

名人專題
CELEBRITY TALK
人生一步步
決斷一瞬間



達芙妮集團創辦人 陳賢民



明永樂 青花穿蓮龍紋大扁壺

2015年3月號 No.524

1971年7月創刊·發行43年8個月

經營廣場
BUSINESS

聰明工作事半功倍
你今天SOP了嗎？

藝文饗宴
ARTS PLAZA

古器物學講座
青花梅瓶—傳統與創新

COVER STORY

數據行銷 躍上雲端

用最少的預算，運用最新的行銷模式與消費族群溝通，達到更精準行銷；
並善用行動電子商務及大數據優勢，清楚勾勒出提升銷售的關鍵。

50週年特輯
ARTS PLAZA

震旦辦公雲
引爆雲端商機

創造 服務價值最大化



辦公文件整合最佳顧問

金儀代理KONICA MINOLTA品牌，致力為顧客做到最好，領先業界推出「OPS優質輸出服務流程」，整合輸出系統與辦公事務的設備、流程、成本、安全、環保五大核心並為企業量身訂作最佳方案，達到降低成本、提高效率的目標，讓數位輸出與辦公事務的效率進入新的里程碑！



Optimized Print Services 辦公事務流程優化

- NetFax** 數位傳真解決方案
- SAFEO** 列印管理解決方案
- SmartMonitor** 資安管理解決方案
- OfficeWin** 辦公協同解決方案
- JustWin** 人事總帳解決方案
- SmartCounter** 智能計張解決方案
- SmartDoc** 智能文管解決方案

金儀

金儀股份有限公司
110 台北市信義路五段2號3樓
電話 / 02 2345 8018 傳真 / 02 2345 8075 客服專線 / 0800-658-188 oa-world.com.tw

| 金儀色彩 無限精彩 |

編輯台上

Editor's Words

讓數據會說話

做電 子商務、做網路行銷，您可以不用再瞎子摸象，而是用科學的方式，運用數據與方法！從數字中找出顧客，了解未來消費市場趨勢，用最少的預算，運用最新的行銷模式與消費族群溝通，達到更精準行銷。

本期月刊封面故事以「數據行銷，躍上雲端」為主題，邀請調研專家為我們剖析這項嶄新的行銷工具。目前各大品牌廠商借重電子商務大數據作革新，成為一種新的產銷模式。目前提供此類數據業務的電商，除阿里巴巴和京東商城外，中國一線品牌大廠如華為、海爾等，也在積極嘗試此新型產銷模式。

拓璞產業研究所楊勝帆所長以阿里巴巴為例，透過大數據來完成前期的戰略規劃、市場調研，依靠消費者消費資料來動態跟蹤各類產品銷售情況，達到產銷柔性預測；最後透過個性化推薦，幫助品牌廠商提高銷售量。這樣的新模式對於品牌廠商可幫助公司節省成本，包括市場調研和戰略規劃費用；降低公司運營風險，提升公司銷售量，可節省公司廣告支出，形成精準行銷。

多年研究消費行為的東方線上行銷副總監李釗如則認為，未來物聯網時代有更多資料上雲端，可預見零售樣貌與型態正要大幅度變臉，並舉出各國生活消費應用的案例，但仍提出兩大隱憂，一來消費者並非人人都想成為演算法的奴隸，重複過去喜好與慣性，二來將來應用

擴散週期將縮短，立即通知或優惠消費者在有需求時是甘霖，沒需求時反成騷擾！

現在起請跟上大數據時代的腳步，運用分析技巧讓數據會說話，如此才能有效精準做行銷！**A**



《震旦月刊》主編

蘇美琪 Maggie Su

震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1號創刊，2015/3/1出版

發行 震旦行股份有限公司
發行人 王玉治
地址 台北市信義路五段2號16樓
網址 www.aurora.com.tw

主編 蘇美琪
企劃 吳國誌、陳佩茹
信箱 maggies@aurora.com.tw
電話 02-2345-8088
傳真 02-2345-8733轉1619

設計 治羽文創設計有限公司
印刷 湯承科技印刷有限公司

局版台誌字第1556號
中華郵政北台字第1425號
ISSN 2305-7734

執照登記為雜誌交寄
本月刊內之文章均為作者之意見，不代表本社之立場，文責亦由作者負責。版權所有，非經本社書面同意，不得轉載本刊任何圖文。本月刊所使用之商標或著作皆屬權利人所有。



古印度以「震旦」尊稱中國，「震旦第一」即象徵「中國第一」之意。

震旦
如旭日東昇

「震旦」是東方日出之意，象徵著光明與希望，震旦集團承襲源遠流長的歷史命脈，有如旭日東昇，散發著蓬勃的朝氣與躍昇的動力，為追求現代文明而努力。



編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 讓數據會說話
文/蘇美琪

封面故事 COVER STORY

06 大數據正在改變你我生活！
整理/蘇美琪

08 用數據行銷打造電子五哥
文/楊勝帆

12 虛實融合消費時代來了！
文/李鈞如

經營廣場 Business

16 你今天SOP了嗎？
文/顏長川

名人專題 Celebrity Talk

20 《人生一步步 決斷一瞬間》書摘
陳賢民—經營達芙妮成功心法
整理/蘇美琪

震旦50週年特輯 50TH SPECIAL REPORT

25 未來展望篇
震旦辦公雲 引爆雲端商機
圖·文/震旦集團

躍昇震旦 AURORA NEWS

30 震旦辦公家具2015全新日本原裝進口方塊地毯
『The image of earth』大地印象系列隆重上市
圖·文/震旦家具

樂活人生 LOHAS LIFE

36 您吃的中藥安全嗎？
文/陳盈光

玩味設計 DESIGN

40 城市輕騎，追風設計
前衛交通工具—陸路篇（上）
文/李俊明

博物館專題 AURORA MUSEUM

44 漢代動物園在震旦系列報導之四
多視點組合的漢代玉雕動物
圖·文/震旦博物館

46 震旦博物館「超萌藝術實習生」
博物館與兒童教育
圖·文/震旦博物館

藝文饗宴 ARTS PLAZA

48 震旦博物館出版叢書介紹
元青花瓷鑑賞
文/震旦博物館

49 古器物學講座—文創設計專題(2)
青花梅瓶—傳統與創新
文/震旦博物館

53 館藏精粹賞析
青花穿蓮龍紋大扁壺
文/吳棠海

愛心公益 LOVE ACTION

54 第一屆「傳善獎」起跑
不只行善·更要傳善
—無限蔓延善的力量
文/震旦集團



本期精選佳句

摘錄本期《震旦月刊》雋永的經典佳句，讓您搶先目睹後，繼續翻閱更多精彩内容吧！

大 數據廠商核心競爭力是強大的大數據技術和豐富的行業經驗，在產業發展初期，透過其在特定行業的經驗，快速建立競爭優勢。

楊勝帆／拓璞產業研究所所長 P.08

未 來物聯網時代有更多資料上雲端，可預見零售樣貌與型態正要大幅度變臉，虛實更無界線，也將徹底改變購物行為。

李鈞如／東方線上行銷副總監 P.12

標 準作業程序（簡稱SOP）就是將事件的標準操作步驟，以統一的格式描述，用來指導和規範日常工作，將細節進行量化，讓第一線人員有一定的依循與準則以達業務目的。

顏長川／哈佛企管顧問講師 P.16

一 站式購足的「震旦辦公雲」，具備行動化、輕量化、圖像化、雲端化等特點，一來為企業降低成本，二來增加同仁工作效率，中小企業得以輕易「漫步雲端，智享應用」。

震旦50週年特輯單元 P.25

中 藥是藥，有副作用也有毒性，不當食用中藥或是中西藥併用，不但對身體有不良影響，嚴重者可能致命。建議到信譽好的中藥行、中醫診所購買GMP藥廠生產的，品質才有保障。

陳盈光／雅丰唯心中醫診所醫師 P.36

ALL IN ONE 整合平台

中小企業最佳雲端辦公室



辦公新趨勢 \ 輕鬆辦公事

擁有全新辦公 · 立刻看見成功

All In One 整合平台 | 靈活行動辦公 | 事務機文件整合 | 輕鬆月付省最多 | 五大資安防護 | 166家服務據點



震旦雲端事業部

震旦辦公雲網址 www.aoacloud.com.tw

客服專線 0800-710-666

客服信箱 service@aoacloud.com.tw

COVER STORY

Big Data is having an impact on our daily life!

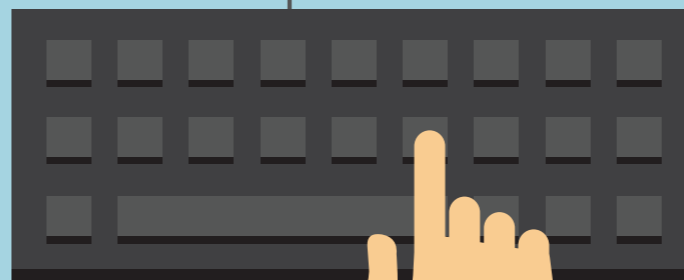
- CHAPTER 1
用數據行銷打造電子五哥
- CHAPTER 2
虛實融合消費時代來了!

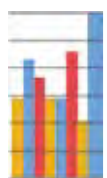
大數據 正在改變你我生活!

消費者無時無刻都在改變心意，該如何掌握數據，找出線索與商機？
預測出關鍵的行銷策略，讓數據會說話！

Prelude / 蘇美琪 ; Words / 楊勝帆、李鈞如

Consumers are always changing their mind. Therefore, what can we do to handle data in order to explore clues and opportunities? The answer is to forecast critical marketing strategies and let the data do the talking!



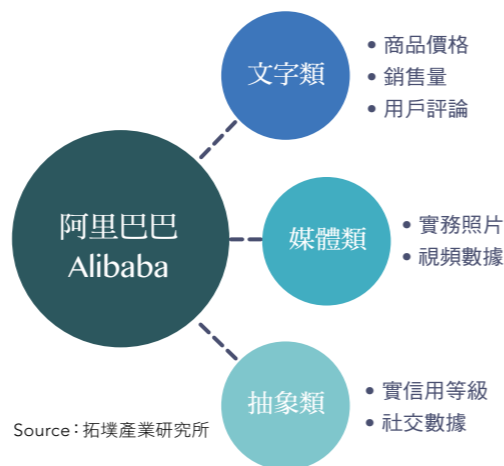


Words / 楊勝帆 · 拓璞產業研究所所長

電子商務大數據具有很強的商業價值，主要因隨著電子商務模式被大眾所認可，用戶數激增帶來海量且複雜數據，具備開發價值；另外電商大數據多由用戶消費行為所產生，透過研究大數據可引導消費者的消費行為，其商業價值相當大。

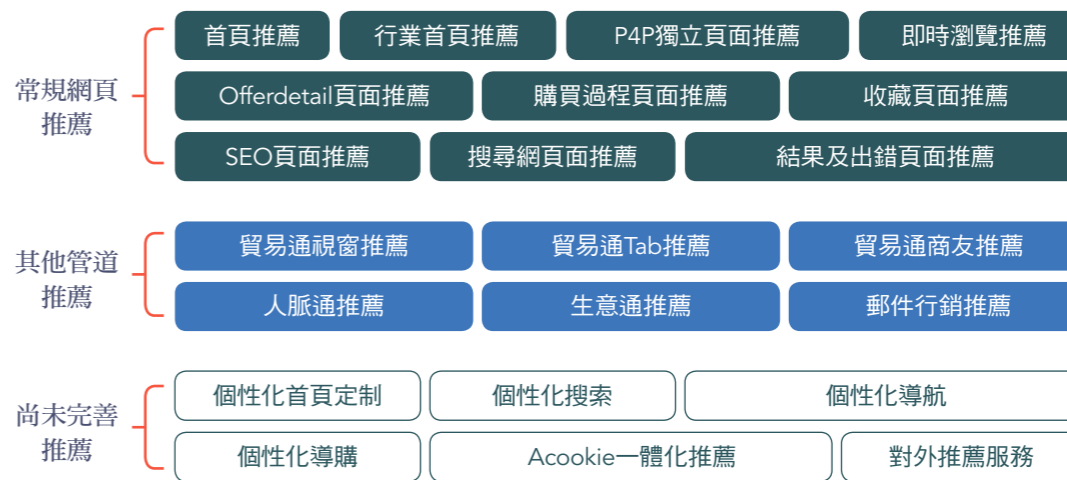
從目前電商平台來看，其掌握的大數據類型主要包括3種：
(1) 文字類：主要包括商品價格、銷售量、用戶評論等，此類數據較易獲得；
(2) 媒體類：主要包括圖片、視頻、音頻等，此類數據獲取難度也不高，但是對分析、提取的要求較高；
(3) 抽象類：主要包括信用等級、社交資料、用戶資訊等，這些數據的產生是由其他數據決定的，外部很難直接獲得，也是電商平台核心財富。

〔電子商務大數據類型圖〕



Source: 拓璞產業研究所

〔個性化推薦應用場景圖〕



Source: 拓璞產業研究所

大數據在電子商務的應用

面對海量的電商大數據，各項應用也不斷湧現，電商大數據的價值被逐漸開發出來。目前具備完整商業模式的電商大數據應用有3個：(1) 個性化推薦是最為成熟的應用；(2) C2B是可以直接幫助品牌廠商降低風險、提高銷售量的應用；(3) 電商金融是市場空間最大的應用。

一) 最成熟應用：個性化推薦

一個好的推薦系統可以大幅提升網站瀏覽轉化率，為網站帶來新的銷售機會，既能提高電子商務網站的交叉銷售能力，同時還能改善顧客對電子商務網站的忠誠度。商品推薦系統的核心技術正是大數據，涉及訪客的歷史交易資料、訪客在該網站的瀏覽資料、在其他合作夥伴網站的瀏覽資訊，以及用戶的評論行為，數據量大且類型多。

目前較為常見的推薦場景為常規網頁推薦和其他途徑推薦，其中網頁推薦主要包括在瀏覽電子商務網站的過程中進行商

品推薦，以及瀏覽其他網站的過程中進行商品推薦。在網頁推薦的過程中涉及用戶隱私問題，有些網站利用跟蹤用戶的Cookies，獲取用戶資訊來進行推薦，拓璞產業研究所 (TRI) 認為這個現象在互聯網中普遍存在，也沒有明文禁止；但是個性化推薦需要本著「不作惡」的原則來推行，否則消費者將喪失對個性化推薦的信任。

然而，個性化推薦並未完全成熟，從對天貓、京東商城、易訊等電商網站的測試看來，精準度還顯不夠，這和用戶資訊累積及大數據挖掘技術有關。在各家平台的推動下，預計個性化推薦的商業價值會更大。

二) 最直接應用：C2B

C2B這項應用是由阿里巴巴所推廣的，阿里巴巴每天有超過30億個的店鋪、商品瀏覽記錄，10億線上商品數，上千萬的成交、收藏和評價資料。透過其大數據幫助商家進行企業的資料化運營，幫助消費者進行理性的購物決策是阿里巴巴C2B應用想要解決的問題。



〔C2B之源－阿里巴巴數據魔方圖〕



按照數據的流向來劃分，阿里巴巴數據產品的技術架構分為5層，分別是數據源、計算層、儲存層、查詢層和產品層。位於架構頂端的是數據來源層，這裡有阿里巴巴的用戶、店鋪、商品和交易等數據庫，還有用戶的瀏覽、搜索等行為日誌等，這一系列的數據是數據產品最原始的生命力所在。

在數據源層即時產生的數據，透過其自主研發的資料傳輸元件DataX、DbSync和Timetunnel即時地傳輸到一個有1,500個節點的Hadoop集群上，這個集群稱之為「雲梯」，這是計算層的主要組成部分。在「雲梯」上，每天有大約4萬個作業對1.5PB的原始數據，按照產品需求進行不同的MapReduce計算。針對一些對時效性要求很高的數據做了流式數據的即時計算平台，接收來自TimeTunnel的即時消息，在記憶體中做即時計算，並把計算結果盡可能在短的時間內刷新到NoSQL儲存設備中，供前端產品調用。

為了向產品提供即時的數據查詢服務，針對前端產品設計了專門的儲存層。在這一層上有基於MySQL的分散式關係型數據庫，集群MyFOX和基於HBase的NoSQL儲

存集群Prom。儲存層異構模組的增多，對前端產品的使用帶來了挑戰；但可以通過數據中間層Glider來遮罩這個影響。Glider以HTTP協定對外提供Restful方式的介面，數據產品可以通過唯一的URL獲取到其想要的數據。

品牌廠商透過產品端直接獲取自己所需的數據產品，並可將自己的供銷體系接入其數據產品，直接跟蹤行業的動態變化，透過阿里巴巴數據對產業進行調研和產品戰略規劃，避免庫存風險。

電子商務大數據商機分析

一) 衝擊傳統行業

在分析電子商務大數據帶來的商機之前，首先對電商大數據時代將會受到衝擊的傳統行業進行分析，警示相關企業發展中面臨的風險。針對個性化推薦、C2B和電商金融等3項應用，廣告行業、戰略諮詢行業、銀行分別會受到較大的衝擊。

“大數據廠商核心競爭力是強大的大數據技術和豐富的行業經驗，在產業發展初期，透過其在特定行業的經驗，快速建立競爭優勢。”



• **廣告行業：**個性化推薦通常採取CPC（按點擊收費）或CPM（按顯示收費）的方式，易於廣告衡量效果且綜合費用低；相比之下，傳統廣告平台投放費用高，且不易衡量效果。

• **戰略諮詢行業：**C2B可動態跟蹤和分析市場，參考阿里巴巴的數據1年費用是3,600元人民幣。相比之下，戰略諮詢行業的產品多以專案制為主，且無法動態跟蹤市場，費用也較高，TRI認為基於數據分析的趨勢型諮詢公司將會受到很大衝擊。

• **銀行：**電商金融機制靈活，借貸成本低且風險控制嚴格，能夠很好的滿足小微客戶的短期融資需求。傳統銀行在融資審批環節流程複雜，且借貸成本高。TRI認為，未來電商金融對基於小微客戶信貸的中小銀行形成較大衝擊。

二) 品牌廠商借電商大數據革新

品牌廠商和電子商務平台廠商之間基於數據業務的合作，是一種新的產銷模式。透過電子商務大數據來完成前期的戰略規劃、市場調研，依靠消費者消費資料來動態跟蹤各類產品銷售情況，達到產銷柔性預測；最後透過個性化推薦，幫助品牌廠商提高銷售量。這樣的新模式對於品牌廠商有以下優勢：(1) 幫助公司節省成本，包括市場調研和戰略規劃費用；(2) 降低公司運營風險，主要是庫存風險；(3) 提升公司銷售量，相當於節省公司廣告支出，形成精準行銷。目前提供此類數據業務的電商有阿里巴巴和京東商城，而中國一線品牌大廠如華為、海爾等，也在積極嘗試此新型產銷模式。

大數據技術廠商前景光明

以阿里巴巴金融這項應用為例，大數據源、數據處理能力、數據介面和最終用戶都是由阿里巴巴提供；但數據挖掘是由大數據廠商上海天津資訊提供，上海天津資訊是一家長期專注於做數據挖掘、分析的公司，由此可見大數據技術廠商的價值。A

大數據廠商核心競爭力是強大的大數據技術和豐富的行業經驗，在產業發展初期，透過其在特定行業的經驗，快速建立競爭優勢。目前中國大數據技術廠商多以中小廠商為主，所覆蓋的應用延伸至政府、電信、金融、鐵路等行業，台灣大廠進軍中國大數據產業最快的方式就是收購這些中小大數據廠商。

CHAPTER
2

行動商務與數據行銷趨勢初探

虛實融合消費時代來了！



Words / 李釗如 · 東方線上行銷副總監

當人們能上網找資訊（網民力），在社群裡交換意見（鄉民力），而行動裝置與網路隨身化普及，累積工具嫻熟度，這些資訊提取能力與工具操作自如能力，成為強大的隨身力量，使民眾變成智慧型消費者，習於遊走於虛擬世界與實體世界，消費無界線。

線上與線下（O2O）虛實應用 改變消費習慣

這造成生活型態、消費型態以及購物決策過程都發生重組質變，形成新的「消費者購物決策旅程」（Consumer Journey）（指的是消費者在購物前、購物中與購物後會經歷的階段、歷程與情境），因手機貼身性，使可介入的虛實環節接觸點（contact point）變得多元，衝擊各類商業模式裡的對應環節，

促發了商模創新或行銷創新，使線上（虛擬）與線下（實體）的活動得以在消費者接觸點上整合施力，加入行動科技應用或創新機制設計以提供新的「好用性」，促使改變消費意向。

這些「好用性」如恰當的購物建議，媒合交易，加速效率、篩選比對，給予誘因、增加體驗、延伸服務，便利支付（無現金），安全支付（第三方支付），提供售後服務，提供評價回饋等方式。

“「消費者購物決策旅程」（Consumer Journey）（指的是消費者在購物前、購物中與購物後會經歷的階段、歷程與情境），因手機貼身性，使可介入的虛實環節接觸點變得多元。”

同時，使用者／消費者在裝置上（或未來的物聯網）留下大量寶貴軌跡，多樣的資訊點切面可進行整合比對，有時是不同消費資訊比對，有時是與既有資訊如地圖資訊或氣溫降雨資訊比對，萃取解析出更多過去未見的有用的新洞察情報，應用在設計商業活動或促發消費上，這就是大數據應用，再進一步透過演算法模型精算，則可提供消費預測或給予個人化建議。

上述有一類屬於破壞式創新，如最近受熱議的Uber或airb&b，以分享／共享經濟概念，讓一般人也能利用自身閒餘、能力或資源（車子、駕駛能力時間或自己房子民宿服務）提供某些原來是專業廠商的服務，或第三方平台整合便利服務，如eztable提供餐廳訂位，foodpanda提供知名餐廳訂餐外送，這一類網路原生平台常衝擊既有產業生態遊戲規則，甚至取代舊生意。

而另一類，雖不算顛覆既有商業模式，而是在消費者購物旅程即時地虛實融入提供貼心便利與效率效益，這其實正重塑消費認知與消費型態，較常見的接觸點與應用情境，有以下：

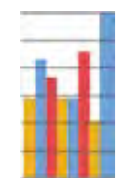
當不知道該買什麼時？

身處在不熟悉的地盤常使用LBS定位+APP找車位，或APP查找附近口碑店家，例如愛評網，這類大多是替店家發送試吃券coupon，導引使用後發文評價，創造消費循環。

在數據行銷上，使用者預設喜好、過去歷史查詢、出沒地點及用後評價等數據可分析使用偏好，在下次登錄時預測推薦，或推播相關度高的廣告或coupon，也可萃取各類熱門店家榜單，一來榜單易引發嗜鮮追逐效應，二來也可挖掘出潛力店家。

還沒買之前再度確認？

在賣場快查口碑或比價，買對又不買貴。在數據分析上，利用品味消費比對（also buy同時購買，即觀看／購買A商品的人同時也觀看／購買B商品）進行推薦模擬，而透過使用者追蹤商品設定或查詢比價商品資料統計，亦可預知最近消費者想買的熱門商品榜單。



Big Data

66 未來物聯網時代有更多資料上雲端，可預見零售樣貌與型態正要大幅度變臉，虛實更無界線，也將徹底改變購物行為。99

服裝業的作法是只要先拍下全身照片，可用APP在購買前模擬試穿，一來少了櫃姐白眼，免去穿脫之累，還可分享聽取姊妹淘的遠距意見，從開箱文進化到將買欲敗文，去蕪存菁後再下單，不過女生通常被潑了冷水不一定會節制消費，反倒是受褒或試穿過而欲望大增。在數據分析上，當累積夠多穿搭資訊時，在所挑選樣式與購買樣式間可比對出，消費者偏好與適配商品，給予個人化建議，彷彿有個專屬造型師。

身處在賣場裡要省時省力，其實還有更多心機

國內外大型賣場或遊樂園，近兩年BEACON微定位裝置提供商品快速路線引導，避免消費者在大賣場迷路瞎逛。在數據分析上則有更深意涵，消費者在賣場內漫遊駐足路線收集起來叫「足跡熱點」，可分析出那些櫃位位置是高停留點，再透過實體觀察，找出賣場吸引人流的魅力所在，進一步導引優化櫃位安排、動線設計與巧思設置，營造愉悅的購物體驗，將人流轉現金流。

以IKEA為例，重要集客工具，採雜誌編輯的生活型態感的大本型錄，已APP化，並運用擴增實境，只要拍下家中擺設，與IKEA家具圖片擺放一起，就可預見放到家裡的样子找到適合家具，並形成購買清



單與店內指引，到店時可輕鬆購買。

還有更多巧思是，業者將RFID會員卡上的購物清單（之後改APP購物清單更便利）與電腦自動化的購物車感應連接，設計導引出最佳化的採買路線，為消費者省時省力，而沿途時卻可埋入特價促銷或魅力商品，刺激衝動購買，而APP型錄停留時間（熱點）、購物清單到實際購買（轉換率）之間也可連結分析，作為行銷設計參考。

購物也能更優雅有趣

美國星巴克提供預訂服務，出門前APP預定付費，稍後到達門市時就可優雅而快人一步地取用咖啡，不用困在人龍裡苦等。其實，台灣高鐵APP直接購票也異曲同工，進站前只要手機即可優雅通關，不用再面臨在通行處翻皮包狼狽找票，遭後

面的人白眼的尷尬緊張畫面。從數據分析角度來看，除給予個人化的促銷驚喜外，消費地點與時段資料，也可形成內部流程優化改善的參考應用，如在rush hour導引消費，簡化作業，服務更多客戶。

購物時獲得更便利、輕鬆的購買或支付

英國特易購公司（Tesco）早推出只要拿著結帳機刷產品即可支付購買，直接送貨到府，不用手推重重的購物車，提著大包小包，輕身悠遊賣場，大大加速店內人流迴轉。

中國大陸的便利商店早可用支付寶，即使是買個早餐也不用帶現金找零，還可享優惠，而去年雙12促銷，更推出實體店（超市或便利店）支付寶付費全場五折，

引發來店熱潮。支付寶原來已有用戶線上購物資料，現在還加上實體購物資料與地點等資訊，等於進一步完整化消費拼圖，可作後續虛實整合應用分析，威力強大。

未來數據行銷的兩大隱憂

未來物聯網時代有更多資料上雲端，可預見零售樣貌與型態正要大幅度變臉，虛實更無界線，也將徹底改變購物行為。不過要提醒的行銷人的是，O2O行動商務與數據行銷，看似風光無限，但仍有兩大風險值得深思，一來消費者並非人人都想成為演算法的奴隸，重複過去喜好與慣性，二來將來應用擴散週期將縮短，但商機發酵甜蜜點，反而是如何找到最適應用與需求點，亦即通知或優惠在有需求時是甘霖，沒需求時反成騷擾！A



聰明工作事半功倍
你今天SOP了嗎？



Words / 顏長川 · 哈佛企管顧問講師

台北市長柯文哲（簡稱柯P）一上任就準備在百日內做出一點成績讓人刮目相看，前市長三度想拆卸拆不掉的忠孝西路公車專用道，他在一夜之間就讓它消失了！接著台北富邦銀行的獨董、世大運的餐廳、台北大巨蛋的行道樹、台北秋葉原的空橋、社子島的開發、松菸文創、美河市、雙子星…等案，一一現出原形，問題叢生。

柯P 自稱是一個SOP狂，凡事都用模組化、數據化、標準化去檢驗，一定漏洞百出；柯P也是一個工作狂，凡事都以身作則帶頭做，逼出很多官場陋習；嚴格講起來，柯P是把台大醫院和台北市政府當作企業來經營，法寶是SOP（Standard Operation Procedure）。

制度vs.系統

一個國家能長治久安，靠的是典章制

度；一家企業要永續經營，靠的是制度和系統。企業在創建之初，一定要先建立好一套制度和系統，以後的營運才可以照著走；而經過千錘百鍊的最佳實務就是好制度和系統，所有作業都能規範化、常態化、延續化，讓工作事半功倍。

無印良品的員工不加班，卻能完成更多的事；不用時時口頭回報，卻能準時做好交辦事項；提案書只需一張A4紙，就能快速做好決策；開發商品不用想破頭，卻能不斷打造「一品入魂」的好

商品。會長松井忠三公開無印良品的成功祕訣，90%靠制度；只靠一本手冊，人人都能是幹勁充沛、效率十足、創意不斷的將才。任職台塑公司的每個人都能琅琅上口：「管理靠制度，制度靠表單，表單靠電腦」；王瑞瑜花四年時間把台塑集團各公司的ERP整合完成，吸引鴻海、統一…等企業紛紛上門取經，後來乾脆於2000年成立台塑網科技公司，把台塑的管理精隨和經驗變成一種服務——客製化的ERP及自動控制系統。

麥當勞的員工在尖峰時刻會相互支援，形塑成團隊比個人重要的企業文化，品質、服務、清潔、價值是他們的經營理念；把各種業務手冊、交接事項和會議記錄都融入團隊的智慧寶庫內，擅長簡化作業流程並將之合理化、系統化、標準化、資訊化，形成有一套很強的SOP（系統＝流程＋表單）；鴻海也憑著四管系統——管理（Management）、品管（Quality）、生管（Production）、經管（Operation）締造了四兆元的商業帝國。



TASK 1
TASK 2
TASK 3
TASK 4

政策vs.流程

政策（Policy）指政府、機構、企業、組織或個人為實現目標而訂立的計劃，通常會為謀求某些利益或避免預見的負面情況發生而制定。政策之推動首重規劃，一旦發現疑惑需即時消除並做局部修正，俾能更加契合實務；執行時還要注意既得利益者的反彈和不想改變者的抗拒。流程（Process）是指利用專業化的設備、生產線及不受干擾之原料的一種生產流程，任何一個需要重覆製造的行業都可以有效地利用；如果能多把權力放給政策和流程而不是給人，讓制度來管人，用流程來提升組織效能，老闆就不必再事必躬親了。

日本的TOYOTA於2007年宣布汽車產量超過美國的GM成為世界NO.1；其成功的關鍵因素之一在將精實政策（Lean Policy）列為競爭優勢的KPI，不遠離供應商俾能採取Just in time和彈性製造的配套措施，同時找到能解決問題且能教導他人的員工，灌輸流程改善的企業文化，顯示出領導者對精實政策的充分支持；約有70%的美國製造業馬上跟進，其中2%完全達到預定目標，25%有顯著效果。

“標準作業程序（Standard Operation Procedure，簡稱SOP）就是將某一事件的標準操作步驟以統一的格式描述，用來指導和規範日常工作；SOP的精髓就是將細節進行量化，讓第一線人員有一定的依循與準則以達業務目的。”

企管專家司徒達賢說：「政策包含了程式化的行動、資訊、指令以及支持這些行動的動能，可以隨時反映組織生命力與健康狀況；如果無法管好，企業就不可能成長。」

流程是組織中從事營運或管理活動的方法與次序；營運流程與生產、銷售、研發等創價活動有直接關係如：製造產品、為客戶進行徵信、議價採購、申請專利、接待客戶等；管理流程銜接與目標和績效有關的作法如：策略規劃、績效檢討、品質管控、內部稽核、資訊流通、決策整合等；兩者可能互為表裡，確保方向正確，執行良好。資訊系統是建立流程的輔助工具，但電腦化不等於流程管理；有些企業缺乏明確的流程，即使有也不完整或已過時，甚至不遵行流程，被譏為「聾子的耳朵」。流程再造大師韓默（Hammer）與錢辟（Champy）從市場競爭、顧客需求、權責分工等關鍵點進行再造，使作業流程發生戲劇化的變革，算是對流程盡到善良管理人的責任了。

SOP vs.ISO

標準作業程序（Standard Operation Procedure，簡稱SOP）就是將某一事件的標準操作步驟以統一的格式描述，用來指導和規範日常工作；SOP的精髓就是將細節進行量化，讓第一線人員有一定的依循與準則以達業務目的。SOP可確保業務

執行品質的一致性、儲存與累積企業關鍵技術；也可作為新進員工的訓練教材、作業改善的依據、現場管理的工具、安全作業的確保、成本的控管…等。國際標準化組織（International Organization for Standardization，簡稱ISO）專門為世界各國工商界的各項標準做認證，各企業的核心作業流程應設法取得國際標準組織的認證，如ISO 9001（品管）、ISO 14001（環保）、ISO 22000（食品安全）、ISO 31000（風險管理）…等，達到「想的、說的、寫的、做的」都是同一套，且年年更新。

台灣水利署署長陳仲賢主張對較易出錯的業務，須由團體開會訂出一套SOP，一切依法辦理，照著程序走，讓任何長官都無法插手干預，用制度來讓人為運作的空間減少。台灣的鼎泰豐從原料的挑選、內餡的份量、烹煮的時間、小籠包的摺數…等都在無菌室中央廚房用電腦控制，用一套嚴格標準化的SOP戰勝天津的狗不理；加拿大的太陽劇團的演員要花45~120分鐘的時間，用22種刷子，分43個步驟，化出全世界最複雜的粧，少一個步驟都不行，絕不妥協！一個注重SOP的企業通常都有標準化的作業環境和一致的溝通語言，可發揮整合力和執行力。

標準是為了在一定的範圍內獲得最佳秩序，經協商制定並由公認機構批准，共同和重覆使用的一種規範性文件。中國國



家標準化管理委員會曾製訂了一個饅頭標準法（國家標準證號：GBT/T21118-2007），規定小麥粉饅頭必須「形態完整美觀，圓形或橢圓形，沒有皺褶與斑點，要發出小麥香氣，1公克麵粉發酵後體積最少要超過1.7立方公分，含水量要低於45%」，符合這個標準的才能稱為「國標饅頭」；義大利的「卡布其諾」也由政府單位制定標準做法和標章來宣示正統地位；國際標準化組織希望世界各國的各項工作都能唯「標準」是瞻。

職務說明書，貫徹到底

職務說明書（Job Description）也稱崗位說明書或工作說明書，根據某項職務

的工作性質和環境特點必須具備的生理和心理需求，進行詳細的說明所形成的書面文件，有助於了解職位的名稱、內容、價值、工作關係、學經歷、權責範圍、職涯路徑…等；有些企業還有紅綠燈的設置作為輪調的信號，可發揮「人盡其才，適才適所」的功能；如果連董事長和總經理等高階主管都有職務說明書的話，那就萬無一失了。

一家百年企業的「制度和系統」都是經過時間和環境的考驗，才發展出「政策和流程」，再經過人事之設計，形成人手一份的「職務說明書」；企業中的每個人再根據自己的「職務說明書」鉅細靡遺地寫成一套「標準作業程序」，若能經過「國際標準化組織」的認證，更具說服力。A

企業老闆和各級主管必須以身作則將這一整套貫徹到底，以「白紙黑字」代替「說了算」，如此一來，才能以「法治」代替「人治」；希望企業界的每個人都能學柯P的精神：「我是個SOP狂！不要挑戰我的意志力！」。

陳賢民——《人生一步步 決斷一瞬間》書摘



Words / 陳賢民 · 摘錄《人生一步步 決斷一瞬間》

《人生一步步，決斷一瞬間》是達芙妮創辦人陳賢民對過去經歷的回顧，他希望他「專注、和諧、傳承、永續」的經驗得以傳承。二〇一二年一月一日，是他生活了一甲子，在度過人生大起大落後，創造過璀璨生涯，締造完美驚嘆號的重要日子。那一天，他正式將達芙妮的經營權交出，在一片掌聲中傳承給下一代。沒有嘆息、沒有不捨，在那一刻，陳賢民至今說起，依然是滿滿的驕傲，也寫下中國女鞋中屬於他傳奇的一頁。



陳賢民

《人生一步步 決斷一瞬間》

陳賢民經營達芙妮成功心法

陳賢民 / 口述、戚文芬 / 撰述

出版社 / 商訊

本書描述達芙妮創辦人陳賢民在各角色時的歷程、態度、心得及與下一角色的關聯性。並透過他本人的口述、家人和同仁的訪談令人備感真實、親切，並對他有更深入的了解。

踏出事業經營的穩健一步

一九七五年，剛從學校畢業的他，不過是領有三五〇〇塊薪水的上班族。一九七八年，才短短三年的時間，他幾乎是以三級跳的驚人速度，月薪迅速成長至兩萬二，並配有當時第一輛國產汽車福特跑天下，陳賢民在眾人豔羨的目光下，意氣風發地進了當時全台雞蛋供應量最大的龍億股份有限公司。

然而，一九七八年底隨之而來的美元貶值，中東動亂而引起的石油危機，全球性的金融風暴一下子席捲整個台灣的經濟，龍億投資興建的四、五〇〇間房全部滯銷，資金周轉不過來，本來風光無限的公司只能黯然退出市場，結束營業，連帶地，也使得陳賢民像是從雲端瞬間跌入谷底。更不巧的是，當時他才剛新婚不久，正邁向五子登科，自覺展開幸福人生之際，卻面臨了這場人生中的第一次磨難。

是打擊嗎？每次遇到有人問他，陳賢民常會朗聲大笑說，如果以當時所處的環境來看，確實是，只是以今日的他再回頭

審視，假使沒有經歷過這一場人生「危機」——失業，也不會開啟他日後的創業之路，打造達芙妮龐大的女鞋王國。

一九八〇年，陳賢民說，因為「走投無路」，很多公司同事也和他一樣，在面臨失業，暫時也不知道做什麼好的情況下，就在他的號召下，一起加入創業的陣容。此時，陳賢民和舅子張文儀在台灣創立了喬志企業股份有限公司，正式邁入創業維艱的日子。後來，更在一九八七年，在台灣找不到員工，生產線即將停擺的窘境下，率先進入中國大陸，從福州開始，由點到面，展開他「鞋子王國」的鴻圖大業。

到了一九九五年，套句陳賢民自己的話，正是達芙妮在香港上市，大家都有錢賺的日子，這段期間，可說是陳賢民人生、事業最巔峰的時刻。沒想到，一九九九年，緊接而來的資金大缺口，卻險些擊潰了他一手創造出來的「鞋子王國」，一筆即將到來，高達一五〇〇萬美元的貸款，讓從來不管財務，只專心在做鞋、行銷的他，驚得立刻從加拿大趕回台灣來處理。

“創業需要冒險的精神，陳賢民在這方面的得天獨厚，無庸置疑；膽子大，氣魄足，加上耐操耐磨，時刻充滿熱誠、滿滿的戰鬥力。”

陳賢民沒敢猶豫，更沒有絲毫的傷感。下飛機後，他一路馬不停蹄，立即趕到公司，將中高階主管都找來，開頭第一句話就是問他們，「繼續拚？還是乾脆將公司收掉，不做了？」這些，大部分都是從他創業以來，就一直和他胼手胝足開創「鞋子王國」的人，在了解公司狀況後，大家有志一同地說：「當然是繼續陪總ㄟ你，一起打拚！」

這句話，無疑地撼動了陳賢民，他不是多愁善感的人，遇事往前衝、遇到問題就解決，沒有面對不了的困難與挫折，在陳



賢民心中早已是根深柢固，拔除不了的觀念。問題是，這是他，換做別人可不一定如此，尤其在面對公司遭遇這麼大困難，願意和老闆一起打拚度過難關的員工不多，更何況是一五〇〇萬美元這麼大的資金缺口。

直到今日，提起這段往事，陳賢民雙眼依然閃爍著熠熠光彩，動人的神情在他臉上流轉著。他說，當初在龍億時，大約有七、八個人一路跟著他一起創業，在台灣遇到鞋業的發展瓶頸，到大陸設廠製造，「後來，他們都在達芙妮待到退休。」他臉上充滿了溫暖。

接著，幾個重大決定，包括催收帳款、促銷庫存貨、延遲貨款等等，並向朋友周轉現金，讓達芙妮安然闖過這次的重大危機。「二〇〇三年，我將所有的欠債全部還清，到了我離開，將公司交棒給下一代，當時，公司配股息六〇億，並有一〇〇億的現金。」至此，陳賢民用實際行動證明了他的驕傲，也寫下中國女鞋中屬於他傳奇的一頁。

人生歷程之就業與創業

從一九七五年的第一份工作開始，直到一九七八年轉任瑞士海外公司，因為在瑞士海外的傑出表現得到更多人的注意，甚至連瑞士駐華代表也對其青眼有加。在沒有預設



立場的前提下，他的勇氣與衝勁，以及勤懇踏實的態度，大幅度提升了他的就業力，為未來的職涯鋪上了穩當的第一道台階。

瑞士海外是台灣當時規模最為龐大的貿易商，旗下的出口業務除了陳賢民主要接觸的鞋類商品之外，還包括雨傘、成衣等等，包羅萬象，加上各種進口的精品設計師產品，包括Bally、Chanel、Porsche Design等知名品牌，只要有心去觀看、去揣摩，所能學習到的，絕對不只他負責的鞋類驗貨工作這一點點。

在他職涯初期的這一站，瑞士海外提供了一個絕佳的機會，讓他拓展視野，並且增進對企業經營與產業運作的了解。進出口業務龐大繁雜，陳賢民盡他所能，對每一個負責的廠商窗口、偶爾結交的同僚客戶都熱忱以對。這樣的拳拳之意，在不少人心裡留下了深刻的印象，成為他深厚人脈資產的第一筆。日後他創業，開始自己做

鞋子時，便有對這個年輕人另眼相看的舊相識，上門給他訂單，邀他合作。

創業需要冒險的精神，陳賢民在這方面的得天獨厚，無庸置疑；膽子大，氣魄足，加上耐操耐磨，時刻充滿熱誠、滿滿的戰鬥力。

創業沒有捷徑，練好紮實基本功

終於自己當老闆，陳賢民摩拳擦掌，準備大展身手。一九八〇年，他和主要合夥人姻親張文儀在台中市大里區（當年為台中縣大里鄉），以兩千萬的資金創立了「喬志企業」，主攻製鞋代工。台灣的製鞋工業於當時已蓬勃發展逾三十年，工資廉宜的勞動力充沛，再加上各種鞋材——如橡膠、塑膠等等的陸續開發、研究和改良，吸引了世界各地知名品牌的大量訂單，一度有「製鞋王國」的美名。

此時的陳賢民，憑藉於在瑞士海外就職期間的經驗，自認對製鞋已有一定的瞭解。當年他曾頻繁出入數間具關鍵性地位的鞋業代工廠，仔細觀察學習，從開發鞋楦設計圖、畫面版、製作樣品、劃皮、裁剪縫製鞋面及內裡、拉幫鞋面、黏合中底、烘烤大底處理、裝上鞋墊到最後去漬、烘吹、推油等，不放棄製作流程的任何一步。挾著這股自信，他在創業之初即大膽接下一大筆護士鞋訂單。

他很快就發現，看人做和自己做，根本是兩碼子事。靠觀察經驗學來的只是一個大致的骨架，很多細緻的訣竅，他一無所知。「護士鞋看似簡單，其實眉角多多，為了方便護士長時間工作，要輕盈要透氣，還要安靜要防滑，最重要的是要舒服。客戶要求，鞋頭的部分要挺起來，可

是不管嘗試多少次，就是沒辦法。我們怎麼都無法達到交貨水準，做出來的鞋子只能一卡車、一卡車地丟掉。」眼看心血付諸流水，製作成本一再提高，又不能不履約，只能咬牙繼續試做、繼續丟掉失敗品，一再輪迴。

「直到同樣是做鞋的朋友來拜訪，看我們這樣掙扎時點撥了一句，說生產線速度設得太快了，皮料烘烤的時間不夠，當然沒辦法讓鞋頭挺起來。」沒想到，生產線時間的急緩調整不過區區幾秒鐘，卻是這次訂單成敗的關鍵。

陳賢民因此徹底瞭解，製鞋一道有太多「眉眉角角」，不得抱著半點僥倖之心，也不是用眼睛學學就可以出師。唯有做中學、學中做，才能實際把握住技術，走出屬於自己的一條路。▲

未來展望篇 震旦辦公雲 引爆雲端商機



Words · Photo / 震旦集團

雲端的驚人力量，正在改寫世界的工作面貌。2014年5月1日起，震旦的辦公室產品群新誕生了「一朵雲」，「這朵雲」極富創意及商業可行性，除了肩負增加集團營收的使命，也正式宣示震旦邁入軟體服務商之列，在辦公家具及辦公設備的實體商品銷售之外，創造出嶄新的價值。

雲端服務，觸手可及

「我們的產品名稱就叫『震旦辦公雲』」雲端事業部總經理陳翠華說。曾任震旦集團前資訊長（CIO）的她，是「震旦辦公雲」的催生者，這套雲端服務平台可將企業的總帳薪資、職員考勤事務通通搬上雲端，讓職員可以透過多螢一雲，享受真正方便辦公的服務。

還在拿著一張張考勤卡核對職員的出缺勤紀錄嗎？還在跟秘書一來一往打電話敲定開會的時間嗎？還在為外掛許多程式的ERP系統搞得各部門人仰馬翻嗎？其實，企業還可以有更智慧的管理方式。

陳翠華指出，「震旦辦公雲」是辦公室行政、財務、文書等作業的雲端化，原本複雜



▲陳賢民創辦人常出席各種論壇及演講，2013年應邀「震旦講堂」分享精采的創業故事。

**Profile | 陳翠華**

震旦雲端事業部總經理

1982年進入震旦集團服務迄今32年。歷任資訊組處長、總經理，2014年出任雲端事業部總經理。

的作業流程經過雲端運算的簡化，不僅操作方式容易上手，也令工作更有效率，更能進而提升企業的經營體質。

從這一點看，「震旦辦公雲」當之無愧是運用雲端科技，建構了新一代企業內部運作體系。

對企業而言，「震旦辦公雲」擁有難以抗拒的魅力，尤其是價格。平均而言，高效率的HR（人資）系統一套的報價至少新台幣100萬元，對中小企業是可望而不可及的昂貴軟體。然而，「震旦辦公雲」採用月租費方式計價，10人版HR系統每個月

收費2000元，幾乎每個中小企業都負擔得起。

強化前端、技術領先，打造雲端新概念

採用「震旦辦公雲」，企業無須再於前端灌入程式、另外購買主機、增聘資訊網管人員，也不必耗費時間為職員額外進行教育訓練，陳翠華解釋，只要能上網，只要打開網頁瀏覽器，進入個別企業的「企業辦公雲平台」頁面，輸入職員帳號密碼登入，便能開始工作，包括收發e-mail、同步行事曆、借會議室、請假等都在「企業辦公雲平台」、「個人資訊儀表板」上一指搞定。同時支援從各種不同終端登入，PC、智慧型手機、平板電腦皆能連上「這朵雲」，充滿智慧行動力。

「震旦辦公雲」的後台部署，擁有深厚的技術後盾。龐大的企業內部資料，透過「震旦辦公雲」，可遠端存放位於工研院的雲端資料中心，並由工研院代管，迅速提供適當的服務。值得注意的是，工研院的雲端資料中心是根據亞熱帶的地理條件，設計新一代冷卻系統技術、創新雲端網路架構設計以及即時遠端雲端資料中心監控管理系統，為全球最先進的高效率低耗能雲端資料中心。

商品多元，貼近市場需求點

「震旦辦公雲」共有四支產品，首先是「人事總帳」（JustWin），具備紀錄及管理公司帳、財務報表製作、薪資計算管

“一站式購足的「震旦辦公雲」，具備行動化、輕量化、圖像化、雲端化等特點，一來為企業降低成本，二來增加同仁工作效率，中小企業得以輕易「漫步雲端，智享應用」。”

理、線上打卡、請休假及出缺勤、人員資料管理等功能，可靠而高效地協助企業管理公司帳及人事薪資，並獲得所需要的營運分析。

其次是「智能文管」（SmartDoc），擁有事務機掃描歸檔、雲端儲存分享、文件線上預覽、文件即時討論、任務指派、版本更新、檔案連結分享、標籤及全文搜尋等功能，令企業團隊的協作達到最佳合作狀態。

第三是「智能計張」（SmartCounter），包含事務機過卡及面板登入、用量及計費紀錄查詢、26種報表訂閱、張數限制、彩色輸出、影打機、傳真、掃描限制等功能，使事務機的用量及計費可視化。

最後是「辦公協同」（OfficeWin），設計了企業郵件、行事曆、通訊錄、公告欄、待辦事項、即時通、資源預約、雲端硬碟、投票系統、郵件稽核及歸檔等功能，為每位職員整合公司資源及訊息，並協助職員高效合作。

中小企業漫步雲端 一站購足

一站式購足的「震旦辦公雲」，具備行動化、輕量化、圖像化、雲端化等特點，一來為企業降低成本，二來增加同仁工作效率，中小企業得以輕易「漫步雲端，智享應用」。

「『震旦辦公雲』在2014年推出，時間點上是水到渠成」陳翠華特別說明，其實雲端運算早就問世，2010年被譽為雲端元年，但是產業及環境並未成熟，近幾年隨著各大廠一一建置雲端機房，儲存伺服器大幅降價，加上4G頻寬的普及、企業對安全監控的信任度提高，對雲端軟體的需求變旺。談及震旦雲未來發展策略，陳總用三句話概括：多元通路、開放平台、資源整合。

根據經濟部的統計，台灣中小企業約共118萬家，陳翠華指出除了200名員工以上的中大型企業約3000家外，皆有可能是「震旦辦公雲」的目標客戶。「居然還有





結合集團原有的通路及資源，「震旦辦公雲」運用166家分公司、1000多位營服人員展開銷售，同時通過軟體通路經銷商及震旦網路商城（www.aoacloud.com.tw）直銷。這就是多元通路的基礎所在。

「震旦辦公雲」另一大特點是一個開放式平台，其他軟體開發商可以利用該平台，與震旦集團雲端事業部協同開發，不斷擴展「震旦辦公雲」的應用內容。「這樣的整合概念是台灣首創。」陳翠華說，如此一來，「震旦辦公雲」除了是協助企業簡化部署、管理資料中心和雲端的應用服務，更可協助台灣軟體產業的產品迅速發展。

談到資源整合，陳總說：震旦辦公雲作為集團最新的一個事業，除了在商品、通路、行銷、研發等方面推陳出新外，多運用現有資源也是必要的。比如，目前雲端事業部就在構築一個新的商業模式，陳翠華說明，2D的照片透過雲端載送到中央工廠製造3D公仔，巧妙結合3D事業部和雲端事業部的優勢。

除了行銷通路資源整合外，兩岸市場資源也需要快速整合。「台灣市場是雲端事業部的基礎，我們的目標是兩岸」陳翠華說，以台灣的成功經驗為基礎，再複製到中國大陸，是雲端事業部的下一階段目標。 **A**

中小企業還停留在DOS系統」陳翠華說，台灣不少中小企業e化的程度比較不足，需求未被滿足，正是「震旦辦公雲」的利基所在。

展望未來，隨著雲端運算的蓬勃發展，企業利用雲端運用服務的需求大增，預估「震旦辦公雲」的前景看好，為集團的營運成長帶來強大的動能。

震旦TOP讚出來!

耀昇震旦

英雄
你好讚

第十屆 AURORA TOP 表揚大會

時間 | 2015年3月20日(五) 14:00~21:00

地點 | 台北圓山飯店12樓 大會廳 台北市中山區中山北路四段1號

營業菁英

- 震旦OA** 吳明展、吳金龍、汪正一
- 互盛OA** 蔣明倫
- 金儀OA** 王丕奎
- 震旦家具** 陳崇裕、莊士諒、羅廣智、涂招城
- 震旦通訊** 朱宥樺、蘇雅惠、張瓊樺、呂麗美、王宥淳、邱寶嫻、何怡珊、王滯苡、張育嘉、蘇秀環、李美珍、黃雅鈴、江宛玲、盧怡芬、何薰芹

幕僚菁英

- 震旦OA** 賴瑞娥、王兆宜、陳宣妤、高德達
- 互盛OA** 賴寶莉、潘麗月、廖康維
- 金儀OA** 張雨靜、許桂華
- 震旦家具** 葉姿君、郭玉美
- 震旦通訊** 吳佩蓉、林士瑛、張毓珊
- 功能幕僚** 潘勇仲、張哲維、黃彰玲、吳國誌

3D菁英

李永瀚(震旦OA)、陳建雄(金儀OA)、李思誼(互盛OA)、林慧香(通業技研)

服務菁英

- 震旦OA** 王瓊瑤、陳孟博、鄭民權、陳進賢、羅峯琳、任哲漢、林金漢、陳彥佑、黃忠明、林凱隆
- 互盛OA** 侯永慶、梁立人、江馥霖、張國華
- 金儀OA** 林彥陽、呂晏晏、陳俊名、陳昱志、吳宣璋、陳慶章
- 震旦家具** 劉政璋

主管菁英

- 震旦OA** 何靜娥、郭展宏、趙景庭
- 互盛OA** 侯俊賢
- 金儀OA** 孫龍駒、黃國樑
- 震旦家具** 楊瑜凡、李姿瑾、陳秉賢
- 震旦通訊** 王慧玲
- 功能幕僚** 游玉婷

總部/廠/功能組主管級以上 游炎林(震旦家具)

『The image of earth』大地印象系列隆重上市



Words · Photo / 震旦家具

震旦辦公家具為了提供顧客更完整的辦公空間解決方案，特別與日本Hasetora（長谷虎紡績株式会社）合作推出震旦自有品牌高品質方塊地毯。這是震旦辦公家具繼2013年成功推出辦公室空間設計整合方案之後，又提供一項辦公空間不可或缺的地面建材商品—方塊地毯讓顧客選擇。

100% Made in Japan

Hasetora（長谷虎紡績株式会社）成立於西元1887年，是一家在日本名古屋已有一百多年輝煌歷史的專業地毯生產工廠。Hasetora所生產的地毯在日本獲獎無數且備受推崇，在全球各地也頗負盛名。最主要的原因來自於Hasetora對地毯設計的堅持，除了採用100%世

界級Invista Antron®的尼龍纖維之外，並引進最先進的電腦技術積極研發，努力朝向實用、多功能、舒適、經濟、美觀及客製化等方向發展，為地毯界成功典範之一。Hasetora追求業界無法模仿的獨創性，更提供物美價廉的產品並能快速供應。朝該公司經營理念『對自己好，對夥伴好，對國家好』三個方面都好為目標邁進。



地球のイメージ
CARPETカーペット
Hasetora
長谷虎紡績株式会社

『The image of earth』大地印象系列

這次震旦辦公家具特別與Hasetora合作推出『The image of earth』大地印象系列方塊地毯，以大地之美做為地毯圖案的設計概念，發想出Shale頁岩、River河流、Wave水流、Field麥田、Tree樹及Urban城市等六種。藉由六種圖案呈現出具象的大地之美，並引申為對地球環境保護的重要性。

如何定義地毯的優劣

大多數的顧客在選購辦公室地毯時，只關心兩件事，第一是地毯的圖案花色喜不喜歡？第二是地毯的價格便不便宜？這兩件事固然重要，但其實真正影響地毯耐用度的關鍵因素是地毯纖維材質、抗污漬性、抗塵土性及纖維變形率等重要指標。通常只有少數專業的總務經理或採購經理會將其納入選購

地毯的考量依據。然而，震旦推出的『The image of earth』大地印象系列方塊地毯正是符合上列指標的高品質商品。

Antron®纖維為何與眾不同？

antron®纖維是知名的商用地毯纖維品牌，可製成顏色、質地、圖案及款式各異的地毯。採用antron®纖維的地毯比市面上大部分地毯美觀耐用。長遠來看，更長的地毯生命週期可以減少維護及更換地毯的成本。選用以antron®纖維製造的地毯將是您明智的選擇。

『The image of earth』大地印象六個系列方塊地毯採用Antron® Lumena™尼龍色紗製成。另有用Antron® Legacy™尼龍白紗浸染後製成的Palette調色盤系列可供選擇。

為您提供地毯的完整解決方案

震旦辦公家具可提供地毯售前的規劃設計及建議、售中的專業施工及售後的地毯清潔服務，藉由完整的地毯解決方案來提升顧客滿意，並打造一個最具效率的辦公環境。



成功導入整合行銷服務



01

Words · Photo / 互盛公司

全日美實業股份有限公司創立於1998年，以經營大型獨立型態安養事業為主，2008年成立安養事業加（結）盟體系，以研發長期照顧相關軟/硬體設備及推展安養機構照護專業技能和照護品質提升為發展目標。2010年更改制為安養事業集團並成立「孝親合樂國際有限公司」，以生產成人紙尿褲、替換式尿片、外科口罩、濕紙巾、衛生紙、日常衛浴用品…等。

全日美 事業體系規模日益擴大，現有設備已不足供應訂單產能，全日美決議啟動第二個生產製造廠之購地與擴廠計畫，廠區施工規畫初期，急需全方位的辦公環境規劃；為此互盛公司規劃出一站式整合銷售服務，並經過多次細心說明與客製規劃，提供辦公輸出、通訊軟/硬體設備及相關應用解決方案。更整合集團資源，結合震旦辦公家具專業的規劃，提供高品質的辦公家具，包含主管區、會議室、職員空間與休息區規劃等，為全日美的辦公空

間做好完美配置與規劃。

另外，在辦公室全方位解決方案上，提供顧客各區分公司導入網路電話，透過網路分機的方式連絡，為企業主節省大量通話費用，手機安裝APP軟體電話，讓顧客聯絡不受限，並於各區分公司串連虛擬內部網路（VPN）系統，總公司、分公司資源分享更快速、更方便、更安全。建置AVER視訊會議系統，解決業務每月南北往返開會的時間及差旅費的支出，且透過視訊會議系統，輕鬆召開臨時會議，隨時掌握公司達標進度。



02



03



04

- 01 全日美多功能會議室，具備多方遠端視訊會議功能，可大幅減少出差往返開會時間與支出。
- 02 事務機與辦公環境巧妙規劃安排，打造簡潔舒適的職員辦公環境。
- 03+04 透過互盛與震旦家具規劃出整合銷售服務，打造出全日美嶄新辦公空間。



AVER 視訊設備



刷卡機

網路數位話機



續密的監視系統結合門禁設備，並配合監視主機及守衛巡邏機，讓辦公環境安全無縫隙。門禁與出勤管理系統搭配刷卡機管控，員工進出與出勤紀錄，皆可快速統計並輕鬆完成員工薪資計算，大幅提升公司財務結算效率與準確性。

刷卡機除整合門禁/出勤外，更因應顧客需求，結合員工福利金、員工餐券發放設備，另外可透過軟體統計員工刷卡用餐狀態及住宿用電等費用控管機制。針對辦公室文件輸出需求，互盛也以專業的OA服務，配置兩台RICOH新系列A3 MFP設備，並結合NetFax傳真伺服器，解決客戶未來指定傳真部門接收的方便性及節省紙張輸出的費用。

互盛協助全日美將辦公環境與設備完整串聯，再透過導入多項軟/硬體解決方案，一站式服務讓企業主僅需對應單一供應商，無論是公司老闆、承辦窗口或是使用同仁，皆能享受精緻服務，並體驗辦公樂活的氛圍，成功為企業主大幅降低公司營運成本，提升辦公效率。 **A**

行動辦公降低30%溝通成本



Words · Photo / 震旦集團

台灣怡海雲端服務（以下簡稱台灣怡海）為知名軟體大廠Salesforce.com、NetSuite、微軟、SAP、MuleSoft的金牌合作廠商，總部設置於新加坡，營運據點分佈台灣、中國、越南、菲律賓、泰國、印尼等國家，主要提供企業客戶在ERP、CRM系統上的行業別解決方案，公司幾乎超過8成人力都在外服務企業客戶，如何保持順暢溝通和專案管理工作進度就變得格外重要。

以往 台灣怡海的專案成員，時常透過手機或電子郵件，交辦專案工作和回報客戶服務的問題處理狀態。因專案成員不常一起在公司辦公室工作，沒有辦法常常去提醒其他專案成員收信，一旦有人漏看電子郵件或忘記電話提醒，則容易讓專案時程遭到延誤。

震旦辦公雲 打造專案團隊訊息溝通和資源共享中心

台灣怡海導入「震旦辦公雲」後，建立了專案團隊虛擬的訊息和資源共享中心，讓專案成員不論身在何處，都可以透過公告欄即時掌

握公司和專案最新消息，第一時間去處理。在專案進度管控上，震旦辦公雲還提供待辦事項中心，依專案需求，成員間可以互相交辦工作，回填進度。台灣怡海林呈欣總經理表示，有了這項工具，現在開會都不用Excel了，直接上系統討論同仁工作事項和進度，集中管理，省下人員彙整報表時間，提升專案協同合作的效率與品質。

清楚掌握同事行程 預約開會變簡單

林呈欣總經理特別分享，公司收入以專案為主要的公司，在承接許多專案情況下，通常

會有大量會議召開，成員要啟動一個會議，常因找不到其他專案成員，而造成立即無法敲定會議時間。現在，透過共用行事曆，可清楚看到其他專案成員的行程，就可以直接在平台上預約其他專案同事的會議時間與分享專案工作完成的狀態，可以大量減少溝通往返的等待。

Email兩岸自由通 業務拓展不遺漏

另外，震旦辦公雲也協助怡海解決，兩岸電子郵件使用的問題。林呈欣總經理提到，以往到中國出差，Mail有時通有時不通，常常漏信也不知道，造成業務推展的困擾。現在，公司員工到大陸出差，只要登入震旦辦公雲不僅可以即時取得台灣同事共享的檔案，還可順利收到電子郵件，確實改善了跨國溝通和檔案傳送的問題。導入震旦辦公雲OfficeWin協同服務，讓台灣怡海的工作團隊減少30%電話溝通往返時間，並且讓專案的文檔和工作歷程通通紀錄在平台上，讓他們這群瘋狂的行動工作者，無論在哪都可以隨時處理公務，即時合作，確保專案順利推行。

林呈欣總經理最後談到，像我們公司這樣以專案為主的行動工作者的公司組織，在台灣非常多，因應行動工作、專案工作的需要，公司內必須建立一個順暢的專案溝通平台。使用震旦辦公雲，不用硬體設備，按月支付服務費，在提升管理效率同時，不用大筆花費，導入更輕鬆。▲

▼台灣怡海員工出差至香港，連上震旦辦公雲平台追蹤專案進度與待辦事項，排除時間與距離因素，能輕鬆完成公務。



▲台灣怡海 林呈欣總經理（左）受邀分享使用震旦辦公雲平台經驗，與震旦集團 雲端事業部總經理 陳翠華（右）交流分享。



公司規模：20人
產業別：軟體顧問服務業

1 導入前面臨問題：

- 業務散布全台，辦公室無固定座位，公司政策及訊息難以傳達
- Excel管理專案團隊進度，使用不便
- 不易掌握同事行程和可開會時間
- 大陸出差時常收不到Mail
- 大陸、新加坡同事檔案分享及聯繫不便

2 雲端解決方案：

- 公告欄：即時溝通公司政策及專案訊息
- 待辦事項：交辦同仁任務及回填進度，減少報表整理時間
- 共用行事曆：明確掌握部門和專案成員行程，直接預約行程
- 資源預約：線上預約辦公室座位及會議室，減少行政作業
- 雲端硬碟：跨國檔案分享及雲端集中管理
- 企業郵件：大陸出差，信件往返兩岸皆可通

3 導入後效益：

- 降低30%電話溝通時間
- 降低專案進度報表彙整時間
- 提升專案溝通、文檔管理、進度管理效能
- 支援行動工作

您吃的中藥安全嗎？

中醫用藥安全大解析



Words / 陳盈光 · 雅丰唯心中醫診所醫師

據統計，台灣有八成民眾看過中醫、吃過中藥，受到中國傳統文化影響，華人愛進補重視養生，經常食用藥膳及藥酒等，又加上藥材取得容易，中藥和食品的界線逐漸模糊。

中藥 屬天然物的特性，常被認為是「天然溫和、無害補身」，這樣的偏差觀念常導致民眾在沒有相關中醫藥醫療專業人員之指示下誤信自行服用中藥，時間一久，有可能造成不可逆的肝、腎損害，例如誤服含馬兜鈴酸之減肥中藥所造成的腎病變；也有服用來路不明之中草藥引起肝損傷的案例。

中藥是藥，有副作用也有毒性，不當食用中藥或是中西藥併用，不但對身體健康有不良的影響，嚴重者更可能致命。

Q1. 水藥好還是藥粉好？

大家口中的水藥及藥粉，指的是湯劑與濃縮科學中藥藥粉，是中藥方劑

“中藥是藥，有副作用也有毒性，不當食用中藥或是中西藥併用，不但對身體健康有不良的影響，嚴重者更可能致命。”

效慢；優點是藥量少方便攜帶、保存期限較久。因此病症比較嚴重緊急者，還是要煎藥服用湯劑較適合；慢性疾病，宜久服緩治，多使用濃縮中藥粉。

Q2. 中藥安全嗎？

中藥材經過特殊加工炮製後的成品，稱為「中藥飲片」，可直接用於中藥臨床或作為製備中成藥的原料。影響飲片安全的因素很多，主要有藥物的來源和品質、炮製方法是否正確、不當添加物（漂白、防腐劑）、農藥、重金屬殘留、黃麴毒素、微生物及馬兜鈴酸，其他更有偽藥及混用、誤用，例如：木薯冒充山藥、黃藥子冒充何首烏、白乾參充當西洋參、莪朮冒充三七、草石蠶假冬蟲夏草等。

台灣受限於地形、氣候因素，本地中藥材產量極少，近90%的中藥仰賴中國大陸進口，近年來大陸黑心食品事件頻傳，讓民眾擔心中藥材的安全性。有鑑於此，中藥材安全主管機關針對紅棗、黃耆、當歸、甘草、地黃、川芎、茯苓、白芍、白朮及杜仲等10種進口量最大的中藥材，實施邊境管理，符合我國標準之中藥材，始得通關，不合格者阻絕於境外，確保民眾用藥安全。

此外，針對其他品項的飲片，台灣多家GMP藥廠推出「安心藥材」認證，從產品源頭到交到消費者手上層層把關，民眾可以掃

常見的兩種劑型，中藥方劑可視需要做成各種不同劑型，不同劑型的採用，主要根據病情需要而決定。例如四物湯可以做成湯劑或是濃縮中藥粉，功效相同但各有優缺點。湯劑就是把飲片（炮製後的中藥材）加水煎成湯液，去渣服用，它的優點是濃度高、藥材增減方便，服用後易被吸收，作用比較快；缺點是煎煮麻煩、水藥體積大攜帶不方便。科學中藥則是將煎煮後的湯劑先經過濃縮，再加入澱粉或藥材之粗粉後，賦型成藥粉，並非以藥材直接打成粉劑，目前生藥與科學中藥的濃縮比偏低，所以它的缺點是藥物濃度低藥



描包裝上的QR code 或利用檢索號碼，看到重金屬、農業殘留、微生物、二氧化硫、指標性成分等檢驗報告，也可了解每包藥材從生產基地、栽種過程和病蟲害管制等作業。民眾如要自行購買飲片回家煎煮，建議到信譽好的中藥行、中醫診所購買，或使用有「安心藥材」認證的飲片，品質才有保障。至於濃縮科學中藥，只要是GMP藥廠生產，藥材都會通過農藥及重金屬檢測，可以放心使用。

Q3. 中藥和西藥可以同時併用嗎？

隨著民眾對中醫的接受度增加，中西醫合併治療的狀況也越來越多，正確使用能各取所長提升療效，但若不當合併使用，會產

生失效、藥效加乘甚至產生毒性反應。例如中醫常用來減肥的麻黃，因為富含生物鹼，它能減弱巴比妥類（Barbiturate）鎮靜藥物的作用，若與鏈黴素片（Streptomycin）同時口服，對第八對腦神經的毒性會增大，時間一長，會造成暫時性或永久性的耳聾；麻黃也不宜與含有單胺氧化酶抑制劑的西藥同服，例如抗憂鬱劑，升高血壓藥Pargyline，因為麻黃鹼具緩慢而持久的升壓作用，同時服用會使血壓升高，增加腦出血機率。

又如病患若服用含抗凝血西藥，同時又吃活血化淤的中藥如紅花、當歸，容易導致出血。因此建議大家看診時藥主動告知醫師目前吃什麼藥，中西藥物間隔一小時以上，避免產生干擾作用。

Q4. 中藥如何煎煮？

首先先清洗藥材，可以將藥材放入濾網，用流動的清水稍加沖洗，但不宜沖洗浸泡太久，以免流失具有療效的物質。如果是感冒藥，煎煮時加水加到蓋過藥材後再加一碗水，開大火滾煮5-10分鐘後，聞到香味後就可以關火，這類藥物富含揮發油，煮久或放久之後，藥性會揮發掉，因此湯藥煎煮好後要立刻服用，此類藥方不保存也不回溫使用。如果是滋補藥，例如四物湯、十全大補湯，這類藥材都要煎煮比較久的時間才能釋出有效成分，所以加水的份量通常要蓋過藥材後，再加上三碗水，再用小火久煮，但若不小心煮過頭，藥材呈現焦乾狀態時，請勿再服用此藥，以免有致癌性物的產生。現在中醫診所大都有代客煎藥真空密封包裝的服務，民眾可以多加使用。

Q5. 如何保存中藥？

① 中藥飲片：應放置於陰涼乾燥通風處，並避免陽光直接照射，有些藥材因含水量和糖份高，建議密封後放在攝氏零下5度冰箱冷藏，例如枸杞、紅棗、人參、當歸、天門冬…等，若發現中藥材有發霉、變色或是有油敗味時則不宜再使用。

② 濃縮中藥：一般只要在室溫下放置於陰涼乾燥處，並避免日光曝曬即可，若需長期服用，建議可存放於防潮箱或夾鏈袋密封後冰箱冷藏，濃縮中藥吸潮結塊表示藥物變質，不宜服用。藥粉應放在原有藥袋內，避免與其他藥粉同放，同時應置放孩童不易拿取之處，以免發生誤食意外。

③ 密封真空包：在室溫攝氏25度，一般湯劑保存3-7天；如果冷藏攝氏0°C-5°C度，一般可保存7-14天。另外，不同方劑即使在同一條件下，變質程度也很大，若藥液內澱粉、蛋白質、糖類等成分含量較多，則變質更快。若發現藥液袋鼓起或藥液變味、有氣泡等異常現象則屬變質，不可服用。

④ 自行煎煮的湯劑：如果是用普通器皿來盛放，一般不建議隔夜服用，即使放置在冰箱冷藏室中，也不應超過3天，以免藥液變質影響健康。

⑤ 茶包：製作茶包需先將中藥材打碎，而打碎後的中藥材因接觸面積變大，會比原藥材更容易受潮而發霉變質，所以建議將茶包密封好，存放冰箱內保存，以延長保存期限。

中醫師教你安全服用中藥

〔tips1〕濃縮中藥用白開水送服，不要用茶、牛奶、果汁配服，以免產生交互作用。

〔tips2〕補藥及胃藥最好在飯前半小時服用，其餘中藥則適合於飯後服用，安神藥多半是在睡前服用。

〔tips3〕配合醫囑完成療程，有些藥品必須經過一段時間才能發揮藥效，覺得效果不理想，應請教醫師，不要任意停藥。

〔tips4〕重大疾病患者切勿病急亂投醫，求助密醫及偏方，病情加重不僅求償無門，同時也延誤治療時機。 **A**



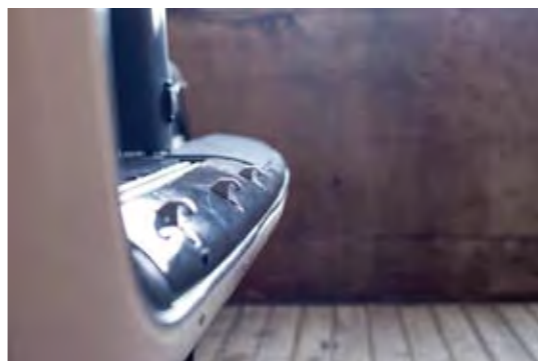
城市輕騎，追風設計

前衛交通工具——陸路篇 (上)



Words / 李俊明；Photo / Klever Mobility (光聯輕電) · kubo · MINI

愈來愈講究環保概念的工業設計，近來在電動車領域也迭有發展。不只各式設計新穎的油電混合汽車逐漸為大眾喜愛、接受，就連屬於「都會輕騎」的電動機車、腳踏車，也成設計師與各品牌競技的新興領域。



▲被暱稱為「兩輪小貨車」的kubo，是百分百電力驅動機車，被製造商定位成都會新型態的交通工具。kubo除了座墊高度可靈活調整外，坐墊下方還設有小型置物空間，頭燈與尾燈也都採LED照明。

任何 人初見kubo，總會忍不住多看兩眼。它奇特的造型，在流線、摩登之外，又帶有一點點的怪異；原因無他，這款被暱稱為「兩輪小貨車」的kubo，被製造商定位成都會新型態的交通工具。它與一般機車區隔的獨到之處，就是車身中段設計了超大中空空間，方便載送各種商品！從此以後，兩輪騎士想要載運貨品，不必如同以往般傷透腦筋了。

這款誕生於美國加州舊金山的多用途電動車，是百分百電力驅動機車，最高時速可達72公里，每次充電大約可騎乘80公里，承重可達162公斤。如果使用在都會地區的快遞、貨運、食物外送等服務，會是相當不錯的選擇。

這台電動車的座墊高度可靈活調整，因此不論是150公分的嬌小體型，還是195公

分的高頭大馬，通通都可適用。即使整體設計十分緊湊、精簡，kubo坐墊下方還是設有小型置物空間，頭燈與尾燈也都採LED照明，2014年夏季量產後，售價大約定為18萬台幣。能不能在競爭激烈的電動機車產業勝出，答案很快便會揭曉。

都會輕騎 強調環保機動性

不只獨立品牌鎖定「利基」市場，搶進都會運輸商機，就連知名汽車大廠，也開始蠢蠢欲動，想來分一杯羹。來自英國的時尚名車品牌MINI，最近也開始跨入「都會輕騎」領域；不過一向強調酷炫設計的MINI，不直接切入兵家必爭之地的電動機車，反倒另闢蹊徑，推出另一讓人意想不到的新創意。MINI最近推出的「城市滑行



▲來自英國的名車品牌MINI，最近推出的「城市滑行者」(Citysurfer)系列，成功跨入「都會輕騎」的領域，成為理想的多重用途支援載具。

者」(Citysurfer)系列，一方面結合了滑板車的機動性與年輕感，一方面又兼具電動車的便利性與功能性，馬上成為矚目的概念設計。

這款產品主打「輕巧」訴求，不但造型帶有MINI一向的精品質感，而且最具吸引力的就是可輕鬆折疊，重量更只有18公斤，想放入車後行李箱，甚至帶上火車或捷運出遊，通通不是問題，成為理想的支援載具。

這款產品很適合想在城市中隨意遊走、卻又不想騎乘機車的雅痞族作為短途交通選擇。製造商也很聰明，將之定位為「接駁型」交通載具，也就是說，你不必

放棄原本使用的交通工具，但是在用過這些交通工具後，你可以擁有更靈活的轉接選擇；因此「城市滑行者」被鎖定在介於停車場、火車站、巴士站與都市目的地之間的輕型代步工具。而在歐美，MINI更宣稱，如果你開著遊艇、休旅車、露營車出遊，「城市滑行者」就是你進行陸路接駁的最佳選擇。

另類代步工具 兼具功能與休閒性

好玩的是，為保有傳統滑板車特色，「城市滑行者」必須像傳統滑板車般，藉由使用者的單腳推進，達到最



▼光聯輕電Klever電動腳踏車S25 e-bike，請來歐洲知名設計師Adriana Monk，匯集台灣、歐洲兩地菁英所推出的心血結晶。



低滑行速度後才會啟動電力，並藉由手控加速器，來操控後輪的動力。別看它個頭小，最高時速也可達25公里，每次續航力則可達15到25公里。

這款「城市滑行者」車身內建鋰電池，可以車用或家用插座充電，而且令人刮目相看的是，它在滑行時剎車，也能自動回生充電，這是利用滑板車往前衝刺時的動能，藉控制器將馬達轉變為發電機，產生電能回充至電池的道理。

而且，為了增加安全性，「城市滑行者」還設置有3處各自獨立的剎車系統，手把也可加裝手機座，方便使用網路導航，因此適合工作、上學、觀光旅遊、休閒、購物等多重用途。

電動自行車 明日矚目產業

相對於製造不少污染的機車，電動車

可說相對環保，毋須擔憂排放二氧化碳以及其他有毒氣體，也不會加劇溫室效應惡化，因此已成明日人人矚目的新興產業。那麼相對於國外百花齊放的創意，身為自行車製造大國的台灣，目前有什麼亮眼的表現嗎？其實有的，舉例來說，獲得德國紅點設計獎肯定的光聯輕電Klever電動腳踏車S25 e-bike，便是請來歐洲知名設計師Adriana Monk，匯集台灣、歐洲兩地菁英所推出的心血結晶。

為了打破刻板印象，設計師將Klever系列變得既時髦又輕巧。像是電動腳踏車電池，以往因為體積大、佔空間，不少款式總努力把它藏起來。不過仔細觀察Klever系列，你會發現，電池也可以設計得很優美，無需躲躲藏藏！因此光聯輕電Klever電動腳踏車的S系列與B系列，以無懈可擊的功能性與優雅的輕盈外型，贏得不少讚賞目光，陸續打進歐洲等海外市場。A

極具生活化氣息的漢代玉雕動物

漢代 玉羊〈正面〉
(圖1)

Words · Photo / 震旦博物館

在前面三期的內容中，我們就漢代玉雕動物的材質、工藝以及設計理念為大家做了簡單的介紹。從本期起將會以題材為切入點，系統介紹動物的種類以及這些題材所蘊含的相關文化意義。

一、以羊納吉——玉羊

羊原產於西亞地區，早在新石器時代就已經作為一種題材被人們以繪畫、雕塑的方式加以表現，例如在新疆桑株的岩畫中就有描繪野生的大角羊。到了商代羊的形象則出現在作為國之重器的青銅器之上，最著名的要數上世紀二三十年代在湖南寧鄉發現的四羊方尊。而後，刀、匕及青銅牌飾中也均有羊的形象。到了漢代，羊更是頻繁出現在各類文物及畫像之中，這可能與羊兼具吉祥的意義相關，在漢代流行的緯書《春

秋說題詞》中就這樣記載：「羊者，祥也，合三而生以養王也。」因為這樣的原因，我們可以發現在西漢中山靖王墓中出土了精美的青銅羊燈；此一時期銅洗和銅鏡中鑄刻的「大吉羊（祥）」文字；山東淄博張莊東漢畫像石墓門楣上裝飾的羊頭；以及在北京故宮收藏了有明確記年並由孫仲喬雕刻的石羊。這些都表現出漢代人以羊納吉的思想。

震旦博物館此次展覽中也展出了漢代的一件玉羊（圖1），這件玉羊從材質來看雖然整體白化，但表面溫潤瑩華，具有很好的光澤度。根據西方學者的實驗成果得知，這樣的白化現象可能是雕琢完成之後進行火燒所致。而玉羊表面的黑色沉積則可能是埋藏時附著的泥土及黑色有機質導致。玉羊的姿勢為俯

漢代 玉羊〈背面〉
(圖2)

是頻繁出現在各類文物及畫像之中，這可能與羊兼具吉祥的意義相關，在漢代流行的緯書《春

漢代 玉握猪〈一對〉
(圖3)

臥，身體及頭部被規範的限制在一個長方體之內，這可能是玉工依料施工的設計結果，類似形態的漢代玉羊北京故宮博物院亦有收藏。玉羊的細部雕琢入微，用長陰刻線和短平行線簡潔而生動的勾勒出五官及腿部肌肉（圖2），可謂是同時期圓雕動物中十分精彩的一件作品。

二、以豬守富——玉握猪

在漢代如果說羊代表了吉祥，那麼豬就是財富的象徵。在漢代的玉器門類中，握猪是非常具有代表性的喪葬明器。其實早在新石器時代就已經出現了在死者手中擺放物品的習俗，這些物品有玉器、動物骨牙等，但是相對而言沒有得到廣泛的普及。到了商代及西周時期，玉握開始逐漸代替動物骨牙慢慢成為主流，但其形制並不唯一，多見各式碎玉片的組合。至漢代則出現了以「握猪」為主的喪葬習俗。「握猪」顧名思義本身是豬的形象，其使用的方式是握於往生者的兩手之中，但是由於死者身份地位的等級差別，握猪的材質也有分別，一般來說玉制的握猪相對於

其他石質的握猪而言更加高貴。那麼在漢代為甚麼死者需要手中握猪而後入葬呢？這和當時人們的財富觀有一定的聯繫，在漢代豬是財富的重要象徵，豬也是一個富足家庭中所必備的家畜。因此漢字「家」中的「豕」就是豬的象形文字，其重要性不言而喻。

在此次動物玉雕展中展出了漢代玉握猪一對（圖3）。由於要貼合人的手形，故握猪均呈圓柱體，工匠使用砣具結合解玉砂用古樸簡潔的線條勾勒出豬的鼻吻、向後的大耳等典型特徵，這種藝術表現方式就是後世俗稱的「漢八刀」。握猪除了有明晰的風格之外，其設計還要符合手握的實用需求，因為人死後手部沒有力量，如果只是將貼合手形的握猪放置在手中的話，在入葬的各項儀式中，特別是那些牽涉到遺體的搬動環節，握猪容易滑落。基於這樣的原因，握猪在鼻吻下部及尾巴的下部還會特意雕鑿出細微的小孔，這些小孔可以穿線綁系，起到將握猪固定在死者手中的作用。類似的成對握猪亦見於江蘇揚州楊壽實女墩104號墓中。除了喪葬用的玉握猪之外，在漢代還有較為寫實的玉猪，這類器物不作為手中的手握所使用，而是作為隨葬器物下葬。例如此次展出的這一件漢代玉猪（圖4），整體渾圓，較好的反應出猪憨厚肥碩的形體，類似的造型在西安南郊山門口漢墓中亦有出土。^[A]

漢代 玉猪〈圖4〉



漢代動物題材的圓雕玉器豐富多彩，今天我們在博物館內欣賞它們的藝術之美同時也能透過這小小的物件，瞭解到當時人們的美好追求以及對幸福生活的種種嚮往。

博物館與兒童教育



Words · Photo / 震旦博物館

二十世紀初以來，歐美博物館的一個顯著變化，就是對兒童教育的日益關注，各類兒童博物館被建立起來，作為對傳統學校教育的補充和平衡。震旦博物館雖然不是兒童博物館，但是，基於對歷史文化的傳承與發揚，我們一直在思考，博物館能為兒童做些什麼？

對學校傳統教育的反思

100多年前的美國，一群不滿意公立學校教育的父母及教師在美國紐約布魯克林區創辦了全世界第一個兒童博物館（Children's Museum）。在歐美，兒童博物館的誕生帶著她與生俱來的歷史使命——對傳統教育的反思。

孩子們在美國紐約布魯克林兒童博物館裡聽博物館教育人員講故事。



圖片來源：人民日報2010/8/21新聞“World's oldest, newest children's museum in New York”

二十世紀最有影響力的兒童心理學家皮亞傑提出過這樣一個經典理論：在構建知識的過程中，通過與環境互動所獲取直接經驗十分重要。

這些博物館兒童教育的宣導者們相信，傳統的學校所擁有的教學模式不能滿足孩子學習的需要。相對固定的座位、固定的時間、固定的教材和老師，這種環境並不適宜孩子大腦發育的學習環境，並且以封閉式的問題和各種選擇題作為考試手段，無法衡量孩子真正的學習能力。

最終，兒童博物館成為了這些人的新選擇。兒童博物館沒有徹底顛覆現有的學校教育，卻盡可能地創造出一個孩子所需要的不同的學習環境。



「超萌藝術實習生」新年專場導覽

因為孩子的喜愛，父母的認可，兒童博物館在美國乃至世界各地迅速開花，而博物館的兒童教育也越來越受到社會各界重視。

歐洲博物館的兒童教育嘗試

從兒童抓起，激發他們到博物館的興趣，培養他們到博物館的習慣，是博物館的教育目標之一。從2004年起，法國在一年一度的「博物館之春」活動中，由法蘭西博物館局與教育部聯合向兒童推出了「帶著你的父母去看博物館」的活動，有500家法國博物館參加了這一活動。在整整一個月的時間裡，有40萬法國兒童收到一封由活動主辦單位發出的盛情邀請信，他們可以憑著這封邀請信，帶著父母一起去參觀博物館，而博物館會提供多樣的親子系列活動。「博物館之春」不僅在法國得到社會各界的支持，歐洲各國也紛紛回應。

盧浮宮有專門為學生定制的博物館教育專案。「藝術車間」是其中之一。盧浮宮擁有數十個「藝術車間」，所謂「車間」是集參觀、講解及自己動手三者合一的藝術活動場所，約50平方米的廳室，中間有一工作臺，周圍有放置用具的大壁架。設立「車間」是為了增加學生的藝術體驗。例如，園林課先



由教師帶領參觀盧浮宮前的杜伊勒裡花園，講解其風格，回到「車間」後，學生用模具搭一個他們想像中的花園。6~18歲的孩子都可憑興趣自由參加，沒有任何限制。

震旦博物館的兒童導覽

震旦博物館近期舉辦了「超萌藝術實習生」系列活動，讓經過博物館培訓的一批5~15歲的可愛小朋友，專場為參觀震旦博物館的親子家庭做導覽。超萌導覽員們用童趣的語言解說，整個過程非常有趣，活潑又不失專業性。

我們實施對兒童的教育，不僅僅是讓兒童看展，也不停留於表面式的說教，兒童教育理念通過多樣的親子活動在細節中傳遞：「超萌實習生」的培訓中，博物館老師通過文物有趣的背景和其中的故事，來向小朋友傳遞陶俑、玉器、青花瓷、佛教造像等文物的基礎知識，而互動遊戲則是用繪畫、拼圖、記憶遊戲等方式幫助小朋友們學習，不用「死記硬背」，而是用較為活潑的方式激發小朋友的興趣、記憶與想像力。

博物館秉持「保護、傳承、奉獻」的理念，希望藉此能讓更多的年輕一代瞭解並喜歡中華文化，也試著探索博物館兒童教育新模式，期待吸引更多的年輕家庭族群走進博物館。A



BOOK

震旦博物館出版
叢書介紹

元青花瓷鑑賞



青花魚藻紋大盤



青花孔雀牡丹紋大罐



青花雙龍戲珠紋四繫螭耳扁壺

元代是青花瓷器興起的年代，雖然生產時間不長，成品卻廣銷中國及海外各地，深受國內外人士的喜愛。但因當時外銷數量較多，導致國內藏品的數量不及國外豐富，所以國人對於元代青花瓷器並不熟悉。然而，元代青花瓷器的風格與明清時期截然不同，獨特的藝術美感在中國瓷業史上別具一格，因此本書收錄元代青花瓷器55件，以圖文並陳的方式細加說明。書前收錄古物專家吳棠海先生的專文「古器物學研究—元代青花瓷概論」一篇，以輕鬆讀、容易懂的方式帶領讀者進入元代青花的殿堂。A

【內容精選】

(1) 圖版按照「梅瓶」、「罐」、「扁壺」、「葫蘆瓶」、「玉壺春瓶」、「盤」、「執壺」之順序分門別類，輕鬆掌握元代青花瓷器的主要品類。(2) 獨列「藍地白花」此一單元，可與「白地青花」作一對比，了解二者在工藝技法與美感效果上的差異。(3) 每件器物皆有多重角度的照片或特寫，充分展現元代青花瓷的形紋之美。部分器物採環物攝影法拍攝後，將其展開為平面狀，以平展圖的形式呈現環體紋飾的全貌。(4) 「古器物學研究—元代青花瓷概論」一文，從「料、工、形、紋」的角度進行分析與研究，文中收錄多張分解圖與組合圖，透過以圖輔文的方式解析青花瓷器的製作方法，為讀者奠定深入鑑賞的基礎。

玉器發展史系列

- 紅山玉器 ● 商代玉器 ● 西周玉器 ● 春秋玉器
- 戰國玉器 ● 漢代玉器 ● 唐宋元明清玉器

館藏精選系列

- 藏品圖錄 ● 文物精粹 ● 古玉選粹1
- 佛教文物選粹1 ● 佛教文物選粹2
- 青花瓷鑑賞 ● 元青花瓷鑑賞

館際合作系列

- 芮國金玉選粹—陝西韓城春秋寶藏

鑑賞研究系列

- 認識古玉新方法 ● 傳統與創新—先秦兩漢動物玉雕

書籍銷售點

台灣地區 | 北部：國立故宮博物院、國立歷史博物館、三民書局、汗牛文物藝術書店、華典文物書店、榕林文物書店、樂學書局、CANS藝術新聞雜誌、蕙風堂、世界書局
南部：庫存書書社（高雄）

大陸地區 | 北京：罐子書屋、韞玉齋、中國文物書店、錦祥堂
上海：震旦博物館、罐子書屋

日本地區 | 藝友齋

- 台灣地區 886-2-2345-8088轉 1721 游小姐
- 大陸地區 86-21-5840-8899轉 203 張先生
- 官方網站 www.auroramuseum.cn

古器物學講座—文創設計專題(2)
青花梅瓶—傳統與創新

元代青花梅瓶具有平口、斜頸、盤肩、圓腹、下身收窄等特徵。(圖一)

Words/吳棠海 · Photo/震旦博物館

梅瓶是古代的酒器或花器，因為瓶口很小，幾乎與梅骨相當而得名。此一器形始見於唐代，元代開始大量燒製，器型趨於成熟，以小口、短頸、長形腹身、上寬下窄作為基本形制。

明代梅瓶承襲元代梅瓶的基調，但是形狀並不完全一致，可以從瓶口、頸部及腹部曲線等處，看出它們的改變軌跡，以下即分元代、永樂、宣德、正德、萬曆五個時期，介紹青花梅瓶從傳統到創新的演變過程。

永樂時期的梅瓶，圓口、短頸、腹身渾圓，整體造型細緻。(圖二)

明永樂 青花折枝花果紋梅瓶



一、元代梅瓶

元代梅瓶的瓶身有圓形和八方形二類，表面用青花圖案作為裝飾，其瓶身曲線大多具有共同的時代風格。

例如圖一為元代的青花梅瓶，此器的口沿外折為平口狀，頸部短而向下外擴，肩部圓緩而飽滿，腹部深長，腰部以下逐漸內收，足底微向外撇，底下具有圓形的圈足。

瓶身表面用蘇麻離青料繪畫五層紋飾，由上至下依序為壺門紋邊框內填雜寶紋、帶狀蓮花紋、纏枝牡丹紋、卷草紋及壺門紋邊框內填雲朵、蓮花、寶珠紋等紋樣，顏色深濃如藍寶石，筆觸瀟灑自如。

此類平口、斜頸、聳肩、圓腹、下身收窄的形狀，是元代青花梅瓶的主要特徵，如上海博物館所收藏的青花纏枝牡丹紋梅瓶即有相同的特色。

二、永樂梅瓶

永樂時期調整胎土和釉料的成分，使青花瓷器的胎體顏色更白、釉色更加明淨之外，梅瓶的造型也有獨特的變化。

例如圖二為明代永樂時期的梅瓶，此器呈小圓口、短窄頸、腹部深長之狀，表面用青花紋樣裝飾。肩部以細筆勾勒一圈如意雲頭紋邊框，邊框內外填飾折枝花卉，腹部主紋

宣德時期的梅瓶，圓口、撇頸、圓腹，整體造型比較修長。(圖三)

明宣德 青花螭龍紋梅瓶



為二層折枝花果紋，彼此交錯排列，其下為壺門紋邊框內填花卉紋，近足部為卷草紋，整體布局沿襲元代以來的傳統。

但是此器的口沿向外凸出為圓唇狀，頸部短直，腹身渾圓，器形線條秀麗而細緻，則是永樂時期的特色。相同的造型風格亦可見於北京故宮博物院所收藏的明永樂青花桃竹紋梅瓶上。

三、宣德梅瓶

宣德青花瓷器與永樂時期十分接近，素有「永宣不分」之稱，但是我們仍然可以從梅瓶的頸部和腹部比例，看出二者的差異。



正德時期的梅瓶，斜口、短頸、聳肩、腹下收腰，器身比較修長。(圖四)

明正德 青花纏枝花卉紋梅瓶

例如圖三為明代宣德時期的梅瓶，此器亦呈圓唇小口、短頸、豐肩、腹部深長的造型，表面用鈷料繪畫紋飾。肩部環繞一圈雲頭紋邊框，框內填飾串珠紋，腹部描繪一條四爪龍紋，口銜靈芝，浮遊於空中，其下環飾雲頭紋邊框內填串珠紋，與肩部紋飾相互呼應。

將此器與永樂梅瓶比較，可以看到此器的圓唇口和圓形腹身與永樂時期近似，但是頸部製作成收束狀的撇頸，而且器身比例較為修長，則是宣德梅瓶的特色。類似的器型特徵亦可見於北京故宮博物院所收藏的青花纏枝花卉紋梅瓶上，提供讀者鑑賞的參考。

四、正德梅瓶

正德時期，青花瓷器在前朝的基礎上繼續創新，無論瓷器的造型、紋飾題材或青花呈色等方面都有所改變，梅瓶當然也不例外。

例如圖四為明代正德時期的梅瓶，此器亦呈小圓口、短頸、豐肩、腹部深長之狀，底下具有圓形圈足。表面用石子青料繪畫花朵紋、如意雲頭紋邊框、折枝花卉、纏枝花卉及壺門紋邊框等等，形成藍中帶灰的紋飾。

仔細觀察瓶口的形狀，在側視角度下，瓶口外敞如一喇叭，在俯視角度下則向內傾斜如一淺碟。至於頸部的比例更短，肩部豐圓，腹部下方收束如腰，底足外撇，造型與前朝不同。

此種腹下束腰的形制一直延續到嘉靖時期，如北京故宮博物院所收藏的明嘉靖青花花鳥圖梅瓶即可作為對照的參考。

五、萬曆梅瓶

萬曆時期是明代歷時最長的朝代，瓷器產量大幅增加，器型變化豐富，梅瓶的瓶口、瓶頸及瓶身都與前朝不同。

例如圖五為北京故宮博物舊藏的明代萬曆青花四愛圖梅瓶，此器亦呈圓口、窄頸、腹部深長且上寬下窄之狀，表面布滿青花紋飾，由上至下分別為如意雲頭紋邊框、折枝花卉、四愛圖、花朵紋及變形蕉葉紋等等。口緣下方有一折沿，頸部拉

長，肩部略平，腹壁逐漸向下收窄，體型比較修長，都是萬曆時期的梅瓶特徵。

透過局部的比較，我們看到梅瓶從瓶口、頸部、肩部到腹部的各種變化，體會明代時人從傳統中開創新形制的巧思與創意。下期將以一元多式永樂梅瓶為題，從形紋關係的角度分析它的設計理念。A



明萬曆青花四愛圖梅瓶
（圖片來源：北京故宮博物院舊藏）
口圓、細頸、平肩、器身比例修長，是萬曆時期的梅瓶特色。（圖五）

館藏精粹賞析



明永樂青花穿蓮龍紋大扁壺
直徑46.7公分／震旦博物館提供

永樂時期中外交流十分頻繁，大量的中國瓷器運輸海外，也引進了其他國家的器物，使中國瓷器產生許多外來形制，如本期所要賞析者即是其中之例。

Words／吳棠海·Photo／震旦博物館

此器的壺口圓而小，口沿微向外敞，頸部略長，下方略微外擴，器腹呈扁圓形，底下有橢方形的圈足，造型模仿西亞伊斯蘭地區的金屬器。全器除了足底無釉之外，其餘器表遍施透明釉，胎體潔白，釉色明淨溫潤。

扁壺的外表皆用青花作為裝飾。近口沿處用細筆勾勒方轉的回紋，頸部繪畫纏枝花

卉，腹部以三爪龍紋作為主紋，龍首翹鼻張口向後回轉，四肢前後張開跨步，長條狀的身軀起伏如波，周邊布滿纏枝蓮紋，形成穿花龍的樣式。

青花顏色深濃如藍寶石，並有自然凝聚的黑疵斑點。花卉部分採小筆勾畫法繪畫，筆觸輕巧，花朵和葉片的比例較小，葉尖勾轉靈活，風格流暢而生動。龍紋部分則有眼鏡形眼、翹嘴唇、平額、鬚毛成束往前飄等特徵。

類似的器物亦可見於北京故宮博物院和上海博物館的典藏中，此外於江西省景德鎮官窯遺址亦有出土，尤其後者以青花海浪白龍紋為飾，龍紋形狀與此器相當，可以作為鑑賞的參考。A

不只行善·更要傳善——無限蔓延善的力量



震旦集團袁蕙華常務董事陪伴育幼院童合力完成創意塗鴉。

Words / 震旦集團

如何讓貧窮不再代代延續？如何從現在開始扭轉弱勢宿命？震旦集團陳永泰公益信託今年創辦第一屆「傳善獎」，透過長期補助社福機構的作法，讓專業社福機構得以穩定發展、幫助弱勢族群，更喚起社會大眾的扶弱意識，持續上揚愛的溫度，無限蔓延善的力量！

「回饋 社會」是震旦集團經營理念之一，自從集團設立以來，一直默默的支持弱勢族群，從捐贈辦公設備及家具給社福機構，到最近的「溫暖隨行」一系列的關懷育幼院活動，都是集團同仁自動自發、親力親為的參與。震旦集團創辦人陳永泰先生於2011年捐出個人持股成立公益信託，更是全心全意落實回饋社會的理念，2015年再以傳善計劃出發，期待激起陣陣傳善漣漪。

傳善計劃元年 行善升級為傳善

負責集團公益規劃的總幹事王景賢指出，台灣各個角落需要幫助的弱勢族群層面太廣，震旦集團了解濟貧對於弱勢族群僅能發揮「點」的微小作用，因此從今年開始執行傳善計劃，期望以最有

效率的方式，達到「線」與「面」的乘法效益，將行善升級為傳善，期望讓更多人加入行善的行列。

2015年起跑的震旦集團傳善計劃中，包括「傳善獎」及「人生逆轉勝」與兩大主軸，均是以公益信託補助社福機構的方式執行。「人生逆轉勝」著眼於弱勢家庭的小孩，從國小學童到大學學生都是幫助對象，計劃包括課後輔導、獎助學金與技能培訓等三大面向，希望讓所有的孩子都能找到未來的出路。

教育逆轉人生 下一代脫貧自立

王景賢指出，有人說：「貧窮是會遺傳的！」弱勢家庭的小孩在人生的起點已經落後了，再加上隔代教養、身心障礙等各種先天或後天因素，造成這些



震旦集團運用企業專長，捐贈全台公益機構辦公物資設備。

孩子一直處於弱勢宿命的惡性循環中，唯有透過教育的力量，讓孩子有機會習得一技之長，未來有能力自立，這樣才可以截斷弱勢家庭的惡性循環。更希望這些孩子因為曾受到社會幫助，用感恩的心回饋社會，形成正向循環，這樣才能做到真正的人生逆轉勝。

「人生逆轉勝」的課後輔導、獎助學金與技能培訓等三大面向執行，對課業學習有興趣的孩子，以課後輔導及提供獎學金與生活費等方式，幫助他們升學無後顧之憂。而不喜歡唸書的孩子，則儘快培養專業技能，例如修車、木工、廚藝等自立工夫，多一個修車師傅，就少一個飆車少年，社會必定更美好！

補助中型社福機構發揮專業 扶弱壯大

傳善計劃另一個重點就是「傳善獎」。第一屆傳善獎由震旦集團陳永泰公益信託主辦、中華社會福利聯合勸募協會協辦，將在3月1日開始接受報名，預計8月公告獲獎名單、11月舉行頒獎。王景賢表示，社福機構有許多理想，



震旦家具同仁協助育幼院外牆彩繪，增添院童生活環境的活潑氣息。

卻總是因為經費不足，必須配合政策、寫計劃、找財源，而沒有辦法去創新、去更有效的服務弱勢族群。

具知名度的大型社福機構較有募款能力，因此傳善獎鎖定中型社福機構，每屆總獎金6,000萬，選出5家機構，每家由公益信託連續補助三年，每年400萬元，共1,200萬。未來將年年舉辦，每年都有5家由公益信託以及聯合勸募協會嚴格評選的社福機構獲獎，除了可以獲得經費補助外，公益信託與聯合勸募協會也將每半年進行一次查訪，了解計劃執行進度，給予專業建議及幫助。

啟動全台暖流 傳善獎效應蔓延

震旦集團陳永泰公益信託期待透過傳善獎長期、穩定的經費支持，讓獲獎中型社福機構能夠執行過去無法完成的計劃與理想，而這只是第一步，之後還要針對這些獲獎機構拍攝節目，透過各項媒體傳播，讓社會大眾能夠認識、認同，進而參與這些機構。當台灣出現越來越多有知名度、有募款能力的大型專業社福機構，就有越來越多弱勢族群受到專業幫助，有了成績之後，就可以吸引更多民眾加入行善、傳善的行列，這樣就達到了傳善獎設立的初衷！

台灣社會從來就不缺溫情，2010年出現的陳樹菊效應，正是最好的例證，該年度陳樹菊獲選時代雜誌最具影響力的百大人物，2010年5月3日搭機去美國接受表揚時，當日透過網路小額捐款暴增三倍，震旦集團希望透過傳善計劃的相關報導，透過一個個人生逆轉勝的實例，吸引大眾的注意，也感染全民的心靈，邀請你我共同加入傳善的行列，讓台灣出現一股傳善效應！**A**

● 第一屆「傳善獎」徵選辦法，詳情請查詢活動網站 www.auroratrust.org.tw



震旦月刊 歡迎您來訂閱

《震旦月刊》是震旦集團以知識、文化形式，回饋社會所發行的刊物，1971年創刊迄今已有43年歷史，發行地區涵蓋兩岸三地及其他地區。

《震旦月刊》不但深受社會各界喜愛，更屢屢獲得獎項的肯定；曾獲得台北市政府勞工局頒發的「優良企業刊物市長獎」及行政院勞委會的「全國優良勞工刊物優等獎」。

《震旦月刊》願與更多讀者分享，歡迎免費索取！



free 免費訂閱方式 / 讀者意見

歡迎按讚 加入粉絲頁
facebook 震旦月刊 GO

- 網站訂閱：登錄集團網站www.aurora.com.tw (震旦月刊) 訂閱。
- 傳真訂閱：請完整填寫以下內容並傳真訂閱 (02) 2345-8733轉1619。
- 本公司對所蒐集之資料將依法保密；您可來電或傳真依法請求停止蒐集、處理及利用，或請求刪除等之權利。

如對月刊上有任何意見，請E-Mail至maggies@aurora.com.tw，謝謝！（發行公司保留修改變更訂閱方式的權利）

※ 本人已閱讀並同意 貴公司及關係企業得將訂閱資料，於行銷活動宣傳目的範圍內，限於台灣地區永久使用。

姓名：_____（簽名） 出生：____年__月__日 性別：男 女

公司：_____ 部門：_____ 職稱：_____

地址：

電話：(0) _____ (H) _____ 手機：_____

E-mail：_____

■ 職業：製造業 貿易業 軍公教 服務 / 直銷 金融 / 保險
文化 / 傳播 科技 / 資訊 建築 / 房仲 學生 其他_____

■ 職位：企業負責人 高階主管 中級主管 一般職員 其他

■ 教育程度：高中 / 高職 大專 / 大學 研究所及以上

■ 是否為震旦的顧客：否 是（請勾選下列公司）

震旦辦公設備 互盛公司 金儀公司 震旦辦公家具
震旦通訊 震旦開發 宜陸開發 震旦3D 震旦雲端

■ 訂閱來源：震旦同仁發送 朋友推薦 其他通路_____

■ 讀者意見：_____



震旦集團 AURORA GROUP 震旦辦公設備 (02) 2298-9366 | 震旦辦公家具 (02) 5581-8588 | 震旦通訊 (02) 2796-5757 | 金儀公司 (02) 2345-8018
互盛公司 (02) 2747-6789 | 宜陸開發 (02) 6600-2168 | 震旦3D (02) 2999-1520 | 震旦雲端 0800-710666

SHARP

雲端列印 一觸即發

震旦獨家代理 SHARP 數位複合機穩居市占率第一
領先業界多款事務機導入雲端功能 讓您透過雲端無線列印
隨時隨地享受行動辦公的高效率！
選擇震旦 樂在雲端 工作事業 一觸即發！



搭載10.1吋大面板



手機雲端列印



平板電腦雲端列印



SHARP MX-3640N

簡易觸控 超大面板
10.1吋LCD觸控面板 即時預覽降低失誤

行動APP 雲端列印
Sharpdesk Mobile 連線裝置無線列印

雲端管理 安全加密
SHARP OSA雲端管理 資料加密提高效率!

超高效率 細膩畫質
HG2超微粒碳粉、36張/分 速度優質列印

多功複合 同步列印
同步處理影印/列印/網路掃描/Fax/E-mail

友善環保 節能省電
專利技術節能省電 採用環保耗材愛地球!

震旦辦公設備

新北市五股區五工三路115號5F
服務專線 0800-281-479
www.acoe.com.tw



震旦3D

精雕細琢 完美呈現



震旦3D事業部

110 台北市信義路五段2號16樓

02-2345-8088

www.aurora3dprinter.com.tw

震旦
AURORA