

名人講堂

專欄作家—大衛·布魯克斯
深刻認識一個人

藝文饗宴

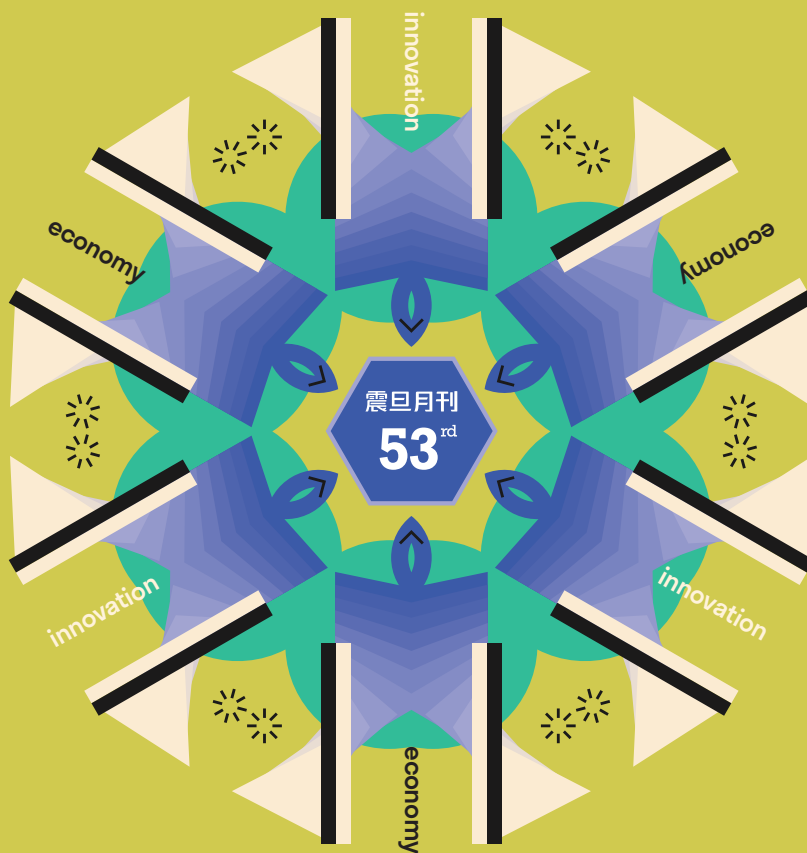
館藏精粹賞析
青花折枝靈芝紋尊式瓶



1971年7月創刊·發行53年

JULY 2024 七月號 No.636

創新經濟 探索品牌魅力



電子版月刊

在創新轉型的路上，不斷探索、勇於挑戰，以品牌的力量激發創新思維，
開啟轉型之路，為未來創造無限可能。

震旦月刊
AURORA MONTHLY

歡迎訂閱

SUMMER PARTY

震旦月刊 53rd

歡慶《震旦月刊》53週年慶
舉辦 Summer Party 活動

7/1~7/31加入或登入震旦集團網路會員，就有機會抽中清夏好禮！

舊會員於活動期間內再次登入即具抽獎資格



夏普震旦
SHARP AIoT
智慧空氣清淨機
(KC-P70T-W)
乙組/市價\$21,900



HGT 華剛茶業
步步高昇—巡茶趣茶包禮盒
梨山清香烏龍、梨山濃香烏龍、凍頂烏龍、高山紅茶
三組/市價\$690



震旦家具
Thor彈性網布電腦椅
山藍/乙張/市價\$9,000

•活動期間：113年7月1日起至7月31日止。•八月初抽獎結果將以E-mail或電話方式通知獲獎者，並公告於震旦集團網站（www.aurora.com.tw）及震旦月刊臉書粉絲頁，為保護您的權利，請留下正確資料，以利後續通知。•禮品兌獎注意事項請詳閱官網說明。•《震旦月刊》保留修改、終止、變更活動內容細節之權利，且不另行通知。



活動網頁



加入會員

堅持初衷 創造精彩

在全 球化與數位化浪潮的推動下，創新經濟成為當今世界的驅動力。在這個充滿挑戰和機遇的時代，企業如何在激烈的市場競爭中勝出，成為每個品牌必須面臨的課題。

在本期封面故事「創新經濟，探索品牌魅力」中，我們將深入剖析幾家在創新經濟中表現卓越的品牌，透過他們的成功案例，見證創新品牌的過程。本期很榮幸有機會專訪HGT華剛茶業第五代傳人杜蒼林，談談華剛如何從傳統產業立足科技時代，堅持初心，用好茶讓品牌魅力深植人心。他也建議有志經營品牌或投身企業轉型的人，在創業過程中，不要放棄，不要動搖，當徬徨時，回想自己的初心，並且要勇往直前，擇善固執堅持下去。

樂活人生單元中醫生吳明珠表示，現代人應養成耳聰目明的生活習慣，不僅需要注意保養眼睛和耳朵的具體方法，更需要從日常生活中，培養良好的生活習慣，遵循中醫的五行理論和十二時辰養生之道，從根本之道來為自己與家人創造更健康、快樂的精彩人生。

7月盛夏之日，正值《震旦月刊》53週年慶—Summer Party活動，感謝讀者一路相伴，攜手企業期望透過閱讀帶給讀者心靈饗宴。7月底前只要登入震旦集團網路會員，就有機會抽中「空氣清淨機」、「華剛茶業茶包禮盒」、「人體工學椅」。邀請您一同分享喜悅，享受熱情洋溢的夏日時光。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 · 2024/7/1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、樊溫聖、謝文心
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。本刊刊所使用之商標或著作皆屬權利人所有。



四川峨嵋山有「震旦第一」石碑，
「震旦第一」為震旦人共同追求的目標。

震旦
如旭日東昇

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

震旦月刊

AURORA MONTHLY

No.636
JULY 2024



A p.12

企業唯有不斷應對市場變化，建立強大的經營DNA，展現存在的價值。



A p.20

HOW TO KNOW
A PERSON

The Art of Seeing Others Deeply and Being Deeply Seen

專欄作家——大衛·布魯克斯



A p.32

德國柏林的新博物館在建築師的巧手下注入新生命。

E 編輯台上 EDITOR'S WORDS

01 堅持初衷 創造精彩
文/蘇美琪

M 大師專欄 MASTER COLUMN

04 勤精進，學習應該是一生的功課！
文/洪蘭

M 大師輕鬆讀 MASTER 60'

08 打贏創新心理戰
編譯/大師輕鬆讀

C 封面故事 COVER STORY

10 創新經濟的成功密碼
序言/蘇美琪

12 探索企業生存秘訣
建立企業長青的DNA
文/黃祖強

16 從傳承到創新
HGT華剛茶業打造獨特品牌魅力
文/許慈倩

C 名人講堂 CELEBRITY TALK

20 專欄作家——大衛·布魯克斯
深刻認識一個人
文/大衛·布魯克斯

M 職場觀點 MANAGEMENT

24 高齡化+少子化時代
「銀髮族」再次成為職場生力軍
文/黃至堯

I 創新經營 INNOVATION

28 品牌勝出的關鍵
建立差異化優勢
文/詹文男

D 玩味設計 DESIGN

32 普立茲克建築獎系列專題③
最節制的設計
創造最強大的空間感動
文/李俊明

L 樂活人生 LOHAS LIFE

37 中醫師的文明病處方
養成耳聰目明的生活習慣
文/吳明珠

A 躍昇震旦 AURORA NEWS

42 震旦家具系列商品×居家與商業融合
迎接辦公空間設計新趨勢
圖·文/震旦家具

44 夏普震旦27週年
化身「省隊友」創造服務新亮點
圖·文/夏普震旦



A 震旦博物館 AURORA MUSEUM

46 AM六月特展：許宏翔個展
「逍遙」在震旦博物館
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⑥
元青花的多重技法表現
圖·文/吳棠海

52 震旦博物館出版
叢書介紹
漢唐陶俑
圖·文/震旦博物館

53 館藏精粹賞析
明宣德
青花折枝靈芝紋尊式瓶
圖·文/吳棠海

L 愛心公益 LOVE ACTION

54 震旦人公益行動「溫暖隨行」
用行動傳遞溫暖
圖·文/震旦集團

COVER STORY

在創新經濟的浪潮中，品牌是企業成功的關鍵。以獨特創意和前瞻思維，建立與消費者情感聯繫，讓創新成為競爭優勢，共創美好未來。





HUNG, DAISY

洪蘭

文／洪蘭（天下文化出版）

勤精進，學習應該是一生的功課！

加州大學心理學博士

大腦神經科學權威。專攻神經科學、心理學近四十年，每年有超過100場演講邀約，並累積翻譯無數科普書籍。

「勤精進」是洪蘭教授一生的座右銘。結合科學，更讓他堅持「學習」是一生的功課。無論我們現在幾歲，只要維持進步的姿態，每天進步一點點，人生就會不一樣。

我生在1947年，生肖屬豬，小學時常被老師罵「你們這班死豬」。想不到我們這班不曾吃過維他命或任何補品的豬經過了八二三砲

戰、白河地震、葛樂禮颱風都大難不死，反而因為少年時必須勞動，意外符合了朝鮮半島新羅晚期到高句麗初期佛教高僧長壽的秘訣——儉約、勞動、茹素，大部分同學都還健在。最近相聚時，那些白手起家，創造台灣錢淹腳目奇蹟的同學開始討論如何將自己一生的寶貴經驗傳遞下去，使年輕人少走些冤枉路。

貫徹「勤精進」，人生的意義自然出現

不能否認，這個社會是功利的，君不見2022年冬季奧運會，谷愛凌奪金受寵，朱易摔倒遭出征，雖然二人都是美裔華人，但沒有金牌，待遇就是不一樣。在古代，很少人能活到70歲，因此物以稀為貴，老人可以吃肉，皇帝還賜鳩杖。但現在老人滿街跑，長壽不但不稀奇，

LAN

「老了也有好處，因為去日無多，很多事不得不放下，世事看開了，生活就淡泊了，只要茅屋不漏雨，粗茶淡飯反而養生。」



還惹人嫌。有個順口溜說：「路上飆車的是18歲，逆行行駛的是81歲；18歲的心是脆弱的，81歲的骨頭是脆弱的；什麼都不懂的是18歲，什麼都記不得的是81歲；不斷尋找自我的是18歲，不斷被家人到處找的是81歲。」這是事實，不必抱怨，要不惹人嫌，老人當自強。

當然老了也有好處，因為去日無多，很多事不得不

放下，世事看開了，生活就淡泊了，只要茅屋不漏雨，粗茶淡飯反而養生，若有老友、老本、老伴那就是清朝牛應之在《雨窗消息錄》說的：「日高三丈我猶眠，不是神仙，誰是神仙。」

所以老不必怕，只怕阿茲海默症找上門，萬一失智，返老還童到不知道自己是誰時，就失去了做人的尊嚴了。因此老了，最重要一件

事便是保持大腦健康，把這個病拒之門外。

每天學一點新東西，預防阿茲海默症

研究發現，防止阿茲海默症最好的方法是每天學一點新東西，因為新知需要注意力來幫助它通過大腦訊息處理的瓶頸，這個注意力會引發腦幹的藍斑核分泌正腎上腺素，而正腎上腺素可以防

止阿茲海默症。

實驗也發現，如果將跟記憶有關的膽鹼細胞泡在正腎上腺素中，它們就活得久。若將受到類澱粉蛋白傷害的腦細胞泡在正腎上腺素中，腦細胞的傷害就被減輕，它是阿茲海默症的解毒劑。所以每天學一點新東西，大腦就少退化一點，人也就能安心地頤養天年了。

可惜許多老人雖然知道學新東西的好處，卻覺得學習

辛苦，不肯學，其實研究發現，只要每天學一點，持之以恆，這個功效還是會有。尤其我們的長期記憶有個特點，它會把看起來不相干的知識組織起來，找出它們脈絡和重點，使學習加深。這個實驗是連續三天給大學生看一序列不相干的單字，三天後，請他們將所有看過的字都回憶一遍。結果發現他們會不自覺的把本來隨機呈現的單字，按類別（如家具

類、食物類）寫在一起。表示他們在看的時候，雖然沒有想到這些字彼此之間的關係，但是在晚上睡覺時，大腦把它們分門別類組織起來了。

勤精進 活出精彩人生

所以老不足畏，只要每天進步一點，仍然可以創造出有意義的人生。普賢菩薩有一警世偈：「是日已過，命亦隨滅，如魚少水，斯有何樂？當勤精進，如救頭燃，當念無常，慎勿放逸。」也就是說，不管自己多年輕，過一天，在世上的日子便是少一天，像魚賴以維生的水愈來愈少了，但是只要把握時間，像救頭髮被燃燒那樣，努力精進，人生還是大有可為的。黃公望開始畫《富春山居圖》時，可是高齡80歲的老翁呢！

「勤精進」是人生的座右銘，徹底執行它，人生的意義自然出現，你會樂在其中，不知老之將至！**A**

出自：《進步一點點，人生就會不一樣》／天下文化出版



// 研究發現，防止阿茲海默症最好的方法是每天學一點新東西，因為新知識需要注意力，這個注意力會引發腦幹的藍斑核分泌正腎上腺素，以防止阿茲海默症。//

你問
我答

No.
636

《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

中醫師建議，養成耳聰目明的生活習慣，需要注意保養_____和_____，並遵循五行理論和十二時辰養生之道，從根本上促進身體健康，提高生活品質。

掃描看解答



A 嘴巴、鼻子 **B** 眼睛、耳朵 **C** 牙齒、舌頭

日：卷景

打贏創新心理戰

編譯／大師輕鬆讀



看更多精彩內容

很多時候，我們第一次宣布一個新點子的時候，也是我們要求人們做出決定的時候。雖然這種情況很常見，但同時也是非常糟糕的做法。你的新點子多有價值並不能減少它遭遇到的摩擦，化解摩擦阻力有時比一味推動創新更有效。

人們 喜歡堅持我們熟悉的事物，不願意嘗試新的東西，除非有令人信服的理由去改變。研究人員稱這種現象為現狀偏差或熟悉效應。我們本能地偏愛熟悉的事物，換句話說，我們更傾向於購買我

們已經知道的產品。為了克服這種慣性，你必須將陌生的東西轉化為熟悉的東西。這聽起來很簡單，但在實踐上卻很困難。大體上說，有兩種方法可以克服慣性：

1 適應新點子

有5種策略可以用來建立人們對新點子的熟悉度，給予人們時間去適應：

- 1 重複**——務必一有機會就介紹新點子，這樣人們就會反覆聽到它。許多領導人祕密研發他們的點子，然後大張旗鼓地推出，然後納悶為什麼員工並不熱衷。你最好在人們腦中植入一個點子，然後在各種可能情況下不斷重複這個點子，讓人們「來回琢磨」是關鍵所在。

- 2 從小處開始**——然後在一些早期勝利的基礎上建立動能。逐步揭露一個點子，再加上重複，是對抗慣性的好方法。讓人們有時間在一個沒有威脅的環境中先體驗到好處，他們的熱情就會滋長。
- 3 為你的點子尋找一張大家熟悉的臉孔**——人們已經喜歡和信任的人。由誰來傳達資訊，對於人們有很大的影響。如果你讓一個人們欽佩的人談論這個點子，大家就更有可能對它產生好感。
- 4 讓你的新點子像個原型產品**——使你的新點子符合規格，而不是看起來很激進。特斯拉在這方面做得非常好。他們明白從引擎到電力驅動對大多數人來說已經是一個非常重大的改變。因此，特斯拉的第一輛汽車Model S，看起來就像一輛典型汽車。你知道它的操作方式不同，有新的功能，但它的外觀和感覺就像一輛普通汽車。然後，一旦品牌確立，特斯拉之後便可引進鷹翼車門和未來主義外觀的電動皮卡「Cybertruck」的設計。
- 5 使用類比**——例如「它就像狗主人的Uber」或「它就像一輛自行車，你用語言而不是行動來控制。」將你的點子或創新與人們已經熟悉的事物相提並論，效果很好。史蒂夫·賈伯斯在這方面做得很好，他使用「文件」、「文件夾」和「桌子」將虛擬工具與實際工作場所的用語聯繫起來。

2 建立相對性

如果有人給你50美元折扣，要你步行3條街去折扣店，購買一雙300美元的耐吉球鞋，你可能會願意這麼做。但你可能不願意為了50美元折扣，去另一個店面購買一輛價值3萬美元的汽車。這就是相對性在發揮作用。

- 1 添加極致選擇**——使其他一切看起來合理的東西。例如，如果你的酒單上每樣東西的價格都在20美元左右，那就增加125美元一瓶的頂級葡萄酒。這個125美元的選項將使顧客更容易合理化購買45美元或50美元的選項也是合理的。同樣的事情也適用於電影院提供小、中、大及特大桶的爆米花。特大桶的選項是為了讓你從中桶改買大桶。
- 2 強調不理想的選擇**——使你的首選選項透過比較顯得更美好。透過描述和強調不良選項的優點和缺點，將最佳選擇置入整個情境當中。這樣做可以教導人們透過選擇你的首選方案做出更好的選擇。

如果慣性威脅到你的創新，你必須將陌生的事物轉化為熟悉的事物。因為隨著熟悉程度增加，摩擦就會減輕。目標是讓新點子感覺不像是一個外來的入侵者，而更像是一個老朋友。A

創新經濟的 成功密碼

序言／蘇美琪；文／黃祖強、許慈倩

在創新經濟的浪潮中，品牌是企業成功的關鍵。
以獨特創意和前瞻思維，建立與消費者情感聯繫，
讓創新成為競爭優勢，共創美好未來。



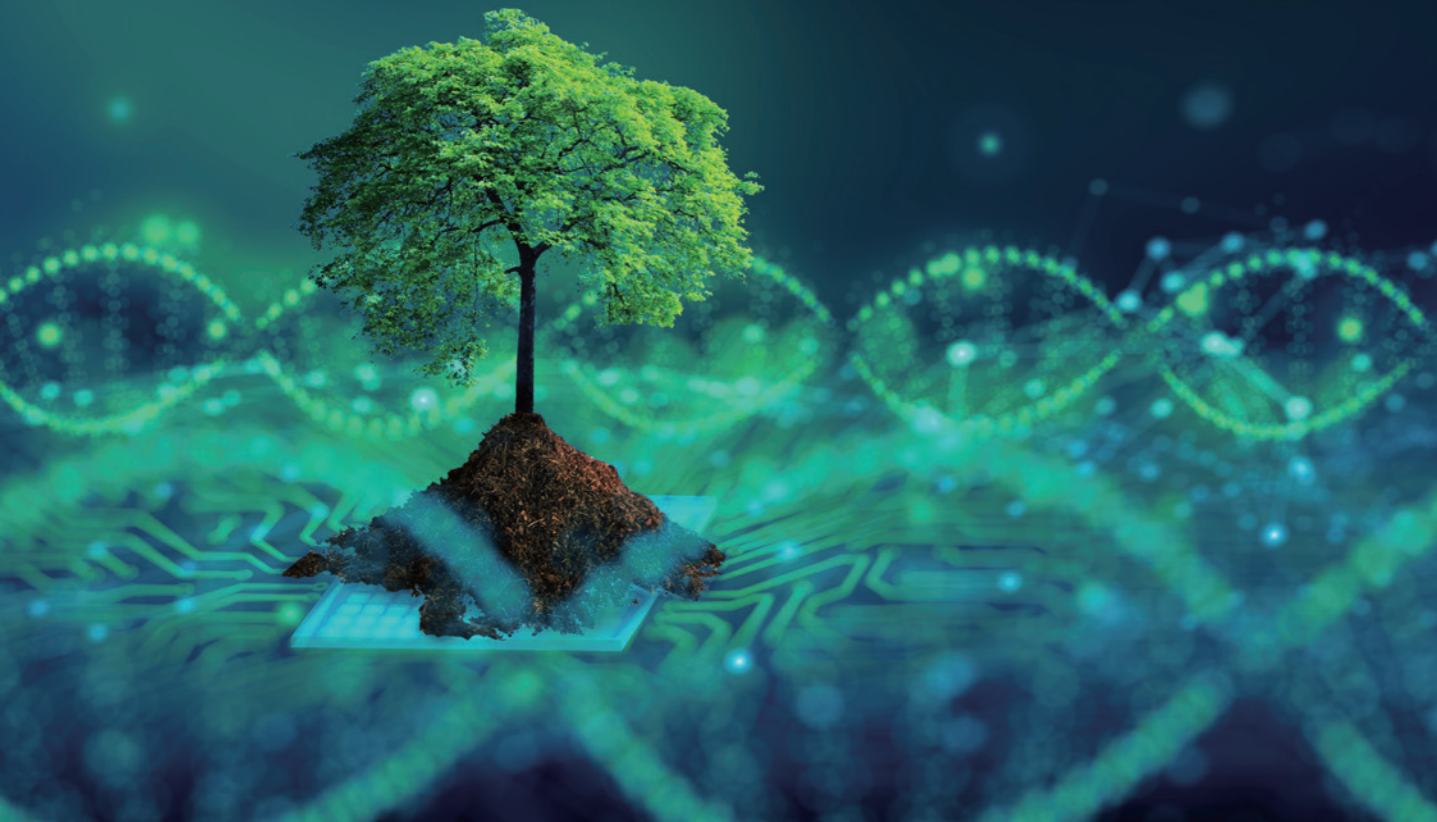
CHAPTER 1

探索企業生存秘訣
建立企業長青的DNA



CHAPTER 2

從傳承到創新
HGT華剛茶業打造獨特品牌魅力



CHAPTER I

探索企業生存秘訣

建立企業長青的DNA

文／黃祖強·經營趨勢顧問

世界銀行《全球經濟展望》報告指出，2024年的全球成長預測從1月預測的2.4%調高為2.6%，對2025年的預測則維持在2.7%不變。世銀預測，2025年和2026年全球經濟成長率將均為2.7%，遠低於新冠疫情之前十年3.1%的平均水準。

在大環境景氣尚未全面復甦之際，對於企業而言，特別是亟待轉型的老企業，要邁向永續經營的目標，做好創新、經營模式調整與品牌重塑，挑戰絲毫沒有減輕！全球經濟與區域的態勢以及市場的迅速變化，考驗經營團隊應對這些變化的智慧與決心。

人工智慧（AI）的結合已成為一股變革力量，能準確預測市場趨勢、理解消費行為和增加抓住機會的潛力。尤其是創新不是一次性事件，這是一個持續的過程。公司需要不斷適應、試驗和發展，以保持領先地位；並透過創新的力量，發現新的機會，為顧客創造價值，

|| 全球長壽企業不是每階段都是完美的領先，甚至也有受挫的時候，唯有不斷應對市場變化，建立強大的經營DNA，得以轉危為安，展現存在的價值。||

塑造企業的未來。上述要落實，並非是一片坦途，首先需克服許多課題。

企業面臨的挑戰

1 不確定性和風險：追求創新的商業模式通常涉及不確定的風險，例如：技術可行性市場接受度、財務可行性。公司需要考量風險的承受度，並做出因應風險的策略。

2 組織對變革的抵制：在習慣流程和文化根深蒂固的組織中。如何克服調整的阻力需要前瞻性的領導力、有效的溝通和對未來的清晰願景。

3 缺乏資源和專業知識：實施新的商業模式可能需要在技術、人才和基礎設施方面進行大量投資。公司需要確保他們擁有必要的資源和專業知識來成功執行其創新計畫。這可能涉及與外部合作建立起完善的教育訓練或獲取新人才。

4 監管和法律挑戰：一些轉型的商業概念可能面臨監管或法律障礙，如運用AI與大數據等。企業需要應對這些挑戰，並與監管機構合作，確保合規性，同時推動創新。

猶如達爾文的進化論，最強者無法生存，最聰明的人也無法生存，但唯一倖存下來的人才能夠改變的人。因此，不斷應對市場變化的公司才能存在。觀察全球長青企業不是每階段都是完美的領先，甚至也有受挫的時候，但以下的經營DNA特質，讓他們面對新的潮流與衝擊得以轉危為安，展現存在的價值。



建立強大的企業DNA

1 強化因應市場變化的能力

過去以提供高品質的相機底片的日本富士軟片（Fujifilm），在日本的市場佔有率曾超過九成，但經歷消費需求的改變，因數位相機成為主流，相機底片需求疲軟，使得他們決心採取變革再造，轉型成為富士軟片醫療產品股份有限公司，展現出新的契機。除原有的相機軟片服務，運用過去累積的獨家影像技術、光學技術、系統設計技術及先進的AI技術運用於醫療領域上，擴大X光影像診斷領域與內視鏡事業。藉此滿足醫療人員的各種需求，並且也在化妝品美容事業提供新產品服務，期許為人們的健康及多采多姿的生活貢獻力量。

2 觀察企業長壽因子，生存的秘訣是傾聽和改變

TORAYA是日本一家銷售羊羹260年的老企業，他們持續根據顧客的口味改變口味，成就生存的價值。此外，改變業務形式開發

TORAYA CAFÉ，從產品銷售轉向餐飲業務。他們認為公司生存的關鍵之一是有「一雙傾聽顧客不斷變化需求的耳朵」。而且管理層有「一雙眼睛看」，隨時保持對市場的關注。並不斷教育的員工要有危機意識，之所以要改變業務類型，是因為業務類型即將消失或將要消失。因此長壽的公司不會只堅持一種類型的業務，得因人、因時、因地調整因應市場重大變化，對市場始終表現出靈活與機敏。

3 永續根源於不自滿的自我挑戰

環境的改變不是企業的敵人，企業的敵人是抗拒改變的自己。眼光放遠，發揮敢於冒險的企業家精神。TCL轉型案例即是，TCL創始人、董事長李東生以自身轉型升級之路為案例，談中國製造業轉型升級的必要性和意義，他強調中國製造業亟需加快轉型升級，在更多產業領域突破中等技術陷阱，建立先進製造能力，進入產業鏈中高端。

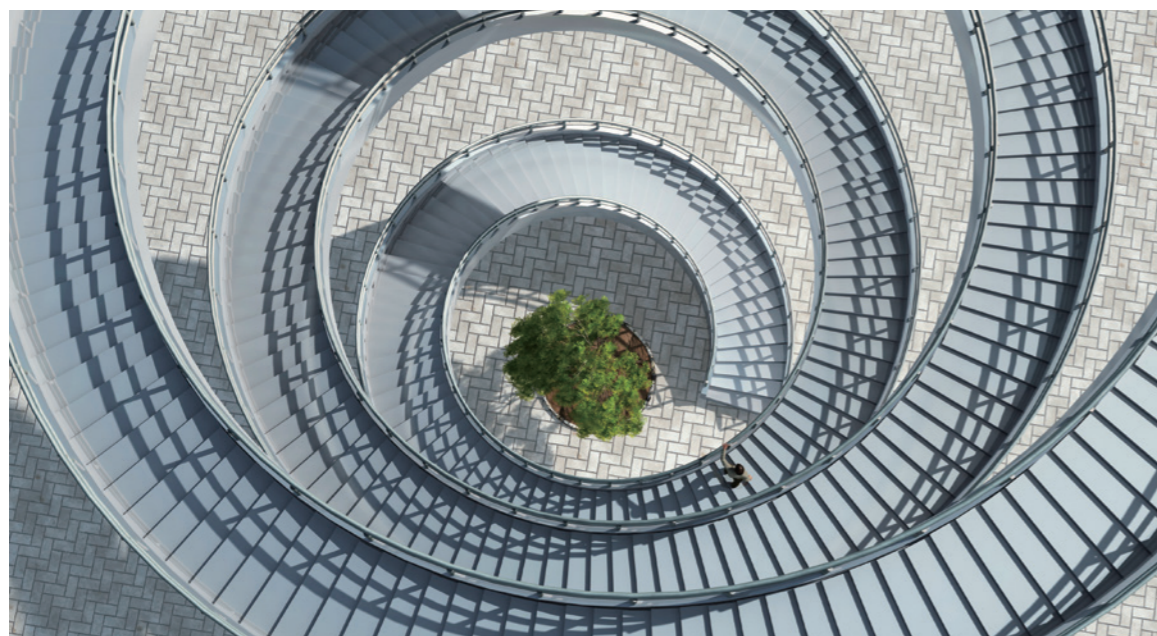
「粗放向精細，從低端向高端。」成立於

1981年的TCL，原是一家消費電子企業，但因應環境的浪潮而不自滿。2009年TCL華星創建，TCL進入半導體顯示產業，通過技術改造、提升產能、優化產線佈局等方式，強化企業核心競爭力，初步完成從傳統製造業向科技製造業的轉型。

佈局TCL華星多年後，2020年TCL收購天津中環，開闢新能源光伏賽道，構建企業發展新曲線。不斷創新建立企業的新實力，務實選擇是先建立效率上的相對優勢，再發展差異化的產品和技術持續發展核心技術，為企業持續投入和創新提供基礎。經過42年的變革轉型和升級，目前以TCL實業和TCL科技兩大主體，佈局智慧終端機、半導體顯示、新能源光伏三大核心產業，成為具有全球競爭力的智慧科技產業集團。

4 企業長存不容忽視的品牌重塑

企業要想生存下去，就必須具備靈活應對外部環境變化的能力，品牌力（Brand Power）



// 企業要想生存下去，就必須具備靈活應對外部環境變化的能力，品牌（Brand Power）即是一項檢視指標。//

即是一項檢視指標。社交媒體在不斷變化，品牌與其受眾之間的對話不再是單方面的，品牌積極與受眾進行對話，當有雙向溝通時，可以幫助人們有歸屬感。成功的品牌重塑，為品牌方與消費者的關係奠定堅實的基礎。

案例① 諾基亞

諾基亞（NOKIA）成立於1865年，當時以伐木、造紙為主，後來亦陸續生產膠鞋、輪胎、電纜、手機、個人通訊裝置及健康裝置等產品，於2000年輝煌時期市值近2,500億美元，市值僅次於麥當勞及可口可樂。經歷市場挫敗轉型，目前核心事業以通訊基礎業務和先進技術研發及授權為主。她進行45年來的首次品牌重塑，推出具有簡化和稜角分明設計的更新標誌，其品牌重塑戰略旨在將自己定位為B2B技術創新領導者。

更新後的標誌採用極簡主義和稜角分明的設計，與1979年的塊狀版本不同。可識別的深藍色調已變亮，重新設計強調協作，反映了諾基亞對網路專業知識、技術領先和開拓性創新的承諾。象徵著一個現代而充滿活力的諾基亞，強調其在不斷發展的科技領域中的價值觀和目標。

案例② 百事可樂

百事可樂（Pepsi）是1898年命名，在品牌重塑舉措中運用極簡主義。原本柔和的色調被電光色所取代，並引入了新的「脈衝」圖案，充滿活力的電光色。百事可樂的大膽方法試圖吸引觀眾的注意力，視覺的改革對品牌認



知度和市場佔有率產生影響，將百事可樂定位為一個符合現代美學的品牌，讓品牌重塑為百事可樂的行銷工作上奠定基礎。

隨著品牌超越傳統互動，從互不相連的體驗到數位參與。重點在於打造具有更深層次意義的獨特體驗，個性化的在線體驗、互動式網路研討會和虛擬實境演示是正形成的趨勢做法。

重視保持活力的要素，促進企業長青

最後，以日經BP研究所的八項組織活力要素供企業再造參考，那就是積極與外部各方合作、提高和保持技能、持續改進、創造價值、激發利益相關者的熱情、應對變化、能夠解決問題、尊重公司的關鍵人物。

企業組織若衡量這些因素能處於高水準指標，或作為惕勵組織成長的標竿，自然在可持續的基礎上展示自己的優勢。能依此強化公司的競爭力與社會貢獻度，即保持組織的活力，讓企業邁向永續經營。A



CHAPTER 2

從傳承到創新

HGT華剛茶業打造獨特品牌魅力

文／許慈倩·資深媒體人

百餘年前曾經叱吒台灣中部茶葉市場的「泉芳茶莊」，家族以茶為業，茶人與茶事就是家族的寫照。適逢震旦月刊53週年，專訪第五代傳人杜蒼林，談談HGT華剛茶業如何從傳統產業立足科技時代，堅持初心，用好茶讓品牌魅力深植人心。



看更多精彩內容

翻轉老茶莊建立新品牌 用轉型克服困局

和百年前相比，科技已經完全顛覆了人類的生活，但時至今日茶農依然得看天吃飯，而茶商依然在行業內廝殺競爭。可說是混在茶葉堆

中長大的華剛茶業執行長杜蒼林在2006年接下家族事業，於此之前已經因為被倒帳以及部分顧客（盤商）在帳款方面的刁難，讓他萌生直接面對消費者的念頭；而讓他痛下決心要用品牌來創造商機則源自一次到大陸參

展的「震撼教育」！他苦笑說，那次有兩家台灣茶廠商參展，有位顧客喝了他的茶，滿口讚賞，最後卻買了另一家的茶。

顧客說他的茶確實很棒，但是包裝真的上不了臺面。「長輩都說酒香不怕巷子深，但那時我恍然大悟，原來商品只有品質好是不夠的，還要有好的包裝才有機會讓更多人看見。」回到台灣之後，他砸下資源建立起完整的品牌識別體系，也讓包裝體面起來，而大陸市場果真在日後順利打開。上海、天津、成都、太原、青島、北京、廈門等地都有經銷商，甚至在過去兩岸交流頻繁時，長官送禮也採用了華剛的茶品。

參展和參賽是華剛茶業打開知名度的關鍵。因為對自家產品有信心，杜蒼林接班之後，開始征戰海外，一次次讓評審驚艷，信手拈來，在日本世界綠茶大賽中三度榮獲最高金賞大獎；國際名茶評比也創下大會紀錄獲六金獎、一銀獎的殊榮；遠征歐洲一樣滿滿斬獲，首度參與Monde Selection世界品質評鑑大賞就摘下二金獎、一銀獎；至於知名度很高的AVPA世界茶葉大賽，華剛茶業也五度抱回多項金獎和銀獎！

而在台灣也得過農業部的科技農企業「菁創獎」、台灣食品科學技術學會的「傑出食品企業家獎」、以及中華民國金商獎的「優良菁英老店」等。如今的華剛茶業不只擦亮了百年老店泉芳茶莊的招牌，也透過科技應用將傳統產業智慧化。

回歸基本功 種茶製茶的行家

近年來消費者意識抬頭，食安問題備受重視，要透過品牌直接與消費者互動，產品品質不容妥協，而這也是杜家華剛茶業屹立市場的關鍵。自從1968年杜家先人在海拔2,500公尺的大禹嶺地區種下第一株茶樹開始，說到台灣高山茶，一定有杜家的一席之地。杜家不只買賣茶葉，在種茶與製茶上更是一路精進，帶有花香又喉韻飽滿的高山烏龍就出自杜家的創作；杜蒼林的父親杜西銓更是十大神農的得主。

傳承百年的家業和過往的榮光讓杜蒼林有輸不得的壓力，所幸他不只對茶不陌生，甚至懷抱熱情。他說服父親導入與食品相關的HACCP和ISO22000認證，用科學方式替製程



華剛茶業執行長杜蒼林





把關，華剛茶業是台灣第一個取得ISO認證的高山茶廠，並連續五年拿下農業部環境衛生安全評鑑特優五星，奠定華剛在製茶界的地位。

而能夠在國內外各大獎項屢屢獲獎，歸功於足以自豪的品質。為了讓先人創新的製茶手路得以傳承，杜蒼林從2006年開始有系統地將種茶到製茶，所有可能影響成品的參數記錄下來，他不諱言，要維持品質穩定是最辛苦的部分，因為茶園在高山上，溫度、濕度、日照、雨水等條件都難以掌控，於是長出來的茶葉老嫩不一，葉片長短厚薄也不一，亦即原料條件本就難以控管。

而茶葉送進茶廠後，當天的天候因素也直接影響製茶風味，尤其是烏龍茶，當溫度、濕度變化時，就會影響茶菁走水、發酵程度和香氣轉化等。於是他善用政府各項專案補助，在茶園導入氣象站，記錄下各種數據，結合茶廠內建置許多感知器，為製程中各環節的數字做全時記錄。

過去製茶多得倚賴製茶師的經驗去判斷及斟酌，這也是茶葉品質難以一致的主因之一。做下記錄後，就能知道在日光萎凋室靜置多

久、攪拌多久、什麼溫濕度下做哪些動作會產生何種風味等。只要掌握數字，即便製茶師不同，也可以做出風味相去不遠的茶品。

經年累月累積的大數據，是華剛茶業多年來可以維持穩定品質和風味的基石，「這個龐大的資料庫，我相信沒有其他茶廠做的到！」杜蒼林自信道出。

用實力擁抱消費市場 品牌力大躍升

隨著分眾消費市場越來越明顯，華剛茶業傳承數十年的製茶經驗，有能力做出各種風味的茶品滿足不同階層消費者的需求。而透過參展與參賽打開知名度的同時，也迎來了和五星飯店、高檔餐廳、國際航空公司等合作的契機。這歸功於杜蒼林不只本身熱衷追求所有與茶相關的知識，在講求科學的同時，也重視茶文化的積累，讓員工透過教育訓練和環境的營造，沉浸於良茶的韻味中，因此，當顧客提出任何與茶相關的需求，包括茶席、宴客、以茶入菜、以茶佐餐等，將場景與茶結合，在在展現出華剛茶業的創新能耐。

目前華剛茶業的營業額，批發和零售約各佔一半，批發顧客多是長期合作的關係，只要茶葉品質穩定維持，就能持續下去；而一個成立不到二十年的品牌，零售已經可以貢獻一半的營業額，代表品牌策略成功。但杜蒼林認為，零售部分還有很大的進步空間，例如：可借助科技力，分析消費者屬性、喜好，為消費者推出專屬的茶品，或訴求不同時段或不同場景，飲用不同的茶，創造消費者對茶的需求。

儘管目前商戰已經從實體打到網路，但杜蒼林強調，到目前為止，華剛茶業並沒有在網路上投放廣告，卻因為被媒體多次正面報導聲名大噪，引起若干業者企圖以假亂真，他無奈地表示，公司隔段時間就會有顧客打電話來抱怨，說今年的茶做的比較差或者風味變了等等。探查之下發現往往是顧客從網路上購買到其他廠商的產品。這讓華剛茶業疲於澄清，也認為在品牌知名度和辨識度的提升上要更加努力！

教育扎根 落實美好願景

不只要提升品牌力，杜蒼林在近幾年也到各大專院校講授茶學，他認為要匡正業界以遊走法律邊緣的方式賣茶、將劣茶以高價出售乃至彼此殺價競爭等歪風，必須從種茶、製茶到賣茶，有一個健康的環境，大家認同「以人為本，以茶為根」，那麼不論以茶為業的人，或是形形色色的消費者，才可以因茶而健康、身心富足。而這有賴教育向下扎根，從端正觀念到技術傳承他都不吝分享，並且欣慰地透露，他講課這十年來，已經培育過兩名百大青農得主。

從2006年登記註冊，杜蒼林成為華剛茶業



第一號員工開始，始終兢兢業業，畢竟對他來說，這不只是傳承家業，因為要建立品牌帶領企業轉型，因此他視為某種程度的創業。

十幾年過去了，他仍不斷回想起自己接棒時的決心和初心：「一開始決定要做時，對於許多事仍感到茫然，但有個清楚願景在，當它出現了，就知道我要開始做哪些事，而且一旦下了決心，就勇往直前不要停下來。」

沒有放棄，不要動搖，一路披荊斬棘解決問題，當徬徨時，請回過頭來想念自己的初心，可以擇善固執堅持下去，也可以迂迴前進期待柳暗花明，這是集茶人、創業者、品牌建立者身分於一身的杜蒼林給有志經營品牌或投身企業轉型的人由衷的建議。A

ABOUT

華剛茶業迄今已傳承五代。擁有梨山高海拔茶園與製茶廠，建立HGT台灣精品莊園茶品牌，於日本、歐洲等茶葉比賽中，屢獲金獎肯定，並成為多家國際五星飯店與米其林餐廳指定用茶，讓台灣好茶揚名全球。





大衛·布魯克斯

專欄作家

HOW TO KNOW A PERSON

The Art of Seeing Others Deeply and Being Deeply Seen

深刻認識一個人

圖·文／大衛·布魯克斯（天下文化出版）

根據統計，社群使用者每人平均有300多個朋友，不少人的好友甚至到達上限。但儘管相識滿天下，很多人卻覺得孤獨，認為沒有人真正了解自己，或是落入憂鬱的漩渦。《紐約時報》專欄作家大衛·布魯克斯從人際關係切入，教我們如何看到一個人，真正了解一個人，從而與人建立緊密、有意義的連結，達成人生任務，擁有圓滿的人生。

在每個人群當中，都有削弱者（Diminisher）和照亮者（Illuminator）。削弱者善於讓人自慚形

穢，覺得自己渺小、沒人看見自己。削弱者認為他人是可以利用的，而不是可以結交的朋友。他們對人抱有成見，視而不見。他們只看到自己、



看更多名人講堂

|| 照亮者對他人一直有好奇心。對了解別人這門藝術，他們訓練有素或自學而成。他們知道應該尋找什麼，知道如何在最恰當的時刻提出最好的問題。||

想到自己，別人根本不在他們的雷達屏幕上。

削弱者和照亮者

照亮者對他人一直有好奇心。對了解別人這門藝術，他們訓練有素或自學而成。他們知道應該尋找什麼，知道如何在最恰當的時刻提出最好的問題。他們用自己的關懷照亮別人，讓人覺得自己偉大、深刻，受到尊重，也能發光發熱。

我相信你一定有這樣的經驗：你遇見某個人，此人似乎對你非常感興趣，他了解你，幫助你說出或看出自己身上的一些東西，也許在此之前，這一直是不可言喻的。於是，你成為一個更好的人。

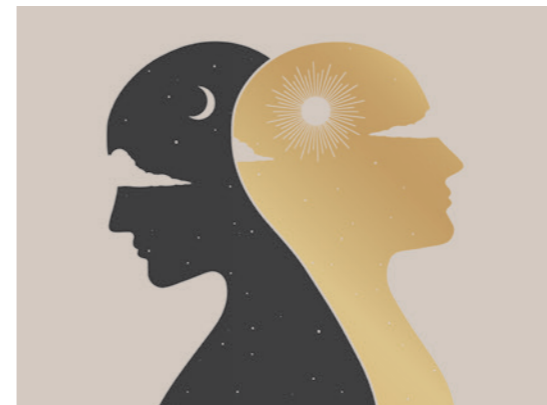
小說家佛斯特（E. M. Forster）的傳記作家寫道：「跟他交談，你會發現一種特別的吸引力，彷彿他不是最有魅力的人，你才是。你感覺到他全神貫注的聽你說話，因此你必須呈現最真誠、最敏銳的一面，呈現最好的自己。」試想，如果能成為這樣的人，該有多好。

也許你聽過珍妮·傑洛姆（Jennie Jerome）的一則軼事。她是英國首相邱吉爾的母親。據說她年輕時，曾與英國政治家威廉·葛萊德史東（William Gladstone）共進晚餐，離開時，她認為葛萊德史東是全英國最聰明的人。後來，她和葛萊德史東的死對頭班傑明·迪斯雷利（Benjamin Disraeli）聚餐，離開時，她認為自己是全英國最聰明的人。能當葛萊德史東固然不錯，但是能像迪斯雷利更是難得。

又如貝爾實驗室的故事。多年前，貝爾實驗室的主管發覺有些研究人員更有創造力，也拿到了更多專利。這些主管納悶：為什麼會這樣？他們想知道這些研究人員為何如此特別。他們探索每一種可能，如教育背景、職位等，但一無所獲。然後，他注意到一個怪現象。表現最傑出的研究人員都習慣和一個名叫哈利·奈奎斯特（Harry Nyquist）的電子工程師一起吃早餐或午餐。奈奎斯特是通訊理論的重要貢獻者。那些研究人員說，他會用心傾聽他們碰到的挑戰，深入他們的內心世界，提出好問題，並激發他們的潛能。換言之，奈奎斯特就是照亮者。

所以，你大抵而言是什麼樣的人，是削弱者，還是照亮者？你多會看人？我也許不認識你，但我有把握這麼說：「你沒有自己想的那麼厲害。在這個社會裡，我們每天在無知的海洋載浮載沉。」

不看學術研究，你也知道這是事實。在生活中，你是否常常感覺到自己被貼上刻板印象的標籤，或是被歸類為某一型？你是否常



常覺得別人用先入為主的看法來評判你，對你視若無睹、聽若無聞，或是被誤解。你真的認為自己不會這樣對待別人？

踏上了解他人的旅程

我希望能藉由分享經驗幫助你精熟觀察別人的藝術，掌握看人的竅門，讓人覺得自己被看見、被聽見，以及被了解。我開始研究這個主題時，根本不知道這種技能包括哪些技巧。但我的確知道，在很多領域，真正傑出的人都曾自學這樣的技能。受過訓練的心理學家，可以看出一個人為了抵禦內心深處的恐懼而建立的防禦機制。

演員知道一個角色的核心特質，教自己融入這個角色。傳記作家會注意到一個人身上的矛盾，看到一個完整的人生。教師可看出學生的潛力。老練的脫口秀演員或播客主持人能讓人敞開心扉，呈現最真實的自我。有很多職業要做的，就是觀察、預測和了解他人，例如：護理人員、神職人員、社工、行銷人員、記者、編輯、人力資源人員等。我的目標就是蒐

集分散在這些行業的知識，然後整合成一種實用的方法。

於是，我踏上一條新的旅程，目的地是更深入的了解別人。這是一條非常漫長的路。我漸漸明白，要深入了解別人，不是學會一套技巧就行了，這是一種生活方式。就像上過表演學校的演員：一旦站上舞台，就不會去想學校教的技巧。他們已把所有的技巧內化，成為自身的一部分。我希望這本書能幫助你用不同的姿態對待別人，用不同的方式與人相處，以及用不同的方式進行比較重要的對話。用這種方式生活，能使你獲得最深刻的喜悅。

不久前，有一天我在家裡的餐桌前讀一本枯燥乏味的書，一抬頭，看到我太太就站在家前門入口，門是開著的。午後陽光灑在她的周圍。她的心思在別的地方，眼睛卻盯著玄關桌上的一盆白蘭花。

這一刻，我屏氣凝神看著她，一種奇異而美妙的想法在我腦海中蕩漾：我心想，我了解她。

「我真的了解她，我能完全看透她的心思。」

如果你問我，在那一刻，我對她的了解究竟是什麼，我也許答不上來。我所謂的了解，不

// 我踏上一條新的旅程，目的地是更深入的了解別人。這是一條非常漫長的路。我漸漸明白，要深入了解別人，不是學會一套技巧，這是一種生活方式。//



只是對她瞭如指掌，知道她的人生故事，也不是我向陌生人描述的她。我對她的了解是指能完全感知她的存在—她燦爛的笑容、內心不安的暗流、偶爾顯露的強悍、精神抖擻。她是一首歌，歌裡有昂揚的旋律與和諧的樂音。

我看到的不是她的片段，也不是想起過去的一些事。我看到的，或者說我覺得自己看到的，是她的全部。她的意識如何創造出她的現實。這就是你和某個人相處一段時間，同甘共苦，最後慢慢有了直覺，知道這個人會有什麼樣的感覺和反應。準確的說，在那神奇的一刻，我不是在看她，而是透過她，看到外面的世界。也許要真正了解一個人，你必須稍稍知道這個人對這個世界的感知與體驗。要真正了解一個人，你必須知道這個人會如何了解你。

在那一刻，就我當時的心理過程，我想到唯一能概括的字詞就是「凝望」。她站在門口，陽光從她背後灑下來，而我正凝望著她。有人說，世間沒有普通人。當你凝望一個人，你看到這個人意識的包羅萬象、豐富多采，你聽到一首完整的交響曲—你知道此人如何感知、創造自己的人生。

不用我多說，你也知道那一刻多令人陶醉—溫暖、親密、深刻。這是人與人連結的幸福。臨床心理學家瑪麗·派佛（Mary Pipher）曾對我說：「很多傑出的作家和思想家不解，人為什麼會這麼做或那麼做。設法了解別人，陪伴在他們身旁，跟他們一起度過風風雨雨—在這個世界上，這才是最重要的事。」 A

名人檔案 |



大衛·布魯克斯
專欄作家

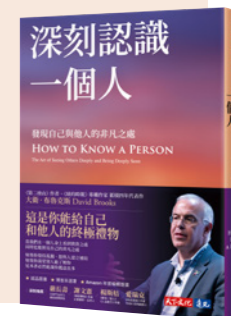
《紐約時報》專欄作家、知名評論家，固定在PBS的「公共電視網新聞時刻」（PBS NewsHour）、NPR的「新聞面面觀」（All Things Considered）及NBC的「與媒體見面」（Meet the Press）擔任新聞評論員。他任教於耶魯大學，也是美國藝術與科學院（American Academy of Arts and Sciences）院士著有《成為更好的自己》、《第二座山》等書。

好書推薦

《深刻認識一個人》
——發現自己與他人的非凡之處

作者：大衛·布魯克斯
出版社：天下文化出版社

作者提供讀者受用的人生功課，書中不只訓練我們，給我們工具，教我們如何從外表開始觀察一個人，研究一個人，乃至看見一個人的內心。



「銀髮族」再次成為職場生力軍

高齡化+少子化時代

文／黃至堯·知名人力資源專家博士



看更多人資觀點

專欄作者



黃至堯

知名人力資源專家博士

全球人口老齡化加速，人類歷史將首次進入老齡化社會。「銀髮族」成為一股新興生力軍，他們有經驗、有能力、體力也還行，再加上又有消費實力，成為大家關心的對象。根據聯合國數據顯示，2050年全球65歲以上人口將來到16億，佔全球總人口的16%。



超高 齡社會與少子化息息相關，人口結構將產生巨大變化，對於「教育」及「醫療資源」等相關產業，都將產生莫大的影響，也為各行各業帶來前所未有的



|| 超高齡社會與少子化息息相關，人口結構將產生巨大變化。「銀髮族」不單單成為商家必爭的消費群體，他們同時也將「重返職場」扮演至關重要的角色。||

挑戰與機會。「銀髮族」不單單成為商家必爭的消費群體，他們同時也將「重返職場」扮演至關重要的角色。

Q1 銀髮族的職場就業的成功案例？

年輕人不願意為五斗米折腰，宅在家裡不工作也不會餓死。加上勞動人口數下降，導致各行各業招聘難度大增。在職場大缺工的當下，銀髮族員工以其豐富的工作經驗和穩定的工作態度，逐漸受到企業的青睞，為企業主解決了找不到人的問題。近期我就親自接手了許多職業經理人退休後，以顧問形式重回職場的案例。

案例① 豐田汽車 (Toyota)

在日本，豐田汽車已開始實施回聘政策，允許員工延長工作至70歲。這不僅延續了資深員工的寶貴經驗，同時也為勞動力市場緊縮找到了解決方案。截至2020年，此政策已使得公司的資深工作人員比例增加5%。

案例② 特力屋 (B&Q)

英國從1990年代起就開始提倡中高齡員工就業，B&Q如今是英國足具代表性的中高齡友善企業，並擔任英國政府相關政策顧問，B&Q約有2萬7千多名員工，中高齡比例超過28%，並採取「無雇用年齡上限」，最高紀錄曾有95歲的員工仍然在B&Q服務。

案例③ 再就業優勢

根據國際勞工組織 (International Labor Organization, ILO) 的報告，重新聘用退休員工或延遲退休年齡在許多國家都有成功案例，尤其是在「德國和日本」已有效解決了當地約10%的「勞動力短缺」問題。

Q2 企業用人心態，產生了什麼變化？

隨著企業主自身的年齡增加，其用人心態也逐漸產生變化，許多企業開始認識到高齡員工的價值並積極與人力資源專家探討並調整企業用人與招聘的策略，這不僅幫助銀髮族更好地融入職場，也提升了企業的多樣性和創新能力。

● 人力資源調整

根據美國勞動統計局的數據，2020年至2025年間，隨著職場高齡人口的增加，有超過30%的美國企業對工作時間和條件進行調整，以適應企業內部銀髮族員工的需求。

● 資深顧問角色

在德國，有超過20%的工程公司早已設立了「資深顧問」的角色，根據這些公司報告指出這一措施提高產品創新率達15%，也讓年長的工程師能夠將自身豐富的技術知識和管理經驗，以類似師徒制的模式手把手傳承給年輕一代。

● 外部顧問與教練模式盛行

越來越多專業經理人退而不休，近期我接觸了不下十位，過往在知名企業領著百萬年薪，但隨著年齡漸長不得不離開職場，但他們身上的經驗卻非常寶貴。我們身邊有越來越多顧客開始接受兼職、外部顧問，甚至是培訓教練的模式，只需要支付過往年薪二分之一到四分之一，就可以外部顧問的方式聘用這些菁英，為企業答疑解惑，創造企業與退休職業經理人雙贏的模式。

Q3 銀髮族商機有哪些？

在市場機會方面，除了傳統的健康照護和養老服務外，銀髮族市場也在不斷擴展至更多元化的領域。

● 銀髮健身教練：

成為了新興職業，專門為同齡人提供定制化的健康體適能訓練。根據市場研究機構 DataM Intelligence 的報告，銀髮健身市場自 2019 年以來年增長率達到 7%，預計到 2027 年將達到 30 億美元市值。我個人判斷銀髮族健身、拉伸、復健相關的市場，在接下來會呈現爆發式的成長。



● 銀髮族旅遊：

越來越多的銀髮族在退休之後熱衷於旅遊和文化探索活動，旅遊業開始針對銀髮族提供更多量身訂製適合老年人的產品和服務。聯合國世界旅遊組織的數據顯示，65 歲以上的旅客佔全球旅遊市場 20%，且這一比例以每年增長約 5%，呈現穩定的增長。

● 銀髮族數位產品：

隨著數位技術的普及，一些公司開始提供專為銀髮族設計的數位產品和服務，例如：簡化版的智能手機和 App、網站和小程式等等，使銀髮族們能更方便地使用產品與服務，與家人保持聯繫的同時並管理個人健康。

Q4 企業該如何針對銀髮族制訂多元，包容相關的政策？

在銀髮市場中，企業可以透過多種方式展現其社會責任，從而提升品牌形象並實現長期可持續發展。就我個人經驗，提供以下具體的方法供大家參考。

1 建立包容的企業文化

為員工提供關於 DEI (Diversity, Equity and Inclusion) 多元、公平及包容的培訓。

制定並執行多元化與包容性相關政策，確保員工在工作中感受到平等和尊重。

2 提供靈活的工作安排

為員工提供靈活的工作時間安排，以便他們能夠更好地平衡工作和生活需求。

II 在銀髮市場中，企業可以透過多種方式展現其社會責任，從而提升品牌形象並實現長期可持續發展，創造企業、社會、政府三贏之局。II

提供遠程工作選項，員工可以在家中或其他舒適的環境中工作。

定期發布公司在銀髮族領域的社會責任報告，透明展示企業的努力和成效。

3 健康與福祉支持

制定針對各年齡層員工的健康計劃，如：健康篩查、健身活動和心理健康支持。

提供全方位醫療保險計劃，包括專為銀髮族員工設計的健康服務和福利。

→ 企業實例：

案例 1 IBM

- 再培訓計劃：為銀髮族員工提供再培訓計劃，學習新的技術和技能，適應快速變化的工作環境。
- 健康與福祉：提供全面的健康計劃，包括心理健康支援和彈性工作安排，幫助員工保持身心健康。

4 職業發展與培訓

提供員工持續學習和技能升級的機會，支持他們的職業發展。

跨世代交流促進不同年齡員工的交流和合作，讓老年員工能夠分享他們的經驗和知識。

案例 2 大通銀行 (JPMorgan Chase)

- 退休準備服務：提供專業的退休規劃和財務諮詢服務，幫助銀髮族員工為退休做好財務準備。
- 工作與生活平衡：推行靈活工作安排和遠程工作政策，支援員工在工作和生活之間找到平衡。

5 退休支持與準備

- 退休規劃服務：提供退休規劃諮詢和支援，幫助老年員工為退休做好準備。
- 漸進式退休計劃：允許資深員工逐步減少工作時間，平穩過渡到退休生活。

隨著銀髮族人口的增加，人類歷史上將迎來第一次進入高齡社會，全球許多國家都將面臨此一課題，銀髮族對於職場和市場都將帶來巨大的影響。因此相關政策的調整變得更加迫切，政策制定者需要重新評估年長人口的政策，企業主也要重新思考用人策略。

如能充分利用這一群體的潛力，必將創造更多價值，進一步促進社會和諧發展。建議企業主和政策制定者務必針對銀髮族這一群體進行更多研究並給予就業相關的政策支持，這對企業、社會、政府必將創造三贏的結果。A

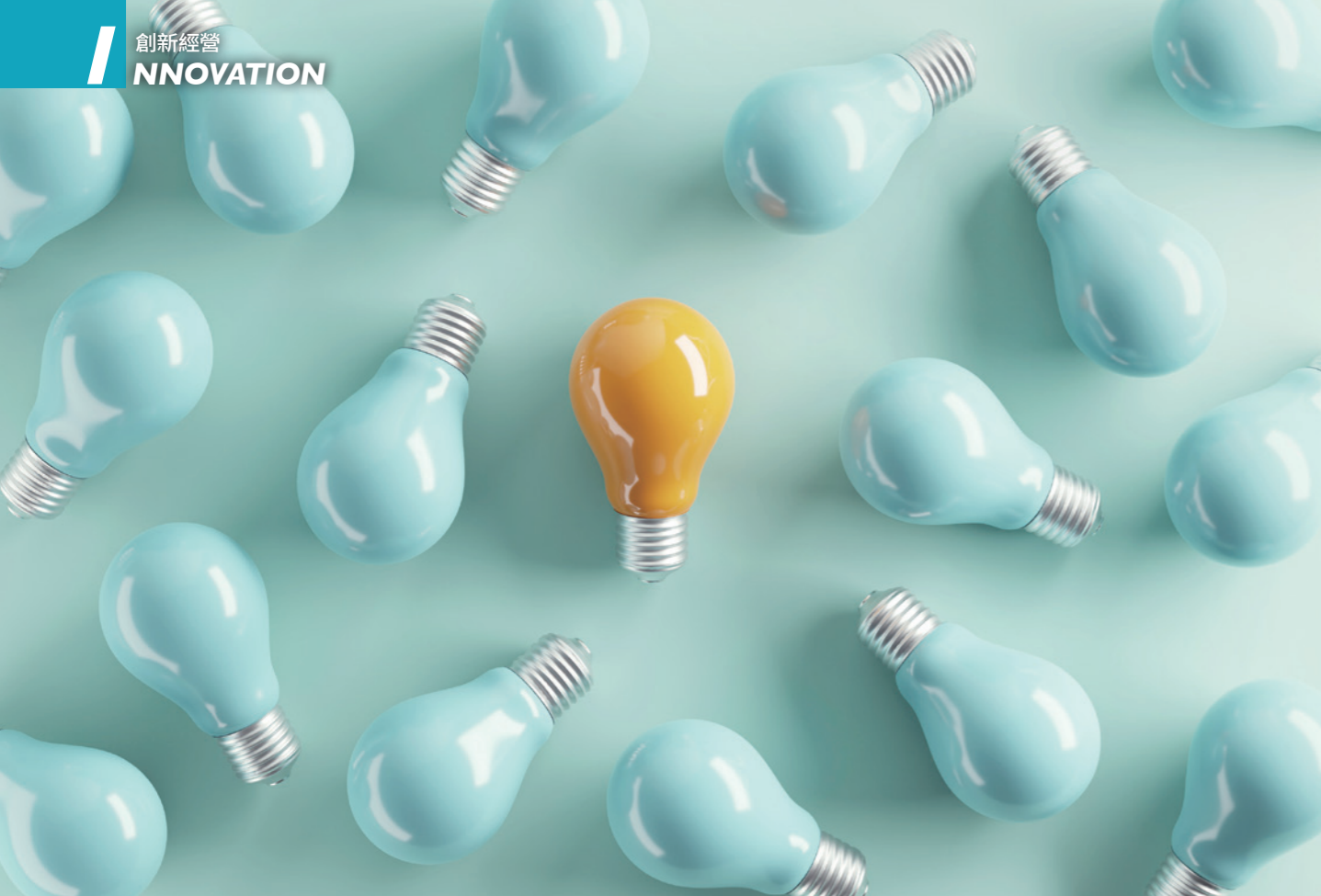
6 內部溝通與參與

通過內部通訊管道 (如：員工簡報、內部網站) 分享公司所做的社會責任舉措和成功故事。

鼓勵員工參與社會責任活動，增強他們對組織的認同感和參與感。

7 高層支持與宣傳

確保高層管理人員積極支援和推動針對銀髮族相關的社會責任舉措，並以身作則。



品牌勝出的關鍵

建立差異化優勢

文／詹文男·現任數位轉型學院共同創辦人暨院長，台灣大學商學研究所兼任教授



看更多創新經營

在現今競爭激烈的市場環境中，差異化優勢成為品牌脫穎而出的關鍵因素。隨著消費者選擇的多樣化，企業僅靠價格或質量已不足以保持長期競爭力。差異化優勢體現於品牌獨特的價值主張，這不僅能吸引消費者的注意，還能在其心中建立深刻的品牌形象。

專欄作者 |



詹文男

數位轉型學院共同創辦人暨院長

無論

是透過創新產品、卓越的顧客服務、獨特的品牌故事，還是其他方式，差異化優勢能夠讓品牌在同質化的市場

中脫穎而出，成為消費者的首選。同時，差異化優勢也有助於品牌提高利潤率，降低價格戰風險，並增強顧客忠誠度。因此，企業需要深入了解市場需求，持續創新，並有效傳達品牌獨特性，才能在激烈的市場競爭中保持領先地位，實現長期發展。

// 企業需要深入了解市場需求，持續創新，並有效傳達品牌獨特性，才能在激烈的市場競爭中保持領先地位，實現長期發展。 //

「自有品牌」一直是很多人認為是習於代工的台灣資訊電子產業的主要出路，也因此有許多企業如：宏基、華碩、HTC等公司不斷的投入，而且有些公司也曾經風光一時。而在許多自有品牌受挫之後，接下來怎麼走？是回頭深耕代工？抑或努力往品牌轉型？還是有其他出路？

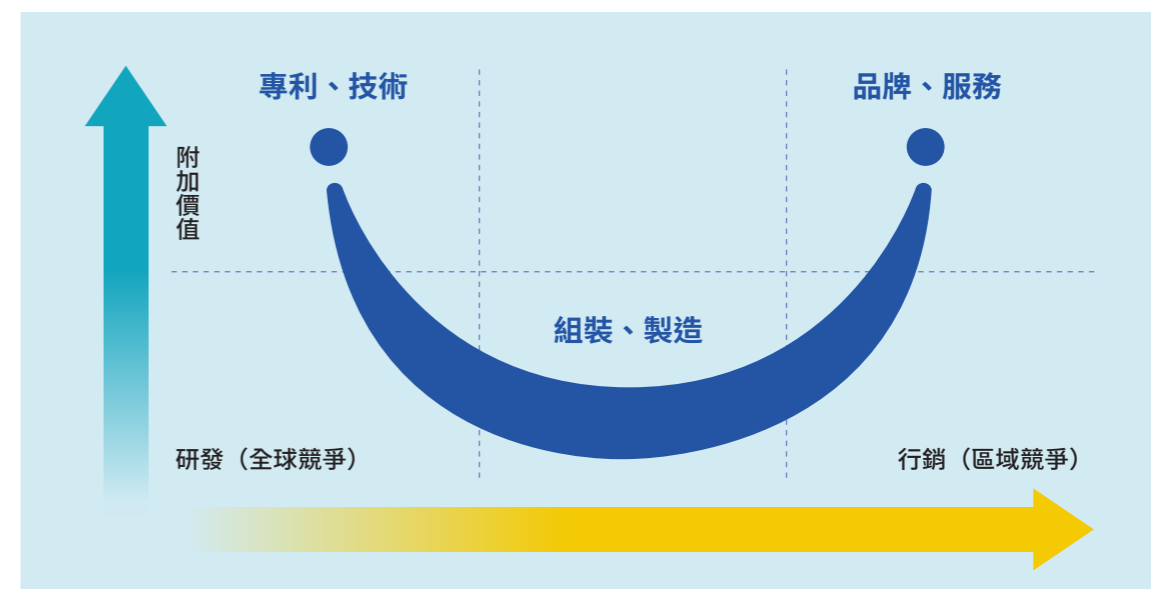
「微笑曲線」還是「苦笑曲線」？

基本上，對於「品牌」有些觀念是需要釐清的。台灣資訊電子產業的策略發展，一直有所謂的品牌與代工路線的論辯。最著名、也最常被引用的是宏碁電腦創辦人施振榮先生所創造的「微笑曲線」。此一模型認為在產業價值活動中，如研發、設計、代工製造、銷售通路及下游品牌經營等活動，附加價值

是呈現兩端高而中間低，像人微笑的樣子，因此稱其為「微笑曲線」。也由於其所呈現的現象，因此就企業的長遠經營而言，建議企業應該朝兩端移動，如作品牌，才能提升公司的價值。

其實仔細思量，不一定所有產業都是呈現「微笑曲線」，會產生此一曲線的原因，主要還是在於產業的特性。在個人電腦產業中，代工服務的進入障礙相對較低，競爭也激烈。但我們同時也看到許多消費性品牌的個人電腦廠商，毛利也很低，事實上，很難微笑得起來。

但若是代工服務能耐具門檻，誰說「微笑曲線」不會變「苦笑曲線」，亦即中間的活動附加價值較高。以台積電而言，也屬於製造代工服務，但附加價值相當高；另外也有所謂像打勾一樣造型的Nike曲線，亦即附加價





值以通路及品牌最高，例如：有名的服飾品牌ZARA及Uniqlo就是此類。

此外，也有需要釐清的是，一般認為的品牌廠商，其實是B2C品牌，但代工服務也是一種品牌，屬於B2B，就是所謂的工業品牌。兩種商業模式都是做品牌，只是服務對象不一樣。B2C品牌服務的是口味需求多變的廣大消費者，風險其實不低；B2B則是傾全公司之力只服務相對少數的顧客，風險相對較能控制。

以上幾點觀念釐清是想傳達：企業價值活動的聚焦是一種策略選擇，並無高下之分。不論企業是聚焦於哪一個價值活動，若無法提高競爭門檻及優勢，公司的附加價值就會在曲線的最凹處。例如：企業的主軸若是製造，要擺脫微利，那麼強化專業製造服務模式，提升封閉型平台之系統製造能力，就是努力的方向；若聚焦品牌活動，那麼掌握通路，並提升研發以強化品牌價值才是關鍵。

整體而言，台灣高科技產業整體附加價值的確仍有提升空間，不論是從事消費性品牌還

是工業品牌，或者在不同的產業價值曲線中著重於何種價值活動，通路、製造服務或品牌活動？若想在微笑曲線、苦笑曲線或者Nike曲線上站穩最高點，擁有差異化的優勢才是關鍵。

也因此，從策略的觀點，資訊電子產業若要從事自有品牌的發展，需要從多個層面進行深度思考，以制定出最適合自身發展的策略。

品牌經營需要具備的策略思維

1 市場細分與定位：

品牌的成功有賴於清晰的市場定位和精確的市場細分。企業應該深入了解目標市場的需求和偏好，並針對特定的消費者群體進行精準的產品和品牌定位。這不僅能提升品牌的市場認知，也有助於避免與大品牌直接競爭，找到屬於自己的利基市場。

2 需要持續不斷的創新：

不論是代工還是品牌經營，創新都是提

II 企業應該注重人才的培養和引進，建立起一支具有創新精神和執行力的團隊。同時，透過良好的組織文化，激發同仁的工作熱情和創造力，提升企業競爭力。II

升企業競爭力的核心。企業應該強化對研發的投入，推動技術創新與產品創新。這不僅能提高產品的附加價值，也能打造出具有競爭力的競爭障礙。

3 品牌的經營與管理：

品牌經營是一項長期的投資，需要持續的品牌管理和投入。企業應該建立強大的品牌識別系統，通過一貫的品牌形象和品牌故事，與消費者建立情感連結。此外，數位經濟時代的來臨，使得企業可以透過社群媒體和數位行銷來提升品牌的知名度和影響力。

此外，國際市場拓展也是關鍵，由於國內市場有限，全球市場拓展是企業成長的重要關鍵。企業應該積極探索國際市場，根據不同市場的需求和文化特質，制定相應的市場

策略。這不僅可以分散風險，也能夠帶來更多的成長機會。而由於市場環境瞬息萬變，企業也需要具備靈活應變的能力，透過深入的市場研究和競爭分析，企業應該不斷調整和改進其策略和運營模式，以適應市場的變化和需求。

最後是人力資源與組織文化的調整，高素質的人才和良好的組織文化是企業成功的基石。企業應該注重人才的培養和引進，建立起一支具有創新精神和執行力的團隊。同時，透過良好的組織文化，也可以激發同仁的工作熱情和創造力，提升企業的整體競爭力。

總體而言，資訊電子產業在面對自有品牌的挑戰時，需要從市場定位、創新研發、品牌管理、國際市場拓展及人力資源等多個方面進行全面的關照，唯有如此，企業才能在激烈的市場競爭中脫穎而出，實現永續成長的目標。A





德國柏林的新博物館，在荒廢半世紀之後，於建築師的巧手改造下以全新姿態重生。

普立茲克建築獎系列專題 ③

最節制的設計 創造最強大的空間感動

文／李俊明 · 圖／The Hyatt Foundation



看更多經典設計

曾操刀上海「西岸美術館」與杭州「良渚博物院」的大衛·奇普菲爾德，不僅是去年第52屆普立茲克建築獎得獎人，在倫敦、柏林、米蘭、上海，以及西班牙的聖地牙哥德孔波斯特拉（Santiago de Compostela）都設有辦公室，最近他也將設計觸角伸向更多亞洲城市，並首度發表將在新北市板橋啟建的頂級住宅，受到更多矚目。

大衛·奇普菲爾德（David Chipperfield）是一位穩定多產、卻又包容性很強的建築師，在長達四十多年的執業生涯中，設計出一百多件作品分佈於歐洲、北美、亞洲各地，類型橫跨公部門行政建築、文化與學術建築，也涵蓋住宅與都市再造計劃，展現寬廣多元的設計能力。



第52屆普立茲克建築獎得獎人大衛·奇普菲爾德

|| 身為建築師，我們不只在創造更美的世界時扮演深刻角色，對於創造更公平、更永續的社會亦然，並激勵下一個世代懷著願景與勇氣去擁抱這份責任。||

將他的作品一字排開來看，他的設計細膩、簡約，但又充滿力量，尤其在理性與節制間，卻又透出無比優雅。對一些建築評論家來說，「節制」正是他設計裡的重要關鍵字。

優雅內斂 節制中創造獨特極簡風格

在這樣的堅持下，大衛·奇普菲爾德總在深思熟慮後做出精煉無比的設計，成為難能可貴的特質。尤其他始終擅於化繁為簡，摒除多餘，因此每每創造出無論在建築實體或文化意涵上都能經得起考驗而流傳下來的作品，體現了建築更深一層的永續意義。

他同時擅長將環境與歷史紋理納入設計思考當中，融合周邊或案場現存的建築，因此每個案子都能激發出創新的建築語彙。也正由於他對歷史、文化、環境均極為尊重，也特別重視為建築重新賦予功能性及實用性的目標，有

時亦透過建築，為城市注入新的生命與動力，因此他在普立茲克建築獎得獎感言特別強調，建築師作為一種職業，同樣可為社會不平等或氣候變遷等議題做出貢獻。

「身為建築師，我們不只在創造更美的世界時扮演深刻角色，對於創造更公平、更永續的社會亦然。我們必須起身面對挑戰，並激勵下一個世代懷著願景與勇氣去擁抱這份責任。」

因此你可以在他的作品看到，優雅與節制，創造了建築的永恆，並在構造與細節之間呈現出這位建築師追求清晰、精確的努力。

巧手改造博物館 為空間注入新意

2009年重新落成於德國柏林的新博物館（The Neues Museum），原是建於19世紀中的作品，但在二次大戰期間被轟炸得面目全非，因此在過去的東柏林荒廢了長達半世紀之



奇普菲爾德採取的設計策略是盡量保存原貌，必要時才加入現代空間，進行著當下與過去的無聲對話。

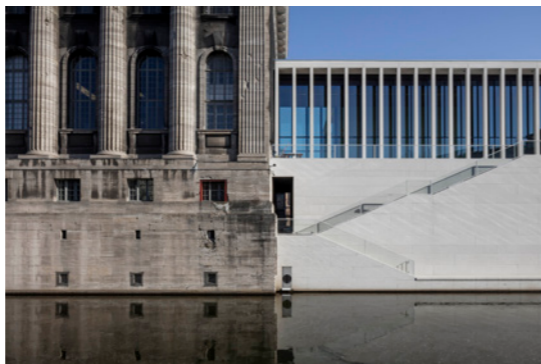


久，直到1990年兩德統一才露出重建曙光。

奇普菲爾德在這項專案展現了他重建、保存、增建，以及為原建築注入新生命的能力，因此重新開幕後備受好評。他採取的設計策略是盡量保存原貌，必要時才加入現代空間，因此原建築雖是主角，但新加入的摩登大階梯、特意裸露的大片斑駁灰泥牆面，以及過往受戰爭破壞的痕跡，都被視為空間整體的一部分，就連博物館過去荒廢的五十年，也被視為設計元素的一部分，進行著當下與過去的無聲對話。

同樣位於柏林「博物館島」的詹姆斯·西蒙畫廊（James-Simon-Galerie）也是他的作品，在2018年落成後被視為完美串聯傳統與創新的典範。他以大片的玻璃窗讓歷史建築充滿了自然採光，也讓空間更富於穿透感，能與周邊的都會地景互相映照。

奇普菲爾德認為，建築師從某方面來說，可謂是記憶、意義、文化遺產的守護者。城市是

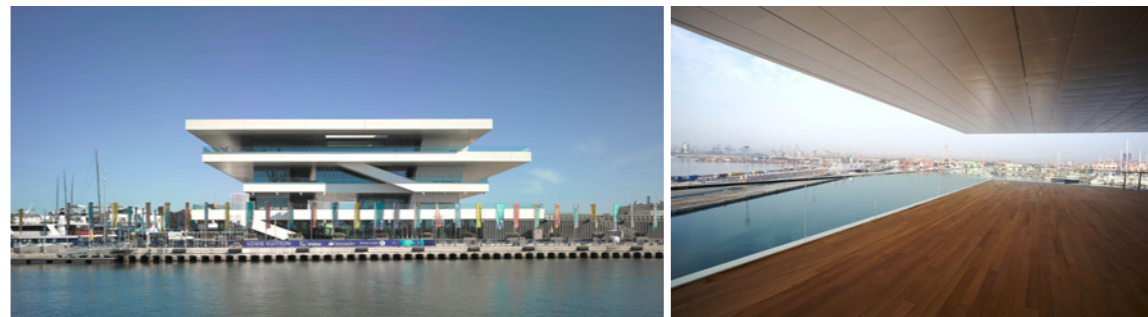


歷史的紀錄，也在變動不居、不斷演化的情況下，使建築在經過時間淘洗後為歷史留下見證。「在這個演化過程中，我們拆掉一些建築，換上別的建物；但只憑保存最佳建築的概念並不夠，我們也必須保護能反映城市演化豐富性的特質與特性。」

再來，他在柏林還有另一件很受矚目的整建案，原建於1963至1968年間的柏林新國家美術館（Neue Nationalgalerie），早被視為



落成於2018年的詹姆斯·西蒙畫廊成為柏林「博物館島」的展館新入口。



2006年落成於西班牙的四層建築，是為美國盃帆船賽而設計，也為瓦倫西亞港口工業區的再造揭開序幕。

20世紀經典，因為它是現代主義大師密斯·凡德羅（Ludwig Mies van der Rohe）在移居美國後唯一的歐洲作品，最大特色就是由玻璃、鋼骨、強化混凝土構成，展現當時設計與建築技術新思潮。

不過在經過半世紀的歲月並被列為歷史建築後，這幢展館極需大規模的整建，以符合當前使用需求，因此除了照明、空調、保全、遊客服務、餐飲、專賣店等設備升級，也改善了無障礙空間及後勤運輸動線，讓這座「國際式樣」（International Style）經典之作能以最接近原貌的方式重生。

重塑都市紋理 讓更多人感受設計魅力

對於推動重塑都市的紋理，奇普菲爾德也很有自己獨特的解讀。2006年於西班牙瓦倫西亞完成的一幢四層建築，是他開始廣泛受到國際矚目的作品之一。它原是為了當年夏季舉辦的美國盃帆船賽（America's Cup）而建，作為活動期間接待參賽隊伍與贊助商的臨時場地，因此他將建築材料簡化至最低限度，以水泥混凝土、鋼板、實木、樹脂等材質構成，從贏得競圖起算，只花了11個月便火速完成，卻也為瓦倫西亞港口工業區的重生再造揭開序幕。

當年是美國盃帆船賽150年來首度前進歐洲

舉辦，因此吸引了全球目光，這座建築的最大特點就是每層樓均設有超大觀景台，有些甚至寬達15公尺，讓使用者可以享受周圍的水岸與城市景致，也因此它的戶外面積竟然比室內還大，翻轉了傳統建築的常規。

逐步累積實力後，奇普菲爾德在其他歐洲國家也開始大展身手，近期2022年在義大利威尼斯聖馬可廣場落成的舊行政官邸大樓（Procuratie Vecchie）整建便是一例。原建



義大利威尼斯聖馬可廣場的舊行政官邸大樓在2022年完成整建，讓人重新感受這幢歷史建築的空間魅力。



建築為可遠溯至16世紀的檢察官住宅，後由世界第三大保險集團Generali收購，並委託建築師進行整建；他決定將這幢位於市中心的建築重新打開，讓更多人感受其空間魅力。

如今建物內部除了辦公空間，亦規劃了屋頂露臺、展覽與展演空間，讓公眾首度能夠進到這座歷史建築參觀，也讓這幢擁有五百年歷史的優美建築，與威尼斯的城市生活產生更緊密連結。

再來，為了改善都會環境並提高生活品質，法國發起了「重塑巴黎」(Reinventer Paris)計畫，選定了23處急需改造的公共空間與建築，邀集各領域集思廣益；2022年落成的「莫蘭複合建築」(Morland Mixité Capitale)整建案就是因此起始的項目，藉由將社會住宅、奢華住宅、商舖、餐飲、旅館、青旅、市場、藝廊、托兒所等多樣用途巧妙混搭，並加上屋頂花園，為周邊街區重新凝聚活力。

原建於1960年的建築由於過於封閉，一般人不易接近，因此建築師在整修之外，藉由在建築底層加入承重拱頂通道，並在其上加入新增建，創造全新空間入口，將莫蘭大道的人流引向塞納河畔，反向亦然。被「打開」的複合建

築，公共空間更具開放性，生活機能更豐富，完成後也成為花都另一新興設計地標。A



2022年於法國巴黎落成的「莫蘭複合建築」整建案，為塞納河岸街區重新找回活力。



中醫師的文明病處方

養成耳聰目明的生活習慣

文／吳明珠·中醫診所院長



看更多健康常識

身體是一個系統，各個部分相互聯繫，相互影響。特別是眼睛和耳朵，這兩個感官器官不僅是我們感知世界的視窗，也是反映內在健康狀態的鏡子。在中醫深邃哲學中，眼睛是一扇窗，透過它不僅能看見世界的繽紛，更能洞悉體內肝腎的微妙平衡。

從眼與耳窺見身體健康之謎

當糖尿病的陰影悄悄侵襲，視網膜如被糖漬的花朵，漸漸失去了生機，這是肝火和腎虧共舞的結果。血糖如同失控的野馬，猛烈沖刷著微小的血管，帶來的不僅是視力的模糊，也是靈魂視窗的蒙塵。高血壓將血液推得太遠太快，眼底如同被怒濤拍打的海岸，不堪其擾。

中醫以肝陽上亢解釋這一切，高揚的肝陽如同暴風雨中的帆船，難以掌控方向，讓眼睛在風暴中迷失。

乾眼症在中醫中看作是肝血虧損的警告，如同沙漠中的綠洲逐漸乾涸，缺乏滋潤的淚水不能潤澤眼睛，只留下沙粒般的刺痛和空洞的疼痛。白內障則是時間的積累，當腎精不足，晶狀體的清澈讓歲月蒙上灰塵。如老屋的窗

戶，塵埃覆蓋了曾經的透明，只留下朦朧的光影交織。

中醫對這些眼病的治療不僅是對症之藥，更是一場心靈和身體的調和旅程。從飲食到生活方式的點滴調整，從心情的緩解到睡眠的優化，每一步都是自我照顧的實踐。滋養肝腎，疏導肝氣，每一味中藥都帶著自然的力量，悄悄修復，悄悄調和。

透過這些方法，我們不僅在治療眼睛，更在學習如何與自己和解，如何在快速變化的世界中保持內在的平靜與清明。眼睛的每一次閃亮，都是健康回歸的希望，都是生活質量提升的證明。

聽力與腎虛

在中醫的古老智慧中，耳朵不僅是聽覺的器官，它更是一面鏡子，映照著腎氣的盈虧。腎與耳朵有著不解之緣，腎開竅於耳，腎的健康直接影響到耳朵的功能。當腎精充沛，耳朵聽力敏銳，能捕捉到自然界最微妙的聲響；當腎精不足，耳中的聲音便開始模糊，或伴隨著那不速之客—耳鳴。

長期的聽力衰退，或是突然間的耳鳴，常常讓人感到無助與煩躁。這些症狀在中醫看來，多與腎虛有關。腎虛不僅意味著體內精氣



的流失，更是生命力的衰退。治療這些問題，中醫會推薦使用滋腎益精的草藥，如何首烏和枸杞，它們像是夜空中的明燈，照亮並溫暖著腎氣的寒冷，逐漸恢復耳朵的聽力與平衡。

心血管健康與耳鳴

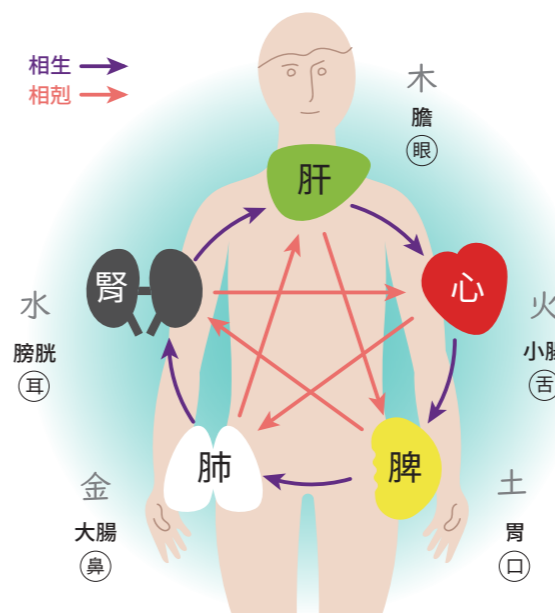
節奏性的耳鳴有時伴隨著心跳，這可能是心血管問題的警報。在這種情況下，中醫認為是心腎不交—心與腎的功能失衡。治療這種症狀，不僅是要滋養腎氣，還需調和心腎，恢復二者的平衡。這種治療不僅涉及藥物，更包括調整飲食、改善生活習慣和加強情緒管理。

這種耳朵與腎氣之間的微妙聯繫，提醒著我們，每一個身體部位都不是孤立存在，它們相互依存，共同織就健康的網絡。當我們在保護耳朵的同時，也是在滋養生命的根源—腎。

在這個迅速變化的世界裡，讓我們不忘回顧那些傳統智慧的光芒，它們能指引我們穿越困境，發現健康與和諧的道路。透過對耳朵—這腎氣的反映鏡的照顧，我們同時照顧著自己的整體健康。

我的病患李先生，五十八歲，患有糖尿病多年，來診所是因為視力模糊且逐漸加重。經檢查發現，他的眼底出現了明顯的血管病

// 觀察眼睛和耳朵的狀態可提供有關個體整體健康的重要資訊。透過這些感官器官，不僅能夠診斷出具體的病症，還能夠深入理解病因和調整治療方案。//



變。在中醫治療上，除了調整他的降糖方案，我還為他配製了一個滋養肝腎、清熱解毒的草藥方，包括龍膽草、丹參、枸杞和菊花。建議他改變飲食習慣，多食用綠葉蔬菜和全穀類食物，減少糖分和脂肪的攝入。

另外一位病患張女士，四十五歲，主訴持續性耳鳴及偶爾頭暈。進一步詢問得知她近期工作壓力大，晚上睡眠品質不佳。在中醫的診斷下，認為是腎虛導致的耳鳴和頭暈。我為她開了一個滋腎安神的方子，包括酸棗仁、茯神、枸杞子和黑芝麻，並建議她減少咖啡因的攝入，增加休息時間，並進行適當的腎經按摩以改善症狀。

觀察眼睛和耳朵的狀態可以提供有關個體整體健康的重要資訊。透過這些感官器官，不僅能夠診斷出具體的病症，還能夠深入理解病因和調整治療方案。這種整體性的診療方法使中醫在現代健康管理中具有獨特而重要的地

位。通過調整生活方式和合理用藥，我們可以有效地預防及治療由現代生活方式引起的多種健康問題，讓生活回歸自然與和諧的狀態。

中醫五行理論與養生法則

在中醫理論中，人體的健康狀態與自然界的五行相生相剋原理及日夜十二時辰的運行密切相關。特別是對於眼睛和耳朵這兩個感知外界的重要器官，它們的健康直接關聯到肝腎功能以及氣血的流通狀況。

肝在中醫學中負責開竅於目，意味著肝的健康直接影響到眼睛；而耳朵的健康則與腎功能緊密相連。因此，培養良好的生活習慣，並遵循中醫的五行理論與十二時辰養生法則，對於維護眼睛與耳朵的健康至關重要。

1 避免熬夜：肝膽養生的關鍵時刻

中醫認為夜間十一點至凌晨三點為肝膽排毒和自我修復的關鍵時刻，這一時段應處於深度睡眠狀態。熬夜會直接傷及肝氣，進而影響肝血的生成與分配，最終影響眼睛的濕潤度和視力健康。養成早睡早起的習慣，對於促進肝腎健康、維護眼睛和耳朵的良好狀態非常關鍵。

2 均衡飲食：五行飲食的和諧

根據五行理論，人體健康的維持需平衡木、火、土、金、水五行元素。飲食上應遵守五行顏色搭配原則，即食用代表木（綠色）、火（紅色）、土（黃色）、金（白色）、水（黑色）的食物。例如：食用綠色蔬菜可滋養肝木，紅棗



和胡蘿蔔有助於補充心火，黑豆和黑芝麻則滋補腎水，這對眼睛和耳朵的保養具有積極效果。

3 適量運動：氣血調和的重要性

遵循中醫十二時辰養生原則，每日應進行適量體育活動以調節身心，例如：練習太極、八段錦等。這些運動有助於促進氣血調和、增強體質，尤其太極拳不僅能夠增強身體健康，還能調理肝氣，對眼睛保養尤為有益。

4 限制電子產品使用：護眼護耳的關鍵

現代生活中，長時間使用電子產品成為了影響眼睛和耳朵健康的一大殺手。中醫學強調適度使用眼睛和保持耳朵清潔，降低耳機音量和時間，定期遠眺放鬆眼睛，並進行眼部與耳部的按摩，有助於緩解眼耳疲勞。

5 良好心態：情志的平衡

《黃帝內經》指出，情緒波動直接影響到臟腑的功能。保持積極樂觀的心態，避免情

緒過度波動，對於調和肝氣、保養眼睛與耳朵具有重要作用。可透過冥想、瑜伽等方式放鬆心情，調節情緒。

6 良好作息：遵守自然節律

遵循中醫十二時辰養生法則，如在子時（夜間十一點至凌晨一點）前睡眠，能夠最大限度地配合人體自然生理節律，達到最佳養生效果。總之，活出好看好聽的人生，不僅需要注意保養眼睛和耳朵的具體方法，更需要從日常生活的每一個細節入手，培養良好的生活習慣，遵循中醫的五行理論和十二時辰養生之道，從根本上促進身體健康，提高生活品質。

透過上述生活習慣的調整，不僅能夠活出一個健康、精彩的人生，更能讓眼睛和耳朵在這個美好人生中，發揮出應有的光彩。記住，健康的生活方式是長壽和高質量生活的基石，讓我們從今天開始，為自己和家人創造一個更加健康、快樂的生活環境吧！**A**

本文出自：天下文化／《吳明珠醫師的文明病處方》





震旦家具系列商品×居家與商業融合

迎接辦公空間設計新趨勢

圖·文／震旦家具



更多辦公商品

辦公室設計新概念—「Resi-mercial」，指得是融合居家舒適性與商業實用性的辦公室規劃設計，隨著工作文化的演變和人們對工作環境需求的不斷提升，Resi-mercial結合居家的舒適性與專業的工作環境支持，現已成為備受注目的辦公空間設計風格趨勢。

Resi-mercial設計趨勢的優勢

對於Z世代的年輕世代而言，對於網際網路的存在與應用極為熟悉，對於工作的想法也不局限在嚴肅制式的辦公桌框裡，他們習慣體驗式溝通，因此對於工作環境所帶來的氛圍影響，感受度較為強烈。

Resi-mercial的辦公室設計概念，通過引入柔軟的家具、溫暖的照明設計和家庭化的裝飾，將企業辦公室營造出輕鬆、溫馨的氛圍，使員工感到更加放鬆和自在，進而提高員工的辦公舒適度和工作滿意度，更有助於降低工作

壓力，提高工作動力。

當辦公室能夠變得比在家中工作環境更好，員工就更願意進入實體辦公室辦公，與他人在舒適的環境氛圍下聯繫情感與工作交流，當然，在現代辦公室規劃中，半開放式的空間布局搭配舒適家具，能夠促進團隊合作和信息交流，但也同時必須考量個人隱私需求，而Resi-mercial居家化的辦公室設計提供了更多元化的工作空間，如休息區、閱讀角落、或個人會議區等，滿足更多類型的辦公行為需求，有助於提高工作效率和靈活性。

Resi-mercial家具搭配策略

現今企業投入在購買休閒類家具的比例，已經成長至接近總預算的50%，這代表越來越多企業願意為員工騰出人性化的休息空間，或是可靈活使用的空間。震旦家具看見未來工作行為趨勢及辦公室社交空間的重要性，推出許多公共空間系列家具，協助企業構成良好的Resi-mercial空間，如Para洽談椅，居家化的座椅外觀，能夠靈巧的配置在會議、洽談、接待、甚至是學習空間等，符合人體工學的乘坐角度，



Para洽談椅與收納系統櫃構成非制式的會議空間，打造如同在自家客廳般的自在暢言氛圍

更能讓使用者自在地投入愜意的協作氛圍。

此外，辦公室的社交空間規劃如居家客廳的感覺，團隊可在這裡聚集進行一般交流或是會議，時尚的座椅或沙發椅、具備區隔功能的收納系統、機動性的洽談桌等，環境呈現的樂觀積極感受能讓員工更加緊密，並建立團隊信賴與歸屬感，同時，又能適時的變身為一個高效能的會議空間！

「混合作」模式，讓員工有更多選擇，而Resi-mercial的辦公室設計，則協助實踐多元的工作場景，辦公室規劃積極的支持不同工作模式，才能更吸引人才進入實體辦公室，空間營造的愉悅溝通討論氣氛，或是能提供放鬆與喘息的閱讀場所、令人感到自己舒適的合作體驗，已經成為新世代工作模式的首選。▲



左：休閒椅（Lounge seating）營造輕鬆氛圍，River沙發兼具居家溫馨風格與辦公機能，讓工作空間既舒適又充滿創意激發。右：辦公室電話亭能提供安靜的場所支持專注工作的完成，在居家風格的辦公室設計中也扮演重要場景。



2024夏普震旦春酒晚會-年度績優同仁頒獎典禮

夏普震旦27週年

化身「省隊友」 創造服務新亮點

圖·文／夏普震旦

「夏普震旦」邁入第27週年，不斷創新突破、與時俱進，自轉型多角化經營開始，屢屢創造電信通路新思維。隨著全球AI浪潮興起，5G應用百花齊放，新零售時代將面臨更多挑戰。「夏普震旦」持續深耕OMO經營，並以全新「四省」服務特色，為顧客打造更完善的購物體驗。



夏普震旦生活3C

暖心服務升級「省隊友」收服顧客心

「夏普震旦」以全新四大服務特色，包括「省錢」、「省力」、「省心」、「省時」，致力實現顧客滿意！門市導入多元電子支付平台，消費就能輕鬆賺取回饋，享受「省錢」小確幸；以有溫度的服務打造感動體驗，像是門號帳單健診、新舊手機裝置資料移轉、



夏普震旦門市引進「AI手機回收機器人」，回收金現估現折，舊換新無痛升級。



左：2024夏普新品體驗暨家電特惠市集，5/18-5/19於台北華山1914文創產業園區登場，展出多款尖端智慧家電。右：SHARP iBarista 智慧咖啡機內建 27種職人手法，利用觸控式圖像操作面板或搭配APP，即可輕鬆依個人口味智慧沖泡精準口感，如同專業咖啡師調製的咖啡。

3C家電專業諮詢等，「夏普震旦」秉持「幫您設定好·讓您沒煩惱」，成為顧客最「省力」的好幫手；而近年環保意識抬頭，因應換機需求日增，首度引進「AI手機回收機器人」，舊機回收金現估現折，一站式服務更「省心」；結合OMO線上線下銷售整合，網路購物平台「夏普震旦生活3C」則滿足免到店、隨時採購的需求，宅配到府「省時」又便利。

「舊愛」幫你省 AI智慧服務神助攻

「夏普震旦」近年積極佈局數位轉型，先是導入「SHARP COCORO+智慧家電服務」，落實AIoT生態鏈讓生活更便利；接著以行動力挺ESG永續經營，2023年第四季於門市全面引進「AI手機回收機器人」，顧客持舊機透過現場AI設備快速檢測、估價，全程最快僅需3分鐘，包括66項核心檢測，準確率高達95%以上，估價公開透明值得信賴，標準化流程讓顧客更安心，回收金現估現折，舊機無痛升級新機，省荷包超有感。

直送日本好生活 夏普商品一站購足

「夏普震旦」由原「震旦通訊」與日本百年品牌「夏普 (SHARP)」攜手合作，打造夏普商品在台直營通路！夏普於2024年5月舉辦「2024新品體驗暨家電特惠市集」，以三大產品策略「AI智慧」、「節能環保」及「與日本同步」，積極導入智慧雲端應用，體現日本對生活質感的極致要求，新品包括四氣流水潤溫控吹風機、智慧攪拌零水鍋、四門十字對開冰箱、SHARP iBarista咖啡大師智慧咖啡機、AQUOS XLED電視和Purefit居家美學空氣清淨機。A



夏普智慧攪拌零水鍋具備AIoT連網技術，可使用雲端食譜與語音小幫手功能。

逍遙 Wander
許宏翔 Xu Hongxiang



圖一：展覽現場，《逍遙》，布面丙烯、油彩，2023-2024

AM六月特展：許宏翔個展

「逍遙」在震旦博物館

圖·文 / 震旦博物館

震旦博物館於2024年6月4日至6月30日期間，特別呈現藝術家許宏翔的最新個展「逍遙」。這是藝術家在上海的首次個展，也是藝術家繼2021年在湖北美術館個展「熱土野望」、2023年在謝子龍影像藝術館個展「新開鋪、黑石鋪、大托鋪」之後，第三次在美術館/博物館機構舉辦大型個展，是藝術家新的藝術創作實踐的一個重要案例。

藝術家許宏翔（圖二），1984年出生於湖南長沙，2007年畢業於中央美術學院版畫系獲學士學位，2011年畢業於中央美術學院版畫系獲碩士學位，現生活工作於北京。

許宏翔的藝術創作形式多圍繞繪畫展開，項目式帶有敘事情節的組畫和以風景為主的布面油畫，是他一直以



看更多精彩活動



圖二：藝術家許宏翔



圖三：《逍遙（七隻狗）》，布面丙烯、油彩，2023

圖五：《黑狗在夜晚》，布面油彩，2017

來並行的兩個創作方向。「圖像」、「身體」以及「繪畫與現實之間的關係」是其多年在多媒體繪畫專案中探討的主題，而那些使用大量濃郁色彩等，具有強烈個人風格的架上繪畫是那些主題的剪影。

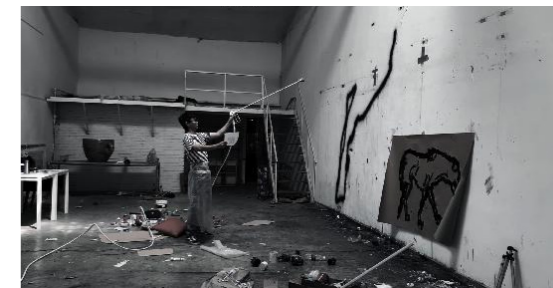
本次展覽將展出藝術家橫跨數年創作的三十餘件作品，其中包含十餘件新近之作和早期的影像作品，以此來梳理展示藝術家在圖像內容和媒介技法上的發展脈絡及最新探索。本次展覽由震旦博物館執行長黃聖智擔任策展人，復旦大學哲學學院青年研究員魯明軍提供學術支援。

本次展覽主題「逍遙」，意為「漫步在人間」，在漫步中打量風景，在寧靜中品味人生。二層展廳展出了許宏翔2023年在澳洲藝術駐留期間，以及歸國後的最新創作。駐留期間，許宏翔所體會到的疏離感激發了他對人與自然、人與人之間關係的探索。這些帶有探索意味的小幅作品位於二層筒廳內，它們就像一種提示或是「種子」啟發了許宏翔回國後的創作。他的工作方法從過去用繪畫審視圖像到現在的基本脫離圖像，是對過往創作習慣的一種跳脫——從藝術本身純粹的理論走入了實踐哲學的領域，讓他的繪畫跨越了屬性，關注人類、自然、動物，當然也

包含了他自己及周邊的我們，作品從更感性的層面展開，變得更加放鬆、自由，正如展覽的主題「逍遙」所寓意的那樣，傳達出一種悠然自得、揮灑自如的感覺。

三層展廳將回顧許宏翔自2017年至2023年的創作歷程。其中，影像作品《大野狗》創作於2019年，彼時藝術家位於北京環鐵藝術區的工作室面臨搬遷。在收拾完所有畫作後，他在工作室的牆上噴塗了一隻時常出現在畫室附近的黑色流浪狗（圖四）。此作品與2017年創作的《黑狗在夜晚》是對樓下新作中頻繁出現的「狗」的形象的呼應（圖五）。

2024年上半年，震旦博物館共舉辦了5場展覽，涵蓋了70至90年代不同閱歷的藝術家，展現了傳統與新潮的藝術風格，帶領觀眾領略了當代藝術的新風貌，同時，下半年將會有更多的特展與觀眾見面。A



圖四：影像作品《大野狗》，2019



元代·青花釉裡紅菱形開光貼花大罐

此器以鈷料和銅著色劑燒成藍、紅二種色彩，搭配塑貼鏤空之技法，產生新的裝飾。(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^⑥

元青花的多重技法表現

文／吳榮海·圖／震旦博物館

元代青花主要以鈷為著色劑，在白色胎體上繪畫紋飾，施透明釉後高溫燒成白色地子和藍色紋樣彼此輝映的裝飾，隨著窯工程的進步，有時也會採用其他著色劑或工藝技法來搭配合作。

在著 色劑方面，加入氧化銅作為紅色的彩料，在工藝技法方面，混和

塑貼、淺刻及模印法，產生青花釉裡紅、藍地白刻花、青地白刻花、青地印花及青地白花等

類型，本文選取下列五件器物，說明元青花在多重技法上的表現。

一、元青花釉裡紅罐

元代青花釉裡紅罐是很知名的文物，因為它在古代陶瓷裝飾的發展歷程中具有劃時代的意義，造型參見圖一所示之例。

此器為震旦博物館藏品，圓形罐口，頸部短直，肩部圓緩向下傾斜，腹部圓闊，腰部以下收窄，器底具有淺圈足，表面以串枝菊花、卷草紋、如意雲頭紋邊框內填海水蓮花紋、折枝菊花、菱花形開光內填山石與花卉、捲雲紋及壺門紋邊框內填如意雲頭蓮花圓珠紋為飾。

位於罐體腹部的菱花形開光用細泥堆貼而成，內部用塑貼法製作立體透空的花朵、枝葉及山石，枝葉部分塗上鈷料，花朵和山石則用銅料著色，罩上透明釉後，高溫燒成青花釉裡紅。

類似的器物亦可見於河北省博物館的藏品中，該器同樣使用鈷料和銅料二種著色劑，運用筆繪和塑貼之雙重技法，形成平面、立體及鏤空，紅、藍兩色交互輝映的多重裝飾。

二、元釉裡紅刻花四方扁壺

釉裡紅以銅為著色劑，亦屬高溫釉下彩繪，在元代除了與青花一起裝飾之外，也可以單獨運用，因其技法和造型紋飾都與青花瓷雷同，兩者常被相提並論。

圖二為震旦博物館收藏的元代釉裡紅刻花白龍紋扁方壺，此器呈小圓口、短頸、方

扁腹之狀，雙肩各有一對繫耳，表面用淺刻法製作如意雲頭紋邊框、折枝花卉及雲龍紋等圖樣。紋飾表面留白，其餘器面塗上氧化銅，施透明釉後，高溫燒成釉裡紅刻花白龍紋之裝飾。

氧化銅並不穩定，溫度和氣氛控制不當就容易揮發，故有發色灰暗或顏色游離的情形。類似的紋樣亦可見於北京故宮博物院收藏的元代釉裡紅刻花白龍紋扁瓶，呈現元代釉裡紅器的共同特徵。



元代·釉裡紅刻花白龍紋扁方壺

先淺刻紋飾的形狀，再於周邊塗上銅著色劑，施透明釉後，高溫燒成釉裡紅刻花白龍紋。(圖二)

圖片來源：震旦博物館藏

三、元藍地刻花白雲龍紋梅瓶

元代的藍地白花也具有劃時代的意義，因為在元代以前鈷藍的使用大多屬於點彩或局部釉色裝飾，到了元代將鈷料融入釉料之中調成藍釉，施於器面上。

圖三為震旦博物館所收藏的元代藍地刻花白雲龍紋梅瓶，此器呈圓口、凸脣、短頸、豐肩、腹部碩長之狀，表面以龍紋為飾，龍紋昂首挺胸，身軀上下起伏，環繞腹壁一周，姿態雄健偉俊。

白色龍紋採淺浮雕法製作，表面施透明釉，其餘器面罩上加了鈷料的藍釉，相同的紋飾亦可見於揚州博物館收藏的元代藍地白龍紋梅瓶上，是元代創新工藝的產品。



元代·藍地刻花白雲龍紋梅瓶

龍紋採淺刻法製作，表面施透明釉，其餘器面用鈷與釉調成的藍釉，燒成藍地白花之裝飾。(圖三)

圖片來源：震旦博物館藏



元代·青地刻花白龍紋罐

龍紋採淺刻法製作，海水用鈷料描繪而成，遍施透明釉後，燒成青地刻花白龍紋之裝飾。(圖四)

圖片來源：震旦博物館藏

四、元青地刻花白龍紋罐

青地白刻花也是用鈷藍的色調襯托白色的紋飾，但與藍地白花不同的是，青地白刻花將鈷料施於透明釉層之下，做法和呈色都與青花紋飾相同，故稱「青地」。

例如圖四為震旦博物館所收藏的元代青地刻花白龍紋罐，造型呈大圓口、短頸、鼓腹之狀，頸部環繞串枝菊花紋，腹部以波濤龍紋為主題，下方勾勒卷草紋，近底部為壺門紋邊框內填雲頭圓珠紋。

罐腹處的龍紋用刀具刻劃為淺浮雕狀，龍身表面陰刻細密的鱗片，再用筆蘸鈷料，勾畫龍的眼睛、口鼻和整體輪廓，並在龍身四周畫滿激越奔騰的海浪，罩上透明釉後，高溫燒製成紋。

細筆勾畫的海水線紋緊密相連，鋪排成洶湧澎湃的青色地子，使白色龍紋顯得更加矯健與生動。



元代·青地白花鳳鳥牡丹紋花口大盤

牡丹採模印法製作，鳳鳥穿花和蓮荷紋為筆繪留白，周邊塗上鈷料，施透明釉後燒製成青地白花。(圖五)

圖片來源：震旦博物館藏

五、元青地白印花紋盤

青地白印花的做法也是元代的創新工藝，大多施於精品青花瓷上，除了搭配筆繪而成的青花紋樣之外，也可以看到與青地白花的組合。

例如圖五為震旦博物館所收藏的元代青地白花鳳鳥牡丹紋花口大盤，表面由內而外裝飾四圈紋樣，折沿處是用鈷料直接繪畫的如

意雲頭紋，側壁模印牡丹，盤底和盤心用細筆繪畫鳳鳥、纏枝菊及蓮荷，這三圈紋飾周邊皆用鈷料塗地，分別燒成青地印花與青地白花之紋樣。

類似的裝飾亦可見於土耳其托普卡比宮博物館及伊朗國家博物館所收藏的元代青花大盤上，這些體型龐大的青花瓷是配合伊斯蘭地區飲食習慣所製作的外銷商品，細膩繁複的紋樣呈現精品青花瓷的特色。A

II 元青花以傳統為基礎，結合各項工藝技術，開創出多元化的新風格。下期開始陸續介紹考古出土與國內國外重要的典藏，帶領大家鑑賞元代青花之美。II



BOOK
震旦博物館
出版叢書介紹

漢唐陶俑



唐 彩繪陶胡人騎臥駝俑



唐 彩繪陶侍女俑

陶俑

是中國古代喪葬文化中極具代表性的一類器物，它的使用歷史十分悠久，是記錄當時社會生活及思想史的重要研究物件。縱觀中國的陶俑發展史，漢代和唐代是比較突出的兩個時代。漢代是陶俑發展歷史中十分重要的整合期，它一方面繼承了秦朝的製陶經驗，同時又根據時代所特有的文化背景創造出了新的類型和品類，且不同地域的陶俑也各具特色。東漢之後，由於戰亂及政策的改變，陶俑的發展出現了小幅回落。至唐代又重啟了新篇章。唐代陶俑的興盛同其社會背景有著密切關聯，社會環境的統一安定造就了經濟的發展。於此同時，厚葬之風又再度興起，陶俑作為喪葬禮儀中重要的組成部分，得到長足發展。本書收錄震旦博物館收藏的漢唐彩繪陶俑48組件，導論部分由尋婧元博士撰寫，簡述了漢代及唐代彩繪陶俑的時代風格和地域分佈，讀者可以藉由此書窺視漢唐時期人們的生活面貌和思想信仰。A



東漢 說唱俑

【內容精選】

- 1、本書收錄題材豐富的漢唐彩繪陶俑，涉及人物、動物、建築等多個主題。
- 2、利用多角度的照片和局部特寫，提供各件器物的全貌與細部特徵。
- 3、書中導論以時代為經線，地域為緯線，較為全面的討論了漢唐彩繪陶俑的特點。

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



07

明宣德
青花折枝靈芝紋尊式瓶
高18.5公分 / 震旦博物館提供



館藏 精粹賞析

文 / 吳棠海 · 圖 / 震旦博物館

宣德青花瓷器以實用為目的，為了追求美感，也會將花朵、禽鳥及瓜果等動植物的特徵融入器形設計中，如本期所要欣賞的青花尊式瓶即是此類作品。

瓶的

口沿朝外伸展為出簷狀，頸部收窄，肩部傾斜外擴，腹部圓鼓，圈足外撇，與瓶口的出簷彼此呼應，足內書寫「大明宣德年製」六字二行雙圈青花楷書款，胎色白而微帶淺灰，釉面溫潤勻亮。

出簷處的邊緣做成六瓣式的花形，簷面排列十二個緊密相連的青地白花蓮瓣紋，下方順著六瓣式的花形出簷勾畫直線，將瓶的頸部、腹部及圈足等部位，都分為環

狀分布的六個區塊，腹壁亦呈六個凹凸相間的弧面。

頸部填飾簡單的三珠並聯紋，腹部以折枝靈芝為主紋，主紋上下各有一圈蓮瓣紋陪襯，圈足繪畫六個青地白花的蓮瓣，紋飾題材簡單，留白較多，靚麗深濃的鈷藍與留白相得益彰，風格簡約典雅。

此器的整體造型近似石榴，形紋風格與北京故宮博物院收藏的宣德青花折枝靈芝紋石榴尊一致，提供讀者鑑賞的參考。A



震旦人公益行動「溫暖隨行」 用行動傳遞溫暖

圖·文／震旦集團

震旦集團成立至今已邁入59年，一路以來與社會一起成長，始終懷著感恩的心，善用集團資源，持續進行辦公物資捐贈、志工服務，讓社福團體能得到更實質的幫助。並期望呼籲更多人，攜手回饋社會，溫暖隨行。

震旦OA雲林×社團法人雲林縣老人福利保護協會 用黑膠唱片 與長者共築美好時光

震旦志工陪同長者參與正聲電台所舉辦「2024聽見夢想的聲音—黑膠講唱會」活動，



震旦志工與長輩們一同歡樂高歌，緬懷舊時光。

大家聽著懷舊金曲、歡樂高唱，看著留聲機運作，一起懷念過去，彷彿走入昔日美好年代，心中感覺無限開心，也為長者們留下美好的回憶！

震旦OA南台南×社團法人台南市容愛關懷服務協會 參與親職講座 加深親子互動

震旦志工參與「逆向飛行」親職講座，協助青少兒童完成手作植物，並與青少年家庭互動交流，增加彼此關係。希望未來多舉辦親職講座，透過活動加深親子間溝通和良性互動。



震旦志工參與親職講座，透過手作植物DIY，加深親子關係。



互盛志工協助募集愛心，順利圓滿完成。

互盛OA苗栗×財團法人新竹市天主教仁愛基金會 散播愛心，體驗公益募款

互盛志工參加幸福加倍園遊會活動，以敲鑼打鼓方式幫助機構募集善款，除了首次體驗募款外，也學習知足常樂的道理，期許自己有能力，就應幫助更多需要幫助的人。

物資捐贈



震旦集團×社團法人桃園市自閉症協進會 完善辦公場域，實踐社會共好

社團法人桃園市自閉症協進會為滿足桃園市身心障礙者需求，成立龍忠工坊，急需添購新辦公設備。震旦集團提供辦公桌、椅、工作站及文件收納鐵櫃等，完善辦公場域，讓社工與身心障礙者能有更好的環境。A



震旦志工快速定位、組裝家具，讓社工與身心障礙者能有更好的環境。

震旦 Green for Earth 環島淨灘

震旦集團攜手RE-THINK舉辦淨灘活動
上傳照片還能抽超值好禮！



邀請你以實際行動對地球好一點，
歡迎報名淨灘共襄盛舉！



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

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



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

資安大管家

資安健診服務
MDR 資安系統
ISO27001 認證

碳能大管家

碳盤查系統
碳足跡系統
能源管理系統

金儀

金儀股份有限公司
110 台北市信義路五段2號3樓
客服專線 / 4128-566 oa-world.com.tw



金儀色彩 無限精彩

Para

Take Easy Take Freely



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



震旦家具官網



震旦家具APP