

名人講堂

數位轉型學院創辦人—詹文男
向大師學習數位轉型



藝文饗宴

館藏精粹賞析
青花藏文蓮托八寶紋僧帽壺

1971年7月創刊 · 發行52年10個月

MAY 2024 五月號 No.634

AI個人化時代 精準玩行銷

AI發展飛速，
從機器學習到深度學習，
引起全球企業爭相投入。
未來也將大步邁入行銷領域，
帶領走向「超級個人化」時代！



Hi!

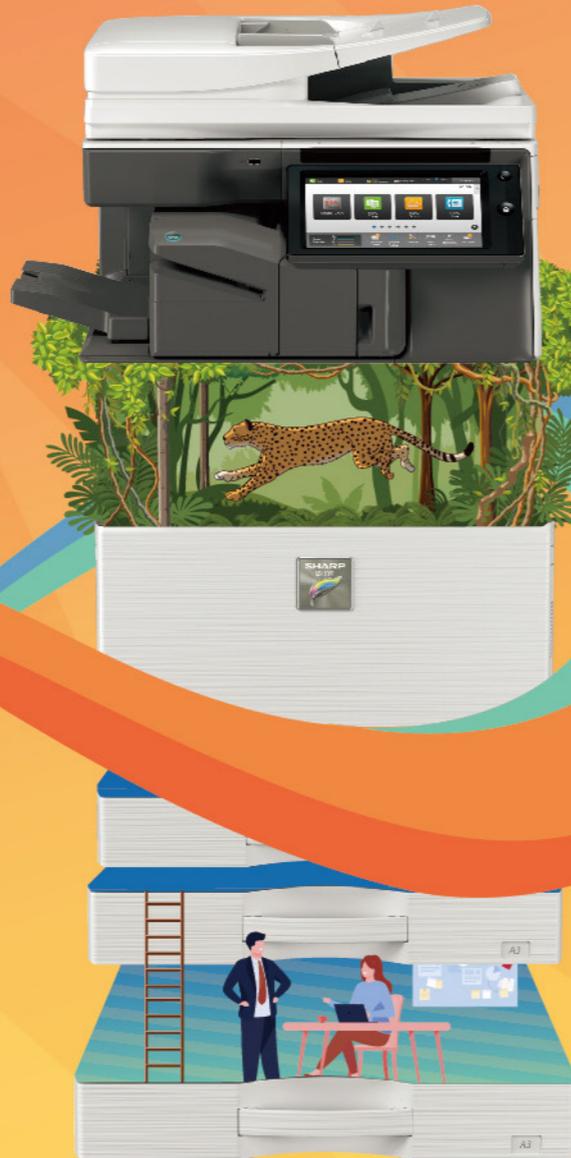


電子版月刊

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。



讓AI成為助手

AI 科技不斷演進，人工智慧的應用已超越傳統行銷框架，進入個人化、即時化的新領域。透過AI能更深入了解消費者的喜好、行為和需求，提供更貼近需求產品和服務，因為你要的未來，由你決定。

本期封面故事主題「AI個人化時代，精準玩行銷」，探討AI個人化行銷的最新趨勢。深耕AR科技領域多年的白璧珍指出，隨著人工智能的進步，我們已習慣用手機、電腦等個人裝置接收各種個人化訊息。再加上智慧城市的發展，也預見城市觀光導覽將與AR視覺結合，如此一來，AI個人化精準行銷時代的來臨，更加令人期待。

科技趨勢專家尹惠植表示，因應ChatGPT的出現後，AI人工智慧正逐漸走進我們的生活。並分享韓國的案例，提供企業在產業趨勢、工作型態上，如何提前掌握AI生成時代的競爭優勢解方。

對於資訊爆炸、時常面臨疲憊的現代人來說，蔡宇哲心理學博士提供寶貴的建議。他指出，大腦神經系統在休息時進行重整與強化，無論是在工作結束後還是在等待下一階段工作，都應該給自己充分的休息，讓大腦有機會重新調整和準備應對的時間。

AI個人化時代已來臨，智慧導覽與精準行銷將提前展現未來樣貌。透過AI智慧，我們能夠實現更智慧的生活方式，讓AI成為生活助手，為迎接未來挑戰做好準備。 **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 · 2024/5/1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、劉子靖、蔡君婷
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.634
MAY 2024



A p.20

AI個人化時代，將協助工作者提早掌握AI生成時代的競爭優勢。



A p.24

數位轉型學院創辦人——詹文男



A p.32

日本建築師山本理顯首件作品「山川山莊」，以寬敞走廊串起不同生活機能。

E 編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 讓AI成為助手
文／蘇美琪

M 大師專欄 MASTER COLUMN

04 致敬《快思慢想》康納曼
文／丹尼爾·康納曼

T 科技速報 TECHNOLOGY

10 結合大數據、AI轉為實際消費
文／張志康

COVER STORY

AI人工智慧已成為企業必備的核心競爭力之一；全球企業紛紛轉向機器學習與深度學習，投入未來，讓智能化的分析與預測，實現企業最大價值！



M 大師輕鬆讀 MASTER 60'

12 AI是終極行銷推進器
編譯／大師輕鬆讀

C 封面故事 COVER STORY

14 投入未來，掌握機遇
序言／蘇美琪

16 AI帶來精準的個人化行銷預測
創造場景式AR新體驗
文／白璧珍

20 出遊、求職、吃東西都問AI
AI還能帶來什麼幫助？
文／尹惠植

C 名人講堂 CELEBRITY TALK

24 數位轉型學院創辦人——詹文男
向大師學習數位轉型
文／商周出版社

M 職場觀點 MANAGEMENT

28 職場進入「冰河期」
線性式職涯將被組合型取代
文／黃至堯

D 玩味設計 DESIGN

32 普立茲克建築獎系列專題①
從「人」的關係出發 重新體現建築美
文／李俊明

L 樂活人生 LOHAS LIFE

37 心理師教你好好休息
心不累、身體不疲憊的好眠實踐法
文／蔡宇哲、蔡佳璇

A 躍昇震旦 AURORA NEWS

42 康鈦科技×秋雨創新
高數位打樣解決方案
一站式服務提升效率
圖·文／康鈦科技

44 通業技研×大尺寸3D掃描解決方案
協助汽車、航太業 快速提升產業效能
圖·文／通業技研



A 震旦博物館 AURORA MUSEUM

46 震旦博物館公共教育紀實
邂逅大美育
圖·文／震旦博物館

A 藝文饗宴 ARTS PLAZA

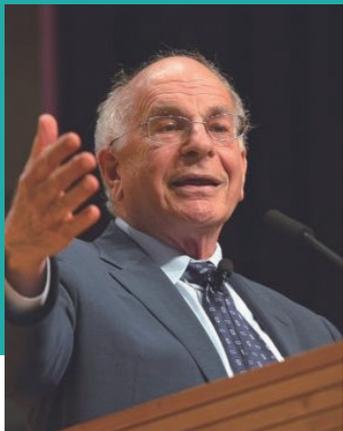
48 古器物學講座
——認識元青花瓷專題④
中原風格之元青花
圖·文／吳棠海

52 震旦博物館出版叢書介紹
唐宋元明清玉器
圖·文／震旦博物館

53 館藏精粹賞析
明宣德 青花藏文蓮托
八寶紋僧帽壺
圖·文／吳棠海

L 愛心公益 LOVE ACTION

54 震旦人公益行動「溫暖隨行」
用行動溫暖
每一個角落
圖·文／震旦集團



DANIEL KAHNEMAN

丹尼爾·康納曼

文／丹尼爾·康納曼（天下文化出版社）

圖片來源／遠見·天下文化事業群（張智傑攝）

致敬《快思慢想》康納曼

行為經濟學之父

諾貝爾經濟獎得主、行為經濟學之父康納曼，於今年3/27過世，享壽90歲。康納曼從未上過經濟學課程，卻開創了經濟學領域的行為心理學分支，影響經濟學領域長達60年。《黑天鵝》作者塔雷伯將康納曼的著作《快思慢想》，譽為可同列於亞當斯密《國富論》、佛洛伊德《夢的解析》的偉大著作。

傳奇人生——猶太家庭，幼時生活於納粹德國占領的法國

《快思慢想》一書中，對於康納曼成為行為經濟學之父的傳奇一生，有深刻的描述。內文指出，康納曼的父母是立陶宛猶太教人，1920年代初移民到法國。1934年，他的母親到特拉維夫探

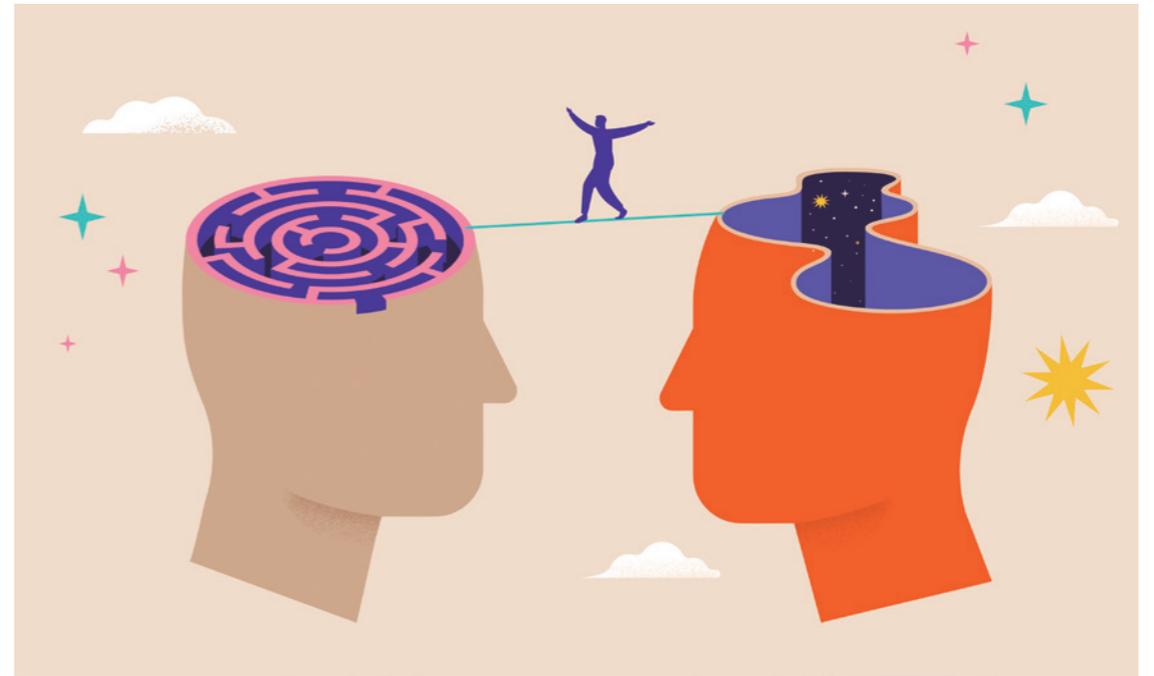
親時生下他。他小時候跟家人住在巴黎，父親是一家大化學廠的研究主管，事業做得不錯。

在他為諾貝爾經濟學獎提交的自傳中，康納曼提到，長於納粹德國占領期間的法國，身為猶太人的童年，以及常常聽到父母與朋友之間的閒聊，讓他從小對人的複

雜性就有了概念，或許就是這種經歷讓他對心理學產生了興趣。

當時，法國猶太人跟其他德國占領區的猶太人一樣被送進集中營，死在集中營。康納曼的父親有一次被捕，德國人竟以為抓錯人，把他放走；康納曼自己有一次違反宵禁，德國親衛隊員以為

康納曼青少年時感興趣的問題，像是人生的意義、上帝的存在等，都屬於哲學問題。但他更好奇的是，是什麼原因讓人對是非對錯有所堅持。



他不是猶太小孩，不但開車載他回家，親切摟抱後，拿出自己小孩的照片給他看，還給他一些零用錢。回到家後，他對母親曾說過的「人性既複雜又有趣，永遠無解」，有了一番體悟。

遇到了一生的合作夥伴特維斯基

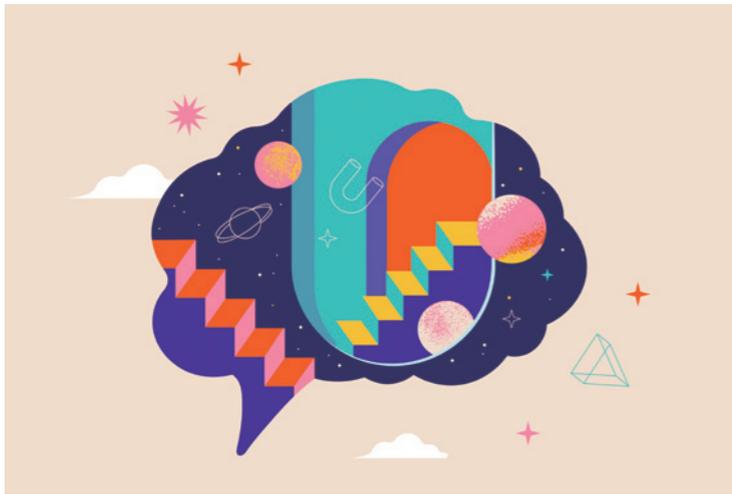
他青少年時感興趣的問題，像是人生的意義、上帝的存在、不搗蛋的理由等

等，都屬於哲學問題。但他後來發現，相較於上帝存在與否，他更感興趣的是，什麼原因讓人相信上帝存在；相較於自己對道德的看法，他更感到好奇的是，是什麼原因讓人對是非對錯有所堅持。康納曼接受職涯諮詢後，心理學成為推薦選項的第一名，經濟學則排名第二。

康納曼1954年在耶路冷希伯大學取得心理學學士學

位後，加入以色列國防軍服役，退伍後到加州大學柏克萊分校取得心理學博士學位。1961-1978年在希伯來大學心理學系任教期間，他遇到了一生的合作夥伴—特維斯基（Amos Tversky）教授，開啟了一段輝煌的學術生涯。

康納曼和特維斯基幾乎形影不離，時常漫步在希伯來大學的草地上，坐在小咖啡館裡，或在他倆共同的辦公



室喝著咖啡，他們總是在交談，談論他們共同研究的問題。即使後來特維斯基至史丹佛大學及康納曼至加拿大英屬哥倫比亞大學任教，兩人每天還是熱線不斷。他們共同奮鬥，建立了一套解釋人們在危險和不確定的情況下如何做出判斷及決定的理論，與幾位先驅者一同創立了行為經濟學。

得知獲得諾貝爾獎，竟把自己反鎖在屋外

2002年，康納曼與開創實驗經濟學的史密斯（Vernon L. Smith）教授共獲頒諾貝爾經濟學獎。康納曼的貢獻在於，「通過心理實驗研究證明『經濟決策的過程是理性

的』假設不能成立，把心理學成果與經濟學研究有效結合，進而解釋人類在不確定條件下如何做出判斷」。但康納曼卻認為自己是心理學家，而不是經濟學家。

當他得知自己獲獎後，十分激動，竟把自己反鎖在屋外，後來不得不破窗而入。他說，「得獎是對行為經濟學研究者的肯定」，在高興之餘，他「還有一點傷感」，因為他長期的研究夥伴特維斯基因罹患皮膚癌，59歲即辭世。他說，「這個獎不頒給已經去世的人，要不然1996年去世的特維斯基博士也應該分享這份榮譽。我覺得這個獎是我倆一起得的。」當被問到如何運用這

50萬美元的獎金時，康納曼說，年齡愈大，就愈能做出明智的投資決策，我現在的年紀可以讓我大賺一筆。」

《快思慢想》——當權威患有「馬後炮偏見」，社會將付出代價？

「我早就知道會這樣了」「我早就說了……」，生活中總是不乏放馬後炮的人。康納曼在《快思慢想》中提到，實驗發現，也許我們都比自己想像的更會放馬後炮！當我們採取了對世界的新看法後，將立刻失去提取過去信念大部分的能力...

想像你自己在一場足球賽中，兩邊勢均力敵，所有輸贏記錄都一樣，現在球賽結束了，一隊贏了，一隊輸了。在你改正過的世界模式中，贏的那一隊比輸的隊強得多，你對過去的看法和未來的看法都因這個新的看法而改變了。從驚奇中學習是合理的事情，但是它可能有危險的後果。

人類心智的上限是它有這個能力去重新建構已經改變了的過去知識或信念，但是

馬後炮的偏見在評估政策上產生有害的效果。它使得評估決策品質時，不是從程序對錯來著眼，而變成由它的後果好壞來判定。

這個建構歷程不是很完美。一旦你採取了對世界的新看法，你立刻失去提取過去信念大部分的能力。

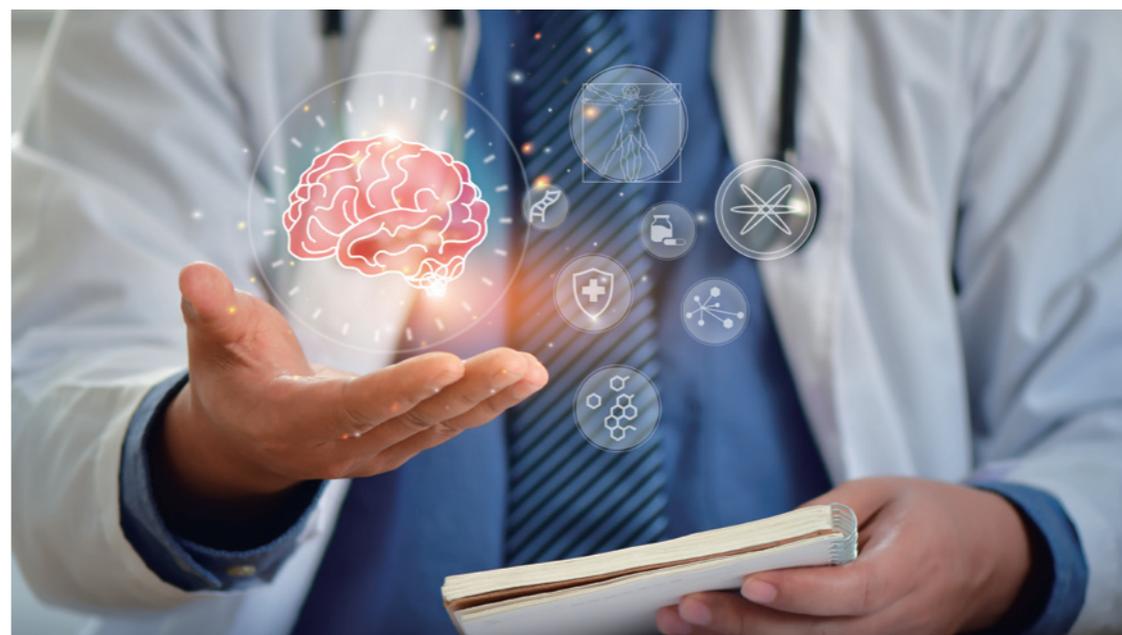
許多心理學家研究當人們改變他的心意時，大腦中究竟發生了什麼事。請選擇一個題目，這個題目是你還不確定你要怎麼投票的，比如說，死刑。實驗者仔細測量人們的態度，然後，請受試者聽一段贊成或反對這個主題的辯論。實驗者再來測

量受試者的態度，他們的意見通常跟所聽到且有說服性的訊息更相似了。

最後，實驗者請受試者報告他們在沒有聽到辯論錄音帶以前的信念。受試者發現很難。實驗者是請他們去重新建構以前的看法和信念，結果他們卻把現在的寫出來了，這是一個立即的替代。許多人甚至不能相信他們原來的想法不是這樣。不能夠重新建構過去的信念，這會

使你低估你對過去事件所引起的驚訝。費希霍夫是第一個在實驗室中展示「我早就知道」（I-know-it-all-along）現象的人。我們把這現象稱為「馬後炮的偏見」（hindsight bias）。

馬後炮的偏見在評估政策的制定者上會產生有害的效果。它使得觀察者在評估決策品質時，不是從程序對錯來著眼，而變成由它的後果好壞來判定。請看下一個



低風險的開刀治療，因為不可預測的意外發生，病人死亡了。陪審團傾向於相信這個手術其實是很危險的，叫病人開刀的醫生應該要負責任，知道有危險，醫生就不應開刀。這個後果（因為病人死了，所以手術是危險）的偏見使得陪審團幾乎無法評估這個決策究竟是對還是不對—陪審團應該看，在做這個決定時，開刀這個信念是不是合理的。

馬後炮對那些替別人做代理人的決策制定者特別不公平—醫生、理財顧問、三壘教練、執行長、社會工作人員等。我們傾向於責怪做決定者，不論那個決定本來是好的，只是執行壞了。即使政策成功，我們也很少給制定者應得的感謝或承認。這裡有很顯著的「後果偏見」（outcome bias），當後果不好時，顧客通常責怪他們的代理人，沒有看到牆上寫的字，卻忘記它是用隱形墨水寫的，只有在事後才看得

見。一個在事前看起來是很謹慎小心的行為，可以在事後被看成不負責任的行為。

曾有一項根據真正法律案件所做的實驗，加州大學學生被要求去判斷，明尼蘇達州杜魯斯市（Duluth, Minnesota）是否應該花很大一筆費用僱一個全職的守橋人去保護市民，因為河水裡有許多漂流木會阻擋河水的流動。一組受試者只被提供當時市議會做決定時可用的資訊：24%的學生覺得應該請個人來監控河水，第二組受試者則被告知漂流木阻擋了水的流動，造成氾濫，即使這些學生已經被特別告知，不要讓馬後炮扭曲他們的判斷，卻仍有56%的學生覺得市政府應該出錢請人來監控河流。

後果愈糟，馬後炮的偏見愈大。事後去責怪那些做決策的人會使他們採用保護系統或解決方式，即極不願意冒任何風險。當醫療糾紛使醫生被告的機會增加後，醫

生改變了他們的看病方式，叫你去各種檢查，把更多病人轉給專科醫生看，用保守的治療法，即使這個方法沒有效。這些動作保護了醫生，但對病人不見得好，它製造出利益衝突。

雖然馬後炮和後果偏見一般來說培養了風險規避（risk aversion），它們同時也給不負責任的尋求風險者不該有的報酬，就好像將軍或企業家冒險一賭，贏了。那些一直很幸運的領導者從來沒有為他們冒太大的風險而受罰；相反的，他們被認為有前瞻性、預期會成功。那些有理智的人一當時懷疑領導者這樣做是否得當的人，現在反而被馬後炮的偏見認為是膽小、差勁、沒有用的人。一些幸運的賭盤使魯莽不負責任的領導人冠上了皇冠，享受著先知、前瞻和勇敢的美名。A

出處：《快思慢想》／天下文化出版社

// 馬後炮和後果偏見一般來說培養了風險規避（risk aversion），它們同時也給不負責任的尋求風險者不該有的報酬。 //

你問
我答

No.
634

《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

傳統「線性式職涯」個人與企業之間是雇傭關係，早已無法滿足個人需求。「_____職涯」個人與企業雙方是多元合作關係，才能同時達到收入增長和個人成長。

掃描看解答



A 多元型 B 組合型 C 開放型

數字解碼

結合大數據、AI 轉為實際消費

文／張志康·資深媒體記者

個人化行銷其實不是新概念，隨著科技的進步，企業可以透過大數據的蒐集、分析、應用，再加上適合的行銷工具，不僅促進了消費者的消費行為、創造消費意願，還能夠提升顧客滿意度。



看更多科技趨勢



1,640 萬會員

全聯導入CDP 洞查顧客需要及想要

全聯福利中心數位轉型上，除了福利卡、官網的PXGo!還有全支付、PX pay等不同的會員，總會員數突破1,640萬人次，但到目前為止缺乏整合成生態系。不過2021年起，開始導入自動化行銷科技，將消費者分成不同的層級，投入不同的行銷資源。

2023年，全聯開始籌備導入顧客數據管理平台（CDP），作為行銷人員分析顧客數據的介面，並加速數據蒐集到自動化行銷的流程。行銷人員利用CDP的No Code數據分析模組，能自行嘗試從數據中找出行銷機會，完成簡單的數據驅動行銷情境分析。

資料來源：IThome、卡優新聞網

11.91 兆人民幣

經濟趨緩消費降級 更要定位潛在客層

隨著大陸疫情後經濟成長趨緩，中國央行去年7月公布今年上半年家庭銀行存款增加了11.91兆元人民幣，增幅創10年新高。存款提升也意味著消費降低，零售業的營收即使增長，客單價也有降低趨勢。部分人會看著拼多多、蜜雪冰城等業者的成功，認為打價格戰才是王道。

然而，從大陸去年全年最熱門關鍵字之一的「平替」可以發現，消費者在乎的不單純只有價格，而是「性價比」。但企業如何精準地定位消費趨勢、潛在客層，以及消費需求，才是企業最大的課題。

資料來源：紐約時報、中央社、自由時報

2,500 萬會員

提升消費者忠誠度 業績水漲船高

麥肯錫2023年發表的消費者調查指出，透過個性化行銷，可以有效降低50%的顧客獲取成本，提高收入5至15%，並將提高行銷投資回報率一至三成。個性化還被證明可以提高績效並提供更好的顧客成果。增長速度較快的公司從個性化中獲得的收入比增長較慢的對手多40%。

該報告中並舉法國的美妝零售業者Sephora為例，該公司透過網站及手機應用程式提供個性化行銷體驗，到了2020年，便已有2500萬會員，2022年該公司營業額高達792億歐元，淨利更高達211億歐元，成為LVMH集團的第二大品牌，提供該集團總營業額26%。

資料來源：McKinsey & Company、美妝頭條

29 億張卡

萬事達卡 打造個人化數位體驗

在速食巨頭麥當勞2021年將個人化平台Dynamic Yield出售給萬事達卡公司後，萬事達卡便積極協助企業運用AI人工智慧整合大數據，為消費者打造高度個人化的數位體驗。Dynamic Yield成立於2011年，是個人化的消費者經驗平臺，透過機器學習技術並根據消費者的購買紀錄、瀏覽紀錄或其它特性，來提供個人化的推薦服務。萬事達卡表示，該公司全球有29億張卡、每年約1,430億筆匿名彙總的消費數據，並在全球擁有超過2,000位數據科學家、工程師與研究顧問，未來也將持續透過其領先全球的團隊，為所有合作夥伴提供全方位的數據分析與顧問服務。

資料來源：萬事達卡、IThome

27 次

消費者變心快 接收訊息平台多樣化

消費者一天中，不斷在不同平台切換，Podcast、搜尋引擎、社群媒體，接觸到各種商業廣告訊息。但隨著科技的進步，消費者尤其是年輕消費者「變心」的速度，遠比你以為的更快。如何做出即時且有效的決策進行無斷點個人化行銷，也是待解的難題。

北歐的電信服務商Telenor，曾進行年輕人的資訊平台做過相關研究，據報告指出，年輕人一小時內，轉換接收訊息的媒介高達27次。透過該公司與數據分析大廠SAS合作，透過AI分析技術，並在正確時機、正確管道投放專屬該顧客的產品組合，僅四個月的時間，便使其主推的服務顧客認知度達到80%。

資料來源：天下雜誌

AI是終極行銷推進器

編譯／大師輕鬆讀



看更多精彩內容



未來，人工智慧或稱AI，將會大大扭轉行銷方式。行銷過程中的每一步都無法避開人工智慧的參與。AI不會完全替代行銷人，但不會使用AI的行銷人將會遠遠落後那些清楚了解AI、並善用其威力的同業人士。

具體 來說，人工智慧就是一種機械能力，藉由訓練機器像人類一般思考，將人類各式各樣的能力，例如：認知、推理、判斷、決策等整合起來。

從行銷的角度來看，AI讓行銷生命週期的每一步都發揮到極致。AI為行銷注入更深層的理解力以及即時回應的能力。舉例來說，

在還沒有AI的時代，行銷人使用相關分析或因果分析來找出哪種程度的折扣轉換率最佳。他們會使用問卷調查、測試行銷、因素分析，以及過去促銷的數據等等，試著在局部或整體層面為此找出一種感覺。

有了AI，企業便可以分析特定的消費者過往行為，以便建立購買傾向基準線。接著AI

便可以在其他產品品類，即時將他們的行為納入考量，然後送出高度個人化的提案，不僅對消費者有幫助，對公司也是一件很棒的事，可以留住可能流失的銷售，而消費者也不會覺得自己受到差別待遇。

當你意識到每樣東西都將具備感測器——從手錶、鞋子、車子、溫度調節器到運動用品，像是高爾夫球杆等等——以及這些感測器將會不分晝夜分分秒秒接收數據，然後把數據餵進AI機器，傾盡全力找出方法讓你掏錢消費。

AI來臨後，未來的行銷將如何改變？

改變 1 AI促使行銷人能力大增

掌握這樣的數據流將會協助行銷人產生各種洞見，並且根據這些洞見即時採取行動。可以運用在個人化產品、服務、目標式促銷，以及其他更多方面。行銷將會更加精巧、不擾人及具說服力。

改變 2 AI助長高度個人化的提案

顧客通常願意為個人化的產品及服務支付更多費用，因此這樣的作法可增加你提供的價值，並提高你可收取的價格。

改變 3 AI在行銷上被用於聊天機器人

這類虛擬助理可以自動回答重複的客服問題，釋放支援人力處理更複雜的問題。因為顧客可以更快得到答案，也有助於促成交易。

改變 4 AI將被整合進投放廣告、內容創建以及其他更多事務

AI讓行銷人可以將行銷活動高度客製化。他們將有辦法創造出回應式的廣告內容，並且是即時發生，零時差地發揮最大作用。

無庸置疑地，行銷人不需要成為AI專家才能運用AI的威力，但他們必須熟悉AI能提供什麼服務。行銷人必須知道如何借力使力，運用AI保持相關性。現在有許多線上平台提供實際操作層面的AI課程，這類課程將會如雨後春筍般大量湧現。企業也必須舉辦工作坊、講座以及提供培訓課程，讓同仁持續學習最新知識，跟上AI的發展步伐。A

投入未來， 掌握機遇

序言 / 蘇美琪；文 / 白璧珍、尹惠植

AI人工智慧已成為企業必備的核心競爭力之一；
全球企業紛紛轉向機器學習與深度學習，
投入未來，讓智能化的分析與預測，
實現企業最大價值！



CHAPTER 1

AI帶來精準的個人化行銷預測
創造場景式AR新體驗



CHAPTER 2

出遊、求職、吃東西都問AI
AI還能帶來什麼幫助？



圖片來源：ChatGPT 生成AI圖片

以行銷部門來說，關注「以人為本」的個人化議題則變得更加重要並具備可行性，不管是對外的行銷方式與行銷人所採用的工具，都有了巨大變革。

發性的數位轉型，也就是將企業資料數位化或進行工作流程改造、商業模型轉換的數位轉型，但更多企業其實是被推著走的，也就是顧客本身已經無法接受一成不變的傳統行銷，期待透過數位式或行動式的行銷方案，並從中獲得體驗的驚喜感。

傳統的行銷是條件式的，基於大數據的統計或群體資料（如：地理資料或顧客名單）進行推估，但往往缺乏即時性與準確性，而AI與互動科技的導入，讓品牌行銷從推估變成精準預測，從而讓品牌與顧客間建立更深入與具備個人化的聯繫，並改變顧客的參與方式與參與度，創造所謂的獨特體驗或峰值體驗（Moment of Truth），具體實現「以人為中心」的個人化行銷時代。

人工智慧的個人化核心概略來說，就是利用人工智慧為個人消費者量身訂製行銷活動，超越了傳統的數據或統計分析，使用機器學習演算法來即時預測和適應用戶行為。

CHAPTER I

AI帶來精準的個人化行銷預測

創造場景式AR新體驗

文／白璧珍·宇萌數位科技執行長、台灣實境科技創新發展協會理事長
圖／宇萌數位科技提供

人工智慧（AI）將是2024年的產業主角，AI應用將從企業走向個人終端，隨著數位化的日益發展，透過個人化的行銷內容與顧客進行有效互動，進而驅動轉換成效。

常常 聽到身邊的親友討論汽車的加速速度，譬如說特斯拉0到100公里只需2.3秒，現在AI與GenAI時代的來臨，整

個世界的工作和生活加速度的程度，也如同汽車加速一樣，讓世界的運轉呈現巨量、高速的效果。



看更多精彩內容

AI時代的來臨，代表企業中的變革與創新，尤其AI的導入不會僅是技術部門的事情，更是跨部門的整合工作，代表工作中將更具效率與協同性。

逐漸重視「以人為本」的個人化議題

以行銷部門來說，關注「以人為本」的個人化議題則變得更加重要並具備可行性，不管是對外的行銷方式與行銷人所採用的工具，都有了巨大變革，也因此目前的流行用語是會取代我們工作的不是AI，而是會用AI的人。

我們先來講行銷方式的變革，目前數位轉型已經是全球企業面臨的議題，有部分企業是原



人工智慧系統處理來自瀏覽歷史紀錄、購買紀錄和社群媒體等來源的個人化數據資料，並透過模型預測個人喜好或行為，例如：在網上搜尋了旅行景點，且對行李箱有興趣的使用者，人工智慧可以將這些數據和他們的社群媒體活動結合，以推薦特定的旅遊套裝票券。

而透過這些數據分析，人工智慧識別出獨特的使用者模型，而數據的資料累積越多，AI的理解力也就越強，判斷與預測就會更精準。這種持續的AI數據工作，使行銷人員能夠更好地理解顧客需求與偏好，並針對性的提供產品與服務，實現個人化行銷。

AI大數據對品牌行銷帶來的好處

1 增強顧客體驗：

當AI即時預測和了解顧客的偏好，可以確保消費者收到與其個人需求與期待產生深刻共鳴的內容與優惠。

2 增強廣告投放率：

透過更精準的預測，品牌從而實現了更高的轉換率，從而提升廣告的投資報酬率。



圖片來源：宇萌數位科技

3 具延伸性的個人化：

人工智慧處理大量數據，使品牌能夠大量的提供個人化服務，並透過專屬內容吸引受眾。

4 即時決策與反饋：

AI技術具備即時性反應，使得行銷活動能夠因應顧客的行為變化而即時判斷，無論是即時給予對應資訊或即時調整行銷策略，或是即時產生結果回應，都能依據時效提供反饋，從而提高行銷成果。

5 AI生成行銷創意或內容：

透過生成式AI技術還能夠生成各種形式的行銷廣告內容，包含創意、文案、圖像、影音、聲音等，使得行銷人員不受限於設計人員或時間限制，能輕鬆的創造吸引人的內容，吸引用戶關注並提高品牌曝光度。

6 AI虛擬客服或助手：

AI技術可以從公司的資料庫中訓練虛擬客服或助手來理解或回答消費者的問題，並根據使用者的需求提供個性化的建議與支持，使得消費者可以更方便獲取訊息並解決問題，從而提高購買率與顧客滿意度。



圖片來源：宇萌數位科技

II AI帶來精準的個人化行銷預測，實現「以創造場景為主」的體驗式行銷，並進一步打造獨特的個人體驗服務，加強了品牌與消費者間的互動關係。II



圖片來源：ChatGPT 生成AI圖片

「以創造場景為主」的體驗式行銷

AI帶來精準的個人化行銷預測，也進一步協助企業從產品導向，轉為思考與實現「以創造場景為主」的體驗式行銷，進一步打造獨特的個人體驗服務，加強了品牌與消費者間的互動關係。

如同各地區的就業服務站，即打造了XR（即延展實境，包含AR擴增實境、VR虛擬實境與MR混合實境等相關技術）與AI的結合服務，透過虛擬面試與穿搭系統，讓民眾可以模擬面試的流程與服飾的穿搭，面試官則是搭配AI語音技術，可以和面試者情境式對話，達到求職中最重要的面試訓練效果。

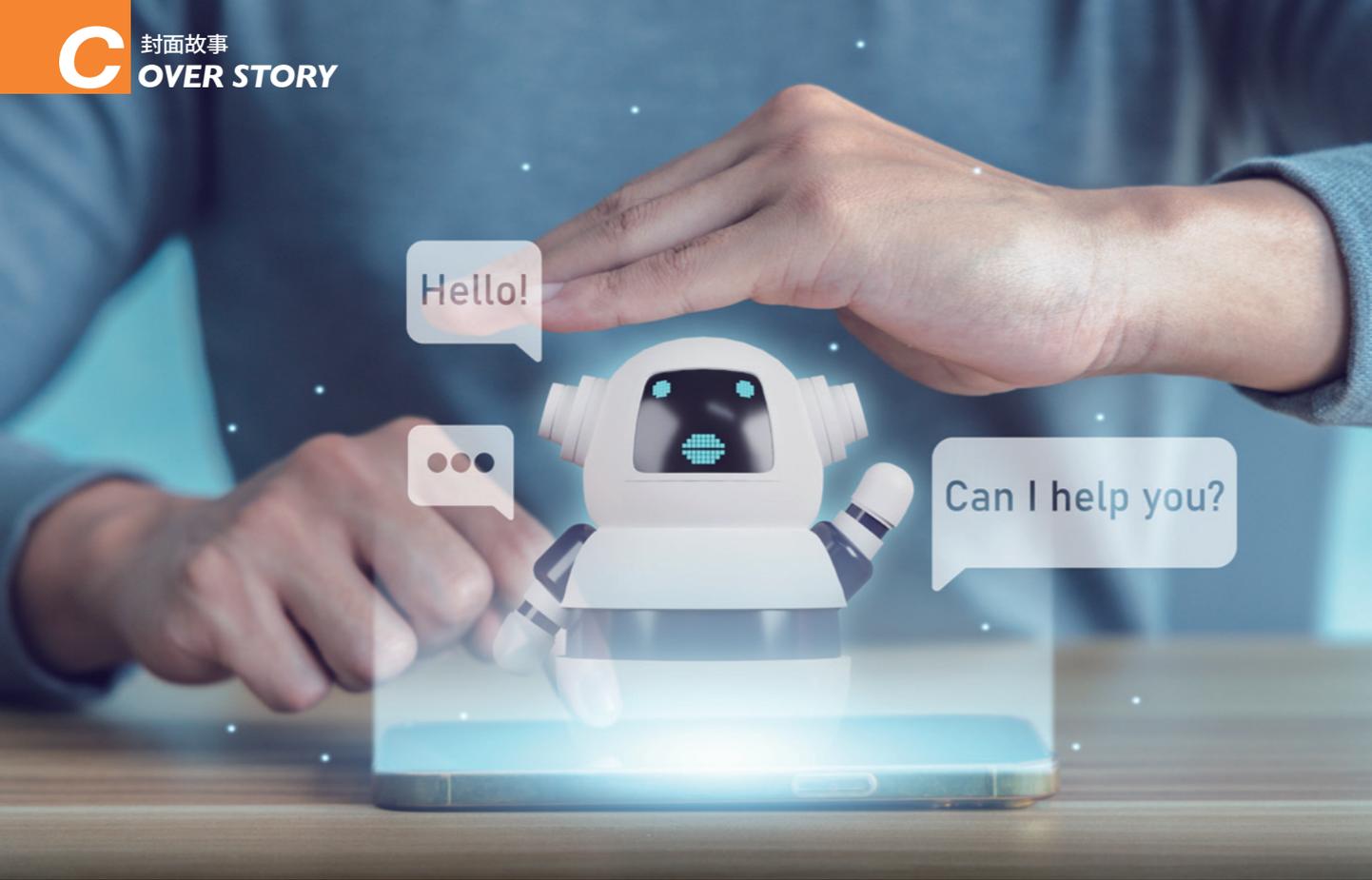
而AI技術也可搭配虛擬穿搭功能，讓民眾現場拍照即時生成多元服飾進行搭配，充分展現時空穿越感。在台北市某一所高中校舍的古蹟修復計畫中，就有一項AI拍貼機，可

以讓校友一秒用AI穿搭五種具時代感的校服，達到歷史感與科技感融合的感動體驗。

當然這類技術也用在AR導航中，台北流行音樂中心就和XR技術團隊配合，在容易迷路的展廳會面點打造多個AR導航點位，並透過AI技術來即時校正GPS點位的精準度，讓AR導航減少了定位訊號飄移的程度，讓AR導覽、導航與尋寶等戶外服務更加有感，進而提升場域的服務價值。

另外，AI的強大運算能力，也實現了大家夢寐以求的即時翻譯功能，在日本就有車站的服務台裝設了透明螢幕，讓想詢問資訊的外國顧客進行即時跨語言溝通翻譯（又稱為UST，Universal Speech Translator），透過AI把文字與語音皆進行即時語言轉換，讓語言溝通無國界。這樣的功能也進一步用在工業製造領域的AR遠距協作系統中，AI輔助了AR在空間定位中的精準度，也可以進一步搭配UST和AI環境降噪，讓跨國工程師協作中可以減低溝通上的語言和環境障礙。

拜AI之賜，拿起手機、電腦等個人裝置，就可以收到各種精準的個人化購物或影音資訊在目前對大部分的使用者來說已經是日常，而想像未來的商場、博物館或園區，只要拿起手機或觀看現場自助導覽機螢幕，就可以看到各種用AI生成的可愛虛擬導覽員，並且協助即時回覆場域資訊、歷史深度知識或其他各式疑難雜症，若是外國觀光客，還可以進行即時跨語言文字與語音翻譯，而未來也將擴及智慧城市層次，城市觀光導覽的各種資訊與廣告推播將搭配AR視覺與AI問答隨時取得，天涯若比鄰的AI個人化精準行銷時代即將來臨。A



CHAPTER 2

出遊、求職、吃東西都問AI

AI還能帶來什麼幫助？

文／尹惠植·2miles雲端解決方案公司代表

隨著ChatGPT 登場，AI 逐漸走入生活，到底「生成式AI」可以為我們帶來什麼幫助？本文透過案例了解AI個人化時代，如何幫助工作者在產業趨勢、工作型態、個人職務面臨前所未有的變革前，提早掌握AI生成時代的競爭優勢。

還不知道生成式AI能為你帶來什麼幫助嗎？從識別食品標示、旅遊規劃到面試練習，讓AI成為你工作與生活上的好幫手。

從識別食品成分到面試練習，AI都能幫忙

韓國AI新創企業Upstage開發的「AskUp」，

也是上市後隨即展現暴風成長。AskUp是用戶在Kakaotalk上拍照或傳送訊息後，就能立即閱讀內容並回覆的聊天機器人服務。該服務推出一個半月後，就累積75萬人次的使用者。AskUP用戶使用手機拍攝文件傳送到App，便會啟動光學字元判讀（OCR）技術辨識文字，進而摘錄文字大意及排版整理。

ChatGPT結合現有應用程式後還能採取「行動」，比起之前只是透過學習資訊給出答案的程度更進一步，這正是企業紛紛投身於ChatGPT服務的原因。



不僅如此，用戶拍攝零食包裝的營養成分傳送之際，若同時詢問過敏的人可不可以吃，AskUP還能辨識出該零食可能引發過敏反應的成分。倘若加上圖像生成式AI並要求：「請畫出穿著韓服的女性、男性」，就會看見穿著形形色色韓服的男女登場；如果更進一步使用微調技術，光是輸入三到五個單字，就能看見AskUP繪製出近乎寫生水準的鮮明圖像。

韓國求職徵才網站Saramin推出「AI面試教練」服務，以ChatGPT概念將事先寫好的平面自我介紹為本，由AI針對個人需要生成特製面試題目，還能以求職者的自我介紹內容作為根據，解釋為什麼會出現那些題目。

如果說以前上購物網站只能用文字搜尋感興趣的事物，現在有公司正在開發可讓用戶親自挑選圖片，由AI推薦GPT技術的時尚設計師服務。矽谷新創公司YesPlz AI將ChatGPT用

在時尚領域，並利用這技術開發「時尚變形金剛」的機器學習模型，該模型會儘可能縮小時尚界使用的單詞範圍並搜索出相關內容，例如：輸入「今晚有慈善派對，該穿什麼好？」就能獲得從頭到腳的造型建議，以及完全不同風格的服裝推薦。

出遊前問AI，為你量身打造旅行計畫

2023年4月綜合旅遊服務網站智遊網（Expedia），推出由ChatGPT驅動的「旅行計畫聊天機器人」示範版本。假如想要和家人們前往新加坡，展開四天三夜的旅行，以前必須先到網路搜尋最低價機票，再到網站搜尋飯店預定住宿。為了排出旅遊計畫，還要特別搜尋部落格和YouTube影片查詢值得參觀的景點，再一一決定，這就是一般制定旅遊計畫時所需的順序。然而，智遊網連動ChatGPT後，使用者可以用一句：「預計在9月1日至5日去新加坡旅遊，請幫忙訂最便宜的機票和四星級飯店」簡單結束行程預約流程。

這個服務還能透過聊天視窗推薦值得去的地點、該停留的地方、移動方法、知名景點及娛樂活動等。智遊網擁有最新的旅行相關訊息和龐大資料庫，因此串聯ChatGPT的瞬間，



讓即時找尋符合使用者需求的最新資料並進行預約這件事成為現實，這意味著ChatGPT結合現有應用程式後還能採取「行動」，比起之前只是透過學習資訊給出答案的程度更進一步，這正是世界頂尖網路企業紛紛投身於ChatGPT服務的原因。

AI世代來襲，須具備的十種關鍵能力

隨著ChatGPT登場，AI逐漸走入生活，我們的工作型態將會如何轉變？未來主動學習取代主動聆聽，AI時代的新關鍵能力我們的工作正漸漸被AI取代，需要自行獨立工作的零工經濟時代迎面而來，勞動的未來會變得如何？會出現什麼樣的職業、又有什麼職業消失、我們必須具備什麼樣的能力？

自2016年起，世界經濟論壇以兩年一次的頻率持續發表《未來工作趨勢》報告書，這份報告追蹤了第四次工業革命的勞動市場趨勢，並分析新興與凋零職業動向，持續扮演未來職業的氣壓計角色。我們有必要仔細參考世界經濟論壇的最新報告書，了解未來將受到矚目的職業群，以及為了從事該職業，要先具備什麼樣的能力。

《未來工作2023》報告書中，發表了「提升未來競爭力的十大技能」，其中排行前十名的能力如下：分析思維、創意思維、韌性、柔軟性與敏捷性、內在動機賦予與自我認知能力、好奇心與終身學習、領導力與社會影響力、信賴度與著重細節、同理心與積極聆聽、技術素養、品質管理等。

世界經濟論壇推估，AI時代機器將有望取代人工在組裝線上的安裝工作，以及製作會計文件格式等反覆工作內容，五年內將持續減少這類簡單重複事務的職業。目前已經有

2023提升未來競爭力的十大技能

 分析思維 Analytical thinking	 領導力與社會影響力 Leadership and social influence
 創意思維 Creative thinking	 信賴度與著重細節 Dependability and attention to detail
 韌性、柔軟性與敏捷性 Resilience, flexibility and agility	 同理心與積極聆聽 Empathy and active listening
 內在動機賦予與自我認知能力 Motivation and self-awareness	 技術素養 Technological literacy
 好奇心與終身學習 Curiosity and lifelong learning	 品質管理 Quality control

智慧型手機取代我們的大腦，扮演著儲存記憶的外部裝置，業務管理軟體正接手以往由管理人員負責的事務。

AI再教育將成未來新興行業

除了提出十大必備能力外，世界經濟論壇強調隨著AI時代來臨，到2025年為止有絕大部分

預計未來五年內，AI與大數據將佔據企業技術教育課程的四成以上。此外，生成式AI雖能取代人類的工作，但為了活用AI與大數據，企業將持續擴大應用AI人才的需求。

的職員需要重新接受教育。目前46%的美國企業在招募高科技人才上遇到困難，據說在最具代表性的未來職種——IT職群中，有60萬個職位正面臨嚴重的供需短缺問題。隨著邁入技術革新時代，職種必定產生變化以及伴隨變化要求新的職場能力。如果無法具備符合時代的能力，將來面對全球雇用市場甚至國際經濟時，產生負面影響的後果顯而易見。

到頭來，當人們無法開發新能力就只能被市場淘汰，換句話說，對企業而言亦是如此，確保及培養能夠活用新技術、擔綱新角色的「人才」，比以往任何時候都重要。

既然如此，職務及工作機會並不是受AI影響而消失了，反過來是新的職務因為AI而出現。這使得企業不可避免地需要即時轉換既有員工的職務，或是進行組織的重構，這可稱為「再培訓、提升技能」(Reskilling, Upskilling)。

考量再次培訓員工的費用，部分人士認為

還不如直接聘用新員工，既快速又簡單。然而雇用新進員工並不代表能立刻解決公司面臨的數位革新課題，特別是現今數位人才的供給正處於相當不足的狀況。由於就業市場正快速邁入零工經濟時代，獨立工作者及自由工作者的比重漸漸增加。

因此，企業內部員工也需要熟悉協作這些工作者的新溝通能力與技術，不再只靠內部人力執行工作業務的時代，已經來到眼前。根據《未來工作2023》報告書，2023~2027年為止需要再培訓的能力中，AI與大數據都晉升至前三名之列。特別是針對員工數超過五萬名以上的企業，該能力的再培訓需求更高踞第一名。

預計未來五年以內，AI與大數據將佔據企業技術教育課程的四成以上。此外，ChatGPT等生成式AI雖能取代人類的工作，但為了活用AI與大數據，企業將持續擴大應用AI人才的需求。因此，對於能活用AI與大數據的人才而言，當下時代反而稱得上是能賦予更多機會的時代。





詹文男

數位轉型學院創辦人

向大師學習數位轉型

圖·文／詹文男（商周出版）

大家都在談「數位轉型」——物聯網、區塊鏈、人工智慧（AI）、元宇宙等。各行各業在經過疫情衝擊，對數位轉型這個概念已不再陌生，但真正了解數位轉型內涵及轉型步驟，並據以實踐的中小企業仍不太多。在理解數位科技新概念後，具體要如何執行？數位轉型學院創辦人詹文男分享協助企業數位轉型的做法。

要掌握「數位轉型」的內涵並不難，可以從名詞拆解著手。所謂「數位」意指數位科技，例如：人工智慧

（AI）、虛擬實境（VR）、區塊鏈、大數據、物聯網、5G等資通訊科技（Information and Communication Technology, ICT），企業可



看更多名人講堂

|| 數位轉型就是運用數位科技協助企業達成長期經營方向，在轉型過程中，創新轉型是目的，數位科技是手段。||

以用來提升營運效能及顧客體驗，甚至運用它們進行商業模式的改造。

數位轉型三階段

「轉型」則指組織的創新轉型，主要是企業長期經營方向、營運模式的整體性改變，而組織架構、資源配置方式也會因應這樣的改變做出相應的調整。是企業重新塑造競爭優勢，轉變成新的企業型態的過程。

而數位轉型就是運用數位科技協助企業達成長期經營方向、營運模式的整體性改變。在轉型過程中，創新轉型是目的，數位科技是手段。一般說來，企業運用數位科技大致分為三階段：

1 第一階段——「數位化」：
指企業尚未採用任何資訊系統，為了提升效率，開始評估採用。

2 第二階段——「數位優化」：
意指在既有的數位化基礎上，提升數位化的水準，改善組織營運效能，強化顧客體驗。觀察現在大部分的企業，目前都在這個階段。

3 第三階段——「數位轉型」：
亦即運用數位科技創造新的商業模式。當企業所處的市場生命週期已至成熟，或組織成長面臨停滯，這時即需思考進行數位轉型，甚至於公司成長階段就應提前規劃。



從實務上觀察，大部分的企業主要還停留在第一及第二階段，亦即仍在從事數位化與數位優化的努力，只有極少數的企業在思考數位轉型。而觀察目前產業進行數位轉型的困難，在於幾個瓶頸：其一是對數位科技及轉型策略的不了解；其二是了解了，但不知如何做？想要做，卻不知如何評估ROI（Return of investment，投資報酬率）；最後的挑戰是，很想做，沒人也沒錢做。就以上的困難與議題，建議透過生態體系平台的建立，就數位科技在各行業的應用及轉型標竿，進行虛實整合的知識擴散。首先，這個大平台可以提供目前各法人及協會相關的課程、研討會及線上課程的資訊，並提供初步的諮詢。

透過「三範」加速轉型

其二，可以透過「三範」的努力來讓產業有實際的學習範例。企業在進行數位轉型前，常常不知從何開始，對整體的轉型藍圖也不知如何進行規劃。政府應在各行業選出

具參考價值的企業數位轉型「標竿典範」，經由這個標竿典範來為產業界進行「示範」，讓各產業有學習的對象，了解這些公司數位轉型旅程上可能發生的各種問題與解決之道。有了更多的標竿典範之後，可以歸納一些原則性的「規範」，透過這些規範，讓輔導單位或者受輔導單位有方向可循，避免造成雙方認知的落差。

其三，企業數位轉型不必然需要企業一手包辦，部分轉型環節可向外尋求專案服務團隊或廠商的協助，達到事半功倍、專注核心的效果。而向外尋求資源協助時，可運用技術／方案決策矩陣，對各類成熟的方案進行評選，確保效益的極大化。政府也可透過專案計畫來協助企業解決沒人、沒錢的問題。

希望透過一系列的個案訪談，促進讀者理解數位轉型的內涵，以及組織推動轉型過程中可能遭遇的挑戰。並透過對「三範」的理解，熟悉數位優化及數位轉型的真義，且在想要投入數位轉型時，也能了解政府相關部

會的政策及可以申請的輔導資源，加速產業的數位轉型。

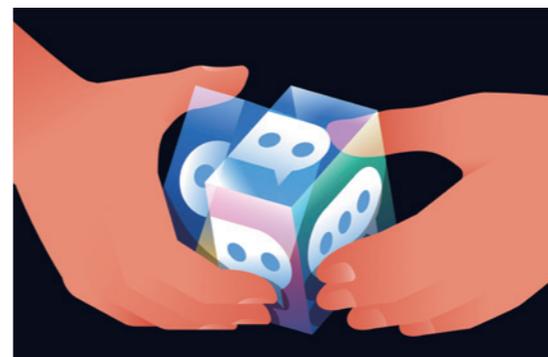
向大師請益 有效實踐數位轉型

在企業實務上，透過專訪企業決策者，提供實際地現身說法，協助掌握個案所處產業的現況與經營挑戰，以及思考如何運用數位科技來解決組織面臨的管理與轉型議題。可從中思考和學習不同產業的企業領導者如何觀察及感知環境變化，進而思考公司的應對策略與發展規劃，進一步反饋至自身組織未來的可能發展上。

在政策資源上，可透過政府相關部會首長的專訪，協助企業掌握政府各部會在數位政策上的規劃，以及相關的數位轉型輔導資源，使欲為自身企業進行數位轉型的企業，縮短申請顧問輔導資源的時程。

數位轉型並非執行一個專案，而是一個不斷追求卓越的旅程。在數位優化階段，主要在於強化組織營運效能及提升顧客體驗，企業應思

|| 數位優化涵蓋組織各個層面，公司每一位都有責任，而不僅僅是老闆或者資訊長才需要關心，每位同仁都應該在自己的崗位上思考如何透過數位科技來強化組織營運效能與提升顧客體驗。||



考如何運用數位科技來優化價值活動（如生產、行銷、人力資源、研發及財務等功能）、價值系統（組織上游、中游及下游）及整個企業生態體系的運作效能，持續地促使組織營運能夠卓越超群；另一方面，在顧客體驗上，也應該思考如何運用數位科技來獲取顧客（顧客樣貌的理解、顧客需求的擷取以及對於顧客訊息情報的掌握）、進行業務拓展（傳遞產品／服務資訊、販售、提供服務管道），以及關係維繫（顧客服務及售後支援）。

也由於數位優化涵蓋組織上上下下各個層面，公司每一位同仁都有責任，而不僅僅是老闆或者資訊長才需要關心，每位同仁都應該在自己的崗位上思考如何透過數位科技來強化組織營運效能與提升顧客體驗，以鞏固公司在原有第一事業曲線的市場競爭力，並更進一步配合公司轉型推進第二事業曲線，因此每個員工都應該對數位轉型的相關理論有所掌握。也可以透過與創新、管理及資管大師的訪談，提供相關的理論與心法，協助進一步掌握組織創新轉型的精髓。

期許以過往經驗分享加速產業，尤其是中小企業數位轉型的進程，更期待透過企業數位轉型個案的推動經驗、創新的轉型知識策略，以及政策資源的介紹，讓數位轉型不再是口號，而是能夠真正地落地實踐！**A**

名人檔案 |



詹文男
數位轉型學院創辦人

現任數位轉型學院共同創辦人暨院長、政大EMBA及台大商研所兼任教授。從事高科技產業情報顧問服務及政府智庫30餘年，曾獲頒中華民國中小企業關懷獎章、國家產業創新獎-創新菁英、中華民國跨越21世紀青年百傑獎——工業類傑出楷模。

好書推薦

《向大師學習數位轉型》



作者：詹文男
出版社：商周出版

精選企業數位轉型案例，從企業主、政策面、專家學者提供全方位觀察與心法，洞察未來經濟社會走勢！



線性式職涯將被組合型取代

職場進入「冰河期」

文／黃至堯·知名人力資源專家博士



看更多人觀點

專欄作者 |



黃至堯

知名人力資源專家博士

隨著全球局勢高度不確定加上市場持續緊縮，企業用人更加謹慎。高薪職缺少之又少，原有職務卻持續消失……職場進入冰河期，無法創造價值的高管要特別注意，一旦被迫離職將很難再回到職場。作為人力資源專家，衷心提醒大家：「要在得意的時候找退路，不要等到失意的時候才找出路」。



大環境不好，各行各業都卷。部分企業為了生存啟動2020計畫。減薪20%（一般採無薪假形式）；裁員20%（各家制度不同）。「遇缺不補」跟「凍薪」成為常態，傳統「線性式職涯」即將結束，隨之而來的是「組合型職涯」。過去沒有全職工作，不進入職涯階段，會讓人有不務正業（沒有安全感）的刻板印象。但在



「傳統「線性式職涯」面臨重大挑戰，同時也帶來更多機會和可能性。但機會只留給準備好的人，「組合型職涯」將是你重塑職業生涯的絕佳時機。」

「組合型職涯」，人們收入將更加多元，個人跟企業的關係將從單一僱傭改為多元合作。

Q1 傳統「線性式職涯」將逐步消失？

1 多階段職業生涯

- **過去：**在單一公司或職務進行階梯式爬升，度過整個職業生涯。
- **現在：**人們將會經歷多次（約6-8次）轉換公司跟職業。
- **未來：**同時為3-5家企業或雇主提供服務，參與多個任務扮演不同角色。

2 新興工作模式

- **遠距工作：**能在任何地方工作，職涯發展更加靈活多元。
- **零工經濟：**外包、短期合約或自由職業者大幅增加，不再追求全職工作。
- **終身學習：**持續更新技能並探索機會，嘗試更多元和動態的職業道路。

3 傳統職業階梯的挑戰

- 「線性式職涯」要求同仁待在單一組織並按階梯模型爬升，不切實際。
- 同仁更傾向工作生活平衡，選擇多重職業或自行創業，為自己打工。
- 企業為降低成本多將非核心工作外包，採「合夥人」模式，創建敏捷的自組織。

傳統「線性式職涯」面臨重大挑戰，同時也帶來更多機會和可能性。但機會只留給準備好的人，「組合型職涯」將是你重塑職業生涯的絕佳時機。企業主也需要認真思考，未來沒有辦公室，工作被分解為多個任務並通過自由工作者完成的組織新型態，又該如何有效運作？

Q2 何謂「組合型職涯」？

1 不同階段人會關注不同重點

- 工作五年想休息一年（去考潛水教練、換個地方生活、去非洲做志願者……）。

- 自己來決定時間如何分配在：親友、志願者、學習和賺錢等四大領域。
- 從小地方開始嘗試，利用最小可行產品（MVP）方法，較容易成功。

2 自我實現

- 為自己爭取多樣化的經歷和學習機會，進一步實現個人價值。
- 收入多少取決於個人付出，減少對單一收入的依賴，不再為五斗米折腰。
- 融合個人興趣和職業，把時間花在自己感興趣且產生價值的事情上。

3 如何落地？

- 首先要確定「核心三要素」即個人的喜好、能力和盈利模式。
- 通過學習和多元嘗試增強自我技能，提早為轉型做好準備。
- 通過不斷嘗試，找到三元素的正確組合（最大公約數），及早打造個人IP！

職場冰河時期，企業跟人的關係產生前所未有的改變，「組合型職涯」成為主流。人人都要提前做好轉型的準備，沒有做好準備，就準備被淘汰。未來已來，切記這句名言：「人要在得意的時候找退路，不要等失意才來找出路」。

Q3 「組合型職涯」的由來？

無論你是工讀生還是CXO，說穿了大家都是「打工仔」，然而職位越高風險越大。在

職場冰河時期，求職市場的現況是曾多粥少，加上通貨膨脹、薪資成長幅度必將放緩。管理學專家Charles Handy在1994年出版《The Empty Raincoat: Making Sense of the Future》一書中首次提出了組合式職涯/人生的概念，除了正職固定收入外，也要嘗試一些創業性質的活動，培養多方面技能。

很多人以為「業務」職缺肯定不會消失，但事實真是如此嗎？最近幾位大老闆不約而同委託我們獵頭找「銷售合夥人」顧名思義就是不用領高薪但利潤一起分享！在傳統「線性式職涯」中，沒有職稱，沒有薪水是不可能的，但換個角度想你跟老闆從僱傭關係（業務員）變成合夥人（經銷/代理商）。

Q4 「組合式職涯」的好處？

1 多元經歷和學習機會

- 透過組合不同的職業和興趣，追求成就感，從而實現個人成功。



II 「組合式職涯」能為個人帶來多元化的經歷和學習機會，創造出一片新天地，並能減少單一收入的依賴。II

- 可以去嘗試做各式各樣自己感興趣，並且有成就感的事情！

2 風險管理

- 收入來源多元化，將較過往單一收入更加的抗風險。
- 組合式職涯除了分散風險，同時也提高了生活和職業的穩定及多樣性。

3 個人價值最大化

- 專注自身優勢並善用人脈資源，將自己過往資源進行深度盤點並從新整合。
- 善用自己的「才能」並結合「熱情」所在，同時考慮價值（盈利）最大化。

「組合式職涯」不僅能為個人帶來多元化的經歷和學習機會，創造出一片新天地，減少單一收入的依賴。結合自我的興趣與優勢，將個人價值最大化，從而實現工作與生活的平衡，簡單的說就是自我實現，做自己。

Q5 面對工作轉型及職涯挑戰，該如何準備自己？

1 首先確定優先順序和設定目標：

- 評估自己目前的情況，設定自己理想中的職涯發展型態。
- 給你自己一些時間思考，清晰的設定「短、中、長」期的目標。

- 從一些短期的小目標開始，先達成小目標，將有利於達成中長期的成就。

2 專注思考與有效學習，非常重要：

- 留出專門時間，進行自我對話與反思。自己做不到就付費請教練。
- 主動減少常見的干擾源，例如：社交媒體、遊戲，因為你沒有時間可以浪費了。
- 練習每次專注25分鐘，休息5分鐘，每4次為一個週期。

3 善用管理工具：

- 待辦事項：記錄和跟蹤日常任務，確保不會將自己的計畫延遲或遺漏。
- 時間追蹤：專案都需要提前規劃，識別自己在不同任務的產出&效率。
- 電子日曆：安排會議和重要活動，確保時間妥善運用及合理分配。

上述這三點對任何人都有幫助。多多思考並善用工具，你將可以更有效地管理時間，完成任務。為自己工作並不一定更輕鬆，反而需要更有紀律跟效率，因為你的收入高低將來自於為他人產出價值的高低。唯有能夠持續創造價值的人，才能長期成就自己。

傳統「線性式職涯」個人與企業之間是僱傭關係，早已無法滿足個人需求。「組合型職涯」個人與企業雙方是多元合作關係，才能同時達到收入增長和個人成長。最後提醒我的讀者，變化永遠都在「心隨境轉」還是「境隨心轉」？相信你一定有智慧，做出對自己及他人最好的選擇。A



普立茲克建築獎系列專題①

從「人」的關係出發 重新體現建築美好



看更多經典設計

文／李俊明 · 圖／The Hyatt Foundation

素有建築界諾貝爾獎之稱的「普利茲克建築獎」(Pritzker Architecture Prize)，今年由日本建築師山本理顯 (Riken Yamamoto) 獲得殊榮，不僅是此獎第53位得主，也是繼磯崎新 (2019)、坂茂 (2014)、伊東豐雄 (2013)、妹島和世+西澤立衛 (2010)、安藤忠雄 (1995)、槇文彥 (1993)、丹下健三 (1987) 等人之後，第九位獲獎的日本建築師。

細數 建築師山本理顯長達半世紀的執業生涯，自1973年創立「Yamamoto & Field Shop」事務所，便極為關注「共享同一空間的社群感」議題，也格外注重打破「公

與「私」的界線，以及「個人」與「群體」之間的分野，設計項目不僅遍及日本、中國、韓國、台灣、瑞士等地，也以公共建築、教育機構、集合住宅等三大類型作品最為人稱道。



左：日本建築師山本理顯獲得2024年普立茲克建築獎殊榮。右：「山川山莊」透過寬敞走廊串起不同生活機能，模糊了室內與戶外的界線。

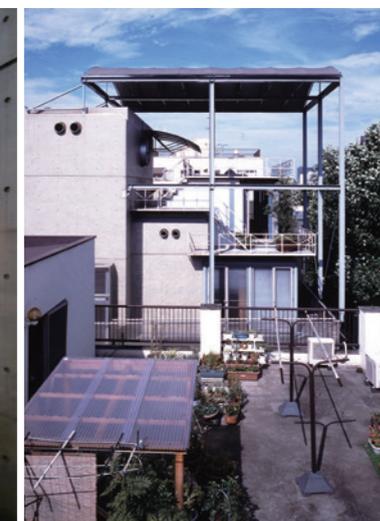
私宅體現理想 拉近人與環境距離

他在1977年的首件作品「山川山莊」，是幢位於日本長野的林間私宅，從奇特的空間佈局，就能看出突破窠臼的企圖心。他將客廳與餐室、臥房與廚房等機能各自獨立成不同小屋，透過同一屋簷下開闊通敞的走廊，串起不同生活機能，也模糊了室內與戶外的界線，讓屋主在溫暖的季節，能充分感受與環境及大自然的連結。

在觀察他的作品時，可以先回溯1954年日本推動土地重劃法案後，主要道路寬度由四米

大幅拓增至26米，隨著土地可用面積減少，街面四至五層以上的住商混合建築也隨之快速興起，劇烈改變了大眾的生活環境。這種變化不只是體現在建物或社會層面，對一般民眾的心理感受，也帶來很大的不同，最明顯的就是人與人的距離，開始從過往緊密相繫的鄰里關係，轉而變得疏離並充滿隔閡。

在這樣的體認下，山本理顯在1986年的橫濱自宅「GAZEBO」，藉由開敞的露台與屋頂花園，創造能與鄰里互動，又不失隱密的日常與休憩空間，對時代的改變，提出了應對的主張。



橫濱「GAZEBO」住宅以開敞露台與屋頂花園，增加鄰里互動。



熊本「保田窪住宅群」，從空間形塑社區的鄰里連結與集體意識。

而他1991年在日本熊本設計的「保田窪住宅群」，不僅成為事務所的首件社會住宅案，也更進一步體現他對建築與社區鄰里的理念。他由日本傳統町屋及希臘家庭佈局汲取靈感，讓110戶公共住宅分佈於16幢公寓中，並以口字形環繞居民共享的中庭，也讓家戶都有面對中庭的陽台，一方面擴展生活空間，另一方面也將居民與周邊環境連結起來，從空間不同面向形塑社區的鄰里連結與集體意識。

大型建案 也能創造緊密社群感

到了千禧年，他開始將設計延伸至更複雜的住宅案，更能看出他在拿捏「共享」與「私有」之間的功力，以及在現代都會中維繫鄰里社群關係的理念。

像是2003年日本東京的「東雲住宅公園」，就是試圖在重新開發的東京灣基地上，創造出具有多重機能的住商混合社區。上層的住宅藉由不同大小的空間配置，讓擁有幼兒的小家



左：「東雲住宅公園」以具體而微的小城，創造出親密的社區氛圍。右：「建外SOHO」巧妙混合住商機能，創造出不同以往的都會社區。

庭、與長輩同住的跨世代家庭，或是需要彈性空間的獨居青壯族群，都能各得其所。

低樓層則規劃各種公共設施，藉由穿插零售店家、餐廳、藝廊、長青中心、托兒所等設施，滿足居民日常需求。他並巧妙利用抬升的二樓廣場綠地與步道，將六幢大樓串接起來，形成具體而微的小城，也創造出親密的社區氛圍。

而2004年北京的「建外SOHO」，更進一步擴大了規模，展現他對集合住宅的理想。這處位於天安門廣場以東的大型開發案，包含了9棟高聳的住宅大樓以及4幢SOHO（Small Office Home Office，小型辦公室/居家辦公室）住商混合大樓交錯其間。

所有的交通運輸機能都被導向地下，將所有地面層空間保留給行人使用；最底部三樓層設為商業用途，容納177組商業空間，三樓上方並設計成廣場，以商家、餐廳、公共設施、下沉式花園與步道，流暢串起整個社區，創造出不同以往的都會社區。



函館未來大學新校舍，在輕盈通透中，創造更多的共融與互動。

校園建築創新 激發共融與交流

山本理顯另一個出色的設計類型，也表現在不同的教育機構上，從小學、中學，到大學，不一而足。除了1996年的日本大崎岩出山中學、2018年的橫濱子安小學，另外他也規劃了三處出色的大學校園建築。

像是1999年操刀的「埼玉縣立大學」，專攻護理與保健科學，從空中俯瞰，校園像是由兩



「埼玉縣立大學」9幢大樓以空中步道、露臺、斜坡，以及中庭花園互相串接。

兩排建築組成，但其實屋簷底下包含了9幢教學及行政大樓，建物之間以空中步道、空中露台、斜坡草坪，以及中庭花園互相串接。

他將校園內的大樓設計成不同的玻璃盒子，各個量體均具備高度的通透性，無論在視覺上或實際使用上，都帶來更強烈的穿透感與使用彈性，讓不同的系所、師生，更容易穿梭其間，互相交流。

所有實驗室也都刻意被配置在一樓，讓不同科系的研究計畫能有更頻繁的專業互動，教室、視聽室、圖書館、體育館、食堂、系所辦公室則分佈在校園不同角落，且刻意模糊彼此界線，增加更多的流動與融合。

通透之間 為社區帶來更多活力

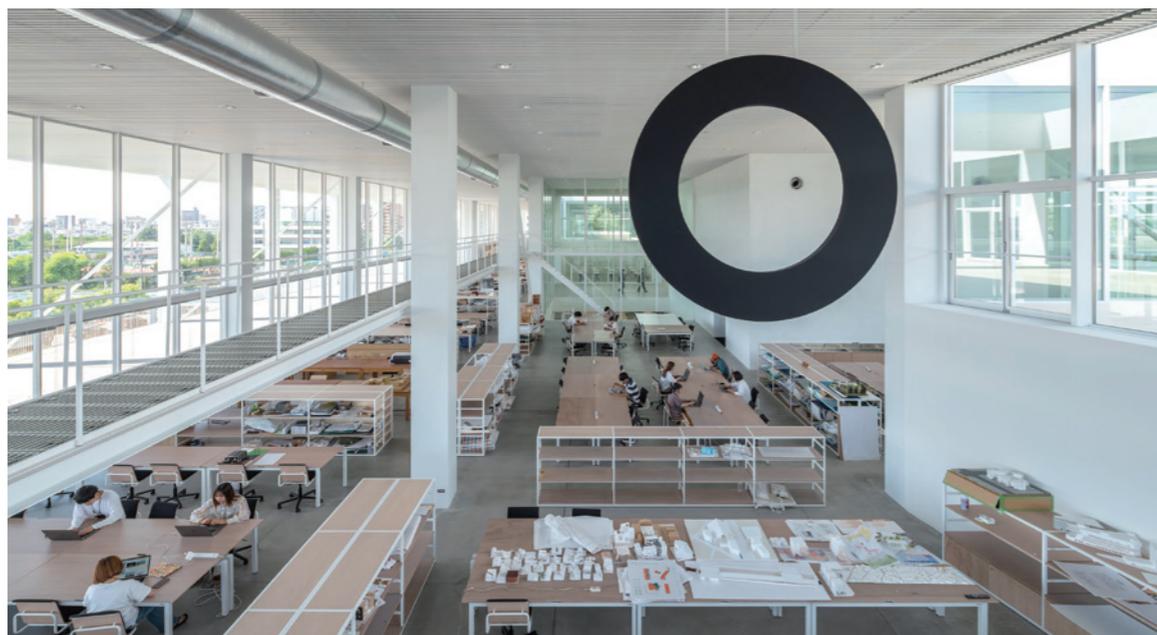
他在2000年也操刀了北海道的函館未來大學，因應當地較為嚴寒的氣候，山本理顯為這座擅長資訊科技的高等學府設計了超大玻璃盒子，裡頭則以宛如山丘般的不同高度樓層交

錯，營造出閱讀區、休閒區、教學區等不同機能，同樣著眼於激發更多的共融與互動，並凝聚群體共享的親密氛圍。

大廳延伸出的寬闊下沉式空間，除可彈性舉辦發表會，也能成為腦力激盪的空間。教室、視聽室、圖書館則都僅以大面玻璃牆隔開，在一目了然的流動中，創造引人入勝的學習氛圍。就連教授的研究室也都特別設計為通透格局，配置輕盈鋁質家具，拉近師生之間距離。

而在2022年，他也負責規劃了愛知縣的名古屋造形大學校園，由於周邊區域主要由政府機構、老舊行政大樓組成，因此嶄新的校舍也特別將融入在地紋理列為設計重點。高樓層空間被設定成開敞工作室，希望能激發更多創意，而圖書館、藝文空間、禮堂、食堂則配置在下方樓層。

整座建築以預鑄水泥混凝土與預鑄鋼板構成，並以鏤空窗格、中庭花園等建築語彙，讓陽光與空氣可以自由穿透其間；尤其每當夜幕低垂，燈光點亮之後更能看出設計的通透與澄澈，為周邊城市街區帶來更富活力的氣息。A



名古屋造形大學新校舍，以通透澄澈為城市帶來更多活力。



心理師教你好好休息

心不累、身體不疲憊的好眠實踐法

文／蔡宇哲·心理學博士、蔡佳璇·臨床心理師

高壓的工作步調、緊繃的人際關係、壓抑的真實感受等，各種生活中的「情緒勞動」讓你白天莫名地疲憊，晚上卻總是睡不好，甚至睡得再多還是累？



看更多健康常識

腦科 學研究已證實，大腦神經系統會在休息時進行重整與強化。大家很常把休息當成是工作結束之後「順便」停留的時間，或是認為等待下一階段工作的這段空白期就叫做休息。用這種想法來看待休息的背後，就是認為休息其實是沒功能的、是被動的，是不需要主動安排在生活當中的。

腦科學研究已發現，休息是有功能的。除了恢復先前消耗的體力、腦力跟心力外，大腦神經系統也是在休息時進行重整與強化，甚至

還會對於未來將要進行的目標啟動準備。這些過程通常是在不自覺的情況下發生的，透過腦科學研究才知道休息對生物體的幫助之大。因此，休息應該是每一個人都要主動參與和投入的活動。

完全休息 = 白天微休息、休息 + 夜晚睡眠

在一天之中，完整的休息應該包含三種不同的形式：微休息、休息、睡眠。如果我們把一

整天比喻為一場42公里的馬拉松路跑，途中會有白天所需的大小休息站點，而終點站就是晚上的「睡眠」—停止睡前的一切努力與辛勞，讓身心獲得充分的全面修復。

一場42公里的全馬路跑，在終點站之前，一定會設置大大小小的補給站。幾公里就設置的小型補給站，讓參賽者可以緩步下來，喝口水後就立刻上路，這便是「微休息」的意義。

微休息，指的是在工作中的短暫休息，例如每工作1小時後起身、喝杯水或聊聊天。很多人覺得所謂的休息就是要30分鐘以上，可是我沒時間，乾脆就不要休息。實際上，如果你能夠掌握休息的原則，5到10分鐘的微休息就可以有很好的效果。研究也發現，在工作中如果能夠安排微休息的話，是可以讓你在工作中感到更為愉悅，也有助於保持高效工作。

在馬拉松路跑中，大約跑過半程（21公里）時，你會需要一個大型的補給站，攝入比較多的水跟食物，也會在此稍做停留。這就

是上面講的「休息」。休息，大約是20到30分鐘，通常會在下午或是下班後。這段時間可以用來小睡一會兒、散步或運動，以恢復精力。

舒緩精神，主動安排在工作中抽離注意力

我們當作終點站的「睡眠」，可以視為最完整、最全面的休息，除了恢復我們在白天的精力消耗以外，也讓大腦跟身體都可以回到一個精神飽滿的狀態，這就如同電腦的重開機一樣，少了前一次執行時的那些背景程式，運作效率當然更好。

更重要的是，腦科學研究發現，夜晚的好睡眠對於大腦健康、減少失智症的風險都是很重要的。因此，無論再忙碌，首要重視、不能犧牲的休息一定是睡眠，成年人建議最好要有7到9小時的每日睡眠量。

在一天當中，安排白天的微休息、休息，



|| 常在一天之中，完整的休息應該包含三種不同的形式：微休息、休息、睡眠。休息應該是每一個人都要主動參與和投入的活動。||



與夜晚的好睡眠，才能讓你的身心完全休息，這樣第二天就可以處在最有彈性，有效率的工作狀態。當然，有些人會覺得只要保留睡眠就好，其他兩種休息都不太必要。

的確，這也是一種選擇，但我們也看過有太多認真工作的人，長時間處於這種努力工作的高壓狀態之下，白天沒有合適的休息、恢復，導致緊繃和壓力不斷地累積，等到晚上要睡覺時也很難放鬆下來，以至於睡眠品質變得愈來愈差，甚至最後睡再久也無法恢復白天的精神，因而陷入長期失眠的惡性循環。

因此，晚上想要有一個良好的睡眠，白天的適度休息是不可或缺的。我們建議，每天晚上都安排7到9小時的睡眠，白天一次大約20到30分鐘的休息，可以是中午小睡或者是下班後的散步。微休息則是看你的工作休息週期情況而定，可以讓工作的緊繃情況略為中斷，抽離你的注意力，讓精神可以舒緩一下。

在日常工作中配置5到10分鐘的微休息時間，其實非常重要。這就像是馬拉松比賽中的小型補給站，你可以簡單地喝一口水，不用停

留太長的時間，然後繼續跑；你不會指望在小型補給站喝杯水後，整個人就能煥然一新，對吧？但它可以告訴你何時可以喘口氣，而不是累到覺得前方還有漫長、無止境的路要跑。

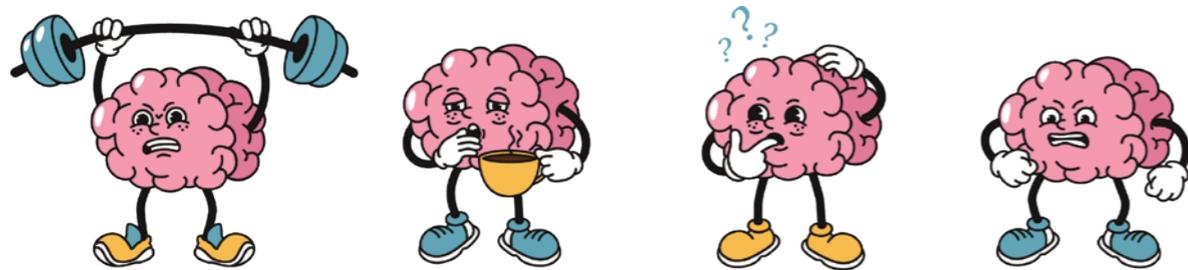
情緒勞動，消耗的精力能量不亞於體力勞動

大量情緒勞動的工作像是客服、服務業、老師等，企業當中也會有不少消耗心力的情緒勞動情境，像是進行冗長又沒效率的會議、應付從上司、顧客甚至是同事的需求，除了耗費我們的腦力之外，也相當地耗費心力，但工作時的心力耗損往往最容易被我們所忽略。

在職場上，尤其是服務業，如餐飲業員工、空服員等，他們每天的工作不僅限於職責範圍，還要經常面對各種客人不尋常的要求，即使內心不滿，也必須保持笑容。人們常誤以為沒有從事體力勞動就不會累，但這種高度的情緒勞動也不是只限於表面堆出笑容，還包括要在心底壓抑自己真實的感受，其精力和能量的消耗程度並不亞於體力勞動，對心理健康的影響也不容小覷。

事實上，工作只要與人互動，就會產生情緒勞動。情緒勞動對於我們來說，既是工作的一部分，也是一項挑戰，這不僅僅是因為必須保持專業，同時更要處理自己內心的情感。當我們不得不戴上面具，用笑容面對他人時，這種壓抑自我真實情感的行為，長期下來很容易導致內心與真實自我的矛盾和分裂，讓人感到不適。

|| 情緒勞動對於我們來說，既是工作的一部分，也是一項挑戰，這不僅僅是因為必須保持專業，同時更要處理自己內心的情感。||



許多人可能沒有意識到，白天的情緒勞動甚至會影響睡眠。一項研究收集了大量樣本，調查上班族的情緒勞動程度，以及對工作穩定性的感受。「工作不確定性」是指員工對自己職位的持續性感知，例如：他們認為自己是短期合約工或擁有長期職位。結果發現，無論是情緒勞動程度或是工作不確定性，都會影響夜間的睡眠品質。如果這兩者結合，對睡眠品質的負面影響將會更加巨大。讓我們想像一下，如果某服務業員工既要面對第一線的情緒勞動，又是短期合約工，他們的睡眠品質很有可能受到嚴重影響。

同理、正向、區分，中止情緒內耗

這也在提醒我們，日間的工作壓力、情緒調節，與夜間的睡眠息息相關，這是許多人可能未曾意識到的事實。不過，既然我們每一個人在工作場合都會有情緒勞動，那當下在心態上到底要怎麼處理，才能中止情緒內耗掉我們的心力呢？

1 同理心：

在職場上遇到困難或不合理的同事或顧客時，可能會本能的感到憤怒或想要反駁。但

如果能理解到，這些人可能是出於保護自己的脆弱或利益，而表現出這樣的行為，並不是特別針對自己，就能讓激動的情緒緩和下來。這種以同理心為出發點的理解，能幫助我們更加冷靜地處理工作中的衝突，並從中學習如何更好的與不同性格的人合作。

2 專注正面：

無論是何種職業環境，總會有發生情緒勞動的時刻。例如：在一個銷售專案中難免會有難搞的顧客。在這種情況下，重要的是，不要讓少數的個案影響我們對整體顧客群，甚至是對工作的看法。試著專注於那些積極互動和給予我們正面回饋的顧客，而不是被少數負面經驗所左右。

3 學會區分個案和整體：

我們必須記住，那些行為異常的個體不應被視為整個群體的代表。例如：在公司中，如果我們將一位難相處的同事或主管的言行，視為整個部門或公司的態度，我們所承受的壓力將會增加。因此，學會區分個別案例和整體情況，並適當地調節負面情緒和解決問題，對於維持職場的心理健康和情緒穩定很有幫助。A

躍昇震旦



震旦家具 Angle K沙發



康鈦科技 × 秋雨創新

數位打樣解決方案 一站式服務提升效率



更多成功案例

圖·文 / 康鈦科技

秋雨創新公司（秋雨印刷）創立於1946年，是台灣第一家股票上市印刷公司。在台灣具有領先地位，同時也印製歐、美、澳諸多知名出版品，提供優質印刷品質，贏得海內外顧客信賴。

秋雨 創立至今近80年，歷經印刷技術升級、產業變遷，秋雨不斷的融入新的思維與技術，在軟體與硬體各方面不斷更新；隨著印刷市場變化，傳統紙本印刷需求下降，大印量轉變成少量多樣，市場需求不再僅是印刷，更需提供完整的印品解決方案。因此，秋雨創新轉型為「專業印刷顧問」提供顧客專業的印刷知識，協助顧客完成客製化印品，為了全方位提供顧客印品諮詢需求，秋雨

決定投資數位印刷設備，運用其快速、不需製版及色彩精準等優勢，專為顧客進行數位打樣。

面對多樣化的印品打樣需求，如何維持印品色彩的「精準度」且又能支援多種紙張，同時又能完成「快速裝訂」的印後加工作業？為此，秋雨積極尋求最合適的解決方案，經過多方評估試用後，秋雨印刷選擇康鈦科技代理的Konica Minolta AccurioPress



AccurioPress C4080 數位打樣成品，外加印後加工單元可一鍵完成騎馬釘裝訂作業。

C4080全彩數位印刷機。以「高精準、高品質、高穩定」的設備特性，滿足不同印品的印刷需求，過程中康鈦科技提供專業服務與建議，協助秋雨印刷優化印刷作業流程，完善一站式服務，有效提高產能。

「廣泛適紙性」獲得顧客青睞

秋雨印刷引進AccurioPress C4080支援各式紙張、信封、美術紙以及紋路紙等，可有效解決壓紋紙效果與產品封面印刷問題，支援厚達360g/m²厚紙，多元紙張適用性及便利設定功能，實現高品質高效率生產，並搭配騎馬釘裝訂單元，具備三邊裁切以及四點裝訂功能，成功縮短裁切、多頁對摺到裝訂成冊所需的作業時間，一貫化的裝訂流程，可節省人力與錯誤率。

印後加工單元——騎馬釘裝訂

一般騎馬裝訂最多只能裝訂到80頁，而Konica Minolta高階數位印刷機搭配騎馬裝訂機（SD-513），可接受最多200頁摺頁（64g/m²），最多12頁（300g/m²）厚紙進行裝訂。此外，還具備方背書冊摺頁單元，可整齊壓製書背，使書冊保持平整，多張摺疊功能及手冊修邊功能，可一鍵完成騎馬釘裝訂，有效提高產能。

智能品質優化單元——IQ-501

IQ-501具備即時監控自動校色與正反面對位，可針對企業商標要求的色彩進行校正與檢測，內建紙材檢知器檢測功能可自行設定紙張的類型與重量，大幅縮短調整與檢查時間，生產流程自動化有效提升效率。 **A**



AccurioPress C4080 能夠搭配各式印後加工設備。

IT →



通業技研 × 大尺寸3D掃描解決方案

協助汽車、航太業 快速提升產業效能

圖·文 / 通業技研

通業技研於4/17~4/20參加「台北國際汽機車零配件展與台北國際車用電子展」，現場展示「Creaform 大尺寸3D量測」及「Stratasys 3D列印」解決方案，能快速抓取大尺寸（如：汽車前保桿）3D掃描改裝，從原型概念到終端製造，協助產業提升效率。



大尺寸3D掃描

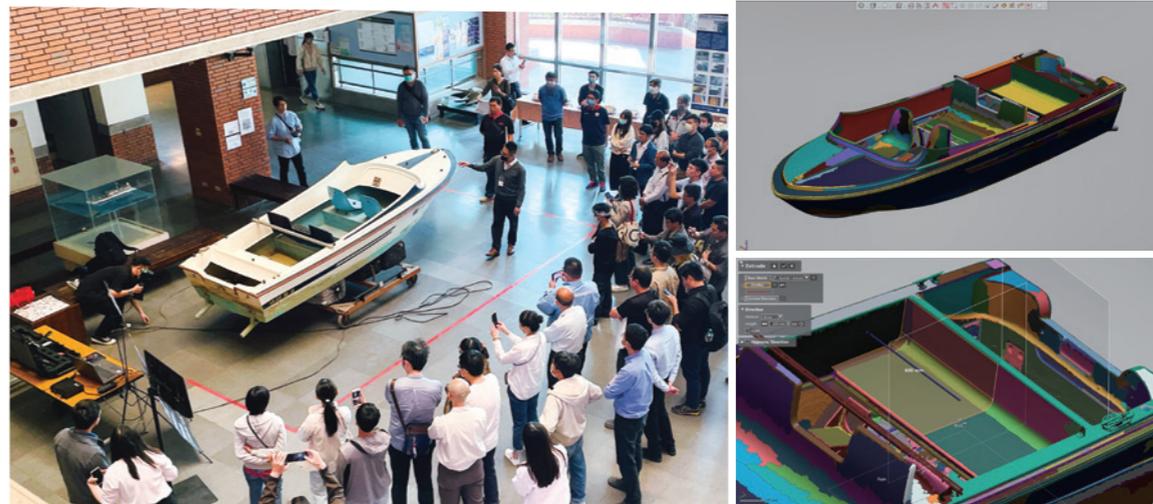
隨著 全球淨零排碳趨勢，交通部提出2030年客運全面電動化的政策目標，加速燃油公車汰換為環保能源車，讓電動大客車創新設計需求增加，並帶動「大面積3D掃描」技術應用。

大面積3D掃描技術 提升工作效率

通業代理的Creaform 3D雷射掃描器具有多項國際認



MAX系列手持雷射3D掃描器，可搭載手機監控遠端電腦桌面，協助擷取更多細節。



於成功大學舉辦的大尺寸3D掃描實戰技巧，現場讓與會者一同體驗使用HandySCAN Max掃描5公尺船身的驚人速度，並分享如何快速完成船身3D建模的十大逆向技巧。

證，為手持3D掃描儀市場領導者。新推出的Max系列大面積3D掃描技術擁38條藍光雷射，掃描範圍廣達2×2.4公尺，透過可視範圍廣（FOV角度大）的優勢，大幅提升掃描效率。

除此之外，Max系列提供最遠量測距離可達2.5公尺，可降低操作人員高空作業風險，適合用於中、大型客車車體3D掃描（如：大型客車、貨車及露營車等），以及透過逆向工程進行改裝零配件，為汽車研發、零部件品質控制及整車裝配，提供精確參考，並提升設計及整體製作效率。



Max系列大尺寸3D掃描輕鬆完成中大型客車、貨車或露營車外觀資料。

大尺寸3D掃描研討會，體驗高速優勢

此Creaform Max系列大面積3D掃描，最大掃描工件尺寸可達15公尺，不僅適用造車相關領域，也適用於大型複雜零部件（如：航天航空、船舶運輸、鑄造等）或者廠房環境等大型機具或管路油槽作業。

今年3月通業技研於台南國立成功大學工學院舉辦「實用逆向課程：大尺寸3D掃描實戰技巧」，首度亮相的大尺寸3D量測解決Creaform Max系列3D掃描吸引南台灣船舶、航太及製造領域等指標性企業報名參加，活動現場更實際展示中大型船舶快速3D掃描，同時開放讓顧客親身體驗高速和大尺寸掃描的優勢。

通業技研代理全球知名3D產品，協助顧客於產品開發週期導入合適的3D工具協作，以多元3D解決方案，協助顧客提升競爭力。並連續獲全球塑料3D列印龍頭Stratasys台灣唯一白金級合作夥伴，同時也為量測儀器龍頭AMETEK集團Creaform公司台灣唯一高級合作夥伴；未來將持續協助顧客推動跨產業的3D智能整合解決方案，快速提升產業效能。 **A**



上海文旅局印發的《邂逅大美育·2023年為民辦實事專案紀實》

震旦博物館公共教育紀實 邂逅大美育

圖·文 / 震旦博物館

「社會大美育」課堂是上海市文化和旅遊局創新文化惠民工程、深化實施「社會大美育計畫」的重要舉措，被列為2023年「上海市為民辦實事項目」。旨在將更多專業藝術資源轉化為社會美育資源，為市民提供高品質的公共藝術教育供給，滿足市民大眾高品質生活需求。

震旦博物館自2013年開館以來，結合地理優勢，重點推出面向中青年的「白領藝文課堂」美育專案，包含「白領之夜」系列講座和「非遺」系列工作坊等，透過主題豐富多樣的藝文講座和工作坊滿足他們對於提高藝術審美、增長藝文見識、釋放工作壓力的需求。所以在文旅局於2023年推出項目之時，震旦博物館即入選首批70家「社會大美育機構」。

MEET
AESTHETIC
EDUCATION



看更多精彩活動



華東師範大學美術學院的熊瑛老師，帶領觀眾回顧了明代海上絲路紡織品交流的歷史。



圖左：在老師的帶領下，以震旦博物館藏虎形玉佩為靈感設計畫面，刻於麻膠板上，形成的工藝體驗作品。
圖右：中央美術學院雕塑系特聘教授王曜以中國繪畫、書法、器物及建築，帶領觀眾體會傳統造像的神韻與高度。

開展「白領之夜」系列藝文講座

2023年震旦博物館「白領之夜」系列講座推出四個季度主題「絲路藝術」、「海派文化」、「雕塑藝術」、「民族藝術」，每月第三周的週五晚開啟盛宴，讓金融城的白領們可以在忙碌的一周工作結束後，就近選擇，度過愉快的文化星期五。

開展「非遺」系列傳統工作坊

「非遺系列」為非遺文化講解+動手製作。邀請經驗豐富的非遺活動講師或非遺傳承人來開展不同主題的非遺手工藝工作坊。已開展「布貼畫」、「金箔工藝」、「古法造紙」、「蛋彩畫」、「泥板畫」、「玻璃鑲嵌」等主題活動。

將藝文講座與展覽參觀相結合

每週五震旦博物館延長開館至九點，為豐富觀眾的夜晚，

舉辦不同類型的講座，觀眾除了在講座收穫知識外，在講座結束後，還餘有時間可以進入博物館參觀。

將線下活動與線上媒體平台相結合

講座類活動大多會進行線上直播與錄播重播，不僅解決觀眾無法親臨現場的遺憾，也給許多需要反復回顧學習的觀眾提供資源，同時在不斷地傳播下，還能吸引更多的新觀眾對震旦博物館的關注。



持續推廣大美育

未來，震旦博物館將持續致力於推動傳統藝術與當代藝術的教育傳播，優化現有美育活動，繼續推出非遺工藝與震旦博物館館藏相結合的特色課程，保證內容的深度、廣度和專業性，以內容吸引觀眾，讓觀眾在參與活動時有更好的體驗。

王曜教授的講座在直播間交流互動。



元·青花四愛圖梅瓶

梅瓶呈小圓口、短頸、豐肩、長腹之狀，表面以四愛圖為主紋，造型紋飾皆屬於中原傳統風格。(圖一)
圖片來源：震旦博物館藏

古器物學講座——認識元青花瓷專題④

中原風格之元青花

文／吳棠海·圖／震旦博物館

元代青花主要由景德鎮地區燒造，此地的產瓷歷史十分悠久，唐宋時期北人南遷之後，各地工匠在此匯聚和交流，將景德鎮打造成製瓷重鎮，也為元青花的生產提供了深厚的傳統基礎。

從現 有的資料來看，元青花除了有呼應伊斯蘭地區和草原民族背景的產品之外，也有豐富的中原文化內容，本期

選取四愛圖梅瓶、玉壺春瓶、雙魚紋盤、人物故事圖罐及雙獅耳罐五件代表性的器物，介紹元代青花的中原風格。

一、元青花四愛圖梅瓶

梅瓶始見於唐朝，宋代以後盛行，元代延續此一品類，造型如圖一所示，圓形瓶口，口沿往外翻折，頸部短而窄，肩部圓緩向下傾斜，腹部碩長且上寬下窄，器底有淺凹足。

瓶口和頸部留白，肩部繪畫展翅舒尾的鳳鳥，穿梭在纏枝花卉叢裡，組成鳳鳥穿花圖。腹部勾勒四個菱花形開光，開光內部分別繪畫一幅風景人物圖。瓶腹下段豎立長方形的壺門紋邊框，框內填入如意雲頭紋與勾雲紋之串飾。

瓶腹處的人物圖內容是「林和靖愛梅鶴」、「陶淵明愛菊」、「王羲之愛蘭」及「周敦頤愛蓮」，這四位人士為東晉-南朝及北宋時期的詩人、書法家、士大夫及學者，其高風亮節、淡泊名利的故事在社會上廣為流傳。

元代陶工取用他們的典故繪成「四愛圖」，充滿文人雅士的情懷，類似的器物亦可見於湖北省武漢市博物館藏品中，屬於中原風格的呈現。



元·青花蒙恬故事玉壺春瓶

此器呈喇叭口、長束頸、溜肩、墜腹之狀，表面繪畫蒙恬將軍故事圖，是典型的中原傳統器物。(圖二)

圖片來源：《幽藍神彩》，圖65。

二、元青花玉壺春瓶

玉壺春瓶的形制起源早，材質多元，到了宋代以後，各窯口都有燒製玉壺春瓶，造型趨於固定。

元代青花玉壺春瓶如圖二所示，此器為湖南省博物館藏品，瓶的口沿外敞，頸部細長，肩部斜溜，腹部朝外擴出為垂墜狀，器底具有圓形圈足，此撇口、細頸、垂腹、圈足之狀，正是從宋代流傳下來的基本形制。

瓶口內側排列一圈如意雲頭紋，外壁繪畫「蒙恬將軍圖」，將軍頭戴翎冠，身著甲衣軍

袍，坐在椅子上，後方立著一名手執帥旗的士兵，前方還有二名武士和一名俘虜，周邊環繞草木、蕉葉及圍籬，圈足勾勒卷草紋為飾。

蒙恬是秦朝大將，相關事蹟在民間裡流傳，此器以傳說故事為本，運用濃淡相間的色調使一代名將的威嚴氣勢躍然瓷上。



元·青花蓮池游魚紋盤

此器呈敞口、淺腹、圈足之狀，盤心繪畫蓮池和雙魚為主紋，是具有中國傳統特色的紋樣。(圖三)

圖片來源：《幽藍神彩》，圖73。

三、元青花雙魚盤

元代青花盤表面既有來自藏傳佛教的雜寶紋或如記號般的波斯文字，也有龍、鳳、鴛鴦、雉雞、游魚、蓮池、芭蕉、瓜果及山石等深具中國傳統風格的題材。

例如圖三為湖南省博物館所收藏的元代青花盤，此器的口沿往外翻折，器壁圓弧收窄，盤腹略淺，底下具有圈足，盤體內外皆有紋飾，內部紋飾如圖所示，配合圓形盤體和器壁曲折，做同心圓狀的布局。

折沿處排列海水波濤紋，側壁環繞纏枝牡丹，花形碩大，葉片飽滿，纖長的枝條上下起伏，連結成周轉循環的律動。盤底繪畫雙魚為主紋，魚紋周邊布滿蓮花、蓮葉及水

草，蓮莖下方水波粼粼，組成一幅蓮池魚藻紋。

此類題材在宋代就已經十分流行，有刻、印、畫等技法，元代青花承襲其基礎並加以擴充發揮，畫面豐富，筆觸嫺熟而自然。

四、元青花人物故事圖罐

罐在陶瓷器裡也是源遠流長的品類，具體形狀因時因地而異，元代青花罐的體型偏大，可以分為短頸大罐和長頸大罐二類。

例如圖四為震旦博物館收藏的元青花罐，此器呈圓口、短頸、斜肩、鼓腹之狀，頸部環繞串枝花卉，肩部繪畫纏枝牡丹，腹部以



元·青花人物故事圖罐

此件大罐腹部描繪人物故事圖，內容取材自元雜劇，是元代民間文學和戲曲的反映。(圖四)

圖片來源：震旦博物館藏

人物故事圖為主紋，下方排列壺門紋邊框內填如意雲頭圓珠紋。

大罐腹部的主紋以三組山石區隔為不同的場景，描繪唐代開國名將尉遲恭策馬持鞭，營救秦王李世民的故事故，鈷藍發色鮮麗，筆觸明快爽利，生動呈現元代雜劇裡的故事情節。

類似的紋飾亦可見於廣西省橫縣文化館與美國波士頓博物館的藏品中，內容大同小異，是元代民間文學與戲曲的反映。

五、元青花雙獅耳罐

元代青花雙獅耳罐屬於頸部較長的類型，罐口、頸部及雙耳皆與上述的短頸圓罐不同，表

面繪畫多層紋飾，其中亦有中國傳統題材。

例如圖五為震旦博物館收藏的元代青花雙獅耳蓋罐，此器呈盤形口、頸部凸稜、斜肩、鼓腹之狀，肩部附加一對獅形器耳，上方加蓋，蓋頂有寶珠形鈕，表面以雲龍紋和纏枝牡丹搭配雜寶、串枝菊、卷草、回紋及錢紋等紋樣。

龍紋昂首挺胸，四肢前後展開，修長的身軀上下起伏，鬚鬣長如飄帶，迎風飛揚，展現御風而行的動態，是中國傳統裡象徵祥瑞的聖獸。A



元·青花雙獅耳罐

此器包含罐蓋與罐身，肩部附加對稱獅耳，表面以雲龍和牡丹為主紋，呈現中原文化的風格。(圖五)

圖片來源：震旦博物館藏

雖然元青花大量外銷中東和東南亞等地，但它在景德鎮製作，繼承了中國傳統的陶瓷工藝與文化底蘊，無論造型或紋飾都可看到中原本土的特色。下期將以多元風格為題，介紹元代青花混融性的多重風貌。//



遼金
秋山圖玉飾

BOOK 震旦博物館出版叢書介紹 唐宋元明清玉器

中國 玉器發展到了魏晉南北朝，數量大幅減少，直到隋唐以後才重新蓬勃起來。此時的玉器受到外來文化、文人品味及庶民文化的影響，以服飾玉、陳設器、仿古玉、吉祥玉、把玩器及嵌飾器等品類為主體，呈現實用性與生活化的新風格。本書選錄南北朝至清代的玉器237組件，分為「北周～唐」、「遼金宋元」、「明代」、「清代」及「似玉材質」五大單元，分段呈現各個時期的玉器品類，書中收錄古玉專家吳棠海先生的專文，從古器物學的角度分析唐代～清代的玉器特徵，對於唐宋元明清玉器的鑑賞極有幫助，是學習鑑定、品味欣賞及深入研究者不可或缺的工具書。 **A**



唐代 玉舞人



清代 玉鹿

【內容精選】

- 1、本書從古器物學的角度分析唐宋元明清玉器在材質、工藝、造型及紋飾的基本特徵，方便讀者掌握此一時期的玉器概況。
- 2、專文收錄清代李澄淵《玉作圖》十二幅，將其與民初老照片及玉器實品相互對照，介紹唐代至清代的琢玉工藝。
- 3、利用多角度的拍攝方法和拓片的輔助，呈現各件玉器的造型與紋飾，讓讀者更容易欣賞到唐宋元明清玉器的形紋之美。

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 ● 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



05

明宣德
青花藏文蓮托
八寶紋僧帽壺

高23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

僧帽壺源自於藏傳佛教的僧帽，最早見於西夏，以銅製作，元代景德鎮開始燒造瓷質僧帽壺，到了明代永宣時期頗為盛行，如本期所要賞析者即是宣德時期的作品。

壺口 大而圓，口沿前低後高，猶如階梯一般逐級而上，頸部寬長，一側突出鴨嘴形的流口，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。

口沿內外兩側、壺流及曲柄等處，都以串枝靈芝紋為飾，頸部繪畫八朵蓮花，纖細的枝葉上下起伏，將花朵連接為一體，蓮花上方承托法輪、法螺、白蓋、寶傘、

蓮花、寶瓶、雙魚及盤長等寶物，俗稱「蓮托八寶」。

壺體肩部勾勒如意雲頭紋邊框，框內填飾折枝蓮花，腹部環繞一圈以藏文書寫的「吉祥贊」，文字上下大量留白，凸顯贊語的重要，近底部排列蓮瓣框內填折枝靈芝紋，足牆用細筆勾畫卷草紋為飾。

類似的器形紋飾亦可見於江西省景德鎮珠山官窯遺址出土的宣德青花僧帽壺，是明朝宮廷與藏地僧人交流的見證。 **A**



震旦人公益行動「溫暖隨行」 用行動溫暖每一個角落

圖·文 / 震旦集團

1 震旦OA新店×財團法人中華民國唐氏症基金會 2024年世界唐氏症日，協助展場指引

2024年唐氏症日活動「讓世界看見我們的樣子」，現場結合AI語音導覽、多元互動與靜態展區，呈現基金會在健康、友善、環保、永續四個主題的成果。活動當天，震旦OA志工溫

暖隨行，協助現場活動指引，期望用心陪伴與支持，讓社會充滿愛。

2 震旦OA楊梅×財團法人桃園市私立聖愛教養院 陪同院生，紙黏土DIY創作

震旦志工與院生透過紙黏土創作，寓意塑造



震旦志工協力活動進行，給予溫暖的協助，讓活動順利進行。



震旦志工與院生一同體驗紙黏土創作。



震旦志工與失親兒小朋友一同出遊溫暖陪伴。

希望與溫暖。與來自各個背景的志願者攜手合作，用雙手和心靈打造出美麗的作品，為社區帶來歡樂和希望。過程體會到創作的樂趣，更深刻體會到社區凝聚的力量。

3 震旦OA中高×社團法人高雄市築夢關懷協會 陪同康復者家庭出遊，感受溫暖隨行

震旦志工與康復者及家屬一同參加親子遊活動，增進康復者與家屬的情感聯誼，加強彼此互動。同時，傾聽家屬分享照顧康復者的酸甜苦辣，聽他們彼此慰勞，雖然平時辛苦，但一同出遊也感受到滿滿的溫暖。

4 震旦OA東高雄×財團法人台北市失親兒福利基金會 大手牽小手，親子遊活動

震旦志工帶著自己的家人與失親兒一同出遊，感受到這是一場難得且具意義的新體驗。很榮幸能夠參與其中，並期待未來能有機會參



震旦志工與康復者家庭一同出遊聯繫情感。

與各種活動，一起透過不斷的學習和探索，共同學習和成長，幫助孩子們創造更美好的未來。

物資捐贈



震旦集團×財團法人基督教芥菜種會_南投 擴充服務據點，完善辦公環境

財團法人芥菜種會為因應南投地區服務量遽增，新設辦公中心於南投縣埔里鎮，以就近提供當地弱勢家庭有更多元之服務。在既有辦公家具無法符合需求下，震旦集團提供辦公椅、活動櫃、會議折疊椅等家具，讓志工們能有更完整的辦公空間，服務弱勢家庭。A



震旦志工們細心搬運與組裝工作站，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
- 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



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

金儀大管家

ESG 科技整合專家
與您一起邁向減碳辦公

OA 大管家

A3 影印機
A4 印表機
印量管理系統
ESG 節能系統



資安大管家

資安健診服務
MDR 資安系統
ISO27001 認證



AI 大管家

人臉、車牌辨識
AI 面試、雲端HR
AI 語音會議系統
AI 大數據系統



碳能大管家

碳盤查系統
碳足跡系統
能源管理系統

ESG

