

震旦 AURORA

AURORA MONTHLY

名人講堂
CELEBRITY TALK

從上戲到上櫃的文創路
邁向東方迪士尼



霹靂國際多媒體董事長 黃強華



明永樂 青花雲龍紋天球瓶

2015年6月號 No.527

1971年7月創刊 · 發行43年11個月

職涯專家認為，工作在30歲時必須「定錨」

未來人才 在這裡

藝文饗宴
ARTS PLAZA

明代玉壺春瓶
的創新設計

on your way

50週年特輯

SPECIAL REPORT

以精緻服務
創造「夥伴」價值



電子書上架!

找對一個專業領域深耕，未來職涯才會愈爬愈高。機會是給準備好的人，
打造未來黃金職涯，請現在開始做出關鍵決定！

震旦月刊
AURORA MONTHLY

歡迎訂閱

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

薪資的背後

正值 鳳凰花開的季節，又將有大批新鮮人進入職場，萬物皆漲、唯獨薪水凍漲，已經是所有上班族的心聲。要如何在現今環境下，找對專業領域深耕，未來職涯與薪資水平才會愈爬愈高？機會是給準備好的人，打造未來黃金職涯，請現在開始做出關鍵決定！

職涯專家認為，工作在30歲時必須「定錨」。多元環境下的多元人才得用更多元的方式來教育，本期以「未來人才在哪裡。」邀請讀者一同思考該如何為自己或是下一代營造開放、彈性的環境，培育未來人才。

104獵才資深副總晉麗明說，知識經濟時代，人才成為致勝關鍵，尤其在人才斷層問題嚴重的現在，應該打造一個有別於以往的教育環境，結合創業精神，發揮創意解決問題，同時在學習中積極跨界交流，建構一個嶄新的人才養成搖籃，才不會在人類科技的轉捩點被邊緣化！

經緯智庫台灣分公司總經理許書揚談台灣人才何去何從時指出，唯有緊密掌握全球人才趨勢動脈，不斷惕勵自己、加速學習，主動迎接各項挑戰，才能為自己從台灣就業的紅海市場殺出，在全球就業市場上嶄露頭角，提升國際人才競爭力，為未來做更好的準備。

根據2015年《Cheers雜誌》的調查，「不錯的薪水與獎金制度」是新鮮人與企業一致認為最重要的工作條件；在抗議薪資未漲的同時，也應當知道自己未來想要做什麼，有能力做什麼才是最重要的事。A



《震旦月刊》主編

蘇美琪 Maggie Su

震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1號創刊，2015/6/1出版

發行 震旦股份有限公司

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。本刊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。

32 讓您看見更多的承諾
More, 設計背後的故事
圖·文/震旦家具

34 通業技研啟動全台 3D巡迴推廣計畫
協助產業知識升級 強化市場競爭力
圖·文/通業技研



A p.08 知識經濟時代，人才是致勝關鍵。



A p.16 藉由+-x÷, 讓策略執行。



A p.20 霹靂國際多媒體董事長 黃強華



A p.32 More沙龍榮獲2014金點設計獎。



A p.40 microMAX電動車



A p.44 羽人騎神獸

編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 薪資的背後
文/蘇美琪

封面故事 COVER STORY

06 如何成為搶手人才
整理/蘇美琪

08 夢幻人才創造未來商機
文/晉麗明

12 談台灣人才何去何從
文/許書揚

經營廣場 Business

16 +、-、x、÷強塑執行力！
文/張寶誠

名人講堂 Celebrity Talk

20 霹靂國際多媒體公司董事長
黃強華—從上戲到上櫃的文創路
邁向東方迪士尼
整理/蘇美琪

震旦50週年特輯 50TH SPECIAL REPORT

24 以精緻服務，創造「夥伴」價值
圖·文/震旦集團



樂活人生 LOHAS LIFE

36 自我覺察重新回歸內心狀態
上班族 你開心嗎？
文/王紀蕙

玩味設計 DESIGN

40 趨向未來的嶄新概念車
瑞士設計，走自己的路
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七
遨遊周章的漢代神獸
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
傳統與創新—先秦兩漢動物玉雕
文/震旦博物館

49 古器物學講座—文創設計專題(5)
明代玉壺春瓶的創新設計
文/震旦博物館

53 館藏精粹賞析
明永樂 青花雲龍紋天球瓶
文/吳棠海

愛心公益 LOVE ACTION

54 震旦50·溫暖隨行
號召同仁親身參與 關愛院童享溫情
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！

知 識經濟時代，人才成為致勝關鍵，尤其在人才斷層問題嚴重的現在，應該打造一個有別於以往的教育環境，結合創業精神，建構一個嶄新的人才養成搖籃。

晉麗明 / 104獵才派遣事業群 資深副總經理 P.08

在 全世界人才流動的趨勢下，不斷惕勵自己、加速學習，主動迎接各項挑戰，從就業的紅海市場殺出，為個人的職涯開創更開闊的舞台。

許書揚 / 經緯智庫 (MGR) 及保聖那 (PASONA) 台灣分公司總經理 P.12

光 是思考，不會找到新的行動方式；要行動，才能找到新的思考方式。並善用「+、-、×、÷」讓全員，發揮自動自發的態度與專業精神，樂於分攤領導人的角色。

張寶誠 / 中國生產力中心總經理 P.16

霹 靂從傳統布袋戲轉為上櫃公司，是台灣文創產業上市櫃中的先行者，黃董事長說上櫃是為了延續傳統藝術的生命，有強而有力的公司體制，來取得人才、人脈、其次才是資金。

黃強華 / 霹靂國際多媒體公司董事長 P.20

瑞 士設計，是歐陸常被低估的一股潛藏勢力。這個內陸小國雖然資源不豐，但擅長以高附加價值的產品與服務「以小博大」，表現在設計領域上，亦不例外。

李俊明 / 資深媒體工作者 P.40



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 |

How to Become the Most-Wanted Employee? 如何成為搶手人才?

想要打破22K魔咒嗎?

成就未來的自己，就從培養自己做起，

現在起累積職場力，成為老闆搶著要的好人才！

Do you want to break the spell of earning 22k salary per month?

Start from developing yourself to achieve successful career in the future.

Build your competitive workforce NOW and become the popular employee around!

Prelude / 蘇美琪 ; Words / 晉麗明、許書揚



CHAPTER 1

夢幻人才創造未來商機

知識經濟時代人才是致勝關鍵



CHAPTER 2

談台灣人才何去何從

從世界觀到中國觀

1
CHAPTER

知識經濟時代人才是致勝關鍵

夢幻人才創造未來商機



Words / 晉麗明 · 104獵才派遣事業群 資深副總經理

網路、行動通訊、穿戴式裝置、物聯網、雲端、大數據，在科技穹頂下的人們已可窺見未來世界的趨勢與面貌，但是對於產業與個人而言，如何與未來世界接軌，還是一個待解的難題？

科技 革命引燃了人才爭奪戰，這個超越國界與地域的不流血戰爭，將成為企業成長茁壯最重要的戰役，中國企業阿里巴巴、獵豹移動、小米等都祭出高額資金，希望網羅台灣年輕世代的佼佼者，為企業注入源源不斷的活水，然而未來人才如何養成？什麼樣的環境、教育與價

值觀能為夢幻人才挹注養份，讓人才與未來世界無縫接軌？這是一個值得探討與關注的重要議題！

基礎知識與多元學習並重

時代愈進步，基礎知識的基底工程愈重要，就像建築摩天大樓，地基必

“讓新世代了解錯誤是成功的種子，整個社會與企業也要建立容錯的價值觀，才能趕上時代的腳步；未來人才需要創新思維及勇於嘗試錯誤的價值觀來孕育成長。”

須打得既深又穩；才能抵禦風雨、氣流及地震，我們體會到許多當紅的產業，物聯網、大數據、行動通訊，這些未來各行各業不可或缺的元素，其中包含的基礎知識及理論仍然是無可取代的養成教育，就像是武林高手必須從蹲馬步練起一樣。

然而未來的商業模式，不再是單一專業的時代，軟體+硬體+網路+行動通訊+大數據已是基本配備，文學、工程、藝術、傳播、金融、心理、行銷等等領域相互交織，更是跨域發展的主流；因此不論家庭、學校、企業、國家都必須在這個多元邏輯的趨勢中，建立讓學子廣泛學習的環境，才能打通培育未來人才的任督二脈。

「英雄出少年」是時代趨勢

資訊藉由網路與行動裝置大量傳播，現代的年輕人籠罩在知識爆炸的環境中；學習的管道經由網路，變得容易且快速；年輕世代的思維與經驗，已可借助大量資訊，在短時間內克盡全功。因此，可以預期的是，創業家年輕化將成為趨勢，我們應該及早開啟年輕學子的專業學習，讓專業人才的培訓與養成從國小或國中做起，才不會在全球年輕人當家做主的競賽中缺席。

每次錯誤都為成功加分

從小我們就被教育「不要犯錯」，甚至為犯錯付出被懲罰的代價，長大後我們不想、也不敢犯錯，所以我們只願意做十足把握的事；不肯挑戰未知，也不願嘗試錯誤。整個華人社會，將錯誤與失敗劃上等號，所以近一個世紀以來，重要的科技knowhow及世界馳名的品牌，大部份被歐美企業掌握。

漠視「錯誤背後的價值」，使得亞洲國家的創新能力低落，我們只能成為歐美企業的代工廠，出賣勞力，賺取微薄的利潤。

我們要在教育體系中重新詮釋「錯誤」，讓新世代了解錯誤是成功的種子，整個社會與企業也要建立容錯的價值觀，才能趕上時代的腳步；未來人才需要創新思維及勇於嘗試錯誤的價值觀來孕育成長。



學習為了創業，而不是工作

我們欣見許多大專院校積極建立創業育成中心，並開設「創業系」學程，台大電機系副教授葉丙成帶領的PaGamO團隊，於2015年4月取得鴻海科技600萬美金的投資，寫下台灣新創軟體團隊的新募資紀錄。

未來的人才一定要具備創業精神，因為只有立志成為創業家，才能在創業的過程中淬練自己，成為一等一的夢幻人才，如果我們要能跟上時代的腳步，就要藉由創業精神的灌輸，來培養世界級的頂尖人才。

“未來的人才不僅必須學有專精，還必須能夠辨識人才、並且跨界合作，這樣的能力將會是未來人才培育的顯學。”

解決問題，而不是等待機會

104人力銀行創辦人楊基寬先生勉勵年輕人：「不要消極的等待機會，應該要仔細觀察社會的問題，提出解決的方案，解決的問題愈大，愈能創立有價值的企業」，又有學者指出，大數據不是在解決現在的問題，而是要藉由數據資料的呈現與分析，找出未來問題，並創造新的商業模式。

未來的人才要能夠無可取代，就要能不斷的發掘問題，同時提出解決方案，這也是台灣學生最缺乏的特質；開始有老師推動「翻轉教室」的教學模式，試圖引導同學思考、發掘問題，並將知識運用在實務中；台灣教育的改革要真正以培養競爭力人才為宗旨，否則只會徒耗社會資源，也耽誤了年輕人的前途。



跨界團隊快速整合

當全世界都看好物聯網商機，「人人相聯、物物相聯、業業相聯」的時代快速展開，全球各地數以千萬計的創新團隊正以變形蟲組織模式，跨界整合資源與人才，人才交流進入3D立體的時代；未來的人才不僅必須學有專精，還必須能夠辨識人才、並且跨界合作，這樣的能力將會是未來人才培育的顯學，因為只有更精確、快速的團隊融合，才能匯集眾力，打贏這場未來戰役。

培育創造未來的夢幻人才

馬雲說，台灣資訊網路產業的發展是：「起了大早，趕了晚集」，主要是產業轉型升級速度太慢；政府政策、企業發展、人才養成，這條打造產業競爭力的供應鍊與世界趨勢脫勾，因此，如果我們要接軌未來商機，除了描繪發展的遠景外，建立一個人才的養成環境，是克不容緩的工作，我們無從遲疑，也不容迴避，因為人才戰爭已經開打。A

知識經濟時代，人才成為致勝關鍵，企業、社會、國家，都必須將人才培育視為最重要的任務，尤其在人才斷層問題嚴重的現在，我們應該打造一個有別於以往的教育環境，將人類求生存的本能結合創業精神；強化基礎教育、鼓勵挑戰未知、容許犯錯、發揮創意解決問題，同時在學習中積極跨界交流，建構一個嶄新的人才養成搖籃，才不會在人類科技的轉振點被邊緣化！



2
CHAPTER談台灣人才何去何從
從世界觀到中國觀

Words / 許書揚·經緯智庫 (MGR) 及保聖那 (PASONA) 台灣分公司總經理

在全世界人才流動的趨勢下，不斷惕勵自己、加速學習，主動迎接各項挑戰，才能為自己從就業的紅海市場殺出，為個人的職涯開創更開闊的舞台，得以在全球就業市場上嶄露頭角。

曾經 有個台商公司委託我們，在台灣尋找派駐中國的招募經理人選，職責主要是負責該公司在中國大陸的校園招募，我們在很短時間內，幫他們找到一個擁有超過五年台灣校園招募經驗的經理。人選是一個積極、能

幹的女性主管，但在她到中國報到三個月後，有一天主動告知我們她決定要辭職，我詢問她要離職的原因，她告訴我雖然她在台灣和中國都是在做校園招募，但是在中國大陸執行所面臨的挑戰難度遠比台灣來得高。



她入職後的首要任務，是針對中國大陸39所頂尖大學（985工程）一一拜訪。中國大陸幅員廣闊，要跑遍這些頂尖高校，必須馬不停蹄的安排連續出差行程，這個星期可能在冰天雪地的東北吉林大學，下星期又要飛到四季溫暖的廣州中山大學，舟車勞頓、氣溫差異之苦，是台灣人很難想像的，再加上很多時候，她都是隻身前往，在晚間航班抵達、揹著疲憊身軀出機場時，卻又要面臨深夜獨自搭乘計程車的恐懼，身體上的勞累加上心理上的煎熬，讓自己決定退出。

人才的「可移動性」成為趨勢

最近這幾年，台灣在失業率高居不下的情勢下，如何擴大本地人才的就業機會，成為政府及社會大眾所關注的話

題，也因此有愈來愈多的台灣人才選擇跨出台灣、走向國際，像這位女性招募經理前往中國大陸，去繼續發揮個人職場專長，擴展自己的就業舞台。事實上這十數年間，全球人才在網路資訊發達的推波助瀾下，以加倍的速度，跟隨市場成長板塊在國與國之間移動。人才的「可移動性」在這樣的趨勢下，也一躍成為企業找尋人才的重要選項之一。

想要參與全球人才市場的競合，首先必須具備的是國際觀，在面對國際人才流動的市場趨勢之下，與其抱怨薪資低落，不如以更積極的態度放眼全球，為自我尋找職涯發展更開闊的出口。但若想積極爭取國外工作機會，而又無英、日語等外語能力上的相對優勢，那麼就應該認真考慮將眼光放在大中華市場，尤其是仍持續高度成長、且身為台灣人

“ 想要參與全球人才市場的競合，首先必須具備的是國際觀，其次，人才的「可移動性」在現今趨勢下，也一躍成為企業找尋人才的重要選項之一。 ”

“面對全球的人才，尤其是對岸中國大陸的競爭者，台灣人所厚植的另一項重要軟實力是強烈的「企圖心」。”

又掌握中文語言優勢的中國大陸市場。

兩岸人民同文同種，曾經是否擁有台灣經驗，是中國大陸市場招募管理及專業人才時很重要的考慮因素，然而，隨著這十多年來，中國市場在全球化浪潮中的快速崛起，其本地龐大人才速食化的培育完成，讓台灣人才已不再擁有過去的優勢，現在必須與世界各地的人才，共同爭取中國大陸的各項工作機會。面對中國大陸劇烈的人才供給變化，台灣人才若想在求職競爭舞台上脫穎而出，加速培植個人關鍵硬實力與軟實力必須兼備，缺一不可，尤其是軟實力的部分，更是目前台灣人才所普遍欠缺亟需培養的。



培養快速適應文化的能力

在中國大陸就業，首重的軟實力就是快速適應文化的能力，文章一開始所提及的台灣校園招募經理的案例，最後失敗的原因，就是因為人選在中國大陸所遇到的困難，都是她在台灣職場期間所從來沒有碰過、甚至想像到的。面對中國大陸這種地理文化高度複雜的大型經濟體，除了必須具備進入市場所需的快速學習與適應文化的能力，更重要的是能將所面臨的各項挫折，轉化為繼續勇於接受挑戰的決心，才能持續就個人專業與當地人在職場上競爭，不致敗下陣來。

面對全球的人才，尤其是對岸中國大陸的競爭者，台灣人所厚植的另一項重要軟實力是強烈的「企圖心」。我在台灣各大院校的演講常發現，會選擇坐在演講廳前排座位，或在課程進行中主動提問的聽眾，百分之八十以上是來自對岸的交換學生。他們積極主動的表達及溝通能力，遠超過台灣的大學生。這也是我常與學校單位溝通交流時，建議學校要開設有國際觀課程的原因之一。從大專院校就讀期間開始培養個人的國際觀，不僅可以讓台灣學生從透過關心國際事務，開闊個人視野與思考面，更能藉由觀察全球競爭消長，進而激化個人的企圖心，以更積極的態度培養與強化個人能力專長。

有關硬實力的培養，該選擇學習哪些跨國專業知識，可以從台灣的最大國際貿易



國夥伴作為起點，也就是美國、中國、日本等國家，積極進行專業學習計畫，以建立個人在跨國商務上的核心競爭力。最快捷的方式是從中國下手，讓自己從了解中國實務，逐步擴展至具備處理國際事務的能力。以HR人力資源從業者為例，不僅知悉台灣的勞動基準法，也要學習中國勞動法；擁有會計專業的人，除了懂得台灣的所得稅法、考取相關證照，更應該了解中國的稅法，修習相關的專業課程。之所以需要主動加強這些貿易國的相關專業法令及實務技巧，在於這些都是未來投入職場時，最有可能在業務上會接觸到的專業面。這部分的專業學習計畫，就需要台灣

各大專院校的配合，主動開設國際貿易國的相關職類專業課程。此外，大學生在學期間，也應該積極爭取在中國大陸的實習機會，增加個人在國外工作的實務經驗，從學生時期累積個人的國際歷練。

在全世界人才流動的趨勢下，各式專業人才都虎視眈眈、搶攻中國大陸市場所提供的龐大就業機會，台灣人才所擁有的中文優勢以及產業經驗，加上認真負責的工作態度，已經為自己拿到一張到中國大陸就業的門票，但若是沒有進一步掌握所應具備的軟實力與硬實力，在面對對岸及全球龐大數量的菁英人才，仍然有極大可能鎩羽而歸。A

台灣人才唯有緊密掌握全球人才趨勢動脈，不斷惕勵自己、加速學習，主動迎接各項挑戰，才能為自己從台灣就業的紅海市場殺出，為個人的職涯開創更開闊的舞台，得以在全球就業市場上嶄露頭角，更重要的是能為台灣厚植國際人才競爭力，為未來的成長做更好的準備。



Words / 張寶誠 · 中國生產力中心總經理

企業應當因應環境做調整以及更新，即便是策略沒有改變，落實執行力讓每一個層級、每一位同仁明白該怎麼做，以及知道為何要如此做，組織資源也才能有所聚焦，以創造更大的價值與優勢。

經常

到國外出差的商務人士習慣將車子開到機場周邊與信用卡公司合作的特約停車場停放，等回國後再開車回家。這看似稀鬆平常的免費服務，但在美國新創公司Fightcar的19歲創辦人Rujul Zapararde眼中卻是充滿「錢」途的好生意。Rujul是典型的網路世代，他熱衷與其他人分享事物。所

以，他靈機一動想到幫商務人士將閒置在停車場裡的車子出租給需要短期用車的民眾或觀光客。

Fightcar的做法讓商務人士加入會員，就提供免費的機場接送與洗車服務。會員若同意將車子交由該公司代為出租。不管有沒有出租成功，都可以立即獲得20美元的回饋金；一旦車子出租

“一位優秀的領導者會從紛亂的情況中診斷出一、兩個關鍵議題，將資源集中且讓行動環環相扣，發揮事半功倍的效能。”

後則可額外收取每100英哩35美元的租金。此外，Fightcar也貼心地替每輛車投保了100萬美元的第三責任險。創立一年半以來，已在舊金山、洛杉磯、波士頓以及西雅圖等地區提供服務，Fightcar的會員數超過3萬人，募集的資金更高達2000萬元。

Rujul很有生意頭腦。他跳脫慣性思考，從經驗歸納看出其他人所忽略的，洞察出顧客的需求孕育出好策略。也就是說Fightcar的策略具備一套連貫與協調的方針、行動以及資源，來達到重要的目標。相反的，許多組織一談到「策略」(Strategy)，往往先迷失在令人目眩神迷的圖表與Powerpoint的簡報中，並且組織中瀰漫出策略規劃是高階管理者才有資格談論的課題。這是對，也是不對。

著有《好策略·壞策略》一書作者魯梅特(Richard P.Rumelt)指出，「好策略」幾乎都是簡單明瞭，無需一堆簡報圖表解說，更不是從「策略管理學」的工具、矩陣、圖表、三角模型等計畫表中憑空冒出來的。

一位優秀的領導者會從紛亂的情況中診斷出一、兩個關鍵議題，將資源集中且讓行動環環相扣，發揮事半功倍的效能。

應付變局重在策略規劃

魯梅特一席話擲地有聲。策略是長期的概念，重點在應付變局。尤其是在面對一低三高（低經濟成長率；高失業率、高競爭力、高風險性）的經營環境，這些變化足以侵蝕

到企業基業，卻也可能將企業帶到另一個新的階段。因此，企業必須擁有如何決定策略議題來達成策略目標的能力，而「策略規劃」(Strategic Planning)則是全球企業廣泛使用的經營管理工具之一。根據貝恩公司(Bain & Company)自1993年起針對全球執行長進行管理技術與管理工具適用趨勢及滿意度調查，其結果顯示從2007年、2009年、2011年、2013年「策略規劃」皆入選為企業領導者5項最常使用的管理工具之一。足見策略規劃的重要性。

實際上，策略規劃的面向廣泛，惟有在對的時間，用對的方式，方能有效使用適合的工具。「策略規劃」在本質上是一種取捨，一種優先順序的抉擇，必須從整體的觀點，一以貫之的邏輯思維，完成系統化的規劃，從而衍生出一系列的行動方案。策略規劃必須涵蓋未來發展的重要意義、長期目標以及實踐長期目標的整合計畫，再執行過程中，不斷將目標化為具體的行動，在每個細節建立衡量的標準，建立起可隨時檢視策略與營運計畫實施成果的機制，並進行成果管理。

同時，從整體策略觀出發之外，策略規劃展開要有步驟性及方法論。展開步驟可依序為：1. 釐清願景；2. 推進策略地圖與因果關係；3. 目標設定及執行計畫展開；4. 建立關鍵績效指標(KPI)的衡量與監控機制；5. 連結績效考核與激勵制度；6. 回饋改善。

執行力決定策略的高度

由上述可知，策略規劃就像是企業實現願景的藍圖，透露出企業希望達成目標的計畫以及方法，進而擬定嚴謹周詳的策略，以將企業帶往正確的方向。很可惜的是，許多企業推動策略規劃時，經常犯了以華麗空洞的口號，來偽裝成策略性概念或論點；以營造層次很高級的錯覺；無法辨識或找出企業面對的困境，以致無法評估或改善策略；誤把目標當策略，而欠缺行動方案等盲點。

也就是說，企業領導者在描繪企業高瞻遠矚的願景、策略、藍圖時，卻忘了將注意力拉回到實際的執行層面，導致超過70%以上的企業無法成功落實策略。

事實上，觀察一個企業是否有執行力，可以從基層同仁的行為舉止窺見一、二。

若當詢問某企業的任何一位基層同仁，發現他們對企業願景、使命，甚至是連所屬的部群、組別業務目標都一問三不知，此時即使有執行力不彰的徵兆產生，很快地就會變成所謂的末梢神經麻痺的企業。

+、-、×、÷強塑執行力

有一句話說：「光是思考，不會找到新的行動方式；要行動，才能找到新的思考方式。」這幾年，我在CPC（中國生產力中心）的策略會議經常倡導「+、-、×、÷」的思維，藉以讓組織、部門、個人釐清自身所處的環境，加以盤點手中掌握的資源，做最適切的調配，以避免因未能聚焦，而導致資源分散，淪為瞎忙一場，卻與企業的願景、使命無關連性，無法落實執行力。



善用「+、-、×、÷」讓全員在確認分工、流程、時程、可交付的成果下，無需被監督、被鞭策，發揮自動自發的態度與專業精神，團隊彼此之間有高度的信任感，並且樂於分攤領導人的角色。

更深一層的意涵，透過高階主管的領導來帶動組織變革，藉由「+、-、×、÷」大家所熟悉的工具，協助讓策略轉為執行面的語言，達到讓策略成為每位同仁日常工作的目的，進而使策略成為持續不斷的流程，讓成員了解每個人都要對策略達成做出貢獻。

至於究竟該加什麼？該減什麼？哪些必須加乘來創造最大利益？哪些又必須割捨以創造價值？說明如下：

1、增加（+）：針對個人或組織中已經成熟的事務，但受到客戶重視，增加可立即創造效益；對於已經存在的事務，則增加延伸事務，善用價值的提升。

2、精簡（-）：針對個人或組織裡必要卻不重要的事務，減少投入維持基本需求的事務，達到精簡，創造資源。

3、創造（×）：針對個人或組織原本沒有的事務，經由創新而產生新價值，開發新市場予以投入資源；針對組織原本有的事務，經過轉化後產生不同價值的事務亦投入資源，以開拓新商機。

4、去除（÷）：針對個人或組織中不必要的、無法產生價值的事務，必須割捨以轉換新價值，降低組織資源損耗。

善用「+、-、×、÷」讓全員在確認分工、流程、時程、可交付的成果下，無需被監督、被鞭策，發揮自動自發的態度與專業精神，團隊彼此之間有高度的信任感，並且樂於分攤領導人的角色。

企業文化讓執行力可長可久

要促使組織落實執行力，關鍵是透過組織影響個人的行為，讓執行力融入企業文化，企業的變革亦需架構在執行力的變革上。所以，領導者於擬定願景與策略時，應深思是否與現實脫節，是否超過企業執行能力所及，以免陷入尚未執行就失敗的窘境。

要建立執行力的文化，更重要的是領導者的作為。要改變企業的文化，就要領導人親身的參與、示範，才能真正發揮上行下效的功效，並打造出具彈性化、創意化特質的高績效團隊，帶領企業面對多變詭譎的競爭環境，能由反應（被動）到預應（主動），進而提升到適應的競爭優勢。A

所有的企業都在追求從一般企業提升到優質企業，乃至於卓越企業。在追求願景與目標的歷程中，將不斷遭逢各類問題與危急，倚重策略規劃，持續因應環境做動態校正、調整以及更新，即便是策略沒有改變，落實執行力讓每一個層級、每一位同仁明白該怎麼做，以及知道為何要如此做，組織資源也才能有所聚焦，幫助企業創造更大的價值與優勢。

黃強華——從上戲到上櫃的文創路邁向東方迪士尼



Words／蘇美琪·摘錄2015年5月8日《震旦講堂》

《震旦講堂》邀請到霹靂國際多媒體黃強華董事長，主講「從上戲到上櫃的文創路，邁向東方迪士尼」，分享其霹靂的文創路，是跨界創新的經典代表，多角化經營策略，跨足全方位影視娛樂市場，未來持續革新的拍攝技術及製程，讓偶藝和科技雙劍合璧，不斷創造全新劇種和里程碑！

名人講堂 霹靂國際多媒體 董事長 黃強華

霹靂國際多媒體董事長、霹靂布袋戲編劇總監、2012年以「傳統新生」類別榮獲最有價值MVP經理人。

霹靂大事紀：

2005年「霹靂九皇座」榮獲金鐘獎【戲劇類最佳導演獎】，2006年以霹靂為指標之布袋戲榮登【臺灣意象】票選冠軍，2011年霹靂榮獲【臺灣百大品牌】文化創意服務類殊榮，2012年霹靂榮獲【文創精品獎】服務大獎，2014年10月，霹靂國際多媒體掛牌上櫃。

霹靂讓布袋戲不再只是兒時回憶

霹靂國際多媒體董事長黃強華說，小時候看著父親與祖父辛苦從事布袋戲工作，雖然當時並不以此為興趣，甚至有些叛逆！但最終他還是與弟弟黃文擇一同秉持著「延續傳統藝術的表演生命，創造文化產業的經濟價值」的信念，持續從事這項工作 3~40年，也正是因為這短短的22個字，也道出了一段艱辛且複雜的故事。

從最早的「外台戲」開始，霹靂不斷創新演出平台，從內台戲、戲院、影音光碟、衛星、劇場展演、電影（3D立體）、網路視頻等等，一路走來創下許多全台第一的盛舉！包含在早期電視連續劇時，創下97%高收視率的佳績、以及到國家戲劇院進行現場搭景展演、製做3D動畫電影、甚至將霹靂多媒體國際公司推向上市櫃等，都是前無古人、從傳統藝術走向文創產業王國的創舉。

百年布袋戲家族到了第四代黃家兩兄弟，黃董事長發揮學富「十車書」寫劇本的本領，再加上弟弟「八音才子」黃文擇運用擅長的口白技能，一同憑藉著血液中流著創新的基因，不斷在困境中尋找布袋戲的出路，尋覓布袋戲更高的舞台，不讓兒時布袋戲的回憶，從此走入歷史成為兒時傳說。

一源多用 跨界創新 走向上櫃之路

帶領霹靂從上戲走向上櫃、從「一源」走向「多用」，黃董事長絕對是靈魂人物，



霹靂布袋戲以素還真（中）、葉小釵（左）、一页書（右）等膾炙人口的經典人物，讓戲迷為之瘋狂。

因為他不只是霹靂的總舵手，更是霹靂劇集的總編劇，創造出更多扣人心弦的精彩劇情與經典角色。

黃董事長除了在編劇領域親力親為之外，也為霹靂引進許多創新的經營布局，像是首創影視內容的一條龍式的作業流程、啟動以超商DVD發行的實體通路、重視粉絲經營、強調智慧財產權、並透過授權形成異業結盟，推動霹靂上櫃，而他心中還有一個更遠大的夢想，就是打造「東方迪士尼」的文創計畫。

霹靂從傳統布袋戲轉為上櫃公司，是台灣文創產業上市櫃中的先行者，黃董事長說其實上櫃的初衷是為了延續傳統藝術的生命，但前提是必須要有強而有力的公司體制，取得人才、人脈、其次才是資金。因為有良好的公司體制與形象，才能吸引好的人才進來；在過往許多人認為布袋戲產業沒有未來，上櫃後希望能讓更多年輕人加入，讓同仁對文創產業有信心、並看到希望。未來將

透過人脈，擴大異業結盟，與國外公司或夥伴合作，策略聯盟，不再單打獨鬥。

堅持原創精神 累積智慧財產

近30年來霹靂堅持原創，累積龐大無形的智慧財產，黃董提到其中「劇本」是所有智慧財產權的核心，霹靂開始著重製作權、肖像權等，將權利擁有制度化。

黃董事長提到霹靂從文創走向「產業」，公司勢必得具「規模」；除劇本的核心價值外，「一條龍式」全製中心也是霹靂的核心能耐，獨創的「一條龍式布袋戲生產線」總計有15個，包含編劇、口白、音樂、效果、動畫、造型、操偶等等，具備完整的製作流程規劃，也是全台唯一一家擁有完整製作設施設備和全製作專業團隊的公司。

2012年3D立體偶動畫上，購置4K高畫質3D攝影機組，拍攝台灣第一部全3D拍攝製作的偶動畫電影《奇人密碼—古羅布之

謎》。黃董事長表示，這部電影製作規格與技術領先台灣電影業，組建專業的3D立體製作團隊與製程，並為此成立專業動畫特效公司。雖然票房不如預期，但堅持台灣原創，不斷精進製作技術的決心，足以成為台灣影視產業發展的標竿。

多角化經營 與時俱進的創新發行模式

黃董事長從1991年開始接手事業，拍攝製作「霹靂系列布袋戲影集」，以發行錄影帶為主。當時整個台灣影視市場，除了三家無線電視台外，霹靂影集遍及全台灣的錄影帶出租店，是民眾主要影視娛樂內容的供應來源，為早期台灣錄影帶出租市場上唯一能夠與好萊塢電影、日劇、港劇相抗衡的本土戲劇作品。

但因電視系統台盛行下，錄影帶出租店日漸沉寂，2009年開始霹靂全面轉換發行通路，在便利商店發行新片DVD，成為全台第一家影視作品在超商上架發行的先鋒

者，再加上與超商合作推出「霹靂Q版公仔」，成功轉型發行通路，將霹靂品牌推向另一高峰。

霹靂為了不斷提升製作品質，藉由好萊塢電影製作觀念、技術的引進，加上不斷精進的動畫特效技術，與數位音效製作的配合，讓影像聲光效果充滿震撼力和電影感，也與時下年輕人喜愛的電玩視覺同樣吸睛，黃董事長解釋說，這就是為什麼霹靂能擁有廣大年輕戲迷粉絲的原因，從娛樂業轉向服務業，多角化經營成功將本土產業轉型，正式跨足全方位影視娛樂市場。

立足台灣 挑戰東方迪士尼夢想

黃董事長說，未來將以台灣人打拼的精神，持續在文創領域深耕，學習美國迪士尼硬體與周邊商品的能力，秉持「一源多用」，以多角化經營方針，擅用異業結盟策略，證明台灣原創數位內容，亦能創造美日動畫驚人的週邊衍生價值。A



好書推薦 Books

霹靂布袋戲創新學——從上戲到上櫃的文創路

作者／邱正生、鄭秋霜 出版社／經濟日報

本書首度全方位揭開台灣布袋戲第一品牌，文創產業化的關鍵祕辛！

百年布袋戲家族從雲林田中央走向東方迪士尼的創新經營學，最懂霹靂布袋戲的專業經理人剖析台灣最強虛擬偶像製造機。霹靂掌門兄弟黃強華與黃文擇第一手創新心法！從櫃買中心董事長吳壽山花旗台灣區總裁管國霖到金曲歌王荒山亮等十大鐵粉細說心中最愛。

期待未來的霹靂以傳統文化為底蘊，不斷創新的思維，帶動東方原創奇幻風潮，建構「東方迪士尼」的夢想王國。

服務帶來價值 推升震旦的榮景

以精緻服務，創造「夥伴」價值



Words · Photo / 震旦集團

作為一個50年的品牌，「精緻服務，為夥伴創造價值」已經成為震旦DNA一部分。比起客戶、顧客這些詞語，「夥伴」一詞讓彼此關係維護的更緊密，合作價值更突顯。從產品、行銷到服務體系的架構，都是為了帶給合作方最大的價值，夥伴的利益向來被震旦所重視，讓夥伴享有最高規格的服務。「顧客滿意」被視為檢視服務和品質的唯一標準，如此的經營理念讓感動的故事不斷傳頌，震旦的品牌價值從此誕生、源源不絕。

經銷 商夥伴是震旦事業重要組成部分，如何把震旦的know-how制度分享給合作夥伴，讓他們也能不斷擴大市場規模，提升競爭力，是每一位經銷同仁共同的話題。「AURORA

FAMILY」的概念應運而生！AURORA FAMILY就是把經銷夥伴當做一家人，從系統建制、教育訓練，到市場開發、品牌推廣都貼身服務，在市占率不斷提升的同時，也贏得夥伴的一致好評！

“ AURORA FAMILY就是把經銷夥伴當做一家人，從系統建制、教育訓練，到市場開發、品牌推廣都貼身服務，在市占率不斷提升的同時，也贏得夥伴的一致好評！”

但王麗也坦言，當地二、三級市場是個障礙，「一家才成立不到兩年的公司，有沒有能力通過這樣的市場挑戰？坦白說，當時我都不免以這樣的自我懷疑。」慶幸的是，震旦用行動打消了她的疑慮，陪同百仕重新梳理市場，一步一腳印的走訪每個地州市場。讓百仕這個初生之犢可以在市場中站穩腳步。

開發市場之初，震旦的趙穎經理陪著百仕人員深入客戶，只要對方對震旦產品表現出一點興趣就現場進行培訓，展現出高度的企圖心，「震旦的同仁相當敬業，一個月當中有一半的時間陪我們在地州市場進行市場開發，過程當中，手把手的教我們如何展開公司的直銷業務、無私地將震旦近半世紀的經營精華與我們分享，我確實感受到震旦把代理商的事情當做自己的事情在做。」分享、專業、熱情的震旦精神鼓舞了百仕對市場的信心。而百仕也按照震旦的標準嚴格要求公司的技術人員做好售後服務。通過兩年多的努力，目前地州市場較穩定的通路有30多家，零星合作的通路則破百家，王麗歸功於通過與震旦的合作，感受到這個大家庭的溫馨與團結，能夠傾力支持一家新成立的企業，在天時地利與人和下，實現共贏。

成都 | 百仕科技

無私分享銷售經驗 期待共同成長

百仕科技負責人王麗就表示，和震旦結緣時間雖不長（2012年3月開始合作），但基於震旦在四川已耕耘了七、八年，擁有一定的基礎，不論產品的品質或服務都深植消費者心中。她透露在銷售過程中，經常可以聽到對震旦的信賴與讚美，加上她本身因為過去工作的關係，對震旦產品的性能與技術非常瞭解，因此對於投入銷售震旦產品充滿信心。

OA市場的競爭向來激烈，百仕選擇與震旦合作，以五十年的經驗為自己增值、期待以行業的最高服務標準取得口碑與佳績，更期待共同放眼下一個五十年、共同努力、共榮共存！

河南 | 震美家具

基本功紮實 令人自豪的民族品牌

與OA經銷商所面對的問題不同，家具經銷商更需要在供應鏈層面給予協助，因此，從設計出圖、商品客制化，到展廳建制、物流

配送、售後服務幾乎每個環節震旦都需要與經銷夥伴共同參與。「與震旦合作，我們很放心，而且得到的資源是整合性的。」與震旦合作多年的河南震美家具張鋒總經理開心的說。

震美是震旦在河南最大的經銷商，雙方合作已有十餘年的時光，其中雖歷經分合，但情誼歷久彌堅、本著認同與情感共創雙贏。

著眼於震旦產品品質優良，又有完善的物流與售後服務系統，其創新能力和對業界的影響力更是毋庸置疑，已是首屈一指的民族品牌，且震旦有讓經銷商獲利的願景和努力，因此充滿企圖心的震美在震旦開放經銷



招商時，毫不遲疑的投入陣營。還曾創造了全國經銷商第一名的業績。

確實，2012年是震美光輝的一年。當年招標，出樣時間相當緊迫，而且其中有大量的定製品。當時公司高層提供了最大的支援，不只如期出樣、品質更領先競爭對手。且客戶於節假日安排了工廠參觀考察行程，總部領導們不但幾乎全體出席，並投入講解與接待。事後還為客戶精心錄製了VCR，讓客戶十分感動。那是一次完美的合作示範，協助震美在激烈競爭中脫穎而出，順利贏得了這個河南省有史以來單筆金額最大的項目。

震美從一開始的4人、6人、10人到現在成為30多人的作戰部隊；從最初的一個小團隊發展為有4個分公司、銷售額自2009年以來每年保持50%以上增長率的企業，2012年、2013年銷售額都突破了3000萬人

民幣。震美將成績歸功於有震旦這個強有力的品牌，和充滿關心、支援經銷商發展的領導團隊。

震美也深受震旦經營理念的濡染。特別是「顧客滿意」的承諾，讓中國移動通信集團河南有限公司由衷說出：「你們真的做到了讓我們『買的安心，用的放心』」震美自豪的表示，在國內辦公家具行業裡，說到服務，無人能出其右。

儘管2013年下半年以來，國內家具採購市場發生了變化，使許多專案合作停擺，進行中的項目進度趨緩，低價競標風氣日熾，震美的業績成長也受挫。上海總部則再次展現關懷。除高層親訪河南分享震旦半世紀的經營智慧，同時提出「練好內功，市場單突圍」策略。從初訪、簡報練起，全面提升戰力，透過中小案突圍，帶動業績迅速提升，如今的震美軍心已穩，



團隊信心大增。化危機為轉機後，震美的發展後勢更令人期待。

顧客是企業生存的命脈，唯有為顧客創造更高的價值，得到他們的信賴與支持，才能不斷創造顧客，累積顧客。這是震旦面對終端顧客的態度，也被寫入震旦經營理念。

北京 | 亞信科技

精緻服務與專業設計 為企業帶來價值

亞信是一家非常優秀的國有中大型企業，也有既有的家具合作夥伴。隨著企業規模擴大，亞信搬遷新址而有採購家具的需求。亞信透露，在沒有與震旦合作之前，也只是抱著試試看的態度。並且，也提出要參觀震旦過往比較大的顧客，看一看服務品質和品牌實力。參訪百度時，對方對使用了三年的震旦家具給予高度肯定，而所熟悉的一家物業公司也相當認可震旦的服務。當然，亞信也親

自考察了震旦的展廳和工廠，感受了震旦家具所帶來的空間表現和產品的品質，同時也發現工廠設備先進、對品質控管也很嚴格。家具檢測中心就讓亞信印象相當深刻！「我參觀過很多家具工廠，沒有一家工廠開放品質檢測中心給顧客看，更不要說很多自訂標準高於國標，這是你們信心的體現。」一位參觀過上海嘉定工廠亞信採購人員說。

招標過程中，震旦多次前來工地現場實地丈量，其中就有兩次冒雨而來，敬業態度給了客戶很高的印象分數！負責同仁甚至把樣品帶到工地，當場演示40根線路的走線方案。而且每次工地丈量後都會匯整現場尺寸與圖紙的出入，方便顧客在招標過程中進行招標檔的修正。其他包括領導辦公桌擺放位置，工位調整等，都表現出空間佈局的高度專業。

得標之後，協助物業管理公司維修、統整和統計既有的舊家具，依新舊程度和外觀加以分門別類，並將其合理地置入新辦公空



Special Report
以精緻服務，創造「夥伴」價值

間，「僅僅舊家具再利用這個部份，震旦就幫我們省下了一百多萬人民幣。搬家的時候，震旦還幫我們做了“剪貼畫”，把整棟樓每個需要利用舊家具的位置都放置了對應的圖片。」這樣貼心和細緻的專業服務，就是顧客滿意精神的體現。


由於亞信對強弱電的要求非常高，每位員工有四個網路和一個電源線，震旦的工位幫客戶解決了走線問題，讓亞信員工可以在整齊舒爽的環境中辦公。至於移動辦公位中間無桌腿的設計，讓辦公空間擁有更彈性的利用方式。休閒區則不僅僅是員

工放鬆休息的地方，現在也成為員工小組討論，專案溝通的熱選之地。

即使亞信進駐新辦公室後，服務仍未停止，顧客需要做員工工位和會議室改造，業務同仁就整棟樓進行丈量、設計，「雖然只需要調整樓層的某個部份，對方卻是用心的把整棟樓可以有新增的地方都找了出來，甚至做出新的規劃，連同現有的強弱電點位也協助列出。與震旦合作是明智的抉擇。」以超乎客戶預期的精緻服務感動客戶，這就是震旦所堅持的創造價值之路。 **A**

在震旦有一個詞非常深入人心，就是「企業家族」！是的，不僅僅是內部同仁，對於經銷夥伴、終端顧客、協力廠商，震旦都希望當做家人一樣呵護，一同成長、茁壯，不斷創造輝煌！





躍昇震旦

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。

More，設計背後的故事

讓您看見更多的承諾



Words · Photo / 震旦家具

坐是我們日常生活中最常見的行為之一，回顧坐姿的發展歷史，從早期原始社會的席地跪坐演變至今，與之相輔相成的坐具持續著驚人的演進。如今，在這互聯網高速發展的時代，移動辦公已成為新趨勢，無論何時何地，只要打開電腦連接網路，一個專屬辦公空間瞬間成形。

一張 外觀時尚、坐感舒適且不局限於使用場所的椅子需求因應而生，More沙發就是以此理念所發展而成，可置於任何公共空間、猶如藝術品般的時尚外觀、寬大舒適的坐墊配合12種自由坐姿。這就是More - Sit the way you sit 釋放你的坐姿。

Give me more 創造產品特點

震旦作為華人辦公家具領導品牌，深知唯有不斷創造市場需求與創新商品開發才能引領辦公家具產業不斷的進化，所以當設計中心從行銷部門接獲新商品企劃需求後，首先展開公共空間會客沙

榮獲2014 金點設計獎的肯定 震旦用心，客戶放心

透過震旦設計中心的調研與設計規劃，讓您瞭解到我們如何完成一款能夠釋放坐姿的More沙發。嚴謹的規劃過程也讓More甫上市即獲得2014金點設計獎的肯定，期盼透過實際走訪震旦家具展示中心，鑑賞並體驗，回味我們的開發故事，釋放自己的自由坐姿！



健康的？根據不同使用目的，分別會產生不同的答案。那麼沙發呢？依據使用空間的不同區分為主管空間與公共空間的會客沙發，不同的空間需要考慮不同的設計要素。設計中心單純就「坐」的需求考慮，重新設想使用者在公共空間「坐」什麼？設計團隊來到幾處公共空間現場調查，瞭解人們坐的行為，觀察人們如何使用會客沙發並一一記錄各種坐姿。回到辦公室後便針對記錄下來的姿勢進行坐姿及使用情境的模擬，再以手繪草圖反覆地討論設計的可能性，一步一步捏塑出適合各種坐姿的單人會客沙發輪廓！

Sit the way you sit 釋放您的坐姿

通過坐姿的人因研究分析，最終整理出這把椅子的訴求特點：「釋放您坐姿的沙發」。並圍繞其展開造型設計。從手繪草圖開始將訴求轉化成線條，再以電腦繪圖軟體繪製模擬圖，接著與市場第一線人員溝通設計概念，篩選獲得最佳設計方案；再依此最佳方案進入草模製作階段，經過不斷的形塑後，即展開最重要的精製等比例原型階段。這個階段是我們與生產工廠協同合作的開始，工廠通過製作原型提前熟悉商品，解析生產技術層面，經過幾次的原型打樣之後，討論出最適合的生產方式及材質，此時方能進入商品上市準備階段。A

發的市場調查，依據外觀、功能、定位、色彩等要素區分商品，整理市場現存狀況，發掘有利的新商品定位，創造「以人為本、顧客為尊」的創新價值。

震旦設計中心在開發More時定位於一張放置於公共空間的單人會客沙發，不僅提供人們等待、接待、洽談、休息時使用，還希望能兼具時尚設計感，為客戶增添丰采。

精準的使用者行為研究：發掘問題背後的問題

設計坐具時必須思考如何坐才是正確的、

3D · 創新 · 整合 領航家

3D · Innovation · Integration Trendsetter



Words · Photo / 通業技研

經過20多年的發展，3D列印技術已從單純的快速原型製作轉型成一種成熟的製造解決方案，越來越多企業開始嘗試導入此種整合性的3D製程來協助生產，協助廠商能以更低的成本和更快速的時間來實現產品開發。

台灣 3D領導廠商——震旦集團旗下通業技研正式啟動全台四站的3D巡迴推廣計畫，從中壢工業區開始，前往東部花蓮高工，再移師至南部科學園區，最終抵達台中畫下句點，期待藉由凝聚不同區域的各式產業能量，進而促成相關群聚效應，達到真正推廣3D技術應用的目的。

第一站 > 3/25 中壢 「AUTO 3D新視界」研討會

啟動汽車數位製造大趨勢

全台巡迴第一站從汽車生產基地——中壢正式啟航，通業技研以推廣3D技術在汽車生產上的應用優勢和效益為主題，首次邀請汽車設計、掃描、製程和量測解決方案的國際原廠講師齊聚一堂，針對各個汽車供應鏈階段分享相關成功案例和應用經驗，

包含了Catia設計軟體應用、Breuckmann光學掃描案例、Stratasys快速成型設備導入、Delmia製造工廠介紹和Cimcore量測手臂說明，全方位滿足聽眾對於多樣化汽車製程應用的需求，現場更規劃完整的汽車3D解決方案進行操作模擬，像是利用Breuckmann設備掃描實體車門，就成功讓來賓讚嘆不已。內建FDM技術的Fortus系列機種則是現場另一個目光的焦點，非常適合用來製作汽車零件外殼、大小配件等，搭配展示各種高精度車體列印模型，有效引起車業客戶的興趣和話題。

第二站 > 4/25 花工 「3D列印教育應用發展」研習營

培育東部學校3D技術人才

繼中壢研討會成功引起產業熱烈迴響



左：3D研討會現場人潮踴躍座無虛席。右：現場展示多款3D列印的複合式材料印製的汽車配件，成為全場矚目的焦點。



後，通業技研再接再厲前往東部3D教育重鎮——國立花蓮高工，舉辦3D技術的產學合作研習營。課程內容針對3D列印技術、逆向工程、教育成功案例做完整的解說和分享，並精心規劃了Artec實際3D人像掃描，搭配通業自行開發的「變臉」軟體，幾分鐘內栩栩如生的客製化公仔即可完成，專業和趣味兼具的示範獲得在場一致的好評，震旦3D賴建丞總監則分享了震旦自有品牌F1的教育成功案例，有效協助老師評估並釐清未來學校在3D設備導入上的問題點。通業技研董事長紀崇楠更親臨現場，與老師分享Stratasys的3D技術原理和發展趨勢，包含革命性彩色複合材料和超高精度列印技術都將陸續問世，讓在場老師了解到3D列印的無窮潛力和多元運用。

第三站 > 4/29 南科 「3D列印產業趨勢」研習課程

激發科技產業3D群聚能量

為凝聚南部3D產業研發能量，並推廣產業成功案例應用，通業技研第三站移師南部研發核心——南部科學園區，與財團法人金屬工業研究發展中心合力舉辦3D研習課程，來自通業技研、震旦集團和東捷科技的專業講師群為現場聽眾帶來最新的3D趨勢說明、技

術介紹和掃描示範，結合南科強大的技術能量和產業群聚效應，成功啟發南台灣全新的製造思維。此次研習課程最大特色在於含括完整的3D技術機種和材料介紹，包含了從教育入門款的震旦F1自有品牌機種，到適用於工業級生產製程的Stratasys RP設備，講師都鉅細靡遺的說明設備技術和運作原理，也針對各式產業的客製化需求闡述不同材料的優缺，為有意導入3D技術的客戶提供極佳的設備評估機會。

第四站 > 5/27 台中 「3D驅動市場 贏向商機」研討會

驅動傳統產業3D知識升級

通業技研全台3D巡迴推廣以傳產發源地——台中做為終點站，議程邀請國際知名原廠與來賓傳授3D技術的產業應用和發展趨勢，包含「CATIA軟體設計應用」、「逆向工程技巧剖析」和近年來最受矚目的3D議題「DDM直接數位製造」，豐富的案例說明成功引起諸多來賓包含研發部門和模具廠商熱烈提問和互動，現場也同時展示多款適用於生產流程的3D掃描、量測和列印設備，透過技術人員實際操作示範，讓廠商盡情體驗3D技術的魅力。A

上班族 你開心嗎？

自我覺察重新回歸內心狀態



Words / 王紀蕙 · 馬偕紀念醫院公共事務課課長

從不特意慶祝生日的Vincent，上星期剛滿38歲，好朋友們知道他向來低調，但臉書上仍充滿著祝福的留言，Vincent禮貌性的一一回覆，但看起來似乎不是太開心，與他同單位的小程倒是一語道破地說：「他啊！是中年危機啦，再不然就是更年期提早來，悶悶不樂超久了，有夠難相處的。」

面對職場的分叉路口

每個人在職場的處境不盡相同，但往往逆來順受的機會比平步青雲來得多，擁有豐富職場生涯諮詢經驗的馬偕紀念醫院協談中心諮商心理師羅惠群表示，投身職場一段時間後，一旦走到工作存在與發展的分叉路口時，

徬徨無助與情緒低落常成了絆腳石，消磨了鬥志也澆熄了熱情。

羅惠群表示，許多人像Vincent一樣，在工作上面臨轉折，但不見得有絕對的「選擇權」；在家庭裡，也有長輩與妻小的照顧壓力與責任，三明治型態的社會角色與存在，造成了情

“為什麼在職場中不快樂？常見的原因為懷疑工作意義與價值、人際關係的不順利、升遷與突破的瓶頸、成就感的未達成等，而這些人往往是已工作累積十至十五年的職場中堅份子。”

緒上的負荷，一旦滿載無處宣洩，爆發的一瞬間只會來的又急又快。

為什麼在職場中不快樂？常見的原因為懷疑工作意義與價值、人際關係的不順利、升遷與突破的瓶頸、成就感的未達成等，而這些人往往是已工作累積十至十五年的職場中堅份子。

轉個彎世界大不同

Roger在銀行擔任行員十年，工作看似平順，但同一個工作做了這麼久，表現也不差，但職等始終停留原地，他形容這種上不上、下不下的情況，有時真的很挫敗，眼看著前方一片茫然，無心無力的情況也深深影響了睡眠品質。

在經過心理師的協助後，發現Roger有房貸要繳、孩子的學費與老人家的緊急醫療資金都不可缺，能夠有穩定的工作是維持生活基本開銷的支柱，老實說，要放棄，很難！

但工作既然不能求好求進，是否可能安排「未來計畫」？

拜網路發達之賜，電子商務已有自闢戰場的軟實力。

Roger熱愛烘焙，做麵包不僅用心也有興趣，下了班回家做麵包，算是他撇開工作後露出燦爛微笑的動力，標榜著「給



家人吃的麵包」還成功在社群網站上販售，不但補貼了生活費、也重拾了自信心與成就感，不必費心找店面就可以「當老闆」，在產品的創造與技術上日漸精進，並將開一家麵包店的準備期拉長，白天正職的工作成為實質的後盾，讓Roger的人生有了重大的轉折。

鼓勵主動找尋支援

職場倦勤的原因莫衷一是，抱怨與不滿常跟隨著自己不肯散去，外顯性的抱怨把矛頭對準了主管或老闆，但內顯性的不滿則是歸責自己的能力，認為自己是輸家，特別是在社會性別角色定位情況下，期待男性在職場上有更多的表現，先生的工作必須優於太太，林林總總的社會包袱與自責，若情緒找不到出口，恐成為壓垮駱駝的最後一根稻草。

羅惠群表示，在職場遇到瓶頸與抉擇時，最好先找朋友或家人傾訴，針對角色衝突問題可以減少家庭紛爭，避免影響婚姻狀態，只有願意把心中的情緒與想法表達出來的人，才能獲得更完整的幫助。

為什麼不能早一點知道自己要的是什麼？這可能是很多職場人都曾想過的問題。但在這之前，還必須重新思考一個問題：你是否也是在求職時只看工作屬性、專長特色、薪水福利，而忘了先探究自己是誰？

人格型態與職業類別的連結

心理學家提出的性格分類指標（Myers-Briggs Type Indicator，簡稱 MBTI），將人類區分了十六種人格型態，透過指標的歸納，不失為一種測量自我內在類型與職業間連結的明確定位方法，也正因為如

此，「覺察自己」往往可以把問題拉到最原始（根本）的位置。

覺察自己並且懂得自己看來是十分重要的課題，只有透過釐清內在，重回到內心的狀態，許多事情變得迎刃而解，知道自己是誰並且學習與自己相處，可以有效達到壓力抒解與情緒調適。

「跟自己在一起」是傾聽內心聲音最直接的管道，透過跑步、騎車、瑜珈、讀書、冥想、禪修，甚至安排一個人的旅行，都是幫助自己聽見內心呼喊的最好機會，再重回職場時更可以用最健康的態度面對挑戰。

套用股神巴菲特對孩子的管教要點，在職場應用上也十分貼切，其中「審視自己的內心是最好的投資」，看得出來，以覺察自我努力面對，從回歸「人」的狀態來思考，才能把附加在自己身上的工作予以排除，找到「存在的意義與價值」。



修得內外功 開創一片天

在台灣，大學畢業生在離開校園前會接受相關人格與職場適應方面的量表檢測，以系所、專長、人格特質予以分析，透過評量結果企圖釐清脈絡，但往往測驗做了，有了方向，但仍會受到家庭壓力、期待或經濟考量而有不同的結局，所以什麼人適合什麼工作，可不全然都是天注定，仍可憑藉著後天的努力與找對方法，在慣性的常規經驗中有所解套，開創一片天。

羅惠群提醒，職場生存得「練得內功、學得招式」才能迎刃有餘。「內功」主要是充實自我、取得證照、專業能力的精進

與提升，幫助自己建立更多的實力以因應挑戰；但「招式」可就千變萬化，個人巧妙不同，就像師父領進門修行在個人，懂得應用得宜也才能夠事半功倍。

從點到面找到應對之道

羅惠群鼓勵在職場面臨困難與問題時要懂得主動尋求支援！諮商心理師可以是資訊提供者、釐清問題脈絡的分析者、也是很好的傾聽者，在諮商的過程中，心理師會將問題的「點」帶入「面」的層次考量，更甚者可以從交叉面向深究，以幫助諮商者在繁雜的思緒中，抽絲剝繭找出合宜的應對策略。A

以馬偕紀念醫院協談中心為例，在每月安排的馬偕心靈講堂中，參加者可以習得招式，更能透過團體治療模式達到相互交流與分享的目的，此外，目前坊間有許多心靈成長課程或團體，都是在為各個面向提供「招式」，如人際溝通的訓練與技巧、說話藝術與口語溝通、心靈成長課程安排等，都提供了相當多的學習方向。

瑞士設計，走自己的路



microMAX電動車

Words / 李俊明；Photo / Rinspeed

瑞士設計，是歐陸常被低估的一股潛藏勢力。這個內陸小國雖然資源不豐，但擅長以高附加價值的產品與服務「以小搏大」，表現在設計領域上，亦不例外，近年專出怪怪設計的Rinspeed公司，屢屢以改寫市場遊戲規則的嶄新概念，試圖突破行之有年的窠臼。

創新 設計這條路，說來還真得要耐得住寂寞，既要不甘平凡，還要勇於與眾不同，才能在市場與原創當中找到平衡點。瑞士人Frank M. Rinderknecht於1977年成立的设计品牌Rinspeed，就不斷以角度新奇的概念設計，屢屢驚豔日內瓦國際車展，並獲得瑞士頂級手錶寶齊萊Carl F. Bucherer以及蘇黎世產險等大型企業的支持。

那麼這家公司的設計有多奇特呢？它不但有針對年輕消費市場推出的敞篷兜風車、讓私家車變計程車的共乘概念，還有可浮在水面或潛入海底的兩用車。它甚至還把車子的設計如同「積木」般模組化，讓「靈活」與「彈性」，真正成為設計的思考主軸。

為了環保主張，也為了探索新市場的無限潛力，Rinspeed幾乎都把主力放在

BamBoo敞篷概念車，強調電力驅動，設計概念鎖定喜愛戶外生活的年輕族群。



新興的電動車研發上，而且每一款都以使用者的生活型態需求為出發點，試圖在利基市場中找到知音。以一款稱為BamBoo的敞篷兜風車來說，除了強調電力驅動，整個設計概念鎖定喜愛戶外生活、擁抱陽光的年輕族群；既兼具小跑車的拉風，又有吉普車、小貨卡的彈性與隨興。

另外一款microMAX電動車，就更具企圖心，想藉由網際網路與交通工具的串連，創造嶄新的生活通勤形態。這車款最特別之處，就是試圖讓私人載具也兼有公眾運載功能，把個人交通工具與計程車、共乘等功能融合在一起。

這野心勃勃的構想，到底應該怎麼做呢？首先，Rinspeed與車用多媒體與智慧系統製造商Harman合作，整合雲端平台，駕駛除可根據當下交通狀況修正路線，輕鬆享受即時導航，而且Harman還開發出一款專用app，讓有意共乘者只要輸入目的地，就能進入屬於該車款的網絡社群，查詢線上的共乘、轉乘資訊。這套系統不但能查詢駕駛、乘客的資料，保障安全，還能了解共乘的付費詳情；如果共乘距離

較長，自行車騎士還可將單車外掛車後掛鉤，十分方便。

另外值得矚目的是，雖然車身長度只有3.7公尺，跟知名的MINI差不多，但這款車的內部空間卻格外寬敞，可輕鬆乘載一名駕駛、三名乘客，加上一張輪椅、嬰兒椅或是購物車。讓空間變大的秘密是，由於車身高達2.2公尺，因此配置了上下收闔的活動

microMAX藉由網際網路與交通工具的串連，創造嶄新的生活通勤形態。



式座椅以節省空間，因此車內還有餘裕可以裝設咖啡機、小冰箱或是各種影音設備，創造出如同私人包廂的開闊空間感。

最匪夷所思的是，由於這款電動車極為靜音，因此Rinspeed還開發出一套系統，在車前端模擬出傳統汽車引擎的聲音，讓路上行人可以有所警示呢！

不只意圖開創全新的通勤生活型態，Rinspeed還推出另一款電動車Dock+Go，同樣挑戰了既有的交通工具設計模式。這款車子本體很迷你，只是一台附有活動式天窗的兩人座小車，整體設計以「輕量」為重點，足夠應付日常通勤與採購需求；但該車款可依照需求，以租賃或購買的方式，加掛一節、甚至兩節「後車箱」，這觀念就好比「車子多背一個附輪子的後背包」一樣，需要多少行李或附加功能，就加掛多長的後車廂。



Rinspeed推出一款兩人座電動小車Dock+Go，整體設計以「輕量」為重點。該車款可依照需求，以租賃或購買的方式，加掛一節、甚至兩節「後車箱」，就像是「車子多背一個附輪子的後背包」一樣。



SPLASH則以F1賽車同等級的超輕碳纖維合金打造而成，一按鈕就能變身為水翼艇。

因此不論市區快遞、比薩遞送；或放置高爾夫、滑雪、衝浪、露營器具，甚至改裝成多媒體音響平台，都具有無限擴充性，可依照使用者需求自行改變模組。而為了加長電動車的行駛距離極限，消費者也可選用「電池組」後車廂，一邊行駛，還可一邊幫車子充電。

為了挑戰設計極限，Rinspeed還曾經推出過兩款功能特異的水陸兩用車，在路上奔馳時，它們看來就像一般拉風跑車，下了水，卻能如魚得水，讓人嘖嘖稱奇。

一款稱為sQuba的水陸兩用車，可以連人帶車一起潛入水中，悠遊海底世界。另一款稱為SPLASH的設計，則以F1賽車同等級的超輕碳纖維合金打造而成，車身防水、輕盈，只要下了水，一按鈕，就能變身為破浪而出的水翼艇，浮起水面六十公分之上，噴射前進。

除了車尾端，車身兩側均附有天然瓦斯

驅動的推進器，只要水深達到1.3公尺以上，這些推進器就能旋轉180度及90度向下噴射，讓車子變快艇，輕盈漂浮水面，就連輪胎都能高高懸空，有效達到減低水阻力的效果，立刻馳騁水上。這款兩用車最高時速可達到每小時80公里，想用它來玩滑水，速度也不是問題。A



sQuba水陸兩用車，可以連人帶車一起潛入水中，悠遊海底世界。

縱觀這些奇特的設計，也許它們並不大眾化，鎖定的功能過於奇巧，大量生產普及也尚遙遙無期，但是Rinspeed勇於走出自己的路，以設計之力，挑戰既有科技與生活型態的極限。誰能不佩服他們作夢的勇氣呢？

遨遊周章的漢代神獸

漢代動物園在震旦系列報導之七

羽人騎神獸(圖1)



Words · Photo / 震旦博物館

去年金秋，震旦博物館特別策劃了“傳統與創新——先秦兩漢動物玉雕展”，兩千多年前的戰國至漢代的數百件玉器精品，齊聚一堂，共同闡釋了中華玉器發展史上極為重要的篇章。本次特展自推出之日便受到多方關注，特別是展覽中形態各異、動感十足的神獸令到訪的觀眾驚歎不已。本期內容就聚焦這一主題，為大家簡介此類玉器的概況。

神獸背上有一位
馭獸神人(圖2)



在結 束了相當長的一段動盪時期之後，統一的漢王朝迎來了經濟與文化的全面發展。同時由於和西域地區交流的逐步加深，帶動了和田玉的傳播；並且治玉工具和技術也取得了長足的進步；

另外在玉器的藝術風格上也多有突破，集中體現在對「立體化」的表現之中。正是因為以上原因成就了漢代玉器在中國古代玉器發展史中的重要地位。值得注意的是，漢代品類繁多的玉器之中，有一類圓雕神獸，因其出土數量稀少、藝術性強等原因成為了歷代收藏家極為珍視的收藏品類。

一、漢代圓雕神獸概述

目前就出土的漢代圓雕神獸來看，按其尺寸大小可以分為兩類：一類尺寸較大，長度在5公分以上；另一類尺寸偏小基本最大長度或高度在3公分以下。相對而言，第一類尺寸較大的玉神獸基本以想像中的超現實動物為多，偶爾也有日常動物出現。而小型微雕神獸則全部是現實動物，例如常見的鳥、羊、虎、蛙、龜、蟬等，但是由於其在功能和思想內涵上具有一定的神異特質因此也可以劃分在神獸的行列。

首先來看尺寸較大的這類圓雕神獸，他們的材質以玉為多，似玉材質為輔。就目前的考古發現情況來看，極為稀少，總計數量不超過10件，這其中又以陝西地區出土的最富盛名。漢代帝王定都長安，這直接導致在今天西安的城郊分佈了大量的漢代皇家或達官貴族的高等級陵墓，雖然它們在歷史的發展之中受到了盜墓人不同程度的破壞，但是仍舊有部分精品被考古學家們發掘。最具代表性的當屬上世紀60-70年代在咸陽漢元帝渭陵建築遺址出土的5件玉神獸，他們分別是羽人禦馬、玉辟邪（2件）、玉鷹、玉熊。此外陝西西安市三橋鎮漢墓出土的玉獬豸（獨角獸）以及陝西省寶雞市北郊漢墓出土的青玉辟邪都是此時期圓雕神獸中難得一見的精品。值得注意的是在長安京畿地區之外，在漢宗室同姓王的封國之地也發現了少量漢代圓雕神獸的身影，例如江蘇省徐州市獅子山楚王陵中也出土了一件長23.5釐米，寬13釐米、高14.3釐米的大型圓雕玉豹，這也是迄今發現的最大的一件漢代圓雕神獸。

玉神獸尾部有一「山」
字型裝飾(圖4)



其次再來看尺寸不足3公分的微雕神獸，這一類神獸的材質以似玉材質為主，以玉為輔。並且基本不會單獨出現，它們全部是玉串飾中的組成部件。由於穿戴的需要，這類微雕神獸的身體中部橫腰處，均有琢磨出的小孔，以便繩子穿系時通過。微雕神獸相對於大型圓雕神獸而言數量較多，且在全國內廣泛分佈，西漢中晚期開始出現、流行，出土遺址的性質均為墓葬。

二、漢代圓雕神獸的功能及文化內涵

根據上文的分析，大型圓雕神獸同微雕神獸除了在尺寸上有顯著的區別之外，其在出土遺址性質、風格樣式等方面都存在本質上的不同，這主要是因為其功能和文化內涵的差異而造成的。

1) 大型圓雕神獸的功能及文化內涵

探討此類大型圓雕神獸功能的困難較大，主要是因為實際出土數量極其稀少，同時出土器物遺址的自身情況也並不理想，出土環境或同出器物的參考資訊也沒有得到保留，更加困難的是如果梳理漢代的歷史文獻會發現明確的文字記載則是難

玉神獸(圖3)



覓蹤跡。因此長期以來對此類大型圓雕動物的功能並不明確，在這裡筆者僅僅通過資料分析為大家提供一種功能的假設。

就目前考古發現的情況而言，集中出土的大型圓雕動物是西漢元帝渭陵建築遺址中發現的5件，這個數量佔據了目前發現的大型圓雕動物總數的一半。因此這座陵園中建築的性質是解讀此類動物功能的關鍵要點。根據考古學家上世紀的調查，這座建築在陵北300余米外，地面暴露夯土和磚瓦，應該有一個南北長200米、東西寬100米的建築遺址。那麼在陵園範圍之內為什麼會有建築呢？根據《漢書》的記載：「陵旁立廟」，也就是說在大型的陵園之內會特別設立廟用於祭祀、悼念等相關活動。那麼自然這類漢代大型圓雕神獸也應該是在祭祀活動中有一定的作用或象徵意義。值得注意的是同這5件圓雕神獸同出的還有僅高8公分的「迷你」線刻鎏金銅鼎及鎏金編鐘，由於它們的尺寸很小，基本排除了實

用功能，應該是具有一定的象徵意義。

那麼究竟這些神獸在祭祀活動中扮演了怎樣的角​​色呢？首先來看他們的種類，分別是熊、辟邪、鷹（鳥）、羽人禦馬，加上同出的小型鼎和編鐘可以得知，這些全部是漢代流行的祥瑞文化中的題材。祥瑞是漢代思想文化中的重要內容，主要是指上天對人世社會的評價，當社會繁榮、政治清明、統治者勵精圖治之時，上天會降下特定的訊息用來傳達對人世的肯定。這些訊息通常包括各種動物、器皿等，這其中神獸、神雀、玉馬、寶鼎等都是漢代文獻中多次被提及的，那麼我們可以推測出這些大型神獸是作為祥瑞來表達上天對世間統治的肯定，而這些肯定的直接作用物件就是身為一國之君的帝王，那麼在帝王陵園的廟中出現這類神獸就應該是順理成章的了。無獨有偶，東漢位於山東嘉祥的武梁祠中也有表現出圖案化的祥瑞，武梁祠是一座祠堂，其功能就是為了祭祀家族

的祖先，同漢元帝渭陵中廟的功用高度一致，因此可以得知在祭祀用建築中使用祥瑞的傳統在後世也得到了一定的傳承。

也正是因為此類大型圓雕動物主要是作為祭祀中祥瑞的象徵，因此他們不會用作裝飾佩戴，周身不穿鑿系帶孔。此外這類大型圓雕神獸特別注重細節的處理，甚至連動物腹部、足底都有刻畫羽毛、生殖器、肉墊、指甲等，而這些部位如果按照一般常規的擺放方式是不能被看到的，那麼這些有意的細節刻畫目的是對祥瑞的真實再現，也並不是為了單純的藝術欣賞目的。

2) 微雕神獸的功能及文化內涵

相比起大型圓雕神獸而言，微雕神獸的功能較為明晰，主要是考古發現資料較多，同時也有明確的漢代文獻記載。從考古方面來看，微雕動物是手串、項鍊等串飾的部件，根據出土位置可以發現多佩戴在墓主人的手部或前胸。

同時根據漢代文獻《急就章》中的記載：「系臂琅玕虎魄龍，璧碧珠璣玫瑰麇，玉玦環佩靡從容，射魃辟邪除群凶。」我們可以明確的知道這類用各種寶石雕琢成龍、神獸等動物，是用來串系在手臂上，起到消災辟邪的作用。加之這類微雕動物的主題本身都能夠在漢代文獻中找出其消災避禍的文化內涵，因此可以認為它們是用來辟邪壓勝的工具。另外可能是因為尺寸較小的關係，也可能是因為穿戴時動物的底部不會曝露在觀者的視線裡，因此這類神獸的底部都沒有細節刻畫。

三、震旦博物館藏 漢代圓雕神獸精品賞析

在瞭解了漢代圓雕神獸的概念之後，我們著重對此次展出的兩件神獸做藝術層面的賞析。

1) 羽人騎神獸

這件器物（圖一）選用白色玉料雕琢，局部受黑色物質沁入而呈現出了黑色。主體呈現出昂首張口的樣貌，口中還露出獠牙，凸顯了威武的氣勢。神獸頭頂長鬃，下顎長須垂曳，身體兩側刻畫了神獸的重要特徵——翅膀。在神獸的背上還有一個馭獸的神人（圖二）。這種羽人騎獸的圓雕玉器十分罕見，震旦博物館收藏的這件無論從玉料、工藝技巧、造型、尺寸等方面來看都屬同類中精品。

2) 玉神獸

此件神獸（圖三）屬青白玉質，器表有些許白化，局部收到鐵銹沁入而呈現為紅褐色。玉神獸頭部微仰，張口露牙，表面以浮雕技法雕琢高眉骨與雙眼、開闊的鼻翼及短須。神獸頸部粗短，挺胸，長尾朝向側邊彎卷，四肢配合前低後高的身軀延展，體現出神獸在跨步行走時的體態。除了身上長出的羽翼之外，此獸尾部有一「山」字型裝飾，這也是神獸的標誌性符號之一（圖四）。值得注意的是如果將此件神獸翻轉過來，其足底腳趾和紋路的刻畫也十分明晰（圖五）。**A**



玉神獸底部(圖5)



BOOK

震旦博物館出版
新書介紹

傳統與創新
——先秦兩漢動物玉雕



漢代 玉神獸

象生

動物是古代玉器的主要品類之一，題材廣泛，造型隨著時代的遞嬗而轉變，其中戰國——漢代的玉器發展具有傳承與創新的特色，尤其是S龍和動物玉雕的數量豐富，造型變化多端，極富立體動感，深受世人所喜愛。因此本書精選東周至漢代的動物玉雕89組件，以圖文並陳的方式說明各件玉器的形紋特徵。書前收錄古物專家吳棠海先生的導論，帶領讀者從古器物學的角度，欣賞古代動物玉雕之美，值得愛玉者閱覽收藏。▲



漢代 玉人像



戰國 龍形佩

【本書特色】

- 1、本書內容按照玉龍、玉神獸、玉豬、玉鳥、玉人、坐騎動物等項目編列，分類清楚，易於檢索。
- 2、導論部分以時代先後為主軸，從料工形紋等角度分析戰國S龍與漢代圓雕動物的特徵，掌握時代風格的成因。
- 3、書中收錄許多特寫照片，方便讀者從不同的角度觀賞玉器，細心品味古代工匠的巧思與創意。

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



古器物學講座——文創設計專題 (5)
明代玉壺春瓶的創新設計



明洪武 釉裡紅玉壺春瓶
敞口、細長頸、溜肩、隆腹、底下圈足，是玉壺春瓶的基本特徵。（圖一）

Words/吳棠海 · Photo/震旦博物館

一、原生型—闊腹式玉壺春瓶

「玉壺春」本來是古人喝酒的代名詞，後來成為一種特定的瓷瓶款式。此種瓷瓶始見於宋代，元明時期頗為盛行，並且隨著審美觀念和形制需求的轉變，在每個時期也出現原生型、變化型、再生型、演變型、仿古型等不同的變化。

「原生型」是指玉壺春瓶的原本形制，大多作瓶口外翻、頸部略長、肩部斜溜、腹部垂墜、底有圈足之狀。

例如圖一為明代洪武時期的梅瓶，此器的瓶口向外翻折為喇叭狀，頸部略為收束並往下延伸，肩部陡斜向下，腹部朝外擴出後收窄，底下圈足微向外撇，器表布滿紋飾。

明永樂 青花玉壺春瓶

此器的折沿較小、頸部較細、腹部略斂，是在傳統基礎上所作的變化。(圖一)



口沿環繞一圈卷草紋，頸部是前後交錯的蕉葉紋、回紋及弧形片紋，肩部與腹部自成一主紋區域，上下方分別用雲頭紋邊框和壺門紋邊框內填雲頭垂珠紋為界，其內通體描繪纏枝牡丹花紋。

此種喇叭口、長束頸、垂墜腹及圈足的形狀，從宋代開始一直盛行到明代，雖然器形弧度屢有改變，但是形制基本相同，如北京故宮博物院所收藏的明洪武青花纏枝牡丹紋玉壺春瓶即可作為對照的參考。

二、變化型—斂腹式玉壺春瓶

永樂時期的玉壺春瓶雖然沿襲以前的舊制，但在器形弧度上略有不同，形成變化式的造型。

例如圖二為明代永樂時期的玉壺春瓶，此器亦呈圓口外翻、頸部略長、肩部斜溜、腹部外擴及底有圈足之狀，但是與洪武時期的玉壺春瓶比較之下，可以看出此器的折沿較小，頸部較細，腹部也不如洪武時期寬闊，整體看來器形比較秀麗。

類似的現象亦可見於北京故宮博物院所收藏的明永樂青花竹石芭蕉紋玉壺春瓶上，都是在傳統基礎上所作的變化造型。

三、再生型—明代執壺的興起

明代執壺的造型是以玉壺春瓶為主體，左右兩側附加長流和執柄而組成的，因為是由玉壺春瓶衍生而來的器物，所以稱其為「再生型」。

明洪武 青花執壺

此器以玉壺春瓶為主體，左右兩側附加長流和曲柄，屬於再生型器物。(圖三)



例如圖三為明代洪武時期的執壺，此器的瓶口略微外敞，頸部收束向下延伸，肩部斜溜，腰部以下朝外擴出再收窄，底下具有圈足，形狀與玉壺春雷同。但是左邊附加一個圓管狀的長流，流管與頸部用雲形板相連，右邊附加一個綬帶形的曲柄，則是從玉壺春瓶所演化而成的新器型。

除此之外，瓶口的外敞幅度明顯縮小，口緣向上修整平直，好與上方的壺蓋扣合，也是再生執壺特有的變化，如北京故宮博物院所收藏的明洪武青花折枝菊紋執壺即可作為鑑賞的參考。

四、演變型—同型不同紋的設計

明代玉壺春瓶的變化，除了原生造型的曲線差異，與附加流、柄的再生型之外，還有各種不同的紋飾組合，構成同型不同紋的設計。

明宣德 青花執壺

此器順著器型弧度分布多層紋飾，腹部的菱花紋開光展現同型不同紋的設計。(圖四)



清代 青花執壺

此器模仿永宣執壺，除了胎料、釉料及鈷料不同外，還有乾隆年款可供參考。(圖五)

例如圖四為明代宣德時期的執壺，此器呈圓口、束頸、溜肩、垂腹之狀，底下具有圈足，壺身一側附加長流，流與肩部用雲形板相連，另外一側附加綬帶形的曲柄，柄上有一個小圓繫，作為穿線繫綁瓶蓋之用。

瓶身外表布滿青花紋飾，由上至下依序為蕉葉紋、帶狀蓮花紋、折枝花果紋、壺門紋邊框內填蓮瓣紋及卷草紋等紋樣，多層次的布局是從傳統玉壺春瓶沿襲下來的形式，但是腹部以菱花紋邊框構成的開光，則是永宣時期特有的設計。

相同的器型和紋飾亦可見於北京故宮博物院所收藏的明宣德青花折枝花果紋執壺上，與該院同類器物相較，更可看出同型不同紋的變化。

五、仿古型—清代雍正乾隆時期

永宣時期開始，梨形壺、圓腹茶壺、僧帽壺及水注的數量逐漸增多，傳統玉壺春形的執壺開始減少，直到清代才又出現模仿明代的器物。

例如圖五為北京故宮博物院所收藏的清代執壺，此器的造型與明代永宣時期的執壺雷同，表面也有蕉葉紋、帶狀蓮花紋、菱花紋開光、折枝花果紋、壺門紋邊框及卷草紋等青花紋樣，造型紋飾皆與前例相似。

但是此器的胎體潔白細密，釉層輕薄明淨，在白色地子襯托下呈現淡淡的青色，青花紋飾藍中帶灰，局部有用重筆點畫的斑點，這些都是清代青花瓷器的特徵，而且器底還有「大清乾隆年製」六字篆書款，顯示此器正是乾隆時期的仿古器物。

玉壺春瓶與執壺的發展，具有一元多式的特色，只要了解各時期的形紋工藝，即能掌握它們從傳統中創新的軌跡。下期開始，本專欄將以紋飾為主題，介紹龍紋的演變過程。 **A**



圖片來源：
北京故宮博物院舊藏

館藏精粹賞析



明永樂 青花雲龍紋天球瓶

高45.5公分／震旦博物館提供

明代永宣時期對外貿易和文化交流十分頻繁，使瓷器的造型紋飾融入許多伊斯蘭文化的元素，除了先前介紹過的扁壺之外，還有體型碩大的天球瓶。

Words／吳棠海·Photo／震旦博物館

此件 天球瓶為宣德時期的作品，瓶口豎直，頸部粗長，肩部圓緩向下傾斜，腹部圓潤如球，底部微凹無釉。它的胎體灰白，質地緻密，釉層薄而明淨，具有溫潤明亮的光澤，正是明代改良胎釉配方、淘洗土質技術的成果。

瓶身外表布滿紋飾，近口沿處描繪一圈卷草紋，卷草紋先以細筆勾勒圖樣，再用略粗的筆畫加強，枝條具有粗細相間的變化，顯

得靈活自然。卷草紋下方書寫「大明宣德年製」六字橫排楷書款，為宣德青花瓷常見的款識。

瓷瓶的頸部和腹部通體繪畫雲龍紋。龍首翹鼻張口，往後回轉，頭上的鬣毛成束飄起，四肢撐開，前後跨步，身體表面繪滿細密的鱗片，背脊突起三角形的脊板，腿部以曲折的輪廓線表示有力的肌肉和關節，肢肘處的關節毛長如飄帶，骨節清晰，趾爪尖銳如勾。

由於龍紋的體型龐大，修長的身軀環繞圓腹一周，形成「一轉龍首、二轉龍身、三轉龍尾」的布局，大型龍紋與碩大的瓶身相互匹配，展現出「一統山河」的帝王氣勢，為此一時期的代表器型。 **A**

號召同仁親身參與 關愛院童享溫情



Words / 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『膳魔師文創保溫瓶組』給全台院童，鼓勵孩子將物品重覆利用，減少對環境的傷害。

溫暖 隨行活動4/12(日)來到新北市約納家園，由震旦OA五股分公司的蔡銘棠資深經理帶領總部幕僚及大台北區分公司助理前往關懷，透過童書教導院童正確吃水果的保健知識，並畫下自己喜歡的5種水果，更貼心準備水果送給院童品嚐。

蔡銘棠資深經理表示，透過集團震旦50活動可以讓大家更發揮做公益的愛

心，有錢出錢有力出力，讓弱勢家庭的小孩也有出人頭地的一天，進而再影響更多的人投入慈善活動。

4/18(六)來到宜蘭縣幸夫愛兒園及高雄市基督教山地育幼院，分別由震旦OA宜蘭分公司的蘇春霖經理及岡山分公司的范真慶資深經理帶領分公司同仁前往關懷。宜蘭分公司同仁特別規劃引導互助學習的團康活動，讓院童在遊戲中體會互助的意義；蘇春霖經理說參加公益活動很有意義，不只幫公司建立友好的形象並且可以幫助和陪伴小朋友，散播溫暖、散播愛，希望之後也能和同仁們一起參與這種有意義活動。

震旦OA岡山分公司同仁更是不辭辛勞前往六高雄市龜山區的基督教山地育幼院，協助院童整理家園的山邊藤蔓與雜草，雖然辛苦卻也樂意付出。范真慶資



02



03



04

- 01 震旦OA五股分公司與新北市約納家園院童，一起畫下自己喜歡的水果，現場歡笑熱鬧，並拍下照片合影留念。
- 02 震旦OA宜蘭分公司與幸夫愛兒園以遊戲方式與院童進行互動，雙方感受到滿滿的溫暖。
- 03 震旦OA岡山分公司同仁協助基督教山地育幼院整理家園，將藤蔓與雜草，雖然辛苦卻也樂意付出！
- 04 震旦OA嘉義分公司同仁與嘉義安仁家園院童，一同渡過溫馨的午後時光。

深經理表示，感謝公司有此機會讓同仁與家人能親身投入公益活動，除了能盡棉薄之力、回饋社會，也讓大家的心靈得到了提升。

4/25(六)來到嘉義縣安仁家園，由震旦OA嘉義分公司的郭展宏經理帶領分公司同仁前往關懷，除了準備貼心小禮物讓院童驚喜外，更陪同院童一起用手指當畫筆繪製感恩謝卡，院童們各個都是天才小畫家，創作出一張張色彩繽紛的作品，激發院童的無限潛能。

郭展宏經理說，在同仁的協力下，看到孩童們與顏料玩到忘我，埋首設計卡片時臉上洋溢的笑容，活動尾聲一個個小小身影忙碌著幫忙收拾，心中充滿無比感動。感謝集團，讓我們有機會能與一群天使度過一個特別的午後，一個下午的陪伴，孩童們的笑容、回饋給我們的溫暖，仍久久縈繞在心中。 **A**

物資捐贈 震旦集團物資捐贈 打造高效辦公環境

震旦集團於2011年起持續捐贈辦公家具及設備物資予公益團體，協助提升機構的服務效率，對受助的團體提供直接的支援及協助，愛心至今不停歇。中華民國殘障聯盟楊憲忠理事長表示，因為會務擴展、原有辦公空間不敷使用，遷移至新址，因而急需辦公物資需求。震旦集團長期以來捐贈辦公相關物資，使得公益團體的辦公環境，獲得最佳的改善。震旦集團看見殘盟的需要，迅速捐贈會議桌、資料櫃、辦公椅等多項辦公家具，協助殘盟省下為數可觀的設備購置費用。



▲震旦家具士林分公司林廷勳經理(前排左一)率團隊代表集團捐贈辦公家具，由中華民國殘障聯盟楊憲忠理事長(前排左二)代表受贈。

4/10捐贈當天，震旦同仁更是搬運、組裝親力親為，其中讓楊憲忠理事長最為印象深刻的是，因為舊式電梯無法容納兩座高度較高的資料櫃，同仁二話不說，從一樓走樓梯搬到六樓，即使組裝後剩餘的塑膠繩、紙板等包裝材料，都整理得有條不紊全數帶走，專業的服務水準與敬業的工作態度，著實令人敬佩。搬到新辦公室的殘盟搭配震旦捐贈的全新辦公設備，煥然一新的辦公環境，讓機構同仁用全新的心情推動殘障福利業務。感謝震旦對殘障聯盟的認同與支持，不僅全體理事與工作人員點滴在心頭，更讓殘盟辦公室新址能成為有效率的工作環境，讓殘盟有能量堅持下去，為身障朋友建構美麗的願景。



▲震旦OA南台中分公司王創權總監(右一)率團隊代表集團捐贈事務機，由中華民國視障者家長協會郭亭吟主任(右二)代表受贈。

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 | 通業技研 (02) 2999-1520 | 震旦雲端 0800-710666