

南良 通訊

Namliong group

2018第03期
MAY



南良 通訊

Namliong group

2018第03期
MAY



南良事業體的方向

- ◆ 強化核心意識
- ◆ 深化改革能量
- ◆ 整合轉型資源



南良集團 總管理處
www.namliong-group.com
台南市永康區洲尾街41巷10號
電話:06-2534161
傳真:06-2530310



南良願景：
以綠色、創新及智慧製造為核心，
與社會及員工共享成果，永續經營
的全球複合材料之標竿企業。

南良集團總裁的話
邁向成功的綠色企業之路 P.2

綠色創新
秉持綠色、創新永續作為 P.16

智慧轉型邁向智慧製造
南良事業體的智慧製造規劃! P.18

H&H

Health & Happiness

玉礦科技 / 透氣舒爽 / 弧線設計 / 舒緩酸痛



臺灣墨綠玉 TAIWAN BLACK JADE

來自臺灣花蓮的大自然特殊資源
為色澤獨特的最新品種寶石礦產
主要成份由多種礦物和磁鐵礦共同組成
外觀主體呈現綠色帶墨色斑點
在強光下以黃、綠、黃綠色間夾黑色斑點呈現。



經國內綠能材料研究中心檢測遠紅外線放射率高達93%

遠紅外線
Far-Infrared Ray
(4-14μm)

墨綠玉產品特色

TENCER



EB-M03

誰喜歡圓規枕的您，擁有舒適的好睡眠。

臺灣墨綠玉元氣枕

夜間睡眠 / 午睡休憩

填充物：臺灣墨綠玉
枕心：聚氨酯(科技乳膠枕芯)
表布：萊賽爾(白)/聚酯纖維(綠)
尺寸：66x39x12.5(CM) ±5%
重量：約3KG ±10%



臺灣墨綠玉元氣坐墊

客廳沙發 / 睡椅 / 餐椅

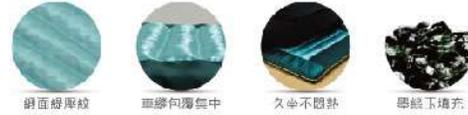
填充物：臺灣墨綠玉
表布：聚酯纖維(緞面布)
尺寸：53x37(CM) ±5%
重量：約1.7KG ±10%



臺灣墨綠玉禪坐墊

冥想 / 禪坐 / 久坐 / 盤坐皆可

填充物：臺灣墨綠玉
表布：聚酯纖維(緞面布)
內材：聚氨酯(聚合泡棉)
尺寸：40x40x2.5(CM) ±5%
重量：約1.8KG ±10%



EB-M01

製造商名稱：南良實業(股)有限公司-健康科技用品事業部(H&H) 製造商地址：台南市永康區游園街41巷10號 客服電話：06-2432165



有獎徵答好康讓您拿不完!



有獎徵答題目

- Q1 請選出2018年南良事業體的方向。
- (A) 強化核心意識
 - (B) 深化改革能量
 - (C) 整合轉型資源
 - (D) 以上皆是
- Q2 為了降低石化高分子塑料，南良綠色創新中，選用哪種粉來做為天然纖維，作為環境友善之綠色共生膠粒。
- (A) 臺灣墨綠玉礦粉
 - (B) 陶瓷粉
 - (C) 竹粉
 - (D) 以上皆是
- Q3 談南良願景，從南良共七位基層員工中，您最喜歡哪一個，請簡述(不限字數)。

參加辦法：

1. 使用有獎徵答線上表單填寫資料與正確解答，或透過email將姓名、連絡電話及正確答案一併回傳至南良通訊編輯部收，即可參加抽獎活動。
2. 每期抽出5位幸運得獎者，得獎名單將公佈於下一期通訊中。
3. 本次活動贈品由南良事業體贊助提供：
「臺灣墨綠玉禪坐墊1名、冰涼巾2名、涼感衣2名」



【涼感一夏】台灣墨綠玉坐墊、冰涼巾、涼感衣好康讓您拿不完!

上期有獎徵答得獎名單

邀您一起愛地球

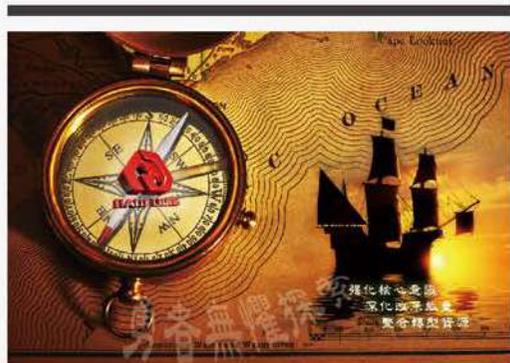
有獎徵答活動開跑囉!



項	單位	姓名
1	真善美	蕭聖諺
2	洪良事業體	黃嘉伶
3	總管理處	謝尚栢
4	嘉良事業體	沈建村
5	洪良事業體	李宜靜



1. 有獎徵答線上表單填寫網址：
<https://goo.gl/forms/aRrlrwyF0FYZKMgI2> (左圖QR碼)。
 2. 或透過email將姓名、連絡電話及正確答案一併回傳至
ruby@namliong.group.com 南良通訊編輯部收，即完成抽獎活動流程。
- ※活動日期：2018年3月15日至2018年4月25日止。



目錄

Contents

02 ● 總裁的話

邁向成功的綠色企業之路

04 ● CSR 企業社會責任

南良認養永康三崁店糖廠古蹟周邊部分土地
用愛再次撫慰災區-集團捐助天佑花蓮法會 報導

08 ● 南良學院

南良學院2018年開訓典禮報導
數位講師訓練營

14 ● 南良專刊

南良願景夢想

綠色創新-綠色共生膠粒

智慧轉型邁向智慧製造

內部員工談南良願景

南良願景 - 社會及員工共享成果

發展南良事業體成為標竿企業

南良特訓班-啟動新生代人才培育計畫

36 ● 參展動態

2018 上海春夏面料紗線展

越南中良參加日本東京展

38 ● 產業快訊

台南市長李孟諺訪南良集團商討投資會談

佳東綠能與成功大學成立聯合研究中心

中良與友良入選經濟部國際貿易局

----「107 年度紡織品整合行銷與商機開發計畫」

中良勇腳隊挑戰玉山報導

太康綠隧馬拉松接力賽

46 ● 集團人物專訪

旭泰李怡靜協理-用愛打造的家人團隊

49 ● 知識園地

淺談契約行為

ISO9001：2015新趨勢及風險評估



發行人 蕭登波
總編輯 張明
責任編輯 劉振銘
主刊編輯 南良事業體
美工編輯 林郁綺、謝尚栢

發行所 南良集團 總管理處
電話 06-2534161
傳真 06-2530310
台南市永康區洲尾街41巷10號
www.namliong-group.com



邁向成功的 綠色企業之路

南良集團 總裁

蕭登波

綠色經濟時代全面來襲

隨著國際間綠色經濟及環境保護等議題持續發燒，綠色經濟已是企業永續發展不可逆的趨勢，在先進國家綠色新政的推波助瀾下，綠色消費意識不斷高漲，綠色經濟的發展更勝以往，現今綠色經濟已經開始改變我們的生活，不但創造了全新的商業模式，也帶來前所未見的新商機，在可遇見的未來，綠色企業將全面引領經濟新動能，面對此綠色浪潮，南良集團除了應了解全球綠色消費趨勢，也要在當今瞬息萬變的局勢中，找到關鍵策略，成功蛻變成綠色企業，在秉持核心價值「對生命之尊重、對環境之愛護」之使命感下，集團旗下企業必須加快腳步投入發展綠色設計、綠色製造與創新綠色商品，並應積極打造產品競爭優勢，迎戰嶄新契機，如此才能贏得致勝商機，逐步邁向卓越之林。

企業追求永續經營必需顧及經濟、社會及環境三面向

一間公司的產品或服務本身或製造過程中，相較其他同質企業更能提高能源和資源使用效率，或降低污染物排放者，可稱之為綠色企業，南良集團邁向成功的綠色企業之路上，則應思索在各個環節如何降低污染與節約資源，企業追求永續經營必需顧及經濟、社會及環境三面向，使其效益皆能平衡發展。企業追求成長不是豪奪掠取地球的資源，而是應思考如何與地球環境和平共存，必須讓後代子孫也能享有同樣的環境，所以企業營運管理必需回歸本質，善盡企業社會責任，以南良集團旗下南良事業體的企業願景為例：

「以綠色、創新及智慧製造為核心，與社會及員工共享成果，永續經營的全球複合材料之標竿企業」

其中清楚揭櫫以「綠色」為企業首重，透過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，此願景乃兼顧了經濟、社會及環境之效益，南良事業體以成為永續發展的「全球複合材料標竿企業」為己任，將環境議題融入企業營運及管理之中，期望在面對能源與氣候變遷議題上，扮演更積極的角色，透過提升能源效率、積極開發對環境友善的產品與服務，引領綠色產業的發展，這也是我經營企業責無旁貸的責任與目標。

建構企業綠色競爭力，搶攻全球綠商機

鑑於全球環保趨勢，近年我在集團亟力強調各企業應投入「綠色創新」，以期建構企業永續經營的核心能力及國際競爭力，努力創造「綠色價值」，進而締造企業的新價值與新競爭優勢，在今日，南良集團產業升級與轉型已是企業刻不容緩的課題，應思考企業的產品及服務如何朝向綠色經濟發展，並建構屬於企業本身之綠色競爭力，積極搶攻全球綠商機，方為永續經營之良策，下述幾點是可以作為方向指引。

【形塑綠色企業文化】

推動綠色企業文化應從落實「以人為本」的教育開始，企業必須規劃並執行對全體職員的教育訓練，以核心價值及願景來形塑可永續發展之綠色企業文化，積極鼓勵員工參與並實踐其文化內涵，進而激勵員工做出對環境友善的正向行為。

【接軌國際綠色規範】

了解台灣國內環境政策發展，解析成功轉型綠色企業的國際規範與標準，集團企業要生存唯有研發技術積極與國際綠色規範接軌，並符合市場綠色產品的規格，才能在全球供應鏈裡持續站穩腳步。

【循環經濟與綠能科技相結合】

循環經濟與綠能科技相結合，打造綠色生產模式，「循環經濟」與「綠能科技」可說是相輔相成的兩個概念，只要願意從創新的角度提出更多「循環經濟」的解決方案，無形中也是落實綠色生產與綠能科技。「循環經濟」中的善循環概念，換言之即為「彼之無用，可為我之有用」的實踐，所以集團應整合、帶動供應鏈的成長、進步，進而有效建立一個節能、高效率的4R(Reduce; Reuse; Recycle; Renewable)環保供應鏈，「集眾智慧、延續物命、綠色永續」更將是集團打造善循環最重要之精神。

綠色產業將是下一個二十年台灣最關鍵的產業轉型重點，近幾年吾致力推動集團所屬六大產業之創新與升級，並透過聚焦大健康及綠能節能與綠建材等相關綠色產業，建構屬於南良集團未來之關鍵競爭力，在邁向永續經營的道路上，南良集團須採行對的環保及綠色策略，這不僅可以為地球盡一份心力，還能創造更多利潤，也能真正成為一個對社會有所貢獻之成功綠色企業。在此與大家共勉之。



綠色與人文瑰寶

永康三崁店糖廠舊址

南良實業股份有限公司

認養永康三崁店糖廠古蹟周邊部分土地

【撰稿人：南良通訊編輯部】

南良集團旗下所屬南良實業股份有限公司(以下簡稱南良公司)基於回饋鄉里之企業社會責任，認養台糖公司糖廠三崁店內部分公園土地進行環境整理及日常維護，以提供地方居民休憩使用，此認養活動乃由臺南市政府文化局與工務局共同向臺糖公司媒合，進而促成這樁美事。南良集團認養三崁店糖廠舊址、守護三崁店自然生態，讓諸羅樹蛙得以繁衍棲息，此舉也體現企業尊重生命愛護環境的核心價值，並對維持生態永續具正面之意義。



南良公司認養範圍為永康區三民段 1033 地號、1034 地號、1677 地號、1678 地號等 4 筆土地，面積約 1.3 公頃，範圍內有市定古蹟永康三崁店糖廠神社遺蹟及歷史建築永康三崁店糖廠防空洞群，上述文化資產，臺糖公司已委託辦理修復設計，並可望於今年 7 月設計完成後，將向文化部爭取工程經費補助。目前南良公司針對認養範圍，安排每週進行環境整理、每月除草一次，協助維護環境整潔，以保持綠意盎然，期望提供社區民眾更優質的休憩空間。

佔地十多公頃的永康三崁店舊糖廠宿舍區，原先乃由地主台糖規劃和建商合作開發六百戶之集合住宅，因發現諸羅樹蛙和神社而被保留下來，台南市政府已透過都市計畫變更為公園用地，將朝人文生態特色規劃，臺南市政府工務局目前正辦理永康區三崁店生態公園整體規劃工作，將善用糖廠所留綠地，兼顧樹蛙生態、老樹生長以及文化資產，使未來三崁店生態公園機能更加完善，留給社會大眾與後代子孫更多生態、文化資產。

三崁店蘊藏的自然及人文瑰寶

諸羅樹蛙（俗稱雨怪、青腰）

1995 年由生物學者呂光洋在嘉義發現的台灣特有種，以嘉義的老地名諸羅來命名，30 年來，研究人員只在雲林、嘉義、台南等地，發現過牠們的蹤跡，2007 年國際自然保護聯盟瀕危物種紅皮書中已公告諸羅樹蛙為瀕危物種，2008 年諸羅樹蛙、橙腹樹蛙、豎琴蛙及台北赤蛙等 4 種蛙類因面臨分佈侷限、族群量少、棲地破壞、獵捕壓力等問題，而被列為第 II 級珍貴稀有保育類。永康三崁店糖廠舊址於 2007 年被發現鄰近鹽水溪畔的次生林中有大群諸羅樹蛙，由蛙類研究者莊孟憲老師鑑定為台灣特有種諸羅樹蛙分布的最南限，也是全球最大最完整種的重要棲地，荒廢多年的永康三崁店糖廠自然演化成次生林的樣貌，林相茂密，有著完整的生態鏈，也提供諸羅樹蛙繁殖、避冬取暖的最佳場所，三崁店棲地的重要性，在於它是鹽水溪沿岸包含諸羅樹蛙在內，許多物種重要的「基因種源庫」，園區內豐富的植被提供許多動物棲息、覓食及繁殖的場所。

三崁店糖廠神社遺址

位於永康三崁店糖廠舊址內的「三崁店糖廠神社」除了是座古老遺蹟，日治時期日人於三崁店糖廠設立神社，供奉能久親王、天照大神、豐受大神。神社是日本人的信仰中心，當時在台南區域內有多處神社，但靠近市區的大多已經毀壞或是改建消失，神社選址大多會選在環境幽靜，林木茂盛之處，三崁店神社便是最佳代表，因為較為隱密離市區稍遠，且位於糖廠中，時間演進中，神社上的木構造雖已消失，但仍可見完整的本殿、鳥居、手洗舍、石燈、參道、社務所...等神社建築設施的基座，進到裡面有如走入隱密的林間神社遺跡中，一片綠意的樹林也保護了豐富的生態，神社遺址、基座、獻燈與防空洞群及植栽均具有歷史價值，可與未來的公園結合，成為公園內不可或缺的環境元素，讓後代的人知道這個地方的自然人文和歷史背景。



- 資源運用效率
- 執行的時效
- 回應能力
- 人員素質



總裁開訓當天勉勵學員

在知識經濟時代裡，不再是「活到老，學到老」，而是「學到老，才能活到老」，只有不斷的學習，才能活得好，學得好。

南良學院 2018 年 開訓典禮報導

【撰稿人：總管理處 劉振銘】



頒發年度勤學獎， 肯定學習態度

開訓典禮上最後也頒發 2017 年度學員勤學獎，藉此勉勵去年度學習典範的學員們，為學院樹立絕佳典範，足堪集團表率，學員勤學獎分別頒給邱淑貞經理、陳志國經理、陳保源經理、黃素麗處長、郭儒謙代理、蔡淑華經理、李季娥經理、謝宏政經理，藉此勉勵其在 2017 年度的傑出學習表現。

3/31 開訓典禮為 全年度課程揭開序幕

南良學院於 3 月 31 日在集團教育訓練中心舉辦了簡單隆重的開訓典禮，為 2018 年度計畫性課程正式揭開序幕，學院蕭崇湖副院長、吳清亮副院長、林殿庸主委及張明副主委以及南良事業體王全成副董事長皆出席本次開訓典禮，並在致詞時同聲勉勵各位學員把握學院所開立的課程，用心學習、不斷自我精進，惟有終身學習才能與時俱進，不被大時代洪流所淘汰，須以成為一位成功進步的現代化主管為目標。

學院追求持續創新

執行委員會林殿庸主委致詞時表示：感謝這幾年來集團各事業體對學院的大力支持，讓學院在執行教育與訓練的成效上得到了不錯的口碑，未來學院在辦訓上將持續追求持續創新，引述總裁話語：「南良集團為了永續發展，就應追求全面創新，不僅是產品、設計、技術、管理上要創新，連商業模式都要創新。」而創新不僅侷限於產品，南良學院一直以來皆秉持創新的精神，在實體課程上繼續用心，為各位階主管設計合宜之課程，2018 年課程也將增加數位學習及著手推動線上學習等主題，此方向也列為本年度學院之重點工作。

南良學院 2018 年度課程 正式展開



課程名稱：區塊鏈
講師：王可言董事長

本課程邀請到臺灣金融科技股份有限公司王可言董事長蒞臨主講，王董事長也是現任亞洲大學金融科技區塊鏈技術研究中心的講座教授，透過兩小時精采的演說，帶領學員從區塊鏈的緣起到運作原理，進而佐以產業應用案例，以深入淺出的分析與核心技術拆解，讓學員獲益匪淺，也讓集團同仁思索未來如何透過區域鏈技術應用，創造新型態服務模式。

南良學院 2018 年度課程正式展開



課程名稱：矩陣式組織

講師：方滿階老師

方滿階老師帶領學員討論功能型、事業部、矩陣式及網路型等四種不同組織型態，從分工模式及協調決策機制各方面之優缺點深入探討，並透過矩陣式組織架構模型，讓學員了解集團企業善用功能性矩陣所能達到之功效及利弊。



課程名稱：企業倫理與人文法治思維

講師：王福林總顧問

王總顧問講述下一波企業競爭不再只靠策略、技術或創新，「企業倫理」才是決勝的最後關鍵，面對全球化的激烈商業競爭，「誠信」將是企業持久永恆的根本。重視倫理的企業將贏得社會和顧客的信任和好感。企業倫理的實踐即是 - 重建企業倫理秩序、善盡企業社會責任。



課程名稱：問對問題 ~ 成為智慧型提問管理者

講師：黃海洋老師

本課程透過黃老師活潑幽默的教學風格，帶領學員了解問題的定義及形成探究，以及如何提出好問題的要素分析，老師以引導及實務的講授模式，讓學員可輕鬆習得智慧提問的思維和活用技巧，有助於日常管理問題之處理。

數位講師訓練營

【撰稿人：南良學院學務辦公室】



你還在說工作很忙，沒時間再進修學習嗎？內部講師也還在為每次新人報到就要不斷重複的教導一樣的內容，感覺佔據很多時間嗎？利用數位工具的微課程，可以幫助學員隨時隨地利用極短時間充實自己、不斷複習，解決上述問題。

總裁說：創新不只是產品的創新，管理模式、行銷模式也都要創新。

面對數位學習趨勢的來臨，南良學院於 2018 年，協同合作夥伴勝典科技共同規劃了二天一夜的【數位講師訓練營】，讓學員了解如何應用 POWTOON、EverCam、EverCam Point 來讓講師輕鬆自製微課程；並搭配中良事業體分享的數位學習平台的學員初體驗，讓學員了解如何利用平台工具讓課後學習評量，幫助學員學習成效的提升。希望很快在 2019 年，南良集團可以成為數位學習型企業。

甚麼是微課程 / 微學習？

微課程是引導使用者創造學習資源，在知識 2.0 時代，個人就是最佳之產生器。設計微課程，必須關心下列六個重點：

- ✓ 遴選內部菁英貢獻課程
- ✓ 在實體活動中創造課程
- ✓ 利用平台及範本，讓大家共享內容
- ✓ 營造歡樂氣氛
- ✓ 長效激勵（如升遷，認證）
- ✓ 線上與現下的相輔相成

微學習關注的是

- ✓ 給予協助，而非給予課程
- ✓ 學習成果，而非學習的內容
- ✓ 聚焦一點，而非課程長度
- ✓ 學習價值，而非學了多少
- ✓ 甚麼時機學，而非透過甚麼工具學
- ✓ 符合科學研究的學習效果，而非學習完成與否



由於新技能於學習後一年內通常會遺忘的狀況平均超過 90%，透過微課程，提供反覆練習的機會，是戰勝遺忘曲線的良策。

微課程是將符合工作所需的重點以及片段知識，快速直接製作出可跨所有瀏覽載具觀看的 MP4 影片檔案，按照訓練主題切割成多個小單元，不僅便於觀看，更可透過系統的分類，架構出完整的培訓資源庫。

微學習的靈活彈性，讓員工可以無時無刻地積極學習。因此，微學習不只是一種新技術，更是一種新態度，也是企業面對快經濟時代（多變、不定、複雜、模糊）的人才戰略。（本段摘錄整理自勝典科技講義）



數位講師訓練營 學員花絮

微學習的應用很適合與工作現場進行搭配，主要是要“解決工作痛點”。雖然短短的第一天學習，就必須熬夜趕出第二天上台成果報告，學員也戲稱是“魔鬼訓練營”，但令所有評審讚嘆的是：這次各組應用面及主題都是與所屬事業單位息息相關，各組全員投入的用心，產出成果超乎預期成效。而學員的個人學習心得報告所提到的未來應用面，也都是真正思考於所面臨的工作痛點的解決之應用。

數位講師訓練營 各組成果分享



南良事業體
主題：H&H 護具宣傳影片
說明：組員自演出並應用去背剪接技巧 / 未來延伸應用：生產現場的教育訓練影片。



友良事業體
主題：如何使用請款系統
說明：將微學習應用於 SOP 的推廣教育。



嘉良事業體
主題：介紹有機肥“土豪”
說明：利用動畫將較生硬的有機肥趣味化，方便與農民溝通。

嘉良事業體
主題：聰明瘦身～動吃動！
說明：結合動畫與旁白的說明，以輕鬆活潑的方式，清晰傳達瘦身觀念。



中良事業體
主題：Ariaprene 品牌行銷
說明：將品牌之說明結合影片融入講師畫面，進行介紹讓增添畫面豐富與印象。



中良事業體
主題：環保
Sustainability is in hands
說明：使用動畫、影片素材、旁白，傳達對環保議題之重視。



南良專欄

2018

南良事業體的方向

強化核心意識

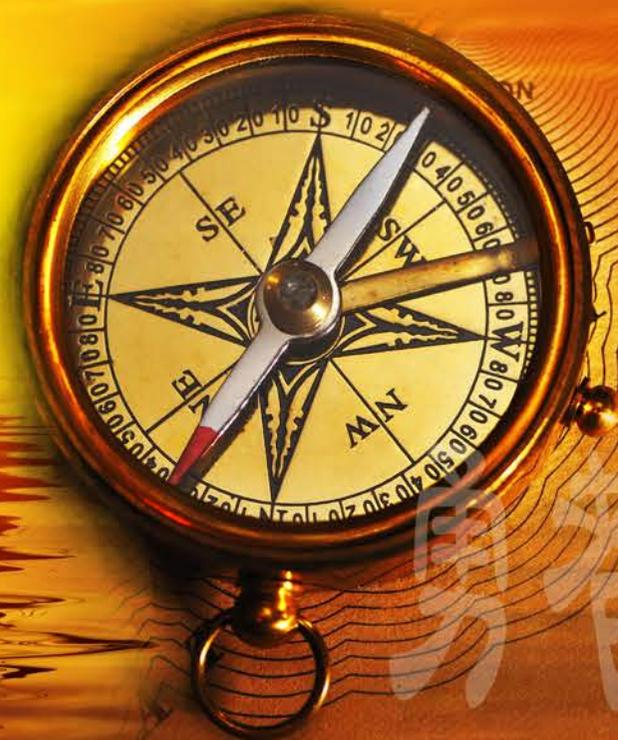
深化改革能量

整合轉型資源



南良願景
NAM LIONG VISION

南良願景：
以綠色、創新及智慧製造為核心，
與社會及員工共享成果，永續經營
的全球複合材料之標竿企業。



南良願景夢想

【撰稿人：副董事長室 蔡銘原高專】



南良實業 王全成副董事長

南良人勇於挑戰奠定基礎

王全成副董事長帶領每位南良人具備的是「不怕困難·勇於挑戰」的精神·無論在多麼艱困的環境下·南良人都有辦法找出突破的方法與策略·也在這樣的困難下·南良人才有機會證明南良人的力量。2016年我們提出南良事業體的願景目標·這是轉型的根本動力·也是我們的夢想·但我們也清楚看見·對於許多問題尚未解決·創新與改革的能量不夠強·在這兩年以來·我們逐一檢視許多脆弱的環節·必須要徹底解決·才能落實我們期待的目標。

深化轉型是刻不容緩的命題，也是最困難的挑戰。

南良事業體做出三大革新的方向·分別為改革強化制度·遵循嚴謹策略·加強溝通宣傳；最主要的目的就是對於南良事業體的基本體質進行與時俱進的革新·並且透過重新檢視制度·讓全體同仁能夠感受到改革的第一步·並且順應南良事業體願景的三核心：綠色、創新、智慧製造·我們透過混和編組將這三核心作為 2018 年的首要目標·這也是南良事業體轉型的重要關鍵。



南良實業 張舜卿執行副總

南良願景：
以綠色、創新及智慧製造為核心，
與社會及員工共享成果，永續經營
的全球複合材料之標竿企業。



2018 年南良事業體的方向

強化核心意識 深化改革能量 整合轉型資源

強化核心意識就是每位南良人必須具有的 DNA·雖然我們來自不同的地方·有著不同的工作經驗·面臨的問題也有所不同·但必須透過凝聚南良事業體的最大公約數·朝著相同的目標邁進·而這種核心意識除了績效之外·更必須具有綠色·創新及智慧製造的願景要素·也許有些人會覺得·這個核心要素距離我們太過遙遠·或是淪於口號·但我必須說明的是核心意識是我們最重要的根本·就像哥倫布航海探索世界一般·無畏地探索未知的世界·所依據的信念正是他完成壯舉的根據·所以我們並不害怕有任何的批評與挑戰·只要方向正確·必定會到達我們所想要的目標。

2016 到 2017 年逐漸形成改革的能量·其中最主要是對於人力資源政策的調整·除了因應台灣及大陸政府調整人資法規外·最主要的是對於「現在」與「未來」的南良人給予更好的發展空間·將來這些「人才資源」就將成為南良事業體最重要的改革能量；而逐步的深化逐漸從內部換血·進而形成良性的循環。

而最後一個方向則是必須整合轉型的資源·如何整合作戰·如何分兵作戰·也就是說必須優化資源的配置·除了對外的整合外·內部整合也是在面對外部競爭時·最優先的執行事項·並且提升每位同仁的問題意識；所以「整合」是管理上永恆的主題·在不同的情況下必須整合何種隊形·資源·這在南良事業體轉型中·是最重要的方向。

南良事業體作為南良集團的創始企業·更需要有突破新局的作為·這也是南良事業體嚴肅而重大的責任·只有著力增強改革系統性·整體性·協同性·才有可能實踐我們的目標。



綠色創新

撰稿人：
總經理室創新開發組 - 陳俊彥博士、
技術研創部 - 李榮生副課長



秉持綠色、創新永續作為

在台灣，許多企業大多認為追求綠色環保會提高成本，回報不如預期，所以尋求永續只是社會責任，不符合公司經營的投資效益，事實上，有遠見的企業認為，「秉持綠色、創新的永續作為，才是企業長久經營的關鍵」。永續發展在地球資源逐漸消耗的現實環境下，已經是一條無可替代的道路，企業必須隨時抱持著綠色永續與積極創新的思維，善盡企業責任，才能讓企業維持高度的競爭力，在產業裡脫穎而出。

不斷地追求創新與改造

南良實業秉持著「對生命之尊重」、「對環境之愛護」的集團核心價值，自 2015 年起開始將「綠色」、「創新」、「智慧製造」等元素列為企業願景，不斷地追求創新與改造，以期能穩定發展並永續經營，故逐步著手開發降低環境衝擊的綠色相關產品。此外，原油資源枯竭等議題逐漸受到重視，雖目前頁岩油已開採崛起，但畢竟石化資源仍有限，地球只有一個，站在永續發展的角度上，綠色的環境友善性材料取代部分石化原料將是未來產品的發展方向。

● 生質海綿 BIO-II

生質原料是一種可再生資源，藉由大地、陽光、水、二氧化碳即可源源不斷再生，使用生質原料進行高分子材料的研發，一直是海棉事業部努力的方向；部門的核心能力是橡膠高分子發泡技術，主力產品皆是高度依存石化原料，為遵循企業願景及集團使命，因此新綠色 BIO-II 系列海綿因應而生。

BIO-II 系列海綿為以天然可再生原料（生質基原料）為基礎進行研究及改良，經適當配方控制，藉由混煉、押出及加硫發泡而成，讓 BIO-II 系列海綿可以得到更廣泛的應用，從而減少對石油的依賴，讓產



品為自然環境的保護共同出一份心力。BIO-II 系列海綿具有舒適、柔軟、質輕、高彈性等特色，依照材料特性區分多款等級，並可貼合搭配布料而應用於不同用途，例如：鞋材、袋材、護具、帆船衣、衝浪衣、三鐵衣等等，涵蓋了多種領域可供客戶多樣化製品的最佳選擇。

BIO-II 海綿特色

1. 含可再生天然原料 (Renewable): 由大地、陽光、水、二氧化碳即可源源不斷再生。
2. 可回收性材料 (Recycle): 製程所產生的邊角廢棄物可再回收利用。
3. 降低石化資源使用 (Reduce): 使用可再生原料，可降低石油依存度。
4. 不是 NEOPRENE (CR): 為天然成分結構，非氯丁二烯結構且不含鹵素。
5. 優異的 Performance: 密閉氣泡結構延伸率、彈性等皆不亞於一般橡膠發泡材，並可貼合各種彈性布種應用於各種用途。



● 環境友善之綠色共生膠粒

為了降低石化高分子塑料對地球造成難以分解的衝擊，易分解的綠色共生材料是特殊材料部致力發展的重要方向，主要技術是以天然纖維（竹粉）和塑料為原料，加入改質助劑等添加劑，可經過熱壓複合、熔融擠出、吹瓶等不同加工方式形成各式各樣製品。

綠色共生膠粒利用塑料和植物纖維材料，可以有利緩解森林資源貧乏所造成的環境惡化問題，也可大大節約木材的使用量，其低消耗、低排放、高效率的基本特徵，並且在回到地球環境時能加速分解，非常吻合「環保理念」的經濟成長模式。

這種材料既能充分發揮塑膠與木材的優點，克服木材強度低、變異性大等造成的使用局限性，又能克服石化上游原料衍生的泛用塑膠之低彈性等使用缺陷，並改進材料的物理力學性能和加工性能，降低成本，提高材料的附加價。

選用竹粉做為天然纖維是因為竹子生長速度快，能成倍繁殖，一次種植，永續利用。充分利用竹子資源，又不破壞生態環境，保持可持續發展之發展方向。目前綠色共生膠粒已規劃許多的應用方向，例如：生活用品、文具用品、園藝及車用材料等領域都適用。

在地球資源快速減少及生態環境惡化的現在，BIO-II 生質海綿與綠色共生膠粒之開發只是個起點，持續朝向「綠色」、「創新」方向發展，絕對不是南良的夢想，而是趨勢、也是絕對的責任，更是讓南良繼續往前，邁向下一個 45 年的重要關鍵。

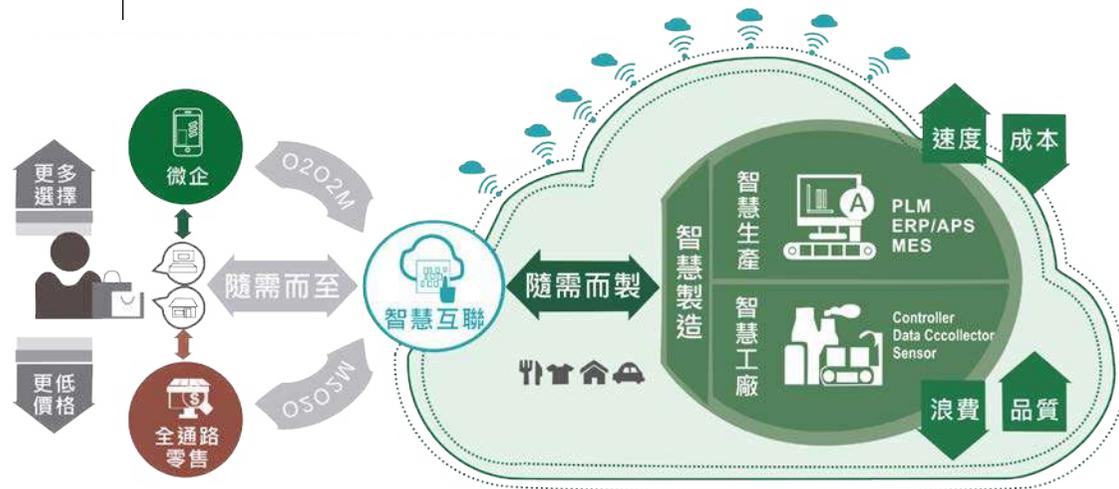


智慧轉型 邁向智慧製造

撰稿人：總經理室系統管理(資訊)組 - 楊景發經理

緣起

2016年是南良事業體開啟2020整體願景的起始年，在製造業服務化與傳產特色化兩大策略方向下，最終“智慧製造”這個主題也成為我們南良事業體的願景核心之一。南良事業體在張執行副總的指示下由總經理室與各事業部成員組成了智慧製造推動小組，並遵循朝省人、省力、效率與智慧化的原則目標展開規畫與執行。



(圖一) 智慧企業的運作 圖片來源：鼎新資訊

智慧製造的概念

所謂智慧製造的概念其實很簡單，就是把原來的 CIM (電腦整合製造) 和 FMS (彈性製造系統) 的先進製造環境，透過互聯網延伸到前端的銷售環節；期望能夠從銷售環節的大數據分析，得到市場和消費者對個性化和客製化的需求，再透過互聯網連結到工廠的彈性製造系統，達到少量多樣的生產模式。

因此，達成智慧製造的前提，是生產工廠必須能夠做到 CIM 和 FMS；否則即使有來自銷售環節的需求，工廠也可能沒辦法生產出來。而台灣目前的生產製造工廠，包含傳統產業、IT 產業、電子產業，也大都沒有辦法做到完整的 CIM 和 FMS。

智慧製造可說是過去企業數位化、自動化、電腦化、資訊化的延伸，主要是為因應“隨需而製”(MADE ON DEMAND) 而來的解決方案(如圖一)。快、時、尚、客製化與少量多樣的消費型態儼然已成為趨勢，企業為因應這樣的市場改變已經不得不進行這樣的自我進化。

南良事業體的智慧製造規劃

南良事業體推動導入智慧製造先由兩個方向啟動，首先要檢視自身的營運模式，第二是智慧製造藍圖規劃。

紡織業的產線大多數是屬單一、分散式的設備，無法與整廠的設備做串聯，我們的現況亦然，所以必須投入很多的心力與資源將各個面向連結起來，並同時檢視我們在產業供應鍊中所處的位置必須具備哪些優勢？作為進化的重點。

而藍圖規畫部分(圖二)我們先描繪10年後的可能與期望樣貌，規劃中間的發展藍圖，範圍涵蓋業務範圍與流程、人員組織能力、訊息化與工業化技術等的改善。然後依藍圖規劃，從小規模導入測試開始做起，並根據實際的導入經驗逐步調整，然後擴大到企業，最後希望能整合上下游供應鍊，甚至是整個價值鏈。

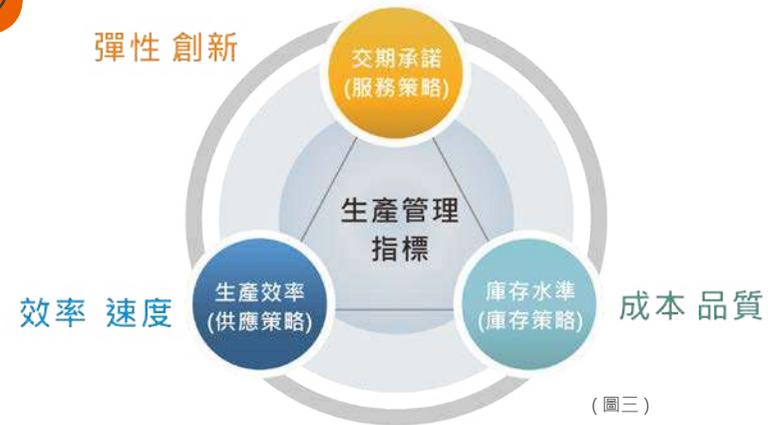


(圖二) 目標藍圖 參考鼎新資訊

回頭檢視我們南良事業體現有的資訊系統(FMS)與工廠自動化(CIM)現況評估尚未到達工業2.0的水平。因此我們規畫朝以下兩個面向進行，首先還是回歸製造業本質(圖三)先進行智慧工廠的進化，再來是進行智慧生產的優化。

智慧轉型邁向智慧製造

撰稿人：總經理室系統管理(資訊)組 - 楊景發經理



(圖三)

依據智慧製造根據的角色分工，可分為「智慧生產」與「智慧工廠」兩大部分：

1. 智慧生產：針對管理者，負責管理、指揮、資源調度、協調和決策，創造組織最大價值。對應的需求是產品開發智能化、生產管理智能化、經營管理智能化、供應鏈管理智能化、售後服務智能化。
2. 智慧工廠：針對生產者，在製造現場把原料轉換成產品、直接實現價值，在每個工藝上發揮最大效益，實現組織決策。對應的需求是設備運轉自動化、設備管控數位化、設備協作聯網化。

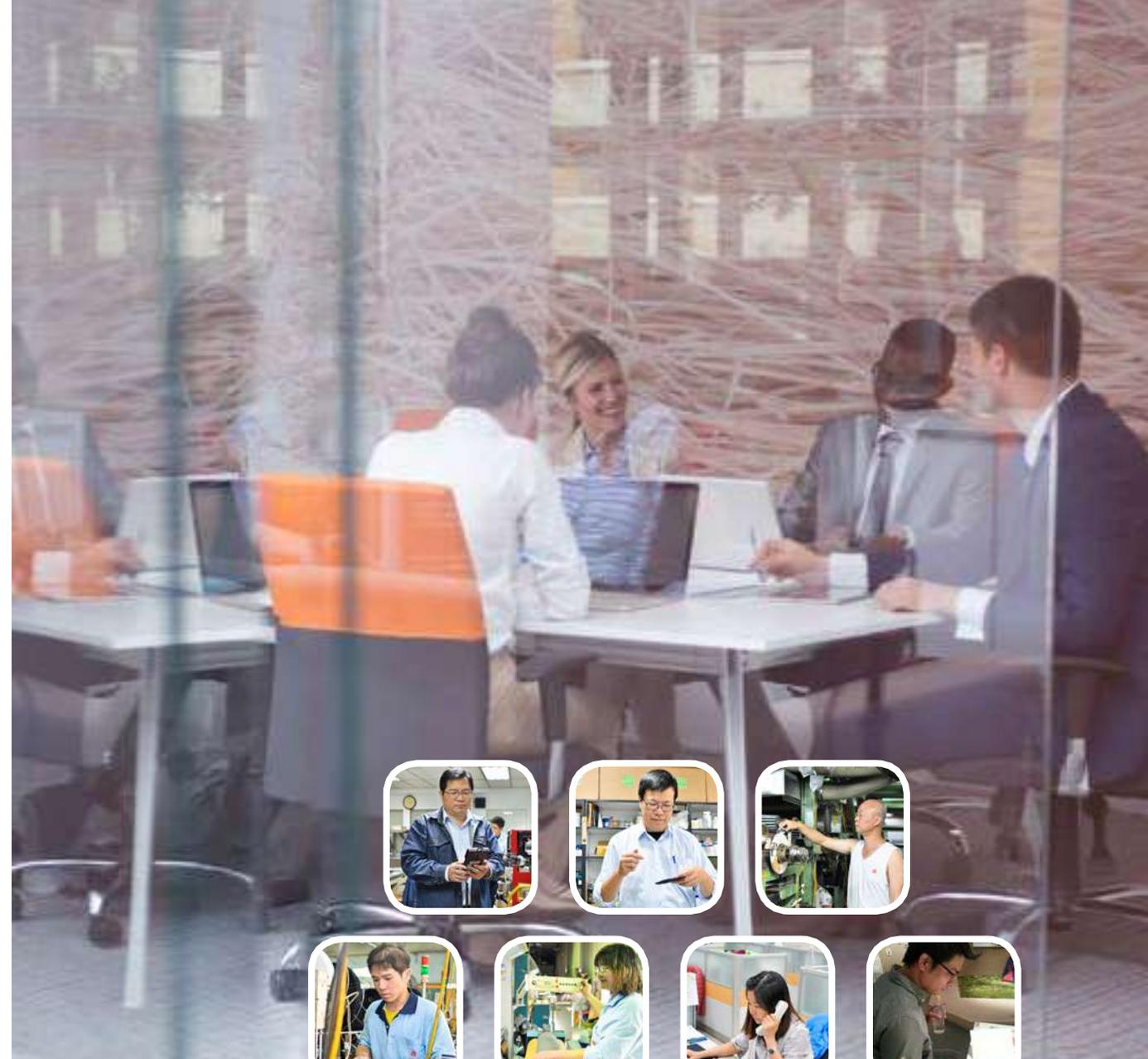
對於工廠內優化的三個階段依序為 1 建立平台、2 整合工廠、3 優化工厂，廠內必需先佈建感知網路，做到機器設備的相互連結，收集產線數據，自動化生產流程，同時整合 EA、SCADA、MES、APS、ERP 等系統，利用各類型工廠生產特性擬定分析技術即時優化產能與品質，提升工廠的資源效率，進行機台設備的預測維修與動態生產排程，在數位化、效率化的前提下打造智慧工廠。依據以上的原則我們規劃了智慧製造的推動階段與概略時程(如圖四)

結語

以我們所處的紡織產業類別正面臨中國廠商的紅色供應鏈與新興市場崛起、全球原物料價格上漲、開發中國家低價競爭以及環保意識抬頭等，競爭壓力日趨嚴峻。其中除了研發技術的創新外，加強智慧化生產更是關鍵所在，搭上德國「工業 4.0」，全球正掀起智慧製造的熱潮，各方面的技術已經逐漸成熟，導入的成本也逐步在下降中。

如今，台灣紡織業也正加快腳步發展智慧製造，這是一條長遠而極具挑戰的道路，希望我們南良事業體在智慧製造的規劃方案推動、人力與資源的投入、技術的提升、營運流程優化、組織的配套、高階決策支持等各方面的調整與進化下，逐步進階以齊備我們未來的競爭力並實現智慧製造的願景。

(圖四)



內部員工 談南良願景

訪談撰稿者：總經理室行銷企劃組 / 林君章



內部員工 談南良願景

受訪者：
品保部 / 林澤明副課長

認清自我實現

南良實業股份有限公司品保部任務，以最經濟有效方法確保本公司品質經營管理系統的「有效性」、「充份性」與「適用性」。澤明副課長今年剛好滿 50 歲了，1999 年進入南良實業，19 年工作經驗中擔任過去材料部工務，再轉任品保專員後擔任檢驗工作至今；從工務運作了解供應鏈管理系統，需提供給客戶一等一的产品，在品質管理確保這環節扮演很重要角色。

品保部共分為兩大主軸：品保一課品管股負責 ISO 國際標準的認證、維持與稽核，並提供有效之品保數據作為依據。品保一課檢驗股則著重進料、製程、開發及產品的物性測試，提供測試結果給事業部參考。品保二課的核心來自 PM 專案管理，範圍包含了文管、提案改善推動、文件發行作業、供應鏈管理、品質異常、客訴異常、呆滯料...等等。希望藉由品質系統流程，提升產品驗證及相關物性檢測，並符合 ASTM、AATCC、ISO、CNS、JIS... 等相關測試規範要求。近年來的努力相對取得 NIKE 成衣及 adidas Salomon Level1 實驗室認證，這都是公司與品保部全體同仁共同的努力成果。

追求目標共同成長

澤明副課長指出南良願景中，每年都有不同的改變，如公司海內外管理雲端管理成為未來趨勢，品保部專業訓練格外的重要；綠色創新公司著力在生質材料的研發，品保部也須提升檢驗配套措施；突破生態紡織品標準 100 (Oeko-Tex Standard 100) 由成人類 2 級提升到嬰兒類 1 級勢在必行；開發耐切割布測試需達成 ASTM F2992 和 EN388 測試國際測試標準，委外前內部前置也增購平行測試機；恆溫恆濕機也引進可以做到 -40°C 高標準的檢測儀器，提供物性檢驗需求。這些改變就是前進的動力，也是一種責任，員工與公司共同成長。

整合是管理上永恆的主題

品保部也必須整合轉型的資源，提案東莞寮步聯合品保中心建置案，台灣本廠各事業部和海外廠各單位資源共享，未來計畫拓展到嘉興南雄廠；藉著整合作戰分兵作戰，優化資源的配置，除了對外的整合外，內部整合也是在面對外部競爭時，最優先的執行事項，更是品保部今年的最重要方向。



受訪者：海棉事業本部
技術研創部 / 李景輝

熱愛化工找到工作定位

景輝 2003 年進入南良實業，今年 42 歲在海棉部有 15 年工作經驗，熱愛家人也熱愛工作，身高有 190cm 大個子目前是公司最高的身材，站在公司任何的位置，人群當中很難不被發現。目前在海棉事業本部之技術研創部的工作內容，與單位內的每位同仁相同，皆從本身自我學校學得的專業基礎，來熟悉與習得部門橡膠發泡製程及其複合材料生產的核心技術；也了解產品品質管理之重要性 --- 包括從原物料進料檢驗、製程生產及物性確認、產品出貨尺寸外觀等檢驗工作。其次，亦從事專利商標及著作權申請等維護工作，使保障公司產品之智慧財產權；並利用上述各項工作技能，使橡膠發泡產品通過 UL 及 ULC 救生浮材認證、UL94 HF-1 認證，也致力於綠色環保材料開發，通過 Oeko-Tex® Standard 100 貼合品認證及 UL RSCS/RoHS 認證。

環保議題產品研發不間斷

近年來公司朝向綠色創新研發，技術部也在今年提出 ECB 環保素材，ECB 比 Ariaprene 更具有競爭力，自有完整的供應鏈，應用於運動手套、包袋材、鞋材等，可結合大品牌合作機會。ECB 品牌精神界定於環保素材，團隊提出荷蘭少年潛水發現大量海洋垃圾，及許多企業皆思考環保相關議題為例等行銷故事，ECB 之行銷故事將基於此理念進行。

智慧製造創新南良

產業的應用需求提升下，化工發泡新技術新製程也將孕育而生，還有電子化的科技結合現代紡織品，都是會改變科技紡織新時代潮流；智慧化也須智能化，對於未來的人力不足，相對的就是自動化生產技術提升，讓智慧製造海綿能異軍突起的，就是不斷的創新這是我們中生代必須努力的方向。



內部員工 談南良願景

受訪者：特材事業本部
生產工程師 蔡茂雄

一日南良終生南良

茂雄兄自 1984 年以來，就投入南良公司職場，2017 年正式退休後，因公司需要技術顧問帶領新生代，2018 年又再回歸南良，名符其實一日南良終生南良。茂雄兄今年 52 歲，長年在南良貼合領域擁有 33 多年經驗，具有水性膠、油性膠、熱熔膠、樹脂...等等膠料研究背景，在膠料應用到生產學到高階貼合技能；當年一進入南良公司感受到台灣鞋材盛況時期，公司致力於鞋材的鞋墊、鞋面料三層布等貼合市場大受歡迎；接著蕭總裁為南良打造了各式各樣的貼合機台，跨足鞋材、手套材、帽材、成衣材、充氣材、特殊貼合複合材料...等等領域。更讓他再度挑戰鞋材以外新的領域，造就他更上一層樓貼合技術成熟的好本領。

資深員工談南良願景

早期生意往來講求人際關係，南良有好的供應商及客戶，就是有願景和前(錢)途。近年來看到公司進步的幅度，讓他自稱為工程師實在愧不敢當，因為現代化的管理，公司制度及人員素

質都在提升，公司願意聘任他退休員工回歸，趁著自己還能動時，將願意貢獻自己的經驗傳承給新生代，這是他的認同也是一種使命。

茂雄兄也自許公司應配合綠色創新，環保議題當今問題，對於膠料的開發應朝向熱熔膠這樣的環保膠，多元化提供在貼合品。不環保的用膠將相對減少，應該從客戶端來推廣，達到環保愛地球這樣神聖的使命。公司的專精產品要有區隔化特色，朝向發展高科技複合材料，如防火、隔熱、耐磨等膠料貼合品，創造出高附加價值的產業，才能讓公司永續經營！



受訪者：織造事業本部 成型股專員 簡漳祥

南良提供了各式各樣學習環境

漳祥今年 33 歲來公司已有 8 年多，受訪談七位當中比較中屬於資歷淺和年紀較輕的員工，喜愛籃球運動，平日也喜歡與家人戶外活動；但投入生產技術方面，可說一畢業就投入南良織造部生產部，從胚布織造前段開始學習紡織工程，認識各種紗線性質不同加工條件也不同，對於黏扣帶的織布、起毛、染整、超音波、切割、熱熔膠上膠...等等生產流程熟悉後，雖然有犧牲到與家人相處時間，慢慢的學習到位；後面這五年時間全力投入切割黏扣帶製作上，漳祥適應力調適得很好，堅守崗位發揮能量，讓品質達到最佳化，減少不良率。深深感受到只要肯學，公司一定會給準備好的人，與員工共享都是需要個人與公司共同成長的。

專業專精適才適用

由於漳祥在成型股工作，因應訂單計畫性成長需求，機臺的老舊汰新是有必要的，過去新機未到位前，為了配合公司營業成長，使用舊式手動調整機臺來做切割勾面成型，利用自己的研究心得，了解到細微的自控技巧，達成公司營業生產目標，過程中當然也不吝惜跟上級與同袍分享；以上小小故事讓人不難了解，這樣的事件也不是第一次遇到，應該是各家公司發生過的問題，南良人具備的是「不怕困難，勇於挑戰」的精神，無論在多麼艱困的環境下，都有辦法找出突破的方法與策略，展現南良人的力量。

如同張舜卿執行副總說過，將來這些「人才資源」就將成為南良事業體最重要的改革能量；而逐步的深化逐漸從內部換血，進而形成良性的循環。



內部員工 談南良願景

受訪者：特紡事業本部
成檢專員 蔡婉茹

專業分工提升效率

婉茹是個以家庭為重心的人，對於公司也抱持著相同的理念，工廠即家庭，每個員工的專業分工，能讓工廠運作順暢而有效率；因為婉茹長期致力於特紡部工廠作業員及成品檢驗工作，1996年就進入南良公司已達22年，今日接受公司通訊受訪實在受寵若驚，更是一份榮耀。每個人就像機台一樣，即使是個小螺絲釘，也能扮演機械運作不可短缺的角色，所以南良願景首重於分工，才能談到後面的遠景，認清個人本分的重要性才是南良願景最佳的詮釋。

南良願景不是口號

資深員工明顯感受到南良五年願景並不是口號，其實是可以真正內化到每個員工的心裡，近年來公司對硬體及軟體的改變不餘遺力；朝向綠色健康產品研發，網路行銷創新思維，提供各級人員長期教育訓練，ERP作業系統進入成熟期，

建構綠能太陽能板，設備逐漸汰舊換新...等等。並不是每每都令人全然滿意，的確身為現場人員婉茹，提出對未來要求作業環境能無汙染，電腦化及自動化輔助提升，讓出貨報表和標籤進化連線，回收廢料能再生利用減少公司浪費...等等建議，讓夢想不再是一種口號。

站在每個角度員工的立場都是希望公司進步，從報導中可以感受到如同王全成副董事長陳述，南良願景夢想，這是轉型的根本動力，也是我們的夢想，但我們也清楚看見，對於許多問題尚未解決、創新與改革的能量不夠強。在這兩年以來，我們逐一檢視許多脆弱的環節，必須要徹底解決，才能落實我們期待的目標。



受訪者：特紡事業本部
外銷課 張翠戀

好願景需要提前規劃

翠戀同仁聞如齊名淬鍊二字，從事國際貿易領域在南良已有10年的光景，擔任南良實業股份有限公司-特紡部外銷課船務，鍛鍊出如期完成上級及業務交付的國貿相關工作，船務面面俱到提供外銷業務全方位協助。翠戀本人興趣看書、爬山、練氣功、練瑜珈及戶外健走...等休閒運動安排，個性陽光正面思考的好媽媽也是同事間的交心夥伴，公司的願景如同人生規劃般，提早規劃生活美滿幸福，人人支持公司5年的願景規劃，做中學讓好的願景能提早實現，跟上世界潮流繼續打開國際觀與世界各項脈動接軌。

掌控交期需要智能管理

船務離不開交期二字，內外部的掌控都跟時間在賽跑，因為船期及空期都不等人的，所以內控變成了格外的重要；南良已有45年的工廠生產經驗，無論供應鏈和生產鏈都具相當成熟，在產銷人發財五管皆能上軌道，每每出貨異常往往主因都在人力不足造成的，智慧製造的建立變成首要當局之務，藉由智能化管理，往往能事半功倍相輔相成。翠戀提出小小建議，例如提供了每項物品條碼，條碼中呈現出多層管理資料，像倉庫存放區和基本資料...等，經過掃描可以和報關行連線，掌控貨品資料進度達到管理最佳化，降低因交期延遲所造成的各項損壞。

又如無紙化的構想可以環保減碳，雲端傳送資源共享也是綠色創新的一個環節；對南良事業體願景轉型的重要關鍵的三核心：綠色、創新、智慧製造，2018年的首要目標時值得南良人思考的課題，好願景需要好規劃，好願景更需要提前規劃共勉之！



內部員工 談南良願景

受訪者：健康科技用品
事業本部 / 林永昌設計師

身為設計師的使命感

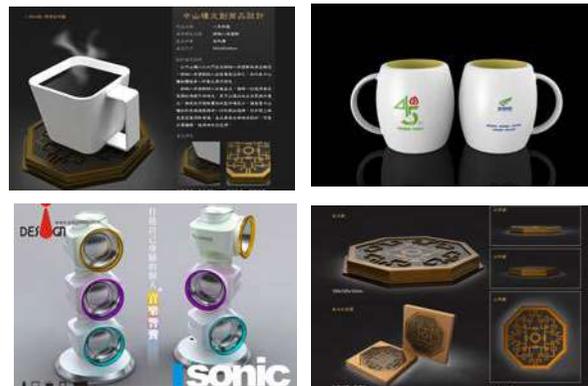
永昌擔任南良實業股份有限公司 - 健康用品事業部行銷企劃工作。雖然進入南良職場短短3年，但過去一直以來皆從事行銷企劃及設計創作有關工作，能將過去所學應用到該部門，近幾年與主管同事們溝通想法，對於製作行銷工具及手法，推陳出新來貢獻一己之力；在學職本能利用工作空間之餘，進修工業設計學系取得碩士資格，抱著終生學習態度不間斷更上一層樓。對於設計這門領域還是他的最愛，好的設計作品讓人把玩又兼具實用，是設計師追求最高亮點和設計人的使命。

拓展視野南良可以不一樣

過去永昌從事過大賣場業、汽車材料業、飯店業等等行銷企劃工作，接觸到這些公司國內外不同的客戶族群，學習到佈置展場、賣場規劃、DM 型錄美工設計、產品包裝、影音產品呈現、網頁製作.....等等多媒體實戰經驗；利用自己的

視野，對於健品部提出行銷多樣化產品包裝呈現，運用模擬 3D 彩現產品透視結構增強產品說服力，改變多媒體技巧設計出生動的簡報.....等等。

近年來提案文創作品的構想給公司，能結合健品部研發，將產品的呈現方式改由文創設計來提高賣點，過去自己也在文創這個領域，設計多種功能用途的產品參加比賽，這些寶貴的經驗願意提供給公司諮詢及經驗交流，讓南良工業化的材料系統中也尋找出不一樣的成品出路。



南良願景—— 社會及員工 共享成果

撰稿人：總經理室行銷企劃組 / 林君章

推廣員工社團活動福利

南良願景與社會及員工共享成果的目標中，由總經理室 張舜卿執行副總指出南良事業體的全體同仁，基於對生命之尊重，對環境之愛護，推廣員工社團活動福利，加強體能鍛鍊及修練，社團管理辦法應該重新於 2018.1.1 重新啟動。並指示由上而下改成由下而上員工自願擔任社長招生方式，推動本案是總經理室的權責所在，社團設立活動內容應符合康樂、體能、服務或其他等性質進行，由總經理室幕僚群來共同推廣社團成立活動辦法，並制定出每一社團申請經費以每季來發放社團補助金；其補助金額若遇到包括講師費、器材費、場地費、服裝費、交通費或參加比賽報名費等，公司將依憑證另行補助。社團申請設立年度目標時，如完成該目標者，得以社團為單位另發給獎金，以茲鼓勵。

員工的健康是公司永續經營的基礎

目前社團依照公司活動內容，於 2018 年第一季陸續完成社團計有氣功社、羽球社、壘球社（一隊和二隊）、籃球社、路跑社、登山健行社等共 7 個社團；第二季還有單車社即將成立！過去 20 多年來南良實業舉辦過多項競賽，有籃球聯誼賽及邀請賽、壘球賽、桌球賽、撞球賽、保齡球賽、羽球賽、拔河暨趣味競賽皆由上而下發起等等活動，過去也有設立活動辦法但補助方式及成效也不彰不能持久；今年開始總經理室展現更優化的辦法，讓全體員工能在建立起南良的傳統精神，有好的正當休閒活動，員工的健康才是公司真的永續經營的基礎，才能達到南良願景之社會及員工共享成果！



羽球社

壘球社



籃球社

氣功社

發展南良事業體 成爲標竿企業

撰稿人：總經理室行銷企劃組 / 林君章、國貿部 謝佳容、織造部 陳玟潔

南良願景以綠色、創新及智慧製造爲核心，與社會及員工共享成果，永續經營的全球複合材料之標竿企業。蕭總裁宣示 2018 年爲南良集團的整合年，針對永續經營的全球複合材料之標竿企業願景，蕭總裁親自規劃要求南良事業體，除了本身海內外需有上下游整合複合材料能量，也需能和集團內企業共同合作；指示今年目標將新投入個人防護用品、大健康產業寢具用品、汽車工業產業等三大產業。也將是朝向標竿企業目標共同努力，達成南良夢想願景！

南良個人防護用品：(六大系列)

- 一、特殊防護系列：
防火、防彈、防切割、防穿刺、防蛇咬...等。
- 二、孕婦、主婦防護系列：
抗磁波圍裙及衣著、防火毯、防熱手套...等。
- 三、工作移動系列：
滅火器、反光背心、帳篷、工作腰帶...等。
- 四、健康醫療防護：
糖尿病專用鞋子及鞋墊、老人專用鞋子及鞋墊、健康護具、護膝、護肘、醫療級防護衣及防護口罩.....等。
- 五、特殊功能產品系列：
冰涼系列、發熱系列、各式坐墊...等。
- 六、多功能用途及安全用品：
各種功能性綁帶、止滑條...等。



防切割、防穿刺複合材料 成爲最佳防護

針對特殊個人防護市場需求，南良公司所研發的防刀刺(砍)布料，主要材質係以美國杜邦公司克維拉纖維爲本體，並搭配其它高強度紗線所製成的面料，同時以特殊貼合繁複工藝所研製而成。防刀刺(砍)材質主要如下：美國杜邦克維拉纖維 / 高強度聚乙烯纖維 / 不鏽鋼絲纖維 / 高密度高磅數聚酯纖維。目前開發用途計有包袋材類、背心類，提供個人防刀刺(砍)等防護需求。



南良大健康產業寢具用品：

南良集團大健康產業五大主軸，南良事業體的健康科技用品事業部及嘉興睡輔處，屬於第二類健康科技產品系統；大健康產業寢具就是研究睡眠輔助品，人每天有 1/3 的時間在床上度過，寢具的衛生度和舒適度都關係著我們睡眠品質，更是直接影響人體的健康狀態。有些人對於塵蟎過敏很嚴重，很容易會有哮喘、鼻炎、濕疹等等的問題。人們血液循環不良、腰酸背痛、肩膀僵硬的問題，也在大幅度的增加，活性細胞隨之減少，免疫力降低等問題越來越多，已成為當代人的困擾。美國抗癌協會的調查表明，每晚平均睡 7~8 小時的人，壽命最長。基於爲維持人類大健康的方向，南良公司整合紡織各項專業，努力做好健康科技寢具用品造福全人類。

推出了防水防蟎保潔產品，要來提升大家的睡眠品質及衛生度。推出臺灣墨綠玉元氣枕，使用獨一無二元氣含量的天然玉石產品，有如身處深山中，遠離塵囂，使用磁石能量來消除正電位，測試達到 93% 遠紅外線保健作用。使用歐盟認證的 TPU 生質膜，高密度的 TPU 生質膜不僅能阻隔水分子和蟎蟲等微生物，還可以讓空氣分子穿過薄膜，達到透氣的作用；可以說是具有 100% 防蟎防水透濕的功效。提供床墊保護、枕頭保護套、隔尿(液體)墊、防汗防油布、遠紅外線能量 E-coating 毯...等其他功能寢具選擇。

南良織造部自 2007 年通過 Oeko-tex® Standard 100 Class II (皮膚直接接觸用等級) 環保紡織標章，於 2013 年起登入美國食品及藥物管理局 (FDA)，同時於 2018 年致力於通過 Oeko-tex® Standard 100 Class I (嬰兒用等級)，成爲標竿企業邁向永續經營之願景。



南良汽車工業產業：

針對汽車工業產業中，範圍有汽車、貨車、大客車、軌道交通等等運輸工具，主要以發展內飾材爲主軸；南良事業體將發展大中華內飾材市場，運用到汽車工業發展具有隔熱、隔音、防震、防水、防火、防爆...等高科技材料設計。軌道交通工具也有應用到海綿部的海綿，作爲車內隔熱、隔音、防護等墊片使用；知名汽車燈廠也隨著開發多項燈具模組，相繼使用海綿作爲燈具防水、防震等墊片；電子廠精密的機板，也使用特製海綿來作防震、隔熱等墊片；汽車外罩也開發外銷 TPU 防水車罩，提供防水抗 UV 來保護車體；引擎蓋的夾層中也使用杜邦 Nomex® 氧化纖維複合材料，讓隔熱及防火安全性提高。



在中國，1956 年第一汽車製造廠成批生產解放牌載重汽車，是中國汽車工業的開端。30 多年來中國的汽車工業有了很大發展，相繼建立了不少主機廠、改裝廠以及零配件廠。已能生產載重汽車、越野汽車、自卸汽車、牽引車、大客車、小轎車等各種類型的汽車。大中華區內飾材開發當然少不了大陸市場，針對大陸市場對汽車產業推動工作方向：

- (1) 南良品保部已針對中華人民共和國汽車內飾材料標準彙整可提供之檢測項目，以利各事業部車用材料開發檢測。
- (2) 搜集 CAPA 及大陸 3C 認證相關資料
- (3) 聘請專業顧問輔導並了解 IATF 16949 法規條文



南良特訓班 啓動新生代 人才培育計畫

【撰稿人：南良實業 林建宏副理】

為培育公司所需之國際化人才並建立未來之接班梯隊，總裁於 2017 年 11 月特責成南良事業體籌劃設立一人才培訓專班，定名為「南良特訓班」，以學習、交流、成長、傳承為宗旨，進行新生代年輕幹部之培育及養成。南良特訓班原則上每年辦理一期，初期成員以遴選各事業單位具備外語能力及發展潛質之國貿人員為主，並呈請總裁核定最終名單，第一期名單共計有 16 人，其中包含資深及新進之同仁，希望由資深成員帶領新進成員共同學習成長，以達到工作指導與經驗傳承之目的。

南良特訓班之計畫實施，初步是由人資部主管擔任計畫召集人負責統籌督導，參與之成員每月固定聚會一次進行研討學習，主題內容包括產業趨勢分析、產品資訊介紹、工作案例研討、讀書心得分享、參加課程講座等。全體成員依部門別進行編組，每月由各組成員輪值負責規劃活動細節，藉以訓練成員之規劃執行、團隊整合及溝通協調能力。此外，召集人亦另案提報成員參加南良學院所舉辦之年度中階主管訓練課程，因為特訓班主要目標是培育未來之幹部，故培訓內容之面向需多元化，包含了專業面、管理面、思考面、分析面、觀念態度面等，以提升成員全方位之工作職能。除了嚴謹之訓練課題外，總裁指示亦應安排有柔性之聯誼活動，以促進成員間之互動交流並建立革命情感，有助於未來內部之團隊合作與資源整合。



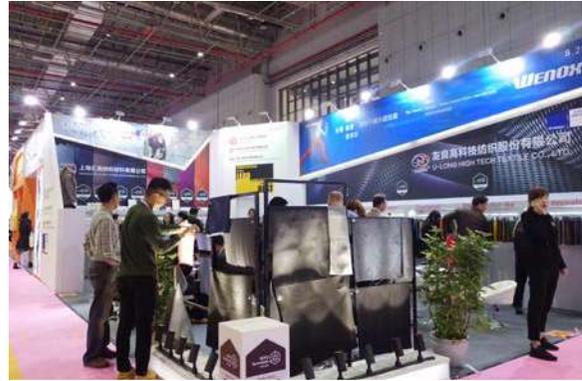
南良特訓班已於 2018 年 1 月 1 日正式啟動，總裁特別於 2017 年 12 月 6 日主持開訓典禮並幫全體學員講授一堂課程，課堂中總裁毫無保留地傾囊相授，將自身多年寶貴之工作經驗、專業知識與成功之道分享予學員，並於課後和全體學員及高階主管進行餐敘，席間總裁和大家閒話家常也不斷勉勵，時而感性時而談諧，無形間拉近了和成員間的距離。此外，總裁亦派人訂購「鬼速 PDCA 工作術」一書並於每本書上題辭簽名分贈給每位成員，讓成員在感動之餘亦深刻體會到總裁愛才惜才之用心。

在南良事業體張舜卿執行副總的大力支持、關心及指導下，南良特訓班到目前為止已辦理過四次研習活動，每次研習時，全體們無不用心準備資料，全神投入討論，在彼此交流的過程中，每每激發出不同的創意火花，拓展出更寬闊的視野，讓大家從中獲益良多不斷精進。期許每位成員均能秉持著總裁所期勉的「追求成長為責任、創新發展為動力」之積極精神，自我惕勵好好學習，在不久的將來，能夠成為公司不可或缺之重要幹部，協助公司再攀事業高峰。

啓動新生代 人才培育計畫

2018 上海春夏面料紗線展 引領動能變革 共譜賦能新章

撰稿人：華東辦 劉術佳



新春伊始，無數變革正在含苞吐穗、蓄力待發。在新一輪消費變革驅動下，紡織面料企業亟需一個平臺，展示自我創新實力、洞察國內外市場風向、與下游採購商緊密互動。3月14日-16日，來自22個國家和地區的近3400家行業領先面輔料企業即將以逾187000平方米、7館之姿，在國家會展中心（上海）再次集結。

集團友良事業體再次參展，現場新老客戶往來絡繹不絕。在綠色環保的時代主題下，友良推出一系列新品，包括：耐磨系列、彈性梭織雙層面料（一體成型）、高強度系列、高級彈性布系列等，受到客戶的廣泛詢問及好評。

隨著中國紡織工業的發展，全行業對於創新的訴求越來越強。產業上游纖維紗線企業也順應市場變化，不斷開發新產品，重視技術創新與品牌建設。跟隨著行業的變化，yarnexpo春夏紗線展的規模也逐年擴大，此次筆者將重點報導有關紗線展所搜集到的部分特色纖維。

一、 石墨烯纖維

代表企業：聖泉集團、南通強生石墨烯科技有限公司、恒天纖維集團有限公司。石墨烯具有高導電性、高強度、高韌性、超輕及超大比表面積等多種特點，在軍工、航太、鋰離子電池、光伏產業、新能源、新材料等傳統領域和新興領域，都將帶來革命性技術進步。聖泉集團與黑龍江大學合作，利用植物秸稈纖維素製備出生物質石墨烯，全球首條生物質石墨烯工業化生產線在聖泉集團建成投產。

隨後研發生產出內暖纖維、內暖絨、內暖石墨烯孔等系列新材料。

二、 無染纖維

代表企業：恒天纖維集團有限公司、上海德福倫纖維有限公司、浙江超喆新材料有限公司、午和差別化纖維有限公司，原液著色纖維，實現了纖維和染色的同步生產，減少了後序染色加工的污染，節約了能源。廣受市場關注。

浙江超喆新材料有限公司生產之有色纖維無需染色，色譜廣，色牢度更持久，色差小。並且推出了雙色纖維，兩種不同顏色的切片熔融混紡，無需染色可以達到混色效果，比普通染色手感更加細膩。

三、 生物質纖維

代表企業：恒天纖維集團有限公司、上海德福倫纖維有限公司、嘉興昌新差別化纖維科技有限公司，聚乳酸纖維：生物基來源，以可再生纖維素、澱粉、糖為原料，可完全生物降解並可堆肥，燃燒時不會散發毒氣，是嚴格意義上的“綠色塑膠”和“環保材料”。恒天集團自主研發的“聚乳酸熔體直紡”技術，是全世界首創。已建成國內首條年產2000噸PLA纖維生產線。且具有獨立智慧財產權。

嘉興昌新差別化纖維公司生產的逸絲是以玉米、小麥、木薯等為原料，經發酵轉化成乳酸再經聚合、紡絲而製成的生物質新型纖維，逸絲特有功能為驅蟻及抑蟻。再生纖維素纖維：如lyocell纖維、modal纖維等。

其中恒天集團的Lyocell纖維被引進並在保定完成建設年產1.5萬噸專案。

四、 草木染纖維

代表企業：宜賓惠美纖維新材料股份有限公司。惠美纖維新材料有限公司草木染有七大色系植物染，可染出細膩中間色，且透過不同色相複染，得到更豐富雋永的色彩層次。染料植物均是經過嚴格的篩選，無毒無害，具有天然親膚性。染料

植物種植加工體系實現優選品種規模化有機種植，植物所萃取的天然染料可迴圈使用，減少有機物排放，植物殘渣可作為有機肥料迴圈利用。

五、 全譜熱纖維

代表企業：恒天纖維集團有限公司、浙江超喆新材料有限公司，通過加入納米陶瓷材料使纖維能夠吸收太陽光中的高能波段，將輻射能高效轉化為熱能，同時100%反射人體低能波段。耐久性好。

越南中良參加 日本東京展 FASHION WORLD TOKYO

撰稿人：越南中良 甘尹如



2018年4月4-6日，日本最大的時尚產業展FASHION WORLD TOKYO於東京有明國際展覽中心舉行。越南中良連續兩年參加FASHION WORLD TOKYO展覽。

FASHION WORLD TOKYO是匯集時裝、服飾品、加工技術、生產原料為一體的綜合性時尚產業商貿展。細分為7個專業展：潮流女裝、箱包、鞋飾、時尚配件、男裝、服飾代工以及最重要的紡織面料與輔料。

本屆FASHION WORLD TOKYO有1,050家參展商，來自世界40個國家，比起去年增加了很多，特別是中國鞋廠、袋子廠、成衣廠。中國縣市政府對於企業參展有高額補助，所以中國廠商都是一次以兩三個攤位參展，營造出奢華大氣的感覺。而此次也有多家孟加拉成衣廠參展，主要訴求孟加拉出口日本有關稅優惠或免稅。而我司越南中良是越南廠，出口日本也有關稅優勢，很多路過的日本客人看到Vietnam，就很有興趣地進來攤位詢問。

FASHION WORLD TOKYO參展廠商多元，所以來看展的買家也與平常有所不同，像是品牌設計師、新興電子商務、獨立小眾品牌等，都是日常業務範圍難以接觸的，極利於開拓新客戶。而各種客人有興趣的面料也是不一樣，電子商務喜歡稍具功能性，價格具有競爭力的面料。而像設計師走在時尚潮流尖端，特別著重於印花跟緹花系列面料。

這次越南中良主推X-Wicking系列，優異的吸濕排汗功能之外，還兼具強大的價格競爭力。近年來環保風氣的盛行，很多大品牌懷抱著企業永續發展的理念，對於Recycle系列極感興趣，像是IKEA跟H&M拜訪我司攤位都有特別強調要看這系列。而印花跟緹花系列也是最近的趨勢，不僅有越南中良自我開發，還有運用緹花布做整件夾克，讓許多客人印象深刻，嘖嘖稱奇。



台南市長李孟諺 訪南良集團 商討投資會談

【撰稿人：南良通訊編輯部 整理】

台南市長李孟諺於4月10日蒞臨南良集團參訪，由集團總裁蕭登波親自接待，雙方就台南產業環境進行意見交流，台南市政府近年積極招商，多方營造優質投資環境及協助排除障礙吸引廠商投資，市長李孟諺與秘書長方進程、經發局長殷世熙本次至南良集團參訪，與南良總裁蕭登波就台南產業環境進行意見交流，並聽取產界之建議，以行動展現市府積極招商決心。市府迄今所列表四十五個投資招商案，總計投資額超過一千一百億元，未來將定期召開重大投資會報，並盡全力協助企業排除投資障礙，歡迎在地企業加碼投資，根留台南。南良集團產品多元，包括成衣類、運動休閒、醫療防護、綠能及健康產業等多項類別，會談中蕭總裁也表示對於工業、綠能及農業方面的投資與拓展有高度意願。

李孟諺市長於會談中談及蕭登波總裁將集團總部設在永康區，創造在地就業機會，還特別感謝企業認養三崁店糖廠舊址，自台糖關閉三崁店



糖廠以來，廠址長期荒廢，以致雜草叢生，不但造成附近環境髒亂，也容易形成治安死角；加上三崁店發現諸羅樹蛙，引起保育團體重視，南良集團挺身而出，認養三崁店糖廠舊址、守護三崁店自然生態，讓諸羅樹蛙得以繁衍棲息，南良集團善舉對生態環境永續具正面意義，對台南的愛惜值得市府表揚。

蕭登波總裁也對台南市政府長期的用心與關心表示感謝，「台南是我的創業發跡地，南良創立四十多年來，一直秉持積極開創之精神，努力追求企業之獲利與成長，對我而言，台南就是一塊寶地。」蕭登波總裁表示，一直以來皆秉持「感恩」與「利他」兩項理念來做事，期望能盡自己微薄的力量持續來回饋社會，感恩回饋是企業家的責任，未來南良集團將持續此精神，在台南這塊土地深根並努力回饋社會。

佳東綠能與 成功大學綠色建材 產業聯盟 成立聯合研究中心

【撰稿人：南良通訊編輯部 整理】

成功大學能源科技與策略研究中心主任林大惠領軍的綠色建材產業聯盟，3月29日於成大科技大樓舉行聯盟廠商研發成果發表會，由副校長陳東陽主持，綠色建材產業聯盟這幾年致力於綠色建材產品之提升、研發與推廣，垂直整合上、中、下游廠商，橫向連結產、學、研單位，包含集團所屬佳東綠能公司等共有多達41家企業加入此聯盟會員，橫向整合成果豐碩。成大綠色建材產業聯盟開創產學合作新模式，也藉由這次成果發表會，與佳東綠能公司合設成立【綠晶綠建材聯合研究中心】，南良集團總裁蕭登波更親臨現場與副校長陳東陽等一起舉行揭牌儀式，成大強調這不僅代表聯盟努力創造嶄新的產學合作發展型態，未來將與佳東綠能公司共同致力於氣凝膠粉體合成量化、氣凝膠在建材、車輛、船舶等功能性塗料專案開發，並支援多項功能性玻璃檢測等研究，與佳東綠能公司共同合作研發具市場破壞性之新產品，並且將公司多項綠色產品推向國際舞台。

綠色建材產業聯盟肩負台灣前瞻綠能基礎設計計畫之「亞熱帶氣候之智慧型節能建築測試驗證平台」建置之重責大任，以防火、隔熱、節能等綠色建材之性能檢測為主要發展項目，進而延伸至材料的生產製造流程，再擴展到產品的開發及展示，協助產業制訂CNS標準、制定標準檢測方法；企業從研發階段、建材製程到行銷，聯盟實驗室提供包套式的測試及驗證。這次成果發表會上多家知名的聯盟會員包括佳東綠能、3M、長岡機電、中和製漆、成大昶閣等也相繼發表綠色建材產品，成功大學完整的研發能量，未來將與眾多大廠進行產學研合作，以期共同提高綠色產業鏈整體價值。

最後成大也強調，綠色建材產業聯盟將發揮團隊合作功效，將是2018高雄國際綠建築暨建材大展之策展單位，協助所有會員一起參展；透過綠色建材產業聯盟的牽線，佳東綠能公司亦將於7月26日~28日首度參展於西貢會展中心舉辦之2018年越南台灣形象展，將於台灣綠色產品形象館展出公司系列綠色產品，將綠晶玻璃等綠建材產品推向國際。

【撰稿人：南良通訊編輯部 整理】

中良工業與友良高科技 入選經濟部國際貿易局

「107 年度紡織品整合行銷與商機開發計畫」



經濟部國際貿易局為協助我國紡織業加強拓銷海外市場，持續促進我國優勢紡織品在國際市場之佔有率，並配合政府「新南向政策」，有系統的開發新興市場，自 106 年起推動為期 3 年之「紡織品整合行銷與商機開發計畫」，並委託紡拓會執行，期能經由延續性之產業出口拓銷策略，發展台灣成為亞太地區高附加價值紡織品採購中心，「107 年度紡織品整合行銷與商機開發計畫」推動藍圖如下：

【願景】發展台灣成為亞太地區高附加價值紡織品採購中心

【市場】深化成熟市場夥伴關係 + 引導開拓新南向市場。

【產品】機能結合流行紡織品 + 環保永續紡織品。

【措施】形象提升 + 精準媒合 + 虛實整合 + 客製化輔導。

107 年度共計有 16 家廠商入選為本計畫「客製化行銷輔導措施」之受輔導廠商，集團旗下中良工業與友良高科技兩公司分別以「布建北美行銷據點與越南市場虛實整合行銷計畫」及「友良高附加價值彈性平織布歐印市場開發計畫」獲選受輔導廠商。並於 3 月 8 日出席紡拓會辦理之計畫執行說明會，為本年度計畫揭開序幕。

入選廠商實力堅強屢獲政府獎項 及國際認證肯定

本計畫以「國際行銷諮詢與服務」、「客製化行銷輔導措施」、「整合行銷與商機開發活動」作為計畫核心，其中「客製化行銷輔導措施」係由廠商依據其本身產品優勢及核心能力，規劃客製化輔導方案並提案申請，本年度入選之 16 家廠商計有台灣百和、得力實業、力鵬企業、黛莉公司、裕源紡織、集盛實業、興采實業、尚益染整、晶安公司、佳紡國際、豪紳纖維、新光合織、中良工業、詠祥紡織、友良高科技、大東紡織。入選廠商中有超過六成屬自行提案，其中並有 5 家為首次提案即獲入選，足見台灣紡織業者國際行銷能量已逐年提升。此外，16 家入選廠商中不乏有曾榮獲經濟部工業局遴選為中堅企業，或獲得經濟部國際貿易局金質獎肯定者，更有多家廠商均已具備 Bluesign、Oeko-Tex 等國際環保認證，顯見本年度入選廠商均為體質優良，且有良好發展潛力的企業。透過本計畫多元的整合行銷措施，協助台灣紡織業者有效拓銷國際市場，而多元商機開發活動預估將帶動 7,000 萬美元商機。

本計畫本年度除持續拓銷北美及歐陸等成熟市場外，亦將積極配合政府政策，配合政府未來將加強推動「新南向政策」的力道，故同步開發越南、印尼、印度、斯里蘭卡等新南向國家，以及中國大陸等新興市場。希望輔以紡拓會的行銷數據分析強化精準行銷，推廣台灣以機能結合流行及環保永續之高附加價值紡織品，建立臺灣紡織品優質形象，深化產銷夥伴關係，並能達成帶動整體商機 7,000 萬美元之目標。



中良玉山 勇腳隊 挑戰玉山 報導



【撰稿人：夏心如】

二萬步伐的前行，我們做到了！

全員攻頂，無人放棄！
靠的不僅僅是老天的保佑，更是我們人助自助的努力！

2018 年 ~ 凝聚共識體驗營
劃下了精彩且完美的一頁 ~~~

謝謝所有工作人員的扶持！
謝謝所有參與人員的堅持！
謝謝中良所有人員的支持！

我是此次活動的負責人 心如
做到了 不是結束 而是另一個開始
中良 加油！





【撰稿人：辛耀進】

此次共識營是我第一次以工作人員的角色出席，於3月初接獲指示後，心中除了不知所措，不免感受害怕，畢竟要爬上2800公尺以上高海拔的山脈就已是不容易，又要以外行人的身份從事帶隊活動，心裡的壓力不可言喻。

整個過程，從場勘開始，就遇到地震造成的大坍崩，18個小時的連續不休息體力探勘，讓我第一次體會，原來以往看似輕鬆的工作人員，背後真的隱藏更多不為人知的辛苦。後來的日子，幸得活動的負責人及其他伙伴都是具有相當經驗專家，讓我一路走下來，關關難過關關過，有驚無險的完成了使命。

讓我印象最深的一個環節是，被分配到帶領早操的工作，除了負責跳還要角色扮演，這讓內向又手腳不協調的我，是一項艱鉅又挑戰的任務。總覺得對於本身並不是那麼擅長於舉辦活動的我來說，確實有更多的掙扎，後來靠著不斷的練習及綵排，並戴上面具後，才能不顧一切的豁出去，成為活動中的一大亮點。

經過這次兩天一夜的活動參與，讓我了解到要舉辦一場活動，其實中間的過程是需要經過精心反覆的討論跟思考，一次又一次的模擬跟場景設想，及所有工作人員的互相配合，事前詳細的規劃非三言二語能形容，而未知的變數，更為活動增加了不少難度，ex: 天候的因素，路線的變更，兩天的備案。

最後也很感謝此專案負責人心如在整體活動能規劃得宜，及事前精細設計，讓整個活動在每個環節中都能銜接順利，另外還有我的伙伴們～純華和惠敏，大家都在自己所分配到的工作上能盡心盡力的完成外，能彼此互相打氣跟幫忙，也因為有大家的支持，此次26願景最終一年，才能成功。



【撰稿人：黃惠敏】

終於迎來了二六願景的最後一年，當踏上前往玉山前峰的路途，整個登山的過程中讓我學習到了二件事 - 「放棄」以及「堅持」。

前鋒隊中有個隊員，希望可以讓大家體驗在山上吃西瓜，所以揹上了將近六公斤的小玉西瓜上山，一路向山上前行，但在明顯超載的負重之下，隊員出現身體不適的現象，臉色蒼白想吐，大家極力勸阻，希望他可以將西瓜放下，減輕登山的負擔，後經他自我的權衡之下，放棄他所堅持的目標 - 揹西瓜攻頂，在半路當中剖開西瓜，就地分享，雖未達成，卻也讓大家在海拔三千多公尺上吃西瓜，亦是一種難能可貴的極致饗宴。

在攀爬前鋒時，對我這個有懼高症的人來說，是個另人心生恐懼的挑戰，說嚇到腳軟也不為過，沿途碎石遍佈，幾次興起放棄想要下山的念頭，心裡極度抗拒掙扎，心裡獨白特別多

「我到底為什麼會出現在這？」
「這個山到底為什麼要這麼難爬？」
「老天爺啊，放我下山！」
「我快不行了，誰來救救我...」

在負面的情緒環繞下，耳邊伴隨著是隊友們彼此的鼓勵與支持，一步步的登頂，一步步的下山，最後，全員共同努力堅持下去，無人放棄，全程完成這次的挑戰，回到登山口的瞬間，感動滿溢於心，「堅持」是值得的。

選擇「放棄」是件需要勇氣的事，而努力「堅持」下去是一種突破，不論是在工作、感情或者家庭關係當中，我們都需要去思考，該如何選擇放棄，該如何堅持下去，放棄與堅持之間，都需要靠我們的勇氣去努力。

在負面的情緒環繞下，
耳邊伴隨著是隊友們
彼此的鼓勵與支持。

以往看似輕鬆的工作人員，
背後隱藏更多不為人知的辛苦。

中良玉山
勇腳隊
挑戰玉山報導



【撰稿人：沈純華】

就算迂迴也能轉念，當作一切都是收穫前的挑戰

二六願景凝聚共識體驗營在當初設定的目標是 2013 年 ~2016 年完成谷關七雄攀登、2017 年單車環島台灣，最後 2018 年玉山群峰壯遊 ~~~

整個二六活動主軸以資源整合、分工合作、協同作戰的精神，穿插在每一年的活動中，企圖發揮最大的合作效益！團隊的權益高於一切，團體合作才能突出。個人與團隊的關係就像小溪與大海。每個成員只有將自己融入集體，才能充分發揮個人的作用。個人的發展離不開團隊的發展，將個人追求與企業的追求緊密結合在一起，破除個人英雄主義。

各位，慢慢來 ~ 不用急，目標終究會有抵達的一天。就算迂迴也能轉念當作一切都是收穫前的挑戰，一步一步的走穩向前，不要因挫折停下往前的腳步，向三六願景勇敢地前行吧！



【撰稿人：賴俊佑】

在挑戰自我，提升極限的路途上，我並不孤單

「加油，在 50 公尺就可以吃西瓜了」

「嘿，不要放棄阿 ~ 過了鐵鍊就是攻頂」

回程的車上，發抖的雙腳訴說著玉山前峰的險峻 (標高 3,239M)，但腦袋裡面繚繞卻是夥伴們互相打氣，永不放棄的話語。身體是非常的疲憊，但心神卻是十分的滿足。

這是我第二次參加中良的共識營，不管是去年的花東縱谷單車或是今年的攀登玉山前峰，中良的共識營一直都是超考驗意志力的活動。但我總想參加，因為我知道跟著這些夥伴，我可以「挑戰自己、超越極限」。換句話說，如果我自己一個人會去登玉山前峰嗎？會去騎花東縱谷嗎？但當身邊多了一群互相鼓勵的夥伴時我相信我做得好；想放棄的時候，徐協的一句鼓勵；想偷懶的時候，前方林總的背影，這些都提醒著我「在挑戰自我，提升極限的路途上，我並不孤單。」

反思在企業的經營過程，不也一樣嗎？在一面漆黑未知的商場上取得勝利，需要的就是意志力及夥伴的相互呼應。至此我突然了解林總的用心，也懂了為什麼要取名「共識營」，不是要在這個活動中取得大家的共識，而是要把來自各個領域的中良主管們，捻成一條燈心，一起燃燒、一起發光發熱照亮中良，引領中良持續前進。

中良玉山
勇腳隊
挑戰玉山報導



太康綠隧 馬拉松接力賽

【撰稿人：邱建男 營運總監】

柳營區公所於 107 年 4 月 15 日 (星期日) 在「太康有機農業專區」的「太康營業所」舉辦了一場年度盛事大活動「太康綠色隧道馬拉松接力賽及土芒果節」，該次活動於去年 11 月份時由柳營區公所李宗翰區長率民政課長及相關的承辦人員，並邀請承辦公司「光圈整合行銷有限公司」負責人員，至太康營業所來討論整個活動的策劃及規範，為使太康營業所曝光率大增，並加強其行銷與廣告性功能及效果增加，極力爭取後，最後決定地點選在「太康營業所」辦理，且辦理方式有別於一般傳統性的方式「全馬」「半馬」辦，而採用接力賽方式辦理。

此次比賽採接力賽方式辦理，共有 160 隊報名，每隊 8 名選手，在 6:30 鳴槍開跑後，所有參賽者均卯足精神、全力衝刺，每名選手均須跑完 5 公里，再跑回起跑點交棒給下位選手，因為起跑點及終點均訂在太康營業所園區內，所以該日除了參賽選手外，加上眷屬及參觀者，估計約有二千人左右在園區內活動，現場氣氛熱鬧滾滾、人山人海，人潮擁擠也帶來不少的營收商機，而此次與眾不同的比賽方式，吸引來自全省不同地方的選手、隊伍、社團、學校，他們對此次活動主辦單位能選在聞名全省的綠色芒果隧道辦理驚艷不已，都認為是一處非常適中的地點，留下了深刻美好的印象，皆異口同聲表示有機會會再來參加。

為了讓選手、眷屬及觀眾能從開始至比賽結束均能留在太康營業所園區內活動，非常感謝李宗翰區長能夠採用此種比賽方式辦理，二千多人在此停留半日，除了讓他們認識、了解太康有機農業專區之外，對本營業所所帶來的行銷與廣告效果、價值更是不可同日而語，也希望藉此活動帶來更多的觀光人潮。

未來我們會永續與區公所共同來辦理一些有教育性或趣味性的活動，或者與相關行政單位、社團，或是學校團體及一些不同屬性的組織，配合辦理不同性質及可以吸引各個階層的人至此辦理各項的活動，讓太康營業所能打響更大的知名度，使太康有機農業專區成為值得一遊的最佳去處。





東莞旭泰運動手袋製品公司
東莞南翔運動製品有限公司

用愛打造的 家人團隊

訪者：東莞旭泰 / 李怡靜協理
訪談撰稿者：南良通訊編輯部 / 劉振銘

自 1992 年進入集團服務至今已逾 26 年，李怡靜協理從起初基層的工讀生做起，一步一腳印，乃至今日擔任東莞旭泰及東莞南翔兩間公司經營主管，李怡靜協理勇於挑戰自我，永遠給人積極、樂觀的正面態度，把工廠同仁視為一家人的領導風格，這幾年帶領著公司在逆境中繳出穩健成長的成績單。

Q. 南良通訊編輯部

旭泰與南翔這幾年在整體大環境的逆境中，仍能維持公司穩定成長，可以談論您的領導風格及與團隊的共事模式。

A. 李怡靜協理

在此請容我引用 H&M 品牌於 2016 年 10 月驗廠時給予我們的一話，來對於公司整體的讚揚及肯定。

**“不可思議完美團隊！，
這個團隊讓客人察覺到全工廠貼心、勤奮、努力、還有愛”**

一直以來，我帶領旭泰與南翔公司的領導風格，是秉持以人為本的精神，在公司我常稱同事為家人，因為是一家人，所以我常鼓勵同仁用真誠的關懷與互助的精神來對待彼此。在追求公司成長獲利之際，我也不忘重視及了解員工內心想法及需求，努力將旭泰及南翔公司打造成充滿愛與同理心的團隊，讓在這邊工作的同仁能真正發自內心增加歸屬感，以廠為家，進而以旭泰南翔為榮，一起攜手再創佳績，邁向輝煌。



” 在看到成績之前，首先要先看到員工的心，以鼓勵去帶動員工，把公司同仁當作自己的家人，所以這是我得力的秘訣！ ”

Q. 南良通訊編輯部

您在帶領公司遇到挑戰與困難如何因應？請分享您的做法以及勉勵。

更希望每個員工都帶有幽默感，這讓員工跟主管之間沒有隔閡及距離，可以一起共同迎接未來的挑戰！

A. 李怡靜協理

面對多變事物我常秉持喜樂的一顆心，因著堅定的信仰，我相信只要勤奮努力，一切終將得到應有的祝福與榮耀，所以面對挑戰與困難之處，我都會告訴自己要努力珍惜在職場上任何可以學習的機會，並且學會感謝，感謝世上給你的一切！

我特別勉勵我的員工家人要有一顆喜樂及幽默的心，我每年年終都會讓他們欣賞一些輕鬆詼諧的電影，我都會告訴所有的團隊成員們，

“在公司的環境裡面，百分之九十的讚美，百分之十的壓力，這是我的得力秘訣”

在公司的團隊部門中，遇到兩單位有意見不同時，我總是教導彼此多想想別人的優點在哪？當大家彼此都懂得發現對方優點，時刻不吝給予對方讚美的同時，團隊的磨合及默契也在悄悄成型。

最後用我常告誡自己的話語來勉勵諸位：

“知足常樂，數算別人給你的恩典”在團隊裡面，努力把自己的辛苦看不見，把別人的功勞居首位，在這間公司讓自己感覺到是幸福的，那你也會繼續幸福下去！在此與大家共勉之。

“我們遭遇越是困難的困境，越要用幽默感在痛苦的環境裡走過”

旭泰驗廠人生

【撰稿人：旭泰 蔡長展】



驗廠，是所有正規 OEM (Original Equipment/Entrusted Manufacture) 公司在邁向品牌接單的必經之路；中國在成為世界工廠的同時，由於產品的缺陷、人權的罔顧，伴隨而來的是品牌的不信任感以及社會輿論的壓力，此時驗廠隨之而生；驗廠，是按照客戶或協力廠商等公正機構針對專一或多個工廠領域所設定之行業或跨行業的行事標準，透過客戶授權協力廠商公正機構或客戶自身至工廠進行審核或評估，並藉由評估的結果對工廠進行評級、判定是否對工廠授權生產或者信任其產品符合品牌客戶的產品上市要求，確認其不會造成授權方任何的負面評價。



根據行業或地區的不同，目前主流的行業標準多有 ICTI 體系認證（玩具行業）、EICC 體系認證（電子行業）、WRAP 體系認證（美國客戶服裝鞋帽行業）、BSCI 體系認證（歐洲大陸地區）、ICS 體系認證（法國）、ETI 體系認證（英國）等體系認證；隨著時間轉移，現各大品牌亦逐步在建立自身驗廠體系上摸索前行，在原有的基礎上進行修正或加強，針對品牌方所著重的著眼點增加驗廠強度，對於可忽略或不符合自身利益基礎的規範加以調整；故現今的驗廠種類有如百花齊放，對於工廠自身的靈活度水準要求日益嚴苛，受檢方需真正的強化自身各項領域的管理體系及執行力度，貫徹說寫作一致的行事方針，方能在面對品牌客戶各領域驗廠要求時能處變不驚。

旭泰的企業目標是【成為一間提供全方位服務的 OEM 公司】，做為一間標準的 OEM 工廠，我們所面對的客戶來自全球，在旭泰業務團隊夙夜匪懈接單、生產團隊日以繼夜趕貨的同時，管理處及品保中心同時也在為了強化自身管理體系及品質控管能力而默默努力；面對各個客戶的諸多驗廠標準，旭泰現今已逐漸形成良好的自我管理以及面對客戶驗廠的靈活應對；當然，旭泰曾經在諸多驗廠的標準當中掙扎過，諸多的不理解、管理能力不達標，對於客戶的高標準、要求產生質疑甚至萌生放棄的念頭，最終在旭泰各單位協力配合下，關關難過關關過，以達到了現在的成績。目前旭泰所面對的驗廠類型及遭遇的驗廠主要區分為：

1. 社會責任：WALMART、WCA、SA8000、SMETA、BSCI
2. 品質體系：ISO9001:2015、OBL、RQS
3. 反恐認證：C-TPAT、GSV
4. 環境保護：ISO14001:2015、HIGG、EHS
5. 化學認證：QC080000
6. 回收體系：GRS 以及各個客戶如 LEGO、THULE、BILLABONG 的 CoC 驗廠標準。

【旭】日東升齊開【泰】，【翔】瑞鴻福鎮東【南】；旭泰在經歷多次組織整頓及人事調整，最終落腳在寮步的東莞廠區；我們數次浴火重生，卻都在被擊倒的前一刻站起來，因為我們有一位奉行用愛管理、身體力行且總是在最前線衝鋒陷陣帶領著我們的李協理，以及互相扶持，總是吵架卻不傷感情的旭泰兄弟姐妹，相信在不久的將來，無論是接單、交貨或是滿足各項客戶的驗廠標準，旭泰都能從容面對，【成為一間提供全方位服務的 OEM 公司】。

知識園地

淺談契約行為

【撰稿人：嘉良事業體 謝順成高專】

人與人之間最常見的法律關係，就是因“契約行為所”發生「債權、債務」的法律關係。事實上，契約是民法是用來規範人類生活中的法律行為之一，而其中最典型、最基本的就是「契約」。簡易的說，契約就是雙方當事人的意思表示一致法律上效果之行為。依據民法第 153 條第 1 項：「當事人互相表示意思一致者，無論其為明示或默示，契約即為成立。」依此定義，我們每天在外行動與人接觸的過程中，往往已經訂下了許多契約行為而不自知，例如：上班、搭捷運、搭計程車、餐廳用餐、向鄰座借報紙……等等，無一不符合民法中對於契約之定義。民法債編中所列出的有名契約就有二十餘種，每一種契約均有其特點，限於篇幅，本文僅就契約成立之共同要件加以說明。

（一）成立要件

契約成立之第一個要件就是須有雙方當事人，而且雙方當事人相互為對立之意思表示。所謂對立，意指雙方意思表示的內容是互補的，例如一方要買、另一方要賣；一方要出租、另一方要承租等。雙方當事人之意思表示除需對立外，亦需趨於一致。所謂一致，也就是契約標的是相同的，例如一方要買房子，但另一方要賣車子，雖有互補之意思表示作用，但其標的是完全不同的，所以就無法成立契約。其他的成立要件尚包括：意思表示之內容須以發生債之關係為目的、契約雖為法律行為，但有時需具備其他法律事實始得成立等。

（二）要約

契約的成立是須先透過「要約」達到「承諾」的過程而達成，意思表示在先的為要約，意思表示在後的為承諾。要約是以訂立契約為目的，其作用在於徵求相對人之承諾，故而一旦形成意思表示，即具有拘束力。所謂拘束力，意指要約人不得將要約之內容任意擴張、限制、變更或撤回，因此形成要約之後，要約人即無反悔之餘地，此即民法第 154 條第 1 項前段規定：「契約之要約人，因要約而受拘束。」之意旨。

（三）要約的引誘

以商業型態而言，企業雖需要廣為宣傳以促銷本身提供之服務或商品，但隨意地對不特定對象提供具法律拘束力的要約，在實務上有時不易完成或是有欠恰當，因此常常見到企業係以「要約之引誘」來表示締約意願，使他人向自己為要約之行為，例如：家中常收到超市的商品廣告傳單、房屋仲介招租或賣屋之告示牌...等。此可見於民法第 154 條第 1 項後段之規定：「但要約當時預先聲明不受拘束，或依其情形或事件之性質，可認當事人無受其拘束之意思者，不在此限。」就常見之便利商店或量販店之經營方式，應如何區分要約與要約之引誘？參考民法第 154 條第 2 項：「貨物標定賣價陳列者，視為要約。但價目表之寄送，不視為要約。」由條文可知，當商品標價陳列於貨物架上時，店家已形成要約之行為，顧客取下該商品

於櫃臺結帳即為承諾，故在結帳前契約尚未成立，然要約之拘束力已形成，故店家有義務以陳列架上之標價或標示之優惠出售該商品；而經郵寄或電子郵件所收到之訊息，則僅屬要約之引誘，並不能以之為結帳之依據，而店家也多會於訊息上註明實際售價以賣場陳列為準等字樣。

■ (四) 承諾

要約是對於要約人產生拘束力，然而對於相對人（即要約之受領人）有何效力？受領要約之相對人，因要約而取得承諾之能力，但具有承諾能力並非指其有承諾之義務，故相對人自可以用拒絕或不為承諾之方式，使要約歸於消滅，如民法第 155 條：「要約經拒絕者，失其拘束力。」。但不為承諾究係承諾遲到或拒絕承諾，因其效力未定將會造成法律關係之不確定，故而民法以第 156 條：「對話為要約者，非立時承諾，即失其拘束力。」、第 157 條：「非對話為要約者，依通常情形可期待承諾之達到時期內，相對人不為承諾時，其要約失其拘束力。」及第 158 條：「要約定有承諾期限者，非於其期限內為承諾，失其拘束力。」等規定，以承諾期限為要約之存續期限，以確保雙方利益的衡平。承諾之效力即為契約成立，所以承諾生效之時即為契約成立之時。然而，若承諾之發生與內容並未與要約之期限或內容一致，應如何認定該契約之有效性？依民法第 160 條第 1 項：「遲到之承諾，除前條情形外，視為新要約。」及第 2 項：「將要約擴張、限制或為其他變更而承諾者，視為拒絕原要約而為新要約。」之規定，因承諾遲到或因其與要約之內容不一致，已視為意思表示之不一致，故原契約不成立，但仍可將此承諾視為新契約的要約，從而開始另一個契約的締結過程。

■ (五) 成立的方式

如前所述，一般契約依民法規定只需符合民法第 153 條第 1 項：「當事人互相表示意思一致者，無論其為明示或默示，契約即為成立。」之條件，即可合法成立，並不需特定之格式或形式，故稱為「不要式契約」。惟某些特定契約因其性質特殊，法律為使當事人慎重行事，並確保契約之存在與內容的完整性，特別規定該契約之成立需遵循一定之方式進行；或雙方當事人為保全契約內容及權利，互相約定應依一定方式進行，則均稱之為「要式契約」。如民法第 422 條規定：「不動產之租賃契約，其期限逾一年者，應以字據訂立之，未以字據訂立者，視為不定期限之租賃。」要求超過一年之不動產租賃契約應以書面為之，即為一例。

定型化契約條款不論是搭乘捷運、鐵路、飛機、船舶等大眾運輸交通工具，或是上銀行辦理開戶、貸款、信用卡等，相信許多人都曾因面對密密麻麻的契約條款而不知所措。這些都是由企業經營者預先擬定的條款，不僅字體細小難以閱讀，且其內容多又冗長繁瑣難以瞭解，在時間的有限之下只好忽略而不看，這就是一般人對於定型化契約條款的印象及其產生的問題，因為消費者可能根本不知道自己簽了一份怎樣的契約。這個問題亦在消費者保護法及民法債編修法時，正式納入法律的規範，不僅將其法律概念作明文化，也加強保護交易資訊的不對稱及交易地位的不對等的消費者。定型化契約條款依據消費者保護法第 2 條第 7 款之定義：「七、定型化契約條款：指企業經營者為與不特定多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款。定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之。」而定型化契約則是以定型化契約條款組合而成之契約，見同條第 9 款：「九、定型化契約：指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂定之契約。」



而定型化契約則是以定型化契約條款組合而成之契約，見同條第 9 款：「九、定型化契約：指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂定之契約。」消費者保護法以第二章第二節第 11 條至第 17 條之規定，對於消費者的權益加以保護，如第 11 條第 1 項：「企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。」及第 2 項：「定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。」對於顯失公平之條款，消費者保護法及民法均設有條款使其無效之規定，如消費者保護法第 12 條第 1 項：「定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。」民法第 247 條之 1：「依照當事人一方預定用於同類契約之條款而訂定之契約，為

左列各款之約定，按其情形顯失公平者，該部分約定無效：一、免除或減輕預定契約條款之當事人之責任者。二、加重他方當事人之責任者。三、使他方當事人拋棄權利或限制其行使權利者。四、其他於他方當事人有重大不利益者。」

契約是一種合意，又是一種合理的期待，這種期待必須依靠契約當事人共同執行諾言來實現。因此，契約雙方不但要忠於「合理相待」這一事實，又要互相信任，相信對方既有遵守諾言的信念，又有實現諾言的能力，反之亦然。在契約當事人打交道的整個過程中，需要一種最低限度的信任。人們有必要相信對方當事人正誠摯地參與一個可能相互獲益的交易。除了信任對方之外，更重要的是自己要信守諾言。



International
Organization for
Standardization

圖片來源：<https://www.iso.org/home.html>

ISO9001：2015 新趨勢及 風險評估

【撰稿人：寶聯通 管理處副理 賴仁清】

ISO 9001:2015 有哪些改變

1. 策略規劃、經營管理、高階參與加強、PDCA。
2. 持續專注風險。
3. 知識管理。
4. 領導與溝通。
5. 變更管理。
6. 績效評估及改善。
7. 使服務業更易於適用本標準，以適應快速變動的經營環境。
8. 考量經營背景改變納入系統管理。
9. 風險導向之稽核。
10. 績效導向之稽核。
11. 稽核員認知。

風險管理的基本原則

1. 風險管理要創造及保障價值。
2. 風險管理是組織作業程序的一部份。
3. 風險管理是決策的一部份。
4. 風險管理要明確陳述不確定性。
5. 風險管理是系統性、結構性和即時性的。
6. 風險管理要根據最可靠的資料。
7. 風險管理要客製化。
8. 風險管理應考慮人性和文化因素。
9. 風險管理是公開的及全面性的。
10. 風險管理是動態的、循環的，同時也要因應環境改變。
11. 風險管理可以促進組織持續改善。

國際標準化組織 (ISO) 已於 2015 年 9 月 15 日正式公佈 ISO 9001:2015 標準。國際認證論壇 (IAF) 及 ISO 符合性評鑑委員會 (CASCO) 宣佈為期三年的轉換過渡期。也就是 ISO 9001:2015 將於 2018 年 9 月 15 日完全取代 ISO 9001:2008 版。

其中強調基於風險 (Risk) 為基礎的思考及導入風險管理觀念，選擇適當方式評估風險，以完成風險管理流程，風險評估 (Risk assessment) 基本上包括風險鑑別 (Risk identification)、風險分析 (Risk analysis) 及風險評價 (Risk evaluation) 的整個流程。

風險對預期結果的影響是具有不確定性的，並以風險為基礎的思維理念，始終隱含在 ISO 9001 這樣的國際標準，使基於風險的思路更加清晰，並運用它建立與實施，維持和持續要求完善的品質管理系統。未來，基於風險思維，不再使用預防措施，而是經由強調風險來強化這個觀念。

風險評估		
風險鑑別	風險分析	風險評價
風險鑑別是指及早發現、認知及描述風險的流程	風險分析是理解風險的本質，並決定風險等級的程度	風險評價是將風險分析之結果與風準則制，以決定風險及其規模是否可接受或可容忍之流程

組織須評估有關所規劃的創新活動之風險，包括考量變化對組織的潛在衝擊，並準備預防措施以減輕此等風險，在需要時包括緊急應變計畫。

企業經營或許不一定要有 ISO 證書，但可將 ISO 的精神及條例辦法作為管理組織上的參考及依據。