

提升職場競爭力的知識夥伴

震旦
AURORA

名人講堂

日本哲學家——岸見一郎
善用「勇氣心理學」
讓你帶人又帶心



藝文饗宴

館藏精粹賞析

青花人物故事百花亭記圖梅瓶

1971年7月創刊・發行50年11個月

JUNE 2022 六月號 No.611

WEB3.0

元宇宙



電子版月刊

「元宇宙」向世界發出邀請函，你加入了嗎？
在這樣的虛擬世界裡，能帶來什麼改變與商機？

震旦月刊 歡迎訂閱
AURORA MONTHLY

震旦家具 · 您的空間規劃顧問



立即下載震旦家具APP體驗創新服務

數位浪潮加速辦公型態轉型，震旦家具致力於提供顧客智能解決方案及數位工具，推出專屬您的空間規劃顧問【震旦家具APP】，讓您即時找到喜愛的空間風格。趕快下載體驗即時、創新、貼心的顧問服務。

元宇宙是趨勢還是泡沫？

「元宇宙」(metaverse) 議題持續發酵，大家對此也已不陌生，因為過去數十年來，人類關於對它的想像，早已呈現在遊戲、電影、小說以及娛樂上，且有諸多著墨。Bloomberg估計，元宇宙相關產值可在2030年成長至2.5兆美元，是下一個科技黃金十年新動力，誰能掌握關鍵商機，就能成為最大受惠贏家。

本期以Web3+元宇宙主題，以深入淺出的內容，讓讀者了解你我生活中的元宇宙世界。宇萌數位科技執行長白璧珍指出，元宇宙主宰者也是設計者，未來與各產業融合已是不爭的事實；迪士尼樂園近期宣示進軍元宇宙，融合故事IP、數據資料庫等，將遊樂園虛實融合，打造虛擬世界模擬器。未來無論是大型產業、傳統產業、中小企業、新創事業，都將透過元宇宙轉型與賦能。

而韓國SB Consulting代表沈載宇，引導大家利用七階段創造屬於自己的元宇宙；因元宇宙的發展瞬息萬變，其平台是溝通和工作用的工具，需要不斷練習和接觸，累積在元宇宙的企劃和營運經驗，將對未來有所幫助。

疫情時代虛實混合辦公趨勢下，正是元宇宙切入的好時機，也引發人們對於虛擬辦公場景的無限想像；無論未來元宇宙是否將淪為泡沫，能先搭上話題、搶進的先驅，將有機會成為市場領先者。A



編輯聊天室

《震旦月刊》主編
蘇美琪 Maggie Su

震旦月刊
AURORA MONTHLY

1971/7/1號創刊 · 2022/6/1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、李建道、陳世裕
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

SOYINK 本刊物使用環保大豆油墨印刷

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，
「震旦第一」為震旦人共同追求的目標。

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.12

疫情驅動各行各業數位轉型，善用元宇宙元素加值商業效益已經成為必要趨勢。



A p.20

日本哲學家——岸見一郎



A p.32

五彩繽紛的「垃圾錶」，利用廢棄電子產品的回收再利用，掀起循環經濟風潮。

E 編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 元宇宙是趨勢還是泡沫？
文／蘇美琪

M 大師專欄 MASTER COLUMN

04 高效能人士的七個習慣
文／天下文化出版社

M 大師輕鬆讀 MASTER 60'

08 想像元宇宙
編譯／大師輕鬆讀

C 封面故事 COVER STORY

10 Web3玩家出列 誰與爭鋒

序言／蘇美琪

12 不分世代的元宇宙玩家
盡情體驗虛實整合沉浸感

文／白璧珍

16 你跟上元宇宙了嗎？
7階段創造自己的元宇宙

文／沈載宇

C 名人講堂 CELEBRITY TALK

20 日本哲學家——岸見一郎
善用「勇氣心理學」讓你帶人又帶心

文／采實文化出版社

M 職場觀點 MANAGEMENT

24 5分鐘看懂
Web 3.0的五大商業機會

文／黃至堯

E 永續未來 ESG

28 2030年永續企業革命
創新思考 驅動組織永續成長

文／田瀬和夫

D 玩味設計 DESIGN

32 擁抱ESG的環保創意——回收再生篇
「循環經濟」掀風潮
「回收再生」設計正時興

文／李俊明

L 樂活人生 LOHAS LIFE

36 失眠、暈眩沒精神 找不到原因？
4個關鍵元素
搶救體內的「植物神經」

文／洛桑加參

A 躍昇震旦 AURORA NEWS

40 震旦×台灣夏普2022年新品發表會
綠色採購 推動企業低碳數位轉型

圖·文／震旦OA

42 金儀減碳新美學×ESG實踐者
綠色解決方案 協助企業永續經營

圖·文／金儀公司



A 震旦博物館 AURORA MUSEUM

44 年度活動回顧
自然中的建造（上）

圖·文／震旦博物館

A 藝文饗宴 ARTS PLAZA

46 古器物學講座
——元明清彩繪瓷專題⑤
低溫釉料彩繪瓷

圖·文／吳棠海

50 震旦博物館出版叢書介紹
玉見設計

圖·文／震旦博物館

51 館藏精粹賞析
元代 青花人物故事百花亭記圖梅瓶

圖·文／吳棠海

L 愛心公益 LOVE ACTION

52 平行公益
捐款人與社福界需要的對話

圖·文／陳永泰公益信託

54 震旦人公益行動「溫暖隨行」
關懷弱勢，讓社會美好多加一分

圖·文／震旦集團

COVER STORY

從每天生活的支付、娛樂到工作，在元宇宙的世代下，都有不同的應用領域；未來，誰先掌握住關鍵技術，誰就是贏家。





STEPHEN 史蒂芬·柯維

文/天下文化出版社

高效能人士的七個習慣

成功學大師，《時代》雜誌譽為「人類潛能的導師」，並獲選為全美二十五位最有影響力的人物之一。

就算今天只應用七個習慣中的一個，你也能立即見到效果；這是一生的行動，一生的承諾。

——史蒂芬·柯維

七個習慣，與成功有約

- 1 主動積極：擴大影響力
- 2 以終為始：釐清人生定位
- 3 要事第一：找到目標與方法
- 4 雙贏思維：創造最大價值
- 5 知彼解己：維繫人際和諧
- 6 統合綜效：化解衝突、找到出路

7 不斷更新：改變自己與他人的人生

柯維博士努力不懈的目標，就是為了提升人們的效能，所以切勿偏離這個重心是很重要的：他生前的熱情和留下的傳承，心心念念都在協助人們提升效能，不只

是自己本身的效能，也包含與他人互動的效能。

前三個習慣著重於怎麼把個人生活活得有效能；那關係到「個人成功」，造就自己。管好自己的行為、態度、優先事項、使命和目的。其次三個習慣是關於與

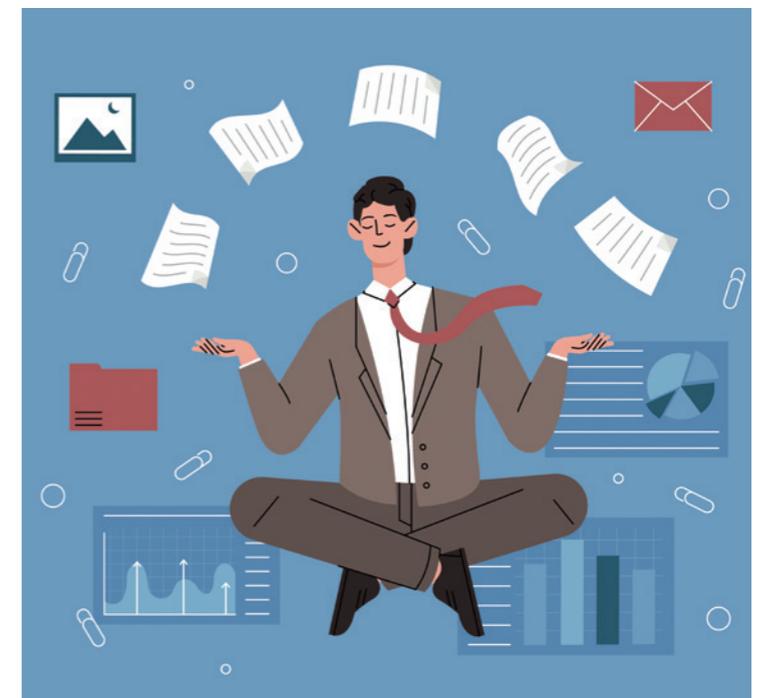
R. COVEY

|| 柯維博士努力不懈的目標，就是為了提升人們的效能，心心念念都在協助人們提升效能，不只是自己本身的效能，也包含與他人互動的效能。||

他人的互動。這是「公眾成功」，是身為父母、配偶、領導者、朋友、同事或鄰居的人際關係。最後一個習慣是不斷更新，它涵蓋所有其他習慣。

史蒂芬·柯維之子西恩·柯維對七個習慣有重大醒悟的時刻，出現於柯維博士說明「效率」和「效能」的差別時。這兩者有很重要的不同之處——區別效率心態和效能心態，人人都不可忽略。

我向來是有效率的人。認識我的人都知道，我清晨四點起床，寫文章和寫書。我也喜歡列表。舉例來說，我在星期六通常也是效率極高。到上午九點，我已經洗完車，趕到家得寶（Home Depot）買好園藝用品、割好草、沖完澡，準備開始這一天。照大多數人的說法，我的生產力超高。我喜歡做



事動作快，做得好又多，這在人生大部分領域包括事業，都暢行無礙。

我不希望各位以為我在貶低效率。不，效率是生活中很重要的品質。很多非常成功的人其實都有效率。開會、處理事情、發簡訊、發

電郵；丟垃圾、割草皮等，都可以有效率。有很多保持高效率的方式，問題在於我已經習慣高效率思維，或是說抱持高效率心態，而這一生中大部分時間，我也把它複製到私人和專業的關係上，結果卻經常很糟。

自我成長是最值得的投資

如果你決定打開自己的「改變之門」，學習並實踐這七個習慣，我敢保證，你會經歷很多正面的成果。首先，你的成長會循序漸進，但效應卻是革命性的，光是產出與產能平衡的原則，就能改變大多數的個人和組織。

主動積極、以終為始、要事第一，這三個習慣涉及的是個人成功，以此打開「改變之門」，可以大大提升自信——你會更了解自己，看到自己的本性、價值、自我認知、自制與內在的方向，這能帶給你內在的平靜。你從內在定義自己，不再受他人評價左右，也不再與人比較。

諷刺的是，你會發現，當你不再介意他人對你的看法，你會更關心別人看待自己和他們世界的方式，包含他們與你的關係，而你的情

緒也不再因為他人的缺失而波動。你會發現，改變更容易了，而且也更樂於改變某些深層且幾乎原本無法改變的內在狀態。

雙贏思維、知彼解己、統合綜效，這三個習慣則關係到公眾的成功，你會找到並釋出內在的想望與資源，著手重建並療癒已經惡化甚至破裂的重要關係。本來就十分良好的關係會更深入、更扎實、更有創造性與冒險性。

最後，第七個習慣，如果深深內化，將會延續前六

個習慣，幫助你達到真正的獨立，並與周圍互信互賴。透過這個互賴的關係，你的身心都將獲得飽滿與充分的能量。

無論你現在的狀況如何，你可以放下老舊而挫敗的模式，換上新效能、新習慣，得到快樂的新生活與互信的關係，並帶著這些習慣持續成長。過程中，請保持耐心，因為再沒有比自我成長更值得投資的了。

出自：《與成功有約祕密版》／天下文化出版社



// 如果你決定打開自己的「改變之門」，學習並實踐這七個習慣，你會經歷很多正面的成果。//

你問我答

《震旦月刊》 與您一起提升職場競爭力！

翻開月刊，從中找到管理與知識的力量，讓能力再升級。



Q

元宇宙指的是3D虛擬世界，與虛擬實境看似相同，但兩者最大的差異，在於能否_____。

A 即時互通

B 遠端遙控

C 瞬間移動

D 遠距協作

掃描看解答



V: 卷景

出自：封面故事「7階段創造自己的元宇宙」

想像元宇宙

編譯／大師輕鬆讀

凱文·凱利（Kevin Kelly）在《必然》一書曾經提到：「我們正無法回頭地將所有人類和所有機器緊緊連結到一個跨越全球的母體。這個母體不是人造產物，而是一個過程。」如今，這個母體正朝向名為元宇宙的新里程碑邁進。



看更多精彩內容

M E T A V E R S E



科技

經常被當成缺乏人味的禍首，然而科技也以具體的新方式，提供更多人性化的體驗，包括和栩栩如生的全息

投影以及機器人互動；透過數位化的虛擬化身，與真人互動；以及激發同理心的虛擬實境。

想像元宇宙——虛擬實境有2大魅力：

1 臨場感

虛擬實境的逼真程度一直不斷進步，虛擬實境顯示器將會讓你的眼睛誤以為你正透過一扇真的窗戶觀看真實世界。

2 互動性

這是虛擬實境吸引人們使用的主因。虛擬實境能夠提供超乎想像身歷其境的感受，這種全然的沉浸式體驗將讓人們無法自拔。

虛擬實境的各項體驗即將實現

乍看之下，你可能認為虛擬實境只是遊戲玩家的玩意兒，但現在已有很多單位在研究VR如何應用於醫療、教育、職業訓練及其他更多領域。

由於智慧眼鏡能將有用的資料疊加在你看到的任何東西上，所以這項技術可以用於車輛、教室和幾乎任何地方的抬頭顯示器。不管使用者在觀看什麼，都可以讓他們彷彿置身其中。買家可以在自己家中，而不只是展示間瀏覽商品。

除此之外，虛擬實境也能讓日常生活中的常見物品和人互動。一旦電腦或智慧型手機能夠利用內建鏡頭觀察你的舉動，即時記錄你的目光投射位置，以及你對螢幕顯示內容的反應，就能開啟某些影響深遠的可能性。

虛擬實境等各種技術的進展，也讓人有辦法快速培養出實用技能。今日不一定要在教室裡才能獲得知識，最後培養出學問。更有

可能的做法是直接接觸世界級專業技術的源頭，獲得實際操作的經驗。

如果你是行銷人，務必做好準備，因為你將配備有史以來最強大的行銷工具，提供使用者說服力十足的虛擬實境體驗。行銷整體的功能和規範都將煥然一新，躍升到更驚人的消費者洞見、即時互動，以及超精準、高度關聯的顧客參與。

凱文·凱利也寫到：「價格低廉、選擇眾多的虛擬實境將會成為體驗工廠，未來我們會用虛擬實境來探訪可能危及性命安全的危險環境，像是戰場、深海或火山；或者，我們會用它來體驗一般人類無法輕易嘗試的活動——探查胃部、彗星表面；或是用來轉換性別，或變成一隻龍蝦；或是以少許金錢換取價值昂貴的體驗，例如飛越喜馬拉雅山。」這樣的想像將在未來持續發燒，並且可望一一實現。A

Web3

玩家出列 誰與爭鋒

序言／蘇美琪；文／白璧珍、沈載宇

從每天生活的支付、娛樂到工作，
在元宇宙的世代下，都有不同的應用領域；
未來，誰先掌握住關鍵技術，誰就是贏家。



CHAPTER 1
不分世代的元宇宙玩家
盡情體驗虛實整合沉浸感



CHAPTER 2
你跟上元宇宙了嗎？
7階段創造自己的元宇宙



CHAPTER 1

不分世代的元宇宙玩家

盡情體驗虛實整合沉浸感

文 / 白璧珍 · 宇萌數位科技創辦人暨執行長、台灣實境科技創新發展協會理事長

自1980年代開始有網際網路（WWW）以來，不僅人類生活經歷了重大變革，網際網路也已經走過一段漫長道路，從Web1.0、Web2.0到近期被大家所熱烈討論的Web3.0，可謂是一條網際網路的演化史。



看更多精彩內容

第一代的Web1.0主要搭配搜尋引擎的盛行，使用者可以在網際網路的世界中自由搜尋各種資料，只是這些資料是由特定供應者提供的，使用者自己並沒有對內容的主導權。

Web2.0的興起，則是進一步變革為「使用者自定義」，使用者開始可以上傳自己的內容，無論是透過網誌、部落格，到後續可透過YouTube、Instagram等社群平台上傳

Web3.0將進化為一種空間互聯網，網路使用者將透過視覺、語音、互動進行沉浸式體驗，而不是依靠2D平面進行觀看與搜尋。

照片、影音，或者透過Amazon買賣商品、eBAY拍賣交易物品等，網路在大約2000年左右展開的Web2.0世界中，已經開創了各式各樣的商業模式，使用者在網路上透過所謂的平台（Platform），可以自行決定各式各樣的交易、內容創作，而這些網際網路上的平台，都是由一個實體機構所創建的，具完整的商業模式，使用者並無商業上的主導權。

2021年下半年，世界上突然有了「Metaverse元宇宙」這個名詞，接著在2022年初，Web3.0也正式進入熱門討論詞彙，這兩個名詞被連在一起廣泛討論，想必其中有密切關聯，我們就來探討一下這兩個名詞分別的定義。

「Metaverse元宇宙」首次出現是在1992年的科幻小說〈Snow Crash〉中，作者尼爾



基於區塊鏈技術為主的去中心化概念的Web3.0

史蒂芬生（Neal Stephenson）將Metaverse描述為基於虛擬實境互聯網的繼任者，本書設想一個未來世界，使用者可以在虛擬世界有個分身與他人互動。而Facebook在2021年將母集團更名為Meta，宣示進軍Metaverse，更是讓元宇宙名詞被廣為討論。而大多數人



使用者可以透過穿戴式載具在虛擬世界與他人互動

目前對元宇宙的定義是，使用AR擴增實境（Augmented Reality）、VR虛擬實境（Virtual Reality）等技術所建構的3D沉浸式世界，使用者在元宇宙中可以透過電腦、手機、穿戴式載具（AR眼鏡或VR頭盔）結合影音、聲光等效果進行各式互動或交流。元宇宙本身可以是中心化、去中心化或兩者兼有。

Web3.0又稱Web3，Web3.0名詞在過去十年間多次被提出，包含有Google、Yahoo與Netflix等矽谷大型公司創辦人都曾提及Web3.0的概念，由網路頻寬加大的全影像網路、公共載體，到結合搜尋式行動社群、語義格式的網路數據庫等，都試圖定義Web2.0的下一代藍圖。然而，在以太坊共同創辦人Gavin Wood提出Web3.0是基於區塊鏈技術為主的去中心化概念，至此Web3.0開始定義為一種去中心化特徵，沒有人有內容、服務、平台集中所有權，Web3.0的內容創建者將得到公平交易的機會。而另一些分析人士則認為，Web3.0將進化為一種空間互聯網，網路使用者將透過視覺、語音、互動進行沉浸式體驗，而不是依靠2D平面進行觀看與搜尋。

因此無論是否去中心化，Web3.0元宇宙世界不可或缺的是3D空間與沉浸感體驗，廣

義來說，元宇宙也是第三代網際網路的代名詞，集結了AR、VR、MR、區塊鏈、5G、AI、IoT、Big Data等各種當代創新科技。筆者在2010年進入AR擴增實境領域，進行研發與實境類軟體產品開發，當時的XR元宇宙產業並無產業化模式，之所以看好實境科技範疇，是基於Web3.0網路空間化的概念，開創虛實融合的體驗經濟。

2018年推出的電影「一級玩家Ready Player One」，被號稱為詮釋元宇宙世界的經典電影，主角戴上VR（MR）頭盔就可以進入虛擬世界進行遊戲，而2021年動作科幻喜劇電影「脫稿玩家Free Guy」，主角則是隨手撿起AR眼鏡，就能體驗整個城市擴增化、遊戲化。這兩部經典電影詮釋了元宇宙中的「虛擬實境互聯網」與「場域擴增互聯網」模式，元宇宙時代已經來臨，大家也將在元宇宙世界中扮演不同角色，我們現在就來看看每種元宇宙角色的有趣變化與將會帶來哪些商機？

元宇宙主宰者：商業應用、數位轉型

元宇宙主宰者也是元宇宙設計者，疫情驅

在工作或學習領域中，可透過「AR立體說明書」、「VR工作學習器」、「AR遠距協作平台」等配置，達到提升記憶點、傳承與增加興趣。

動各行各業數位轉型，善用元宇宙元素加值商業效益已經成為必要趨勢，無論是大型產業、傳統產業、中小企業、新創事業，透過元宇宙都能成功轉型與賦能。元宇宙能和各產業領域融合已經是不爭的事實，近期比較有趣的是，在大型知名企業中，我們看到迪士尼樂園近期宣示進軍元宇宙，將融合故事IP、數據資料庫、SLAM定位等技術，打造虛擬世界模擬器（Virtual World Simulator），將遊樂園進一步完整虛實融合。

而會展業者因為跨國性實體展覽受到限制，也透過「3D虛擬展間」搭配「AR 3D商品」展示設計，打造會展元宇宙，透過即時空間掃描或擬真3D建模技術，讓無法親臨會展的來賓，亦可透過3D展間而有親臨現場的感覺，進一步再用AR讓商品達到觀看細節的模擬效果，完成精彩展示效果與銷售目的。國家防災機構，也透過各項元宇宙科技設計防災教育課程與展館，達到防災知識傳播與演練防災救人的目的。而近期爆紅的鹹酥雞、停車場、文創商品，甚至是媽祖廟、布袋戲，也紛紛用發行NFT方式進行商品設計，突破以往的銷售手法或商品組合，引爆話題帶動商機。

元宇宙玩家：遊客、老師學生、上班族

雖然元宇宙被大家認為是一種虛擬世界殖民，未來會在虛擬世界中生活、遊戲、社交的一種想像。但其實元宇宙並沒有離大家太遠，不用化身到虛擬世界，凡是玩過「Pokemon GO」寶可夢AR遊戲，都已經具備元宇宙玩家



AR立體說明書可提升教育記憶點與增加學習興趣／圖：宇萌數位科技

身份，而現在無論是逛畫展、看展覽、看古蹟、逛街、吃美食、觀光旅遊等日常遊憩活動中，都能透過AR或VR體驗來進一步增加豐富度或樂趣。不僅如此，在工作或學習領域中，也透過「AR立體說明書」、「VR工作學習器」、「AR遠距協作平台」等各項配置，來達到教學中最重要的提升記憶點、傳承與增加興趣。

不可諱言，元宇宙的世界已經正式來臨，元宇宙中可以有虛擬土地、虛擬經濟，也同時存在不脫離現實世界的虛實整合模式；有人為科技快速進步而跟不上感到焦慮，有人則是想破腦汁要攻城掠地，搶佔先機。

身為元宇宙設計者，我們有責任好好思考新世界中的企業社會責任，透過科技創造良善的使用者體驗和價值，打造正向互惠且安全的體驗內容與互動型態。不分世代，大家都會是元宇宙玩家，隨時有機會在元宇宙中進進出出，在元宇宙中遊玩時，也務必保持開放心態擁抱科技，去體驗以往無法感受的虛實整合沉浸感，將是身為玩家最享受的事情。A



使用者可以在平台上進行各種交易及內容創作／圖：宇萌數位科技



「3D虛擬展間」打造虛擬元宇宙／圖：宇萌數位科技



CHAPTER 2

你跟上元宇宙了嗎？

7階段創造自己的元宇宙

文／沈載宇・韓國SB Consulting代表。曾任於現代汽車、奇異公司（GE），負責B2B業務

持續兩～三年的新冠肺炎疫情，讓小說或科幻電影中才看得見的虛擬世界和線上生活成為現實。雖然是迫於疫情的影響，不過人們面對這種生活逐漸習以為常，透過線上虛擬空間辦公的方式，現階段也成為必須而非選擇。展望2025年元宇宙的生態、平台、商業和技術趨勢，個人、企業該如何提升自我競爭力？

元宇宙指的是3D虛擬世界，與虛擬實境看似相同，但兩者最大的差異，在於能否即時互通。虛擬實境雖然是高度模擬現實世界的3D環境，卻與現實世界完全分開；元宇宙則能與現實世界即時互通，人

們在虛擬世界中的活動會與現實世界同步。在虛擬世界中，透過代表使用者的虛擬替身（avatar），就能在虛擬空間中與朋友見面、購物、一起旅行，也可以與其他人共同開會或合作，如同在現實世界。

|| 元宇宙指的是3D虛擬世界，與虛擬實境看似相同，但兩者最大的差異，在於能否即時互通。||

疫情改變工作模式 瞬間來到未來世界

元宇宙是AR與VR的延伸概念，並融合3D投影技術，雖然技術早已問世，但主要運用在遊戲與娛樂產業。過去雖然也有線上的交流與合作，卻都只是扮演輔助的角色，所以不熟悉線上操作的人，盡可能選擇逃避或被動參與，導致未能培養線上操作的能力，普及速度也相當緩慢。

然而隨著新冠肺炎的擴散，確診者大增，政府嚴格落實社交距離與禁止群聚，民眾也必須遵守相關政策。組織或企業不得不推動居家辦公，因此藉由線上處理業務與合作，短時間內成為主要的工作模式。全人類彷彿同時搭上時光機，瞬間移動到未來世界。

元宇宙連接「現實世界」與「虛擬世界」

結合虛擬與現實世界，提供新視角與新體驗的元宇宙（Metaverse）時代，正快速來臨。其實元宇宙一詞對我們來說並不陌生，是虛擬實境（Virtual Reality, VR）與擴增實境（Augmented Reality, AR）的延伸概念，並且融合了全像投影（Hologram）技術，透過虛擬與現實世界的互動與連通，為社會、經濟、文化活動創造新的價值。結合區塊鏈（Blockchain）或非同質化代幣（Non-Fungible Token, NFT）等技術，便可以在虛擬世界中進行真正的經濟活動。

而要實現連接「現實世界」與「虛擬世界」的目標，以下技術缺一不可：監測

附近情況，並進行數位化的小型精密感測器；繪製高畫質圖案的繪圖技術；即時渲染（Rendering）複雜3D模型的電腦性能與軟體；以低延遲、高速度傳送大量數據的通訊技術；將蒐集到的大量數據進行處理的大數據技術；儲存、處理大數據的伺服器與雲端，以及支援這一切的人工智慧技術。這些都是建構元宇宙必要的技術。

不過一直以來，這些技術都沒有獲得均衡的發展，達到一定程度的引爆點（Tipping Point），直到最近，這些技術才一一超越引爆點，使元宇宙的實現成為可能。

七階段創造屬於自己的元宇宙

1 第一階段：在智慧型手機上安裝並使用ZEPETO和ifland的App。如果有iPad或平板電腦，也可以安裝在這裡，透過大螢幕體驗看看。接著依次點擊應用程式提供的選單和功能，體驗一下。安裝後不久就會有人加你們



為友，多是十幾歲的年輕人，但不能因此忽略他們，而是要更加關注他們。有的人會送大家配件，可以收下並使用。看看其他使用者是怎麼做的，然後參加他們的活動。

2 第二階段：在經歷了第一階段的摸索後，對應用程式的掌握更熟稔，這時就可以開始積極在平台活動，好好裝飾自己的虛擬替身（這樣好友數才會增加），多與其他使用者進行溝通，並多多舉辦活動。若發起活動，有不認識的人參加並且在空間裡東張西望，我們要歡迎他們，並嘗試和他們溝通。大部分的使用者很可能是十多歲，但不要認為是浪費時間。親身去嘗試和經歷，才能刺激並激盪出更多的想法。

3 第三階段：在電腦的Chrome瀏覽器上進入Gather Town（為運用元宇宙的線上App）網站註冊並使用。ZEPETO和ifland只

有手機應用程式，Gather Town只有電腦瀏覽器版本。雖然App Store上有很多叫Gather的App，但那些都是毫無關聯的App，可以忽略掉就好。

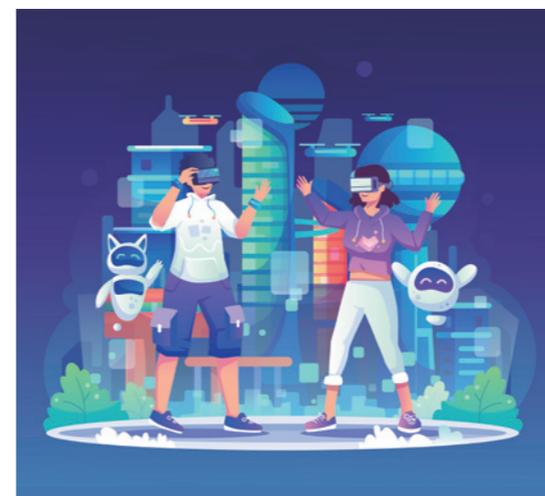
參加別人在Gather Town舉辦的活動，累積經驗，然後自己嘗試做主辦人，邀請家人、朋友或同事們一起試試看。

4 第四階段：對元宇宙有了基本的理解之後，如果在報導、新聞或專欄上看到有關元宇宙的內容，別排斥，多多閱讀來吸收新資訊，理解元宇宙是如何改變這個世界。只有看見整個世界的變化，才能隨著時代發展制定個人的方向與計劃。

5 第五階段：元宇宙這麼重要的議題，在理解和經歷後請分享並引導家人和同事們，讓他們也能夠理解和體驗。嘗試和親友們一起使用元宇宙平台吧！



|| 在現代，元宇宙平台是溝通和工作用的工具，想要熟練使用工具，就要不斷練習和接觸，直到能活用為止。||



6 第六階段：如果擁有HMD（頭戴式裝置）或可以準備這些設備的話，嘗試使用看看Spatial、工作室和Glue等，你將會進入一個神奇的新世界，而熟悉這個世界之後，大家就會想到更好的方法來利用元宇宙，把那些想法一一實踐，將會獲得新的機會，擁有強大的競爭力。

7 第七階段：在不清楚元宇宙的人面前分享自己的知識和見解，向越多人傳達與分享，自己的水準和實力就會成正比得提升，若大眾認可自己的實力，就會有人會邀請協助或合作。

元宇宙商業的未來會如何？

元宇宙的發展瞬息萬變，企業和個人也需要快速參與其中。觀察去年到今年這一整年的變化，發展就已經超出期待以上，是誰都

沒有預料到的結果。只有了解元宇宙商業的趨勢，才能提前準備和參與。

影響元宇宙發展或擴散的重要因素有很多，其中軟體和硬體技術是核心關鍵。30年前就推出的元宇宙，在最近一、兩年內忽然成為最熱門的話題，也是由於與元宇宙相關的技術高度發展形成了大爆炸。

最近連求職面試也在元宇宙進行，如果不知道或不熟悉元宇宙的使用方法，容易在面試中表現得很狼狽。面試官的提問已經很難回答了，連進入元宇宙平台的使用方法都不知道，就會更加驚慌失措，難以集中精神，導致無法獲得好結果。

在現代，元宇宙平台是溝通和工作用的工具，無法順手使用工具的話，只會讓自己事倍功半，想要熟練使用工具，就要不斷練習和接觸，直到能活用為止。多累積在元宇宙的企劃和營運經驗，對未來會有所幫助，例如：熟悉空間地圖設計或者3D設計程式Unity。想要在就業後立即適應元宇宙的工作內容，以提高生產效率，就要先開發自我並培養商業能力。

而針對新創企業或公司內部創業團隊該如何面對元宇宙的浪潮呢？建議可以研究國外企業中引進或運用元宇宙的事例，並獲取相關資料進行分析，也必須開發利用或融合元宇宙的商業模式（BM），並進行高度化的施行過程，在事業計劃書裡，最好也包含能夠連接或應用元宇宙的創意與方法。▲

本文整理自：《2025元宇宙趨勢》／采實文化出版



岸見一郎

日本哲學家

圖片／中央通訊社

善用「勇氣心理學」 讓你帶人又帶心

文／采實文化出版社

日本阿德勒心理學權威岸見一郎，多年來研究阿德勒心理學，為日本阿德勒心理學會認證的諮商師與顧問。為了使世界更臻良善，花費許多精力在世界各地與許多「年輕人」對話、進行諮商。

岸見 一郎在帶人管理上有許多精闢研究，認為主管真正的職責不是下

指令管理部屬，而是與部屬建立互助合作的關係，自然帶人又帶心。



看更多名人講堂

|| 主管除了傳授工作上必要的知識給部屬，還要輔導部屬，讓他們有「敢於全心投入工作的勇氣」。||

學會領導技巧不是用來控制部屬

想當個傑出的主管的確不容易，但撇開資質、天分、人格特質等因素，如果我們能學會領導的方法，就算不是天王巨星，也能成為好主管。

然而，雖然主管知道「要和部屬對等互動」、「要尊敬、信任部屬」，但實際上究竟該怎麼做，卻很難真正明白，通常要透過不斷累積經驗，才能逐漸心領神會。

另外，難免會有一些主管不在意如何增進領導力，只想著怎樣能好好駕馭部屬。但這樣一來，主管和部屬之間，就很難建立對等的關係。

有些主管，會利用不訓斥、多請託、多說「謝謝」等領導技巧，用來駕馭、控制部屬，但我提出的這些方法，都應該建立在「對等關係」上。為避免遭到錯用，必須留意兩個要點。

1 主管要想著自己能做什麼，而非試圖改變部屬

每次我去演講，都會盡可能多保留提問時間。學校老師所提的問題，往往都是認為「出問題都是學生的問題」，可是如果老師們一直抱持這樣的想法，就永遠找不到解決問題的方法。

我原本是思考職場上的人際關係，後來把焦點轉到我自己在家中扮演的家長角色，思考我和孩子之間的關係，才悟出了這個道理。

「領導」也是同樣道理。當職場出問題

時，這些問題的癥結不在部屬，而是在主管身上。只要主管學會思考如何妥善面對部屬，自然就能找到解決問題的線索。

2 主管要懂得信任部屬，才不會覺得部屬一定要聽你的

有一次，當我用「存在認同」這個詞，說明主管應聚焦關注部屬的「存在」，而非行動（工作）時，有人提出了這樣的問題：「倘若我們接受部屬工作無能的現狀，部屬豈不是會認為自己這樣就好，不想努力了嗎？」

在工作上，我們非得拿出績效不可。對於什麼都不會的新進員工，公司是在做先期投資，當然要早日看到這些投資有相應的成果。可是，如果我們大力鞭策這些部屬，恐怕他們會更覺得自己無能，而失去在工作上全力衝刺的勇氣。

主管除了傳授工作上必要的知識給部屬，還要輔導部屬，讓他們有「敢於全心投入工作的勇氣」。因此，面對目前還沒有亮眼成績的部屬，主管應該回想自己當初也並不是一開始就精明幹練、駕輕就熟，並信任部屬一定能發揮實力。

打造有笑容的職場

懂得領導部屬的主管，類似「幕後功臣」型的主管，而不是強勢主管。不過，有時主管也可以發揮更積極的功能——打造有笑容的職場。

這件事或許不見得一定要由主管來做，其他人也能勝任，但主管還是必須帶頭落實，當

部屬的典範。

凡事我們都該認真投入，可是認真並不等於嚴肅。這個概念也可以用於工作上。如果部屬一直擔心「要是把事情搞砸了，就會被主管臭罵一頓」，隨時都要看主管臉色做事，在這種緊繃的氣氛下，便無法發揮出應有的實力。

當大家工作緊繃之際，負責緩和氣氛是主管該努力的方向。我的意思當然不是要主管插科打諢、搞笑裝傻，製造歡樂氣氛，畢竟越是要引人發笑，到頭來總是最會尷尬冷場。

《人生論筆記》一書中，三木清曾說過：「如鳥歌唱般自然表露出幸福，並也為他人帶來幸福，才是真幸福。」

這句話的意思是，幸福不只是內在的概念，也會在他人面前表露出來。自己過得幸福，就像鳥兒歌唱般會自然表露出來，而這份幸福感也會傳染給他人。

自己的幸福又該如何表達？三木清用了以下的說法：「心情愉悅、用心有禮、親切體貼、寬容為懷等，幸福便能隨時表露無遺。」

要讓職場氣氛和樂，不時洋溢笑容，在上述提到的項目中，最需要的就是「心情愉悅」。



陰晴不定的人會讓旁人覺得很難相處。主管如果是情緒穩定的人，身旁的人就不必時時揣測他的心情，但有些主管會在一大早就擺出駭人的臭臉，把一整天的心情都搞砸，如果只是自己心情不好就算了，但這樣的主管通常也會影響到部屬的心情。

反之，看到心情好的主管，身旁的人也會跟著眉開眼笑。在《認識人性》一書中，阿德勒說，喜悅是一種會連結人我的情感，而笑容則是撐起喜悅的拱心石。

喜悅能將人與人連結在一起。一旦感受到自己與他人的連結，就能在協助他人的過程中感到喜悅；能感到互助合作的喜悅，就會對工作萌生全力投入的意願。而團隊的工作氛圍是否愉快，也可以從成員工作時是否有笑容來判斷。

讓職場氣氛和樂的三關鍵

三木清認為幸福是隨時都自然流露的，其中又以「心情愉悅」為首要。尤其主管更要常保心情愉悅，職場氣氛就能和樂融融，部屬也可以專心投入工作，不必多所顧忌。

|| 能感到互助合作的喜悅，就會對工作萌生全力投入的意願。而團隊的工作氛圍是否愉快，也可以從成員工作時是否有笑容來判斷。||

其次，三木清還有提到「用心有禮」，這裡是指「受人請託時，即使再忙，也不能敷衍隨便」。現今社會，每個人都十分繁忙，若別人願意用心有禮的對待自己，我們就會覺得備受尊重。

主管比任何人都忙碌，但更要拿出用心有禮的態度，當眾人的表率。另外，三木清也提到「親切體貼」，亦即當部屬向主管請教時，也要好好說明。

主管自己份內的業務，只要是自己能做的，就必須自己處理。當了主管，就以為能把自己份內的業務交給部屬，那就錯了，即使交辦給部屬，也不能視為理所當然。

遇到自己做不到，主管當然也必須向旁人求援，如果明知自己辦不到，卻硬是要自己處理，只會給身旁的人添麻煩，例如不擅使用電腦的主管，請懂電腦的年輕部屬協助處理，一點也不丟臉，但如果自己不會，還硬要裝懂，反而會增加事情的困難度。

不過，如果主管從一開始就沒打算學習，那就是問題了。阿德勒曾說過「人，做得到任何事」，打從一開始就認定自己做不到的人，任何事都可以是他「做不到」的藉口。

三木清舉了「寬容為懷」作為幸福的例子。所謂的「寬容為懷」，是指即使無法贊同他人的想法，仍能給予理解，或至少試著去理解。

同事間在工作上難免會有想法不同的時候，這時主管就必須對異議寬容為懷，因為協助部屬自由表達看法，也是主管的工作。

執行時必須就事論事，針對這些看法的對錯進行評估，而不是把「誰提出這些意見」當成

問題，畢竟部屬正確、主管出錯的情況，並非全無可能。

即使主管認為部屬所提出的想法，現階段很難實際執行，也應釐清這個想法背後的意義，而不是全盤否定。市場上許多當紅、熱銷的商品，都是部屬不畏主管反對，勇於表達意見後，所誕生的產物。主管要懂得協助年輕後輩發揮所長，鼓勵其成長。A

名人檔案 |



岸見一郎
日本哲學家

為日本哲學家。京都大學研究所文學研究科博士課程結業，1989年起，開始研究阿德勒心理學，並成為日本阿德勒心理學會認證的諮商師與顧問。著作包括《被討厭的勇氣》、《被討厭的勇氣 二部曲完結篇》、《讓孩子成長的阿德勒名言》、等多部阿德勒心理學作品。

好書推薦

《岸見一郎談帶人》

出版社：采實文化出版社
作者：岸見一郎

作者提供與過往不同的新領導方式，只要照著實行，不論你是剛擔任主管職的新手主管，還是帶人帶到心很累的主管，都能輕鬆贏得部屬敬重，帶出高向心力團隊。



5分鐘看懂 Web 3.0的五大商業機會

文／黃至堯，知名兩岸人力資源專家博士



看更多人資觀點

專欄作者 |



黃至堯

兩岸人力資源
專家博士

在大家熱烈討論「元宇宙」和「NFT」之後，還有一個非常火爆的科技概念，就是「Web3.0」。行走在科技先驅的行業大佬及資本市場早已經將目光聚焦至此，許多人認為Web3.0代表互聯網的下一個風口。



Web 2.0時代為雙向的互聯網，大多數內容依賴使用者創造內容；平台無償佔有用戶所生產和創造的價值下，也暴露出Web 2.0的弱點：隱私與安全。

根據 Cryptopolitan的資料顯示，紅杉資本以每週1家的投資速度，已經投了17家Web3公司。而Coinbase Ventures僅在2022第一季就投了71家。2022第一季Web3.0初創公司獲得超1.73億美元投資。就在今年3月16日，微軟、日本軟銀和新加坡淡馬錫宣佈完成對初創公司ConsenSys新一輪4.5億美元融資。

Q1 什麼是Web 1.0、Web 2.0？

Web 1.0 特性

平台創造、平台所有、平台控制、平台受益

Web 1.0指第一代互聯網，是靜態互聯網，主要應用是網路媒體。大多數參與者是讀者；創作者只限於建構網站開發人員。讀者訪問網站，瀏覽數位內容，但唯讀不寫，沒互動。簡單來說就像我們看到的海報，只承載訊息告知的功能，完全沒有互動的過程，這使得用戶不一定能真正獲得相關資訊。

Web 2.0 特性

用戶創造、平台所有、平台控制、平台分配

Web 2.0是一個雙向的互聯網，就是目前的網路形式。主要應用是社交網路和電商。在這個階段，平台只提供一個基礎設施，自己創造的內容有限，絕大多數內容是依賴使用者創造且內容具有互動性。這些平台公司提供獨立、中心化的服務，如Google、Meta (Facebook) 等企業。

在平台上使用者創造的數位內容，所有權屬於平台，控制權也屬於平台，平台可以決定編輯、修改、刪除和遮蔽使用者內容，甚至刪掉使用者帳號，將使用者驅逐出其社交網路。此外，這些數位內容所創造的價值該如何分配，由平台說了算。使用者在使用互聯網過程中產生的大量資料足跡，其價值也由平台無償佔有，平台則利用這些資料建構成目前主流盈利模式，點擊所帶來的廣告收入。

這解釋了為什麼Web 2.0時代產生許多超級大公司，因為這些平台實際上無償佔有數千萬甚至數億用戶所生產和創造的價值中很大一部分，而這其實也暴露出了Web 2.0的弱點：隱私與安全。

Q2 Web 3.0的特性是什麼？

Web 3.0 特性

使用者創造、使用者所有、使用者控制、協議分配

Web3.0跟2.0很不一樣的地方，他是一個「去中心化」的網路世界，不受限於單一平台。而使用者所創造的數位內容，所有權明確為使用者所有，由用戶控制，其所創造的價值，根據使用者與他人簽訂的協定進行分配。

在Web3.0體系下，這些數位內容不再是簡單的資料，而是數位資產，因為它的權利得到資產級別的保障。這類似數字經濟當中的市場經濟，確認、尊重和保護個人的數位產權，基於契約進行價值交換。

Q3 目前Web 3.0的商機是什麼？

畢業於康奈爾大學的Michael黃柏翰，擁有豐富股權投資與併購經驗，曾服務於矽谷的資本及投行。目前擔任新創公司CEO，替小微企業及獨立工作者在Web2.0的架構下打造個人品牌及行銷規劃。針對Web3.0目前的發展趨勢黃老師整理出以下5個潛在的商業方向：

1 發行原生資產

比特幣誕生於2009年是第一個最像Web3.0精神的落地性產品，其特性就是：開放、去中心化、抗審查、不可更改、無需信任和無需許可。後續衍生出的加密貨幣，如以太坊，泰達幣等都是屬於此類的產品。

另外一種目前市場上最夯的原生資產就是NFT（非同質化代幣）。「非同質化」解釋了NFT跟前面說的加密貨幣的差別。如果說比特幣就像一枚硬幣，每一枚貨幣的價值都是一樣的；而NFT就像在一樣外觀/重量的硬幣刻上號碼，這些獨一無二的編號使得每一枚硬幣之間有所不同，1號跟10號硬幣兩個是完全不同的東西。

2 持有原生資產

這概念不難理解，這也是現在大多數人在追逐的商業機會，簡單的說就是逢低持有，逢高賣出。用較低的成本提早進場，等待資產增值到一定的價格便獲利離場。

3 搭建網路，讓原生資產增值

替發行的數位貨幣或NFT等創造出應

用場景，進而推升持有的原生資產價值，有點類似造市者。現在有許多資本雄厚的公司在積極打造應用場景，最積極當屬Meta（原Facebook）。

以The Sandbox為例子，它是一個虛擬遊戲世界。通過基於以太坊的功能型代幣SAND，允許你在Sandbox Metaverse中買賣土地和資產。玩家可以創建和擁有不同的遊戲體驗，並從中獲得收益，進而推升SAND幣跟虛擬世界中的資產價值，再加上名人的推波助瀾，價格飆升就不意外了。

當前階段，一代的商業模型取決於這些原生資產的金融基礎設施：交易平台，託管機構以及衍生品提供商。這些都是基於一個簡單的商業目標：為使用者交易這些資產提供服務，如國內的數位貨幣交易平台幣或是

4 原生資產的交易平台

海外的coinbase（加密貨幣交易所）。

用場景，進而推升持有的原生資產價值，有點類似造市者。現在有許多資本雄厚的公司在積極打造應用場景，最積極當屬Meta（原Facebook）。

5 基礎建設（系統 or 硬體）

參與Web3.0的基礎設施是最直觀的投資機會。不管哪些Web3.0專案脫穎而出，都需要基礎設施的支撐。公鏈、跨鏈、身份系統、分散式存儲和隱私計算領域都有進一步改進的空間。購買提供這些服務的公司股票，也是另一種方式。

這波Web 3.0的大爆發也讓曾經專注投資互聯網的專業人士紛紛加入了投資Web3賽道的團隊。但目前發展的最重要關鍵則是能否找到應用場景，而市場上也有許多人質疑這一波熱點是否會如同2000年.com泡沫一樣，只是資本瘋狂的追捧。但不論如何，在資本以及越來越多人投入這個賽道，未來的發展肯定是有所期待的。A





2030年永續企業革命

創新思考 驅動組織永續成長



看更多ESG趨勢

文 / 田瀨和夫 · 日本永續發展夥伴有限公司CEO、前聯合國官員

聯合國可持續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 是「2030永續發展目標」、ESG是企業達成目標的方法與過程，為公司謀利VS.解決地球上的問題，其二者並不矛盾，企業可以同時兼具「獲利」與「讓世界變得更好」，企業落實「永續經營」的關鍵問題在「要怎麼賺錢？」畢竟企業本質在追求利益，如果不賺錢該如何生存？

專欄作者 |



田瀨和夫

日本ESG永續發展專家

SDGs 是領先世界變化的創新與新市場的泉源。SDGs

揭示的是2030年世界前進的方向，也是未來

十年的趨勢。在169項細項指標中，有些指標以現存的技术仍無法達成，但可以刺激創新的產生，進而開拓新的市場。

2016年，在世界經濟論壇成立「商業暨永續發展委員會」(Business and Sustainable Development Commission, BSDC)，並於

// 只要你可以先掌握SDGs提出的社會趨勢，並在市場取得先機的話，就能抓到商機，比亞迪的案例就做了很好的示範。//

2017年1月發佈報告書《更好的企業，更美好的世界》，預估在食物與農業、都市、能源與原料、健康與福祉這四大經濟系統中，SDGs將可以創造約12兆美元的市場（約新台幣342兆元）。

追求SDGs 誕生新市場

根據《更好的企業，更美好的世界》的報告內容，與SDGs目標相關，規模在2030年達到最高峰的產業就是移動系統。像最近汽車業最火紅的幾個關鍵字CASE〔連結 (Connected)、自動駕駛 (Autonomous)、共用服務 (Shared and Services)、電動化 (Electric) 縮寫。〕和MaaS (Mobility as a Service的縮寫，「交通行動服務」是一種架構在雲端的資訊與交通應用服務。) 的表現，汽車產業正迎來百年一度的大變革時代。比如說，由於都市人口增加、大氣污染以及自駕車上路的法規限制，電動 (EV) 巴士在全球市場的需求急速增加，預估到2030年規模將成長超過十六兆日圓。

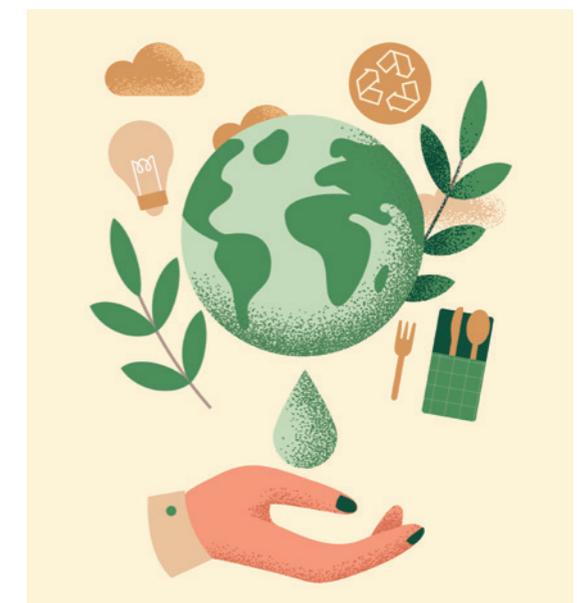
在這個新市場中快速成長的例子，就是大陸的電動車大廠比亞迪。該公司是1995年成立的電池製造商，鋰電池市占率世界第三，為手機用電池的世界第一大企業。在日本，引進該公司產品的電動巴士還不多，2015年京都府、2018年沖繩縣各別引進，福島縣的會津巴士與岩守交通也已經於2019年開始運作，目前看來有擴大使用的趨勢。只要你可以先掌握SDGs提出的社會趨勢，並在市場取得先機的話，就能抓到商機，比亞迪的案例

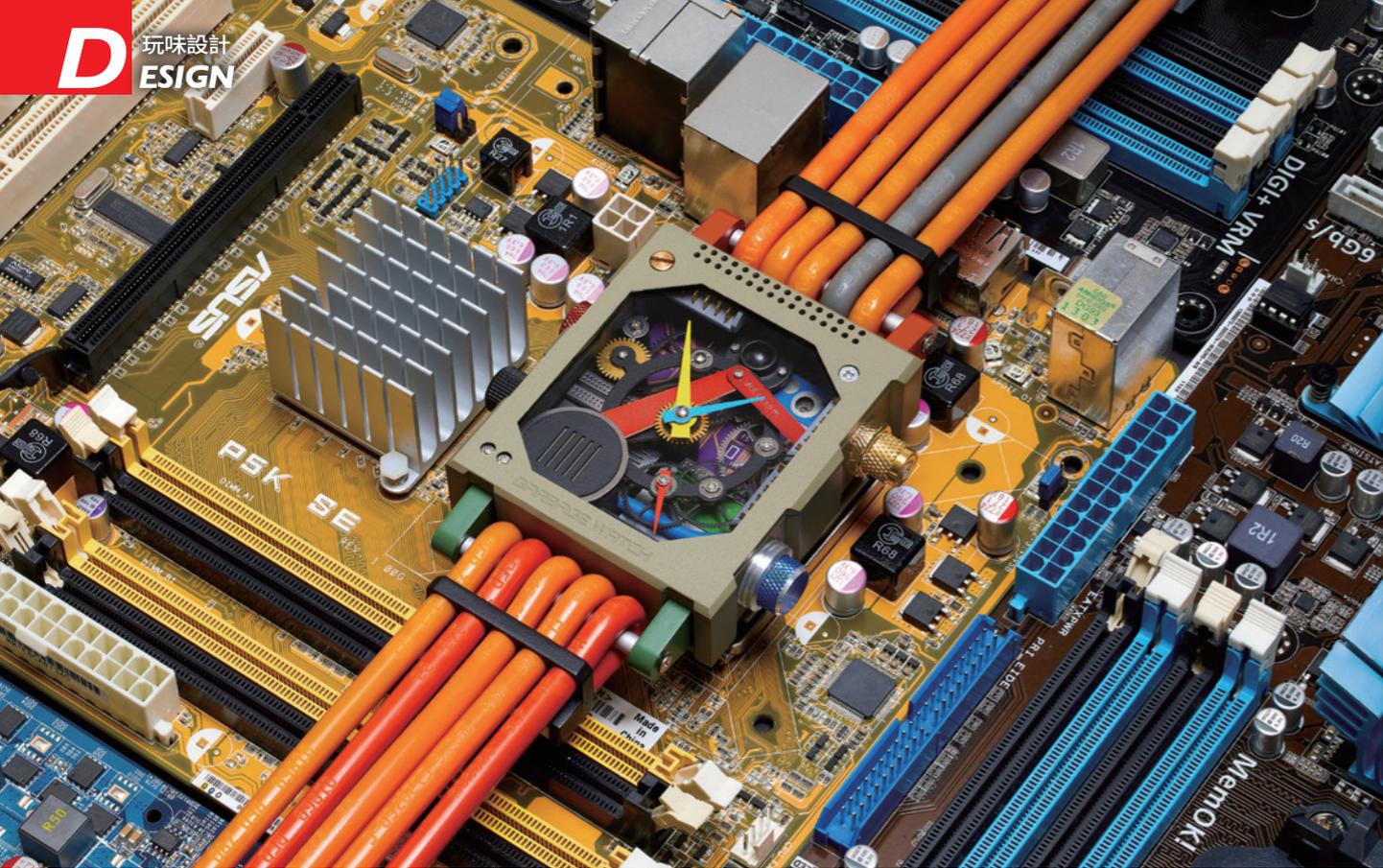
就做了很好的示範。

創新並非僅僅「對症療法」

近來，創新 (Innovation) 這個名詞幾乎天天都會聽到，其定義早在1911年由經濟學家熊彼得 (Schumpeter) 提出。熊彼得把創新定義為，採用與既有方法不同的手段產生新結合的事物，並將創新分成幾種類型，像是新產品的開發、導入新的生產方法、開拓新的市場、獲得資源、組織改革等。在日本創新被翻成技術革新，但按照原本的定義其實不只停留在新技術的開發，還有更多面向。

但是現在大家談論的創新，大多是為了用來處理已顯化的問題，也就是「對症療法」。比如說，發展中國家在自來水管尚未普及的地區，運用滾動式的水桶讓小孩子取水變得更輕鬆。





五彩繽紛的「垃圾錶」，其實零組件都來自廢棄電子產品的回收再利用。

擁抱ESG的環保創意——回收再生篇

「循環經濟」 掀風潮 「回收再生」 設計正時興



看更多經典設計

文／李俊明 · 圖／Fairphone · Vollebak · Stella McCartney · Philip Lim · Emeco · Nordic Comfort Products

ESG已成為經營管理新顯學，不少品牌也呼應這樣的趨勢，從「設計」玩出不少創意，因此我們從本月起將分三部曲，由「循環經濟」為起點，剖析各式各樣的企業ESG創舉。

企業 在落實ESG理想時，往往會推出很多各種做法為未來的永續發展鋪路，尤其在環境保護面向上，不少企業最常做的就是減碳、減塑、節能，以及「回收」。

但是現在的「回收」，已經不是傳統的Recycle，更是加入更多創意，努力開發Upcycle（創意再生）的可能性，產生與過往「垃圾變黃金」完全不同層次的意



左圖：「垃圾毛衣」的纖維，其實是由防彈背心與消防用防火衣再製而成。右圖：史黛拉·麥卡尼將漁網與工廠廢棄物的再製尼龍，剪裁成吸晴外套與褲裝。

涵與表現；尤其近年與電子產品相關的「再生」創意，就格外受到矚目。

根據統計，全球每年至少會產生五千萬噸以上的電子廢棄物，而且絕大多數被當成垃圾處理。值得注意的是，這裡頭其實還有很多資源可以挖寶，很多零組件都能找到第二春！比方電子產品內的銀、銅、鎳、鈷、鋅、鋁等金屬，都是珍貴的資源，而且據推估，全球恐怕有高達7%的金，其實藏在電子垃圾中。

垃圾大變身 回收再生也能時尚有型

為了好好利用珍貴的地球資源，「回收」與「再生」一起成為了新顯學！以即將在2022年問世的Vollebak「垃圾錶」（Garbage Watch）為例，便是把如此的想法具體落實，讓電子零件回收後變出超酷新生命，藉「設計」激發吸睛巧思。

仔細一瞧，錶內每一零件都有前世今生，有可能「上輩子」來自電腦的主機板、智慧型手機的微晶片，也有可能取自你家電視機的線路，透過別具巧思的重新

組合，讓這些原本將被毀棄的資源再活一次。

另一款Vollebak「垃圾毛衣」也運用了同樣概念，設計團隊將腦筋動到報廢的防彈背心與消防隊員防火衣上，變出獨特的「舊衣再製」驚豔。

根據統計，全世界每年至少生產一千億件衣物，而且在快時尚與消費主義風行下，這數字到2050年很可能翻倍。光以每分鐘來看，就有高達150噸衣物被丟棄到全球各地掩埋場，形成另一種龐大污染源，給環境增加沉重負擔。

例如防彈背心與防火衣這兩種本來就很堅韌的裝備，由於構成這些防護衣的尼龍與聚酯等成分，很可能需耗時兩百年以上才會腐化分解，為了解決這種窘境，設計團隊將這類衣物的芳綸阻燃面料（Meta Aramids）拿來再製，變出好看又有型的毛衣。

這款毛衣的材質有七成是由消防隊的防火裝而來，剩下三成則由防彈背心的全芳香族聚醯胺纖維（Para Aramids）



挪威的S-1500 Chair，同樣利用廢棄漁網再製而成。

而來，因此依然保有防護衣物不易著火的特性，但與一般毛衣同樣柔軟舒適，獨特的創意因此受到不少矚目。

重新珍視資源 從生活就可落實永續

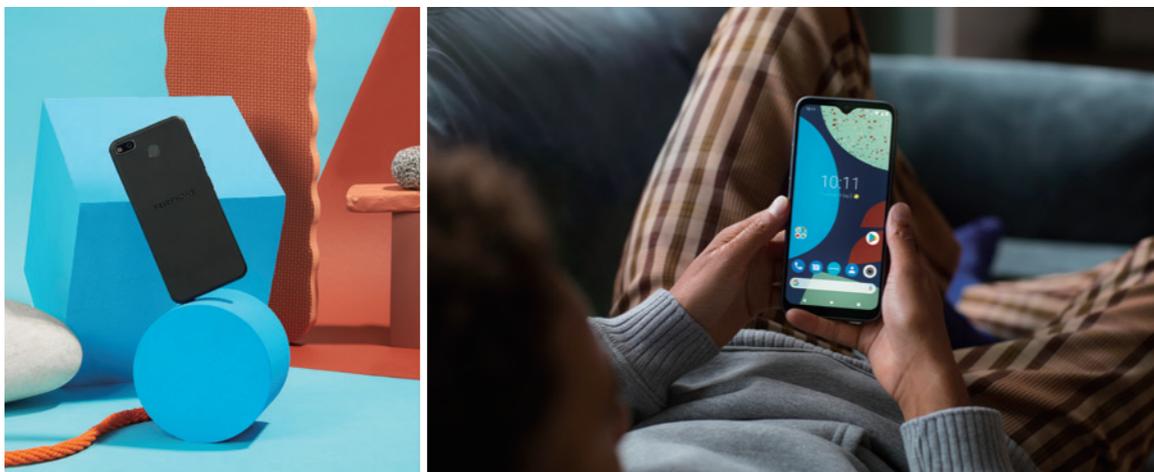
在環境保護愈來愈被重視的趨勢下，將「再生重製」概念運至時尚與產品設計，也已形成一股風潮。知名的英國時尚設計師史黛拉·麥卡尼 (Stella McCartney) 與愛迪達等品牌，便紛紛提出新主張與新材質，引導人們思考「設計」如何能將垃圾轉化為全新的可用資源，為人們帶來更乾淨的環境？而我們又該在廢棄物減量的風潮中扮演什麼角色？

你一定想不到，廢棄後很難處理的漁網，也成為回收再製風潮的要角。比方史黛拉·麥卡尼便曾在時裝秀上，將漁網與工廠廢棄物回收而來的再製尼龍，剪裁成吸晴外套與褲裝，因此大受好評。她讓現實生活中的垃圾，以及原本不被視為資源的材料，躍身一向講究奢華與珍稀的頂尖伸展台，除讓更多人注意到環保風潮的重要性，也讓更多人對材質再製的潛力更為另眼相看。



111 Navy Chair，每張由111隻可口可樂塑膠瓶回收再製而成。

不僅時尚瘋環保，這股回收再製浪潮，同樣吹向家具設計產業，像是挪威的建築事務所 Snøhetta便挑戰人們的想像力，為品牌Nordic Comfort Products推出同樣利用廢棄漁網再製而成的椅子S-1500 Chair，受到廣大矚目。另



Fairphone強調在不犧牲功能的前提下，也能做到將環保與永續放在首位。



Fairphone的模組設計，不僅容易置換維修，零組件的原料取得也特別講究人道與環保。

外一家家具品牌Emeco之前就推出以回收可口可樂瓶罐製成的111 Navy Chair，讓經典椅款再展新貌；這款產品主打每張椅子由111隻塑膠瓶，也就是65%的回收PET塑膠以及35%玻璃纖維製成，一方面減少塑膠掩埋帶來的汙染，另一方面也創造出超高話題討論度。

這些獨特的「設計」，在在向人們展示著「循環經濟」的可行性，透過共享、分散、再生等策略，促使人們改變行為模式，減少消耗資源。

透過ESG三面向 完整實踐永續經營理想

而另一個更特出的例子，則是號稱全球最講求永續的手機—2013年成立於荷蘭的Fairphone，秉持化腐朽為神奇的理念，堅持由無衝突區域開採資源，以負責任的供應鏈模式，在製程大量使用回收材質，並自設計初始就融入可更換式零組件概念，讓消費者很容易更換電池跟螢幕，甚至憑著螺絲起子就可升級相機模組，鼓勵使用者延長手機的生命週期。

別以為這樣的一款手機必定陽春，該有的配備就連已發展至第五代的Fairphone一樣也不缺。以目前最新推出的Fairphone 4來說，

便配備5G通訊、雙鏡頭、長效電池，使用壽命可達五年之久。

「手機裡的每樣東西，都會對人類與地球造成影響！」在堅信如此的理念下，Fairphone除了更講究資源運用的環保實惠，也更重視所作所為帶來的企業社會影響，因此付出極大心力檢視原料如何被回收再製、礦物如何被「負責任」地開採提煉，而且勞工權益也必須被主張與維護，從全方位阻絕「黑心原料」與「血汗工廠」可能性。

舉個例子來說，它不只在機身背殼採用100%回收塑料，諸如零組件中的金質原料，亦由回收物料精煉而來，不向剝削勞工與人權的地區採購，成為產業中唯一強調採用「公平交易」金質原料的手機品牌。此外，電池模組中不可或缺的鈷與鋰，在取材上同樣追求「公平交易」，讓原物料的供應鏈更透明，進而實現企業核心價值與社會影響力。

當然，對製程如此講究，也必須付出相對代價，這樣的一支手機，銷售不太容易超越主流品牌規模，成本也不一定能降至最低。但是它的出現，激勵企業選擇另一條發展路徑的可能性一藉由堅持ESG初心，同樣能找到另一群志同道合的消費者，在追求永續的路上，找到屬於自己的舞台。A



失眠、暈眩沒精神 找不到原因？

4個關鍵元素 搶救體內的「植物神經」



看更多健康常識

文／洛桑加參·Dr. Lobsang洛桑預防醫學集團創辦人

新冠肺炎疫情爆發造成的壓力，導致不少患者的自律神經失調變嚴重，症狀也跟著惡化。人體全身的器官都受自律神經所調控，哪裡失調就會產生哪裡的症狀，只要掌握住地水火風四元素，一起搶救體內植物神經。

常聽 到的自律神經系統（縮寫ANS），它還有一個可愛的別稱，叫做「植物神經系統（縮寫VNS）」。之所以稱為自律，是因為這套系統能自動自發，心臟怎樣跳、瞳孔什麼時機縮放、荷爾蒙如何分泌、什麼時間要睡覺，它都能自主把工作安排好、處理妥當，完全不用你操心。也正因為它有著不受人

意識控制的這個特性，所以也有人習慣喊它植物神經。

生命之花的求救訊號，你聽懂了嗎？

自律神經系統出了亂子，人會有什麼感覺呢？表現在頭，是頭重、頭暈、偏頭痛、注意

|| 調理植物神經失調的祕訣就是：「你怎樣細心養花，你就怎樣呵護自己。」並掌握四個關鍵元素：陽光（火元素）、空氣（風元素）、水、養分（地元素）。||

力渙散、思緒卡卡不順暢。表現在肌肉，是肩頸僵硬、腰痠背痛、足底筋膜炎。表現在心肺部分，心悸、胸悶、呼吸不順、血壓不穩都有可能。皮膚上的症狀更是五花八門，敏感搔癢、慢性濕疹、慢性蕁麻疹、異位性皮膚炎、頑固性皮膚病，每一樣都不好解決。

其他還有像是睡眠障礙、消化困難和種種婦科問題，以及焦慮、沮喪、恐慌這類可能還會被誤判為精神疾病的症狀。以上這些都是在提醒人，去檢視自己身體裡的這套植物神經系統，是否被你溫柔以待？還是你完全放任不管、從沒關心過它？

若正確使用身體，植物神經出錯的機率微乎其微。但現代的便利生活、求效率的高

壓生活，乃至於人的一些行為、想法偏差，確實已對它造成不良的影響。植物神經自己不太會壞掉，人卻常常不小心把它搞壞。比方說活得過度認真或過度不認真，又或者令自己長期陷入哀慟情緒中，習慣性悲觀，與同儕競爭時太看重成績、太想要贏、每每要求必勝，與家庭成員相處不和睦、婚姻或感情出狀況而心生怨懟，以上這些都會連累植物神經跟著你一起受苦。植物神經沒精神，生命之花終將漸漸枯萎。雖然不會一夕間凋零，但身體機能、體力走下坡、面容衰老等等，那是會慢慢發生的。

地水火風四元素齊備 健康自然好

植物神經失調症狀頗為複雜，但解決方法出乎意料簡單，可用非藥物的方式解決，不用花太多錢，而且自己就能搞定。洛桑指出，祕訣就是：「你怎樣細心養花，你就怎樣呵護自己。」掌握四個關鍵元素：陽光（火元素）、空氣（風元素）、水、養分（地元素），下面依序說明：

火元素

植物是看陽光、感受溫度在生活的，說穿了，我們體內的植物神經也是。我總不厭其煩提醒大家曬太陽，不只為了獲得充足的維生素D，更為了調節血清素與褪黑激素水平。被日光喚醒、太陽下山就休息，是正統作法。退而求其次，夜間工作者、輪值工作者白天可利用遮光窗簾幫助入睡，晚上可利用藍光



保持清醒避免事故。反正就是有光清醒、沒光睡覺這樣的原則。說穿了很簡單，但大家晚上都愛看電視、滑手機，推遲睡眠時間，長此以往，植物神經肯定會抗議。權宜做法，臥房內燈光以柔和黃光為佳，儘量不要給眼睛太多亮光上的刺激。

風元素

植物在空氣好、通風好的地方特別能展現出蓬勃生命力，人也一樣。假日勤快一點去山上去海邊幫肺部排毒，平常勤做呼吸練習，或是單純練習緩、慢、深、長、勻的腹式呼吸，這對恢復植物神經平衡已有莫大益處。

水元素

人會給植物澆水，但別忘了自己也要喝水。對人來說水是原料也是沖洗劑，舉凡血液、淋巴液、人體的各種分泌物，乃至於幸福荷爾蒙產出、細胞再生，都不能缺水。把你的體重乘以50毫升，即為你一天需要的量，我大約抓3,000毫升，我每天都這樣喝。

地元素

養生如同養花，欠呵護的身體最需要哪種「肥料」呢？當然是能紓緩壓力，讓人心情變好的解憂食材，要好好吃一吃。我最推薦維生素C含量極高的芭樂，當然其他富含維生素C的蔬果也都很好，請輪流交替吃。至於鼓舞士氣的維生素B群，全穀物與深綠色蔬菜都是好來源。能活化免疫系統、預防癌症的硒，在蘑菇和芥末子裡面可以找到。其他還有安撫不安的蓮子、安定神經提升睡眠品質的芝麻，和吃了會開心的香蕉，以及舒緩躁動的核桃，都是能幫助人體機能維持正常

運作的好食材。

快樂任務：每天早上起來先喝五百毫升溫熱開水

陽光有助於交感神經和副交感神經換班，溫度也是。說白一點就是幫助你舒服清醒，而不是被鬧鐘吵醒、匆匆忙忙趕出門。試想，宛如油門的交感、宛如煞車的副交感同時踩下去，又睏又急又累，用這樣的狀態開啟一天，人又怎能開心得起來？早晨接觸陽光、慢條斯理喝溫熱開水、澆澆花、整理自己，上個廁所、梳洗一下，活動活動、看看新聞，愉快開啟一天，人就很容易維持好心情，身體也比較不會那麼疲倦。A

出自：《快樂醫學：藏傳身心靈預防醫學書》／時報出版社



躍昇震旦



震旦家具Moca洽談椅



震旦OA於Smart office展區展示「綠色採購與低碳轉型」解決方案，協助企業綠色低碳數位轉型。

震旦×台灣夏普2022年新品發表會

綠色採購 推動企業低碳數位轉型

圖·文／震旦OA

震旦辦公設備（OA）於4/20在SYNTREND 三創生活園區參加由台灣夏普所舉辦的2022年新品發表會—「健康新夏普，數位新生活」聯展，會中震旦OA於Smart office展區展示「綠色採購與低碳轉型」解決方案，協助企業打造資安與ESG永續環境，推動綠色低碳數位轉型。



防疫採購方案

展示 會現場除提供具備環保省電節能標章的夏普SHARP多功能事務機外，更提供AI人工智慧、IoT物聯網以及遠端雲列印服務平台等服務。震旦OA總經理周銘

中表示，震旦57年來深耕辦公領域，為協助企業不斷提升營運效能，持續導入多元智能辦公解決方案。

在綠能環保上，SHARP多功能事務機皆具



透過AIoT技術可自動回報印量計數，減少五成人工抄表作業時間。



建置完善的視訊會議設備，提供零接觸、零距離的高效溝通。

備環保及省電節能標章認證，其中AI智慧電源調度功能，使事務機在睡眠模式下耗電力僅需0.5w，內建的人體偵測感應裝置，讓事務機醒來僅需要1秒，再加上SHARP的專利技術能快速暖機、立即啟動列印，不僅省電更減少能源消耗，降低列印時間與耗電量。

AI智能裝置 提供零接觸服務

事務機導入ERIC（Email Resources Information Center）服務，可自動偵測與監控設備，並透過IoT物聯網及AI技術，自動回傳數位機印量計數，可減少5成人工抄表作業時間，提升服務時效。

其「AI智能」於診斷狀況後，系統「主動」通知服務工程師進行遠端設備管理，隨時掌握設備狀況，確保設備運作暢通，顧客亦可透過「智能客服中心」、「行動客服App」，藉由線上服務降低接觸風險，同時也減少交通來往的碳排放量，達到智能環保節能之效。

針對資安的管理及防護，事務機會自動加密保護儲存在硬碟和通訊錄中的資料，當資料輸出或傳送時，僅開放允許使用的IP連線，如是未經授權的IP會自動刪除，以防堵惡意程式或勒索軟體的攻擊。

協助顧客打造ESG辦公環境

因應後疫時代零接觸需求，震旦持續深化、聚焦「智能辦公」、「樂活辦公」、「健康／綠色辦公」，提供高效、智能的辦公解決方案，包含遠距會議／培訓、雲數位看板、AI人臉辨識、智能會議室等設備，可應用於商務空間、共享辦公、遠距辦公，彈性多元的應用情境，滿足企業數位轉型所需的技術，是企業響應ESG節約能源首選；未來將攜手企業重視環保，響應碳中和，將減碳節能服務導入辦公生活。 **A**



SHARP MX-4071彩色多功能事務機具備環保節能標章認證，其AI智慧電源調度功能，可降低列印時間與耗電量。



金儀全台34個據點共300名同仁，一起響應3/26關燈一小時活動，讓世界更美好！

金儀減碳新美學×ESG實踐者

綠色解決方案 協助企業永續經營

圖·文／金儀公司

金儀代理KONICA MINOLTA多功能事務機，以「綠能環保解決方案」提供具環保標章認證、符合綠色採購之產品，更屢獲綠色採購績優企業獎認證，協助企業落實綠色辦公達成永續經營。



更多解決方案

金儀 多年來致力提供企業「綠色辦公解決方案」，並在疫情時代以「零接觸服務」，提供AIoT智慧平台、視訊會議設備、AI面試系統等多元商品，為企業打造健康辦公環境。2022年更以「減碳新美學」為主軸建立體驗中心，以ESG實踐者為願景，攜手同

仁從日常辦公生活開始落實ESG。

攜手同仁 身體力行倡議ESG

近期為響應與實踐ESG，金儀同仁參與3/26「Earth Hour 關燈一小時」活動，更制定每



2022年以「減碳新美學」為主軸建立體驗中心，以ESG實踐者為願景，協助企業永續發展。

月20日為「蔬食辦公日」，不論自備便當或外食，選擇享用蔬菜水果、低碳排食物。並召集50位同仁參加團隊淨山活動，從自身減塑開始，鼓勵同仁自備環保餐具與保溫瓶，共計減少50組免洗餐具與50個寶特瓶產生，同時在山上清除145個人造垃圾，身體力行實踐健康、減碳、愛地球理念。

節能環保上，金儀代理KONICA MINOLTA影印機使用Simitri環保型碳粉、具節電功能、自2003年起推動「環保標章」認證，影印機設備原廠生產過程嚴格把關，符合低污染、省能源、可回收的環保規範，並於2021年連續6年榮獲台南市政府頒發的「綠色採購績優企業獎」殊榮；除了硬體設備符合節能標準外，近

年更於「智慧環控系統」、「資安控管系統」上大力投入研究，為顧客節省印量，更做到資安管理與用電量偵測，協助顧客打造綠色辦公室。

零接觸解決方案 協助企業守護健康

數位轉型上，金儀成立專案計畫，透過IoT「智慧物聯網」，線上遠端支援維修服務，整合顧客環境控制、HR系統、門禁管制。並提供「AIoT空間防疫」解決方案，包括在進入辦公室之前，使用「自動測溫消毒機、紅外線SNT熱像儀、AI人臉辨識系統」過濾病毒加強防疫；進入辦公空間後，則採用「Germdie可見光光觸媒」裝置於中央空調系統，強化室內防護，協助企業守護員工健康。

金儀深耕辦公設備領域，致力於提供智慧辦公解決方案，為企業量身打造健康無毒、環保節能的辦公環境，並以數位印刷軟／硬體實力及多元防疫解決方案（雲端人資系統、人臉辨識系統、紅外線熱顯像儀），期望協助企業打造優質且環保的辦公環境，並為後疫情時代超前部署，開創多元商機。 **A**



圖左：金儀50位同仁參加團隊淨山活動，以身體力行實踐推廣ESG。
圖右：每月20日為金儀「蔬食辦公日」，響應健康、減碳、愛地球！



自然中的建造

白領之夜系列講座回顧

自然中的建造（上）

主講人——程雪松（上海大學 上海美術學院）

圖·文／震旦博物館

建造是人與自然相處的一種方式。「自然中的建造」就是建造同自然對話，透過材料、形式和工藝，去實現人造物與自然環境的溝通。2022年4月8日白領之夜系列講座，上海大學上海美術學院設計系的程雪松教授解讀何為自然、自然和建造的關係，並以當代著名建築師的作品為例，為我們剖析自然中的建造之美。

何為自然？

一般認為「自然」有兩方面含義：一是自然界、自然環境，二是事物順其本身的規律運行。

西方對自然的認識，追溯到亞里斯多德，他將自然概括為：1.生長；2.生物生長的種子；3.事物生長的動力；4.組成事物的原材料；5.事物的本質或形式；6.一般的本質或形式；7.自然萬物的動變淵源。可以總結出：生長不是揠苗助長，也不是無方向的盲目衝動，自然的生長是其本性的自我實現。中國的自



圖一：竹屋，隈研吾，北京，2002.04

然觀，以老子的道家為代表，一是「道法自然」，以自然為法，從自然中去尋找規律；二



看更多精彩活動



圖二：上海美術學院學生張駿作品。

圖三：特魯多垂直森林，斯泰法諾·博埃里，荷蘭，2017-2021

是「大美自然」，順應自然是一切美的源泉；三是「自然而然」。老子說：「夫莫之命而常自然」，意即一切事物並不受誰的命令或主宰，而是順其自然地發展。「自然界」和「自然而然」貫穿於中西方對於自然的理解中。

日本著名建築師隈研吾說：「建築應該是自然的一部分。」他早期在北京的作品「竹屋」（圖一），整體建築由竹子製作而成，是一個流動性的空間，室內外觀相得益彰。自然的材料、形式、構造方式等，都在他的建築中有所呈現。

建造活動是人自古就有的能力，但過去我們常把建造活動看成是和自然的「對抗」，而在今天更多地將其看作是和自然的「對話」。一般來說，我們透過材料、形式和工藝，去實現人造物和自然界之間的交流。比如：採用自然形態的直接仿擬，提取和抽象自然環境的構成秩序、讓自然要素向建築內外延伸擴展等方式，透過藝術和技術相結合的創作實踐將其賦予建築設計中，創造出具有滿足行為或心理需求的建築空間形態（圖二）。

建造與自然的關係

程老師認為經歷了四個階段：敬畏自然、效仿自然、征服自然、順應自然。

首先是對自然的敬畏。先人早期的庇護所，是搭建在樹上且仿鳥巢而建，得名「巢居」。一方面抵禦毒蛇猛獸，另一方面抵抗洪水，尤其是南方較為潮濕的地方。而且高處的巢居通風、輕盈。其次，效仿自然。經典案例就是義大利著名建築師博埃裡的作品「垂直森林」（圖三）。第三，征服自然。過去我們認為可以很容易征服自然，利用自然的力量，但也帶來許多反思和教訓。例如，三峽水電站是目前世界上規模最大的水電站和清潔能源基地，也是目前大陸有史以來建設的最大型工程項目。而它也帶來如移民搬遷、環境改變等諸多爭議性問題。最後順應自然，山西大同的懸空寺（圖四），素有「懸空寺，半天高，三根馬尾空中吊」的俚語，是在力學和選址上的奇蹟。A



圖四：懸空寺，山西大同



金代·三彩枕

胎體先上化妝土，刻畫紋飾輪廓，素燒定型，再施黃、綠、白等釉彩，低溫燒製。(圖一)

圖片來源：震旦博物館藏

古器物學講座——元明清彩繪瓷專題 ⑤

低溫釉料彩繪瓷

文／吳崇海·圖／震旦博物館

低溫釉彩是以鉛化合物為釉料的助熔劑，再加入金屬著色劑燒製而成的。此類彩釉起源於漢代綠釉陶與褐釉陶，唐宋時期發展出多樣化的色彩，燒成唐三彩、遼三彩及金三彩等器物。

到了 明清時期，低溫釉彩從陶胎發展為瓷胎，成品必須經過二次燒造的工序，表面顏色五彩繽紛，品類十分多元。本文選取金三彩、明嘉靖黃地綠彩、明代法花、清康熙素三彩及黃地褐綠彩等器類，介紹低溫釉料彩繪瓷的概況。

一、金代三彩

低溫釉彩從漢代的單一顏色發展到唐代，成為多色並陳的三彩器，遼金時期北方窯廠繼續生產，以黃、綠、白、褐等呈色最常見。

圖一為金代的三彩枕，此器為震旦博物館

藏品，整體近似長方形體，器身上寬下窄，枕面中間下凹、兩端上翹，呈現微微彎曲的弧面狀，枕面下方的四個邊壁傾斜收窄，器表以花卉紋為飾。

從製作工藝的角度來看，此器先在胎體表面敷上白色化妝土，刻畫紋飾輪廓後，以高溫燒製定型，再於輪廓線內填入各種鉛釉，低溫燒成黃、綠、白等多彩裝飾，顏色繽紛漂亮。

金代鉛釉的流動性小，釉色配合圖案形狀分布，整體風格趨於規整，是金三彩的特色。

二、明嘉靖黃地綠彩

明代低溫釉彩的胎體為瓷胎，表面釉色有

黃、綠、紫、黑等顏色的組合變化，產生黃地綠彩、綠地紫彩及黑地綠彩等品類。

圖二為明代嘉靖時期的嬌黃綠彩鳳凰方洗，此器為台北故宮博物院藏品，器身呈方形，口沿外敞，器壁傾斜收窄，底下具有方形圈足，表面以串枝靈芝紋、雲鶴鳳鳥、番蓮紋、蕉葉紋及卷草紋為飾，足內書寫「大明嘉靖年製」六字二行青花楷書款。

方洗的胎體表面先線刻紋飾圖案，圈足內部用鈷料書寫年款，然後在紋飾外側的地上與圈足內部施加透明釉，高溫燒製定型。接著，再於露胎紋飾內部填上綠彩，外側地子塗上黃彩，低溫送燒。

由於黃彩部分先上一層高溫透明釉，釉層較厚，綠色釉彩則直接施於素胎上，釉層較薄，所以綠彩邊緣常有流釉露白的現象。



明嘉靖·嬌黃綠彩鳳凰方洗

黃地部分先上高溫透明釉，釉層較厚，綠釉部分直接施於素胎上，邊緣因流釉而露白。(圖二)

圖片來源：《明瓷名品圖錄-嘉靖窯 隆慶窯 萬曆窯》，圖147。

三、明代法花

「法花」流行於明、清二代，在裝飾技法上融合了堆貼、雕刻及低溫釉彩等多重工藝，風格頗為繁複。

圖三為日本大阪市立東洋陶瓷美術館收藏的明代法花花鳥紋罐，此器的口沿往外突出圓脣，頸部粗短，腹部較深，腰部以下逐漸收窄，表面裝飾雲紋、如意雲頭紋、花鳥紋及海水波濤紋等圖樣。

這些裝飾的製作過程概分為二個步驟，首先在成形未乾的濕坯上，以瓷土堆塑圖案，圖案上面雕出細部紋樣，周邊地子施藍釉，高溫燒製定型。其次，在紋飾表面施加黃、綠、淺藍、白等低溫釉彩，二次送燒完成。



明代·法花花鳥紋罐

以瓷土堆塑圖案，雕出細部紋樣，高溫素燒定型後，再施各種鉛釉彩，低溫燒成。(圖三)

圖片來源：《世界陶瓷全集14明》，頁134，圖135。



清康熙·素三彩盤

此器以暗刻龍紋和花果紋為飾，花果紋用黑、黃、綠、紫等低溫釉料繪畫而成。(圖四)

圖片來源：震旦博物館藏

採堆貼法製作的紋飾猶如淺浮雕一般突出於器表上，在各色釉彩的襯托下顯得立體而鮮明。

四、清康熙素三彩

「素三彩」是清代康熙時期特有的彩類，在裝飾技法上融合了陰刻暗花紋與多種低溫釉色，成紋工藝頗為特殊。

圖四為震旦博物館收藏的清康熙素三彩盤，此器的盤口外敞，器壁以圓緩的弧度向下收窄，盤腹略淺，底下具有圈足，表面以暗刻龍紋和彩色石榴紋為飾，圈足內部書寫「大清康熙年製」六字二行青花楷書款。



清康熙·素三彩雙龍紋盤

此器以低溫黃釉為地，紋飾用褐、綠、白等低溫釉呈現，是康熙時期的著名彩類。(圖五)

圖片來源：震旦博物館藏

此器的紋飾製作分為二個步驟，首先在成形的胎體上陰刻龍紋，圈足內部用鈷料書寫年款，並施透明釉，高溫燒製定型。其次，用黑色顏料畫出花果紋，塗上低溫黃、綠、紫等釉彩，地子施低溫透明釉，二次送燒而成。

由於盤底和盤身分別施以不同的透明釉，前者屬於高溫釉，燒成顏色為蛋青色，後者屬於低溫釉，顏色純白，二者對比十分明顯。

五、清康熙黃地褐綠彩

清代康熙時期的黃地褐綠彩以明代黃地

綠彩為基礎，結合「素三彩」的多色運用製作而成，所以也有「素三彩」之稱。

圖五為震旦博物館收藏的清康熙素三彩雙龍紋盤，此器呈敞口、圓弧壁、淺腹、圈足的造型，盤內以雙龍搶珠紋為主題紋樣，周邊環繞折枝花卉，外壁亦以龍紋為飾，圈足內部書寫「大清康熙年製」六字二行雙圈青花楷書款。

此器的紋飾先在胎體上陰刻而成，高溫燒製定型後，再於紋飾部分填塗褐、綠、白等釉彩，地子上施加黃釉，低溫燒製。由於黃釉與其他釉彩都施於素胎上，彼此釉層厚度相當，紋飾邊緣不會因為流釉而產生露白的現象。A

|| 古代的低溫釉彩始於漢代，經過漫長的發展，到了明清時期演變出多種式樣的彩繪瓷，以不同的工藝技法呈現多元化的風格。下期將以瑤瑯彩為題，介紹此一外來釉彩在清代的發展特色。||



BOOK
震旦博物館
出版叢書介紹

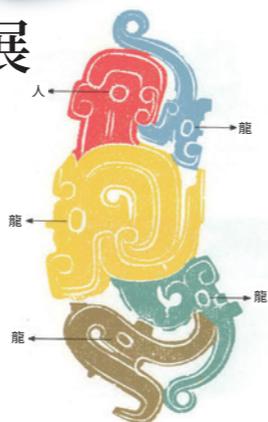
玉見設計 中國古玉形紋設計特展

對於中國古代器物的學習和認識，離不開對其材料、工藝、造型、紋飾的分析，這是認識和形成概念的基礎。在此基礎之上，對於古代器物的深層次理解，則是需要透物見人，釐清古代工匠的創作和設計理念，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，方可達到深化學習的目的。本書基於震旦博物館「玉見設計——中國古玉形紋設計特展」，幫助讀者將古人的智慧從玉器中提煉出來，結合從新石器時代至漢代的具體實物，舉例分析，總結出依料施工、角度取像、樣稿組裝、一元多式四大設計理念，詳細闡述古人治玉時的邏輯和思維方式，使讀者真正讀懂古人思維，深入認識器物，同時亦能夠激發當今設計人才之創意靈感。A

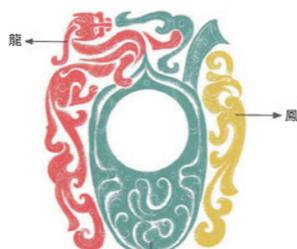
【內容精選】

- 1、本書以全新「設計理念」視角詮釋中國古代玉器，在認識器物本身的同時，更能進一步瞭解古人的設計思維，掌握認識古玉的方法。
- 2、本書總結出依料施工、角度取像、樣稿組裝、一元多式四大設計理念，將新石器時代至漢代的玉器以此為據分類舉例，方便讀者對比不同時代設計理念的繼承和發展。
- 3、本書圖文編輯精美，收錄器物均為同時期典型或獨特特色之古玉，方便讀者對比學習。

漢代 螭龍紋佩
環外邊料 弧形螭龍



西周 人龍紋玉佩
四龍一人 人形組裝



漢代 龍鳳紋韞形佩
左龍右鳳 對稱設計

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 ● 明永樂青花瓷鑑賞

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：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

- 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



六月

高43.5公分 / 震旦博物館提供
元 青花人物故事百花亭記圖梅瓶



館藏 精粹賞析

文 / 吳榮海 · 圖 / 震旦博物館

人物紋是元代青花瓷器中頗富特色的紋飾，圖繪內容有知名歷史人物、神仙傳奇及戲曲故事等等，如本期所要賞析的青花梅瓶即是此類作品。

此器 的瓶口小而圓，口沿往外突出如折沿，頸部略短，肩部豐圓飽滿，腹部深長，腰部以下逐漸收窄，器底具有淺凹足。胎體顏色灰白，並有一些褐色的雜質，釉色白中帶青，肥厚瑩潤，富有光澤，呈現元代的典型特徵。

梅瓶表面繪畫青花紋飾。肩部是蓮瓣紋邊框內填雲頭雜寶紋及串枝蓮紋。腹部繪畫一座「百花亭」，旁邊站立二名女子似在交談，另外一名男子昂首闊步朝向涼亭，組成

一幅百花亭記圖，其下以卷草紋和蓮瓣框內填蓮花垂珠紋陪襯。

百花亭記圖取材自元代雜劇《逞風流王煥百花亭》之內容，故事描述才子王煥和名妓賀憐憐二人，歷經波折、終成眷屬的愛情故事。畫面可見人物表情描繪生動，周邊景物細膩逼真，重現膾炙人口的戲劇情節。

此器的紋飾布局層次井然，畫工精細，鈞藍發色深濃靚麗，呈現元代青花瓷器的典型風格，值得仔細觀賞和品味。A

平行公益 助人者誰助？

平行公益

捐款人與社福界需要的對話

圖·文／陳永泰公益信託

社會大眾與專業社福機構兩端對於捐款收入使用的認知落差，有如身處平行世界一樣，面對這樣的困局，常讓社福機構苦不堪言，也很難讓捐款人明白有形與無形的各項成本。

助人 者是否就不需要被幫助呢？社會大眾總期待社福機構可以把每一分大家的愛心捐款都用在第一線服務上，殊不知，這樣的期待對社福機構來說是難以承受之重，畢竟社會服務也需要辦公空間、執行人力、交通、行政等營運支出，並無法100%只用在受助者身上。

台灣多數社福機構很微型，從衛福部《100年社會福利服務機構概況調查》中，全台灣統計有超過2,000家社福機構，其中640家機構（32%）人數僅10人以下，甚至有近四成

（36%）的機構收入一年不滿500萬元，換言之，平均到每個月僅有40萬元可供使用。這筆費用若全數用於個案服務與營運支出外，其實並沒有多餘的資金，遑論社工的培訓與進修。加上組織規模小、扁平化、缺乏中階管理層，往往造成專業社工進入社福機構服務約2~3年的時間即遇到職涯的天花板，無法升遷。

舉例來說，台灣首家由失智症患者擔任服務生的「Young咖啡館」，一開始受到媒體與各界好評，然而台灣失智症協會也面臨了因



左圖：台灣失智症協會成立了Young咖啡館，透過工作再造提升失智者的能力及價值，並增加他們社會參與的機會。



右圖：勵友中心打造好Young館，讓青少年自我探索、培養自信心。

為組織規模不大、升遷管道有限的困境。協會李會珍副秘書長則是透過以身作則的方式來領導機構的夥伴、同時也積極安排內訓，透過知識、能力的經驗傳承，轉化為夥伴願意持續服務的動能。

先有好待遇，才有好人才

由於社福機構的薪資結構長期以來處於被忽略、也缺少溝通的情況。社會大眾要求「機構的服務」，而忘記提供服務者也是需要被關心的「人」，畢竟所有的服務都需要人來完成，尤其服務可能伴隨著隱形的三高——壓力高、工時高與風險高。

政府2020年起第一次推動社工薪資制度化上路，僅針對公部門及受政府補助方案的社工人員採「階梯式定價」，先不論這個方式是薪資的地板還是天花板，這已相對壓制社福機構內部薪資結構的彈性，畢竟不是所有社工都在做政府補助方案。舉例來說，台北市基督教勵友中心也同樣面臨同工不同酬的問題。勵友中心吳易峰副執行長相信「照顧好員工，才能更好地服務個案」並表示：「我們盡可能地讓這樣的狀態公開、透明，並保持專案間社工的輪調彈性，讓同仁有高度的自主性去選擇」，在新

制上路後，努力調整了整體夥伴的薪資結構。

薪資制度化會不會讓社工服務顯得廉價？

人力是核心，若以一般養護型的長照機構為例，老後照護需要大量的人力，每照護三人必須配置照護員一人，加上住宿型的機構得24小時輪班，人力配比相當吃重，光是人力支出的成本，就佔了機構的年度預算70%以上，但囿於捐款人與社會大眾的觀感，往往很難坦率地說出這個需求，就深怕被大眾誤解中飽私囊，而只能使用「服務方案」的名稱編列相關預算。

在企業間廣為流傳的一句話「沒有滿意的員工，就不會有滿意的顧客。」到了非營利事業組織也同理可證。中央大學人力資源管理研究所林文政副教授分享：「無論是盈利事業的員工，或是服務於社福機構的員工，在工作上追求的不外乎三件事：薪水、自我提升與自我實現。」，唯有大眾對於社會福利工作有更多的同理心，才有機會踏出公益永續的第一步。A



看完整篇文章請掃QR code



家總提供照顧咖啡館，提供家庭照顧者喘息空間

震旦人公益行動「溫暖隨行」 關懷弱勢，讓社會美好多加一分

圖·文／震旦集團

震旦集團成立至今已邁入57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、志工服務，讓社福團體能得到更實質的幫助。並期望呼籲更多人，攜手回饋社會，溫暖隨行。

震旦集團×中華民國家庭照顧者關懷總會 震旦送暖 支持長照2.0

家總自1996年成立以來，不斷爭取、倡議家庭照顧者權益，同時承辦家庭照顧者關懷專線0800-50-7272，協助照顧者進行照顧安排，抒解照顧壓力。同時關注家庭照顧者使用者經驗，發展創新服務。因此，自2018年長照2.0上路以來，家總持續發現長照不足處與彈性不夠，除了照顧咖啡館、照顧電視台外，更發展互助喘息、移工安心支持及長照移居等創新方案，並加入更多對長照有熱忱之社工夥伴。「喘息，也需要



震旦志工陪伴學員共度母親節

震旦志工協助學員製作石膏手

學習」家總期望所有家庭照顧者透過喘息活動學會放鬆，才能走更長的照顧路。

震旦集團溫暖送愛捐贈全新辦公家具，協助家總個案資料收納管理更便利，同時也汰換

掉使用許久的鐵製辦公椅，讓為家庭照顧者奮鬥的同仁，能於更完善、舒適的環境工作，持續努力。



震旦集團捐贈全新辦公家具，協助家總打造舒適辦公空間

震旦OA竹科×社團法人新竹市精神健康協會 心手相連，一路相隨

精健會以秉持「助人自助、全力以赴」的信念，向民眾推廣精神健康與精神疾病兩種不同的概念，震旦志工做好防疫措施、懷抱熱忱，投入母親節公益活動。協助學員製作石膏手，透過互動協助學員訓練身體靈活度，並體驗到能夠幫助別人是一種福氣。A

第八屆傳善獎 邀你一同傳善分享

你的讚值千萬

讓您動動手指就能傳善做好事
您的支持，是社福機構最好的鼓勵
掃QR code，為你支持的議題加油

2022.5.23-7.11



或搜尋
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

震旦家具 0809-068-588
震旦雲 (02) 8729-7066
長陽生醫 (04) 2296-2688
通業技研 (02) 8751-0080
宜陸開發 (02) 6600-2168
夏普震旦 0800-050-222



印付自如

康鈦科技提供數位印刷解決方案，商務輕量型數位印刷機
C4080 / C4070每分鐘80張，高效印刷速度、即時檢測印刷
品質，適用多種紙材、各式印刷品輸出皆「印付自如」！



AccurioPress C4080/C4070

康鈦

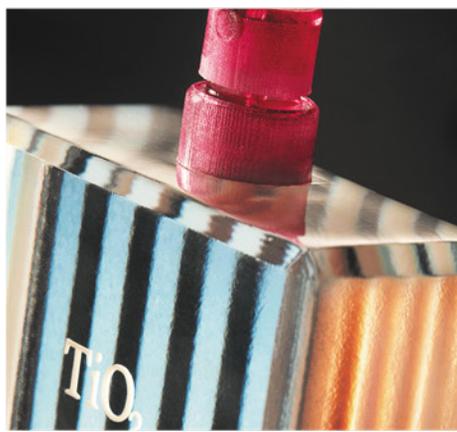
康鈦科技股份有限公司
24158新北市三重區光復路二段69號14樓
客服專線:4128-258 kmds.com.tw



3D 列印

3D Printing

你創意的伸展台



資料來源：Stratasys

Stratasys致力於推進尖端消費品領域的3D列印應用，提供您隨時隨地將天馬行空的創意變為真實的3D模型。



尋找適合您的3D列印設備

