南良通訊
Namliong group
2026年3-4月
No.66期

南良通訊
Namliong group
2026年3-4月
No.66期

南良集團
NAM LIONG GROUP
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

共創共享的制度力
南良國際內控精進與高值化發展





P02.總裁的話 -
在震盪中淬鍊韌性，於變局中掌握先機

南良主刊

P06 全球市場策略與產業趨勢分析
P08 從2025年德國K展循環經濟之趨勢聚焦
南良國際材料循環之發展
P12 讓每一封詢問都更有價值：AI商機意圖
分析提升外銷成交率的關鍵工具

P39 產業快訊 - 上海功能性紡織面料展專題報導
P44 產業快訊 - SKY COSMOS旭泰團隊台北自行車展
P46 產業快訊 - 南良集團CEO高層聯誼交流活動
P54 知識園地 - 碳關稅來了，你準備好了嗎？



- 品名：石墨烯冰絲酷涼床包式能量床墊
- 顏色：灰
- 材質：上層： 25%聚酯纖維(內含石墨烯纖維)
  +75%尼龍(涼感紗)
  下層：100%聚酯纖維
  裙邊：100%聚酯纖維
- 產地：中國
- 尺寸：單人｜雙人｜ 加大

1. 冰沙涼感親膚觸感-瞬降體感散熱透氣
2. 石墨烯遠紅外線-維持身體健康循環
3. C+X立體彈力結構-高彈釋壓穩定支撐
4. 360˚床包式包覆-穩定服貼不易位移
5. 絲滑親膚柔順觸感-細緻平整舒適好眠

南良通訊 Namliong group
2026年3-4月 No.66期

有獎徵答好康讓您拿不完!

有獎徵答 辦法說明

參加辦法

1.使用有獎徵答線上表單(下方QR)填寫正確解答，或透過email將姓名、連絡電話及解答一併回傳予南良通訊編輯部收，即參加完成本次抽獎活動。

2.每期抽出7位幸運得獎者，得獎名單將公佈於下一期通訊中。

3.本次活動贈品由南良贊助提供
石墨烯足弓襪-----7個



有獎徵答題目

Q1 下列何者「不是」2026年南良品保部推動的重點方向？(詳P.21南良主刊)
(A)推動國際綠色認證
(B)建立碳數據透明化機制
(C)擴大海外生產據點
(D)推動ISO表單電子化與流程數位化

Q2 下列何者「是」海綿材料未來的發展趨勢？(詳P.28南良主刊)
(A)增加石化原料依賴
(B)降低材料功能性以簡化製程
(C)可再生與回收資源的應用
(D)停止複合材料的開發

Q3 下列何者為TPU複合材料之產品應用項目？(詳P.32南良主刊)
(A)充氣救生設備與水上運動防水裝備
(B)手術衣、血漿袋及醫療級防護用品
(C)軍用充氣床墊與防彈衣內襯防水層
(D)以上皆是

有獎徵答獲獎名單

項	獎品	單位	姓名
1	防潑水運動後背包	天疆事業體	張曉韻
2	防潑水運動後背包	南良事業體	張翠戀
3	防潑水運動後背包	洪良事業體	洪靜雯
4	櫛瓜脆片-原味	南良事業體	陳鈺雯
5	櫛瓜脆片-原味	福清洪良	池影
6	櫛瓜脆片-原味	福清洪良	林娟
7	櫛瓜脆片-原味	洪良事業體	林怡岑

1.有獎徵答線上表單填寫網址：
https://forms.gle/kreR2ofjimuzUhFj9 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

2026年3-4月
No.66期



共創共享的制度力

南良國際內控
精進與高值化發展

-目 錄-

02 總裁的話

- 在震盪中淬鍊韌性，於變局中掌握先機

04 南良學院

- 理性看待AI 浪潮務實心態共同參與年度AI 落地營隊

南良主刊報導

06 ◆ 全球市場策略與產業趨勢分析
08 ◆ 從2025年德國K展循環經濟之趨勢聚焦南良國際材料循環之發展
12 ◆ 讓每一封詢問都更有價值：AI商機意圖分析提升外銷成交率的關鍵工具
14 ◆ 享ERP整合、智慧製造與數據分析如何提升產線效率與決策品質
16 ◆ 華東營運總部/管理本部新定位
20 ◆ 品質即競爭力：南良品保體系的持續精進
23 ◆ 落實內控下的人才永續策略：建構永續人才培育與職涯發展機制
25 ◆ 行政管理安全與永續辦公環境
26 ◆ 2026年度公司及財務重點事項
28 ◆ 循環經濟下海綿複合材料的發展趨勢
30 ◆ 掌握國際局勢下的軍事應用商機
31 ◆ 從材料創新到品牌共創
33 ◆ 【專題一】功能性特殊紡織品的全球市場機會
34 ◆ 【專題二】全球防護與工業市場需求趨勢分析
36 ◆ 轉型浪潮下的共創契機：H&H以東南亞直播再造電視購物新價值
38 ◆ 全球水上防護市場：從Neoprene成品製造到品牌策略夥伴

39 產業快訊

39 ◆ 上海功能性紡織面料展專題報導
42 ◆ 2026年日本國際智慧能源週-真愛儲能拓展日本市場心得報告
44 ◆ SKY COSMOS旭泰團隊亮相2026台北自行車展
46 ◆ 南良集團2026年度CEO高層聯誼交流活動 精彩花絮
50 ◆ 精工修復與永續開創-民雄日式招待所x德元埤荷蘭村
52 ◆ 德元埤荷蘭村持續進化

54 知識園地

- 歐盟 CBAM 全面發威與企業因應之道

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
匯良編委 洪禎吟
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

總裁
的話

在震盪中淬鍊韌性，於變局中掌握先機



各位南良集團的同仁：

站在 2026 年的當下，我們正處於一個「非常規」成為「新常態」的時代，世界的震盪未曾平息，且演進得更為複雜。隨著近期川習會落幕，美中大國博弈進入更為複雜的「競合新常態」，全球供應鏈在外交斡旋與產業競爭間，持續進行結構性的動態重組；俄烏衝突與今年 2 月美以對伊朗軍事行動引發的中東局勢，不僅推高了油價與航運風險，更直接考驗著全球製造業的抗壓性。與此同時，歐盟綠色法規的強制執行、人工智慧帶來的典範轉移，正以前所未有的力道施壓於外銷導向的企業。

面對這波深遠的變局，過去那種依賴「慣性」與「經驗」的經營邏輯已不足以應對，我們必須思考南良集團如何在這場驚濤駭浪中，不僅僅是生存，更能穿越下一個十年？
對此，我有四點期許與戰略佈局，這將是集團未來成長的核心支柱：

一、強化企業韌性：從「成本導向」轉向「價值與安全平衡」

過去，企業追求極致的效率—最低成本、精簡庫存、集中生產，但在動盪時代，過度的精簡反而成為脆弱的根源，集團必須持續推進「多元化佈局」，包含市場、客戶及供應來源的去中心化。韌性不代表放棄效益，而是在效率與風險之間建立一套成熟的動態平衡。當某一區域受阻，我們能迅速啟動替代方案，這種「不被中斷」的能力，就是我們對客戶最核心的價值與承諾。

二、敏捷決策機制：以「數位戰情」縮短組織反應時差

未來的競爭，不是大魚吃小魚，而是「快魚吃慢魚」，當重大突發事件爆發時，決策黃金時間往往稍縱即逝。我期許各級主管培養「不對稱資訊下的決策力」，在局勢尚不明朗時，能依據數位戰情與大數據分析做出質化判斷，而非枯等完美資訊。我們要建立更扁平、更具授權的決策架構，縮短第一線與指揮中心的資訊落差。組織的反應速度，就是我們在變局中最難被模仿的競爭優勢。

三、組織深度進化：打造跨域協作的「學習型組織」

戰略的成敗，關鍵在人，南良最珍貴的資產不是設備，而是同仁積累的專業與默契，在人才培育上，我要求主管將其視為「戰略投資」而非日常管理，我們要主動打破組織壁壘，許多難題的解方往往存在於跨事業或部門的交界處。透過建立橫向溝通與知識共享文化，讓集團的集體智慧能產生加乘效應，確保南良的文化基因在傳承中持續進化。

四、數位與綠色轉型：以科技與永續驅動雙軸增長

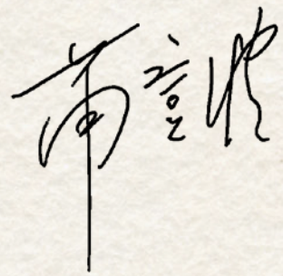
數位化與 AI 應用已不再是選項，而是生存的門檻，從智慧生產、供應鏈可視化到 AI 決策輔助，我們必須縮短技術導入的落差。數位轉型不是一次性的專案，而是一種組織習慣的重塑。同時，面對綠色貿易法規，我們要將減碳壓力轉化為研發動力，讓數位工具與綠色戰略相結合，成為南良在國際市場中拉開競爭差距的利器。

在不確定中，錨定南良的確定性

這四個方向環環相扣：韌性是底氣，敏捷是利刃，人才是根基，數位是槓桿。外部環境愈是紛亂，我們內部就必須愈發堅定。我們無法預測下一個風浪何時到來，但我們可以確定自己的航向、確定團隊的能力、確定彼此的信任。南良集團走過數十載，支撐我們挺過無數挑戰的，始終是那份在震盪中不斷自我超越的堅毅。

感謝每一位同仁在崗位上的辛勤耕耘，變局的激流中，你們就是南良最穩固的錨，讓我們以韌性為盾，以敏捷為矛，共同在挑戰中開創屬於南良的新篇章，共勉之。

南良集團　總裁



南良
學院

撰稿人：南良學院 學務辦 歐陽玉

理性看待 AI 浪潮 務實心態
共同參與年度 AI 落地營隊

配合集團人才轉型升級政策方向，南良學院規劃 AI 系列學習課程，助力同仁順應數位趨勢、提升關鍵能力。但面對火熱的 AI 應用風潮，企業是否即刻大規模投入？該以何種節奏布局落地？則需學員用心學習後，宏觀理性的審慎評估。

南良學院藉此專欄，淺談 AI Agent 與 ERP 及數位管理體系的比對，釐清認知、辨清邊界，期各位學員能以理性務實心態共同參與今年度學院一系列的 AI 落地營隊。

一、釐清核心定位：讓 AI Agent 與 ERP 各司其職

在推動 AI 數位應用前，首先要明確兩大系統的定位與差異，避免概念混淆、應用失序。

數據呈現特性：ERP 數據規範穩定，邏輯統一，結果穩定性高；閉環式 AI Agent 屬機率式生成輸出，相同場景、不同時段仍會出現差異結論。ERP 是企業核心業務基石，AI 僅為輔助增效工具。

數據承載範圍：ERP 以標準結構化業務數據為核心，部分可兼容半結構化附檔資訊；AI 可整合跨系統數據、文檔、郵件、內部知識庫等多元資訊。ERP 側重真實業務記錄，AI 側重資訊整合與分析提煉。

啟動執行模式：ERP 以人為主動操作觸發，流程標準固化；AI 支援手動與場景自動觸發雙模式，AI 自動運行務必設立人工覆核機制，避免將輔助駕駛誤當自駕。

企業層級定位：ERP 為核心業務交易執行系統，處理業務全流程；AI 屬業務輔助增效層，負責查詢、匯總、異常預警。ERP 守住業務底線，AI 優化辦公與決策效率。

企業數位化發展沒有捷徑，ERP 是企業穩固運營的磐石，保障日常業務有序開展；AI Agent 是高效賦能的助力，為管理決策提效減負，二者相輔相成，不可本末倒置。

二、企業 AI 布局務必穩健，避開發展誤區

1. 成本與資源的合理規劃：AI 應用運營離不開介面調用與算力支撐。短期小範圍試用選用商業服務更為便捷；長期全域大規模落地，則需結合集團業務體量，綜合核算投入成本，選擇適合集團佈局之方案，切不可盲目壓縮預算選用低品質模型，也不盲目投入重資本自建體系。

2. 嚴守企業數位安全底線：企業生產配方、成本數據、核心業務名單等機密資產，在對接外部 AI 服務商時，必須嚴謹做到核心機密不外流、上傳。在選擇合作商方面，須分清基礎服務與客製化增值服務，了解收費項目並避免隱性費用，選擇售後服務完善的合作方。

3. 明確人機協作核心邏輯：導入 AI 不是要取代員工崗位，而是優化工作模式、釋放人力價值。AI 可承接資訊重複查詢、數據整合分析、文件初稿撰寫等基礎事務，以利同仁在檢核資訊真實性之餘、能更多專注於業務風險把控、重大事項審議決策等高價值工作。南良學院籌備 AI 落地營隊的初衷，便是要引導全體同仁建立正確的 AI 應用思維，適應人機協作工作模式，全面提升數位辦公效率。

4. 正確認知 AI 應用邊界：普遍聽到 AI 萬能化的宣傳說詞，但實際上 AI 具備天生輸出不穩定性，容易有資訊偏差、內容脫離實際等幻覺 (Hallucination) 問題。同仁應建立嚴謹思維，所有經 AI 整理輸出的業務數據、工作結論，都須對照 ERP 原始資料覆核校驗，規避因幻覺引發的工作失誤，不可依賴 AI 直接決策核心業務。

三、學院賦能持續發力，共赴雙贏成長

企業數位轉型講求循序漸進，穩紮穩打方能行穩致遠。在 AI 應用布局上，集團仍將秉持穩健審慎的態度，以事業體實際需求，分領域、階段性試點，致力於競爭力的實質提升。

2026 下半年，南良學院將陸續推出以人資智能管理、創研智能管理等領域的 AI 落地營隊系列課程，從釐清認知、實務操作、場景運用多維度開展未來人才的轉型培訓。

讓我們一起懷著「空杯」心態，積極參與學習，並理性看待 AI 發展，一起擁抱數位新趨勢，在助力企業高質量與競爭力發展的同時，也同步提升個人職涯發展能力，共築企業與員工雙贏新格局。

南良國際 / 王凌霜總經理 總經理室 & 機制與策略室 撰稿人：楊景發協理

全球市場策略與產業趨勢分析

深入探討不同區域 (如歐洲、北美、新興市場) 需求變化、貿易策略與機會

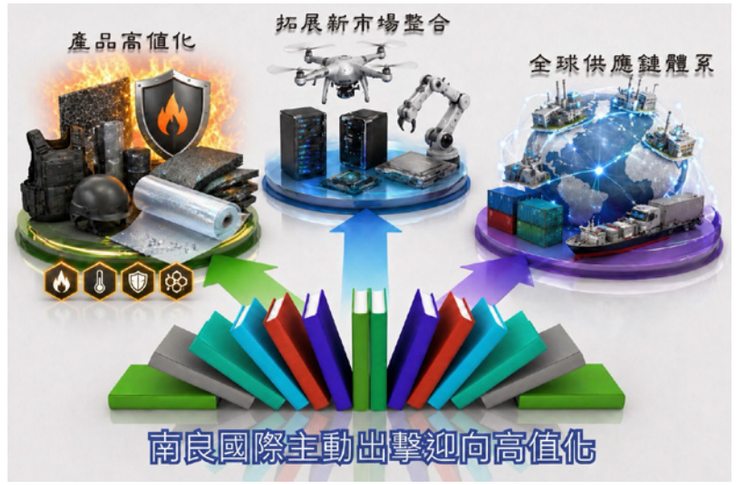
在全球產業快速重構與 AI 浪潮推動下，南良國際正進入下一個關鍵發展階段。我們必須清楚認知：公司未來的成長，不會再來自既有市場的自然擴張，而是來自「主動跨域」與「價值升級」。



2026 年，我們已正式啟動高值化與新大陸新市場之策略轉向——將既有材料能力延伸至半導體、電子科技、AI 主機、雲端機房、機器人與無人機等新興產業。這不只是業務開發，而是南良從複合材料供應商，走向「高性能應用解決方案提供者」的關鍵轉型。未來競爭的本質，將不再是單一產品或價格，而是「材料技術 × 應用場景 × 區域布局」的整合能力。

從全球市場來看，歐洲與北美已全面進入高值競爭階段，市場關注的不再只是價格，而是性能、永續與整體解決方案能力。低碳材料、環保製程與高性能、抗靜電、阻燃多元應用，正快速成為進入門檻。無論是海綿複合材料在水上水下領域與工業、防護、軌道等應用、TPU 膜材在機能服飾與防水透氣結構，或高性能纖維在防切割、防針刺、防火與軍警裝備以及騎行、運動防護和電子科技領域，我們的既有技術皆具備升級空間。關鍵在於，各事業部是否能從「提供材料」進一步走向「解決方案提供者」，以此提升毛利並建立長期競爭門檻。

歐洲、北美市場則更強調終端應用導向與品牌整合能力。對南翔與健康科技製品事業部而言，這代表必須加速由 OEM 走向 ODM 甚至 OBM，從產品製造延伸至場景解決。例如水域安全裝備、個人防護產品，乃至附加智慧穿戴與健康應用，都是未來可以深化的方向。



在新興市場方面，東南亞的戰略定位已發生根本性轉變。印尼與越南不再只是成本導向的製造基地，而是「供應鏈重組核心 + 區域市場入口」。南良的布局，必須從生產支援升級為「製造 + 市場雙引擎」，同時承擔供應鏈韌性與在地市場開發的雙重任務。此外，南亞與中東在防護、基礎建設及軍警應用的需求成長，也將為特紡、織造事業部與高性能材料提供中長期機會。

然而，更關鍵的戰場在於「新應用市場」。隨著 AI、半導體與自動化設備快速發展，對於散熱、防護、緩衝、密封與輕量化材料的需求正持續上升。南良在橡膠發泡、TPU 薄膜與高性能纖維領域的技術基礎，具備切入條件。這將成為我們「發現新大陸」的核心來源，也將從根本上改變公司的毛利結構與成長模式。

從事業部角度來看，海棉事業部可由現有應用延伸至工業防護與設備緩衝；特材事業部可切入電子與防水透氣結構市場；特紡事業部在軍警防護與高性能材料具備技術優勢；織造事業部可支撐功能性輔材與系統整合；而南翔與健康科技製品事業部，則是連接終端市場、建立品牌與應用場景的關鍵載體。未來競爭，不再是單一事業部的競爭，我們必須組建構思的是整體協同能力的競爭。

在貿易與供應鏈策略上，全球已進入區域化與分散化的新常態。「多基地協同」與「雙供應鏈策略」將成為基本能力。台灣、中國、越南與印尼之間的分工，必須由成本導向升級為策略導向，以支撐不同市場需求並降低地緣政治風險。

因此，未來南良國際提出三個努力重點：

第一，希望各事業部需在既有產品之外，明確提出至少 2 項「高值化應用」發展方向，並對應具體市場。

第二，針對半導體、AI、機器人與無人機等新市場，可因應需要建立跨事業部協同開發機制，加速技術與應用整合。

第三，強化台灣、中國、越南與印尼之間的策略分工，打造具韌性且可擴張的全球供應鏈體系。

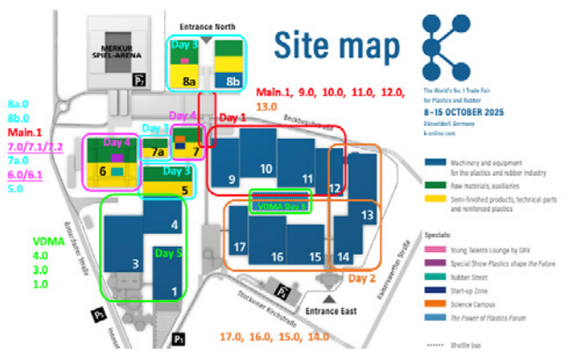
高值化，不是選項，而是生存條件；發現新大陸，不是機會，而是企業持續成長的責任。未來的機會不會等我們準備好，而是屬於快速調整的組織。

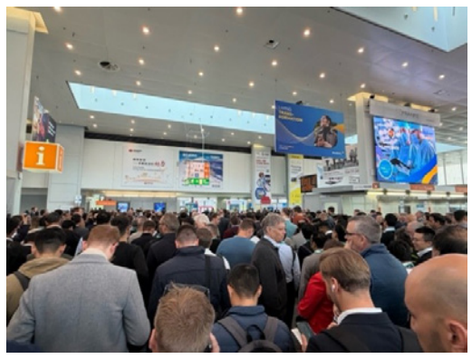
南良，必須主動改變，並在改變中建立新的競爭優勢，開創出第二條成長曲線。

南良國際 / 前瞻創研中心 陳俊彥博士 撰稿人：李吟萱課長

從 2025 年德國 K 展循環經濟之趨勢聚焦南良國際材料循環之發展

每三年舉辦一次的德國杜賽道夫國際橡塑膠展 (K 展) 於 2025 年 10 月盛大展出。作為與美國 NPE、日本 IPF 齊名的全球最重要橡塑膠展會，本屆 K 展吸引了超過 17.5 萬人次到場參觀，並有來自 66 個國家的 3,200 家廠商參展，參展國家數量創下歷年之最。展會有 18 個展館，涵蓋原料、半成品、模具、加工設備及永續方案等全產業鏈領域。歐洲政經環境面臨能源成本高及地緣政治波動的雙重壓力，K 2025 展出主題深刻反映了全球石化產業轉型的迫切性。





觀察近十年 K 展的展會主軸變化，因應地球資源的耗竭，歐洲國家在推動永續發展及循環經濟的方向是不變的，這也是全球的共識，而面對人工結構變化與設備科技的發展，在製程端從節能、工業 4.0 的數位化，已逐步轉向更為深度整合及 AI 智能回饋的數位轉型，以應對短缺的人力及高端技術升級的壓力。從本屆起，更是將核心主軸擴大到以人為本的價值觀到社會責任，K 2025 期間所舉辦的多場研討會，探討的不僅是製造效率、產品回收，而是「產業如何為社會提供價值」，包括就業、技能提升、社會創新、生物基替代材料的普及等，也特別針對歐洲而言，因人口老化、技術轉型快速、法規壓力大，人才短缺與產業升級成為社會責任的重要維度。

在這樣的趨勢之下，本屆展會的四大重點趨勢：

1. **循環經濟 (Circular Economy)**：以創新回收流程與高品質再生聚合物的封閉循環為核心議題。
2. **智慧化與產業數位轉型 (Digitalization & Smart Manufacturing)**：運用 AI、IoT 與機器學習提升生產效率，應對缺工與技術升級壓力。
3. **材料創新與高效能塑膠 (Material Innovation & High-Performance Plastics)**：聚焦生物基及輕量化高性能塑膠與功能性複合材料。
4. **社會責任與人力 / 政策議題 (Social Responsibility, Workforce & Policy)**：探討產業競爭力與永續性的平衡。

焦點一：深度閉環的循環理想

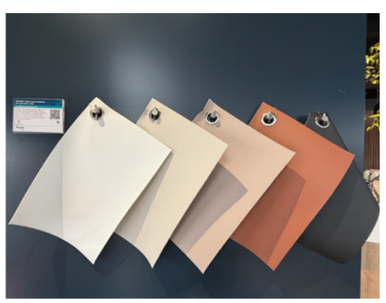
在本屆展會中，循環經濟不再僅是末端處理廢棄物，而是強調整個產業鏈的「閉環循環」，強調材料在回收後轉用於相同領域的產品應用，如 Bottle-to-Bottle、Fabric-to-Fabric、Packaging-to-Packaging 甚至是 Car-to-Car，這樣的同類循環已經從理論邁向實戰階段，相關設備在上一屆僅有不到 1 個場館展出，本屆增加到 2.5 個展館展出，並額外設立了幾個回收循環概念館，這些設備因應塑料高階應用的趨勢，更加重視處理過濾、純化技術及線上檢測，並有先進的智能整機應用。

汽車產業的循環是值得關注的領域，一輛汽車使用的塑料不僅在外裝件、內飾件，甚至結構部件都大量使用高性能塑料，且其報廢後的材料回收路徑極為複雜，尤其是不同種類塑料的混合與添加劑處理等問題。因應即將於 2032 年實施的歐盟報廢車輛法規 (ELV) ，該法規要求未來新車使用的塑膠，必須有 25% 為消費後回收材料 (PCR)，且其中 25% 需來自車對車 (Car-to-Car) 的回收路徑，LG Chem 展示了強大的封閉循環系統，透過物理機械回收處理較乾淨的內飾塑膠，並利用熱裂解化學回收法將難處理的複合材料還原為聚合單體，再重新製成車用塑膠粒。

此外，陶氏化學 (Dow) 也針對汽車內裝展示了易回收的聚烯烴彈性體 (POE) 皮革用於汽車座椅，這種輕質人造皮革觸感佳，比傳統 PVC 材料輕了 25%~40%，VOCs 含量更低、氣味輕微且耐候性佳。







>> 續下一頁 >>

南良國際 / 前瞻創研中心 陳俊彥博士 撰稿人：李吟萱課長

從 2025 年德國 K 展循環經濟之趨勢聚焦
南良國際材料循環之發展

回收設備大廠 Erema 首次展出全新 VOLEX 技術，實現了卓越的脫氣 (degas) 性能，最終回收顆粒中的 VOCs 大幅降低，解決射出件可能出現的霧化問題，且完全不影響最終產品的機械性能。而 Erema 也在展會上宣布投資澳洲公司 -BlockTexx，這家公司開發了一種從混紡紡織品中分離聚酯和纖維素的先進製程，透過整合兩家公司的技術，旨在將消費後紡織品到紡織品的回收 (Fabric-to-Fabric) 規模化到工業水平，這項突破性進展將克服混紡材質分離的業界痛點。






焦點二：產業鏈重塑 - 易回收 (單一材質) 產品設計

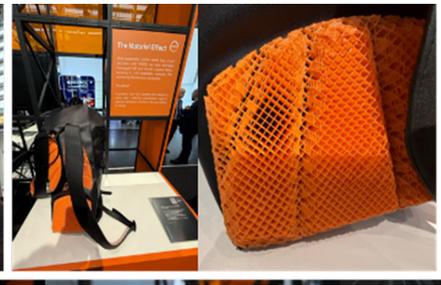
要達成高品質的回收，「易回收概念」必須從產品源頭設計做起，單一材質 (Mono-material) 結構設計成為包裝與消費品領域的顯學。依據最新的歐盟包裝材系統規範 (PPWR)，無法手動分離的單一材料，其異材質的總重量必須小於 5%。展會中多家材料供應商提出以單一材質為主、方便分類與回收的產品設計策略，包括標準化模組化部件、可拆解結構設計、最少複合材料混合等方法，也結合了智能標誌、RFID 數據鏈接與 AI 輔助分類設備，以降低後端回收處理的難度與成本，提高回收效率。

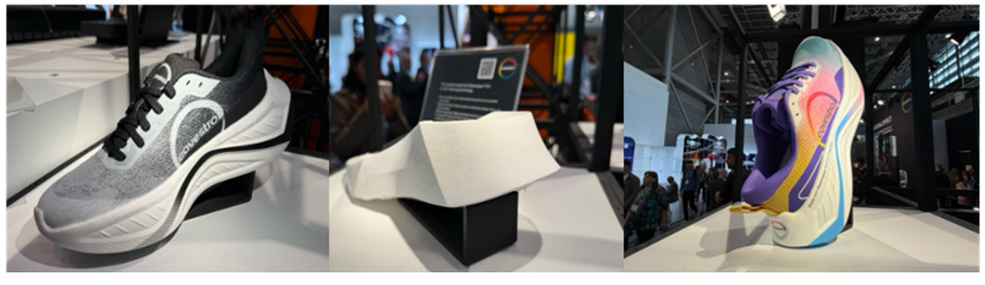
吹塑、流延塗布設備的領導廠商 Reifenhäuser，今年展出創新的 MDO(機器方向取向) 技術，透過薄膜拉伸實現可回收的單一材料包裝，並將生產成本降至與傳統多層複合產品相當的水準；設備也結合自動化與數據化裝置，導入更多閉環控制、操作輔助與培訓數位化，降低對高技能人力依賴，其中已專利之自動化平板薄膜生產線的 PAM 系統 (精密、自主、機電一體化)，並可提供協助數據化進行包裝資料追溯管理，以回應歐盟 PPWR 的資訊要求。



在運動與休閒領域，Covestro(科思創) 有許多的材料應用，如 Awake 電動衝浪板與可快速更換的電池模組；也展示了 VAUDE 單一材質 TPU 背包，捨棄了傳統異材質組合，聚焦於耐用、防水與全回收設計；另有 TPU 緩衝材料，用於可回收緩衝材並延伸至運動應用，其結合超臨界發泡技術的 TPU 發泡材，著重於鞋類等運動產品的輕量化與回彈表現。

K 2025 宣告了塑橡膠產業的綠色轉型已從「倡議」進入「落實」階段，關於循環經濟的落實，涵蓋了回收、源頭廢棄物減量、易回收產品設計的核心，從設計開端出能讓廢棄物容易回收再利用的產品，目的是能達到 bottle-to-bottle、fabric-to-fabric、packaging-to-packaging、甚至是 car-to-car 的理想。南良國際藉由聚焦單一材質易回收設計與廠內橡膠閉環回收，不僅緊跟全球淨零碳排的步伐，更為企業未來的永續競爭力奠定堅實基礎。



南良國際 / 國際行銷企劃室 王凌霜總經理　撰稿人：林君章課長

讓每一封詢問都更有價值：AI 商機意圖分析提升外銷成交率的關鍵工具

在全球市場競爭日益激烈的環境下，企業每日接收大量來自世界各地的詢問信件，如何在有限時間內判斷其價值，已成為國際業務開發的關鍵課題。南良國際導入「AI 商機意圖分析」系統，透過數據化與智能化的方式，將傳統依賴經驗判斷的流程，轉化為可量化、可視化的決策工具，大幅提升業務效率與商機轉換率。



一、AI 商機意圖分析應用：從資訊判讀到精準決策

AI 商機意圖分析的核心，在於將「詢問信」轉換為結構化資訊。系統可自動分析詢問內容、買主背景與國家來源，並透過演算法給予商機評分（0 ~ 9 分），協助業務快速分級處理。例如，高於 7 分的詢問代表具明確需求與成交潛力，應優先回覆；低於 3 分則可能為資訊蒐集或風險客戶。

除了分數判斷外，系統亦整合多項關鍵資訊，包括：

- 買主公司背景與商業型態
- 國家來源與市場成熟度
- 詢問產品型號與應用情境
- 過往詢問紀錄與行為軌跡

透過「商機亮點」、「潛在風險」與「建議回覆策略」三大區塊呈現，業務人員可在短時間內掌握詢問價值。例如某案例中，系統判斷一間新創公司雖有材料相關背景，但實際採購能力有限，評分僅 2 分，並提示可能為資訊蒐集型客戶，有效避免資源錯置 。

進一步而言，AI 不僅提供判斷，更能提出具體回覆建議，如高價值詢問可建議「快速報價 + 技術資料 + 樣品試單」策略，協助業務快速進入成交流程，讓回覆從被動回應轉為主動策略。

二、數據化國際行銷策略：從單一詢問到市場洞察

當每一封詢問都被數據化後，其價值不再僅限於單筆商機，而能進一步累積成市場洞察。透過 AI 分析結果，企業可清楚掌握：

- 哪些國家詢問量最高（市場來源分析）
- 哪些產品最受關注（需求熱點分析）
- 哪些產業具高成交潛力（客戶輪廓分析）
- 哪些詢問轉換率最高（業務策略優化）

這些數據將成為國際行銷的重要決策依據。例如，若某期間來自東南亞的詢問集中於特定材料產品，代表該區域需求正在成長，可進一步投入展會、廣告或在地代理布局；若歐洲市場詢問多為高規格產品，則應強化技術內容與認證資料，以提高競爭力。此外，透過歷史資料分析，企業亦可建立「詢問→報價→成交」的轉換模型，找出影響成交的關鍵因素，進一步優化回覆策略與業務流程。

三、從效率提升到策略轉型

AI 商機意圖分析不僅提升個別業務效率，更帶動整體行銷模式的轉型。過去業務需花費大量時間篩選詢問，如今可將資源集中於高潛力客戶，實現「精準開發」。同時，透過系統化資料累積，企業得以從「經驗導向」邁向「數據導向」決策。

在實際應用中，導入 AI 後可帶來三大效益：

1. 效率提升：快速判讀詢問，縮短回覆時間
2. 資源優化：聚焦高價值客戶，提高成交率
3. 策略升級：透過數據分析制定市場策略

正如系統導入初衷所強調，企業應將寶貴時間投入在「高價值買主」上，而非平均分配資源。

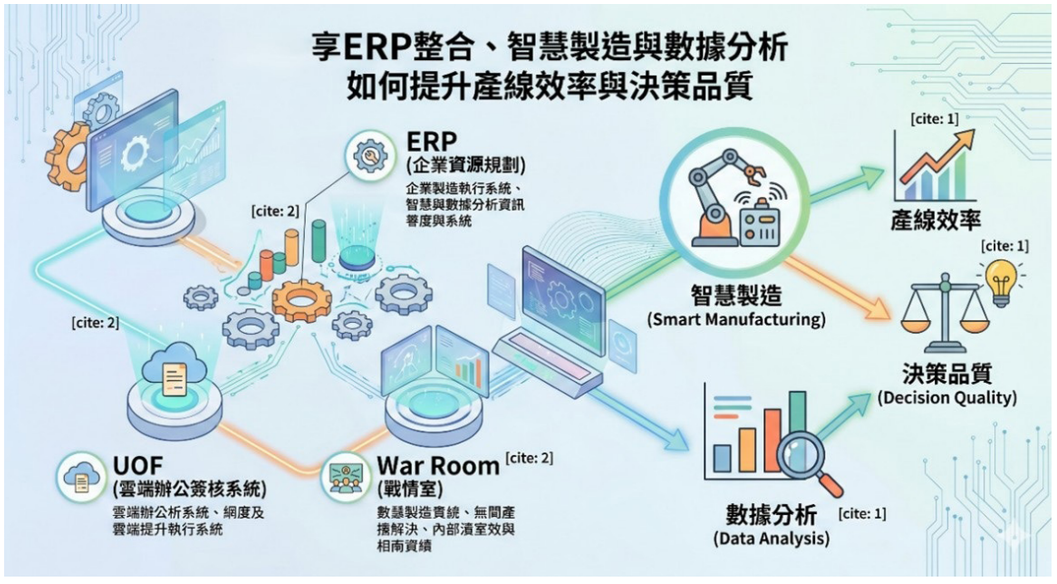
四、結語：打造數據驅動的國際行銷競爭力

在數位轉型浪潮下，國際行銷不再只是拓展市場，而是如何「精準選擇市場與客戶」。AI 商機意圖分析讓每一封詢問都成為數據資產，從單點判斷延伸至整體策略規劃。

未來，隨著資料持續累積與模型優化，企業將能更精準預測市場趨勢、掌握客戶需求，甚至提前布局潛在商機。南良國際透過 AI 導入，正逐步建立一套以數據為核心的國際行銷新模式，從「詢問」出發，真正轉化為可持續成長的「商機」。

南良國際 / 機制與策略室資訊科技組 撰稿人：鄭永昌副理

ERP 整合、智慧製造與數據分析如何提升產線效率與決策品質

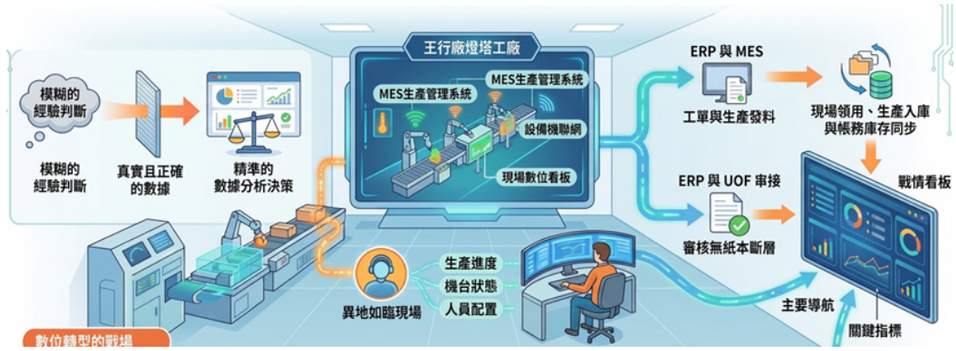


近年來，企業的競爭力已不僅只是產能規模，對數據的收集應用與決策的敏捷度，是永續發展重要的一環，近年南良國際資訊科技組，致力於將 ERP(企業資源規劃)、MES(製造執行系統)、UOF(雲端辦公簽核系統)、War Room(戰情室) 等系統深度整合，這執行的專案不只是單純的系統開發，更是為了呼應公司年度四大主軸綠色、創新 / 高值化、智慧製造 / 高效降本、尋找新大陸與一個核心內控制度落實。

決策支援與 AI 應用的基礎，都要來自於真實且正確的數據，必須確保系統帳料一致，當營銷、生產各項作業流程正規，每一筆資料依管制定義都正確地被記錄，內部控制度被落實，所收集的數據才能真正反映營運現狀，讓決策由過去模糊的經驗判斷，到精準的數據分析決策，而這也是目前我們在各項系統開發導入與應用上致力的目標。

在智慧製造上，我們以王行廠為燈塔工廠，持續展開 MES 生產管理系統、設備機聯網、現場數位看板的專案，讓製程多廠間的生產管理，已不再需要親臨產線，達到「異地如臨現場」的管理目標，即時掌握生產進度，機台狀態、人員配置，經由系統數據，透明化現場降低管理成本，也為未來的數據建模與生產參數優化建立基礎。

營運作業電子簽核的推行，我們逐步將營業流程簽核電子化，找出流程中的瓶頸，來縮短決策週期及提升作業反應速度，無紙化只是額外的表面現象，主要的核心是在於權責分工清楚，作業流程透明可被追蹤，提升作業反應速度。在全球瞬息萬變的市場下，此已成為企業不可或缺的數位韌性。



數位轉型並非只是單一系統的資訊孤島，系統與系統間全面性縱深整合，才是資訊數據能夠驅動公司營運的關鍵，ERP 與 MES 達成工單與生產發料的即時連動，避免人工重工轉單的落差，讓現場領用、生產入庫與帳務庫存同步。ERP 與 UOF 串接讓審核不再有紙本斷層，而是隨時隨地掌握進度，驅動作業。這些整合後的資訊將流向戰情看板，制定關鍵指標，讓看板成為掌握營運提升決策效率的主要導航。



在數位轉型的戰場裡，如果資訊系統是軍械，那麼同仁在系統中回饋的每一筆生產數據就是子彈，要能夠獲得勝利，除了精良的軍械外還取決於子彈的多寡、品質，讓系統上的數據被正確且持續收集是關鍵，數據的累積需要時間這也是我們目前遇到的瓶頸，但現在不收，未來還是要收，現在不開始，以後只會落後，唯有持續不斷的精進，在未來 AI 預測與大數據的世界裡，我們才擁有領先對手的籌碼。

南良國際 / 華東營運總部 撰稿人：賴明志執行協理

華東營運總部 / 管理本部新定位：以人資、行政總務、品保中心整合海外據點與本廠資源

以華東營運總部轄管範圍為主軸，串聯東莞、嘉興、越南與本廠資源，且兼管管理本部（人資、行政總務、品保中心），整合資源以提升管理一致性與營運支援效率

前言

在以往海外廠區並無太多本部資源分享或支援，自 2025 年 1 月 1 日起，開始華東區營運總部兼管理本部，轄管行政總務、品保中心、人資部，並於 2025 年開始，從「薪資管理辦法」到「核決權限」，陸續在嘉興廠推展到東莞廠、後續是越南廠區，目標在「管理法規一致化，制度機制常規化」。

在海外據點逐步擴展、各廠區運作日益緊密的環境下，我們企業要面對的，不只是製造布局的延伸，更是管理支援能力能否同步到位？對南良國際而言，東莞、嘉興與越南等據點的穩定運作，除了仰賴各廠本身的執行能力，也需要在人資、行政總務與品保中心等轄管範圍上，建立跨區協同、制度一致與資源互通的支持機制。

因此，華東營運總部暨管理本部的角色，並非全面統籌所有營運功能，而是立基於實際轄管範圍，透過人資、行政總務、品保中心三個面向，結合本廠資源與當地執行力量，形成更有系統的支援平台。這樣的整合重點，不在於取代各廠，而在於讓各據點在相對一致的管理邏輯下運作；並透過本廠與跨區資源串接，提升支援效率、品質穩定與管理協同。

跨區整合，讓資源動得快；全球協同，讓布局效益更放大。

《跨區營運整合：以人資、行政總務、品保中心串聯各據點與本廠資源》

在南良國際的海外據點管理中，真正需要被整合的，未必是所有營運功能，而是與各廠穩定運作最密切相關的支援系統。華東營運總部若以人資、行政總務、品保中心作為主要轄管範圍，整合東莞、嘉興與越南的需求，再結合本廠既有制度、經驗與資源，就能形成更貼近實務、也更容易落地的跨區支援架構，也可讓各廠區資源共享，但法源同宗的管理效果。

在人資面向，重點在於掌握各據點的人力需求、簽核流程、教育訓練與當地的法規制度狀況，並透過本廠既有管理經驗與制度做法，協助海外據點建立較一致的人事管理節奏。這樣的整合，不只是資料彙總，更是讓不同據點在人力配置與幹部培育上，能獲得本廠支援與跨區協調，後續在人力支援跟調配上有更大的空間。

在行政總務面向，則可由宿舍管理、膳食安排、修繕申請、庶務採購及後勤支援等事項切入，將本廠或其他廠區較成熟的管理模式與作業經驗，轉化為其他據點可參照、可落實的支援方式，減少各廠各自摸索所造成的落差。

至於品保中心面向，重點則在於把本廠對品質管理、異常反應、客訴處理與改善追蹤的經驗，延伸到東莞、嘉興與越南，讓跨區品質協同建立在更一致的標準與更清楚的溝通機制上。

跨區營運整合的價值，在於讓各據點資源配置更快、更準、更能彼此支援。

《海外據點布局：結合本廠資源，強化人資、行政總務與品保中心的支援效能》

東莞、嘉興與越南三個據點，雖然各自所處地域環境、管理條件與廠區成熟度不同，但在人資、行政總務與品保中心等支援系統上，皆需要與本廠形成更緊密的連動，才能讓各項管理工作不只是完成當地需求，更能逐步接軌南良國際整體的管理標準。這也是海外據點布局中，最能體現支援整合價值的地方。

嘉興廠區據點因運作基礎較成熟，可在既有管理架構下，作為部分制度推動與經驗累積的重要參照；東莞廠區可依其實際運作需求，強化在人力補充、行政支援與品質管理上的制度銜接；越南廠區對不同的在地條件與發展階段，更需要透過本廠資源與跨區支援，協助其在人員培育、行政管理與品質機制上逐步穩定。三地雖各有差異，但整合的方向應一致：就是讓本廠經驗成為支援主軸，讓各據點在各自條件下穩定提升。目前除例常的聯繫及運作外，本廠區更會在每季最後一個月的周二，召開三地的連線視訊座談，以便訊息能有互通，問題的解決能有根源的模式依循。在集團支持下逐步形成較一致的管理體質。

>> 續下一頁 >>

南良國際 / 華東營運總部 撰稿人：賴明志執行協理

華東營運總部 / 管理本部新定位：以人資、行政總務、品保中心整合海外據點與本廠資源

這樣的布局重點，不在於把三個據點用同一方式管理，而是在共同原則下，依各廠實際狀況調整支援深度與資源投入。當人資、行政總務與品保中心能夠跨區串接，並持續與本廠互動、導入經驗、補足不足時，海外據點的發展就不會只是單點推進，而能在集團支持下逐步形成較一致的管理體質。

海外據點布局的價值，不只是設廠延伸，更是打造全球供應鏈韌性的關鍵支點。

三個轄管面向：支援海外據點，也連結本廠管理能量

從人力配置與制度銜接，到後勤支持與品質協同，華東營運總部若能聚焦在人資、行政總務、品保中心三個轄管面向，便能更務實地串聯東莞、嘉興與越南的管理需求，同時把本廠長期累積的管理經驗轉化為跨區支援能力。

這樣的整合方式，能讓海外據點在遇到人力補缺、行政支援、品質異常或制度導入等議題時，不只是各自處理，而是能與本廠及跨區窗口形成更快速的協調與支援機制。對企業而言，這代表的不只是作業效率提升，更是管理基礎的穩定與經驗複製能力的提升，更是全球人才流通的布局。

未來，若能持續把三個轄管範圍的制度做法、支援流程與改善經驗，透過更清楚的分工與更固定的協作機制沉澱下來，東莞、嘉興與越南就能在各自條件下持續優化，同時與本廠形成更有連結、更能相互支援的整體管理網絡。

東莞、嘉興、越南三地互補，讓南良國際形成更完整的國際製造服務網絡。

華東營運總部的角色：在實際轄管範圍內，做深入跨區支援與資源整合

華東營運總部的價值，不在於包辦所有功能，而在於是否能在實際轄管的人資、行政總務、品保中心三個面向上，真正把跨區整合做深、把本廠資源連起來。唯有聚焦在可落實、可推動、可持續優化的範圍內，管理整合才會貼近事實，也更能形成具體成果。

當各據點的需求可以被有效彙整，本廠的制度與經驗可以被適度導入，而跨區協調又能兼顧各廠區地域的差異時，華東營運總部所扮演的，就不只是窗口角色，而是讓支援系統真正產生管理價值的串接平台。這樣的定位，更符合南良國際目前海外據點管理的實際需求。

跨區整合的目的，也不是要讓各廠失去彈性，而是透過更清楚的轄管範圍、更一致的支援邏輯與更有效的本廠資源連結，讓海外據點在人力、後勤與品質等關鍵基礎上更穩定、更有秩序地成長。

華東營運總部的角色，就是把各地優勢整合成可持續放大的整體競爭力。

結語

對南良國際而言，海外據點的管理，不只是看製造布局，更要看支援系統是否能真正跟上。華東營運總部若能立足於人資、行政總務、品保中心三個實際轄管範圍，並把東莞、嘉興、越南與本廠資源有效串聯，就能讓跨區整合不流於口號，而是成為可執行、可複製、可持續深化的管理機制。

未來，當這三個面向的制度協同、支援流程與改善經驗持續累積，海外據點的管理品質與穩定度也會隨之提升。這樣的整合，不是全面包辦，而是聚焦在真正能發揮管理價值的範圍內，讓本廠與海外據點形成更緊密、更務實、也更貼近事實的協作關係。

南良國際 / 品保部 撰稿人：陳以孝副理

品質即競爭力：南良品保體系的持續精進



品質，是南良面對市場的共同語言，從一張檢驗報告，到一批產品是否被客戶接受，品質每天都在影響南良的競爭力。在全球供應鏈快速變動的時代，品質早已不只是檢驗的結果，更是企業與市場溝通的語言。邁入第 53 年的南良，持續以「品質即價值」為核心信念，推動制度優化與技術升級，讓品質不僅守住客戶信任，更成為拓展市場的重要力量。

2026 年，品保部將以五大核心主軸為推進方向——綠色永續、創新高值化、智慧製造、創造新大陸及內控制度落實，全面升級品質體系，讓品保從支援角色轉型為企業競爭力的推進引擎。

一、 智慧製造：讓品質從經驗判定走向數據決策

隨著數位化浪潮推進，品質管理正從「人工經驗」邁向「數據驅動」。2026 年，品保部聚焦三項關鍵升級：

●品質異常與讓步放行流程電子化：將紙本流程全面轉為電子簽核，不僅提升處理效率，更能即時追蹤異常狀況，有效降低不合格品流入客戶端的風險。

●檢測智慧判定系統升級：過去需仰賴人工輸入標準與逐筆判讀，效率與一致性易受限制；升級後系統可自動比對標準並判定結果，大幅提升判定準確性與報告效率。

●外購轉銷品品質管制強化：透過盤點轉銷品項與檢測資源配置，並導入數位化管控機制，使過去相對薄弱的轉銷品品質管理納入系統化控制，確保整體品質一致性。

透過這三項工程，品保部將品質管理從「人工判定」推進到「系統決策」，不僅提升效率，更強化南良在全球供應鏈中的信任度與競爭力。

二、 創新高值化及創造新大陸：讓品質成為市場的入場門票

品質的價值，不只在於「合格」，更在於「能否進入高門檻市場」。2026 年，品保部將擴大三項關鍵設備的應用：

●智慧型分光對色儀：建立標準對色流程，確保顏色一致性。

●氙弧燈耐候試驗設備：強化材料在極端環境下的穩定性。

●阻燃試驗設備：支援高安全性產品之檢測需求。

這些設備的導入，不只是提升檢測能力，更讓南良具備切入軍工、電子、新能源車及軌道車等高附加價值產業的能力。同時，品保部亦將協助各事業部建立對應的國際檢測方法與標準，使產品能以「品質認證」作為市場通行證，加速新應用領域的拓展。

三、 綠色環保：讓品質與永續成為同一件事

在全球供應鏈高度重視 ESG 的趨勢下，品質與永續已不再是兩條平行線，而是相互支撐的核心能力。2026 年，品保部將以「品質 × 永續」雙軌策略推動以下重點：

●國際綠色認證推進：持續導入 OEKO-TEX、GRS、FSC 等認證，確保產品符合國際永續規範，提升市場競爭門檻。

●碳數據透明化：完成母子公司溫室氣體盤查與碳足跡建置，提供客戶與主管機關可信且可追溯的數據基礎。

●數位化減碳行動：推動 ISO 表單電子化與流程數位化，在提升效率的同時，實質降低資源浪費。

●永續材料品質保障：透過檢測方法與管制流程的升級，確保再生材料與低碳產品在品質上同樣穩定可靠。



品保部的角色，不只是品質的把關者，更是為產品承擔永續責任的守門人。每一份檢測報告，都是對市場與環境的承諾。

>> 續下一頁 >>

南良國際 / 品保部 撰稿人：陳以孝副理

品質即競爭力：南良品保體系的持續精進



四、 內控制度落實：讓制度真正發揮價值

制度的價值，不在於通過驗證，而在於是否真正落實於現場。2026 年，品保部將持續推動 ISO9001、ISO13485、GRS、FSC 等體系的深化運作，並聚焦三個面向：

●品質系統整合：串聯 IQC、FQC、檢測判定系統與電子簽核流程，建立完整的品質閉環管理機制。

●專業人才培養：培訓內部稽核人才，取得 ISO 與 ESG 相關資格，強化制度運作的專業深度。

●制度落實文化：強調制度應回到現場、解決問題，使每一次稽核都成為流程優化的起點，而非形式性的作業。

結語：讓品質，成為南良走向未來的力量

南良的品質體系，從來不只是檢驗流程，而是一種持續精進的文化。在智慧製造的推動下，我們讓品質管理邁向數據化與系統化；在創新高值化的進程中，我們讓檢測能力成為市場拓展的關鍵；在永續趨勢中，我們讓品質承載企業對環境與社會的責任；在制度落實中，我們讓管理真正內化為組織的能力。

品質，是南良與市場溝通的語言；

創新，是我們持續前進的工具；

永續，是我們堅持不變的方向。

每一次檢測、每一份報告、每一項改善，都是南良對客戶、對社會、對未來的承諾。而這份承諾，正是我們在全球市場中站得穩、走得遠的根本。

南良國際 / 人資部 撰稿人：林建宏副理

落實內控下的人才永續策略：建構永續人才培育與職涯發展機制

在企業邁向永續經營與全球競爭的過程中，「制度」與「人才」已不再是各自獨立的管理議題，而是相互交織、彼此支撐的核心關鍵。南良國際於 2026 年策略中強調以「落實內控制度細膩度 (絕對路徑) 」為核心，其本質不僅在於風險控管與流程優化，更進一步延伸至人才培育與職涯發展的制度化運作，藉此打造穩健且具延續性的組織競爭力。

在人資管理的實務上，若缺乏制度支撐，人才培育往往流於片段式或短期導向，難以真正累積組織能力；反之，若能透過內控制度的細緻設計，將人才培育與發展納入標準化、可追溯的管理體系，則可有效提升執行品質，並促進人才永續發展。因此，「以內控為基礎的人才管理模式」，正是南良人資部近年持續推動的重要方向。

回顧 2023 年至 2025 年間推動的「職務盤點與技能管理專案」，即是此一策略最具體的實踐成果。該專案從制度建構出發，逐步深化至數位化管理，成功串聯起職務管理、能力培育與職涯發展三大面向，形成完整的人才管理架構。

首先，在 2023 年推動全公司的「職務盤點」，是整體制度的起點。透過全面性盤點，建立每一職務的標準化說明書，並賦予專屬職務編號，使組織中所有職務皆有清楚定義與依循依據。這項工作不僅讓各單位職責更加明確，也使人資管理從過去依賴經驗判斷，轉向以制度為基礎的標準化管理。在內控的觀點下，職務說明書的建立具有關鍵意義。它不僅是人員任用與績效評估的依據，更是權責劃分與流程控管的重要基石。當每一項職務的責任與要求皆被明確定義，企業在進行人員調動、晉升或績效評核時，皆能依循一致標準，降低管理風險，提升決策品質。

延續此基礎，南良於 2024 年進一步制定「專業技能管理辦法」，將「職務」與「能力」進行精準連結。透過系統性盤點各職務所需具備的專業技能，建立完整的技能架構，並明確區分不同層級與類型的能力要求，使人才培育從過去的經驗傳承，轉變為制度化與標準化的管理模式。在實務運作上，每一項職務皆對應其「必要技能項目」，並規範相應的訓練課程與資格鑑定機制。員工需依據其職務需求完成相關訓練，並通過評核確認其能力達標，方能具備執行該職務的資格。這樣的制度設計，使「訓練」不再只是形式上的學習，而是與職務任用及能力認證緊密結合，強化培育的實質效益。

>> 續下一頁 >>

南良國際 / 人資部 撰稿人：林建宏副理

落實內控下的人才永續策略：建構永續人才培育與職涯發展機制



從內控制度的角度來看，技能管理辦法的建立，使人才培育具備高度的可追溯性與一致性。所有訓練與鑑定皆有明確標準與紀錄依據，不僅有助於內部管理，也能在外部查核或客戶審查時，展現公司在人員能力管理上的嚴謹度與專業性。

進入 2025 年，人資部更進一步與外部廠商合作，開發客製化「技能管理系統」，將前述制度全面導入數位化工具，正式建構完整的人才管理資訊系統。此系統整合員工之必修技能、訓練紀錄、鑑定結果及異常追蹤機制，使所有與能力相關的資料皆能即時呈現並有效管理。透過系統化運作，可即時掌握人員的技能狀況，例如哪些技能尚未完成訓練、哪些鑑定尚未通過，並可即時安排補強措施。人資部亦可透過系統進行整體分析，掌握公司整體能力分布與落差，作為人才發展與培訓規劃的重要依據。

在此基礎上，人才培育已不僅是單一制度，而是透過「職務→技能→訓練→評核→系統」的完整連結，形成一套管理模式。員工在擔任某一職務時，即可清楚了解所需具備的能力與發展方向；在職期間透過系統化訓練與評核持續精進；並透過紀錄累積，作為未來職涯發展的重要依據。

這樣的制度設計，亦為職涯發展機制提供了堅實基礎。當員工的能力與學習歷程皆被完整記錄時，企業即可依據其實際能力與潛力，規劃更具精準度的發展路徑。例如，透過技能達成狀況評估是否具備晉升資格，或作為跨部門輪調與關鍵職務接班的參考依據，使職涯發展不再依賴主觀判斷，而是建立在客觀數據之上。

整體而言，透過內控制度的深化，成功將人才培育與職涯發展納入一套精緻且可持續運作的管理體系。此一體系不僅強化了管理的一致性與效率，也讓人才發展具備長期累積與持續優化的可能性。在未來發展上，隨著公司持續推動綠色轉型、智慧製造與新市場布局，此套制度亦具備高度延展性。無論是新增技能項目、導入新技術訓練，或調整職務內容，皆可透過既有架構快速調整，確保人才能力始終與企業策略同步。

人才永續並非單一政策或短期專案，而是一項需長期投入與持續優化的系統工程。南良國際以「落實內控制度細膩度」為核心策略，從職務盤點出發，延伸至技能管理與數位系統建構，成功串聯起人才培育與職涯發展的完整機制。透過制度化、標準化與數位化的整合，不僅可提升管理效率與風險控管能力，更能讓人才在清晰且公平的環境中持續成長，且在公司政策方向的支持與持續的落實推動下，相信最終定能實現企業與員工「共創共享」的永續發展目標。

南良國際 / 行政總務部 撰稿人：卓明隆經理

行政管理安全與永續辦公環境



南良國際長期以來強調的團隊合作，與穩健經營，行政總務部的責任工作已不再侷限於後勤支援，而是廠房的安全性持續維護與永續發展的重要推手。透過優化管理制度、導入創新思維及落實安全與環保措施，行政管理單位能為公司打造一個安全、健康且具永續價值的工作環境。隨著永續發展理念的辦公環境，安全與永續性已成為衡量組織競爭力的重要指標。安全管理確保人員健康與資產完整，永續辦公則兼顧環境保護、資源節約與社會責任，相輔相成，構築出高效率、穩定且具前瞻性的工作場域。

行政管理安全的核心要素以職業安全衛生制度化，依據國家法規與國際標準 ISO 45001 建立安全管理制度，涵蓋風險評估、危害辨識、事故通報，與應變計畫的實施運作。從本廠區動線規劃、人車分流、及消防設備維護，到施工管理與外包商進出控管，每一項看似例行的作業，實際都是降低職災風險的關鍵環節。制度化的流程能降低人為疏失，並確保在突發事件中迅速反應。工作環境風險控管包括消防設施之檢測、電力系統的維護、和仁愛廠辦公桌椅的人體工學設計，以及定期檢查工作環境之空氣品質，與照明亮度等持續調整改善。另在水資源管理及廢棄物分類等措施，有效降低環境負荷。這些細節直接影響員工的健康與工作效率，員工安全意識培訓和安全文化的建立採教育訓練方式當作基礎，透過定期演練、防災講座與線上課程，讓員工熟悉緊急應變流程，並養成主動發現與回報隱患的習慣。

永續辦公環境的實踐策略，節能減碳導入 LED 照明與智慧感應系統，減少不必要的耗電。於冷氣空調統一控溫管理設定 26℃，並定期清潔濾網以提升效率，以推廣視訊會議減少差旅交通之碳排放量，及導入 UOF 系統推行無紙化辦公，使用電子簽核與雲端儲存資料。另通過認證全球回收標準 GRS，資源循環利用設置分類回收站，並鼓勵重複使用包袋材，健康綠化促進在辦公區域引入室內植栽，改善空氣品質並減少噪音。提供健康飲水設備，鼓勵員工多多步行每日一萬步數健走習慣，與休閒運動成立各項社團活動 (如壘球社、籃球社、羽球社、健身社、路跑社、氣功社、及新成立保齡球等社團)，提升員工強健體魄的身體及良性舒壓條件。

行政管理在安全與永續間的整合角色，是策略推動與監督者，它需要在政策制定、資源分配、與績效評估中，平衡短期成本與長期效益，導入節能設備需初期投資，且長期可降低能源支出並提升公司形象，建立安全演練制度維護生命與財產。行政管理還需跨部門協助合作，將安全與永續指標納入評核紀錄，成立 6S 推行委員會落實整理、整頓、清潔、清掃、教養與安全等，於 2026 年新改選組織成員後再精進試行推動第 7S 節約。安全是永續的基礎，永續則是安全的延伸，唯有持續強化安全管理、推動永續策略，並結合公司文化與時代趨勢，才能協助南良國際在競爭激烈的市場中穩健前行，邁向長遠發展百年企業的目標。

資料整理：財務本部

2026 年度公司及財務重點事項

壹、公司治理實施之新項目



一、溫室氣體資訊盤查及確信：資本額未達 50 億元之上市櫃公司，應完成母公司個體盤查資訊揭露。

二、提前上傳股會議事手冊及年報資訊：資本額 20 億元以下之上市櫃公司，股東常會開會 30 日前上傳議事手冊，股東會召開日 14 日前申報年報資訊。

三、ESG 評鑑（公司治理評鑑改制為 ESG 評鑑）：為落實金管會「上市櫃公司永續發展行動方案」及「打造台灣成為亞洲資產管理中心」政策，將於 115 年 1 月 1 日起實施五大重要新制，包括分階段強制碳盤查與確信、接軌 IFRS 新制、公司治理評鑑轉型為 ESG 評鑑、綠色證券認證制度及調薪申報與全面無紙化等措施，協助上市櫃公司實現永續，強化市場競爭力。公司治理評鑑改制為 ESG 評鑑，調整指標為：環境面（E/ 權重 21%）、社會面（S/ 權重 31%）、治理面（G/ 權重 48%）三大構面共計 75 項指標，新增 12 項指標如下（摘錄自公司治理中心）：

編號	評鑑指標	題型	評鑑資訊依據
E-6	公司是否制定並揭露推動循環經濟或廢棄物管理之政策及相關作為？	A	本指標以年報\附表「推動永續發展執行情形及與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因」或永續報告書，為評鑑資訊依據。
E-7	公司是否揭露過去兩年廢棄物總重量？	A	本指標以公開資訊觀測站 - ESG數位平台 > ESG資訊揭露 > 廢棄物管理，為評鑑資訊依據。
E-9	公司是否揭露過去兩年能源使用狀況？	A	本指標以年報\附表「推動永續發展執行情形及與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因」或永續報告書，為評鑑資訊依據。
E-14	公司是否訂定並揭露生物多樣性政策或承諾，並說明實施情形？	A	本指標以公司網站、年報、永續報告書或自然相關財務揭露報告書（TNFD報告書），為評鑑資訊依據。
E-15	公司是否訂定並揭露推動自然碳匯之策略與措施，並說明實施情形？	A	本指標以公司網站、年報、永續報告書或自然相關財務揭露報告書（TNFD報告書），為評鑑資訊依據。
E-16	公司是否揭露所制定之供應商管理政策，要求供應商在環保等議題遵循相關規範，並說明實施情形？	A	本指標以年報\附表「推動永續發展執行情形及與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因」或永續報告書，為評鑑資訊依據。
S-2	公司是否訂定並揭露人權盡職調查流程及其執行情形？	A+	本指標以年報\附表「推動永續發展執行情形及與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因」，為評鑑資訊依據。
S-6	公司是否揭露與投資人議合（如法人說明會、親自拜訪、視訊、電話或電子郵件等方式）之情形，及投資人提問與公司回復之重要內容？	A	本指標以公司網站，為評鑑資訊依據。
S-11	公司是否投資國內創新型新創事業，並揭露相關投資情形？	A	本指標以公司網站，為評鑑資訊依據。
S-17	公司是否提供友善婚育或家庭照顧之職場環境與措施，並說明實施情形與成效？	A	本指標以永續報告書，為評鑑資訊依據。
S-23	公司是否依性別及年齡揭露過去兩年員工離職率，並說明其變化趨勢與原因？	A	本指標以永續報告書，為評鑑資訊依據。
G-25	公司買回庫藏股且於受評年度期間屆滿或執行完畢者，是否有買回目的為轉讓予員工且平均執行率達90%以上，或於期間屆滿或執行完畢後揭露買回期間之每日實際執行情形？	B	本指標「買回目的為轉讓予員工且平均執行率達90%以上」，以公開資訊觀測站 > 彙總報表 > 股權變動/證券發行 > 有價證券 > 國內有價證券 > 庫藏股統計彙總表，為評鑑資訊依據。本指標「於期間屆滿或執行完畢後揭露買回期間之每日實際執行情形」，以公開資訊觀測站 > 單一公司 > 股權變動/證券發行 > 庫藏股 > 期間屆滿/執行完畢公告，為評鑑資訊依據。

貳、人工智慧基本法（簡要說明）

「人工智慧基本法」於 115 年 1 月 14 日公布施行，其立法性質：在構建 AI 發展的基礎法制框架，而非細節性的規範。為了在「促進創新」與「風險治理」之間取得平衡，制定「人工智慧基本法」作為 AI 發展的上位指導原則，建立一致性的政策方向與治理框架：

一、七大核心遵循原則（基本法第 4 條）：

1. 永續發展與福祉（應兼顧社會公平及環境永續）。2. 人類自主（人類自主權、尊重人格權等）。3. 隱私保護與資料治理。4. 資安與安全。5. 透明與可解釋。6. 公平與不歧視。7. 問責：應確保承擔相應之責任，包含內部治理責任及外部社會責任。

二、資料治理機制（基本法第 13 條）：

因為單一企業的資料量不足，無法訓練出好的模型；如果由政府建立資料開放、共享及再利用機制，然後確保訓練及產出結果與維護智慧財產權，可以讓企業在受保護情況下運用訓練的資料。

三、以風險為基礎之管理規範（基本法第 16 條）：

建立人工智慧風險分類框架，企業依不同的風險等級佈署 AI 導入。

南良國際 / 海棉事業本部 王致中協理 撰稿人：李榮生副理

循環經濟下海綿複合材料的發展趨勢

在全球永續發展與 ESG 浪潮的推動下，企業已由單純追求產品性能與成本競爭力，轉向兼顧環境（Environmental）、社會（Social）與治理（Governance）三大面向。其中，環境面向著重於資源效率與污染減量；對於以高分子發泡材料為核心的海棉事業部而言，以資源再生利用與環境永續為核心的循環經濟模式，更是驅動材料創新與製程轉型的關鍵策略。



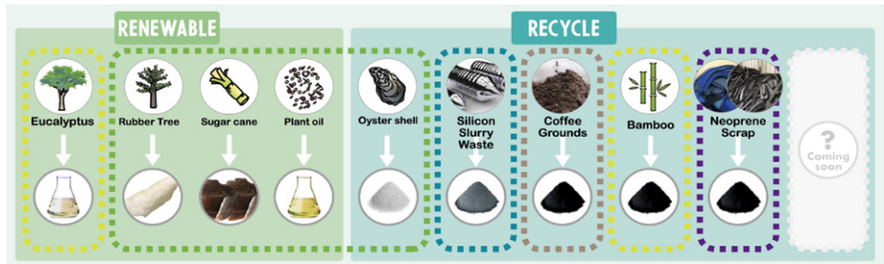
海綿複合材料的挑戰與轉型契機

海綿複合材料廣泛應用於水域材料、鞋材、袋材及各類運動防護產品，其核心在於橡膠高分子發泡技術所帶來的保溫、輕量、高彈性與優異緩衝性能。然而，現行橡膠海綿複合材料之複合結構，雖能滿足機能需求，卻提高產品於使用後的拆解與回收難度，成為循環經濟推動上的主要瓶頸。此外，海綿發泡材料高度依賴石化原料，於原料與製程端皆面臨減碳與資源轉型壓力。因此，在維持材料性能與加工穩定性的前提下導入永續材料與循環設計，已成為海棉事業部的重要發展課題。

發展趨勢一：從石化依賴走向再生資源

隨著資源限制與減碳壓力提升，海綿材料正由傳統石化原料，逐步轉向可再生與回收資源。在橡膠發泡材料系統中，透過導入多元替代填料與基材，包括農、林、漁、礦等天然再生資源，以及跨產業回收副產品，如牡蠣殼粉、輪胎黑煙與咖啡渣等，不僅可降低石化依賴，亦可作為功能性填料應用於發泡材料中。其中，電子半導體產業回收之碳化矽粉尤具代表性。台灣作為全球半導體重鎮，每年產出大量研磨廢料（如矽泥）。海棉事業部透過配方設計與分散技術，成功將其導入海綿發泡材料中，不僅實現跨產業資源整合，也有效提升材料性能，相關技術已取得專利，具備高度應用價值。

此外，BIO-II 生質型海綿以可再生原料為基礎，結合回收材料應用，透過發泡製程與配方優化，在維持材料性能的同時降低石化使用比例，展現循環材料於高機能產品中的應用潛力。





發展趨勢二：海綿新創設計與複合材料整合

循環經濟在海綿複合材料上的落實，除材料替代外，關鍵在於產品設計策略的轉變。其中，「高保溫與輕量化設計」已成為海綿材料的重要發展方向。透過材料結構優化，不僅可降低資源消耗與碳排放，同時提升產品整體機能與應用價值。

在技術層面，透過材料配方優化與發泡結構控制，使海綿在維持彈性與支撐性的同時，具備較低熱傳導率與良好保溫效果，達到性能與資源效率兼具的設計目標。此外，結合高延展性布料與回收材料（如回收聚酯布、回收尼龍及無水染整技術），進一步提升複合材料性能，並符合循環利用與低碳製程需求。在應用上，海棉部之 QS-1 輕量化高保溫海綿為代表案例。透過發泡與配方優化，在維持性能下實現約 30% 輕量化與約 10% 保溫提升，不僅改善穿著舒適性，也降低材料使用量，具體落實減量與資源效率提升之設計目標。

發展趨勢三：製程優化與智慧生產發展

在海綿複合材料製造過程中，從配方混練、發泡、劈片到貼合等各項製程，皆會產生材料耗損與能源消耗，因此製程優化為循環經濟落實的重要環節。透過導入封閉式蒸氣循環系統與潔淨能源設備，使製程熱能得以回收再利用，提升能源使用效率；同時逐步將柴油設備汰換為電動設備，以降低碳排放並改善生產環境品質。

此外，藉由設備升級與製程優化，提升生產穩定性與材料使用效率，減少不必要的耗損與浪費。進一步導入智慧製造技術，將數據化管理延伸至各關鍵製程，透過即時監控與參數整合控制，使製程條件更穩定且具可追溯性，有效降低不良率與邊料產生，進而提升整體生產效率與品質一致性。在材料循環方面，針對製程中產生之海綿邊角料，透過分類與再製技術重新導入材料體系，形成製程內循環機制，進一步提升資源利用效率，實現低碳製造與循環經濟之目標。

循環經濟的效益與未來發展

在循環經濟思維的推動下，海綿材料不僅具備原有的功能性價值，更進一步發展為兼具環境與經濟效益的材料解決方案。透過回收再利用與材料創新，企業得以降低廢棄物處理成本，同時開拓多元應用市場，創造附加價值。

未來，海棉事業部將持續深化以下方向：一、提升生質與回收材料於海綿複合材料中的應用比例。二、強化海綿材料之碳足跡與履歷管理。三、推動跨產業材料整合應用。四、建立海綿產品回收與再製機制。

南良國際 / 織造事業本部 顏廷貴協理 撰稿人：林冠汝副理

掌握國際局勢下的軍事應用商機



近年全球地緣政治快速變動，從烏俄戰爭延續至中東衝突，國際局勢的不確定性已從短期事件轉為長期結構性趨勢。在此背景下，軍事相關供應鏈正重新洗牌，並帶動各類關鍵材料需求穩定成長。對於紡織材料供應商而言，若能精準掌握區域需求差異、供應鏈重組方向，以及產品應用深化的機會，將有機會在高度競爭的市場中取得長期優勢。

首先，在區域市場方面，歐洲與北美仍為軍事需求的核心市場。烏俄戰爭爆發後，歐洲各國大幅提升國防預算，帶動軍需裝備、戰術配件及相關耗材的持續需求。北美市場則因本土製造政策與國防體系成熟，對於高品質、穩定供應的材料要求更為嚴格。在此背景下，「品質穩定性」與「供應可靠度」成為進入主流供應鏈的關鍵門檻。

以我部門黏扣帶產品為例，自戰爭爆發後，AB 同體及塑扣背對背產品開始出現大量且持續的需求。此類產品具備快速固定、重複使用及高耐用性的特性，廣泛應用於軍用裝備整理、線材管理、止血帶及戰術綁定等場景。能夠即時掌握市場需求變化，持續優化產品品質與規格，成功切入歐美市場供應鏈，並透過貿易商體系，將產品導入軍用裝備供應商端，建立穩定出貨模式。隨著中東地區衝突延續，相關需求並未消退，反而形成長期訂單動能。

其次，在新興市場方面，中東與部分亞洲國家逐步提升軍備自主能力，對於成本與供應彈性的要求更為敏感。相較於歐美市場強調規格與認證，新興市場更重視「快速交付」與「客製化能力」。因此，能夠提供彈性規格、短交期與具價格競爭力產品的供應商，將更具優勢。近年亦針對 AB 同體綁帶進行延伸開發，提供客製化加工，滿足多元市場需求，強化整體產品線的應用深度。

總體而言，全球軍事需求已從短期波動轉為中長期趨勢，並帶動材料供應鏈的結構性成長。若能同時掌握區域市場差異、深化產品應用價值，並結合具體可執行的永續策略，將能在此波轉變中建立穩固競爭力。未來關鍵不僅在於「能否供應」，更在於「如何提供更高效率與更具價值的解決方案」，這將是我部門持續成長的核心關鍵。

南良國際 / 特材事業本部 許士榮協理 撰稿人：黃曉彤副理

從材料創新到品牌共創

探討防水透濕膜、TPU 與複合加工材料在戶外、醫療與防護市場的需求成長

前言：半世紀的底蘊，驅動垂直整合的價值轉型

南良國際股份有限公司自 1972 年成立以來，深耕高分子功能性複合材料領域已逾 50 年。面對全球市場對於機能性產品需求的日益提升，南良不單僅是材料供應商，更透過整合上下游產業鏈，建構出完整的垂直供應體系，從基礎的膜材研發到多樣化的貼合製程，在「綠色、創新、智慧製造」的核心願景下，從基礎材料創新走向與客戶「價值共創」的轉型。

核心技術：TPU 薄膜的綠色進化與多元功能

在機能性材料中，TPU (熱塑性聚氨酯) 憑藉其無毒、無溶劑且卓越的物理性能 (如高張力、耐磨、耐低溫)，在環保綠色的議題裡，已成為取代傳統 PVC，當前產業首選的有機高分子聚合物。

• 綠色永續： 響應全球 ESG 趨勢，我們導入了 Susterra® 生質原料，相較石化原料可減少 40% 以上的溫室氣體排放。同時，獲得 GRS (全球回收標準) 的再生膜材認證及 Bluesign 的工廠與產品認證，進一步強化了我們對循環經濟的承諾。

• 多元功能性： 透過研發，南良提供了包括夜光膜、遮光黑膜、環保抗菌膜、無鹵環保型阻燃薄膜等多樣化選擇，滿足不同終端產品的物理性能要求。



>> 續下一頁 >>

南良國際 / 特材事業本部 許士榮協理 撰稿人：黃曉彤副理

從材料創新到品牌共創探討防水透濕膜、TPU 與複合加工材料在戶外、醫療與防護市場的需求成長

市場應用：三大核心領域的深度布局

1. 戶外休閒與水上活動：安全與極致體驗的平衡 - 隨著戶外運動市場成長，客戶對材料的要求已從基礎防水提升至輕量化與氣密安全性。我們的 ENPROTEX® 膜材複合技術廣泛應用於：

• 充氣救生設備： 通過 ISO 認證的救生背心材料，具備高強度貼合與耐磨特性。

• 水上極限運動： 應用於潛水 BC 夾克、充氣船、救生筏與防水背包，利用高週波（RF）或超音波焊接技術取代傳統縫紉，確保 100% 的氣密性與防水效果。

2. 醫療與照護市場：標準化下的專業守護

• 生物相容性保證： 充氣材料通過 ISO 10993 檢測，確保在接觸皮膚時具備安全性與防過敏特性。

• 壓力治療應用： 應用於間歇充氣加壓機（IPC）氣囊、血壓計袖套及防褥瘡氣墊床。透過與微電腦控制系統配合，材料需承受頻繁的充洩氣循環並維持結構穩定。

• 手術環境優化： 醫療級 TPU 薄膜被用於製成手術衣、血漿袋及各種透明傷口敷料，作為有效的細菌屏障。

3. 軍工與個人防護市場：高性能複合材料的堅實防護

• 軍事防護： 在軍工領域，我們的材料主要應用於 「防彈衣內襯防水層」，確保防彈結構在潮濕環境下仍能維持其防彈效能，不因水分滲透而影響物性。

• 防護組件： 此外，高強度 TPU 複合材料亦被應用於軍用充氣自膨脹床墊、水袋以及航海空逃生滑梯等對可靠度要求極高的成品中。

品牌共創：提供 Total Solution 的全面優勢

南良的優勢在於彌補了「薄膜製造」與「下游品牌應用」間的技術落差。我們能依據客戶物性需求，提供 PUR 環保無溶劑貼合、油性高接著強度貼合或 T-Die 淋膜（押出）等多元製程。

• 客製化調整： 精確調整塗層厚度、柔軟度與觸感，縮短開發週期。

• 國際背書： 擁有 bluesign、Oeko-Tex Class I 及 ISO 27001 資訊安全認證，確保產品符合 REACH 與 RoHS 規範，為全球夥伴提供可靠的研發後盾。



結語：持續創新，邁向永續未來

從微觀的分子鏈創新到宏觀的品牌市場開拓，南良國際始終堅持以客戶需求為導向。未來，我們將持續深化在戶外、醫療與防護市場的布局，將高性能材料與環境永續緊密結合，與合作夥伴協同推動產業升級，實現互利共榮。

南良國際 / 特紡事業本部 撰稿人：江圳明協理

【專題一】功能性特殊紡織品的全球市場機會：從材料創新到品牌共創的範式轉移



引言：防護紡織品的「後品牌時代」來臨

在 2026 年的今天，功能性紡織品市場正經歷一場前所未有的「去神話化」過程。長期以來，全球防護市場受限於少數材料巨頭的品牌壟斷，然而從最新的全球產業動態觀察，這種依賴「品牌標籤」換取溢價的模式正在瓦解。取而代之的，是以「精準性能表現」與「品牌深度共創」為核心的新型供應鏈關係。

一、材料主權的重新定義：從「採購品牌」到「定義規格」

過去，採購端往往將品牌材料視為安全的主要通行證，但在於各項成本激增以及中國材料供應鏈萌發的當下，品牌商更看重總持有成本與材料的適配性。

品牌溢價的稀釋與材料中立化：隨著高性能材料供應來源的多元化，不同品牌與級別的纖維在性能上已趨於接近，這使得材料的「獨特性」被稀釋。買方現在更傾向於「品牌中立」的規格比較，優先考慮性能 / 成本比、交期穩定性以及完整的合規資料。

這雖然在市場上增加了更多同業競爭，但也為具備強大複合應用技術的研發型供應商打開了窗口——銷售的不再只是材料的直接應用，而是賣「防護程度的解決方案」。複合技術的微觀演進：未來的競爭不在於單一纖維，而在於「異材質的完美揉合」。以特紡部為例：透過將 UHMWPE（超高分子量聚乙烯）改質、對位芳綸交織，甚至在微觀結構中加入不鏽鋼絲（Steel wire）或玻纖（Glass fiber），能創造出在 A4 至 A6 級別下更輕、更薄、手感更優異的面料。這種「微觀工程」能力，是品牌共創中最核心的合作籌碼。

>> 續下一頁 >>

二、永續發展：從「合規」到「競爭優勢」

循環經濟不再是企業社會責任報告中的點綴，而是進入歐盟等高端市場的入場券，沒了入場券生意不用做。

再生纖維的技術突破：全球領先的供應端已成功展示了含再生成分的芳香族聚烯胺纖維，其物理強度與耐用度已能與原生纖維不相上下。這意味著「環保」不再需要完全犧牲「物性」為代價。

循環回收與認證體系：未來的市場機會在於建立「從廢棄防護服到再生材料」的閉環系統。具備 GRS（全球回收標準）或 ISCC+ 認證的材料，在初期雖然會有一定的溢價，但隨著法規對 PFAS 限用與碳足跡追蹤的強化，這些綠色材料將成為品牌商規避法規風險、提升品牌價值的戰略資產。

三、品牌共創：從「買賣關係」到「技術合夥人」

未來的成功模式在於「品牌共創」。材料商不再是被動地等待訂單，而是主動介入品牌的研發階段「客製化開發」針對品牌特定的應用場景（如特定化學環境、極端高溫或高精密電子組裝），開發專屬的塗層或織造結構。

共同實驗與數據分享： 透過內部的 TDM 測試數據分享，縮短品牌的開發驗證週期，這種深度綁定使得客戶更換供應商的成本極高，我們可以從而獲得穩定長期的夥伴結構。

南良國際 / 特紡事業本部 撰稿人：江圳明協理

【專題二】全球防護與工業市場需求趨勢分析：南良如何透過跨產業應用創造高價值

引言：邊界的消失——防護紡織品的跨界整合

當代功能性紡織品最顯著的趨勢在於「產業邊界的模糊」。原本用於鑽油井的高端防護技術，正出現在極限運動裝備中；原本用於消防服的隔熱技術，正被導入高端戶外應用。南良正處於這場「防護技術民主化」的核心，透過客製化材料，將工業級的保護力轉化為跨產業的高附加價值產品。

一、 全球工業市場：極限防護與極致靈巧的拉鋸

工業市場對材料的需求正朝向「兩極化」發展：

極細針數的技術巔峰：防護針織手套市場正從傳統的 13 針、15 針全面轉向 18 針、21 針甚至 25 針的細針數時代。這背後的邏輯是：工人在自動化程度提高的環境中，需要更精準的手指靈巧度。如何在極薄的面料中嵌入足夠的金屬絲或複合紗線，以達到 ANSI A6 以上的切割防護，是目前技術競爭的白熱化地帶。

多功能複合防護：現代作業環境複雜，單一的防切割已不足夠。市場急需「防切割 + 防震 + 防水 + 防電弧」的四合一方案，透過在針織物表面進行多次浸膠加工 PUR 抗衝擊設計，成功將原本笨重的防護具轉化為「第二層皮膚」般的舒適裝備。

二、 專業運動與戶外市場：由法規與安全事件驅動的新藍海

運動市場正成為功能性面料最活躍的增長點，這往往與「安全規範的更新」緊密相關：

冰球與滑雪的防割革命：隨著職業運動賽事對運動員安全的高度重視，如 NHL 預計強制要求使用護頸，帶動了對超薄、親膚且高切割防護材料（如南良 KEVLAR 複合金屬絲材料）的爆發性需求。這種需求具備「技術含量高、防護能力強」的特性，是傳統工業市場所無法企及的。

極限與狩獵市場的特殊需求：針對狩獵服裝對耐磨性與隱蔽性的雙重需求，南良利用既有的的高性能耐磨材料，結合客製化的塗層技術，在確保耐用度的同時，優化了面料的手感與多元防護性能，這正是高附加價值的具體體現。

三、 極端環境與重工業：針對痛點的深度開發

在消防、電力與冶鐵等特定市場，南良展現了「利基市場開發者」的姿態：

消防與電弧防護：傳統皮革手套正被「芳綸針織物 + 阻燃皮革」的複合結構取代。特紡嘉興廠開發的阻燃、高耐磨矽膠皮料，精準切中了消防手套對耐高溫與靈巧性的平衡需求。

熱輻射防護：在煉鐵重工業中，鋁箔防火複合材料的高阻燃，高反射度與手感是開發重點，我們透過優化鋁貼布的結合力與反射率，不僅提升了防護性能，更解決了傳統鋁箔面料易龜裂、體感僵硬的通病。

四、 全球供應鏈的戰略韌性：地緣政治下的新策略

在關稅壁壘與地緣政治波動的今天，材料供應商的「地理佈局」本身就是一種競爭力，面對美國對特定國家（如印度、中國）的高額關稅挑戰，供應鏈正加速向越南、巴基斯坦、甚至埃及轉移，特紡已經透過多元化的生產基地（如嘉興廠與越南合作體系），能協助品牌客戶進行「全球產能動態調整」，確保供應鏈的韌性，再搭配在地化研發服務，供應商必須具備在主要生產基地（如東南亞）直接提供技術支援與打樣的能力，這種「快速反應機制」是獲取跨國品牌長期信任的基石。

結語：

未來的功能性特殊紡織品市場，將不再是「噸位與價格」的博弈，而是「技術深度、永續價值與跨界想像力」的綜合競賽。我們正從一個材料提供者轉身成為一個「跨界防護技術的領航者」。

我們深信，每一條紗線的創新，背後都是為了保護一個人與家庭。透過多元材料的複合應用技術、再生循環材料、以及跨產業客製化方案的持續投入，我們將在下一個十年的全球防護浪潮中，持續定義「安全」的新標準。

南良國際 / 健康科技製品事業本部 王詩婷協理 撰稿人：宋宜倩專員

轉型浪潮下的共創契機：H&H 以東南亞直播再造電視購物新價值



產業變動下的轉型壓力

在數位轉型與消費行為改變的影響下，電視購物產業正加速調整營運模式。過去仰賴第四台穩定觸及國內消費族群的銷售方式，隨著「剪線潮」興起逐漸鬆動，加上電商與直播平台崛起，以及原物料與物流成本持續上升，使整體市場環境更具挑戰性。但消費需求並未消失，而是轉向更即時、多元的購物方式，也促使品牌重新尋找新的成長動能。

從台灣出發，延伸東南亞直播市場

既有市場穩定的同時，成長動能逐步向外延伸。近年透過直播，將商品帶進東南亞市場，逐漸發展為具規模的銷售模式。H&H 也在過程中，與合作夥伴一邊嘗試與調整，逐步建立運作節奏。

從單品切入，建立跨境銷售基礎

初期以幾項容易被理解的商品切入，如石墨烯機能枕頭、石墨烯溫熱眼罩，以及於第四季導入太赫茲能量元素的機能褲與護膝等產品。因功能明確、使用情境清楚，在直播中更容易被接受，成為跨境銷售的起點。隨著經驗累積，團隊持續優化產品與溝通方式，太赫茲元素的導入亦強化產品差異性，進一步轉化為銷售動能，帶動整體銷售表現。

產品升級：從單品走向完整情境

當銷售逐漸穩定後，產品策略由單品延伸至整體使用情境。今年，導入床包式涼感墊，將產品從「單品」拓展為「組合」，並針對台灣與東南亞床型進行通用尺寸設計，不僅提升整體價值，也讓消費者在選購時擁有更完整的使用體驗。

通路轉化：從尾貨去化到同步銷售

東南亞直播最初作為尾貨去化管道。隨著操作成熟，角色也產生轉變，從輔助銷售已轉為同步推進的重要通路。透過產品策略與直播節奏的調整，不僅提升銷售效率，也讓整體業績結構更加多元，成為成長的重要動能之一。

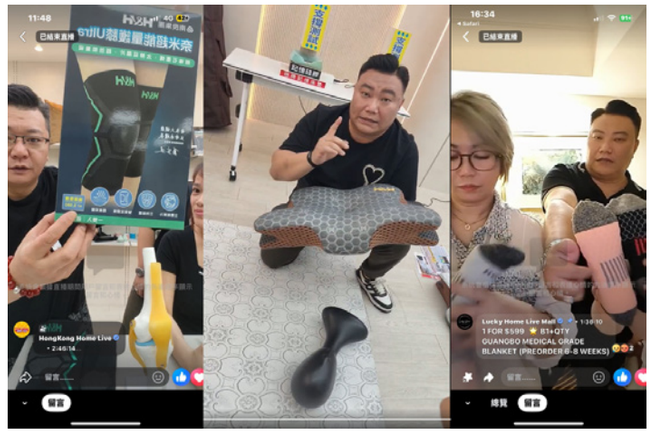
成果展現：業績穩健成長

在 H&H 持續導入新品與推進東南亞直播布局下，2025 年整體業績逆勢成長，創下新高，顯示通路轉型與產品共創策略已逐步發揮成效。

共創模式：打造更適合的銷售路徑

回顧整體發展，這不僅是市場延伸，更是銷售模式的調整。H&H 與合作夥伴在持續互動中，共同找出更適合產品與市場的銷售方式，提升整體效益。

面對產業變動，沒有既定路徑。透過嘗試與修正，從台灣出發，連結東南亞市場，這條結合產品、通路與直播的發展模式正逐步成形，也為未來累積更多可能性。



隨著跨境直播帶動銷售成長，亦吸引當地直播商轉為代理商，由跨境銷售走向在地發貨，逐步發展為線上線下整合的多元通路。當產品與通路持續磨合，所放大的，不只是銷售，更是長期成長的可能性。

南良國際 / 第六事業本部 撰稿人：蕭宇喬協理

全球水上防護市場：從 Neoprene 成品製造到品牌策略夥伴



近年來，全球水上運動市場持續穩定成長，衝浪、潛水、SUP 立槳等活動日益普及，帶動 wetsuit（防寒衣）及相關防護裝備需求快速提升。尤其在歐美、澳洲及亞洲市場，消費者對產品性能、舒適性與環保永續的要求持續提高，使 neoprene 材料技術成為品牌商競爭的核心關鍵。防寒衣不再只是單純訴求保暖，而是結合高彈性、輕量化與環境保護的高性能產品，OEM 製造商也從單純代工，逐步轉型為品牌共同開發的重要夥伴。

在 ESG 趨勢下，品牌商對永續材料的重視程度明顯提升，除了產品性能，更重視原料來源，將永續材料列為產品開發的首要選項。目前新品牌客戶的開發案，皆主力推薦使用南良生質 neoprene 材料 BIO 系列，兼顧高性能表現與環保永續需求，協助品牌客戶提升市場競爭力與 ESG 價值。

東莞南翔長期深耕 neoprene 成品製造，從材料選擇、版型開發到功能測試，皆依品牌需求進行客製化設計，不僅提升產品附加價值，也建立高度信任的供應鏈合作關係。2025 年獲得 Survitec/Hansen Protection 評選為重要供應商之一，作為全球領先的海上救生設備品牌，肯定南翔在品質管理與專業製造上的實力。在產業領域上，南翔更成功延伸至航太防護，成為 Survitec/Hansen Protection 航太配件供應商，展現南翔在高標準專業防護市場的技術與製造能力。

配合南良國際策略主軸朝向高值化發展，南翔重新自我定位，從「水上運動」提升為「個人防護」，從「代工生產」走向「協同開發」，為品牌打造具市場差異化的高性能產品，不僅提升客戶黏著度，也讓南翔從供應商角色提升為解決方案的策略夥伴。未來，全球防護市場將持續朝高性能、低碳化與永續發展，唯有兼具材料創新、成品製造能力與永續思維，才能在國際市場中建立長期競爭力，真正從 OEM 製造走向高價值供應鏈核心。

撰稿人：上海匯良 UDC 阮祥瑋

上海功能性紡織面料展專題報導



2026 年 3 月，上海匯良參加了在上海舉辦的 PERFORMANCE DAYS 功能性面料展。本次參展，我們延續以功能性貼合面料為核心的發展方向，同時結合當前市場對輕量化、舒適性與多場景應用的關注，對產品結構進行了更有針對性的梳理與呈現。相比以往更偏展示廣度的方式，此次我們更強調重點產品的技術表達與應用邏輯，希望讓客戶在短時間內更清晰地理解不同產品之間的差異與價值。

在眾多展出內容中，超細丹尼系列無疑是現場關注度最高的板塊之一。隨著終端品牌對於「極致輕量化」的需求不斷提升，傳統面料在克重與性能之間的平衡逐漸面臨挑戰。針對這一趨勢，我們推出了 7D 面布結合 7μm 功能膜與 7D 底布的三層貼合結構。該結構在極大幅度降低整體重量的同時，依然維持了基礎的防水透濕性能與必要的物理強度，使面料在輕量化與實用性之間取得了相對合理的平衡。從現場回饋來看，這類產品不僅吸引了戶外品牌的關注，也引起了部分輕運動與都市機能品牌的興趣，顯示出其在應用場景上的延展潛力。

撰稿人：上海匯良 UDC 阮祥瑋

上海功能性紡織面料展專題報導

圍繞功能膜技術的升級，我們此次重點展示了基於納米級結構的靜電紡絲微孔防水透濕膜。相較傳統膜材，這類產品通過更細密且均勻的孔徑分佈，使水汽能夠更順暢地排出，同時在手感上也更加柔軟自然。在實際穿著過程中，這種結構能夠更有效地緩解悶熱感，提升整體舒適性。隨著消費者對穿著體驗要求的不斷提高，單純依賴指標參數已難以滿足需求，如何在真實使用場景中實現穩定表現，成為越來越重要的考量因素。靜電紡絲膜正是在這一背景下，提供了一種更貼近實際需求的解決方案。



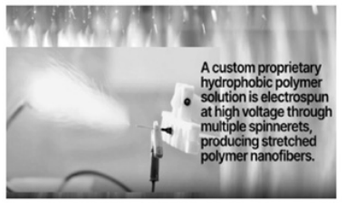
纳米级静电纺丝PU薄膜科技面料
让防护也能呼吸

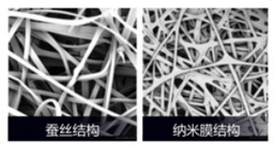
微观结构，带来全新的防护方式

NANOXEED™ 的核心在于其独特的纳米纤维膜结构。

该薄膜通过「静电纺丝技术（Electrospinning）」制造，在电荷环境下将聚合物拉伸形成极细纤维，并叠加形成高性能纳米纤维膜。

这些纤维直径约为人类头发的百分之一，构成高度精密的微观结构。







多角中空纤维科技镂空绒布面料
轻盈透气保暖兼顾

特殊多角中空结构的绒布面料

AERO FLEECE™是应用独特的聚酯纤维材料，具有高度改性的纤维截面结构，所织造而成的绒布面料。

这种纤维的截面由 **多个放射状突起围绕中空纤维结构**组成，形成特殊的立体结构。









除了輕量化與膜技術，本次展會中絨類產品同樣佔據了重要位置。我們在高品質絨布系列上的開發，更多著眼於觸感、保暖性與耐用性的綜合表現。通過對絨面結構的優化以及貼合工藝的調整，使面料在保持柔軟親膚的同時，也具備更穩定的結構表現。這類產品不僅適用于傳統戶外中層，也逐漸被應用於城市通勤與日常功能性服飾中，滿足消費者在不同環境下對於舒適與功能的雙重需求。

與此同時，平織絨布產品則體現了我們在風格與功能融合方面的另一種嘗試。不同于傳統絨布偏柔軟的外觀，這類產品屬於平織面料，使其在視覺上更加挺括俐落，在更好的耐磨性能上，同時又保留了一定的保暖與彈性特性。這種兼具外觀與性能的設計，使其能夠更自然地融入都市機能、商務休閒等多種穿著場景，為品牌在產品開發上提供更多可能性。

從整體市場回饋來看，本次展會的客戶群體依然以行業專業人士為主，溝通內容也更加聚焦。相較過去單純關注價格或基礎性能，客戶更傾向于討論產品的差異化優勢、實際應用表現以及開發的可行性。同時，關於供應鏈穩定性與開發回應速度的討論也明顯增加，這反映出當前市場環境下，品牌在產品規劃上更加謹慎且務實。我們也注意到，功能性與日常穿著之間的界限正在逐漸模糊，面料不僅需要具備明確的性能優勢，也需要在外觀與手感上更貼近消費者的日常需求。

整體而言，本次參展不僅是一次產品展示，更是一次與市場重新對話的過程。通過面對面的交流，我們對客戶需求的變化有了更直觀的理解，也進一步明確了未來開發的重點方向。上海匯良將持續在輕量化材料、功能膜技術以及多場景應用面料上加大投入，通過材料與工藝的不斷整合，提升產品的綜合表現與附加價值。在不斷變化的市場環境中，我們也將保持靈活與開放，推動產品從單一性能導向，向更全面、更貼近實際使用需求的方向發展。

撰稿人：真愛儲能 蕭自強

2026 年日本國際智慧能源週 - 真愛儲能拓展日本市場心得報告





TLE 真愛儲能科技 (股) 公司秉持以尊重生命與愛護環境為目標，響應集團推動「創新整合」，打造高效、安全的儲能解決方案，於這次 3/17~3/19 在日本舉辦的 2026 年日本國際智慧能源週，展示我們儲能設備產品。

2026 年日本國際智慧能源週 (Smart Energy Week 2026) 在東京國際展示場 (Tokyo Big Sight) 盛大舉行，這是亞洲最具影響力的再生能源展，聚焦氫能、太陽能、儲能、智慧電網及淨零碳排技術，匯聚超過 1,600 家參展商，為全球能源轉型與 AI 用電需求提供解決方案。是拓展亞洲能源市場的關鍵平台。

展品特色

這次參展為集團企業第一次在日本國際智慧能源展亮相，我們展示 208kWh 工商型儲能電池櫃，內建電池每顆 16kWh 電池模組，產品特色：**(1) 延長電池壽命，省心更持久：**電池採取低壓並聯模式，分散電流與電壓，提升電池穩定性與壽命，並減少瞬間電流衝擊，達到延長電池壽命。**(2) 降低多重風險，確保運行安全：**採取 48V 低壓系統，降低觸電風險、歐姆熱引發火災風險和直流電弧起火風險，並防止熱擴散。**(3) 不停機維護，操作更便捷：**支持熱插拔功能，模組可在運行中更換，不停機狀況下維護更方便，系統妥善率高達 99.99%。**(4) 即時監測，安全更有保障：**時時監測單體電池的電壓和溫度，配合獨立的 BMS 管理系統，避免熱失控風險，提升整體設備安全。**(5) 靈活擴展，滿足多種需求：**市售電池模組與 PCS(功率轉換器) 相容，支持並聯擴充，靈活應對不同電力需求。**(6) 全方位電池保護，安心使用：**全方位、多層次的電池保護策略與故障措施，確保系統安全，模組故障不影響其他模組運行。

市場觀察與未來趨勢

這是參展觀察到現場的業態趨勢：

1. 光儲合一 (太陽能 + 儲能) 已成為日本市場最主流、最商業化的打包模式

• 展場上太陽能光伏展區，看到很多太陽光電系統直接整合儲能的展示，從住宅屋頂型、商業建築、地面大型電廠案場，都強調「光儲一體化」設計。• 儲能不再僅是備援電力或防災用途，而是核心解決太陽能的間歇性與輸出不穩：白天過剩電力儲存、晚上或低光時釋放，平滑出力曲線、降低併網衝擊、最大化自家消費比例。• 許多太陽能系統整合商或 EPC 業者自己推出或與電池廠商合作，提供包含 PCS、EMS、BMS 的全套光儲解決方案。儲能模組化櫃體、逆變器、能源管理軟體形成緊密生態鏈，其中不乏大陸廠商太陽能加高壓低壓儲能櫃的解決方案。

2. 風儲合一 (風能 + 儲能) 在離岸風電與陸域風場高度標準化

• 風能展區域，離岸風電開發商與整機廠商積極展示風儲混合系統，儲能用來平抑風力波動強風過剩、無風補充，減少電網頻率擾動。• 白天太陽能 + 晚上 / 夜間風力 + 全時段儲能的多能互補展示，風儲整合已成為大型風場的標準配置。

3. 氫能儲能一體再生能源 + 綠氫作為長時 / 季節性儲能的領先方向

• 氫能與燃料電池展是最吸睛的前瞻區域，許多攤位展示完整的「光 / 風 + 電解製氫 + 氫儲存 + 燃料電池發電」閉環系統。• 過剩再生能源中午太陽能高峰或強風期直接供電解槽製綠氫，氫氣作為長時 / 跨季節儲能，補足鋰電池的短時局限；氫再透過燃料電池或燃氣輪機轉電，應用在資料中心、工業園區、重型運輸、偏遠電網等場域。

吸引廠商關注

目前市售所見儲能設備，以高壓串聯儲能設備為主，我們公司展示出低壓並聯儲能設備，優勢在於延長電池壽命、安全性高、降低觸電風險、運行溫度低、可維護性高等吸引日本、中國、菲律賓等國家廠商詢問，甚至來日本的台灣廠都來詢問。此次參展也吸引到當地媒體關注，並對我們公司獨自來日本參加國際智慧能源展感到興趣，與這次帶隊梁羽彤特助進行採訪，採訪中梁特助很高興表示有機會來日本參展，在參展期間客戶對我們公司產品多方詢問，最後表示明年會再次來日本參展，並鼓勵有更多台灣廠商也來參展。

結論

此次參展觀察到，現在儲能系統已完全融入再生能源生態，不再是獨立銷售的硬體，而是成為太陽能、風能、氫能等系統的「核心調節器」，業者之間的合作關係極為緊密，互為客戶與夥伴，整體來說，展場氛圍強烈傳達：日本新能源市場已徹底從「單一技術競爭」轉向「系統整合與多能互補競爭」。成為再生能源專案的關鍵合作夥伴；太陽能 / 風能 / 氫能業者則依賴儲能提升專案穩定性、經濟性與併網可行性。誰能打造出高效、安全、具商業價值的「再生能源 + 儲能調度 + 智慧管理」閉環系統，才是未來贏家。



撰稿人：總管理處 黃惠津

SKY COSMOS 旭泰團隊亮相 2026 台北自行車展

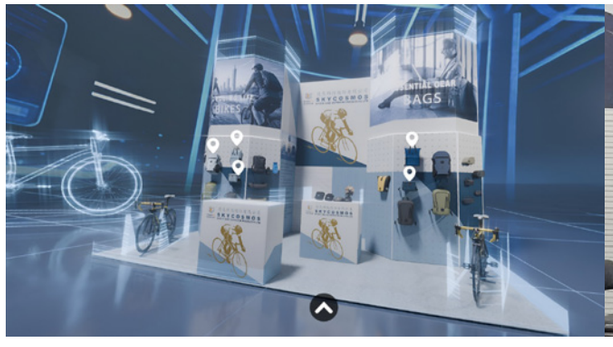
從材料供應走向整合開發，開啟騎行產業新機會

2026 台北國際自行車展圓滿落幕，南良集團旗下 SKY COSMOS 旭泰團隊於本次展會中展現材料整合與應用創新的實力，成功吸引來自全球的品牌商與採購決策者關注，並取得多項具體商機成果。此次參展不僅驗證市場趨勢，更進一步明確南良集團在自行車與戶外應用領域的戰略定位。

精準客群聚焦，展現高質量商機

本次展會來訪客群以品牌商與採購端為主，顯示旭泰包袋產品已成功切入決策鏈核心。從來訪者結構分析可見，具備產品開發需求與實際採購能力的客戶比例明顯提升，代表展出內容具備高度市場對應性與吸引力。

同時，透過現場交流與問卷回饋，團隊掌握到市場需求正持續聚焦於「自行車包、通勤包及功能型產品」，尤其在城市騎行與戶外生活融合的趨勢下，產品應用場景愈發多元。





客戶決策邏輯轉變：從價格導向走向價值導向

展覽觀察顯示，客戶在選擇供應商時，已不再單純以價格為優先考量，而是更重視以下三大關鍵因素：◆設計與開發能力◆品質穩定性◆生產基地配置。

此一轉變清楚反映產業價值鏈的升級，供應商角色正由「製造者」轉型為「整合開發夥伴」。對南良集團而言，這正是其材料研發與複合技術的核心優勢所在，也意味著未來旭泰團隊應持續深化與品牌端的共同開發能力。







創新方向：輕量化 × 永續 × 情境化

在產品創新偏好方面，市場呈現三大明確趨勢：1. 輕量化設計：提升騎行舒適度與效率 2. 永續材料應用：回應國際品牌 ESG 要求 3. 情境化產品提案：強調使用場景與生活風格整合。

南良集團內現有發泡材料、貼合技術與機能布料，具備高度延伸潛力，可進一步整合為系統性解決方案，強化市場差異化。

國際品牌接觸，潛在合作升溫

本次展會亦成功接觸多家國際知名品牌，包括法國電動自行車品牌 Moustache Bikes 與西班牙品牌 ORBEA，此外，美國品牌 ALMSTHRE 亦來台進行供應鏈訪問，與旭泰團隊進行深入交流，討論產品開發與應用方向，為後續合作奠定基礎。

現有客戶深化合作，產品線持續擴展

除新客戶開發外，團隊亦積極與既有合作夥伴深化關係，包括：1. 與 YKK 及布料供應商策略交流 2. 新產品樣品與雨衣開發需求討論 3.U2U 產品延伸設計合作機會。

其中，U2U 產品獲得客戶高度興趣，顯示其在設計與市場應用上的潛力，有望成為未來重要成長動能之一。

展會優化方向：強化體驗與溝通效率

在展會執行面，團隊亦提出具體優化建議，包括：◆燈光調整為自然光色系，提升產品質感呈現 ◆展位動線與空間配置優化，強化視覺焦點 ◆展品組合情境化，提高應用理解度 ◆色彩與產品組合多樣化。這些改善方向將有助於未來展會提升品牌形象與溝通效率。

未來展望：打造城市戶外 Hybrid 產品核心供應商

綜合本次展會成果，SKY COSMOS 將持續聚焦：◆車架包與高機能背包 ◆城市 × 戶外 hybrid 產品 ◆輕量化與永續材料應用 ◆情境式產品整合提案，並透過提升展後追蹤與商機轉換效率，將展會曝光實質轉化為長期合作關係。

2026 台北自行車展不僅是一場產品展示，更是旭泰團隊從材料供應商邁向「解決方案提供者」的重要里程碑。在全球騎行與戶外市場持續成長的趨勢下，隸屬於南良集團的旭泰正以材料科技為核心，逐步建立跨產業應用的競爭優勢，為下一階段成長奠定堅實基礎。

撰稿人：總管理處 吳珮綺

南良集團 2026 年度 CEO 高層聯誼交流活動 精彩花絮



2026 年首屆 CEO 高層聯誼交流活動，不僅是一場難得的聚會，更是一場兼具策略深度與人文溫度的跨事業體對話。由中良事業體主辦、總管理處協辦，本次活動以「軟性交流」為核心精神，讓各事業體總經理與高階主管在輕鬆的氛圍中，真誠分享經營上的挑戰與洞見，進一步促進事業體之間的資源整合與創新思維的激盪，為集團未來競爭力鋪陳更清晰的藍圖！

活動地點選在彰化員林麗禧酒店，並串聯隔日戶外行程——台豐高爾夫俱樂部與成美文化園，將專業交流與身心放鬆巧妙結合。無論是在被譽為「果嶺上的詩意佈局」的球場上揮桿交流，或漫步於擁有「台版兼六園」美譽的文化園區，都讓人於自然與人文交織之中，沉澱思緒、補充能量，為決策思維注入更多靈感。

首先，在專題分享環節，中良特別邀請專精企業併購領域的林欣屏律師，以「輕輕鬆鬆談企業策略投資」為題，深入淺出地剖析企業併購的關鍵架構。從合併、收購、分割等基本型態，到策略投資與財務投資的本質差異（如水平整合與垂直整合），再到實務操作中從洽談、盡職調查到交割的完整流程，皆以系統化脈絡與案例說明，幫助與會者快速掌握核心要點。特別強調「投資後管理」的重要性，點出唯有透過組織、財務與供應鏈的整合，才能真正發揮綜效，轉化為企業長期的競爭優勢。

接著，隨後的交流環節，也是這次交流活動的主要亮點，由中良事業體蕭弘凱執行總經理與葉建華總經理率先分享其全球化戰略佈局與策略投資經驗，在區域發展上，分享透過在中國、印尼、越南等地建立生產與研發據點，藉由策略投資當地深耕多年的合作夥伴，強化製造與品牌開發能力，同時優化全球供應鏈效率。在技術應用上，良丞林殿庸總經理也分享一家英國倫敦的生物科技公司 Epoch Biodesign 的案例，探討利用 AI 設計酵素將紡織廢料回收轉化為高品質尼龍 66 的循環應用，為集團未來材料創新與永續發展提供嶄新方向。

活動中，各事業體總經理也踴躍提出市場與經營上的實際挑戰，現場討論熱烈而具深度。總裁也在 CEO 們交流談論間的時刻抵達了會場，在晚宴期間致詞，肯定此次交流的價值，並強調集團內部應強化合作與支持，凝聚共識、齊心前行。整場晚宴氣氛熱絡融洽，不僅拉近彼此距離，也讓策略交流更具人情溫度。

第二天的戶外行程，則將交流延伸至更自在的場域，分為高爾夫球敘與成美園導覽。我與總處同仁參與成美文化園導覽，園區融合自然景觀與閩客傳統建築之美，處處蘊含文化底蘊。象徵人生哲學的「播夢種子」裝置藝術，展現做人要圓融，處事要方正的意象，接著走到一處整排夢幻浪漫的錫葉藤花廊，錫葉藤的兩面葉片有如砂紙般的粗糙，在傳統工藝上會以葉片將錫器的表面打磨，使之光滑發亮，因此才以「錫葉」作為取名，又名許願藤、祈願藤，新人在戶外舉辦婚禮時，也會用此來灑花，導覽老師也當場示範，將錫葉藤的落葉從高空墜下，會有像螺旋槳往下飛的感覺，相當浪漫也很有趣！

再到歷經百年的茄苳樹下，導覽老師開玩笑說茄冬樹是「不成材」，那是因為其樹幹不適合拿來做建築或家具木材，所以才不會被人砍伐，也正因如此才能長壽長成百年老樹，成為神樹（茄苳公）受到崇拜，守護土地。

>> 續下一頁 >>

撰稿人：總管理處 吳珮綺

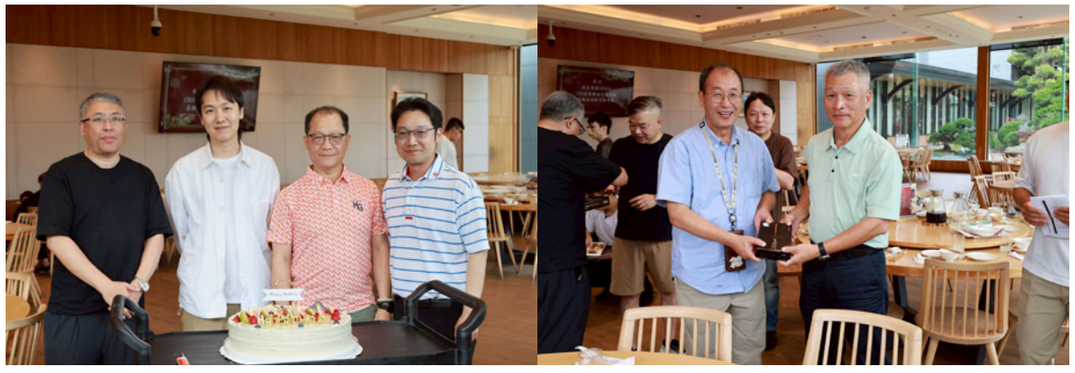
南良集團 2026 年度 CEO 高層聯誼交流活動 精彩花絮



具有寓意深遠的百年三合院「成美公堂」，處處皆有巧思，最令人印象深刻的是壁上寫著大大的組合字，「」(ㄎㄧㄤˇ)，拆解為「孔、孟、好、字」四個字，意旨叮嚀魏家的後代子孫要學好孔孟，也將中庭的那口水井保留完好，時刻提醒著做人需飲水思源，心存感激。這些光明正向的價值觀，也讓參觀的人身歷其境，值得省思。另外，園區內最珍貴的「日本大黑松」也是一大主角，這棵古樹已有 220 年的歷史，此樹幹共有四枝分枝，老師說象徵著魏家四個兄弟團結齊心，也號稱「鎮園之寶」。導覽的過程中，讓人在欣賞景致之餘，也重新思考做人處事的態度與價值傳承的意義。







午餐於園區內的松柏軒庭園景觀餐廳享用，建築外觀融合日式禪風庭園景緻，靜謐且優雅，透過落地窗映入眼簾的枯山水景，宛如一幅流動的山水畫，搭配獨特的中式創意料理相互輝映，讓人在味覺與視覺的雙重享受中，感受片刻的寧靜與美好。隨後總管理處精心安排的高爾夫最強桿數個人獎與團隊獎與慶生橋段，為整體行程增添溫馨與趣味，也讓參與者留下更深刻的回憶。

整體而言，此次 CEO 高層聯誼交流活動，不僅成功搭建跨事業體的溝通橋樑，更讓各單位在交流中看見彼此的優勢與挑戰，凝聚出「資源整合、創新驅動、永續發展」的共同方向。對於集團未來應由分散經營轉向內部資源統籌，並以材料創新與循環經濟作為核心發展策略，達到一致性的認可，唯有差異化的創新及永續能力，才能穩固南良集團在競爭激烈市場上的地位。

對我而言，這不只是一場行程緊湊的活動，更像是一場在「策略與生活之間來回切換」的精彩體驗。一邊在會議中吸收企業併購與全球佈局的關鍵思維，一邊在綠意與人文景致中放慢腳步、重新整理思緒，這樣的節奏反而讓學習更加立體且深刻。特別是在與不同事業體主管的交流過程中，能真實感受到每個決策背後的思考邏輯與經營智慧，也讓人不自覺地打開更多視野。整體而言，這次活動就像是一場兼具「腦力激盪」與「心靈充電」的旅程，在輕鬆與專業之間取得恰到好處的平衡，也讓人期待下一次能再以更開放、更成熟的姿態參與其中，持續在交流中成長。

撰稿人：大健康產業 鄭斯茵

精工修復與永續開創：

民雄日式招待所「屋頂防水」啟動，德元埤荷蘭村「動土升級」典禮隆重舉行，引領觀光新未來



文化與生態地標——嘉義民雄日式招待所與柳營德元埤荷蘭村，近日雙雙迎來重要時刻。民雄日式招待所正式啟動關鍵的「屋頂防水修繕工程」，為歷史建築披上堅固防護；德元埤荷蘭村則盛大舉辦「環境優化工程動土典禮」。這兩項計畫的落實，象徵著觀光發展從「量」的擴張轉向「質」的昇華，為兩地的未來描繪出更具競爭力的宏偉藍圖。

一、民雄日式招待所：以精工守護昭和記憶，確保風華永存

作為全台珍稀的木構造警察招待所建築群，民雄日式招待所承載了百年的歷史脈絡。然而，老舊木構造最畏懼的便是水氣侵蝕。

• **修繕核心：**本次工程聚焦於「屋頂防水體系之全面體檢」。專業匠師將針對老舊灰瓦進行拆卸清理，更換受損嚴重的防水氈與木質夾板，並重新施作高品質防水層。這項工程雖隱而不見，卻是守護古蹟的命脈，確保建物能抵禦強風大雨，延續下一個百年。

• **未來展望與期望：**修繕後的招待所不再只是靜態的古蹟，而是具備「溫度」的文化交會點。未來預計引入更多「職人精神」，在安全無虞的空間內舉辦室內和風茶宴、傳統工藝復刻課程等。當漏水隱憂解除，內部珍貴的榻榻米與檜木結構將獲得最佳保護，讓民眾能真正「沉浸」在純粹的昭和美學中。



二、 德元埤荷蘭村：動土典禮開啟 2.0 時代，翻轉慢活旅遊概念

今日於柳營區舉行的德元埤荷蘭村動土典禮，在地方代表與民眾的見證下，宣告這座充滿歐洲風情的埤塘園區將迎來華麗蛻變。

• **工程重點與轉型：**此次動土標誌著園區基礎設施的全面翻新。計畫包含「全齡化步道系統」的建置，解決過去路面不平與排水不暢的問題；同時，針對廣受歡迎的「露營區」進行水電與衛浴設施的智慧化升級。此外，園區將增設更多「寵物友善空間」與「生態觀察平台」，強化其作為南台灣最佳親水綠洲的定位。

• **深度產業連結與期望：**荷蘭村的未來有著更深層的戰略期望：將其打造成「柳營的客廳」。透過與在地酪農產業的深度結合，園區未來將常態性舉辦鮮乳節與歐式市集，讓遊客不僅是來看風車，更能在此品味最道地的南台灣酪農生活美學。這不僅是場域的升級，更是地方品牌力量的集結。

三、 結語：跨越時空與地理的觀光合奏

這兩項指標工程的同步開展，具備「守舊」與「開新」的雙重意義。民雄日式招待所透過「修繕」強化了歷史厚度；德元埤荷蘭村則透過「動土」擴展了旅遊廣度。

這不僅是一次設施的更新，更是對遊客品質承諾的體現。深切期望，在工程完成後，兩地能形成互補的觀光帶。從民雄的歷史漫步到柳營的水岸休憩，為國內外旅客提供一套融合文化資產、自然生態與在地產業的深度旅遊方案。隨著工程的推進，正一步步將南台灣的觀光實力推向新的高峰，共創一個更具生命力與國際視野的觀光新樣貌。

撰稿人：大健康產業 陳駿億

德元埤荷蘭村持續進化

以恐龍、自駕遊園車、獨木舟與一日遊行程，打造親子旅遊新亮點





近年來，德元埤荷蘭村在既有荷蘭風車、湖畔景觀、草地空間與風車漫舟等特色基礎上，持續思考如何創造更完整的旅遊體驗。對觀光園區而言，遊客需要的不只是拍照景點，更是一段有互動、有記憶點，也願意分享與再訪的遊程。因此，園區近期透過恐龍主題、自駕遊園車、獨木舟、野餐與老牛之家串聯，逐步打造適合親子家庭、年輕族群與團體旅遊的一日遊場域。

恐龍主題的加入，為園區帶來新的親子吸引力。過去遊客來到德元埤荷蘭村，主要以荷蘭風車、湖畔景色、木屐裝置作為拍照記憶點；如今園區多了恐龍元素，讓孩子有了主動探索的理由。對孩子來說，恐龍不只是裝置，而像是一場尋寶任務；對家長而言，孩子願意奔跑、拍照、互動，也自然增加全家人在園區停留的時間。從湖邊、草地到步道旁，每一處恐龍場景都能成為親子合照與社群分享的素材，也讓園區從靜態景觀轉化為更有故事性的親子探索空間。

自駕遊園車則提升了園區遊玩的便利性。德元埤荷蘭村腹地寬廣，步行雖能感受自然慢遊，但對帶著長輩、小孩、寵物，或不想走太遠的遊客來說，自駕遊園車提供了更輕鬆的選擇。遊客可以用自己的節奏遊園，沿途經過風車、湖畔、恐龍拍照點與各式景觀區，不必擔心體力負擔，也能更有效率地完成園區體驗。它不只是交通代步工具，更是創造「全家一起移動、一起找景點、一起拍照」的遊玩記憶。

獨木舟則是德元埤荷蘭村最具辨識度的水域體驗之一。園區以荷蘭風車與湖畔景觀聞名，而獨木舟讓遊客不只是在岸邊看風景，更能真正進入水域，從不同角度欣賞園區。當遊客划著獨木舟靠近風車，水面、天空、風車與岸邊景色交織成獨特畫面，也讓「風車漫舟」成為極具分享性的體驗。對親子旅客來說，這是孩子與家人一起完成的活動；對年輕族群與情侶而言，則是兼具畫面感與儀式感的慢旅行。

除了動態體驗，野餐也是園區重要的休閒特色。德元埤荷蘭村擁有寬廣草地、湖畔景觀與自然樹蔭，很適合家庭鋪上野餐墊，讓孩子在草地上奔跑，大人在一旁放鬆聊天。野餐提供的是一種更慢、更舒服的停留理由，也能延長遊客在園區的時間，進一步帶動餐飲、飲品、冰品與選物商品的消費機會。

鄰近的老牛之家，也讓園區旅遊內容更具地方特色。遊客來到德元埤荷蘭村，不只可以看風車、找恐龍、搭乘自駕遊園車、體驗獨木舟與野餐，也能順遊老牛之家，近距離認識牛隻與柳營酪農文化。這樣的串聯，讓旅遊從單純拍照延伸到親子共學與地方產業認識，也更能展現柳營在地特色。

未來，園區將持續朝一日遊行程包裝發展。遊客可以上午拍攝荷蘭風車、搭乘自駕遊園車找恐龍；中午到總裁食堂．良食所用餐；下午安排風車漫舟獨木舟體驗、草地野餐或下午茶，再順遊老牛之家，最後至伴手禮選物店選購商品。透過這樣的動線安排，園區不再只是短暫停留的景點，而是能讓遊客從早到下午完整體驗的旅遊目的地。

對集團而言，德元埤荷蘭村也是展現品牌精神與場域經營能力的重要窗口。恐龍主題創造話題，自駕遊園車提升便利性，獨木舟強化水域特色，野餐帶來情緒價值，老牛之家補足地方文化，而一日遊行程則將這些元素整合成更具吸引力的旅遊產品。遊客在園區感受到的不只是好拍、好玩，更能透過餐飲服務、特色商品、活動規劃與環境維護，看見集團對觀光場域經營的用心。

德元埤荷蘭村正在一步一步進化。從一座荷蘭風車開始，到湖畔漫舟、恐龍探索、自駕遊園、草地野餐與老牛之家串聯，園區的故事持續延伸。未來，我們期待透過更完整的一日遊規劃，吸引更多家庭、青年、團體與外縣市旅客走進柳營、走進德元埤，也在旅遊過程中認識集團、理解集團，進一步看見集團投入地方、創造體驗價值的努力。

撰稿人：南良通訊編輯部 劉振銘

碳關稅來了，你準備好了嗎？

歐盟 CBAM 全面發威與企業因應之道

歐盟碳邊境調整機制（CBAM）已於 2026 年正式進入徵費階段，對以出口為導向的製造業帶來深遠影響。本文帶您快速掌握機制核心與企業轉型關鍵。

什麼是 CBAM ？

碳邊境調整機制（Carbon Border Adjustment Mechanism，CBAM）是歐盟於「歐洲綠色政綱」框架下推出的重大政策工具。簡而言之，就是一種「碳關稅」——凡是出口特定商品進入歐盟市場的企業，若其生產過程中的碳排放強度高於歐盟標準，就必須購買對應的 CBAM 憑證來補足差額，其價格與歐盟排放交易體系（EU ETS）的碳價掛鉤。

這項機制的核心邏輯在於「防止碳洩漏」——避免歐盟企業因碳成本而喪失競爭力，同時將減碳壓力延伸至全球供應鏈。對台灣、中國、越南等出口導向型製造重鎮而言，這不只是歐洲的事，更是每一家外銷企業必須正視的結構性挑戰。

6
首波涵蓋產業
鋼鐵、鋁、水泥、化肥、電力、氫

€50~€100
目前 EU ETS 碳價區間
（每噸 CO_2，持續波動）

2026
正式徵費元年
過渡期結束，開始課徵

政策推進時程

2023 年 10 月：
過渡期啟動，企業開始申報進口貨品內含碳排放量，暫無課費義務。

2026 年 1 月（正式生效）：
過渡期結束，企業須購買 CBAM 憑證，費用與 EU ETS 碳價連動，「免費配額」同步逐年縮減。

2034 年前：
EU ETS 免費配額完全取消，CBAM 全面適用，範疇預計擴大至更多產業別。

「CBAM 不只是關稅議題，而是供應鏈重塑的起點，無法量化碳排的企業，將面臨被排除在歐洲市場之外的風險。」

對出口企業的衝擊

對直接出口鋼鋁等首波管制商品的企業，CBAM 憑證的購置成本將直接侵蝕利潤空間。但更深遠的影響在於間接層面：即便企業本身不在首波名單內，只要客戶端（如歐洲整車廠、品牌商）承壓，減碳要求便會沿供應鏈向上傳導，形成「碳成本下移」壓力。

此外，碳排放數據的透明度要求也大幅提升。出口商必須能夠精確申報「產品層級」的碳足跡，這對缺乏碳盤查基礎的中小型供應商而言，是短期內最迫切的挑戰。

對紡織業出口企業的衝擊

紡織業目前雖不在 CBAM 首波管制清單之內，但這並不意味著可以置身事外。事實上，紡織供應鏈所受到的壓力，正透過兩條路徑悄然滲入：一是歐盟品牌客戶的直接要求，二是未來擴大適用範圍的政策預期。在直接衝擊面，紡織製程——從紡紗、染整到成衣縫製——高度依賴熱能與電力，碳排放強度普遍偏高。隨著歐盟《生態設計法規》（ESPR）與供應鏈盡職調查指令（CSDDD）相繼生效，歐洲採購商已開始要求供應商提供完整的產品碳足跡（PCF）數據，無法提供者面臨訂單轉移風險。

染整製程碳排成本轉嫁壓力
染整段耗能最高，若碳費成本無法轉嫁，利潤空間將持續受壓，尤其對中下游加工廠影響最直接。

碳足跡申報要求大幅提升
歐盟品牌商要求供應商提供「產品層級碳足跡（PCF）」報告，缺乏盤查基礎的廠商恐失去歐洲訂單資格。

供應鏈碳壓力向上游傳導
即便終端品牌吸收部分碳成本，減碳要求仍會沿供應鏈傳遞至紗線、原料端，形成全鏈條壓力。

CBAM 擴大適用的政策預期
歐盟已明確表示將逐步納入更多產業，紡織業列入時程雖未確定，但提前布局優於被動因應。

>> 續下一頁 >>

知識園地

撰稿人：南良通訊編輯部 劉振銘

碳關稅來了，你準備好了嗎？
歐盟 CBAM 全面發威與企業因應之道

企業因應的四大行動方向

建立碳盤查基礎

依 ISO 14064 或 GHG Protocol 進行範疇一、二、三盤查，掌握產品碳足跡，確保申報數據正確合規。

加速綠電導入

採購再生能源憑證（T-REC/I-REC）或簽訂企業購電協議（CPPA），降低範疇二排放強度。

布局碳交易市場

了解國內碳費制度與國際碳交易機制，評估購買核可碳抵換額度（Carbon Credits）的可行性與成本效益。

深化供應鏈協作

主動與上游供應商合作降碳，確保供應鏈碳排資料可追溯、可驗證，共同承擔歐盟市場準入條件。

台灣的政策對接

台灣環境部已於 2024 年正式開徵碳費，首批費率對高排放製造業適用，並建立碳費專戶用於支持減碳技術與產業轉型。對企業而言，積極參與國內碳費機制、取得碳費減免資格，不只是法規合規，更是在 CBAM 框架下降低出口成本的直接手段——若能證明已在生產端繳納等值碳費，CBAM 憑證購置義務可相應扣除。這也意味著，台灣碳市場的健全發展，與 CBAM 下的出口競爭力之間，存在直接且正向的連結。企業愈早進行碳管理布局，未來承受的制度摩擦成本就愈低。

資料來源：歐盟官方公報（CBAM Regulation EU 2023/956）、環境部碳費相關法規、國際能源署（IEA）報告。