



特別企劃

淬鍊—和成80的創新與智慧
薪傳
和成大事紀

和成集團

產品新訊

突破性創新產品 BSB
暖暖衛浴過好冬

生活 × 時尚

在家 Home SPA
廚房的生活美學

生活觀測站

從心出發 再現卓越

生活部落格

好朋友的祝福
HCG 精彩廣告片段
廁所蒐奇站

社會人文

用愛與關懷為街友引路



HCG 80

Since 1931

行銷全球八十年
伴您生活每一天



- HCG 八十年的研發、行銷經驗累積，如今已成為專業領導、多元經營的現代企業。
- HCG 代表的不僅是衛浴、廚具、給水銅器製造的翹楚，更跨越建築、精密陶瓷、爐具及住宅設備等寬闊領域。
- HCG 用產品領導潮流，以行銷創造話題；融合科技美學，以理性的態度擁抱感性需求；以蘊藏的文化創意為基礎，創造世界性新商品。期望能創造住宅生活新視界！

榮獲經濟部 **TOP 100** 台灣百大品牌

AFC230智慧型超級馬桶榮獲 2011台灣精品銀質獎
AFC230、LCP590榮獲 2011台灣精品獎

AFC230智慧型超級馬桶榮獲德國 2010設計大獎
AFC230、LCP590 榮獲工業局 金點設計標章

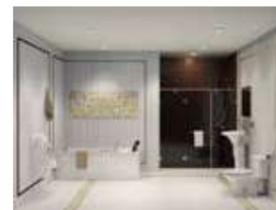
榮獲外貿協會 2010年台灣優良品牌
管理雜誌消費者理想品牌連續27年第一名
經濟部水利署節約水績優單位獎 衛浴廠商唯一獲獎
讀者文摘台灣區信譽品牌第一名白金獎
漂亮家居雜誌理想品牌第一名
經濟部產業科技發展獎 優等創新企業獎



品質認證



Content 目錄



特別企劃	淬鍊—和成80的創新與智慧.....02
	薪傳.....05
	和成大事紀.....06
和成集團	和成 三廠 二廠 塑鋼處.....08
	和成 廚具事業處.....10
	和成 科技陶瓷處.....12
	LAZULI 築禮國際.....14
	豪士多(股)公司.....16
	和隆興業(股)公司.....18
	和丞興業(股)公司.....20
	郁弘(股)公司.....23
	滬浦拉斯整創設計(股)公司.....24
	和成中國.....26
	菲律賓和成.....28
產品新訊	突破性創新產品 BSB.....30
	暖暖衛浴過好冬.....32
生活x時尚	在家 Home SPA.....34
	廚房的生活美學.....36
生活觀測站	從心出發 再現卓越.....38
生活部落格	好朋友的祝福.....42
	HCG精彩廣告片段.....44
	廁所蒐奇站.....46
社會人文	用愛與關懷為街友引路.....48

和成季刊 **Issue 7**
80週年特刊

發行人：邱立堅
編輯委員：陳振乾、沈義雄、陳國順、陳孟梧、
陳文德、黃建成、許廷嘉、簡萬發、
林筱茜、陳正芳

和成欣業股份有限公司
台北市南京東路三段16號4樓
TEL: (02) 2506-8101
http://www.hcg.com.tw



淬鍊 和成80的創新與智慧

從鶯歌的六人小窯場，到員工逾千的上市企業；從傳統的居家器具，跨足到時代尖端的科技陶瓷；從首屈一指的國產品牌，成為享譽全球品質標誌……和成欣業在臺灣這塊土地上，伴隨國人屆滿八十個年頭，並於民國百年獲得台灣百大品牌的殊榮；如同歷經高溫窯燒而成的精緻陶瓷一般，在無數的艱困環境中，秉持著不斷跨越過去的勇氣，淬鍊出不容撼動的龍頭地位。



1954年台北武昌街第一間營業所



創辦人 邱和成 先生



邱家第二代 合照



早期手拉坯圖



150米隧道窯



邱家子弟齊力鞏固陶瓷王國

和成創立之初，製陶是勞力密集的產業，窯廠內所有的工作都需要人力完成，因此鶯歌的製陶傳統中，孩子投入家族窯廠事業是相當普遍的事，當然邱家也不例外。

第一位正式投入和成製陶部工作的是邱和成的次子吳弘毅，不僅協助製陶、製釉、手拉胚等勞力作業，也擅長進行研發，經常研究各種陶土配方，奠定了和成產品不斷創新的根源。其次投入的是長子邱弘文，那年他才十九歲，由於是長子，和成製陶部的工作幾乎都在他的肩上。

在戰亂期間，由於台灣年輕人都被徵召赴沙場，其他弟弟又尚年幼，邱弘文與吳弘毅幾乎扛下了許多粗重的製陶工作，冬天要光腳踏水泥，夏天要在酷熱窯場搬運上千塊磚頭，經常忙到通宵。從創辦之初至民國三十四年改名「和成製陶廠」這十四年間，堪稱和成最艱苦的創業時期。

隨著和成發展漸具規模，個性外向、熱愛交際的老三邱俊榮加入，擔任和成的第一位業務員，財務交由老四邱弘猷

處理，老五邱昭陽、老六邱弘茂、老么邱俊傑也分別參與各大部門的領導管理，在這些邱家子弟的團結之下，和成的銷售成績越發亮眼，市場地位也更加不可動搖。

奠定衛浴版圖，進軍住宅產業

從台灣起家的和成，從不以這座島嶼畫地自限，而是不斷向國外的先進科技取材，例如民國五十一年自日本引進台灣第一座隧道窯；民國七十二年與美國史坦那達公司合資，生產台灣第一支單把手水龍頭——「夢龍頭」等，將HCG從一個家喻戶曉的國產品牌推向國際。

第二代接手和成經營之後，展露與第一代不同的經營方式，有別於邱和成絕對不向銀行告貸的想法，為了投入大筆資金增加工廠設備，開展企業營運版圖，而開始向銀行借款，朝向生產整套衛浴設備目標努力。

和成生產全套衛浴設備，最先進入的項目是浴缸，接著也朝地磚、壁磚、鏡台以及毛巾架等方面研發，並在邱俊榮的堅持下，逐步走出衛浴領域，朝向廚房設備領域發展，因

從零開始的創業維艱

許多人對於和成欣業HCG最深的印象，皆來自廣告中劉德華、林志玲等巨星代言的馬桶，然而這種現代家戶不可或缺的設備，在當時卻具有突破性的意義。

民國二十年，正逢民生凋敝的日治時期，創辦人邱和成憑著在日本擔任公職時省吃儉用存下的五百元微薄積蓄，在鶯歌白手起家，創立「和成製陶部」，一開始只雇用六個工人，規模之小，連「廠」都稱不上。當時為了打進日本人市場，邱和成抓住了日本人愛好花卉的口味，鎖定生產上釉花瓶等陶器，蒸蒸日上的業績，也讓這間製陶部獲得了不斷擴廠的本錢。

當時台灣的上廁所文化仍相當原始，許多人家共用一個便坑，便坑蓋在距離家裡幾十公尺遠之處，不僅相當不便，

也有礙市容。日本政府為了改善這種狀況，強力宣導公共衛生觀念，並大力推廣「每戶都要有廁所」的衛生政策。

因應這樣的變遷，邱和成從民國二十九年開始，擔任鶯歌本地所組織的「『便器販賣組合』組長」，並組團到日本考察便器文化，也開始想像透過馬桶來改善民眾的生活。

回到台灣後，邱和成決定投資設窯，生產非水洗便器。當時鶯歌地區有大大小小約兩百家陶瓷工廠，和成是第一家投入衛生用品的企業，而這種非水洗便器也在長子邱弘文的研發下變身更先進的水洗便器。他的先見之明，預告了和成在日後成為「本土馬桶王國」的開端，更以企業帶動社會變革之姿，對台灣造成了不容小覷的影響。



80th 紀念典範衛浴



藝術陶板



外掛防彈裝置



陶瓷3C科技

廚房五寶

為他認為：「和成能將衛浴設備做好，廚房也一定可以！」尤其廚具市場較衛浴市場大一倍以上，前景蓬勃可期。因此，即使當時廚具產業已是一片紅海，和成仍冒著不斷接到侵權指控的風險進軍，生產排油煙機、廚房流理台、洗碗機、熱水器等，甚至成立「門窗事業部」，專門生產高級氣密鋁門窗，全方位打造現代人高品質的便利生活。

掛牌上市，展開國際化布局

經過一甲子的試煉，民國八十年十月十四日，和成股票正式掛牌上市，標誌著企業跨入另一個新的里程碑。公司上市後，集團展現不同於過往的經營風貌，逐漸擺脫家族的人治色彩，走向專業經理人的管理模式；在產品方面，期許從衛浴王國邁向住宅設備王國，並結合時下綠能環保趨勢，研發省水馬桶等創新產物，也因應國人對家具質感的提升，與米蘭設計公司攜手合作；並且展開國際化布局，先後於中國大陸、菲律賓等國投資設廠。

第三代正式接班後，和成又進入一個嶄新的時代，從馬桶的生產者，「跨」到高科技及服務的產業，不只研發出全

球僅有五家生產商的抗彈陶瓷，並提出應用在筆電、滑鼠及手機外殼上的科技陶瓷，讓打造舒適住宅、便利住宅、高品質住宅的使命，再度進化成打造智慧住宅。

一家從傳統器具起家的企業，在時代劇烈變化的淬鍊中，小工廠跨至大集團，從傳統跨至高科技，從本土跨至全世界，這種義無反顧的跨越勇氣與永不間斷的創新泉源，即將醞釀和成未來更多無限的八十年！



商周出版《淬鍊—點土成金的創新與智慧》十月熱烈上市



創造「和光同成」的未來
讓HCG成為每個人生活中的朋友，善盡企業社會責任，贏取對和成堅實的信賴，永恆堅信著「和光同成」的願景—和成的光榮，要由大家一同來完成。

和成欣業(股)公司
董事長 邱立堅 先生



對後代及員工的勉勵與期許
自幼在父親的嚴格管教下，處事一向律已甚嚴，尤其不喜歡巧顏令色，特別以自己的人生座右銘，來期勉後代與員工，「凡事都要當自己的事，來認真處理，不是為了別人做！為人處事一定要有責任感與原則。」有了這樣負責任的態度，對家庭、事業、社會才會更有助益。

和成慈善基金會
董事長 邱弘文 先生



「和氣必成·人和為貴·家和萬事興」信念成就企業，和成八十、頂尖務實，於此和成80週年勉勵，再造和成一世紀。

和成集團總裁
邱俊榮 先生



技術決定成敗、管理決定盈虧、策略決定存亡

八十年的和成由技術起家，創立了堅固的城堡。在台灣經濟起飛的過程中，立下了不少的汗馬功勞。90年代企業正值騰達，公開上市與台灣民眾分享，經營管理得當，上下一心，團結努力，創造盈餘，成為大家期待的股王。

1992年隨著時代的變遷，及公司不斷的成長，和成進軍世界。陸續成立和成中國公司及和成菲律賓公司，晉升為世界的和成，和成人均以此為榮。

八十年的和成、邁向百年的和成，永續的經營策略，決定和成未來的命運，更需要全體和成人秉持優良傳統，勇於突破現狀，共同為和成未來創造更堅固的城堡。

和隆興業(股)公司 董事長 吳岳峰 先生



欣逢和成公司創立八十周年感言，謹以公司之宗旨：創意 誠意 滿意 之敬業精神，再接再厲，向前邁進，克服競爭極烈的大環境，同時在此也感謝全體同仁歷年來的努力與貢獻。

和成欣業(股)公司
最高顧問 邱弘猷 先生



80年前的HCG，憑著一股子感覺與夢想，執著追求，毅然決然從鶯歌小鎮崛起；80年間的HCG，跨越荊棘泥濘，克服了企業發展過程中的種種瓶頸，從臺灣走向了世界；80年後的HCG，眼界開闊，力量充沛，蓄勢待發。

一代創業，二代興盛，三代突圍，和成在80年的歷程中經歷了變革，承受住了諸多考驗。如今市場環境和以前有很大的不同，隨著理念的更新，80年來的經驗告訴我們，企業若要永續經營，就要依靠團隊的力量。無論是海外團隊還是臺灣、中國內地團隊，當HCG進入跨國時代，我們所有人都可以成為HCG未來發展的頂樑柱。

我們走了80年，再走個80年或是更久才是我們的目標，在未來我們不僅僅要堅持穩紮穩打的企業精神，也要將視線放寬放遠，在風險中突破，以樂觀的態度、包容謙卑的姿態去面對更大的難關和更好的機遇！

和成中國 董事長 邱士楷 先生

樂在工作·樂在生活

隨著地球無國界的形成，無論在商場上，或是職場上的競爭更顯得激烈，讓更多人專注在目前的工作上，卻忽略了「樂在工作·樂在生活」的創意實踐，久而久之這些競爭逐漸變成一種壓力，開始產生對工作的倦怠或熱情不再。

如果每個和成人都可以找到自己熱愛的工作，讓工作不再只是「工作」，而是發現樂趣和前進的動力，激發生活中源源不絕的創意，來實現更多生命中的價值。

身為和成的經營者，願意與大家一起創造這個理想的環境，讓和成人融入「樂在工作·樂在生活」的境界。

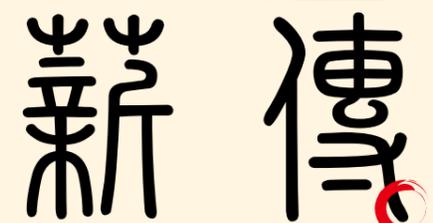
和丞興業(股)公司 董事長 邱柏君 先生



合興和氣萬事興
齊心協力萬事成
豪士多(股)公司
董事長
邱元逸 先生



跨越八十
再造榮景
和成欣業(股)公司
總經理
陳振乾 先生



HCG 大事紀



1931 ~ 1979	1931	先董事長邱和成先生創立和成製陶廠，創立資本伍佰元，產銷花盆與水缸。	
	1941	生產非水洗衛生瓷器，開始生產衛生瓷器。	
	1955	試燒白釉成功，跨入高級衛生器材領域。	
	1961	改組為和成窯業股份有限公司。	
	1962	建70公尺隧道窯	
	1966	邱和成退休 交棒給第二代	
	1972	榮獲中央標準局頒授「正」字標誌，籌建和成第三廠。	
1980 ~ 1990	1974	建104米隧道窯	
	1980	為提升產品品質及競爭力，自力成立研究開發部。	
	1981	變更並統一「和成」商標為HCG。	
	1982	為適應市場需求及擴展營業項目，合併和志興業公司。奉准更名為「和成欣業股份有限公司」。	
	1984	成立豪士多股份有限公司，生產單把手給水銅器，行銷國內外。推出阿爾卑斯系列產品，ONE-PIECE馬桶大量應市。	
	1985	衛生瓷器榮獲日本JIS工業標準及美國ANSI國家標準。	
	1986	衛生瓷器榮獲加拿大CSA國家標準。	
	1987	推出阿爾卑斯MII系列，產品大量應市。	
	1988	工業窯爐開發成功。R&D邁入CAD.CAM系統。	
	1989	引進低壓鑄造機器設備及技術，使產品品質更臻完美。	
1991 ~ 2000	1991	公司創立六十週年，展望將來開創新的里程，將企業標誌CIS重新設計，並於四月份提出上市申請案，十月十四日奉准掛牌上市。	
	1992	和成文教基金會舉辦「第一屆陶藝金陶獎」。	
	1993	引進日本KITCHEN HOUSE廚具生產技術，提昇廚具製造能力。	
	1994	與日本Kitchen House合作 開始生產廚具 銅器廠、瓷器廠同時榮獲「經濟部部長品質管制獎」。	
	1995	推出免治水洗馬桶座 UFO幽浮系列榮獲「台灣精品獎」。	
	1996	菲律賓廠廠房破土動工興建。	
	1997	江蘇和成建材公司建廠完成，上線生產。 推出全國第一只沖水量最省之6公升省水馬桶，省王C4360為國內廠商首家取得環保標章認證。 基於節省水資源觀念，開發兩段式省水另件，以推動環保工作。	
	1998	推出麗佳多系列(LEGATO)	
	1999	和成中國廠點火生產 通過ISO 9001認證、美國認證標準ANSI合格。 新彩繪系列、陶瓷心軸開發完成。	
	2000	菲律賓廠廠房完工。 EDEN、LEGATO系列全面量產。 設立生活館，提高銷售力。 成立 和丞興業服務公司	
	2001	劉德華代言，強化和成市場第一品牌之形象。 菲律賓廠正式量產。 和成「中國」有限公司取得韓國國家標準K.S認證。 給水銅器取得經濟部之省水標章證書。 榮獲天下雜誌(210期)評選為標竿企業。 麗佳多系列衛浴產品榮獲突破雜誌評選為「行銷創意突破獎最佳產品造型獎」第一名。	
	2002	衛浴及廚具產品同時榮獲突破雜誌「消費者理想品牌調查」第一名。	
	2003	台灣衛浴文化協會成立。	
2004	世大薄陶板 和隆廠生產上市		

2001 ~ 2010	2001	和成桃園廠獲頒水資局之「節水優良廠商」。	
	2002	推出增安全臉盆，首推減緩陶瓷破碎程度之創新開發新結構產品。 和成七十週年慶，並舉辦「吾鄉吾土、台灣民謠交響詩」音樂會。	
	2003	推出防污抗菌的智慧型免治超級省水馬桶(SUPERLET)，具備一體成型、大號6公升、小號3公升、無線遙控等功能。	
	2004	麗佳多MIII系列產品獲世貿GD MARK優良產品設計獎。 與工研院能資所簽署節水策略聯盟。 成立修繕事業部—改修王，跨足房屋修繕改修市場。 推出綠色建材—透水磚。 台灣廠150米隧道窯投入生產，每月增加30,000件。 新禪、頂客系列投產。 與經濟部軍品3項科技合作專案。	
	2005	邱家第三代正式接掌和成董事會 取得美國IAPMO國家實驗室認證。 跨足軍品釋商計劃	
	2006	跨足高科技事業—進行精密陶瓷及複合材料之各類產品製程開發。 和成台灣廠國際環境保證系統ISO 14001，認證通過。	
	2007	成立築禮國際(LAZULI INTERNATIONAL) 新店成立和成窯業工作室	
	2008	和成桃園廠衛生瓷器可靠度實驗室榮獲中華民國實驗室(CNLA)認證國家實驗室。 執行經濟部技術處業界科專。 成立o+整創設計公司 榮獲第15屆經濟部產業科技發展獎-優等創新企業獎	
	2009	桃園廠通過標準檢驗局ISO 18001 2007職業安全衛生管理系統驗證。 林志玲代言智慧型超級馬桶。 成立和成貿易行上海公司(UPEX)	
	2010	和成瓷器廠獲頒98年度經濟部水利署「節約用水績優單位獎」。 吳念真代言免治馬桶座。 生物能陶瓷/科技龍頭量產上市。 榮獲外貿協會2010台灣優良品牌。 AFC230智慧型超級馬桶，榮獲德國IF2010設計大獎。 AFC230、LCP590N榮獲金點設計標準。 AFC230、LCP590榮獲經濟部國際貿易局台灣精品獎	
2011	AFC230/AFC240榮獲第19屆台灣精品銀質獎 陳美鳳代言和成陶板廚具 多項產品取得台灣製產品MIT微笑標章 榮獲讀者文摘 台灣區信譽品牌第一名白金獎 榮獲經濟部國際貿易局台灣百大品牌		



和成 三廠 二廠 塑鋼處

台灣景德鎮

文·圖 | 瓷器廠、銅器廠、塑鋼處提供



LF3113P (MO)



今年，和成80歲了，就在HCG即將歡慶80週年廠慶的同時，我們也不忘回顧過去前輩們開創的辛勞，就讓我們穿越長長的隧道窯，歷覽和成淬鍊80年的燒窯技術，藉著探索窯場文化，開啟和成80年歷史的門扉。

和成瓷器廠 — 夢想的發源地

和成從1931年起於台灣景德鎮一鶯歌製陶起家，從創辦「和成製陶部」開始，由製作花盆、瓷盤，到研發便器、衛浴設備，傳承了堅毅、樸實的開創精神。到了民國六十一年，和成在桃園大湫買下三萬多坪土地，興建「和成三廠」，以及多座長達百多公尺的隧道窯，直到民國八十三年，和成的營運到最高峰，員工人數也成長到二千多人，一共有九座窯同時開火！

和成三廠是台灣屬一屬二的衛生瓷器大廠，燒瓷技術也是推陳出新，領航衛浴業界。1984年，和成推出阿爾卑斯系列產品，成為全世界銷量最大的單體馬桶衛浴廠商，1996年HCG打破以往馬桶耗水量極大的沖水方式，推出全國第一只六

公升省水馬桶；2001年『增安全臉盆』上市，在陶瓷內部塗佈特殊材料，讓產品在因受重力撞擊或荷重過度而掉落時，能減緩陶瓷破碎飛散的程度，避免發生損傷人體之意外。增安全臉盆使用特殊材料加工，具有膠合黏著、吸震緩壓的特性，有效防止臉盆破裂傷人事件之產生，『增安全』技術並申請了20年國家專利。另外，推出防汗抗菌的奈米衛生瓷器，利用奈米技術，釉藥在1200°C高溫下一次燒成，陶瓷釉面光滑、細緻。並添加銀離子，抑菌效果皆在99.5%以上，讓細菌不殘留，衛浴清潔保養更容易。和成馬桶水路均採管內淋釉，可增加排汗機能使水路管內不殘留污垢，不易勾住異物，水流順暢，提高馬桶使用壽命。一次燒的高溫燒成技術也應用至彩繪瓷器系列，瓷器經釉藥高溫燒成，與花色融合成一體，色彩鮮豔生動，觸感平滑，花色永不脫落。



和成二廠 — 龍頭的龍頭廠

1966年，和成二廠開始生產給水銅器，至此獲獎無數，1975年給水銅器獲金龍獎，1984年銅器獲日本JIS工業標準，1992年獲品質管制團體獎，1993年通過ISO 9002認證，1998年取得經濟部省水標章證書。

身為龍頭大廠，HCG最重視的是給消費者的品質保證。不似坊間使用回收銅料，HCG銅器用料皆採用純銅錠，電鍍鍍層厚度為國家標準的三倍，產品耐候性更佳，為了對環境的保育，電鍍廢水也經廢水設備處理，放流水符合國家標準，以不污染環境生態為最高考量。

除此之外，HCG更開發出生物能陶瓷龍頭，利用生物能陶瓷材料所釋放的遠紅外線能細化水分子，對人體產生保健效果，而陶瓷龍頭比起一般的銅器水龍頭不但更美觀、完全無鉛的設計也提供消費者更安全健康的用水品質。

和成塑鋼處 — 沐浴在幸福裡

現代人忙碌的生活步調，沐浴舒壓成為可遇不可求的奢望。HCG塑鋼部提供多樣化之淋浴SPA功能產品，SMC浴缸、

壓克力浴缸、按摩浴缸、壓克力淋浴柱、強化玻璃淋浴柱、陶板淋浴柱、人造大理石檯面、SMC檯面、簡框淋浴拉門、有框淋浴拉門、無框淋浴拉門、蒸氣房、各式浴櫃等等，除了滿足現代家庭快速、乾爽、潔淨的基本需求，更提供從頭到腳享受洗澡、淋浴、SPA按摩，沖去疲憊，讓人沐浴在幸福的時光。

淋浴類產品精心設計符合人體工學的流程造型、強力水柱SPA按摩、噴嘴可360度上下調整、並加裝已榮獲6個專利權，具保健功能的生物能陶瓷材料，浴櫃產品也不斷顛覆對衛浴的既有思考藩籬，從百分百防潮的發泡門板到即將推出的陶板浴櫃，讓傳統的洗臉盆增添更豐富的樣貌。

目前，和成已發展成為橫跨住宅相關設備領域的企業集團，是世界前十大衛浴生產公司，在台灣已連續蟬聯26年消費者理想衛浴品牌，並在今年全產業混合排名中獲選為台灣百大品牌。生活中的好朋友，和成今年80年，日後也將持續伴您每一天。



和成 廚具事業處

HCG廚具品牌故事

文·圖 | 廚具事業處提供



HCG創立於1931年，以生產陶瓷器具起家，現為台灣生產衛生瓷器之龍頭，國內市佔率超過55%。

並於1993年與日本KITCHEN HOUSE 公司技術合作成立廚具部門，由KITCHEN HOUSE 公司協助引進總資金兩億元高科技，電腦化的設備，並作生產技術人員培訓，製造國內首屈一指的高級歐化廚具。

對HCG而言健康是最重要的素材，因此HCG廚具獨家開發奈米健康廚具產品，CERABO陶板廚具(CE系列)為採用1150度C高溫釉燒陶板門板(世大薄陶板為世界最大、最輕、最薄)，搭配鋁質邊框顯現非凡質感，擁有鋼琴烤漆般的亮麗色彩，且陶板具有防污、抗菌、耐磨損、易清理等特性，為廚具革命性新產品；陶板門板近一步搭配Hello Kitty圖案更顯與眾不同，讓您的廚房變快樂天堂。

HCG捕捉大自然的體裁 以心為技，讓產品貼近生活

除了在門板上嵌入CERABO陶板廚具(CE系列)，另開發奈米級芬多精門板(NA系列)，將檜木芬多精奈米化後植入門板中，在擦拭時可自然散發檜木芬多精香氣，具有降壓、解勞的養生效果，同時還能抑菌、防蹣及耐磨損；HCG的用心與承諾，締造HCG廚具的不老傳奇。

HCG自德、奧、日等國引進進口功能配件，有效節省廚房空間、方便使用與安全，透過功能櫃的收納，讓所有放置物品都能一目瞭然，搭配一流成形技術打造健康廚房時尚空間的同時，也給予產品防震、耐用、防潮的品質承諾。



HCG以顧客的視角審視 設計符合「人」的生活空間

形隨機能，設計師以顧客的視角審視，以『人』為圓心，便利與機能為軸線，畫出符合人的『圓』健康的廚房空間。其中的每一個點、線、面，每一個空間規劃，每一項細心的設計，皆以使用者的觀點出發，機能性的收納配置，讓空間得以完全利用，不僅能完全收納生活中的柴、米、油、鹽、醬、醋、茶，還能將歡笑、驚喜以及點點滴滴的感動一併收藏；高精密度的成形技術，造形優美全無死角，方便清洗，不僅是污垢，就連生活的不如意也不殘留。

HCG重視與客戶的需求溝通，因此除了親臨現場丈量，為您量身規劃健康的生活空間，更在規劃階段採用3D繪圖軟體模擬廚房完成後模樣，構築您理想的廚房，再由專業工務人員免費運送到府及為您安裝；加以HCG全套專業的售後服務保證，讓您感受使用HCG廚房的安心與舒適感。

HCG一直相信健康是最佳的素材，如同為家人打造，HCG廚房書寫的點點滴滴，更以顧客的視角出發，從大自然擷取經驗，創造以「人」為主角的生活劇場。在這個舞台裡，或優雅、或時尚、或都會、或悠閒，選擇自己的角色享受生活、創造屬於自己的故事。

和成 科技陶瓷處

擁抱高科技的傳統產業

文·圖 | 科技陶瓷處提供



外掛防彈裝置



碳纖維/玻璃纖維 保護殼



木紋裝飾滑鼠

尖端陶瓷·科技材料

門禁管制、保密協議、軍方科技等等的訊息控管與刻板印象，這就是和成人眼中的神祕單位—科技陶瓷處。長久以來，科技陶瓷處在公司多角化經營策略的帶動之下，投入偌大的資源進行研發工作，並培育優秀的研發人才，進一步地將核心技術延伸到科技材料的發展上，開拓一個全新的事業領域。現在，我們藉著「和成季刊—八十週年特刊」的機會，得以一探這個神祕的單位。

科技陶瓷處的工作範疇可分為四大領域—高壓模具、抗彈防護、複合材料與表面裝飾製程。

高壓模具

和成公司所生產的臉盆大多是採用高壓成型的方式製作，而高壓成型的重點，多孔隙樹脂模具的設計開發與生產製作即為科技陶瓷處的主要工作之一。

高效率的坯體成型技術是和成公司的驕傲，以多孔隙樹脂模取代傳統石膏模具擁有多項優勢，採用高壓樹脂模使得坯體更為緻密均勻，而且成型後模具不需進行烘模，可24小時連續作業，提升效率與品質卻又能降低成本，設計得當的樹脂模具使得瓷器產品有著更多變化，價格也更平易近人。高壓成型機台更是揣摩國外目錄，經多次設計修改後委託廠商製作而成，在相關單位協助之下，始有今日HCG之高壓成型技術。

許多人並不知道，很多傳統產業所採用的生產技術，甚至比科技產業還要來得先進，每天都會見到的生活中的好朋友，這樣平易近人的衛浴設備，竟是老師傅的經驗與先進技術的完美結合，一套優質的衛浴並不只是產品，而是和成人群策群力的美麗結晶。



類皮革筆記型電腦上蓋及滑鼠

智慧型手機保護殼
(木紋、陶瓷殼)

防彈盾牌

抗彈防護

科技日新月異，武器系統的發展也越趨快速，為提升國防安全自給自足及加強民間產業技術，政府提出了一系列的軍品釋商計畫，和成公司自民國92年開始，在原有之精密陶瓷技術基礎下透過科專計畫與中山科學研究院合作研發陶瓷防護產品，主要產品為抗彈陶瓷、防彈板（IIIA級、III級、IV級）、防彈衣、防彈公事包及防彈盾牌等，其中多項產品通過美國懷特實驗室(H.P. White Laboratory)之測試。

近來，和成公司承製甲車之外掛陶瓷複合裝甲，經多次實彈測試認證為國內唯一的合格廠商，不僅提供該項防護軍需品自給自足外，亦能為公司帶來另一項商機，達到軍、民雙贏之目標。科技陶瓷處亦將此技術應用於人身防彈設備，目前已接獲國、內外多方訂單。

藉由軍品釋商計畫，和成公司本身具有的核心技術得以提升，傳統陶瓷搖身一變成為可以抵禦火砲的高科技防護設備國防製品，政府乃以政策結合民間產業技術，降低軍品採購成本提升軍品自製能力，總結兩者達到產、官、學三贏的局面。

複合材料

複合材料是現今材料界的當紅炸子雞，和成公司卻早在30多年前就開始應用這樣的技術製造衛浴設備，我們所熟知的FRP(Fiberglass Reinforced Plastics)浴缸，即為複合材料的一種，就如同抗彈陶瓷一樣，和成公司再一次延伸核心技術，將複合材料的生產技術提升，跨入更深層的材料產業。

到底何謂複合材料呢？顧名思義，就是將兩種以上的材料相互結合，在材料性能上進行截長補短的互補作用。由於各取其材料優勢，使新材料擁有更好的性能，而其中又以碳纖維最為人所知，其重量輕、剛性強，擁有眾多金屬與高分子材料所無法匹敵的優勢。

和成公司將此材料應用於多項結構組件上，充分發揮碳纖維的材料特性，也開發出金屬與碳纖維結合技術，廣泛地被航空界及工業界所採用。相關產品有輕型遙控飛機殼、車輛輪圈組、車輛引擎底盤、卡車用大保險桿，乃至於承製台灣高鐵全線的複合材料絕緣片、智慧型手機保護殼等，此外，3C產品在輕薄短小的趨勢下，鋁鎂合金已被大量應用，相較於鋁鎂合金更輕、更強的碳纖維結構件，也將成為新一代3C機殼之首選，科技陶瓷處也將在此項目大力發揮。

表面裝飾製程

在一段創意發想的過程後，將複合材料技術應用於產品的外觀裝飾，除了現有材料技術之外，更加上自行開發的IMB(In-Mold Bonding)模內成型製程，使得產品的表面能有柔軟的觸感，甚至能以天然木材做為產品外觀，目前已實際應用在各類型產品，並與聯想、華碩、廣達、仁寶等國際大廠合作，推出多款機種。

將PU皮革、布料、天然木材等材料，透過IMB製程呈現出與傳統鋁質與塑膠質料不同的優雅質感，擁有柔和觸感的外觀使產品更具生命力，現有3C產品應用只是開端，和成公司仍將繼續努力，將好的產品推展到每一個角落，力求完美品質。

LAZULI 築禮國際

與世界同步 體驗優雅的衛浴生活

文·圖 | 築禮國際提供



KERAMAG SILK



Damixa Slate



KLUDI BALANCE

和成公司自1931年創立以來，一直引領著台灣衛浴市場的發展，為了因應豪宅市場的興起，滿足金字塔頂端客戶的品味需求與美感提升，和成集團於五年前成立「築禮國際」Lazuli International，正式跨足進口衛浴服務，並與歐洲最大的衛浴集團Sanitec合作，將該集團旗下之大師級的國際衛浴精品引進台灣。

有別於其它進口業者，築禮所引進的衛浴品牌均是在自身領域上深耕的專家，包括德國百年經典衛浴Keramag，帶著浪漫風的純正法蘭西工藝ALLIA，德國精求細節的kludi龍頭，北歐設計驕傲的Damixa龍頭，義式頂尖藝術龍頭Zucchetti，以及杜拜飯店御用德國頂級衛浴Jorger等共有14個知名品牌。

築禮旗下的每一款頂級衛浴品牌均代表著各種優雅的生活方式，透過築禮的引介，生活將不再一成不變，和成的用心，築禮的貼心，值得您逐一體會。此外，築禮引進的所有產品都是自歐洲進口，血統純正的原裝產品，在品質上比起同業更加令人放心。以下就築禮目前所代理的品牌簡單介紹：

KERAMAG：KERAMAG是德國衛浴界的領導品牌，在超過100年的歷史裡，KERAMAG始終不斷追求革新與創意，所推出的產品皆是通過極為嚴格的设计要求，並考量功能性、產品品質及產品所能創造出來的價值感。KERAMAG產品在全球都非常受歡迎，不論是建築師、設計師、建設公司或是一般消費者，都賦予KERAMAG為頂尖品牌的肯定，無數次的Red Dot設計獎記錄即是最佳證明。

ALLIA：ALLIA自1982年開始從事陶瓷研創製造，擁有百年衛浴製造的傲人傳統工藝技術，不以市場短暫需求的奇異造型為取向，對產品的設計著重於長遠的考量，特別強調百看不



KOS MORPHING



KERAMAG PRECIOSA



KERAMAG MAYDAY

厭之視覺特質及低故障率的品質。讓ALLIA不斷締造創新的品質紀錄，並讓消費者感受其對品質的嚴格要求和不平凡之處。

Artceram：義大利品牌ARTCERAM成立於1987年，初期以生產臉盆為主，後來逐漸增加了馬桶產品。對於產品的設計有著強烈的自我風格表現，並於2000年正式以ARTCERAM品牌問世。隨時間的演進，專業化的精進，開始思考著不同於一般瓷器的表現，加入許多不同的元素成分，極緻線條的設計品味，創造出令人驚艷的產品。

KLUDI：KLUDI於1926年成立，有著德國傳統工藝血脈，擁有85年歷史的企業，為給水設備設計製作的專家，KLUDI在设计上力求優質材料，更仔細嚴控品質，以增長產品使用壽命，對每個細節都充滿關注，充分滿足顧客對品味的挑剔，使得KLUDI在銅器界成為高品質的代名詞。

Damixa：世界聞名的丹麥時尚設計品牌，Red Dot、IF等設計獎項的常勝軍，Damixa自1932年成立以來，即以不斷的突破傳統，開創了衛浴產業的新風格，而產品呈現的高尚質感也令人不禁把玩再三。這些優點使得Damixa成為業界最大的龍頭出口商，行銷世界60個國家，超過70%的業績來自於國外。

Jorger：1909年成立至今，近百年的歷史、家族企業精神的延續，淬煉出Jorger迷人的設計。Jorger的哲學，是為整個浴室提供設計概念，從最初的視覺和規劃過程，融入著每個使用者的熱情。每一個Jorger的設計系列都為浴室創造完整和諧的裝飾，特別是相關浴室配件設計的完整性，展現無可挑剔的自豪，受杜拜帆船飯店欽點絕非浪得虛名！

普遍來說，進口衛浴品牌往往需要花數十年的時間，來累積指標性工程案例，然而身為頂級衛浴市場新兵，在憑藉著和成集團深厚的經營實力、人脈網絡，以及集團內相關單位同仁的緊密合作，在築禮成立滿五年之際，即在全國各地累積多項使用實例，舉凡五星級飯店、都會區頂級豪宅、商業辦公大樓及一般住宅，都可見到築禮旗下產品蹤跡。

展望未來，築禮將持續引進更多歐洲時尚精品衛浴，帶給消費者與世界同步的奢華體驗，透過極致優雅的衛浴生活，傳遞美學中最純粹的華麗、細膩、優雅、感觸、智慧、時尚、氣度等元素，讓使用者能藉此更加體會生命的耀眼與美好！



豪士多(股)公司

能士何在? 此, 豪士多最多

文·圖 | 豪士多公司提供



豪士多公司自1984年成立以來，專注於產銷三機產品（瓦斯熱水器、瓦斯爐、排油煙機）、電爐二機（儲存式熱水器、瞬間型熱水器）及衛浴自動化產品（電腦馬桶座、自動沖水器、自動龍頭、自動烘手機），致力於衛、廚市場及公共空間之研發與服務。

然而地球溫室效應，環境急遽的惡化下，使得我們也愈來愈重視自然及再生能源，豪士多新推課的成立，就是朝著以最自然的能源，沒有任何的污染，產生生活所需的熱能，再轉換為熱水或是再作其他用途，如：太陽能及熱泵熱水器，是目前豪士多極力推廣的部門產品，採用最無污染的太陽能量及大氣中的熱氣，有效利用後，排放冷氣降低週遭溫度，為地球盡一份心力，減少能源的消耗，碳的排放及降低溫室效應，為下代子孫創造更安全，更健康的未來。

廷，上班累嗎，要不要幫你放熱水，洗香香呀。在職場辛辛苦碌了一天，回到家用熱水把全身的疲累沖洗一空，

把所有的不愉快拋在腦後。廚房裡心愛的妻子正展現廚藝，準備滿足一整天上班後疲憊的老公與家人一起共享佳餚。在這愉快的氛圍中都需要有良好的器具來滿足著您，保護著您，讓我們在背後默默耕耘奉獻心力，不作誇大廣告，一步一腳印，小心翼翼的與家人一起經營家的感情。

在和成80週年所推出的幾款週年慶機種中，皆有劃時代的設計，如：目前參獎中(台灣精品獎)的E820電腦智慧恆溫瞬間熱水器，外觀就是由O+設計，打破市面上既有大眾化白色塑料殼材質，用二側銀色烤漆來凸顯中間黑色透明壓克力板的質感，在黑色壓克力板中嵌入了彩色液晶螢幕，清楚的表



E820



GS232



GH596B

現出設備的使用狀況，按鍵上加大及圖示，讓使用者操作更方便，不僅在外觀設計時尚，產品更具節能、方便及安全，當設定洗澡所需的溫度後，電腦恆溫自動控制，水溫不忽冷忽熱更省電，另外在安裝施工上具有三處電源入口，可供水電師傅依照電力來源選擇配電方向，讓線路順暢減少電線外露，安全性也大大提昇。

GH596B突破以往傳統純白設計，改由黑色鏡面底漆加上波動的花紋以空氣流動的漂浮感為設計概念，給單調的熱水器外觀，宛如放在戶外的傢俱精品，讓人驚鴻一瞥直嘆：哇...真是漂亮。強制排氣將廢氣排出屋外，避免一氧化碳中毒，以維護全家人的健康安全，16公升智慧恆溫大出水量，可同時提供二間浴室使用，讓洗澡更加舒適快活，所以舒適、安全是我們為消費者把關作最基本的產品要求。

再來介紹的是GS232檯面式二口瓦斯爐，也是80週年慶機種中的其中一款，內外三環的火焰爐蓋，產生內外焰，能讓火焰更平均的分佈在鍋底，使燃燒的效率更高、更快、更節省瓦斯，有更多的時間可以多陪家人，面板的部份採用不鏽鋼材質，大家都知道不鏽鋼硬度佳而且加工困難，但材質安定，無毒，耐酸抗鹼，是廚房衛浴用品之上選材料，在爐架則採用鑄鐵防滑爐架，設計的更加“粗勇”，放置鍋具更加平穩，安全。還有好多好多說不完的爐具精品，等著大家來探索。

豪士多公司以旺盛的企圖心，開始擴張事業版圖，不單單只有滿足現有成就，並於民國一百年成立國外部，引進義大利知名高級品牌BERLONI(寶隆尼)，來攻佔台灣金字塔頂端的市場，一步一步的壯大和成，提昇和成國際視野，享譽全球。



和隆興業(股)公司

建材工藝的創造者

文·圖 | 和隆公司提供



藝術陶板 - 個人化空間



室內空間

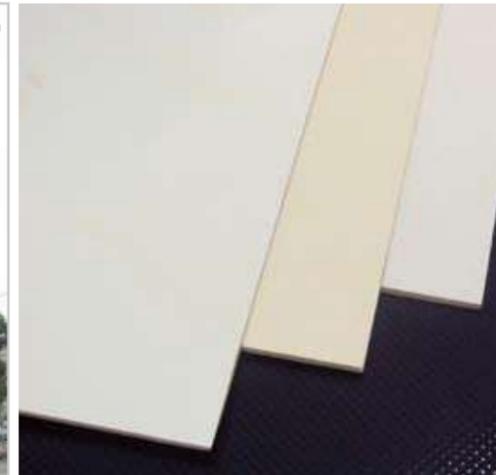


高鐵台北站月台柱面

陶磁薄板(以下簡稱陶板)?陶板是什麼?我想很多人初次聽到都會有這樣的疑問。也許,曾經在某些地方、某些場合之下,聽過某些人對於陶板的說明。但確實是”傳聞”的那樣?大型磁磚?不,其實陶板在許多方面根本就不是磁磚這種建材。筆者寧願將其分屬為單一建材分支,而且是嶄新的,前所未見的一種特殊建材,獨立於各種建材項目中!



嘉義郵局



陶板早期是由日本最先研究開發出來的一種全新建材,之所以會開發出這類型的建材,主要是因為當時日本本身的建築觀念慢慢轉換為輕量化結構,盡量可能的減輕建築物本體的負擔,避免萬一在危害發生的時候,建築物本體龐大的重量造成了不可回復的嚴重後果。而後,和成率先引進此獨家專利技術,原因跟日本當時開發出的考量是一樣的,為了能夠讓社會有個更安全的環境。

雖然起始之初或許有些不太順遂,畢竟是不同技術領域,但是憑藉著和成關係企業和隆興業股份有限公司(以下簡稱和隆)本身的研發團隊以及不斷的投入資源進行改善與開發,慢慢的成就了現在的陶板這項建材。但是我們並未因此而感到滿足,仍然兢兢業業的不斷創新研發,甚至以陶板此一建材為基石,開發出藝術陶板、陶纖板...等多項嶄新的建材。

但,陶板?陶板,係使用不同於以往磚類建材的原料,不同於磚類建材的結構與製作方式所生產出來的一種建材。陶板,具有一般石材、磚類等無法有的韌性,具有一般磚類無法有的尺寸大小與厚度,具有一般石材、磚類等相等尺寸大小下無法達到的重量,更重要的是,陶板若進行客製化生產,所需要的成本是遠低於其他石材、磚類。陶板一片,標準生產下的尺寸為90cm x1800cm(最大可達120cm x240cm-300cm),厚度為4mm(牆面用4mm,地面用6mm),重量僅僅7.5 kg/m²。相較於大理石、石英磚等其他類型建材,對於建築物的承載更能有效減輕其負擔。而陶板的表面,經過高溫達1150度C的淬煉,非常不容易沾附髒汙,好清洗及整理,更具有良好的耐火、防火建材的功能。也因為以上種種的優良特性,陶板,它其實是屬於陶質石磚類的建材,不同於其他種類的建材,是獨一無二的建材選項!

那為何要選擇陶板呢?因為陶板本身的大、輕、薄的特性,不管是用在新建或者改裝的建築物上,各種範圍,均遠較於其他建材來的優異,尤其在改修的市場上!試想,您家的牆面,原來一堆線條錯綜複雜的小磁磚構成,但是卻可以在使用陶板後變成簡單的幾條線,進而形成平整、亮麗且少溝縫的景象;原本開始泛黃、髒污的油漆牆面,因為陶板表面本身的特性,能夠讓您省去大筆的油漆費用不需要長年油漆的維修,僅需要簡單的整理就好,省時省力又省錢。更別說陶板的延伸姊妹產品—藝術陶板,能夠打造僅屬於您獨有的居家環境!

在施作安裝上,陶板比其他建材來的簡單以及方便,因為單片陶板面積大,所以施作時間相當短,也因為材質的關係,施工等待養護的時間也比傳統方式來的短,施工方式也相對簡單!

藝術陶板,則是建構在陶板此一建材上的全新商品。利用全新的技術,將您的圖樣、圖像、圖片等轉印至陶板上,結合了原有陶板本身的優點(若為手繪,根本不可能創造出贗品!),應用範圍廣,從戶外到室內都可以打造出僅屬於您的獨一無二的空間視野!結合了個性化的設計、客製化的選項,打造出全然不同且完美升級的住宅藝術!而陶纖板,狂野卻又纖細的設計,亦是您的最佳選項之一!

陶板,和隆努力打造的全新建材選項,開啟了建材史上全新的一頁,為的只是能夠回饋社會並且給您一個更安全以及更舒適的居家環境,和隆把您的居家完善度當成己身的責任,期望能夠不負您對我們的期待!正因為如此,和成才會努力成為建材工藝的創造者,即便路途艱辛,我們也會全力以赴!



和丞興業(股)公司

服務品質最佳化

文·圖 | 和丞公司提供



隨著資訊時代的來臨及消費意識的抬頭，顧客對產品或服務品質的需求已由制式標準化，轉而希望能提供個人化的需求，不僅對產品品質要求提高，對廠商是否有完整售後服務網也是考量之一，要如何做好客戶服務已經是各行各業必須具備的條件，而服務是一種無形的產品及非實體的東西，而且是沒有固定的標準模式，因此服務品質好壞，是無絕對的答案，其唯一的基本衡量標準，就是客戶個人的感受，即使所提供的服務不論大小，只要能讓客戶感覺滿意，就算是一次好的服務。而Mittra(1993)認為『服務品質』有下列四種特性：

1. 服務人員的行為及態度：由於消費者對於服務人員態度之感受是最直接的，而這些態度包含服務意願、敬業精神、言行舉止、禮貌及自信心等。因此服務人員的行為及態度，可以說是服務品質極為重要的特性之一。

2. 服務不符合性：此乃考量服務品質及消費者之需求有落差或服務的實際成效偏離目標的情況，此情況以客戶抱怨最明顯。

3. 及時性：由於大部分的服務都是無法儲存，所以是否能夠即時或適時提供服務，將是消費者對於服務品質之評估，是否良好之重要指標。

4. 設備有相關之特性：一般而言，服務之提供者不僅是提供服務而已，就連周邊的設備也會影響到顧客的滿意度。

為符合上列特性，和丞服務公司對服務人員的維修技能及應對訓練是很重視，服務公司除了有技能養成計畫外，每年更利用三至八月維修業務量較緩和時間，安排各種實務訓練課程，除了公司重點產品外。每一次訓練依據服務人員需求作分類安排課程，課程時間從一天到三天不等。

而和丞服務公司對產品的服務可分為三個部分，一是售前服務，客戶想使用和成的產品，但是不知道所選購產品應預留各種管道尺寸，可提供諮詢服務。二是售中服務，產品在安裝過程中，如遇到組裝有問題，可提供諮詢或派員前往指導。三是售後維修服務。另外，還提供使用和成產品新建案完工交屋前巡迴檢視服務，讓建商交屋沒煩惱。



還有針對舊社區或大樓進行貼心「免費安檢」活動，因為和成認為，售出的每一項產品，都與客戶結緣，有一輩子的關懷與責任。此活動有二種運作方式，一是利用網路辦理登記，二是主動拜訪，商請社區管理委員會公告社區居民，於某段期間和成會派服務人員，至社區或大樓作免費衛浴產品安全檢查，並採事先登記方式進行，避免影響社區其他居民作息，安檢過程若發現產品有異常，可提早發現處理，

避免使用上之不便。而這項活動是免收服務費，更換零組件又可打折。『免費安檢』活動目標不在獲利，而是為提昇HCG企業形象及回饋廣大和成愛用者，讓我們的用心、客戶可放心、讓我們的細心、客戶可安心。

服務是企業的根本，品質是企業的生命，為提升服務品質，每一次維修服務後，會寄給客戶一張客戶意見表，請教對這次的服務品質是否滿意，並會抽樣直接打電話給客戶，進行電話訪談調查。這些作法，對服務人員是一種無形的壓力，更提醒他們，客戶的滿意與否也是考核的重要項目。客戶提供的意見可作為提升服務品質的參考。

和成的成功不只在產品品質的要求及研發，在服務上的用心也非國外衛浴設備品牌能夠比擬，當景氣蓬勃時，代理商大舉引進進口品牌衛浴設備進入台灣，而市場萎縮時，代理商也不再代理該品牌，消費者面對需要維修服務時，找不

到廠商可以維修及負責，求助無門。由於外國品牌使用之零組件規格，與國內產品有差異性，即使請水電師傅修理，也不見得能夠維修。

和成是土生土長的台灣企業，在這塊土地上成長茁壯。身為衛浴界的龍頭品牌，公司認為有必要為消費者設身處地著想，因而推出「馬桶孤兒誰照顧」活動，在全省各中心設立急救站，只要撥服務專線就可以。

為了讓服務更專業，於民國八十六年，成立專門服務的公司，取名「和丞興業」以專業、精緻、快速為服務宗旨，提供更完整的服務。成立公司的優點是人員的教育訓練制度更完整，效率更高，例如維修服務人員都需具有特定瓦斯器具裝修專業證照，制服之穿著及識別證的配帶，讓客戶更安心，對和成也有更好的印象及信賴。和丞全省設有免付費電話專線0800-087089，讓廣大和成愛用者隨時能反應其需求，並要求維修工程師及客服人員，在客戶提出報修申請的二十四小時內回覆。隨著網際網路的興起，和成的報修管道除免付費專線外；更擴及到網路。運用網路的優點是，只要家中衛浴器材有問題，即使在深夜、凌晨，都可利用二十四小時不打烊網路(<http://www.hcg.com.tw>)登記報修。同時，愛用者可將有問題的地方拍照上傳，讓維修人員迅速地掌握現場狀況，帶對零組件前往維修，可縮短維修時間。上班後，會指派維修人員前往處理。自民國九十九年起，和丞的服務



郁弘(股)公司 邁向產品多元化

文·圖 | 郁弘公司提供



更提供一項重大突破性作法，於過年春節期間；和成愛用者若有衛浴及三機設備之維修需求，可上網登錄維修申請，和丞服務會在最快時間內派員前往處理，僅限網路登錄客戶。

和丞興業成立後，對愛用者的服務更多元化，例如：在全省十一個服務中心增設「DIY零組件供應中心」，愛用者(DIY動手族)或水電師傅，需要任何零組件，都可前往全省各維修、零組件供應中心洽購；另客戶若有對和成任何產品的需求，和丞公司也提供訂購服務。

為提升服務水準，服務公司更導入ERP系統，提供更有效率的作業，將客戶資料進行系統化、自動化的處理。實際作法是透過「免費安檢」及維修服務，將消費者使用的衛浴設備，直接進行管理，也就是所謂的「衛浴普查」，服務人

員到府後，將所使用衛浴設備作登錄，如馬桶、面盆、水龍頭、瓦斯爐、瓦斯熱水器、瞬間電能熱水器、儲存電能熱水器等型號，將這些資料輸入系統內，當消費者打電話要求維修時，客服人員可以立即查詢到需要維修的正確產品型號，服務人員也可依產品型號攜帶正確零組件更換，可快速地排除故障；二是零組件管理更有效率，只要進入系統，輸入零組件型號，可立即查看庫存數量，若是該區目前無庫存，於系統中也可查詢其他中心是否有；所需求之零組件庫存，讓後勤的統籌與支援更加迅速。因此可知要在不景氣中，要與其他廠牌搶食銷售及維修市場競爭生存，要有一流產品品質及完整售後服務網才能獲得消費者的青睞。

一個事業的成功；背後一定有一個讓員工可遵循宗旨、引導事業體走向錦繡前程的信念，『誠正信實、合和互協、從心開始』即是郁弘員工向上提昇奮鬥之信念。

『郁弘』創業1979年一直以來；始終以成為一個塑膠專業射出加工者，努力以人性化與貼心為主軸，有效運用資源來發揮整體效益，俾使創造更多元化產品。同時追求『今天比昨天更好；明天要比今天創新』理念，在多年努力產品線持續擴充，通過ISO-9001國際品質認證，海外設廠……等多項成績、見證我們的堅持，也突顯了郁弘人高度專業素養及向上提昇之決心。

比起立業已80年的和成公司，『郁弘』正值精力旺盛；充滿活力、更充滿了無線創造力的可能，更在歷練許多變革並不斷自己提昇下，所擁有的即是純熟的生產技術、加上大小型專業射出機械，能隨時提供最專業解決方案，以協助和

成集團塑膠製品品項供應，以因應產品銷售。設計研發；一直是『郁弘』的核心競爭優勢。

身為和成集團的家族成員之一；我們並沒有心圖安逸，鬆懈研發腳步，相反的；我們更惕厲自己；隨時關注世界脈動。

縱使已身為台灣馬桶蓋最大生產工廠；我們並不自滿，更加投注龐大的人力財力，悉心專研豪華化妝鏡、馬桶蓋、浴室配件、精密射出品等具有市場競爭力產品，單是豪華化妝鏡即達數十種樣式可供選擇，我們的努力與用心，預期可見。

人類因為有夢想而偉大，企業何嘗不是如此，『郁弘』也有夢想；即是成為塑膠製品專業射出加工廠，可與世界接軌。前進的方向是明確的，所以我們把公司經營著重產品開發，落實品管制度及專業人才培訓。我們堅信唯有重視人才，重視與員工的對話，重視 Know-how的分享與Know-why的激發學習，才是明日登上巔峰的根基。



O+ 滙浦拉斯整創設計(股)公司

美好生活的實踐家

文·圖 | 滙浦拉斯整創設計公司提供



近來在雲端運算概念快速興起下，帶動了全球性的智慧居家建築發展風潮，技術與系統的整合，更提高了我們對於所處居住環境的品質，對於安全與健康也越來越關注。

智慧居家建築的主要精神，在於透過資通訊技術，促使建築內各項嵌入式系統得以即時傳遞。從前夢想拍拍手，燈就能開啟；打個電話就可以關閉家中電源，上網連繫就能在回家前事先開啟冷氣；經由網際網路透過手機或電腦便可遠端監看家中的老人及小孩是否平安，如今都以漸漸出現在日常生活中，愈來愈普及。甚於超越家庭，應用於社區，能無時無刻被呵護於無形。

O+的目標，是讓科技更融入生活，並提供更優質智慧化居住空間，我們深信科技實現了人們的夢想，科技才有前進的動力與價值。

E-BOX是一個相當小型的設備，卻能與空間中的原有設備，很容易的串聯溝通，讓智慧生活更容易達到，並具有將能源更智慧使用的節能功效，遠端控制讓居家生活便利更提升，並有智慧的電路偵測，予以回饋迴路狀態，在安全上的照顧更加倍。

擴充性高 More

E-BOX可串聯擴充模組將原先的4組控制模組增加為8組。多組E-BOX主控盒及擴充盒串聯，加以E-GATE共同控制，可無限擴充控制模組。不止小空間能擁有智慧空間，也可輕鬆控制大空間內所有的居家設備。燈光、窗簾、電動門鎖、冷氣空調控制面板及投影機和電視，其具有RS232和RS485設備皆可與E-BOX連結溝通。

安裝簡易 Easy

封裝完整小巧，只需依照所需功能連結電源及網路配線，即可完成裝置。獨有的雙切/備援設計在設備異常(當機)情況下，空間中所有連接設備仍可正常運作，仍然可使用傳統開關控制燈光等設備。傳統智控設定，停電即設備停止動作，造成使用上及居家安全上顧慮。



和成中國 Hocheng China Corporation

大中華 大夢想 暢想美好衛浴生活

文·圖 | 中國和成提供



在改革開放政策的影響下，20世紀90年代初期的中國大陸猶如一頭即將甦醒的雄獅，逐漸透露出無限的潛力和商機。雖然大陸這一塊“香餡餅”如今已被眾多外資企業爭相競逐，但對於那時剛起步的內地市場來說，想要進駐並謀求一定的發展可謂是創舉般的冒險嘗試。大市場況且如此，還未興起的內地衛浴行業更是風險重重。而和成集團似乎就是看好這塊寶地，相信它一定會為和成帶來前所未有的挑戰和機遇。

夢想開啟 成立和成（中國）

作為和成集團下的主力企業，和成（中國）有著強大的品牌根基，在進入大中華地區的初期就漸顯外資企業的雄厚實力。1993年投資逾5600萬美元，在蘇州建立了面積近15萬平方米生產基地，年產量達到250萬件；堅持品質第一的信條，從德國、英國等國家引進主要生產設備，設置嚴格的產品檢測標準，精心管控所生產的每一件產品。隨著中國獨特的歷史成因和蓬勃發展的國民經濟，一個獨一無二的市場與消費文化日趨成熟，和成（中國）也隨之正式起航，踏上了國內第一衛浴品牌的征途。逐漸擴大經銷商網路，開拓各種

工程管道，預計從2012年起，和成（中國）每年將以300家門店的速度進行全國性拓展，兩手抓起零售和工程管道網路。

如今的和成不僅是華人衛浴的代表，在國際市場中也有著十分積極與突出的表現，這都歸根于和成傳統的“口碑”影響。良好“口碑”得來不易，“Style風格、Satisfaction滿意、Society社會”的和成人3S理念，致使多年來和成（中國）的每一位員工都在為提供消費者更好的產品、更專業的售後服務而努力，為不斷創造並滿足現代人對優質生活的追求而努力。



夢想攜手 一紙戰略合作

大中華地區的市場很大，雖說和成（中國）正在努力布達各個城市的經銷網路，但地域的差異導致各個區塊之間仍舊存在著多樣化的市場模式，想要征服這樣的市場，發展初期的和成（中國）僅憑一己之力略顯困難。就在金融危機浪潮再次席捲全球之後，2008年下半年，一份戰略投資合作議案放在了和成（中國）董事長邱士楷的辦公桌上。

這份來自亞洲最大的衛浴五金生產商路達集團的計畫書引起了邱董的強烈興趣。路達集團與和成（中國）有無獨有偶的相似之處——都是從臺灣而來，算得上是早期來內地發展的台商企業；都有著幾十年專業領域的卓越成就和技術，並且在90年代中期就已經展開多次合作。更加不謀而合的是路達與和成的經營理念和想法：市場為實力企業在危機中呈現出全新的契機！機會稍縱即逝，2008年12月31日，和成（中國）正式與路達集團結成戰略聯盟，共同投資3500萬美元，在廈門成立了優達（中國）有限公司，通過路達集團淬煉的龍頭同期生產技術實力與和成集團近百年累積的衛浴陶瓷專業，以“HCG和成衛浴”作為核心品牌，獨立營運。資源的整合，正是和成在中國市場戰略佈局的重要舉措，就此提升的和成產品競爭力，會進一步說明和成踏上成為華人衛浴第一品牌的卓越舞臺。

強強聯手，是和成（中國）的獨到遠見，依託兩個企業的地域性優勢，勢必能在未來的不久成功打造出屬於中國市場的“衛浴航母”。

夢想延續 綠色和成，全新啟程

已經擁有80年品牌歷史之久的和成，其永續經營的根本之道離不開產品的不斷研發和突破，高科技的技術、藝術設計風格的外形，使得HCG和成衛浴的產品深入人心。和成（中國）一直致力於將高品質的衛浴生活帶給廣大的消費者，並希望通過自己的努力創造更為潔淨、舒適的衛浴空間。

“綠色和成”，是和成（中國）今年全新宣導的理念。與水一直打交道的和成，其實從很早以前就開始重視產品的節水功能，馬桶沖水量的一再革新，公共空間的節水產品，陶瓷材料的再利用等等，都是HCG和成衛浴的綠色展現。和成（中國）一直希望能夠將綠色的概念更加深入生活、深入人心。2009年開始大力通過經銷管道把環保產品推廣到終端消費者，利用節水小便門將綠色概念深入公共衛生空間。80周年之際更是再次將“綠色和成”提上議題，作為接下來的品牌主打，和成（中國）希望用高科技的節水產品呼籲全社會都關注水資源，節約用水。



菲律賓和成 Hocheng Philippines Corporation

是的，菲律賓和成做到了！

文·圖 | 菲律賓和成提供



在菲律賓，擁有超過40%市佔率，出口超過20個國家，第一個提出”套裝衛浴”銷售概念，第一個為展示廳提供”模組”及獨特風格設計，產品通過最多國家標準認證，工廠符合ISO核可及第一個使用Bar-code 管理系統… HCG為目前菲律賓的領導品牌。

於1995年，和成，為了更貼近服務廣大的顧客，設立菲律賓和成，也是目前菲律賓最大的衛浴設備製造商。菲律賓廠擁有源於歐洲世界級的生產技術，結合當地人勤奮的工作態度與和成最專業、最專精的衛浴生產經驗，在營運一年多時，就獲得菲律賓國家品質標準認可。一直到今天，菲律賓和成仍忠於其創辦人的使命，不斷以創新，高科技的理念，實行於生產製造中，也以此為自我激勵，及配合世界潮流到來，產品也融入綠色概念，生產也邁入綠色工廠的領先里程，精益求精，生產與管理也朝向永續經營及人本精神的方向持續發展，進而走向為全球為全人類服務的終極目標。

菲律賓和成 成長

提供高質感、高品質的產品已是和成最基本的要求，全球綠色概念興起，製造出符合環境需求，世界潮流的綠色產品，已世界各國的共識，身為領導品牌的使命感，自然肩付起帶領市場的責任，抱著減量(Reduce)、再使用(Reuse)和原料回收(Recycle)，綠色設計的「3R守則」，HPC 的產品線，漸漸開發導入更優良的產品，機能也由3L/6L改善為3L/4.8L的產品，目前已完成開發的有Victoria 系列, Alexander系列, Titan系列, Titan Junior系列, U2 Queen系列, U2 King系列及 Dink系列。



菲律賓和成 品牌

現代行銷學之父科特勒 (Philip Kotler) 曾說：「偉大的品牌是公司維持超額利潤的唯一途徑」，而行銷活動就是最直接的增加品牌認知及知名度的方式，因此和成也持續在加強品牌的活動，例如年度促銷案，持續更新目錄，不定期焦點產品推廣，參與大型活動…等，都帶來極佳的成效。

菲律賓和成 形象

「取之於社會，用之於社會」，這是和成一貫傳承下來的傳統，如今和成銳變成為市場上的領導者，卻從不忘回頭關懷社會上的弱勢族群，關心處於邊緣的孩童，關注菲律賓每個需要的角落。所以和成不定期的大力捐款給慈善團體，捐獻衛浴設備給學校單位，抱著這種飲水思源的觀念，持續盡己之力為社會付出一分心力。此舉不但沒有阻礙公司的發展，反而獲得社會大眾的認同，使和成持續成為品牌的領導指標。

菲律賓和成 成就

相較於其他區域，菲律賓是極具發展潛力的國家，眾多的人口，廣大的土地，遲來的建設，隨著經濟漸漸復甦，這些缺點都變為機會。15年來，和成致力深耕於菲律賓，跟隨市場一起成長。國內的大環境已趨於穩定成長，各大地產公司越來越具規模，也相繼推出不少大型建案，因為和成品牌多年來的努力深植人心，受到肯定，所以HPC掌握超過50%的大型工程案，也協助經銷商在各個區域取得不少中小型工程案。其中最振奮人心的莫過於取得國際大飯店建案(Fairmont Hotel)，費時兩年的跟催，協商，終於在2011年，由眾多的知名衛浴品牌中，脫穎而出，為和成集團，建立另一個創舉。其他建案，如全國性連鎖商店建案的取得也大大加深和成不斷成長的動力。

路的盡頭是另一條路，山的頂點是天空的啟點，和成80年過去了，但我們絕對不以此自滿，我們相信，是的，我們絕對相信，集團可以再創造另一個光輝80年。

突破性創新產品

BSB氣動式虹吸沖水系統

文·圖 | HCG提供



台灣百年 對浪費水SAY掰掰

面對全球氣候變遷，水資源豐枯面臨兩極化發展，降雨雖頻繁，但又因水災帶來大量泥沙，造成水庫淤積，短期缺水情形日益嚴重。台灣民眾對於缺水的危機反應，都是要等到分區限水的時候，才會明顯感受到節水的重要。

其實台灣每年都要面臨缺水的恐慌，面臨水資源不足問題，除開源作為外，更重要是採取有效節流措施。目前臺灣地區每人每日的用水量約300公升，如能落實節水、查漏，即可輕鬆節省30%的用水量。

而日常生活中裡，用水量佔最大比例為廁所用，如全民安裝兩段式省水馬桶(大號6公升小號3公升)，每年可節省約34,416萬噸水量(約1.3座石門水庫蓄水量)。

鑒於台灣水資源的重要，和成致力於開發省水器材已近半世紀，自民國87年申請第一座省水標章產品至今，目前已累計多達200多項省水產品，和成亦於民國98年度榮獲經濟部水利署節約用水績優單位獎，隨即於99年將「購買兩段式省水馬桶政府補助2000元」一案，順利建請水利署推動上線，和成公司現今持續仍致力於省水器材的開發，並鼓勵民眾節約用水。

革命性的設計- 3L一段式沖水

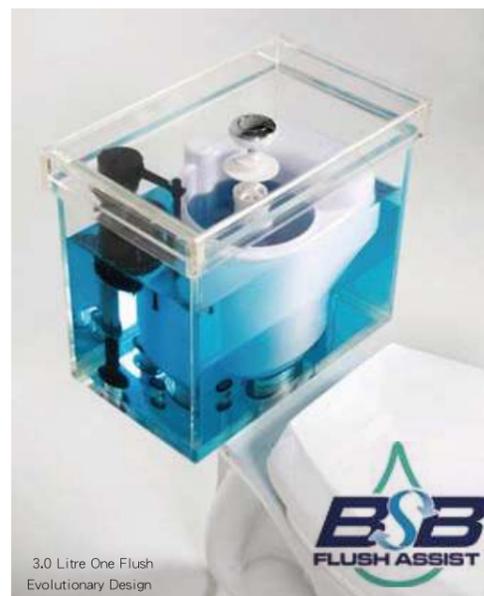
台灣百年、和成八十年，在充滿紀念性的時刻，和成也要推出革命性紀念產品，一段式馬桶3公升的馬桶沖水，讓您3公升就乾乾淨淨!!

2011年和成公司引進了生產工廠設立於加拿大多倫多的Hennessy & Hinchcliffe Inc.公司所研製製造的創新突破性技術BSB(Blow-Suck-Blow)沖水系統。

Hennessy & Hinchcliffe公司投入公共衛生製品的資歷，已超過12年的時間，長期投入研發製造，並於1998年發表了無開蓋水箱的水箱設計，為具有專利的傾倒式水箱設計，銷售量超過300萬個。以水保專家自居的Hennessy & Hinchcliffe Inc.投入相當多的心力。

專利 BSB (Blow-Suck-Blow)沖水系統是一套落水壓力容器。通過給水放水來實現往水路管中注入和抽取空氣。並配合特有的雙水封水路使水路中形成壓力差，以加快虹吸形成。提升用水效率，實現大號3L的用水量，有效地去除固體和液體廢物。

此款座便器(如圖)不僅應用了BSB這套超節水系統，而且應用一體成型技術，座便器的外表面不再有任何的接著痕跡，外觀更加完美。

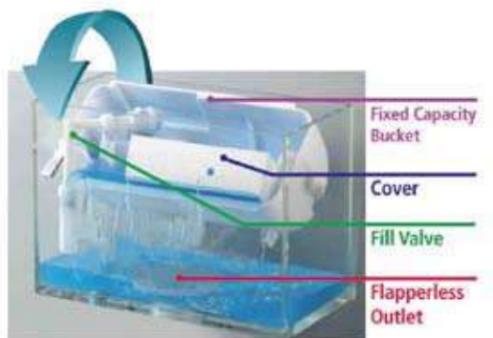


規格尺寸：

- 750L x727H x447Wm/m
- 美國標準的加長型(Elongated)緩降馬桶座(孔距470mm)

設計特點：

- 為了讓座便器整體看上去小巧精緻，把水箱的前後兩個面做成曲面，並且儘量使每一條稜線都清晰細膩。
- 由於水箱頂面較大，所以做了一個凹陷的面，將厚重的頂面分割。而且這也為使用者提供了一個很好的置物空間。
- 為了安裝方便，在腳板的側面直接做了一個凹陷的安裝孔，再用一塊陶瓷裝飾面板遮蓋。
- 腳板後部加寬，增加支撐力，與水箱順暢呼應銜接。
- 由於採用一體成型技術，所以座便器呈現下窄上寬，前窄後寬的特點。



傾倒式水箱設計



Proficiency uses this BSB air transfer system to pressurize the trapway. Once activated, the swift and powerful flush evacuates all waste in the bowl. This new technology gives Proficiency the leading edge in water efficiency, achieving the lowest flush volume of any HET in the industry.

技術特點：

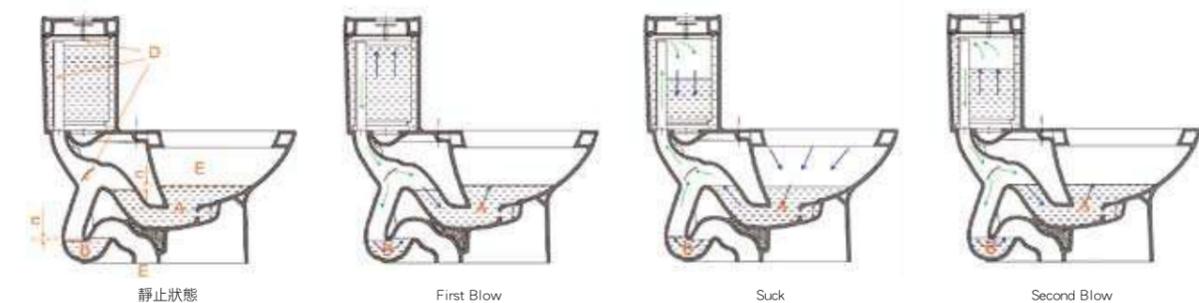
取名BSB (Blow-Suck-Blow)，係為表示整個壓力容器工作的三個過程(氣動 - 抽吸 - 氣動)，我們稱氣動虹吸省水馬桶。

水路主要特徵

- 水路創新性的擁有兩個水封，即A和B。這樣的設計的目的是要在排汙管路內形成一段封閉的空間，使其中的空氣不易流出，外部空氣也不易進入。
- 在水路的頂端有一段與壓力容器連接的管路C。目的是要從壓力容器往封閉管路內注入和抽取空氣。用以改變壓力平衡靜止狀態
- 此時管路內分別形成了兩個水封A和B。
- D點的壓力大於E點的壓力。

First Blow

• 當按下push-button的時候，容器內的水會先往上運動，將空氣壓進排汙管路。促使兩個水封內的水如藍色箭頭所示方向運動。增大了池內的存水對管路的壓力



Suck

• 當容器內的水注入洗淨水路，隨著水位線的下降，排汙管路中的空氣被抽到壓力容器內。壓力的下降促使水封A和B內的水向管路內流動，即減少了用以填滿水路的水量，又使池內的水有了想排汙管內運動的動能。這樣縮短了虹吸形成的時間，減少了虹吸形成之前所浪費的水量。

Second Blow

• 虹吸完成之後，水封A和B內的水位高度是一樣的，但在水箱進水的過程中，壓力容器內的空氣被壓到排汙管內，使管內的壓力增加，A和B內也形成水位差，恢復至靜止狀態。

透過和成一段式3L馬桶、BSB的沖水機制，將帶領台灣在水資源保護的道路上，記上一筆深深的紀錄，和成品牌經營八十載，在建國百年，政府推出很多的政策措施，和成對於自身綠色企業責任的堅持，從來沒有鬆懈過，和成身為台灣本土企業，應該為台灣創造更多提升生活品質，同時亦可改善環境的產品，和成做到了!!並邀請您一同見證這奇蹟的一刻。

暖暖衛浴過好冬

文·圖 | HCG提供



AF856

和成免治馬桶座

「寒天燒燒仔坐、熱天爽爽仔洗」由和成免治馬桶座代言人吳念生導演一語道破大家如廁最想要的舒適感。

寒冬一來，坐上冷吱吱的馬桶上，簡直是活受罪。和成免治馬桶座，讓衛浴空間更窩心，安全暖座設計帶來溫暖舒適的感觸，避免了溫差太大，易造成老年人或有心血管疾病患者血壓變化過大造成危險，而入座後，溫度自動降低2度C的安全設計，也預防久坐者低溫燙傷的風險。如廁完畢，脈衝式後洗淨溫水水柱，可將肛門傘狀皺褶式肌膚的污垢徹底洗淨，如同水療SPA，有效預防及減輕痔瘡等疾病。專位女性設計的前洗淨八孔柔和式噴嘴設計，可保持局部清潔，尤其在女性生理期來時能做好個人生理衛生。清洗完畢，和成以微電腦控制溫風時間長短，讓肌膚體驗乾爽舒適。體驗完溫座感觸、溫水洗淨、溫風烘乾的愉快，馬桶蓋的緩降裝置更替您避免掉蓋時發生的碰撞，引起噪音甚或殘液噴濺，而活性破脫臭裝置替您去除異味，離座後，異味不會留給下一位使用者，讓您生活不再尷尬。和成免治馬桶座款式多元，可自由選擇所需功能，從入門款水洗免治馬桶座牌價6800元，到頂級的智慧型免治沖洗馬桶座牌價45,000元皆可選擇。此外，和成免治馬桶座標榜「換座，不必換馬桶」，模組化簡易拆卸，裝卸簡便、即使浴廁重新裝潢或馬桶維修，也不必擔心零配件損壞。

和成智慧型超級馬桶

由林志玲小姐代言的和成SUPERLET智慧型超級馬桶，精緻時尚的外型，彰顯不凡的氣質，是結合了時尚與科技的頂級工藝，無接痕的馬桶外型以及Adb奈米抗汙功能讓清洗工作更容易，擁有全自動感應掀蓋、安全暖座、雙桿式溫水洗淨、免治SPA溫水水療按摩、可調節溫風烘乾裝置，讓冬天如廁成為一種享受，活性碳動力自動脫臭、離座10秒後自動感應沖水，並採用智慧型遙控器全方位遙控感應。和成智慧型超級馬桶一般建議使用乾式施工，以矽利康進行黏著，外觀更形簡潔大方。代表機種為AFC230，2010年獲得德國iF設計獎、經濟部工業局金點設計標章、2011台灣精品獎、2011台灣精品銀質獎等多項大獎，牌價為120,000元。



AFC230

浴室多用機

冬天洗澡，浴室裡冰冷的空氣總是讓人備受煎熬。和成浴室多用機二段暖房功能讓您在寒冬裡舒適入浴，減輕溫差帶來的不適感，避免了年長者與高血壓患者在溫差下血壓急速變化，孩童也能溫暖入浴，預防著涼。而送風換氣功能能使浴室速乾，不易滋生黴菌，可常保浴室乾爽。負離子空氣清淨器，藉由送風時釋放大量負離子，健康、除菌、去除空氣異味，另外還有智慧型七段定時、浴室照明，即使到了夏日也有涼風吹送功能，讓浴室四季如春。和成浴室多用機以EF510為代表，牌價26,000元。



遙控器



EF510

智慧型恆溫淋浴間

利用最小的尺寸創造最大的空間。Π字型鋼體拱門上有六個可調式噴霧出水頭及頂噴花灑，水柱以輕柔的撫觸按摩，使用者不會有被強力水柱沖洗帶來的不適感。並採智慧溫控模組記憶，可依個人習慣溫度恆溫出水，讓冬天沐浴不會變得忽冷忽熱，充分達成全身放鬆。遙控面板更採人性設計，按+增加一度，按-降低一度，且LED照明面板顏色隨使用狀態變色，電子恆溫控制未達溫度設定值不會出水，搭配過熱保護溫度50°C，可避免高溫燙傷或低溫冰冷。不鏽鋼髮絲材質設計，滿足視覺及觸覺感受。實木地板則採用美國橡木為底板材料，使足底備感舒適溫暖。雙邊對開及無門框的設計，讓衛浴空間更顯氣派，沐浴視野更遼闊。安裝時建議天花板高度為2米3以上，並建議使用水壓在2.0公斤以上。智慧型恆溫淋浴間型號：SB5228，牌價為450,000元。



SB5228



ST8801

智慧型恆溫淋浴柱

智慧型恆溫淋浴柱ST8801A擁有簡潔俐落的時尚設計，頂噴花灑從上方垂直落下，讓頸部和肩膀得到完全放鬆；側噴頭對上半身及臀部間斷式水療與清潔，SPA級完全按摩貼身享受，能促進血液循環。智慧溫控模組貼心記憶使用者的喜好溫度，透過觸控式雙色液晶面板操控，在水溫達到指定溫度後才進行出水動作，在冬天更能放心沐浴，不再怕洗澡水忽冷忽熱。安裝建議水壓為1.8kg以上，即可擁有令人滿意的噴洗效果，無須加裝加壓馬達便可創造完美使用經驗，牌價100,000元。

智慧型恆溫熱水器

冬天最怕的就是熱水器時不時秀逗鬧罷工，或是熱水忽大忽小一會兒被燙傷一會兒被冷到。HCG爐具系列所推出的智慧型恆溫熱水器，擁有16公升/分鐘大出水量，並有智慧恆溫火排分段功能(自動切換五排、三排及二排火)自動微調火力大小，讓水溫不會忽冷忽熱。另外出水溫度從37°C至65°C之間，可依需求溫度一度一度進行調整，下置直流變頻馬達強制供氣，能依瓦斯量自動調整空氣供應，達到完全燃燒，有效提高熱感應速度，高敏度防燙裝置防止過熱燙傷，在寒冷的冬天持續供應暖呼呼的熱水，讓您暖暖過好冬。智慧型恆溫熱水器型號GH596B，黑色造型簡約，俐落，具備高質感，牌價22,700元。



GH596B



在家 Home SPA

輕鬆享受紓壓生活

文 | 時尚家居 圖 | HCG提供



在這擁擠的大城市裡，「家」是屬於自我的休憩空間，在家做spa是最甜美的減壓享受。泡澡不一定非得要遠離都市往山上尋找，一個大小適中的浴缸、一幅優美的人造景緻或安寧氣氛，居家Home SPA也可以輕鬆享有，藉由大地賜予的天然元素，結合人性化科技，來了解自己身體的全面平衡及最舒適的狀態。

空間格局規劃，創造自然調性

家中的浴室，常因坪數太小而受限，通常在舒適度上會使人有疑慮，這時可在轉角施作為浴缸或淋浴設備，可讓空間因規劃而變的更寬敞，或是在自家衛浴中將建商配置好的兩套衛浴空間合併為一間更寬廣的空間模組。同時，也可將自身的生活習慣與需求在空間內有效的運用，整合在動線與協調性機能，如：讓沐浴更衣動線在同一個地方完成，以連貫人性設計的思維。



在浴室中的另一重點為採光，自然採光能讓浴室空間脫離陰暗潮溼的空間印象，通風條件也會較好，如果隱密性考量允許之下，可將浴缸設置在靠窗區，藉由窗外景色，讓泡澡心情更加愉悅，如家中浴室無窗戶，可加強空間照明，整體看起來會有明亮與潔淨感，如考量浴室空間大小關係，可以選擇固定式或者獨立式浴缸，讓空間不浪費，質感得以彰顯。

乾濕分離，將SPA設備搬回家

泡澡空間是紓壓的首選，時至今日，乾溼分離已是普遍的趨勢，若空間有足夠坪數，可採用此機能來區分清楚，將洗手台、浴缸及馬桶位置劃分區隔，地板就不會潮溼，此舉也能提供更多元的發揮空間，少了潮溼環境限制，使用上能更方便，也便於進行日常保養，若以設計角度來看，就能選擇更多不同建材，來營造空間更舒適的氛圍。

而因乾溼分離機制，淋浴柱及蒸氣室及浴缸便成了不可或缺的對象。淋浴柱不同於一般蓮蓬頭，是裝設在牆面上的淋浴設備，能同時為全身進行水流按摩，若想要嘗試更強

而有力的淋浴按摩快感，擁有多個水注噴口的淋浴柱，不僅可享受滾滾水珠拍打觸感，還能夠針對身體不同部位進行穴道按摩，來放鬆心情、減少憂鬱，使身心舒暢。淋浴柱不需佔用額外空間，可依據浴室現場空間規劃與預算，選擇一般型、角落型及落地型，或是否加裝定溫龍頭等，不必花太多錢即可讓衛浴設備升級，是目前最受到歡迎的SPA配備。

如何選購按摩浴缸

最簡單的SPA，是透過泡澡進行，如願意選購按摩浴缸，可以選擇參考透過水流的衝擊，來進行重力按摩的「水流系統」，或是每秒噴流出強勁氣泡的「氣泡系統」，該系統訴求以氣泡深入皮下組織、清潔全身毛孔，使細胞呼吸通暢，幫助排除體內毒素、促進新陳代謝。近年也衍生將按摩浴缸、面盆、鏡櫃等，整體搭配出強調身、心、靈的平衡紓壓空間，利用側邊圓桌上的電子觸控式面板可輕易控制燈光及出水的變化，配合多彩LED燈光，同時享受汽水式按摩，讓人彷彿置身夢幻清泉般的自在舒暢。

廚房的生活美學

文 | 黃毓仁 圖 | HCG提供



遠離城市喧囂的庇護所

生活，是人們對自我價值的體現。隨著現代人對於品味要求的提升，居家空間的設計也越來越被人們所重視。

以往賦予廚房的任務，只是一個供應食物的生產後台，反正是充滿油煙的地方，不必細心打理，更不須特別裝潢。到了今天，美感、質感、設計感，人們要求的是時尚前衛的生活哲學，生活精緻化的運動遍及居家環境的每個角落，有時間親手下廚，甚至是逃離忙碌生活的一種生活享受。既是享受，烹飪環境的美感就更顯重要，廚房的空間設計，逐漸成為顯學。

動線是第一考量

廚房，向來是忙碌的場所。一個理想的廚房空間，一定要能貼心考慮到掌廚者的烹調方式，在大火快炒的中途還要跑去大老遠拿調味料，可不是個明智的選擇，所以打從一開始的空間設計，便須事先規劃好廚房的動線。

依據家庭廚房空間的不同，空間規劃大致可分成一字型、二字形、U字型、L型以及中島型廚房。如果空間許可，通常會建議採取被稱為黃金動線的L型工作檯面，可將烹調爐火區與水槽洗滌區分置兩個軸線上，畫出三角形的工作空間。

一般廚房空間設計的基本概念便是黃金三角形動線，廚房主要的工作大致就在水槽、瓦斯爐、冰箱三個基點上，將這三點連接而成的三角形就稱為工作三角形，而規劃的重點便在於如何安排這三點的位置，通常建議設計成正三角形，不遠不近，能最有效率的進行廚房工作。

另外現在也逐漸風行中島型設計。通常靠牆面的工作檯面已作為洗滌、烹飪等用途，而中島空間則大多具有多功能用途，底下可作收納櫃，桌面可作備料區，由於餐廚合一的設計是近年來常見的廚房設計趨勢，許多廚房甚至直接將中島空間作為餐桌使用。

空間魔法—收納的藝術

東西不多就不叫廚房了。廚具、餐盤、食材、調味料、清潔用具，歸類收納是廚房空間規劃的一大難題，卻往往也是最好玩的部份，在消費品味升級、生活品質也升級的趨勢下，餐廚空間規劃更講求擴大坪效、視覺延伸，以及多元機能的使用。

由於寸土寸金，廚房空間往往十分侷限，為了節省空間，規劃上一定要有立體概念，櫥櫃可設計成吊櫃或立櫃，增加收納的平面面積，而上段所述的中島型檯面，亦可在底下加置收納櫃設計。除此之外，於水槽上加裝橫桿，或是巧妙利用壁面掛鉤，亦可增加空間使用效率。就人體工學而言，工作台的理想高度是90-120公分，才不會在廚忙時彎腰過久，壓迫脊椎，至於吊櫃高度，則應以使用者的身高進行，以避免頭部碰撞。

收納時也不能忘記與工作動線結合。瓦斯爐檯底下的拉式抽屜可放烹調類的炒鍋、湯鍋；另可在鄰近爐火的壁面上安置掛欄，擺放糖、鹽、醋及胡椒粉等調味料，在大火烹煮中才不會為了拿調味料而手忙腳亂，也可於此吊掛鍋鏟、麵杓等廚具。

而依照使用特性，櫥櫃最好能區分食品區及餐盤區，通常食品櫃會擺在配料區或是冰箱旁，而餐盤區則會擺在流理台及水槽旁，方便餐盤洗滌後的收納工作。此外，針對L型的

轉角收納空間，推薦使用轉角碟型轉盤，或是俗稱小怪物的轉角五金配件，能在拉出外門板時，轉角內的五金收納籃也一同被拉出，取物更容易，廚房生活也會更愉快。

永遠的廚房—選擇櫥櫃材質

材質的選擇將大大影響整體廚房的質感，雖然櫥櫃材質有多種選擇，像是塑合板、木心板、實木貼皮、水晶板或鋼琴烤漆面板等等。但若是打算長久使用廚房，就建議不要使用太廉價的材質，以免日後受潮發霉、或是刮傷磨損。

以美觀和耐用度兼具而言，目前設計師愛用的材質多採人造石檯面，不論美感、質感、硬度、耐度皆十分優質，而櫥櫃部分的話，追求質感的消費者多會選擇鋼烤門板，但鋼烤材質雖然很漂亮但是容易怕刮傷，考慮到耐用性，可近幾年開始流行的陶板材質，質感不比鋼烤材質差，並且兼具防火及耐磨損的功能，對於廚房這種用火之地實在是很重要的功能，此外，陶板也具有防污、易清理的特質，對於易卡油煙的廚具壁面，陶板相對於其他材質就更能長期保持清潔。

建構氛圍

設計廚房就像烹煮一道菜，要求色、香、味俱全。廚房的設計亦可體現主人的心境，是忙亂、還是有條不紊，是健康、慢活，還是豪爽、熱鬧。除了空間規劃，一個廚房的風格也可從餐具、掛鉤等廚房小飾品來體現，建構出廚房的氛圍，展現主人翁的個性，並帶出個性化的生活哲學。



台灣建國100年 從心出發 再現卓越

文·圖 | 陳正芳



純澈透明的琉璃獎座，整體造型大氣穩健，不失變化，蘊涵著匯聚、創新、突破、光彩，與台灣百大品牌積極進取、非凡成就相契合。獎座取材光環的外形，將其精簡至圓環相扣的圖紋，交叉組成「∞」寓意創新與實力的最大化體現。獎座立面採用半凹圓及立體半圓的琉璃貼片，組成英文字母「B」(Brand)，凸顯獎座的專屬性與尊崇感。

「台灣百大品牌」系列活動 和成HCG創百分 企業品牌真繽紛

早期台灣設立加工出口區，主要吸引歐、美、日等國家之跨國企業到台灣來設廠，那時期台灣最主要的吸引力在於低成本的勞動力及營運成本，但是等台灣的各項成本開始上升後，那些生產工廠就逐漸的關閉，移到其他低成本的地方，這些環境素質提升的轉變促使台灣產業開始發展品牌，台灣產業發展從OEM到ODM，再從ODM轉型至OBM，此一過程正好反映出台灣企業經過製造代工的洗禮，累積了堅實的製造實力，亦從設計代工的經驗，培養了豐厚的創新研發能力。無論是從B2B之觀點或是從B2C之角度，毫無疑問地，台灣企業已經在B2B品牌以及B2C品牌累積爆發之能量。

面對國際化、自由化的世界潮流，為掌握全球化商機，政府「深耕台灣、佈局全球」。近年來台灣企業積極擴大經貿觸角，強化跨國經營能力，已逐步在東亞地區，甚至全球建立起緊密的經貿網絡，具備迎接全球化世紀的競爭優勢，台灣企業品牌在國際舞台走出自己的一片天。

台灣建國百年，在歡慶建國100週年之重要時刻，政府將台灣企業品牌以團體戰的方式將台灣及台灣企業推向國際舞台，經濟部推動「台灣百大品牌選拔活動」選出100個台灣品牌，作為回應台灣產業發展成果，並開啟台灣發展品牌新紀元。

為展現台灣品牌精神，鼓勵績優品牌企業，經濟部國際貿易局委託中華民國對外貿易發展協會辦理「台灣百大品牌」選拔活動。徵選出100個對我國經濟發展貢獻卓越、經營表現優異且具代表性的台灣品牌，為使選拔活動廣納各界菁英及領袖之意見，台灣百大品牌選拔委員會，集具品牌行銷專長之產業界、學術界專家、公部門等組成。

政府為肯定並表彰企業發展品牌所做的努力與成就，獲選「台灣百大品牌」的品牌企業亦於100年7月26日頒獎典禮上接受隆重表揚，同時也規劃一系列活動，透過網站宣傳、影片製播、專刊編印等方式推廣，並參與經濟部各項國內外廣宣活動。



報章雜誌報導圖片

FB、官網活動圖片



為增進台灣民眾對『台灣百大品牌』之認知，進一步體驗品牌，依「頒獎典禮」、「台灣百大品牌展覽」、「品牌滿分系列Party」三大宣傳主軸，以TVCF、平面、廣播、網路等廣宣持續露出，再透過品牌日與週週抽獎等活動為輔，不斷創造新話題，國內廣宣系列活動以整合式多元的行銷宣傳管道，將此系列活動訊息告知全民。

台灣百大品牌專題報導

以報紙媒體針對品牌深度專題報導，提高全民對台灣百大品牌的重視，此效果亦深獲企業經營者、專業經理人肯定與青睞。

台灣百大品牌網路串連

設立專屬活動網站，除在官方網站上進行相關訊息發佈外，並透過Facebook上專屬活動頁面，品牌廠商可透過此管道，即時發佈所舉辦活動、促銷等。同時，品牌企業自身Facebook粉絲頁面或活動網頁，亦可與台灣百大品牌活動網站做連結。透過系列的宣傳、抽獎活動，促使網友

們不斷連結、串連，將活動訊息層層傳遞出去，提高獲獎企業品牌知名度。

由傳統媒體與網路媒體共同完成由微至顯、由點而面的密集宣傳網絡，將代表「多元品牌、名揚四海；百花齊放、台灣驕傲」的「台灣百大品牌」，廣為宣傳予社會大眾。

和成建業八十 台灣百大品牌 衛浴產業唯一獲獎

民國100年，對台灣來說，真的是意義非凡。台灣歷經光復到重建、經濟起飛到兩岸開放，台灣企業家也如同台灣社會一般，充分展現堅強優秀的能力，帶領企業面對市場競爭，締造很多台灣驕傲的事蹟。

和成今年邁向80週年，在建國百年的同時，和成與台灣一同歡慶努力成果，和成榮獲台灣百大品牌的殊榮，實屬榮幸，和成品牌從地球和成牌到無限延伸的HCG，傳統產業面對的競爭，使得和成升級為科技、綠色、環保的企業，得獎後的隨之而來的責任，更是迫使和成持續努力的



動力，為和成跨出品牌的新世紀。

台灣企業共計498家廠商報名，分為10個產品類及8個服務類，和成為「家用設備及建材、安全」產品類得獎的5家廠商的其中之一家。

台灣百大品牌選拔作業區分BtoB及BtoC兩種模式，BtoB品牌以專業經理人調查為主，BtoC品牌除進行專業經理人調查外，並增加全國消費者問卷調查，和成報名BtoC品牌，即代表和成除了通過專業經理人的評鑑考驗外，亦成功獲得全國消費者問卷調查的首選。

此次台灣百大品牌選拔，透過嚴謹的選拔活動層層篩選，和成可以很驕傲的說，我們是台灣百大品牌之一！

和成參與一系列相關的台灣百大品牌活動

台灣百大品牌頒獎典禮

時間：100年7月26日

地點：台北國際會議中心

由和成欣業股份有限公司邱立堅董事長從行政院長吳敦義先生的手中接下這個台灣百大品牌獎座。

台灣百大品牌展覽—「台灣精品二十週年暨台灣百大品牌特展」

時間：100年8月4日～100年8月9日

地點：台北華山創意文化園區

在「台灣精品二十週年暨台灣百大品牌特展」中，回顧「台灣精品」二十年來的軌跡與「台灣百大品牌」的卓越表現，不僅呈現品牌故事的歷史點滴，也冀求透過這些回望的片刻，共享創造未來的無限可能性。

台灣百大品牌滿分系列Party

台灣百大品牌宣傳規劃及抽獎活動



時間：100年7月28日-100年10月30日

活動內容：依產業類別，陸續密集宣傳各主題月、主題日等相關品牌，更透過品牌好禮周抽獎活動，吸引大眾目光、認識品牌，和成亦提供80週年紀念便條紙100份、滑鼠墊100份、生物能手環100份、和成免治馬桶座AF855三台，和成提供超值大禮，吸引消費者藉此抽獎活動，將有效提高整體活動參與率，增進活動網站瀏覽率、並吸引消費者親身前往企業門市，選購品牌商品。

「台灣百大品牌」揭曉後，高鐵台中站與高雄站燈箱廣告、今周刊廣告及經濟日報、蘋果日報與工商時報公告；中天電視台製播之夢想全紀錄「百大品牌專題報導」。

台灣百大 光耀全球

在國外推廣方面，台灣百大品牌專刊寄予經濟部與本會106個駐外單位，並提供電子書(<http://www.brandingtaiwan.org/EBook/Top100/index.html>)共同推廣。此外已在柏林消費電子展、印度工業展，及廣州台灣名品展、吉林東北亞博覽會展出「台灣百大品牌」形象牆並發送台灣百大品牌簡介資料，並將在南京台灣名品展、武漢台灣名品展、成都西部博覽會、中國東盟博覽會（南寧）、北京台灣名品交易會與重慶台灣名品展推廣，以提升「台灣百大品牌」國際知名度。

好朋友的祝福



- 恭禧和成，賀禧和成，走過了80個年頭，是件不容易的事，在這一個值得慶賀的日子裡，應好好的舉國歡騰一下，更要深思未來如何創造更多輝煌80年。
- 和成由仿流至流行、創新；期待和成邁向光明的未來，讓HCG進入國際品牌。
- 用「微笑 喜悅 創新」的精神迎接HCG的世紀
- 台灣品牌老字號，創造衛浴新紀元，和成八十 風華再現
- 百年好和·八十有成 祝和成一路長紅
- 舒適·四代親密生活 八十載·和成HCG，我們再成長；延伸不息，造福社會
- 恭賀HCG成立80周年，在這大喜之日 春沐國際獻上最深的祝福，生日快樂！
- 祝HCG 和運亨通 心想事成
- 以駿業日新、源遠流長創造更美好的八十年
- 和氣生財 成功在望 共創更輝煌亮點的業績
- 歡慶80普天同慶，以美好心、真誠心、負責心、謙虛心、愉悅心，5星同賀和成HCG80年
- 和氣生財 成功典範 欣欣向榮 業績長紅 祝八十週年和成永遠領先群雄
- 和成80 堅若磐石 80和成 心想事成 我的好伙伴 生日快樂
- 輝煌騰達 成就非凡 和氣生財 事業和成
- 百年事業 成就非凡
- 恭賀和成慶祝80周年慶，年年業績成長80%
- 時來運轉 日新又新
- 祝福的話道不盡，千山萬水比不上在和成衛浴的身邊徘徊，和成80周年快樂。和成 ^_^我愛你！

- 業績長紅 財源廣進
- 從一無所有到家喻戶曉，和成欣業再創高峰，我的好朋友生日快樂！
- 和氣生財，成千上萬 八面玲瓏·十全十美
- 週年誌慶·鴻運昌隆·發展富榮·百事亨通·大業成功·順利昌隆·利惠人群 祝：生日快樂 再創101高峰

- 有了和成全家人都舒服，祝福和成”長長久久”
- 百年和成 心想事成
- 小企業業績靠個人，中企業業績靠傳承，大型企業的命脈延續是靠文化。80周年了，是一個企業重要的里程碑，也祝福我們和成有永遠數不完的週年慶。
- 和者來成 和氣必成
- 最值得信賴的HCG 永遠第一的HCG
- 和成80年來帶給人類用的舒適，也成為人們心目中理想的品牌。祝 和成永遠保持最高峰
- 鼎業為新 駿業鴻圖 首領商界 唯我和成
- 和氣生財 成功要件 八十週年 百年耀眼
- 八十有成終逢時 週歲歡欣在和成 慶賀 生日快樂！
- 露湛精華 雲空碧漢 祝和成80週年 百務順遂
- 和氣致千祥 成就百世基
- 因為有你，讓我成長卓越 因為有你，讓我看見未來 和成八十週年，有你真好
- 選對朋友，甜蜜一生；選對伴侶，幸福一生；選對環境，快樂一生；選對老師，智慧一生；選擇和成，成就一生。

- 懂得知足的人，找到快樂。懂得放下的人，找到自由。懂得珍惜的人，找到幸福。懂得關懷的人，找到朋友。因為和成，讓我們學會懂得。
- 和氣生財 成就一生 八面威風 十全十美
- 相識是最珍貴的緣分，因為和成讓我們相識，祝福是最真誠的問候，祝福和成事事都成。

- HCG以頂級、經典、時尚、智慧展現衛浴完美的一面，祈願能深耕拓展，共創大業！
- 和氣生財 八十如一 永遠創新 成就大業
- 和成用心 傾力以成
- 全心全意愛和成，此生此世不改變，身為和成一份子，終以和成為傲，衷心祝福和成，事業再創高峰。



和成80歲了，在這80年的過程中，因為有著許多人的付出，造就了今日的和成榮景！感謝長久以來支持和成的夥伴們，本期特刊爭取到將夥伴們對和成的字字句句祝福一一表達，編輯團隊特別選了80則祝福，代表見證80年的光景，未能選入的朋友們，也在這裡謝謝各位。祝 和成 生日快樂！

- 和成，我生活中的好朋友；你的存在，是我們快樂的泉源。願 一日和成 百年好和成！
- 百尺竿頭更進一步，一路通到底。
- 和氣生財 成就百年 欣欣向榮 業績長紅 世紀偉業 傲視全球 祝和成創新世紀
- 服務百分，品質百分，業績一路發
- 和氣生財最在行 形象品質顧第一 全員合心齊經營 萬個八十亦可成
- 每一個清晨看到你 HCG 就充滿著活力、希望，在每一天讓我們微笑！
- 順風順雨再續八十 求新求變品質保證 和氣生財更上一層 成就非凡再創巔峰
- 和氣生財 成就非凡 創業八十 十全十美
- 富國利民 大業千秋 祝和成 長長久久 源遠流長
- 雖然沒有時時刻刻想起你，但是每一天都少不了你！生活中的好夥伴，不能沒有你”和成”
- 長長久久的事業 祝和成 邁向一百年的經營
- 有心能知，友情能愛，有緣能聚，有夢能圓 和成讓我們有心、有情、有緣、有夢
- 和成八十 品牌第一 銷售第一
- 忍能養福，樂能養壽，動能養身，靜能養心，學能養識，勤能養財，愛能養家，誠能養友，因和成擁有了忍、樂、動、靜、學、勤、愛、誠。
- 緣緣無常來又去，無好無壞只是戲；隨緣學習相提攜，廣結善緣互砥礪；因緣聚時，懂得珍惜當下擁有；和成讓我們有緣相聚，互相砥礪。
- 和陶工藝八十載 成瓷偉業績百年
- 沒有播種，何來收穫；沒有辛苦，何來成功；沒有磨難，何來榮耀；沒有挫折，何來輝煌；我們的收穫、成功、榮耀及輝煌，和成八十周年證明了一切。
- 出生一張紙，開始一輩子；婚姻一張紙，折磨一輩子；金錢一張紙，辛苦一輩子；推薦和成，健康快樂一輩子。

- 奉獻時間是精進，奉獻錢財是福德，奉獻毅力是智慧，奉獻一身的精力以和成為榮。
- 每一秒鐘都踏踏實實地為人間、為社會付出，和成讓每一天充滿希望。
- 和暖氣揚致祥瑞 成智人慧眾勢成 八方縱橫百計變 十全邁步萬里奔
- 攜手共創下一個80年蛻變的和成
- 恭逢和成80週年慶，慶祝長長久久，歷久彌新，在未來的每一天皆是創世紀的開始，生日快樂！

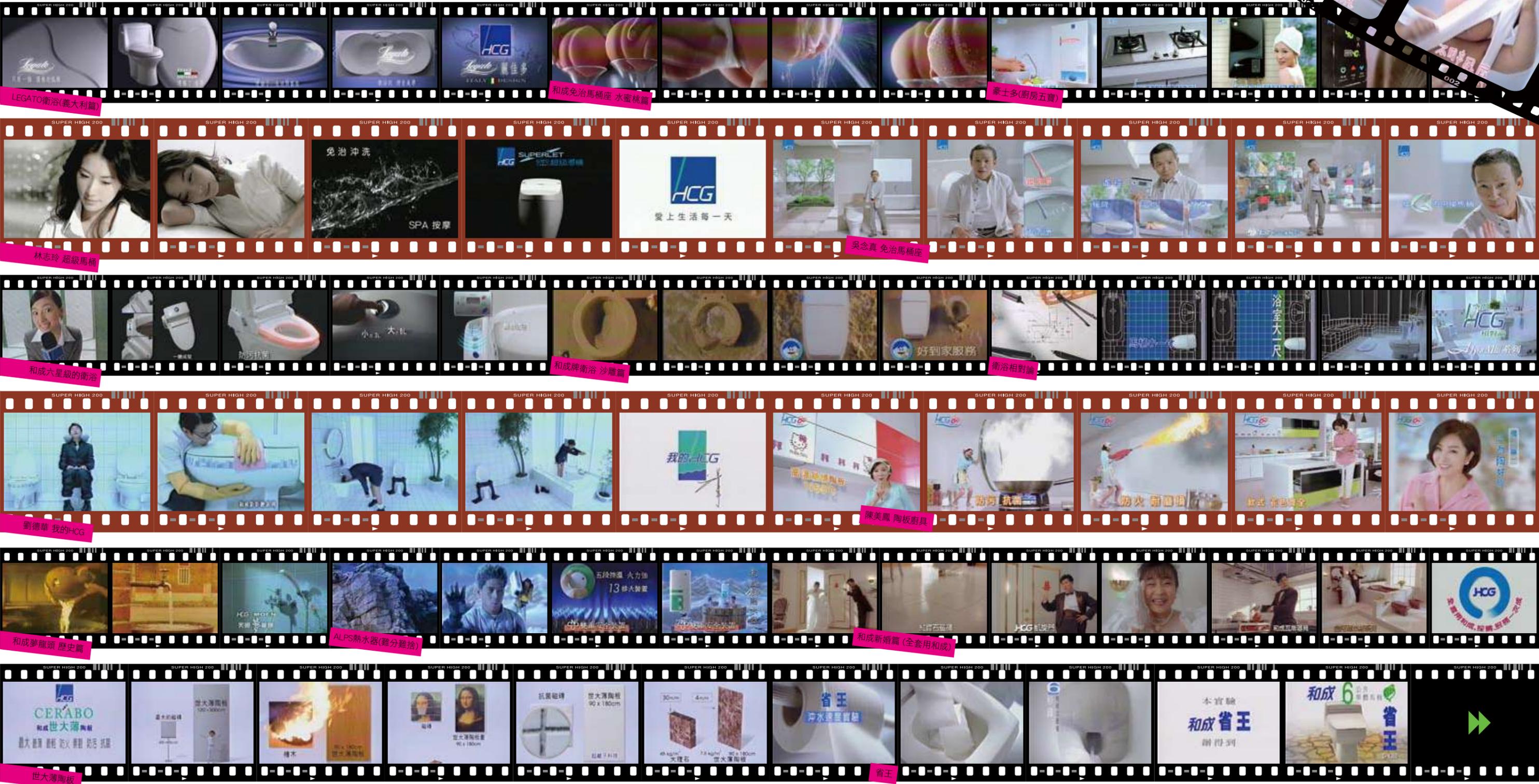
- 和成欣業 成績卓越 八方雲集 十全十美
- 欣逢和成八十週年慶典，做為和成的一份子，真是喜悅無比同感身受。祝和成更上一層樓，繼續成為業界的楷模。
- 祝福和成八十 棋田豐碩業宏旺 行銷全球永藎盛
- 感謝八十周年來的陪伴，敬祝HCG業績長虹。Good luck and great success in the coming New Year.

- From majestic mountains and valleys of green to crystal clear waters so blue, this wish is coming to you.
- Send this special birthday wish just to let you know that you'll always be remembered for the thoughtfulness you show.
- 和成80，時尚和成，創新和成，成就舒適生活，創造下一個80
- 祝 HCG 80生日快樂！希望繼續用老品牌研發創新，就像阿公阿嬤看著後代傳承每一代的優良與進步。
- 前面80年創造好馬桶，再來80年創造好生活！
- 和諧共創新世紀 成就典範顯非凡 欣逢八十周年慶 業界龍頭代代傳
- 祝和成 營收豐盈傲商場 聞遐邇世無雙 日復一日更興盛 年年歲歲益隆昌
- Happy Construct Generate 八十和成，再創新局
- 建國百年 和衷共濟 成就非凡 欣逢八十 業績長紅 永續經營 立足台灣 放眼世界 發光發熱 揚名國際 再創新局HCG

- 和氣聲名 厚實基 成就非凡 恩源長 八十屹立 四海間 實名輝煌 宇宙見
- 中華民國，精彩一百。和成八十，再創高峰。



HCG 精彩廣告片段



LEGATO衛浴(義大利篇)

和成免治馬桶座 水蜜桃篇

豪士多(廚房五寶)

免治馬桶座 洗屁屁篇

林志玲 超級馬桶

吳念真 免治馬桶座

和成六星級的衛浴

和成牌衛浴 沙龍篇

衛浴相對論

劉德華 我的HCG

陳美鳳 陶板廚具

和成夢龍頭 歷史篇

ALPS熱水器(難分難捨)

和成新婚篇(全套用和成)

世大薄陶板

省王





廁所蒐奇站



台中中友百貨廁所-可口可樂



台中中友百貨廁所-海尼根



鶯歌 城市小築(男)



台北遠企



墾丁二手童話(民宿)



台中中友百貨廁所-海底世界



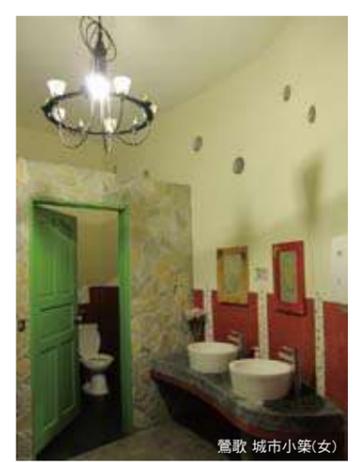
台北世貿館



台中中友百貨廁所



清淨 佛羅倫斯(民宿)



鶯歌 城市小築(女)



台中中友百貨廁所-籃球場



HCG和成旗艦店(B1男廁)



桃園 新光百貨(站前店)



桃園安佐法式餐廳



W Hotel



HCG和成旗艦店(B1女廁)



台中中友百貨廁所(外)



台中中友百貨廁所



松山機場



高雄觀音山球場



台中中友百貨廁所



台北晶華酒店(B1)



台中中友百貨廁所-森林



台北晶華酒店(B1)

用愛與關懷為街友引路

邱和成慈善基金會 捐贈觀照園環保透水磚

文·圖 | 和成慈善基金會提供



▲歡度中秋佳節，邱和成慈善基金會贈送街友伙伴們中秋月餅，由社團法人臺北縣志願服務協會黃理事長華興先生代表接受。
▶秋節前夕，邱和成慈善基金會志工伙伴們分送中餐，為街友伙伴們加菜。



整修前，邱和成慈善基金會捐贈觀照園環保透水磚乙批，藉以改善該園週遭生活設施



整修後

臺北縣志願服務協會表示：「每個人都有不同的天分及內在的潛力，每個人在生命中都可能遇到困厄時期，但重要的是我們要如何學習成長及潛能的發揮。」

成為街友不是意味著一個人的自信及潛在能力的消失，也不是代表永遠烙印「街友」的標記。因緣巧合之下，邱和成慈善基金會極感欣慰能夠提供所能，用愛與關懷為街友引路，目的就是在幫助街友找回失去自信的自我，使其自立自強，積極謀職再就業。

社團法人臺北縣志願服務協會自九十三年八月起接受臺北縣政府委託，辦理臺北縣街友中途之家—觀照園的收容業務，秉持福利服務多元化之服務精神，使其遠離困頓生活，重返社會及家庭。

針對新北市志願服務發展協會街友中途之家—觀照園：環保透水磚運用及修繕狀況，邱和成慈善基金會特別捐贈觀照園環保透水磚乙批，藉以改善該園週遭生活設施。讓整修前可見雜草叢生的街友中途之家—觀照園，經過街友們一雙雙巧手妝扮，展現出了不同的風貌，證明只要有心，祥和社會的願景就能實現。

全省服務安檢中心 0800-087-089

24 小時內到府維修

夜間、假日均可電話預約服務

夜間可預約時間為週一～週五 (PM 5:30 ~ PM 9:00)

假日可預約時間為 AM 8:30 ~ PM 5:30

(服務費：一般為 300 元 夜間及假日500 元)

預約夜間及假日服務需提前一天告知，以便安排人員

全省服務安檢中心電話：0800-087-089

網路維修登記：<http://www.hcg.com.tw>

全省銷售據點查詢：<http://www.hcg.com.tw>

和成維修及零組件供應中心：

北基地區 零件供應中心：台北市龍江路 76 巷 16 號 1F (02)25068101#581~583

維修中心：台北市中山區南京東路三段14巷9號5樓

桃園地區 桃園市萬壽路三段 121 號 2F

竹苗地區 新竹縣湖口鄉中山路一段 2 號

台中地區 台中市港路三段 38-3 號 3F

彰投地區 彰化縣和美鎮福東路 2 巷 15 號

嘉雲地區 嘉義縣水上鄉粗溪 136-20 號

台南地區 台南市新樂路 24 號

高雄地區 高雄市中正三路 129 號 10F

宜花地區 花蓮縣花蓮市國聯四路80號1樓

金門地區 金門縣金寧鄉榜林村 6-6 號，(08)232-4334

※ 各地區 skype 連絡名稱歡迎上網查閱，或利用網路維修登記：<http://www.hcg.com.tw>

各地區營業服務據點連絡一覽表：

台北	台北旗艦店	(02) 2506-8101#261	台北市南京東路三段 16 號 1 樓
	和泉企業(股)公司	(02) 2501-5167	台北市中山區農安街 227 巷 3 弄 1 號 2 樓
桃園	和增泰企業有限公司	(03) 362-5661	桃園市介壽路 161 號
新竹	新竹營業所	(03) 569-2949	新竹縣湖口鄉中山路一段 2 號
苗栗	苗栗營業所	(037) 234-911#12	苗栗市水源里 11 鄰水流娘 22-9 號
	苗栗廚藝生活館	(037) 630-286	苗栗縣頭份鎮中央路680號
台中	台中營業所	(04) 2452-7560	台中市西屯區中港路三段 38 之 3 號
南投	南投營業所	(049) 2253-626	南投市新興里南崗三路 37 號
彰化	和佑昌(股)公司	(04) 736-9001	彰化縣和美鎮福東路 2 巷 15 號
嘉義	嘉義營業所	(05) 235-3168	嘉義縣水上鄉粗溪 136-20 號
雲林	豐錄成(股)公司	(05) 622-0810	雲林縣虎尾鎮安溪里安溪 182-2 號
台南	東淇(股)公司	(06) 299-0916	台南市安平區永華路二段 149 號
高雄	和豐企業(股)公司	(07) 330-1601	高雄市前鎮區一心二路 21 號 14 樓
	高雄生活館	(07) 330-8961	高雄市前鎮區一心二路 25 號 1 樓
屏東	宏引企業有限公司	(08) 733-4777	屏東市重慶路 82 號
基隆	基隆營業所	(02) 2437-1411	基隆市中山區德安路 4-1 號
宜蘭	宜蘭營業所	(03) 930-4107#8	宜蘭縣壯圍鄉美城村大福路三段 41 巷 7 號
花蓮	和勝衛材企業社	(038) 513-526	花蓮縣吉安鄉南海四街42巷16號
台東	鑫品企業社	(089) 325-959	台東市四川路一段 283 號
金門	金和成企業有限公司	(082) 324-334	金門縣金寧鄉榜林村 6-6 號

期待您加入和成生活館的行列，和我們一起創造人生高峰！

加盟專線：02-26794171



和成欣業股份有限公司
10489台北市南京東路三段16號 和成大樓
TEL:(02)2506-8101 <http://www.hcg.com.tw>