



癌症關懷基金會董事長 陳月卿



明代 青花纏枝花卉雙獸耳瓶

2015年1月號 No.522

1971年7月創刊 · 發行43年6個月

COVER STORY

Less is more帶來新的幸福價值觀！

新幸福主張

less is more!

震旦博物館
AURORA NEWS

依料施工的
漢代玉雕動物

經營廣場
BUSINESS

大數據時代來臨了
為何如此？正是如此！

過去大家所追求的物質至上主義
讓人們被拜金所束縛，其實，內在豐富的人生
才能帶來真正的幸福與滿足感！

OFF
幸福學

新的 一年到來，期盼帶給各位讀者一個新的觀念，那就是「Less is more」！

過去大家所追求的是物質主義，被拜金所束縛。「少即是多」是現代新幸福理念，生活富裕不代表擁有快樂人生；其實，內在豐富的人生，才能帶來真正的幸福與滿足感！現在起讓我們學習北歐簡約精神，追求心靈上的滿足，上班族也可以擁有豐富的生活品質。

馬偕紀念醫院諮商心理師姚珮華以多年諮商輔導經驗表示，每個人有自己先天、後天個性因素，再加上每個人不同的天賦能力，不是只有追求高學歷、高薪資、高成就的單一價值，當自己生活價值與目標，能讓自己在每件事、每小時當中，觀察得到隨著時間流逝，所獲得的生活體驗與成長，同時保持跟人或社群的連結，就是屬於自己的新幸福主義。

多年來擔任人資主管的郭國平老師說，在企業人才培育上打造職場新幸福是未來趨勢所在，越重視員工幸福的企業，流動率相對較低，人才留任力度也相對較大。

對於職場工作者而言，上班除了養家糊口外，更重要的是一種歸屬感和自我肯定。企業主愈能重視員工的幸福感，將員工視為生涯中的夥伴，除了滿足工作需求，更進一步關心同仁的生活、家庭照顧，並協助員工生涯規劃與成長，才能有效降低成本，留住人才，共同打造幸福企業。

學會放鬆與釋放，下班後換個方式過生活！偶而享受關掉開關的OFF生活，少點負擔，多點心靈滿足。A



《震旦月刊》主編

蘇美琪 Maggie Su

震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1號創刊，2015/1/1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。

32 震旦辦公雲開啟辦公新趨勢
ALL IN ONE整合平台
中小企業最佳雲端辦公室
圖·文/震旦集團

34 打造憶霖企業 全新辦公視覺
震旦家具以高品質、高效率贏得顧客信賴
圖·文/震旦家具



A p.08

「少即是多、簡潔就是美」，它不僅被用在設計哲學、行銷管理學，也可以套用在生活哲學。



A p.18 全球70億人產出數據，這些海量資料背後隱藏多少商機？



A p.20 對於新鮮人而言，將職涯的場域擴大到大陸，已經是時勢所趨！



A p.30 震旦家具以高品質、高效率贏得顧客信賴



A p.44 依料施工的漢代玉雕動物—漢代玉鳥



A p.46 「在創造—當代藝術在震旦」展覽開幕

編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 OFF幸福學
文/蘇美琪

封面故事 COVER STORY

06 幸福是什麼？
整理/蘇美琪

08 體驗生活 自創幸福
文/姚珮華

12 人才培育 幸福啟航
文/郭國平

經營廣場 BUSINESS

16 大數據時代來臨了
為何如此？正是如此！
文/顏長川

職場充電站 CAREER

20 培養你的職場超能力
上班族如何接軌兩岸職涯
文/晉麗明

震旦50週年特輯 50TH SPECIAL REPORT

24 未來展望篇：大陸OA事業
打造民族品牌成為產業通路龍頭

躍昇震旦 AURORA NEWS

31 全方位3D列印醫療應用研討會
震旦通業開創台灣
3D醫療應用新視野
圖·文/震旦集團

樂活人生 LOHAS LIFE

36 幸福人生就從吃對食物開始
文/陳月卿

玩味設計 DESIGN

40 五十年的跨文化設計
—「香港設計之父」石漢瑞
遊設計之旅 賞藝海拾貝
文/畢瀛海

博物館專題 AURORA MUSEUM

44 漢代動物園在震旦系列報導之二
依料施工的漢代玉雕動物
圖·文/震旦博物館

46 「在創造—當代藝術在震旦」展覽開幕
跨越時空的對話
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
認識古玉新方法
文/震旦博物館

49 2015館藏精粹 桌曆賞析
文/震旦博物館

53 館藏精粹賞析—
明 青花纏枝花卉雙獸耳瓶
文/吳棠海

愛心公益 LOVE ACTION

54 震旦物資捐贈
共同陪伴 成就愛的家園
文/天主教善牧基金會



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！

現 代建築開創大師密斯、凡德羅說：「Less is more」，意思是「少即是多、簡潔就是美」，它不僅被用在設計哲學、行銷管理學，也可以套用在生活哲學。

姚珮華／馬偕紀念醫院淡水院區諮商心理師 P.08

幸 福方程式就是：（想法＋做法）×意願×能力，能發揮個人的價值，進而在企業找到人生的舞台與方向，逐步實現個人的夢想

郭國平／松榮國際管理顧問總經理 P.12

全 球70億人每天產出的數據不計其數，這些海量資料背後隱藏多少商機就看有多少「想像力」了，重要的是要如何從擁有轉變為應用。

顏長川／哈佛企管顧問講師 P.16

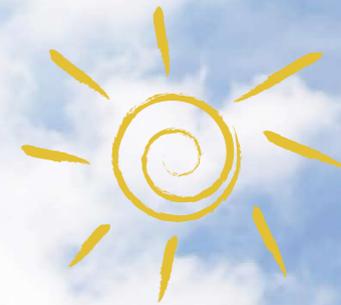
國 籍已是職場中最不重要的表徵，世界公民才是你的代名詞，跟隨全球佈局的腳步，培養自己成為兩岸競爭力的職場尖兵；信心、勇氣與執行力將讓你心想事成！

晉麗明／104資訊科技集團資深副總經理 P.20

推 行一種新的飲食文化，用簡單、方便、營養、美味，人人都可以動手做，家家都喜歡在家裡用餐。讓家的功能更完整、家的氣氛更溫馨，全家人也更健康。

陳月卿／癌症關懷基金會董事長 P.36





What is Happiness? 幸福是什麼?

Prelude / 蘇美琪 ; Words / 姚珮華、郭國平

「少即是多」是現代新幸福理念，生活富裕不代表擁有快樂人生；學習北歐精神，追求心靈上的滿足，上班族也可以擁有豐富的生活品質。

"Less means more" is a contemporary notion for happiness. A wealthy and luxurious living is not synonymous of a happy life. By learning from a Nordic perspective that seeks satisfaction and fulfillment in soul and spirit, office workers can also enjoy a rich and fulfilling life.

1
CHAPTER

知足的新幸福主義

體驗生活
自創幸福

Words / 姚珮華，馬偕紀念醫院淡水院區諮商心理師

你上次感到滿足或幸福是什麼時候？當時你在做什麼？隻身一個人還是身邊有些什麼人嗎？地點是在哪裡？室內還是戶外？當時有聽到什麼聲音？聞到什麼味道嗎？

邀請 你可以花個三、五分鐘，暫時把眼睛閉起來，做個冥想，把自己帶回到那個經驗，仿佛置身在當中，重新感受。或者，給自己創造類似的機會，複製此經驗，經營屬於自己的新幸福主義。

生活哲學：少即是多、簡潔就是美

在現實社會中，大家可能受到生存

需求與消費文化的影響，例如：名牌服飾、時尚手機、進口車、大房子等，而將金錢視為生活追求的價值與目標，使得我們周遭瀰漫著潛藏的盲目追求「單一價值」的成就。現代建築開創大師密斯、凡德羅（Ludwig Mies van der Rohe）說：「Less is more」，意思是「少即是多、簡潔就是美」，它不僅被用在設計哲學、行銷管理學，也可以套用在生活哲學。

當一個國家的經濟發展到一定程度，人民生活富足時，便會開始思考幸福的真諦，重新定義生活的意義，避免過度為外在物質驅使，以確保生活品質。國內心理學大師楊國樞教授說：「幸福感高低代表的是一種主觀的評估，而這主觀世界卻代表了個人目前生活現況整體的滿意和愉快程度。」靠物質支撐的幸福或滿足，短時間可能很有感覺，拉長時間觀察卻易流於不踏實感。在我的當事人中，有個類似的案例。

A先生是一位約五十多歲，高社經地位的當事人，長時間且全天候投入工作，初始的幾年，A先生覺得自己在工

“現代建築開創大師密斯、凡德羅說：「Less is more」，意思是「少即是多、簡潔就是美」，它不僅被用在設計哲學、行銷管理學，也可以套用在生活哲學。”

作上很有能力感，A先生形容「仿佛自己站在浪頭上」；不僅能照顧自己，還能照顧家人；後面的幾年，A先生覺得自己的生活只剩下工作，沒有活力、空洞感油然而生，感覺不到快樂，感受不到自己的存在，工作上漸漸出現提不起勁的現象，甚至連完成主管交辦的事項都相當費力。於是前來掛諮商門診。

A先生說自己心裡有一種對金錢的不安全感，只想賺錢，好像累積愈多的金錢數字愈安心，可是日子過得像機器人運作般地因應日復一日的行程，其實心裡面承擔了很大的壓力，有一種被錢追著跑，不敢停下來，根本無法好好休息，身心疲憊極了，假日睡再多仍然覺得累，無論怎麼賣命都沒有滿意的底線，甚至出現生活無力感，覺得人生很乏味難熬。





▲人跟人的連結，也就是跟人有情感上的交流與互動、能聊聊自己的經驗，感覺彼此真誠相待，感受到彼此的關係與兩顆心是靠近、同在的。

經過一段時間的會談後，A先生重拾自己喜愛的騎車、游泳等運動，並且每隔一段時間休假安排旅行、攝影，因為能工作的時間變短，於是在上班時間自己更加倍的專注與投入，反而工作表現、效率也提高，無形中給客戶、主管，凡工作接觸到的人都留下深刻印象，連帶增加了其它的工作機會，收入也水漲船高。相形之下豐富了自己在工作成就中所獲得的滿意感，也贏得工作團隊的肯定與認同。

A先生說在運動時流汗的感覺很滿足；旅遊時到異地接觸不同的人文氣息，感覺很棒！這些工作之後的調劑所產生的力量，繼而回饋到工作上的決策與創

意。A先生說在情緒困擾之前，自己並不是不喜歡目前的工作內容，只是以前覺得精神生活跟工作賺錢是相互衝突的需求和目標，現在覺得是兼容並蓄、互相效力，工作步調與生活節奏是對自我有掌握感與實現追求的理想，感到充實愉快。

情感交流更勝物質享受

還有一個最重要的部份，是人跟人的連結（connection），也就是跟人有情感上的交流與互動、能聊聊自己的經驗，感覺彼此真誠相待，感受到彼此的關係與兩顆心是靠近、同在的。A先生探索自己的內心世界時，談及原生家庭（Family of

“滿足家人與朋友間和諧相處的渴望，減少物質至上主義所付出的代價，也滿足個人結伴的心理需求，也經由親友的分享，彼此提供不同的社會支持，增進了幸福感。”

origin），原生中的「生」指的是生長的环境，意思是說我從小長大父母的家庭，以華人文化來說，就是我們原本的家。人生有兩個家，一個是我們從小長大的家，一個是長大後進入婚姻生活的家。A先生洞察到原生家庭對自己金錢價值觀的影響，以及提到過去因為婚姻關係破裂，同時在親子關係中感到挫敗，努力工作成為一個很好的理由也符合社會主流的方向，將原來斷了連結的問題擱置而減少痛苦感。現在，自己能接受失婚的狀態，跟孩子的關係也逐漸修復，有了更直接的連結。

A先生回顧會談歷程帶給自己最大的影響，就是懂得分享（sharing）自己，並做真實的交流，這無形間擴展自己的社會支持系統（Social support system），當個人面對來自生活上的壓力，讓個人的能力無法因應時，所形成一種威脅，導致於無力感的產生；若個人擁有正向的社會關係，則可以使個人在心理上較平衡，而減少負向的心理狀態（如挫折等），經由這種社會關係人際網路，不但可提供個人情

緒支持及肯定自我的價值，更使個人能勇於面對生活中的變動和人生的挑戰。

反之，若擁有不佳的社會關係，這種生活的壓力將使個人的情緒受到干擾而呈現不穩定的狀態，更易對他人採攻擊、不友善的態度，甚至憤世嫉俗，同時也影響工作的投入。這種正向的社會關係，即心理學Cohen & Wills所談的社會支持系統。當A先生對自己更瞭解後，再加上心境的開放與調整，進而拉近人我關係，使得孤單感降低，讓自己的生活中多了許多調味料，生命滋味豐富且多層次，遇到人生困頓時有人商量或主動幫忙。

A先生從追求外在物質轉而開始耕耘自己內在的心田，沒有放棄自己的需求或看低自己的感受，並且可以察覺、重視、照顧到自己，重新拾回興趣、嗜好，進而與人相互連結，滿足家人與朋友間和諧相處的渴望，停止犧牲自己的需求、犧牲精神生活的品質，減少物質至上主義所付出的代價，也滿足個人結伴的心理需求，也經由親友的分享，彼此提供不同的社會支持，增進了幸福感。A

每個人有自己先天、後天形塑現在這個個性的原因，再加上每個人不同的天賦能力，當環境與個人碰撞時，可以創造很多的可能性，換化出豐富且不同的生活價值與目標，不是只有追求高學歷、高薪資、高成就的單一價值，當自己生活價值與目標，能讓自己在每件事、每小時當中，觀察得到隨著時間流逝，所獲得的生活體驗與成長，同時保持跟人或社群的聯結，就是屬於自己的新幸福主義。

2
CHAPTER

從工作中探尋幸福源泉

人才培育幸福啟航



Words / 郭國平 · 松榮國際管理顧問總經理

根據人力銀行調查，員工幸福指數過低是造成人才出走和流動率居高不下的主因，多數企業認為，幸福企業須讓員工「適才適所」、「適性發展」；「穩定的工作」、「工作環境的舒適安全」與「經濟上的滿足」。

據企 業統計人員離職原因，員工「幸福指數」和「流動率」正好成反比；此反應出，越重視員工幸福的企業，流動率相對較低，人才留任力度也相對較大。

對於職場工作者而言，上班除了養家糊口外，更重要的是一種歸屬感和自我肯定的方式，職場工作時間佔據了一天中的大部分時間，若能在工作場所中感到快樂，獲得滿足，就等於

坐擁整天的幸福，而每一位員工的幸福加總，足資成就滿分的企業。

企業主愈能重視員工的幸福感，將員工視為生涯中的夥伴，除了滿足工作需求，更進一步關心同仁的生活、家庭照顧，並協助員工生涯規劃與成長，以便有效整合公司內人力資源、強化員工工作熱誠，才能有效降低人事訓練成本，留住有能力的人才，共同打造幸福企業的王國。

此即足以印證管理心理學大師馬斯洛所言，人們工作最高的價值，係來自於自我實現的追求。

現代年青人在選擇工作的時候，常常會面臨一個兩難的抉擇，要進大公司好呢？還是要進中小企業好？阿里巴巴創辦人馬雲說：今後，選擇去大企業的年輕人會愈來愈少，去特色企業、幸福企業、美的企業的人將會愈來愈多，在那裡，他們能充分展現個性化特色和自我價值。傳遞幸福能量將心比心、重視員工需求，引領企業成長的正向力量！讓所有的員工都能因為幸福的工作而享有幸福的生活。

e時代的新新人類，愈來愈重視生活的「品質」，企業用人也漸漸從冰冷的規章、制度，邁向更人性化的管理。從現今各個行業中，發現當今企業除了提供員工基本薪資及安全無虞的工作環境外，擁有更具人性化的制度，儼然成為優良企業的基本配備，讓員工能在工作上獲得滿滿能量。近年來更隨著「終生學習」概念普及的影響，這些企業不再消極地挖角，向外尋覓既有人才，而是積極地自行培育在職員工，讓員工有成長的機會，更是滿載職場幸福的泉源。

因此企業在追求獲利目標的同時，能對員工投入更多的人性關懷與理解，讓員工感到幸福快樂，自然就會願意投入更多的

職場缺乏幸福感的關鍵是？

您在職場工作者是否快樂嗎？這大概是e世代年輕人對工作最大的迷惘，企業主往往為求人事成本的降低，在工作不斷「加量不加價」的情況下，除了造成工作壓力外，心情鬱卒在所難免，脫離低薪族固然重要，但平心而論工作不只是為了薪資，還有很大一部分是要能成就自己、讓自己開心似乎更為重要，

“ 阿里巴巴創辦人馬雲說：今後，選擇去大企業的年輕人會愈來愈少，去特色企業、幸福企業、美的企業的人將會愈來愈多，在那裡，他們能充分展現個性化特色和自我價值。 ”

心力在工作上，讓企業內部產生正向的企業文化，進而創造更高獲利的水準。

企業經營者及人資部門主管是否有誠意為員工營造「幸福企業」環境，讓員工願意為企業效力，期以共同成長，員工其實都會有切身的感受。這份誠意的構成要素是多元的，不管是有形的工作環境、待遇、福利，還是無形的人才培育、獎勵、友善職場營造等等，都是員工評判企業能否帶來幸福感的重要指標。

幸福職場的內涵

幸福企業能造就快樂的員工，進而提升企業生產力，那到底員工幸福方程式的內涵是什麼？依筆者自身工作經驗體悟，

人依附於企業工作的目的，無謂是希望自己的想法與做法，能經由企業的資源與協作，進而提升自己工作意願及能力，完成單位所賦予之目標。因此所謂幸福方程式就是：（想法+做法）×意願×能力，能發揮個人的價值，進而在企業找到人生的舞台與方向，逐步實現個人的夢想，即是幸福企業的內涵。

幸福企業究竟該如何實現個人的能力呢，除了優質的工作環境、合宜的薪資待遇、提供職務再設計、適性發展空間，互相信任、關懷外，必須有更多的準備與歷練，不僅需要溝通能力，更要加強面對不同環境、文化的生存能力。

而要將員工培訓到一定水準，不管是外派到其他國家或是參與國際會議的交

流，成為讓人驚豔的專業人才，其實需要相當多的訓練。諸如：在職進修、能力加值、用心投資訓練頂尖專業人才做中學的學習模式，讓員工相當有參與感而且獲益良多，永無止盡的學習成長、員工快樂創造企業發展，共同創造出更美好的工作環境、留住更多優秀的人才，不斷加乘，不斷攀升，並激發主動學習的精神。

看重每位員工的特長，把對的人放在對的位置上，不但能有更優質的產出，也讓員工得以發揮長才。提供各種扎實的訓練（如感動服務、銷售技巧、商品知識等），同時搭配師徒制和實質的獎勵制度（如最佳員工獎勵、服務金質獎等），讓員工得以持續成長與進步，提供更好的服務，最重要的是——樂在工作。另提供清楚的職涯發展藍圖（Career Roadmap），清楚說明員工未來發展的可能性，以及在過程中需要接受哪些知識技能的培訓，培育員工，更可讓員工持續與公司共同成長，讓公司成為員工溫暖的第二個「家」。

另外專業的EMBA相關課程也是近幾年許多公司管理階層進修的首選，而升上管理階層的員工，更可透過情境領導課程、完整的教育訓練，學習如何帶領團隊、與部門員工溝通，而不需一個人懵懂地摸索，快速提升同仁工作職能，進而沉浸在愉悅的成長工作氛圍中，從工作中探尋幸福的源泉。

人才培育引領企業向上提升的關鍵

人才，是引導企業前進的導航儀，沒有優

秀的人才擘劃大政、推動政策，企業就會面臨原地空轉甚至經營不善的風險，現今企業面臨全球化的競爭，人才是企業經營致勝的關鍵。根據人力銀行的調查，職場新鮮人，在選擇工作時，「在看工作能給你多少學習機會，而不是看公司能給你多少薪資福利」；以鼓勵員工「學習知識」、「創造知識」、「分享知識」，以建構「企業知識力」，進而提升「企業競爭力」，更成為企業人才培訓之重要課題。

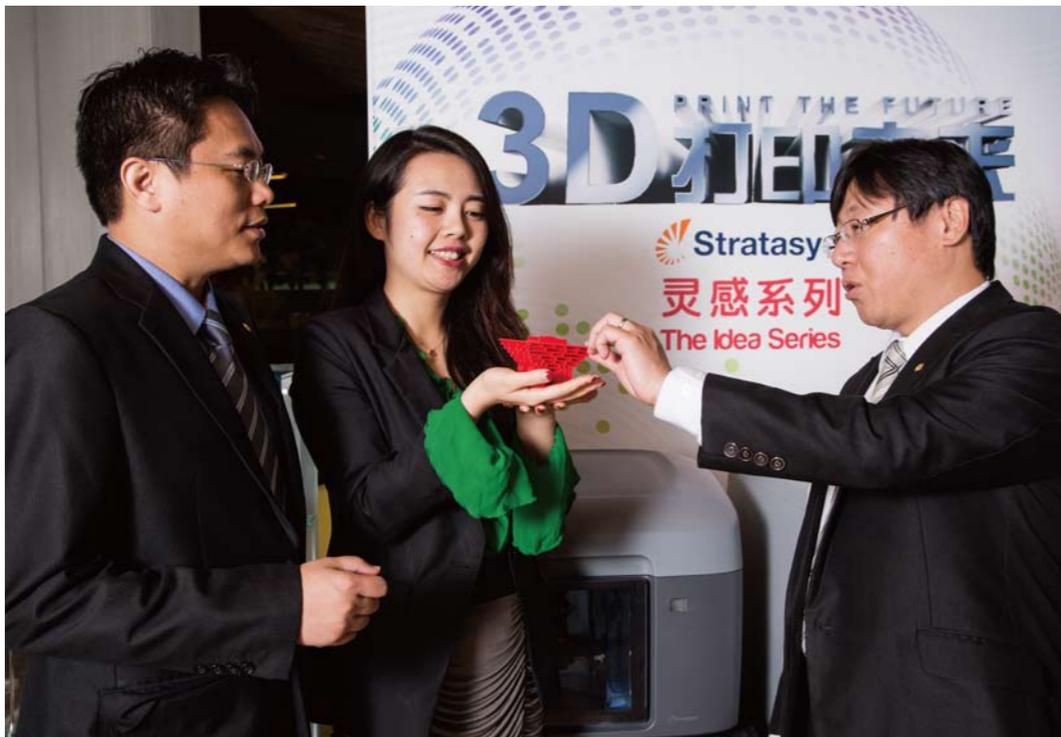
人才培訓是提升人力工作效能最佳方式，歷史上強大的王朝，都是秉持「寒冬練兵、寒冬出兵」的帶兵思維，才能出奇致勝，因此在不景氣的寒冬中，絕對不能先砍《訓練經費》，更要加碼《投資人才》，才能在競爭激烈的環境中，立於不敗之地，進而開創企業新版圖，打造企業新幸福。

人才培訓是提升人力工作效能最佳方式，歷史上強大的王朝，都是秉持「寒冬練兵、寒冬出兵」的帶兵思維，才能出奇致勝，因此在不景氣的寒冬中，絕對不能先砍《訓練經費》，更要加碼《投資人才》，才能在競爭激烈的環境中，立於不敗之地，進而開創企業新版圖，打造企業新幸福。

企業人才培育 打造職場新幸福

人才是企業競爭決勝關鍵，強化培訓機制，才足以因應人才競爭時代的來臨，因此無論是企業或職場工作者均須重視人力《培訓》，蓄積人力資本，創造難以取代的價值，才能提升企業知識力與競爭力，進而打造職場工作者的新幸福！**A**

▼「幸福企業」環境，讓員工願意為企業效力，期以共同成長。



為何如此？正是如此！

大數據時代來臨了



Words / 顏長川 · 哈佛企管顧問講師

伊波拉病毒在西非已造成約有5,000人的死亡，獅子山的疫情正以等比級數飆速中，監督機制幾乎已經失靈，引起新興國家民眾的大恐慌；在西非已70年的IBM正與西非政府合作，準備複製「在海地強震後使用Big data」的技術和經驗。

Facebook因系統更新導致全球當機半小時，一度令其網民惶惶不安並大聲疾呼：「無網路，毋寧死」。大量全球知名人士的隱私被曝光，令人不得不有個資被擅用而陷入不可測風險的擔憂：「老大哥正在看著你！」（Big brother is watching you!）；資料科學家被視為21世紀最性感的工作，而分析3.0技術正火火紅紅；上述諸事件宣告著：「大數據時代來臨了！」。

資料庫 vs. 知識庫

50年前的資料庫（Data warehouse）收集了很多資料，並請很多人去採礦（Data mining），會挖出一大堆的電腦報表供使用者運用，但使用者通常都會大喊吃不消，有時甚至會產生整套厚厚剛出爐的電腦報表都還沒有人看一眼就被原封送去餵碎紙機的現象，真令人心疼；資訊部的資料庫會被譏為

垃圾庫，資訊人員做的是「Garbage in, garbage out」的工作，真是情何以堪？其實，資料建立者和使用者要多溝通，建立者一定要知道使用者到底如何使用資料，才能找出錯誤的根本原因加以改進；而資料品質的責任應在經理人身上，只有管理才能解決問題，技術不能。

現在的資料庫已經變成知識庫，企業可用來做ERP、CRM、SCM…等；甚至成立知識管理部門，以提高組織智商、減少重複勞動和避免組織失憶，並且設一個知識長（Chief Knowledge Officer，簡稱CKO）主其事；大家都認為知識是有用的資訊，不但無價而且無窮，資訊處理能力就是企業競爭力。未來的資料庫將儲存巨量的資料，而資料的運用不只在公司的營運，也用在產品和服務上，企業將會建立新資料庫（NoSQL）並開放原始碼（Hadoop），用較好的搜尋演算法，吸引客戶到企業網站；將會有一個分析長（Chief Analytics Officer，簡稱CAO）帶領一群資料科學家，運用產業規模的分析學，讓組織做出更細微、更精確的預測，他們可能會把MIS報表從600份減少為180份，讓管理高層把焦點放在策略目標上，並提出證據供作決策，也就是把資料分析產生的見解轉變成競爭優勢。

當一家企業的CKO想方設法把企業內所有人的知識都融於一爐（知識庫）並把業務資訊化，而CAO則運用分析3.0把資訊轉

“知識是有用的資訊，不但無價而且無窮，資訊處理能力就是企業競爭力。未來的資料庫將儲存巨量的資料，而資料的運用不只在公司的營運，也用在產品和服務上。”



化為見解並用資訊開發出產品與服務；所有資訊人員所做的已是「Information in, Knowledge out」的工作；而這家企業將成為具有智慧（wisdom）的Smart企業了。

原始資料 vs. 經營智慧

管理是理論或實務？領導是藝術或科學？這是學術界與實務界多年來爭辯不休的議題，沒有定論，更沒有標準答案，就看個人的經驗和體會了；但有一件事可以確定——績效就是硬道理，任何能讓企業創造和維持績效的都是經營智慧，這是值得所有職場人士窮畢生之力去追求的頭等大事。經營智慧的形成需要經過一道道複雜的流程，從一大堆最原始的資料（Raw Data）找出有意義的資訊（Information），再經過實際的運用得到可參考學習的知識（Knowledge），最後

“全球70億人每天產出的數據不計其數，這些海量資料背後隱藏多少商機就看有多少「想像力」了，重要的是要如何從擁有轉變為應用。”

踏著前人的血跡、站在巨人的肩膀上，才能淬鍊出無價的經營智慧（Wisdom），成為別人無法剝奪的資產。

彼得·杜拉克發明了管理學，一生有36本著作，不愧是大師中的大師；肯·布蘭佳提出情境領導（Situational Leadership）的論點與方法，很巧妙地把領導藝術變為一門易懂、易學、易上手的科學；麥可·波特於26歲就成為哈佛大學最年輕的教授，提出五力分析，成為策略的代名詞；傑克·威爾許曾任GE的執行長，打造了一個「奇異」世界，被封為「中子彈傑克」及20世紀最偉大的CEO；松下幸之助創辦松下電器、松下政經塾與PHP研究所，寫下了一頁「求名得名、求利得利、求壽得壽」的傳奇；「集合眾智、無往不利」是他一生經營智慧的結晶；王永慶終其一生以「追根究底、實事

求是」的態度經營企業，凡事講究「合理化」，很早就主張「例行管理用電腦、例外管理用人腦」，九十歲了還天天想著未來，往生前一天還在開會，可說是一位做到死的大企業家。

彼得·杜拉克、肯·布蘭佳和麥可·波特均為職場人士解答很多有關管理、領導和策略的實際問題，堪稱兼具實務的理論大師；傑克·威爾許、松下幸之助和王永慶在似有意若無心間，把各種管理和領導理論徹底落實執行，堪稱兼具理論的大企業家；若能將這六位先生的經營智慧吸收殆盡，應可成為一個理論與實務兼具、藝術與科學雙修的「職場完人」了。

智慧老人 vs. 維基百科

當今的職場，資深員工叫「老鳥」，資淺員工叫「菜鳥」，職場中老鳥、笨鳥滿天飛；有些會自暴自棄淪為三等員工（等指示、等下班、等退休）；有些卻不服老，抱著終身學習（有目標、有計畫、有紀律）的態度成為公司之智慧老人。在攀爬職涯階梯時，困難、困頓、困惑在所難免，若知道去尋求智慧老人的協助，可少走很多的冤枉路！所有職場中人都必須認清：

① **年齡不是問題**：職場上唯一的生存之道是專業，不是年齡，更不是年資；專業還必須轉化成績效，只有績效才是硬道理。



② **智慧是寶**：資深員工在職場打滾多年，必然累積很多血淋淋的教訓，練就一身百毒不侵的功夫；教訓和功夫經過系統化會變成知識和技巧，資深員工經過系統化會變成智慧老人。

③ **虛心求教**：有人肯學才有人肯教，有人肯教才有人肯學，教學可以相長；菜鳥要「活到老，學到老」，老鳥要「學到老，活到老」。

Wiki百科網書的出現，讓百科全書、新聞甚至教科書統統免費，每天點閱次數近千萬次，13,000多個網友抱著「集體寫作，知識共享」的精神造福人群，資料量比大英百科多上好幾倍；大英百科於2004.3.1.推出繁體網路版，有75,000個詞條、45,000,000個中文字和10,000幅圖表…等，個人用戶每人每年新台幣2,000元（60美元），並把Wiki嘲諷為「公共廁所」。推廣開放資料與訓練的ODI（Open Data Institute—台灣的開放資料聯盟叫ODA）主張：「任何人不論基於何種目的都可無償使用資訊（Knowledge for everyone）」；OCA（Open Content

Alliance）主張：「超過保護期的著作權變成公共財產」；英國主張資訊透明化，持續在網路無償公開公共資料，2012年迄今已推出4萬多個dataset。

為何如此 vs. 正是如此

全球70億人每天產出的數據不計其數，這些海量資料背後隱藏多少商機就看有多少「想像力」了，重要的是要如何從擁有轉變為應用；各國政府紛紛仿效英國，以「全世界最大的服務業」自居，提供免費的公共資訊供各行各業應用，如即時哥本哈根（手機訊號+GPS）、瑞典RFID（車牌辨識技術）、舊金山SFPark（6,000個路邊停車位+11,500個停車場）、新加坡的CBD中心商業區（交通狀況）…等。

企業或個人要運用Big Data技術，可拋下因果關係，注重相關性；也就是說，不用知道「為何如此？」，只要知道「正是如此！」就可以了。最實際的應用是Tesco公司利用公開取得的氣象資料，得到「氣溫每上升攝氏10度，烤肉相關的銷售業績會成長300%」的結論，開發出研判每小時需求的模組，以改善營運效率，讓庫存最佳化；霍金居然算出英格蘭隊在世足賽的奪冠方程式並建議「穿紅色戰袍、打433陣型、罰踢前助跑3步」；行銷業已有「DM之轉換率1%、Tele-Marketing之轉換率2~5%、Big Data之轉換率17%」的經驗值可參考；至於信用卡公司預測持卡人的收入？保險公司用生活方式的資料代替驗血驗尿？折扣商店預測誰家女兒未婚懷孕？唱片公司預測暢銷曲？醫生用巨量資料來拯救生命？算是雕蟲小技了。A



培養你的職場超能力
上班族如何接軌兩岸職涯



Words / 晉麗明 · 104資訊科技集團資深副總經理

全球年輕人同台較勁的時代來臨了，每個人必須與大陸、香港、韓國、日本、新加坡，甚至歐美的年輕人競爭！經營國際職涯成為現代上班族，無可迴避的選項，新鮮人停留在舒適圈中只會坐以待斃，將職涯延伸到大陸，立足大中華、接軌全世界！夢想愈大，成就也愈高！

上班族西進大陸的主要原因

大陸改革開放後，兩岸的經濟交流與互動日益密切，從早期傳統產業面臨台灣各項成本的高漲及考量大陸落後台灣三十年的情況下，前進大陸延

續產業命脈；緊接著以代工為主的科技製造業，也為了提昇成本的競爭力而前進大陸；此外，近年來兩岸同樣實施擴大內需及扶植服務業的政策，再加上大陸已從「世界工廠」轉型為「世界的市場」，大量服務業從零

“上班族如能在高手如雲的光明頂上競技，在高強度的挑戰中，也能夠增進視野並培養自我成為國際級的人才，如果能練就非凡超群的專業絕技，職務、薪酬自然能水漲船高。”



▲對於新鮮人而言，將職涯的場域擴大到大陸，已經是時勢所趨！

售、量販、餐飲、住宿、服飾等連鎖、通路廠商，前仆後繼西進佈局，目前大陸已是台灣最大的貿易伙伴，台商西進也帶動了上班族赴陸工作的風潮，對於台灣上班族而言，在全球化趨勢及台商深耕大陸市場的現況下，將職涯的發展從台灣延伸到大陸，甚至於東南亞國家，已是職涯中的必要選項。

對於新鮮人而言，將職涯的場域擴大到大陸，已經是時勢所趨！雖然目前新鮮人外派工作的機會不多，但隨著人才交流的頻仍，相信在幾年內，派外人員的年齡層

將會愈來愈低，面對上班族職涯的國際化，大家必須早日做好因應及準備！

認清你的對手

網站上流傳一張圖片，大陸高校生將高中三年寫完的試卷疊出了2.41米的高度，再看每年六月大陸高等考試近千萬名考生的激烈競爭，台灣的社會新鮮人應該可以預見競爭對手的強度，兩岸年輕人同台較勁的場景，將會是這一代年輕人必將面對的挑戰，長期在舒適圈中成長的七、八年

“ 國籍已經成為職場中一個最不重要的表徵，世界公民才是你的代名詞，跟隨組織全球佈局的腳步，培養自己成為具有兩岸競爭力的職場尖兵。 ”

級生，在抹平的世界競技場上，你必須與大陸、韓國、日本、新加坡、香港、馬來西亞，甚至歐美的年輕人競爭，因為這些國家佈局大陸的企圖心，一點都不會輸給台灣，如果你在這場競賽中未戰先敗，就會成為邊緣經濟中的邊緣人。

沒有優勢，只有競爭

台商已大力落實人才本土化策略，而大陸人才的崛起，也排擠了許多台幹的工作機會，才已不再像二十年前支領高薪、享

受高高在上的禮遇及尊榮，相較於35歲以上的專業經理人，可以倚賴專業及know how馳騁大陸職場，新鮮人如欲赴陸打拼，必須有拿本地薪資水準的認知，然而由於全球500強企業大多已進軍大陸，因此北京、上海等大城市均完全與國際接軌，上班族如能在高手如雲的光明頂上競技，在高強度的挑戰中，也能夠增進視野並培養自我成為國際級的人才，如果能練就非凡超群的專業絕技，職務、薪酬自然能水漲船高；目前在大陸打拼的上班族，年薪從百萬到數千萬元均不乏其人，誰能

挑戰競爭、脫穎而出，就能夠在職場上奪得桂冠。

在大陸打拼要贏在起跑點，也要贏向終點

近兩年，104獵才顧問中心舉辦了十一個場次的「外派主管充電會」，與會的數百位現職外派大陸的台籍主管，普遍對於台商用人在地化及大陸人才崛起，逐漸減少外派，此外，大陸由於幅員遼闊且各地的發展落差，因此蘊含了許多商機。

新世代的年輕人如果能夠先行了解大陸的競爭態勢，並培養自己與國際接軌的能力，將是成功西進的基本條件，新鮮人如何能贏在起跑點，也贏向終點，以下幾點提供讀者參考：

winner 1

多關心兩岸產業及職場的現況與發展

爭取外派及出差的機會，以培養國際移動力及對大陸環境及文化的了解。在工作初期以體力換經驗，習得專業後才有實力在對岸打拼。加強語言能力，因為大陸已成為國際化的市場。除了專業能力外，品德操守、自我管理、不斷學習是成功西進的關鍵核心能力。國際化已成趨勢，勇敢走出

舒適圈才能確保職場的長遠性及發展性。

winner 2

西進發展首重專業能力

無論是傳統、科技產業或是服務業，在大陸的台商無法避免的實施「人才在地化」的策略；目前許多上市櫃公司的大陸據點，其總經理及高階主管都是大陸人，同時大陸已是全球高度注目的火紅市場，各地高手紛紛摩拳擦掌，準備在大陸大展身手，因此上班族西進的第一件事，就是審慎盤點自己的資歷與能力，具備專業的技能才有機會一展身手，否則只會落得鋌羽而歸的窘境！

winner 3

出海當大魚，別只眷戀小池塘

大學生畢業後找不到工作，成為「啃老族」的情況日益嚴重，自幼在溫室中成長的七、八年級生，不願意接受低薪，寧願無所事事的成為宅男宅女，或是淪為職場的遊牧民族，工作態度及穩定性備受企業質疑；邁出校園的新鮮人一定要能認清環境的發展及趨勢，立足台灣、放眼大陸，並且具有擁抱世界舞台的企圖心，掌握機會出海當大魚，別只眷戀著小池塘！ **A**

當經濟力量打開了國界，將世界整合成一個大平台，當網路緊密串連平台上的所有企業與個人，親愛的年輕朋友們，國籍已經成為職場中一個最不重要的表徵，世界公民才是你的代名詞，跟隨組織全球佈局的腳步，培養自己成為具有兩岸競爭力的職場尖兵；信心、勇氣與執行力將會讓你心想事成！



▲新世代的年輕人如果能夠先行了解兩岸的競爭態勢，並培養自己與國際接軌的能力，將是成功的基本條件。

打造民族品牌成為產業通路龍頭



Words · Photo / 震旦集團

SARS擴散的那一年，是2003年。儘管疫情的陰霾籠罩，但出於一種對商業世界的嗅覺和敏銳，震旦仍舊意識到中國大陸的市場潛力，就在人人每天要查體溫方能上班上學的那一段日子，震旦轉投資大陸的上海震旦辦公自動化銷售公司，也自此誕生了中華民族第一個擁有自有品牌影印機「震旦」。

移植

台灣市場的成功經驗，大陸OA事業開疆闢土十年有成，從無到有，憑藉最低的成本、最強的通路與最佳的服務，穩穩在大陸

立足。迄2014年，大陸OA市場規模一年約60萬台，年複合成長率5~6%，其中，震旦的市占率一直穩步提升。陸續獲得「2012年度最具競爭力民族

品牌」、「中國最佳售後服務獎」、「中國最佳服務管理獎」等，皆是大陸OA事業開花結果的榮譽。

民族品牌定位，強攻政府採購市場

「2003年起，震旦一直致力於打造中國人自己的影印機品牌」，大陸OA事業戰略中心總經理曾元起指出，辦公設備的銷售沒有短期爆發力，但有長期成長的動力，民族品牌的定位，有利於市場推廣，能使「震旦」影印機擷獲一個民族的感情，對品牌的發展起到積極的作用。

以往，中國政府的大型採購案，大陸OA事業的得標率並不高，從2013年起卻有了轉變。2014年，中央國家機關2014年影印機

Profile | 曾元起 (下圖)

大陸OA戰略中心、大客戶事業部、集團功能幕僚總經理
2001年進入震旦集團服務迄今13年，歷任震旦OA責任中心主管、營服組主管，2008年派駐大陸，2013年8月曾任大陸OA事業群總經理；2014年1月起擔任大陸OA戰略中心總經理；2014年12月擔任大陸大客戶事業部及集團功能幕僚總經理。

批量集中採購項目的第一期，大陸OA事業榮幸中標，拿下史上第一筆數量最大的政府採購案。「這裡面透露出一個重要的訊息，政府愈來愈重視民族品牌」曾元起說。

堅守通路品牌，突顯服務差異化

悠遊於浩瀚商海，大陸OA事業還得力於通路品牌的定位。253個直銷據點、100個經銷商合作夥伴，OA業界沒有誰具備如此大規模的優勢，曾元起表示。



“震旦提供的是一個創業的平台，每一個責任中心就像是一間小微公司，與總部之間是類似「合夥人」的關係。特殊的組織結構喚醒了人們創業實幹的精神，將一個個游擊隊整合成力量兵團。”

曾元起深入分析，大陸的OA同業中，其他7家均為日系品牌，這些國際品牌經營大陸市場大多是與經銷商合作，並未自己架設直銷據點，末端通路掌握不足的結果，最後往往變成價格的廝殺戰。

「相反的，震旦在直銷通路上的投入很大」，曾元起指出震旦與競爭者的差別：「架好通路之後，只要挑到對的商品就能賣。」以通路見長的優勢，大陸OA事業

得以貼近客戶需求，以機器租賃的領域為例，顧客租用震旦多功能事務機後，通常每3~5年需要換機，期限一到，絕大多數顧客會同樣再次選擇震旦。

大陸OA事業的直銷據點，分佈於6省3市，共有北京、山東、江蘇、上海、浙江、福建及廣東七個事業部，其中再分31區，包含營業人員、維修工程師服務人員及幕僚，人數高達2000人，是支鏈條龐大的直銷隊伍。



大陸OA事業的直銷據點，分佈於北京、山東、江蘇、上海、浙江、福建及廣東七個事業部，包含營業人員、維修工程師服務人員及幕僚，人數高達2000人，是支鏈條龐大的直銷隊伍。



責任中心制度，撬動內部創業熱情

幅員如此遼闊，員工如此眾多，管理難度豈非很高？「不用我管啊！」大陸OA事業直銷事業群總經理周啟正笑說：「我們是自轉，靠著責任中心制度。」

震旦獨特的責任中心制，由集團董事長陳永泰創建於1975年，集團內兩岸的OA事業和家具事業皆採用這套制度。每一個銷售據點，就是一個責任中心，各責任中心負責執行經營計畫，目標管理，最激勵士氣的是，每個月營業減去費用的獲利，其中50%由責任中心的各成員共同分享，但若虧損不必擔心薪資被扣錢。

「其實，我們提供的是一個創業的平台。」周啟正指出，每一個責任中心就像是一間小微公司，與總部之間是類似「合

Profile | 周啟正(上圖右)

大陸OA直銷事業群總經理

2000年進入震旦集團服務迄今14年，歷任責任中心主管、金儀OA事業部總經理、集團經營委員會委員，2011年1月調任大陸，擔任OA事業群總經理。

夥人」的關係。同仁做得好就賺得多，不看背景，只給機會。特殊的組織結構喚醒了人們創業實幹的精神，將一個個游擊隊整合成力量兵團。

創新服務模式，擴大經營利基

身處以顧客體驗為主導的時代，在技術同等的情況下，加強細節體驗就能留住更多的客戶。2007年，大陸OA事業領先業界首推「2.4.8不停機」服務承諾，2分鐘內回應顧客，4小時內到修，8小時內解決



Profile | 馬衛華

大陸OA經銷事業群副總經理

1999年進入震旦集團服務迄今15年，歷任特銷部主管、經銷處資深總監。2013年4月起擔任OA經銷事業群副總經理。

問題，真正做到「您在哪裡，震旦的服務就在哪裡。」周啟正表示，讓顧客滿意，顧客就會回頭再回頭。

身處變化迅速的大陸，直銷事業群敏銳察覺到消費習慣的改變，甚至是採取主導。「以前機器是賣斷，現在租逐漸變成一種習慣；以前是純賣機器，現在是要結合辦公室OA及IT設備的文件整合方案」周啟正指出，因應趨勢的轉移，各責任中心的銷售重心跟著改變，租賃的銷售比例成長至七成，在外運轉台數（MIF）從零開始，至2014年已有6萬台，為營收帶來巨大的跳升。

另一方面，震旦優化整合數位複合機、

印量管理系統、圖文管理系統、傳真服務系統，以提供最適合顧客需求的文件解決方案。客製化的方式，亦成功與他牌區隔，打贏一場場美好的戰役。

大陸市場縱深複雜，為了將經營觸角伸往更內陸的區域，2013年4月，震旦的大陸OA事業經銷事業群正式成立。華北、華中、華東、西北、西南5個事業部，統領17家經銷責任中心。

「我們的簽約經銷商，西至烏魯木齊，南至昆明，北到瀋陽。」大陸OA事業經銷事業群副總經理馬衛華說，直銷事業群聚焦東部沿海，經銷開發中西部，這樣的拆分更能加強在地化經營。

“ Aurora Family是把經銷商一半看成客戶，一半當作同仁。在這樣的計畫下，震旦與經銷商之間既是買賣的關係，也是合作的生命共同體。”

Aurora Family，建構與經銷夥伴和諧共贏關係

獨立操作的經銷體系，策略思考非常「接地氣」，稱之為「Aurora Family」。

「Aurora Family是把經銷商一半看成客戶，一半當作同仁。」馬衛華指出，在這樣的計畫下，震旦與經銷商之間既是買賣的關係，也是合作的生命共同體。

實際作法上，震旦不僅僅是賣機器給經銷商，同時提供一套整體的協助方案和通路整合方案，幫助經銷商提升利潤。具體方案包括技術培訓、銷售培訓及經營培訓，教導經銷商獨力完成機器安裝與售後維修，告訴經銷商怎麼賣比較好，甚至帶著經銷商一起跑客戶等等。

「別的品牌也有經銷商俱樂部，但是停留在旅遊招待的層次。」馬衛華比較震旦對待經銷商的不同之處在於，毫無保留分享震旦累積50年的經營know-how，盡心盡力協助經銷商賺錢，也更值得經銷商信任。

OA事業是震旦歷史最長的事業，也是經營Know-how最多的事業。與台灣市場

不同，大陸仍是一個高速成長的市場，競爭環境與台灣也有很大差異。如果要一句話簡述各自的戰略呢？當筆者問到三位OA事業的總經理：

要務為思考戰略的曾元起表示：目前將持續擴充直經銷據點，強化通路優勢，提高競爭門檻。對內不斷提升效率，對外引進更優質的商品，讓顧客得到全面的服務，與顧客共同成長，共創雙贏。

掌控直銷大棋局的周啟正，所訂定的三大未來戰略是通路極大化、商品多樣化、人力培訓，擴點的方向很明確，一是朝向沒有直銷據點的地域前進，一是機器出租與租賃比例仍低的目標客群。在周啟正的腦海裡，人口200~300萬、工商業相對發達、交通便利的二、三線城市，明晰浮現在戰略地圖上。

藉外力拓展銷售規模的經銷事業群，除了持續鞏固Aurora Family的通路聯盟，還將做好口碑，吸引更多優質的經銷商自然而然加入，以邁向長治久安的征途。A

繼往開來，我們有理由相信OA事業在震旦的事業版圖上一定會大放異彩，煥發更加奪目的光彩！

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。

震旦通業開創台灣3D醫療應用新視野 全方位3D列印醫療應用研討會



01

Words / 震旦集團

震旦集團旗下的通業技研於12/4在維多利亞酒店舉辦「全方位3D列印醫療應用研討會」，邀請到醫療產業界的學者專家與會，針對現行3D技術在醫療上的應用範疇和未來可能的發展方向做詳細的解說和分享，帶來一場豐富的3D列印技術知識饗宴。

近年來3D列印技術的應用快速擴張，醫療應用無疑成為近年來最具代表性的應用項目之一，包含齒模製作、醫學模型和復健輔助器材等都能利用3D列印製作，產品不只能符合使用者的客製化需求外，生產成本更受惠於供應鏈的縮短而大幅降低。權威調研報告Wohlers Report分析，2013年全球3D列印醫療市場金額超過為4億美元，預估到2016年將飆升至10億美元大關，其中台灣3D列印醫療市場未來更有突破上億元台幣的產值，市場前景可期。

此次會議中強調更多有別於傳統3D醫療列印的創新性應用，諸如利用3D列印技術將CT資料轉成立體模型供確認組織位置、3D列印骨骼進行修復模擬和3D列印應用於顱顏手術的定位，都已跳脫單純的醫療輔具製作，逐步邁向用途更廣、價值更高的醫療手術應用，協助醫師能在正式執行手術前做出最正確的診斷，大幅提升手術的精準性和成功率。現場另外也搭配展示多款3D列印的成品，包含復健器材、骨骼模型和其他精密的物件，帶領體驗3D列印的樂趣。A

- 01_「全方位3D列印醫療應用研討會」，邀請到醫療產業界的學者專家與會。
- 02_現場吸引許多的民眾前往聆聽，同時也對醫療主題與3D列印成品充滿興趣。
- 03_震旦通業團隊，舉辦一場豐富的3D列印技術知識饗宴。



02



03

震旦通業開創台灣3D醫療應用新視野



01

Words · Photo / 震旦集團

震旦集團攜手工研院，推出「震旦辦公雲」服務。雙方針對雲端軟體及服務進行戰略合作，整合工研院最新雲端運算技術與震旦集團品牌、通路、服務等優勢，提供台灣中小企業便利、好用且經濟的雲端辦公平台，共同搶進雲端辦公市場。

震旦 集團與於2014年第四季正式推出震旦辦公雲服務，運用最新雲端運算科技，提供便宜、好用、可彈性擴充的雲端辦公軟體。並採月付機制，依使用項目，每月最低625元起，讓中小企業輕鬆省下超過8成的建置系統費用，快速享有工作自動化的便利，提升企業競爭力。

為讓更多中小企業了解如何面對雲端科技浪潮，同時掌握競爭力，特別於12/11、12/16、12/17於台大集思會議中心舉辦「震旦辦公雲趨勢論

壇」，參與人數踴躍，近200家中小企業主共同參與，論壇議題從雲端科技趨勢分享到中小企業最佳雲端辦公室——震旦辦公雲服務介紹及使用案例分享交流，內容豐富。更特別邀請到工研院雲端運算技術中心專家卓傳育博士和台灣怡海雲端服務林呈欣總經理，分別從研究和實務面觀點，說明雲端服務為中小企業帶來低成本、高效率的行動管理優勢，與會來賓反映熱烈，表達對雲端服務的高度興趣，也為震旦辦公雲開拓新商機。



- 01 論壇會場各貴賓主講如何為中小企業打造最佳雲端辦公環境。
- 02 工研院雲端運算技術中心卓傳育博士 分享雲端科技最新趨勢及對企業的好處和安全。
- 03 台灣怡海雲端服務林呈欣總經理從實務面的觀點分享雲端應用的好處。
- 04 問題交流時間，參加的企業反應熱烈，相繼提出問題進行交流。

其中，台灣怡海雲端服務林呈欣總經理分享其成功經驗指出，震旦辦公雲協助專案團隊建立統一溝通和資源分享的行動平台，員工不論在哪都可第一時間掌握訊息，隨時取得專案檔案，更確實掌握專案成員間的工作進度和待辦，連跟同事約開會都變的容易，減少不少電話溝通往返時間。另外，震旦辦公雲提供人事與財務應用系統，讓中小企業不需要投資昂貴的ERP，即可透過雲端管理達到節省人力、提升效率減少工時，為企業省成本等優勢。

「震旦辦公雲」台灣通路佈局透過集團旗下震旦行、互盛與金儀等三家事業部現有通路逾150家直營通路，1,000位專業服務人員與客服中心，提供即時諮詢與完整售前、售中、售後服務，快速開拓辦公雲端商機。以業界獨創的All In One整合式平台，將辦公室常用的企業郵件、文件管理、人事出缺勤、薪資計算、會計總帳等各項軟體服務匯集到雲端。使用者只要一組帳號密碼登入，就可以開始工作，不需要在不同的軟體或系統間切換帳號密碼，管理者也方便管理員工資料跟帳號。並且因應行動工作者需求，辦公雲透過網頁服務，做到跨瀏覽器支援，讓員工走到哪、用到哪，無論平板、手機都可以隨時掌握工作大小事。

「震旦辦公雲」首波推出包含「JustWin人事總帳」、「OfficeWin辦公協同」、「SmartDoc智能文管」、「SmartCounter智能計張」等四大商品，未來將持續整合各項辦公應用雲端軟體，擴大服務範疇，提供中小企業一站購足、快速e化的需求。並提供台灣及大中華區相關辦公需求產品市場一個嶄新的商業模式與服務平台。運用震旦的平台及外部資源，擴大多功能複印機應用並整合辦公室的文件管理，打造中小企業雲端辦公室最佳解決方案，將可為顧客及台灣中、小企業提升市場競爭力，創造更高的價值。A



02

03

04

震旦家具以高品質、高效率贏得顧客信賴



Words · Photo / 震旦集團

憶霖企業成立於1987年，位於新北市三重區巷弄中的一家小公司，從小工廠起家，至今二十多年來在食品領域中費心鑽研，成為遍布亞洲的食品集團。憶霖企業對品質的堅持從不妥協，並具備國家多項認證及獲得無數國內外客戶的肯定，多年來研發的產品足以繞地球365圈以上。

原先 座落在三重巷弄裡的憶霖企業，自創業時起就落實「安全、美味、創新、方便、健康」五大精神；並為因應時代變化，滿足顧客需求，持續致力於提倡飲食文化的無限發展。在2014年，為因應業務量的增加及擴大品牌經營，決定打造屬於自己的企業大樓。

憶霖企業秉持對品質的堅持及不妥協的企業文化下，大樓規劃案的籌備期長達兩年，原因在於希望能放慢步調發掘員工對新辦公環境的使用需求，以及對各廠商有更深入的了解，最終在經過多家廠商提案的評選之下，決定採用震旦

辦公家具來妝點新的企業大樓。新成立的企業研發大樓，共計5層樓，包含研發部門、國內外業務部門、人才培育、行銷企劃及品管測試部門等。

為此，震旦家具檢視憶霖原舊址的辦公室，發現長時間為了因應不同的業務性質或是組織需求變化，而陸續採購不同的家具，結果造成辦公家具像聯合國般拼湊而成，在許多桌椅規格無法銜接使用的情況下，產生許多不便，也影響美觀與辦公品質。

在震旦承接此規劃案時，同時考量新舊家具的整合，雖沒有華麗的裝潢，但在震旦的規劃下，簡潔的室內空間



中，融入憶霖的企業代表色。工作區的屏風配置，採用白色鋼板搭配紅色貼布及清玻璃，紅色貼布面板營造熱情活力的工作氛圍，並同時完整表達了企業的精神，而白色鋼板符合客戶想要的簡潔形象，與震旦「BFC雪白色鋼製櫃」搭配，更是展現出憶霖期望的整體感；另外，因為食品業的特性，常需要生產DEMO品，經過不斷的試吃、檢視包裝等流程再行上架，對於兼併收納與展示用的櫃子，在外觀、耐用性及實用性上都有較高的要求，而震旦自產自銷的鋼製櫃，穩定的品質及功能性，在本次的規劃案中深得顧客滿意。

教育訓練室的規劃，考慮實用性及靈活

度，採用震旦的「TS培訓桌」，平時可作為人員訓練教室，如遇新商品開發或是接待客戶時，也可作為食品的臨時展示區及洽談空間，甚至可用於每月慶生活動等，增進團隊辦公氣氛。以上將多用途的家具與空間的相互配合融入其中，將空間利用度發揮到最大。

董事長室的規劃，採用震旦經典風格的「玉之華木製主管桌」，故宮寶座意象的外觀造型，搭配胡桃木色系的木皮，展現董事長大器及沉穩的風格，建置在主管室旁邊的VIP接洽空間，也利用玉之華沙發達到風格一致性，完整的呈現高階主管室的穩重風格。A

籌備期長達兩年的憶霖企業大樓規劃案，震旦團隊在這段時間內，不斷的提供給客戶嶄新的辦公室思維及符合需求的規劃，為憶霖創造出更優質的辦公環境。未來，震旦也將以相同的熱情持續為顧客服務。

現代人全方位健康飲食指南

幸福人生就從吃對食物開始



Words / 陳月卿 · 癌症關懷基金會董事長

癌症關懷基金會董事長陳月卿分享「智慧來自於生命特殊的歷練」。從來不喜歡下廚的她，很難想像有一天陳月卿會對各種食物的營養如數家珍，並且對調配食物充滿興趣，還急切的想跟別人分享。

因為 自己和親密的愛人一老公（蘇起）先後失去健康，經過多年的摸索、研究、體驗、陳月卿發現了一些健康烹調的法則，知道怎麼吃

最健康、不會發胖、還可以延緩老化、保持青春。

她用這套方法洗去了「藥罐子」的稱號—從每天頭痛、胃痛、全身痛，

“陳月卿推展一種新的飲食文化，簡單、方便、營養而且美味，讓人人都可以動手做，家家都喜歡在家裡用餐。家的功能因此更完整、家的氣氛因此更溫馨，全家人也因此更健康。”

變成不再有地方痛；從每天起床後不到一兩個鐘頭就累了，到現在從早到晚精神奕奕，從不喊累；從每個月都在感冒，變成七年不曾因為感冒使用過健保卡；更分別在41和44歲高齡生下一對兒女。

更重要的是，陳月卿用這套方法幫助自己的另一半防止肝癌復發、轉移，幫助他在高壓的公務生涯中保持健康和活力，調整他的體質。當然也用這套飲食餵養兒女，讓他們健康成長，維持良好體態和令同學媽媽羨慕的好皮膚。

經歷過失去健康的恐懼和痛苦後，全家能平安、健康、快樂的生活變成生命中最大的幸福和珍寶。雖然摸索、研究的過程勞心費事，但是透過體驗、實踐，去蕪存菁，保留下來的原理法則其實很簡單，所以陳月卿一直告訴朋友健康其實很easy。

推展一種新的飲食文化

陳月卿不是一個只願獨善其身的人，可是每次跟朋友分享這些陳月卿視若珍寶的原理法則，他們起先兩眼發亮的聽著，接著就會說：太多了，記不住，你乾脆寫成書吧！

還有不少癌症病患的家屬會打電話給她，問該怎麼弄食物給病人吃？怎麼生活最健康？有沒有抗癌的秘方？尤其看到許多人正如以前的陳月卿和老公，根本不了解飲食、營養對健康的重要性，「吃」只為了滿足口腹之欲、或填飽肚子，他們的飲食方式讓她膽戰心驚，看著他們愉快的吞下大量



毒素，更讓陳月卿心裡難過。特別是那些孩子，受著味蕾的刺激，愛吃高脂、高鹽、高熱量的食物，還配上高糖飲料，加上大量垃圾食品，除了空熱量根本沒有足夠的營養，甚至造成身體很大的負擔，所以七歲的女孩肝就纖維化，必須換肝；八歲的男孩就腦血管破裂、中風；十幾歲就有高血壓；肥胖比例亞洲第一，過敏性疾病非常普遍。糖尿病、腎臟病、癌症一等疾病的發病年齡也大大提早，國民的整體健康都受到影響。

陳月卿覺得要改善這種現象，就要推展一種新的飲食文化，簡單、方便、營養而且美味，讓人人都可以動手做，家家都喜歡在家裡用餐。家的功能因此更完整、家的氣氛因此更溫馨，全家人也因此更健康。所以陳月



份量
900ml

紅粉佳人

熱量 267.7 Kcal 脂肪 5.6 g
蛋白質 11.5 g 醣類 49.8 g
膳食纖維 7.9 g 鈉 88 mg

材料

- 苜蓿芽……10 g
- 豌豆苗……10 g
- 甜菜根……50 g
- 鳳梨……200 g
- 蘋果……1顆
- 綜合堅果……1大匙
- 大豆胜肽……1大匙
- 冷開水……350 ml

作法

將所有材料置入調理機容杯，蓋緊杯蓋，打約40秒鐘即可完成。

營養小常識

- ① 甜菜根含有豐富的鉀、磷和天然紅色維他命B12及鐵質，是婦女與素食者補血的最佳食物。甜菜根中的甜菜鹼，有降血脂與保肝作用，可協助肝臟細胞再生與解毒。
- ② 芽菜就是「發芽的種籽」，在發芽過程中，原來儲存在種籽中的蛋白質、脂肪與澱粉類，會轉化為維生素、礦物質、胺基酸與簡單醣類，更方便人體消化吸收。
- ③ 這杯精力湯含有水果、蔬菜、芽苗和堅果，還加入容易消化吸收的優質蛋白質大豆胜肽，營養相當均衡。



份量
900ml

特調精力湯

熱量 225 Kcal 脂肪 5.5 g
蛋白質 6 g 醣類 43.3 g
膳食纖維 6.1 g 鈉 36 mg

材料

- 豌豆苗……10 g
- 高麗菜……25 g
- 小松菜……40 g
- 蘋果……1顆
- 鳳梨……150 g
- 綜合堅果……1大匙
- 冷開水……350 ml

作法

將所有材料置入調理機容杯，蓋緊杯蓋，打約40秒鐘即可完成。

營養小常識

- ① 鳳梨含鳳梨酵素，能分解肉類蛋白質，幫助消化吸收，還有清熱、解酒、降血壓等功效，鳳梨含心酵素最多，千萬別丟棄。
- ② 小松菜含有胡蘿蔔素，鈣質含量也很高，相當於菠菜的5倍。
- ③ 高麗菜又稱甘藍菜，被稱為廚房的天然胃藥，因為它的維生素A、C含有抗潰瘍因子，能修復體內受傷組織，可以預防和改善胃潰瘍及十二指腸潰瘍。
- ④ 堅果含豐富蛋白質和礦物質，同時含有人體必須的脂肪酸，可降低膽固醇，減少心臟病的危險。

卿在十年前出版了《全食物密碼》，兩年後又出版了《全食物再發現》，引起了一股健康飲食的風潮。

但十年過去了，由於3C全面引爆生活型態的改變，上班時間越長、腳步越快、壓力有增無減。反應在健康上，無論是國人的肥胖率、心血管疾病率、糖尿病、三高、癌症，數字有增無減，在這過程中更爆發了一波又一波的食安問題，從三聚氰胺、塑化劑、毒澱粉到餒水油，證實把飲食大權交給加工食品或外食，風險很高，都不是解決飲食健康的方法。

這套食譜就是為此而重新改寫出版。因為過去這十年的實踐，陳月卿累積了更多經驗，有更多心得、點子和方法，想跟更多追

求飲食健康、擔心外食風險的朋友分享，讓他們在忙碌的生活裡依然能用飲食照顧自己和家人的健康。所以它是寫給一般家庭用的，或想藉飲食預防疾病的人。當然也適合已經生病想改善健康的人，事實上他們更應該積極改善飲食。

過去三年，陳月卿和癌症關懷基金會的董事、營養師們利用同樣的理念和方法幫助癌友改善飲食營養，結果在短短三、四個月期間，他們的健康都有相當改善。如保持適當體重，瘦體組織增加、身體比較精實，膽固醇、血脂肪、糖化血色素或肝指數趨向正常。可見無論在癌症治療中或治療後，保持適當的飲食對健康改善都大有幫助。

在健康和美味間求取平衡點

更好的是：食譜裏的每道菜都很簡單、很方便，不需要花很多時間學，也沒有繁複的程序。特別適合新手媽媽、忙碌的職業婦女、愛自己的單身朋友（男生也可以試試看），尤其適合像陳月卿一樣怕麻煩、怕油煙而不願下廚的人。同時每道菜都盡量在健康和美味之間求取平衡點。簡單的說，這套食譜的特色是：自然、生鮮、多元，全食物、全營養。少油、少鹽、少糖，零煎炸、零負擔。這也是追求健康、幸福的密碼。完全吻合陳月卿一直大力推廣的：「真食物」、「好食物」、「全食物」概念。特別是「全食物」，它一定是真食物、也是好食物，更含有完整的全營養，所以這股飲食風潮已經席捲全球。那怎麼讓連皮帶籽吃全食物變得更方便、更安全、更美味呢？你不只需要拆解密碼，更需要一整套「秘笈」。



吃對全食物 (上)

作者：陳月卿 / 出版社：天下文化

希望這套《吃對全食物》不僅帶給你健康、也帶給你幸福，就像它在陳月卿身上發揮的作用一樣。更希望這套秘笈能引領風潮，讓大家一起努力，愛自己、愛家人、愛土地，打造「健康幸福國度」。

遊設計之旅 賞藝海拾貝



Words/畢瀛皇 (國際知名藝術家、設計師。畢業於國際著名學府英國倫敦聖馬丁藝術設計學院。亦是唯示品牌設計創建人)
Photo/Steiner&Co.

一九六一年，年輕的石漢瑞（Henry Steiner）從紐約遠行到香港，接受《亞洲雜誌》的邀請從事美術設計。原本計畫做九個月的工作，竟使他生根香港。五十年的香港情已深至靈魂，再難分開。石漢瑞以渾化中西的跨文化設計實踐，觸發了香港設計從無意識到有觀念的設計覺醒。他在一九九八年為渣打銀行設計的新鈔票，運用了魚、龜、麒麟、鳳凰和龍五種不同瑞獸作為設計項目，使鈔票的每個細節，無一字無來處，細語著他對中國傳統文化的追溯。



滙豐銀行/
年報設計·1980香港

計公司工作了一年，獲得了前往巴黎索邦大學的獎學金，在巴黎工作的兩年，確定了他的「歐洲感」和對最新設計趨勢的靈敏洞察。在朋友推薦下，石漢瑞接受了香港《亞洲雜誌》的邀請：一個嶄新的設計歷程由此發端，對於個人如是，對於香港亦然。

跨文化設計——中西相融，渾化無跡

維也納 — 紐約 — 巴黎 — 香港

石漢瑞出生在維也納，五歲時隨家人遷往紐約，青年時期在亨特學院學習美術，紐約著名的抽象印象派藝術家們如：羅伯特·馬德維爾（Robert Motherwell）、威廉·巴茲奧特（William Bazote）、理查·利伯（Richard Lippold）皆雲集該校，在活躍、豐富的學習氛圍中，石漢瑞獲得了色彩與構圖的寶貴知識，同時也領悟到作為畫家的要素：根據自己的內在時鐘來工作。這使他意識到自己難以成為一名畫家，續而進入耶魯大學藝術設計學院，師從設計大師保羅·蘭德（Paul Rand）。

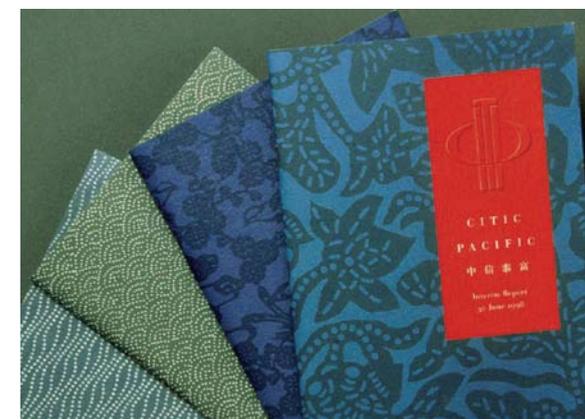
保羅·蘭德之「沒有構思，就沒有設計」的理念為石漢瑞的設計人生打下了最為堅實的專業基石，他曾生動的回憶蘭德在第一堂課上的講授：「保羅·蘭德教我們的第一件事，就是構思。他說，如果你不能在一張索引卡背後，寫下你對一個設計的構思，那便不能算是設計。有同學回答：我有種感覺，一種自然的感受，保羅反駁說，那不是構思！」

石漢瑞常常引用阿蘭·弗萊徹（Alan Fletcher）的話來闡述設計與藝術的區別：「一個設計者要試著解決客戶的問題，一個藝術家試著解決他自己的問題。」耶魯畢業後，石漢瑞在曼哈頓的廣告公司與設

香港，很難有一天看不到石漢瑞設計的作品。他的客戶名單如同一份榮譽冊：滙豐銀行、渣打銀行、香港賽馬會、香港地鐵、香港上海大酒店、嘉裡集團、置地集團、連卡佛、中信泰富、和記黃埔。

香港是一個彙集之地，東西方不同文化元素的融合、對比、碰撞、蛻變，對應在生在維也納、長在紐約、植根香港的石漢瑞來說，是一種近乎完美的契合。

石漢瑞曾說：要理解文化背景，才能達成真正的文化交流。文化功底是創造精神和設計靈感的基本原生動力，文化功底修煉的功夫越深，創造的境界就越高，對話和認同的範圍就越大。跨文化之所以成為石漢瑞在視覺上最鮮明的設計語言，正是他對香港文化深刻的體會。



中信泰富集團/視覺傳達·1993香港

一九八三年，滙豐銀行委託石漢瑞設計新的企業標誌。「香港上海滙豐銀行」這略顯冗長的名字已不能匹配這家世界級金融和保險集團的發展趨勢。石漢瑞取用銀行的簡稱「滙豐」來作品牌名稱。銀行的象徵「聖安德列十字徽旗」是靈感的源泉。簡潔俐落的六角形標誌，如同指南針，指著不同方向，意味著來自東南西北、世界各地的業務。中央兩個紅色的三角形尖角相對，構成的形狀是一個沙漏，象徵著財富不斷積聚；兩旁各有一個紅色三角形，尖角分別指向左右兩邊，象徵集團業務的不斷擴展，張力無限。同時，標誌在視覺上內收外張的擴展力，隱喻的傳遞出這來自一八六四年在香港發起的國際化交融機構「立足當地，面向世界」的企業傳承。

石漢瑞在談及對設計認知的觀點有三：一、設計乃是解決客戶的問題；二、設計需以思想作為依託載體；三、設計須包含對比。色彩、結構、新舊、文化、乃至情感皆可成對比。在為滙豐銀行所做的一九八零年的年報封面設計，畫面分為左右兩邊，一邊是象徵西方的自由女神，一邊是象徵東方的京劇名伶，這種把東西文化對比、碰撞、糅合在一起的設計手法準確的傳遞出滙豐的企業文化淵源與不斷進取、發展更為廣闊的國際業務的時代精神。

中信泰富集團的視覺形象可以說是石漢瑞跨文化設計的精彩解讀。中信泰富集團于香港成立後，極需塑造一個既區分於北京母公司，又要體現中國傳統文化作為企業身份之源的視覺形象。石漢瑞以中信泰富集團的英文簡稱CITIC五個字母所構成的紅色中國燈籠，呼應著「中」字形狀，寓意中國文化裡吉祥、慶祝、紅火、熱鬧的含義，同時傳達出這家業務廣泛、前景廣闊的企業所展現出的美好願景。



香港賽馬會／視覺傳達·1996香港

香港九七回歸前夕，皇家香港賽馬會決定改名為「香港賽馬會」，把「皇家禦准」四個大字拆除，以示告別英國殖民時代。石漢瑞以之作為賽馬會重塑形象的契機，在傳統與新生、情感與憧憬中設計出巧妙的平衡。在充分保留和利用原會徽百年所累積出的形象認知度的前提下，以世人熟知的馬鞭、馬蹄鐵以及馬韉等元素組成的新形象，在對比鮮明的藍、黃兩色映襯下，充滿著新生的活力。新會徽的設計盡可能的保留住會員及市民大眾心中對賽馬會的情感認知，致使馬會開幕當天，很多馬迷都沒有覺察會徽已被人「動了手腳。」對此，石漢瑞反而感到很高興，「舊商標沿用百年至今，已深入人心，如果是好的東西就應該好好保留。愈是不為人察覺的設計，我愈喜歡。」這就是石漢瑞在設計中細心呵護與體察的深厚「人情」，如同日本能劇大師世阿彌所言，「隱藏著的才是真正的花」。

「香港設計之父」的香港情懷

香港才是石漢瑞的故鄉。這裡所發生的轉變，讓他感受很深。如今的香港好似迷失在「奢華」裡，已然忘記了起初的文化根基—謙遜，開放，相容包需的精神成為石漢瑞的香港「追溯」。

在他五十年的設計歷程中，六十年代，是石漢瑞最為懷念的。他覺得那時是香港最本真的時代，「那時候，一切都down to earth，吃飯的餐廳，就像家中廚房的延伸，尖沙咀還有人力三輪車，在街上行走，十分舒適，合理。總之，一切都是直接的，靈活的，美麗的。因為人有的是希望與潛能，大家都希望自我完善。」無論社會氣候或是從事創作的設計家，都會盡情的吸收來自世界各地的文化，啟發出無限靈感—亦中亦西的港式創意便發軔於此。

石漢瑞把自己在香港的五十年比喻成摩西帶領以色列人逃出埃及，找尋神所應許的美好之地。以色列人在曠野四十年，終於找到了應許之地，石漢瑞在香港五十年，可否找到應許之地？石漢瑞說尚未找到：「當摩西一人上山很久之後還未下來接民眾，他們在等待之時使用金器鑄成一頭黃金小牛，一起崇拜。香港今天對奢華的追求，便是這樣。」石漢瑞形容自己仍然在曠野中尋找。

石漢瑞對香港的深情，無需語言，在他五十年的設計作品中，已然找到了「應許之地」。

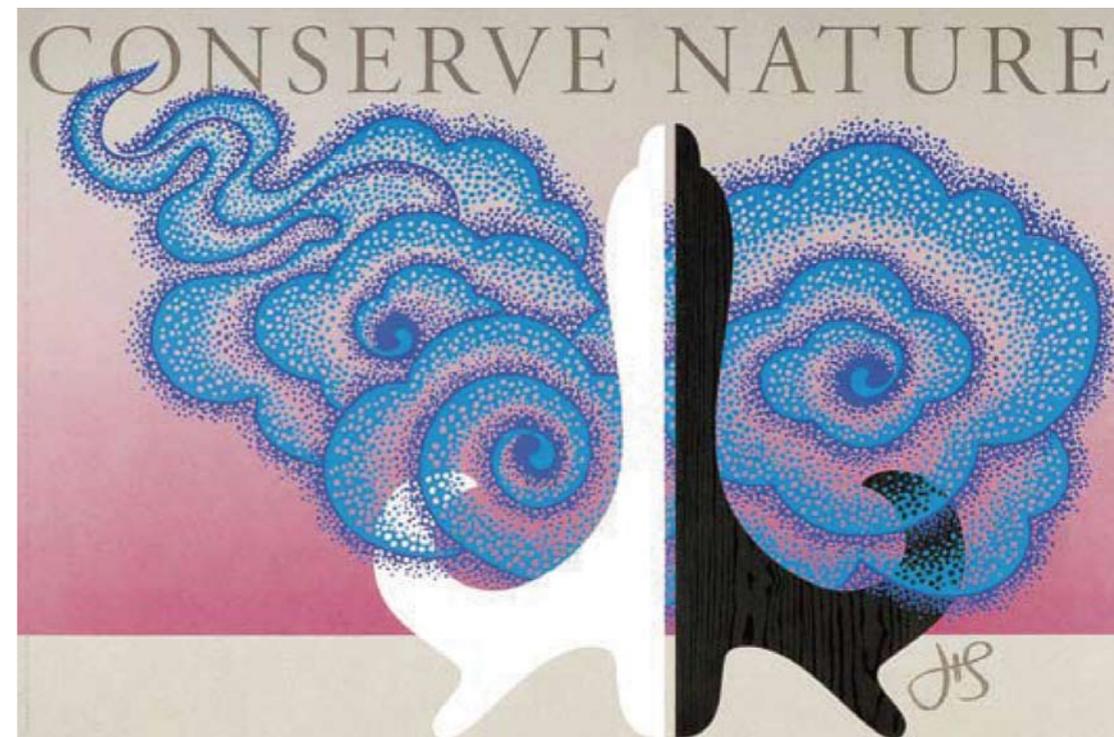


Henry Steiner

香港設計之父——石漢瑞

貢獻與成就

- 1993-1997 國際平面設計聯合會會長
- 1986-1988 香港美國商會副主席
- 1973-1985 香港理工大學設計委員會會長
- 1974-1976 香港設計師協會會長



保護自然／海報·1992香港

依料施工的漢代玉雕動物

漢代動物園在震旦系列報導之一

漢代玉鳥（圖一）



Words · Photo / 震旦博物館

上一期我們為大家介紹了多種似玉材質以及由它們加工製作而成的圓雕動物。本期內容則聚焦材料同工藝的相互關係，為大家介紹古代工匠在面對天然且珍貴的玉料之時，是如何運用巧思及智慧加以設計和利用的。

一、「厚此薄彼」—厚薄不均玉料的應用

此次展出的漢代玉鳥（圖一）為蹲伏姿態，頭部及身體採用了側面取像的視角，依照常態其尾部也應該採用側面取像視角。然而玉工則將鳥尾部整體旋轉90度，將原本俯視才能看到的形態拼接至側面取像的玉鳥身上，形成了一定的視覺衝突。這種設計看似是為了求新求變，事實上則隱含了玉工對玉料的一種無奈和妥協。仔細觀察不難發現，

此件玉鳥頭胸部位的玉料較厚實，越接近尾部越窄薄。據此，可以推測出玉工在面對這種厚薄不均的玉料之時採用了「厚此薄彼」的設計方法，厚實的部分按照原先的計畫雕琢鳥的頭部及身體，而在玉料薄的部分通過調整視角的方法達到依料施工的目的。一方面滿足了鳥這一主體形象的刻畫，另一方面最大程度的利用了玉料，可謂是一舉兩得。

二、「珠圓玉潤」—圓形玉料的應用

玉原石在自然界會受到外界環境的侵蝕，從而發生形貌上的改變。其中有部分玉原石經過風化會剝解為大小不等的碎



漢代玉神獸（圖三）

塊，這些碎塊經由雨水的帶動流入河中，再經過流水的沖刷，呈現出類似圓形的卵石狀外觀。本次展覽展出的漢代玉神獸（圖二）就極有可能取材於此種圓形玉料。這件神獸的四肢基本「彎曲」在身體及頭部下方，左側前後兩腿均向右扭曲，且扭轉角度在一個圓弧範圍之內。這種姿態和正常的神獸有著明顯的差別，應該是依圓形玉料施工的結果。工匠利用圓形玉料的弧度刻畫出這只「蜷縮」的神獸，然而正是這種蜷縮反而賦予此神獸躍躍欲試的動態張力。

三、「平闊歧出」—單面平整玉料的應用

對於玉工而言，玉料按照其加工的程度大致可以分為如下三類：一是純天然開採的「原料」；二是已經經過切割加工過主器型後產生的「遺料」；三是已經加工成器後需要改刀的「器料」。本次特展展出的這件漢代玉神獸（圖三）整體做抬足前

進狀並向右傾斜，這主要是因為玉料一面平整，一面立體所致。據此我們推斷出其應屬於「遺料」一類，立體的一面保留了天然玉料錯落有致的特徵，而平面的一面應該是人工切割玉料之後所產生出的平闊現象。在材料如此局限的情況下，玉工刻畫出了神獸昂首邁步的姿態，特別還抓住了神獸前進時左右腳重心轉換的瞬間。

四、「殊形異狀」—不規則玉料的應用

天然玉料的外表具有不規則的特性，如何最大化的利用是玉工需要解決的問題。通常的解決方式有兩種：一是將玉料分隔成幾個相對規則的部分，然後根據實際情況加以施作；另一種方法是就著不規則的地方設計出玉器的形態，使其兩者能夠相互匹配。本次展出的這件漢代玉神獸（圖四）就採用了後一種方法。神獸羽鬣向後飄揚捲曲，採用了浮雕手法，這可以讓本來高低歧出的部分玉料得到充分利用。同時神獸周身採用多視點組合的方式扭轉為s形，營造出一種神獸捕食前緩緩逼近獵物的緊張氣氛。A

漢代玉神獸（圖四）



漢代玉神獸（圖二）



跨越時空的對話



Words · Photo / 震旦博物館

「在創造—當代藝術在震旦」於2014年11月21日在震旦博物館揭幕開展。博物館邀請了7位國際知名的當代藝術家，劉建華、李姝睿、邱志傑、楊福東&凌雲、林明弘和闞萱，以他們豐厚的中國傳統文化素養，和多元前衛的創作語彙與形式，詮釋了當代中國的新博物館空間理念，館藏古文物也由此映現出了新質異彩。

守望傳統 創造當代

「在創造—當代藝術在震旦」是震旦博物館以當代藝術對話古典器物的展覽專案，同時是第10屆上海雙年展的系列展。參展的每位藝術家都對震旦博物館的文物藏品及建築空間進行瞭解和體驗，博物館期望通過當代藝術家們的思考與創作，啟示觀眾對當代文化的新感悟，引發觀賞古代器物的新思維。

邱志傑知名的威尼斯玻璃藝術品《獨角獸》放置於博物館的入口處，與鎮守在博物館大門的《南朝神獸》形成了有趣的時空對話：兩種傳說中的神獸形象，在歷史的變遷中曾經都由各地的遠古文明所創造，今天，它們各自代表中西文化的傳統，卻又聯結起和而不同的文化背景。



02



03

- 01_《昌加迪爾之後》(地毯)歐締蘭面料 林明弘 2014
《破裂》(窗貼)全透片 林明弘 2014
- 02_《獨角獸》邱志傑 穆拉諾玻璃 2013
- 03_《兩個世界的相遇》邱志傑 紙本水墨 2013
- 04_《落葉》劉建華 陶瓷 2012
- 05_《白紙》劉建華 陶瓷 2009

現代的玻璃工藝材質與飽經風霜的遠古石材形成鮮明對比，解讀出東西方文明的深層寓意。恰如邱志傑另一幅作品《兩個世界的相遇》，藝術家在大型的八聯屏卷軸圖中，用拓印、皴法、肌理等創作手法呈現出的不同時期、不同國度的文化符號，它們仿佛與漢唐樂俑遙相呼應，共同訴說著古老的故事，闡述了藝術家對於歷史的想像與理解。

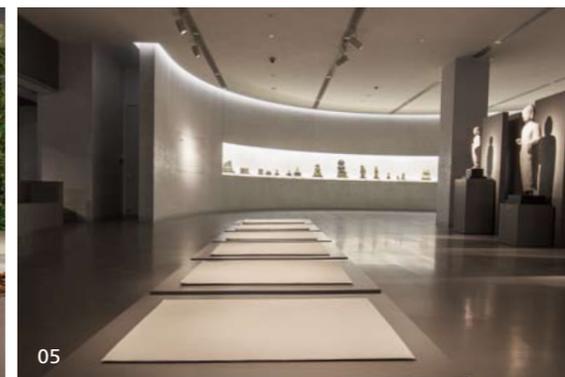
建築與環境之間本是延伸和互融的。劉建華的作品陶瓷系列，其中的《落葉》展示在博物館的室內外空間交匯處——大玻璃窗下，數千片仿真的「落葉」敘說了牆外綠色植物的故事：仿佛綠葉已成為千年化石，而館內的古陶俑又於剎那間被喚醒了。古今交映，時空穿越，觀者同樣可以在劉建華的《白紙》前有所領悟。六張白色大瓷片莊嚴

寧靜地平列於佛像座前，猶如佛經所述的六方佛國淨土，這件作品也是對博物館內佛教雕塑的完美致敬。

林明弘的《昌迪加爾之後》與《破裂》是本次展覽最大型的兩件空間裝置藝術，原始靈感來自一位西方建築師想要透過建築解決社會的問題，避免革命。藝術家第一次來到震旦國際大樓，站在水晶燈下的時候，感覺有無數的建築馬賽克湧入腦海，也感受到很多不同的風格與衝突。林明弘在大樓原有的7扇落地拱形窗上覆以充滿動感的炫彩窗貼圖繪，陽光透過窗貼映照在金色的水晶大廳內，整個空間猶如教堂彩繪玻璃的神聖美麗。在大廳的地板上，他又敘說一個印度城市的故事，將藝術、材料、元素等語言交織融合，創造出一個有歷史感的夢幻情境。A



04



05

從2012年舉辦「寶格麗125年義大利經典設計藝術展」，2013年參與第55屆威尼斯雙年展，再到2014年的「蛻變的舞步—郭衷忠+n+n Corsino新媒體藝術展」等，震旦博物館在重視古器物研究與展示的基礎上，持續引入當代藝術的國際性資源。我們深知，文化的創新離不開傳統的滋養，也只有守護文化的民族特色，才能為中國當代藝術營造出國際性的對話語境和文化價值。



BOOK

震旦博物館出版
叢書介紹

認識古玉新方法

本書 本書是震旦集團配合2010年上海世界博覽會——震旦館開展所編撰的專冊，內容由資深文物工作者吳棠海先生執筆，分為「看玉、讀玉、解玉」三大單元，依序介紹古代玉器的基本特徵、歷代玉器的發展概況，以及古代玉器的創意美學。文字淺顯，內容精采豐富，引領讀者輕鬆體會古代玉器的精髓，是參訪上海世博震旦館之前，不能不讀的好書，值得愛玉者珍藏。 **A**

【內容精選】

- 1、各件器物依照時代先後排列，古代青花瓷器的發展過程可以一目瞭然。
- 2、獨列「青花與其他彩類特徵」此一單元，讓讀者了解青花與其他彩類的混合運用方式，擴大讀者鑑賞瓷器的視野。
- 3、運用大量的局部特寫，充分展現青花瓷器的紋形之美。
- 4、「古器物學研究-青花瓷器初探」一文，從「料、工、形、紋」的角度分析青花瓷器，尤其著重色澤與質感的視覺鑑定、造形的製作方法、紋飾的繪畫筆觸，以及燒窯器具的使用痕跡，為讀者奠定有深度的鑑賞能力。

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



春秋晚期 虎形佩



商代 夔龍玉飾



西周 鳥形佩

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



2015

震旦博物館

館藏精粹

肖羊

桌曆賞析



明·永樂

青花四季花卉紋雙耳扁壺

High / 24cm

此器呈直口、中長頸、扁圓腹之狀，底下有橢圓形的淺圈足，頸部和肩部之間附加如意形雙耳，通體描繪青花紋飾。頸部是直立式卷草紋，肩部排列壺門紋邊框內填花朵紋，腹部繪畫四季花卉紋，近底部排列一圈仰式蓮瓣紋，筆觸靈巧流暢。



明·洪武

青花纏枝花卉雙獸耳瓶

High / 47cm

此器呈盤形口、長頸、削肩、垂腹之狀，底下具有圈足，頸肩之間附加二個獸形耳，耳內套接一個裝飾性的圓環。瓶身布滿青花紋飾，由上至下為回紋、蕉葉紋、帶狀蓮花紋、纏枝牡丹紋、壺門紋邊框內填雲頭垂珠紋及卷草紋，青花顏色偏灰，是洪武時期的特色。



Words / 吳棠海 · Photo / 震旦博物館

一元復始，萬象更新，本專欄於新的年度開始也有了全新的規畫。繼去年十月震旦博物館推出以「傳統與創新」作主軸的「先秦兩漢動物玉雕展」後，本專欄擬從「文化創意」的角度分析古代器物，看看古人在製作器物時，如何進行發想與設計，對於文創思潮風起雲湧的現代社會，或許可以提供一些啟發。首篇依循慣例，為大家介紹本年度的桌曆圖版，以風格多變的明代青花瓷器祝福大家新年快樂。



明·永樂
青花穿蓮龍紋大扁壺

High / 46.7cm

此器呈敞口、直頸、扁圓腹之狀，底下有橢圓形的圈足。口沿下方勾畫回紋，頸部環繞帶狀花紋，腹部繪畫龍紋，龍首翹鼻張口向後回轉，長條狀的身體彎曲如波，頭頂上的鬚毛朝上揚起，肢肘處的關節毛也如飄帶狀，龍身周邊布滿蓮紋，構成祥龍穿花的景象。



明·永樂
青花四季花卉紋蓋罐

High / 35.7cm

罐蓋呈覆盆狀，蓋簷向外平折，蓋頂有寶珠形鈕，表面以花瓣紋、如意雲頭紋及帶狀蓮花紋為飾。罐體直口、短頸，肩部圓緩下斜，腹部圓闊，腰部以下逐漸收窄，器底具有圈足，表面繪畫如意雲頭紋邊框、折枝花卉紋及卷草紋等等，都是永宣時期的常見裝飾。

明·永樂
青花雲龍紋玉壺春

High / 26.5cm

此器呈敞口、長頸、溜肩、闊腹、圈足的造型，器身通體繪畫雲龍紋。頸部的龍紋較大，以昂首曲頸、前後跨步的姿態環繞一周，其餘的龍紋較小，以首上尾下的姿態均勻分布於圓鼓的瓶腹上，龍紋四周散布雲朵，底下波濤洶湧，顯示龍能飛天潛水、興雲致雨的神性。



明·宣德
青花雲龍紋天球瓶

High / 44.5cm

此器為圓口、直頸、球腹之狀，器底微凹無釉，表面以青花為飾。口沿描繪卷草紋，下方書寫「大明宣德年製」六字款，其餘繪畫雲龍紋，龍紋翹鼻張口，向後回望，身體環繞圓腹一周，形成「一轉龍首、二轉龍身、三轉龍尾」的布局，展現「一統山河」的帝王氣勢。



明·宣德
青花螭龍紋梅瓶

High / 45.5cm

此器呈唇口、短頸、鼓腹上提之狀，器底具有淺圈足。肩部環繞一圈如意雲頭紋邊框，框內填飾雲頭串珠紋，腹部描繪龍紋，龍紋延頸、昂首，身軀環繞瓶腹一周，四肢張開飛騰，口中銜著一株靈芝，近底部勾勒如意雲頭紋邊框內填雲頭串珠紋，畫意十分吉祥。

明·正統
青花人物紋大罐

High / 35cm

此器為圓口、短頸、豐肩、鼓腹上提的造型，器底有寬圈足。頸部勾畫回紋，肩部環繞壺門紋邊框內填雲頭圓珠紋，腹部繪畫八仙慶壽圖，天尊手持如意與人對弈，仙鶴與鹿銜著靈芝來祝壽，周邊雲霧繚繞，山峰聳立，呈現神山仙境的情景，近底部則為海水波濤紋。



明·嘉靖
青花嬰戲圖大罐

High / 35cm

此器為圓口、短頸、豐肩、鼓腹上提的造型，器底有寬圈足。唇口下方勾勒二圈弦紋，肩部開光，內部填飾折枝花卉，外側為斜格錦地紋，腹部繪畫許多小孩在玩耍，周邊圍以花草樹石、欄杆及雲朵，俗稱「嬰戲圖」，近底部環繞多重蓮瓣紋，畫風頗為平實。





明·隆慶
青花雲龍紋大缸

Width / 71cm

此器呈大口、深腹、平底之狀，口沿環繞一圈錢幣紋，腹部繪畫二對升龍與降龍，採四分法平均分布，兩龍之間有火焰日紋，周邊布滿雲紋，近底處是海水薑牙紋，紋飾圖案蘊含著「江山萬代」之意。缸內邊沿處有「大明隆慶年造」六字款，是隆慶時期的標準款式。

明·嘉靖
青花波濤海獸雲鶴紋鑲銀口葫蘆大瓶

High / 55.3cm

此器呈葫蘆形，瓶口包鑲一段銀口和瓶蓋。銀口下方為菱形串珠紋，上腹部描繪鶴鳥、八卦、雲朵及火焰，束腰處環飾瓔珞，下腹部以菱花形開光，內部填飾海馬和飛獸，外側繪滿波濤，近底部以變形蓮瓣紋為飾，濃豔的呈色與藍中帶紫的色調是嘉靖青花瓷的特色。



明·萬曆
青花雲龍紋大罐

High / 50.5cm

此器呈圓口、短頸、斜肩、鼓腹之狀，下腹部逐漸收窄，器底有淺圈足。肩部繪畫帶狀靈芝紋，腹部以龍紋為主紋，龍紋回首扭頸，身軀起伏如波，四肢張開跨步遊走，周邊散布許多雲紋，底下是海水薑牙紋。青花呈色藍中帶灰，畫面平實，是萬曆時期的特色。A



館藏 精粹賞析

Words / 吳棠海 · Photo / 震旦博物館

明代從洪武二年開始在景德鎮設立御窯廠，燒造宮廷所需要的瓷器，雖然當政者不同，但是製瓷工業仍以元代晚期為基礎而發展，開創出嶄新的局面，如本期所要賞析的雙耳瓶即是洪武時期的作品。

此器 頂端為盤形口，下方有一圈凸稜，頸部長而向內收窄，肩部斜溜，腹部上窄下寬，呈垂腹狀，底下圈足微向外撇。頸部和肩部之間附加二個獸形器耳，耳內套接一個圓環，圓環黏接在瓶腹上面無法活動，因此純屬裝飾性的功能。

瓶身表面以青花為飾。盤口處用細筆勾勒一圈回紋，頸部為蕉葉紋和帶狀蓮花紋，腹部描繪纏枝牡丹紋，牡丹花朵展瓣開放，枝條環繞花朵之後，向左右兩側延伸，與相鄰的花朵連在一起，葉片大而飽滿，葉尖朝往各個方向，頗有元代纏枝花卉紋的遺風。

腹部下方環繞一圈壺門紋邊框，框內填飾雲頭垂珠紋，足牆用細筆勾勒卷草紋，雙耳處的獸首部分也用細筆勾畫五官，半環狀的器耳則以卷草紋為飾，此種獸形雙耳與上海博物館所收藏的洪武釉裏紅雲龍紋環耳瓶十分近似，屬於同一時期的製器。



明·洪武 青花纏枝花卉雙獸耳瓶

高47cm / 震旦博物館提供

雖然此器的造型與紋飾題材都沿襲元代青花瓷，但是繪畫筆觸比較輕緩，不像元代青花那樣快意奔放，而且青花顏色泛灰，凡此都是洪武時期的特色。A

共同陪伴 成就愛的家園



Words / 天主教善牧基金會

35歲的單親媽媽，小樂曾說：「我現在什麼都不能多想了，只能趕快讓孩子們穩定好好的學習。」小樂的兩個孩子分別因亞斯柏格與過動症，無法專心學習、不能靜下心來等等，讓小樂必須得比一般家長花更多的時間和精力陪伴孩子，使小樂忽略自己需被照顧的心。

認識 小樂兩年多的期間，除了與小樂一同討論教養方式，我嘗試著讓小樂看見自己需要被照顧的心靈。如今每當小樂察覺自己快支撐不住時，即會拿起話筒打給我，在我的工作中，體驗到陪伴是與對方同在的一種行為、語言、心境。

相信用愛的力量陪伴家庭的善牧基金會，秉持這樣的服務理念開啟了另一項服務。自103年8月起，本會與台北市政府社會局合

作，辦理台北市南區新移民關懷據點，命名為「善牧培新中心」，意指陪伴每一個家庭成員經歷生命更新的過程。據點服務新移民個案及其家庭成員，以主動關懷訪視、先行提供婚姻移民及其家庭完整資訊及資源及更完善的協助，據點亦定期舉辦親子、節慶等支持性活動，提供一個友善且健康的自在環境。

感謝陪伴的路上有震旦集團

善牧培新中心草創初期，許多物資、設備還在建置中，收到震旦集團願意熱心捐贈辦公家具的好消息。善牧培新中心表示，捐贈當天，還不到約定的時間，就看



01 金儀景美分公司楊偉國資深經理（前右二）率團隊代表集團捐贈辦公家具，由善牧基金會培新中心主任黃綵宸（前右三）受贈。

02 經由家具專業團隊細心丈量，將沙發組與工作桌、椅、櫃擺放上去，頓時讓原先空洞的工作空間煥然一新！

見震旦的貨車小心的駛進巷子內，震旦的夥伴熱情的向我們打招呼，滿載著捐贈的物品包含辦公桌椅、置物櫃、沙發組及茶几。震旦的夥伴先行向我們確認並共同規劃辦公家具的擺設，每一個到場的震旦夥伴都提供我們專業的服務、顧問並不時散發著親切熱情。看見震旦的夥伴從搬運、組裝、定位到清潔，每一個步驟都是細心的完成。由於培新據點內的同仁都是社工員，對於組裝都是徒手進行，未有任何的專業工具，當天在二手家具組裝時向震旦求助，震旦的夥伴話不多說，立刻拿出專業的工具、全力協助我們二手家具的組裝，讓我們全體同仁都投以感謝。A

震旦集團近年來捐贈辦公家具與設備，協助各界公益團體提升效率，期待未來能提供更多友善又健康的環境，陪伴更多需要關懷的家庭。

同場加映 震旦打造信義育幼院 像家一樣的舒適環境

創立於民國68年的西螺信義育幼院，因空間有限且建築物老舊，前後歷經15年，集聚社會的大愛，終於於12月4日落成啟用，立法院長王金平、副總統夫人蔡令怡、雲林縣長蘇治芬等多人貴賓也前來祝賀，同時震旦家具總經理周銘中也受邀前來剪綵與祝賀，攜手關懷弱勢兒童，讓社會多一份溫暖，少一份遺憾。

震旦集團成立至今已邁入第50週年，致力於發揮企業社會責任，為善不落人後，在得知雲林縣唯一非營利組織之兒童安置機構—信義育幼院搬遷至斗南新院的計劃後，主動了解機構需求，落實用愛的行動，捐贈330萬元及家具相關設備，用最環保材料，為的是重視每位使用者，打造出無毒的使用環境，像家一樣的溫馨舒適。



落成啟用典禮，立法院長王金平（右七）、副總統夫人蔡令怡（右六）、雲林縣長蘇治芬（右五）、育幼院董事長賴毓秀（左三）、震旦家具總經理周銘中（左六）等多人一同祝賀。



信義育幼院院長吳文輝帶領震旦家具總經理周銘中與同仁們參觀一間特為震旦企業規劃的房名：孝悌家，希望能永續的傳遞社會溫情。

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 (02) 2345-8088