

提升職場競爭力的知識夥伴

震旦
AURORA

名人講堂

台灣科技大學教授——盧希鵬
隨經濟：77個思維模型

藝文饗宴

館藏精粹賞析
明永樂 青花三友紋盤



1971年7月創刊・發行47年4個月

NOVEMBER 2018 十一月號 No.568

斜槓人才

Hello!

報到!

啟動「斜槓」的生涯模式
開展多元職涯
迎接更有價值的多職人生!



電子版月刊

震旦月刊 歡迎訂閱
AURORA MONTHLY



一印俱全

AccurioJet KM-1
康鈦深耕高階印刷領域，提供多元商業列
印解決方案，您的需求康鈦一應俱全！

康鈦

康鈦科技股份有限公司
24158新北市三重區光復路二段69號14樓 電話：(02)2995-0066
kmds.com.tw



360度人才當紅

從過 往的I型人、T型人到π型人，這幾年開始「斜槓人」出現了，這群在名片上「／」來區隔不同職業身分的人，究竟跟以往有何不同呢？

「斜槓人生」是一種新的啟發，能讓人們看到不一樣的理念與生活方式，並鼓勵人們在人生中開創出更多可能。對此，中華人事主管協會執行長林由敏表示，斜槓族多集中於千禧世代及Z世代，隨著傳統就業類型的式微與斜槓工作者的崛起，企業若要永續經營，就必須懂得未來的世界在等待哪一種人才；而對於斜槓人才，除了尊重與接納，應加以整合、運用各式人才的價值，才是致勝關鍵！

104人力銀行副總經理晉麗明則提到，許多人以為利用閒暇時間兼差打工，就覺得已經邁進斜槓的世界，其實它真正的理念，是著重在志趣及價值的導向，藉由熱情與企圖心，從現有的專業向外延伸；斜槓不是頻繁轉職、不穩定的代名詞；而是善用時間，朝多元職能發展的積極意涵！

斜槓時代來臨，平平凡凡過日子，默默守著單一專長的

風潮已Out！而360度全方位發展職涯正In。別猶豫了，現在開始啟動生涯規劃模式，挖掘你的多重潛能吧！**A**



《震旦月刊》主編
蘇美琪 Maggie Su

震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1號創刊 · 2018/11/1出版

創刊人 陳永泰

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 蔡君婷、劉芮苙
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
本刊物為公益發行，分享經營管理及藝文欣賞知識，其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。



四川峨嵋山有「震旦第一」石碑，古印度以「震旦」來稱呼中國

震旦 如旭日東昇

「震旦」是東方日出之意，象徵著光明與希望，震旦集團承襲源遠流長的歷史命脈，有如旭日東昇，散發著蓬勃的朝氣與躍昇的動力，為追求現代文明而努力。



A p.08

啟動您的多元職涯人生，讓專業興趣也能有所發揮。



A p.12

檢視自己，你擁有斜槓DNA嗎？

編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 360度人才當紅
文／蘇美琪

大師輕鬆讀 Master 60'

04 不被淘汰的能力
編譯／大師輕鬆讀

No.568

November 2018

封面故事 COVER STORY

06 斜槓人生

除了本業你還擁有什么？用「專業」做後盾，你可以擁有一樣不一樣的多元人生。

文／蘇美琪

08 職涯新趨勢——斜槓人才強勢來襲
企業準備好迎接了嗎？

文／林由敏

12 多元職能時代
年輕世代的斜槓大挑戰

文／晉麗明

名人講堂 Celebrity Talk

16 台灣科技大學教授
盧希鵬——隨經濟：
77個思維模型

文／天下文化出版社

經營廣場 Business

20 新經理人的關鍵成功方程式

文／顏長川

25 跨界人才正當紅

文／LinkedIn



A p.16 台灣科技大學教授——盧希鵬



A p.28 東方美學內斂之作——觀自得



A p.49 明永樂 青花三友紋盤

玩味設計 DESIGN

28 以減法哲學凝聚恢弘大氣
用辦公空間創造幸福

文／李俊明

樂活人生 LOHAS LIFE

34 秋冬腸胃炎 嚴防集體感染
勤洗手遠離腸胃炎

文／蔡怡真



躍昇震旦 AURORA NEWS

38 震旦集團邁向54週年 追求永續經營
打造友善環境的美好辦公生活

圖·文／震旦集團

40 國防醫學院三軍總醫院
醫用3D列印中心正式啟用
導入3D醫療解決方案
讓精準醫療再升級

圖·文／通業技研

震旦博物館 AURORA MUSEUM

42 巧讀·智解
玉見設計特展圖錄正式發售

圖·文／震旦博物館

藝文饗宴 ARTS PLAZA

44 古器物學講座
——明永樂青花瓷研究專題(10)
一元多式直口雙耳扁壺形紋設計

文／吳棠海

48 震旦博物館叢書介紹——戰國玉器

文／吳棠海

49 館藏精粹賞析
——明永樂 青花三友紋盤

文／吳棠海

愛心公益 LOVE ACTION

50 第四屆「傳善獎」得獎機構系列報導(二)
翻轉中型社福機構 成為創新典範

圖·文／震旦集團

52 震旦人公益行動「溫暖隨行」
甜甜幸福 暖暖祝福

圖·文／震旦集團

53 協助建立「台灣鑑識科學圖書中心」
完善專業圖書資料庫

圖·文／震旦集團

不被淘汰的能力

想在工作上與時俱進，不因時間而遭職場淘汰，唯一的方法就是養成習慣，有計畫地不斷延展你的專業能力。

編譯／大師輕鬆讀



看更多精彩內容



未來的職場已經在現今幾股大趨勢的帶動之下迅速成形，這意味著你必須不斷調整自己對於工作的要求，才有辦法因應最新的情勢。延展能力的當務之急可以拆解成3項個人要務，有助於拓展你目前的職業生涯。

要務 一 取決於你

大家都想要訓練精良的人才，但極少公司有周全的計畫來培養這種人才。如果希望未來仍有就業力，你必須對自己的教育訓練和生涯發展計畫負起責任。如果還想要晉身領導階層，就必須自己創造需要的訓練機會。要實現第1項要務，關鍵做法有二：

1. **即時學習**——希望現在和未來同樣具有就業力，你必須持續不斷學習，不因離開學校而停止學習。一般來說，學習模式通常是70:20:10：也就是70%是非正式地來自工作過程。20%的學習來自教練、主管或導師。10%的學習來自正式課程或訓練計畫。有鑑於此，你該充分把握每個可能的非正式學習機會，這些機會非常重要，可以幫你延展未來的潛能。
2. **願意學習新事物**——若想放開心胸，做好準備迎接瞬息萬變的未來，必須願意主動迎向各種可能性，不斷嘗試新事物。

要務 二 創造選項

即使你眼前已經有一條非常明確的職涯道路，世事仍然很難預料，所以除了A計畫和B計畫之外，你必須再為未來的就業多創造一些選項。要實現第2項要務，關鍵做法有二：

3. **建立高度多元的人脈**——想為未來做好準備，沒有一體適用的方法。你需要更多選項，方法是培養多元而且持續擴大的人際網絡。人脈網絡要有非常支持你的人，也要有會鼓勵你做新嘗試的人。
4. **積極累積新的經驗**——累積經驗有時是蛋生雞或雞生蛋的問題，大家總說：「你不可能不靠經驗得到這份工作，你也不可能不靠工作獲得相關經驗。」要避免這種窘境，你應該盡你所能地尋找各種累積經驗的機會。經驗愈多元，你所能養成的技能就愈廣泛。

要務 三 追隨夢想

無論職涯道路為何，你對未來的人生一定有些想要達成的希望和願望。挫敗無可避免，但要在遭遇挫敗之際，依舊保有奮發向上和改變世界的動力，你需要韌性和正確心態。最後第5項做法即直通這項要務：

5. **想辦法百折不撓**——作家J·K·羅琳曾說：「人生不可能沒有失敗，除非你小心翼翼到根本不曾真正活過，要是這樣的話，其實也是一種失敗。」積極累積經驗，並從工作環境發生的好事和壞事充分學習，這些都是你自己可以掌握的事情。接受既定事實，保持樂觀。主動尋求回饋，然後竭盡所能從失敗中學習進而振作起來。只要接受失敗和拒絕，它們就可能是再好不過的老師。**A**

斜槓 人生

SLASH

Hello!



CHAPTER 1
職涯新趨勢——斜槓人才強勢來襲
企業準備好迎接了嗎？



CHAPTER 2
多元職能時代
年輕世代的斜槓大挑戰

序言／蘇美琪；文／林由敏、晉麗明

除了本業你還擁有什麼？

用「專業」做後盾，你可以擁有不一樣的多元人生。

What else do you have in addition to your core business?

You could enjoy a different and versatile life with

"profession" as support.



Chapter 1
職涯新趨勢——斜槓人才強勢來襲
企業準備好迎接了嗎？

文／林由敏·中華人事主管協會執行長

「斜槓青年」是一個新概念，來源於英文「Slash」，其概念出自《紐約時報》專欄作家的書籍《雙重職業》。因越來越多的年輕人不再滿足「專一職業」的生活方式，而是選擇能夠擁有多重職業和身份的多元生活，這些人在自我介紹中會用斜槓來區分；於是斜槓便成了多元職業的代名詞。

企業及上班族要如何剷除這些不安、突破窘境？

台灣地區2017年人力運用調查報告顯示，僱用型態產生明顯變化，其中「非典型就業人數」更是首度突破80萬人！再者，擁有

專欄作家、自媒體人、健身教練等多重身份的Susan Kuang所撰寫的「斜槓青年」一書暢銷，「斜槓」（slash/）一詞也開始蔚為火紅，不論是文章報導、各式斜槓相關書籍相繼出版以及社群媒體不斷強力放送，引發廣大討論，斜槓青年開始如雨後春筍般的冒



看更多精彩內容

出，這股新就業趨勢下興起的觀念，成為年輕人追求多元人生的方式。

斜槓人生的生涯發展模式來臨

隨著全球快速發展，工作型態也開始產生變化，未來傳統工作可能會被取代或消失，而大數據分析、人工智能等相關工作需求相應地大幅增加，當大家疑惑著自己的工作會不會被機器人或自動化取代的同時，職場工作者所擁有的單一專業技能也已經不足為奇。

此外，加上網路無遠弗屆，知識的傳

「斜槓」引領著多職業多收入的趨勢，讓專業的興趣也能有一番令人刮目相看的成就。

遞和學習方法不再受限，許多優秀的人才更是跳脫傳統朝九晚五的上班模式，甚至不一定在企業內工作，而是悉心經營屬於自己的多元多職人生，讓生活更加充實有意義。

斜槓同樣是身兼數職，但和「兼差」不同之處是能夠將自己的興趣、愛好發揚光大，成就多收入！以往長輩們給予的職涯建議總會以「興趣不能當飯吃」來奉勸年輕人選擇有「錢途」和「錢景」的工作或事業，但是時過境遷，「斜槓」引領著多職業多收入的趨勢，讓專業的興趣也能有一番令人刮目相看的成就。

Z世代×斜槓=多元成長

根據資料顯示，斜槓族多集中於千禧世代及少部分的Z世代。隨著千禧世代逐漸成為職場主力，從小在數位科技環境下成長的Z世代（1995~2000年後出生的人）也即將邁入職場，這兩世代比起其他世代更加重視工作的意義與職涯發展，既務實又懂得如何善用科技工具來勝任多職身分。

而細數斜槓人才的特質，除了創意思考、具備絕佳的自制力、學習力、整合力、時間管理，勇於開創也是不可或缺的

條件。他們不像以往工作者只有謹守本分埋首工作，而是抬頭實幹、重視生活態度，致力於結合工作與生活模式，讓工作可以是生活，而生活也是工作至關重要的一部份。

企業要「迎接」斜槓人才而非「虛應」

目前新世代人才及斜槓人才或許還沒造成太大的衝擊和影響，但是未來勢必會逐漸蔓延開來，成為全球職涯新趨勢。《一流企業都在用的人才策略》一書中提及：「企業往往不曉得該如何定義人才，更不用說管理了！」未來不論是能夠適應產業變化或是推動人才管理革新，已是每個企業勢在必行的關鍵能力，管理者及人資已經準備好面對這些改變、迎接這些人才了嗎？

現行企業的传统雇傭關係和管理制度能夠吸納這群新世代、斜槓人才加入嗎？因應這股斜槓的新興就業風氣，身為企業的管理者，除了我們的管理思維必須與時俱進之外，如何貼近這些人才做出什麼改變？而人資身為企業人才晉用的把關者，更要思考如何開啟與斜槓求職者的對話，打造適性的工作環境和制度，創造企業更高的績效與獲利！

強化HR的選才適性能力

對於斜槓人才，除了尊重與接納，企業更應該要能夠挖掘出其多重潛能與工作職位的適配性。

通常大多數的企業挑選人才時倚重經

對於斜槓人才，除了尊重與接納，企業更應該挖掘出其多重潛能與工作職位的適配性。

驗值，在徵才條件上會要求需相關科系（所）及具備數年相關的工作經驗，然而斜槓人才專精不只一項，舉例來說，他可能大學讀藥學系，畢業後成為藥劑師，因為喜歡旅遊隨後又去考外語及導遊執照，經常帶團出國旅遊，既是專長所學又是自己的興趣愛好，甚至能夠跨界應用。

因此，企業在面試這些人才時，除了詳實評估工作勝任與否，亦應能夠透過特殊面談技巧深入發掘其適性多元發展程度，避免因傳統選才方法而錯失良才。

了解斜槓人才真正在乎的是什麼？

其次，除了提供靈活的工作時間和空間、明確的職涯發展藍圖，更重要的是讓他們能夠不受限的揮灑學習力和創造力，將自己的內心需求和熱情，全心全意注入在工作上。

企業可以提供多元豐富的訓練課題，建



構出完整的一套同仁長期的發展計畫與制度，而不是只針對工作上所需、能夠達到立即成效的技能加強訓練，這對於他們來說太過於索然無味了！

人資單位可以依各部門劃分出不同主題和相對應的課程、證照，同時規劃課程得分制度讓斜槓人才能夠依興趣選課進而強化、發展成專業技能，並成為日後內部輪調、績效考核、升遷的依據。另一方面，透過如此完善的育才制度也能夠成為吸納人才的活廣告，營造出企業愛才的正面形象，吸引這群主觀意識強烈、甚至是意見領袖的優秀人才主動加入成為夥伴。 **A**

微軟創辦人比爾·蓋茲曾言：「心態是影響個人學習、成長、人際關係、終身成就、人生道路的最重要關鍵。」現今企業及人才均須擁有快速學習的特質，才能夠適應各種變動。隨著傳統就業類型的式微與斜槓工作者的崛起，企業若要永續經營，就必須懂得未來的世界在等待哪一種人才，並且加以整合、運用各式人才的價值才是致勝關鍵！





Chapter 2 多元職能時代

年輕世代的斜槓大挑戰

文／晉麗明·104資深副總經理

最近，職場上最流行的語彙，就是「斜槓」青年；上班族朋友碰了面，都會相互問候近況，面對大環境的挑戰與壓力，彼此不再鼓勵貿然創業、轉職、換東家，而是相互勉勵，積極佈局「斜槓」職涯，來提升長遠的職場競爭力！

年輕世代，仿佛也在工作機會不多、薪資負成長的危機中找到一線生機，將「斜槓」視為未來努力及突破職涯瓶頸的重要方向！

媒體的推波助瀾、年輕世代爭搶舞台、追求職場定位的趨勢下；「斜槓」成了全民運動，大家都想成為新時代的先驅者，藉由

「斜槓」思維的加持與實踐，成為人生與職場的東方不敗！

如何正確面對「斜槓」趨勢？整裝待發的年輕人站在時代的風口上，如何從專業的養成，經營多元專業、多元舞台、多元發展的「斜槓」人生，讓我們藉由本文，來建構與強化具有超級競爭力的「斜槓」DNA！

創新的思維、網路的匯流，讓現在的社會，產生有別以往的重大改變，驅使「斜槓」成為跨世代的職場主流。

流行不可追，趨勢不可擋！

全世界都進入翻轉思維的情境中，凡事都變得有可能，當Google進軍汽車產業、7-11從超商零售跨入健身市場；義美賣起保時捷跑車、生產空調設備的格力要投入手機製造的殺戮戰場、科技大廠投資植物工廠，3C家電大廠賣起咖啡、下午茶，所有的產業與商品都進入跨界整合的新時代！

創新的思維、網路的匯流、資訊鋪天蓋地的重組與連結、行動裝置連結了整個世界！

世界變得精彩可期，上班族也開始「不安於室」；以往「專注本業」的時代，企業與個人顯得傳統且保守；未來「不務正業」將成為主流思維，人類廣闊且多元的能力與興趣，在新經濟的衝擊下，受到激勵與啟發，將會激盪出嶄新的火花與商機！

多元專業的時代來臨了

從小到大，我們被教育成為一個「學有專精」且「擁有專業」的人才；那個年代，大家都將工作視為一生的職志，希望把一件事做到最好；許多功成名就的成功人士，成為各領域的佼佼者或是專業達人，受到世人的

尊敬與崇拜；然而，現在的社會，產生了有別以往的重大改變，驅使「斜槓」成為跨世代的職場主流：

- ① 知識與科技的快速變動，人們很難專注在同一領域發展！
- ② 創新多元思維成為主流；單一工作與專長無法帶給上班族成就與滿足！
- ③ 產業跨界帶動人才跨域發展，擁有多元專業的人才炙手可熱！
- ④ 觸類旁通、異業結合，成為斜槓人才，才能展現不同的價值
- ⑤ 科技取代人力，企業持續精簡人力；擁有多元專業與舞台，才是維繫職場定位可長可久的保障
- ⑥ AI結合大數據，將會快速取代簡單、重複性高的工作！
- ⑦ 關燈工廠的下一步就是關燈辦公室，只會一項專長的上班族將被取代，即使是醫師、律師、會計師，如果不跨界經營，也會失去競爭優勢！
- ⑧ 人類壽命延長，「終身工作、不退休」成為職場趨勢，多元專業的斜槓發展，將會普及化！

兼差、打工，你離斜槓還很遠

許多人很開心，因為自己利用閒暇時間兼了家教、打工的差事，可以賺取時薪150元的外快，覺得已經邁進了斜槓的世界；其實兼差打工與斜槓的差距很大。

斜槓不是頻繁轉職、不穩定的代名詞；而是善用多元職能及寬廣職涯發展的積極意涵！

多做幾份工作，用時間與體力換取金錢，是以往多職人的概念，比較著重在強化經濟能力、增加收入；從換取對價的角度來出發，屬於短期、暫時性的舉措。

斜槓真正的理念，則著重在志趣及價值的導向，藉由自己的熱情與強烈的企圖心，從現有的專業向外延伸；例如專業的銷售人員，本於熱情及分享的初衷，在網路上分享業務談判、經營客戶的技巧，成為網紅、自媒體或是藉由出書及演講，變身作家及講師。

或是融合不同的專業，揉合成新的創意，例如心理師結合美術或是音樂、園藝的專業，成就另類的抒壓療法；此外，企業專業經理人，可以成為旅遊達人、藝術鑑賞家；人人都可以藉由興趣與學習，變身廚師、畫家、作曲家、演奏家。

藉由斜槓，轉換不同的心情，展現不同的價值，也成就不同的生命與職涯！

你有斜槓的本錢嗎？

人人都可以成為新時代的斜槓青年！但是，要成為優秀且無可取代的斜槓高手，有以下幾個重要的條件；區分為硬實力與軟實力：

A. 成為斜槓青年，須養成的硬實力：

1) 先從精熟一項專業開始——因為斜槓是不同專業的結合，不是整合一堆半吊子

的能力；先具備一個專業能力，是向斜槓發展、前進的基礎。

- 2) 由培養多元的興趣出發——找出自己有潛力、具發展空間的領域，規劃完整的學習計劃。
- 3) 結合趨勢發展與新知識及新技術——能讓你的斜槓專業，更具競爭優勢！

B. 成為斜槓青年，須具備的軟實力：

- 1) 有效率的時間管理及自律能力——讓你在有限的時間，不斷掛上斜槓的標籤與徽章。
- 2) 不斷求變、創新——讓你的斜槓價值更高，也更有成就感！
- 3) 人脈是拓展斜槓的重要觸媒——有了人脈的加持，你的專業會被更多人肯定。
- 4) 堅持是成事的基礎——想要高人一等又增添人生的色彩與價值，成為斜槓人才，堅持是一種必要的美德。

變化快速的時代，不要平凡過日子

斜槓不是頻繁轉職、不穩定或是見異思遷的代名詞；而是善用時間與心力、多元職能及寬廣職涯發展的積極意涵。

台積電創辦人張忠謀說：「加速的社會，年輕人需要早點成熟，不能太慢；30歲還不能有出人頭地的跡象，這不太好；假如到了40歲，還是平平凡凡，這就很不好！」

多元、競速的時代，加快了學習的腳步；



也拉近與成功的距離；人人都能善用資源跨足多項領域的發展；在斜槓職涯的經營上，大家都站在相同的起跑點，只要有心、有行動力，就能心想事成！

在加速的時代，「多元知識」加上「分眾市場」等於更多的市場間隙與機會；大家必須有自己的斜槓發展計劃，不要平平凡凡過日子。

創造無限想像的未來

如果你已是斜槓人才，恭喜你能與時俱進，在競爭的環境中，強化競爭優勢；假如年輕朋友正要跨進這個嶄新的世界，你必須從學生時代，就開始拓寬學習的視野，同時放寬胸襟，擁抱不同的專業與技能；並且，試著讓自己發光發熱，開始創造成功的故事。

機器取代人類的現象，是現在進行式，大數據加上AI的發展，快速取代單純、例行的工作；不論因為危機意識或為了多元發展，人人都是斜槓人才的時代，已經來臨！**A**

如果，你不想被時代的趨勢淘汰；如果，你希望在職場上有立足之地，勇於接受斜槓發展的挑戰，讓自己具備多元專業；你會發現，成為斜槓人才，可以開創更多元的人生樣貌。





台灣科技大學教授——盧希鵬

隨經濟：77個思維模型

圖·文 / 天下文化出版社



看更多名人大師

「隨經濟」是指在隨處科技的發展下，「時間」與「弱連結」將成為新經濟活動中的有限資源。隨處科技不僅節省了我們的時間，占據了我們的時間，也鎖定了我們未來的時間。

名人檔案

台灣科技大學教授 **盧希鵬**

台灣科技大學管理學院專任特聘教授，曾任管理學院院長、應用科技學院院長、EMBA 執行長、電子商務中心主任等職務。連續多年被票選為 EMBA 最受歡迎名師，並受邀出席阿里巴巴網商大會，與馬雲同台主題演講。

新商業文明的五種現象

人類與猴子最大的不同在於工具的使用，人類學家依照人類使用工具的習性，將史前文明分成石器時代、青銅器時代、鐵器時代，之後又依照生產方式將人類的經濟活動定義為農業時代、工業時代、互聯網時代，每個時代都有著不同的生活習性與文明。

文明指的是因為人類生活習性所衍生出來的軌跡，過去通常是以地域或城市為區分。如果依照這個定義，網際網路是人類有史以來活動最廣的地域，網上的人類習性與實體有許多差異。從這個角度來說，互聯網的世界應該算是一個新文明，當我們思考電子商務的商業發展時，思考的已經不再只是交易與經營模式，更是使用這些在網上交易人類的新生活習性，以及這些新技術與新習性產生的新商業文明。

如果一百萬年後的考古學家，在互聯網的世界中發現了這個時代的文明（事實上已經無法挖掘），他們會如何描述隨經濟下的新商業文明呢？我認為應該會包含隨處科技、隨社會、隨商業、隨組織與隨價值五個部分。

隨處科技：時間將成為有限資源

當大家都認為「時間是服務」的時候，我卻不這麼認為，我認為「時間是有限資源」。

人類文明的進展，來自於新工具的使用。隨著手機、物聯網（O2O commerce）、社會媒體（Social media commerce）、智慧城市（smart city）、FinTech、全渠道（Omnichannel）相關工具的產生，讓時間繼品質、服務、體驗之後，成為新文明中的有限資源。因為生活與交易都要花時間，所以如何使用零碎時間、延長使用時間與鎖定未來時間，都成為新工具發展的三大策略。

隨社會：相信陌生人

在隨經濟中，陌生人的推薦與意見，逐漸取代了企業公關發言人的地位。人們厭倦了公關發言人的商業包裝，品牌的定義權，逐漸由企業轉向鄉民陌生人的言論。未來要建立陌生人的可信度，必須要建立一種對個人信用徵信的大數據基礎建設。隨社會是一個以個人化（Personalization）為主的新社會，使過去以母體為主的統計學，晉升到以個人為分析單元的大數據智能。



隨商業：個人化的商業環境

企業品牌將逐漸被個人品牌所代替。過去我們坐計程車，司機的品質是由企業品牌所把關，現在坐Uber，你能知道司機的品牌。過去，存在銀行的錢，借給誰由銀行把關，現在，在Lending Club上，你可以知道借你錢的人是誰？你知道對方的用途、信用評等，以及該有的利息。對於買賣雙方的資訊透明度更為透明。這是一個去中心化的世界，過去二十年，中心化的思維建立了網際網路電子商務的效率，但是中心化的通路平台也讓買賣雙方的資訊不明。網際網路的本質是沒有中心的，是一種P2P 的商業模式，未來二十年，中心化的電子商務，將逐漸邁向去中心化的隨經濟。

過去的商業活動圍繞在「make and sell」

（先製造再銷售），CtoB 的銷售，則是一種「Sense and respond」（先銷售再製造）的隨商業。

隨組織：顧客即夥伴，跨越組織的界線

當大家都認為「顧客是被服務者」的時候，我卻不這麼認為，我認為「應該要建立顧客參與架構，顧客可能比企業更專業」。

誰最了解顧客的需求？是產品設計者，還是顧客服務人員？是服務顧客的第一線人員，還是高高在上的高階主管？其實都不是，是顧客他自己。所以，顧客不再只是服務的接受者，組織的疆界將會模糊，顧客不再只是顧客，而是企業的夥伴。在新的組織架構中，我們必須要讓顧客或生態系統成員參與。舉例來說，有次BMW 總部收到一位

當大家都認為「利用別人來賺錢」很重要，但現在「讓別人利用我賺錢」才是新經濟的思維。

美國紐約顧客的來函，表明這款車的頭燈設計很差，於是幫忙重新設計一種新款式，後來發現這位顧客是美國著名的設計師，是這款車型的主要目標顧客。過去，我們以為顧客就是顧客，現在，我們必須理解，顧客中有許多專業，可能比企業更專精。所以企業開始提供API（應用程式介面），讓使用者自己開發自己想要的程式。

此外，時間如果是寶貴的資源，一種更有效率管理工時的「零工經濟」（Gig Economy）也會漸漸浮現。

隨價值：利他的生態價值思維

當大家都認為「利用別人來賺錢」很重要的時候，我卻不這麼認為，我認為「讓別人利用我賺錢」才是新經濟的思維。

在隨經濟下的新商業文明中，有一項重要的思維，就是利他。過去，我們習慣利用社會資源與夥伴來幫助我賺錢，現在，我們需要學習讓社會資源與夥伴來使用我賺錢。利己的價值觀是利用別人來賺錢，當大家都利己時，就成了分食一張餅的競爭思維。利他的價值觀是讓別人利用我來賺錢，是一種生態的概念，也就是過去我們只想到自己的財務報表，在生態的合作策略中，必須要



想到別人的財務報表。當大家都要利用我時，我怎麼能夠不賺錢呢？像是諾基亞手機只想到如何使用網際網路，蘋果智慧手機想到的卻是如何讓別人來用我賺錢，於是產生了數十萬種App，蘋果怎麼能不紅呢？隨經濟是一個新的商業文明，這是人類進化的軌跡。為什麼有許多隨經濟的商業創新不成功？我們又怎麼能在舊商業文明思維中使用新工具呢？值得大家深思。 A



好書推薦

《隨經濟：第二曲線的77個思維模型》



作者：盧希鵬
出版：天下文化出版社

新零售權威盧希鵬教授匯集兩岸經驗，建構 77 個隨經濟思維模型，讓你毫不費力再創個人與企業成長的第二曲線！



Success=3C+10A+6R+12D

新經理人的關鍵成功方程式

文/顏長川·台灣中華電信資深顧問

在新經濟的新零售下，「智慧手機」隨處一按，就可解決人生六大需要—「食衣住行育樂」，這不是天方夜譚的科幻小說，而是活生生擺在眼前的現實。在千變萬化的「五代同堂」的未來職場中，「新經理人」如何面對「Z世代」的衝撞？自有一套關鍵成功方程式（Key Successful Formula，簡稱KSF）！



看更多精彩內容

資通 訊業的「5G」世代，帶給大家「百倍」的速度感，應用「AloT、Blockchain、Clouding、Data、Edge-computing、FinTech等」技術，把「人、機、物」全部串聯起來，使人人都在「智慧城市」的「智慧家庭」中過「智慧生活」成為可能。

新經理人面臨的新3C時代（3C）

新經濟的新經理人可向《冰山在融化》的企鵝學「商場敏感度」、向《誰搬走了我的奶酪？》的小老鼠學「危機急迫感」、從《十倍式時代》得到「預測變局，創造轉機」的啟示，從《瞬時競爭策略》得到

新經理人必須應用轉念、換角度、切換、逆轉勝、精神勝利法等技巧，從「NO」調整為「YES」。

沒有「永久競爭優勢」的警惕，因而體會出「把變化（Changes）帶來的挑戰（Challenges）視同機會（Chances）」，也就是所謂的新「3C」；同時，淬鍊出「能跨敢變夠快」的六字心法。各行各業先以「變化、挑戰、機會」為橫軸；再以「產業、組織、個人」為縱軸，矩陣出「九宮格」，作為面對新3C時代的因應之道，以資通訊為例：

新經理人必須應用「轉念、換角度、切換、逆轉勝、精神勝利法」等技巧，把原來充滿負面想法的心態，從「NO」調整為

「YES」；也要對「改變」和「創新」的角色，做一番再認知：不變應萬變行不通了，至少要隨機應變，最好能不變也要求變；「不創新，即死亡」早有耳聞，內外部新創要雙管齊下，不斷地改善就是創新，不斷地創新，就是未來。

新經理人必須歷練10個面向（10A）

新經理人在職場存活的法則，可從10個面向（Aspects）去探討；即先融合「職場的相對論」，再踏穩「工作的三步驟」，最後熟悉「經營五字訣」，一步步循著職涯天梯往上爬。每個人的職涯都會從「職場的相對論」如：「做事vs.做人、管理vs.領導、左腦vs.右腦、人才庫vs.知識庫、正式vs.非正式、物質vs.激勵、工作vs.生活」去專精其一，後來發現老闆想的跟我們不一樣，必須兩者兼備，因此，趕緊把「vs.」變成「+」；把「相對論」變成「融合論」。

附圖：資通訊業面對新3C時代的因應之道

	Changes 變化	Challenges 挑戰	Chances 機會
產業	5G時代來臨 數位匯流 數位經濟/創新產業	5G→ABCDEF 多螢需求+行動支付 工業4.0（智慧化）	5G+4K/8K (MOD+OTT)/wallet+Points 智慧生活+智慧城市
組織	架構的改變 數據庫之需求 物聯網之運用	科層系統（功能、專業） 知識庫之運用 三創事業	網路系統（顧客、產品） CSR/CIS/KYC/VOC 新創子公司
個人	心態調整角色認知 專業之需求 人才庫之建置	官僚、管控、本位 電信+電腦+媒體 AI機器人	公僕、開創、整體 跨業（多能）

新經理人在職場的歷練會循著以下「工作的三步驟」前進：①「努力工作」——職場上的新進菜鳥，一來充滿好奇，二來求知若渴，因此，在主管或資深老鳥的悉心指導下，會很努力工作；但事情沒有想像的那麼簡單，挫折難免，當初的熱情冷卻，工作能力未養成，陷入困境，工作很努力，績效卻不彰；②「聰明工作」——陷入困境的菜鳥

經過主管雙管齊下協助脫困之後，就學會聰明地工作，他會聚焦在關鍵工作上且先做重要又緊急的事，活用6W2H法則提案，運用PERT（計劃評核術）掌握有限資源，用魚骨圖找原因，用Brain-storming找對策，效率至少提高一半以上；③「快樂工作」——資深的職場老鳥，工作能力強，意願也高，有很強的獨立作業能力；他很喜歡當家做主，



新經理人必須做對6件事（6R）

傳統的職場上，新官上任會點這三把火；新經濟的新經理人上任要提問這三個問題：「管理是什麼？領導是什麼？策略是什麼？」；大家公認：管理是「運用有限資源創造最高合理成效」，領導是「透過他人把事情完成」，策略是「決定要做什麼和不做什麼」；管理和領導是新經理人的兩把刷子，而策略是Make a difference，執行是Make it happen。新經理人搞清楚這三個「大哉問」之後，才能期望他們可以成為一個呼籲：「We are family」的好老闆、一群呼籲：「We are partners」的好主管、一群拍胸膛說：「We are the best」的好部屬，才能締造出一家基業長青的幸福企業。

傑克·威爾許（Jack Welch）說：「人對了，事就對了。」，華倫·巴菲特（Warren Buffet）說：「找對的人做對的事。」，吉姆·柯林斯（Jim Collins）也說：「找合適的人上車。」；可見大家都在找心目中的「Mr. Right」。根據一個資深HR人員的經驗談：一個職位必須至少輪調過五次，才能勉強找到它的「Mr. Right」；顯然，「適才適所」是最高指導原則。一家高績效企業的新經理人必須要能複製對的主管、建構對的平台、甄選對的部屬、輪調對的位置、教練對的方法和聚焦對的事情並且做得「好、快、樂」（意思是又好、又快、又樂，即品質、速度、樂趣三者兼備）；這就是所謂的「6R」。如果「6σ」（六標準差）是品質管理和流程改善的特效藥，「6R」就是打造高績效企業的萬靈丹。

能把興趣當工作，把工作當事業，每天快樂地工作，不但能苦中作樂且能樂在其中。

資深的企管專家融合多年的經驗，將企業五大功能濃縮為「產、銷、人、發、財」；資深的企業人士再根據這五個字，也分別發展出五個字，號稱為「經營管理五字訣」：

- 1) 生產：人、機、料、法、環；廠長只要把人和機器搞定，各種用料充足，規章制度方法齊備，並營造5S的生產環境，加上預備的應變計畫，每天就可高枕無憂了。
- 2) 銷售：無、有、優、廉、跑；業務主管常念念不忘這樣的口訣：「人無我有、人有我優、人優我廉、人廉我跑」。
- 3) 人資：徵、選、育、用、留；所有主管都是人資主管，「徵親仇、選對人，育才、用其才、留好人」是最高指導原則。
- 4) 研發：思、創、代、專、先；研發人的共同專業和信仰就是思考和創新，代工也會立大功，專利也可賣錢，研發人應走在行銷人之前。
- 5) 財務：真、嚴、效、活、細；財會人員要有求真的精神和嚴謹的紀律，才能產生有效的財務報表和分析；靈活和細心是財會人員的特質。

附表：新經理人的KSF=3C+10A+6R+12D

公式	項目	關鍵字	重點說明	特色
3C	變革 (Change)	因應變革	不變應萬變，萬變應萬變，不變也求變	能變
	挑戰 (Challenge)	跨越	跨部門、跨專業、跨世代	敢跨
	機會 (Chance)	正向思考	將挑戰視同機會，機會稍縱即逝	夠快
10A	相對論	versus	列表比較，凸顯異同	either or
	融合論	plus	兩者都要，融合異同	both
	努力工作	work hard	建立正確的工作心態	3信、3堅、3專
	聰明工作	work smart	創造卓越的工作條件	3識、3創、3本
	快樂工作	work happy	累積堅實的工作歷練	3歷、3業、3生
	生產	產	人、機、料、法、環	智慧工廠
	銷售	銷	無、有、優、廉、跑	新零售
	人資	人	徵、選、育、用、留	人才庫
	研發	發	思、創、代、專、先	知識庫
6R	財務	財	真、嚴、效、活、細	虛擬貨幣
	對的主管	複製	有料可學，有心肯教	自主管理
	對的平台	建構	Job Description, SOP, ISO, Benchmark	Godfarther
	對的部屬	甄選	不懂就學，不會就問	終身學習
	對的位置	輪調	每一位置輪過五個人才能找到它的Mr. Right	適才適所
	對的方法	教練	內功、外功、心法	好主管
12D	對的事情	聚焦	活用80/20法則	抓大放小
	專業	證照	各種專業證照護身	變形上班族
	電腦	mobile	人腦+電腦，萬物皆聯網	AIoT
	語言	工具	語言是別人無法剝奪的資產	多多益善
	能說	演講	溝通的四通八達：看、聽、問、說	講座分享經驗
	會寫	著作	個人知識管理 (PKM)	專欄作家
	時間	管理	時間就是金錢	一天有25小時
	人脈	經營	人脈就是錢脈；貴人，您在何方？	九同之說
	健康	工作、生活	健康就是財富；健康第一	三角平衡
	財富	金錢萬能	你不理財，財不理你	沒錢萬萬不能
	提案力	積極	創意×可行性	內部+新創
	執行力	落實	沒有執行力，那有競爭力	成果導向
持續力	堅持	戲棚下站久了就是你的！	永不放棄	

各行各業在敲定年度業務目標時，若先有年底交出「極大化績效」的心態，則年初就敢承諾「挑戰性目標」；經過一年的努力，高績效企業可能有「不能說的秘密」；低績效企業可能有「不願面對的真相」；但無論如何，基業長青的新經理人必須做對以下的6件事，茲分述如下：

- 「對的主管」——是所有部屬的典範，也是高績效企業的領頭羊，複製愈多愈好。
- 「對的平台」——將ERP、SCM、CRM、ABC、BSC、EVA等建構成一套的IT系統。
- 「對的部屬」——先開出「人才需求單」，再用「行為式面談」去甄選對的部屬。
- 「對的位置」——把對的人輪調到對的位置上；時時檢討：「有沒有擺錯的棋子？」。
- 「對的方法」——教練部屬用對的方法做事且做得好快樂。
- 「對的事情」——聚焦關鍵工作，也就是對績效有重大貢獻的事。

新經理人必須進行12項修練（12D）

這年頭，各行各業必須運用各種行銷手法以贏得眾多消費者的青睞，甚至是個人也要講究「自我行銷」，才能出人頭地，吸引無數媒體的鎂光燈；川普是大家公認全球最會行銷自己的人，居然用twitter把自己賣進白

在職場打滾多年的人士都知道「步步為營」的道理，如何踏出正確的第一步是首要之務，否則容易一失足成千古恨；一旦步入正途，就要想辦法比別人快一步，先卡位要緊；永遠要先預想下一步，隨時學些新把戲，以備不時之需；「自我管理」的最佳口頭禪是「What's next?」而非「So what?」；綜合加總上述的31張卡片（3C+10A+6R+12D），可打出一副好牌，新經理人的成功方程式就是Success=3C+10A+6R+12D。

宮成為美國總統，目前正在全球各地興風作浪，捲起千堆雪，成為全球最大咖的網紅，人人爭相仿效。

「專業、電腦、語言、能說、會寫」是職場人士的五大核心競爭力，「時間、人脈、健康、財富」是人生四大寶貴資源，「提案、執行、持續」是職場三大特質；新經理人必須「自我修練」這12項，才能贏在起點，成為職場贏家（Winner），茲分述如下：

- 1) 專業：沒有一萬小時別談專業；期望成為變形上班族。
- 2) 電腦：行動工作者隨時在旅途中，永遠聯絡得上。
- 3) 語言：語言是一項終身資產，英語是第二官方語言，程式語言是另類需求。
- 4) 能說：能言善道是基本。
- 5) 會寫：你有九把刀，我有一把槍。
- 6) 時間：時間是一把雙面刃，一天有25小時。
- 7) 人脈：九同之說，貴人！你在何方？智慧老人！你在哪裡？
- 8) 健康：養生有術，長命百歲。
- 9) 財富：錢不是萬能，沒有錢萬萬不能。
- 10) 提案：創意×可行性，Mission: I'm possible
- 11) 執行：績效是硬道理，年齡不是問題。
- 12) 持續：續航力，戲棚下站久了就是你的！**A**



職涯規劃必備專長

跨界人才正當紅

文/LinkedIn·領英是全球知名的職業社交網站，《財富》500強公司商業人士使用

傳統的職業生涯規劃往往告誡職場人工作只求穩定，而「跨界」則意味著又要從頭再來、重新上路，這並不利於職業規劃？如果這麼想，你真的OUT了，因為「跨界」正當紅。

「跨界」在英語稱為「crossover」，說白了就是在一個十字路口（cross）重新決定要到哪條路上去（over）。想像一下這個畫面，你的左腳還在原路上，右腳已經踩在新的起點上了，所以跨界是不同行業之間的合作與整合，如同我們在試衣間裡說的「混搭」，飯桌上說的「拼盤」。企業要在市場中掌握跨界的主動

權，必須從「跨界人才」找起。

以下盤點這幾年的跨界人才風潮：

1) 從賣風衣到賣「蘋果」

安琪拉·阿倫茲（Angela Ahrendts），自2006年起擔任Burberry（巴寶莉）執行長；但這位曾經的「時尚女魔頭」已轉投蘋果

(Apple)，出任蘋果零售高級副總裁，直接向蘋果CEO庫克彙報。阿倫茲曾經是英國薪酬最高的主管，現在則是蘋果內部薪酬最高的高階主管。

跨界總是需要更多夥伴支援，Burberry (巴寶莉) 的社交媒體主管穆薩·塔里克 (Musa Tariq)、Burberry數位及互動設計副總裁賈斯特·奇普菲爾德 (Chester Chipperfield) 先後於也追隨阿倫茲的步伐，轉戰蘋果。

2) 從造夢到造汽車

傑瑞米·塔克 (Jeremy Tucker)，曾經擔任迪士尼戰略行銷專案副總裁，負責迪士尼消費品和授權零售業務的推廣。加入Nissan日產汽車後，他被任命為市場公關與媒體部門副總裁。

一年一度的「超級碗」是美國第一大體育盛事，超過奧運會和世界盃。2014年的「超級碗」直播吸引觀眾超過1.1億，是美國史上收視率最高的節目。而在塔克的帶領下，日產汽車在「超級碗」激烈的廣告競爭中，靠著90秒的電視廣告重回「超級碗」。

3) 從做軟體到做咖啡

凱文·強森 (Kevin Johnson)，2005年成為微軟平台暨服務部門的負責人，在Vista的研發過程中取代了微軟Windows前負責人吉姆·阿爾琴 (Jim Allchin) (而阿爾琴從IT圈跨界到搖滾界，改行唱歌)。

來到星巴克之後，強森主管的是星巴克在不同國家和地區的運營、供應鏈、資訊技術和移動電子平台等業務。

互聯網時代為「跨界」帶來了無限的可能與未知的挑戰，唯有積極適應環境、主動自我變革，才能成為時代尖兵。

跨界風潮越演越烈

跨界在國際上已成風潮，而放眼世界高端人才市場，跨界似乎已經點燃了星星之火，並且有愈演愈烈的趨勢。

以大陸為例，原萬科集團高級副總裁、北京萬科總經理毛大慶宣布離職，隨後投身孵化器領域進行創業，原360負責智慧硬體合作的副總裁沈海寅從老東家離開，宣布出任智車優行聯合創始人兼CEO，從互聯網行業的職業經理人轉變為汽車行業的創業者。而1號店創始人兼董事長于剛、以及聯合創始人兼首席執行官劉峻嶺也已正式離開1號店，準備進軍醫藥行業好好發揮專長。

所以說，人才跨界越來越普遍，對於HR (人資) 來說，如果你還只盯著本行業的人才庫，那你就輸在起跑線上了？

在朋友圈被瘋狂轉發的一篇文章提供參考。這篇題為《相忘於江湖》的文章作者是前華夏幸福基業人力資源副總裁鄭雲端。

鄭雲端本身就是一位歷經多個行業的跨界人才，而作為華夏幸福的人才掌舵手，他帶領的團隊建立起一支橫跨地產、諮詢、快消、金融等多個行業的人力資源隊伍。他離開華夏幸福，轉往國內某知名互聯網企業，又完成了一次出人意料的跨界。

互聯網時代為「跨界」帶來了無限的可能與未知的挑戰，正如鄭雲端在致華夏幸福HR同仁的信中所寫的那樣：

這是一個HR最好的時代。互聯網正在拉平這個世界，人的重要性，無論是作為消費者還是勞動者，都比在工業時代更加突顯。得人才者得天下，得人心者得天下。HR在這樣一個時代，有無比的戰略重要性，有無限的空間和想像力。

互聯網正在解構傳統的商業世界，也在解構傳統的HR工作方式。人才的價值觀和工作方式、組織結構的形式在發生改變、合作的時間和空間理念在發生改變、人與組織和人與人的連接方式在發生改變。這個時代顛覆無處不在，如果HR不能與時俱進，不用許久，我們將面對一個無所適從的情景。 **A**



文章轉自：LinkedIn
領英是全球知名的職業社交網站

對你來說，這究竟是一個好時代還是壞時代？不論是面臨人才管理新挑戰的HR，還是面對經濟形勢、組織架構和知識需求都不斷變化的普通職場人，唯有積極適應環境、主動自我變革，才能成為時代尖兵。大浪淘沙，適者勝。





以減法哲學凝聚恢弘大氣 用辦公空間創造幸福

文／李俊明 · 圖／震旦家具、Vitra、Bene



看更多經典家具

隨著時代改變，近幾年辦公空間設計逐漸走向化繁為簡的風格。2018年5月，震旦發表針對企業高階主管市場的「觀自得」系列家具，以汲取「萬物靜觀皆自得，人生寧靜方致遠」的從容寫意為特色，傳承中式的內斂大氣與現代簡約風格；其設計營造柔和氛圍，讓辦公室也能有「家」的舒適感，甫上市便引起關注，引領「中式極簡」風格成為未來設計新趨勢。

高階 主管辦公家具，一向是各大主要設計品牌的一條重要產品線，不過東方與西方的著重取向，卻有不盡相同的趨勢。

歐美雖然還有部分品牌對強調氣派、莊重、厚實的主管辦公家具風格情有獨鍾，但很多強調「設計」的頂尖大廠，都早已著手

讓此類產品變得更輕巧、充滿摩登現代感；像是美國百年品牌Herman Miller、瑞士著名設計師家具品牌Vitra、奧地利辦公家具專業品牌Bene等，都不約而同強調將主管辦公室系列的線條簡化，從俐落清爽的線條中，體現工作環境的效率與紀律。

但在東方，企業的層級比較分明，因此以大氣室內設計，搭配充滿氣派的家具去突顯主管威嚴，形成另外一種常態。耐人尋味的是，東方消費者頗為偏好採用融入自身文化底蘊的產品，像是中國的盛世風情、日式的低調禪味，都成為東方主管辦公家具系列藉以突顯尊榮與差異的切入點。

歷時兩年時間才開發完成的震旦「觀自得」系列家具，以「減法設計」哲學為先，務求化繁為簡，讓高階企業經理人能在掌握效率、享受美觀的前提下，輕鬆面對工作，運籌帷幄，掌握先機。

為完整滿足現代辦公、會議、商洽的各種機能，「觀自得」系列涵蓋主桌、收納櫃、會議桌、沙發、茶几等全系列商品；而近年，震旦不斷檢視產品線與市場優勢，每年皆投入龐大研發經費進行新商品開發及行銷，透過兩岸銷售及研發人員的密集互動，確實掌握華人市場所需，進行整體形象與品質再升級。

在重塑產品、聚焦設計的前提下，震旦家具創新中心著手新一代產品開發，不但強調產品「個性」要鮮明，也要在無形中塑造一致的「震旦家族」調性，藉由產品傳遞品牌的氣味與調性，期待做到引領華人辦公家具市場潮流，因此一系列產品皆以「Better Work, Better Life」精神為訴求，強調「震旦讓辦公生活更美好」！

深究在地需求 推動新型態產品面世

關心設計的人會注意到，社會型態不斷轉變，工作模式也在隨之演進，以往偏向嚴肅、強調莊重的職場，現在也講求舒



Vitra Tyde Meeting Table



Vitra主管桌

適、溫馨，甚至在健康風潮下變得愈來愈有活潑、休閒感，辦公家具的需求與型態，也因此面臨更多挑戰與轉型。

最明顯的例子，就是辦公室隔間愈來愈少，強調通敞、易於溝通的趨勢愈來愈明顯，因此，企業對辦公家具的需求也隨之產生改變。甚至，就連看不見的氛圍因子，也在產品設計中佔有愈來愈重要的地位，像是「Well-being」（幸福感）這種很難界定的產品特色，便被震旦視為新一代產品的關鍵設計構成元素。

產品的分眾化、個性化，消費者擁有更多選擇和組合的可能，相對來看，在設計時需要列入考量的因素也愈來愈複雜。震旦家具創新中心便觀察到，鎖定主管市場的辦公家具，看似目標很明確，但其中消費者喜好等多因素會影響產品的成敗。

如何用產品營造出使用者的幸福感，並塑造品牌鮮明的特色，著實是一大考驗。「同樣是高階主管，但各地風土民情南轅北轍，對於產品色彩、尺寸、用料……會有著截然不同的偏好與認知」。



Bene主管桌



觀自得會議桌

因此如何在歧異當中，找出最大的共鳴，設計出叫好又叫座的產品，著實考驗設計團隊實力。震旦家具創新中心在開發新品時，便屢屢對大中華區的地域特性進行徹底研究「比方說，現今大陸大企業的主管辦公室，有些面積大到讓人難以想像，因此對主管家具的尺寸需求，就得不斷往上調整。」企業文化的不同，也會產生很大的偏好差異，像新創企業主管多半比較年輕，偏好明亮、簡約、流利的當代設計風格，而傳統產業的主管，相對會偏向強調氣派、氣勢或是沉穩等，各有所好。

運用現代生產工藝 營造沉靜大氣之美

回顧震旦多年來針對主管家具的研發並不是新鮮事，過往就曾推出過「經典」、「當代」、「禪風」三大系列，緊緊鎖定主管空間市場。

對自我定位為「華人家具品牌」的震旦來說，由華人文化汲取設計養分，一直是長期持續努力的目標，因此歷久不衰的「經典」系列以東方氣韻為訴求，涵蓋「大乾元」、「玉之華」、「明御」等系列。



收納櫃



大乾元



玉之華

「大乾元」以經典風為訴求，加入承古傳今的中國意象，由唐風與中式建築語彙汲取靈感，引入琉璃元素，淬鍊出中式工藝精神，傳達出雍容氣度與質感。而曾獲台灣精品獎的「玉之華」系列，靈感則來自故宮以及中國的傳承工藝，以深色木紋，加入龍紋裝飾的鋁合金把手，營造穩重大氣的對稱之美，「明御」系列則汲取明式古典家具精髓，營造溫潤人文風範。

相對之下，「當代」系列以「簡約」為主

軸，讓木質搭配金屬、玻璃等材質，營造輕巧與時尚品味。「禪風」系列則訴求低調，體現工藝細節，以「平衡自然」為出發點，既以強烈的水平線條延伸家具，讓木紋展現自然魅力，呈現大氣面貌，形成「空」與「靜」的氛圍。造型上則刻意不強調對稱，突顯沉靜與品味。

以上三大系列依主管職級與空間需求不同，而有不同配置組合，在市場暢銷達十年以上。



以平衡自然為出發，強調空與靜的氛圍。

魔鬼藏在細節之中 簡約裡更見質感

隨著時代潮流的更迭，2018年問世的鎖定中高階主管市場的「觀自得」系列，可以是禪風系列的升級更新，由長期合作的日本設計師再度操刀，延續過往的成功。

「我們與設計師合作的過程，並不是讓設計者天馬行空，而是先檢視現有產品與競爭對手的現況，洞察使用者的真實需求與痛點，擬定策略，提出產品需求，再由設計師進行發揮。」震旦家具創新中心解釋，以「觀自得」系列來說，設計過程便是以「減法策略」化繁為簡，反覆推敲產品細節。

『觀自得』主管桌，整體給人沉穩的意象，以不對稱的設計手法，營造出一種心靈沈澱後大度穩健的漂浮感，藉由桌面的水平延伸來實現這種平衡自然的禪風意境。光是這「水平」的視覺比例就調整了非常長的時間，以做到在極簡外觀下，藉由水平線條延伸，完美詮釋禪風意境。

講究優雅 讓空間兼具舒適與機能

仔細觀察「觀自得」細部，設計團隊讓桌面自然流露出木質紋理，用戶可選擇「北歐菩提色櫟木」以及「深色直紋橡木」等不同木質飾面。桌面中央，還加入優雅的黑色滑動皮墊，滑蓋下不但配置文具收納空間，隱藏於桌下走線設計，更可優雅收納電源通信線路與設備插座，讓桌面更顯整潔。

這種心態的轉變，即是強調辦公室也可以跟「家」一樣舒服！因此無論是單人、雙人或是轉角沙發，Cozy系列都可以十二款多彩面料，讓人隨心搭配，營造出舒適自在、充滿幸福感的辦公氛圍。



選用木質紋理，搭配黑色皮墊，更顯優雅大氣。

系列中的箱型側桌，不但可延伸主桌工作檯面，也提供更多收納空間，亦可靈活搭配層架櫃組，讓展示與收納更井然有序。

最令人意想不到的突破，隱藏在同系列的Cozy沙發當中。震旦在Cozy系列首度嘗試加入抱枕元素，營造出更「柔軟」的空間氛圍。

「我們發現，在時代潮流下，現代的主管辦公室不再只講究氣派與正襟危坐，反倒追求更柔和舒適的空間氛圍」設計團隊分析，過往的觀念認為辦公室沙發加入抱枕靠墊，會給人過於休閒，甚至是不夠莊重的感受。因應新世代年輕化的使用族群，愈來愈多主管體認到若能在辦公空間與訪客、同事輕鬆晤談、交流意見，甚至談定生意，「放鬆」未嘗不是一件好事。A



秋冬腸胃炎 嚴防集體感染

勤洗手遠離腸胃炎

文／蔡怡真·資深醫藥記者



看更多健康常識

深秋入冬後，腸胃道的病毒就開始蠢蠢欲動，這些病毒感染最常見的就是輪狀病毒及諾羅病毒，前者以幼童為主，後者傳染力驚人常是一人感染全家中標，兩者的症狀都是上吐下瀉又發燒，唯一預防的方法就是用肥皂洗手，才能嚴防「病從口入」。

天氣 一冷，很多病毒就開始肆機而動，流行期從11月到隔年3月的諾羅病毒及輪狀病毒，在冬天更是特別活躍。書田診所胃腸肝膽科主治醫師邱展賢指出，這兩種病毒症狀很像，發病前一天就是胃痛悶、食慾不佳，再來就是噁心嘔吐，之後就會發燒，再來就是水瀉。

諾羅病毒VS. 輪狀病毒

雖然兩者的症狀相似，但細分仍可有些微不同，諾羅病毒感染病患嘔吐的症狀較為明顯，輪狀病毒感染則以水瀉及發燒症狀為主，病程時間也較諾羅病毒長。

且輪狀病毒的自然病程，一到二天的嘔吐、

無論是何種病毒性腸胃炎，最主要的預防方法就是認真洗手，因為傳染途徑就是糞口傳染，洗手不是只有沖水，必需用肥皂認真洗。

五到七天的腹瀉，若自行服用止瀉藥，去抑制腸胃蠕動，反而會讓病患腹痛的症狀加劇，加重不適不利復原，因此必需依照醫囑。

另外，兩者的傳染方式也很像，台灣地區疾病管制署表示，主要是經由糞口傳染，曾與病人共食或接觸相同物品、食用遭污染的食物或飲料等都可能造成感染；此外，罹病的餐飲從業人員於食品調理過程造成的污染，也會提高感染的風險。

2013年台灣地區民眾赴韓旅遊，結果25組團體共650人中有370人出現上吐下瀉發燒症

狀，後來疾管署赴韓啟動調查，發現18位病人中的檢體驗出諾羅病毒，原因在於這些旅客都有赴同一家餐廳吃飯，有一名廚房工作人員染上諾羅病毒，後來污染源形成群聚感染。

而兩者不同的就是，諾羅病毒是任何年齡層都可能被感染，一人感染全家中標；輪狀病毒則以幼兒6歲以下為主，因為感染後就會免疫，因此大人常是無症狀帶菌者，從外帶病毒回家傳染孩子或是家中在唸幼稚園的小孩，在學校帶回病毒後感染給家中還未上學的幼兒。

最佳預防之道就是認真洗手

無論是何種病毒性腸胃炎，最主要的預防方法就是認真洗手，邱展賢說，因為傳染途徑就是糞口傳染，病菌會從糞便排出，我們上完廁所若沒有用肥皂洗手，手四處摸就有可能在馬桶、洗手台、房門手把上留下病菌，因此，洗手不是只有沖水，必需用肥皂認真洗，吃東西前更務必洗乾淨。



邱展賢其實不建議用漂白水消毒，他說，漂白水還是有毒性，至於酒精並無法消滅這類病毒，因此，唯有洗手是真的。另外，輪狀病毒因為感染者是幼童，若家中有小孩感染則要隔離，孩子間不要互玩玩具或相互碰觸，至於玩具的消毒，還是建議用肥皂水清洗。

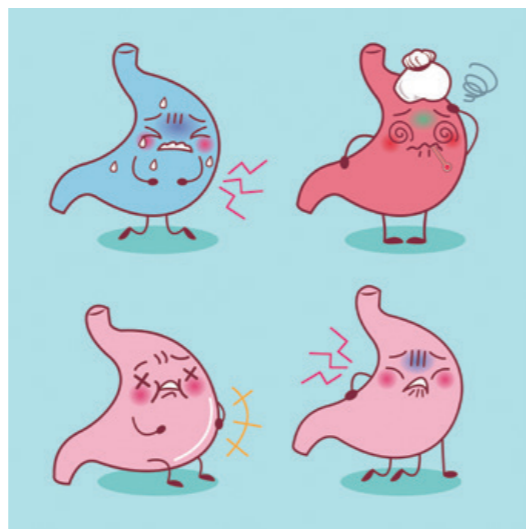
至於家中有人感染病毒性腸胃炎，到底觀察期要多久，邱展賢說，糞便帶病毒的傳染期，輪狀病毒可達一週，諾羅病毒可達兩週，因此一兩週內都需要小心。而目前輪狀病毒已有口服疫苗可以預防，擔心的家長可以前往醫療院所諮詢。

秋冬來臨小心 腸胃型感冒找上門

而秋冬一到，民眾就會提到「腸胃型感冒」，邱展賢解釋，精確地說，這是醫界發明的一個名詞，指的是流感病毒約有兩成的機會，會有腹瀉等腸胃症狀，而這些感染者又有上呼吸道感染，例如全身痠痛、發高燒、流鼻水、咳嗽等，是感冒又有腸胃症狀的意思。

另外，因為秋冬天氣開始變冷，會造成胃酸分泌過多，很容易在半夜會有胃潰瘍發生，而有胃潰瘍病史的人也容易在冬天復發，因此，在年關將近時，有胃疾的人可以先備好胃藥，飲食也要注意，少喝咖啡、茶、甜食，也不要空腹太久不吃東西。

而一般人在冬天氣溫下降時也喜歡吃麻辣鍋、喝烈酒，這對腸胃道的殺傷力很大，有些人甚至辣到腸胃出血，因此，冬天一到飲食要特別節制，以免犯胃病。 **A**



輪狀病毒 v.s 諾羅病毒

	輪狀病毒	諾羅病毒
主要症狀	腸胃道症狀上吐下瀉 其中以水瀉及發燒為主	腸胃道症狀胃悶吐又拉 其中嘔吐較明顯
流行季節	11月至隔年3月	11月至隔年3月
傳染途徑	糞口傳染	糞口傳染
感染族群	6歲以下幼童	無年齡之分
預防方法	用肥皂洗手	用肥皂洗手
疫苗	口服疫苗	無



躍昇震旦

震旦54 生日快樂！

在上海震旦大樓的金蛋牆，懸掛上第54顆金蛋，象徵震旦生生不息的精神；
未來將持續創新，提供全方位「智能辦公解決方案」，
協助企業數位轉型，為顧客創造價值。



震旦集團提供智能辦公解決方案，讓辦公生活更美好。

震旦集團邁向54週年 追求永續經營

打造友善環境的美好辦公生活

圖·文／震旦集團

震旦集團於10月20日邁向54週年，以辦公設備與家具產業為核心，秉持「讓辦公生活更美好」為使命，走過半個世紀之路，在「同仁樂意、顧客滿意、回饋社會、追求永續經營」的經營理念下，從辦公領域結合物聯網（IOT）、全通路（O2O）、智能製造等趨勢，以創新的創業精神，協助企業數位轉型。



看更多震旦精彩內容

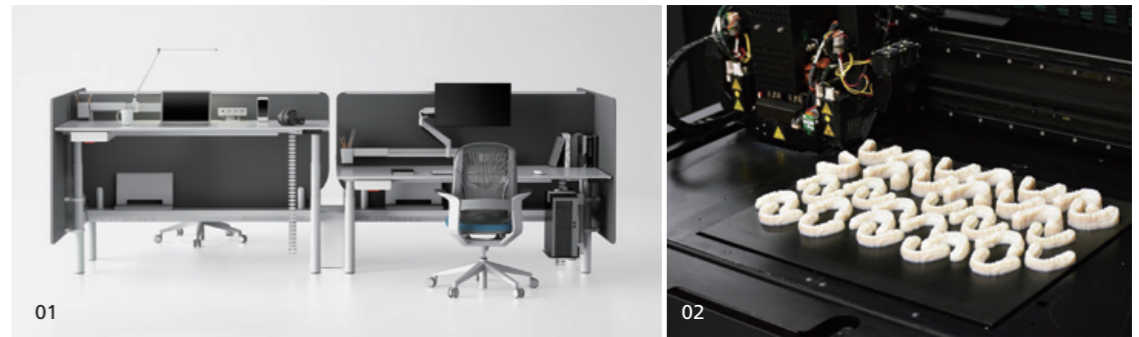
提供「友善環境」的辦公解決方案

面對市場變化與科技日新月異下，震旦集團持續進行轉型，包括因應未來萬物聯網的IOT趨勢，在OA設備與家具事業，同步朝智能化以及解決方案發展，同時考量所有的產品與設計，都必需以「友善環境」作出發。

例如在OA設備部分，透過文件管理等軟體協助，可以減少錯誤印製；推廣使用環保碳

粉、空氣清淨機，創造與環境、綠能接軌的美好辦公生活。在結合軟體及硬體的整體解決方案中，從空氣、照明到設備控制等，提供智能化的辦公環境管理。

包括未來將推廣的會議室系統，即可提供人員進入會議室後自動開啟照明、空調設備、視訊會議等；甚至客服系統，也從過去顧客得打電話叫修，現在已可提供遠端抄表、遠端叫修的「智能客服」。年底將上線



01_辦公家具設計符合人體工學健康訴求，推出升降桌系列。02_震旦持續發展3D列印解決方案，從工業應用延伸至醫療級應用（如：齒模）。

的顧客APP，則將展開行動客服，以便即時解決顧客的問題。

在全通路上，除了線下通路外，震旦集團於2016年開始規劃O2O，初期先與大陸京東等電商業者合作，在線上成立震旦的旗艦店，拓展線上新通路。2017年1月震旦雲商正式營運，開始展開平台建置，除線上銷售震旦自有品牌的OA及辦公家具，也與其他業者合作，提供包括企業印刷管理系統、印刷解決方案、辦公文創商品、智能辦公設備。

在台灣「震旦辦公雲」提供六大解決方案，包括人臉辨識、人資系統、全球漫遊系統、CRM系統、ERP系統、網站搜尋系統；未來將推出好空氣系統、智慧簽核等，打造健康辦公環境及協助企業數位轉型，邁向智慧化經營。

在智能製造上，則有3D列印在各領域的應用，能大幅縮短製程，以「3D列印」為例，因應推動智能製造，針對企業在前段設計、原創階段時，3D列印可提供更快速的服務，可嘉惠需要少量多樣之客製化產業，減少產品開模費用，同時可拓展在教育、醫療等多元應用。

辦公物資捐贈 鼓勵同仁參與志工

為善盡企業社會責任，於兩岸持續性捐贈辦公家具給社福或弱勢團體，而每次捐贈的同時，同仁也依自身的專業，義務協助這些團體將現有的辦公家具進行健診與修復，讓他們能有更好的辦公環境協助弱勢族群。

震旦集團隨經營領域的擴大，有更多的人力及資源得以回饋社會，除了積極建立長期公益機制外，更鼓勵同仁擔任志工；自2016年6月開始，各地分公司同仁已參與近150場志工活動，實地親身參與公益，為社會盡一己之力。A



結合集團資源，捐贈弱勢團體辦公物資，修復並完善辦公環境。

震旦集團相信，社會的進步是企業發展的基石，震旦集團以具體行動回饋社會，也讓震旦在更好的大環境下，追求永續經營。



國防醫學院三軍總醫院 醫用3D列印中心正式啟用

導入3D 醫療解決方案 讓精準醫療再升級



看更多3D列印
解決方案

圖·文 / 通業技研

震旦集團旗下通業技研27年3D技術整合經驗和長陽生醫專業提供3D數位醫療顧問，共同協助三軍總醫院成功導入3D醫療影像應用至醫院平台，並整合3D列印的臨床應用，滿足醫療跨科的多功能設計需求。

今年 10月三軍總醫院攜手與全球3D醫療設計大廠Materialise舉行「Mimics 3D醫學影像工程——醫療臨床應用研討會」，正式向院內及院外醫療體系宣告軟體啟用儀式，分享3D醫療影像及3D列印技術應用在顏面骨折、骨盆和髖臼骨折臨床科研案例。三軍總醫院醫用3D列印中心葉祖德主任表示，全球3D醫療應用



01



01_Materialise大中華區常務董事Kim Francois親臨現場，分享Mimics 3D醫療設計軟體帶來健康、美麗的生活。02_三總整形外科張鈞凱總醫師針對3D列印技術於顏面骨折應用進行說明。03_Materialise應用工程師Arpan操作展示Mimics21創新套件的強大虛擬設計功能。04_三總骨科部李沅達住院醫師分享藉由最新3D Mimics影像軟體模擬復位，並輸出3D模型進行術前模擬。

已逐漸在醫院跨科別手術占有一席之地，3D醫療影像及掃描取模在近幾年技術逐漸達到臨床醫療需求，手術的術前評估能夠取得詳細的病患解剖資料，數位流程結合3D列印技術將能縮短手術時間並降低手術風險，達到醫病雙贏的效果。

通業技研總經理紀崇楠表示，通業近期深耕醫療產業，除2017年攜手全球3D醫療設計大廠Materialise引進Mimics 3D醫療設計解決方案，協助醫療專業人士從傳統2D醫療轉向精準3D數位化，同年11月在台中舉行「Materialise Mimics 21創新套件說明會」，將成功模式移至台灣中部醫療體系，解決並縮短醫師團隊研擬手術的問題與時間。未來將不定期提供專業的Mimics醫療設計軟體的培訓課程給未來的醫療專業人員，並提供完整的3D整合解決方案，協助醫療產業升級。

三軍總醫院具有悠久的歷史與優良的傳統，對於現代科技輔助醫療的研發不遺餘力，對於3D列印在臨床應用的關鍵在於發掘臨床的需求，並使用3D列印技術導入找到最合適的創新臨床模式應用，此過程需要醫師

與技術工程師大量的溝通與討論，才能激盪出創新的應用模式。

目前根據衛生福利部的3D列印醫療器材管理指出，進行3D醫療手術規劃設計的醫療器材軟體，需通過相關認證規定。因此三軍總醫院「醫用3D列印中心」於今年購買通過美國FDA認證的Materialise Mimics 21，期盼整合至院內醫療平台，協助臨床人員進行手術的規劃模擬設計，而Mimics 3D醫學影像軟體也是目前國際醫療機構使用的主流醫學軟體，醫用3D列印中心過去幾年在美國哈佛醫學院波士頓兒童醫院3D列印團隊的指導下，已建立完整的3D列印臨床醫療服務系統。A





巧讀 · 智解

玉見設計特展圖錄正式發售

圖 · 文 / 震旦博物館

2017年10月19日，震旦博物館「玉見設計——中國古玉形紋設計特展」開展。展品聚焦新石器時代至漢代的古玉，並從「古器物學」角度剖析出器物背後的设计理念，無論從內容或形式來看，均是業界首創。本次展覽是博物館研究人員對古器物學研究方法的一次提升，展覽開幕以來，受到各界好評。為滿足大眾進一步的學習需求，近期特展圖錄在台北付梓印刷，這是震旦博物館發行的第22本學術專著，見證著博物館永續不斷的學術積累。



看更多精彩活動

一、學術與設計相結合

對於中國古代器物的學習，離不開對其材料、工藝、造型、紋飾的分析，這是認識和概念形成的基礎。在此基礎之上，對於古

代器物的深層理解，則需要透物見人，釐清古代工匠的創作和设计理念，從而達到融會貫通、舉一反三的效果。這需要將料、工、形、紋四大要素綜合起來，多角度、全方位剖析，才能達到深化學習的目的。以往學

術界在撰寫相關書籍時，多聚焦於現象，對現象的成因、過程、結果、發展態勢的解讀相對較少。究其原因，一方面是因為解釋的證據不足；另一方面則取決於長期的研究習慣。本書將古玉研究同時下流行的設計思維進行結合，嘗試用現代人易於理解的设计語彙，闡釋古玉現象背後的成因，這種立足於「设计理念」來詮釋中國古代玉器的撰寫手法在研究專著中實屬首次。本書可幫助讀者在認識器物自身的同時，進一步瞭解古人的設計思維，掌握認識古玉通達的方法。

二、對時代風格的重塑

中國古代玉器的風格基本是和王朝的興替同步，其受到文化、技術、經濟、環境等因素的影響，因此風格是一種來自社會的共識，是一個時代的特有符號，其變革的原因複雜多樣。目前研究中國古代玉器時代風格的專著，多以描述性撰寫為主，從實物形態著手，概括總結出外觀上的特質。本書則嘗試打破這種固有的書寫方

式，從設計觀念出發，將原有的風格制式加以解構，採用設計語言重塑時代風格，帶領大家從玉工的思維方式出發，進而解讀出相應的風格特徵。本書總結出依料施工、角度取像、樣稿組裝、一元多式等古玉的四大设计理念，將實物以此為據，分類舉例，方便讀者橫向對比不同歷史時期设计理念的異同；同時還能從縱向著手融會貫通風格間的承接關係。讓讀者從概念著手，真正理解不同歷史時期古玉表現形式上的現象差異。

此外，本書圖文編輯精美，共收錄玉器71件，均為同時期典型或獨具特色之古玉。照片拍攝精美，角度多樣，全方位展示器物的全貌及細節，方便讀者對比學習。值得一提的是，全書採用了全新的「拓片套色」方法，將同一器物上交纏、複雜的動物圖案用不同顏色加以填塗，讓讀者一目了然，快速掌握時代的典型紋樣，此種方法也是本館首創。希望本書幫助讀者真正讀懂古人思維，深入認識器物，同時亦能激發當今設計人才之創意靈感。目前本書已在兩岸同步發售，歡迎訪問震旦博物館官方淘寶網店，預訂購買。 **A**



玉見設計展覽現場



「拓片套色」插圖



明永樂·青花直口雙耳扁壺

此器以花鳥為主紋，搭配竹葉、如意紋及勾捲紋，凸顯直口雙耳扁壺的造形特徵。（圖一）

古器物學講座——明永樂青花瓷研究專題 ⑩

一元多式直口雙耳扁壺形紋設計

文／吳棠海·圖／震旦博物館

直口雙耳扁壺是永樂時期的新興品類，屬於中西文化交流的產物。壺口小而圓，頸部短直，腹部扁圓，頸肩之間附加對稱雙耳，雖然造型模仿西亞伊斯蘭地區金屬器，表面卻多以中國本土題材為裝飾，如花鳥紋、茶花紋、牡丹紋、蒲公英及人物紋等等，形成一元多式的設計。

一、花鳥紋直口雙耳扁壺

花鳥紋是永樂時期常見的主題紋飾，主要繪於直口雙耳扁壺的腹部，風格近似一幅圖畫。

例如圖一為永樂時期的直口雙耳扁壺，口沿勾勒弦紋，頸部上下排列竹葉紋，雙耳勾畫如意形線紋，肩部和腹底環列勾捲狀的紋樣，寬闊的腹部繪畫花卉、綠竹及鳥兒，組成一幅花鳥圖。

花卉的枝幹從右下角往左邊及上下兩方伸展，托起許多展瓣盛開的花朵與含苞待放的蓓蕾。一隻鳥兒立於中間，寬長的尾羽朝上豎起，身軀往下傾斜，頸部和頭部朝前伸出，準備啄取樹上的果實。

由於扁壺的腹部呈橢圓形，分岔的樹枝以鳥為中點，做左右對稱的布局，下方以竹葉補白，壓低畫面的重心，與俯身向下的鳥紋相互呼應，凝聚觀者的視覺焦點。

二、茶花紋直口雙耳扁壺

茶花紋常與其他花卉配合，組成具有規律性的纏枝或折枝紋樣，但在直口扁壺上，則可以單株的形態作為主紋。

例如圖二為永樂時期的直口雙耳扁壺。口沿勾勒弦紋，頸部以「*」紋為主體，周邊環繞卷草紋，雙耳用細筆描邊和粗筆填色法勾畫出如意紋的形狀，肩部垂覆蕉葉紋，窄長的蕉葉以前後交疊的布局構成

繁密的景象。

扁圓形的腹部繪畫茶花紋，花梗從左下角開始，以波狀曲折及左右分岔的形態往右邊及上方延伸，中間繪畫一朵斜角俯視的茶花，花形碩大，吐蕊綻放，另外一朵較小的茶花位於左上方，二者彼此呼應。

由於腹部寬闊、器面微微隆起之故，使花朵因弧形器面而產生遠近之感，勾轉靈活的葉片朝往各種不同的方向，呈現迎風搖曳、婆娑弄影之美。



明永樂·青花直口雙耳扁壺

此器以茶花為主紋，大花和小花配合器面弧度分布，產生遠近高低的效果。（圖二）



明永樂·青花直口雙耳扁壺

此器以牡丹為主紋，花形碩大，枝葉布局繁密，呈現「花中之王」雍容華貴之美。（圖三）

個方向，形態生動靈活，凸顯「花中之王」的雍容華貴。

四、蒲公英紋直口雙耳扁壺

蒲公英是明代的新興紋樣，可與木石花卉組成園景圖，也可以單株作為裝飾，在直口雙耳扁壺上即是腹部的主紋。

例如圖四為永樂時期的直口雙耳扁壺，頸部繪畫蕉葉紋，窄長的蕉葉前後交疊為密聚狀，雙耳底部勾勒如意形紋，側邊點綴花卉，肩部垂覆壺門紋邊框，框內以鈷藍填色，反襯留白的邊框與圓珠，腹底亦以相同的壺門紋邊框內填白色圓珠紋為飾。

扁圓形的腹部繪畫蒲公英紋，四株蒲公英橫向排列植栽於地上，莖部由下向上生長，枝條往左右兩側分岔，花朵以不同的角度取



明永樂·青花直口雙耳扁壺

此器以蒲公英為主紋，運用右高左低、斜直橫曲的枝葉，讓畫面自然不生硬。（圖四）



明永樂·青花直口雙耳扁壺

此器以大量留白配合前景、中景及後景的三段式布局，呈現中國水墨畫的風格。（圖五）

象畫出朝上仰放或傾斜側轉的形態，種子絨球與葉片穿插其間，構成花繁葉茂的景象。

雖然蒲公英採「V」形構圖為基調來開枝散葉，但是花莖的傾斜角度不同，產生右高左低的差異，配合勾轉靈活的枝葉與留白，營造出清新活潑的氛圍。

五、人物紋直口雙耳扁壺

人物紋也是青花瓷器的常見紋樣，題材內容隨著時代而改變，在永樂時期的直口雙耳扁壺上，以胡人樂舞紋最受矚目。

例如圖五為永樂時期的直口雙耳扁壺，頸部以弦紋為框，框內排列雙層蕉葉紋，壺耳勾勒如意形紋，肩部披覆藍底反白的壺門紋邊框內填花卉圓珠紋，與腹底紋飾上下呼應。

腹部繪畫山水人物圖，前景有數堆土坡和樹叢，坡底勾勒波紋表示水邊景致，中景繪畫三人，深目高鼻，穿著胡服，一人張開雙臂跳舞，另外二人手持樂器伴奏，後面以連綿的山巒作為遠方的背景。

整體的畫面布局層次井然，並用大量的留白營造寬闊的空間感，呈現中國傳統水墨的風雅韻味。A

永樂時期的直口雙耳扁壺以禽鳥、花卉及人物為主題，搭配其他附屬性的紋樣，呈現此一器物的獨特造形，部分器物以留白襯托紋飾，富有中西融合的風格。下期將以扁壺為題，介紹永樂時期各式扁壺的形紋設計。



BOOK
震旦博物館
出版叢書介紹

戰國玉器

戰國時期是一個變革極大的時代，而戰國玉器在造形、紋飾及形制功能的演變上，正可反映出這個時代的特點。本書由北京大學考古文博學院孫慶偉副教授所執筆，書中收錄震旦博物館與其他公私收藏的戰國玉器三百組件，內容分為禮瑞用玉、喪葬用玉、佩飾用玉、人物造形、飲食用器、嵌飾用玉、兵器用玉、似玉材質及改形玉器等類，數量豐富，形紋精美，並且包含許多罕見的作品，值得愛玉者細心閱覽與購藏。 **A**

【內容精選】

- 1、本書按照形制功能分門別類，各項品類再依早、中、晚期的時序編排，使讀者輕鬆掌握戰國玉器形紋演變的發展過程。
- 2、作者以大量的出土資料為依據，深入淺出的分析戰國時期在禮瑞用玉、服飾用玉及喪葬用玉的變化，引導讀者了解戰國玉器的歷史意義。
- 3、運用多重角度的拍攝、成套分拍的方式，以及拓片的輔助，來展現戰國玉器的精工之美。

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 ● 漢唐陶俑
- 青花瓷鑑賞 ● 元青花瓷鑑賞 ● 明青花瓷鑑賞

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
- 玉見設計—中國古玉形紋設計特展



戰國早中期 玉環



戰國中期 鏤空龍鳳紋玉佩

戰國晚期
龍形玉佩



書籍銷售點

台灣地區 | 北部：歷史博物館、三民書局、汗牛文物藝術書店、華典文物書店、樂學書局、榜林文物書店、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1712游小姐
- 大陸地區：86-21-58408899轉606博物館商店
- 官方網站：www.auroramuseum.cn

館藏 精粹賞析

文／吳棠海 · 圖／震旦博物館

盤是青花瓷的品類之一，永樂時期延續早期的傳統，除了體型有大小差異之外，盤的口沿也有敞口、斂口、撇口之別，表面繪畫各種花卉植物或庭園小景，如本期所要賞析的青花盤，即是永樂時期的作品。

此器的盤口大而圓整，口沿略為外敞，器壁往下延伸為圓弧形，近底部逐漸收窄，器底具有圈足。胎體為淺灰白色，釉色明淨，胎釉光滑，修坯精細，整體工藝比以前更加進步。

盤內繪滿青花紋飾。口沿處用細筆勾勒一圈回紋，線紋方形折轉，前後相連，循環不斷。側壁平均分布菊花、蓮花、茶花及牡丹等十二枚花朵，用曲折如波的枝葉串連成帶狀花卉紋。盤底以三圈弦紋為邊框，框內繪畫

松樹、竹子及梅花所組成的「歲寒三友」圖。

松樹居於中間，曲折的枝幹表現蒼勁挺拔的姿態。竹子從右邊橫過松樹，挺立於畫面左邊，茂盛的竹葉顯得鬱鬱蔥蔥。梅枝由左邊越至右邊，枝幹橫斜疏放，朵朵梅花吐蕊芬芳。

松竹梅是傳統文人雅好的繪畫題材，象徵堅忍不拔的高尚氣節，在永樂時期小筆勾畫法的筆觸下，別有一番清新雅致的韻味，值得細心品味與鑑賞。 **A**



直徑34.2公分／震旦博物館提供
明永樂 青花三友紋盤



05 蘭智基金會的多元職能訓練課程，讓心智障礙者在庇護工場訓練及實踐技能，協助他們盡己之力過生活。

第四屆「傳善獎」得獎機構系列報導（二）

翻轉中型社福機構 成為創新典範

圖·文／震旦集團

為了支持社福機構創新、成長、茁壯，陳永泰公益信託設立「傳善獎」。2018年「傳善獎」邁入第四屆，經過5個多月嚴謹審查，最終選出「桃園少年之家」、「良顯堂基金會」、「愚人之友基金會」、「介惠基金會」、「蘭智基金會」、「羅慧夫顱顏基金會」、「弘毓基金會」、「利伯他茲教育基金會」等8家機構，將獲得3年共9,600萬的支持，這些優秀機構值得您認識。

5 蘭智基金會 成就 障而無礙的人生

在宜蘭長期關注中、重度的心智障礙者照護工作，提供全日型、日間照顧服務，並設立智能發展學院給予職業訓練、就業媒合服務，幫助150位心智障礙者，透過多元技能培訓如烘焙、代工、包裝、植栽及清潔等課程，獲得技術肯定、提升自信，並有效延緩身體機能老化，減輕社會負擔。

得獎簡介：多元課程延緩 心智障礙老化

身心障礙者老化速度比一般人快約20年，「老憨兒」等於「一個心智只有5歲的孩子，住在45歲的身體，卻是65歲的體能」，加上父母衰老，是身障者長期照顧的兩大問題。機構計畫打造東台灣第一個「老憨兒」照顧機構，提供全方位的照護及體適能、園藝生態等課程，解決其長照需求。

6 羅慧夫顱顏基金會 用愛 彌補生命的不完美

「每600個新生兒當中就有1位唇顎裂患者（俗稱兔唇）。」致力協助先天性顱顏缺陷孩童，家長不僅面對孩子喝奶常噎到，也因外觀異常遭受異樣眼光，為幫助孩童及家庭建立自信，提供醫療諮詢、照顧技能訓練、早療課程等服務。並協助海外孩童來台接受治療，至今已幫助超過9個國家、1,917個孩子。

得獎簡介：顱顏缺陷新生兒到家服務

患有顱顏缺陷的新生兒比一般新生兒更難照顧，常使父母心力交瘁。透過培訓老手家長，協助新手爸媽，提供到府喘息服務，藉此舒緩父母壓力，以同理心傾聽並安撫父母的焦慮，並教導特殊照護技巧，不僅提升父母照顧孩童的自信，同時創造老手家長就業機會。



06 羅慧夫顱顏基金會為顱顏缺陷兒童的父母培訓特殊照護技巧，提升父母對孩童照護之技能與照顧孩子的信心。

7 弘毓基金會 哪裡有需要 服務就來到

以「哪裡有需要，服務就來到」的理念，長期深入台中山海偏鄉地區，服務發展遲緩兒童及新住民家庭。協助遲緩兒就醫、就學問題，除減輕未來形成障礙程度，更減少未來社會資源投入。同時也幫助在地弱勢的新住民、單親婦女等，15年來累積服務超過8,000戶的弱勢婦幼家庭。

得獎簡介：偏鄉遲緩兒 早療零距離

台灣每年有1萬名遲緩兒，偏鄉地區發育遲緩機率高達27%。為補足資源的城鄉差距，以行動早療服務將老師帶到家中，成為「看的到，找的到，用的到」的服務。針對在地新住民，鼓勵運用多元語言優勢，結合中小企業南進通譯需求，進而翻轉其經濟收入及對社會的貢獻。



07 弘毓基金會長期投入偏鄉遲緩兒服務，讓遲緩兒能接受早療教育，藉由特教老師的有趣教材教學方式，引導學習與人互動及語言的發展。



08 利伯他茲教育基金會輔導戒毒癮更生人就業，設立社會企業提供工作機會，透過師徒制培訓廚藝技能及考取證照。

8 利伯他茲教育基金會 以「過來人」擔任種子教師

台灣正面臨吸毒人口年輕化及高再犯率的社會隱憂。機構以「過來人」擔任種子教師，協助戒毒癮更生人解決家庭、無家可歸、就業、卡債等問題，並成立餐飲、咖啡館、商店等社會企業，提供多元就業機會，穩定其身心、家庭及工作，才能有效復歸社會及真正降低再犯率。

得獎簡介：戒毒者職能培力 為社會加分

「幫助一個更生人穩定就業復歸社會，就等於幫助一個家庭重生！」為幫助戒毒癮更生人重新建立工作機會，提供中繼職場與喘息工場，藉此提升更生人的工作技能，達到真正的磨練與培育自己，並將準備好的人銜接友善雇主，截至2018年8月底，已成功協助215位穩定就業。

2018年第四屆傳善獎頒獎典禮，將於11月22日14:00在台北君悅酒店舉辦，歡迎上傳善獎官網免費報名參加。

2018 傳善獎 8家得獎機構

- 桃園少年之家
- 蘭智基金會
- 良顯堂基金會
- 羅慧夫顱顏基金會
- 愚人之友基金會
- 弘毓基金會
- 介惠基金會
- 利伯他茲教育基金會



詳細機構介紹
請搜尋傳善獎





▲唐氏症基金會林正俠董事長到場為志工加油打氣。

震旦人公益行動「溫暖隨行」 甜甜幸福 暖暖祝福

圖·文 / 震旦集團



一起加入溫暖隨行

金儀總部+北區15個單位×唐氏症基金會
「愛不囉嗦庇護工場」

不囉嗦！金儀愛很大

金儀號召共40名大小志工，花費6個假日時間，協助庇護工場包裝禮盒、整箱出貨，大幅提升工作效率！唐寶寶們的手作烘焙品，蘊含滿滿愛心，是中秋最美好的祝福！

震旦通訊高屏×財團法人天主教靈醫會
新氣象 心希望

做公益、回饋社會不分年紀大小，只要有一顆熱忱、不求回報的心，做什麼都是快樂的！感動在每個人心中蔓延，通訊志工要將愛心傳遞到社會的各個角落～有能力付出幫助他人，是件快樂的事！**A**



▲金儀志工合力完成包裝禮盒，共同響應公益。



▲通訊志工作同心協力整理修女院，煥然一新的環境帶來新希望。



▲台灣鑑識科學學會圖書中心開幕剪綵。

陳永泰公益信託

協助建立「台灣鑑識科學圖書中心」 完善專業圖書資料庫

台灣從事刑事鑑識專業人員約一千人，加上需要鑑識相關專業知識的律師、警察、法官及檢察官等超過萬人，而全台各大圖書館尚無完整專業鑑識圖書資源。專業鑑定知識與技術雖非時下熱門學科，但鑑定科學的與時俱進與鑑定品質的優劣對於審判有相當程度的影響，長遠來看更會影響司法公信及社會安定，涉及層面既深且廣、影響者眾，不可謂不重要。

為此，台灣鑑識科學學會各方奔走，希望彙集全球主要鑑識科學學門相關專業圖書，成立「台灣鑑識科學學會圖書中心」。

在司法院賴浩敏前院長（現任震旦集團董事）的引薦下，陳永泰公益信託很榮幸能夠參與初期購書計畫，震旦集團

旗下金儀公司也提供多功能事務機方便讀者使用。在各界熱心人士的支持下，這個台灣唯一以鑑識科學領域為特色的「台灣鑑識科學學會圖書中心」順利在2018年9月21日成立。相信未來對於鑑識人員、警察及相關司法人員在鑑識教學、研究、訓練、鑑定等各方面能發揮相當的參考與啟發作用，是鑑識專業領域發展不可或缺的知識寶庫。**A**



▲金儀公司提供多功能事務機，方便讀者列印使用。

震旦月刊

AURORA MONTHLY

歡迎訂閱

立即成為《震旦月刊》網路會員



電子版月刊



A. 加入會員 享有四大優惠

- 1 免費訂閱電子版《震旦月刊》
- 2 獲得講堂、研討會、展示會等活動優惠訊息
- 3 不定期優先獲得震旦相關產業會員優惠
- 4 增訂/取消電子報、修改個人資料

B. 給您四大平台



電子報

每月可收到二次電子報



下載閱讀

登入會員
下載電子版月刊



多屏閱讀

不論是PC桌機、平板、
手機皆可閱讀



加入粉絲團

定期分享
月刊文章



立即掃描加入



加入網路會員

- 請上震旦集團網站：
www.aurora.com.tw
- 客服專線：
0809-068-588

震旦集團
AURORA GROUP

震旦辦公設備 4128-695
金儀公司 4128-566
互盛公司 4128-399
康鈦科技 (02) 2995-0066

震旦辦公家具 0809-068-588
震旦通訊 0800-050-222
長陽生醫 (04) 2296-2688
通業技研 (02) 8751-0080
震旦雲端 (02) 8729-7066
宜陸開發 (02) 6600-2168



智慧好鄰居 解決家中大小事！ 電信 | 家電 | 3C配件 | 保養保健



門號資費



夏普家電



手機平板



3C配件



保養商品



保健商品



精選飾品



包膜服務

智慧之星
幫您選最好 讓您沒煩惱



Best Choice!

震旦電信股份有限公司
11049台北市信義區信義路五段2號B1
www.auroracomm.com.tw

震旦通訊



KONICA MINOLTA

Simitri
with Biomass

無毒



環保

打造辦公新森活



印量管理



智能



清淨



金儀提供多樣化辦公×環保解決方案

數位彩色 / 黑白影印機、傳真機、數位印刷機、3D 印表機、雷射印表機、碎紙機、投影機、智慧辦公解決方案、空氣清淨機

金儀

金儀股份有限公司
110 台北市信義路五段2號3樓
客服專線 / 412-8566 oa-world.com.tw

| 金儀色彩 無限精彩 |

