

提 升 職 場 競 爭 力 的 知 識 夥 伴

震旦
AURORA

名人講堂

資深廣告人一葉明桂
品牌如何創造銷售力？

藝文饗宴

館藏精粹賞析
明宣德 青花雲龍紋大罐



1971年7月創刊・發行52年6個月

JANUARY 2024 一月號 No. 630

啟動創新火花 破框 思維



電子版月刊

迎接2024年，勇於大膽創新、打破框架，尋找潛藏的不可見機會，
才能開創新格局，贏得新商機。

震旦月刊
AURORA MONTHLY

歡迎訂閱

Let's Go Green Together

ESG轉型最佳夥伴

金儀提供減碳辦公解決方案·科技賦能兼顧效率及環保



智慧影印 智慧安控 雲端管理 資安防護 AI科技



啟動破框創新之旅

新年 快樂！面對2024年的開始，我們需要不斷挑戰自我，尋找那些埋藏角落的機會；因為唯有擁有破框思維，才能看見未來的可能。

本月以「破框思維，啟動創新火花」為主題期勉大家，過去的經驗和既定的觀念或許曾是成功的關鍵，但只有敢於挑戰、突破自我，才能開創新格局，贏得新商機。

哥倫比亞大學商學院教授希娜·艾恩嘉提出破框思維地圖的六大步驟，教大家用正確的路徑打破思維的限制，並提出「腦力激盪無用論」的說法，因為研究人員發現群體腦力激盪會引發偏差，嚴重衝擊創意。獨自發想概念的人，會比在傳統群體腦力激盪下的人得出更多想法，比群體腦力激盪下的人多兩倍。

企業趨勢研究顧問黃祖強則認為，隨著新經濟典範轉移，在碎片化資訊的年代找到連結，亦即是找出脈絡、重組價值，並重新定義商業模式，尋求新的活路，才有機會贏得成功。因為問題如果在僵固的框內，或許解答就在框框之外。

名人講堂我們介紹前奧美集團首席策略顧問葉明桂的新書，桂爺提出大眾對於品牌的三大迷思，他認為大多數的人對品牌有誤解，並不真正了解品牌的內容；當你真正認識品牌、梳理品牌後，讓品牌真正落地，即可發現它可以真實地幫助生意，並將其發揚光大。

讓我們在新的一年裡，敞開心胸，勇於嘗試。在變動莫測的時局中，唯有破框思維，方能啟動創新的火花，引領走向更加光明的未來。 **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創刊 · 2024/1/1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 郭珍妤、嵇德駿、楊家豪
信箱 maggies@aurora.com.tw
電話 02-2345-8088
傳真 02-2345-8733轉1619

設計 曲文瑩
印刷 秋雨創新股份有限公司

局版台誌字第1556號
中華郵政北台字第1425號
ISSN 2305-7734
 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，不代表本公司之立場，文責亦由作者負責。版權所有，非經本公司書面同意，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

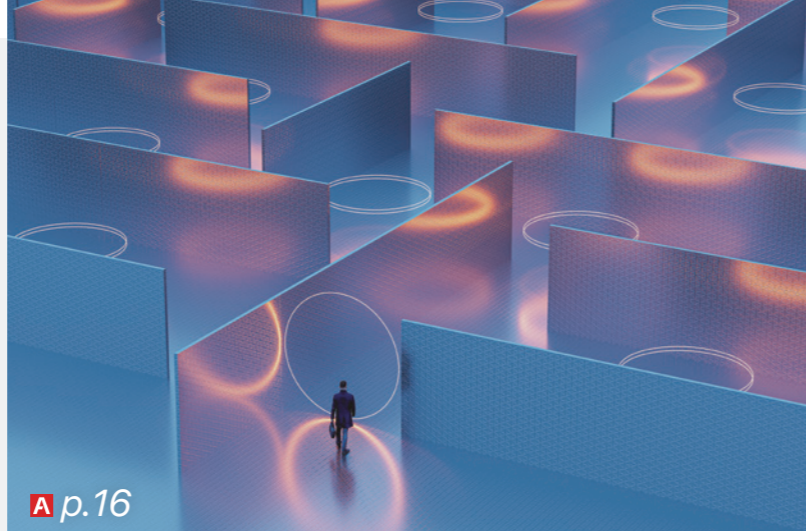
「震旦」是東方日出之意，象徵著光明與希望，震旦集團承襲源遠流長的歷史命脈，有如旭日東昇，散發著蓬勃的朝氣與躍昇的動力，為追求現代文明而努力。

震旦月刊

AURORA MONTHLY

No.630

JANUARY 2024



A p.16

在不確定的世局中，企業與個人應擺脫舊習，持續創新，迎接新挑戰。



A p.20

資深廣告人——葉明桂



A p.32

瑞典家居品牌FLYTE將燈具以「懸浮設計」，推出可飄浮於空中的燈泡。

E 編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 啟動破框創新之旅
文/蘇美琪

M 大師專欄 MASTER COLUMN

04 投資秘訣：你得看懂機會
文/查理·蒙格

M 大師輕鬆讀 MASTER 60'

08 培養人脈創商機
編譯/大師輕鬆讀

C 封面故事 COVER STORY

10 點燃革新之火
序言/蘇美琪

12 別再用過時的腦力激盪法
快學破框思維的技術
文/希娜·艾恩嘉

16 創新浪潮2024
突破框架 迎接未知挑戰
文/黃祖強

C 名人講堂 CELEBRITY TALK

20 資深廣告人——葉明桂
品牌如何創造銷售力？
文/天下雜誌出版社

M 職場觀點 MANAGEMENT

24 AI時代巨變
非營利組織如何改善「教育不平等」？
文/黃至堯

I 創新經營 INNOVATION

28 創新經營的挑戰
生成式AI 普惠化之路
文/詹文男

D 玩味設計 DESIGN

32 光之設計專題①
顛覆想像的創意
創造光之奇景
文/李俊明

L 樂活人生 LOHAS LIFE

37 物理治療師教你
簡單有效的居家運動
文/林欣怡

A 躍昇震旦 AURORA NEWS

42 震旦·未來辦公室虛擬展廳上線
360°環景體驗 未來辦公空間
圖·文/震旦OA

44 震旦雲×AI離職率預測
提升企業高效智能管理
圖·文/震旦雲



A 震旦博物館 AURORA MUSEUM

46 剎那之間，
全世界的時間都凍結在13:55—
震旦博物館特展開幕
圖·文/震旦博物館

A 藝文饗宴 ARTS PLAZA

48 館藏精粹
2024年桌曆賞析
圖·文/吳棠海

53 館藏精粹賞析
明宣德 青花雲龍紋大罐
圖·文/吳棠海

L 愛心公益 LOVE ACTION

54 震旦人公益行動「溫暖隨行」
愛心同行，療癒溫馨
圖·文/震旦集團



COVER STORY

勇敢跳脫限制，尋找無限可能；在不同的視角中找到新解方，展現獨特的創造力，啟動創新之鑰。





CHARLES THOMAS MUNGER

查理·蒙格

文／查理·蒙格（天下文化出版社提供）

投資秘訣：你得看懂機會

投資思想家

查理·蒙格（Charles Munger）於去年美東時間11/28清晨安詳過世，享耆壽99歲。蒙格生前是股神華倫·巴菲特（Warren Buffett）最倚賴的夥伴，他有什麼智慧讓股神信服？

影響 股神至深的蒙格，每年只在自己擔任董事長的每日期刊股東會上暢所欲言，從當今經濟趨勢，到投資、閱讀、工作、人生、哲學無所不談，在與股東的對話中，每每展現出縱橫市場半世紀以來的無窮智慧。以下帶你從近距離看看這位當代最優秀投資人的思維模式，了解蒙格的獨到見解如何帶領他成就不敗的投資紀錄：

做好準備，抓住機會

從小我就聽過外曾祖父的故事，他的故事對我幫助很大。我的外曾祖父是一位拓荒者，他來到愛荷華州時身無分文，但是他年輕力壯。他參加了與印第安人打的那場黑鷹戰爭，當上了上尉，在愛荷華州定居下來。

我的外曾祖父很有頭腦，每次土地價格下跌時他就以低廉的價格大量買進土地，最後他成為小鎮上最富有的

人，還開了一家銀行。

外曾祖父德高望重，他有一個大家庭，過著非常幸福的生活。他剛在愛荷華州定居時，一英畝土地還不到1美元，他一直居住在那裡，直到後來富足的現代文明在那片肥沃的土地上興起。我的外曾祖父說，選對了地方，活到90歲總能遇上老天爺給的幾次機會。他這一生能幸福長壽，主要是當大機會來臨時他抓住了。每年夏天，

當孫兒們圍繞在他膝下的時候，我的外曾祖父總是一次又一次講述他的故事，我母親對錢不感興趣，但是她記住那些故事，並告訴我。

我母親對錢不感興趣，但我和她不同，我知道外曾祖父說的話很有道理。所以當我還小的時候，我就知道重大的機會、屬於我的機會是很少的，關鍵在於要做好準備，讓自己能抓住那些為數不多的機會。

大型投資顧問機構裡的那些人，他們的想法不一樣。他們認為他們研究100萬件事，就能搞懂100萬個東西，但結果卻是幾乎所有機構都跑不贏指數。你看我，我只有每日期刊的股票、波克夏海瑟威的股票、投資李泉的亞洲基金，還有好市多的股票，而我的報酬率超越了所有人。

我95歲了，幾乎沒有做過一筆交易。我是對的，投資顧問機構是錯的。我跑贏指數，他們輸了。現在的問題



是你想像我一樣，還是想跟他們一樣呢？分散投資的作法在一定程度上有其道理。一個不懂投資的人不想虧損太多，只求獲得普通的報酬率，他當然可以分散投資。這道理很簡單，像二加二等於四一樣簡單，知道這麼簡單的道理就想賺大錢，憑什麼？但投資顧問建議顧客分散投資，還真以為自己貢獻良多。笨蛋都會建立分散的投資組合，電腦也可以。做投資的祕訣在於，你能看出

機會，而且當屬於你的大機會出現時，你能看懂，別人看不懂。

就像我說的，只要抓住少數幾個大機會那就夠了。摩根大通持有100檔股票，你只持有3檔，有什麼關係嗎？只擁有幾檔股票錯了嗎？華倫經常說：「如果你住在一座發展中的小城市裡，擁有這座小城市裡最好的3家公司股份，這樣的投資還不夠多樣化嗎？」只要這3家公司都是最頂尖的，

那就絕對夠分散。

最簡單的方式就是買進和等待

廣為流傳的凱利公式 (Kelly criterion) 告訴我們，在自己有勝算時，在每筆交易上應該下注多少籌碼。你的勝算愈大，這筆交易成功的機率愈高，你下的籌碼應該愈大。

我說的投資方法是對的，背後有數學公式支持。有時候一個機會特別好，簡直像探囊取物一樣，所以只買這一個機會也是完全合理的。好機會只有兩、三個，所以投資人追求卓越績效卻大量地分散投資，這樣的想法簡直荒謬。這是行不通的，根本是不可能的任務。一次又一次重複那些不可能完成的任務，我覺得會很痛苦。誰願意承受這樣的痛苦呢？這是一條行不通的路。

我父親是奧馬哈的律師，他有一位顧客，這位顧客的丈夫是一間肥皂廠的老闆。這位顧客的丈夫去世了，我父親幫她把肥皂廠賣出去。

在美國深陷大蕭條的年代，這位女士是奧馬哈最富有的人之一，她擁有一間小肥皂廠，還在奧馬哈最高檔的社區有一棟豪宅。肥皂廠賣出去後，這位女士擁有那套豪宅以及30多萬美元。

1930年，30萬美元可是一筆鉅款，那時候一個小漢堡5分錢，一個大漢堡1角，只需要2角5分就能吃到飽，她可是有30萬美元啊。她沒請投資顧問，沒找任何人幫忙，她簡單地把這筆錢分成五份，買了五檔股票。她的遺囑是我認證的，所以我記得其中的3檔股票是奇異、陶氏化學、杜邦公司，其他兩個我忘了。買完之後她再也沒動過那些股票。她沒付給投資顧問一分錢，她買了股票之後就放在那邊，另外她還買了一些市政債券。

1950年代她去世時，留下150萬美元。我曾問她：「您怎麼決定要這樣投資？」她說：「我覺得電力和化學以後很有發展。」她做的事很簡單，只是買進和等待。我一直很欣賞這位老太太，但

像她這樣的人太少了！

停下來想一想，這位老太太沒有聽別人的廢話，避免一堆麻煩，而且成本為零。很多人對數學不在行，他們根本不知道每年賺5%，拿出2%交給投資顧問，你未來的長期收入少的不是40%，而是90%。經過長期累積，2%這個不起眼的小數字帶來的是90%的損失。所以對長期投資者來說，每年不須從自己的收益中拿出一大筆費用交出去很重要。

現在有些大型投資機構也大量進行指數化投資，它們賺了不少錢，愈來愈多顧客被它們搶走，其他投資顧問公司的日子愈來愈不好過。這是一個非常嚴重的問題。有些價值投資者過去賺了錢，現在卻選擇離開這個產業，我完全可以理解他們的選擇。在我來看，以自欺欺人的態度接著做下去，不如選擇退出更體面。這個問題很值得思考。A

本文出自：《蒙格之道》／天下文化出版社/2019年《每日期刊》股東會談話

// 做投資的祕訣在於，你能看出機會，而且當屬於你的大機會出現時，你能看懂，別人看不懂。就像我說的，只要抓住少數幾個大機會那就夠了。//

你問
我答

No.
630

《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

打造品牌最重要的在於_____，
包括文化張力、人們與品牌的關係、
品牌個性、品牌風格與語氣等這類將產品擬人化的設定。

掃描看解答



A 品牌主張 B 品牌價值 C 品牌迷思

V: 卷景

培養人脈創商機

編譯／大師輕鬆讀



看更多精彩內容

商業人脈和人際關係的有趣之處在於，那些處於網絡邊緣的人往往會為你帶來最棒的商機。他們的工作領域與你不同，因此他們會知道新興的機會，你只需要跟他們保持聯繫，注意他們說些什麼，就能得到好處。

當你 有生意上的機會，你可能第一個想到的是認識的人；同樣的，當別人有需要時，你也會希望他們第一個想到你。這種「策略夥伴關係」不會憑空發生，也不會很難做到，但需要持之以恆。

很重要的一點是，你要讓你新認識的人通過商業循環，才能達到一種建設性的關係。顯而易見，你不可能只是在社交場合認識某個人，吃過一次午餐或喝過一次咖啡之後，就和他們達成一筆百萬美元的交易，現實世界不是這麼運作的。再者，你遇到的某些人

永遠只會是私人朋友，不會是生意上往來的對象。然而，如果你真的遇到你想跟他做生意的人，達到建設性關係的過程通常要經過4個階段：

- 1 展現彼此誠意
- 2 確定你做的事和他們的需求
- 3 建立信任，成為對方第一個想到的人
- 4 在未來30天留意機緣巧合，你的公關計畫將實現哪些目標？

階段 1 創造些許接觸點，與他們交談，了解他們目前運作的層級。

在此階段，你需要在幾次談話過程中建立融洽的關係，並且更深入認識他們。同樣地，他們也會愈來愈了解你。

階段 2 進行更多對話，建立連結，並且說明你究竟如何為現有顧客提升價值。

與其說這是一種推銷手段，不如說是一種聚會，你們藉此談論自己的專業領域、從事過的專案等等，你自己也能更深入了解他們所做的事情。在此階段結束時，你心中應該已經有個譜了，大概知道你可以如何幫助他們，以及他們可以如何幫助你。

階段 3 找機會利用一些合理的藉口來幫助對方。

如果他們願意幫你的忙，你就感激地接受他們的幫助。這兩種互動都能建立信任，加深關係。如果沒有辦法幫忙，你可以適時關心，好讓人第一個就想到你。

階段 4 最後一個階段是耐心等待，伺機而動。

你要跟他們保持聯繫，這樣有事發生時，他們才會想到你，才會願意讓你幫忙做一些事。如果你在前面階段已經打下良好基礎，那麼當他們需要你的時候，你就會在對的時間出現在對的地方。

有時候，你可以和你遇到的人迅速走完這4個階段；有時候，你就是必須耐心等待時機。如果對方信任你服務的公司，那麼漂亮的工作資歷可能是條捷徑。如果你服務的公司規模不大，知名度相對較低，你就得一次又一次地走過這4個階段。

另外也要切記，大家都想成為你的新聯絡人第一個想到的對象。大企業有資源贊助運動隊伍和賽事，把他們的高層主管送上TED演講舞台，並且大做廣告。如果你沒有資源與之抗衡，這將是一大挑戰。唯一的辦法是，繼續創造一連串他們喜歡的接觸點。一周又一周，持續做下去，成為對方心中第一個想到的人

絕對不是問題。這就是建立策略關係的美妙之處。建立策略關係的好處是，最終這些關係可以發展到你能提出一些困難的請求，而他們也願意向你透露高度機密的資訊。

大多數人都想幫助別人。我們之所以如此害怕尋求幫助，是因為我們誰也不想成為那種咄咄逼人的推銷員。然而，如果你已經建立起穩固的關係，那它就禁得起你的請求，甚至需要你的請求。當你跨越某個關係強度時，會出現一種奇怪的催化效應，關係會從完全不是交易型變成高度交易型。你會變得脆弱而透明，相信別人會來幫你。當你有了這種信任，人就會出現。 **A**

點燃革新之火

序言 / 蘇美琪；文 / 希娜·艾恩嘉、黃祖強

勇敢跳脫限制，尋找無限可能；
在不同的視角中找到新解方，展現獨特的創造力，
啟動創新之鑰。



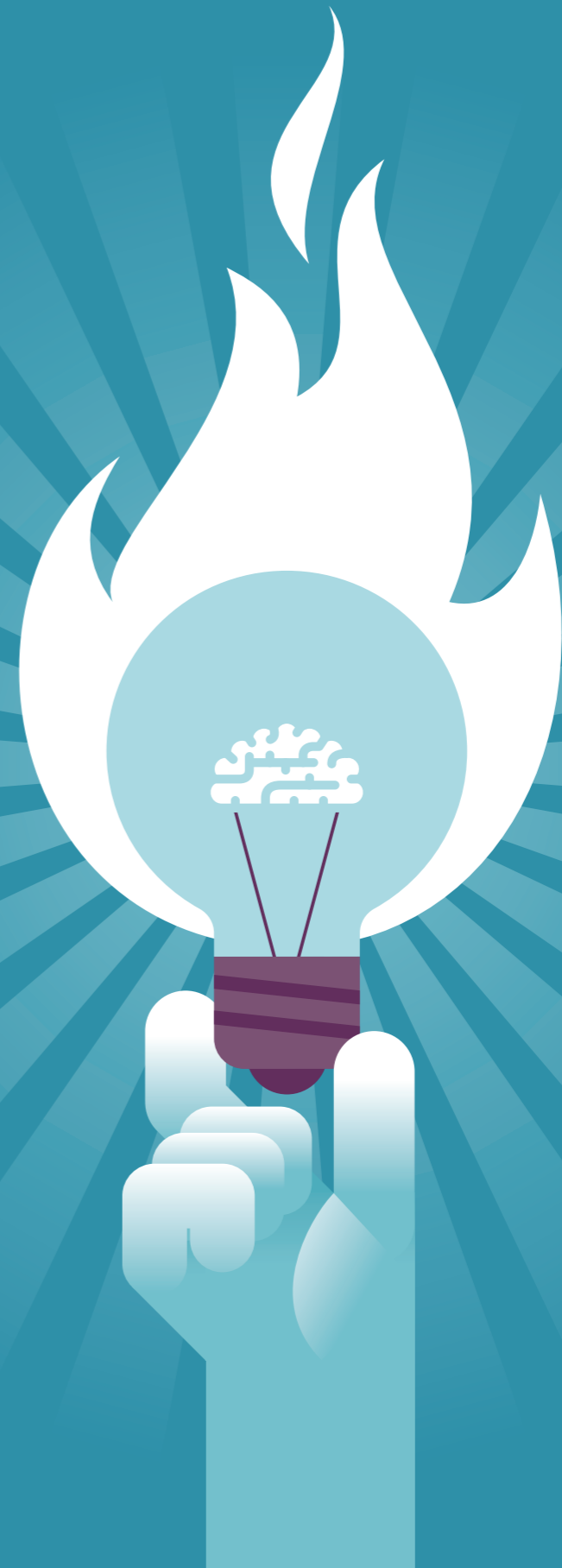
CHAPTER 1

別再用過時的腦力激盪法
快學破框思維的技術



CHAPTER 2

創新浪潮2024
突破框架 迎接未知挑戰





CHAPTER 1

別再用過時的腦力激盪法

快學破框思維的技術

文／希娜·艾恩嘉（哥倫比亞大學商學院教授）

不論是在商業、管理、藝術、音樂、醫藥等領域，或是在戰時、疫病大流行期間，各行各業的任何人、任何組織都可以因時因地，策略性複製「破框思維」的思考過程，提出突破性的重要創意解方，成為解決問題的高手。

腦力 激盪已經過時、盲目試錯無效耗費資源；用正確的路徑打破思維的限制，才能發現你期待的創新構想。回想一下，上一次你是在什麼場合想出一個真正有創意的構想？

全世界有很多人、很多組織利用腦力激盪

來解決和創意有關的問題。腦力激盪是一種正統技巧，每當需要快速得出構想，大家就做腦力激盪。發明腦力激盪法，原先是要解決以下問題：在全公司性的會議中，資淺員工很少發言，主導對話的是資深高階主管。當時的解決方案是每個星期舉行「集體思



看更多精彩內容

研究人員發現獨自發想概念的人，會比在傳統群體腦力激盪下的人得出更多想法：獨自發想的人得出的非重複想法，比群體腦力激盪下的人多兩倍。

考」，給每個人同等的發言機會，確認資淺員工的想法也獲得徵詢。

腦力激盪——框架內思考已過時？

你可以根據基本的腦力激盪主題發展出很多變化型，創意公司IDEO列出的一般規則清單如下：

- 1 盡量衝高構想提案的數量。
- 2 鼓勵天馬行空的想法。
- 3 先不要評斷。
- 4 根據他人的想法繼續往下想。
- 5 聚焦在主題上。

我們來分析一下上述腦力激盪的五條規則。第一條，腦力激盪是一場關乎數量的賽局：你讓愈多人開口，就愈有機會從中找到珠璣。第二與第三條規則是為了第一條開路，以確保每個人都能把自己的想法講出來。至於第四條規則，聽起來蘊藏極大潛力，但如果你確實認真看待前三條規則，很可能會有上百個想法可以繼續發展下去。

最後才提，但也同樣重要的是第五條規則，在我看來，這是束縛。你在自己的工作很可能也體驗過這一點：你會發現自己正在解決錯誤的問題，然後把焦點移轉到別的事情上。這表示，尋找問題本身就是創意過程中的一部分，你不可以假設自己已經找到了問題，逕自利用腦力激盪找解方。

事實上，證據很明確指出一件事：腦力激盪無用！社會心理學家麥可·迪爾（Michael Diehl）和沃夫岡·史特羅伯（Wolfgang Stroebe）自1987年起針對腦力激盪做了一項大型研究，他們找來一群人分成四人一組，以傳統方式腦力激盪並收集這些人得出的構想。之後，他們再找來一群人單獨思考，然後以四個人為一組收集想法，綜合成一張清單。研究人員接著比較兩個群組的成果，發現獨自發想概念的人，會比在傳統群體腦力激盪下的人得出更多想法：獨自發想的人得出的非重複想法，比群體腦力激盪下的人多兩倍。

科學家愈來愈認為，群體腦力激盪會引發偏差，並嚴重衝擊創意。團體的回饋造成了偏差，而且我們也發現，團體的動態會嚴重壓抑個人的創意。你可以這樣想：如果五個人為一組做腦力激盪，他們能運用的，就是這五個人具備的知識，我們認為這就是「框架內」的思考。

破框思維地圖的六大步驟

在破框思維法裡，我們會要你善用有史以來全體人類累積出來的知識，投入心思傾聽別人的想法，也要擴展你自己的知識，跳出你的舒適區，我們把這稱為「跳出框架」的思考。腦力激盪會自我限縮，破框思維則會擴展思考，你認為哪一種比較有創意？

哥倫比亞大學善用最先進的認知神經科學，和團隊耗費十年時間鑽研並不斷琢磨，才提出破框思維地圖，提出一套實務上可行、按部就班的六個明確步驟，以醞釀出最創新有用的構

想，因應各式各樣難題，找到最適配的解方組合：

- 1 選定問題：選定想要解決的問題，加以正確理解與定義。
- 2 拆解問題：將大問題拆解，再精簡成五到七個核心小問題。
- 3 比較各方渴望：全局評量三方真正的需求、可能的結果與影響。
- 4 搜尋解方組合：跨越不同領域框架內外，碰撞出任何想得到或找得到的解決方案。
- 5 建立選項表：排列各種方案組合，運用選項表決定最適解方。
- 6 第三視角驗證：聽取外部意見，檢視你找到的解答。

如何選對解決首要的核心問題？

我們來聽聽愛因斯坦的忠告：「人必須培養出直覺，知道什麼是你必須花費最大心力才能勉強辦到的事。」他的建議很簡單，但非常深奧。你會想要盡你所能，但是不能超過自身能力，不然的話，你會失敗。要找到這種水準的問題難度，靠的不是分析性的公式，而是「直覺」，也就是說，你要靠自己摸索。我們在破框思維中的第一步也是這麼做。

在這裡我會提供一些工具，幫你找到關心的問題，並用適當的方式定義問題，助你找到非凡的解決方案，把你的構想化為現實。當你踏上這段旅程，你要做一些練習，這些練習會幫助你像NASA噴射推進實驗室的團隊那樣，一再地描述再描述你要解決的問題，直到得出一個你認為有意義且可解決的問題。

運用工具描述你要解決的問題，幫你找到關心的問題，並用適當的方式定義問題，助你找到非凡的解決方案，把你的大構想化為現實。

「描述問題」是選項表（見表一）的第一項要素。一開始你的問題只是草稿，這表示隨著你繼續往下進行破框思維法的其他五個步驟，問題能夠改變而且也可能真的會改變。

如果你已經知道你想解決某個問題，我希望你拿一張紙，以三句話寫出這個問題。請記住，這只是草稿。

表一、破框思維中的選項表

主問題：

主問題 1	X	X	X	X	X
主問題 2	X	X	X	X	X
主問題 3	X	X	X	X	X
主問題 4	X	X	X	X	X
主問題 5	X	X	X	X	X

有時候，你想解決的可能是和你切身有關的問題，有時候，你可能想的是要解決別人的問題，不管是哪一種，花幾分鐘把問題寫下來，盡你所能，選用能讓你感受到深遠意義的詞彙來描述。你愈是運用能傳達出超越字面意義的詞彙來描述問題，就愈能保有動力迎接之後的幾個步驟，也愈可能創造出較有意義的解決方案。

你的腦袋裡可能早就有很多問題不停打轉，你知道如果能解決的話能帶來很多益處；這些問題可能是你看新聞報導、你在做早晨某些例行活動或是上班途中想到的，如果全部都要列出來，清單會很長，因為你這是在檢視人生的每一個面向，但是你無法解決每一個問題。你必須挑選一個有意義的問題來解決。要做到這一點，請完成以下的思考練習。

拿出一張紙，寫下答案回答以下各項問題。針對每一項問題，請快速寫出5到7個項目。請花一整個星期做這項練習，並在每天的不同時間去做。

- Q1：寫出你日常會遭遇而且希望自己可以解決的問題。
- Q2：想一想你最有興趣或是想更深入了解的主題。
- Q3：找出你在日常生活中最在乎的事物。

完整檢視你的全部答案。如果你看到某些問題出現不只一次，請把重點放在這些問題上。如果你找到的問題、興趣或使命感太過廣泛，請在這個問題範疇內想一想比較小的問題。

比方說，如果你的興趣是娛樂消遣，你可能發現，成人沒有太多機會參與有組織的運動項目。如果你的焦點是藝術，你可能覺得應該讓更多人接觸到古典音樂。如果你在專業上有意於管理組織，你可能會注意到你的工作團隊在某個專案上可以善用一些你提供的協助。你會開始看到你的動機從問題清單裡浮出來。當你開始縮小範圍，則會開始看到一個你可以而且也想要解決的問題慢慢現身。

等你徹底想過並找出你認定想要處理的問題，請寫出幾個句子來描述你的問題。以定義問題這件事來說，描述問題是一個很重要的步驟；將腦中的詞彙實際寫在紙上，可以幫助你更理解想要解決的問題，以及為什麼你會這麼想。寫下來，可以幫助你把想法化為明確的概念，更精確瞄準你有意解決的問題。A





CHAPTER 2

創新浪潮2024

突破框架 迎接未知挑戰

文／黃祖強 · 企業趨勢研究顧問

英國《經濟學人》(The Economist)發表題為《2024年值得關注的十大趨勢》(Tom Standage's ten trends to watch in 2024, 2023/11/06)提及今年(2024)會是充滿變化的一年……。

「世間 瞬息萬變。無論是武裝衝突的激增、全球能源版圖的重新劃分，還是人工智慧(AI)的快速發展，世界都在以令人難以置信的速度發生變化。從中東局勢到電動汽車的應用，再到肥胖症的治療，一切都與一兩年前大不相同。」

在這樣充滿不確定的世局中，全球與區域經濟在脆弱中尋求復甦機會，對於產業組織、企業與個人而言，始終以誠信人本、秉持良善出發，包容挫折，給予自身嘗試的勇氣，擺脫舊習，調適因應，做好觀念的位移與實踐、善用外部力量、持續創新，皆是不可迴避的課題。

// 隨著新經濟典範轉移，在碎片化資訊的年代找到連結，並賦予新的意義。亦即是找出脈絡，賦予觀點，重組價值，重新定義商業模式。//

而隨著新經濟典範轉移，在碎片化資訊的年代找到連結，並賦予新的意義。亦即是找出脈絡，賦予觀點，重組價值，重新定義商業模式，不斷自我挑戰，尋求新的活路，及時更新成功方程式。

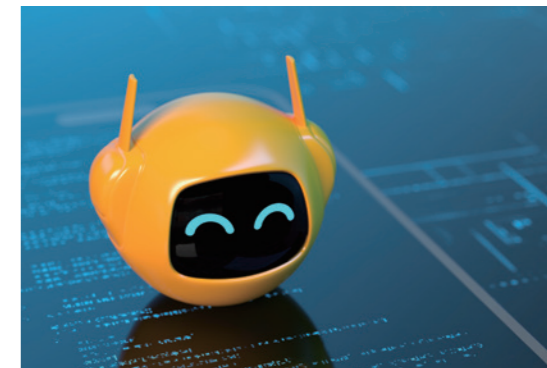
以產業為例，大陸製造產業邁向「中國智造」即是透過全面數位化、智慧化的探索，技術密集，整合巨大量體，轉型升級為全新的萬物互聯智能產業，期待為經濟注入更強大的推動力。

大陸家電業的轉型求變。早期是以外資為主，產品及技術均由外資品牌引領。但家電業抓住新技術升級的機遇，積極整合上下遊產業鏈，持續不斷進行產品和技術創新，孕育出國產高端品牌，家電市場逐漸轉變為由國產品牌主導。家電業者並不自滿，探索各種創新，率先開始向智慧製造轉型升級，打破產業既有的限制，引進各種先進技術應用在家電研發、設計、製造等各個場景，顛覆了家電業的傳統生產方式，順利走向世界市場。

正視AI帶來的力量

例如：以開放型人工智慧(OPEN AI)為基礎的聊天機器人程式ChatGPT，短短時間造成全球風潮，對未來工作產生重要影響，雖然衝擊傳統產業，但除了可能改變工作方式與需求，也可創造出新的機會。

根據英國Tortoise Media 全球人工智慧指數顯示，在研究、開發、政府戰略、人才和基礎設施等項目，大陸的整體能力排名第二，僅次於美國。日本《產經新聞》指出，大陸人工智



慧核心產業規模達人民幣5,000億元，企業數量超過4,300家。根據《第一財經》報導，文心一言App首日的日活躍用戶超過百萬，回應網友共3,342萬個問題；百度搜索的「AI伴」功能當日訪問用戶數超過400萬，而AI PPT幫手「AI PPT」第一天就有超過兩百萬人搶先體驗。顯現出AI已深入產業民間與個人應用。

南韓以ChatGPT為基礎，整合各種商業服務的生成型AI平台「wrtn」，除了有AI機器人詢問及聊天的視窗外，更針對使用者的需求，提供不同的專業化服務。如：商品文案，也能在輸入分類與幾個關鍵字後，自動生成內容。也開發出「讀書計畫表產生器」、「論文大綱生成器」、「大學課堂報告製作器」等共350種專業功能，有的由wrtn自行開發，有的則由會員製作後上架。目前使用人數已達150萬；南韓中小創投企業部指出AI等數位領域的應用創業是國家競爭力的核心課題。

概念研發+跨域合作=創造新商業模式

面對人口老化帶來的種種挑戰，為協助民

眾與社會達到優質老化，台灣工研院掌握社會脈動，深耕精準健康技術研發，協助業者打造創新商業模式，建構自主供應鏈與創新科技生態圈。生醫與ICT異業跨域整合，讓醫學材料產值十年倍增，年複合成長率9%，遠超過GDP年複合成長率4.5%。工研院並期盼擴大邀請海內外創投及加速器加入「生醫創新跨域合作平台」，從「人流、金流、資訊流、經驗流」四大面向切入推進，協助台灣建構最佳智慧醫療生態系，並培育出生技獨角獸。

「黑手傳產」跳脫原本產業窠臼，醫院成為新的客戶，創造價值精密製造業將螺絲釘客製化升級成服務人的骨釘、牙釘，單價從一毛錢轉變成3,000；紡織產業透過技術研發把鞋帶轉變人工韌帶，價格也提升4,000倍。這即是台灣產業自動化之父石滋宜博士一再強調的「概念研發」(Concept R&D)，利用智識創造產品、提供服務，解決顧客的問題，讓顧客感受到價值，了解如何從創造產品的領導地位，轉為解決問題的領導地位。



跳出框架，更加創新

問題如果在僵固的框內，或許解答就在框框之外。例如：台灣量販店全聯賣水果尋以為常，但最近卻是賣起了蘋果 (Apple) iPhone，讓消費者驚奇！近年全聯經營策略多樣化，除了以往低價搶市也多了差異化策略，掌握通路為王的觀念，讓產品延伸到熱咖啡、熱便當，新鮮麵包，甚至廚具及小家電。最近更打破消費刻板印象，在門市推出iPhone 新機的促銷預購。

另外，荷蘭一家新創公司「Human Material Loop」突破一般人對於紡織原料的認知，以減少產業的浪費為訴求，創造出新的企業價值。根據「Human Material Loop」的研究數據，歐洲每年7,200萬公斤（相當於七座艾菲爾鐵塔重的人類毛髮廢料），被送入歐洲垃圾掩埋場處理。

「Human Material Loop」創辦人克拉爾 (Zsofia Kollar) 認為這十分可惜，因為解決

豐田前社長豐田章一郎：「我把創新稱為3C。第一個C是創造力，第二個C是挑戰，第三個C是勇氣。」在充滿不確定的挑戰，以正向的態度持續創新找出新的可能性，是必要的思維之一。

方式並不環保，他相信人類的頭髮是一種非常耐用的材質，可以好好發展運用。事實上，「Human Material Loop」目前以人髮已經成功製造出毛衣、外套、西裝外套，其原料大多來自於比利時、荷蘭和盧森堡的美髮沙龍。並採取高標準的品質檢驗，如請登山客穿上自家生產的保暖外套，讓它在惡劣的氣候環境下進行測試，最後通過考驗，成功登頂南美洲最高峰阿空加瓜山（西班牙語：Aconcagua，海拔6,961公尺），達到品牌宣傳的目的。

培養創新的能力，迎接2024

豐田前社長豐田章一郎所說：「別忘了，我把創新稱為3C。第一個C是創造力 (Creativity)，第二個C是挑戰 (Challenge)，第三個C是勇氣 (Courage)。」就像文章開頭所言，這一年充滿不確定的挑戰，以正向的態度持續創新找出新的可能性，是必要的思維之一。個人如何培養創新？

筆者提供以下幾點建議參考：

1 學習是基本功夫

學習與創新密不可分，但學習是創造力的源頭，請保持學習習慣，如增加對AI的運用與理解能力。

2 學會看見

好的解決方案有可能來自顧客，多去外

部走走與人交流，旅行都好，理解市場的真實需求。

3 試著圖像思考

想像的應用，如同英國雕刻大師芭芭拉·海普沃斯所說：「我一定要對工作的形式有一個清楚的圖像之後，才能動手。否則，我就沒有創造的動力。」

4 為眼前設計

焦點放在不久的未來，清楚的需求，否則偉大的構想只會停留在構想。

5 善用限制

環境的限制，說不定就是創新的機會，環境是創造者的良師。

6 嘗試不同

在不確定的狀態，只能靠實踐與修正，才能走向趨於完美的境界。

7 保持同理心

體恤弱勢，學會幫助人，與人為善。

「我都用一種敬畏的心情面對眼前等著我們的事物。我看見，但利用其他非視覺的感官以及我讀到與聽到的描述，用心去感受體驗。」誠如哥倫比亞大學商學院教授希娜·艾恩嘉 (Sheena Iyengar) 所言，祝福讀者能因創新而有豐收的一年！**A**



葉明桂

資深廣告人

品牌如何創造銷售力？

圖·文／葉明桂（時報出版社）

前奧美集團首席策略顧問葉明桂，面對變化快速的市場及平台，將40年在奧美的品牌策略功力，透過數十家兩岸各行各業頂尖公司的實戰心得，以品牌心法全面公開，解開品牌梳理背後的邏輯和秘密，協助企業快速打造品牌。



看更多名人講堂

品牌 如何創造巨大銷售力？絕大多數的人，對品牌有3個迷思。想要提升品牌績效，就不能忽略品牌的經營與規劃。

迷思❶：無法分辨品牌與產品的不同，也就是不明白塑造品牌魅力與促進產品銷售的方法到底有什麼不一樣。

// 品牌輸出的對象是全人類，而產品訴求的對象是目標對象群；品牌追求溢價的偏心度，產品追求的是性價比的偏好度，這兩者的目的完全不同。//

賣產品所思考的維度是賣給誰，賣的是什麼，以及差異化的賣點，要描述的是產品特點、消費者利益、終極的情感利益、產品的用途、產品對消費者的意義、消費族群如何區隔，目標對象的消費洞察等項目。

而打造品牌所要思考的維度則是品牌主張，包括文化張力、人們與品牌的關係、品牌個性、品牌特有的風格與語氣等這類將產品擬人化的設定。

大部分行銷人員或傳播人常誤以為，只要策略訊息是情感的利益，或是創意訴求是感性走心，就是在進行品牌的工作，其實不然。產品廣告運用動人的故事、有創意的點子來讓受眾感動、驚喜，藉此使人記憶回味，讓人對銷售痛點更有感覺，本來就是天經地義的事。

品牌輸出的對象是全人類，而產品訴求的對象是目標對象群；品牌追求溢價的偏心度，產品追求的是性價比的偏好度，這兩者的目的完全不同。

迷思❷：建立品牌需要長期累積才能達成。

多數人以為品牌要花更多錢、更久時間、更大資源才能擁有，其實透過正確的品牌梳理所產出的創意作品，絕對是一見鍾情，快速達成。因為打造品牌的秘訣，是利用已經存在人類腦海的人性衝突或社會糾結，來撬動品牌主張，而產品定位所探討的各種消費者在使用與體驗方面的洞察，一定比不上品牌梳理的人性洞察來得深入人心。

迷思❸：大多數人都認為品牌是一個高大

上、精神面、空虛，不落地的東西，而且品牌不可能直接幫助生意，因此品牌只是個Nice to have（可有可無）的好形象罷了。

以上，不只是對品牌的誤解，更是對品牌真正的意涵不了解。雖然每個人都認為品牌很重要，但事實上，大部分人並不真正了解品牌的內容，不明白品牌可以真實地幫助生意，更不知道品牌其實是銷售產品的原子彈！

品牌可以透過以下5個途徑來產生巨大的銷售力

- 品牌解決從人類學角度遇到的銷售問題。
- 品牌對抗人們在潛意識中的競爭者。
- 品牌能占領行業類別的至高點。
- 品牌藉由人們的衝突與糾結，快速打造知名度，創造偏心。
- 品牌能創造有利銷售的共同場景。

以下運用三個真實案例，來帶你一遊品牌的世界。

1 品牌解決從人類學角度所遇到的銷售問題：閃送

閃送是同城快遞，一對一專人直送，拒絕拼單。當你到了機場才發現護照放在家裡，你若回去拿肯定趕不上飛機，這時你可以打開閃送APP，在你家附近找一位閃送員到你家拿護照，再送來給你。閃送的使用時機都是人們在關鍵時刻，將重要的東西，例如：身

分證、房產文件、合約，甚至鑽石，交給一個陌生人，而人們普遍對陌生人的不信任，正是閃送在擴展生意時，從人類學角度所遇到最大的問題，因為從小我們就被提醒：「不要相信陌生人！」

閃送因此提出了一個主張，閃送相信「人性本善」。閃送相信在這個世界，好人比壞人多。閃送善良的主張，讓人們在潛意識上認為閃送背後的這群人，包括閃送的快遞人員，應該都是比較善良的人類，我們願意將重要東西交給一個善良的陌生人，也不會交給一個相交十幾年，但我們心裡其實有點不太信任的老友。閃送，用善良遞送！

2 品牌對抗人們在潛意識中的競爭者：台灣高鐵

台灣高鐵是台灣第一個50年BOT的建案，但由於高鐵造價不斷升高，建成之後，台灣高鐵的天文造價，讓即使高鐵轉移了台灣所有飛

機、台鐵及長途巴士的運量，50年後還是虧本，因此增加台灣人的旅行次數，無論是返鄉探親還是休閒旅遊，成為台灣高鐵的行銷課題。

高鐵真正潛在的競爭者是誰？是什麼行業阻礙了搭乘高鐵的旅次？不是其他運輸行業，而是電信、電視這些虛擬溝通的產業！高鐵不只是運輸工具，高鐵屬於傳播界。

高鐵的本質是將人們準時快速地從A點帶到B點，然而現代許多科技產物讓人們不必親臨現場，也可以進行如臨現場的交流。因此台灣高鐵反對電視的實況轉播，台灣高鐵認為如果要看演唱會就該在搖滾區吶喊，呼吸偶像的氣味；台灣高鐵也反對那些美食節目，因為畫面視覺上的食慾感不但沒有香味，沒有口感，根本無法滿足真正的食慾；高鐵厭惡Line上的表情符號，高鐵認為就是應該真實返家，去擁抱自己所愛的人，感覺母親的體溫，而不是只送上一個想念的表情符號。



II 品牌是個古董的名詞，梳理品牌的方法論也很古典，但是真正讓品牌落地，充滿生命的技術與藝術，現在才正開始發揚光大！II

台灣高鐵主張：「真實接觸，無可取代！」只有親臨現場才有五官的完整體驗，才是有溫度的情感，才有真正的心動時刻。

3 品牌能占領行業類別的制高點：克麗緹娜

凡是在人們心智上占領了類別制高點的品牌，就是這個產業的第一品牌，這是行銷學上的真理。所謂制高點，就是這行產品類別在精神層次的終極利益，例如：可口可樂的產品利益是清涼解渴，但類別制高點則是歡樂（Happiness）。

克麗緹娜是一家SPA美容連鎖店，在大陸一、二、三線城市擁有4,000家分店。會來克麗緹娜做美容的人，只有一種人，就是對愛情有憧憬的人。那些認為男人不可靠，女人當自強的人，是不會來美容院做SPA的。只有對愛情有憧憬的人，即使是一個老祖母，還想在公車有些眼神的小曖昧，她就有可能來做SPA，所以克麗緹娜的制高點就是「愛情」。

那麼，愛情到底值不值得相信？這便是品牌所要探討的人性洞察。有人認為：愛情不可靠，因為研究顯示愛情的荷爾蒙只有兩年，激情過後，如果愛情沒有被昇華成親情，這段愛情終究會結束；但也有人相信愛情！只要遇到真愛，那麼無論貧富貴賤，只要能喜歡的人在一起，一切都歡喜。

而克麗緹娜的品牌主張是：即使愛情不可靠，女人也要勇敢愛！身為女人，必須在這一輩子轟轟烈烈地談過一場戀愛，人生才是完整。只要女人勇敢愛，克麗緹娜的生意就永遠做不完。

以上案例，簡單說明品牌梳理輸出的內容是什麼，同時也說明品牌可以產生銷售力背後的原因。品牌是個古董的名詞，梳理品牌的方法論也很古典，但是真正讓品牌落地，充滿生命的技術與藝術，現在才正開始發揚光大！A



葉明桂
資深廣告人

前奧美集團首席策略顧問。1980年進華商廣告任AE，一年後赴美傳播研究所深造。1984年返台進入國泰建業廣告，1986年進化為當今奧美廣告。服務過上百個客戶，保育超過三百多個品牌。參加奧美海外訓練達30次，累積超過1,000場的公開演講經驗，擅長研擬策略及啟發創意，是傳播界的老師，也是永遠的學生。

好書推薦

《學品牌》：一個40年廣告老師傅的壓箱絕活

作者：葉明桂 / 出版社：時報文化出版

本書提供品牌操作的全方位視角，涵蓋品牌行銷的所有環節。作者循序漸進，將他的經驗和觀點，化成深入淺出的文字與故事。從如何進行市場、消費者分析，到如何跟企劃、業務和創意溝通，所有跟品牌有關的大小事，一一為你解答。



AI時代巨變

「教育不平等」？ 非營利組織如何改善

文／黃至堯·知名人力資源專家博士

專欄作者



黃至堯

知名人力資源專家博士



看更多人資觀點

前陣子邀請了40多位高中校長，針對 AI對教育的影響，以及少子化等議題進行深度討論。新冠疫情後，隨著貧富差距加劇、教育落差等問題也越發嚴重，2023年8月聯合國秘書長古特雷斯（Antonio Guterres）強調教育平等的重要性，表示聯合國將會確保包容、公平的優質教育，並促進全民終身享有學習機會，弭平因不平等產生的教育資源落差。



古特雷斯在「教育變革」政策簡報中指出，全球教育正處於「十字路口」，公平和機會危機是第一大考驗。根據教科文組織統計，全球有超過7.7億的成年人沒有受過正規教育，無法閱讀、識字，當中絕大多數為女性。



所有學生都應公平接受高品質公共教育的機會。除需要政府部門投入經費、從政策面來改善教育不均外，號稱「第三部門」的非營利組織也扮演重要角色。

此外，國際間的教育資源也呈現極大落差，根據統計，高收入國家佔全球教育資源的63%，來服務這些僅佔全球學齡人數10%的學子；相反的，在低收入國家只有11%的公共教育資源，來照顧最貧窮的20%學齡人口。

每個孩子都能得到更好的教育機會，這些都是偏鄉教育所面臨的挑戰。

Q1 台灣偏鄉教育的現況如何？

台灣偏遠地區教育一直是教育平等政策發展重點，高中以下偏遠地區學校總共有1,204所，其中偏遠國小就有962所，偏遠學生總人數超過10萬人，為總數的4.6%。儘管偏遠學生也能分配到平板電腦，享受網路資源，但除此之外，家庭照護問題、經濟困境，乃至於電子設備使用引導、軟實力、獨立思維訓練等等，卻仍是難以補齊。

少子化導致越來越多的學校縮減整併，眾多實習老師問題難解，再加上科技浪潮來勢洶洶，偏遠學校更面臨教師流動率高，部分地區甚至招不到老師，影響正常教學、校務運作的問題，疫情期間這些問題更是雪上加霜。在教育資源不均的情況下，老師、學生、家長如何面對這樣的考驗，我們該如何能確保

Q2 現有教育如何教孩子面對不確定性？

AI時代來臨，人工智慧領域快速發展，對未來就業市場投下一顆未知的震撼彈。根據研究，使用當紅的人工智慧「ChatGPT」能為工作生產力提升37%，並減少37%的工作時間，不少專家認為，這些通用人工智慧的出現，很可能意味的第四次工業革命，對社會、職場的顛覆和影響不容小覷。統計資料指出，因應自動化發展，在未來十年內，現有的工作機會有27%很可能會消失。

在變動劇烈的科技社會，現有教育體制該如何滿足學習的需求？過去填鴨式的教育側重於傳授已知的知識，如何幫助年輕人在不確定的世界中保持彈性、靈活？若所有的作業都能透過AI完成，老師也能透過AI給予反饋，那現有的教育到底能為孩子帶來什麼？

影響力教育基金會總監 Evy表示，因應AI的出現，邏輯性思考、主觀判斷，辯證和提問等能力變得比過往任何時刻都來得重要，唯有強化獨立思考，我們才能發揮與機器不同的價值與創造力。培養面對未知世界的韌性、快速學習能力以及面對陌生問題能夠思考解決的能力，遠比數學、物理、化學等單一科目更為重要，因此強調邏輯思考的訓練一定要從小開始。

Q3 「非營利組織」如何弭平教育不均現象？

所有學生都應公平的享有接受高品質公共教育的機會。除了需要政府部門持續投入經費、從政策面來改善教育不均外，號稱「第三部門」的非營利組織也在其中扮演重要的角色。微軟公司創辦人比爾蓋茲（Bill Gates）所創立，全球最大的私人慈善非營利組織「比爾及梅琳達·蓋茲基金會」（Bill & Melinda Gates Foundation），截至2020年，對全球超過一百多個國家捐贈金額高達548億美元，致力於改善全球健康、農業、美國本土教育等議題中，因貧困導致資源分配不均的現象。

在教育方面，比爾蓋茲（Bill Gates）堅信每個人的生命都是平等，基金會的工作重點為確保所有人都能在學校、生活中取得成功的可能，針對低收入戶、少數族裔和弱勢群體，提供更完善的教育機會，避免年輕學生輟學，提供高中升大學的入學準備。除了資金援助，基金會更在美國廣推公立圖書館，普及各地的免費網路，縮小地區間的資源落差，並幫助更多的學生能夠完成大學學業，以獲得更好的工作與未來。



2008年時代雜誌全球百大最具影響力人物的「為美國而教」（TFA）創辦人溫蒂·柯柏（Wendy Kopp），為打破因經濟條件、地區、種族所造成教育不平等，招募來自各個優秀大學的青年老師走入師資不足的低收入社區，引進高品質的教育人力，為全球各地為偏鄉地區推動教育改革帶來不少幫助。

Q4 關於教育基金會運作的成功關鍵？

在教育基金會這六年多來的經驗，我親身觀察到以下幾個重點，供讀者們參考。

1 董事成員的選擇與招聘非常重要

邀請對方擔任董事之前一定要跟對方進行深度溝通，確保雙方對於公益教育有一致的理念，並且要定期召開董事會。跟董事之間的互動也十分重要，唯在董事們的要求與指導下基金會才有可能持續的發展跟進步。

2 公益活動要盡可能專注不要發散

剛剛開始一定會有一段迷茫的時期，感覺什麼都想做，但是似乎資源永遠不夠。最後你會發現專注才容易有產出，因此要回到初心，思考哪些公益活動最能夠符合妳成立基金會的宗旨，持續辦理與檢討才能不斷迭代跟優化。

3 公益項目最好能有一個三年計畫

辦活動需要花費許多的人力、物力、財力與精力，如果只是像煙火一樣放完就沒有了，這樣的投入與產出比，極有可能不符合

讓高中生在選擇大學科系前，體驗職業內容，培養學生職涯規劃、專業知識、溝通能力與個人品牌力的四大必備技能，保障孩子都有勇敢追夢的權利與機會。

效益。因此如果能夠寫出一個三年的計畫，對於專案的評估自然會更加全面。

4 每一分錢都要花在刀口上

基金會一般團隊人少但要精挑細選，執行秘書負責所有的行政事務，項目負責人負責統籌基金會的公益活動，再來行銷人員把每一場活動的宣傳做好盡可能讓更多的人受益。最後就是要用心尋找好的供應商。（這一點至關重要）

5 公益活動的成功關鍵

今年我們的基金會一共舉辦了超過80場活動，活動想要辦得好，關鍵絕不只是會辦活動，想辦活動，更重要的是VOC（Voice of client）要提前跟你想服務的目標群體進行溝通與對話，唯有了解他們真正的需求才有可能對症下藥，創造價值。

Q5 能否舉實際運作案例？

「影響力教育基金會」成立於2017年，招攬各行業影響力專家，如大學校長、律師、會計師、創業家等人士擔任基金會董事，提供海內外華人學子多元、豐富且平等的教育資源，協助青年求職、找尋職涯方向。

影響力教育基金會總監Evy強調，我們重點關注三大群體，分別是高中、大學及職場新鮮人，針對這三個不同的族群量身訂製，推出不

同形式的公益培訓。

➔ 高中「學涯領航員」計畫

於寒暑假期間辦理公益營隊活動，邀請業界講師，讓高中生在選擇大學科系前，體驗職業內容，培養學生職涯規劃、專業知識、溝通能力與個人品牌力的四大必備技能。保障每個孩子都有勇敢追夢的權利與機會。

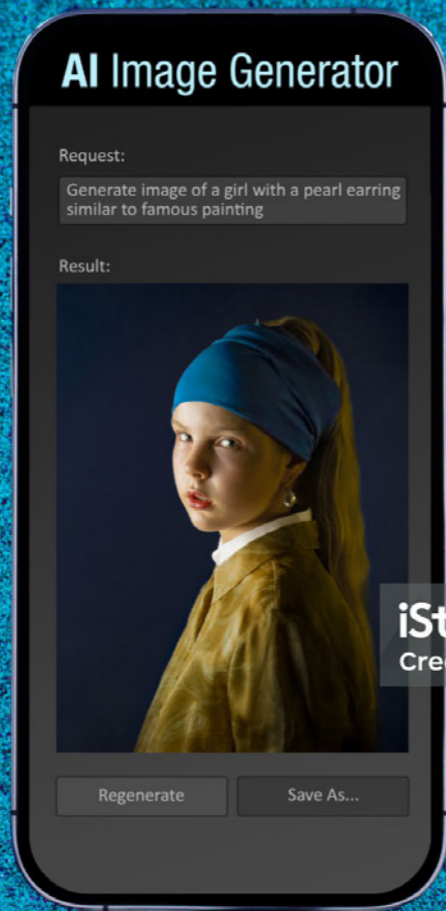
➔ 大學「學涯領航員」計畫

包含各大學的公益&職涯講座，邀請知名獵頭提供大學生面試技巧等求職相關課程。「為你職引（Career for Taiwan）」為大三以上大學生，提供「一對一職涯輔導」，該活動集結了超過100位不同背景的專業導師與顧問，協助陷入職涯迷惘、對未來感到不確定的年輕人一起思索未來的方向。

➔ 職場新鮮人

「影響力講堂」每月邀請職場大咖，比如微軟CEO、IBM總經理、知名作家及百萬Youtuber等成功人士，跟大家分享職場成功之道。另外，「執行長會客室」則是運用現在最受歡迎的Podcast通過聲音及短視頻的形式讓各行各業的專家線上跟大家分享。

在AI時代的重大變革中，非營利組織可透過提供免費網上學習資源、培訓教師、建立數位學習平台等方式，減緩並改善教育不平等現象。確保孩子們都能在AI時代中受益，實現更公正、包容的教育環境。A



|| 生成式AI的應用多元且功能驚人，預計將快速滲透至食醫住行育樂的各個層面，在功能及介面不斷改善下，將有機會提升生產力，並提升顧客體驗。||



Midjourney來繪製插圖，短短幾天，他就在亞馬遜線上書店出版了作品。而從ChatGPT暴紅至今，現在亞馬遜電商上像這樣運用AI編寫、繪製的書籍，少說也有數百種以上，甚至還有多本列名電子書暢銷排行榜。

助理，大幅提高了他的生產力，而且公司人力也精簡許多。ChatGPT不僅幫他閱讀及整理資料，還幫他看影片做摘要，甚至研擬法律文件與合約初稿，跟過去花許多時間及成本不斷招募及訓練新人，但流動率仍居高不下的情況相比，成本低、效果又好。

生成式AI的多元應用 大幅提升生產力

而在寫程式方面，根據程式碼管理平台GitHub，針對任職於超過1,000名員工大企業的美國程式開發人員的調查顯示，92%的美國工程師表示自己會用AI來編寫程式，70%的受訪者表示AI對大幅提升程式碼品質有幫助。調查也指出，AI工具讓程式開發人員工作成就感提升75%，寫程式的速度也提升超過55%。

他也提到有家做圖像設計服務的公司，因為善用人工智慧來繪圖，竟然可以減少70%的人力，更增強了他學習人工智慧的決心；

好友老史這幾年都在大陸發展，他也跟我說這半年他感覺人工智慧真的讓他大開眼界，尤其是ChatGPT的發展，就好像是貼心



創新經營的挑戰

生成式AI 普惠化之路

文 / 詹文男 · 現任數位轉型學院共同創辦人暨院長，台灣大學商學研究所兼任教授



看更多創新經營

近年來AI發展迅猛，已成為各行各業創新及提昇生產力的重要工具，尤其是生成式AI的迅猛發展，更是讓白領工作者的生產力大幅提升，但其產生的副作用也為社會及產業帶來了許多新的議題。

從生 成式AI近年的發展來觀察，其不僅可以自動生成文本、圖片及音樂，甚至可以幫忙寫程式。美國就有位科技公司的上班族，從沒接觸過繪畫或寫作，但為了幫女兒寫一本睡前故事書，他用ChatGPT幫他編寫故事，再使用圖片生成AI工具

專欄作者 |



詹文男

數位轉型學院共同
創辦人暨院長



可飄浮在空中的燈泡，以脫離地心引力的魔幻，帶來超現實的照明體驗。

光之設計專題①

顛覆想像的創意 創造光之奇景

文／李俊明 · 圖／FLYTE · Solar Roadways

與「光」相關的設計，不再只侷限於照明，尤其各種LED技術應用不斷推陳出新，改變人們對於「光」的應用與想像。

你曾 想像過，電流也可隔空傳送嗎？長久以來，人們已經習慣「電線」的存在，如果有一天，電燈沒了電源線，還可以被點亮嗎？答案是肯定的！來自瑞典的家居品牌FLYTE不僅以「懸浮設計」著稱，推出了可飄浮於空中的燈泡，而且還以脫離

地心引力的魔幻，讓超現實的照明體驗成真。

魔幻照明體驗 創造抗拒地心引力奇景

這種獨特的燈泡，為何無需電池或連接線就能被點亮呢？原來，它竟是透過空氣感應



看更多經典設計

藉由燈泡與底座之間的電磁作用，加上讓磁區維持穩定的微處理器，讓燈泡在空中恆定漂浮。

供電。仔細追究起來，現代交流電之父一尼古拉·特斯拉（Nikola Tesla）很早就發現了電力可透過無線方式傳導。

而來自紐約的賽門·莫里斯（Simon Morris）則是這款懸浮燈泡的催生者，具體實現了電力以無線傳導的可能性。這位發明家對於讓物件飄浮起來的概念始終非常著迷，因此長期投入研究該類型產品。不過一直要到2010年之後，這個概念才逐漸邁向商業化，並藉由Kickstarter等群眾募資平台的興起，推動FLYTE品牌發展，為家居創造出獨特的光之奇景。

這款獨特燈具結合了「磁浮」以及「諧振感應耦合」（Resonant Inductive Coupling）兩種科技，讓燈泡能漂浮在空中，而且還可無線電力傳導。藉由燈泡與底座之間的電磁作用，加上讓磁區維持穩定的微處理器，才可讓燈泡在空中恆定漂浮。這款產品的挑戰，就在於必須特別講求「精準」，方能讓這兩項技術互相搭配至天衣無縫，而這系列燈具正是在「磁浮」與「電力感應傳導」上皆達到完美平衡，才激發出如此令人驚嘆的照明體驗。



這款燈具結合了磁浮及諧振感應耦合兩種科技，讓燈泡能漂浮在空中。

當使用者將燈泡置於木質底座上方，燈泡就會穩定漂浮在基座之上，並自行點亮；若想改以手動操作，也能透過觸碰木質底座來開關照明。而強調以永續環保方式取得的橡木、柗木、胡桃木等材質製成的底座，不只能控制燈泡，也可當作無線充電板，為手機等設備充電。

另外，此系列燈泡的高效能LED模組可使用至少5萬小時以上，也就是說如果每天使用12小時，至少可以使用11年以上，讓這系列燈具不只是好看、好玩，也兼顧節能、耐用。

新科技為未來鋪路 條條大道通向綠能發電

不只燈泡可懸浮在空中發亮，你曾經想過太陽能板也能鋪設在路上，為人們創造更多潔淨能源，甚至還變成公共照明的一部分嗎？來自美國愛達華州的史考特·布魯



高效能LED模組讓這系列漂浮燈具不只好看、好玩，也很節能、耐用。

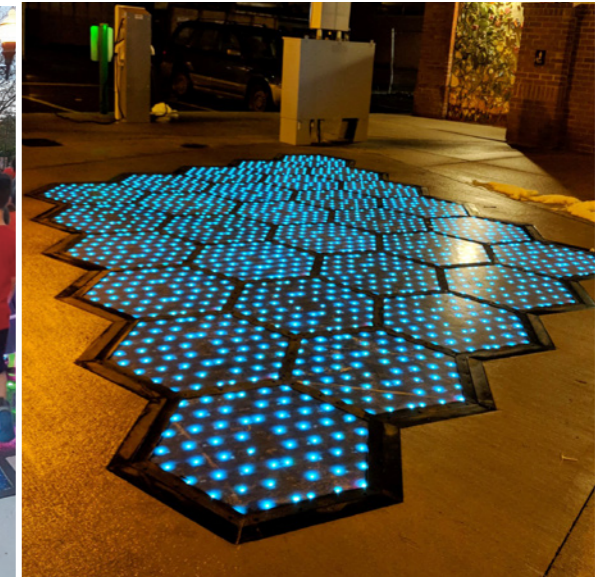
索 (Scott Brusaw) 與茱莉·布魯索 (Julie Brusaw) 夫婦，藉由創立新創公司「太陽能之路」(Solar Roadways)，不僅讓原本必須架高且受限於日照角度的太陽能板可直接鋪設在人車行經的路面，還能藉由斬新光電板技術將街道路面所吸收的太陽能轉化為電力，除能為路面提供照明，還能將產生的熱能用作融化雪冰之用，減少嚴寒地區大雪封路的窘境。



在磁浮與感應傳導上皆達到了完美平衡，才能創造出令人驚嘆的照明體驗。



太陽能板也可以鋪在路上，為人們創造更多清潔能源，甚至變成公共照明。



為什麼這種太陽能板可承受人車的重重輾壓呢？原來它是由防彈玻璃、防爆玻璃的概念發展而來，藉由改變強化玻璃的成分配方，讓面板可以強韌到足以承受巨型卡車輾壓。而太陽能發電的電路板則被夾在兩片厚達半英吋的強化玻璃之間，這些電路板上配置有LED發光模組、太陽能晶片、發熱元件以及微處理器，可在吸收熱能後產生直流電力。

這種太陽能板可透過自身產生的電力，驅動內建LED模組，在夜間達到照明的效益。不僅可裝設在公用街道路面，也可小規模裝設於自家車道或停車場；在寒冬還能具有阻絕積雪的優點，為使用者省去剷雪、除冰的困擾。藉由微型變電器的電流轉換，這種太陽能板產生的直流電可被轉換為240瓦的交流電，為家戶或停車場提供電力。

新穎的概念不論戶外的公共空間，或是私人的住家都適用，因此諸如軍事基地、滑雪度假村、兒童遊樂場、體育場、飯店、機

場、博物館、教堂、大學、政府機構都對這項發明表達採用的興趣。

研發團隊也在探索，未來在鋪設這些路面太陽能板的街邊設立充電樁，直接為電動車充電的可能，甚至也在探索如何結合自駕車發展，形成一整套使用潔淨能源的運輸生態圈。

結合自駕車科技 讓道路更智能環保

布魯索夫婦分析，自駕車通常仰賴GPS系統與感應器進行定位，而「太陽能之路」的路面發電板都標示有經緯度等資訊，定位資訊明確，可以提供自駕車定位之用。再來，這些太陽能發電板內建的微處理器除可控制LED照明，也能提供路面加熱功能，可與自駕車進行連線，開啟照明與融雪功能，因此非常有利於自駕車的行駛條件。

尤其他們主張，路面本來就是必須的基礎建設，無須再佔用其他可利用的土地，也不會過度破壞生態或環境，就可每日產出電力，並

讓環境變得更安全，因此應該多加利用這樣的獨特設計。他們還大膽預估，倘若美國有大量家庭都在車道或人行道鋪設這種太陽能板，可以產生比現行使用電力高出三倍的能源。

「太陽能之路」的理想就是讓環境可以變得更永續，也為一成不變的道路、停車場帶來更多變化。尤其他們希望讓未來的路面更安全、更充滿智能、更有吸引力，而且更容易鋪設與養護。

讓路面能發光，可以營造更安全的環境，讓駕駛人與步行者都看清路況，避免事故或犯罪事件，尤其在地廣人稀、路燈照明尚未普及的地區，更能派上用場。而融雪化冰功能，更能在嚴寒地區減少路面打滑，降低意外發生的可能。

在獲得美國運輸部提供的三輪補助以進行研發之後，「太陽能之路」主要透過Indiegogo等群眾募資平台進行集資，也在美國愛達荷



鋪設在路面的太陽能板可透過發熱機制，為嚴寒氣候地區省去剷雪、除冰的困擾。

州、馬里蘭州等一些城市進行小型的試用實測，但眼前還必須克服生產線與製造產能的侷限，因此還未正式進入量產與商業化運用。不過在清潔能源愈來愈受重視的當下，此類產品未來普及應用的潛力，格外讓人期待。A



藉由太陽能板點亮路面，除可營造更安全的環境，減少交通事故與犯罪事件，也可在不耗費更多資源的前提下，為城市創造更明亮歡樂的氛圍。



物理治療師教你

簡單有效的居家運動

諮詢／國泰醫院物理治療師簡文仁
記者／林欣怡·資深醫療記者



看更多健康常識

每年新年伊始，許多人會擬定新年運動健身計畫，希望以更健康的生活方式，展現新氣象。然而新年運動計畫最困難的是「無法持久」，多數人持續一個月就放棄了。本刊專訪前國泰醫院物理治療師簡文仁，傳授民眾如何累積片段的運動時間來達成新年健身願望。

身體 活動不足已成為影響全球死亡率的第四大危險因子，世界衛生組織指出，每年有6%的死亡率與身體活動不足有關。國外研究發現，約有20-25%的乳癌、大腸癌及27%糖尿病、30%缺血性心臟病，皆因身體活動不足所造成。

適量運動可降低死亡率、延長壽命

國外研究指出，適量的身體活動可以降低罹患心血管疾病、糖尿病、大腸癌、乳癌及憂鬱的風險，也能減少髖關節或脊椎骨折的風險，幫助體重控制、保持活力。最新



研究指出，每天運動15分鐘可以降低死亡率14%、延長3年命。

有「國民舅舅」之稱的國泰醫院物理治療師簡文仁長期推廣活力慢老的健康生活，即將邁入古稀之年的他分享如何利用上下班零碎時間，維持運動習慣，進而感受到運動對身體帶來的效益。

簡文仁表示，絕大多數人無法長期持久運動，最常聽到的理由是「沒有時間」、「工作太累」、「懶得動」，他認為運動不一定要到運動中心或健身房，只要養成隨時隨地讓身體動一動，就可以達到運動的目的。

他覺得運動應該「循序漸進，量力而行」，依據每個人的實際狀況採取不同的方式活動身體。大家別小看短短幾分鐘的筋骨活動，不僅可以遠離疲勞，還可以解決肩頸僵硬、腰酸背痛、失眠、代謝差等問題。

上班族坐著也能伸展做運動

整天坐在辦公室的上班族，長時間維持同

樣姿勢，會讓身體關節的活動度變小，久而久之導致身體過度疲勞，出現肩頸僵硬、腰痠背痛，身體沉重怎麼睡也睡不飽、假日愈休愈累等症狀。

簡文仁說，一旦關節活動少肌肉會受到影響，出現疲勞緊繃與僵硬，產生疼痛影響生活及工作。如果能夠每天花幾分鐘簡單拉筋與伸展，就可以活動關節，達到「動」的效果。

每天只要利用幾分鐘，起身伸懶腰也可以活動到肩關節。簡文仁表示，伸懶腰是身體本能反應，伸懶腰時可以做一些變化，除了往後伸展，也可以往前及左右伸展，只要感受上肢或是脊椎有被伸展到即可。

如果工作太忙碌，坐著也可以伸懶腰，簡文仁表示，別小看伸展，它可以讓肩頸關節活動度更好。關節是身體的地基與梁柱，拉筋與伸展可以讓身體的關節更靈活。即使簡單的伸展與拉筋也可以讓肩頸、髖、膝、脊椎等關節得到伸展。

簡文仁建議能坐不站的民眾，不要讓屁股一直黏在椅子上，每天可利用幾分鐘「坐」著

// 國外研究指出，適量運動可降低罹患心血管疾病、糖尿病、大腸癌、乳癌及憂鬱的風險，也能減少髖關節或脊椎骨折的風險，幫助體重控制、保持活力。//

動，訓練髖關節及膝關節。坐著如何動？他說跟深蹲原理一樣，打電腦或是追劇時，只要稍微把屁股離開椅子，維持一分鐘，每天做三到四回合，就可以動到大腿及臀部肌肉，同時也可以伸展到下肢關節。

他分享個人經驗，開車遇到大塞車時，只要屁股稍微離開一下椅子，就可以訓練到臀大肌及骨四頭肌。接下來可再花幾分鐘伸展頸部肌肉，將雙手放在頭部的後側，雙手與頸部保持力氣對抗，呼氣時低頭將脊椎一節一節向下壓拉伸斜方肌，保持20-30秒。

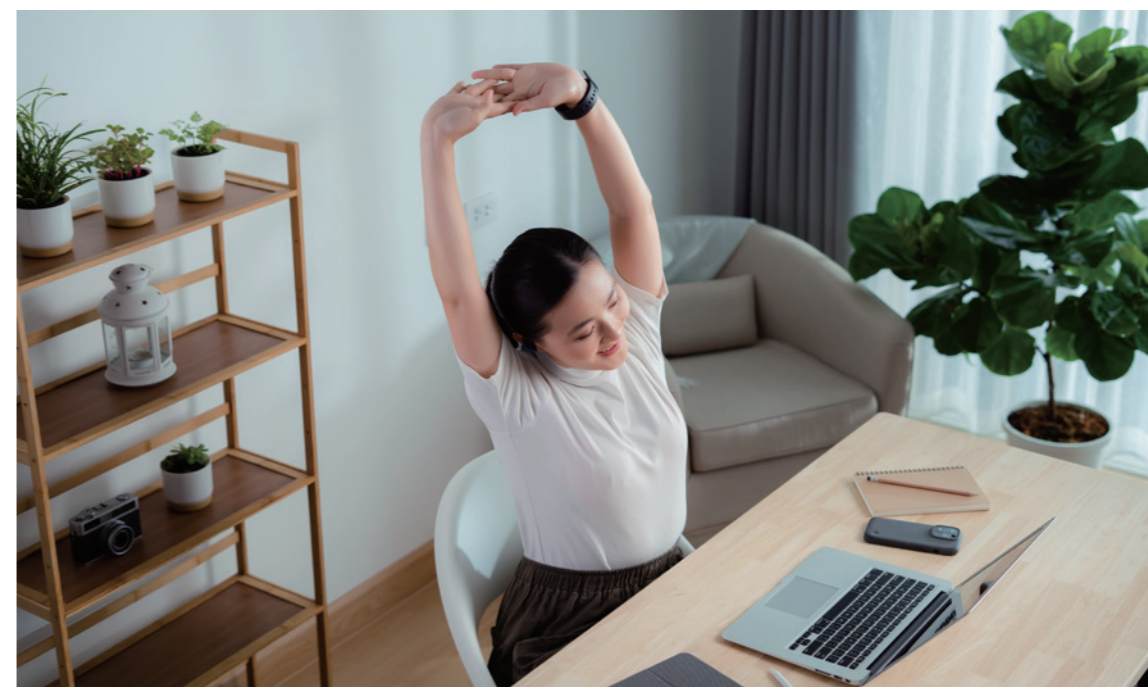
將運動融入生活常規，養成好習慣

上述動作站著或坐著都可以做，只要每天

持之以恆，慢慢增加時間，身體一定可以體察到運動帶來的好處。簡文仁強調，不要把運動當成強迫，而是一種生活習慣，融入日常生活中，才能夠把運動當成生活的一部分。

有時因低溫導致長者不太喜歡「動」，寧願看電視或是坐在沙發上發呆，看到家中長者不動，簡文仁還有一個妙招，從口袋中掏出一百元，讓長者坐在椅子上伸出雙手拿錢，錢可以依據長者的活動力調整高低，來回幾次之後，就讓長者順利拿到錢。

伸直雙手抓錢也是一種伸展，雙手往拿錢的動作可以手部關節及肌肉。如要想要讓長者動腳，則可以叫長者坐在椅子上雙手拜天地，同樣也是一百元當誘餌，長者雙手往前伸直拿錢，當要拿到錢時再往前放遠，依據長者的身



體狀況調整距離，這動作可以伸展到髖關節及腰部肌肉。

簡文仁說，運動沒有大家想像中的難，只要你想動，隨時隨地都可以動，不受時間及空間的限制，像非常流行的「超慢跑」一樣，隨時隨地都可以跑起來。

病人常會說：「我連睡覺都沒有時間了，哪有時間運動」。簡文仁強調，運動是需要練習的，剛開始先從了解運動的重要性，然後試行簡單運動落實在日常生活中，享受運動的感覺，感受運動帶來的效益，最後才能養成天天運動的習慣。

很多人都知道運動很重要，但要持續不太容易，臨床碰到很多「假日運動症候群」，平常沒有時間運動，周末拼命運動，結果反而容易產生運動傷害。養成規律運動習慣很重要，第一個要先了解運動的重要，再來就是試行運動的簡單，這一點非常重要。先開始用簡單方式做運動，萬事起頭難，不要一開始就訂出深蹲兩百下的目標，而應讓自己感受「動」之後

的感覺，長期下來就可以驗證運動的效果。精神變得比較好，或是關節本來卡卡，變得比較靈活。最後就是養成習慣，有些甚至達到上癮的地步。

另一個很重要是找朋友一起運動。以他個人為例，每天會去四獸山走一趟。要活就要動，運動可增強身體體能，促進健康，若身體有健康問題，如氣喘、心臟病或不良於行、臥病在床等情況，建議諮詢醫師，提供運動處方，在不影響健康狀況情況下，進行身體活動，漸進增加體能，運動的立即好處包括降低血糖、促進心理健康、減少憂鬱、協助適應焦慮、幫助戒菸、增加疼痛忍耐力等；持續運動的好處，可延長壽命、降低心臟病突發的機會、減少中風的機會、降低高血壓、乳癌的風險及降低老人跌倒的風險等。

從現在開始，將運動融入生活常規，並利用零碎時間運動，利用「零存整付」的投資經驗，絕對可以找到自己適合的節奏，並看到持續運動的效果。A



躍昇震旦

震旦家具 Standy升降桌



「震旦·未來辦公式」虛擬展廳，透過360度環景技術，提供顧客沉浸式導覽新體驗。

震旦·未來辦公式虛擬展廳上線

360°環景體驗 未來辦公空間

圖·文/震旦OA



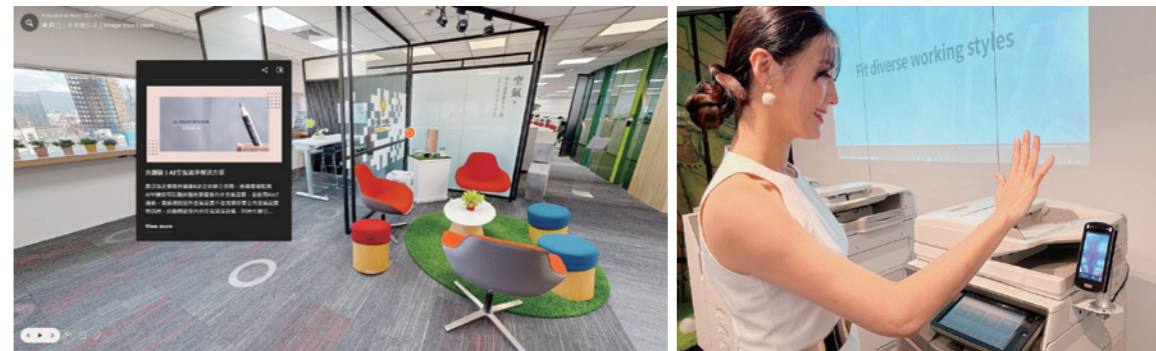
立即體驗虛擬展廳

震旦辦公設備（OA）於2022年底成立「震旦·未來辦公式」展廳，展示「智能高效」、「節能減碳」、「環保永續」三大解決方案，協助企業打造符合健康WELL辦公場域；近期因應元宇宙浪潮，推出「震旦·未來辦公式」虛擬展廳，提供360°環景功能，讓顧客體驗在VR虛擬環境中，感受沉浸式視覺享受。

全景式的辦公空間體驗

進入「震旦·未來辦公式」虛擬展廳後，感受360°環景功能，可以在不同區域間自由移動，以全景式的視角查看「共好、共融、共享、共創」四大場景，展示「智能高效、節能減碳、環保永續」三大主題中的「文件管理、防疫零接觸、健康環保、光與空氣、節能減碳、自造教育」等解決方案。

值得一提的是，每一場景皆可搭配戴上VR設備，以沉浸式體驗「震旦·未來辦公式」展廳中多元解決方案應用展示。如：影印機旗艦展區、智能應用辦公區域、ESG概念區域、創客自造區，一一呈現在眼前，提供顧客身臨其境的新體驗。每個區域皆反映未來辦公的趨勢，提倡企業靈活性和創新應用概念，全方位協助企業數位轉型。



左：「健康解決方案」場景中透過影片展演，讓顧客了解健康、安全辦公環境環境的重要性。
右：震旦提供掌靜脈辨識等多元功能，因應零接觸需求，提升管理效率。

「震旦·未來辦公式」虛擬展廳五大看點

1 零接觸解決方案

多元辨識選擇（人臉、掌靜脈、IC卡、密碼）及測溫警示，在考勤結合門禁及薪資系統的應用上，可減少行政、保全管理作業成本，以智慧科技開啟辦公的一天。

2 環保齊心機

提供舊機整新環保再生「齊心機」，在事務機的包膜設計中加入《看見台灣》的攝影畫面，體現ESG永續理念，象徵與顧客攜手「齊心」關懷地球。

3 健康解決方案

以AI智能空氣監測，透過環境監測APP與AIoT物聯網應用，隨時隨地掌握室內外空氣品質，為企業提供健康與安全的辦公空間。並運用最新健康照明技術，打造晝夜節律作用因子（CAF）配方，應用在辦公生活領域。以提升職員工作效率，促進睡眠品質、減少壓力及其他慢性病風險。

4 自造教育解決方案

震旦齊全的創客設備—「3D印表機與雷

射切割機」，是創客空間必備的設備。透過簡易操作介面，讓大家化身為創客高手，一起實現創意。

5 360°環景技術

為一種全景攝影技術，透過將攝影機捕捉的影像做出360度環境效果，創造出沉浸感的虛擬環境，讓您在虛擬展廳中，擁有身臨其境的新體驗。

「震旦·未來辦公式」虛擬展廳，透過360度環景技術，以虛實結合、元宇宙概念的運用，讓您身歷其境、猶如親臨現場，歡迎掃描QR Code體驗全新視角。A





AI離職率預測幫助企業找出潛在高風險人員，制定相應的留才計劃或應對措施。

震旦雲×AI離職率預測 提升企業高效智能管理

圖·文／震旦雲



AI離職率預測

在競爭激烈的商業環境中，如何吸引和保留優秀的員工，已成為企業關心的課題。震旦雲首推的「AI面試系統」，將招募流程自動化、系統化，大幅節省HR人員甄選時間，精準篩選人才。如今，隨著科技不斷演進，人事管理也正歷經智慧革命，震旦雲因應時代趨勢，引進最新的智慧管理系統—「AI離職率預測」，協助企業導入智能管理，留住好員工。

數據分析解密，精準留任人才

早在幾年前，AI已經開始在招募過程中發揮作用。許多企業開始使用震旦雲「AI面試」，從篩選、分析評估候選人，讓招募流程更高效，同時也提供了更多客觀的評估標準。但面對千辛萬苦覓得的優良人才，如何長期留下為企業服務，成為極具挑戰性的問題。



AI離職率分析儀表板展示不同因素對離職率的交互影響，幫助企業轉化為客觀的科學指標。

員工流失對企業的影響包括成本增加、知識流失和生產力下降，且員工離職後，企業也將面對人力短缺的陣痛期。因此企業越來越關注如何預測員工離職，以便採取適當的措施。

震旦雲的「AI離職率預測」利用大數據和機器學習，透過分析過去的員工數據，包括：留任與離職員工的出勤、基本資料、行為模式、工作表現等建立預測模型，為企業提供珍貴資訊。再透過進一步訓練，AI可以提供「可能會離職」的員工資訊，甚至比員工本人做出離職決定還要早。協助企業提前採取預防性措施，留住有價值的員工，讓管理者做好有效、精準管理。

AI離職率報告，協助企業高效營運

HR從1.0到2.0，企業傳統皆專注於高效管理及人才培訓。到HR3.0的新未來，如何有效運用先有資料進行預測分析，有效提高留才率降低離職率成為新核心。震旦雲透過與杰倫智能

科技合作，以AI運算實現建模自動化、流程化與標準化，企業僅需將員工既有資料上傳至AI智慧平台即可得出結果，呈現出直觀的一頁式報告，並能定期評估員工留任狀況，這將是企業管理的一個新里程碑。未來，震旦雲將持續致力於實現企業數位轉型和高效管理，一同與顧客見證AI為企業帶來的無限可能。A

AI離職率預測特色：

- 1 降低HR夥伴進入AI科技的門檻：**讓人資團隊掌握AI技能，透過科技助攻，提升工作效率。
- 2 洞悉過去離職員工的特徵和輪廓：**透過AI深度分析，了解離職背後的關鍵特徵，提前預防未來人才流失。
- 3 一眼看出高機率離職的潛在員工名單：**AI精準篩選，即時辨識潛在離職者，協助人資管理、制定留才策略，守住核心人才。
- 4 模型不斷迭代，報告結果趨近於企業現況：**AI即時學習，提供準確反饋，協管理人才動態，預防潛在風險。

AI離職率預測的運作



透過三個步驟，分析過去員工數據，建立預測模型並進一步訓練，協助企業提早準備避免空窗期。



13:55

剎那之間，全世界的時間都凍結在13:55——

震旦博物館特展開幕

圖·文 / 震旦博物館

本次上海藝術季期間，上海震旦博物館迎來年末的最後兩檔特展：德國著名藝術家貝蒂娜·普斯茨基（Bettina Pousttchi）的「世界時鐘」和年輕藝術家朱麗晴的「剎那之間」。

此次 上海藝術季期間，上海震旦博物館迎來年末的最後兩檔特展：德國著名藝術家貝蒂娜·普斯茨基（Bettina Pousttchi）的「世界時鐘」和年輕藝術家朱麗晴的「剎那之間」。

此次「世界時鐘」展覽展出共計24件作品，每幅作品顯示一個城市的公共時間下午1點55分。藝術家選擇的時間，參考了主流媒體中最常見的對於時鐘的表現，在廣告中，時鐘總是呈現在10點10分，形成「笑臉」的形狀，而在電影中，中午前5分鐘是構建懸念的常態表

現。藝術家結合這兩種視覺記憶並選擇了自己的時間：所有時鐘均為下午1點55分。藝術家貝蒂娜普斯·茨基於2008年開始創作該系



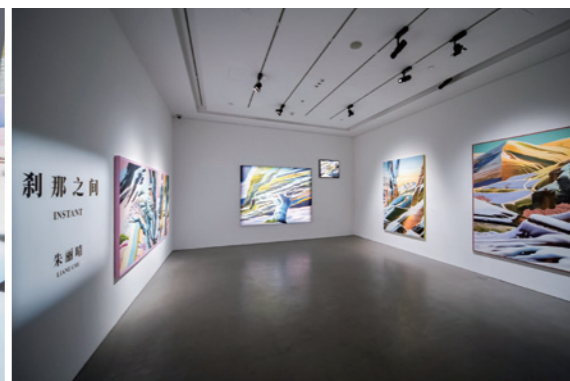
藝術家在新德里機場



看更多精彩活動



藝術家朱麗晴



「剎那之間」展覽現場

列，她周遊世界，在世界各地的城市拍攝公共時鐘，前往所有不同地方的活動是作品概念的一個組成部分，為了實現這個項目，藝術家訪問了世界各地的許多不同城市，包括安克雷奇、奧克蘭、悉尼、上海、符拉迪沃斯托克、首爾、聖地牙哥、香港、里約熱內盧、曼谷、塔什干、阿拉木圖、新德里和仰光等。除了幾次單次旅行外，藝術家在一次旅行中環遊世界兩次，在27天內訪問了8個不同的地方。這些照片共同創造了一個「攝影世界時鐘」，暗示著全球同時性和想像的同步性。它們沒有考慮時區，而是被解散了。世界時鐘強調跨越我們世界的全球網路，由增加的流動性和數位通信推動。該系列照片突出了攝影在創建時間膠囊方面的特殊作用，記錄了數位時代對時間不斷變化的感知。震旦博物館A2館是展示這件作品的理想空間，這個由24個部分組成的系列可以在2樓展廳以一條連續的線展示，像赤道一樣在空間中環繞地球。觀眾可以以線性的方式在展覽中移動，這樣做實際上重複了鐘面上時鐘指標的運動。此外，攝影版畫的黑白外觀與安藤忠雄獨特的建築語言完美契合。上海震旦博物館的「世界時鐘」將是這部廣為人知的作品在中國和整個亞洲的首次展示。

AM Next展覽「剎那之間」呈現藝術家朱麗晴的最新繪畫作品《正常與不正常》系列。在這次展覽中，藝術家捕捉大自然在動的瞬間，通過表現主義的手法對自然環境和日常物的場景體驗進行重新解讀，取而代之的是建立在個人經驗與社會環境下的反思。藝術家在想像的風景中，探尋心靈的界限，作品中展現出的迷幻的風景、奇異的色彩、抽象的繪畫形式，為觀者呈現出一場迷失在正常與不正常之中的奇妙之旅。藝術家運用漫畫的形式，模擬大自然的漫畫世界，沉迷在網路世界，吸引觀眾眼球。電子螢幕裡的網路世界也存在著「正常」與「不正常」之分，人們在觀看電子螢幕的過程中，看似佔據主導權，有主動觀看的能力，實則螢幕與人之間存在看不見的框架與壁壘，人們在觀看的過程中在被動接受著媒體的資訊洗禮，如果不加分辨，則容易落入「不正常」的陷阱。

隨著最後兩檔展覽的舉辦，2023年的展覽也迎來了尾聲。在2024年，震旦博物館將開放更廣闊的國際視野，聚焦更多年輕藝術家。同時，也將繼續致力於推動文化交流和藝術教育，將不斷創新，不斷探索，以更加開放、包容的姿態，呈現給觀眾多元文化藝術與創新融合的體驗。 **A**

一月



明 宣德 · 青花雲龍紋大罐

圓形罐口，頸部短而直，肩部豐圓，腹部圓闊飽滿，器底有淺凹足，表面用鈎料繪畫如意雲紋、獸面紋、雲龍紋及蓮瓣紋為飾。龍紋延頸昂首，身軀環繞器壁一周，四肢遒勁，趾爪尖利如鉤，頭頂鬃鬣和肘毫皆迎風飄揚。龍首上方橫向書寫「宣德年製」四字青花楷書款。（↑高49.5公分）

二月



明 宣德 · 具銘大德吉祥場之
青花蓋罐

罐蓋呈覆盆狀，蓋面微凹，罐身為圓口、短頸、平肩、鼓腹、平底之狀，肩部突出八個方戟，表面以藍查文搭配如意雲紋、蓮托八寶、折枝蓮花、海水波濤及蓮瓣紋邊框內填圓珠紋為飾。器內繪畫蓮瓣圍成的蓮花，花心處用篆體書寫「大德吉祥場」五字，是藏傳佛教的法器。（↔高29.5公分）

三月



明 宣德 · 青花應龍紋罐

圓形罐口，頸部短直，腹部圓闊，器底有淺凹足，足內書寫「大明宣德年製」六字二行雙圈楷書款。器表以應龍紋搭配如意雲紋、聯珠紋、朵花紋及蓮瓣紋邊框內填勾雲紋為飾。應龍翹鼻張口，口中叨著蓮花，肩肘處附加雙翼，尾巴狀如藤蔓草葉，亦稱之為「香草龍」。（↑高19公分）

四月



明 宣德 · 青花雲龍紋梅瓶

圓形瓶口，口沿凸唇，頸部短，肩部豐圓，腹部深長，腰部以下收窄，器底有淺凹足。瓶身以獸面、雲龍紋及蓮瓣紋邊框內填圓珠紋為飾，龍紋昂首翹鼻，目視前方，修長的身軀剛勁有力，趾爪尖利如鉤，頭頂鬃鬣成束飄揚，瓶肩處橫向書寫「宣德年製」四字楷書款。（↔高56公分）

館藏
精粹
歲次甲辰
龍

2024年桌曆賞析

文／吳棠海 · 圖／震旦博物館

光陰荏苒，歲月如梭，轉眼之間，又見新春。本年度的震旦桌曆由震旦博物館藏品中選出明代宣德時期青花大罐、蓋罐、梅瓶、僧帽壺、尊式瓶、高足碗、圓盤及蟋蟀罐等十二件精美瓷器印製而成，形制典雅，紋飾靚麗，祝福大家富貴有餘，龍年行大運。

明宣德·青花藏文蓮托八寶紋僧帽壺

圓形壺口，口沿狀如階梯，頸部一側突出鴨嘴形流口，另外一側附加曲柄，腹部圓鼓，底下具有圈足，足內書寫「大明宣德年製」六字二行雙圈楷書款，表面繪畫串枝靈芝、蓮托八寶、如意雲頭紋邊框、蓮瓣紋邊框、折枝蓮及卷草紋為飾，腹部環繞一圈藏文「吉祥贊」。(⇨高23公分)

五月



六月



明宣德·青花螭龍紋梅瓶

圓形瓶口，口沿凸脣，頸部短，肩部豐圓，腹部深長，上寬下窄，器底有淺凹足，表面以螭龍紋和如意雲頭紋邊框內填串珠紋為飾。螭龍延頸昂首，口中銜著靈芝，身軀環繞瓶身一周，長尾分岔為卷草狀，姿態頗為曼妙。靈芝上方橫向書寫「大明宣德年製」六字楷書款。(⇨高45.5公分)

七月



明宣德·青花折枝靈芝紋尊式瓶

圓形瓶口，口沿往外出簷，頸部收窄，腹部圓鼓，圈足外撇，造形近似石榴，足內書寫「大明宣德年製」六字二行雙圈楷書款。瓶身做成六瓣式的凹弧面，分層繪畫蓮瓣紋、珠聯紋及折枝靈芝為飾。蓮瓣紋橫向相連為深藍的色帶，珠聯紋與靈芝紋留白較多，風格簡約典雅。(⇨高18.5公分)

明宣德·青花雲龍紋梅瓶

圓形瓶口，口沿凸脣，頸部短，肩部圓闊，腹部深長，腰部以下收窄，足底微向外撇。瓶肩繪畫四個獸面，瞋目獠牙，表情凝肅，腹部以雲龍紋為主紋，龍紋昂首闊步，凌空前行，毛髮和飄帶皆迎風飛揚，瓶身下方環繞一圈簡化的蓮瓣紋，具有補白和穩定視覺重心的功能。(⇨高52公分)

八月



九月



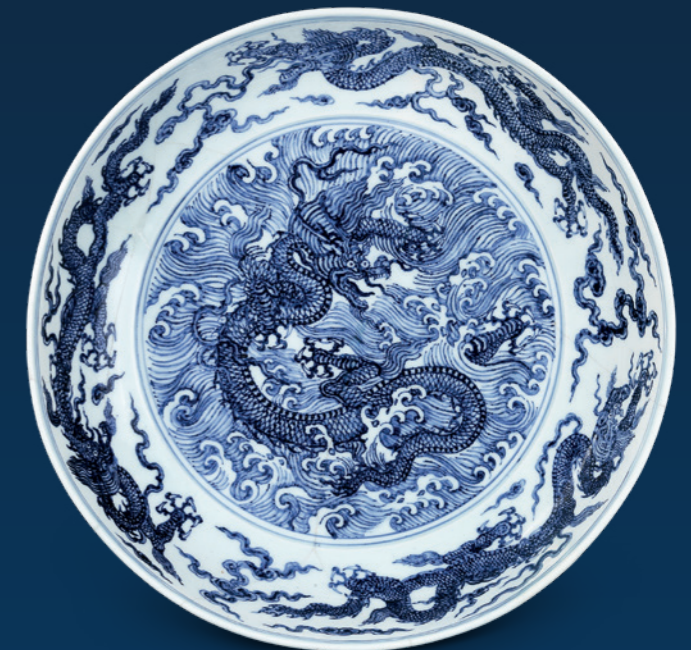
明宣德·青花波濤龍紋高足碗

碗口外敞，腹部略深，底下承接高圈足，足底外撇，與上方敞口彼此呼應。口沿內側環繞海水波濤紋，碗心蟠踞一龍，外壁繪畫雙龍，龍紋昂首拱身，御風而行，碗底和圈足布滿洶湧澎湃的海浪，層層堆疊出翻江倒海的氣勢。近口沿處橫向書寫「宣德年製」四字楷書款。(⇨高19公分)

十月

明宣德·青花波濤龍紋盤

盤口微敞，器壁圓弧收窄，底下具有圈足。盤心以鬧潮龍為主紋，龍紋曲頸昂首，張口呼嘯，修長的龍身在滾滾浪潮中奮力扭轉，四肢前後踢蹬，氣勢雄健有力。側壁繪畫三龍，翻騰遨遊於祥雲之間。盤體外壁環繞雲紋，近口沿處橫向書寫「大明宣德年製」六字楷書款。(⇨口徑33.3公分)



十一月



明 宣德 · 青花蓮塘龍紋盤

盤口微敞，器壁圓弧收窄，底下具有圈足，足內書寫「大明宣德年製」六字二行雙圈楷書款。盤口內側環繞一圈海水波濤紋，盤心繪畫一龍，昂首挺胸，跨步行走，龍身彎轉為口字形，周邊布滿蓮花、蓮葉、水草及浮萍，組成「蓮塘游龍」之圖案，是比較少見的紋飾題材。（口徑19.5公分）

十二月



明 宣德 · 青花蘆葦鷺鷥紋蟋蟀罐

圓柱形罐身，上方有「坐蓋式」罐蓋，二者以子母口形式扣合。蓋面和罐身皆以蘆葦鷺鷥紋為飾，蘆葦和花草成叢生長，枝葉迎風搖擺，汀洲上的白鷺仰望前方，關注展翅飛翔的同伴，畫面清新自然。圓蓋內部和罐身底部以楷體書寫「大明宣德年製」六字橫排款或直排款。（高9.7公分）

01

明 宣德

青花雲龍紋大罐

高49.5公分 / 震旦博物館提供



館藏 精粹賞析

文 / 吳棠海 · 圖 / 震旦博物館

宣德一朝僅有十年，瓷器發展卻很有成就，除了紅釉、甜白、釉裡紅、仿官窯及仿哥窯等器物之外，青花瓷器也獲得世人很高的評價，本期所要欣賞的雲龍紋大罐正是此一時期的作品。

此件 大罐呈圓口、凸脣、短頸、豐肩、鼓腹之狀，器底微凹成淺圈足，足底露胎無釉，但是有「十」字形的白色痕跡，是當初入窯燒製時，以十字形墊具置於器底，用來隔離匣鉢，避免流釉沾黏的現象。

罐身表面以青花為飾。頸部環繞一圈如意雲紋，雲朵周邊延伸四個波狀曲折的雲腳，肩部平均排列四個獸面，濃髮粗眉，瞋目獠牙，神情凝肅，氣勢威嚴，其中二個獸面之

間橫向書寫「宣德年製」四字楷書款。

大罐腹部繪畫雲龍紋，龍紋延頸昂首，注視前方，龍身上下曲繞，四肢前後開展，頭上鬚鬣、眉毛、頰下鬚髯及肘處肘毫皆成束飄揚，周邊環繞朵朵祥雲，展現御風而行的動感。罐體下方排列一圈蓮瓣紋，以青地白花的深藍色調襯托雲龍紋的廣闊空間。

此器的造形紋飾皆為宣德時期的典型風格，日本出光美術館也收藏類似的宣德染付龍紋壺，可以做為鑑賞的參考。A



1_互盛志工陪同長輩學習手作、觀賞表演、一同體驗DIY美食。



震旦人公益行動「溫暖隨行」 愛心同行，療癒溫馨

圖·文/震旦集團

1 互盛OA基隆×財團法人台灣新住民關懷協會 活到老學到老，陪伴讓社會更溫暖

互盛志工陪同長輩學習草編手作、觀賞表演等活動。藉由共餐中體會到應給予長輩多點心靈上的關懷與陪伴，讓社會充滿溫暖。

2 震旦OA士林×財團法人天主教白永恩神父 社會福利基金會

陪同歌唱活動，感受社會溫暖

震旦志工陪伴心智障礙朋友們一同唱歌比賽，從中不斷鼓勵、加油打氣，讓他們更有自

信，努力認真地高歌一曲，也體驗到社會的溫暖與愛。



2_震旦志工陪同一起唱歌同歡，感受熱情與溫暖。



3_震旦志工協助現場闖關活動，也體驗輪椅行動的不便。



3 震旦OA北高雄×財團法人平安社會福利慈善 事業基金會

協助活動進行，體驗輪椅闖關

震旦志工擔任活動關主，協助身障朋友闖關，也欣賞慢飛天使上台演出，表現一年來努力的成果。看見他們勇於表達自己並熱衷於創作，也感受應珍惜當下，並在有能力付出時，應多關懷需要幫助的人。

5 互盛OA北高雄×財團法人弘道老人福利基金會 爺奶Color Walk 一起公益健走

互盛志工參與陪同長輩健康公益健走活動，體驗到應多關心身邊老人家，並呼籲大家一同陪伴與關懷及建立友善高齡環境，讓長者感受溫暖與尊重。

4 震旦OA竹南×財團法人臺灣省天主教會新竹 教區附設苗栗縣私立聖家啟智中心

陪伴身心障礙者，增加社區交流

震旦志工擔任活動關主，與中心早療兒一同完成任務。把一件事情完成，或許對大家來說是簡單又輕鬆，但就中心的孩子去卻是要很努力克服去完成，當看到孩子們闖關成功後喜悅的笑容，心理也感受暖暖的。



4_震旦志工與現場民眾一同參與闖關、拔河比賽。

物資捐贈



震旦集團×財團法人台灣迎曦家庭發展協會 充實服務能量，完善照護環境

台灣迎曦家庭發展協會為使服務更完善，軟硬體的設置都是相當重要的，因此在服務初期的推動上，仍有許多硬體設施建置的需要。震旦的辦公家具捐贈，成為重要的支持力量，協助建置硬體設備，以提升協會服務品質。A



震旦協助打造照護環境，以公益回饋讓愛傳遞。

震旦月刊

AURORA MONTHLY

歡迎訂閱

立即成為
《震旦月刊》網路會員

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



多元平台 隨時閱讀



電子報

每月可收到
出刊報



多屏閱讀

桌機、平板、手機
皆可閱讀



下載閱讀

登入會員
下載電子月刊



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



GREEN 4 PRINT

綠色印刷 ∞ 永續美好

康鈦科技提供綠色印刷解決方案 · UV噴墨印刷系統 AccurioJet KM-1eHD · 適用 585 X 750 mm 大尺寸紙張 · 有效提高紙張利用率；單面印刷速度高達每小時3,000張 · 優化印刷流程 · 帶領印刷業遇見永續美好！

AccurioJet KM-1e with HD



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



Para

Take Easy Take Freely



震旦家具 105609台北市松山區健康路156號10樓 | 顧客服務專線：0809-068-588
Aurora Furniture 10F., No. 156, Jiankang Rd., Songshan Dist., Taipei City 105609, Taiwan (R.O.C.) | Service Hotline: 0809-068-588



震旦家具官網



震旦家具APP