震旦 AURORA

AURORA MONTHLY

名人講堂
CELEBRITY TALK
以誠信・做人之道
帶領企業成長

榮慶物流董事長 張玉慶

青花雙龍戲珠紋四繫螭耳扁壺

2014年5月號 No.514
1971年7月創刊・發行42年10個月

玩味設計
DESIGN
三種維度顛覆思維
打破有型有體的設計想像

你今天 idea 創新了嗎？

讓「創新」成為每天生活必做的事吧！
Let's Innovation Everday!

封面故事
Cover Story
職場無處不創新
「創新」是唯一生存之道

創新大師克里斯汀生表示，大約有40%的人，無論做什麼事情都不太善於創新，但是有5%的人，天生就是創新者。

震旦月刊 AURORA MONTHLY 歡迎訂閱

創新成功方程式

創新大師克里斯汀生表示，大約有四〇%的人，無論做什麼事情都不太善於創新，但是有五%的人，天生就是創新者。英國《經濟學人》雜誌也說「創新是現代經濟最重要的單一因素。」因為未來不創新的企業或是個人，將立即面臨淘汰的命運。

本期月刊以「你今天創新了嗎？」為題，希望帶領讀者像每天例行吃早餐一樣，將「創新」視為稀鬆平常的事情，如此一來，更能掌握自己的關鍵競爭力。哈佛企管顧問講師顏長川表示，職場無處不創新，創新是無法用管理、程序去規範的東西，成功與否也無法用公式計算出來，而且有很多未知、不可測的過程；創新也絕不只是有個好點子而已，需要非常的堅持和百折不饒的毅力及敢破壞一切的勇氣；唯有主事者有一個非常強烈的信念，才可能有這樣的傻勁與放手一搏的拚勁。

而對於創新人才部分，104獵才顧問中心晉麗明副總認為，「創新」是上班族最欠缺的能力，人類因好奇心的驅使，成就文明與科技，無止境的創新讓生命有了新視野；企業與個人都必須將創新附加價值，視為生活與工作的重要使命，在這場創新與速度的競賽中，我們不能缺席，也不能懈怠，因為「創新」已成為企業與上班族生存的關鍵因素。

我們必需時時刻刻從創新中得到啟示，開創出屬於自己的「創新成功方程式」，從現在起，真正了解市場需求，發揮您的創新點子，張開耳朵、打開眼睛、放手去開創，就讓「創新」成為生活必需且是每天必做的事！A

《震旦月刊》主編

蘇美琪 *Maggie Su*

震旦月刊
AURORA MONTHLY
1971/7/1號創刊・2014/5/1出版

發行　震旦行股份有限公司
發行人　李家暉
地址　台北市信義路五段2號16樓
網址　www.aurora.com.tw

主編　蘇美琪
企劃　王玉治、吳國誌、楊舒雅
信箱　maggies@aurora.com.tw
電話　02-2345-8088
傳真　02-2345-8733轉1619

設計　治羽文創設計有限公司
印刷　湯承科技印刷有限公司

局版台誌字第1556號
中華郵政北台字第1425號
ISSN　2305-7734

執照登記為雜誌交寄
本月刊內之文章均為作者之意見，不代表本社之立場，文責亦由作者負責。版權所有，非經本社書面同意，不得轉載本刊任何圖文。本月刊所使用之商標或著作皆屬權利人所有。

古印度以「震旦」尊稱中國，「震旦第一」即象徵「中國第一」之意。

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

Contents

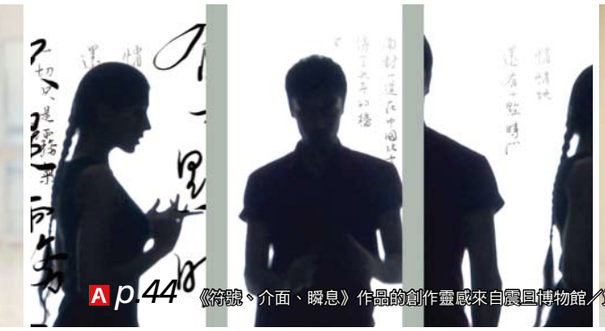
No.514 2014 May

A p.15 時時刻刻思考如何從異業與產品的創新故事中得到啟示

A p.20 榮慶物流董事長／張玉慶

A p.33 震旦集團獲邀參加第四屆「三經論壇」，於4/25在北京人民大會堂舉行。

A p.34 簡單窈窕秘訣，讓您瘦的健康又漂亮！



A p.44 《符號、介面、瞬息》作品的創作靈感來自震旦博物館／策展人樂大豆先生

A p.41 Binic桌燈設計靈感來自潛艇的探望鏡

編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 **創新成功方程式**
文／蘇美琪

封面故事 COVER STORY

06 **創新idea 由你決定！**
整理／蘇美琪

08 **職場無處不創新**
文／顏長川

12 **「創新」是唯一生存之道**
文／晉麗明

經營廣場 BUSINESS

16 石滋宜談經營之道（14）
從I字型專才變T字型通才
文／石滋宜

名人講堂 CELEBRITY TALK

20 榮慶物流董事長 張玉慶
以誠信・做人之道 帶領企業成長
整理／蘇美琪

職場充電站 CAREER

24 **自發學習 積極成長**
文／許書揚

躍昇震旦 AURORA NEWS

29 震旦通訊智慧之星系列報導
——顧客服務專訪
用心服務 開創南台灣傳奇
文／震旦通訊

32 震旦集團獲邀第四屆
「兩岸及香港《經濟日報》財經高峰論壇」
談「創新驅動產業發展，共同打造中華品牌」
圖・文／震旦集團

樂活人生 LOHAS LIFE

34 中醫教你正確的減肥觀念
夏日簡單窈窕
文／邱玉珍

玩味設計 DESIGN

38 **鏈上清爽 CABLE BAG**
文／震旦設計中心

40 **打破有型有體的設計想像**
文／Gerome Lee

博物館專題 AURORA MUSEUM

44 《蛻變的舞步》策展人樂大豆專訪
一場超越展覽形式的展演
文／震旦博物館

藝文饗宴 ARTS PLAZA

48 震旦博物館出版新書介紹——**文物精粹**
文／震旦博物館

49 古器物學講座——佛教造像專題（4）
古代佛像的材質變化
文／吳棠海

53 館藏精粹賞析——【元代】
青花雙龍戲珠紋
四繫螭耳扁壺
文／吳棠海

愛心公益 LOVE ACTION

54 震旦集團物資捐贈
遇見陽光 看見希望
文／陽光社會福利基金會

本期精選佳句

摘錄本期《震旦月刊》雋永的經典佳句，讓您搶先目睹後，繼續翻閱更多精彩內容吧！

職場人士只要有心，隨處都有創新的機會，可從產品、服務、市場、作業流程和商業模式創新上去發想；墨守成規、安於現狀絕對是創新的天敵。

顏長川／哈佛企管顧問講師 P.11

企業與個人都必須將創新附加價值，視為生活與工作的重要使命，在這場創新與速度的競賽中，「創新」已成為企業與上班族生存的關鍵因素。

晉麗明／104獵才派遣事業群 資深副總經理 P.15

所謂T字型的人，是以自己的專業為軸，去發展橫向的相關知識。這樣，既有「專才」集中知識的優點，又可兼容「通才」看待事情的廣角。

石滋宜／全球華人競爭力基金會董事長 P.16

不管是個人還是企業，首重「誠信」。誠信做人，誠信做事，才能獲得信賴。並落實對顧客承諾，服務不打折，時效不減速，把企業經營中遇到的危機化為轉機。

張玉慶／榮慶物流董事長董事長 P.20

上班族朋友必須要為自己的職涯發展負起責任，一切學習成長都是操之在己。在競爭激烈的職場上，唯有積極的人才能勝出。

許書揚／經緯智庫（MGR）台灣分公司總經理 P.25

創新idea 由你決定！

英國《經濟學人》雜誌表示：
「創新是現代經濟最重要的單一因素。」

Prelude／蘇美琪；Words／顏長川．晉麗明

因為未來不創新即淘汰，創新是許多企業想追求的目標，從現在起，真正了解市場需求，發揮您的創新idea，張開耳朵、打開眼睛、放手去開創吧！

As mentioned in The Economist, “Innovation is now recognized as the single most important ingredient in any modern economy,” as non-innovation means elimination in the future. It is a goal sought by many enterprises. Start now to truly understand needs in the market and make use of your innovative ideas. Keep your ears and eyes open and uncover a new possibility!

01

創新，決定了誰是領導者？
——職場無處不創新

02

從模仿到創新
——「創新」是唯一生存之道

Innovative Ideas At Your Call

CHAPTER 1

職場無處不創新

創新，決定了誰是領導者？

COVER STORY

Words／顏長川・哈佛企管顧問講師

創新教父克里斯汀生估計：全世界大概只有5%的人是天生的創新者， 他們非常注意消費者要完成的動作(Job to be done) ，可做出以發現為導向的計畫；也非常精於提問的方法(Science of asking questions)，問對問題，讓創新成為可能。

哈佛商學院歸納出創新者的DNA分別是好奇心、觀察力、跨界能力和實驗精神；富比士（Forbes）雜誌據此條件選出全球最具創新的領導人是Salesforce.com的Marc Benioff；微軟的新CEO Nadella說：「在這個行業裡，我們不尊敬傳統，只尊敬創新。」；因此，創新成為生活的必需品且是每天必做的事。

“政治經濟學家熊彼德提出「創新」與資本主義的創造性破壞的論調，那些不能夠成功地重新組合生產要素之人，會最先被市場淘汰，也就是所謂的「不創新，即死亡」。”

idea 不創新，別創業

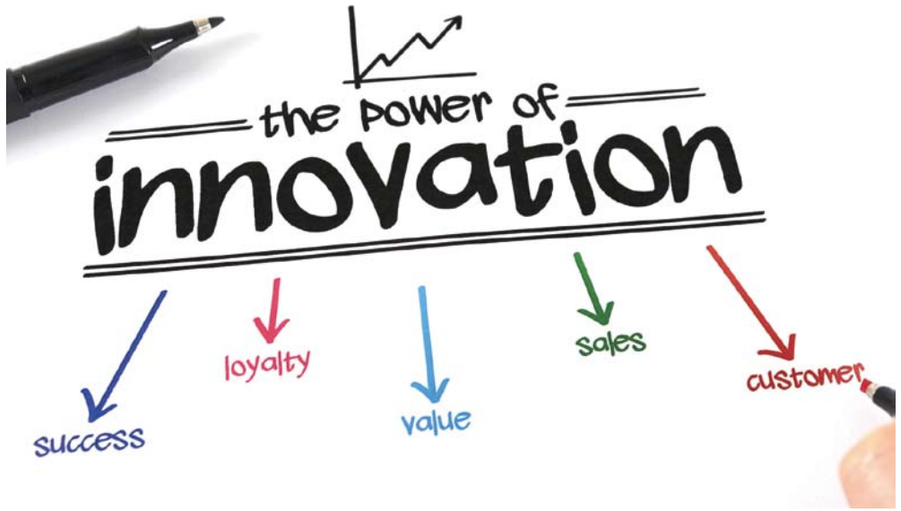
Fast Company雜誌專門報導在市場上最具創意的人、發現最佳實務案例或未來下一波的各行各業的佼佼者；2010年，曾選出全球100個在商場上最有創意的人，女神卡卡排名第1，而阿凡達、鐵達尼號、異形、魔鬼終結者等電影的導演James Cameron排名第9；女神卡卡宣示：「言行不驚人死不休」，Cameron告訴大家:「不創新就不要想能闖出一片天!」。

雲端（Cloud）時代，速度是以億兆分之一秒計，電光石火一閃就逝的創意必須能透過創新手法實現成為創業的典範；十年內，超級高鐵將掀起運輸革命，能想像時速高達1,220公里的超音速膠囊（Hyperloop），從洛杉磯到舊金山只需30分鐘，票價卻只要20美元？Hampton Creek公司從植物提煉出蛋白質，製造成新食材，用在蛋糕、蛋黃醬或雞蛋麵的製程中，能完全取代雞蛋，但生產成本遠低於雞蛋，可說是重新發明雞蛋，「先有雞或先有蛋？」就不用再討論了。

大數據（Big Data）時代，巨量資料配合分析3.0技術，可打遍天下無敵手; 2011年， IBM的超級電腦（Watson）在美國搶答益智節目（危險境地）中大敗兩任冠軍，一戰成名；它能理解人類語言，會自動學習，正在接受醫療及金融訓練，將當醫療諮詢與客服人員的多能工。3D列印用加法原則融合科技和設計美學，是第三次工業革命的開始；各行各業都將受到鋪天蓋地的影響，小到食品業利用3D印表機製造出3D林志玲軟糖，大到NASA將3D列表機送上太空，可量身製造重要零件和工具；聽說3D印表機已可打造出3D金屬手槍及子彈、一塊豬肉、義肢、假牙、全自動駕駛概念車…等；可說已無所不能。

idea 不創新，就死亡

政治經濟學家熊彼德提出「創新」（Innovation）與資本主義的創造性破壞（The creative destruction of capitalism）的論調，將原始生產要素重新排列組合為新的生產方式，以求提高效率、降低成本；能夠成功「創新」的人便能夠擺脫利潤遞減的困境而生存下來，那些不能夠成功地重新組合生產要素之人會最先被市場淘汰，也就是所謂的「不創新，即死亡」。



傳統產業一般都跟食、衣、住、行、育、樂等人生六大需要有關，多的是百年老店，過去常靠祖傳祕方，未來得靠轉型或創新；有些至目前為止尚未成功地「轉」大人，有些則搭上新科技便車或加入文化創意元素而遍地開花。聽說藜麥的成分中，脂肪、蛋白質、纖維、澱粉…什麼都有，介於豆子和米之間，是未來飲食主流；蒼蠅、蟑螂、螞蟻…等將是未來蛋白質的主要來源，目前的歐洲高級餐廳已經開始供應昆蟲餐，宣告吃蟲時代的來臨！比特幣（Bitcoin）是2009年創立的一種虛擬貨幣，若能正當經營將促成一個更快、更安全和更有效率的支付系統，可惜！不獲大部分央行的青睞！德國有500台販賣機（Gold to go）竟可賣黃金，30歐元可買1克黃金。

誠品書店為臺灣大型連鎖書店之一，吳清友先生創立於1989年，初期以販售藝術人文方面的書籍為主，之後轉型為綜合性書店，同時結合商場經營。目前除了書店本業之外，旗下事業涵蓋商場、文創產業、物流、旅館、不動產、網路購物等。以24小時經營的特色書店吸引全球的目光並成為陸客訪台必到景點之一。興采實業董事長陳國欽在太太的一句玩笑話：「研究看看具有除臭功能的咖啡渣是不是可以做成布料，穿在你們臭男人身上？」的刺激下，花2,000多萬元經3.5年的8代改良，竟成功研發出世界唯一獲得專利認證的S.Cafe環保科技咖啡紗，把「喝」咖啡變成「穿」咖啡。

idea 職場無處不創新

創新是無法用管理、程序去規範的東西，成功與否也無法用公式計算出來，而且有很多未知、不可測的過程；創新也絕不只是有個好點子而已，需要非常的堅持和百折不饒的毅力及敢破壞一切的勇氣；唯有主事者有一個非常強烈的信念，才可能有這樣的傻勁與放手一搏的拚勁。創意學有個三段論法：「守」—完全遵守教條，「破」—重新設定以往學到的東西，「離」—脫離過往確立自己的風格；日本人認為創新就是「守破離」的循環，敢於挑戰創新才是真正的創新。

職場中的人士只要有心，隨處都有創新的機會，基本上可從產品創新、服務創新、市場創新、作業流程創新和商業模式創新（如附表）上去發想；墨守成規、安於現狀絕對是創新的天敵。

附表：各類創新一覽表

	❶說明	❷內容	❸實例
產品創新	無中生有、單純	iPod、iPad、iPhone	美國蘋果公司
服務創新	減少環境汙染	用無人飛機、當快遞員	美國亞馬遜公司
市場創新	愈簡單愈好	紅海→藍海	加拿大太陽劇團
流程創新	縮短作業流程	訂單到交貨57天→34天	韓國浦項鋼鐵廠
商業模式創新	機器功能＋消費者感受	唱片公司→全方位娛樂經紀	台灣華研公司

「蘋果公司的創辦人賈伯斯：「創新，決定了誰是領導者？誰是追隨者？」」

創意人才通常都十分傲慢且極自信，具有優越感和不寬容的特性，也有許多點子卻沒有耐性；這些人都認為企業之所以成功，完全是仰賴他們的天才，跟企業的流通和行銷無關；創意人才只有在團隊的協助下表現才最好，創意需要一個框架，否則可能變瘋狂！當創意人才變得具惡毒且抨擊他人，忘記自己是企業的一份子時，就是該說再見的時候了。

idea 不斷改善，就是創新

蘋果公司的創辦人賈伯斯一個人竟改變「個人運算、動畫電影、音樂、電話、平板運算、零售店和數位出版」等七個產業的遊戲規則，是個不世出的天才，可惜已經往生；他沒有發明什麼卻很會整合新科技，是極少數能以非科技改變科技進而用科技去真正改變人們生活的代表性人物，以創新來驅動產業的升級與轉型，對創新和細節永不鬆懈！可說是創新的代名詞，難怪他會說：「創新，決定了誰是領導者？誰是追隨者？」。A

職場中人雖無法像賈伯斯那樣天馬行空、無中生有，但至少可以每天就產品、服務、市場、作業流程、商業模式等方面做一點一滴的小改善；也就是說職場中人不必妄自菲薄，每天不斷改善（continuous improvement），日積月累到某一程度爆發出來，也叫創新（innovation）。如果把「experience」這個英文字寫成「$ e,xpe,rie,nce.00」，就是「經驗無價」的意思；而直覺背後是經驗的累積，直覺的力量有時比智力還強，行家都有這樣的感受：「要想三天才能決定的事，其實三天前就已經決定了！」，看來要成為一個合格的創新者，必須每日三省吾身：「我今天創新了嗎？」。

CHAPTER 2

從模仿到創新

「創新」是唯一生存之道

Words／晉麗明・104獵才派遣事業群 資深副總經理

人類因好奇心的驅使，成就了文明與科技，無止境的創新讓生命有了新視野；企業與個人都必須將創新附加價值，視為生活與工作的重要使命，在這場創新與速度的競賽中，「創新」已成為企業與上班族生存的關鍵因素。

COVER STORY

媒體記者問台灣知名的經濟學家馬凱教授：「為什麼台灣上班族終日辛苦工作，但是薪資卻16年負成長?」，馬凱教授回答:「因為台灣數十年經濟發展的過程中，產業並沒有進入贏者圈；掌握品牌與關鍵技術的歐美國家進入了贏者圈，卻將產品交給台灣代工生產，代工的毛利不斷下滑，所以造成了企業獲利衰退、上班族低薪的重要原因」！

從傳統到科技產業，近三、四十年來，台灣廠商在全球供應鍊中，成功的扮演了代工生產的角色；從「大量生產」到「少量多樣」，台灣的製程管理能力驚艷全球，然而自動化機器取代人工、亞洲新興國家如中國大陸、東協國家的崛起，大量低廉勞動人力侵蝕了台灣的代工商機。

產業的危機也充份顯現在人才的供需上；由於商業環境競爭劇烈，近年來企業委託「104獵才顧問中心」延攬人才，特別著重創新思維的能力，甚至許多公司開始引進跨界人才，以期藉由不同的思維及經驗，激盪出差異化的決策與商機；產品及人才的折舊率愈來愈快，企業及人才都要能創新發展、強化附加價值，否則一定會被埋葬在歷史的灰燼中。

Innovation「創新」是上班族最欠缺的能力，如何找到創意的線索，以下幾點提供參考：

為傳統商模注入新生命

從傳統中創新的典範，就是大街小巷遍佈全台的便利商店，超商的前身是雜貨店；統一超商在虧損七年後，終於將便利及通路的創新概念凌駕在價格的魔咒之上；所以人們開始將超商當成自家24小時不打佯的大冰箱，甚至於超商成為了變形金剛，跨入咖啡、餐飲、生鮮、3C、服飾等新市場，不斷的整合創新，讓人們的食衣住行，都少不了便利商店；將傳統商模賦予新生命的例子比比皆是；黃俊雄布袋戲、法藍瓷、捷安特、樂高積木等都是值得學習的案例。

創新來自細節的堅持

中外馳名的「鼎泰豐」小籠包堅持以18摺封口、上菜時蒸籠內的每個點心，都必須直立且不破損、客人買單找零全部用新鈔；而「王品」的服務人員則有嚴謹的SOP，包括如何微笑及開門迎客、「微熱山丘」的鳳梨酥不僅重視口味，對於切割線也要求完美；泰式連鎖餐廳一盤普通的空心菜，廚師功力要達到以「色票」檢驗，都呈現同樣「綠」的完美程度，才能端上客人的餐桌。同樣的產品及服務，重視細節就能衍生出不同的競爭力，這也是魔鬼藏在細節裏的創新理念。

整合跨界迸發創意

網路的發明，將世界的樣貌完全改變，所有的商模都因為網

「產品及人才的折舊率愈來愈快，企業及人才都要能創新發展、強化附加價值，否則一定會被埋葬在歷史的灰燼中。」

❝ 全球500大企業，每十年就有40%的公司在市場競爭中被無情的淘汰，因此除了商模的挑戰，流程與方法的創新也十分重要。❞

路而有了新詮釋，Google成為全球搜尋引擎龍頭（整合網路與資訊）、臉書（FB）是人脈建構的武林盟主（結合網路與人脈），而中國網商教主馬雲將網路與物流及金流整合，在虛擬國度中建構商業的新秩序。

當3C產品淪為紅海的競價市場，穿戴裝置讓企業看到新希望，於是行動裝置與多媒體技術、醫療照護商模熱烈擁抱；行動裝置將會與日常生活緊密結合，並操控著你我的未來。

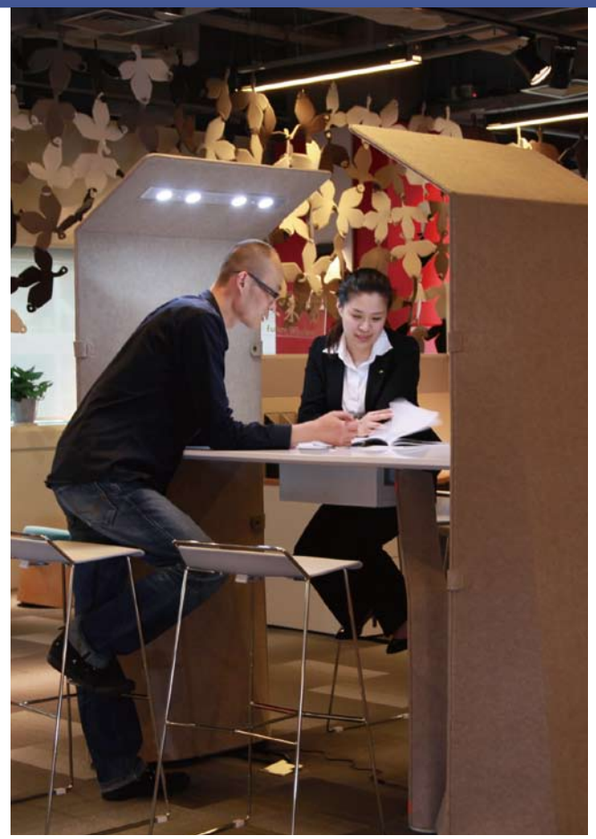
富士軟片與柯達的經營故事，一直是企管界經常提出的案例，富士藉由抗氧化的技術，跨界推出「艾詩緹」化妝品，是多角化的成功範例；而誠品在傳統書店式微，將書店結合百貨及文創，走出了華人的書香新世界，這些都是企業轉型創新的現在進行式。

將資訊轉為創新服務

根據研究顯示，企業擁有各種不同的資料庫，其中85%都是雜亂無章（包括顧客資料、電子郵件、多媒體檔案、各式文件）這些龐大的資訊造成了企業無效率的工時及資訊的浪費，巨量資料（big data）啟發了創新的藍海，中國平安保險公司運用贈送顧客「消費點數」的機制，同時結合強大的即時資訊分析系統，有效的研判顧客的消費行為，並且將合適的保險產品及時在顧客結帳時呈現，創造了嶄新的行銷契機；企業將資訊轉化為量身訂做的行銷策略，將會是未來創新服務的主流商機。

小創意積累大創新

3M從便利貼開始，許許多多的小改善、小創意，讓我們的日常生活更為便利與精彩，這也成就了3M的創新競爭力；地圖日記的創辦人郭書齊說：「能夠解決任何生活問題的點子都是創業的好點子」，所以郭家兩兄弟成立了「創業家兄弟公司」，藉由解決消費者的問題，不斷推出新的網路服務例如「生活市集」、「好魚網」、「好吃宅配網」，集結消費者力量，創造採購價差的新商機。



從模仿到創新的啟示

科技業的超級巨星賈伯斯從來不在意抄襲他人的創意，但他就是能做到最好；近年崛起的韓國三星藉由成為終極「快速追隨者」（fast follower），最後吞噬競爭對手，而成為全球科技業的頭號勁敵；但是，如何從異業或不同產品的創新故事中得到啟示，是我們時時刻刻必須思考的課題。

流程與方法的改善與創新

全球500大企業，每十年就有40%的公司在市場競爭中被無情的淘汰，因此除了商模的挑戰，流程與方法的創新也十分重要，韓國浦項鋼鐵廠致力於交貨競爭力的提昇，幾年前將交貨期從57天縮短為34天，即是流程的改善與創新；又如網購業結合物流運輸，在中國與台灣分別強調12小時及4小時到貨，也是競爭市場無止境「速度革命」的代表案例。

工研院在2013年提出「低價高規」市場觀察，這個「不可能的任務」正悄悄的從手機、平板等3C產品開始向外延燒，在「商模」、「技術」、「管理」差異甚微的環境中，高規低價成為無法迴避的挑戰，而「創新」才是企業與個人的唯一生機。

張忠謀董事長曾提出「全產品創新」的概念，他認為只有想法而無法實現，是不能創造價值的；此外，單一的創新也對競爭力的改善有限，惟有將許多的好點子結合在一起，才能提昇產品的價值與競爭力！A

人類因好奇心的驅使，成就了文明與科技，無止境的創新讓生命有了新視野；企業與個人都必須將創新附加價值，視為生活與工作的重要使命，在這場創新與速度的競賽中，我們不能缺席，也不能懈怠，因為「創新」已成為企業與上班族生存的關鍵因素。

石滋宜談經營之道—14

從I字型專才變T字型通才

Words／石滋宜・全球華人競爭力基金會董事長

胡適說：「為學要如金字塔，要能廣闊要能深。」也就是一個人才要懂得打破自己的習慣領域，訓練自己成為T字型的人，所謂的T字型的人，便是以自己的專業為軸，去發展橫向的相關知識。這樣，既有「專才」集中知識的優點，又可兼容「通才」看待事情的廣角。

最近一位企業家朋友的公子寫信給我，提到最近他的指導教授，希望他能夠承接3C產業的某個企業研究，但他對該產業陌生而感到有些憂慮。所以我鼓勵他說，雖然你的所學並非此領域，但也不必要因此特別去深研3C技術，只要知道它的趨勢與應用（application & trend），同時要設想它更多的可能應用機會。譬如，我在2000年時曾出版《e流企業》一書，事實上，我在1996年才開始學習用internet，可說是在什麼都不懂的情況下，就大膽的推演internet 的未來，特別是我出版該書後，美國正面臨網路泡沫，我還到處演講暢談網路的大未來，我說「電子商務將是未來交易的主流」，當時絕大多數的人都不相信，甚至潑我冷水，但事實卻證明網路交易超越了所有人的想像。

故畢業季又將至，同時我也想勉勵所有即將步入就業市場的年輕朋友們，無論你選擇投入於哪一方面的領域，最重要的是將潛能激發，提昇自我成為該領域不可或缺的專才，如此一來，潛能在被高度釋放的情況下，也才能觸類旁通延伸至其他領域。

「無論你選擇投入於哪一方面的領域，最重要的是將潛能激發，提昇自我成為該領域不可或缺的專才，如此一來，潛能在被高度釋放的情況下，也才能觸類旁通延伸至其他領域。」

不斷自修研習 跨領域非難事

我這樣說是有理由的，主要是我對於腦科學相當感興趣，在不斷自修研習的過程中，發現到如果一個人專精於某個學科，其他相關知識也會跟著通，到最後就能變成這個領域的專家，不僅是你專攻的學科很熟稔，連相關領域也會有相當的專精程度。而且只要學習方法得當，要跨到其他領域絕非難事。

我會如此相信的原因也在於，以我個人過去的學習經驗來說，我在日本東京大學專攻金屬疲勞破壞，特別是結晶格子的位移，所學是材料科學，本應該就在這個領域裡繼續發展，但我因為想給孩子一個自由學習的環境，所以決定移民加拿大，到了加拿大之後，正好碰到高學歷的失業潮，在上百封履歷投出去沒有下文的情況下，最後用台北工專的學歷才找到一份品管員的工作，這個工作我做了三個月之後就被升為副廠長。

之後，我被聘請到另外一家公司，解決該公司鋁焊接的問題，在這之前我從來沒接觸過焊接，所以就利用就職前一段時間自修相關知識，到公司上班後，我則到現場與焊接工人一起戴防護面具作焊接，摸了兩個星期，以一個月的時間即解決了過去許多焊接專家一年半未能解決的問題，就這樣我就獲得焊接專家的美名，後來連核子潛艇的焊接專家也向我請益，我僅花了兩天時間就幫他們把問題解決，後來則被聘為加拿大標準局鋁焊接技術委員會的主席。

另外，我也不是電腦專才，但在1970年代也被加拿大聯邦政府聘請為十二位推動CAD/CAM（電腦輔助設計/電腦輔助製造）的委員之一。返台之後，我協助企業推動合理化與自動化，我同樣沒有自動化的背景，卻獲得「台灣自動化之父」的雅譽。在中國生產力中心服務後，又被稱為管理大師等。

談這些不是要吹噓什麼，只是要告訴大家，我跟大家沒有什麼不同，甚至於我自認為自己很笨，所以必須多思考，多下功夫，把基礎打穩，對於應用的知識能舉一反三了，才有能力投入不同的新領域。換言之，我們必須先擁有「專才」的基礎上，再加上「通才」的訓練，這樣才能有「專才」的深度與「通才」的廣度。

另外我也必須提醒大家，一般鑽研技術的人，常常會陷入技術導向的自掘洞裡，故會疑惑：「發明了許多新技術，甚至擁有專利，但就是沒有辦法把它變成有價值的商品。」確實如此，每年有幾十萬個專利的發明，為什麼能夠開發成為產品的還不到百分之一？深究其原因，就在於技術者缺乏顧客導向與市場導向的思維，不知道如何將技術與顧客所需結合。

羅伯塔克就曾說過：「科技性工具本身，並不是真正的競爭優勢；換句話說；真正的競爭優勢是在你使用的方法。」事實上，越是受高等教育的人，更應該要虛心的追求新知。我想賈伯斯就是最懂得顧客需求與應用科技的人，

▼應常保飢渴求知，常存虛懷若愚，不以成功而自滿，形塑這樣的企業文化，使團隊屢創造革命性的價值。

所以正如他說人的存在就是要來改變世界。確實他已成功改變世界四次，也就是改變人的產品使用習慣，這四次改變分別是賈伯斯與沃茲尼亞克共同使PC在1980年代初流行開來，也是第一個看到滑鼠具有商業潛力的人，這是第一次改變世界的產品。第二次改變是將隨身聽變為iPod與iTune。第三次改變是智慧型手機iPhone。第四次改變世界則是提供平版電腦iPad的消費革命。

他提出常保飢渴求知，常存虛懷若愚（Stay Hungry, Stay Foolish），不以任何成功而自滿，形塑這樣的企業文化，使團隊屢創造革命性的價值。他曾有一次對同仁說把過時的舊貨丟掉，大眾需要買新的產品，我們就把這些東西丟掉吧。這個舉動就是告訴同仁養成對顧客利益重視的習慣。

秉持海棉精神 虛心接受

誠如有人稱讚愛迪生是獨一無二的天才時，他說：「事實上，我只不過是塊好的海綿，能吸收觀念並加以利用。我大部分的點子，都是來自那些擁有而不願開發的人。」所以，我認為強調創造力和概念性的學習思維，是必要的通才教育，培養第二、第三專長則是今後生存的關鍵，只講求學歷的教育是絕對不夠的。由於網路的盛行，取得各種學習的資源既方便又不受時間場地的限制。因此，學習的速度將會加快，而且多學幾種技能是輕而易舉，故做不做得到就只剩意願的問題。

「必須先擁有「專才」的基礎上，再加上「通才」的訓練，這樣才能有「專才」的深度與「通才」的廣度。」

什麼事情都是從我們的內心出發，我們要不斷地操練自己，也就是放空自己過去所學的，才能注入新的知識與學問。就像有人向日本明治時代著名禪師南隱問禪，禪師以茶相待卻不說禪。禪師只是不斷將茶水注入客人的杯子，杯子滿了出來還繼續倒。客人眼睜睜地望著茶水不停地溢出來，就很緊張的說：「已經滿出來了，不要再倒了！」 禪師這時才說，「你就像這個杯子一樣，裡面裝滿了你自己的看法與想法。你不先把你自己的杯子倒空，叫我如何對你說禪呢？」所以我曾創一個英文單子，Delete＋Learned＝Delearned，也就是我們需要不斷的放空與不斷的學習， 才能成為符合時代所需的「人財（人即財富）」。A

石滋宜 經營管理博士

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

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

張玉慶—以誠信．做人之道 帶領企業成長

榮慶物流董事長

Editor／蘇美琪． 摘錄2014年4月11日《震旦講堂》

《震旦講堂》邀請榮慶物流張玉慶董事長蒞臨，以榮慶的成長之路，透過其個人及企業的成長歷程，做了精彩的分享。張董事長談及，不管是個人還是企業，首重「誠信」。誠信做人，誠信做事，才能獲得信賴。不管是在非典期間（SARS嚴重急性呼吸系統綜合症），或者是金融危機爆發之時，榮慶都始終落實對顧客承諾，服務不打折，時效不減速，把企業經營中遇到的危機化為轉機。

震旦講堂 × 榮慶物流董事長 張玉慶

出身軍人，為山東省人大代表。創辦榮慶物流，榮獲「國家5A級綜合服務型物流企業」、「中國冷鏈物流第一供應商」、「北京奧運會最佳物流服務商」、「中國物流百強企業」。其中，張董事長的成長與創業經歷已拍攝成電視劇《鄉村都市情》，並在CCTV-8中播映。

「不管是個人還是企業，首重「誠信」。誠信做人，誠信做事，才能獲得信賴。」

初次見到張玉慶董事長，你可能無法相信眼前的他竟然是一位掌控物流、金融、培訓等數個跨行業，年營業額逾二十億人民幣，員工超過4000人的企業家。他的爽朗、幽默，言談間透出的睿智一定會不經意間吸引到你。如果聽他引經據典的講人生，講企業管理，更為他的領導魅力所折服。他以及他所在的企業被拍攝成電視劇，在央視聯播，獲得熱評。他就是榮慶物流的董事長張玉慶。

白手起家 創立榮慶物流

榮慶物流創立於1985年，總部設於中國上海，2008年通過ISO 9001國際品質管制體系認證。是一家集冷鏈、普貨、化工為業務核心的國家「AAAAA」級物流企業，提供全國公路運輸、配送、倉儲於一體的供應鏈服務。公司先後被授予「中國物流百強企業」、「中國長三角冷鏈物流金牌營運商」、「2008年度中國食品物流十佳企業」等榮譽稱號。

他首先從辦公室所懸掛的一幅「貝多芬語」談起，畫中提及「公爵你之所以成為公爵，只是靠你偶然的出身，而我之所以成為貝多芬，卻是靠我自己，公爵過去有、現在有，將來也有的是，而貝多芬卻只有我一個。」他也用這句話激勵自己及自己的部屬，一路走來雖然辛苦，但最終嚐到甜美的果實，因為他認為靠白手起家才是屬於自己的。

張董事長於1985年在山東創業初期，張董事長看到返程的汽車往往空載而歸，為什麼不帶上當地產的蔬菜，載到市場賣呢？於是突發奇想充分運用資源，做起運賣蔬菜的工作，這讓他有了創業的開始，於是購買了第一輛南京「躍進」卡車，這也是他創業賺得的第一桶金。

1993年，成立上海辦事處，業務走向全國，1998年，接獲第一份訂單。2004年，收入首次突破億元人民幣，開展冷鏈體系，奠定市場冷鏈品牌，獲得化工運輸資質，業務走向多元化，並於次年2005年成立上海總部。

秉持誠信是為一切根本 化危機為轉機

但這一路走來並沒有完全順遂，張董事長經歷過非典期間與2008年金融海嘯階段，其中也發生過事故，幾乎到了無法承載的

地步，但張董事長痛定思痛沒有放棄。他說，面對危機應當學會換位思考，就會帶來生機，一切操之在我。凡事如果能化危機為轉機，就會搶抓別人看不見的時間點，反客為主。同時，他堅持以誠信為根本，奠定了成長的基石。最終，榮慶物流在兩次外界的危機期間，績效不但沒受影響，反而越做越大，成就了現在的地位。

他舉出某知名化妝品公司，過往常常缺貨，榮慶物流承接其業務後，秉持著對顧客的承諾和履行責任的決心， 從人員、系統等軟硬體提供全方位改善方案，一年下來，獲得了顧客的認可，贏得了為其服務的機會。另外，在非典期間，一律不裁員，更親上火線到北京坐鎮，帶領士氣，獲得部屬一致的信賴。他也笑言，當時到長城享受和美國前總統柯林頓一樣的待遇，沒有售票、沒有摩肩接踵的人群，有的只是在長城之巔的浩然正氣。

在2008年金融危機期間仍不裁員，因為他的4000名員工背後有4000個家庭需要他，這期間張董事長反倒花錢給同仁培訓，為同仁打好基礎，因為他堅信「物流業」是國家經濟的晴雨錶，也相信國家對於經濟改革是具有信心和決心的；而事實證明他的策略儼然已奏效，不得不佩服他的管理睿智與遠見。

張玉慶的管理哲學：把握機遇 搶得先機

針對張董事長「管理哲學」，歸納分享有以下：

tips 1 具有敏銳的市場洞察力，總是早半步搶得先機。

▲張董事長爽朗、幽默的言談，加上引經據典的講人生、講企業管理，深具領導魅力。

tips 2 秉持求真務實的精神，凡事一分計畫，九分落實。

tips 3 朝向穩健發展，堅定方向，堅持一步一腳印，踏實向前邁進。

tips 4 識人用人能力，把合適的人用在合適的位置上。

tips 5 具有全面掌控力，掌握大局，臨危不懼。

tips 6 以誠信、責任與感恩，打造優秀的企業文化

他的人生與經營管理的精彩故事，也引起大陸多方媒體關注，並已拍攝成電視劇，在各地頻道播映，可見張董事長的故事已成為典範，值得所有經營者與個人學習。

回饋社會，照顧更多家庭

除此之外，榮慶物流對於回饋社會仍不遺餘力，長期關注。如從2002年開始，為養老、助殘、助學累計捐款與捐助物資。也支持當地城鄉公共建設等，如修路、建橋、廣場建設；2008年南京雪災、汶川地震捐款、捐物，並抽調50輛冷藏車幫助運輸救災物資，支援汶川抗震救災；2011年為上海市中、小學捐贈圖書30萬餘冊，2012年在北京遭受暴雨洪災之際，榮慶緊急調派2輛長途車裝運救災物資馳援首都災區，同時也榮獲「慈善之星」美名。張董事長的善舉，不僅僅對內盡到照顧同仁，也發揮大愛精神，救助更多需要幫助的家庭。A

最後分享他的人生哲學，說到「生活就是這樣，我們也就必須這樣對待生活，要勇敢、無畏、含著笑容地～不管一切如何。」也分享給所有《震旦月刊》的讀者們！

自發學習 積極成長

職場趨勢專家教您提升競爭力

Words／許書揚・經緯智庫（MGR）及保聖那（PASONA）台灣分公司總經理

身為職場工作者，不應該被動等待公司替你安排完善的職涯規劃（career plan），相反地，應該要為自己的職涯發展負起責任，一切學習成長都是操之在己。在競爭激烈的職場上，唯有積極的人才能勝出。

案例#1

進修對職涯的助益

研發部門的張經理和同仁宣布，下星期五晚上將舉辦部門的聚餐活動，希望能更凝聚眾人情感。當研發部其他同事都興高采烈地期待著聚餐時，Jerry皺著眉頭，跑去找張經理和他說：「張經理，不好意思，我星期五晚上要上課，所以無法出席部門聚餐了。」

張經理十分驚訝：「上課？上什麼課呢？你是從什麼時候開始上課的？」Jerry回答：「我從兩個月前就開始去念MBA了，所以現在每星期三和星期五晚上都要上課。」張經理又問：「你是去讀MBA的哪一種program呢？」Jerry回經理：「我是在讀工業管理的專班。」張經理想了想，面有難色地說：「以你目前的工作需求，念這種program其實不會為你加分，倒不如去念個在職進修電機碩士，反而比較有實質上的幫助！」

看到張經理並沒有肯定自己去念在職進修班的好學之心，反而是面有難色地表示不贊同他的選擇，這讓Jerry很困惑，公司平常不是都一直鼓勵同仁要持續學習、不斷進修、追求更高的學歷嗎？為什麼他照著主管的話去做，主管卻似乎不太贊成？

「上班族朋友必須要為自己的職涯發展負起責任，一切學習成長都是操之在己。在競爭激烈的職場上，唯有積極的人才能勝出。」

職場專家大解析

身為上班族，不應該被動等待公司替你安排完善的職涯規劃（career plan），主管和公司沒有為你的事業及個人發展負責的責任或義務。上班族朋友必須要為自己的職涯發展負起責任，一切學習成長都是操之在己。在競爭激烈的職場上，唯有積極的人才能勝出。

大部分的企業，都會鼓勵同仁繼續加強專業領域，取得更多的證照、提升職場競爭力。但是，在自我進修（學第二外語、學電腦、讀研究所等）之前，最好主動讓主管了解你的學習意願，和主管討論、徵詢意見，並且針對自己應該發展的能力、方向達成共識，才不會和公司想要栽培你的方向背道而馳。

以Jerry的故事做為例子，如果想要再繼續攻讀碩士學位，可以在進修前先去請教主管，究竟要讀MBA或是電機碩士比較適合自己的職涯發展？如果主管覺得念電機碩士比較適合，也可以再進一步詢問主管，有沒有推薦的學校？透過諮詢主管的建議，可以更清楚知道哪種進修方式比較符合公司對你的期待，哪種進修會真正對你的職涯成長有所助益，進而能夠做更適切的安排。

案例中的張經理可能認為Jerry不適合業務行銷或是管理職務，比較適合繼續在研發領域鑽研深造，因此電機碩士會比MBA適合他。然而，Jerry只從自己的角度去考量想要進修的方向，未事前和主管溝通，不僅錯失了從前輩身上得到指導和建議的機會，甚至可能朝自己不適合的方向前進。

另外，為了取得更高的學歷，很可能會影響到工作品質，因此在職進修也必須考量到時間的問題。當在職進修和工作有時間上的衝突，例如無法配合加班、無法出席部門聚餐、公司舉辦之同仁活動等，應該事先諮詢主管，展現對

主管的尊重，讓對方感受到你對於他的意見十分敬重。主動跟主管討論、報備的這個小小動作，除了能使他感受到被信賴、重視之外，也能拉近你和主管的關係。建議進入公司之後就要好好努力學習、發揮所長，並以在公司長期發展為目標，至於研究所的方向、方法、是否出國留學、去哪個國家、甚至是否留職停薪，可和主管討論。

案例#2

抱持學習心態，不斷成長

Gary在一家公司工作了一年後，覺得自己對於各項工作業務都已經相當熟悉，在公司裡沒有可以成長的空間，所以決定辭職，找尋其他能夠提升自我的機會。離職之後沒多久，就有一家B公司邀請他去面談。面試當天，B公司的主管James和Gary相談甚歡，James認為Gary在各方面的條件都不錯，相當中意這個應徵者。

James在面談中問到：「我看您的資歷都相當不錯，只是為何您上一份工作只做了短短一年就辭職不做了呢？」Gary很有信心地回答：「因為我在那家公司工作了一年之後，認為自己該學習的東西都學得差不多了，自己的成長變得有限。我非常重視自身的學習和成長，所以認為應該離職，才能獲取新知、提升自我能力。」此時只見James微笑地說：「才一年就學得差不多了啊，我在這家公司已經做了三十年了，但是我每天都覺得自己在成長、不斷學習新的東西！」

職場專家 大解析

台灣年輕人離職的原因，常常會歸咎於公司不好、主管不好，或是學習不到新事物、成長有限，很少會在離職時自我審視和批判。年輕人務必要改變這種「千錯萬錯都是公司的錯」的思維模式。離職前要想想，自己是否也有哪些方面的能力不足，無法跟隨公司成長，甚至離開的原因可能不是因為公司不好，而是自己能力不夠。

從企業觀點來看，如果你是一個優秀的人才，公司的主管會不斷賦予新的任務，讓你能有持續學習的機會，促使你不斷成長。此外，如果你真的是個值得公司栽培的人才，主管也絕不會讓你輕易離職。因此，常常抱怨在公司沒有學習機會的人，要仔細想想問題可能是出在自身，是自己的能力不足，而非公司沒有提供學習成長的機會。職場新鮮人在考慮離職之前，應該先自我反省、謹慎思考，切勿把所有錯誤都推卸到公司和主管身上。

對新人而言，首先應該在乎的是如何在最短時間內把該學的技術學好，趕快跟上部門的進度，讓工作能夠準時迅速地完成，同時去思考如何讓自己對組織有所貢獻。很多新人一進公司之後，一味地關心在此職位上未來的職涯發展是什麼，能不能達到他想要的目標。事實上，每間公司對同仁的確會有職涯安排，但通常都是在表現良好，被選為關鍵人才（「key talent」，或「key staff」）的同仁身上放更多的資源。如果表現不夠傑出，公司是不會花太多時間幫你做職涯規劃的。A

職場趨勢專家

許書揚

畢業於國立台灣科技大學，並擁有美國南伊利諾州立大學電腦碩士學位。目前為經緯智庫（MGR）及保聖那（PASONA）台灣分公司總經理。

曾擔任美國運通（American Express）人事經理近四年的時間，自一九九一年加入Pasona Group至今，已在人力資源界累積超過二十年經驗。除負責PASONA與MGR台灣分公司的營運外，亦曾擔任保聖那集團亞太地區執行長以及中國、香港、泰國等地分公司總經理，並協助主導各亞太分公司開發中高階人材之業務。其優異的表現曾獲頒Pasona Group全球海外分公司績效最佳經理人獎。

一般企業不會認定工作一年的新人為關鍵人才，因為第一年都是在學習，第二至三年才能有所貢獻，因此要證明自己，就不要輕易轉換跑道。此外，公司除了計算全體同仁的離職率，也會特別去計算關鍵人才的離職率，這常常也是部門主管工作上的關鍵績效指標（KPI）之一。公司往往會花更大的心思確保關鍵人才留任，同時栽培更好的未來發展。換句話說，唯有先在工作上有非常優秀的表現，公司才會回饋好的機會與資源。

躍昇震旦

震旦集團多年來以「顧客滿意」為首的服務精神，始終如一沒有改變！
未來將持續努力，開創最佳服務品質，回饋給所有顧客。

震旦通訊智慧之星系列報導—顧客服務專訪

用心服務 開創南台灣傳奇

震旦通訊自2010年推行「智慧之星」服務認證制度以來，精緻化的流程與親切專業的體驗式服務深植顧客心中。雖然通訊商品日新月異，但門市智慧之星門市人員以「顧客滿意」為首的服務精神始終如一沒有改變！

Words／震旦通訊

震旦通訊在台南市新營地區有4間門市，分為是新營民治店、新營民治二店、新營延平店及2013年置入在燦坤店內的新營三民店。這四間門市的服務不僅當地老顧客有口皆碑，銷售成績更是幾乎稱霸了當地電信市場。難得的是四間門市，雖然屬於同一地區，但在業績表現上常常在全台都是名列前茅。本篇將專訪四間門市的店長，獨家公開她們如何與顧客建立親密關係的成功經驗。

張靜宜 | 新營民治店長 |

凝聚店內共識 最好的服務帶來最棒的銷售

在民治店服務超過十年以上的靜宜店長，因亮眼外貌，當選震旦通訊智慧之星代表之一，同時身兼品牌大使及店長的她，將「提供最熱忱的服務」視為營店的首要宗旨。自身對於門市工作上的投入及行動力更是不遺餘力，此舉也造就了店內十足的向心力。

「常常看著同仁們，即使休假了也回店內幫忙」靜宜店長說出十幾年來，最讓她感動的，就是全店為了共同目標而努力的精神，不但讓新營民治店履創銷售佳績，更讓許多老客戶緊緊相隨。

王宥淳 | 新營民治二店店長 |

永遠比顧客想更多 服務沒有最好只有更好

從高中開始半工半讀的宥淳店長，因長期接觸服務業，對顧客服務產生了濃厚的興趣。宥淳店長說：「面對每位的顧客，永遠要思考怎樣讓顧客方便，並在最短的時間滿足顧客需求」。

她舉例：「曾看到有位路過的顧客想進店內選購商品，但礙於拖車在附近，遲遲不敢停車，她趕緊出店外，記下需求，並在顧客繞行一圈再回到店門口的時間內，完成銷售程序，運用巧思讓顧客免下車就能滿足需求，既方便又窩心」。

宥淳店長更進一步說：「服務顧客，永遠有進步的空間」，正因為這樣的用心，也讓新營民治二店擁有許多相挺的老客人。

朱宥樺 | 新營延平店店長 |

顧客需求使命必達「顧客滿意」帶來高成交率

新營延平店的宥樺店長是一位非常熱心的店長，在門市服務多年總是把顧客的需求當作自己的使命。對她來說，每個顧客的服務經驗都是特別的故事。

她舉例：「曾經有位在越南經營瓷器廠的顧客，搭機前因手機無法通話而影響生意非常焦急，一早就打電話向她求救，因感受到顧客的不安，即使門市還沒上班時，她就趕到店內幫顧客聯繫處理，也順利的讓顧客在上機前恢復通話，安心出國。回國後，顧客更親自到門市道謝，並堅持要送瓷器給她當禮物。」

每次收到來自顧客的感謝，總是令宥樺店長非常窩心，也正因為這些感動的經驗。讓她更相信堅持這樣的服務精神是對的。

何怡珊 | 燦坤震旦通訊新營三民店店長 |

積極主動的服務 是親近顧客的第一步

怡珊店長不但親切、主動更能耐心的聆聽顧客的需求，同時也是震旦通訊智慧之星代表之一。「對待顧客永遠保持熱情、主動是最重要的，同時也是最難的！」怡珊店長說出她從事服務業多年的心得。她更進一步補充：「因為門市位於燦坤店內，所以有機會主動接觸走進店內的顧客，而熱情、主動的服務正是拉近與顧客距離的第一步。」

她也舉例：「曾經出外發DM，主動接觸一位媽媽，透過帳單健診服務，不但幫她把手機話費降低了，連新手機相關設定也一併幫顧客完成。後來，這位媽媽不僅帶了2個女兒來店內辦門號，更積極幫我安排相親呢。」怡珊店長用她的主動積極與熱情專業，不僅成功打造出新營三民店的銷售成績，與顧客的的關係也越來越親密。

春暖花開出遊時，除了走訪觀光景點和品嚐當地名產外，不妨走一趟震旦通訊，除了可免費帳單健診並讓手機充電外，也可體驗全台智慧之星親切熱忱的服務！A

談「創新驅動產業發展，共同打造中華品牌」

震旦集團獲邀第四屆「兩岸及香港《經濟日報》財經高峰論壇」

震旦集團常務董事 林樂萍

北京中坤投資集團董事長 黃怒波

中原集團主席 黎明楷

中國企業家雜誌社社長 何振紅

中國恒天集團董事長 張杰

中華開發工業銀行副董事長 陳鑫

Words・Photo／震旦集團

第四屆「兩岸及香港《經濟日報》財經論壇」（以下簡稱「三經論壇」）於4月25日在北京人民大會堂舉行。此次「三經論壇」得到兩岸及香港各界的高度重視。中央政治局常委、全國政協主席俞正聲在人民大會堂熱情的接待了與會嘉賓，並發表重要言論。

台灣金融服務業聯合總會最高顧問陳沖、香港特區財政司司長曾俊華及大陸國台辦主任張志軍等兩岸三地產官學界菁英皆出席盛會。兩岸辦公產業品牌震旦集團亦獲邀參與「創新驅動產業發展，共同打造中華品牌」論壇，並由常務董事林樂萍代表出席，分享震旦品牌創新經驗。

本屆論壇主題為「兩岸及香港金融合作新機遇」，聚焦探討兩岸三地在城鎮化發展下的經貿金融合作、人民幣國際化、互聯網時代如何打造中華品牌等議題。除了安排不同內容的專業論壇，與會嘉賓還參訪北京經濟技術開發區企業，近距離瞭解新興科技帶給民眾生活的巨大影響。

此次「三經論壇」對此經濟現況與市場趨勢，邀請北京中坤投資集團董事長黃怒波、中國恒天集團有限公司董事長張杰、震旦集團常務董事林樂萍、中華開發工業銀行副董事長陳鑫、中原集團主席黎明楷參與論壇，主持人則為中國企業家雜誌社社長何振紅。

震旦邁入50年「以軟帶硬、大小通吃」，跨足3D、雲端新事業

震旦集團常務董事林樂萍表示，隨著網路等創新科技的出現，傳統企業必須要思考轉型之道，以面對此一競爭與合作關係快速變化的時代。

震旦集團作為一個即將邁入50年的企業，在經營策略上鼓勵創新、變革。以OA為例，逐漸從傳統的硬體銷售，轉型為專業的辦公解決方案服務；在強化對於中小顧客服務的同時，透過專業MA（Major Account）部門的建置，強攻更具潛力的大顧客市場。簡單概括就是「以軟帶硬，大小通吃」。 同時，發展行動辦公M化，簡化並改造流程，加速產品創新及後勤支援。

面對市場的快速變動，震旦集團於2013年起展開「3D列印」、「雲端服務」等創新市場的佈局。在3D列印市場，台灣與工研院合作發展自有品牌3D印表機，大陸則代理全球最大3D列印廠商Stratasys全系列商品，整合技術及兩岸通路服務優勢，正式跨足兩岸3D列印市場，成為業界唯一『2D+3D列印行銷通路』。另一方面，積極開發雲端市場，整合雲端與移動化裝置，為中小企業節省成本、提升管理效率。

在企業轉型的過程中，人才引進是最重要的步驟之一。如果內部人員無法透過訓練達到要求，就要設法從外部引入。但有時候大環境變得太快，招募人才過程未必順利，此時就要換個方法，尋求與外部企業的合作機會。

以中華文化帶動兩岸三地企業軟實力

談到如何將中華文化的軟實力帶到企業經營及回饋社會層面，林樂萍常務董事向與會者分享震旦博物館傳播中華文化的使命，引起了現場與會者的強烈共鳴。

『三經論壇』為兩岸三地交流建構良好的平台，每屆所設定的主題，更具時代特色。2014年論壇將移師台北，也期許每屆的論壇更上一層樓。

▼論壇嘉賓左起為中國企業家雜誌社社長何振紅、北京中坤投資集團董事長黃怒波、中國恒天集團董事長張杰、震旦集團常務董事林樂萍、中華開發工業銀行副董事長陳鑫、中原集團主席黎明楷。

夏日簡單窈窕

中醫教你正確的減肥觀念

Words／陳盈光・雅丰唯心中醫診所醫師

「醫師，別看我這麼胖，其實很冤枉，我吃得很少，難道我真的連喝水都會胖嗎？」「醫師，我為了減肥，三餐只吃生菜沙拉和水煮蛋，一開始體重有下降，但是最近都降不下來，另外常頭暈、胸悶，最近白帶很多，月經也不來了，怎麼辦？」「醫師，我知道減肥要配合運動，可是我稍微動一下就喘，常常眼前發黑，怎麼辦？」

快到炎炎夏天，許多人趁這段時間瘦身。肥胖固然影響外貌，最重要的是，它是身體發生狀況的警訊。目前常見的減重方法都在減少熱量攝取，或是運動消耗熱量，但有些人已經吃很少卻瘦不下來，也有些人的體能無法配合劇烈的有氧運動；由此可知，瘦身不只是單純控制熱量，重點在身體需要修復。中醫減重的特點就是依照不同體質，給予個人化的治療，讓身體恢復健康易瘦的體質。

肥胖的定義

通常用身體質量指數（BMI）來界定健康體重。BMI就是體重（單位是公斤）除以身高的平方（單位是公尺），如圖示。另一個方便的指標，就是量腰圍，所量測的位置為肋骨下緣、腸骨上緣的腹部中線處，成人男性理想腰圍是小於90公分，女性是小於80公分。

BMI值計算表

	身體質量指數（BMI）（Kg/m²）	腰圍（CM）
體重過輕	BMI＜18.5	
正常範圍	18.5≦BMII＜24	
異常範圍	過重：24≦BMII＜27 輕度：27≦BMII＜30 中度：30≦BMII＜35 種度：BMII≧35	男：≧90公分 女：≧80公分

中醫如何治療肥胖

中醫治療肥胖的方法，除了飲食控制及規律運動外，最有特色的是體質調理，強化消化、去除痰濕，自然就有易瘦體質，以後就算恢復正常飲食也不容易復胖！以下整理常見的肥胖病理性體質：

肥胖的成因

中醫認為肥胖的原因是脾胃受損，消化功能紊亂，造成吃入的食物無法即時營養身體，反而變成「痰濕」儲存起來；所謂的痰濕可能是有形的肥肉，或是高血糖、高尿酸、高血脂。造成肥胖的原因如下：

fat1 **先天稟賦**＞即先天遺傳因素

fat2 **嗜食肥甘厚味**＞肥甘厚味，就是油膩、精細的食物

fat3 **久臥少動**＞長期少運動，造成肥胖

fat4 **久臟腑功能失調**＞肝主疏泄、脾主運化、腎主水；肥胖和肝、脾、腎三個臟腑最有關

CHECK! **您是哪種肥胖體質？做個簡單的自我檢測吧！**

A 脾虛濕困型

POINT 1）常見症狀

- ☑ 形體肥胖，腹部尤其明顯、肌肉鬆軟無力，臉色蒼白
- ☑ 臉、眼泡及四肢浮腫，下午或勞累後更明顯
- ☑ 食欲差食量小，吃不多，卻容易發胖
- ☑ 痰多，喉嚨常有痰不清爽感
- ☑ 口中有黏膩感，常覺得噁心想吐
- ☑ 腹脹、胃悶脹
- ☑ 四肢沉重，懶得動
- ☑ 易頭暈、頭昏重，精神不振、疲倦嗜睡
- ☑ 小便顏色淡，頻尿量少；大便稀軟
- ☑ 白帶多而清晰

POINT 2）**生活處方**

這種體質多因長期飲食習慣不良，例如三餐不定時、暴飲暴食或嗜食生冷，造成「脾主運化」的功能失調，營養不能正常輸布到全身，無法代謝的廢物堆積在身體的局部，形成腹部及腰腿處的肥胖。建議三餐定時，少食寒涼，多吃四神湯。

POINT 3）**建議茶飲**

益氣消脂茶

材料．黃耆20克、白朮10克、茯苓20克、紅棗3粒、生薑3片。
做法．藥材洗淨，放入1200cc開水大火煮開，小火煮約20分鐘，溫服。
功效．補氣健脾、利水消腫。

●**醫師叮嚀：**黃耆益氣健脾；白朮、茯苓健脾消水腫；紅棗健脾和中，生薑溫陽利水。

B 肝鬱氣滯型

POINT 1）**常見症狀**

- ☑ 全身肥胖，皮膚暗沉
- ☑ 情緒不穩定，容易緊張或焦躁發怒，常嘆氣
- ☑ 會有一直想吃東西的衝動，容易暴飲暴食
- ☑ 不容易入睡，睡眠多夢
- ☑ 胸口脹滿不適，肋骨下方脹痛
- ☑ 常覺口苦咽乾
- ☑ 大便時而便秘時而腹瀉
- ☑ 月經不定期，月經量少甚至閉經，經前容易乳房脹痛

POINT 2）**生活處方**

多因精神壓力過大，造成「肝主疏泄」

的功能失調，引起腸道氣機不利，消化功能失常。建議找到良好紓解壓力的方法，並規律運動使氣機條達。

POINT 3）**建議茶飲**

舒壓花草茶

材料．薰衣草10克、菩提葉10克、洋甘菊10克
做法．以2000c.c滾水沖泡後當日常茶飲用。
功效．舒緩緊張、幫助睡眠。

●**醫師叮嚀：**能安定情緒和舒緩壓力；菩提葉能減輕失眠；洋甘菊常用於抗發炎、安定心神，此外還能幫助紓緩經前症候群，對於改善睡眠品質也有幫助。

C 胃熱滯脾型

POINT 1）**常見症狀**

- ☑ 全身肥胖結實，臉色紅潤，容易長痘痘
- ☑ 食慾旺盛食量大，容易有餓的感覺
- ☑ 胃灼熱痛，胃脹氣
- ☑ 常覺得有口苦、口臭、口乾舌燥、嘴破
- ☑ 怕熱，喜歡喝冷飲
- ☑ 小便黃，常有便秘問題

POINT 2）**生活處方**

胃火旺的成因有很多，絕大部分是因為吃了太多刺激性的食物、熬夜所造成，要改善此種狀況除了服藥之外，更重要的就是要戒除不良的生活習慣，建議飲食清淡少食油膩炸辣，並養成早睡早起的習慣。

POINT 3）**建議茶飲**

清熱消脂茶

材料．荷葉10克、山楂10克、白茅根10克、決明子30克
做法．以2000c.c滾水熬煮約15分鐘，可當日常茶飲用。
功效．清熱利濕、消脂、通便。

●**醫師叮嚀：**荷葉功效為清熱利濕，常用於治療夏季暑熱頭痛，水腫肥胖。山楂可降血脂，抑制脂肪的吸收。白茅根清熱生津，除濕利尿。決明子作用為清熱、明目、利尿、潤腸、通便、降脂。

D 脾腎陽虛型

POINT 1）**常見症狀**

- ☑ 形體肥胖，顏面虛浮，眼瞼浮腫、黑眼圈明顯；臉色發黃，沒有光澤
- ☑ 食量不大但容易發胖，喜歡吃熱食，吃生冷容易腹瀉
- ☑ 怕冷。雖然穿的衣服總是比別人多，但還是會覺得冷，一旦受涼就拉肚子
- ☑ 手腳冰冷
- ☑ 疲倦，早上起來精神差，覺得怎麼睡都睡不夠
- ☑ 一到下午雙腿、足背就感覺腫脹
- ☑ 常覺得腰痠、腳跟痛，體力變差
- ☑ 小便多且清晰，半夜常起來上廁所；大便稀軟
- ☑ 白帶清晰量多，性慾減退

POINT 2）**生活處方**

這類患者就是俗稱「喝水都會胖」的體質。多由於年老虛弱、久食寒涼等引起。水液代謝脾、腎有關。「脾主運化」，脾能運化水穀、化生精微、營養全身；「腎主水」，水液代謝仰仗腎陽的蒸騰氣化。脾、腎陽不足，不能運化的水液變成痰濕潴留體內。建議少食生冷，多吃蔥、薑等能讓體溫升高的食材。

POINT 3）**建議茶飲**

杜仲減肥茶

材料．杜仲葉12克、烏龍茶3克
做法．將杜仲葉切碎，與茶葉一同入茶杯內用沸水沖泡10分鐘，即可飲服。飯後喝效果更佳。
功效．降壓消脂、潤腸通便。

●**醫師叮嚀：**杜仲葉可以消除水腫，加速肝臟的脂肪代謝、促進大腸蠕動、抑制脂肪與膽固醇的吸收；此外，有補肝腎、強筋骨、興陽事之功效。烏龍茶有助於保護心血管，還有降低體脂、腹部脂肪的效果。[A]

多數人減肥想要快速瘦身，短時間達不到目標就放棄；其實，減肥最重要的，就是訂立適當的減重計畫，以每週減輕 0.5～1 公斤體重為原則，遇到減肥瓶頸期時，也不要灰心，記得跟您的醫師討論找出原因，一定可以瘦得健康又漂亮！

ADC震旦設計中心

product design award 2013

鏈上清爽
CABLE BAG

Words、Photo／震旦設計中心

透過設計師獨特規劃，打破固有走線模式，提供一個時尚的「家」的概念，利用PET回收毛氈布，完美包覆線材。

時尚、簡潔、環保的桌下走線產品『Cable Bag』，因其獨特的設計外觀與環保材質應用 (看似毛料材質的袋身，其實是回收的PET纖維聚合物製成的紡紗)，榮獲2013年IF大獎，成為震旦家具商品中最具時尚樣貌的配件。

你我或許都有這樣的經驗，蹲在辦公桌下整理著由桌面垂下來的幾條交纏一起的電源線、電話線、網路線，常常線還沒理順，耐性失去了大半，人生似乎就被這幾條線給惱火了…只能說剪不得理還亂，越理心越亂啊！面對如此窘境，設計中心的工業設計師們想到什麼解決方案嗎？是的。

『我打算就用個包包，把這些電線全給裝起來，拉上拉鏈後，這些線或許就會安分服貼地待在包包裡…省去那些煩人的理線動作…找個家給這些線住下吧！』工業設計師李明談起『Cable Bag』最初的構想；『我甚至為了證明我的想法可行，隨即動手畫了草圖，然後利用PET回收毛氈布來製作我的樣品…發現效果挺不錯的…讓我對於這個構想更加有了信心…』李明進一步提起實現構想的過程。初始單純的想法，不厭其煩的逐次設計調整，成就了全新的走線商品『Cable Bag』。

全新的體驗

辦公桌下的走線產品，一直以來都是以功能導向，作為設計訴求點，雖然實用卻少了些趣味。

面對一成不變的工作內容與辦公空間，也常讓人提不起工作勁來，設計中心藉由設計趣味的辦公配件來改善工作環境的氛圍，為工作空間帶來新的活力。2 Point小吸鐵與Cleaf產品（前兩期介紹過），都為增添辦公空間生氣活力的好產品。

『Cable Bag』的設計師透過其獨特的見解，打破固有的走線模式，藉著日常生活中常見的包包，包裹著散落的各類線材，提供他們一個時尚的『家』，讓辦公空間充滿人性的活力。試想下一回，當您需要整理桌下那一條又一條糾纏不清的線材時，『Cable Bag』將會是您的最佳選擇，只需要簡單的步驟，您就能安裝好『Cable Bag』，接著優雅不費力的將電線全放進袋身裡，拉上拉鍊的瞬間那糾纏的電線只留清爽了。要不您也試試『鏈上清爽』的感覺。A

三種維度顛覆思維

打破有型有體的設計想像

Words／Gerome；**Photo**／BERG、Ionna Vautrin、venividimultiplex

對一般人來說，設計到底是什麼？這個問題所得到的答案非常有趣，某部分你會聽到設計可能就是在外型上做點文章，加點裝飾或是上色；也有些人會說，設計是一個博大精深的領域，裡頭充斥著不同類型的專業；另一部分也可能聽到這就是有錢人、有品味的人才過的生活。姑且不論這沒有正確答案的問題，你對於設計的生活想像又是什麼呢？

Carry On Seat椅凳

如果你有機會走一遭展覽活動，會發現當今對於設計這個火熱的詞是一種顯學，從家具、消費性電子、汽車到寢具織品等等，除了拚規格、砍價格之外，其實還有另一條路可以走。儘管大部分的人仍認為設計是一種實際上的做法，其實更多時候談的一種超越型體的設計想像。

善用譬喻法，添加你的生活趣味

很多設計的靈感，需要一點論述、一點想像，或是一個讓人心滿意足的故事，而這些創意的發想靈感，好好地體驗生活絕對是有幫助的。法國設計師Ionna Vautrin，在1979年出生於法國，畢業於l'école de design Nantes Atlantique，以獨立女性設計師，為設計界的女流再添一筆，尤其以在產品設計多以男性為主的領域在內，Ionna Vautrin可說是異軍突起。從2002年畢業之後，Ionna Vautrin到了業界戰場迎接挑戰，第一站去了西班牙的Camper，之後又到義大利的工業設計師George J. Sowden工作室裡學習，最後一站可謂煞羨不少人，就是到法國當紅的設計兄弟檔Ronan & Erwan Bouroullec工作。一路從品牌企業到當紅炙手可熱的設計師，這對於Ionna本身是一個千載難逢的機會，尤其在不同國家的合作經驗當中，學習當地的設計、產業文化，對於未來要朝向國際發展的設計師而言，是一條學習必經之路。

GamFratesi為瑞典Swedese公司設計非常有趣的椅子，取名 Cartoon卡通椅

❝ 很多設計的靈感，需要一點論述、一點想像，或一個讓人心滿意足的故事，而這些創意的發想靈感，好好地體驗生活絕對是有幫助的。❞

Binic桌燈，這個形狀的設計靈感是來自潛艇的探望鏡，如同浮出水面進行海面情況蒐集探勘。

Ionna Vautrin同時也在思考如何發展自己的設計，當中與不同單位合作累積作品與對外溝通的能力，也為自己的設計試水溫。2010年獲得Grand Prize of the creation of the city of Paris肯定，2011年之後，Ionna Vautrin終於以自身品牌獨立對外經營。近年多與國際品牌合作，像是Foscarini、Industreal、Mezzo等等。

不過Ionna Vautrin在作品上的表現，以豐富的擬人想像作為表現，玩的是一種用譬喻法拉近人與物件的關係，但又不那麼直接，像是Binic桌燈，名字取自法國布列塔尼半島上的一座燈塔名，而這個形狀的設計靈感是來自潛艇的探望

鏡，如同浮出水面進行海面情況蒐集探勘，Ionna把這個意向用在為Foscarini的燈具設計上，帶點童趣又不失功能性。另外，復活島上的巨石像一直該地的代表物，而Ionna所設計的Moaïs巨石像桌燈是她與巴黎知名藝廊Tools Galerie合作，造型是仿造復活島上的巨石，不同樣高矮胖瘦的燈具一亮起來就如同人臉造型，其中表面其實還以不同紋理處理，以這些微細的變化傳達每一具臉譜的表情動作。

你沒想過的眾人互動設計

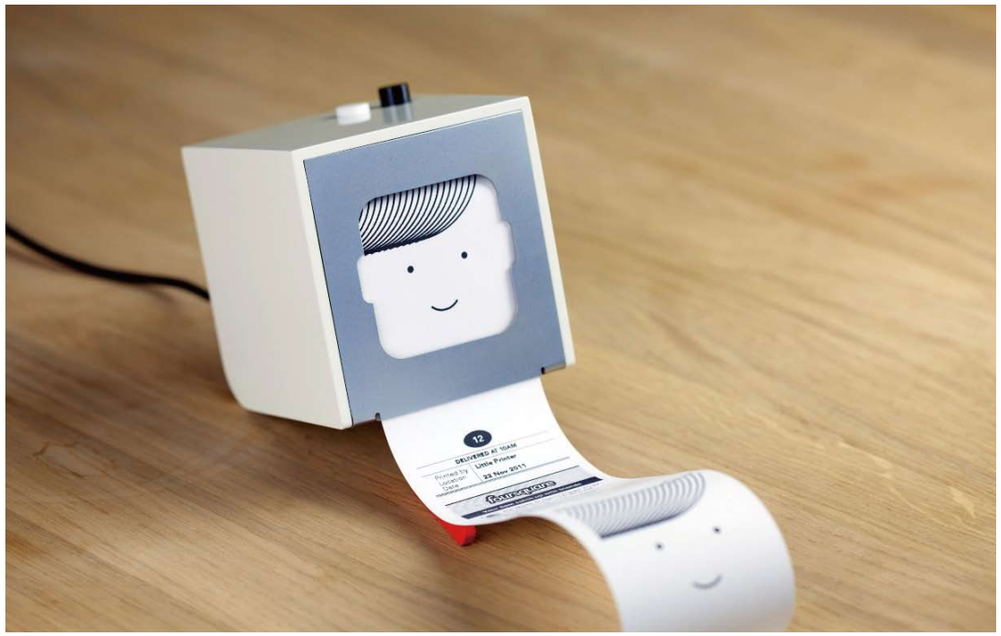
對於設計的想像，除了實體我們所常見的產品設計，充斥你生活之中的家具設計等等，其實還有更多部分。其中互動設計是一個有趣的類別，在人與人之間或是人與物體之間找出關聯的巧妙，而這樣的過程是可以被設計或是預想的。Rijksmuseum荷蘭阿姆斯特丹國家博物館大玩互動設計，找來當地的互動設計團隊venividimultiplex一起合作打造一場燈光藝術。超脫以往燈光藝術只能遠觀，雙方共同打造出能夠透過腳踏車驅動產生電力點亮燈泡的互動裝置Lightbattle，當中最有意思的就是強調群體合作，當產生電流越強就會點亮越多的燈泡，同時雙方可以比拼點亮的燈泡數量，因此雙方會用力踩著腳踏車並且邀攬更多人參與，這無形之中也拉近人們之間的關係。

點醒你的真實生活

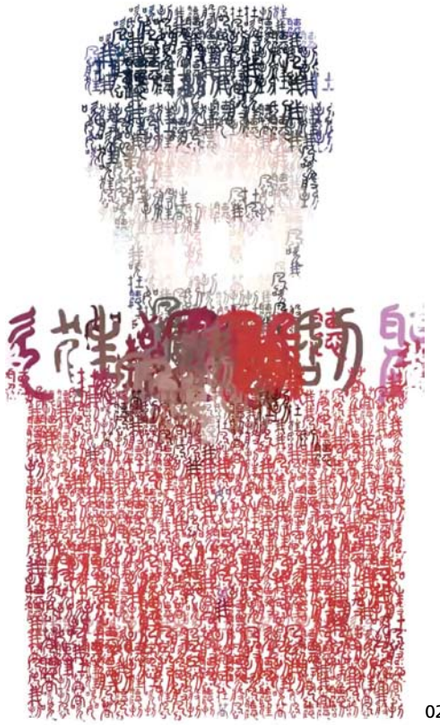
除了互動與實體上的設計，有些設計師將設計用在喚醒更多對於現代生活的反思，尤其數位科技的應用氾濫，許多即時性的東西都在我們彈指之間的螢幕就完成了，不過也讓人們對於生活科技的偏好依賴越來越嚴重。英國設計工作室BERG Design Studio，創辦人Matt Webb堅信一個理念就是「紙張是一個很理想的社會媒體」（Paper is an ideal interface for social media），他認為目前充斥著網路語言與數位匯流快速交替的時代，任何訊息都像滄海一粟。但又是誰說21世紀紙張已經退流行？Matt並這樣認為，他設計了一款可以放在桌上看似玩具且充滿童趣的小型列印機，放在桌上可能還以為是個小擺飾，而這台小機器只能印出像是收據般的小紙條又能用來幹嘛呢？雖然Matt本身認為紙張是不錯的媒體資訊，但不代表他排斥使用數位科技，反而活用數位匯流結合異界夥伴，像是Google、英國衛報（The Guardian）、NIKE等等。透過手機app還可以印列出小型折價券、待辦事項確認單、分享跑步的里程數、數獨等不同資料。

選在當下設計出這個擁有不完全列印功能的印表機，尤其現代科技逐漸向數位化與雲端靠攏，這個產品似乎有點不合時宜。不過Matt卻認為在虛擬世界有連結的好友，是否真的關心？還是只因為社群網絡不斷更新現況讓人不得不追蹤？他比較相信實體、小型的團體，帶有真實感。如同影印出的小紙張，握在手中就是有那份存在感。尤其紙張，可以是全家共通的媒介，貼在冰箱上而不是用facebook連絡近在咫尺的家人。A

荷蘭阿姆斯特丹國家博物館，找來互動設計團隊venividimultiplex，共同打造一場燈光藝術



英國設計師Matt Webb設計一款可以放在桌上看似玩具且充滿童趣的小型列印機



02 03

一場超越展覽形式的展演

《蛻變的舞步》策展人樂大豆專訪

震旦博物館 AURORA MUSEUM

Words／震旦博物館；Photo／© n + n Corsino

震旦博物館與新媒體藝術創作展的同台並置，乍看之下反差不小，但在《蛻變的舞步》策展人樂大豆（Davide Quadrio）的理解與陳述中，法國藝術創作團體郭衷忠（n+n Corsino）的新媒體藝術與震旦博物館兩者的關聯慢慢被廓清，可能性多樣而緊密，最直接的鏈結可以聚焦在兩者皆有之「媒介特質」與「文化傳譯舞臺」的相遇，也期待觀眾能在其中找尋更多的閱讀樂趣，讓當代藝術與古文物博物館共同激蕩出新的生活文化面貌。

樂大豆來自義大利，移居中國近20年，長期從事藝文工作且涉獵多廣，目前除了在上海視覺學院（SIVA）擔任講師，也是Arthub Asia的負責人，創辦推廣新媒體藝術的非營利組織，眾多國際專案累積的長長履歷，與他舉例生動且幽默的談話相應，展現出樂大豆對文化藝術工作的熱愛與靈活。他喜於投注更多的努力和思考，讓每一次策畫更圓滿，因此他認為所有過程串成的整體才是最珍貴的，能讓一個展覽不僅止于美麗的表面，而是要成為「有靈魂」的展覽。此外，直至今日樂大豆都希望每個專案在過程中，能催生與當地有關連的內容連結，落實文化交流對話的實質可能，而非單純移動地點的陳列。這種具有對譯轉化特質的創作方式，需要創作路徑具有彈性，能承受變動，創作能量相對成熟的藝術家才能勝任，本次《蛻變的舞步－郭衷忠n+n Corsino新媒體藝術展》便彙集著上述幾個特質。

> 今日中國，可以看到許多參照西方模式成立的博物館，卻不一定具有國際性，在我心中震旦博物館絕對是國際級，就算把它放在紐約、倫敦或其他城市，它展現的精緻品質依然耀眼，這是無庸置疑的。

01

01_《蛻變的舞步》策展人樂大豆先生（Photo by：Daniele Mattioli）
02_作品《符號、介面、瞬息》的創作靈感來自震旦館藏文物
03_作品《班加羅爾小說》結合印度書寫文字與舞蹈動態

郭衷忠（Norbert Corsino, Nicole Corsino）這一對夫妻檔創作團體，共同發表作品已近30年，專業領域原為舞蹈與劇場。表演藝術中，全程觀賞表演者的演出與事後觀看錄影記錄的感官體驗差異頗大，所以郭衷忠從1990年代起開始投入結合多媒體的創作，透過新的藝術介質，試圖為觀眾創造更貼近親自體驗表演的互動。

超越展覽形式的展演

本次展覽呈現著郭衷忠的代表性創作，用動態畫面串接起豐富的視覺效果，樂大豆認為這些藝術並非前衛的，而是經典的、在意「視覺美」的。這些作品涉及舞者、動態、表演、聲音、劇院…等等，超越一般展覽與實體藝術作品的可能呈現範疇，除媒介的差異外，也容納各種各樣的跨界合作。因此，作品試圖形構的是五感的、聰明的（有耳有目）

溝通，當中有或深或淺的流移，可以是表面的形式，或是內層的哲學思辨。

實際接觸郭衷忠的作品，首先獲得的是視覺上的刺激，肢體動態轉變成抽象的符號，貼近表演藝術的部分，連結著人類最原始的溝通方法，以此為起點建立與人自身、與生活、與不同文化間的表述及轉譯。從這個創作特質出發，可以展開許多不同文化的觀察研究，如《班加羅爾小說》（Bangalore Fictions）中的印度文學，《上海2》（Shanghai II）中近似水墨的畫面，及以受震旦博物館古器物學形紋研究成果啟迪的新作《符號、介面、瞬息》（Signs, Surfaces and the Instant），透過數位編碼，回應從建立符號的起點，到覆蓋符號的平面，擴及其中包含的時間片段，映現著動態、時間與空間三者的結合顯現。

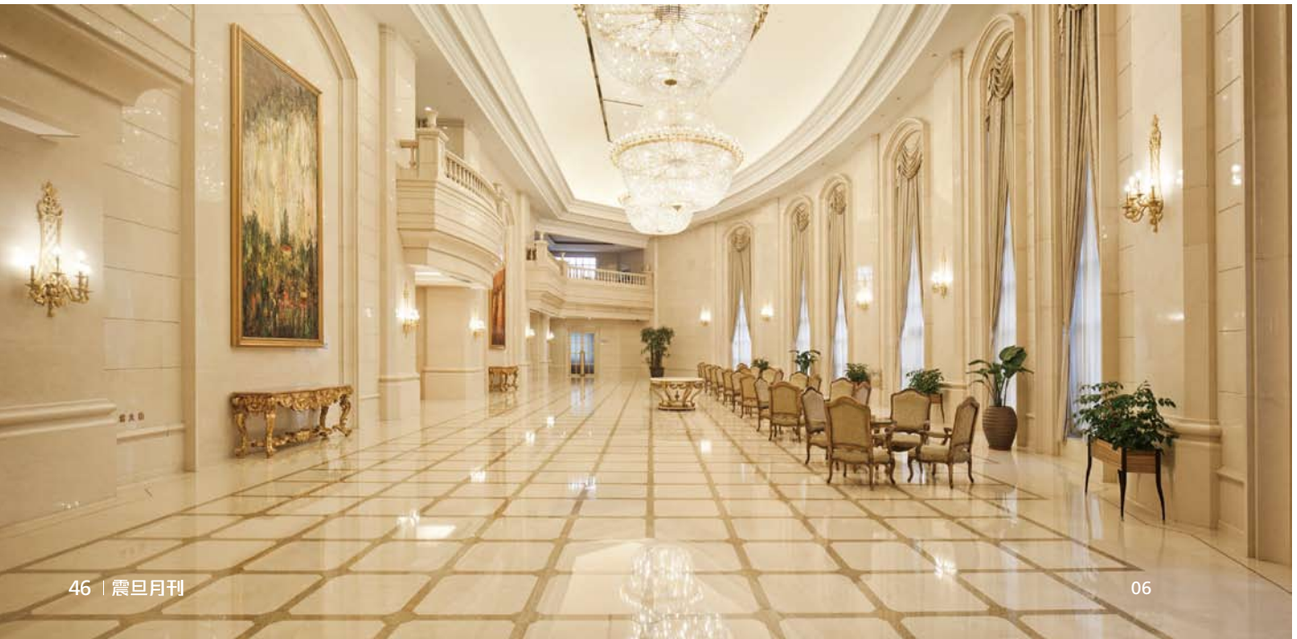
新作《符號、介面、瞬息》的核心概念如同郭衷忠藝術創作脈絡的總結歸納，所以在本次展覽有著既是單件作品名，也是展覽主題（英文標題）的特色，樂大豆說：「郭衷忠的作品如同人、如同生活一般，處於一直改變的狀態，就像本次展覽命題一般，既是作品名也是展覽名，是概念也是整體，不同的元素可以各自拆離，獨立存在，也可以並置。在形式上是裝置、是表演、是展覽，有著各種可能的擴展。加上新媒體藝術作品依附於光與影的特性，因此，可以說是一個超越一般展覽形式的展演。」

04

04_法國新媒體藝術創作雙人組合郭衷忠Nicole Corsino and Norbert Corsino
05_作品《班加羅爾小說》以如同連環漫畫般影像呈現舞者的動作與文字
06_上海震旦國際大樓2樓水晶廳優雅的空間

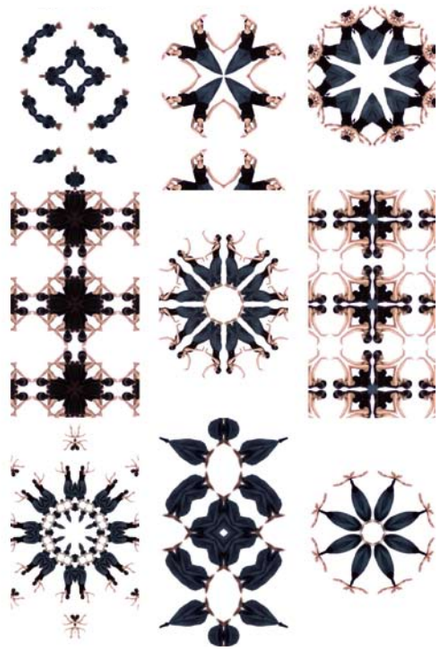
有共鳴的形式

對策展人而言，另一個關於展覽的有趣



06

05



「對我而言，這就是一個由好的空間、好的藝術家、好的作品和好的觀眾參與所共同組合的一個整體性展覽。」

想法是：要如何呈現給觀眾看？首先是能不能選一個不一樣的展示空間？再來是藝術家是否具有適應新空間的能耐？主要展示空間最終選定在震旦國際大樓的2樓水晶廳，這個特殊的開闊空間，既有優雅莊重的古典風格，也能呼應郭衷忠創作的「舞臺」脈絡，在不同于白盒子空間的場地裡，形成一個因地制宜的展示，在華麗之中加入舞臺彈性搭建的特質。加上作品具有互動性特質，牽連起更多的展演面貌，諸如：人與作品的互動，作品置於公共空間的互動，文化古今形式的互動…等多異的組合。而郭衷忠善於掌握不同空間氛圍，重新安排作品的展現，並添加對應空間的裝置。獨特的空間選定、互動樣貌的擴散與用心的規劃過程，促成這個強調整體性的展覽。

相較於「為藝術而藝術」過於純粹的展覽，樂大豆更關注藝術是否與生活有所連結，新媒體藝術的互動性有著與生活連結的面向，論及此，有著持續觀察的樂大豆認為：「感覺中國觀眾對多媒體的接受特別自然。新媒體藝術在亞洲應該能被接受，不僅是特定的年齡，而是各種年齡層，從兒童到老年人，都能被這種形式吸引。」因此，觀眾在展覽中與作品互動，相遇後有感於衷的體驗過程，將會為《蛻變的舞步》注入更多的能量。

從2013年在威尼斯雙年展舉辦的《獨角獸與龍》，到2014「中法文化之春」的重點項目《蛻變的舞步》，以及將於今年11月舉行的「The making of a Museum」國際論壇，充分展現出博物館具有時間跨度的分段規劃，可以看見震旦博物館正在用小而具體的嘗試，踩出接近當代藝術的步伐，對震旦博物館而言，在發展當代藝術時，是有計畫逐步紮根的，這一個特別的「根」，就是自身的古文物研究學術體系，它將成為無數的「概念」或「發想」，發展出各種藝術聯繫的可能，如同它為本次展覽帶來的獨特力量。

22 Book

震旦博物館出版叢書介紹

文物精粹

戰國晚期 玉獸首大帶鉤

震旦藝術博物館致力於中國古代文物的收藏、研究及推廣，館內收藏以玉器、陶瓷器、佛教文物及畫像石為主，藏品精美豐富。本書是震旦藝術博物館的開幕紀念冊，書中精選84組件珍貴典藏，以饗社會大眾，值得文物愛好者仔細閱覽。A

東漢
送賓、車騎畫像石

北齊 半跏思惟菩薩像

【內容精選】

1、玉器部分：收錄新石器時代晚期至清代的玉器55組件，有禮器、佩飾器、武器、服飾器、擺飾器、象生動物及杯、盒、爐等器皿，品項豐富，雕工精美，堪稱各代玉器裡的精品。
2、佛教文物：收錄東魏至明代的佛教文物23件，包含佛、菩薩、弟子、飛天、羅漢等尊像及造像碑，以及舍利瓶、舍利棺、鎏金寶塔等地宮文物，體現古代佛教藝術的精神與美感。
3、畫像石磚：收錄漢代和北魏的畫像石6件，內容包含周公輔成王、專諸刺吳王、婦女紡織、車馬出行、樓閣拜謁、迎送賓客及昇仙圖等題材，運用拓片輔助實物照片的方式，來呈現畫像石的雕工之美。

玉器發展史系列

- 紅山玉器 ● 商代玉器 ● 西周玉器 ● 春秋玉器
- 戰國玉器 ● 漢代玉器 ● 唐宋元明清玉器

館藏精選系列

- 藏品圖錄 ● 文物精粹 ● 古玉選粹1
- 佛教文物選粹1 ● 佛教文物選粹2
- 青花瓷鑑賞 ● 元青花瓷鑑賞

館際合作系列

- 芮國金玉選粹—陝西韓城春秋寶藏

鑑賞研究系列

- 認識古玉新方法

書籍銷售點

台灣地區｜北部：國立故宮博物院、國立歷史博物館、三民書局、汗牛文物藝術書店、華典文物書店、榜林文物書店、樂學書局、CANS藝術新聞雜誌、蕙風堂、世界書局
南部：庫存書書社（高雄）

大陸地區｜北京：罐子書屋、韞玉齋、中國文物書店、錦祥堂
上海：震旦博物館、罐子書屋

日本地區｜藝友齋

- 台灣地區 886-2-2345-8088轉1721游小姐
- 大陸地區 86-21-5840-8899 轉203 張先生
- 官方網站 www.auroramuseum.cn

古代佛像的材質變化

北齊 菩薩立像

此尊造像表面附著許多灰褐色的泥土，泥土容易剝落，不會影響原本的石材質地。（圖一）

古代佛像以石、木、泥、銅等材質製作造型後，還要加以貼金彩繪才算完成，但是在千百年的歲月裡，佛像受到風吹、日曬、雨淋等氣候的影響，或因人為因素而埋入地下，大多無法保持光鮮亮麗的形象，有的覆滿塵土，有的彩繪褪盡，有的斑駁龜裂，或是長滿鏽斑，這些變化普遍見於古代佛像上，是鑑賞佛像不可忽略的課題，本文選取泥土附著、黏性物質、彩繪褪色、木質龜裂、青銅銅綠五項，介紹佛像的材質變化。

Words／吳棠海・Photo／震旦博物館

一、泥土附著

泥土是出土佛像最普遍的附著物質，其顏色為灰褐色，形態呈塊狀或粉屑狀，但是僅止於附著，也比較容易拍落，不會影響到佛教造像的材質。

例如圖一為北齊的菩薩立像，菩薩頭戴寶冠，身穿天衣和長裙，肩上有圓形飾品，胸前佩掛長串瓔珞，手上戴著腕釧，跣足立於圓台上。菩薩的臉型長圓，眉毛彎曲，鼻梁修直，嘴角上揑，面帶微笑，清秀的面容、華麗的衣飾及端麗嫻雅的姿態呈現北齊造像的風格。

此尊造像以石灰岩雕刻造型和紋飾後，再敷上彩繪顏料來裝飾，目前表面除了有彩繪顏料之外，還有許多泥土，這些泥土的厚度不均，局部有結塊的現象，從泥土剝落處可以看到彩繪顏料會脫落，但是石質本體並不會因為泥土的附著而產生變化。類似的泥土附著現象亦可見於山東青州出土的佛像上。

二、黏性物質

出土佛像的附著物質與周遭環境息息相關，除了常見的泥土之外，有時也會看到某些黏著力比較強的黑褐色物質。

例如圖二為北齊的佛立像，佛頭頂上的肉髻隆起，螺髮整齊排列，長眉彎曲，鼻梁挺直，雙眼向下垂視，神情肅穆寧靜。佛的身上穿著僧祇支和袒右肩式袈裟，胸前紮著一條束帶，袈裟自左肩披覆而下，寬長的衣襬垂掛在屈肘的左臂上，表面以淺浮雕凸稜表現垂墜的衣褶紋理，線條簡潔流暢。

北齊 佛立像

此尊造像表面的附著物黏著緊密，不易脫落，也是出土佛像常見的生坑現象。（圖二）

北齊 盧舍那法界人中像

此尊造像表面原有貼金彩繪，因為年代久遠而有掉彩和褪色的現象。（圖三）

此尊造像也是石灰岩製品，表面原有貼金彩繪作為裝飾，目前除了殘留少量的彩繪顏料之外，還有許多黑褐色的物質，這些黑褐色物質緊緊附著在佛像的表面上，與佛像肌理黏著在一起，也是入埋環境對造像的影響。

三、彩繪褪色

古代的佛教造像中，以石、泥、木、夾紵等材質製作者大多有貼金彩繪的裝飾，但是經過歲月的洗禮和所處環境的影響後，這些貼金彩繪都會發生褪色和剝落的現象。

例如圖三為北齊的佛立像，佛首已佚，軀幹略呈扁圓柱狀，佛身穿著圓領通肩式的寬版袈裟和長版內衣，肩部圓緩，胸部寬厚，右手自然下垂，手指微彎輕提袈裟，左手屈肘平舉，雙腿平直站立，體態平穩莊重。

佛衣表面沒有雕刻衣褶紋理，只是以圓緩的凹弧面表現衣著貼體的樣子。灰

遼代 觀音坐像

此尊造像表面的彩繪脫落，木質本體也有凹痕和龜裂的現象。（圖四）

藍顏料勾勒圓領、袖口及衣襬等邊緣，再於內部畫上橫豎相連的線條作為框界，形成上下相連、左右交錯的界格。

界格內部用各色顏料和貼金方式繪畫佛陀、菩薩、飛天、人間、動物、鬼道及地獄道等圖像，在自然風化的影響下，這些貼金彩繪除了有剝落現象之外，殘留的顏料也因褪色而失去鮮麗的色彩，此種情形於各個石窟寺院中極為普遍。

四、木質龜裂

木質也是古代佛教造像的媒材之一，因為質地輕、取得容易及雕刻方便等因素而廣為佛教寺院所採用，然而木質容易腐朽，時常毀於水火之災，少數留存至今的珍品，也往往有龜裂和受蝕的現象。

例如圖四為遼代的觀音坐像，觀音菩薩的頭上戴著華麗的寶冠，寶冠中間有一尊阿彌陀佛坐像，寶冠之下的髮絲縷縷分明，臉型方圓飽滿，雙眼細長向下垂視，身上穿著寬鬆的袍服，下身著裙，腰間繫帶，胸前佩掛串飾，雙腳向上盤起為跏趺坐姿，雙手平放於腹前，神情端莊嚴肅。

此尊造像以木材雕刻而成，表面原來塗繪了紅、黑、白等彩繪，如今彩繪顏料紛紛脫落和褪色，露出造像本體的木

材質地，我們可以看見菩薩身上有許多大大小小的縫隙，腳上的縫隙寬深，正是木質龜裂的現象，類似的情形亦可見於其他的公私收藏中，是木質佛像共有的特徵。

五、青銅銅綠

青銅是以銅和錫為主要成分的合金，也是佛教造像的媒材，所製作的青銅佛像本來呈金黃色，受到空氣裡的濕氣影響，或是長期入埋土中，表面會因為氧化作用而生鏽，變成灰青色，所以稱為青銅，而此銅綠即是材質變化的表現。

例如圖五為明代的韋馱像，韋馱頭上戴著頭盔，盔頂以翎毛裝飾，身上穿著鎧甲，下著戰裙，雙腿綁著護膝，腳套戰靴，雙手合十，開步站立，神情英勇，姿態雄健威武。戰袍表面縫綴盾形牌飾，表現金屬堅硬的質感，腹前加飾一個瞠目露齒的獅面，具有保護和強化氣勢的雙重功能。

此尊造像以銅合金鑄造而成，質感堅硬，並有一些金屬的光澤，韋馱臉部、戰袍及靴履等處皆呈灰青色，正是氧化生鏽所產生的銅綠現象。相同的改變亦可見於各公私收藏的銅質造像上。

佛像的材質變化與環境息息相關，了解其生成原因與特徵後，對於古代佛像將有更深入的鑑賞。下期將從「工」的角度介紹古代佛像的成形工藝。 A

明代 韋馱立像

此尊造像以銅合金製作，局部可見綠色的銅鏽，是銅質造像常見的氧化物質。（圖五）

館藏精粹賞析

Words／吳棠海・Photo／震旦博物館

扁壺是元代青花瓷的標準器物之一，無論造型風格、紋飾布局或製作工法，都有獨樹一幟的特色，如本期所要賞析之例即是元代的作品。

此件扁壺的瓶口圓而小，口沿微向外敞，並且突出為厚唇，頸部短直，肩部呈方圓形，上面各有一對螭龍，以俯首拱身的姿態作為繫耳，壺體腹部呈上寬下窄的扁長方體，底下有長方形的圈足，圈足內部有刮釉痕跡。

從壺體外表和其他同型器物的破片觀察得知，此件扁壺的製作方法是採分段模印法組合而成的。陶工先用外模壓印法製作瓶口、前腹部、後腹部、底足及四個螭龍形繫耳，再將其黏接為一個整體，仔細觀察與觸摸時，可以在腹部兩側和近底處發現縱向垂直與環繞一圈的黏接痕跡。

壺身表面布滿紋飾，頸部為帶狀蓮花紋，腹部以如意雲頭紋邊框區隔，中間的如意雲頭紋上方繪畫二隻鳳鳥，一隻鳳鳥由上方迴旋而下，另外一隻鳳鳥昂首向上相迎，周邊布滿纏枝菊花紋，以鳳鳥穿花的景象傳達吉祥的意義。

如意雲頭紋邊框下方繪畫二條龍紋，右龍頭上尾下，呈上升狀，稱為「升龍」，左龍尾上頭下，呈下降貌，稱為「降龍」，龍紋一升一降、張開足爪、彼此嬉戲，上方留白處點綴火焰紋和雲紋，增加龍紋的神聖氛圍，底下繪畫細密的波濤，習稱海水雲龍紋。

由於紋飾皆以進口的蘇麻離青料繪畫，顏色濃豔如藍寶石，並有自然凝聚的黑疵斑點，紋飾筆畫粗細並用，線條明快而有力量，正是元代青花瓷器的特色。 A

元代 青花雙龍戲珠紋四繫螭耳扁壺

高40.8公分／震旦博物館提供

震旦集團物資捐贈

遇見陽光 看見希望

01

02

03

01_震旦OA台東 陳坤松經理（中）帶領震旦服務團隊代表集團捐贈辦公家具，由財團法人陽光社會福利基金會魏昌波主任代表（左二）受贈。

02_震旦家具物流千里迢迢從物流中心前往台東，車程雖較長但到達現場不但不顯疲憊，更拿出專業及用心的態度進行組裝。

03_設置保管庫，讓重要的文件及物品有個良好的空間放置。

Words／陽光社會福利基金會

今年就讀小學六年級的小慈，一出生左邊臉頰就佈滿血管瘤，但因為家庭經濟收入有限，小慈一直沒有積極接受治療。又因為台東地區缺乏工作機會，為了讓小慈能好好長大，也能有機會接受血管瘤治療，小慈的爸媽在小慈很小的時候就北上工作，小慈則跟著阿媽在台東鄉下生活。

小慈臉上的血管瘤很明顯，難免會受到其他孩子異樣眼光的對待，但懂事的她從未抱怨過臉上的血管瘤，因為她知道爸爸媽媽很辛苦地賺錢，照顧著她和阿媽的生活。陽光東區中心在一次台東校園宣導活動中發現了小慈，社工和老師溝通後，決定提供醫療跟交通經濟補助，讓小慈可以安心地接受血管瘤治療。

小慈每次北上治療返回台東後，花蓮的陽光社工即會前往台東探望她，了解治療的狀況，並給予後續的協助，希望能幫助小慈跟她的家人獲得支持。但礙於花蓮台東路途遙遠，社工以往兩三個月才能探訪一次小慈，現在，陽光在台東成立工作站，社工可以有更多的時間跟機會關心小慈，陪伴她安心長大。

陽光慈善行動 區域化服務

陽光東區中心在花蓮成立十二年來，已在花東地區服務超過800位燒傷及顏損朋友，辦理770場燒傷、口癌預防及關懷接納宣導。在區域服務過程中，陽光東區中心發現，台東地區因極度缺乏醫療及社福資源，燒傷及顏損朋友無法獲得立即地醫療及社福協助，由花蓮提供服務緩不濟急。

04_陽光娃娃（左二）與三位英雄人物一樣雖然都戴著頭套，但都有著無比的勇敢精神，努力活出自己的人生。

此外，台東地區因隔代教養多、家庭功能普遍較弱、族群文化及生活型態等問題，缺乏完善的教育資源，造成安全與健康的觀念貧瘠，易導致孩童在家庭的意外；且成人罹患口腔癌比例高，但資訊獲得來源有限，更缺乏相關意外及疾病「預防或治療的知能」。有鑒於在地化服務對於服務輸送非常重要，及預防宣導教育刻不容緩。

陽光於今年4月在台東成立工作站，以提供台東地區服務使用者及其家庭更即時及完整的服務，同時也透過校園及社區宣導提升台東地區民眾對燒傷預防及口癌防治的認知與行動。因此工作站成立急需辦公設備相關物資，震旦集團得知後，立即回應陽光，讓台東新工作站得以順利成立，此次共捐贈一批辦公家具，包含會議桌、公文櫃、網椅等品項。

除此之外，桃竹工作站於3月也正式成立，震旦同時也捐贈部分椅櫃等辦公物資。在開幕茶會現場，陽光傷友為大家精心準備歌唱與烏克麗麗表演，令在場的來賓感動不已；包含桃竹當地的傷友大哥也到現場分享其受傷的心路過程，期盼其它傷友也能像他們一樣得到浴火重生的力量。

陽光東區中心魏昌波主任表示：「非常感謝震旦集團認同陽光的服務理念，不僅讓我們感受到來自企業的溫暖，更讓陽光台東工作站同仁們，能夠有更好的辦公環境，提升工作效率之餘，也讓台東個案家庭有更溫暖的服務。」A

震旦月刊 歡迎您來訂閱

《震旦月刊》是震旦集團以知識、文化形式，
回饋社會所發行的刊物，1971年創刊迄今已有42年歷史，
發行地區涵蓋兩岸三地及其他地區。
《震旦月刊》不但深受社會各界喜愛，更屢屢獲得獎項的肯定；
曾獲得台北市政府勞工局頒發的「**優良企業刊物市長獎**」及
行政院勞委會的「**全國優良勞工刊物優等獎**」。
《震旦月刊》願與更多讀者分享，歡迎免費索取！

free

免費訂閱方式 / 讀者意見

👉 歡迎按 讚 加入粉絲頁
facebook 震旦月刊 GO

- 網站訂閱：登錄集團網站www.aurora.com.tw（震旦月刊）訂閱。
- 傳真訂閱：請完整填寫以下內容並傳真訂閱（02）2345-8733轉1619。
- 本公司對所蒐集之資料將依法保密；您可來電或傳真依法請求停止蒐集、處理及利用，或請求刪除等之權利。

如對月刊上有任何意見，請E-Mail至maggies@aurora.com.tw，謝謝！（發行公司保留修改變更訂閱方式的權利）

※ 本人已閱讀並同意　貴公司及關係企業得將訂閱資料，於行銷活動宣傳目的範圍內，限於台灣地區永久使用。

姓名：_____（簽名）　出生：____年____月____日　性別：□男 □女

公司：_____　部門：_____　職稱：_____

地址：□□□

_____

電話：(0)_____　(H)_____　手機：_____

E-mail：_____

■ 職業：□製造業　□貿易業　□軍公教　□服務 / 直銷　□金融 / 保險
□文化 / 傳播　□科技 / 資訊　□建築 / 房仲　□學生　□其他_____

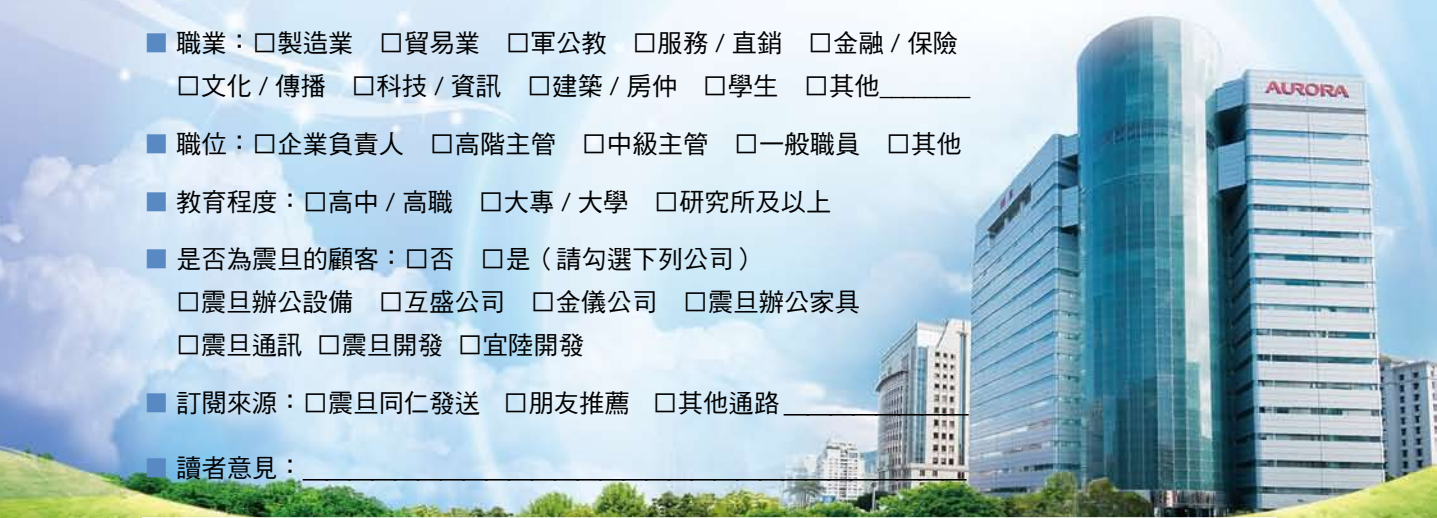
■ 職位：□企業負責人　□高階主管　□中級主管　□一般職員　□其他

■ 教育程度：□高中 / 高職　□大專 / 大學　□研究所及以上

■ 是否為震旦的顧客：□否　□是（請勾選下列公司）
□震旦辦公設備　□互盛公司　□金儀公司　□震旦辦公家具
□震旦通訊　□震旦開發　□宜陸開發

■ 訂閱來源：□震旦同仁發送　□朋友推薦　□其他通路_____

■ 讀者意見：_____



震旦集團 AURORA GROUP
震旦辦公設備（02）2298-9366｜震旦辦公家具（02）5581-8588｜震旦通訊（02）2796-5757
金儀公司（02）2345-8018｜互盛公司（02）2747-6789｜宜陸開發（02）6600-2168