

提升职场竞争力的知识伙伴

震旦
AURORA

1971年7月创刊 · 发行48年3个月

名人讲堂

重仁塾塾长——徐重仁
走旧路，到不了新地方

艺文飨宴

馆藏精粹赏析
明宣德 青花鱼藻纹花口大碗



OCTOBER 2019 十月号 No.579

新世代 影响力



扫码关注
更多精彩等着您

世代交替之下，新世代既要向新创企业学习创新，也应向百年企业学习务实；
迈向成功的道路上，新世代又如何发挥影响力？

震旦月刊
AURORA MONTHLY

欢迎订阅



编辑台上
DITOR'S WORDS

AP 8100

生产型 黑白数字印刷系统



了解更多品牌信息

震旦办公自动化

上海市浦东新区富城路99号36楼

服务热线 400-920-6568 | 800-820-0168

www.aurora.com.cn/oa/

震旦
AURORA

以开放心态 面对新世代

在现 今开放的年代里，企业必须了解，每个新世代都拥有特别的价值观；未来，新世代该如何发挥影响力，而领导者，又该如何广纳包容各种声音，成功带领新世代？将是重要的课题。

林由敏女士谈及她眼中“新世代”时指出，从音乐奖项“金曲奖”比赛中看见许多新锐创作者优异的表现，再加上社群媒体中新世代的声音已逐渐受到重视；反观企业亦是如此，产业的蜕变需要注入活水，也少不了传统经验互相扶持；许多企业已进入多代同堂的现象，面临世代融合的挑战时，该如何改变才能发挥影响力，让不同世代的同仁得以适才适所，是现今极为迫切需要的一环。

许书扬先生则从人才管理的角度来看，新世代领导者必须具备S、H、A、R、P五大职能，拥有高弹性及广泛的知识，才能构筑出不凡的视野，并跟上时代变化应付挑战，当个创造变化、引领未来的领导者。

拥有开放心态、保持高弹性职能态度，是现今职场上缺一不可的能力之一；目前我们所经历的世代转型，是很重大的改变，但相信也并非最后一次转型。企业与个人皆必须与时俱进，观察趋势浪头的改变，随时因应转换，以迈向长青之路。 **A**



《震旦月刊》主编

苏美琪 Maggie Su

震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1号创刊，2019/10/1出版

创刊人 陈永泰

发行 震旦(中国)投资有限公司

发行人 孙大成

地址 上海市浦东新区富城路99号

震旦国际大楼36楼

网址 www.aurora.com.cn

主编 苏美琪

企划 于蒂、岳成凤、方雪

信箱 marketing@aurora.com.cn

电话 021-58408888

传真 021-58798889

设计 治羽文创设计有限公司

监制 震旦(上海)科技有限公司

本月刊为公益发行，分享经营管理及艺文欣赏知识，其文章均为作者之意见，不代表本社之立场，文责亦由作者负责。版权所有，非经本社书面同意，不得转载本刊任何图文。本月刊所使用之商标或著作皆属权利人所有。



四川峨眉山有“震旦第一”石碑，古印度以“震旦”来称呼中国

震旦
旭日东升

“震旦”是东方日出之意，象征着光明与希望，震旦集团承袭源远流长的历史命脉，有如旭日东升，散发着蓬勃的朝气与跃升的动力，为追求现代文明而努力。

震旦月刊

AURORA MONTHLY

CONTENTS



A p.08

未来领导者也必须与时俱进，跟上新世代才能应付挑战



A p.12

正视新世代的影响力，让创新能量源源不绝

编辑台上 EDITOR'S WORDS

01 以开放心态 面对新世代
文／苏美琪

大师轻松读 Master 60'

04 新世代靠流量改变世界
编译／大师轻松读

No.579

October 2019

封面故事 COVER STORY

06 跟得上世代的影响力

每一世代都具有独一无二的优势，透过彼此互补、信任，发挥出一加一大于二的团队力量；想成为有影响力的新世代不再是梦想！

文／苏美琪

08 S.H.A.R.P提升战斗力 新世代领导战将的新职能

文／许书扬

12 正视新世代影响力 领导者拥抱新世代擦出新火花

文／林由敏

名人讲堂 Celebrity Talk

16 重仁塾塾长——徐重仁 走旧路，到不了新地方

图·文／天下杂志出版社

经营广场 Business

20 工作态度决定新世代的前途

文／晋丽明

24 新世代同仁管理与培养

文／光辉国际微信公众号



A p.16 重仁塾塾长——徐重仁



A p.28 德国包豪斯校舍

玩味设计 DESIGN

28 包豪斯百年系列①
“包豪斯”乱世中崛起 影响力百年不坠
文／李俊明

乐活人生 LOHAS LIFE

34 红、肿、热、痛
不可轻视忽略的蜂窝性组织炎
文／邱玉珍



跃升震旦 AURORA NEWS

38 SPACE+以用户为中心的办公新体验
“震旦办公生活旗舰展厅”开幕
图·文／震旦家具

40 助力“以人为中心”医疗空间
震旦参编《医用家具设计与配置指南》
图·文／震旦家具

42 再添新翼
震旦家具SPACE+新疆展厅开幕
图·文／震旦家具

震旦博物馆 AURORA MUSEUM

44 一件玉带钩的前世今生
浅谈震旦博物馆藏
——战国兽首玉带钩（三）
图·文／震旦博物馆

艺文飨宴 ARTS PLAZA

46 古器物学讲座
——明宣德青花瓷研究专题⑨
一元多式梅瓶形纹设计
文／吴棠海

50 震旦博物馆出版丛书介绍
玉见设计——中国古玉形纹设计特展
文／吴棠海

51 馆藏精粹赏析
——明宣德 青花鱼藻纹花口大碗
文／吴棠海

爱心公益 LOVE ACTION

52 庆祝教师节 情暖爱心屋
震旦集团物资捐赠
上海建桥学院慈善爱心屋
图·文／震旦集团



新世代靠流量改变世界

成为某个领域的专家固然很好，但你的真实价值顶多实现了一半。若要达成真正的自我实现，就必须进一步影响和协助他人。拜网络之赐，新世代创业家不止可以凭靠专业成就事业，甚至可以建立一个族群、推动一个运动，进而改变整个世界。

编译／大师轻松读



看更多精彩内容



此过程包括3个步骤：

步骤 1 重视网络研讨会的销售简报

现在这个时代，用你的诉求改变世界的最佳方法，就是举办以诉求为中心的网络研讨会，让你可以在网络上传送。如果你每周在网络上发表网络研讨会，推销你的诉求，你会发现未来将有许多机会，可以在最理想的时机加入更多附加项目。然而，在第一次尝试建立网络研讨会时，务必保持简单，只要准备4项要件：

- 用一段开场白引起人们兴趣，以及介绍你的迷人特质，让他们热情聆听你的简报。
- 用一段精彩故事，让人们相信你强调的“一件事”。
- 接着找出与你强调的“一件事”有关、但却让人们退缩的3项错误信念，然后打破这些错误信念。
- 开始展示你提供的产品，说服人们为什么应该利用这些东西。

步骤 2 每周发表简报并且加以改良

你必须持之以恒，将你的知识持续传达给新团体，而不只是经年累月守住相同一群人。达成此目标的最佳方式，就是连续12个月，每周举办相同的网络研讨会。

对多数习惯随时创造新玩意儿的营销人员而言，这种做法多少有些违反直觉，但确实有道理。在娱乐圈，当他们发现某个表演奏效时，他们不会一直尝试改变。他们反而会展开巡回公演，在更大更好的场地演出。他们会一直持续演出，直到表演不再赚钱为止。只有到了这时，他们才会进行实验找出下一场卖座演出。

借由周而复始举办相同的网络研讨会，你就能进行测试。例如：你可以出售教材的某些内容赚取收入；你可以稍微调整你的标题和图片；你可以提出持续存在的问题，在简报中加以解决；你可以找出传播诉求的其他方法。如果你只办一场网络研讨会，而且仅止于此，以上这一切就不会发生。

步骤 3 学习以更有利的方式使用漏斗模型

漏斗模型可以补给你的族群，强化你的影响力。只要精通此方法，就会有源源不绝的人潮，和你一起分享你的诉求。要持续每一周填满它们的最佳方法，就是采用所谓的“梦想100”网络流量策略。它的运作方式如下：

A. 列出已经向你的理想顾客推销或谈话的100人名单。他们通常是：

- ① 拥有顾客名单的人 ② 博主 ③ 视频主 ④ 社群媒体KOL

B. 开始和梦想100成员建立关系。

C. 利用你的视频或博客，帮忙宣传他们正在做的事情。

D. 选择不和他们直接竞争的利基产品，请他们帮忙宣传。

E. 设计专门以你的梦想100追踪者及粉丝为目标对象的广告。

F. 继续探索你能如何和梦想100成员共同开发新产品，然后合力推销。

总而言之，你需要用来填满漏斗的网络流量已经在那里了。你不必从零开始创造。你只要在网络找出你的理想顾客已经在哪里聚集，然后想出方法让这些人也来看你有什么产品。如果你精通梦想100策略，你就能一直找到新的潜在顾客，持续填满你的网络研讨会和其他漏斗。 **A**

The Influence to Keep up With **New** Generation

跟得上世代的影响

序言 / 苏美琪；文 / 许书扬、林由敏

每一世代都具有独一无二的优势，通过彼此互补、信任，发挥出一加一大于二的团队力量；想成为有影响力的新世代不再是梦想！

Each single generation has its unique advantage. Through mutual complement and trust, they will develop the team power with multiple synergies. It's no longer a dream to turn into an influential new generation!



CHAPTER 1

S.H.A.R.P提升战斗力
新世代领导战将的新职能



CHAPTER 2

正视新世代影响力
领导者拥抱新世代擦出新火花

Chapter
1

S.H.A.R.P提升战斗力

新世代领导战将的新职能

文/许书扬·经纬智库暨保圣那管理顾问总经理



看更多精彩内容

科技的发展及共享经济的来临，在短时间内对全世界造成翻天覆地的变革，而这股动力仍将持续下去。从人才管理的角度来看，领导者当然也得与时俱进，才能应付挑战。然而，一位未来的领导者应该具备哪些新的能力？以下归纳出S、H、A、R、P五大职能，说明未来人才的关键特质。

S 科技力的全面侵入

Science to Technology

若要说近二十年来影响人类至深、且未来也将持续主宰全世界的力量，那就是科技

了。我们正活在一个到处跟科技紧密连结的时代。它的重要性，从词语的挪移再造就可见一斑。

近代曾因应科学兴起，进而有人文科学、

社会科学等新兴词汇的诞生，强调使用科学方法来研究既存知识。这是科学革命带来的影响力，广泛且深远，导致既存的专业领域不得不面对、或说受其“侵入”。然而这十几年间，诸如生物、金融、法律等领域也被科技二字“侵入”，再造出当前流行的生物科技、Fintech跟科技法律等字眼。这说明了，如同科学二字曾造成的那般，现今也讲求结合自身知识与科技力，去因应未来世界可能的一切改变。

因此，从人才培养的角度来看，科技俨然是未来世代必备的职能。无论是哪个行业，都势必得从求学阶段开始累积科技知识，才能跟上时代变迁。而作为未来世代的领导

者，更要有掌握科技力、甚至引领科技趋势的决心。

H 人文素养的提升

Humanity to Philosophy

在科技挂帅的同时，人的重要性也一再地被强调。如同那句大家所熟知的广告词“科技始终来自于人性”，一切的科技行为最终都回归到人类本身，以人为本才是首要考量。因此对领导者来说，以人性为出发点，关心并尊重顾客或同仁的个人特质，即为现代企业经营的关键。

当然，未来世代的企业经营绝不仅止于此。固然科技的兴起，让理科为主的知识较受重视，除了学术资源丰富，也较能带来商机，但这不代表人文素养的培育就可舍弃。所以，不只是关心人性，未来的领导者本身得具备充足而全面的人文训练。凡是文学、哲学、艺术、历史、音乐等等，领导者得进化成有品味、有素养的人，而不是只看重同仁绩效跟企业利益，开口只谈利润二字。



A 分析大数据能力 Analysis to Identify Insight

创新工场创办人李开复曾说，十年后，所有我们花不到五秒来思考的事情，这类工作都会被人工智能所取代。麦肯锡全球研究院也曾表示，在可预测环境中进行物理活动的工作，此类需求下降的情形明显。这些职缺的消长现象，说明了涉及资料整理、讯息传递等性质的工作，未来都将纳入大数据的一环，由电脑处理。通过大数据，由机器预测人类行为的时代已经来临。

只是在这样的时代，分析资料及评估方向的能力，即人类判断的重要性，也更加明显。机器能取代人类的数学或统计能力，但机器无法跟人类一样，从庞大资料中看出问题或商机所在，并因应企业需求做出决策。毋宁说，正因未来大数据的取得不再稀奇，

因此能站在资料基础上迅速做出正确判断，这样的能力才是关键。身为未来的领导者，只仰仗大数据资料是不够的；领导者必须进一步分析数据，从中找出企业发展的方向。

R 有效统合的重要性 Response to Restructuring

一旦企业出现问题，就要快速反应并解决。这是领导者的必备能力。然而，因应企业形态的改变，未来世代更加注重的是组织设计，也就是所谓通盘布局的能力。

举例来说，过去企业的据点较为单一固定，但在全球化影响下，企业组织跟资源可以散布于世界各地。研发和工厂设置在中国，将销售端设在美国。在这样的发展趋势下，如何做好组织设计，将各区资源做有效统合，是当前的重点课题。一旦发生问题，领导者

身为未来的领导者，只仰仗大数据资料是不够的；领导者必须进一步分析数据，从中找出企业发展的方向。

不是马上针对个案解决，而是站在整体角度调动各组织的资源，通盘考量全体企业该有的反应对策。

此外，不只是企业形态，包括工作团队也可能呈现零散分布、变动快速的状态。以往体系内的固定编制同仁，在未来都可能化为网络外包的自由工作者。这种工作团队流动性高，习于快速分解重组；领导者该如何面对，做出有效统合，将会是未来的一大挑战。

P 发挥自主性 Personal to Individualism

同前段所述，现在的企业尊重个人特质，因此在同仁权益上，企业也开始提供更人性化的制度，像是类似自助餐式的福利，弹性工作时间及地点等等，让同仁有选择弹性制度的空间。但在这样的潮流下，同仁的个人主义倾向更强烈，福利上的人性化考量已无法满足需求。在未来，企业整体的绩效考核也必须配合个人主义做适当调整。

当前多数企业的绩效考核方式仍以KPI为主，也就是由管理阶层订定同仁的目标，



再根据表现给予评价。然而这种由上而下、以整体利益为出发点的强制分配绩效考核制度限缩了个别同仁的自主性（譬如每年固定15%的同仁绩效只能拿C）。

为因应未来潮流，现在逐渐有企业舍弃KPI，改为实施OKR（Objective & Key Results）。所谓的OKR强调团队自主性，是由同仁自行订定目标，这种由下而上的方式不以奖惩评鉴为目的，也淡化集体强迫分配的意味，而是强调同仁是否达成自身设定的关键结果。同时，这也是自组织（self-organize）精神的实际体现：领导者不须订立细部目标跟实际指示，只需提供大方向，让企业自行运转即可。未来的领导者若要有有效组织同仁，就得持有这样的态度，在尊重自主性的前提下共创企业利益。

在S、H、A、R、P五大职能中，无论是科技与人文知识的兼具，还是统合整体与尊重个人的平衡，我们都可发现，为了应付未来不断变化的挑战，领导者得具备更高的弹性，以及更广泛的知识，才能构筑出不凡的视野。A

只要站得够高，看得够远，就不用担心被变化击垮。更甚者，可以不再当个被动接受挑战的领导者，而是当个创造变化、引领未来的领导者。这才是一流领导人才该有的气度。





Chapter 2 正视新世代影响力

领导者拥抱新世代擦出新火花

文／林由敏·台湾地区中华人事主管协会执行官

近年来华语圈的大型音乐奖项活动“金曲奖”得主新世代创作人和独立乐团新锐尽出，在音乐圈里跳脱框架、自信地踏出属于自己的一条路，让我们在这个快速变动的时代中，挖掘出许多值得细细品味的嗓音及故事。

再看 看微博、微信等社群媒体上各形各色、展现自我的网红，已成为新世代生活中不可或缺的一部分。产业的蜕变需要注入活水，也少不了传统经验互相扶持，企业的成长亦是如此。

我们都知道这些伴随网络一起长大的年轻人，已逐渐成为职场上的主力，但是面对这样

的新生主力军，我们身为领导者真的了解他们吗？新世代年轻人最常被贴上抗压性差、厌世、不够积极、只在乎小确幸等标签，但反观他们拥有勇于表达意见、做自己的性格，在企业里应该是炙手可热的才，还是被当作外星人来看待？

许多企业已进入多代同堂的现象，面临世

拥有多元及包容性越高的组织，能创造出倍数的创新能力，其中领导者本身的思维改变最为关键。

代融合的挑战，我们该如何改变才能发挥影响力，让不同世代的同仁得以适才适所，携手共创企业成长及永续发展？

传统×创新 也能迸出新态度

只要年轻人加入，就能为公司带来新契机吗？其实领导者也很重要！前阵子看到一个很有趣的案例，让我印象深刻，一个与我们生活中密不可分的老字号企业推出了以“循环经济”为品牌核心的全新文创副品牌，而团队成员都是来自非相关专长调任所组成的，不但毫无经验，还必须设法与从未接触过的设计师合作，善用废弃料升级再造、研

发文创商品。

通过专案领导者带领成员不断地与设计师沟通与深入了解，大家的理念有了共识并且激荡出新想法，老品牌和年轻设计师合力打造出独一无二的文创商品，初试啼声就吸引大家的眼球，成功创造出话题性。

根据调查资料显示，拥有多元及包容性越高的组织，不仅财务绩效亮眼，更能创造出倍数的创新能力。而其中领导者本身的思维改变最为关键，鼓励团队成员尊重、接纳来自不同背景和观点所带来的丰富性及差异性，并且能够融入，甚至发挥潜能，为组织带来正向的影响力。

吸纳跨界多元人才 创新能量源源不绝

面对现今快转的时代，领导者必须正视人才争夺、高龄化职场的趋势，甚至是知识传承、接班等问题，组织创新、变革势在必行，不论是将现有同仁培育优化，赋予他们技能提升能够做得更多、做得更有价值，或是引进新人才带来强劲成长动能，然而这些



改变都需要人资人员担任沟通的桥梁，协助同仁循序渐进地适应及接受。

以近几年很热门的Fintech人才为例，在金融科技浪潮席卷之下，金融业者积极发展金融科技，现有的人才已不敷使用，急需延揽跨领域的资工、信息通信科技等多元人才加入。然而调查也指出，这些跨领域人才加入法规严格的金融业最不适应多重的限制，而文化适应与沟通也是一大挑战，若能多些规范弹性及协助适应，将能大幅提升数字金融转型的效率，不仅挹注他们的专业背景及技能，亦能运用不同思维与团队碰撞出更多火花与创新能量。

智能时代 双向沟通带来新契机

以往企业总是由高层订规矩，同仁只能认

命依循规定做事，即便认为不合理也比较不敢吭声。随着新世代来临及年轻同仁越来越多，单向、慢速的沟通已无法满足想法多元的同仁，如果制度不开始着手调整，人才恐怕也会提早阵亡。

许多企业推动“同仁大会”（Town hall meetings）已行之有年，让不同世代、资历的同仁能够充分表达意见，并且借由倾听同仁的建议来拟定经营方针及政策，同时有助于凝聚全员共识。

另一方面，相较于每月或每季一次的同仁大会，越来越多企业开始将办公室打造成智能空间，以期提升工作弹性及空间运用，或是建置即时的沟通渠道，如：企业内部APP或通讯软件将冗长的决策流程缩短，加速沟通及协同作业、形成决议，更能有效率地达成目标。



许多企业推动“同仁大会”，让不同世代、资历的同仁充分表达意见，并且借由倾听同仁的建议来拟定经营方针及政策，凝聚全员共识。

将CSR导入营运决策 同仁认同感随之而来

现在的年轻人关心社会议题，也重视企业社会责任的落实，甚至将其列为加入企业与否的指标之一。企业将营运策略与永续发展紧密相扣，除了运用核心职能发挥企业的影响力之外，对内则将CSR注入企业文化，连结人力资源制度，给予志愿者假、纳入绩效评量等作法，鼓励同仁参与并且进一步认同企业及持续地投入回馈社会。像是银行业者长期举办理财营，偕同同仁以自身金融专业教导偏乡小学孩童学习正确的金钱观念，以及兴建图书馆改善小朋友的阅读环境与学习的基础；也有企业鼓励同仁携家带眷一起参与志愿者活动，以实际行动回馈社会。

同仁幸福感 加速网罗优秀人才

而同仁的幸福感也来自于企业的用心，除了薪资、工作与生活的平衡等其他诱人的福利，不仅只有眼前，还须为同仁的退休福利设想。目前大部分企业多为提供符合劳动法的养老保险，仅有少数几家龙头企业推出“同仁持股信托”，但一般上班族对于退休



生活保障感到担忧。

若想更关心同仁、留住人才，企业不妨推出量身打造的财务规划方案，依据同仁不同的需求拟定计划；或是举办退休相关的教育训练课程，让退休同仁轻松规划，同时也能无后顾之忧地安心退休。

HR+PR 让对的人才主动上门

想成为人才心中首选的企业吗？那么您需要将人才招聘与品牌经营视为同等重要的事！通过内部HR及PR的合作与建立共识，打造吸睛的招才计划，也应随着新世代人才对于社群媒体的高黏着度而有所变化，否则若拥有很好的福利制度及工作环境，但是求职者对于企业无感或是觉得陌生，企业的努力也就功亏一篑了！如何建置并提高企业的网络声量与曝光度，让对的人才主动上门，亦是数字当道的时代里最重要的经营课题。A



名人档案

重仁塾塾长 **徐重仁**

日本早稻田大学流通经济学硕士，前统一超商总经理，财团法人商业发展研究院董事长，全联福利中心总裁，现为重仁塾塾长。2012年自统一超商退休，创立“重仁塾”，投注时间与心力，担任年轻人的职涯及创业导师。

重仁塾塾长——徐重仁

走旧路，到不了新地方

图·文／天下杂志出版社



看更多名人讲堂

重仁塾塾长徐重仁将其人生近四十年的时间，奉献于流通产业。其中带给他最大的经营事业之心得是，很多做事的概念及原理原则，并不会随着时间而改变，改变的只是诉求的方法及情境。如同无论是中小企业、微型企业，或是个人工作室，其面对顾客及消费者的道理大同小异。只要掌握原则，秉持初衷，坚定地一步一步向前走，市场一定会给你应有的回馈。

任何事业都必须以市场为导向，当市场需求明确之后，必须确定事业的“核心”商品或服务，然后加以精耕。

缺乏资源、也没人教，怎么把生意做好、做大？

最近，我有一些机会和几位年轻朋友深谈，他们有的是上班族，有的是自己创业当老板，有的则是接手家里生意，试图转型，开发更大市场。这些年轻人都很有冲劲，也很肯做事，每个人都热血地在描绘未来蓝图。

一般人在工作或经营事业时，都想以最大努力来创造更好的绩效，想法很多，只要认为是好的，就会去尝试。这种精神值得赞赏和肯定，不过我也发现，多数人往往有一个盲点，就是“见林不见树”，或是“见树不见林”，缺少整体性的概念。我认为，比较周延的做法是，利用“环状思考模式”来磨练自己。

一) 第一步要先找出“核心”

任何事业都必须以市场为导向，也就是了解什么是顾客的需求，以及顾客的消费心理和行为模式。

当市场需求明确之后，必须确定事业的“核心”商品或服务，然后加以精耕。

二) 找出“第一外环”的机会

当核心趋于稳定后，再来是进一步思考

“第一外环”的市场机会，也就是核心事业的主顾客有什么延伸的相关性需求。

以现在很热门的健身中心为例，参加健身中心的会员，几乎都是比较重视健康的族群。他们除了每天，或偶尔来健身之外，可能还有其他与健康相关的信息及商品需求。

因此，我们可以深入探讨，并发掘顾客潜在需求，进而提供适当商品或信息，以创造外加效益。

三) 接续找出“第二外环”、“第三外环”的机会

一直以来，我都是以发掘顾客其他关联性需求，这样的模式来寻找市场机会，一圈一圈地往外扩散，无形之中，市场就被做大了。当然，有些顾客需求可以被清楚掌握，但也有部分需求是不明显的，甚至，消费者有时也不太清楚自己还需要什么。

建立系统，非做不可

当然，“实做”是更大的挑战，很多人会在这里卡关，往往想得太多，做得太少或不够扎实。





西方人比较重视计划和系统的概念，也就是凡事会按部就班，这一点非常值得学习。

就以最简单的数钞票方式来看，他们习惯先算零钱，再算钞票，而且是一张一张的数，但我们却习惯用比较简单的方法，整把整把的数。当然，我们的做法有达到“快速”的效果，却也常出差错。

另一个则是系统性的行为模式，例如A+B+C，或1、2、3、4等条列式的做法。他们比较重视顺序，也习惯配合逻辑性思考。这种做法短期间虽然看不出效果，却很扎实，其结果往往会超过我们自以为快速的做法。

我经常强调“系统”这件事的重要性。我们在处理事情时，常会去关注单一做法的成效，而忽略了建立“系统”。事实上，一定要两者并重，才能可长可久。

系统的建立比较耗时费力，无法一蹴可及，但非做不可。惟有扎实地把一套商业模式、系统建立好，基础才能稳固，永续性才比较强，不容易动摇。

创业者肯拼是好事，若再加上肯学，力量一定会更强大。无论做什么事，尽可能地截长补短，如果可以试着将东西方做法加以合并运用，必定会有良好成效。

传统的商品与服务，如何吸引新世代顾客？

2018年春天的时候，我去参观了阪急OASIS 超市在大阪开设的新式卖场“Kitchen & Market”。

超市里头非常热闹，有一座2.6米高的巧克力喷泉，看起来很华丽。而在卖场内部，不但有现场料理及食用专区，还有贩卖鲜榨果汁、手工披萨等鲜食。更特别的是，在生鲜区竟然还看得到鲷鱼解体秀的表演。

整个超市逛下来，顾客好像参加了一场小型的饮食嘉年华会。这样的场景出现在一家超市里头，令人惊叹。

这是阪急OASIS超市“Kitchen & Market”的第一家店，虽然成不成功现在还不知道，但完全是一种崭新尝试。

看到阪急的全新样貌，让我很有感觉。现在，做生意已经不是单纯地在卖东西，而是在创造一种生活体验，一种虚拟世界无法创造的娱乐性与趣味性。

我常告诉大家，一个事业如果没有注入娱乐（Entertainment）的氛围，那会非常干，感觉也很无聊，久而久之，消费者就不想来了。购物一定要有趣，卖场才会活络起来。

如果商品是演员

所谓的有趣，就是一种动态性，目的在于塑造出让人想要亲近的氛围，吸引消费者注意，慢慢地把人潮带进来。

一般来说，创造动态性最有效的做法，就是让商品“表演”。想象一下，假设商品是演员，我们是舞台编剧，这出戏应该要怎么

做生意已经不是单纯地在卖东西，而是在创造一种生活体验，一种虚拟世界无法创造的娱乐性与趣味性。

安排，才能吸引观众目光？

我举一个例子。有一次，日本高岛屋百货推出“打造身心平衡健康”的生活提案，他们请来几位老师示范瑜珈，并邀请顾客一起练习。

这些年轻老师虽然是做简单的瑜珈，但都穿得很时髦。进来练习的人看看老师，再看看自己，突然发现自己的穿着太随便。于是，他们在下课后，很自然地走到旁边的瑜珈用品专柜，挑选一套漂亮的运动服。

本来可能只是纯粹闲逛，没有购物目的的顾客，因为亲自体验了生活提案，也亲眼看到商品演出，结果就产生购物冲动了。

还有一种比较常见的商品演出是“试吃”和“叫卖”。在日本，很多老人家喜欢逛百货公司的美食街，因为那里经常有试吃活动，他们在用餐时间只要去试吃一轮就饱了。

看起来，好像是老人家在占商家便宜，但事实上，他们也是有贡献的，至少把人潮给带进来了。

人的心理就是这样，当你看到某个摊位前，围了很多人在吃东西，直觉就是这个东西很好吃，你也想尝尝看。这就是在创造舞

台跟观众，然后让商品有演出的机会。

创造美好的购物体验

如果卖东西只是将商品静静地摆在货架上，客人也是要买时才理他，那样子生意不会好。回过头想，为什么阪急 OASIS 超市要在超市里大费周章地做现场料理，表演鲷鱼解体秀？为的就是创造卖场的气氛和人气，让客人愿意一来再来。

2018年5月的日本黄金周，“Kitchen & Market”就被票选为必去景点的第一名，证明这样的做法确实会让顾客买单。

商业随着时代在进化，想想看，当虚拟的电子商务已经可以充分满足消费者“购物便利性”的需求，实体通路的价值在哪里？如果不能让顾客获得更美好的购物体验，消费者为什么要来？ **A**

好书推荐

《走旧路，到不了新地方》
——徐重仁的经营笔记：关于创事业、做生意和学态度

作者：徐重仁、洪懿妍
出版社：天下杂志出版社

作者从担任流通教父到商家求教的经营导师，协助企业在变化的市场中找对切入点掌握商机，本书出版让更多人学习经营智慧及人生哲学。



阪急百货前会长相冈俊一先生曾说过一段话，非常值得思考，我也想和大家分享：“在与环境共生的前提之下，能使消费者的生命及生活更加美好的事，都值得尝试”。



管理必须严格而不严酷

工作态度决定新世代的前途

文/晋丽明·104人力银行资深副总经理

近年来有几个令人瞩目的经营交班案例，值得大家观察与省思。许多使命感坚强的企业经营者，毅然急流勇退，例如：半导体教父张忠谋于2018年6月从台积电裸退。



看更多精彩内容

更多 战后婴儿潮出生的企业经营者，面对科技的快速剧变，在时代狂潮的冲击下，渐感力不从心；即使这群宝刀未老的企业家，仍然坚守岗位、打死不退；但是，面对大数据、AI、区块链等跨世纪新兴科技与翻转商模的挑战，他们不得不服老，也必须开始积极布局接班人选；同时，

年轻世代主导未来战局的趋势，已成定局！

“恨铁不成钢”！人才断层的危机加剧

如果问一下50后、60后的主管，就可以感受到这群团队领导者，有多么焦虑；肩头的担子越来越重；但是，价值观多元、自我意

人才的快速老化及人才传承青黄不接的窘境，让企业在招募、培训与留才作业上，都面临空前的挑战。

识强烈的70后、80后，渴望得到尊重，希望快速功成名就，但是唯有具备认真投入工作的精神，才是迈向成功的不二法门。

“恨铁不成钢”已不足以形容现在企业人才断层的严峻现象。“人才稀缺”、“无才可用”，已成为现在企业发展的最大危机；这样的现象，全球皆然；如日本、新加坡、菲律宾，都积极挖角优秀人才，在优渥薪酬及职涯前景的诱因下，含金量高的人才纷纷跨越国界，拥抱世界，成为国际人才。

全球高龄少子化的现象，则是另一个个人力资源的火药库；产业面临世代交替，但是，人才的快速老化及人才传承青黄不接的窘境，让企业在招募、培训与留才作业上，都面临空前的挑战。

企业对新世代的表现与评价

根据“2019年职场新兵体检大调查”，结果发现有五成的企业认为新世代的软实力不及格；在硬实力部分（1-10分），只有9.68%的企业，给了八分以上的评价，四成的企业给了5分以下的成绩。

这样的数据，代表着企业无法认同新世代做事的态度与技能，如果对比现今学生

们的学习态度，这样的信心危机，其实不难理解。在AI快速崛起的年代，如果这群没有技能、欠缺忧患意识的年轻人，成为“无用阶级”的结果，将有可能成为未来社会的灾难。

“工作态度”决定新世代的前途

104银行曾经做过调查分析，询问有聘任应届毕业生的企业人资，如何评价新世代的适任性；接受问卷调查的人资人员反映，经过试用期的考验，有70%的新世代与企业录用时的期待有落差，而20%的表现则与面试时的认知相仿，只有10%的应届毕业生，表现超越企业的期待。

有没有认真负责、企图心强的年轻人？有的！但是，只有一成！这也是为什么，社会上的许多年轻人因为谋职困难、工作不顺，选择了自我放弃、随波逐流的原因。这样的发展，让企业界忧心忡忡；因为，如果无法注入新血，组织将面临瓦解的危险。



企业管理必须严格而不严酷

“强将手下无弱兵”，虽是老调重弹，但却是养成人才的经典名言；看看“铁血纪律”的台积电，“要求120分”的联发科、检查“小便有没有变黄”的鸿海、建立世界电商霸主的阿里巴巴、强调狼文化的华为，还有许多备受批评的“996”企业。

大家若只站在“工作与生活平衡”的个人角度去看待工作，略显不够客观；在现今这样高强度的职场竞争中，训练出来的小老虎们，必须有强势的接班能力与态势；他们才是真正能够主导世界、改变人类的明日之星。

绝大多数的企业，会严格筛选年轻的新人，如果没有具备责任意识、主动积极的人格特质，公司绝对不会给予试用的机会。104人力银行创办人杨基宽认为，招募新人

要能产生战力，“态度”最为重要，所以在人选态度的评量上不能打折，必须找到态度A+的人才；但是能力却可以逐渐培养，因此，知识技能B+以上，就可以纳入录用的考量。

知识技能容易学习，但是个性与态度，则是长期形塑而成，难以撼动；多数让主管伤透脑筋的同仁，不是工作能力的问题，而是态度观念的落差，主管们应该都能认同，同仁无法正面思考、态度偏差、难以沟通，才是管理者心中的痛。

“严格”是拯救年轻人的万灵丹

我在服兵役时，曾经遇过一位指挥官，他非常强调公文写作的品质，不但要求字句通畅、不能有错别字；此外，标点符号也必须一丝不苟地描绘得像印刷体一样；如果辞意

招募新人时“态度”最为重要，因为知识技能容易学习，但是个性与态度，则是长期形塑而成，难以撼动。

表达不清、文书作业不严谨；卷宗及公文会被丢到指挥官窗外的草皮上，若是不慎写错了字，还要带着文房四宝，到指挥官办公室用毛笔罚写10遍。

在那段日子里，所有的幕僚军官，每个人都是战战兢兢；时时刻刻如临深渊、如履薄冰；每件送出的公文，在没有批覆之前，都会让人忐忑不安、难以入眠。就是这样的严格训练，磨练了自己做事的品质与严谨的态度，也成为一辈子奉行的准则。

“贯彻执行力”才能形塑竞争力

年轻时在汐止科技厂上班，遇上了纳莉台风，汐止的楼房淹到了二楼，厂办大楼地下室全部淹在水中，位于五楼的工厂无电可用，在街道变水道的环境下，我们仍然坚持完成总经理的命令，在积水未退的情况下，用尽方法从南部租调大型发电机，连夜架设，在最短的时间内，让工厂恢复产能。

现在的主管会重视与新世代年轻人的沟



通，理解他们的想法与立场，然而，却经常让命令贯彻的主轴成为配角，在管理上容易流于松散与轻率；主管们必须清楚的认知，要求落实命令、贯彻执行力，你才能成为新世代年轻人的伯乐。

如果只想做好人，不敢要求部属，你只会害惨新人，扼杀了发展与潜能。因为主管们强调严格、挑战困难、克服挫折、花多时间苦练功力，虽不是大家喜爱听的，但应当是年轻世代所要学习的地方。

新世代崇尚自由、标榜斜杠、经营社群当网红、与同龄人在负能量中相互取暖，这些似是而非、肤浅而自我慰藉的保护伞，成了职场的主流。但是，这也害惨了年轻人，因为，他可能在30岁就走到了生涯的尽头，除了找不到方向、也失去了工作谋生的竞争力。A

愿意给年轻人机会的企业与主管们，如果你希望带给年轻人光明的前途与发展；请务必“严格管理”与要求“贯彻执行力”；不要因为你的懈怠与纵容，毁了一个有机会发光发热的年轻生命！





教你如何“懂”他们

新世代同仁管理与培养

文／光辉国际微信公众号

对于新世代同仁，已经不能依赖传统的管理思维和培养方法与他们和谐共处，你迫切需要一套全新的理论体系和管理方式来引导他们，实现和谐双赢！通过本文将为大家呈现一个你所不知道的新世代同仁面貌。

近年来主管们普遍反映，在交代任务后，新世代们会反问你：“我做这件事的价值点在哪里？我为什么要这样做？”

在今天突然发现，职场中的升职加薪，对一些新世代同仁的激励和保留成效不大，你只把公司变好是不够的，你要让公司变得更

好玩才行，他们是玩游戏长大的一群人，人生对于他们来说是一个更大的、更多可能性、更多可以“升级打怪”的游戏。工作已不仅仅只是一份工作，而你也不再只是一个单纯的管理者。

当然，如果你能够很好地营造一个激励的

新世代同仁的工作热点和个人驱动因素较以往发生了巨大的变化，当满足的驱动力越多时，新世代在工作中的热爱度与投入度将越高。

氛围和系统，这些新世代同仁将成为有力的自我管理者，也能展现出他们在游戏中升级打怪的威力，实现个体和公司相互成就。

面对新世代同仁这样的不羁野马，是顺应他们的天性还是适时纠正呢？相信这是所有管理者的疑问。

新世代同仁的职场驱动力

新世代同仁与上司交流过程中，体现出其率真的一面，他们很在乎自己的心理感受，可能因为上司一句“不合心仪”的话就“裸辞”。

我们的专案研究经验表明，新世代同仁的工作热点和个人驱动因素较以往发生了巨大的变化。我们把那些在工作中可以激励和鼓

励同仁的动机，称为驱动力（个人驱动因素是指，能给同仁带来内在动力或阻力的关键要素，也是驱使个人产生特定表现以及触发敬业和承诺的根本因素）。

新世代同仁工作关注的重点

- ① 乐趣多—即自己的工作是有乐趣的。
- ② 社交勤—容易与同事建立人际联系。
- ③ 高专业—做看起来非常专业的工作。
- ④ 贡献多—使组织之外的人受益。
- ⑤ 高重视—知道别人看得起自己。
- ⑥ 公众认可—因良好的业绩表现受到肯定。
- ⑦ 表达佳—能够在工作中展示出独特的个性。
- ⑧ 工作生活平衡—能够保证工作之外的社交承诺。

不喜欢当前的工作即是驱动力没有被很好地满足，当满足的驱动力越多时，新世代在工作中的热爱度与投入度将越高。

我们总结如下刺激、激励和鼓励新世代的驱动因素中的热点：

名利：获得财富和资源，通过拥有的东西获得价值感；拥有更高的社会地位。



活力：工作中有寻求激励和自我表达的需要。

亲和：与他人主动联结，重视工作中的积极社交联系。

认可：感觉受到他人尊重，因自己的贡献受到重视而获得价值感。

新世代同仁在职场中的性格

新世代同仁的个性，与其生长的时代、社会现状以及目前的教育体制等都有很大的关系。在长期的相关调查研究中，我们发现：

他们关注个人健康，追求工作与生活的平衡，同时追求工作趣味性，工作以兴趣驱动为主。他们思维活跃、创意性强、热爱表达、敢于表达、心理成熟度高，具有个人判断力。

但同时，他们也展现出抗压性弱，心理承受能力弱，情绪起伏大以及缺乏毅力，耐心和工匠精神的特点。在看待组织方面，新世

代同仁等级观念弱、挑战权威、强调平等；对企业忠诚度低、讲求契约精神、组织服从性低、重视上级的能力、领导风格与个人魅力、重视团队氛围。

新世代同仁希望获得辅导与发展、个人成长与发展中关注即时满足；他们通常注重短期既得利益；目标感强、渴望成功；广度上，热爱探讨研究新知识和新技能，但缺乏深度上的挖掘与钻研。

喜欢专业且有温度的管理者

新世代同仁不喜欢的类似于科层制体系下的领导，并非不愿遵守规章制度、劳动纪律，而是不愿在科层制领导下遵守。

他们更愿意有一个带动他们热情，能发现他们优点、特长的领导，更愿意跟着一个类似团队灵魂人物的领导，凝聚人心、鼓励和



激励、给予目标和方向并带着他们向前冲。此外，关怀部属、有亲和力，能主动沟通交流、倾听部属意见、注重部属的培养和辅导，并配以资源等也是新世代心目中理想的领导作风。

新世代同仁希望他们的领导拥有较强的个人能力，既有专业技能又具备管理者的素质，同时还具备战略性思维，能做出前瞻性的规划。他们钦佩具有判断力、决策力，无论实际目标制定，还是时间管理上都能雷厉风行，具有实战经验的领导。

新世代同仁眼中的好领导还能认可部属，能适度的包容和理解部属。此外，还能在日常工作中保持公平公正、赏罚分明、知人善用的原则，愿意为部属争取更多机会，懂得真诚、信任和授权。

除了对领导者有一定的期待，我们的研究资料显示，在绩效目标的达成之余，新世代同仁对公司未来一年的变化也充满期待，总结如下：

- 注重全面薪酬，体现个性化。
- 管理体系更加系统化、扁平化和人性化。
- 领导者年轻化速度推进。
- 增强同仁关怀，保持工作与生活平衡。
- 倾听同仁声音，参与更多的决策。

7个建议，助力双赢

这是备受争议的一代，不按常理出牌，言

行模式可能与你有着截然相反的差异，价值观也与你有着颠覆性的差异，已经不能依赖传统的管理思维和培养方法与他们和谐共处，你迫切需要一套全新的理论体系和管理方式来引导他们和谐双赢！

为此，我们对企业及管理者提出如下建议：

- ① 建设获取信息的全面渠道、知识的共享，开放的关系网络和合作融洽的工作氛围。
- ② 设立机制收集、整理、研究并接受新世代同仁的想法，增加与高层的互动。
- ③ 工作安排去形式化，减少机构运行的复杂程度，以解决问题为导向，加深协同与合作。
- ④ 鼓励创新并适度容错，维持新世代同仁的活力，也使组织运行更加顺畅。
- ⑤ 改变认可的节奏与频率，及时认可，让新世代更容易感受到尊重，有效激发他们的能量。
- ⑥ 给予更多软性且全面的薪酬回报，关注多元化的培训和系统配套的职业晋升路线等。
- ⑦ 制定灵活、合理化的考核指标，求质不求全，同时注重绩效沟通与辅导。 **A**



作者：张治 前光辉国际咨询总监
本文经合益管理咨询（上海）有限公司 光辉国际微信公众号（公众号名：光辉国际KornFerry ID: KornFerry_China）授权转载，文章略有删减。

新世代同仁在职场中的数量和影响力不断增加，这群新同仁对职业发展较以往有更高的诉求，职业发展管理方式也需要不断地发展和变化。对于新世代，管理者应寻求一种更为宽松的风格、人性化的手段，对他们工作进行合理引导，激发出新世代同仁的无穷潜力！



德国德绍所留下的包豪斯校舍已成为建筑迷的朝圣景点。

包豪斯百年系列①

“包豪斯”乱世中崛起 影响力百年不坠

文/李俊明·图/©Bauhaus-Archiv Berlin • ©Bauhaus Dessau Foundation

大名鼎鼎的包豪斯设计学派，在德国虽只昙花一现14年，却为近一世纪的美学发展写下最难以磨灭的一页，对工业设计、建筑、应用艺术皆产生深远影响。今年适逢包豪斯创立一百周年纪念，威玛、德绍、柏林等城市无不卯足全力，回溯这段延续一整个世纪的设计传奇。



看更多經典設計



01_布劳耶（Marcel Breuer）设计出史上第一把钢管椅，轻巧容易搬移。

不管你是不是设计师，包豪斯（Bauhaus）都对我们的生活产生了很大的影响。从乔布斯和他的苹果产品，到每个人都在用的小写字体，加上已席卷全球的家具设计、集合住宅，我们可以大胆地说，没有包豪斯，我们的世界会与现在很不一样。

在一百年前掀起的设计运动，为何会产生如此巨大的影响力？仔细探究其因，就在于创立包豪斯学校、并形成包豪斯学派的成员，他们并不把“艺术”与“科技”视为水火不容，反倒积极利用创新，设计出可供大



04_包豪斯女设计师Marianne Brandt在近百年前创作的金属茶具至今看来仍然时髦无比。

量制造并融入美感的产品。

像是由瓦根费尔德（Wilhelm Wagenfeld）创作、外型浑圆如蕈菇的同名台灯、匈牙利设计师马塞尔·布劳耶（Marcel Breuer）的钢管椅、艺术家玛莉安娜·布兰特（Marianne Brandt）的金属茶器、德国威玛的“号角屋”（Haus am Horn）……如今都已成为包豪斯经典；而今日常被提到的“形随机能而生”、“少即是多”等设计准则，也都是由包豪斯的理想延伸而来。

风起云涌中 人心渴望改变

想要了解包豪斯，不能光提师生的作品，



02



03

02_布劳耶（Marcel Breuer）设计的童椅，造型利落简洁。03_布劳耶（Marcel Breuer）的钢管矮凳，至今仍是经典。



05_由穆奇（Georg Muche）设计的“号角屋”（Haus am Horn）是威玛时期的包豪斯重要代表作品。

更关键的是必须回溯它诞生的背景及当时创校的教育理念这两件事。

包豪斯窜起的20年代，可说是上世纪的关键时期，新的文化、创意与美学观都正面临



转变的关头，因此充满各种试探、实验与可能。科技也不断在进步当中，汽车、邮轮、飞机、生产机器持续兴起，让人们一方面充满昂扬的理想，高度渴望改变。但是另一方面，第一次世界大战的爆发，也为欧洲带来了很大的创伤，不仅政治的不确定性陆续升高，社会的贫富不均也逐渐拉大。当时战败的德国，就处在这种极度不安的氛围中，将国家推向了威玛（Weimar）共和体制。

那时的权力中心威玛，自古就是名人辈出的城市，德国的大文豪歌德、席勒（Friedrich Schiller），以及音乐家巴哈、李斯特（Franz Liszt）都曾在此驻足；不过，既然拥有长久的历史骄傲，就表示它同时也是不容易抛弃过去的保守城市。建筑师沃尔特·格罗佩斯（Walter Gropius）就是在这里，带着改革的热血与理想，创立了包豪斯学校。



06_首任校长—建筑师沃尔特·格罗佩斯（Walter Gropius）。
07_第三任校长Ludwig Mies van der Rohe也是重要的现代主义建筑师。

独特教学法 突破过往传统

回顾起来，包豪斯最初的理想虽是让“工艺”、“实用”与“艺术”、“生产”互相结合，但也并不是一开始就让设计走向大量工业生产的路；十多年的发展历程中，总共要经历三次重要的转变。

在威玛创校之初，包豪斯通过分科的师徒制与工作坊，试图建立独特的设计与艺术养成课程。有意思的是，当初这些教职员，除了如今相当知名的艺术家瓦西里·康丁斯基（Wassily Kandinsky）、约瑟夫·亚伯斯（Josef Albers）、保罗·克利（Paul Klee），还有一些导师从现代眼光看来，也相当带有“异人”的味道，特别是他们充满创意与实验性的课程安排，强调由精神层面或形上学去寻找创作灵感，显然跟过往有很大不同。

比如说第一位女教师葛楚·谷瑙（Gertrud Grunow），教的是所谓的“和谐课程”，其实也就是让学生借由声音、动作、媒材，甚至韵律体操，感受“色彩”的触动。



08_学生在校园内跳跃所留下的影像纪录。

追求与众不同 从教育颠覆传统

而聘雇这位女老师的人物就更有趣了，负责执行课务的约翰·伊登（Johannes Itten）本来是小学教师，后来转成象征主义画家后，创校的格罗佩斯便请他负责新生必上的六个月基础课程。当时这位剃了光头的神秘主义者，不但设计自己的制服，常以法兰绒长裤加上类似中山装的高领外套出现，现在看来很有漫威“古一大师”的风范，还是包豪斯早期最具崇拜色彩的导师。

狂热信仰拜火教的伊登，严格谨守素食规范与吐纳模式，他将这种呼吸练习带进每一堂课，因此早期包豪斯师生的创作，不时也受到这种心灵至上与神秘主义的影响。

不只负责教授陶艺的格哈德·马克思（Gerhard Marcks），将整个工坊迁往小

城多恩堡（Dornburg），与学徒一起过着集体生活，就像原始部落一样，只有做了陶罐等器皿后，才拿到农夫市集販售。带领戏剧工作坊的奥斯卡·希勒姆尔（Oskar Schlemmer），也同样深富实验性格，他鼓励学生以模型及偶戏创作，自己则在1922年以破格的芭蕾舞剧出名，让舞者穿上如同棒棒糖的缤纷太空装，超现实的前卫感，现在看了还是很难想象是近百年前就出现的创意。

这样的追求与众不同，就是想从教育体制进行变革，因此校长葛罗彼斯就说：“我的唯一目标就是让所有事情保持悬浮、流动，避免我们的小群体又变得跟传统学院一样。”



10_Josef Pohl设计的单身汉衣橱。

迁校德绍 抓住改变契机

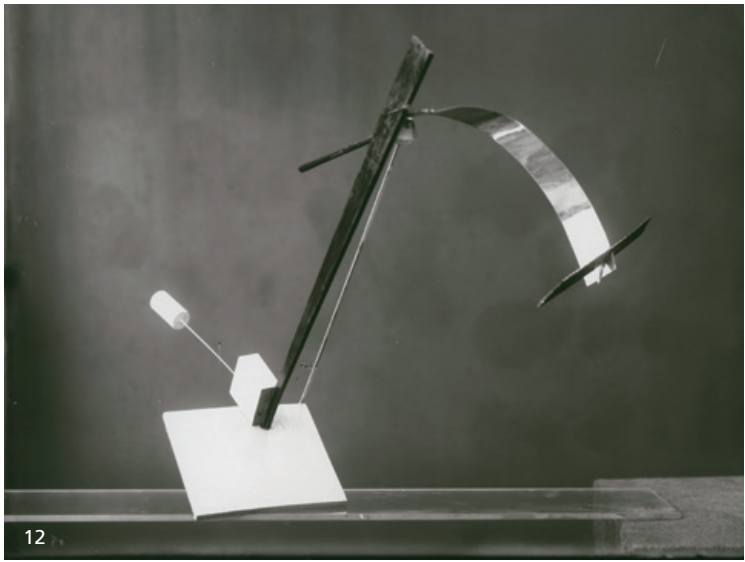
这样的理想，加上左倾的政治立场，让包豪斯很难在右派保守势力强大的威玛存活下来，因此1923年被迫迁至另一座城市德绍（Dessau）。但这样的转变，却也因祸得福，让包豪斯有了更多展现机能美学主张的机会。

在这段时期，包豪斯逐渐转型，除了编撰丛书，建立起明确的设计理论基础；由格罗佩斯亲自设计的校舍、教职员宿舍也在1926年底落成，并由全体师生参与家具、室内设计，更能具体传达包豪斯的设计理念，也强化朝向建筑、空间等领域发展的取向。

不仅马塞尔·布劳耶著名的钢管椅，以及密斯·凡德罗（Ludwig Mies van der Rohe）设计的第一张悬臂椅都是在此时期诞生，包豪斯的建筑学系，也在这时候创立。



11_László Moholy-Nagy拍摄的Ellen Frank肖像。



12_László Moholy-Nagy带领的新生课程所创作的灯具习作。

三迁校舍 不敌柏林最后一击

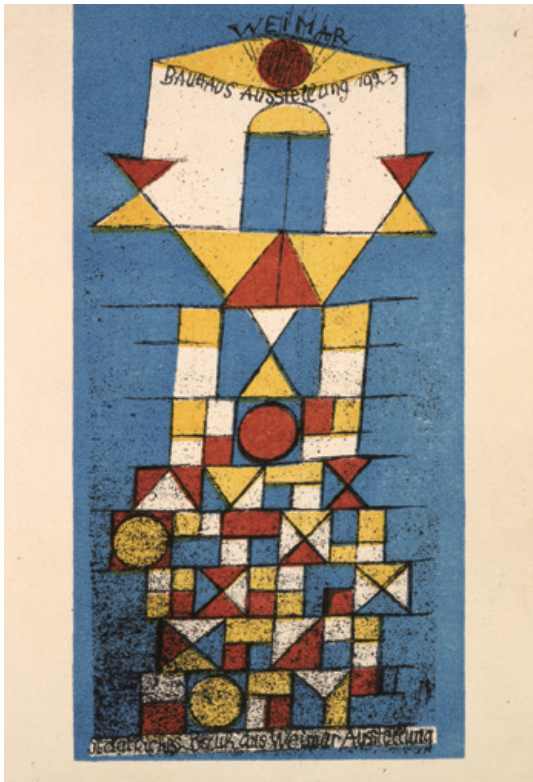
不过，随着纳粹兴起，被认定充满左倾色彩的包豪斯，也逐渐成为当权者的眼中钉，直指它带来腐败。当时才接任校长不久的建筑师密斯·凡德罗，只得于1932年被迫关闭德绍校区，接着带领师生前往柏林另起炉灶。

可惜的是，柏林时期的包豪斯，延续不到一年，便被掌权的希特勒第三帝国强制驱离，仅能走上永久解散一途，结束了包豪斯在德国短暂的14年历程。

值得庆幸的是，包豪斯的影响力不但没有从此减弱，反而渐渐扩散到全球。当时参与包豪斯的学者、教师，有不少逃到了美国，进入学院系统，像是首任校长格罗佩斯，便

在1937年前往美国担任哈佛大学建筑系主任；第三任校长密司·凡德罗也于同年任教于伊利诺理工学院。

而著名视觉艺术家摩荷里·那基（László Moholy-Nagy）落脚芝加哥，创立新包豪斯（New Bauhaus），成为芝加哥设计学院前身；约瑟夫·阿伯斯（Josef Albers）则进入黑山学院及耶鲁大学，负责平面设计教育。二次世界大战后，校友马克斯·比尔（Max Bill）亦以包豪斯为典范，在德国创立乌尔姆造型学院（Hochschule für Gestaltung, Ulm），一时成为德国设计教育的重镇。A



09 导师之一的克列（Paul Klee）为1923年的包豪斯展览所创作的作品。

这些意外的转折，反倒使包豪斯的设计理想，找到全新舞台，延伸至全球的建筑、艺术、平面设计、工业设计等领域，成为如今枝繁叶茂的局面。



红、肿、热、痛

不可轻视忽略的蜂窝性组织炎

文／邱玉珍·资深医药记者

在科技公司上班的李小姐，三年前因牙桥内牙齿出现裂缝引起疼痛，当初一直以为只是单纯的牙痛，不以为意。两天后，牙不痛脸却肿了。隔一天，开始出现头痛欲裂、视线模糊、轻微发烧，她一直以为，头痛是因为咖啡戒断症候群，视线模糊是因为电脑看太久，轻微发烧是感冒引起。



看更多健康常识

因头痛欲裂，李小姐到大医院就诊，医师问诊后，察觉不对劲安排脑部电脑断层检查，做完检查医师看着电脑萤幕报告，语调轻松地说：“你的状况有点麻烦喔！是牙髓蜂窝性组织炎，再晚两天就要住院了。”李小姐一听心头一惊，蜂窝性组织炎？别人长在上手脚上，为何自己长在脑袋？

什么是蜂窝性组织炎？

大家都听过蜂窝性组织炎这个疾病，但很多人可能不知道，严重的蜂窝性组织炎可能会演变成截肢，甚至致命！

另外，很多人跟李小姐一样，以为蜂窝性组织炎只发生在皮肤有伤口时，事实上，当

蜂窝性组织炎是一种急性的发炎反应，患者会出现红、肿、热、痛等四大症状，有时可能先发烧，隔天才发现患处红肿。

身体免疫力下降时，细菌就会找机会趁虚而入。振兴医院感染科主治医师曾志鹏表示，门诊里，常有病患带着疑问的口吻：“医师，我没有任何伤口，为何会引起蜂窝性组织炎？”这是很多人的迷思，以为皮肤有伤口才会引起蜂窝性组织炎。

曾志鹏进一步指出，细菌非常微小，脚趾缝一个小破皮或是皮肤一个小磨擦，细菌就会随着伤口进入身体，引起身体的不适。什么是蜂窝组织炎？简单来说，就是皮肤伤口发生细菌感染，广义称之为皮肤及软组织感染。细菌经皮肤穿入深部组织，导致急性的发炎、扩散，由于人体的皮下脂肪层是一区像蜂窝状的组织，如果这个区域发炎肿大，就称之为『蜂窝性组织炎』。

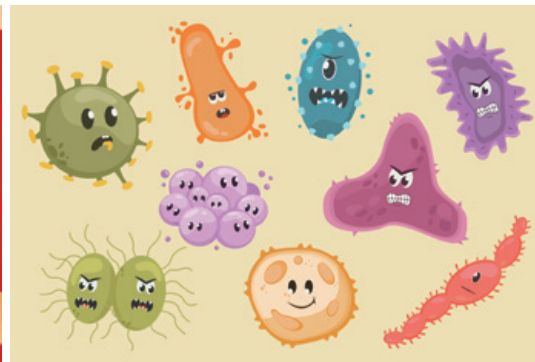
蜂窝性组织炎发生的部位，可能是以往曾

经外伤的部位或是皮肤本身已经有病变的地方。临床发现，蜂窝性组织炎最常侵犯脸部、颈部及脚等部位，并可经淋巴系统侵犯到周边结缔组织。曾志鹏表示，蜂窝性组织炎是一种急性的发炎反应，患者会出现红、肿、热、痛等四大症状，有时一开始四种症状不会同时出现，可能先发烧，隔天才发现患处红肿。

随后其范围会逐步扩大，同时也会出现发烧、畏寒、全身倦怠、淋巴腺肿、头痛或关节痛等症状。表示细菌已经侵入血液而循环全身，如果没有即时治疗，严重时甚至会引发败血症，甚至是坏死性筋膜炎。

哪些人是高危险群？

蜂窝性组织炎跟免疫力有关。临床上发现，抵抗力低下者如糖尿病患者、痛风患者、老年人、肝功能受损者、免疫力较差或使用免疫抑制剂者、婴儿、营养不良者等患者，对病菌的抵抗力较差，较易罹患蜂窝性组织炎。国泰医院整形外科主任蒲启明表示，糖尿病患者罹患蜂窝性组织炎常会造成局部坏死性筋膜炎而须截肢，甚至死亡。痛风患者本来关节就易受尿酸结晶的侵蚀，因



此要小心预防细菌感染。

其次是，有开放性伤口者如外伤、拔智齿、足癣等。外伤是造成细菌入侵的主要原因，必须谨慎处理。若持续地复发或是出现红、肿、热、痛等症状时，就必须特别小心，有异状一定要就医，有时表面的愈合并不能代表内部细菌已被彻底瓦解。常有病患问有足癣为何是蜂窝性组织炎的高危险群，曾志鹏解释，足癣的患者指缝间脱皮或是皮肤龟裂都可能让细菌跑进人体作怪。

蒲启明说，有些病人下肢静脉曲张或是取腿部静脉来作冠状动脉手术，导致下肢血液循环不良，一旦有细菌侵入或有伤口，免疫细胞不易到达患处，则容易造成蜂窝性组织炎，过于肥胖的人也是高危险群，研究发现，肥胖的人因为静脉循环、淋巴循环变差，让细菌有入侵的机会。

谨慎处理，快速控制病情

蜂窝性组织炎虽可怕，但并不是每一种细菌都会造成截肢或致命。曾志鹏指出，蜂窝性组织炎的致病菌不外乎是人体常在的表皮菌，以金黄色葡萄球菌和A型链球菌为大宗。但随着宿主免疫状态不同或是受伤部位的差异，病菌可能也有所变化；口腔、鼻窦附近伤口或是糖尿病足部伤口导致的蜂窝性组织炎，除了链球菌和金黄色葡萄球菌外，还包括厌氧菌；免疫不佳的病人如肝硬化，

接触海水或吃了海鲜，可能导致海洋创伤弧菌的感染而引发坏疽或败血症。

值得注意的是，下肢引起蜂窝性组织炎与急性痛风、关节扭伤、深层静脉血栓等疾病症状雷同。以急性痛风为例，一样会有红、肿、热、痛和发烧的情形，但病程会比蜂窝性组织炎来得更急更快。蜂窝组织炎的治疗以抗生素为主，治疗时间根据患处的严重程度来决定，若是轻微者，通常7~10天即可痊愈。若已形成脓疡，可能治疗时间会超过两周，有时还必须借由外科医师做切开引流及清创的处理。更严重时，医师会依病情决定是否做局部皮层重建、植皮或截肢等整型手术。A



最后，曾志鸿提醒民众，蜂窝性组织炎只要早期发现，并投予正确的抗生素，如果患处范围不大，没有免疫力低下降的情形，门诊投予口服抗生素治疗即可。但若伤口进展快速，开始发烧发冷，建议最好赶快到大医院诊治。

耀昇震旦



图：震旦家具



SPACE+以用户为中心的办公新体验

“震旦办公生活旗舰展厅”开幕

图·文／震旦家具

2019年9月11日，“震旦办公生活旗舰展厅”在上海盛大开幕。震旦集团携手国内外多位知名设计师，提供人性、高效的办公环境解决方案，以可持续发展为理念，赋能企业智慧环保和健康舒适的工作环境。



看更多美好办公生活

震旦 展厅开幕式出席贵宾有卢志荣设计师、后设联合设计事务所，IDK设计研究所株式会社社长喜多俊之及雅各布·延森设计首席运营官Manuel Veiga Aldemira等各领域专家。震旦集团董事长袁蕙华致开幕词表明，震旦多年来致力于为顾客打造高效、人性、智能、环保的办公生活解决方案。

现场发布会上，震旦家具创新中心总经理高日菡与各位设计师通过论坛方式，相互交流设计灵感与未来办公空间趋势及展厅设计理念。

震旦家具多年来针对工作模式进行分析与深刻理解，基于ABW（Activity Based Working）不同形态的移动办公，提出5P办公新理念，

总结出专注、协作、社交、学习、放松五类办公模式，为此提出“以人为中心”的办公场景解决方案，以满足企业对于效能，灵活性和创造力的需求。



01_震旦家具创新中心总经理高日菡
02_雅各布·延森设计首席运营官Manuel Veiga Aldemira



03_震旦集团董事长袁蕙华致词表示，多年来震旦致力为顾客打造高效、人性、智能、环保的办公生活解决方案
04_IDK设计研究所株式会社社长日本工业设计师喜多俊之

此次展厅开幕活动的主题为SPACE+，其中“SPACE”表示空间，即场景；“+”代表各种可能性，即体验，通过多元化设计实现人们对于健康、愉悦办公空间的向往，帮助人们高效地完成工作，在工作空间内学习成长，提升工作中的幸福感（Well-being）。

以人为中心的场景解决方案

本次震旦办公生活旗舰展厅设计风格大气、简约、时尚，沉浸式场景体验兼顾展示与实用性，结合不同工作模式特点，提供多样化的系列组合，让人们在舒适、充满艺术感的空间内高效灵活工作，实现艺术与实用相互平衡的新当代办公空间。

活动现场，邀请来宾们近距离体验了由喜多俊之先生打造的“天马主管空间Magic Space”，通过简洁精致的细节设计，规划

个人专属的亲和空间，支援高效的协同办公需求，改变办公行为，提升工作效率。

由雅各布·延森设计开发设计的“SØM系列商品”，融入北欧风格极简实用的设计特点，运用了鲜明而独特的色彩，并且通过模块化设计，营造出灵活多变的公共空间布局，展现办公生活化的工作趋势。

专注人文与健康的办公体验

震旦办公生活旗舰展厅荣获LEED V4金奖认证。展厅分成东西两侧展示区域：东侧呈现当代美学，轻松时尚、稳重内敛等多种设计风格的主管办公空间。职员空间则融入智慧化设备，提供专注、协作、社交、学习、放松五类办公场景解决方案。

西侧展现多种社交协作空间，基于活动形态，将诸多共享办公区融入到整体空间中。公共空间是将传统、固定、单一功能的休息区域，转化为支持同仁独立思考，交流协作，激发创意，提升身心健康，倡导工作与生活平衡的幸福空间。另外精心规划了材质共创区，提供访客在空间规划的交流中，感受更直观的五感体验。

震旦旗舰展厅的启用揭开了办公生活的新序幕。欢迎来展厅体验震旦所带来的多样化办公环境，一起创享美好办公生活。A





参会专家合影

助力“以人为中心”医疗空间

震旦参编《医用家具设计与配置指南》



看更多精彩内容

图·文/震旦家具

近期，《医用家具设计与配置指南》（第二版）图书编撰工作启动研讨会在上海浦东香格里拉酒店举行，会上云集了医院基建后勤管理专业人员、家具协会、建筑室内设计以及从事医用家具研发生产单位，震旦作为编委会成员，参与会议并提供相关建议。

作为 医院家具行业具有建设性指导意见的《第一版》已发行10,000多册，受众覆盖了52%医院，36%设计院，以及12%其他机构。此次应市场的宏观需求，进行符合医院建设发展趋势的《第二版》编写工作。

会中热议，聚焦医疗家具

会议中各专家积极发言，《第二版》将医用



专家研讨会议现场



创新中心设计师介绍设计理念



参观震旦办公生活旗舰展厅

家具定义更精准；同时通过章节、图示和案例把医用家具与应用空间、医用行为的结合诠释地更为清晰、合理。震旦作为编委会成员参与会议并提供相关建议，让我们共同期待2020年的发行！

会后参观，走进震旦

会后，震旦陪同人员从设计理念的角度，阐述了SPACE+与“Better Work, Better Life.”的内涵。同时介绍了震旦深耕医疗行业所秉持的愿景以及AURORA Health Care为顾客提供的医疗空间解决方案成果。编委会专家一行也参观了震旦办公生活旗舰展厅及震旦

博物馆的馆藏物件，交流过程中共同探讨新型材料及智能化远程示教系统在医疗空间的应用。

全新的震旦办公生活旗舰展厅营造出一个具有“空间新体验”——精致、有温度同时具有幸福感的办公环境解决方案；震旦博物馆以历史与艺术并重，秉持对中国文化保护、传承、奉献的理念，通过“料、工、形、纹”四个构面传扬中华文明。以上行程为研讨会做了有意义的延长线。

AURORA Health Care将持续进行医疗专业领域的研究，以人为中心作设计的出发点，充分考虑医护人员的工作需求，致力于为顾客打造以医患为中心的医疗环境。A



震旦陪同人员与专家合影



再添新翼

震旦家具SPACE+新疆展厅开幕

图·文/震旦家具

2019年8月25日，震旦与新疆瑞兴建材科技有限公司（以下简称“新疆瑞兴”）联合举办的震旦家具SPACE+展厅开幕活动盛典在新疆乌鲁木齐市红星美凯龙一号店顺利举行。这次开幕活动标志着震旦家具在新疆市场新的拓展，也开启了新疆瑞兴与震旦家具合作的全新局面。



看更多精彩内容

新疆 瑞兴从2018年起与震旦开始合作，为了能够在新疆更好地开拓市场，新疆瑞兴投资建设了面积为550m²，

含震旦家具主力产品，更是融入了AURORA ESTEL意大利进口产品的展厅，将家具实用与品质进行完美融合。



01_震旦家具创新中心高日莒总经理分享。02_新疆瑞兴何玉明总经理致辞。03_现场群英聚集

此次展厅开幕活动，旨在推广拓展震旦家具新疆市场，活动现场邀约设计师70余人，合作商10余人，参与活动者破百，现场气氛热烈。

新疆瑞兴作为新疆本地办公场所解决方案的集成商，在经营震旦家具的同时，为了能够为客户提供更全面和一步到位的办公空间解决方案，同时与美利肯地毯及驰瑞莱装配式隔墙合作；开幕典礼由震旦、新疆瑞兴、美利肯、驰瑞莱、红星美凯龙的代表共同剪彩，意味着新征途、新开始。

“SPACE”表示空间，即场景；“+”代表各种可能性，即体验。效率与人性并重就是震旦主张的优质空间体验，即以用户为中心提供解决方案。震旦创新中心高日莒总经理从促进办公效率、关注客户健康、营造办公幸福的设计角度，诠释了5P办公环境规划理念。同时介绍了震旦于今年发布SPACE+新品系列，阐述了震旦新疆展厅的主题概念，旨在为客户提供简单、清晰、快速、有效的办公环境解决方案。震旦家具SPACE+新疆展厅已对外正式开放，地址位于乌鲁木齐市水磨沟会展大道618号红星美凯龙三楼，欢迎各界朋友莅临参观交流。

新的篇章已经揭开，让我们见证震旦与新疆瑞兴的强强联手，共创斐然佳绩！**A**



UP! 升降桌展示



天马主管空间



震旦博物馆藏 战国兽首玉带钩

一件玉带钩的前世今生

浅谈震旦博物馆藏 战国兽首玉带钩（三）



看更多精彩活动

图·文／震旦博物馆

上一期我们向大家介绍了战国带钩的造型分类和功能，使各位对带钩这一古代实用器有了大致的了解。同时在这一基础上又着重针对震旦博物馆藏兽首玉带钩的独特造型和设计巧思进行了分析。本期文章会分析其自身特征中隐含的地域资讯，探寻这一流传了千年之久器物的原生之地。

一、造型与地域属性

首先从器物的造型资讯入手。造型除了受到时间因素的影响之外，同时也受到地域因素的影响，经常可以发现某一种造型的器物仅仅在特定的区域内得以流行。因此，观察器物造型特征并将其同出土实物进行对比是判断地域属性的关键所在。根据以上对兽首

带钩的造型分析，我们得知其为流行于战国中晚期的长牌形带钩。如果长牌形带钩分布的区域比较明确，则可以推断出兽首带钩的地域属性。根据王仁湘先生的研究，长牌形带钩大致有两个较为集中的分布区域：一是楚墓中发现较多；二是三晋及周都地区，此外战国秦墓、韩墓中仅有个别出土。所以，如果单一从造型特征入手，我们可以锁定兽



左：图1_湖北随州市曾侯乙墓出土战国早期十六节龙凤形玉饰。右：图2_江苏省徐州市火山刘和墓出土玉铺首

首玉带钩原先的出土地可能为楚地或周都三晋等中原地区。

二、工艺与地域属性

其次可以从制作工艺方面入手。在技术交流相对缓慢的战国时期，一种工艺从诞生到全国范围的流行往往需要很长的时间，或者根本无法流行全国而仅限于地区内部发展。因此器物的制作技法也是判断其地域属性的一条线索，如果兽首玉带钩体现出的某种加工工艺具有地域性特色，那么我们同样可以在工艺层面上推导出其原先的出土区域。兽首玉带钩上最具有特色的工艺无疑是那个悬有兽面的活环。玉器中使用链环的技术可以追溯至晚商时期江西省新干大洋洲墓葬出土的一件玉羽人，这件玉羽人头部雕琢三个相互套嵌的链环，链环活动的范围较为有限。至春秋时期则出现了活动较为灵活的链环，如江苏省吴县通安严山王陵出土的一件拱形玉饰，其左侧就雕琢一个活环。纵观战国至两汉的玉器，活环也不是一种常见的装饰技法，这大概和它的制作难度相关。因此可能只有部分地区的工匠掌握此项技术。目前大

致可知战国至西汉时期装饰活环的玉器发现共计十二件（图一），通过对它们的统计，可得知活环加工工艺到战国至西汉有了进一步的发展，从形制上来看又可细分为两大类：一是活环附着于器物之上，起一定的装饰效果，通常为圆环，偶有装饰扭丝纹（图二）；二是活环附着于器物的两个部分之间，起连接效果，通常链环的横截面呈方形（图三）。总体来看两种技法虽形制上有所差异，但其去料掏空成环的基本工法则存在一定共通性。值得注意的是，第二种形制其对工法的要求更为考究，经常会采用“一体成型”的雕琢技法，震旦博物馆收藏的这件玉带钩即是此种情况。从这些出土活环玉器的统计中，我们还可以归纳出带有活环装饰玉器的分布范围，大致集中在楚地及周都地区。就排出了三晋地区。 **A**



图3_山西侯马市西高祭祀遗址779号坑出土战国早期龙形玉佩

以上我们通过对这件带钩造型和工艺的深度分析，可以初步得出带钩原产地可能为楚地或者周都，下一期我们会通过对其纹饰分析，更加精准的定位其可能的原生之地。



明宣德·云龙纹梅瓶

此器以蛇身龙纹为主题，龙纹昂首、拱身，环绕腹部一圈，表现真龙天子的气派。（图一）

古器物学讲座——明宣德青花瓷研究专题 ⑨

一元多式梅瓶形纹设计

文／吴棠海·图／震旦博物馆

梅瓶是中国传统的瓷器品类，造形随着时代的审美观念而有高矮胖瘦之变化。宣德时期的梅瓶呈圆唇小口、“（）（”形短颈、肩部丰圆、腹部深长之状，形状颇为秀美，表面以云龙纹、螭龙纹、花卉纹、松竹梅纹及鱼藻纹等题材为主纹，搭配不同的附属性纹样，产生一元多式的设计。

一、云龙纹梅瓶形纹设计

云龙纹是宣德青花瓷上的典型纹样，普遍见于瓶、罐、壶、盘、碗、洗、尊等器物上，布局随着器形而异，在梅瓶上作为腹部的主要纹饰。

图一为宣德时期的青花梅瓶，瓶口和颈部留白，肩部和底部勾勒弦纹为边框，表面绘画四个兽面纹、一个大龙纹、若干云纹及简化的壶门纹边框，肩部横向书写“宣德年制”四字楷书款。

龙纹双眼圆如眼镜，额头低平，上颚翘起，头颈处的鬃鬣成束往前飘，龙身背上脊板竖立，体表采笔触留白法绘画，以深浅相间的色差表现鳞片，修长的龙身状如巨蟒，环绕瓶腹一圈，四肢前后展开，配合飘带与关节毛呈现御风而行的动态。

龙纹下方的简化壶门纹边框，具有补白的功能，龙纹上方的兽面瞠目露齿，双眼炯炯有神，在圆阔饱满的瓶肩衬托下，为真龙天子增加威风凛凛的气势。

二、螭龙纹梅瓶形纹设计

宣德青花瓷有数种不同的龙纹形象，除了普遍可见的鳞片蛇身龙纹外，还有口衔花卉、尾若卷草或肩肘带翼等造形，习以螭龙、夔龙或应龙称呼，它们的数量并不多，以螭龙而言，主要见于梅瓶和蟋蟀罐上。

图二为宣德时期的青花梅瓶，瓶口和颈部留白，肩部勾勒二圈弦纹及如意云头纹边框，框内填饰垂珠纹，腹部绘画螭龙纹，龙



明宣德·螭龙纹梅瓶

龙纹口衔灵芝，长尾分岔如卷草，在细笔勾画的如意云头串珠纹衬托下，显得优雅祥和。（图二）

首上方横向书写“大明宣德年制”六字楷书款，下方以双弦纹和如意云头纹边框内填串珠纹托底。

龙纹鼻吻朝上仰望，口中衔着灵芝，身躯朝后蜿蜒，体表绘画中脊，中脊两侧有对称的短弧线节纹，四肢上下开展，呈俯视下的状态，龙尾分岔卷曲，犹如藤蔓卷草，回绕到龙首下方。

螭龙口衔灵芝代表祥瑞，体态优美如草叶，与云龙纹象征权势的遒劲雄健不同，而上下方陪衬的如意云头串珠纹也与螭龙互相呼应，使此器特别具有清新优雅的美感。



明宣德·花卉纹梅瓶

缠枝花卉布局繁密，壶门纹边框排列整齐，以深浓的钴蓝突显主纹的生动活泼。（图三）

三、花卉纹梅瓶形纹设计

花卉是宣德青花瓷器的常见纹样，画在梅瓶上面的有缠枝花卉、折枝花卉及折枝花果等图样，大多作为腹部的主纹。

图三为宣德时期的青花梅瓶，瓶口和颈部留白，肩部披覆壶门纹边框内填圆珠纹，腹部绘画缠枝花朵，近底部亦环绕一圈壶门纹边框内填圆珠纹，与肩部纹样上下呼应，花朵上方横向书写“大明宣德年制”六字楷书款。

缠枝花卉包含牡丹、菊花及茶花等等，花朵由斜角俯视或俯视角度取象，配合上宽下窄的瓶身，呈现逐瓣展开、朝上仰放的样子，虽然数量不少，但以上下左右交错的形式排列，灵巧的枝叶朝往各个方向，犹如在风中自由翻转。

位于瓶肩与瓶底的壶门纹边框采蓝地白花法绘画，浓重的钴蓝突显出这二圈整齐的边饰，既能衬托缠枝花卉的活泼生动，又有稳定视觉重心的效果，使此器显得生机盎然、高雅大方。

四、松竹梅纹梅瓶形纹设计

松竹梅纹深受文人画家的喜爱，也是青花瓷的传统题材，在宣德梅瓶上作为腹部的主题纹样。



明宣德·松竹梅纹梅瓶

岁寒三友为主纹，壶门纹边框为副纹，主副纹的画面切割，使松竹梅纹比例合宜自然。（图四）



明宣德·鱼藻纹梅瓶

此器配合高长的器身，以大型莲丛鱼藻纹搭配水藻和小型莲荷，增加莲塘水域的景观深度。（图五）

图四为宣德时期的青花梅瓶，口沿和颈部留白，肩部和底部分别绘画一圈壶门纹边框内填圆珠纹，以框尖相对的形态彼此呼应，腹部绘画松竹梅所组成的岁寒三友图，竹叶上方用楷体书写“大明宣德年制”六字年款。

在腹部的岁寒三友图中，松树和梅树呈Y字形并列一起，老枝横向四方，嫩枝昂首向上，纵横交叉的枝干产生前后交错的空间感，椭圆形的松针密聚成团，朵朵梅花渐次绽放，苍翠的修竹挺立其间，铺陈出傲骨迎风、挺霜而立的精神。

以蓝底白花法绘画的壶门纹边框，可以突显岁寒三友的图象，透过器面的分割，使松竹梅纹获得最佳的比例与自然的构图。

五、鱼藻纹梅瓶形纹设计

鱼藻纹常见于宣德时期的青花瓶、盘、碗、洗、罐等器物上，在青花梅瓶上以腹部主纹为多。

图五为宣德时期的青花梅瓶，此器通体绘画莲塘鱼藻纹，上腹部有四丛大型莲荷平均分布，莲丛朝上开展，与圆润的器身呼应，莲丛之间各绘一条鱼儿，两两相对或相背，翘首扬尾，作回游之姿。

梅瓶肩上散布水藻，下腹部绘画小型莲丛，这些次要纹饰与大型鱼藻纹堆叠在一起，增加莲塘水域的景观深度，是配合高长形器身所作的设计。

综上所述，明代宣德青花梅瓶以各式主纹搭配副纹，切割高长的器表，使主纹得到合理的比例布局，表现生动自然的美感。下期将以蟋蟀罐为主题，介绍此一品类的形纹设计概况。



BOOK 震旦博物馆出版 丛书介绍

玉见设计 中国古玉形纹设计特展

对于中国古代器物的学习和认识，离不开对其材料、工艺、造型、纹饰的分析，这是认识和形成概念的基础。在此基础之上，对于古代器物的深层次理解，则是需要透物见人，厘清古代工匠的创作和设计理念，从而达到融会贯通、举一反三的效果。这需要将料、工、形、纹四大要素综合起来，多角度、全方位剖析，方可达到深化学习的目的。本书基于震旦博物馆“玉见设计——中国古玉形纹设计特展”，帮助读者将古人的智慧从玉器中提炼出来，结合从新石器时代至汉代的具体实物，举例分析，总结出依料施工、角度取像、样稿组装、一元多式四大设计理念，详细阐述古人治玉时的逻辑和思维方式，使读者真正读懂古人思维，深入认识器物，同时亦能够激发当今设计人才之创意灵感。 **A**

【内容精选】

1. 本书以全新“设计理念”视角诠释中国古代玉器，在认识器物本身的同时，更能进一步了解古人的设计思维，掌握认识古玉的方法。
2. 本书总结出依料施工、角度取像、样稿组装、一元多式四大设计理念，将新石器时代至汉代的玉器以此为据分类举例，方便读者对比不同时代设计理念的继承和发展。
3. 本书图文编辑精美，收录器物均为同时期典型或独具特色之古玉，方便读者对比学习。

玉器发展史系列

- 红山玉器 • 商代玉器 • 西周玉器 • 春秋玉器
- 战国玉器 • 汉代玉器 • 唐宋元明清玉器

馆藏精选系列

- 藏品图录 • 文物精粹 • 古玉选粹1
- 佛教文物选粹1 • 佛教文物选粹2 • 汉唐陶俑
- 青花瓷鉴赏 • 元青花瓷鉴赏 • 明青花瓷鉴赏

馆际合作系列

- 芮国金玉选粹—陕西韩城春秋宝藏

鉴赏研究系列

- 认识古玉新方法 • 传统与创新—先秦两汉动物玉雕
- 玉见设计—中国古玉形纹设计特展

书籍销售点（国家和地区）

大陆地区 | 北京：罐子书屋、辑玉斋、中国文物书店、锦祥堂
上海：震旦博物馆、罐子书屋

台湾地区 | 北部：“历史博物馆”、三民书局、汗牛文物艺术书店、华典文物书店、乐学书局、榜林文物书店、CANS艺术新闻杂志、蕙风堂、世界书局
南部：库存书社（高雄）

日本地区 | 艺友斋

- 大陆地区：86-21-58408899转606博物馆商店
- 台湾地区：886-2-2345-8088转 1721 游小姐
- 官方网站：www.auroramuseum.cn



汉代 螭龙纹佩
环外边料 弧形螭龙



西周 人龙纹玉佩
四龙一人 人形组装

馆藏 精粹赏析

文／吴棠海 · 图／震旦博物馆

宣德时期的青花碗有各种不同的造形，体型大小不一，器壁大多做成圆体状，少数则为花形，如本期所要赏析者即是宣德时期的花形大碗。

此器的口沿外敞，器壁向下圆收，底下具有圈足，从口沿到足底皆做成凹凸状，整体犹如一枚绽放的花朵。它的胎体呈浅灰白色，质感较为细致，釉层明净中带点灰青，是宣德时期的胎釉特征。

碗体外壁绘画莲塘鱼藻纹，四丛莲荷采十字形平均分布，每丛莲纹以下方的椭圆形大莲叶为基底，枝杆细长的莲花、莲蓬及水草，由大莲叶下方往上生长，曲折的枝叶表现水波摇动的感觉。

莲丛之间各绘一条鱼儿，大约是鲢、鮓、鲤、鲙、鳊之类，透过谐音表示“清白廉洁”之意。鱼儿两两相对或相背，有的摆尾上游，有的倾身潜伏，周边散布较小的水藻，丰富水中的生态。

四丛莲荷与四条鱼儿穿插布局，环绕碗壁一圈，具有连续周转的效果，而立体的瓷碗造形与循环不断的构图结合，营造出虚拟的立体空间，增加观赏的趣味，为宣德时期的佳作。 **A**

明宣德 青花鱼藻纹花口大碗
高11.8公分、口径23公分／震旦博物馆提供





庆祝教师节 情暖爱心屋

震旦集团物资捐赠 上海建桥学院慈善爱心屋



看更多爱心公益

图：文／震旦集团

9月11日下午，在第35个教师节之际，震旦同仁前往上海建桥学院慈善爱心屋，看望值班老师与同学，了解慈善爱心屋的义工服务，并向他们捐赠办公物资，同时送去节日的关怀和问候。

关于上海建桥学院慈善爱心屋

上海建桥学院慈善爱心屋成立于2010年11月，现有慈善义工队以家境困难生为主，主要负责校内慈善、勤工俭学等工作。目前

慈善爱心屋招募150余名同学，大家用实际行动，组织募集、助学等活动，也为学校帮困育人工作探索了新模式。现在，因资金有限，在配备家具的数量上存在缺口，希望得到社会的支持。



▲拆包家具



▲搬运钢柜

捐赠物资

为了让捐赠家具物尽其用，震旦集团选择了更衣柜，帮助同学和老师们更好地收纳文件用品；同时选择了一批办公椅、沙发、茶几，放置于办公室，让老师们在办公之余，能够得到更好地休息，提高老师们的办公条件。

捐赠实录

慈善爱心屋位于图书馆内，学习氛围浓厚，是同学们学习的首选之地。为避免打扰同学学习，震旦家具运输人员在搬运家具的时候十分小心，尽量不发出太大的响声。然后震旦同仁分工将其拆包，组装，调试，确保一切无误。安装到位后的更衣柜、办公椅、沙发让办公室显得温馨；沙发让大家眼前一亮，迫不及待地坐上去体验，表示软硬适中，外形时尚。

学生处、慈善爱心屋指导老师窦红霞代表学校接受捐赠，并对震旦的善举表示真挚的谢意。**A**



▲捐赠沙发与小茶几



▲赠送《震旦月刊》与《震旦经营理念》

“赠人玫瑰，手有余香”。简短的捐赠活动，体现了震旦的社会责任与担当，也展现了震旦热衷公益事业，心系教育发展的深厚情感。更是通过这一善举，营造进一步关心、理解和支持教育以及尊师重教的浓厚氛围，让尊师重教在全社会蔚然成风！

震旦月刊
AURORA MONTHLY

欢迎订阅
立即加入震旦集团网络会员



A. 登录会员 享有四大优惠

- 1 免费订阅电子版《震旦月刊》
- 2 获得讲堂、研讨会、展示会等活动优惠讯息
- 3 不定期优先获得震旦相关产业会员优惠
- 4 增订／取消电子报、修改个人资料

B. 给您两大平台



下载阅读

登入会员下载电子版月刊



多屏阅读

不论是PC桌机、平板、手机皆可阅读



立即扫描加入

加入网络会员

- 请上震旦集团网站: www.aurora.com.cn
- 客服专线: 400-920-6568、800-820-0168



Better Work,
Better Life.
震旦办公生活旗舰展厅



震旦家具



VR展厅



震旦办公家具

上海市嘉定区申霞路369号
服务热线 800 820 0168 | 400 920 6568
www.aurora.com.cn/of

震旦
AURORA



打印彩色未来

全彩多材料3D打印解决方案



Q
彩色数据采集



彩色数据处理



彩色数据输出



了解更多信息

震旦3D

上海市浦东新区富成路99号震旦国际大楼36楼

服务热线 800 820 0168 | 400 920 6568

www.aurora.com.cn/3d

震旦 AURORA