

南良通訊

Namliong group

2025年9-10月
No.63期



南良集團 總管理處
www.namliong-group.com
台南市永康區三民里仁愛街357號
電話:+886 6 254 2372
傳真:+886 6 253 0310

南良通訊

Namliong group

2025年9-10月
No.63期



形勢多變之下的穩定策略

南良集團
蕭登波總裁



創新傳承、科技永續
開創南良新紀元
——詳P2.總裁的話

洪良主刊

- P10 基本款、基礎盤 - 洪良在內卷亂流中的定力
- P11 新趨勢下的洪良之路- 穩中求進，創新共贏
- P16 踐行綠色環保發展賦能洪良永續經營
- P24 紡織廠的數位覺醒：AI 文化轉型旅程
- P29 參展動態 - 南良國際特紡部2025年台北紡織展參展
- P36 產業快訊 - 南良國際(股)公司榮獲科專計畫支持
- P38 產業快訊 - 產學交流嘉義大學商學研究社參訪
- P48 員工投稿 - 用橫向溝通讓跨部門攜手合作課後心得
- P50 員工投稿 - 從東京到京都：對秩序、文化與工作的重新審視之旅



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. 本次活動贈品由編輯部贊助提供
新鳳鳴古早味黑糖磚-----3名
木酢達人乾洗手60ml -----4名
(效期：2026/7/2)



有獎徵答題目

- Q1** 以下哪段敘述是水處理項目建成後能達到的效益? (詳P.16 洪良主刊)
- A.真正踐行對環境之愛護的集團核心價值觀精髓
 - B.真正實現了公司廢水處理無害化、資源化處理目標
 - C.為公司永續經營奠定堅實環保基礎和提供廢水治理保障
 - D.以上皆是
- Q2** 以下何者非全球染整技術的新趨勢? (詳P.18 洪良主刊)
- A.綠色化與低碳化
 - B.節水節能
 - C.價格差異化
 - D.數字化與智能化
- Q3** 以下何者非主管在管理上應注意的? (詳P.20 洪良主刊)
- A.主管應該像教練一樣，針對不同成員調整管理風格
 - B.平日多觀察與了解同仁，也可以透過指派共同團隊任務，讓同仁透過處理事情看出彼此差異
 - C.用同一套原則看待所有同仁
 - D.應避免偏心對待同仁

上期有獎徵答得獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	花蓮六號山苦瓜茶	福清洪良	陳寶坤
2	花蓮六號山苦瓜茶	天疆事業體	張曉韻
3	花蓮六號山苦瓜茶	友良事業體	陳俞文
4	花蓮六號山苦瓜茶	洪良事業體	魏瑋萱
5	花蓮六號山苦瓜茶	福清洪良	王飛龍
6	花蓮六號山苦瓜茶	南良事業體	江佳玲
7	花蓮六號山苦瓜茶	福清洪良	雷寶發



1. 有獎徵答線上表單填寫網址：
<https://forms.gle/Y7fFNzFW5xBRU7P77> 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。



洪良穩健前行 形勢多變之下的穩定策略



南良集團
NAM LIONG GROUP

發行人 蕭登波
總編輯 張明
責任編輯 劉振銘
美工編輯 林郁綺
文字校對 張庭瑜
南良編委 林君章
中良編委 廖宣雅
友良編委 張聰榮、楊雅鈞
嘉良編委 謝順成、沈建村
洪良編委 段姿婷、魏瑋萱
大健康編委 鄭斯茵

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

- ◆ 創新傳承、科技永續開創南良新紀元

04 ESG環境、社會與公司治理

- ◆ 南良國際捐贈保暖物資為花蓮災區送上溫暖
- ◆ 中良九天教育基金會東勢林場小花蔓澤蘭清除行動紀實

08 南良學院

- ◆ 擁抱AIGC共塑AI世代競爭力

洪良主刊報導

- 10 ◆ 基本款、基礎盤 - 洪良在內卷亂流中的定力
- 11 ◆ 新趨勢下的洪良之路 - 穩中求進，創新共贏
- 14 ◆ 「洪」圖大展「良」造未來
- 16 ◆ 踐行綠色環保發展賦能洪良永續經營
- 18 ◆ 新趨勢下的技術思考以STP與新染料省水技術為核心
- 20 ◆ 擁抱差異，凝聚共識如何化解團隊中的職場觀念落差
- 22 ◆ 市場新趨勢我們如何出牌？
- 24 ◆ 紡織廠的數位覺醒：AI文化轉型旅程

26 參展動態

- 26 ◆ 2025 台北TITAS紡織展參觀心得分享
- 29 ◆ 南良國際特紡部 2025年台北紡織展參展
- 32 ◆ 南良特紡防護用品部參加2025T-SAFE台灣工業暨職業安全發展專業防護新實力
- 34 ◆ 2025 台灣國際智慧能源週暨儲能應用展——聯合參展策略與市場洞察心得報告

36 產業快訊

- 36 ◆ 南良國際股份有限公司榮獲科專計畫支持
- 38 ◆ 產學交流走進企業的溫度嘉義大學商學研究社參訪
- 39 ◆ 花甲少年趣旅行——走進德元埤的慢活日常
- 40 ◆ 進攻就是最好的防守淺談策略投資部門
- 42 ◆ 逆勢重生的一年—元宏如何在挑戰中找到轉機
- 44 ◆ 當靈感遇上行動：彩繪月球的故事

46 知識園地

- ◆ MBTI人格類型概述與應用

48 員工投稿

- 48 ◆ 用橫向溝通讓跨部門攜手合作 課後心得
- 50 ◆ 從東京到京都：對秩序、文化與工作的重新審視之旅
- 52 ◆ 在謀生與熱愛間尋找生命的光亮
- 54 ◆ 《上班不再「視」疲勞》心得分享
- 56 ◆ 《腸道先顧好免疫力自然好》讀後心得

創新傳承、科技永續 開創南良新紀元

親愛的各位主管與同仁們：

面對瞬息萬變的全球經濟與產業環境，我們正處於一個「科技驅動產業重構」的關鍵時代。南良集團走過半個世紀，從材料、紡織、機能布料等傳統產業起家，我們的「一、二、三老行業」不僅是集團的根基，更是我們最堅實的競爭力所在。這些產業是南良的核心與責任，是我們立足國際、實踐永續的根本。

然而，今日的世界不再只是「穩固本業」即可長青。科技日新月異，人工智慧（AI）、數位化管理、永續製造等新力量，正重新定義產業價值鏈。若我們不積極擁抱新科技、不主動轉化思維，將被時代的浪潮所淘汰。因此，我要再次強調——「老行業也要注入新元素」，我們必須以創新的思維、數位的工具，讓老行業重獲新生命。

第一、第二、第三產業的任務，是鞏固與創新。

我們要讓傳統產業更加科技化、數據化、智能化。產品開發不再只是經驗與手感，而要結合材料科學、體感模擬、AI 預測模型，讓每一項創新都建立在科學依據與市場洞察之上。管理端要學習運用 AI 與大數據，從生產排程、品質監控、能源管理到市場分析，都能夠以「智慧決策」提升效率與競爭力。行銷端更要善用 AI 輔助的市場預測、客戶行為分析與品牌溝通，打造更貼近消費者需求的產品與體驗。



集團的第六產業—AI 智能的應用，將成為我們未來的核心力量。

AI 不是未來式，而是現在進行式。AI 智能不只是工具，而是我們的第六產業，是能驅動南良所有產業升級的「引擎」。我們要把 AI 應用在研發、管理、製造、行銷、供應鏈與永續評估等六大面向，讓每一個事業體都能透過數據與智能創造更高的價值。這不僅是效率的提升，更是集團競爭力的再造。

第四、第五、第六產業的拓展，是南良邁向新格局的關鍵。

我們積極投資綠色能源、健康醫療、AI 智能等新興領域，這是面向未來的布局與挑戰。但我要再次提醒：我們不能讓老行業「脫落、脫節」。只有當傳統產業與新產業相互連結、協同成長，南良才能真正實現「創新傳承、永續共榮」的願景。

各位主管與同仁們，創新從來不是一條容易的路。

面對挑戰，我們要有勇氣克服障礙；面對變化，我們要有信心不斷學習。南良的精神，就是「永遠向前、努力不懈」。只要我們堅持專業、保持熱情、擁抱科技、敢於創新，就一定能帶領南良跨越下一個時代的門檻，邁向新的里程碑。

讓我們共同以「AI × 創新 × 永續」為方向，持續深化本業、突破成長極限，打造更智慧、更具韌性的南良集團。未來屬於有準備的人，讓我們一起成為引領變革的力量。

南良集團 總裁

撰稿人：南良國際國際行銷企劃室 林君章課長

南良國際攜手台南愛心力量 捐贈保暖物資為花蓮災區送上溫暖



近日，花蓮光復鄉因颱風豪雨突襲，造成嚴重淹水與停電，數百戶居民被迫離開熟悉的家園，只能暫居於臨時安置中心。當夜幕低垂，許多家庭在濕冷的環境中輾轉難眠，最渴望的，就是一份安心與溫暖。

南良國際股份有限公司秉持「社會共榮」的信念，第一時間響應台南在地愛心民間團體的號召，送上最迫切需要的保暖物資，為災民點亮希望：

- 海綿 NEOPRENE 保暖墊共 175 件，防潮、防水又能隔絕濕氣，讓居民在安置中心不再必須席地而眠，而能有一處乾爽舒適的休憩空間。
- H&H 石墨烯能量四季被共 1000 條，具備石墨烯健康循環與抑菌特性，四季皆宜，能為受災家庭帶來潔淨、安心的睡眠品質。

這批物資由台南市民間團體統籌調度，將於 9 月 26 日優先送往花蓮縣政府轉收容所與弱勢家庭，讓每一份資源都能發揮最及時、最實際的效益。

南良國際表示：「災害雖然無情，但我們希望用行動傳遞愛心。當看到災民在風雨後仍堅強地等待援助，我們也感受到身為企業的一份責任。我們希望透過這些物資，能夠溫暖每一顆受傷的心，讓他們知道自己並不孤單。」

這次捐贈不僅是一份物資的援助，更象徵南良國際長期回饋社會的承諾。未來，公司將持續以創新材料與健康科技，落實 ESG「社會共榮」願景，並與政府及社會各界攜手，守護台灣的家園，讓愛心不因風雨而中斷。

撰稿人：良丞 徐偉倫

讓山林重現生機 中良九天教育基金會東勢林場 小花蔓澤蘭清除行動紀實



2025 年盛夏，中良九天教育基金會迎來成立十周年的重要里程碑。今年的第一場紀念行動，選在基金會長期關注的環保主題，於東勢林場舉辦「小花蔓澤蘭清除活動」。這不僅象徵十周年系列活動的開場序幕，更展現基金會持續實踐環境教育與生態守護的決心。

活動原訂於白鵝廣場集合，但受連日午後雷陣雨影響，場地泥濘不堪。為了確保參與者安全，主辦單位臨時將集合地點改至營火場，並預先啟動雨天備案，以因應可能的天候變化。前一天下午，工作人員進入林場布置時，天空雲層厚重、風勢漸強，大家仍懷著一絲不安——畢竟颱風正逐步靠近，誰也無法預測山區隔日的天氣。儘管如此，籌備團隊仍秉持「準備萬全、照常舉行」的精神，一一確認動線與安全措施，期盼能讓活動順利展開。

撰稿人：良丞 徐偉倫

讓山林重現生機中良九天教育基金會東勢林場 小花蔓澤蘭清除行動紀實

幸運的是，隔日清晨陽光穿破雲層，映照在林場間的樹梢，為這場期待已久的環保行動揭開序幕。早上七點多，陸續抵達的民眾精神抖擻，有家庭帶著孩子、有公司同仁結伴同行，也有從外縣市專程前來的朋友。雖然最終報到人數約 160 人，略低於原先預期，但每一張笑臉都充滿熱情與期待，那份凝聚的力量，遠勝於數字上的差距。

隨著主持人的集合說明與長官的致詞，大家在晨光中齊聚一堂，聆聽活動重點與安全須知。林業保育署代表特別提到：「蔓澤蘭被稱為『綠色殺手』，它蔓延快速，會覆蓋原生樹木，導致植物無法行光合作用。清除這些外來種植物，看似微小，卻是守護山林生態的重要一步。」這番話，讓在場的參與者更加理解手中任務的意義。

隨後，大家分組前往指定區域展開行動。帶著手套與工具，沿途可見綠藤盤繞、纏上樹幹的蔓澤蘭。志工們相互協助，有人拔除根莖、有人將清除後的植株集中堆放，不一會兒便汗流浹背。林間迴盪著笑聲與加油聲，許多家長帶著孩子邊學邊做，也不時向小朋友解釋環境保育的重要性。那一幕幕的互動，不只是清除工作，更像是一場寓教於樂的自然課。



接近中午，陽光愈發炙熱，但大家仍不畏辛勞。短短幾個小時的努力下，總共清除了約 150 公斤的小花蔓澤蘭。當工作人員將一袋袋被清除的植物集中秤重時，多數人都表示今年清除的數量比去年少，這也顯示出連續幾年的除蔓行動，真的有一些成果出現，環境保育的工作只要持續行動，大家都會看見效果。

活動尾聲，基金會為所有參與者準備了餐盒與小禮物，並邀請大家一同合影留念。鏡頭下，一張張滿是汗水卻充滿笑容的臉龐，映照出真摯的成就感。許多志工分享：「雖然熱，但看到清除後的山林恢復光亮，覺得一切都值得。」、「希望明年還能再來參加，帶更多朋友一起守護大自然。」

中良九天教育基金會自成立以來，致力於環境教育與社會公益。透過這樣的實地行動，不僅喚起大家對外來種入侵議題的重視，更實際為生態保育盡一份心力。連續三年舉辦蔓澤蘭清除活動，讓山林逐漸恢復原有的生命力，也讓更多人因參與而理解：「環保不是口號，而是每一個人的行動。」

當天離開林場時，午後雲層再度聚集，遠方傳來雷聲。似乎提醒著大家，大自然的變化無常，而守護環境的腳步，不能間斷。這場活動或許只是十周年的第一站，但它所凝聚的力量與信念，將成為基金會持續邁向下一個十年的最美起點。





擁抱 AIGC 共塑 AI 世代競爭力



2025 年 9 月 12 日，南良學院以福清洪良為主場教室，開啟了一場覆蓋大陸、台灣、越南等地的 AIGC (Artificial Intelligence Generated Content) 生成式 AI 實作課程。這是南良學院十二年來首次實現單場超 170 名學員線上、線下同步混成參與的分組實作課程，不僅是對南良學院學務辦課程執行與管理能力的極大挑戰，更體現出南良集團學習型組織文化中，同仁對迎接 AIGC 技術、自我提升的高度認知與積極態度。

課程學習群組是這次大課管理的重要工具，主辦單位在上課前就透過群組發布上課注意事項，其中也包括重新提示同仁再次關注蕭登波總裁於 2022 年賀勉詞中的核心觀點——「學歷是過去、能力是現在、學習是未來」，強調唯有不斷主動學習、擁抱變化、學習與 AI 世代共存才能擁有實力面對未來的市場挑戰。

也再次以去年 AI+ 黑客松 (Hackathon) 營隊中的：「AI 不會完全取代我們的工作，但懂 AI 的人會取代不懂 AI 的人」共同勉勵全體學員「面向 AI 世代，用學習力共塑南良集團的未來競爭力」，為課程奠定「實用、前瞻、共創」的核心基調。

本次課程以「生成式 AI 全場景應用」作為脈絡軸心串聯全天課程，開展單元式實作教學：從提示詞絕招、數據分析與可視化、到 AI 智能文案生成、AI 自動化 PPT 製作、AI 圖片生成與設計、進入動態的 AI 音頻與視頻的生成與編輯。由於各區域網域不同，為使集團總部同仁有機會了解及使用大陸版本的 AI 工具，本次課程刻意推薦兩岸均可操作的 DeepSeek、Napkin、Kimi、Suno、Kling 等 AI 軟件。

講師在上午課程段，以較多時間帶領學員了解生成式 AI 其背後的數據演算邏輯，許多原本因實作演練吸引來上課的學員，可能覺得這段內容較生硬無趣、占用課程時間。但其實這段 AI 演算的原理、原則，對於擬深度使用 AI 提升工作效率與品質的同仁來說是非常必要的，所謂盡信書不如無書，AI 也是一樣的道理「盡信 AI 不如無 AI」。

鑒於目前 AI 給予的內容仍難免出現部分「一本正經的胡說八道」，為幫助學員將理論轉化為實踐的同時，避免誤用錯誤資訊影響決策品質，唯有了解其背後底層的生成式邏輯，才不會因誤查、誤用、造成誤判。

在課程管理方面，為兼顧「實踐落地」與「資源共享」，不論現場或線上學員，每段課程結束後都必須完成對應作業，並統一上傳至「AIGC 學員互動群」讓老師確認，也讓同學觀摩；為鼓勵組長邀請組員入群，以便快速獲取課程公告、觀摩他組作業，學務辦於課前明確課程規範，但也同時設置提振學員精神的獎勵。課程期間，總管理處支援的助教同仁全程追蹤組作業實作情況，學員們以組為單位，每段課程的實作任務都展現積極認真，高質量提交作業分享學習成果，「群組紅包」在各單元所有組別提交作業後立即發放，有效助興現場與線上學員的互動與熱烈實作氛圍。

總裁期許南良學院不只是學院，基於集團大健康通路發展及員工也期待能共享跨事業單位的員購福利，南良學院也將學習互動社群與員工福利進行整合，課程結束後該學習群將轉化為「集團大陸區內部福利群」，使本次課程的群組資源能賦能延伸，繼續產生長效價值，便於各事業單位同仁長期共享資源與福利。

此次跨地域 AIGC 實作課程的務實開展，不僅讓南良集團同仁掌握了從提示詞、數據分析到音視頻生成的全鏈條 AI 工具技能，更通過「理論研習 X 實作展現」的模式，推動集團在 AI+ 人才培養領域邁出重要的一步。未來，南良學院將持續以「提升同仁學習力、創造企業競爭力」為核心理念，規劃更多符合 AI 世代需求的課程，助力集團構建永續未來。

基本款、基礎盤—— 洪良在內卷亂流中的定力

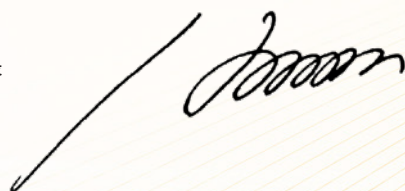
歲月如梭，光陰似箭，真乃是不知不覺，日日月月追尋營收與盈利之中，總裁重整，再起洪良，已經過去整整十年！是不是太過輕易、簡單了些，洪良這十年可說順風順水，年年均有階段式成長，陳燕屏團隊頗有些志得意滿了，連總部機構這一廂也都是讚聲連連，還好總裁清醒自在，他一再地吩咐：戒驕、小心，挫折就在眼前！

總裁慧眼觀天下，言而中的！2025年，全球經濟形勢風雲突變，波翻浪起，特別是在大陸地區的紡織產業，產能過剩，內卷亂流，洪良執行團隊一度迷茫徬徨，眼見訂單大幅滑落，價格也直直插，甚至看不到隔季、隔月，由第二季尾到第三季，洪良團隊在低迷中、急躁中，也在思考中，又是總裁一句話指明方向：洪良團隊，定力何在？

陳燕屏副總，是位經過考驗的CEO，她和她的團隊，是最明瞭總裁理念的子弟兵，意領神會、立即行動，這個團隊經過密集研討，主動出擊各主要品牌，並與各主要品牌之話事人多次討論並邀約互訪，最後達成共識與諒解，真真是想不到，此舉乃撥雲見日，歐洲方面主要CEO如下結論：洪良近十年來卓越服務，在品牌供應鏈平台名列前茅！品牌會珍惜、保護與洪良的長期合作，不過要強調「洪良的綜合優勢在基本款、基礎盤」你們務必保持！

清楚了吧？定力在了吧！基本款、基礎盤，量化優質，永固洪良！

張明 副執行長



洪良主管檢查 水處理升級設施



撰稿人：洪良事業體 陳燕屏副總

新趨勢下的洪良之路 ——穩中求進，創新共贏

隨國際貿易格局的調整、原材料價格的波動、新興技術的湧現，以及可持續發展的呼聲，這些都給我們的發展帶來了前所未有的挑戰。創新發展之路怎麼走？今天，我想和大家聊聊，在全球面料供需新趨勢下，洪良染織科技的現在與未來。

一、我們的底氣與擔當

在作為一家專業的化纖針織面料生產商，我們已與國際國內的一二線品牌建立了長期穩定的合作關係。功能性面料研發一直是我們的核心優勢，我們在千禧年之初，就陸續成功開發了吸濕快乾、防黴抗菌、四面彈力等系列產品，取得了與李寧、迪卡儂、美津濃、斯凱奇等國內外知名品牌合作的機會。

我們有成熟的工藝、穩定的產能、完善的供應鏈體系，我們有一支敬業、專注、不斷追求卓越的團隊，這些都是我們立足行業的底氣，也是我們洪良最寶貴的財富。

二、看清趨勢，直面挑戰

然而，我們也清醒認識到行業正面臨深度調整：中美貿易摩擦帶來供應鏈重構、環保要求不斷提高以及下游客戶需求多樣化等挑戰，要求我們必須與時俱進，主動變革：



新趨勢下的洪良之路 — 穩中求進，創新共贏

- ① 原材料價格劇烈波動，考驗著我們的成本控制與供應鏈韌性。
- ② 環保要求越來越高，綠色生產不再是加分項，而是生存的必備條件。
- ③ 消費需求不斷升級，功能性、舒適性、可持續性成為新的關鍵詞。
- ④ 全球供應鏈重構，競爭不僅來自國內同行，也來自全球各地。

這些變化，既是挑戰，更是機遇。關鍵在於－我們能否提前布局，主動求變。個人認為，未來 3~5 年，全球面料行業有四大趨勢值得我們重點關注：



這些趨勢告訴我們：誰能在環保、功能、速度、服務上同時領先，誰就能贏得未來。

三、洪良的應對與規劃

面對這大趨勢，我們的戰略很明確：穩中求進，創新共贏。我們已在五個方向布局：

- 1. 技術與產品升級：**我們將加大研發投入，重點突破少水及無水印染、生物基材料印染等關鍵技術。我們的目標是使中高端產品比重提升至 65% 以上，達到行業先進水平。同時，我們將建立更加開放的合作機制，與上下游企業、高校及科研機構構建創新聯盟，共同應對技術挑戰。
- 2. 市場與客戶結構優化：**在鞏固現有大客戶的同時，積極開拓運動戶外、健康護理等新興市場，讓我們的客戶結構更加多元、穩固。



- 3. 供應鏈與成本管理：**建立多元化採購渠道，通過工藝優化和規模效應消化成本壓力，確保我們在價格波動中保持穩定。
- 4. 數字化與智能化轉型：**用 ERP、MES 等系統武裝企業，讓生產、銷售、庫存全流程數字化，讓數據成為我們決策的重要依據。
- 5. 人才與組織建設：**我們將完善人才培養機制，特別注重培養既懂技術又懂市場的複合型人才，開展崗位技能提升培訓。為公司的長期發展奠定堅實基礎。同時，通過優化激勵體系，激發組織活力，打造一支能夠適應未來挑戰的高素質團隊。我們希望吸引和培養更多專業人才，打造一支有創新力、有凝聚力、有使命感的團隊。

在這個大變革時代，我們要做好緊密上下游鏈接，秉承求進、求變、求新的精神，走合作共贏之路，才能迎來更好的發展。未來已來，我們要堅定信心、穩中求進，做志不求易者、事不避難者，耐得住寂寞，也守得住繁華，保持在場，做趨勢的朋友，打開新局面，共同走好腳下的每一步路！

「洪」圖大展「良」造未來

擘劃願景：技術與產能的雙重飛躍

洪良集團正在規劃「2026~2035 工業技改重點項目計畫」，這項為期十年的願景與規劃目標、總投資金額超過人民幣 2 億元的宏偉藍圖，如果能夠實現，將徹底革新洪良乃至於南良集團的生產模式，實現人機協作，中央控制，以及技術的跨越式升級與產能的倍增，能為洪良的未來發展奠定堅實基礎。

洪良技改計畫的核心目標非常明確：提升彈力經編的生產能力，並將現有整體產能翻倍。這不僅僅是數量上的增加，更是品質與效率上的質變。計畫時間線從 2025 年開始，直至 2035 年，涵蓋了從土建到設備、從生產到後整理的全方位升級。

一、綠色先驅：水處理與基礎設施先行

技改計畫的起點，是我們對綠色生產和永續發展的承諾。新建水處理廠已於 2024 年 7 月開始動工，到 2025 年 9 月土建與機電設備都已經安裝完成。現正進行高低壓變電及配電房的興建作業，一旦電力配套供應完成，就可開始正式運行。這座嶄新的水處理設施能為我們實現產能倍增的同時，還能滿足最新 ZDHC 零排放的最嚴格環保要求。並且，在新水處理設施於 2026 年正式啟用後，運行了 33 年的原有水處理設施也將功成身退，我們也將對原有水處理池區域進行整體改建，並增設軟水池，將原冷卻水池移動至中水回用水池，來優化水資源管理並能加熱水的排放後處理進行更優的熱交換作業，對於能耗與作業時間都能有明顯的提升。

而在高壓變電房的設計裡，也預留了接下來擴產的能源需求，新設立太陽能的接口，並使用最新規範的設備與三級能耗監控管理。這些基礎設施的提升，將為後續的自動化和高效生產提供穩定的綠色動能。



二、智慧製造：自動化與智慧化的深度融合

而在本次願景規劃中，最核心的部分，是製造流程的智慧化升級。

1. 織造廠的擴充與優化：緯編處首先於 2025 年 9 月完成導入邊織邊檢設備。可由我們預先設定品質標準，由攝像頭搭配 AI，當產生不符標準產品時，提出警示或是停機，這意味著織造過程將能即時監控品質，大大減少人工檢查的時間和不良品的產生。而且不只是品質上的提供，藉由即時的資料搜集，能做為織廠中控的建置資料來源與經驗累積，提供給管理作業極大的幫助。同時也籌畫經編彈力織機種與布種，增加產品多樣性並為生產技術再升級。
2. 染色與定型流程的全面自動化：隨著染色中控系統已經完全運用在所有染機上，染色車間也將實現自動化的最後一哩路，也就是染助劑自動輸送系統。染料經由秤重系統作業，送入化料桶後將通過自動配送系統精準計量和輸送到染機。助劑則是直接從原包裝中，藉由微開關準確加料，減少人員的工作量也能確保工藝的穩定性。整體而言，新的染色設備將使我們的染色月產能倍增，所有定型機也將導入定型中控，實現生產流程的數位化管理。

三、倉儲物流：智慧搬運與高效管理

倉儲物流是高效生產的保障。倉庫物流將導入 AGV 搬運機器人實現倉庫自動車配送，大大提升物料搬運的效率與準確性。目前搬運機器人已廣泛運用在行業上，可減少人員負重負擔，協助員工在精益生產的概念中，做更有生產力的作業。



展望未來：洪良人的新征程

這項十年計畫不僅是南良集團與洪良對硬體設施的投入，更是對「智慧製造」和「永續發展」理念的深度實踐。透過導入 MES 生產系統、AI 自動驗布、染化自動輸送等先進技術，我們將大幅提高生產效率、穩定產品品質、降低能耗和人力成本，使洪良集團在全球紡織供應鏈中佔有一席之地。

這是一個充滿挑戰但也充滿機遇的征程。我們相信，在集團上下的團結協作下，特別是生產、技術和資訊管理等各部門的共同努力，我們一定能順利完成這項歷史性的技改升級計畫。讓我們一起迎接洪良集團智造未來的新篇章，共創輝煌！

撰稿人：洪良能源處 林智勇組長

踐行綠色環保發展 賦能洪良永續經營

記福清洪良公司投建日處理 6000 噸污水處理設施和車間配套供水系統

在環保考核日益嚴格的行業環境中，環保投入已成為企業參與市場競爭的必要投資。企業必須走在標準前列，才能贏得政府與市場的雙重認可。經董事會和公司高層主管的精密評估和對服務商的考核，公司投入鉅資新建日處理 6000 噸染整廢水治理設施和配套車間供水系統。通過該專案的落實，公司才有機會在國內外市場競爭中搶佔環保制高點，滿足國際品牌客戶對綠色供應鏈的要求，有助於提升公司形象、增強客戶黏性，並為公司的長期發展奠定堅實基礎。



本專案採用「輕、重污染分流 + 獨立收集」的設計理念，避免不同性質廢水混合處理造成的效率降低：其中重污染廢水日處理規模為 2000 噸，採用高效氣浮前處理和生化兩級處理及後段物化處理，治理後出水將達到並優於紡織染整行業國家排放標準和 ZDHC 全球零排放標準。輕污染廢水經過物化、生化處理及三級深度處理後將全部回用於染色車間深色布料染整和水洗工序，日回收水量將達到 4000 噸。項目建成後將為公司永續經營奠定堅實環保基礎和提供廢水治理保障。真正踐行“對環境之愛護”的集團核心價值觀精髓，真正實現了公司廢水處理「無害化、資源化」處理目標。

專案分二期進行投建施工，具體為：一期為日處理 6000 噸輕、重污水治理設施投建專案，專案作業嚴格遵循「安全第一、品質優先、綠色施工」原則，目前已完成的投建進度分別如下：



1、前期準備與場地平整階段：專案於 2024 年 4 月完成福清市發改局的備案工作、對土建承包商、設備安裝隊伍和廢水處理技術團隊進行精密評估考核，由設計單位設計圖紙、審圖單位會審，2024 年 9 月同步開展場地勘察、地下管線探測工作；2024 年 10 月份完成三方合作單位的合同簽訂，同期土建施工方開始採用環保型機械進行場地平整，2025 年 1 月完成調節池基坑開挖和防護加固工作，對施工區域設置防塵圍擋。



2、主體結構施工階段：2025 年 3 月開始重點開展對各汙水處理核心構築物組合池、生化處理池等關鍵性池體進行範本裝釘、鋼筋混凝土澆注等工作，施工中嚴格控制混凝土配比與澆築品質，確保構築物抗滲性與耐久性。



3、設備安裝和污水管網佈設階段：2025 年 4 月設備方同步開始入駐，對汙水處理設備進行安裝以及車間引流到新汙水處理站的管網佈設；設施電氣系統、給排水系統的安裝和配套工程同步推進。

接下來隨著新汙水處理站周邊的道路進一步整理和作業施工，一期日處理 6000 噸染整治理設施工程將進行試行調試和收尾工作，確保後續治理設施的穩定運行，同時一期主體工程投入運行使用後，將啟動二期配套車間供水系統區域場地平整和地質勘察工作，按既定的工程計畫時間逐步完成各項基建和設備安裝、調試、運行工作。



項目投運後，我們將關注能源利用效率，重點關注曝氣系統、迴圈水泵和污泥脫水環節等主要能耗點，採取以下措施：

- 引入變頻控制技術，根據實際水質負荷調節設備運行功率；
- 將處理後回用的水引入生產補水系統，減少新鮮水取用與加熱能耗；
- 與生產工藝銜接，實現廢水產生量與處理能力的動態匹配；
- 建立能效監測平臺，即時跟蹤關鍵設備能耗，及時優化運行策略。

這些措施預計將使系統運行能耗降低了 15% 以上，同時每年節約用水約 20 萬噸。回顧專案建設過程，我們的經驗主要有：科學的前期規劃、嚴格的施工管理、跨部門協同配合、以及能源與環保一體化的設計理念。未來，我們將繼續關注環保技術升級，計畫引入智慧控制系統和 AI 預測模型，實現廢水處理全流程的智慧化管理。環保工作不僅是企業應盡的社會責任，更是實現可持續發展的戰略選擇。洪良染織將繼續踐行「綠色、創新、共贏」的核心價值觀，以技術創新和管理優化為驅動力，在環保績效與經濟效益之間找到最佳平衡點。我堅信，在董事會、洪良執行團隊的共同努力下，隨廢水處理系統的不斷完善和能源管理水準的持續提升，公司必將在全球紡織染整行業的綠色競爭中贏得更大的市場份額與發展空間！

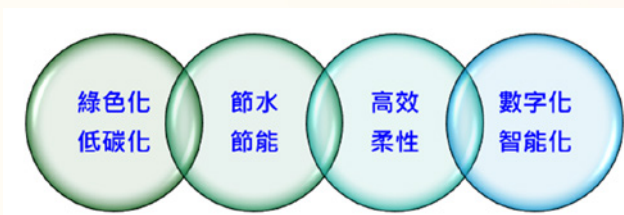


新趨勢下的技術思考 以 STP 與新染料省水技術為核心

染整環節在整個面料生產流程中處於核心地位。它不僅決定了產品的外觀與手感，更是影響品質、成本、環保和客戶滿意度的關鍵環節。近年來，全球染整技術正經歷深刻變革，而我們也在染色新技術，如 STP (Short Time Process，短時染色工藝) 與新型省水染料上做了一些嘗試。在此，我想結合行業趨勢，對現有技術進行評估，並對我們未來的發展提出一些思考。

一、全球染整技術的新趨勢

1. 綠色化與低碳化：全球環保法規日趨嚴格，歐盟、美國、日本等市場對紡織品的化學品殘留、廢水排放、碳排放提出了更高標準。我們的品牌客戶也在積極推進 ESG 戰略，綠色生產已成為進入國際市場的「通行證」。
2. 節水節能：水資源緊缺已成為全球共識。染整行業作為用水大戶，節水技術是行業競爭的重要方向。低浴比染色、無水染色、循環用水等技術正快速發展。
3. 高效與柔性生產：快時尚與電商模式推動了小批量、多批次、快交期的訂單趨勢，這要求我們的染整生產線具備更高的靈活性和響應速度。
4. 數字化與智能化：從染料配方、染色過程監控到質量檢測，數字化系統正逐步替代傳統經驗操作，這提升了染色的穩定性與可追溯性。



二、洪良現有染色新技術的應用與評估

1. STP 短時染色工藝：STP 技術通過優化升溫曲線、染料配方及助劑體系，將傳統染色時間縮短 20% ~ 30%，在保證染色均勻性和色牢度的前提下，大幅提升生產效率。具備三大優勢：
 - ①提高產能：縮短工藝週期，單台設備日產量提升明顯。
 - ②降低能耗：減少加熱時間，蒸汽消耗下降。
 - ③改善品質：減少長時間高溫對纖維的損傷，提升面料手感。

目前我們已嘗試在部分滌綸、滌棉混紡產品上應用 STP 技術。但在彈力面料等敏感性纖維上的應用仍需進一步觀察。

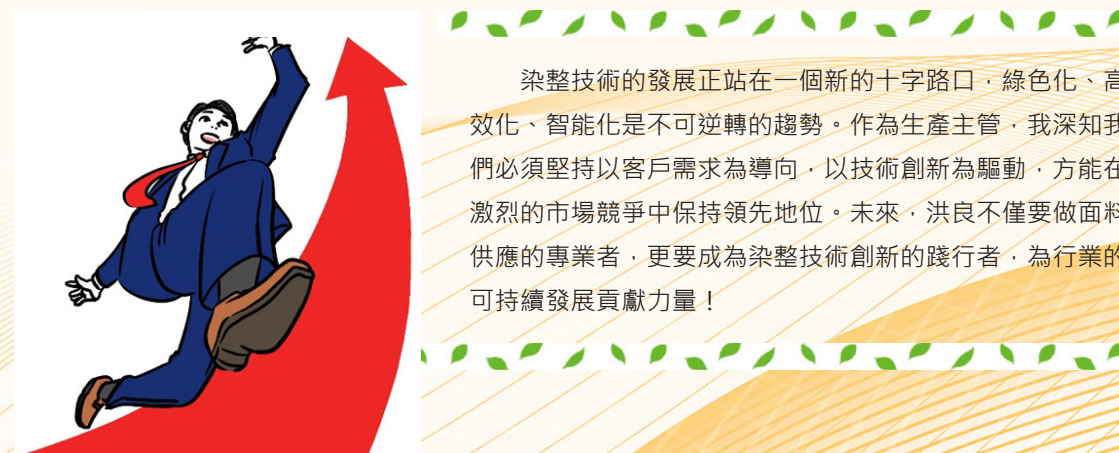
2. 新型省水染料、助劑及設備技術：我們嘗試引入新型省水助劑，該助劑可在低浴比 (1:8~1:12) 條件下實現良好的上染率和勻染性，相比傳統工藝 (1:10~1:15) 節水 30%~50%。如能成功，可實現節水減排，減少助劑使用和顏色重現性好 (染料溶解性和分散性優異，批次間色差小) 等優勢。該技術據試驗結果，顯示其在淺色和中色產品上效果顯著；但在深色、特深色產品上，仍需解決上染率與色牢度的平衡問題。

當然，在嘗試新技術的同時，我們也在思考該技術在應用中帶來的挑戰：

- ①工藝適配性：不同纖維、不同面料結構對新工藝的適應性差異較大，需要針對產品特性進行定制化工藝設計。
- ②設備改造需求：部分老舊設備在溫度控制精度、循環系統設計上難以滿足新技術要求，需要有計劃地進行設備升級。
- ③員工技能提升：新技術對操作精準度要求更高，需要加強員工培訓，建立標準化操作流程。
- ④成本與效益平衡：雖然新技術長期效益顯著，但初期投入和技術引進成本較高，需要科學規劃投資回報週期。

三、未來 3~5 年的發展規劃

1. 技術深化與拓展：我們要探索無水染色、數碼印花等前沿技術，為未來布局。我們得持續搜集和優化 STP 工藝在不同纖維類型上的應用參數，擴大適用範圍。同時我們也要研發深色產品的省水染色方案，突破技術瓶頸。
2. 設備升級與智能化改造：
 - ①引入高精度溫控系統和在線監測設備，提升染色過程的穩定性。
 - ②推進染色生產線的自動化和智能化，減少人為誤差。
 - ③建立廢水循環利用系統，實現水資源的最大化利用。
3. 人才培養與團隊建設：我們得建立技術團隊，專注染整工藝創新。要定期組織內部培訓和外部交流，提升全員技術水平。同時還要建立激勵機制，鼓勵員工參與技術改進和創新。
4. 綠色生產體系建設：我們要與品牌客戶緊密合作，對標國際先進水平，制定企業綠色生產標準。在生產中，建立全流程的環境監測系統，確保各項排放指標達標。與供應商合作，優先選用環保型染料和助劑。



染整技術的發展正站在一個新的十字路口，綠色化、高效化、智能化是不可逆轉的趨勢。作為生產主管，我深知我們必須堅持以客戶需求為導向，以技術創新為驅動，方能在激烈的市場競爭中保持領先地位。未來，洪良不僅要做面料供應的專業者，更要成為染整技術創新的踐行者，為行業的可持續發展貢獻力量！

撰稿人：洪良財控中心 許雅雯協理

擁抱差異，凝聚共識 如何化解團隊中的職場觀念落差



表面看是工作方式的衝突，但本質上，其實是職場觀念的落差。作為主管，需要敏銳察覺、理性分析並積極應對，否則輕則影響團隊的協作和效率，重則導致團隊分裂。所以這期，特意邀請財控中心的許協理和我們聊聊：為什麼會出現職場觀念落差，以及作為主管，該如何應對？

許協理：為何會談到這個題目？最近，觀察到幾位剛升任主管的同事在帶新人時，遇到不少難題。他們本身暫時還是管理「小白」，既要承受上級對工作細節與目標的高要求，又要面對下屬不同的職場觀念。壓力之下，他們恨不能多長幾隻手、多幾張嘴巴 - **因為管理，真的不只是管事情，更是管人心。**

回想自己或身邊的主管，有多少人是真正學過企業管理的？大多數人的管理之路，都是「看別人怎麼做，自己跟著學」，一路折磨過來的。所以當面對團隊裡的思維差異、工作態度衝突時，很多人真的會感到很無力，甚至想流淚。為什麼？因為這裡沒有絕對的對錯，只有對工作意義的不同理解。

- 有人覺得「老闆交代的事，必須使命必達」；
- 也有人認為「工作只是謀生的手段，別太較真」。

而當團隊裡年齡差距越大，這種價值觀的碰撞就越明顯。於是，主管的日常，常常變成在「小事」裡做「大文章」 - 明明是簡單的任務分配，卻要反覆溝通；明明是基本的工作態度，卻要花時間協調。

因此，管理的難，往往不在於制度，而在於**如何讓不同價值觀的人朝著同一個方向努力**。今天分享這些，是希望我們都能更理解管理者的不易，也思考 - 當分歧出現時，**我們如何找到最優的方案？**



代際差異—不同年代的職場價值觀碰撞

60 後、70 後的職場人，成長於強調「忠誠」、「服從」的環境，他們往往認為「埋頭苦幹」、「任勞任怨」是職業素養的體現。而 90 後、00 後則成長於信息爆炸的時代，他們更看重「自我實現」、「工作與生活的平衡」。

所以當部門成員間的年齡差異大，例如部門主管是 60 後、70 後，經辦卻是個 00 後，雙方對工作完成度的期望與目標是全然不同的，這將近 20 年的世代鴻溝絕對不是一頓飯一次團建就可以填平。因此最好的方式是：除了平日的觀察與了解外，可以透過指派共同的團隊任務，讓同事透過事情的處理，看出彼此間的差異（包含抗壓差異、理解差異、思維差異與文字表達差異）。每個世代所培養出來的種子，都帶著其時代獨特的濃烈色彩，及與眾不同的思維與做事方式，聚集在一方之地，包容與共同協作，都需要雙方做出努力，這中間最重要的是主管的協調能力與帶隊能力。身為主管，需能明確指出同事不足之處，給予建議與引導方向。一個簡單的比喻：他喜歡沙縣小吃，你卻拼命餵他酒店的頂級大餐，這樣完全達不到彼此的需求：一個吃的食不知味，一個會覺得一片好心被浪費了。

職業發展階段差異

新人關注「成長機會」，希望多學習、多嘗試；主管關注「團隊目標」，希望任務清晰、執行高效；資深員工則可能更關注「自我價值的實現」，希望自己的經驗能發揮更大的價值。所以面臨部門同事的觀念認知落差，細究內容會發現，其實也是接班人培養的管理落差。

一般來說，部門裡同事個人的優缺點表現，會讓部門特質反映在日常工作面向；因此如何用人，對主管一直都是考驗。有些同事拆解問題的能力強，可以在很短時間內找到關鍵的人事物，但不代表他有能力去解決這些人事物，這時主管在這個問題的解決上就出現重要的決定性因素；而有些主管喜歡自己解決問題，這時，同事就容易變成甩手掌櫃。如果你是主管，又該如何是好？但有些主管會讓下屬自己去試錯，或者交給一個或者二個以上的同事共同解決問題。而主管看待或對待同事完成事情的態度，則慢慢會變成部門文化，主管偏心的對待則容易造成部門暗潮洶湧，也會讓部門同事培養團隊認同感的效果下降。因此如果主管想用同樣的方式管理所有人，那必然會有人覺得不被理解。好主管應該像教練一樣，針對不同成員調整管理風格：對追求成長的下屬，多給挑戰性任務並提供反饋；對注重穩定性的下屬，清晰傳達目標，減少不確定性；對理想主義的下屬，幫助其看到工作的長遠意義。

真正的團隊凝聚力，不是所有人都一樣，而是儘管我們不同，但仍能並肩前行。身為主管的我們，也應具備讓自己與同事能不斷變好的能力與信念，透過溝通與探討找出共同的工作目標，給予教導與機會，讓團隊達成理解差異（知道大家想法為什麼不同）、管理差異（建立機制，減少摩擦）和利用差異（讓多元視角成為團隊優勢），**把分歧變成更好的答案！**

撰稿人：/ 洪良上海營業處 王佩

市場新趨勢我們如何出牌？

作為一名把青春都獻給紡織行業的業務人員，我每天都在跟面料打交道。這二十餘年，從我們跟國內外的一二線品牌合作的脈絡，能明顯感受到面料發展的變遷：它承載著消費者從生存需求到多元追求的轉變，也見證了科技與文化的交融，每一塊面料都有鮮明的時代印記。從依賴天然纖維到人造纖維，再到如今的智慧面料，每一次材料的突破也都標誌著時代的進步，承載著我們對舒適與功能的不懈追求。所以，以前品牌客戶看重產量、價格、交期，現在則越來越關注環保、功能、質感和創新，而這對我們來說，既是挑戰，也是機會。

縱覽我們現有的供應，一體化生產能力是我們最大的王牌。從織造、染色到後整理，我們控制整個生產流程，這確保了產品品質的穩定性。我們的吸濕速乾、四面彈力、防黴抗菌等功能性面料，二十多年前在市場上就具有一定的競爭力；高彈聚酯針織布一直是拳頭產品，彈性、色牢度都很穩，運動品牌、休閒品牌都愛用；基礎款的滌綸平紋布、網眼布在T恤、運動服、家居服等領域訂單穩定；我們的染整工藝成熟，開發配合得好，這也是國內國際一二線品牌願意跟我們長期合作的重要原因。

當然，除了產品本身，我們也在「服務」上升級。現在的品牌不僅需要好面料，還需要整體解決方案。我們也在為客戶提供：

- (1) 面料 + 色彩趨勢提案，說明客戶提前規劃季節產品。
- (2) 面料 + 功能解決方案，根據客戶的產品定位推薦最適合的功能組合。
- (3) 快速打樣服務，縮短客戶的開發週期。




但在面料開發的道路上，沒有永恆的王者，只有不斷追趕趨勢的奔跑者。面對瞬息萬變的市場，我們也需要清醒認識到自身的不足，並準確把握未來面料開發的趨勢。站在市場發展趨勢的角度看，我們還有不少可以提升的地方：

- ① 環保屬性不夠突出，很多國際品牌現在點名要再生纖維、可降解材料、低碳生產的產品，我們雖有許多嘗試，但還沒形成系統化的環保產品線。

- ② 功能性比較單一，大多數面料只具備吸濕排汗、高彈等基礎功能，缺少像「涼感 + 抗菌 + 防紫外」這種多效合一的複合產品。
- ③ 差異化不足，市場上同類產品多，客戶很容易比價，我們需要更多能體現技術含量和設計感的特色面料。
- ④ 智慧化、數位化方面佈局還不夠，智慧溫控、可穿戴傳感等新興領域，我們只是在關注，還沒形成可落地的產品。

結合全球面料的新趨勢，我覺得我們接下來可以考慮從三個方向來努力：

1. 綠色環保要從「加分項」變成「標配」：現在不管是歐洲還是北美，環保法規越來越嚴，品牌也在主動減少碳足跡。我們可以考慮分三步走：

-  **短期：**現有已升級為環保纖維版本的部分產品，申請 GRS 等國際認證，讓客戶用得放心、我們也賣得有底氣。
-  **中期：**引入生物基纖維，例如以含澱粉的農產品如玉米、甘蔗、小麥、甜菜為原料的聚乳酸纖維 (PLA 纖維)，可降解的 PHA 材料等，配合低溫染色、無水印染等工藝，降低生產過程中的能耗和排放。
-  **長期：**建立面料回收再利用體系，真正實現「從搖籃到搖籃」的迴圈經濟模式。



2. 功能複合化是提升溢價的關鍵：單一功能已經很難打動客戶了，未來的趨勢是「一布多能」。我們可以試著重點開發幾類產品：

- ① 運動場景：涼感 + 抗菌 + 高彈 + 耐磨的四合一面料，用異形截面紗線和特殊後整理實現。
- ② 戶外場景：防紫外線 + 防水透濕 + 保暖的複合面料，滿足全天候穿著需求。
- ③ 家居場景：吸濕透氣 + 防蟎 + 抗菌的面料，主打健康舒適。
- ④ 通勤場景：抗皺 + 免燙 + 彈性的西裝針織面料，兼顧挺括感和舒適度。

3. 智慧化和個性化是未來的增長點 - 智慧面料雖然還在起步階段，但潛力巨大。我們可以先從小處著手：

- ① 與科技公司合作，開發帶有柔性感測器的智慧針織面料，用於健康監測、運動資料獲取等。
- ② 利用數位化編織技術，實現圖案、紋理的快速定制，滿足品牌的小批量快反需求。
- ③ 關注溫度調節、自清潔、自我修復等前沿技術，提前佈局專利和樣品。

業務作為外部市場與內部開發的橋樑，我深知技術創新是企業的核心競爭力。當然，好的產品也需要全公司的協同配合——採購能拿到優質原料，生產能穩定控制工藝，業務能準確傳遞產品價值。只有這樣，我們才能把研發成果真正轉化為市場競爭力。

知行合一，躬身入局。未來，希望我們的研發部門能更加開放、靈活，與供應鏈上下游緊密合作，共同推動我們的面料朝著綠色化、智慧化、高端化轉型。開發之路充滿挑戰，但也充滿無限可能。面對日益變化的市場，我們需要以變應變，共同織就洪良染織科技發展的新藍圖。

撰稿人：/ 洪良董事長室 曹宏光特助

紡織廠的數位覺醒： AI 文化轉型旅程

《阿宏與阿良的故事》：AI 的演變與紡織廠的轉型之路，以下運用 LLM(大語言模型) 花了 13 秒所虛構的故事：

序章：老廠與時光的交會：在台南的一座老紡織廠裡，機器的轟鳴如同時間的脈搏，日夜不息。染缸旁的蒸氣、報價桌上的紙張、排程大版上的字跡，都記錄著一群人的堅守與沉默。他們是技術的守望者，也是疲憊的行者。這一天，車間迎來了兩位新夥伴——阿宏與阿良，他們不穿制服，不握工具，卻攜帶著一種無形的力量：人工智慧。

第一章：阿宏 - 分析者的沉思：阿宏來自「AI 的第一代」，他不說話，只用資料說話。他擅長分析、預測、尋找規律。當業務部門請他找出去年最熱賣的面料，他立刻生成一張報表，色號、布種、客戶、季節趨勢，一目了然。大家讚嘆不已！但當業務大美問：「那我下週要報價給日本客戶，你能幫我估算嗎？」阿宏沉默片刻，搖搖頭：「我只能分析過去，報價要你自己算。」他是聰明的，但不會行動。他是準確的，但不會參與。他代表的是「工具時代」的 AI——如鏡子般映照過去，卻無法走向未來。

第二章：阿良 - 行動者的誕生：就在此時，阿良走了過來。他不只看得懂報表，還能根據原料庫存、染整排程、匯率變化，自動生成報價單，附上交期預測。「這樣可以嗎？我也幫你準備好中日英三語的合約草稿了。」他微笑著說。大美驚呼：「你不只是聰明，還會做事！」阿良是「AI Agent」——不只是理解語言，更能執行任務、協助決策。他不再是工具，而是團隊的一員。他不只是回應，而是參與。他不只是計算，而是協作。

第三章：排程危機與人機共舞：某日一早，交接班時，警報響起染缸機台異常，排程混亂。阿宏迅速分析出問題機台，但無法通知其他部門。阿良則啟動協作流程，通知生產主管、調整排程、更新交期，並自動生成異常報告給機修課與業務部。生產主管老劉站在染缸旁，望著阿良的回報，眼眶微紅：「這才是我們需要的幫手，不只是分析，而是能一起解決問題。」在那一刻，人與 AI 不再是分離的角色，而是夥伴。

第四章：文化轉型的那場會議：廠長召開會議，問大家：「你們覺得 AI 是來取代人，還是幫助人？」大美說：「阿宏讓我們看清問題，阿良讓我們解決問題。」老劉補充：「AI Agent 就像資深助理，懂流程、會溝通、能執行。我們不是被取代，而是被升級。」廠長點點頭：「今天起，阿宏、阿良不只是工具，他是我們的流程夥伴。」那天，整個廠區的氣氛改變了。從抗拒到信任，從懷疑到共創，AI 不再是冷冰冰的技術，而是有名字、有溫度的夥伴。

演化的軌跡：AI 的四個時代

1956：符號式AI

人編寫規則，AI如棋手般遵循邏輯，卻無法自我學習。

1990：資料驅動的智慧

AI開始從資料中學習，但仍需人類定義任務。

2021：生成式AI的語言模型-CHATGPT

具備語言理解與內容生成能力，可產出文字、圖像、程式碼，但缺乏長期任務記憶與流程執行能力。

2024：AI Agent的誕生

AI不再只是回答，而是能理解目標、規劃步驟、執行任務、反思修正，並透過API接軌各種工具，成為真正的流程參與者。

對企業的推動 AI 順序建議

STEP 1：從痛點切入

選擇最困擾的流程，讓 AI Agent 解決「最煩人的事」，建立信任感。

STEP 2：建立部門共創小組

由一線員工與管理者共同設計 AI Agent 的任務邏輯，每月優化一次，讓 AI Agent 越來越懂現場。

STEP 3：設計人機協作 SOP

把AI工具實體化，成為正式的工作崗位，納入日常流程與職位設計。讓員工不只是使用者，而是 AI 的管理者與教練。

STEP 4：文化推廣與教育訓練

推廣「AI是夥伴」的觀念，鼓勵員工提出建議、分享經驗、參與優化。「企業主與高階主管的角色，已從技術批准者轉型為文化引導者。他們不只是支持AI導入，更親自參與流程設計、人才培育與文化推廣，是智慧化轉型的真正推手。」

AI 不會取代你，但懂得用 AI 的人，正悄悄走在你前面。他們不是更聰明，而是更願意學、更敢於改變。他們不是未來的威脅，而是現在的提醒。你不需要成為工程師，也不必懂每一行程式碼。你只需要一個決定：願意開始。願意讓 AI 成為你的助力，而不是旁觀者。願意讓自己成為那個「懂流程、懂痛點、懂協作」的人。這不是一場技術革命，而是一場勇氣的選擇。AI 工程師建橋，會用 AI 的人走橋。現在最缺的不是橋，而是願意走過去的人。走過去的人，不只是更有效率，更有價值。他們會是未來的主管、流程設計者、文化推動者。他們不只是工作者，而是智慧化時代的領航者。所以，請記住「你不是被 AI 推著走，而是你選擇與 AI 並肩前行」。這條路不冷，不孤單。它有陽光、有夥伴、有未來。而你，就是那個敢走第一步的人。

撰稿人：總管理處行銷管理組 黃惠津

2025 台北 TITAS 紡織展參觀心得分享



第 29 屆台北紡織展 (TITAS) 已於 2025 年 10 月 14 日至 16 日於南港展覽館 1 館舉行落幕，根據主辦單位資料，有來自全球 400 家業者參展，展出規模將超過 1,000 個攤位，今年台北紡織展順應現行產業發展趨勢及消費走向，將展出重點聚焦在「永續環保、機能應用、智慧製造」三大主題，展出各式高新技術和永續環保兼具機能的紡織品。

今年集團有三家企業參展，分別是南良國際的特殊紡織部門、匯良事業體，以及大旭泰團隊參加包袋公會的攤位，南良國際特紡的展出內容是以永續設計為核心理念，打造防割 / 防穿刺方案搭配耐熱與阻燃布料，以及高耐磨與防滑補強材，呈現專為手套、服裝、鞋材及工業應用打造的高耐用性與防護解決方案；而匯良事業體則是提出一套兼具環保永續與機能的單一材質面料與貼合布料，除了一般運動產業使用，也可應用到特殊產業用布；集團的製成品代表企業 - 德良科技股份有限公司，就是旭泰也參加了這次的展會，展示了運動背包、筆電專用包、寵物包袋、車用專用包袋、手提包、旅行包、戶外專用包袋 等等，攤位上也一併秀出應用集團內的相關專業包袋材料，如友良 / 匯良的牡蠣回收 PU 塗層布料以及中良工業的海洋回收紗布料，展現集團豐厚的材料資源一貫整合的實力。

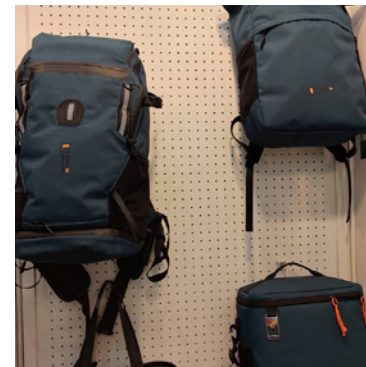
南良國際—特紡



旭泰攤位



匯良攤位



旭泰用中良布料



旭泰用友良布料



旭泰自有品牌

此次台北紡織展也是觀摩台灣其他紡織同業的好機會，遠東新世紀這次展出的研發重點有以下四大方向：

- (1). ThermoBionic (仿生溫控布料 / 成衣) 概念來自「仿生體感科學」，整合紗線設計與布料結構，具備「蒸散調濕」與「保暖蓄熱」雙重效果，能根據環境與人體狀態維持舒適溫度。在設計上同時兼顧機能、美學，可應用在高機能運動服、都會外套、戶外休閒服、需要動態溫度管理的專業服飾。
- (2). LoopFlex (循環高彈性面料 / 單一材質高回彈服飾) 以「單一材質」概念突破彈性纖維回收困境 (提升整件衣物回收再生的可能性)，能同時做到高支撐、高回彈與舒適手感。可應用在瑜珈服、運動壓力衣、貼身機能服與需要高回彈支撐的成衣 (同時強調可循環再利用)。
- (3). TOPGREEN® 系列 (再生聚酯 / rTEX / Bio3 等永續纖維) 與 T2T (Textile-to-Textile) 循環制服方案 TOPGREEN® rTEX、Bio3 等為遠東新世紀的「低碳 / 再生」聚酯與功能纖維產品家族，著重於降低碳與水足跡、提升回收率與染色低溫化技術。T2T 方案代表「從布到布」的循環 (企業制服等成衣回收並再製成新布料)，整合材料設計、回收系統與製程。
- (4). 再生聚酯薄膜的防水透濕產品 (FENC® TOPGREEN® 防水透濕再生聚酯薄膜) 以再生原料製成的防水透濕薄膜 (取代傳統非再生薄膜)，兼顧防水與透濕機能，並納入再生材料來源以提升環保屬性。

撰稿人：總管理處行銷管理組 黃惠津

2025 台北 TITAS 紡織展參觀心得分享

台塑企業則是另一家台灣代表性的紡織巨頭，今年台北紡織展照例沒有缺席，這次展出的研發重點從原料（聚酯、聚丙烯、尼龍、碳纖）、機能布料到回收／循環經濟材質。

(1). 福懋興業股份有限公司 — eSMORE-TEXTM 奈米紡絲耐隆透氣防水織物／一體化材質設計推出「eSMORE-TEXTM 奈米紡絲耐隆透氣防水織物」，採用全球首創的耐隆材質透氣防水膜，布料表層與透氣膜皆由單一材質構成，以降低回收再用門檻。

(2). 台化公司 尼龍 6 回收環保粒／戶外機能布料鏈利用海洋廢棄漁網回收，再經化學法還原為己內醯胺 (CPL)，生產尼龍 6 回收環保粒。下游布料公司（如福懋）使用該環保尼龍製作機能戶外服飾，建構從原料至成衣的一貫化鏈。

(3). Nyudex® 為南亞推出的 TPEE（熱塑性聚酯彈性體）系彈性絲，定位為「聚酯系可紡彈性絲」，要達到類似 Spandex（PU 彈性纖維）的彈性與伸展性，但屬聚酯系列，可直接與聚酯纖維交織或包紗，利於單一材質布料設計，有助於服裝回收與循環利用。

碳纖維複合材



政府單位如經濟部產業司與台灣紡織綜合研究所也展示了許多研究成果，可成為集團相關研發方向的參考。

(1). 「重塑再生碳纖維複合材料開發」：包含熱塑性複合材料與碳纖維的整合、高含浸製程（樹脂滲透碳纖維）技術、提升加工效率、以及可回收與循環製造。目的是在輕量化、高強度、可回收循環材料上取得突破，協助台灣複材產業鏈升級。加上碳纖維增強，具備輕量化高強度特性，適用於交通、綠能、國防、航太等高端應用。

(2). 「智慧護膝」或「膝關節炎在宅數位運動介入系統」中所含的智慧護膝裝置：其概念是護膝本體採用導電纖維一體織造，內嵌或搭配感測元件（如肌電圖 EMG、慣性傳感器 IMU / 角度感測器）與電刺激模組，用以監測膝關節活動、肌肉活化狀況，並提供電刺激輔助。在系統整合方面，通常搭配手機 / APP 或電腦平台，遊戲化、互動化介面，讓使用者能「在家」或「日常穿戴」情境中，進行復健或膝關節保健訓練。

每年的 TITAS 台北紡織展雖然規模不比國際的紡織展盛大，但也聚集了台灣紡織業者的研發精華與成果，集團這次有三家企業參展，也是代表著總裁所說立足台灣、放眼世界的精神，三家企業也藉由參展的機會，多加參與紡拓會所提供的與國外買家的媒合洽談會以及邀請品牌客戶蒞臨攤位商談開發，攤位期間感受到所有業務主管與同仁的忙碌與熱忱，總裁對於集團內各事業體的國內外參展或看展都是持以正向肯定的看法，鼓勵各位同仁持續把眼界放向世界國際觀，才能創造南良永續經營的價值。

撰稿人：南良國際特殊紡織部 王錦珠代副理

南良國際特紡部 2025 年台北紡織展參展

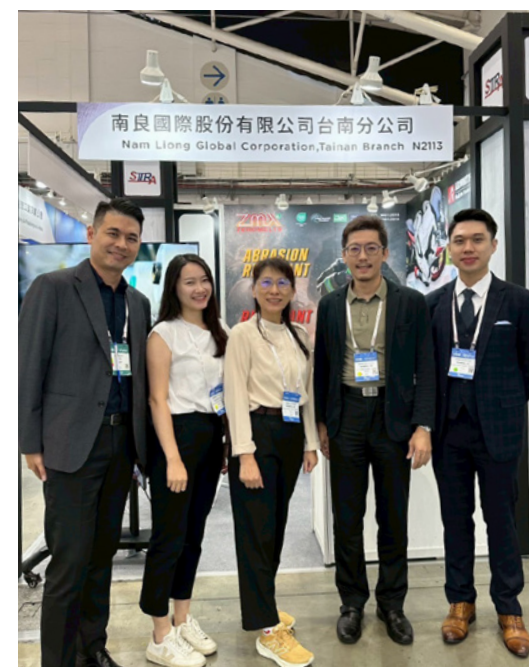


南良國際特紡部於 2025 年台北紡織展圓滿參展。本屆展會來訪人數與去年相當，但關鍵國外新客戶明顯增加，透過紡拓會安排的 12 組品牌洽談成效顯著，攤位另接待客戶 58 組，展現出穩定且持續成長的市場關注度。

展出期間，客戶需求集中於貼膜耐磨、耐切割、防火與防針刺等功能材料，顯示市場正從單一機能轉向「複合機能整合」、「深度永續實踐」與「智慧化解決方案」。

一、商洽會成果與業務精進

商洽會成功搭建與國際一線戶外及運動品牌的戰略對話平台，12 場深度洽談不僅帶來直接商機，也揭示高端市場的未來走向。



撰稿人：南良國際特殊紡織部 王錦珠代副理

南良國際特紡部 2025 年台北紡織展參展

成功關鍵包括：

- 客製化簡報：針對客戶痛點精準提案，強化專業形象。
- 夥伴化定位：即時回應商業與技術問題，從「供應商」提升為「開發夥伴」。

後續建議：

- 建立「戰略客戶情報資料庫」，整合客戶永續藍圖、設計方向與競爭分析。
- 建構「模組化故事套件」，快速組合永續證書、技術數據與應用案例，提升簡報效率。

二、攤位接待成效與集團協同

以「全方位防護科技」為主題，結合動態影片與實物展示，吸引 58 組客戶，其中海外訪客達 30 組。

主要成果：

- 既有品牌深化合作：ALPINESTARS、SEES 等品牌由維繫關係轉為共同開發，並回饋終端市場對「輕薄耐磨、高性價比」產品的迫切需求。
- 製造夥伴強化供應鏈：與美德、亞龍、博迪等合作夥伴交流製程優化與品質提升，穩固生產基礎。

集團協同價值：

- 建議橫向整合織造部、海綿、特材 ... 等單位，實踐「一站式服務」優勢，提升客戶體驗並開啟跨部門研發契機。
- 建議建立「集團產品知識共享平台」與「產品導航員機制」，讓業務成為整體解決方案顧問。

展場管理優化：

- 動態影片提升攤位吸引力，成為自動化溝通媒介。
- 建議導入「預約制洽談時段」與「快速響應小組」，改善人流高峰時的接待效率。



三、產業趨勢與市場觀察

展會呈現出產業三大發展支柱：永續環保、機能應用、智慧製造。

1. 競品分析：競品對手展示 A6 等級耐切割產品雖具防護力但厚重，突顯我司「輕量化高防護」的市場突破口。



2. 合作啟示：紡拓會展示以我司耐磨布製成之競速防摔服，為產品應用提供實證與品牌曝光。
3. 永續轉型：市場由 Recycle 邁向 Regenerate 與 Degradable，化學回收與生物基材料成為主流趨勢。
4. 數位產品護照 (DPP)：歐盟法規推動下，區塊鏈追溯與碳足跡透明化將成為市場準入條件。
5. 機能跨界融合：防護從物理延伸至環境與健康層面，如抗 UV、防蚊、抗菌、壓力舒緩等應用。
6. AI 與智慧製造：AI 預測面料性能成為研發趨勢，數據將成為展示永續與製程優勢的重要資產。

四、未來行動方案

1. 產品策略：啟動「複合功能種子計畫」，開發「超輕薄耐磨」與「高彈性防切割」面料，對應國際品牌需求。
2. 客戶管理：完成 70 組客戶 CRM 建檔與分級，制定差異化追蹤策略。
3. 數位化工具：建置「電子型錄 APP」，統一產品技術資料，提升銷售與服務效率。
4. 參展流程優化：
 - 會前：強化情蒐與簡報準備。
 - 會中：分級接待與新品展示。
 - 會後：快速提案、掌握潛力商機。

結論

2025 年台北紡織展展現南良國際特紡部從「技術供應商」邁向「策略夥伴」的轉折。面對全球產業變革，我司須以「輕薄化、永續數據化、集團協同作戰」為核心，深化研發整合與市場滲透，從單一產品競爭轉向生態系整合，持續鞏固於全球高端紡織供應鏈中的領導地位。



撰稿人：南良國際特紡事業本部 盧世芳副理 / 林郁淇專員

南良特紡防護用品部參加 2025 T-SAFE 台灣工業暨職業安全展 展現專業防護新實力

2025 年「台灣工業暨職業安全展 (T-SAFE)」於 10 月 14 日至 16 日在台中國際展覽館盛大舉行，今年首度與「台灣工業週 (TIW)」聯合展出，整合五金、金屬加工、冷凍空調及職業安全等多元領域，成為台灣製造與安全產業年度最具規模與影響力的專業展會。展會新增「智慧工廠」與「AI 防災」兩大主題，完整呈現從工業製程到職場安全的全方位防護解決方案，吸引眾多專業買主與企業代表前來參觀。

南良特紡防護用品部門參加本次展會，展示多項高性能防護材料與應用成品，包括防火毯、阻燃手套、耐切割手套等，充分展現公司在職業安全防護領域的研發與製造實力。攤位設計以情境展示為特色，特別以模型車與火盆燈模擬火燒車防護場景，真實呈現防火毯於緊急狀況下的應用情境，成為展場矚目焦點，吸引許多參觀者駐足了解。



展覽期間人潮熱絡，參觀者主要來自國內製造、金屬加工、能源及化學等產業。詢問焦點集中於施工現場所需的電焊防火毯及高溫防護手套；鋼鐵與熔爐相關業者則對耐高溫與耐切割手套表現出高度興趣，並進一步了解產品性能與認證資訊。另有來自新能源及鋰電產業的訪客，針對防火與隔熱應用提出具體需求，顯示相關產業對高效能防護用品的需求正快速提升。

除國內業者外，現場亦吸引多位國際買主洽談，關注重點包含手套系列與防火毯產品。部分買主已表達希望取得樣品以進一步評估合作的意願。整體觀察，本次展會吸引的客群橫跨傳統製造與新興能源產業，顯示市場對防護產品的需求正朝向多元化與專業化發展。

透過此次展出，成功提升公司在產業界的能見度與專業形象，並藉由現場互動了解市場趨勢與實際使用需求，為未來產品優化與市場佈局奠定基礎。展望未來，我們將持續投入創新研發，結合材料科技與應用設計，提供更完善的防護解決方案，協助各產業打造更安全、永續的工作環境，邁向智慧防護新時代。



撰稿人：真愛農漁電 蕭介銘

2025 台灣國際智慧能源週暨 儲能應用展 — 聯合參展策略與 市場洞察心得報告

為響應集團推動的「創新整合」策略，本次台灣國際智慧能源週的參展，透過戰略結盟成果的方式，我們聯合真愛儲能科技、大翔新能源、南良國際（特紡防護用品部）及一德金屬工業，共同推出儲能一條龍解決方案。



核心策略：從單點銷售到生態系整合

有別於同業普遍的單一產品（如電池櫃、逆變器）銷售模式，我們此次參展的核心戰略，是主動向市場展示一個完整的儲能安全與管理生態系點。

- 系統核心（真愛 / 大翔）：提供儲能電池、機櫃設備，作為系統的心臟。
- 智慧大腦（真愛）：導入 EDC+AI 電力醫生系統，作為系統的中樞神經。
- 安全防護（南良 / 一德）：整合消防滅火毯與消防電磁門吸，構建從被動阻燃到主動阻隔的物理屏障。

我們不再是單純的設備商，而是儲能系統整合與安全顧問。

展品亮點（一）：EDC+AI 電力醫生，打造儲能的智慧大腦

我們展出的「EDC (Efficient Data Collection) + AI 電力醫生」系統的核心是將物聯網 (IoT)、大數據與 AI 融入環節。其定義涵蓋：Efficient Data Collection (高效資料收集) Expandable Decentralized Control(可擴展分散式控制) Edge Device Cloud(邊緣設備雲)

1. 讓儲能「會思考」的架構：我們向客戶展示，EDC 不僅是傳統的能源管理系統 (EMS)，它更是一個具備深度學習能力的數據中心。它整合了再生能源、儲能系統 (BMS)、電網調頻、甚至 UPS 不斷電系統，實現了數據的全面採集與互通。



2. AI 電力醫生的預防性賦能：AI 的角色，是從海量數據中挖掘隱藏風險。我們的 AI 電力醫生系統，亦是透過持續的數據積累，實現了從「被動告警」到「主動預測」的飛躍。現場透過大型螢幕的即時監控介面，我們向客戶演示 AI 如何進行多維度分析 (電壓、電流、溫度、SOH 狀態) 與趨勢預測。

核心價值：在電池發生熱失控之前，AI 模型即可辨識出微小的異常徵兆 (例如特定電芯的微幅溫升或壓降曲線異常)，並主動發出預警、執行降載或隔離指令。

展品亮點（二）：從智慧防禦到模組級熱控

針對市場最關心的安全問題，我們提出了從被動防火轉向智慧防禦的新概念。

- 1. 數據維度：**鎖定關鍵安全指標：我們在現場展示的系統，專注於電芯健康度 (SOH)、熱失控風險等級、消防系統待命狀態等關鍵安全指標，實多維監測與 AI 預警的目標。
- 2. 從秒級切離到模組級防災：**業界的普遍痛點是，傳統消防僅能做到櫃級滅火，但為時已晚。我們的系統強調了兩個革命性概念 - EDC 驅動，秒級切離 - 當 AI 電力醫生判斷風險成立，系統不再等待 BMS 的被動保護，而是由 EDC 主動發出指令，在黃金秒數內啟動安全機制。模組級精準防護 (EDC 模組級熱控系統) - 這套系統能精準定位到「哪一個」電池模組 (Unit-Level) 出現異常。隨後，它可藉由南良的消防滅火毯進行物理包覆，並聯動一德的消防電磁門吸自動關閉防火門，將災害牢牢鎖死在最小的初始單元，防止火勢蔓延。

啟示與未來行動

本次展會的現場觀察，整體人流較往年略減，但本公司攤位吸引的目標客群反而增加。市場正在經歷一場從「投機」轉向「專業」的洗牌過程。過去幾年，儲能市場充斥著尋求短期獲利的投機者。而今年，駐足在我們攤位前的，多是具有實際案場營運經驗、或正面臨保險與工安嚴格要求的業主。他們不再只問「一度電多少錢」，而是開始深入探詢「系統如何應對熱失控」、「SOH 如何精準管理」、「維運的風險與成本」。EDC+AI 與一條龍安全方案，精準命中了這群高價值客戶的核心焦慮。當同業還在展示硬體規格時，我們已經在展示大腦與保險；當同業還在銷售產品，我們已經在提供解決方案。深化 AI 應用，加速數據積累：我們的 EDC 系統是未來最強大的護城河。應加速導入客戶案場，積累更多真實數據，持續優化 AI 電力醫生的預測模型，使其從給予建議進化到輔助決策乃至自動決策。標準化一條龍方案：應將此次的聯合艦隊模式，標準化為可快速複製的安全儲能解決方案包，使其能更有效地向客戶傳遞整合價值，後續應堅定此一路線，推動公司在智慧化的浪潮中不斷發展壯大。

撰稿人：南良國際國際行銷企劃室 林君章課長

南良國際股份有限公司 榮獲科專計畫支持

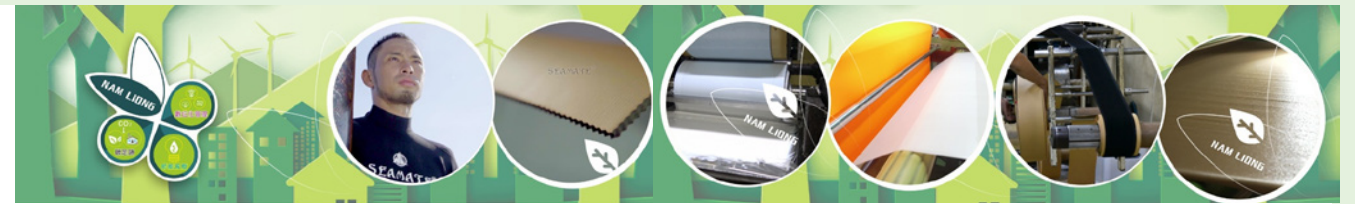
以綠色低碳紡織推動國際市場布局

南良國際股份有限公司宣布，憑藉在永續紡織領域的深厚實力與創新研發能力，成功獲得經濟部「協助產業提升競爭力布局海外市場計畫」之核定支持。本次計畫主題聚焦於「綠色低碳紡織品開發暨海外市場布局」，此舉不僅展現南良在材料科學、綠能研發、品牌行銷等面向的完整能量，也象徵政府對本公司推動永續紡織產業、協助台灣產業鏈強化國際競爭力的高度肯定。身為台灣紡織產業鏈中的重要企業，南良長期以「創新、品質、責任」為企業核心，積極導入綠色製程，推動減碳技術與產品開發，並且在國際市場持續拓展合作據點，逐步奠定「台灣研發、國際布局」的戰略地位。此次計畫通過，更是公司將研發能量轉化為國際市場實際競爭力的重要里程碑。



推動綠色低碳 創新研發再獲肯定

南良自創立以來，始終堅持「以科技帶動永續」的理念，持續投入資源在綠色紡織品研發。公司積極開發再生聚酯纖維、可降解環保材料，並導入低碳製程，期望以創新工藝減少生產過程中的能源消耗與碳排放。本次科專計畫的核定，顯示公司過去在研發上的努力已獲得政府高度認同，也意味著南良將能進一步整合國際研發趨勢，持續開發符合市場需求的高附加價值產品。除此之外，南良也透過跨領域合作，引進材料科學、化工技術與紡織應用的專業人才，並積極與國內外研究單位合作，共同推動綠色低碳技術的突破，為全球客戶提供更具有環保價值的創新選擇。南良相信，唯有不斷挑戰自我、深化研發能量，才能真正成為全球綠色供應鏈中不可或缺的核心角色。



強化國際布局 深化市場能量

本次計畫的核定，不僅是對南良研發成果的肯定，更是推動公司國際化發展的重要契機。南良將以台南分公司為研發與行銷能量中心，整合產品開發、品牌行銷及市場策略，持續深化在歐美與亞洲市場的布局。公司近年來積極參與國際展會，與全球知名運動、戶外及工業品牌建立合作關係，藉由綠色低碳產品的差異化優勢，強化市場競爭力。未來，南良將善用此次科專計畫的支持，進一步擴展海外據點，並透過精準行銷策略，提升企業品牌在全球市場的能見度。同時，公司也將利用 ESG 趨勢所帶動的綠色需求，與國際品牌共同打造兼具永續價值與高性能的紡織產品，讓「台灣研發，南良製造」的品牌印記更廣泛出現在國際舞台。



永續經營 擘劃未來藍圖

面對全球淨零碳排的挑戰，南良國際股份有限公司秉持「永續經營」理念，將此次科專計畫視為邁向下一階段的重要起點。公司未來將持續投資於智慧製造與數位轉型，透過大數據、AI 與自動化技術，提升生產效率並降低能耗。同時，南良將積極參與國際永續聯盟與跨國供應鏈合作，讓研發成果不僅服務於台灣市場，更能在國際舞台展現影響力。除了產品研發與市場布局外，南良也重視企業社會責任，推動環保教育、社區共榮及員工永續培訓，確保企業成長與社會福祉能夠同步前進。此次科專計畫的支持，象徵南良正式進入以綠色科技為核心驅動的國際化新篇章，未來將以更長遠的眼光，持續打造具全球競爭力的永續紡織品牌。

關於南良國際股份有限公司

南良國際股份有限公司創立以來，即專注於功能性與環保紡織品領域，產品涵蓋運動、戶外、工業與醫療等多元應用。公司以研發創新、環境永續及客戶信賴為經營核心，持續投入再生材料與低碳製程的開發，並與國際品牌緊密合作，將「綠色創新、永續經營」的理念實踐於全球市場。未來，南良將持續發揮台灣研發優勢，結合國際市場的需求與趨勢，推動更多具影響力的綠色解決方案，帶領台灣紡織產業持續邁向世界舞台。

撰稿人：友良管理部 楊雅鈞專員

產學交流走進企業的溫度 嘉義大學商學研究社參訪



在推動產學合作與實務學習的過程中，企業參訪活動扮演了極為重要的角色。為使學生能夠更貼近產業運作、了解實務現況，嘉義大學商學研究社於 10 月 15 日下午蒞臨友良公司進行參訪活動。

在公司同仁的熱情接待下，學生們首先前往生產現場，親眼觀摩胚布生產的實際流程。透過現場導覽與人員講解，學生們得以了解從原料投入、織布運作到成品檢驗的各項環節，對紡織製程有了更具體的概念，也感受到生產線上人員專注與嚴謹的工作態度。

隨後，學生們移步至會議室，由相關主管進行公司簡介。透過圖文並茂的簡報內容，詳細介紹了友良公司的發展歷程、主要產品、經營理念及企業文化。學生們在聆聽過程中不僅認識了企業運作的實際面向，也更深刻體會到友良在品質管控與永續經營上的努力。會中，學生們踴躍發問，與主管進行熱烈的交流討論。雙方一來一往的問答互動，展現出青年學子對產業發展的高度興趣，也讓公司同仁看見學術界對實務應用的關注與思考。透過此次參訪，學生們對友良公司的營運模式與企業文化有了更深入的理解，不僅增進了對產業的認識，也為日後進入職場奠定良好的基礎。

友良公司亦表示，非常樂見能透過產學交流活動，讓學生更了解產業現況，並期盼藉由這樣的互動，激發更多年輕人才對紡織產業的興趣與投入。未來，公司也將持續開放企業參訪與合作交流的機會，與學界攜手，共同培育優秀人才，促進產業永續發展。

撰稿人：德元埤荷蘭村 謝明佑

花甲少年趣旅行 ——走進德元埤的慢活日常

人氣節目《花甲少年趣旅行》近期特別來到台南進行拍攝，以「豬肉王子蔡小虎的精品台南之旅」為主題，選擇德元埤作為節目拍攝的重要場景之一。演出陣容極其華麗，由蔡小虎、龍千玉、孫淑媚、楊子儀四位天王天后一同走訪園區，在如詩如畫的湖光風車間，展開一段既有趣又充滿回憶的慢旅行體驗。



獨木舟體驗成慢旅新寵

節目預告釋出後，掀起一波詢問熱潮，不少粉絲在社群上留言：「這不是德元埤的風車嗎？」、「划獨木舟的湖，看起來好眼熟！」沒錯，那片交織著風車倒影與碧綠湖水的畫面，正是德元埤荷蘭村最迷人的風景線。節目中最具代表性的畫面，莫過於藝人們沿著河道划著獨木舟緩緩前行，這項體驗不僅是德元埤的經典活動，更象徵著「慢活」的生活方式。並且特別安排了撈「恐龍蛋」的小遊戲，笑聲不斷、互動滿滿，為園區注入滿滿活力與趣味。



不可錯過的明星商品：手作鮮奶甜筒

除了體驗活動外，藝人們也大啖德元埤荷蘭村最具人氣的午後甜點「手作鮮奶甜筒」。甜筒一共有 6 種口味，每款皆使用在地酪農的新鮮牛奶製成，奶香濃郁，口感綿密，完全不甜膩，讓人一口接一口欲罷不能，是夏天來荷蘭村必吃的甜品之一。節目播出後，不少觀眾慕名而來，指定要品嚐這款「明星甜筒」，成為園區另一個吸睛焦點。

讓世界看見德元埤

此次拍攝能夠順利完成，特別感謝節目製作團隊的用心安排與拍攝，感謝東森綜合台的播出支持，讓更多人看見了德元埤荷蘭村的獨特魅力。這不僅是一段藝人的旅行記錄，更是一座園區的故事延伸——用影像說話，讓風景成為主角。

未來，我們期待有更多人來到荷蘭村，在風車下拍照、在埤塘上划舟、在微風中聆聽時間的節奏。這裡不只是拍攝景點，更是一座記錄著回憶與情感的湖畔村落。無論是親子出遊、情侶漫遊，或三五好友小旅行，都是值得一試的療癒行程。

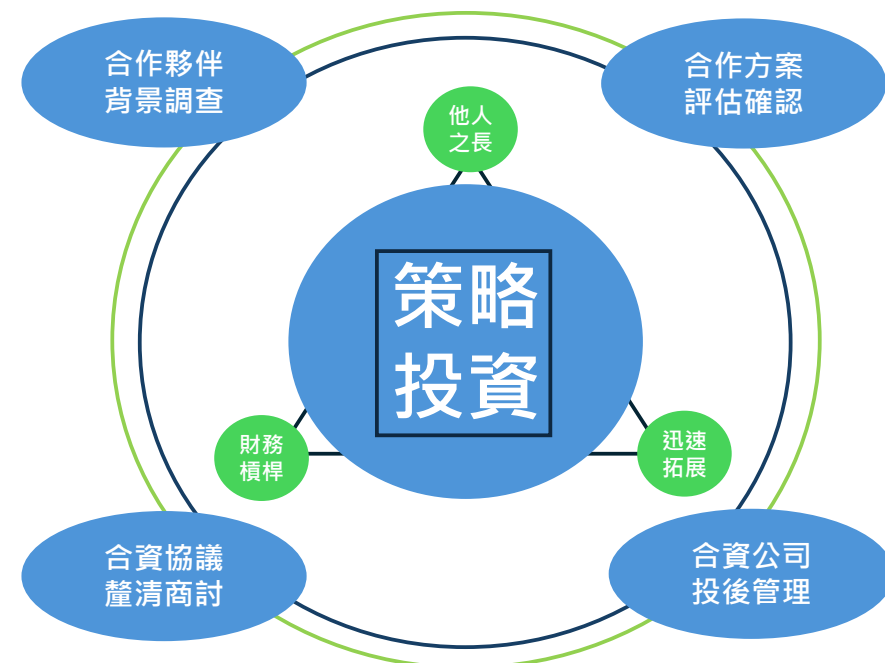
撰稿人：中良事業體 賴俊佑

進攻就是最好的防守 淺談策略投資部門

從 2018 年的美中貿易戰，2019 年的新冠疫情與 2022 年的烏俄戰爭，確實將許多事物打出原形，多國政府驚覺本國的重要原物料與經濟命脈，竟然都控制在他國手中；一場封鎖、一次塞港，就暴露出全球化經貿的弱點，而眾人竟無計可施、束手無策。然而這樣的困境企業亦感同身受，受限於關稅的影響與疫情風控，供應鏈隨時喊停無法出貨，唯有擴展跨地域的生產基地，多國布局方可降低營運風險。

過往中良工業擅長於扮演的台灣與中國供應商管理者的角色，也透過這樣的模式不斷的擴大中良的營運規模。但現今若要讓品牌安心，就需要完成「中國加一」或「台灣加一」分散風險的採購策略，此舉勢必要在東南亞（如：越南、印尼、緬甸或柬埔寨）或南亞（如：印度或巴基斯坦）布局。而且要布局製造工廠，以滿足一線品牌去中間化的目標。「他山之石，可以攻錯」就變成一個很重要的發想，以前企業詮釋前者是用學習他人之長補足自己之短的角度，但現今這句話的詮釋早已從「以他人為師的學習」變成「與他人融合的迅速整併」。因為速度是關鍵，所以等待自學的時間或許太慢，需透過「策略投資」的角度進行企業間的整併。但企業整併牽涉到從文化到組織到管理到業務個各方方面面，絕非一紙投資協議就可以輕易地完成。企業整併可粗略的切分成四個階段：潛在合作夥伴的背景調查、合資（作）方案的評估（包含合資企業的盡職調查）、合資協議的商談簽署與執行、合資企業的投後管理。

企業整併的每個階段，執行的過程都需要專業人士盡應有之注意力，並力求盡善盡美。組建這樣的最佳企業整併專業團隊就需要兼具財會、內部控制、流程管理、營業知識、法律等各方面的人才配合。而這就是目前中良正在運作的策略投資部門，透過己身對於鞋材營運的熟悉及內部管理的嚴謹，加上合資夥伴的當地化資源或生產製造強項，再佐以財會與法務的專業評估，進行一個個的投資方案，持續發展，不斷優化。



迅速整併不代表中良工業放棄學習他人之長，而是短期內透過迅速整併取得客戶的信任擴大營業額，長期再利用擴大的營業額與合資夥伴「帶來可供學習之處」不斷培養中良工業的新技能。中良工業從來都沒有放棄持續鞭策員工不斷學習不斷成長，只是整個學習的過程，中良把外部的老師變成內部的夥伴，然後採更近距離的學習當中的門道，這就是中良想持續推廣的，以策略投資為根本，以提升員工技能為目標的良性循環。中良不但沒有放棄學習他人之長，反而採取更深入的方式學習他人之長。

「鏘～打擊出去這是一支全壘打，林家正打出 Solo Home Run」，2024 年 11 月 24 日的晚上，在全世界看衰的眼光中，在全台灣讚嘆的驚訝聲裡，台灣隊取得世界棒球十二強的冠軍。這當中除了場上球員的奮戰拚搏外，場下的情蒐與賽前分析，亦替這個冠軍的純度上增色不少。策略投資就是中良工業的情蒐觸角，協助企業找到更適合的夥伴進而內化成更優秀的中良導師，策略投資是中良工業不斷強化自身競爭力的武器。唯有不斷的攻擊、不斷的優化、不斷的撕裂競爭對手的防線，才是最好的防守，才是最好的企業經營之道。

註：此文送給每一位 2024/11/24 守在電視前面一同緊張一同吶喊一同加油一同慶祝的台灣人。謝謝台灣隊的冠軍，這份「成功驚豔」讓台商找到自己的路，唯有不斷地進攻才是最好的防守。

撰稿人：元宏經營團隊

逆勢重生的一年——元宏 如何在挑戰中找到轉機

在全球產業環境動盪、競爭加劇的背景下，元宏於 2024 年迎來一場深刻的轉型。副總經理在歷經一年十個月的領導後，帶領團隊逐步縮小虧損、重塑文化、重新定位產品策略，為公司注入新的生命力。以下是他對這段歷程的分享。

面對低谷：從「不可能」開始的重建

「我回來的第一天，看到大家的表情，坦白說是震撼的。」副總回憶道，「那是一種失望與無力的氛圍，彷彿大家都在想：這家公司還能撐多久？」當時公司已虧損近半個資本額，士氣低落，甚至到職不到一周就有員工來要求年終獎金，理由是「虧損是主管的責任」。這樣的文化衝擊，讓副總深刻體會到，真正的挑戰不只是財務，而是人心。但他沒有退縮。「我後來體會到一句話：你對目標有多渴望，你的行動力就有多強大。」他選擇留下，選擇相信改變的可能。

重建團隊：從文化到制度的革新

副總坦言，自己原是工程師出身，不擅交際，也不熟悉產品策略。但他以誠信與行動力為基礎，重新招募理念契合的夥伴，並獲得總裁的大力支持。他推動彈性工作制度，強調目標導向與精實管理，並提出「速度快、服務好、誠信正直」的原則。團隊人數從 51 人精簡至 15 人，卻仍能服務世界級工控客戶，展現高效能與高品質。「我給同仁三個原則：把自己身體養好、把家人照顧好、工作大家一起做好。」他相信，唯有身心健康、理念一致，才能真正打造有戰力的團隊。

找到方向：從產品到價值的轉型

在產品策略上，副總帶領團隊從「賣產品」轉向「提供解決方案」。他將設計、法規、驗證等技術能力整合為「Power Solution」服務，協助客戶解決痛點，創造差異化價值。這樣的策略不僅環保、節省成本，也讓公司在客戶心中重新建立信任。「我們不是只做成品，而是幫客戶解決問題，這就是創新。」



縮小虧損：一步步走出低谷

初期訂單量僅每月 3 萬台，營收遠低於支出。但副總選擇以服務換取信任，即使客戶要求降價，他也以誠意回應，並強調合作價值。其中一位監視器大廠客戶（圓展科技），曾因價格離開；客戶：「不降價 30% 後續未投入生產的訂單全數取消」副總分析了近年往來交易數據後，決定以調降售價 2% 做回應。這 2% 是感謝客戶這幾年提供穩定訂單給元宏，並告訴客戶「當元宏調整到可以服務貴司的資質時我們再來合作」。三個月後客戶主動回頭合作，且價格未再下修。「這代表我們的服務與誠信，是有價值的。」

關鍵時刻：天時、地利、人和的交會

副總認為，公司能逐步縮小虧損，關鍵在於「天時、地利、人和」。他指出，過去曾有高階主管對外宣稱公司不再做電源產品，導致客戶流失。回歸後，他親自拜訪客戶、重建信任，甚至在一次被拒絕見面的情況下，仍鏗而不捨地爭取半小時的會面，成功促成合作。2 個月後取得新訂單，訂單數增加 2 倍。每月穩定下單 目前已接單到 2026 年 8 月。給元宏挹注 1 億 2 千萬營業額。「我們最近完成新一代漏電斷路器的開發，一次測試就成功，這是我們技術實力的展現。」

團隊蛻變：文化衝擊帶來新生

2025 年第三季，公司迎來專注於電源設計 30 年經驗的資深工程師，與韓國 LG 專案深耕近 20 年經驗的高階主管的加入，帶來不同文化的衝擊與融合。副總重新思考生產模式，決定由自製轉為代工，提升量能、降低成本。「這是大破大立的決策，雖然訂單量尚未滿載，但我們已準備好迎接下一階段的成長。」

展望未來：新產品與市場佈局

明年度，公司將有具備技術與業務能力的新成員加入，補足業務人力，強化客戶開發能力。與喬山健康科技的合作也已展開，代表市場對元宏體質的肯定。副總強調：「體質調整好，服務做好，生意自然會進來。最重要的是團隊要堅強。」

給集團的話：不服輸，是我們的信念 屢敗屢戰 是我們的態度人生就是不斷面對挑戰

「外在環境我們無法掌控，但面對環境的態度，我們可以決定。」副總語氣堅定地說，「跌倒不可怕，怕的是不敢再站起來。只要不服輸、不怕挑戰，每一天都是新的開始。」他以感恩的心面對每一個轉折，也以承諾回應集團的信任：「我跟總裁說過，我寧為飛灰，也不願低頭。我會讓公司轉虧為盈，請大家拭目以待。」

撰稿人：民雄日式招待所 王栗欣行銷企劃

當靈感遇上行動：彩繪月光球的故事



行銷企劃是一個模糊卻充滿連結的職務。每一項企劃都像是一場連鎖反應它能夠為公司帶來什麼？能夠為參加者帶來什麼？又能夠為還未接觸我們的人帶來什麼？就像蝴蝶效應一樣，輕輕揮動翅膀，便可能掀起不同的變化。

九月，我以新人的身分加入「民雄日式招待所」成為行銷企劃，除了學習門市支援，也努力完成交接任務。在緊湊的九月裡，我開始著手規劃十月的中秋活動。原本希望能辦一場大型活動，但考量時間太短九月底發想、十月初就要上場最終決定改以課程形式呈現。於是，「彩繪月光球」的構想誕生了，這堂課以「我和月亮有個約會」為主題，代表中秋、代表光、也代表浪漫。構想確定後，我上網搜尋材料，希望能找到符合成本又能快速出貨的選項，當材料解決，進度完成了一半。

接著是師資問題。原本想找老師授課，但經費有限，於是我先買材料回家試畫，沒想到女兒畫得比我還好用菜瓜布刷出星光、用我的眼影補上月色，結果出奇地美。我突然覺得，也許我可以親自教，就這樣省下師資費，進度再往前一大步。

活動開放報名後，起初只有兩人報名，當下其實很緊張，但仍告訴自己：「只要有人報名，就值得努力。」最後兩場課程人數到位也順利圓滿完成，並為館內帶來人流與消費。其中最難忘的是那幾位可愛的學生：第一場是兩位高中姐姐，午餐時間與爸媽一起來用餐送餐時，看到二位姐姐一人一手平板畫著動漫，看到這樣更讓我疑惑了

於是，在上課時我問她們為什麼來參加彩繪課，其中一位姐姐帶著年輕人的倍速語氣說：「我媽覺得我們很適合啦！其實我也不知道為什麼，但我也不排斥，所以就來了～」這樣真誠又自白的回答，讓我忍不住笑出聲。還有一位四歲的小女孩，全程堅持自己畫、自己吹乾、自己完成，不希望她的媽媽和我幫忙最後她完成的作品用色大膽又自由，就像她本人一樣，勇敢又多彩多姿。第二場則來了兩位大哥哥，一開始話很多，但畫畫時卻是全場最安靜的學生。其中一位小哥哥畫完後，主動幫我清洗筆具——真是又貼心又可愛。

這場活動雖然時間緊迫，但從主題發想、宣傳、執行到結束，每一步都讓我更明白「行銷」其實是一種勇氣害怕也要前進，未知也要嘗試。結果或許不完美，但過程充滿學習。我想，這就是行銷企劃最迷人也是最痛苦的地方，在每一次策劃與執行之間，都藏著讓人變得更勇敢的機會。明年的中秋，我希望能再辦一次「彩繪月光球」。

期待還會再遇哪位有趣的大姐姐、獨立的小女孩、還有貼心的大哥哥。因為，行銷的每一場活動，其實都是一段關於「人」的故事。



撰稿人：寰宇中道健康科技股份有限公司 林京賢

MBTI 人格類型概述與應用

從四大分類理解個人特質與行為模式的多樣性

MBTI 的起源

MBTI，全稱為「Myers-Briggs Type Indicator」，中文常譯為「邁爾斯 - 布里格斯性格分類指標」。此工具由美國心理學愛好者凱瑟琳·庫克·布里格斯 (Katharine Cook Briggs) 與她的女兒伊莎貝爾·布里格斯·邁爾斯 (Isabel Briggs Myers) 共同研發，其理論依據來自瑞士心理學家榮格 (Carl Gustav Jung) 的人格類型學說。MBTI 的設計目的在於幫助人們辨識自身在思考、感受與行動上的傾向，並非評判能力或性格優劣，而是提供理解與溝通的途徑。

MBTI 的四種分類方式

MBTI 將人格劃分為四個面向，每個面向分為兩種傾向，組合後形成 16 種性格類型。第一個面向是「外向 (E) 與內向 (I)」，描述能量來源的不同；外向傾向從外部世界與他人互動獲取能量，內向則多從獨處與內在思考中恢復精力。第二個面向為「感覺 (S) 與直覺 (N)」，代表接收資訊的方式；感覺型注重具體細節與現實經驗，直覺型則偏好整體概念與未來可能性。第三個面向是「思考 (T) 與情感 (F)」，用以區分決策時的考量重點；思考型以邏輯與理性為主，情感型則重視價值觀與人際感受。第四個面向為「判斷 (J) 與感知 (P)」，反映生活與工作的態度；判斷型偏好計劃與結構，感知型則傾向靈活與隨機應變。透過這四組特質的組合，MBTI 便能描繪出不同的性格輪廓。

MBTI 與解決問題的方式

當人們面對挑戰或問題時，不同的 MBTI 類型會展現出不同的處理方式。例如，外向直覺型傾向先從整體方向尋找靈感，並與他人交換意見；而內向感覺型可能更習慣先搜集細節資料。思考型的決策過程多以分析與效率為核心，情感型則更在意方案對人際關係與氛圍的影響。判斷型喜歡制定時間表並按計畫行事，感知型則善於在變化中調整步驟。根據上述差異，MBTI 因此可作為觀察不同人處理事件方式的參考工具。

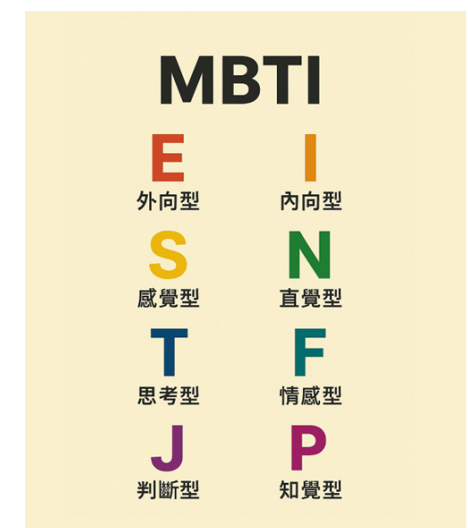


各 MBTI 在工作場景中的不同表現

在職場上，MBTI 類型也會影響人們的工作習慣與協作模式。外向型通常在需要討論與團隊配合的情況下更活躍；內向型則在專注處理個人任務時發揮穩定效率。感覺型對規範、流程與細節的把握較強，直覺型則擅長規劃長期策略或提出新構想。思考型在需要分析數據、權衡選項時具備優勢，情感型則在溝通協調與維護團隊氛圍上有獨特貢獻。判斷型偏好結構化的工作環境，感知型則在快速變動的情境中更能適應。總體而言，不同類型各有其適合發揮的領域與方式，並在多元化的團隊中互相補足。了解這些差異，有助於組織在分工與合作上更有效率。

結論

雖然 MBTI 提供了一種結構化的方式來理解人類性格，但它並非絕對準確或不可改變。人的行為與思維會隨著生活經驗、環境變化與自我成長而調整，即使是相同類型的人，其表現與特質仍可能存在顯著差異。因此，MBTI 應被視為認識自我與他人的輔助工具，而非用來限制或固定個人性格的標籤。保持開放與彈性的態度，才能在不同情境中更好地理解與接納差異。



兩張圖片來源自網路及 AI 生成

撰稿人：/ 洪良財控中心 段姿婷

用橫向溝通讓跨部門 攜手合作 課後心得

近日研習天下學習，用橫向溝通讓跨部門攜手這堂課，讓我對溝通有了更深的理解，其實生活上各種場合都會用到溝通技巧，不僅只是在職場上，如何透過良好的溝通達成工作上的合作、或是解決問題，都是需要透過練習的，這堂課由《天下學習》的研發長盧智芳與奧美集團董事總經理謝馨慧（Abby）對談，主題聚焦在「跨部門橫向溝通的挑戰與技巧」。在職場上，除了向上管理（與主管溝通），更常見的是橫向溝通——不同部門之間必須協作完成任務。然而，部門之間因為目標、流程與節奏不同，容易出現誤會、推諉、甚至情緒衝突。Abby 從實際案例出發，分享如何用更聰明、更成熟的方式溝通：不爭論、不對立，而是邀請對方「一起解決問題」。這堂課不只是教說話技巧，更是一種合作心態的修煉：讓每一次溝通都能拉近距離，而不是製造裂痕。



跨部門合作的本質：每個部門都有自己的 KPI 與優先順序，衝突並非因為誰對誰錯，而是立場不同。

溝通的核心心法：邀請對方成為解決問題的夥伴，而不是製造問題的人。

換位思考與平衡：理解對方的顧慮，不代表要退讓，而是尋找雙方都能前進的「第三條路」。

Say No 的藝術：拒絕不是為了反對，而是為了找到更有效的解法，要懂得「怎麼說不」。

會議與協作技巧：跨部門會議中要明確「誰、在什麼時間、完成什麼事」，並在重大議題前先進行會前溝通。

主動接球的態度：不推卸、不觀望，先解決問題、再釐清責任，這樣的人更容易被看見與信任。

主管的角色：不只是整合 KPI，更要成為「救火隊、垃圾桶與張老師」，幫助團隊處理情緒與矛盾。



雖然我們都在為公司的共同目標努力，但因為部門分工不同，常常不小心變成彼此的阻力。看完後我最有感的是那句話：「要邀請對方一起解決問題，而不是變成問題的一部分。」在跨部門合作時，我們常會下意識地想「這不關我的事」或「為什麼要我幫忙」，但如果換個角度想，大家其實都是在為公司好。只是各部門的做事方式、立場不同，與其畫出界線，不如思考怎麼一起讓事情推進。

我也很認同 Abby 提到的：「不要只說不行，要說怎樣才行。」這句話提醒我，溝通不是否定，而是共創。當我們用「合作的語氣」取代「對立的語氣」，對方就更容易放下防備，一起思考解法。這也讓我意識到，說話的技巧，其實反映出思考的成熟度。有時聽到別人說「不行」會讓人覺得被擋住了、被拒絕了；但如果能改成「我覺得可以，不過要這樣做比較好」，語氣就柔和多了，也更容易達成共識。這樣的態度會讓合作更順暢，彼此也會更有信任感。

另外她提到「主動接球」的概念，我也很認同。以前我可能會怕做多錯，但後來發現，願意先接起那顆球，不讓事情卡住，反而更能展現你的責任感和價值。這樣的人，往往更容易被主管看見，也更快得到機會。

最後，我也學到領導者的另一層功課——在跨部門衝突中，先安撫情緒，再解決事情，這不只是溝通技巧，更是一種成熟的領導智慧。橫向溝通的挑戰無所不在，但它同時是最能鍛鍊「職場成熟度」的場域。真正有影響力的人，不是講話最大聲的人，而是能讓不同聲音「朝同一方向前進」的人。學會讓對方成為解決問題的夥伴，是每個職場人都該具備的核心能力。



撰稿人：/ 洪良資材部 鄭華嬌

從東京到京都：對秩序、文化與工作的重新審視之旅

—記 2025 年日本六日之行

作為公司採購部的一員，天天周旋在供應商和業務員之間，可心累了。去年努力配合老闆搞順供應鏈、控制好成本，得到優秀員工獎，獎勵居然是日本六日遊！5月29日那天，我們出發啦！第一次踏出國門，我揣著激動的心情登機，內心滿是緊張與興奮。



落地東京的第一天是自由行。在東京搭地鐵時，感覺是「這秩序感也太讚了！」做採購的，最在意流程順不順。東京地鐵直接給我上了一課——一人再多，大家也都排隊候車，車門一開井然有序，沒人擠沒人搶。我還特意觀察了下便利店，貨架上的零食、日用品擺得整齊齊，連生產日期都是按順序排的，這不就跟我們整理供應商資料一個道理？細節做到位，效率才能高。逛銀座的時候，看到店員給客人包裝禮品，里三層外三層，還鞠躬說謝謝，突然想到跟供應商溝通時，也得多份耐心和客氣，合作才能更順。



隨後兩天，我們出發去箱根—富士山一帶。第一眼看到富士山，那景色真不是照片能比的！身臨其境看到它，山頂蓋著層薄雪，襯著藍藍的天跟畫似的，我趕緊掏出手機，隨手一拍都是大片。沿著忍野八海走的時候，湖水清得能看見底下的石子，旁邊還有人慢悠悠騎自行車，這悠閒勁兒，跟我們平時對著電腦趕進度的節奏完全不一樣。晚上住溫泉酒店，泡在露天溫泉裡看富士山慢慢變黑，一天的疲勞全都趕跑了。當時覺得，過往工作裡的辛苦，在此時此刻都得到了慰藉。



6月1日，我們到京都啦。遠離了現代化的東京，京都，這個最像中國的城市，保留了非常多的唐朝時期的建築特色。先去的清水寺，那木頭房子沒有一根釘子，建在山腰上穩穩當當，站在觀景台往下看，紅瓦房子連成一片，特別有味道。後來去伏見稻荷大社，千本鳥居太震撼了，朱紅色的柱子一根接一根，走進去跟進了隧道似的，陽光從縫隙裡漏下來，美得讓人窒息。

提前約了家茶社，日本的抹茶文化起源於中國的宋朝。茶師居然是個老奶奶，日本老齡化比較嚴重，許多崗位上隨處可見老年人的身影。老奶奶穿著和服，動作慢悠悠的，擦茶具、磨抹茶，茶社裡靜悄悄的，只聽到茶具碰撞的聲音。據說在日本，人與人之間關係比較疏離，即使父母和子女之間也不常往來。老年人一直在工作，是否可以理解為：上班其實給了這些老人與社會鏈接、與周圍人互動的機會，他們其實是「怕社會遺忘的人」所以需要工作？這給了我很大的觸動，自己無數次幻想著退休後的瀟灑生活，是否其實未必瀟灑？這讓我第一次深入思考「自己」與「工作」的關係。

6月2日，我們去了一趟大阪，還順道去了奈良和名古屋。奈良的小鹿太可愛了，湊過來要餅乾，舔得手心癢癢的，瞬間心情變好。名古屋的汽車工廠紀念館也很有意思，從老汽車到新能源車，零件擺得清清楚楚，能看到它們是怎麼一步步把技術落地成現實。返程的時候，行李箱裡塞滿小紀念品，腦子裡也裝滿想法。這趟旅行不光是玩，更像一次「充電」——東京的秩序、京都的思考、名古屋的精細，都讓我對自己和工作有了新的審視。能得到這趟踏出國門的旅行，特別感謝公司，回去要更努力，和公司一起邁向更好的征程，期待爭取下一次的旅程！

撰稿人：洪良人力資源處 陳琴

在謀生與熱愛間尋找 生命的光亮

讀《員工抱怨工作太忙，沒有個人生活？》有感

作為一名從事人事工作多年的員工，「工作與生活平衡」這個詞經常被員工提及，但該如何理解它呢？許多主管認為，平衡就是減少工時、增加休假，但卻忽略了它更深層的意義——這其實是一個關於人如何在現代社會中保持完整性的問題。

兩千多年前，亞里斯多德就告訴我們：「我們工作是為了更好的生活，而非生活的全部。」這句話在今天依然振聾發聵。工作本應是服務生活的工具，然而，現實卻是，許多人被工作壓得喘不過氣，失去了生活的樂趣，工作成了吞噬生活的怪物。

為什麼員工會抱怨「沒有生活」？

因為現代職場存在一種「工具化」的思維——員工被當作完成任務的機器，而不是有血有肉的人。當主管只關心 KPI，而忽視員工的情感需求時，員工就會感到被工具化。更可怕的是，職場中還有許多無形的潛規則在加劇這種失衡：

“最後一個離開辦公室的人最敬業”

“隨時待機才是負責任的表現”

“加班等於忠誠，準時下班等於懈怠”

法國社會學家布迪厄稱這種現象為「象徵暴力」——員工在不知不覺被這些規則馴化，甚至開始自我剝削。比如，有些公司的員工會認為「加班是專業素養」，而事實上，這只是職場文化的慣性，而非真正的效率需求。



如何真正幫助員工找回平衡？

文章提出的「六步法」，不僅是一套管理工具，更是一種管理哲學的革新。它告訴我們，真正的平衡不是靠制度強制，而是靠理解、對話和賦能。

第一步：用提問代替命令：傳統的管理方式是「我說你做」，而新的管理思維是「我們一起探討」。當主管問員工：「工作中哪些事最消耗你的精力？」、「你理想的工作生活平衡是什麼？」這不僅是問題的開始，更是對員工人性的尊重。員工會感到自己被真正看見，而不僅僅是「人力資源」。

第二步：識別職場潛規則：很多加班文化並非業務需要，而是錯誤的職場信仰。主管要說明員工看清這些隱形規則，讓他們明白：效率不等於長時間工作，專注才是關鍵。

第三步：共同制定解決方案：真正的管理不是「替員工解決問題」，而是幫助他們找到自己的答案。當員工自己提出：「我希望每週有兩天遠端辦公」，而不是被強制安排時，他們的執行意願會更強。這就是心理學上的「承諾一致性」原則——人們更願意遵守自己做出的決定。

第四步：設定優先順序，學會說「不」：在這個資訊爆炸的時代，決定「不做哪些事」比「做哪些事」更重要。主管要幫助員工聚焦核心任務，而不是被瑣事淹沒。

第五步：定期回饋，持續優化：平衡不是一次性調整，而是動態的過程。主管可以和員工定期複盤：「這些改變對你的生活有幫助嗎？還需要哪些支援？」

第六步：以身作則，改變文化：最關鍵的，是主管的示範作用。如果主管自己天天加班到深夜，卻要求員工「準時下班」，誰會相信？真正的領導力，不是靠制度約束，而是靠行為影響。當員工看到主管也能從容享受生活時，他們才會相信：平衡是可能的。

這是一場管理革命

工作與生活的平衡，不是簡單的「多休假、少加班」，而是一場關於人性尊嚴的回歸。當主管不再把員工當作「人力資源」，而是當作完整的人；當職場文化不再歌頌「犧牲」，而是宣導「高效工作，認真生活」；我們才能真正創造一個既有效率，又有溫度的工作環境。



做事時要**努力減輕焦慮**，避免分心，不管你在做什麼，都要注意改進業績，時刻提醒自己你在哪裡，你是誰。或者說，要**學會分門別類、有條不紊**。



尋求平衡將是一個過程，找對感覺需要反覆實踐。在獲得**經驗和思考**之後，你可以做得更好。

撰稿人：洪良財控中心 魏瑋萱

《上班不再「視」疲勞》 心得分享



在天下課程的上班族減壓系列 - 「上班不再「視」疲勞」中，學習關於眼睛保健的觀念，在這個數位時代，眼睛的健康挑戰也大幅提升，眼睛保健是不容小覷的議題，與大家分享。



課程一開始直接就點出三個常見但傷眼的行為：在交通工具上使用 3C 產品、在床上關燈使用 3C 產品以及長時間玩手機遊戲。這些行為是現在很普遍且被忽視的行為，對眼睛造成的影響非常大，很需要意識到這個負面影響，並且強迫自己避開這些地雷行為。此外，關於太陽眼鏡的選配也不能馬虎，太陽眼鏡的鏡片如沒有抗紫外線功能且為深色鏡片，會導致眼睛瞳孔放大，讓更多紫外線進入眼中，對眼睛傷害更大，因此建議最好到眼鏡行選配。

從中醫角度來看，眼睛是五臟六腑的鏡子，反應生命活力和身體狀況，可以透過穴道按摩來消除眼睛疲勞有：

- ①睛明穴 - 眼睛內側
- ②承泣穴 - 眼睛下緣落淚處
- ③太陽穴 - 額頭兩側
- ④合谷穴 - 手掌虎口處中心點，然而眼壓高、青光眼、高血壓或是眼睛紅腫熱痛時不宜按摩。



在飲食方面，均衡補充 7 大營養素對於眼睛保養大有益處：

- ① 維生素 A - 如魚肝油、動物內臟，此外，深綠色的蔬菜富含 β 胡蘿蔔素均有六分之一會轉化成維生素 A。
- ② 類胡蘿蔔素 - 深黃、深綠和紅色蔬果，如南瓜、綠花椰菜、紅蘿蔔、木瓜、哈密瓜、西瓜等。
- ③ 維生素 B 群 - 如糙米、全麥麵包等全穀食物、瘦肉、酵母、牛奶、豆類等。
- ④ 維生素 C - 多從水果攝取，如芭樂、柳丁、橘子、葡萄柚、草莓等。
- ⑤ 維生素 E - 來源多為蔬菜油如橄欖油、黃豆油、花生油、葵花子油等及堅果類如核桃、杏仁、腰果等。
- ⑥ 花青素 - 紅、紫、紫紅、藍色蔬果，如紅甜菜、茄子、藍莓、蔓越莓、黑櫻桃等。
- ⑦ 礦物質鋅 - 來源多為生蠔、貝類、魚蝦等海鮮類。

在茶飲方面，枸杞茶（或菊花枸杞茶）、杜仲茶以及四物都是養眼茶飲，但容易臉紅、暴怒、胸悶及高血壓者不宜飲用枸杞。除此之外，多喝水也是一大重點，每個人每天應該要喝「體重 \times 30cc」的水量。



除了飲食保養，眼球運動對於舒緩疲勞很有幫助，但須注意無法治療眼疾。「20/20 護眼定律」，每看螢幕 20 分鐘，就望向 6 公尺遠的地方 20 秒，是一個簡單的護眼習慣，值得在日常工作中實踐。「鬥雞眼訓練」，將食指置於正前方慢慢靠進鼻子，停在兩眼中央，再慢慢遠離，來回約 10 次，有趣又簡單，慢慢來是眼球運動第一原則，免得反致受傷。



課程中結合眼科、中醫、營養學專業以及生活智慧，從多種角度來認識眼睛保健，強調自我覺察與日常實踐，每一個小動作都對眼睛累積很大的影響。在這個數位時代，工作、生活都離不開各樣的 3C 產品，因此更有意識安排工作與生活節奏、飲食習慣，從靈魂之窗開始到全人全身心靈，時刻累積健康的能力，走長遠且有盼望的生命之路。

撰稿人：寰宇中道 / 吳誼蘋 / 行政會計人員

《腸道先顧好 免疫力自然好》讀後心得

此書籍由日本醫學博士江田証所著，提供了一個深具啟發性的觀點，腸道不只是消化器官，更是全身健康的關鍵中樞。作為「第二大腦」的關鍵角色，含有超過60%的免疫細胞，1億個神經細胞組成的神經網絡，可與大腦進行雙向溝通，形成「腦腸軸」系統。

腸道就像一台高效的「運算處理器」，書中用「網路交換器」來比喻腸道，這讓我非常有感，腸道作為人體內與外界的第一個接觸點，肩負著選擇、處理、過濾的重要任務，若處理失當，整個身體系統都會出問題。腸道更會製造90%的血清素（也可稱為快樂荷爾蒙），影響情緒與心理健康，許多心理疾病如憂鬱症、焦慮、無精打采，可能與腸道功能失衡有關，壞菌釋放的毒素可能損傷大腦，引起認知退化甚至失智。也與各種身體疾病密切相關，包括過敏、皮膚粗糙、肥胖、癌症、失智症，由此可見，保養腸道不只改善腸道，等於是在預防多種疾病。

《腸道先顧好，免疫力自然好》不只是一本講養生的書，而是一本科學與生活兼顧的健康指南。看完這本書給我一個非常實用的觀念，現代有很多文明病，可能是因腸道有狀況引發變成疾病，另外身體微恙，到醫院健康檢查數據都正常，儀器查不出病因，但身體確實出現一些不舒服的反應，也許就必須從最基本的源頭，調整飲食並且規律生活，關注腸道健康訊號做起，保養腸道，等同於照顧整個身體到心理的健康，也讓我想到一句耳熟能詳的廣告台詞：腸若好，人就不老。健康是個人最重要的資產，腸胃道的健康是身體健康的核心，未來的每一天都需要仰賴健康的身體，同時擁有快樂的心靈，才能做更多想完成的事情，走更長遠的路。心與身的健康，從照顧腸道開始。

