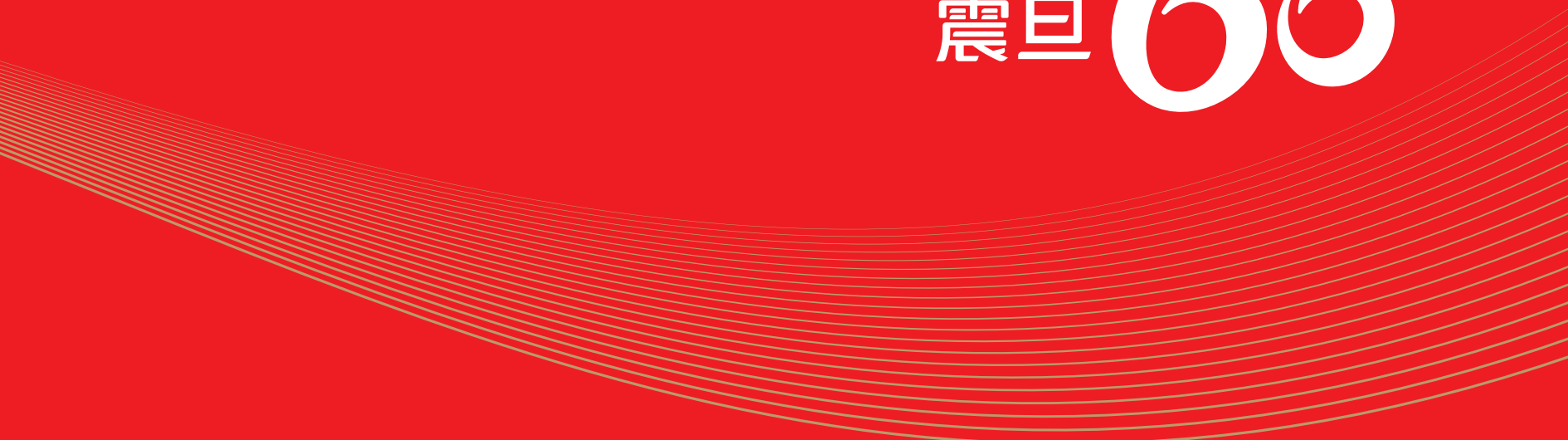
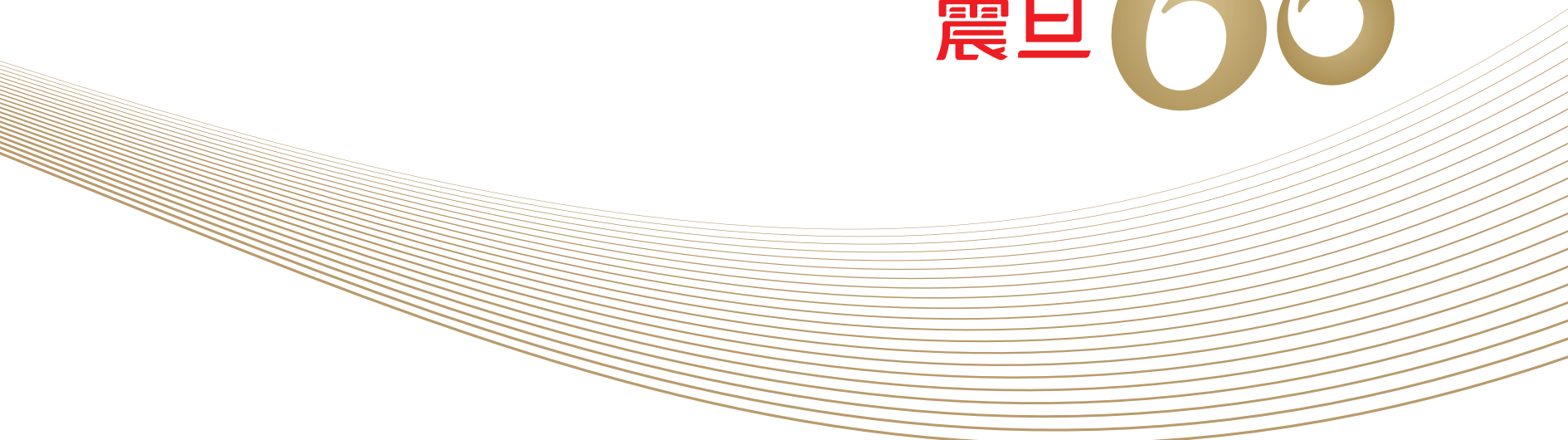


A series of thin, white, wavy lines that sweep across the lower half of the page, creating a sense of movement and flow.

震旦60

震旦集团60周年纪念专刊

A series of thin, parallel, wavy lines in a light brown color, flowing from the left side of the page towards the right, positioned below the main title.

震旦 60

震旦集团 60 周年纪念专刊

AURORA GROUP 60TH ANNIVERSARY COMMEMORATIVE EDITION



目录 CHAPTER

序 | 言

	震旦集团创办人 陈永泰先生
4	感恩同行， 迎向下一个60年
	震旦集团董事长 袁蕙华女士
10	以诚信为本， 兑现每一份承诺

事 | 业 | 版 | 图

	立足两岸，放眼全球
12	震旦让办公生活更美好
14	立足台湾地区，奠定成长基石
16	深耕大陆，拓展自有品牌

震 | 旦 | 荣 | 光

18	见证60·永续基石
20	见证60·荣耀时刻

CHAPTER 1 回顾 HERITAGE

时 | 光 | 剪 | 影

	耕耘六十年
24	台湾地区·动土根基
26	大陆·动土根基
	记录精彩
28	两岸·活动纪实
	见证永恒
32	两岸·周年庆纪实
	震旦第一
36	两岸·表扬大会

六 | 大 | 阶 | 段

	第1阶段：创业时期
38	创业草创，踏实起步
	第2阶段：成长时期
42	转型跃进，迈向集团化
	第3阶段：扩张时期
46	多角布局，集团成形
	第4阶段：开创时期
50	擘划新局，立足世界
	第5阶段：跃升时期
54	筑基上海，展翼全球
	第6阶段：转型时期
58	厚积薄发，迎向未来

CHAPTER 2 展望 PROSPECT

68	OA产业 从打卡钟到智能办公解决方案 引领办公自动化新时代
76	家具产业 从办公家具到空间解决方案 为顾客打造美好办公生活
86	新事业领域 从核心本业到整合服务 拓展智能办公新生态
94	理念、制度 从经营理念到永续竞争力 以理念厚植根基，以人才驱动未来

CHAPTER 3 文化 CULTURE

104	从收藏到守望 震旦博物馆的使命与实践
110	震旦博物馆馆藏文物美学巡礼 从人间烟火到彼岸清辉
116	震旦美术馆 多元共生的艺术文化地标

CHAPTER 4 关怀 CSR

122	从文化守护到传善共好 构筑社会的永续基石
-----	-------------------------

CHAPTER 5 附录 APPENDIX

132	震旦品牌CI 演进史 发展品牌标志 与时俱进
134	办公设备 演进史 一同见证OA产业变革与未来
144	办公家具 演进史 引领空间转型×回应时代精神
	震旦六十周年庆典
152	两岸60·精彩瞬间
160	震旦集团旗下公司信息 震旦集团六十周年大事记

震旦集团创办人 陈永泰

感恩同行，迎向下一个60年

2025年10月20日，迎来震旦集团创业满六十周年的日子。

震旦集团能够持续经营60年，有今天这样的成果，我内心充满着感恩与感谢。我要代表集团，感谢顾客长期的爱护，感谢协力厂商与合作伙伴的支持，更要感谢全体同仁以及过去老同仁的努力与贡献，真的非常谢谢大家。

震旦集团60年的创业历程

企业经营超过60年的公司并不多，震旦在台湾地区深耕60年，拓展大陆市场30年，逐步发展成为今天的震旦集团，真的非常不容易。我们靠的不是运气，而是一路以来的坚持与努力，以及不断创新。借此机会我要向大家分享，震旦集团60年的创业历程和我个人的创业经历。

我从小为了贴补家用，小学毕业休学一年，在台北车站、西门町电影院附近做小贩，卖口香糖、糖果、饼干等零食。初中及高中各休学一年，在台北市重庆南路、衡阳路补习班附近，推销原子笔、修正液、文件档案等文具用品。初中高中大学时期都是半工半读，一般大学生毕业是22岁，我比同龄晚3年毕业，也就是25岁才大学毕业。

从25岁到29岁我做过一些不同的生意，经过四、五年的努力，累积了第一桶金。

《台湾地区》

1965年10月20日，我当时29岁，在台北市重庆南路一段57号1楼，租了一个店面，成立震旦行股份有限公司。由于有过推销文具用品的经历，累积了一些经验与人脉，所以就选择比较熟悉的办公商品来经营。创业初期，主要是销售打卡钟、中文打字机。

那时公司规模不大，我也要亲自去拜访顾客，在销售打卡钟时，我会主动帮顾客设计人事出勤办法。由于服务好、了解顾客的需求，顾客都很满意，也都会主动介绍顾客给我，生意也越来越好。



60、70年代，台湾地区正处于农业社会转型为轻工业的时期，经济快速起飞，公司行号如雨后春笋般不断增长，办公室的商品需求量大增。我们引进的商品非常符合顾客的需要，尤其打卡钟的市占率高达85%以上，成为市场领先地位，所以公司的业绩每年都快速成长。

三年后公司扩充到300多人，因为获利大幅增加，累积了更多的资金可以引进更多的商品，如SHARP计算器、RICOH传真机、Minolta复印机、Triumph以及Adler英文打字机等等，也陆续设立许多分公司。

就这样公司的总部从重庆南路、南京东路、松江路，直到1990年搬到现在信义路的震旦国际大楼。公司规模也由股份有限公司发展成为上市公司。后来互盛股份有限公司也成为上市公司。

随着公司规模扩展，我们引进更多的商品，设立不同产业的新公司，并在美国、日本、新加坡成立海外分公司。

由于社会快速变化、科技日新月异，电脑产品推出后，当时公司销售的一些办公商品，如中文打字机、英文打字机、传真机等，也逐渐被电脑取代，复印机也从类比式单一功能变成多功能复合机（MFP）。随着办公商品的转变，我们也关闭许多商品被电脑所取代的公司。

《大陆》

1995年，震旦以自有品牌拓展大陆市场至今已30年，期间陆续成立震旦电子、震旦家具、震旦办公自动化（OA）等公司，并设立家具和OA十几个事业部，持续完善产业的布局。经过不断地努力，累积出良好的基础，也培养出许多优秀的干部与人才，震旦也成为办公设备领域的优秀品牌。

2003年，位于上海浦东新区陆家嘴的震旦国际大楼正式启用，是震旦在大陆的总部，代表着我们长期在大陆

发展的决心。矗立在大楼顶端的震旦招牌，不但可以提升震旦的品牌力与企业形象，更希望震旦将来也能成为世界的知名品牌。

2010年，震旦集团以“中华玉文化，城市新风格”的主题，入选上海世博会的企业馆。能够自行建造“震旦馆”参加上海世博会，对震旦集团来说，是一个至高的荣誉。

2013年，震旦博物馆在上海震旦国际大楼副楼（共六层楼）对外开幕，以“料、工、形、纹”的古器物研究方法为学术核心，并结合文物呈现多元精彩的展览。博物馆长期深耕学术教育，与北京大学、复旦大学等顶尖学校携手合作，并成为两校的教学实习基地，推广古器物学。未来震旦博物馆仍会秉持回馈社会的理念，肩负对中华文化“保护、传承、奉献”的使命，引领大众深入探索中华文化深厚的底蕴。

我一生中受到许多善心人士的帮助，始终心存感恩与感谢，希望将这份善意传递给更多需要帮助的人。创业后，由于同仁的努力、顾客的认同，还有社会各界的支持，才有今天的成果，所以坚持要做好我的三个志业：

- 1、落实震旦经营理念：做好顾客满意、同仁乐意、回馈社会。
- 2、致力文化传承：提供个人收藏的文物，开办震旦博物馆、推广古器物学，实践对中华文化“保护、传承、奉献”的使命。
- 3、推动社会公益：设立陈永泰公益信托、陈永泰永续经营基金会、陈永泰文教基金会、陈杜姜基金会，建立长期投入社会公益的机制。

经营的核心价值与优势

震旦集团为什么能持续经营60年？为什么能稳定持续的成长？最重要的原因是我们始终坚持震旦的经营理念，塑造良好的企业文化，建立“简单、易懂、好用”的经营平台，以及落实“人事公开、机会均等、快速肯定绩优同仁”的人事制度。

回顾这一生，对我影响最深的人——是我的母亲。她没有说艰深的大道理，却用最朴实的言行教导我：做人要实在、待人要诚信、处事要正派；要赚正当的钱、不要和人计较。这些为人处事的原则，深深的影响了我，不但造就我做人做事的态度，也成为我经营企业始终坚持的信念。

在集团，每位新进同仁会收到人资单位发放的小金卡，这张卡片我都随身带着，提醒自己永远不要忘记我们创业的初心与信念。

卡片的一面是震旦经营理念——
顾客满意 同仁乐意 回馈社会 追求永续经营
这是全体同仁的中心思想与共同信仰。

卡片的另一面是震旦人共同特质——
诚信正派 品德操守 崇法务实 正面思考 积极乐观 团队合作 学习创新 专业自信 领导能力 重视执行力
这是我们的用人标准，也是全体同仁为人处事的原则。

震旦经营理念与震旦人共同特质，凝聚了全体同仁共同的价值观念，也形成良好的企业文化。

我从小学做小贩到29岁创业，累积了20年的销售经验，让我学会不怕困难、不怕挫折、不怕失败，也让我变得更成熟、更坚定要追求成功的决心。也因为20年的销售经验，让我更加了解人性，所以能够建立符合人性的激励办法以及各项经营平台，这些也是我们优于同业的竞争优势。

我们设计了一个为你自己以及你的团队，共同创造利润并分享给团队的激励办法，这个激励办法就是责任中心制度。

责任中心制度是一个很好的激励办法，可以达到许多的效益：

- 1、能够发挥自发性自转经营，全员共同努力追求绩效成长，增加责任中心全体同仁的收入。
- 2、获利的50%给责任中心所有同仁分享，获利越多分享越多。
- 3、营业与服务有个人的成交奖金、激励奖金等等，成交越多领得越多。不分个人绩效多寡，都可以分享团队奖金，这样大家可以共同努力建立革命情感，互相合作发挥团队力量，提升责任中心获利。
- 4、责任中心获利的盈余分配、个人奖金，向上不封顶。
- 5、晋升管道畅通，依绩效表现给予加薪、晋升，职位不封顶。
- 6、可以培养更多的经营人才，学习全面的经营。
- 7、通过责任中心平台，让同仁在集团内创业，优秀的主管可以造福同仁、成就自己。在利他的同时，自己也能往更高的职位晋升，进而实现自己创业的梦想。

激励办法的初心是要“利他”，结果也产生“利己”，这种利他产生利己的结果，也符合创业的初心以及“顾客满意、同仁乐意”的中心思想。

各事业部要全员皆兵，整体就像是一个战斗团队。直线是作战团队，全员都是坚强的战士，幕僚是后勤团队，要全力支援直线的需求。要打胜战，直线与幕僚缺一不可，每一个人都是战斗团队重要的一分子。

幕僚一定要懂直线，不懂直线的幕僚，就无法提供直线需要的协助。幕僚要全力支援直线，提供简单、易懂、好用的平台给直线使用，让直线没有后顾之忧。

各事业部主管都是从责任中心基层做起，一步一步的努力，晋升到现在的职位。在集团公平公正、机会均等的人事制度之下，只要品德良好，有绩效、有潜力、有领导能力的绩优同仁，未来的职位都由自己决定、自己去追求、自己去实现。

集团董事、各公司董事长、各公司总经理，95%以上都是从基层的营业同仁、服务同仁、幕僚同仁晋升，集团人事晋升管道畅通，职位不封顶、待遇也不封顶。

专注本业 提升品牌影响力

回顾震旦集团60年的经营，一路走来，我们遇过许多

的挫折与失败。在挫折与失败中，不断地累积经验，找到最适合的经营模式。

台湾地区经营60年，大陆经营30年，秉持着顾客满意的理念，强调诚信正派、务实经营、精致服务，赢得顾客的信任与支持，并对震旦品牌产生良好的信誉与口碑。

台湾地区有震旦、互盛、金仪三家OA，还有康钛、家具、大震、云端及3D等事业部。大陆有震旦电子、震旦家具、震旦办公自动化（OA）等公司以及家具和OA十几个事业部。台湾地区以代理为主，大陆发展震旦自有品牌。无论是代理或自有品牌，如果服务做不好，都会严重影响企业形象及品牌价值。所以我们不做超出服务能力的事情，也不经营非本业的商品，专注办公设备的本业。



在台湾地区，OA累积了几十年的基础，目前多功能复合机（MFP）的运转台数（MIF），已经累积到8万多台，市占率高达50%以上。多功能复合机的运转台数持续增加，是集团能够持续稳健成长的主要原因。

在大陆，OA产业也跟台湾地区OA一样，聚焦在有后续服务收入的多功能复合机（MFP），各厂牌的多功能复合机功能差异不大，所以要以解决方案来提升商品的附加价值。目前大陆OA已自行开发安心印等解决方案，为顾客创造更高的价值，所以新开发的运转台数（MIF）大幅成长，也为今后的经营奠定良好的基础。

两岸各事业部都是经营办公相关设备，以OA多功能复合机（MFP）为核心，结合办公家具、高速大型印刷机（PP及IP）、电子、3D等办公设备与解决方案，为顾客打造更高效、更智能、更美好的办公环境。每一个事业部都有不同的经营特色，努力发挥各自的专业优势，不断地创新与突破，所以都有很不错的表现。

经营事业要有高瞻远瞩的能力，在做重大决策前一定要慎重，要事先做好分析及评估，才能避免错误。例如：在选择大陆集团总部，要设在哪一个城市时，我决定设在上海。台北到上海飞行只需80分钟，比上海飞到北京或广州还快。要盖上海震旦大楼时，我选择浦东陆家嘴。只要在浦西的外滩，一定看得到震旦大楼，大大提高震旦品牌的知名度。现在回顾起来，这些决策都是正确的。

未来期许 做好“顾客满意、同仁乐意”

分享震旦集团经营60年的经验，就是希望大家充分理解与运用。未来无论是在工作或为人处事上，都能够有所助益。期许大家一起努力做好顾客满意、同仁乐意。

- 1、责任中心制度已经实施50年，我们要充分发挥责任中心的激励效益，创造更多的经营成果分享同仁，也要

让同仁学会经营管理的本事，培养更多的经营人才。

- 2、集团要持续成长，就要扩大经营规模，不能有缺编。大陆市场幅员广大，责任中心不仅不能有缺编，还要持续开设更多的责任中心。要创造更多中阶高阶的职位给绩优同仁，让他们有更大的舞台可以发挥。
- 3、在工作上如果遇到挫折甚至失败，都不要放弃，而是要从失败中转变观念，激发出坚强的意志力与决心，找出解决的方法就会成功。
- 4、每一代的经营团队都要累积更好的经营基础，给下一代的经营团队，要一代比一代强，才能持续服务顾客、照顾同仁。
- 5、看到各事业部经营成功，每一位同仁都能够学习成长，这是我们做主管最大的成就。

我再次强调，看到各事业部经营成功，以及每一位同仁都能够学习成长，这是我们做主管最大的成就。

我们要持续努力，关心同仁的学习成长，更要关心同仁的收入有没有增加。如果收入没有增加，就做不到同仁乐意，同仁不乐意，就不可能做到顾客满意。这个道理大家应该都很清楚，请大家要牢牢地记住，一定要做好“顾客满意、同仁乐意”。

再一次感谢全体同仁的努力与贡献。感恩有你们，感谢有你们。因为有你们的贡献，集团的下一个60年，一定会走得更稳、更远，也一定会更好、更成功。

震旦集团创办人

陳永泰

震旦集团董事长 袁蕙华

以诚信为本，兑现每一份承诺

震旦集团走过一甲子，回首六十年的经营足迹，每一步都烙印着“诚信正派”的初心。集团创办人从年少时代的勤工俭学，到29岁创立震旦行，用一生实践“诚信”。这份初心，早已成为震旦的文化，更是我们面向未来的基石。站在新的起点，我从顾客价值、人才培育、永续经营、回馈社会、勇于创新五个构面，分享震旦未来发展的方向。

顾客满意是震旦经营理念的第一条。六十年来，我们从打卡钟、打字机、多功能复合机到办公家具等，始终聚焦办公本业，以精致服务为顾客创造价值。未来，我们将全方位回应顾客需求——不只提供设备，更是提供一站式办公设备解决方案、办公空间解决方案。唯有让顾客感受到超出预期的专业与效率，震旦的品牌信誉才能代代相传。

震旦最宝贵的资产是同仁。我们的责任中心制度实施已逾50年，其核心精神是“利他”——获利的50%分享给团队，职位与奖金上不封顶。未来，我们将放大激励效益，因应市场需求，持续开设责任中心，创造更多中高阶职位，让绩优同仁拥有更大的舞台，让每一位同仁都能在震旦，从基层历练逐步晋升为经营者。

追求永续经营，是震旦的经营理念，也是我们对顾客、同仁与社会的承诺。永续的基础，在于一代比一代强的专业团队。作为这一代的经营团队，要累积更好的经营基础

与平台，交给下一代经营团队持续前行。为此，我们坚持人事公开、机会均等，让品德好、有能力、有绩效、有潜力的同仁，都能决定自己的未来。

社会安定是企业发展的基础，我们更要饮水思源回馈社会。从设立震旦博物馆长期投入中华文化的保护、传承与奉献，到创办人个人成立公益基金会，鼓励同仁身体力行参与公益活动、支持社服机构，让文化公益与社会公益形成善的循环，善尽企业的社会责任。

六十年来，办公设备的发展从机械到数字、从单功能到智能化的转变，每一次的技术革命，都会淘汰一些企业。震旦能够穿越周期，关键在于不惧失败、勇于创新。未来，我们将加速推动办公解决方案的自主研发，以数字化、智能化工具赋能顾客的办公场景。无论是云端服务、3D应用，还是物联网与办公设备的融合，我们都会审慎评估、果断布局。创新不是追逐时髦，而是基于本业、服务顾客的务实突破。

六十年，是里程碑，更是新起点。创办人常说，他一生受到许多人的帮助，因此常存感恩。今天，我同样感恩顾客的信赖、协力厂商的支持，以及全体同仁的努力。让我们秉持“顾客满意、同仁乐意、回馈社会、追求永续经营”的理念，以诚信为帆，以创新为桨，迎向下一个更精彩的六十年。



立足两岸，放眼全球

震旦让办公生活更美好

“震旦”意为东方日出，英文“AURORA”寓意曙光，皆象征光明、希望与蓬勃朝气；这不仅是品牌名称的由来与寓意，也承载着震旦一路走来企业精神与信念。创业初期，震旦以“震旦第一”自我期许，凡事追求卓越、精益求精，这份信念也成为品牌持续进步的力量。

自1965年创立以来，震旦集团从代理打卡钟与中文打字机起步，逐步发展出以办公设备（OA）与办公家具（OF）为核心的事业基础，并由产品延伸至方案与服务，成为全方位办公解决方案提供者。在稳固两岸核心事业的同时，震旦亦持续拓展电子、3D列印、云服务等相关事业；其中电子事业深耕商品开发、生产、销售与服务，成为震旦放眼全球的重要延伸，3D列印与云服务则展现震旦持续创新、回应未来办公需求的发展能量。

深耕品牌文化，实践永续经营

六十年来，震旦以文化滋养品牌精神，以品质赢得长久信任，以真诚服务连结顾客，并以稳健经营实践对顾客、同仁与社会的承诺。从台湾地区出发、深耕两岸、稳步向外延伸，震旦始终秉持“顾客满意、同仁乐意、回馈社会、追求永续经营”的理念，实践 Better Work, Better Life，让办公生活更美好。

“震旦第一”石碑

四川峨嵋山有“震旦第一”石碑；“震旦”一词自古即为古印度对中国的称呼之一，承载深厚的文化意涵。创业初期，震旦以“震旦第一”自我期许，勉励凡事追求卓越、精益求精，并将这份信念化为持续进步、稳健经营的品牌精神。



立足台湾地区，奠定成长基石

震旦集团于1965年在台湾地区创立，长年深耕办公设备（OA）与办公家具（OF）本业，奠定稳健成长的发展根基。在台湾地区，震旦、互盛、金仪三家OA事业长期服务企业顾客，累积深厚市场基础；其中多功能复合机（MFP）事业深耕市场，建立领先优势，并以“以软带硬”为方向，发展资安与ESG报表等应用服务，从设备延伸至方案整合，协助顾客兼顾效率、治理与永续。

办公家具事业则持续精进设计、品质与整体空间规划能力，提供更完整的办公环境解决方案。震旦集团在OA与OF两大核心基础上，拓展康钛科技、大震设计、震旦云、通业技研、长阳生医、震旦通讯等事业，形成彼此互补的服务版图。台湾地区不仅是震旦创业的起点，更是品牌扎根成长、累积实力与持续创新的重要基地。

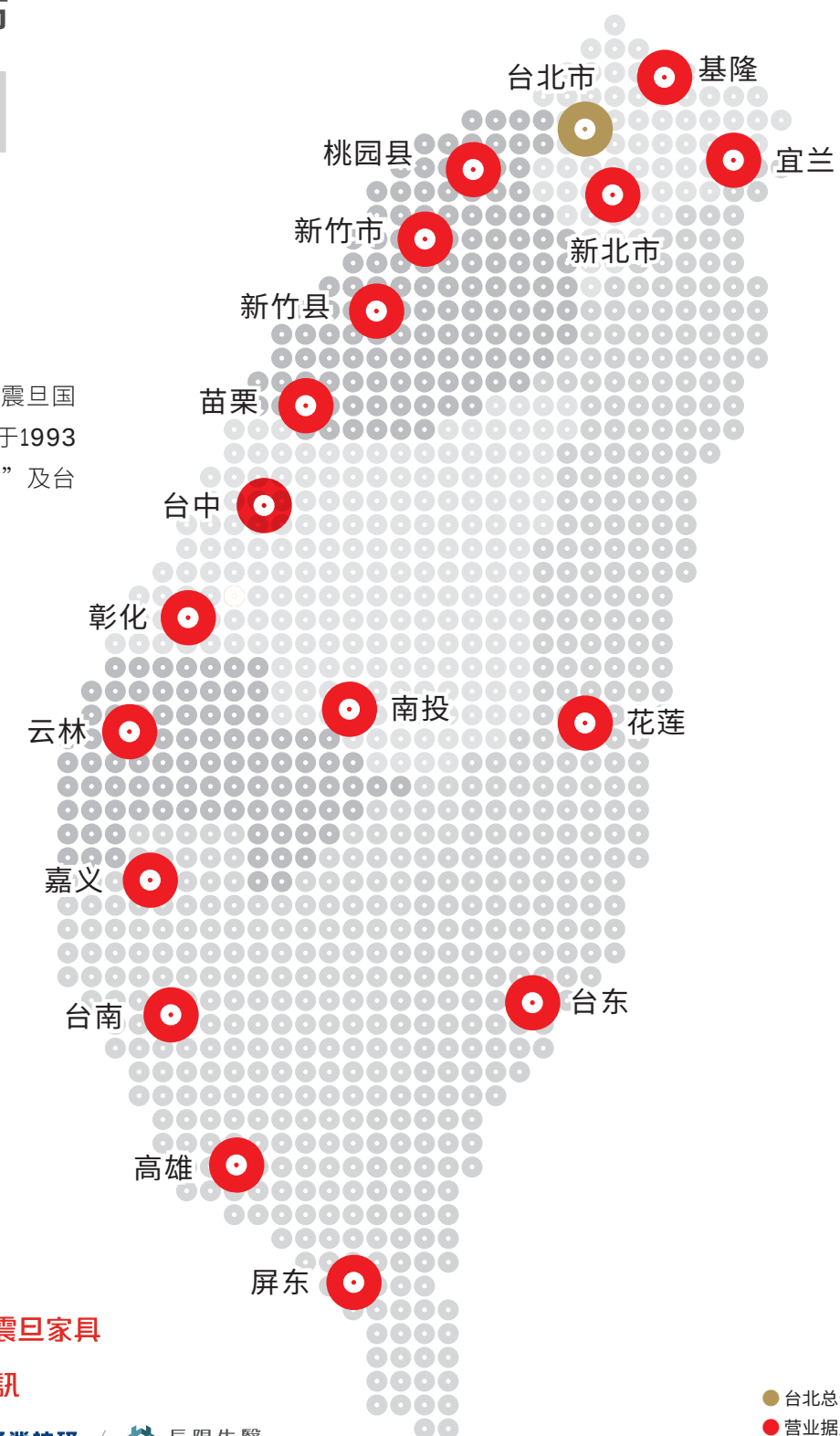


台湾地区据点分布

TAIWAN REGION

台北震旦国际大楼

1965年震旦行在台北市成立，台北震旦国际大楼位于台北信义路商圈，落成于1993年3月，曾荣获“台北十大商办大楼”及台北市“优良建筑施工奖”肯定。



事业领域

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

● 台北总公司
● 营业据点

深耕大陆，拓展自有品牌

自1995年起，震旦以自有品牌拓展大陆市场，并以办公设备（OA）与办公家具（OF）为核心，持续深耕市场、扩大服务版图，逐步建立稳健而完整的事业布局。

面对办公需求持续升级，震旦不仅提供产品，更以“以软带硬”的思维发展解决方案，通过安心印等应用提升商

品附加价值与顾客服务；同时结合直销与经销并行的布局策略，在重点区域深化服务、扩大据点。在OA与OF两大核心事业带动下，震旦持续提升自有品牌的影响力，并延伸电子、云服务、智能装备等相关事业，为长远发展奠定稳固根基。

大陆据点分布

MAINLAND

上海震旦国际大楼

位于黄浦江畔陆家嘴金融区；落成于2003年，位于副楼的震旦博物馆，由著名建筑大师安藤忠雄设计，被誉为黄浦江畔的文化宝盒。闪耀于震旦国际大楼顶部的震旦中文标志，是震旦扩展自有品牌的象征。



见证60 · 永续基石



1971

发行《震旦月刊》
知识分享 回馈社会

震旦以回馈社会为宗旨，于1971年7月1日开始发行文化公益刊物《震旦月刊》，通过经营管理与艺文欣赏的知识分享，促进企业与社会交流与学习。月刊最初以企业内部讯息为主，后因分享给顾客广受喜爱，内容逐步发展为对外涵盖经营管理、职场观点、艺文飨宴等多元议题，并因应数字趋势推出电子版，成为上班族提升职场竞争力的知识伙伴。



1975

责任中心制度
发挥自发性自转经营

为了让同仁有成长与发挥的舞台，震旦以利他思维建立一套合乎人性、符合法令及经营理念的制度，并于1975年开始实施“责任中心制度”。通过企业内创业的精神与模式，订定市场、人力、服务、资金、利润五大经营目标，让同仁学习计划经营与目标管理，培养经营数据的分析与应用能力，充分发挥自发性自转经营，逐步成为全方位的经营人才。



1984

震旦经营理念
传承企业文化及信念

震旦集团自1965年创立以来，在全体同仁秉持创业精神的努力下，逐步建立深厚的企业文化。为统合价值观并凝聚经营共识，震旦将多年累积的经营心得与持续成长的关键要素，有系统地整理为《震旦经营理念》，并于1984年正式出版。内容以“顾客满意、同仁乐意、回馈社会、追求永续经营”为核心，成为全体同仁共同遵循与学习的重要依据。



1993

台北震旦国际大楼
奠定两岸事业根基

台北震旦国际大楼于1993年启用，座落于台北市信义计划区核心，邻近台北101，是震旦集团深耕台湾地区的重要据点。大楼曾以震旦智能型大楼之姿，荣获“台北十大商办大楼”及台北市“优良建筑施工奖”肯定，彰显震旦对品质与专业的坚持。不仅见证信义区蜕变为国际金融中心的发展历程，更象征集团稳健经营，为两岸事业发展奠定坚实基础。



2003

上海震旦国际大楼
深耕大陆 布局两岸

2003年落成的上海震旦国际大楼，座落浦东陆家嘴金融核心区，与东方明珠塔相映于黄浦江畔，以耀眼金色外观成为上海具代表性的城市地标之一。这座大楼不仅见证震旦深耕大陆、布局两岸的重要里程碑，也曾荣获国家建设部“鲁班奖”与上海市“白玉兰奖”，外墙LED大屏幕更获得吉尼斯世界纪录最大屏幕，彰显震旦立足两岸、放眼国际的发展格局。



2023

江苏智能园区
迈向绿色智造新里程

为因应市场需求与智能制造趋势，震旦于2020年在南通市启动第二生产基地“震旦江苏智能园区”建置工程，朝集自动化、数字化、智能化、绿色化于一身的智能工厂发展，迈向智能制造生产。园区并于2023年投入试生产、2024年正式揭牌，同时取得LEED金牌认证，不仅提升营运效率与生产效能，更展现震旦推动绿色智造、低碳生产与实践ESG的决心。

在超过半世纪的发展历程中，震旦从知识共享的刊物，到培养经营人才的责任中心制度；从凝聚共同信念的经营理念，到立足两岸的重要地标，再延伸至智能工厂与绿色制造的实践，逐步奠定企业稳健成长的基石。这六项里程碑，不仅记录震旦一路走来重要印记，更展现如何将深厚底蕴转化为永续发展的力量，在变动的时代中守护初心，为未来持续扎根。

见证60 · 荣耀时刻



1985

企业识别系统
形塑品牌形象

1985年，适逢震旦集团成立20周年，随着事业版图拓展至十多个事业体，为建立品牌标准化并推动“AURORA”品牌国际化，震旦率先导入完整企业识别系统（CIS），启动品牌形象的系统化建设。这不仅实现企业形象的全面升级，也建立一致且鲜明的品牌识别语言，为品牌长期传承与接轨国际奠定基础。



2006

AURORA TOP
树立卓越典范

2006年，震旦集团开始扩大举办“AURORA TOP表扬大会”，以“震旦第一”精神激励同仁追求卓越，使“AURORA TOP”逐步成为表扬绩优同仁、传承企业文化的重要平台。它不仅象征集团对杰出人才的高度肯定，也让卓越典范在企业内持续传承，凝聚全体同仁不断进步、挑战巅峰的共同信念。



2010

上海世博会
让世界看见震旦

2010年，震旦以“中华玉文化，城市新风格”为主题，参与上海世博会，自建“震旦馆”，成为本届世博会18家企业馆之一，也是世博会160年来首家自建馆参展的台资企业。为期半年的展示，吸引230多万名来自世界各地的游客，向世人传播悠久、经典的中华玉文化，也让震旦以文化为桥梁，与世界展开更深层的对话。



2012

宝格丽特展
深化国际文化交流

2012年，“宝格丽125年意大利经典设计艺术展”于上海震旦博物馆展出，作为继意大利罗马圣天使堡国家博物馆、法国巴黎大皇宫博物馆及中国北京国家博物馆后的第四站，首度落脚非国有博物馆。展览汇集珠宝、钟表与设计珍品，不仅呈现意大利经典美学，也让西方设计风华与东方文物精髓相辉映，展现震旦拓展国际文化交流视野。



2013

震旦博物馆
守护文化瑰宝

2013年，震旦博物馆于上海正式开馆，为陆家嘴地区第一座非国有博物馆，由安藤忠雄设计，并以“保护、传承、奉献”为宗旨，秉持回馈社会初心，打造黄浦江畔文化宝盒。馆藏以玉器、青花瓷、陶俑与佛教造像为主，结合典藏、研究、教育与推广，传承中华文化内涵；并与北京大学合作，持续深耕古器物学，践行守护文化瑰宝的使命。



2022

永续报告书
披露永续承诺

2022年，震旦集团发行首本《震旦行永续报告书》，聚焦绿色办公、幸福职场与社会关怀，系统揭露环境、社会及治理面向的成果与承诺。作为“震旦ESG元年”，这不仅标志震旦在提升竞争力、追求经营绩效的同时，将ESG纳入经营核心，也展现企业更加重视回馈社会、实践永续发展的坚定决心。

六十年来，震旦在品牌、文化、国际交流与永续治理上，持续推进一项项重要建设。从建立企业识别、树立卓越典范，到登上国际舞台、深化文化交流，再到文化公益平台的建立与永续报告揭露，这六项里程碑不仅是震旦品牌发展的重要节点，更是长期投入、持续深耕的具体实践，见证企业一步步厚植品牌实力、扩大影响力的发展历程。



震旦 60

HERITAGE
OF AURORA GROUP

回顾

CHAPTER

1

时 | 光 | 剪 | 影 | GLIMPSES OF TIME

耕耘六十年

台湾地区 · 动土根基

1965年于重庆南路起步，震旦凭借毅力与决心，在“让办公生活更美好”的道路上，写下无数动人篇章，更奠定60年的稳健根基，让梦想从此茁壮。



1965年 · 重庆南路震旦行旧址



1966年 · 第一家台中分公司



1987年 · 台北震旦国际大楼动工典礼



1992年 · 台北震旦国际大楼启用仪式



1993年 · 台北震旦国际大楼启用

时 | 光 | 剪 | 影 | GLIMPSES OF TIME

耕耘六十年

大陆·动土根基

1993年跨足大陆，以自有品牌写下佳绩；如今江苏智能园区投产，更展现制造硬实力。未来将持续深耕，以卓越品质与服务，再创高峰。



1993年·成立震旦行国际贸易（上海）有限公司



1994年·嘉定园区奠基，上海电子厂上梁



1996年·陈创办人视察上海家具工厂工地



2000年·上海震旦国际大楼开工典礼



2000年·上海震旦国际大楼开工典礼



2004年·上海震旦国际大楼封顶仪式



2009年·上海世博震旦馆上梁仪式



2020年·震旦江苏智能园区动工

时 | 光 | 剪 | 影 | GLIMPSES OF TIME

记录精彩

两岸 · 活动纪实

回首耕耘六十载，珍贵画面记录精彩瞬间。这些跨越时空的经典影像，见证了两岸携手并进的里程碑；让我们承袭荣光，以热忱与专业，迈向更灿烂的未来。



1994年 · 震旦集团同心大会



1996年 · 震旦月刊二十五周年酒会



1998年 · 元旦路跑活动



1998年 · 元旦路跑活动





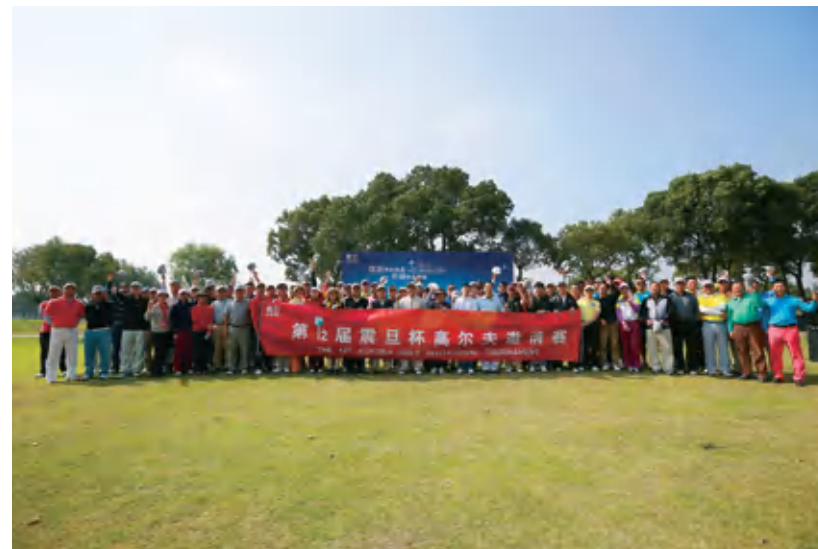
1999年·上海震旦办公设备与日本安满能打卡钟签约仪式



2003年·震旦复印机OEM合作项目签约仪式



2008年·上海世博“震旦馆”签约仪式



2009年·震旦杯高尔夫球赛



2010年·上海世博会企业吉祥物“旦宝”游世博



2013年·上海震旦博物馆开幕剪彩



2023年·震旦杉树班参访震旦博物馆



2025年·国际博物馆日活动排队人潮

时 | 光 | 剪 | 影 | GLIMPSES OF TIME

见证永恒

两岸 · 周年庆纪实

两岸同仁共聚庆祝每一阶段的成长。周年庆典不只是成功的喜悦，更是传承良好的震旦文化与精神，让我们心连心，共同书写震旦集团更耀眼的篇章。



1987年 · 集团二十二周年运动会



1985年 · 集团二十周年庆园游会



1987年 · 集团二十二周年庆暨AURORA TOP表扬大会



1995年 · 集团三十周年暨CI启动仪式



2005年 · 集团四十周年园游会与周年庆登山活动



2014年 · 创办人率领经营团队欢庆集团五十周年





2025年·台北欢庆集团六十周年，创办人与董事长共同启动庆生圆球，活动结合运动会与啦啦队表演，展现震旦人齐心拚搏的团队精神。



2025年·于上海震旦大楼举办悬挂金蛋传承仪式、前瞻论坛及感恩音乐晚会，庆祝集团六十周年。

时 | 光 | 剪 | 影 | GLIMPSES OF TIME

震旦第一 两岸·表扬大会

为表扬绩优同仁，树立追求卓越典范，传承震旦精神与文化，举办“AURORA TOP表扬大会”，期勉每位震旦人，挑战高峰，创造震旦第一。



1987年·二十二周年庆暨AURORA TOP表扬



2008年·创办人入场与致词勉励优秀的TOP菁英们



2014年·全体AURORA TOP获得者与高阶主管合影，留下最精彩的一刻



2011年·汇集团菁英们，一同为英雄们喝彩



2012年·以龙耀天下为主题，通过表扬大会激励团队士气，展现震旦第一的精神



2025年·台北欢庆六十周年暨AURORA TOP表扬大会



第 | 1 | 阶段

创业时期

创业草创，踏实起步

1965年至1971年是震旦集团的创业初期。在这段台湾地区经济快速起飞的年代，震旦肩负着时代赋予的机遇与挑战，从重庆南路一段57号的办公室起家，仅凭20万元资本与七位员工，启动了震旦60年精彩篇章的第一页。

从7人小公司到全台事务机器总汇

震旦于1965年10月20日成立于台北市重庆南路。创立初期即引进台湾地区首台桌上型计算器及AMANO打卡钟，开启办公自动化元年。在台湾地区经济奇迹逐步成形的背景下，震旦迅速扩展业务，成立分公司，至1972年已有八间分公司、超过300名员工，产品从原先两项拓展至20多项，涵盖打卡钟、影印机、打字机等办公用品，成为名副其实的“事务机器总汇”。

1968年，震旦以“一元打卡钟”创新营销手法成功打入市府采购案；1970年导入企业识别系统ACC，强化企业形象；1971年创办《震旦月刊》，成为企业传声筒；尔后成立“真益电子”，正式跨足制造领域。这些创举展现了震旦早期的营销敏锐与文化布局，为未来奠定厚实根基。

制度雏型与企业文化的初步成形

为因应事业扩展与管理复杂度提升，震旦开始导入制度性创新。包括组织架构调整、成立经营决策委员会、利润中心事业部制度雏型、利润分红机制等。



1965年重庆南路总公司外貌

1965

1971

1
2
3
4
5
6



1965年引进的AMANO打卡钟



1965年CONTEX-10计算机



1966年台中分公司



1967年高雄分公司



1969年台南分公司



1969年维修部同仁工作情景



1971年《震旦月刊》创刊



1965年公司内部商品展示

除内部管理强化外，震旦亦积极推动人员教育训练，邀请日本技师驻台协助维修技术，并引进经营管理专家进行专业课程，奠定“责任中心制度”基础，建立“利他精神”的企业文化。

凭借稳健成长脚步，开启创业之路

重庆南路时期的震旦，是一个筚路蓝缕、勤奋打拼的缩影，也是一个奋发向上的集体记忆，至今仍深植每位震旦人心中。那段岁月不仅见证了公司从无到有的艰辛，也塑

造了坚毅、创新的企业精神，激励后人持续追求卓越，承续先贤的努力与梦想。

回望这段创业历程，震旦用踏实的脚步开创了企业的起点。从创办初衷、产品布局到制度设计，皆展现创新与韧

性并存的企业精神。从重庆南路的第一家公司起步，凭着诚信与专业服务精神，逐步建立顾客信任与品牌口碑。这段历史，不只是空间转移的故事，更是震旦文化与精神的起源，为后续60年的精彩，写下坚实的序章。



第 | 2 | 阶段

成长时期

转型跃进，迈向集团化

1972

1980

1
2
3
4
5
6

1972年至1980年，是震旦从创业草创迈向企业化经营的关键年。这段期间，震旦不仅扩大营业规模、创下亮眼业绩，更正式导入『责任中心制度』、成立子公司与海外据点，转型为具备集团架构与现代化管理基础的企业。从重庆南路迁址南京东路，也象征着震旦在企业组织、文化、制度上完成华丽转身。

快速转型扩张的重要阶段

1972年震旦搬迁至南京东路，随即进入企业扩张与经营制度重塑的重要阶段。当年公司资本额由创立初期的20万元，成长至3,000万元，年营业额从300万元跃升至2亿5千万元，员工人数也达到456人。这段时间虽然国际面临石油危机与经济低迷，但台湾地区十大建设陆续完成、高附加价值产业蓬勃发展，震旦则顺势导入『事务机器化、管理科学化』理念，成为推动科技与经营升级的领航者，为后续经营奠定坚强基础。

震旦于1975年起正式实施『责任中心制度』，将利润分红机制制度化，建立目标管理、营运计划、直线与幕僚主管轮调制度，让每位同仁都成为经营者，落实自转经营。营业目标涵盖“市场、人力、服务、资金与利润”五大目标，由责任中心自主规划与执行，确保组织灵活高效。与此同时，公司建立出口事业部、电脑事业部、印刷事业部等专业部门，并推动服务六小时上门服务制度，形成以顾客为中心的全方位一条龙服务体系，为顾客创造服务价值。



创办人在震旦十周年庆致词



1972年Minolta1114型电子影印机



1973年SHARP CS-32A计算机



1978年泰盈工厂



创办人参与震旦十周年活动现场



1979年责任中心主管会议



1979年RICOH600S第一台传真机



1979年赴美参与计算机商品展示会



1979年与RICOH签订传真机代理合约

品牌拓展与文化深耕并进

此阶段震旦集团积极开拓国际市场与品牌价值。1974年与1975年分别在日本与美国成立KK SUN-RISE与Aurora Impex两家海外公司，1978年成立泰盈电子，正式量产AURORA品牌电子计算机，实现自有品牌梦想；1980年成立金仪公司，专责销售美能达（Minolta）系列商品，让业务线更清晰分流。产品类型也持续扩充，

包括电脑、传真机、印刷系统、半导体商品等，震旦逐渐成为科技导向的集团化企业。

在内部文化建设上，创办人提出『稳健、踏实、和谐、进步』为企业精神指引。《震旦月刊》十周年之际改版为单行本、首次推出震旦行庆典主题歌，传递企业情感与团队向心力。此时期震旦也积极投入公益行动：捐赠计算机给清寒学生、响应捐机运动等，展现企业在追求获利外，仍关注

社会共好、担负公民责任的精神风范。内部亦持续推动员工教育与专业训练，培养人才并建立良好工作氛围，鼓励创新思维与合作精神。同时，举办相关团建活动，拉近企业与员工、社会的距离，使企业文化不仅停留在理念，更落实于日常行动中，形成持久且正向的影响力。

南京东路时期的震旦，是奠定制度、扩展市场与塑造文化的关键时期。企业由点成线、由线连面，从在地壮大到

迈向国际，为震旦迈向成熟与集团化发展奠定坚实基础。这段历程不仅记录了一家企业的成长，也映照出台湾地区经济奇迹中的企业典范。此外，在内部管理上建立完善制度，强化组织运作效率，同时积极拓展产品线与服务网络，提升品牌影响力之外，也持续参与社会公益，建立企业良好形象，使经营理念与社会责任并行，为日后多元化经营奠定深厚基础。



第 | 3 | 阶段

扩张时期

多角布局，集团成形

1981年至1992年，震旦进入创立以来最蓬勃发展的黄金年代——松江路时期。这段期间不仅是多角化经营全面展开的时期，更是制度深化与文化成形的重要阶段。从本业拓展到海内外据点设立，从品牌识别到经营理念的发行，震旦以集团之姿站稳市场，迎向现代企业典范的转型跃进。

在此期间，震旦行推动多角化经营，先后设立多家子公司：印刷事业部改制为崇丰机械、电脑事业部成立震旦电脑，互盛股份有限公司专责RICOH代理、依特利进军速食业、泛扬国际代理高级汽车，乃至成立震旦通讯与兆瑞公司拓展通讯与移动电话市场。

同时，泰盈南崁厂、大甲家具厂相继落成，扩大自产品牌的深度与广度，震旦自有商品在美国、日本、新加坡等海外据点同步销售，让震旦品牌真正走向国际。各子公司亦积极引进各式新商品：如AT&T电话、MURATA传真机、IBM中文电脑、MOTOROLA折叠式大哥大等产品百花齐放，市场能量与营业额屡创高峰。企业管理上更为严谨：设立服务专线、顾客服务中心，改制总管理处为董事长室，强化责任中心制度的绩效评核，推动组织持续优化。

向英雄致敬——AURORA TOP表扬大会

为表扬绩优销售同仁，树立追求卓越的典范，并传承震旦精神与文化，自1981年起，举办“百万 TOP SALES 之夜”，为优秀销售人员喝采，这正是今日AURORA

1981

1992

1
2
3
4
5
6

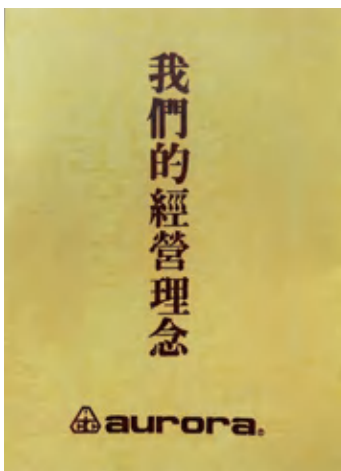
1981年总部迁至松江路盛香堂大楼



1981年起举办“百万TOP SALES之夜”AURORA TOP表扬大会的起点



1982年代理销售RICOH传真机



1984年发行《我们的经营理念》



1987年震旦集团二十二周年运动会



1987年震旦国际大楼动土典礼



1987年震旦集团二十二周年庆运动会创办人观礼



1988年环保健行活动



1988年震旦二十三周年庆于中华体育馆举办

TOP表扬大会的起点。

1986年底，总管理处正式公布AURORA TOP遴选标准与办法，获奖对象不再仅限于销售同仁，而是涵盖营业、服务、幕僚等全体同仁。1987年6月，第一届AURORA TOP表扬大会于圆山饭店隆重举行，创办人以“向英雄致敬”为题发表演讲，感谢119位获奖同仁在各自岗位上的卓越贡献。至今，AURORA TOP表扬大会早已不只是一

次颁奖，而是全体震旦人自我挑战巅峰、缔造佳绩、追求极致工作品质的荣耀勋章。

品牌形象与文化信仰的定锚期

1984年出版《我们的经营理念》，正式提出“同仁乐意、顾客满意、经营得意”的信念口号，成为全体震旦人的经营圭臬。1986年，创办人全台主管会议上提出“企

业家族、企业内创业、诚信正派”的文化方向，并勉励大家在成功之后仍要“系紧钢盔”，精益求精。

《震旦月刊》于十周年改版为杂志型式，提升品牌形象与社会影响；震旦企业之歌问世、AURORA TOP颁奖典礼成为震旦人最高荣耀。此外，震旦更连年获得德国IF设计奖、十大金商标奖、国际建筑施工奖等肯定，赢得专业与品牌美誉。

1989年，陈永泰创办人以个人名义捐资成立“震旦永续经营基金会”，开启震旦公益与社会责任的新篇章；1991年震旦行股票上市，此阶段是震旦集团真正集团化、多角化、国际化的重要起点。在这段期间，震旦建立了坚实的品牌基础与制度架构，也逐步成形了具备文化深度、社会责任与国际视野的企业体质，为接下来的转型创新与永续发展注入了动能。



第 | 4 | 阶段

开创时期

擘划新局，立足世界

1993年至2002年，是震旦集团迈向数字化与国际化的关键十年。随着台北震旦国际大楼启用、多家子公司上市、事业体陆续设立，震旦从品牌、制度、科技与文化四个层面全面提升，奠定集团化与国际视野的坚实基础，也代表着企业经营从成熟迈入全面扩张的新局。

1993年3月台北震旦国际大楼正式启用，象征企业迈入国际现代企业的新纪元。震旦办公设备（OA）、金仪、互盛等子公司相继导入数字化办公商品，包含影像电话、微电脑中文支票机、指纹辨识系统、会议投影整合解决方案等，全面升级办公应用层次。1999年，互盛公司股票上市，成为集团第二家上市公司，体现震旦深化资本市场版图的实力。

同一时期，震旦更积极布局全球：1993年成立震旦行国际贸易（上海）公司，1995年于上海建置“震旦嘉定园区”；2000年震旦上海家具公司成立，并投入自有品牌碎纸机生产，2002年销量跃升全球第二。震旦五股教育培训中心启用，加州震旦美国总部落成，上海电子事业部与工厂陆续成立，形成环环相扣的全球产销体系。同时，震旦通讯连锁门市与信息量贩事业体成立，打造流通事业部，跨足电信与消费科技商品领域。

创新改革与文化深耕的双引擎

这一时期，震旦集团启动大规模“企业改造行动”，整并



1993年震旦国际大楼启用典礼

1993
|
2002

1
2
3
4
5
6



1993年购置上海震旦国际大楼土地签约仪式



1993年上海嘉定震旦园区奠基仪式



1993年成立震旦行国际贸易（上海）公司



1995年集团三十周年庆暨CI发表会创办人致词



1996年震旦月刊二十五周年庆回顾展



举办1998年“元旦晨跑”活动



1998参观震旦信息量贩广场



1998年举办“爱我中华元旦晨跑”台北场活动



2000年上海震旦国际大楼奠基仪式



2002年上海浦东新区综合经济学会来访交流

绩效不佳事业体，强化管理中心机能，于全台成立七大经营策进会。同时推出“木兰计划”与“巾帼专案”，培养女性营业与管理人才，推动多元与永续的人才发展体系。

品牌与内部文化同步进化，例如：1995年《震旦月刊》改版为左翻横排，推出网站线上阅读、出版企业形象光碟，与卓越杂志合著《震旦的营销管理》，更数度荣获劳委会与台北市政府“优良劳工刊物”首奖、优等奖肯定。

《我们的经营理念》也与时俱进，陆续修订至第七版，持续引导集团核心价值的深化。

震旦企业在设计、品牌与创新也屡获肯定：AURORA计算器荣获“外贸协会优良设计产品”、震旦家具获得多项台湾地区“台湾精品奖”、“新加坡设计奖”、OA产品荣获金龙奖与建筑类奖项；1994年台北震旦国际大楼以首座智能型大楼，获选最具“台北性格”现代化建筑标的物；

1995年荣获“优良建筑节能设计奖”；1998年荣获台北市政府“闪亮夜台北·一九九八建筑夜景金奖”等荣耀。

在社会公益方面，震旦基金会在1996~2000年间大力投入文化与灾后重建，捐赠921大地震款项重建家园、支持心路基金会、与TVBS电视台合办“跨世纪对话”讲座、“元旦晨跑”、回顾展等活动，全面展现企业公民的高度参与。创办人陈永泰先生亦多次捐赠个人珍藏文物，包括佛像、

汉画像砖予故宫与中外博物馆，传递文化保育的宏愿。

在此阶段是震旦集团完成从台湾地区企业走向国际品牌的重要十年。无论在数字化、通讯技术、企业管理、人才制度、品牌美学，或是社会文化参与上，都展现出与时俱进、兼顾效率与人文的成熟风范。这一阶段为震旦奠定全面升级与永续发展的动能，也让企业更坚定地朝百年目标稳健前行。



第 | 5 | 阶段

跃升时期

筑基上海，展翼全球

2003

2010

1
2
3
4
5
6

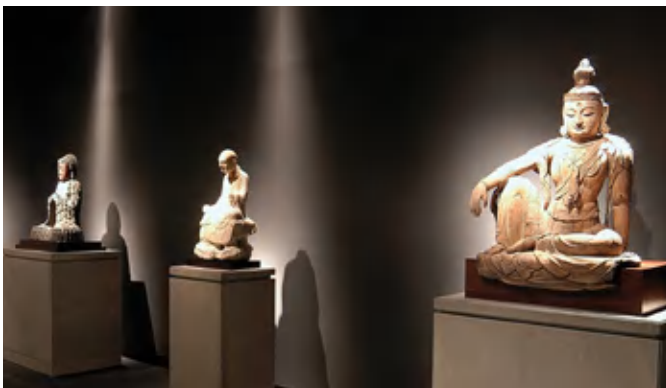
2003年至2010年，是震旦集团跨足上海、稳健扩张的关键十年。从企业转型、品牌输出到文化推广与社会参与，震旦以“筑基上海、胸怀世界”的格局，展开新一轮的跨世代篇章。

随着2003年上海震旦国际大楼落成启用，嘉定震旦园区生产事业稳定成长，震旦集团在台湾地区累积近40年的基础上正式筑基上海。各事业体积极推动改革，奠定永续经营根基并创下亮眼业绩。台湾地区各事业体持续改革，震旦、

金仪、互盛引进彩色激光打印机、高端影印与传真系统，互盛RICOH数字影印机更获颁多项国际大奖。震旦家具荣获台湾地区与大陆设计与品牌大奖，包括台湾地区“台湾精品奖”、红星奖、优良产品设计奖、上海名牌等殊荣。



2003年上海震旦国际大楼正式启用



2003年震旦艺术博物馆在台北成立



2006年台北震旦艺术博物馆开办古器物学鉴赏课程



2005年四十周年举办玉山登顶活动暨北、中、南三场“活力奔驰园游会”

2005年震旦集团欢庆四十周年，举办玉山登顶活动暨北、中、南三场“活力奔驰园游会”；2006年震旦月刊简体版正式发行、震旦集团网站全新上路；2007年开始扩大举行AURORA TOP表扬大会；2008年，更新中文化企业识别系统，并陆续改版《我们的经营理念》；2010年，出版震旦集团之歌《东方的光》，凝聚全体同仁向心力。

文化立身，公益展望

2003年成立震旦艺术博物馆，以古器物与玉器教育推广为核心，开办系列展览与课程；2005年设立上海分馆；创办人并多次捐赠藏品，包括捐予佛光山、东和禅寺、慈济宫等机构，展现企业文化推广的深度与实践。

2010年，震旦以“中华玉文化，城市新风格”主题参与



2008年创办人于AURORA TOP表扬典礼致词勉励



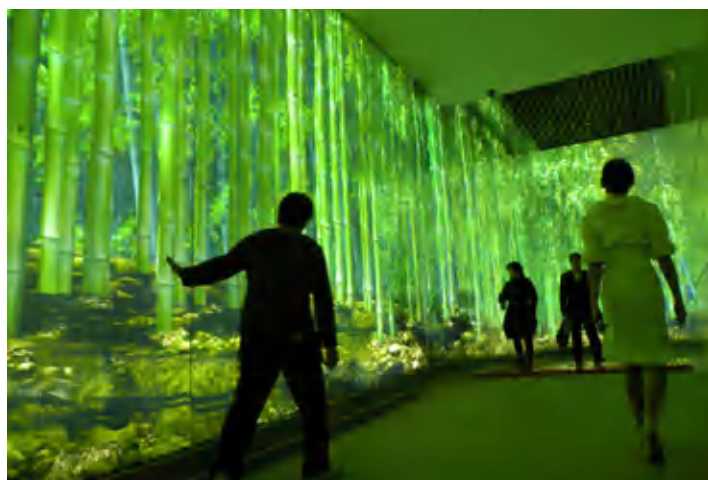
2008年以“中华玉文化，城市新风格”取得2010年上海世博会企业馆建馆资格

上海世博，成为160年来第一家以自建馆方式参展的台湾地区企业。馆内七大主题展览与3D展示引发热烈回响，累计参观人次超过220万，并获选为客诉率最低场馆之一，获社会与媒体一致赞誉。

震旦积极投入公益与社会责任：从SARS复苏活动、四川汶川地震赈灾、莫拉克风灾援助，到资助新华基金会“



震旦馆以L型外观及屋顶上的“红山玉人”有喜迎八方来客之寓意



震旦馆中长达18米的翠竹长廊，呈现绿意盎然

珍珠班”、家扶基金会与普仁基金会等机构。企业不仅在经营绩效上卓越，更以实际行动回馈社会，荣获多项公益奖与文化奖项肯定。

上海时期，是震旦从品牌扩展走向文化深耕与社会实践的全方位进化时期。面对全球金融动荡与天灾频仍，震旦以稳健的经营与人本精神，展现企业厚度与时代使命感，为未来永续愿景奠定坚实的基础。



第 | 6 | 阶段

转型时期

厚积薄发，迎向未来

2011
|
2025

1
2
3
4
5
6

2011年开始，震旦集团展开创新开展与事业转型的重要时刻。在外部环境剧变、全球疫情与经济挑战下，震旦仍稳健擘画新蓝图，持续强化新事业、推动文化推广，实践永续经营与社会贡献的承诺。

2011至2020年是震旦集团蓬勃发展、创新突破的十年，也成立多个新事业体，掌握时代脉动、开拓经营版图。2013年，震旦博物馆于上海开馆，秉持“保护、传承、奉献”的文化理念，成为黄浦江畔的文化宝盒。

尽管全球局势动荡，震旦仍展现坚定脚步。与韩国福喜世集团合资成立震喜家具，携手台湾地区中国医药大学成立长阳生医；与日本柯尼卡美能达共组康钛科技进军高阶印刷市场。设立互盛（中国）、震旦云商、两岸3D与云端事业部，



震旦集团与意大利高端家具品牌ESTEL集团合作，AURORA ESTEL双品牌展厅于2018年上海开幕，为顾客提供高端的办公空间解决方案。



2011年赞助高雄佛光山佛陀纪念馆“地宫还原”常设展，多年累计共捐赠地宫文物共计145件



2012年上海震旦博物馆试营运期间举办“宝格丽125年意大利经典设计艺术展暨震旦博物馆典藏展”



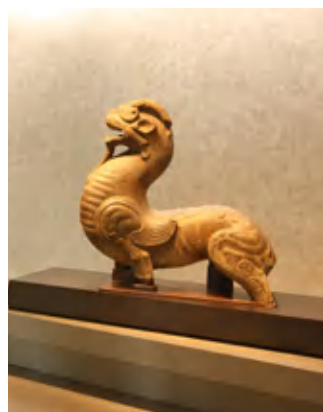
2013年上海震旦博物馆落成，被誉为黄浦江畔的文化宝盒



上海震旦博物馆不定期与国内外艺术家及单位合作



2013年响应518博物馆日，震旦博物馆参观人潮大排长龙



上海震旦博物馆镇店之宝神兽



2013年上海震旦博物馆隆重开馆



宝格丽125年意大利经典设计艺术展剪彩活动

携手Stratasys与Nano Dimension，拓展3D打印应用。台湾地区市场也与工研院合作自有品牌进入3D打印产业。

震旦家具建设六大中心，实现产销合一，与意大利Estel合作双品牌，打造高效智能办公空间。江苏智能园区动工，迈向智能制造。2014年两岸共同庆祝集团成立五十周年并出版50周年纪念专刊；《震旦经营理念》修订至第十三版，秉持“顾客至上”的服务信念，实践“顾客满意、同仁乐意、回馈社会”之理念。

文化厚植与公益深耕

在文化与公益上，2015年创立陈永泰公益信托，首届“传善奖”启动，社会服务与文化公益全面开展。2013年震旦博物馆开馆，荣获全球金星奖、100个最美城市空间奖，并与意大利在威尼斯双年展合办特展。并与同济大学、复旦大学合作成为艺术教学创新基地与实践基地。

震旦博物馆A2馆于2020年启用；并参与各国文化展览、捐赠文物予佛光山、传艺中心与河北幽居寺。社会服

务方面，展开珍珠班、杉树计划、捐助雅安地震、高雄气爆、办公设备捐赠与『温暖随行』公益行动，多年持续不辍，实践回馈社会的企业使命。

在此阶段是震旦集团多元转型与文化深化的关键十年。在疫情与变局中稳健应对，以创新产品、智能管理与人文关怀，不仅创造卓越绩效，更持续筑梦未来，坚定迈向百年企业的愿景。

数字与永续并进的双轨转型

自2021年起，震旦集团面对疫情冲击与全球经济变动，以六十年来厚实的经营根基与文化底蕴，全力推动组织转型、事业革新与公益深化，展开一段厚积薄发的新篇章。

震旦、金仪、互盛与震旦家具自2021年起移动客服APP上线、展开零接触服务；并将“震旦办公家具”正式更名为“震旦家具”扩大服务范围，更于成立“大震设计”提供空间规划顾问服务。大陆则成立“震旦家居”品牌，进



2012年震旦家具于上海嘉定园区建设六大中心，完成“一条龙”产销合一布建



2013年震旦与3D打印领导品牌Stratasys合作



2014年两岸扩大举行震旦集团五十周年庆典活动

军儿童家居市场。此期间在台湾地区，震旦推出“未来办公式”虚拟展厅及互盛的“360度办公乐活”虚拟展厅，提供360°环景功能，体验未来办公面貌；震旦家具也获得“WELL健康-安全评价准则”认证，协助企业在打造健康、高效、灵动、永续的办公空间。

上海震旦家具旗舰展厅荣获铂金级WELL V2认证、LEED金级认证；江苏智能园区正式投产并取得LEED金牌认证，象征智能制造与环保大步迈进。2023年，首次发

行“震旦行永续报告书”，揭露于ESG（环境、社会及公司治理）三面向的绩效，持续在产品创新、智能制造、绿色永续及社会文化层面，厚植企业价值、开创未来。

文化深耕与公益共好

2021年起，震旦博物馆推出多场精彩展览，包括《往来千载：徐悲鸿、齐白石、张大千特展》、《门La Puerta》、《浮生巴黎》、《Boundless无界》等，展现当代艺术多



2015年捐赠“文创保温瓶组”予育幼院孩童，以暖心物资传递关怀。



2015年启动“温暖随行”公益行动，鼓励同仁在地参与公益



2015年陈永泰公益信托成立，第一届“传善奖”起跑



2017年AURORA与意大利Estel双品牌合作



2025年于上海举行悬挂第61颗金蛋仪式，象征震旦正式迈向第61年新里程



震旦江苏智能园区2023年投产，致力于绿色生产，追求无醛办公环境

元风貌。并与浦东图书馆合办主题书房，举办第八届中国博物馆创新论坛，入选“陆家嘴城市美育客厅”与“年度人气博物馆”。

疫情期间，震旦博物馆推出会员卡、开通微信视频号，拓展线上讲座与参访；并持续与国内外文化机构合作，并捐赠文物予北京大学与台湾地区传统艺术中心。博物馆获颁“年度卓越博物馆奖”、“璀璨文化楼宇”等多项荣誉。

公益服务方面，震旦在2021年捐赠防疫物资，发放现金

暖暖包支援同仁因应通膨压力。传善奖放宽征选标准，支持更多基金会与社福团体。“温暖随行”计划在全台持续不辍，协助弱势群体；珍珠班、杉树计划等两岸助学行动持续推展，成为震旦公益的核心工程。

厚积薄发是震旦在时代变局中勇敢转型、稳健前行的真实写照。从企业管理到产品创新，从文化推广到社会责任，震旦以智能、速度与热情，迈向下一个里程碑。在挑战中成长，持续朝向永续经营与价值共创的崭新未来。



2023年震旦家具导入WELL健康建筑标准，台北展厅取得WELL HSR评价，上海展厅荣获铂金级WELL V2认证、LEED金级认证



2023年震旦行发行首本“2022年震旦行永续报告书”



2024年震旦江苏智能园区正式揭牌取得LEED金牌认证，实现绿色智能制造生产



AURORA

震旦60

PROSPECT

OF AURORA GROUP

展望

CHAPTER

2



从打卡钟到智能办公解决方案 引领办公自动化新时代

从一般打卡钟到人脸辨识，从机械式的打字机到计算能力强大的电子计算器，从单一功能的影印机到智能互联的多功能复合机，震旦集团在办公设备领域已走过一甲子的辉煌岁月。这60年间，震旦不仅见证了办公科技从类比式到数字化、智能化的革命性飞跃，更以趋势开创者的角色参与其中，成为推动两岸办公市场商品与解决方案发展的重要力量。

在台湾地区初创时期，震旦便以“品质第一、服务至上”的理念深耕市场。1990年代，随着两岸经贸往来日益密切，震旦率先将先进的办公设备引入大陆市场。从最初在上海设立办事处，到如今构建起覆盖大陆200多个城市的直经销网络，震旦用专业与真诚赢得了企业顾客的信赖。那些穿梭于顾客间的服务工程师，那些坚守在线上的技术支持同仁，都诠释着震旦“服务创造价值”的核心承诺。

步入数字经济时代，震旦敏锐把握行业脉搏，提出“以软带硬”的战略转型。通过自主研发的OA办公云平台，

将传统硬件设备与智能软件深度融合，为企业提供从档案管理、流程执行到数据分析的一站式解决方案。在绿色办公理念引领下，震旦推出的ESG解决方案更将环保理念串联起产品全生命周期，从节能设备到碳足迹追踪，协助企业实现永续发展目标。

聚焦核心与创新，推动数字与绿色转型

廖庆章总经理表示，震旦以销售为核心，始终秉持震旦经营理念之一“顾客满意”为目标，赢得顾客的信赖，不

仅需提供多元品牌选择，更要以优质服务做为关键竞争力。“顾客在哪里，服务就到哪里”是震旦的承诺，因此采取直经销通路双管齐下，每个直销通路通过责任中心制度，让同仁精耕市场，提供有温度的服务，所获得的利润让责任中心全体同仁得以分享，同仁更有动力开发新顾客，形成正向的自发性自转经营。

而随着经济形态、消费习性的转变，近年来“租赁”也成为主流，通过租赁提供顾客更大的选择弹性，企业可以选择营业型或资本型，在耗材及机器的长期拥有或短期租赁，都有相对应的方案，有助提升震旦集团的市占率。尽管大多

数的企业都已有办公设备，再加上多年来“无纸化”声浪不断，不过就市场现况来看，纸本的文件仍有其刚性需求，同时彩色化的趋势仍在持续。随之带来黑白机器的汰换商机，以及更高市占率的争取，“聚焦本业”仍是震旦集团办公设备核心目标，整体办公设备领域仍有很大的成长空间。

面对OA产业的未来，在台湾地区的四家事业部，包含震旦、互盛、金仪以及康钛科技，其中震旦办公设备（OA）为顾客提供“智能高效、节能减碳、环保永续”的办公设备及解决方案。协助企业打造符合健康WELL办公场域；并通过“循环经济”服务模式，将旧机整新再利用，推出



大陆OA直销事业群以“成为办公整体解决方案的引领者”为愿景，聚焦营业CRM 管理、服务智能E管（CSRC）和震旦安心印解决方案，协助企业降本增效，满足顾客需求。

环保“齐心机”提高设备再生价值，实践绿色低碳转型。

互盛公司则定位为“数字转型推动者”，持续优化办公设备核心商品与服务模式，以提供解决方案与设备顾问，协助用户实现设备升级与流程优化。并将加速推动软硬件整合、远程管理与订阅式服务，拓展AI应用、云端平台及ESG导向的绿色设备。

金仪公司以“成为科技服务的引领者”为定位，将聚焦“金仪大管家”四大智能场景——A（人工智能）、B（经营战情室）、C（碳管理）、D（资安防御），结合数据、装置与平台，打造企业数字韧性与永续竞争力。

康钛科技定位为“高阶数字印刷专家”，未来也将持续深化高阶生产及工业数字印刷系统整合销售，并结合印刷管理软件协助印刷产业提升生产效率，深耕北、中、南区域市场。其高阶数字印刷设备将结合印前管理系统、AI智能检测提升印刷效率与品质，搭配AI技术辅助，打造自动化生产，缩短操作时间，协助顾客迈向智能化印刷流程。

大陆市场持续布建直经销通路，成为顾客转型的好伙伴

看好大陆的经济成长，2003年上海震旦国际大楼正式启用，震旦集团也进军大陆办公设备市场。震旦集团罗万仁董事指出，震旦在大陆同样采取直销、经销双轨进行，在经济活动热络的六省三市，采取直销策略，其他地区与经销伙伴合作。近年受到美中贸易战、地缘政治因素，根据IDC的数据，大陆整体A3的新机近两年呈现衰退，但震旦持续通过深度的服务，开发新客源，尤其针对特定产业，包括律师事务所顾客的精耕，运转台数止稳向上，并积极提升彩色机器的占比。另一方面，随大陆政策上持续提振经济，资金逐渐回流，震旦集团也将伺机拓展事业部与直销据点。

震旦集团马志贤董事强调，OA（办公设备）营运的商业模式是借由一步一步累积起来的基础，不断蓄积能量，



罗万仁董事表示，大陆OA产业将持续布建直经销通路，以精致服务和解决方案，为顾客提供更高价值。

随着时间的累积，效益就会逐渐的显现出来。因此需要更多的直销据点进行深耕，同时也要有经济规模，发挥通路的价值，才能拉开与对手的距离，创造竞争优势。这需要通过扎实的人才招募与训练，累积足够人才的质与量，才有继续往外扩展的实力，也就是基本功练好，除了人才、产品、软件、解决方案等平台要架构好。尤其大陆市场很大，更多一线、二线的城市，还有许多震旦集团没有服务到的市场需要布点，因此未来的拓点，会通过所谓细胞分裂的方式，将责任中心一步步扩张。



大陆OA经销事业群以“震旦经销家族共生共荣，携手成就领导品牌”为愿景，让经销伙伴能够盈利、发展，让震旦同仁在企业内创业，共创品牌价值、良好商誉、市场地位。

在行业别的细分化，除了律师事务所，未来在会计师事务所、教育培训行业等，一步步深耕行业、累积专业与案例，在该行业达到一定市场占有率后，自然成为具有话语权的一方。除了中小企业，也将面向大型企业，随目标顾客正在进行数字转型，客制化的解决方案更是协助顾客转型的好伙伴。

另外震旦电子在市场布局，将以高端商品引流，保持北美市场业绩，持续扩大欧洲、南美及中东市场业绩，并扩大高端商品占比。通过研发投入，持续进行专利赋能产品；并加强学习生产新技术、新工艺，引进先进自动化生产设备，提升生产过程的自动化、智能化、信息化，成为



震旦电子立足北美拓展全球，不断研发差异化产品，以新技术、新工艺升级智能产线，致力成为全球知名智能化办公商品制造商。

技术领先的智能制造工厂。

以软带硬策略，满足多元产业需求

办公设备的硬件逐年更迭，从单一功能机器，到整合传真、影印、列印、扫描、储存的多功能机，不仅直线同仁的技能，包括对IP、网络设定等必须跟进提升，过去仅提供单一功能的打印机、扫描器业者，也跟着加入办公设备市场，使得市场竞争加剧，同时也衍生出提供顾客软硬整合解决方案的商机。包括印量的管理、文件整合、信息安全等，为特定产业客制的解决方案，成为决胜关键。

从单纯卖硬件，到软硬整合，迄今以软带硬成为主流。

廖庆章总经理举例，餐饮业与制造业所需求的表单就完全不同，各事业部会有开发团队针对顾客的需求，提供客制化的软件，由于现今硬件的差距不大，能够解决顾客痛点的软件，大幅提升顾客的黏着度与满意度，也成为震旦集团提供差异化服务的特色。

大陆震旦办公自动化（OA）团队经过两年开发，2024年推出“震旦安心印”，罗万仁董事指出，在大陆OA市场采用直销模式的业者，以震旦为首，不同于经销追求价差的模式，震旦集团希望为顾客赋能，尤其企业追求降本增效，必须提高产品的附加价值，为顾客解决痛点，提高其经营绩效。



震旦电子总经理陈信雄（右三）以“致力成为全球知名智能化办公商品制造商”为愿景，持续拓展全球业务，以专利赋能商品，自动、智能化生产，不断提升震旦品牌价值。

除了以软带硬，提供解决方案，近来震旦集团也展开行业别的细分化，将不同行业别做细、做精。例如：针对律师事务所客制化解决方案，目前已达到不错的成效，累积出口碑后。未来会计师事务所、教育培训行业等一步步深耕行业、累积专业与案例，可望带动新机器的销售佳绩。

另一方面，服务向来是震旦集团的核心竞争力，直销所能提供的服务更是震旦集团的优势。包括推出震旦智能e管家（Customer Service Remote Care, CSRC）服务，通过物联网（IoT）和人工智能（AI）技术的深度融合，提供包括即时故障异常通知、碳粉低量主动通知、远程设备管理、AI预警系统等，通过科技让震旦的服务升级。

未来将持续在责任中心制度的基础，提供同仁内部创业的良好环境和机会，培养各级经营管理人才梯队。优化直销通路，强化品牌建设并引进更多AI技术和工具。



协助顾客实现ESG目标

随全球对减碳与永续环保的高度重视，越来越多企业主动投入永续转型，使ESG成为永续经营的重要关键。震旦集团致力提供智能办公解决方案（软件+硬件），为协助顾客实现ESG目标，已推出“ESG绿色解决方案”。亦即通过ESG仪表盘、绿色能源报表和环保报告书，以及复合机健检服务，协助顾客检视设备的使用状况。通过数据分析掌握使用频率；并搭配设备旧机整新的循环经济商业模式，将减碳目标融入日常办公，协助企业迈向绿色永续发展。

其中的关键，在于震旦以设备结合软件服务，利用IoT物联网和AI人工智能技术，独家开发自动回传复合机印量计数的系统，通过ESG仪表盘清晰呈现复合机的使用状况、耗电量和碳排放量等信息。并以自行研发的软件整合至复合机，针对个人或部门的列印用量进行管控。让管理者可即时了解事务设备的使用状况，提供多样化的绿色能源报表，进一步降低整体的印量与能耗，达到节能减碳目的。环保报告书则是针对复合机进行数据分析，协助企业精准掌握碳排放状况，以有效展现具体成果。

深耕通路服务，引领数字转型

震旦集团作为办公设备领域的领导企业，始终秉持“顾客满意、同仁乐意、回馈社会、追求永续经营”的经营理念，以创新思维和前瞻布局引领行业发展。在通路布建的策略上，公司采用直营与经销并行的双轨模式，构建起覆盖两岸办公市场的服务网络；在产品布局上，通过多品牌战略满足不同层级顾客需求，提供从传统办公设备到智能办公解决方案的全方位服务。

面对数字化转型浪潮，震旦集团积极推动智能化升级，将AI人工智能、IoT物联网技术深度融入产品应用，打造智能会议系统、云端平台等创新解决方案。在绿色转型方面，公司率先践行ESG理念，推出环保耗材、节能设备等



绿色产品线，并建立完善的设备回收再利用体系，助力企业顾客实现数字转型与低碳转型的目标。

震旦集团注重人才的培养与服务技术的提升，每年投入大量资源用于基础工作及专业技能培训。公司建立了完

善的人才储备、接班机制，通过E-Learning等内部培训平台，持续提升服务团队的专业能力。在技术提升方面，与供应商的研发部门建立紧密合作关系，共同探索办公自动化领域的技术创新。



展望未来，震旦集团将继续聚焦办公本业及其延伸，持续累积人才，扩充服务网点，借以扩大经营规模。同时将加大在智能办公、云端平台等领域的投入，推出更多智能、环保的商品与解决方案。通过持续的技术提升和服务升级，震旦致力于成为企业顾客数字化转型的长期合作伙伴，共同开创高效办公与永续发展的新纪元。

AURORA FURNITURE
BUSINESS

家具产业



从办公家具到空间解决方案 为顾客打造美好办公生活

办公空间已不只是工作的场所，更是支撑创新、激发协作、凝聚文化与吸引人才的重要环境。震旦以顾客需求为核心，自1999年投入办公家具市场以来，持续整合创新设计、空间规划与智能制造，打造符合未来工作形态的智能办公空间，协助企业提升组织效能，创造更美好的办公生活。

在全球迈向智能化与绿色经济的浪潮中，震旦家具以“健康、高效、科技、永续”为核心，打造兼具弹性与创新的空间解决方案，致力成为顾客最值得信赖的家具与空间规划优质品牌。

震旦积极回应绿色经济浪潮，从产品研发导入循环经济理念，采用低碳环保材料与绿色生产技术，力求将环境负荷降至最低。不仅协助顾客打造符合国际标准的健康职场，更致力于营造平衡身心的空间美学，落实对“人”的

深切关怀。并通过多元且兼具前瞻性的空间解决方案，以卓越的规划实力，引领顾客在迈向永续治理的道路上，共创更美好的工作与生活愿景。

向上游突围——从产品销售到空间解决方案

震旦家具暨大震设计总经理游炎林表示，震旦集团在1999年跨入办公家具市场，当时办公家具价位两极，销售方式单纯。随各种大小小业者进入市场，产地来源不



大陆震旦家具产业总经理刘建伟（左二）以“成为顾客值得信赖的办公空间解决方案顾问”为发展愿景，坚持诚信、专业、服务的价值定位，聚焦办公空间解决方案，为顾客创造更美好的办公环境。

清，家庭家具与办公家具界线模糊，加上网络兴起，价格竞争激烈，震旦集团也亟思改变市场，以期带动市场的正向发展。

以办公家具的使用场域来说，最常见的厂办或办公大楼，都是从土建、基建、杂项、装修，最后才是办公家具进场，一旦预算不够，最容易被砍价的就是办公家具。因此震旦集团20多年前就有往上游设计方向突破的想法，2020年正式成立“大震设计”，摆脱只卖硬件的框架，从

环境（包括空气、采光、建材、水等）与空间解决方案着手，通过环境与空间的塑造，提高办公家具的附加价值。

震旦的优势在经营多年的品牌价值与诚信的企业形象，广布在外的直线同仁，第一时间就可以得知潜在顾客的所在，例如：既有顾客要进行扩厂或搬迁的讯息，因此得以提前在新场域的设计阶段，参与办公环境的规划与设计，为顾客客制符合其需求的办公环境，节省后续空间修改的成本，同时也保障了震旦办公家具的订单与价格。



上：震旦家具提出Activa灵动办公解决方案，让办公更得心应手。下：茶水与储物结合的共享空间，让交流更轻松。右：经典设计，营造从容沉稳的主管空间。

近来更随ESG的世界潮流，大型企业陆续提出企业永续报告书，对办公环境的要求必须符合员工健康、性别友善、绿色建筑等。而震旦是率先公布企业永续报告书并获认证的办公家具品牌，在争取上市公司或具规模企业的订单，握有超越同业的利器，往上游从设计突围，也慢慢带动整体市场生态系的改变。

横向的部分，在厂办、商业办公大楼以外，震旦集团也持续往更多的商业空间迈进，甚至未来的居家市场，凭借



拥有自己的钢制、木制生产线，得以为顾客客制符合其企业理念、品牌内涵或个人需求的家具，加上站在比顾客更高维度以解决顾客痛点的服务，因此得以获取更大的市场拓展空间。

以诚信与品牌力立足大陆市场

在90年代经济快速成长的大陆市场，震旦凭借优异品质与专业服务，荣获官方多项殊荣肯定，也在大陆办公家具



以简洁设计与流畅布局，因应高效办公节奏。



震旦家具从材质严选到极致工艺，提供品质管控与全周期保养的完整保障，以高品质服务成为企业顾客的最强后盾。

市场占有一席之地。近年随国产品牌崛起，市场竞争日益激烈。震旦集团凭借多年深耕市场所累积的品牌形象，诚信的企业文化，在银行等央企领域，拿下不少标志性的订单；同时也积极经营大型民营企业市场。

大陆震旦家具产业总经理刘建伟表示，在大陆市场震旦家具主要以国企与央企为主要顾客，独创的直销优势，可以提供更好的服务，因为“顾客在哪里，我们的服务就到

哪里。”震旦的生产实力也是赢得顾客信赖的关键，不管在材质、工艺、品质、售后全周期保养，都是在激烈竞争中，得以获得顾客青睐的关键。

展望未来，刘建伟总经理指出，在顾客的多元化布局，除了聚焦既有的政府、金融顾客，也将拓展医疗、教育等细分市场，甚至城市公共空间，如图书馆等，站在顾客的角度，提供顾客无论在产品配置、方案设计的全方位解决

方案。未来仍将积极对国央企平台及线上采购网站进行统一管理，维护既有顾客资源，持续开拓新顾客。同时往海外市场，开展新商机。

南通智能园区——打造高端智能制造新据点

目前大陆的大型办公家具业者，大多从研发、生产、制造，建构全供应链，震旦嘉定园区经过近30年的发展，虽是高度产城融合的厂区，但随时代变迁，目前已成为位于居民区中间的环保工厂，由于地理限制，震旦启动位于南通市的江苏智能园区的兴建。南通市为国家级的高新技术开发区，因此，震旦江苏智能园区定位为高端、自动化、智能与环保的厂区。除了科技的发展，加上疫情以后，企

业主要消费者对于办公环境、理念、文化的解读都在改变，也使得南通基地更具有战略地位。

震旦江苏智能园区除了拥有南通港的地利之便，也有充沛的人才，而要成为智能化工厂，首先要能自动化、柔性化，从每个产品、细节、工序，到生产动线、布局与自动化设备的应用，并能与销货端结合。也就是可以通过数据平台，输入产品对设备的工艺路线与指令，设备一旦接收到产品的零组件的代码，就能传递产线连动的所有产品信息。短短的几秒钟之内，全线的参数设定、自动设定、自动修正、自动调整，包括换线等，可以完成无人化操作。

震旦江苏智能园区拥有全区Wi-Fi覆盖的建筑。包括板材如何套料优化、锯切，都是自动计算，通过云端传递到



震旦江苏智能园区取得LEED金牌认证，实现绿色智能制造生产。



厂区导入数位化生产与管理，让产品、技术与设备在智能平台上高效协作，打造更便捷、低成本的生产模式。



左：木器、椅类及钢木柜坚持精湛工艺与品质，打造兼具耐用性与美感的办公家具。右：材料选用环保材质，包括环保板材、PET、与海洋回收面料等，落实绿色生产。

设备端，设备自动导出条码，也让生产线的切换速度更准确、更快。高度的自动化与永续的绿建筑，加上对环境与员工友好的设计，让南通厂获得了LEED的金级认证。

通过智能化，在同样的产出规模上，震旦江苏智能园区的木厂相较老木厂，可以大量减少人力。另外部分制程仍需要老工匠的工艺，以及后台操作、运行、维护的工程师团队，预料未来在软件实力、人工智能（AI）的协助下，工厂的人力结构比率仍将持续优化。包括通过AI累积自身的产品特点、工艺特点、管理特点的数据，通过演算法，

创造出震旦家具的差异化特色。而震旦江苏智能园区、嘉定园区、台湾地区大甲三个生产基地可互补、协同，因应不同顾客的需求。

展望未来，震旦家具将构建永续发展的生产模式、顺应数字化自动化与智能化的发展趋势，全方位导入数字化管理模型，使产品、技术、工艺、设备、运维在数字化平台上进行信息交换、传递和管理，让生产运作便捷、高效、低成本。

台湾地区钢厂也将全面强化客制化流程、提高交期弹性



大陆震旦家具产业坚持以人为本的设计理念，以设计创新驱动空间升级，结合智能制造与可持续实践，持续拓展国内及海外市场，引领健康办公。

能力，发展小样多量、快速反应的接单模式，打造兼具弹性与效能的制造流程。另一方面也将评估并汰换老旧机械设备，降低制程碳排放，打造资源循环工厂，成为集团迈向永续管理的坚强后盾。

灵动办公——以文化与创新定义未来

进入“新质生产力”的时代，创新成为必要的元素。新一代的企业领导人，对办公环境有不同的要求，办公环境必须体现顾客的企业文化，符合组织运作时的办公行为需

求，创造员工的幸福感。

综观现在的办公环境有五大空间趋势，包括：一、移动未来，必须满足混合办公、敏捷的需求；二、绿色浪潮：材质用料与设计符合永续环保与亲近自然；三、办公福祉：加入人文关怀、安全元素，提供有温度、有益身心健康的环境；四、数字依赖：善用大数据、技术、智能设备提高工作效率；五、审美觉醒：提供兼具包容、个性化、艺术感的空间。办公空间不应只是工作的场域，更应该是一个有机的生活栖息地。



左：震旦家具创新中心也将通过数字化及AI应用提升设计效率，加快产品开发速度。右：开放空间搭配静音舱，满足多元交流与专注需求。



因应互联网时代的新办公人群、新办公模式与新办公生态的需求，震旦也提出“Activa”灵动办公理念，通过专注、协作、学习、社交、放松五种办公模式，提出多种灵活的办公空间解决方案，让不同的办公活动既可以尽情创作、凝神思考，又可以酣畅交流、分享快乐。

落实在办公家具的设计时，就必须考虑顾客的办公场景，同样的空间可能随时要进行脑力激荡会议，或是共同创作，甚至是内部教育训练或是外部沟通会，因此办公家具必须可以方便移动，需要可移动电源站（Power Station）；当员工需要专注时，可能需要静音舱；通过“去装修”设计，创造员工可以放松或交流的场域。

因应现代企业领导人的审美觉醒，震旦集团拥有震旦博物馆，深入古器物学的料、工、形、纹研究，并转化于

震旦家具的创新设计DNA中，形成别具一格的东方美学设计，加上与德国、意大利等设计师的合作，造就以中为体、以西为用的家具设计特色。

后续震旦家具创新中心也将通过数字化及AI应用提升设计效率，加快产品开发速度，跨界合作将家具硬件与科技软件结合，提供优质办公解决方案。并建立“校企合作+内部导师制”人才体系，打造年轻化、国际化创新团队。

面对智能办公与绿色永续的全球趋势，震旦家具不仅是设备的提供者，更是企业空间价值的塑造者。从上游设计到智能制造，从品牌信任到文化创新，震旦以“健康、高效、科技、永续”为核心，推出兼具循环经济与弹性规划的解决方案，帮助企业打造吸引人才、促进交流、激发创意的办公环境。



迈向未来，震旦家具将持续秉持“让办公生活更美好”愿景，并以“成为值得信赖的空间规划顾问”为使命，推动震旦即服务（FaaS）模式，结合模组化设计、数字科技与永续材料，为每一位顾客实现理想的办公空间，书写震旦下一个60年的精彩篇章。



从核心本业到整合服务 拓展智能办公新生态

企业办公自动化所面临的挑战，已从硬件设备升级，走向运用数字科技提升营运效率、优化管理流程。震旦以顾客需求为核心，整合云端服务、3D应用、智能装备与电子商务等核心能力，协助顾客加速数字转型，提升经营效能，提供智能办公整合服务，创造顾客价值。

当数字化浪潮席卷全球时，震旦以“务实创新”的精神，在保持办公设备与家具领域领先优势的同时，也展开本业的延伸，布局云端平台、3D列印解决方案和一站式企业采购电商平台。

在转型过程中，震旦将智能物联网AIoT技术融入办公场景。比如在智能会议系统上，震旦引进了能自动生成会议纪录的语音辨识系统；在家具领域，推出了能根据使用者习惯调节姿势的人体工学椅。震旦认为，现代办公已从单





震旦云总经理林敬宝（右二）以“成为值得信赖的AI伙伴”为愿景，聚焦AI人资科学，推动企业转型，开启智能办公新时代。

纯的物理空间转变为融合数字与实体的生态系统。

2020年疫情爆发时，震旦因应企业远距办公、健康办公的需求，推出视讯会议系统、健康办公解决方案等，这正是震旦转型的价值体现，不仅提供商品与服务，更构建未来办公的完整生态。

站在新的起点，震旦正将累积六十年的产业经验转化为数字转型动能，震旦用科技重新定义办公的应用与发展，让每个工作空间都能成为激发创造力的舞台。这不仅是商业模式的升级，更是一份对“开创智能办公新时代”的实践承诺。

从传产跨足云端——以AI人资科学驱动人才策略

为追求更有效率的经营绩效及顾客服务，震旦集团1982年即在内部推行企业E化，培育多元软件研发人才，成为发展云端服务良好的基础。于2014年正式跨入云端服务领域，成立“震旦云”，整合中小企业营运所需的软件应用，打造专属云端平台，协助企业以低成本导入数字系统、提升营运效率与管理效能。

震旦云总经理林敬宝表示，震旦集团从传统产业跨入科技产业，从核心本业的办公设备出发，针对顾客的需求，扩增至提供云端、物联网（AIoT）、企业资源规划

（ERP）解决方案服务等。震旦云在人力资源领域积极导入人工智能，推动AI人资科学发展。自2019年推出“AI面试系统”后，公司持续拓展智能应用；疫情期间更结合人脸识别与出勤管理，推动“零接触”智能职场。至2025年，震旦云已完成AI人资系统全面升级，聚焦“选、用、育、留”四大核心：AI可协助企业在“选才”阶段进行特质测评与适配分析，“用才”时通过智能排班与虚拟员工降低成本；在“育才”面以智能培训与心理关怀促进成长，并于“留才”阶段预测留任率，强化组织稳定度与人力策略。

在AI工具上，震旦云不仅开发应用工具，更积极构筑完整的数据生态体系。公司与学术机构携手合作，整合多元数据来源，持续优化演算法模型，让AI工具能即时分析与预测人资及营运数据，协助企业做出更精准的决策。

同时，震旦云以订阅制云端服务模式提供弹性解决方案，特别针对员工数50人以上的中型企业，协助顾客以低门槛完成AI化导入。目前服务顾客逾1,200家、用户超过10万人，并持续稳定成长，逐步成为企业数字转型的重要推手。



震旦云延伸AI辨识系统的智能应用，运用AI人资科学协助企业数字转型。



通业技研副总经理张敏男（前排中）以“全方位3D解决方案的提供者”为使命，推动跨产业智能整合，赋能产业升级智能制造。

面对快速变动的商业环境与AI浪潮，震旦云以“企业AI转型的专家”为愿景，持续推动AI平台化架构，让企业能依据自身产业特性与成长阶段，灵活导入AI技术。通过模组化的设计与弹性部署，企业可快速建构专属应用场景，实现更高效、智能的管理模式，迈向AI驱动的全新营运时代。

面对未来，震旦云总经理林敬宝表示，震旦云将以AI为核心驱动力，协助更多企业提升效率与竞争力，协助顾客数字转型，期望让每一家中小企业，都能拥有与大型企业同等级的AI智能能力。

跨足3D列印——通业技研引领智能制造

随AI驱动电子产业高速变革，“快速试产”、“弹性



通业技研引进Creaform、Stratasys等顶尖设备与先进材料，通过专业在地服务网络，协助顾客精准进行3D扫描量测与打样，满足高精度与客制化制造需求。



左：Stratasys F3300机型以高精度、速度与稳定性领先，支援多种工程材料，满足电子业需求。右：通业技研将Creaform手持激光3D扫描结合协作型机械手臂打造全自动快速检测。



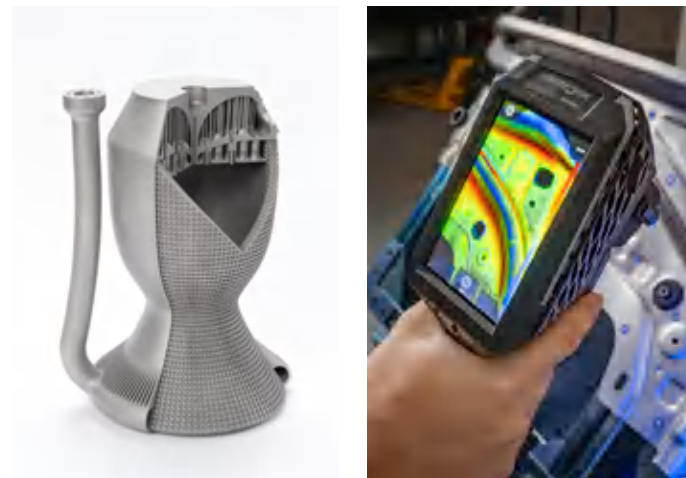
制造”成为企业竞争关键。震旦集团旗下通业技研整合Stratasys多样化塑料3D列印技术，与Creaform高精度3D扫描方案，加上Nikon SLM Solutions的金属列印技术，通过三大领导品牌的技术与设备，结合自身软硬件整合能力与在地服务网络，提供顾客从扫描、建模、设计开发到终端塑料、金属列印的一站式3D解决方案，协助产业加速导入数字制造流程，升级智能制造竞争力。

例如：采用Stratasys技术可兼具高精度与拟真外观，搭配高阶全彩3D列印，即可从设计打样延伸至功能性零件生产，取代传统制程，有效缩短开发周期、降低成本并加速上市。尤以塑料3D列印市场，从2023年到2030年的年复合成长率达25.1%，维持高度成长，通业技研也将持续布局多元应用场域。

通业技研指出，除了快速制作治具与原型，3D列印因无需开模，适合应对少量多样与高变异的客制化需求，协助企业加快开发速度、降低库存压力，并可以通过3D工具缩短上市时间。展望未来，通业将持续深耕汽车、医疗与消费电子等高成长产业，结合Stratasys多样化塑料3D列印技术，与Creaform高精度3D扫描方案，强化在地

技术服务与应用落地能力。

在产品与应用创新上，也将持续开发高强度、复合材料应用，以满足顾客轻量化、客制化与快速试产需求。并延伸跨领域的应用场景，持续引进国际先进设备与材料，提供跨产业、跨流程的整合型3D解决方案。



左：通业代理的Creaform EVO系列手持激光3D扫描仪。即时显示误差分布，应用于车门组装、焊接变形确认等品质控管作业。右：通业技研代理的Nikon SLM Solutions金属3D列印解决方案，可一次成型制作具冷却通道的一体式推进室。



震旦智能装备与电商事业部总经理刘相年（中）以“整合全通路资源，引领办公产业新趋势”为愿景，为顾客打造高效、便捷、多元的未来办公体验。

智能装备——打造智能办公空间新体验

随着企业对办公环境的需求日益多元，震旦智能装备持续拓展智能楼宇服务，提供从门禁管理、办公空间运营到公共区域智能化的一站式系统整合方案，覆盖智能空间设备包括灯光和空调等设备连动管控。无论企业面临搬迁、人力调整、组织变革，或是计划升级智能办公环境，震旦智能装备均紧跟AI与数字化趋势，为顾客量身定制一站式

智能办公场景解决方案，助力企业构建高效、人性化、可持续的未来型智能办公空间。

通过智能设备整合与空间场景规划，震旦有效提升办公效率，打造安全、舒适、灵活的工作环境；同时运用AI技术与数据洞察，持续优化空间利用率，构建贴合未来趋势的智能办公生态，让办公空间规划不仅满足当下需求，更成为驱动企业持续成长的核心助力。



左：震旦智能装备与电商事业部整合智能办公、智能空间与全通路服务，提供一站式办公场景解决方案。右：震旦电商聚焦个人及小微企业，提供专业规划与高效配送，将办公美学延伸至生活，满足即时多元需求。



电商渠道——全通路布局打造新消费体验

随着大陆电商平台深度渗透，线上消费已成常态，办公家具、大型设备等品类加速电商化，市场竞争日趋激烈。既有线下实体为根基的业者，也有专注线上的专业品牌，行业格局持续重塑。对此，震旦电商与智能装备事业部总经理刘相年指出，震旦集团以线上线下深度融合、双向引流为核心，全力推进全通路销售布局，提升竞争优势。并以数字技术与实体服务优势，持续引领办公产业新趋势。

震旦电商精准聚焦个人、家庭及小微企业场景，主打办公椅、升降桌椅、儿童家具等核心品类，借由第三方物流实现高效配送，满足即时消费需求；并针对整体办公规划需求，提供一对一专业团队服务。同时，线上线下商品差异化布局，精准覆盖多元客群，并规划拓展办公设备品类，打造线上第二增长曲线。未来，震旦将持续整合全通路资源，把办公美学延伸至生活空间，强化品牌数字影响力，为消费者带来更全面、便捷的消费体验。



从云端智能、3D列印到全通路电商，震旦的多角化布局已跳脱单一设备供应，成功构筑出跨领域的智能办公生态系。这不仅是一连串事业版图的延伸，更是一条以顾客需求为核心、以科技为驱动的转型路径。面对快速变动的未来，震旦陪伴企业与人才共同成长，推动智能办公与智能制造的下一个里程碑。

PHILOSOPHY · SYSTEMS

理念、制度



从经营理念到永续竞争力

以理念厚植根基，以人才驱动未来

企业能持续经营超过六十年，关键在于历久弥新、与时俱进的经营理念，形塑企业文化、凝聚同仁共识，进而累积经营智能，精进组织变革能力。震旦秉持“顾客满意、同仁乐意、回馈社会、追求永续经营”理念，持续精益求精，厚植永续竞争力，稳步迈向下一个六十年。

震旦立足台湾地区、深耕大陆，通过独特的“责任中心制度”，以“内部创业”的精神，培养各责任中心自主经营的能力，借以激发创新活力、革命情感与团队精神，发挥自发性自转，创造利润共同分享。同时，集团打造了完善的人才培育体系，包括杉树计划、储备人才库等多元化储备、培育人才的平台，为同仁提供持续向上成长的空间，及发挥长才的舞台。

在数字化转型方面，震旦集团更是领先同业。通过自建

ERP、CRM等信息系统，实现了业务流程的智能升级。这种“内外兼修”的发展策略，不仅让直线业务部门与幕僚支援单位能够各司其职、协同作战，更在无形中累积了深厚的经营基础。值得一提的是，集团独创的“经营成果分享制度”，兼具兴利与内控的功能，让各事业单位专注开源与节流，形成更大的创造利润、分享同仁的善性循环；而在“绩效考核制度”之下，绩优同仁能得到快速肯定，绩效落后的同仁也能得到辅导与改善的机会，这些都是落

实“同仁乐意”的具体表现，惟有乐意的同仁，才能用更高的热忱服务顾客，真正做到“顾客满意”，成为集团追求永续经营的重要力量。

正是这种将传统经营智能与现代管理理念完美融合的独特模式，使震旦集团在激烈的市场竞争中始终保持着强劲的竞争力。从办公设备到智能解决方案，从实体通路到线上销售、智能客服，震旦集团用行动诠释“务实创新”的意义，为业界树立了一个值得借鉴的永续发展典范。

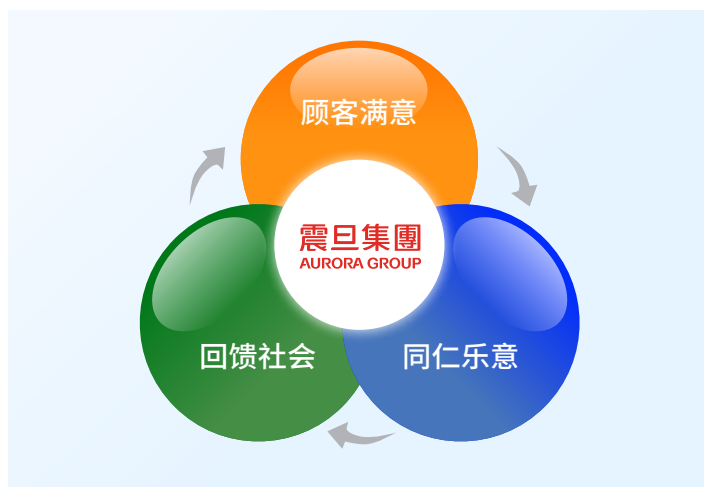


左：震旦集团董事长马志贤指出，通过完善制度与平台建构，奠定稳健发展基石，让经营团队一代比一代强，共同追求永续经营。右：震旦集团于1984年出版《震旦经营理念》，以“顾客满意”、“同仁乐意”、“回馈社会”、“追求永续经营”作为全体同仁的共同信念。

经营理念——一脉相承、与时俱进

“顾客满意、同仁乐意、回馈社会、追求永续经营”是震旦的经营理念，能够凝聚全员共识，塑造企业文化，也是全体同仁行为、处事遵循的重要原则。1984年发行第一版之后，因应社会、环境变迁，着重的顺序小幅进行调整，而经营理念所涵盖对利害关系人、同仁、回馈社会等，更与目前全球的ESG潮流不谋而合。

震旦集团董事马志贤表示，ESG关注的是对于利害关系



董事会幕僚是直线坚强的后盾，通过完善制度与平台，全力支持事业单位，共同为顾客创造更高价值。

人的权益保护与提升，包括为顾客、同仁、股东、供应商等利害关系人创造价值，追求永续经营。一旦做好顾客满意、同仁乐意，自然带动企业经营绩效，接下来更要善尽企业社会责任，所以震旦集团通过发行《震旦月刊》分享经营智慧、成立震旦博物馆展开文化公益；举办温暖随行的公益活动，借由自家商品帮助公益机构或弱势团体改善办公环境，以回馈社会。

而“永续经营”是一个非常长远的目标，因为环境不断改变，马志贤董事认为，企业追求永续经营，是这一代要累积更好的经营基础给下一代，乃是每一代经营者的重

要使命。其中通过各项制度的运作，避免人治所产生的偏差，都是在为永续经营奠定基础；将重要的行为准则、经营准则进行规范，在决策时不断省思有没有符合顾客满意、同仁乐意，才能降低企业经营的风险。

尤其在“顾客满意”部分，除了外部顾客，震旦集团同样重视内部顾客的满意。例如：幕僚单位的工作中，跑公文的上游就是主管，公文签完后交由同仁执行就是下游，上下游都是内部顾客，要如何让上下游都能顺畅完成，也是顾客满意的一环。

尤其直线同仁占了震旦集团的员工人数超过八成，幕僚



震旦的责任中心制度以企业内创业的精神及模式，让同仁学习如何做好计划经营及目标管理，成为全方位的经营人才。

的本质就是要全力支援直线同仁，让直线同仁在开拓市场时，没有后顾之忧，当直线同仁希望幕僚可以协助解决问题时，幕僚必须让内部顾客满意，如规划更好的制度、办法，必须简单易懂，让直线同仁易于执行。尤其幕僚同仁更要有同理心，站在对方的立场来想问题，因为幕僚的一个小延误，可能让直线同仁失掉订单，因此更要全面做好支援直线同仁的工作。

责任中心制度下的自发性自转经营

由于震旦集团的各事业部以直销为主，直销最重要的制

度就是责任中心制度，震旦集团的责任中心制度从1975年开始实施，也是激励责任中心能自发性自转的重要环节。责任中心制以企业内创业的精神及模式，建立了“市场、人力、服务、资金、利润”五大经营目标，让同仁学习如何做好计划经营及目标管理，懂得经营数据的分析与运用，发挥自发性自转经营，成为全方位的经营人才。

第一个经营目标是“市场”，同仁要了解辖区的特性与范围，确定辖区的市场后，进到第二个目标就是“人力”，必须配置多少人力来做辖区精耕的工作。第三个是“服务”，因为售后服务非常重要，好的服务可能会带来

十个新顾客，但一个不好的服务可能就会有上百个的负评，因此震旦集团向来要求同仁要让顾客“买得安心，用得放心”。

第四个目标是“资金”，因为震旦集团为轻资产的经营，经营所产出来的资产，就是库存与应收账款，因此责任中心要管理好库存及应收账款，才能增加管理利润。最后就是回到“利润”，而责任中心的特色即是“经营成果分享”，鼓励大家共同创造更高利润分享同仁。每一个部门、每一个人都是依其贡献来决定成果分享的多寡，同时重视个人职位价值及绩效表现，激励同仁奋发向上，获得更多的成果分享。

马志贤董事指出，所谓自发性自转，指的是当责任中心的获利持续提升时，直线同仁达成KPI即可晋升职级；若未达目标，公司会提供辅导，且设有降级机制，视同仁绩效快升快降，待遇与职位皆不设上限。两岸的责任中心制度架构相同，大陆因地域广大，执行上会因地制宜进行微调。

责任中心即是鼓励自我创业，在企业内部提供年轻从业者一个创业的机会，通过类似合伙人的经营模式，更容易吸引人才。因为公司已帮同仁把平台、制度都建立好了，主管负责找到对的人，把团队带起来，所创造出来的利润



就由大家来分享，其实就是一个创业的机会，能赋予同仁的生涯与人生经历更多价值。

人才培养平台为未来做准备

马志贤董事强调，“人才”是震旦集团最重要的资产，不管是在直线或幕僚同仁，震旦集团都需要足够的质与量的人才，支撑集团未来的经营发展，因此花了很多心思设计人资制度。在待遇办法上，同仁最能感受到的就是实质的待遇，固定薪要有一定的市场竞争力，才能吸引好的人才、留住绩优的人才，而提升固定薪就是通过绩效考核制度。

每年年初不同层级的同仁都要提出自己当年度的经营计划，再跟直属主管讨论，订下来后就是每一年要达成的目标，即使是幕僚人员，也可以订出工作计划与量化指标。制定工作计划有所谓的“SMART”原则，“S”就是Specific，必须是具体的，“M”就是Measurable，可以衡量的，不能天马行空。“A”是Achievable，可以达成的，希望同仁经过努力是可以达到的目标，而不是尽了全力都达不到的目标。“R”是Relevant，有相关的，订出与现有工作相关的指标，“T”是Time-bound可安排时间的。



除了同仁要提交自己的工作计划，事业部也要订定绩效目标、经营计划，而目标依事业部的特性和市场规模来制定。例如新成立或发展中的事业部，就会有较大幅度的成长；台湾地区的OA事业部，因为市场已趋近饱和，不会有大幅度的成长，但是仍然会订定可达到、可超越的成长目标。通过超越目标累积同仁的成就感与自信心，同时绩效与考核挂钩，快速肯定绩优同仁。

对于有能力、有潜力、有热心、有企图心的同仁，通过晋升培养同仁往更高职位发展，当直线同仁越往高阶晋升的时候，对于幕僚的运作就要有所理解，因此当同仁进入储备主管人才库时，就会安排专业性或共通性的课程，或参与外部的课程训练。由于课程大多偏理论，实务上也通过带领事业部或轮调到幕僚单位进行历练。也就是越往高



吴俊财务长表示，立足集团ERP数字化建设成果，公司将持续强化经营分析工作，健全风险管控体系，为各项业务的可持续发展夯实基础。

阶，同仁对于直线与幕僚的相关培训与历练必须并重。

大陆办公设备与家具市场仍有很大成长空间，更是需才孔亟。上海震旦集团人资室资深总监戴巍表示，目前震旦办公自动化（OA）及家具责任中心在大陆近250家，主要分布在沿海各地，未来势必要持续扩张，但营业据点扩充的前提，是要有足够的人才储备。不管是前端的找人、后端的选人，都依照震旦人的十大特质也就是诚信正派、品德操守、崇法务实、正面思考、积极乐观、团队合作、学习创新、专业自信、领导能力、重视执行力进行选才。

信息科技加持，提升企业竞争力

除了经营理念、责任中心制度、人才培养平台，随信息科技发展，各项自动化系统、数字管理平台、乃至现今的人工智能（AI），也是提升企业经营效率的主要助力。通过责任中心制度的运作，让同仁学会经营，提升产值与绩效，进而提升获利，质变之后可以吸引更多人才，达到直线人力质变量增；幕僚同仁通过更多数字工具的应用，让作业流程简化，提升工作效率，达到幕僚人力质变量减。

陈丽珍财务长表示，2003年起董事会毅然决然决定自行研发集团专属企业资源管理（ERP）系统，针对产业特性设计专属的报表分析，多年来持续优化，虽然投入的资源相当大，迄今可以快速结帐，事业部可以即时拿到每个月的经营成果报表，快速了解整个营运状况，可以即时进行规划跟调整。通过编码、虚拟账号，顾客一汇款进来，后端就会知道是哪一笔发票，自动进行冲账，省却大量人工比对成本。

而这样的ERP系统，从早期的结帐，后来优化进入商业智能（BI）阶段，分析后产出管理报表，如今更进入AI阶段，可以更有智慧的从顾客的消费习惯与行为研判顾客动向，通过产业洞察报告，让事业部同仁提前了解顾客的需求、满足顾客的需要。而这样的产业数据累积与呈现出来的M化办公、数字管理，正是因为有60年的底气，得以通过提前投入，累积出企业的竞争力。



吴彤资讯长表示，集团从ERP、BI到AI的应用持续升级，通过数字工具简化作业流程、提升工作效率，协助事业部实时掌握营运与顾客需求。

精致管理引领转型，谱写永续经营新篇章

震旦集团自创立以来，始终秉持“务实创新、精致服务、精致经营”的原则，构建起一套具有特色的经营管理

体系。在制度建设方面，集团建立了符合人性、法令、经营理念的企业经营平台，通过完善的内控机制和精致的流程管理，确保企业运营的稳健高效。在文化塑造上，集团聚焦“诚信正派、崇法务实”的核心价值观，将“顾客满意、同仁乐意、回馈社会、追求永续经营”的经营理念融入每个经营环节。

人才是震旦集团最宝贵的资产。集团特有的“责任中心制度”，发展责任中心五大目标（市场、人力、服务、资金、利润），以企业内创业的精神及模式，让同仁学习如何做好经营计划及目标管理，懂得经营数据的分析与运用，发挥自发性自转经营，激励同仁多做多得，创造更高利润，分享同仁。除了实质待遇，震旦也重视人才的储备与发展，通过“绩效考核制度”，快速肯定绩优同仁，也为同仁规划出清晰的职涯发展路径，目标明确，只要同仁全力以赴，一定能在集团内开创未来，实现梦想。

此外，震旦集团也积极拥抱数字化转型，在智能办公、物联网、云科技、大数据等领域持续投资，以科技创新驱动业务及服务升级，为顾客提供更优质的商品与服务体验。

在社会责任方面，震旦集团长期致力于公益事业，通过“传善奖”、“温暖随行”、“震旦杉树班”等公益活动，鼓励同仁亲身参与公益来回馈社会。集团也将ESG理念融入于商业模式与经营管理中，在创造经济价值的同时，更注重对环境和社会的影响，力求实现企业与社会共同成长的良好循环，追求企业永续经营，善尽企业责任，为社会贡献力量。



震旦集团以务实经营理念为根基，从制度到文化、从人力到科技，体现“顾客满意、同仁乐意、回馈社会”的核心精神，未来，震旦将持续创新与优化，打造更智能、永续、以人为本的企业生态，持续追求永续经营。



震旦60

CULTURE

OF AURORA GROUP

文化

CHAPTER

3

从收藏到守望

震旦博物馆的使命与实践

在黄浦江畔的陆家嘴，摩天楼群中静立着一座独特的文化殿堂——震旦博物馆。这座由国际建筑大师“安藤忠雄”设计的博物馆，自2013年正式对外开放以来，已走过十二载春秋。它的故事，不仅仅是一座博物馆的成长史，更是一位企业对中华文明深沉守望的见证。

缘起：从收藏家到博物馆创办人

在全球经济发展的浪潮中，成功企业家同时身兼知名收藏家的例子并不少见，其中不乏收藏之丰富、藏品之珍贵者。然而，能够以个人名义投资创办博物馆的藏家，却是凤毛麟角。从收藏家到博物馆创办人，这其中究竟经历了怎样的心路历程？又是在何种契机下实现了这一转变？是值得探讨的议题。

震旦博物馆的发展轨迹大致可分为四个阶段：财团法人文教基金会的尝试、台北震旦艺术博物馆的运营积累、上海震旦艺术博物馆的设立检验，以及最终上海震旦博物馆的发展与探索。

● 基金会的先声

1995年，财团法人震旦文教基金会在台北成立，这为日后的博物馆事业埋下了重要伏笔。基金会与博物馆有着天然的亲缘关系。二者同为非营利属性，都服务于公共福祉。选择从基金会入手，如同为未来的博物馆事业进行了一场温和的预演。基金会成立当年便受邀参加台北故宫

七十周年院庆“群玉别藏”大展。正是这次展览，让震旦集团创办人陈永泰的玉器收藏首次进入国际学术视野。次年，美国洛杉矶自然历史博物馆发来邀请，希望借展西汉金缕玉衣，参加“天石—中国古玉展”。此后，基金会与台北故宫再度合作、佛光山“佛教东传两千年”特展的独立承办……一次次高规格展览的历练，让团队逐渐具备了策划高端展览的专业能力。

与此同时，研究的种子也在萌芽。学术团队针对创办人私人藏品展开系统研究，以“料、工、形、纹”的古器物学方法为指引。这些工作，既评估了未来办馆的可能性，也为日后的学术研究奠定了坚实基础。

● 核心理念的确立

震旦博物馆的初创团队深知，必须为未来的博物馆找到一条属于自己的路。经过与文博专家的深入探讨和反复思考，最终确立了以“推广古器物学”为核心的博物馆价值观。这一选择，决定了震旦博物馆日后的发展方向。创办人曾多次在公开场合表示：“市面上的博物馆很多，但能

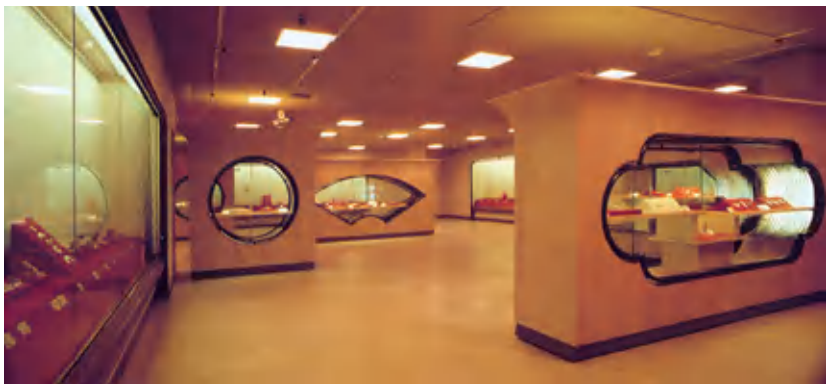




1995至1999年震旦文教基金会三次借展台北故宫博物院



1997年震旦文教基金会借展台北故宫博物院《雕塑别藏》特展



1995年震旦文教基金会借展台北故宫博物院《群玉别藏》特展



1999年震旦文教基金会借展台北故宫博物院《群玉别藏续集》特展

够建立起自身学术特色的则在少数。如果没有确立推广古器物学这一核心价值观，就不会有震旦博物馆的成立。”这一核心理念的确立，不仅指导着藏品的征集方向，也决定了展览的呈现方式，更成为日后教育活动的精神主线。

• 台北震旦艺术博物馆的诞生

2002年，创办人邀请台北故宫前副院长张临生女士出任馆长，参与博物馆筹备。经过一年多的精心准备，2003年，台北震旦艺术博物馆正式对外开放。博物馆的藏品涵盖陶瓷、玉器、佛教造像及画像石多个门类，既有艺术价值极高的精品，也有独具研究意义的参考品和标本。开馆之初，博物馆采取预约制，保证了特殊群体的参观品质，也与本地高校和研究机构建立了良好关系。

馆际合作也持续深化。2006年与台湾地区历史博物馆合作举办“历代佛雕艺术之美”展，2007年出借北朝佛教造像参与韩国首尔大学“佛教雕塑特展”，2009年更是远赴东洋，与日本西都原考古博物馆合作“玉与王权”特展。此外，博物馆还积极举办公益研习活动，以高校学生为主要对象，于暑期开设古器物学课程，将理论讲授与实物观摩相结合，让年轻学子在亲身体验中感受中华文明的魅力。

跨越海峡：从台北到上海

台北震旦艺术博物馆的成功运营，让博物馆团队开始思考一个更大的问题：如何让更多观众共享这些文化瑰宝？原有的馆舍承载能力有限，扩建势在必行。而扩建的方向，指向了海峡对岸的上海。

• 学术根基的厚植

早在台北震旦艺术博物馆成立之初，与大陆学术机构的合作就已经展开。2003年，震旦与北京大学考古文博学院共同成立“北京大学震旦古代文明研究中心”，旨在利用北京大学的专业平台，鼓励更多学者从事古器物研究，并将研究成果社会化。这一合作的长远意义，在十年之后得以显现。2013年上海震旦博物馆扩建开幕时，当年那些受过资助的年轻研究人员，多已成长为各学科的领军人物与学术骨干。这种长期经营的眼光，为震旦博物馆学术地位的提升奠定了坚实基础。

• 馆舍选址的智慧

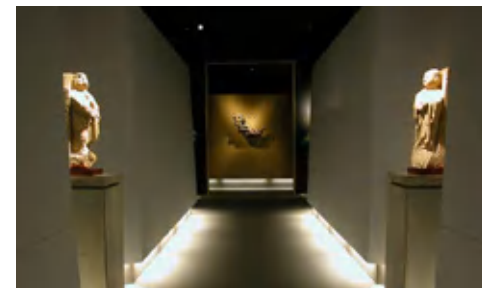
对于任何博物馆而言，馆舍选址都是一项复杂的工作。交通便利、观展环境、文物保护条件，缺一不可。而对于非国有博物馆来说，还要面对租金压力和产权缺失的双重困境。许多非国有博物馆因无力承担城市中心的租金，被迫选

址偏远郊区。即便勉强在市中心落脚，也常因建筑产权不归博物馆所有，面临频繁搬迁的风险。每一次搬迁，不仅有着巨大的投入成本，更给藏品带来不可预估的安全隐患。

震旦的幸运，源于创办人多年前的远见。上世纪90年代，随着震旦集团进入大陆发展，创办人预判上海城市发展的未来走向，于90年代末选定浦东陆家嘴地块。最终，创办人决定将上海震旦艺术博物馆选址于陆家嘴富城路99号的震旦国际大楼内。为平衡博物馆参观与大楼租户的关系，创办人与团队协商后决定，将大楼一楼大厅隔断出1,500平方米作为博物馆之用。这一安排，既保证了博物馆独立的参观空间，又提升了大楼的文化氛围，可谓一举两得。2005年，在藏品、学术研究、运营模式、馆舍等条件均已具备的前提下，上海震旦艺术博物馆正式成立。展出藏品以玉器为主，系统展示中国古代玉器的发展脉络，并从古器物学角度探讨玉器的材质、工艺、造型与纹饰。至此，创办人在海峡两岸创办了两家私人博物馆，这



时任馆长张临生女士在台北震旦艺术博物馆指导实物观摩教学



台北震旦艺术博物馆展览区中央走廊



台北震旦艺术博物馆画像石主题展区

在华人地区堪称首创。

蜕变：从艺术馆到博物馆

上海震旦艺术博物馆成立后，仍处于试水阶段。博物馆延续免费参观政策，无需预约，观众仅需登记即可入馆。依靠观众口碑相传，日均参观量已达百人。参观群体中，有普通市民、收藏爱好者、学者专家，也有震旦集团的顾客。真正促使博物馆升级的，是两次重要的启示。

• 世博会的启示

2010年，世博会在上海召开。众多国家和企业都希望借此盛会展示自身形象，最终经过多轮筛选，确定了18家企业馆。这些企业多为大陆的龙头企业，或是世界500强巨头。是什么让震旦能够跻身这一行列，成为世博会有史以来第一家独立的台湾地区企业馆？答案是“文化”。在各家企业展示高新技术的世博会竞技场中，震旦独树一帜，从技术层面转向精神领域的回归。以“中华玉文化，城市新风格”为主题提案，顺利通过审核。最终，震旦馆与众多知名企业并立展示，被评为观众最喜爱的企业馆之一。这次经历让文化的力量得以突显，也扩大了公众对震旦所



2010年世博会震旦馆效果图

宣导的传统文化回归的认知，为日后博物馆升级奠定了群众基础。

• 宝格丽—125年意大利经典设计艺术展的启示

上海震旦艺术博物馆自2005年成立以来一直免费运营。2008年，政府下发了《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》，将大陆博物馆事业推向免费时代。对于长期免费的震旦艺术博物馆而言，经过多年运营积累的人气，加上世博会的宣传效应，每日参观人数逐渐增多，馆内承载力开始面临挑战。是否应该顺应免费潮流，还是逆流而行设立门票？经过讨论和实际承载能力的论证，团队倾向于收取适当门票，以保证参观品质。

但习惯了免费的观众能否接受这一转变，需要市场检验。2012年，上海震旦艺术博物馆与宝格丽集团合作办展。这是该展览全球巡展的第四站，第三站在北京国家博物馆举办，并收取门票。震旦团队决定借此机会检验市场反应。展览门票定价60元人民币，入场后可同时观看宝格丽特展和震旦常设展。展览开幕后深受欢迎，节假日甚至出现排队入场盛况。后续调查显示，观众对门票表示在可承受范围内，同时认为富有震旦特色的古器物展览让他



2012年宝格丽125周年展览开幕式嘉宾剪彩



2013年10月震旦博物馆开幕期间举办安藤忠雄见面会

们不虚此行。这次试点让团队确信：非国有博物馆应该且必须收取相应门票，以保证健康、长久运营。至此，上海震旦艺术博物馆升级的各项条件已然成熟。

• 安藤忠雄的光影之作

2008年，创办人与董事长乘邮轮参加地中海文物之旅，沿途参访20余家博物馆，遂萌生将震旦博物馆打造成国际级博物馆的构想，决定邀请建筑大师安藤忠雄。创办人与董事长亲赴大阪，双方见面时，安藤直接展示了设计效果图及建筑模型，令人惊喜感动。震旦博物馆成为安藤忠雄在中国大陆完成落地的首件作品。

2013年，经过全面扩建的上海震旦博物馆正式向公众开



博物馆外部景观雕塑《Pi Phi Parallel》

放。在这座六千余平方米的空间中，安藤以其标志性的极简风格和光影运用，打造了一个让观众在静谧中与历史对话的场域。沿着旋转楼梯上行，每一步都能感受空间的开合与光影的舞蹈。安藤通过对几何空间的纯粹表达，将博物馆塑造成一个“美学容器”。

扩建后的博物馆以四大常设展为核心，从不同维度勾勒出古代社会的生活图景与审美流变。12年间，博物馆通过丰富的展览和教育活动，构建起多元对话的中国古代文物展览平台。学术研究持续深耕，目前总计出版论著23部，与北大、复旦等顶尖学府携手合作，推广古器物学研究。社会服务亦不遗余力，迄今已累计接待观众超百万，赢得各界广泛赞誉和政府多项表彰。



从1995年基金会成立，到2013年扩建后的震旦博物馆全新呈现。30年探索，12年守望，创办人在海峡两岸建立起文化公益志业，用行动诠释了对中华文化“保护、传承、奉献”的使命。这不仅是企业回馈社会的理念践行，更是一位收藏家对文化根脉的深情守望。未来，震旦博物馆将继续砥砺前行，为公众呈现更精彩的文化盛宴。

震旦博物馆馆藏文物美学巡礼

从人间烟火到彼岸清辉

震旦博物馆自2013年开幕以来，始终秉持“保护、传承、奉献”的核心使命。走进震旦博物馆，建筑与文物和谐共鸣，漫步于此，既可感知建筑与自然交融的当下之美，亦能随文物游历于历史长河之中，完成一场从远古到现代的美学巡礼。

震旦博物馆自2013年开幕以来，始终秉持“保护、传承、奉献”的核心使命。主体建筑由安藤忠雄先生设计，以极简风格融合现代技术，通过四个常设展厅与一个特展区，系统呈现创办人逾五十载的珍贵收藏，涵盖陶俑、玉器、青花瓷器与佛教造像等重要门类。走进震旦博物馆，建筑与文物和谐共鸣，漫步于此，既可感知建筑与自然交融的当下之美，亦能随文物游历于历史长河之中，完成一场从远古到现代的美学巡礼。

1 泥土映人间烟火： 汉唐陶俑

“俑”这一专门用于陪葬的丧葬用品，是中国古代“事死如事生”观念最直观的物质体现。古代先民深信，逝者灵魂在另一个世界依然延续着衣、食、住、行、娱乐等日

常生活。为了满足彼岸世界的种种需求，那些曾经残酷的人殉制度逐渐被替代，以陶、木、金属等材料制成的俑便应运而生。它们不仅是丧葬仪式中的明器，更是生命观念与宇宙认知的象征产物，共同为墓主构筑了一个具体而微的彼岸家园。

陶俑的历史源流悠长，最晚在东周时期已现雏形，历经秦汉的蓬勃发展，至唐代达到艺术巅峰。随着丧葬制度的日益完备与人文精神的觉醒，陶俑逐渐成为墓葬中不可或缺的核心元素。它们形态各异，从威严的武士、恭敬的仆役，到满载货物的骆驼、翩翩起舞的乐伎，共同组成了一个地下社会的缩影，生动地封存了古代社会的礼仪、风尚与日常百态。

震旦博物馆的陶俑收藏，尤以汉唐时期的彩绘陶俑为精。汉代陶俑往往寓巧于拙，风格雄浑简练，力求神韵而非细部雕琢，兵士俑气势威严，仕女俑端庄静谧，无一不



清代·青花红彩波涛云龙纹大盘



唐代·彩绘陶妇女哺乳骑骆驼俑



东汉·灰陶双檐楼阁

展示着大汉王朝开阔古朴的气象。至唐代，陶俑艺术臻于华丽繁复，人物造型饱满丰腴，骏马与骆驼的塑造更是筋骨健硕、动态十足，充分折射出大唐盛世的自信、开放与国际交融的时代精神。

2 圭璧蕴君子温润： 历代玉器

“玉，石之美者”这出自《说文解字》的经典定义，简约而深邃地揭示了先民对玉的朴素认知。中国的玉器制作史，是一部长达九千余年的浩瀚长卷。早在远古时期，先

民在打磨石制工具的过程中，偶然发现了质地坚韧、色泽温润的“美石”。随后从识别、取舍，到“剖璞取玉”，再到运用解玉砂“琢玉成器”，这一整套工艺体系，不仅是技术的突破，更是审美意识与精神追求的双重进步，是中华文明萌芽阶段的熠熠灵光。

随着社会结构的演进，玉也深入到人们的精神领域。其天然的特性被敏锐地捕捉并赋予崇高的人格寓意。自西周以降，一套完整而森严的“玉礼制”得以确立，玉璧礼天，玉琮祭地，玉璋征伐，玉璜聘问，玉成为沟通人神、规范秩序的至高载体。至孔子提出“君子比德于玉”的儒

新石器时代晚期
红山文化玉神人兽像

汉代·玉人



明代·玉卮

家观念，“玉德说”便成为人格完善的最高典范。至此，玉彻底超越了物质与装饰的范畴，化身为道德、权力、身份与文雅精神的集合象征，形成了独一无二、延绵不绝的中国玉文化，它不仅是传统文化的核心支柱，更是理解中国古代哲学、伦理、美学与政治的一把钥匙。

震旦博物馆的玉器收藏，序列完整，上溯新石器时代神巫色彩浓厚的红山文化、良渚文化；下至唐宋元明清融入世俗生活的陈设、文玩与配饰。这一条绵长的收藏脉络，如同一幅徐徐展开的画卷，直观呈现了玉器艺术风格从原始宗教的质朴抽象，到王权礼制的庄严规整，再到文人趣

味与市民审美的精巧多元。每一时代的玉器，都是其历史阶段精神风貌的凝结与投射。

3 窑火成钴蓝至宝： 青花瓷器

青花瓷，这一蓝白相间的器物，是世界认识中国最具代表性的视觉符号之一。震旦博物馆四楼青花瓷器展厅，以元明清三代青花、青花瓷的外销及青花瓷古器物学研究三大主题为核心，深度梳理其艺术、技术与文化交流的方方面面。



元代·青花双龙戏珠纹扁壶

明代·青花人物纹大罐

展览的核心是古器物学方法的系统性运用。这意味着对一件青花瓷而言，它不仅是一件单纯的视觉艺术品，更是如历史档案般的综合信息体。展览引导观众超越单纯的审美观赏，从料、工、形、纹四个维度进行细致“阅读”：分析青花所用钴料的发色和色调流变；探究其拉坯、利坯、画坯、施釉、烧造的复杂工艺；梳理从元代到清代器物的造型和纹饰演进。在这里可以直观感受到不同历史阶段，青花瓷器的美学理念：元代的豪放恢弘、明代的典雅端庄，清代的精巧繁丽。与此同时，更能深刻领悟到青花瓷器作为文明交流互鉴使者的独特魅力。

4 石中现彼岸清辉： 佛教造像

佛教造像，是一种深植于教义内核与仪式需求、充满宗教仪轨的视觉表达。公元1世纪前后，在犍陀罗与秣菟罗地区出现了以“人”的形象表现佛陀的造像形式。在东西方文化交汇的犍陀罗地区，希腊罗马的写实雕刻技艺为佛教美术注入了更加多元的要素。随着佛法东渐，东汉时期佛教造像同佛经一同传入中国。其最初的样貌，不可避免地带有强烈的“舶来品”印记。从魏晋南北朝开始，外来风骨逐渐同本土风格艺术交织融合，开启了中国独有的造像进程。

震旦博物馆的佛教造像收藏重点聚焦于两大转折性板块：一是源头的光辉，即佛教艺术初期的犍陀罗造像，观众可从中追溯本源，感受希腊化文明如何为佛陀赋予最初的人形经典范式；二是融合的结晶，系统陈列北魏、隋唐等高峰期的本土化造像。通过并置与比对，展览清晰地勾勒出中国佛教造像本土化的生动轨迹。

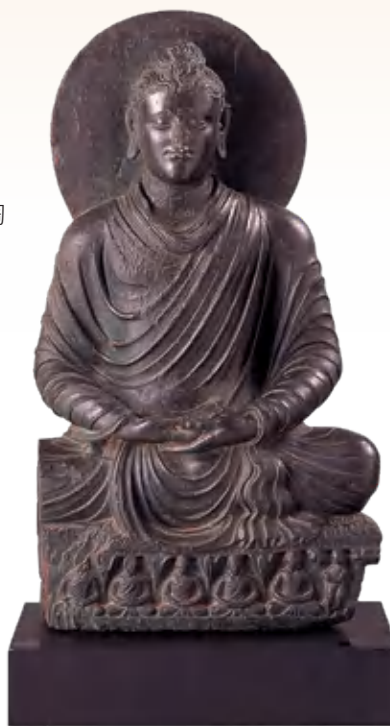
跨越时空的文明对话：守护过去，指引未来

当我们走进震旦博物馆，从朴拙生动的汉唐陶俑，漫步至温润崇高的历代玉器，再凝神于幽蓝雅致的元明清青花，最终驻于慈悲庄严的佛教造像前，这不仅仅是空间中的移动，更是一场在中华美学中的巡礼。这四类馆藏珍品，虽材质迥异、功用不同，却共同体现出中华传统文化和历史延续千年的相容并蓄与生生不息。

震旦博物馆试图通过这些“文明的物证”，搭建一座跨越时空的桥梁，邀请今人与古人进行一场无声的对话。希望中华民族的文化遗产能够不断被注入新的生命力，指引着我们理解过去，面向未来。



北齐·飞天



犍陀罗·佛坐像



宋金·观世音菩萨立像

震旦美术馆

多元共生的艺术文化地标

座落于上海金融核心区陆家嘴的震旦美术馆，以“共生、共创、共荣”为灵魂，在建筑大师安藤忠雄打造的光影殿堂中，开启了艺术与公众的深度对话。自2020年全新对外开放以来，便成为上海文化版图中兼具艺术深度与公众温度的重要地标。

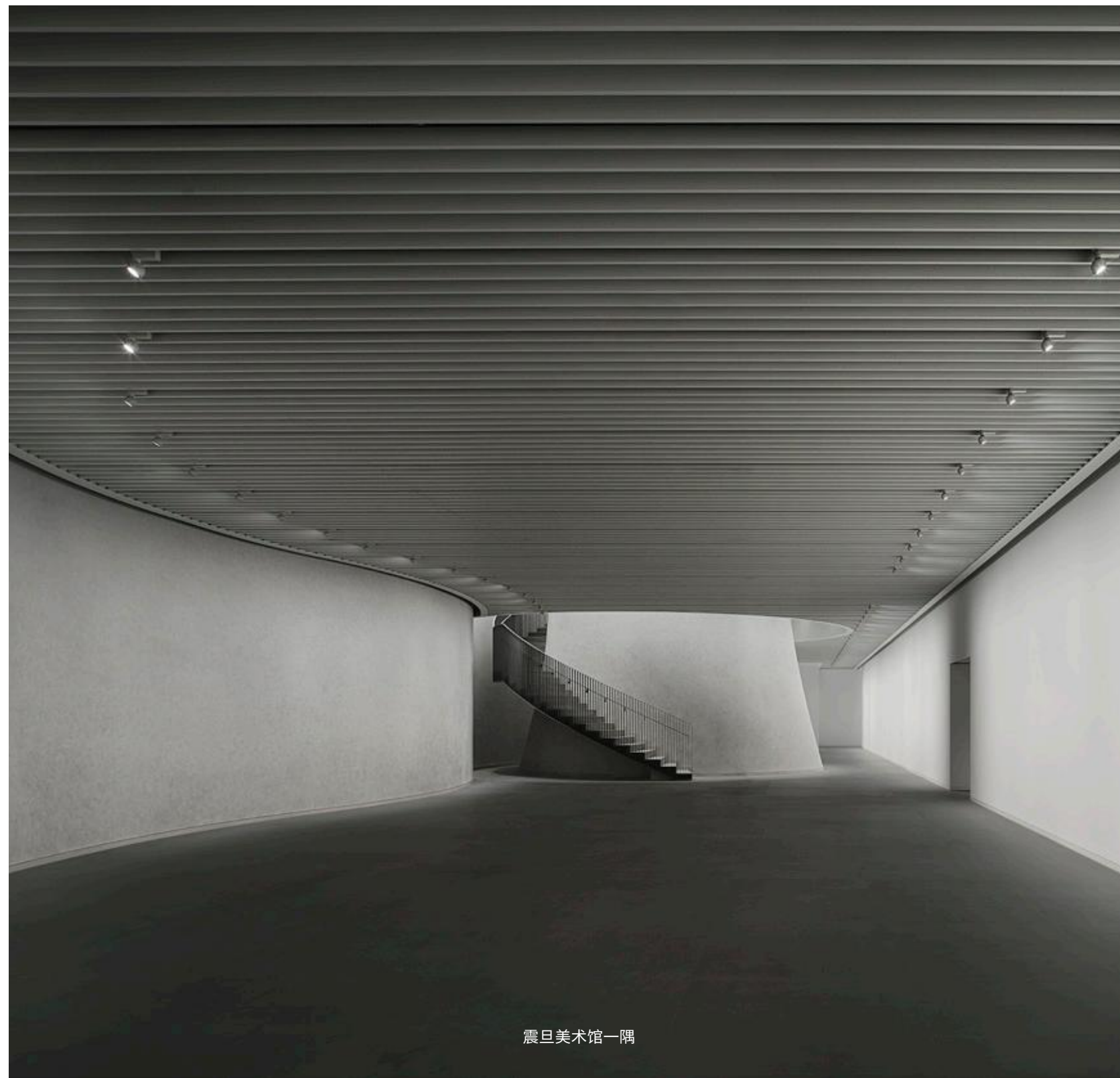
震旦美术馆凝聚多年精心规划，通过丰富多样的现当代艺术展览、公共教育活动及跨界文化项目，构建起一个连接传统与现代、东方与西方、艺术与公众的多元平台，持续为城市注入文化活力。

光影与感知的共鸣：安藤忠雄笔下的艺术净土

一如安藤“空间即感受”的理念，震旦美术馆关乎建筑形式，也关乎人的感知。行走其间，光线、材质、结构交织成一种柔和的秩序，使观看成为更深层次的体验。在这座建筑中，光影刻画时间，也赋予空间以情绪。震旦美术馆在提供展示场所的同时，构筑了一种观看与思考的方式，在城市的喧嚣之外，留下一处安放感知的静谧之地。艺术商店作为空间的补充，精致体量，将艺术灵感融入日常文创产品，实现了艺术与生活的巧妙衔接。

经典艺术的时空对话：从海派风情到西方大师

展览体系是震旦美术馆的核心竞争力，形成了经典艺术与当代艺术并重、多元主题协同发展的丰富格局。经典艺术系列展览中，既有《民·潮——月份牌珍稀画稿与二十世纪时尚潮流展》通过百余件珍品月份牌原稿画及旗袍服饰，结合现代化展陈还原百年沪上风尚；也有《往来千载——齐白石、徐悲鸿、张大千》展览呈现三位艺术大师的60余件真迹及珍贵史料，梳理近代艺术大家的交流与传承脉络。西方艺术板块同样精彩纷呈，洛克菲勒艺术基金首次将收藏的毕加索、达利、莫兰迪等五位世界级大师的百余件作品引入中国，涵盖多个艺术流派与媒介类型；《浮生巴黎——亨利·德·图卢兹-罗特列克全球巡回艺术大展》则以230余件珍贵藏品，完整再现“蒙马特之魂”笔下的巴黎繁华。



震旦美术馆一隅

前瞻视野与创新精神：当代艺术的多维探索

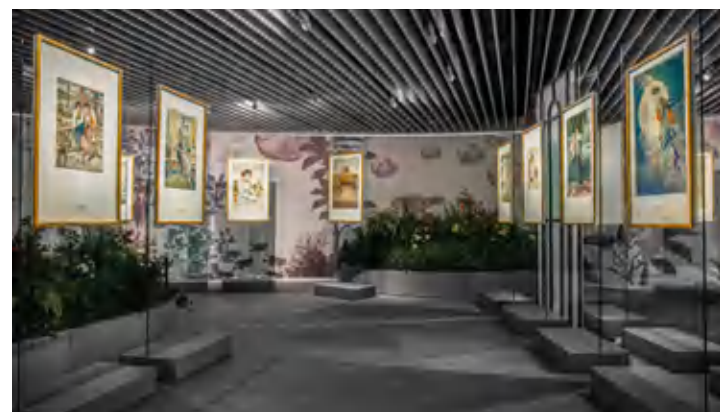
当代艺术系列展览更突显美术馆的前沿视野与创新精神。从《柔者成承——ELLE35周年特展》以多元媒介回应新女性表达，到《樱宁而生——洪凌油画山水作品展》融合中国传统山水画意境与当代艺术语言；从《超·自然——周松个展》在艺术史与未来学视野中探索人与自然的关系，到《开源：耦态——钟慰个展》通过多媒介创作深化技术与媒介的探讨，展览主题覆盖女性力量、东方哲思、科技伦理等多个前沿议题。

同时，美术馆专门设立A2M Next系列展览，聚焦年轻艺术家与跨界文化项目，为新锐力量提供展示平台，从夏

慧雯的水墨诗意到孙宇坤的街头艺术表达，从白梦帆对铜与锈的材质探索到李晓峰对陶瓷碎片的创意重构，形成了丰富多元的当代艺术生态。

专业赋能与跨界融合：推动艺术生活化的新动力

公共教育与多元服务的深度拓展，让震旦美术馆突破传统艺术机构的边界，成为全民共用的文化空间。而2025年美术馆一共推出15场展览，线下参观人数突破2万人；举办88场公共教育活动，线上及线下累计触及超4万名观众。这些活动涵盖讲座分享、艺术家沙龙、创意工作坊、亲子活动等多种形式，既有针对专业观众的学术对谈，也



民·潮——月份牌珍稀画稿与二十世纪时尚潮流展



洛克菲勒艺术基金收藏展



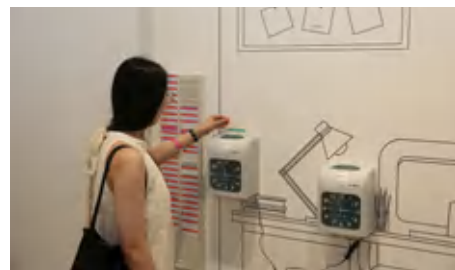
樱宁而生——洪凌油画山水作品展



开源：耦态——钟慰个展



A2M Next特展：蚀金



卡班——艺术棚棚1.0



观众参加震旦美术馆的公教活动

有面向大众的艺术普及，更有聚焦青少年的美育课程。艺术疗愈类项目《卡班——艺术棚棚1.0》以“心理松动”为核心理念，通过沉浸式空间探索都市人的情绪困境，成为美术馆关注公众精神需求的创新实践。此外，美术馆还通过文创市集、线上直播、时尚走秀等多元活动，进一步扩大艺术的传播边界，让文化魅力触达更广泛的群体。

作为兼具专业视野与行业影响力的艺术机构，震旦美术馆的艺术顾问专案同样成果显著。团队以专业策展能力为核心，平衡文化、商业、政府等多维度需求，为

各类文化机构提供定制化服务。从J7 ART美术馆《空间的姿态》展览的策划，到宝龙美术馆《见山：汪一舟个展》的学术统筹；从上海曼领医疗美容医院艺术空间《与光同尘》展览的跨界合作，到香港西九文化区《万顷浪——许赞个人展》的支持，美术馆将专业资源输出至更广阔的文化领域。在商业合作方面，为地产公司、奢侈品品牌等提供艺术文化管理与活动策划服务，实现艺术与商业的良性互动，推动艺术生活化、生活艺术化的城市文化氛围营造。



历经多年发展，震旦美术馆已构建起集展览展示、公共教育、文创开发、专业顾问于一体的综合文化服务体系。它不仅是艺术作品的展示殿堂，更是文化传承与创新的平台、公众精神滋养的空间。未来，震旦美术馆将持续秉持“共生、共创、共荣”的理念，不断推陈出新，通过更多元的展览、更丰富的活动、更专业的服务，深化艺术与公众、艺术与城市、艺术与时代的连接，为构建包容和谐、充满活力的艺术生态贡献力量。



震旦60

CSR

OF AURORA GROUP

关怀

CHAPTER

4

从文化守护到传善共好

构筑社会的永续基石

企业是社会的一分子，在提升企业竞争力、追求经营绩效的同时，也应善尽企业社会责任。震旦集团创立六十年来，始终秉持“回馈社会”的经营理念，持续投入文化保存、教育支持与公益关怀，并鼓励同仁在地参与公益，以具体行动对社会发挥正面影响。

传承中华文化——古文物保护

为保护文物、传承文化尽一份心力，多年来，凡经查证应回赠或归还原单位的古文物，震旦皆毫不私藏，让文物得以永久保存，并让更多爱好者皆能欣赏。

1999 | 古造像赠还山西省资寿寺

震旦集团创办人陈永泰缘于多年来收藏研究古文物的兴

趣，因缘际会购得16尊明代彩塑罗汉头像，经专家研究比对后发现系山西省资寿寺于1993年被窃盗砍下的古造像。创办人不忍珍贵文物流落国外，于是请两岸相关机关协助安排，无偿归赠原主事宜，同时急速通知国外各古物商搜寻另两尊流落他处的童子彩塑头像，终于在1999年顺利将山西省资寿寺被窃的18尊古造像全部找回完整赠还。为两岸共同合作保护中华文物立下佳话。创办人说：保护国家



左：1999年流落他处的古造像终于回到故乡——山西资寿寺。右：2009年失落五十年的百年古佛像返回东和禅寺，寺方举办盛大迎请仪式，由时任震旦博物馆张临生馆长代表接受寺方感谢状。



文物的心，每一个人都会有，相信任何一个中国人碰到这件事，只要有能力、有机会，一定都会去做，他只是正好遇到这机缘。

2003 | 与北京大学合作设立北京大学震旦古代文明研究中心

为支持发展古器物学的研究与推广，震旦博物馆与北京大学合作设立“北京大学震旦古代文明研究中心”，致力考古发掘与专题研究计划。对古代器物的研究方法建立“料、工、形、纹”一套完整的理论与实务，让古代器物不仅是提供欣赏的艺术宝藏，通过适当的分析与诠释还能发

挥史料的功能。成果除以论文、专著的形式发表之外，部分专题并以展览形式呈现，与社会大众分享研究成果。

2003 | 设立台北震旦艺术博物馆

基于独乐乐不如众乐乐的文化分享，设立震旦艺术博物馆，馆藏以中国古代玉器、佛教文物、陶瓷器、青铜器、画像石等五大类为主，数千件华夏艺术文物，多为创办人多年收藏。博物馆亦由其个人独资设立，以回馈社会、学习分享、传承发扬，推展华夏文化为目的，是一所以收藏、研究、教育、推广为主的学术型博物



2009年东和禅寺百年古佛回山安奉大典，由震旦代表团虔诚护送。

馆。随后又委由安藤忠雄设计上海震旦博物馆，于2013年正式开馆，成为黄浦江畔的文化宝盒。

2004 | 叶王交趾陶赠还台南县学甲慈济宫

创办人收藏的36件清朝叶王交趾陶作品，经查证为珍贵古迹台南县学甲镇慈济宫失窃20多年的寺庙建筑艺术装饰，因属极珍贵的古迹文物，创办人认为还是应该物归原主，立即无条件安排赠还庙方。

2009 | 捐赠东和禅寺百年佛像

创办人的发心促成下，失落半世纪的百年古佛像终于返回台北东和禅寺，寺方举行恭迎古佛回山安奉大典，仪式庄严隆重，东和禅寺众多信众于禅寺前夹道诵经迎佛，一同迎接失落50年的佛菩萨重回禅寺。震旦集团表示，能在观音菩萨诞辰前夕，圆满地让三尊流落在外半个世纪的菩萨，回到原来的地方，是一桩令人法喜的事。



左：2011年为祝贺“佛陀纪念馆”启用，震旦集团董事长陈永泰捐出145件地宫器物提供『佛教地宫还原馆』展出，由佛光山开山宗长星云大师代表受赠。右：2011年捐赠交趾陶予宜兰传艺中心，并举办“巧塑珍艺”特展。

2011 | 捐赠地宫器物予佛光山『佛陀纪念馆』

地宫文物是古人虔诚供养佛骨舍利而专门制作的佛教特殊圣物，创办人将多年来收藏的125组件佛教地宫文物，于2005年全数赠与佛光山佛陀纪念馆，为传承文化及弘扬佛法尽一份心力。2011年更因佛光山佛陀纪念馆落成启用，创办人再捐出西安法门寺地宫复制文物，总计捐赠145组件地宫文物，并协助建置“佛教地宫还原”常设展，让珍贵文物在最具殊胜意义的场所，永久地继续发挥教化功能。

2011 | 捐赠交趾陶予传统艺术中心

为了让民众能一睹交趾陶珍贵藏品，集团捐赠10件交趾陶文物予台湾地区传统艺术总处筹备处，系为于2004年所购得的交趾陶文物之一，其中有36组件为台南学甲慈济宫于1980年所失窃之大师叶王交趾陶作品，震旦集团遂于2004年无偿归还，余10件交趾陶则收存至2011年，将此10件珍品无条件赠予台湾地区传统艺术中心。



《震旦月刊》与《震旦经营理念》

推动文化公益——发行刊物与文化交流

• 发行震旦月刊

《震旦月刊》自1971年创刊以来，伴随集团成长发行逾50年，始终秉持“回馈社会”的公益初衷，通过纸本与电子版免费推广优质阅读，将管理新知回馈给社会大众，作



左：2010年与家扶基金会、普仁基金会合办“关爱亲亲”活动。右：2011年赞助两岸文化交流“给孩子一个梦”活动。

为提升职场竞争力的知识伙伴，内容涵盖经营管理趋势议题，并延伸至艺文欣赏等领域，促进企业与社会的交流学习，提升社会人文素养。

从早期的内部交流刊物，转型为以外部读者为核心的大众刊物，《震旦月刊》如今更广泛应用于企业读书会与人资教育训练，成为企业提升学习力的重要工具，也是震旦推动文化公益的具体实践。

• 发行震旦经营理念

为统合同仁的价值观、建立共同的信念，震旦将多年来累积的经营心得及持续成长的关键要素，做有系统的整理，并将“同仁乐意、顾客满意、回馈社会、追求永续经营”定为经营理念，于1984年正式出版《震旦经营理念》。内容与时俱进，经过多年的实践、修订，再实践、再修订，至2020年精进至第13版，也免费分享给顾客。

《震旦经营理念》是震旦全体同仁共同遵循和学习的最髙指导原则，对内可以传承良好的震旦文化和震旦精神，精进经营的实力；对外亦能与各界分享心得、交流经验，借此抛砖引玉，为回馈社会贡献一份心力。





震旦集团捐赠物资，用于四川都江堰小学重建。



集团马志贤董事走访杉树班家庭，传递陪伴与关怀。



2023震旦&杉树全国领导力成长营学员参观震旦集团上海总部。

除发行刊物推动文化公益外，震旦也持续通过文化交流活动关怀弱势儿童。2010年与家扶基金会、普仁基金会合办“关爱亲亲”活动，让台湾地区失亲弱势儿童参访上海世博会，拓展视野也感受社会关怀；2011年赞助两岸文化交流“给孩子一个梦”活动，让两岸孩子彼此学习成长。

鼓励在地行善——同仁参与公益

为协助社福机构提升服务效能，震旦结合集团核心专

长，推动两岸“办公设备及家具物资公益捐赠专案”，协助改善办公环境，提升服务效率与品质。本专案自2012年起，累计捐赠近500家。

此外，创办人也鼓励同仁在地参与公益活动，期望同仁通过实际行动，体会“助人为快乐之本”的意义。自2015年起，震旦在台湾地区推动“温暖随行”同仁参与公益专案，邀请同仁身体力行、参与在地公益服务；各地分公司提出申请后，由陈永泰公益信托支持，同仁则在地担任社

福志工，协助弱势群体。截至2025年，已主动申办逾500场，累计参与超过6,000人次。

在大陆，震旦也以行动支持偏乡教育，自2010年起陆续与新华爱心教育基金会及上海杉树公益基金会合作，于偏乡高中开设“珍珠班”与“杉树班”。“珍珠班”资助清寒优异学子生活补助，帮助他们安心就学；“杉树班”则培养偏乡学子自立与利他精神，期许其成为具回馈心的栋梁。至今已支持16年，累计48班、超过2,000名偏乡学生完成三年高中学业。

另外，针对学生进入大学及未来就业所需的竞争力，震旦自2023年起每年赞助杉树全国领导力成长营，教导学生领袖团队组织与经营的专业知识，提升学生领袖的愿景、能

量与执行力，为未来就业发展及回馈社会奠定基础。

追求公益效果最大化——传善奖

陈永泰创办人捐出个人持股成立公益信托，公益信托成为集团股东之一，基于股东身分获配股息投入公益。如此无损员工及其他股东权益，又能将集团营运与公益结合在一起，建立了长期回馈社会的机制。而为了将回馈社会的公益效果最大化，创办人2015年设立“传善奖”创新公益捐助模式。

传善奖是属于社福机构的奖项。每年邀请跨领域专家们担任评审团选出8家获奖机构，传善奖提供资源支持这些优秀机构去创新、成长、茁壮；各类型的弱势朋友自然能获



左：震旦与唐氏症基金会一同响应321唐氏症日活动。右上：震旦志工搬运公益物资，协助机构打造舒适的服务环境。右下：同仁陪伴养老院长辈们共度元宵佳节，感受温暖。



得更多、更好的服务；传善奖再将这些优秀机构介绍给更多人认识，由认识进而认同、参与公益活动，为机构带来更多资源。传善奖希望能在社福机构、弱势族群、社会大众这三者之间建立善性循环，自然能将公益效果最大化。

传善奖的助人方程式——善款×效能=助人

传善奖自第一届起，就提供得奖机构每家每年400万、连续3年的支持。足够大的金额才能促使机构真正做些体质改变的创新，而3年的支持就是让机构有底气去面对创新过程中必然遭遇挫折，有时间去做出适当的调整。为了加大对机构的支持，自2025年第十一届起更将每年支持金额调升至每年500万。期望机构能够放胆去创新，做出更多、

更好的服务。同时也会通过各类媒体平台协助机构对外沟通，让更多人看见机构的努力、为机构带入更多资源。

除了带给机构资源之外，传善奖更提供社福人才奖助学金，支持机构同仁进修；办理传善论文奖引导多元学术界来支持社福机构；设立传善学苑增进组织内部管理能力等项，多管齐下培力机构提升运作效能。当优秀社福机构的善款资源增加，再乘以机构的运作效能提升，自然能更有效帮助需要帮助的人。

传善奖已选出近百家优秀机构，涵盖了几少、老人、妇女、身心障碍、疾病、药毒瘾、家庭、移工、原民部落及新住民等多元领域，而通过加强协助机构提升内部管理效能及对外沟通争取资源，这些优秀社福机构确实在各自领



为了加大对机构的支持，自2025年第十一届起更将每年支持金额调升至每年500万。期望机构能够放胆去创新，做出更多、更好的服务。

域成为创新典范。

举办“传善奖”不是目的，而是有效回馈社会的工具，传善奖最终目的是加速社福生态圈往下一个世代迈进，以建立更祥和的社会，最终受益的将会是你、我、大家。

及时回应社会所需——急难救助

多年来，震旦集团始终秉持爱心不落人后的精神，在面对各项重大灾害时，总是第一时间投入急难救助与灾后重建，以实际行动回应社会所需。2000年，捐款资助台湾地区921大地震，协助灾民重建家园。2003年，SARS疫情笼罩台湾地区，许多企业面临营运困境，震旦挺身而出营造“社区共荣圈”，以大型标语响应政府抗SARS政策。2008年，四川汶川大地震发生后，立即捐款人民币500万元，并发动集团同仁投入爱心捐款，集众人之力共同救灾；同时于上海浦东黄浦江畔的震旦国际大楼LED外墙标示“一方有难，八方支援”，号召社会大众共同关怀灾区、投入救灾。

2009年，台湾地区莫拉克风灾发生后，震旦捐款、捐物协助灾后重建。2014年，台湾地区高雄气爆造成重大伤亡，震旦捐款新台币500万元至高雄市政府社会局社会救助金专户，协助居民尽速安顿并重建家园。2015年，震旦集团适逢五十周年庆，于两岸举办“震旦50·温暖随行”公益行动，为育幼院孩子们送上温暖与陪伴。2021年新冠疫情严峻期间，捐赠各类防疫物资超过6,000万元，以实际行动守护社会大众健康。



上海震旦国际大楼打出“一方有难、八方支援”等标语，呼吁民众参与四川汶川地区重建工作。



2008年汶川地震，震旦集团与同仁推动爱心捐款救灾。



回顾六十年的发展，震旦持续将企业累积的能力投入社会公益。无论是传承中华文化、推动文化公益、鼓励同仁参与公益、追求公益效果最大化，或在急难时刻及时回应社会所需，都是震旦善尽企业社会责任的具体实践。



震旦 60

APPENDIX

OF AURORA GROUP

附录

CHAPTER

5

● EVOLUTION OF CORPORATE IDENTITY (CI)

震旦品牌CI | 演进史

发展品牌标志 与时俱进

震旦集团深谙品牌对于企业经营的价值，于1970年率先推行企业标志；经过多年的事业发展与品牌经营，将CI再进化，视觉以“震旦”中文为主，字形呈现更宽广、大器且圆融。

震旦集团于1985年导入企业识别系统（CIS）；经过多年的事业发展与品牌经营，于2012年将CI再进化，视觉以“震旦”中文为主，“AURORA”英文为辅。在“震”字

的上半部“雨”呈现笑眯眯的视觉，代表亲切快乐，下方“辰”字以稳健的步伐，昂首阔步向前行！以笑眯眯的微笑识别，传达震旦亲切友善的服务态度和品质。而后为因



应数字转型与多媒体应用需求，于2016年调整企业识别系统（CI），重新组合中英文识别并优化比例，提升于各类数字载具的辨识度与延展性。新设计以简洁平面化风格延续品牌专业形象，展现震旦迈向智能办公与数字服务的创新精神。

新设计延续品牌一贯的稳健与专业精神，通过更简洁的线条与平面化设计语汇，展现震旦持续创新的品牌态度，象征从传统制造走向智能办公与数字服务的新里程碑。让品牌能以更敏捷、更现代的形象迎接下一个十年的挑战与机会。

第一阶段·图像设计

第二阶段·英文设计

第三阶段·中文化设计

第四阶段·数字化设计



1970

推出“ACC”的企业标志，以太空舱的外形，建立高科技的品牌形象，这在当时的台湾地区企业界亦属先行之举。为后续的品牌延伸与事业版图拓展奠定坚实基础。



1985

将“ACC”的企业标志提升为三角形的造型标志，该标志由三个统一的单元形成，象征震旦集团“同仁乐意、顾客满意、经营得意”的结合，并通过三角的稳固结构，代表企业稳健成长的基础。

AURORA

1995

将企业识别系统由地域性提升至国际化，以“AURORA”来表现震旦的国际形象，象征震旦的发展如旭日东升，散发光明与活力，也代表全力以赴的服务热忱。

AURORA

2001

企业再精进，重新修订CIS，以立正的A字取代指向60度成长冲刺感的A字，AURORA LOGO呈现简单、自信与稳健的形象，象征震旦集团站稳脚步、稳健成长。



2008

为符合未来两岸发展计划，以中文化“震旦”品牌扎根大陆市场。扎实稳健的字体，代表追求永续经营及同仁的共同努力。其中以黑体加粗的字型将“震旦集团”与原有英文作统一的设计风格，组合成震旦的企业标志。



2012

“震旦”中文字体设计，字形结构与英文字体一样，宽广、大器、圆融、更清楚、更友善，不但庄严、稳重，并含着亲切快乐的“笑容”。代表“震旦AURORA”对同仁关心照顾，对外圆融、宽广，对顾客友善亲切。



2016至今

为呼应数字转型趋势与多元媒体应用需求，于2016年调整企业识别系统（CI），以更符合现代化与国际化的品牌形象。此次改版重点在于中英文识别的重新组合与视觉比例优化，使标志在各类数字载具上更具辨识度与延展性。

● THE EVOLUTION OF OFFICE EQUIPMENT

办公设备 | 演进史

一同见证OA产业变革与未来

随着科技进化与流程数字化，办公设备不再只是辅助作业的工具，而是支撑企业管理、流程与效率的核心系统；震旦持续以办公自动化与软硬件整合解决方案回应时代需求。

自1960年代起，随着企业组织扩大与管理制度逐步成形，办公设备开始从辅助工具，转变为支撑企业运作与效率管理的重要基础。办公自动化（Office Automation, OA）的发展，不仅反映科技进步，也深刻影响信息流动方式、管理逻辑与工作形态。

震旦自创立以来，即以推动OA为核心，从引进时间记录器、机械与电子计算设备，协助企业建立出勤与计算制度；随后导入影印、传真与收银等设备，推动办公流程迈

向标准化与即时化。进入数字时代，震旦持续深化OA布局，并于2003年于大陆创立“震旦”自有品牌复印机，逐步发展数字复合机与文件解决方案，并跨足3D打印、云端服务与高阶印刷，建构完整的办公设备生态。

回顾六十余年的演进，每一项设备与解决方案皆回应一个时代的办公需求，也见证震旦由设备引进者，逐步转型为以软硬件整合解决方案为核心的办公服务提供者。面向未来，震旦将持续以AI、IoT与永续为导向，推动OA迈向智能化与服务化。

开启期 · 出勤管理机械化

办公计算机械化

计算作业电子化

出勤制度稳定化



1960

AMANO木制打卡钟

战后企业组织逐步成形，出勤与工时管理仍多仰赖人工登记，标准不一。日本AMANO为当时世界打卡钟制造权威，震旦集团于1965年成立之初即取得其台湾地区总代理权，引进木制打卡钟作为创业核心产品。震旦更曾以每部仅售新台币一元的公益创举，协助台北市政府试行上班打卡制度，使打卡钟于各类公司行号间逐步普及，为制度化办公奠定基础。



1960

Walther WSR-160型机械式桌上型计算器

在电子计算尚未普及之前，企业财务与帐务多仰赖算盘与人工计算，效率与精准度有限。外型宛如科幻设备的机械式桌上型计算器，源自19世纪技术，至1960年代已臻成熟，成为当时主要的办公运算工具。其机械结构可快速完成复杂计算，使运算作业迈向标准化。震旦于创业初期引进德国Walther WSR-160，为企业提供算盘以外的运算选择，推动办公计算走向机械化。



1964

SHARP夏普CS-10A型桌上型电子计算机

随着企业规模与计算需求提升，机械式运算在速度与精准度上逐渐受限。1964年，日本SHARP以半导体与电晶体取代真空管，研发出世界第一部桌上型电子计算机CS-10A，开启第二代电子计算机时代。震旦于1965年创立后即引进该设备，成为台湾地区首家导入桌上型电子计算机的企业，协助办公计算由机械运算迈向电子化处理，推动计算制度的关键转折。



1964

AMANO 8200型打卡钟

随着打卡制度逐步普及，企业对出勤管理的稳定性与连续运作提出更高要求。AMANO 8200型打卡钟于1960年代中期成为办公室日常设备，其清脆的打卡声象征制度化管理的落实。至1971年，销售数量已突破一万台，市场占有率九成以上。该机型具备自动上发条马达设计，停电时仍可持续运作，震旦引进后协助企业强化出勤管理的可靠性，使时间记录由制度建立迈向稳定运行。

OFFICE
EQUIPMENT

文书处理机械化



1965

日经牌C-9052型中文打字机

震旦于1965年成立之初，引进日经牌中文打字机，成为创业初期的重要代表产品之一。在电脑尚未普及前，中文文件多以手写完成，效率有限。中文打字机以字盘方式进行输出，虽仅容纳3,010个字，已足以应付当时办公需求，使中文文件得以快速制作与复制。此一设备的导入，让文书作业首次通过机械方式被标准化处理，为办公行政建立更具节奏与秩序的工作流程。

文书输入轻便化



1968

Triumph Tippa轻便型英文打字机

随着高等教育普及与英文书写需求增加，文书输入不再仅限于固定办公室使用。轻便型英文打字机的出现，使文件制作得以在校园与个人空间中进行。西德Triumph Tippa系列以精密机械与耐用结构闻名，兼具轻巧与实用性。震旦引进该系列，并以贴近成本的方式提供市场，促使英文文书输入由专业设备走向个人化使用，拓展办公工具的应用场域。

发展期·销售管理制度化



1970

黄金牌NK8T型收银机

1970年代初期，震旦于台湾地区引进日本JCM公司生产的黄金牌收银机，使零售交易逐步由人工记帐转向机械化管理。1972年2月21日，台北市政府宣布开放以收银机取代逐笔手开统一发票，成为收银机普及的重要转折点。通过交易金额的自动记录与汇整，销售流程得以标准化与精确化。震旦除提供设备外，亦代训收银人员，协助零售通路建立一致且可管理的营运制度。

文件复制流程化



1972

Minolta美能达1114型电子复印机

随着企业规模扩大与文件往来频繁，传统手抄与碳纸复写已难以满足效率需求。复印机的导入，使文件得以快速复制，成为行政作业流程化的重要工具。1970年代初期，震旦延续创业之初所提出的“事务机器化”概念，引进Minolta（后更名为Konica Minolta）1114复印机，协助企业将文件制作、传递与保存纳入可预期的作业流程，推动行政文件由个别处理迈向标准化运作。

OFFICE
EQUIPMENT

影印流程日常化

文件即时传递

成熟期·多功能办公整合

视觉沟通彩色化



1976

SHARP夏普SF-710型复印机

1970年代，随着影印需求扩大，企业对文件复制的便利性与一致性提出更高要求。SHARP自1970年投入复印机研发，并于1973年推出首台普通纸复印机，1974年以SF-710型正式上市。该机型采用IC控制电路，为SHARP第一代普通纸复印机，其技术获得欧洲厂商肯定并采用OEM合作。震旦引进SF-710后，协助企业建立更稳定且易于操作的复印流程，推动文件复制由专业设备走向日常化应用。



1979

RICOH理光传真机

在传真机尚未普及前，企业多仰赖TELEX、电话或邮寄进行信息传递，时效与即时性皆有限。1970年代末期，震旦引进RICOH世界首台高速传真机，通过卫星方式进行传输，突破距离与时间限制，大幅改变商业沟通模式。此一导入实践震旦长期推动的OA与“Image Communication”理念，使文件得以即时传送与回应，协助企业将沟通流程由等待转为同步，推动行政运作朝向更高效率与制度化发展。



1997

RICOH理光A200型数字式复合机

随着文件制作、复制与传递需求同步增加，企业逐渐面临设备分散与管理复杂的问题，并开始重视环保与节能。震旦引进RICOH A200型数字式复合机，使模拟复印设备逐步由具备多工功能的数字MFP取代。该机整合复印、打印与传真功能，通过一次扫描、多份输出与合并打印设计，有效节省纸张与能源，并支援A3文件传真与打印，回应企业对大尺寸文件与图像沟通的需求，使办公设备由单点工具转为整合型系统，让效率与成本管理得以并行。



1998

Minolta美能达CF-9001型彩印机

随着数字化发展，企业文件由黑白输出逐步转向彩色呈现，对色彩饱和度、层次表现与影像精致度的要求随之提升。1990年代后期，金仪公司引进Minolta CF-9001型彩印机，将稳定且具辨识度的彩色影像输出导入办公环境，使彩色文件得以应用于简报、企划与对外沟通等正式场景。其节能设计与整合式结构，在提升输出品质的同时，亦兼顾能源使用与空间配置，促使文件由信息记录工具，转为支援专业表达与品牌沟通的重要媒介。

OFFICE
EQUIPMENT

彩色输出效率化

转型期·自有品牌深耕大陆市场

文件管理安全化

拓展多维解决方案



1998

RICOH理光A-5206型彩印机

数字化黑白MFP普及后，办公文件开始进入彩色化阶段，但受限于设备成本与输出费用，彩色打印多属少量应用。1998年，互盛公司引进理光A-5206型系列数字彩色机，回应企业对文件品质与视觉沟通的提升需求。该机采用超微粒碳粉与大型转写皮带系统，并支援高磅数纸张输出与自动校色机制，让彩色文件在稳定度与一致性上获得提升，使彩色打印得以纳入企业例行作业流程，支撑大量文件输出的日常运作需求。



2003

“震旦”自有品牌复印机于大陆上市

2003年，震旦于大陆市场推出“震旦”自有品牌复印机，以民族品牌为定位，建构直营与经销并行的服务网络，深耕大陆市场，并以专业、快速亲切的服务理念及“2·4·8”不停机服务承诺，确保设备稳定运作与即时回应。自有品牌产品涵盖黑白至彩色、低速至高速等完整机型，并具备网络化架构与开放界面，利于延伸文件解决方案。通过自有品牌全流程的精致服务，震旦由办公设备服务商，逐步转型为支援企业营运的整合型办公平台。



2006

文件解决方案系统

随着企业营运规模扩大与数字化需求提升，单一硬件设备已难以回应文件安全、管理与效率等多重挑战。2006年起，震旦集团成立专案研发团队，聚焦复印、打印与扫描等文件流程的系统化管理，开发以软硬件整合为核心的“文件解决方案系统”。通过集中控管与智能监控机制，协助企业提升文件管理的安全性及效率，同时降低人力与设备维护成本，推动办公环境朝向数字化、效率化与永续化发展。



2014

开创3D打印与云端服务

2014年，随着云端技术成熟与产业应用加速，震旦集团同步启动新事业布局，扩展办公服务的应用边界。在3D打印领域，震旦携手全球品牌Stratasys，开拓台湾地区3D打印市场，并与工研院合作推出自有品牌“震旦3D打印机”，深化在地技术能量。另一方面，因应中小企业数字化需求，震旦结合工研院云端技术，推出“震旦云”服务，整合人资、ERP等办公软件，降低企业E化导入门槛。通过多轨并进的布局，震旦逐步拓展为办公解决方案的提供者。

OFFICE
EQUIPMENT

横向扩展 × 垂直深化



2016-2017

高端印刷与工业级打印布局

2016年起，随着办公打印应用场景逐步细分，震旦集团在既有办公设备服务基础上，由大型机延伸至A4与小型机种，横向扩展至中小企业与多据点办公场域；另一方面，打印应用亦持续向专业与产业端深化，由办公室日常文件打印（OP），发展至生产型打印（PP），并延伸至工业级数字印刷（IP）应用。2016年震旦集团于台湾地区成立康钛科技，聚焦高端生产型与工业级数字印刷领域，完成市场垂直深化布局，逐步建立连结办公与产业应用的完整服务架构。

服务转型升级



2020

行业解决方案

随着市场趋于成熟，办公设备与打印需求逐步依产业别与应用情境细分，企业不再仅关注设备本身，而更重视流程整合、管理效率与应用适配。震旦集团在既有基础上，深化不同行业的应用方案，结合文件管理、输出控管与系统整合，发展更贴近产业需求的打印管理模式。此一转变，也使震旦的商业模式由设备销售，逐步转型为结合软件与硬件整合应用的服务顾问，提供符合各行业需求的整体办公解决方案。

永续期 · 数字转型 × 低碳环保



2022-2024

“ESG绿色报表” 协助企业低碳办公

数字转型与永续发展已成为企业营运要务，办公打印亦面临效率与环保的双重需求。2022年起，震旦集团以“智能、节能、永续”为核心策略，推动节能设备、印量控管与文件电子化，并推出“ESG绿色报表”，整合设备数据，协助企业掌握纸张、能源与碳排表现。同时结合物联网与智能客服平台，提供即时管理支援，提升效率并落实节能减碳，让打印管理成为企业数字转型与ESG实践中可量化的一环。

智能驱动 × 绿色办公



2025+

以AI支撑企业ESG实践

面向未来，办公环境将由设备导向，转为结合智能科技与永续目标的整体系统。2025年起，震旦以AI、IoT与云端技术为基础，进一步发展智能化打印管理与资源最佳化机制，通过即时监控、使用行为分析与预测模型，协助企业主动降低不必要的输出与能源消耗。这些智能服务可支援企业在ESG治理中对环境指标、使用透明度与持续改善的实际需求，将绿色办公由单点措施，推进为可长期运作的永续行动方案。

● THE EVOLUTION OF OFFICE FURNITURE

办公家具 | 演进史

引领空间转型 × 回应时代精神

随着产业转型与工作形态演化，办公空间不再只是容纳人与家具的场所，而是整合企业文化、效率、创新与永续价值的综合展现；震旦持续以创新设计与空间解决方案回应时代需求。

震旦自1990年跨入办公家具领域，导入智能型办公大楼概念，发展OA系统家具，并提出Activa灵动办公理念与解决方案，开启办公空间整体规划的新阶段。

从1945年战后木制家具以人工为主的年代，到钢制化、模组化与信息化的演进，再到近年AI、IoT与ESG导向下的智能办公革命，台湾地区办公家具历经空间逻辑、工作观念与设计思维的深度转型。震旦秉持“Better Work. Better Life | 让办公生活更美好”的愿景，顺应时代趋

势，持续提供融合人体工学、美学设计、数字整合与永续材料的整体办公解决方案，协助企业打造高效、健康、幸福且具未来感的工作场域。

本篇《办公家具演进史》以时间轴为经、全球趋势为纬，通过国际视野与在地脉络交织，梳理近百年来办公空间与家具设计的演变轨迹，也记录震旦如何在每个关键转折中与时俱进，引领两岸办公文化升级与持续演进的重要推手。

萌芽期 · 木制家具 × 行政秩序重启



1945

战后初期，办公空间以木制家具为主，常见对向式排列与固定隔间，空间简朴不重装修。设备仰赖油印机、打字机与算盘，电话与空调尚未普及，环境以风扇通风与自然采光为主。此阶段象征行政体系的重启与秩序重建，也映照工业化初期办公场域仍以人工流程为核心的空间样态。

铁柜家具 × 钢制化开端



1955

办公场域开始从以人工为主迈向管理制度化，文件收纳与空间标准化需求提高。钢制档案柜逐渐取代木制柜体，凭借其耐用、可量产的优势进入主流市场，墨绿色铁柜成为办公环境的代表象征。虽然当时多数桌椅仍为木制，但钢制家具的导入已预示办公空间将朝向模组化、效率导向的工作形态发展。

钢制家具 × 量产规模化



1960

全球办公空间开始出现开放式布局，强调流动线与弹性配置，模组化家具系统亦首次出现，同一时期，台湾地区经济起飞，产业由农业转向轻工业，钢铁与金属加工技术快速发展。1965年引进日本钢制家具技术后，办公家具走向标准化与量产化，以钢制公文柜与办公桌为主的配置，提升效率与空间秩序，象征办公环境迈入现代化管理阶段。

钢制系统家具 × 模组化演进



1970

办公家具进入模组化新阶段，钢制产品开始导入标准化尺寸与系统化设计。此时期推出的H型办公桌与直立式公文柜，兼具结构稳定、弹性组合与空间效率特性，成为主流配置。1980年代初期，系统化收纳柜进一步发展，结合垂直整合与色彩变化，满足多元工作需求，也为后续弹性配置与开放式空间应用奠定基础。

OFFICE
FURNITURE

屏风系统 × 开放式办公兴起



1985-1990

外销与代工产业成长，企业人数增加、组织结构趋于复杂，办公空间需在效率、使用密度与基本隐私之间取得平衡。随着智能型大楼兴起与信息设备小型化，屏风系统家具因兼顾分隔与弹性配置而成为主流。随着应用扩大，屏风配置逐渐密集，空间开放性与互动性降低，促使90年代后固定工位开始松动，为弹性办公的发展铺陈转折。

OA系统 × 两岸现代化启动



1990-1992

1990年代初期，信息化与企业规模扩张加速，办公空间面临设备整合、线路管理与效率提升的需求，传统固定家具已难以因应。震旦于1990年成立办公家具事业部，推出OA系统桌与钢制墙柜，导入模块化设计与整线整合，并应用于震旦智能型大楼的空间实践。1992年随中国改革开放加速，震旦进入上海市场，结合屏风与隔间系统，协助企业建立现代化、高效率的办公模式，也为后续弹性空间运用铺路。

成熟期 · 整合式系统 × 弹性办公崛起



2000

随着信息、通讯与网络科技快速发展，虚拟、移动与居家办公逐渐兴起，全球办公空间从固定走向弹性、多元与智能化。家具设计也不再仅为空间配置工具，而转向整合人体工学、设备走线与数字管理的整体解决方案，回应多样工作形态与即时协作的需求，开启新一波办公革命。



因应国际趋势与企业数字转型，震旦于2000年推出ISF整合式系统家具，导入欧式独立桌与模组化组件，打造具弹性与延展性的空间解决方案。这项创新不仅协助企业有效应对跨部门协作与多场域应用，也推动台湾地区办公家具产业向国际标准对齐，奠定智能办公发展的制度与设计基础。

OFFICE
FURNITURE

智能化起点 × E工作者

文化设计 × 东方美学

创新期·千禧世代 × 多元协作

共享办公 × 员工福祉



2005

2005年，麻省理工学院教授马隆提出“E工作者”概念，象征工作形态迈向高度信息化与智能化，传统以规模为导向的办公空间思维逐渐被打破，取而代之的是兼顾效率、人文、科技与环保的办公新理念。此转变对家具产业带来新的挑战。震旦因应趋势，提出智能型办公室整体解决方案，融合环保材质、系统设计与空间美学，协助企业打造更具弹性与感知力的现代办公场域，开启智能办公转型。



2010

全球办公空间美学由功能导向转向文化价值与品牌识别的展现，企业空间成为传递精神与形象的重要场域。2008年北京奥运与2010年上海世博会带动中华文化走向国际，东方设计语汇受到关注。震旦以“中华玉文化，城市新风格”为题，成为世博160年来首家自建馆参展的台湾地区品牌，并在产品设计中融合古建筑意象与当代语汇，推出“御天下一玉之华”、“大乾元”等经典主管桌系列，延续“料、工、形、纹”匠心精神，开创东方美学的现代办公新典范。



2014

随着千禧世代成为职场主力，工作方式走向开放、多元与高度互动。研究显示，顶尖企业开始重视“专注、社交、沟通、学习”四大工作行为，办公空间设计也更重视激发团队合作与创造力。因应此趋势，震旦提出“形自在·乐办公”空间解决方案，通过诊断顾客的“S、W、R、T”四种工作形态、“独、俩、组、众”的沟通模式，以及“跃、生、醇、毅”色彩规划，打造灵活且富有生命力的现代办公场域，协助企业提升协作与创造力。



2015-2016

共享经济兴起，联合办公成为新世代创业者与企业追求弹性与社群互动的空间模式，并加速ABW（以活动为本的工作模式）在亚洲市场扩散。社交媒体盛行也推动职场沟通扁平化，员工健康与福祉成为设计关注焦点。震旦积极探索共享办公模式与空间解决方案，前瞻布局“健康、高效、环保”三大方向，导入低甲醛E1/V313环保板材，并提出“WE+办公理念”，主张空间应兼具生产力与疗愈力，奠定后续灵动办公与ESG发展基础。

OFFICE
FURNITURE

灵动办公 × Activa



2018-2020

数字转型加速与疫情冲击，使混合办公与远程协作成为企业营运新常态。面对移动、永续、福祉、数字依赖与审美觉醒等五大趋势，震旦于2018年提出“Activa灵动办公”理念，围绕专注、协作、学习、社交与放松五种工作模式，打造多元灵活的办公场景。2020年成立Activa Lab灵动办公实验室，持续探索未来工作空间的创新解决方案，打破传统配置限制，构建人、产品与数据互联的动态办公形态。创造出一个促进协作与创新、支持身心健康与幸福感的办公环境，助力企业组织活力再升级。

永续期·健康办公 × WELL空间实践



2021-2022

后疫情时代来临，企业对办公室健康与空气品质的重视快速升温。2021年起，震旦引进符合WELL健康建筑标准的家具与设备，积极推动健康办公环境。2022年，台北展示中心通过WELL HSR评价，成为业界率先取得认证的办公家具品牌。2023年则推出具GREENGUARD绿色卫士认证的升降桌与ENF等级家具，有效降低VOCs与化学物质排放，提升室内空气品质。健康办公已成为震旦家具的核心服务之一，并进一步结合企业ESG策略，协助顾客打造永续、安心、以人为本的工作空间。

绿色办公 × ESG实践



2023-2025

碳中和与净零浪潮驱动企业迈向永续，ESG成为经营核心目标。2023年起，震旦全面布局ESG办公生态圈，推动循环经济与绿色设计，并发布《震旦行永续报告书》，将永续价值纳入治理与产品发展。同年，上海展厅取得WELL v2铂金级与LEED金级双认证，展现健康与绿建筑双重实力；2024年，江苏智能园区再获LEED金级肯定，体现绿色智造成果。2025年，震旦推出可拆卸、回收、重复使用的模块化家具，结合智能空间管理、节能系统与永续建材，实现从产品、制造到场域的三位一体转型。

智能办公 × AI 驱动未来



2025+

迈入AI生成时代，办公空间不再只是任务执行场域，而是融合智能感知、情境互动与身心福祉的沉浸式平台。生成式AI、IoT与空间运算驱动虚实整合转型，企业营运迈向高度弹性与智能决策。震旦聚焦ESG与AI双轴策略，携手云端与软件服务商，打造Activa灵动办公新基建，导入WELL健康建筑标准、循环设计、智能感测与节能科技，实现“场域即服务”（Space as a Service）的智能化应用，全面优化空间效能、落实永续管理，并强化人本关怀，开启未来办公全新想象。

震旦六十周年庆典

两岸60·精彩瞬间



震旦集团陈永泰创办人（中）与袁蕙华董事长（中右）及经营团队，于台北带领同仁们欢庆集团六十周年，并一同启动庆生圆球。



台北以运动会形式进行，选手大进场各队伍卯足全力、精心创意打扮。



陈创办人与袁董事长分别感性致辞，感谢同仁的付出与努力，期许再创佳绩。



活动中特别安排AURORA TOP颁奖典礼，表扬全集团优秀菁英，获奖同仁与主管在舞台上接受近1,500人的掌声与肯定。



各事业部组成的啦啦队，以创意与整齐划一的舞步，展现震旦人的团队精神与活力。



拔河与趣味竞赛充满活力，也展现震旦人的团队力量与拼搏精神。



下半场的活动开场以九天民俗技艺团的震撼鼓阵揭开序幕，中信兄弟职棒啦啦队与旦宝一起唱跳，现场气氛热闹无比。



活动现场举办超级幸运星抽奖活动，由创办人亲手抽出幸运得主。



各事业部主管上台挥动事业部自行设计的队旗，互动喊口号。



典礼最后邀请所有高阶主管一同上台，与所有同仁一同高声合唱，画下完美句点。



大会师进场前，各队伍卯足全力盛装打扮。



会场设置六十周年大事记墙，详录集团发展足迹。



创办人、董事长于上海震旦国际大楼共同挂金蛋，象征着震旦六十周年庆，迈向第61年。



上海震旦国际大楼六十周年庆生仪式。



震旦六十周年庆，上海震旦大楼悬挂金蛋仪式高阶主管合影。



于上海举办“前瞻思维，共创未来”讲座，赋能震旦经营团队，迈向新征程。



创办人发表创业六十周年勉励。



袁董事长于上海音乐晚会发表感恩致辞。



创办人于音乐晚会现场真情演唱，感恩同行，鼓舞现场人心。



上海感恩音乐会晚会现场，一同举杯共贺集团60周年。

震旦集团旗下事业单位

AURORA GROUP BUSINESSES

台湾地区 TAIWAN REGION

震旦集团

电话 | 02-2345-8088
客服 | 0809-068-588
地址 | 台北市信义区信义路五段2号16楼
www.aurora.com.tw

震旦办公设备

电话 | 02-2345-8008
客服 | 4128-695
地址 | 台北市信义区信义路五段2号15楼
www.aurora.com.tw/oa

互盛OA

电话 | 02-2345-8009
客服 | 4128-399
地址 | 台北市信义区信义路五段2号7楼
www.eosasc.com.tw

金仪OA

电话 | 02-2345-8018
客服 | 4128-566
地址 | 台北市信义区信义路五段2号3楼
www.oa-world.com.tw

康钛科技

电话 | 02-2995-0066
客服 | 4128-258
地址 | 新北市三重区光复路二段69号14楼
www.kmds.com.tw

震旦家具

电话 | 02-5581-8588
客服 | 0809-068-588
地址 | 台北市松山区健康路156号10楼
www.aurora.com.tw/of

大震设计

电话 | 02-5581-8588
客服 | 0809-068-588
地址 | 台北市松山区健康路156号10楼
aid.aurora.com.tw

震旦云

电话 | 02-2345-8066
客服 | 02-8729-7066
地址 | 台北市信义区信义路五段2号3楼
www.aurora.com.tw/cloud

通业技研

电话 | 04-2311-9800
地址 | 台中市西屯区重庆路343号
www.git.com.tw

长阳生医国际

电话 | 04-2296-2688
地址 | 台中市西屯区重庆路343号4楼
www.everyoungbiodimension.com

台北震旦国际大楼

电话 | 02-2345-8088
地址 | 台北市信义区信义路五段2号
www.aurora.com.tw

大陆 MAINLAND

震旦集团

电话 | 021-58408888
客服 | 400-920-6568、800-820-0168
地址 | 上海市浦东新区富城路99号36楼
www.aurora.com.cn

震旦办公自动化（OA）

电话 | 021-58828999
客服 | 400-920-6568、800-820-0168
地址 | 上海市浦东新区富城路99号36楼
www.aurora.com.cn/oa/

震旦家具

电话 | 021-59161010
客服 | 400-920-6568、800-820-0168
地址 | 上海市嘉定区申霞路369号
www.aurora.com.cn/of/

震喜家具

电话 | 021-69529828
地址 | 上海市嘉定区嘉新公路388号

震旦电子

电话 | 021- 59164588
客服 | 800-820-0168
地址 | 上海市嘉定区嘉新公路388号
www.aurora.com.cn

震旦江苏智能园区

电话 | 0513-86895888
地址 | 江苏省南通市通州区金波路117号

震旦智能装备

电话 | 021-59164588
地址 | 上海市嘉定区嘉新公路388号
www.aurora.com.cn

震旦电子商务

电话 | 021-59164588
地址 | 上海市嘉定区嘉新公路388号
www.aurora.com.cn

上海震旦博物馆

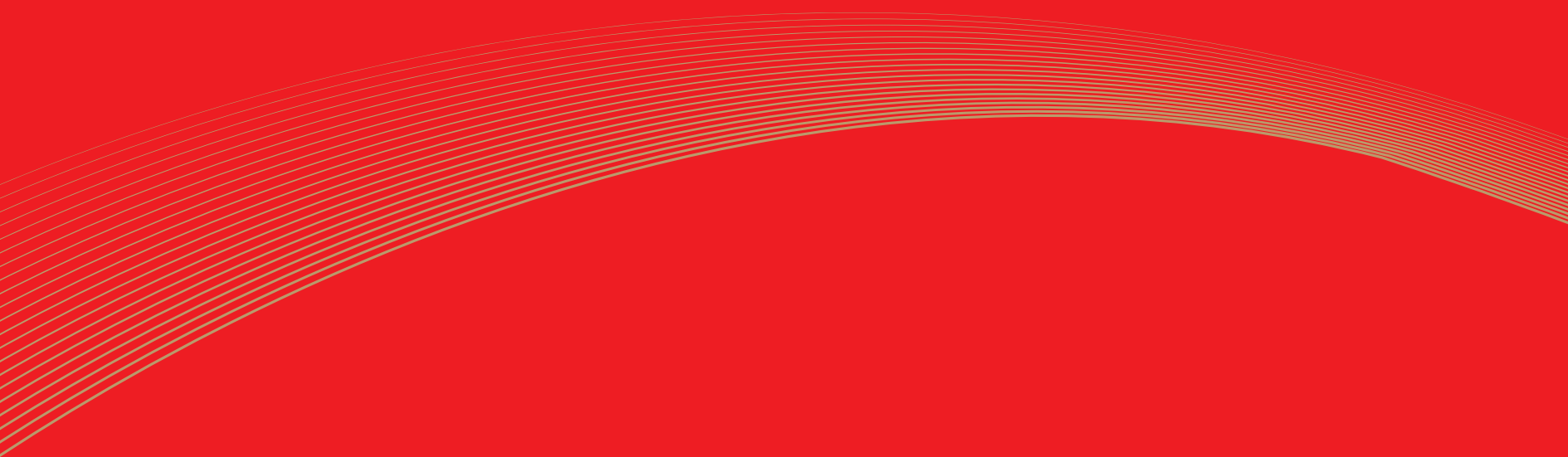
电话 | 021-58408899
地址 | 上海市浦东新区富城路99号
www.auroramuseum.cn

上海震旦美术馆

电话 | 021-58408899
地址 | 上海市浦东新区富城路99号

上海震旦国际大楼

电话 | 021-58826666
地址 | 上海市浦东新区富城路99号
www.auroraplaza.com.cn



震旦集團
AURORA GROUP