

南良 通訊

Namliong group

2025年11-12月
No.64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11-12月
No.64期



長看32 短打26 南良八駿 九近甲子



P02.總裁的話 - 雙輪驅動：
CEO 視角下的全球增長新戰略

總處主刊

- P16 長看32 短打26；南良八駿 九近甲子
- P17 2025 業務聯誼會在【嘉義故宮南院】
- P26 紡織複合材料的創新布局與未來發展
- P28 人資行政組持續深化組織轉型與人才永續
- P32 淺談海南封關的戰略機遇

- P36 集團活動 - 南良集團 2025 年經決會議圓滿落幕
- P38 集團活動 - 南良集團2025 年度最高人事評議
- P44 產業快訊 - 2025 年美國DEMA潛水展回顧
- P46 產業快訊 - 德國A+A 展揭示的3 大職安革命



優好健康事業股份有限公司

新春好禮歡樂送 康健世代慶團圓



四倍濃縮牛樟芝
60顆x3
售價：7500
特價：5100



御用牛樟芝
60顆x3
售價：4500
特價：3060



蚓激酶-納豆紅麴
30顆x3
售價：2940
特價：1920



水蜜桃Hi-Max60顆x3
售價：5000
特價：3800



專利酵素益生菌30包x3
售價：2940
特價：2280

優好健康事業股份有限公司 即日起至2026/2/13日止
台中市北區進化北路238號12F-1 訂購專線：0800-265250

南良通訊
Namliong group
2025年11-12月
No.64期



有獎徵答好康讓您拿不完!

有獎徵答

辦法說明

有獎徵答題目

- Q1** 總裁於2025年度創新行銷大會上的激勵演講中指出：「AI不是_____，而是生存的_____」，請問下列選項何者為是？(詳P.23總處主刊)
(A)工具 / 挑戰 (B)趨勢 / 方向
(C)選項 / 必須 (D)潮流 / 優勢
- Q2** 根據海南封關制度，海南自貿港企業可享有的企業所得稅優惠稅率為多少？(詳P.33總處主刊)
(A)25% (B)20% (C)17% (D)15%
- Q3** 根據德國 A+A 展三大趨勢之一的「智慧預警」技術中，智慧工裝背心是透過哪項技術，在工人發生異常時自動發出求救訊號？(詳P.46產業快訊)
(A)GPS衛星定位系統
(B)藍牙傳輸技術
(C)IoT物聯網技術
(D)行動通訊技術

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
防潑水運動後背包 ----- 3個
民雄金桔果醬250g ----- 4個

上期有獎徵答得獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	新鳳鳴古早味黑糖磚	總管理處	黃惠津
2	新鳳鳴古早味黑糖磚	友良事業體	陳俞文
3	新鳳鳴古早味黑糖磚	華東管理中心	何 卉
4	木酢達人乾洗手60ml	福清洪良	肖良俊
5	木酢達人乾洗手60ml	友良事業體	吳智憲
6	木酢達人乾洗手60ml	嘉良事業體	許靜萱
7	木酢達人乾洗手60ml	南良事業體	楊煜樑



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

南良 通訊

Namliong
group

2025年11-12月

No.64期



長看32 短打26

南良八駿 九近甲子



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
華東管理中心編委 歐陽玉
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

- ◆ 雙輪驅動：CEO 視角下的全球增長新戰略

04 ESG環境、社會與公司治理

- ◆ 中良九天教育基金會十周年感恩活動紀實
- ◆ 守護環境·從生活開始淨灘與淨山行動心得分享

08 南良學院

- ◆ 2025年度名人講座與經貿趨勢論壇
- ◆ 第三屆學習心得活動精彩回顧~優選篇

總處主刊報導

- 16 ◆ 長看32 短打26 南良八駿 九近甲子
- 17 ◆ 2025 業務聯誼會在【嘉義故宮南院】
- 21 ◆ AI 領航 × CEO 並肩
- 26 ◆ 紡織複合材料的創新布局與未來發展
- 28 ◆ 人資行政組持續深化組織轉型與人才永續
- 30 ◆ 2025兩岸企業家峰會年會聚焦轉型創新·深化多鏈合作
- 32 ◆ 淺談海南封關的戰略機遇
- 34 ◆ 從ESG 願景到綠電實績

36 集團活動

- 36 ◆ 南良集團 2025 年經決會議圓滿落幕
- 38 ◆ 南良集團 2025 年度最高人事評議委員會圓滿落幕

44 產業快訊

- 44 ◆ 2025 年美國DEMA潛水展回顧
- 46 ◆ 德國A+A 展揭示的3 大職安革命
- 48 ◆ 投資台南·共創卓越 - 南良國際榮獲市府表揚
- 49 ◆ 以人為本、友善職場：外籍員工聖誕晚會圓滿落幕
- 50 ◆ 上市櫃公司協會 - 新世代青年智庫產業學習之旅
- 52 ◆ 南良集團攜手嘉大辦理「嘉義巡禮」實地走讀
- 54 ◆ 以AI 為翼·乘勢而上
- 56 ◆ 民雄日式招待所2025年度經營與轉型成果

58 知識園地

- ◆ 2026 年上路的法規及制度變動

60 員工投稿

- 60 ◆ 《贏在問題解決力：從現況分析到高效解題》學習心得
- 62 ◆ 洞悉電商行銷需求的轉變
- 64 ◆ 集團企業慶祝聖誕節剪影

雙輪驅動：CEO 視角下的 全球增長新戰略

節錄 2025 年度創新行銷大會 & CEO 群體高端論壇總裁演講內容

各位南良集團的同仁與夥伴：

站在邁入 2026 年這個關鍵的時點，全球政經局勢正迎來劇烈變革，隨著「川普 2.0 時代」的到來，對等關稅新制引發了供應鏈的重新佈局，面對地緣政治、貿易壁壘、匯率波動及原物料成本上漲等多重挑戰，企業的風險管理能力正經受考驗。我們必須體認到：當今是一個「科技驅動產業重構」的時代，AI 不是選項，而是生存必須。

集團定位：穩固本業，雙輪驅動

南良集團走過半個世紀，從材料、紡織到機能布料，這些一、二、三產業是我們的根基。然而，面對瞬息萬變的世界，「穩固本業」已不足以應對未來。我們必須採取「雙輪驅動」策略：讓老行業注入新元素，同時讓新興產業拓展國際市場，老行業與新興產業將彼此連結、共享平台，加速集團增長。

核心理念：創新與永續並行

「創新與永續並行」是南良的核心理念，創新不只是技術，更是一種思維轉化，是讓老行業重獲新生命的力量，我們設定了明確的產業升級目標：科技化、數據化、智能化。

研發端：將材料科學與 AI 結合，縮短開發週期，打造專屬競爭優勢。

管理端：運用 AI 與大數據提升生產排程與品質監控，實現「智慧決策」。

行銷端：透過 AI 分析消費者偏好，精準制定策略，提升品牌影響力。



戰略佈局：大灣區新興產業布局

在區域布局上，「粵港澳大灣區」具備獨特的戰略地位，該區總面積達 5.6 萬平方公里，包含港澳與廣東九大城市，2024 年經濟規模已達 14.5 兆元人民幣，人口超過 8,700 萬。大灣區擁有頂級港口與機場群，是關鍵的物流樞紐。

集團將積極在大灣區布局健康醫療、綠色能源與 AI 智能等新興產業。我們將發揮香港的國際金融與研發優勢，對接內地強大的製造與科技創新能力，將大灣區作為南良新興產業最佳的生態舞台。

協同作戰：邁向價值鏈領航者

南良的格局在於集團的協同作戰與全球佈局，我們要以集團視角整合國際資源，落實技術、業務、行銷、財務與人才的完整協同。

老行業：聚焦品質提升、效率強化與價值升級。

新興產業：導入 AI、永續與高附加價值應用，為社會做出最大化貢獻。

【南良集團的戰略藍圖】

南良集團以「長期韌性 × 短期彈性」的雙軌戰略為核心指引，透過數位化技術與產業深厚知識的融合驅動升級。從強化製造效率到提升價值創造，核心產業將邁向高附加值發展，同時加速跨部門協同與永續轉型，南良將持續提升國際能見度與影響力，從供應鏈的關鍵夥伴邁向價值鏈的引領者。

展望未來：共同願景「AI × 創新 × 永續」

未來始終屬於有準備的人，南良的使命，是不僅要做產業的跟隨者，更要成為引領變革的重要力量。面對 AI 浪潮與全球永續趨勢，我們必須在堅實的本業根基上，勇於突破成長極限。

我期勉集團全體同仁與各級主管：勇於創新，敢於挑戰現狀；擁抱科技，讓 AI 成為我們最強大的武裝；跨界協同，打破部門壁壘，共享平台資源。唯有如此，我們才能在激烈的全球競爭中脫穎而出，才能以更前瞻的佈局與完善的準備，共同開拓南良集團的全新里程碑！

南良集團 總裁

撰稿人：良丞 李彥欣

以感恩為起點，為下一個十年啟程 中良九天教育基金會十周年感恩活動紀實



中良九天教育基金會自成立以來，始終秉持「培植臺灣下一代的創新能力，厚植教育服務的軟實力」為核心宗旨，深耕教育現場，用時間陪伴孩子成長，用行動回應社會期待。走過十個年頭，基金會所舉辦的十周年感恩活動，不只是一場回顧過往的慶典，更是一場看見孩子改變、感受教育力量的真實見證。

活動在溫馨而感動的氛圍中揭開序幕。當基金會歷年活動剪影在螢幕上播放，一幕幕熟悉的畫面悄然流動：孩子們第一次站上舞台時略顯緊張的神情、完成任務後燦爛的笑容、在戶外課程中奔跑探索的身影，以及師長與志工默默陪伴的背影。這些畫面串起了基金會在偏鄉教育、課後輔導、特色教學與環境生態教育上的長期投入，也喚起現場來賓對「陪伴」二字最深刻的感動。

隨後，基金會董事長、總幹事及台中市政府教育局蔣局長先後致詞，肯定基金會多年來在教育現場扎根的努力，也高度讚許孩子們在多元學習中展現出的自信與成長。字字句句，不只是勉勵，更是對教育價值的深刻認同。



本次感恩活動的舞台，完全交由五所長期支持基金會的學校擔綱演出，共計十一個節目，成為孩子們最耀眼的發光時刻。活動由上楓國小舞龍隊熱鬧開場，孩子們踏著整齊步伐，隨著鑼鼓節奏舞動長龍，氣勢磅礴又充滿童真的熱情，瞬間點燃全場氣氛，也象徵傳承與希望的延續。

緊接著登場的惠明盲校，以木箱鼓合奏與鋼琴獨奏帶來動人演出。孩子們專注傾聽彼此的節奏，透過雙手敲擊出穩定而有層次的樂聲，每一次落拍，都是彼此信任與默契的展現；琴鍵流動間，更讓人感受到音樂如何成為跨越限制、連結世界的力量。

陽明國小直笛隊以清新而穩定的旋律，展現長時間練習所累積的成果；上楓國小群組表演則結合撥拉棒、疊磚塊與流星球，孩子們在動靜之間切換角色，時而專注、時而奔跑，展現高度協調與紀律，也流露出屬於童年的活潑與歡笑。公明國小的英文短劇，以貼近日常生活的情境，自然呈現語言學習成果，孩子們自信開口、互相接應，讓舞台成為最生動的教室。

隨後，上楓國小獨輪車表演在掌聲中登場，孩子們一次次穩住重心、持續前進，即使短暫晃動，也能迅速調整步伐、完成演出，展現勇於挑戰、不輕言放棄的態度。大雅國小的直笛演奏與合唱、舞蹈表演，則透過音樂與肢體律動的融合，呈現團隊合作的和諧美感。最終，由上楓國小戰鼓隊以震撼有力的鼓聲壓軸登場，整齊劃一的節奏，不僅震撼人心，也為整場活動畫下最有力量的句點。

撰稿人：良丞 李彥欣

以感恩為起點，為下一個十年啟程 中良九天教育基金會十周年感恩活動紀實



除了舞台上的精彩演出，會場空間同樣承載著基金會長期推動的環境生態教育理念。現場布置融入多項環境教育元素，透過圖文海報呈現歷年淨溪行動、外來種清除、環境保育與生態教育推廣的執行成果。孩子們在學習與演出之餘，也透過這些展示重新認識土地與環境，讓「尊重生命、愛護環境」不只是課堂上的口號，而是親身參與、實際行動的累積。

活動進行過程中，原本在籌備階段最令人擔心的換場問題，在老師們細心引導、現場工作人員的默契協作，以及孩子們高度自律與互相提醒之下，出乎意料地順利完成。孩子們在舞台上自然大方，即使偶有小小失誤，也能彼此扶持、從容應對，持續完成演出，展現的不只是才藝，更是紀律、合作與面對挑戰時的穩定心態。

在隆隆戰鼓聲中，中良九天教育基金會十周年感恩活動圓滿落幕。這不只是一場慶祝，更是一個新的起點。未來，基金會將持續以培植創新能力、厚植教育軟實力為使命，結合環境生態教育，陪伴更多孩子在學習與生活中勇敢嘗試、穩健成長，為臺灣的下一個十年，播下希望、合作與永續的種子。

撰稿人：良丞 卓雅玲

守護環境，從生活開始 淨灘與淨山行動心得分享

今年很高興再次參加由財團法人中良九天教育基金會舉辦的環境保護公益活動－一年一度的筏子溪淨溪及東勢林場蔓澤蘭清除行動。透過這兩項活動，讓我深切體會到環境守護不只是一種行動，更是一種來自生活與教育的責任與使命。



筏子溪淨溪

在西屯區筏子溪淨溪活動已連續參加三年，每一次站在溪邊，看著滿手的垃圾袋與清潔後明亮的溪流，都讓人感受到「從源頭開始守護環境」的重要性。雖然筏子溪不是海灘，但因河川垃圾最終會流向海洋，淨溪的行動就是直接為海洋、為整個生態體系盡一份力量。活動中大家一起彎腰撿拾廢棄塑膠、包裝、菸蒂與其他垃圾，不僅清理現場，更使我反思日常生活中對一次性用品的使用習慣。



東勢林場清除小花蔓澤蘭

淨山活動主要是實地拔除入侵性極強的小花蔓澤蘭，這植物每日能增長數十公分，且種子極易散播，會覆蓋在原生樹木與步道植被上，破壞自然生態。參與這一系列清除行動已經第二年，每次深入山林拔除這「綠色侵略者」，讓我更理解原來保護生態並不只是「不破壞」，更需要像這樣「積極除去不屬於這裡的侵略物種」，真正替自然創造健康的生長空間。透過實際參與，我深刻感受到：

- 環境保護應該從日常生活開始做起：在家教育孩子從源頭減塑、垃圾分類做起，小小的習慣累積起來，就是一股改變的力量。
- 環境不是別人的責任：每一次彎腰撿起的垃圾，不只是清理現場，更是在展現對地球、對後代的尊重。
- 參與不只是付出，更是教育：透過淨灘、淨山行動，不僅教會孩子如何做環保，也讓我們每個大人重新思考生活模式與消費習慣。

每一次的淨溪與淨山，不只是公益行動，更是一次心靈的提醒：真正的環境守護，從自我做起、從家庭做起，再到整個社會共同努力。願未來能持續參與，也願每一個人都能從生活中實踐愛護環境的日常行動。





南良學院 2025 年度 名人講座與經貿趨勢論壇

洞悉川普 2.0 時代與全球供應鏈重組之發展趨勢



南良學院配合 2025 年度課程計畫及集團政策指導方向，於 12 月 26 日（星期五）舉辦年度壓軸課程「名人講座與趨勢論壇」，本次盛會成功邀請到中華民國對外貿易發展協會黃志芳董事長，以及中國信託首席經濟學家暨台大經濟系名譽教授林建甫博士蒞臨授課，南良集團蕭登波總裁亦親自接待黃志芳董事長，並於致詞中誠摯感謝外貿協會長期以來對台灣企業開拓國際市場的堅實支持，並期許透過兩位大師的剖析，為集團 2026 年的營運布局提供關鍵指引。

上午場：黃志芳董事長— 「百年典範大轉移：川普 2.0 時代的生存劇本」

上午課程由黃志芳董事長領軍，他以宏觀的地緣經濟視角指出，當前世界正經歷一場「百年典範大轉移」，這並非單純的政治更迭，而是全球化「大平穩時代」結構性失衡後的必然結果。

- 舊典範的崩解：過去依賴美國持續消費與無盡負債的「特里芬結構」已撞到國安、貧富差距與貨幣極限這三面牆。失控的美債怪獸正使傳統融資模式走向邊緣。
- 川普的國家戰略：黃董事長解析川普政府將透過三大槓桿逆轉局勢：
 1. 關稅武器：不只是懲罰，而是重塑全球供應鏈、迫使貿易順差國上談判桌的地緣經濟工具。
 2. 金蟬脫殼：透過數位金融架構（如比特幣、穩定幣）置換儲備資產，試圖維持美元霸權。
 3. 再工業化：利用補貼與稅賦誘因，將 AI、半導體等高階製造拉回美國。
- 企業二次轉型：他呼籲南良集團應將地緣經濟納入公司治理，從傳統的「損益表思維」轉向「資產負債表思維」，才能在變動劇烈的時代擬定新的生存劇本。



下午場：林建甫教授—「2026 全球財經情勢與 供應鏈重組趨勢」

下午場由林建甫教授接棒，針對 2026 年的全球經濟展望與金融演變進行深度解析，並特別針對地緣政治對供應鏈的長期影響提出觀察。

- 2026 經貿展望：林教授指出，隨地緣政治緊張與關稅政策不確定性增加，IMF 預測 2026 年世界貿易量成長率將放緩至 2.3%。然而，AI 技術與相關硬體需求持續強勁，台灣在地產業供應鏈具備完整優勢，高階製程將持續挹注成長動能。
- 全球金融演變：解析後疫情時代的通膨壓力與美債危機。林教授提到，美國透過《晶片法案》與「新華盛頓共識」，正加強政府干預以保護國內產業，這對全球金融格局產生深遠影響。
- 供應鏈重組與短鏈革命：地緣政治風險已取代效率，成為供應鏈重組的首要考量。「短鏈革命」正加速進行，企業紛紛採取分散風險策略。他特別提到台美經貿談判（如 21 世紀貿易倡議）及對美投資承諾對企業未來布局的重要性。
- 前瞻思考：林教授建議集團應關注「主權 AI」發展與綠色轉型，並在全球多極衝突明顯的新冷戰格局下，尋求更具彈性的經營模式。

總結：形塑產業樣貌，布局未來新契機

本次論壇透過黃董事長與林教授一前一後、從戰略心法到實務趨勢的完整剖析，為南良集團成員帶來深具震撼力的思維洗禮。面對「川普 2.0」與全球化轉向「在地化、安全化」的浪潮，集團將持續秉持蕭總裁的指導方針，積極投入新材料、新製程的突破，並在變局中尋找數位永續與地緣經濟下的新商機，為 2026 年的營運目標奠定堅實基礎。



第三屆學習心得活動 精彩回顧 ~ 優選篇

又到了迎接新一屆南良學院學習心得徵文活動的時刻，值此 AI 與數位高速發展的時代，如何讓 AI 與數位化不只有衝擊，而能有更多的融合與應用。因此，第四屆徵文心得主題大類除沿用第三屆「研發製造」、「業務行銷」、「財務行政後勤管理」、「其他」的四大主題，更鼓勵學員增加應用 AI 協作來完成學習心得的報告，期待各位學員繼續踴躍參加，也藉此整理自己這一年來的學習心得。

在這之前，讓我們接續上期四篇優選作品的分享，本期我們繼續來回顧 2024 年四篇佳作得獎精彩作品的節錄：

主題類別：「AI 應用與數位轉型」 優選作品：「AI+ 訓練營隊」學習心得
心得報告人：張聰榮 / 友良高科技紡織股份有限公司

AI 技術的導入，為材料研發帶來了突破性的解決方案。AI 在材料研發中主要體現在以下幾個方面：

1. 數據整合與分析：(1) 整理歷史實驗數據、建立材料數據庫 (2) 利用機器學習預測不同配方下的性能表現。
2. 正交實驗設計：(1) 結合田口方法，設計少量實驗找出最佳配方 (2) 降低試驗次數，提高研發效率
3. 虛擬模擬：(1) 構建數字孿生模型，模擬材料性能與環境影響 (2) 在虛擬環境中驗證材料穩健性，縮短開發周期 (3) 分子模擬：預測纖維結構特性（如 MIT 用 GAN 模型設計高強度纖維）。

本次上課的核心即為田口方法，田口方法 (Taguchi Method) 透過統計設計試驗 (DOE) 找出最佳參數組合，AI 則能加速數據分析與趨勢預測，兩者結合可提升研發與製程效率：材料開發 - 優化布料配方與機能性、染整工藝 - 減少色差與降低環境影響、生產製程控制 - 提升布料品質與降低不良率、產品設計 - AI 生成式設計結合田口方法。

AI 讓數據分析與模型訓練變得更高效，而田口方法則能幫助找到最佳參數組合。在紡織業導入 AI+ 田口方法，可減少試驗成本、提高產品一致性，並加速創新研發。未來，可進一步結合 AI 強化學習 (Reinforcement Learning) 與田口方法，使紡織生產變得更智能化。

主題類別：「AI 應用與數位轉型」 優選作品：「AI 專案成功的五大基本功」學習心得
心得報告人：林凡郁、陳昌穎 / 南良國際股份有限公司台南分公司



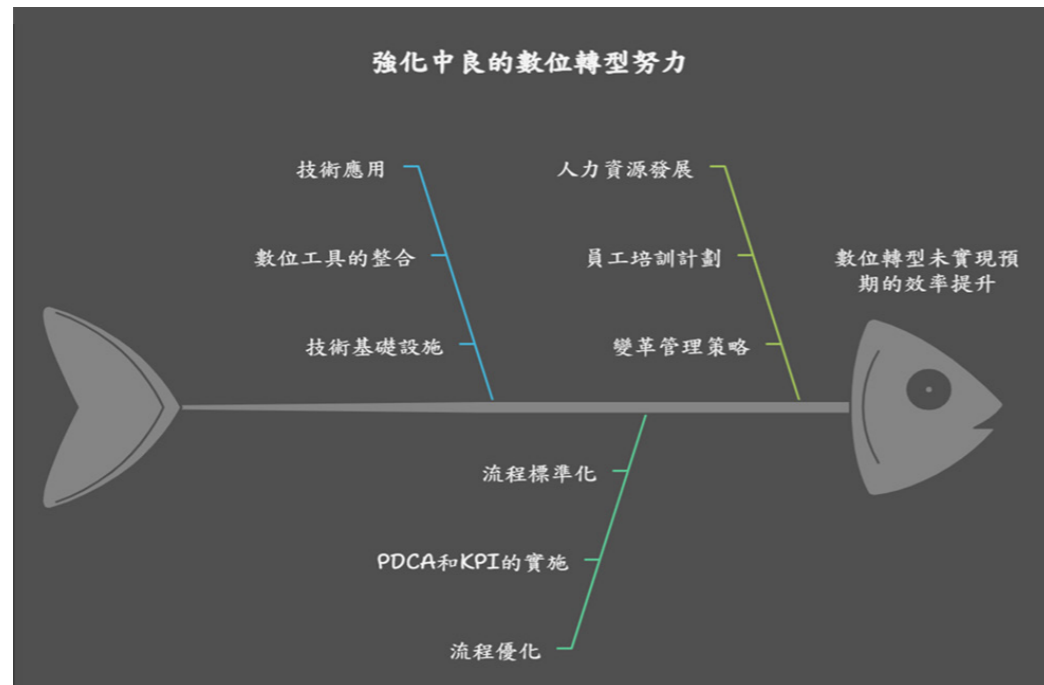
AI 智慧化應用策略

1. 智能報價與交易成本優化：(1) 動態報價引擎 (2) 行銷報價優化。
2. 產品創新與技術研發：(1) 材料創新與優化 (2) 製程優化。
3. 碳智能 AI：(1) 碳足跡計算 (2) 碳定價模型。
4. 供應鏈與物流優化：(1) 需求預測與庫存管理 (2) 物流路徑優化。

第三屆學習心得活動精彩回顧 ~ 優選篇



主題類別：「AI 應用與數位轉型」 心得報告人：枋立忠 / 中良事業體
 優選作品：「數位轉型 4 大體檢：強化韌性、制定策略、組織轉型及轉型領導」學習心得



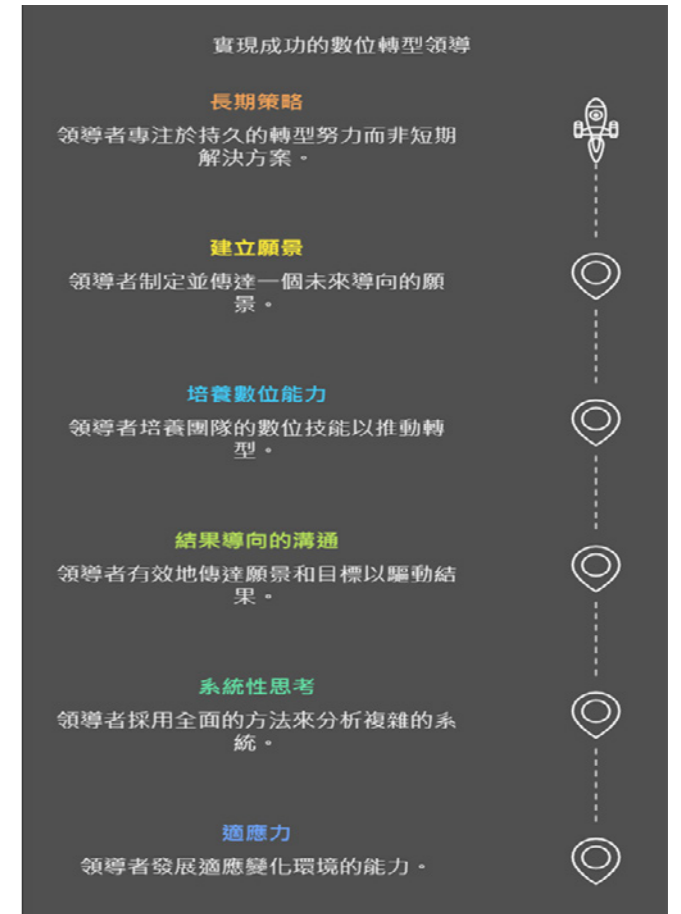
在閱讀天下管理學院的四大數位轉型體檢文章後，我對企業如何在數位化時代提升韌性、制定策略、進行組織轉型與領導變革有了更深入的理解。這些內容與中良葉總經理撰寫的《40年磨一劍 - 蓄勢待發的中良》文章相互對照時，發現其中有許多共通點，亦可找到適合中良的應用方式。

首先，在組織轉型體檢中，強調透過科技 (T)、流程 (P)、人 (P) 來提升執行力，這與中良目前導入 PDCA、KPI、BSC 等管理工具的策略不謀而合。然而，中良未來的發展方向應更加強調數位化工具的應用，以提升組織執行效率，確保數位轉型能夠有效提升決策效率與管理模式，而非流於口號。

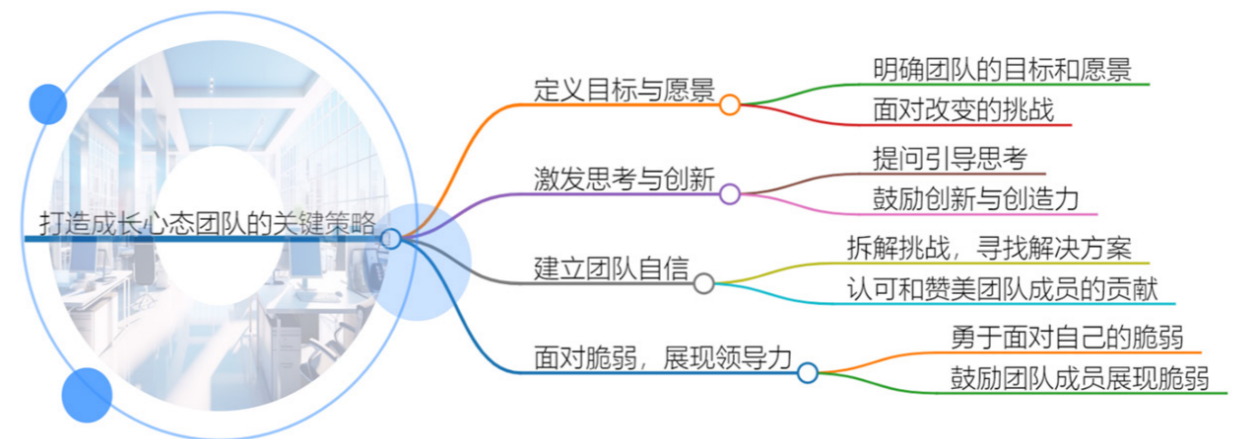
再者，數位策略體檢提出了三角構面理論，即顧客親密度、產品領先度、運作卓越度，強調企業需針對自身核心優勢進行數位化轉型。中良的核心競爭力在於其環保材料的研發與全球化的供應鏈佈局。因此，未來應更加注重利用大數據分析和人工智慧技術，深入了解客戶需求，提供定制化的產品與服務，強化客戶關係。同時，持續投入研發，提升產品的創新能力，保持在市場中的領先地位。

在數位韌性體檢方面，文章指出企業應從基礎運作層、管理控制層、策略管理層三個層面強化數位能力。中良在供應鏈管理和智能生產方面已經有所佈局，但仍有提升空間。建議進一步加強遠端管理能力，利用物聯網 (IoT) 技術實現設備的遠程監控與維護。同時，深化數據分析的應用，通過預測性分析優化生產計劃和庫存管理，提高整體運營效率，增強市場競爭力。

最後，在轉型領導體檢中，文章強調領導者應具備適應力、系統性思考以及結果導向的溝通能力。中良的轉型成功與否，關鍵在於領導層能否有效推動變革。為此，領導者需要積極參與數位化培訓，提升自身的數位領導力。同時，制定清晰的轉型願景，通過透明且有效的溝通，凝聚全體員工的共識，培養員工的數位能力，營造支持創新與變革的企業文化，確保轉型策略得以順利實施並持續推進。



主題類別：其他_團隊激勵與成長 心得報告人：吳松金 / 福清洪良染織科技有限公司
 優選作品：「讓團隊擁抱改變 -- 激勵員工成長心態 3 做法」學習心得



第三屆學習心得活動精彩回顧 ~ 優選篇



有些成員安於現狀，缺乏創新；有些則缺乏緊密合作的觀念等問題。因此希望在面臨快速變化的市場和客戶不斷提出的智能化需求時，團隊能夠持續學習和進步，提升整體表現和適應能力。通過這個課程的學習，個人對這個問題框架和實踐方向做了些思考：

一、成長團隊的核心理念：

從固定思維到成長思維的轉變：讓團隊成員相信能力可以通過努力和策略提升，將挑戰視為學習。其中關鍵是：通過文化塑造團隊目標，讓成員從「證明自己」轉向「發展自己」。

二、打造成長心態團隊的關鍵：

- 1、營造心理安全感：行動上，要允許成員犯錯（如亞馬遜的逆向工作法）和鼓勵提問（定期舉辦無責問會議，消除「提蠢問題」的顧慮）。
- 2、設定「學習型目標」而非「表現型目標」：將目標從「完成 KPI」轉為「掌握新技能或如何解決複雜的問題」，例如利用 OKR（目標與關鍵成果法）中融入學習指標（如：提升數據分析能力）
- 3、建立持續的回饋機制：從「評判式」轉為「發展性」，即需關注成員的行為過程分析而非人格評判。
- 4、以成長為導向的激勵機制：獎勵「嘗試和進步」，而非僅「結果」。例如：設立「最佳學習獎、突破性創新獎」。或在績效考核中增加「個人成長貢獻度」維度。
- 5、打造知識生態共用系統：如內部導師制（資深員工輔導新人），建設知識庫（鼓勵成員沉澱經驗文檔）或跨部門專案組（促進多樣化視角碰撞）。

三、領導者的角色轉型：

- 1、從「權威型」到「教練型」：表達上用提問而非指令：如通過「你認為哪種方法更有效」來引導思考；行為上用自身示範成長行為：如公開分享自身的學習資料和過程。
- 2、長期主義思維：以此為指導，容忍短期低效率和避免過度干預。

四、挑戰與應對：

- 1、阻力來源：部分成員固守「舒適區」；短期業績壓力與長期成長的矛盾；缺乏系統性的支持（如培訓資源不足等）
- 2、破局方法：正視失敗：將失敗案例轉為培訓素材；平衡目標：用「雙軌制」兼顧短期產出與長期能力；文化滲透：內部分享成長故事等。



第四屆 南良學院

課程學習心得

★獎勵：
獲獎學員除獎金外，並頒發獎狀以茲鼓勵。
每屆取優選4名NT3,000元、佳作4名NT1,000元、
團隊獎2名NT3,000元(企業發展相關直接主題與實
用內容為主)。
未獲獎之參賽投稿，皆可獲集團自營電商平台：
真愛大健康購物金NT200或神洲大健康CNY50元。

★收件日期：
第四屆心得徵文收件：2026年1月1日(四)起
至2026年1月30日(五)截止收件。

徵文活動



扫码下载

學歷代表過去 能力代表現在 學習代表將來



長看 32 短打 26 南良八駿 九近甲子

本屆集團經決會於 2025 年年底舉行，秘書處推出氣勢宏遠的圖騰：南良八駿圖，觀春風浩蕩之草原之上，八匹駿馬揚蹄飛奔，這就是南良集團今日之雄渾態勢，六大事業體加兩大事業群，萬人集聚，縱橫國際，已具中大型企業集團之規模！

遙憶當年，1972，22 歲的蕭登波，僅以不足百萬之微薄資本，毅然立旗創業，並於當年回本，之後則一發不可，逐年翻倍獲利，企業則階梯式成長！不到 20 年，蕭登波已成為台灣中南部頗具盛名之企業家代表人物，40 歲的蕭總裁，熱情如火、雷厲風行、志氣遠大且胸懷國際大世界。

算一算，自洲尾街 1972 立碑立旗之始，至今已屆 56 年，距 60 年一甲子僅一步之遙，我稱之為九近甲子，到 2032 年南良集團甲子盛年，輝煌前景已可見！

本屆經決會決議精神：長看 32 甲子盛年，短打 26 全面復昇！2026 任務明確，各大事業體各企業，我們的八駿必須不折不扣，百分之百達成營收營利雙目標！

副執行長 張明

撰稿人：總管理處 行銷管理組 黃惠津

2025 業務聯誼會在 【嘉義故宮南院】

每年的 11 月除了是集團進入業務收穫的季節，也是南良人相聚關懷的時刻，今年 2025 年的業務聯誼會定調名為「創新行銷大會 & CEO 群體高端論壇」，主軸放在今年對集團是險峻挑戰的一年，總體營運受到川普關稅政策與匯率波動造成一定程度的影響，藉由總裁與總經理們帶領集團全體同仁，上下齊心來制定集團未來策略方向與了解總經理們對企業治理、品牌客戶、市場動態... 的剖析，總裁也不斷強調創新與 AI 應用的重要性，時刻勉勵主管與同仁需不慌不亂、沉著應對，以創新的精神不斷提升、強化自我的競爭力，遵循總裁的領導方向布局南下、持續開拓新興國家與市場，為集團開創一條永續經營之路。

今年業務聯誼會的舉行地點在嘉義太保的長榮文苑酒店，其會議地點文苑廳寬敞舒適、大氣典雅，天花板的燈光線條有如中央山脈稜線起伏別具特色，南良集團的經營主管與業務同仁齊聚一起，共同歡聚年終的收穫、表揚績優同仁與團隊，也反省一年的檢討，同時聆聽專家學者對於紡織產業的最新研發資訊與市場見解，重頭戲則是第二天下午的 CEO 總經理論壇，兩天的活動內容有專業有嚴肅、有溫馨有熱情、有團結有積極，都是南良人共同築起的回憶。

第一天下午的貴賓演講這次請到台灣紡織綜合研究所的 AI 智能織物應用專家 - 沈乾龍博士，帶領兩位組長為我們進行一場聚焦於人工智慧在紡織產業的應用現況、趨勢與案例的說明與分析。台灣工業、零售及健康照護產業導入 AI 程度仍偏低，但企業普遍期望 AI 能降低人力成本、提升效率與數據分析能力。主要挑戰在於人才不足、導入成本過高及風險難以評估。生成式 AI 被視為紡織與時尚產業的新契機，未來三至五年可望帶來 1,500 至 2,750 億美元的利潤增長，並革新設計流程、加速內容開發、拓展創意空間。AI 能處理非結構化資料，結合文字、圖像與影片，推動多模態應用，如 3D 設計、虛擬模特、個人化量產。供應鏈方面，AI 可優化採購談判、倉儲自動化與退貨管理，提升效率並降低成本。行銷與零售則透過趨勢預測、內容生成與沉浸式購物體驗，強化顧客互動。組織管理上，紡織價值鏈中，AI 應用涵蓋原料研發、織造染整、品質檢測到智慧型紡織品，並協助碳排放追蹤與數位產品履歷生成，成為推動永續與數位轉型的核心引擎。

緊接著總裁也向所有同仁來發表其年終激勵政策講話，內容揭示總裁以雙輪驅動策略運營集團的決心，以老行業為根基、新興產業為引擎，結合 AI、數位化與永續，推動產業升級。策略核心在於供應鏈韌性、價值導向、品牌深化與跨界協同，並布局粵港澳大灣區，發展健康醫療、綠色能源與智能產業。透過創新與永續並行，南良致力於全球化拓展，從供應鏈夥伴邁向價值鏈領航者，打造國際競爭力與永續成長。

撰稿人：總管理處 行銷管理組 黃惠津

2025 業務聯誼會在【嘉義故宮南院】

這次的績優幹部與團隊表揚別具意義，共有旭泰與福清洪良兩家企業的五位優秀在地主管前來參加，他們也獲得了績優人員的表揚、接受大家的喝采，分別是福清洪良的吳松金副處長，東莞旭泰的康燕妹銷售/研發部副理以及東莞旭泰開發部的績優團隊由李玉燕處長代表，其他獲獎的業務同仁也是實質名歸，紛紛講述了他們的得獎感想，總裁也期許新的一年每位業務同仁都能再接再厲、繼續為企業、為集團再創佳績。

晚上的聚餐與歡唱晚會已經成為主管與同仁一展歌喉，以及事業體展現團唱力、大家同聚歡樂的熱鬧放鬆場合，今年晚會的開場以天選之人的方式有 7~8 位同仁獲得殊榮與總裁高歌一曲「愛拚才會贏」，贏得大家的滿堂彩，後面各家事業體也展現凝聚力由總經理帶領同仁演唱勁歌樂曲，中間也穿插大健康事業單位同仁的最新產品宣傳，晚會也在同仁一邊把酒言歡，一邊熱歌歡唱下有個盡興的落幕。

今年的業務聯誼會第二天戶外活動有別於以往的健行或爬山，這次是以故宮南院的導覽參觀為主，第二天早上總裁也與同仁們起了個大早，一同用了早餐與進行團體大合照後，大家就迎著秋日早晨的栩栩陽光出發前往故宮南院門口，總裁也精神抖擻地跟在隊伍後面一邊緩步談話，一邊拍照記錄這美好的時光，進入故宮後，大家也在故宮敞亮的白色樓梯處拍下清新和諧的團體照，這次的故宮導覽遇到非常難得展出的真正故宮三寶，也就是北宋宗派大家的三幅國寶山水畫，此三幅畫因為保存不易，所謂紙壽千年、絹壽八百，此三幅畫是不輕易展出的，只有四年展一次，一次只展 40 天，我們有幸遇到真的非常幸運，此三幅畫分別是范寬的《谿山行旅圖》(1000 年)、郭熙《早春圖》(1072 年)，以及李唐《萬壑松風圖》(1124 年)，此三幅國寶距今 1000 年以上，每一幅相隔 50 年左右，可以感受到畫風隨著技巧及當時時代背景的變遷而逐步演進，經由專業導覽的解說，我們看到的不只是畫風技巧，更是當代大師的儒道精神融入在畫作之中啊；另外印象深刻的還有眉山蘇氏三世遺翰的珍貴手跡墨寶，令人讚嘆蘇氏三代的蘇洵、蘇軾、蘇轍、蘇過的一位書風的截然不同但又各具風采文養，這次的故宮文物導覽，幾乎所有同仁都一致對這樣的知性導覽感到意猶未盡，也期待之後可以安排類似的藝術或文物賞析活動。

在經過早上的精神食糧充電後，中午時分主辦單位特別安排了大健康產業所經營的荷蘭村-養生健康餐盒讓同仁們享用，大家一邊聽著總裁述說開發此餐盒的理念一邊愉快地用完餐盒，下午的活動緊接著就是集團內重量級的 CEO 高端論壇，讓所有的新舊同仁能有機會聆聽每個事業體的總經理對其企業經營的未來策略與方向，首先上半場上場的第一位是中良事業體的葉建華總經理，葉總負責中良最重要的鞋材事業群，他針對中良因應全球政經變局、品牌永續與速度要求所提出了 2026 年整體戰略。

面對品牌「即刻致勝」與「運動員承諾」，中良將交期、品質、成本與永續列為核心 KPI，並配合供應鏈版圖調整，加速向印尼、印度布局。在行動上，透過四大引擎推進轉型：以創新材質與核心產品提升高附加價值；導入 SAP、MES 與 AI 數位平台縮短交期；全面落實 ESG 與科學減碳目標；並強化在地人才培育與組織整合。中良定位 AI 與數位化為提升效率與競爭力的工具，而非取代人力，期望在變局中主動進攻，建立可持續的全球競爭優勢。

第二位 CEO 則是嘉良事業體的曾耀銘執行長，他提出嘉良事業體的策略核心在於「創造與包容」，以服務社會、增進公益為目標。其強調無形資產的重要性，認為專利、商標、營運秘密、品牌、商譽與企業文化等皆是公司價值的基石，需持續累積與盤點。各子公司透過新產品開發、新市場拓展，形成「新產品→新市場→新發展」的循環，並積極推動跨境電商、在地合作生產，進軍大陸與東南亞市場。嘉良生技專注於健康產品，良農與嘉良特化則以農業資材與昆蟲費洛蒙防治病蟲害，真善美農場拓展綠色健康生態農業，並行銷至新加坡等高端市場。整體策略強調同仁的創意、創新、創作、創造，透過協力合作，持續提升公司營收與無形資產，打造永續發展的競爭力。

第三位上台的 CEO 則是福清洪良事業體的陳燕屏副總經理，由陳柏森經理代為報告，洪良事業體由陳燕屏副總領導，經歷三個階段性三年計畫：2016-2018 穩定發展、2019-2021 雙十成長、2022-2025 組織完善，逐步建設中等規模精緻化染整基地。其優勢在於穩定團隊、品質保證、長期服務品牌與靈活調整能力。短期危機包括客戶集中度高 (Decathlon、Li-Ning 為主)、市場去品牌化與經濟下行。短期策略聚焦極致服務、柔性供應鏈、爭取新客戶與新產品增長點，並強化創新科技產品推廣。中期計畫配合集團策略，推動產能倍增，專注機能與高彈產品，提升科技力與成本競爭力。長期則以「獅王合體」為願景，整合集團資源，成為大陸區染整中心，推動鞋材、成衣、包裝材全產業鏈化，支撐南良集團全球布局。

下半場第一位 CEO 為天疆事業體的蕭茂智總經理，蕭總語重心長地表示天疆面對美國新關稅政策與台幣匯率劇烈波動的雙重衝擊，提出分階段策略。短期以財務避險、降低成本及調整台灣、中國、越南三國生產基地來維持供應鏈穩定。中期則將越南基地發展為核心，建立在地化供應鏈並導入自動化設備以提升效率。長期策略著重於開拓歐洲、澳洲新市場與新客戶，並拓展護具、鞋材以外的新產業類別，同時厚實財務體質以應對未來挑戰，展現靈活布局與持續成長的方向。

匯良事業體的張照及總經理則是第五位上台的 CEO，張總闡述匯良事業體歷經紮根起步、海外設廠與深耕事業群的階段，逐步建立跨部門經驗與完整的生產、銷售、管理體系。面對疫情、國際戰事及美國關稅政策等衝擊，匯良以「穩中求變」為核心，持續優化體質、強化營運基礎。現有三大營運中心：台灣、華南（福清同良、東莞盛良）、華中（上海匯良、南通匯良），形成多區域布局。未來策略聚焦於深化品牌、拓展市場、強化製程，並導入 AI 與數據化管理以提升效率與競爭力。匯良秉持「專業、創新、協作」精神，持續推動營運升級，與集團並肩前行，邁向永續成長與下一個十年新局。

>>> 續下一頁



撰稿人：總管理處 行銷管理組 黃惠津

2025 業務聯誼會在【嘉義故宮南院】

最後一位壓軸上場的 CEO 是南良事業體的女性專業經理人楷模 - 王凌霜總經理分析說明南良國際面對匯率波動、關稅壓力、供應鏈重組與中國低價競爭等多重挑戰，採取「逆勢調整、韌性經營」的整體策略。公司以高值化與差異化為核心，積極拓展醫療、科技、水域防護、軍工、電動車等高技術門檻市場，發展生質材料、功能薄膜、環保黏扣帶與防護材料等高毛利產品，並延伸至製成品與解決方案。營運面推動多產地布局、在地化供應與印尼設廠評估，同時強化成本控管與人才選育用留。組織與文化上，透過數位化、MES 與 AI 導入，提升決策速度、跨部門整合與內控透明度，落實 ESG 與創新驅動，目標由材料供應者升級為解決方案提供者，在 2026-2028 年實現穩健成長與突破轉型。

兩天一夜的業務聯誼活動在總管理處張副執行長代表總裁的結語中順利地完成了，副座也預告緊接著舉行的集團最高決策委員會將承接 CEO 的策略分享，為來年 2026 年立下集團的營收營利雙目標達成的營運目標，南良集團的每一份子都至關重要，各司其職、專業分工扮演其職責角色，大家齊心協力、各家事業體協同作戰，在總裁與 CEO 總經理們的領導下，展望來年的南良 55，繼續五穀豐登！

三座山峰，三個時代精神



	范寬〈谿山行旅圖〉	郭熙〈早春圖〉	李唐〈萬壑松風圖〉
時代精神	北宋初期·雄渾莊嚴	北宋中期·自信理想	北宋晚期·憂思內省
人與自然的關係	自然至上，人極渺小	人間秩序，安居樂業	退隱山林，內心寄託
核心筆法	雨點皴（堅實厚重）	蟹爪枝（生意盎然）	斧劈皴（銳利抒情）

北宋三公圖分析，節錄來源 <https://www.facebook.com/share/1DPACCFrFv/>

撰稿人：總管理處 行銷管理組 吳珮綺

AI 領航 × CEO 並肩

南良集團 2025 年度創新行銷大會 & CEO 群體高端論壇精彩花絮



南良集團一年一度的業務聯誼大會，向來選在第四季豐收的時節舉行，象徵著對全體同仁一年來辛勤付出的肯定與感謝，也期盼透過這場重要的年度盛會，促進跨單位交流、深化彼此連結，進一步凝聚對集團未來發展的共同願景與行動共識。

今年的業務聯誼會選址於嘉義長榮文苑酒店，地點鄰近市區，飯店對面即是富含文化藝術氣息的故宮南院。大會整體形象設計與活動服顏色，特別選用沉穩而富質感的酒紅色，展現南良低調卻堅定、穩健卻不失創新的企業精神，也為隔日安排的故宮南院文化導覽活動，鋪陳出兼具深度與品味的活動主軸，讓同仁在專業交流之餘，也能沉浸於藝術與人文氛圍之中。

撰稿人：總管理處 行銷管理組 吳珮綺

AI 領航 × CEO 並肩南良集團 2025 年度 創新行銷大會 & CEO 群體高端論壇精彩花絮

本屆大會以「南良集團 2025 年度創新行銷大會 & CEO 群體高端論壇」為主題，整體內容聚焦於「AI 驅動力· 佈局全球化· CEO 協同作戰· 行銷無界限」。議程除延續既有的總裁政策演講、來賓專題分享、績優人員與團隊表揚、新進人員介紹等重點環節外，今年更規劃「各事業體 CEO 群體高端論壇」，成為大會的一大亮點。期望透過各事業體 CEO 分享實務經驗與短、中、長期策略展望，促進彼此學習與資源整合，發掘跨事業體合作的可能性，讓集團在借力使力中持續壯大、傳承與創新並行。

大會開場由總管理處張明副執行長率領總處同仁，共同錄製慶祝南良邁向第 54 年的開幕短片，並串聯各大事業體與總裁的合影影片集錦，正式揭開活動序幕，場面溫馨而振奮人心。



第一場來賓演講，邀請到台灣紡織產業綜合研究所沈乾龍博士，以「紡織業如何應用 AI 智能發揮產業競爭力」為題，深入剖析 AI 技術如何導入紡織產業核心價值鏈。沈博士團隊從原料研發、織造染整智慧製程、品質檢測，到永續發展與碳足跡管理（特別是因應歐盟 DPP 法規），完整說明 AI 在產業升級中的關鍵角色。此外，也分享生成式 AI 在時尚設計、快速打樣與市場趨勢預測上的高潛力應用，並以 AI 數位色控模組、智慧彈性護膝等實際案例，具體呈現 AI 驅動產業高值化的成果。沈博士強調，「AI + 永續」將成為紡織業下一階段的核心競爭力，能協助企業在法規挑戰中突圍，並於全球供應鏈中建立信任與優勢。透過本場分享，同仁對 AI 於紡織產業的實際應用與未來趨勢，皆有更全面且深入的理解。



隨後進行的是新進人員介紹，以及績優人員與績優團隊頒獎表揚。今年共有五位績優人員與兩組績優團隊獲此殊榮，得獎者中不僅有來自台灣的優秀同仁，也有特別自中國來台參與頒獎的大陸同仁。每位得獎代表於台上分享心路歷程與感言，其中大陸同仁情感真摯、澎湃表達感謝之情，更引起全場熱烈共鳴，現場掌聲不斷，充分展現南良大家庭跨地域、同心協力的凝聚力。

緊接著，由總裁進行年度激勵演講，主題為「雙輪驅動：CEO 視角下的全球增長新戰略」。總裁勉勵同仁，在地緣政治、關稅戰與供應鏈重組的多重挑戰下，集團必須以更高的視野與速度因應變局，並明確指出：「AI 不是選項，而是生存的必須。」透過協同作戰，結合傳統產業根基與新興科技引擎，讓創新與永續並行，藉由 AI 實現科技化、數據化與智能化，推動產業全面升級。

第二場來賓演講則邀請國立嘉義大學林翰謙校長，分享「嘉義大學邁向中醫學院的挑戰」。林校長說明嘉大如何整合中醫藥、農業與林業資源，並積極與南良集團等產業夥伴合作，共同培育大健康產業所需的跨領域人才，為產學合作與未來產業發展提供新的想像與可能。

經過一整下午內容豐富的專題分享後，晚宴時段成為同仁們放鬆交流的重要時刻。由總管理處主持小組精心設計的驚喜互動活動，讓抽中金色小球的幸運同仁能與總裁一同高歌一曲，現場笑聲不斷，氣氛熱絡。當然，也貼心準備了小禮物，撫慰「驚喜中帶點驚嚇」的心情。隨後，各事業體總經理輪番上陣帶領同仁歡唱，席間交流熱絡，充分展現南良團隊的熱情與向心力。



撰稿人：總管理處 行銷管理組 吳珮綺

AI 領航 × CEO 並肩南良集團 2025 年度 創新行銷大會 & CEO 群體高端論壇精彩花絮



第二天上午的戶外行程，由故宮南院導覽活動揭開序幕。當日天氣涼爽宜人，總裁與主管同仁於飯店大廳完成團體合影後，分批前往故宮南院。沿途戶外景色優美，同仁們悠閒漫步於園區步道中，在導覽老師的帶領下，深入了解珍貴文物與歷史脈絡。此行程別於以往的戶外活動形式，讓同仁在輕鬆氛圍中增進人文素養，也成為本次大會最受好評的亮點之一。



此外，本次大會的另一個高峰，正是 CEO 群體高端論壇。分別由南良國際、中良工業、天疆、洪良、匯良、嘉良 CEO 上台分享，各事業體 CEO 一致指出，在全球政經局勢波動、地緣政治風險升高、關稅與匯率衝擊並行的環境下，企業唯有加速轉型，秉持「樂於改變、變中求勝」的決心，才能奠定 2026 年持續進攻的戰略基礎。論壇共識聚焦於三大核心方向：（一）全球化佈局與韌性供應、（二）AI 數位轉型與速度提升、（三）創新、永續與高值化。南良集團正由傳統材料供應者，轉型為「解決方案提供者」，以「數位」與「創新」雙翼齊飛，打造更具韌性與敏捷度的企業文化。



本次業務聯誼會不僅是一場年度交流盛會，更是一場凝聚共識、對齊方向的重要里程碑。透過策略分享、專業交流與文化體驗，同仁們對集團未來發展藍圖有了更清晰的理解，也更加認同南良持續以創新、AI 與永續為核心的前進方向。相信在共同理念的引領下，南良集團將持續團結向前，攜手迎向更具競爭力與凝聚力的未來！

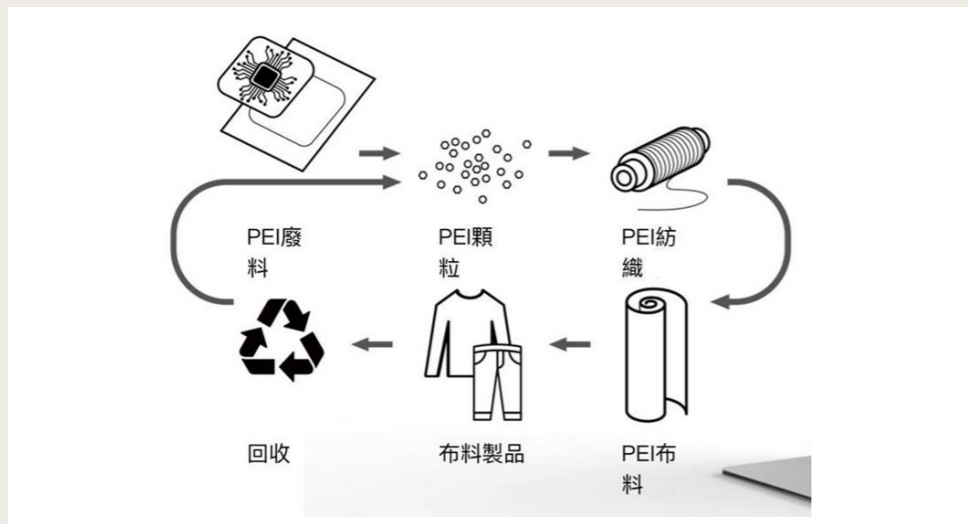


撰稿人：總管理處 創新研發組

紡織複合材料的創新布局 與未來發展

面對全球產業升級與永續發展浪潮，材料創新已成為企業競爭力的核心關鍵。集團深耕紡織產業多年，持續以機能紡織為基礎，並結合發泡材料與綠能材料技術，積極布局紡織複合材料領域，朝向輕量化、高性能與高附加價值方向邁進，為傳統紡織產業開創新新的成長動能。

複合材料是將不同性質的材料透過結構設計與製程整合，使其兼具強度、耐久性與功能性。紡織纖維在其中扮演結構強化的關鍵角色，而集團長期累積的織造、塗佈與後整理技術，正是發展複合材料的重要基石。目前集團已於多個事業單位投入複合材料的研發與應用，積極探索材料的多元可能性。例如：南良特紡部專注於特殊纖維複合材料的開發，以強化產品效能並提升附加價值；中良則以功能性塗佈、貼合及後處理加工等核心技術，提升材料的機能表現與應用彈性；友良發展機能紡織布料、交織複合布等，持續拓展複合材料於多元應用場域的可能性；匯良則投入高分子複合材料領域，運用回收環保材料，發展無膠貼合、多層共押出等製程，打造兼具多種特性與優點的複合材料；天疆則著眼於碳纖維與玻璃纖維複合材料，並延伸應用於以 EVA、尼龍海綿等複合材料為基礎的運動護具產品，提供良好的吸震、防護與支撐效果。



圖片來源：《經濟部產業技術司》PEI 原料零廢棄循環，可實際應用於高端航空紡織品、防火救難設備等用品。



圖片來源：《工研院》可 100% 回收的熱塑性碳纖維複材混紡編織，製成質輕堅固的行李箱。

在未來發展方向上，集團總處創研組對紡織複合材料將聚焦於「綠色永續」、「功能與智能化」及「輕量化與高附加價值」三大主軸。

1. 綠色永續與循環經濟：投入生物基與可降解材料的開發，以降低對石化原料的依賴，同時推動碳纖維等高價值纖維的回收與再利用技術，實現閉環循環，降低材料生命週期中的環境負擔。
2. 功能與智能化：結合電子元件與智慧系統，發展具備感測、加熱、發光等功能的智能紡織品，同時開發兼具強度、耐用性與輕量化特性的高性能複合材料，涵蓋 PEI 纖維、LCP、UHMWPE 及 KEVLAR 等特種纖維應用，並將防水、透氣、抗菌等多重機能整合於複合材料中。
3. 輕量化與高附加價值：使用紡織複合材料取代部分傳統金屬材料，應用於無人飛機、汽車輕量化結構及高階鞋材領域，有效降低能耗並提升整體性能。同時，透過 2D / 3D 織造技術的導入，依不同應用需求設計具特定力學性能的特殊結構材料，進一步拓展至綠能、機器人與安全防護等高附加價值市場。

從應用市場來看，各產業對高性能、輕量化、耐用與環保特性材料的需求持續成長，這些趨勢皆為纖維複合材料提供了廣闊的發展舞台。展望未來，集團須持續以材料為核心，深化機能紡織、發泡材料與綠能材料的跨域整合，從單一材料供應者邁向系統化解決方案的角色，透過穩健的技術累積與前瞻布局，在複合材料領域中，織造兼具創新價值與永續責任的產業。



圖片來源：《遠東官網》採用 100% 生物法回收再生的高品質聚酯纖維，實現可再回收的鞋款。

圖片來源：《上緯官網》風機葉片再生碳纖維羽球拍

撰稿人：總管理處 人資行政組 劉振銘

人資行政組持續深化組織 轉型與人才永續

不只是人資行政，更是各單位的最強後援

2025 年是集團落實「務實成長」與「ESG 永續策略」的關鍵年，人資行政組在此期間，不只是行政命令的發佈及執行者，更扮演了集團組織優化與人才培育的推手，集團要成長，背後的行政支撐必須夠穩，過去這一年，從專案的執行、高階人事傳承乃至 ESG 公益活動，人資行政組始終與大家並肩前行，確保每一項政策都能落實，隨著邁向 2026 年，人資行政組將貫徹總裁政策指示及集團最高經決會共同決議，為下述核心工作持續傾注心力。

核心工作 1：世代傳承，落實嚴密組織紀律

人資行政組在過去一年中，持續推動集團人才接班的重點工作，落實「世代傳承」。

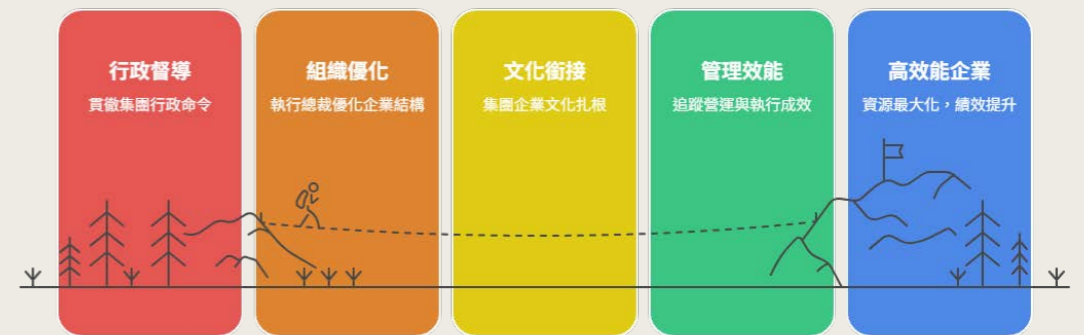
- 高階人事轉銜：確認集團各事業體高階主管世代傳承及晉升作業，確保管理經驗的平穩對接。
- 行政標準化：透過建立集團海內外人資行政群組，即時回應重大專案並統一管理規範，強化了集團的執行力與紀律。

核心工作 2：推動教育培訓，驅動 AI 與數位轉型

配合集團學院之年度計畫執行，持續人才育留上投入資源，聚焦數位能力的提升：

- AI 賦能培訓：支援南良學院舉辦了「AI 驅動行銷」、「AI+ 訓練營隊」及多場海內外課程，幫助主管與同仁在 AI 浪潮下掌握工具與法規趨勢。
- 數位學習常態化：導入「天下創新學習」數位帳戶，分配予集團各事業體高階主管進行每月必修課程，確保管理層的思維能持續接軌最新科技與趨勢。

提升直管企業績效



核心工作 3：督導新興產業，達成營運績效

人資行政組現階段直接督導部分新興產業，目標是貫徹最高經營決策委員會之決議，協助各單位優化組織結構，朝向全面獲利的方向邁進：

- 落實組織優化與整併：為達績效之最大化，執行力督導組將執行總裁對於企業及組織優化與調整整併，並求資源及效益最大化。
- 強化直管企業文化銜接：針對集團新進主管，安排集團企業文化培訓，讓管理層能迅速掌握集團核心方針並投入實戰。
- 提升管理效能與產出：定期追蹤直管企業的營運現況，彙整管理改善建議，並於發生重大專案時給予即時行政支援，縮短組織磨合期以提升獲利效能。

核心工作 4：ESG 實踐，提升集團形象影響力

行政組深入參與多項公益專案，將集團的 ESG 形象轉化為具體的社會價值：

- 公益紮根：支援子良基金會、臺南市府城防癌抗癌健康協會等，推動貧困救濟、慈善公益活動，落實永續承諾。
- 形象交流：籌備並接待外部公部門或學術單位等參訪行程，成功提升南良在業界與學界的能見度。

展望 2026：與集團共榮共好

站在 2026 年的新起點，人資行政組將持續深化人力資源管理，行政管理不是冰冷的流程，而是有溫度的服務。展望 2026 年，人資行政組將秉持「馬不揚鞭自奮蹄」的精神，持續推動行政標準化與人才專業化，成為集團每一位同仁在職場拼搏中最堅實的後盾。

撰稿人：總管理處 台北辦公室 蕭博元

2025 兩岸企業家峰會年會 聚焦轉型創新，深化多鏈合作



總管理處台北辦公室為集團對外溝通與政商維繫的核心窗口，主要職責在於建立並鞏固與政府部門、政經領袖及公協會的良好關係，確保集團營運環境之穩定。同時，負責參與兩岸企業家峰會等重要經貿組織事務，並直接承接總裁指示之交辦任務，扮演跨組織協調與戰略執行之角色，精準落實集團高層在台北及兩岸間的政商布局目標。

兩岸企業家峰會是當前兩岸交流的最高平台，本屆年會於 2025 年 12 月 16 日至 17 日在南京揚子江國際會議中心舉行，由陸方主辦，以「聚焦轉型創新，深化多鏈合作」為主題，匯集約 800 位兩岸企業家、專家學者及相關官員，包括峰會台灣方面理事長劉兆玄及大陸方面理事長郭金龍等領銜出席。大陸全國政協主席王滬寧在 16 日開幕式致詞表示，今年 10 月中共二十屆四中全會召開並通過制定「十五五」規畫建議，對未來 5 年發展做出頂層設計，將推動兩岸經濟合作與共同發展注入新動力，為推動兩岸關係和平發展，推進統一開闢新前景。「十五五」時期中國式現代化建設必將開創新局面，新征程上將繼續秉持兩岸一家親理念，為台胞台企提供更多發展機遇，為台企營造良好發展環境。

王滬寧指出，「十四五」時期大陸在經濟、科技、國防等硬實力；文化、制度、外交等軟實力明顯提升，加上近 5 年經濟實現 5.5% 平均增速，對世界經濟增長貢獻率保持在 30% 左右，彰顯大陸經濟基礎穩、優勢多、韌性強、潛能大。而大陸具備良好營商環境寬廣創新舞台，可助力台胞台企融入新發展格局。王滬寧強調，今年峰會以「聚焦轉型創新，深化多鏈合作」為主題，也是緊扣發展脈搏，契合兩岸同胞期望，兩岸經濟同屬中華民族共同體。

峰會台灣方面理事長劉兆玄致詞表示，近 3、4 年國際經濟情勢和地緣政治發生劇變，國際貿易投資受到嚴重干擾，全球產業鏈被迫重組。雖然大陸台商面臨嚴酷挑戰，導致兩岸貿易和投資比重大幅下跌，但台商對大陸投資貿易、產業分工的基本格局並未改變，台商仍將大陸視為重要的生產基地和市場。

劉兆玄指出，「十五五」規畫建議在 10 月提出後，為兩岸產業擴大合作開闢廣闊的新空間，在兩岸產業面對國際情勢挑戰、兩岸經貿關係變化之際，應認清新格局，採取更高的戰略思維，致力提升合作層次、深化融合發展。劉兆玄強調，峰會也將展開更大格局、更高層次合作，並提出以下五點具體建議：

1. 強化跨組整合協同，擴大多鏈合作範圍，希望峰會各產業小組繼續整合協作，透過「多鏈合作」協助兩岸企業進行多元深度的產業鏈對接和協同創新，締造更多合作成果。
2. 推動 AI 產業合作，帶動兩岸硬體設備製造商、軟體開發業者、場景應用行業的廣闊合作商機。
3. 採取具體政策措施，扶助綠色轉型合作。例如峰會與福建省和寧德時代就兩岸電池能源、儲能技術、電池回收處理等領域的合作構想交換意見，並研究是否可在福建設立「零碳園區」。
4. 推進高端智能製造，加速傳統產業升級，跟進「十五五」規畫建議內容「發展先進製造業集群」、「促進製造業數智化轉型」，兩岸上中下游業者可聯合建構完整的智能製造產業生態體系，進行技術創新應用和產業、供應鏈合作。
5. 應強化產業供應鏈結，協助台商擴大內需。

本屆年會於 12 月 17 日順利圓滿落幕，經過兩日熱烈密集的分組及總結會議，達成多項共識，面對外部經濟環境劇變，兩岸企業家峰會期許能積極引領兩岸產業界聚焦綠色經濟、節能減碳、生技醫療、數字經濟、內需服務等新的領域，重新建構符合新時代要求的兩岸產業合作新策略和新模式，鼓勵兩岸企業結合雙方的相對優勢，優化兩岸產業的分工模式，提升兩岸產業的融合層次。值此 2026 來臨之際，我們必須深刻體認，全世界正在經歷一場巨變，面對的是地緣政治重塑、經濟基石重校、科技典範移轉 (AI 已成為必要工具)。在美中激烈角力，各國被迫選邊的壓力之下，企業經營勢必承受更多風險及不確定性。總管理處台北辦公室作為集團的政商前線，將因應本屆峰會「多鏈合作」與「轉型創新」之共識，進一步強化政策風向的即時研判，協助集團在複雜的政經環境中精準定位。

我們將致力於落實總裁交辦之戰略任務，積極對接兩岸產業資源，協助各事業群掌握「十五五」規畫下的應變協調機制。2026 年的贏家，將會歸屬於能夠在力量交會處，看見新機遇的遠見者。企業經營者必須具備更敏銳的洞察力、更敏捷的應變力，來強化企業本身的韌性 (供應鏈及財務金融)，並構築足以自保的護城河。

從華東管理中心看 淺談海南封關的戰略機遇



2025 年 12 月 18 日，海南自貿港正式啟動全島封關運作，這一高層級的戰略政策不僅改寫了中國對外開放的版圖，更對東南亞貿易格局與台商製造業發展路徑產生深遠影響。作為深耕材料製造領域與面向東南亞發展政策的我們，必須認知海南封關將重塑東南亞區域格局。讓我們一起來瞭解海南封關的政策與內涵，一起想想如何在新政策風口把握機遇，在產業重構中挖掘新的競爭力。

海南封關的核心是「境內關外」的特殊監管制度設計，並非「封島」，而是實現「一線放開、二線管住、島內自由」的高水準開放形態。其沿革可追溯至 2018 年國家明確海南自貿港定位，2020 年《海南自由貿易港建設總體方案》確定封關時間表。這次封關政策的利多包括：

零關稅稅目已擴展至 6600 個，幾乎覆蓋所有生產設備和原材料，可為企業節省約 20% 的進口稅收成本；鼓勵類產業企業所得稅低至 15%，高端人才個稅超 15% 部分免徵；尤其關鍵的是「加工增值 30% 內銷免關稅」政策，允許海南所有自產貨物價值計入增值部分，大幅降低享惠門檻。

限制則在「二線管住」的監管要求，貨物從海南進入內地需按規定申報，雖免徵關稅，但仍需照章繳納進口環節增值稅、消費稅，同時企業需滿足註冊地、主營收入占比等備案條件，避免政策套利。

海南封關對新加坡的傳統貿易樞紐優勢形成直接衝擊。新加坡長期以來憑藉麻六甲海峽地理區位，在東南亞與歐洲、中國的貿易中扮演「超級中間商」角色，依託轉運服務抽取近 15% 的產業鏈附加值。如今，海南直航航線的開通使印尼、越南等國貨物可直達洋浦港，從印尼巴淡港到洋浦的航程時間從二十多天壓縮至六天，可大幅節省運輸成本。洋浦港通過智慧調度與自動化設備，實現船舶靠港至離港僅需 3 小時 45 分鐘，比新加坡快 1 小時 15 分鐘，可大幅縮短運輸時間。對比相關資料，2024 年新加坡轉運的中國貨物中高達 30% 的產品項目符合海南加工增值政策，未來五年其轉口貿易可能面臨超 7 仟億美元的流失風險，對區域物流格局將發生結構性的轉變。

未來，區域產業與貿易的深層變革可能包括：海南將從「中轉港」升級為「原料進口 - 加工增值 - 市場輸出」的全鏈條加工樞紐，分流新加坡高端加工服務需求；以及材料製造、生物醫藥等產業向海南集中，這將促進形成新的產業生態；並將促進 RCEP 與海南自貿港政策疊加互動，優化東南亞原料與中國內地市場的對接通道，推動區域供應鏈的重構。

如何利用海南 15% 的企業所得稅優惠政策，降低運營成本？
如何利用「零關稅進口原料，加工增值 30% 內銷免關稅」政策的成本優勢？
如何利用海南洋浦港轉運縮短運輸時間、降低成本？

面對這些變化，以材料製造業為主、尤其是已執行或將計畫在越南、印尼布局的集團各企業，應思考如何應用海南封關所帶來的供應鏈優化、成本降低、市場拓展的多重機遇。大健康產業更需關注如何利用海南對生物醫藥產業的扶持政策，以及海南以 B2B 為主導、消費型為補充融入全球產業鏈的雙輪驅動結構政策。

撰稿人：總管理處 蕭介銘

從 ESG 願景到綠電實績： 漁電共生雙案併網，點亮 集團永續競爭力

當承諾轉化為行動

回首一年前，全球淨零排放 (Net Zero) 的浪潮正洶湧而來，Apple、Nike、Adidas 等國際巨擘紛紛立下嚴苛的減碳軍令狀；歐美碳邊境調整機制 (CBAM) 的實施迫在眉睫，將碳排放從單純的環保議題，升級為攸關企業存亡的經濟壁壘。那時的我們，面對國內綠電市場「僧多粥少」、中小企業一電難求的困境，我們新興產業透過「漁電共生」模式，為集團開闢一條自主的綠能之路。

這條路並不好走，新興產業的探索充滿了未知與跌跌撞撞。然而，經過團隊數百個日子的披荊斬棘、與地方利害關係人的無數次溝通，以及工程技術的精益求精，今天，我們可以驕傲地向集團全體同仁與合作夥伴宣布：我們做到了！我們不僅兌現了綠電承諾，更在魚塢上看到了豐收的希望。

綠能版圖的關鍵里程碑

在過去的這一年裡，我們深知，口號喊得再響亮，都不如發電數據來得真實。在工程團隊與營運團隊的嚴格監控下，我們位於中南部的兩座案場，皆已順利完成最後一哩路。

首先是彰化漢寶案場，已於 2025 年 2 月 18 日正式完成併網發電。這座案場克服了彰化沿海強勁東北季風的施工挑戰，以堅實的結構與高效的模組，屹立在風頭水尾，轉化自然光能為企業動能。緊接著，嘉義東石案場也接棒告捷，於 2025 年 10 月 1 日順利併網。這兩大案場的接連啟用，象徵著集團在能源轉型的路徑上，已經從「規劃期」正式進入「營運期」。

根據目前的運轉數據推估，這兩座漁電共生案場的發電效益大大的超過當初的預期，每年將可貢獻超過 5,000,000 度的綠色電力。這 500 萬度電代表著什麼？以經濟部能源局的電力排碳係數計算，這相當於為地球減少了約 2,475 公噸的二氧化碳排放量，等同於約 6.4 座大安森林公園一整年的吸碳量。這不只是數字的累積，更是集團對地球永續最直接的貢獻。



彰化漢寶案場空拍圖



嘉義東石案場空拍圖

漁電共生：不只發電，更要「養出未來」

在推動綠能的過程中，外界對於光電板下是否真能養殖始終抱持懷疑。然而，我們的目標從未改變：「漁電共生」必須是「漁」與「電」的雙贏，缺一不可。如果只發電不養魚，那是對土地資源的浪費；如果只養魚不發電，則無法解決能源轉型的急迫需求。

在彰化漢寶案場，我們透過結合室內養殖的高科技設施，我們為水產養殖打造了一個「可控」的生長環境。傳統養殖最怕「看天吃飯」，夏季的高溫曝曬會導致水質惡化，冬季的酷寒流則會造成魚蝦凍死。但我們的太陽能板設施，恰好成為了魚塢的最佳防護盾。目前，彰化漢寶案場已正式投入高經濟價值的「白蝦」養殖。透過屋頂太陽能板的遮陰與室內溫控技術，我們成功抵禦了極端氣候的干擾，讓水溫維持在白蝦生長的舒適區間。看著池中活蹦亂跳的白蝦，團隊的喜悅難以言喻。預計在今年農曆過年前，我們將迎來第一批白蝦的盛大收成。這不僅證實了我們「一地多用」的模式是可行的，更意味著集團將在綠電收益之外，額外創造出穩定的漁獲營收，真正實現了產業加值。



從跟隨者到領跑者，堅持，讓永續開花結果

這兩座案場的完成，不僅實質解決了中小企業「一電難求」的成本與供應痛點，更讓我們在國際供應鏈的減碳浪潮中，從被動跟隨轉為握有「自產綠電」優勢的領跑者。回首來時路，這兩座案場從荒廢魚塢變身綠能聚寶盆，是團隊歷經法規變動、氣候考驗與無數次溝通磨合後，以堅韌執行力換來的豐碩果實。

展望未來，這每年 500 萬度的綠電與即將上市的鮮甜白蝦，只是我們邁向 2050 淨零目標的一小步。我們將持續複製這套成功的「漁電共生」模式，優化養殖技術，擴大綠電產能。我們深信，企業的發展可以不犧牲環境，反而能成為修復環境的力量。

在 ESG 的這場世紀大競局中，我們已經從起跑線出發，並且跑出了屬於自己的節奏。讓我們繼續攜手前行，在綠能與生態共榮的道路上，創造更多「點石成金」的奇蹟，為集團、為環境、為下一代，留下最美好的資產。

撰稿人：總管理處行銷管理組 黃惠津

定心定力，步步為營

南良集團 2025 年經決會議圓滿落幕 攜手共創 2026 榮景新篇章



2025 年 12 月 18 日，南良集團於教育訓練中心（蔦松廠）召開「2025 年度最高經營決策委員會」。本次會議由蕭登波總裁親自主持，與集團各事業體領袖及新興產業主管，共同總結 2025 年的經營成果，並為 2026 年定下「翻轉與成長」的堅定基調。會議強調，面對全球局勢的變遷，南良人將以 AI 科技為翅膀、以國際佈局為藍圖，齊心協力邁向全新的 32 甲子榮景。

總裁期許：立足地球看世界，AI 科技領航未來

會議伊始，蕭總裁對所有身負重責的主管表達了深切的信任。他強調，南良的定位是「科技紡織」，並提出了「第 4、5、6 產業」的延伸發展觀念。

一、擁抱 AI 世紀：總裁指出，第 6 產業的核心在於 AI 的活用與整合，這是現代主管帶領企業不可或缺的智慧。

- 二、全球化視野：南良必須立足寶島、放眼天下，絕不撤出中國大陸市場，並將全力加強在印尼的國際佈局，與夥伴攜手共創新天下。
- 三、永續經營的覺悟：企業經營不能短視近利，必須活用生物科技與近代科技，若不勇於改變，明天就可能被淘汰。

事業體藍圖：韌性轉型，精準切入高值化市場

各事業體在會中展現了不畏艱難的鬥志，針對 2026 年提出了具體的轉型策略：

- 一、創新與智慧製造：南良事業體將以數位化與 AI 導入提升效率，積極開拓醫療、航太及電動車等高技術應用市場。
- 二、產品力為王：中良鞋材事業群轉向「產品力導向」，透過 3D 鞋模與全球運籌布局，強化供應鏈韌性。
- 三、溫度管理專家：良丞實業鎖定 OLC、MOTO、Medtech 市場，致力於研發核心產品，提升客戶黏著度。
- 四、產能與效率優化：天疆事業體計畫將生產重心移往越南，並透過自動化設備將交期縮短至 60 天。
- 五、環保與新領域：嘉良（特化）與良農將重點放在天然環保產品與生物農藥工廠的建立，積極布局東南亞外銷市場。



關鍵議案：強化問責制度，落實損益平衡

為了確保 2026 年的營運目標圓滿達成，會議一致通過了三項重大議案，展現集團「務實嚴謹」的管理風格：

- 一、強制性成長計畫：面對美國關稅政策等外部挑戰，集團要求各單位嚴格落實 2026 年度經營計畫，總管理處將每季進行檢驗並提出獎懲報告。
- 二、2026 年中經營大體檢：定於 2026 年 8 月至 9 月間召開檢討會議，針對各企業達成率做出獎懲決定，確保改善措施及時到位。
- 三、全面達成損益平衡：虧損企業必須在 2026 年達至損益平衡，這被視為經營主管的最基本責任。總裁強調，企業經營本不該虧損，無法獲利的部分應果斷調整。

品牌與智慧財產：走向國際的護航力量

在臨時動議中，良丞林總經理特別分享了品牌 IP 管理的重要性。他以過往經驗提醒，集團在發展品牌與通路時，必須事先做好專利與商標的國際布局，這不僅是成本投入，更是保護經營成果、避免法律風險的必要策略。正如總裁所言，「很多企業潛在的危機是不懂得改變」。2026 年，南良集團將以不服輸的精神，在 AI 浪潮與全球競爭中站穩腳步。讓我們全體同仁定心定力，共同迎接步步高升的事業新高度！



撰稿人：總管理處人資行政組 劉振銘

佈局全球、深耕領袖人才

南良集團 2025 年度最高人事評議 委員會圓滿落幕

在瞬息萬變的全球市場中，卓越的領導力是企業保持競爭優勢的基石，南良集團始終將「人才」視為推動永續經營的最核心資產，致力於建構公正、客觀且透明的晉升體系。為了落實「人才永續、基業長青」的政策目標，南良集團於 12 月 18 日舉行「2025 年度最高人事評議委員會」，這場會議不僅是一次職位的擢升，更是南良集團對於專業精神與領導價值的最高肯定，旨在為優秀人才搭建無邊界的職涯舞台。

本次評議會由蕭總裁親自坐鎮，並由集團高層委員組成專業評議團，針對四職等(含)以上之主管，進行了深度與廣度兼具的口筆試考評，受評主管們在會中精闢分析了產業趨勢，並提出具前瞻性的單位發展藍圖，展現出高度的專業素養與領導氣度。評議委員們亦針對經營策略與管理效能給予指導，期許新任主管能以更宏觀的視角，引領南良邁向下一個高峰。

2025 年度晉升暨資格評定結果

- (一) 晉升一職等真除通過：1 人 匯良事業群 - 張照及總經理
- (二) 晉升三職等真除通過：6 人
 - 匯良事業群 - 李季娥協理、石青樺協理
 - 洪良事業體 - 俞錦文協理、倪時斌協理、羅新榮總廠長
 - 總管理處 - 歐陽玉協理
- (三) 三職等新進任用資格確認：1 人 友良事業體 - 陳金良協理
- (四) 晉升四職等真除通過：13 人
 - 南良事業體 - 蔡嘉濱經理、歐蓉經理、蔡其霖經理、湯羣偉經理、吳惠淑經理
 - 中良事業體 - 吳俊璋經理
 - 友良事業體 - 李淑珍經理、陳性利經理
 - 匯良事業群 - 龔強經理、陳國龍經理
 - 嘉良事業體 - 謝順成策略長、周凱軍經理、高裕翔經理

主管晉升心得感言



洪良事業體
— 俞錦文協理

此次晉升承蒙集團對於本人的信任，在欣喜之餘，更多的是感到責任重大。從團隊管理到統籌全局，是新挑戰，更是新起點。我將以空杯心態重新學習，深入各團隊，聆聽大家聲音。未來，我將帶領業務團隊將緊密協作，聚焦目標，以務實行動推動業績突破，共同創造更大價值。期待大家一起攜手共進！



匯良事業體
— 李季娥協理

進入集團以來，始終在財會的領域中深耕，承蒙總裁的看重及栽培得以晉升此職階，未來我會秉持所學繼續為公司創造更有效的價值及利益，並且提攜後輩，培養專業人才，必將不負總裁及總經理所寄予的厚望。



洪良事業體
— 倪時斌協理

感謝公司各位領導對我的認可，我深知，這一成就離不開領導的指導、同事的支持以及公司提供的平台。晉升是對過去努力的認可，更是未來責任的起點。未來我將以更積極的心態迎接挑戰，為公司發展貢獻更大力量。



匯良事業體
— 石青樺協理

感謝公司主管與蕭董對我的信任，以及同事們一路以來的支持。這次晉升對我而言不只是肯定，也代表更多責任與挑戰。未來我會持續學習、提升效率，帶領團隊一起把事情做好、把目標完成。期待接下來能與南良共同成長，為匯良創造更多實際成果。



洪良事業體
— 羅新榮總廠長

感謝公司給予我參加本次人評會的機會。我深切感受到，這不僅是對過去工作的檢驗，更是面向未來的重要一課。在準備述職的過程中，我系統梳理了取得的成績與存在的不足，通過現場的答辯與交流，我也更清晰地理解了公司對更高崗位的能力要求。這次經歷讓我獲得了寶貴的自我認知與成長指引。我將以此為新的起點，持續提升自己，不負公司的信任與期待。

整理人：總管理處人資行政組 劉振銘

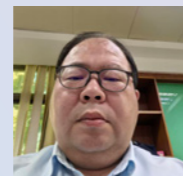
佈局全球、深耕領袖人才

南良集團 2025 年度最高人事評議委員會圓滿落幕



總管理處
— 歐陽玉協理

派駐華東管理中心七載有餘，我深度參與集團多項整合性組織運作，深刻體會到跨事業部協同是面對 VUCA 時代變局無法不選的課題。此次晉升對我而言不是對榮譽加冕的喜悅，而是一份面向未來的全新使命，它要求我以更前瞻的視野，更宏觀的格局，擔負起更重大的責任。我將繼續與集團各事業團隊並肩深耕負責區域，為集團高品質發展傾注全力。



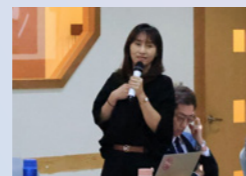
南良事業體
— 蔡嘉濱經理

感謝公司給我這個機會能夠晉升！晉升是新的挑戰！我將以另一個新的思維去迎接新的挑戰，首先要執行公司未來三年的目標四個主軸。加一個核心目標去推動，時代在改變，我們一定要隨時能因應市場得快速變化去調整，不是坐以待斃，一成不變！！大陸有這麼一句話（過了這個村，就沒這個店）。機會是留給準備好的人，我將努力達成公司年度計畫 KPI 目標，為公司創造新的價值，我也將以南良人（一日南良，終身南良），把自己的本份工作做好，穩定成長。



友良事業體
— 陳金良協理

感謝公司給予本人新進任用之機會，並完成相關資格之確認與審核。本人確認所提供之學歷資料均屬真實無誤，未來將確實遵守公司各項規章制度與工作規範，秉持誠信、負責與持續學習之態度，精進專業能力，積極配合團隊運作，善盡職責，為公司長期發展貢獻心力。



南良事業體
— 歐蓉經理

感謝公司對我的信任，也感謝上層主管及團隊一路以來的支持。這次晉升不只是職務及職掌的改變，而是與大家共同承擔更大責任的開始。未來我會持續站在第一線與團隊並肩作戰，一起為公司創造穩健且長遠的績效，並傾聽不同聲音、支持夥伴共榮，讓每一份努力都被看見並化做不斷成長的動力。



南良事業體
— 蔡其霖經理

感謝公司與人評會肯定，也感謝特紡本部各單位同仁長期支持。面對供應鏈變動、客戶快速迭代與永續合規趨勢，我相信唯有強化部門整合、目標清晰與快速執行，才能穩健前行。未來我將持續串聯研發、製造、供應鏈到業務資訊，並善用台灣與嘉興雙基地資源，提升速度、彈性與成本競爭力，讓 Armortex® 價值被更多客戶看見，帶動特紡部持續成長！



南良事業體
— 吳惠淑經理

這次晉升後，除原有職能，亦將承擔總部財務工作。在角色轉換上，關鍵思維不在於工作量增加，而是財務角色的層次提升。未來將以決策支援、數據導向和協同管理為核心，以公司策略主軸為依歸，與事業單位共同作戰。自我期許成為運用 AI、但不被 AI 取代的財務主管，持續學習，永保好奇，以判斷力、責任感與同理心，為公司創造長期價值。



南良事業體
— 湯羣偉經理

承蒙公司與主管的栽培，個人在此次最高人評會中晉升經理職務，這是一份被認可的榮譽，也是一份責任的託付，期許自己在這一份榮譽與責任中之持續努力，並與攜手多年合作的同仁夥伴們繼續打拼，為公司的成長盡一份心力。



中良事業體
— 吳俊璋經理

感謝南良集團中良工業多年來的信任與栽培，讓我自 2014 年加入公司以來，能在不同職務中持續學習、承擔責任並累積成果。感謝歷任主管教導與長官的指導，以及跨部門夥伴的全力支持，使團隊得以在市場開發、新材料導入與營運績效上穩健成長。未來我將秉持感恩與謙卑的初心，持續精進專業、培育人才，與團隊攜手為公司創造長期且永續的價值。



友良事業體
— 李淑珍經理

感謝友良公司主管一路的栽培與信任，這是對我努力的最佳肯定。未來，我將與團隊以強化高機能紡織品的銷售為目標，拓展市場，貢獻創新與價值。感謝領導、同事與家人支持！

整理人：總管理處人資行政組 劉振銘

佈局全球、深耕領袖人才

南良集團 2025 年度最高人事評議委員會圓滿落幕



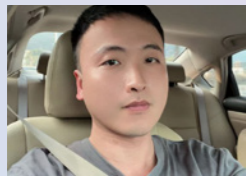
友良事業體
— 陳性利經理

感謝公司的肯定及信任，讓我能有領導團隊的機會。職務越大，所擔負的責任也越重。在現今紡織市場面臨高度競爭的時候，更要盡力達成公司制定的目標，創造更高的利潤，期望個人要在工作上不斷學習及成長，帶領團隊同仁努力完成目標。



匯良事業群
— 陳國龍經理

感謝公司的信任有此次晉升的機會，後續將以更務實的精神為我們福清同良的產品，做更大的推廣，增加更多的營業額，也要以更創新、環保的產品來贏得客戶的青睞與支持。在東莞盛良方面，會再加強與關係企業的配合，讓盛良的複合產品能更多元化，更能符合客戶及市場的需求，為盛良創造加大營業額，實現營利的條件，我相信也有信心在這新的一年就能實現此一目標，最後再次感謝公司的信任，我也會更加努力以赴，不辜負公司的信任，謝謝。



匯良事業群
— 龔強經理

感謝總裁和集團長官們的肯定與信任，給予我晉升經理的機會。這不僅是榮譽，更是一份責任。我將以此為新起點，持續學習、突破自我，以更開闊的視野承擔團隊管理職責。未來，我期望能深化跨部門協作，助力團隊夥伴共同成長。我也會聚焦於提升團隊整體效能，並推動創新落地，為集團創造具體價值。期待能與團隊並肩前行，傳承經驗，共同為公司的下一階段發展貢獻全力。謝謝大家！



嘉良事業體
— 謝順成策略長

感謝集團蕭總裁與嘉良事業體執行長及同仁們的信任，讓我由法務高專承擔策略長的重任。這不僅給予肯定更是責任。未來我將以長遠視野與務實行動，結合市場分析與跨部門協作，持續優化策略方向，在快速變動的環境中，建立清晰與可執行的藍圖，回應市場與客戶需求，更與團隊攜手推動公司穩健成長，創造永續價值。



嘉良事業體
— 周凱軍經理

感謝集團與嘉良主管的肯定，榮升經理是責任的延伸，我將秉持南良「對生命之尊重，對環境之愛護」的精神，帶領團隊突破疆界。我們不僅要深耕本土，更將積極佈局中國及東南亞市場，將嘉良生技的綠色健康產品推向國際。我將以宏觀視野優化管理，在區域競爭中開創新局，為集團在生技版圖的擴張貢獻關鍵力量！

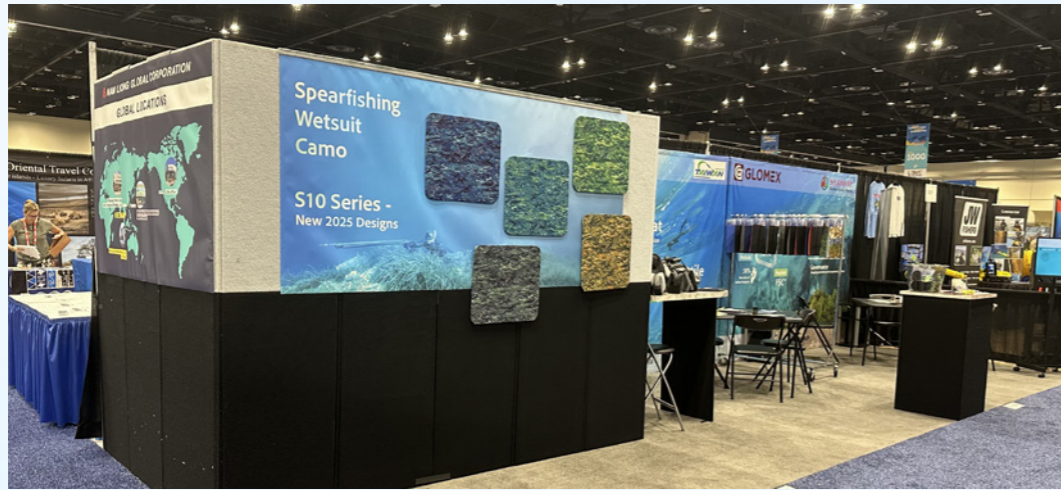


嘉良事業體
— 高裕翔經理

感謝公司與主管的肯定，也謝謝集團在資源與方向上的支持，讓我能持續學習、貢獻並成長。過去於生技與農業產業供應鏈中，負責國際代理合作，並實際深耕國內專業原料商與代工廠的銷售與協作，累積實務經驗。未來我將持續精進國內供應鏈績效及強化整合，為公司創造更穩定且長期的價值。



2025 年美國 DEMA 潛水展回顧



2025 年美國 DEMA (The Diving Equipment & Marketing Association) 潛水展於 11 月 11~14 日在奧蘭多舉行，此為全球潛水運動產業的重要年度盛會，業界相關品牌商、材料供應商、成品製造商皆會在此期間進行交流。此次參展，不僅讓我們得以直接接觸第一線客戶及潛在合作對象，也再次觀察當前潛水市場的趨勢變化。

我司攤位主牆以綠地延伸到海洋，結合環保及大自然的意象表達我司注重 ESG、3R，並對應到 BIO-II 生質海綿、SupraCoat 水性膠、GreenTextile 環保布等綠色產品。會議室外牆正面展示今年度 S10 獵魚印花圖案，側牆面則展示我司全球生產及服務據點並強調越南南良的存在，以提供客戶更具彈性與多元化的供應鏈選項。

一、展況觀察：規模縮減

官方及媒體報導指出 2025 年 DEMA 參觀人數較前一年成長 25%，根據筆者觀察，今年展會氣氛仍較疫情前冷清，展覽規模未滿一個完整展館，目測約為疫情前的三分之二。多位熟識的業界夥伴也反映，過去歐洲客戶會前來 DEMA 了解市場狀況或與材料商、成品商面對面開會的情況，近年也減少許多，部分客戶改以線上會議或區域性拜訪取代。此外，展前美國政府一度停擺，導致航班取消或延誤，也影響部分參觀者與展商的出席情況，連帶使展場人流略顯分散。部份品牌商及同業縮小攤位面積或甚至難得未見參展，顯見品牌整併或是在資源有限的情況下，轉將資金投入其他展覽。

二、產品趨勢：性能為主

從攤位設計及展品來看，多數品牌在攤位呈現上偏向簡潔，聚焦品牌識別與系列名稱，鮮少大篇幅強調環保或永續訴求。此也或許與美國總統川普的政策有關，其整體並不支持以減碳、再生能源為核心的綠色環保發展，反而更偏向放鬆環保管制政策。相較於歐洲市場，環保關鍵字在美國潛水市場的能見度偏低，品牌更在意的是保暖性及耐用性。在歐洲市場方面，與客戶及同業的交流也討論到，永續材料的發展固然重要，若缺乏明確數據及實際功用支撐，恐有「漂綠」的疑慮，在後續歐洲市場的推廣上，亦為一大挑戰。



三、客戶互動：面對面交流

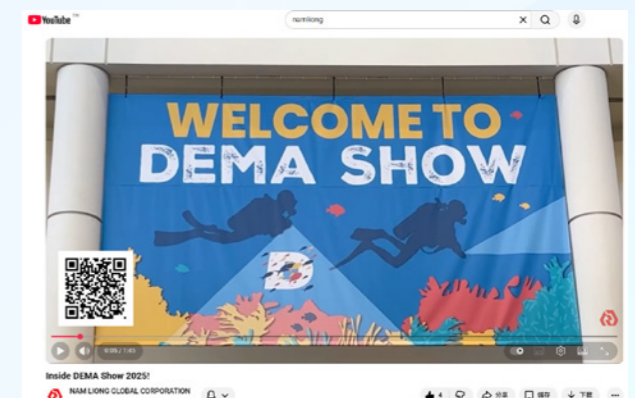
我司已深耕此展約三十年之久，業界大部份的公司對於南良已十分熟悉，故此展的重點不在於找到更多新的客戶，反而更著重於與既有客戶與潛在合作夥伴進行面對面交流，確定未來一到兩年的產品方向及合作可能性，也同時可以直接接受客戶對新產品的反饋，以利調整後續行銷策略。此外，平常甚少有機拜訪同業，透過這樣的展覽期間，可以有更多深入的交流，也不排除有合作的機會。

四、展後延伸：用影音持續行銷

我司自 2023 年起以各事業部每季一支影片的頻率進行影音的分享，Youtube 頻道現已累積了 82 部影片，用於與官網進行搭配介紹產品或是從不同的管道引流到官網進而下詢問信。DEMA 展會結束後，我們亦製作了一部短影音展現南良攤位及展況精華，不僅有紀錄的功能，亦豐富了 Youtube 頻道內容，提高曝光及引流機會，達到展後持續行銷的效果。除了 Youtube 頻道以外，亦針對中國市場設立 Bilibili 頻道進行在地化推廣。

五、結語：將市場反饋及趨勢轉化成更具前瞻性的產品及行銷策略

2025 年的 DEMA 展雖然未恢復到疫情前的熱鬧也未見很火熱的話題，但更真實看到了市場的現況，我們持續參展的目的，不在於提高曝光度，而在於更貼近市場、掌握趨勢，將這些真實反饋帶回公司轉化成更具前瞻性的產品，並調整行銷策略，才能繼續站穩在這市場上。



撰稿人：友良資訊中心 張聰榮課長

你的工裝比手機還聰明？ 德國 A+A 展揭示的 3 大職安革命

提到工作服 (Workwear)，你腦中浮現的畫面是什麼？是厚重、粗糙、為了安全而犧牲一切舒適度的「盔甲」嗎？如果答案是肯定的，那麼你對職安的想像可能需要更新了。剛落幕的 2025 德國杜塞道夫 A+A 展 (工業安全暨消防職災展)，作為全球職安



地點：德國杜塞道夫，2025年11月，A+A 全球工業安全暨消防職災展。作為全球職安領域的最高殿堂，本屆展會傳遞了一個振動產業的核心訊號：

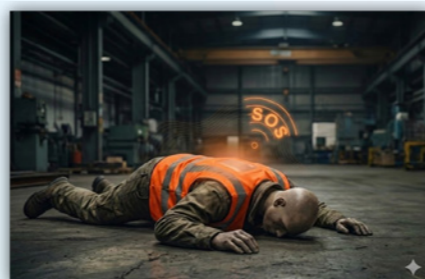
領域的最高殿堂，今年釋出了一個前所未有的強烈訊號——「People Matter (以人為本)」。

產業的焦點已從冰冷的「設備規格」，轉向工人的「整體福祉」。安全，不再只是被動地阻擋傷害，而是進化為主動的預測、極致的體驗與對環境的承諾。以下三大趨勢，正在定義這場顛覆性的革命。

趨勢一：智慧預警—從「被動防護」到「主動預測」

工裝數位化 (Digitalization) 的浪潮，正式將個人防護裝備 (PPE) 從單純的紡織品推向了「智慧聯網裝置」。這趟轉變最精彩的故事，要從一件看似平凡的橘色背心說起。

想像一下，一名工人在廣闊的工地高處獨自作業。一次意外的失足，在過去可能意味著錯失黃金救援時間。但現在，他身上的橘色背心不再沉默。它的內部嵌入了微型感測器 (Sensor)，一旦偵測到工人「異常跌倒」或「靜止過久」，便會透過 IoT (物聯網) 技術，自動向遠端的中控中心發出求救訊號，即時啟動救援。這件背心不再只是一塊布，它變成了一個能拯救生命的智慧節點。



未來的工裝是連接工人與安全中控中心的數據介面，能主動發出求救訊號。

趨勢二：極致舒適——可以穿著「做瑜珈」的安全裝備

展會中最具視覺衝擊力的場景之一，莫過於模特兒們身穿全套高規格的工業防護服，卻能在台上輕鬆地騎著飛輪、甚至做出大幅度的伸展動作，這徹底粉碎了「安全 = 笨重」的傳統刻板印象。

背後的驅動力，是 "New Work" (新工作型態) 的興起，以及 Z 世代工作者對於職場體驗的全新期待。他們希望工作服能像高性能運動服 (Outdoor Sports Gear) 一樣舒適。於是，一個全新的概念應運而生：「全天候機能工裝 (Functional workwear for all day use)」。為了達到這個目標，新一代面料必須達到「五高標準」：

1. 高伸展性 (High Stretchability)
2. 高輕量性 (High Lightweighting)
3. 高靈活性 (High Flexibility)
4. 高效率性 (High Efficiency)
5. 高減負性 (High Load Reduction)

此外，氣候調節 (Climate Control) 技術也成為標配，透過涼感、吸濕排汗等機能，解決了長時間穿著的悶熱不適。未來的工裝，將不再是負擔，而是工人的「第二層皮膚」。



A+A 展場直擊—打破厚重印象，新一代工裝具備高伸展性，穿著騎飛輪也毫無拘束。

趨勢三：永續是生存門票——從紡織到紡織的循環革命

在歐洲市場，永續 (Sustainability) 早已不是行銷口號，而是進入市場的「入場券」。本屆展會的核心關鍵字是 "Textile to Textile"——產品從設計之初，就必須完整考慮到它在生命週期結束後如何被回收再利用。這催生了「單一材質 (Monomaterial)」的設計革命。

試想，一件從面料、縫線到拉鍊都由同一個聚合物 (如 100% 可回收聚酯纖維) 製成的外套，在回收時無需繁瑣的人工拆解，可以直接粉碎再製。這大幅降低了回收成本，提升了循環效率。同時，創新的生物基材料也大放異彩，例如利用廢棄蛋殼製成的 EggcellenTex，以及其他環保面料，都證明了「高性能」與「零廢棄」可以並存。

結語：從盔甲到「鋼鐵人」

總結 A+A 2025 的啟示，未來工作服的樣貌已非常清晰，它由三大支柱支撐：

1. 懂得思考的神經系統 (數位化)
2. 對地球友善的骨骼材料 (永續性)
3. 讓人願意穿一整天的肌肉設計 (舒適化)

如果說過去的工作服是一副單純、堅固的「盔甲」，那麼未來的工裝將是一套整合的「鋼鐵人系統」。這套系統不僅堅固，更能感知危險、調節溫度，並在退役後重生。而這一切科技的核心，始終是為了保護系統裡那個有血有肉的「人」。當你的工作服開始為你思考，我們離「零工安意外 (Vision Zero)」的未來，或許就不遠了。



撰稿人：南良國際 總經理室 / 機制與策略室 楊景發協理

投資台南・共創卓越 — 南良國際榮獲市府表揚



南良國際股份有限公司在集團總裁蕭登波領導下長期深耕台南，持續以穩健投資與創新製造實力，與城市產業共同成長。2025 年 12 月 3 日，台南市政府於大員皇冠假日酒店舉辦「投資台南・共創卓越企業表揚活動」，由市長親自頒獎，肯定企業對地方經濟、就業與產業升級的貢獻。南良國際此次受邀出席，經蕭總裁指示由 Kelly 總經理代表公司接受表揚，象徵多年深耕台南、持續投資布局所獲得的高度肯定。

作為在地深耕超過半世紀的材料研發、製造、行銷全球的企業，南良國際持續投入高機能材料、環保永續製程與智慧製造，並與全球品牌建立長期夥伴關係。面對全球供應鏈重組與產業轉型挑戰，公司仍堅定選擇以台南作為重要研發與製造基地，與地方政府攜手打造具韌性與競爭力的產業環境。

此次榮獲市府表揚，不僅是對過往努力的肯定，更是對未來持續投資、深化布局的鼓勵。南良國際將持續秉持「深耕在地、放眼國際」的經營理念，攜手台南，共創卓越、邁向永續發展的新里程。

撰稿人：友良管理部 吳智憲

以人為本、友善職場： 外籍員工聖誕晚會圓滿落幕， 傳遞企業溫情



對外籍員工而言，聖誕節是一年之中最重要、也最令人期待的節日之一，為了讓身處異鄉的同仁，依然能感受到節慶的溫暖與熟悉的文化氛圍，友良公司每年在聖誕節前夕，皆會支持並鼓勵外籍員工自行籌辦一場專屬於他們的聖誕晚會，讓這個特別的日子成為心靈寄託與情感交流的重要時刻。

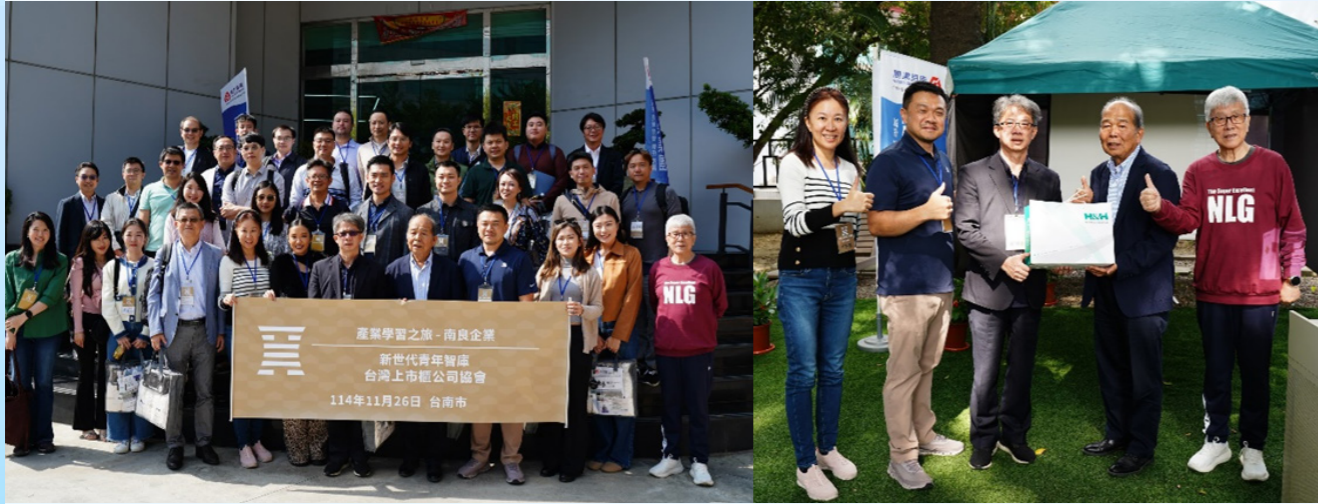
2025 年度的外籍員工聖誕晚會，延續以往溫馨而熱鬧的傳統，由外籍同仁親自準備家鄉料理，將記憶中的味道端上餐桌，來自不同國家的美食齊聚一堂，不僅豐富了晚會的內容，也象徵著多元文化的交流與融合。除此之外，外籍員工們也自行設計各式小遊戲與活動，在歡笑與互動中，拉近彼此之間的距離，現場氣氛溫馨而歡樂。

對於長時間遠離家鄉、親人的外籍員工而言，這樣的聖誕晚會不只是單純的節慶活動，更是一份情感上的撫慰，透過共同的禱告、分享與陪伴，讓大家暫時放下思鄉之情，感受到來自同仁與公司的關懷與支持。即使身在異地，仍能在這個夜晚找到如同家一般的溫暖。

友良公司管理部藉由每年舉辦的聖誕晚會，不同國籍員工同聚一堂，也進一步凝聚彼此的情感與向心力。這份用心與尊重，正是公司以人為本，重視多元文化、推動友善職場的重要展現，也讓外籍同仁在友良這個大家庭中，感受到被接納與珍惜，共同留下屬於 2025 年最溫暖的聖誕回憶。

撰稿人：總管理處 行銷管理組 吳珮綺

上市櫃公司協會－新世代青年智庫產業學習之旅



在這個天朗氣清、最適合踏青與交流的日子裡，上市櫃公司協會－新世代青年智庫領袖班特地南下，親臨南良集團總部展開一日「產業學習之旅」。此次由上市櫃協會施明豪前董事長、新世代青年智庫榮譽召集人林宗逸（輝達亞洲區法務總監）、執行長楊茹惠（寶成集團裕元工業董事）及策略長黃裕鈞（MIT / 哈佛雙碩士）聯合帶隊，集結智庫班第1期至第6期、近40位年輕有為的二代企業家，以滿滿能量造訪集團五榕園，場面熱鬧又充滿智慧火花。

活動開場由三村國小木笛團的小朋友帶來充滿冒險氣息的《神鬼奇航》迎賓曲，緊接著以《感恩的心》向總裁獻上最真摯的謝意。南良集團長期支持木笛團，不僅協助他們在台灣巡迴演出，更提供這群可愛又有才華的孩子們赴韓國進行海外演出的機會，現場氛圍溫馨而感動。最後，小朋友們驚喜帶來台灣棒球應援曲，並將〈台灣尚勇〉巧妙改編為「南良尚勇」，旋律一下，全場瞬間燃起熱血，氣氛沸騰，充滿青春能量與團隊士氣，讓現場掌聲與笑聲交織不斷。隨後，由蕭崇湖副董事長與張明副執行長代表集團致歡迎詞；施明豪前董事長與林宗逸榮譽召集人也向全體青年領袖分享此行期待—盼能藉由這次深度參訪，促進跨企業的對話與連結，在互動交流中激盪更寬廣的視野。



接下來的行程由總處同仁接棒，引領貴賓前往仁愛廠五樓，了解南良在儲能設備領域的技術布局；緊接著參觀三樓 H&H 健康科技用品展示間。學員們對創新產品興趣濃厚，現場甚至有人興奮詢問是否能提供「線上團購」——可見產品魅力無法擋！

中午時分，青年智庫學員們移駕柳營德元埤荷蘭村享用歐式餐點，愜意氛圍讓大家的交流更加自在。餐後還安排了別具風味的體驗活動：划獨木舟、手做愛玉，從刺激到療癒通通一次擁有。每位學員都笑得特別燦爛，直呼這趟行程充滿驚喜，是收穫滿滿、回憶滿滿的一天！

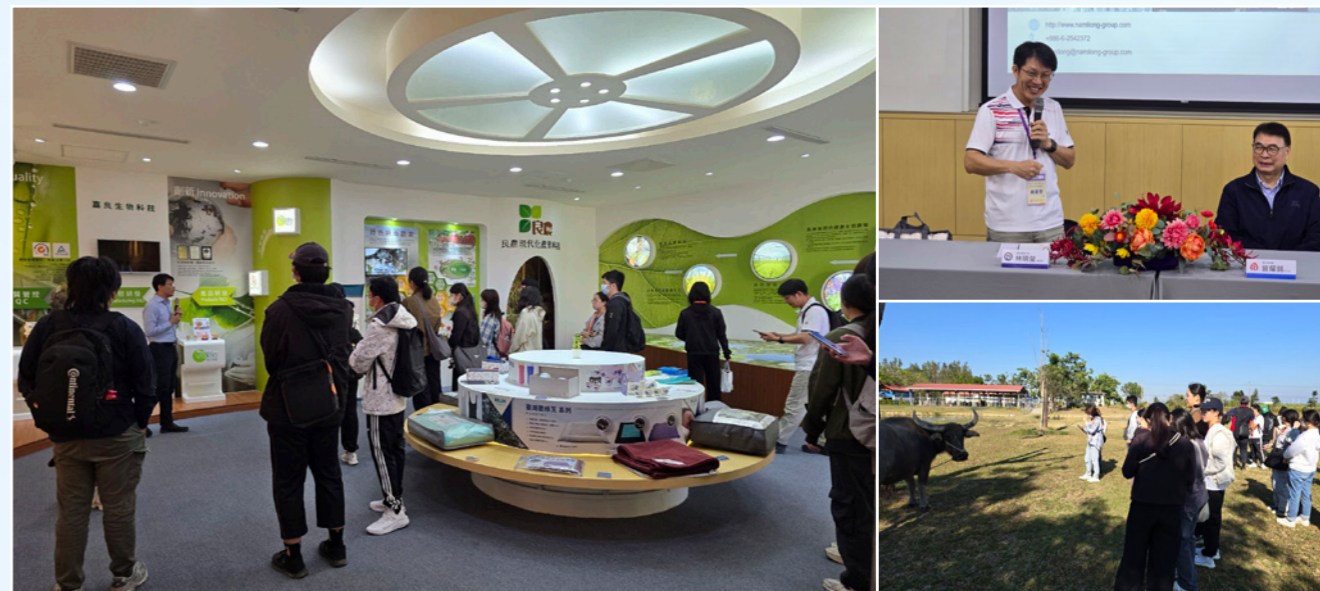


撰稿人：南良通訊編輯部 劉振銘

產學共融、永續共好： 南良集團攜手嘉大辦理「嘉義巡禮」實地走讀



南良集團長年深耕農業生技與綠色產業，秉持「對生命的尊重、對環境的愛護」之核心價值，積極實踐企業社會責任。12月11日，南良集團特別接待國立嘉義大學「嘉義巡禮2.0產業篇-農業生技產業之職涯探索」課程師生，由嘉良事業體及集團旗下的德元埤荷蘭村共同策劃參訪行程，帶領不同專業背景的學子深入產業一線，開啟對農業生技與永續觀光的職涯想像。



校友薪傳：走進嘉良，見證現代化生技產業魅力

活動當日，嘉大植物醫學系林明瑩教授率領來自財金、獸醫、農生等10個系所的跨領域學生蒞臨，首站抵達位於嘉太工業區的嘉良事業體，由曾耀銘執行長帶領嘉良團隊及總管理處熱情接待。曾執行長在致詞中強調，南良集團始終關注在地人才培育，希望透過產學交流，將企業經營實務回饋給母校，隨後由專業團隊詳盡介紹南良集團的全球佈局，並深入解析嘉良生技、良農現代化農業及真善美公司等公司的運作模式，展現集團如何將傳統農業轉化為高附加價值的生技產業，讓學生親身感受「永續經營」在商業模式中的落實。

綠色轉型：走訪德元埤荷蘭村，感受自然與人文深度

隨後，師生團轉往集團大健康產業所經營的柳營「德元埤荷蘭村」，自集團接手經營以來，致力於將園區打造為結合生態保護、文化底蘊與休閒觀光的在地亮點，在集團專業導覽下，學子們不僅走訪鄰近的「老牛之家」，體現對生命的關懷，更親自體驗園區特色獨木舟活動。參與學生也熱情表示，原以為產業參訪較為生硬，沒想到內容精彩充實，會將此次參訪視為大學生涯中最珍貴的回憶，看到師生們在體驗過程中綻放笑容，也是對南良集團在推廣大健康產業上的肯定與鼓勵。

產學接軌：深耕人才，共創職涯新契機

集團近年來持續與嘉大「高教深耕計畫」的合作，企業能更早與優秀青年學子對話。林明瑩教授亦指出，實地走進校友企業，有助於學生掌握農業發展趨勢並建立自我定位。未來，南良集團將持續開放產業場域，作為學術與實務的橋樑，協助更多學子在求學階段即能接軌產業脈動。集團也將期待這群跨領域的生力軍，能在未來加入推動農業創新與環境永續的行列，與南良集團一同為社會創造更多正面影響力。

以 AI 為翼，乘勢而上

參加南良集團 2025 年度創新行銷大會 &CEO 群體高端論壇有感

作為一名在洪良公司國貿部入職多年的業務員，今年 11 月有幸再次參加了集團的年度創新行銷大會，這是我第三次踏入這場屬於全體南良人的盛會。從第一次緊張跟在前輩身後默默旁聽，到如今能在茶歇的間隙，和集團其他同仁交流市場客戶資訊，這幾年的聯誼會像一面鏡子，照見了我的成長，也折射出了公司在行業的蛻變，以及南良集團在時代浪潮裡的步履不停。

11 月 21 日午後，沈乾龍博士關於 AI 賦能紡織業的演講，讓我深有感觸。幾年前的聯誼會，臺上講的還是歐美展會的參展技巧、傳統管理的效率優化；而近兩年，「AI 智慧」已成了集團業務聯誼會繞不開的關鍵字。我特別感興趣的是沈博士拆解 AI 在台灣各行各業的落地情況。作為迪卡儂的資深合作夥伴，我們國貿二處團隊對資料化和智慧化的需求特別高。從前整理海外訂單資料，光是把客戶的不同需求表格合併，就要耗掉大半天時間；從前和客戶談合作，只要把面料的紗支、密度報清楚就行，現在得考慮環保，得考慮供應鏈一體化等便捷性、風險可控性等，要求越來越多。借助 ERP 系統及 AI 等工具，讓我們跳出傳統作業的瓶頸，好應對客戶日益不斷增多的要求。這種從「靠經驗」到「靠資料」的轉變，讓我真切感受到了我們正面臨「傳統紡織廠」向「科技服務型企業」的轉型。後續希望我們團隊能借助這些工具，提升客戶滿意度和新產品開發效率。

作為經常往返大陸與臺灣之間的業務員，這幾年也在不斷見證著兩岸紡織染整業的反覆運算升級，如今最深刻的感受是：AI 正以潤物細無聲的力量，改寫著我們這個行業的競爭格局。洪良深耕功能面料多年，從織造到後整理一體化的佈局，讓我更能直觀體會 AI 落地給公司帶來的機遇與挑戰。

在目前 AI 落地的報導中，我們可以看到不管臺灣的宏遠紡織，還是大陸的常州宏大，都已嚐到 AI 落地的甜頭，這讓我們堅信 AI 在染整業的落地具備十足可行性。從染整行業的核心痛點來看，依賴傳統打色經驗，調色耗時久、色差難控是多年難題，而 AI 恰好可以精準破局：

- ①智慧化上，調色技術從經驗驅動升級至資料驅動，效率大幅提升，機器一天可調幾十個顏色，且準確度隨使用提高，實現快速打樣和顏色一致性複現。
- ②低碳化上，系統提供相似顏色的「零調整」配方，支持無尾料生產，既降低成本，又減少浪費，助力綠色製造。



智能調色系統能把調色時間從 2-3 天縮至 3 小時，智紡系統能讓一次染成率提升 15%，用了 AI 後，不用讓老師傅熬夜反覆試色，訂單交付周期大幅縮短，客戶滿意度直線上升。更讓我觸動的是，AI 讓綠色生產不再是口號。臺灣工研院的 AI 檢測系統能減少廢料產生，大陸浙江區 AI 智能控耗，讓印染企業水電消耗降低 12%，這不僅幫客戶應對了碳關稅、環保的壓力，更契合我們集團一直堅守的綠色生產理念。

此外，兩岸的產業基礎也為 AI 落地鋪路，臺灣有成熟的技術研發體系，大陸有產業集群協同優勢和政策扶持，中小企業還能選 SaaS（軟體即服務）模式降低門檻，這些都讓 AI 落地不再是空中樓閣。當然，在行業裡浸泡久了，我也深知面對 AI 落地時的顧慮，AI 系統初期投入不小，回本週期長；還有對核心配方、工藝資料洩露的顧慮，畢竟染整配方是企業的立身之本；當然，既懂染整工藝又懂 AI 的複合型人才難找，老員工對新系統也難免有抵觸情緒。這些顧慮並非多餘，而是我們在推進智慧化時必須正視的問題。

肖靠南良集團，站在洪良的角度，我覺得兩岸 AI 落地的經驗恰好能互補解憂。臺灣的精確技術研發經驗，能幫我們位於中國大陸區域的企業解決模型泛化不足的問題；而大陸的集群化模式，也能給臺灣中小企業提供參考。一味追求 AI 整體方案是有難度的，但採取「小步快跑」的試點模式，比如先從 AI 質檢、智能調色等單點切入，驗證效果後再擴展，我覺得還是有很高的嘗試價值。AI 是賦能行業升級的夥伴，老員工的工藝經驗能為 AI 模型提供資料支撐，AI 則能幫他們從重複性工作中解脫，轉向更具價值的研發、品控崗位。這幾年，有部分實力雄厚的同行通過 AI 實現降本增效，或許也能給我們在 AI 落地過程中帶來啟示：行業升級從來不是一蹴而就，需要我們帶著溫度去理解變化，帶著專業去應對挑戰。

兩天的聯誼會結束，我把印著「創新行銷」的論壇資料塞進包裡，帶回公司，分享給我的夥伴們。作為洪良的國貿人，我慶幸自己能跟著南良集團一起，在紡織業的賽道上奔跑。未來的日子裡，我想與公司的夥伴們，把紡織的匠心揉進數位化的外貿服務裡，讓洪良的產品，融入更多品牌的故事裡。

撰稿人：民雄日式招待所文創園區 黃方恣 / 門市人員

民雄日式招待所 2025 年度經營與轉型成果

一、 文化沉浸：獨家「小小忍者體驗課程」

本園區將歷史建築化為體驗劇場，持續推廣日招專屬的「忍者課程」。忍者體驗課為日招專屬的親子體驗課，我們請了專業的忍者老師，結合五感開發與基本忍術教學，打造一邊學習一邊玩樂的體驗模式。並且融入日本文化解說，讓小朋友更加了解日本文化，不僅突破了單純參觀的限制，更創造了高黏著度的親子互動。我們也為了忍者體驗課程特地請設計師設計日招專屬忍者服，讓課程整體呈現得更加完整，目前已經累計培育多位小小忍者，而忍者體驗課程也成為園區最受歡迎的指標性親子活動。



二、 轉型賦能：餐飲品牌化與空間多樣性：

今年度我們成功強化餐飲機能，將「日招餐飲」提升為園區核心競爭力，融入多樣品項提供給遊客選擇，提供正餐定食以及精緻下午茶、日式甜品與咖啡飲品，滿足不同族群需求。而在團隊共同研發下，餐飲已成為吸引遊客慕名而來的重要誘因，帶動非假日期間的入園率。

三、 營運突破：精緻團體接待與品牌曝光

在主管的策略引導下，我們打破環境場域限制，成功開拓遊覽車精緻小團路線。透過專業導覽，不僅介紹歷史建築之美，更將「南良集團」的品牌理念融入解說，成功轉化為集團對外宣傳的重要窗口。吸引多家旅行業者建立長期合作意向。

四、 展望與使命：賦予歷史建築二次生命

感謝南良集團的支持與投入，讓我們能以「守護者」的角色，將瀕臨遺忘的歷史古蹟，轉化為持續發光發熱的文化地標。我們透過經營將歷史故事傳承下去，實踐企業社會責任。



撰稿人：嘉良事業體法務組 謝順成

2026 年上路的法規及制度變動 涵蓋勞動、稅務、交通、 企業治理、社會福利等多面向

2026 年重要法規施行時間表與核心內容 2026/1/1 起上路

一、勞工權益與勞動法規調整

1. 勞工基本工資調升：月薪由新台幣 28,590 元調升至新台幣 29,500 元，時薪由新台幣 190 元調升至 196 元，對薪資成本與加班費計算有影響。
2. 育嬰留職停薪假 & 家庭照顧假「彈性化」：
 - (1) 現行勞工於小孩三歲前，可以申請 2 年育嬰留職停薪，其中 6 個月期間政府提供 8 成薪資補貼。2026 年元旦起勞工可以在原請領育嬰留職停薪津貼期間內，選擇以「日」為單位提出申請，天數不超過 30 日，雙親合計可以請 60 日，申請期間仍可以請領 8 成薪資補貼。
 - (2) 家庭照顧假可按「小時」請假（年度總時數 56 小時），雇主不可拒絕或扣薪。家庭照顧假及事假（照顧家人）則放寬以「小時」為單位申請（每年 56 小時），且雇主不得扣全勤，旨在讓勞工更彈性平衡育兒與職場，並提供企業獎勵與配套措施以支持新制實施。
3. 病假保障提升：勞動部將於 2026 年 1 月 1 日起施行新制，主要包含兩大重點：一是明訂勞工一年內普通傷病假若未超過 10 天，雇主不得給予解僱、降調、減薪、考績不利等「不利處分」，且舉證責任歸於雇主；二是全勤獎金應按比例扣發，不能因請病假一天就全扣，確保勞工能安心休養，避免帶病上班文化，同時也將家庭照顧事假納入以時計，增加請假彈性。

二、交通與行車管理新制

1. 駕照管理與安全規範：高齡駕照管理加嚴（自 2026 年起分階段執行）
 - (1) 駕照換照年齡下修至 70 歲，每 3 年需體檢與換發。
 - (2) 75 歲以上除測驗外須接受實地駕駛評估。
 - (3) 違規或肇事者須參加矯正訓練。
2. 隔熱紙透光率規範：交通部規劃自 2026 起，新領牌 / 新出廠車強制實施隔熱紙透光率標準：前擋窗 ≥70%、前側窗 ≥40%。
3. 無照駕駛罰則加重與違規強制回訓制度。無照者罰鍰提高，且累犯者需自費上安全講習。

三、稅制與社會補貼

(一) 減稅與扣除額調整

1. 所得稅各項扣除額提高免稅額標準扣除額、薪資及身障扣除額全面上調。
 - (1) 基本生活費調高至 21.3 萬元：114 年度每人基本生活所需費用，由 21 萬元調高至 21.3 萬元，將在 115 年 5 月申報綜合所得稅時適用。
 - (2) 長期照顧扣除額提升：由 12 萬元調高至 18 萬元，可適用在 115 年 5 月申報 114 年度綜所稅，減輕家庭照顧者負擔。

四、企業與資本市場相關變革

(上市公司 2026 起分階段執行需啟動永續資訊揭露規劃與報告機制)

1. 上市公司與永續揭露制度：
 - (1) 永續資訊揭露與 ESG 評鑑。
 - (2) 上市公司需依 IFRS 永續揭露準則逐步導入永續報告與盤查溫室氣體資訊，納入年報與永續報告書。
2. 薪資資訊透明度：資本額較大的上市公司必須揭露基層員工及性別薪資中位數與平均數，以提升企業薪資透明度與性別平等資訊揭露。
3. 申報制度電子化：股東會年報無紙化，改以具搜尋功能電子檔申報。

五、外籍專才工作與居留制度的鬆綁

外國專業人才相關法規修正：《外國專業人才招募及就業法》修正案已通過，預計 2026 年元旦起陸續上路及配套細則公布：

1. 放寬海外頂尖人才與學生工作資格。
2. 延長數位遊牧者簽證、放寬停留與工作規範。
3. 外籍專業人才可納入勞退與社保體系。

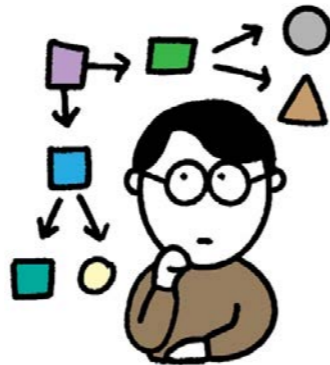
撰稿人：洪良財控中心 魏瑋萱

《贏在問題解決力：從現況分析到高效解題》學習心得

天下課程《贏在問題解決力：從現況分析到高效解題》講師郝旭烈以簡單易懂的語言，將解決問題拆分為四大部分—問題界定、分析問題、評估方案以及行動致勝，幫助我們清晰框架出問題解決的技巧。

一、問題界定

我們往往一碰到問題就直接找對應的答案，但卻沒先搞清楚「到底問題是什麼」，導致我們無法真正解決核心問題。講師提出 SCQA 思考法 (Situation 情境、Complication 衝突、Question 問題、Answer 答案) 來破除盲點，讓我們在遇到問題時，學會「停、問、想」，再用 5Why 分析法來找出根因，透過連續問 5 次以上為什麼來釐清問題，再進到下一步分析、解決問題。



二、分析問題

講師強調二個核心觀念：「MECE 分析法」與「帶著答案找答案」，透過「框架思維」來分析問題，而不是憑感覺或經驗。MECE 全名是「Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive」，意思是相互獨立 (不重疊)、完全窮盡 (不遺漏)，講師舉了一個找鑰匙的例子很淺顯易懂，「如果鑰匙真的在房間裡，透過地毯式搜尋就一定找得到；如果找不到，就代表我們找錯地方了，也就是要換一個框架來思考。」



三、評估方案

講師分享 3 步驟搞定方案評估，讓我們更明白如何做出有依據的好決策：

STEP1

窮舉方案，多列點子。

沒有選擇其實是沒有思考，先廣泛蒐集想法，不要太快拍板定案。

STEP2

效益評估，優劣排序。

做決策不能只靠「我覺得」，透過數據或實驗測試市場反應，進行優劣排序。

STEP3

資源評估，量力而為。

好方案要能執行才算好，量力而為，挑選自己最有能力執行的。

四、行動致勝

「想，全是問題；做，全是答案。」無論我們花多少時間分析問題、評估方案，若沒有實際行動，一切都只是空談，這不是問題解決的最後一步，而是最關鍵的一步。講師提出遊戲設計 3 心法，幫助我們培養持續行動的習慣：

少就是多
降低起始門檻

立即反饋 =
即時獎勵

建立明確的
遊戲規則

問題發生時，我常常想得太淺太少，透過這堂課的學習，更新了我的思維模式，對於解決問題的方向有個清晰的框架，提醒了我與其急著解決問題，不如花時間定義問題，好問題是好答案的起點，當我不知道要如何切入時，可以透過講師分享的框架去找著手，先讓選項變多再去選擇。更重要的是，不是等準備好才開始，而是邊做邊調整，如同講師說的「專案從來沒有最好，只有不斷更好」，真正的問題解決力，不是想得多完整，而是做得多持久。

撰稿人：寰宇中道 互聯網 何孟穎

洞悉電商行銷需求的轉變

一、前言

台灣電商市場高度成熟、競爭激烈，長期累積龐大的消費基礎，成為觀察消費行為與行銷變化的重要指標。隨著數位科技與電商生態快速發展，消費者的決策歷程已不再侷限於實體門市，而是橫跨社群平台、外送與電商通路。電商的經營模式，逐漸從「產品導向」轉為「行銷與通路整合導向」，反映整體零售與電商市場的結構性轉變。

二、品牌聲量與數位曝光現象

目前市場聲量多集中於門市密度高、社群經營成熟，且能有效結合線上話題操作的連鎖品牌。這些品牌不僅仰賴實體據點帶動曝光，更透過社群媒體、KOL 合作與平台推播，放大討論聲量。此現象顯示，品牌聲量已高度依賴數位通路與內容擴散能力，與傳統僅靠實體能見度的模式已有顯著差異。



台灣 11 大電商平台。圖來源：Welly SEO

三、消費者決策邏輯的轉變

1. 品牌信賴感延伸至線上體驗：消費者對品牌的信任，已不只建立於產品本身，也包含線上資訊透明度、平台評價與售後互動體驗。穩定的品牌形象，有助於降低線上購買的決策成本。
2. 話題內容影響購買動機：社群貼文、短影音與即時話題，已成為影響消費的重要觸點。消費者往往因為看到「被討論的商品」，而非單純需求，產生購買行為，顯示內容行銷在電商轉換中的關鍵角色。
3. 聯名與 IP 合作的流量導向思維：跨界聯名不僅是產品策略，更是導流工具。透過 IP 或熱門話題，可快速吸引非既有客群，提升平台點擊率與轉換率，這與電商檔期操作邏輯高度相似。
4. 名人與 KOL 帶動即時轉單：名人推薦已成為高度商業化的轉換工具，透過社群曝光可直接導向外送平台或品牌官網，縮短消費決策路徑，體現「內容即通路」的電商趨勢。



真愛購物網站 (來源：真愛購物網)

蝦皮雙 11 品牌聯名合作 (來源：蝦皮電商活動頁)

四、品牌成功關鍵：從實體走向 OMO 與電商整合

1. 產品力仍是基礎，但非唯一優勢：明星商品能吸引目光，但若缺乏持續溝通與數位曝光，難以在高度競爭的市場中維持長期成效。
2. 清楚定位有助於線上傳播效率：明確的品牌主軸，能在社群與電商平台中快速被辨識，提升搜尋、分享與記憶度。
3. 數位行銷與會員經營成為核心資產：透過會員制度、數據分析與精準推播，品牌得以累積第一方數據，進行更有效的再行銷與回購經營。
4. 通路不再單一，整合成關鍵競爭力：品牌逐漸採取 OMO (Online Merge Offline) 策略，整合實體門市、外送平台、官方商城與異業合作通路，擴大消費場景與接觸頻率。

五、市場趨勢小結

1. 內容驅動消費成為主流：從社群話題到實際下單，消費行為高度依賴內容刺激，顯示品牌必須具備長期內容經營能力。
2. 穩定基本盤結合數位轉換：經典商品仍是營收核心，但透過電商與平台曝光，才能持續放大其價值。
3. 品牌差異化與數位識別並重：在市場飽和下，品牌調性與視覺、語言風格，對線上轉換與忠誠度建立愈發重要。
4. 電商化與多場景滲透加速：即飲包裝、聯名商品與平台限定販售，顯示品牌正積極拓展非即時消費的電商場景。

六、結語

品牌競爭已不再侷限於產品層面，而是延伸至數位行銷、電商通路與數據經營能力。未來，能有效整合內容、平台與消費者關係的品牌，將更具長期競爭優勢。電商市場的轉變，正是整體零售與電商行銷趨勢的縮影。

撰稿人：南良通訊編輯部

集團企業慶祝聖誕節剪影

天疆實業

天疆實業延續每年慶祝聖誕節的傳統，蕭茂智總經理與許庭禎副總親臨現場與辦公室同仁共享精緻甜點外燴。在歡愉的節慶氣氛中，不僅展現了主管與團隊間的深厚情誼，更傳遞了公司對員工的關懷與佳節祝福。



總管理處

聖誕前夕，總管理處舉辦溫馨的慶祝活動，一堂享用熱騰騰的 Pizza 美食。聖誕交換禮物充滿歡笑聲，透過禮物的傳遞，不僅增進了同仁間的情感，也為歲末辦公室注入滿滿的活力與暖意。

