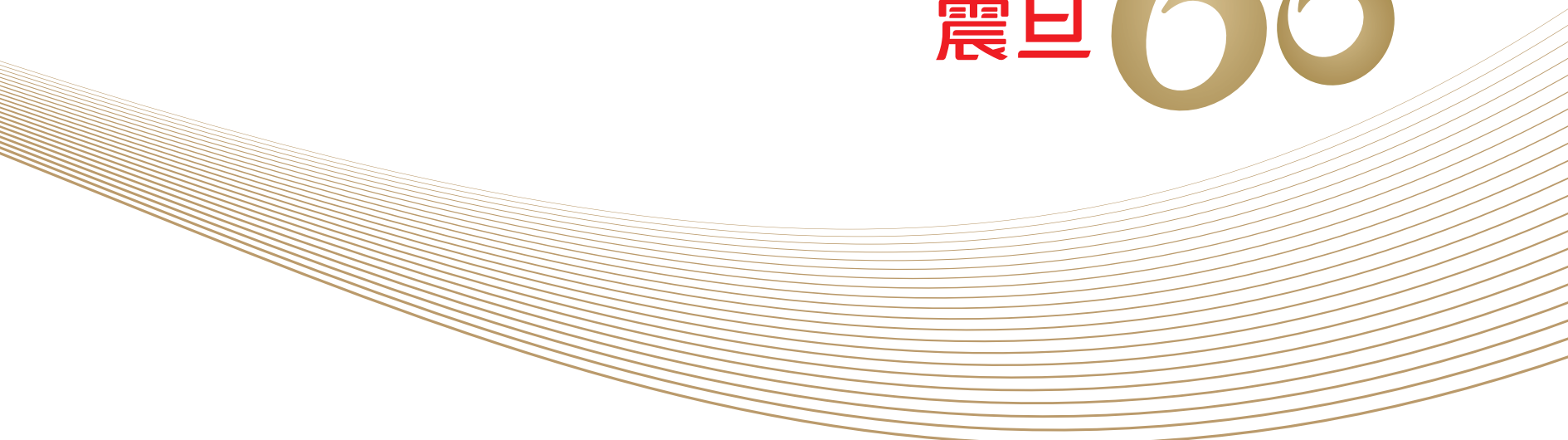


震旦60

震旦集團60週年紀念專刊



震旦 60

震旦集團 60 週年紀念專刊

AURORA GROUP 60TH ANNIVERSARY COMMEMORATIVE EDITION



目錄 CHAPTER

序 | 言

	震旦集團創辦人 陳永泰
4	感恩同行， 迎向下一個60年
	震旦集團董事長 袁蕙華
10	以誠信為本， 兌現每一份承諾

事 | 業 | 版 | 圖

	立足兩岸，放眼全球
12	震旦讓辦公生活更美好
14	立足台灣，奠定成長基石
16	深耕大陸，拓展自有品牌

震 | 旦 | 榮 | 光

18	見證60・永續基石
20	見證60・榮耀時刻

CHAPTER 1 回顧 HERITAGE

時 | 光 | 翦 | 影

	耕耘六十年
24	台灣・動土根基
26	大陸・動土根基
	記錄精彩
28	兩岸・活動紀實
	見證永恆
32	兩岸・週年慶紀實
	震旦第一
36	兩岸・表揚大會

六 | 大 | 階 | 段

	第1階段：創業時期
38	創業草創，踏實起步
	第2階段：成長時期
42	轉型躍進，邁向集團化
	第3階段：擴張時期
46	多角布局，集團成形
	第4階段：開創時期
50	擘劃新局，立足世界
	第5階段：躍昇時期
54	築基上海，展翼全球
	第6階段：轉型時期
58	厚積勃發，迎向未來

CHAPTER 2 展望 PROSPECT

68	OA產業 從打卡鐘到智慧辦公解決方案 引領辦公自動化新時代
76	家具產業 從辦公家具到空間解決方案 為顧客打造美好辦公生活
86	新事業領域 從核心本業到整合服務 拓展智慧辦公新生態
94	理念、制度 從經營理念到永續競爭力 以理念厚植根基，以人才驅動未來

CHAPTER 3 文化 CULTURE

104	從收藏到守望 震旦博物館的使命與實踐
110	震旦博物館館藏文物美學巡禮 從人間煙火到彼岸清輝
116	震旦美術館 多元共生的藝術文化地標

CHAPTER 4 關懷 CSR

122	從文化守護到傳善共好 構築社會的永續基石
-----	-------------------------

CHAPTER 5 附錄 APPENDIX

132	震旦品牌CI 演進史 發展品牌標誌 與時俱進
134	辦公設備 演進史 一同見證OA產業變革與未來
144	辦公家具 演進史 引領空間轉型×回應時代精神
	震旦六十週年慶典
152	兩岸60・精彩瞬間
160	震旦集團旗下公司資訊 震旦集團六十週年大事記

震旦集團創辦人 陳永泰

感恩同行，迎向下一個60年

2025年10月20日，迎來震旦集團創業滿六十週年的日子。

震旦集團能夠持續經營60年，有今天這樣的成果，我內心充滿著感恩與感謝。我要代表集團，感謝顧客長期的愛護，感謝協力廠商與合作夥伴的支持，更要感謝全體同仁以及過去老同仁的努力與貢獻，真的非常謝謝大家。

震旦集團60年的創業歷程

企業經營超過60年的公司並不多，震旦在台灣深耕60年，拓展大陸市場30年，逐步發展成為今天的震旦集團，真的非常不容易。我們靠的不是運氣，而是一路以來的堅持與努力，以及不斷創新。藉此機會我要向大家分享，震旦集團60年的創業歷程和我個人的創業經歷。

我從小為了貼補家用，小學畢業休學一年，在台北車站、西門町電影院附近做小販，賣口香糖、糖果、餅乾等零食。初中及高中各休學一年，在台北市重慶南路、衡陽路補習班附近，推銷原子筆、修正液、文件檔案等文具用品。初中高中大學時期都是半工半讀，一般大學生畢業是22歲，我比同齡晚3年畢業，也就是25歲才大學畢業。

從25歲到29歲我做過一些不同的生意，經過四、五年的努力，累積了第一桶金。

《台灣》

1965年10月20日，我當時29歲，在台北市重慶南路一段57號1樓，租了一個店面，成立震旦行股份有限公司。由於有過推銷文具用品的經歷，累積了一些經驗與人脈，所以就選擇比較熟悉的辦公商品來經營。創業初期，主要是銷售打卡鐘、中文打字機。

那時公司規模不大，我也要親自去拜訪顧客，在銷售打卡鐘時，我會主動幫顧客設計人事出勤辦法。由於服務好、了解顧客的需求，顧客都很滿意，也都會主動介紹顧客給我，生意也愈來愈好。



60、70年代，台灣正處於農業社會轉型為輕工業的時期，經濟快速起飛，公司行號如雨後春筍般不斷增長，辦公室的商品需求量大增。我們引進的商品非常符合顧客的需要，尤其打卡鐘的市佔率高達85%以上，成為市場領先地位，所以公司的業績每年都快速成長。

三年後公司擴充到300多人，因為獲利大幅增加，累積了更多的資金可以引進更多的商品，如SHARP計算器、RICOH傳真機、Minolta影印機、Triumph以及Adler英文打字機等等，也陸續設立許多分公司。

就這樣公司的總部從重慶南路、南京東路、松江路，直到1990年搬到現在信義路的震旦國際大樓。公司規模也由股份有限公司發展成為上市公司。後來互盛股份有限公司也成為上市公司。

隨著公司規模擴展，我們引進更多的商品，設立不同產業的新公司，並在美國、日本、新加坡成立海外分公司。

由於社會快速變化、科技日新月異，電腦產品推出後，當時公司銷售的一些辦公商品，如中文打字機、英文打字機、傳真機等，也逐漸被電腦取代，影印機也從類比式單一功能變成多功能複合機（MFP）。隨著辦公商品的轉變，我們也關閉許多商品被電腦所取代的公司。

《大陸》

1995年，震旦以自有品牌拓展大陸市場至今已30年，期間陸續成立震旦電子、震旦家具、震旦辦公自動化（OA）等公司，並設立家具和OA十幾個事業部，持續完善產業的佈局。經過不斷地努力，累積出良好的基礎，也培養出許多優秀的幹部與人才，震旦也成為辦公設備領域的領導品牌。

2003年，位於上海浦東新區陸家嘴的震旦國際大樓正式啟用，是震旦在大陸的總部，代表著我們長期在大陸

發展的決心。矗立在大樓頂端的震旦招牌，不但可以提升震旦的品牌力與企業形象，更希望震旦將來也能成為世界的知名品牌。

2010年，震旦集團以「中華玉文化，城市新風格」的主題，入選上海世博會的企業館。能夠自行建造「震旦館」參加上海世博會，對震旦集團來說，是一個至高的榮譽。

2013年，震旦博物館在上海震旦國際大樓副樓（共六層樓）對外開幕，以「料、工、形、紋」的古器物研究方法為學術核心，並結合文物呈現多元精彩的展覽。博物館長期深耕學術教育，與北京大學、復旦大學等頂尖學校攜手合作，並成為兩校的教學實習基地，推廣古器物學。未來震旦博物館仍會秉持回饋社會的理念，肩負對中華文化「保護、傳承、奉獻」的使命，引領大眾深入探索中華文化深厚的底蘊。

我一生中受到許多善心人士的幫助，始終心存感恩與感謝，希望將這份善意傳遞給更多需要幫助的人。創業後，由於同仁的努力、顧客的認同，還有社會各界的支持，才有今天的成果，所以堅持要做好我的三個志業：

- 1、落實震旦經營理念：做好顧客滿意、同仁樂意、回饋社會。
- 2、致力文化傳承：提供個人收藏的文物，開辦震旦博物館、推廣古器物學，實踐對中華文化「保護、傳承、奉獻」的使命。
- 3、推動社會公益：設立陳永泰公益信託、陳永泰永續經營基金會、陳永泰文教基金會、陳杜姜基金會，建立長期投入社會公益的機制。

經營的核心價值與優勢

震旦集團為什麼能持續經營60年？為什麼能穩定持續的成長？最重要的原因是我們始終堅持震旦的經營理念，塑造良好的企業文化，建立「簡單、易懂、好用」的經營平台，以及落實「人事公開、機會均等、快速肯定績優同仁」的人事制度。

回顧這一生，對我影響最深的人——是我的母親。她沒有說艱深的大道理，卻用最樸實的言行教導我：做人要實在、待人要誠信、處事要正派；要賺正當的錢、不要和人計較。這些為人處事的原則，深深的影響了我，不但造就我做人做事的態度，也成為我經營企業始終堅持的信念。

在集團，每位新進同仁會收到人資單位發放的小金卡，這張卡片我都隨身帶著，提醒自己永遠不要忘記我們創業的初心與信念。

卡片的一面是震旦經營理念——
顧客滿意 同仁樂意 回饋社會 追求永續經營
這是全體同仁的中心思想與共同信仰。

卡片的另一面是震旦人共同特質——
誠信正派 品德操守 崇法務實 正面思考 積極樂觀 團隊合作 學習創新 專業自信 領導能力 重視執行力
這是我們的用人標準，也是全體同仁為人處事的原則。

震旦經營理念與震旦人共同特質，凝聚了全體同仁共同的價值觀，也形成良好的企業文化。

我從小學做小販到29歲創業，累積了20年的銷售經驗，讓我學會不怕困難、不怕挫折、不怕失敗，也讓我變得更成熟、更堅定要追求成功的決心。也因為有20年的銷售經驗，讓我更加了解人性，所以能夠建立符合人性的激勵辦法以及各項經營平台，這些也是我們優於同業的競爭優勢。

我們設計了一個為你自己以及你的團隊，共同創造利潤並分享給團隊的激勵辦法，這個激勵辦法就是責任中心制度。

責任中心制度是一個很好的激勵辦法，可以達到許多的效益：

- 1、能夠發揮自發性自轉經營，全員共同努力追求績效成長，增加責任中心全體同仁的收入。
- 2、獲利的50%給責任中心所有同仁分享，獲利愈多分享愈多。
- 3、營業與服務有個人的成交獎金、激勵獎金等等，成交愈多領得愈多。不分個人績效多寡，都可以分享團隊獎金，這樣大家可以共同努力建立革命情感，互相合作發揮團隊力量，提升責任中心獲利。
- 4、責任中心獲利的盈餘分配、個人獎金，向上不封頂。
- 5、晉升管道暢通，依績效表現給予加薪、晉升，職位不封頂。
- 6、可以培養更多的經營人才，學習全面的經營。
- 7、透過責任中心平台，讓同仁在集團內創業，優秀的主管可以造福同仁、成就自己。在利他的同時，自己也能往更高的職位晉升，進而實現自己創業的夢想。

激勵辦法的初心是要「利他」，結果也產生「利己」，這種利他產生利己的結果，也符合創業的初心以及「顧客滿意、同仁樂意」的中心思想。

各事業部要全員皆兵，整體就像是一個戰鬥團隊。直線是作戰團隊，全員都是堅強的戰士，幕僚是後勤團隊，要全力支援直線的需求。要打勝戰，直線與幕僚缺一不可，每一個人都是戰鬥團隊重要的一份子。

幕僚一定要懂直線，不懂直線的幕僚，就無法提供直線需要的協助。幕僚要全力支援直線，提供簡單、易懂、好用的平台給直線使用，讓直線沒有後顧之憂。

各事業部主管都是從責任中心基層做起，一步一步的努力，晉升到現在的職位。在集團公平公正、機會均等的人事制度之下，只要品德良好，有績效、有潛力、有領導能力的績優同仁，未來的職位都由自己決定、自己去追求、自己去實現。

集團董事、各公司董事長、各公司總經理，95%以上都是從基層的營業同仁、服務同仁、幕僚同仁晉升，集團人事晉升管道暢通，職位不封頂、待遇也不封頂。

專注本業 提升品牌影響力

回顧震旦集團60年的經營，一路走來，我們遇過許多

的挫折與失敗。在挫折與失敗中，不斷地累積經驗，找到最適合的經營模式。

台灣經營60年，大陸經營30年，秉持著顧客滿意的理念，強調誠信正派、務實經營、精緻服務，贏得顧客的信任與支持，並對震旦品牌產生良好的信譽與口碑。

台灣有震旦、互盛、金儀三家OA，還有康鈦、家具、大震、雲端及3D等事業部。大陸有震旦電子、震旦家具、震旦辦公自動化（OA）等公司以及家具和OA十幾個事業部。台灣以代理為主，大陸發展震旦自有品牌。無論是代理或自有品牌，如果服務做不好，都會嚴重影響企業形象及品牌價值。所以我們不做超出服務能力的事情，也不經營非本業的商品，專注辦公設備的本業。



在台灣，OA累積了幾十年的基礎，目前多功能複合機（MFP）的運轉台數（MIF），已經累積到8萬多台，市佔率高達50%以上。多功能複合機的運轉台數持續增加，是集團能夠持續穩健成長的主要原因。

在大陸，OA產業也跟台灣OA一樣，聚焦在有後續服務收入的多功能複合機（MFP），各廠牌的多功能複合機功能差異不大，所以要以解決方案來提升商品的附加價值。目前大陸OA已自行開發安心印等解決方案，為顧客創造更高的價值，所以新開發的運轉台數（MIF）大幅成長，也為今後的經營奠定良好的基礎。

兩岸各事業部都是經營辦公相關設備，以OA多功能複合機（MFP）為核心，結合辦公家具、高速大型印刷機（PP及IP）、電子、3D等辦公設備與解決方案，為顧客打造更高效、更智慧、更美好的辦公環境。每一個事業部都有不同的經營特色，努力發揮各自的專業優勢，不斷地創新與突破，所以都有很不錯的表現。

經營事業要有高瞻遠矚的能力，在做重大決策前一定要慎重，要事先做好分析及評估，才能避免錯誤。例如：在選擇大陸集團總部，要設在哪一個城市時，我決定設在上海。台北到上海飛行只需80分鐘，比上海飛到北京或廣州還快。要蓋上海震旦大樓時，我選擇浦東陸家嘴。只要在浦西的外灘，一定看得到震旦大樓，大大提高震旦品牌的知名度。現在回顧起來，這些決策都是正確的。

未來期許 做好「顧客滿意、同仁樂意」

分享震旦集團經營60年的經驗，就是希望大家充分理解與運用。未來無論是在工作或為人處事上，都能夠有所助益。期許大家一起努力做好顧客滿意、同仁樂意。

1、責任中心制度已經實施50年，我們要充分發揮責任中心的激勵效益，創造更多的經營成果分享同仁，也要

讓同仁學會經營管理的本事，培養更多的經營人才。

- 2、集團要持續成長，就要擴大經營規模，不能有缺編。大陸市場幅員廣大，責任中心不僅不能有缺編，還要持續開設更多的責任中心。要創造更多中階高階的職位給績優同仁，讓他們有更大的舞台可以發揮。
- 3、在工作上如果遇到挫折甚至失敗，都不要放棄，而是要從失敗中轉變觀念，激發出堅強的意志力與決心，找出解決的方法就會成功。
- 4、每一代的經營團隊都要累積更好的經營基礎，給下一代的經營團隊，要一代比一代強，才能持續服務顧客、照顧同仁。
- 5、看到各事業部經營成功，每一位同仁都能夠學習成長，這是我們做主管最大的成就。

我再次強調，看到各事業部經營成功，以及每一位同仁都能夠學習成長，這是我們做主管最大的成就。

我們要持續努力，關心同仁的學習成長，更要關心同仁的收入有沒有增加。如果收入沒有增加，就做不到同仁樂意，同仁不樂意，就不可能做到顧客滿意。這個道理大家應該都很清楚，請大家要牢牢地記住，一定要做好「顧客滿意、同仁樂意」。

再一次感謝全體同仁的努力與貢獻。感恩有你們，感謝有你們。因為有你們的貢獻，集團的下一個60年，一定會走得更穩、更遠，也一定會更好、更成功。

震旦集團創辦人

陳永泰

震旦集團董事長 袁蕙華

以誠信為本，兌現每一份承諾

震旦集團走過一甲子，回首六十年的經營足跡，每一步都烙印著「誠信正派」的初心。集團創辦人從年少時代的勤工儉學，到29歲創立震旦行，用一生實踐「誠信」。這份初心，早已成為震旦的文化，更是我們面向未來的基石。站在新的起點，我從顧客價值、人才培育、永續經營、回饋社會、勇於創新五個構面，分享震旦未來發展的方向。

顧客滿意是震旦經營理念的第一條。六十年來，我們從打卡鐘、打字機、多功能複合機到辦公家具等，始終聚焦辦公本業，以精緻服務為顧客創造價值。未來，我們將全方位回應顧客需求——不只提供設備，更是提供一站式辦公設備解決方案、辦公空間解決方案。唯有讓顧客感受到超出預期的專業與效率，震旦的品牌信譽才能代代相傳。

震旦最寶貴的資產是同仁。我們的責任中心制度實施已逾50年，其核心精神是「利他」——獲利的50%分享給團隊，職位與獎金上不封頂。未來，我們將放大激勵效益，因應市場需求，持續開設責任中心，創造更多中高階職位，讓績優同仁擁有更大的舞台，讓每一位同仁都能在震旦，從基層歷練逐步晉升為經營者。

追求永續經營，是震旦的經營理念，也是我們對顧客、同仁與社會的承諾。永續的基礎，在於一代比一代強的專業團隊。作為這一代的經營團隊，要累積更好的經營基礎

與平台，交給下一代經營團隊持續前行。為此，我們堅持人事公開、機會均等，讓品德好、有能力、有績效、有潛力的同仁，都能決定自己的未來。

社會安定是企業發展的基礎，我們更要飲水思源回饋社會。從設立震旦博物館長期投入中華文化的保護、傳承與奉獻，到創辦人個人成立公益基金會，鼓勵同仁身體力行參與公益活動、支持社服機構，讓文化公益與社會公益形成善的循環，善盡企業的社會責任。

六十年來，辦公設備的發展從機械到數位、從單功能到智能化的轉變，每一次的技術革命，都會淘汰一些企業。震旦能夠穿越周期，關鍵在於不懼失敗、勇於創新。未來，我們將加速推動辦公解決方案的自主研發，以數位化、智能化工具賦能顧客的辦公場景。無論是雲端服務、3D應用，還是物聯網與辦公設備的融合，我們都會審慎評估、果斷佈局。創新不是追逐時髦，而是基於本業、服務顧客的務實突破。

六十年，是里程碑，更是新起點。創辦人常說，他一生受到許多人的幫助，因此常存感恩。今天，我同樣感恩顧客的信賴、協力廠商的支持，以及全體同仁的努力。讓我們秉持「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會、追求永續經營」的理念，以誠信為帆，以創新為槳，迎向下一個更精彩



● PART 1 | 事業版圖

立足兩岸，放眼全球

震旦讓辦公生活更美好

「震旦」意為東方日出，英文「AURORA」寓意曙光，皆象徵光明、希望與蓬勃朝氣；這不僅是品牌名稱的由來與寓意，也承載著震旦一路走來的企業精神與信念。創業初期，震旦以「震旦第一」自我期許，凡事追求卓越、精益求精，這份信念也成為品牌持續進步的力量。

自1965年創立以來，震旦集團從代理打卡鐘與中文打字機起步，逐步發展出以辦公設備（OA）與辦公家具（OF）為核心的事業基礎，並由產品延伸至方案與服務，成為全方位辦公解決方案提供者。在穩固兩岸核心事業的同時，震旦亦持續拓展電子、3D列印、雲服務等相關事業；其中電子事業深耕商品開發、生產、銷售與服務，成為震旦放眼全球的重要延伸，3D列印與雲服務則展現震旦持續創新、回應未來辦公需求的發展能量。

深耕品牌文化，實踐永續經營

六十年來，震旦以文化滋養品牌精神，以品質贏得長久信任，以真誠服務連結顧客，並以穩健經營實踐對顧客、同仁與社會的承諾。從台灣出發、深耕兩岸、穩步向外延伸，震旦始終秉持「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會、追求永續經營」的理念，實踐 Better Work, Better Life，讓辦公生活更美好。

「震旦第一」石碑

四川峨嵋山有「震旦第一」石碑；「震旦」一詞自古即為古印度對中國的稱呼之一，承載深厚的文化意涵。創業初期，震旦以「震旦第一」自我期許，勉勵凡事追求卓越、精益求精，並將這份信念化為持續進步、穩健經營的品牌精神。



立足台灣，奠定成長基石

震旦集團於1965年在台灣創立，長年深耕辦公設備（OA）與辦公家具（OF）本業，奠定穩健成長的發展根基。在台灣，震旦、互盛、金儀三家OA事業長期服務企業顧客，累積深厚市場基礎；其中多功能複合機（MFP）事業深耕市場，建立領先優勢，並以「以軟帶硬」為方向，發展資安與ESG報表等應用服務，從設備延伸至方案整合，協助顧客兼顧效率、治理與永續。

辦公家具事業則持續精進設計、品質與整體空間規劃能力，提供更完整的辦公環境解決方案。震旦集團在OA與OF兩大核心基礎上，拓展康鈦科技、大震設計、震旦雲、通業技研、長陽生醫、震旦通訊等事業，形成彼此互補的服務版圖。台灣不僅是震旦創業的起點，更是品牌扎根成長、累積實力與持續創新的重要基地。

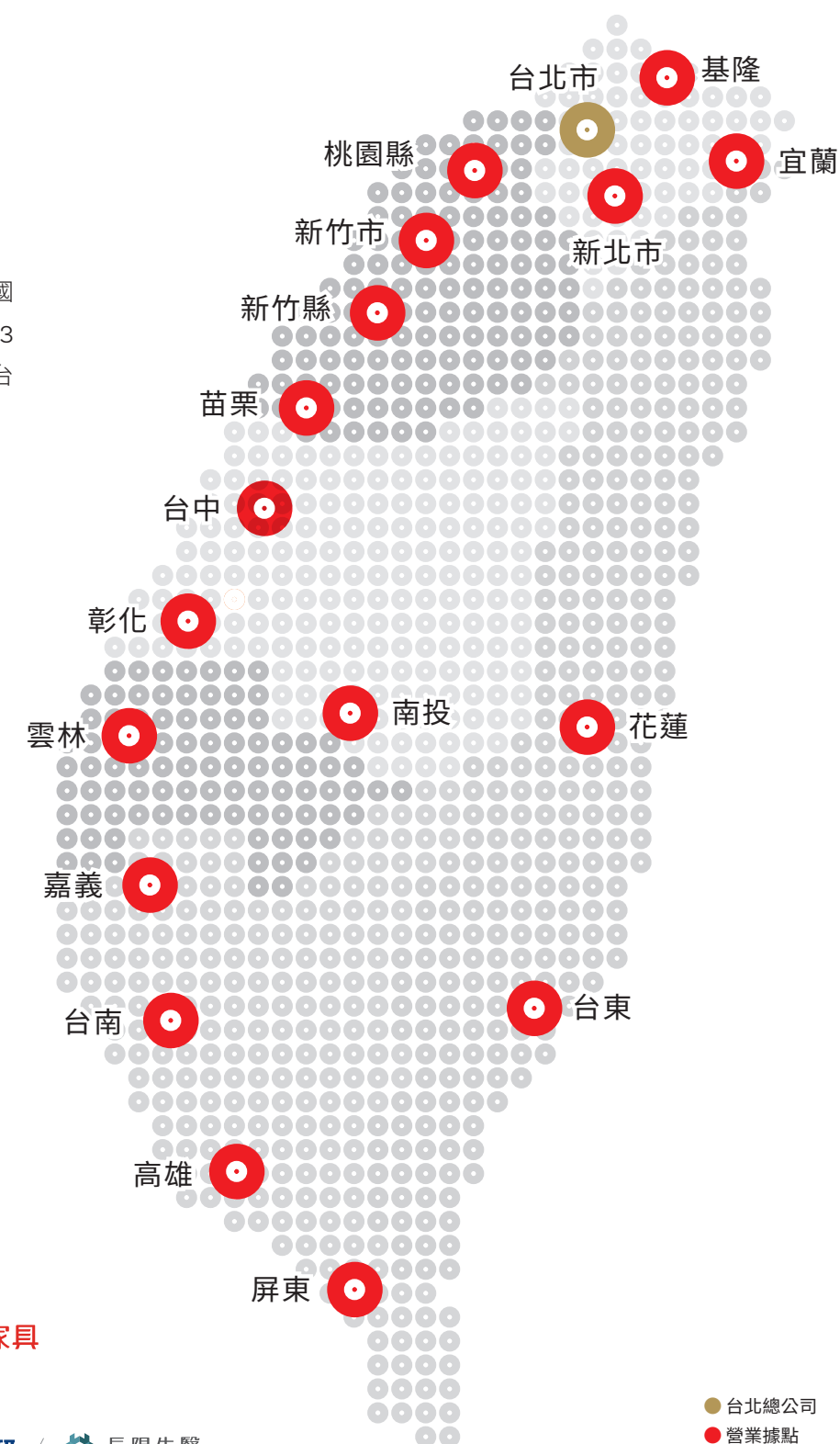


台灣據點分布

TAIWAN

台北震旦國際大樓

1965年震旦行在台北市成立，台北震旦國際大樓位於台北信義路商圈，落成於1993年3月，曾榮獲「台北十大商辦大樓」及台北市「優良建築施工獎」肯定。



事業領域

震旦集團 / 震旦辦公設備 / 震旦家具

大震設計 / 震旦雲 / 震旦通訊

互盛 / 金儀 / 康鈦 / 通業技研 / 長陽生醫

● 台北總公司
● 營業據點

SHANGHAI

深耕大陸，拓展自有品牌

自1995年起，震旦以自有品牌拓展大陸市場，並以辦公設備（OA）與辦公家具（OF）為核心，持續深耕市場、擴大服務版圖，逐步建立穩健而完整的事業布局。

面對辦公需求持續升級，震旦不僅提供產品，更以「以軟帶硬」的思維發展解決方案，透過安心印等應用提升商

品附加價值與顧客服務；同時結合直營與經銷並行的布局策略，在重點區域深化服務、擴大據點。在OA與OF兩大核心事業帶動下，震旦持續提升自有品牌的影響力，並延伸電子、雲服務、智能裝備等相關事業，為長遠發展奠定穩固根基。

大陸據點分布

MAINLAND CHINA

上海震旦國際大樓

位於黃浦江畔陸家嘴金融區；落成於2003年，位於副樓的震旦博物館，由著名建築大師安藤忠雄設計，被譽為黃浦江畔的文化寶盒。閃耀於震旦國際大樓頂部的震旦中文標誌，是震旦擴展自有品牌的象徵。



事業領域

震旦集團 / 震旦办公自动化 / 震旦家具 / 震旦云商 / 震旦智能装备 / 震旦电子 / 震旦博物館 AURORA MUSEUM / 震旦美術館 AURORA ART MUSEUM

見證60・永續基石



1971

發行《震旦月刊》
知識分享 回饋社會

震旦以回饋社會為宗旨，於1971年7月1日開始發行文化公益刊物《震旦月刊》，透過經營管理與藝文欣賞的知識分享，促進企業與社會的交流與學習。月刊最初以企業內部訊息為主，後因分享給顧客廣受喜愛，內容逐步發展為對外涵蓋經營管理、職場觀點、藝文饗宴等多元議題，並因應數位趨勢推出電子版，成為上班族提升職場競爭力的知識夥伴。



1975

責任中心制度
發揮自發性自轉經營

為了讓同仁有成長與發揮的舞台，震旦以利他思維建立一套合乎人性、符合法令及經營理念的制度，並於1975年開始實施「責任中心制度」。透過企業內創業的精神與模式，訂定市場、人力、服務、資金、利潤五大經營目標，讓同仁學習計劃經營與目標管理，培養經營數據的分析與應用能力，充分發揮自發性自轉經營，逐步成為全方位的經營人才。



1984

震旦經營理念
傳承企業文化及信念

震旦集團自1965年創立以來，在全體同仁秉持創業精神的努力下，逐步建立深厚的企業文化。為統合價值觀並凝聚經營共識，震旦將多年累積的經營心得與持續成長的關鍵要素，有系統地整理為《震旦經營理念》，並於1984年正式出版。內容以「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會、追求永續經營」為核心，成為全體同仁共同遵循與學習的重要依據。



1993

台北震旦國際大樓
奠定兩岸事業根基

台灣震旦國際大樓於1993年啟用，座落於台北市信義計畫區核心，鄰近台北101，是震旦集團深耕台灣的重要據點。大樓曾以震旦智慧型大樓之姿，榮獲「台北十大商辦大樓」及台北市「優良建築施工獎」肯定，彰顯震旦對品質與專業的堅持。不僅見證信義區蛻變為國際金融中心的發展歷程，更象徵集團穩健經營，為兩岸事業發展奠定堅實根基。



2003

上海震旦國際大樓
深耕大陸 布局兩岸

2003年落成的上海震旦國際大樓，座落浦東陸家嘴金融核心區，與東方明珠塔相映於黃浦江畔，以耀眼金色外觀成為上海具代表性的城市地標之一。這座大樓不僅見證震旦深耕大陸、布局兩岸的重要里程碑，也曾榮獲國家建設部「魯班獎」與上海市「白玉蘭獎」，外牆LED大螢幕更獲得吉尼斯世界紀錄最大螢幕，彰顯震旦立足兩岸、放眼國際的發展格局。



2023

江蘇智能園區
邁向綠色智造新里程

為因應市場需求與智能製造趨勢，震旦於2020年在南通市啟動第二生產基地「震旦江蘇智能園區」建置工程，朝集自動化、數位化、智能化、綠色化於一身的智慧工廠發展，邁向智能製造生產。園區並於2023年投入試生產、2024年正式揭牌，同時取得LEED金牌認證，不僅提升營運效率與生產效能，更展現震旦推動綠色智造、低碳生產與實踐ESG的決心。

在超過半世紀的發展歷程中，震旦從知識共享的刊物，到培養經營人才的責任中心制度；從凝聚共同信念的經營理念，到立足兩岸的重要地標，再延伸至智能工廠與綠色製造的實踐，逐步奠定企業穩健成長的基石。這六項里程碑，不僅記錄震旦一路走來的重要印記，更展現如何將深厚底蘊轉化為永續發展的力量，在變動的時代中守護初心，為未來持續扎根。

見證60 · 榮耀時刻



1985

企業識別系統 形塑品牌形象

1985年，適逢震旦集團成立20週年，隨著事業版圖拓展至十多個事業體，為建立品牌標準化並推動「AURORA」品牌國際化，震旦率先導入完整企業識別系統（CIS），啟動品牌形象的系統化建設。這不僅實現企業形象的全面升級，也建立一致且鮮明的品牌識別語言，為品牌長期傳承與接軌國際奠定基礎。



2006

AURORA TOP 樹立卓越典範

2006年，震旦集團開始擴大舉辦「AURORA TOP表揚大會」，以「震旦第一」精神激勵同仁追求卓越，使「AURORA TOP」逐步成為表揚績優同仁、傳承企業文化的重要平台。它不僅象徵集團對傑出人才的高度肯定，也讓卓越典範在企業內持續傳承，凝聚全體同仁不斷精進、挑戰巔峰的共同信念。



2010

上海世博會 讓世界看見震旦

2010年，震旦以「中華玉文化，城市新風格」為主題，參與上海世博會，自建「震旦館」，成為本屆世博會18家企業館之一，也是世博會160年來首家自建館參展的台資企業。為期半年的展示，吸引230多萬名來自世界各地的遊客，向世人傳播悠久、經典的中華玉文化，也讓震旦以文化為橋梁，與世界展開更深層的對話。



2012

寶格麗特展 深化國際文化交流

2012年，「寶格麗125年義大利經典設計藝術展」於上海震旦博物館展出，作為繼義大利羅馬聖天使堡國家博物館、法國巴黎大皇宮博物館及中國北京國家博物館後的第四站，首度落腳非國有博物館。展覽匯集珠寶、鐘錶與設計珍品，不僅呈現義大利經典美學，也讓西方設計風華與東方文物精髓相輝映，展現震旦拓展國際文化交流視野。



2013

震旦博物館 守護文化瑰寶

2013年，震旦博物館於上海正式開館，為陸家嘴地區第一座非國有博物館，由安藤忠雄設計，並以「保護、傳承、奉獻」為宗旨，秉持回饋社會初心，打造黃浦江畔文化寶盒。館藏以玉器、青花瓷、陶俑與佛教造像為主，結合典藏、研究、教育與推廣，傳承中華文化內涵；並與北京大學合作，持續深耕古器物學，踐行守護文化瑰寶的使命。



2022

永續報告書 揭露永續承諾

2022年，震旦集團發行首本《震旦行永續報告書》，聚焦綠色辦公、幸福職場與社會關懷，系統揭露環境、社會及治理面向的成果與承諾。作為「震旦ESG元年」，這不僅標誌震旦在提升競爭力、追求經營績效的同時，將ESG納入經營核心，也展現企業更加重視回饋社會、實踐永續發展的堅定決心。

六十年來，震旦在品牌、文化、國際交流與永續治理上，持續推進一項項重要建設。從建立企業識別、樹立卓越典範，到登上國際舞台、深化文化交流，再到文化公益平台的建立與永續報告揭露，這六項里程碑不僅是震旦品牌發展的重要節點，更是長期投入、持續深耕的具體實踐，見證企業一步步厚植品牌實力、擴大影響力的發展歷程。



震旦 60

HERITAGE

OF AURORA GROUP

回顧

CHAPTER

1

時 | 光 | 剪 | 影 | GLIMPSES OF TIME

耕耘六十年

台灣・動土根基

1965年於重慶南路起步，震旦憑藉毅力與決心，在「讓辦公生活更美好」的道路上，寫下無數動人篇章，更奠定60年的穩健根基，讓夢想從此茁壯。



1965年・重慶南路震旦行舊址



1966年・第一家台中分公司



1987年・台灣震旦國際大樓動工典禮



1992年・台灣震旦國際大樓啟用儀式



1993年・台灣震旦國際大樓啟用

時 | 光 | 翦 | 影 | GLIMPSES OF TIME

耕耘六十年 大陸・動土根基

1993年跨足大陸，以自有品牌寫下佳績；如今江蘇智能園區投產，更展現製造硬實力。未來將持續深耕大中華地區，以卓越品質與服務，再創高峰。



1993年・成立震旦行國際貿易（上海）有限公司



1994年・嘉定園區奠基，上海電子廠上樑



1996年・陳創辦人視察上海家具工廠工地



2000年・上海震旦國際大樓開工典禮



2000年・上海震旦國際大樓開工典禮



2004年・上海震旦國際大樓封頂儀式



2009年・上海世博震旦館上樑儀式



2020年・震旦江蘇智能園區動工

時 | 光 | 剪 | 影 | GLIMPSES OF TIME

記錄精彩

兩岸・活動紀實

回首耕耘六十載，珍貴畫面記錄精彩瞬間。這些跨越時空的經典影像，見證了兩岸攜手並進的里程碑；讓我們承襲榮光，以熱忱與專業，邁向更燦爛的未來。



1994年・震旦集團同心大會



1996年・震旦月刊二十五週年酒會



1998年・元旦路跑活動



1998年・元旦路跑活動





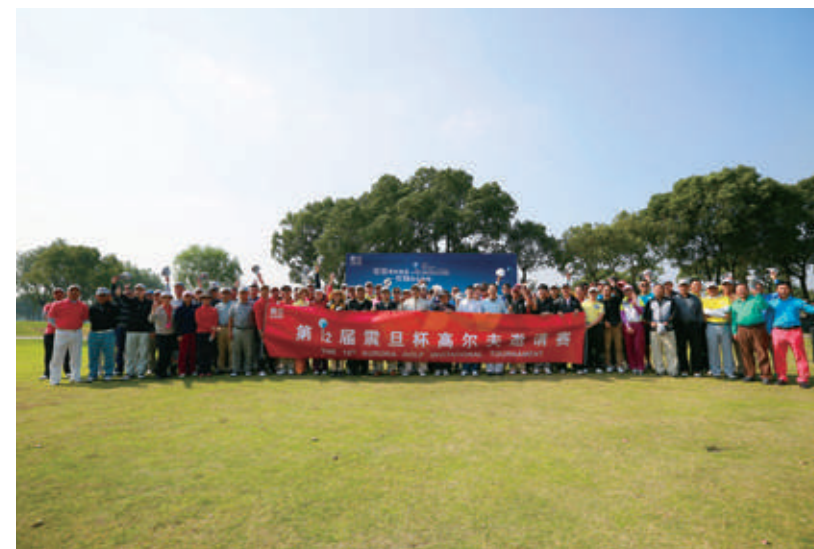
1999年·上海震旦辦公設備與日本安滿能打卡鐘簽約儀式



2003年·震旦複印機OEM合作項目簽約儀式



2008年·上海世博「震旦館」簽約儀式



2009年·震旦盃高爾夫球賽



2010年·上海世博會企業吉祥物「旦寶」遊世博



2013年·上海震旦博物館開幕剪綵



2023年·震旦杉樹班參訪震旦博物館



2025年·國際博物館日活動排隊人潮

時 | 光 | 剪 | 影 | GLIMPSES OF TIME

見證永恆

兩岸・週年慶紀實

兩岸同仁共聚慶祝每一階段的成長。週年慶典不只是成功的喜悅，更是傳承良好的震旦文化與精神，讓我們心連心，共同書寫震旦集團更耀眼的篇章。



1987年・集團二十二週年運動會



1985年・集團二十週年慶園遊會



1987年・集團二十二週年慶暨AURORA TOP表揚大會



1995年・集團三十週年暨CI啟動儀式

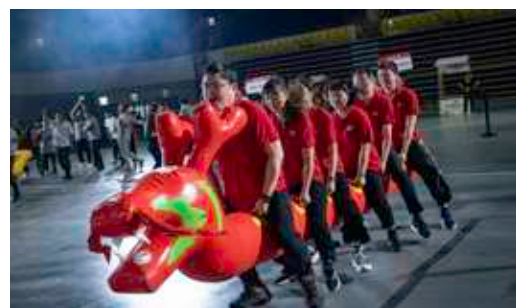


2005年・集團四十週年園遊會與週年慶登山活動



2014年・創辦人率領經營團隊歡慶集團五十週年





2025年，台灣歡慶集團六十週年，創辦人與董事長共同啟動慶生圓球，活動結合運動會與啦啦隊表演，展現震旦人齊心拚搏的團隊精神。



2025年，於上海震旦大樓舉辦懸掛金蛋傳承儀式、前瞻論壇及感恩音樂晚會，慶祝集團六十週年。

時 | 光 | 剪 | 影 | GLIMPSES OF TIME

震旦第一 兩岸・表揚大會

為表揚績優同仁，樹立追求卓越典範，傳承震旦精神與文化，舉辦「AURORA TOP表揚大會」，期勉每位震旦人，挑戰高峰，創造震旦第一。



1987年・二十二週年慶暨AURORA TOP表揚



2008年・創辦人進場與致詞勉勵優秀的TOP菁英們



2014年・全體AURORA TOP獲得者與高階主管合影，留下最精彩的一刻



2011年・匯聚集團菁英們，一同為英雄們喝彩



2012年・以龍耀天下為主題，透過表揚大會激勵團隊士氣，展現震旦第一的精神



2025年・台灣歡慶六十週年暨AURORA TOP表揚大會



第 | 1 | 階段

創業時期

創業草創，踏實起步

1965年至1971年是震旦集團的創業初期。在這段台灣經濟快速起飛的年代，震旦肩負著時代賦予的機遇與挑戰，從重慶南路一段57號的辦公室起家，僅憑20萬元資本與七位員工，啟動了震旦60年精彩篇章的第一頁。

從7人小公司到全台事務機器總匯

震旦於1965年10月20日成立於台北市重慶南路。創立初期即引進台灣首台桌上型計算器及AMANO打卡鐘，開啟辦公自動化元年。在台灣經濟奇蹟逐步成形的背景下，震旦迅速擴展業務，成立分公司，至1972年已有八間分公司、超過300名員工，產品從原先兩項拓展至20多項，涵蓋打卡鐘、影印機、打字機等辦公用品，成為名副其實的「事務機器總匯」。

1968年，震旦以「一元打卡鐘」創新行銷手法成功打入市府採購案；1970年導入企業識別系統ACC，強化企業形象；1971年創辦《震旦月刊》，成為企業傳聲筒；爾後成立「真益電子」，正式跨足製造領域。這些創舉展現了震旦早期的行銷敏銳與文化佈局，為未來奠定厚實根基。

制度雛型與企業文化的初步成形

為因應事業擴展與管理複雜度提升，震旦開始導入制度性創新。包括組織架構調整、成立經營決策委員會、利潤中心事業部制度雛型、利潤分紅機制等。



1965年重慶南路總公司外貌

1965

1971

1
2
3
4
5
6



1965年引進的AMANO打卡鐘



1965年CONTEX-10計算機



1966年台中分公司



1967年高雄分公司



1969年台南分公司



1969年維修部同仁工作情景



1971年《震旦月刊》創刊



1965年公司內部商品展示

除內部管理強化外，震旦亦積極推動人員教育訓練，邀請日本技師駐台協助維修技術，並引進經營管理專家進行專業課程，奠定「責任中心制度」基礎，建立「利他精神」的企業文化。

憑藉穩健成長的腳步，開啟創業之路

重慶南路時期的震旦，是一個筚路藍縷、勤奮打拼的縮影，也是一個奮發向上的集體記憶，至今仍深植每位震旦人心中。那段歲月不僅見證了公司從無到有的艱辛，也塑

造了堅毅、創新的企業精神，激勵後人持續追求卓越，承續先賢的努力與夢想。

回望這段創業歷程，震旦用踏實的脚步開創了企業的起點。從創辦初衷、產品布局到制度設計，皆展現創新與韌

性並存的企業精神。從重慶南路的第一家公司起步，憑著誠信與專業服務精神，逐步建立顧客信任與品牌口碑。這段歷史，不只是空間轉移的故事，更是震旦文化與精神的起源，為後續60年的精彩，寫下堅實的序章。



第 | 2 | 階段

成長時期

轉型躍進，邁向集團化

1972

1980

1
2
3
4
5
6

1972年至1980年，是震旦從創業草創邁向企業化經營的關鍵年。這段期間，震旦不僅擴大營業規模、創下亮眼業績，更正式導入『責任中心制度』、成立子公司與海外據點，轉型為具備集團架構與現代化管理基礎的企業。從重慶南路遷址南京東路，也象徵著震旦在企業組織、文化、制度上完成華麗轉身。

快速轉型擴張的重要階段

1972年震旦搬遷至南京東路，隨即進入企業擴張與經營制度重塑的重要階段。當年公司資本額由創立初期的20萬元，成長至3,000萬元，年營業額從300萬元躍升至2億5千萬元，員工人數也達到456人。這段時間雖然國際面臨石油危機與經濟低迷，但台灣十大建設陸續完成、高附加價值產業蓬勃發展，震旦則順勢導入『事務機器化、管理科學化』理念，成為推動科技與經營升級的領航者，為後續經營奠定堅強基礎。

震旦於1975年起正式實施『責任中心制度』，將利潤分紅機制制度化，建立目標管理、營運計畫、直線與幕僚主管輪調制度，讓每位同仁都成為經營者，落實自轉經營。營業目標涵蓋「市場、人力、服務、資金與利潤」五大目標，由責任中心自主規劃與執行，確保組織靈活高效。與此同時，公司建立出口事業部、電腦事業部、印刷事業部等專業部門，並推動服務六小時到府服務制度，形成以顧客為中心的全方位一條龍服務體系，為顧客創造服務價值，奠定品牌永續經營根基。



創辦人震旦十週年慶致詞



1972年Minolta1114型電子影印機



1973年SHARP CS-32A計算機



1978年泰盈工廠



創辦人參與震旦十週年活動現場



1979年責任中心主管會議



1979年RICOH600S第一台傳真機



1979年赴美參與計算機商品展示會



1979年與RICOH簽訂傳真機代理合約

品牌拓展與文化深耕並進

此階段震旦集團積極開拓國際市場與品牌價值。1974年與1975年分別在日本與美國成立KK SUN-RISE與Aurora Impex兩家海外公司，1978年成立泰盈電子，正式量產AURORA品牌電子計算機，實現自有品牌夢想；1980年成立金儀公司，專責銷售美能達（Minolta）系列商品，讓業務線更清晰分流。產品類型也持續擴充，包括

電腦、傳真機、印刷系統、半導體商品等，震旦逐漸成為科技導向的集團化企業。

在內部文化建設上，創辦人提出『穩健、踏實、和諧、進步』為企業精神指引。《震旦月刊》十週年之際改版為單行本、首次推出震旦行慶典主題歌，傳遞企業情感與團隊向心力。此時期震旦也積極投入公益行動：捐贈計算機給清寒學生、響應愛國捐機運動等，展現企業在追求獲利

外，仍關注社會共好、擔負公民責任的精神風範。內部亦持續推動員工教育與專業訓練，培養人才並建立良好工作氛圍，鼓勵創新思維與合作精神。同時，舉辦相關團建活動，拉近企業與員工、社會的距離，使企業文化不僅停留在理念，更落實於日常行動中，形成持久且正向的影響力。

南京東路時期的震旦，是奠定制度、擴展市場與塑造文化的關鍵時期。企業由點成線、由線連面，從在地壯大到

邁向國際，為震旦邁向成熟與集團化發展奠下堅實基礎。這段歷程不僅記錄了一家企業的成長，也映照出台灣經濟奇蹟中的企業典範。此外，在內部管理上建立完善制度，強化組織運作效率，同時積極拓展產品線與服務網絡，提升品牌影響力之外，也持續參與社會公益，建立企業良好形象，使經營理念與社會責任並行，為日後多元化經營奠定深厚基礎。



擴張時期

多角布局，集團成形

1981年至1992年，震旦進入創立以來最蓬勃發展的黃金年代——松江路時期。這段期間不僅是多角化經營全面展開的時期，更是制度深化與文化成形的重要階段。從本業拓展到海內外據點設立，從品牌識別到經營理念的發行，震旦以集團之姿站穩市場，迎向現代企業典範的轉型躍進。

在此期間，震旦行推動多角化經營，先後設立多家子公司：印刷事業部改制為崇豐機械、電腦事業部成立震旦電腦，互盛股份有限公司專責RICOH代理、儂特利進軍速食業、汎揚國際代理高級汽車，乃至成立震旦通訊與兆瑞公司拓展通訊與行動電話市場。

同時，泰盈南崁廠、大甲家具廠相繼落成，擴大自產品牌的深度與廣度，震旦自有商品在美國、日本、新加坡等海外據點同步銷售，讓震旦品牌真正走向國際。各子公司亦積極引進各式新商品：如AT&T電話、MURATA傳真機、IBM中文電腦、MOTOROLA摺疊式大哥大等產品百花齊放，市場能量與營業額屢創高峰。企業管理上更為嚴謹：設立服務專線、顧客服務中心，改制總管理處為董事長室，強化責任中心制度的績效評核，推動組織持續優化。

向英雄致敬——AURORA TOP表揚大會

為表揚績優銷售同仁，樹立追求卓越的典範，並傳承震旦精神與文化，自1981年起，舉辦「百萬 TOP SALES 之夜」，為優秀銷售人員喝采，這正是今日AURORA TOP



1981年總部遷至松江路盛香堂大樓

1981
|
1992

1
2
3
4
5
6



1981年起舉辦「百萬TOP SALES之夜」AURORA TOP表揚大會的起點



1982年代理銷售RICOH傳真機



1984年發行《我們的經營理念》



1987年震旦集團二十二週年運動會



1987年震旦國際大樓動土典禮



1987年震旦集團二十二週年慶運動會創辦人觀禮



1988年環保健行活動



1988年震旦二十三週年慶於中華體育館舉辦

表揚大會的起點。

1986年底，總管理處正式公布AURORA TOP遴選標準與辦法，獲獎對象不再僅限於銷售同仁，而是涵蓋營業、服務、幕僚等全體同仁。1987年6月，第一屆AURORA TOP表揚大會於圓山飯店隆重舉行，創辦人以「向英雄致敬」為題發表演講，感謝119位獲獎同仁在各自崗位上的卓越貢獻。至今，AURORA TOP表揚大會早已不只是一

次頒獎，而是全體震旦人自我挑戰巔峰、締造佳績、追求極致工作品質的榮耀勳章。

品牌形象與文化信仰的定錨期

1984年出版《我們的經營理念》，正式提出「同仁樂意、顧客滿意、經營得意」的信念口號，成為全體震旦人的經營圭臬。1986年，創辦人在全台主管會議上提出「企

業家族、企業內創業、誠信正派」的文化方向，並勉勵大家在成功之後仍要「繫緊鋼盔」，精益求精。

《震旦月刊》於十週年改版為雜誌型式，提升品牌形象與社會影響；震旦企業之歌問世、AURORA TOP頒獎典禮成為震旦人最高榮耀。此外，震旦更連年獲得德國IF設計獎、十大金商標獎、國際建築施工獎等肯定，在國內外皆贏得專業與品牌美譽。

1989年，陳永泰創辦人以個人名義捐資成立「震旦永續經營基金會」，開啟震旦公益與社會責任的新篇章；1991年震旦行股票上市，此階段是震旦集團真正集團化、多角化、國際化的重要起點。在這段期間，震旦建立了堅實的品牌基礎與制度架構，也逐步成形了具備文化深度、社會責任與國際視野的企業體質，為接下來的轉型創新與永續發展注入了動能。

開

創

Stage
1993 _ 2002

4

第 | 4 | 階段

開創時期

擘劃新局，立足世界

1993年至2002年，是震旦集團邁向數位化與國際化的關鍵十年。隨著台北震旦國際大樓啟用、多家子公司上市、事業體陸續設立，震旦從品牌、制度、科技與文化四個層面全面提升，奠定集團化與國際視野的堅實基礎，也代表著企業經營從成熟邁入全面擴張的新局。

1993年3月台北震旦國際大樓正式啟用，象徵企業邁入國際現代企業的新紀元。震旦辦公設備（OA）、金儀、互盛等子公司相繼導入數位化辦公商品，包含影像電話、微電腦中文支票機、指紋辨識系統、會議投影整合解決方案等，全面升級辦公應用層次。1999年，互盛公司股票上市，成為集團第二家上市公司，體現震旦深化資本市場版圖的實力。

同一時期，震旦更積極布局全球：1993年成立震旦行國際貿易（上海）公司，1995年於上海建置「震旦嘉定園區」；2000年震旦上海家具公司成立，並投入自有品牌碎紙機生產，2002年銷量躍升全球第二。震旦五股教育訓練中心啟用，加州震旦美國總部落成，上海電子事業部與工廠陸續成立，形成環環相扣的全球產銷體系。同時，震旦通訊連鎖門市與資訊量販事業體成立，打造流通事業部，跨足電信與消費科技商品領域。

創新改革與文化深耕的雙引擎

這一時期，震旦集團啟動大規模「企業改造行動」，整

1993
|
20021
2
3
4
5
6

1993年震旦國際大樓啟用典禮



1993年購置上海震旦國際大樓土地簽約儀式



1993年上海嘉定震旦園區奠基儀式



1993年成立震旦行國際貿易(上海)有限公司



1995年集團三十週年慶暨CI發表會創辦人致詞



1996年震旦月刊二十五週年慶回顧展



舉辦1998年「元旦晨跑」活動



1998參觀震旦資訊量販廣場



1998年舉辦「愛我中華元旦晨跑」台北場活動



2000年上海震旦國際大樓奠基儀式



2002年上海浦東新區綜合經濟學會來訪交流

併績效不佳事業體，強化管理中心機能，於全台成立七大經營策進會。同時推出「木蘭計畫」與「巾幗專案」，培養女性營業與管理人才，推動多元與永續的人才發展體系。

品牌與內部文化同步進化，例如：1995年《震旦月刊》改版為左翻橫排，推出網站線上閱讀、出版企業形象光碟，與卓越雜誌合著《震旦的營銷管理》，更數度榮獲勞委會與台北市政府「優良勞工刊物」首獎、優等獎肯定。

《我們的經營理念》也與時俱進，陸續修訂至第七版，持續引導集團核心價值的深化。

震旦企業在設計、品牌與創新也屢獲肯定：AURORA計算器榮獲「外貿協會優良設計產品」、震旦家具獲得多項「國家精品獎」、「新加坡設計獎」、OA產品榮獲金龍獎與建築類獎項；1994年台北震旦國際大樓以首座智慧型大樓，獲選最具「台北性格」現代化建築標的物；1995年榮

獲「優良建築節約能源設計獎」；1998年榮獲台北市政府「閃亮夜台北・一九九八建築夜景金獎」等榮耀。

在社會公益方面，震旦基金會在1996~2000年間大力投入文化與災後重建，捐贈921大地震款項重建家園、支持心路基金會、與TVBS電視台合辦「跨世紀對話」講座、「元旦晨跑」、回顧展等活動，全面展現企業公民的高度參與。創辦人陳永泰先生亦多次捐贈個人珍藏文物，包括佛

像、漢畫像磚予故宮與中外博物館，傳遞文化保育的宏願。

在此階段是震旦集團完成從台灣企業走向國際品牌的重要十年。無論在數位化、通訊技術、企業管理、人才制度、品牌美學，或是社會文化參與上，都展現出與時俱進、兼顧效率與人文的成熟風範。這一階段為震旦奠定全面升級與永續發展的動能，也讓企業更堅定地朝百年目標穩健前行。



躍

昇

Stage
2003_2010

5

第 | 5 | 階段

躍昇時期

築基上海，展翼全球

2003
|
2010

1
2
3
4
5
6

2003年至2010年，是震旦集團跨足上海、穩健擴張的關鍵十年。從企業轉型、品牌輸出到文化推廣與社會參與，震旦以「築基上海、胸懷世界」的格局，展開新一輪的跨世代篇章。

隨著2003年上海震旦國際大樓落成啟用，嘉定震旦園區生產事業穩定成長，震旦集團在台灣累積近40年的基礎上正式築基上海。各事業體積極推動改革，奠定永續經營根基並創下亮眼業績。台灣各事業體持續改革，震旦、

金儀、互盛引進彩色雷射印表機、高端影印與傳真系統，互盛RICOH數位影印機更獲頒多項國際大獎。震旦家具榮獲台灣與大陸設計與品牌大獎，包括台灣精品獎、紅星獎、優良產品設計獎、上海名牌等殊榮。



2003年上海震旦國際大樓正式啟用



2003年震旦藝術博物館在台北成立



2006年台北震旦藝術博物館開辦古器物學鑑賞課程



2005年四十週年舉辦玉山登頂活動暨北、中、南三場「活力奔馳園遊會」



2008年創辦人於AURORA TOP表揚典禮致詞勉勵



2008年以「中華玉文化，城市新風格」取得2010年上海世博會企業館建館資格



震旦館以L型外觀及屋頂上的「紅山玉人」有喜迎八方來客之寓意



震旦館中長達18米的翠竹長廊，呈現綠意盎然

2005年震旦集團歡慶四十週年，舉辦玉山登頂活動暨北、中、南三場「活力奔馳園遊會」；2006年震旦月刊簡體版正式發行、震旦集團網站全新上路；2007年開始擴大舉行AURORA TOP表揚大會；2008年，更新中文化企業識別系統，並陸續改版《我們的經營理念》；2010年，出版震旦集團之歌《東方的光》，凝聚全體同仁向心力。

文化立身，公益展望

2003年成立震旦藝術博物館，以古器物與玉器教育推廣為核心，開辦系列展覽與課程；2005年設立上海分館；創辦人並多次捐贈藏品，包括捐予佛光山、東和禪寺、慈濟宮等機構，展現企業文化推廣的深度與實踐。

2010年，震旦以「中華玉文化，城市新風格」主題參與

上海世博，成為160年來第一家以自建館方式參展的台灣企業。館內七大主題展覽與3D展示引發熱烈迴響，累計參觀人次超過220萬，並獲選為客訴率最低場館之一，獲社會與媒體一致讚譽。

震旦積極投入公益與社會責任：從SARS復甦活動、四川汶川地震賑災、莫拉克風災援助，到資助新華基金會

「珍珠班」、家扶基金會與普仁基金會等機構。企業不僅在經營績效上卓越，更以實際行動回饋社會，榮獲多項公益獎與文化獎項肯定。

上海時期，是震旦從品牌擴展走向文化深耕與社會實踐的全方位進化時期。面對全球金融動盪與天災頻仍，震旦以穩健的經營與人本精神，展現企業厚度與時代使命感，為未來永續願景奠定堅實的基礎。



第 | 6 | 階段

轉型時期

厚積勃發，迎向未來

2011
|
2025

1
2
3
4
5
6

2011年開始，震旦集團展開創新開展與事業轉型的重要時刻。在外部環境劇變、全球疫情與經濟挑戰下，震旦仍穩健擘畫新藍圖，持續強化新事業、推動文化推廣，實踐永續經營與社會貢獻的承諾。

2011至2020年是震旦集團蓬勃發展、創新突破的十年，也成立多個新事業體，掌握時代脈動、開拓經營版圖。2013年，震旦博物館於上海開館，秉持「保護、傳承、奉獻」的文化理念，成為黃浦江畔的文化寶盒。

儘管全球局勢動盪，震旦仍展現堅定腳步。與韓國福喜世集團合資成立震喜家具，攜手中國醫藥大學成立長陽生醫；與日本柯尼卡美能達共組康鈦科技進軍高階印刷市場。設立互盛（中國）、震旦雲商、兩岸3D與雲端事業



震旦集團與義大利高端家具品牌ESTEL集團合作，AURORA ESTEL雙品牌展廳於2018年上海開幕，為顧客提供高端的辦公空間解決方案。



2011年贊助高雄佛光山佛陀紀念館「地宮還原」常設展，多年累計共捐贈地宮文物共計145件



2012年上海震旦博物館試營運期間舉辦「寶格麗125年義大利經典設計藝術展暨震旦博物館典藏展」



2013年上海震旦博物館落成，被譽為黃浦江畔的文化寶盒



上海震旦博物館不定期與國內外藝術家及單位合作



2013年響應518博物館日，震旦博物館參觀人潮大排長龍



上海震旦博物館鎮店之寶神獸



2013年上海震旦博物館隆重開館



寶格麗125年義大利經典設計藝術展剪綵活動

部，攜手Stratasys與Nano Dimension，拓展3D列印應用。台灣市場也與工研院合作自有品牌進入3D列印產業。

震旦家具建設六大中心，實現產銷合一，與義大利Estel合作雙品牌，打造高效智能辦公空間。江蘇智能園區動工，邁向智能製造。2014年兩岸共同慶祝集團成立五十週年並出版50週年紀念專刊；《震旦經營理念》修訂至第十三版，秉持「顧客至上」的服務信念，實踐「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會」之理念。

文化厚植與公益深耕

在文化與公益上，2015年創立陳永泰公益信託，首屆「傳善獎」啟動，社會服務與文化公益全面開展。2013年震旦博物館開館，榮獲全球金星獎、100個最美城市空間獎，並與義大利在威尼斯雙年展合辦特展。並與同濟大學、復旦大學合作成為藝術教學創新基地與實踐基地。

震旦博物館A2館於2020年啟用；並參與各國文化展覽、捐贈文物予佛光山、傳藝中心與河北幽居寺。社會服

務方面，展開珍珠班、杉樹計畫、捐助雅安地震、高雄氣爆、辦公設備捐贈與『溫暖隨行』公益行動，多年持續不輟，實踐回饋社會的企業使命。

在此階段是震旦集團多元轉型與文化深化的關鍵十年。在疫情與變局中穩健應對，以創新產品、智慧管理與人文關懷，不僅創造卓越績效，更持續築夢未來，堅定邁向百年企業的願景。

數位與永續並進的雙軌轉型

自2021年起，震旦集團面對疫情衝擊與全球經濟變動，以六十年來厚實的經營根基與文化底蘊，全力推動組織轉型、事業革新與公益深化，展開一段厚積勃發的新篇章。

震旦、金儀、互盛與震旦家具自2021年起行動客服APP上線、展開零接觸服務；並將「震旦辦公家具」正式更名為「震旦家具」擴大服務範圍，更於成立「大震設計」提供空間規劃顧問服務。大陸則成立「震旦家居」品牌，



2012年震旦家具於上海嘉定園區建設六大中心，完成「一條龍」產銷合一布建



2013年震旦與3D列印領導品牌Stratasys合作



2014年兩岸擴大舉行震旦集團五十週年慶典活動

進軍兒童家居市場。此期間在台灣，震旦推出「未來辦公室」虛擬展廳及互盛的「360度辦公樂活」虛擬展廳，提供360°環景功能，體驗未來辦公面貌；震旦家具也獲得「WELL健康-安全評價準則」認證，協助企業在打造健康、高效、靈動、永續的辦公空間。

上海震旦家具旗艦展廳榮獲鉑金級WELL V2認證、LEED金級認證；江蘇智能園區正式投產並取得LEED金牌認證，象徵智能製造與環保大步邁進。2023年，首次發

行「震旦行永續報告書」，揭露於ESG（環境、社會及公司治理）三面向的績效，持續在產品創新、智能製造、綠色永續及社會文化層面，厚植企業價值、開創未來。

文化深耕與公益共好

2021年起，震旦博物館推出多場精采展覽，包括《往來千載：徐悲鴻、齊白石、張大千特展》、《門 La Puerta》、《浮生巴黎》、《Boundless無界》等，展現當



2015年捐贈「文創保溫瓶組」予育幼院孩童，以暖心物資傳遞關懷



2015年啟動「溫暖隨行」公益行動，鼓勵同仁在地參與公益



2015年陳永泰公益信託成立，第一屆「傳善獎」起跑



2017年AURORA與義大利Estel雙品牌合作



2025年於上海舉行懸掛第61顆金蛋儀式，象徵震旦正式邁向第61年新里程



震旦江蘇智能園區2023年投產，致力於綠色生產，追求無醛辦公環境

代藝術多元風貌。並與浦東圖書館合辦主題書房，舉辦第八屆中國博物館創新論壇，入選「陸家嘴城市美育客廳」與「年度人氣博物館」。

疫情期間，震旦博物館推出會員卡、開通微信視頻號，拓展線上講座與參訪；並持續與國內外文化機構合作，並捐贈文物予北京大學與台灣傳藝中心。博物館獲頒「年度卓越博物館獎」、「璀璨文化樓宇」等多項榮譽。

公益服務方面，震旦在2021年捐贈防疫物資，發放現金

暖暖包支援同仁因應通膨壓力。傳善獎放寬徵選標準，支持更多基金會與社福團體。「溫暖隨行」計畫在全台持續不輟，協助弱勢團體；珍珠班、杉樹計畫等兩岸助學行動持續推展，成為震旦公益的核心工程。

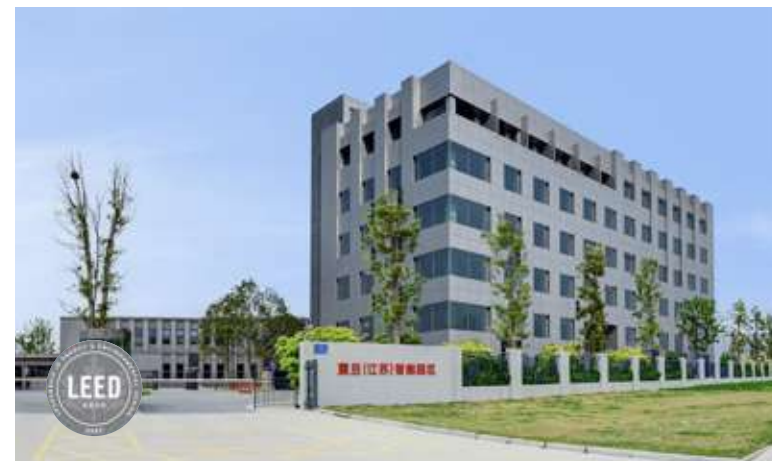
厚積勃發是震旦在時代變局中勇敢轉型、穩健前行的真實寫照。從企業管理到產品創新，從文化推廣到社會責任，震旦以智慧、速度與熱情，邁向下一個里程碑。在挑戰中成長，持續朝向永續經營與價值共創的嶄新未來。



2023年震旦家具導入WELL健康建築標準，台北展廳取得WELL HSR評價，上海展廳榮獲鉑金級WELL V2認證、LEED金級認證



2023年震旦行發行首本「2022年震旦行永續報告書」



2024年震旦江蘇智能園區正式揭牌取得LEED金牌認證，實現綠色智能製造生產



AURORA

震旦60

PROSPECT

OF AURORA GROUP

展望

CHAPTER

2



從打卡鐘到智慧辦公解決方案 引領辦公自動化新時代

從一般打卡鐘到人臉辨識，從機械式的打字機到計算能力強大的電子計算器，從單一功能的影印機到智慧互聯的多功能複合機，震旦集團在辦公設備領域已走過一甲子的輝煌歲月。這60年間，震旦不僅見證了辦公科技從類比式到數位化、智能化的革命性飛躍，更以趨勢開創者的角色參與其中，成為推動兩岸辦公市場商品與解決方案發展的重要力量。

在台灣初創時期，震旦便以「品質第一、服務至上」的理念深耕市場。1990年代，隨著兩岸經貿往來日益密切，震旦率先將先進的辦公設備引入大陸市場。從最初在上海設立辦事處，到如今構建起覆蓋大陸200多個城市的直經銷網路，震旦用專業與真誠贏得了企業顧客的信賴。那些穿梭於顧客間的服務工程師，那些堅守在線上的技術支援同仁，都詮釋著震旦「服務創造價值」的核心承諾。

步入數位經濟時代，震旦敏銳把握行業脈搏，提出「以軟帶硬」的戰略轉型。通過自主研发的OA辦公雲平台，



廖慶章總經理表示，OA事業將持續「聚焦本業」，以「顧客滿意」為目標，並以精緻服務為顧客創造價值。

將傳統硬體設備與智能軟體深度融合，為企業提供從檔案管理、流程執行到資料分析的一站式解決方案。在綠色辦公理念引領下，震旦推出的ESG解決方案更將環保理念串聯起產品全生命週期，從節能設備到碳足跡追蹤，協助企業實現永續發展目標。

聚焦核心與創新，推動數位與綠色轉型

廖慶章總經理表示，震旦以銷售為核心，始終秉持震旦經營理念之一「顧客滿意」為目標，贏得顧客的信賴，不僅需提供多元品牌選擇，更要以優質服務做為關鍵競爭

力。「顧客在哪裡，服務就到哪裡」是震旦的承諾，因此採取直經銷通路雙管齊下，每個直銷通路透過責任中心制度，讓同仁精耕市場，提供有溫度的服務，所獲得的利潤讓責任中心全體同仁得以分享，同仁更有動力開發新顧客，形成正向的自發性自轉經營。

而隨著經濟型態、消費習性的轉變，近年來「租賃」也成為主流，透過租賃提供顧客更大的選擇彈性，企業可以選擇營業型或資本型，在耗材及機台的長期擁有或短期租賃，都有相對應的方案，有助提升震旦集團的市占率。儘管大多數的企業都已有辦公設備，再加上多年來「無紙化」聲浪不



震旦辦公設備深化綠色產品與智慧服務，以數位與永續雙軌轉型，協助企業打造高效、低碳的永續辦公環境。

斷，不過就市場現況來看，紙本的文件仍有其剛性需求，同時彩色化的趨勢仍在持續。隨之帶來黑白機台的汰換商機，以及更高市占率的爭取，「聚焦本業」仍是震旦集團辦公設備核心目標，整體辦公設備領域仍有很大的成長空間。

面對OA產業的未來，在台灣的四家事業部，包含震旦、互盛、金儀以及康鈦科技，其中震旦辦公設備（OA）為顧客提供「智能高效、節能減碳、環保永續」的辦公設備及解決方案。協助企業打造符合健康WELL辦公場域；並透過「循環經濟」服務模式，將舊機整新再利用，推出環保「齊心機」提高設備再生價值，實踐綠色低碳轉型。

互盛公司則定位為「數位轉型推動者」，持續優化辦公設備核心商品與服務模式，以提供解決方案與設備顧問，協助用戶實現設備升級與流程優化。並將加速推動軟硬體整合、遠端管理與訂閱式服務，拓展AI應用、雲端平台及ESG導向的綠色設備。

金儀公司以「成為科技服務的引領者」為定位，將聚焦「金儀大管家」四大智慧場景——A（人工智慧）、B（經營戰情室）、C（碳管理）、D（資安防禦），結合數據、裝置與平台，打造企業數位韌性與永續競爭力。

康鈦科技定位為「高階數位印刷專家」，未來也將持續深化高階生產及工業數位印刷系統整合銷售，並結合印刷管理軟體協助印刷產業提升生產效率，深耕北、中、南區域市場。其高階數位印刷設備將結合印前管理系統、AI智能檢測提升印刷效率與品質，搭配AI技術輔助，打造自動化生產，縮短操作時間，協助顧客邁向智能化印刷流程。

大陸市場持續布建直經銷通路，成為顧客轉型的好夥伴

看好大陸的經濟成長，2003年上海震旦國際大樓正式啟用，震旦集團也進軍大陸辦公設備市場。震旦集團羅萬仁董事指出，震旦在大陸同樣採取直銷、經銷雙軌進行，在經濟活動熱絡的六省三市，採取直銷策略，其他



震旦辦公設備（OA）總經理簡志遠（中）以「未來辦公式解決方案的領導者」為願景，協助企業提升營運效率，回應數位轉型與淨零永續需求。

地區與經銷夥伴合作。近年受到美中貿易戰、地緣政治因素，根據IDC的資料，大陸整體A3的新機近兩年呈現衰退，但震旦持續透過深度的服務，開發新客源，尤其針對特定產業，包括律師事務所顧客的精耕，運轉台數止穩向上，並積極提升彩色機台的占比。另一方面，隨大陸政策上持續提振經濟，資金逐漸回流，震旦集團也將伺機拓展事業部與直銷據點。

震旦集團馬志賢董事強調，OA（辦公設備）營運的商業模式是藉由一步一步累積起來的基礎，不斷蓄積能量，隨著時間的累積，效益就會逐漸的顯現出來。因此需要更多的直銷據點進行深耕，同時也要有經濟規模，發揮通路的價值，才能拉開與對手的距離，創造競爭優勢。這需要透過紮實的人才招募與訓練，累積足夠人才的質與量，才有繼續往外擴展的實力，也就是基本功練好，除了人才、產品、軟體、解決方案等平台要架構好。尤其大陸市場很大，更多一線、二線的城市，還有許多震旦集團沒有服務到的市場需要布點，因此未來的拓點，會透過所謂細胞分裂的方式，將責任中心一步步擴張。

在行業別的細分化，除了律師事務所，未來在會計師事



互盛公司總經理陳國盈（左一）以「辦公整合服務最佳提供者」為願景，打造一站式低碳營運平台，加速企業數位轉型。

務所、教育培訓行業等，一步步深耕行業、累積專業與案例，在該行業達到一定市場占有率後，自然成為具有話語權的一方。除了中小企業，也將面向大型企業，隨目標顧客正在進行數位轉型，客製化的解決方案更是協助顧客轉型的好夥伴。

另外震旦電子在市場布局，將以高端商品引流，保持北美市場業績，持續擴大歐洲、南美及中東市場業績，並擴大高端商品占比。透過研發投入，持續進行專利賦能產品；並加強學習生產新技術、新工藝，引進先進自動化生產設備，提升生產過程的自動化、智能化、資訊化，成為技術領先的智能製造工廠。



互盛公司以「數位+綠色」為核心，整合OA、通訊、資訊與雲端管理服務，協助企業優化辦公流程，提升營運效率與低碳管理效益。

以軟帶硬策略，滿足多元產業需求

辦公設備的硬體逐年更迭，從單一功能機台，到整合傳真、影印、列印、掃描、儲存的多功能機，不僅直線同仁的技能，包括對IP、網路設定等必須跟進提升，過去僅提供單一功能的印表機、掃描器業者，也跟著加入辦公設備市場，使得市場競爭加劇，同時也衍生出提供顧客軟硬整合解決方案的商機。包括印量的管理、文件整合、資訊安全等，為特定產業客製的解決方案，成為決勝關鍵。

從單純賣硬體，到軟硬整合，迄今以軟帶硬成為主流。廖慶章總經理舉例，餐飲業與製造業所需求的表單就完全不同，各事業部會有開發團隊針對顧客的需求，提供客製

化的軟體，由於現今硬體的差距不大，能夠解決顧客痛點的軟體，大幅提升顧客的黏著度與滿意度，也成為震旦集團提供差異化服務的特色。

大陸震旦辦公自動化（OA）團隊經過兩年開發，2024年推出「震旦安心印」，羅萬仁董事指出，在大陸OA市場採用直銷模式的業者，以震旦為首，不同於經銷追求價差的模式，震旦集團希望為顧客賦能，尤其企業追求降本增效，必須提高產品的附加價值，為顧客解決痛點，提高其經營績效。

除了以軟帶硬，提供解決方案，近來震旦集團也展開行業別的細分化，將不同行業別做細、做精。例如：針對律



金儀公司提供全方位辦公解決方案，協助企業優化內部管理流程，邁向智能化與永續發展。

師事務所客製化解決方案，目前已達到不錯的成效，累積出口碑後。未來會計師事務所、教育培訓行業等一步步深耕行業、累積專業與案例，可望帶動新機台的銷售佳績。

另一方面，服務向來是震旦集團的核心競爭力，直銷所能提供的服務更是震旦集團的優勢。包括推出震旦智能e管家（Customer Service Remote Care,CSRC）服務，透過物聯網（IoT）和人工智慧（AI）技術的深度融合，提供包括即時故障異常通知、碳粉低量主動通知、遠端設備管理、AI預警系統等，透過科技讓震旦的服務升級。

未來將持續在責任中心制度的基礎，提供同仁內部創業的良好環境和機會，培養各級經營管理人才梯隊。優化直經銷通路，強化品牌建設並引進更多AI技術和工具。



金儀公司總經理林敬實（中）以「OA科技整合的大管家」為願景，結合設備與創新科技，聚焦智慧辦公場景，提升企業永續競爭力。

協助顧客實現ESG目標

隨全球對減碳與永續環保的高度重視，越來越多企業主動投入永續轉型，使ESG成為永續經營的重要關鍵。震旦集團致力提供智能辦公解決方案（軟體+硬體），為協助顧客實現ESG目標，已推出「ESG綠色解決方案」。亦即透過ESG儀表板、綠色能源報表和環保報告書，以及複合機健檢服務，協助顧客檢視設備的使用狀況。透過數據分析掌握使用頻率；並搭配設備舊機整新的循環經濟商業模式，將減碳目標融入日常辦公，協助企業邁向綠色永續發展。

其中的關鍵，在於震旦以設備結合軟體服務，利用IoT物聯網和AI人工智慧技術，獨家開發自動回傳複合機印量計數的系統，透過ESG儀表板清晰呈現複合機的使用狀況、耗電量和碳排放量等資訊。並以自行研發的軟體整合至複合機，針對個人或部門的列印用量進行管控。讓管理者可即時了解事務設備的使用狀況，提供多樣化的綠色能源報表，進一步降低整體的印量與能耗，達到節能減碳目的。環保報告書則是針對複合機進行數據分析，協助企業精準掌握碳排放狀況，以有效展現具體成果。

深耕通路服務，引領數位轉型

震旦集團作為辦公設備領域的領導企業，始終秉持「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會、追求永續經營」的經營理念，以創新思維和前瞻佈局引領行業發展。在通路佈建的策略上，公司採用直營與經銷並行的雙軌模式，構建起覆蓋兩岸辦公市場的服務網路；在產品佈局上，通過多品牌戰略滿足不同層級顧客需求，提供從傳統辦公設備到智能辦公解決方案的全方位服務。

面對數位化轉型浪潮，震旦集團積極推動智能化升級，將AI人工智慧、IoT物聯網技術深度融入產品應用，打造智能會議系統、雲端平台等創新解決方案。在綠色轉型方面，公司率先踐行ESG理念，推出環保耗材、節能設備等



康鈦科技總經理劉建軍（中）以「最專業的數位印刷公司」為願景，深耕大型數位印刷，應用AI技術優化管理，為產業提升競爭力

綠色產品線，並建立完善的設備回收再利用體系，助力企業顧客實現數位轉型與低碳轉型的目標。

震旦集團注重人才的培養與服務技術的提升，每年投入大量資源用於基礎工作及專業技能培訓。公司建立了完善

的人才儲備、接班機制，通過E-Learning等內部培訓平台，持續提升服務團隊的專業能力。在技術提升方面，與供應商的研發部門建立緊密合作關係，共同探索辦公自動化領域的技術創新。



展望未來，震旦集團將繼續聚焦辦公本業及其延伸，持續累積人才，擴充服務網點，藉以擴大經營規模。同時將加大在智慧辦公、雲端平台等領域的投入，推出更多智能、環保的商品與解決方案。通過持續的技術提升和服務升級，震旦致力於成為企業顧客數位化轉型的長期合作夥伴，共同開創高效辦公與永續發展的新紀元。

AURORA FURNITURE
BUSINESS

家具產業



從辦公家具到空間解決方案

為顧客打造美好辦公生活

辦公空間已不只是工作的場所，更是支撐創新、激發協作、凝聚文化與吸引人才的重要環境。震旦以顧客需求為核心，自1999年投入辦公家具市場以來，持續整合創新設計、空間規劃與智能製造，打造符合未來工作型態的智慧辦公空間，協助企業提升組織效能，創造更美好的辦公生活。

在全球邁向智能化與綠色經濟的浪潮中，震旦家具以「健康、高效、科技、永續」為核心，打造兼具彈性與創新的空間解決方案，致力成為顧客最值得信賴的家具與空間規劃領導品牌。

震旦積極回應綠色經濟浪潮，從產品研發導入循環經濟理念，採用低碳環保材料與綠色生產技術，力求將環境負荷降至最低。不僅協助顧客打造符合國際標準的健康職場，更致力於營造平衡身心的空間美學，落實對「人」的

深切關懷。並透過多元且兼具前瞻性的空間解決方案，以卓越的規劃實力，引領顧客在邁向永續治理的道路上，共創更美好的工作與生活願景。

向上游突圍——從產品銷售到空間解決方案

震旦家具暨大震設計總經理游炎林表示，震旦集團在1999年跨入辦公家具市場，當時辦公家具價位兩極，銷售方式單純。隨各種大小小業者進入市場，產地來源不



震旦家具總經理游炎林（左三）以「商辦解決方案領導品牌」為願景，落實Activa靈動辦公理念，推動家具事業由產品銷售走向空間解決方案服務。

清，家庭家具與辦公家具界線模糊，加上網路興起，價格競爭激烈，震旦集團也亟思改變市場，期帶動市場的正向發展。

以辦公家具的使用場域來說，最常見的廠辦或辦公大樓，都是從土建、基建、雜項、裝修，最後才是辦公家具進場，一旦預算不夠，最容易被砍價的就是辦公家具。因此震旦集團20多年前就有往上游設計方向突破的想法，2020年正式成立「大震設計」，擺脫只賣硬體的框架，從

環境（包括空氣、採光、建材、水等）與空間解決方案著手，透過環境與空間的塑造，提高辦公家具的附加價值。

震旦的優勢在經營多年的品牌價值與誠信的企業形象，廣布在外的直線同仁，第一時間就可以得知潛在顧客的所在，例如：既有顧客要進行擴廠或搬遷的訊息，因此得以提前在新場域的設計階段，參與辦公環境的規劃與設計，為顧客客製符合其需求的辦公環境，節省後續空間修改的成本，同時也保障了震旦辦公家具的訂單與價格。



上：震旦家具提出Activa靈動辦公解決方案，讓辦公更得心應手。下：茶水與儲物結合的共享空間，讓交流更輕鬆。右：經典設計，營造從容沉穩的主管空間。

近來更隨ESG的世界潮流，大型企業陸續提出企業永續報告書，對辦公環境的要求必須符合員工健康、性別友善、綠色建築等。而震旦是率先公布企業永續報告書並獲認證的辦公家具品牌，在爭取上市櫃公司或具規模企業的訂單，握有超越同業的利器，往上游從設計突圍，也慢慢帶動整體市場生態系的改變。

橫向的部分，在廠辦、商業辦公大樓以外，震旦集團也持續往更多的商業空間邁進，甚至未來的居家市場，憑藉



擁有自己的鋼製、木製生產線，得以為顧客客製符合其企業理念、品牌內涵或個人需求的家具，加上站在比顧客更高維度以解決顧客痛點的服務，因此得以獲取更大的市場拓展空間。

以誠信與品牌力立足大陸市場

在90年代經濟快速成長的大陸市場，震旦憑藉優異品質與專業服務，榮獲官方多項殊榮肯定，也在大陸辦公家具



以簡潔設計與流暢布局，因應高效辦公節奏。



震旦家具從材質嚴選到極致工藝，提供品質控管與全週期保養的完整保障，以高品質服務成為企業顧客的最強後盾。

市場占有一席之地。近年隨內地國產品牌崛起，市場競爭日益激烈。震旦集團憑藉多年深耕市場所累積的品牌形象，誠信的企業文化，在銀行等央企領域，拿下不少指標性的訂單；同時也積極經營大型民營企業市場。

大陸震旦家具產業總經理劉建偉表示，在大陸市場震旦家具主要以國企與央企為主要顧客，獨創的直銷優勢，可以提供更好的服務，因為「顧客在哪裡，我們的服務就到

哪裡。」震旦的生產實力也是贏得顧客信賴的關鍵，不管在材質、工藝、品質、售後全週期保養，都是在激烈競爭中，得以獲得顧客青睞的關鍵。

展望未來，劉建偉總經理指出，在顧客的多元化布局，除了聚焦既有的政府、金融顧客，也將拓展醫療、教育等細分市場，甚至城市公共空間，如圖書館等，站在顧客的角度，提供顧客無論在產品配置、方案設計的全方位解決方案。

未來仍將積極對國央企平台及線上採購網站進行統一化管理，維護既有顧客資源，持續開拓新顧客。同時往海外市場，開展新商機。

南通智能園區——打造高端智慧製造新據點

目前大陸的大型辦公家具業者，大多從研發、生產、製造，建構全供應鏈，震旦嘉定園區經過近30年的發展，雖是高度產城融合的廠區，但隨時代變遷，目前已成為位於居民區中間的環保工廠，由於地理限制，震旦啟動位於南通市的江蘇智能園區的興建。南通市為國家級的高新技術開發區，因此，震旦江蘇智能園區定位為高端、自動化、智能與環保的廠區。除了科技的發展，加上疫情以後，企

業主要消費者對於辦公環境、理念、文化的解讀都在改變，也使得南通基地更具有戰略地位。

震旦江蘇智能園區除了擁有南通港的地利之便，也有充沛的人才，而要成為智能化工廠，首先要能自動化、柔性化，從每個產品、細節、工序，到生產動線、布局與自動化設備的應用，並能與銷貨端結合。也就是可以透過數據平臺，輸入產品對設備的工藝路線與指令，設備一旦接收到產品的零組件的代碼，就能傳遞產線連動的所有產品信息。短短的幾秒鐘之內，全線的參數設定、自動設定、自動修正、自動調整，包括換線等，可以完成無人化操作。

震旦江蘇智能園區擁有全區Wi-Fi覆蓋的建築。包括板材如何套料優化、鋸切，都是自動計算，透過雲端傳遞到



震旦江蘇智能園區取得LEED金牌認證，實現綠色智能製造生產。



廠區導入數位化生產與管理，讓產品、技術與設備在智慧平台上高效協作，打造更便捷、低成本的生產模式。



左：木器、椅類及鋼木櫃堅持精湛工藝與品質，打造兼具耐用性與美感的辦公家具。右：材料選用環保材質，包括環保板材、PET、與海洋回收面料等，落實綠色生產。



設備端，設備自動導出條碼，也讓生產線的切換速度更準確、更快。高度的自動化與永續的綠建築，加上對環境與員工友好的設計，讓南通廠獲得了LEED的金級認證。

透過智能化，在同樣的產出規模上，震旦江蘇智能園區的木廠相較老木廠，可以大量減少人力。另外部分製程仍需要老工匠的工藝，以及後台操作、運行、維護的工程師團隊，預料未來在軟體實力、人工智慧（AI）的協助下，工廠的人力結構比率仍將持續優化。包括透過AI累積自身的產品特點、工藝特點、管理特點的數據，透過演算法，

創造出震旦家具的差異化特色。而震旦江蘇智能園區、嘉定園區、台灣大甲三個生產基地可互補、協同，因應不同顧客的需求。

展望未來，震旦家具將構建永續發展的生產模式、順應數位化自動化與智能化的發展趨勢，全方位導入數位化管理模型，使產品、技術、工藝、設備、運維在數位化平台上進行資訊交換、傳遞和管理，讓生產運作便捷、高效、低成本。

台灣鋼廠也將全面強化客製化流程、提高交期彈性能



震旦家具以「震旦即服務 (FaaS)」創新商模，整合產品設計、空間規劃、施工整合、維運管理與循環回收，為顧客打造健康、高效、科技、永續的辦公空間解決方案。

力，發展小樣多量、快速反應的接單模式，打造兼具彈性與效能的製造流程。另一方面也將評估並汰換老舊機械設備，降低製程碳排放，打造資源循環工廠，成為集團邁向永續管理的堅強後盾。

靈動辦公——以文化與創新定義未來

進入「新質生產力」的時代，創新成為必要的元素。新一代的企業領導人，對辦公環境有不同的要求，辦公環境必須體現顧客的企業文化，符合組織運作時的辦公行為需

求，創造員工的幸福感。

綜觀現在的辦公環境有五大空間趨勢，包括：一、移動未來，必須滿足混合辦公、敏捷的需求；二、綠色浪潮：材質用料與設計符合永續環保與親近自然；三、辦公福祉：加入人文關懷、安全元素，提供有溫度、有益身心健康的環境；四、數位依賴：善用大數據、技術、智能設備提高工作效率；五、審美覺醒：提供兼具包容、個性化、藝術感的空間。辦公空間不應只是工作的場域，更應該是一個有機的生活棲息地。



左：大震設計總經理游炎林（右二）表示，大震設計團隊從商辦空間規劃需求出發，協助顧客打造兼具高效運作、健康舒適與企業形象的辦公空間解決方案。右：開放空間搭配靜音艙，滿足多元交流與專注需求。



因應互聯網時代的新辦公人群、新辦公模式與新辦公生態的需求，震旦也提出「Activa」靈動辦公理念，透過專注、協作、學習、社交、放鬆五種辦公模式，提出多種靈活的辦公空間解決方案，讓不同的辦公活動既可以盡情創作、凝神思考，又可以酣暢交流、分享快樂。

落實在辦公家具的設計時，就必須考慮顧客的辦公場景，同樣的空間可能隨時要進行腦力激盪會議，或是共同創作，甚至是內部教育訓練或是外部溝通會，因此辦公家具必須可以方便移動，需要可移動的電源站（Power Station）；當員工需要專注時，可能需要靜音艙；透過「去裝修」設計，創造員工可以放鬆或交流的場域。

因應現代企業領導人的審美覺醒，震旦集團擁有震旦博物館，深入古器物學的料、工、形、紋研究，並轉化於

震旦家具的創新設計DNA中，形成別具一格的東方美學設計，加上與德國、義大利等設計師的合作，造就以中為體、以西為用的家具設計特色。

後續震旦家具創新中心也將透過數位化及AI應用提升設計效率，加快產品開發速度，跨界合作將家具硬體與科技軟體結合，提供優質辦公解決方案。並建立「校企合作＋內部導師制」人才體系，打造年輕化、國際化創新團隊。

面對智慧辦公與綠色永續的全球趨勢，震旦家具不僅是設備的提供者，更是企業空間價值的塑造者。從上游設計到智能製造，從品牌信任到文化創新，震旦以「健康、高效、科技、永續」為核心，推出兼具循環經濟與彈性規劃的解決方案，幫助企業打造吸引人才、促進交流、激發創意的辦公環境。



邁向未來，震旦家具將持續秉持「讓辦公生活更美好」願景，並以「成為值得信賴的空間規劃顧問」為使命，推動震旦即服務（FaaS）模式，結合模組化設計、數位科技與永續材料，為每一位顧客實現理想的辦公空間，書寫震旦下一個60年的精彩篇章。



從核心本業到整合服務

拓展智慧辦公新生態

企業辦公自動化所面對的挑戰，已從硬體設備升級，走向運用數位科技提升營運效率、優化管理流程。震旦以顧客需求為核心，整合雲端服務、3D應用、智能裝備與電子商務等核心能力，協助顧客加速數位轉型，提升經營效能，提供智慧辦公整合服務，創造顧客價值。

當數位化浪潮席捲全球時，震旦以「務實創新」的精神，在保持辦公設備與家具領域領先優勢的同時，也展開本業的延伸，佈局雲端平台、3D列印解決方案和一站式企業採購電商平台。

在轉型過程中，震旦將智能物聯網AIoT技術融入辦公場景。比如在智能會議系統上，震旦引進了能自動生成會議紀錄的語音辨識系統；在家具領域，推出了能根據使用者習慣調節姿勢的人體工學椅。震旦認為，現代辦公已從單





震旦雲總經理林敬實（右二）以「成為值得信賴的AI夥伴」為願景，聚焦AI人資科學，推動企業轉型，開啟智慧辦公新時代。

純的物理空間轉變為融合數位與實體的生態系統。

2020年疫情爆發時，震旦因應企業遠距辦公、健康辦公的需求，推出視訊會議系統、健康辦公解決方案等，這正是震旦轉型的價值體現，不僅提供商品與服務，更構建未來辦公的完整生態。

站在新的起點，震旦正將累積六十年的產業經驗轉化為數位轉型動能，震旦用科技重新定義辦公的應用與發展，讓每個工作空間都能成為激發創造力的舞台。這不僅是商業模式的升級，更是一份對「開創智慧辦公新時代」的實踐承諾。

從傳產跨足雲端——以AI人資科學驅動人才策略

為追求更有效率的經營績效及顧客服務，震旦集團1982年即在內部推行企業E化，培育多元軟體研發人才，成為發展雲端服務良好的基礎。於2014年正式跨入雲端服務領域，成立「震旦雲」，整合中小企業營運所需的軟體應用，打造專屬雲端平台，協助企業以低成本導入數位系統、提升營運效率與管理效能。

震旦雲總經理林敬實表示，震旦集團從傳統產業跨入科技產業，從核心本業的辦公設備出發，針對顧客的需求，擴增至提供雲端、物聯網（AIoT）、企業資源規劃

（ERP）解決方案服務等。震旦雲在人力資源領域積極導入人工智慧，推動AI人資科學發展。自2019年推出「AI面試系統」後，公司持續拓展智能應用；疫情期間更結合人臉辨識與出勤管理，推動「零接觸」智慧職場。至2025年，震旦雲已完成AI人資系統全面升級，聚焦「選、用、育、留」四大核心：AI可協助企業在「選才」階段進行特質測評與適配分析，「用才」時透過智慧排班與虛擬員工降低成本；在「育才」面以智能培訓與心理關懷促進成長，並於「留才」階段預測留任率，強化組織穩定度與人力策略。

在AI工具上，震旦雲不僅開發應用工具，更積極構築完整的數據生態體系。公司與學術機構攜手合作，整合多元資料來源，持續優化演算法模型，讓AI工具能即時分析與預測人資及營運數據，協助企業做出更精準的決策。

同時，震旦雲以訂閱制雲端服務模式提供彈性解決方案，特別針對員工數50人以上的中型企業，協助顧客以低門檻完成AI化導入。目前服務顧客逾1,200家、用戶超過10萬人，並持續穩定成長，逐步成為企業數位轉型的重要推手。



震旦雲延伸AI辨識系統的智能應用，運用AI人資科學協助企業數位轉型。



通業技研副總經理張敏男（前排中）以「全方位3D解決方案的提供者」為使命，推動跨產業智慧整合，賦能產業升級智能製造。

面對快速變動的商業環境與AI浪潮，震旦雲以「企業AI轉型的專家」為願景，持續推動AI平台化架構，讓企業能依據自身產業特性與成長階段，靈活導入AI技術。透過模組化的設計與彈性部署，企業可快速建構專屬應用場景，實現更高效、智能的管理模式，邁向AI驅動的全新營運時代。

面對未來，震旦雲總經理林敬實表示，震旦雲將以AI為核心驅動力，協助更多企業提升效率與競爭力，協助顧客數位轉型，期望讓每一家中小企業，都能擁有與大型企業同等級的AI智慧能力。

跨足3D列印——通業技研引領智能製造

隨AI驅動電子產業高速變革，「快速試產」、「彈性



通業技研引進Creaform、Stratasys等頂尖設備與先進材料，透過專業在地服務網絡，協助顧客精準進行3D掃描量測與打樣，滿足高精度與客製化製造需求。



左：Stratasys F3300機型以高精度、速度與穩定性領先，支援多種工程材料，滿足電子業需求。右：通業技研將Creaform手持雷射3D掃描結合協作型機械手臂打造全自動快速檢測。

製造」成為企業競爭關鍵。震旦集團旗下通業技研整合Stratasys多樣化塑料3D列印技術，與Creaform高精度3D掃描方案，加上Nikon SLM Solutions的金屬列印技術，透過三大領導品牌的技術與設備，結合自身軟硬體整合能力與在地服務網絡，提供顧客從掃描、建模、設計開發到終端塑料、金屬列印的一站式3D解決方案，協助產業加速導入數位製造流程，升級智能製造競爭力。

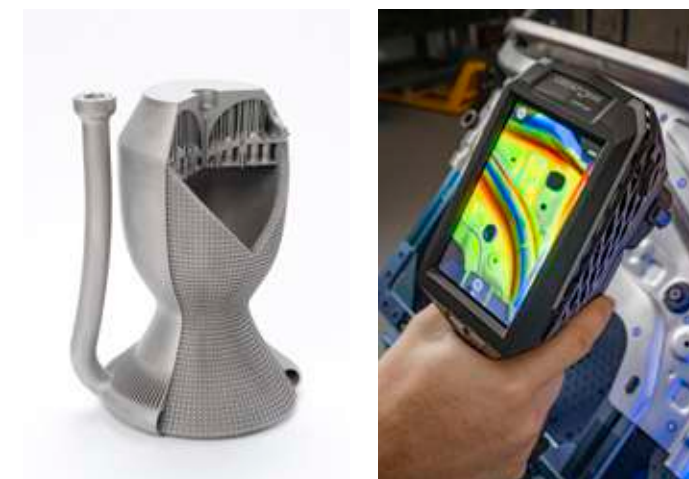
例如：採用Stratasys技術可兼具高精度與擬真外觀，搭配高階全彩3D列印，即可從設計打樣延伸至功能性零件生產，取代傳統製程，有效縮短開發週期、降低成本並加速上市。尤以塑料3D列印市場，從2023年到2030年的年複合成長率達25.1%，維持高度成長，通業技研也將持續布局多元應用場域。

通業技研指出，除了快速製作治具與原型，3D列印因無需開模，適合應對少量多樣與高變異的客製化需求，協助企業加快開發速度、降低庫存壓力，並可以透過3D工具縮短上市時間。展望未來，通業將持續深耕汽車、國防、醫療與消費性電子等高成長產業，結合Stratasys多樣化塑料3D列印技術，與Creaform高精度3D掃描方案，



強化在地技術服務與應用落地能力。

在產品與應用創新上，也將持續開發高強度、複合材料應用，以滿足顧客輕量化、客製化與快速試產需求。並延伸跨領域的應用場景，持續引進國際先進設備與材料，提供跨產業、跨流程的整合型3D解決方案。



左：通業代理的Creaform EVO系列手持雷射3D掃描儀。即時顯示誤差分佈，應用於車門組裝、焊接變形確認等品質控管作業。右：通業技研代理的Nikon SLM Solutions金屬3D列印解決方案，可一次成型製作具冷卻通道的一體式推進室。



震旦智能裝備因應AI趨勢，整合視訊與智慧辦公設備，提供完整場景規劃與整體解決方案。

智能裝備——打造智慧辦公空間新體驗

隨著企業對辦公環境的需求日益多元，震旦智能裝備持續拓展智慧樓宇服務，提供從門禁管理、辦公空間運營到公共區域智能化的一站式系統整合方案，覆蓋智慧空間設備包括燈光和空調等設備連動管控。無論企業面臨搬遷、人力調整、組織變革，或是計畫升級智慧辦公環境，震旦智能裝備均緊跟AI與數位化趨勢，為顧客量身定制一站式

智慧辦公場景解決方案，助力企業構建高效、人性化、可持續的未來型智慧辦公空間。

透過智能設備整合與空間場景規劃，震旦有效提升辦公效率，打造安全、舒適、靈活的工作環境；同時運用AI技術與資料洞察，持續優化空間利用率，構建貼合未來趨勢的智慧辦公生態，讓辦公空間規劃不僅滿足當下需求，更成為驅動企業持續成長的核心助力。



左：震旦家具拓展兒童家具市場，提供多元產品與貼心服務。右：震旦電商聚焦個人及小微企業，提供專業規劃與高效配送，將辦公美學延伸至生活，滿足即時多元需求。



電商管道——全通路佈局打造新消費體驗

隨著大陸電商平台深度滲透，線上消費已成常態，辦公家具、大型設備等品類加速電商化，市場競爭日趨激烈。既有線下實體為根基的業者，也有專注線上的專業品牌，行業格局持續重塑。對此，震旦電商與智能裝備事業部總經理劉相年指出，震旦集團以線上線下深度融合、雙向引流為核心，全力推進全通路銷售布局，提升競爭優勢。並以數位技術與實體服務優勢，持續引領辦公產業新趨勢。

震旦電商精準聚焦個人、家庭及小微企業場景，主打辦公椅、升降桌椅、兒童家具等核心品類，藉由第三方物流實現高效配送，滿足即時消費需求；並針對整體辦公規劃需求，提供一對一專業團隊服務。同時，線上線下商品差異化布局，精準覆蓋多元客群，並規劃拓展辦公設備品類，打造線上第二增長曲線。未來，震旦將持續整合全通路資源，把辦公美學延伸至生活空間，強化品牌數位影響力，為消費者帶來更全面、便捷的消費體驗。



從雲端智慧、3D列印到全通路電商，震旦的多角化佈局已跳脫單一設備供應，成功構築出跨領域的智慧辦公生態系。這不僅是一連串事業版圖的延伸，更是一條以顧客需求為核心、以科技為驅動的轉型路徑。面對快速變動的未來，震旦陪伴企業與人才共同成長，推動智能辦公與智慧製造的下一個里程碑。

PHILOSOPHY · SYSTEMS

理念、制度



從經營理念到永續競爭力

以理念厚植根基，以人才驅動未來

企業能持續經營超過六十年，關鍵在於歷久彌新、與時俱進的經營理念，形塑企業文化、凝聚同仁共識，進而累積經營智慧，精進組織變革能力。震旦秉持「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會、追求永續經營」理念，持續精益求精，厚植永續競爭力，穩步邁向下一個六十年。

震旦立足台灣、深耕大陸，通過獨特的「責任中心制度」，以「內部創業」的精神，培養各責任中心自主經營的能力，藉以激發創新活力、革命情感與團隊精神，發揮自發性自轉，創造利潤共同分享。同時，集團打造了完善的人才培育體系，包括杉樹計畫、儲備人才庫等多元化儲備、培育人才的平台，為同仁提供持續向上成長的空間，及發揮長才的舞台。

在數位化轉型方面，震旦集團更是領先同業。通過自建

ERP、CRM等資訊系統，實現了業務流程的智能升級。這種「內外兼修」的發展策略，不僅讓直線業務部門與幕僚支援單位能夠各司其職、協同作戰，更在無形中累積了深厚的經營基礎。值得一提的是，集團獨創的「經營成果分享制度」，兼具興利與內控的功能，讓各事業單位專注開源與節流，形成更大的創造利潤、分享同仁的善性循環；而在「績效考核制度」之下，績優同仁能得到快速肯定，績效落後的同仁也能得到輔導與改善的機會，這些都是落

實「同仁樂意」的具體表現，惟有樂意的同仁，才能用更高的熱忱服務顧客，真正做到「顧客滿意」，成為集團追求永續經營的重要力量。

正是這種將傳統經營智慧與現代管理理念完美融合的獨特模式，使震旦集團在激烈的市場競爭中始終保持著強勁的競爭力。從辦公設備到智能解決方案，從實體通路到線上銷售、智能客服，震旦集團用行動詮釋「務實創新」的意義，為業界樹立了一個值得借鑒的永續發展典範。

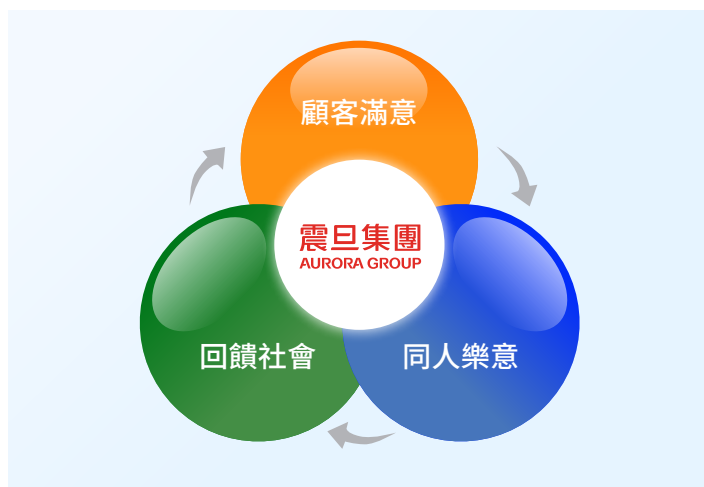


左：震旦集團董事馬志賢指出，透過完善制度與平台建構，奠定穩健發展基石，讓經營團隊一代比一代強，共同追求永續經營。右：震旦集團於1984年出版《震旦經營理念》，以「顧客滿意」、「同仁樂意」、「回饋社會」、「追求永續經營」作為全體同仁的共同信念。

經營理念——一脈相承、與時俱進

「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會、追求永續經營」是震旦的經營理念，能夠凝聚全員共識，塑造企業文化，也是全體同仁行為、處事遵循的重要原則。1984年發行第一版之後，因應社會、環境變遷，著重的順序小幅進行調整，而經營理念所涵蓋對利害關係人、同仁、回饋社會等，更與目前全球的ESG潮流不謀而合。

震旦集團董事馬志賢表示，ESG關注的是對於利害關係



董事會幕僚是直線堅強的後盾，發揮專業價值，全力支援直線，共創集團美好未來。

人的權益保護與提升，包括為顧客、同仁、股東、供應商等利害關係人創造價值，追求永續經營。一旦做好顧客滿意、同仁樂意，自然帶動企業經營績效，接下來更要善盡企業社會責任，所以震旦集團透過發行《震旦月刊》分享經營智慧、成立震旦博物館展開文化公益；舉辦溫暖隨行的公益活動，藉由自家商品幫助公益機構或弱勢團體改善辦公環境，以回饋社會。

而「永續經營」是一個非常長遠的目標，因為環境不斷改變，馬志賢董事認為，企業追求永續經營，是這一代要累積更好的經營基礎給下一代，乃是每一代經營者的重

要使命。其中透過各項制度的運作，避免人治所產生的偏差，都是在為永續經營奠定基礎；將重要的行為準則、經營準則進行規範，在決策時不斷省思有沒有符合顧客滿意、同仁樂意，才能降低企業經營的風險。

尤其在「顧客滿意」部分，除了外部顧客，震旦集團同樣重視內部顧客的滿意。例如：幕僚單位的工作中，跑公文的上游就是主管，公文簽完後交由同仁執行就是下游，上下游都是內部顧客，要如何讓上下游都能順暢完成，也是顧客滿意的一環。

尤其直線同仁占了震旦集團的員工人數超過八成，幕僚



震旦的責任中心制度以企業內創業的精神及模式，讓同仁學習如何做好計劃經營及目標管理，成為全方位的經營人才。

的本質就是要全力支援直線同仁，讓直線同仁在開拓市場時，沒有後顧之憂，當直線同仁希望幕僚可以協助解決問題時，幕僚必須讓內部顧客滿意，如規劃更好的制度、辦法，必須簡單易懂，讓直線同仁易於執行。尤其幕僚同仁更要有同理心，站在對方的立場來想問題，因為幕僚的一個小延誤，可能讓直線同仁失掉訂單，因此更要全面做好支援直線同仁的工作。

責任中心制度下的自發性自轉經營

由於震旦集團的各事業部以直銷為主，直銷最重要的制

度就是責任中心制度，震旦集團的責任中心制度從1975年開始實施，也是激勵責任中心能自發性自轉的重要環節。責任中心制以企業內創業的精神及模式，建立了「市場、人力、服務、資金、利潤」五大經營目標，讓同仁學習如何做好計劃經營及目標管理，懂得經營數據的分析與運用，發揮自發性自轉經營，成為全方位的經營人才。

第一個經營目標是「市場」，同仁要了解轄區的特性與範圍，確定轄區的市場後，進到第二個目標就是「人力」，必須配置多少人力來做轄區精耕的工作。第三個是「服務」，因為售後服務非常重要，好的服務可能會帶來

十個新顧客，但一個不好的服務可能就會有上百個的負評，因此震旦集團向來要求同仁要讓顧客「買得安心，用得放心」。

第四個目標是「資金」，因為震旦集團為輕資產的經營，經營所產出來的資產，就是庫存與應收帳款，因此責任中心要管理好庫存及應收帳款，才能增加管理利潤。最後就是回到「利潤」，而責任中心的特色即是「經營成果分享」，鼓勵大家共同創造更高利潤分享同仁。每一個部門、每一個人都是依其貢獻來決定成果分享的多寡，同時重視個人職位價值及績效表現，激勵同仁奮發向上，獲得更多的成果分享。

馬志賢董事指出，所謂自發性自轉，指的是當責任中心的獲利持續提升時，直線同仁達成KPI即可晉升職級；若未達目標，公司會提供輔導，且設有降級機制，視同仁績效快升快降，待遇與職位皆不設上限。兩岸的責任中心制度架構相同，大陸因地域廣大，執行上會因地制宜進行微調。

責任中心即是鼓勵自我創業，在企業內部提供年輕從業者一個創業的機會，透過類似合夥人的經營模式，更容易吸引人才。因為公司已幫同仁把平台、制度都建立好了，主管負責找到對的人，把團隊帶起來，所創造出來的利潤



就由大家來分享，其實就是一個創業的機會，能賦予同仁的職涯與人生經歷更多價值。

人才培訓平台為未來做準備

馬志賢董事強調，「人才」是震旦集團最重要的資產，不管是在直線或幕僚同仁，震旦集團都需要足夠的質與量的人才，支撐集團未來的經營發展，因此花了很多心思設計人資制度。在待遇辦法上，同仁最能感受到的就是實質的待遇，固定薪要有一定的市場競爭力，才能吸引好的人才、留住績優的人才，而要提高固定薪就是透過績效考核制度。

每年年初不同層級的同仁都要提出自己當年度的經營計畫，再跟直屬主管討論，訂下來後就是每一年要達成的目標，即使是幕僚人員，也可以訂出工作計畫與量化指標。制定工作計畫有所謂的「SMART」原則，「S」就是Specific，必須是具體的，「M」就是Measurable，可以衡量的，不能天馬行空。「A」是Achievable，可以達成的，希望同仁經過努力是可以達到的目標，而不是盡了全力都達不到的目標。「R」是Relevant有相關的，訂出與現有工作相關的指標，「T」是Time-bound可安排時間的。



除了同仁要提交自己的工作計畫，事業部也要訂定績效目標、經營計畫，而目標依事業部的特性和市場規模來制定。例如新成立或發展中的事業部，就會有較大幅度的成長；台灣的OA事業部，因為市場已趨近飽和，不會有大幅度的成長，但是仍然會訂定可達到、可超越的成長目標。透過超越目標累積同仁的成就感與自信心，同時績效與考核掛勾，快速肯定績優同仁。

對於有能力、有潛力、有熱心、有企圖心的同仁，透過晉升培養同仁往更高職位發展，當直線同仁越往高階晉升的時候，對於幕僚的運作就要有所理解，因此當同仁進入儲備主管人才庫時，就會安排專業性或共通性的課程，或參與外部的課程訓練。由於課程大多偏理論，實務上也透過帶領事業部或輪調到幕僚單位進行歷練。也就是越往高



陳麗珍財務長表示，集團自2003年導入ERP財務系統以來，持續優化管理報表與數據應用，推動智能化管理升級，成為集團穩健營運的堅實基礎。

階，同仁對於直線與幕僚的相關培訓與歷練必須並重。

大陸辦公設備與家具市場仍有很大成長空間，更是需才孔亟。上海震旦集團人資室資深總監戴巍表示，目前震旦辦公自動化（OA）及家具責任中心在大陸近250家，主要分布在沿海各地，未來勢必要持續擴張，但營業據點擴充的前提，是要有足夠的人才儲備。不管是前端的找人、後端的選人，都依照震旦人的十大特質也就是誠信正派、品德操守、崇法務實、正面思考、積極樂觀、團隊合作、學習創新、專業自信、領導能力、重視執行力進行選才。

資訊科技加持，提升企業競爭力

除了經營理念、責任中心制度、人才培訓平台，隨資訊科技發展，各項自動化系統、數位管理平台、乃至於現今的人工智慧（AI），也是提升企業經營效率的主要助力。透過責任中心制度的運作，讓同仁學會經營，提升產值與績效，進而提升獲利，質變之後可以吸引更多人才，達到直線人力質變量增；幕僚同仁透過更多數位工具的應用，讓作業流程簡化，提升工作效率，達到幕僚人力質變量減。

陳麗珍財務長表示，2003年起董事會毅然決然決定自行研發集團專屬企業資源管理（ERP）系統，針對產業特性設計專屬的報表分析，多年來持續優化，雖然投入的資源相當大，迄今可以快速結帳，事業部可以即時拿到每個月的經營成果報表，快速了解整個營運狀況，可以即時進行規劃跟調整。透過編碼、虛擬帳號，顧客一匯款進來，後端就會知道是哪一筆發票，自動進行沖帳，省卻大量人工比對成本。

而這樣的ERP系統，從早期的結帳，後來優化進入商業智慧（BI）階段，分析後產出管理報表，如今更進入AI階段，可以更有智慧地從顧客的消費習慣與行為研判顧客動向，透過產業洞察報告，讓事業部同仁提前了解顧客的需求、滿足顧客的需要。而這樣的產業數據累積與呈現出來的M化辦公、數位管理，正是因為有60年的底氣，得以透過提前投入，累積出企業的競爭力。



精緻管理引領轉型，譜寫永續經營新篇章

震旦集團自創立以來，始終秉持「務實創新、精緻服務、精緻經營」的原則，構建起一套具有特色的經營管理體系。在制度建設方面，集團建立了符合人性、法令、經營理念的企業經營平台，通過完善的內控機制和精緻的流程管理，確保企業運營的穩健高效。在文化塑造上，集團聚焦「誠信正派、崇法務實」的核心價值觀，將「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會、追求永續經營」的經營理念融入每個經營環節。

人才是震旦集團最寶貴的資產。集團特有的「責任中心制度」，發展責任中心五大目標（市場、人力、服務、資金、利潤），以企業內創業的精神及模式，讓同仁學習如何做好經營計畫及目標管理，懂得經營數據的分析與運用，發揮自發性自轉經營，激勵同仁多做多得，創造更高



利潤，分享同仁。除了實質待遇，震旦也重視人才的儲備與發展，透過「績效考核制度」，快速肯定績優同仁，也為同仁規劃出清晰的職涯發展路徑，目標明確，只要同仁全力以赴，一定能在集團內開創未來，實現夢想。

此外，震旦集團也積極擁抱數位化轉型，在智慧辦公、物聯網、雲科技、大數據等領域持續投資，以科技創新驅動業務及服務升級，為顧客提供更優質的商品與服務體驗。

在社會責任方面，震旦集團長期致力於公益事業，透過「傳善獎」、「溫暖隨行」、「震旦杉樹班」等公益活動，鼓勵同仁親身參與公益來回饋社會。集團也將ESG理念融入於商業模式與經營管理中，在創造經濟價值的同時，更注重對環境和社會的影響，力求實現企業與社會共同成長的良性循環，追求企業永續經營，善盡企業責任，為社會貢獻心力。



震旦集團以務實經營理念為根基，從制度到文化、從人力到科技，體現「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會」的核心精神，未來，震旦將持續創新與優化，打造更智能、永續、以人為本的企業生態，持續追求永續經營。



震旦60

CULTURE

OF AURORA GROUP

文化

CHAPTER

3

從收藏到守望

震旦博物館的使命與實踐

在黃浦江畔的陸家嘴，摩天樓群中靜立著一座獨特的文化殿堂——震旦博物館。這座由國際建築大師「安藤忠雄」設計的博物館，自2013年正式對外開放以來，已走過十二載春秋。它的故事，不僅僅是一座博物館的成長史，更是一位企業家對中華文明深沉守望的見證。

緣起：從收藏家到博物館創辦人

在全球經濟發展的浪潮中，成功企業家同時身兼知名收藏家的例子並不少見，其中不乏收藏之豐富、藏品之珍貴者。然而，能夠以個人名義投資創辦博物館的藏家，卻是鳳毛麟角。從收藏家到博物館創辦人，這其中究竟經歷了怎樣的心路歷程？又是在何種契機下實現了這一轉變？是值得探討的議題。

震旦博物館的發展軌跡大致可分為四個階段：財團法人文教基金會的嘗試、台北震旦藝術博物館的運營積累、上海震旦藝術博物館的設立檢驗，以及最終上海震旦博物館的發展與探索。

• 基金會的先聲

1995年，財團法人震旦文教基金會在台北成立，這為日後的博物館事業埋下了重要伏筆。基金會與博物館有著天然的親緣關係。二者同為非營利屬性，都服務於公共福祉。選擇從基金會入手，如同為未來的博物館事業進行了一場溫和的預演。基金會成立當年便受邀參加台北故宮

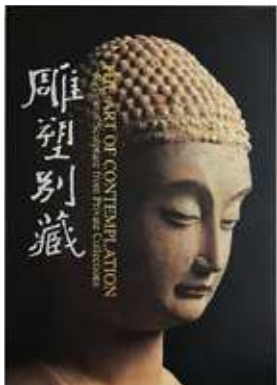
七十周年院慶「群玉別藏」大展。正是這次展覽，讓震旦集團創辦人陳永泰的玉器收藏首次進入國際學術視野。次年，美國洛杉磯自然歷史博物館發來邀請，希望借展西漢金縷玉衣，參加「天石—中國古玉展」。此後，基金會與台北故宮再度合作、佛光山「佛教東傳兩千年」特展的獨立承辦……一次次高規格展覽的歷練，讓團隊逐漸具備了策劃高端展覽的專業能力。

與此同時，研究的種子也在萌芽。學術團隊針對創辦人私人藏品展開系統研究，以「料、工、形、紋」的古器物學方法為指引。這些工作，既評估了未來辦館的可能性，也為日後的學術研究奠定了堅實基礎。

• 核心理念的確立

震旦博物館的初創團隊深知，必須為未來的博物館找到一條屬於自己的路。經過與文博專家的深入探討和反復思考，最終確立了以「推廣古器物學」為核心的博物館價值觀。這一選擇，決定了震旦博物館日後的發展方向。創辦人曾多次在公開場合表示：「市面上的博物館很多，但能





1995至1999年震旦文教基金會三次借展台北故宮博物院



1997年震旦文教基金會借展台北故宮博物院《雕塑別藏》特展



1995年震旦文教基金會借展台北故宮博物院《群玉別藏》特展



1999年震旦文教基金會借展台北故宮博物院《群玉別藏續集》特展

夠建立起自身學術特色的則在少數。如果沒有確立推廣古器物學這一核心價值觀，就不會有震旦博物館的成立。」這一核心理念的確立，不僅指導著藏品的徵集方向，也決定了展覽的呈現方式，更成為日後教育活動的精神主線。

• 台北震旦藝術博物館的誕生

2002年，創辦人邀請台北故宮前副院長張臨生女士出任館長，參與博物館籌備。經過一年多的精心準備，2003年，台北震旦藝術博物館正式對外開放。博物館的藏品涵蓋陶瓷、玉器、佛教造像及畫像石多個門類，既有藝術價值極高的精品，也有獨具研究意義的參考品和標本。開館之初，博物館採取預約制，保證了特殊群體的參觀品質，也與本地高校和研究機構建立了良好關係。

館際合作也持續深化。2006年與台灣歷史博物館合作舉辦「歷代佛雕藝術之美」展，2007年出借北朝佛教造像參與韓國首爾大學「佛教雕塑特展」，2009年更是遠赴東洋，與日本西都原考古博物館合作「玉與王權」特展。此外，博物館還積極舉辦公益研習活動，以高校學生為主要對象，於暑期開設古器物學課程，將理論講授與實物觀摩相結合，讓年輕學子在親身體驗中感受中華文明的魅力。

跨越海峽：從台北到上海

台北震旦藝術博物館的成功運營，讓博物館團隊開始思考一個更大的問題：如何讓更多觀眾共享這些文化瑰寶？原有的館舍承載能力有限，擴建勢在必行。而擴建的方向，指向了海峽對岸的上海。

• 學術根基的厚植

早在台北震旦藝術博物館成立之初，與大陸學術機構的合作就已經展開。2003年，震旦與北京大學考古文博學院共同成立「北京大學震旦古代文明研究中心」，旨在利用北京大學的專業平台，鼓勵更多學者從事古器物研究，並將研究成果社會化。這一合作的長遠意義，在十年之後得以顯現。2013年上海震旦博物館擴建開幕時，當年那些受過資助的年輕研究人員，多已成長為各學科的領軍人物與學術骨幹。這種長期經營的眼光，為震旦博物館學術地位的提升奠定了堅實基礎。

• 館舍選址的智慧

對於任何博物館而言，館舍選址都是一項複雜的工作。交通便利、觀展環境、文物保護條件，缺一不可。而對於非國有博物館來說，還要面對租金壓力和產權缺失的雙重困境。許多非國有博物館因無力承擔城市中心的租金，被迫選

址偏遠郊區。即便勉強在市中心落腳，也常因建築產權不歸博物館所有，面臨頻繁搬遷的風險。每一次搬遷，不僅有著巨大的投入成本，更給藏品帶來不可預估的安全隱患。

震旦的幸運，源於創辦人多年前的遠見。上世紀90年代，隨著震旦集團進入大陸發展，創辦人預判上海城市發展的未來走向，於90年代末選定浦東陸家嘴地塊。最終，創辦人決定將上海震旦藝術博物館選址於陸家嘴富城路99號的震旦國際大樓內。為平衡博物館參觀與大樓租戶的關係，創辦人與團隊協商後決定，將大樓一樓大廳隔斷出1,500平方米作為博物館之用。這一安排，既保證了博物館獨立的參觀空間，又提升了大樓的文化氛圍，可謂一舉兩得。2005年，在藏品、學術研究、運營模式、館舍等條件均已具備的前提下，上海震旦藝術博物館正式成立。展出藏品以玉器為主，系統展示中國古代玉器的發展脈絡，並從古器物學角度探討玉器的材質、工藝、造型與紋飾。至此，創辦人在海峽兩岸創辦了兩家私人博物館，這



時任館長張臨生女士在台北震旦藝術博物館指導實物觀摩教學



台北震旦藝術博物館展覽區中央走道



台北震旦藝術博物館畫像石主題展區

在華人地區堪稱首創。

蛻變：從藝術館到博物館

上海震旦藝術博物館成立後，仍處於試水階段。博物館延續免費參觀政策，無需預約，觀眾僅需登記即可入館。依靠觀眾口碑相傳，日均參觀量已達百人。參觀群體中，有普通市民、收藏愛好者、學者專家，也有震旦集團的顧客。真正促使博物館升級的，是兩次重要的啟示。

• 世博會的啟示

2010年，世博會在上海召開。眾多國家和企業都希望借此盛會展示自身形象，最終經過多輪篩選，確定了18家企業館。這些企業多為大陸的龍頭企業，或是世界500強巨頭。是什麼讓震旦能夠躋身這一行列，成為世博會有史以來第一家獨立的台灣企業館？答案是「文化」。在各家企業展示高新技術的世博會競技場中，震旦獨樹一幟，從技術層面轉向精神領域的回歸。以「中華玉文化，城市新風格」為主題提案，順利通過審核。最終，震旦館與眾多知名企業並立展示，被評為觀眾最喜愛的企業館之一。這次經歷讓文化的力量得以突顯，也擴大了公眾對震旦所宣導



2010年世博會震旦館效果圖

的傳統文化回歸的認知，為日後博物館升級奠定了群眾基礎。

• 寶格麗—125年義大利經典設計藝術展的啟示

上海震旦藝術博物館自2005年成立以來一直免費運營。2008年，政府下發了《關於全國博物館、紀念館免費開放的通知》，將大陸博物館事業推向免費時代。對於長期免費的震旦藝術博物館而言，經過多年運營積累的人氣，加上世博會的宣傳效應，每日參觀人數逐漸增多，館內承載力開始面臨挑戰。是否應該順應免費潮流，還是逆流而行設立門票？經過討論和實際承載能力的論證，團隊傾向於收取適當門票，以保證參觀品質。

但習慣了免費的觀眾能否接受這一轉變，需要市場檢驗。2012年，上海震旦藝術博物館與寶格麗集團合作辦展。這是該展覽全球巡展的第四站，第三站在北京國家博物館舉辦，並收取門票。震旦團隊決定借此機會檢驗市場反應。展覽門票定價60元人民幣，入場後可同時觀看寶格麗特展和震旦常設展。展覽開幕後深受歡迎，節假日甚至出現排隊入場盛況。後續調查顯示，觀眾對門票表示在可承受範圍內，同時認為富有震旦特色的古器物展覽讓他們



2012年寶格麗125週年展覽開幕式嘉賓剪彩



2013年10月震旦博物館開幕期間舉辦安藤忠雄見面會

不虛此行。這次試點讓團隊確信：非國有博物館應該且必須收取相應門票，以保證健康、長久運營。至此，上海震旦藝術博物館升級的各項條件已然成熟。

• 安藤忠雄的光影之作

2008年，創辦人與董事長乘郵輪參加地中海文物之旅，沿途參訪20餘家博物館，遂萌生將震旦博物館打造成國際級博物館的構想，決定邀請建築大師安藤忠雄。創辦人與董事長親赴大阪，雙方見面時，安藤直接展示了設計效果圖及建築模型，令人驚喜感動。震旦博物館成為安藤忠雄在中國大陸完成落地的首件作品。

2013年，經過全面擴建的上海震旦博物館正式向公眾開



博物館外部景觀雕塑《Pi Phi Parallel》

放。在這座六千餘平方米的空間中，安藤以其標誌性的極簡風格和光影運用，打造了一個讓觀眾在靜謐中與歷史對話的場域。沿著旋轉樓梯上行，每一步都能感受空間的開合與光影的舞蹈。安藤通過對幾何空間的純粹表達，將博物館塑造成一個「美學容器」。

擴建後的博物館以四大常設展為核心，從不同維度勾勒出古代社會的生活圖景與審美流變。12年間，博物館通過豐富的展覽和教育活動，構建起多元對話的中國古代文物展覽平台。學術研究持續深耕，目前總計出版論著23部，與北大、復旦等頂尖學府攜手合作，推廣古器物學研究。社會服務亦不遺餘力，迄今已累計接待觀眾超百萬，贏得各界廣泛讚譽和政府多項表彰。



從1995年基金會成立，到2013年擴建後的震旦博物館全新呈現。30年探索，12年守望，創辦人在海峽兩岸建立起文化公益志業，用行動詮釋了對中華文化「保護、傳承、奉獻」的使命。這不僅是企業回饋社會的理念踐行，更是一位收藏家對文化根脈的深情守望。未來，震旦博物館將繼續砥礪前行，為公眾呈現更精彩的文化盛宴。

震旦博物館館藏文物美學巡禮

從人間煙火到彼岸清輝

震旦博物館自2013年開幕以來，始終秉持「保護、傳承、奉獻」的核心使命。走進震旦博物館，建築與文物和諧共鳴，漫步於此，既可感知建築與自然交融的當下之美，亦能隨文物遊歷於歷史長河之中，完成一場從遠古到現代的美學巡禮。

震旦博物館自2013年開幕以來，始終秉持「保護、傳承、奉獻」的核心使命。主體建築由安藤忠雄先生設計，以極簡風格融合現代技術，通過四個常設展廳與一個特展區，系統呈現創辦人逾五十載的珍貴收藏，涵蓋陶俑、玉器、青花瓷器與佛教造像等重要門類。走進震旦博物館，建築與文物和諧共鳴，漫步於此，既可感知建築與自然交融的當下之美，亦能隨文物遊歷於歷史長河之中，完成一場從遠古到現代的美學巡禮。

1 泥土映人間煙火： 漢唐陶俑

「俑」這一專門用於陪葬的喪葬用品，是中國古代「事死如事生」觀念最直觀的物質體現。古代先民深信，逝者靈魂在另一個世界依然延續著衣、食、住、行、娛樂等日

常生活。為了滿足彼岸世界的種種需求，那些曾經殘酷的人殉制度逐漸被替代，以陶、木、金屬等材料製成的俑便應運而生。它們不僅是喪葬儀式中的明器，更是生命觀念與宇宙認知的象徵產物，共同為墓主構築了一個具體而微的彼岸家園。

陶俑的歷史源流悠長，最晚在東周時期已現雛形，歷經秦漢的蓬勃發展，至唐代達到藝術巔峰。隨著喪葬制度的日益完備與人文精神的覺醒，陶俑逐漸成為墓葬中不可或缺的核心元素。它們形態各異，從威嚴的武士、恭敬的僕役，到滿載貨物的駱駝、翩翩起舞的樂伎，共同組成了一個地下社會的縮影，生動地封存了古代社會的禮儀、風尚與日常百態。

震旦博物館的陶俑收藏，尤以漢唐時期的彩繪陶俑為精。漢代陶俑往往寓巧於拙，風格雄渾簡練，力求神韻而非細部雕琢，兵士俑氣勢威嚴，仕女俑端莊靜謐，無一不



清代·青花紅彩波濤雲龍紋大盤



唐代・彩繪陶婦女哺乳騎駱駝俑



東漢・灰陶雙檐樓閣

展示著大漢王朝開闊古樸的氣象。至唐代，陶俑藝術臻於華麗繁複，人物造型飽滿豐腴，駿馬與駱駝的塑造更是筋骨健碩、動態十足，充分折射出大唐盛世的自信、開放與國際交融的時代精神。

2 圭璧蘊君子溫潤： 歷代玉器

「玉，石之美者」這出自《說文解字》的經典定義，簡約而深邃地揭示了先民對玉的樸素認知。中國的玉器製作史，是一部長達九千餘年的浩瀚長卷。早在遠古時期，先

民在打磨石制工具的過程中，偶然發現了質地堅韌、色澤溫潤的「美石」。隨後從識別、取捨，到「剖璞取玉」，再到運用解玉砂「琢玉成器」，這一整套工藝體系，不僅是技術的突破，更是審美意識與精神追求的雙重進步，是中華文明萌芽階段的熠熠靈光。

隨著社會結構的演進，玉也深入到人們的精神領域。其天然的特性被敏銳地捕捉並賦予崇高的人格寓意。自西周以降，一套完整而森嚴的「玉禮制」得以確立，玉璧禮天，玉琮祭地，玉璋征伐，玉璜聘問，玉成為溝通人神、規範秩序的至高載體。至孔子提出「君子比德於玉」的儒

新石器時代晚期
紅山文化玉神人獸像

漢代・玉人



明代・玉卮

家觀念，「玉德說」便成為人格完善的最高典範。至此，玉徹底超越了物質與裝飾的範疇，化身為道德、權力、身份與文雅精神的集合象徵，形成了獨一無二、延綿不絕的中國玉文化，它不僅是傳統文化的核心支柱，更是理解中國古代哲學、倫理、美學與政治的一把鑰匙。

震旦博物館的玉器收藏，序列完整，上溯新石器時代神巫色彩濃厚的紅山文化、良渚文化；下至唐宋元明清融入世俗生活的陳設、文玩與配飾。這一條綿長的收藏脈絡，如同一幅徐徐展開的畫卷，直觀呈現了玉器藝術風格從原始宗教的質樸抽象，到王權禮制的莊嚴規整，再到文人趣

味與市民審美的精巧多元。每一時代的玉器，都是其歷史階段精神風貌的凝結與投射。

3 窯火成鈷藍至寶： 青花瓷器

青花瓷，這一藍白相間的器物，是世界認識中國最具代表性的視覺符號之一。震旦博物館四樓青花瓷器展廳，以元明清三代青花、青花瓷的外銷及青花瓷古器物學研究三大主題為核心，深度梳理其藝術、技術與文化交流的方方面面。



元代・青花雙龍戲珠紋扁壺

明代・青花人物紋大罐

展覽的核心是古器物學方法的系統性運用。這意味著對一件青花瓷而言，它不僅是一件單純的視覺藝術品，更是如歷史檔案般的綜合資訊體。展覽引導觀眾超越單純的審美觀賞，從料、工、形、紋四個維度進行細緻「閱讀」：分析青花所用鈷料的發色和色調流變；探究其拉坯、利坯、畫坯、施釉、燒造的複雜工藝；梳理從元代到清代器物的造型和紋飾演進。在這裡可以直觀感受到不同歷史階段，青花瓷器的美學理念：元代的豪放恢弘、明代的典雅端莊，清代的精巧繁麗。與此同時，更能深刻領悟到青花瓷器作為文明交流互鑒使者的獨特魅力。

4 石中現彼岸清輝： 佛教造像

佛教造像，是一種深植於教義內核與儀式需求、充滿宗教儀軌的視覺表達。西元1世紀前後，在犍陀羅與秣菟羅地區出現了以「人」的形象表現佛陀的造像形式。在東西方文化交匯的犍陀羅地區，希臘羅馬的寫實雕刻技藝為佛教美術注入了更加多元的要素。隨著佛法東漸，東漢時期佛教造像同佛經一同傳入中國。其最初的樣貌，不可避免地帶有強烈的「舶來品」印記。從魏晉南北朝開始，外來風骨逐漸同本土風格藝術交織融合，開啟了中國獨有的造像進程。

震旦博物館的佛教造像收藏重點聚焦於兩大轉折性板塊：一是源頭的光輝，即佛教藝術初期的犍陀羅造像，觀眾可從中追溯本源，感受希臘化文明如何為佛陀賦予最初的人形經典範式；二是融合的結晶，系統陳列北魏、隋唐等高峰期的本土化造像。通過並置與比對，展覽清晰地勾勒出中國佛教造像本土化的生動軌跡。

跨越時空的文明對話：守護過去，指引未來

當我們走進震旦博物館，從樸拙生動的漢唐陶俑，漫步至溫潤崇高的歷代玉器，再凝神於幽藍雅致的元明清青花，最終駐於慈悲莊嚴的佛教造像前，這不僅僅是空間中的移動，更是一場在中華美學中的巡禮。這四類館藏珍品，雖材質迥異、功用不同，卻共同體現出中華傳統文化和歷史延續千年的相容並蓄與生生不息。

震旦博物館試圖通過這些「文明的物證」，搭建一座跨越時空的橋樑，邀請今人與古人進行一場無聲的對話。希望中華民族的文化遺產能夠不斷被注入新的生命力，指引著我們理解過去，面向未來。



北齊・飛天



犍陀羅・佛坐像



宋金・觀世音菩薩立像

震旦美術館

多元共生的藝術文化地標

座落於上海金融核心區陸家嘴的震旦美術館，以「共生、共創、共榮」為靈魂，在建築大師安藤忠雄打造的光影殿堂中，開啟了藝術與公眾的深度對話。自2020年全新對外開放以來，便成為上海文化版圖中兼具藝術深度與公眾溫度的重要地標。

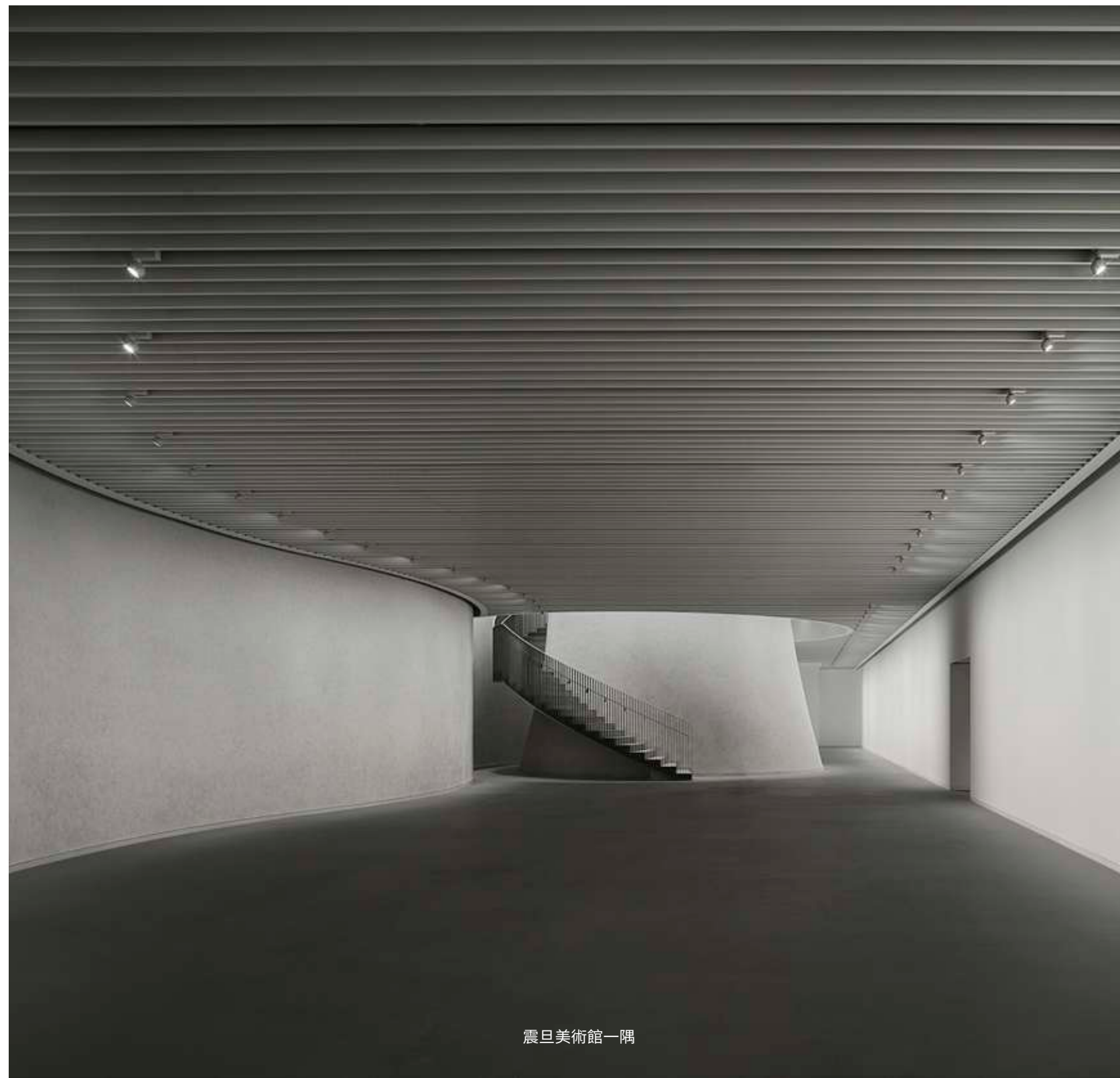
震旦美術館凝聚多年精心規劃，通過豐富多樣的現當代藝術展覽、公共教育活動及跨界文化項目，構建起一個連接傳統與現代、東方與西方、藝術與公眾的多元平台，持續為城市注入文化活力。

光影與感知的共鳴：安藤忠雄筆下的藝術淨土

一如安藤「空間即感受」的理念，震旦美術館關乎建築形式，也關乎人的感知。行走其間，光線、材質、結構交織成一種柔和的秩序，使觀看成為更深層次的體驗。在這座建築中，光影刻畫時間，也賦予空間以情緒。震旦美術館在提供展示場所的同時，構築了一種觀看與思考的方式，在城市的喧囂之外，留下一處安放感知的靜謐之地。藝術商店作為空間的補充，精緻體量，將藝術靈感融入日常文創產品，實現了藝術與生活的巧妙銜接。

經典藝術的時空對話：從海派風情到西方大師

展覽體系是震旦美術館的核心競爭力，形成了經典藝術與當代藝術並重、多元主題協同發展的豐富格局。經典藝術系列展覽中，既有《民·潮——月份牌珍稀畫稿與二十世紀時尚潮流展》通過百餘件珍品月份牌原稿畫及旗袍服飾，結合現代化展陳還原百年滬上風尚；也有《往來千載——齊白石、徐悲鴻、張大千》展覽呈現三位藝術大師的60餘件真跡及珍貴史料，梳理近代藝術大家的交流與傳承脈絡。西方藝術板塊同樣精彩紛呈，洛克菲勒藝術基金首次將收藏的畢卡索、達利、莫蘭迪等五位世界級大師的百餘件作品引入中國，涵蓋多個藝術流派與媒介類型；《浮生巴黎——亨利·德·圖盧茲-羅特列克全球巡迴藝術大展》則以230余件珍貴藏品，完整再現「蒙馬特之魂」筆下的巴黎繁華。



震旦美術館一隅

前瞻視野與創新精神：當代藝術的多維探索

當代藝術系列展覽更突顯美術館的前沿視野與創新精神。從《柔者成承——ELLE35周年特展》以多元媒介回應新女性表達，到《撙寧而生——洪凌油畫山水作品展》融合中國傳統山水畫意境與當代藝術語言；從《超·自然——周松個展》在藝術史與未來學視野中探索人與自然的關係，到《開源：耦態——鐘慰個展》通過多媒介創作深化技術與媒介的探討，展覽主題覆蓋女性力量、東方哲思、科技倫理等多個前沿議題。

同時，美術館專門設立A²M Next系列展覽，聚焦年輕藝術家與跨界文化項目，為新銳力量提供展示平台，從夏

慧雯的水墨詩意到孫宇坤的街頭藝術表達，從白夢帆對銅與鏽的材質探索到李曉峰對陶瓷碎片的創意重構，形成了豐富多元的當代藝術生態。

專業賦能與跨界融合：推動藝術生活化的新動力

公共教育與多元服務的深度拓展，讓震旦美術館突破傳統藝術機構的邊界，成為全民共用的文化空間。而2025年美術館一共推出15場展覽，線下參觀人數突破2萬人；舉辦88場公共教育活動，線上及線下累計觸及超4萬名觀眾。這些活動涵蓋講座分享、藝術家沙龍、創意工作坊、親子活動等多種形式，既有針對專業觀眾的學術對談，也



民·潮——月份牌珍稀畫稿與二十世紀時尚潮流展



洛克菲勒藝術基金收藏展



撙寧而生——洪凌油畫山水作品展



開源：耦態——鐘慰個展



A²M Next特展：蝕金



卡班——藝術棚棚1.0



觀眾參加震旦美術館的公教活動

有面向大眾的藝術普及，更有聚焦青少年的美育課程。藝術療愈類項目《卡班——藝術棚棚1.0》以「心理鬆動」為核心理念，透過沉浸式空間探索都市人的情緒困境，成為美術館關注公眾精神需求的創新實踐。此外，美術館還通過文創市集、線上直播、時尚走秀等多元活動，進一步擴大藝術的傳播邊界，讓文化魅力觸達更廣泛的群體。

作為兼具專業視野與行業影響力的藝術機構，震旦美術館的藝術顧問專案同樣成果顯著。團隊以專業策展能力為核心，平衡文化、商業、政府等多維度需求，為

各類文化機構提供定制化服務。從J7 ART美術館《空間的姿態》展覽的策劃，到寶龍美術館《見山：汪一舟個展》的學術統籌；從上海曼領醫療美容醫院藝術空間《與光同塵》展覽的跨界合作，到香港西九文化區《萬頃浪——許贊個人展》的支持，美術館將專業資源輸出至更廣闊的文化領域。在商業合作方面，為地產公司、奢侈品品牌等提供藝術文化管理與活動策劃服務，實現藝術與商業的良性互動，推動藝術生活化、生活藝術化的城市文化氛圍營造。



歷經多年發展，震旦美術館已構建起集展覽展示、公共教育、文創開發、專業顧問於一體的綜合文化服務體系。它不僅是藝術作品的展示殿堂，更是文化傳承與創新的平台、公眾精神滋養的空間。未來，震旦美術館將持續秉持「共生、共創、共榮」的理念，不斷推陳出新，透過更多元的展覽、更豐富的活動、更專業的服務，深化藝術與公眾、藝術與城市、藝術與時代的連接，為構建包容和諧、充滿活力的藝術生態貢獻力量。



震旦60

CSR

OF AURORA GROUP

關懷

CHAPTER

4

從文化守護到傳善共好

構築社會的永續基石

企業是社會的一分子，在提升企業競爭力、追求經營績效的同時，也應善盡企業社會責任。震旦集團創立六十年來，始終秉持「回饋社會」的經營理念，持續投入文化保存、教育支持與公益關懷，並鼓勵同仁在地參與公益，以具體行動對社會發揮正面影響。

傳承中華文化——古文物保護

為保護文物、傳承文化盡一份心力，多年來，凡經查證應回贈或歸還原單位的古文物，震旦皆毫不私藏，讓文物得以永久保存，並讓更多愛好者皆能欣賞。

1999 | 古造像贈還山西省資壽寺

震旦集團創辦人陳永泰緣於多年來收藏研究古文物的興

趣，因緣際會購得16尊明代彩塑羅漢頭像，經專家研究比對後發現係山西省資壽寺於1993年被竊盜砍下的古造像。創辦人不忍珍貴文物流落國外，於是請兩岸相關機關協助安排，無償歸贈原主事宜，同時急速通知國外各古物商蒐尋另兩尊流落他處的童子彩塑頭像，終於在1999年順利將山西省資壽寺被竊的18尊古造像全部找回完整贈還。為兩岸共同合作保護中華文物立下佳話。創辦人說：保護國家



左：1999年流落他處的古造像終於回到故鄉——山西資壽寺。右：2009年失落五十年的百年古佛像返回東和禪寺，寺方舉辦盛大迎請儀式，由時任震旦博物館張臨生館長代表接受寺方感謝狀。



文物的心，每一個人都會有，相信任何一個中國人碰到這件事，只要有能力、有機會，一定都會去做，他只是正好遇到這機緣。

2003 | 與北京大學合作設立北京大學震旦古代文明研究中心

為支持發展古器物學的研究與推廣，震旦博物館與北京大學合作設立「北京大學震旦古代文明研究中心」，致力考古發掘與專題研究計畫。對古代器物的研究方法建立「料、工、形、紋」一套完整的理論與實務，讓古代器物不僅是提供欣賞的藝術寶藏，透過適當的分析與詮釋還能

發揮史料的功能。成果除以論文、專著的形式發表之外，部分專題並以展覽形式呈現，與社會大眾分享研究成果。

2003 | 設立台北震旦藝術博物館

基於獨樂樂不如眾樂樂的文化分享，設立震旦藝術博物館，館藏以中國古代玉器、佛教文物、陶瓷器、青銅器、畫像石等五大類為主，數千件華夏藝術文物，多為創辦人多年收藏。博物館亦由其個人獨資設立，以回饋社會、學習分享、傳承發揚，推展華夏文化為目的，是一所以收藏、研究、教育、推廣為主的學術型博物館。隨後又委由



2009年東和禪寺百年古佛回山安奉大典，由震旦代表團隊虔誠護送。

安藤忠雄設計上海震旦博物館，於2013年正式開館，成為黃浦江畔的文化寶盒。

2004 | 葉王交趾陶贈還台南縣學甲慈濟宮

創辦人收藏的36件清朝葉王交趾陶作品，經查證為珍貴古蹟台南縣學甲鎮慈濟宮失竊20多年的寺廟建築藝術裝飾，因屬極珍貴的國寶級古蹟文物，創辦人認為還是應該物歸原主，立即無條件安排贈還廟方。

2009 | 捐贈東和禪寺百年佛像

創辦人的發心促成下，失落半世紀的百年古佛像終於返回台北東和禪寺，寺方舉行恭迎古佛回山安奉大典，儀式莊嚴隆重，東和禪寺眾多信眾於禪寺前夾道誦經迎佛，一同迎接失落50年的佛菩薩重回禪寺。震旦集團表示，能在觀音菩薩誕辰前夕，圓滿地讓三尊流落在外半個世紀的菩薩，回到原來的地方，是一樁令人法喜的事。



左：2011年為祝賀「佛陀紀念館」啟用，震旦集團董事長陳永泰捐出145件地宮器物提供『佛教地宮還原館』展出，由佛光山開山宗長星雲大師代表受贈。右：2011年捐贈交趾陶儀予國立台灣傳統藝術中心，並舉辦「巧塑珍藝」特展。

2011 | 捐贈地宮器物予佛光山『佛陀紀念館』

地宮文物是古人虔誠供養佛骨舍利而專門製作的佛教特殊聖物，創辦人將多年來收藏的125組件佛教地宮文物，於2005年全數贈與佛光山佛陀紀念館，為傳承文化及弘揚佛法盡一份心力。2011年更因佛光山佛陀紀念館落成啟用，創辦人再捐出西安法門寺地宮複製文物，總計捐贈145組件地宮文物，並協助建置「佛教地宮還原」常設展，讓珍貴文物在最具殊勝意義的場所，永久地繼續發揮教化功能。

2011 | 捐贈交趾陶予國立傳統藝術中心

為了讓民眾能一睹交趾陶珍貴藏品，集團捐贈10件交趾陶文物予國立台灣傳統藝術總處籌備處，係為於2004年所購得的交趾陶文物之一，其中有36組件為台南學甲慈濟宮於1980年所失竊之國寶級大師葉王交趾陶作品，震旦集團遂於2004年無償歸還，餘10件交趾陶則收存至2011年，將此10件珍品無條件贈予國立台灣傳統藝術中心。



《震旦月刊》與《震旦經營理念》

推動文化公益——發行刊物與文化交流

• 發行震旦月刊

《震旦月刊》自1971年創刊以來，伴隨集團成長發行逾50年，始終秉持「回饋社會」的公益初衷，透過紙本與電子版免費推廣優質閱讀，將管理新知回饋給社會大眾，作



左：2010年與家扶基金會、普仁基金會合辦「關愛親親」活動。右：2011年贊助兩岸文化交流「給孩子一個夢」活動。

為提升職場競爭力的知識夥伴，內容涵蓋經營管理趨勢議題，並延伸至藝文欣賞等領域，促進企業與社會的交流學習，提升社會人文素養。

從早期的內部交流刊物，轉型為以外部讀者為核心的大眾刊物，《震旦月刊》如今更廣泛應用於企業讀書會與人資教育訓練，成為企業提升學習力的重要工具，也是震旦推動文化公益的具體實踐。

• 發行震旦經營理念

為統合同仁的價值觀、建立共同的信念，震旦將多年來累積的經營心得及持續成長的關鍵要素，做有系統的整理，並將「同仁樂意、顧客滿意、回饋社會、追求永續經營」定為經營理念，於1984年正式出版《震旦經營理念》。內容與時俱進，經過多年的實踐、修訂，再實踐、再修訂，至2020年精進至第13版，也免費分享給顧客。

《震旦經營理念》是震旦全體同仁共同遵循和學習的最高指導原則，對內可以傳承良好的震旦文化和震旦精神，精進經營的實力；對外亦能與各界分享心得、交流經驗，藉此拋磚引玉，為回饋社會貢獻一份心力。





震旦集團捐贈物資，用於四川都江堰小學重建。



集團馬志賢董事走訪杉樹班家庭，傳遞陪伴與關懷。



2023年震旦杉樹班全國營活動，齊聚杉樹班孩子，一同參與領導力成長課程。

除發行刊物推動文化公益外，震旦也持續透過文化交流活動關懷弱勢兒童。2010年與家扶基金會、普仁基金會合辦「關愛親親」活動，讓台灣失親弱勢兒童參訪上海世博會，拓展視野也感受社會關懷；2011年贊助兩岸文化交流「給孩子一個夢」活動，讓兩岸孩子彼此學習成長。

鼓勵在地行善——同仁參與公益

為協助社福機構提升服務效能，震旦結合集團核心專

長，推動兩岸「辦公設備及家具物資公益捐贈專案」，協助改善辦公環境，提升服務效率與品質。本專案自2012年起，累計捐贈近500家。

此外，創辦人 also 鼓勵同仁在地參與公益活動，期望同仁透過實際行動，體會「助人為快樂之本」的意義。自2015年起，震旦在台灣推動「溫暖隨行」同仁參與公益專案，邀請同仁身體力行、參與在地公益服務；各地分公司提出申請後，由陳永泰公益信託支持，同仁則在地擔任社福志

工，協助弱勢群體。截至2025年，已主動申辦逾500場，累計參與超過6,000人次。

在大陸，震旦也以行動支持偏鄉教育，自2010年起陸續與新華愛心教育基金會及上海杉樹公益基金會合作，於偏鄉高中開設「珍珠班」與「杉樹班」。「珍珠班」資助清寒優異學子生活補助，幫助他們安心就學；「杉樹班」則培養偏鄉學子自立與利他精神，期許其成為具回饋心的棟樑。至今已支持16年，累計48班、超過2,000名偏鄉學生完成三年高中學業。

另外，針對學生進入大學及未來就業所需的競爭力，震旦自2023年起每年贊助杉樹全國領導力成長營，教導學生領袖團隊組織與經營的專業知識，提升學生領袖的願景、能量

與執行力，為未來就業發展及回饋社會奠定基礎。

追求公益效果最大化——傳善獎

陳永泰創辦人捐出個人持股成立公益信託，公益信託成為集團股東之一，基於股東身分獲配股息投入公益。如此無損員工及其他股東權益，又能將集團營運與公益結合在一起，建立了長期回饋社會的機制。而為了將回饋社會的公益效果最大化，創辦人2015年設立「傳善獎」創新公益捐助模式。

傳善獎是屬於社福機構的獎項。每年邀請跨領域專家們擔任評審團選出8家得獎機構，傳善獎提供資源支持這些優秀機構去創新、成長、茁壯；各類型的弱勢朋友自然能獲



左：震旦與唐氏症基金會一同響應321唐氏症日活動。右上：震旦志工搬運公益物資，協助機構打造舒適的服務環境。右下：同仁陪伴養老院長輩們共度佳節，感受溫暖。



得更多、更好的服務；傳善獎再將這些優秀機構介紹給更多人認識，由認識進而認同、參與公益活動，為機構帶入更多資源。傳善獎希望能在社福機構、弱勢族群、社會大眾這三者之間建立善性循環，自然能將公益效果最大化。

傳善獎的助人方程式——善款×效能＝助人

傳善獎自第一屆起，就提供得獎機構每家每年400萬、連續3年的支持。足夠大的金額才能促使機構真正做些體質改變的創新，而3年的支持就是讓機構有底氣去面對創新過程中必然遭遇挫折，有時間去做出適當的調整。為了加大對機構的支持，自2025年第十一屆起更將每年支持金額調升至每年500萬。期望機構能夠放膽去創新，做出

更多、更好的服務。同時也會透過各類媒體平台協助機構對外溝通，讓更多人看見機構的努力、為機構帶入更多資源。

除了帶給機構資源之外，傳善獎更提供社福人才獎助學金，支持機構同仁進修；辦理傳善論文獎引導多元學術界來支持社福機構；設立傳善學苑增進組織內部管理能力等項，多管齊下培力機構提升運作效能。當優秀社福機構的善款資源增加，再乘以機構的運作效能提升，自然能更有效幫助需要幫助的人。

傳善獎已選出近百家優秀機構，涵蓋了兒少、老人、婦女、身心障礙、疾病、藥毒癮、家庭、移工、原民部落及新住民等多元領域，而透過加強協助機構提升內部管理效



為了加大對機構的支持，自2025年第十一屆起更將每年支持金額調升至每年500萬。期望機構能夠放膽去創新，做出更多、更好的服務。

能及對外溝通爭取資源，這些優秀社福機構確實在各自領域成為創新典範。

舉辦「傳善獎」不是目的，而是有效回饋社會的工具，傳善獎最終目的是加速社福生態圈往下一個世代邁進，以建立更祥和的社會，最終受益的將會是你、我、大家。

及時回應社會所需——急難救助

多年來，震旦集團始終秉持愛心不落人後的精神，在面對各項重大災害時，總是第一時間投入急難救助與災後重建，以實際行動回應社會所需。2000年，捐款資助台灣921大地震，協助災民重建家園。2003年，SARS疫情籠罩台灣，許多企業面臨營運困境，震旦挺身而出營造「社區共榮圈」，以大型標語響應政府抗SARS政策。2008年，四川汶川大地震發生後，立即捐款人民幣500萬元，並發動集團同仁投入愛心捐款，集眾人之力共同救災；同時於上海浦東黃浦江畔的震旦國際大樓LED外牆標示「一方有難，八方支援」，號召社會大眾共同關懷災區、投入救災。

2009年，台灣莫拉克風災發生後，震旦捐款、捐物協助災後重建。2014年，台灣高雄氣爆造成重大傷亡，震旦捐款新台幣500萬元至高雄市政府社會局社會救助金專戶，協助居民盡速安頓並重建家園。2015年，震旦集團適逢五十週年慶，於兩岸舉辦「震旦50・溫暖隨行」公益行動，為育幼院孩子們送上溫暖與陪伴。2021年新冠疫情嚴峻期間，捐贈各類防疫物資超過6,000萬元，以實際行動守護社會大眾健康。



上海震旦國際大樓打出「一方有難、八方支援」等標語，呼籲民眾參與四川汶川地區重建工作。



2008年汶川地震，震旦集團與同仁推動愛心捐款救災。



回顧六十年的發展，震旦持續將企業累積的能力投入社會公益。無論是傳承中華文化、推動文化公益、鼓勵同仁參與公益、追求公益效果最大化，或在急難時刻及時回應社會所需，都是震旦善盡企業社會責任的具體實踐。



震旦 60

APPENDIX
OF AURORA GROUP

附錄

5

CHAPTER

● EVOLUTION OF CORPORATE IDENTITY (CI)

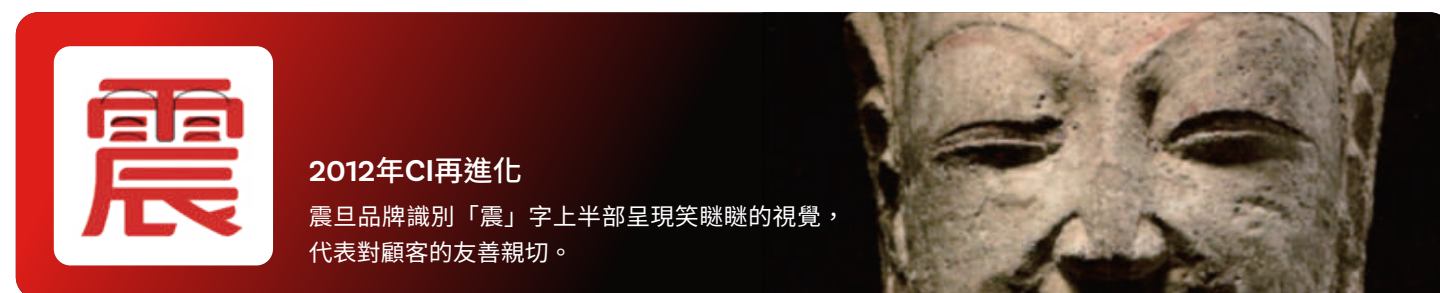
震旦品牌CI | 演進史

發展品牌標誌 與時俱進

震旦集團深諳品牌對於企業經營的價值，於1970年率先推行企業標誌；經過多年的事業發展與品牌經營，將CI再進化，視覺以「震旦」中文為主，字形呈現更寬廣、大器且圓融。

震旦集團於1985年導入企業識別系統（CIS）；經過多年的事業發展與品牌經營，於2012年將CI再進化，視覺以「震旦」中文為主，「AURORA」英文為輔。在「震」字

的上半部「雨」呈現笑瞇瞇的視覺，代表親切快樂，下方「辰」字以穩健的步伐，昂首闊步向前行！以笑瞇瞇的微笑識別，傳達震旦親切友善的服務態度和品質。而後為因



應數位轉型與多媒體應用需求，於2016年調整企業識別系統（CI），重新組合中英文識別並優化比例，提升於各類數位載具的辨識度與延展性。新設計以簡潔平面化風格延續品牌專業形象，展現震旦邁向智慧辦公與數位服務的創新精神。

新設計延續品牌一貫的穩健與專業精神，透過更簡潔的線條與平面化設計語彙，展現震旦持續創新的品牌態度，象徵從傳統製造走向智慧辦公與數位服務的新里程碑。讓品牌能以更敏捷、更現代的形象迎接下一個十年的挑戰與機會。

第一階段・圖像設計

第二階段・英文設計

第三階段・中文化設計

第四階段・數位化設計



1970

推出「ACC」的企業標誌，以太空艙的外形，建立高科技的品牌形象，這在當時的台灣企業界亦屬先行之舉。為後續的品牌延伸與事業版圖拓展奠定堅實基礎。



1985

將「ACC」的企業標誌提升為三角形的造型標誌，該標誌由三個統一的單元形成，象徵震旦集團「同仁樂意、顧客滿意、經營得意」的結合，並透過三角形的穩固結構，代表企業穩健成長的基礎。

AURORA

1995

將企業識別系統由地域性提升至國際化，以「AURORA」來表現震旦的國際形象，象徵震旦的發展如旭日東昇，散發光明與活力，也代表全力以赴的服務熱忱。

AURORA

2001

企業再精進，重新修訂CIS，以立正的A字取代指向60度成長衝刺感的A字，AURORA LOGO呈現簡單、自信與穩健的形象，象徵震旦集團站穩腳步、穩健成長。

AURORA
震旦

2008

為符合未來兩岸發展計畫，以中文化「震旦」品牌紮根大陸市場。紮實穩健的字體，代表追求永續經營及同仁的共同努力。其中以黑體加粗的字型將「震旦集團」與原有英文作統一的设计風格，組合成震旦的企業標誌。

震旦
AURORA

2012

「震旦」中文字體設計，字形結構與英文字體一樣，寬廣、大器、圓融、更清楚、更友善，不但莊嚴、穩重，並含著親切快樂的「笑容」。代表「震旦AURORA」對同仁關心照顧，對外圓融、寬廣，對顧客友善親切。

震旦
AURORA

2016至今

為呼應數位轉型趨勢與多元媒體應用需求，於2016年調整企業識別系統（CI），以更符合現代化與國際化的品牌形象。此次改版重點在於中英文識別的重新組合與視覺比例優化，使標誌在各類數位載具上更具辨識度與延展性。

● THE EVOLUTION OF OFFICE EQUIPMENT

辦公設備 | 演進史

一同見證OA產業變革與未來

隨著科技進化與流程數位化，辦公設備不再只是輔助作業的工具，而是支撐企業管理、流程與效率的核心系統；震旦持續以辦公自動化與軟硬體整合解決方案回應時代需求。

自1960年代起，隨著企業組織擴大與管理制度逐步成形，辦公設備開始從輔助工具，轉變為支撐企業運作與效率管理的重要基礎。辦公自動化（Office Automation, OA）的發展，不僅反映科技進步，也深刻影響資訊流動方式、管理邏輯與工作型態。

震旦自創立以來，即以推動OA為核心，從引進時間記錄器、機械與電子計算設備，協助企業建立出勤與計算制度；隨後導入影印、傳真與收銀等設備，推動辦公流程邁

向標準化與即時化。進入數位時代，震旦持續深化OA佈局，並於2003年於大陸創立「震旦」自有品牌影印機，逐步發展數位複合機與文件解決方案，並跨足3D列印、雲端服務與高階印刷，建構完整的辦公設備生態系。

回顧六十餘年的演進，每一項設備與解決方案皆回應一個時代的辦公需求，也見證震旦由設備引進者，逐步轉型為以軟硬體整合解決方案為核心的辦公服務提供者。面向未來，震旦將持續以AI、IoT與永續為導向，推動OA邁向智能化與服務化。

開啟期・出勤管理機械化

辦公計算機械化

計算作業電子化

出勤制度穩定化



1960

AMANO木製打卡鐘

戰後企業組織逐步成形，出勤與工時管理仍多仰賴人工登記，標準不一。日本AMANO為當時世界打卡鐘製造權威，震旦集團於1965年成立之初即取得其台灣總代理權，引進木製打卡鐘作為創業核心產品。震旦更曾以每部僅售新台幣一元的公益創舉，協助台北市政府試行上班打卡制度，使打卡鐘於各類公司行號間逐步普及，為制度化辦公奠定基礎。



1960

Walther WSR-160型機械式桌上型計算器

在電子計算尚未普及之前，企業財務與帳務多仰賴算盤與人工計算，效率與精準度有限。外型宛如科幻設備的機械式桌上型計算器，源自19世紀技術，至1960年代已臻成熟，成為當時主要的辦公運算工具。其機械結構可快速完成複雜計算，使運算作業邁向標準化。震旦於創業初期引進德國Walther WSR-160，為企業提供算盤以外的運算選擇，推動辦公計算走向機械化。



1964

SHARP夏普CS-10A型桌上型電子計算機

隨著企業規模與計算需求提升，機械式運算在速度與精準度上逐漸受限。1964年，日本SHARP以半導體與電晶體取代真空管，研發出世界第一部桌上型電子計算機CS-10A，開啟第二代電子計算機時代。震旦於1965年創立後即引進該設備，成為台灣首家導入桌上型電子計算機的企業，協助辦公計算由機械運算邁向電子化處理，推動計算制度的關鍵轉折。



1964

AMANO 8200型打卡鐘

隨著打卡制度逐步普及，企業對出勤管理的穩定性與連續運作提出更高要求。AMANO 8200型打卡鐘於1960年代中期成為辦公室日常設備，其清脆的打卡聲象徵制度化管理的落實。至1971年，銷售數量已突破一萬台，市佔率達九成以上。該機型具備自動上發條馬達設計，停電時仍可持續運作，震旦引進後協助企業強化出勤管理的可靠性，使時間記錄由制度建立邁向穩定運行。

OFFICE
EQUIPMENT

文書處理機械化

文書輸入輕便化

發展期・銷售管理制度化

文件複製流程化



1965

日經牌C-9052型中文打字機

震旦於1965年成立之初，引進日經牌中文打字機，成為創業初期的重要代表產品之一。在電腦尚未普及前，中文文件多以手寫完成，效率有限。中文打字機以字盤方式進行輸出，雖僅容納3,010個字，已足以應付當時辦公需求，使中文文件得以快速製作與複製。此一設備的導入，讓文書作業首次透過機械方式被標準化處理，為辦公行政建立更具節奏與秩序的工作流程。



1968

Triumph Tippa輕便型英文打字機

隨著高等教育普及與英文書寫需求增加，文書輸入不再僅限於固定辦公室使用。輕便型英文打字機的出現，使文件製作得以在校園與個人空間中進行。西德Triumph Tippa系列以精密機械與耐用結構聞名，兼具輕巧與實用性。震旦引進該系列，並以貼近成本的方式提供市場，促使英文文書輸入由專業設備走向個人化使用，拓展辦公工具的應用場域。



1970

黃金牌NK8T型收銀機

1970年代初期，震旦於台灣引進日本JCM公司生產的黃金牌收銀機，使零售交易逐步由人工記帳轉向機械化管理。1972年2月21日，台北市政府宣布開放以收銀機取代逐筆手開統一發票，成為收銀機普及的重要轉捩點。透過交易金額的自動記錄與彙整，銷售流程得以標準化與精確化。震旦除提供設備外，亦代訓收銀人員，協助零售通路建立一致且可管理的營運制度。



1972

Minolta美能達1114型電子影印機

隨著企業規模擴大與文件往來頻繁，傳統手抄與碳紙複寫已難以滿足效率需求。電子影印機的導入，使文件得以快速複製，成為行政作業流程化的重要工具。1970年代初期，震旦延續創業之初所提出的「事務機器化」概念，引進Minolta（後更名為Konica Minolta）1114電子影印機，協助企業將文件製作、傳遞與保存納入可預期的作業流程，推動行政文件由個別處理邁向標準化運作。

OFFICE
EQUIPMENT

影印流程日常化

文件即時傳遞

成熟期・多功能辦公整合

視覺溝通彩色化



1976

SHARP夏普SF-710型影印機

1970年代，隨著影印需求擴大，企業對文件複製的便利性與一致性提出更高要求。SHARP自1970年投入影印機研發，並於1973年推出首台普通紙影印機，1974年以SF-710型正式上市。該機型採用IC控制電路，為SHARP第一代普通紙影印機，其技術獲得歐洲廠商肯定並採用OEM合作。震旦引進SF-710後，協助企業建立更穩定且易於操作的影印流程，推動文件複製由專業設備走向日常化應用。



1979

RICOH理光傳真機

在傳真機尚未普及前，企業多仰賴TELEX、電話或郵寄進行資訊傳遞，時效與即時性皆有限。1970年代末期，震旦引進RICOH世界首台高速傳真機，透過衛星方式進行傳輸，突破距離與時間限制，大幅改變商業溝通模式。此一導入實踐震旦長期推動的OA與「Image Communication」理念，使文件得以即時傳送與回應，協助企業將溝通流程由等待轉為同步，推動行政運作朝向更高效率與制度化發展。



1997

RICOH理光A200型數位式複合機

隨著文件製作、複製與傳遞需求同步增加，企業逐漸面臨設備分散與管理複雜的問題，並開始重視環保與節能。震旦引進RICOH A200型數位式複合機，使類比影印設備逐步由具備多工功能的數位MFP取代。該機整合影印、列印與傳真功能，透過一次掃描、多份輸出與合併列印設計，有效節省紙張與能源，並支援A3文件傳真與列印，回應企業對大尺寸文件與圖像溝通的需求，使辦公設備由單點工具轉為整合型系統，讓效率與成本管理得以並行。



1998

Minolta美能達CF-9001型彩印機

隨著數位化發展，企業文件由黑白輸出逐步轉向彩色呈現，對色彩飽和度、層次表現與影像精緻度的要求隨之提升。1990年代後期，金儀公司引進Minolta CF-9001型彩印機，將穩定且具辨識度的彩色影像輸出導入辦公環境，使彩色文件得以應用於簡報、企劃與對外溝通等正式場景。其節能設計與整合式結構，在提升輸出品質的同時，亦兼顧能源使用與空間配置，促使文件由資訊記錄工具，轉為支援專業表達與品牌溝通的重要媒介。

OFFICE
EQUIPMENT

彩色輸出效率化

轉型期・自有品牌深耕大陸市場

文件管理安全化

拓展多維解決方案



1998

RICOH理光A-5206型彩印機

數位化黑白MFP普及後，辦公文件開始進入彩色化階段，但受限於設備成本與輸出費用，彩色列印多屬少量應用。1998年，互盛公司引進理光A-5206型系列數位彩色機，回應企業對文件品質與視覺溝通的提升需求。該機採用超微粒碳粉與大型轉寫皮帶系統，並支援高磅數紙張輸出與自動校色機制，讓彩色文件在穩定度與一致性上獲得提升，使彩色列印得以納入企業例行作業流程，支撐大量文件輸出的日常運作需求。



2003

「震旦」自有品牌影印機於大陸上市

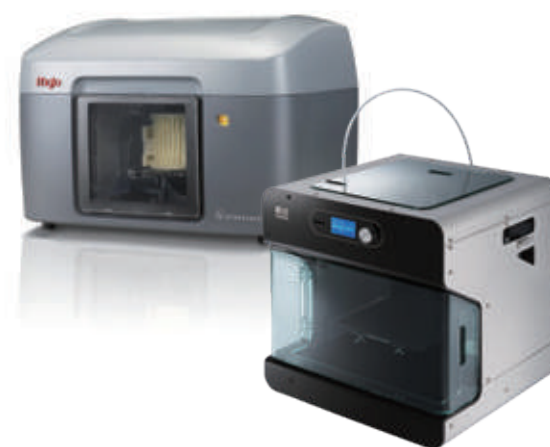
2003年，震旦於大陸市場推出「震旦」自有品牌影印機，以民族品牌為定位，建構直營與經銷並行的服務網絡，深耕大陸市場，並以專業、快速的服務理念及「2・4・8」不停機服務承諾，確保設備穩定運作與即時回應。自有品牌產品涵蓋黑白至彩色、低速至高速等完整機型，並具備網路化架構與開放介面，利於延伸文件解決方案。透過自有品牌全流程的精緻服務，震旦由辦公設備服務商，逐步轉型為支援企業營運的整合型辦公平台。



2006

文件解決方案系統

隨著企業營運規模擴大與數位化需求提升，單一硬體設備已難以回應文件安全、管理與效率等多重挑戰。2006年起，震旦集團成立專案研發團隊，聚焦影印、列印與掃描等文件流程的系統化管理，開發以軟硬體整合為核心的「文件解決方案系統」。透過集中控管與智慧監控機制，協助企業提升文件管理的安全性與效率，同時降低人力與設備維護成本，推動辦公環境朝向數位化、效率化與永續化發展。



2014

開創3D列印與雲端服務

2014年，隨著雲端技術成熟與產業應用加速，震旦集團同步啟動新事業布局，擴展辦公服務的應用邊界。在3D列印領域，震旦攜手全球品牌Stratasys，開拓台灣3D列印市場，並與工研院合作推出自有品牌「震旦3D印表機」，深化在地技術能量。另一方面，因應中小企業數位化需求，震旦結合工研院雲端技術，推出「震旦雲」服務，整合人資、ERP等辦公軟體，降低企業E化導入門檻。透過多軌並進的布局，震旦逐步拓展為辦公解決方案的提供者。

OFFICE
EQUIPMENT

橫向擴展 × 垂直深化



2016-2017

高階印刷與工業級列印布局

2016年起，隨著辦公列印應用場景逐步細分，震旦集團在既有辦公設備服務基礎上，由大型機延伸至A4與小型機種，橫向擴展至中小企業與多據點辦公場域；另一方面，列印應用亦持續向專業與產業端深化，由辦公室日常文件列印（OP），發展至生產型列印（PP），並延伸至工業級數位印刷（IP）應用。2016年震旦集團於台灣成立康鈦科技，聚焦高階生產型與工業級數位印刷領域，完成市場垂直深化布局，逐步建立連結辦公與產業應用的完整服務架構。

服務轉型升級



2020

行業解決方案

隨著市場趨於成熟，辦公設備與列印需求逐步依產業別與應用情境細分，企業不再僅關注設備本身，而更重視流程整合、管理效率與應用適配。震旦集團在既有基礎上，深化不同行業的應用方案，結合文件管理、輸出控管與系統整合，發展更貼近產業需求的列印管理模式。此一轉變，也使震旦的商業模式由設備銷售，逐步轉型為結合軟體與硬體整合應用的服務顧問，提供符合各行業需求的整體辦公解決方案。

永續期・數位轉型 × 低碳環保



2022-2024

「ESG綠色報表」協助企業低碳辦公

數位轉型與永續發展已成為企業營運要務，辦公列印亦面臨效率與環保的雙重需求。2022年起，震旦集團以「智能、節能、永續」為核心策略，推動節能設備、印量控管與文件電子化，並推出「ESG綠色報表」，整合設備數據，協助企業掌握紙張、能源與碳排表現。同時結合物聯網與智能客服平台，提供即時管理支援，提升效率並落實節能減碳，讓列印管理成為企業數位轉型與ESG實踐中可量化的一環。

智能驅動 × 綠色辦公



2025+

以AI支撐企業ESG實踐

面向未來，辦公環境將由設備導向，轉為結合智能科技與永續目標的整體系統。2025年起，震旦以AI、IoT與雲端技術為基礎，進一步發展智能化列印管理與資源最佳化機制，透過即時監控、使用行為分析與預測模型，協助企業主動降低不必要的輸出與能源消耗。這些智慧服務可支援企業在ESG治理中對環境指標、使用透明度與持續改善的實際需求，將綠色辦公由單點措施，推進為可長期運作的永續行動方案。

● THE EVOLUTION OF OFFICE FURNITURE

辦公家具 | 演進史

引領空間轉型 × 回應時代精神

隨著產業轉型與工作型態演化，辦公空間不再只是容納人與家具的場所，而是整合企業文化、效率、創新與永續價值的綜合展現；震旦持續以創新設計與空間解決方案回應時代需求。

萌芽期 · 木製家具 × 行政秩序重啟



1945

戰後初期，辦公空間以木製家具為主，常見對向式排列與固定隔間，空間簡樸不重裝修。設備仰賴油印機、打字機與算盤，電話與空調尚未普及，環境以風扇通風與自然採光為主。此階段象徵行政體系的重啟與秩序重建，也映照工業化初期辦公場域仍以人工流程為核心的空間樣態。

鐵櫃家具 × 鋼製化開端



1955

辦公場域開始從以人工為主邁向管理制度化，文件收納與空間標準化需求提高。鋼製檔案櫃逐漸取代木製櫃體，憑藉其耐用、可量產的優勢進入主流市場，墨綠色鐵櫃成為辦公環境的代表象徵。雖然當時多數桌椅仍為木製，但鋼製家具的導入已預示辦公空間將朝向模組化、效率導向的工作形態發展。

鋼製家具 × 量產規模化



1960

全球辦公空間開始出現開放式布局，強調流通動線與彈性配置，模組化家具系統亦首次出現，同一時期，台灣經濟起飛，產業由農業轉向輕工業，鋼鐵與金屬加工技術快速發展。1965年引進日本鋼製家具技術後，辦公家具走向標準化與量產化，以鋼製公文櫃與辦公桌為主的配置，提升效率與空間秩序，象徵辦公環境邁入現代化管理階段。

鋼製系統家具 × 模組化演進



1970

辦公家具進入模組化新階段，鋼製產品開始導入標準化尺寸與系統化設計。此時期推出的H型辦公桌與直立式公文櫃，兼具結構穩定、彈性組合與空間效率特性，成為主流配置。1980年代初期，系統化收納櫃進一步發展，結合垂直整合與色彩變化，滿足多元工作需求，也為後續彈性配置與開放式空間應用奠定基礎。

震旦自1990年跨入辦公家具領域，導入智慧型辦公大樓概念，發展OA系統家具，並提出Activa靈動辦公理念與解決方案，開啟辦公空間整體規劃的新階段。

從1945年戰後木製家具以人工為主的時代，到鋼製化、模組化與資訊化的演進，再到近年AI、IoT與ESG導向下的智慧辦公革命，台灣辦公家具歷經空間邏輯、工作觀念與設計思維的深度轉型。震旦秉持「Better Work. Better Life | 讓辦公生活更美好」的願景，順應時代趨勢，持續

提供融合人體工學、美學設計、數位整合與永續材料的整體辦公解決方案，協助企業打造高效、健康、幸福且具未來感的工作場域。

本篇《辦公家具演進史》以時間軸為經、全球趨勢為緯，透過國際視野與在地脈絡交織，梳理近百年來辦公空間與家具設計的演變軌跡，也記錄震旦如何在每個關鍵轉折中與時俱進，引領兩岸辦公文化升級與持續演進的重要推手。

OFFICE
FURNITURE

屏風系統 × 開放式辦公興起



1985-1990

外銷與代工產業成長，企業人數增加、組織結構趨於複雜，辦公空間需在效率、使用密度與基本隱私之間取得平衡。隨著智慧型大樓興起與資訊設備小型化，屏風系統家具因兼顧分隔與彈性配置而成為主流。隨著應用擴大，屏風配置逐漸密集，空間開放性與互動性降低，促使90年代後固定工位開始鬆動，為彈性辦公的發展鋪陳轉折。

OA系統 × 兩岸現代化啟動



1990-1992

1990年代初期，資訊化與企業規模擴張加速，辦公空間面臨設備整合、線路管理與效率提升的需求，傳統固定家具已難以因應。震旦於1990年成立辦公家具事業部，推出OA系統桌與鋼製牆櫃，導入模組化設計與整線整合，並應用於震旦智慧型大樓的空間實踐。1992年隨中國改革開放加速，震旦進入上海市場，結合屏風與隔間系統，協助企業建立現代化、高效率的辦公模式，也為後續彈性空間運用鋪路。

成熟期 · 整合式系統 × 彈性辦公崛起



2000

隨著資訊、通訊與網路科技快速發展，虛擬、移動與居家辦公逐漸興起，全球辦公空間從固定走向彈性、多元與智能化。家具設計也不再僅為空間配置工具，而轉向整合人體工學、設備走線與數位管理的整體解決方案，回應多樣工作型態與即時協作的需求，開啟新一波辦公革命。



因應國際趨勢與企業數位轉型，震旦於2000年推出ISF整合式系統家具，導入歐式獨立桌與模組化組件，打造具彈性與延展性的空間解決方案。這項創新不僅協助企業有效應對跨部門協作與多場域應用，也推動台灣辦公家具產業向國際標準對齊，奠定智慧辦公發展的制度與設計基礎。

OFFICE
FURNITURE

智能化起點 × E工作者



2005

2005年，麻省理工學院教授馬隆提出「E工作者」概念，象徵工作型態邁向高度資訊化與智能化，傳統以規模為導向的辦公空間思維逐漸被打破，取而代之的是兼顧效率、人文、科技與環保的辦公新理念。此轉變對家具產業帶來新的挑戰。震旦因應趨勢，提出智慧型辦公室整體解決方案，融合環保材質、系統設計與空間美學，協助企業打造更具彈性與感知力的現代辦公場域，開啟智慧辦公轉型。

文化設計 × 東方美學



2010

全球辦公空間美學由功能導向轉向文化價值與品牌識別的展現，企業空間成為傳遞精神與形象的重要場域。2008年北京奧運與2010年上海世博會帶動中華文化走向國際，東方設計語彙受到關注。震旦以「中華玉文化，城市新風格」為題，成為世博160年來首家自建館參展的台灣品牌，並在產品設計中融合古建築意象與當代語彙，推出「御天下一玉之華」、「大乾元」等經典主管桌系列，延續「料、工、形、紋」匠心精神，開創東方美學的現代辦公新典範。

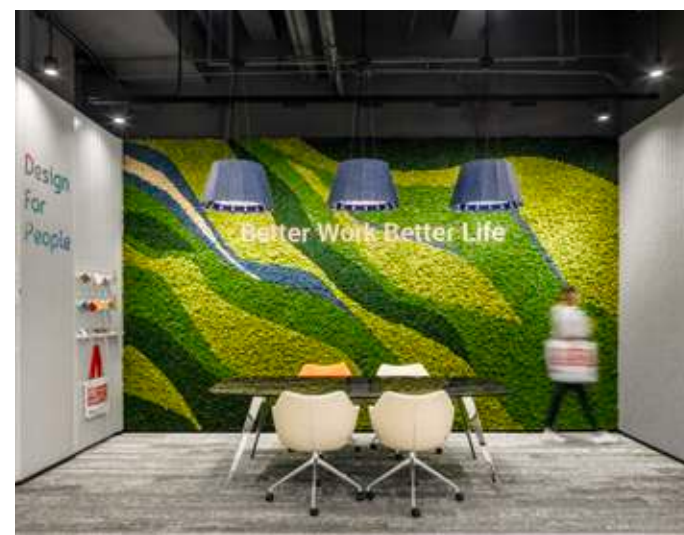
創新期・千禧世代 × 多元協作



2014

隨著千禧世代成為職場主力，工作方式走向開放、多元與高度互動。研究顯示，頂尖企業開始重視「專注、社交、溝通、學習」四大工作行為，辦公空間設計也更重視激發團隊合作與創造力。因應此趨勢，震旦提出「形自在・樂辦公」空間解決方案，透過診斷顧客的「S、W、R、T」四種工作型態、「獨、倆、組、眾」的溝通模式，以及「躍、生、醇、毅」色彩規劃，打造靈活且富有生命力的現代辦公場域，協助企業提升協作與創造力。

共享辦公 × 員工福祉



2015-2016

共享經濟興起，聯合辦公成為新世代創業者與企業追求彈性與社群互動的空間模式，並加速ABW（以活動為本的工作模式）在亞洲市場擴散。社交媒體盛行也推動職場溝通扁平化，員工健康與福祉成為設計關注焦點。震旦積極探索共享辦公模式與空間解決方案，前瞻布局「健康、高效、環保」三大方向，導入低甲醛E1/V313環保板材，並提出「WE+辦公理念」，主張空間應兼具生產力與療癒力，奠定後續靈動辦公與ESG發展基礎。

OFFICE
FURNITURE

靈動辦公 × Aactiva

永續期・健康辦公 × WELL空間實踐

綠色辦公 × ESG 實踐

智慧辦公 × AI 驅動未來



2018-2020

數位轉型加速與疫情衝擊，使混合辦公與遠距協作成為企業營運新常態。面對移動、永續、福祉、數位依賴與審美覺醒等五大趨勢，震旦於2018年提出「Aactiva靈動辦公」理念，圍繞專注、協作、學習、社交與放鬆五種工作模式，打造多元靈活的辦公場景。2020年成立Aactiva Lab靈動辦公實驗室，持續探索未來工作空間的創新解決方案，打破傳統配置限制，構建人、產品與數據互聯的動態辦公型態。創造出一個促進協作與創新、支持身心健康與幸福感的辦公環境，助力企業組織活力再升級。



2021-2022

後疫情時代來臨，企業對辦公室健康與空氣品質的重視快速升溫。2021年起，震旦引進符合WELL健康建築標準的家具與設備，積極推動健康辦公環境。2022年，台北展示中心通過WELL HSR評價，成為業界率先取得認證的辦公家具品牌。2023年則推出具GREEN GUARD綠色衛士認證的升降桌與ENF等級家具，有效降低VOCs與化學物質排放，提升室內空氣品質。健康辦公已成為震旦家具的核心服務之一，並進一步結合企業ESG策略，協助顧客打造永續、安心、以人為本的工作空間。



2023-2025

碳中和與淨零浪潮驅動企業邁向永續，ESG成為經營核心目標。2023年起，震旦全面布局ESG辦公生態圈，推動循環經濟與綠色設計，並發布《震旦行永續報告書》，將永續價值納入治理與產品發展。同年，上海展廳取得WELL v2鉑金級與LEED金級雙認證，展現健康與綠建築雙重實力；2024年，江蘇智能園區再獲LEED金級肯定，體現綠色智造成果。2025年，震旦推出可拆卸、回收、重複使用的模組化家具，結合智慧空間管理、節能系統與永續建材，實現從產品、製造到場域的三位一體轉型。



2025+

邁入AI生成時代，辦公空間不再只是任務執行場域，而是融合智能感知、情境互動與身心福祉的沉浸式平台。生成式AI、IoT與空間運算驅動虛實整合轉型，企業營運邁向高度彈性與智能決策。震旦聚焦ESG與AI雙軸策略，攜手雲端與軟體服務商，打造Aactiva靈動辦公新基建，導入WELL健康建築標準、循環設計、智能感測與節能科技，實現「場域即服務」(Space as a Service)的智能化應用，全面優化空間效能、落實永續管理，並強化人本關懷，開啟未來辦公全新想像。

震旦六十週年慶典

兩岸60・精彩瞬間



震旦集團陳永泰創辦人（中）與袁蕙華董事長（中右）及經營團隊，於台灣帶領同仁們歡慶集團六十週年，並一同啟動慶生圓球。



台灣以運動會形式進行，選手大進場各隊伍卯足全力、精心創意打扮。



陳創辦人與袁董事長分別感性致詞，感謝同仁的付出與努力，期許再創佳績。



活動中特別安排AURORA TOP頒獎典禮，表揚全集團優秀菁英，獲獎同仁與主管在舞台上接受近1,500人的掌聲與肯定。



各事業部組成的啦啦隊，以創意與整齊劃一的舞步，展現震旦人的團隊精神與活力。



拔河與趣味競賽充滿活力，也展現震旦人的團隊力量與拚搏精神。



下半場的活動開場以九天民俗技藝團的震撼鼓陣揭開序幕，中信兄弟職棒啦啦隊與旦寶一起唱跳，現場氣氛熱鬧無比。



活動現場舉辦超級幸運星抽獎活動，由創辦人親手抽出幸運得主。



各事業部主管上台揮動事業部自行設計的隊旗，互動喊口號。



典禮最後邀請所有高階主管一同上台，與所有同仁一同高聲合唱，畫下完美句點。



大會師進場前，各隊伍卯足全力盛裝打扮。



會場設置六十週年大事記牆，詳錄集團發展足跡。



創辦人、董事長共同掛金蛋，象徵著震旦六十週年慶，邁向第61年。



震旦六十週年慶生儀式。



震旦六十週年慶，於上海震旦大樓懸掛金蛋儀式高階主管合影。



於上海舉辦「前瞻思維，共創未來」講座，賦能震旦經營團隊，邁向新征程。



創辦人發表創業六十週年勉勵。



袁董事長於上海音樂晚會發表感恩致詞。



創辦人於音樂晚會現場真情演唱，感恩同行，鼓舞現場人心。



上海感恩音樂會晚會現場，一同舉杯共賀集團60週年。

震旦集團旗下事業單位

AURORA GROUP BUSINESSES

台灣 TAIWAN

震旦集團

電話 | 02-2345-8088

客服 | 0809-068-588

地址 | 台北市信義區信義路五段2號16樓

www.aurora.com.tw

震旦辦公設備

電話 | 02-2345-8008

客服 | 4128-695

地址 | 台北市信義區信義路五段2號15樓

www.aurora.com.tw/oa

互盛OA

電話 | 02-2345-8009

客服 | 4128-399

地址 | 台北市信義區信義路五段2號7樓

www.eosasc.com.tw

金儀OA

電話 | 02-2345-8018

客服 | 4128-566

地址 | 台北市信義區信義路五段2號3樓

www.oa-world.com.tw

康鈦科技

電話 | 02-2995-0066

客服 | 4128-258

地址 | 新北市三重區光復路二段69號14樓

www.kmds.com.tw

震旦家具

電話 | 02-5581-8588

客服 | 0809-068-588

地址 | 台北市松山區健康路156號10樓

www.aurora.com.tw/of

大震設計

電話 | 02-5581-8588

客服 | 0809-068-588

地址 | 台北市松山區健康路156號10樓

aid.aurora.com.tw

震旦雲

電話 | 02-2345-8066

客服 | 02-8729-7066

地址 | 台北市信義區信義路五段2號3樓

www.aurora.com.tw/cloud

通業技研

電話 | 04-2311-9800

地址 | 台中市西屯區重慶路343號

www.git.com.tw

長陽生醫國際

電話 | 04-2296-2688

地址 | 台中市西屯區重慶路343號4樓

www.everyoungbiodimension.com

台北震旦國際大樓

電話 | 02-2345-8088

地址 | 台北市信義區信義路五段2號

www.aurora.com.tw

大陸 MAINLAND CHINA

震旦集團

電話 | 021-58408888

客服 | 400-920-6568、800-820-0168

地址 | 上海市浦東新區富城路99號36樓

www.aurora.com.cn

震旦辦公自動化 (OA)

電話 | 021-58828999

客服 | 400-920-6568、800-820-0168

地址 | 上海市浦東新區富城路99號36樓

www.aurora.com.cn/oa/

震旦家具

電話 | 021-59161010

客服 | 400-920-6568、800-820-0168

地址 | 上海市嘉定區申霞路369號

www.aurora.com.cn/of/

震喜家具

電話 | 021-69529828

地址 | 上海市嘉定區嘉新公路388號

震旦電子

電話 | 021- 59164588

客服 | 800-820-0168

地址 | 上海市嘉定區嘉新公路388號

www.aurora.com.cn

震旦江蘇智能園區

電話 | 0513-86895888

地址 | 江蘇省南通市通州區金渡路117號

震旦智能裝備

電話 | 021-59164588

地址 | 上海市嘉定區嘉新公路388號

www.aurora.com.cn

震旦電子商務

電話 | 021-59164588

地址 | 上海市嘉定區嘉新公路388號

www.aurora.com.cn

上海震旦博物館

電話 | 021-58408899

地址 | 上海市浦東新區富城路99號

www.auroramuseum.cn

上海震旦美術館

電話 | 021-58408899

地址 | 上海市浦東新區富城路99號

上海震旦國際大樓

電話 | 021-58826666

地址 | 上海市浦東新區富城路99號

www.auroraplaza.com.cn

震旦 60 震旦集團六十週年大事記

60 YEARS OF MILESTONES



- **1965**
震旦行在台北市重慶南路成立，引進台灣第一台桌上型電子計算器與第一台「AMANO打卡鐘」



- **1970**
 - 正式啟用第一套企業標誌—ACC
 - 引進美能達MINOLTA電子影印機，跨入影印機銷售服務事業



- **1971**
發行《震旦月刊》，以文化公益刊物、分享經營管理及藝文知識



- **1978**
設立泰盈電子公司，生產自創品牌的AURORA計算機



- **1979**
引進理光牌RICOH電話傳真機



- **1982**
AURORA計算器在台灣上市



- **1985**
震旦創立二十周年，啟用新的企業標誌，並建立第一套企業識別系統（CIS）



- **1987**
台北震旦企業智慧型大樓動土，創新智慧型大樓理念引起台灣建築界矚目



- **1990**
成立辦公家具事業部，跨入辦公家具產業



- **1991**
 - 成立震旦新加坡分公司
 - 震旦行股票在台灣掛牌上市



- **1995**
 - 震旦創立三十周年，啟用以國際化為導向的新企業識別系統
 - 投資大陸事業，設立電子事業部，並於上海建置「震旦嘉定園區」



- **1998**
 - 成立流通事業部，經營通訊商品
 - 震旦國際大樓榮獲台北市政府「閃亮夜台北·一九九八建築夜景金獎」

- **2000**
設立上海震旦辦公設備有限公司，以及上海震旦家具有限公司

1965-1970 創業期 ▶

1971-1980 成長期 ▶

1981-1990 擴張期 ▶

1991-2000 前行期 ▶

- **1966**
於台中設立震旦行第一家分公司



- **1968**
以一元打卡鐘取得台北市政府採購標案，打響震旦名號



- **1972**
成立真益電子公司，生產計算器

- **1974**
設立震旦日本KK.SUN-RISE公司

- **1975**
 - 設立震旦美國Aurora Impex公司，AURORA計算器首登美國市場
 - 實施責任中心制度，發揮自發性自轉經營，讓同仁在企業內部創業
 - 引進SHARP影印機



- **1980**
成立金儀股份有限公司代理美能達MINOLTA系列商品

- **1984**
 - 出版「震旦經營理念」，將「同仁樂意、顧客滿意、經營得意，追求永續經營」定為經營理念
 - 成立互盛股份有限公司，代理RICOH辦公設備系列商品



- **1989**
以回饋社會為宗旨，創辦人以個人捐助方式，設立「震旦永續經營基金會」



- **1993**
台北震旦國際大樓落成啟用，並榮獲台北市「優良建築施工獎」



- **1997**
「震旦通訊」連鎖門市開幕，跨足通訊通路經營



- **1999**
 - 互盛公司股票在台灣掛牌上市
 - 《震旦月刊》連續二年榮獲台北市優良勞工刊物「市長獎」





- **2001**
企業識別再精進，彰顯集團穩健發展



- **2008**
 - 企業識別系統中文化更新，快速擴展兩岸市場
 - 震旦取得「2010年上海世博會」企業建館資格





- **2012**
 - 企業識別系統再進化，主視覺以中文為主、英文為輔
 - 設立互盛（中國）有限公司
 - 成立震喜家具有限公司
 - 震旦家具於上海嘉定園區建設六大中心，完成「一條龍」產銷合一布建
 - 推動兩岸「辦公設備及家具物資公益捐贈專案」，協助社福機構改善辦公環境，提升服務效率與品質
 - 上海震旦博物館落成，舉辦館藏預展暨「賈格麗125年義大利經典設計藝術展」





- **2016**
 - 調整企業識別系統，因應數位媒體應用，重新組合中英文標準字
 - 攜手日本柯尼卡美能達株式會社，成立「康鈦科技股份有限公司」，進軍高階印刷市場
 - 攜手中國醫藥大學暨醫療體系，成立「長陽生醫國際股份有限公司」，提供3D數位醫療服務



- **2021**
 - 為擴大服務範疇，「震旦辦公家具」更名為「震旦家具」
 - 成立震旦家居品牌，正式進軍兒童家居領域





- **2023**
 - 震旦行發行首本《2022永續報告書》，展現ESG推動成果
 - 震旦江蘇智能園區正式投產，開啟家具智能製造新里程

- **2025**
 - 震旦博物館A2館正式更名為震旦美術館，以全新姿態對公眾開放
 - 震旦集團成立屆滿六十週年，以「震旦60・感恩有您」為主題，於兩岸舉辦盛大慶典





2001-2015 躍昇期 ▶

- **2003**
 - 成立上海震旦辦公自動化銷售有限公司
 - 成立台北震旦藝術博物館
 - 上海震旦國際大樓落成啟用



- **2009**
震旦集團企業吉祥物「旦寶」正式亮相



- **2010**
 - 震旦家具有限公司更名為震旦（中國）有限公司
 - 震旦集團以「中華玉文化，城市新風格」為主題，參展2010年上海世博會，為全球18家自建館參展企業之一



- **2013**
 - 推出震旦自有品牌3D印表機，正式跨足3D列印市場
 - 上海震旦博物館盛大開幕，由國際建築師「安藤忠雄」打造，被譽為黃浦江畔的文化寶盒



- **2015**
 - 成立陳永泰公益信託，首屆「傳善獎」正式啟動
 - 啟動「溫暖隨行」公益行動，鼓勵同仁在地參與公益



- **2017**
 - 與鴻海集團聯手成立夏普震旦，打造「O2O複合式通路」
 - 震旦集團與義大利高端辦公家具品牌ESTEL合作，2018年雙品牌旗艦展廳於上海正式開幕，拓展大中華地區辦公家具市場
 - 成立震旦（上海）電子商務有限公司





- 震旦博物館A2館落成啟用
- 發行第十三版「震旦經營理念」，秉持「顧客至上」的服務信念，修訂「顧客滿意、同仁樂意、回饋社會，追求永續經營」為經營理念

2016-2025 永續期

- **2022**
發起震旦「Green for Earth」環島淨灘行動，響應SDG 14永續海洋與保育



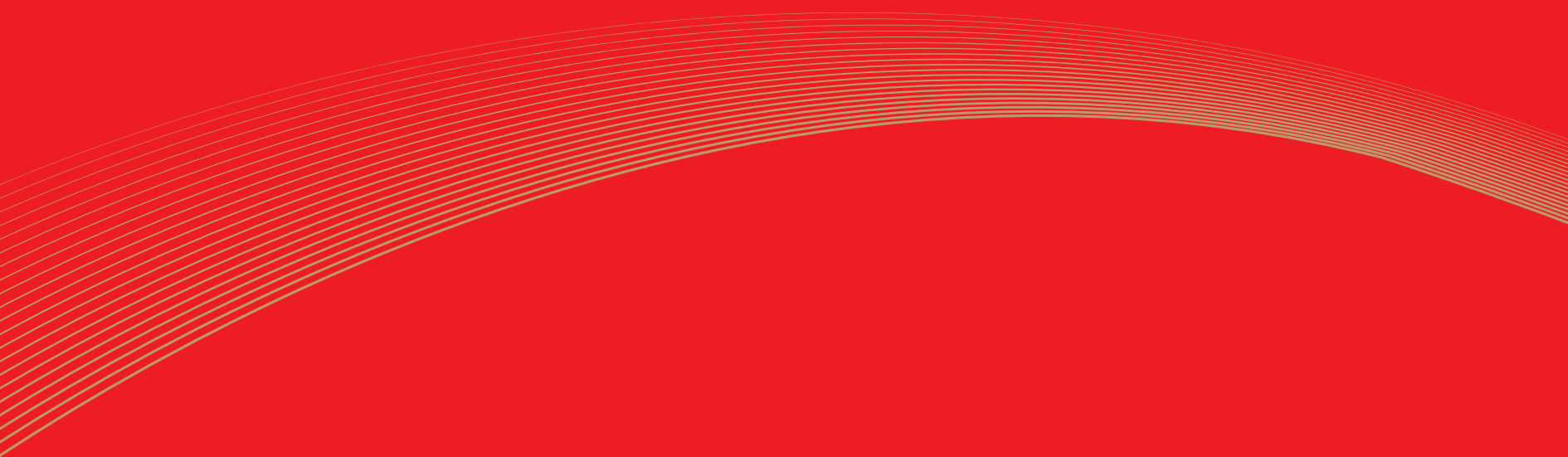
- 震旦家具導入WELL健康建築標準，上海展廳榮獲WELL鉑金級認證，台北展廳通過WELL HSR評價





- **2024**
震旦江蘇智能園區正式揭牌，取得LEED金級認證，實踐智能製造與綠色生產





震旦集團
AURORA GROUP