

# Better Life

**IDB** 經濟部工業局  
INDUSTRIAL DEVELOPMENT BUREAU  
MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS



05 永光化學三廠推動循環經濟有成

06 亞洲染料王把業務變網紅



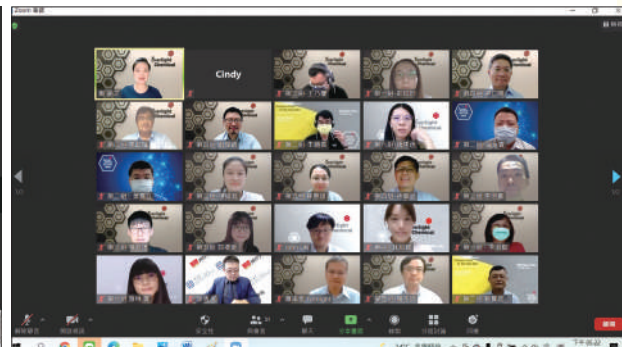
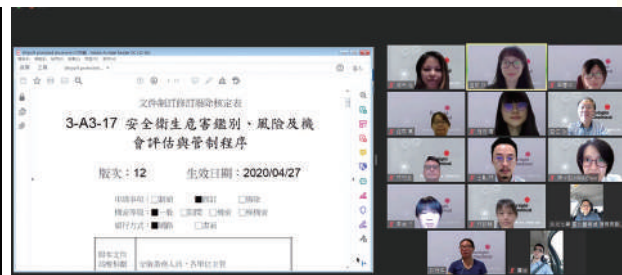
06 永光化學不受疫情影響，透過直播開跨國網路研討會，成功將產品行銷國際。

2021年10月 / 第54期

Contents

**Chairman's Note** — 董事長的話

04 善用線上工具，突破疫情限制 | 陳建信



## Here & Now — 永光快訊

- 05 永光化學三廠推動循環經濟有成 | 徐谷楨
- 06 亞洲染料王把業務變網紅 | 李雅筑

## Special Report — 特別報導

- 08 從紫外線吸收劑切入特化產業 | 曾玉明
- 09 永光來了，就很放心！ | 曾玉明
- 10 2021 Touch Taiwan 展設計發想 | 孫宜敏

## Knowledge & Growth — 充電時刻

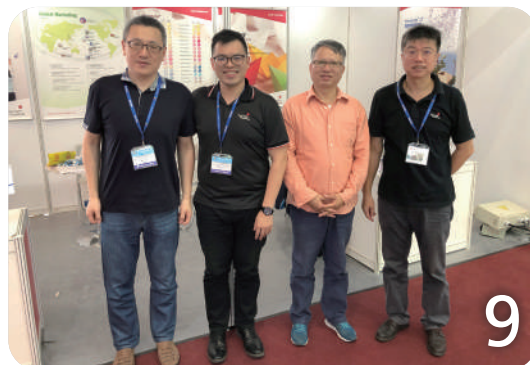
- 11 居家上班與資通訊工具連結 | 詹雅琳
- 12 永光，幸福ㄟ好所在！ | 吳添旺
- 13 培育優秀人才，引領企業成長 | 洪家成
- 14 網路行銷實務課程分享 | 王乃慶

## Life & Others — 鮮活什錦

- 15 2021 疫情下的我們 | 唐偉誠
- 16 開始人生新分頁 | 蔡源溪
- 17 你的小跟班——肩頸痠痛 | 林淑茹
- 18 宣教 25 年，傳揚基督之愛 | 曾美蓉



8



9



15



16

封面故事



台灣永光以「紫外線吸收劑、光安定劑」獲得「循環經濟成果獎」，本公司陳偉望總經理接受工業局局長呂正華頒獎表揚。

「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 <https://www.ecic.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  
黃俊才 郭銘樂  
彭宇泰 劉正雄

區連絡人  
永光 李季珍 黃麗梅 劉玉屏 楊晉豪 廖敏敏  
全通 徐富光 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 ecic.com e-mail hr@ecic.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 2021 年 10 月





## 善用線上工具，突破疫情限制

**大**應疫情，從5月開始，公司的月會改在線上舉行，每次都進行得非常順利。因為少了換場的環節，加上講者的時間控制得宜，甚至都比預定的時間提前結束。最近我有機會參加幾場外面舉辦的網路直播線上研討會，我才發現，線上研討會能夠一鏡到底、順利完成，絕不是理所當然的。通常，不是講者的影像、聲音出不來，就是無法控制簡報，流程很不順暢，幾乎都比預定的時間延長。我們能夠享受比預期順利的線上月會，主要是有一群同仁提早預備，會前不斷演練的結果，我們享受成果，必須心存感恩。

永光善用科技媒體的能力，已經逐漸發光發熱。7月中，永光的網路直播、行銷經驗，登上《商業周刊》（1757期）的封面故事，很多同業好友看了報導，不斷向我打聽，希望前來學習觀摩，汲取我們的成功經驗。

最近我參加工廠半年一次的理級主管工作報告。其中，技服團隊第一手的經驗分享，我聽了很興奮，也很感動。過去，技服團隊都會出差去為廠商、代理商解決問題、做產品介紹等。一年多以來，因為疫情

關係無法出國，轉而運用線上工具服務廠商，反而比以前展現更好的成果。例如，過去技服同仁前去廠商拜訪時，大多只能見到現場人員和主管，較少機會和研發人員，或是高階主管交流。但是疫情期間，因為我們善用網路工具，配合客戶的要求，即使是下班時間，也配合客戶舉行視訊會議，客戶端也因為無法出差，許多高階主管及研發人員也會一起參與我們的技術研討會，讓我們充分展現出技服的能量，與世界各地的客戶建立更緊密的關係。

除了線上月會、網路直播，我們也將數位科技運用在教育訓練、新產品推廣、網路展覽，甚至規劃建立永久性、長期性屬於自己的線上展覽館；很多規劃都在持續進行中。有這樣的成果，要歸功於很多同仁勇於在錯誤中嘗試、積極探索新知，而能走得比別人快、比別人好。

我們希望能夠成長，我們需要突破；我們想要突破，就必須要改變。

華倫·巴菲特說：「成長，就是做你沒做過的事；突破，就是做你不敢做的事；改變，就是做你不願意做的事。」



# 永光化學三廠推動循環經濟有成 提高原子利用率，打造綠色產業供應鏈

9月1日，陳偉望總經理代表公司接受台灣化學產業協會（TCIA）「循環經濟成果獎」頒獎表揚。本文為《經濟日報》記者徐谷楨的報導內容。

台灣化學產業高峰論壇暨數位展會開幕日，永光化學總經理陳偉望代表公司接受台灣化學產業協會（TCIA）「循環經濟成果獎」表揚。永光化學位於桃園市觀音區的第三廠，因持續改善製程、提高原子利用率、打造綠色產業供應鏈、減少廢棄原料，效益達8,800萬元，以此獲獎。

永光化學第三廠負責生產紫外線吸收劑及光安定劑，藉由推動循環經濟，每年減少廢棄原料5,400噸、溶劑揮發和廢水污染750噸、製程用水6千噸，與外部企業進行能源循環4萬噸、原料循環資源450噸、廢棄鐵桶包材8千個，創造高達8,800萬元的財務效益。

永光化學三廠副廠長王一明受邀在論壇中分享達成上述成果的執行面。他提到，永光化學設立了循環經濟推動委員會，由總經理陳偉望親自擔任主委，副主委為工廠副總經理。委員會下設有技術、生產、產業合作及法規、效益評估各組，半年開會一次，報告及檢討執行成果、修正循環經濟各項目標。

王一明指出，循環經濟由產業面、企業端、供應鏈三個「齒輪」共同推動——不同產業間可透過工業循環及生物循環的搭配，互相合作；企業則從產品生命周期的生產、消費、使用後不同階段，實踐循環經濟；公司能與上游供應商、下游客戶、研發、採購共



▲永光化學獲頒「循環經濟成果獎」。圖／TCIA提供

同商議討論，找出可行方案，創造雙贏及多贏。

永光化學三廠在材料選擇、產品設計、製造生產、原物料處理各個環節，積極落實上述循環經濟策略，透過「回收再利用、改質再利用、純化售回供應商、轉為新商品」四大方式，將資源循環再使用達到最高效益，朝「零廢棄」目標努力。

王一明舉例，錐形乾燥機的甲醇回收系統優化後，永光三廠一年減少甲醇耗用100噸；將製程廢水分類回收到適當的製程使用，每年減少3,000噸的製程用水；稀磷酸做成磷酸鹽回銷給供應商或給集團使用，減少年採購量900噸，等於省下540萬元。

「台灣化學產業高峰論壇暨數位展會」是台灣化學業界年度盛會，今年主題訂為「永續發展領趨勢，化學材料創新機」，首次嘗試線上論壇與數位展會，永光化學也是主要展商。



▲永光化學三廠副廠長王一明，線上分享循環經濟成果。圖／徐谷楨

撰文 | 徐谷楨 經濟日報





# 亞洲染料王把業務變網紅 永光從斷線大混亂到瞄準 8 國辦研討會

永光化學不受疫情影響，透過直播開跨國網路研討會，成功將產品行銷國際。本文為《商業周刊》第1757期報導內容，經授權同意轉載。

「\_\_\_\_\_開始說要說直播，大家很shock（驚訝）：『什麼！我們要在鏡頭前叫賣，這罐多少錢嗎？』」回憶起直播歷程，一名永光化學的員工坦言，起初所有人都充滿恐懼。

它是亞洲最大染料廠永光化學，去年營收逾七十七億元，其中的第二大事業處特用化學，生產高分子抗老化添加劑，最大宗的應用是各式塗料，避免受紫外線破壞，就連在迪士尼樂園所使用的保護漆，也添加其產品。

由於產品特殊且需要長期測試，多年來，業務靠著登門拜訪和展會等場合，與客戶連結，溝通一年到兩年才簽約，是常有的事。

但疫情後，活動停擺，他們卻連續舉辦跨國直播研討會，動員超過十五名技術人員、業務和行銷，起初半年內每兩週就和客戶開播介紹最新產品，更跨出海外到中國、越南等地，開播介紹最新產品，最多同時三百位客戶在線，出席率近七成，是平均大型線上研討會的兩倍。

這成績，吸引供應鏈廠商的長春集團、國際中橡加入直播，成為該產業創舉。不僅如此，7月底，永光更將針對東南亞八國，包含越南、新加坡和紐澳等地辦研討會，聘請三名即席口譯員，打造國際級的直播秀。

## 工具、時間、邀請函處處學問 用投票破冰，再設計爆點留住客戶

從曾經直播時斷線三十秒，現場陷入混亂，到現在，總部擁有專業直播間，員工變身直播主、打光師、導播員，這家傳產是如何改變？

「起初做直播，筆路藍縷……，我們一直思考，怎麼彌補客戶的心理落差。」永光化學總經理陳偉望坦言，過去該公司數位化程度不足，去年初發生疫情，他們將原本從北到南的實體活動砍掉，改為直播，沒想到，比想像中還難。

這一路，一步步從直播的細節，理解客戶痛點，



建立信任感。

事前，光是用什麼工具，就產生辯論。有人提議用臉書，能觸及最多人，但有人提醒，臉書是私領域空間，反而會降低客戶上線意願。對此，他們羅列數十種工具的優缺點，包含投票、統計、留言等，決定採行Zoom Webinar。

連舉辦時間、邀請函發送等，處處都學問。有次，他們早上八點發送邀請函，另一次是下午一點，相比之下，報名人次竟差了十倍。他們學到，得設身處地思考客戶的工作習慣。

在設計直播時，技術和業務員體認到，重點不是忙著介紹產品，而是在螢幕前展演，解決客戶疑問。永光化學特化技術服務處課長謝杰修解釋，做直播，最難的是把客戶留在線上，得要透過各種爆點，才能讓溝通不斷線。

對此，直播時，他們先用互動投票來破冰，比方說，請大家填寫製作保護漆的最大難題，接著透過後台統計，展現數據結果，拉近彼此距離。之後才進入正題，分享新技術，並搭配做實驗的橋段，在鏡頭前像是

購物台頻道的主持人一樣，實際展現出產品的功效。

難道不會有人抗拒嗎？他們說，這是循序漸進的過程，尤其，當有主管比你還認真，員工也看見公司的決心。比如，就有一名主管主動當起監看員，他站在客戶視角，一步步調整直播主在幾分幾秒的動作、手勢和語調，就連眼神，也都不放過。

## 不僅是行銷，也是管理創新 追蹤員工表現、全球代理商都有依據

對永光來說，直播帶來的，不僅是行銷的新管道，更是管理上的創新。

相較在實體活動，業務各憑本事，很難經驗傳承，但透過直播，能看見每個直播主上線的表现、同時觀看人數、哪個橋段最受歡迎；另一面，每位客戶的登入時間、在哪個地方停留、停留多久時間，統統一覽無遺。

「這是很重要的追蹤工具，除了能清楚員工表現，後續的客戶服務也能有所依據。」永光化學特化事業處副總經理蔡光豐解釋，如今，直播成為教育訓練的素材，所有影片都上了不同語言的字幕，發送到

全球，讓管理代理商更加便利。

回顧近一年，陳偉望說，直播在疫情間穩住部分業績，更關鍵的是打開數位想像力，現在的他，天天和團隊思考怎麼讓直播更好玩，「如何在直播，讓客戶間能彼此認識和串聯，這未來有太多可能性了！」

## 5數據揭露： 何時直播、寄信最高效

1. 論壇在星期四舉辦最優
2. 論壇時間早上10點或11點最佳
3. 大型論壇最好1小時內結束
4. 宣傳用Email最佳，2週前起跑
5. 星期二宣傳最適合

資料來源：GoToWebinar-The Big Book of Webinar Stats

整理：李雅筑



永光化學的法規員、業務員從一開始的恐懼、抗拒，到主動在公司直播間上線開直播研討會，不僅在鏡頭前做實驗，還能即時回答客戶疑問。

播，沒想到，比如擊掌中選。這一路，一步從直播的細節，到客戶痛點，建立信任感。

事前，光是用什麼工具，就產生強烈的效果，光運用什麼工具，就產生強烈的效果。

難道不會有人抗拒嗎？他們說，這是循序漸進的過程，尤其，當有主管比你還認真，員工也看見公司的決心。

比如，就有一名主管主動當起監看員，他站在客戶視角，一步步調整直播主在幾分幾秒的動作、手勢和語調，就連眼神，也都不放過。

不僅是行銷，也是管理創新。追蹤員工表現、全球代理商都有依據。

對永光來說，直播帶來的，不僅是行銷的新管道，更是管理上的創新。

相較在實體活動，業務各憑本事，很難經驗傳承，但透過直播，能看見每個直播主上線的表现、同時觀看人數、哪個橋段最受歡迎；另一面，每位客戶的登入時間、在哪個地方停留、停留多久時間，統統一覽無遺。

「這是很重要的追蹤工具，除了能清楚員工表現，後續的客戶服務也能有所依據。」永光化學特化事業處副總經理蔡光豐解釋，如今，直播成為教育訓練的素材，所有影片都上了不同語言的字幕，發送到

開始說要開直播，大家眼裏「(一) 幹」：「什麼！我們要在鏡頭前叫賣，這難多少錢嗎？」「回應直播廣播，一名永光化學的員工坦言，起初所有人都充滿疑慮。」

「這亞洲最大染料廠永光化學，去年營收達十七億元，其中的第一大事業是特用化學，生產高分子抗老化添加劑，最大宗的應用是各式塗料，避免受紫外線破壞，就連在塗料業開關所使用的保護漆，也涉及其產品。」

由於產品特殊且需要長期測試，多年來，業務員靠著高門拜訪和聚會等場合，與客戶溝通，溝通一年到兩年才簽約，是常有的事。

但疫情後，活動停擺，他們卻連舉辦研討會直播研討會，動員超過十五名技術人員、業務員行銷，起初半年內每兩週就與客戶開會介紹最新產品，更將海外到中國、越南等地，開辦介紹最新產品，最多同時三百位客戶在線，出席率近七成，是平均大型線上研討會的兩倍。

這成績，吸引供應總代理商的共登集團，工具、時間、邀請函處處尋問。

從管理直播到斷線二十秒，現場陷入混亂。到現在，總部擁有專業直播間，員工變身直播主，打光師、導播員，這套操作是怎麼改變的？

「起初做直播，單純記錄……我們一直思考，怎麼讓客戶的心理落差。」永光化學總經理陳偉望坦言，過去該公司數位化程度不足，去年初發生疫情，他們將原本從北到南的實體活動欲拉，改為直

### 5數據揭露： 何時直播、寄信最高效

- 1.論壇在星期四舉辦最優
- 2.論壇時間早上10點或11點最佳
- 3.大型論壇最好1小時內結束
- 4.宣傳用Email最佳，2週前起跑
- 5.星期二宣傳最適合

資料來源：GoToWebinar-The Big Book of Webinar Stats  
整理：李雅筑

## 永光》從斷線大混亂到精準8國辦研討會 亞洲染料王把業務變網紅 連星期幾直播也講究

文章 李雅筑



# 從紫外線吸收劑切入特化產業 Eversorb® 開發與三廠興建始末

永光於1986年自美國引進UVA技術，靠著團隊合作，共同克服研發、生產等諸多難題。1994年三廠順利完工生產，開啟永光邁向多角化經營的新里程碑。

1980年代中期，台灣經濟走向低成長，面臨工業轉型期，時任董事長的陳定川榮譽董事長（以下簡稱榮董）體認到，唯有提升企業能力，才能迎接工業升級的挑戰，在追求進步創新的經營理念下，帶領永光開發更高級的技術，生產更高附加價值的產品，以維持企業競爭力。

## 因應塑膠產業開發UVA產品

1985年，榮董赴美業務考察，順道拜訪任職美國巴斯夫（BASF）的陳武彥博士，請教他適合永光發展的新產業，得知紫外線吸收劑（UV Absorber，以下簡稱UVA）是特殊精密化學品，比染料更進一級，對人類有很大的貢獻，其市場需求逐年增加，深具發展潛力。

當時，台灣繼紡織產業後，興起塑膠產業。UVA主要應用於塑膠製品、塗料等，屬技術、資本密集產業，是工業局大力推廣的新技術，也是政府重點發展的十大新興產業項目之一。榮董考量，投資此技術，完全符合永光「配合政府經濟政策，增加國家經濟力量」的創立宗旨及「增進人類福祉」的經營理念。經市場調查及審慎評估，決定從UVA切入特化產業。

1986年，永光向陳武彥博士引進兩支UVA產品技術，從UVA-12和UVA-71光安定劑技術著手，投入研發資源，進行產品開發。UVA研發處經過長時間的研發及測試，不斷改良與突破，1989年，於一廠開始少量生產，逐漸打開UVA市場。

## 斥巨資興建三廠歷時多年完成

1991年，向工業局申請建廠用地。1992年購買觀音工業區土地5,883坪，並獲台灣省建設廳核准興建三廠，同年成立特用化學事業處。1993年，公司確定以「高科技化學品產業」邁入21世紀，不惜斥巨資興建三廠，奠基開工，由首任廠長蘇清鑑領軍的籌建小組及一、二廠相關部門支援配合建廠工作。

建廠過程中，永光自歐洲著名廠商引進自動化機器設備，所有設施兼顧工業安全及環保，請工研



▲永光三廠於1993年奠基開工，圖為奠基禮拜。

院協助裝置完成。1994年年底，一座現代化的特用化學品工廠順利完工，由榮董按鈕啟動反應器後，展開投料試車，開啟永光的新里程碑。



▲1994年，三廠完成A、B、C三棟及廢水池、焚化爐等設施。

榮董勉勵同仁，三廠建廠成功，使公司擴大經營領域，也使我國化學工業在世界的地位得以提升，這是我們對國家社會的貢獻，也是一種榮譽。

## 跨出多角化經營路線的第一步

UVA的技術難度極高，當時僅有歐、美、日等先進國家的少數知名廠商生產。永光的同仁能夠在艱辛的環境中，同甘共苦，發揮團隊精神，在短短數年間推出媲美先進國家的UVA產品，是我國精密化學工業的一大進展。

三廠的產能，以世界上特用化學品的產量來說，算是大廠。三廠量產UVA成功，為永光多角化經營路線跨出第一步，持續朝向成為世界級化學公司的目標前進。

撰文 | 曾玉明 總經理室





# 永光來了，就很放心！

## 專訪王乃慶副課長談紙用染料

帶著滿腔的熱情進入紙用染料技服領域，王乃慶自行設計紙用染料DM，希望能盡最大努力做推廣，不斷累積專業能力為廠商服務，將永光現有產品發展到最大化。

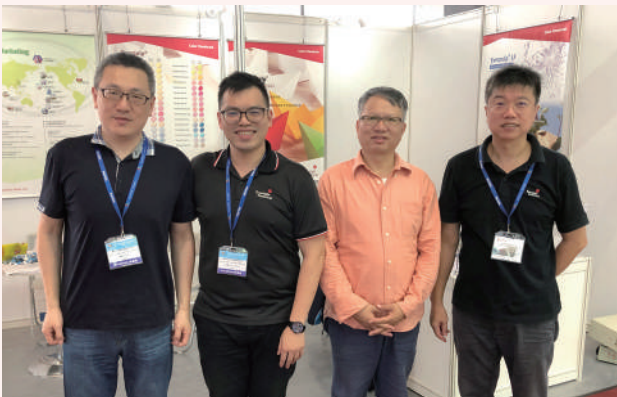
多年前，國內造紙業使用的紙用染料，主要依賴進口。永光化學因應造紙業需求，緊跟國外大廠腳步，2007年成功開發黃、紅、藍三支液態紙用染料，主要應用於工業用紙。

紙技室副課長王乃慶表示，2013年剛進永光時，紙用染料約20多支，8年來，顯著成長，2021年，已有液態染料21支、粉態染料17支，共38支。除工業用紙外，也延伸到文化用紙、空氣過濾材、食品包裝材、影印用紙、高日光牢度系列等領域，行銷海內外，以良好品質與服務，深獲好評。

### 獲工業用紙龍頭廠指定使用

永光的紙用染料約佔台灣市場七成以上。其中，以工業用紙為大宗，台灣三大龍頭廠商，都是永光的忠實客戶。王乃慶舉其一為例，該公司兩台紙機中的一台，前段預染使用進口染料，因所含成分散發的氣味影響操作人員健康及造成環境污染，想替換卻苦無計策。永光經過多方測試，於2019年找到解決方案，該公司改採永光染料至今。

另一台紙機，前段預染使用他廠牌進口染料，永光的染料僅用於後段修色，用量雖少，仍密切聯繫，每遇問題，永光迅速協助解決。例如，有天晚上，王乃慶接到機器異常的訊息，隨即進行檢查，到了深夜，終於找到問題癥結，恢復運作。由於紙廠



▲王乃慶副課長（左二）與（左起）上海明德潘俊副理、席聯兵經理及蘇州永光謝清雄特助於大陸參展合影。

24小時運轉，不能停機，「一有問題，永光來了，就很放心」，該公司對永光不分晝夜服務，深受感動。2014年，連前段預染也改用永光產品，成為100%使用永光染料。

### 為特殊用紙廠提升銷售業績

永光的應用範圍也延伸到特殊用紙，桃園市某家生產手機、禮品等包裝盒產品的紙塑廠商，是永光客戶。有一次，該廠告知上色率不佳。王乃慶親自前去了解，取回紙漿再三測試，發現問題出在生產流程，該廠依建議調整，使得染色深度增加15%，效果極好，產量大幅增加，進而擴建產線。一年內，約計為該廠提升了40~50%產品銷售率。

2020年，苗栗某家宗教用紙廠因疫情導致國外供貨不穩，主動找上永光，王乃慶與陳世昌產業經理為該廠找到適合的染料，該公司對永光非常滿意。永光因而擴展應用領域，持續開發相關市場。

### 從國內市場延伸至國際市場

永光的紙用染料陸續跨足國際市場。2015年，王乃慶經由青島分公司引介，拜訪山東一家芬蘭人開的空氣過濾材特殊用紙廠，主要用在汽機車機油雜質過濾，採用永光產品及技術服務後，該公司產品的銷售量逐年增加。

另一項食品包裝材特殊用紙，永光在歐洲代理商、業務及技服同仁共同努力下，順利通過德國ISEGA食品接觸認證，打進歐洲市場。王乃慶表示，不論是直接銷售或透過代理商行銷，永光將繼續拓展紙用染料銷售市場，「甚至推廣到更遠的美洲等地」，他說。

由於紙的應用廣、需求大，紙用染料深具發展潛力。面對廣大的市場，永光除了既有產品線與銷售範圍，更將朝向高附加價值產品及藍海市場的方向努力。

撰文 | 曾玉明 總經理室



# 2021 Touch Taiwan 展設計發想

## 環保與設計的結合

隨著環保議題漸受到全球大眾關注，身在電子化學產業，如何創造經濟與環保雙贏是不容忽視的一大課題。

一個地球承載著78億人口，因應人類越發複雜的需求，而產生了各式各樣的科技，隨之而來的污染和破壞也日益增加。每年在全球各地舉辦數以萬計的展覽去展示各種新奇的材料和技術。我們都知道參加展覽可帶來許多效益，卻忽略了背後帶來的隱形傷害。

### 設計初衷

一般展覽結束後拆除的攤位裝潢材料大多都是直接丟棄，造成資源浪費也破壞環境。

此次展覽設計初衷核心圍繞在「環保」，著重在裝潢材料上使用可回收環保材料及避免使用回收不易材料，同時裝潢設計上不失美感。這是一場在環保與設計感之間取得平衡的考驗。

### 創意發想

展位設計主要概念，跳脫與往年不同風格，呈現不一樣的感覺。色彩上，大膽採用黑×紅，代表穩重、理性、高貴、優雅又不失真誠，彷彿一切講究科學數據，自詡為化學界的台積電；空間上，透過開放式讓參觀者不自覺地走進攤位，進而達到增加來客數。裝潢材料整體架構利用可重複使用的8K鋁料系統；燈片套用的乳白壓克力可再重新切割使用；使用節能LED燈具；採用灰色地毯，若狀況維持良好，清洗過後可再重複使用在戶外活動場。

綜所述，Touch Taiwan展位便這樣誕生了。

攤位中另設計了打卡牆，牆面設計理念來自金馬獎拍攝背板的滿版品牌LOGO，稍作改良融合了永光LOGO和各國語言問候語。考量到若單單與一面牆合照會讓參展貴賓稍感空虛，因此設計了打卡道具板，



▲展位今年採用黑×紅色為基調，交叉打斜設計提升了空間感。

增添了趣味性。讓參觀者可拍照打卡上傳永光臉書獲取禮品，不僅與參觀者互動且加深品牌形象同時提升永光臉書曝光度。

上述提及在展覽中扮演不可或缺的角色——禮品。以往展覽過程中，參展商為了增加品牌曝光度，可以看到參觀者人手一提袋，最常見的就是不織布袋。永光為和其他展商做出差異，於是設計了一款文青環保帆布袋，不但可重複使用且美觀、實用性、功能性更高，可當文件袋、購物袋及外出包。其圖案設計靈感來自以人為本結合化學，便畫出了爆炸頭化學家拿著實驗杯。

另一看點禮品，為因應疫情時事，提供實用的獨家設計款醫療口罩，呈現滿滿永光LOGO，人臉一罩是再好不過的宣傳了！

### 成果改善

實體展位交叉打斜設計讓視覺上空間感更大，黑×紅色調讓人耳目一新。藉由使用可回收材料節省了成本，更得到「綠色裝潢設計鑽質獎」榮譽之肯定，達到環保×設計的初衷。未來期許能持續於展覽過程中達到友善環境之願景。

最後期望改善的地方，其一是打卡送禮活動應建立篩選機制或是將客戶分級方能有效控管並達到真正行銷目的。其二是可以建立QR CODE電子型錄，實現無紙化，除了響應環保更能快速廣泛推廣，提供客戶更便捷、快速的宣傳產品方式。



撰文 | 孫宜敏 電化處



# 居家上班與資通訊工具連結 確保營運持續不中斷

全球防疫讓居家上班變成新常態，透過資通訊工具，協同合作維持工作效率。

2021年5月中旬台灣進入社區傳播快速擴散的嚴峻階段，在這個關鍵時刻，公司超前部署的居家辦公演練發揮了作用，除了居家工作管理辦法確保團隊工作成效之外，公司與同事間的互信及幫忙是遠距辦公能否成功的另一個關鍵。

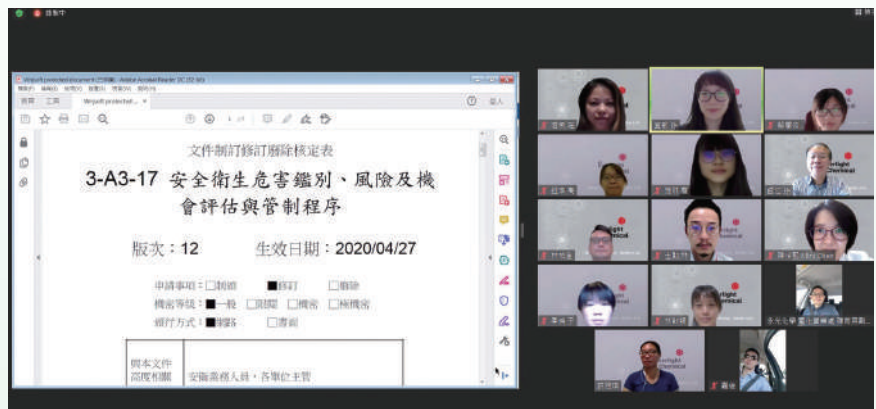
新冠肺炎疫情帶來眾多改變，去年疫情開始公司超前部署一系列防疫計畫，展開許多演練及因應措施，並配合政府政策實施滾動式調整，讓我們感受到滿滿的安全感。當接收到5月17日將開啟居家上班模式時，藉著演練的經驗，電化營業處隨即採取以下方式克服疫情警戒下帶來的不便，確保營運持續不中斷。

## 資通訊工具

為了保有順暢的工作節奏，每天早上8:30至9:00短短的30分鐘，透過視訊會議軟體Zoom進行部門線上早會，從鏡頭裡關心彼此身體狀況、主管宣達交辦事項、追蹤工作進度、討論居家上班時所遇到問題以及解決方式……等，並建立電化營業處LINE群組，有任何緊急狀況隨即在群組通知，是一個能確保訊息及時傳遞且保持暢通的管道。

## 人力分流

為避免感染及保護同仁安全情況下，部門採取全員居家上班，如有必要進公司，則以自主交通工具往來為主，行政同仁無交通工具者，則委託業務同仁進公司處理。居家上班期間，碰到許多作業上的問題，例如：文件用印、簽收信件、聯繫客戶……等，皆是委託業務同仁協助前往公司處理；甚至遇到需要到公司處理事務時，業務同仁也很樂意配合協助接送至公司。行政與業務密切聯繫、相互支援與體諒，這段期間彼此之間的默契因此增加了不少。



▲電化營業處全員居家上班，透過資通訊工具，維持工作效率。

## 緊急應變

居家上班期間，遇到許多緊急的事情，例如：當月發票掃描及寄送、報關行送件、貨櫃及艙位問題……等，每當遇到問題時，透過當日早會將問題提出，在早會結束後開始展開調查，由各部門回報調查結果，並於隔天的早會上提出與討論可行的解決方式。在這過程中，有許多部門同仁也一起幫忙著我們，包括：資訊處協同排除障礙及設定通訊軟硬體、總務部協同處理簽收信件、財務處協同掃描發票、貨代協同洽訂艙位及貨櫃……等，有著大家齊心合作，才能提供客戶良好的服務，不因居家上班的因素而讓客戶權益受到影響。

## 數位轉型

這波疫情的到來，不僅凸顯了數位轉型的必要性，也讓大家開始學習數位化工作模式。除了公司有超前部署的演練計畫，加上各部門全力相互支援，讓居家上班保持順暢，不影響工作效率。雖然疫情改變了世界，但改變不了永光全力協助客戶邁向成功的決心，身為與世界做生意的我們，永光化學準備好了！



撰文 | 詹雅琳 電化處



# 永光，幸福ㄟ好所在！

## 35年資深員工感言

35年前，我來到永光一廠應徵。很幸運的被錄取了，成為永光化學公司的一份子。

從一張白紙開始，我在永光一廠努力學習、學以致用，與公司一起成長；35年豐富多彩的職場經歷，真的是幾天幾夜也講不完的陳年往事。

為了這次上台領獎，我特地先去整理頭髮，也準備要穿西裝，閃亮登場。

理髮店閩娘很好奇的問我：到底是甚麼樣的公司，讓員工願意一待就是35年？

我跟她說：能留得住人才的公司，必須要讓員工有「安全感」、「歸屬感」與「榮譽感」。

### 優質企業文化

永光的財務健全，每年都有盈餘、發得出「年終獎金」，且讓員工每個月5日及20日都能準時的領到薪水、不曾有過延遲發放的紀錄。另外，公司也提供適當且足量的個人防護裝備、並持續優化生產現場的作業環境，讓員工作業安全有保障。更值得一提的是，永光的核心文化是「正派經營，愛心管理」，每項業務都遵照主管機關的法令法規要求執行，讓員工感受到真正的「安全感」。



▲陳建信董事長（左）致贈資深獎座。

永光各級主管都是以尊重、信任、關懷、鼓勵，真正體現「愛心管理」的企業文化；員工間彼此互助關懷、團隊協同合作，整個公司就像一個大家庭。新進的員工，也都受到單位主管或資深同仁的耐心教導與關懷，在工作上能很快的上手、做出貢獻、展現個人價值、受到大家肯定，能深刻體驗到完全融入永光大家庭的「歸屬感」。

不僅僅是員工對公司有歸屬感，就連與永光合作多年的某幾家承包商，也都自認為他們已經融入永光的大家庭之中。印象最深的是「議誠」與「由申甲」這兩家，永光舉辦活動（園遊會、球類比賽），經常會看見這兩家廠商的身影。他們主動要求提供攤位參與活動，義賣所得全數都捐給永光愛心社，以實際行動展現對永光「正派經營，愛心管理」企業文化的高度認同。

在「榮譽感」方面，永光是臺灣最大、也是世界排名前幾大的染料公司，產品品質備受客戶肯定。永光追求進步創新，持續發展高科技化學品，擁有184項的專利並經常贏得各類獎項，讓員工有尊嚴與成就感，以「永光人」為榮。「Better Chemistry Better Life」是我們永光的品牌承諾，我們深信「更用心的化學」，一定會為人類社會帶來「更美好的生活」與永續未來。

### 每天充滿感恩

回首來時路，感恩所有長官與資深同事的耐心教導、提攜與包容，才有今天的我；更感恩榮董35年前的錄用、並給予諸多的教導與幫助。在充滿人性光輝、很溫暖的職場裡，每天都充滿感恩：感恩每一位愛護我、照顧我、幫助我的好長官與好同事們。

十分慶幸在永光一待就是35年，永光真的是一個很溫馨的「幸福企業」、幸福的好所在，值得我們攜手同心，共創幸福未來、共享榮耀！



撰文 | 吳添旺 總經理室

# 培育優秀人才，引領企業成長

## 部屬培育與人才發展教育訓練

公司邀請亞碩管顧公司丘倉木顧問，對高階主管傳授如何增進部屬職能及預應未來人才佈局。

從技術人員晉升為主管職，工作績效不再只是個人單打獨鬥的表現，而是如何引領部門成員，實現企業成長獲利及形塑文化的組織績效。而組織績效的達成有賴於同仁正確的工作態度、良好的工作能力及有效率的工作方法，所以部屬培育及發展無疑是主管工作的重點項目。特別是關鍵人才的培育，在競爭激烈的全球化市場中，更攸關企業的競爭力及永續經營。

### 配套的人才培育計畫

如何培育部屬、增進部屬職能？一般常用的方式就是安排部屬接受訓練課程。然而人才並非訓練出來，而是歷練出來。因而丘顧問在課程開始就指出企業內部教育訓練的通病，就是「上課感動，下課不會動」，所以常常沒有辦法使員工在訓練課程後能夠發揮所學。部屬職能的養成需要的是長期的培育及工作上的歷練，關鍵人才更不是一季就可以培養出來的。在內部培育人才的過程中，需訂定個人職能發展計畫和運用「10-70-20混合型職能發展方法」，亦即



▲亞碩丘倉木顧問對高階主管線上教育訓練。

10%可大量複製的訓練課程為基礎，加以70%的工作任務 / 挑戰，輔以20%的指導回饋與標竿學習，將職能行為展現在行動計畫，應用在工作或專案中，使職能行為成為本能，而能隨時應用，才是有效的培育方式。

### 企業營運與人才佈局

組織運作下，部屬需具備且培育何種職能，丘顧問運用所謂的CARD模式。而關鍵人才培育與企業營運成長密切相關，因而增加組織Organization與關鍵職位Critical Position兩元素，形成OC-CARD模式，模式運用概念如下：

- 看組織 Organization：未來組織圖 / 策略&成長
- 找關鍵 Critical Position：關鍵職位
- 定標準 Capability：勝任力標準
- 照鏡子 Assessment：人才評鑑
- 盤人才 Talent Review：人才檢視
- 培菁英 Talent Development：發展人才

關鍵人才培育，首先要有願景規劃，企業營運會成長到什麼地步？以至少三年營運計畫及組織藍圖，依序找出重要關鍵職位（稀缺、難找、很貴、不易培養、影響營運……）、明瞭工作內容及職務 / 職位特質、人才要具備哪些能力及特質、目前有哪些人選及遴選標準、未來發展的衡量指標與行為標準，擬定人才培育方案後，輔導員工進行個人發展計畫，定期指導並給予回饋。由於關鍵人才培育與企業營運發展密切相關，因而當事業單位規劃年度方針及預算編列同時，也要盤查企業成長所產生的人才缺口，規劃未來組織與人力需求，訂定人才培育計畫，方能引領組織人才與企業營運目標相結合，提高人才效能與組織績效，而促進企業永續成長！

課程中，除了明瞭主管培育部屬及人力發展的重點工作外，也深刻體會前瞻規劃對企業成長及組織發展的重要性。期許自己在這方面能有所成長，在變動快速、競爭激烈的全球化市場中，能精準預測、前瞻性的定位組織成長策略及方向，妥善規劃組織的人力佈局，造就好人才，引領企業成長及變革。



撰文 | 洪家成 醫藥處



# 網路行銷實務課程分享

## 揭開關鍵字廣告的面紗

企業利用較低成本的電子商務與網路行銷，開拓更廣闊的市場。

今年7月，人資處安排了網路行銷實務課程，其內容著重於關鍵字廣告、SEO關鍵字搜索引擎優化、網站優化等運用，讓我們在公司產品的推廣、銷售等有所助益。

### 善用關鍵字廣告策略

關鍵字（Keyword）就是與店家網站內容相關的重要名詞，由於許多網站流量之重要來源有一部分來自於關鍵字搜尋，每一個關鍵字的背後可能都代表一個購買動機，所以此方式對於有廣告預算的業者是個不錯的行銷工具。

根據StatCounter Global Stats統計，現在台灣使用Google搜尋引擎的比例高達92.7%，全球也高達92.95%，顯示當用戶心中有任何疑問及意圖時，第一時間就會在Google搜尋答案，這也是商家能對用戶展現優質產品服務的最佳時刻，並搶下先機。

相較於短波操作、促銷期間的快銷策略，關鍵字廣告需要長期且穩定的經營，幫助品牌商家持續與消費者接觸，能夠隨時隨地回應顧客問題。此外，關鍵字廣告能增加品牌曝光、吸引潛在的目標客戶，也協助品牌商家達成線上導流的目標，但關鍵字的設計也決定了搜尋廣告的成敗，除了找到關鍵字與商品服務之間的關聯性，更重要的是站在消費者角度去延伸、構思，加深了解顧客需求，進而找到最適合自己的廣告策略。

### 不可不知的SEO

網站流量一直是網路行銷中相當重視的指標之一，其中一種能夠有效增加流量的方法就是搜尋引



▲每個關鍵字的背後代表一個購買動機。

擎最佳化（Search Engine Optimization, SEO）。以現在大家最常用的Google搜尋引擎（Google Search Engine）來說，在Google派出Google Spider造訪網頁後，它會透過搜尋引擎演算法Rankbrain為每個網頁媒合適合的關鍵字，接著測試使用者體驗（自然點擊率、網頁停留時間、跳出率、跳換率等等），最後在該關鍵字的搜尋結果（Search Engine Results Pages, SERP）把網頁放在它認為適合的排序上。

企業導入SEO不僅僅是為了提高在搜尋引擎的排名，主要是用來調整網站體質與內容，整體優化效果所帶來的流量提高級獲得商機，其重要性要比排名順序高上許多。對消費者而言，SEO是搜尋引擎的自然搜尋結果，而非一般廣告，必須長期進行，其點閱率與信任度也比關鍵字廣告高。📍



撰文 | 王乃慶 一廠

# 2021 疫情下的我們 新冠肺炎改變了生活習慣

2020年新冠肺炎影響了全世界，不僅改變了人們的生活，同時也帶走了全球數百萬條的生命；然而進入了2021年，變種新冠病毒，再一次考驗人類的應變。

2021年就如以往工會都有年度預算、年度活  
等相關安排，然而在這變動的一年，我們也隨著疫情變化而改變我們的預定計畫。

## 11-2會員代表大會

2021年1月27日為工會11-2會員代表大會，再5個月前便訂下桃禧航空城酒店做為大會場地，但隨著大會時間來臨，1月初全球變種病毒肆虐，當時台灣疫情算是可控制，但確保會員安全，於是我們做了一個前所未有的決定戶外通風處舉辦會員代表大會，人流控制，讓年度預算及結算能順利進行，也讓工會能正常運作。



▲11-2會員代表大會合照。

## 年度活動：小叮嚀科學園區

每年工會在5月底會舉辦年度活動，在3月理、監事會議中也決議舉辦2021年度活動地點小叮嚀科學園區；然而5月中臺灣疫情升溫，也進入了三級警備，當下立馬召開臨時會議討論年度活動進行方式，雖然相關年度活動都已籌劃完成，但多方考量，決定暫停辦理年度活動，視疫情滾動式調整。

## 理監事會議及勞資會議

5月中疫情升溫，相關勞工權益還是不能停。每月的理、監事首次使用線上會議，剛開始真的很不習



▲二廠液品二組藍保宗(右)獲頒優良會員。

慣，第一次開會對象不在身邊，是看著螢幕去討論事情，而做出了決議；7月中旬也使用了線上會議完成了勞資會議，也明白了實體會議及線上會議流程上的不同處。

## 公司防疫政策

從2020年來公司為了永續經營，也不斷地再變，從進出人員控管、宿舍防疫規劃及福委會旅遊政策…等。種種的一切讓公司在最艱難的時候度過，也讓同仁有安定感；員工自身防疫，配合公司政策，感謝公司在獲利情況下也調整員工薪資，大家相互配合戰勝病毒。

一隻小小的病毒它改變了全世界，它讓我的生活不同了；出門必戴口罩、回家必定消毒成為了我的日常。人與人的接觸少了但交流卻沒有少，只是用不同的方式進行。

一隻小小的病毒它考驗者人類的智慧，我經歷了後疫情的時代，不懂「變」就是淘汰，也許生活有許許多多與以往不同，但後疫情的生活充滿者未知數等著我去挑戰。●



撰文 | 唐偉誠 工會總幹事

# 開始人生新分頁

## 35年永光歲月，贏得一世情夥伴

人生的旅途中，有許許多多的「偶然」，有的偶然是純粹機遇，一過就雲消霧散；有的偶然卻是銘心刻骨，影響甚久。35年前，偶然來到永光服務，開啟了我人生另一段精彩！

**莫**得站上台，不是因為上課或演講，也不是生離死別，此刻我的心情有些沉重，畢竟在永光，我已待35年，我的青春歲月都在這裡，雖然很捨不得，但還是得開口向大家道聲「珍重再見」。

民國75年9月1日我有幸成為永光人，服務迄今即將屆滿35個年頭。憶起第一天踏入永光，年少的我曾想過要離開；然而蒙受公司一路的栽培扶植，同事的鼓勵及關愛，讓我離開永光的計畫延宕到今日才得以實現。



▲初進永光，參加家庭日壘球比賽。

### 好公司好工作

其實35年真的是轉眼瞬間，但人生又有幾個35年，在這35年裡我從孤家寡人到結婚生子，從被喊「少年耶，叔叔，阿伯」，現在又晉升到阿公，這一路都是永光成就陪伴著我，讓我成為負責的男人擔起養家活口的責任，如今小孩都長大成人。我這位半百老翁在永光有太多回憶與數不盡的感恩事，為不失公平，我想說在永光有三件事讓我感受最深：

**1. 企業的成長：**初入永光那年的營業額僅4億到現在近百億，這樣卓越的成長，是要具有足夠的企業精神與努力，方能達成。在期間，我歷任了10任廠長，磨練出隨機應變、事事不懼的能力。說些當年勇的事蹟，三廠康廠長新進永光時，就與我是同組同事，而我也曾是總經理的師父。



▲10年資深員工表揚時，與榮董合影。

**2. 永光的同事與主管之間的友誼與關愛之情：**在其他公司也是相當少見，也是我感受最深、最溫馨的友善職場環境。

**3. 我在永光結交很多一世情共患難的好友：**相識、相知、相惜、互愛、互諒不可磨滅的知心與關心，無悔付出一世情，認識你們，結交你們真是我進永光最大的收穫與榮幸。

### 最美好的年華

時間，總是在不知不覺中消失得無影無蹤。「親愛的同事們」，這是最後一次對你們這樣稱呼了！我的工作之路終於告一段落，回首過往，有主管對我的支持和鼓勵；有同梯對我的幫助與關心；有後進對我的尊重與支持，今日回想，讓我難忘與不捨。

退休後，在永光我獲得最大的財富就是一身本事與一群好友。天下沒有不散的筵席，衷心的期盼與祝福，希望未來你們在永光的日子裡平安健康順心，也祝福永光業績蒸蒸日上，成為基業長青百年企業。

撰文 | 蔡源溪 三廠





# 你的小跟班——肩頸痠痛 你「酸」溜溜了嗎？

減少久坐、低頭作業滑手機、調整電腦螢幕，抬高視線，讓身體向後靠，減少因坐姿不正確致頸部、腰部負擔，便能減少身體的痠痛，工作效率也就自然提升。

電腦打久了，是不是常常覺得這裡手痠、那裏脖子痠、肩膀痠甚至腰痠，再不起來活動一下就快變成一顆檸檬，「酸」溜溜了！辦公室作業肩頸痠痛原因不外乎是在不正確的作業姿勢下，加上工作壓力大引起肩頸部位肌肉發炎、疲勞所致，長期下來可能會導致頸椎提早退化或椎間盤突出，出現末梢無力、麻木等症狀。

## 遠離不當電腦使用

依據勞動部勞動及職業安全衛生研究所研究調查顯示，不良的電腦工作站，會影響勞工的身心健康，長時間的電腦作業容易引起上肢痠麻、僵硬等骨骼肌肉系統傷害（52.2%）、眼睛乾澀（52.8%）、眼睛疼痛（33.9%）等問題。因此，現在開始檢視自己的工作桌，調整正確工作姿勢，遠離工作傷害吧！

## 辦公桌調整五步驟：

### 1.調整椅子高度：

使電腦螢幕於正前方，避免扭轉身軀，腰椎挺直，建議應具有靠背提供腰部支撐降低脊椎緊張壓力，上臂於體側自然下垂，與前臂約成90度；手腕

部和前臂保持同一水平位置，大腿和椅面呈水平，小腿和大腿約成90度，若腿部感到壓力則使用腳凳。

### 2.調整電腦螢幕高度：

眼睛到螢幕中心的距離，以40至70公分為原則，約為一隻手臂打直距離；螢幕視線應位於眼睛水平線下約15至25度間。

### 3.重新擺放鍵盤滑鼠：

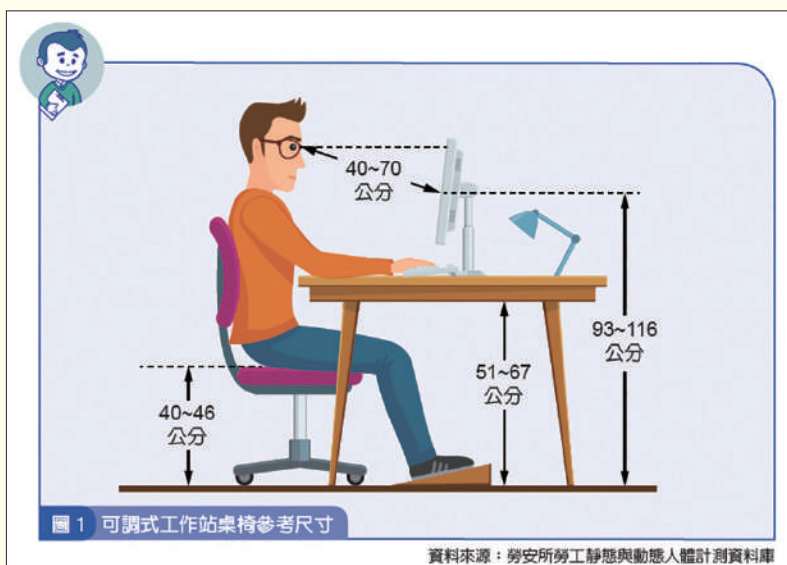
鍵盤與螢幕應分開，並擺放靠近雙手處，與雙手腕成平行直線狀態，避免左右彎曲角度，也可交替使用直立式滑鼠，減少重複性動作。

### 4.重新擺放電話位置：

建議將電話置放於非慣用手方位，使用非慣用手接聽電話，避免歪脖子接電話使用錯誤姿勢，導致頸部肌肉受傷。

### 5.離開座椅表面動一動：

以下提供簡易伸展運動參考，提醒各位朋友們上班中應避免長時間久坐、固定姿勢，注意正確坐姿，避免彎腰駝背、頭頸部前傾姿勢，加上規律運動，可試試執行伸展運動，幫助改善肩頸痠痛，提升效率輕鬆工作喔！



撰文 | 林淑茹 總部護理師

# 宣教 25 年，傳揚基督之愛 曾是永光人，現為牧師娘

何美珠長年旅居海外宣揚福音，她懷著感恩的心，視永光為永遠的娘家。

永光人回應上帝呼召，二廠人事林宏濱成為中壢靈糧堂主任牧師（詳參《永光季刊》51期〈忠心良牧〉）；台北公司財務何美珠成為牧師娘，長年旅居海外宣揚福音；這樣的生命脈動，見證上帝無比的恩典，讓永光成為被上帝祝福與眷顧的公司。

## 認識主

阿珠國二時，因著朋友的介紹，開始接觸基督教，參加了埔墘長老教會的少年團契，一直到青年團契，並參與詩班、兒童主日學等服事；感謝牧者的栽培與關懷。有一年母親因心裡沒有平安，病痛時常哀嚎，牧者與弟兄姊妹為她禱告，主日，青年們用腳踏車接送行動不便的母親；當時永光



▲2019年何美珠與夫婿梁牧師，榮獲宣道會頒發服事25年榮耀。

公司的董事長（榮董）是教會的長老，榮董夫人十分關心阿珠的家庭，特別出資為阿珠的母親做了一個牙套，讓她可以吃東西及唱詩歌讚美上帝。



▲何美珠（右二）全家福。

## 珍惜永光的日子

19歲的她進入永光，當時公司還很小，位在忠孝西路中央大樓，我是出納課長，是她的小主管。1986年公司搬到敦化南路中鼎大樓，寬敞與煥然一新的環境，讓她覺得好幸福、好感恩喔！深知自己是從基層做起，舉凡打字、包樣品、跑郵局、銀行開狀、押匯、出納、零用金、總務等工作，都特別努力勤奮，雖然忙碌，但她內心是喜樂的。公司的年終感恩禮拜，參加詩班，讚美上帝，聆聽上帝的信息，數算上帝的恩典，都成為她最美好的回憶。

去年疫情緊張，正在關島教會支援的他們，因梁牧師眼疾選擇回台診治。阿珠高興極了，因為可以回到她思念的家鄉，可以回到永光跟老同事話當年；她常提及資材麗蘭是她埔墘的鄰居，很懷念一起下班趕公車的情景；她長期關心財務麗敏先生的眼疾，得知麗敏已受洗得主眷顧，阿珠感動得眼淚都掉下來；這次回永光，看到87歲高齡的榮董身體健朗依舊，每當問起疼愛阿珠有加的榮董夫人時，榮董總是笑

呵呵地說：「很好很好；喔！她吃的比我多；我會照顧好她的。」好溫馨又好放心的話語。至於我嘛！則從「小主管」化身為「小管家」，幫她處理台灣的大小事；每當永光股票來到好價位時，我總會問她要賣嗎？她都說：「不賣！不賣！」對她來說，永光股票是無價的，是一份感情，是一顆感恩的心。阿珠還說，因為有妮郁的熱誠和玉明Line的邀請，她很榮幸來參加「永光聖經研究社」，雖然未曾與她們倆共事過，依然讓阿珠感受到永光人的熱情與溫暖，之後，每星期五中午都常見阿珠的身影。

## 海外25年，有主同行

上帝並沒有忘記祂的女兒——阿珠，透過美國玉英姊妹的介紹，她認識了還是神學生的梁牧師，透過書信的往返，她找到一位愛神、愛人可託付終身的弟兄，1993年在台灣結婚，阿珠的父母已安息主懷，榮董當了她的主婚人，還有禮車（榮董座車）、司機（榮董司機李騏）、伴娘（股務弘子）、花童（建信董事長大千金愉安）；一場婚禮得到這樣多的祝福與幫忙，可見阿珠是個多有福氣之人啊！

結婚後，在美國賓夕法尼亞州的一間華人教會服事，多年來，梁牧師夫婦內心一直有國外宣教的感動，希望能到比較落後且沒傳道人的地方宣教。這個感動終於2000年底成行，帶著兩個年幼的女兒，前往中美洲的巴拿馬宣教，一家四口離開舒適的環境，奔向未知的將來，踏足陌生的土地，一切都要重新適



▲何美珠（右一）回台時，與永光老同事合影。

應，這是莫大的挑戰，他們真心倚靠上帝，克服了重重困難，在當地向華人傳揚福音、建立教會、造就信徒，開展了宣教生涯新的一頁，一待就是十八年，感謝上帝的恩典，願榮耀歸於祂；在2019年退休前夕，獲頒25年服事的榮耀，肯定梁牧師夫婦的奉獻。

## 後記

今年7月，他們離開了心愛的寶島，重返美國定居，他們願意將前面的日子交託、仰望上帝的手中，深信祂必看顧和帶領。最後，以這段經文來表達我的祝福，也歡迎阿珠隨時回來台灣、回來永光這個永遠的娘家。

「祢必將生命的道路指示我。在祢面前有滿足的喜樂；在祢右手中有永遠的福樂。」（詩篇16：11）



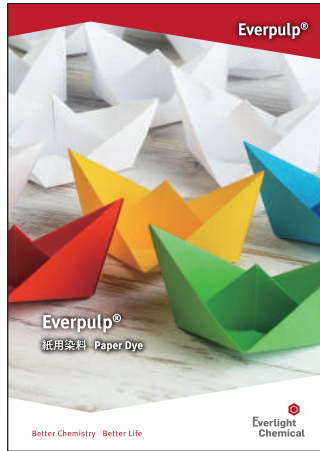
▲何美珠於2014年馬英九總統訪巴拿馬時合照。

## 何美珠小檔案

- ◆ 1980～1993年任職永光，擔任財務兼總務工作。
- ◆ 結婚後，長年旅居海外宣揚福音。
- ◆ 2019年榮獲宣道會頒發25年服事的榮耀。
- ◆ 以感恩的心，視永光為永遠的娘家。



撰文 | 曾美蓉 稽核室



永光化學經過14年的努力，已陸續推出38支紙用染料，  
憑藉著優異的品質與服務，受到海內外客戶一致好評。

**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