



台北101董事長 宋文琪



青花纏枝牡丹雲龍紋雙獅耳蓋罐

2014年9月號 No.518

1971年7月創刊 · 發行43年2個月

COVER STORY

人的煩惱有80%來自於人際關係

人際法則

讓你100%受歡迎!

藝文饗宴

ARTS PLAZA

古代佛像的單體造像

震旦博物館

AURORA MUSEUM

NBA巨星科比的
上海文化之旅



擁有圓融的人際關係，保持心情愉快，際遇順遂。
有好人緣讓你在職場與做人處世上，無往不利！

創造100分的人際關係

根據 統計人的煩惱有80%來自於人際關係，這惱人的關係該如何面對？擁有圓融的人際關係，保持心情愉快，自然際遇順遂。另外，史丹福（Stanford）研究中心的報告也說，「一個人賺的錢，12.5%來自知識，87.5%來自人際關係。」，人與人之間微妙的互動，可以讓我們工作更加有效，創造前所未有的大力量！

本期《震旦月刊》就讓職場專家告訴您，提升人際關係的秘密武器，讓你百分百受歡迎；首先，擁有豐富講師與實戰經驗的上官飛鳳老師，提出五大元素管理人際以及讓讀者輕鬆在職場中保有人際競爭力。另外，在專業的領域中，人們為達到職能的巔峰，努力學習，補強己身專業，但殊不知，職場的每個環節都需要與他人串聯，才有機會一展長才；因為善用技巧，擁有好人緣讓你在職場與做人處世上，無往不利！

台灣連鎖暨加盟協會祕書長洪雅齡，以服務業來說明如何創造吸客的價值魅力。並舉出「最遙遠的距離是，把你口袋的錢放進我的口袋裡」，要讓客戶心甘情願主動掏錢，不再只是商品的魅力，在新經濟時代，感動人心的服務才是業績致勝的王道，讓顧客看見、聽到、摸到，感受的是一種價值，而不只是價格。

如何提升人際關係的大道理人人會說，但能徹底執行的人佔少數；一句話、一個小動作，在小處注意體貼對方的需求，用心而不用蠻力，經常將心比心的為對方著想，如此一來，相信創造100分的好關係並非難事！ **A**



《震旦月刊》主編

蘇美琪 Maggie Su

震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1號創刊，2014/9/1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 吳國誌、林書儀
 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。

躍昇震旦 AURORA NEWS

31 金儀公司「2014年服務金頭腦技藝競賽」
強化專業水平 讓顧客感受精緻服務
圖·文/金儀公司

32 互盛、圓展聯手合作
數位通訊服務 打造中小企業新商機
圖·文/互盛公司

34 震旦3D展廳 躍昇全方位交流平台
圖·文/震旦3D



編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 創造100分的人際關係
文/蘇美琪

封面故事 COVER STORY

06 有關係力量大！
整理/蘇美琪

08 提升人際關係的秘密武器
文/上官飛鳳

12 創造吸客的價值魅力
文/洪雅齡

經營廣場 BUSINESS

16 高績效主管的兩把刷子
文/顏長川

19 「針對性強化訓練」理論 快速提升員工能力
文/王明偉

名人講堂 CELEBRITY TALK

22 台北101董事長 宋文琪
用熱情帶領向上的力量
整理/蘇美琪

職場充電站 CAREER

26 你要的是工作？還是舞台？
文/管麗明

樂活人生 LOHAS LIFE

36 土耳其之旅
體驗磁吸魅力服務
文/洪繡蓉

玩味設計 DESIGN

40 體驗讓設計更貼近人心
圖·文/震旦設計中心

博物館專題 AURORA MUSEUM

44 博物館臨時展覽策劃探討
圖·文/震旦博物館

46 NBA巨星科比的上海文化之旅
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
——青花瓷鑑賞
文/震旦博物館

49 古器物學講座——佛教造像專題（8）
古代佛像的單體造像
文/吳棠海

53 館藏精粹賞析——【元代】
青花纏枝牡丹雲龍紋雙獅耳蓋罐
文/吳棠海

愛心公益 LOVE ACTION

54 震旦集團物資捐贈
與您一起守護唐寶實天使
文/唐氏症基金會



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！

根 據史丹福（Stanford）研究中心的報告顯示：「一個人賺的錢，12.5%來自知識，87.5%來自人際關係。」換句話說，好人緣可以讓我們工作更加有效，從人脈衍生出錢脈。

上官飛鳳/iProDaren-知識學院執行長 P.09

很 多企業擅長透過行銷，塑造品牌的獨特個性，但服務品質成功關鍵是如何建立人際關係，落實以客為尊的企業文化。

洪雅齡/台灣連鎖暨加盟協會秘書長 P.13

加 強時間管理，運用緊急和重要的二維分析排出優先順序，利用工具可讓主管提高工作效率一半以上，多出來的時間就可用來培育部屬，甚至有時間能栽培自己。

顏長川/哈佛企管顧問講師 P.17

人 的一生都在經營「自己」這個品牌，自己對自己負責，對自己的品牌負責；也相信唯有透過自己的努力、創造機會，讓人生更精彩。

宋文琪/台北101董事長 P.23

心 若改變、態度就會改變、態度改變、習慣就會改變、習慣改變、人生就會改變，上班族一定要省思「態度」決定勝負的重要關鍵。

晉麗明/104資訊科技集團資深副總經理 P.28



有關係力量大!

Prelude/蘇美琪; Words/上官飛鳳、洪雅齡

Power of Personal Connections



人與人之間微妙的互動，
能造成前所未有的大力量！

人際互動的藝術，能拉近你我關係；走入彼此的心坎裡，讓「走心」成為無可取代的價值。

*Intricate interpersonal interactions contribute to unprecedented power!
The art of interpersonal interactions brings us closer and gives us access to each other's heart, making "Heart-to-heart Sharing" an irreplaceable value.*

CHAPTER

1

職場專家告訴您

提升人際關係的秘密武器



Words / 上官飛鳳 · iProDaren-知識學院執行長

這是一個團隊勝出，英雄淡出的年代，如何在職場中保有人際競爭力，為自己打造一個成長發揮的舞台，已經成為專才蛻變為人才的最大課題。善用技巧，擁有好人緣讓你在職場與做人處世上，無往不利！

面試 的時候，老闆問小琪：「你覺得做人重要？還是做事重要？」從來沒有想過這樣深入的問題，只能硬著頭皮回答：「都重要。」這個問題，不該有正確答案，卻值得我們深入探討，畢竟圓融的做人，可以確保績效品質，甚至提高

工作績效；單靠做事，或許你身懷絕技，卻無法得到他人助力，反而可能引發阻力，讓績效不保。

秘密武器一：五大元素管理人際

「專業是利刃，人際關係是秘密武

中，組織的氛圍也會隨著提升，進而延展為良好的團隊文化，績效目標順利達成，人人得到鼓舞，向心力也會增加，這就是人際法則。

技術很厲害，你可以當技師長，卻當不了廠長；行銷很厲害，你可以當超級業務，但無法勝任業務主管；財務知識很牛B，你可以當會計師，可無法當財務長。就是這樣的道理再提醒我們人際關係的重要性，要讓自己成為專業到位，合作無虞的真正高手，就得先拿出人際關係這項秘密武器，讓你100%受歡迎。

根據史丹福（Stanford）研究中心的報告顯示：「一個人賺的錢，12.5%來自知識，87.5%來自人際關係。」換句話說，好人緣可以讓我們工作更加有效，從人脈衍生出錢脈。我們可以運用現場工作品質管理的五大元素來管理人際：



指的是職場家庭生活內外所接觸到的相關人際角色：



器」，在專業的領域中，為了達到職能的巔峰，我們會努力學習，補強自身專業，接著靠經驗創新，累積出屬於自己的獨門絕學，於是，我們在職場中靠著頂尖的「專業度」，擁有一片天空；殊不知，職場的每個環節都需要與他人串聯，才有機會一展長才，將自己的獨門絕學公諸於世，而不是孤芳自賞，閉門造車。而這些上下平行的串聯，就是流程的銜接，以及人際關係的互動，只要人際關係良好，流程銜接過程自然充滿信任和反饋的學習，成長就在不知不覺



料 人際互動時的談話內容和涉及的範圍：

- 1) 從生活關心的話題切入，搭配工作事務，才能深化關係。
- 2) 說話必須要有層次，有條理的說明重點，強化人際形象。
- 3) 幽默走遍天下，笑口常開，讓人樂於與你分享喜怒哀樂。

法 人際互動時的方法、技巧、原則：

- 1) 同理心應對，重視對方的反應，創造良好關係互動模式
- 2) 用耐心打造一個穩固的人際基礎，再忙也得不厭其煩的說明
- 3) 提出好想法，更要有好做法，讓對方心服口服，互助合作

環 掌握機會，隨時管理人際互動，做好人際禮儀：

- 1) 開會要準時，認真投入，態度尊重
- 2) 中午儘量與他人一起用餐，活化關係互動
- 3) 上班要問好，下班要回報，來無影去無蹤，大家就會忘了有你這號人物
- 4) 茶水間、洗手間、走廊上，只談互相關心的事情，這些應該是放鬆的場合，卻常常淪為八卦的出處，實應避免。

測 你認識的人願意「認同你」、可以「為你所用」，願意幫助你「做事更有效果、更方便」，才可以認定你有良好的人際關係。常常測試自己的人際水平，透過聚餐邀請、工作協同、年節問候的機會，檢測和他人互動的順暢度、熟悉度、緊密度。



“只要調整態度，強化情緒管理，用堅定的態度溝通，和緩的語氣表達，展現高度情商指數，便能圓融通達。”

人的煩惱有80%來自於人際關係，在職場擁有圓融的人際關係，便能保持心情愉快，際遇順遂。職場裡卻常本末倒置，為了讓自己際遇順遂，刻意維護人際關係，假性的人際和諧，反而讓自己心生鬱悶，落落寡歡，這是職場普遍的現象。要做到真正的人際關係維護，應該要嚴謹的看待衍生人際緊張的任務衝突和過程衝突，對於任務執行的方法和目標水平的設定有認知差異，或者執行工作的流程和過程有歧見，由於職務一直沒有調動，任務沒有辦法順暢執行，更不想有關係上的摩擦，只好一直隱忍。

秘密武器二：紓解人際的五大技巧

簡單的說，這個過程當中，我們根本沒有拿出人際關係處理的態度和作為，只是用請託或自行解決的方式，一再用特例來完成任務，最終忍耐仍是有極限的，一旦爆發，就會衍生出關係衝突。因此，建議要從人際關係的維護角度出發，以友善的態度和對方協商共識，即便剛開始會覺得有關係上的不舒服，但是卻終止了任務衝突和過程衝突，讓關係有機會得以修復，長期來看，才是健康的作法。

「有時候您贏了面子，但其實您輸了感情；有時候您贏了口舌，但其實你輸了形象；有時候您贏了好處，但其實您輸了友誼。」低調，要積極面對，高調，要圓融婉轉；善用技巧，擁有好人緣讓你在職場與做人處世上，無往不利！

要紓解緊張的人際關係，以雙贏的目標修正人際管理，必須掌握下列五個技巧：

- 1) 保持冷靜、尊重、耐性
- 2) 對事不對人
- 3) 先聽後說
- 4) 以爭取整體利益為原則
- 5) 共同尋找解決的方案

有些人的人際溝通比較直白，講話大聲有餘，內容不足，事實上，也有值得學習的地方，畢竟將話講白了，衝突打住了，彼此有機會做關係修復，從熟悉到了解，信任慢慢累積。因此，我們只要調整態度，強化情緒管理，用堅定的態度溝通，和緩的語氣表達，運用下列原則，展現高度情商指數，便能圓融通達。

- 1) 「回應」事情，不要「反應」情緒。
- 2) 「反映」你需要誰？什麼時候給你？那些資源和支援？不要「反駁」對方陳述的說法，將問題導回事務性的討論，對策的產出。
- 3) 「需求」的提出，不要用「要求」的口吻。
- 4) 「事實」的具體陳述，不要用「感覺」的形容措辭。
- 5) 「建立未來」的對策討論，不要「懲罰過去」的問題爭執。
- 6) 「幽默一笑」淡然處之，不要「震怒驚呼」情緒暴衝。 **A**



Words / 洪雅齡 · 台灣連鎖暨加盟協會秘書長

有人說：「最遙遠的距離是，把你口袋的錢放進我的口袋裡」，要讓客戶心甘情願主動掏錢，不再只是商品的魅力，在新經濟時代，經營各行業要成功就要懂優質服務的人際禮儀，感動人心的服務才是業績致勝的王道。

商業 服務業是直接面對客戶的行業，顧客至上是不變的原則，有連鎖業老闆說，「客戶抱怨是天使的聲音」，有的更說「顧客是神」，這些意指客戶服務滿意度是企業成長的動能，多數客戶真正要的，除了專業服務，更在乎真誠及熱情。

服務的本質是一場眼到、耳到、口到、手到、心到，總體的情緒感染力，銷售服務過程如果是一場表演，絕對要讓顧客成為幸福愉悅的主角，創造顧客一場美好的生活體驗，顧客看見、聽到、摸到，感受的是一種價值，而不是價格。

“很多企業擅長透過行銷，塑造品牌的獨特個性，但服務品質成功關鍵是，如何建立人際關係，落實以客為尊的企業文化。”

「眼到」是環境氛圍，「耳到」是聆聽需求，「口到」是顧問式服務，針對需要提供服務，「手到」是與顧客近距離接觸，「心到」是用真誠對待而讓顧客感動或驚喜。也有人提出「腦到」，記憶顧客資料及喜好，客戶上門第二次就記得姓什麼。禮儀只是基本，總體行為及過程的表現，才是服務精神的所在。

建立人際關係 落實以客為尊

很多企業擅長透過行銷，塑造品牌的獨特個性，但服務品質成功關鍵是，如何建立人際關係，落實以客為尊的企業文化。很多連鎖企業老闆創業成功都因特別重視客戶服務，其中，令人印象深刻的是，曼都董事長賴孝義最強調的服務禮儀為「臉笑、嘴甜、腰軟、手腳快」，此口訣簡潔有力，呈現服務精髓。

用心做好事前工夫，在服務現場仍可能出現始料未及狀況，往往許多客人是不講理的，知名連鎖企業處理客訴原則都是「先處理心情，再處理事情」，盡量溝通或彌補到客戶接受；日本知名旅館加賀屋卻將「客人永遠是對的」奉為圭臬。

以客為尊是服務準則，新東陽有位店長在門市落實「把顧客當家人」，



對觀光客提供售後服務，銀髮族提供居家服務，也有失物招領的感動服務，並對電話購物提供客情服務。每位成員將服務發揮得淋漓盡致，每年業績都上百萬元成長。

統一超商加盟主羅淑芬經營門市近20年投入一百多場的社區活動，積極投入社區兒童關懷，並擔任鳳凰志工，隨救護車出勤務，常救護到商圈內的客戶，也常辦活動教導民眾學習基本救命術，每天投入交心服務，這種公益精神的人際禮儀，顧客關係扎根深厚。

耕耘信任關係 客戶變老主顧

「記憶曲線」理論提到，人的記憶一星期後仍留存的只有原來的23%。如果不追蹤客戶，又未建立信任關係，從統計資料顯示，顧客不再光臨，最主要原因來自於「店員不關心的態度」，而造成的根源有九成是店員認不出顧客。



影響客戶上門的主要因素不只是價格，可能還有更多無形價值的期待。台灣連鎖暨加盟協會連續17年舉辦全國商店傑出店長選拔活動，多數優秀店長都強調，用心關懷客戶，跟客戶建立交情，即使店面比別人遠，客戶還是會回流。例如大街小巷超商很多，有些人就是寧願多走幾步到感覺更好的店消費。

寶島文雄眼鏡彭店長曾在門市碰到一位單親媽帶著小一兒子上門配鏡，淚眼陳述自己工作忙碌忽略了孩子，造成兒子近視350度並有弱視，由於這位小孩需要每月定期檢查視力，單親媽時間無法配合，彭店長主動協助，每月送小孩到醫院檢查，歷經一年多，小孩視力情況已穩定，單親媽媽也常協助廣宣。

讓客戶成為老主顧，更厲害的是讓客戶成為品牌粉絲。「關係」是讓客戶再上門的關鍵，日本關係深化顧問加藤芳久提出，運用口碑卡、手冊、顧客心聲表、感謝函等小工具，來拉近關係創造口碑；並透過對談與分享等方式，或發送電子報，各種較沒推銷壓力的羈絆法，來深化顧客關係；再藉由生日卡、意外驚喜、新商品情報等有效串聯的見面管理流程，讓顧客不斷回頭享用服務與商品。

看重員工關係 重視人格特質

優質人員如何訓練？筆者詢問數家知名連鎖企業老闆或高階主管，多數認為，優質服務首重態度，「挑到對的人」才是重點，人格特質會影響態度。麥當勞的作法是從招募開始就雇用有能



力滿足客人期望的人。而《百億打造的十堂服務課》書中說明，技術可由在職訓練養成，人格卻難藉在職教育重塑。

《全心待客》一書作者丹尼·梅爾提到，49%專業潛力可透過專業訓練達成，51%是天生情緒技巧，正確的人格特質包括：

- 1 樂觀溫暖：真誠善良、體貼周到
- 2 敬業精神：天生具有極盡可能把事情做到最好的傾向
- 3 同理心：能體會，關切連結他人的感受，或自身行為給他人的感覺
- 4 智慧：不僅要聰明，還要有無盡的好奇心，能夠為學習而學習
- 5 了解自我與品格健全：責任感重，以誠實和絕佳判斷力做正確的事

提供感動人的服務，也應重視員工的感受。世界級的麗思·卡爾頓飯店把員工視為「內部顧客」，待員工如顧客，希望雇主與員工彼此了解，打從心底尊重彼此，讓員工有自信且快樂工作。員工隨身攜帶記載企業「信條」的卡片，內容都是企業理念與經營哲學的精髓。員工對信條的實踐，就是提供超越期待的服務。

華德·迪士尼要求員工要思考「這份工作為何存在？」，了解自己行為是否符合企業使命：製造歡樂。迪士尼教出讓人感動的人才的經營法則就是讓員工了解工作意義是改變服務品質的力量，員工遵循經營者理念，持續追求改變和創新。

經營互動關係 創高門市業績

服務業型態多元，以門市型的服務業而言，「店長」是靈魂人物，店長是門市的執行長，為達服務百分之百，創高門市經營業績，企業應充分授權，並提供資源協助店長商圈耕耘或熟客經營，第一線現場永遠是品牌服務力的決勝點。

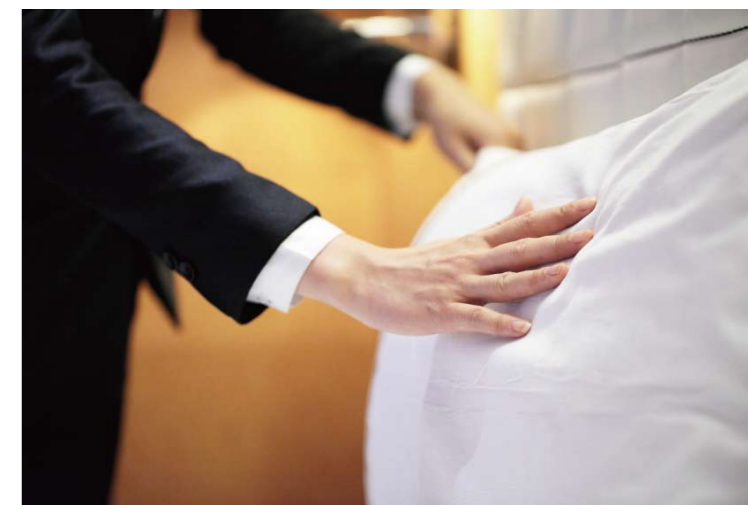
單店成功=人+商品+服務力，服務人員的態度禮儀是否謙卑可接近互動，商品是否有好的媒介或具吸引力，品牌核心價值能否展現服務力，這都是不能忽

在這個虛實並存的年代，真正「揪感心」的服務不應是口號，而應是許許多多細微處體貼的人際禮儀累積出的服務品質。

略的要素，而「人」往往是串連這些要素完美呈現的主軸。

標準化服務流程（SOP）只是基本原則，具有靈敏度才能建立更好的人際關係。客戶是敏感的，即使服務親切隨和，也需要靈巧看懂客戶的心。舉個真實小故事，某天有位董娘跟老公到一家鞋店，銷售人員熱情積極，一直「大姐、大姐」的稱呼那位董娘，最後他們買一雙男鞋就離開了；事後那位老闆笑著跟朋友說，如果那位銷售小姐稱他老婆「美女」，起碼會多買兩雙以上。

服務不是為了成交，買賣不成仁義在，真正的優質服務，永遠有下一次的機會。很多成功門市店長的致勝秘訣，主要是以身作則，讓所有同仁產生認同感，也創造團隊合作，讓每個人站在適當位置，設定目標，超越目標。A



高績效主管的兩把刷子

管理技巧 + 領導魅力



Words / 顏長川 · 哈佛企管顧問講師

高績效主管通常都有兩把刷子；一把可刷出管理技巧，一把可刷出領導魅力。一般主管最容易犯的毛病是「只有管理，沒有領導」或「管理太多，領導不足」；也就是說大部分的主管雖有兩把刷子，但一隻是大掃把，另一隻卻是小牙刷，顯示出一幅極其荒謬而不協調的畫面，難怪美國奇異公司前CEO傑克·威爾許會大聲疾呼：「停止管理，開始領導」吧！

只有管理，沒有領導

管理技巧，通俗地說就是能「運用有限的資源創造最高的合理成效」，一般可分為例行和發展工作兩類；主管可將例行工作授權，多花時間在發展工作；通常都表現在解決問題（Problem solving）和做決策

（Decision making）上。領導魅力，通俗地說就是能「透過他人把事情完成」，一般可分為培育部屬和自我啟發兩類；主管要多培育部屬，同時不要忘了自我栽培；通常都表現在人際關係和人脈管理上。很多主管都陷入「只有管理，沒有領導」的境界而不自知。

“加強時間管理，運用緊急和重要的二維分析排出事情的優先順序、活用80/20法則抓大放小，利用這些工具至少可讓主管提高工作效率一半以上，多出來的時間就可用來培育部屬，甚至有時間能栽培自己。”

很多主管都有一個錯誤的觀念，以為只有像蘋果電腦前CEO賈伯斯那樣不世出的天才，才能天馬行空、無中生有的「創新」；其實每個主管只要每天一點一滴不斷地進行小改善（continuous improvement），日積月累到某一程度爆發出來也叫「創新」（innovation），千萬不要妄自菲薄。當「人造蛋」解決了「雞生蛋或蛋生雞」的問題、鯛魚鱗片做成眼角膜解決盲人的問題、12個寶特瓶變成一件運動衫對環保做出貢獻、超級電腦利用「Big Data」（大數據）打敗人腦、3D打印出一支金屬手槍和一塊人造肉…等發展工作已在各行業如火如荼地展開時，你還不每天多「Google」或「百度」幾下嗎？請謹記多做發展工作會使主管的價值「倍增」。

管理太多，領導不足

很多主管都表示，每天光忙於例行工作就已疲於奔命？還要動腦筋去想發展工作？實在是分身乏術，何況還被要求24小時待機（on call）！最怕下班後還接到上級主管的奪命連環call；有些主管已產生幻聽現象，三更半夜會爬起來接電話，有時候還會懷疑手機是否壞了？怎麼可能沒來電呢？在這樣的工作量下早已自顧不暇，怎麼可能還有時間去培育部屬呢？

很多主管明明知道授權對主管、部屬

和組織有諸多的好處如：減輕主管的工作負擔、主管可減少例行工作多做發展工作、部屬也可激發出潛能並培養獨當一面的能力，讓部屬有接棒、主管有晉升的機會！但還是有很多主管不願授權？究其原因不外乎擔心部屬出錯或不堪大任？擔心權力易放難收或部屬青出於藍？其實，主管喜歡主導一切或部屬不願意被授權，也是重要原因；柯維博士在他的書中（第八習慣）就說過：「97%的主管不願放手，76%的部屬不願接手」。

停止管理，開始領導

因為工作量太重以致沒時間培育部屬或擔心這擔心那而不敢授權，其實都只是主管的藉口而已；如果能加強時間管理，運用緊急和重要的二維分析排出事情的優先順序（Priority）、活用80/20法則抓大放小、釐清6W2H使提案獲得上級主管的青睞、使用甘特圖（Gantt Chart）合理分配資源、利用要徑法（Critical Path Method，簡稱CPM）估算D-day、攤開魚骨圖找問題並開頭腦風暴（Brainstorming）會議尋對策、PDCA一直循環到SOP；這些工具至少可讓主管提高工作效率一半以上，多出來的時間就可用來培育部屬，甚至有時間能栽培自己。

很多主管從進入職場的第一天開始，就捲入工作的漩渦中不可自拔，連培育部屬

的時間都沒有，遑論要自我栽培？這樣的主管一定要立下「終身學習」的志業，認清「學到老才能活到老」的現實；若是老闆不要也不願在你身上投資，只好自我栽培了。職場上有太多的主管沒有領導或領導不足，難怪傑克·威爾許會說：「停止管理，開始領導」吧！

把小牙刷變成大掃把

光是管理不夠，還要領導；光是領導也不夠，還要管理。領導和管理必須互補平衡才能成為高績效主管；拿著一隻大掃把和一隻小牙刷的主管們，趕快把另一隻小牙刷也變成大掃把吧！**A**

附表：管理者和領導者的區別

類別	項目	管理者	領導者	備註
個人特質	自我意象	組織資源的分配者	組織使命的代表者	定位
	追求方向	目標／績效	長期使命與哲學理想	方向
	著眼點	短期作業	長期規劃	觀點
	追求重心	目標	願景	聚焦
	能力區別	能力	魅力	能力
	決策方式	自行決定	促動他人	影響
	決策性質	分析性	直覺性	決策
	思考方式	傳統性	系統性	思考
	行為作風	獨斷	開明	作風
	談情說理	理性	感性	左右腦
	注重對象	金錢 (Cash)	文化 (Culture)	銅臭味
	變化風格	交換	轉換	改變
	待人方式	帶人方式	指導、教練	支持、授權
爭取員工的		服從	承諾	承諾
訴諸於		人身	人心	身心靈
動能來自		管控	熱情	熱情
行為模式		被動回應	主動問事	主動
說服方法		告知	推銷	說服
如何看部屬		缺點	優點	正能量
部屬做事動力		命令	激發	肯定激勵
部屬心態		口服心不服	口服心服	心悅誠服
溝通		由上而下	由下而上	協議
影響他人方式	藉由意見一致	藉由精神鼓勵與激勵	精益求精	
擁有	部屬	跟隨者 (粉絲)	粉絲	
處世之道	策略觀點	把事做對	做對的事	把對的事做對
	工作本質	穩定中求績效	變化中求發展	帶動變革
	工作模式	用腦	用心	心腦並用
	核心工作	做事	做人	做事兼做人
	權力來源	職位權威	個人魅力	魅力
	工作動力	金錢誘因	成就感	成就
	工作方法	規畫細節	制訂方向	大方向
	工作重點	計畫、控制	組織、激勵	激勵

「針對性強化訓練」 管理者如何有效提升員工的能力？

理論快速提升員工能力



Words / 王明偉 · Keylogic年度最佳講師，優米網導師著有《積極達成：處理好情緒，再處理問題》

隨著團隊績效壓力的增加，很多管理者把很大的精力都投入到徵才上，認為找到合適的人就能解決問題，但是現在的徵才難度越來越大，成本也越來越高，完全寄希望於招募到合適的人，其實是一種一廂情願的想法。如何提升現有團隊員工的能力，是管理者不可忽略的重要一環。

想要 快速提升員工的能力，管理者需要為員工提供的是「針對性強化訓練」。美國心理學家安德斯·埃里克森是針對性強化訓練領域的世界級專家。他的研究顯示，人們能否快速提升自己的技能，甚至成為某一領域的世界級專家，並不是由基因決定的；而在於是否能夠通過「針對性強化訓練」提高自己的技能。

在埃里克森的研究中，這一發現適用於任何一種技能，包括記憶複雜的清單、下棋、比賽拉小提琴以及學習

各種現有的運動技能等等。它也適用於一些較複雜的工作技能，如演講、銷售技能、談判技能等。

如何進行「針對性強化訓練」

1) 一定要保證一定量的練習

針對性強化訓練要求管理者為員工提供定量的練習機會，而不是只是讓員工看幾本書，或給員工講講PPT就行的。定量的練習非常重要，只有通過練習員工才能更快地，更深入地發現之前被自

己忽略的問題。如果只是敷衍了事，不但起不到練習的作用，而且浪費了管理者和員工的時間。所以，我們需要根據工作所要求的能力，為員工提供定量的練習機會。

2) 將複雜的技能拆分成細項

1984年，在東京國際馬拉松邀請賽上，名不見經傳的日本選手山本田一出人意外地奪取了冠軍。當記者問他憑什麼取得如此驚人的成績時，他說了這麼一句話：「憑智慧戰勝對手」。

當時很多人都認為這個偶然獲勝的矮個子選手是在故弄玄虛。馬拉松賽是體力和耐力運動，只要身體素質好又有耐性就有希望奪冠，爆發力和速度還在其次，說用智慧取勝確實有點勉強。

兩年後，義大利國際馬拉松邀請賽在義大利北部城市米蘭舉行，山本田一代表日本參加比賽。這一次，他又獲得了冠軍。山本田一一生性木訥，不善言語。當記者請他談經驗時，他的回答仍是上次那句話：「用智慧戰勝對手」。這次記者在報紙上沒再挖苦他，但對他所謂的智慧迷惑不解。

10年後，這個謎底終於揭開了。他在自傳中這樣寫道：「每次比賽之前，我都要乘車把比賽的路線仔細看一遍，並把沿途比較明顯的標誌畫下來。比如，第一個標誌是銀行；第二個標誌是一棵樹；第三個標誌是一座紅房子，這樣一直畫到賽程終點。比賽開始後，我就奮力地向第一個目標衝去，等到達第一個目標後，我又以同樣的速度向第二個目標衝去。40多公里的賽程就被我分

“ 管理者需要讓員工知道最終獲得成功，需要付出努力、堅持不懈和韌性。因此，隨著練習的技能越來越難，員工需要不斷從失敗中振作，把它們當做需要繼續學習的信號。 ”

解成一些小目標輕鬆地跑完了。我剛開始練習馬拉松時，並不懂得這樣的道理，我把目標定在40多公里外的終點線上，結果我跑到十幾公里的時候就已疲憊不堪了，我被前面那段遙遠的路程給嚇倒了。」

和山本田一跑馬拉松一樣，管理者在練習中也需要把複雜的工作技能拆分成小細項，逐一練習提升。這樣做的好處是顯而易見的。首先，降低練習的難度，降低員工的畏難情緒，而且通過練習更容易掌握，這樣能給員工更大的信心。其次，更容易定位到問題，大技能拆分後，員工的哪個部分掌握的不好，管理者更容易定位，然後有針對性地幫助員工提高技能。

3) 及時獲得教練的回饋

保證一定量的練習機會很重要，同時管理者在練習過程中及時為員工提供明確而及時的回饋也非常重要。這一點是安德斯·埃里克森非常強調的。他曾經花了大量時間去觀察世界頂尖的選手是如何快速提升自己的技能的。例如，很多體育明星們都是通過專業教練的回饋來獲得改進的。老虎·伍茲，為了改進自己的揮杆技巧，特別找來非常資深的教練透過不斷給他回饋來提升自己的揮杆技巧。

所以，在讓員工進行練習的過程中，管理

者要自己充當教練，並給員工安排在這個技能方面的優秀人才來做教練給員工回饋。因為教練能及時的給員工指點，讓員工少走彎路，更快地在一些關鍵點上突破。

4) 為挫敗做好準備

就像嬰兒學步會摔倒一樣，員工在練習技能的過程中也會犯錯，被挫敗。這是正常的，管理者要做好心理準備，而且也要讓員工有心理準備。如果沒有這樣的正確認識，初期的成功會使員工產生錯誤的觀念，以為成功並不需要太多的努力。而一旦遇到問題，員工就會變得氣餒，進而很有可能喪失了繼續努力的信心。

要有效地處理這個問題，管理者需要讓員工知道最終獲得成功，需要付出努力、堅持不懈和韌性。因此，隨著練習的技能越來越難，員工需要不斷從失敗中振作，不要把挫折想像成永遠的路障，而是把它們當做需要繼續學習的信號。

面臨挫折時，管理者要讓員工學會說，「我又發現了一種行不通的方法！」而不是，「噢，不！我又徹底失敗了」。管理者要引導員工將挫折視為嚮導，而不是煞車。所以，面對挫敗時，管理者需要引導員工更加積極地面對：「我又發現了一種行不通的方法！我可以做怎樣的調整？」**A**

希望針對性強化訓練的方法能給大家帶來一些新的啟發，趕緊改變讓員工昏昏欲睡地的培訓方式吧！



台北金融大樓（台北101）董事長
宋文琪——用熱情帶領向上的力量



Editor／蘇美琪· 摘錄2014年8月8日《震旦講堂》

《震旦講堂》邀請台北101董事長宋文琪分享「台北101的創新與突破」；宋董事長從自身成長背景說起，深深傳達出她對生命與工作的熱情，嚴以律己的她認為，人的一生都在經營「自己」這個品牌，自己對自己負責，對自己的品牌負責；同時，也舉日本經營之聖「稻盛和夫」書中的經典名句，勉勵大家要「熱愛工作、創造機會」。



震旦講堂

台北金融大樓（台北101）董事長

宋文琪

現任總統府國策顧問、台北金融大樓股份有限公司（台北101）董事長、台灣女董事聯盟（WOB）主席、行政院「經貿國是會議」顧問。並榮獲2003年天下雜誌評選為前十大最具影響力的台灣女性、萬寶龍成功企業女性大賞、第三屆證券及期貨「金鼎獎」傑出企業領導人才獎、第七屆傑出工商婦女。

以運動家堅毅的精神 面對工作與生活

台北金融大樓（台北101）董事長宋文琪從背景談起，出身於台灣基隆小康之家，父親是從事近海漁業，母親專職家庭主婦，從小擅長的運動項目是田徑，從不斷重複與枯燥的跑步訓練中，體驗到運動家精神，除了是鍛鍊體魄外，對於「意志力」及對未來工作態度有很大的幫助。

東吳大學英文系畢業的宋董事長，畢業後都在貿易及金融圈工作，從秘書、行政事務做起，有條不紊、追求完美的做事方式，令每位主管印象深刻；同時，她舉出日本經營之聖「稻盛和夫」的例子，從《努力，認真地活著》書中體認到，稻盛提到美好、幸福的人生，是由內心反映出來的結果。宋董事長引以為例，說明自己熱愛工作，對生命充滿熱情，也相信唯有透過自己的努力、創造機會，讓自己的人生更精彩。

宋董一路走來從基層做起，9年半的

“宋董事長表示自己熱愛工作，對生命充滿熱情，也相信唯有透過自己的努力、創造機會，讓自己的人生更精彩。”

秘書行政工作，從不擅長打字，到很認真、準確地完成老闆交辦的每項工作，這段時間從中不斷累積生活經驗，至此讓她在國外老闆眼中是個「生活經驗的成功者」，除贏得這個美名外，她也以從生活的角度來面對工作，深信工作的價值，每項工作都是具有意義的。如同，當初在投信業時，第一個將基金帶入家庭中，因為她深知家庭最需要且實用的理財方式，便是定期定額的基金投資，每月交由專人管理，定期為自己理財，長久累積下也能創造財富，這也是一種生活與工作結合的完美例子。

除此，她也認為人的一生都在經營自己這個品牌，自己對自己負責，也要對自己的品牌負責；甚至應用在小孩身上也是，她從小灌輸要對自己的行為負責，



如此能越早培養孩子的責任感與使命感。可見，宋董事長不僅追求工作上的表現，對於孩子教養方面，更是有其精闢與獨到的見解與方法。

不斷抱持學習的心態 面對職場挑戰

一度被封為「台灣基金教母」的宋董，也曾是投信業台灣區負責人，金融業對她來說，是再熟悉不過的戰場，她也交出了傲人的成績單。不過，這位金融業的菁英在巔峰之際，卻選擇退休，來到台北101

大樓擔任董座。因為她認為人生需要不斷的「學習」、「活到老學到老」；如同最近台北101至東京晴空塔舉辦10周年攝影展，同時也是101首次海外辦展，宋董事長表示，東京晴空塔僅成立短短2年，觀光人次就突破2千萬，因此希望學習日本推動觀光的經驗，讓台北101的經營更卓越，也為台灣朝向每年千萬人次觀光邁進。

多年前她開始接觸藏傳佛教，到各地旅遊也去過西藏三次，看到居民在如此高海拔空氣稀薄的惡劣環境下，依然認真專心轉經禮佛，似乎一點都不受環境影響，她

▼台北101不僅關注著台灣人關心的議題，以亮燈打字，與大眾一起感動，也積極向外拓展。（圖片提供：台北101）



▲台北101董事長宋文琪以自身背景說起，精采的演說傳達出自己對生命與工作的熱情。

認為「心境」和「態度」最重要，只要用好的念頭，就能帶來正向好的力量。抱持善念、堅持、努力的精神，來面對人生與工作是宋董事長一直以來所秉持的信念。

要讓世界看見台灣 提升向上的力量

提到台北101的創新與突破，宋董事長開心的分享之前的快閃合唱以及今年元旦218秒的煙火秀。台北101不僅關注著台灣人關心的議題，以亮燈打字，與大眾一起感動，也積極向外拓展；如加入世界高塔組織，每年還舉辦登高比賽，讓各國好手

前來大展身手等，去年並與日本東京晴空塔簽署共同友好計畫，推廣台日觀光，就是要將觸角盡量伸出去的宣傳台灣。

台北101團隊不斷的進行腦力激盪，想出一些合作策略，要讓國外旅客知道台灣不僅是台北，還有很多漂亮、值得探索的地方。接下來還要與信義商圈的百貨公司等合作，讓來信義區跨年的重頭戲，更加精采，形成吸引人潮的力量，再擴散出去，讓大家不僅以台灣地標101來看見台北，更要讓世界看見台灣，一起帶領著民眾向上提升。

A

宋董事長表示，台北101是世界第一高的綠建築，關於環保節能有著指標意義，我們要做的更多。未來101不只追求「高度」，更在意的是其中內涵的「深度」。

你要的是工作？還是舞台？



Words / 晉麗明 · 104資訊科技集團資深副總經理

2013全球工時調查報告，台灣勞工的工作時間排名第三，僅次於新加坡及香港；忙碌的台灣上班族，每天從熙攘擁擠的人群中，投身在各行各業；這是每一個人，離開學校後三、四十年，所共同要面對的場景嗎？

我擁有的是一份工作？還是一個舞台？

很多上班族也許不再想這個問題，甚至也分不清楚其中的差異，尤其是工作綠洲大量消失，能夠有一份工作、每個月薪資準時入袋，就心滿意足了！

在日復一日、週而復始的生活中，大家漸漸習慣了現有的節奏，只是許多人慢慢會發現，對於工作不再有熱情、企圖與創意，同時也逐漸失去了工作的意義與感動，於是抱怨愈來愈多，績效愈來愈差，公司的營運也在相互推諉及嚴重內耗的文化裏失去了

競爭力！要能將工作轉換成一展所長的舞台，有以下兩個基本的條件：

1 擁有專業：

這個時代講究專業，也尊敬專業，大前研一曾說：「下班後的四個小時，決定一個人的成敗」，專業從下班後開始的意涵，即是職場工作者，本於自我的志趣，從熱愛工作中，多花心力，來形塑專業，這樣的專業力，是競爭力的基礎，也是找舞台的根本條件！

2 找到識才的伯樂：

空有的一身武藝，如果找不到識貨的老闆，將會是職場的大災難！你是「人才」，但老闆把你當做「人力」使喚，終會有龍困淺灘的哀怨；美國心理學家威廉·詹姆斯曾說：「人類最深沉的需求，便是獲得賞識」，具有才華的人，會帶著他的才華，尋找他覺得最受賞識的地方！

職場中「工作」與「舞台」的掙扎與抉擇，永遠考驗著所有上班族的智慧與決心，「人生不是你想不想，而是你不要」、「不怕輸在起跑點，贏在終點最重要」！對於職場中的你而言，終日辛苦奔忙的，是一份食之無味的工作，還是一個讓你熱情澎湃的舞台？

以台灣為例，根據調查指出，由於經濟不振及政治的紛擾，人民的信心指數急劇下降。在人力線上的調查報告中顯現，有高達八成四的上班族想另謀他職，尋找職場的第二春，其中又以

“大前研一曾說：「下班後的四個小時，決定一個人的成敗」，專業從下班後開始的意涵，即是職場工作者，本於自我的志趣，從熱愛工作中，多花心力，來形塑專業。”

四年級生最為痛苦，想另謀發展的高達93.8%；七年級生主要以薪資因素欲轉換工作；五、六年級生以工作內容不滿意為換工作的原因，而隨著年紀的增長，工作成就感漸成轉職的主要考慮因素。

外在環境的劇變使得大家的危機意識高漲；對生活、工作的滿意度降低，許多人都無法調適現況，然而，除了降低生活及消費的額度外，這個社會的改變是：申請助學貸款的人數增加了、請領失業給付的人數增加了、遊行抗議爭取權益的場面司空見慣；但是，如何具體增強本身的競爭力，彷彿在上班族的身上並未嗅出太多調整的訊息；改變是十分困難的，這也是為什麼我們知道『煮蛙效應』的寓意，但是大多數人還是不免成為煮熟的青蛙，迷失在社會的洪流中。

態度決定勝負

在這個多元的社會中，絕頂聰明與資質驚鈍者都屬少數，大多數人的聰明才智相當，但能在職場中成功的，憑藉的不只是能力，而是正確的工作態度與敬業精神，現在是一個講求團隊合作的時代，在組織中，個人能力只是最基本的條件；重要的是職場倫理、協調溝通、表達能力、誠信操守與開闊的胸襟，很

多的企業組織重視員工的工作態度與品德，更甚於能力，統一集團總裁高鴻恩曾說：「有德無才，其德可用；有才無德，其才不可用」；一個專業上班族在工作的能力與工作態度的表現都要兼備，才能在職場上勝出。

上班族要能成功，不僅限於專業知識、技能，而是堅持到底的做事態度，不論是郭台銘的霸氣、張忠謀的睿智、嚴凱泰的熱情、戴勝益的親和，他們的目標一經定下，不容任何打折，不達目的絕不終止。嚴長壽曾勉勵現在的年輕人：『肯不肯付出、肯不肯學習、肯不肯接受鞭策』是新世代上班年輕人能否

成功轉型的關鍵態度，態度不僅決定專業人員的事業高度，也會決定職場工作者的價值。

中國大陸的家電大廠海爾集團，在短短十餘年間成為世界級的品牌大廠，許多記者前去採訪總裁張瑞敏，探求企業成功的法則，張瑞敏強調「觀念革命」的重要性，心態與想法的改變能夠成就一個組織，也可以造就一個職場的成功者；『心若改變、態度就會改變、態度改變、習慣就會改變、習慣改變、人生就會改變』，所以在上班族的省思中，我們一定要在了解環境後，深自體會「態度」決定勝負的重要關鍵。

“宏碁電腦集團創辦人施振榮曾提出：『認輸才會贏』的觀念，他說：「每次在認輸之後捨棄一些東西，然後才能解決問題，開創新局，不認輸的話可能難有轉機」。”



重新看待社會與職場

一位經營空運業多年的老闆，在面對景氣的衰退，不僅業績大受影響，同時所投資的房地產也不斷跌價；資產嚴重縮水，在自怨自艾之餘，終於能轉換心境，體會到面對現實才是重新出發的起點。在調整心情後，坦然面對現有的經濟狀況及生活方式，同時將以往政府的保護措施及金融炒作、房地產飆漲、股市失序等現象視為異常，而將現在的國際競爭及回歸樸實的生活方式視為正常，這樣的務實調整，使得他更加注重真實的經營成本，同時訂定合理的利潤來與客戶做長期的配合；同時不再投機取巧、盲目投資。這樣的轉變，使他更珍惜現有的成果，同時在因應環境的調整後，能夠坦然面對挫折及營運的問題，讓公司重回穩健成長。

在不斷負面的報導中，戒慎恐懼的危機意識是十分需要的，但是在認清內外環境的變化後，我們仍必須樂觀積極的向前看；宏碁電腦集團創辦人施振榮曾提出：『認輸才會贏』的觀念，他說：「每次在認輸之後捨棄一些東西，然後才能解決問題，開創新局，不認輸的話可能難有轉機」。

天底下沒有不可能的事

強調『知易行難』的觀念，任何計劃，

在書面的計劃後，『起而行』才是最重要的，如果你下班後仍是每天打開電視，坐在電視前4、5個鐘頭，或是沉迷於上網、打電玩，臨睡前才驚覺荒廢了學業或是耽誤了原先的計劃，日復一日，你的自我管理將蕩然無存，大多數人無法「改變」的原因，常常是因為個人的惰性及無法對於理想持續堅持，過於的縱容及原諒自己，那麼對於專業能力的塑造，將永無達成之日。

傑克·威爾許曾說：「力圖改變，否則就太遲了」，改變是要從心裏願意調整，同時從小處著手，培養成功的情境，慢慢的朝向更大的挑戰邁進，才能轉換自己的心態及徹底改變自己的習性。（文章轉載《培養你的職場超能力》一書）^A

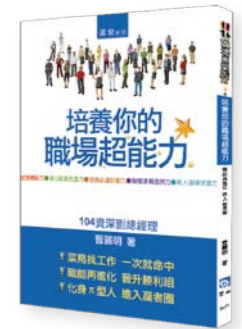


104 人力銀行副總

晉麗明

現職104資訊科技集團資深副總經理
東吳大學會計學系兼任講師

本書為作者於專業領域數年的觀察記錄，讓職場上班族運用有限的時間，掌握最重要的觀念與方法，並匯集小優點成就大長處。衷心希望本書能帶給職場上班族，工作上的啟示與助益，並藉由各種專業能力的塑造，讓大家在工作中美夢成真，並讓漫長的職涯旅程，豐富圓滿、充滿智慧與成就。



自我管理是需要堅持與毅力的，只有突破這個關卡，才能真正的掌握自我、掌握未來，「不要老困在過去出不來，敞開心胸改變」，並養成好習慣，才能開創新契機。

躍升震旦

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。



強化專業水平 讓顧客感受精緻服務

金儀公司「2014年服務金頭腦技藝競賽」



Words · Photo / 金儀公司

金儀公司多年來代理日本KONICA MINOLTA辦公數位商品，並努力於技術專研，讓其服務品質受到顧客高度肯定。而今年為擴大提升服務品質，從年初開始導入「服務技能提升計劃」，來強化服務的技術水平，徹底實踐精緻服務的目的。

金儀 深知服務的重要性和價值性，不斷思考更快速且讓顧客不費力的服務。例如機器保養、維護及收款，過去需要專人去抄表，現在則用數位e管家CSRC (CS Remote Care) 系統直接連網到公司，還可手機拍照送上ERP達到精簡作業等。

為此金儀公司每年皆會舉辦「服務技藝競賽」，今年透過更精細的規劃，推出「2014年服務金頭腦技藝競賽」，強調「技能強、應對佳、全能服務金頭腦」，目的在於希望提升服務同仁的專業技能與應對能力，進而讓顧客感受精緻服務。

此次透過競賽方式，除了讓服務同仁加強與提升專業技能外，在競賽前的學習安排，是活動的重點之一，培訓



同仁幾項重點專業技能，如彩印機故障檢修競速、數位e管家效益展現與應用、創意功能大展現（軟加硬解決方案）、服務應對等。整場活動於年初展開，歷經八個月期間，透過競賽提升服務同仁技術水平。

金儀所代理的KONICA MINOLTA系列數位式多功能黑白／彩色影印機、雷射印表機，是全方位的OA辦公設備代理商；今年更榮獲原廠頒發「亞洲區最佳代理商獎」，相信未來透過同仁齊心協力，更能創造出更優秀的服務團隊，一同與顧客創造雙贏。A

數位通訊服務 打造中小企業新商機



01_AVer EVC視訊會議系統，滿足中小企業需求。

Words · Photo / 震旦集團

互盛股份有限公司與圓展科技正式展開合作關係，於全省47個專營服務中心銷售Aver高畫質視訊會議系統，雙方期待透過此次合作，打造最優質的數位通訊服務，開拓台灣中小企業通訊商機。

圓展科技成立於2008年，提供實物攝影機、平板教學、安全監控系統和視訊會議解決方案，專注於Aver自有品牌產品設計、研發與製造，產品行銷超過全球100餘國，透過技術創新與卓越品質，提供多樣智慧解決方案，滿足客戶的需求，產品屢獲國內外獎項肯定。Aver視訊會議是當前企業營運不可或缺的最佳幫手，相對於坊間動輒數十萬元起跳的視訊會議設備，圓展科技秉持提供品質穩定、物美價廉、操作簡易的產品理念，持續推出多款點對點與多點視

訊會議系統，期望讓更多中小企業輕鬆享受科技產品帶來的便利與商機。

互盛導入Aver高畫質視訊遠距管理超方便

鑒於台灣市場中小企業遠距商機蓬勃發展，圓展科技與互盛股份有限公司於去年積極洽談合作，雙方並於今年正式展開合作關係，看重Aver高畫質視訊會議系統提供完整all-in-one視訊會議解決方案，具高性價比、簡易安裝、直覺使用以及業界領先3年保



02_EZMeetup行動視訊會議軟體，隨時隨地掌握商機。

固，和屢次入選台灣精品獎最高金/銀質獎的殊榮等優勢，互盛導入Aver高畫質視訊會議系統，擴大既有電話會議系統產品線，開拓辦公室通訊系統解決方案商機。除了雙方合作關係外，互盛每週也實際透過使用Aver視訊會議系統進行內部教育訓練，提高員工專業技能，落實辦公室遠距管理，提升公司競爭力。

雙方此次合作主打Aver EVC系列視訊會議解決方案，提供多點連線與點對點視訊會議系統解決方案。多點連線視訊會議解決方案包含最多可10點連線的Aver EVC900和4點連線的Aver EVC300，適用於任何大小會議室與大型演講廳的視訊會議解決方案，產品配備16倍光學變焦PTZ鏡頭，可清楚呈現每個與會人員的影像；full HD高畫質內容分享功能，輕鬆分享來自電腦、實物攝影機的簡報和畫面；貼心聲控畫面切換功能，可偵測並判定主要發話者的音源，自動將其畫面放大，有效讓焦點集中在發話者身上，避免同時多人談話和聲音互擾。除此之外，即使出門在外，只要透過EZMeetup行動視訊會議軟體，使用者就能夠隨時隨地利用手機、平板或筆電和其他與會者一同參加視訊會議。

圓展科技致力於提供台灣研發、設計與製造自有品牌Aver視訊會議解決方案，就如同互盛深耕台灣市場30年的在地服務，以及不斷追求顧客滿意的經營理念，雙方希望透過互盛遍布北中南的47個專營服務中心，提供顧客最即時專業的服務，相信以互盛深厚的辦公室數位通訊產品銷售經驗，可開拓Aver視訊會議產品於台灣市場能見度。隨著數位辦公室時代來臨，雙方希望透過此次結盟，打造雙贏契機，成功建構台灣中小企業數位通訊的領導地位。A

03_圓展科技立足台灣，提供專業視訊會議解決方案。



震旦 3D 展廳 躍昇全方位交流平台

中小企業創新計畫群聚訪視會議



01 行政院經濟能源農業處 廖耀宗處長（前排右三）、經濟部中小企業處知識資訊組 陳國樑組長（前排右四），與3D各界菁英齊聚「震旦3D展廳」，攜手促進產業升級，共創商機。

Words · Photo / 震旦3D

繼五月初「3D列印技術應用產業群聚會議」引起產業後續強大的迴響後，經濟部與工研院所再接再厲於七月底舉辦「中小企業群聚創新整合服務優值計畫群聚訪視會議」，旗下輔導廠商針對合作經驗、經營模式和未來發展做相互交流，強化3D產業間的資源串流和整合，期望能有效加速國內3D列印應用商品的開發與市場的擴散。

隨著 3D列印技術已成為近年產業升級的顯學，各國政府機關和民間單位無不爭先投入資源和技術搶占先機，台灣相關政府單位包含行政院和科技部皆宣示今年為推廣3D列印技術的重要開端，但單靠業界少數廠商的單打獨鬥的效果有限，因此結合經濟部的執行力和工研院的技術輔導，整合台灣3D產業上下游廠商，定期舉辦3D群聚會議，每次以不同主題來激盪廠商間未來的合作機會和產業發展定位。

此次邀請的廠商包含震旦3D、德芮達、紅人創意和台灣數位文化協會等，齊聚於震旦3D展廳針對未來3D服務優值計畫作經驗分享和探討相關產業議題。震旦3D事業部蔡坤明副總經理於會中特別提到了「凝聚共識，資源共享，平台共用，群聚共好，開創共贏」的五共概念，由於3D產業在台灣的起步相較歐美稍慢，單一業界的成熟度稍嫌不足，但透過群聚的概念串聯既有廠商，3D產業鏈的上下游可以進行相互的資源整合，共享彼此

“震旦集團以紮實的通路實力深耕市場多年，未來也期望能與業界合作分享通路資源，同時吸收業界先進的3D研發能量和經驗，進而促成整體產業升級並共創商機。”

的核心競爭能力以達到「強強聯手」的目的，而震旦集團向來都是以紮實的通路實力深耕市場多年，未來也期望能與業界合作分享通路資源，同時吸收業界先進的3D研發能量和經驗，進而促進整體產業升級並共創商機。

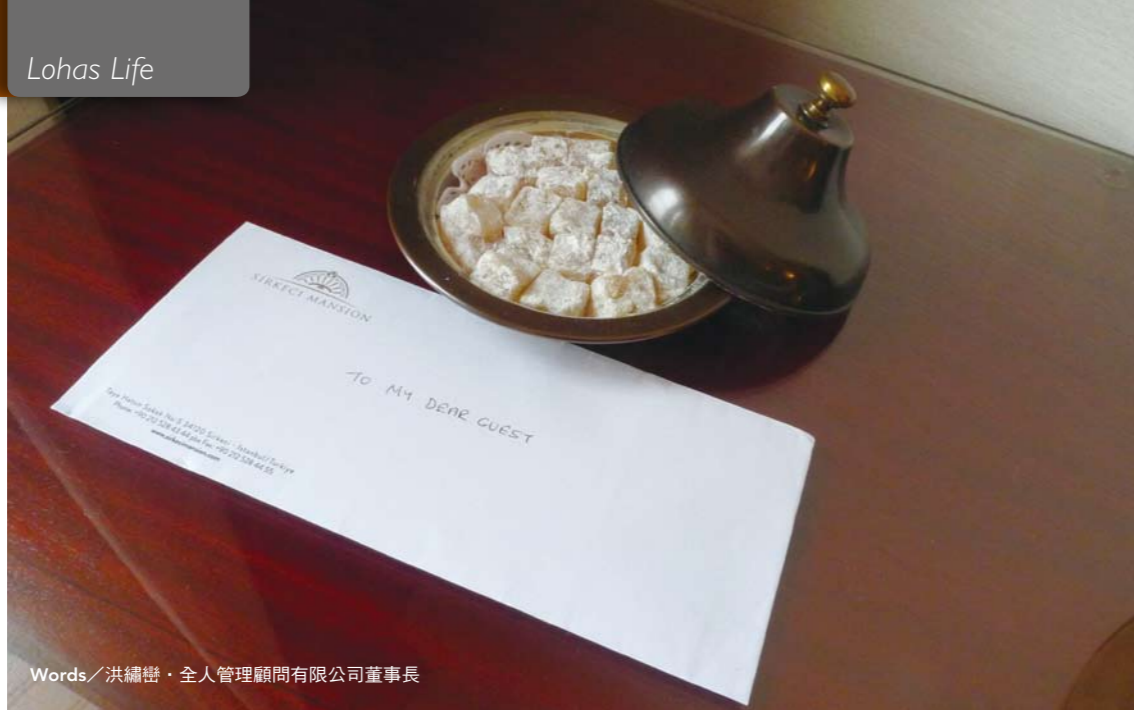
會議中震旦3D事業部的賴建丞總監分享了震旦與吉而好、四維科技的合作案例，利用震旦集團全省超過166家直營通路和完善的服務平台，來協助推廣文創產業的創意客製化商品。以往台灣其實並不缺少文化創意產業的人才，只是缺少實現創意的資源和推廣的媒介，而透過3D列印卻可以打破原本產業和市場間的隔閡，直接在工作室即可列印出具銷售潛力的成品，若再利用業界有效的銷售管道，未來文創產業在台灣的發展絕對是不可限量，甚至可以與國際市場接軌，進而提升台灣產業的能

見度和競爭力，震旦也基於文創產業可能帶來的市場潛力，近期不僅與在精品設計界擁有相當知名度的吉而好公司，商討個人化創意商品的推廣模式，也已經與四維科技策略合作，結合其優異的3D掃描建模技術，未來將在全省將近300家的震旦通訊門市提供客製化人形公仔的製作服務，無論是當作個人、婚慶喜宴紀念品或是相關禮贈品都相當富有趣味且令人印象深刻，具體實現3D產業的周邊結盟和商機共享。

經濟部和工研院未來也將持續合辦中小企業群聚創新整合的研討會，除了藉由技術、網路、專業知識與服務的分享來輔導中小企業外，也運用群聚輔導模式來協助企業升級轉型，進行產品、營運模式及服務創新，期望能帶動經濟規模增加內需市場並拓展國際市場，建構優勢價值群聚以提升競爭力。A



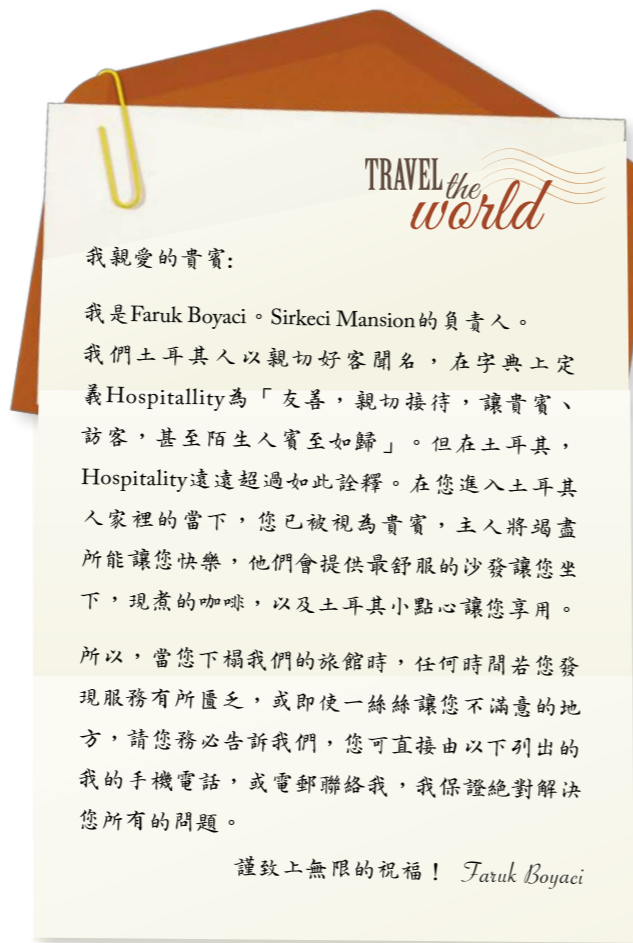
02 震旦3D事業部賴建丞總監（右一）分享與3D群聚策略合作。

土耳其之旅
體驗磁吸魅力服務

Words / 洪繡楸 · 全人管理顧問有限公司董事長

作者應邀入住土耳其旅館Sirkeci Mansion，位於伊斯坦堡黃金角，靠近港口的數百年歷史老舊區，探討精品旅館究竟如何顯其風華，最令她感到興趣之處，是想不到居然能迸出磁吸魅力服務的火花。讓我們一起從旅遊中學習感動的貼心服務。

在櫃 台Mr. Sukru Araz陽光燦爛的笑容以及熱情的接待之後，我上樓進入房間，沙發小檯上，精緻的土耳其軟糖，旁邊一封印著Sirkeci Mansion logo 的信封，吸引了我的目光，手寫工整的字跡「TO MY DEAR GUEST」，後來我才知道，每個信封都是老闆Faruk親筆書寫，他堅持不用打字，這是溫暖表達歡迎的第一步，他認為他的親筆跡足以觸動客人的心。



我親愛的貴賓：

我是Faruk Boyaci。Sirkeci Mansion的負責人。我們土耳其人以親切好客聞名，在字典上定義Hospitality為「友善，親切接待，讓貴賓、訪客，甚至陌生人賓至如歸」。但在土耳其，Hospitality遠遠超過如此詮釋。在您進入土耳其人家裡的當下，您已被視為貴賓，主人將竭盡所能讓您快樂，他們會提供最舒服的沙發讓您坐下，現煮的咖啡，以及土耳其小點心讓您享用。

所以，當您下榻我們的旅館時，任何時間若您發現服務有所匱乏，或即使一絲絲讓您不滿意的地方，請您務必告訴我們，您可直接由以下列出的我的手機電話，或電郵聯絡我，我保證絕對解決您所有的問題。

謹致上無限的祝福！ Faruk Boyaci

電話對談內容

洪：看完信我立刻打此電話，請問Mr. Faruk Boyaci在嗎？

Faruk：我就是，請問您是哪裡？有何指教？

洪：我回答：我是您旅館的客人，我想確認這個電話是不是真的？還有您今晚請我吃飯是不是真的？我是Salina Hong，Faruk大笑不已。

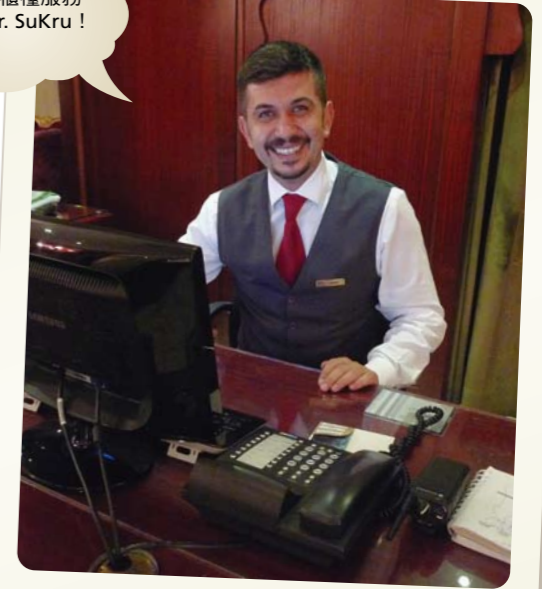
Faruk：Salina，您是第二個質疑電話的人，以前有一位日本客人也打了電話，確定我是負責人之後，覺得不可思議，他說我很大膽，哪有老闆把私人電話公諸顧客的？不怕死呀？他認為我是怪咖。

洪：你的確是怪咖，不怕顧客電話接不完？

Faruk：Salina，老實告訴您，我們旅館2007年開幕就公布電話，到現在將近7年，我總共接到3通客人電話，包括那位日本顧客，而且都不是抱怨，而是好奇到底什麼人會做這種傻事。起初好多朋友叫我不要這樣做，他們認為萬一真有事情，顧客知道我的電話絕對會咬住不放。但是我卻不這樣想，如果我們服務讓顧客超級滿意，他為什麼要找我麻煩？

反之，如果真的有問題，那我更應該直接傾聽顧客的聲音，很多人把顧客視為麻煩製造者，這很不公平，自己做不好，讓客人生氣了，自己不檢討，把責任推給顧客，哪有道理？這些人是做生意買賣，我們是做服務，只有提供顧客滿意的服務，才有資格取得合理的收穫。

親切的櫃檯服務
人員Mr. SuKru！



連獲6年Trip Advisor最佳入住旅館

6年多只接到3次顧客電話的紀錄讓Faruk津津樂道，但如果你知道他的旅館從2009年到2014年連續6年，獲得Trip Advisor評為首獎，並被Orbitz Worldwide，Global Hotel Service選為伊斯坦堡最佳入住旅館，Booking.com顧客評量的滿意指數為9.6分（總分10分）的平均高分，你就明白為何顧客不找老闆了。



“Faruk用人哲學十分簡單，雇用對的人才然後激勵他們，尊重他們，由於每個人在自己崗位各盡其職，他們自己判斷做正確的決定，毋需等待別人的指令。”

體驗服務中的磁吸魅力

研究管理的名作家Roberta Chinsky Matuson 在《Talent Magnetism-How to Built a Workplace That Attracts and Keeps the Best (磁吸魅力-如何創造吸引並留住人才的工作環境)》一書中，稱Mr. Faruk Boyaci為「磁吸領導著」，他特別住進Serkeci Mansion去體驗旅館的服務及精神，他說Faruk傾全力以建立一個優質環境，讓員工及顧客相處如家人一般。Faruk特別指出，土耳其在多年前也曾面臨巨大的經濟財務危機，在此艱難時期，沒有一位員工被資遣，「他們非常清楚，我們不僅在好日子時照顧他們，在面臨艱苦時也一樣」，他的用人哲學十分簡單，雇用對的人才然後激勵他們，尊重他們，由於每個人在自己

崗位各盡其職，他們自己判斷做正確的決定，毋需等待別人的指令。

Faruk是個十分開放，不斷精進的人，他詢問我，雖然客人都很滿意他們的自助早餐，然而是否有足以更進步的地方，真是心有靈犀，我正想建議早餐，我說昨晚吃了你們的晚餐，擺盤都很漂亮，這是個別秀，早餐檯是整體秀，應該強化色彩的搭配，我提出彩虹早餐檯面秀，以花園概念增加綠葉，蔬菜，香菜及薄荷、蒔蘿等等土耳其特色香草布置成花園，並增加當季水果的多元配置，讓水果吧成為亮點。他們不只欣然感謝，並保證下次我回來時，一定有不一樣的樣貌。

這個精品旅館位於最方便的文化古區，房間舒適優美，高檔的雪白繡花床單，備品齊全，他客房的浴衣是我見過

▼年輕主廚與餐廳主管。



▼土耳其的Meze前菜舉世聞名，其中包含葡萄葉Dolma、肉捲、鱈魚丸、土耳其米飯。



▲接待廳舒適優雅的古典沙發，每個角落都精緻。



▲高檔雪白的繡花床單，配上土耳其吊燈、紅色地毯、梳妝台等設計，加上提供迎賓茶與糖果及整盒化妝棉，處處顯露貼心服務。

最舒適雅緻的，領口綉著藍色或紅色的土耳其國花——鬱金香，它的游泳池，三溫暖，土耳其浴場一應俱全，完善的按摩SPA服務，特別的鞋套機讓穿鞋子入內的客人，免除彎腰套鞋的麻煩，這些貼心服務已經讓人窩心，但最讓顧客覺得物超所值的是，Faruk引以為傲的經營團隊設計出來的一系列《Explore Istanbul's Local Life (伊斯坦堡在地生活大探索)》，這些半天或每次兩小時的活動，包含吃、喝、交通、導覽等等。

這些精彩的免費行程可不含糊，無論行程的說明簡章，每個行程課程的個別介紹及地圖印製，都極為細膩精彩，行前的旅客說明，預備每人的瓶裝水，乃至導覽者的博學專業，細心耐心，都足以讓人折服。

在我參加的黃金角行程中，服務人員還在Fatih大市集中，臨時買了古老小甜餅及當季櫻桃等，讓我們邊走邊吃。同行12位客人笑顏逐開，讚不絕口，其中第一次到土耳其來自紐約的Rosemary跟我說，我太開心了，做了最佳選擇，在網路上看到有位女士推薦它為最佳單身旅遊的選擇，我就訂了，想不到這麼棒！**A**



▲飯店古建築優雅的陽台，紅花綠葉相襯，思古幽情油然而生。

我聽到剛進門的客人提高嗓門歡呼「我回來了，我回來了，3年啦！太久了」，我看到所有外場員工起身歡笑，迎接久違的家人，歡樂的氣氛感染了全旅店，這就是Serkeci Mansion。服務會說話，磁吸魅力的服務更會大聲說話，因為，你的忠誠顧客已經為您口耳相傳進行口碑行銷了。

體驗讓設計更貼近人心



Words、Photo / 震旦設計中心

為了有效傳遞設計，『設計體驗』很重要。一個好的設計，不單是好看的外型，強大的功能，優良的品質…最重要的是提供一場完整的體驗。創造設計體驗的價值：『設計與使用者產生互動，設計獲得使用者認同，設計吸引使用者注意。』

震旦 設計中心工業設計師李明，第一次坐上日本國寶設計大師喜多俊之先生為義大利Cassina設計的『111 WINK經典椅』時，雀躍的心情溢於言表，他說只能在雜誌上看到的經典椅，這次真的坐上實物了。舒服，真舒服，躺著尤其舒服啊！

設計。體驗

上海外灘一家以精品鳳梨酥聞名的店，低調地開在女青年會那棟大樓，

隨意入內找個舒服的位置坐下，服務人員會親切的奉上清香的烏龍茶與一塊完整鳳梨酥，請您品嚐。當您品嚐完畢時，服務人員再度端上一杯冰涼的鳳梨茶請您慢用。您可以倚窗望向外灘源建築群，或是坐在深澤直人設計的原木椅上與朋友閒談，細細品味這一場店主為您精心設計的感官體驗。

相信到過浦東陸家嘴震旦國際大樓的訪客，對於那一抹迎面而來的芳香留有深刻記憶，為什麼呢？因為嗅覺具有引發強烈情緒和記憶的作用，當訪客因聞到芳香而開心時，心情也被正面地影



↑由日本國寶設計大師喜多俊之先生為義大利Cassina設計的『111 WINK經典椅』。

響了，這一抹經由設計的氣味體驗，讓您不知不覺與震旦大樓產生記憶連結。

如果您去了震旦博物館參觀，卻沒有在五樓的咖啡廳坐下來喝杯咖啡，那麼您將錯過建築大師安藤忠雄先生的巧妙設計，當您面對黃浦江方向坐下時，江面會隨著您視線的下降而緩緩上昇，在您坐定時到達同一水平面，出神入化的將建築與自然融合的視覺體驗。

Steve Jobs在世時，每回舉行的WWDC大會是全球蘋果粉絲引頸期盼的盛會。他們期待的不單是新商品，更多地期盼著Jobs那場華麗劇場般的簡報體驗。

『iPod，將1,000首歌曲放進你的口袋。』『我們用過市面上各式各樣的手機，天啊！實在令人惱火，這個領域必須脫胎換骨。手機必須功能更強，更容

易使用。我們認為蘋果可以有所貢獻，並不在乎這個領域有多少競爭者…。我們重新發明了手機，而且完全改變消費者對這項產品的期望』



↑座落於上海嘉定教育培訓園區，是一座擁有十萬平方米的花園式單位，種植1萬多棵樹木，綠化面積達六萬平方米，我們創造了自然、人文、環保、美好的辦公生活環境，每當顧客親臨時，往往不需言語，就能身同感受我們所要傳達的願景。

“ 企業創造健康的工作環境，讓員工與大自然互動，有利於提升員工的工作效率，緩解員工的壓力。 ”

Jobs拿起一個信封袋從裡面抽出一台筆記型電腦說著：『這就是MacBook Air，它如此纖薄，竟然可以放進各位在辦公室隨處可見的牛皮紙信封袋，它是全世界最薄的筆記型電腦。』

Jobs談論iPod、iPhone、MacBook Air以及所有Apple的新產品時，總讓人為之著迷，從他開始簡報的那一刻起，注定商品的熱銷。Jobs賣得不是電腦，是體驗。

↓ 震旦設計中心為顧客設計許多的互動體驗，最受好評的是掛在牆上的兩幅畫。一場有趣的互動體驗，拉近了我們與顧客的距離。



Creating a better office

震旦作為中國辦公家具領導品牌，我們賣的不是商品，是整體空間解決方案的提供者。我們提倡『Creating a better office 創享美好辦公生活』的願景。

坐。一幅畫

來到設計中心，我們為顧客設計許多的互動體驗，展廳最受好評的是掛在牆面上的兩幅畫。我們將畫從牆面取下，請顧客上座時，這畫能坐嗎？就在顧客穩穩坐進畫裡時，開懷了。一場有趣的互動體驗，拉近了我們與顧客的距離。

頭腦風暴。歡樂島

從展廳延伸進入實際的辦公區域，我們告訴顧客，這裡是我們頭腦風暴的歡樂島，歡迎體驗。您需要激發創造力嗎？從姿勢改變坐起，坐上小木馬，喚醒您遺忘的童心，本來受局限的思維，活躍了。置身於高飽和度色彩的空間內，思緒也隨之活躍，創意絢麗飛揚，這就是我們激活創意的體驗。

隱科技。充電不受線

倚在落地窗前的吧桌，讓您可以小憩喝杯咖啡遠眺窗外的一片綠，舒緩眼睛的壓



力，聽聽鳥鳴聲，釋放心情的壓力。當您為自己短暫充電時，也為您的手機充個電吧！

隨著科技的進步，充電進入無線時代，從手機到家電到公共巴士，眾多無線充電產品推陳出新，不再需要拖著一條電源線來充電。作為辦公家具領導品牌的震旦，也趕上這波無線充電潮流，將我們的吧桌升級成為隱科技無線充電吧桌，為顧客設計一場科技的體驗。

健康。工作環境

Genlser在一份關於如何實現健康的設計報告中指出，企業創造健康的工作環境，讓員工與大自然互動，有利於提升員工的工作效率，緩解員工的壓力。我們打造一處露臺，將工作區域拓展於自然環境裡，在蟲鳴鳥叫聲中開會、在芬多精的沐浴下暢談。 **A**

↓ 吧桌升級成為隱科技無線充電吧桌，為顧客設計一場科技的體驗。



當產品開始設計時，我們同時著手設計體驗，創造設計體驗的價值，讓使用者與我們產生互動，讓使用者認同我們的產品，更加希望使用者愛上我們的產品。歡迎讀者有機會前來震旦上海嘉定園區體驗我們的設計。

博物館臨時展覽策劃探討



澳大利亞坎培拉燈光節（Enlighten Festival）國家肖像館（National Portrait Gallery）外觀

Words · Photo / 震旦博物館

「展覽」是博物館的核心功能。長期穩定的基本展覽是每一個博物館的基礎。而短期更換的臨時展覽則會促進博物館的生機和活力。兩者都是博物館運營的重要環節。臨時展覽選擇展品比較自由，內容新穎，形式多樣，機動靈活，無時間限制。它更能激發觀眾的興趣，增強對觀眾的吸引力，常常被用於輔助基本展覽。

博物館為何舉辦臨時展覽

面對當代文化的多元發展和觀眾的多样需求，許多博物館正在努力淡化長期展示帶來的「不變」、「固定」等外化形象，積極推出高品質的臨時展覽，將此作為啟動博物館的良方。博物館兼具娛樂和教育功能，它既不可娛樂至上，也不能僅僅突出教育，而臨時展覽往往能更好地兼顧二者。博物館需要更多公眾的關注和參與，不斷推出新的展覽可以激發興趣，擴展觀眾群，取得事半功倍的宣傳效果。澳大利亞國家博物館（National Museum of Australia）曾在2013年初辦

過一個名為「博物館工作坊（Museum Workshop）」的臨時展覽，充滿新意地把博物館後臺的藏品修繕、保護、儲藏工作過程搬到了展廳裡，專家們在透明的「辦公室」裡現場工作。觀眾有機會觀看和瞭解到博物館神秘的「後臺」，還可以跟專家進行現場的詢問和互動。展覽一時間吸引到大量的觀眾，不僅是坎培拉地區，甚至很多來自雪梨和墨爾本的觀眾。

臨時展覽的類別和舉措

臨時展覽通常結合大家熟悉的文化盛事或節慶活動進行。每年三月，

“震旦博物館著眼於當代博物館的新視角，結合民眾的文化需求，力推新展與藝文活動，體現出別樣的生機和活力，凸顯了「學術生活化」的文化魅力。”



震旦博物館「蛻變的舞步」展覽吸引大量觀眾

澳大利亞首都坎培拉舉行一年一度的「燈光節日」（Enlighten Festival），當地的文化機構、美術館和博物館都會在夜間開放，大型的主題藝術燈光投影在建築外牆，每個場館都有夜間特色活動和新展重磅推出，坎培拉地區幾乎是全民參與。震旦博物館前期推出的中法文化之春亮點項目「蛻變的舞步—新媒體藝術展」也屬於此類，有效帶來大量的參觀人潮，其中

90%是第一次來訪本館。另外，博物館的珍貴藏品中有許多沒能用於常設展示而躺在庫房裡，也可以新專題將它們作為臨時展覽推出。

震旦博物館臨時展覽籌畫

今秋十月，震旦博物館將在開館周年慶的特別時刻推出以「傳統與創新」為主題的玉器展，為民眾獻上一場新的文化盛宴。此次展覽將戰國及漢代玉器的工藝技法、造型演變、紋飾組合等進行多項對比演示，使觀眾能夠更好地理解玉器的發展演變和社會意義。展覽還安排形式多樣的導覽活動和系列講座，架起觀眾同專業人員的交流橋樑。這一新展將與常設展覽互為輝映、相互補充，從而滿足不同文化階層和年齡層次愛好者的多樣需求。A

澳大利亞坎培拉燈光節（Enlighten Festival）國家圖書館（National Library of Australia）外觀



NBA 巨星科比的上海文化之旅



01

Words · Photo / 震旦博物館

2008年科比參加了北京奧運會，在中國的這段經歷給他留下了深刻的印象，也自此與中國結緣，他通過自己創立的科比基金會，資助洛杉磯全明星課餘學校開設漢語和中國武術課程，讓美國的中學生免費註冊入學，學習中國文化。去年8月科比曾到西安，逛陝西省歷史博物館，並大秀中國書法。

這次，科比和他的NIKE團隊來到上海，除了官方行程之外，特別想感受中華文物的博大精深。2014年8月2日的下午，震旦博物館以高規格迎來了這位元熱愛中國文化的國際NBA巨星。當天剛參加完公益活動的科比略顯疲憊，卻依然對

此次的博物館中國文化之旅充滿好奇和興奮。雄踞守衛於博物館門口，來自南朝的辟邪神獸首先吸引了他的注意力，2007年震旦博物館在蘇富比拍賣會所取得的神獸，原收藏於美國紐約州水牛藝術博物館（The Albright-knox Art Gallery），它在中國古代文



02



03

化中是仙界引導者和守衛者的象徵。認真聆聽解說的科比按耐不住好奇輕撫神獸羽翼。在博物館資深專家的導覽下，科比對這座由國際建築大師安藤忠雄設計的東方極簡風格的博物館和其珍貴的館藏有了更多的瞭解和體會。他對博物館讚不絕口，其中來自漢朝的金縷玉衣讓他覺得尤為驚歎，兩千九百零三塊玉片用金線編綴成人型，精妙絕倫。

雖然高安全等級之下隨行有七八名保安人員，但科比對認出他的現場博物館觀眾非常親切。有位此時正好在博物館參觀的小球迷，看到科比驚呆了，科比還打趣地跟他開玩笑說「It is real！（這是真的科比哦！）」。

在科比此次私人文化之旅尾聲，博物館贈送給科比具有吉祥如意寓意的紅色茶葉罐、館藏圖錄與《獨角獸與龍》畫冊，科比



04

也親筆簽名將籃球作為給博物館的回贈。

科比曾說中國人帶有著認真、敬業和負責的人格品質，他作為籃球運動員所需展示出來的決心和毅力也與中國文化產生了共鳴。這也是人文價值和體育精神交流的魅力所在。這種文化交流作為通用的世界語言，將不同領域，不同國家，不同身份的人緊密地聯繫在一起。博物館能夠通過收藏、研究和展示，把這種無國界的文化魅力發揮出無限可能。A

01_ 科比親筆簽名的籃球。02_ 科比輕撫神獸羽翼祈福。03_ 科比欣賞博物館館藏金縷玉衣。04_ 震旦博物館黃聖智總監為科比介紹博物館。05_ 科比回贈博物館以親筆簽名的籃球，與博物館賴任辰董事和黃聖智總監合影留念。



05



青花瓷鑑賞

26

Book

震旦博物館
出版叢書介紹

青花瓷鑑賞

清 乾隆青
花福壽海濤纏枝花卉紋扁

元代 青花海馬牡丹紋梅瓶



青花瓷 崛起於元代中晚期，以「白地藍花」的特殊美感風靡海內外，成為宮庭用器、民生用品及外銷市場的重要品類，在中國陶瓷史上具有獨樹一幟的地位。本書蒐集元明清三代的青花瓷與其他相關彩瓷共計70件，分為元代青花、明代青花、清代青花、青花與其他彩類等四大單元。每個單元皆有一篇概論作為簡介，圖版部分附加文字說明，書前收錄吳棠海先生的專文《古器物學研究—青花瓷器初探》，是認識中國古代青花瓷器不可錯過的著作。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。

明 嘉靖
青花嬰戲圖大罐

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

書籍銷售點

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

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

日本地區 | 藝友齋

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



古代佛像的單體造像

古器物學講座—佛教造像專題(8)

北齊 佛立像

頭頂肉髻隆起，身穿袈裟的出家人形態，是所有佛像的共同特徵。（圖一）

Words / 吳棠海
Photo / 震旦博物館

佛教藝術裡除了群體式的造像碑之外，還有許許多多的單體造像，題材約可分為佛、菩薩、弟子、羅漢及護法神等等，這些造像皆有其經典淵源和儀軌規範，在具體的實物上即以不同的五官相貌、衣著服飾及肢體動作來表現，因此本文分下列五項概略說明它們的基本特色。

一、佛像

佛是佛教造像的主角，最早是指釋迦牟尼佛，後來隨著教義的演變，發展出三世佛、十方諸佛、彌勒佛、阿彌陀佛等佛名，這些佛陀的身分不同，也有各自的造像特徵，但一定是穿著袈裟的修行者姿態，而且符合經典所列的三十二相好。

例如圖一為北齊的佛立像，佛頂肉髻低平，臉型方圓飽滿，長眉彎曲，眼睛向下垂視，雙唇薄而緊閉，表情沉靜端嚴。佛的身上穿著垂領式袈裟，右手上舉施無畏印，左手向下垂放，袈裟順著軀體起伏，表面原有貼金彩繪。





北齊 菩薩立像

頭戴寶冠，身披天衣，佩戴項飾、瓔珞及腕釧，是菩薩像的特色。（圖二）

雖然低平的肉髻、沉靜的表情及薄衣貼體的服飾屬於北齊的風格，但是隆起的肉髻、豐圓的雙頰、纖長柔軟的手指、圓鼓的腳背及密著於台座的足底都符合經典所言的相好特徵，而貼金彩繪也是金身妙相的表現。

相同的風格亦可見於山東省諸城博物館所收藏的北齊佛立像上，是北齊佛像共同的特色。

二、菩薩像

菩薩是指覺有情、度化眾生的大士，隨著佛教思想的演變，也出現了文殊、普賢、大勢至、觀世音及彌勒等菩薩名，雖然身份不同、造像各異，但都有尊貴華麗的莊嚴表現。

例如圖二為北齊的菩薩立像，菩薩頭戴連珠寶冠，臉型長圓，眉彎目細，抿嘴微笑，胸前佩掛忍冬紋和連珠紋項飾，手戴腕釧，肩上天衣飄垂，長條狀的瓔珞自兩肩垂懸而下，長裙覆腿，跣足立於圓台上。

仔細觀察此尊菩薩的五官和體態，與同時期的佛像風格接近，但是華麗的裝扮卻是佛像所沒有的，而清秀的臉龐與親切的笑容更體現出「上求佛道、下化眾生」的雙重悲願，凡此都是菩薩造像的特色。

類似的風格亦可見於日本大阪美術館所收藏的南響堂北齊菩薩立像上，是北齊菩薩像的共同特徵。

三、弟子像

釋迦牟尼佛成道以後，開始宣講佛法，引導眾人皈依佛門，成為他的弟子，此一事蹟也成為佛教造像的題材，而弟子們即以比丘的形象伴隨在佛陀身旁，其中以大迦葉和阿難最常見。

大迦葉是佛陀的十大弟子之一，相傳他專修頭陀苦行，住墓地，穿糞掃衣，露地靜坐，托鉢乞食，所以身材乾瘦、衣衫襤褸。此一傳說到了佛教造像的工匠手裡，即塑造出眉頭深鎖、雙眼專注凝視、肌肉筋骨突起的僧人形象，以突顯其歷經滄桑、堅毅卓絕的性格。



北齊 阿難尊者立像

年少英俊、天資聰穎靈慧的沙彌造型，是阿難尊者的特色。（圖三）

阿難童年出家，以俊秀的面容、溫和的態度及慈悲心腸廣受信眾喜愛，他很聰明，記憶力強，長年服侍佛陀，聽聞無數佛法，所以有多聞第一的美稱。此一傳說到了中國工匠手裡，即製作出如圖三所示的造像，面貌英俊，帶點稚氣，眉宇之間充滿靈氣和智慧，此種年輕沙彌的形象正是阿難像的特色。

四、護法神像

護法神是指捍衛佛教和道場，護持正法及信眾的神祇，在佛教經典中有梵天、帝釋天、四大天王、十二神將、二十八部眾、夜叉及金剛力士等等，在我國的佛教造像中，以金剛力士、四大天王及韋馱最常見。



明代 韋馱立像

韋馱手持金剛杵，身著盔甲戰靴，體態雄健，神情威武，護持佛法和道場。（圖四）

例如圖四為明代的韋馱立像，韋馱的臉型方正，身材壯碩，頭上戴著戰盔，身上穿著皮質鎧甲，雙腳套著長筒戰靴，兩手拄著金剛杵，左腳向外跨步，身體略朝右傾，長條狀的衣帶翻捲飛揚，姿態雄健威武。

韋馱的面容帶有年少的英氣，一身鎧甲及戰履的裝扮，猶如英姿煥發的武將。此一題材不見於佛教經典與印度及西域的相關遺跡中，是佛教中國化以後才出現的護法神。



類似的風格亦可見於山西平遙縣雙林寺的明代韋馱像上，該尊造像以回首、挺胸、雙手前後擺動的姿態表現雄壯的氣勢，可與此尊造像相互對照。

五、羅漢像

羅漢是指聲聞乘修行的最高果位，也用來尊稱得道的聖者，此一觀念起源於印度，傳入中國後成為崇拜的對象，從十六羅漢、十八羅漢擴充至五百羅漢，並製作了許多造像。

例如圖五為宋代的作品，此尊造像以一位年長的出家人為主體，他穿著漢式僧衣，結跏趺坐於方台上，左手朝前平伸，手掌殘佚，右手微曲，緊捏小沙彌的耳朵，小沙彌恭敬的態度和痛楚的表情與年長僧人構成對比，好像禪宗機語「當頭棒喝」一般，耐人尋味。

其他的羅漢像也呈比丘之形，年齡老少不一，氣質與姿態各不相同，但是生動活潑的造型與凡人無異，頗能引起觀者的共鳴。

佛教的單體造像題材很多，掌握各種身份的特徵，即可分辨佛、菩薩、弟子、護法及羅漢的差別。下期將從「紋」的角度，分析中國佛教造像的特色。A

宋代 羅漢像

羅漢為出家人的樣子，寫實的表情和動作猶如凡人一般，頗能引起共鳴。（圖五）

館藏精粹賞析

Words／吳棠海 · Photo／震旦博物館

元代青花大罐除了先前介紹的短頸造型之外，還有頸部較長、罐體附加雙繫的形式，如本期所要賞析者即是此類器物。

此器 包含罐蓋與罐身二部分。罐蓋呈覆盆狀，頂部有寶珠形的罐鈕，鈕面繪畫斜曲的弧線與橫向的弧形雙連紋，形狀近似花苞，蓋面以圓緩的弧度朝下擴展，近底部轉折為直沿狀，與上仰的罐口相扣合，表面繪畫卷草紋、壺門紋邊框內填卷雲紋及回紋。

罐身具有圓口，頸部略長，其下鼓起一圈凸稜，肩部斜溜，圓闊的腹部上寬下窄，形成鼓腹上提之狀，足部微向外撇。表面依照器身的寬窄設計紋飾，頸部環繞一圈帶狀菊花，肩部為壺門紋邊框內填雜寶紋，腹部分為上下兩半，上半部是雲龍紋，下半部為纏枝牡丹紋，其下以錢紋區隔，近底部則是壺門紋邊框內填雲頭垂珠紋。

罐體最寬處附加二個器耳，這二個器耳皆為獅子的頭部造型，以左右對稱的形態安裝在罐體兩側，表面用鈷料繪畫眉、眼、鼻、口等五官，炯炯有神的

雙眼凝視前方，嘴部透穿一孔，可以穿金屬環，作裝飾功能之用。

相同的器形與紋飾亦可見於江西省高安縣城錦江南岸元代窖藏所出土的元青花雲龍紋獸耳蓋罐上，提供讀者比較與鑑賞。A



元代

青花纏枝牡丹雲龍紋雙獅耳蓋罐

高47公分／震旦博物館提供

與您一起守護唐寶寶天使



▲震旦集團康睿芬資深經理（右三）及震旦家具柳滄彬經理（右二）帶領震旦服務團隊捐贈辦公家具，由財團法人中華民國唐氏症基金會林正俠董事長（前中）代表受贈。

Words / 唐氏症基金會

今年六月，唐氏症基金會於三重湯城園區成立了行政管理中心，在坪數不大的行政管理中心裡，有著一群中高齡及二度就業的婦女，她們藉由電話行銷及展售活動，共同推廣基金會辦理的愛不囉嗦庇護商店所生產的庇護商品及禮盒，除了讓中高齡媽媽們有就業機會，行政管理中心還提供唐寶寶們社區適應及工作學習的機會，老師們運用這樣的實習空間，培養唐寶寶們自力生活的能力。



震旦

集團看見唐氏症基金會的需求，在原先空無一物的行政管理中心辦公室裡，捐贈集團相關物資，此次捐贈的家具包含辦公椅、檔案櫃、沙發、會議桌及洽談桌等，讓我們擁有優質舒適的辦公環境。唐氏症基金會表示，最令人印象深刻的是，當天氣候十分炎熱，震旦集團康睿芬資深經理、震旦家具柳滄彬經理帶領著優秀的震旦服

務團隊賣力工作，衣服濕透了仍奮力為基金會組裝，連組裝家具剩下的塑膠繩及紙板都整理得有條不紊帶走，專業的服務及同仁素質讓我們十分敬佩。

唐寶寶開心遇見震旦集團 手舞足蹈表感謝

小源，是一名可愛的19歲唐寶寶，自啟智學校畢業後，面臨

到畢業即失業的窘境，家人在尋找安置及適合小源的工作環境中充滿挫折，直到小源來到唐氏症基金會辦理的「天生我才新莊站」，活潑開朗的他彷彿找到另一個溫暖的家，不僅每天開心上班製作手工皂，還交到許多好朋友，生活充滿著樂趣。捐贈當天，小源與其他「天生我才新莊站」的學員們一同協助，孩子們不但幫忙擦拭家具，更與震旦集團的同仁們分享平常的生活趣事與工作過程，說到開心處，還興高采烈地跳起流行舞蹈，逗得在場的每位同仁笑呵呵，為捐贈當天帶來溫暖歡樂的氣氛。

推動唐氏症者全生涯照顧服務

台灣目前有三萬多名唐寶寶，從出生開始父母就面臨很大的壓力，隨著孩子的成長，教養、就學、就業、安置…等問題，唐氏症基金會從不懈怠並致力於身心障礙者不同的服務需求，尤其是畢業後離開教育階段所面臨的生活照顧問題；透過「天生我才小型作業所」的推

展，服務像小源這樣有就業意願能力尚未能進入庇護工場的身心障礙者，透過訓練及簡易的工作內容，讓身障者可以從中學習不同的技能，培養自力生活的能力。感謝「震旦集團」捐贈基金會辦公家具物資，希望藉由「震旦集團」拋磚引玉的精神，喚起社會大眾對唐氏兒更多的關注，給唐寶寶就學的權利和就業的機會，天生我才必有用，請大家一起來點亮唐寶寶的未來。A



ABOUT 唐氏症基金會

唐氏症（Down Syndrome）是一種常見的染色體異常疾病，正常人體細胞有23對染色體，唐氏兒因第21對染色體突變多了1條，共有3條染色體，導致生長遲緩、智能障礙。在台灣，平均每1263個新生兒就有1名唐氏兒，1998年「財團法人中華民國唐氏症基金會」成立，為國內唯一之唐氏症者專業服務機構，並設有唐氏症會員聯絡網，提供唐寶寶家庭諮詢與關懷，在全台319個鄉鎮共有110個唐氏症關懷小組，持續推動唐氏症者全生涯照顧的服務。



▲天生我才新莊站的學員們，協助將捐贈的辦公椅推到辦公室。▲震旦集團同仁認真地組裝配送，讓基金會有更好的工作環境。

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42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

- 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。

歡迎按讚 加入粉絲頁
facebook 震旦月刊 GO



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

■ 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

