

震旦 AURORA

AURORA MONTHLY

名人講堂
CELEBRITY TALK

李嘉誠的生意經
人棄我取，人取我予



長江集團董事局主席 李嘉誠



明嘉靖 青花嬰戲圖大罐

2015年9月號 No.530

1971年7月創刊·發行44年2個月

經營廣場

BUSINESS

如何激發企業
人才創造力

迎戰 ECONOMICS OF SPORT 運動經濟

藝文饗宴

ARTS PLAZA

宣德龍紋的
樣稿組裝設計



電子書上架!

運動商機湧現，運動行銷與顧問等逐漸興盛！
未來該以什麼樣的差異化經營策略，搶攻蓬勃發展的運動商機？

震旦月刊
AURORA MONTHLY

歡迎訂閱

震旦mPOS 零售版

雲端POS五合一 全方位銷售

- 門市收銀
- 購物網站
- 行動APP
- 進銷存
- 會計總帳

虛實店鋪 啟動全新商務

- ✓ 行動銷售結帳
- ✓ 會員管理
- ✓ 離線同步
- ✓ 萬種促銷組合
- ✓ 連鎖門市管理
- ✓ 即時業績分析

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

震旦
AURORA

從健康商機，你看到什麼？

根據 國際調查機構Plunkett Research指出，全球每年的運動參與人口擴增產值不斷提升，相關商機總產值約有1兆5,000億美元。另外，台灣行政院體育委員會推動打造運動島計畫成果豐碩，全國運動人口已高達80.8%，規律運動人口更創下新高。以上數據在在顯示背後所隱藏的商機，但事實又是如何？

本期封面故事「迎戰運動經濟」，帶領大家來看看這場全民瘋運動到底是瘋什麼？

輔仁大學教授蕭富峰建議企業，面對著日益興盛的運動商機，愈是應該要靜下心來冷靜思考，如何以消費者洞見為基礎創新出擊，並結合數位科技與社群經營，才有可能在競逐者眾的市場裡創造差異化，並贏得消費者的青睞。

媒體工作者許慈倩針對製造廠商的部分指出，全球每年破兆美元的運動商機，是一塊令人垂涎的大餅。但是對廠商而言，最痛苦的莫過於「看得到卻吃不到」，台灣其實已有若干廠商受惠於運動經濟的崛起，如自行車、運動健身器材製造業者，以及供應機能彈性布料的紡織業者等。但若要让更多業者從中獲益，建構一個利於產業發展的環境是必要條件。

隨著運動風潮發燒外，由於全球逐漸進入高齡化社會，高齡人口問題與周邊「健康商機」也逐漸受到重視。「運動與健康」是未來主力市場之一，應當回歸人性追求健康的本質，創造出差異化價值，才有機會在此波浪潮中勝出。A



《震旦月刊》主編

蘇美琪 Maggie Su

震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1號創刊，2015/9/1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 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。



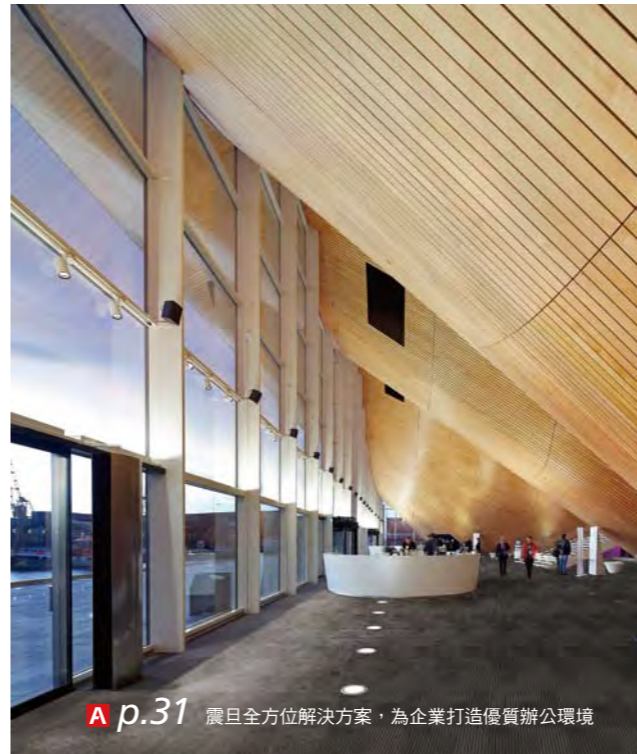
A p.08 愈來愈夯的運動風潮，究竟能有多少商機？



A p.16 激發創意人才，注入企業創意活水



A p.20 《李嘉誠的生意經》：人棄我取，人取我予



A p.31 震旦全方位解決方案，為企業打造優質辦公環境



A p.43 曼谷MOCA是東南亞唯一的當代藝術中心



A p.51 明嘉靖 青花嬰戲圖大罐

編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 從健康商機，你看到什麼？
文／蘇美琪

封面故事 COVER STORY

06 瘋運動
整理／蘇美琪

08 創造運動行銷差異化
文／蕭富峰

12 讓運動變成一門好生意
文／許慈倩

經營廣場 Business

16 如何激發企業人才創造力
文／張國祥

名人講堂 Celebrity Talk

20 長江集團董事局主席
李嘉誠的生意經：人棄我取，人取我予
文／陳正俠

震旦50週年特輯 50TH SPECIAL REPORT

24 回饋社會 善盡企業社會責任
用愛與關懷 攜手做公益
圖·文／震旦集團

躍昇震旦 AURORA NEWS

30 3D醫療應用成功案例：
中國醫「3D列印醫療研發中心」
客製化模型結合術前模擬 大幅提昇醫療品質
圖·文／通業技研

樂活人生 LOHAS LIFE

36 多喝水、多排尿 才能拒當石頭族
文／王紀藏

玩味設計 DESIGN

40 前進泰國曼谷三大創意聚落
文／李居翰

博物館專題 AURORA MUSEUM

44 讓孩子們親近博物館
震旦博物館的兒童教育活動
圖·文／震旦博物館

藝文饗宴 ARTS PLAZA

47 古器物學講座—文創設計專題(8)
宣德龍紋的樣稿組裝設計
文／震旦博物館

51 館藏精粹賞析
明嘉靖 青花嬰戲圖大罐
文／吳棠海

52 震旦博物館出版叢書介紹
春秋玉器
文／震旦博物館

愛心公益 LOVE ACTION

53 震旦集團第一屆「傳善獎」得獎名單公布
捐助總額六千萬 傳遞善念生生不息
文／震旦集團

54 「震旦50·溫暖隨行」系列活動報導
伸出援手傳遞愛與溫暖
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！



面 對運動商機，雖然許多企業都摩拳擦掌，企業應該要靜下心來冷靜思考，如何創新出擊，結合數位科技與社群經營，在競逐者眾的市場裡創造差異化，贏得消費者青睞。

蕭富峰／輔大傳播學院副院長兼系主任 P.08

運 動經濟不只是運動場上的競技所衍生的周邊經濟效益，它其實是與每個人、每個階段的人生都息息相關的生活化產業。

許慈倩／媒體工作者 P.12

創 造需要突破，需要顛覆，需要向傳統發起挑戰，需要向權威說不，如果企業等級森嚴，官僚主義盛行，創造性人才再好的創意都可能被扼殺在萌芽狀態。

張國祥／北京越努凌雲管理諮詢有限公司董事長 P.16

李 嘉誠說：「當你能飛的時候就不要放棄飛，人都應該有夢想，不要安於現狀。」既然要飛就要尋找飛的方向，當然不能僅僅局限於香港，而是應該面向國際市場。

《李嘉誠的生意經》：人棄我取，人取我予 P.22

預 防結石的根本解決之道，是增加水分攝取；高危險群須留意日常生活，必要時再搭配飲食習慣的改變，即可以擺脫「石頭族」的危險。

王紀葳／馬偕紀念醫院公共事務課課長 P.37

幫您選最好
讓您沒煩惱

帳單健診

幫您省

為您量身規劃個人
最佳資費方案!

1省 網內外與市話
最優費率搭配

2省 攜碼換約
減負擔
吸收違約金

3省 各家門號
月租半價
手機0元起!



SPORTS AND

瘋運動

序言／蘇美琪；文／蕭富峰、許慈倩

你是瘋路跑！瘋自行車！還是瘋瑜珈呢？

隨著現代人愈來愈重視健康，其商機也隨著老年化時代來臨，越顯重要！

Are you a running, cycling, or yoga enthusiast?
In an era when health comes first and the population ages,
sports industry is taking off!



CHAPTER 1

結合數位科技與社群經營
創造運動行銷差異化



CHAPTER 2

全球瘋運動
讓運動變成一門好生意

CHAPTER 1

結合數位科技與社群經營

創造運動行銷差異化



文／蕭富峰·輔大傳播學院副院長兼系主任

近年來，隨著健康意識、瘦身意識的日益受到重視，愈來愈多人加入了運動、健身的行列，不僅帶動了愈來愈夯的運動風潮，也引爆了愈來愈龐大的運動商機。

根據 國際調查機構Plunkett Research的調查資料指出，全球運動休閒市場的相關商機已高達一兆五千億美元，而且規模還在持續成長中。在這股強大的運動風潮裡，看到了各式各樣的運動都如雨後春筍般地蓬勃發展，不僅造就百花齊放的運動經濟，也讓許多後發的運動品牌擁有了足以令其成長茁壯的沃土，例如：以瑜珈運動為主戰場的Lululemon、主打機能性運動服飾的Under Armour (UA) 及主打極限運動攝影市場的GoPro等。

從全民運動一路跑開始

即使在台灣，也並未自外於這波運動風潮，光以近年來迅速受到大眾歡迎的路跑為例，根據「跑者市場」網站的統計指出，2013年，台灣共舉辦了300場路跑；2014年，更大幅提升至447場；截至2015年5月，各縣市所核准的路跑活動就已達四百多場了。隨著愈來愈多人在臉書 (FB) 上貼出參加路跑的英姿，一方面可以揪大家一起來共襄盛舉，一方面也可能會勾起

一千好友躍躍欲試的衝動，心想著：「他(她)都可以，為什麼我不行？」使得如今路跑幾乎已經成為全民運動了，愈來愈多企業都透過主辦或贊助路跑的方式爭取媒體曝光的機會，並拉近與消費者之間的距離，除了可以讓一般大眾進一步注意/認識企業，並提升對企業的好感度，更可以幫企業形象添加酷、潮的運動fu，這也是為什麼路跑愈辦愈多的主要原因。

說到路跑，一定得談一下每年年底固定舉辦的台北國際馬拉松，這項冠名贊助的馬拉松活動當年是由安泰人壽一手炒熱起來的，安泰人壽被富邦購併之後，富邦接手續辦，並更名為富邦台北國際馬拉松，連富邦金控董事長蔡明忠都親自報名參加，顯見其重視此一活動的程度。

由於舉辦的手筆夠大，台北國際馬拉松已成為國際知名的城市馬拉松之一，不僅每年到年底，就會有一大堆民眾興沖沖地跑來參加這個一年一度的馬拉松嘉年華活動，許多國際知名的馬拉松跑者也會因為高額的獎金而前來參加，所以會吸引許多國內外媒體的高度注目與報導，不僅讓身為贊助者的富邦贏得了許多曝光的機會，對企業形象也加分不少。藉由這一年一度的運動盛事，富邦不僅可以與其客戶同歡，也可以有效拉近與一般民眾之間的距離，並提升大家對富邦的好感度，實在是一舉數得。

運動明星加持增溫

事實上，眼見運動經濟日益蓬勃，企業界也爭先恐後地希望以各種方式與運動經濟連結，如與高人氣的運動明星合作、贊助/舉辦各式體育相關活動、請運動明星代言或推出相關商品等，以加強企業與運動風潮的連結。再以國泰金控為例，身為NBA官方指定台灣區金融業唯一合作夥伴，國泰金控原本就已經與NBA有強烈的連結，並發行了NBA悠遊聯名信用卡。眼見林來瘋的風潮銳不可擋，林書豪的人氣居高不下，國泰就決定從2011年開始與林書豪合作，並冠名贊助「國泰夢想豪小子-林書豪籃球訓練營」，這是一個專屬林書豪的籃球訓練營，每年暑假期間，林書豪都會專程回台，親自指導對籃球有興趣的年輕小將們。

除了籃球之外，棒球更是號稱台灣的國球，眼見陳偉殷在美國職棒金鶯隊的表現日益受到肯定，國泰遂於2013年開始獨家冠名贊助「國泰真殷雄—陳偉殷棒球訓練營」，

COVER STORY

“藉由APP功能，將運動被數量化、公開化、社群化，宛如時尚般地讓消費者忍不住想要追隨，在潛移默化的情況下，消費者對該品牌的感情自然與日俱增。”

由陳偉殷親自指導對棒球有興趣的年輕小將們，並強化國泰與運動人口之間的連結。

當然，此番迎戰運動經濟的業者絕非僅限於金融產業而已，為了善用運動明星的高人氣，也有許多廠商透過邀請運動明星擔任廣告代言人的方式，以收吸睛之效，如黑松沙士邀請旅日職棒好手陽岱鋼擔任廣告代言人，就是一個相當值得一提的案例，在媒體爭相報導的情況下，終於揭開了他在日本職棒孤軍奮戰、努力不懈的奮鬥史，並讓所有台灣民眾在一夕之間認識了這位勇於追夢的職棒英雄，基於此，黑松乃力邀他代言，以其自身在日本職棒奮鬥不懈的故事，詮釋勇於追夢的不放手精神，不僅恰如其分，也讓許多人深受感動，廣告結語「不放手，直到夢想到手」，不僅與其奮鬥故事相互呼應，更與

黑松沙士的品牌精神巧妙結合，可說是一個善用運動明星擔任廣告代言人的案例。

透過運動社群 相互打氣較量

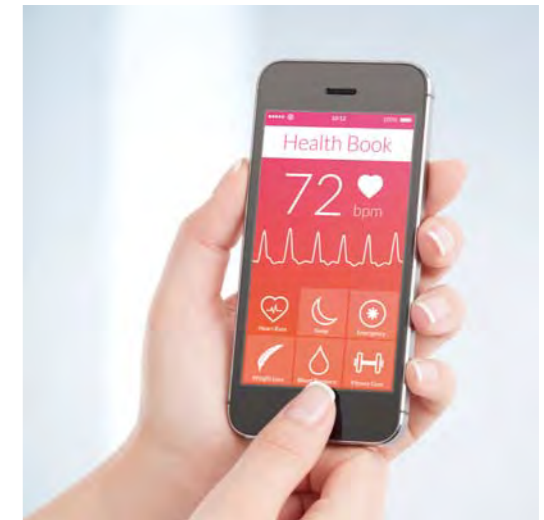
此外，談論運動經濟，自然不能對運動品牌略而不提，他們畢竟是與運動社群最接近的業者，所受到的影響也最大，在其中，如何深入掌握消費者洞見，並與愈來愈多的運動人口保持密切的互動，可說是每個運動品牌迎戰運動經濟的主要努力方向。以Nike為例，為了致力於經營運動社群，該公司推出了深受歡迎的Nike+ App，在慢跑時，Nike+會幫跑者計算跑速，會告訴他跑了幾公里，途中還會幫他加油，也可以聽音樂。Nike+會幫跑者統計跑步的總哩程數，然後告訴跑者已經到

達藍級、紅級或綠級，讓跑者非常有成就感，尤其還可以各地跑步者串連，成績更可以馬上上傳臉書、推特，同時也可以利用教練課程改善跑步技巧。

Nike知道，大多數運動者希望隸屬於某個社群，不僅可以與社群成員分享運動相關數據，也可以聽聽別人的運動心得與建議，彼此之間還可以互相支援打氣，因此，Nike特別為顧客創立了，網站首頁會即時更新全球使用者累積的三個最新數據，包括「總共燃燒了多少卡路里」、「總共跑了多少步」、「總共達成了多少自己設定的目標」，藉由Nike+，運動被數量化、公開化、社群化，宛如時尚般地讓消費者忍不住想要追隨，透過經常性地使用Nike+，在潛移默化的情況下，消費者對該品牌的感情自然與日俱增。

透過對消費者的深入瞭解與剖析，Nike發現，很多跑者常因一個人跑步太單調，或缺乏足夠強烈的誘因及動力而放棄不跑，這樣的消費者困境並不是透過大量的廣告就可以輕易解決，因為消費者所缺乏的是跑步時的陪伴與激勵。基於這樣的洞見，Nike推出了Nike+。為了讓運動更像競賽遊戲，Nike+系列能將跑步成果分享到社群網站，並能夠形成類似英雄排行榜的名單，讓社群成員互相比較路跑次數和里程數，除了鼓勵大家多多運動，也讓彼此能互相打氣、較量。

果不其然，Nike推出了Nike+之後，立即



就吸引世人的目光，每個愛跑步的人都興致盎然，此舉不僅在網路上引起大量的關注與討論，媒體更是大篇幅地加以報導，尤其是在2010年正式與iPhone結合，之後更推出Android版本，讓使用者更是大幅躍升，截至2014年底為止，其用戶數已高達兩千五百萬人，不僅成為Nike與顧客搏感情的重要社群平台，在Nike+和跑步社群連結之後，第一年就替品牌增加了10%的市占率。

面對著日益興盛的運動商機，雖然許多企業都摩拳擦掌，想要從中分一杯羹，但市場愈是沸沸揚揚，企業愈是應該要靜下心來冷靜思考，如何以消費者洞見為基礎創新出擊，並結合數位科技與社群經營，才有可能在競逐者眾的市場裡創造差異化，並贏得消費者的青睞。A

此外，企業也要想清楚，自己究竟希望從中得到什麼樣的短、中、長期效益，所期望達到的目的究竟是什麼，例如：拉近與消費者之間的距離、為品牌添加一點運動感、爭取媒體曝光、提升/改變品牌形象、經營運動社群、或是提高銷售數字等，畢竟，目的不同，切入手法與所投入的資源自不相同，而檢視成效的KPI也會隨之而異。



CHAPTER
2

全球瘋運動

讓運動變成一門好生意



文／許慈倩·媒體工作者

諾貝爾和平獎得主、南非前總統曼德拉（Nelson Mandela）是一位堅信「運動擁有改變世界力量」的人權鬥士，而不只從年輕時就養成運動習慣，在成為南非首位黑人總統後，更以運動治理國家，運動不只可提升精神和道德層次、對經濟的貢獻更是無從置疑，搶攻運動商機，全世界都蓄勢待發。

奧運、世足賽、NBA籃賽、MLB美國職棒大聯盟、溫布敦網球公開賽、環法自行車賽、F1賽車...，一場場精采絕倫的賽事總是緊緊牽動著全球粉絲的心，而所帶出的龐大經濟利益同樣吸引人。2014年巴西世足賽就創造了135億美元的經濟效益，各相關產業都雨露均霑大賺世足財。此外，諸如自行車和慢跑熱

驅動運動休閒人口增加，其背後在在是不容小覷的商機。

生活型態和健康促進帶來運動風潮

一身時尚的休閒運動裝扮，俊男美女在海邊或公園慢跑、休假日則是騎著腳踏車叭叭走—這幾乎是所有時代劇中的必備橋段，其實也相當反映了這個時代

“運動經濟不只是運動場上的競技所衍生的周邊經濟效益，它其實是與每個人、每個階段的人生都息息相關的生活化產業。”

某種族群的生活形態。附麗於時尚、讓自己更有自信與魅力，這是時下年輕人愛上運動的理由之一。但事實上，我們還有更重要的必須運動的理由，那就是健康，預約將來可以隨性行動、有尊嚴的銀髮生活！

台灣在2025年即將邁入「超高齡社會」，也就是65歲以上人口將超過總人口的20%。而老年人的危機之一就是健康問題，若想擁有高品質的晚年生活，必須從年輕開始豐厚健康存摺，培養終生的運動習慣就是最好的處方之一。因此，可以肯定的是，運動經濟不只是運動場上的競技所衍生的周邊經濟效益，它其實是與每個人、每個階段的人生都息息相關的生活化產業。

慎選產業投入 創造運動商機

全球每年破兆美元的運動商機，是一塊令人垂涎的大餅。但是對廠商而言，最痛苦的莫過於「看得到卻吃不到」。台灣其實已有若干廠商受惠於運動經濟的崛起，如自行車、運動健身器材製造業者，以及供應機能彈性布料的紡織業者等。但若要讓更多業者從中獲益，建構一個利於產業發展的環境是必要條件。例如素有運動王國之稱的美國，透過經典賽事的舉辦、轉播和周邊商品的販售，每年就可創造近5000億美元的商

機，而這樣的成就來自美國對運動所抱持的價值觀和所形塑的文化。

至於其他國家則往往透過政策的推動來創造市場。以新加坡為例，就透過舉辦知名國際賽事和興建硬體設施雙管齊下，來打造運動城市。最讓人印象深刻的是該國是全球第一個舉辦夜間F1賽車的都市，不僅吸引了國際觀光客、透過媒體轉播，城市璀璨夜景也無時差的傳送到全世界賽車迷的眼前；去年開始舉辦的WTA（職業女網大滿貫賽）和IPTL（國際網球超級聯賽），又讓新加坡成為媒體焦點（IPTL收視戶遍及125個國家的3億人口），並吸引了特殊對象的觀光人潮。而舉辦重量級國際賽事的前提是必需擁有大型的場地。新加坡政府為此砸下約300億新台幣興建足以容納5萬5千人的體育園區，其中包含了可容納萬人以上的室內體育館和周邊設施。今年的東南亞運動會就在六月時於該園區揭幕。





新加坡是城市國家，透過和國際賽事連結是其運動發展策略，對台灣來說，「慎選題目」同樣是運動產業發展的首要課題。例如雖然知道足球很重要，但我們缺乏巴西那樣的環境，至於棒球，我們有傑出的球員，而且台灣人對棒球擁有很多共同的記憶和情感，要發展這項運動會比足球容易；而自行車，台灣有享譽全球的自行車製造廠商，如巨大、美利達，加上台北市政府推動的You Bike創下每日每部車12次的全球最高周轉率，已具有整廠輸出海外的能量，這就是台灣在運動方面的優勢產業。

科技含量高的「傳統產業」照樣吸金

雖然台灣在很多重要賽事上並沒有直接參與，但是許多頂尖運動員身上幾乎

都少不了MIT產品的加持。以2014年的世足賽為例，約1/3的參賽隊伍就穿著由台灣生產的運動服登場。這些標榜高彈性、快乾的科技布料，同時成就了「運動休閒風」的時尚潮流，創造出20億美元商機。

當產品從運動服裝延伸到時尚，所意味的便是商機的再擴大。而談到此類題材時，肯定會提到以生產彈性針織布為主的儒鴻。許多媒體以「爆紅」來形容其異軍突起，但是儒鴻董事長洪鎮海卻直言，該公司躡馬步已經很久了。儒鴻每年投入至少是同業三倍以上的研發經費(約三千萬元)，持續開發各式機能布種，來滿足不同客戶的需求，洪鎮海還帶頭進行業界的垂直整合，從布料、染整、到成衣，一步到位。讓客戶從選布、設計、剪裁到完成樣品，只需三天

“在智慧健康概念下的運動管理，從行動裝置和營運商、醫療器材廠商、服務與軟體廠商到個人或家庭，成為一個相互聯網的智慧生態系。”

時間。快速且精準的提供客戶需求，可說是儒鴻的獨門絕活。而和客戶共同成長，則是另一項秘技，例如和知名瑜珈服飾品牌Lululemon Athletica的合作，把一家名不見經傳的小公司培養成業界領導品牌，儒鴻不只提供布料，還參與成衣設計製作，鴻鎮海驕傲的說「我們早已跳脫OEM格局，擁有ODM的能力，紡織業不只不是傳統夕陽產業，還是創匯的高科技產業。」成功培養一個小客戶，讓許多業者主動找上門，包括JC Penney、Nordstorm等知名百貨公司、商場以及運動休閒服飾品牌如Under Armour (UA)、Nike、Gap等都是儒鴻的重要客戶。產品力、設計力和服務力，形塑了儒鴻的高度競爭力。

物聯網下的運動新商機

運動商機無限，根據歐盟統計，光是運動賽事一年的經濟效益就佔了全球GDP的2%，且提供歐盟地區730萬個工作機會，難怪各國政府與民間企業都緊隨這股潮流，開發運動商機。要提醒的是，在這個萬物聯網的新世代中，透過資通訊技術與設備，可以創新既有的產品或服務，讓新興業種破繭而出。例如掌握人手一隻智慧

型手機的趨勢，各種和運動休閒相關的APP就應運而生。工研院產經中心副組長張慈映表示，當健康照護智慧化，應用服務的相容整合性提高，將使重視目標族群的分眾市場出現，例如過去我們看到的是「運動族群」，現在還可將它區分出重視美麗和體態管理的健美族群、重視運動休閒的健體族群或重視養生與照護的中高齡養生族群等，再依個別需求提供個人化的產品或服務。此外透過巨量資料、雲端運算、物聯網的加值分析，搭配智慧家庭的技術，也可以把健康照護的服務架構由個人擴展到家庭，透過整個家庭的連結，提醒彼此持續運動或把運動變得更有趣。A



在智慧健康概念下的運動管理，從行動裝置和營運商、醫療器材廠商、服務與軟體廠商到個人或家庭，成為一個相互聯網的智慧生態系。物聯網下的運動經濟正是跨企業，跨產業的創新商機。讓運動變成一門好生意，就用科技打造智慧開始吧。

如何激發企業人才創造力

做好這些，你的企業也能創造力十足



文／張國祥·北京越努凌雲管理諮詢有限公司董事長

激發創造性人才的活力關乎國家興旺、關乎企業發展，於國屬於國家戰略，於企業則是企業戰略。在人才當道的今天，我們需要大量的創造性人才，培養創造性人才、激發創造性人才的活力是全社會的事情，也是全世界關注的焦點。

人類 社會一切偉大的成就都是創造的結果。創造性人才的社會輿論和社會環境很重要。只有全社會都關注創造、關注創新、鼓勵創新、包容失敗，才能在整個社會形成濃厚的創造氛圍或。那麼作為一家企業該如何激發創造性人才的活力？

沒有包容失敗的氛圍，就沒有大膽創新

前幾年關於「中國為什麼出不了賈伯斯」的討論讓我記憶猶新：創造不是複製某某第二。而是做前人沒有做過的事，或者是對已有事物或成果的顛覆

“創造需要突破，需要顛覆，需要向傳統發起挑戰，需要向權威說不，如果一個企業等級森嚴，官僚主義盛行，創造性人才再好的創意都可能被扼殺在萌芽狀態。”

和否定。創造不能急功近利，需要慢工出細活。並從多次失敗中尋找成功的方法。換句話說，在創造的過程中，暫時的失敗在所難免。如果沒有包容失敗的氛圍，沒有鼓勵創新的機制，一遇挫折就有人潑冷水、說風涼話，或者下令停止創造性工作，這樣的企業是很難見到創造性成果的。

創造需要突破，需要顛覆，需要向傳統發起挑戰，需要向權威說不，如果一個企業等級森嚴，官僚主義盛行，創造性人才再好的創意都可能被扼殺在萌芽狀態。因此，一個企業必須把鼓勵創新包容失敗的理念，納入企業文化價值觀念體系，在全公司形成「創新光榮」和嘗試創新，即使失敗也是「雖敗猶榮」的思想氛圍，讓創造性人才解放思想、放開手腳，大膽嘗試。

四川省成都市有家做女士平價內衣連鎖銷售的民營企業，他們把「鼓勵創新、包容失敗」的理念納入到了企業文化之中，並且對研發人員提出了這樣的口號：「寧要在創新中犯錯，不要在守舊中無過」。十幾年來，他們從一家專賣店開始，通過大膽探索、不斷創新，不僅匯聚了眾多中小企業內衣品牌，也開發了自己的自主品牌，成為擁有連鎖店600多家的平價內衣首選品牌連鎖企業。

河南省信陽市有家助瀉劑生產企業，成立時間超過二十年，他們信奉「能夠為企業創造價值的就是人才」的理念，視「創新為



企業的生命力」，鼓勵創新、包容失敗，經過多年的嘗試，對珍珠岩膨脹爐進行技術改造獲得成功，不僅大幅度節約了燃料，而且大大提高了產量，也讓企業終於成為珍珠岩助瀉劑行業的龍頭企業。而主導這場長達數年創造性工作的負責人僅僅是只有高中學歷的技術科長。這位科長對筆者說，如果沒有老闆的鼓勵和包容，就根本不會有今天的企業。老闆把多年的積蓄幾乎全部投入到了創新之中，而老闆今天仍然居住在員工宿舍。把創新融入企業文化，企業就會煥發無限的生機和活力。

合理化獎勵制度，耕耘企業創新土壤

我們不少企業都有創新獎勵制度，但實際效果並不理想。有的鼓勵吃大鍋飯，除了成果部門人員人人分羹，讓主辦人員體會不到成就感和榮耀。有的只獎勵主辦人員，讓輔助人員感到失落，以致其在以後的創新活動中，不僅消極怠工甚至可能設置障礙。更有甚者，所有創新成果都是企業的，創新成果申報專利第一名永遠是老闆大名，讓創造性人才心生不滿，最後萌生離意。因此，企業的「創新獎勵制度」本身也需要創新。其關鍵內容應該包含以下幾點：

1) 設立企業創新專用資金，主辦人員創意方案經過論證可行之後，其批准使用的

專用資金由其支配，項目人員由其挑選。

- 2) 創新成果獎勵明確規定主辦人員佔60~80%，其餘獎勵項目輔助人員，輔助人員的獎勵由主辦人員分配。
- 3) 獲得企業審批的創新項目，即使失敗也不追究創新人員的責任，但主辦人員必須對失敗的原因進行分析總結，同時制訂新的創意方案。
- 4) 如果創新屬於產品開發，新產品銷售的前兩年，可給予主辦人員一定比例的銷售提成，一是讓主辦人員的創造性勞動得到回報，二是鼓勵創新轉化為生產力。
- 5) 堅持開展合理化建議獎勵活動。鼓勵企業所有人員動腦筋出主意想辦法改善企業現有產品、質量、技術和管理。雖然限於企業現有條件，員工有的建議並不能馬上付諸實施，但是企業也要堅持給予獎勵。說



“創造性人才之所以能夠出類拔萃，就是因為他們與眾不同。他們往往具有常人所沒有的敏銳，有著獨特的思維方式甚至獨特的行為習慣。企業必須尊重他們的生活規律，讓他們在「創造性時刻」不被打攪。”

不定某條建議讓創造性人才獲得靈感，一個新產品或創新就此誕生！事實上，在一些偉大的企業經常有這樣的案例產生。獎勵合理化是營造創新氛圍的有效方法。

個性需求也須滿足，小TIPS看過來！

創造性人才之所以能夠出類拔萃，就是因為他們與眾不同。他們往往具有常人所沒有的敏銳，有著獨特的思維方式甚至獨特的行為習慣。企業必須尊重他們的生活規律，讓他們在「創造性時刻」不被打攪。要做到這一點，就必須了解本企業創造性人才的生活規律、行事習慣、做事風格，從而最大限度地滿足他們創造性工作所需的支持。概括起來，企業應該做好以下工作，以滿足創造性人才的個性需求：

- 1) 提供獨立的工作環境。
- 2) 提供靈活的上班時間。
- 3) 提供創新所需的設備設施和物資條件。
- 4) 提供創造性人才滿意的輔助人員協助，這些人員應該對主辦人員的習慣如動作、眼神心領神會，以確保主辦人員的思維不被干擾或意圖順利實現。

概括起來，激發創造性人才的活力除了良好的創新包容文化、完善的創新獎勵機制之外，還要滿足創造性人才的個性化需求，做好這三點，相信能讓創新型人才其聰明才智得到最大限度地發揮，企業智慧的活水源源不斷。



- 5) 提供與其創新有關的最新資訊，或者保證其能夠最快時間獲得所需的資訊。必要時可安排其到企業或世界其他國家參觀考察。
- 6) 解決其家庭、生活上的後顧之憂。
- 7) 為其身體健康提供保障。
- 8) 包容其在創新過程中的試錯行為。
- 9) 當創造性人才做出成績的時候，盡量讓他們享受聚光燈下的榮耀。
- 10) 讓創造性人才的事蹟上刊企業文化宣傳手冊的顯著位置。A

《李嘉誠的生意經》：人棄我取，人取我予



文／陳正俠

亞洲首富長江集團董事局主席李嘉誠，面對下屬員工、合作夥伴、競爭對手，全都以「誠」相待。「待人以誠，執事以信」，是李嘉誠長久信奉的哲學。他曾說：「為成功而不擇手段，即使僥倖略有所得，必不能長久。」

談經 商之道，他審慎而理智。「審慎」這一門藝術，是能夠把握適當的時間作出迅速的決定。但這不是議而不決，停滯不前的藉口。

在別人放棄的時候出手

在別人貪婪的時候謹慎一些，在別人恐懼的時候大膽一些，不斷開拓進取，最終成為真正縱橫商場、事業有

成的經商高手。這是一個值得大家借鑒的經商之道。

「要永遠相信：當所有人都衝進去的時候趕緊出來，所有人都不玩了再衝進去。」李嘉誠這樣說。

幾乎每一個人都會有跟風的習慣，因為人人都有對事物的好奇心理和爭勝心態。若沒有一點原則和主見的話，是很難改變的。這也就是我們當中總是只有少數人才能成功的主要原

“在別人貪婪的時候謹慎一些，在別人恐懼的時候大膽一些，不斷開拓進取，最終成為真正縱橫商場、事業有成的經商高手。這是一個值得大家借鑒的經商之道。”

因。可以說，「在別人放棄的時候出手」是成就事業的關鍵。

一九六六年底，香港的房地產由低迷逐漸回升。銀行也恢復了元氣，地產商們準備大幹一場。然而就在此時，香港發生了「五月風暴」，人心惶惶，很多的有錢人都賤賣財產，遠走他鄉，樓市則無人問津。整個房地產市場賣多買少，有價無市。地產商、建築商們焦頭爛額，一籌莫展，形成了第二次世界大戰以後的第一次較大的移民潮。

擁有數個地盤、物業的李嘉誠不斷地聽廣播、看報紙，密切地關注事態發展。經過深思熟慮後，李嘉誠作出了自己的判

斷，他毅然決定：在別人放棄的時候出手，趁低吸納。李嘉誠買下了舊房子，翻新後用於出租；利用當時地產處於低潮、建築費低廉的良機，興建自己的物業。

一九七〇年，香港風暴過後，地產業迎來了曙光，市道開始轉旺，百業復興。這時的李嘉誠已經聚積了大量的收租物業：從最初的1.11萬平方米，發展到3.25萬平方米，每年的租金收入高達三九〇萬港元。

俗話說，「好風憑藉力，送我上青雲」。順風而行，一躍千里，商業界同樣如此。回顧創業的過程，李嘉誠說：「坦白地說，我在創業初期，幾乎百分之百不靠運氣，而是靠工作、靠辛苦、靠智慧的



“李嘉誠說：「當你能飛的時候就不要放棄飛，人都應該有夢想，不要安於現狀。」既然要飛就要尋找飛的方向，當然不能僅僅局限於香港，而是應該面向國際市場。”

頭腦。百分之九十得益於自己平時多讀書、多思考。」他時時刻刻提醒自己，朝著自己的目標前進，靠著自己的能力去打拼。

立足香港，放眼國際市場

李嘉誠曾接下一度面臨倒閉危機的長江塑膠廠，因著他的帶領，訂單與日俱增；營業額迅速地增長；銀行對他的貸款限額不斷放寬；原料商也許可他賒購原料；客戶都願意訂購他的產品。但李嘉誠並未因此鬆懈，先前長江塑膠廠瀕臨倒閉的教訓，讓他時時居安思危，為公司的將來做打算。

在當時，塑膠及玩具廠在香港已有三百多家，李嘉誠的工廠只是屬於其中經營狀況良好但又很普通的一家。長江塑膠廠生產的塑膠玩具，除款式上有細微變化之外，跟同行的並無多大的區別。除了同行，還有誰會關注有一個長江塑膠廠呢？不安於現狀的李嘉誠不滿足但又憂慮地思考著。

其實，當時香港的塑膠製品之所以在國際市場上賣得這麼好，原因只有一個——廉價，這是很可悲的一件事。難道除了價格便宜之外，香港的產品就不能以質優款新或者其他的特色而稱雄國際市場嗎？



長江塑膠廠從創辦之日起就生產兩大門類：塑膠玩具和塑膠日用品，雖然先後變化了幾十款，但大部分是按照代理經銷商的要求和設計而改型的。由此可見，廠家被商家所左右，那麼如何才能站在消費者的立場上推出新式的產品來左右商家呢？這樣做的話風險會不會太大？怎樣才能降低風險呢？

「人生重要的不是所站的位置，而是所朝的方向。」開廠創業已是第七個年頭，李嘉誠依然覺得自己還是這一行的平庸之輩，但他從來不甘於平庸，非常渴望能夠有新的突破，使長江塑膠廠具備自己的特色，從同行中脫穎而出，展翅高飛。

既然要飛就要尋找飛的方向，當然不能僅僅局限於香港，而是應該面向國際市場。

一次臨睡前，李嘉誠翻閱英文版的《塑膠》雜誌，一則簡短的消息頓時讓他興奮不已：義大利有一家公司，已經研製並開發出利用塑膠原料製成的塑膠花，將要投入生產並成批地進入歐美市場。

這將是李嘉誠夢開始的地方，一直苦苦尋找突破口的李嘉誠，如迷途的夜行人看到亮光。夢開始了，飛也就不遠了。

如果是別人看到這則消息，可能也不會引起太大的注意，只會一翻而過，但李嘉誠卻以其敏銳的眼光預感到了這其中的巨大商機。

塑膠花彌補了植物花卉經常要澆水、施

肥、剪修、除草且花期有限的缺陷。隨著人們生活節奏的日益加快，很多的家庭婦女變成職業女性，不再有閒情逸致也沒有太多的時間去整頓那些植物花卉。A

好書推薦 Book



李嘉誠的生意經 ——人棄我取，人取我予

出版社/有意思出版社、編著/陳正俠

從一個沒有任何家庭背景、更沒有什麼家產，也沒有高學歷的貧窮打工仔；白手起家，到世界華人首富，李嘉誠創造了奇蹟，這是對成功的最好詮釋。建立自我，追求無我是李嘉誠先生的名言，是他的人生哲理、成功之道。這是一種生活的態度，它貫穿了李嘉誠先生的一生。從開始的茶樓跑堂到鐘錶店學徒，從推銷員到塑膠花大王，從投資房地產到股市再到資訊產業，無一不是以這句名言激勵著他本人一步步走向成功。

現代人都喜歡趕時髦，塑膠花的上市，勢必會引起塑膠市場的熱烈反響，前景可謂非常的樂觀。有了這次的經驗，李嘉誠說：「當你能飛的時候就不要放棄飛，人都應該有夢想，不要安於現狀。」

用愛與關懷 攜手做公益



震旦集團捐贈物資，用於四川都江堰小學重建。

圖·文／震旦集團

「回饋社會」一直是震旦集團身體力行的經營理念之一，震旦在追求永續經營的同時，也希望盡企業公民的責任。多年來長期投入古文物保護、物資捐贈、教育文化等各項公益活動，並關注急難性救助，以實際行動，用愛關懷社會，做一個良好的企業公民。

古文物保護 傳承美好文化

為保護文物、傳承文化盡一份心力，多年來也將古文物豪不私藏的回贈、歸還原單位，讓文物永久保存並讓更多愛好者皆能欣賞。多年來有以下重要事件：

1999 • 古佛頭像贈還山西省資壽寺

集團陳永泰董事長緣於多年來收藏研

究古文物的興趣，因緣際會購得16尊明代彩塑羅漢頭像，經專家研究比對後發現係山西省資壽寺於1993年被竊盜砍下的古佛頭像。陳董事長不忍珍貴文物流落國外，於是請兩岸相關機關協助安排，無償歸贈原主事宜，同時急速通知國外各古物商蒐尋另兩尊流落他處的童子彩塑頭像，終於在1999年順利將山西省資壽寺被竊的18尊古佛頭像全部找回

完整贈還。為兩岸共同合作保護中華文物立下佳話。陳董事長說：保護國家文物的心，每一個人都會有，相信任何一個中國人碰到這件事，只要有能力、有機會，一定都會去做，他只是正好遇到這機緣。

2003 • 與北京大學合作設立震旦古代文明研究中心

為支持發展古器物學的研究與推廣，震旦博物館與北京大學合作設立「震旦古代文明研究中心」，致力考古發掘與專題研究計畫。對古代器物的研究方法建立「料、工、形、紋」一套完整的理論與實務，讓古代器物不僅是提供欣賞的藝術寶藏，透過適當的分析與詮釋還能發揮史料的功能。成果除以論文的形式發表之外，部分專題並以展覽形式在博物館特展室呈現，與社會大眾分享研究成果。

2003 • 設立震旦博物館

基於獨樂樂不如眾樂樂的文化分享，設立震旦博物館，館藏以中國古代玉器、佛教文物、陶瓷器、青銅器、畫像石等五大類為主，數千件華夏藝術文物，多為陳



2011年為祝賀「佛陀紀念館」啟用，震旦集團董事長陳永泰捐出154件地宮文物供「佛教地宮還原館」展出，由佛光山開山宗長星雲大師代表受贈。

董事長多年收藏。博物館亦由其個人獨資設立，以回饋社會、學習分享、傳承發揚，推展華夏文化為目的，是一所以收藏、研究、教育、推廣為主的學術型博物館。委由安藤忠雄設計的上海震旦博物館，於2013年正式開館，成為黃浦江畔的文化寶盒。



左圖：1999年流落他處的古佛頭像終於回到故鄉—山西資壽寺。



右圖：2009年失落五十年的百年古佛像返回東和禪寺，寺方舉辦盛大迎請儀式，由震旦博物館張臨生館長代表接受寺方感謝狀。



左圖：2009年百年古佛返回東和禪寺，由震旦博物館張臨生館長、吳棠海董事、賴任辰總經理、吳文成先生等人親自護送
右圖：2011年捐贈交趾陶儀式，由震旦博物館館長張臨生接受國立臺灣傳統藝術總處籌備處陳兆虎主任，致贈感謝獎座並為特展揭幕。

2004 • 葉王交趾陶贈還台南縣學甲慈濟宮

陳董事長收藏的36件清朝葉王交趾陶作品，經查證為珍貴國家三級古蹟台南縣學甲鎮慈濟宮失竊20多年的寺廟建築藝術裝飾，因屬極珍貴的國寶級古蹟文物，陳董事長認為還是應該物歸原主，立即無條件安排贈還廟方。

2009 • 捐贈東和禪寺三尊百年佛像

陳董事長的發心促成下，失落五十年的百年古佛像終於返回台北東和禪寺，寺方舉行恭迎古佛回山安奉大典，儀式莊嚴隆重，東和禪寺眾多信眾於禪寺前夾道誦經迎佛，一同迎接失落50年的佛菩薩重回禪寺。震旦集團表示，能在觀音菩薩誕辰前夕，圓滿地讓三尊流落在外半個世紀的菩薩，回到原來的地方，是一樁令人法喜的事。

2011 • 捐贈地宮文物共154件予佛光山『佛陀紀念館』

地宮文物是古人虔誠供養佛骨舍利而專門製作的佛教特殊聖物，陳董事長將多年來收藏的125組件佛教地宮文物，於2005年全數贈與佛光山佛陀紀念館，為傳承文化及弘揚佛

法盡一份心力。2011年更因佛光山佛陀紀念館落成啟用，陳董事長再捐出西安法門寺地宮複製文物，總計捐贈154組件地宮文物，並協助建置「佛教地宮還原」常設展，讓珍貴文物在最具殊勝意義的場所，永久地繼續發揮教化功能。

2011 • 捐贈交趾陶予國立傳統藝術中心

為了讓民眾能一睹交趾陶珍貴藏品，集團捐贈10件交趾陶文物予國立台灣傳統藝術總處籌備處，係為於2004年所購得的交趾陶文物之一，其中有36組件為台南學甲慈濟宮於1980年所失竊之國寶級大師葉王交趾陶作品，震旦集團遂於2004年無償歸還，餘10件交趾陶則收存至2011年，將此10件珍品無條件贈予國立台灣傳統藝術中心。

整合集團資源 進行物資捐贈

震旦結合集團核心專長，透過兩岸『辦公設備及家具物資公益捐贈計劃』發揮集團的專業領域，直接協助弱勢群體、社會福利機構等，第一時間將愛心物資送到現場，將現

有的辦公環境做最佳的調整，提升效率及安全，擴大愛心服務。

由於弱勢團體經費有限，多數透過民眾轉手二手設備，在長期使用下多為損壞或是出現不勘使用的現象；震旦聽見弱勢需求，從2011年起進行辦公物資捐贈，兩岸捐贈超過300家，除讓弱勢團體感受溫暖之外，也讓弱勢人群有更好的辦公生活環境，服務更多需要幫助的人。

除了捐贈物資外，也不斷發動同仁親身參與擔任志工，如與上海「星星之家」自閉症兒童康復學校合作，在震旦教育園區舉辦「快樂在愛中」活動，提高人們對自閉症的認識，喚起人與人之間的相互尊重、理解與關心。另外，也與上海複源社工事務所聯合舉辦「幸福加油站」，一同喚起震旦人，用自己的熱情，為那些需要幫助的孩子們，貢獻震旦人的力量。

同時，台灣也發動同仁志工參與金馬獎最佳紀錄片「看見台灣」首映會，藉此呼籲大家減少人為破壞與製造污染，為下一代留

下美好的家園。並參與「周日志工」，加入「中華民國善願愛心協會」之「周日行善體驗營」活動。每週日前往個案家庭訪視，並當面致贈善款。

2015年，為因應集團50週年，舉辦「溫暖隨行」公益關懷活動，推動旗下公司兩岸同仁走出戶外，發動6,000名員工，進80家育幼院所，送出1萬個保溫瓶，給育幼院童及偏鄉學童溫暖的關懷，傳遞感恩回饋心意。希望透過同仁親身參與扶助弱勢家庭的服務過程，得到惜福的啟發，並將這種行善體驗的心得與感受，共同傳遞愛心與正面力量。

同時，也正式啟動第一屆震旦集團「傳善獎」，由震旦集團陳永泰公益信託主辦，聯合勸募協會協辦，鎖定中型社福機構參賽，遴選出五家社福單位，每年400萬、連續三年，共1,200萬的經費補助。希望建立一個善性循環，讓優秀的社福機構獲得長期穩定的贊助、讓弱勢族群獲得更好的服務、更讓社會大眾的善心可以流向這些得獎機構，如此善念循環、生生不息。 **A**

震旦同仁加入「看見台灣」露天首映會擔任志工，用行動支持環境保護。



震旦 50

半世紀

堅持不變的

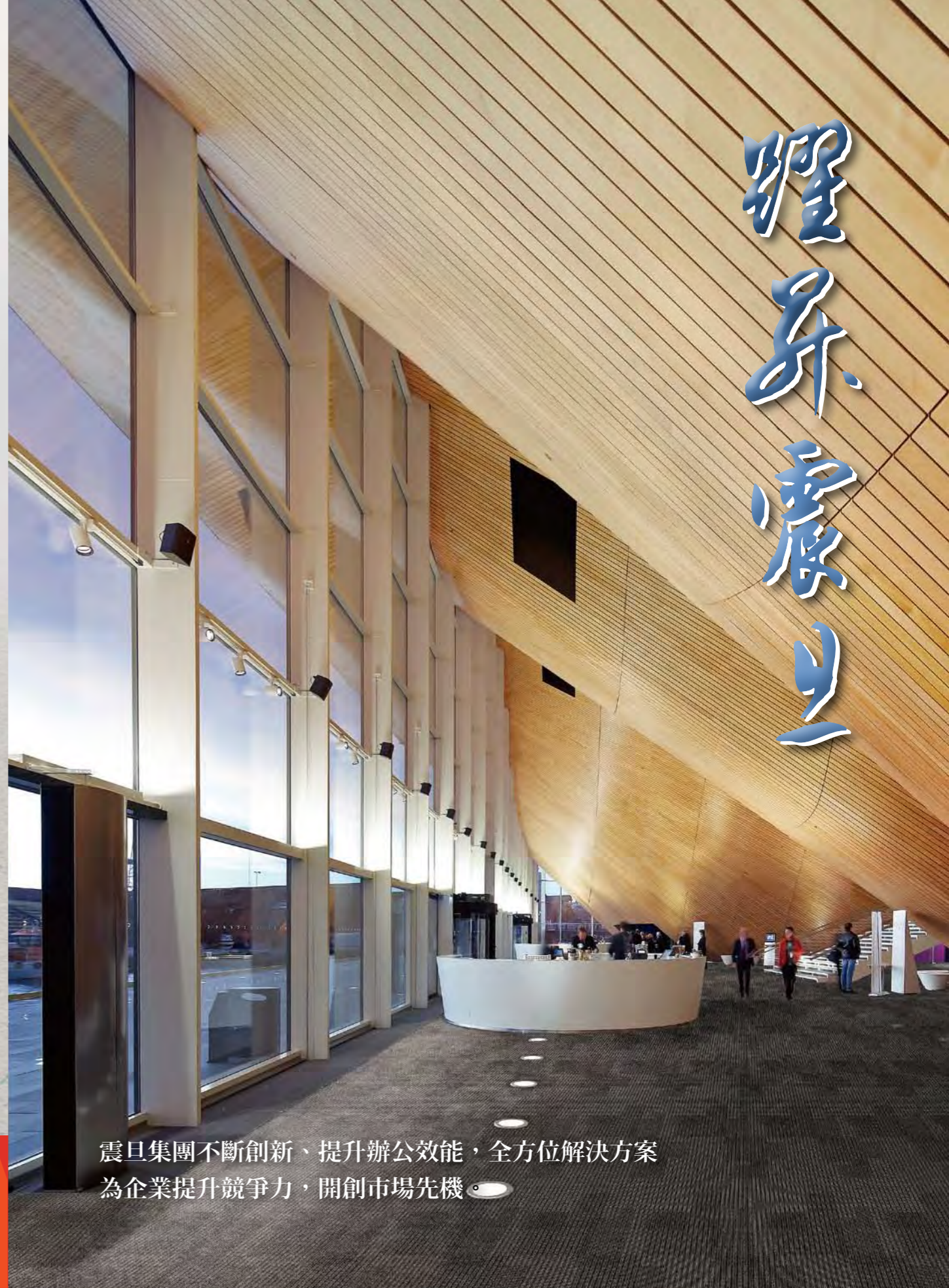
服務



1965年，震旦集團以銷售打卡鐘起家，迄今，經營範疇橫跨辦公設備、辦公家具、3D印表機及雲端服務等。半世紀以來，我們堅守崗位，秉持誠信原則與熱忱態度，以堅持不變的服務，滿足顧客需求，超越顧客期望。未來，震旦集團仍將不斷向前邁進，與您共享美好辦公生活。

震旦集團
AURORA GROUP

耀昇震旦



震旦集團不斷創新、提升辦公效能，全方位解決方案
為企業提升競爭力，開創市場先機。

客製化模型結合術前模擬 大幅提升醫療品質



圖·文／通業技研

近年來3D列印已被國際醫學機構視為重要的醫療輔助技術，二維的醫學影像包括電腦斷層掃描、核磁共振、血管或超音波攝影都可以透過軟體轉成三維立體數位資料，進而匯入3D印表機中直接列印成型，成品不止符合病患的客製化需求，更成為醫療時的重要評估工具。

中國醫藥大學暨附設醫院「3D列印醫療研發中心」成立於2014年底，整合中國醫充裕的醫療資源、喬治亞理工學院優異的工程技術及亞洲大學的設計強項，目前為全台最頂尖的3D醫療先驅機構。中國醫藥大學暨附設醫院神經外科周德陽院長在受訪時表示，「3D列印醫療研發中心」已經成功導入許多臨床案例，未來也將積極發展具有前瞻性的3D醫療解決方案，嘉惠醫師及病患並提升醫療品質。

手術輔具／醫療器材應用

「尚未導入3D技術前，必須採用傳

統模具方式製作，無法針對病患的需求做到最貼切的考量，且一旦設計有誤差，必須重新開模製作，在製作時間和成本上都是負擔。」3D列印醫療研發中心陳怡文副主任表示。「經醫療團隊仔細評估後，決定導入通業技研代理的Stratasys Objet500 Connex3



01



01_斷層掃描後轉成3D檔案，列印出病患受損的膝蓋模型。02_中國醫藥大學暨附設醫院神經外科周德陽院長。03_中國醫藥大學暨附設醫院神經外科劉俊麟主任。04_中國醫藥大學暨附設醫院3D列印醫療研發中心陳怡文副主任。

列印設備進行醫療器材原型製作，該機款擁有多達上百種的複合材料和生物相容醫材可以自由搭配使用，列印出的導引版、定位版和各式輔具器材都可以迅速且精準的進行功能測試和醫療應用，充分顯現3D列印的高度設計彈性和低成本的優勢。」陳怡文副主任強調，之後更將朝向生物相容性材質開發、金屬植入物應用甚至是高階的再生醫學研究，全面拓展醫療應用上的深度和廣度。

組織模型應用

目前最具突破性的貢獻就是將病患的斷層掃描檔案轉成3D數位資料後，即可直接列印出擬真的人體組織，讓醫師先行模擬實驗，進而增加手術執行的成功率。中國醫神經外科劉俊麟主任說明，傳統神經外科在進行S型脊椎矯正開刀時，必須直接切開組織確認矯正板植入位置，手術時間需耗費數小時以上，對於病人或醫療團隊都是長時間的體力耗損，「近期神經外科及

骨科在執行顱骨及脊椎矯正手術時開始導入3D列印技術，可以事先取得立體的脊椎模型模擬，精準確認血管和神經位置，手術時間因此縮短，傷口範圍變得更小，大幅減少病患的恢復期。」劉俊麟主任在受訪過程中也展示了當天才列印完成的脊椎骨，仔細說明3D導入前後的差異點和矯正方式，著實讓現場參與人員大開眼界。

醫學美容應用

中國醫美容中心則根據患者的斷層掃描設計出立體影像，接著再以3D列印製出削骨導板，有效幫助醫師分析病患的臉部組織和骨骼結構，手術時即可精準快速的切除顎骨，提高顏面的密合與對稱，大幅增加顱顏整形的成功率和滿意度。「在電腦斷層攝影與3D列印技術的加持下，手術時間縮短，術後軟硬組織的位置精確無誤，病患都相當滿意手術結果，避免顱顏整形時可能產生與預期不符的情況和爭執。」陳怡文主任笑著說。A

通業技研多年來深耕台灣3D醫療市場，目前已與中國醫、陽明醫、成大醫等教學醫療機構合作，除導入3D列印外，更提供技術諮詢服務，強化3D列印在醫療應用的品質和範圍。身為台灣3D技術的領航家，未來將持續提供全方位3D解決方案，讓台灣醫療水平更上層樓。

從e化到雲化展現卓越效率



圖·文／震旦雲端

浩翔國際運通有限公司1995年成立以來，是一家專業從事航空貨物運輸、海運貨物運輸以及戶對戶服務的公司，提供給企業最快速且安全的貨物託運服務，重視客戶服務品質，也反映在公司營運上的要求，每個環節務必準確且迅速，雖是傳統貿易運輸物流產業，但資訊化程度卻一點不落人後。

E化不落後 雲端辦公室符合新時代企業經營

浩翔國際運通邱秋萍副總經理表示，資訊化對公司的經營攸關重要，只要導入順利，立刻可將公司經營績效、作業效率反應出來，提升員工產值。所以早些年從運輸物流系統、財務系統到人事系統都有導入。但對公司而言，早期導入的系統，逐漸面臨汰換的需求，以這

次所更換的人事薪資系統為例，過去，使用的人事薪資系統是DOS版本，目前以不符合現今作業系統所用，面臨版本升級，要另外購買新的版本。

因此，當我們接觸到震旦辦公雲服務時，評估認為雲端服務將更能符合新時代公司經營方式，功能不斷持續更新，不用版本升級費，同時完整包含人事管理各個模組的運用，讓中小企業所投入成本效益具體展現。

“使用震旦辦公雲，在人事管理上，人資同仁能節省許多薪資計算時間，真正將角色價值發揮出來，扮演公司經營成長的推手。”

員工自主管理，請假速度「快」有效率！

震旦辦公雲讓所有人事表單都搬到雲上，特別在請休假作業，以往員工要請假，需填寫紙本請假單，拿給主管簽核，常常遇到無法立即批示的狀況。不只請假單、出差單等單據的往返，也造成行政部門管理上的不便，特別是人資同仁在月底要去逐一核對請假單，計算勤扣薪資，更是要花費不少時間。

現在透過雲端人資系統，員工只要上系統，馬上可將請假單送簽主管簽核，主管不論人在哪，都可以立即處理，提升管理效率。當然也能時時掌握員工動向，好安排互相支援的人力。

邱副總提到，出勤、請休假透過雲端管理還有一項好處，員工可隨時上線查詢目前請假天數，尚未導入前，常會有員工忘記今年請了幾天假，還剩幾天假？只能跟人資同仁調閱紙本單據，一來一往都是耗費大家時間，現在我們員工就可以隨時上線查詢，提早規劃個人行程和休假，大大提升便利性。

管理階層展決心，全面推行迅速成長

邱副總提到，新系統在導入時，一定會遇到員工因不熟悉、不會用而造成反彈的聲音，所以我們確定要使用這套系統後，堅持要讓所有員工全面使用，透過實際操

作去認識系統帶給他們的好處，從每天上班打卡、線上請假到薪資查詢，讓他們可以在線上隨時找到自己所要的資訊，況且這些資訊都和他們日常作業息息相關，員工清楚了解，才能真正去認同系統帶來的好處，而非只是簡化人資同仁的工作時間。導入過程獲得管理階層的支持，是成功的關鍵因素，當我們的系統能照顧好公司各層級員工的需求時，很容易讓系統推行成功。

HR轉型扮演經營成長推手

使用震旦辦公雲，在人事管理上，人資同仁能節省許多薪資計算時間，因此將這些冗長、繁複的行政作業，交給系統運算，可以將心力花在協助公司徵才、教育訓練等事務推動，真正將角色價值發揮出來，扮演公司經營成長的推手。A



浩翔國際運通邱秋萍副總經理（中）和震旦OA松山分公司許世豪（左）、震旦雲端張敦凱（右）合影，肯定震旦辦公雲打造高效率管理環境。

屏科大3D列印動物義肢 讓狗狗不再跛腳



圖·文/震旦OA

屏東科技大學獸醫系團隊為了幫助受傷癱腳的小狗，半年前開始著手研究，把動物骨骼電腦斷層影像轉化為3D圖形，再透過3D 列印技術製成義肢，讓狗狗不再跛腳！

震旦 OA屏東分公司得知屏科大獸醫系的需求，期望能以3D印表機印製特殊動物骨骼，協助行動不良寵物有機會不再跛腳。為此，推薦震旦與工研院合作的3D印表機「F1」，不僅可以24小時不間斷列印，成品效果更是接近真骨成型、列印成功率高。雖然在初期試印階段，遇到一些問題導致列印失敗，但震旦團隊透由不斷的修正和溝通，最後順利印出骨頭模型，由於全力協助及優質的服務品質，讓屏科大師生都放心交給震旦。

震旦表示，有幸能參與此次成功運用在動物義肢上的計畫，化身神奇魔術師，幫助動物恢復行動力，此創舉在醫療界更是令人振奮！屏科大獸醫系團隊把動物骨骼電腦斷層影像，利用3D列印製成義肢，這項技術對於動物臨床醫療和教學有很大幫助，校方將申請專利，並於今年七月已對外發表成果，將原本跛腳的小狗裝上義肢後恢復了過去的行動力，校方也表示，這項技術未來可深入運用在動物臨床醫療與教學，未來將申請專利。



01_屏科大利用研發技術，以震旦3D F1列印出和真的骨骼一樣模型骨骼。02_裝上3D列印義肢的狗兒恢復過去的行動力。03_研究團隊對媒體說明研究成果。



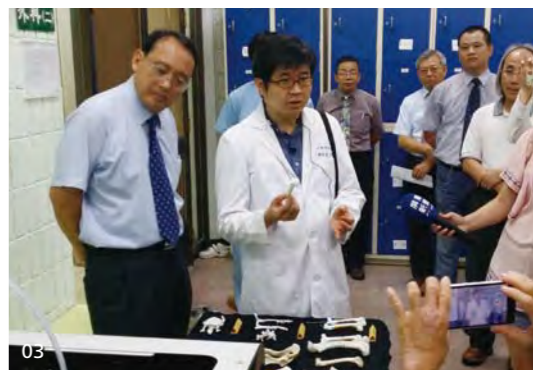
獸醫系影像科主任林莉萱說，3D列印骨骼技術是將電腦斷層影像，輸出到3D列印機，列印出和真的骨骼一樣模型骨骼，目前校方使用的3D列印成品材質為聚乳酸（PLA），這種材質可以用來作為動物的義肢，未來將進一步研究，選用能夠植入動物體內的骨骼材質，或是列印動物內臟作為模擬手術使用。

屏科大指出，目前國內多以進口方式購買動物骨骼義肢，不僅價格比自己列印的貴上30倍，進口骨骼因為以灌模方式製成，在操作與真實性上都遠不及斷層掃描圖製成的3D列印骨骼。許多毛小孩可能因為疾病、意外等造成骨骼受損，不僅影響外觀，行動力也大受影響，透過3D列印義肢，再透過復健訓練，毛小孩們可以很快就能恢復行動力，飼主未來也可以用較低廉的價格治療毛小孩。

國內其他相關科系、動物醫院目前多將電腦斷層影像交由相關單位列印出3D模型，

屏科大經半年研發，跨領域從過去醫學基礎中加入繪圖設計的研究，成功利用簡單的軟體就能將斷層掃描影像輸出到3D列印機上，列印出3D模型，未來除了申請專利也將進行技術轉移，為動物醫療盡一份心力。

此項3D模型列印技術目前也與台北醫學大學合作，用在人體牙齒模型的製作上，而該校因為擁有豐富的野生動物資源並收藏多種珍稀野生動物骨骼標本，未來透過3D列印技術，在複製保存與研究教學上都有相當大的助益。A



震旦集團是國內第一家2D與3D列印並行的企業，「震旦3D F1」是震旦集團與工研院攜手合作研發製造的3D印表機，並榮獲2015台灣精品獎。此次協助屏東科技大學獸醫系團隊應用於動物義肢，獲得一致的信賴與肯定，期望未來也能利用震旦3D印表機F1進行更多的技術研發，發揮更大的效益。

多喝水、多排尿才能拒當石頭族



文／王紀藏·馬偕紀念醫院公共事務課課長

今年夏天氣溫屢創新高，儘管早晚已漸吹涼風而稍有秋意，但緊接而來的「秋老虎」預料也將持續發威，高溫直逼攝氏三十七、八度，外出跑業務的小賴，每天揮汗如雨，好像補再多的水也不夠，一天夜裡腹部莫名劇痛只好往急診報到。

坐辦 公桌的澄哥每天上午九點半一進辦公室，把早餐三兩口就吞完後，就窩在座位上盯著電腦工作，直到中午同事邀請一起吃飯，才發現已是中午時分，兩側肩膀酸痛不已、眼睛乾澀、解尿不順且合併血尿，小賴驚覺不對勁才前往就醫。

馬偕紀念醫院泌尿科主治醫師江百凱表示，隨著氣溫飆高，夏天是泌尿道結石病人增加的旺季，臨床上男性

比女性多，主要都是因為水分的補充趕不及流失的速度，所導致體內形成結石。

泌尿道系統可分為上泌尿道與下泌尿道，其中腎臟與輸尿管為上泌尿道，而膀胱與尿道則為下泌尿道，結石形成的位置可能在泌尿道系統的任何一個環節，若結石小於0.5公分，通常可以順利通過輸尿管自行伴隨尿液排出體外，若結石為0.5至0.7公分，

“預防結石的根本解決之道，是增加水分攝取；高危險群須留意日常生活，必要時再搭配飲食習慣的改變，即可以擺脫「石頭族」的危險。”

自行排出體外的機率只剩20%，如果結石卡在只有0.5公分管徑大小的輸尿管內，則會形成劇烈疼痛，有人說這種疼痛指數直逼女性生產的疼痛，可說是一點也不為過。

結石造成輸尿管阻塞

江百凱醫師做了一個很好的比喻，他說：以馬桶與水管來比喻泌尿道結石再貼切不過，馬桶就像是腎臟，由於容量大即使阻塞也不容易察覺，等到水管（輸尿管）不通時才會發現阻塞嚴重不得不請修處理；藏在腎臟內的結石除非太大或另有感染發炎，很少會造成病人不適，通常都是因為其他腹部疼痛問題經X光檢查後才發現，但若平常排尿時合併有血尿、腰痛、小便疼痛等類似膀胱發炎等症狀，就要格外注意。

結石隨著尿液排出體外的同時會有疼痛感，而每個人的耐受度又不盡相同，如果疼痛感在2~3天後突然有了改善，有可能結石已經順利排出體外，也有可能是結石卡在輸尿管內時間一久痛覺不再敏感所致，此時需先確定結石位置，並給予止痛藥、利尿劑及輸尿管平滑肌鬆弛劑，讓輸尿管產生彈性與收縮後，再藉由大量喝水，增加尿量，讓結石因輸尿管蠕動擠壓而順利排出體外。

血尿患者早期應有警覺

除了因為疼痛或血尿而發現結石作祟之外，部分民眾在拿到健康檢查報告發現尿液有潛血反應時，也會感到恐懼而找上泌尿科。江百凱醫師表示，任何不正常的血尿或是潛血反應都應該盡量找到引發此症狀的原因；過去就曾有病人尿液有潛血反應，但因為除了小便偶有不順之外沒有任何不適症狀，後來實在不放心到了泌尿科追蹤，經膀胱鏡檢查才發現罹患早期細胞黏膜癌病變，緊急處理後並持續定期回診追蹤獲得治癒。

結石的成分多達32種以上，最常見的草酸鈣占75~80%，其次是磷酸鈣（10~15%）及尿酸結石（5~10%），而結石產生的原因可能因為體質或日常生活習慣不佳所影響，由於結石復發率高達七成，因此，根本解決之道仍會希望病人回歸水



☞ 正確的喝水應該是每10分鐘喝一小口，200c.c.的水以1個小時喝完為準，一天24小時內，扣除睡眠或不方便水分攝取時，在活動中的12小時便可以喝到2400c.c.。☞

分攝取增加，高危險群須留意日常生活，必要時再搭配飲食習慣的改變，即可以擺脫「石頭族」的危險。

結石好發族群需定期追蹤

一般而言，若一年平均結石復發1~2次，且一次結石數量為2~3顆或以上者，則會被列為是結石的易復發族群，不過，草酸鈣結石者其實並不需要特別限制飲食攝取，以掌握均衡飲食原則即可，江百凱醫師提醒，擔心結石的人常常會限制鈣質攝取，但若體內因鈣質的缺乏，將更容

易從骨質中溶出，反而造成骨質疏鬆的問題，對結石的改善也沒有幫助。

目前健保給付每三個月一次腎臟超音波檢查，針對高危險群的病人可以藉此早期發現是否有腫瘤、小結石或腎水腫，及早發現將可以使後續治療達到最適切的效果。

打擊碎石幫助排出

結石的治療最為人熟知的體外震波碎石術，可以針對腎臟或輸尿管結石，藉由體外震波方式，將石頭打碎變小後自行隨尿液排出體外，但此方法較不適用於服用抗凝血劑

藥物的病人，以免因內出血而產生危險。

近年來較常使用的輸尿管鏡則是以內視鏡方式，深入輸尿管中將結石以雷射打碎取出，此方式病人出血量較少，恢復也較好。至於腎臟內結石則可採用經皮腎臟造瘻碎石術或軟式輸尿管鏡，將腎臟內較大的結石打碎後清出，解決泌尿道上端結石的困擾。

除了上述的方法之外，傳統以開放式開刀取出結石的方法，則因對病人危險性相對增加，也造成病人因傷口大導致恢復時間較慢影響，近年來已漸漸較少使用。

值得提醒的是，不論是採行上述哪種治療方式，都應遵從醫囑定期後續追蹤，以早期發現並予以治療。

如果就醫時輸尿管結石不大且數量不多，臨床上不一定立即需要手術治療，一般在藥物與喝水、排尿問題改善的情況下，可觀察4~6週後再做適合的評估，若結石留在原地完全沒有排出的進展，才會建議提早採取積極治療，以免因為時間太久若產生腎臟積水影響腎功能，則會造成不可逆的傷害。

白開水最好 啜飲取代牛飲

滾石不生苔，多喝水是告別結石的最好方法。體水分會從尿液與皮膚流失，夏天皮膚汗水流失每日平均約700~800c.c.，為



達到排尿量2000c.c.的標準，一天喝水量建議最好要超過2800c.c.，盡量不要喝礦泉水或飲料，乾淨煮沸後的白開水，就是最好的選項。

此外，喝水也得講求「正確」方法。江百凱醫師表示，改變過去喝水的暢飲方式，建立正確的喝水習慣，才能讓身體持續補充水分，避免一次牛飲太多而感到腹脹。

正確的喝水應該是每10分鐘喝一小口，200c.c.的水以1個小時喝完為準，一天24小時內，扣除睡眠或不方便水分攝取時，在活動中的12小時便可以喝到2400c.c.，若再加上飲食中含有的水分，則應該可以輕鬆達到建議攝取水量的標準值。A

有人以為多運動跑跳是否也可以讓結石因身體律動後加速排出體外？江百凱醫師表示，泌尿道結石仍以充分水量讓其結石順利排出體外為原則，只是運動並不會讓結石排出體外，反而要注意運動量增加，汗水流失後的補充水分將更加重要，不然反而本末倒置。



前進泰國曼谷三大創意聚落



圖·文／李居翰·資深媒體記者

走一遭泰國曼谷，這裡充斥著混雜過去與現在的多元元素，在最高等級五星級酒店旁的轉角巷子，轉兩個彎可以看見道地飲食或是尋常百姓家。有人說這是一種落差倒不如認為這是對多元意見的兼容並蓄，泰國的藝術文化到設計產業，這幾年喊得大聲，對於文創商品當道的當下，東南亞的設計與台灣的確走上不同路數，藝術、設計之間的範疇上看似分開，卻又以一種生活方式出現在最靠近人們的所在。如果來一場快速密集式的巡禮，搭乘泰國曼谷空鐵同一條線上，由南至北正好三個循序漸進從設計跨越藝術的重要聚落。如果你只是一般喜歡設計的旅人…

1 / 位居精品百貨之頂·TCDC

旅人首次踏進曼谷市區，絕對能夠體驗到百花齊放泰式熱情的交通狀況，而空中鐵路BTS（Bangkok Mass Transit System）又被稱為Sky Train，以蘇坤蔚線（Sukhumvit Line）及席隆線（Silom Line）兩條支線貫穿曼谷的中心區域，更是觀光旅人以及在地

人重要的交通工具。在這兩條空中鐵路就囊括了許多重要景點，尤其百貨公司恰如其分地與BTS空鐵站搭起空橋連結，更省下了許多路程。泰國創意設計中心（Thailand Creative Design Centre，TCDC）在空鐵Phrom Phong站的The Emporium百貨6樓，選在高檔百貨樓上的TCDC一直扮演泰國設計產業的重要推手，除了舉辦相關展



TCDC採會員制，提供設計書籍、雜誌，還有材質資料可供會員使用。



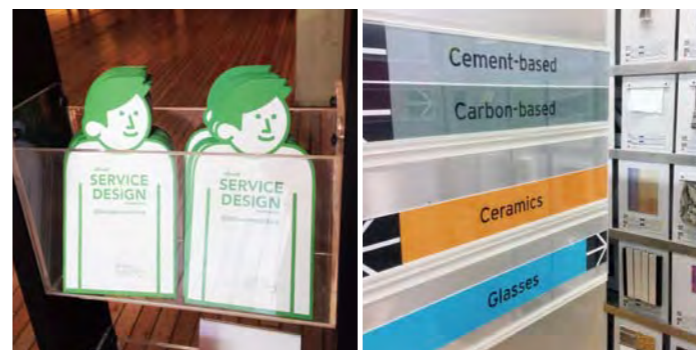
覽之外，TCDC經營的圖書館最著名的還包括與材質廠商合作的材質庫，申請成為會員可以直接掌握材質商所提供最新的材質趨勢與豐富資料庫，位於便捷位置的圖書館還能坐擁一大片公園、市景。不管你喜不喜歡設計，來這裡感染一下氛圍，也能为接下來如果要進商場血拼的人提供歇腳處，此外這裡還有非常多的名椅，像是新藝術運動時期重要的紅藍椅、巴賽隆納椅、Wegner、Eames等讓許多設計人會失心瘋的經典款式，不少你沒機會實際體驗到的椅子，這邊進都隨你選擇。

在泰國百貨公司可以看到單位面積都不小，品牌展示的機種也是盡可能將實體擺出，泰國電子商務方面近年來也持續加溫，不過受限於網路覆蓋率的普及程度還有一般

民眾使用智慧型載具的比例，讓不少主力消費群仍是到現場看實體方式購物，因此在百貨公司裡頭看見Maserati、Rolls-Royce、Lamborghini等汽車奢華品牌在裡頭設櫃，甚至一同展示選配套件。家電用品也是極盡可能展示所有機種，這是初次走進泰國百貨公司最有趣的其中一項觀察。

2 / 藝術文化匯流巨塔·BACC

離開Phrom Phong站繼續往北到BTS兩條線的交會轉運站，眾多人潮往來這裡就是暹羅站（Siam），同樣是個BTS與百貨共構的大站，這裏入夜可以看到泰國曼谷夜生活的極致魅力，兩邊沿著地鐵搭建的百貨商場隔著對街互別苗頭，在精品林立的百貨商場當中，街邊道路也不得閒，帶上一兩百泰銖就夠你吃喝走跳嘗盡在地美食，琳琅滿目的店招牌或菜單上都貼心寫上英文對照，讓觀光客能夠在最具現代的消費之地感受在地步調。在觀光客必訪的暹羅下一站National Stadium旁，泰國曼谷藝術創意中心（Bangkok Art & Culture Centre，BACC）是逛商場外的另一選擇。BACC的創始初衷就是創造一個可以相互討論與對話的空間，



同時開放場域歡迎有更多活動結合公私部門在這裡交流，進一步，地下室有圖書館，一樓開始向上如同流行商場一般可環顧四週，每個樓層的特色商家包含塗鴉用具專賣店、特色書坊、小型展演空間、專業顏料商店、遴選泰國在地與海外的設計概念店等等。在BACC的建築物當中，偌大的空間留給採光明亮的天井，保留大量留白一直是藝術展演空間中最

重要的那塊畫布，螺旋式的走道向上延伸，向上堆疊的空間加上中央貫穿的電扶梯，讓人有如朝聖般的看展。在BACC的空間當中，不那麼強調設計，反倒是文化與藝術之間可以產生更多與人民接觸交流的機會，而這一陣子在環形展示空間，更有許多以當地

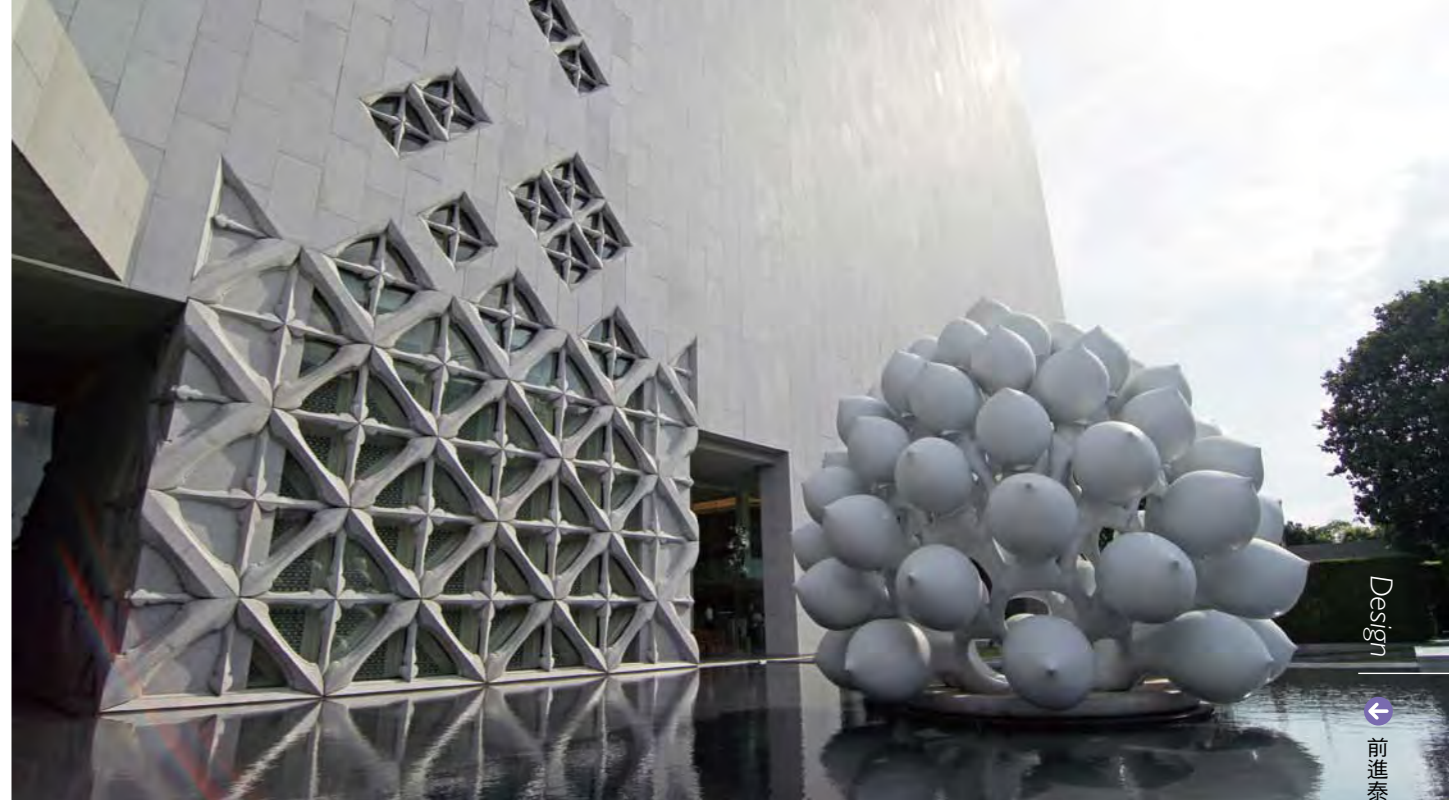
BACC偌大展区裏頭有許多專業店家，提供手作以及體驗空間。

特色設計衍生的文創商品讓大家一覽全貌。

PhotoBangkok 2015現在就舉辦了國際相片節（International Photo Festival），這次曼谷藝術文化中心（Bangkok Art Cultural Centre）主題以「PAUSE」從在地歷史、文化、社會的面向檢視東南亞各國幾個重要城市，包括吉隆坡、新加坡、仰光、胡志明市、永珍、曼谷等等。東南亞的國家文化背景屬性有許多相似部分，因此透過單一主題策展單位以照片形式描繪藝術家對於社會的批判觀點，而這些現實中上演的鄰家生活是許多人真實寫照。

3 / 東南亞最高藝術殿堂·曼谷MOCA

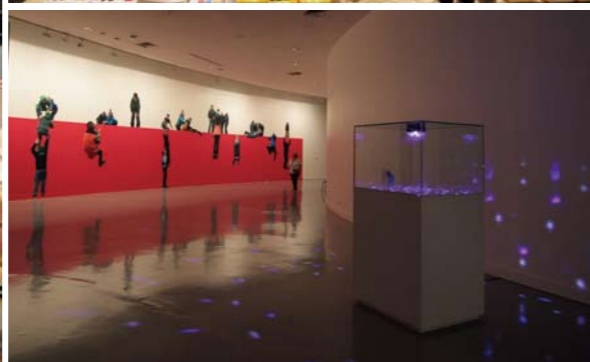
曼谷MOCA（Museum of Contemporary Art）是泰國BTS最北邊靠近廊曼機場最近的



曼谷MOCA是東南亞唯一的當代藝術中心，超過800件以上的收藏品。

高架鐵路站Mo Chit，在這站下車的人們大部份會走向旅遊書上介紹的必逛景點恰圖恰市集，不過由於MOCA附近道路仍有許多未開發地區，因此到達該地超過5公里的距離在無大眾工具的情況之下勢必只能搭乘計程車前往。在2012年落成的曼谷MOCA，為探索設計到藝術之路的旅人補上最後一塊拼圖，在這裡有許多品質豐富的常設展覽，如果對於泰國在地的藝術家有興趣，這裡所選進的作品品質無庸置疑是個藝術殿堂，像是泰國最知名的國際藝術家之一Thawan Duchanee，以外還有Tawee Nantakwang、Chakrapan Posayakrit等等。泰國曼谷MOCA是東南亞唯一的當代藝術中心，其地位更具指標性，館藏有超過800件以上的畫作、雕塑等等，集結了藝術涵養與價值突出的作品在內。尤其來到曼谷MOCA裡頭有一個必看的永久展覽，是由Chalermchai Kositpipat依照地獄、人間、天堂的泰國佛教觀製作的巨幅創作《The Three Kingdoms》，位於MOCA

展示廳的最高樓層，在進入展區之間會經過狹小、黑暗的銀河隧道，象徵穿越時空，走出來後映入眼簾最具撼動力是四周挑高的頂樓展間，直接以自然光灑在創作上且必須仰頭才能觀看整幅作品，細膩描繪三種世界的不同狀況，有趣的是在人間可以看到許多歷史上重要的人物，像是手上拿著iPad的賈伯斯、瑪麗蓮夢露、麥克傑克森、毛澤東、希特勒等許多人，如果想要仔細觀看記得帶上望遠鏡，好好觀察藝術家所描繪的人間到底還有等待你挖掘。A



震旦博物館的兒童教育活動



圖·文／震旦博物館

博物館承載著國家民族的歷史文化，貯存著社會文明的關鍵記憶。孩子則是未來世界的主人翁，在學校教育之外，應當讓孩子親近博物館、接觸本國與國外的多元文化，幫助他們在面對現代化與全球化的時候，保有人文底蘊與文化自信。這就是博物館教育推廣的重要目標之一。

讓家庭更親近博物館

秉持「保護·傳承·奉獻」的理念，震旦博物館自開館以來，多次舉辦兒童教育活動，不僅獲得家長和孩子的歡迎，也得到了社會各界的好評，讓博物館的館藏優勢得以充分發揮。在活動中，孩子們也能得到學校和家庭教育之外的知識補強，可以預見，未來將有越來越多的博物館在兒童教育方面發揮積極作用。同時，兒童教育活動也是實踐博物館經營理念

「學術生活化」的最好機會，是帶動家庭親近博物館最有效的方式。

在各項親子活動中，墨西哥環保紀錄片《帝王蝶的遷徙》受到各界熱烈的歡迎。12場放映會與親子活動，場場座無虛席。透過紀錄片與蝴蝶標本展示，除了理解帝王蝶的生態樣貌之外，親子折紙活動與現場問答更加深了大家的環保意識，整場活動溫馨而深刻。「我們的幻彩世界」親子活動以「在創造一當代藝術在震旦」展覽為學習對象，鼓勵孩子們使用不同材料和色彩，大膽進行對



「超萌藝術實習生」正在為小朋友觀眾導覽。

兒童教育活動作品展示。

展品的模仿與全新詮釋，實踐自己的獨特創意和藝術靈感。

從館藏特色與中華文化出發，「超萌藝術實習生」活動，精心設計了相關課程，讓孩子們學習到陶俑、玉器、青花瓷、佛教造像等文物的基礎知識，並瞭解到文物背後的有趣故事和生活智慧。同時，通過繪畫、拼圖、記憶遊戲等靈活的方式，激發小朋友的熱情、記憶能力和對中華文化的熱愛，培養出一批「藝高膽大」的兒童導覽員。每場導覽活動，他們都表現得如同專業人員一樣，口齒清晰、自信滿滿地介紹著館藏文物，並與現場觀眾熱烈互動。

孩子們與光影的對話

8月2日「畫影之間：張恩利×杜可風」展覽的首場親子活動隆重登場，孩子們與家長共聚震旦博物館，在歡笑聲中度過了一段充實的夏日時光。

震旦國際大樓二樓水晶廳中的當代藝術展覽，陳列著由紙箱拼裝而成的巨大「空房間」。「紙箱是用來做什麼的？」「紙箱裡有什麼東西呢？」孩子們興奮不已，連番發問。在老師的帶領下，孩子們和家長共同參觀展覽，慢慢地在帶有杜可風個人獨特風格的影像作品以及張恩利夢幻的



觀看《帝王蝶的遷徙》後孩子們動手折蝴蝶。

「我們的幻彩世界」活動鼓勵孩子們大膽模仿與創造。

“ 兒童教育活動對孩子和家長來說都具有極為特殊的意義。這些活動從小培養孩子對文化藝術的興趣，讓熱愛藝術的種子萌芽紮根，並在輕鬆活潑的氛圍中傳播知識。同時，以家庭為對象的活動推廣也有利於培養更加親密的親子關係。 ”

窗貼作品中，解開光與影的創作意涵，讓原本活潑好動的孩子們都安靜下來，專心地體會這場光影之間的對話。

觀展後，孩子們迫不及待地開始自由創作，用畫筆描繪出黃浦江的景色，勾勒出江岸的建築線條，並在老師的說明下進行作品鏤空和拼貼的重組創作。這一過程讓孩子們深切感受到「光與影」的魔幻魅力，同時體會當代藝術在多元媒介與相互激盪下的多重美感。

即將推出「震旦學堂」

作為可以終身欣賞藝術、學習文化的重要場所，博物館的公共教育活動十分重要。震旦博物館開館以來就非常重視教育推廣，從三樓開始設有研究區，以「料·工·形·紋」四個分類幫助大家欣賞文物、識別文物、輕鬆學習知識。面對越來越多的知識需求，博物館也在與時俱進，積極展開更加多元豐富的活動。

兒童教育活動對孩子和家長來說都具有極為特殊的意義。這些活動從小培養孩子對文化藝術的興趣，讓熱愛藝術的種子萌芽紮根，並在輕鬆活潑的氛圍中傳播知識。同時，以家庭為對象的活動推廣也有利於培養更加親密的親子關係。

震旦博物館將在9月份推出「震旦學堂」親子活動。在活動中，孩子們將穿上

漢朝的服裝，在博物館學習有關動物玉器的美學知識後，打造自己專屬的「漢代動物園」。活動分為展廳講解、互動遊戲和現場創作三個部分，讓小朋友們先具備漢代文物的知識與設計美學，然後來到專屬的仿漢代建築中，和萌版的動物玉雕一起互動！最後，根據自己的創意，為神獸定制不同的圖案。九月開學後的週末，歡迎大朋友與小朋友們來到「震旦學堂」體驗與學習！ **A**



「我們的幻彩世界」活動中家長與孩子互動。

古器物學講座——文創設計專題 (8) 宣德龍紋的樣稿組裝設計



文／吳棠海 · 圖／震旦博物館

宣德時期的青花瓷器延續永樂時期的基調，除了將龍紋裝飾在瓶、罐、碗、盤等傳統器物外，也繪於外來的形制上，在一脈相傳的永宣工藝裡形成同中有異的風格。以下選取梅瓶、葫蘆扁瓶、碗、盤及天球瓶等五種器物，介紹宣德時期的龍紋設計。

一、梅瓶龍紋設計

宣德梅瓶亦呈小圓口、短頸、長腹上寬下窄的造型，龍紋作為全器的主紋時，大多位於圓闊的腹壁上，以雲紋、海水紋或壺門紋邊框等裝飾紋樣陪襯。

例如圖一為明代宣德時期的梅瓶，此器表面繪畫一個大龍紋，鼻吻上翹，嘴巴微張，頭部鬃毛如篋紋一樣朝上飄起，龍身上拱環繞一個小圓圈後，長尾往前蜿蜒，四肢上下開展，足爪張開如風車狀，爪子尖銳有力。

明宣德青花梅瓶
龍紋採回轉之姿，四肢上下開展，是配合瓶身上寬下窄的設計。(圖一)



明宣德 青花葫蘆扁瓶

葫蘆扁瓶是外來款式，正背兩面的龍紋採對稱性的獨立構圖。（圖二）

由於梅瓶腹部上寬下窄的緣故，所以將龍紋設計為回首狀，使龍首和前段身軀有較大的面積得以展現，並讓觀者從單一角度裡欣賞到龍紋的精華。其餘器表描繪獸面、雲紋及壺門紋邊框，則有補白和突顯龍紋神性的作用。

二、葫蘆扁瓶龍紋設計

葫蘆扁瓶是伊斯蘭地區外來款式，器身包含圓體瓶頭、窄頸、扁圓腹及綬帶形雙耳四部分，紋飾隨形體變化而布局。

例如圖二為明代宣德時期的葫蘆扁瓶，口沿至頸部環繞三角折線紋、卷草紋及朵花紋等三圈紋樣，腹部繪畫雲龍紋，由於腹部呈扁狀圓形，所以採前後分區、各自成紋的構圖。

龍紋為頭上尾下的升龍形態，修長的身體曲繞為S形，頭頸部的鬃毛成束飄起，肢肘處的關節毛橫向飄揚，與龍尾互相呼應，龍身周邊散布火燄紋和雲紋，近底部繪畫海水蘆芽崖紋，運用圓形的器面鋪陳出龍紋的氣勢。



明宣德 青花葵花式洗

此器呈葵花形，器內繪畫一個龍紋，身軀環狀蟠繞，是配合圓形內底的設計。（圖三）



明宣德 青花碗

此器以連續性的花卉紋，將前後二個龍紋串連成彼此呼應的整體。（圖四）

三、盤形龍紋設計

宣德時期的青花盤有敞口和折沿等樣式，盤體內外皆可繪畫龍紋，但因瓷盤器腹較淺，側壁面窄而內底面積較大，所以主龍大多繪於盤心處。

例如圖三為明代宣德時期的青花洗，此器呈葵花形，外壁配合葵瓣形狀分為十個區塊，每個區塊皆有一個小龍紋，盤心如圖所示，繪畫一個體型較大的龍紋，昂首挺胸，四肢朝外展開，龍身順著圓形的器面向上環繞，構成團龍的樣子，周邊填飾若干雲紋補白。

類似的紋樣亦可見於北京故宮博物院所收藏的青花雲龍紋盤上，該器除了盤心處有團龍外，盤壁內外也以向前遊走的行龍為飾，是配合環狀器面所做的變化。

四、碗形龍紋設計

宣德時期的青花瓷碗有直口和敞口等樣式，尺寸大小不一，碗體內外皆可繪畫龍紋，通常以外壁龍紋為主。

例如圖四為明代宣德時期的青花瓷碗，此器的口沿外敞，器腹略深，底下具有圈足，口沿內側環繞一圈帶狀蓮花紋，碗心處描繪一個體型較小的穿花龍紋，碗體外壁繪畫二個較大的龍紋，其中一龍昂首挺胸，邁步前行，另外一龍則作回首狀，密布的纏枝蓮紋構成連續性的場景，彷彿二個龍紋繞著瓷碗前後追逐一般。

類似的器物亦可見於北京故宮博物院所收藏的青花雲龍紋碗上，二者皆以橫向延展的方式環繞器壁一周，正是配合環狀器面所做的設計。

五、天球瓶龍紋設計

天球瓶也是外來的款式之一，它的造型特徵為圓口、直豎頸，腹部飽滿如球，器底微凹無釉，通體繪畫雲龍紋作為裝飾。

例如圖五為宣德時期的天球瓶，此器外表繪滿青花紋飾，口沿處描繪一圈卷草紋，其餘器表圖繪雲龍紋。龍首翹鼻張口，向後回轉，頭上的鬃鬣成束飄起，四肢撐開做跨步狀，體表細繪鱗片，背脊上的脊板極為清晰，腿部以曲折的輪廓線表示有力的肌肉與關節，肘肘處的關節毛長如飄帶，趾爪尖銳如勾。

由於天球瓶的頸部較窄，所以該處用雲紋補白；腹部圓闊如鼓，因此加大龍紋的體型。伸入瓶頸處的翹鼻產生龍首上仰的效果，粗長的身軀由器腹下方斜轉而上，以波狀起伏的狀態環繞圓腹一周，充分運用球形腹部的優勢來拉長龍身，也讓欣賞者在觀看此瓶紋飾的時候，必需轉動瓶身才能看到完整的龍紋。

此種「一轉龍首、二轉龍身、三轉龍尾」的布局，展現出「一統山河」的帝王氣勢。相同的作品亦可見於台北故宮

明宣德 青花天球瓶

天球瓶的腹部圓闊，龍紋採橫向S紋布局，首、身、尾各霸一方，氣勢頗為雄壯。（圖五）

博物院和北京故宮博物院的清宮舊藏裡，是明代宣德時期的代表性器物。

雖然宣德青花的鈷料種類、龍紋形態及繪畫技法都傳承自永樂時期的基礎，但是設計者仍然運用相異的構圖布局，使此時期的龍紋產生獨特的美感。下期將以折枝花卉紋為題，介紹明代青花瓷的設計美學。A



館藏精粹賞析



青花瓷器自元代興起以來，以筆蘸取鈷料繪畫紋飾為其最主要的裝飾技法，其紋飾題材既有裝飾性的幾何花卉紋樣，也有蘊含時空背景的圖畫題材，如本期所要賞析的嬰戲圖大罐即是。

文／吳棠海·圖／震旦博物館

此器 具有大圓口，口沿向外突出為唇，頸部短直，肩部豐圓，腹部外擴如圓鼓狀，腰部以下逐漸收窄，近似聳肩提腹的造型，罐底微向外撇，器底圈足較淺，是延續早期的傳統形式。胎質略粗、呈色灰白，釉色乳濁微泛青白，則是嘉靖時期的胎釉特徵。

瓷罐表面的青花顏料以石子青加回青

調合而成，顏色深濃厚重，並有藍中帶紫的現象。圓唇下方勾勒一圈弦紋，頸部留白，肩部繪畫四個橢方形的開光，開光內部填飾折枝花果紋，開光外側用細筆繪畫繁密規整的紋樣，俗稱「錦地」。

圓鼓的腹部通體描繪孩童玩耍的場景，每個孩童的頭部和身體比例較大，腿部比例較小，三三兩兩的在庭院中聚集玩耍，形態或靜或動，各不相同，孩童周邊圍以花草樹石、欄杆及雲朵，習稱「嬰戲圖」，近底部則以蓮瓣紋為飾。

所有紋飾皆採長筆平塗法繪畫，填色部分色澤均勻，濃豔一致，畫風頗為平實。類似的器物亦可見於北京故宮博物院的清宮舊藏裡，是此一時期的典型器物。A

明嘉靖 青花嬰戲圖大罐
高35公分／震旦博物館提供



BOOK

震旦博物館出版
叢書介紹

春秋玉器

春秋 玉器介於西周與戰國之間，除了具有承先啟後的過渡期風格之外，也有獨特的自體性特色。本書蒐羅290組件春秋時期玉器，品類包含禮瑞用器、喪葬用器、佩飾用器、嵌飾用器、兵器用玉、似玉材質及改形玉器等等，內容頗為豐富。本書前面收錄古玉專家吳棠海先生撰寫的「古器物學研究—春秋玉器概論」一文，提綱挈領的介紹春秋玉器的特色，對於春秋玉器的鑑賞有極大的助益，是愛玉同好不可或缺的好書。 **A**

【內容精選】

- 1、本書依照形制功能分類，對於春秋玉器的使用方法一目了然。其中包含多組佩飾器、玉覆面，以及罕見的全套玉具劍，十分難得而珍貴。
- 2、各件器物附加詳細的說明，讀者可以按圖索驥，瞭解每件玉器的紋飾形狀與布局方法，以及特殊器物的成形方式。
- 3、彩圖數量豐富，並有拓片和線圖的輔助，讀者可以輕鬆自在的悠遊於春秋玉器裡，體會春秋玉器獨樹一格的美感。

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、榜林文物書店、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



春秋晚期 玉組佩



春秋晚期 龍紋玉戈



震旦集團第一屆「傳善獎」得獎名單公布

捐助總額六千萬 傳遞善念生生不息

傳善獎

圖·文/震旦集團

「傳善獎」由震旦集團陳永泰公益信託主辦，聯合勸募協會協辦，鎖定中型社福機構參賽，於2015年3月1日正式啟動後，共有71家符合資格的中型社福機構申請，涵蓋兒少、婦女、高齡、身心障礙、疾病、社區及藥酒癮等不同服務面向。

聯合 勸募協會特別邀請相關領域深具公信力的專家、學者及實務工作者，組成評審小組，經過5個多月嚴謹的實地審查及討論，最終由「張秀菊基金會」、「現代婦女基金會」、「永信社會福利基金會」、「脊髓損傷潛能發展中心」、「癌症希望基金會」等5家機構得獎。

每家得獎機構將由震旦集團陳永泰公益信託提供每年400萬、連續三年，共1,200萬的經費捐助。長期穩定的經費捐助，有助於得獎機構放手去創新、去提供弱勢族群更好的服務，更期望這些機構可以藉此機會成長茁壯。

「傳善獎」歡迎您加入傳善的行列

請上傳善獎網站，或是加入傳善獎的臉書粉絲團，就可以看到更多值得您認識的社福機構。

- 傳善獎網址：www.auroratrust.org.tw
- 傳善獎Facebook粉絲團：www.facebook.com/spreadconscience

震旦集團表示，台灣有很多善心人士及優秀的社福機構，只是大型社福機構知名度夠，募款相對容易，所以「傳善獎」鎖定由中型社福機構參賽，就是希望這些做得好但知名度不夠的中型社福機構，可以藉由「傳善獎」的肯定，讓更多企業及社會大眾去認識它、認同它、進而參與這些機構的公益活動。

傳善獎就是希望建立一個善性循環，讓優秀的社福機構獲得長期穩定的捐助、進而讓弱勢族群獲得更好的服務、更讓社會大眾的善心可以流向這些得獎機構。如此善念循環、生生不息，就是傳善獎設立的目的。 **A**

伸出援手傳遞愛與溫暖



01_志工同仁與雲林信義育幼院院童一同製作許願氣球。

圖·文／震旦集團

「震旦50·溫暖隨行」公益行動，為育幼院孩子們獻上溫暖的陪伴外，並捐贈『文創保溫瓶組』給全台院童，鼓勵孩子將物品重覆利用，減少對環境的傷害。

7/4 > 雲林縣·信義育幼院

由互盛雲林分公司的陳俊全經理帶領分公司同仁前往關懷，舉辦故事有獎徵答和許願氣球DIY活動，現場不論大小朋友都玩得不亦樂乎。陳俊全經理表示，同仁全力以赴參與公益，在活動一開始先讓育幼院的大小朋友融入在說故事的情境中，搭配有獎徵答讓參與的小朋友充滿期待。並在心願氣球DIY活動中互動接觸，讓院方大小

朋友玩得不亦樂乎、滿載而歸。

7/4 > 屏東縣·青山育幼院

同天，互盛屏東分公司的邱振雄經理也帶領分公司同仁前往屏東縣的青山育幼院，舉辦慶生同樂會及闖關遊戲，陪伴院童度過歡樂的時光。邱振雄經理說，深深感受到青山育幼院創辦人黃俊仁院長奉獻無私的大愛精神，令人敬佩。現場與院童互動熱鬧又歡樂，也令



02



03

02_志工同仁與青山育幼院完成闖關遊戲關卡，現場熱鬧的宛如小型運動會。

03_同時也為青山育幼院生日院童慶祝生日。



04

04_一同協助桃園育德兒童之家，把堆得像座小山的廢土剷平移除。

05_志工同仁教導台南天宮育幼院院童生火烤肉技巧。



05

我感動的是同仁、志工及眷屬們自動自發與現場小朋友互動關懷，也讓我們感受到活動真正的意義，將溫暖繼續傳遞每人心中。

在短短的兩個小時裡，讓兒童之家看起來煥然一新，也獲得院方高度的讚賞。

7/11 > 桃園縣·育德兒童之家

由互盛中壢分公司的楊志成資深經理帶領分公司同仁前往關懷，集團志工不畏昌鴻颱風剛過境，依舊帶著愉悅的心情前往機構協助環境整理，讓院童有個煥然一新的家。楊志成資深經理表示，每位同仁懷著喜悅愉快的心情來到育德兒童之家。把每間教室及寢室的玻璃都擦得乾乾淨淨、一塵不染，也將報廢的嬰兒車全部拆解排列整齊，一堆像小山丘的廢土也在大家（愚公移山）的努力精神下剷平移走，最後發揮團隊合作的力量，

7/18 > 台南市·天宮育幼院

由互盛東台南分公司的李文明資深經理帶領分公司同仁前往關懷，精心準備一場歡樂烤肉趣Party，陪伴院童一起熱鬧過暑假！李文明資深經理說，這次藉由團康活動及烤肉和院童互動並分享愛，了解自己是幸福的，應當珍惜身邊的人、事、物，並一同呼籲大家在社會陰暗的角落原來，還有很多我們看不見的弱勢，需要大眾更多的力量，伸出援手幫助更多的人。A

▶新竹市智障福利協會趙振國理事長（前排右二）接受震旦辦公家具捐贈，由互盛公司施建興資深經理（前排右三）率團隊代表致贈。



震旦捐愛助礙，一起陪伴來自星星的孩子

身心障礙者離開學校後，只有五條路能走，除了在家照顧外，能力好的到職場去工作（加油站等）、能力稍弱的到庇護工場去（喜憨兒麵包坊），仍要訓練的到社區式小型作業所（仁愛工坊等），需要大量照顧的到大型照顧機構（仁愛啟智中心等）去接受照顧。但是其他能力稍好者，無法進入日間托育，也進不了社區式小型作業所，他們該何去何從，面臨很大的考驗。

為此，新竹智障協會成立「恆星學坊—身心障礙者社區式日間照顧服務中心」，期望以是一間可以讓父母

就近安心的社區式日間照顧據點，照顧著高中畢業後何去何從的身障者們。並在今年中心設立初期，向震旦集團提出辦公物資需求，在接收到同意捐贈的訊息後，社工感到欣喜若狂，獲得捐贈四張電腦椅與三張辦公桌，協助教保老師的辦公事務，其中電腦椅成了孩子上課中的輔助工具，透過兩個扶手支撐起他的身體，能夠跟其他同學一起在桌子上課，也成為孩子下課時可以當溜冰椅的獎勵，學生們一點一滴的進步，從辦公用具變成了課堂上的輔具，將捐贈的愛一起陪伴這一群身心障礙者，也邀請大家一同加入公益行列，讓你的愛走進他們的人生。



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44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

- 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) 2345-3068 | 金儀公司 (02) 2345-8018
互盛公司 (02) 2747-6789 | 宜陸開發 (02) 6600-2168 | 通業技研 (02) 2999-1520 | 震旦雲端 0800-710666

辦公樂。活。趣。

提供您高效率的辦公設備，讓工作變的更有趣!!

互盛提供最完善的辦公室全方位解決方案，不僅提供辦公室內所有的硬體設備，更導入高效能的軟、硬體服務，讓您無需為設備整合而煩惱，輕鬆簡化您的工作流程，使工作任務更快速、更有趣的解決。

f 辦公樂活趣

互盛 互盛股份有限公司
105 台北市健康路156號3樓
電話 / 02 2747 6789
傳真 / 02 2747 1999
客服專線 / 0800-212506
eosasc.com.tw

| 互盛服務 專業快速 |

禪風主管家具系列

觀自在

Zen Executive Furniture Series

"ZEN·觀自在"主管系列，將東方禪意融入現代辦公生活，延伸於空間，隱約於自然。既是現代平衡美學的極致昇華，又保留了東方人的文化歸屬感，擁有大隱隱於市的從容與寧靜。

