爭力與商譽。因此以「如何替公司爭取政府的補貼」作為分享的主題，陳處長理出她積極爭取政府補助的七大心法步驟要點：

- 建立其堅定的意識
- 瞭解補貼政策
- 規劃申報材料的準備工作
- 把握期限至相關單位遞交紙質材料
- 應對政府單位對申報檔進行審查及至公司實地查核
- 留意政府單位公佈項目評審結果併公示後下達補貼資金
- 注意申請的政府補貼是否需要繳稅

大陸區績優行政主管 福清洪良 陳秀云處長



陳秀云處長入職洪良已 20 多年，通過這些年的學習與用心，在人資工作面向，尤其在與校企對接、參加政府組織各校企場的對接洽談會（專場宣講會）、與校園招聘會等，有相當豐富的經驗，值得與集團各企業分享：

- 善用福建省的見習基地補貼：在解決用人需求同時，又可申請補貼。前提是企業須爭取被選定為「見習生基地」。
- 進用農民工，以工引工。
- 重視在職培訓：今年洪良公司的內訓主題是「陽光心態、幸福人生」。人生道路上，遇到困難是必然的，學習如何自我管理好積極心態的具體方法。透過內訓，幫助同仁實現：快樂工作、幸福生活的人生目標。



大陸區績優行政主管 中山中良 武威處長

中山中良近年面臨土地徵收、部分建築物必須拆除重建的個案，武威處長在中山中良行政部門的職崗上，負責此徵收專案，為公司爭取到更有利的補償方案。過程漫長辛苦，但他表示：「專案開始到結束，我個人學到了很多平時較少接觸到的知識」，因此將他從過程中學習整理出，遇到政府徵收土地時，如何有序的對接、維護公司權益的心得分享給大家：



- 先主動去瞭解當下土地市值，及同等被徵收企業所談到或談成的單價是多少，以利自己訂出一個與相關部門商談的標準；
- 瞭解相關法規和政策，訂出如何去應對政府方的一些要求，達到維護公司的權益和利益的目標。

中山中良地處區域較特殊，被徵收建築部份後續重建，適用於哪種建築工藝？重建成本事實也高於其他地區，所以必須理出確實的情況與資質材料，才有可能向政府相關部門爭取應有的補償方案。

南良國際激勵提案改善 贏得前瞻創新成果



南良國際致力於員工提案改善制度已經行之多年，由南良國際王全成策略長擔任總經理的時期，推行提案改善活動，鼓勵企業內員工針對工作中發揮創造性，現行遇到問題提出創新可行的方案，來讓企業可以不斷改善和進步。一個企業依據其本身的體質與需求，選擇適當的工具運用，而能快速、最不費成本、唾手可得的方法就是「員工提案」，過去採用意見箱方式，置放於守衛室、生產場域等處，讓員工來提案改善投稿，蒐集集思廣益的點子，來加強產品品質，產品的成本更會因而降低。

隨著科技進步，於 2018 年始南良國際開始導入雲端辦公室 (Office Force) 系統化卓越經營工具，針對多年來提案案件做出資料管理，讓員工可透過雲端資管運用學習，每月各部門員工配合全面產、銷、人、發、財五大面向，研擬出不同的提報改善案件，提供統合管理的基礎。企業透過全員參與以持續改善的方式，也提高員工的士氣、工作效率、高生產力；工作環境更加舒適，加深企業內員工對工作的場所的歸屬感，達到員工與企業雙贏局面。



「員工提案」的方法，王副董時期延續到目前張舜卿總經理經營，認定提案制度推動的初衷，在於鼓勵員工發揮改善精神，由下而上幫助公司提升效率。每年藉由改善提案的號召、推動、審查、評價、獎金、表揚等作業，只要流程運作順利，員工提案便會不斷地循環。南良國際「品保部」擔任起重責來透過制度化獎勵措施，引導和鼓勵全體員工創造性思維，徵求全體員工的好主意積極不斷地提出。

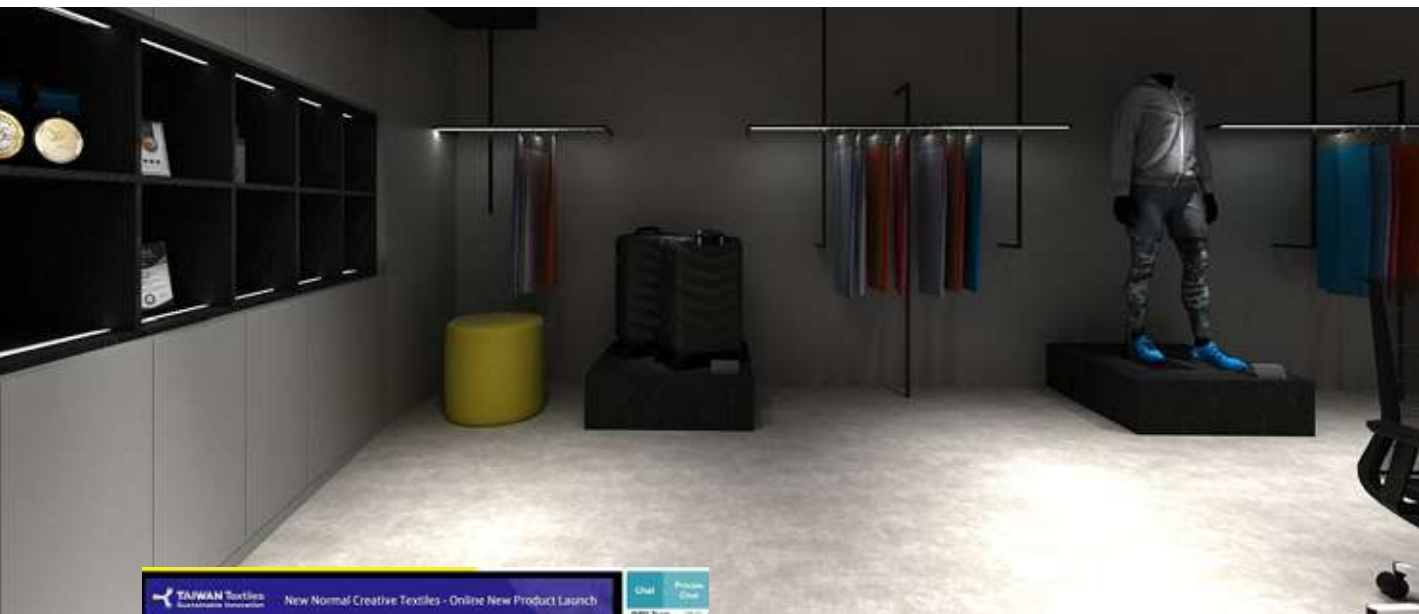
通常以企業組織內的所有員工均可參加提案，提案以個人提出或者有些會以組織單位名義共同提出。

企業員工興趣參與「員工提案」，大家一起動動腦，藉由高階帶領與支持，使員工自主性的提出改善建議，以持續改善為理念激勵提案改善，人人貢獻一己之力只要小小的改善都有可能創造不同的改變，發揮創新的核心價值贏得前瞻創新成果！

如何產生「員工提案」？源自於企業中全體員工對於自己的工作場所最為熟悉及了解，且對於工作流程各項小細節都非常清楚，經由這些員工透過填寫提案表，提出改善意見核心。簡而言之，就是由員工認定工作上的問題，同時提出解決方案，是一個讓全體員工投入於蒐集及提出創意解決方案的機制。



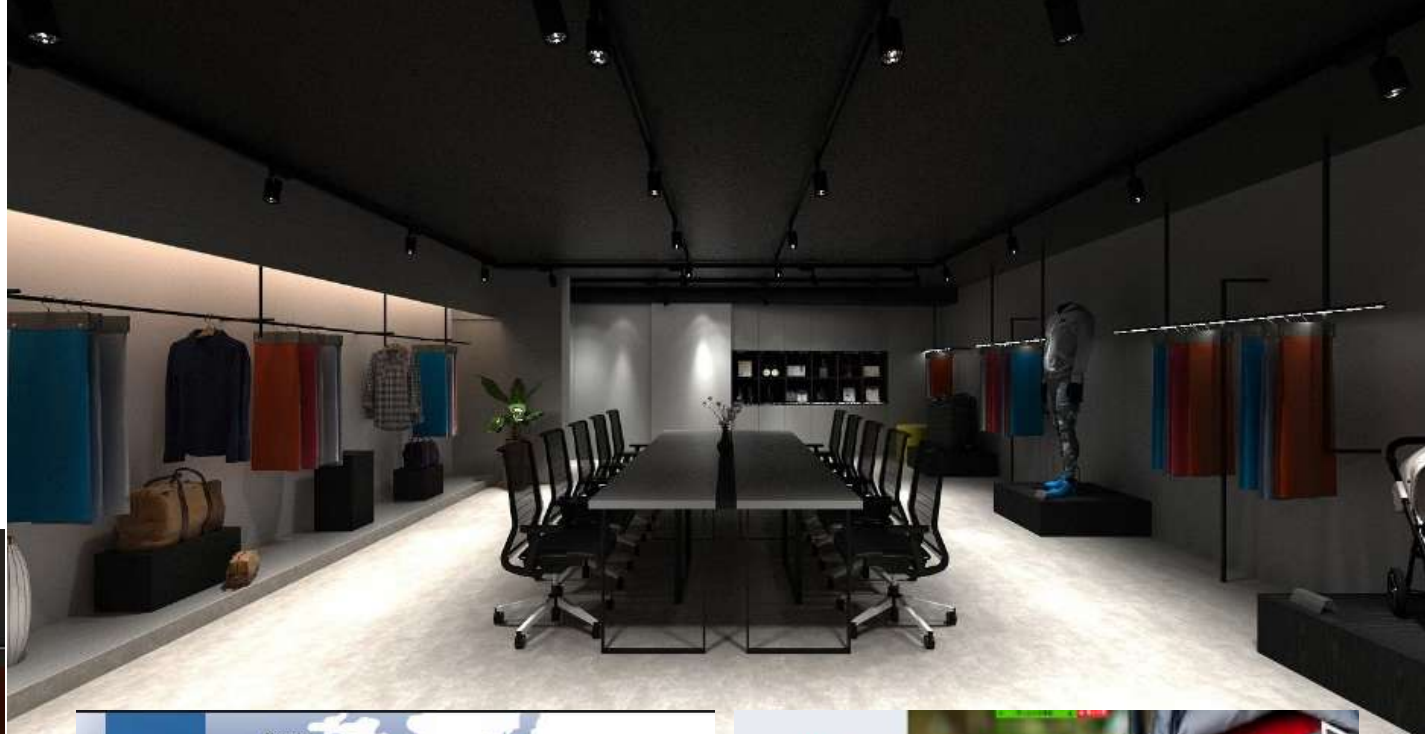
友良數位化多功能 展示會議空間



疫情下，為使友良在國際間，保持市場能見度，友良公司積極進行數位轉型，運用遠距工具及虛實整合行銷方式，多元行銷推廣友良產品，擴大彈性梭織布之各產品類別市場，包含「製作以客戶導向之數位行銷工具」、「建置多功能展示間及辦理新產品線上發表會」，深化與既有品牌客戶之合作關係，同時深化友良公司之夥伴網絡，進而擴大國際市場佔有率。

一、多功能展示會議空間

設置兼具行銷推廣及遠距商洽的多功能展示會議空間，具備布料展示、樣品展示、會議洽談、線上直播等功能，除用於國際品牌採購人員來訪及線上會議，展示友良全系列布料產品，協助客戶了解友良企業價值及產品特色，開拓新品牌買主及增加既有買主訂單。



二、提升硬體設備 實現虛實整合行銷

以友良視覺辨識系統為設計核心，建置數位化多功能視訊會議設備，利用灰黑色調與原木牆面等素材，以時尚風格進行產品陳列，與國際買主及品牌客戶商洽時，塑造友良穩健可靠之企業形象。

強化友良生態鏈之深度及更即時快速提供給品牌開發人員新產品資訊，透過設置多功能展示會議空間及辦理線上發表會，運用點對點商務服務模式，完整傳遞友良產品價值及特色，優化客戶體驗及強化與品牌合作夥伴關係。

南良國際營造CSR企業 社會責任輔導建置、持續 深化永續發展

什麼是CSR?

企業永續報告書 (Corporate Sustainability Reports) 或稱企業社會責任報告書 (Corporate Social Responsibility Reports) · 兩者意涵相似 · 企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, 簡稱 CSR) 就是企業要「取之社會、用之社會」, 除了替股東賺取利益之外, 還要對社會、環境的永續發展有所貢獻。所以 CSR 旨在揭露企業於公司治理、經濟、環境、社會各層面之策略、作為與績效, 是企業和利害關係人溝通的重要管道之一, 並有助於企業檢視政策推動與內部管理成效。

CSR報告書發行效益

提升及塑造良好的企業形象, 進而提升競爭力。

- 強化公司治理能力、提高資訊透明度。
- 增進企業對經濟、環境及社會責任風險管理的能力。
- 符合全球供應鏈要求, 增加企業競爭力。
- 提早因應各項環保議題要求如溫室氣體管制趨勢、能源管理, 降低企業營運風險。
- 藉由回應利害關係人所關注議題來增進企業與在地社區的互信。

- 加強企業保障員工職業安全衛生之管理及投入, 塑造安全且具競爭力的組織文化, 改善勞資關係, 增加員工向心力及延攬優秀人才。
- 強化投資人對企業的信心, 增加企業的投資價值及品牌價值, 吸引社會責任型投資 (SRI) 專業機構之青睞。

南良之企業社會責任

節水節能、揭露碳足跡、淨灘、減碳減廢等環保措施, 只是環保「基本功」, 現在的環境永續做法, 已經提升到如何將「綠色」納入營運中。「綠色」、「創新」、「智慧製造」一直為南良國際企業願景, 綠色經濟已是企業永續發展不可逆的趨勢, 長期經營是維持南良永續發展的宗旨, CSR 要發揮成效, 也必須長期耕耘, 因為一次性或短暫的活動, 成效終究難以彰顯, 目前南良國際跟成大產業永續發展中心合作中, 將借用成大豐富產業及對大型企業集團 CSR 輔導能力與經驗, 讓南良國際深化公司治理, 提升企業永續發展, 並營造健全的永續發展生態體系。南良國際不斷地追求創新與善盡企業社會責任, 矢志成為永續經營之標竿企業。CSR 兼顧了經濟、社會及環境之效益, 將環境議題融入企業營運及管理之中, 期望不論在面對困難的紅海市場或是創新的藍海市場, 依然擁有頂級的國際競爭力。

新冠病毒疫情的 危機與轉機

自新冠病毒疫情爆發以來, 許多紡織成衣訂單遭大幅削減, 歐美日服飾品牌更將許多訂單取消。儘管部分企業已復工, 但依舊面臨物資短缺、物流受阻、供應鏈卡關、原材料短缺、上游企業產能不足等問題, 致使不得不減產甚至停工。面對來勢洶洶的疫情發展, 歐美日時尚品牌及零售業也刮起停工、關閉潮, 陷入有史以來的黑暗時期。

疫情大流行之際, 對紡織成衣業來說, 員工的安全與健康是最大的問題與考量, 因此許多企業引入新的程序及流程, 以確保員工的安全工作環境, 使生產得以繼續。除了安全與健康之外, 紡織業更出現供應鏈中斷, 尤其與中國大陸相關的供應鏈, 成衣業亦面臨供應短缺及供應延遲的問題。隨著中國大陸紡織業加速回復產量, 供應鏈中斷所帶來的挑戰, 不久後應能消失。但如果歐美日消費者不能正常消費購物, 還是會迫使品牌及零售商延遲或取消訂單。



面對訂單延遲與取消, 也將成為一大挑戰, 疫情發生後可知, 只要產業鏈中一個環節卡關, 後續生產也就無法繼續, 造成供需失衡, 進而影響市場與就業。



消費者基於健康安全考量, 出門購物意願大減弱, 網路購物將成為消費者購物的替代選擇, 品牌與企業可以透過電子商務彌補部分實體零售的損失, 不失為一個機會。疫情危機之後, 健康防護將受到越來越多人重視, 洪良台北國貿處也會將產品重點放在具保健及保護功能的纖維、紗線、布料、終端商品。時尚精品也紛紛加入醫療防疫物資的開發與製造, LV 做消毒酒精、Prada 做口罩、Armani 做防護衣等。換個角度思考, 疫情的失控發展雖帶來危機, 但也衍生出新的契機, 掌握此一發展脈動, 將可為公司帶來開創新未來的機遇。相信不久後將會看到新機會的曙光。



後疫情時代 未來工作新型態？

突然而起的疫情，擾動了 5 月應有的平靜。大量確診案例的出現，驚嚇了原本大家以為有神功護體的台灣。在期待再次抗疫成功的同時，我們也期待藉由三級抗疫的努力，讓國內產業轉型能夠跟上其他國家的經驗，並刻畫出可能的都市產業新面貌。

疫情盛行期間，居家辦公、線上會議是企業面臨的最大改變，利用線上會議軟體解決公司從裡到外的業務，包括：人才招聘、入職報到、會議討論、客戶洽談...等等，這對於台灣大多數企業而言都還很陌生，儘管居家辦公已在國外盛行多年。許多企業也在這時候添加更多的數位設備：筆記型電腦、平板電腦、辦公軟體、遠端服務...等等，為企業與員工提升工作效率，並趁這個趨勢進行數位轉型。

在疫情的影響下，讓公司更加深電子化的決策。公司自 2019 年推動績效考核起，以往公司裡所有的簽核作業全為紙本，且作業流程繁鎖，評核完成後，第一步就是讓主管簽核，直屬主管簽完交給上一階主管，若碰上主管出差，這些作業流程一定又會 delay，透過電子簽核，能隨時隨地即時性的簽核，不再被機器侷限在有限的範圍，不但能避免人為的疏失困擾，更突破地域性，還能查詢歷史簽核紀錄，進行更有效率的電子簽核流程。此外，藉由系統卡控指標設定，更能有效達成指標量化的目的。

此外，在進行中的還包含職務說明書、技能盤點表以及工作事項明細表，上列這些表單在公司內行之有年，期望在電子化上線後，可協助主管作為管理上的利器。



系統測試資料模擬畫面 (非實際狀況)

業務行銷點滴

從事業務工作以來，前輩的教誨說：業務的守則：第一條是客戶永遠是對的，第二條是當客戶有錯時，請參照第一條，服務好你的客戶，就是業務的本質。箇中的酸甜苦辣鹹，真的是五味雜陳，客戶有時會提出千奇百怪問題，考驗你的反應，有的問題，還有點像是腦筋急轉彎一般，不只浮出三條線，還頭上烏鴉滿天飛，有些問題，卻又讓你啼笑皆非。最近在欣賞 YouTube 影片時，看到一則短片，深深受到觸動，呈與大家分享 > > <https://youtu.be/cNtOjqro964>



影片中，主要是三段的文字內容，除了顯示第一線客服人員，應對的辛勞外，也有幾點值得我們省思：

1. 人類異於其他動物，在於人類的語言及文化，語言是很好的溝通工具，但是，當認知不同時，認知的差異就會擴大。在影片中，客服與客戶對產品認知的差異，也製造了影片笑果。再回頭審視，當我們要建立 ISO、HACCP 的四階文件中，首先一定要先把名稱定義說明清楚，這樣子之後的溝通，就不會再有認知上的錯誤，溝通才不會雞同鴨講。
2. 有些話可以簡單地說，有些話必須仔細地說，完全不能省略，才能清楚地讓聽方詳細明白。專業的術語，只有專業的人才聽得懂，對於非專業的人，要用通俗的語言來溝通。一樣簡稱叫做 CMC 的，可能是羧甲基纖維素 (Carboxymethyl Cellulose) 是一種常用的食品添加劑。也可能是中華汽車 (China Motor Corporation)。有可能是生技藥品的 (Chemical Manufacture and Control)，也可能是臨界微胞濃度 (Critical micelle concentration) 是定義為表徵界面活性劑結構與性能的一個最重要的物理量。

- 更可能是 CMC Markets 是外匯、股指、股票及債券四大類的交易平台。談話時要確定你說的跟我聽到的，是同一個事。
3. 溝通的過程中，每個人的思維，認知也都不相同，談話之中，常常聽到一句是你懂我的意思嗎？你了解我的意思嗎？通常我們是看到張迷惘的臉。
4. 長官與部屬之間的溝通，長官有優於部屬的豐富經驗，而且可以獲得充足的資訊，當所說出的話，通常部屬所能了解領會的，不會超過 50% 以上。如果溝通又草草結束的話，不異乎瞎子摸象，效果必將大打折扣。尤其是遠距離的通訊中，眼睛看不到，只能依賴聽，更要特別用心。
5. 碰到溝通障礙時，要有耐心，這位客服小姐用心的一層一層的去剝開，去了解對話中的差異，最後總能找出癥結所在，就能迎刃而解，給客戶滿意的答案。
6. 找到了方法，用同樣的法則，日後不管是在職場，家庭，朋友，業務上，都能把誤解的傷害降到最低，而得到期待的結果。

謹以此影片，與業務的前輩們，未來的業務，及廣大的支持體系同仁們分享。

重視團體的成長 共享經營的成果

受訪者：南良事業體特紡事業本部江圳明經理
訪談撰稿者：南良通訊編輯部 / 劉振銘、林郁綺



本期編輯部專訪南良國際特紡事業本部江圳明經理，甫自 2002 年 5 月入職迄今，年資已近 20 年，企業內部資歷完整，循序漸進從開發、生管乃至生產處的單位歷練，並於 2020 年 11 月接任特紡事業本部主管一職，帶領該單位在疫情中穩定成長，憑藉重視團隊共識的凝聚，積極打造共榮共享的工作氛圍，以務實穩健的步伐，致力達成公司營運目標，帶領特紡事業本部團隊成員，邁向具競爭力之精實工作團隊。

Q1：能否談及個人的價值觀、信仰或處事理念？在您接任高度壓力的事業本部主管工作後，面對企業與自己是否有心態轉變及調整？

對內、對外秉持追求共同成長的理念，企業內部與同仁共同分享成果，進行實質激勵；對外則與供應鏈及客戶廠商合力共創雙贏，當量少且不好生產時，尋求廠商支持並共體時艱，待真正接獲大單時，亦不對外壓縮價格，雙方互助互惠、共享成果。處在當今不易操作的局勢，惟有一步步耕耘，穩定建立資源基礎，進而由資源中尋找優勢，方能創造成功的機會。

接任事業本部主管，其實不斷的在調整與調適，原本的專長在技術與生產，現在要顧及全面性的工作，不能僅是守成維穩，更需要不斷進步與突破，所以無時無刻期望能在各個方面尋求機會與突破，冀求團隊能做到實質的創新，業績能夠獲得跳躍式的成長。



Q2：這幾年南良仍能單位穩定成長，能否談及您接任特紡事業本部後的領導風格以及如何帶領團隊作戰？您的團隊在面對問題上，如何解決問題以達成公司設定目標。

重視團隊的共識凝聚十分重要，感謝與肯定團隊努力方能引領成長，須不斷鼓勵團隊繼續努力重視創新，了解與分析現狀之好壞，讓團隊的每一份子都能了解好在哪裡！壞在哪裡！好的地方如何再下一城。把成功的方法複製到合宜的地方；而不足的部分，進而督促自己，也鼓勵大家需在此區塊能有所強化。

面對問題時會夥同大家一起討論並想辦法解決，短時間無法一蹴可及的部分，就分階段來簡化，先把能做的到的基礎先打好，慢慢有了基礎，就能累積一定的能量往上跳。

Q3：面對市場的高度競爭，要成功勝出必須完善的策略及佈局，在後疫情時代，特紡事業本部在未來您將著重在哪些面向的強化工作？

未來著重強化面向有下述三點：

1. 抱緊好客戶的大腿：維持良好夥伴的關係並尋求共同進步，主要建立在差異化產品的開發，以及給予更有空間的合作條件（備料、供樣、付款條件）。
2. 持續新材料的運用及新產品的開發：公司持續有所進步的主要原因之一，就是不斷有新產品開發出來而且被採用，進而一步一步累積市場的新需求，也同時把營業額一步步推升上來。
3. 善用科技行銷：目前的官網頁面經過行銷及營業同仁不斷更新調整與維護，每月累積客詢近五十組，如此持續的主動來客量，營業團隊只要持續重視良好的互動與服務，長時間下來的效益對於實際業績將會有可觀的幫助，未來下一步則建立品牌形象網站，利用品牌形象的吸引力使官網效益更為茁壯。

Q4：上述題目外，是否有想跟讀者分享的事情，例如興趣、收藏亦或有其他技能可以分享？

露營是我工作之外的興趣之一，從小跟著親戚家人一同上山露營，就慢慢愛上露營這項活動，這幾年常利用工作閒暇之餘，開車帶著全家人或跟朋友到台灣中部一帶營地去露營，過程中除了能增進家人感情之外，也能從露營活動中感受台灣大自然的美好，在每次露營的準備及整理的過程，也能獲得更多與家人、朋友一同珍藏的美好記憶。



H&H伴您一起「氧」生、走過疫情



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 ◆ 2019 年諾貝爾生醫獎團隊成員

身為醫界 2003 年本人參加過抗 SARS 專案小組，了解呼吸症候群感染的感染防治。新冠病毒近年來不斷的變異，新冠病毒藉著 ACE2 進入人體細胞，當其棘蛋白和 ACE2 結合，就是破壞的開始。它是全身性的疾病，只是肺部肺泡及微血管多，又和氧的吸入和交換有關，所以就先稱是肺炎，但此簡易稱呼對一般人就太客氣了。其實如何避免 ACE2 表達太多，就要「氧」生 (booster O2)；針對「氧」生方鴻明醫師親自提出他多年呼吸症的見解，提供南良通訊的讀者來了解，安全渡過病毒的衝擊。

新冠疫情你有何看法？

減少病毒的量，就減少發炎及細胞破壞，所以要戴口罩，勤洗手，保持社交距離。就不會免疫過度反應，產生免疫血栓及免疫風暴。肺泡及微血管就不會破壞，造成肺水腫及缺氧：

1. 增加氧氣的吸入，交換，運送及利用。2. 減少煙害，空氣污染及室內缺氧。3. 致死病因？缺氧及免疫血栓；氧氣足，使被感染的細胞走凋亡的途徑，減少壞死，降低發炎及免疫風暴。4. 不要叫我肺炎，太客氣了。感染後的復原，也需氧氣提供能量，清除戰場，早日康復。5. 也注意後新冠併發症：疲乏、頭痛、耳鳴、胸痛、心臟發炎、肌肉疼痛、針刺感、健忘、憂鬱、味覺喪失、持續咳嗽、氣促、心悸、腹瀉、腹痛、皮疹、反覆發燒，治療要全面。WHO 出版品 in the wake of the pandemic：preparing for Long COVID 6. 缺氧，發炎，血管完整性，免疫血栓和風暴，要畢其功於一役，才能告別悲情的 2019。新冠基本上是血管的系統性疾病，只是肺部充滿血管，又負責氧的輸送，且未解剖前，胸部 X 光及 CT 就看得雙側白的肺炎。ARDS 急性呼吸窘迫症候群，不只氧的通氣有問題，且灌流也有問題，因為肺泡微血管氣體交換出現障礙。新冠的治療要全面性：1. 控制病毒的量 2. 病毒細胞的死亡方式 3. 減少發炎及免疫風暴 4. 保護好血管內皮 5. 控制免疫血栓 6. 減少微血管漏出及肺高壓 7. 補氧、補水維持正常生命徵象。

預防總是重於治療

■自律神經失調、是百病之根

■筋脈緊縮、是萬病之源

■十次深呼吸為一個回合：用鼻子吸氣 3 秒鐘、嘴巴吐氣 6 秒鐘。

■身體缺氧、是病變之首

■預防總是重於治療