

友聯車材

好『友』相『聯』期刊

第025期



2021年08月30日發行

好『友』相『聯』期刊編輯團隊

友聯車材

2017年6月27日創刊

發行人 楊登宏 總經理
召集人 陳鴻瑋 經理
總編輯 鍾秉衡 專員

感謝相關單位同仁協助提供訊息及相片。

誠摯歡迎公司同仁加入期刊投稿行列。

徵稿

本刊誠摯歡迎同仁投稿，內容包括有關公司各項推廣及舉辦活動訊息，比方：

產業交流、專案推動、節能減碳、工廠改善、生產技術、員工旅遊、社會責任、環境保護、安全衛生、員工福利、消防演練、工安訓練、教育訓練、獲得獎項、公益活動、社團活動…等文章。

投稿請寄：

總經理室 鍾秉衡專員

kevin_chung@mail.uni-auto.com.tw

TEAMWORK

歡迎投稿

本期目錄

- 總經理的話……………P04~P05
- 本期專欄報導……………P06~P12
- 公司發展事紀……………P13
- 公司活動資訊……………P14~P20
- 企業文化專欄……………P21~P27
- 友聯獲獎榮耀……………P28



台灣百合分佈於台灣全島各地，從海平面至海拔3000公尺高山都可發現，因生育地廣布且生命力強，深根植土中，代表充滿旺盛的生機，在惡劣的生長環境下，依舊堅韌地綻放，深根厚植精神，雪白色花朵象徵純潔、自由和平與公理正義的意涵。

活力 熱誠 團結

總經理的話

友聯車材



楊登宏
Allan Yang
總經理

伴隨人生成長的座椅小故事

孩提時，母親讓我坐上嬰兒推車帶著我到處玩，雖無深刻記憶，但每次回想這情景，體會到母親在我孩提時就用最舒適的座椅給我移動的享受快樂生活。

退役後邁入社會，我有了車，坐在這張由自家公司設計製造的汽車座椅上，載著母親和家人，享受舒適駕車的行動樂趣生活。

母親年老不良於行，天天坐在客廳沙發看電視，定時在量血壓、心跳，沒多久就傾斜身子，半醒半睡地睡著了…休假時，我帶著坐在輪椅的母親去附近公園散步，聊一些有趣的生活點滴和故事，想用車子載母親出去玩，但因上不了車而做罷，無法再多盡一些的孝心……。



總經理的話

友聯車材

伴隨人生成長的座椅小故事

公司是做座椅的，憶起往生母親及看到許多長輩現狀，促使我與研發團隊精心設計出二種創意產品：

- 其一是適合行動不便的 **【SeatUNI 友聯豪華車輪椅】**，從此可推著此車輪椅，自如的上下車，輕鬆載著行動不便的長輩，天南地北到處旅遊。
- 其二是當我們回到家後，**【SeatUNI 友聯居家豪華舒適椅】**可完全取代家裡的沙發，看電視累了，隨時可180度躺平充份休息。

樹欲靜而風不止，子欲養而親不在。**SeatUNI**產品，體現了對父母每一天的盡孝與關照！公司獨創的居家舒適豪華椅可以放在家中客廳，比沙發更舒適更體貼，可調整座椅角度及躺平，可讓父母安穩休憩及觀看電視節目，享受暮年安養生活。



SeatUNI 友聯豪華車輪椅



SeatUNI 友聯居家豪華舒適椅

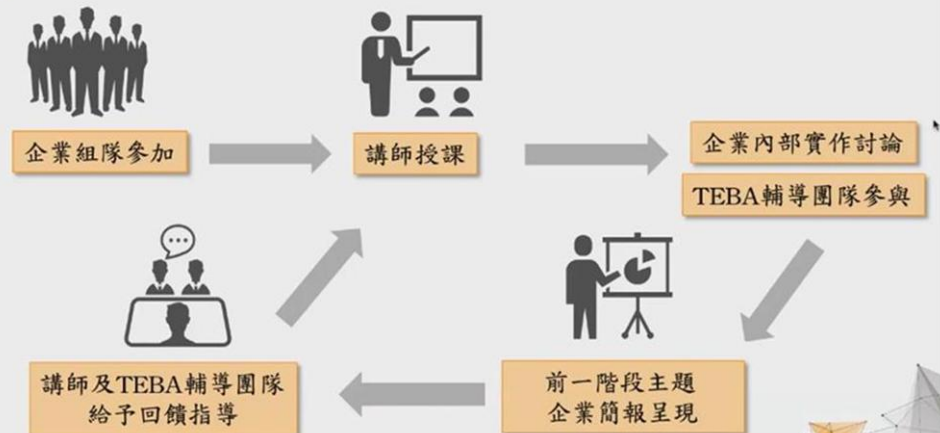
【友聯車材獲選參與2021 Branding品牌策略實作活動】

由經濟部工業局主辦，台灣經濟研究院委託，臺灣精品品牌協會執行之「Branding品牌策略實作活動」在7/2(五)正式隆重登場，今年只有12家企業獲選參與這次活動，友聯很榮幸為其中一家參與企業，活動內容提供系統化品牌計畫策略訓練，打造品牌交流平台與培育專業品牌團隊，幫助企業深化品牌價值及創造經營新思維，並號召各方品牌專家教授及專業顧問針對參與企業進行深入輔導，達到理論與實作的結合，使產業實務經驗得以整合交流，提供品牌經營實務的系統性方案。



主辦單位 | 經濟部工業局 受委託單位 | 財團法人台灣經濟研究院 執行單位 | 社團法人臺灣精品品牌協會

Workshop 執行流程總覽



本期專欄報導

友聯車材

【Branding品牌策略實作 第一次集中會議課程及階段輔導討論】

7/2(五)第一次集中會議主題為品牌願景、使命、品牌文化、企業核心價值，因新冠疫情影響，採用線上視訊方式進行專題演講及階段輔導討論，概況如圖示。

JULY 2

第一次集中會議
主題：品牌願景、使命、品牌文化、企業核心價值
專題演講：
(1) DDG 史孟康執行總監
(2) 中正大學 曾光華 教授
(3) 台達電 郭珊珊 品牌長



JULY 7

第一次顧問團隊輔導
主題：作業說明會議
(1) 說明後續作法與分法
(2) 其他案例分享
(3) 我們可以怎麼做？



JULY 13

友聯團隊討論
主題：Task1~4作業
(1) 簡報初步呈現
(2) DATA model集合討論
初版完成/持續優化
(3) 品牌平台討論初版完成/
持續優化、意見分享



JULY 20

真觀顧問/洪敏莉教授給予友聯團隊建議：
(1) 顧問MOT品牌輪介紹
(2) 簡報修改建議
(3) 雙方腦力激盪內容討論
(4) 品牌平台綜合反饋



【Branding品牌策略實作 第一次集中會議主題課程要點一】

●何謂品牌？

1. 品牌(Brand)是一種名稱、術語、識別標誌/符號/圖案、精神象徵、價值理念，或是相互組合，是提供的產品/服務的核心體現，讓消費者能夠說出你與它牌不同的最重要驅動因素。
2. 品牌是一種錯綜複雜的象徵。它包含屬性、名稱、包裝、價格、歷史、信譽，廣告方式的無形總稱。品牌同時也是消費者對其產品或服務的印象，以其自身的經驗而有所界定。



Mercedes-Benz



本期專欄報導

【Branding品牌策略實作 第一次集中會議主題課程要點二】

●DATA模式：定義公司品牌的核心價值、目標、優勢及想要實現的理想。

D (DNA核心價值)

我們公司的價值是什麼？
我們認為工作中最重要的是什麼？
我們的文化是什麼？
我們在工作上的價值觀為何？

T (TARGET目標)

誰是我們的目標群眾？
相較於競爭對手，目標群眾為什麼會選擇我們？
目標群眾的理想為何？
目標群眾如何使用我們的產品？

A (ADVANTAGE優勢)

我們的競爭優勢為何？
顧客為什麼選擇我們？
我們在產業中獨樹一格的原因、特色？
我們有哪些與眾不同的能力、獨創性？

A (ASPIRATION理想)

公司理想的未來是什麼？
我們希望如何改變我們的產業或市場？
我們對於現狀有哪些不滿？
我們在五年內要實現什麼目標？

【Branding品牌策略實作 第一次集中會議主題課程要點三】

- 品牌平台：定義公司的核心目的、品牌願景、企業文化及核心價值觀。

核心目的Core Purpose

公司存在的根本原因，必須是真實的反映出公司組織關心和致力於那些地方。應激勵員工，並對客戶有意義。應不斷評估公司的活動，以確定它們是否符合其核心目的。

企業文化Corporate Culture

當所有員工通過共同理解和統一的工作方式與公司建立聯繫，就存在著企業文化。建立符合品牌核心理念的企業文化，有助於推動內部努力朝正確方向發展，激勵組織及個人實現品牌願景。

品牌願景Vision

公司品牌想要實現的未來，包含生動的描述，突顯組織為實現此一未來所採取的關鍵步驟。公司應評估其所有主要活動，以及每個活動對實現預想未來的貢獻。

核心價值觀Core Values

係指組織所重視的品質。企業在經營過程中堅持不懈，努力使全體員工都必需奉行共同信念、判斷和態度，又稱品牌精神，是企業運作的基本原則、心態，代表員工在進入組織內所展現的特質及行為。

【Branding品牌策略實作 第一次集中會議主題課程要點四】

●品牌催化劑™(Brand Catalyst™)

推動公司和品牌發展的新想法與行動，讓客戶認知背後的理念，也就是他們對公司產品和服務的感知價值，也是員工在工作中所做貢獻的推動力，鼓勵員工思考和行動以支持共同目標。

舉例：

1.IBM的品牌催化劑™ 「THINK」（思考），不只是要其團隊只是賣產品，會讓員工提出想法，鼓勵員工進行思考。



2.Volvo Cars的品牌催化劑™ 為「Safety」（安全），因此在展場刻意展示被撞過的汽車，以及透過媒體播放嚴苛撞擊試驗的影片，就是強調Volvo一直是汽車安全領域的領導者。



3.APPLE的「Think Different」（語意為不同凡想）。



本期專欄報導

【Branding品牌策略實作 第一次階段輔導成果發表】

友聯團隊在7月期間透過腦力激盪方式，並與品牌專業顧問多次討論DATA模式及品牌平台後，在8/5(四)完成第一階段主題實作成果簡報線上視訊發表，成果內容獲得品牌專業導師鼓勵讚賞。



總經理室陳鴻瑋經理代表友聯團隊透過線上視訊會議完成第一階段主題實作成果發表

友聯DATA模式 亮點整理

D (DNA核心價值)	T (Target目標)
1.能提供客戶完整的座椅解決方案。 2.對安全的最高標準，永不妥協。 3.用我的座椅，展現您豪華車子的價值。 4.讓「坐」成為您移動中的最佳享受。 5.讓您擁有安全、舒適的行動生活。	1.車廠、改裝廠、各種交通工具製造廠。 2.產品比競爭對手安全、舒適、便利。 3.50年製椅技術，台灣市占率最高。 4.成為市場上工藝美學產品的指標。 5. YES We Can，提供任何產品服務滿足客戶需求。
A (Advantage優勢)	A (Aspiration理想)
1.擁有產品自主設計開發能力。 2.自主實驗室驗證能力。 3.座椅四大工藝及生產技術能力。 4.設計開發差異化及AM市場產品能力。 5.彈性生產對應不同客戶需求能力。	1.走在綠地、航向藍海、飛上白雲，將每一輛交通工具都裝上友聯的座椅。 2.成為大中華區最受尊崇的全方位座椅設計、製造公司。 3.成為交通工具全方位座椅解決方案的領頭羊。 4.座椅外銷到全球各地，讓全世界看見台灣、看見友聯。

友聯品牌平台：

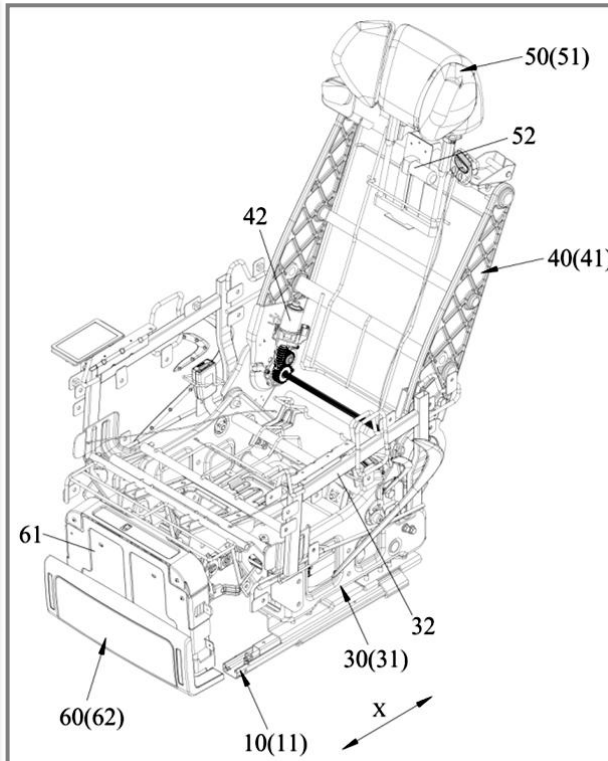
核心目的Core purpose	企業文化Corporate Culture
成為全方位交通工具，座椅首選。	誠信、創新、共好
品牌願景Vision	核心價值觀Core Values
用舒適的座椅， 體現您移動生活的享受。	Yes, We can、創新創意、團隊合作
品牌催化劑 Brand Catalyst™	
以人為本	

公司發展事紀（一）

友聯車材

友聯「具有觸控面板的座椅」獲准應予新型專利

友聯多年來持續不斷研發改裝車用座椅，以滿足國內外改裝車業者需求，今年5月研發出具有觸控面板的座椅，6/11(五)提出新型專利申請，在8/2(一)獲准應予專利。



正本

檔 號：
保存年限：

經濟部智慧財產局新型專利形式審查核准處分書

機關地址：臺北市大安區辛亥路2

段185號3樓

聯絡人：黃宗信

聯絡電話：(02)23767290

查詢領證事宜請撥 (02)81769009

電子郵件：shinn30063@tip.gov

.tw

傳 真：(02)23779875

受文者：友聯車材製造股份有限公司（代
理人：高玉駿 專利師、楊祺雄
專利代理人）

發文日期：中華民國110年8月2日

(110)智專一(四)05018字第

發文字號：11041144770 號

速 別：*11041144770*

密等及解密條件或保密期限：

附 件：

IPC：B60N 2/30 (2006.01) B60N 2/14 (2006.01)

一、申請案號數：110206773

二、新型名稱：具有觸控面板的座椅

三、申請人：

名稱：友聯車材製造股份有限公司

地址：苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑40-10號

四、代理人：

姓名：高玉駿 先生

地址：臺北市松山區南京東路3段248號7樓

姓名：楊祺雄 先生

地址：臺北市松山區南京東路3段248號7樓

五、申請日期：110年6月11日

六、主文：應予專利。

七、注意事項：

11041144770

發核時間 110/08/03/2021/08/03 08:00:04

第1頁(共2頁)

經濟部智慧財產局電子公文

公司活動資訊（一）

董事長蒞臨桃園工廠視察CR活動及天然氣管路工程進度

7/14(三)姚董事長蒞臨桃園工廠視察CR活動及延壽案天然氣管路工程進度，經由總經理親自陪同解說，以及桃園工廠主管簡報說明，已充分了解情況並感到滿意。



公司活動資訊（二）

發泡二線設備改造完工，提升製程產能及品質

友聯為提升發泡二線產能及改善泡棉品質，實施發泡線設備改造工程計劃，從今年1月起進行規劃，經發包程序後，在6/15開始動工安裝，7/14安裝完成試運轉，7/26開始試量產，經現場幹部觀察調整，持續改善產能效率及製程品質。

發泡二線設備改造工程主要項目：

- (1). 16台車增加至22台車。
- (2). 軌道及電軌更新。
- (3). 台車開閉位置改善。
- (4). 防誤及電控安裝。



公司活動資訊（三）

友聯期中策略目標檢討會議在7月底召開完成

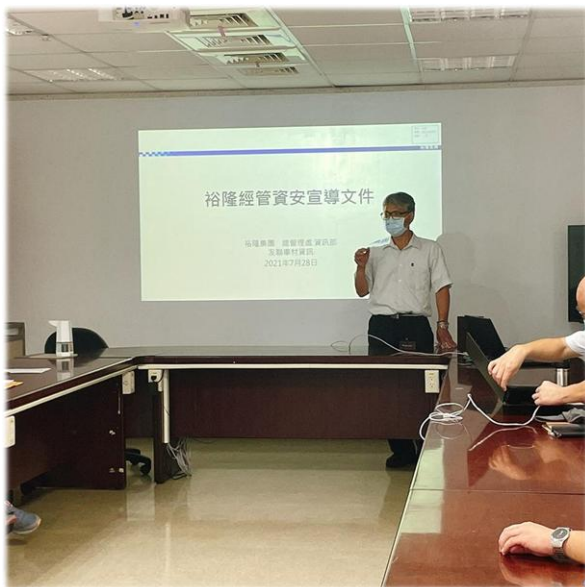
友聯在7/28(三)召開期中策略目標檢討會議，各部主管提報上半年計畫目標執行成果成效狀況、組織內外部經營環境風險議題及中期策略展開目標，總經理指示台灣市場是我們的根基，未來將是電動車市場，各單位主管要重視公司未來發展，提升核心競爭力，考量公司中長期策略發展方向，讓公司持續不斷有營運動力。



公司活動資訊（四）

資安宣導說明會，強化同仁資訊安全思維及使用合法軟體行為

自2020年新冠病毒疫情迅速擴散全球，企業為維持營業運作，工作行為模式更加仰賴數位科技及網際網路，詐騙勒索郵件、惡意軟體網站隨之增加，也有越來越多的駭客透過網路惡意攻擊企業及個人用戶，以及在網站中提供非法軟體，友聯為防止資安問題發生，在7/28(三)由資訊室安排資安宣導說明會，以資安管理重點及案例說明，強化同仁資訊安全思維及使用合法軟體行為，降低公司資安風險。



公司活動資訊（五）

裕隆總管理處風險管理部李科長等一行蒞臨友聯稽查指導

7/29(四)裕隆總管理處風險管理部李科長等一行來友聯稽查，以專業認知及實事求是的精神，幫助友聯找出管理問題點，藉此機會改善行政作業程序，強化公司營運管理方式，感謝他們為友聯投入心力與付出辛勞。



公司活動資訊（六）

友聯在慈悲感恩月舉行中元普渡祭祀

農曆7月為慈悲感恩月，友聯三義及桃園工廠在8/20(五)下午時分依習俗舉行中元普渡祭祀活動，以誠摯的心準備豐盛祭品，總經理、各級主管及同仁一同焚香祭拜，祈禱公司及全體同仁一切平安順利。



三義工廠中元普渡由總經理主祭

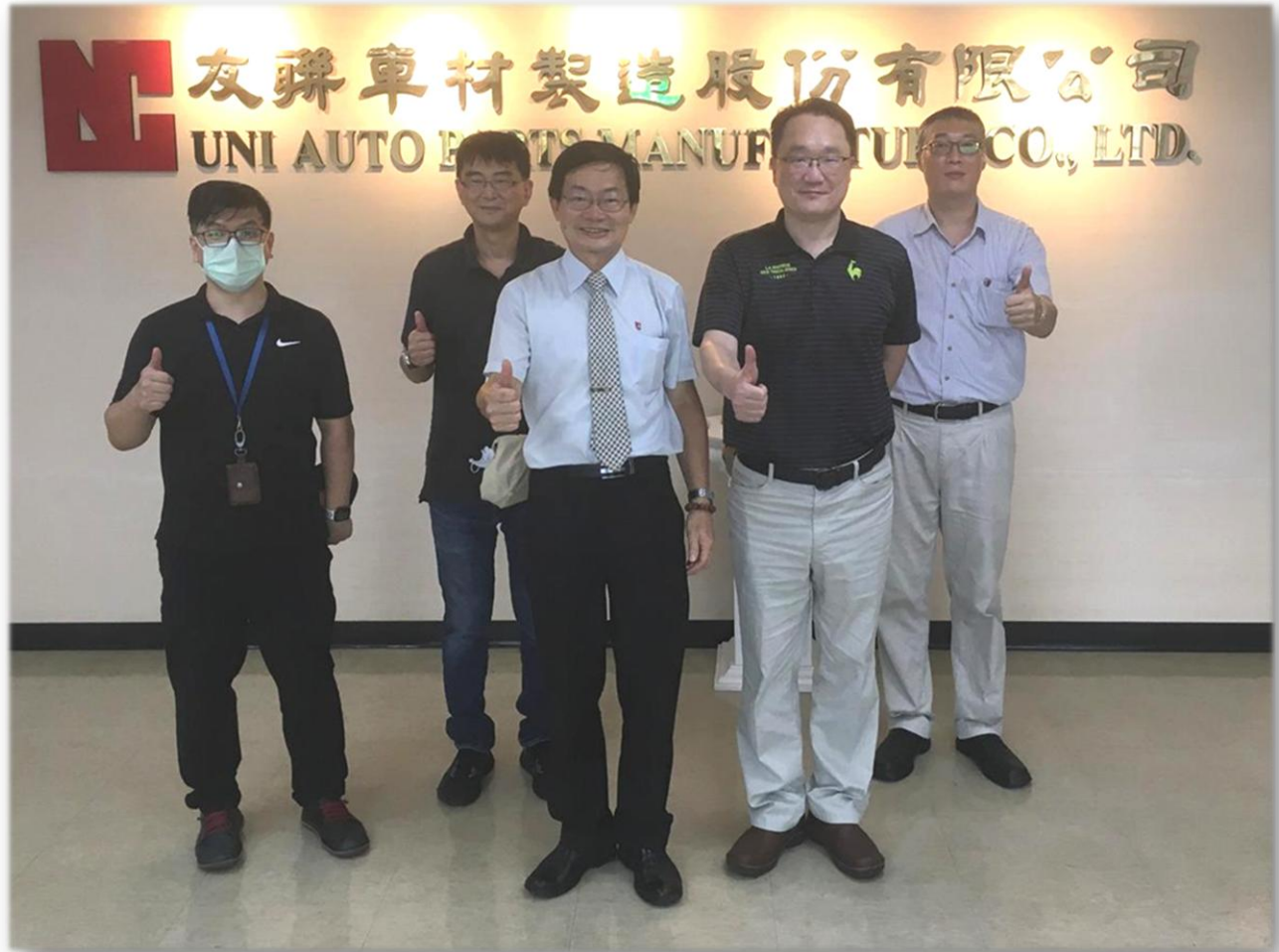


桃園工廠中元普渡由黃經理代表主祭

公司活動資訊（七）

鴻華先進公司康處長一行蒞臨友聯參訪

面對地球暖化及氣候變遷議題，未來將是電動車時代，友聯50多年來為台灣汽車產業供應鏈Tier1夥伴，亦為台灣車輛公會成員，友聯為邁入電動車新世代腳步，在8/23(一)邀請鴻華先進公司康處長蒞臨友聯參訪，讓MIH電動車平台能夠看見友聯為車輛產業所付出的貢獻，每張設計製造出來的座椅均以品質、安全及以人為本的意識來實現完成，滿足客戶需求，與客戶共好。



【資訊安全認知宣導】

何謂資訊？

- 資訊是一種資產，就像其他的重要企業資產一樣，對組織具有價值，因此需要受到適當的保護。
- 資訊可以許多的形式存在，可以書寫或列印於紙上，儲存在電子儲存媒體上，以郵寄或電子儲存傳輸，顯示於影片上或在對話中說出。
- 不管資訊的形式是什麼，或者共用或儲存的方式是什麼，都應該受到適當的保護。



【資訊安全認知宣導】

何謂資訊安全？

資訊對企業組織而言是一種有價值的營運資產，因此需要持續給予妥善資訊安全保護，避免受到各種威脅，確保組織維持正常運作，將企業營運損失降到最低。



資訊安全C. I. A. 三要素：

- 機密性(Confidentiality)：

確保資訊不被非法存取或揭露，只有經授權的人才可取得資訊，避免資訊洩漏。

- 完整性(Integrity)：

確保資訊經授權才能處理，任何階段無不適當修改或損毀。

- 可用性(Availability)：

確保經授權的使用者能適時存取應用所需資訊。

資訊資產的價值公式 =

機密性評價(C)+完整性評價(I)+可用性評價(A)



【資訊安全認知宣導】

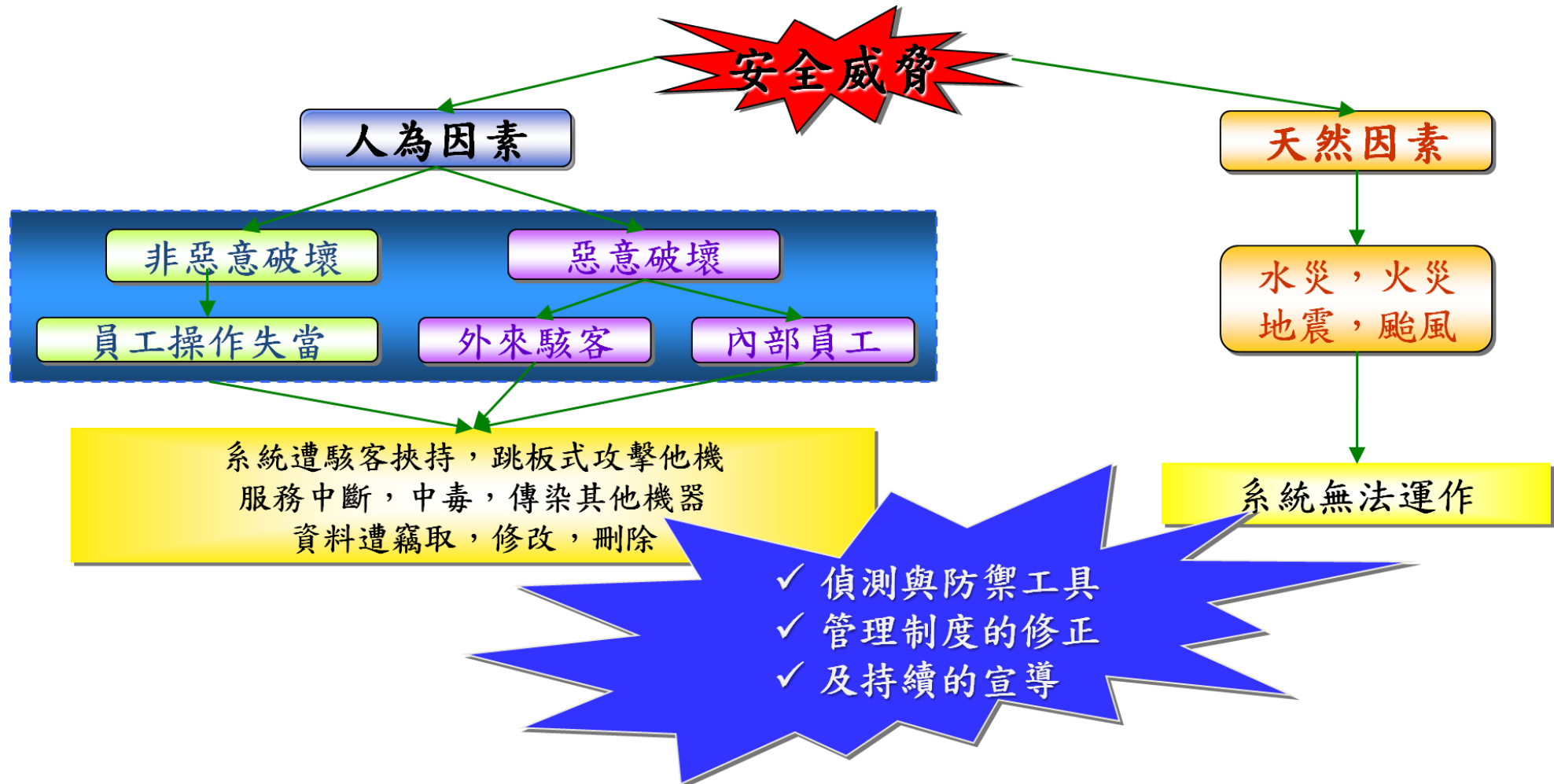
企業資訊安全管理重點

- 不論企業內部採用多強大的防火牆系統、防毒軟體、或其他資安技術軟硬體設施，仍無法確保網路與電腦使用是百分之百的安全。
- 國內外許多的研究調查機構均提到，資訊網路安全中最薄弱的一環，往往是使用電腦及網路系統的人員。
- 確保員工具備基礎的資訊安全概念，是低成本的資安實施重點，不但能夠有效地提升企業資安落實成果，其效果更勝於高價投資購置新設備及技術。



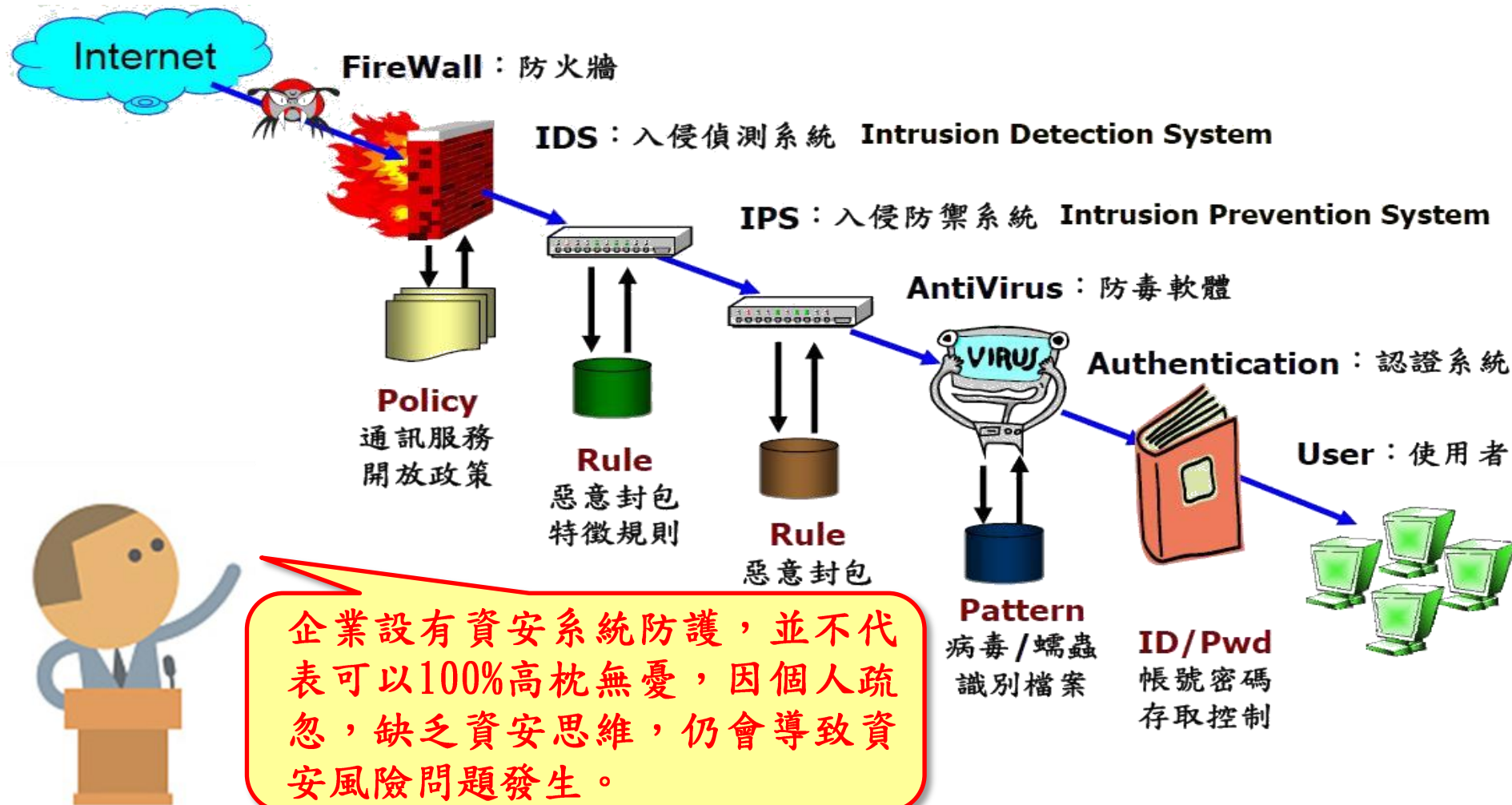
【資訊安全認知宣導】

企業資訊安全威脅的來源？主要是人為因素造成。



【資訊安全認知宣導】

企業資訊安全防護架構



【資訊安全認知宣導】

使用個人電腦的資訊安全觀念



【資訊安全認知宣導】

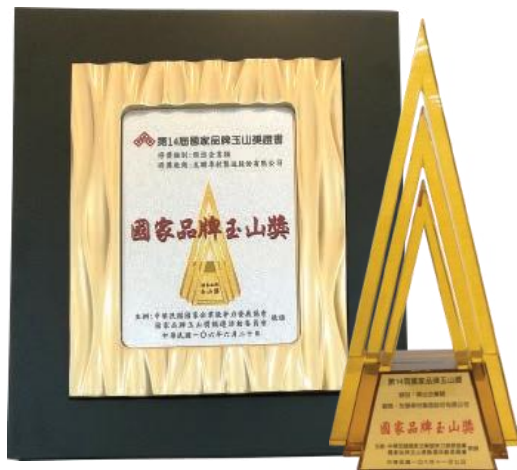
做好個人電腦密碼管理

- 使用密碼管控是最基本的資訊安全控制措施，需限制密碼最少長度（密碼長度不可過於簡短）。
- 密碼最好是英文字大小寫(Aa~Zz)、數字(0~9)、符號(#、%、*..)夾雜使用，避免連續的字串(aaa、123)，並定期進行密碼變更作業，以避免因為密碼過於單純，或是久未更新，導致密碼遭盜用。
- 避免使用與個人資訊相關的密碼，例如生日、電話、電子信箱等。
- 不可將帳號、密碼分享給其他人使用，或是將帳號密碼張貼在電腦四周，以避免密碼外洩。



友聯獲獎榮耀

友聯車材



第14屆
國家品牌玉山獎



第2屆
國家企業環保獎



第2屆康健CHR
健康企業公民獎



經濟部工業局
MFCA最佳示範獎



裕隆日產汽車
總體績優獎



福建奔馳(BENZ)
年度供應商金獎



裕隆日產汽車
設計開發績優獎



納智捷
總體績優金獎



中華汽車
優秀貢獻獎

友聯車材製造股份有限公司 UNI AUTO PARTS MANUFACTURE CO.,LTD.

用舒適的座椅，體現您移動生活的享受

誠信、創新、和諧

www.uni-auto.com.tw



桃園廠(彈簧)：桃園市桃園區大樹里興中街1號

TEL:+886-3-3611157

三義廠(座椅/頂蓬)：苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑40~10號

TEL:+886-37-873801