

提升職場競爭力的知識夥伴

震旦  
AURORA

名人講堂

識學株式會社創辦人  
——安藤廣大  
機制化之神 讓「人」動起來



藝文饗宴

館藏精粹賞析  
明宣德 青花雲龍紋梅瓶

1971年7月創刊・發行52年9個月

APRIL 2024 四月號 No.633

# 雙軌轉型

## 讓企業動起來



電子版月刊

未來企業以數位創新與永續發展的雙軌轉型，不斷調整營運模式，  
來面對快速變遷的市場，以因應國際永續趨勢。

震旦月刊  
AURORA MONTHLY

歡迎訂閱

# Para

Take Easy Take Freely

## 創造永續的未來

**迎接** 4月世界地球日的同時，本月封面故事主題—「雙軌轉型，讓企業動起來」，邀請讀者反思地球資源的有限性，以及思考如何實現企業的永續轉型。並透過可持續發展的數位轉型策略，降低對環境的影響，創造更多社會價值。

企業講師鄭緯筌認為數位轉型已成為企業生存和發展的關鍵，隨著科技不斷演進，企業也應不斷調整策略，以因應未來的挑戰和機遇。並提出知名企業轉型的案例供參考，協助企業實現數位轉型的目標。

趨勢顧問黃祖強則引述波士頓諮詢公司的資料顯示，在未來三年，有95%的顧客服務公司，將採用人工智慧機器人做服務。成功的數位化轉型不是百分之百的技術導向，而是強調顧客，以市場為依歸，為顧客提供更有價值的服務，找到企業存在的意義，達成企業永續的使命。

在名人講堂中，介紹識學株式會社創辦人安藤廣大所提出的「識學」理念，他認為正確的數學觀念和實踐方法，對於工作場域中的認知和效率提升至關重要，也是企業發展的關鍵。樂活人生單元，以春天氣候多變化的主題，報導春季過敏問題，並提供專家建議，教導大家如何遠離過敏困擾，享受春日的美好。

數位轉型、人工智慧等科技將深刻改變我們的的生活和工作方式。在多變的市場環境中，持續學習和適應顯得更為重要。讓我們共同努力，持續友善我們的地球與環境，創造更永續的未來。 **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 · 2024/4/1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、楊家豪、張哲維  
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

執照登記為雜誌文寄  
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。本刊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.633  
APRIL 2024



A p.12

雙軸轉型已不再是一個選擇，而是企業生存和發展的關鍵所在。



A p.20

識學株式會社創辦人——安藤廣大



A p.32

助眠小道具的外型設計成毛茸茸的寵物，長長的尾巴更增添溫度。

**E** 編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 創造永續的未來  
文／蘇美琪

**M** 大師專欄 MASTER COLUMN

04 如何活出有意義的人生？  
文／艾瑞克·喬根森

**M** 大師輕鬆讀 MASTER 60'

08 成為轉型領導者  
編譯／大師輕鬆讀

**C** 封面故事 COVER STORY

10 探索新浪潮，啟動創新動力  
序言／蘇美琪

12 後疫情企業新時代  
啟動雙軌轉型新征程  
文／鄭緯笙

16 不轉型即淘汰  
跳脫舒適圈 迎向數位時代  
文／黃祖強

**C** 名人講堂 CELEBRITY TALK

20 識學株式會社創辦人——安藤廣大  
機制化之神 讓「人」動起來！  
文／悅知文化

**M** 職場觀點 MANAGEMENT

24 善用管理學SMART原則  
「量身訂製」你的成功之路  
文／黃至堯

**I** 創新經營 INNOVATION

28 雙軸轉型 勢在必行  
站穩腳步 奠定永續基石  
文／詹文男

**D** 玩味設計 DESIGN

32 好眠設計②  
助眠小道具 輕鬆入夢鄉  
文／李俊明

**L** 樂活人生 LOHAS LIFE

37 春季過敏 噴嚏打不停  
用對方法 遠離過敏問題  
文／林欣怡

**A** 躍昇震旦 AURORA NEWS

42 震旦雲×連鎖餐飲HR管理系統  
高彈性雲端人資系統  
解決人資痛點  
圖·文／震旦雲

44 金儀推出「金儀大管家平台」  
助企業邁向ESG低碳轉型  
圖·文／金儀公司



**A** 震旦博物館 AURORA MUSEUM

46 震旦博物館特展  
孫堯——兼天湧  
On the Waves of亮相上海  
圖·文／震旦博物館

**A** 藝文饗宴 ARTS PLAZA

48 古器物學講座  
——認識元青花瓷專題③  
草原風格之元青花  
圖·文／吳棠海

52 震旦博物館出版叢書介紹  
漢代玉器  
圖·文／震旦博物館

53 館藏精粹賞析  
明宣德  
青花雲龍紋梅瓶  
圖·文／吳棠海

**L** 愛心公益 LOVE ACTION

54 震旦人公益行動「溫暖隨行」  
永續前行 一起共好  
圖·文／震旦集團

COVER STORY

透過數位創新與永續發展的結合，企業不僅在競爭中立於不敗之地，更引領未來商業趨勢。讓我們一起探索這股新浪潮，開啟創新動力新時代！





# NAVAL RAVIKANT

## 納瓦爾·拉維肯

文／艾瑞克·喬根森（天下雜誌出版社）

如何讓自己身邊圍繞著成功人士？找出自己擅長的事，或了解身邊的人需要什麼，然後用它來幫助人，不求回報。

## 如何活出有意義的人生？

### 矽谷傳奇創投家

矽谷傳奇創投家暨創業家納瓦爾，不僅僅是一位世界級的經營者，更以個人獨特的生命哲學，掌握了一套快樂致富的原則，並且從不吝惜對外分享生命的意義。

### 納瓦爾給年輕人的三個提醒

納瓦爾對創造財富和學習讓自己快樂的智慧洞察，深深影響了新世代的年輕創業家和知識工作者。以下帶你了解矽谷傳奇創投家的投資哲學與人生智慧。

年輕時，基本上有三個真正重要的決定：要住哪裡、跟誰在一起，以及要做什么。我們花很少時間決定要

走入哪一段關係；我們花那麼多時間工作，卻花很少時間決定要做哪一種工作；選擇在哪個城市生活，幾乎能完全決定我們的人生道路，但我們卻花很少時間思考要住在哪個城市。

如果你要在一個城市住上十年，如果你要從事一份工作五年，如果你要發展一段關係十年，你應該花一到兩年的時間決定：

☑ 要住哪裡？

☑ 要做什么？

☑ 跟誰在一起？

以上決定對你的人生至關緊要。這三個問題或許是你人生中最重要的人了，你應該花時間去思考。不要隨波逐流，也不該把自主權交給別人。

如何讓自己身邊圍繞著



成功人士？找出自己擅長的事，或了解身邊的人需要什麼，然後用它來幫助人，不求回報。所有遇見，始於緣分，皆有因果。時間久了，你就會吸引到你想投射的人事物。但不要計時，不然你會失去耐心。

對於社會新鮮人（甚至老鳥）來說，進公司工作最重要的一件事，就是經營人脈。想想你會跟誰一起工作，這些人之後會做什么事。

選擇智商高、能力強的夥

伴，但更重要的，須有誠信。找到對的人，跟你一起玩長期賽局。所謂長期賽局是正和遊戲，大家一起合力把餅烤好，盡量把餅做大。在短期賽局裡，卻是把大餅切成一塊又一塊，互相搶奪。我對於無法持續、甚至難以持續的事物都不感興趣，包括困難的關係。

工作時，跟比你成功的人在一起工作。玩樂時，跟比你快樂的人在一起玩樂。人生路上會面臨許多困難選

擇，一旦你做出選擇，就要跟這個選擇綁在一起很長一段時間。創業可能要十年；開始一段關係，可能會維持五年，甚至更久；搬去一個城市，一住就是十年或二十年。這些決定的影響都可能延續很長一段時間。除非你很確定，至少要非常肯定，否則不要輕率做出選擇。

如果你為了一個決定做了一張表，列出一長串的好壞、利弊，卻依然不確定，那麼答案就是否定的。如果

你眼前有兩個選擇，你都想要嘗試，但難分高下，那就選短期比較辛苦的那條路。

人腦會習慣推開短期痛苦，但先苦後甘，比先甘後苦好，因為這條路會引領你走向長期收益，尤其在複利的助力下，長期收益遠比你想像的更為巨大。

### 什麼樣的人最能實現財務自由？

許多人都想要財務自由，但如果你沒有擁有公司的一部分，就很難達到財務自由。為什麼擁有公司股權對致富如此重要？這就是所有權與支薪工作的不同。出賣自己的時間領薪水是可以賺錢，但即使你是律師或醫生，你賺到的錢仍然無法讓你達到財務自由。你還需要被動收入，也就是在你去度假或睡覺時仍能幫你賺錢的資產。

一個老上司曾經提醒我：「太聰明的人反而無法致富，因為永遠會有人給你一份足夠好的工作。」這或許

是最重點的一點，一般人都以為可以藉由支薪工作來創造財富，但這可能行不通，其中原因很多。

沒有所有權，你的投入和產出就會緊密連結。幾乎所有領薪水的工作，即使是律師或醫生這類高時薪的工作，也都是用投入工作的時間來換取薪資。

沒有所有權，你放下工作去度假或睡覺，甚至退休後，就賺不到錢。你的收入也無法出現非線性成長。就算是名醫，你會發現他們也是因為自己開業才致富。他們開設私人診所，建立了品牌，以個人品牌，或擁有某種獨特的醫療儀器或醫療流程來吸引病患。

基本上，如果你是老闆的員工，你的老闆就承擔了風險和責任，但同時他也擁有智慧財產權和品牌。他只會以業內的合理薪資給付你薪資，不可能支付你太高。或許你的薪資相對於其他人算是高薪，但當你退休，這份

工作也就無法再為你帶來任何收入，所以不算是真正的財富。

當你擁有公司的股權時，你擁有的是有增值空間的資產；而當你擁有債權時，你得到的只是一份保證收入，不會再增加。你要擁有的是股權，如果沒有股權，你賺大錢的機會就會非常渺茫。

你要把擁有公司股權，當作努力的目標。你可以透過兩種方式掌握公司股權：買股票，成為公司的小股東，或是自己創業。要創造財富，所有權真的很重要。

真正賺到錢的人，都擁有某個產品、事業或智慧財產權的一部分。如果你在科技公司工作，可以透過認股，這也是個不錯的起點。不過，真正的財富通常是自己創業，甚至投資事業去創造出來的。這些都是致富之道，沒有任何一個是用時間換來的。A

出自：《納瓦爾寶典》／天下雜誌出版社

// 「太聰明的人反而無法致富，因為永遠會有人給你一份足夠好的工作。」  
一般人都以為可以藉由支薪工作來創造財富，但這可能行不通。//

你問  
我答

No.  
633

### 《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

機制化有個大前提，就是要「\_\_\_\_\_」。要先能做到最基本的\_\_\_\_\_，機制才有辦法發揮作用。

掃描看解答



A 遵守期限    B 創造價值    C 實現夢想

V: 卷景

出自／名人講堂：機制化之神 讓「人」動起來！

# 成為轉型領導者

編譯／大師輕鬆讀

如果你的行動激勵人們更勇於做夢、學習，做得更多也成就更多，那麼你就是「轉型領導者」。你會影響人們思考、說話及行動，從而對他們及其他人的生活產生正面作用。這種領導方式可以改變世界！



看更多精彩內容



「培訓領導者」與「轉型領導者」之間，存在巨大的差異：

## A 培訓領導者



- 培訓領導者了解如何領導。
- 培訓領導者很受歡迎。
- 培訓領導者往往喜愛領導。
- 培訓領導者幫助人們。
- 培訓領導者是值得追隨的人。
- 培訓領導者有其職業。
- 培訓領導者試著影響今日的人們。
- 培訓領導者致力影響一些人。

## B 轉型領導者



- 轉型領導者了解他們為何領導。
- 轉型領導者深具感染力。
- 轉型領導者關愛他們領導的人。
- 轉型領導者幫助人們改變。
- 轉型領導者要求人們有所作為。
- 轉型領導者有其天命。
- 轉型領導者的影響力是永久的。
- 轉型領導者致力影響許多人。

如果你渴望從培訓領導者轉變為轉型領導者，需要採取以下5種行動：

### 行動 1 先清楚了解轉型領導者該有的作為

因為他們各不相同。卓越領導者形形色色，但是當你仔細觀察轉型領導者時，你會發現一些值得你多加努力的特徵：

- 轉型領導者能看見別人看不到的事物。他們深具遠見，並常說「有何不可？」從而帶領人們迎向更光明的未來。
- 轉型領導者不怕說別人不敢說的話，他們能清楚表達美好未來的樣貌。
- 轉型領導者擁有別人所沒有的信念，他們堅信自己能有所作為，並且改變世界。
- 轉型領導者具有滿腔熱血，他們對於事物有不同的感受。
- 轉型領導者準備做其他人不願承擔的艱辛工作，他們追求大膽的目標，並帶領他們的團隊一起前行。

### 行動 2 首先，致力體驗自己的轉變

然後再引導其他人轉變。道理很簡單，你要領導的第一個人，就是你自己。想要改變別人，你自己必須先改變，然後你才能幫助別人體驗相同的變化。轉型領導者會在他們要領導的人身上，重現這番轉變。

### 行動 3 根據自己內在的變化，採取積極的行動

這樣你才能從知道變成做到。現實是，每一項改變都是辛苦的工作。為了幫助他人克服困難，你必須帶頭做起。要引導他人轉型，你需要有勇氣先讓自己經歷相同的轉型。

### 行動 4 建立一個促進正向改變的環境

也就是一個發布正確且正面訊號的地方。具體說明如下：

- 尋求熱情支持轉型的領導者，而且他本身就是能體現轉型所帶來好處的絕佳例證。
- 提供可用於教授良好價值觀的資源，這些資源將幫助人們探索想法，並決定如何採取行動。
- 成立小型團體，讓人們在轉型時可以學習並獲得支持。
- 致力發展及培養更多具有足夠經驗來帶領轉型的領導者。

### 行動 5 致力和你社群中的人一起做出改變

先改變自己，再邀請你身邊親近的人也這麼做。從內到外散播這種轉型。A

# 探索新浪潮， 啟動創新動力

序言／蘇美琪；文／鄭緯筌、黃祖強

透過數位創新與永續發展的結合，企業不僅在競爭中立於不敗之地，更引領未來商業趨勢。讓我們一起探索這股新浪潮，開啟創新動力時代！



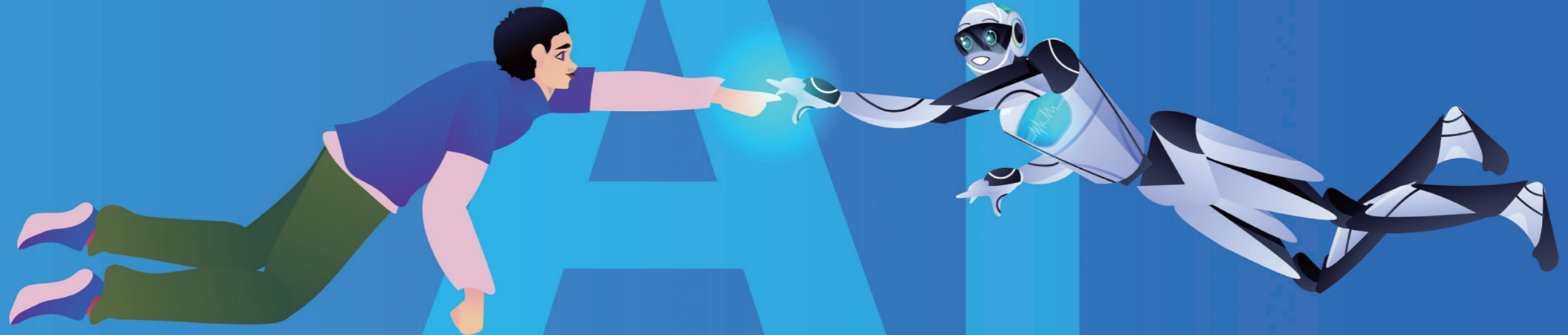
## CHAPTER 1

後疫情企業新時代  
啟動雙軌轉型新征程



## CHAPTER 2

不轉型即淘汰  
跳脫舒適圈 迎向數位時代





CHAPTER 1

後疫情企業新時代

# 啟動雙軌轉型新征程

文／鄭緯筆·現任企業顧問、職業講師與專欄作家

隨著2024年的來臨，逐漸擺脫過去幾年疫情帶來的陰霾。隨著世界逐漸恢復正常的節奏，企業界也正站在一個關鍵的轉折點上。數位轉型已經不再只是一個選擇，而是企業生存和發展的關鍵所在。

**科技**的不斷演進，企業需要不斷調整和更新自己的策略，以應對未來的挑戰和機遇。針對企業在數位轉型過程中所面臨的挑戰和機遇，提供一些建議，幫助企業順利實現其數位轉型的目標，展望未來的發展方向。

## 為何現在適合推動雙軌轉型？

**1 數位化浪潮來臨：**  
隨著人工智慧、5G、物聯網、雲端運算等新興技術的快速發展，數位化已成為企業提升效率、開拓新業務的必經之路。2024年



看更多精彩內容

|| 企業在面對破壞式創新時，應該採取雙軌並行的策略。一方面，保留現有業務，並進行微幅度的轉型 (A)；另一方面，嘗試改革性的轉型 (B)，以打造新的成長引擎。||

這股浪潮將來得更為迅猛，迫使企業必須面對加快數位轉型步伐。

**2 環境法規日趨嚴格：**  
應對氣候變遷，各國政府不斷制定更嚴格的環保法規，要求企業減排和採用更環保的營運模式。提早進行永續轉型，可以因應局勢，有更多餘裕。

**3 消費者期待更高：**  
現代消費者更加重視產品和服務的永續性，希望企業在發展過程中兼顧環境和社會責任。及早思考轉型可滿足需求，並樹立良好的企業形象。

**4 長遠競爭力考量：**  
透過數位和永續雙軌轉型，企業不僅能夠提高營運效率、減低成本、開發新商機，還可以吸引優秀人才。此舉有利於提升企業的長期競爭力和抗風險能力。

近年來，許多人都在高談數位轉型，大多把焦點放在科技的應用，這固然是大勢所趨，卻容易忽略轉型背後的價值與意涵。在史考特·安東尼等作者合著的《雙軌轉型》一書中就提到，企業在面對破壞式創新時，應該採取雙軌並行的策略。一方面，企業要保留現有業務，並進行微幅度的轉型 (A)；另一方面，企業也要嘗試改革性的轉型 (B)，以打造新的成長引擎。

根據知名市場研究機構IDC的調查，全球企業在2023年的數位轉型支出達到1.8兆美元，

## 企業進行雙軌轉型的步驟

### 重新定位現有業務

**1** 企業的經營者要先對現有業務進行分析，找出其優勢和劣勢。然後，建議貴公司要根據市場的變化，重新定位現有的業務。

### 創造轉型 (B) 的新成長引擎

**2** 企業不能只求穩定，更要探索新的市場和需求，並開發新的產品和服務。

### 發展領導力和團隊能力

**3** 企業要積極培養具有領導力和團隊能力的人才，以支持雙軌轉型的實施。

預計到2025年將達到2.4兆美元。可見，數位轉型已成為企業不可忽視的趨勢。

在數位科技與ESG永續發展的雙重衝擊下，企業面臨著前所未有的挑戰與機遇。為了在瞬息萬變的市場中保持競爭力，企業必須進行雙軌轉型，特別是數位轉型與ESG轉型。

誠然，投入雙軌轉型是一項複雜的工程，需要企業的長期投入。但是，如果企業能夠成功地進行雙軌轉型，就能夠在新的市場環境中保持競爭力。

在數位轉型的浪潮下，企業紛紛透過導入人工智慧、大數據與雲端運算等新興技術，以提升營運效率、改善客戶體驗、開發新產品與服務。

近年來，ESG議題受到全球投資人與消費者的重視，許多企業也開始積極投入ESG轉型。



根據PwC的調查發現，有73%的台灣企業表示已將ESG納入企業策略。在ESG轉型的過程中，企業需從環境、社會與公司治理三個面向進行改善，以降低對環境的衝擊、提升社會責任、強化公司治理。

### 全球知名企業的成功案例

- **亞馬遜公司**：亞馬遜是全球最大的電子商務公司，積極推動數位轉型，發展了雲端運算、人工智慧等新業務。此外，亞馬遜也積極投入ESG轉型，該公司創辦人員佐斯除了發起「全球氣候承諾運動」，他們也承諾在2040年前實現碳中和。
- **微軟公司**：微軟是全球最大的軟體公司，積極推動數位轉型，發展了雲端運算、混合實境等新業務。此外，微軟也宣布「登月計劃」，要在2030年實現碳負排放，還要消除

1975年成立以來的碳足跡。

- **西門子公司**：西門子是全球最大的工業集團之一，積極推動數位轉型，發展了工業互聯網、智慧城市等新業務。西門子同樣積極投入ESG轉型，承諾在2030年實現碳中和。
- **SAP公司**：SAP是全球最大的企業軟體公司，積極推動數位轉型，發展了雲端運算、人工智慧等新業務。SAP的願景是打造零碳排、零浪費及零歧視的未來，並特別重視全方位運籌帷幄與推動ESG。
- **豐田汽車公司**：豐田汽車是全球最大的汽車製造商之一，積極推動數位轉型，發展智慧製造、自動駕駛等新技術。該公司也發布「豐田2050年環境挑戰」和「豐田環境行動計畫」，彰顯他們希冀實現碳中和與循環型社會的願景。



## 在雙軌轉型的過程中，企業應充分考慮自身的實際情況，制定合適的策略與方案，以克服挑戰，實現成功轉型。

- **索尼集團**：索尼（SONY）集團是一家全球領先的娛樂和科技公司，積極推動數位轉型，發展出遊戲、虛擬實境等新業務。索尼在2022年宣布爭取提早十年達成兩大氣候承諾，包括 2030年自身營運使用100%再生能源，以及 2040年涵蓋供應鏈實現碳中和。
  - **阿里巴巴集團**：阿里巴巴是大陸電子商務公司，積極推動數位轉型，打造了新零售等創新模式。此外，阿里巴巴也積極投入ESG轉型，承諾在2030年實現碳中和。
  - **騰訊控股有限公司**：騰訊是大陸社群媒體公司，積極推動數位轉型不遺餘力，陸續發展智慧城市、金融科技等新業務。騰訊宣佈計畫在2030年前實現自身營運及供應鏈的全面碳中和，同時實現100%綠色電力的目標。
  - **鴻海精密工業股份有限公司**：鴻海積極推動數位轉型，打造了工業互聯網平台，以提升生產效率。鴻海將積極規劃與實施減碳專案及使用再生能源，以達成2050年淨零排放目標。
  - **台積電股份有限公司**：台積電是台灣晶圓代工廠，一直以來都非常重視數位轉型。台積電也積極投入ESG轉型，致力於減少碳排放、提升社會責任。該公司擴大綠色影響力，持續攜手供應商深化低碳管理，透過碳盤查、節能減碳輔導，鼓勵供應商導入碳捕捉設備，進而削減價值鏈間接碳排放。
- 從上述案例可以看出，全球企業都在積極推動雙軌轉型，以應對數位科技與ESG永續發展

的雙重衝擊。在雙軌轉型的過程中，企業應充分考慮自身的實際情況，制定合適的策略與方案，以克服挑戰，實現成功轉型。

### 推動雙軌轉型的策略和措施

- ⇒ **建立數位化基礎設施**：企業應投資建立適合自身業務需求的數位化基礎設施，包括資訊系統、數據分析工具等，以提高效率和競爭力。
  - ⇒ **推動產品與服務創新**：企業應鼓勵同仁參與產品／服務創新，開發符合市場需求的新產品或服務，以擴大市場佔有率和增加收入。
  - ⇒ **進行組織與管理創新**：企業應重視組織文化建設和管理創新，建立靈活、創新的工作環境，鼓勵同仁提出建議和改善方案。
  - ⇒ **提升同仁數位素養**：企業應加強培訓同仁的數位素養，提高其運用數位科技的能力，以應對數位轉型帶來的挑戰。
  - ⇒ **注重永續發展**：企業更應關注ESG議題，推動企業社會責任和環境永續發展，以符合國際標準和趨勢。
  - ⇒ **與專業機構合作**：企業可以與專業機構或顧問公司合作，獲得專業指導和支援，協助企業順利推動雙軌轉型。
- 透過以上策略的實踐，相信可以有效推動雙軌轉型，提升競爭力，並迎接數位化時代的各種挑戰。 **A**



CHAPTER 2

不轉型即淘汰

# 跳脫舒適圈 迎向數位時代

文／黃祖強·企業趨勢顧問

波士頓諮詢集團（Boston Consulting Group）的一項調查發現，95%的顧客服務領導者預估，在未來三年，他們的顧客將得到人工智慧機器人的服務。當越來越多談論人工智慧（AI）、大數據、生成式AI（AI Generative Content）等發展訊息出現，它們融入我們生活的速度，只會增加並無所不在。

**未來** 人工智慧的技术進化超乎一般人的想像，變成人類因應環境改變、解決生活需求的重要工具之一。固然它也會帶來新的社會衝擊，但個人可利用它

來提高生產力與工作價值，企業應用AI將如網路發展，衍生出組織的數位轉型（digital transformation），早已刻不容緩，也攸關企業永續的存廢，如不面對將面臨淘汰命運。

|| 成功的數位化轉型不是百分之百的技術導向，而是強調顧客，以市場為依歸，為顧客提供更有價值的服務，達成企業永續的使命。||

## 透過數位化轉型 實踐企業永續使命

數位化轉型是指利用新技術和徹底改善企業運營方式的過程。它涉及將數位技術集成到所有業務領域，包括戰略、運營、行銷和顧客服務。這種類型的轉型可更細膩的做客製化服務、優化內部流程、提高效率 and 生產力、開發新事業服務和產品及制定更好的增長戰略。簡而言之，即是透過為顧客需求提供更高效率的解決方案，同時證明公司在不斷變化的市場環境中保持競爭力，並利用數位技術帶來的新機會。

事實上，成功的數位化轉型不是百分之百的技術導向，而是強調顧客，以市場為依歸，為顧客提供更有價值的服務，找到企業存在的意義，達成企業永續的使命。以下探討頂尖企業如何創新數位經營，提升市場競爭力。

### 1 亞馬遜（Amazon.com） — 創造與消費者、供應商共贏局面

成立於1994年亞馬遜，因應網路興起的成立網路書店，成為2000年網路企業標竿，後來更超越網路泡沫與收益問題的挑戰而持續精進，

在面臨激烈的競爭網路零售，隨著數位市場變化，亞馬遜擴大其電子商務業務，確保高水準的顧客滿意度和營運效率。變成全球領先的電子商務零售商，如今是全美市值第三高的上市企業。

在數位轉型的變革中，亞馬遜於2015年推出Amazon Business，成為無所不包的線上零售市場，為B2B企業提供擁有超過2.5億種產品，並在顧客服務上推出新功能，包括獨家價格折扣、訂單金額達到49美元或以上的免費兩日送貨、採購系統整合等。

亞馬遜在推動變革，不以技術為中心，而是造就百分之百顧客導向為主軸，運用持續進化的數位技術提供完整的服務。為此，重組業務，繞過傳統的零售分銷管道，透過互聯網和客製軟體直接與供應商聯繫。不僅提供物超所值的產品與服務，同時為供應商創造了全球市場，提供更多客製化產品以增強顧客體驗，創造三贏局面。

### 2 安德瑪（Under Armour） — 以顧客為中心，整合虛實服務

成立於1996年是一家運動服裝和裝備公



司，以創新運動服裝而聞名。他們最初是一家批發服裝提供商，現在正在轉型為數位企業，利用數據幫助顧客實現健身目標。隨著數位轉型，安德瑪創建了一個具有強烈的以顧客為中心、敏捷性和變革文化的數位品牌。他們追求顧客體驗的領先運動服裝品牌，2021年估值達56.83億美元，躋身數位轉型成功案例之列。

事實上，全球鞋類產業競爭異常激烈，是如何面對其他知名競爭對手呢？其數位轉型得益於掌握全通路系統的更新與現代化。該品牌採用敏捷開發模式，斥資7.15億美元收購了MapMyFitness、MyFitnessPal和歐洲健身應用Endomondo等科技健身公司。這些公司提供了必要的技術和大型顧客資料庫，以便於強化健身應用程式啟動並運行，維持高品質的系統服務。成功從國內批發服飾公司轉型為全球多通路零售公司。

Under Armour的數位化策略也是以顧客為中心，當他們制定數據驅動的健身策略時，

該公司展示了其不僅僅是運動服裝公司的願望。為了更好地支援顧客實現健身目標，推出了名為ArmourBox的新工具，整合虛實產品的服務。顧客可以上網分享他們的訓練計劃、他們最喜歡的鞋子款式以及他們的健身目標。他們使用先進的分析技術，以訂閱方式向顧客發送新鞋或新服裝，希望為顧客終身提供重要的價值。

### 3 樂高 (LEGO) — 改善供應鏈流程，重返龍頭地位

樂高自1932年成立於丹麥，一直是兒童遊戲的主要內容。但當標誌性樂高積木的專利保護於1988年到期時，隨即面對同業類似產品的相當大的市場競爭，該公司選擇了多元化策略來應對。然而，卻遭遇了危機，隨之而來的是複雜且昂貴的生產流程，導致整個供應鏈的生產速度放緩和效率低。

而後樂高開始重組整個業務，體認到供應鏈的問題，樂高集團董事會迅速重新設計公

## 樂高從其企業平台中獲得顯著收益的同時，也開始為其產品提供數位增強功能及與顧客的數位互動，讓樂高從瀕臨破產變成全球想像力巨頭。



司的技術基礎設施。在全公司範圍內實施了技術優先的方法，將ERP平台（即SAP）置於物流、銷售、IT和製造的中心。建立了一種在所有關鍵業務流程中持續改進的文化。

樂高集團將數位化作為公司的四大策略重點之一，重點關注公司內部的三大領域：簡化決策、未來IT發展方向以及全球協作文化。這些舉措扭轉了樂高的運營，並透過集中治理和簡化基於數據的決策使其獲利。樂高從其企業平台中獲得顯著收益的同時，也開始為其產品提供數位增強功能及與顧客的數位互動，讓樂高從瀕臨破產變成全球想像力巨頭。

2014年，第一部樂高電影的收入約為4.68億美元。2016年在大陸設立了亞洲首座工廠，2024年在首座碳中和工廠在越南，除了屋頂安裝太陽能板外，廠區附近也建有太陽能發電廠，在當地已種植大約五萬棵樹木。

### 推動數位轉型成功的重要步驟

#### Step 1 建立清晰的願景和策略

擁有清晰且明確的願景和策略的重要性。

如果沒有明確的方向，企業在進行數位轉型時可能會面臨困惑和挫折。

#### Step 2 建立數位轉型藍圖與基礎建設

幫助組織保持正軌並提供結構化的變革管理方法。簡化複雜的數位轉型流程，使組織能夠衡量進度並根據需要調整策略，形成更有效的流程，提高成功的可能性，並投資數位基礎建設。

#### Step 3 全體同仁當責參與

數位轉型不只是IT或AI部門的責任；上從董事長下到一線服務人員，都需要參與和協作，成功體現營運轉型與團隊合作的價值。

#### Step 4 持續創新和適應性

成功的組織不僅實施數位化舉措，領導團隊創造一個鼓勵同仁嘗試和創新的環境。培育創新和適應性文化可確保組織對不斷發展的技術和市場動態保持回應，使其能夠長期保持成功。

#### Step 5 以顧客為中心

數位轉型離不開顧客，要接地氣、精準預判、順應市場需求。當組織制定自己的數位轉型策略與任務時，應將顧客置於核心。

企業將應運用人工智慧與自動化流程、提高效率來改善顧客服務，帶來更快、更準確的決策，以跳脫過去成功的舒適圈，迎向數位時代來臨。 **A**





安藤廣大  
Kodai Ando

識學株式會社創辦人

照片來源：識學株式會社、悅知文化

## 機制化之神讓「人」動起來！

圖·文／安藤廣大（悅知文化）

識學株式會社創辦人安藤廣大為讓「識學」，普及於社會，創立了識學株式會社，以做為一種能使人和公司成長的管理方法，藉由口碑傳播而逐漸廣為人知。所謂「識學」，其實是「認識數學」的簡稱。他認為，在工作場域，人如果想要對其他人、事、物有正確的認識，減少錯誤的認知，提高工作效率，關鍵就是要對「數學」類的公式，有正確的認知觀及實踐方法。

**在組織**中，「無可取代的人」會一直停留在目前的位置；而「以齒輪之姿發揮作用的人」，才能成為人上之人。乍

看似乎應該相反，但不幸的是，這才是真理，不是成為「無可取代的人」，而是成為「不可取代的齒輪」。



看更多名人講堂

// 機制化有個大前提，就是要「遵守期限」。要先能做到最基本的遵守期限，機制才有辦法發揮作用。//

### 「未機制化團隊」的唯一特徵

機制化有個大前提，就是要「遵守期限」。要先能做到最基本的遵守期限，機制才有辦法發揮作用。以「報告、聯繫、商量」為基礎，必須徹底遵守期限，否則就無法有任何進展。

舉例來說，假設某項工作已經設定好截止日期，若部屬事先已經知道這樣的時間估算太樂觀，很可能會趕不上期限，就必須及時回報並提出「目前的工作量實在很大，請允許我更改截止日期。」之類的請求。

### 只要有「責任」，就不會「忘記」

那麼，這樣的習慣是否已普及於你的組織中呢？只要確認「抱歉，我忘了」這一藉口能否被接受，便可得知。這句話也許來自你自己、來自部屬，又或是來自主管，而且可能發生在各式各樣不同的情況下。在一個可以讓人說「我忘了」的環境中，機制是無法發揮作用的。工作不可能沒有截止日期，沒有期限的工作就只是「興趣」罷了。

- A 「那件事處理得怎樣了？」
- B 「抱歉，我忘了。」

當這樣對話顯得理所當然時，那就糟了。首先，有可能是因為「責任分配不明確」的關係。任何工作都具有同樣的結構，有團隊目標與個人目標，每個人各自分擔不同任務，並設定截止日期，然後於落實「報告、聯繫、商

量」情況下，全體一同往前邁進，除此之外別無其他。部屬要執行被指派的任務，並在工作的同時，向主管報告狀況。

- A 「為什麼不早說？」
- B 「抱歉，因為覺得當時的氣氛好像不合說……」

若是有像這樣的溝通，就會有改善的餘地。這類例子經常在與「心理安全感」有關的情境中被談論到，但這其實存在著更基本的問題。

- ① 「我會努力記住。」
- ② 「下次不會再忘記了。」

僅靠這樣的回答是無法解決問題。如果是主管指派工作給部屬，一定要同時決定具體的期限。例如，「請在○月○日的17點之前完成。」

此外，為了避免到了當天17點部屬才報告說：「對不起，來不及完成。」還要叮嚀部屬：「如果知道會來不及，請務必及早於截止日期之前通知我，並同時報告『何時能完成』。」要像這樣「徹底落實截止期限的絕對性」，從而做好組織機制化的準備工作。

### 「無視規則」摧毀團隊的瞬間

「如果太陽升到最高點時還沒登頂，就要立刻原路折返。」據說，專業的登山者都能夠果斷地做出這樣的判斷。

由於會有像是「明明就快到了。」、「好不容易來了，真是可惜。」這樣的個人情緒，所以要透過「機制」來做出明確的決定。然而，這樣的判斷，外行人是做不來的。

若是沒有人負責下判斷，情況會如何呢？常常會變成多數決，或是隨當下氛圍決定。例如，「嗯，應該到得了吧！」也就是，採取精神論而忽視規則。萬一有人因此受害，大家很可能就會以「這是全員一起做的決定」為藉口來逃避責任。

雖說大部分工作都與人的生死無關，但其基本原理仍與此相同。敷衍隨便的決策方式，就算是一群「外行人」也做得出來。真正的專業會決定規則，畫出界線，並徹底遵守機制。正因如此，才能站在「他人之上」成為人上人。

### 只要回歸機制，就能不斷「創新」

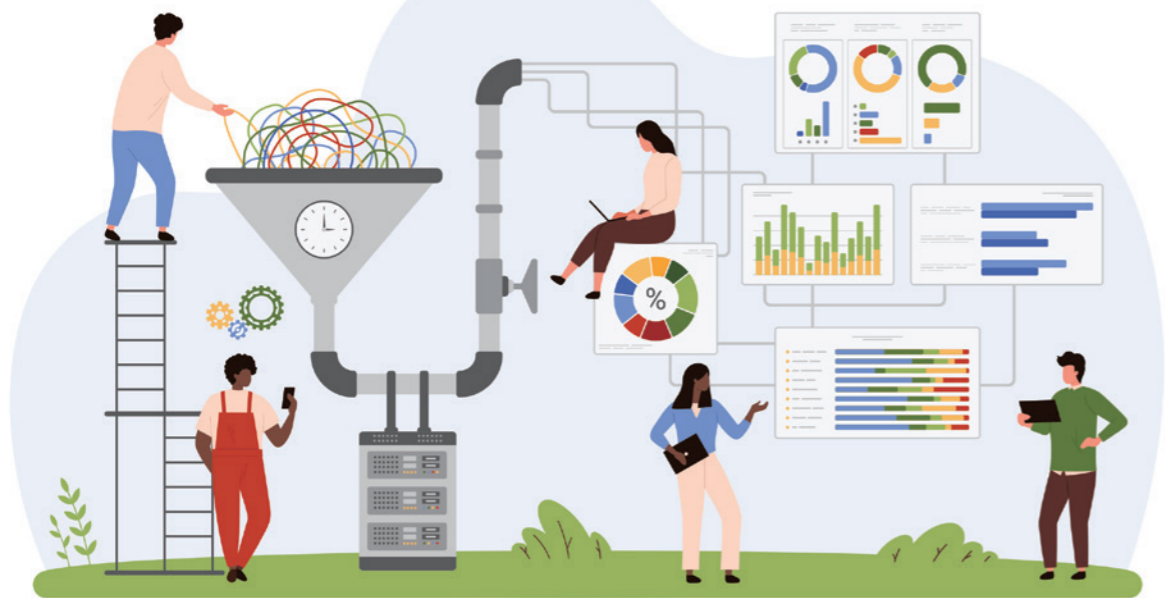
為了成為人上人，針對「來自實務現場的資訊」進行判斷，可說是非常重要。換句話說，要在自己的責任範圍內、在被賦予的權

限之中，畫出界線並做決定。透過這樣的機制，每個人才能清楚知道自己該做什麼，並採取行動。由於有了界線，因此在界線內就是安全的。

跨部門處理某些工作時，也是同樣道理。這是發生在某家製造商的業務身上的真實故事。一般來說，銷售自家部門的商品可謂理所當然，但有時在某些顧客那裡，其他部門的產品似乎比較有機會成交。這時，業務應該會有如下的兩種矛盾與糾結的想法：

- ①「畢竟對自己沒有任何好處，所以就算了吧！」
- ②「多少可以增加公司整體的銷售額，或許還是處理一下比較好。」

據說，這個真實故事的主角，必定採取後者的想法，會為其他部門牽線，把顧客介紹過去。然而這是因為，一旦之後做成生意，最初牽線的人也會獲得分數。該公司就是像這樣，當有別的部門幫忙做球時，便將之轉換為分數以納入其績效評價。



## 扁平化只對部分人來說，更容易有所進展而已，這正是所謂「個人化」的狀態。真正重要的是，要讓任何人都能夠發揮作用，必須建立組織的機制，並使其運作。

若公司具有這樣的機制，同仁們每天會怎麼工作呢？同仁們可能會試著熟悉自家公司的所有產品，而不只是侷限於自己負責的。

由於有機制，人就會動起來，跨部門便會連結起來。若是只靠精神論主張「應該要清楚了解自家公司的所有產品」、「請大家要跨部門溝通」、「若是愛公司應該就做得好」諸如此類的說法，想必只會讓部分較積極自主的人動起來而已。人都是因為有機制、有好處時，才會動起來。

### 倚賴個人化的組織

也是有人會質疑，或許一開始根本就不該分成不同部門來營運。然而，分部門可讓各自的角色變得明確，更專注於工作上。這樣的「垂直分割」其實是基礎。若是因此發生協作不良問題，就只好建立橫向跨越的機制來解決。發起跨部門的新專案時也是如此，為專案任命新的負責人，建立新的金字塔形組織，結構都是一樣的。

感覺起來，扁平狀態的速度似乎比較快，但其實不然，那是錯覺。扁平只對部分行動自如的人來說，更容易有所進展而已，這正是所謂「個人化」的狀態。

真正重要的是，要讓任何人都能夠發揮作用，所以必須建立組織的機制，並使其運作。並非因為是「好人」，所以做事；也不是因為「積極進取」，所以做事。組織依賴「人原本的性格」來運作，並不是一個好的狀態。

對於個人化，組織往往不知不覺地就忽視

不管了。我想各位的公司裡，應該也有那種會主動去做別人不做的工作的人。公司會十分依賴，並佔他們的便宜，終究這樣的人會覺得「只有我吃虧」，於是便離開該組織。

誰是該負責的人？誰該要做什麼？一開始就要決定好，如此一來，就能「不斷地創新」。公司的新事業及新專案，就該以這種方式產生出來。A



安藤廣大 Ando Kodai  
識學株式會社創辦人

識學株式會社董事長兼執行長。1979年出生於大阪府。自早稻田大學畢業後，歷經NTTDoCoMo株式會社、J-COM控股株式會社之J-COM株式會社的董事兼業務部副總經理等職務。2013年，認識到了「識學」的概念後便離開公司體系。以識學講師的身分，對許多企業的業績提升做出貢獻。2015年，創立了識學株式會社，以做為一種能使人和公司成長的管理方法，藉由口碑傳播而逐漸廣為人知。

### 好書推薦

《機制化之神》如何讓「人」動起來！  
為登上顛峰的全方位管理思維

作者：安藤廣大 出版社：悅知文化  
作者著眼於能讓團隊登上顛峰的「機制化」管理，真正讓組織裡的每個人都發揮所長，無論由誰操作都能獲到相同成果。



# 善用管理學SMART原則 「量身訂製」你的成功之路

文／黃至堯·知名人力資源專家博士



看更多人資觀點

專欄作者



黃至堯

知名人力資源專家博士

我們生活在一個快速變化、事事不確定的時代，新科技推陳出新，傳統的技術、職業陸續被取代，與此同時「成功」的定義也不斷更新。過往我們將成功定義為良好的教育背景、高薪工作和美滿家庭。然而，這些標準在現在看來並不適合於每個人。

# Q & A

《華爾街日報》在去年三月與美國研究機構，芝加哥大學研究國家組織NORC (National Organization for Research at the University of Chicago) 進行調查，結果顯示，超過五成美國人認為念大學是一個糟糕的選擇，為了取得學位積欠了大量學費債務，且「畢業時往往沒有特定工作技能」。

|| 追尋成功的人生道路上，目標設定不可或缺。管理學中的「SMART原則」，提供了一種高效的目標設定框架，能幫助你量身訂製成功道路。||

香奈兒創辦人Coco Chanel曾說：「想要無可取代，必須與眾不同。」對某些人而言，成功意味著職業成就，比如成為CEO或創業當老闆；對於其他人而言，成功可能是自我實現，找到個人興趣所在。一味複製、追尋他人所謂的成功，不見得適合每一個人。反之，「量身訂製」個人的目標與方向才是真正的成功。

我們常聽到「堅持不懈，是成功不二法門！」然而口號終究只是口號，往往缺乏具體性，這也導致許多人在實現目標的過程中感到迷茫。在追尋成功的人生道路上，目標設定不可或缺，達到這些目標都需要清晰的計劃和可行的策略。管理學中的「SMART原則」，提供了一種高效的目標設定框架，能幫助你量身訂製成功道路，跟大家分享。

## Q1 什麼是「SMART原則」？

### 拒絕模糊不清「SMART原則」協助你建立框架

在管理學中，SMART原則被視為目標設定的黃金標準，設定具體 (Specific)、可衡量 (Measurable)、可實現 (Achievable)、相關 (Relevant) 且有時限 (Time-bound) 的目標。這五個維度構成了一個強大的框架，幫助我們從模糊中抽絲剝繭，提煉出清晰可行的目標。

規劃目標和評估其可行性時，建議大家可以問自己以下5大基本問題，開展思考與自我盤點：

- What**  
你希望實現的「具體成就」是什麼？
- Why**  
你追求這項成就的「動機」是什麼？
- Who**  
「哪些人」將會參與或受到這個目標的影響？
- Where**  
你將在「何處」進行相關活動？
- Which**  
為完成目標，你有哪些「資源或工具」？



## Q2 「SMART原則」 有哪些步驟？

### Step1 → Specific

#### 具體化你的夢想：設定具體目標

夢想不能只是癡心妄想，需要轉化成具體的目標，才有被實現的可能。詳細描述想要達成的成果，並明確指出達成的途徑。以商業經營來說，「提高銷售業績」這個目標太過模糊，而「在下一季度末前將A產品的銷售量提高20%」如此相對具體得多，擁有清晰的目標，才能為後續的計劃制定提供明確的方向。

### Step2 → Measurable

#### 測量進度：設定可衡量的里程碑

目標的可衡量性是進度追蹤和結果評估的關鍵，使我們能夠定期檢查是否接近目標，或需要調整方向或策略。在設定目標時，我們應確定具體指標，可以是數量、百分比、時間節點或任何「可以量化」的標準。例如：你的目標是「提升個人健康」，可以透過「每週至少進行三次30分鐘有氧運動」來量化。

### Step3 → Achievable

#### 把握可能：設定可實現的目標

目標應具有挑戰性，但同時也要確保現有資源和能力範圍內可及的，避免「不切實際」。遙不可及的目標會讓人感到挫敗，進而放棄。設定可實現的目標才能激勵自己積極行動，提供成就感。因此在設定目標時，切忌畫大餅，要評估自身能力，最好是站著摸不著，用力跳起來可達成的目標。

### Step4 → Relevant

#### 保持相關性：確保目標與你的使命一致

目標設定的方向應與個人價值觀、職涯發展或企業長期戰略相吻合。當目標與這些核心要素保持一致時，我們更有可能投入資源去實現目標。此外，相關性還意味著當前環境的適應性，是否能夠在不斷變化的市場或生活條件中保持其價值。提醒大家要設定優先順序，才不至於分身乏術。

### Step5 → Time-bound

#### 時間的藝術：為目標設定合理的時限

為目標設定一個清晰的期限，有助於創建緊迫感並促進行動。防止拖延。例如：「在一年內學會一門新語言並達到中級水平」，設定明確期限，有助於規劃學習進度並持續激勵我們學習。在生活中需同時處理工作、家庭等各種瑣事，設定時限也有助於釐清事情的輕重緩急。

## Q3 過程中遇到障礙該怎麼辦？

實際操作中，會遇到各種預料之外的挑戰和障礙。SMART原則只是幫助你達成目標的工具，當外部條件發生變化時，要重新評估並調整目標。舉例來說，當你因為工作太忙無法定時上健身房，這時可以調整為在家訓練，同樣可以達成目標。若原定的時限無法達成，不要害怕延長，重點要保持持續進步及靈活性，不要給自己過多的心理壓力。保持正能量非常重要！

SMART原則不僅是目標設定的工具，也一種思維方式，鼓勵我們以結構化、策略性方式來思考我們的目標和夢想。並將這些原則融入日常生活，幫助我們更有效地規劃未來。

## Q4 大數據包含哪些工具與技術？

許多人遇到最大的挑戰是「力不從心」，例如：想要健身保持好身材卻沒時間上健身房，又或者是想要學習英語卻總是因其他事情而分心。而SMART原則中，設定明確衡量標準，讓我們可以具體追蹤進度，不時慶祝小勝利，給予自己正向鼓勵，並在必要時進行調整。

除此之外，在追求成功的道路上，我們隨時面臨來自家庭、朋友和社會的壓力。這些壓力源於對非傳統選擇的不理解或懷疑。面對壓力，堅持自己定義的成功非常重要。透過SMART原則，我們可以理解自己為何做這些選擇，並說服自己一直以來所追尋的目標究竟為何重要。

### 活用「SMART原則」，走向與眾不同的成功

SMART原則不僅是目標設定的工具，它也是一種思維方式，鼓勵我們以結構化、策略性方式來思考我們的目標和夢想。將這些原則融入日常生活，可以幫助我們更有效地規劃未來，並在「量身訂製」成功的過程中保持清晰和專注。將抽象願望轉化為具體行動計劃，從而取得具體的進步。SMART這五個簡單字母提醒我們，成功是可以設計的，絕不僅僅是偶然。

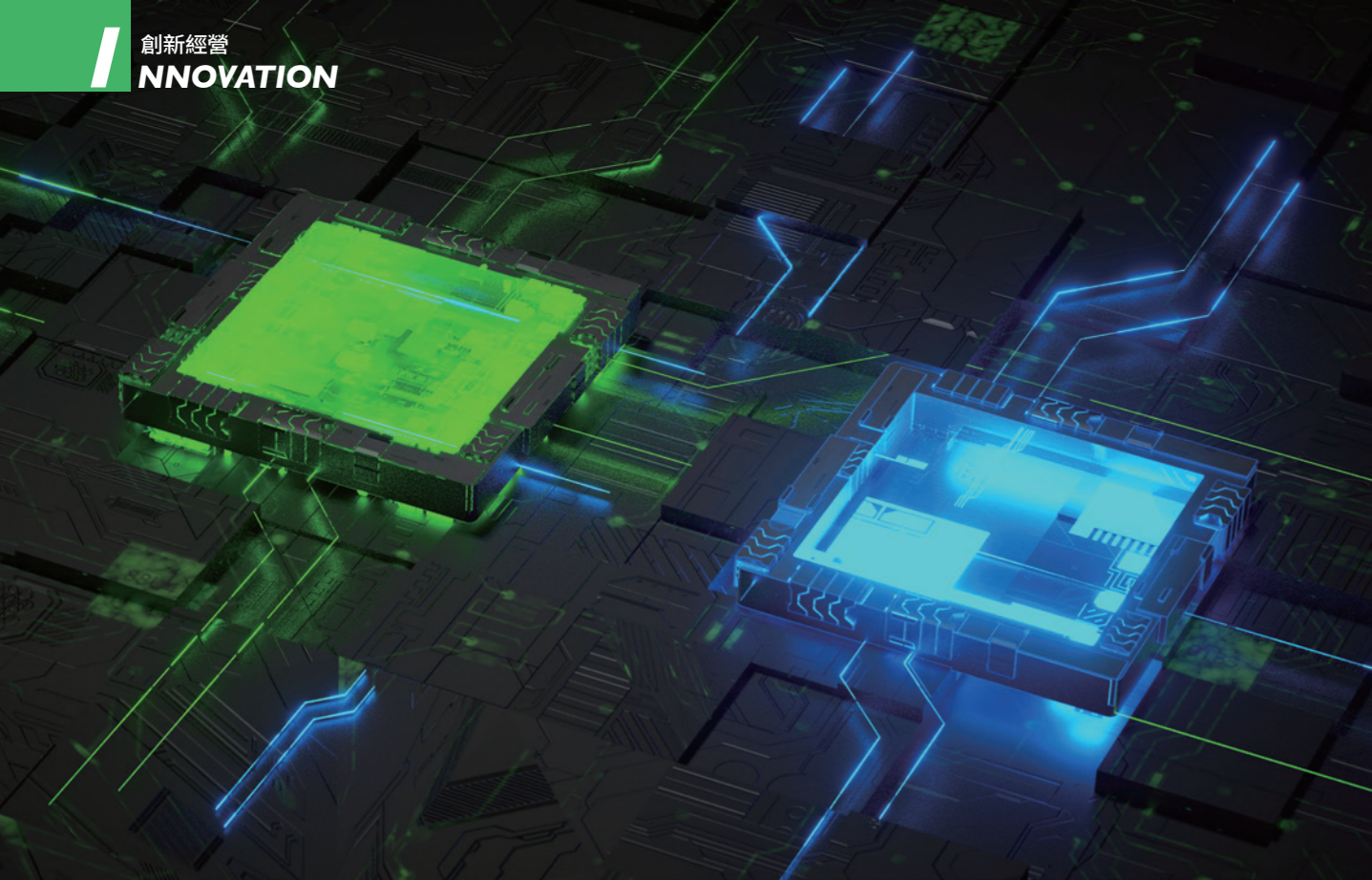
至於想要成功（與眾不同），回到SMART原則，首先是自我反思，多問問自己：「真正熱



愛的是什麼？想要為這個世界留下什麼？這些問題的答案將引導你走上一條量身訂製的成功之路。」例如：藝術家的成功可能在於創作引起社會共鳴的作品，而企業家的成功則在於創建一個既盈利又對社會產生積極影響的公司。

按照自己的規則來衡量成功，你會發現自己不再受限於他人期望，自由將釋放出巨大的創造力和實現動力。過程中可能遇到懷疑、失敗，甚至是來自親人的反對。然而在未來這些阻礙會讓你的成功故事更加豐富有意義。活用SMART原則可以幫助你設定目標，這些目標將為你在旅程中指引方向，面對不確定時也是如此。

與眾不同的成功意味著擁抱自我的獨特性，成功在未來不再是與他人的比賽，更像是一場對自我認知的探索之旅。所以，當我們在思考如何定義屬於自己的成功時，千萬記得要忠於自己，莫忘初衷，好好的享受為自己量身訂製的過程。在這趟你專屬的成功旅程中，重要的從來不是終點，而是你個人努力的過程，讓我們攜手前進找到自己的成功之路，一步步成就更好的自己。A



## 雙軸轉型 勢在必行

# 站穩腳步 奠定永續基石

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

在當今快速發展的時代中，數位化和綠色轉型已經成為推動社會進步的關鍵動力。數位技術的崛起改變了生活方式、商業模式和工作方式，同時也帶來前所未有的機遇和挑戰。隨著人類對環境保護的關注日益增加，綠色轉型已成為不可避免的趨勢，旨在實現可持續發展和環境保護的雙重目標。

專欄作者 |



詹文男

數位轉型學院共同創辦人暨院長

就全

球整體環境大勢而言，對於各產業來說，目前最重要的兩件大事就是數位轉型及碳排淨零，即所謂的數位及綠

色雙軸轉型。數位轉型關注於利用數位技術改善運營效率、創新商業模式和提升顧客體驗；綠色轉型則著重於實現永續發展，包括減少碳足跡、促進循環經濟和提高資源效率。而既然雙軸轉型是當代企業面臨的重大挑戰，組織應該如何進行策略思考？以下提供做法。

|| 領導階級必須展現出對文化變革的堅定承諾，並親自參與其中。透過領導者的榜樣作用，同仁才更容易接受新的文化理念和行為模式。 ||

### 確立清晰的轉型願景、目標與策略

企業應思考一個結合綠色與數位轉型的整體願景，明確定義轉型的長短期目標、範圍和期望達成的成果。同時，也應制定一個實現這一願景及目標的具體策略。

在設立願景及目標之前，組織也應該進行內外部環境分析，評估組織當前的能力、資源、流程和技術。盤點組織的強項、弱點、機會和威脅（SWOT分析），同時掌握外在環境變動的趨勢、市場需求、競爭對手狀況，以及相關的政策和法律要求，掌握綠色和數位科技的發展趨勢。

其次，也應回顧組織的核心價值和使命，確保轉型願景與之相符合。願景應該是具體、清晰且能激勵人心，使所有利益相關者都能理解並願意共同努力達成。而在目標與策略方面，短期的目標應識別可以快速實施的轉型措施，例如：提升能源效率、優化數據管理等，以獲得早期成功，建立全员的信心。中、長期方面，應思考長遠的目標，比



如商業模式創新、新產品開發或新市場開拓以及為實現這些目標所需的資源、技術和能力的培養。

### 透過領導作榜樣 推動文化和組織變革

推動文化變革是實現組織轉型目標的關鍵因素之一。無論是在綠色轉型，還是數位轉型的過程中，企業文化都扮演著至關重要的角色。在這個步驟中，領導階級必須展現出對文化變革的堅定承諾，並親自參與其中。透過領導者的榜樣作用，同仁才更容易接受新的文化理念和行為模式。

在此同時，企業也應清晰的定義所希望塑造的組織文化特徵，包括核心價值觀、行為準則和工作方式。確保這些特徵與組織的長期目標和策略相一致。而為齊一步伐，應透過有效的內部溝通策略，使所有同仁理解文化變革的重要性和背後的理念，鼓勵同仁參與到變革過程中來，提供意見和凝聚共識，逐步塑造一個支持綠色和數位轉型的文化氛圍，從而加速實現轉型目標。要提醒大家的







是，每一個組織的情況都是獨特的，因此在推動文化變革時，需要根據自身的特點和需要，靈活調整策略。

### 整合數位科技與綠色解決方案

此一整合旨在利用數位化手段來促進環境永續和資源效率的提高。利用大數據和人工智慧等數位科技提高能源效率，優化資源管理，並減少浪費。採用雲端計算、物聯網（IoT）等技術，以支持遠距工作、監控環境影響，並提高運作效能。

在整合數位科技與綠色解決方案的過程中，不僅需要技術創新，還需要組織文化的支持、策略領導者的鼓勵和利益關係者的積極參與。透過這些策略的實施，企業可以在增強自身競爭力的同時，為實現可持續發展的目標做出貢獻。

### 規劃發展綠色產品與服務

發展綠色產品與服務是企業實現永續發展的重要途徑，同時也能滿足市場上日益高漲的對環保訴求產品的需求。可思考的方法包括開發和推廣低碳、可再生或循環利用的產品和服務，利用數位平台和工具，如電子商務和社交媒體，來推廣和銷售這些產品。

透過實施上述的這些措施，企業不僅能夠滿足市場對綠色產品和服務的需求，也能在市場中為自己建立一個可長可久的競爭優勢。這需要企業對其商業模式、產品設計和市場策略進行全面而深入的思考和創新。

### 建立合作夥伴關係

建立合作夥伴關係是實現綠色轉型和數位轉型目標非常關鍵的手段。透過與其他組織的

**II 透過與其他組織的合作，企業可以共享資源、知識和技術，從而加速創新和提升效率。包括與供應鏈夥伴、產業公協會、學術和政府機構合作，建立共贏共榮的生態系，一起推動雙軸轉型。II**

合作，企業可以共享資源、知識和技術，從而加速創新和提升效率。這包括與供應鏈合作夥伴、產業公協會組織、學術機構和政府機構合作，建立共贏共榮的生態系，一起推動雙軸轉型。

在實務上，建議廠商應加入產業聯盟或平台，共享最佳實務，並從產業內外的經驗中學習。透過這些合作與學習，組織可以建立和維護積極有效網絡關係，從而可以更從容應對轉型過程中的挑戰。

### 強化風險管理與合規

組織在進行雙軸轉型時需進行風險評估，識別與綠色和數位轉型相關的潛在風險，並制定應對策略，確保轉型過程中遵守相關的环境法規、數據保護法律和標準。企業可以思考建立一個風險管理和合規的框架與體

系，以應對當前的挑戰，並為未來的不確定性做好準備。

整體而言，面對全球環境與數位化的雙重挑戰，各產業正處於關鍵的轉型時刻。數位轉型與綠色轉型這兩大主軸不僅代表著科技進步與環境責任的結合，也是企業持續成長的動力。

成功的轉型策略應該從明確的轉型願景出發，進而推動組織文化與結構的變革，積極整合數位科技與環保解決方案，並透過發展綠色產品與服務，以及建立合作夥伴關係來實現永續發展的目標。

未來，透過數位創新與永續發展的緊密結合，企業不僅能夠在競爭中站穩腳步，更能夠引領未來商業趨勢。雙軸轉型的成功，不僅帶來短期的競爭優勢，更為企業奠定了長遠的永續基石。因此，讓我們共同探索這股新潮，啟動企業的動力，不斷創新在這場全球變革中扮演領導角色，開創新的產業格局！**A**





## 好眠設計②

# 助眠小道具 輕鬆入夢鄉

文／李俊明 · 圖／Yukai Engineering · Somnox · 10 minds Co

在長期承受高度壓力的狀態下，渴望一夜好眠的人愈來愈多，讓「睡眠商機」備受矚目，包括各種助眠小道具也逐漸興起，光是智能抱枕、睡枕，就形成一股不可小覷的創新浪潮。

**根據** 研究，一百年來，人們的睡眠時間相對縮減了20%。綜觀起來，憂慮、焦慮、晚睡、過度使用手機等因素，都是如今影響睡眠的原因。人們倘若長期暴露於睡眠剝奪的情境下，導致睡眠不足的困境，不僅有可能影響情緒，以及記憶力、專注力、創造力，並很有可能大幅增加肥胖、憂鬱、心血

管疾病、阿茲海默症等問題的風險，或導致其他身心疾病產生。因此，良好的睡眠不僅非常必要，也成為人們幸福感的重要來源。

已有不少研究顯示，擁抱，可以讓人感覺安全、減輕壓力；而在睡眠時環抱著小物入眠，也被證實具有助眠功效，讓人能睡得更深沉、更安穩。



看更多經典設計



療癒系的Qoobo，外型設計成如同毛茸茸的寵物，長長的尾巴更增添人性化的感受。



在這樣的趨勢下，各種機能型抱枕、睡枕不斷興起，搶攻助眠商機，比方日本的Yukai Engineering，就推出一款療癒系的Qoobo產品，外型與尺寸特意設計成如同毛茸茸的寵物，垂著一條長長的尾巴，更增添了人性化的感受。

這款商品之所以設計成模擬某種不明生物的造型，是因為可愛的小動物其實具有安定精神的作用，能減輕使用者的壓力與不安感。而這款產品的設計重點其實就在尾巴，藉由搖擺尾部的動作，能對使用者所做出的擁抱、拍撫動作進行回應，無須多餘的操作或設定。

充滿直覺反應的雙向互動，讓它就像家中的小寵物一樣溫暖貼心，獨特的設計因此獲得德國紅點設計獎肯定。

## 吐納之間 引你放鬆入眠

來自荷蘭鹿特丹的新創公司Somnox，則是推出另一種助眠抱枕，它的內部是氣囊，外層則以記憶泡棉包覆，藉由充氣與消氣的一收一放，模擬自然的呼吸吐納與閉氣節奏，引導使用者進入放鬆的睡眠情境。

它除了可搭配WiFi與無線藍芽接收器，播





新創公司Somnox推出助眠抱枕，模擬呼吸吐納與閉氣節奏，引導使用者放鬆。

放最適合自己的舒壓情境音樂，內建的感測器也能監測使用者的呼吸頻率，藉由引導使用者調整至特定呼吸節奏，讓使用者更容易在放鬆中入眠；也會以舒緩的環境聲響，創造溫暖舒適的氣氛。

這款產品最早是由品牌創辦人Julian Jagtenberg在荷蘭台夫特科技大學研究機器工程學時所開發出來，當時共有四名學生參與研發，如今歷經數代演化後，主要訴求，就是讓不易入眠的使用者能在身心都放鬆的狀態下，自然而然進入夢鄉。



藉由科學化的連線大數據統計，這項產品已證實在三年內幫助了數萬名夜不成眠的使用者，達成超過五百萬個夜晚的安然入眠，該公司並野心勃勃計畫在2030年前，突破協助一億人次享受「好睡」的成績。

根據這款產品的來源國荷蘭統計，當地年齡在25歲以上的成人，竟有將近四分之一受到睡眠相關問題所苦，而年紀更小的荷蘭下一代，也面臨睡眠時間過短、睡眠品質不佳的難題，有可能影響身體發育與腦部發展。

類似的狀況，也有可能發生在其他的國家。人們必須意識到更佳的睡眠品質會帶來許多好處，其中最重要的就是能放鬆腦部，並且增進生活品質。

當人在緊張狀態下，交感神經會陷入過度活躍，使我們心跳加快、血壓升高、呼吸急促、腸胃消化變慢。這些生理反應在我們應付緊急狀況時當然沒問題，但在人們需要休息時，就會讓人夜不成眠。

藉由調整呼吸，讓吐納節奏和緩，這款產品能進而幫助使用者穩定自律神經，減低壓力與焦慮，血壓、心率也隨之放緩，並放鬆身體肌肉，讓使用者得以更快進入睡眠情境，獲得充份歇息，重新獲得能量。

現代人最大的問題之一，就是壓力、憂慮、負面情緒，讓人實在很難放鬆，影響了日常作息與健康。因此這款助眠小道具特別針對這個痛點，讓調整呼吸節奏成為放鬆心神、進而解鎖提升睡眠品質的鑰匙。

為了更準確掌握產品效能，設計團隊經常針對使用者展開睡眠質量的研究分析，比方鎖定第二代產品的研究分析，就顯示83%的使用者能減少在睡眠中途醒來的機率，74%的使用者更明顯感受到壓力減輕，還有高達98%的使用者察覺到過往的睡眠困擾更少發生。甚至有

些特殊狀況的使用者，像是承受「創傷後壓力症候群」的警察、常做惡夢的孩童，或是更年期的女性，就有回饋意見表示該產品能有效協助入眠，減輕入眠困擾。

因此它雖然並非醫療設備，無法號稱能「治療」失眠，但強調能以更自然的方式，藉由調整呼吸，讓精神緊繃的使用者在進入夢鄉時更為順暢。獨特的概念與設計因此讓它接連獲得德國紅點設計獎、iF設計獎等大獎肯定。

### 動態智能 讓打鼾不再惱人

不只抱枕愈來愈厲害，提供頭部支撐的睡枕，也有愈來愈聰明的趨勢。韓國品牌10minds便以AI人工智慧科技，加上能偵測頭部細微移動的智能系統，讓這款「動態睡枕」(Motion Pillow)能以健康管理的角度，協助使用者解決打鼾問題，輕鬆提升整體睡眠品質。



這款睡枕的外型，以符合人體工學的U形弧度設計，除了提供頭部與頸椎良好的支撐力度與舒適性，採用的記憶泡棉也是對環境友善的



10minds以AI科技，協助使用者解決打呼問題，提升整體睡眠品質。



材質。枕心同時也不含電子零組件，因此不用擔心電磁波的影響。

但是它最厲害之處，就是內建充氣氣囊，並以AI監測與運算，一方面分析使用者的打呼模式，在枕頭的不同部位啟動充氣，調整頭部角度；另外它配備的麥克風也能精準偵測打呼聲響，並藉由壓力感測器確認使用者的頭部位置，並連接App協助分析睡眠資訊。

根據醫學研究，人們在平躺時只要讓頭部輕微傾斜超過30度，就能有效打開呼吸道。因此每當這款睡枕偵測到使用者的打呼聲響，

就會開始緩緩充飽墊在頭部週邊的各個小氣囊，達到止鼾的效果。

藉由細微調整支撐頭部的角度，這款產品能讓頭部旋轉30到45度，藉由打開在睡眠中變窄的呼吸道，就能在不打擾使用者睡眠的狀況下減低打鼾的發生，也可避免因呼吸道堵塞所造成的睡眠呼吸中止等症狀。

比較特別的是，這款睡枕採用靜音設計，因此在充氣時幾乎不會產生聲響，不易干擾睡眠。而且該產品使用的系統還包含先進的AI智能運算，能有效「學習」使用者的打呼模式，提供更貼近個人化、更有效的解決方案。

長期累積記錄於資料庫中的睡眠資訊，也可作為監測健康的參考，特別對居住在外地的子女來說，更是格外具有實用性，因為它能快速確認無法同住的長輩健康與睡眠狀態。獨特的概念，因此在今年的拉斯維加斯消費電子展再度大出風頭，躋身該展36件「最佳創新獎」（Best Innovation Award）之列，成為又一令人驚豔的助眠創意。A



## 春季過敏 噴嚏打不停

# 用對方法 遠離過敏問題

諮詢／李惠婷·馬偕紀念醫院過敏免疫風濕科主任、趙昭明·中華美容暨健髮教育學會理事長  
文／林欣怡·資深醫療記者



看更多健康常識

你常打噴嚏或感覺喉嚨乾癢而咳嗽嗎？春暖花開的春天，也是安排旅遊的開始，但由於氣候多變，溫度仍高低擺盪，因過敏就醫的民眾衝出農曆年後的一波高峰。

**馬偕** 紀念醫院過敏免疫風濕科主任李惠婷醫師表示，春季向來是過敏的好發季節，除了身體正在適應環境與溫度的變化外，隨著出遊的機會增加，有花粉過敏體質的人，更容易誘使過敏發作。

李惠婷表示，過敏是人體免疫系統對環境中原本無害的物質（稱為過敏原），如花粉、灰塵、黴菌或海鮮、牛奶、花生等食物

產生過度反應的現象。人體將這些過敏原視為入侵者，以至於免疫系統會產生對該物質的特異性IgE抗體，刺激肥大細胞在身體各部位釋放組織胺等發炎物質，產生發炎反應。

### 眼睛鼻子皮膚 過敏無處不在

臨床症狀則因釋放組織胺在身體部位的不



同而有所差異，常見的過敏症狀依部位可分為眼睛、鼻子及皮膚，也可能影響氣管引發咳嗽或氣喘。其中以過敏性鼻炎最為常見，導致流鼻水、打噴嚏、鼻塞、鼻涕倒流等不適。蕁麻疹或濕疹則會讓皮膚紅腫發癢，過敏性結膜炎易造成眼睛紅、眼睛癢、流淚等現象。值得注意的是，過敏症狀嚴重時可能會因氣喘發作呼吸困難，或喉頭血管性水腫呼吸道阻塞、甚至會發生危及生命的過敏性休克。

中華美容暨健髮教育學會理事長暨皮膚科診所院長趙昭明表示，春天由於溫度上升與濕度不穩定，皮膚油脂的分泌系統也未能即時調整，加上花粉、粉塵及污染物的增加，容易造成皮膚敏感不適、搔癢、紅腫、乾燥脫屑，或

是出現脂漏性皮膚炎、異位性皮膚炎、乾癬、濕疹等皮膚疾病惡化的情形。

### 用對保養品 讓皮膚正確補水控油

趙昭明強調，在季節交替時分，因溫度上升，汗腺與皮脂腺分泌旺盛，皮膚的新陳代謝變快，汗腺與皮脂腺的分泌增加，痘痘、粉刺等困擾也會開始浮現。為了避免毛孔阻塞，趙昭明建議民眾，春天應加強清潔工作，清潔以皮膚不會感到乾澀為原則，每天洗臉的次數不宜超過3次，以免因清潔過度促使皮脂腺加強分泌，反而讓臉部的皮膚更容易出現油光。

此外，配合季節變化，保養品也要記得換



|| 常見的過敏症狀依部位可分為眼睛、鼻子及皮膚，也可能影響氣管引發咳嗽或氣喘。其中以過敏性鼻炎最為常見，導致流鼻水、打噴嚏、鼻塞、鼻涕倒流等不適。||



由於過敏體質和先天遺傳、後天飲食及生活環境等因素相關，但具有過敏體質的人是過敏疾病的高危險族群。台灣屬亞熱帶海島型氣候，潮濕悶熱的氣候及空氣品質不佳更致使過敏族群相對易好發，特別是面對「春天後母心」的氣溫多變及春天大自然環境影響，過敏原可能來自於散播在空氣中的花粉、灰塵、塵蟎、黴菌等，當過敏原增加而加重誘發過敏的機會與發作時的症狀。

### 一輩子都在與過敏對抗

具有過敏體質的人，一輩子都在與過敏對抗，到底能不能根治或解決？一直是過敏族群最大的疑問。

李惠婷提醒，許多人對於過敏檢測存有某些誤解，臨床上，單次急性過敏反應患者，藉由過敏原檢查不見得能找到過敏的原因。慢性過敏體質的病人，過敏原檢測可以提供日常預防的參考。若已知過敏原，則不需再針對單一過重複檢測。由於過敏的發生因個別差異性極大且「過去不曾發生不代表以後不會發生」，所以，對於過敏的「未知」通常更讓病人感到無助。

### 遵循醫師指示用藥勿任意服藥

過敏的治療單靠藥物只是救急，為使過敏不再發作，或者發作間隔時間拉長、症狀減緩，經醫師專業諮詢評估後，可採取的藥物治療包括常見的抗組織胺、皮質類固醇鼻噴劑

季，一般而言，冬天會使用滋潤性較強的乳霜，以加強皮膚的保濕功能，到了春天，若還是使用冬天的保養品，可能會有太過滋潤的問題，建議保養品也同步改用質地較清爽，但仍具保濕作用的保養品，盡可能選擇無香精和無防腐劑的產品。趙昭明提醒，雖然臉部因皮脂腺分泌較為旺盛，春天可以不再需要使用冬天的滋潤型產品，但眼、唇週圍的肌膚因較薄且皮脂分泌較少，洗臉後的保養要記得，臉部與保養品與眼唇保養品分別使用，以確保因膚質及皮脂分泌不同而用對保養品，達到肌膚補水、控油的平衡功能。

值得注意的是，春暖花開時節，很多人選擇郊遊踏青、賞花，趙昭明提醒，雖然春天的陽光不像夏天那麼毒辣，但過了冬天之後，春天的陽光會慢慢以較大角度照射，相對的，紫外光的照射會較為強烈，且日照時間延長，戶外長時間活動務必從春天開始就要加強防曬工作。

II 由於過敏的發生因個別差異性極大且「過去不曾發生不代表以後不會發生」，所以，對於過敏的「未知」通常更讓病人感到無助。II

等，症狀比較嚴重者，可能需要口服類固醇或針劑治療，讓症狀獲得緩解。目前第二代抗組織胺藥物已解決病人服用後嗜睡的問題，若仍有此方面困擾者，切勿自行購買藥物，仍應遵循醫師處方對症下藥。

### 戶外活動慎防被叮咬

李惠婷表示，擺脫冬天的寒冷與多雨，春季逢植物生長之際，民眾出遊機會增加，不管是花朵、草皮或樹木都存有花粉，某些蔬果中的蛋白質與花粉中的蛋白質非常相似，也可能使有花粉過敏患者食用這些蔬果時出現產生過敏，稱為口腔過敏症候群。

此外，戶外踏青建議穿著能保護皮膚的長袖長褲，不噴灑香水、使用體香膏，才能避免蚊蟲

或蜜蜂叮咬，過往也曾發生因蜂螫引發過敏性休克病例，呼籲熱愛戶外活動的民眾特別注意。

### 避免過敏從生活作息開始

春季除了花粉症易誘發過敏外，李惠婷醫師提醒，塵蟎過敏不分四季，因此防蟎工作務必要做好，建議家中窗簾地毯、布製沙發、寢具床墊等都要定期清潔以減少過敏原附著。室內空氣要保持流通，家中可使用空氣清淨機或除濕機淨化空氣，室內濕度維持在50~55%為佳。

避免過敏也可以從日常生活做起，李惠婷提醒，外出時配戴口罩，戶外返家後立即更衣沖澡，保持規律的生活作息，避免熬夜擁有充足的睡眠，掌握均衡營養的飲食，養成運動的習慣，都是提升自我免疫力，戰勝過敏的好方法。A





## 震旦雲×連鎖餐飲HR管理系統

# 高彈性雲端人資系統 解決人資痛點

圖·文／震旦雲

隨著科技的發展和連鎖餐飲業的不斷擴張，餐飲業人資管理系統在過去幾年中經歷了顯著的變革。震旦雲「人資管理系統」也應現代連鎖餐飲業的需求，客製化專屬該產業的人資模組，為企業實現智能及高效的辦公境界。



雲端人資系統

**在過去**，連鎖餐飲業的人資管理往往是以紙本文件為主，這些文件包括同仁的個人資料、薪資信息、考勤記錄等。HR人員需要花費大量的時間和精力來處理這些文件，容易出現錯誤並且效率低下。此外，傳統系統通常缺乏整合性，不同部門間的資訊無法有效共享，造成了信息孤島的問題。

震旦雲「人資管理系統」的顧客表示，在尚未導入排班系統前使用人工排班，就必須等同仁上班日才能在紙本填寫欲排班日，等所有同仁填寫完，若店長判定需要調整，還得再等相關人員到齊時才能進行，作業時間拉得很長。

但透過震旦雲排班系統，同仁可以自行上系統排班，不須等到上班日也能安排，排完店長可立即在線上做協調，大幅提升效率。

### 即時管理，提升協作效率

震旦雲針對連鎖餐飲業，推出符合該產業的雲端「人資管理系統」，不僅省下大量人工及計算工時，還彌補了傳統系統的不足。首先，基於雲端模式，同仁可以通過網路隨時隨地查詢及更新自己的資料，提高了執行效率和靈活性。其次，智能化的特點，可以簡化繁瑣的人

資管理流程，如薪資計算、排班、考勤記錄等，減輕管理人員的工作負擔。

震旦雲還提供出勤管理系統結合LINE的打卡功能，同仁可以利用LINE快速完成打卡；只需在LINE上設定好相應的功能（結合手機定位功能，設定好公司位址，可限制同仁必須進到特定範圍內等），即可輕鬆線上打卡及便捷管理出勤狀況。此外，震旦雲「人資管理系統」還具有良好的整合性，部門之間的資訊可以即時共享和交流，提升企業內部的協作效率。

### 具高彈性化、客製化特點

另外，多家知名連鎖餐飲業，如王品、瓦城等餐飲集團，採用震旦雲「人資管理系統」後，多數都有提到連鎖餐飲業針對排班系統評估的重點，在於「系統彈性化程度」，而震旦雲在此點上彈性幅度超乎企業們的預想，可依企業需



求調整報表、班表等，例如：協助「跨部門支援費用分攤」，透過排班系統就可以做到將跨店支援人員的出勤及費用明確認列，滿足調店支援成本分攤的需求，以利實際控管人力成本。

因此相較一般的雲端系統，震旦雲雲端人資系統最大特色為提供「客製化服務」，由於市售版本及模組功能都有限，透過震旦雲專業的客製化服務，於標準版上再做功能擴充及調整，滿足餐飲業的多方需求，協助企業大幅提升人事管理效率及服務品質，引領企業邁向智能、永續的未來。A

## HR看過來！導入線上差勤系統5大效益

效益一



出缺勤管理  
與薪資計算  
輕鬆勾稽

效益二



彈性化  
排班系統  
解決管理難題

效益三



員工保險  
自動演算  
助您高效管理

效益四



結合績效考核  
人事管理  
一站完成

效益五



減少勞資爭議  
提高  
員工信任度



## 金儀推出「金儀大管家平台」

# 助企業邁向ESG低碳轉型

圖·文／金儀公司

因應ESG全球浪潮，企業加速導入新興科技應用，推升公司的營運成長，震旦集團旗下金儀公司在地深耕44年，累積超過二萬家顧客，透過延伸辦公智能化設備，新推出「金儀大管家平台」解決方案，為企業量身打造適合的轉型路徑，以實現ESG永續經營和數位轉型為目標，提升產業競爭力。

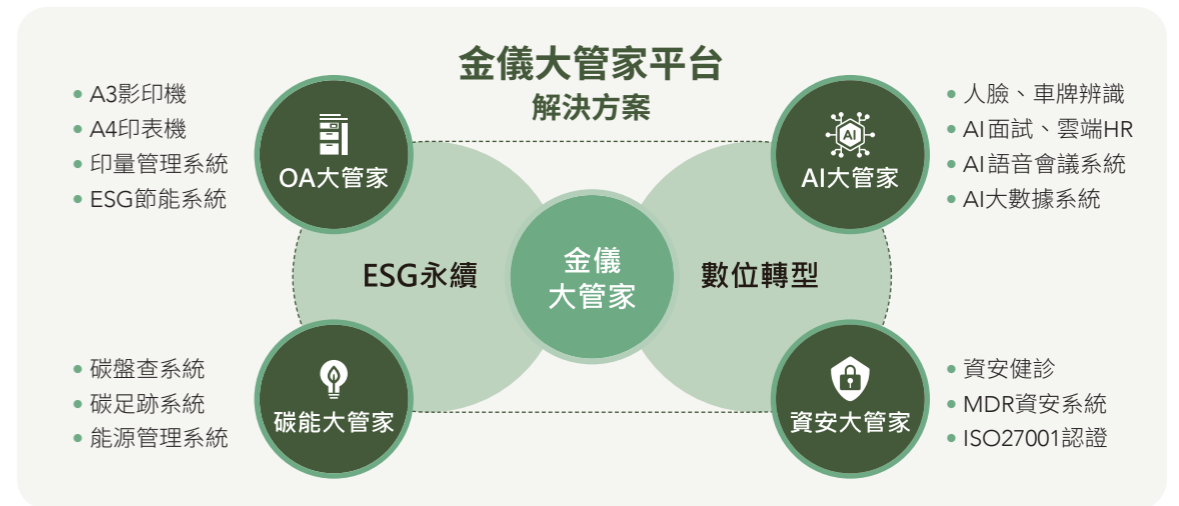


更多解決方案

**金儀**大管家平台包含「OA大管家、資安大管家、AI大管家、碳能大管家」四大領域的應用，分享自身數位轉型的經驗，讓大、中、小型企業皆可在平台中，找到適合經營的解決方案，以及運用管家式的精緻服務，深入洞察顧客需求，引領企業穩健成長，贏得顧客滿意。

### 為企業量身訂作ESG轉型服務

在「OA大管家」中，除了提供節能環保的Konica Minolta影印機外，更結合ESG節能系統的運用，輕鬆統計每台設備的耗電量和碳排放量，協助企業找到最適合的設備，以發揮最佳效能。同時透過系統化印量管理，有效管理各部門、人



員的輸出張數與紀錄，包含文件輸出浮水印等功能，提升資訊的安全，為企業多一分保障。

面對近年許多公司遭受到駭客攻擊，金儀也提供「資安大管家」的服務，以「MDR資安系統」結合經驗豐富的資安專家，協助企業鑑別駭客行為與風險，即時阻斷攻擊事件的發生。而針對中小企業也提供資安健診、弱點掃描等

服務，透過定期檢查，讓企業防範於未然。

「AI大管家」則提供了「人臉辨識系統」、「AI面試」、「AI語音會議記錄系統」等應用，透過AI輔助，讓企業營運效能獲得顯著改善提升，例如：以AI語音會議記錄系統而言，獲得許多金控業的青睞，有助於在公司的經營會議、董事會、記者會等場域運用，直接用AI進行分析說話者的語音，自動轉譯成會議逐字稿，辨識率將可到達九成以上，也讓工作效能獲得六倍的提升。



金儀AI人臉辨識技術，讓HR輕鬆管理員工考勤，邁向AI智慧化。



金儀的「碳盤查系統」，彈性提供多元報表，讓管理者輕鬆掌握碳數據。

透過「碳能大管家」，協助上市櫃企業及全球供應鏈夥伴，進行組織碳盤查的統計計算，以及產品的碳足跡統計。該系統能提供彈性欄位的管理介面，彙整公司內部各項碳數據的轉換，並且可以依組織別一鍵產出「碳盤查報告書」，確保數據正確性和來源，大幅節省人力時間，以因應法規面和供應端的要求。

金儀公司做為科技整合服務的領航者，透過科技轉型，優化顧客不同的工作場域和辦公流程，也透過ESG、AI科技、資安科技的結合，提升辦公設備的使用價值，持續為顧客創造生產力。 **A**



兼 天 湧

SUN YAO

ON THE WAVES OF

孫堯 藝術博士

1974年生於中國上海，現任上海大學副教授



## 震旦博物館特展

# 孫堯——兼天湧 On the Waves of 亮相上海

圖·文 / 震旦博物館

2024年4月20日至5月19日，作為在震旦博物館舉辦的開年第一檔大型當代藝術特展《孫堯：兼天湧 On the Waves of》，是上海藝術家孫堯在2023年至2024年巡迴歐洲展覽後，回到上海舉辦的首展。

**孫堯** 曾於國內外眾多重要機構舉辦展覽，也持續在歐洲各地進行巡展，包含2023年10月在德國慕尼黑海上花畫廊（GALERIE SHANGHAI）《永恆的火焰》（Eternal Flame）及2024年1月在德國紐倫堡—埃爾蘭根孔子學院藝術空間舉辦個展《喚醒光芒》（Awakening The Light）等。

「江間波浪兼天湧，塞上風雲接地陰」，博物館執行長黃聖智兼任本次展覽策展人，提及展覽名稱「兼天湧」取自唐代詩聖杜甫《秋興八首·其一》，是波浪滔天的意思；「浪潮」、「思潮」在藝術與文學的領域，是流行的代稱，是與時代意義產生的關聯性而又有不同的內涵，藝術家孫堯純粹的展現出他觀察微觀世界的感受，透過抽象思維的角度，將整體造型抽取



永恆之火 No.8, 220\*160cm, 2022



看更多精彩活動



2022永恆島 No.9, 180\*180cm, 2017 (左) / 莫比烏斯之舞 201603, 180\*250cm, 2016 (中) / 星跡 No.6, 180\*170cm, 2014 (右)

來，成為粒子般的能量傳遞，在畫面中以不同的色彩組合表現出各自翻騰、湧動的獨特造型，搭建出與多重宇宙、多元生命的共存、與星河、沙漠、河流與自然之間，創造出屬於孫堯獨特的景象，探索內在的宇宙與外部世界的關聯，從內心的小宇宙向外探索在那廣闊的天際裡面的已知與未知。

孫堯個人獨特的寫意繪畫風格，表現對自然和人之間原初關係的探討和憂慮。在創作上，孫堯的作品會根據照片，但沒有重複性地繪製照片，而是在創作前，會以特定的景觀、事件、景象取材，然後投射到畫布上，以具象為基礎，用畫筆不斷的在過程中模糊和抽象它，結果取得具有模糊、抽象的繪畫作品，在畫面上描繪出一幅幅流動的、臨時性的景觀，畫面抽掉具體形象，產生虛化與模糊的觀感，製造出一種似曾相識的場景，並以作品的標題引導觀眾進入作品，作品中流動性的那種筆觸，是可以從時間、空間，或包含量子力學等實體層面的東西，如同Entropy熵變的概念，那個速度感與流動感都是一種熵變，給予意念中的宇宙概念，呈現一種多維度與內在的感官感受，呈現一種獨特的美感，透過畫布、畫筆與顏料的關係，似乎有一種不是簡單的隨機與無序，而是在視覺的翻湧中交織出燦爛的場景，描繪出的景象，是內心中嚮往世界與現

實、幻想與真實之間神秘通道。

孫堯的創作兼有中國傳統書畫的筆意及西方表現主義特點的畫風，再以獨特的方式做出深入而感性的發展，並帶入極為強烈的情感表達和象徵主義的手法；尤其孫堯的創作主題大多是描述人類與外部世界的對峙，是該參與還是給予干預，主要創作有幾個系列：本次展覽系統性地梳理並呈現了藝術家孫堯過往的五十餘件油畫創作，題材涉及廣泛，包括：新作《內在宇宙》系列、近作《永恆之火》系列、《永恆島》《熵之河》《星跡》《遺境》系列。藝術家描繪出的景象，是內心中的虛幻世界與現實生活，幻想與真實之間的神秘通道。

孫堯的作品色彩、形式都源於歷史語境，並融合傳統的藝術形式，最終形成屬於孫堯的藝術風格，不論是彩色畫或是單色畫都能很好的掌控，將自我的情感與浪漫詩意帶入更具有當代氣息的藝術境界，呈現出中西藝術思潮的湧動、樂聲音浪的起伏、密林光影映射的光幅浪、未知的宇宙射線產生的輻射浪，層層疊疊、種種從具象角度的微觀世界組成及結構、原子化量子化的概念，使得色彩、光影、聲響、甚至一個意念，都具有實體，呈現出翻湧澎湃的曲線，稱之為浪，不停的拍打、迴響，也帶給觀者內心的激動、回蕩與思考，是以有「兼天地際之浪湧」之感。A



### 元·青花纏枝蓮花雜寶紋蒙古包

頂部隆起為半球形，下方開一個龕式小門，近似蒙古包的形狀，是草原風格的反映。(圖一)

圖片來源：《幽藍神彩》，圖18。



### 元·青花鳳首流扁執壺

此件執壺呈圓口、短頸、扁圓腹、橢方形圈足之狀，壺流做成鳳首，也是草原風格的產物。(圖二)

圖片來源：震旦博物館藏

## 古器物學講座——認識元青花瓷專題 ③

# 草原風格之元青花

文／吳棠海·圖／震旦博物館

元代統治者來自於漠北的蒙古草原，過著逐水草而居的游牧生活，常年以車馬為家，隨著水草遷徙，身上穿著皮毛，以肉奶為食，氈帳為居室，發展出與農業社會迥然不同的草原文化。

**當蒙** 古人入主中原之後，從草原生活建立起來的生活習慣和審美情趣，也影響了陶瓷器的製作，產生具有游牧

氣息青花瓷器。本期選取青花蒙古包、執壺、高足杯、四方扁壺及敞口碗五件器物，介紹元代青花特有的草原風情。

#### 一、元青花蒙古包

蒙古包是蒙古族人為了順應游牧生活和自然環境而發展出來的房屋形式，具有輕便、穩固及通風等特色，代表草原文化的生活型態，也反映到青花瓷的製作上。

例如圖一為俄羅斯艾爾米塔什博物館所收藏的元青花蒙古包，頂部呈半球形隆起，器壁環繞為中空圓柱形，底部平，下方開設一個龕式小門洞，整體造型近似蒙古包的形狀。

此器表面布滿青花紋飾，頂部是蘆雁紋，其下分別為纏枝菊花、纏枝蓮花、海水波濤及壺門紋邊框內填雜寶等紋樣。除了波濤紋用粗筆和細筆勾畫之外，大部分的紋飾都以青地白花法製作。

從胎體釉料和青花紋飾來看，此器屬於景德鎮產品，可能是景德鎮窯廠配合元朝蒙古族人需求而製作的器物。

#### 二、元青花執壺

執壺是盛裝液體的容器，屬於中國傳統品類，隋唐以後盛行用陶瓷製作，到了元代受到多元文化的影響，製作出具有異域風情的產物。

元代青花執壺既有伊斯蘭風格，也有屬於草原文化之類型。例如圖二為震旦博物館所收藏的元青花鳳首流扁執壺，壺口小而圓，頸部短直，肩部微聳，腹部呈扁圓形，器底有橢方形圈足，壺身兩側附加鳳首狀的流嘴和圓拱形的器柄。

執壺頸部勾勒回紋，上腹部描繪鳥的身軀、翅膀及長尾，與壺流組成昂首、展翅、舒尾的鳳鳥，鳥身下方繪畫纏枝蓮花，造型紋飾皆與新疆伊犁哈薩克自治州博物館收藏的元青花鳳首流扁執壺相同。

此類器物為元代的新興款式，造型來源於北方游牧民族的皮囊壺或金屬壺等器類，是草原風格的展現。



### 元·青花雲鳳紋高足杯

高足杯又稱「馬上杯」，由碗形杯體和高圈足所組成，適合游牧民族騎馬時飲酒的器具。(圖三)

圖片來源：《幽藍神彩》，圖77。

### 三、元青花高足杯

高足杯是元代陶瓷的主要品類之一，跟其他器形相較之下，數量比例高，而且造型前所未見，是元代創新的器物。

例如圖三為內蒙古自治區文物考古研究所收藏的元青花高足杯，口沿外敞，器壁圓弧向下收窄，腹底承接高圈足，足底外撇與口沿呼應。杯口內側勾勒平行雙弦紋，杯心描繪折枝菊花，外壁以對稱的雲鳳紋為飾。

此類高足杯的杯體部分口徑較大，形狀如碗，圓管狀的高圈足具有器柄的功能，方便以手握持，一般認為適合在馬上騎乘時使用，故又稱為「馬上杯」，頗能反映蒙古族擅長騎馬、喜歡飲酒的生活習俗。

### 四、元青花四方扁壺

陶瓷扁壺始見於漢朝，歷代都有燒製，造型各不相同，到了元代既有前述之鳳首流扁壺，還有四方形的青花四繫扁壺。

例如圖四為震旦博物館所收藏的元青花四方扁壺，壺口小而圓，頸部短，肩部平緩，左右兩側分別安裝一對螭龍形繫耳，壺腹為上寬下窄的扁長方體，器底內凹成長方形的淺圈足，表面以雙鳳穿花和雙龍戲珠為主紋，搭配如意雲紋和纏枝蓮花等紋樣。



### 元·青花雙龍紋扁壺

扁壺肩四繫耳，可供穿繫繩子，佩掛在馬匹或駱駝上，因此被視為草原文化的反映。(圖四)

圖片來源：震旦博物館藏



### 元·青花蓮塘敞口碗

此件敞口碗以蓮塘紋、串枝花卉及壺門紋邊框為飾，胎體釉料和青花紋飾都呈現景德鎮窯的特色。(圖五)

圖片來源：震旦博物館藏

此類四方扁壺在景德鎮窯、磁州窯及龍泉窯等窯廠都有製作，青花產品如此器所示，整體製作工藝成熟，紋飾繪畫精美，鈷藍呈色深濃並有黑疵斑點，多見於國外收藏，如伊朗國家博物館和日本出光美術館即有類似的藏品。

從造型上來看，扁長方體的壺身和肩四繫耳，可供穿繫繩子，方便佩掛在馬匹或駱駝之上，因此被視為草原文化的反映，也是景德鎮窯廠配合消費者需求所製作的產物。

### 五、元青花敞口碗

除了蒙古包、執壺、高足杯、四方扁壺之

外，部分元代青花敞口碗可能也是順應草原民族審美風尚所製作的器具。

例如圖五為震旦博物館收藏的元代青花蓮塘敞口碗，碗的口沿外敞，器壁以圓緩的弧度向下收窄，底下具有圈足，碗口內側環繞串枝花卉，碗心繪畫叢生的蓮花、蓮葉及水草，外壁以串枝蓮花和壺門紋邊框內填如意雲頭圓珠紋為飾，靚麗如藍寶石的鈷藍顏色呈現景德鎮窯的特色。

類似的青花碗亦可見於武威市博物館藏品中，該器與俗稱「馬上杯」的高足杯同時出土於窖藏之內，無論胎釉特徵或青花紋飾都顯示其為景德鎮窯廠所生產的器物。A

|| 元代青花瓷器在多元融合的時代背景下，吸收了游牧民族的生活元素，產生獨具特色的器形。下期將以中原風格為題，介紹元代青花裡屬於中國傳統的文化特色。||



BOOK

震旦博物館出版叢書介紹

## 漢代玉器



東漢「延年」珩

**漢代** 玉器是在戰國晚期的基礎上發展起來的，形制功能集早期玉雕之大成，除了劍飾玉、組佩飾及喪葬玉臻至成熟之外，玉帶鉤、動物玉雕、玉質器皿及大型玉璧也呈現出多采多姿的風貌。本書收錄漢代玉器224組件，內容分為禮瑞用玉、喪葬用玉、佩飾用玉、人物造型、動物造型、飲食用器、嵌飾用玉、璽印、劍飾用玉、似玉材質及改形玉器等類，導論和分說明皆由北京大學考古學博士蔡慶良先生所執筆，深入淺出的分析漢代玉器獨樹一格的美感。A



西漢 羽觴杯

### 【內容精選】

- 1、作者以考古學為根基，結合古器物學、美術史及藝術心理學等方法，探討漢代玉器的特色。
- 2、作者由整體特徵、構圖、母題、母題零件及手法等項目，分析漢代玉器的風格，引導讀者深入體會漢代玉器的美感。
- 3、運用多角度的拍攝及拓片的輔助，來展現漢代玉器的形紋之美，並針對部分母題和零件給予重點性的提示，方便讀者的鑑賞。



漢代 金鑲玉匣

### 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 ● 明宣德青花瓷鑑賞

### 館際合作系列

- 丙國金玉選粹—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



04

明宣德  
青花雲龍紋梅瓶  
高56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

梅瓶屬於中國傳統品類，但是各時期的產品在器形大小和形狀風格上並非完全一致，如本期所要欣賞的宣德青花雲龍紋梅瓶就是在承襲前朝基礎上所改變的器物。

**此器** 的瓶口小而圓，口沿外捲為厚脣，短頸收窄，肩部豐圓飽滿，腹部深長，腰部以下收窄，足底外撇，器形婀娜優美。足底微向內凹，露胎無釉，殘留一個「十」字形的墊具痕跡，是當時裝窯燒造的特徵。

梅瓶器身以青花為飾。肩部勾勒二圈弦紋，弦紋下方排列四個獸面，獸的雙眼圓睜，炯炯有神的注視前方，毛髮濃密，朝外飄揚，兩獸之間橫向書寫「宣德年製」四字青花楷書款，是宣德梅瓶常見的款識。

瓶身以雲龍為主紋，龍首鼻吻微微上仰，身軀前段向上拱起迴繞一圈，再沿著頸部和下頰往前延伸，龍背上的脊板挺拔如鉤，身上鱗片密布，四肢撐開，趾爪尖利如鷹，十分剛健有力，頭頂鬃鬣和肘肘處的肘毫皆成束飄揚，展現凌空飛行的動感。腹底一圈壺門紋邊框內填圓珠紋，以青地白花之形態襯托上方的主紋。

此器的器身高長，尺寸比永樂梅瓶大很多，是從前朝傳統中變化的新器物。美國納爾遜博物館的藏品裡，也有造型紋飾相同的作品，可以作為鑑賞的參考。A



## 震旦人公益行動「溫暖隨行」 永續前行 一起共好

圖·文／震旦集團

**唐氏**症基金會於2012年創立「愛不囉嗦」、「愛皂事」公益品牌。因應健康、環保意識逐漸抬頭，今年推出的多款春節禮盒除了設計精美，更強調環保油墨、環保設計包裝，並結合資源循環運用，將回收廢棄寶特瓶，抽絲再製作成禮盒及多用途的時尚絲巾，也成為多用途的時尚領巾、頭飾和披肩。並與台灣在地優良小農和商家合作，在愛不囉嗦門市銷售100%使用台灣本土小麥製作、不

添加防腐劑的全麥麵條等食品，希望讓願意透過購買支持公益團體的民眾也能吃的美味、吃健康。

震旦集團多年來支持唐氏症基金會各項公益行動，並運用集團本業資源，從捐贈辦公家具予唐氏症基金會，完善各服務站辦公場域與小作所外；也於節慶期間發動同仁參與活動，一同進行禮盒包裝，希望讓更多人了解唐寶實，也能品嚐到他們用心製作的點心。



金儀志工團隊合作今年一同齊心完成1,300個禮盒組。



震旦志工與唐寶實們一起完成新春禮盒包裝。

### 2024年新春禮盒包裝

#### 1 金儀總部×財團法人中華民國唐氏症基金會

金儀志工參與新春禮盒包裝工作，發動同仁與眷屬一起動手摺包裝盒，感受溫暖又親切。看著大家開心的笑臉，以歡喜心付出，讓身為父母者也能透過公益活動與孩子交心，做公益之餘，心靈也充滿正能量。

#### 2 震旦OA三重×財團法人中華民國唐氏症基金會

震旦志工與唐寶實們一起完成禮盒包裝，首次與唐寶實們相處，感受到他們認真的做事態度令人敬佩；紙盒包裝雖然是簡單的工作，但大家在溫馨熱鬧的氛圍下進行，也是一種全新的體驗！

#### 3 康鈦總部×財團法人中華民國唐氏症基金會

康鈦志工齊心完成600多盒的年節禮盒，過程中不僅只是包裝禮盒，更體會到大家團結的力量與愛心的傳遞，希望透過志工參與，讓唐寶實們感受到外界的溫暖。



康鈦志工協助包裝年節禮盒，期望唐寶實們用心製作的點心能被更多人品嚐。

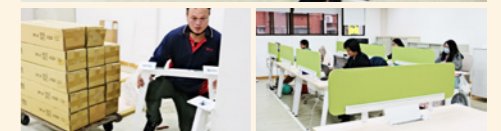
包裝禮盒不僅只是實質上的支持，更是一份無聲的陪伴與關懷，每一份微小的關懷都能夠為他人帶來溫暖。希望藉此活動讓唐寶實們感受到大家的關懷與支持！

### 物資捐贈



#### 震旦集團×社團法人台灣環境資訊協會 協助打造辦公場域，擴充服務能量

台灣環境資訊協會致力於推廣、鼓勵大眾在生活中落實環保，期望透過多元活動，引發具體說到做到愛地球行動。面對環境問題，希冀串連更多民眾、企業與團體，創造更大的改變。台灣環境資訊協會隨著組織擴張，搬遷至新址；因考量到新辦環境空間與格局，在既有辦公家具無法符合需求下，震旦集團提供工作桌、屏風、鐵櫃等家具完善工作場域，讓志工們能有更完整的辦公空間，為環境永續努力。A



震旦志工細心搬運與組裝，協助打造舒適的辦公場域。

# 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](http://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

## 3D列印客製新時尚

J850™ TechStyle™ 業界首款可直接列印在織物上的全彩3D列印機，  
為服裝訂製設計注入新時尚魅力。



# 未來辦公式

Image Your Future

永續創新 共築低碳生態圈



震旦「未來辦公式」揉合共融、共創、共享、共好概念，提供高效、節能、環保三大智能辦公解決方案，作為永續轉型孵化基地，攜手顧客共築低碳辦公生態圈。

