

名人讲堂

萨提尔沟通引导师——李崇义
用对话重启职场关系



艺文飨宴

青花缠枝牡丹麒麟纹
双鳜鱼耳大罐



1971年7月创刊·欢庆发行54周年

JULY 2025 七月号 No.648

企业影响力 改变世界的力量

借由社会企业影响力，可以让世界发生改变！



当企业在思考获利的同时，也应关心员工、社会、环境间的关系，成为大家的需要，才能达到真正的永续。



添加震旦小助手
享专属福利活动

震旦月刊54th

Green Office, Sustainable Future

欢庆《震旦月刊》54周年庆举办“Green Office, Sustainable Future”活动



7月1日至7月31日活动期间,扫码添加震旦企微好友,就有机会抽中最高2,280元Green好礼!



震旦办公自动化
AURORA OFFICE AUTOMATION

震旦AD229MWC
黑白激光多功能一体机
1名/市价¥1,166元



震旦家具
AURORA FURNITURE

Para木脚休闲椅
仿佛挥动羽翼,延伸思绪灵感
1名/市价¥2,280元



震旦智能装备
AURORA INTELLIGENT EQUIPMENT

人体工学办公椅Airsys
科学支撑,缓解疲劳
1名/市价¥2,180元

活动时间:2025年7月1日-2025年7月31日。●活动说明:从活动期间内添加震旦企微好友的订阅读者中随机抽取幸运获奖者。●获奖通知:自8月1日起,工作人员将会通过手机号联系获奖者,若联系3次后无法联络上,且一周内没有主动联系震旦客服,视为主动放弃领奖。●震旦集团客服热线: 400-920-6568 800-820-0168。



扫码参与活动

与善同行 实践企业永续

企业 不只创造利润,更在创造改变社会的可能。本期封面故事以“企业影响力,改变世界的力量”为主题,通过不同面向,探索企业如何用创新与责任回应时代课题,让商业与善意同行。

社企流共同创办人林以涵指出,“社会企业”的本质即是用商业模式回应社会与环境问题。她认为企业不只应追求获利,更应致力于创造对社会有益的价值。不论是提供弱势就业机会,或生产对环境友善的产品,皆是当代企业重塑其角色的具体实践。

同样具有代表性的,还有今年震旦月刊54周年专访的点点善召集人叶文宏。他分享如何运用创意对话,连结社会、消费者与弱势族群,共同打造共享价值。他强调,真正能扩大影响力的商业模式,不是单向给予,而是激发合作与共感,让彼此的价值得以被看见并放大。

萨提尔沟通引导师李崇义则从人际观点切入,他提醒我们,真正的影响力来自对自身课题的觉察与负责。唯有厘清自己的情绪与需求,才可能与他人建立有效沟通与连结。

为欢庆震旦月刊创刊54周年,邀请读者一起参与永续行动,即日起至7/31,扫描加入震旦企业微信好友,就有机会抽中Green永续好礼,让我们一起实践对环境与社会的美好承诺。

当企业愿意从追求绩效走向回应社会的需求,就有可能成为改变世界的起点。期许在未来,能持续以行动创造善的循环,共同迈向永续与希望的明天。A



编辑聊天室

《震旦月刊》主编

苏美琪 Maggie Su

震旦月刊
AURORA MONTHLY

1971/7/1创刊 · 2025/7/1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 吴晓玲、于蒂
信箱 marketing@aurora.com.cn
电话 021-58408888
传真 021-58798889

设计 曲文莹
监制 震旦云(上海)科技有限公司

本刊物使用环保C Ecopure油墨印刷,使用环保纸袋包装寄送。

本月刊为公益发行,分享经营管理及人文欣赏知识,其文章均为作者之意见,不代表本公司之立场,文责亦由作者负责。版权所有,非经本公司书面同意,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。



四川峨嵋山有“震旦第一”石碑,“震旦第一”为震旦人共同追求的目标。

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。



A p.12

社会企业用商业模式解决社会或环境问题为弱势创造就业机会。



A p.20

萨提尔沟通导师——李崇义



A p.32

安藤忠雄于大阪文创空间VS.举办以“青春”为题特展。

E 编辑台上 EDITOR'S WORDS

01 与善同行 实践企业永续
文/苏美琪

M 大师专栏 MASTER COLUMN

04 财富的底层思维
文/史考特·盖洛威

M 大师轻松读 MASTER 60'

08 以公益为本的经济新思维
编译/大师轻松读

COVER STORY

企业不只追求获利，更需兼顾人、社会与环境。通过社会企业的影响力，展现改变世界的力量，实践对永续的承诺，成为这个时代真正需要的关键力量。



C 封面故事 COVER STORY

10 企业善行改变世界
序言/苏美琪

12 社企崛起新风潮
善用商业模式 共创永续好社会
文/林以涵

16 点点善以创意启发天赋
从共创到共享 打造善的永续循环
文/许慈倩

C 名人讲堂 CELEBRITY TALK

20 萨提尔沟通导师——李崇义
用对话重启职场关系
文/天下文化出版社

M 职场观点 MANAGEMENT

24 留才不是靠钱
价值共鸣才永续
文/黄至尧

I 创新经营 INNOVATION

28 创新时代的人力总动员
不只科技升级，更是人力进化
文/詹文男

D 玩味设计 DESIGN

32 建筑设计大师安藤忠雄
以“青春”动力 写下设计之诗
文/李俊明

L 乐活人生 LOHAS LIFE

37 中医治鼻炎有良方
从内而外 双重并行
文/陈盈光

A 跃升震旦 AURORA NEWS

42 震旦家具×倍络得
总部升级设计，塑造多元活力的品牌形象
图·文/震旦家具

44 重塑高效安全办公新标杆
震旦精英碎纸机系列焕新登场
图·文/震旦办公自动化



A 震旦博物馆 AURORA MUSEUM

46 震旦博物馆新展
灵光：新石器时代
玉器特展
图·文/震旦博物馆

A 艺文飨宴 ARTS PLAZA

48 认识元青花瓷专题——形纹设计⑥
元代青花多棱器型的设计
图·文/吴棠海

52 震旦博物馆出版丛书介绍
战国玉器
图·文/震旦博物馆

53 馆藏精粹赏析
元青花缠枝牡丹麒麟纹
双鳜鱼耳大罐
图·文/吴棠海

L 爱心公益 LOVE ACTION

54 捐赠助力，爱心育人
震旦集团向上海商学院
爱心屋捐赠物资
图·文/震旦集团



SCOTT GALLO WAY

史考特·盖洛威

文 / 史考特·盖洛威 (天下杂志出版社)

|| 简单来说，被动收入不是你靠工作得到的报酬。而烧钱率指的则是你每个月、每一天为生活支出的金额。假如你的被动收入高于你的生活开销，你就“不需要”工作，因为你不需要靠劳动所得来支付你的开销。||

财富的底层思维

营销学专家



更多精彩内容

如何获得财务保障？好消息是，这个问题有答案。那坏消息是？这个过程需要花很长的时间。营销学专家史考特·盖洛威认为关于市场与创造财富的各种资讯，可以参考以下原则。

为什么要谈财富？

财富是我们得到财务保障的手段。换个说法，拥有财富使我们免于经济上的焦虑。当我们没有谋生的压力，就能自由选择生活方式，我们与他人的关系也不会受金钱压力的影响。这个道理听起来很普通、甚至很简单。但事实绝非如此，我们生活在一个全球竞争的市场，这个市场很擅长制造层

出不穷的问题，而这些问题只能通过购买更昂贵、更好的东西来解决。

我的目标非常直截了当。财务保障就是获得充足的资产（不是收入，是资产），使这些资产创造的被动收入高于你选择的消费水平，也就是你的烧钱率。被动收入就是你用钱赚到的钱：你借别人的钱所产生的利息，你的房地产增值，你的股票所

产生的股息，你把房子出租给房客所得到的租金。我稍后会再细谈这个部分，以及其他的被动收入来源。简单来说，被动收入不是你靠工作得到的报酬。而烧钱率指的则是你每个月、每一天为生活支出的金额。

假如你的被动收入高于你的生活开销，你就“不需要”工作（虽然你可能会想要工作），因为你不需要靠



劳动所得来支付你的开销。

财务保障 = 被动收入 > 烧钱率

这就是财富。取得财富的途径有很多种，最可靠的途径会需要花时间、也会需要努力，但大多数人都能做到。而追求财富应该成为我们的优先要务，愈早愈好。财务保障就代表掌控力，代表你知道自己有能力规划未来，有能力把时间用在你觉

得重要的事情上，而且有能力照顾好依靠你的人。

你应该追求财富

追求财富这件事并不一直受到推崇。很合理地，在现在这个越来越关注所得不平等的社会，财富往往被视为制度不公平的产物。“每一个亿万富豪都代表政策的失败。”或许如此，或许不是。不过那不是我们的重点。你的当务之急是你自己

的财务保障，而不是去关心别人的道德问题。

“钱不说话，它只会咒骂。”巴布·狄伦（Bob Dylan）曾这么说过。我的经验是，当你拥有的钱变多了，它说话的语气也会跟着改变。钱不够用时，它会对你怒吼，钱累积越来越多时，它的语气就变得动听。但如今，多数人听到的是越来越刺耳的咒骂声。在美国，房价中位数已是年所得

中位数的六倍（五十年前只有两倍），此外，首购族的占比几乎不到历史平均值的一半，创下史上最低记录。医疗债务是消费者破产的首因，高达半数的美国成年人需要借贷才付得出500美元的医疗费。除了最富裕的族群，一般人的结婚率自1980年以来下降了15%，人们没钱结婚，更没钱养小孩。尽管美国的整体景气有破记录的成长，1980年代出生的美国人当中只有50%的人收入比他们的父母在同年龄时的收入更高，这个比例是史上最低。25%的Z世代认为自己一辈子没办法退休。离婚、忧郁和失能也都是造成财务压力的原因。

我们的幸福，取决于我们的期待，抱持不切实际的期待，幸福也必定落空。但是每当你走出家门或拿起手机，就会发现这个社会和社会里的各个组织，不是在对你唱情歌，就是在咒骂你。1%与99%的人生的差距，每天都赤裸地呈现在你

眼前——围绕着所谓的“网红”产生了一整个模仿与炫耀财富的产业。炫富文化一直在提醒我们：不是让你看见你达成了什么，而是提醒你还没有什么。

这个体制或许需要修正，但在那之前，你必须忍受它。或是更进一步，努力培养能力与找到策略，提高你在体制内繁荣发展的机率。邱吉尔说过，民主是最糟的制度，但仍胜过我们以往尝试过的所有制度。资本主义也是如此。不平等会激发企图心，奖励诱因会带动成果，世界就这样运转下去。如果这个体制对你有利，你要尽力发挥。如果对你不利，你还是要尽力发挥。无论如何，这一切都不是你的错。对社会来说，比起你成为百万富翁，还有更大的风险需要担忧。在你取得财务保障之前，你的时间不属于你，你的压力大多也是徒劳。

追求财富不代表你是不道德、贪婪或自私的人，你也

不需要如此。事实是，这些特质只会让你更难取得财务保障，即使成功后也无法得到真正的快乐。想跨越通往财富的障碍，你需要盟友。你可能听过，要尽早开始存钱或投资，但同样重要的是，要尽早开始累积盟友和支持者。在生活的个层面，你都要设法取得主场优势。当别人被问到：“谁最适合这份工作、这笔投资、这个董事会席位？”你应该（也可以）成为他们脑中浮现的第一人选。但人生最终的目标，应该是拥有丰富美好的人际关系，而不是死的时候银行里留下最多的钱。A

出自：《盖洛威教授的人生财富课》/ 天下杂志出版社

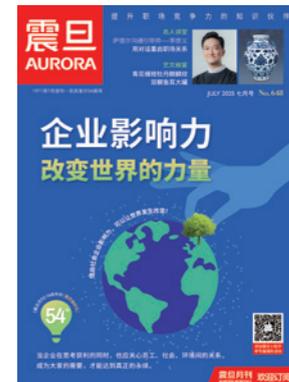
ABOUT 史考特·盖洛威
纽约大学史登商学院营销学教授，创立过九家公司的连续创业家。著有《四骑士主宰的未来》等畅销书，也曾任《纽约时报》、加州大学柏克莱分校哈斯商学院等组织的董事会成员，并快速窜升的跨世代意见领袖，主持podcast节目“The Prof G Pod”与“Pivot”以及YouTube频道每周都触及全球数百万人。

1%与99%的人生的差距，每天都赤裸地呈现在你眼前，围绕着所谓的“网红”产生了一整个模仿与炫耀财富的产业。炫富文化一直在提醒我们：不是让你看见你达成了什么，而是提醒你还没有什么。

你问我答

No. 648

《震旦月刊》
与您一起提升职场竞争力！
翻开月刊，从中找到管理与知识的力量，
让能力再升级。



“社会企业”的核心特征为_____？

扫描看解答



- A 以追求股东最大利益
- B 不以营利、盈余为目标
- C 盈余优先投入企业，并持续解决社会或环境问题

：卷尾

以公益为本的 经济新思维

编译 / 大师轻松读



如今，不断加剧的不平等、环境恶化和对科技的恐惧在在显示，我们需要一个细腻且考虑公共利益的经济新思维。

更多精彩内容

企业 塑造我们的生活，然而许多行为，诸如哄抬价格、剥削、数据盗窃、操纵演算法、监控和温室气体排放，已经引发大众不满。千禧世代和Z世代经常批评资本主义，渴望系统性的变革。

然而，我们每个星期享受的愉快体验，从电话、电视节目、餐饮和舒适家居，到鞋子、书籍、播客和乡间驾车，都是来自企业

的研究、发明和产品分销。我们的挑战在于如何鼓励企业扬弃负面做法，同时强化他们的正面贡献，而这是完全有办法做到的。

新自由主义经济学家长期以来一直吹捧自由市场的效率，这点在电影《华尔街》戈登·盖柯（Gordon Gekko）的口头禅“贪婪是好的”（Greed is good）可见一斑。虽然资本主义推动了进步，它却也可能带来剥削。

如今，不断加剧的不平等、环境恶化和对科技的恐惧在在显示，我们需要一个细腻且考虑公共利益的经济思维。从有形资产转向无形资产，意味着企业现在的蓬勃发展需要仰赖人才和创新，员工、顾客和投资人都在要求企业负起社会责任。

举例来说，企业在对抗气候变迁方面扮演

关键角色。航运巨头马士基计划在2050年前实现净零排放，并且投资绿色燃料和合作研究。这样的承诺象征着越来越多企业重视自身环境责任的趋势，而推动这股趋势的正是新一代对变革的要求。

优格制造商Chobani和服饰品牌Patagonia则是慷慨的典范：

企业在对抗气候变迁方面扮演关键角色，参考以下典范案例：

典范 1 优格制造商Chobani

Chobani创办人汉迪·乌鲁卡亚（Hamdi Ulukaya）大力支持员工和社区，从而提升员工忠诚度和取得成功。

典范 2 服饰品牌Patagonia

Patagonia在克利丝·汤普金斯（Kris Tompkins）和伊方·修纳（Yvon Chouinard）等人的领导下，将环境议题列为优先要务，因而赢得顾客忠诚度和亮眼的销售成绩。

员工也有影响企业策略的力量。举办会议讨论环境方面的慷慨行为可以引发重大变革。企业还应考虑大胆的慷慨行为，例如分享知识或开源软件，这些都能提升他们的声誉和创新能力。

例如，想像一下这样的标题：

- 奇异公司推出免费的风力能源课程。
- 可口可乐公开保密配方，邀请大众利用天然成分和减糖进行改良。如果有人提出理想配方，可口可乐将制成“大家的可乐”全球推出，并送上1,000万美元奖金。
- 餐厅提供免费餐点给负担不起餐厅用餐的单亲家庭。
- 亚马逊优先考虑对气候友善的产品。

假始这些情况真的成真，我们可以从中获得什么呢？答案是一个我们可以兴奋期待的未来。而企业本身又能获得什么呢？答案是所有一切：更优秀的员工、热情的顾客、更健康的地球，以及重获新生的信赖和希望。A

企业善行 改变世界

序言/苏美琪;文/林以涵、许慈倩

企业不只追求获利，更需兼顾人、社会与环境。
通过社会企业的影响力，展现改变世界的力量，
实践对永续的承诺，成为这个时代真正需要的关键力量。



CHAPTER 1

社企崛起新风潮
善用商业模式 共创永续好社会



CHAPTER 2

点点善以创意启发天赋
从共创到共享
打造善的永续循环





CHAPTER 1

社企崛起新风潮

善用商业模式 共创永续好社会

文/林以涵·社企流共同创办人暨执行官

什么是“社会企业”（简称“社企”）？广义而言，“社会企业”指的是一个用商业模式来解决某一个社会或环境问题的组织，如提供具社会责任或促进环境保护的产品/服务、为弱势社群创造就业机会、采购弱势或边缘族群提供的产品/服务等。



更多精彩内容

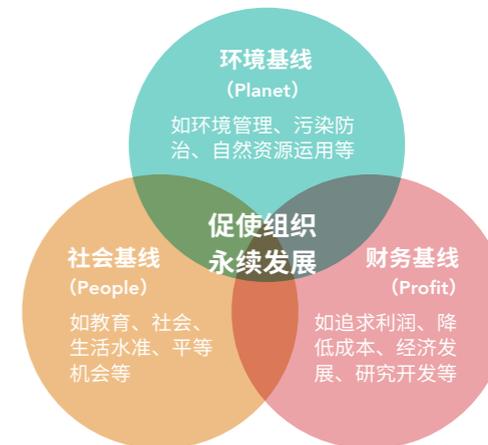
生活 中各式社会问题——教育落差、贫富不均、环境污染、食品安全等，都是由谁来解决或改善？除了政府、公益组织的推动，社会企业为我们提供更积极、创新的解决

方案。其组织可以以营利公司或非营利组织之形态存在，并且有营收与盈余。其盈余主要用来投资社会企业本身，继续解决该社会或环境问题，而非为出资人或所有者谋取最大的利益。

社会企业提供更积极、创新的解决方案。其组织可以以营利公司或非营利组织之形态存在，并且有营收与盈余。其盈余主要用来投资社会企业本身，继续解决该社会或环境问题，而非为出资人或所有者谋取最大的利益。

社会企业的三重基线：社会、财务、环境

社会企业常被称为是共享价值（Shared Value）、混合价值（Hybrid Value），主要便是因为它是在传统企业与社会组织这个光谱两端的平衡点。在追求的“目的”上，社会企业与非营利组织相似，都是为了改善某个社会问题，创造社会影响力。而在达到目的之“方法”上，社会企业则与传统企业接近，通过进入市场机制贩卖产品或服务，获得自营收入以支持组织财务自足、永续发展，而非以接受捐赠或补助为主要资金来源。而社会企业在运作上，也重视“三重基线”（Triple Bottom Line）精神，同等重视其组织对社会



社会企业必须满足三重基线
Triple Bottom Line

(people)、财务 (profit)、环境 (planet) 三项基线的责任、投入与回报，而非如同一般企业唯“利”是图。

社会企业：新的公民运动

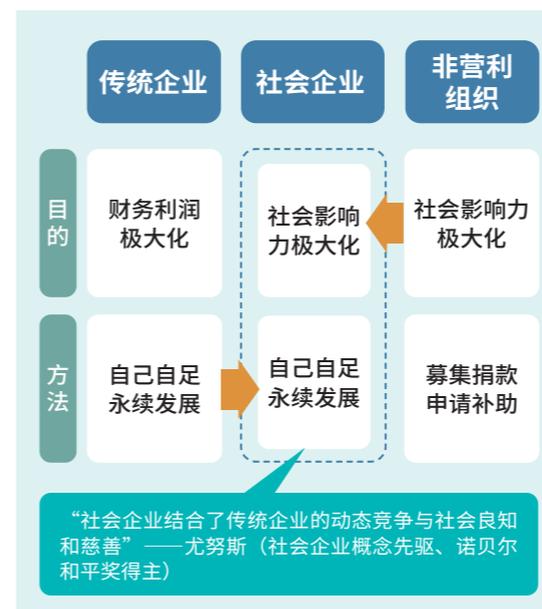
近年来，社会企业与社会创业（Social Entrepreneurship）在全球蔚为风潮，形成了一波新的公民自觉与自发的运动，不但模糊了社会与企业的界限，转化了非营利组织的思维，甚至改变了政府的公共政策。

社会企业创业受到瞩目的背景因素，跟资本体系的改造及伦理消费的崛起很有关系，可分为以下不同面向：

1 金融海啸后，社会对企业的信任度也降低，对资本体系、企业运作的反思与再造思维出现

知名管理学大师麦可·波特（Michael E.

社会企业是跨领域的新概念



Porter) 在《哈佛商业评论》中提出“共享价值”概念，指企业家除了赚钱，也应当并且能够帮助社会解决问题，同时创造财务与社会价值，达到双赢。

2 非营利的社会部门 (Social Sector) 中，建立以市场为导向之解决方案的组织益发增加

例如：“碳排放交易”把二氧化碳排放权作为一种在市場中的交易商品，借此改善全球温室气体排放与暖化现象；或是“社会效益债券”设计由投资者出钱，以支持某个可改善社会的方案，若目标达成则可拿回本金和分红。

3 许多成功创业家，如微软创办人比尔·盖兹 (Bill Gates)、eBay创办人杰夫·史考尔 (Jeff Skoll) 等，都在社会企业领域展开第二人生

他们将过去在硅谷创业所累积的独特思维与实战经验，运用到改善社会问题上，甚至投注他们的财富，创造投资非营利组织或社

社会企业兴起的六大因素



会企业的新资本——影响力投资——市场，即“公益创投”或“社会创投”。

4 越来越多人认为赚钱不该是生涯的唯一选项与目标，想要同时“做好事” (do good) 与“赚钱” (do well)

根据《哈佛商业评论》2011年的一则统计报导，在美国有六成年轻人于应征工作时，会评估公司在社会与环境面的表现；在最容易向“钱”看的商学院中，超过八成的企业管理硕士愿意以较低薪资在具有道德经营理念的企业中工作。

5 消费者愿意支持对社会负责的产品与服务

例如：选购公平贸易咖啡或巧克力、烹煮有机食材、骑乘环保电动车、支持如知名鞋子品牌TOMS等“你买我捐”(Buy One For One)的产品，消费者会认同并未将所有营收放入口袋，而是愿意将部分金钱用在最需要的那群人身上的品牌。

6 社会创业家的经验与智能逐渐广为流传

先有尤努斯因在孟加拉创办穷人银行，获得诺贝尔和平奖，而后在世界经济论坛等盛会中的许多社会企业相关奖项，以及主流媒体的采访报导，都让社会创业家获得更多认识与肯定。

全球社会企业案例分享： 好莱坞女星，化身绿色创业家

“当妈妈是我这辈子最深刻的经验。我感到一股前所未有的责任感：要为我的家庭建立一个最安全、最可爱、也最健康的环境。”这是被

知名管理学大师麦可·波特 (Michael E. Porter) 在《哈佛商业评论》中提出“共享价值”概念，指企业家除了赚钱，也应当并且能够帮助社会解决问题，同时创造财务与社会价值，达到双赢。



图片取自The Honest Company官网

《男人帮》杂志评选为全球最性感女神的好莱坞女星杰西卡·阿尔芭在当了妈妈之后的信念。

杰西卡·阿尔芭 (Jessica Alba) 从未想过自己有一天会挽起袖子创业，但在晋升为两个孩子的妈之后，她却不得不开始对所有用在宝宝身上的物品斤斤计较，举凡尿布、童装、沐浴乳，每样东西都力求健康无毒。

为了学习如何照顾刚出生的宝宝，杰西卡·阿尔芭拜读了畅销全美的《身在毒中不知毒》(Healthy Child Healthy World) 一书，这才惊觉自己和宝宝平日生活的环境里，其实充满着大大小小的“毒”。

从父母心出发创立无毒品牌

于是，杰西卡把书中提到的有毒化学物质通通记下，每次逛超市都一个个拿起货品来核对，绝不选用任何含有毒物质的婴幼儿商品。然而这样的工作持续一阵子之后，她便感到心灰意冷：“我哪有时间每天花四到五个小时逛超市？”

在现有市场上找不到解答的杰西卡，决定

联合《身在毒中不知毒》的作者克里斯多夫·葛文根 (Christopher Gavigan) 与硅谷相当知名的连续创业家 (serial entrepreneur) 布莱恩·李 (Brian Lee)，联手为所有父母打造一个安全、无毒、便利，且一般人都负担得起的家庭品牌——诚实公司 (The Honest Company)。

新生儿一天内尿布更换的频率之高，有时平均一天至少要换十次以上，使得妈妈每次逛超市时总得推着半车的尿布去结账；而为了挑选安全、无毒的商品，父母上超市前还得事先做好功课，到了现场再一一仔细核对标签——有没有能简化这一切的好答案？

婴幼儿用品需求 e 指搞定

诚实公司看准此需求，不但致力于提供天然无毒的产品保证，还推出独特的“月订阅”制度——只要花三十秒留下基本数据，再花三秒钟点选已经配好的套装尿布或家庭用品，以后每个月在家里的尿布用完之前，诚实公司就会自动补一批新尿布送达家门口。让你不需要出门，所有家庭所需的安全婴儿用品、沐浴产品，甚至各种洗洁剂，都能在一分钟内轻松搞定。

无毒的安全产品、便利的月订阅制度，再加上贴心的产品试用服务与数不清的媒体曝光，让诚实公司才成立不到一年就在美国尿片产业中异军突起。开站几个月，粉丝人数就已突破十万大关 (目前已超过13万人)，并被《商业内幕》(Business Insider) 杂志评选为2012年美国前八大最酷的新兴企业。A

出处：《社企力》/ 果力文化出版社



点点善多年来陪伴社会弱势创作，通过创作看见他们的优势、彼此合作，也通过设计师共创，带领大众看见被隐藏的天赋。

CHAPTER 2

点点善以创意启发天赋

从共创到共享 打造善的永续循环

文 / 许慈倩 · 资深媒体人

当DEI (Diversity, Equity, Inclusion即多元、公平及共融) 成为企业竞争力的一环，适逢震旦月刊54周年，采访点点善召集人叶文宏，谈如何通过创意面对社会议题，用全新视角让社会、消费者、社会弱势看见彼此的优点，因为共感而合作，成就善的循环。

唐宝 宝、视力受限者、思觉失调症患者、罕病病友，这些名词背后是一个个被身心灵困住，却渴望自我实现的个体。他们缺的不是同情，而是机会。点点善擅长发觉身心受限者的天赋，通过设计师与他们共创，将作品商业化。点点善出于公益之心，却用商业模式决胜负！



通往2016年台北世界设计之都展场必经出口—捷运出口，使用弱势创作，经由设计师共创，惊艳大众。

用设计让身心受限者天赋被看见

2016年台北市举办“台北世界设计之都”，社会设计 (Social Design) 成为热门话题，而如何通过设计解决社会问题也成为点点善创立的契机。

当年点点善团队参与了一场陪伴社会弱势创作工作坊，过程中他发现孩子们的世界天马行空，画作别有趣味，于是设计师们保留孩子原有线条后加入巧思共同创作，而这些作品也应用于当时捷运出口，路过的民众都忍不住停下观赏。而2017年世大运周边商品亦源自点点善与身心受限者共创图像“五小福”，当时也创下销售佳绩。点点善让身心受限者与共创设计师获利同时产生，以社会企业之姿投身商业环境迄今迈入第十年。

身心受限者行动无法自如，但内心宇宙澎湃瑰奇，叶文宏道出陪伴创作的意义在于帮助他们展现自己，因而得到情绪上的稳定。例如：思觉失调症患者因艺术创作陪伴，舒缓身心灵，就有机会减少用药，降低身体的负担。同时对照顾者来说，也可获得一段喘息时间。

跟唐宝宝互动也不只是画画，由于创作过程要用笔，所以通过握笔训练他们的肌肉、减少萎缩，使他们在操作工具上更得心应手，对其生理健康也有帮助。而心理层面，除了让他们发挥想像力，得到成就感，而陪伴创作者也在那段童言童语、纯真创作时光中卸下压力。

叶文宏引用西班牙画家毕加索名言：“我用了一生，才能像孩子一样画画。”他认为孩子们的创作和线条纯粹，没有专业的过度雕琢，反而引起更多人的共鸣。点点善做的是通过设计师共创，让商品导入社会创新模式后更



点点善多年来带领社会弱势创作，累计超过3万人次共创课程。



点点善召集人叶文宏就读台大EiMBA期间凭藉cooseii平台参加Hult Prize竞赛，击败全球120个国家、1万5千多只队伍，晋级全球6强佳绩。

受欢迎。

点点善曾获得多项国际大奖，包含世界四大设计奖之一Good Design Award的“Good Focus Award (社区设计奖)”和“Best100”两项大奖；也获得“社会影响力奖”肯定，并且是台大“利他奖”得主。

在疫情期间叶文宏就读台大EiMBA，期待在社会创新的策略思考更上层楼！期间报名有校园诺贝尔奖之誉的霍特奖 (HultPrize)， “这是一个很严谨的奖项，不只是提书面简报，还要交合作意向书和具体的商业模型。”于是他原本实体运作的点点善变成数字版并取名“cooseii” (“姿态、架势”)。他笑说：当时只想到站上联合国舞台时，可以告



点点善打造cooseii平台，将既有模式数字化，同时通过数字机制，让国外非营利组织、设计师与企业皆能参与共创机制，创造善循环。

诉全世界！就觉得帅气得不得了。最终击败15,000多支队伍，获得六强的佳绩。

值得一提的是，叶文宏期待民众在爱心支持外，还能看见弱势孩子们的天赋与创意，让这些作品真正走进生活，被大众喜爱。

以点点善的服务能量为例，顶多可以带60个孩子，一个月4到6次。后来带孩子作画，通过设计师共创，再把图像授权给企业，这已经是服务范围的极限。而转身为cooseii后，服务人数由60位增加到近300位。未来期望在东南亚有人陪伴社会相对弱势创作，完成后上传云端，再由国际设计师进行共创，图像传到cooseii影响力图像授权平台，跨国企业有兴趣就授权其使用。

他进一步指出，点点善也把这行动进行社会影响力评估，每月都在cooseii网站上揭露，当企业购买点点善的图像授权，即有20%分润给参与创作的社会弱势，并可获得影响力数据报告，可应用于企业永续报告书内容。这就是点点善agoood之所以有三个O的原因：这意味着“企业、消费者和社会弱势”这三个点都可以通过点点善彼此合作，互惠互利。

捍卫社企获利天职 坚持做好的事情

叶文宏强调，点点善是社会企业，必须有获利支撑才能营运，只是社会企业不管是物流或产品或人力资源等，会有社会议题的视角。例如：公司名片导圆角，交给印刷厂处理既快速成本也较低，但他把这工作交给一位陪伴了多年的思觉失调症患者，这就是把社会议题带进公司运营，虽然名片成本变高，但创造了工作机会给身心受限者，这才不失社会企业创立的初衷。

很多人无法厘清社会企业和公益团体或非营利组织的区别，更有人会做公益和牺牲奉



点点善cooseii影响力图像授权平台，服务265名社会弱势，包含160名东南亚经济弱势。

献画上等号。叶文宏倡议：“正因为做社会议题是辛苦的，所以收入理应比同行更优。社会企业主应该付出优于同行的薪资，才能吸引优秀人才进入。”

当“天赋城市”争议出现时，最令叶文宏伤心的，是同仁的心理压力增加，明明做对的事情，却换来不对称的恶意批评。

事件发生曾让叶文宏萌生退意，他认为团队做了对的事，但社会还没打算要接受，那就不要再做下去。然而与此同时，公司脸书流量竟然快速往上冲，代表越来越多人支持社会企业用创新模式解决社会议题。

资源堆叠与延伸 土地工工创新再出击

2024年十月，点点善有了全新计划—土地工工，同时涵盖了土地复甦、中高龄赋能和回馈罕见病患者三大社会议题。这个专案源自陪伴泡泡龙（正式名称为遗传性表皮分解性水疱的罕见疾病）病友，一开始从擅长的陪伴创作着手，但因病友的伤口须敷药并包扎，不论用水彩或压克力颜料作画都很容易沾染到，于是点点善另想他法，教他们以数字平板写字，经由设计师共创出全台首创罕见病手写体“cooseii泡泡圆体”，目前已上架募资平台，网友也可以付费下载，用这款独特字体精彩自己的书写生活。

点点善团队环岛拜访病友时，发现有不少荒废土地，深入了解后才发现，农村正面临双重挑战—许多长辈因年岁增长，已无法负荷繁重的农务工作；而年轻一代多选择在都市打拼，土地面积零散时，也少有人愿意承租经营，最终土地一块块渐荒芜沉睡。

于是团队承租闲置土地，导入友善农法，种植澳洲茶树，这种植物富含抗炎成分，



点点善带领病友写字，并打造全台首款罕见病手写字体，每一笔授权费用皆会分润给参与创作的病友，让他们获得第二份工作机会。

并获国际学术文献认可，有助罕见病伤口舒缓。同时聘请退休中高龄长辈参与轻农务工作，让他们维持身体活动力，也与人交流；而产出的纯露与精油再回馈给病友。

唤醒沉睡资源，加以重新组合，产品和获利则由所有关系人共享，这是点点善所坚持的商业模式，因为可以扩大延伸，才能发挥社会影响力。善待员工、善于堆叠与延伸资源、善于创新，点点善以此启动善的循环，让我们与身心受限者平视，让共创变成善的力量！**A**



点点善召集人叶文宏

ABOUT



点点善致力于打造更永续的善循环圈，通过串连弱势、个人与企业打造永续商模，让公益融入生活，而不是生活中做公益。多年来从共创设计一路到地方土地复甦，矢志打造社会共荣，让影响力往不同面向扩大。



创新ESG计划



李崇义

萨提尔沟通引导师

用对话重启职场关系

图·文 / 天下文化出版社

每个人都是自己生命的主人，也都能够替自己做出最好的决定，如果有人只看到别人的所做所为不符合自己期待就忿忿不平、自怨自艾，没有动力改善当前的困难，他很有可能并未意识到每个人都应该、也都可以为自己负责，面对自己的课题。



看更多名人讲堂

萨提尔沟通引导师李崇义认为，每个人都有自己的课题，我们应该要照顾好自己的课题，不要干预他人的课题，才能够更好的处理人际关系。

所谓“解决自身的课题”并不是意味着放弃沟通，而是先厘清我们遇到什么议题，将重心摆在如何做好“自己的功课”，主要核心意涵包括以下：

|| 萨提尔沟通引导师李崇义认为，每个人都有自己的课题，我们应该要照顾好自己的课题，不要干预他人的课题，才能够更好的处理人际关系。 ||

如何做好“自己的功课”？

- ① 忠于自我：看见在每个刺激当下，内在产生什么感受、兴起什么念头，并且承认、接纳这样的自己。
- ② 尊重他人：允许他人也拥有对自己生命的主导权，不去干涉、强迫或控制他人的想法与做法，以好奇的姿态靠近对方。
- ③ 自我负责：分辨彼此的课题之后，接纳他人的状态，对自己的课题能够负起责任，做出想要的改变。



游，经理很开心的对大家说这趟旅程能把大家聚在一起很不容易，请敞开心胸同乐，希望日后同事可以无话不谈。入住旅馆后，大家一起晚餐，有说有笑，显然对这趟旅程都带着期待与愉悦心情。晚餐过后，大家各自回房休息。但晚上九点多时，经理在部门LINE群组分享了他的位置信息，显示的 Google地图定位在一家酒吧。

小吴说，他收到讯息当下不以为意，想说都九点多了，照常理不需要回应，群组内也没人回覆。经理分享位置信息后，也没传其他文字说明，时间一点一滴过去，到了将近十一点时，经理突然在群组里发了一则讯息：“你们太令我失望了，枉费我还跟太太说我们部门最团结、最有向心力！”随即就退出群组。接下来几天行程，经理刻意不和同事一起走，自己逛景点、采买物品，其他同事则三五成群聚在一起。小吴说，那几天真尴尬。

结束旅程的第一个上班日，经理召集大家开会，虽然没有特别提起旅行及退群的事，但会议结束前当众对小吴说：“小吴，我看你平常

改变对话型态，重启谈话路径

针对辨析各自的课题，我用后文“玻璃心主管”案例来解释。往常我做企业培训时，很多学员需要比较长的时间才能够对于感受有所体会与进入，但这一次有些不同，该公司已经推广正念一段时间，许多人很快就能连结自己的感受，与自己贴近。

中午休息时间，小吴很客气的询问是否能与我聊聊，我们的谈话内容可以说是员工与主管沟通的经典案例，我在培训课程常常会请学员模拟演练，有时也会利用戏剧方式演出更贴近真实情境的状况，我再拆解情境对话、给予方向。

☞ 以下为案例文字演示：

年初时，小吴与部门同事大约二十人一同出

很善解人意，别人一个眼神你就知道意思，怎么最近这么聩钝？你好歹也在部门那么多年，一起出去玩的气氛这么差，你都没感觉吗？”

被经理这么一说，小吴当下不知所措，突如其来的质疑让他胸口堆积一股无法宣泄的强大压力。经理还约他今天晚上讨论，他猜是要谈旅行的事，所以才赶在中午找我，希望能获得建议。

“你想对经理说什么？”我问。“如果他问我那天为什么没回覆，我会照实说：『我不知道经理的意思，时间也晚了，所以就没有回覆他的讯息。』”小吴预想了一下会对经理说的话。

“如果他回说：『你觉得我想做什么？传那个讯息就是想请大家晚上去酒吧同乐啊！』”我模拟经理可能说的话。

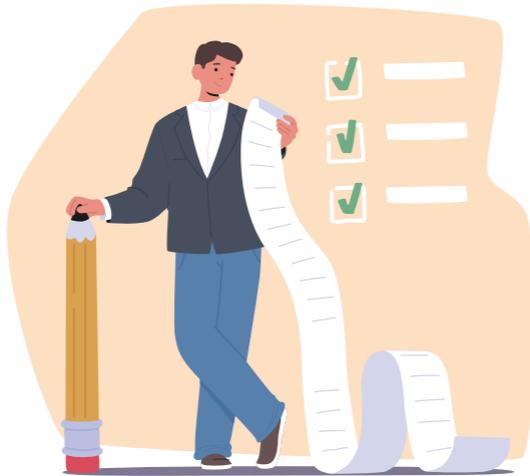
“我会说：『可是你又没有明讲，我们怎么知道？』”小吴说。大家一起出去玩，想也知道要做什么，结果连你也没有回讯息，你是故意想让我难堪吧？”我装成经理的口吻和小吴应答。

“我怎么会想让经理难堪，每次你交代的事，我都很快回应，何况大家出去玩到那么晚，可能都想休息，没有回应你也很正常啊！”小吴急忙解释。

“你们太令我失望了，枉费我还跟太太说我们部门最团结，结果连你都这样！”我说。

“不是这样的，经理……”小吴赶紧回道。小吴还正准备往下说，我阻止了他。“可以不要急着解释吗？”我回到讲师身分来和小吴谈话。“喔，那怎么办？”小吴眼巴巴望着我。

我猜想很多部属有过这样的职场经验。职场沟通最困难的地方并非不知道如何解决问题，而是忽略冲突当下内在的焦虑状态。如果可以多练习先觉知内在起伏，中断原本的回应惯性，就有机会改变原有的对话形态，重新选择新的路径来谈话。



小吴带着惴惴不安的心情来询问我，该怎么和经理谈话。从前文故事脉络来看，经理情急之下的语言反应带着情绪勒索的字眼，在群组得不到回应便愤而退群，还落下一句“你们太令我失望了”，将愤怒情绪转移到别人身上，要别人为他的生气负责。

我问小吴，经理退群时说的那句话对他是否有冲击，他的回答是当然有。他觉得被误解，心里有点愤怒，也相当委屈。小吴说，那个时候他整个感觉很不好，觉得遭受指控，受到误解。

对话进行到这里，我们可以看到经理面对团队时，做了退群的选择，接着对小吴的“不善解人意”感到不快，这是我们解读出来的“经理的课题”，也就是经理内在可能受伤了，没有意识到内在受伤的情况下，贸然做出退群及指责小吴的动作。

面对“自身的课题”才是解决之道

这里我要提醒大家，千万要记得那是经理的课题，如果他有认识自己，可以好好调整以后的做法，要是他无法做到，我们也要体认并接纳经理可以拥有自己的课题，不用过多干预。

提醒大家要记得那是经理的课题，如果他有认识自己，可以好好调整以后的做法，要是他无法做到，我们也要体认并接纳经理可以拥有自己的课题，不用过多干预。

接下来，我把对话拉回小吴自身课题上，这才是他真的能负责的部分。“经理都这样说你了，你还想和他好好谈话吗？”我想确认小吴的意图。“还是想，毕竟经理对我还不错，我也希望部门能回到之前和乐的氛围，不然这样工作挺尴尬的。”小吴说。“你以前被误解过吗？”我换一个方向跟小吴核对。

我们看出经理的指责应对让小吴受到冲击，内在受伤，于是可以“预设”，小吴的身体可能被类似经验勾住且被激发了，如果能从对话中找到过去的经验，让它留在过去，面对新课题时，就可以借此核对小吴是否愿意重新选择。

我的目标显然是希望小吴能够确认他与经理之间的情境，把这当做他对话的目标，在这个情境里，我想要连结他的渴望，感受到不论是否成功，他都是值得欣赏的人。唯有如此，小吴才有可能放下执念，以最佳状态和经理讲话，否则他会显得局促不安，进退失宜，一方面很可能搞砸谈话，另一方面又不断批判自己。

小吴连结自我之后，接下来我和他模拟几个谈话方向，他可以拿我们的对话当做与经理谈话的范例。

我邀请小吴之后再与经理应对时，先不要做太多解释，把焦点放在：

- 1 经理对小吴的期待是什么？
- 2 小吴没有符合期待时，经理的内在冲击是什么？

- 3 经理提到“枉费我还跟太太说……”这一段话时，经理内在是否也受伤了？
- 4 经理的正向资源是什么？
- 5 小吴日后可以怎么做？如果仍然聩钝，经理会因此不谅解吗？

我们来回回演练几个可能的应对场景，小吴渐渐能够找到自己可以谈话的方式，也对于接下来要与经理的谈话充满信心。A

名人档案 |



李崇义

萨提尔沟通引导师

萨提尔模式沟通引导讲师，现为长耳兔心灵维度创办人。曾任美国硅谷软件公司总裁、美国纳斯达克（NASDAQ）上市公司副总裁。在信息产业服务二十余年，从基层职员到高阶主管，工作地点从北京、加拿大温哥华到美国硅谷，中年后回台转换跑道。

好书推荐

《你的问题不是问题》

出版社：天下文化
作者：李崇义

萨提尔模式沟通名师李崇义引导你看懂问题背后的底层逻辑，带你讨论如何拆解、建构一段深刻、高品质的对话，不回避、不压抑、不争执、不对立，打造新的对话回路，达成对话真正目的。



留才不是靠钱 价值共鸣才永续

文 / 黄至尧 · 人力资源专家



看更多人观点

专栏作者 |



黄至尧
人力资源专家

一家年营收数十亿的制造业客户问我：“我们给得比别人多，为何人还是留不住？”深入诊断后发现，问题不在钱，而在信任与沟通。当企业忽略了人才的内在驱动，当制度与文化失去共鸣，离职就成为必然。留才，该从价值开始。

QA

Q1 人难招也难留，获利 ≠ 留人？

1 企业文化空洞，人才用脚投票

这家公司导入绩效制度，绩效面谈也定期进行，问题在于制度若没有真正与员工共鸣，就不具备向心力。

|| 与学校合作生涯辅导课程共创，派高层员工走进教室、邀请学生参与“专案体验”。这不是慈善或企业参访，而是把培养未来人才当作营运的一环。||

许多企业谈“人才”只看外在诱因（薪资、奖金、升迁通道），却忽略内在驱动：“我是否感受到被理解、被需要、被成就？”我常说：人才不是招来的，是吸引来的。这不是鸡汤，而是现实。

2 只靠薪，留不住心

对Z世代来说，赚钱只是基本，“工作意义”与“价值认同”才是核心。Impact Foundation调查指出：超过68%年轻员工表示，如果公司无法说清楚“为社会创造什么价值？”他们会考虑离开，找下一家值得投入的公司。这就是企业从“利己”转向“利他驱动”的原因。

有位基金会负责人的提到一句话，深深打动我：“真正聪明的企业，会把每一个利他的动作，转化为获利的正循环。”从商业模式上，就让解决社会问题成为营运的一部分。

问题抛给你！

你的团队，有这三个危险信号吗？

- ① 每次绩效面谈都像“交作业”，没人真正敞开心说话
- ② 优秀人才总是撑不到第二年升迁
- ③ 公司讲了很多愿景，但员工私下却说“那不关我的事。”

如果三项中了两项以上，很快地，你可能就将面临人才流失。

Q2 如何靠“解决社会痛点”化解人力危机？

“企业最难的事是什么？”多数老板毫不犹豫地回答：“招不到人。”在人才荒的艰难局面下，我们一直在思考，如何不花钱抢人，反过来“培养人”。

1 从抱怨学校不实用，到亲自进入校园“做连结”

这家公司原本每年花大笔预算投放招募广告、办说明会，但效果极差。我建议他们与学校合作生涯辅导课程共创，派高层员工走进教室、邀请学生参与“专案体验”。这不是慈善，不是企业参访，而是把培养未来人才当作营运的一环。一年后发现：

- 投入最多时间的学生，超过50%在毕业后主动应聘。



- 招募成本降低近一半。
- 这群员工的留任率与内部影响力都远高于平均。

本业即公益，不是额外多做什么，而是设计一个能让社会受益的商业模式。

2 解决社会问题，也解决自己的问题

“做好事”会增加企业成本？但现实往往相反——当你解决社会问题，你的获利反而更稳定、更具延续性。想想以下两个场景：

- **A公司**：花200万买广告争取曝光、却换不回应聘者。
- **B公司**：花200万投入校园专案，产出100个潜在人才库及品牌好感度。

问题抛给你！

有没有把痛点变成“影响力设计”？

- 1 你的产品/服务，可以对社会有积极作用，却从没被好好包装或升级？
- 2 你的痛点（像是招募、离职）是否可用更根本的社会合作模式来转化？
- 3 从企业视角，设计一个能“自我造血”又能“创造价值”的ESG模组？

如果你开始思考这三件事，你就已经走在“利他变现”的第一步。

Q3 真正的企业价值是赚得多，还是被记得？

如果明天你的公司消失了，世界会少了什么？过去，企业存在价值被简化为：股东回

报、营收报表、EPS数据。在价值重构的时代，真正具备未来生命力的企业，是那些“离开后还会被怀念”的存在。

1 “被记得”，是下一个商业竞争力

“影响力”不是你说了多少，而是别人用什么情绪想起你。

- 宜家不只是家具，而是那份“平价也能有设计感生活”的价值选择。
- 星巴克不是咖啡，而是创造一个“激发人们的潜能，让人们感受到自己的价值的空间”。

企业所以强大，不只是因为产品好，而是因为他们参与了我们的生活记忆建构，变成了集体经验的一部分。这就是企业影响力的高阶版本“情绪资产 Emotional Capital”。

2 从“短线业绩”到“长线关系”

被记得的企业，往往做对三件事：

- 制度设计让人活得更尊严：不是只给KPI与控制，而是让每位员工在组织中“有位置、有话语、有影响”。
- 产品服务真实解决痛点：不是制造需求，而是深入理解问题本质，让人感受到“这东西懂我”。
- 品牌姿态带来集体情绪投射：不只是卖东西，而是形成一种“我选择这个品牌，就是选择某种人生立场”。

我曾协助一间企业重新定义它的品牌故事，并建立基金会。在半年内面试到职率提升了四倍，最感人的是有人选在面试后反馈：“我第一次觉得，我很想加入一家重视公益与社会责任的公司。”这就是被记得的力量。

问题抛给你！

你的公司，值得被记得吗？

- 1 如果有一天公司不再存在，顾客会怀念什么？
- 2 你的员工，在未来面试时，真心骄傲地说：“我曾经在那里工作”？
- 3 你的产品或服务，是否能进入别人生命的“重要时刻”中？

这些问题，没办法靠广告、数据或营销解决，它需要一场对于“存在意义”的重新选择。就不会被短期流量、财务报表牵着鼻子走。相反我们会问得更深：如何让顾客更安心？如何让员工更成长？如何让社会更进步？这些问题，会反过来带来真正长久的营收与忠诚度。

Q4 下一个10年，赢的企业是谁？

回顾过去20年，成功企业往往有个共同特点：它们不只会赚钱，而是能持续创造价值并被社会接纳。未来的竞争，不只是产品、人才，而是价值叙事的竞争。当你能清楚说出：

- 我们的存在，是为了解决哪个社会痛点？
- 我们的成长，是否让更多人一起变好？
- 我们的营运，是否能在不剥削、不牺牲尊严的情况下前进？

1 三句话，写给想“转向利他”的企业经营者

如果你正在思考企业转型、文化重塑或品牌重构，请先记住这三句话：

- 1 ESG不是附加项，而是商业设计的第一页。
- 2 人才不是抢来的，是吸引来的。
- 3 被记得，是未来最强的护城河。

三句话决定你是“短线赢者”，还是“长线信任者”。信任这条路不好走——也正是因为这样，它成为了门槛，也成为了真正竞争力的来源。

2 如果你想开始，这三步是最务实的起点

我分享“利他营运”的三个落地起手式：

- 1 重新定义内部KPI加入EMP（员工满意度）
指标：问问每位员工：“你在这份工作中，获得了什么样的意义感？”定期量化追踪。
- 2 产品服务导入社会连结设计：不论B2B或B2C，问自己：“这个产品，如何为某一群人带来尊严、自由或安全感？”
- 3 建立“被记得计划”：邀请顾客、员工、合作伙伴写下“我为什么记得你们”的故事，用这些故事反推企业的营运决策。
这三步，不需要大预算也不需团队，但能打开一条新思维的窗。

3 你曾经在哪间公司，感受到“我真的重要”？

- 有没有曾在某家公司老板或团队里，感受到“这里值得我留下来”？
- 那是一个怎样的时刻？
- 他们做了什么，让你想记住、甚至想效仿？

我们这一代人，正经历一场价值转向，一场“从利己到利他”的革命。愿我们都能参与其中，成为让未来值得期待的人。A



创新时代的人力总动员

不只科技升级，更是人力进化

文 / 詹文男 · 现任数字转型学院共同创办人暨院长

当AI成为每一位工作者的日常工具，企业面临的不只是技术升级，而是整体人力价值的重塑挑战。在这个“全员AI”时代，如何让人力从执行者进化为创造者？如何打造协作共生的组织文化？



看更多创新经营

专栏作者 |



詹文男

数字转型学院共同创办人暨院长

随着生成式人工智能（Generative AI）在全球迅速扩张，企业营运模式、人力资源配置乃至产业竞争态势正面临

一场结构性的转变。AI不再是特定产业的辅助工具，而正成为横跨各行各业的核心驱动力。而且也因为它的低门槛及广泛应用能力，各行各业及不同企业功能的职位都可以发挥，一个全员AI的时代已经来临。

AI不再是特定产业的辅助工具，而正成为横跨各行各业的核心驱动力。各行各业及不同企业功能的职位都可以发挥，一个全员AI的时代已经来临。

全员AI时代的来临

“全员AI”时代的来临，象征着人工智能将不再局限于科技部门，而是成为所有从业人员日常工作的一部分。这不仅是技术革新，更是思维与工作模式的根本性转变。企业若想在这波浪潮中脱颖而出，就必须重新思考人力资源的角色定位与发展策略，让人力真正动起来，与AI形成互补而非替代的关系。亦即，组织关注的焦点应不再是“AI会不会取代人力”，而是“如何让人力与AI协同运作，发挥最大价值”。

观察现今AI的应用，已逐渐由边缘逐步进入核心流程。从文书撰写、自动客服、财务报表分析，到制造业的预测维修、物流优化，AI已广泛渗透进白领与蓝领的日常任务中。

根据麦肯锡（McKinsey）的报告，近60%的企业已在多个部门导入生成式AI技术。其显著特征之一是：AI的使用门槛正在下降，不再需要具备程序设计能力的专业人士才能操作。以ChatGPT、Deepseek为例，任何具备基本语言表达能力的员工皆可通过简单的提示（prompt）与AI互动，执行从信息搜寻到创意思考的多样任务。

这种低门槛的技术普及，使得AI不再是“信息部门的事”，而是成为“每一位员工的工具”。也因此，企业若未能及早因应，重塑组织人力的角色，培养员工的AI素养并调整职能设计，不仅无法享受AI红利，反可能面临内部人力闲置与产出效能下降的双重风险。因此，企业也纷纷重视科技升级带来的效益。



AI时代的人力角色重塑

基本上，AI时代下人力的角色应有以下的转变：

其一) 员工将从执行者转型创造者

过去，许多工作以重复性、标准化的任务为主，员工往往扮演执行者的角色。然而，AI的出现将这些任务快速自动化。例如，制造业的机械手臂取代了流水线工人，金融业的演算法分析取代了传统报表制作。根据世界经济论坛（WEF）的报告，预计至2027年，全球约有25%的现有工作将因自动化而消失，但同时将创造更多需要创意、策略思考与人际互动的职位。

在AI时代，人力的价值不再仅限于执行，而是转向创造与决策。员工需要具备跨领域的知识、问题解决能力，以及与AI系统协作的技能。例如，营销人员不再只是撰写广告文案，而是利用AI工具分析消费者行为，设计个性化



营销策略；医疗专业人员则通过AI辅助诊断，专注于与患者的沟通与治疗方案的制定。

其二) 从人机互相独立转变为人机协作

AI并非取代人力，而是成为人类的强大助手。人机协作（Human-AI Collaboration）已成为企业提升效率与创新的关键。例如，设计师使用生成式AI工具快速生成原型，节省时间并专注于创意优化；客服人员则借助AI聊天机器人处理常见问题，将精力集中在复杂的客户需求上。



II 要让人力真正“动起来”，不能仅靠个体奋斗或零散的培训措施，而需从政策、产业与组织层面进行系统性的策略推动。II

然而，人机协作的成功仰赖于员工对AI技术的理解与信任。企业必须投资于员工培训，确保其熟悉AI工具的操作，并能辨识AI的局限性。例如，AI可能在数据分析中提供精准预测，但无法完全理解文化脉络或道德考量，这正是人类独特的价值所在。

三大策略让人力动起来

要让人力真正“动起来”，不能仅靠个体奋斗或零散的培训措施，而需从政策、产业与组织层面进行系统性的策略推动。

1 制度性再培训与再设计：

政府应扮演促进人力资源转型的关键推手。现行的职训体系应更积极结合AI与数据素养课程，并导入模组化与微学分制度，让在职工作者能依产业需求弹性学习。此外，应重新设计工作职能，让AI擅长的重复性任务由机器处理，而人力则专注于策略思考、人际沟通、判断与创新等高层次工作内容。这不仅提升整体生产效率，也能保留人力的存在价值。

2 AI素养全民普及化：

如同电脑能力成为现代工作的基本门槛，AI素养亦将成为未来就业的最低标准。所谓AI素养，不只是会操作AI介面，更包含对其逻辑、风险、偏误与伦理的理解。企业也应强化内部AI教育，将AI纳入新进员工训练与在职进修计划。例如，部分大企业已设立

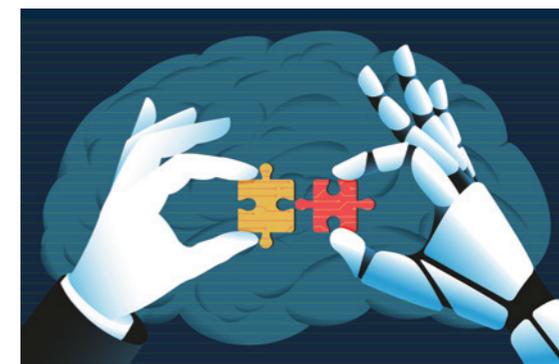
“AI活用认证制度”，要求全体员工理解基本AI应用原则，并依职务进行分级培训，确保AI落地的实效性。

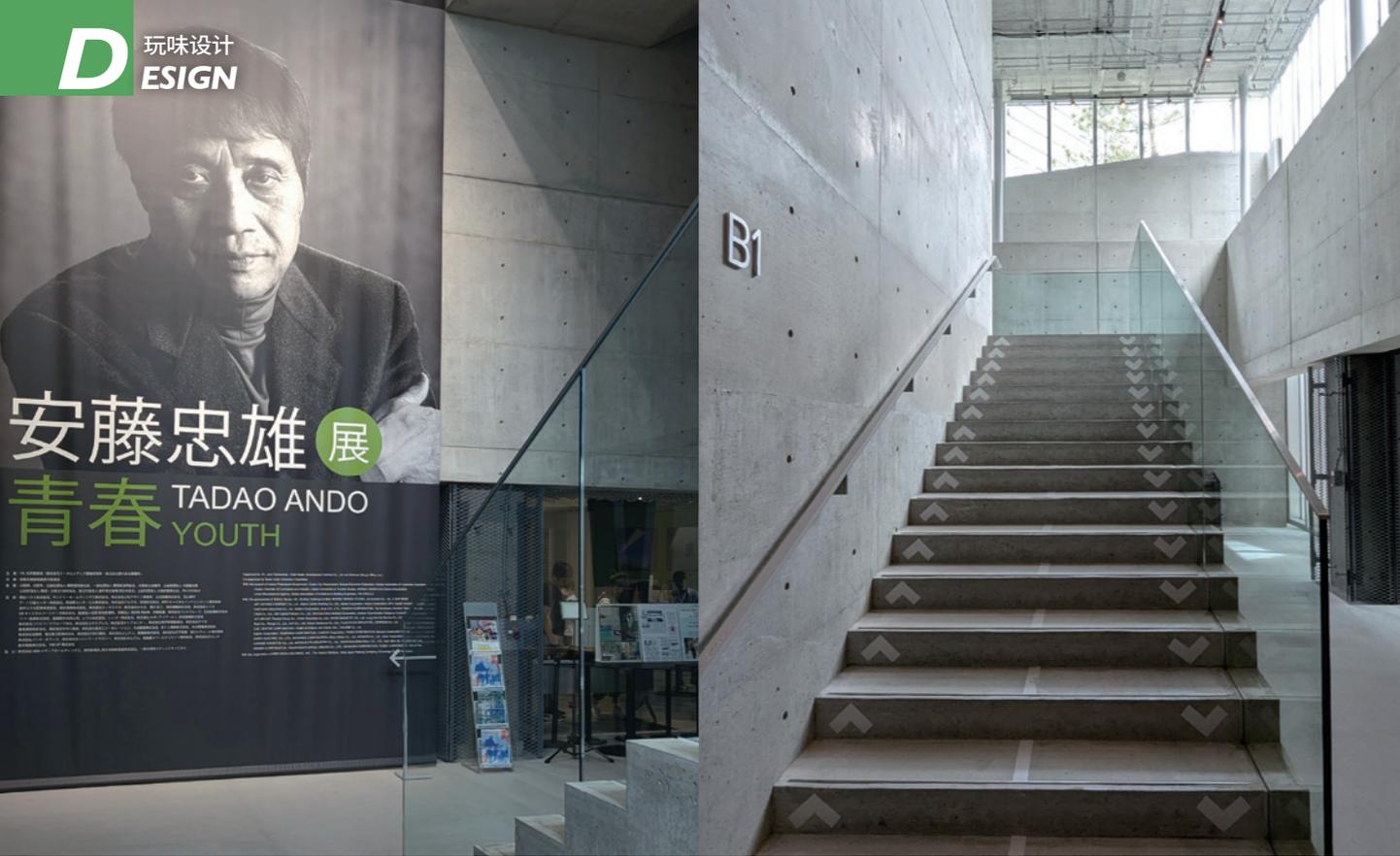
3 建立人机协作的新文化：

AI并非敌人，而是未来工作的合作者。唯有建立正确的组织文化，才能真正发挥人机协作的综效。例如，鼓励员工主动尝试AI辅助流程，分享使用经验与优化方法；在绩效评估中纳入“AI使用创新度”等指标；甚至设立“AI实验空间”让各部门交叉合作、共同探索AI应用场景。这不仅能消除员工对AI的排斥与焦虑，也能激发组织内部的创新动能。

让人力在AI时代发光发热

全员AI时代，不是所有人都要成为AI专家，而是每个人都需懂得如何与AI协作、共生与创新。当人力真正“动起来”，不只是经济数据上的提升，更是整体社会韧性与创造力的体现。在这个转型关键期，唯有人力与AI携手共进，才能开创兼具竞争力与人本价值的新世代。A





建筑设计大师安藤忠雄

以“青春”动力写下设计之诗

文/李俊明·图/PR TIMES、Joe Lee



看更多经典设计

身为最广为人知的日本建筑师，自学而成的安藤忠雄不仅以建筑名扬全球，独特的人生历程也为人津津乐道。继2017年以“挑战”为题的个展之后，近期他所设计的大阪文创空间VS.也举办一档以“青春”为题的特展，除回溯他自1969年起始的设计生涯，也为观众预告这位大师正在各地如火如荼动工的作品，展现他对建筑美学持续不懈的耕耘与愿景。

走进 大阪市区距离梅田车站不远的幽暗地下，挑高15公尺的巨大放映厅，端坐着来自世界各地的观众，他们聚精会神盯着荧幕，聆听知名演员役所广司（Koji Yakusho）与佐藤健（Sato Takeru）的分享，在回忆中娓娓道来他们对建筑大师的观察与叹服。

为什么有这么多人愿意遁入地底，掏出1,800日



大阪梅田车站附近的复合艺术空间VS

圆来看这场展览？答案很简单，所有人都是冲着安藤忠雄的名气，从世界各个角落慕名而来。

将近半世纪的时间，安藤忠雄从出身的大阪继而走向了全世界，在南韩、中国、法国、德国、意大利都留下作品。他不只接下全球各地许多美术馆、博物馆、住宅等案件委托，在他超过五十年的创作历程当中，也有多条独特创作主题，出现在作品脉络当中，一一呈现于本次回顾展，让人叹服这位建筑家与时俱进的坚持。

大阪最新作品 全览半世纪创作精华

特展地点—大阪市北区Gran Green Osaka（暂译为大阪大绿地复合计划）的艺术空间“VS.”，是安藤忠雄去年才落成启用的建筑，主体隐入梅北公园绿地之下，成为都市再生计划的重要一环。这项庞大的开发计划由野村卓也事务所（Takuya Nomura Office, inc.）与全媒体开发研究所（Total Media Development Institute Co., Ltd.）统筹运营，目前尚在分期施工，集结商业、艺术、文教、



左：83岁的安藤忠雄，至今仍保持高度创作力。（PR TIMES提供）右：安藤忠雄为北欧品牌Carl Hansen & Son所操刀的“TA001T梦幻椅”。

休憩等多重功能，未来将形成超大型崭新都会地标。

走进展场，除了可聆听由安藤忠雄亲自参与的语音导览解说与设计理念分享，观众还能浏览六十多个建筑项目以及两百多件安藤忠雄的草图、设计图纸和模型，从不同面向深入他的建筑历程。

此外，展场还能看到他为北欧丹麦品牌Carl Hansen & Son操刀的“TA001T悬臂椅”以及为意大利威尼斯玻璃品牌Venini设计的“Ando Time”沙漏，加上专卖店展示今年最新与瑞



左：长廊精选陈列安藤忠雄70件住宅等作品模型。右：借由多媒体影音，以原尺寸比例重现“水之教堂”与四季共生的和谐之美。



上：观众在挑高15公尺的展厅中，观赏安藤忠雄位于北海道的作品“头大仏殿”。下：观众正欣赏安藤忠雄改造“巴黎证券交易所”而来的“皮诺私人美术馆”。

士腕表品牌Cauny联名的两款青苹果与清水混凝土双色手表，让观众一览他的跨界才华。

整个展览分布在大约1,400平方公尺的地下空间，由两大主要区域组成。第一个区域是“挑战之路”和“水之教堂”多媒体影音体验。前者细数了安藤忠雄自1969年至今，长

达半世纪的职业生涯与早期重要作品。其中除包括安藤忠雄崛起的名作“住吉公寓”、“住吉公寓”，一条时光长廊也罗列着由安藤所有住宅作品精选而出的70件设计模型。

这一区另一亮点，则是借由影音多媒体，以原尺寸比例重现早期杰作“水之教堂”的装置，以北海道的自然风光为背景，让十字架漂浮水上的美景，通过满水位的静池倒影逼真重现，带领观者身历其境，感受建筑与自然共存的和谐之美。

投入地方创生 以建筑发挥社会影响力

展览第二个区域，则定调为“安藤忠雄的呈现”以及“安藤忠雄的建筑”两大主题。一方面为观众预告安藤忠雄遍布全球的最新作品，也特别为观众点出这位建筑家多年来所聚焦的“创造/培育”、“城市游击队”、“连结时间”、“直岛37周年”、“童书之森”与“来自大阪”等六大创作轴心。

此区亮点，首先是引领观众进入挑高15公尺的空间，以3D影片的鸟瞰视角，深入北海道札幌郊区的“头大仏殿”以及由巴黎证券交易所改建的“皮诺私人美术馆”等知名作品。

再来则是很值得细细欣赏的直岛计划，时

间跨度长达37年，展现安藤忠雄的毅力与执着。自从公益财团法人福武财团的福武宗一郎于1980年代末期发起构想之后，安藤忠雄完整参与其中，至今仍持续不懈。

观众可在特别制作的展场装置当中，完整观览最早期完成的“倍乐生之家”（Benesse House）、“倍乐生美术馆”（Benesse House Museum）、“地中美术馆”（Chichu Art Museum），较为近期的“李禹焕美术馆”（Lee Ufan Museum）、“山谷画廊”（Valley Gallery），以及今年五月底才开幕的“直岛新美术馆”（Naoshima New Museum of Art）等十栋直岛艺术计划精华。

这个设计与艺术计划将原本只有三千多名居民的沉寂小岛，扭转为亚洲当代艺术与建筑亮点，每年吸引高达七十万人次前来参访，可看出建筑大师长期耕耘的用心与行动力。

再来的另一看点，则是近年拓展的“童书之森”系列计划，一开始这是由安藤忠雄自掏腰包设计并建造儿童图书馆，捐赠给当地地方政府。计划自2020年的大阪中之岛首作竣工后，陆续延伸出2021年岩手县“远野”、2022



展览回溯长达37年的直岛艺术计划，如何翻转濑户内海小岛的命运。

年“神户”、2024年“熊本”等续作，2025年还宣布打造一艘行驶于濑户内海的“书之森号”船舶图书馆。

而近期安藤忠雄事务所也宣布，将在台中市秋虹谷设计一座海外版的“童书之森”，最快预计2026年完工，持续以设计之力，为儿童创造更多亲子阅读空间。



左：改造威尼斯海关大楼而来的弗朗斯瓦皮诺基金会美术馆也是名作之一。右：安藤忠雄为历史建筑大阪中之岛公会堂所提出的改造提案。



“童书之森·台中”模拟图

建筑人生互相辉映 勇气来自内在力量

不只建筑打动人心，安藤忠雄源源不绝的创作力与奋斗不懈的人生观，同样亦是观展重点，与他的作品互相辉映。

这位获得建筑界最高荣誉—普利兹克建筑奖肯定的大师表示，“我们正活在一个极度动荡混乱的时代，每个人都急着想找出『世界到底会怎么走』的答案，然而，正是这样的时局，我们更该在纷扰世道中，将注意力放在不变或不应该改变的人类文化本质与起源，这不仅需要行动力与勇气去看清时势，也需要创造属于我们的潮流，开拓新局。”

因此他特别鼓励年轻世代，“活出当下的极致，并培养能支撑你一生的内在力量，维持一种急迫感，因为你正在创造着未来。”

而对于不再年轻的世代，他也认为不能再远远当个旁观者，“就算逐渐老去，还是该保持精神的年轻，只要还继续追寻着希望之光，设定好目标，你就能活在一种青春的状态。”

因此观展走访至此，观众终于明白，为何这次展出要以“青春”为题，而展馆草坪上巨



经常在安藤忠雄作品中出现的青苹果，象征永不停歇的青春与斗志。

大的青苹果雕塑，完美蕴藏了安藤忠雄的人生哲学。

青苹果的“青春”象征，来自美国人道主义者与诗人萨缪尔·乌尔曼（Samuel Ullman）的诗句——“青春不是年华，而是心境”（Youth is not a time of life, it is a state of mind），安藤忠雄对此深有所感，也期许所有人永保年轻心态，充满冒险精神。

对这位已年届83岁的大师来说，“年纪不会改变任何事，目标总是活得像青苹果那样，持续自我挑战，永远不完全熟透。”

而这种深刻的信念，正是他永保创作与奋战动力的秘诀。A



深入地底的展场面积广达1400平方公尺



中医治鼻炎有良方

从内而外 双重并行

文/陈盈光·结合现代研究临床中医师



看更多健康常识

过敏性鼻炎为常见病症之一，不仅影响生活品质，亦常与气喘、鼻窦炎等疾病共病。中医认为其成因与体质、环境及生活习惯息息相关，治疗上除症状控制，亦重视体质调理与病机辨证。本文从中医观点探讨过敏性鼻炎的类型、治疗方法及生活调养之道，提供一条安全有效的改善之路。

过敏性鼻炎的盛行率约为20~30%，并且正在逐年增加，城市化以及空气污染则是重要的诱因。过敏性鼻炎常见的症状有打喷嚏、鼻塞、鼻子痒、流鼻水；过敏性鼻炎的小朋友常会因为鼻子太痒，常常去揉

去抠鼻子因而造成流鼻血，有时也会因为眼睛痒痒的，经常揉眼睛而造成黑眼圈。

除了上述症状，另外其他常见的合并症状还有头晕头昏、睡眠质量不良、注意力不集中等等。

鼻炎症状与类感冒比一比

过敏性鼻炎的症状跟感冒很类似，差别是过敏性鼻炎的持续时间比较长，可以长达数周到数月，而感冒时程通常不会超过7天；过敏性鼻炎的鼻分泌物通常是透明的水状，而且不会发烧，而感冒的鼻分泌物黏稠度比较高，有可能发烧。

过敏性鼻炎与气喘有高度相关；近八成的气喘病患有过过敏性鼻炎的症状，而近四成的过敏性鼻炎的患者患有气喘，两者都是跟免疫球蛋白E (IgE) 有密切的关系的疾病。另有研究指出过敏性鼻炎与鼻窦炎、咳嗽、中耳炎、结膜炎、注意力不集中过动症、妥瑞氏症候群等疾病有相关性。

过敏性鼻炎跟体质有关，也跟生活环境有关系。当身体状况不好，加上生活环境不良或者是生活习惯突然间改变，例如：搬家、换工作等，接触到过敏原，就容易引发过敏反应。

常见的过敏原有尘螨、蟑螂、灰尘、花粉、宠物毛发、油漆等等。

中医在急性与缓解期的不同处方与疗效

古代也有过敏性鼻炎这样的疾病，以前叫做“鼻齄”、“鼻塞”，认为这个疾病的产生原因分为两个，一个是体质不好，最主要跟肺、脾、肾有关；另一是外在的因素，跟受风寒、饮食不当、接触有害物质有关。所以，治疗这个疾病除了要避风寒、控制饮食跟避免接触有害物质，平常身体强健也是相当重要，所以除了急性期给予症状控制的药物外，缓和期也会给予调理药调理体质。

目前西药能控制急性症状，但仍有少部分的患者对常规治疗无效或是有嗜睡疲倦等副作用，因此需要有其他安全有效的替代疗法。现在研究发现，有些中草药可通过调节发炎因子和免疫功能改善过敏性鼻炎。

// 过敏性鼻炎的症状跟感冒很类似，差别是过敏性鼻炎的持续时间比较长，可以长达数周到数月，而感冒时程通常不会超过7天。//



比较值得注意的是，研究发现并不是只有清热解毒（抗炎）、活血（扩张血管）等符合现代理论的中草药有效；依照辨证论治给予处方有更好的效果。

在急性症状明显的时候，最重要的是控制症状。除了口服第二代抗组织胺、类固醇鼻喷剂，针对风寒性的急性症状，可以使用小青龙汤、苍耳子散。研究发现小青龙汤、苍耳子散能缩短鼻塞及流鼻水的持续时间，具有收缩鼻黏膜血管、减少水肿以及渗出，具有抗炎抗菌的作用；在结束治疗之后，进行1-3个月的追踪，发现有较低的复发率。另外，针灸印堂、迎香，也有立即性的改善鼻塞、止鼻水的作用。中医也有局部疗法，辛夷滴鼻液、鼻喷剂、苍耳子鼻油膏及熏蒸疗法。

在缓解期的调理中，目标是在减少复发以及逐渐减少药物的使用。研究指出补益类的中药有很好的疗效，例如：桂枝汤、玉屏风散、补中益气汤、金匱肾气丸等，有部分中药研究证实有调节免疫的作用，如常听到的黄芪，就有调节免疫抗炎的作用；这些方剂分别是处

理病势病程的不同阶段，要中医师判断才有办法精准给药。

至于要吃多久会有效？急性期约莫服用一到两周即有症状改善，要持续吃多久要看病况而定。有极少部分的人会有心悸、失眠跟口干、食欲不振等不良反应，但是这些症状是暂时性的，不需要其他的医疗干预。

中医过敏性鼻炎四大类型

中医将过敏性鼻炎的临床症候大致为“肺经热证”、“肺气虚寒证”、“脾气虚型”、“肾阳虚型”四型，在看中医之前也可以先了解：

肺经热证	其常见临床症状为流涕、痒、鼻塞、打喷嚏，鼻粘膜肿胀，伴有咳嗽，咽喉痒，舌红苔白。
肺气虚寒证	表现为鼻塞甚重，遇冷不断加重，气短，语声低，面色苍白。
脾气虚型	表现为打喷嚏、鼻痒，劳累后症状加重，腹胀便溏，舌白苔等症。
肾阳虚型	表现为鼻痒打喷嚏剧烈，伴随腰膝冷痛症状，夜尿增多，舌质淡白。



II 在缓解期的调理中，目标在减少复发及逐渐减少药物的使用。研究指出补益类的中药有很好的疗效，例如：桂枝汤、玉屏风散、补中益气汤等，有部分中药研究证实有调节免疫的作用。II

过敏性鼻炎的人该注意哪些问题？

过敏性鼻炎与环境、生活习惯大有关系，以下整理出常见问题与解决方法如下：

☑ **湿度 / 温度：**室内的湿度应该保持在30%到50%，室温25°C到27°C，以减少霉菌以及尘螨增生。

☑ **居家环境：**沙发椅、寝具、墙面、天花板，要常用吸尘器清洁，如有HEPA滤网更好，除了可以过滤灰尘还可以过滤尘螨。每周以55°C以上热水清洗寝具，使用防螨材质床罩。



具有抗发炎、抗氧化的作用，对于过敏性鼻炎也有帮助。

Q1 过敏性鼻炎的患者能运动吗？

保持规律的运动习惯，能够增进健康、减轻压力，但是要记得避开适当的运动环境，例如像通风不良的地下室，或者是水质不良的游泳池。

Q2 过敏性鼻炎的患者该怎么吃？

避免禁止垃圾食品、高油高盐烹煮的食物、不新鲜的食物。饮食多样化，适量摄食深海鱼、天然发酵的食物补充益生菌，例如：泡菜、味噌、优格等。蔬菜、水果、香料、茶多

Q3 鼻塞严重的时候怎么办？

使用蒸气机或是热毛巾敷在鼻子上，可以缓解症状。最好是直接洗个热水澡，洗澡时整个空间就像蒸气室，热的蒸气能让鼻子通畅，让鼻涕更好擤出来。

另外尽量不要吃冰、要吃生冷、不要吹冷气、注重保暖，避免冷气刺激呼吸道。急性鼻塞的时候可以针灸迎香穴跟印堂穴，可以促进血循快速缓解鼻塞症状。

Q4 空气污染严重的时候该怎么办？

尽量避免出门，紧闭门窗并且使用空气净化机；如果一定要出门的话记得戴口罩并且在鼻孔里涂少量凡士林保护鼻黏膜。A

醒
昇
震
旦



震旦家具Joy沙发



设计师将企业价值和技术成果融入空间

震旦家具×倍络得

总部升级设计， 塑造多元活力的品牌形象



一对一咨询详情

图·文 / 震旦家具

倍络得（上海）国际贸易有限公司是一家专业的建筑锚固系统解决方案公司，始终专注于建筑锚固领域紧固件系统的研发、制造、销售。秉承匠心精神，以高质量的产品及全方位的服务，在业界树立了良好的口碑。产品领域包括高端建筑、幕墙、轨道交通等，合作伙伴包括华为、中微半导体、香格里拉、上海中心、中国平安、华润置地等，为了提升员工幸福感，倍络得携手震旦家具打造全新升级的中国总部办公室。

该项目位于上海市嘉定区，随着企业业务和团队扩大，萌生了许多新的需求。本次办公室装修升级更注重团队协作，商务洽谈。

震旦家具解析倍络得的愿景“以科技利社会以产品利万家 以创新利员工”，能够不断适应变化，打造创新且专业的办公场域。

在办公空间规划中，选用白色为主旋律，



企业文化墙将访客引导至由Puffy沙发营造的休闲接待区



开放式工位布局让不同部门高效协作

搭配木纹地板，彰显空间的简约与纯粹，也恰到好处地显现出企业沉稳低调的风格。办公家具则选用红色、灰色、蓝色作为点缀，注入创新活力的元素打造符合企业文化的专属办公空间。

许多有价值的创新，大多是灵光一现。为了促进团队协作，打破单一的工位布局，震旦提供Swift Hub媒体吧桌，搭配Moca Wood吧椅，安装电视投屏，让同仁在个人专注与团队协作之间轻松切换，鼓励有计划性或即兴地分享交流。

空间中的软隔断，也可以是办公室的风景线。Swift Frame取代厚重、封闭的墙体，以更加轻巧的姿态划分空间，既可以用作收纳衣架，也可以展示趣味摆件，整体易于拆卸重组，更可以节约装修经费。主管桌选用Up!升降桌和Yoga人体工学椅，站或坐，自由选择，抛弃“一坐到底”的单一办公模式，选择更健康的状态。

震旦家具秉持“以人为本”的理念，提供activa灵动办公解决方案，协助企业打造敏捷办公场域，让工作更得心应手！**A**



Swift Hub 拥有电源模块，支持随时发起团队协作



Swift Frame架系统既满足收纳，也可以用作空间隔断



重塑高效安全办公新标杆

震旦精英碎纸机焕新登场



一对一咨询详情

图·文/震旦办公自动化

震旦办公自动化2025年全新升级精英系列碎纸机，以德标P5级保密认证（碎纸尺寸 $\leq 2 \times 12\text{mm}$ ）、智能防护系统、高效的连续处理能力、超大纸仓容量为核心突破。三款主力机型——精英AS1405、精英AS2205、精英AS4305，覆盖从日常文件到机密资料的销毁需求，重新定义办公安全与效率标准。

安全升级：德标P5级保密与智能防护 双保障

● 全系搭载5级保密技术

精英AS1405、精英AS2205、精英AS4305沿用德标P5等级保密，碎纸尺寸 $\leq 2 \times 12\text{mm}$ ，接近米粒大小，单张A4纸生成超2000个颗粒，确保敏感信息无法复原。其中精英AS4305支

持交叉切割+微粒粉碎，可碎卡片及CD等特殊介质，安全性远高于条状切割，同时加配4位密码锁设计，双重保护待碎资料私密性，满足金融、法律等高密场景需求。

● 3重智能防护杜绝隐患

① **过热/过载保护**：实时监测纸张量，指示灯提示并自动停止运行，避免卡纸烧机。



精英AS4305可碎卡片/CD

- ② **自动退纸**：异物入侵或纸张超量时，自动反向退纸。
- ③ **自动休眠**：精英AS2205/精英AS4305静止20分钟后自动断电，进入休眠状态，兼顾节能与安全性。

AS2205提升至220张/次，精英AS4305更达到430张/次，全自动进纸并具备别钉功能，省去人工分拣，大批量文件处理时长压缩至分钟级。

效率革新：要「够用」更要「畅快」

● 连续运行时间延长

精英AS1405/精英AS2205/精英AS4305满负荷连续碎纸时间分别达到60分钟、60分钟、480分钟，集中销毁也无需担心机器过热故障。

● 碎纸能力突破性提升

精英AS1405支持自动碎纸140张/次，精英

人性化设计：让安全运维“零负担”

碎纸仓容量升级至19L（精英AS1405）、32.2L（精英AS2205）、53L（精英AS4305），以精英AS4305为例，可容纳5000张以上碎屑，每月仅需清理1~2次。抽拉式碎纸仓搭配透明观察窗，碎纸量一目了然。

当每份文件都能被高效、彻底、无感化终结，办公安全才真正成为企业发展的助推器。如何兼顾「安全」与「高效」，震旦精英系列碎纸机或许正在给出最优解。A



2*12mm碎纸尺寸



灵光

新石器时代玉器特展 Jade Treasures of Late Neolithic Period



震旦博物馆新展

灵光：新石器时代玉器特展

图·文 / 震旦博物馆

上海震旦博物馆于2025年5月16日起在五楼古器物学研究中心展厅开展“灵光：新石器时代玉器特展”，共计展出两百余件玉器精品，覆盖红山文化、良渚文化、龙山时期及齐家文化，呈现新石器时代“四大文化谱系”的玉器之美。



看更多精彩活动

2025年的“5·18国际博物馆日”，国际博物馆协会（ICOM）将主题定为“快速变化社会中的博物馆未来”（The Future of Museums in Rapidly Changing Communities）。震旦博物馆一如既往在这个博物馆的节日推出系列活动，包括免费向公众开放，策划特别主题的“白领之夜”讲座与非遗工作坊以呼应对“非物质文化遗产”与“青年力量”的关注。

其中最精彩、最亮眼的莫过于馆内玉器展

览推陈出新，不仅于三楼历代玉器展厅换展了18件玉器精品，五楼古器物学研究中心展



展厅现场



厅更是隆重推出全新大型展览“灵光：新石器时代玉器特展”。这幅从器物形制出发引领观众逐步深入理解玉器所承载的早期文明精神的“长卷”，在收获诸多好评的同时，也助力震旦博物馆在今年“5·18国际博物馆日”当日参观人数达到5,554人，创历史新高。

新石器时代晚期是中国古代玉器发展史上的第一座高峰。当时的先民已经掌握了玉石加工技术，并能使用简单工具制作出精美绝伦的玉器。此时的玉器，除了有生产工具、装饰佩戴的功能之外，还被赋予了神秘的信仰意义，与社会等级密切相关；且在材料选择、工艺制作、造型设计、纹饰琢磨等方面都达到了很高的水准。在辽河流域、黄河流域和长江流域，都形成了各具特色的玉文化，呈现出百花齐放的繁荣景象。

新石器时代最为核心、拥有兼具时间深度

与空间广度的“玉器工业”的“原生型”玉文化区主要有四个，分别为以红山文化为代表的东北系统；以良渚文化为代表的东南系统；以龙山时期玉器为代表的北方系统；和以齐家文化为代表的西北系统。

“灵光：新石器时代玉器特展”共分为两大部分，第一部分展示新石器时代四大区域玉器的造型及艺术特征：通过有序呈现各文化的玉器发展，引导观众对比熟稔器物功能与设计的协同演进；而各文化器物群的并置，则给观众提供了直观感知新石器时代晚期“多元并存”的文化格局的对话空间。

展览第二部分则侧重“微观”视角，重点展出红山文化玉器中的典型器物，并依托博物馆的研究积累，对各器型结合其文化语境进行阐释，从而邀请观众近距离欣赏先人的无尽想像力的同时，进一步了解当时的生活习惯与价值信仰，加深对玉器文化的理解。

琢玉成器，观古知今。本次“灵光：新石器时代玉器特展”将在震旦博物馆五楼古器物学研究中心展厅持续开展。特展限定印章、限定版画体验和专题讲座等一系列丰富的活动也已陆续登场。震旦博物馆诚挚邀请各位观众能时常来到黄浦江畔的文化宝盒，一同感受中华文明起源时闪烁“灵光”。**A**



红山文化 玦形玉龙

后石家河文化 神人玉饰



国际博物馆日展厅现场



元代·青花八棱葫芦瓶
此器的主纹绘于较宽的器面上，留白的棱边犹如边框一般，使纹饰独立而鲜明。（图一）

认识元青花瓷专题——形纹设计 ⑥

元代青花多棱器型的设计

文/吴棠海·图/震旦博物馆

元代青花的造型颇为丰富，既有中原本土的传统器类，也有草原民族的特殊风情，或是配合市场需求，吸收异国元素而产生的新形制，如多棱形的器物即是受到伊斯兰文化影响的产物。

根据 古代文物的对比研究，元代多棱形青花模仿自中亚、西亚的金属器，具有六棱或八棱之变化，表面纹饰配合器

身的转折和宽窄弧度而设计，本文选取葫芦瓶、梅瓶、宽口梅瓶、狮钮执壶及双狮耳罐五类，说明它们的特色。

一、葫芦瓶八棱设计

葫芦在中国传统社会里具有吉祥的意义，元代景德镇窑场模仿它的形状制作青花葫芦瓶，体型偏大，器身有圆形和八棱形两类。

例如图一为震旦博物馆的藏品，此器的瓶口小，上腹部较窄，下腹部较宽，中间收腰为葫芦状，瓶底内凹为浅圈足，器壁从口沿至足底皆做成八边形，表面布满青花纹饰。

口沿勾勒龟背形锦纹，上腹部为壶门纹边框内填杂宝纹、折枝花果及壶门纹边框内填如意云头莲花纹，束腰处环绕一圈斜格锦纹，下腹部以二圈壶门纹边框内填如意云头莲花圆珠纹搭配虫鸟花卉为饰。

折枝花果和虫鸟花卉纹都画在比较宽阔的器面上，器壁转折处的棱边留白，犹如白色边框一样区隔不同的块面，使棱边两侧的纹饰独立而鲜明。

二、梅瓶八棱设计

梅瓶是中国传统品类，以圆形器身为主，到了元代青花瓷里，既有圆形也有八棱形的样式。

例如图二为震旦博物馆的藏品，此器的瓶口小，口沿凸唇，颈部短窄，肩部丰圆，腹部硕长且上宽下窄，器底内凹为浅圈足，器壁从口沿至足底皆做成八边形，表面以青花为饰。

梅瓶肩部勾勒卷草纹，上腹部和下腹部绘画四个如意云头形边框做为开光，开光内部填入折枝花卉。瓶腹中间环列四个菱花形开光，开光内部绘画梅树、松树、柳树、灵芝及鸳鸯莲塘等图案，开光外侧以卷草纹补白。

这三层开光都以器壁转折的棱边为中轴左右铺展，上中下三层交错排列，彼此之间产生棱面共用的关系，整体布局富有变化。



元代·青花八棱梅瓶

三层开光以转折的棱边为中轴左右铺展，彼此交错排列，产生棱面共用的关系。（图二）

三、宽口梅瓶六棱设计

宽口六棱梅瓶是以传统梅瓶为基础所做的改变，瓶身模仿伊斯兰金属器，做成六角形的样式。



元代·青花六棱宽口梅瓶

上下两层如意云头形开光采棱边共用设计，中层的菱花形开光则为棱面独立之形式。（图三）

例如图三为震旦博物馆的藏品，此器呈盘形口、颈部短、肩部斜溜、腹部深长之状，瓶身腰部以下收窄，器底微向外撇，底下具有圈足，器壁从口沿至足底皆做成六边形，表面布满青花纹饰。

瓶口是斜格锦纹，颈部至肩部为壶门纹边框内填折枝花卉，腹部分为上中下三层，分别绘画如意云头形边框内填海水波涛或折枝花朵，以及菱花形边框内填鸳鸯莲塘或禽鸟花卉，框外勾画细密的卷草纹。

上下两层如意云头形边框皆以器壁折棱为中轴而铺展，具有棱面共用的关系，中层的菱花形边框以折棱为分界，各自独立为区块性的设计，整体布局富有层次。



元代·青花狮钮盖八棱执壶

颈部和肩部的纹饰采棱边共用之形态，腹部主纹绘于八个棱面上，呈现独立并排的设计。（图四）

四、狮钮执壶八棱设计

元代青花执壶以传统执壶为基础，吸收游牧民族和伊斯兰文物的若干元素，制作出圆体、扁身及八棱形等样式。

例如图四为震旦博物馆的藏品，壶盖呈覆盆状，顶部有狮形盖钮，壶身敞口、束颈、坠腹、圈足，左右两侧附加长流和曲柄，器壁从口沿至足底皆做成八边形，表面以壶门纹边框内填如意云头圆珠纹、蕉叶纹、回纹、折枝花卉、卷草纹、莲瓣纹及火焰纹为饰。

颈部和肩部的纹饰皆以折棱为中轴左右披覆，彼此之间做棱面共用的设计，腹部的折枝花卉与腹底的壶门纹边框则绘于两道棱边之间的器面上，形成各自独立的区块式组合。

五、双狮耳罐八棱设计

双狮耳罐是元代青花的主要品类之一，因为罐身两侧附加一对立体状的狮面器耳而得名，也有圆身和八边形的变化。

元代·青花八棱开光双狮耳罐

颈部和腹部主纹都绘于八个棱面上，折棱处留白，犹如白色边框一般凸显不同的纹饰主题。（图五）

例如图五为震旦博物馆的藏品，此器呈盘口、束颈、斜肩、鼓腹之状，器底内凹为浅圈足，双耳已经残佚，表面以菱花形边框内填松、竹、梅、莲塘、鸳鸯所构成的园景图为主纹，搭配斜格锦地、折枝花卉、卷草纹及壶门纹边框内填如意云头圆珠纹等附属性的纹样。

大罐颈部和腹部的主纹都安排在两道折棱之间的器面上，留白的折棱如同白色的边框一样，区隔左右相邻的纹饰，凸显不同的纹饰内容。A



元代青花多棱器型的纹饰安排与器壁折棱息息相关，透过棱面共用和独立铺排的交错运用，产生多元性的变化。下期将以大型青花盘为题，介绍此一品类的形纹设计。



BOOK
震旦博物馆
出版丛书介绍
战国玉器

战国 时期是一个变革极大的时代，而战国玉器在造形、纹饰及形制功能的演变上，正可反映出这个时代的特点。本书由北京大学考古文博学院孙庆伟副教授所执笔，书中收录震旦博物馆与其他公私收藏的战国玉器三百组件，内容分为礼瑞用玉、丧葬用玉、佩饰用玉、人物造形、饮食用器、嵌饰用玉、兵器用玉、似玉材质及改形玉器等类，数量丰富，形纹精美，并且包含许多罕见的精品，值得爱玉者细心阅览与购藏。A

【内容精选】

- 1、本书按照形制功能分门别类，各项品类再依早、中、晚期的时序编排，使读者轻松掌握战国玉器形纹演变的发展过程。
- 2、作者以大量的出土资料为依据，深入浅出的分析战国时期在礼瑞用玉、服饰用玉及丧葬用玉的变化，引导读者了解战国玉器的历史意义。
- 3、运用多重角度的拍摄、成套分拍的方式，以及拓片的辅助，来展现战国玉器的精工之美。

• 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》《明永乐青花瓷鉴赏》《明宣德青花瓷鉴赏》

• 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》《钴蓝至宝：认识青花瓷》

• 书籍销售点

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

三民书局、汗牛文物艺术书店、华典文物书店、乐学书局、榕林文物书店、CANS艺术新闻杂志、蕙风堂、世界书局、库存书书社

- 大陆地区（博物馆商店）：
86-21-58408899转606
- 台湾地区：
886-2-2345-8088转1721
- 官网：www.auroramuseum.cn



战国晚期
龙形玉佩



战国早中期 玉瓿



战国中期 镂空龙凤纹玉佩

07
JUL

馆藏精粹赏析

文 / 吴荣海 · 图 / 震旦博物馆



元 青花缠枝牡丹麒麟纹双鳃鱼耳大罐
高54公分 / 震旦博物馆提供

元代青花以进口的苏麻离青料绘画纹饰，经过高温还原焰的作用，颜色深浓靓丽，十分美观，本期所要欣赏的青花大罐即是此类作品。

罐口 呈盘形，颈部短，并有一周白色凸棱，肩部朝下倾斜，左右两侧附加一对鱼形双耳，罐腹圆阔，腰部以下收窄，器底内凹为浅圈足，足底刮釉露胎，器身布满青花纹饰。

盘口外侧勾勒龟背形锦纹，颈部环绕波涛海水，肩部以鱼形器耳为分界，正背面各绘一只麒麟游走于瓜果藤蔓之间。大罐腹部以缠枝牡丹为主纹，花朵硕大饱满，枝条回旋曲绕，叶片迎风摇摆。主纹下方环绕一圈斜格锦纹，近底部排列壶门纹边框内填如意云

头莲花圆珠纹。

此器的纹饰采用粗笔和细笔绘画而成，笔触流畅自然，牡丹花瓣的边缘留白，借此区隔重重叠叠的花瓣，钴蓝色泽深浓如蓝宝石，并有自然凝聚的黑疵斑点，属于高铁低锰之钴料在高温还原焰中的表现，正是苏麻离青料的特色。

使用此种钴料绘制而成的元代青花瓷，大量运输到伊斯兰地区，如土耳其和伊朗博物馆的藏品里皆有相同的纹饰特征，都是元代外销青花瓷的精品佳作。A



捐赠助力，爱心育人

震旦集团向上海商学院爱心屋捐赠物资

图·文 / 震旦集团

近日，震旦办公自动化上海责任中心陈星、陈晓雯，震旦家具上海责任中心高飞一行同仁来到上海商学院，向学校爱心屋捐赠了一批实用的家具物资，为爱心屋的工作人员及学生们提供更加便捷舒适的学习和活动空间。此次捐赠活动希望以绵薄之力为教育事业添砖加瓦。

走进上海商学院爱心屋

上海商学院是一所商科特色鲜明的普通公办高等学校，前身是1950年成立的中央税务学校华东分校。学校现有奉浦、中山西路、漕宝路、国权路四个校区和福州路一个办学点，全日制在校生9000余人，教职工700余人。70多

年来，学校全面贯彻落实党的教育方针，坚持“以商立校、应用为本”办学理念，秉承“厚德博学、经世济民”校训精神，全力打造“应用型、创新性、国际化”办学特色，努力培养具有社会责任、专业素养、实践能力、创新精神、国际视野的高素质应用型商科人才。



上商爱心屋自2014年成立以来，始终秉持“爱心、奉献、透明、公开”的宗旨，致力于开展各类公益慈善活动，服务上商师生，创建和谐校园。爱心屋通过举办爱心物品领用、爱心义卖、支教活动等多种特色慈善活动来援助困难学生、培养广大学生的慈善意识、人文心理和自立自强精神。

捐赠家具，助力爱心屋升级

在捐赠现场，震旦集团的工作人员与上海商学院爱心屋的师生们紧密配合，将捐赠的设计师款沙发、座椅、柜子等家具物资整齐地摆放在指定位置。这些家具实用性强，与爱心屋的整体环境相得益彰。捐赠过程中，震旦集团

的代表们与师生们亲切交流，深入了解爱心屋的运作情况和学生的需求，感受到了学校对学生全面发展的重视和关怀。此次捐赠的家具物资，将进一步提升爱心屋的硬件设施，为师生们创造更加舒适、便捷的学习和活动空间，助力爱心屋更好地开展各类公益慈善活动。

携手上商，共筑教育公益未来

此次捐赠活动，是震旦集团与上海商学院携手合作、共同推动教育公益事业的一次生动实践。震旦集团的善举，希望为上海商学院爱心屋带来实实在在的物资支持，更传递震旦对教育事业的关爱与支持，体现了震旦集团的社会责任与担当。通过此次捐赠，震旦集团希望为上海商学院的师生们创造更加良好的学习和成长环境，帮助他们更好地发展自我、回馈社会。未来，震旦集团将继续秉持公益初心，与更多教育机构携手合作，为推动教育公益事业的发展贡献更多力量，让爱心与温暖在校园内外持续传递，照亮更多学子的成长之路。A



震旦月刊

AURORA MONTHLY

欢迎订阅
立即加入
震旦企微好友



- 1 免费订阅电子版《震旦月刊》
- 2 获得论坛、研讨会、展示会等活动讯息
- 3 不定期优先获得震旦相关产业讯息
- 4 增订/取消电子邮件、修改个人资料

多元平台 随时阅读



电子邮件

每月可收到
电子邮件



多屏阅读

电脑、平板、手机
皆可阅读



下载阅读

登入网站
下载电子月刊



加入读者群

定期分享
月刊文章



添加震旦小助手
享专属福利活动

- 震旦网站: <https://www.aurora.com.cn/>
- 客服热线: 400-920-6568、800-820-0168

震旦集团
AURORA GROUP

震旦办公自动化 | 震旦家具 | 震旦智能装备 | 震旦电子 | 震旦家居

震旦精英系列碎纸机

限时免费试用



扫码开启免费试用



精英AS1405



精英AS2205



精英AS4305

活动时间:即日起至7月底;活动区域:北京、天津、河北、山东、江苏、上海、浙江、福建、广东、深圳。

震旦
AURORA

上海震旦办公自动化销售有限公司 上海市浦东新区富城路99号震旦国际大楼36楼 全国服务专线:400-920-6568
Aurora Office Automation Sales Co.,Ltd.Shanghai | 36F,Aurora Plaza,No.99,Fucheng Rd.,Pudong new district,Shanghai | Service Hotline:+86-400-920-6568

灵 A U R A 光



新石器时代玉器特展 Jade Treasures of Late Neolithic Period



震旦博物馆
AURORA MUSEUM

开馆时间 10:00-17:00 / 周五延长至21:00 / 周一休馆

地址 上海市浦东新区陆家嘴富城路99号

Opening Hours 10:00-17:00 / Friday Open Until 21:00 / Closed on Monday

Address 99 Fucheng Rd., Lujiazui, Pudong New Dist., Shanghai, China

扫码关注微信公众号

Follow us on WeChat

www.auroramuseum.cn

