

Better Life



Everlight
Chemical



• LIVE

Better Chemistry
Better Life



林慶宇 副理

永光化學



吳明俊 課長

永光化學

06 後疫情時代，數位行銷新挑戰

08 透過直播，與客戶「近」距離接觸



09 初次線上研討會雖然設備簡單，但靠精彩內容旋即在市場上打響名號。

2020年9月／第50期

Chairman's Note — 董事長的話

04 更用心的化學，更美好的生活 | 陳建信

Contents



Special Report — 特別報導

- 06 後疫情時代，數位行銷新挑戰 | 李佩芸
- 08 透過直播，與客戶「近」距離接觸 | 謝杰修
- 10 網路行銷直播初體驗 | 王熙平
- 11 提供客戶最大的支持 | 曾玉明
- 12 用「嘴」減肥？
我就是用「嘴」減肥 | 李信鴻
- 13 健康向前衝 | 洪榮華



Knowledge & Growth — 充電時刻

- 14 適人適崗 | 梁仁陽
- 15 基層主管的必備技能 | 黃瀚平
- 16 設定目標，承上啟下 | 吳悌嘉



Life & Others — 鮮活什錦

- 17 拉近彼此的距離，桌遊同樂會 | 鍾惠芬
- 18 全通植劇場，植栽攝影活動 | 曾筠傑
- 19 新鮮人——與永光一同成長茁壯 | 陳政銘
新鮮人——面對挑戰，堅持不懈 | 城健豪



封面故事



後疫情時代，直播工具拉近與客戶的距離。

「追求進步創新、發揚人性光輝、增進人類福祉」是永光集團的經營理念。透過《Better Life》的發行，除了傳承企業文化，並與永光集團的同仁、股東及朋友分享願景、重要訊息、成果，以及深刻的永光文化之美。《Better Life》線上閱讀請上 eic.com/quarterly

發行單位 永光集團
發行人 陳建信
編輯顧問 陳偉望 廖明智
總編輯 蔡優澤
主編 孫景雲
編輯委員 曾玉明 劉肇仁
郭銘樂 黃俊才
彭宇泰 柯幸吟

區連絡人
永光 李季珍 黃麗梅 劉玉屏 林利秋 廖敏敏
全通 吳加霖 子公司 孫景雲 發行 孫景雲
地址 106 台北市大安區敦化南路二段 77 號 5 ~ 6 樓
電話 (02) 2706-6006
網址 eic.com e-mail hr@eic.com.tw

編製承印 天恩出版社
地址 10455 台北市中山區松江路 23 號 10 樓
電話 (02) 2515-3551 網址 www.graceph.com
出版日期 2020 年 9 月





更用心的化學，更美好的生活

永光化學品牌承諾的實踐

陳建信董事長2020年7月9日講於「台灣產業用紡織品協會會員大會」

雖然新冠肺炎的疫情仍然在世界各地延燒，持續對全球經濟帶來負面的影響，但此刻的台灣，因為政府正確快速的決策，全國百姓同心的配合，而可以正常出入，照常舉辦各項會議，我們是存著感恩的心，來分享永光同仁們努力的一點成果。

永光化學的品牌承諾是：**Better Chemistry, Better Life. 更用心的化學，更美好的生活。**許下這樣的承諾，要從永光的經營理念談起。永光是以「聖經」所啟示的真理——愛心，作為經營企業的最高哲理，從而孕育出「追求進步創新，發揚人性光輝，增進人類福祉」的經營理念。永光的定位是「提供高品質化學品及服務，與客戶共創價值」，企業願景是「成為對人類有貢獻的高科技化學企業集團」。由此可知，從愛心為出發點，用化學專業知識和產品，對人類社會的幸福做出貢獻，乃是永光存在的目的。

永光於多年前即訂定「十二項經營原則」。其中，「產品選擇」、「環境保護」和「持續改善」，與現今的循環經濟、綠色化學等議題息息相關。2015年訂下更具體的**2020綠金願景：成為永續創新、提供綠色化學解決方案的全球化幸福企業**，作為整個集團努力的方向。其中，以「提供綠色化學解決方案」作為實踐品牌承諾的具體作為，至今已有初步的成果，以下從四個方面來談：

一、落實於日常管理的「循環經濟」

我們認同循環經濟的核心概念：「所謂廢棄物只是未經適度標示的資源」。永光積極進行資源回收再利用，以達成「零排放，零廢棄」為終極的目標。永光推動循環經濟行之有年，為能更有系統地落實執行，2016年成立循環經濟推動委員會，2018年參與工業局「BS8001循環經濟標準輔導案」，獲工業局臉書貼文，作為推廣案例。到2019年永光的廢棄物再利用率，已由70%提升至82%，需送焚化、掩埋的廢棄物僅有18%，可見循環經濟已落在永光的日常管理中。

永光推動循環經濟的案例不勝枚舉。例如：生產A系列染料，需使用高濃度硫酸，反應後產出低濃度稀硫酸。傳統上，這些稀硫酸就被當作廢酸排到廢水池，再以鹼劑中和（一般用石灰，成本最低），產生

大量污泥，再委外處理；生產B系列染料，需使用鐵粉當還原劑，產出的鐵泥也成為廢水池污泥的一部分，都需委外清運。多年前經顧問指導，將稀硫酸與鐵泥混和製成處理廢水用的硫酸亞鐵混凝劑，省下買石灰、硫酸亞鐵及清運污泥的費用，推動初期每年節省超過一千萬元，去年也省了七百多萬元，成效顯著。

二、具體實踐「綠色化學」十二原則

綠色化學是永續化學的一環，也是邁向永續發展的重要環節。永光積極響應「綠色化學之父」耶魯大學Paul Anastas教授，於1991年提出的「綠色化學十二項原則」。

2015年永光就把「提高原子利用率」當作是工廠經營的KPI之一。經過多方努力，於2017年提前達成2020的目標，具體實踐十二項原則中的「發揮最大的原子經濟」。

傳統染料製程在化學合成反應後，需經固液分離、烘乾、粉碎、混合、包裝出貨，程序冗長。永光很早就導入噴霧乾燥製程，取代烘乾粉碎。後又開發R/O逆滲透技術，大幅縮短製程。甚至部分品項，經過精密的條件控制，合成反應後直接以液態產品出貨。每年經濟效益超過2千萬元以上，符合綠色化學的「避免化學衍生物」、「較安全反應條件」及「增加能源效益」等原則。

永光也致力改變包材及回收使用。過去1噸粉態產品需40個紙箱包裝，經與客戶溝通，部分同意改用太空包。一年150噸產品，省下6千個紙箱。同樣地，1噸液態產品需33個塑膠桶包裝，與客戶溝通改用1噸的塑膠桶（One Way Tank）包裝，一年生產1千2百噸產品，約計省下4萬個小塑膠桶，充分符合「避免廢料」的原則。

2019年4月永光化學榮獲環保署第一屆「綠色化學應用及創新獎」；10月政府盛大舉辦「亞太循環經濟論壇」，永光不僅受邀分享循環經濟經驗，也是會前記者會唯一受邀談話的業者。永光推動綠色永續成果斐然，備受各界肯定。

三、運用綠色化學設計「綠色產品」

綠色環保的實力，必須落實到產品的設計上，才



能對客戶使用者帶來正面的影響。永光多年來致力於「綠色產品」的研發和推廣。

數位紡織印花墨水，大幅降低染整業的廢水和能耗。永光自主研發，掌握染料合成到墨水配方所有的技術，為客戶提供全方位的服務。

在棉織物染料方面，近年推出針織布冷壓染（Cold Pad Batch for Knitting）專用反應性染料，與國際知名設備大廠共同推出常溫連續染色，解決了素來「陰陽色」（兩側異色、頭尾異色）的問題，被視為染整界的革命性進展。

去年，永光進一步推出易洗淨、省水節能的Everzol ERC Solution染料套組，可以讓染整製程節省七成的用水和能源消耗。是業界期盼已久的夢幻產品組合。

此外，永光根據綠色化學原則設計出無苯胺（AF-Aniline Free）、無六價鉻（CF-Chromium Free）及不含重金屬（MF-Heavy Metal Free）三個系列的皮革染料，受環保署化學局肯定為「下一世代的皮革用染料」，並且納入大學「綠色產品」教材。

PUR貼合膠和產業用紡織品息息相關，永光投入研發逾13年，推出完全無溶劑、沒有VOC的溼氣反應型聚氨酯貼合膠，具特色的產品，包括：1.全世界首家符合Bluesign®標準；2.耐高溫、耐水洗，可用於醫療用紡織品；3.市面上效能最高耐黃變的PUR。

永光的高分子材料耐候添加劑產品舉世聞名。例如：Eversorb®水性AQ系列是抗UV、耐黃變的保護劑，可運用在各種高分子材料上，曾獲許多單位頒發產品創新獎的肯定。

四、預應未來趨勢打造「綠色工廠」

所謂「綠色工廠」乃經濟部工業局推動的活動，必須符合工業局「清潔生產製程認證」，加上通過內政部「綠建築」的認證，缺一不可。國內推動綠色工廠以電子廠居多，石化大廠也有，但是特用化學廠很少。

永光四個廠區都以綠色工廠為努力的目標。永光二廠、一廠分別於2014、2016年通過清潔生產製程認證，永光四廠持續發展清潔生產製程與環保創新綠色產品，於2018年9月取得綠色工廠認證，永光一廠行政大樓亦於2019年3月取得「舊建築改善類」綠建築標章。

預應未來趨勢潮流，永光持續推動「工業4.0」導入AI資訊科技。除了興建「綠色工廠」，更積極朝向「智慧工廠」邁進，期能以優勢研發與製造能力為核心，推展環保綠能的高科技化學品，逐步落實「綠金願景」。

結論：運用對的化學品，可以讓生活更美好

永光藉由推動循環經濟、運用綠色化學，開發綠色產品，打造綠色工廠，實踐Better Chemistry, Better Life.更用心的化學，更美好的生活的品牌承諾。永光追求進步創新，以滿載的研究熱情，透過不斷的加乘與連結，創造出許許可能的可能。永光以化學專業給予客戶最大支持，協助客戶邁向成功，也為美好的社會，及永續的未來，做出具體貢獻。

我們相信，運用對的化學品，可以讓生活更美好。🌱



後疫情時代，數位行銷新挑戰

特化線上研討會規劃

在短短的一個半月內要完成從來沒做過的直播研討會，在籌備過程中碰到大大小小各式各樣出乎意料的關卡，特化、色料、電化、全通等都協助參與，大家團隊合作共同克服種種關卡……

2020年絕對會是令人印象深刻的一年！自從農曆春節後，各國疫情逐漸升溫，特化營一處的長官同仁們在多次內部討論後，考量到客戶及同仁的人身安全，避免多人在密閉空間內聚集，毅然決然將原本預定舉辦實體研討會取消，改以全新的線上直播研討會Webinar的模式，持續在市場上曝光。且為了可在疫情影響正劇的時刻盡可能搶占先機、爭取客戶的注意力，營業單位大膽提出目標：在3月底就要讓第一場直播上線！接著以兩到三週一次的頻率、連續六次來進行直播技術研討會系列，請特化技術處、策略行銷部同仁一同參與籌備。

跨部門團隊攜手合作，重重關卡一一破解

在短短的一個半月內要完成從來沒做過的直播研討會，聽起來好像不難，想像中不就只是「一個人說、一個人拍」就好了嗎？沒想到「代誌不是憨人想得那麼簡單」啊！在籌備過程中碰到大大小小各式各樣出乎意料的關卡，每天都有不同的難題要破解，稍微列舉最主要的幾項讓大家參考：

一、軟體：該使用什麼軟體來直播呢？

市面上的直播軟體百百種，從最普遍大家都知道Facebook、Youtube等免費的娛樂性平台，到專業型付費的軟體如GoToWebinar, EverWebinar, Webex, Zoom, U簡報等等，各有各的特色及優缺點。我們盤點技術研討會的必要需求如：為過濾競爭者，因此需對報名者進行手動審核、報名頁面需可彈性調整選項、需要同時清晰呈現投影片和講者畫面、需要不只一個講者鏡頭、需要可以容納100至200人聽眾的容量、需要有前端客戶註冊頁面、需要有自動寄發收看連結的功能、需要自動發送會議提醒信的功能、需要有觀眾行為統計的功能、需要有軟體內建的互動工具（比如投票、問答、聊天功能）、需要可自動錄影且錄影影像要能包含投影片、需要中國連線穩定、是否有中文操作介面、最好可以不用下載軟體……等等需求條件。

依照以上列出的種種需求，在三週內密集測試多



▲開播中！

種Webinar軟體，摸索各軟體的不同操作模式、請技術處、業務、中國子公司同仁們共同測試；綜合考量各個軟體的連線穩定性、畫面呈現的專業性、互動功能、軟體操作介面友善程度及整體費用等，最後終於選擇Zoom Webinar來進行特化技術直播使用軟體。

二、硬體設備：除了攝影機之外，還需要什麼呢？

直播現場到底有哪些東西是必要的呢？研究國內外直播主們的推薦器材，並結合目前公司已有的設備，在擷節經費的原則下，攝影棚內基礎搭建：攝影機、影像擷取器、棚燈、收音麥克風、投放講者投影片或主持人大字報用的螢幕。在第二次直播時為了讓播出的影像更有專業性，增設綠幕以增加虛擬背景，讓講者的影像畫面上一直持續有永光化學的logo出現，強化專業形象；第三次直播時再額外以另外一台電腦操作OBS（Open Broadcaster Software）軟體在畫面上加字卡、標示講者姓名、職稱。

為了讓節目更活潑、更吸引觀眾注意力並加深印象，在第五、六場直播時，除播放影片外，講者們也試著攜帶實體樣品到鏡頭前展示；為了可讓微小的樣品也能讓客戶清楚看到特點，我們又試著加設第二個微鏡頭，專門用來拍攝小型樣品：如指甲大小的微型針頭、小試片等。在第七場直播時，講者們更是勇於挑戰，直接在第二鏡頭前做實驗，投影片解說完就直



▲直播影像的進化！

接實做給大家看，讓客戶印象深刻、好評不斷！

三、內容為王：該講什麼內容？

在這個資訊爆炸的時代，所有人都在競逐客戶的時間跟注意力；實體活動中可能還可以用點心餐飲來吸引客戶留下，但線上活動有太多可能的因素造成客戶分心，甚至直接關掉視窗、離開會議，因此如何設計出對客戶有用、能夠解決客戶問題的內容，讓客戶願意花時間停留聽講，才是線上研討會成功的必要因素。在七次的研討會籌備過程中，由技術處講者與業務團隊、策略行銷部同仁多次來回討論，一起設計出針對不同產業的不同議題，並盡可能結合外賓講者的專業，期能達到異業結盟、互相提升的功效。

四、其他重重關卡：

網路速度要多少才足夠？直播時間，該選什麼時間點比較適合？直播節目長度，該多長客戶比較能接受？宣傳該用怎樣的方式最有效率？電子報邀請函內的文宣撰寫方式，怎樣才能最吸引客戶打開？電子報什麼時候寄出會有最高的註冊率？電子報的編排模板怎樣才能兼顧notes系統內呈現及網頁呈現？中國客戶只用微信、不用email要怎麼克服？關卡太多無法一一詳列！為了可讓技術處同仁努力準備的精彩內容能夠被更多觀眾看到，更完美地呈現在觀眾眼前，籌備團隊不厭其煩一一試著找尋參考資料，不斷測試模擬、不斷調整優化！

突破框架，快速因應！

《天下雜誌》在今年4月底，引述經濟學人的專

文〈新冠疫情如何改寫全球經濟規則？〉，介紹疫情過後的三大變局，其中第二個變局即是「誰能快速縮短新科技的適應期，誰就能生存」。在全球延燒的疫情成為推動數位轉型的強制事件，而如何快速適應並應用新科技，就是個人或企業度過難關的關鍵。

從3月底至今，特化已完成七場的線上直播研討會，報名人數從第一場將近兩百位，到第七場已增加至三百多位，上線聽講出席率也一直維持60-70%，遠高於目前市面上行銷類Webinar的平均水位，甚至有多位「鐵粉」客戶場場收看、連續收看6-7場，也主動來信詢問下一場次的時間，同時更吸引長春集團、國際中橡等大型知名企業表達合作直播意願，這些客戶的反饋都讓籌備團隊倍感振奮！

非常感謝特化團隊在今年上半年幾乎全員啟動、大家齊心準備線上直播研討會：在籌備階段，技術處同仁認真用心準備演講內容、揣摩各種橋段以加深客戶印象、多次重複彩排練習以求在鏡頭前有最好的呈現；業務同仁們積極邀約各方客戶、協助參加彩排測試，或擔任各場的主持人，並在直播結束後迅速聯繫參與客戶；在直播結束後的檢討會議，大家也都熱心參與蒐集資訊並提出改善優化的建議。

不僅是特化團隊，還有色料、電化、全通的幾位同仁也協助撥空參與，擔任暗樁之餘也協助提出改善建議，總務及資訊處同仁們協助搞定器材及最玄妙的網路，缺一不可，大家團隊合作共同克服種種關卡，協力突破框架、快速因應！

撰文 | 李佩芸
特化處





透過直播，與客戶「近」距離接觸 特化線上研討會實況報導

初次線上技術研討會，靠精彩內容、緊湊議程，會後觀眾滿意度調查高達9.5分。

2020年的春天爆發了新冠肺炎（COVID-19），許多原本已排定的實體研討會都因為疫情的關係取消，而永光在疫情初期便開始積極地籌備線上技術研討會，再測試過各式Webinar平台之後，最終選擇了對於台灣及中國客戶連線品質最佳的ZOOM軟體，至7月底共計已經完成了七場的線上技術研討會。筆者負責的部分是第一、四場次塗料相關內容的講者及第七場次的線上小編，對於歷經七場後在幕前及幕後的進步有深刻感受。

初試啼聲，以客戶最關心的議題吸引客戶

初次的線上研討會主題為「新冠肺炎衝擊下塗料產業發展趨勢」，由於正值疫情爆發初期，成功創造話題性，吸引了眾多台灣及中國的塗料客戶前來參加，一開始籌備小組也參考了大數據的分析結果，將直播研討會議的時間訂於週四的上午11點，長度60分鐘，每2週進行一次，這是一般民眾對於線上技術研討會參與度最高的時段及時間，也有助於養成客戶上線參加的習慣。

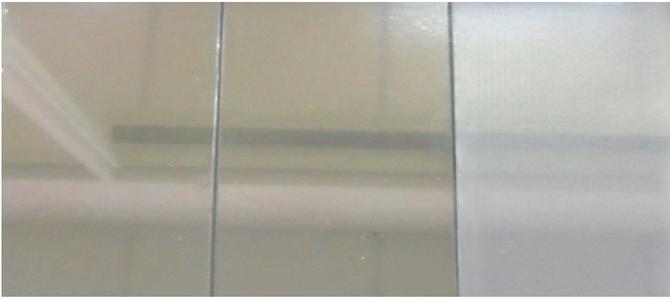
筆者的演講主題是「不只是耐候！水性塗料用抗老化解決方案」，介紹永光特化的產品除了一般塗料客戶所熟知的提升耐候性能以外，還能夠解決其他水性塗料製作時遇到的痛點。筆者過去也有多次參加實體技術講座發表的經驗，但線上研討會並非直接面對實體群眾，而是透過鏡頭進行表現，因此眼神、聲音、表情及手勢更顯得重要，這也是在準備階段花費最多時間的環節。

線上參與的觀眾們，由於很容易地離開研討會，因此吸睛的內容、緊湊的議程是不可或缺的。該場次內容主要表達永光的水性產品在耐候以外的性能，能夠有效地解決使用市售競爭產品的問題，例如曾經有客戶應用為塗佈於玻璃表面的透明水性塗料，添加了市場上的水性競爭產品後，會使整個水性塗膜呈現混濁，大幅影響其外觀，透過永光銷售團隊推薦使用Eversorb®AQ產品之後，既不影響產品外觀，且達到客戶期望的耐候效果。

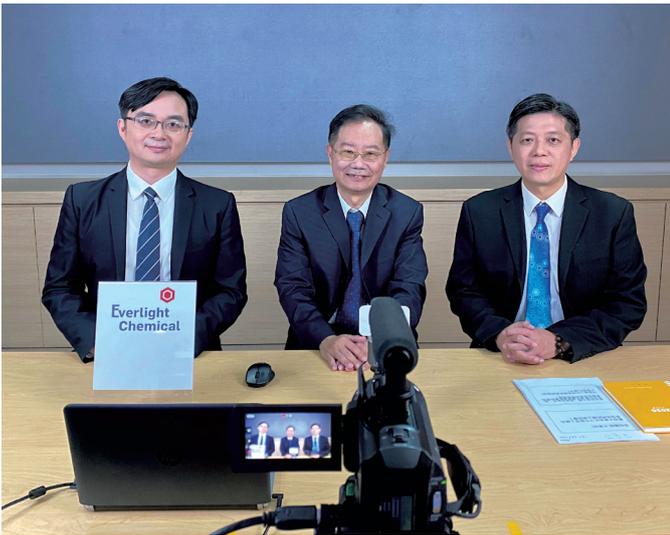
會議後的觀眾問卷調查滿意度高達9.5分，且觀眾平均收看的時間也超過58分鐘，這對於我們第一次的整體表現打了一劑強心針。

場次	日期	主題	外部講者	永光講者	相關產業
一	3/26	新冠肺炎衝擊下的塗料產業發展趨勢	工研院產業學院 鍾明樺老師	謝杰修技術課長	塗料
二	4/9	驅動您的高性能 「工程塑料」耐候檢測及強化關鍵	聯環科技 邱志偉經理	朱孝培技術課長	塑膠
三	4/23	友善環境，始於足下 創新鞋材發展及綠色化學耐候解決方案	鞋技中心 林彥文博士	林慶宇副理	聚氨酯鞋材
四	5/14	後疫時代，超前部署 功能性塗料發展趨勢及加值強化關鍵	工研院產業學院 鍾明樺老師	謝杰修技術課長	塗料
五	5/28	守護家園，密不可分 「建築用密封膠」耐候評價方法及進化祕訣	廣柏實業 林政雄經理	宋宇書副理	接著劑
六	6/18	塑造無限，「烯烴」尊便 精密塑件加速開發及全面耐候強化解析	映通股份有限公司 林建志副總	朱孝培技術課長	密封膠
七	7/13	環保塗料再進化！ 原料助劑全升級，水性無毒更安心	長春集團吳課長 國際中橡李正光博士	賴尹婷工程師	塑膠

▲今年七場的線上直播技術研討會，內容涵蓋塗料、塑膠等民生產業。



▲左為客戶現用塗料，中為使用永光AQ產品，右為使用市售競爭品。



▲初次線上研討會雖然設備簡單，但靠精彩內容旋即在市場上打響名號。



▲使用綠幕更換虛擬背景，提升直播畫面質感。

精益求精，以豐富有趣的呈現方法抓住線上參加者的注意力

經歷了前三場每兩週一次的線上技術研討會後，硬體上由原本一台攝影機、一台電腦，升級為兩台攝影機、三台電腦及可切換至第二現場，也架設了綠幕以更換虛擬背景，另外加上字卡提供講者資訊，提升研討會畫面的質感。在內容安排上，第四場塗料的演講主題是「不只是防護！功能性塗料加值強化祕訣」



▲使用實體感溫變色產品，加深客戶對於實際產品應用的印象。

，功能性塗料分別介紹了耐熱塗料、光觸媒塗料、感溫變色塗料、自修復塗料及建築塗料用的光安定劑，為了讓與會觀眾對功能性塗料印象更深刻，直播時特別加入了實際樣品元素，透過鏡頭讓觀眾看到感溫變色的實體產品，透過溫度改變而產生明顯變色，也瞭解產品確實可以透過功能性塗料來增加附加價值，但實際應用時也確實需要耐候的保護。會議後也收到了許多來自客戶的提問及索樣需求，與客戶共創雙贏。

一般觀眾對於線上研討會與傳統研討會的參與習慣非常不同，線上研討會最好能在70分鐘內結束，也避免有空白時間讓觀眾分心，此外網路連線及畫面與聲音品質也是線上研討會能否留住觀眾的重要因素。最後，會後的聯繫交流也是能為線上研討會整體加分，增加客戶信任感的原因。隨著疫情還未接近尾聲，永光化學將會持續精進，推出內容更加精彩，觀看體驗更加豐富的線上研討會，敬請期待！

撰文 | 謝杰修
特化技術處





網路行銷直播初體驗

全通與南美洲客戶線上研討會報導

新冠肺炎疫情帶來眾多的改變，全通科技也迎接了網路研討會的挑戰，沒有網路行銷經驗的一群人，分享我們如何逐步完成這個不簡單的任務。

4月初，收到了部門主管來信，要聯絡永光特化處的李佩芸副理，請教她如何舉辦一場網路研討會 Webinar。幾天後，李副理已特別製作一個投影片，分享 Webinar 舉辦經驗，我們才對 Webinar 有了初步的認知。

確立方向，踏出第一步

看完特化處舉辦的 Webinar 後，我們首次網路研討會的日期也確定在5月底舉行，至於對象呢？鎖定為南美洲客戶！在思考「要怎麼開始」後，與李副理約了他們彩排的日子進行參觀。在參觀彩排的過程中學到團隊的重要性，成員對工作各司其職，才能解決各式難題，順利演出。

與夥伴一同克服挑戰

首要挑戰為網路研討會的題目與內容。由於 Webinar 是偏向單方向的資訊傳遞，與線上會議不同，若單純只有產品介紹似乎會略顯枯燥。把公司專業形象置入這場 Webinar 便成為我們的優先選項，加上疫情的情勢，我們便決定將題目訂為「Your Best Choice To Get Through The Crisis – TTI」。其中分為兩個部分，「Why TTI is Your Best Choice」與「TTI Ricoh Compatible Color Products」，第一個部分為傳遞公司專業形象，第二部分為產品與技術的資訊分享。



▲與南美洲客戶直播前，廠內同仁彩排。

在投影片講稿的編排與文宣上，為了有別於以往刻板的公司介紹，透過年輕營業同仁的思維，加入了許多有趣的方式來呈現「Why TTI is Your Best Choice」。此外，考慮此次觀眾多為拉丁語系的南美洲客戶，特意將每一張投影片的講稿內容事先用英文撰寫出來，再將講稿交由美國永光營業同仁協助翻譯為西班牙文。文宣上運用 Zoom Webinar 後台的功能如：註冊頁面文案、感謝函等功能，於設計上加入 30週年元素，並在邀請函與宣傳海報上提供多個時區的時間，方便南美洲各地的客戶閱讀。

彩排與檢討

除了南美洲與台灣有約12個小時的時差外，還有當地的網路速度等，都是眾多的不確定因素，事前準備就顯得格外重要。除了一般的私下演練外，亦安排在廠內實際直播一次，包含觀眾註冊、宣傳與邀請函等前置作業都須納入，並邀請長官、同仁實際執行註冊、觀看直播。直播後則立刻蒐集各方意見，整理後由各負責項目的團隊成員進行修改。

網路研討會的直播時間是台灣的晚上12點，於當天早上彩排後，抱著忐忑的心迎接夜晚的到來。於晚上9點公司集合後進行最終排練，確保一切定位。隨著時間接近，客戶也慢慢加入直播現場……

倒數3，2，1……開始！

直播中，還是有遇到預期之外的問題，像是直播開始後，許多客戶才陸續註冊，導致一開始無法順利進入，或是網路的延遲對於投影片的動畫仍會有卡頓的情況。不過先前彩排的經驗累積，讓大部分問題都能迅速排除，讓這場直播順利完成。而結束後，美國永光總經理與同仁的來信感謝，與客戶滿意度問卷的正面回應，讓一切的努力最終都有了收穫。🍀



撰文 | 王熙平
全通科技

提供客戶最大的支持

專訪李政權經理談客戶的夥伴關係

「感謝永光！我們的業績成長很多。」巴西的客戶採用永光的產品、得到永光的協助，而能突破瓶頸，提高市占率，甚至轉型升級，與永光建立起緊密的夥伴關係。

座 落於巴西聖保羅的SL公司，是特化營業處李政權經理最早接觸的客戶。透過當地經銷商引介，2011年5月首度前去拜訪，向該公司技術主管介紹永光的UVA產品，試用半年後正式下單。

為客戶提升市場競爭力

2012年9月，李政權經理和SL公司採購見面，受到熱情接待。「我真心跟你道謝！」採購小姐告訴他，過去購買的產品品質不穩，不時收到生產部門抱怨和客戶申訴。自從改用永光產品，再也沒有不滿的聲音，「我的苦日子終於過去了！」她說。

一年後，李政權經理前去關心銷售情形，採購小姐雀躍地說：「感謝永光！我們的業績成長很多。」該公司規模雖小，因採用永光產品，而能一步步提升市占率和競爭力。

實際上，永光長期推動六標準差，品質穩定，客戶只要依SOP流程生產，就會有好的成果。永光的UVA產品口碑相傳，在巴西市場約占三成，居數一數二的領導地位。

轉型發展高附加值產品

除了SL公司之外，當時李政權經理也造訪另一家跨國企業客戶——XK公司，主動關心市場狀況，該公司化學部門主管告訴他：「我們流失不少業績，成長相當緩慢。」他明白，XK公司失守的江山，正是SL公司擴張的版圖。

對李政權經理來說，左手、右手都是客戶，他一方面為SL的成長高興，一方面也想辦法幫XK公司突破瓶頸，他關切地問：「想不想改善品質？或是開發新的產品？」

由於他負責整個美洲的銷售業務，接觸的客戶、涉獵的產業頗多，見識廣博，且手上握有永光優質的特化產品、豐富的產業資訊和專業的技服團隊，有信心協助XK公司技術升級。

李政權經理向來採取「將NO.3培養成NO.1」的市場操作策略，因為原先NO.1的客戶退居NO.2，一定會想扳回一城，XK公司就是如此。於是，他主動伸出



▲李政權經理與巴西經銷商密切互動，讓「EVERLIGHT」聲名遠播。

友誼的手，和XK公司一起研擬對策，轉型發展更高附加價值的產品，使能持續坐穩全球修補漆寶座地位。

與客戶建立夥伴的關係

多年以後，SL公司的銷售市場不斷坐大，競爭對手祭出降價手法搶生意，「永光不是靠價格銷售，而是提供知識和技術，陪伴客戶成長」，李政權經理熟諳世界大廠的市場操作模式和週期，不在同類產品短兵相接拚價錢，而是推薦更高效能的產品，幫助SL公司提升技術層次，跨入相關的領域，甚至從研發著手，協助開發新產品。

有別於一般廠商和客戶之間，僅止於買賣關係，永光和客戶建立夥伴關係，提供客戶最大的支持。在李政權經理和經銷商共同努力之下，「EVERLIGHT」之名遠播南美，帶給巴西許多客戶與用戶最具信賴的價值。🟢



撰文 | 曾玉明
總經理室



用「嘴」減肥？我就是用「嘴」減肥 減重比賽2.0——想拚第一，下定決心

改變「嘴」的壞習慣，學習飲食與運動；為達到第一名的目標，必須改變長期喜歡美食的「嘴」。

中華文化五千年，幅員遼闊，風俗習慣都存在著差異！中國菜餚的名稱可以說千變萬化。屈原投江歷史掌故衍生的「肉粽」、嫦娥奔月神話傳說的「月餅」、名人食趣蘇東坡的「東坡肉」、還有以菜餚形象來命名的「全家福」、「獅子頭」、「叫化雞」、「龍鳳呈祥」、「鴻門宴」……等，民以食為天，柴米油鹽醬醋茶，無一不與飲食有關，沒錯！我就是以「嘴」為天。

平日食量第一名

我生在一個愛好熱鬧的家庭文化裡；一個喜歡傳統美食的家庭，每逢佳節，家裡總會準備豐盛應景的食物。因好勝心強，從小都喜歡跟人爭第一，當然食量也是，漸漸大家都叫我第一名！中秋烤肉、冬至湯圓、端午肉粽、春節年糕、情人節巧克力，什麼節日都成為我大吃特吃的理由！98公分的腰圍也讓我成為家中的第一名。

立志減重第一名

今年4月，終於等到公司舉辦減重比賽2.0，因為去年參加減重比賽沒有拿到什麼成績，都被朋友嬉笑說我是用「嘴」減肥！內心一直想要雪恥，所以今年我打算拿下第一名，讓他們刮目相看。所以我在「嘴」上功夫做足功課，為了要減出成績、減出自信，我開始從季刊分享、飲食書籍、健身教練去學習飲食與運動，去認識各種食物的熱量、升醣指數、營養價值，去瞭解各種運動消耗的卡路里、注意事項，並全面檢視自己過往的飲食、運動習慣，才驚覺上次比賽朋友說得沒錯，我真的都是用「嘴」減肥。

為了達成減重比賽2.0第一名的殊榮，我去連鎖健身房買了一年會員，做了一個月萬全的心理建設就去報名游泳課、飛輪課、拳擊有氧課程，剛開始每天都有退費的想法，還好健身教練有詳細告知退費規則和一群很棒的家人、朋友給我鼓勵與激勵，讓我擁有很大的衝勁與動力，現在我每天跟著教練燃燒脂肪，揮灑汗水，體力、氣色都上升不少，而我的腰圍卻減得出乎預料的少！向朋友請益之下發現，原來問題還是出在「嘴」上！



▲減重前。

▲減重後。

決心成為第一名「嘴」

從健身教練學到，在減重過程中，飲食占的比重甚至比運動還高，為了減下更多體重與腰圍，我必須立刻改變「嘴」的壞習慣，但在一個熱愛熱鬧與美食的家庭文化中，美食當前要完全不吃，真的很困難，為了要改變大家不良的飲食習慣，我開始把從教練、季刊、書籍那邊學到的健康飲食習慣分享給家人，也告訴大家我想拿到第一名的目標，很開心家人都支持我改變飲食的計畫。所以我們減少端午肉粽的訂單，婉拒中秋烤肉的邀約，取消燒烤、紫米粥的聚餐。要改變長期喜歡美食的「嘴」，真的不容易，所以我們循序漸進，我們買了食譜；學習新的下廚方法，讓食物變得好吃又健康！為了新鮮與選對食材，每天下班繞道去黃昏市場買蔬果。

四個多月來，在這軍營式飲食與高強度運動之下，我的腰圍從98.5降到86.7，體重87公斤降到77公斤，感謝公司舉辦了減重比賽2.0也感謝家人朋友的支持，我會繼續努力讓自己成為貨真價實的第一名「嘴」。



撰文 | 李信鴻
醫藥處

健康向前衝

減重比賽2.0——

享受瘦腰，腰想瘦瘦

曾經我們都幻想過依賴某種食品或藥品，剷除身體多餘的油脂且吃再多食物都不會胖，但……體重計將誠實地告訴你：醒醒吧！

每當收到健檢報告，心裡不禁有些雀躍又帶點緊張。期望每項檢測安全過關，然而，體重這個項目總是那「萬綠叢中一點紅」的瑕疵從未缺席過，體重過重就像甩不掉的口香糖，從求學時期就困擾許久。

脂肪是隱形堆積的

飲食與運動習慣上，我本身並不挑食，也偶爾會去散步、跑步，只是茶餘飯後的零食與手搖飲總是令我難以招架，由於當時的身體並無異狀，對於甜食可能產生的健康疑慮並無強烈意識。就這樣一段時間後，發現腹部、大腿與下巴等部位有些微發福，我單純地認為零食是罪魁禍首，便戒掉零食數月，但體重改善並不如預期。緊接著到冬天，寒冬昇華了體內的怠惰感，讓人更排斥走出戶外，這時體重已漸漸攀升到人生新高87公斤，心想：「是不是體重計壞了呢？看來，真的是該下定決心減重了。」



▲減重、瘦腰前。

▲減重、瘦腰進行中。

健康是值得堅持的

關於減重瘦身的分享在各社群軟體不勝枚舉，這其中不乏少吃多動、減肥代餐、熱量控制及瘦身輔助食品等等。然而，真的要找到適合的減重方式卻有如大海撈針，大部分的瘦身建議甚至輔助食品都嘗試過了，但成效皆不如預期。正當對減重之信心漸消弭之時，2019年公司舉辦減重活動，起初對於此次活動並無過多的期待，但既然參加了就擬定飲食與運動原則：減糖，減澱粉，晚上不吃澱粉，每週慢跑三次以上。此計畫執行約兩個月，體重已減少6公斤，大大增加了我對減重的信心，進而提升行動力，直至年底結算一共瘦了12公斤。堅持總算是值得了，也讓我更明瞭適合自己的減重方法。

總結個人減重策略

飲食調控

考量目前從事靜態工作，優先減少澱粉攝取，晚餐盡量以蔬菜、雞肉、豆腐為主食，至於宵夜、油炸食物、高糖飲料當然得避而遠之。調控過程中亦要注意不應過度飢餓，不但傷身體，也會因此降低代謝，增加減重的難度。該吃的時候要吃，但要吃得對！

適度運動

為提高基礎代謝率，適當搭配有氧與無氧運動是必須的，目前計畫是每週3至5次慢跑，每次30分鐘以上，並搭配滾輪、俯臥撐與彈力繩訓練。

良好的睡眠

睡眠與內分泌對於代謝的影響很常被忽略，目前有關睡眠中產生的瘦體激素對脂肪代謝的研究增多。當您覺得自身的飲食運動已經調適到最佳狀態卻沒有明顯成效，不妨檢視自己的睡眠作息。因此我盡量在晚上12點之前上床睡覺，且睡眠時間一定要達7小時並保持熟睡的狀態。

代謝、恆心都是關鍵

以上的策略所表現的預期成效，必定因每個人的代謝而異，但個人認為大部分的減重方式所把握的重點大同小異，只是計畫執行的方式恰當與否，還有更重要的「恆心」。繼前次執行減重的策略成功，想必得捧場今年的瘦腰活動啦！目前的瘦腰進度與組隊參加的同事們一起努力中，期望能夠再創佳績。🟢



撰文 | 洪榮華
醫藥處



適人適崗

2020年中階以上主管 人力盤點及工作設計 合理化訓練

本次由亞碩張瑞明顧問授課，透過工作分析及合理配置組織人員，使組織決策維持正確及有效，確保企業管理目標具體實現，提高員工工作動機及能力，為企業建立持續性的競爭優勢。

美國科學管理之父Frederick Winslow Taylor先生在其出版《科學管理原理》（The Principles of Scientific Management）一書中提到：「若要對組織進行管理就必須對每一項工作進行研究，並以科學化的選擇及訓練做起，才能提高整個組織的生產力。」透過工作分析收集工作資訊，做好人力盤點及配置妥善的工作設計，讓組織中能達到事得其人、人盡其才的境界。

人力盤點

實施人力盤點的主要目的是追求組織設計合理化、工作設計合理化與人力配置合理化，同時降低人力資源的總成本（薪資、福利、訓練、分攤的固定費用）及提高人力資源的效益（關鍵績效指標〔KPI〕）以達到組織的最適規模（Right-Sizing）。常用局部人力盤點有六項方法：

1. 組織扁平化。
2. 改善作業流程。
3. 貫徹目標管理及績效評核制度。
4. 落實人力資源規劃。
5. 推動工作擴大化及工作豐富化。
6. 作業流程電子化。

同時執行人力盤點時仍需配合的機制有：策略管理（策略地圖及平衡積分卡）／人力資源規劃／工作分析及工作說明書／目標管理及績效評核／職能評鑑／訓練發展／向外安置（轉調、優退、資遣）。最終在人力盤點後，在比對能力供需契合會產生三種結果——向內安置，向外安置，對外求才，以達到人力配置合理化。



▲本課程邀請亞碩張瑞明老師授課。

工作設計合理化

工作設計需包含兩大部分：

1. 工作說明書——含工作細項、任務及職責。
2. 工作規範——詳列執行該工作所需要的知識、技術、能力。有了工作說明書後，可以進行人員配置，接下來將進行工作的定性分析及定量分析，以建立合理化的工作設計。

結語

「員工」與「工作環境」是否契合（fit），對於組織績效影響深遠，往往對於工作環境越契合的員工，工作績效越好、工作滿意度越高並會更常表現出有利於公司的行為。適時及有效的人力盤點及工作設計合理化，能幫助組織創造一個正向循環的工作環境，並吸引有競爭力及合適的人才參與，達到組織、工作、人員三者最佳的契合。

另外，隨著自動化工作流程大幅提升效率的情況正逐漸普遍實現，許多領域的工作模式開始重新設計，以因應數位化趨勢。對於企業而言，除了建置定期組織檢視與人才發展機制外，如何重新設計工作和職務內容以整合新科技，為企業明日發展做妥準備，亦將日趨重要。「適人適崗」是組織規劃的重點目標，面對數位時代來臨，企業需加快腳步靈活應對，帶領人才團隊持續強化組織運作競爭優勢。📍



撰文 | 梁仁陽
特化處

基層主管的必備技能

二廠區 TWI 管理才能提升訓練心得

基層主管是個不容易擔任的職務，惟有透過學習優秀的管理技巧，做起事來才能事半功倍。

在一個組織中，最困難的就是擔任基層主管的職務了，對上有長官交付的重責大任，對下則要處理員工的各種疑難雜症，簡直就像一塊被壓扁的夾心餅乾。很高興人事室安排了這次為期兩天的管理才能提升訓練，讓我們這些基層主管能學到更多更新的管理技巧。



▲葉順興總廠長（前排左四）及華玲鑾講師（前排左五）與基層主管合照。

主管的職責任務

在第一天的課程中，老師首先提到的就是基層主管必備的五種態度：1.空杯心態。2.海綿吸收力。3.保有好奇的心。4.氣氛潤滑劑。5.穿針引線者。

前三項是希望我們永遠懷抱著學習上進的心，不斷地精進自我。後兩項則是在提醒我們，身為一位基層管理者，必須讓單位保持良好的工作氣氛及環境，上級的命令有效佈達，也能及時反映員工的需求。現場管理者的工作使命就是提升產品品質和提高生產效率，老師以活潑的教學，很快地讓我們體會了管理者的角色定位——

- 對上司：能清楚知道經營方針與管理目標。
- 對部屬：指揮工作，執行落實任務。
- 對同事：能溝通傾聽，協調合作。
- 對顧客：滿足需求，保持良好關係。

這些讓我能很快知道我在工作中的定位是什麼，將來才能很快進入狀況，順利完成工作與目標。

工作關係

接下來，老師教導我們這些現場管理者如何建立良好的工作關係，人員問題的發生會有四種類型，分別為預想型、感覺型、挑戰型與惡化型四種，我們每一組都分到了實際的案例，組員集思廣益討論，並以「工作關係問題解決表」來分析這些問題。而華老師也分別對每一組提出了更好的解決辦法，這種上課方式，不是紙上談兵，而是以實際案例來教導我們，這樣將來假如遇到類似案例，也能順利解決。總結員工關係有四個要訣：1.先處理心情。2.再處理事情。3.人際要溝通。4.資源要交流。

傾聽溝通與雙向同理心

我們常常會只顧著傳達指令，而忽略了員工的心情與想法，傾聽實際上也是非常需要技巧的。傾聽有三部曲：1.聽到。2.聽完。3.聽懂，其中以聽懂最為重要，你需要專注地接收，瞭解記憶其內容，再評估你的回饋是什麼。對於表現不好的員工，不要馬上責備，而是使用三明治讚美法，先稱讚對方的優點，再請他適度調整不足之處，最後肯定其整體表現，避免用情緒說話。

同理心並非同情心，同理心分為：1.傾聽：積極、專心察覺對方的情緒。2.辨識：瞭解問題、同情情緒並站在他的立場。3.溝通：經驗分享，參考解決方式而不用強迫的方式。一個優秀團隊裡不可或缺的就是同理心，假如每個人都很冷漠，只顧自己不管其他人，做起事來一定會缺乏效率。建立同理心可以促進圓融的人際關係，使每個人將心比心，團隊會變成一台運轉順暢、有效率的機器。

但可惜這次的TWI管理才能提升訓練只有短短的兩天，以往的上課有時會令人感到枯燥乏味，想打瞌睡，而這次則完全不會，課堂上對於課程內容的回饋都很熱烈且踴躍，教材也都相當實用，提供了很豐富的工具給我們使用。我感到非常意猶未盡，希望之後也能常常舉辦類似的課程，豐富我們的工作技能。🟢



撰文 | 黃瀚平
二廠



設定目標，承上啟下

2020新任主管教育訓練心得分享

領導的風格將影響組織的文化，盡量以牧羊人式領導，而非狼性管理來帶領團隊；部屬成就一切榮耀歸於主管，主管成就一切榮耀歸於團隊。

我在升任精細課副課長前，原本在三廠生技中心擔任工程師，其中一項工作就是訓練新進的生產部同仁，教導他們UVA的基本觀念及實驗試做，大約2至3週後，就會到原單位的現場實習，每個被我「訓練」過後的同仁，都會告訴下個新進同仁說，去生技做實驗的時候，有個女生很兇，要小心一點，不要惹她不開心……

引發思考重於直接教導

一開始的課程，董事長有提到，領導的風格將影響組織的文化，盡量以牧羊人式領導，而非狼性管理來帶領團隊；課程中也有提到，權威並不是不能用，而是要case by case，若太常濫用「權威」，很容易導致團隊被動、缺乏活力、缺乏創意等後遺症，要善用「給方向不給答案」，要引導同仁去感受，引導他去思考，最後引導他去決定，若真的萬不得已的時候再給出建議，堅持原則，開放做法，讓同仁腦力激盪出更多的想法。甚至將責備的話語「換句話說」，將指責轉為表達需要，同時給予同仁鼓勵及肯定，這樣就能得到高士氣、高績效的團隊。

PDCA有效計畫

擔任主管除了要執行原有的工作，同時也要接收突然的任務，這時就要有個完善的計畫，才能將所有事情一一完成，「有正確的目標，才有正確的展開」，首先要確認目標，目標的設定要依SMART原則（Specific：具體的、Measurable：可衡量的、Attainable：可達成的、Relative：有相關的、Time：有期限的），再進行計畫的展開，展開可依循PDCA（Plan：計畫、Do：執行、Check：檢核、Action：修正），進行計畫的相關分析可依5W2H方式，再使用特性要因圖（魚骨圖）進行細部展開計畫，之後再給出應變對策，同時也可激發出相對應的潛在問題、影響、再發對策。在執行計畫的同時，也要時常檢核，工作是否有如期完成？是否有達到既定的目標？

承上啟下

作為主管，對部屬要「事前激勵、事中關懷、事後肯定；少檢核、多關懷、常慶祝」，對上級主管要「先說結論、再說申論」。作為「主管」這個角色最重要的事情，除了要承上啟下外，還要協中，更要滿足客戶。

「部屬成就一切榮耀歸於主管」、「主管成就一切榮耀歸於團隊」用這兩句話勉勵所有主管，能盡自己所能，讓團隊更好。👉



▲陳建信董事長（左三）及廖年明講師（左二）與新任主管合照。



撰文 | 吳悌嘉
三廠

拉近彼此的距離， 桌遊同樂會 噢嗚……狼人殺！

桌遊的發明，讓大家有了放下手機的另一項遊戲新選擇。

現在網路世界發達，大家一有空大多都低頭滑手機，人與人之間的距離也越來越遠。還好有桌遊的發明，讓大家有了放下手機的另一項遊戲選擇。趁著暑假期間，廠區桌遊社安排了一場桌遊同樂會，邀請社員們攜家帶眷地「逗陣」來玩桌遊。桌遊的選擇可以說是各式各樣琳瑯滿目，正在不知要選什麼遊戲來玩時，忽然看到原來門口處就有著大大的排行榜榜單，斗大的字寫著：最受歡迎桌遊第一名「狼人殺」。

跟上流行：天黑請閉眼，狼人請睜眼

最近在電視節目及手機遊戲中，都常常聽到一陣陣的「噢嗚」狼嚎聲，可知這款遊戲受歡迎的程度。在一群少女少男的狼嚎強力推薦下，我們就一群人進入了「狼人」的世界裡，力求生存。從遊戲台詞「天黑請閉眼，狼人請睜眼……」展開序幕。

總體而言，狼人殺的遊戲規則很簡單，每位玩家抽取一張角色牌，依據角色確認自己屬於哪一個陣營（分好人、壞人），再依照角色使用各自技能，想盡辦法、費盡唇舌地讓自己的陣營活下來，便是勝利者。

在遊戲的過程中，每個陣營的人都可以討論戰術，誰要當「隱狼」，誰要出來假裝「預言家」或「好人」出來幫「神職人員」擋刀，都是有可能的；早上天亮，發言的時候，「狼人」極力隱藏自己的身分，「好人」則聽出誰講話有矛盾，再投票「做」掉她。

看似簡單的遊戲，玩起來卻不簡單，你猜不到別人想什麼，常被騙得團團轉，但久了你也能將別人騙倒，這也是遊戲最有趣好玩的地方。

天啊！我的同事變狼人，我的女兒變女巫

遊戲台詞：「天亮了，昨晚5號你被殺了。」「什麼！我被殺了？」那天的桌遊同樂會，大家一同玩起桌遊狼人殺時，當中有永光的同事檔也有親子檔，



▲桌遊同樂會讓我們都笑容滿面！



▲大家一起動動腦，拉近彼此距離。。

每到遊戲結束公開角色時，就會聽見大夥彼此笑罵著說：「原來你是狼人喔！我就是被你殺死的，你給我記住！」「你才是女巫哦？居然被你騙了！」「耶！我們贏了，輸的人學狼叫，哈哈！」過程中固然有勝負，但氣氛絕對是歡樂又愉快的。

一場桌遊同樂會的下午時光，拉近了同事間的距離，也提升了親子間的感情，真是好玩又充滿歡樂，令人好期待下一次的桌遊同樂會哦！

撰文 | 鍾惠芬
財務處



全通植劇場，植栽攝影活動

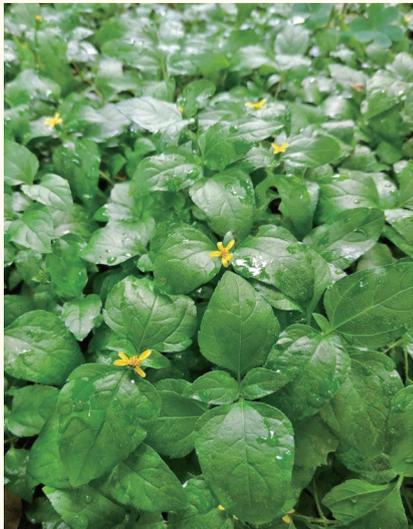
感受植物散發的美屬性，讓想像力充斥後綻放

全通今年舉辦攝影比賽讓全體同仁參與，藉以活絡同仁對公司的連結。

今年全通舉辦了「全通植劇場」：植栽攝影活動，目的是「把廠區周邊植栽當作我們生活中的夥伴」，期望透過同仁的鏡頭，讓大家更進一步認識這些綠色朋友，並捕捉植物之美。評選方式是邀請外部第三方社團評選，評選標準為構圖與技巧30%、視覺創意30%、色彩與美感30%、主體與取材10%。

提升鑑賞力，從大自然開始

起初我開始接觸攝影時，是迷上Fuji Mini 25的拍立得，為什麼會選擇它呢？原因是拍立得有個迷人之處，在於它特別的色彩表現，能將影像拍得生動並充滿美感，除了能立即得到作品，還能在值得紀念的節日使人感到溫暖，如好友結婚時，給雙方父母及新人的留念，直到現在，好友的皮包內還保存著婚宴上老父親牽著她手走紅毯的感人影像，記錄重要嗎？看著這些照片，我感到很開心並欣慰，答案顯而易見，所以後來在重要場合都會用拍立得留念。

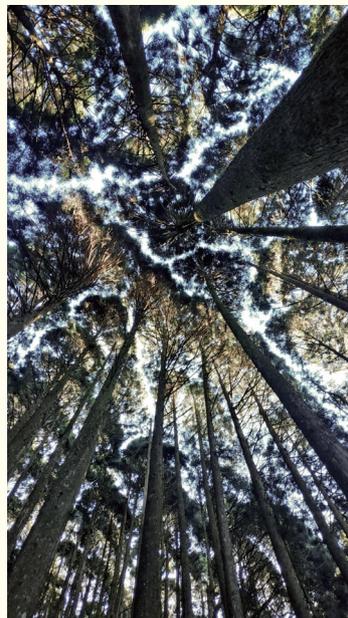


▲本次植劇場得獎作品——金腰箭。

今年公司辦的攝影活動，剛好有機會可以讓我透過攝影，記錄工作環境的景色，也藉由這次的機會，分享大自然的美給更多人知道，但你是否沒有想過，如果沒有了相機，該如何記錄周遭的美？若說最原始也是最厲害的相機，就是你的雙眼，你同意嗎？欣賞周遭事物時的心情很重要，透過雙眼看到的影像可以傳達到內心，有時候，在某些真正感動的時刻，只想用眼睛去記錄這樣的美好。

記錄於當下，成就下一秒

攝影不只是攝影，是對眼前事物觀察後，自我想傳達意念的影像創作。眼界？思維？表達？就讓攝影引發出你我想傳達的感受，並用攝影去創造想像中的世界。透過影像的記錄和分享，提升人們的觀察、感



▲苗栗母親之山——加里山，參天杉木群。

官、想像、創作，使他們對於生活周遭所見做發想，讓有框的影像培育出無框架的思維，讓思維去訴說生命。

透過攝影，越能夠體會大自然所呈現的美，結合跨領域的知識觀，增加你我對於品味的深度，品味是過程後的結果，藉由第三方專家協助、同仁們間的討論，合適地引導讓知識的吸收與品味的提升變得更加有效率。

寧靜地感受，城市森呼吸

「開拓視野，突破萬難，看見世界，貼近彼此，感受生活，這就是生活的目的。」

這段話擷取自《白日夢冒險王》(The Secret Life Of Walter Mitty) 一片；工作如此，生活如此。這部電影我大概已經「三刷」了吧，每回看都有一些些不同的啟發和感受，這部電影或許不是最好的電影，卻是在人生中影響我匪淺的良藥。最後期許你我都能藉由一些體驗，無痕地感受這大自然的美好。



撰文 | 曾筠傑
全通科技

與永光一同成長茁壯

陳政銘 單位：一廠實驗工廠 學歷：文化大學應用化學研究所 興趣：看小說、打電動

加入「永光化學」已滿一年，從剛畢業對未知的未來感到恐懼的小幼苗，到現在成為永光這棵大樹下的一份子，一開始進入新的環境難免緊張、手忙腳亂，但在長官與同仁的耐心與關心下，一點一點地吸收各種專業知識，在未知的領域下慢慢成長茁壯。

在實驗工場接觸到與現場生產息息相關的中試設備，了解到中試實驗發生的任何異常都有可能發生在生產線上，及時的在中試實驗找出問題並排除，可以提前減少危險與失敗的可能性。

在實驗工場也可以接觸到不同產線上需改善的眾多產品，了解其反應機制後參考其他類似的產品，實驗並改善不夠好的地方，不斷重複這個過程，幫助生產線生產合格優良的產品，其中不同的改善都要感謝不同單位同仁們的分享、溝通、合作，找到改善方向與方法，或許並不是每一支產品都會接觸到，但每當有新的問題產生時，就可以參考碰過的產品快速地找

出方案進行改善。在成長期間，能感受到永光的核心理念「正派經營、愛心管理」公司在以誠信、守法的經營方向上，展現出優良的企業文化與形象，在對待員工以公平、公開、安全的狀況下給予員工安心的工作環境，公司同仁之間互相尊重、彼此信任、發揮愛心、鼓勵溝通、真心關懷，對公務上遵守規定、維護運作，以良好的精神品格生產優良的產品，讓我能夠快速地融入永光。

經過一年的吸收成長，慢慢地熟悉基本的原理操作，但在遇到問題時，還沒辦法立刻聯想到類似的產品找到處理方法與反應條件，期望在未來能把基本操作變成習慣，把反應機制變成理所當然，迅速完成公司下達的一切任務，與公司一同成長，在更遙遠的未來成為眾多推手的一部分，讓公司能跳得更高、跑得更遠。🍀



新鮮人

面對挑戰，堅持不懈

城健豪 單位：電化營業處 學歷：淡江大學資訊創新與科技系 興趣：旅遊、籃球、美食

之前在相關產業就有聽客戶說過「永光化學」，大家都說永光化學是一間對員工照顧及對永續發展重視的公司，讓我一直很期望加入永光化學，剛好很幸運地進入到永光化學這個大家庭。

剛進公司時，電化處的長官與同仁們，只要我與他們詢問事情，大家一定熱心協助及指導，尤其是團隊互相幫助方面，不管是上班時間還下班時間，大家都像家人關心生活上或工作是否需要幫助，這點讓我對永光有更多不同的認識。這半年以來，我在前輩的指導下，發現大家對工作都樂在其中，感受到永光核心價值「正派經營，愛心管理」的經營理念，這可以讓我更快地適應工作環境及團隊。整個電化團隊共同努力並達成一個共同目標，每一個環節都非常重要，例如要提供客戶樣品，從內部流程研發資料至樣品的品質管理，到我們營業處提供樣品給客戶，每個環節

都要連貫起來，許多事情需要靠很多人才能完成，很幸運能夠在這個文化裡面與同仁們一起努力工作。

來到永光這段時間，發現還有很多需要加強的地方，希望對於個人工作也能夠更快地勝任，分擔大家的工作量。短期內還必須更加熟悉永光的工作環境及工作模式，期望未來能再增進更多技能來完成主管交辦之事項，提升更多對於化學的專業知識，才能提供客戶最即時的資訊，同時也能持續精進業務能力，調查更多市場資訊及未來的變化，半導體這個市場必須吸收市場知識及觀察客戶的需求，不然很快就會無法跟上市場需求，希望未來可以開拓新的業務市場及配合客戶一起進步，為公司帶來更多的貢獻。🍀



新鮮人



團隊合作共同克服種種關卡，協力突破框架，
快速因應，使直播任務順利完成。

Better Chemistry Better Life
更用心的化學 更美好的生活



**Everlight
Chemical**

臺灣永光化學工業股份有限公司

Everlight Chemical Industrial Corp.

106 台北市大安區敦化南路二段77號5~6樓

5~6F, No.77, Sec. 2, DunHua S. Rd., Taipei 106, Taiwan

TEL : +886-2-2706-6006 FAX : +886-2-2708-1254

<https://ecic.com>



永光季刊電子版