

1971年7月創刊・發行48年

名人講堂

全家便利店會長——潘進丁
O型全通路時代的獲利模式

藝文饗宴

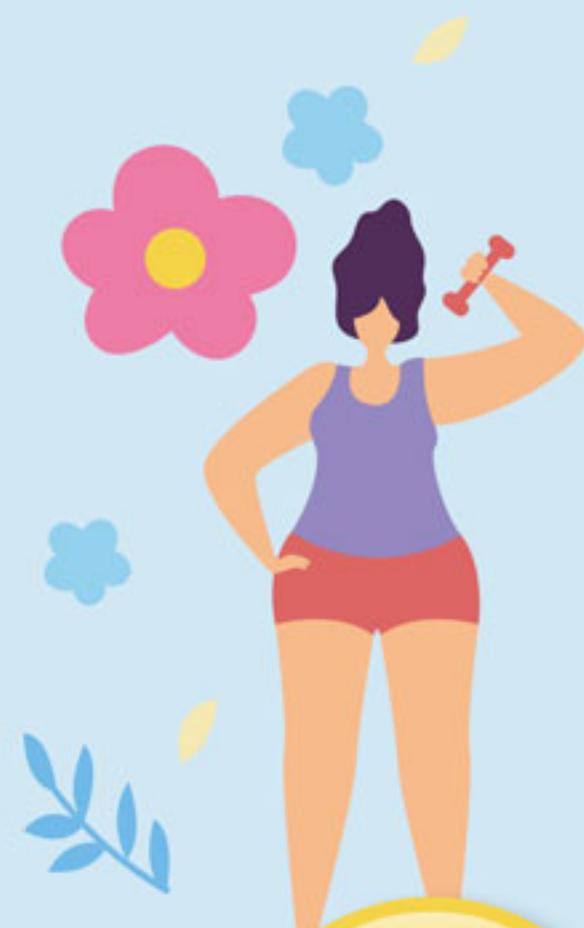
館藏精粹賞析
明宣德 青花纏枝牡丹紋軍持



JULY 2019 七月號 No.576



舞動 健康 人生



48慶週年
抽健康好禮!
.....
速翻下一頁



電子版月刊

高齡化時代來臨，健康管理日漸受到重視與關心；
現在開始掌握健康，啟動您的健康人生。



震旦月刊48週年

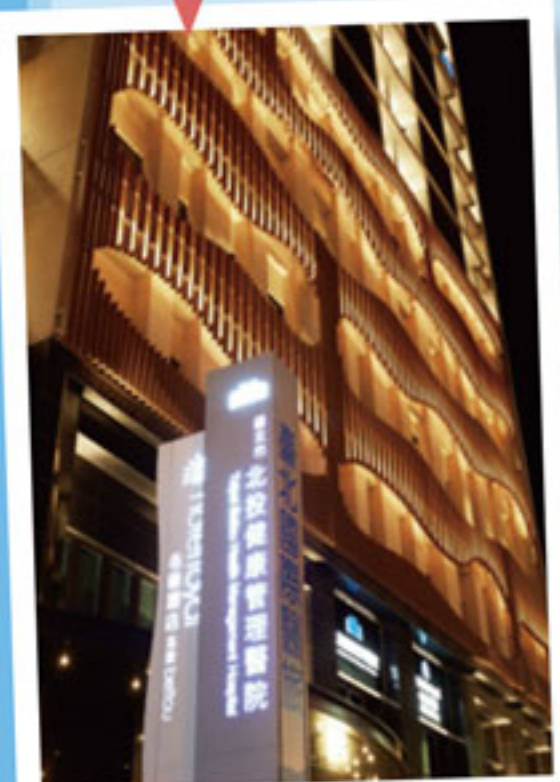
加入網路會員 送健康好禮

歡慶《震旦月刊》48週年，除持續提供好文章之外，也關心您的健康。即日起只要加入震旦集團網路會員或舊會員登入，就有機會抽中【舞動健康人生】健檢套組、【SHARP自動除菌離子清淨除濕機】、【琉璃工房茶具組】，健康一夏！



加入會員或登入QRcode

抽好禮1



舞動健康人生 健檢套組

一名 (市價 \$ 48,450)

臺北市北投健康管理醫院
頭頸部、腦血管磁振造影
高階影像健檢；並享有北
投老爺酒店健康餐飲。



抽好禮2

SHARP 自動除菌 離子清淨除濕機

一名 (市價 \$ 14,900)
DW-H12FT-W



抽好禮3

琉璃工房 知音報曉茶具組

一名 (市價 \$ 2,780)
陶瓷製 / 一壺二杯



注意事項：●活動方式：108年7月1日起至7月31日止，加入新會員或舊會員登入即可參加抽獎。●8月初抽獎結果將以E-mail、電話方式通知獲獎者，並公告於震旦集團網站 (www.aurora.com.tw)，為保護您的權利，請留下正確資料，以利後續通知。●【舞動健康人生】健檢服務、【SHARP自動除菌離子清淨除濕機】等獎項兌換方式，請詳閱官網說明。●《震旦月刊》保留更換贈品之權利。



活動網頁

一起舞動健康人生

高齡化時代來臨，民眾對健康的意識越來越高；健康檢查儼然成為熱門的產業，因此「健康管理」所延伸的商機，已是銳不可擋的趨勢之一。

追求健康幸福的人生，是每個人所期盼的；因此，本月以「舞動健康人生」為題，為您專訪到台灣首家「醫旅」品牌——北投健康管理醫院的醫務長羅鴻源及行政副院長魏聰文，分享如何有效健康管理以及健檢未來的發展趨勢。

羅鴻源建議大家提前檢查三高問題與家族病史，建立自身的「健康履歷」，以隨時了解自己的狀況，正所謂知己知彼才能百戰百勝。

另外，對於健診的發展趨勢，魏聰文說台灣擅長的「高端影像」檢查，目前已在大陸開始複製。健檢市場到2018年已成長70%達5.7億人次，意謂著兩岸對「健康管理」會更加重視；未來不只高端影像，包括一般健康檢查，將有龐大的市場商機。

資策會資深分析師黃毓瑩則提出，現今科技應用已改變健康照護產業的服務模式，必須與飲食、運動、居住、教育和旅遊等議題跨界整合，產生新的服務模式，未來新科技將重塑健康照護。

7月為歡慶《震旦月刊》48週年，除提供您心靈的知識糧食之外，更是關心讀者的健康問題。即日起至7月底只要加入震旦集團網路會員，就有機會抽中「健檢套組」，一起舞動您的健康人生。 **A**



《震旦月刊》主編

蘇美琪 Maggie Su

震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1號創刊 · 2019/7/1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 劉芮彤、陳禹元、蔡君婷
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

健康管理中心
HEALTH MANAGEMENT CENTER

健康管理已日趨受到重視，選擇最適合自己的健檢項目，已成為現代人必做的事。



A p.12

科技應用將改變健康照護產業的服務模式，並成為市場趨勢。

編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 一起舞動健康人生
文/蘇美琪

大師輕鬆讀 Master 60'

04 堆疊習慣，堆出健康好人生
編譯/大師輕鬆讀

封面故事 COVER STORY

06 健康新藍海

健康管理意識逐漸抬頭，消費者對自我健康有更全面掌握與關注。多元的數位醫療與服務，將有機會成為未來新藍海！

文/蘇美琪

08 健康管理面面觀 跟上醫旅風潮 來趟健康微旅行

文/林佩辰

12 從全球健康產業趨勢看未來 新科技重塑未來健康照護

文/黃毓瑩

名人講堂 Celebrity Talk

16 全家便利店會長——潘進丁 O型全通路時代的獲利模式

圖·文/商業周刊出版社

經營廣場 Business

20 一支手機一家分行
文/顏長川

25 它憑什麼俘獲年輕人的心？
文/王暉



A p.16 全家便利店會長——潘進丁



A p.28 桃園鄉間的「簡舍」，為「被動式設計」木建築風格。



A p.49 明宣德 青花纏枝牡丹紋軍持

玩味設計 DESIGN

28 綠建築新趨勢系列②
讓舊觀念翻轉
台灣建築師以「木建築」走不一樣的路
文/李俊明

樂活人生 LOHAS LIFE

34 中醫健診新趨勢
你真的健康嗎？
文/陳盈光



躍昇震旦 AURORA NEWS

38 互盛智能辦公設備 全新上市
智能解決方案 協助企業轉型升級
圖·文/互盛公司

40 震旦集團通業技研3D掃描器解決方案
協助裕隆汽車翻轉傳統製程
文/通業技研

震旦博物館 AURORA MUSEUM

42 學習中的演變
《郝量：辟雍》展作品介紹（二）
圖·文/震旦博物館

藝文饗宴 ARTS PLAZA

44 古器物學講座——明宣德青花瓷研究專題⑥
折枝花卉紋樣稿形紋設計
文/吳棠海

48 震旦博物館出版叢書介紹——元青花瓷鑑賞
文/吳棠海

49 館藏精粹賞析
——明宣德 青花纏枝牡丹紋軍持
文/吳棠海

愛心公益 LOVE ACTION

50 震旦集團支持做好音樂的夢想
2019 Taiwan Connection「仲夏·樂」
圖·文/震旦集團

52 震旦人公益行動「溫暖隨行」
成為照亮他人的溫暖星
圖·文/震旦集團



堆疊習慣，堆出健康好人生

編譯／大師輕鬆讀

個人健康是你最重要的資產。身體要是不健康，達成目標的能力就會受到嚴重打擊，無法好好活出每一天，最好養成減重、吃健康食物、改善整體健康程度的習慣。



看更多精彩內容



人們養成新習慣時，最常碰上兩個問題：

「我常覺得沒動力。而且，我以前只要嘗試新事物都會失敗。」

「我沒辦法記得所有達成目標需要的小動作，我記不住它們。」

解決 這類問題的方法是堆疊習慣——把和目標相關的幾件小事情，以合理的順序放在一起，變成可以一步一步執行的例行作息。接下來再加進心理策略與觸發點，讓你的例行作息「黏合」在一起。

堆疊習慣強調的是每天發動一些行動，實現你想要的生活。不是所有的習慣都同樣重要，如果要堆疊出牢不可破、帶來生產

力的習慣組合，你得同時結合核心習慣、輔助習慣與大象習慣。

1 核心習慣——核心習慣會對人生中的許多方面同時帶來正面的效果。舉例來說，當你運動，你除了改善自身的健康，也更可能有精神把其他工作上的事做好。核心習慣會在多個領域產生後續的效應。

2 輔助習慣——輔助習慣可以提高你執行核心習慣的機率。如果你的核心習慣是每天運動30分鐘，那麼輔助習慣就是看天氣預報，以便事先規劃要在室外運動或上健身房。輔助習慣要做的事通常只需幾分鐘就能完成，卻像膠水一樣，確保你的主要核心習慣不會四分五裂。

3 大象習慣——根據你的重大複雜計畫而來。大象習慣讓你踏出實際的一小步，朝大目標前進。你把大型計畫分拆成數個5到10分鐘的時段，每一步都朝正確方向前進。大象習慣就是把看起來嚇人的大目標，拆解成能處理的區塊。

要改善及維持自己的健康，請找出與你的需求相呼應的習慣，整併到你的習慣組合：

好習慣 **1 健康的核心習慣**
——在許多方面同時產生正面影響

- 寫食物日誌——記錄自己每天真正吃下的東西，和理想飲食做比較。
- 每天將1種食物換成更健康的選擇——逐步建立健康的飲食習慣，選擇品質較好的食物。
- 戴計步器。
- 每天冥想。
- 建立理想的夜間關機程序——絕不做任何會影響睡眠品質的事。使用關機程序，準備好上床睡覺。

- 使用應用程式追蹤自己的睡眠模式。

好習慣 **2 健康的輔助習慣**
——促進你從事核心習慣的行動

- 每天或每周量體重——在健康日誌中寫下自己的體重。對照自己的體重變化，調整自己每天的作息及其他事務。
- 每天服用維他命。
- 每天喝一杯自製的奶昔。
- 每天裝好一大瓶水。
- 在兩件需要高度集中精神的事情之間散個步。
- 在午休或其他休息時間完成7分鐘的健身。
- 每天早上跳繩。
- 安排例行的「辦公桌運動」——坐在桌前時強化腹肌與大腿。
- 增強你的核心柔軟度——趁工作休息時間做一做伸展操。
- 努力維持良好姿勢。

好習慣 **3 健康的大象習慣**
——邁向重大計畫的小步驟

- 一年四季都要擦防曬——降低曬傷、光照射性皮膚老化、皮膚癌的機率。
- 檢查一下廚房四周，不讓細菌有機可乘。
- 聰明打噴嚏法——用手肘擤鼻，不要用手掌。
- 每周做安全檢查——檢查車上和屋內的緊急用品。 **A**

The New Blue Ocean of Health 健康新藍海

序言／蘇美琪；文／林佩辰、黃韻瑩

健康管理意識逐漸抬頭，消費者對自我健康有更全面掌握與關注。
多元的數位醫療與服務，將有機會成為未來新藍海！

With the rising awareness of health management, consumers possess an overall control and concerns on their own health.
Diverse digital medical services have potential to be the future blue ocean!



CHAPTER 1

健康管理面面觀

跟上醫旅風潮 來趟健康微旅行



CHAPTER 2

從全球健康產業趨勢看未來

新科技重塑未來健康照護



Chapter 1 健康管理面面觀

跟上醫旅風潮 來趟健康微旅行

圖片提供／臺北市北投健康管理醫院·採訪整理／林佩辰（資深醫療記者）

「長壽」已是全球趨勢，愈來愈多人希望「活到老，更要活得好」，健康意識的提升助長健檢市場蓬勃。據統計，台灣地區健檢市場在2011年時達台幣280億，2018年更已高達740億，成長了2.5倍，而大陸也高速成長，2016年健檢市場規模已超過人民幣1,200億元，2018年已突破1,500億元。可見「健康管理」的觀念已廣為民眾所接受。



看更多精彩內容

健康 力等於經濟力也等於管理能力，不知你是否贊成？但隨著生活步調加快，全球經濟化為一體時，民眾的健康管理能力，愈來愈重要。為了更有效率，現在的健康檢查，也不是隨便抽血看數據就表示很健康，而是要強調更精準的管理自己的健康。你/妳，有能力嗎？

跟上「健康微旅行」

「bi」的一聲，踏出了新北投捷運站，往左前方一看，一棟嶄新的醫旅大樓巍巍聳立，盡覽北投山景開闊視野，它是健檢醫院也是溫泉酒店。這棟隱身在溫泉鄉的建物，是台灣推出的「醫旅品牌—臺北國際醫旅北

投健康管理醫院」，由臺北市政府委由北投健康管理醫院及老爺集團共同經營，也是台灣第一家結合健檢和旅遊的「跨界」之作。

它的特別之處，是吸引旅客進行「高端健康檢查」的同時，可以入住五星酒店，例如：要做大腸鏡檢查，檢查前的低渣飲食是由酒店主廚幫你準備，前一晚的清腸是由醫院提供藥劑，當你拉肚子拉到軟弱無力時，還是躺在舒服的大床上，檢查完還提供老爺酒店主廚與北投健康管理醫院營養師共同調配之新鮮健康餐飲，下午想泡湯酒店隨時都有，走出門來趟北投輕旅行也行，這就是「健康微旅行」的概念。

想在台灣每年產值上看百億的自費健檢市場中搶下商機，健檢醫院的強項就得發揮真本領，強調高端影像醫學檢查之外，分部位機能進行分項管理，有專屬的個管師負責，若出現病灶則進行後續的轉診或追蹤。

如何做好有效的健康管理？

北投健康管理醫院醫務長羅鴻源指出，健康檢查分成「主動式」，依自己的需求為主；「被動式」就是像勞工健檢，前者是量身打造，後者就是基礎項目，這兩種的應用



北投健康管理醫院醫務長羅鴻源（右）、行政副院長魏聰文（左）

得隨著年紀日漸增長，及個人病史及家族史而有不同的考量。

實際上，勞工健檢就是抽血驗尿加四癌篩檢及X光，這樣到底夠了嗎？羅鴻源明白地說，得看狀況，若是剛出社會的年輕人，可以當成一次的基礎背景值，早點知道自己的三高是否正常，若有癌症的家族史，例如乳癌患者，必須納入必要的檢查，建立自己的「健康履歷」。

為什麼得這麼早就開始收集健康資料？理由很簡單，出社會後作息改變，應酬變多後導致身體開始變化，因此在身體機能較好時了解自己的狀況，正所謂知己知彼才能百戰百勝。

但什麼家族史該做什麼檢查？可以參考既有的科學數據，羅鴻源指出，就像是有B/



C肝家族史者，只要抽血就能檢查自己有沒有帶原，若發現是帶原者則進行定期超音波或磁振造影（MRI）檢查，才能降低肝癌的風險；大腸直腸癌也是如此，可以利用四癌篩檢的糞便潛血反應，便宜方便，當出現陽性再進一步大腸鏡的檢查，若經濟預算充足，可以直接做大腸鏡檢查，達到一勞永逸。

依照不同的狀況，進行不一樣的組合檢查，就是現在健康檢查的趨勢，也是「精準醫療」的一環。這在高端健檢項目上愈來愈被重視，除了癌症篩檢外，有些業者還以器官、疾病推出不同的檢查配套，例如心血管功能檢查、腸胃內視鏡或腦中風檢查套餐等。

兩岸高端健檢發展趨勢

在台灣高端影像檢查已成熟，這樣的經驗

也開始在大陸複製。這幾年穿梭在兩岸之間觀察健檢市場的相關人士也認為，大陸高端健檢已急起直追，以上海為例2,600萬人口，目前僅有少數有提供影像醫學的高端健檢，需求恐急，相關的醫療人員也前進大陸，提供高端健檢管理的能力。

不斷「被考察」的北投健康管理醫院，接待來自對岸參訪團隊無數，北投健康管理醫院行政副院長魏聰文說，目前香港知名的麗新集團正積極與經營北投健康管理醫院的行健集團合作在珠海的「創新方」項目。其地點就位在大陸最火熱的投資新興區「粵港澳大灣區」之中的橫琴島，橫琴原本就是生態旅遊島，大陸推出百年造鎮計劃，將它打造成全球最大灣區，是繼世界三大灣區紐約、舊金山、東京灣之後最大的灣區，連台商都集資搶進蓋大樓。



這是行健集團第一次跨出台灣，看重大灣區未來發展，魏聰文認為，目前粵港澳大灣區有縝密的規劃，包含正在進行的基礎建設，未來不是只做珠海人的生意，可輻射往外一到兩小時的港、粵城市。

而行健集團就是在該區提供高端健康管理及醫美服務，而合作的旅館將是國際知名的「凱悅酒店」，營運模式及健檢項目會依當地需求再做細部調整。

複製台灣醫療管理經驗

台灣被看中的實力除了服務軟實力，另一項就是「管理能力」，這也突顯當大陸在經濟起飛後，健檢市場「缺工」的問題？因目前懂影像醫學的人員全在三級甲等醫院裡，主要以治療患者的疾病為主，只有當三甲醫院訓練的人員愈來愈多，才有可能轉到高端健檢產業，這趨勢預估在未來5年內，高端影像健檢就會逐漸飽和。

不過，魏聰文也觀察到幾個現象，他說，大陸健檢市場在2013年有3.3億人次受檢，到了2018年約5.7億人次，成長了70%；但這些健檢機構就是「環境好、儀器好、價格高」，這「二好一高」，就讓民眾誤以為就

是好。實際上，儀器再好再貴有錢都買得到，但操作儀器的技術人員及醫師有沒有辦法把複雜的軟體參數發揮到最大功能，是需要訓練的。

醫療長羅鴻源舉例，以「磁振造影進行肝癌檢查」為例，要能正確的診斷，八、九成的民眾會選擇打顯影劑，但在大陸因為怕副作用，大約只有一成的人會施打。顯影劑對於腫瘤的新生血管表現得會更明顯，且會快速流動，但對於良性的血管瘤，顯影劑則流動的特別慢，因此，在做鑑別診斷時有顯影劑就成了關鍵。

「細節」成了目前大陸發展健檢產業的難題，因為做的人太多，能檢查的時間太少，檢查就無法太仔細。不過，魏聰文也說，當國家GDP一萬美元時，生命期望值就會達到頂標，人民壽命就會差不多，這也意味著包括未來民眾對「健康管理」會更加重視，不只高端影像的健檢需求會被重視，包括一般健康檢查，也將有龐大的市場商機。

健康管理的概念已日趨受到重視，選擇最適合自己年紀、以及身體狀況的健檢項目，已成為現代人必做的事。健檢經過萌芽到百家爭鳴，甚至已朝向高階影像、精準醫療邁進，未來健康管理又將步入新的里程碑。A



About  臺北市北投健康管理醫院
Taipei Beitou Health Management Hospital

臺北市北投健康管理醫院為台灣首家命名「健康管理」之健檢醫院，提供高階影像健康檢查、美容醫學，融合假期微旅。本院有醫學中心經驗豐富的醫療團隊，透過零輻射磁振造影（MRI）、低劑量電腦斷層（CT）等高科技影像儀器提供專業判讀，在醫檢分離的優質環境安心完成健檢、醫師當天一對一詳盡解說，有效提供健康管理、諮詢及轉診服務。



Chapter
2

從全球健康產業趨勢看未來

新科技重塑未來健康照護

文／黃毓瑩·資訊工業策進會數位轉型研究所 資深分析師

健康照護產業在21世紀備受重視，美國前總統經濟顧問保羅·皮爾澤曾在《財富第五波》一書中提到：「健康產業將會成為繼汽車、房地產、IT和網際網路產業後的第五波財富浪潮」。

就數 據來看，勤業眾信發布的《2019 Global Health Care Outlook》報告指出，2018-2022 年全球健康照護支出預計將以每年5.4%的速度成長，與2013-2017年的2.9%相比大幅上升，而且預期壽命也在持續上升中，預計到2022年全球65歲以上人口的平均壽命將從2018年的73.5歲增加到74.4

歲，超過6.68億，占全球總人口的11.6%。

創新健康照護 將有爆炸性成長

這些數據在在指出健康照護產業是具備成長動能的。首先，隨著全球高齡人口比例攀升，推動健康照護服務需求不斷增加，導致

現今的健康照護產業體系需要與飲食、運動、居住、教育和旅遊等議題跨界整合，才能產生出新的服務模式。

專業的醫療人力資源短缺，而且隨著開發中經濟體的日益進步，促使相關健康照護服務需求及消費也隨之增加，供給不足的缺口就越大，照護成本持續攀升；為滿足不斷增加的健康照護需求，越來越多公私立資源投入運用數位科技解決現有服務結構的缺口，讓創新的治療與照護方式爆炸性成長。綜合前述，可以預期健康照護產業的發展在未來日益水漲船高。

廣義來說，健康照護包含「生理」、「心理」及「社會」三個層面，因此凡是以延緩老化、活化機能與照護身心為目標的產品及服務均屬此產業的範疇。現代人由於生活型態及社會環境的改變，為個人健康狀態帶來極大的挑戰，例如生活不規律、工作壓力大、飲食營養過剩、城市化與久坐不動的生

活方式等，導致與生活型態關係密切的慢性疾病與身體機能退化性疾病等盛行率不斷升高；而環境汙染、生態環境破壞、各種食物鏈環節中的化學添加物使用，更是直接威脅個人的健康。

如何維持個人身心健康的議題，涉及的環節與層面日益廣泛，促使傳統健康照護體系逐漸將注意力從疾病治療轉移到健康促進、疾病預防和早期治療，以期達到成本可負擔且品質可滿足的健康生活願景。為達到這樣的願景，現今的健康照護產業體系需要與飲食、運動、居住、教育和旅遊等議題跨界整合，才能產生出新的服務模式以解決複雜的生活環境因素，並且透過跨領域合作來改善數位科技和服務內容的互通性。

未來健康照護產業的發展面向

第一) 各行業運用「健康+」的概念為現有服務或產品進行增值或創新。

由於健康照護產業者，正積極提倡將「問題補救」的醫療模式轉變為「防患未然」的疾病預防與早期發現模式，各界對健康照護



的必要性認知，已逐漸擴及不同產業，甚至發展出在原有的產品或服務上，運用「健康概念」進行增值或創新。

例如，遠雄人壽為他們的保戶提供保戶專屬的增值服務——「癒膳食堂」，由專業營養師團隊提供疾病飲食照護、健體養生湯品、營養飲食諮詢等三項個人化的專屬療癒飲食服務。另一個例子是日本朝日集團在泰國、馬來西亞等地銷售可爾必思時，為了迎合東南亞市場的口味，在當地銷售的商品相較日本的可爾必思更加重甜度，但伴隨著當地中產階級不斷增多、對健康的關注度提升，後來反而以「加入乳酸菌」這個賣點成為促進銷售的一大因素。

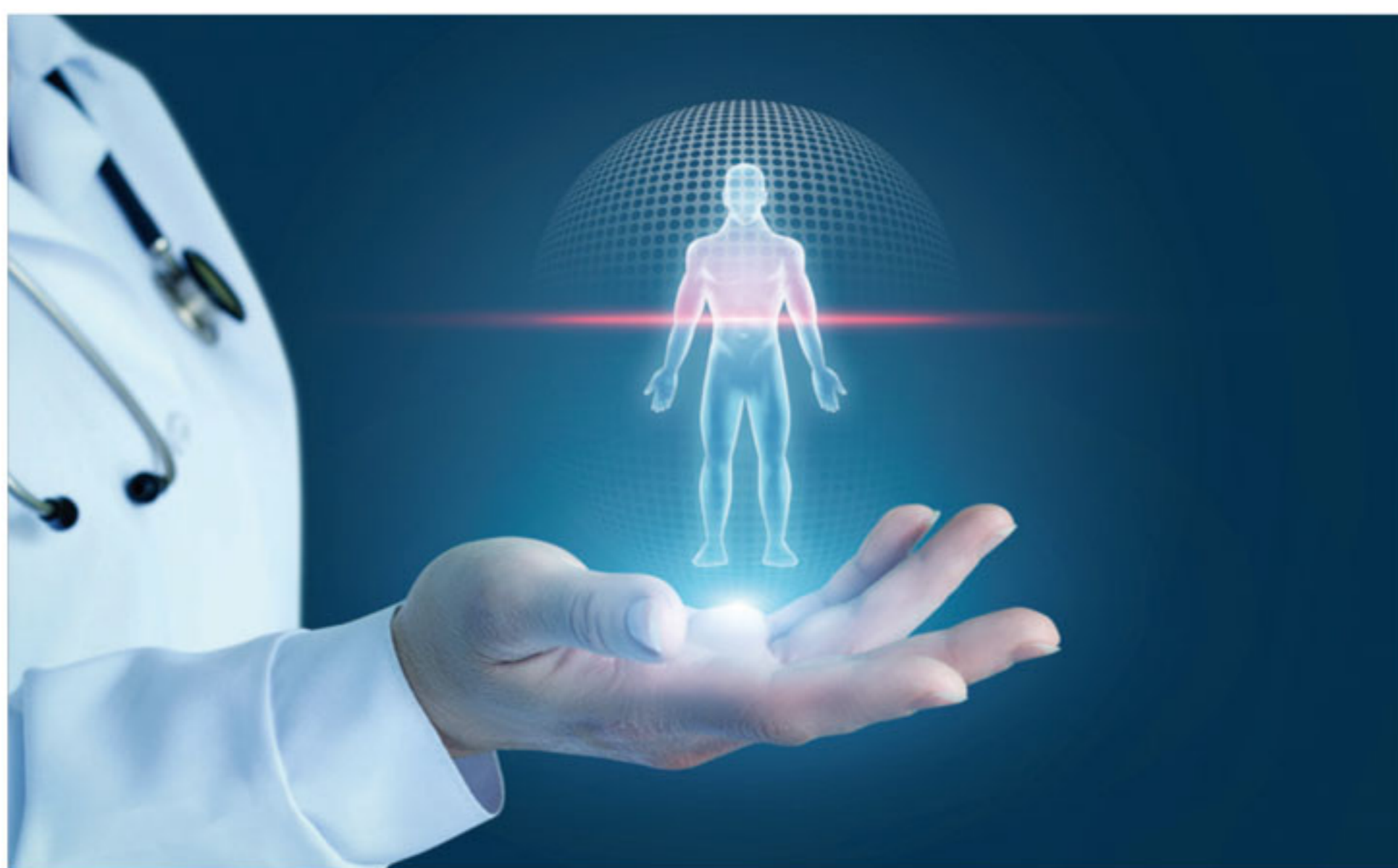
第二) 將健康照護概念予以細分，從系統核心的醫療系統向外圍展延出各種服務。

由於專業人力的培訓與供給遠遠趕不上需

求攀升的速度，必須運用技術創新與流程改善，讓不必要在醫療系統進行的服務，在亞急性、慢性、日常生活等不同環境中分工進行，例如近年興起的分級分工醫療照護服務類型包含專科診所（如骨科、復健科或洗腎中心等）、慢性醫院、社區初級診所等等。

專業化分工也讓科技應用更有發揮，特別是這些新興服務模式將可協助醫療系統降低成本，例如，虛擬照護（Virtual health care）係指可透過行動應用程式與其他數位科技來提供持續性的醫療照護，不僅可串接整合病患在不同服務提供者之間的資訊，以掌握病程變化，更可以改善過去因時間、技術和空間距離上，所產生的病患與醫生、或醫生與醫生之間的溝通障礙。

另外，由於健康意識抬頭，越來越多消費者也開始使用穿戴裝置與醫療行動應用程式來管理自己的就醫紀錄、健康檢查數據、睡



根據GlobalLogic指出，遠距醫療、人工智慧、機器人、物聯網和穿戴式裝置，是健康照護產業數位轉型的五大趨勢，正重塑未來服務模式。

眠狀態、用藥記錄等資訊，讓消費者在醫病關係中日漸獲取更多參與空間，也讓健康服務的場域不再以醫療系統為主，更多發展於社區或居家之中。

第三) 科技應用改變健康照護產業的服務模式，但具體商業模式仍在摸索中。

當前健康照護產業的主要商業模式，是從提供照護成本和較佳的照護服務來出發，但由於服務提供者面臨著收入壓力，使得這些服務提供者必須積極開發或採用創新服務模式，以降低行政和供應成本。

根據IT綜合服務提供商GlobalLogic於2018年時指出，遠距醫療（Telemedicine）、人工智慧（Artificial Intelligence）、機器人（Robotics）、物聯網和穿戴式裝置（IoT and wearables）與區塊鏈（Block chain）將是帶動健康照護產業數位轉型的五大主要技術趨勢，它們正在重塑未來服務模式。

在台灣，例如：台北榮總、高雄榮總、北醫近二年都發展出應用AR/VR發展復健訓練系統，透過讓病人身上裝上感應裝置，獲取病人各項生理訊號，包括肢體位置、動作軌跡、速度等等，再搭配遊戲化設計提升病患的復健參與度和成就感，不但更有療效，也



可藉由病人自主復健，降低專業人力的需求依賴，擴大專業人力的服務能量。

然而，這些新興科技的應用雖然有趣，卻還是以醫療系統的改善為主，大部分的科技應用投資尚未能產生獲利，主要的原因出在「誰來為這些多出的科技應用買單」，健康的消費者雖然對新科技應用抱持興趣，但很少會直接付費，醫療領域的應用大多還是需要醫療類的專業人士背書才有可能變現，買單的對象也多是醫院經營者，大幅侷限了市場開拓的可能性。

根據前述的討論，我們可以想像得到，健康照護的需求持續攀升，但供給增加的速度跟不上，現有的運作方式難以再維持，整個健康照護產業的結構勢必需要轉型，透過數位科技工具應用，甚至是破壞既有結構的創新服務模式，重新塑造B2B及B2C的買賣結構和經濟價值。

此外，在產業轉型的同時，更重要的是要對社會進行觀念教育，目前社會大眾雖然關注健康議題，但因為不是立刻面臨的痛點，所以只要牽扯到付費，難免會有所猶豫，因此，整個產業的參與者必須要從顧客的需求痛點與使用情境進行思考，才能真正產出能創造價值與利潤的產品或服務。 A

全家便利店會長——潘進丁

O型全通路時代的獲利模式

圖·文／商業周刊出版社



全家集團會長潘進丁觀察到的零售流通業四大重要趨勢，包括「節約型消費」、「O型全通路」、「流通新業態」、「差異化聚焦」。潘會長所提出的26個標竿企業的成功商業模式，分別是上述這些趨勢的最佳示範與印證，它們的成功與持續上揚的成長力道，也預告了這些浪潮方興未艾、不容輕忽。



看更多名人講堂

名人檔案

全家便利店會長 潘進丁

1951年出生於屏東。1985年自日本筑波大學經濟政策研究所畢業，回台後隨即進入國產汽車擔任綜合企劃部專員，負責評估新事業。1988年引進日本牛井專門店吉野家並擔任董事。同年成立台灣全家便利商店，前後擔任副總經理、總經理、董事長兼執行長；2015年交棒，轉任全家集團會長至今，致力於流通業人才及教育推廣。

零售流通業四大趨勢

趨勢1) 節約型消費

「節約型消費」是我認為值得注意的一項大趨勢；在此趨勢下，我觀察到三大零售浪潮：個店經營、分享經濟及銅板經濟。

隨著經濟發展商業發達，購物選擇多又便利，民眾的物質需求大抵已被充分滿足，一站購足的制式化連鎖模式魅力不再，再加上人口結構趨向高齡化、少子化，消費行為日趨多元，零售業的經營形式也愈來愈多樣化、個性化、分眾化，「個店化經營」風潮順勢而起。

最好的例子就是日本YAOKO 超市及折扣商店唐吉軻德，它們都是具連鎖規模經濟的零售業，即使遭遇金融危機、311大地震等種種衝擊，卻連續30年創下營收、利益雙成長的榮景，關鍵就在於他們是以消費者與商圈需求為中心，「彈性經營，發揮個店特色」，它們的成功也證實連鎖店的經營型態，仍有很大的突破空間，值得連鎖零售業參考。

銅板經濟這個業態的歷史悠久，以鮮明的單一低價策略取勝，時至今日，不但沒有消

隨著經濟發展人口結構趨向高齡化、少子化，消費行為日趨多元，「個店化經營」風潮順勢而起。

失萎縮，反而成為零售市場中不可忽略的新勢力，即使電子商務興起，也沒有對其產生任何威脅。

隨著貧富差距擴大、消費兩極化的趨勢愈來愈明顯，台灣也有類似大創百貨、DOLLAR GENERAL或DOLLARTREE的業態出現，單一低價商店未來能否在零售市場形成一股新活力，值得注意。

趨勢2) O型全通路

以「O型全通路」這個趨勢來說，近幾年可以看到不少企業為了爭取電商商機，或由虛而實、或由實而虛的拓展市場，但如何才能有效整合資源、創造出明顯效益，甚至訂定遊戲規則、奠定領先地位？



在虛實整合的新零售浪潮下，電商霸主亞馬遜（amazon）、阿里巴巴及實體零售巨人沃爾瑪（Walmart）一路遙遙領先，它們善用自己的優勢與資源，在突破既有框架、開創「新零售」產業的過程中，必有許多寶貴的經驗值得深入探究，或供省思警惕。

即使是傳統產業，只要善用數位科技，也還有創新空間。過去幾年，日本百貨服飾因人口負成長及高齡化而大幅萎縮，但稱霸全球快時尚產業的UNIQLO，及日本時尚服飾電商平台ZOZOTOWN，善用網路購物及行動消費的普及，在逆勢中找到新的成長空間。更難得的是，即使這兩家企業如今已稱霸市場，仍未兩網繆調整定位、努力轉型，企圖建構更具競爭力的商業模式，它們的拚鬥精神值得效法。

趨勢3) 流通新業態

販賣民生消費品的超市業轉型和生鮮電商的出現，則代表「流通新業態」的興起，也印證了零售倫理論歷久不變。業態如商品有其壽命，若不創新就會消失或被取代。

近幾年歐美日興起把加工處理後的食材，和調味料、食譜包裝成箱，宅配到府的DIY下廚懶人包「Mealkits」，讓無法花太多時間料理三餐的家庭，省去採買生鮮食材、處理備菜的時間與工夫，也適時滿足了消費者偶爾自煮的需求和樂趣，成長幅度快速攀升，短短6年內市場規模翻升數倍。這股熱潮未來是否會吹向各地？我們可以從中學習到什麼？

從以上三大趨勢來看，可以發現商業模式創新，並非改變空間、規模、商品結構或導

入AI人工智慧而已，如何在數位變局裡設定目標顧客，找出符合其生活消費型態，並發展出與其他主流經營模式有所區隔的新商業模式，才是零售流通業者最大的考驗，也是未來能否持續存活下去的關鍵。

趨勢4) 差異化聚焦

「差異化聚焦」，這是回歸到企業經營的首要課題：選擇和集中（Selection and Concentration）。不論是哪一種行業，採取哪一種策略，從組織架構、企業文化、人才養成、資源整合等各方面，企業經營都必須對焦呼應。

餐飲業聚焦經營的最佳範例，非「壽司郎」（SUSHIRO）及「鳥貴族」（TORIKIZOKU）莫屬，它們分屬不同業態，卻都因為採取單一價格、單一商品的的聚焦式經營，明確訴求平價超值，深受消費大眾的認同而逆風成長。

藥妝業松本清和科摩思（COSMOS），日本家具業者宜得利（NITORI）與瑞典宜家家居（IKEA），則是同一業態差異化經營的成功標竿。松本清是傳統藥妝店，善用店數規模優勢及超高品牌知名度，推出多種自有品牌產品，創造出差異化的優勢。相反的，科摩思則是最不像藥妝店的藥妝店，藥品、化妝品的營收占比僅一成左右，食品（無生鮮）構成比卻超過五成，強調是一站購足的食品、日用品及藥妝綜合性賣場，顛覆傳統藥妝店的經營法則。

日本宜得利與瑞典宜家家居，一東一西，產品定位和風格截然不同，有趣的是，它們都以當今快時尚產業盛行的SPA 模式經營，只不過前者是垂直整合，後者則是水平展開。即使如此，兩者卻不約而同的成為家具業界的傳奇。這些標竿企業揭示了所謂的「差異化」，不只是同中求異，更關鍵的是如何建構一個以差異化系統運作的成功模式。

潘會長從商業模式的對比，來梳理龐雜的資訊，希望能以有邏輯的系統化方式，與讀者分享所觀察到下一波的零售流通產業四大趨勢。這些標竿企業的成就固然值得讚佩，但最難能可貴的是，這些企業經營者的理念都能貫徹成為組織文化與核心價值。A



好書推薦

《O型全通路時代——26個獲利模式》

作者：潘進丁、王家英
出版社：商業周刊出版社



零售業教父級作者深入解讀全通路時代11種業態新浪潮、26個企業強實例，比較式策略分析，以商品、定價、促銷與顧客對話，不只一種行銷模式。

成功，來自不斷的自我挑戰與突破。這些標竿企業的成功印證了唯有練就動態核心能力（Dynamic Capabilities），對市場、環境的變動有敏銳的感知能力，將經營資源（人、財、物）重新配置，才能立於不敗之地。謹以此與企業經營者和管理者共勉！



純網銀的鯨魚效應

一支手機一家分行

文／顏長川·資深企管顧問

隨著智慧手機的普及，台灣近年來網路銀行的使用率由2017年的36.7%大幅攀升，據中信銀的統計：存提款、轉帳、換匯、基金下單等業務，現僅10%是臨櫃，其餘都透過ATM、手機或家中電腦完成。



看更多精彩內容

所謂「網路銀行」(On Line Bank、Direct Bank、Internet Only Bank)係指百分百透過「網路」向年輕客層及微小企業提供金融服務，期能達到「普惠金融」的境界；一個小小的台灣地區已有37家銀行 / 3,403家分行 / 28,771台ATM (Over banking?)，再開放2家純網銀，豈不更加惡性競爭？

純網銀的發展

1989年10月，英國First Direct Midland Bank始創24小時客服中心，是純網銀的濫觴；美國的安全第一網路銀行(SFNB)於1995年10月創立全球第一家純網銀；1999年英國設立歐洲第一家純網銀；日本樂天銀行創立於2000年，號稱是市占率最高、獲利最

創新工場董事長李開復預測：「未來80%的金融工作將會被人工智慧所取代」！手機將成為簡易分行。

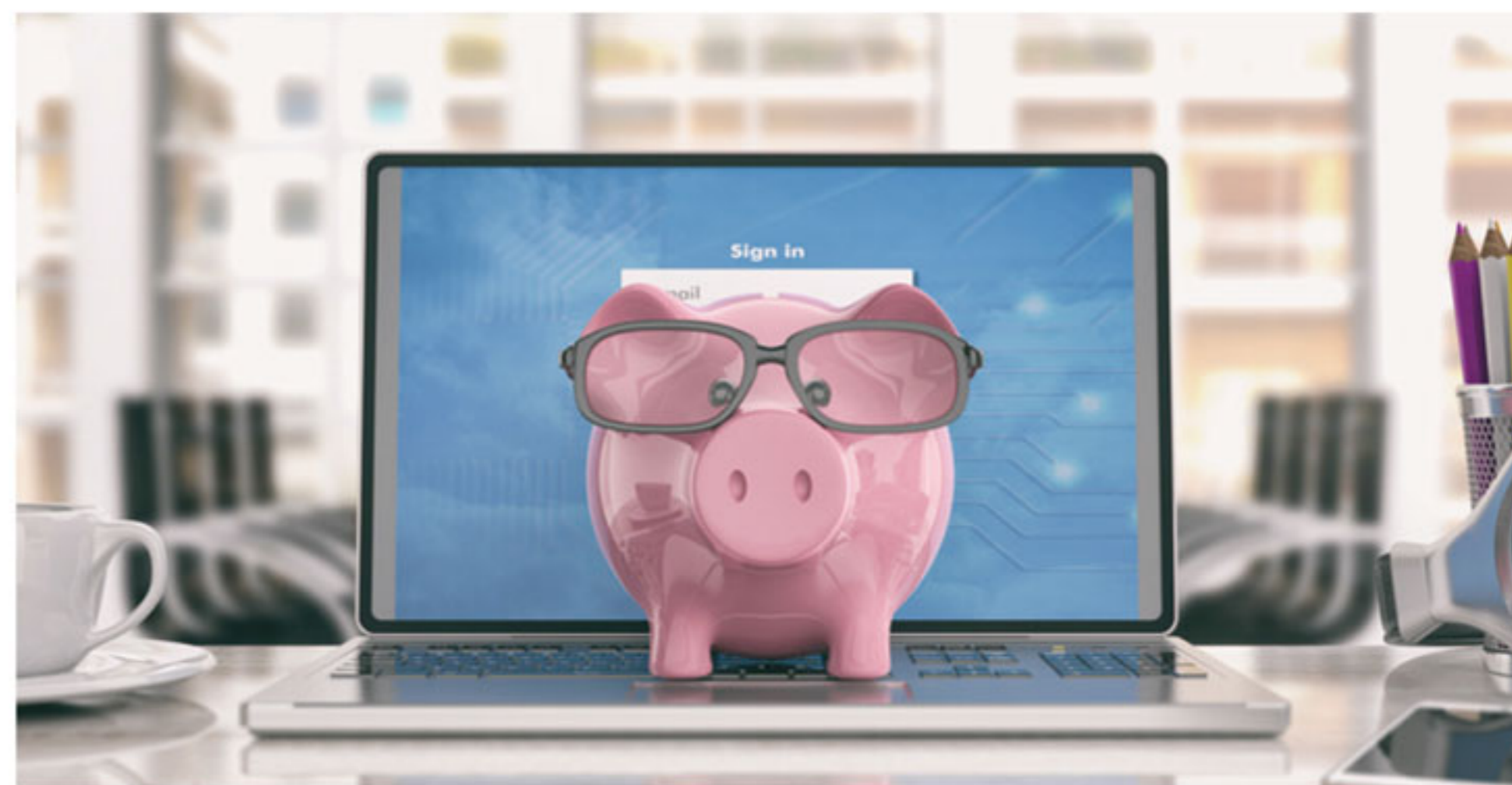
快、最賺錢的網路銀行(18年歷史 / 640名員工 / 680萬顧客)；中國微眾銀行和網商銀行創立於2015年，到了2017年，規模竟分居世界第一、第二；韓國K Bank和Kakao Bank創立於2017年；2019年，香港已開放8張純網銀執照，台灣地區則將開放2張純網銀執照等；因金融科技的介入，世界各國的純網銀大戰已經開打。

全球純網銀的發展已超過20年；世界各國的純網銀大概都朝「使用介面親民、申請速度快、手續費低廉及提供貼心功能好用的App」等方向去發展，以提高顧客黏著度，

讓顧客愛不釋手；藉著人工智慧(AI)的充分運用，知道純網銀顧客要的是「簡單、便利、樂趣、安心、完整」；尤其是年輕顧客要的是「服務」不是「銀行」；誠如比爾·蓋茲所說：「Banking is necessary, but banks are not」或布雷特·金恩所說的：「Always banking, never at a bank」難怪年輕人很少去實體銀行了。而實際的統計資料顯示：65%的轉帳、80%的金融服務都在手機上完成，已經有80%的人把手機當作簡易分行了！難怪李開復會預測：「未來80%的金融工作將會被人工智慧所取代」！

傳統銀行vs. 純網銀

公元2000年，德國有38,000多家實體銀行，但到了2015年，減少了10,200家(-27%)，主要是因為銀行後台技術成熟，速度快又正確，可節省大量的店面和櫃檯人力；因而純網銀成為傳統銀行的殺手，經過



一段期間的發展後，因家數迅速膨脹，難免也會碰上面對面，自相殘殺的局面，削價競爭的結果，把交易手續費壓低到傳統銀行的1/10；如何發揮金融專業或與異業策略結盟，短期衝高用戶數以擁有龐大顧客群是當務之急。科技的日新月異，逼得國際銀行間朝兩種類型發展，不是傳統銀行數位化，就是不設實體分行或ATM、只有總行及客服中心的純網銀的興起。

傳統銀行仍在人際互動、業務執行（保單+證券）、利率差（放款利率/存款利率）及安全性（世界上沒有完美的加密傳輸系統）等方面佔有優勢，還是可以對純網銀提出反制：（1）主動出擊—Goldman Satche推出消費者儲蓄及借貸平台Marcus；（2）直接收購—西班牙銀行（BBVA）收購美國行動理

5G時代來臨，智慧手機可以處理任何事情；利用大數據可將各種人、事、物連結成物聯網進行精準行銷。

財Simple、英國純網銀Atom Bank、芬蘭金融科技新創公司Holvi等；（3）合作聯盟—渣打銀行+Alibaba（數位匯款）；（4）提供更多元服務—新技術拓展新市場；台灣地區開放新戶可在網路辦貸款、申請金融卡非約定轉帳功能等十大數位金融業務；（5）打不贏就加入—西班牙國際銀行/區塊鏈/跨境支付系統；銀行科技化vs.科技銀行化，誰怕誰？

附表：傳統銀行 vs. 純網銀

資料整理：顏長川

| 比較項目 | 傳統銀行 | 純網銀 | 特色說明 |
|------|-----------|----------|---------------------------|
| 總行 | ○ | ○ | 巴洛克建築 vs. 現代建築 |
| 分行 | ○ | × | 只透過電腦、行動裝置、ATM、電話、信件等途徑 |
| 客服中心 | ○ | ○ | 北中南東各一個 |
| ATM | ○ | ? | 智慧化的ATM可以接受 |
| 身分驗證 | 自然人/對保實名制 | 雙重或多重實名制 | 身分證、健保卡、自然人手機號碼及繳款紀錄 |
| 優點 | 人際互動 | 便利 | 線上就可申請信用卡 |
| | 保單+證券 | 高效率 | 對外傾聽顧客心聲（VOC）+深入了解顧客（KYC） |
| | 利差高 | 低成本 | 每筆交易成本僅傳銀的16% |
| | 安全性較高 | 年輕客層 | 年輕人高度依賴智慧手機 |
| 缺點 | 離櫃率90% | 無人際互動 | 基本上還是需要有點溫度 |
| | 低效率 | 銀行業務 | 綁銷的業務複雜度高，執行難 |
| | 高成本 | 利差低 | 放款利率—存款利率 |
| | 資深客層 | 安全性較低 | 世界上沒有完美的加密傳輸系統 |



純網銀的商業模式

5G時代的智慧手機幾乎可以處理任何事情，為純網銀塑造了良好的生態圈；在銀行端，說一支智慧手機就是一個分行，一點也不為過；人工智慧透過機器，深度學習和演算，再用雲端和邊緣運算，可以把大數據（Big Data）變成智慧（Smart everything），並將各種人、事、物連結成物聯網，讓業務單位可以進行精準行銷；在顧客端，消極而言，防洗打恐、法遵監理、個資安全、內稽內控等築成銅牆鐵壁可安顧客的心；積極而言，客服單位可傾聽顧客的聲音，了解顧客的痛點，提供智能客服，把痛點變爽點；在銀行與顧客間，透過電子錢包及會員和點數的經營，金流、人流、資訊流、物流、產品流，通暢無阻；達到以年輕

客層和微創企業為主的普惠金融新世界。

純網銀的三種主要模式：（1）電商生態圈—如阿里巴巴開設的網商銀行（雙11的威力）；（2）社群生態圈—如騰訊開設的微眾銀行（不良放款率僅有0.64%）；（3）母公司集團挹注—如中華電信的將來銀行（Next Bank）。被Financial IT評選為全球純網銀第一名；由手握微信、QQ兩大社群軟體的中國騰訊所創的微眾銀行，有近10億名活躍用戶的大數據可進行交叉比對，發展出個人微信報告，可用來借貸；純網銀要像一般銀行一樣，為了讓顧客感到安全、效率、創新；需要加入存款保險制度、參加聯合徵信中心、金融消費評議中心、財金資訊公司等單位，符合巴賽爾資本協定的要求，方便網路開戶、辦信用卡、申請無卡分期等業務；同時需要管控6大風險：即時作業風險、流動性

普惠金融體系也稱包容性金融，其核心是有效、全方位地為社會所有階層和群體提供金融服務。

風險、法遵風險、個資保護風險、委外風險和資安風險，以取得最佳顧客的體驗、顧客的信任度、忠誠度。

根據歐美純網銀的經驗談：純網銀和傳統銀行比較起來：活存利息高+100%、貸款利息-33%、匯款手續費-82%、營運成本-70%；匯款（0%手續費，立刻到帳）、保單費率-50%。

中國純網銀的經驗談：微眾銀行和網商銀行於2015年初開業，2016年就實現獲利；因此，新設立的純網銀若能克服資金成本，找到對的獲利模式，洞察消費者的行為和想法，了解其背後的深層動機；再把「法規證照、目標客群、能力與優勢」搞清楚，就能勇敢跨出領域去打世界盃了，就好像Line Bank和Rakuten Bank一樣。專家建議：純網銀的新商業模式，申請時就要提交退場機制，確是明智之舉。

普惠金融的實現

根據世界銀行的調查，全球還有20億人

拜純網銀之賜，窮人銀行（Grameen Bank）宣布：「即使是赤貧之人，也能努力改變人生」。「純網銀」是邁入「無現金社會」，實現「普惠金融」的重要政策之一。

沒有銀行帳戶，這些人不能享有ATM提款，不能使用網路銀行轉帳或是線上購物等金融服務；普惠金融體系（Financial Inclusion System）也稱包容性金融，其核心是有效、全方位地為社會所有階層和群體提供金融服務，尤其是被傳統金融忽視的農村地區、城鄉貧困、微小企業等弱勢族群，或「信用小白」的年輕學生族群，都能和其他顧客平等享受金融服務的權利。

2018年，在台灣地區現金交易比率還有62%，2020年拚下降過半50%，期望到2025年能降到10%；為達到此目標，將持續整合非現金支付工具如：電子票證、電子支付、行動支付、信用卡支付和ATM轉帳（台灣ATM的密度世界第一）等，朝著「無現金社會」邁進。北歐的瑞典，2010年時使用現金的比例是40%，到了2019年已降到1%，全瑞典1,400家實體銀行中，已經有半數不再接受現金存款，甚至有4千名瑞典人，在身體植入NFC晶片，可以用在解鎖、支付、交通上，伸出手就能感應使用，可說是「無現金社會」的典範。A



拿下雙十一大健康品牌銷售第一

它憑什麼俘獲年輕人的心？

文／王暉·品牌觀察報編輯

當代年輕人需要擔心的事太多了。越來越高的髮際線、日益發亮的頭頂、逐漸鬆弛的大肚皮等，彷彿就在不遠處。他們開喝啤酒泡枸杞，喝完可樂嚼鈣片，熬夜後敷個面膜等，養生青年大軍開始崛起，「健康」成為年輕人最關注的話題。

年輕人也愛煉仙丹

電商平台中購物車的變化，是年輕人生活態度和生活方式最直接的票選，服用膳食補充劑開始成為一種生活方式，也是新消費群體更關注自我的觀念在消費資料上的體現。從有病就醫到防患於未然，膳食補充劑被越來越多的消費者放進購物車。尤其是隨著大批90後進入職場，成為新一代的主流消費力量。

根據「數位品牌榜」的監測資料，以社交媒體上用戶提及膳食補充劑品牌時的內容表

達為研究條件，計算出內容傳播度、使用者參與度、口碑好感度三方面綜合排名前十的品牌，湯臣倍健以46%的用戶心智占有率遙遙領先於其他品牌。那麼，湯臣倍健是如何搶占用戶心智、俘獲年輕人「芳心」的？

傳播品牌年輕調性

一個品牌想要讓更多人了解你，得先讓更多的人知道你。在消費市場逐漸年輕化的趨勢下，湯臣倍健聚焦於年輕人喜歡的社交平

台，通過創造源源不斷的話題，保證傳播度的同時，傳遞年輕、時尚的品牌調性，緊緊抓住年輕人的心。

• 為愛豆打call——粉絲應援行動

在健康產業，誰說沒有「愛豆」(Idol)！國際超模米蘭達·可兒的時尚美麗，新晉流量藝人（意指深受歡迎、粉絲眾多的明星）蔡徐坤的才華橫溢，都是現下年輕人推崇的正能量明星。湯臣倍健選擇了米蘭達·可兒和蔡徐坤作為產品代言人，不僅傳播度十足，更是為品牌時尚、年輕的形象奠定堅實基礎。

• 為時尚種草——把事物推薦給他人，讓人喜歡的過程

要想和年輕人玩在一起，要比他們更潮。湯臣倍健和時尚、二次元、藝術等潮流的跨

界案例不斷。令人意想不到的，年底湯臣倍健竟放大招和頂級時尚週刊時尚COSMO一起，來了一場「健康+美麗」的對話。此外，攜手法國知名現代藝術家Francesca Brenda Mitterrand 設計元氣禮盒，為美麗發聲，詮釋「成為一個更好的自己」的品牌宣言。

• 專注好奇，詮釋審美潮流：

審美一直是個經久不衰的話題，但當下年輕人的審美潮流你瞭解嗎？湯臣倍健與《好奇心日報》聯合發佈話題，邀請年輕人聊一聊他們心中的審美，了解年輕人內心世界和審美三觀的同時，更是將品牌和產品「元氣」、「自然」的理念深耕於年輕人心中。

• 深度互動，要你好看：

不僅要與年輕人聊到一起，還要玩在一起。雙十一期間推出的手機互動活動，輕鬆

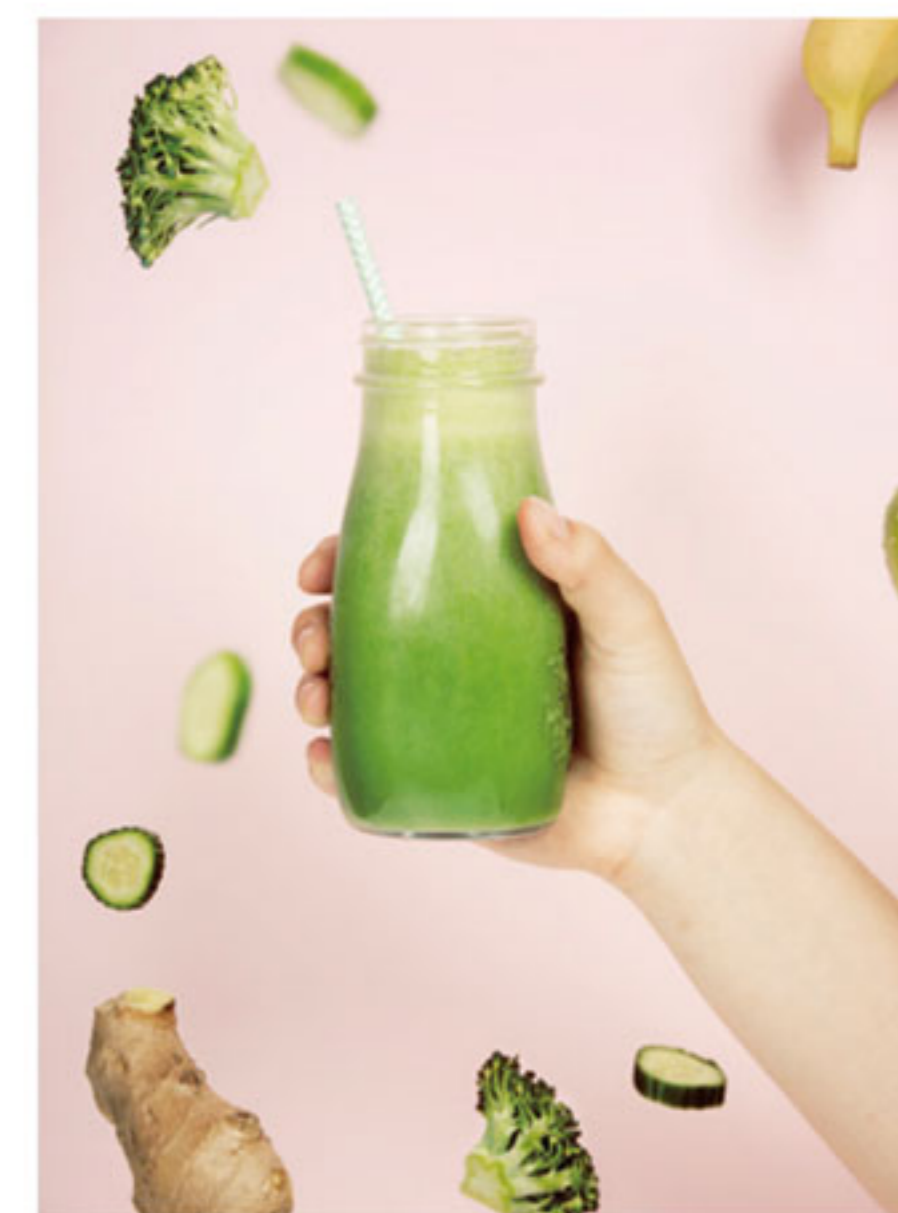
對年輕一代消費者來說，產品的資訊、管道越來越多，對產品和品質的好感度，才是人們選擇購買的重要原因。

的遊戲機制和元氣的畫風，簡直萌翻少女心；還有發佈好看任務來解鎖蔡徐坤線下應援活動等，在引流的同時也讓更多人深度參與到互動中，了解品牌內涵。

過去，健康領域在我們看來都是偏老齡化的產業，現在品牌們可以拒絕墨守成規。通過牽手時尚、藝術等領域，並聚焦年輕人喜歡的平台，憑藉各種或妙趣橫生、或大開眼界的優質互動，將不同領域的粉絲一網打盡，不僅傳播度和參與度高，更是有效觸達年輕人。

搶佔C端年輕主力軍

使用者只有真正認可品牌的產品與品質，才能提升對品牌的好感度，從而決定是否購買產品。尤其是對年輕一代消費者來說，產品的資訊、管道越來越多，對產品和品質的好感度，才是人們選擇購買你而不是別人的重要原因。



C端市場即消費者市場（consumer market），是指所有為個人消費而購買或取得商品和服務的個人和家庭。為了迎合C端年輕人的口味與偏好，湯臣倍健推出了Yep系列，其中的爆品「膠原蛋白粉」深受年輕人喜愛。便攜獨立的包裝、水蜜桃的口味、淡粉色的元氣外盒，不僅符合年輕人飲食方面的習慣，更是滿足他們對顏值的高要求。A



本文經「品牌觀察報」授權轉載，在原文基礎上略有刪減修改，未經許可，請勿轉載。

從重視品質的產品到年輕時尚的品牌調性，從全方位多角度的跨界合作到撩動粉絲的應援活動，湯臣倍健在消費市場快速年輕化的道路上，毫不猶豫、大刀闊斧地抓住C端年輕主力軍，最終贏得消費者從種草到拔草的雙料冠軍。





桃園鄉間的兩層「簡舍」，落實了簡祺坤強調的「被動式設計」。



一樓高度原以8尺合板長度最為經濟，但會讓天花板產生壓迫感，因此簡祺坤讓客廳採取下凹式的半開放設計，產生更開敞的高度。

綠建築新趨勢系列 ②

讓舊觀念翻轉

台灣建築師以「木建築」走不一樣的路

文／李俊明·圖／◎深宇建築師事務所

自2017年以「簡舍」拿下「台灣室內設計大獎 (TID)」評審特別獎，近期建築師簡祺坤又以台中花博的「四口之家」連續奪下紐約、倫敦、美國等建築大獎以及2019德國iF設計獎。雖然他所主持的深宇事務所規模迷你，但鎖定綠建築為核心的作品卻蘊含對土地深厚情感，屢屢以木建築創作為社會帶來反思。



看更多經典設計

「台灣」總是對木構造心存恐懼，怕潮濕、怕白蟻、怕結構不穩固等，總是想盡辦法不肯相信木建築！」近期以亮眼設計讓人刮目相看的建築師簡祺坤，開宗明義就說出為何想盡自己的力量，讓人多了解木建築。

童年曾在日本暫居的簡祺坤回憶，小學三年級之前，他一度住在三鷹市一幢木造平房中，在這裡，他們一家有著十分美好的生活記憶。回到台灣後，一家人搬進中壢的混凝土房子，面北的房間因未直接日照，環境較潮濕，簡祺坤記得自己常常生病，而且不容易痊癒。

這段經歷不禁讓他開始思考起人與環境的關係。「回溯起來，小時候玩樂高，應該就對建築產生興趣，」簡祺坤憶起自己很喜歡動手做，後來國中玩模型，因為成品太精美，連老師都不敢相信真是他的手筆。他笑說天蠍座的個性，只要喜歡一樣東西，就會非常投入。

為家人規劃終棲之所 尋找最永續的設計可能

回顧起來，會一頭栽入木建築的研究，原因有很多，最主要是父母退休後期望更親近土地、嘗試自然農法，於是他們一家決定搬到鄉間。更重要的是，簡祺坤在為家人規劃終棲之所時，想深入進行「反思」，試著從理性判斷出發，辨別到底現在的環境，怎樣的建築才對使用者、對大自然最好。

於是他頭也不回投入木建築的世界，這樣的嘗試，困難重重。

他在設計「簡舍」時，碰到過去想都沒想過的問題，包括木頭板材尺寸，有美、日規格的差異；台灣工班也對木構工法十分陌生，施工溝通相對困難；就連鋁門窗的尺寸，都因主要以混凝土建築的需求為基準，因此還要為木構造重新進行加工。即使管線的走法，也跟混凝土建物不同。總之，就是得從頭摸索。

「現今建築教育只著重於混凝土的設計，那屬於濕式施工，因為需要澆灌混凝土塑形；相較之下，木構建築是乾式施工，由於不像混凝土是連續的過程，施工時需要注意更多細節。」簡祺坤回顧，這幾乎是種自學的過程，透過到日本大量搜羅木造專業書籍、四處勤於觀摩探查，逐漸摸索出木建築

的訣竅。

就這樣，簡祺坤從對木建築的嚮往出發，加上從零開始的研究，確認他心目中的木建築未來，肯定利多於弊。

從永續角度 重新評估木建築利弊

「不少人願意花錢做木作，因此有時裝潢費用甚至超過房屋造價，但卻不肯投資在木建築上，這很耐人尋味。」簡祺坤分析，木造建築的特色，就是一開始造價較高，但如果把眼光放遠，長期攤提各種成本後，反倒較為划算。

簡祺坤以「冰山」比喻，一般人只看到木建築的一角，其實露出水面的只是很小一部分。木建築乍看較貴，但後續養護成本低，也更符合環保永續原則。



「簡舍」儘量模糊室內、室外分界，三座露台及五處陽台，讓居住者充分感受大自然氣息。



左圖：「簡舍」一樓西側設有露臺，與餐廳、廚房連結，創造更多活動空間。
右圖：簡祺坤考量到台灣地區地震頻繁，因此參考日本規範，選擇較穩固的框組壁式工法，取代傳統的樑柱式工法。

而環保節能、與自然和諧共處，正是簡祺坤投入木建築的很大原因。他語重心長表示，建築物其實是全世界碳排最大來源。以紐約為例，一天碳排量可堆到比帝國大廈還高，而其中竟有七成五的碳排都由建築物產生，比例驚人。

因此他試著從木建築的施作與規劃，減少建物的耗能，也藉這種自然材質，為家人營造美好生活空間。

以被動式設計 發揮木建築的永續魅力

走進他為家人設計的自宅「簡舍」，簡祺坤侃侃而談自己的設計理念，一是遵循被動式設計原則，二是鎖定木料建材。

他以比喻剖析所謂的被動式設計：「假設房間裡很熱，多數人第一個反應就是打開

冷氣，這是一種主動，會增加石化能源的消耗，產生更多二氧化碳排放。但是如果房屋設計得宜，隔熱效果好，打開窗戶就能讓室內通風，熱氣可以很快就被帶走，這即是以被動代替主動。」

「又比方說，你觀察維京人的住屋，會發現房裡常有火爐與燒熱的石頭，保持室內溫



位於台中花博后里森林園區的「四口之家」，在「2018美國建築大師獎」，榮獲住宅類榮譽獎。



「四口之家」利用廢棄的稻桿製成隔熱效果佳的預鑄牆，讓建材取自大自然，也容易回歸大自然。

暖，這也是一種被動設計。你會發現，這些古老的智慧都應用被動設計的原則。」簡祺坤緩緩解析，被動設計完全不複雜，最重要的關鍵，就是房子的「外殼」決定了日後耗能多寡，就像穿衣服，外層穿得夠保暖，就不用一直添加衣服或是使用暖氣。

混凝土建築的問題，在於隔熱與絕緣性較差，因此不論冬夏都得消耗很多能源，才能擁有舒適環境。「但木料本身就有很好的絕緣隔熱功能，常保冬暖夏涼，而且木構房子屬雙層結構，以外層保護內層，如果其中有損壞，只需抽換即可，比我們想像得還更耐用。」

而且很容易為人忽略的是，混凝土原為鹼性，但會隨著時間產生化學變化，接觸空氣

愈多，就愈轉為中性，幾乎每十年就會產生中性化一公分的厚度，這意味著三十年後，中性化的混凝土就有可能侵蝕鋼筋，這種不可逆的過程會造成鋼筋鏽蝕，因此台灣的RC建築耐用年限，大約也就是35年，而且很容易產生龜裂和漏水、受潮的情況。



「四口之家」同樣採用「被動設計」手法，木構用料諸如柳杉、相思木等均產自台灣。

相較之下，木頭屬於穩定度很高的建材。簡祺坤分析，在乾式構造下，木屋外層若產生潮濕或腐壞，只要替換外牆即可，結構內層依然能保持乾燥，房屋生命週期可以很長，這也是很多木造建築能維持上百年、甚至上千年的原因。

運用新型板材 藉木構創造宜人居所

簡祺坤接著點出關鍵，現代木建築更為耐用，主因在於「交錯層壓木材」(Cross-Laminated-Timber, 簡稱CLT)的大量應用。由於CLT無論在抗壓、耐震、防燃、防蛀等面向都已達到很好的效果，因此很多人對於木料的偏見，應該需要被重新檢視。

簡祺坤認為，藉由CLT木料，加上合宜設計手法，將風向、日照等因素考慮進來，就能創造舒適的居住空間。他因此將「簡舍」

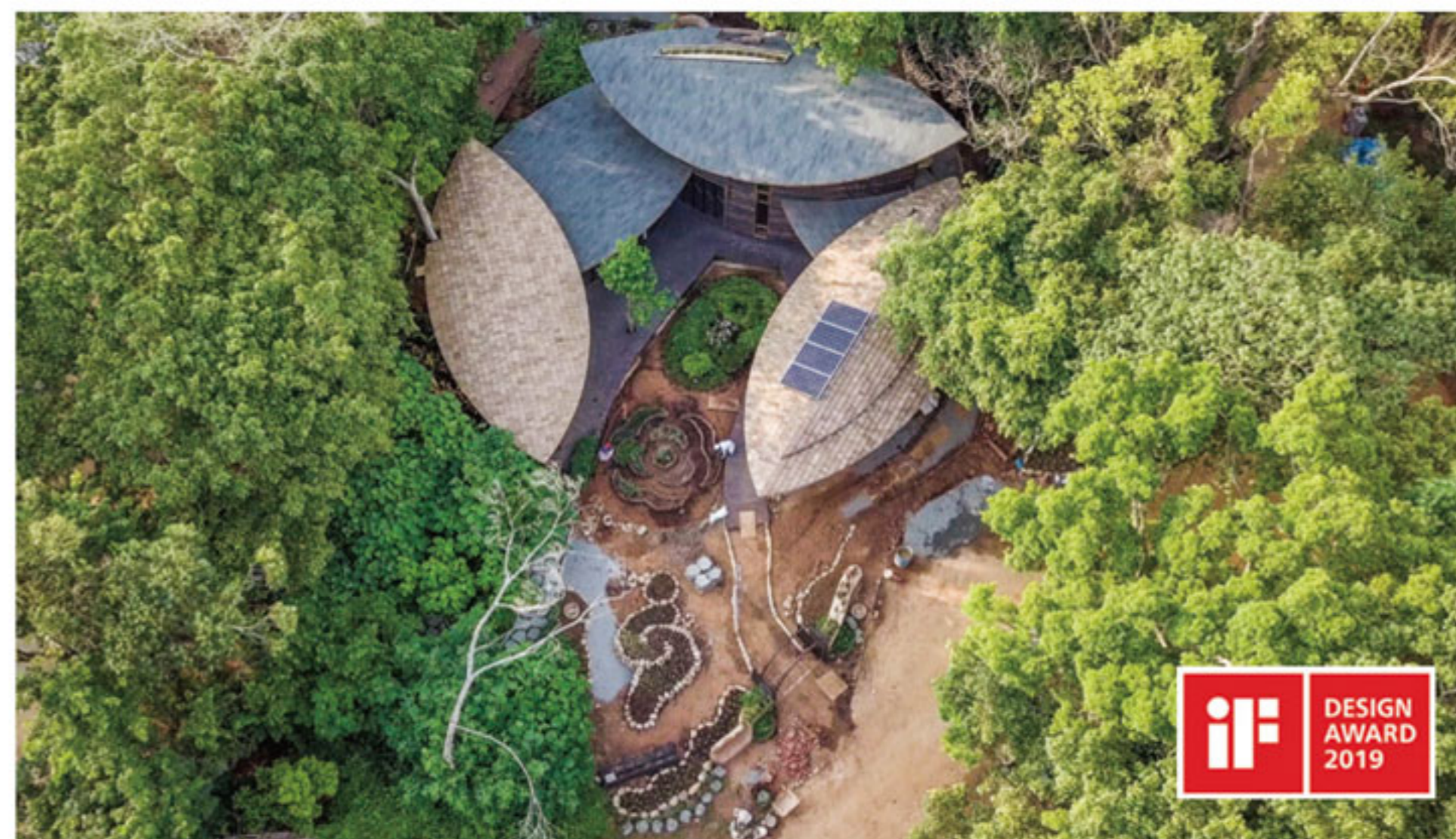
臥房安排在南面，並依照日照角度決定屋簷長度，房間開窗也多採取水平遮陽，就像戴著帽子一樣，採光通風相當良好。

相較之下，自宅的東、西兩側日照較強烈，就採用垂直遮陽，阻斷陽光直射。客廳可看到採用大理石鋪面，冬天可藉日照聚熱，夏天則幫助散熱，產生調節室溫的效果。簡祺坤藉由為家人營造最舒適的起居空間，以最實際的作品驗證，讓大眾深入被動式設計與木構建築的魅力。A



About 深宇建築師事務所 ——主持建築師 簡祺坤

畢業於中原大學建築系，曾任職宜蘭「田中央聯合建築師事務所」、「第三視界攝影工作室」、台灣大林組營造股份有限公司，現為「深宇建築師事務所」主持建築師。



根據推估，榮獲2019德國iF設計獎的「四口之家」有超過九成的永續建材可重新回歸土地，而相較於同規模的水泥建築，可減少37.74%碳排放量。



中醫健診新趨勢

你真的健康嗎？

文／陳盈光·雅丰唯心中醫診所醫師

現代人承擔家庭、社會的壓力，往往將全部注意力放在工作上，沒時間關注自己的身體，這類的人常連看病的時間都沒有，即便不舒服也只買成藥壓抑症狀，而出現「亞健康」狀態而不自知。

所謂 亞健康是介於健康與疾病之間的中間狀態，是指有主觀的不適，但還沒達到可以診斷為某種疾病的身體狀態。如時常腦力勞動過度、酗酒、吸菸、暴飲暴食、體重過重或過輕、夜生活多、夜間工作等，如症狀持續加重，都可能轉化為疾病。此時可以尋求中醫來解決問題，如果不知道自己是否符合中醫定義的健康標準，也可以做「中醫健檢」，來檢查自己是否健

康，或是潛在的病因，積極維護健康。

什麼是中醫健檢？

中醫健檢是指在中醫理論指導下，對人的神、色、外觀形態進行觀察，加上舌質、舌苔和舌下絡脈等舌象檢查，以及把脈判斷浮、沉、遲、數、弦、滑等脈象，最後詢問受檢者的整體情況、飲食習慣、患病史，並



看更多健康常識

中醫健檢是指在中醫理論指導下，對人的神、色、外觀形態進行觀察，並綜合判斷確定體質。

記錄身體相關症狀的發作時間、發生頻率、發生部位、誘發因素、加重因素和緩解因素等，最後綜合判斷確定體質。

並針對不同的體質給與中醫治療方案和日常自我養生調理指導，包括中藥內服治療、藥膳調補、中醫外治調理、精神調養、運動處方，以及相關健康習慣培養和飲食禁忌等，把健康調養到最佳狀況。有時會視情況加入耳穴探測儀、經脈能量檢測、甲襞微循環檢查、心律變異率檢測等儀器協助診斷。

哪些人群適合中醫健檢？

1、**想了解自己身體狀況的人**：中醫跟西醫是不一樣的看病思維，有各自的診斷及治療方法，彼此各有所長，不可以互相取代。有些疾病的初期，中醫檢查不出來，但西醫檢查可以早期發現，相同的，有些疾病是中醫可以提早發現早期治療的，中西醫健檢相輔相成，是未來預防疾病的趨勢。

2、**亞健康人群**：醫師可以依照病患體質制定個人化的調養方案，避免盲目進補、亂吃保健藥品。不少人疲倦就想要吃人蔘，蔘類以分紅蔘跟白蔘，白蔘偏涼紅蔘偏溫，如果不明白自己的體質亂進補，可能會吃出其

他問題，例如陰虛燥熱或濕熱的體質長期吃紅蔘，會助長體內的熱性，也可能產生其他病症。另外養身方法如艾灸、拔罐、藥浴、膏方等都必須辨明體質虛實寒熱以後才能使用。

3、**已經生病的人**：很多慢性疾病和一些急重症在西醫治療的同時，配合中醫調理可以縮短病程、減少西藥的副作用，提高生活質量。需要提醒的是，人的體質是會隨著生活環境、飲食、生活作息、年齡、藥物等因素而改變，現在的檢查結果一年後未必適用，所以要定期檢查。

體質是什麼？

體質是指人受先天和後天影響而呈現的特殊生理及心理狀態。體質會決定你容易得到什麼疾病以及疾病的發展過程。體質通常分九種類型，分別為以下九種，平和質為正常體質，其他八種體質為異常體質。

1) 平和質

面色、膚色潤澤，頭髮稠密有光澤，目光有神，鼻色明潤，嗅覺通利，唇色紅潤，不





易疲勞，精力充沛，耐受寒熱與餓飽，睡眠良好，食慾好，二便正常，舌色淡紅，苔薄白，脈和緩有力。性格隨和開朗少生病，對外界環境適應良好。

2) 氣虛質

肌肉鬆軟不結實，語音偏弱，常會喘，容易疲乏，稍微動一下就容易出汗，舌淡紅邊有齒痕，性格內向少言，容易感冒及內臟下垂等疾病。

3) 陰虛質

體形偏瘦，手足心熱，口燥咽乾，喜冷飲，大便乾燥難解，舌紅少津，脈細數。性情急躁，外向好動。易患虛勞、失眠等病，感邪易從熱化。夏天較冬天容易不舒服及生病。

4) 陽虛質

肌肉鬆軟不實。平素畏冷，手足不溫，喜熱飲食，精神不振，舌淡胖嫩，沉遲。性格多沉靜、內向，易患痰飲、腫脹、泄瀉等

病，感邪易從寒化。冬天較夏天容易不舒服及生病。

5) 痰濕質

體形肥胖，腹部肥滿鬆軟，多汗且黏，胸悶，痰多，口黏膩或甜，喜食肥甘甜黏，苔膩，脈滑。容易有代謝性疾病，濕度高的時候適應不良。

6) 濕熱質

面垢油光，易生痤瘡粉刺，身重暈倦懈怠，口苦，大便粘滯不爽，小便黃，男陰囊潮濕，女黃帶臭穢，舌紅苔黃膩，脈滑數。不適應潮濕或者是高溫環境。

7) 血瘀質

面色多晦暗，口唇暗淡或紫，眼眶黯黑，肌膚甲錯，痛處固定不移，舌體黯紫有瘀點，脈細澀或脈率不齊。易患出血、中風、冠心病等病。

8) 氣鬱質

形體瘦者為多。神情抑鬱，情感脆弱，煩悶不樂，舌淡紅苔薄白，脈弦。性格內向不穩定、敏感多慮。易患內分泌失調、失眠、乳腺增生及憂鬱症等。

9) 特稟質

一般沒有特殊體徵，大多有過敏性疾病，如哮喘、蕁麻疹、濕疹等，對環境適應力差。 **A**

很少人只有單一體質表現，往往是混合型，所以最好找醫師來分辨自己的體質，了解自己的養生需要。

躍昇震旦



圖：震旦家具



互盛智能辦公設備 全新上市

智能解決方案 協助企業轉型升級

圖·文 / 互盛公司

人工智慧與智能技術應用日漸崛起，並已快速影響辦公模式；如何善用新科技，以全方位智能解決方案，協助企業數位轉型提升效率，成為重要課題。震旦集團旗下互盛公司新一代事務機「RICOH IM C6000」系列，以「智能」為研發核心，並重視環保、簡化工作流程，帶領企業邁向永續發展的智慧企業。



看更多解決方案

互盛 公司多年來整合軟硬體服務，7月新上市的「RICOH IM C6000」，提供中小企業用戶於雲端自動更新最新系統，即使無資訊人員也能輕鬆使用；IM的智能科技功能，還可針對行動辦公需求的顧客，提供便捷、高效的使用環境。

RICOH IM C6000智能亮點：

1 簡單操作
——全新智能操作面板操作簡單，通過智能支援功能輕鬆實現個人化，達到最高工作效率。

具備10.1英寸全彩色觸控面板，為確保使用者操作更流暢，推出全新直覺性極高的UI操作介面，可以輕鬆透過滑動、拖曳的手勢來操作影印機功能，如同使用手機與平板。

2 自動升級
——RICOH 韌體自動升級功能 (Always Current Technology™)，隨時輕鬆下載最新功能和升級，確保你的設備能夠維持最新狀態。

搭載最新Android安卓作業系統，可透過軟體中「Application Site」下載讓工作更便利的App功能，不需更換設備。其中「RICOH Always Current Technology」技術，突破使用者必須重新購買硬體設備，才能獲得新功能的傳統影印機使用模式。打造人性化體驗的軟體應用系統，持續提供最新版本的應用功能。

3 安全至上
——智能技術安全穩定，受認證和保護，可為資料加密，符合最高安全標準，確保你的數據安全。

如個人用戶功能，可在註

冊專屬帳戶後，控管個人使用者語言、介面功能設置，使用此功能可同時達到使用者身分驗證效果。此外，如使用歷史操作紀錄功能，則可顯示最近10筆操作的歷史紀錄，還可收藏常用的操作紀錄和功能設定，以便於之後的操作，而設備也會推薦最常用的功能給操作者參考使用。

4 環保節能
——省電功能包括人體感應，節省時間和能源。並採用可回收塑料製成，減少對環境傷害。

新一代影印機使用QSU技術，能在機器運作時，以最節能、具效率的方式來列印。讓影印機的TEC基本耗電量，始終維持在優異的狀態，如在睡眠模式下的設備僅耗0.6W，還可快速從休眠模式醒來，隨時為您節能與待命。

影印機不僅具備環保標章、節能標章、能源之星、RoHS認證與內建節省紙張的功能外，機體本身更具有87%的回收利用率，從機器的底盤、零件、碳粉匣、線路及線路板、面板及外殼，皆可回收到鋁、銅、鋼鐵、塑膠。 **A**



互盛多年來協助企業效率升級，提供多項辦公解決方案規劃與整合服務，如：企業文件印量、漫遊取件、文件轉檔、文件套印、資訊安全警示、身分認證、設備狀態通知、耗材存量訊息等協助企業快速管理。並可依據使用環境靈活搭配，優化作業流程，輕鬆享受辦公樂趣。



車體產線—未來趨勢已朝向無人化工廠結合ROBOT自動焊接流程

震旦集團通業技研3D掃描器解決方案

協助裕隆汽車翻轉傳統製程

文／通業技研·圖／Creaform原廠、裕隆汽車

3D列印為許多產業都帶來了一波新的能量，其中3D掃描器的技術也是相應而起的新興技術；根據調研機構IDC市場報告其製造業以「汽車產業」最廣泛，多半利用3D掃描來執行品質控制或是快速精準擷取最前端的3D數位資料，都是汽車產業購入3D掃描器的主因。



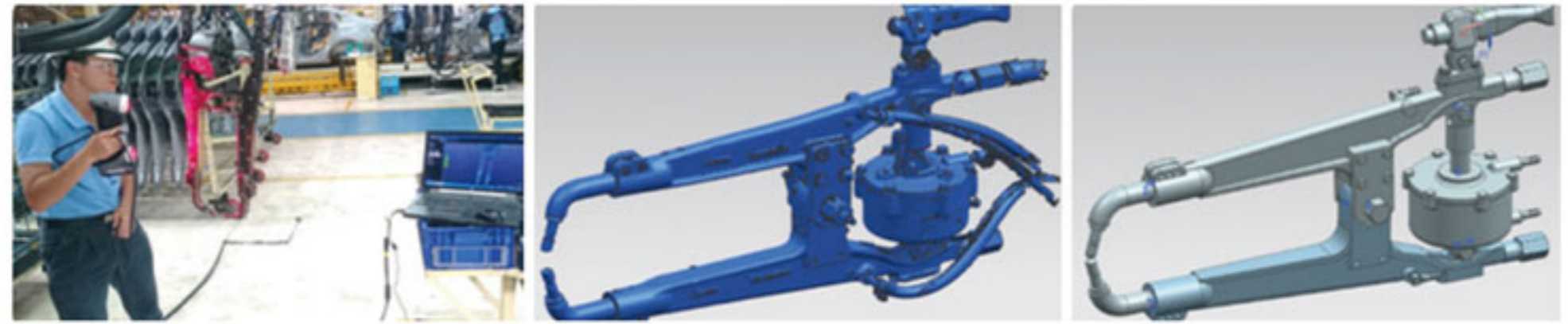
看更多3D掃描

台灣 汽車工業發展自今超過六十年，不論是研發設計、製造品質或管理能力均已達到先進國家水準。但近年面臨新趨勢衝擊，如電動汽車、自動駕駛、新生產製程、客製化要求以及輕量化複合材料等需求下，「數位化」改變了汽車製造業。透過3D數位化提供多元車型設計，縮短產品上市時程，並於開發週期執行品質驗證，避免

時間/金錢的錯誤成本，達到最佳化、高效率及最高品質的生產製造流程。

裕隆汽車展現3D數位製造成效

裕隆汽車三義工廠成立於1981年，歷經近40年不同車型的開發與製造，為對應台灣市場需求，生產線已進化為少量多樣生產，一



裕隆生技部將ROBOT用的焊槍透過Creaform 3D掃描器快速擷取數位資料，再將掃描後的點雲資料進行3D建模，取代傳統正向工程量測及繪製，可減少3天的人力工時，將效率提升至60%。

條產線可對應近10個不同車款的混線生產方式，但因早期生產設備並無3D建模，因此在新車款導入時，常需花費很多人力工時與老師傅的過往經驗去進行產線改造，造成失敗成本高與經驗不易傳承，導入虛擬製造進行DR (Design Review) 低減失敗成本並將開發經驗保留於雲端系統。

裕隆汽車生技部吳健銘指出，「數位製造是透過虛擬3D環境建構產線，並於產線中進行虛擬生產，驗證產線稼動率、發掘瓶頸製程/工站、工時預估等。每當有新車型要進行生產，如運用的是新產線，只要請設備廠商提供3D圖，但若透過舊產線改造，最常見的困難點是設備3D建模不全，因此數位製造前必須將產線設備都進行數位化，才能模擬其作業合理性、機械手臂機構動作是否有干涉，進行產線規劃方案。」

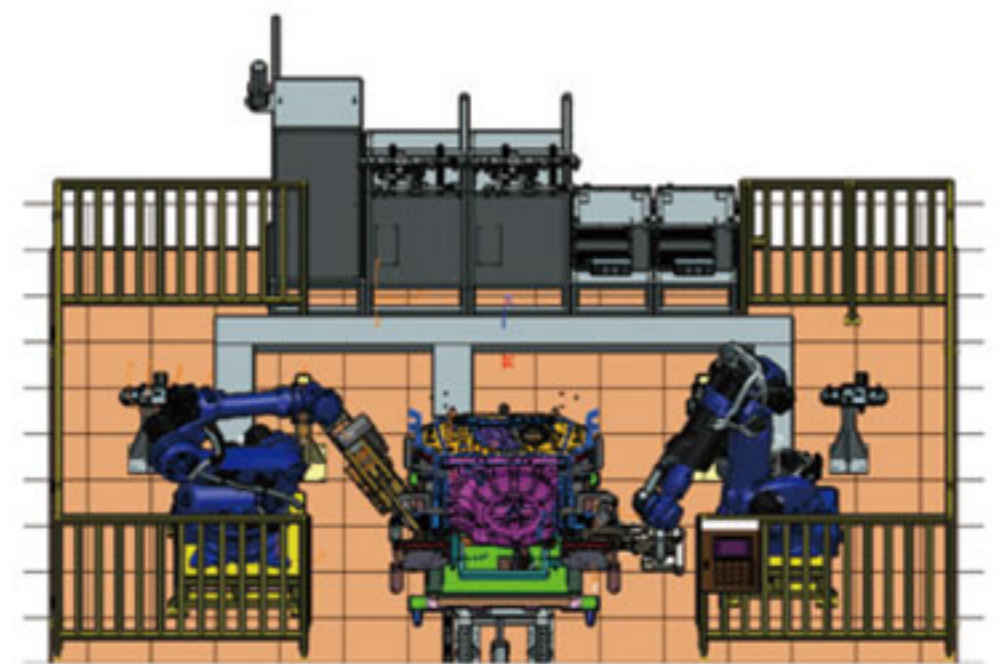
早期未導入3D設備前，透過傳統的紙板、木板製作設備斷面外型輪廓，帶到生產線上透過手工測量確認，後來則運用通業技研所代理的Creaform 3D掃描，將產線其ROBOT用的焊槍、車體吊車、傳輸帶以及汽車鈑件進行掃描以建立數位化資料庫，降低開發成本並將焊接作業標準書半自動化，降低人力成本（從工時90人天降為45人天），年節省超過五百萬台幣的支出。

目前裕隆汽車在虛擬工廠建構，以及在壓造、塗裝、車裝與數位化製造技術擴大應用

範疇中，下一步計畫將擴大到技術文件產出自動化，機器手臂的教示技術與擴大虛實整合的工程應用，並對外提供技術服務，包含逆向掃描/建模、數位產線規劃，協助廠商在生產前進行數位製造模擬。

通業技研深耕汽車產業逾20年

通業技研深耕3D領域近30年，累積出豐富的掃描製程經驗，以最佳、速度最快的3D掃描設備，縮短產品開發及品質監控的製程。裕隆集團於十多年前與通業技研合作，採購多項的檢測手臂，逆向/檢測3D軟體，近期採用世界級掃描量測Creaform品牌的3D雷射掃描，可快速進行汽車模型、基準模面開發、模具設計開發、檢治具開發、產品檢測等。 **A**



裕隆將產線設備數位化並建置虛擬工廠，模擬未來的生產環境，以進行產線規劃。



作品《秋江漁隱》

學習中的演變

《郝量：辟雍》展作品介紹（二）

圖·文 / 震旦博物館

《郝量：辟雍》展於2019年3月24日至2019年7月21日在震旦博物館舉行，本次展覽是青年藝術家郝量在上海的第一次個展，也是其創作首次與文物收藏的對話與碰撞，本次展覽作品中充滿著對傳統與現代的探討、反思及融合。



更多精彩活動

作品《金烏》介紹

此件作品共分為三個部分，其創作靈感來源於藝術家學習《古玉圖錄初集》的過程。《金烏一》複製了民國二十八年由尊古齋出版的《古玉圖錄初集》中西漢玉璧的拓片，由於當時圖書版面篇幅的限制，1:1的拓片被對折成為書的兩個頁面。這件雕刻鳳紋的玉璧是當時喪葬用玉的典型器物，一般選用墨綠色的碧玉製作，由於表面紋飾雕琢時深淺



作品《金烏二、三》

的不同，賦予了單色拓片中顏色的變化，使得觀者可以想像出玉質原有的光澤和質感。《金烏二、三》這兩幅絹本重彩作品是藝術家在不同視角下對日食這一自然現象所進行的表現。日食過程中，太陽本身的色彩和陰



作品《月華》系列

影的重疊讓視覺效果更加豐富。暗色的陰影成就了明亮所不能給予的變化。

作品《月華》介紹

此件作品共有六個部分組成。《月華一》為震旦博物館收藏新石器時代晚期的石錘。石錘是原始先民的重要工具，石錘中心的圓孔是保障其功能的重要結構。《月華二》是珂羅版寫真作品，畫面中將震旦博物館收藏的戰國晚期至西漢早期的玉璧虛化如同光暈，和天文學家凱西尼的手繪月球圖稿並列，對比出知識演進過程中的恒定部分。兩個圓形對照呼應，勾起人與天的聯絡，揭示出人類的探索需要以保持常態而不受改變之物為始。《月華三》摘錄自吳大澂著《古玉圖考》，這種尺寸較大的璧是喪葬禮儀中的重要器物，是先民對天體想像的再現。《月華四、五、六》這三幅作品為藝術家郝量繪畫作品，包含在硫酸紙上的鉛筆作品及絹本重彩兩種形式，其中蘊含了藝術家對月球與環形玉器間隱喻關係的思考與想像，在器形、光影、構成之間捕捉了跨越時空的動態和古今維度的變化。以未來主義的視角演繹著「月華之狀」。

作品《漁父》介紹

在這一作品中，藝術家選用了自己祖父1948年在江邊拍攝電影時的照片，同時還創

作了絹本重彩繪畫，構圖以元代吳鎮《漁父圖》為藍本，對其加以解構重組，描繪出溪山漁隱的浪漫願望。這兩部分表現出對特定物件的學習和累積，以及在到達一定臨界點後轉化出的對本體的疏離及消解。

作品《秋江漁隱》介紹

秋江漁隱是元代以降中國文人畫常見的母題，來源於屈原《漁父》辭意。藝術家嘗試從畫面空間結構中尋求突破，但也守持探索真理必以保持常態而不受變改之事物為始。作品畫面晦暗閃爍，左右邊際虛化，可感受到時空的伸縮變幻。畫中月華之光倒映在人民公園的湖面上，假山、柳岸與望京的樓宇重疊蔓延，時空被刻意打破重組。畫面最遠處，太空中的星辰掩映著雲山田埂，在此跡中，審視中國當下的現實，隱逸之心油然而生。

本次展覽是當代青年藝術家郝量基於震旦博物館玉器藏品的一次學習與再創作，是現當代藝術與中國古代玉器迸發出的靈光再現。A



作品《漁父》



明宣德·青地白花折枝芙蓉方形盆

折枝芙蓉配合器面形狀，以左右並列的組合裝飾在四方盆的外壁。(圖一)



明宣德·青花折枝牡丹紋盤

折枝牡丹位於中央，以碩大的花朵和盛開的花容，呈現雍容華貴的氣勢。(圖二)

古器物學講座——明宣德青花瓷研究專題 ⑥

折枝花卉紋樣稿形紋設計

文／吳棠海·圖／震旦博物館

折枝花卉是從整株花草中擷取部分花枝的紋樣，因為沒有繪出栽種的土地和場所，可以隨意鋪排，裝飾感更強。宣德青花常以芙蓉、牡丹、菊花、蓮花等花朵作為折枝花卉的題材，有時加上果實或鳥禽組成花果紋與花鳥紋，配合器物的形狀布局。本文選取折枝芙蓉、折枝牡丹、折枝花果、折枝柿果及折枝花鳥等紋樣，說明宣德時期折枝花卉的形紋設計。

一、折枝芙蓉形紋設計

芙蓉是宣德青花瓷的花卉題材之一，既有連續不斷的纏枝紋，也有擷取片段的折枝樣

式，而折枝芙蓉即以成雙的形態為多。

例如圖一為宣德時期的青地白花方形盆，此器的口沿往外延伸為折沿狀，腹壁平直朝下傾斜收窄，器底具有方足。盆體表面刻畫

紋飾輪廓，輪廓線紋內部留白，外側地子塗抹鈷料，遍施一層透明釉後，燒成青地白花之品類。

折沿上方為朵花紋，花朵居中，短小的枝葉平伸為「一」字形，環繞盆口一圈。腹部四面皆有倒梯形的白色圖框，框內以折枝芙蓉為主紋，芙蓉兩兩成對，形狀雷同，大小相當，左右並列於圖框中間，周邊填飾枝葉和較小的蓓蕾，是配合方形器面所做的安排。

相同的器形亦可見於江西省景德鎮珠山官窯遺址出土的明宣德青花靈芝紋四方花盆上，該器以白地青花折枝靈芝紋為飾，可以做為對照比較的參考。

二、折枝牡丹形紋設計

宣德青花瓷上的牡丹紋有纏枝和折枝二類，以折枝形態出現時，大多繪於碗盤等圓形器物中間，作為主要的紋飾。

例如圖二為宣德時期的青花盤，此器的口沿外敞，器壁以圓緩的弧度向下斜收，底下具有圈足。盤心以一束折枝牡丹為主紋，側壁排列桃子、荔枝、石榴、枇杷、櫻桃、柿子等折枝果實，外壁環繞一圈帶狀菊花紋。

折枝牡丹的花朵居於中間，花形採斜角俯視角度取象，並用小筆勾畫法填色，陶工利用筆觸留白的方式，讓花瓣之間有所區隔，彷彿鑲了淡藍色的滾邊一樣，使眾多花瓣產



明宣德·青花折枝花果紋碗

折枝果實與折枝花卉配合，上下交錯環繞外壁，呈現群體式的組合。（圖三）

生前後交疊、層層包覆、逐瓣開展的立體化效果。

由主枝延伸而出的葉片環繞在碩大的花朵旁邊，順著圓形的盤底傾斜彎轉，呈現迎風搖曳的姿態。

三、折枝花果形紋設計

宣德時期常以折枝果實和折枝花卉組成折枝花果紋，一起裝飾在梅瓶、執壺、燭台及罐碗盤盆等器物上，作為主要裝飾。

例如圖三為宣德時期的青花碗，此器的碗口外敞，口沿作成葵花形，器壁向下斜收，底下具有圈足。碗的內外皆有紋飾，口沿內側是十二枚朵花紋，內壁為蓮花、菊花及茶花等六束折枝花卉。

碗的外壁用細筆勾勒邊框，壁面包含葡萄、石榴、桃子、柿子、枇杷、荔枝等六束折枝果實，以及茶花、蓮花、菊花、月季等

六束折枝花卉，足牆用窄細的線條勾畫一圈卷草紋飾。

折枝果實的體型較大，位於上方，其下的折枝花卉體型較小，二者以上下交錯的形態排列，是配合敞口碗型所作的布局。

四、折枝柿果形紋設計

柿子是宣德時期折枝花果的題材之一，可與石榴、枇杷或葡萄組成群體式的紋樣，也可以獨自繪於盤心，作為單體紋飾。

例如圖四為宣德時期的青花盤，此器的口沿微敞，器壁以圓緩的弧度向下收窄，底下具有圈足。盤體內外皆有紋飾，盤心繪畫折枝柿果，周邊環繞一圈帶狀蓮花，外壁以八束折枝花卉為飾。



明宣德·青花折枝柿果紋盤

圓形盤底繪畫二束折枝柿果，一大一小，前後交錯，花葉開展錯落有致。（圖四）



明宣德·青花折枝花鳥紋盤

折枝花果呈丫字形開展，二隻鳥兒俯仰相對，在圓形盤面上凝聚觀者的視點。（圖五）

盤心處的折枝柿果共有二束，其中一束柿果較大，丫字形的枝幹由粗漸細往上延伸，托起飽滿的果實與自由舒展的葉片，另外一束矮小的柿果位於下方，枝葉開展成V字形，填補大株柿果下方的空白。

雖然柿果屬於折枝紋樣，但是二束柿果的枝幹從邊框延伸而出，一高一低、前後交錯的布局，好像完整的植株被雙圈紋擷取局部特寫一樣，產生立體化的空間效果。

五、折枝花鳥形紋設計

折枝花鳥紋包含花卉和鳥禽，也是宣德時

期青花瓷上的常見紋飾，大多位於梅瓶、扁壺及大盤等器物上，作為主要紋飾。

例如圖五為宣德時期的青花大盤，此器盤口外敞，側壁以圓緩的弧度向下收窄，底下具有圈足。盤體內外皆有紋飾，盤心繪畫花鳥紋，周邊繪畫菊花、蓮花、牡丹、石榴花等折枝花朵，與石榴、荔枝、枇杷、柿子等折枝果實相間為飾，盤體外壁環繞一圈帶狀靈芝紋。

折枝花鳥的紋樣如圖所示，一束桃果挺立於圓形圖框內，二枝鳥兒站在枝椏上欲啄果實，鳥羽繪畫細膩，長尾線條流暢，縱衡交錯的構圖營造出清新蒼秀的繪畫風格。A

明代宣德時期的青花折枝花卉紋，運用不同的技法和組合，在盆、碗、盤等器物上產生不同的效果。下期將以青花碗為主題，介紹此一品類的形紋設計概況。



元青花瓷鑑賞

青花魚藻紋大盤



BOOK
震旦博物館
出版叢書介紹

元青花瓷鑑賞

元代是青花瓷器興起的年代，雖然生產時間不長，成品卻廣銷中國及海外各地，深受國內外人士的喜愛。但因當時外銷數量較多，導致國內藏品的數量不及國外豐富，所以國人對於元代青花瓷器並不熟悉。然而，元代青花瓷器的風格與明清時期截然不同，獨特的藝術美感在中國瓷業史上別具一格，因此本書收錄元代青花瓷器55件，以圖文並陳的方式細加說明。書前收錄古物專家吳棠海先生的專文「古器物學研究—元代青花瓷概論」一篇，以輕鬆讀、容易懂的方式帶領讀者進入元代青花的殿堂。 **A**



青花雙龍戲珠紋
四繫螭耳扁壺



青花孔雀牡丹紋大罐

【內容精選】

- 1、圖版按照「梅瓶」、「罐」、「扁壺」、「葫蘆瓶」、「玉壺春瓶」、「盤」、「執壺」之順序分門別類，輕鬆掌握元代青花瓷器的主要品類。
- 2、獨列「藍地白花」此一單元，可與「白地青花」作一對比，了解二者在工藝技法與美感效果上的差異。
- 3、每件器物皆有多重角度的照片或特寫，充分展現元代青花瓷的形紋之美。部分器物採環物攝影法拍攝後，將其展開為平面狀，以平展圖的形式呈現環體紋飾的全貌。
- 4、「古器物學研究—元代青花瓷概論」一文，從「料、工、形、紋」的角度進行分析與研究，文中收錄多張分解圖與組合圖，透過以圖輔文的方式解析青花瓷器的製作方法，為讀者奠定深入鑑賞的基礎。

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

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、軀玉齋、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

青花軍持也是受到外來文化影響所產生的形制，此一品類在永樂與宣德時期皆有燒製，造形紋飾十分相近，但是宣德製器書寫年號，可以作為鑑別的依據。

本文賞析的青花軍持為宣德時期作品，瓶口外擴成小圓盤之狀，頸部收束，肩部斜溜，腹部圓鼓，器底為喇叭形高圈足，腹部附加長流，長流斷面近似菱形，與腹部做V形黏接，流口與盤形口的高度相當。

軍持內外布滿青花紋飾，盤口內部與長流為纏枝花卉，盤口外側勾勒弦紋，下方環繞圓形點珠紋，頸部和腹部繪畫纏枝牡丹，腹底裝飾一圈朵花紋和壺門紋邊框內填蓮瓣紋。

喇叭形的高圈足也以多層紋樣裝飾，從上至下為弦紋、簡易回紋、花瓣紋、如意雲頭紋及圓形點珠紋。所有紋飾配合器身的寬窄變化而排列，頸部和腹部的纏枝牡丹採通體式畫法，花葉布局錯落有致，與其他紋樣構成主副有序的組合。

相同的器物亦可見於北京故宮與珠山官窯遺址，前者沒有年款，屬於永樂時期製器，後者與此器則於頸部橫向書寫「大明宣德年製」六字楷書款，可以作為對照的參考。 **A**

明宣德 青花纏枝牡丹紋軍持
高21.5公分／震旦博物館提供



MidSummer concerts

仲夏·樂 TC室內樂團巡演
TC Chamber Orchestra Concerts

總監/獨奏 胡乃元



震旦集團支持做好音樂的夢想

2019 Taiwan Connection 「仲夏·樂」

圖·文/震旦集團

震旦集團為公益平台文化基金會長期公益夥伴，Taiwan Connection (TC) 在公益平台及企業的支持下，開始在藝術領域中持續做好音樂的夢想；TC音樂節為每年樂迷引頸期盼的古典樂盛宴，每年號召來自世界各地音樂家，用Connect這個字的初心，連結音樂家、觀眾與台灣這塊土地的情感。



看更多精彩活動

今年 TC演出的曲目包括莫札特16歲時所創作的嬉遊曲、孟德爾頌E小調小提琴協奏曲，以及布拉姆斯的第二號交響曲。總監胡乃元說，「音樂彷彿從年少嬉遊，漸漸邁入見山還是山，見水還是水的中年。」

深入校園和城市角落推廣音樂 開啟一扇進入藝術的窗

胡乃元常常自問，「古典音樂和音樂家究竟對於現代社會有什麼意義？」，TC的音樂家們期許自己為觀眾找到一條古典音樂的聆

賞之道，因此除了每年的演出，在台灣的TC音樂家自組了三個小團：「森。木管三重奏」、「藝心弦樂四重奏」及「指舞弦樂四重奏」，到偏鄉學校、企業推廣演出，並邀請學生到音樂廳欣賞TC的演出。

雙簧管首席謝宛臻說，「教學資源不足時，往往最先被犧牲的是美學的教育，然而我們應該愛惜孩子與生俱來對美的感受力。」

她在去學校前，會先挑選要演出的音樂，在學生課餘和午休時間播放，先熟悉音樂；在音樂分享課程中，自己也是媽媽的宛臻老師也很能用小朋友理解的方式解釋古典音



TC總監胡乃元 (攝影/王永年)



TC室內樂團 (攝影/王永年)

樂；到了TC音樂節時，她會特別錄製音樂導聆，讓師生們進音樂廳前對曲目有更多認識。從熟悉曲目、認識音樂家，到學會進場館的禮貌，一點一滴慢慢改變孩子、產生潛移默化的效果。

胡乃元說，音樂家們走進這些平常沒有機會去的偏鄉，也是重新認識台灣，而且音樂家不能只是練琴，必須主動走出去分享。「2004年，嚴長壽先生和我一起成立TC時，他便一直鼓勵我們音樂家，除了演奏，還要講話。」他也認為，千萬不要低估了觀眾們對古典音樂的熱情，「反而是我們做得好不好、能否讓大家聽到音樂的美，才是成敗的關鍵。」

53位音樂家挑戰無指揮室內樂團的極致表現

TC每年費盡千辛萬苦邀請國外音樂家來台，讓台灣年輕音樂家激勵自己、挑戰極限。大提琴家韓筠就說，「同樣一個旋律，

大師拉出來就會有一種魔力，我就會用盡方法去回應他，這樣子自然就會進步。」

今年的國際客席首席：Andrew Bain，2011年起擔任洛杉磯愛樂管弦樂團法國號首席，曾經參與《星際大戰》系列的電影音樂錄製；大提琴手Ole Akahoshi來自德國，是胡乃元多年老友，師承Janos Starker和Aldo Parisot，這兩位大師亦是胡乃元學琴過程極為敬重的前輩；長笛首席 Göran Marcusson 是瑞典國寶級大師；依田晃宣則是東京藝術大學低音管首席。

同台的台灣優秀音樂家則有NSO樂團首席李宜錦、紐約愛樂中提琴手黃鴻偉，還有台灣年輕一輩傑出的音樂家們，包括曾獲比利時伊莉莎白女王國際音樂大賽桂冠魏靖儀、芝加哥交響樂團的中提琴手郭威廷，和費城交響樂團的小提琴手陳雨婷。

海內外53位音樂家，將再次帶來無指揮室內樂團、所有音樂家傾其全力的極致演出！**A**

2019 TC音樂節「仲夏·樂」

● TC室內樂團巡演

總監/獨奏：胡乃元

場次：8/30(五) 19:30 高雄衛武營音樂廳

8/31(六) 19:30 臺中國家歌劇院大劇院

9/01(日) 14:30 臺北國家音樂廳

● 示範講座 (免費報名入場)

8/21(三) 19:30 臺北誠品信義店、8/22(四) 19:30 臺中歌劇院

TC官網 www.tc-chambermusic.org

TC臉書 Taiwan Connection



TC偏鄉校園音樂推廣 (攝影/廖美香)



▲互盛志工化身敲響愛心鑼的宣傳大使，不管10元、100元都是珍貴的愛心

震旦人公益行動「溫暖隨行」

成為照亮他人的溫暖星

圖·文／震旦集團



一起加入溫暖隨行

震旦集團邁入第54年，一路以來與社會一起成長，始終懷著感恩的心，善用集團資源，持續進行辦公物資捐贈，也發動集團同仁一同攜手參與公益行動！讓需要幫助的社福團體能得到更實質的需求。並期望呼籲更多人，攜手回饋社會，溫暖隨行。

互盛桃竹苗×新竹市天主教仁愛社會福利基金會 一份愛心一顆星 社會滿溫情

每份熱騰騰的食物都灌注了志工滿滿的愛，購買者也能透過交易成為付出愛心的一

份子，讓愛累積就像夜空的點點繁星，照耀身邊的人。互盛志工透過活動體會到，心存善念就能發現世界的美好，把愛傳到社會各個角落。



▲震旦志工協助孩子們一起完成600盒母親節麵包禮盒，學員們滿滿的手作愛心是送給媽媽最好的禮物。

震旦OA永康×社團法人臺南市中心智障礙關顧協會 聚在一起享幸福

震旦志工協助孩子們一起完成600盒母親節麵包禮盒，學員們滿滿的手作愛心是送給媽媽最好的禮物。看著孩子們專注烘焙的神情，他們真摯的心意令人感動。

震旦通訊總部×財團法人華山社會福利慈善事業基金會

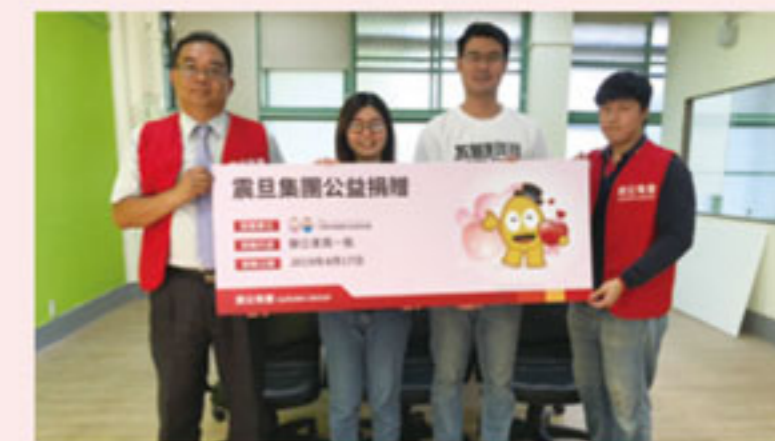
飲水思源 關懷長者

守護長者的現在，就是守護我們的未來。隨著高齡化社會的來臨，每年有更多的長者需要社會的幫助，通訊志工陪伴長輩一起參加餐會，給予長者更多的溫暖陪伴。A



▲透過活動通訊志工會到知足生活就會常樂

物資捐贈



▲此次捐贈由金儀南投分公司柯國堂經理代表集團捐贈辦公家具



▲全新培訓桌協助協會打造舒適辦公空間，為工作人員提供源源不絕的服務能量！

震旦集團×唐氏症基金會(天生我才台中霧峰站)

唐寶寶的愛心天使—震旦集團

唐氏症基金會承辦之天生我才台中霧峰站，其性質屬「身心障礙者社區日間作業設施」，又名小作所。感謝震旦集團捐贈辦公家具一批，打造優良辦公環境，助身心障礙者、唐寶寶一臂之力，良好的辦公環境，讓工作人員更加心無旁騖投入。



第五屆傳善獎 按讚分享 一起傳善

傳善獎臉書「您的讚值千萬」活動開跑，7/25(四)前將陸續分享入圍機構感人影片，您的讚與分享，是對機構最好的鼓勵！傳善做好事，不須一分錢、只要一個讚。



想瞭解更多？
請搜尋傳善獎



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 4128-258

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 一站全購足



門號帳單健診幫您省
多家電信皆可申辦



SHARP 直營通路 商品最齊全

家電 | 品牌手機 | 3C配件 | 精選保養保健

震旦通訊致力於提供顧客一個多元選擇的購物平台，並由專業的智慧之星提供服務與諮詢，量身規劃最適合的資費與方案，以及多項生活化商品，讓顧客能夠輕鬆體驗行動最美好的生活。



震旦通訊
官方網站

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

震旦集團 行動客服

數位 x 雲端 x 行動, 震旦集團致力打造「智能辦公室」
為提供顧客更貼心的服務, 全新推出『行動客服APP』



一鍵報修

APP直接派工
進度即時追蹤



耗材採購

線上訂購即時
追蹤訂購進度



聯絡客服

快速聯繫
省下打電話時間

立即下載體驗

若您是震旦集團的顧客
(震旦、互盛、金儀), 歡迎
立即下載體驗

即時 | 方便 | 省成本

