



財金文化董事長 謝金河



元代 青花人物故事圖梅瓶

2014年2月號 Vol.511

1971年7月創刊 · 發行42年7個月

震旦博物館

AURORA MUSEUM

從《經濟學人》的報導  
看全球博物館發展趨勢



COVER  
STORY

3D  
列印已開啟全民自造時代的風潮！

# 列印大未來

隨著人們對此技術不斷深化後，新的工業革命也伴隨著創新悄然來臨！  
透過淺顯易懂的應用案例，帶領讀者探索更多3D列印的可能性。



玩味設計  
DESIGN

設計的偶像世代  
正在發燒

# 3D 讓 虛 擬 走 向 現 實

**英國** 《經濟學人》雜誌認為它將與其他數位化生產模式一起，推動並實現第三次工業革命，認為該技術將改變未來生產與生活模式，實現社會化製造。每個人都可以用3D列印裝置開辦工廠，它將改變製造商品的方式，並改變世界的經濟格局，進而改變人類的生活方式。

順應此波熱潮，本期封面故事以「3D列印大未來」帶領讀者搶先預見趨勢，從中發掘創意與生活中的無限可能，首先，唐草設計胡佑宗總經理提出，3D列印的出現，設計師通常先有浪漫的想法，急著施展各種以往無法生產的奇幻物象，但最後仍必須審視其製程特色，並思考要以什麼角度帶進人們的生活中，才能呈現出其最大價值，這是未來3D printer的產業持續要努力的目標，也會是許多設計師未來的重要課題。

資深媒體人Gerom Lee 多年來觀察國內外趨勢表示，3D列印的風潮在去年堪稱是一個具代表性的關鍵字，台灣製造業有不少這樣的技術，因此快速打樣可以做出更精緻的套件，從工業走到生活應用層面，開始吸引大家的目光。原本一台造價上達百萬的工業用途機器，現在可以在數萬元內在家自行安裝完成，這不僅僅是價格上的優勢，同時也讓3D列印的概念逐漸讓人們所接受。

3D列印的普及，讓許多設計人的夢想從虛擬走向現實，也讓許多的不可能轉變成可能。有了3D列印技術能把點子具體化，人人都是製造者（Maker），只要有創意在家都能完成屬於自己的創意夢想，你已經從中嗅出商機了嗎？ **A**



《震旦月刊》主編

**蘇美琪** Maggie Su

## 震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1號創刊，2014/2/1號出版

發行 震旦股份有限公司

發行人 李家暉

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 王玉治、吳珮甄、吳國誌

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，四川峨眉山矗立「震旦第一山」石碑，象徵「中國第一山」。

## 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

29 震旦通訊智慧之星  
數位互動體驗感動  
文/震旦通訊

32 震旦辦公設備  
成功搶下台塑集團大單  
圖·文/震旦集團

34 數位化全面入侵實體世界  
3D列印在台灣要怎麼玩?  
圖·文/震旦集團



A p.12 3D列印的普及，讓人在家即可自行創作與列印。

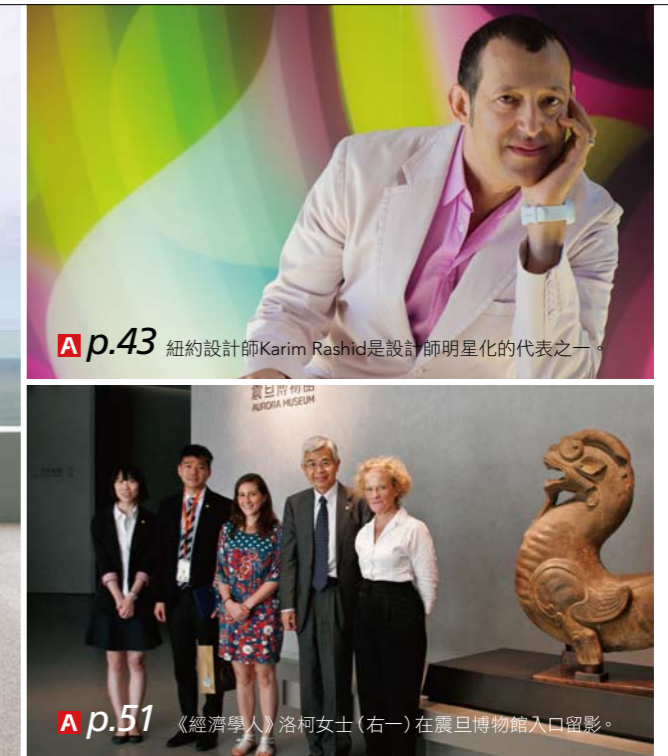


A p.20 財金文化董事長/謝金河

A p.11 3D列印金屬RP蘭花紙鎮紀念商品



A p.28 震旦家具2014禪風沙發新上市



A p.43 紐約設計師Karim Rashid是設計師明星化的代表之一。

A p.51 《經濟學人》洛柯女士(右一)在震旦博物館入口留影。

編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 3D讓虛擬走向現實  
文/蘇美琪

封面故事 COVER STORY

06 3D列印大未來  
整理/蘇美琪

08 3D列印讓夢想成真  
文/胡佑宗

12 3D列印 歡迎來到真實世界  
文/Gerome Lee

經營廣場 BUSINESS

16 石滋宜談經營之道(11)  
先有伯樂才能傳承  
文/石滋宜

名人講堂 CELEBRITY TALK

20 財金文化董事長 謝金河  
2014年全球產經大預測  
整理/蘇美琪

職場充電站 CAREER

24 盤點職場競爭力  
成為2014炙手可熱的人才  
文/黃至堯



樂活人生 LOHAS LIFE

36 陳月卿老師教您養生食療  
尋找自己的生命藍圖  
文/陳月卿

玩味設計 DESIGN

40 玩跨界、搞顛覆的設計潮流  
設計的偶像世代，正在發燒！  
文/李俊明

博物館專題 AURORA MUSEUM

44 歡愉的神殿  
從《經濟學人》的報導，  
看全球博物館發展趨勢  
文/震旦博物館

藝文饗宴 ARTS PLAZA

52 震旦博物館出版  
叢書介紹——漢代玉器  
文/震旦博物館

53 古器物學講座  
佛教造像專題(1)  
認識古代佛像  
文/吳棠海

57 館藏精粹賞析——【元代】  
青花人物故事圖梅瓶  
文/吳棠海

愛心公益 LOVE ACTION

58 震旦集團陪伴迷途少年  
照亮人生道路  
文/慈懷基金會



# 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！

**3** D製程走入現實的創價過程中，設計師必須思考如何呈現出其最大價值，並將「造物」完美呈現，這是未來3D產業持續努力的目標。

胡佑宗／唐草設計總經理 P.11

**3** D列印成為當下火熱話題，它可快速複製、打樣，滿足客製化期待，儘管仍屬於萌芽階段，但這股新契機也讓人嗅到一些未來生活的可能。

Gerome Lee／媒體人 P.12

**身** 為一位企業經營者，應該去塑造一個自由發揮的工作環境，如松下幸之助所說：「先培育人才，再讓他們去做事。」

石滋宜／全球華人競爭力基金會董事長 P.17

**美** 國股市領航全球，影響全世界主要的方向，美國股市已經漲五年了，2014年將是股市波動最大的一年，未來的投資相對在風險上是大的。

謝金河／財金文化董事長 P.23

**在** 年輕時及早發掘自己的興趣專長、建構起價值體系、掌握機會，踏實地做好每一件事，並從中吸取能量，一步步建立起自己的滿意人生。

陳月卿／癌症關懷基金會董事長 P.37



# Grand 3D Printing Future

*Open an era where everybody manufactures on their own,  
in an “innovation”-led future!*

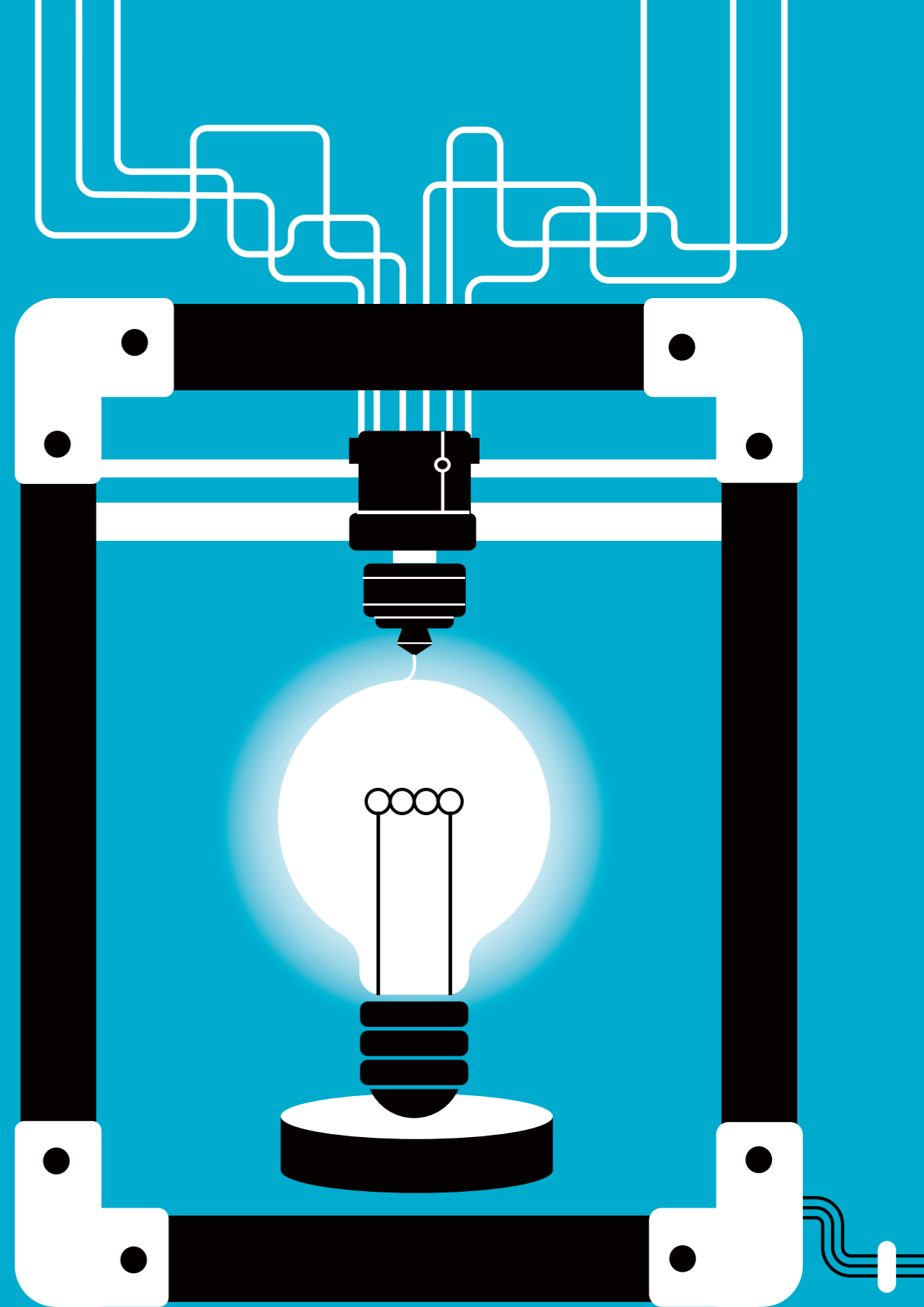
## 3D列印大未來

開啟全民自造時代的風潮，  
象徵未來將是「創新」所主導！

Prelude／蘇美琪；Words／胡佑宗・Gerome Lee

英國《經濟學人》雜誌指出，人類現在已經進入第三次工業革命時代。所謂的第三次工業革命是指製造數位化，也就是「3D列印」，這將帶來前所未有的製程新革命！這個浪潮即將席捲你我的世界，你準備好迎接了嗎？

As pointed out by The Economist magazine, human society has entered into an era of third industrial revolution, which refers to digitalized manufacturing that “3D printing” entails, causing an unprecedented revolution in manufacturing processes. This trend will overturn our world. Are you ready for it?



## CHAPTER

## 1

以蘭花紀念商品設計為例

## 3D 列印讓夢想成真



Words / 胡佑宗 · 唐草設計總經理；Photo / new design dimension

拜科技發展及網路資源所賜，3D printer 逐漸普及，相對應的軟體也逐漸推出，提供大眾做出屬於自己想像物品的機會。但往往也必須思考要以什麼角度將3D printer 帶進人們的生活中，才能呈現出其最大價值，這是未來3D printer 的產業持續要努力的目標，也會是許多設計師未來的重要課題。

“3D printer 在造型自由度上遠大於一般的成型方式，打樣過程中藉由一次次修改調整，來熟悉此一先進科技，才能真正發揮出其造型高自由度的優點所在。”



調整，讓物品一次又一次更為接近設計師的想像。

### 讓科技工藝生活化 ——金屬3D printing

唐草設計於2012年底時與台南市經濟發展局、工研院合作關於3D printing 的設計案，設計目標為利用「金屬3D printing」（稱為Additive Manufacturing，簡稱AM）的技術，由唐草設計與工研院進行蘭花紀念商品的設計及打樣，由台南市經濟發展局於台灣國際蘭展中展示，並希望後續以此為基礎，量產蘭花紀念商品販售，將前端科技應用在民眾熟悉的文化當中。

金屬材質的3D printer，目前的應用多為假牙、義肢的骨架等。一方面這些物品需要強硬的架構，另一方面其架構隨著使用者不同而無法用一般技術成型，其中也包含價格成本，如單價較低的物品無法負荷其成型成本；而金屬成型之後，可以用打磨、拋光等技術將質感近乎日常生活中的金屬製品。而若要將金屬3D printer 應用推廣，較適當的方向是由「可量產的科技工藝」出發，選定高價值的單品，例如珠寶首飾、禮贈品、藝術

### 3D printer 讓想像力實現

在工業領域之中，3D printer 出現已久，以前多被稱為Rapid Prototyping，簡稱RP成型（快速成型）。顧名思義，RP的最大優點即為快速成型，且擁有其他成型技術所不及的高自由度。拜科技發展及網路資源所賜，3D printer 逐漸普及，相對應的軟體也逐漸推出，提供大眾做出屬於自己想像物品的機會。

至於對工業設計師而言，3D printer 的確成為設計流程的關鍵之一；在設計流程中，設計師往往需要在3D及實體中來回調整，在3D printer 普及之後，設計師可快速獲得回饋，可以想像設計師經由列印出的成品，一次一次的討論、檢討、



擺飾等，期望將此技術合理且適切的應用於日常生活中。

### 以精緻蘭花作設計 從中呈現質感

在草圖發想中，唐草設計依照3D printer的特性設定發想方向，在限定的尺寸中，以較少的材料創造出空間感；

▼金屬RP蘭花紙鎮是以蘭花為主題的紀念商品，希望在蘭花展中可以展示工研院（ITRI）的金屬列印技術。



在手法上，將具空間感的幾何外框與垂枝、串花等蘭花的特徵意象做對比，結合成具有現代感的擺飾。又或者建構鏤空花紋，與實體花心形成對比效果。既減少金屬材料用量，並避免成型較大面積時，表面需經手工打磨後才較平整的缺點。

面對一個新的製造科技時，自然需要和技術人員討論及合作。在建構出數款3D模型後，發現表面質感所能營造的差異有限。於是將蘭花花朵獨立分開成形，再將花朵電鍍顏色，如此可讓亮色的蘭花在銀灰色的主體中更為顯眼。同時，我們也利用3D printer的製造特色，在製程進行至一半時，將寶石放入看似封閉的花苞中，讓寶石成為產品的亮點，成為「球中球」的特色。



▲金屬RP蘭花胸針



進行至提案討論、選定的階段，設計師與工研院的業務與技術人員仍須對產品發展性及可行性廣泛討論。如遇成型上的難題，則可經由工程師的建議，在符合原創精神下，略為調整造型。3D printer在造型自由度上遠大於一般熟悉的成型方式，但在生產的良率、成本及結構強度上，仍需累積經驗，並於打樣過程中藉由一次次修改調整，來熟悉此一先進科技，才能真正發揮出其造型高自由度的優點所在。過程中設計師與工程師必須充分溝通，合作無間，才能展現最佳成果。

時至今日，3D printer製程似乎要由一種極為華麗的製造方式，走入現實中的創價過程；在設計案初期，或許仍有著設計師的浪漫，急著施展各種以往無法生產的奇幻物象，但隨著案子進行，設計師會發現必須仔細審視3D printer的製程特色，並思考要以什麼角度將3D printer帶進人們的生活中，才能呈

現出其最大價值，並將「造物」這件事呈現在一般民眾眼前，這是未來3D printer的產業持續要努力的目標，也會是許多設計師未來的重要課題。A

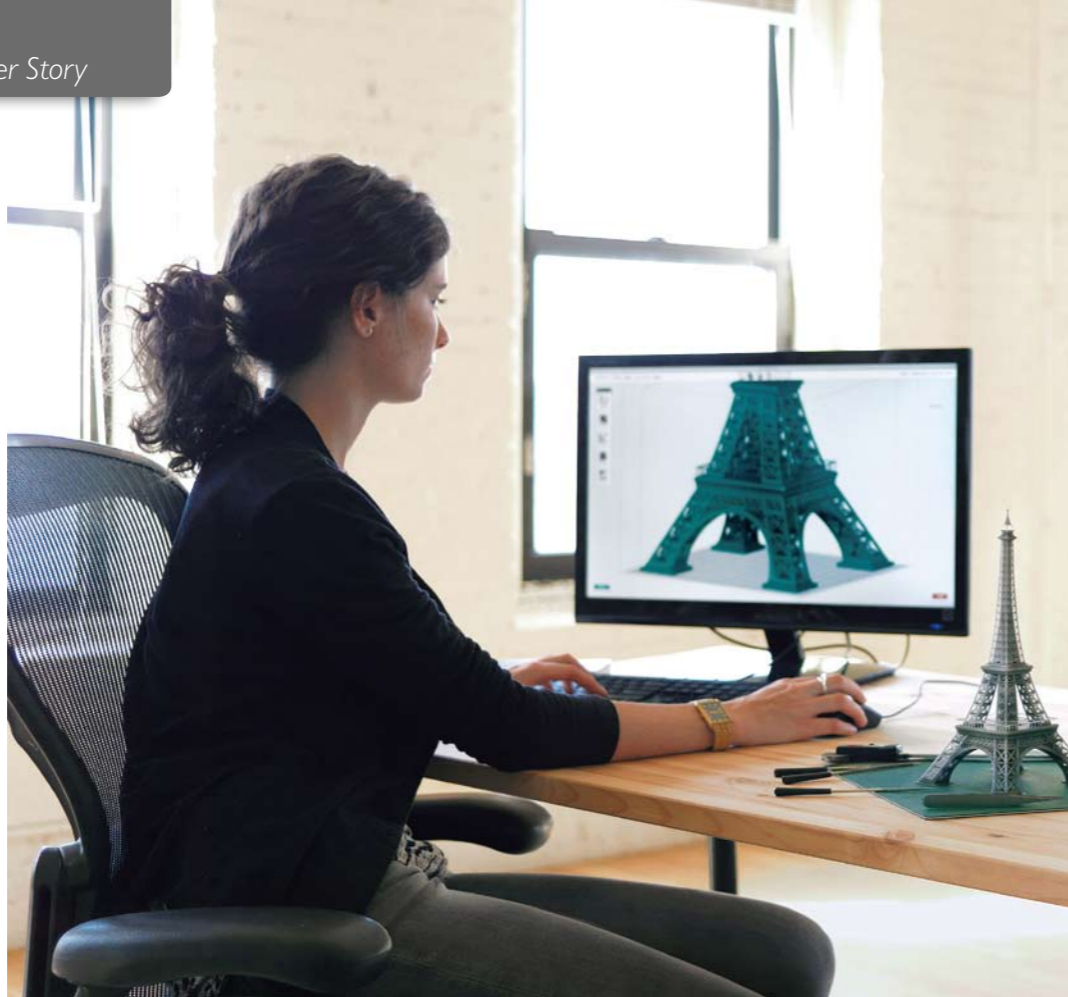
### ABOUT new design dimension

ndd 設計團隊由兩家設計資歷豐富的设计公司于2000年合力組成，跳脫出慣有的設計操作模式，強化設計公司的探索深度與知識含量。多年來在 3C、家電、健康、照明等產業與兒童產品方面，累積了許多豐富的創新經驗。日前更與工研院及震旦集團聯手打造「震旦3D印表機F1」，流線型外觀，贏得消費者喜愛。



## CHAPTER

## 2

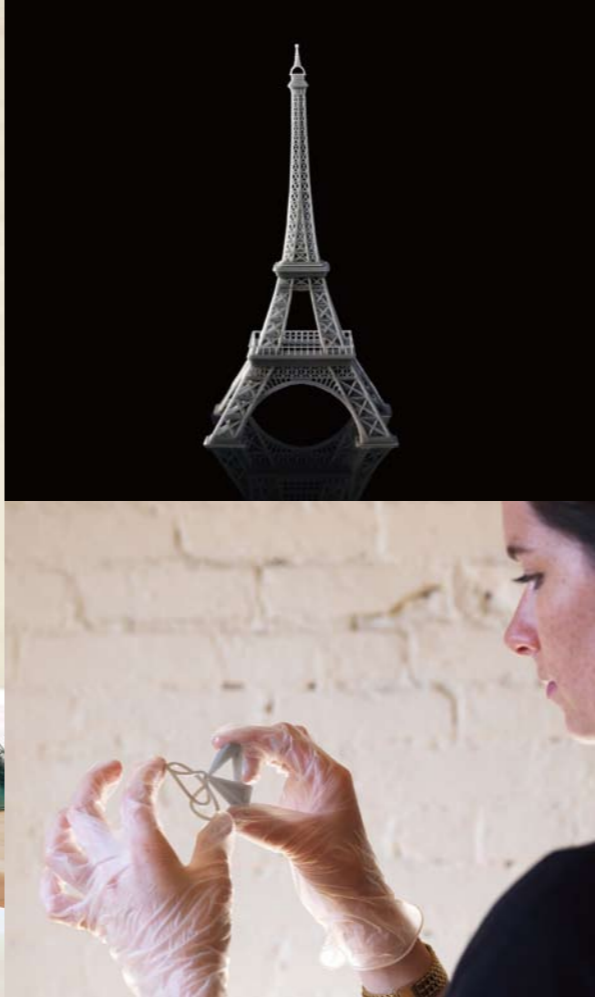
3D  
列印大未來3D  
列印  
歡迎來到真實世界

Words / Gerome Lee · 媒體人；Photo / Bespoke Innovations、Formlabs、震旦集團

3D列印成為一個當下火熱話題，它可快速複製、打樣，做出複雜構件，還能靈活動作，透過一次化的產生滿足一個獨一無二的客製化期待，儘管從工業進入到生活層面仍屬於萌芽階段，不過這股新的契機似乎也讓人嗅到一些未來生活的可能。

**有沒**有發現從去年開始，不只是身旁好多人開始談起3D列印，媒體也爭相報導3D列印的市場商機，儘管這種快速成型（Rapid Prototyping）早在製造界行之有年，靠著快速打樣的技術測試轉換創意。當你還在想像這種打造小樣品的技術在前線製造端的時候，它已經以迅雷不及掩耳的速度

侵蝕你所看到的世界，那些你曾以為靠著巧奪天工精湛手藝打造的藝術品、鋼板合金打造的交通載具，又或是水泥鋼筋工法而立的建築，這些圍繞你週遭的全部，都將以3D列印打造而成。第一波的工業革命，由瓦特發明蒸汽機開始讓機器取代人力；第二波的工業革命號角響起，電力將單一製造面變成大規模生產；而《經濟學人》直接表



▲3D列印的普及，讓人在家即可自行創作與列印。

明世界即將來臨的「第三波工業革命」正是3D列印。

**掌握兩面刃，如何解出難題**

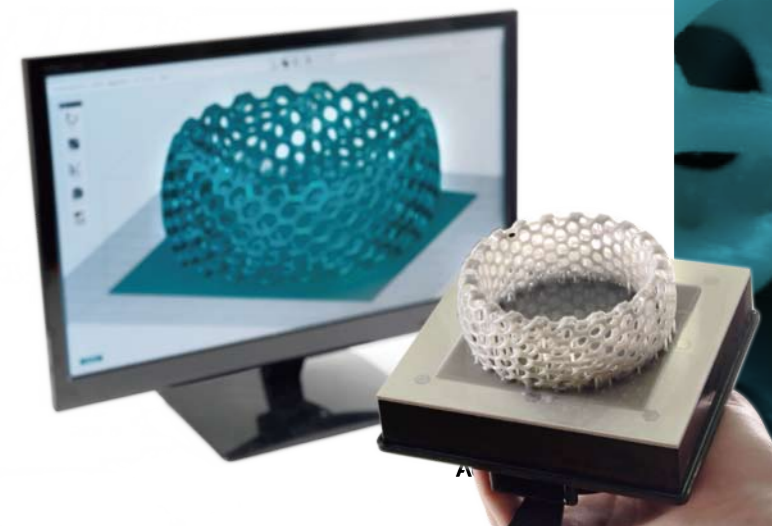
3D列印槍枝的團體Defense Distributed，先前打造出全球第一支藉由3D列印科技完成的手槍震驚全球，當我們覺得致命武器離我們很遠的時候，現在卻可以用這樣的方式快速製造，有一台3D列印機在身旁的時候，似乎無所不能。這個案例其實帶給人們的震驚不只是可以靠著「列印」在不到數分鐘的

時間內完成高度複雜的元件，再加上未來網路上可能會有許多Open Source的開放碼供使用者下載。因此，你可以想像未來只需要打開電腦，選擇喜歡的3D列印檔案，然後下載點選列印就可以完成一把槍枝，科技以這樣的速度在運行著實讓許多人詫異不已。

但如果說到對於藝術或是商業層面的影響，3D Scanner並不是沒有這樣的儀器存在，等同是先經過立體掃描存檔以後，再配合3D列印機打樣複製，藝術家們、設計師或是許多在公司內部的機密防範，也響起了警報。未來，智慧財產權如何能被妥善保護呢？各國開始思索科技應用帶來的兩面刃效應。

**反其道而行，客製化才是王道**

雖然說3D列印似乎有一些在現實當中的矛盾困境，不過對於產業的發展卻是一個降低錯誤發生的利器，以往在產業界使用快速打樣方式，可以





將模型從電腦內的虛擬想像步入現實生活內，體驗物品的實際大小、材質呈現等等。有趣的是，目前主流盛行的3D列印普遍還認為無法進行大量量產，只能作為客製化或是少量輸出。不少業界人士不明白這股3D列印旋風是從哪裡刮來，不過這樣客製化的契機正是大量生產所不及的部分，針對不同對象、不同用途、不同環境可以因時制宜的高度彈性，這才是普及化3D列印最有價值的部分。像是日本的crossEffect Inc.專門開發心臟模型，可以在進行重大手術之前透過模擬訓練提高成功機率，這些以往大量生產做不到的部分靠著3D列印來補足。

### 客製化義肢，妝點你的個性美

2011年4月，Bespoke Innovations對外發表一個新的產品線—Farings，相較於一般的新品發表，他們打算為



▲Bespoke Innovations為義肢增加不同的客製化樣式，給消費者最大程度的自由。

義肢增加不同的客製化樣式，可以從樣式、材質、花紋到圖案等等，都給消費者最大程度的自由。不過隱藏在褲管下的義肢，其實才是那些殘疾人士最大的痛，義肢帶給他們的不只是一個替代原有身體機能的工具，為什麼不能成為個人風格的象徵呢？Bespoke Innovations是在2009年由工業設計師Scott Summit以及骨科醫師Kenneth Trauner兩位共同創辦。Scott在工業設計界擁有超過20年以上的經驗，曾為Apple、NIKE、Palm等品牌做過設計，還獲得美國IDEA等設計獎項，目前除了同是Bespoke Innovations的共同創辦人之一，還在史丹佛大學、卡內基美隆大學等大學教授設計。而Kenneth本身在史丹佛大學主修生命科學和機械工程，同時還取得哈佛醫學院的碩士學位。

Bespoke Innovations的團隊知道流行是不分國界的，不過加諸這些元素在既有的義肢上，製造成本與價錢控制在4,000到6,000美元之間，而且可以依照不同需求訂製每個人個性化的喜好。靠著3D列印完成不同需求的客製化，在技術上可以做

“ 3D列印的風潮在去年堪稱是一個具代表性的關鍵字，一台造價上達百萬的工業用途機器，現在可以數萬元內在家自行安裝完成，這不僅是價格上的優勢，也讓3D列印的概念逐漸讓人們所接受。 ”

到細緻、堪稱工藝品的造詣，另一方面也降低材料使用，同時也有效達成輕量化的多樣目的。

### 網路集資，微型創業投資迷你印列機

由美國MIT Media Labs打造出高性價比的3D列印機—The Form 1，透過募資平台Kickstarter以10萬美元為目標資金，最後透過2,068集資者在一個月內創造出將近300萬美元的恐怖數字，相當於1億台幣的資金挹注，這背後代表著非常大量的使用市場需求。全世界使用3D AutoCAD的使用者將近一千萬人，不過從3D建模到實際產出的階段，過程還是太繁複、太冗長了，同時當中的成本更讓許多人吃不消。Formlabs團隊找來英



國設計工作室Yoav Reches studio一同參與實際外觀設計，Yoav Reches以方塊造型蓋上橘色透明罩，加上乾淨俐落金屬機身，將當代簡約設計一同包入，只有單一按鍵的設定增加使用時的方便性。

### 3D列印是台灣產業的下一波可能！

3D列印的風潮在去年堪稱是一個具代表性的關鍵字，一台造價上達百萬的工業用途機器，現在可以數萬元內在家自行安裝完成，這不僅是價格上的優勢，也讓3D列印的概念逐漸讓人們所接受。由工業技術研究院與震旦集團合作的「震旦3D印表機F1」是一個在地商業化的範例，工研院提供3D列印的關鍵技術資源結合震旦集團本身就有的通路優勢，開發出用熱熔堆疊成型技術以及使用環保耗材PLA的列印機，擁有可獨立操作的圖形化液晶面板、中文化人機介面、缺料檢知系統、防塵蓋設計還有相關的安全裝置等，有業界投入資源在消費市場中，未來3D列印與未來的我們將會生活得更加緊密。 ▲

◀震旦與工研院合作的「震旦3D印表機F1」。

# 先有伯樂才能傳承



Words / 石滋宜 · 全球華人競爭力基金會董事長

金馬新年的報到，想讓你的組織有新的氣象嗎？就從讓自己成為伯樂開始吧！前GE公司總裁傑克·威爾許（Jack Welch）曾說：「工作提供學習成長的機會，可以讓你充滿熱忱，也會變得更有興趣。但工作有挑戰性，表示你也可能搞砸，所以你要找的公司必須重視同仁的學習，即使犯錯也不會造成極嚴重的後果，而且部門裡還要人能夠適時指導你。」

**世界** 一流的企業，本身也是做「農業」的公司。有人聽到我講這句話有點困惑，問我為什麼？我的理由是經營就像農業，但教導者必須認知每人的不同，去培育「人財」（Human Capital）才有效果，所以是農業工程。

從創業開始就要重視，因為沒有培育人的企業，是沒有辦法永續經營

的，同時，培育要有前瞻性，不能只以眼前為主要考量，在有了方向後，必須提早佈局，即早規劃。

## 培育超越自己的人，讓自己更上一層樓

2012年《天下雜誌》「台灣30大集團接班」關鍵報告結果顯示，台灣30

“松下幸之助所說：「先培育人才，再讓他們去做事。」雖然是句很平凡的話，但仔細深思卻有其道理。”

大集團，超過六成接班狀態不明，僅有兩成企業明確點名「接班人」，顯現出企業正面臨共通的交棒危機。

事實上，領導者應該從甫上任的第一天開始，就要尋找接班人才，做好萬全的準備與培育，這是領導者無可迴避的任務。換句話說，身為領導者的人，不僅是自己能創造出轟轟烈烈的成就重要，更重要的是，還能培育出超越自己的人才來接班，讓自己更上一層樓，往更高的層次發展。

有些領導者擔心當培育好的人跳槽怎麼辦？答案很簡單，誠如葉公問政。子曰：「近者說，遠者來。」（子路篇-16）葉公問怎樣治理國家。孔子說：「讓國內的人生活在這裡很喜悅，讓國外的人都想來投奔。」所以經營者的首要任務是塑造培育與傳承的環境，讓人才在這裡聚集蓬勃發展，技術經驗

可以傳承，自然好人才會不斷的想來，也不用擔憂人才流動的損失。

## 塑造學習、分享與不怕失敗的創新環境是重要關鍵

不怕失敗的環境，才能使每一個人勇於發表自己的看法或創見，而相互之間腦力激盪的結果，可以使原本一個單純的觀念，更趨於成熟。

企業裡頭有許多非凡的天才，如果他們做了他們喜歡做的事，自然就會變成十個人的力量，但是，如果他們做了他們討厭做的事，那就只會變成半個人的力量，這其中的差距高達二十倍。

事實上，經營者必須清楚的體認，任何新觀念、新產品的開發都自有風險，萬一失敗了，企業主的態度是能否塑造良好環境的主要原因。

就像日本本田公司，成功有成功的獎助，失敗也有失敗的獎助。因為倘若失敗的同仁，立即受到責罰，誰願意再嘗試？所以不應以功過論英雄，失敗的責任應由業主自行承擔，否則同仁連嘗試都不敢了，更遑論激發創造力、思考力和學習力。

身為一位企業經營者，該如何培育同仁成長？我認為，不應該去教同仁怎麼做，而應該去塑造一個能讓他們自由發揮的工作環境，如松下幸之助所說：



「先培育人才，再讓他們去做事。」雖然是句很平凡的話，但仔細深思卻有其道理。

最近有人送我一本書，書名為《嚴家淦總統行誼訪談錄》，我細細的閱讀，越讀越深感佩服，我想可以用「完人」來形容嚴家淦先生，其中關於人才部分，從幾個人的言談中，我們就能了解，俞國華先生說：「嚴院長的行事風格，非常能夠充分授權。閣員有問題請教他，他會仔仔細細地為閣員解決問題。一旦閣員開始執行，就很少干預。在嚴院長手下任事的人，都十分感謝他『充分授權、尊重部屬』的風範，也因為如此，部屬才有發揮的空間。他對後進，多有鼓勵，為國家培育不少人才。」

王昭明先生則說：「台灣這樣的成功，表現於社會的，多半是執行的人，留給社會很深的印象。這其中包括尹仲容、孫運璿、李國鼎，他們都是負責執行的人，社會對他們的印象很深刻；大家公認這些人對台灣社會的貢獻很大。但是，大家看不到嚴先生在後面策劃，他讓這些人能夠將策劃的東西付諸實施，並且執行時能得到順利的結果。」

世界銀行前總裁布萊克，也曾經盛讚嚴先生不凡的成就：「提到經濟學者所稱的『台灣的奇蹟』，沒有人比嚴家淦先生厥功更偉。」

所以嚴先生四公子嚴雋泰就說：「父親並沒有跟我們說甚麼，但是家人都知道，他基本的觀念、一貫的風格都是要

往長遠想，一心要為台灣的經濟發展及民主政策打好基礎。」

換句話說，嚴先生就是真正的文化與環境的塑造者，帮助大家解決問題，使大家能夠在舞台上盡情發揮最大潛能，也都能成為獨當一面的領導者，所以在當時人才從來不曾感到欠缺，人人充滿了活力與希望，而這些人的風範也讓後人非常的感念。

或許我們無法像嚴先生擁有如此大的心胸與修為，但我們一定能夠在自己位置與領域上扮演更好的角色，無論你是企業或組織的領導者，就請你從現在開始嘗試去做：

經營管理博士  
石滋宜



台灣南投人，1937年生，東京大學工學博士。  
現任全球華人競爭力基金會董事長

日前出版《向孔子學領導》36堂一生必修的論語課一書，由於在人性與經濟大失衡的時代，我們需要更完整的生命教育！《論語》中的哲學思辨、溝通競合，將全面改變你的思考、決策與行動。石博士近年來積極推廣《論語》，他的學習力與毅力，確實令人佩服。誠如孔子所言，格物致知、誠意正心、修身齊家治國平天下等，都是培養領導力的最核心。

JUST DO IT go!

✓ **do1** 在任何職務上培育你的接班者。人是企業競爭力最珍貴的資源，你必須像農業栽培，在各個職務上都需要有這樣的想法與行動。也就是時時要有找接班者的打算，領導格局才會大，企業才有永續經營的機會！

✓ **do2** 有計畫與步驟的培養。逐步授權讓有潛力的接班者學習成長，譬如參與經營決策，或擔任某些業務的執行負責人，從單一項目到全面賦予CEO重任，時間從一星期、一個月、半年，讓他具備掌舵的能力。並且是同時培養多人，重視他們，讓他們有發揮的空間，不會因為你離開就無法經營。

✓ **do3** 形成以人為本、願意認同企業的文化。有些人以為領導者建立領導魅力就可以讓他們跟隨，但我必須說這是不夠的，應該養成認同企業而非個人崇拜的價值觀，如此即使領導者個人出走，也不會造成企業人心崩解。

因為領導者就是要學習讓自己成為伯樂，盡全力去培養與鼓勵同仁，使得看似平庸的人都能成為天才，讓他們跟你共同去創造意想不到的事業與成果！**A**

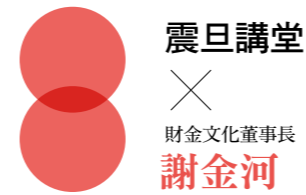




Editor/蘇美琪·摘錄2014年1月6日《震旦講堂》

《震旦講堂》邀請財金文化董事長謝金河，分享「2014年全球產經大預測」，謝董事長以深入淺出的語言，風趣生動的案例，旁徵博引相關財經數據，讓原本生澀的財經知識變得趣味無窮。首先引述《經濟學人》雜誌中對於今年全球的大預言作開場，表示過去好的不見得就是好，不管好或是壞，皆有可能是一夕間有大幅的改變。

謝董事長以各大國際專業機構提出的2014年景氣預測，帶領大家以「開創性」作思考，不管是國家乃至企業，都該時時保持求知進取的心，不斷創新、創造自我價值，才不致被時代所淘汰。



震旦講堂

財金文化董事長  
謝金河

謝金河，台灣雲林人，1959年生。畢業於國立政治大學東亞所碩士、國立政治大學企管系學士。

是台灣最受歡迎的投資理財名家、知名財經節目主持人。除身兼財金文化（旗下媒體包括：先探投資週刊、財訊快報、股市總覽）董事長與財訊雙週刊和今周刊發行人之外，積極為兩岸財經政策獻策。

### 2014年國際產經大預言： 普遍樂觀

謝董事長首先以國際專業機構所提出的2014年景氣預測作分享，其中，英國《經濟學人》雜誌提出，2014年的世界各地全國性大選將觸發政治動盪，成熟經濟體與新興市場的經濟角色大逆轉，表示未來2014年利多的消息會來自成熟市場，「發達四國」（美、德、英、日）將取代「金磚四國」（巴西、俄羅斯、印度、中國）。

其中，與兩岸最為相關的《香港中原資產管理》機構，針對，2014年投資七大預測中表示，大陸與香港不會迎來新牛市，股市只會略升；而人民幣仍會持續升值，目前即將破6，再加上美國QE退場後會進行大回檔，在2014年上半年美股仍將一枝獨秀的狀況，而升息影響將會浮現，但對發達國家股市影響不大；日圓將跌破115，後續日股還會再漲；部分商品仍將繼續下跌，但礦業股具投資價值；香港房地產只會小幅下

跌，未來並不會有太大的影響。

針對各大國際專業機構對2014年的預言，謝董事長說，整體來講普遍認為是樂觀的！且大都是承襲2013年的發展格局，同時各機構對於「日本」以及現今「成熟市場」也是較為看好。總言之，從各報告中可看出，在過去好的不見得永遠是好，唯有時時保持競爭力，才能佔有一席之地。

### 2014全球新投資： QE無法正式退場

提到全球經濟上最關心的話題，即是QE（量化寬鬆政策）退場與否，美國QE不退場，也造成亞洲房地產漲翻天；所以在2013年的全球金融關鍵字就是「QE退場」；對此，美國聯邦準備理事會（Fed）主席柏南克在卸任前提到，每月應減少購債100億美元。2014年QE無法正式退場，將進入「後量化寬鬆時代」，寬鬆日子倒數，但升息路仍遙遠，所以在今年2014年的關鍵字將是「TAPERING」（購債減碼），也就是減少購債。

**tips** 謝董事長分析美國QE不能退場，主要有4個理由如下：

**tips** ①美國聯邦政府債務總額達16.9兆（萬億）美元，只要利率上揚0.25%（1碼），美國政府每年負擔增加4,225億美元，美國已成為全球最大債務人，最不希望利率升高，維持低利率才是美國最大利益。

tips② 利率升高影響房地產復甦，美國10年期公債殖利率到2013年12月已達3.02%，30年期公債殖利率也接近4%，房貸資金成本上揚22%。第三季美國房貸總額下滑8.3%，美國房市無力支撐房貸利率加上10年期公債殖利率已站上3%，所以QE退場將對美國房地產帶來相當大的衝擊。

tips③ 全球通膨在可控制範圍，原物料持續下挫，在物價並沒有上漲的情況之下，QE不需退場。

tips④ 有QE才有經濟成長和企業獲利成長，去年G20發展中國家也呼籲美國勿讓QE退場，因實體經濟復甦微弱，QE絕對不能退場。

謝董事長表示，QE若退場將造成美元走高，新興市場壓力大，造成高通膨、

成長趨緩、龐大經常帳赤字等。也將讓「脆弱五國」(FRAGILE FIVE)(印度、巴西、南非、土耳其、印尼)更為不穩定，其中又以巴西最為嚴重，所以2014年QE將無法完全退場。

### Q 何謂QE?

量化寬鬆(Quantitative easing)屬於一種貨幣政策，簡稱「QE」，目的是當官方利率為零的情況下，央行仍繼續挹注資金到銀行體系，以維持利率在極低的水準。

### 全球股市總盤點： 2014年股市波動年

2013年全球股市是1990年以來表現最好的一年。以中南美洲與中東市場為例，中南美洲漲跌兩極化，阿根廷、委內瑞拉大漲而巴西、智利大跌。中東市場則以杜拜漲幅最大、土耳其跌幅最大。造成以上波動如此大的原因，在於政府在經濟調整使力的重點。

謝董事長指出美國股市領航全球，影響全世界主要的方向，具有全球指標性代表。在2013年創造1997年以來最大的年度漲幅紀錄，成為全球中流砥柱。其中以NASDAQ生技股漲幅最大，這跟台灣的生技新藥股漲幅，同樣具有異曲同工之妙。再加上美國實施QE政策，用寬鬆貨幣讓股票上漲，創造財富效應，讓人民荷包滿滿後增加消費，拉抬美國整體經濟。謝董事長總結說，美國股市已經漲五年了，2014年將是股市波動最大的一年，未來的投資相對在風險上是大的。

在歐洲股市上，2013年是自歐債危機以來最強勢表態的一年，表現也最亮眼，其中以德國是歷年來最大漲幅。對此，謝董事長表示，全世界發生災難的地方與時機點就是「進場的買點」，是逢低進場的最佳時機。投資房地產也是一樣，只要有災難的時候，就是進場的時候，也是萬變不離心的策略。

而日本股市是亞洲最亮眼，同時也是1972年以來漲幅最大的一年。安倍三箭效應一出，讓日圓貶值，也讓日本企業大幅成長，例如：日本豐田汽車近2季獲利逾一兆日圓，也創下歷史新高。謝董事長指出，日本的成功在於領導人安倍的重要性，他鼓舞全民向上奮起的力量，如同一家企業的領導也具有相同的效應。

“謝董事長指出美國股市領航全球，影響全世界主要的方向，美國股市已經漲五年了，2014年將是股市波動最大的一年，未來的投資相對在風險上是大的。”

謝董事長預測，中國未來的產業趨勢在於「電子商務」，例如，前陣子的「光棍節」效應，創造350億人民幣商機，開啟前所未有的時代，同時也對「物流產業」相當看好，電子商務的盛行對於實體店面的打擊將會非常大。

而台股部分，科網泡沫吹破，有實力的企業紛紛崛起，2013年台灣新藥股寫下傳奇，日前37家上市櫃新藥公司，未來能生存可能不到10%。謝董事長指出，台灣產業在2014年「文創產業」將開始發跡，例如，作音樂的「華研」、布袋戲的「霹靂」等，另外，F股(回台掛牌)也將可能帶來台股傳奇。

### 從股市看人生： 保持求知進取 不被時代淘汰

謝董事長最後提出，從股市中也能悟得許多道理，例如，有許多產業都是被大時代潮流所淹沒的，如果無法在潮流的轉折中找生存之道，應運而生，未來只會被淘汰，從此再也無法起來！**A**

在此，也勉勵所有的人，時時保持求知進取的心，求取知識，因為唯有知識才能創造力量，再以知識創造財富，並時時保持與時俱進的精神，才不致被時代淹沒。



盤點職場競爭力  
成為2014炙手可熱的人才



Words / 黃至堯 · 兩岸人資專家

從2013年到2014年，不僅僅是1314一生一世諧音的美好跨度，同時，也是一個回顧與展望的最好時機。許多公司進行年終盤點，對於個人而言，建議大家好好盤點一下自己的職場競爭力，做好職業生涯規劃，為自己負責。

**每個**人的現在都是由過去的點點滴滴積累而成，同理可證，你現在所做的一切決定也都將反映在未來的某一個時間點，好好靜下心來整理與回顧自己的職業生涯是非常重要的。能夠認清自己的優勢，選對

方向並掌握市場變化的趨勢，將會讓你永遠成為炙手可熱的人才！

尋找自己的定位

時至今日，仍然有很多人會問我，

是否該來大陸工作、幾歲比較合適、現在還有機會？會不會太晚？在上海建築業頗有知名度的余總用台語告訴我一句話：「滿天都是金條，要抓沒有半條」真的很貼切，我的解讀是機會再多，卻不見得與你有關係。如果沒有足夠的能力，市場再大也不是你的、機會再多也不會落在你身上。因此，重要的不是來或者不來，而是要清楚的知道自己的優勢，想要得到什麼，可能失去什麼，一切想清楚之後才決定！如果只是因為台灣不好混，那我真心勸你打消來大陸打拼的念頭，因為全世界想追求夢想的人都來大陸了，來上海只會更不好混！

解決問題，創造效益

從領薪水到發薪水，辛苦和喜悅並行，從中也收穫很多。創業不簡單，但也讓我更明白企業主的內心世界，老實說沒有創過業的人是很難體會的！2010年開始內部創業之後，為滿足顧客需求的多樣性，從單一獵頭服務擴展到人才發展，包括培訓、評量、接班人計畫以及年會、家庭日…等等。找人才不容

“任何一個成功的企業家，都會關心兩件事，一是錢，二是人才。而後者尤為重要，簡單來說：人力發展限制了企業的發展。因此「接班計畫」越來越被企業主所重視。”

易，但是留不住人才也是「白搭」。一個組織、一個企業要能夠快速的發展，它的戰鬥力來自於團隊。從績效到教育訓練，到薪酬到規劃激勵，接班人計畫，甚至是企業大學，包含到企業文化的塑造，這之中有太多的細節需要企業主關注並落實。

這些年的經驗積累，逐漸發現到市場需求的變化，我的工作內容從單純地幫老闆找人才，培訓人才，提升到另外一個層面——幫老闆解決問題。因此，我理解到單一solution不能滿足顧客需求，對顧客而言，Total & VIP Solution才是王道。

而到底誰可以幫他解決問題、創造效益？很多求職者相當天真，總想要找一個錢多，事少，離家近，睡覺睡到自然醒，事實上這是不現實的。記得有一次跟朋友談到「肥缺」這個議題，最終的結論是「有肥不缺，有缺不肥」，我覺得這個詮釋還是蠻經典的，也恰恰反映了市場的現狀。所以不要再做白日夢或抱怨自己懷才不遇，將你的優勢發揮到極致才能讓伯樂看到！

人力發展限制企業發展

任何一個成功的企業家，都會關心兩



件事，一是錢，二是人才。而後者尤為重要，我接觸過非常多的企業，就是缺人才，顧客抱著大把的訂單，可他只能往外推，簡單一句話就是：人才發展限制了企業的發展。因此，「接班計畫」為越來越被企業主所重視。

究竟要如何找人才？人才來源不外乎兩種，不是內部培養，就是外部獵頭。當前企業最關心的是如何在短時間內，快速地把人才複製、培育到一定的高度。因此，人才的發掘、評鑑、發展，對企業來講是一刻都不能等，在人才發展的過程之中，人才評鑑是非常重要且專業的一個環節，近年來市場也越來越重視，因此我找了亞太地區知名評量中心（REC&PCC），研發中心位於新加坡，林博士在亞太區有超過20年的經驗，為世界五百強做了很多的客製化的規劃跟設計，人才發展一定要用對方法找對人，這才是趨勢。

## 企業文化是什麼？

什麼叫「企業文化」？我的解讀是：老闆不在的時候同仁在做什麼？這就是企業文化，80/90後已成為企業的主流，年輕同仁人數的激增，許多企業80/90後的同仁已佔總同仁的80-90%，工作娛樂化似乎成為不可避免的趨勢，各種年會、運動會、家庭日、卡拉OK大賽、周年慶等活動，缺一不可，企業必須思考透過活動來展現企業文化，進一步凝聚團隊向心力。最近經手的幾個項目，就分別以

「傳承」、「改變」、「和諧」，作為企業的年度活動的主軸！

隨著同仁年齡的年輕化，及多數家庭的少子化，企業將會越來越重視與尊重同仁的感受和看法，人才是成功不可或缺的元素，沒有人才也就沒有競爭力。對於企業主而言，要努力去完善人才的挖掘與培養，並透過企業文化活動來塑造共識與同仁對企業的認同感；對個人而言，要看得遠一點，延遲享樂，透過自我的提升，找到自己在企業中的價值，發展自己的優勢成為某個領域不可或缺的人才與企業一起成長。

在新年之始，正是回顧與展望的最好時機，將自己過去的職業生涯做一個整理，紀錄下每一個重大的轉捩點，然後從中去梳理自己的軌跡、尋找自己的職場優勢，作為未來發展計劃的基礎，切記，一定要將自己的優勢發揮到淋漓盡致，並依據優勢制定一套個人專屬的2014年新計劃，如此一來你才有機會成為炙手可熱的人才！**A**

獵才高手  
黃至堯



兩岸知名人力資源專家。現任talentfirst合夥人、REC&PCC執行董事

33歲外派大陸擔任104中國獵才總監，2010內部創業，成立「一勢企業管理諮詢（上海）有限公司」，除了持續104獵才服務，同時擔任上市公司薪酬委員，為多家企業提供定制化的人力資源解決方案！首創結合「創意獵才」、「科技評才」、「感性留才」的多元化服務，改變過去獵人頭的單一服務，為兩岸人力資源管理領域帶來革命性的創新。

震旦集團看見企業需求，不斷尋求創新提升辦公效能，  
強調節能環保概念，一同為保護地球而努力！

# 躍升震旦

震旦通訊智慧之星 數位互動體驗感動  
迎向4G「分享，讓生活更美好」



Words / 震旦通訊

在迎向4G超高速上網的影音新生活中，透過震旦通訊智慧之星專業服務人員，在多家電信系統高速寬頻網路及多元智慧3C商品中，為顧客提供完整售前至售後精緻化服務。智慧之星認真熱忱的服務精神，在每一次服務顧客機緣中實踐，「分享，讓生活更美好！」

## 「智慧之星」體驗式服務 市場大獲好評

震旦通訊自2010年6月開始推動「智慧之星——專業智慧手機服務」，從「帳單健診」等售前服務，再搭配上「手機超保、續保」及產品操作教學售後服務，建立出一套完整的精緻化服務流程，協助顧客在眾多的電信資費及3C商品中作選擇，甚至售後有任何疑問可隨時回店找智慧之星免費諮詢甚至免費充電、手機及平板更新增值服務等。推動至今，大獲市場好評，成功藉由服務差異化的方式，創造出「智慧之星幫您選最好，讓您沒煩惱」的全台開放性通路服務優勢，體驗式的服務更讓「智慧之星」專業、親切的正面印象也透過顧客間的「口碑傳播」深植消費者心中。





## 專業培訓、認證 提升服務品質不間斷

隨著科技的日新月異，「智慧之星」除了『熱忱、親切』服務態度外，為了能提供顧客最新的商品資訊與服務，不斷吸引商品新知更是必要的。每位「智慧之星」在進門市服務前，皆需接受完善的職前訓練、過關斬將認證，更不定期安排電信資費課程及原廠授課等專業認證，以因應不斷推陳出新的商品，讓每位「智慧之星」不論從單純的手機介紹、資費的解說、申辦。到現今協助顧客如何使用雲端串聯照片、影片，智慧型手機APP下載、資料傳輸等，讓顧客在享受高速上網及影音新商品時，享受到完整的精緻化服務。 **A**

震旦通訊「智慧之星」以專業、熱忱的態度，以多家電信申辦的服務優勢，站在顧客的角度選擇最合適資費方案。無論大小通話量、上網需求或喜歡玩手機遊戲，「智慧之星」通通幫您一次搞定。誠摯邀請您有空不妨走一趟震旦通訊全台門市，體驗「智慧之星」親切的客製化服務。



## 智慧之星★服務分享

震旦通訊內湖旗艦店

**陳慧平** 店長



內湖旗艦店因建置於燦坤內湖旗艦店中，大量的來客數自然不在話下，上門諮詢手機商品及資費的客人更是絡繹不絕。這間店有個顧客口中的熱心的萬事通店長—陳慧平，以熱心、專業的服務，受到眾多顧客稱讚及來電表揚，更是許多顧客指名諮詢的第一選擇。

慧平店長說：「因為喜歡幫客人解決問題的感覺，沒想到變成客人的萬事通」。如同她爽朗的笑聲，在門市遇到許多的客人上門諮詢，無論是簡單的手機操作問題或是複雜的資費狀況查詢，也總是維持一貫親切、開朗的服務態度；甚至也有顧客常詢問燦坤店內商品，慧平也會主動尋求燦坤店內服務同仁一同幫顧客解決問題。熱情的服務，無形間也建立起和顧客間的情感及信賴。

慧平店長最後也分享自己的服務心情：「每次的服務，不論顧客有沒有消費，都能有情感的連結，自己也很愛和客人間的互動，無論忙的再累，只要收到客人的感謝與肯定就是在工作最大的成就感」。



## 震旦辦公設備成功搶下台塑集團大單



Words · Photo / 震旦集團

震旦辦公設備於2013年12月成功獲得台塑集團1400台複合機的大單，為歷年來單一企業的最大訂單，也為集團創下歷史新紀錄。為讓顧客於換機時無縫接軌，震旦集團更全體總動員，出動共計500人、67個服務據點。前置作業約進行一個月，但實際交機只花5天完成，與業界約要花上兩個月時間交機相比，震旦交機速度之快，令台塑印象深刻！

**台塑**集團為國內最大塑化集團，共計擁有台塑、南亞、台化、台塑石化等百餘家關係企業，經營事業包括煉油、石油原料、塑膠加工、纖維、紡織、電子、汽電、機械、海陸運輸、生物科技、教育及醫療等，對於文件的作業流程及功能使用需求都不盡相同。震旦此次從備貨、電子發票整合、裝機時程及流程的規劃，憑藉著近50年來豐富的經驗及強大的資

訊平台，發動行銷、服管、技訓、財務及資訊組等跨部門合作，加上震旦最引以為傲的精緻服務力，在全省67家直營分公司、300位工程師直接服務顧客，發揮團隊合作的精神，發揮團隊合作的精神，以快速服務共同完成這個歷史的創舉。

震旦針對文件管理也有客製化的服務，例如法務單位的文件在影印或傳送時需要加密、不得回覆等，震旦透過研發單位，為顧客進行客

9600x600dpi，全系列數位機通過機器環保標章、碳粉環保標章、省電節能標章等國家三大認證，並標配網路列印及高速彩色掃描功能，協助台塑企業降低輸出成本及文件電子化作業。

台塑集團麥寮廠總務表示：「震旦的交機速度快，只在短短幾天就完成，實在太神奇了！之前的廠商交機時，雙方銜接作業足足花了數個月才正常運作」。總管理處採購組多位部門主管更表示：「震旦的交機作業真的做到無縫接軌，謝謝您們的幫忙！」台塑集團對於震旦專業且快速的服務品質給予高度的肯定，從顧客口中聽到：「震旦交機快、配合佳、服務態度好」等話語，所有的勞累與辛苦都值得了。

震旦近年仍積極透過軟體及服務加值，不斷提升營收。此次順利打進大型企業事務機市場，對震旦而言為指標性的大案，同時也是一大激勵，未來將持續耕耘大型企業客戶市場。A

製化功能設計，也是爭取到大型客戶的優勢之一。此次震旦提供Sharp最新的MX-M314N及MX-3111U多功能數位機，可直接輸出120cm長尺寸紙張。其中彩色功能數位，機解析度高達

“震旦近年仍積極透過軟體及服務加值，不斷提升營收。此次對震旦而言為指標性的大案，未來將持續耕耘大型企業客戶市場。”



01\_震旦辦公設備成功獲得台塑集團1400台複合機的租機大單，成為歷年來單一企業的最大訂單。



02\_由震旦辦公設備陳聖仲總經理率隊，共出動67個服務據點，500多人。交機速度之快，令顧客印象深刻！

# 數位化全面入侵實體世界 3D列印在台灣要怎麼玩？



01\_震旦3D印表機現場展示，成為研討會目光焦點，聚集眾多參觀人潮。

Words · Photo / 震旦集團

暢銷書《長尾理論》作者、《WIRED》前總編輯 Chris Anderson 曾經說過「第三次工業革命是屬於所有人的機會」，這裡所說的第三次工業革命，也就是由3D列印技術所引起的全球巨變。當全球都乘著這波3D列印的狂潮向前躍進的同時，台灣要怎麼玩呢？

**由網**路媒體《TechOrange科技報橘》主辦的「3D列印研討會」，於1/9在台北教育大學舉行，會中特別邀請到震旦集團3D支援部 蔡坤明資深總監、工研院南分院林得耀副理、達梭系統 許欲生經理出席。會中三位代表分別從3D列印技術原理、設計應用、軟硬整合面，於會中提出精闢的見解與分享，也位到場與會人士解答問題。

工研院林得耀副理表示，「3D列印於台灣工業應用發展與機會，在於積層製造打破了以往傳統的製造模式，

在3D積層製造應用技術的進步下，將可協助提升台灣製造業的競爭力，同時開創國際市場。」

達梭系統許欲生經理則分享如何運用高端3D設計軟體，進行設計、模擬並協助3D印表機製造出產品。3D 列印正顛覆各產業中設計、原型開發及製造流程，3D設計軟體扮演的正是關鍵角色，讓企業能夠在產品設計初期發揮無限想像，並透過3D模擬預先發現根本問題，縮短產品上市時程。

震旦集團蔡坤明資深總監以業界代表，分析未來3D列印市場將有倍數



02\_震旦3D印表機使用熱熔堆疊成型技術以及環保耗材PLA線材，並具有圖形化液晶面板、中文化人機介面。03\_研討會現場各貴賓提出精闢見解，與在場聽眾分享3D列印趨勢與未來。左起：工研院南分院林得耀副理、達梭系統許欲生經理震旦集團3D支援部蔡坤明資深總監。04\_3D列印議題吸引現場近百位包含設計、電子、教育、娛樂等產業人員踴躍參與。



的成長空間，震旦做為業界唯一2D+3D 列印行銷通路及專業的服務團隊，將3D 列印從夢想走入現實。現場並展示震旦 3D印表機，提供與會民眾親身接觸，實際體驗3D魅力。

## 震旦切入3D列印市場 TechOrange專文報導

2013年12月，震旦集團與工研院宣佈攜手合作，共同切入3D列印市場，此舉引起市場與媒體高度關注。專業網路媒體TechOrange科技報橘即在1月份專訪震旦集團OA事業戰略中心賀俊強總經理、3D支援部蔡坤明資深總監與集團戰略室賴建丞總監，專文報導震旦集團在台灣3D列印市場的藍圖與遠景。

「震旦3D印表機」於台灣通路的佈局，將透過集團旗下震旦行、互盛與金儀等三家事業部現有通路進行銷售及服務，現行集團也擁有超過10萬家中小企業顧客資源，且大多都有模具製造、產品設計製造的需求。賀俊強總經理表示「中小企業急需新的製造方式，一台價格合理、品質穩定、有維修保固服務的3D 印表機，已經可以滿足現階段他們大部分的使用需求。」

因此，震旦集團期望成為台灣推廣3D 列印技術的重要推手，未來將運用現有逾166家直營通路，1,000位專業服務人員提供顧客完整的售前、售中、售後服務，期望透過技術、品牌、通路及服務整合，提供完整解決方案，協助台灣中、小企業提升效率，降低營運成本。A

# 尋找自己的生命藍圖

陳月卿老師教您養生食療



Words / 陳月卿 · 癌症關懷基金會董事長

作者從陪伴夫婿成功對抗癌症的心路歷程，深深了解適當的飲食應該是一種生活的方式。做為一個健康飲食的受惠者，讓我們生活得更健康、更快樂。適當的飲食並不是一時的健身時尚，它應該是一種生活的方式，作者藉由養生食譜把心得和經驗跟大家分享。

## 智慧

來自於生命特殊的歷練，原以為是一場災難，結果化成祝福。幫助先生抗癌成功至今二十多年

的心路歷程，讓我們生活得更健康、更快樂，適當的飲食並不是一時的健身時尚，它應該是一種生活的方式。

## 心靈改造的生命地圖

心靈改造需要一張地圖，找到自己的生命目標和價值系統。也就是說，航行在茫茫的生命大海，我們要想清楚，什麼對自己最重要？什麼才是自己認為的成功和滿足？然後朝自己設定的目標努力前進。

我相信每個人都有一張生命藍圖，而生命本身就是一趟發現之旅，我們必須找到自己的天賦和熱情，一步步實現這張生命藍圖。所以我認為人生最快意的事情就是能夠痛快淋漓地做自己，實踐自己的生命藍圖，完成這一生的使命。

但許多人習慣把別人眼中的成功當成自己的目標。最明顯的便是，大家都說當律師好、當醫生好，於是便把法學院、醫學院當成第一志願，希望將來能成為一名賺大錢、有名望地位的律師或醫生。

“在年輕時及早發掘自己的興趣專長、建構自己的價值體系，踏實地做好眼前每一件事，並且從中吸取能量，一步步建立起自己的滿意人生。”

殊不知你一心忙著實現的目標，只是別人眼中的成功，你忙著用別人的眼光來衡量自己是否成功，卻沒有仔細認清自己的需求與方向。因此，當忙著追求的時候，心理也許還挺充實，一旦實現了目標，才發現這根本不是自己所要的，那種心裡的茫然與失落才真是刻骨銘心。

不是常聽到「中年危機」這個名詞嗎？許多事業有成的中年人在活了大半輩子後，突然驚覺自己擁有的一切並不是自己想要的，好像忙碌了半生都在做不重要的事，於是，他惶恐不安，他急於找回自己，種種價值觀也在一夕之間完全顛覆了。

有些人毅然決定放棄高薪高職、別人所十分羨慕的「好」工作，而開始尋回自我，或者重拾年輕時代的夢想，開始學畫、創作；或者重新衝刺另創新局。有些人則因缺乏轉換跑道的勇氣，也自認沒有條件再打造一個嶄新的人生，所以，只好痛苦不堪地在原地踏步，過著尸位素餐的日子。

倘若什麼都要等到中年才疑惑、反省並後悔不已，不如在年輕時及早發掘自己的興趣專長、建構自己的價值體系、隨順因緣、掌握機會，踏實地做好眼前每一件事，並且從中吸取能量，一步步建立起自己的滿意人生。



## 成功哲學與人生取捨

在八〇年代，大家都拚命追求成功，成功的定義就是賺大錢、創大業、出大名，而這也代表了生命的意義。結果，他很可能美夢成真，賺到很多錢，也享有名望與掌聲。但當站上人生的顛峰後，大部分人卻有了反省，後悔自己在一心攀爬名利階梯的時候，犧牲了原來該有的感情生活、家庭生活，甚至還搞壞了自己的健康。

因此，到了九〇年代，很多人便有了回歸家庭、回歸田園的自覺。他們發現在職場上老是要打倒別人、拚命向上爬，並沒有那麼大的價值與意義。於是，在美國掀起了一股回鄉的風潮，很多白領階級紛紛從大都市搬回鄉下。雖然鄉下並不能找到什麼高薪的工作，但相對地生活支出減低，同時，優美寬敞的環境也適合養育孩子，總的來說，生活品質反而較高。

現今社會，有不少知識分子放棄了城市中穩定的工作收入，遷居山上、海邊或鄉下，開始過著返璞歸真、淡泊名利的日子，一家人胼手胝足共同創造新的家園，並享受和諧健康的家庭生活。

兩相比照，你可以發現成功的定義不斷在改變，也許，在二十世紀八〇年代，成功是名利雙收；但到九〇年代，成功已變成美滿的家庭生活、健康的身體與緊密結合的親情。到了二十一世紀初，各種末日傳言讓得人心不安，追求心靈平靜、心靈成長與地球永續發展成為新的方向。

所以，我們不應只看到別人眼中的成功，而要建立自己的成功哲學。畢竟人生走這麼一遭，一定有它的因緣與目的，我們要完成自己的天命，心滿意足地過一生，可不要糊糊塗塗白走一遭。

「我要怎麼過一生？」、「我的成功哲學是什麼？」當你認真嚴肅地自問之時，也請把父母的指令、別人的說法、社會的潮流，暫時都拋在一旁吧！

## 養生食譜 讓身體更健康

除了心靈健康，身體保養更重要，常常聽到蔬果579，意指每人每天蔬果攝取量約5~9份，因為蔬果富含膳食纖維，可幫助身體代謝多餘的脂肪及膽固醇，而蔬果穀物的皮上含大量多酚，是預防心血管疾病的最佳飲食。但許多人因為生活忙碌，無法花那麼多時間去料理和食用這麼大量的蔬果，所以「全食物精力湯」就變成最方便的「蔬果集中營」！讓我們藉由以下月卿老師所提供的養生食譜，讓人生地圖更完美。A

## 燕麥穀奶

改變飲食可以循序漸進，先從一天一杯全食物精力湯開始，選2~3種水果、2~3種蔬菜，以及堅果、全穀或豆類攪拌而成，補充過去所忽略的蔬果與全穀攝取量。而且喝精力湯、吃全食物，並非越多就越好，適量才能吃得健康。



### 食材 (約3人份)

- 蒸熟燕麥飯 200g
- 蒸熟黃豆 50g
- 燕麥片 30g
- 核桃 20g
- 原色冰糖 1.5大匙 (盡量少加)
- 熱開水 550cc

### 作法

- 1 燕麥粒洗淨，加入1.5倍的好水，浸泡3~4個小時，放入電鍋，外鍋放2杯水，蒸熟成燕麥飯備用 (可一次準備多量，如兩個星期至一個月的份量，放冰箱冷凍保存)。
- 2 燕麥片浸泡熱水約10分鐘，瀝乾水分備用。
- 3 將燕麥飯、黃豆、原色冰糖和熱開水依序置入調理機容杯，打1分半鐘後，關閉電源。
- 4 最後將浸泡過的燕麥片和核桃再放入調理機容杯中，蓋緊杯蓋，啟動電源，利用調速鈕由1轉至10，再由10轉回1，來回3次，切碎食材，即完成燕麥穀奶。

### 營養重點

- 燕麥** ● 燕麥含人體所需的三大營養素—維生素B群、C、E、葉酸和礦物質，還有豐富的可溶性纖維，有助降低血糖、減少便秘。
- 黃豆** ● 黃豆營養非常豐富，含有優質蛋白質、人體必需的脂肪酸，以及抗氧化的維生素E和異黃酮，是公認的護心食物，用黃豆或黑豆加糙米飯、芝麻打成的高鈣芝麻豆漿，不僅護心、護腦還補鈣。



# 設計的偶像世代，正在發燒！



Words/李俊明·資深媒體人；Photo/The Groninger Museum·Normann Copenhagen·nhow Berlin

這是一個娛樂的時代，也是一個消費的時代，於是設計師開始躍起，也像電影明星與歌手，享受著眾人的景仰與膜拜。不只安藤忠雄具有在萬人體育館召開宛如「建築佈道大會」的魔力，其他許多產品設計師、平面設計師、家具設計師、空間設計師……也不斷吸引人們目光，他們懂得行銷的催眠力道，藉用他們的名氣，玩跨界、搞顛覆，讓設計的潮流，真正趨向了偶像明星般的華麗時代。

**說起** 全球當紅設計明星，西班牙的傑米·海雍（Jaime Hayon，1974~）絕對當仁不讓！這位設計師以語不驚人死不休的童心世界，源源不絕推出吸睛作品。而他將自身經營成「品牌」的用心，更是說明了光靠設計本質已不足以在全球市場崛起；擁有明星般的魅力、強烈的設計風格語彙，加上適當的行銷，才能無往不利！



Designer

**Jaime Hayon**

傑米·海雍早期曾與西班牙鞋子品牌Camper合作，近年他跨界玩得不亦樂乎，作品類型橫跨陶瓷、玻璃、織品、家具、室內設計等，不論是Baccarat、Lladro、還是Fritz Hansen、BD Barcelona Design……許多一線品牌都可看到他活躍的身影。

瞧！把紐約天際線變成廚櫃造型、巨大無比的魔幻風西洋棋組、亮紫色熱狗與鮮綠公雞造型的奇特搖搖馬、令人驚艷的高聳陶瓷仙人掌雕塑、和風與西洋奇妙混搭的精美陶瓷等，通通都是傑米·海雍的手筆。他在崛起成為全球設計之星的過程中，以豐富的色彩與想像力，成功塑造了個人的偶像魅力。「我認為最富魔力的，就是去思考想像力以及所有作品背後的那些幻想成分。」

「幻想」跟「想像力」，恰恰成為他的兩個魔法關鍵字。The Tournament的西洋棋組，是重現兩百多年前英國對抗法國、西班牙的特拉法加海戰場景；原本沉重的歷史，在他戲謔改造下，成為大人小孩都喜歡的「玩具」。

亮紫色的搖搖馬被改造成大香腸造型，則是傑米·海雍與藝術家Nienke Klunder合作的另一搶眼作品，你不得不佩服他的異想世界，既瘋狂又充滿想像力。而那組讓人看得目不轉睛的東西合璧陶瓷創作，則是所謂Old is New的最佳例證；日本石川縣著名的老字號「長右衛門窯」在試圖邁向年輕化的過程中，看上傑米·海雍將傳統加上新意的功力，因此力邀他創作這些充滿和風洋味的陶瓷器，果然在國際市場上大獲成功，順利轉型。

▲和風洋味的陶瓷器  
長右衛門窯





Designer

**Karim Rashid**

無獨有偶，另一位設計師也跟傑米·海雍一樣擁有十分鮮明的個人風格，同樣很早就任設計師明星化的浪潮中順利出位，那就是來自紐約的埃及裔設計師卡林·拉西德（Karim Rashid）。從兩位設計者的崛起模式中，可以看出明星化的設計師如何出線。

1960年出生的卡林·拉西德要比傑米·海雍更早興起，他更明確將自己當成明星經營，運用傳媒之力，在消費者心中烙下鮮明印象。他最讓人難忘的就是「桃紅」教主的穿衣風格，不管怎麼變化，他的身上一定會有桃紅等鮮豔色彩，讓人看過一次便忘不了。而這些對於色彩的運用，也延伸到他作品的質感與表現形態上，藉由他所設計的無數商品，甚至商業空間，傳達出一種流線、時髦、都會感的氛圍，從而成為個人的設計符碼，也把自己經營成一個設計品牌！

美國《時代雜誌》曾經稱卡林·拉西德為「美洲最富知名度的工業設計師」。因此他的作品小至Kenzo香水瓶、Method洗手乳，大至希臘與德國的設計旅店、杜拜的奢華餐廳等，各式設計滲透到人們眼之所見的每一個層



面。藉由鮮豔色彩與流利的弧形線條，卡林·拉西德成功抓住新富階級對於炫耀、新鮮感的細微心理需求，因此廣受歡迎。

正是他這種逼人發出WOW讚嘆的浮誇設計風格，改變了人們對於設計應該低調或講求實用的既定印象，慢慢將設計轉化成一種個人的主張、品味的表徵；從而也刺激了緊接興起的新世代明星設計師，更積極地表現自我的特色、更無懼地展現各種明星的特質！

設計走到這一步，傳統的功能、美感等需求都不再是最重要。趣味性、吸睛度逐漸變成話題商品的主要成功條件。A

也許在未來，設計師將不再只是設計師，他們也將躍身為明星、偶像或是演員，用屬於他們自己的方式，施展宛如魔術般的神奇魅力，吸納全球消費者渴求新鮮感的炯炯目光。



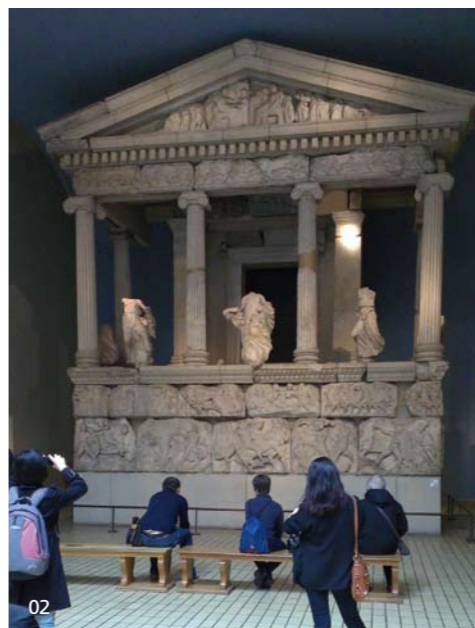
# 從《經濟學人》的報導，看全球博物館發展趨勢



01 震旦博物館  
AURORA MUSEUM Words · Photo / 震旦博物館

博物館的定位與功能正在轉變中，既神聖又世俗；既學術又生活；既嚴肅又歡愉。在網路化的時代，所有的信息幾乎都唾手可得，但世界各國為何還在持續興建博物館？人們為什麼還是喜歡來博物館？而當代藝術又為何比古代藝術更容易觸動人們的心靈？

世界知名的《經濟學人》周刊，在2013年12月的特刊中，以文化為專題，做了全球博物館的趨勢觀察。震旦博物館很榮幸地，被報導為中國民營博物館的成功範例之一。



02

**已有** 170年歷史的《經濟學人》，在全球每周發行140萬份，是世界上最具權威、也最具影響力的財經周刊。每年底，《經濟學人》都會根據當年的政經局勢，規劃重要的專題報導。面對多變的2014年，在2013年底的特刊中，以『歡愉的神殿』為主題的五篇博物館趨勢分析，別具意義。

## 博物館是一座歡愉的神殿

博物館（英文Museum），源自希臘文Mouseion，原意是：禮拜繆斯的神殿。繆斯女神掌管人間的九大藝術，賦予人類知識與靈感、鼓舞人們的精神生活。因此，博物館自然成為文明展示與文化夢想的最高尚場所。

在一般人的觀念中，博物館代表著老舊、無趣，與我們的日常生活毫無直接關係，然而少數成功的博物館卻改變了我們的認知，這些博物館主題廣泛、生

動有趣，有別於傳統的藝術、歷史、科學類的博物館。例如：德國的麵包博物館、澳洲的人類疾病博物館、土耳其的純真博物館等。這些新主題中的最大亮點，是當代藝術。

當然，博物館的基本功能還是做為收藏與學術的展場，但也逐漸成為公眾思考與孩童嬉戲的場所，然而博物館畢竟兼具著多元教育的功能，而不僅僅只是藝術品的陳列。英國泰特美術館館長的觀點是：博物館越來越像是個百寶盒式的廣場。今天，人們不再需要經由旅行來看世界，大家都是以電視及互聯網的方式來獲取資訊，那麼在博物館內的文物信息已經垂手可得之際，人們還有什麼理由非來博物館不可？

在已發展國家中，社會上的各個利益團體對於博物館各有其不同的期望，博物館既是城市的象徵地標與觀光亮點，也是讓衰退城市起死回生的魔杖，媒體樂於報導在這些地區所舉辦的精彩展覽；富人則在這



03

01 羅浮宮三寶之一的古希臘雙翼勝利女神。  
02 大英博物館的古希臘神殿。  
03 《經濟學人》周刊封面及專題封面。



些展覽中找到公益資助的可能性；而年輕人在埋首電子遊戲無聊之際，也可以流連佇足於另一個新奇有趣的地方。

在發展中國家，博物館被視為是文化理念的象徵，是國家敘事與人民教育的場所，當然更希望能以文化的精采內涵來吸引觀光客。在卡達與阿布達比，現在正在抓緊建設新的博物館，就是希望能吸引歐洲、俄羅斯與南亞的旅客，到中海灣地區來觀光。

“ 現在的博物館必先魅惑參觀者的感官，遠勝於教育參觀者的智識。 ”



04



05

06

以往，博物館都承擔著神聖的目的，甚至有人認為無需講述藝術作品或闡明內容，純粹倘佯於有如神殿般的環境中，就是最美好的文化薰陶。1977年巴黎龐畢度藝術中心的開幕，徹底打破了這個迷思，其張揚的後現代建築風格、怪異的外觀、新奇的展廳、有趣的當代藝術展覽，在在吸引著一批又一批的朝聖者前往膜拜。現在的博物館必須魅惑參觀者的感官，遠勝於去教育參觀者的智識，因而創造出以知性與感性交融、富有創意的公共節目，以引吸更多的年輕群眾，樂於來到博物館這個歡愉的殿堂。

此外，由於全球景氣不佳，博物館也已經無法完全仰賴政府的財政支持，它們都必須努力爭取企業與個人的贊助捐贈。有的博物館還以出借館藏展品、提供顧問服務等方式來籌措財源，例如：大英博物館與2016年開幕的阿布達比Zayed國家博物館已簽訂合作，每年可以賺取1000萬英鎊的收入。而為博物館之友所設計的不同會員方案，也讓社會上的富人與一般大眾，都可以有機會來支持博物館的長遠發展。雖然全世界多數博物館都面臨經營困難的窘境，新的博物館還是陸續開出，在西方國家，多半是以當代藝術為主，這似乎是博物館目前經營的最大賣點。

### 畢爾包效應

1997年西班牙畢爾包的古根漢美術館分館開幕，創造了一個奇蹟與神話：一個活力充沛的市長，以一個新建的博物

館扭轉了這個城市的命運。在開幕後的三年內，觀光客為畢爾包地區政府增加一億歐元的稅收，這不僅可以回收博物館的全部建設成本，還帶來其他更大的經濟效益。世界上其他缺乏歷史文化與古蹟的城市，都把畢爾包當作一個成功的模式，努力學習如何運用想像力，以文化效應去達成城市的願景。但是，並非每一個城市的新建博物館都會成功，展館長久空置或者觀眾稀疏的情況，比比皆是。

### 當代藝術的新館與新信徒

2003年灰暗的冬季，倫敦泰特現代美術館舉辦了一個名為「氣候計畫」的藝術展，在渦輪廳這個長約150米，寬

23米，高35米的超級巨大空間裡，天花板高懸裝置由無數鏡子、二百盞燈具反射構成的一輪人造太陽，五個月的展期內，吸引了超過二百萬好奇的參觀者來到這裡，在溫熱光線與糖水混合的甜美迷霧中，如夢似幻地歡聚取暖。這個空前成功的展覽，為2000年才開幕的泰特現代美術館創造了全球的知名度，也締造了一個策展的最經典案例，那就是：經由藝術家的想像力與科技結合，為參觀者營造出一種全然參與的新體驗，這就是大眾所喜愛的當代藝術形式。

當代藝術之所以迷人，是在我們熟悉了電影、電視、電腦、互聯網的生活方式之後，藝術家們混合使用各種視覺語言，用新的創意表現，讓藝術不再只是懸掛在牆上的作品，一切的創意發想都

04 倫敦千禧橋連接遠方的泰特現代美術館。05 泰特現代美術館的渦輪廳「氣候計畫」。06 泰特現代美術館的特展區商店。07 龐畢度藝術中心的陽台區公共藝術。



07

“當代藝術已成為人們在生活中反映社會現象，觸動心靈、激發想像力與創造力的普世媒介。”

開始鮮活、生動、有趣起來，加上題材如此寬廣豐富且觸動人心，因此，許多城市新設的博物館，多是展示當代藝術的美術館。而知名的傳統博物館，也都開始建設新展館用來收藏並展示當代藝術。例如：紐約的大都會博物館，也將另設新館，用來陳列19世紀歐洲繪畫的現代藝術，以及當代藝術藏品。在英國牛津大學，擁有330年歷史的Ashmolean博物館，也是世界上歷史最悠久的博物館，即將興建當代藝術的新畫廊，並與知名的美國收藏家冠名合作，設置新的展廳。

在19世紀的美國，富有的慈善家有責任為社會設立博物館，在當時形成一種良好的文化傳統。因此，博物館的董事會成員經常都是那些最大的贊助者。相



對的，這些贊助者也在博物館的平台上，享有獨特的藝文社交圈，並被標誌為重要的藝術收藏家。

近三十年來，全世界的新富階級興起，在2008年金融危機之後，理財顧問就建議這些富有的客戶，要分散他們的投資組合，其中當代藝術品就成為普世公認的投資標的，因此，在國際拍賣市場上，當代藝術品的價格不斷攀高，也就不足為奇。

從全球十大熱門當代藝術博物館，在2012年的全年入館統計人數來看，第一名是英國泰特現代美術館530萬人；第二名是巴黎龐畢度藝術中心370萬人；第三名是紐約現代美術館(MOMA) 270萬人；第十名是東京的「森」美術館也有110萬人。從這些數據可見，當代藝術對社會大眾的強大吸引力已是不爭的事實。也難怪傳統的古藝術博物館或者新設的博物館，都不敢忽略當代藝術與其日益新增的信徒。

在全球化、網路化的時代，古今文化與東西文化都快速的再融合與再轉變。今天，當代藝術成為公共需求的藝術主流，也成為了人們在生活中直接反映社會現象、共同觸動心靈、激發想像力與創造力的普世媒介。

### 中國博物館的建設狂潮

2009年中國國務院將文化產業提升到



08\_龐畢度藝術中心的建築外觀。09\_龐畢度藝術中心的一樓公共區。

國家戰略層級，在十二五計畫中，文化成為支柱型產業，因此，博物館也成為全國省市的建設重點。政府官員們都知道，在全世界偉大的城市裡，都有非常重要影響力的博物館及美術館，中國正需要以此來展現中華文化的歷史輝煌，同時也作為年輕世代的教育平台。

這一波博物館的建設狂潮中，令人擔憂的卻是，不少量體巨大的博物館在硬體設施完備後，依然忽略更重要的典藏系統、展覽規劃、人才教育、管理制度與社會推廣辦法。

《經濟學人》的文化主編在中國的考察期間，看到了經濟快速發展之後，人們對文化的強烈渴望，也見到年輕藝術家們不斷地從傳統藝術中，尋找當代的表達形式。例如：當代水墨在中國與國際市場上，都受到關注且有良好的迴響。而如雨後春筍般出現的大小、公私

立博物館，普遍存在的問題都是：軟體跟不上硬體、經營定位不夠明確、全年常態活動不足、對社會大眾的服務不具吸引力等。以《經濟學人》的這次觀察，認為目前軟硬體兼具的成功案例有三家，分別是：北京的尤倫斯當代藝術中心、上海的外灘美術館，以及收藏中國古器物的上海震旦博物館。

### 博物館的未來策略——如何滿足快速增長的大眾文化需求

在巴黎的羅浮宮裡，每天有三十萬人湧現於《蒙娜麗莎的微笑》畫像前。若依照人潮即是錢潮的理論，博物館不只是守護國家文物、傳承歷史文化，為社會大眾提供教育學習、生活休閒、思考創想的場所，更是推動城市經濟繁榮、文化創意產業的基地。博物館的成功本身

就隱藏著無限的社會價值，以及文化創新的商業機會。

並非只有大型的、國家級的博物館才能引領風騷，有些小型的、具特色的博物館，在富有想像力與創造力的領導者專注努力之下，同樣獲得大眾的關注與好評。諮詢各國博物館館長，哪一個才是他們最喜愛的博物館？多數人的答案都是：由安藤忠雄設計的日本「直島」美術館。因為「直島」美術館建築本身就是一件藝術作品，而參觀者必須乘船抵達並且停留過夜，因此，那些精心設計的藝術裝置，讓人在無比安靜的環境中，由然生出不同的感動。

博物館經營的核心關鍵，是要在歷史文化中發掘出現代價值。因此，在博物館的發展策略中，尋找國際合作夥伴往往比金錢更加重要。因為一件有意義的館藏，不僅可以幫助博物館走出國門、提升知名度，也可以幫助另一



個博物館，帶來新的參觀人潮與商機。大英博物館館長相信：博物館具備一種推動世界和平的力量。近期，大英博物館借展於印度孟買的一件古波斯器物：「居魯士銘筒」，就是最好的例證。這是一件公元前六世紀的泥製圓筒，上面所刻寫的楔形字文書記載著：古波斯帝國創建者居魯士大帝，在攻陷巴比倫之後，宣布釋放所有囚犯與奴隸，讓他們返鄉，並且可以將不同信仰的神像，重新安奉於原來的神廟中。這項器物所銘刻的史實，被視為是世界上最早的人權宣言。如果每一個展覽都能夠引發人性的共鳴，捕捉參觀者的想像力，這樣博物館就會有光明的未來。

2013年7月30日《經濟學人》文化主編費爾梅塔·洛柯女士（Fiammetta Rocco）來到震旦博物館，在採訪與交流的過程中，洛柯女士仔細的聆聽與觀



察，並隨時將她的見聞記錄在筆記本上。前後五小時她始終神采奕奕、優雅端莊，專業且好學的精神令人敬佩。

她所詢問的問題非常廣泛而直接，包括：博物館的創辦理念、館藏體系與佈展思維、團隊組織與社會推廣、震旦博物館為何參與威尼斯雙年展、未來新展廳的發展定位、中國博物館快速建設的現象與問題等等，由館內事務擴及社會大環境的發展等問題。在深入且愉快的交談之後，她對陳董事長經營什麼樣的事業也甚感興趣，於是我們也帶她參觀震旦家具展示中心，留下深刻而美好的印象。參訪次日，她特地來函向博物館同仁致謝，並表達對震旦博物館的肯定與讚許。A

閱讀《經濟學人》的報導之後，我們有了更宏觀與深刻的理解；震旦博物館在上海這個世界舞台上，要實踐「保護、傳承、奉獻」的神聖宗旨，還要為社會大眾帶來學習的快樂與生活的歡愉。

“藏品與展覽如果能夠引發人性的共鳴、捕捉觀眾的想像力，博物館就會有光明的未來。”



10\_《經濟學人》特刊上的震旦博物館唐代陶樂俑。  
11\_洛柯女士仔細欣賞宋代佛像。  
12\_大英博物館的「居魯士銘筒」。  
13\_羅浮宮主入口連結古今的玻璃金字塔。  
14\_洛柯女士（右一）在震旦博物館入口留影。

漢代玉器  
Han Dynasty Jade Objects

20

Book

震旦博物館出版叢書介紹

## 漢代玉器



東漢「延年」珩

**漢代** 玉器是在戰國晚期的基礎上發展起來的，形制功能集早期玉雕之大成，除了劍飾玉、組佩飾及喪葬玉臻至成熟之外，玉帶鉤、動物玉雕、玉質器皿及大型玉璧也呈現出多采多姿的風貌。本書收錄漢代玉器224組件，內容分為禮瑞用玉、喪葬用玉、佩飾用玉、人物造形、動物造形、飲食用器、嵌飾用玉、璽印、劍飾用玉、似玉材質及改形玉器等類，導論和分說明皆由北京大學考古學博士蔡慶良先生所執筆，深入淺出的分析漢代玉器獨樹一格的美感。 **A**



西漢 羽觴杯



漢代 金鏤玉匣

### 【內容精選】

- 1、作者以考古學為根基，結合古器物學、美術史及藝術心理學等方法，探討漢代玉器的特色。
- 2、作者由整體特徵、構圖、母題、母題零件及手法等項目，分析漢代玉器的風格，引導讀者深入體會漢代玉器的的美感。
- 3、運用多角度的拍攝及拓片的輔助，來展現漢代玉器的形紋之美，並針對部分母題和零件給予重點性的提示，方便讀者的鑑賞。

### 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、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](http://www.auroramuseum.cn)



古器物學講座——佛教造像專題(1)

## 認識古代佛像



### 元代 菩薩坐像

此件尊像表面的麻布和彩繪已經剝落，呈現木質紋理和斑駁的凹痕及裂紋。（圖一）

Words/吳棠海 · Photo/震旦博物館

佛像起源於印度，隨著佛教信仰的東傳而傳入中國，在中國歷朝歷代興起造像的風潮，產生許多別具特色的作品，是中國傳統文化裡的藝術瑰寶。但是，佛教造像的歷史淵遠流長，內容眾多，題材十分豐富，雖然看似親切，其實並不容易了解，因此筆者嘗試以古器物學的方法，研究古代佛教造像的特色，期能透過具體的現象分析，掌握它們的特徵，使讀者領會佛教造像的製作工藝與精神。本文首先概述「料、工、形、紋」的基礎研究內容。

### 一、料的認識

「料」是指佛教造像的材質，比較常見的有石質、泥質、木質、青銅、銅鎏金、

陶瓷及夾紵等類別，這些材質各有不同的自然屬性，不但可以從色澤紋理與質感上去辨別它們的差異，也能透過製作痕跡與變化現象去判斷它們的材質特徵。

## 明代 觀音菩薩坐像

此件觀音菩薩坐像是青銅鑄造銅錯銀的作品，質感堅硬，並有勻亮的金屬光澤。（圖二）



例如圖一為元代的菩薩坐像，菩薩頭上梳著高髮髻，臉型方圓，額間有白毫相，雙眼向下垂視，表情恬靜莊嚴。祂的體格健壯，上身袒露，雙耳戴著花形耳飾，胸前佩掛連珠串飾，手上套著臂釧和腕釧，披帛自肩部飄垂，下半身著裙，採左手支撐於後方，單盤左腿，右腿支起以擱右臂的「安樂姿」，體態優雅閒適。

此尊菩薩像用木頭雕刻，並施彩繪貼金而成，目前貼金彩繪大多已經脫落，表面可見當時用刀具雕刻的痕跡，與木質本身的黃褐色和紋理，以及因為自然風化或人為破壞所產生的斑駁凹痕與裂紋，凡此皆屬木質雕刻特有的現象。

## 二、工的認識

「工」是指佛教造像的製作方法，此方法會隨著材質的種類而改變，像木質和玉、石類的佛像以雕刻法進行，泥質佛像用黏土揉捏法塑造而成，陶瓷佛像多採模印法製作，銅質佛像則用鑄法成形。

例如圖二為明代的觀音菩薩坐像，菩薩的頭髮盤結於頂上，用一長簪固定，臉型方圓，額間具有白毫相，雙眉拱起，眼睛細長，向下垂視，鼻梁窄長，嘴巴小巧，神情頗為端嚴。祂的身上穿著寬袖長袍式的天衣，腰間繫帶，胸前佩掛串珠瓔珞，採右腳支起、左腳單盤

的坐姿，雙手合放於左腿上，左臂倚靠著一函經書，姿態靜謐閒雅。

此尊造像是以鎔融的銅液經翻模法鑄造而成，表面渾圓光滑，沒有雕刻痕跡，雖然因為歷時久遠而呈現暗黑色，但是仍然具有勻亮的金屬光澤。由於菩薩的衣領、腰帶、袖口及裙襬等處，嵌入渦卷狀的銀絲作裝飾，使此尊造像於深暗的青銅色調中兼具銀白色的光彩，突顯出細部紋樣的形狀，是青銅錯銀法的特色。

## 三、形的認識

佛教造像是為了宣揚佛教義理、提供信眾觀想膜拜，以及建立功德而製作的，造型內容自然與其目的相互呼應，可以從中分為群體造像和單體造像二大類。

群體造像是多尊造像的組合，像鑿山而建的石窟寺與單一石塊所製作的造像碑，都是屬於複合式的群體造像結構，其形式請參考圖三之例。此碑為北齊所雕製的石造背屏式造像碑，全碑分為上、中、下三段，以中段為首要，主尊佛結跏趺坐於方台上，雙手分別施無畏印和與願印，身旁站立二比丘、二辟支佛及二菩薩等六位脅侍像，依左右對稱的原則由內向外排列。

碑體上段透雕一條口銜華繩的飛龍，與四身凌空飄然的飛天來供養主佛；碑體下段則於台座前方浮雕一個香爐、一組對獅及二位護法力士，香爐是用香氣

供養主佛，對獅是佛陀傳道說法的表徵，或與二位力士一起護持道場之意。全碑即以主尊、脅侍、供養及護法等題材，組成完整的莊嚴道場，是群體造像的表現形式。

單體造像即為群體造像的分解，可依題材分為佛、菩薩、比丘、羅漢、飛天及護法神等等，這些題材的身分不同，各自皆有其獨特的五官相貌、衣著服飾與姿態動作，是一般大眾最容易觀賞到的造型。



## 北齊 造像碑

此碑為石雕作品，包含主尊佛、脅侍、供養及護法等題材，屬於群體造像的類型。（圖三）

## 北齊 菩薩立像

此尊菩薩立像石質雕刻，面相莊重柔和，頭戴寶冠，身著天衣長裙，佩掛瓔珞，裝飾華麗。（圖四）

### 四、紋的認識

佛教造像是以佛、菩薩、比丘、羅漢及護法等形象來教導大眾、感化人心，其紋飾內容自然與其他器物並不一樣，主要集中在佛像的臉部五官、衣著服飾及手足動作等方面的表現上。

例如圖四為北齊的菩薩立像，此尊菩薩頭戴寶冠，身披天衣，下著長裙，跣足立於圓台上。表面以浮雕和線刻技法琢磨，頭上的寶冠綴飾連珠紋，胸前佩戴忍冬紋和連珠紋項飾，肩上有圓形飾物，手戴腕釧，飄帶與瓔珞自雙肩垂掛而下，長長的飄帶搭在曲肘的左臂上，裝飾極為華麗。而其臉型方圓，眉毛彎曲，雙眼細長，向前平視，鼻梁挺直，嘴角輕抿，面帶微笑，清秀的容貌與莊重柔和的氣質，正是北齊菩薩像的特徵。

由於審美觀念和製作技法會隨著時間與空間的移轉而改變，使歷代佛像的五官形貌及衣著服飾都不相同，產生秀骨清像、端莊秀美及豐腴敦實等形態，構成相異的時代風格。

佛教造像是宣揚佛教義理的媒介，雖然題材豐富，信仰內容複雜，但是它們的形象具體而鮮明，只要找對方法，循序漸進的了解它們的風格與特徵，並不難以進入佛教藝術的殿堂。下期將以材質為例，介紹佛教造像「料」的特色。A



## 館藏精粹賞析

Words／吳榮海·Photo／震旦博物館

梅瓶是中國陶瓷器的傳統器形之一，也是元代青花瓷器的重要形制。此類器形的紋飾安排，大多依照器身的寬窄變化，由上至下分為數段來布局，形成多層次的紋樣，如本期所要賞析的人物故事圖梅瓶即是典型的例證。

例如 的瓶口小而外折，頸部略短，肩部圓緩，腹部高長，呈上寬下窄之狀，底下具有圓形的圈足，圈足和圈足內側的瓶底皆不上釉，局部留有刮釉未淨的釉斑，可以看到它的胎色灰白，內含雜質，表面釉層肥厚，釉色乳濁而有潤澤之感等胎釉特徵。

梅瓶外表布滿紋飾，肩部是壺門紋邊框內填雲頭雜寶紋和斜曲相連的帶狀蓮花紋，高長的腹部繪畫「蕭何月下追韓信」的人物故事圖，故事圖下方用細筆勾勒一圈卷草紋，再用粗筆橫向描繪數個出尖條紋，近足部以壺門紋邊框內填雲頭蓮花垂珠紋作結，此圈壺門紋邊框紋的門尖與肩部紋樣相對，構成上下呼應的整體性效果。

瓶身的故事圖包含三個人物紋，透過山石、草木及水岸區隔出二個場景。其中一人騎著快馬在山林裡奔馳，他的雙手拉著韁繩，身軀朝左側轉，左右顧盼的模樣頗為焦急，另外一人牽著馬匹立在岸邊，神情落寞的朝向水面，與船上的舟子對話。從圖案內容來看，此組人物故事圖表現的是漢高祖劉邦在漢中稱王時，丞相蕭

何在月色中追趕韓信，以挽留韓信為劉邦效力的故事。

相同的人物故事圖亦可見於江蘇省江寧縣牛首山沐英墓所出土的元青花人物紋梅瓶上，是元代青花瓷特有的題材之一，其布局方法與粗細並用的繪畫技法值得仔細欣賞。A



元代 青花人物故事圖梅瓶  
長44公分／震旦博物館提供

# 震旦集團陪伴迷途少年 照亮人生道路



Words / 慈懷基金會

每一個孩子都是最珍貴的，沒有一個任何孩子應該被放棄…。

國二的小茹，爸爸在她小時候過世了，只剩下越南籍的媽媽獨立撫養她，但媽媽忙碌於工作，無暇管教，小茹開始翹課、翹家，餓了就吃泡麵或麵包，一天只吃二餐，除了青少年所需要攝取的營養不夠外，也因為三餐不正常，讓小茹的身形比同年齡的同學略顯瘦小。小茹因逃學逃家等偏差行為而被縣政

府安置到慈懷園中途之家，來到慈懷園中途之家後，小茹第一次感受到三餐的豐富，小茹說現在的她最期待吃飯用餐時間，因為有魚、有肉，還有滿滿的青菜。

## 不打烊的家

在慈懷園裡，還有好多像他們這樣的孩子，因為家庭功能破碎，無法給予正當的教養，也無法提供像正常家庭一樣的大保護傘，安置這些因為行為偏差的迷途孩子是慈懷基金會不能放棄的艱鉅任務。

在慈懷裡，提供這些孩子24小時的生活照顧及專業的安置照顧，用「愛」與「陪伴」撫平他們心裡的傷口，學會肯定自己，用正向的態度，



01 震旦辦公家具宜蘭分公司黃一峰資深專員（左四）與服務團隊代表集團捐贈辦公家具，由財團法人慈懷社會福利基金會林宸聖執行秘書（右一）代表受贈。  
02 新增文件櫃，提供文件收納空間，可上鎖的設計，讓個案資料保存更具安全性。並提供新辦公椅，讓工作更舒適。  
03 在園童宿舍休憩區設置沙發組以及會議桌椅，供日常休憩以及小組討論分享之用。

接納自己的不完美，希望在這趟輔導的旅程中，撒下愛的種子，期待有天能在孩子身上發芽長大。

空間配置上的專業建議。

## 震旦集團的愛心工程

捐贈當天還不到約定時間，已有三台貨車緩緩駛進慈懷基金會的新園區，天空下起毛毛细雨，氣溫特報也發佈著下午將有冷氣團報到，但這項愛心工程絲毫不受影響，此次震旦集團捐贈的辦公家具具有沙發、茶几、辦公椅、會議桌椅、檔案櫃等，震旦集團的師傅們捲起袖子將辦公家具從貨車上小心翼翼的搬至預定的空間，這項愛心工程從下午一點鐘開始進行，耗時五個小時，隨著天漸漸黑了，溫度也一直下降，寒風更吹得讓人直打哆嗦，但專業敬業的震旦團隊們依然堅守崗位，將所有辦公家具順利組裝完成才打道回府。謝謝震旦集團的捐贈，讓慈懷能夠提供給更優質的服務環境，並提升辦公環境的舒適度。A

## 新園區新希望

為了能收容更多迷途的孩子，慈懷基金會已於去年底完成新園區，希望讓更多失愛的孩子有一個短暫溫暖的避風港，目前正在積極籌募新園區的設施設備，好讓進駐新園的願望能早日實現；就在基金會期盼著企業團體及社會大眾能助上一把時，愛心企業震旦集團捎來好棒的消息，願意捐贈一批全新的辦公設備，像是諮商室、會客室、辦公室、董事室及主管室等所需的家具，除了在捐贈前充分了解慈懷的需求外，也提供



## ABOUT

### 慈懷基金會

慈懷基金成立於民國80年，推展兒童、少年保護、輔導及安置的工作，並且從事研究與發展社會工作專業服務，結合社會資源，以增進並落實兒童、少年福利。

#### 主要服務對象

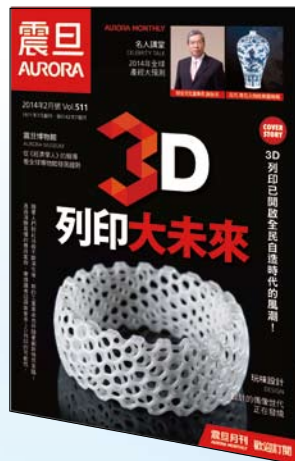
- 法院或縣市政府轉介10歲~18歲之兒童及少年
- 遭虐待、遺棄、疏忽、販賣之不幸兒童少年
- 行為偏差及適應不良之兒童少年
- 違反兒童及少年性交易防制條例之保護個案

# 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

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

■ 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

