

南良 通訊

Namliong group

2018第05期
September



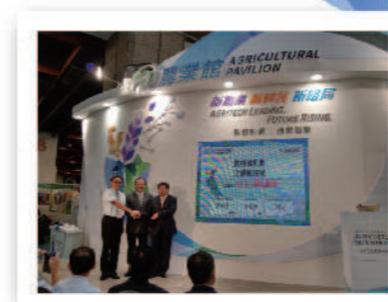
南良 通訊

Namliong group

2018第05期
September



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



- P.02** 南良集團總裁的話
大健康的認識與分享
- P.10** 嘉良事業體 總經理的話
嘉良事業體的未來挑戰及因應
- P.14** 集團特別報導
TLC x PUMA中良參與2018 世足賽

針對現代人開發之關鍵配方，給您上山下海的行動保護力！



全新捷靈通



全新配方升級

蛋素可食

行動更給力

靈活關鍵

經實驗證實長期食用
相對靈活度提升37.8%



item1

美國專利水溶性蛋殼膜

蛋殼膜水溶性技術專利字號8211477
蛋殼膜抽取技術專利字號7584909

自然界的蛋殼靠著內層薄膜提供強韌保護力，來自美國的新型專利水溶性蛋殼膜，萃取蛋殼膜上的膠原蛋白(Collagen)、彈性蛋白(Elastin)及醃胺聚醣(GAGs)等關鍵元素，滋補強身、增強體力，給您上山下海的行動保護力！

專利原料經多項食安檢驗
與科學文獻支持



行動關鍵



經實驗證實長期食用
行動更給力！

item2

專利磷脂質薑黃

磷脂質薑黃專利字號WO2007/101551

薑黃本身有不易被人體吸收的特性，雖有上千篇科學研究證實其高保健機能，常因吸收率普遍不佳而降低其作用。Meriva®採用獨家Phytosome®專利磷脂質結合技術，經實驗證實類薑黃素的吸收率遠高於一般的市售薑黃！因此Meriva®專利磷脂質薑黃可說是頂級薑黃的代名詞，建議天天補充調節生理機能。

相關圖表參考文獻詳見官網



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至南良通訊編輯部收，即參加完成本次抽獎活動。
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. 本次活動贈品由嘉良事業體贊助提供：
 - a. 捷靈通保健食品 1名
 - b. 專利酵素益生菌 1名
 - c. 低鈉八寶堅果(盒) 1名
 - d. 富硒樂齡定U素膠囊 1名
 - e. 養生洋蔥脆片(2入) 1名

有獎徵答題目

- Q1 優好新品『捷靈通』當中，可以緩解疼痛、促進骨關節軟組織修復的機能成分為何？
- (A) 鳳梨酵素
(B) 普拿疼
(C) 專利蛋殼膜
(D) UC-II
- Q2 活動即將開跑的集團首屆健康『瘦身大賽』，下列哪一項不是奪獎挑戰的比賽日？
- (A) 瘦腰圍
(B) 降低BMI
(C) 減體重
(D) 減體脂肪
- Q3 下列何者為對抗三高的對策，抵擋高油飲食誘惑的保健食品？
- (A) 木鱉果
(B) 專利酵素益生菌
(C) 捷靈通
(D) 雙孃日誌

上期有獎徵答得獎名單



項	獎品	單位	姓名
1	涼感透氣上衣	益良綠色工程	吳夢慈
2	冰肌涼感T	友良/匯良營二部	曹雅嵐
3	冰肌涼感T	友良/準備課	陳淑津
4	除臭襪	寶聯通	聶詔翰
5	除臭襪	友良/匯良營一部	謝宛臻



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@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7月10日至2018年8月25日止。

目錄 Contents



南良 通訊

Namliong group

2018第05期
September



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

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

02 ● 總裁的話-大健康的認識與分享

04 ● CSR 企業社會責任

- ◆ 企業社會責任與永續發展
- ◆ 南良集團重視「社會參與」· 導入善循環

08 ● 南良學院

- ◆ 南良學院持續加大海外辦訓力道
- ◆ 推動藝術心靈課程· 提升人文美學溫度

10 ● 嘉良專刊

- 10 ◆ 總經理的話 - 未來挑戰及因應
- 12 ◆ 開發核心技術產品強化服務功能
- 14 ◆ 新農業· 新科技· 新格局
- 15 ◆ 良農取得生物農藥工廠
- 18 ◆ 越南西貢BA LONG集團到訪良農
- 20 ◆ 嘉良生技扮演『健康產業生態鏈』
- 22 ◆ 優好通路轉行線上線下整合營銷

24 ● 集團訊息報導

特別報導 ◆ 台灣之光 TLC x PUMA
中良參與2018世界盃足球賽

活動報導 ◆ 南良集團2018年度第二次經法會報導

活動報導 ◆ 南良集團2018年度最高人評會

活動報導 ◆ 南良集團與3M研發創新交流會議

參展動態 ◆ 寶聯通參加ISLEV越南展

參展動態 ◆ 佳東參加2018 TAIWAN EXPO展

38 ● 集團人物專訪

- ◆ 中良事業體 - 陳世明經理專訪

40 ● 產業快訊

- ◆ 南良事業體跨出國際網路行銷分享
- ◆ 中良事業體谷關新人共識營心得分享
- ◆ 越南中良一年一度「員工節」
- ◆ 東莞旭泰閃亮亮第二屆親子活動
- ◆ 益良從綠色建築、綠色工法到綠色生活

47 ● 知識園地

- ◆ 認識法律
- ◆ 關鍵時刻· 保健膜力-關節保養觀念

大健康的認識與分享

本文摘錄自 7.10『第六屆貴州台灣經貿交流合作懇談會』
總裁於議程中「大健康產業對接會」演講內容。



南良集團 總裁

南良集團 總裁

健康產業已成全球嶄新趨勢

隨著健康意識的提高，人們的觀念正在發生改變，逐漸從滿足基本生理需要，轉向追求均衡營養與身心保健。遂從有病治病發展至無病預防，這也是經濟發展到一定階段，社會消費改變的一種趨勢。近年來健康產業已成全球之嶄新趨勢，整個大健康的產業概念，其實就是預防醫學的觀念崛起，因為預防勝於治療，預防醫學是現代人對於未來重要的投資，更是健康的一切之本。

吾所謂大健康產業之範疇乃為廣義的健康，凡是以增進人體健康為目標的產品或服務，都稱之為健康產業，所追求的即是身心靈的健康，除了個體生理、身體健康之外，也追求心理、精神以及社會、環境、家庭等各方面健康，範圍含蓋了食衣住行育樂以及醫療、照護等各層面，大健康產業充滿了無限可能和商機，也儼然是新世紀最為發光發亮的產業。

吾近年積極帶領南良集團投入大健康產業領域，乃體現集團「對生命之尊重，對環境之愛護」之企業核心價值，並因應國際潮流及集團成長之所需。面對著嚴峻的國際市場競爭，南良集團的大健康產業，要積極接軌兩岸與國際市場，找出屬於自己的強項，努力邁向世界舞台，也要讓世界走進台灣，這是集團產業轉型的新契機。在此吾謹歸納本集團推動大健康產業之要點說明及執行策略方針，向諸位先進們共分享：

- 第一、涵蓋面：身心靈之兼顧平衡，內外並重融合。
- 第二、堅定不移從對生命之尊重，貫徹力行應有的正確價值觀（即貢獻利他），實現至高無上生命願力之發揮。
- 第三、應著重於科技、綠色、人文、信仰及堅定持續。
- 第四、目標對象：全方位、全員化。
- 第五、執行戰略：國家大政策貫徹，全民重視與企業執行配合，實現全民大健康之目標追求。
- 第六、發揮大中華民族之優良傳統文化，強化致力於中道（即中庸之道）之哲理、東西方文化融合以及中西醫合璧互補。
- 第七、擴大現代化科技與先進技術之運用與活用，如創生物科技、大數據物聯網、AI 智能科技等。
- 第八、加速整合兩岸合作、資訊共用、人力交流互補，擴大市場規模而達量化，進而降低成本，提高企業整體競爭力，樹立強壯基礎，以面向國際化。

沒有全民健康，就沒有全面小康

中國國家主席習近平曾言道：「沒有全民健康，就沒有全面小康」，隨著中國提出「健康中國」等國家規劃綱要，中國健康產業的大時代正在開啟，連馬雲都預言，下一個世界首富將出現在健康產業，未來比互聯網更賺錢的產業，就是健康產業。已有不少產業諮詢機構預測大陸在 2020 年健康產業的市場金額將突破 8 兆人民幣，占 GDP 比重達 6.5%；到 2030 年，大陸健康服務業總規模將達 16 兆元，兩岸健康產業的發展前景備受關注。吾深信台灣在此塊領域擁有的領先專業技術，應積極把握機遇，竭力發揮所長與大陸優勢互補，提升產業競爭力以造福兩岸人民，進而共同推動國際健康發展。南良集團致力於大健康產業，建構完整的『健康產業生態鏈』，與線上與線下的虛實整合商業模式，吾更將大健康定義為「通路的事業(O2O)」、「生產、供應鏈的事業」、「公益的事業」，期望透過全集團資源的組織動員以達到營運的戰略目標，此乃集團未來成長之重大布局，未來我們將目標放眼於兩岸資源及市場整合，運用兩岸優勢一起走向共創經濟的合作新時代、進而共創商機，在此與大家共勉之。

企業社會責任與永續發展

撰稿人：南良通訊 編輯部

「企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 」與「永續發展 (Sustainability) 」兩詞無疑是企業近年來最夯的議題之一。現今定義企業的成功，不能只看營業績效及獲利成果，一個有責任感的企業，必須重視企業社會責任，意即除了對股東負責、創造利潤，還必須對社會帶來巨大的正面效益。CSR 已經是企業全球化發展必備的通行證，邁向未來，只有實踐 CSR，才能永續發展與世界接軌，成為更好的企業公民！所以企業社會責任是企業成長和產業發展的一個規範，更是企業永續經營的地圖，它告訴企業正確的方位，穿越的軌道以及追求的終點。

此次編輯部提供本篇文章的目的在於希望讀者能從淺顯易懂的文字中一覽「企業社會責任」或「永續發展」的全貌。要邁向永續經營，從經營核心落實企業社會責任是不可或缺的策略思維，如何透過永續策略創造價值，乃是現今企業在全球運營最重要的課題。

什麼是 CSR? 追求企業最大利潤兼顧社會 與環境保護責任



根據世界企業永續發展協會 (WBCSD) 的說法，企業社會責任是

「企業承諾持續遵守道德規範，為經濟發展做出貢獻，並且改善員工及家庭、當地社區與社會的生活品質」。

其基本精神在於企業追求利潤的同時，也要對利害關係人負責，進而實現企業在經濟、環境與社會獲得三重盈餘並達到共同永續發展的目標，所以公司於從事企業經營之同時，也必須積極實踐企業社會責任，以符合平衡環境、社會及公司治理發展之國際趨勢，並透過企業公民擔當，提升國家經濟貢獻，改善員工、社區、社會之生活品質。



Corporate Social Responsibility

<https://worldwide.saraya.com/csr>

如今企業能否同時擔負起經濟責任、環保責任和社會責任這三重底線，已經成為判斷現代企業有沒有符合 CSR 的標準。

CSR 主要包括下面幾項議題：

1. 員工權益與人權。
2. 消費者權益。
3. 股東權益、經營資訊揭露及公司治理。
4. 環保。
5. 社區參與。
6. 供應商關係。
7. 遵守政策法令。

~ 觀念導正 ~

企業從事社會公益活動當然「是 CSR」，但不全然「就是 CSR」

CSR 範圍深廣，包含社會公益、環境管理、員工照顧、產品責任... 等非財務的管理要素，社會公益僅是企業 CSR 其中一部分的作為而已，不是全部的社會責任，「企業有做公益」就是「盡到企業社會責任」，這是錯誤的觀念。

永續發展策略

在近年來全球永續發展趨勢的浪潮下，永續發展已成為企業價值創造方向與策略規劃的重大影響因素。在未來，面對營運規模國際化，受到全球經濟環境變化的衝擊與挑戰也日益複雜，企業將面臨許多環境和社會變化，這將帶來永續成長的風險與機會。所以企業應致力於將企業社會責任與營運策略相結合，不斷強化自身競爭力；

並清楚定義永續發展的目標，透過與利害關係人如政府、上下游供應鏈、社區及員工等的通力合作，來共同追求永續發展、持續不斷進行改善。

南良集團自 1972 年成立迄今，隨著事業體及組織日益茁壯，我們體認到企業營運規模愈大，對經濟、環境及社會之影響及責任也愈大，企業社會責任早已不是口號，而是身為地球村一員的使命與義務。因此我們重視公司良善治理、堅持永續經營、強調誠信、創新、榮譽，責任與務實的信條，專注於集團六大產業核心業務之經營，重視人才投資與培育，強調創新及供應鏈協同合作，並重視節能減耗、綠色環保、社會參與及公益回饋。在積極實現經濟績效持續增長的同時，也將持續關注、不斷完善營運所在地區的環境及社會之整體發展，積極在各方面追求卓越，以發揮企業的實質影響力，讓生態及社會更美好，我們期許在「對生命之尊重、對環境之愛護」的企業核心價值下，邁向永續、無限的未來！

南良集團重視「社會參與」， 導入善循環。

撰稿人：南良通訊 編輯部

「社會參與」在南良集團不僅是一個口號或任務，而是深植於我們所有員工的價值觀，南良集團以感恩之心服務社會，並視回饋社會為企業當然責任，在「對生命之尊重、對環境之愛護」的核心價值下，以實際行動回報社會，善盡世界公民及企業社會責任。

南良集團率先種下「取之社會並回饋於社會」的種子，拋磚引玉期許讓這樣的「善循環」在我們的社會中成長茁壯，化觀念為行動，不斷推動的各項公益與社區關懷活動，南良集團期許成為優秀的企業公民，並對社會產生正向之影響力。

集團深耕社會公益多年，將企業永續發展作為公司的遠大目標，我們堅持「與在地社區共進共融」理念，從「藝文教育推廣」、「社區關懷」、「社區營造」、「急難救助」及「兒童關懷」五個面向執行，透過多元活動與計劃參與，讓更多同仁重視弱勢族群、企業公民乃至社會發展議題，將影響力從廠區鄰里向外擴展，為社會的正向均衡發展善盡一己之力。



【藝文教育推廣】



以集團資源致力投入藝文、教育文化與體育活動推廣，豐富民眾精神生活，美化社會風氣，提升台灣藝文、教育及專業學術之水平。

- ◆無償成立公益音樂性社團，邀請在地民眾與員工參與，提升音樂素養。(向日葵公益合唱團)
- ◆舉辦環境保護系列論壇及學術講座(國土規劃與永續水資源論壇 / 振興沿海地區產業文化研討會)
- ◆贊助台灣在地優秀民俗團體海外交流演出經費(赤山表演藝術團)

【社區關懷】

基於企業社會回饋與人文關懷，在地社區民眾與弱勢團體一直都是集團所關注的對象，我們竭力回饋在地鄉親，以達零距離的社區關懷，透過公司行政資源及旗下所屬社福團體，持續關懷滋養孕育我們成長的土地，以期涓滴成河，將小愛化成大愛。

- ◆辦理地區性健康巡迴講座及社區發展協會關懷活動(一月一社區防癌健康講座)
- ◆探訪台南在地仁愛之家活動(康寧園安養中心)
- ◆協辦健康篩檢活動(結合市立醫院辦理健康快篩活動)



【社區營造】

關心廠區周遭的環境，集團投入人力與資源認養廠區附近公園、自然人文景觀等，並且支持辦理社區活動，並贊助重要節日活動，為廠區所在社區打造更美好的生活環境與促進社區發展。

- ◆認養在地自然及人文景觀周邊土地(三崁店自然公園土地認養)
- ◆修繕在地公共建設與設施(捐助公園石椅及步道修繕)
- ◆舉辦親子關係推廣活動(弘揚孝道母親節沐足活動)
- ◆在地響應主題活動日(響應世界癌症日、愛心義賣活動)



【急難救助】

飲水思源，集團致力推動急難災害救助、醫療補助、老人福利、貧病殘障救濟等慈善公益。為擴大服務層面，集團也結合所屬公益社福團體展開年度計畫性工作，期望擴大整體社福範疇。

- ◆捐助弱勢家庭貧困救濟或急難救助(嘉義偏鄉地區急難救助金發放)
- ◆捐贈獨居或低收入人士禦寒衣物(寒冬送暖、捐贈背心活動)
- ◆病友關懷(讓愛飛翔-病友服務計畫)
- ◆關懷與捐助災區民眾(地震災區捐助及舉辦宗教性法會)



【兒童關懷】

為了協助經濟弱勢或突遭變故的學童，讓他們無後顧之憂專注在課業上，適時減輕家庭教育支出的壓力，同時獎勵學生敦品勵學，集團以持續推動兒童關懷並關注兒童教育、福利及健康成長，與集團所屬社福團體合作關懷兒少議題，豐富弱勢孩童的心靈與生活視野。

- ◆補助嘉義縣偏鄉及台南市地區國中小藝術教育之資源。(種下愛的種子·藝術扎根計畫)
- ◆清寒獎助金發放(補助嘉義縣偏鄉地區國中小學)



南良學院持續加大 海外辦訓力道



撰稿人：南良學院 學務辦公室

南良學院一直秉持『人才是企業最重要的資產』之理念，積極培訓集團海內外之中、高階主管，傳遞與分享管理知識及經驗，使幹部同仁能不斷自我提升與精進，進而提升企業整體競爭力。

學院於今年起擴大海外地區辦訓力道，除了五月份大陸華東地區課程及六月份越南地區課程之外，七、八月份更接續於大陸華南區及福建區辦理教育訓練課程，參訓單位十分踴躍，兩場課程共計 13 間集團企業單位派員參加。講師邀請到與集團配合多次的黃海洋老師，授課風格幽默詼諧，透過分組競賽的模式，帶動起學員踴躍發言與分享討論的氣氛，使「問對問題～成為智慧型提問的管理者」課程內容淺顯易懂，能貼近工作進而引發共鳴，讓學員可聚焦於智慧提問的正確思維及方法，該課程結束後接續的「企業政策宣導」部分，亦與課程連貫相呼應，讓學員對於工具應用及觀念上有更深一步的認識。

總體而言，本年度海外各區精彩的教育訓練課程，已成功打響學院知名度，也加強了各事業體公司間之互動與情感聯誼，整體效果十分顯著，未來學院將持續努力再進步，期望帶給集團同仁更多優質的課程。



推動藝術心靈課程 ，提升人文美學溫度



撰稿人：南良學院 學務辦公室

南良學院於 7 月 20 日、27 日分別於台中與台南兩地舉辦藝術心靈課程，邀請著名書法家蕭世瓊大師前來講授〈創意書法與文創應用〉課程，吸引了百位集團同仁前來參加，一同鑑賞大師級藝術作品。南良學院安排年度課程，除了專業性課程外，近年也加入藝術、人文或心靈等課程，期望藉由人文藝術課程的薰陶，提升學員對美感的鑑賞力，也為同仁在面對繁忙的職場工作環境，多注入一絲人文美學的溫度。

致力於「生活書法」實踐的書法家～蕭世瓊大師，精研書法二十餘年，篆、隸、楷、行與草各體兼備，其書法風格融合傳統與現代。本次課程以輕鬆幽默的授課方式，帶領學員認識何謂創意書法以及文創商品應用，蕭大師相當強調書法的「時代性」，他認為書法若能展現出「時代性」，才能夠吸引眾人目光，所以提出兩個方法：一是傳統與現代書法必須雙軌前進，進而相輔相

成；二是寫有感覺的字，注重書法的原創性，致力於「生活書法」的實踐，不論是瓷器擺飾、茶具、咖啡杯、碗盤等，家中各式生活用品，大多可見書法的蹤跡，其應用甚廣。

「生活中從不缺少美，只是缺少發現美的眼睛」，老師也引用著名雕塑家羅丹的名言勉勵學員，希望大家持續在生活中發現美好的事務，致力於生活與藝術相結合，進而培養藝術鑑賞及人文氣息。本藝術心靈課程傳達一種「生活書法」的概念，透過文創，讓書法在生活中無所不在，在不知不覺中，也美化了每個人的心靈。課程雖短短兩小時，但課後學員皆表示收穫良多，也希望學院未來能多加舉辦此類之多元課程。



總經理的話

未來挑戰及因應

嘉良事業體 總經理 楊豐彰

隨著新興市場的崛起，面對跨國公司的強力競爭，功能性化工產品競爭日趨白熱化，價格與獲利空間遭遇到雙降壓力。而且中國大陸已不再是世界工廠的角色，台商與外商再度外移東南亞，台灣企業面臨著經營策略需要大幅轉型的挑戰，為因應新局面挑戰，嘉良事業體重新思考經營策略，研擬國際佈局，強化國際合作夥伴關係及開發核心技術產品，以因應未來企業將面臨的競爭與挑戰。

以下簡述嘉良事業體特化體系，因應未來競爭趨勢的企業經營模式：

一、發展核心產品

1. 利用國際合作夥伴強化與品牌關係，避免因價格競爭而流失訂單。
2. 善用經 IAC(國際抗菌委員會)認證的微生物檢測實驗室，強化對客戶服務功能。
3. 推廣複合式功能配方優勢產品為主，提升競爭力，爭取客戶的認同。
4. 以新科技產品(PCM·Moov & Cool·Purotex)，開發新功能需求市場，增加銷售業績。

二、國際化市場佈局

1. 未來競爭門檻必然提高，國內市場也變成國際競爭舞台的一角，企業必須要以國際化思維，來佈局未來的顧客與市場結構、資源配置方案、競爭優勢來源等基礎項目。
2. 成衣及成品鞋等產業大多外移到越南、柬埔寨、孟加拉等地，部分功能性藥劑的採購需求採在地化，且抗菌劑屬危險品須整櫃報關(越南可接受散貨)，造成客戶採購數量壓力與進口成本提高，為防範客戶配合意願降低及當地供應之趨勢，未來將在越南設立營業據點，方便就地開發及服務。

三、開發新核心技術產品

欲創造產品價值爭取國際品牌來合作；欲提升產品價值須開發複合式產品來競爭，合作與競爭必先檢視自身的優勢與能力，孫子兵法云「知己知彼，百戰不殆」，從顧客的角度來思考：顧客需要什麼樣產品？搭配什麼樣服務，會讓自己的產品提高價值性？讓自己產品更有競爭力，才能永續經營，避免市場阻隔，採競合思維，既可爭取價值也可創造價值。

四、落實集團選、育、用、留的用人政策積極尋找適合的人才、培育優秀人才、拔擢有用人才、留住好人才。

結論：

企業經營的最終目的就是要符合「社會」及「人」的需求，在思考未來挑戰及因應中，不僅思考產品與市場的發展，更應思考人與社會在轉型中的變動，預先擬定解決方案與策略，即可降低衝擊與風險。





嘉良特化 開發核心技術產品 強化服務功能

撰稿人：嘉良事業體 嘉良特化團隊



嘉良特化與美國陶氏化學 DOW 擴大合作

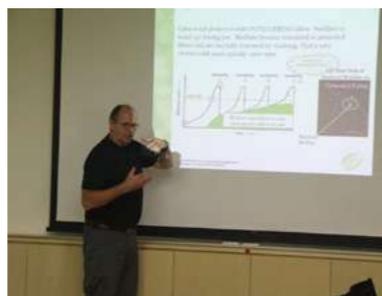
陶氏化學 (Dow Chemical) 去年已正式併購杜邦，在市場上可說是全球最大的化學公司，不只產品品質有保證，也可提供在市場上的全方位支援與協助，雙方除了在業務行銷上持續往來，也定期的舉辦教育訓練，讓合作代理的產品能夠更廣泛應用於紡織品上。



陶氏 DOW 化學來訪合影



陶氏 DOW 化學來訪合影



陶氏 DOW 化學教育訓練

嘉良特化與 比利時 Devan 合作

Devan Chemicals 是比利時化學供應商，目前與嘉良特化有高度的密切合作，致力於開發及製造專業紡織助劑，如抗菌劑、防火劑及控溫材料等。主要項目表為保護及改善織物表面，提供創新的獨特性及功能性。每年雙方會共同檢視及討論過去及未來的營運狀況，透過密切的往來及定期的教育訓練，雙方奠定良好的合作契機。



比利時 Devan 主管來訪合影



比利時 Devan 主管來訪合影

Devan 教育訓練



▲ 法國 Breyner 主管來訪

嘉良特化與法國 Breyner 合作

法國 Breyner 公司致力於紡織類加工應用的研發及推廣，針對居家生活中過敏原已提出有效配方逾十餘年，Breyner 研發部門秉持著對紡織類處理技術的專業，以及對環境和自然的尊重，持續致力研究目前市場趨勢及符合消費者期待產品，雙方在業務推廣上定期會交換目前市場上應用的心得，更加運用在產品的使用上。



搭配通路商行銷 Greenfirst 活動



法國 Breyner 教育訓練



Greenfirst 品牌行銷

RB (Reckitt Benckiser) 客戶來訪

長久以來我們一直秉持著「讓客戶滿意是我們的義務」的理念，不斷地嘗試研發高經濟和特殊機能性產品，以迎合客戶的需求且為提升技術服務，及提高產品品質與新產品的開發，我們成立了新型微生物檢驗中心，與高科技研發實驗室，善用經 IAC(國際抗菌委員會) 認證的微生物檢測實驗室，強化對客戶服務功能。由於近年來功能性產品競爭趨於白熱化，導致產品進入成熟期，產生市場價格的競爭，為因應未來挑戰，戮力與國際知名之特用化學產品公司品牌結盟，陸續引進符合環保理念之新產品，期能滿足客戶需求，提高產品的附加價值與提升競爭力。



「小而美」優質幸福企業

新農業，新科技，新格局

撰稿人：嘉良事業體 良農團隊



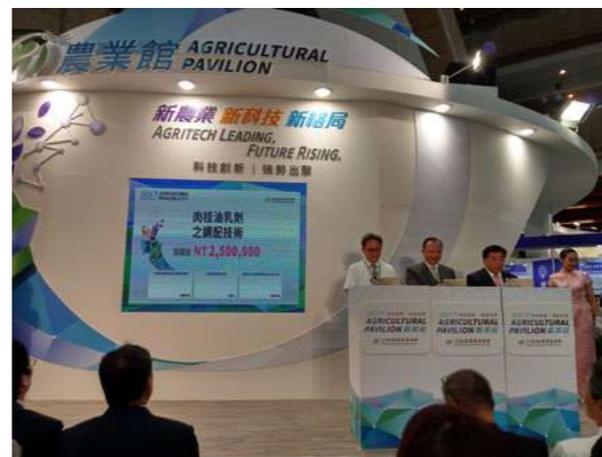
簽約典禮

台北國際發明暨技術交易展 農業館盛大展出

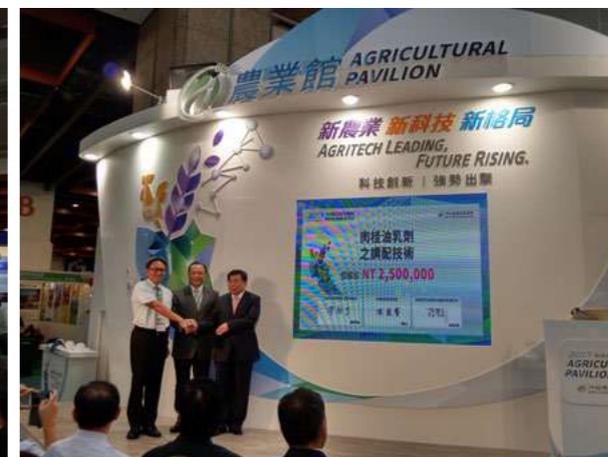
技術授權簽約儀式 於開幕典禮中同時舉行 五項技術之授權簽約儀式，由林主任委員擔任見證人，現場簽約之五項技術包括：財團法人農業科技研究院「抗黴漿菌之次單位疫苗相關技術與專利及豬胸膜肺炎放線桿菌 One Shot 死菌疫苗相關技術」、農業試驗所「肉桂油乳劑之調配技術」、水產試驗所「魚鱗氫氧基磷灰石之萃取技術」、農業藥物毒物試驗「表面增強拉曼光譜之農

藥即時檢測系術」及茶業改良場「臺茶 22 號茶樹品種」，每項技術授權金均達百萬元以上，簽約總金額達 5,541 萬元，產值預估至少達 1 億元以上，可望發揮領頭羊示範效果，帶動國內外農金投資浪潮。

良農現代化農業科技股份有限公司，榮奪行政院農委會授權產品；「肉桂油乳劑調配技術」專屬技術移轉，及「防治作物炭疽病的中草藥複方配製」專利授權等二支高科技生物製技產品，簽約金達 350 萬元。



技轉簽約典禮



「小而美」優質幸福企業

良農落實環境保護 積極取得生物農藥工廠

撰稿人：嘉良事業體 良農團隊



「農藥」為台灣農業上的重要資材之一，對農藥的安全使用不僅關係到作物的生產及品質，更對於人類的身體健康及飲

食安全都有極大的影響。台灣地處亞熱帶氣候，高溫多濕，病蟲害孳生種類繁多，又因台灣農作物複種指數高，集約式栽培的結果更導致病蟲害猖獗蔓延。長久以來農民為確保作物收成，多施用化學農藥來降低田間病蟲害，減少損失和維持作物品質。近年來，隨著國際貿易之迅速成長與 WTO 的加入，新病蟲害問題不斷發生，農民在於無藥可施之際，甚而使用非推薦之強烈化學藥劑進行防治，又長期使用相同藥劑致使病蟲產生高度的抗藥性，對短期間或連續採收之作物，由於採收期間仍有病蟲害發生，被迫噴灑農藥來防治，諸多因素促使作物農藥殘留超標。尚且造成農藥對土壤及水源產生高污染，也對非標的性的生物造成傷害，破壞生態平衡等諸多副作用。

良農落實環境保護 積極取得生物農藥專利



良農廠房
倉庫

「生物農藥」又稱「天然農藥」，係指非化學合成，來自天然的物質或生命體，而且具有農藥的殺害蟲作用。生物農藥提供了對農藥使用的另外一種安全又經濟且有效的選擇。生物農藥遠較傳統化學藥劑所產生的危險性較低，對人類、牲畜、野生動物、害蟲的天敵或有益昆蟲類等皆無害，生物農藥在使用上以極少的劑量即可產生效用，微粒分解快速、暴露空間風險低、無污染問題、無農藥殘留的問題，施用後即可採收，不需訂定安全採收日期，可和化學藥劑搭配使用，以降低化學農藥之使用劑量。根據農委會對生物農藥（微生物製劑）之定義；係指利用天然物質如動物、植物、微生物及其所衍生之產品，包括天然素材、微生物、生化及基因工程技術產製之微生物等，所研發製造的天然製劑產品。

生物農藥的市場佔有率在以往雖然相當有限，在 1995 年生物農藥僅佔世界農藥總銷售量僅占 1.3%。許多因素限制了生物農藥的成長，生物農藥不如化學農藥藥效來得快，又藥效有效期間較短而成本相對較高。然而，相對於化學農藥在許多國家裡，對環境產生殘毒量及高汙染，且對人類生命安全造成極大威脅，因此化學農藥需求停滯不前甚至衰退。相對生物農藥具有良好的發展前景，在未來數年內，化學農藥的預估市場成長率約為 2%，生物農藥則為 15-20%，日益成長的有機農業，亦驅使生物農藥的需求量逐漸提升。另一方面，生物農藥也像化學農藥一樣，其安全性亦可接受其對人體健康、生活食物、生態和環境安全的嚴謹檢驗與評估。

行政院農業委員會（下稱農委會）於 2014 年啟動「推動農業科技產業全球運籌」計畫，並由財團法人農業科技研究院擔任跨領域產業化平臺，協助整合上中下游研發能量，以增強業界技術面的補強、整合研發及加值的國際化發展。在這當中對生物農藥研發與商品化，被列為重點之一，因為與化學農藥相比，生物農藥遠較於化學農藥對人體產生的傷害性較少，且無農藥殘留問題，對病蟲害專一性較高，完全針對病蟲害有效性控制。

行政院農委會「10 年化學農藥減半計畫」，極力倡導「生物農藥」、制定農藥分級管理，為了讓農民合理使用農藥，農委會提出 3 個面向、10 點措施，包括使用低毒有效的化學藥劑及非化學農藥的防治資材，取代高風險的化學農藥等措施；農藥分級管理，以及推出農藥相關配套，希望農民使用生物資材防治蟲害，減少化學農藥使用量。

良農現代農業科技股份有限公司（以下稱良農），長期推動愛惜地球環境，珍惜自然資源，將生態與環境保護視為企業自身的責任。更為響應政府「推動農業科技產業全球運籌」計畫及「10 年化學農藥減半」目標，首於 2017 年元月與中興大學合作開發「蛋白激活子防治病害之新技術」取得技術授權，於 2017 年 3 月取得農委會「肉桂油乳劑調配技術」的專屬技術移轉，於 2017 年 10 月向農委會技轉「防治作物炭疽病的中草藥複方製劑配製」專利授權，良農在於農業資材上不吝惜鉅額成本，向學術界及農政機構爭取技轉「微生物農藥」製造技術，取得「生物農藥」的專利配方授權與技術專屬移轉，極力配合政府推廣生物農藥。

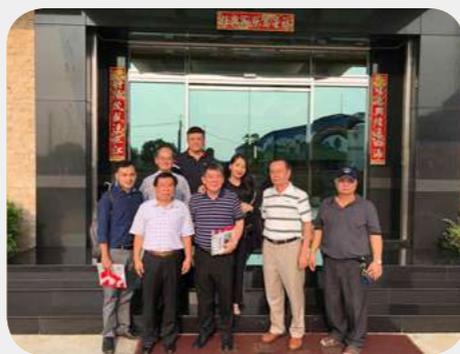
良農生物農藥工廠坐落於嘉義縣太保市嘉太工業區中興路 9 號，廠地面積有 2,870 m²，廠房及建築物面積合計 1044.83 m²，於 2017 年 3 月規劃成立良農「生物農藥工廠」及「化學肥料工廠」。環保及消防設施是農藥工廠法規特別嚴謹的一步，良農生物農藥工廠從環保局規定的廠房「土壤檢測」、「污水處理措施計畫」、「污水處理設備」、「工廠污水管道聯結」等程序，整整花上一年多時間，直到今年 2018 年 4 月 12 日向縣府申請登記，並依規檢送文件向行政院農委會、消防局、環保局、農業處、工業區服務中心、建管處、經濟發展處、工商科等單位申請審查，歷經各相關單位文件審核及蒞廠作深入廠勘後，於 2018 年 6 月 8 日取得良農「生物農藥工廠」及「肥料工廠」許可證，這是屬於良農團隊的榮耀，更是良農團隊責任的開始，楊總經理特別期許良農團隊：從此「農藥工廠」的誕生成立，就是良農團隊的另一階段的成長與挑戰，猶如青少年轉為成年人，爾後對於良農的經營須面面俱到、步步為營。更須落實生物農藥市場的開發，開放更豐富更多元的環境，期以品牌信譽，回饋社會，以真誠實在的心態行銷全球農業界。



越南西貢 BA LONG 集團到訪良農

撰稿人：嘉良事業體 良農團隊

2018.08.10 越南 BA LONG 集團由 YOU SHEN SEN 高級顧問率團參訪良農及生科，由嘉良事業體 楊彰總經理親自招待及簡報，對良農的有機資材及有機農業技術，相當感興趣並有意願更進一步合作。



給我有機，其餘免談！

撰稿人：良農現代化科技農業

良農成立以來遵循集團「對生命之尊重、對環境之愛護」核心價值，持續開展適合有機農業使用的植物保護劑和肥料產品線，矢志成為國內綠色農業資材領航者。農糧署於 2011 年起辦理「有機農業商品化資材」審查作業，良農已有 3 項產品通過審查，備受業界注目。



ICL：以色列化工集團 (ICL, Israel Chemicals Ltd.) 是一家跨國的集團公司，主要產品是肥料、金屬礦產和特殊用途化學品，年營業額超過 50 億美金。易樂施 (Peters® Professional) 和奧綠肥 (Osmocote®) 是 ICL 旗下的特種肥料品牌，行銷全球已超過半世紀，也是台灣最知名的園藝肥料品牌。



易樂施系列產品 - 比花寶更好用的肥料：生產觀賞作物的農民，尤其是蝴蝶蘭等蘭科花卉，多以水草、蛇木板等介質取代土壤，產出花卉經常遭遇「微量元素缺乏症」。易樂施系列是 ICL 發展最成熟的即溶肥料產品，不但能提供各種花卉的營養需求，專利的 M-77 微量元素嵌合技術也提供花卉業者最佳的解決方案。

奧綠肥系列產品 - 懶人肥料第一品牌：在自家庭院或陽台種植花草是現代人紓解工作壓力的管道之一，但肥料的選用經常造成困擾。奧綠肥系列擁有 4 種不同效期 (3-4 月、5-6 月、8-9 月、12-14 月) 的長效型肥料，讓肥料的使用變得簡單，家裡的花花草草從此美麗綻放。



屠蟲刀苦楝油 [植保製字第 00003 號] 產品特色

1. 含 95% 冷壓印度苦楝油，純度業界最高。
2. 完整保留印度苦楝油所含的驅蟲物質。
3. 採用 OMRI 認證的印度苦楝油和植物源的界面活性劑調製而成，綠色安全。
4. 廣效性，可防治 200 種植物害蟲。
5. 生物農藥工廠調製，品質有保證。
6. 唯一通過國內有機認證的苦楝油產品。



良農苦楝粕 [肥進(質)字第 0784001 號] 產品特色

1. 採用 100% 印度苦楝種仁 (壓榨印度苦楝油後) 製成。
2. 植物渣粕類肥料。
3. 兼具預防植物幼苗被土棲性昆蟲和線蟲危害的功能。
4. 通過 OMRI 認證 (國內外雙認證)。
5. 長期使用能增加土壤中蚯蚓數量。

土豪 [肥進(微)字第 0784026 號] 產品特色

1. 天然礦石製成。
2. 擁有硫、鉀、鈣、鎂等四大植物營養元素。
3. 緩效產品，效期長達 3 個月。
4. 通過 OMRI 認證 (國內外雙認證)。
5. 已列入「有機及友善耕作農業適用肥料補助原則」補助對象。



	採用有機材質進行包膜，使每一顆奧綠肥都能精準控制養份釋放。		肥料顆粒內養份溶解後滲透到額外土壤或介質中。
	肥料顆粒含有氮、磷、鉀及矽、銅、鎂、鋅和鋅等 6 種微量營養元素。		在產品效期內連續、規則、穩定地釋放養分，只受到溫度影響。
	環境中水分滲入顆粒內並溶解肥料顆粒內養分。		當養分釋放完全後，外膜在環境中逐漸崩解，不造成污染。

嘉良生物科技是大健康產業的一個 『健康產業生態鏈』



嘉良生技 曾煥中總經理

撰稿人：嘉良生技曾煥中總經理

南良集團大健康產業由總裁蕭登波先生領軍，透過現代化科技平台，發展內在健康、外在美麗之大健康產業戰略，以身心靈全方位健康思考，本著「對生命之尊重，對環境之愛護」的企業核心宗旨，於 2000 年開始跨入生物科技及大健康產業。

世界銀行針對慢性病所做的調查數據稱，亞健康狀態在中青年群體中不斷蔓延。在今後的 20 年，40 歲以上人群慢性病的發病人數將增長三倍。「預防勝於治療」所引領的大健康產業，可以改善亞健康趨勢、促進健康服務業發展，而創造有益大眾的『預防醫學新經濟』。

大健康產業的五大主軸

總裁關劃「大健康產業」策略，平台規劃五大主軸，分別是：「自然生機系統」(良農現代化科技、真善美農業發展、大白象農業發展)、「生技保健食品系統」(嘉良生技、嘉良生醫、健康世代、恆鼎生物科技、特活綠小舖)、「健康科技產品系統」(H&H)、「健康促進系統」(寶聯通綠能科技、中良工業)及「修與練系統」等五大系統的整合為大健康平台核心。



大健康產業的熱情與願景

我是嘉良生技的總經理，敝姓曾，是一位藥師、生物科技碩士、食品科學博士，之前在上櫃公司負責國際植物新藥開發的工作，與蕭總裁的機緣及總裁對大健康產業的熱誠與宏觀，深深撼動我的心，自我從事藥品業務跨入生技產業再到國際新藥開發整整 30 年的歲月中，沒看過一位企業家願意不計代價，落實以基礎農業為根基，以最紮實、可控制標準化、嚴選栽種品項、找合適地點、無毒或有機種植，再成為產品開發的原料，以植物原形或

藉由生物科技萃取與濃縮來開發一條龍式的優質產品，而總裁也是這些產品的愛用者與推廣者，總裁說雖然他是從傳統產業出身，南良集團的各事業體與工作同仁為南良集團貢獻了智慧、努力與青春，大家也像他一樣需要有優質的產品來保養身體，減緩衰老帶來的疾病威脅，所以集團內大健康產業是以守護員工的健康為出發點，再擴展為守護一般消費者健康的事業體，透過總裁的宏觀角度再規劃出一個完整的『健康產業生態鏈』。

Love Health and
Love Yourself More.

愛健康更愛照顧您



十年磨一劍，嘉良生物科技的 『健康產業生態鏈』已漸漸成熟

十年磨一劍，隨著完整的『健康產業生態鏈』漸漸成熟，與線上與線下的虛實整合商業模式，未來嘉良企業體將會在扎實的基礎上發光發熱。秉持總裁以好的產品照顧南良集團員工及家屬的親切指示，嘉良事業體所訂的『員工價』優惠價，等於是給經銷商的價格(甚至更低)，所以我們的優質產品是以總裁要求與高標準所研發製造出來的，用料一定是最好、最天然的，所以零售價格是偏高一點，但以員工價享受就會很划算。

比如現在每天我會吃一包我們的綜合堅果，因為是低溫烘培，充氣包裝且營養均衡，對成長中的小孩與用腦、用體力的人可長期食用，可以頭好壯壯，降低罹患三高症(高血壓、高血脂、糖尿病)的機率。而有機咖啡配堅果是一種很有品味的生活享受。

講到有機酵素與有機梅精產品經過長達 2 年的熟成發酵成分已經完全微分子化，對於調整酸性體質及補充營養很迅速直接，而且我們的有機諾麗果酵素睡前飲用 30cc 對睡眠品質改善很有幫助，而我們特別契作的木鱉果 + 葉黃素全植物液態膠囊，對各年齡層 3C 產品的過度使用或延緩視力衰退也很有幫助，牛樟芝系列產品更是我們的主力商品，已在市場上培養出一群鐵粉出來，需要肝臟保養的同仁不用外求其他商品，未來我們會與總裁一手擊擊的寰宇仁和大健康線上與線下平台密切合作，推出『富硒保健品專家』系列產品，包含富硒花青素、山苦瓜能量代餐包、富硒甘藍菜膠囊(錠片)、富硒梅精牛蒡錠、富硒優眠膠囊、富硒思緒清晰膠囊等商品，還有許多其他商品請同仁上網查看。



牛樟芝系列產品

嘉良生物科技將響應大健康 落實對集團同仁的實質照顧

未來我們會建置一個對南良集團員工專屬的購物網站，配合大健康產業從有機農業資材、日常蔬果配送、熟食、優格、冰淇淋、保健食品、日用紅外線理療用品、身體數據量測工具、幹細胞抗衰老、結合醫療網絡、到未來了心靈成長與老年安養，有專業的醫師、藥師、營養師、護理人員等，在網站開闢的『互動園地』上與各位同仁所提出的問題做回應，讓總裁所期待的能全方位照顧員工的幸福企業。



綜合堅果

優好通路轉型 -

線上線下整合營銷 創造新契機

撰稿人：嘉良事業體 優好陳峻規營運長

優好健康事業理念與願景

優好健康事業自 2005 年由大家長蕭登波總裁創立，如今正在邁向第 14 個年頭。優好始終秉持著「對尊重之生命，對愛護之環境」之集團核心理念，致力發展具有南良特色之直銷通路體系，以自有品牌「康健世代」提供大眾最優質的保健食品、健康用品與專業諮詢服務，創造「優好·為您好！」的深層化服務價值，發揮全方位健康照護之品牌宗旨，戮力達到根植台灣、放眼世界、穩定發展、永續經營，使企業與社會共同成長的願景。

優好健康事業在大健康產業中的定位

大健康產業分為「五大主軸」- 優好在大健康產業中，除了擔任供應鏈供貨自身「康健世代」品牌的保健食品、健康用品之外，更重要的是優好同時擔任大健康產業中「行銷通路」角色，以人與人互信互利為關鍵要素，透過線上引流、線下體驗的整合式行銷服務，拓展大健康事業。



優好通路轉型 - 線上線下整合營銷

全球市場不斷進行創新，為求不被淘汰，需要建構新思維與新方法。因應移動互聯網興起，消費者的需求發生巨大變化，O2O (Online To Offline) 由線上到線下的新型態商業模式在近幾年飛速推陳出新，虛實通路併行的模式為消費者帶來前所未有的購物體驗。創新工場創辦人李開復博士於 2017 年的創投演講中提到了一個新名詞 OMO (Online Merge Offline)，更深刻的描述 O2O 將進化至線上線下的全面性整合，加以互相導流，讓線上與線下的邊界消失。

<p>線下體驗</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 健康檢測 ◆ 了解會員需求 ◆ 產品/療程導購 ◆ 定期健康追蹤 	<p>線下組織發展</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 會員聯誼 ◆ 健康講座 ◆ 教育訓練 ◆ 凝聚向心力 	<p>線上消費引流</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 線上行銷線下體驗 ◆ 線上消費滿額配套線下檢測/體驗 ◆ 提升消費意願與回購 	<p>線上線下整合營銷</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 線上/線下會員同享紅利促進消費 ◆ 線上消費線下取貨 ◆ 提供不受區域與時間限制的便利平台
--	--	---	--

傳統實體門市較具人情味，能進行產品說明、消費溝通、實際體驗；線上商城可提供豐富完整的資訊、不必出門且沒有購物時間限制等優點。要成就全通路時代必須突破虛實界線，透過整合將商品、客戶與服務串接，建立更緊密的連結，不像過往如楚河漢界一般，應打破傳統實體歸實體，線上歸線上的框架。

透過大數據驅動的個性化商品推薦，則能進行消費導購與優化購物體驗。特別是必須到實體據點消費的商品與服務，藉由加入線上服務，在更多資訊與多重誘因（例如：線上折扣、訊息提供、服務預訂等方式），為線下據點推播訊息，經由實際線下體驗，感受產品與服務價值，能大大降低對商品的不確定性，提高效率與顧客轉換率，使消費者具體轉換為線下客戶，更能為消費會員帶來獨創且愉悅的購物體驗。

優好 OMO 營運模式之變革

以 OMO 線上線下整合營銷的方式進行健康推廣、線上線下引流、介接大量平台會員，共享跨服務類別與消費返利，創造持續循環消費及多樣性的會員來源。



近年來由蕭總裁領導集團相關企業單位積極投入大健康生態圈，在 OMO 的商業模式下，建置「寰宇仁和大健康平台」，身為大健康產業的一員，優好將秉持以會員發展為核心，整合線上網路商城與實體體驗會所，竭盡所能引進先進的產品並提供高端的服務價值，創造會員循環消費，透過大數據分析，精準整合會員資料，掌握健康趨勢與消費行為，進一步提升購買意願與回購率，達成線上線下雙向交織互相導流，企業與會員互利互益之榮景。

台灣之光

TLC
TIONG LIONG CORPORATION



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

撰稿人：中良事業體 總經理室行銷組

中良參與 2018 世足賽

2018 國際足總世界盃為第 21 屆的賽事，正式申辦國家包括：英格蘭、俄羅斯、比利時與荷蘭（聯合申辦）及西班牙與葡萄牙（聯合申辦），後來國際足總宣布俄羅斯成為 2018 年世界盃主辦國，於 2018 年 6 月 14 日至 7 月 15 日在俄羅斯舉行，共進行 64 場對戰，其中前 15 日的 48 場為分組賽，主辦會場除葉卡捷琳堡中央體育場以外均位於俄羅斯在歐洲地區的城市，決賽將於莫斯科盧日尼基體育場舉行。

中良工業為 PUMA 所設計製作球衣的國家代表隊：



義大利



捷克



奧地利



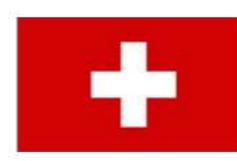
喀麥隆



象牙海岸



迦納



瑞士



烏拉圭



MISSION IMPOSSIBLE 不可能的任務

“這是一個從頭到尾都充滿困難的專案”
業務代表陳慈威說

這樣的專案內部不曾作過，對於外部的成衣廠來說也沒有電腦緹花、剪裁 Body Mapping 的經驗，在量產上更無法與國內知名紡織大廠等競爭對手搶產線、產能，加上品牌決策的時間倉促導致量產時間縮短，中良團隊的處境可以說是四面楚歌，團隊設計的產品是本屆各隊內困難度最高的作品，相較其他大廠生產的球衣只是一般吸濕排汗布種加上印花設計，TLC 和 PUMA 生產的球衣其設計感、功能性及價值更不在話下。



圖片來源：FIFA 網站及 GOOGLE 網站

中良團隊 分工合作展現默契

“從來沒有過的任務，從設計提案、材料開發研究到打樣試作、生產，都充滿了挑戰”
研發代表白東麒說。

專案從 2016 的 5 月份開始，除了彙整國內、外多方的訊息，包括國外競爭對手現況，與國內知名紡織大廠等競爭對手之生產條件及技術，先提出分析結論給營業單位了解、確認後，遂承接並執行本專案需求，按照分析結果，決定利用最困難的電腦緹花加上 Body Mapping 專業設計讓球衣呈現出更加精細，更具質感及功能性價值；考量我司業務及資材團隊，對 Body Mapping 生產製程的陌生與不熟悉，故以有效控制生產成本與切入品牌市場的能力提升為原則，將織物之物性強度一併做提升，以消彌 Puma 對品質的疑慮，增加品牌對我司的信任，最後在公開比賽中以優異技術及材料設計表現擊敗眾多國內大廠獲得 PUMA 青睞。





Puma 世足球衣專案各團隊代表：圖左起 研發 白東麒、業務 陳慈威、研發 林潔昌

中良團隊分工合作展現默契

中良內部專業分工完整，即刻組織了以業務、資材、研發團隊..成立專案小組來進行，使命就是要達成任務，成員談到在過程當中，中良政策的貫徹，是完成任務的一個指標：

管理政策：落實源頭管理、選擇作對的事

**品質政策：來料異常不入門、關鍵測試不能省，
品質異常不出門、解決異常不能等**

秉持這樣的精神，團隊決定從布料第一個貨櫃到達成衣廠開始，就已經在現場等待，做技術方面的指導以及生產全程的控管，各小組人員不分晝夜輪流在現場監督、回報，以避免成品交貨後才發現問題，屆時已無法修正彌補；團隊提前在源頭端就排除問題發生的機率，面對專案如履薄冰的負責態度令人讚賞。



▲ 兼具特色與功能性的球衣



全程現場支援與管控



裁片分段

PUMA 焦點全聚焦在此球衣

在此過程，PUMA 團隊全體上下的焦點也關注著這產品的進度，在過程中其他國內大廠更是抱持著觀望的態度認為中良不可能做到，後來在團隊永不放棄的努力下終於完成，於 2017 年的 6 月份開始出貨，品牌對最終成品很滿意，在品質方面，客訴也在掌控之中；這次大型的合作專案計畫成功，不管在經驗、品牌及供應鏈合作模式都是為中良立下了一個新的指標，團隊也希望可以繼續複製這種成功的模式迎接各種不同的挑戰，本次的經驗也對公司成衣的發展也往前推進了一大步。誰說台灣沒有參加世足賽呢？



TLC X PUMA



奧地利 主場球衣

烏拉圭 主場球衣

捷克 主場球衣

奧地利 主場球衣

義大利 客場球衣

義大利 主場球衣

2018 第二次經決會報導

三年規畫雙十成長、 南良五十再譜新章。



『守成是守不住的，唯有成長才是企業生存的不二法門。』

撰稿人：總管理處 林郁綺

南良集團成立於 1972 年，至 2021 年即將進入集團第 50 年，將籌畫隆重慶祝活動，各事業體以集團新願景「三年規劃、雙十成長」目標進行中期規劃，冀求集團各企業再譜新章。所謂雙十成長指營收及獲利目標，連續三年成長 10%，對於集團本業均為老企業而言，挑戰將是非常的嚴峻。

張忠謀曾提到企業「附加價值成長」才是真正的企業成長，企業如果能將這附加價值的餅做大，可分配給股東與員工的越多，才是所謂真正的企業成長。

企業要有附加價值成長，主要必須依賴創新。創新的來源在於人才及負責，也就是菁英幹部及優秀員工。企業要能藉創新提升附加價值，就必須透過獎勵人才創新來達成。

未來，集團以老本業支持新興產業發展，帶動新興產業快速成長，引領、運用新產業可放大數倍於老本業之增長。

總裁的話

集團高階主管基本條件及高級幕僚基本功
能—現在處境分析，未來定位與開創

1. 前瞻性，未來性的遠見 / 有遠憂近慮，居安思危。
2. 執行力 - 系統管理運作 / 制度落實，獎懲分明，策略運用
3. 針對問題、解決問題—程序控管 (短、中、長期)[事情之層級→嚴重、急迫(輕重緩急)]

4. 營業型企業 (非政府機構)：唯有突破、成長才可生存。
5. 力量源自哪裡？危機感 / 榮譽感 / 置之死地而後生，團結力 (組織力之凝聚) / 切身感 / 可控之影響力。
6. 「不破不立」的大原則，下定堅毅不拔的決心，掌握絕對正確的方向 (做對的事)，繼續往前邁進。

南良集團 2018 年度 最高人事評議委員會



撰稿人：總管理處 劉振銘

本年度集團最高人事評議委員會 (以下簡稱最高人評會) 業已於八月二十二日在集團教育訓練中心舉辦完畢。最高人評會為集團最高層級之人事評議會議，凡南良集團各企業五職等 (副理級) 以上人員之直接晉升、代理真除、晉升資格之取得；以及新進四職等以上人員任用資格之取得，皆須提報最高人評會評議，並經委員會筆試與口試通過，方能正式確認。

本次各企業提報位參加共計 13 人，根據會議評議結果，分別為提報晉升總經理 1 人；晉升副總經理 3 人；晉升協理 4 人；晉升四職等 5 人，通過二〇一八年最高人事評議委員會經理級 (含) 以上各位階晉升暨資格評定名單如右頁所示。

- 各位階晉升暨資格評定評定結果
- A. 南良事業體張舜卿晉升總經理
 - B. 洪良事業體蔡德燦晉升執行副總
友良事業體張照及晉升副總經理
中良事業體蕭弘凱晉升副總經理

- C. 洪良事業體陳燕屏晉升執行協理 (代業務副總)
南良事業體劉雅群晉升協理
益良公司王志中晉升協理
中良事業體李展志晉升協理 (駐地職稱)
- D. 中良事業體范萬春晉升經理
中良事業體陳世明晉升經理
嘉良事業體王信傑晉升經理
嘉良事業體謝宏政晉升經理
總管理處張家維晉升經理

南良集團 2018 年度最高人事評議委員會 - 受評人員摘要

整理：總管理處 劉振銘

**南良事業體張舜卿總經理**

南良事業體依願景目標及在總裁的主導下，為因應公司未來營運發展及提升整體經營綜效，從 2017 年進行組織變革，2018 年再做組織調整，於 2018 年 7 月完成新的組織架構。未來，我們將以整合內部組織資源，朝向組織嚴密化，強化國際行銷作戰能力與符合企業運作之四大主軸結構，來面對未來的種種挑戰。

**洪良事業體蔡德燦執行副總**

感謝集團給予晉升執行副總之肯定，本人在此要感謝總裁以及張副執行長的強力督導與支持，讓洪良這幾年能在劇烈競爭中站穩腳步，今後我仍將秉持一本初衷，帶領大團隊的奮戰與不懈努力，我也將加倍的努力與付出，帶領洪良持續站穩市場腳步。

**友良事業體張照及副總經理**

整體匯良的運作上將極力改善與佈局，凝聚團隊的向心，整合組織的作戰力，共同努力達成集團及上級交付的任務，以創利才是依歸為目的，為職最終的努力目標。

**中良事業體蕭弘凱副總經理**

本人將竭盡全力帶領第二事業群懷抱希望、承接機會，面對挑戰，與克服威脅，戮力於鞋材市場創造屬於中良的新篇章，延續中良四十年來的光榮並發揚光大。

**洪良事業體陳燕屏執行協理 (代業務副總)**

陳執行協理自 19 歲入廠一路優異表現，其個人亦積極成長，做為洪良之業務系統領頭人，衝鋒陷陣，身先部屬，建立起一個有活力，有紀律，團結積極的青春業務團隊，在集團內外均有亮眼之形象。今後要堅持學習與自我提升，要率領團隊跟上國內外市場的節奏與變化，特此給予肯定與表彰 (執行力督導組)

**南良事業體劉雅群協理**

南良事業體自 2016 年提出 5 年願景「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」，並依此展開了策略指標與平衡計分卡。為了達成願景，我將帶領南良總經理室團隊引導公司從人資缺口補強、組織架構調整及定期週會檢討三方向來推行與精進，期待 2020 年能達成「2020」「3010」的營業 (30 億/年) 與獲利 (10%) 目標。

**益良公司王志中協理**

展望未來，益良公司需善用科技，強化管理效率，我將持續帶領公司朝向智能化系統管理等領域發展，積極走向綠建築概念，並以節能減碳、環境保育為發展方向，相當在此正確的道路上，公司仍具有相當廣泛的發展機會。

**中良事業體李展志協理 (駐地職稱)**

感謝集團給予此機會晉升協理職務，今後我將持續對越南中良經營狀況予以分析與改善，共同面對未來的競爭，發揮 1+1>2 的功能，落實資源整合與合理分配，力求生產流程再改善，推動企業開源與節流之目標，希望能做到真正的成本合理化，利潤極大化。

**中良事業體范萬春經理**

在眾強環伺的競爭下生存，持續創造獲利，是一個最大的挑戰與課題，面對客戶，對於客戶的意見及詢問要絕對重視，速度及服務一定要比別人快，並且重視天時、地利、人和三大要點。未來我將帶領台北的團隊在營業目標達到公司設定之目標，並在運動品牌中佔有一席之地。

**中良事業體陳世明經理**

我堅信沒有企業的管理是完美的，一定都還有進步的空間，為達到組織持續的進步，管理方式的改變與創新是必須被落實的，未來我將持續落實數據的分析以及策略的制定，找到每一項問題的解決方式，透過制度使問題不再重複發生，並以務實的行動充分展現出執行力。

**嘉良事業體王信傑經理**

在嘉良轉眼間已服務了超過十個年頭，感謝總裁與楊總經理提供了這個平台與機會讓我能在這十年裡成家又立業，在往後的時間我期望帶領所屬團隊在業績上更上一層樓，並在市場上爭取到更大的營業額與獲利率。

**嘉良事業體謝宏政經理**

職務晉升是一項肯定與榮耀，也是另一項責任的承擔，感謝公司楊總經理多年來的提攜與栽培，展望未來秉持創新、突破為原則，努力達成公司所賦於任務與期待。

**總管理處張家維經理**

本次獲得晉升機會，感謝總裁與張副執行長無私的教導及對研創組的支持勉勵，當然也相當感謝總管理處對研創組的重視及肯定，以及感謝研創組團隊成員的付出，未來我也將持續扮演好自己的角色，持續對集團研創工作盡一份心力。

2018 年度研創會議重點摘錄

南良集團與 3M 研發 創新交流會議

撰稿人：總管理處 張家維經理



南良集團 2018 年度研發創新會議於 3M 研發中心舉行，其中心目的是讓雙方在研創制度、技術平台、產品開發流程等範疇充分交流，另一方面，則是向這家百年品牌企業學習、取經，為我們集團邁向南良五十、再譜新章提前作準備。而本次研創會議在台灣的五大事業體皆有參與，也是首次集合研創與行銷業務代表共同參與之會議，期許未來研創與行銷業務團隊能更加緊密的結合以發揮更強大的組織戰力。

3M 簡介

1902 年成立，在 70 個國家進行營運，其中 36 個國家有實驗室，全球年營業額近 320 億美金（來自五大事業群 - 營收依序為工業產品、安全暨圖識、醫療保健、電子暨能源、消費產品），年度研發投資 20 億美元（6.25%），全球研發人員超過萬名（台灣則超過百位研發人員），擁有超過 113,000 項專利以及 55,000 種產品。值得一提的是 3M 公司已經連續 101 年配發股利，同時，達到連續 59 年增配股利，實屬全球少見之績優企業。

成功模式與創新文化

3M 的成功模式 =
[科技 + 製造 + 全球化經營] x 3M 品牌力量。

科技—透過共享與重組廣泛的科技平台技術，開發出優異且具差異化的新產品，進而優化更好的營收 [創新]。
製造—利用遍及全球的生產據點以及日新月異的生產技術，提升產品品質與性能，同時提高成本競爭力 [不斷改善提升]。
全球化經營—透過全球子公司在地化經營與投資，提升產品開發有效性，並融合各地需求，發展出符合客戶需求的產品 [切合市場]。
3M 品牌力量—3M 與策略子品牌皆為全公司的資產，可為產品帶來快速的知名度提升與商業價值 [品牌價值]。



創新流程



創新的源頭來自於洞察市場與客戶需求，創新的員工是扮演執行者的角色，且非常需要合作無間的企業文化來支持，而技術平台則是核心應用工具。一系列從市場到研發的激盪過程，才可能醞釀出切合市場需求的產品。

3M 獨特的創新文化其培養的過程包含：(1) 全球超過萬名研發人員之佈局；(2) 至少提供 6% 營利為研發資源；(3) 15% 法則；(4) 科技深度與廣度兼具；(5) 雙軌職涯管理等。依比例而言，3M 的研發人員佔全體員工的 1/9，這可說是一個以技術核心為主導的企業，而研發資源 >6% 營利也說明了 3M 非常重視研發。

2018 年度研創會議重點摘錄

南良集團與3M研發創新交流會議

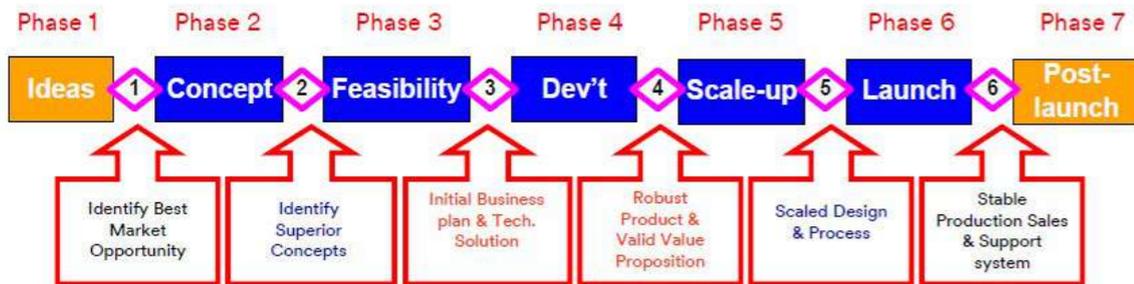
此外，所謂的 15% 法則，則是鼓勵所有人能擁有 15% 的時間去做非自己部門領域內的事情，甚至可以直接向企業總部來提案，一旦通過審查後，還可以獲得來自總部的各項資源支持來發展，充分營造出一種開放式創新的環境。另一方面，在專業職的部分，區分應用工程師（選擇或改良適合客戶的產品）及產品開發工程師（進行基礎研究來開發產品），目的是擴大技術之深度與廣度，全方位的發展。

最後，在研發職務別這方面也區分專業職及管理職，可依照人員不同屬性來發展，專業職的最高階亦可獲得集團級科學家的地位，但要獲得此一頭銜，過人的能力只是基本功，而是還要考量 15% 額外發展、指導提攜多少為徒弟等各方面皆備才夠升任，是相當多元且嚴謹的企業創新文化。

新產品開發流程 - 從發想到商品化

3M 具有非常嚴謹的新產品開發流程，從想法開始分為 7 個階段，包含其關鍵問題點，分別闡述如下：(1)Idea：想法，機會存在哪裡？(2)Concept：概念，客戶的問題在哪？是否能夠解決？(3)Feasibility：可行性，是否可透過技術解決？價值與商業模式？(4)Development：發展，解決方案是否值得信賴？市場行銷計畫為何？如何擴大價值？(5)Scale up：放量，製程參數最佳化，生產及市場掌控計畫為何？(6)Launch：量產，我們在掌控範圍內嗎？是否符合預期目標？(7)Post-launch：量產改善，重新檢討製程、材料與行銷計畫並快速改善。

3M新產品開發流程圖



除了有嚴謹的流程與定義外，在流程中的其中三個階段還具備相當審慎的管控：第一個管控點是在可行性完成評估後，需加入部門主管與高階主管針對所提出之技術解決方案、商業模式與預估價值進行協同審查；第二個管控點是在進入量產之前，除前述主管須參加外，仍需加入集團層級主管參與，本階段針對技術保護性、環保性、製程穩定性及市場可行性進行審查；第三個階段，則是在量產之後，每年進行審查，其目的是檢討年度銷售目標與實際之落差，同時，以快速反應、製程調整機制來應對改善。

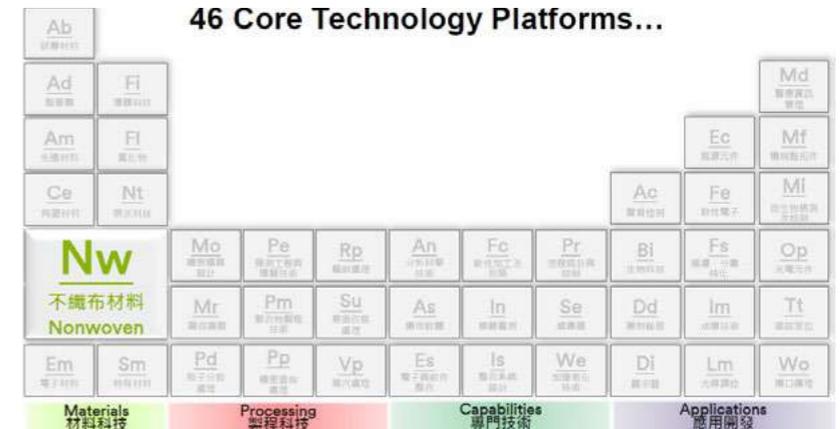


技術平台與集團機會

3M 歸類濃縮了百年的技術發展，再依照 (1) 材料科技、(2) 製程科技、(3) 專門技術、(4) 應用開發四大類別進行區分，繪製出屬於集團企業特有的核心技術平台。

在技術研發上，企業大量投入人力與資源；在環境與制度上，給予開放式創新文化，同時，鼓勵跨部門領域的發展機會；在管理流程上，基礎研究與應用並重，專業職與管理職並行；終究，更需要集團內各事業單位能在開放為前提之下群策群力，如此才能收斂架構出屬於南良集團獨到的核心技術平台。再者，當我們不斷積累而培養出開放式創新文化，便能從核心技術平台中發散而交錯出成千上萬種的潛力應用。

46 Core Technology Platforms...



談到南良集團與 3M 策略合作的機會為何？筆者認為 3M 的強項在於前端的技術或材料以及後端的品牌及通路，而南良集團應可扮演中段之策略合作結盟——材料整合、應用的製造生產端，透過與國際品牌緊密的結合，才能將南良集團做大做強並推向國際舞台。

筆者從與 3M 交流中強烈的感受到它對於研發的執著與支持，而且是以一種“鼓勵嘗試”的氛圍運作出一套開放式創新模式，然而所有的研發資料都會被

彙整進大數據資料庫加以收集，目的是讓研發資源可以在全球子公司內共享，另一方面，在技術商品化的過程中即使無法順利走完全程，其過程資料或產品也會被設法轉換應用到不同的場域或用途，以找出最適化的可能性。如此的研發精神，真正值得我們深思與學習，而改變從來都不嫌晚，唯有下定決心啟動，定能翻轉集團，向國際級企業看齊。



寶聯通綠能科技公司參加 2018 年 ISLEV 越南 國際鞋類暨皮革展

撰稿人：寶聯通綠能科技 楊明翰

寶聯通致力於研發， 成功改善傳統製程

從 2016 年開始，寶聯通工業級 3D 列印機進軍東南亞越南市場。憑藉著過去數年的研發能量，將 3D 列印的熱熔層積法製程 (FDM)，從一般硬質塑料列印，升級到高精度的彈性材料列印，如 TPE、類橡膠等。在鞋業，與越南經銷商共同努力下，於 2017 後半年打進愛迪達供應鏈，除協助鞋類大底 3D 打樣，也實際應用於鞋廠產線，以 3D 列印取代傳統 PU 畫線模，不僅大幅增加治具產出穩定度，減少人力支出，大幅降低成本外，也成功改善了傳統製程對員工與環境的高汙染高傷害，充分體現集團秉持「對生命之尊重，對環境之愛護」的使命。

2018 年 7 月，我們將這項實績，偕同最新發表的工業級 3D 列印機 Apollo 2.0，在越南最具知名度的國際鞋類展覽中展出。藉由近距離接觸的機會，讓潛在買家看到且摸到實際應用的物件與機台，也藉此機會讓其他的品牌供應鏈了解寶聯通在智慧製造領域所扮演的角色。

向未來趨勢邁進 努力創新、塑造優勢

這次鞋業展，在越南已經是第 20 屆，相較於去年專業參觀人數成長了 16%，共約 11,000 人，可見此產業火熱的程度仍是日益漸增。



ISLEV 越南國際鞋類暨皮革展參展合影

今年匯聚了 700 間廠商，共 27 國家共同參與，而台灣除了有相當大小的台灣館，展商數也佔有 9.5%，且大多為鞋材鞋機大型廠商，許多觀展人士特地選擇只看 MIT 展區，顯示國際間對台灣精品信賴程度很高。不少來客也表示對我們可能提供的方案表達高度興趣，三天展期，超乎預期的將近 20 家鞋廠蒞臨，這為我們未來在產線應用的布局，注入更多信心。

除了展覽熱絡外，我們也發現鞋業製造尋求轉型的力道強勁，因為龍頭品牌廠如 Nike 與 Adidas 近年積極嘗試與 3D 列印做結合，最近 Nike 也發表了 Flyprint 技術，將彈性材的 FDM 3D 列印話題性推到最高點，連帶代工廠也相當關注我們列印 TPE 與橡膠類的技術。未來在這個趨勢下，我們必須努力創新及塑造優勢，來迎接市場快速變化的挑戰，尋找更廣大的商機。



佳東一處以綠色貿易類別參加國際型展覽 2018 TAIWAN EXPO

撰稿人：總管理處 張家維經理

今年 7 月是佳東一處首次參加國際型展覽 -2018 TAIWAN EXPO，於胡志明市的西貢會展中心舉辦，我們參與的類別是綠色貿易專區，整合佳東一、三處的產品，主打綠色項目為 (1) 綠色共生材料 / 成品；(2) 綠晶玻璃；(3) 晴能板；(4) 森檜木四大項目。本次展覽期間，在佳東一處全力以赴之下，3 天的展期內有超過 50 組客戶主動填表，希望我們能提供後續聯繫與服務，其中，不乏大型建商、建材代理公司、工業區承建公司、知名品牌代工廠等。接下來，佳東一處正要展開後續連繫拜訪等開拓性工作，期許能以綠色共生材料結合各式射出、吹瓶等成品應用來固本，而以各項綠色材料之貿易 -ex. 尋找代理商合作及在地化策略合作生產供貨來開發新市場以擴大業績。



綠色共生材料 / 成品：運用竹纖維 (粉) 與各式塑膠進行混練而產生之綠色膠粒，在環保方面可分為兩個層面：其一為生質基的概念，若以添加劑的形式運作，則可朝向此一目的或減塑的概念發展；其二為生物可降解的概念，若產品為一次性使用，也不太考量強度需求，則可大量使用綠色共生膠粒，在理想狀況下，主成分竹纖維可被完全分解，同時將塑膠成分細小化，而達到生物可降解之規範要求。製程端可搭配射出、吹瓶、押出、吸塑來生產，而應用端可朝向化粧品容器、家庭用品、文具用品、園藝相關與各式補強片用途。

綠晶玻璃、晴能板、森檜木是佳東三處的產品，將以國際貿易結合在地化合作生產方式進行供應鏈之佈局，讓佳東一處落實執行在地化合作，以越南視為前進東南亞的第一個基地，再以此複製到印尼等其他東南亞據點，藉此擴大綠建材產業之版圖。

打造重視細節、實事求是的團隊，成爲企業最堅強的後盾

訪談主管：陳世明 / 整理：南良通訊編輯部

中良財務部 陳世明經理

擁有集團 14 年資歷的陳世明經理，起初從中良總經理室專員一路做起，一步一腳印，乃至今日擔任中良財務部經理一職，陳經理所帶領的財務團隊，提供公司各種財務及專業成本分析，成爲公司最堅強的後盾，使財務不只是企業的守門員，更扮演起最關鍵的輔佐副駕駛角色，提供管理決策者即時且正確的資訊及成本分析，有助於企業在做出最妥善且合理之政策決定。



請問陳經理您的處事理念及 Q 1. 價值觀為何？應用於工作上您有何具體之作法及原則？

重視細節與行動力

郭台銘曾說過：「魔鬼藏在細節裡」，這句話是我在處事及工作上相當重視的原則，我深信態度及細節對於工作之重要性，所以講求實事求是，成功的機率也會相對較高。但如果在規劃中不重視細節，忽略小事則會讓魔鬼有機可趁，自然容易遇到瓶頸，不易成功。

行動力是通往成功最快的捷徑之一，在我的價值觀裡，當一個專案已擬定清楚目標與方向，如果有 70 分的把握，就應當展開行動了，剩下的 30% 在可過程中逐步調整修正，一個不完美的方案，如果迅速的執行，仍有成功的機會，但不行動就絕無機會。在講求速度及效率的時代，缺乏行動力，就是待在原地等著挨打，如果開始行動，相信離成功又邁進了一步，所以任何事情要成功，靠的就明確的方向以及行動力了。

溯源管理，重視「因」的關係

凡事都是種「因」得果，正所謂事出必有因，企業運作的成敗也是因與果的相互關係，有好的前置作業及源頭管理是相當重要，企業財務報表呈現的多半是已發生或落後指標，所以財務工作的重點則在於如何有效數據分析，並從中溯源管理，發現問題並發掘其中前瞻性關鍵指標，因此財務部門必須肩負著將既有資訊轉換成具價值的洞見及前瞻視野重任，全方位支援決策數據指標方向，並透過明確的數據指標設計，能讓公司各部門的主管，清楚的知道他們所被賦予的目標方向，大家有共同的語言，也就有了共同要達到的目標。



Q 2. 陳經理能否談談您的領導風格以及如何帶領團隊作戰？

引導式的領導思維

在團隊中我的領導風格採行開放式，避免用直接命令的管理方式，而是透過充分引導式的教育，循序漸進訓練部屬學習解決問題的能力，遇到困難的專案會帶著部屬一起去，讓團隊累積處理事情之經驗與能力。透過此領導方式，能達到培育幹部人才的目的，以防人才出現斷層，亦能順暢各項工作經驗之傳承，如此一來能發揮集團分層負責之機制，亦能強化團隊面對問題的執行能力。



Q 3. 對於未來挑戰，中良財務部有何方向及因應之道。

面對未來挑戰，中良財務部仍然堅持一本初衷，持續完善公司全方位經營策略指標的統計分析，並強化公司內部隱藏成本之各項分析，也將推動個人工作 KPI 制度，規劃管理會計控制系統【包含財務與非財務性績效數據指標】等重點工作。我相信數據的分析必須落實到策略的制定，期望公司透過專業數據及財務分析，進而找到每一項問題的解決方式，使公司朝向「利潤極大化、成本極小化」的方向邁進。

最後我也引用聖嚴法師的一句話「面對它、接受它、處理它、放下它」來勉勵大家。碰到問題要學習如何去面對解決它，不怨天尤人，倘若失敗或非能力所及，也必須學習放下。執著過去，心將容不下新的事物，在此與大家共勉之。

STRATEGY

2018 南良事業體跨出國際網路行銷分享

國際行銷企劃室 / 王凌霜 kelly

撰稿人：南良事業體 林君章

南良事業體從 2017 年 3 月起開始評估與專業網路行銷公司配合“如何藉由網路行銷擴大國際能見度和效益”，到 2018 年 3 月底正式簽約及上線，至今接近 5 個月，讓我們來探討這段期間以來，南良事業體從未有過的國際行銷成長契機和未來網路行銷能創造出的無限可能。

自從導入服務後的各項數據分析與追蹤，網站成效數據第四個月即已成長已超過 200%(國際訪客到站瀏覽數)。因此我們選擇配合專家和專業服務來改變我們原本較弱的體質，並且憑藉團隊內部必須改變的信念下，持續再創佳績是指日可待的。

網路行銷改變了南良事業體了嗎？

答案是 YES，由南良事業體各部門種子人員，開始進行學習並展開準備各部門資料，長期以來紙上談兵的網路行銷，這一次終於化為實際。傳統上我們可能認為：要尋求國際曝光或者新客戶，就是要藉由到各國參展或觀展取得，但效益也無法保證每次都能盡如人意，籌備過程中還需花費不少的人力、時間、及可觀的費用；而今年投入網路行銷，則是已經突破傳統的南良思維，從最初的質疑和不確定性，轉換為同仁們的肯定和支持。提供兩個主要的改變步驟，讓官網網路行銷找到了著力點：



〈改變步驟一〉

網路公司和內部員工動用很多時間及訓練，關鍵點在於 2018.4.18 網路公司王顧問 (具有 20 多年國際貿易經驗) 親自來導讀網路製作工程，及教導大家如何維護後台，也就是日後各單位要增加或修訂各自網頁內容的技巧和注意事項訓練。再好的網路行銷公司如果資料不齊全是無法運作的，好的網路公司不斷的有系統協助整理，去蕪存菁，指導如何從網路去引發被客戶找到的關鍵做法，進而也從學習中點醒了種子人員不同的觀點及思維。

課程中說明了如果買主是從搜尋引擎打一個關鍵字直接就進入了這一頁，這時南良希望這個買主做什麼？現有內容是否有足夠的引導能力？製作內容的時候，都要思考先說服搜尋引擎，才能被搜尋引擎推薦給正確的買家。

對於我們官網遇到的難度改善；必須符合搜尋引擎的規則來運作，了解網頁副標只能有一個，產品敘述和說明，可以分幾段書寫 (非條列式書寫)，掌握原則：當陌生的 google 使用者在看不到產品照片和缺乏專業知識的狀況下，是否能根據這幾段文字敘述想像出我們描述的產品??(我們的初稿寫的不太 user-friendly，修改數次後才慢慢漸入佳境)。產品描述需掌握 2 個大重點 - 圖文並茂、段落分明等方式撰寫入內，可幫南良增加更多接觸潛在買家的機會。未來我們也會根據流量狀況，考慮在現有 15 國語系外，另外增加其他語系，可以滲透更多國際貿易上不容易接觸到的國家。

〈改變步驟二〉

經過步驟一的洗禮，2018.6.19 我們一行 11 位同事風塵僕僕到台北環球暢貨總部上課，經過執行長親自下海為我司全力解說和授課後，大家對於網站的調整方向又更有具體的概念了。經過本次授課執行長為我們體檢過後，雖然各事業部的內容都需要再調整，但是更重要急迫的是在 "application 應用面"，我們目前總共有 10 組應用面，每一組的內容都必須重新大幅度修改，離 google 需求的段落分明，圖文並茂落差太大，case study 的內容則幾乎沒有。解說 SEO(關鍵字) 報表如何改善每一頁的曝光率，FAQ(經常問的問題) 與 Application 之前的資料都太薄弱，必須多陳述我們在該問題或領域上的實際經歷，如有真實案例會更棒，最後再透過 product.id 向買主建議相關產品連結。分類的說明，並不是用來放置關鍵字或解釋名詞，而是要說明自己在該領域的優勢與經歷，透過簡短說明引導買主往下瀏覽推薦的單元。

分享國際行銷帶來的績效成長

今年 3 月底至 8 月這近五個月以來，統計 2018 年 5-7 月的官網客詢來訪國家共有 47 國，曝光國家已超過 110 國，客詢數 191 家 (於 google 搜尋引擎上已曝光超過 10 萬次)。其中更有我們從未交易過的國家如：哈撒克、保加利亞、斯洛伐克、阿爾及利亞、秘魯、斯洛維尼亞、多明尼加、玻里尼西亞、厄瓜多爾、約旦等，也來到我們的平台詢問相關的產品資訊及打樣開發。



南良參加環球暢貨顧問公司台北總部上課熱烈討論示意圖

191 家中於四個月內的成交數目前有：織造本部 3 家、特紡本部內銷 2 家及外銷 7 家、特材本部 1 家。

Ready-Market 環球暢貨顧問公司初期評估南良事業體的網路健康狀況，給予我們很高的評價，在他們輔導超過 500 家的企業中，少見企業能在短期內有如此的成績，除了配合顧問公司循序漸近的改善計畫，最重要的是全體上下各部門都能配合，國際行銷企劃室 KELLY 代協理主導本次計畫，常常和大家分享，營業單位開發國際新客戶不易，要怎麼收穫先這麼栽，大家要齊心把官網養成一個有生產力的平台，才可以全面提升南良的國際能見度和客詢度。

網路行銷無時無刻都能創造出空間

南良事業體總經理室及國際行銷企劃室為了追蹤網路行銷的效益，以評估之後是否持續投入經費在目前的新網站上 (現在每個月的行銷會議各事業部也都要針對此項報告進度)，已在客戶資料卡上新增「網路行銷」一欄，並且會有專屬的客戶編號系統，以利統計。

這個舉動正符合顧問公司期待的真正由上往下貫徹執行，相關主管必須帶頭支持才有可能成功，並且帶領著團隊往正確的道路前進；每月/每季/每年持續遵循 PDCA 的精神推動，重視這個網路平台，讓我們從各式各樣的客詢從中了解客戶對南良的期待和需求，進而產生良好的互動循環。未來我們還要繼續努力，讓世界各地遠方國度的潛在買主們透過網路知道，這世界上有一個南良團隊可以滿足他們的需要。



越南中良一年一度「員工節」

2018年的8月19號那天，天氣如往常般的晴朗卻不悶熱，大清早工廠裡就熱鬧滾滾，越南中良一年一度世紀足球大賽已蓄勢待發！



撰稿人：越南中良 李佳玫

越南製造業的員工，每天的作息就是上班加班與下班，沒有其他休閒活動或娛樂。為感念員工們辛勤工作與付出，越南中良每年會選在淡季時舉辦屬於全體員工的節目，這是由工團主辦的活動，除了讓員工們有機會活動筋骨，亦期盼能達到加強部門內團結及提升部門間交流的效果。每年的活動皆能吸引許多人參與，攜家帶眷的十分熱鬧。工團舉行的項目每年都有不一樣，曾經有過烹飪賽，服裝設計比賽，卡拉OK賽，民俗舞蹈比賽等，另有許多人皆可參與的趣味小活動。

其中足球運動在越南是最受熱愛、最風靡的體育項目，而舉辦多年的越南中良盃足球大賽，已然成為傳統。今年足球賽更是熱血沸騰，可能是2018世足賽剛結束不久吧，當時的精采畫面和激動情緒尚在，場上的男子們似乎都有著C羅夢，每個人無不賣命的衝鋒陷陣，激烈廝殺，今年的比賽真的非常刺激！畫面轉到足球場外，是一系列闔家歡樂的趣味競賽。今年的項目也是十分有趣，老遠就能聽到哄堂大笑，令人忍不住走近想一探究竟，像是讓人手忙腳亂的五人六腳，矇眼背人聽指揮棒打存錢筒，拔河比賽，網球版保齡球等。讓人印象深刻。



今年活動很順利的結束了，參與的過程，除了看到工團舉辦的用心外，更看到了越南人的創意無限，許多點子可能是我們都想不到或不曾看過的。還有一個值得鼓勵的，參與這員工大日子的部門單位與人數增加，今年總參與人數超過300人，在競賽過程雖然有趣但不隨性，每個人不惜身上全是汗泥甚至受傷，只為了要贏，為部門帶來榮耀！

看見這員工節非常成功，或許之後可以規劃從越南中良的員工日，發展成為南良集團越南區的員工日，若其他事業體能一同參與，肯定會是讓集團員工每年期待的大事，讓集團意識更凝聚。



谷關新人共識營心得

撰稿人：中良事業體 辛耀進

“谷關新人共識營”，公司都特別安排每季一次的新人共識營，帶領新人至谷關清理生態池教育訓練活動，為了讓新人們能在短短的半天活動時間大家都能互相了解，更重要能與在地環境結合。

這此活動過程起源於，企業於2016年認養的谷關松鶴部落內的生態池開始，附近天然生態的環境，適合夜間螢火蟲的出現；並在不久前發現全台灣最大的貓頭鷹-黃魚鴉會在此棲息。藉由這樣的活動，除了可以促進各部門新進人員間的互動，並打破部門間的隔閡，未來能在工作上更多交集外，更進一步創造出新人了解公司文化價值(環保)的機會。

新進人員了解到公司的文化，公司的核心價值是什麼？落實尊重生命、愛護環境，4R又是如何執行？Reduce 減量、Reuse 再使用、Recycle 再利用、Renewable 再生。由此說明公司產品的生產的方向，讓每位新進人員再回到單位時，除了憶起這次的活動美好經驗外，也能將這次活動舉辦的目的和精神都能落實於自己工作崗位。

撰稿人：中良事業體 江慕章 George

活動：谷關 - 植樹養護及企業文化傳承

取之社會，用之社會，並回饋社會是企業經營理念最好的形容詞了。環保愛地球並不是隨口說說，保護自然環境是真的身體力行，號召員工一起參與，並落實在生活周遭的每個小細節。

此次谷關新人共識營，在短短的幾個小時中，大家同心協力，頂著熱日的高溫，將被布袋蓮堵塞的保育池進行整頓。一個人的力量有限，但透過一群人的力量，就像螞蟻群聚的概念。整頓前，是一灘的死水，無法流通，一下子就漫至道路二旁，整頓後，池內的水，已完全順著水道由上往下流通。而除此之外，另一個用意，是讓池內能產生大量的氧氣，撫育已頻臨滅絕“貓頭鷹”，讓它有一個能生存的棲息地，感謝松鶴部落提供很棒的休閒環境。



共識營花絮 - 辛耀進 (圖左)、江慕章 (圖右)

東莞旭泰舉辦 閃亮亮第二屆親子活動

撰稿人：東莞旭泰 管理處 袁紹鍾主任



1

勇敢的自我介紹環節，孩子們一個個意想不到的鼓起勇氣都順利完成自我介紹，為今天的團體活動做好互相認識的初步準備。



2

孩子們一起觀看對家長表白的節目《少年說》，並各準備一張精緻的小卡片讓他們把想對父母說的話記錄下來。

3

孩子們分家庭拼圖，為父母準備一份小驚喜，以解父母的思念之情。



4

孩子們動手抓雞抓魚、洗菜和切菜，要趕在父母下班前準備好豐盛的晚餐。

5

本次親子活動最讓人感動的就數真情表白環節，看著孩子們比我們想像中還要成熟真的非常欣慰，家長一個個都被感動得熱淚滿眶我就知道這次活動最苦最累也是值得的。



6

大合影時間，看著家長和孩子一臉的笑容，自己的內心也不能平靜，希望這次活動能讓孩子和家長相處得更加融洽和溫馨。



我們也會繼續秉持著李協理“用心管理、用愛聆聽”的宗旨服務著這些可愛的家人。

從綠色建築、綠色工法到綠色生活。

安潔七道式生飲級淨水器

撰稿人：益良綠色工程 吳夢慈

益良原以工程業務為導向，自 2017 年開始創立自有品牌「安潔」淨水產品系列，目前已成功開發之產品為「遠紅外線 spa 除氯沐浴器」、「七道式生飲級淨水器」等，從綠色建築、綠色工法到綠色生活是讓益良不斷在成長的動力，近年環保意識高漲，在日常生活中，不論在食衣住行或是水電能源各方面都期望能達到環保、節能、省水等效益，益良針對居家水質狀況來搭配最適濾心組合，決定先開發七道式超濾淨水器做為首項產品，並尋找專業代工廠做產品開發，最後在廠商遴選之下由淨水器大廠「愛惠浦」、「溢泰」之供應商成為產品合作夥伴。

"安潔七道式生飲級淨水器，利用六種不同功效之濾心，保留水中豐富的礦物質並且有效去除水中有害物質，提供多重濾效確保居家飲水更安心。"



特性

1. 無廢水排放、無需插電，節能省水
2. 快拆式濾心十秒更換，快速又方便
3. 部分濾心通過 NSF 國際認證，安全有保障
4. 出水直飲，無儲水桶滋生細菌問題
5. 高流量出水 2.0L/min，無需等待製水時間

七道濾心

- 第一道：5 微米高效-PP 棉**過濾水中較粗雜質、如鐵銹、沙粒、毛髮等沉澱物。
- 第二道：日本顆粒活性炭** - 去除水中氯氣、三氯甲烷、揮發性有機物、有害化學物質、重金屬、農藥、消除異味、惡臭、使水質口感甘甜。
- 第三、四道：離子交換樹脂** - 有效去除水中鈣、鎂離子(石灰質)及部分重金屬、軟化水質、減少水垢問題。
- 第五道：超濾中空絲膜** - 採用優質中空纖維膜絲，孔徑 0.01 微米，具高效濾淨效果，可濾除水中 99.9% 的有害物質與細菌(大腸桿菌、沙門氏菌、霍亂菌等)，達到生飲標準。
- 第六道：壓縮柱狀活性炭** - 去除水中異味、重金屬與消除異味。
- 第七道：天地至寶(麥飯石 + 墨綠玉)** - 麥飯石可吸附水中微生物、增加礦物質與微量元素，提升水中甜味及口感，墨綠玉釋放遠紅外線能量，並含有豐富「磁鐵礦」，具有淨水、活化中和水質，調整水中 pH 值將水質轉成弱鹼性，更適人體吸收。

認識法律

撰稿人：嘉良事業體 謝順成高專

一、法律的意義

(一) 實質意義的法律：指從內容面去觀察，只要內容屬於 1. 人類生活規範。2. 維持秩序或解決紛爭的規範。3. 以正義為基礎的規範。4. 需藉由權威機關以強制力實現之規範。法律簡單的說是一種規範，而規範就是一種生活行為的指標。法律：為社會生活的規範，並依公權力強制實行，是經一定程序制訂，以維護社會全體生活的安定為目的。

(二) 形式意義的法律：指從法律形成的方式觀察，為代表民意立法的機關(即立法院)，依據法定的程序制定出來的法律，亦包括行政機關制定的命令。法律與命令之不同→行政機關制定的命令欠缺民意基礎，內容不得涉及限制人民權利或課與人民義務，否則違憲。註：法律的定名

【法】→原則性、基礎性，通常屬於普通法。

【律】→戰時軍人處罰。例：「戰時軍律」

【條例】→特例、部分(內容少、範圍小)，通常屬特別法。例：懲治盜匪條例、公寓大廈管理條例。

【通則】→涉及組織事項。例：農田水利會組織通則。

(三) 綜合歸納：1. 社會生活的規範→人是群居的動物，必須人與人互動。且共同生活中蘊含著分工的方式，需透過工作分擔取得生活物資，因此會有「如何分配生活物資」與「如何交換生活物資」的問題。為解決分工、分配、交易的問題，法律於是產生。2. 基礎→公平正義：讓每一個人得到他應得的東西或待遇。例：老王被騎機車的搶匪搶走小惠皮包，兩個月後警察破案，通知認領。

→小惠可要求搶匪損害賠償、還皮包。

→搶匪犯搶奪罪。

民法 184 條【侵權行為】：1 因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。故意違背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。2. 違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。註【侵權行為】→侵害他人之生命、身體、名譽、財產等之行為。刑法 325 條【普通搶奪罪】：1. 意圖為自己或第三人不法之所有，而搶奪他人之動產者，處六月以上五年以下有期徒刑。2. 因而致人於死者，處無期徒刑或七年以上有期徒刑；致重傷者，處三年以上十年以下有期徒刑。第一項之未遂犯罰之。

3. 目的與功能→維持社會秩序：風俗、習慣、倫理、道德均共同發揮作用，但是法律在政治權力分配、經濟秩序維持上，是無法取代的。

解決衝突：多數人共同生活，想法與需求不同，難免有因故意或過失而產生爭端。包括交易、生命、身體、財產可能有爭議或遭侵害。法律可提供解決衝突的「規範指引」。

→國家動用刑罰權追溯處罰。

→受害人不得以私人方式復仇。

保障自由得以實現：調和個人自由和社會其他人的自由。個人能在合法方式下追求自己的目標。

4. 施行方法：透過國家的強制力：即當規範被違反時，可由權威機關以強制力強迫施行。

例如：工廠違法排放污水→罰單、繳納罰款、勒令停工歇業。債務人遭法院查封房子拍賣(行政執行官)。警察逮捕嫌犯、封鎖刑案現場禁止進入，以免破壞證據。

二、法律的理念→探討基本價值

人類是群居動物，共同生活需要規則依循才不致陷於混亂。法律就在維持一定生活秩序，使共同生活之人知道何者應為、何者不該為。正義→法律的立法、解釋、適用、判決均需符合正義的要求。例：欠錢還錢、殺人，判罪並受處罰。法律的安定性 = 法律的確定性→法律不能朝令夕改，人民會無所適從，社會會分散瓦解。法律的合目的性→指對任何目的的合適性及合理性。例：刑法可打擊犯罪與預防犯罪，但不得為政爭工具正義

【交換正義】→

事物之間絕對平等，以牙還牙以眼還眼。

【分配正義】→

對待不同人之間的相對平等。例，按能課稅。

【比例原則】→

行政程序法：行政行為，應依下列原則為之：

- 一、採取之方法應有助於目的之達成。
- 二、有多種同樣能達成目的之方法時，應選擇對人民權益損害最少者。
- 三、採取之方法所造成之損害，不得與欲達成目的之利益顯失均衡。

圖片來源：www.evergreen-law.com.tw/

三、法律與其他社會規範

法律德與道德：→法律是支配外在行為、規範人與人間權義益關係。

→道德是支配內心世界、規定個人對自己良心的關係。

◆法律是最低限度的道德：立法者選擇部分道德觀念，定為法律。

◆法律為最大限度的道德：法律強制力使道德發揮到最大力量。

◆道德會影響對法律的解釋。例：民法 72 條：「法律行為，有背於公共秩序及善良風俗者，無效。」法律行為：以意思表示為要素，依意思表示而發生一定私法上效果之適法的法律事實。

【意思表示】→表意人有受法律上拘束之意，故如有違反應負法律之責任。

1. 法律禁止 道德亦禁止。例：某甲誤信「股市破萬點」的傳言，沒想到不是「向上破」而是「向下破」，因此負債甚多，故私自挪用公司公款填補虧損。

2. 法律許可，但道德不許可。例：夫妻一方，以他方有不致惡疾→離婚。例：當事人在沒有特別約定下，請求對方還錢時效為 15 年，如果債主 15 年內都沒有請求對方還錢，則 15 年過了，欠債的人因為時效完成，就不用還錢。

3. 習慣之法律上效力。例：民法第 1 條「民事，法律未規定者依習慣；無習慣者，依法理。」法律的淵源（法源）- 法律產生的原因，分為二種：

1. 直接淵源：指各式各樣成文之條文
 (1) 憲法 - 國家根本大法，舉凡一國之國體、基本國策、政府組織、人民之權利義務等，均明確規定。形式憲法 - 以憲法典形式，特別制定而公布的法律。例：中華民國憲法及增修條文實質憲法 - 規定國家基本組織及國家活動之基本原則，而具根本法之性質者。

(2) 法律 - 由立法機關通過，總統公布行之。形式法律 - § 憲法 170 條法律 - 人類行為之抽象及一般性規範，特徵有：

- A. 普遍性→強調平等使用。構成要件符合之人與事均應一律適用
- B. 抽象性→不可針對具體事項或特定人而制定。
- C. 可創設權利義務，非僅為宣言式。
- D. 可預見性→法律之內容可為人民所知悉及有所遵循。
- E. 原則上不溯既往。

(3) 命令 - 係指行政機關行使公權力的單方面制定，具有抽象及一般性拘束力之規範。

類型：緊急命令→並非命令，其實是憲法的效果；容許國家機關直接變動法律。國家發生為難或重大變故時，由國家元首發布之命令，具有變更或取代法律的效力。

四、法律與經濟

1. 法律規範經濟行為
 →平衡社會利益，以法律防止不公平競爭。
 →協調社會和諧關係，以法律實現社會正義，維持交易自由公平。
2. 經濟創造法律 →
 例：智慧財產、網路法律。
3. 經濟行為以法律存在為先決條件→
 經濟上交易是否為公平、合理，有賴法律維持與實現，尤其在反常經濟行為下。戰時管制物資
4. 法律經濟相互依存→
 經濟成長靠法律相互配合；法律尊嚴亦有賴經濟持續成長始實現。

“關”鍵時刻， 保健“膜”力

~ 您不可不知的關節保養觀念 ~

撰稿人：優好健康事業 陳峻規營運長

什麼是退化性關節炎？

退化性關節炎 (Osteoarthritis)，為身體軟骨組織發生退化與磨損，引發關節發炎、疼痛、腫脹及鬆動等症狀之疾病。其好發因子包含體重過重、年長老化、運動傷害及外傷等因素。

退化性關節炎有哪些徵候呢？當走路或跑步的時候，感到內側膝關節輕微疼痛或僵硬卡卡的，伴隨喀喀聲響，上下樓梯的時候痠麻疼痛愈發明顯，就該注意提高警覺。若長期忽視症狀，最後恐演變至隨時隨地隱隱作痛，嚴重者甚至會發生關節變形，干擾睡眠影響日常作息需要強制治療，可就得不償失了。

退化性常見於荷重的膝關節、髖關節、腰椎與頸椎與活動頻繁的手指關節等處。以膝關節為例，依衛生福利部統計，國人膝關節退化的盛行率為 15%，約有 350 萬人飽受膝關節疼痛之苦，每年約 2 萬人須置換人工關節，才能行動自如。隨著運動風氣盛行，長期不當訓練與過度使用，患者年齡層由過往的 50、60 歲逐漸下降，不乏 30、40 歲的患者發病就醫，整體呈現年輕化趨勢。

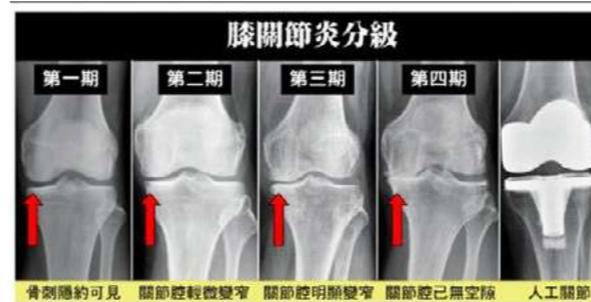


圖 1

常見的緩解與治療方法

關節炎依病情演進共分四期 (如圖 1)，隨著膝蓋做為緩衝的軟骨組織逐漸流失，關節間隙不斷縮小，骨骼摩擦與疼痛日趨惡化。改善方針分為保健緩解與侵入性治療兩大類；第一類透過復健、口服消炎止痛藥物 (如：普拿疼、NSAIDs) 以及補充機能性營養品 (如：葡萄糖胺、非變性第二型膠原蛋白 UC-II) 來舒緩疼痛、預防惡化，消炎、止痛藥物可以緩解急性疼痛，但無法治本，同時增加肝腎負擔或是腸胃潰瘍等副作用，宜謹慎使用。

第二類分為注射與手術；注射以消炎型的類固醇藥物、潤滑型的填充物透明質酸 (玻尿酸) 或是刺激增生型的自體高濃度血小板血漿 (PRP) 為主，PRP 注射可以刺激韌帶、半月板及軟骨等軟組織的生長與修復，提升關節的穩定度，但它最大的缺點是不能施以麻醉，醫師必須穿刺進關節最疼痛的部位，且需多次注射療程，所以有不少患者因無法忍受劇烈的疼痛而中斷治療。若上述方式均不奏效，最終唯有進行人工關節置換手術 (人工關節 X 光照，如圖 1)，來改善行動能力。雖然說侵入性的注射或手術，可以達到短期至中期緩解疼痛的效用，但並非沒有風險或是百分百成功，不僅花費較高、無法一勞永逸需要重複施做 (人工關節使用年限約 8-12 年)，同時有操作失當造成的出血、感染或是手術失敗等風險。

瘦身PK大作戰 獎金挑戰賽

我要成為減重冠軍!!!
最高獎金7000元等你帶回家

報名方式:

參賽者向協辦單位或
優好提交報名表
(報名截止日9/28)

報名通過參賽者須先
購買雙纖日誌2盒

優好將派員記錄各
位參賽者賽前之體
重、體脂率及腰圍
尺寸並記錄為前測
資料

獲勝獎勵:

第一名	現金3000元
第二名	現金1000元 + 雙纖 買一送一抵用券2張
第三名	現金500元 + 雙纖 買一送一抵用券1張
特別獎 -減脂獎	現金3000元
瘦腰獎	現金1000元

目標對象: 體重過重者、欲減肥者、三高族群、中廣體型者、欲恢復窈窕者
比賽期間: 2018/10/1~2018/11/12(共為期6週)
參賽資格: 凡購買雙纖日誌2盒, 並填寫報名表審核通過者
參賽專線: 0800-365-250

主辦單位: 優好健康事業股份有限公司
協辦單位: 集團內相關企業聯繫窗口/直銷商

活動詳細辦法公布於優好健康事業官網, 請掃描QR Code或到官網<最新消息>查詢
優好健康事業股份有限公司 台中市西屯區文心路三段6-3號



關節養護新明星~ — “蛋殼膜”

“蛋殼膜”是蛋殼和蛋白之間的一層薄膜(如圖2),與蛋殼一起保護蛋體免受外界破壞與污染。蛋殼膜,因含有天然的糖胺聚醣(GAGs)及特殊蛋白質組成,醫學界經臨床實證,發現它對維持健康的關節、軟骨及周圍滑膜有顯著機能,為近年來業界看好的蛋素來源新型態骨關節明星素材。

蛋殼膜富含軟組織所需的營養素,因此除了人與寵物的骨關節養護之外,有許多美顏保養品,以提高保水度與改善細紋為目的,於精華液與乳液當中添加蛋殼膜萃取物。

蛋殼膜與葡萄糖胺保健機能 有什麼不同?

葡萄糖胺(Glucosamine)是大多數人認知改善退化性關節炎的營養補充品,它是合成糖胺聚醣GAGs(關節液的主成分)的重要原料,經常與軟骨素或MSM合併作為輔助消炎、潤滑、減緩退化性關節炎的基礎配方。雖然人體可自行合成葡萄糖胺,當年紀漸長,軟組織磨損速率大於合成修復時,退化的現象將無法避免。近年來,醫學界對於僅以葡萄糖胺作為緩解退化性關節炎的有效處方(如維骨力)仍有爭議,因此衛福部於今年10月起將終止相關指示用藥的健保給付,約12萬患者將受到影響。

蛋殼膜是生物來源的複合式原料,組成份與潛在機能相對豐富,臨床研究證實其具有抗發炎、緩解疼痛、關節修護、肌腱保護、改善靈活性與預防退化等機能,主要成分如下:

1. 膠原蛋白-蛋殼膜的纖維蛋白,是維持肌腱、韌帶、關節軟骨、骨骼強度和彈性所必需的重要結構蛋白。
2. 彈性蛋白-有助心血管、軟骨和脊椎的組織彈性張力與延展後恢復其形狀的能力。
3. 鎖鏈素及異鎖鏈素-兩種獨特的氨基酸,提供彈性蛋白的彈性,有助於刺激膠原蛋白的合成。

參考資料:1.別讓不懂營養學的醫生害了你,雷·D·斯全德著,新北市,2015年,漢宇國際文化出版。2. Ruff K.J, Winkler A, Jackson R.W, DeVore D.P, Ritz B.W, 2009. Eggshell membrane in the treatment of pain and stiffness from osteoarthritis of the knee: a randomized, multicenter, double-blind, placebo-controlled clinical study. Clin Rheumatol. 28(8):907-14. 3. Support of Joint Function, Range of Motion, and Physical Activity Levels by Consumption of a Water-Soluble Egg Membrane

“關”鍵時刻, 保健“膜”力

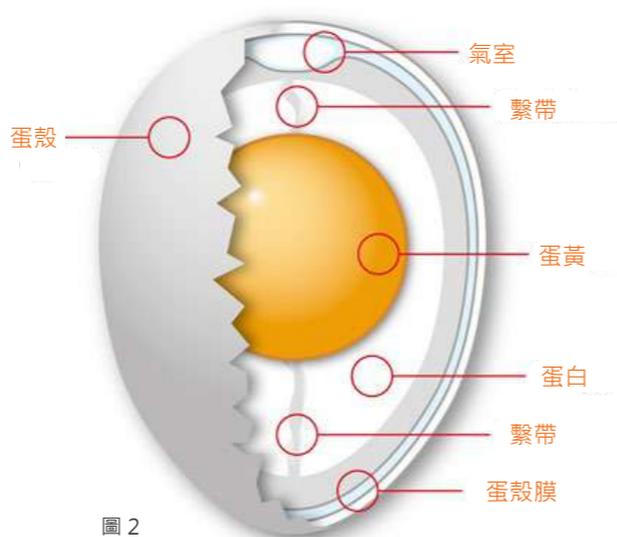


圖 2

4. 糖胺聚醣(GAGs)-又稱黏多醣;包括葡萄糖胺、硫酸軟骨素和透明質酸(玻尿酸)等組成,作為關節液和軟骨基質的結構成分。
5. 轉化生長因子-在組織修復中起關鍵作用。由於保健機制各不相同,部份研究發現,上述複合物的協同綜效性比僅僅單一成分的效果好5至6倍。

關節養護延長保固

根據統計,50歲以上約有三成的人有退化性關節炎的困擾,年紀越大發生率更是倍數成長,既然是每個人終將面對的課題,儘早考慮關節健康永遠不會嫌早。保養我們天天進行磨損中的關節既然重要,以下提供幾個保健概念,期待所有辛勤的南良人,用對方法,輕鬆過“關”,天天多健康。

1. 維持理想體重,減輕關節負擔(BMI<24)。
2. 改變生活型態,勿過度操勞,避免久站久坐。
3. 正確補充營養,攝取足夠優質蛋白質(如魚類、豆類)、富含維生素C、E與β-胡蘿蔔素等含抗氧化營養素的食物(如全穀類、柑橘類或深色蔬果)。
4. 建議以低衝擊有氧運動(如游泳)改善循環,並適度強化關節周邊肌群。
5. 必要時正確服藥與治療,預防病情惡化。

Hydrolyzate Gittte S.J, Miki R.L, Joni L. Beaman, Robert Taylor, and Kathleen F. Benson 3.Jensen G.S, Lenninger M.R, Beaman J.L, Taylor R, Benson K.F. 2015. Support of Joint Function, Range of Motion, and Physical Activity Levels by Consumption of a Water-Soluble Egg Membrane Hydrolyzate. J Med Food. 18(9):1042-8.

圖片來源:
1. www.davafoods.com/the-egg/structure-of-the-egg.aspx
2. 自由電子報 2017-02-19 http://news.itn.com.tw/news/life/paper/1079587
3. https://goo.gl/GyFxc1



全新双嬋日誌



專利代謝對策
專利飢餓對策
 提升自我管理

30天 堅持改變

紅、綠分離，才是有效的關鍵！

- ✓ 纖紅膠囊補充殼寡糖，提供對抗大份量飲食的飽足對策！
- ✓ 纖綠膠囊天天促進新陳代謝，針對忙碌上班族所設計！
- ✓ 注意！促進代謝之機能成分，要有效吸收才能充分作用。
- ✓ 市售高纖、增加飽足感的成分，同時也會減少營養素吸收。
- ✓ 唯有分開食用，才能避免干擾、達到理想效果，朝理想S曲線邁進。

專利代謝對策
給你一天飽滿元氣

早上



Greenselect®義大利專利綠茶萃取物

“燃燒”

專利Greenselect®綠茶富含EGCG，適合早上或運動前服用，代謝好，精神氣色自然好。

專利飢餓對策
幫你達成控制目標

餐前



OliCOS®韓國專利小分子殼寡糖

“飽足”

專利OliCOS®分子量比甲殼素(Chitin)更小，飯前兩顆搭配適量飲水，更飽足、不挨餓，減少飲食失控。

