

提升职场竞争力的知识伙伴

震旦  
AURORA

名人讲堂

创业家——萨希·布鲁姆  
人生的五种财富

艺文飨宴

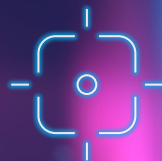
元 青地白花缠枝花卉  
牡丹纹花口大盘



1971年7月创刊·发行54年4个月

NOVEMBER 2025 十一月号 No. 652

# AI共创 营销新世代



添加震旦小助手  
享专属福利活动

未来将是一场全新的营销革命，AI协助品牌更快触达需求，  
用户共创让互动更真实，实现彼此共享、共赢。

震旦月刊  
AURORA MONTHLY

欢迎订阅

# 震旦全系列打印机

高效 稳定 智能 安全 环保



扫码了解更多详情

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

## 从AI到健康 创造平衡生活

**AI**不只是科技趋势，更是一场全新的思维革命。从创作、营销到管理，AI已渗透我们的工作日常，改变人类与资讯互动的方式。本期封面故事以“AI共创，营销新世代”为题，带您看见人机协作如何重塑产业逻辑，开启更高效、更具创意的未来工作样貌。

资深创投业者、专栏作家黄柏翰指出，AI不会取代人，而是帮助人更快思考、更准决策。从企业经营到职场应用，关键在于“懂得与AI共创的人”，他们正重新定义工作的价值与未来。

天长互动创意执行长刘沧硕则以实战角度剖析AI如何颠覆营销模式。他提出三大改变：数据更即时、内容更智能、流程更自动。通过与AI协作，营销人不仅提升三倍效率，更释放了思考与创造的能量，让策略决策更具洞察力。

除了科技，健康同样是生活的底气。本期〈乐活人生〉采访中医与营养师共同剖析“秋季养生”之道。从润肺护胃到稳定心血管，重点在“温、润、均衡”三原则。通过饮食与作息调理，强健免疫、稳定情绪，让身体在秋凉中保持活力，迎接健康无恙的冬日。

AI让我们重新学会“思考与共创”，而养生则提醒我们“停下与感受”。在高速变动的世界中，科技与人文、效率与健康都不可偏废。愿我们在这个秋天，学会与AI协作、也与自己和谐共处，在共创中稳健前行。 **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 · 2025/11/1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，分享经营管理及艺  
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。

# 震旦月刊

AURORA MONTHLY

No.652

NOVEMBER 2025



A p.16

AI时代的来临，让营销人能快速决策，并在创意与策略之间取得完美平衡。



A p.20

创业家——萨希·布鲁姆



A p.32

卡地亚珠宝设计作品——树上歇息的猎豹胸针。

## E 编辑台上 EDITOR'S WORDS

01 从AI到健康  
创造平衡生活  
文/苏美琪

## M 大师专栏 MASTER COLUMN

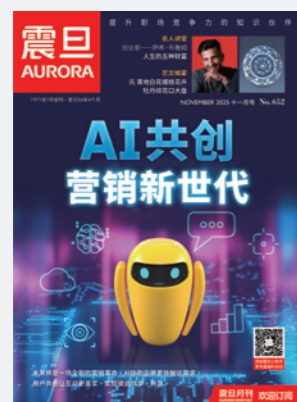
04 学习静心，  
不再被情绪绑架！  
文/赖佩霞

## M 大师轻松读 MASTER 60'

08 AI是终极营销推进器  
编译/大师轻松读

### COVER STORY

AI浪潮正席卷全球，成为人们最强大的伙伴。学会与智能协作，共创更高效、具创造力的新时代。



## C 封面故事 COVER STORY

10 与AI同行 共创未来  
序言/苏美琪

12 AI共创时代  
让科技成为你的超能力  
文/黄柏翰

16 营销人必修的AI思维  
拥抱AI共创力 让营销效率翻三倍  
文/刘沧硕

## C 名人讲堂 CELEBRITY TALK

20 创业家——萨希·布鲁姆  
人生的五种财富  
文/商业周刊出版社

## M 职场观点 MANAGEMENT

24 共创营销新时代  
AI教练领航 全面助力企业升级  
文/黄至尧

## I 创新经营 INNOVATION

28 人类与AI携手开启智能新文明  
从对抗到共生、再进化为共创  
文/詹文男

## D 玩味设计 DESIGN

32 璀璨艺术的极致  
卡地亚的百年设计传奇  
文/李俊明

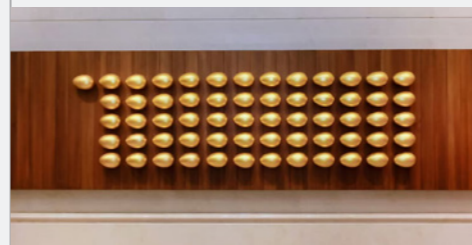
## L 乐活人生 LOHAS LIFE

36 秋日进补这样吃  
强免疫、护肠胃、顾心血管  
文/林欣怡

## A 跃升震旦 AURORA NEWS

40 震旦60·感恩有您  
传承开创 携手迈向永续经营  
图·文/震旦集团

42 拓界·再定义  
震旦家具Como沙发  
亮相上海时装周  
图·文/震旦家具



## A 震旦博物馆 AURORA MUSEUM

44 专题导读（二）——良渚文化  
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

46 认识元青花瓷专题——形纹设计⑩  
元代青花鱼藻纹设计  
图·文/吴棠海

50 震旦博物馆出版丛书介绍  
汉唐陶俑  
图·文/震旦博物馆

51 馆藏精粹赏析  
元 青地白花缠枝花卉牡丹纹花口大盘  
图·文/吴棠海

## L 爱心公益 LOVE ACTION

52 青春耀申城 公益我先行  
走近集团公益事业背后的温暖身影  
图·文/震旦集团

54 践行社会责任 情暖银发群体  
震旦集团捐赠宜福敬老院  
升级养老服务  
图·文/震旦集团



# DR. LAIPEIXIA

## 赖佩霞

文 / 赖佩霞 (天下文化出版社)

## 学习静心，不再被情绪绑架！

知名作家

当不快乐的情绪涌现，特别是愤怒当头，有几种方法可以快速让脑袋回神，不滞留在纠结的思绪上，先介绍几个静态的静心方法。



更多精彩内容

### 快速阻隔负面思绪的静心练习

善用呼吸技巧稳定情绪，相信大家都看过、听过，甚至也经验过，关键在于要愿意培养自己遇到事情时，有深呼吸的习惯，让自己冷静下来。刻意放慢吐纳的速度，将时间拉长，觉察呼吸的起落：吸——，吐——。呼吸，不可能无故间断，

因此，任何时候只要把专注力带回呼吸，马上可以唤醒自己在无意识中自动驾驶

的脑袋，回到当下。我们常说，深呼吸，是快速让情绪缓和下来的方法，也是许多宗教、文化和医学上鼓励人们自我练习减压最简单的方法之一。

从出生到死亡，每个片刻我们都持续呼吸。无论老年少，快乐不快乐，成功不成功，严格说起来，不是我们在呼吸，是呼吸发生在身上，是心灵存在于这个世界最关键的基础。换句话说，呼吸是我们与这个物质

世界的桥梁，一旦停止，将无法继续存在于现有的时空里，因此，呼吸是人活着最重要的事。

我们与这个世界之所以有所连结，靠的是呼吸。我们仰仗外部的气流进入身体，再流动出去。而身体流出去的气，继续渗入其他的物种或人的体内，我们都是活在同一条生命之流里。仔细想想，我们真的是互为一体，无法分割。宇宙气息在我们之间进进出出，无论气流、

|| 善用呼吸技巧稳定情绪，关键在于用深呼吸的习惯，让自己冷静下来。刻意放慢吐纳的速度，将时间拉长，觉察呼吸的起落：吸——，吐——。||



物质或身体，有形无形全属于宇宙整体。

### 通过简单易懂的方式，静心在呼吸上

平常我们都不太关注呼吸，然而身体却是无时无刻通过呼吸让我们的身心保持正常运作。从呼吸中，能够领悟到很多生命智慧。佛陀说：“观照你的呼吸，一进一出。”但祂却从来不曾提及吐纳之间的空隙，只说：“保持觉知。”而呼吸技巧后面的部分，我倒想在这里

介绍一下，因为这也是我最喜欢的静心之一。

呼吸静心不在于技巧，而是在于觉知它的奥秘与浩瀚。技巧不是重点，是意识到宇宙时时刻刻靠着呼吸的运作，让有形的身体得以留在当下，栩栩如生的存在于这个世界上，这是何等珍贵的体悟。有了这番领悟，人怎么可能不慈悲，怎么可能铁石心肠？

呼吸极其精致，是带领我们通往宇宙意识的门。从这一道门，我们将会进入一个

不同意识的世界。如何停留在当下？试试看。吸进一口气，到某个极为细致的“点”，气流必然会交错，转为吐气，吐到某个精密的“点”，自然会停止，再转为吸气。

现在要关注的不是吸气或吐气，而是把觉察放在更精密的吸气和吐气之间的“交错”点上，观察吐纳之间“交错”的发生，觉知它的“转化”。如此精密的运转如何发生？做这个练习，能快速转向内在探索，对于当下将有更敏锐的觉察。

## 呼和吸转化的“空隙”在哪里？

呼吸与我们的生存关系最为密切，它时时刻刻会因为时间、地点和事件在变化。我们的身体通过感官神经元，随时都在“接收”外在环境的讯息，所以才会有些时候在脑袋都还搞不清楚发生了什么事之前，身体的呼吸、神经系统已经做好调节，准备好为接下来可能的情况做出反应。

如果我们对呼吸能有更清晰的感知，不只对健康、人际关系，包括对自己才华和天赋的认识，或如何实践生命的意义等重要议题，都会从某些呼吸频率或身体感知中露出蛛丝马迹。然而，对于呼吸这件事，大多数的人几乎是毫无概念或觉察。

另外，我还喜欢练习看自己如何进入睡眠。戴上耳机放一段音乐或演讲，观察自己从哪个音符或哪句话时进入睡眠。训练自己的觉知力，清楚意识到自己是从哪个点开始入眠，过程非常有趣，也是练习提升觉知觉

察力的静心好方法。这个练习带给我许多玄妙的体验，也是我们常说，进入“潜意识”类似催眠的潜意识（Theta波），在那里与冰山下的“我”建立良好关系，开启对话的神秘时机。

静心、觉知、意识、冥想、催眠和睡眠，都是我们日常世俗以外，非常私密可以进入的奇妙世界，同时也是决定一个人快乐与否的内在真实世界。也因为在意识上的这些探索经验，我也会在夜晚时帮助自己做清醒之梦，或在睡梦中主导自己的梦境，为奥秘的睡眠世界带入一些充满创意、欢乐和有趣的气息，来调节白天与夜晚的身心灵健康。

还有一个类似冥想的静心方法。平躺下来，放松、放空，眼睛闭起来。带着缓慢深沉的呼吸品质，想像头顶上有一道很强的金色阳光，吸气时，光从头上灌入身体直到脚趾，愈慢愈好。吐气时想像黑暗从脚趾进入身体上升到头顶，愈慢愈好。

借着呼吸与冥想，想像阴

阳交替，调和内在的黑暗与光亮，深夜与白昼。这类睡前调息，让身心灵都能感受到来自金色光体的祝福，以及回归宇宙无垠的神秘浩瀚，直到进入睡眠，消失无踪。

这个静心冥想也推荐白天一早起床时进行，大约二十分钟的时间，过往我偏好晚上睡觉前，带着金色的祝福进入深度睡眠，一觉醒来通体舒畅，感受着满满的喜悦与希望。最近我早晨醒来，在时间许可下，也会做一段同样的静心再起床，发现一整天的心情还是也有明显的差异。

通过静心，渐渐看到自己生命本然的茁壮与绽放。接下来，希望能帮助你定下心来，看到自己的潜力与价值，持续成长，并找到拥有美好生命的关键。A

本文出自：《静心的力量》/天下文化出版社

### ABOUT 赖佩霞

知名身心灵作家、歌手、主持人、演员和菁英教练，丰盛的斜杠人生经历，是她最大的心灵资产。投入身心灵研究多年，不时走访世界各地探访名师，迄今出版多部相关著作，为华文地区身心灵成长领域最重要的导师之一。

// 静心、觉知、意识、冥想、催眠和睡眠，都是我们日常世俗以外，非常私密可以进入的奇妙世界，同时也是决定一个人快乐与否的内在真实世界。 //

你问我答

No. 652

《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。



Q

创业家萨希·布鲁姆提出的人生财富观念中，哪一项说法是正确的？

扫描查看更多



- A 财富是衡量成功的唯一标准
- B 人生财富包含时间、关系、心灵、健康与金钱
- C 只要拥有健康与快乐，就不需要其他财富

# AI是终极营销推进器

编译/大师轻松读



更多精彩内容



AI将会大大扭转营销方式。营销过程中的每一步都无法避开人工智能的参与。AI不会完全替代营销人，但不会使用AI的营销人将会远远落后那些清楚了解AI、并善用其威力的同业人士。

**人工**智能 (AI) 已经彻底改变营销领域，使得广告看牌和直邮广告 (DM) 等传统方法变得过时。AI使企业能够个性化营销活动、预测趋势并优化顾客互动。借由运用AI，营销人员可以扬弃广泛、千篇一律的做法，转向目标明确、数据驱动

的策略，精准满足每位顾客的需求。

从营销的角度来看，AI让营销生命周期的每一步都发挥到极致。举例来说，在还没有AI的时代，营销人会使用问卷调查、测试营销、因素分析，以及过去促销的数据等等，试着找出哪种程度的折扣转换率最佳。

有了AI，企业便可以分析特定的消费者过往行为，以便建立购买倾向基准线。接着AI便可以在其他产品品类，即时将他们的行为

纳入考量，然后送出高度个人化的提案，不仅可以留住可能流失的销售，而消费者也不会觉得自己受到差别待遇。

## AI在营销上的应用非常广泛，主要包括：

### 1 顾客区隔

AI分析顾客的人口统计特征、行为和偏好，从中识别出模式，建立动态区隔。它能持续更新这些洞察，帮助营销人员有效地量身打造营销活动。

### 2 内容个性化

AI能向特定受众提供高度相关的内容，改变品牌的沟通方式。如Mailchimp和Klaviyo等工具可以借由预测顾客行为和兴趣来优化讯息传递。

### 3 预测分析

AI预测消费者趋势和购买行为，帮助企业即时调整策略并最大化投资报酬率。

### 4 效率提升

AI自动化A/B测试和电子邮件排程等重复性工作，让团队能专注于创造性和策略性事务。

根据未来学家帕特里克·迪克森 (Patrick Dixon) 的说法：“营销将是在AI上投资最多的产业之一。绝大多数营销主管已经在使用AI，其中1/5的人将40%的预算用于由AI驱动的营销活动。因此，AI每天已经影响超过60亿个决策。未来AI的支出将从目前的240亿美元每年成长26%。”

然而，尽管AI被迅速采用，消费者对侵入式和不相关广告的不满仍然存在，主要市场91%用户认为广告愈来愈令人恼怒。不当销

售的丑闻、买家后悔和普遍的不信任感使公众对营销的观感更加恶化。AI生成的内容 (如假评论和个人化广告) 的兴起，进一步加剧了信任问题。

未来的营销将首重建立信任，提供准确、及时且相关的资讯，类似亚马逊的做法。AI工具将继续改善网站设计、内容创作和顾客服务。然而，营销必须在创新与伦理之间取得平衡，避免过度干扰，并在日益依赖数据的环境中培养消费者信任。A

# 与AI同行 共创未来

序言 / 苏美琪；文 / 黄柏翰、刘沧硕

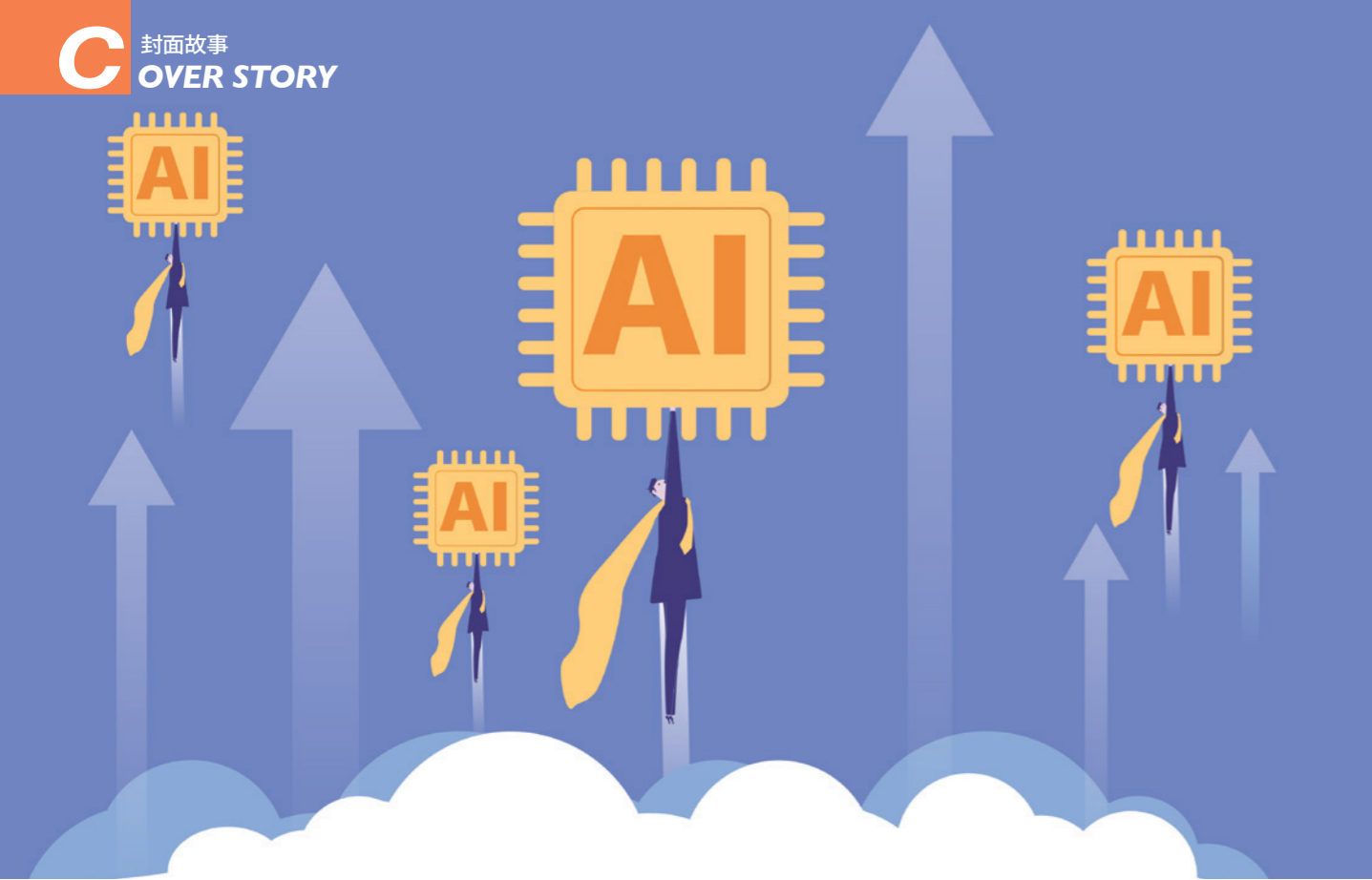
AI浪潮正席卷全球，成为人们最强大的伙伴。  
学会与智能协作，共创更高效、具创造力的新时代。



CHAPTER 1  
AI共创时代  
让科技成为你的超能力



CHAPTER 2  
营销人必修的AI思维  
拥抱AI共创力 让营销效率翻三倍



CHAPTER 1

AI共创时代

# 让科技成为你的超能力

文/黄柏翰·资深创业者、新创导师



更多精彩内容

当AI浪潮席卷各行各业，许多人担心被取代，但真正关键在于——你是否懂得与AI“共创”。AI能快速整理数据、激发创意、优化效率，但最终的价值仍仰赖人类的判断与洞察。从人资招募到产业分析，AI不再是取代，而是助力；会用AI的人，正重新定义工作的未来。

**茶水** 间里，年轻同事们正热烈讨论：“除了Deepseek、Gamma这些工具，你们还用什么AI应用？有推荐的吗？”

这场景似曾相识。20多年前网络兴起时，办公室里也充斥着类似的对话：互联网将如何改变我们的工作与生活？有哪些工具能提升效率？如今，讨论的主题从“互联网+”演进为

“AI+”，但核心命题始终如一：如何将新兴技术有效整合进既有工作流程？

## AI不是来抢饭碗的

面对AI浪潮，许多人担心被取代。但美国知名求职平台Indeed于2025年发布的研究报告，

研究报告显示，高达80%的技能仍需人类参与，仅约1%可能被完全自动化。意味着AI的角色并非取代人力，而是与人协作，通过人类提供方向与判断，最终产出是双方“共创”的结晶。

为我们描绘了不同的图景。这份报告评估了近2,900项工作技能，将AI时代下的职能转型分为四大类型：

- 最低限度转型：**高度依赖人际互动或精细手工操作的职业，如理发师、护理人员，AI帮助极为有限。
- 辅助转型：**AI扮演智囊角色，提供数据、建议与范例，但最终决策权仍在人类手中。
- 混合式转型：**AI接手重复性任务如校对、除错，人类则转为监督、验证与处理例外状况。
- 完全转型：**基础数据处理或高重复性的标准流程工作，可由AI全权接管。

研究揭示了一个关键洞察：高达80%的技能仍需大量人类参与，仅约1%可能被完全自动化。这意味着AI的角色并非取代人力，而是与人协作—人类提供方向与判断，AI提供延伸与灵感，最终产出是双方“共创”的结晶。

## 共创的第一步：精准提问

尽管AI被赋予生成内容的能力，但前提是我们必须给出明确的指令。如同使用搜寻引擎，问题越精确，答案越到位。



以撰写演讲稿为例，笼统地要求“请帮我写一篇关于国际局势的演讲稿”，AI可能生成空泛甚至偏离主题的内容。但若能具体说明目标听众是谁、演讲时长、聚焦哪个区域或议题、期望的语调与风格、是否需要搭配图表、输出格式为何，AI便能精准回应需求，真正发挥共创价值。

我在初期使用AI时，便因不懂如何下达有效指令，反而降低了工作效率。学会精准提问，是与AI协作的第一堂必修课。

## 把AI当成永不疲倦的脑力激荡伙伴

AI的价值不仅是“给出答案”，更在于“生成多种可能”。你可以要求它从不同角度、不同语气、不同结构来呈现内容，借此激发更丰富的创意灵感。这就像拥有一位永远不会累、点子源源不绝的同事陪你脑力激荡。

以我常用的Gamma为例，我的主要需求并非让它生成完整简报，而是提供多样化的排版范例供参考。根据顾客需求，我会从中挑选合适的视觉呈现方式，让专业简报更具条理、更



直观、更有说服力。AI的魅力，在于它能打破我们有限的思考边界，开展无数延伸的可能性。

### 人的判断，才是关键最后一里

AI的建议永远不等于定稿，最终仍需人类的经验与综合判断来把关。哈佛大学经济系学者Seyed M. Hosseini与Guy Lichtinger于2025年发表的研究报告，分析了2015至2025年间、6,200万名员工与2.45亿笔职缺数据。研究发现，自2023年起，导入生成式AI的企业中，初阶职位人数平均减少7.7%，中高阶人力则稳定成长。

原因在于AI确实取代初阶员工的例行任务——撰写报告、查核文件、整理数据、初步应对顾客等。但那些懂流程、有判断力、能协调沟通的资深员工，则转型为驾驭AI的角色，负责把关与决策。

这突显人类在AI时代的核心价值：从众多选项中进行综合性、全面性的考量与验证，挑出最适切的选择。而这种需要经验和专业判断的能力，正是AI无法取代的。

#### ● 实战案例一：HR的AI协作

招募季来临，人资部门通常会收到数百份履历。以往必须花费数日逐一细看，现在人资主管决定与AI协作。

**第①步 → 担任初筛助手：**人资将职缺必备条件输入AI：三年以上营销经验、熟悉社群操作、具备数据分析能力。系统快速从200份履历中筛出80位符合基本门槛的候选人，大幅节省初步筛选时间。

**第②步 → 人类进行关键判断：**AI迅速整理出每位候选人的经历亮点和技能摘要，但最终筛选仍由人资主管亲自操刀。“AI能告诉我这个人做过什么，但无法判断他是否适合我们的团队文化，”凭藉过往经验与对企业文化的深度理解，她从80人中挑出15位最有潜力的候选人。

**第③步 → 客制化面试准备：**确定面试名单后，请AI根据每位候选人的履历生成专属面试问题。这些问题提供了绝佳起点，但实际面试时，人资主管仍会依对话流程灵活调整。

**|| 人类在AI时代的核心价值是，从众多选项中进行综合性、全面性的考量与验证，挑出最适切的选择。而这种需要经验和专业判断的能力，正是AI无法取代。||**

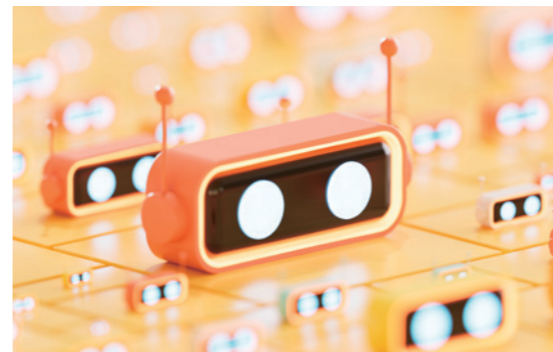
整个流程从三天缩短至一天，人资团队将省下的80%时间，专注于真正需要人来判断的部分：谁适合团队？谁有潜力？谁能带来新思维？AI负责效率，人类负责品质——这才是真正的共创。

#### ● 实战案例二：财务分析师的深度洞察

作为资深分析师，撰写投资研究报告是我的日常工作。以往光是整理数据就需要数日时间，通常得由资浅分析师协助收集数据。现在，我让AI负责汇整过去五年的产业数据：营收、市占率、技术投资、并购案等。原本需要从各种财报中逐一撷取的数字，AI几分钟就能整理完成（但必须确保数据来源的正确性）。接着根据数字生成折线图、堆叠图、散布图等可视化图表，并从AI提供的多种视觉方案中，选择最能说故事的版本。

### AI提供多角度解析，人类提供专业判断

数据图表整理完毕后，我会指示AI从不同角度解读数字与数据：财务预测、供应链风险、



地缘政治影响、技术周期变化等。我再从AI的解析中，融入过往经验、查证相关数据，并思考质化因素——产业人脉、管理层执行力、未公开的技术进度等，最终得出分析结论。

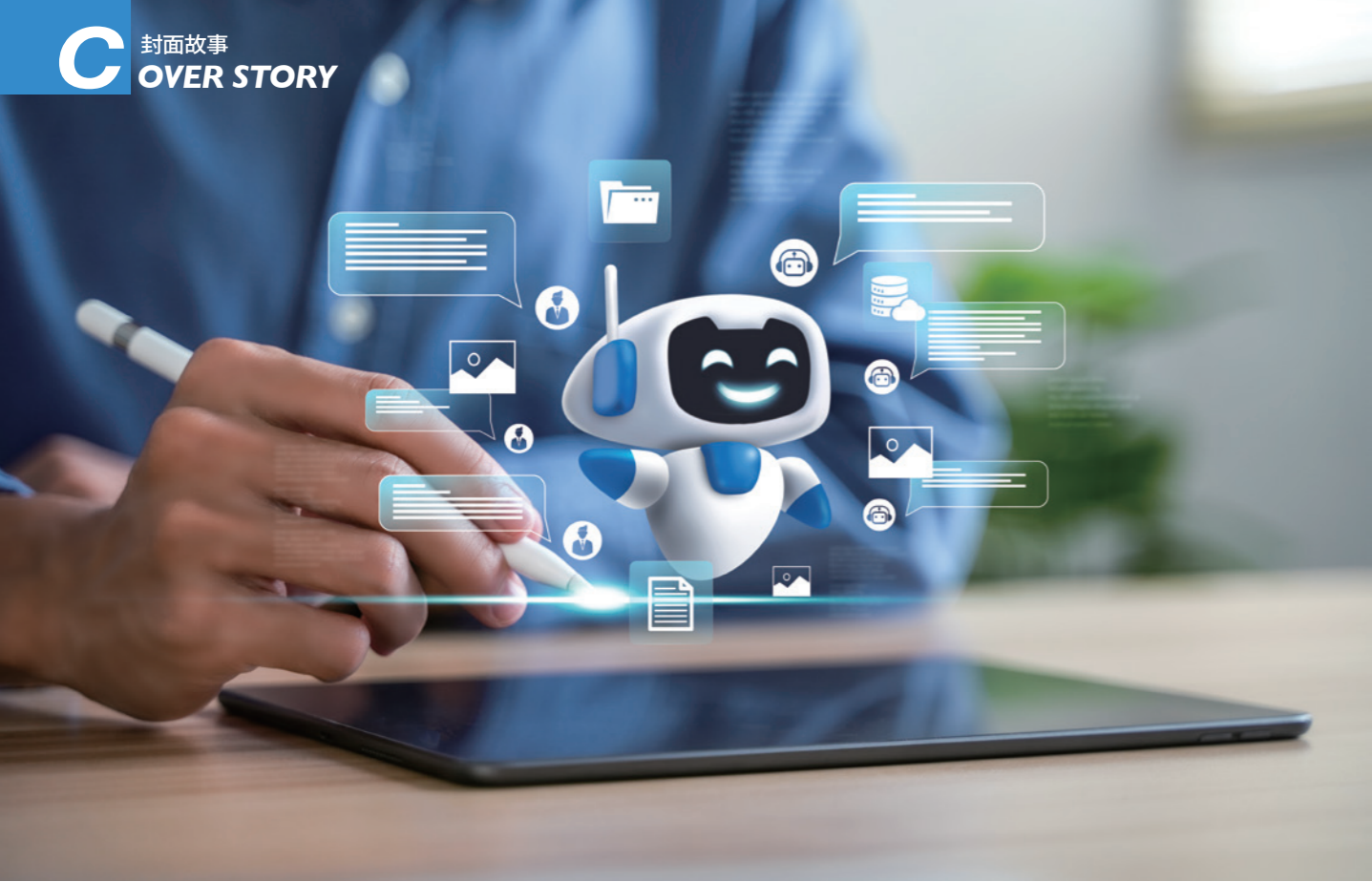
例如：虽然数据显示A公司营收领先，但基于对产业的深度理解，我可能判断B公司在关键技术上的布局更值得长期关注。这种洞察来自人的经验与判断，不是数字能直接说明的。

整份报告的处理时程大幅缩短，因为AI帮我处理了绝大部分的数据整理工作，让我能专注思考数字背后的意义。毕竟，数据会说话，但需要人来翻译。

### 懂AI，更要懂人

AI时代的工作方式，不是“人vs.机器”的对抗，而是“人+机器”的共创。让AI负责“量”——快速生成、大量选项、数据整理；人类负责“质”——判断、决策、情感、专业把关。最佳成果来自“AI的效率+人类的智能”。而三个关键能力将定义未来十年的职场竞争力，分别是：（1）学会精准提问；（2）善用AI的创意发散；（3）保持人类独有的判断力。

AI时代的竞争力，不在于谁更快学会使用工具，而在于谁能用AI放大思考、深化洞察。让AI处理“量”，让人专注“质”，这是未来职场的黄金法则。当你学会与AI对话、协作、共创，它将成为你永不疲倦的伙伴，陪你一起变强、一起前行，开启属于人与智能科技的崭新时代。 **A**



CHAPTER 2

营销人必修的AI思维

# 拥抱AI共创力 让营销效率翻三倍

文/刘沧硕·天长互动创意有限公司执行官

AI时代的营销不只是“更快”，而是“更聪明”。从数据洞察到内容产制，AI让营销人能即时探索、快速决策，并在创意与策略之间取得完美平衡。作者以自身实务经验分享，带你掌握与AI共创的核心思维，打造效率提升三倍的营销新模式。

**身为** 数字营销人，我曾经以为“共创”指的是与团队成员、顾客或消费者协作，特别是我讲授营销课程和辅导顾客过程，最常提到的就是与“消费者共创内容”，内容产出不一定都要有企业主自己产出，这样的内容更具有温度和效益，但直到AI时代来临，我才发现，最强大的共创伙伴可能不是人类，而是AI！

## 三大关键改变：数据、内容、流程全面升级

与AI共创带来的改变，体现在三个层面：第一，数据分析的革命。我再也不用等数据团队花几天或几周把商业问题翻译成技术查询。当我能与杂乱或结构化的数据即兴互动，就能快速挖掘意外发现，加速决策。

|| AI带来思考力的释放，通过与它协作，生产力提升，思考深度提升，商业结果选项提升，更重要的是，避开许多错误盲区，点亮了过去看不见的可能性。||

第二，营销内容的爆发。从文案撰写、图片生成到影片剪辑，AI成为我的创意扩大器。我不再被执行细节困住，有更多时间思考策略与创意方向。

第三，工作流程的重构。AI协助我建立可持续优化的工作系统，从数据洞察到内容产出，形成一个完整的共创循环。

AI带来的是思考力的释放、查数据力的释放、写程序抓取数据力的释放、引进策略思考架构的释放、判断力的释放。通过与它协作，我的生产力提升了，思考深度提升了，商业结果选项提升了，更重要的是，我避开许多错误盲区，点亮了过去看不见的可能性。

## 从三天到30分钟的蝴蝶效应

最让我震撼的经验，是一次季度广告成效分析。以前这项工作需要三天，第一天整理各广告平台的原始数据，第二天做枢纽分析和成效对比，第三天撰写洞察报告。现在，我只需要30分钟。我将广告投放数据上传给AI，开始进行动态探索：“这季度的投放策略有哪些关键趋势？”、“哪个受众分群的

ROAS最异常？”、“不同素材类型的转换表现如何？”AI快速给出十个初步洞察。

其中一个发现让我惊讶，某个一直表现稳定的受众分群，转换率突然下滑了35%，但因为流量占比不大，在传统报表中很容易被忽略。我立即追问：“这个受众分群发生了什么变化？”AI分析后指出，该分群的广告频次异常升高，可能造成受众疲劳。

这点是目前我最仰赖AI的部分，他常常可以在数据当中找到一些我没有思考过的维度和分析角度！这个对于常常要看数据，容易深陷数据当中，容易产生盲点，或是因为“太有经验”造成刻板印象，非常有帮助！

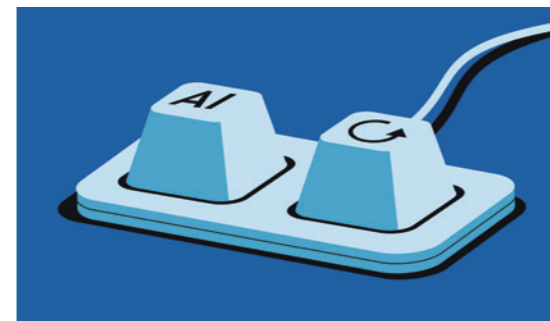
这个及时发现让我们迅速调整了投放策略，降低频次并更换素材，两周内转换率就回升了。这就是Vibe Analytics（氛围分析）的价值—不是等到季度结束看固定报表，而是随时可以问问题、找盲点、做决策。

## Vibe Analytics的实战心法

我的数据探索流程是这样的，一、先问大方向的问题得到概览，二、针对异常点深入追问或直接询问是否有异常点，三、从不同维度交叉验证，四、请AI提出可执行的行动建议。这个过程充满即兴与互动，AI不是给我一份死的报告，而是陪我一起“思考”数据背后的故事。

## 营销内容的AI加速器

文案创作从灵感枯竭到版本爆炸，在内容



产出上，AI成为我最得力的共创伙伴。我建立了完整的“营销知识库”，包含：品牌调性、目标受众轮廓、过往成功案例、竞品分析。每次需要创作文案时，我先提供这些背景脉络，然后与AI进行多轮对话。

我的实际操作是：“我需要为新产品撰写社群广告文案，目标受众是25-40岁注重生活品质的都会上班族，品牌调性是专业中带点温暖。请给我三个版本，分别强调便利性、品质感、情感连结。”AI会产出三个方向完全不同的文案，我再从中选择最符合策略的版本进行微调。

更实用的是敏感词检查功能。我会请AI帮我检查性别、年龄、族群的用词是否恰当，确保符合法规要求。同时也建立了品牌禁用词汇清单，让AI协助过滤。

### 规模化个人化：一千封客制EDM的奇迹

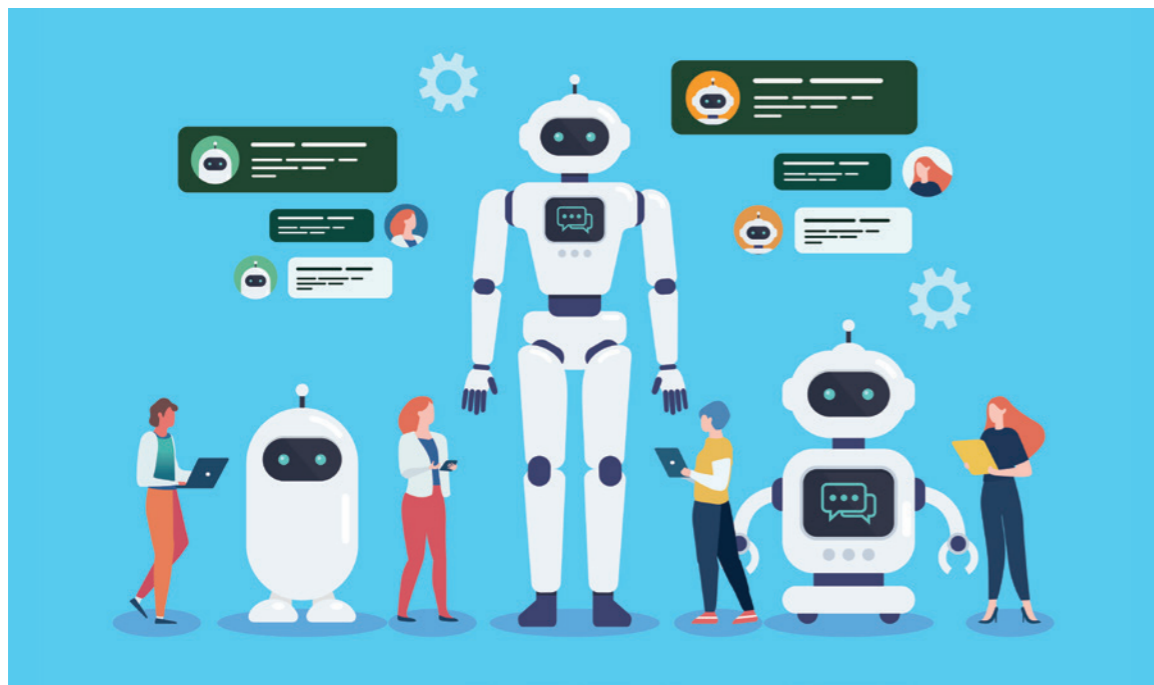
我们公司每月都固定要发送上千封给购买

LINE加值服务的VIP顾客，过往的客制化，顶多就是信件抬头、名称改为顾客的名字，但内容一样是固定格式，现在我们建立了包含顾客姓名、购买产品、购买时间的数据档，以及互动纪录，然后设计提示词范本：“根据顾客数据，撰写温暖的EDM开头问候，并且提供相关的营销文章和知识点，语气亲切像朋友一样！”

上千封的“真正客制化”的信件在几分钟内完成。结果令人振奋：开信率从15%提升到28%，点击率提高12个百分点。这证明通过AI共创，“规模化的客制化”不再是梦想！

### 图文影音：一条龙的内容生产线

我们也整合了完整的AI工具链：Deepseek负责文案与脚本，Midjourney生成视觉素材，CapCut的AI功能协助影片剪辑，Canva AI整合排版。



## // 建立自己的提示词数据库，涵盖数据分析、文案撰写、策略思考等场景，并持续优化。这个数据库就像专属自己的“AI使用说明书”，让每次协作都更有效率。//

我们目前社群贴文生产流程：五分钟用AI发想三个主题方向，选定后十分钟产出文案，15分钟生成配图并排版。一则完整的贴文从零到完成，只需30分钟内（甚至有些不经过“人工审定”，还能做到完全自动化，三分钟不到就可产出内容）。以前我每周产出五则贴文就精疲力尽，现在轻松做到15则，而且创意品质更高，因为AI帮我处理执行层面，我有更多时间思考策略。

### 工作流程的系统化重构

真正让AI发挥威力，关键是建立系统化的工作流程。我的进化经历了三阶段：



好的提示词遵循三原则：明确角色（“你是资深营销策略顾问”）、充足背景（“目标客群是都会上班族，痛点是时间不够”）、具体要求（“给我三个版本，每个50字，语气要轻松专业”）。

我建立自己的提示词数据库，涵盖数据分析、文案撰写、策略思考等场景，并持续优化。这个数据库就像我的“AI使用说明书”，让每次协作都更有效率。

### 未来建议：成为AI时代的新型营销人

如果你想开始AI共创之旅，我建议从三件事做起。

- 1 建立精简的AI工具箱：不要贪多，先精通Deepseek，熟悉后再加入Midjourney等专门工具。根据工作需求选择，而非盲目追逐最新应用。
- 2 培养提示工程能力箱：这是AI时代最关键的技能。从模仿开始，找优秀的提示词范例，理解其结构与逻辑，然后应用到自己的工作场景。现在Open AI还提供了官方提示词范本 (<https://academy.openai.com/>)
- 3 盘点并重构工作流程箱：从最耗时的任务开始AI化，记录每次尝试，持续优化你的协作方法。

站在AI共创的浪潮上，我深刻体验到这个时代的改变。从每天埋首Excel，到现在自由探索数据、快速产出内容、深度思考策略，AI让我从“做事”真正转变为“创造价值”。给所有营销伙伴的建议：不要害怕，要拥抱；不要等待，要行动；不要孤军，要共创！**A**



萨希·布鲁姆

创业家

## 人生的五种财富

图·文 / 萨希·布鲁姆 (商业周刊出版社)

在快速追逐成功的时代，我们常以“金钱”作为衡量人生价值的唯一标准。然而，创业家萨希·布鲁姆以亲身经历告诉我们，真正的富有远不止财务数字的累积。他重新定义“财富”的意义，提出时间、社会、心理、身体与金钱五大面向，引领我们重新思考：什么才是值得一生追寻的幸福与圆满。

**你是** 否认为“只要赚到足够的金钱，就能实现梦想人生”？创业家萨希·布鲁姆也曾如此深信。他是一位“人生胜利组”，曾担任私募股权基金副总裁与天使投

资人，一心追求事业成功。然而，一位久未见面的老友无心之语，却触动了他，让他反思自己是否为了追求“成功”而忽略真正重要的事。



更多精彩内容

“人们真正渴望的东西，与金钱的关系，其实远比我们想像得小，人们对理想生活的期盼，包含充裕的时间、圆融的人际关系、有目标和盼望地活、身体健康，最后才是金钱。”

于是，萨希·布鲁姆开始追寻“什么是真正的财富？”的解答，他与形形色色的人长谈，聆听他们分享人生最重要的事，从年轻的创业家到退休人士，从新手妈妈到空巢族、从富裕的律师到平凡的教师，萨希得到了一个重要的结论：我们真正渴望的东西，与金钱的关系，其实远比我们想像得小，人们对理想生活的期盼，惊人地相似，包含充裕的时间、圆融的人际关系、有目标和盼望地活、身体健康，最后才是金钱。

这个领悟让萨希意识到，过去他所追逐、以金钱为唯一衡量标准的“财富”，是多么的狭隘与片面。他将这种旧有的观念称之为“财富的谎言”（the wealth lie），并决心摆脱谎言束缚，重新定义真正的富有。

萨希提出“五种财富”的新框架，取代单一的“金钱财富”观念。用一个简单的财富健

检计算出“财富分数”，为读者盘点现状，并规划未来的五种财富。

### 拥抱人生的五大财富

#### 1 时间财富

指的是你对时间的掌控感与自由度，能按照自己的意愿安排时间，投入重要的人和事。萨希用一个简单却令人震惊的练习，让你计算出与挚爱亲人见面的剩余次数，提醒我们时间的珍贵与有限，以及如何通过建立高杠杆系统来夺回时间的主导权。

#### 2 社会财富

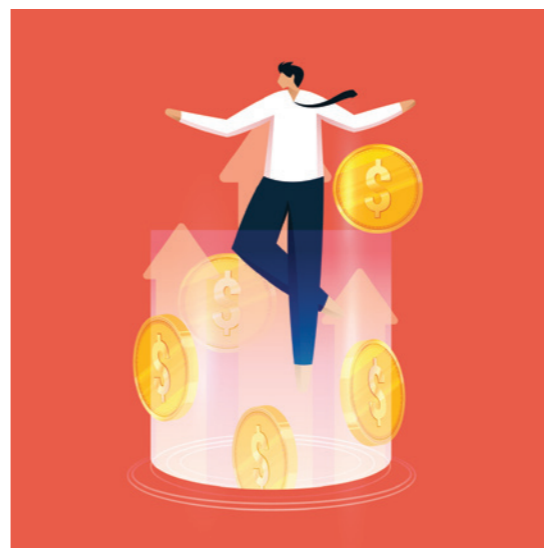
指的是你与他人的连结品质与深度。萨希用一个直白的问句：“在你人生的重要时刻，例如：葬礼上，谁会坐在前排？”这些坐在前排的人，才是真正重要的人。他深入探讨人际关系的“深度”、“广度”和“赢得地位”三大支柱，培养真诚的连结。

#### 3 心理财富

指的是持续学习、成长和拥抱好奇心的能力，以及你的人生目标与使命感。萨希提出了“目标地图”、“费曼技巧”、“苏格拉底法”等实用工具，帮助我们强化心理财富。

#### 4 身体财富

指的是你的健康、活力和身体机能。“你是否期待在八十岁寿宴上起身和你亲爱的



人共舞？如果是，你现在该怎么做？”萨希强调了身体财富的三个支柱：运动、营养和复原，并提供了具体的运动计划、饮食建议和睡眠优化方法。

## 5 金钱财富

指的是你拥有的财务资源以及对金钱的理解与掌控能力。萨希提供了建立稳定收入、有效管理支出和长期投资的基本原则，帮助理财新手打下稳固的财务基础。然而，他强调，金钱并非人生的终极目标，而是实现其他四种财富的工具。

### 生命中的各种时期

财富的五种样子有助于在生命的各种时期中茁壮成长。但茁壮成长并不是指必须达到某种乌托邦式的幸福和完美平衡。茁壮成长是关

于讯息和行为，了解每种财富的作用，思考其影响层面，并根据长期价值和目标采取适当的行动，将财富放大。

茁壮成长不是最终的状态，而是一个持续的过程。生命不会沿着时间的一条直线稳定前进。它有起有落，有自然的更迭，每个时期都有不同的需求、需要、优先顺序和挑战，必须同时拥抱好与坏。身处于当下的时期，接受它的所有不完美和机会，同时在更迭间思考彼此的平衡，才能找到成长茁壮的方法。

二十岁正值打基础时期的你，最适合的方法可能不适合三十岁时，快速成熟时期的你、四十岁建立家庭的你、五十岁寻找人生目标的你、或六十岁及以后面对退休时期的你。同样地，你后期的理想方法可能不适用于早期。人生旅程没有指南，每个人的生命都是独一无二的，对平衡的定义也是独一无二的。没有固定的时程表，可以改变、失败、学习、成长和适



**人生旅程没有指南，每个人的生命都是独一无二的，对平衡的定义也是独一无二的。没有固定的时程表，可以改变、失败、学习、成长和适应。**

应。没有必备条件，也没有对错之分。

你可能会经历职业成长时期、离婚时期、家庭变故后的调整时期、心理调适时期，或是一段新感情时期。这五种财富将在每一个时期中引导你，走过生命的高峰与最具挑战性的低谷。这是一个长久适用的理念，既能应对当前的挑战，也能指引长远的人生方向。

当经历痛苦、谷底、悲伤、结束时，总有一束光从黑暗中透出。光拥有不可知洞察力——“令人茅塞顿开的时刻”，当你看到事情的另一面时就会显现出来。当我的老朋友告诉我，在我父母去世之前，我只会再见到他们十五次时，我看到了那道光。当一位老人后悔自己从未追求生命中的热情时会看到的光；当父母在孩子已经长大，不再想要陪伴入睡时会看到的光；当一位垂死的女人终于知道孩子是唯一记得她在办公室熬夜的人时，才会看到的光。

你希望这辈子永远不会看到这些光，但生命最终会看到这束光，而现在的你需要看到这束光。你其实知道这束光的存在，你甚至知道它是什么样子。你听着故事，点点头，认同其中的道理，然后继续以同样的方式生活。

但忽视光明等于活在黑暗中。你需要对这束光采取行动，拥抱能为你的生命价值的东西。这就是人生的五种财富的全部内容：一种衡量生活的新方式，因为当你衡量正确的事物时，你就会采取正确的行动并达到最好的结果。

旅程才刚刚开始。让另一面的光照射在人生的道路上，现在就出发。萨希坦诚地分享自己的人生转折，从一心追求传统定义的成功，最终通过重新审视“财富”的定义，找到更真实、更丰盛的生活。你准备好一起踏上追寻财富之旅了吗？**A**

名人档案 |

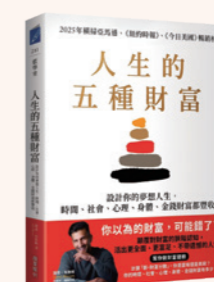


企业家  
萨希·布鲁姆  
Sahil Bloom

善于激励人心的作家和内容创作者，他的社群平台和《好奇心记事》双周电子报追随者累计逾百万。他是一位成功的企业家，是SRB控股（SRB Holdings）的创办人，也是早期SRB创投（SRB Ventures）的管理合伙人。布鲁姆毕业于史丹佛大学，获得经济学和社会学学士学位以及公共政策硕士学位。他曾效力史丹佛球队四年。

### 好书推荐

## 《人生的五种财富》



作者：萨希·布鲁姆  
出版社：商业周刊出版社

本书引导你重新思考人生的优先顺序，通过书中的练习和工具，校准人生的方向，积极累积财富，并逐步实现你理想的生活。

# AI 教练领航 全面助力企业升级

文 / 黄至尧 · 影响力教育基金会执行官、知名人资专家



更多精彩内容

专栏作者 |



黄至尧  
知名人资专家

你有没有发现，似乎人人都在谈AI，但在过去几年我们更多的是把它当作一个聪明的“工具”。但最近明显感受到AI的角色正在发生质变——它不再只是辅助，而是自主感知、决策和执行的“AI智能个体”。因此2025年也称之为“AI运用元年”。



**大环**境越来越卷，消费降级。企业最需要AI赋能的就是“营销&销售”：无论是品牌IP、顾客服务、人才培养，还是获客转化，AI都已成为核心引擎。换句话说，未来的营销，不再是“人+AI”，而是与“AI共创”。



|| AI生成影片，节省的不只是时间，而是颠覆“创作流程”，包含不用脚本会议，不用反复修片，不用真人到场；不用担心情绪、不用排通告、不用化妆师；甚至不需要花时间出镜。||

## Q1 15分钟就可以制作一则短片是真的吗？

过往我制作一则营销短片，要动员整个团队、安排摄影棚、排时间拍摄跟剪辑，从企划到成品上线，最少60天，还经常赶不上热点。今年5月，我开始尝试 AI数字人，很难想象15分钟，就生成了一条完整的影片，成本只需要原本的1/10，更让我惊讶的是上线不到几周，浏览量居然有10多万次。

你没听错，真的就是“15分钟”，比你喝一杯咖啡还要快！AI数字人全年无休，24小时

在线运营，不疲倦也不抱怨。这大概是“我”做过最努力的工作了。如果你也拥有一个随时出镜的AI分身——你可以节省多少时间？还会坚持自己上场吗？

## Q2 AI数字人分身：是新队友？还是对手？

传统的方法做IP影片，限制多，主要难点在于：一、影片产能有限，专业团队日更3条已是极限；二、成本高昂，拍摄一次动辄上万，如需多语言版本更是麻烦；三、时间成本高。

AI生成影片，节省的不只是时间，而是颠覆“创作流程”，包含不用脚本会议，不用反复修片，不用真人到场；不用担心情绪、不用排通告、不用化妆师；甚至不需要花时间出镜。

15分钟 vs. 60天，这不是工具升级，而是降维打击，你只需提供3分钟真人视频，就能1:1复刻形象、声音、动作甚至微表情，连家人都难以分辨真假。我妈看完我的AI分身影片后问我：“这是你拍的吗？完全看不出差别啊！”根据《2025 AI企业应用白皮书》世界500强企业，超过60%已部署数字员工。

以我接触过的AI数字人，在以下应用场景，都已有很好的效果，优势如下：

- **品牌发布**：虚拟AI数字主持人+3D展示，科技感拉满。
- **直播带货**：24小时不间断，不挑情绪、不挑时间，转化率媲美真人主播。

- **全球招聘：**日月光集团的数字高阶经理人，用三种语言吸引世界人才。

### Q3 销售冠军经验如何“复制贴上”给你？

培训了半天也看不到效果，感觉“听了很多理论，但遇到顾客还是搞不定。”以下是我顾客经常跟我反馈的痛点，相信你一定也有感受：

- 销冠会卖不会教，主管也没时间一对一辅导
- 销售培训上了半天，见到了顾客还是卖不掉
- 培训费时耗工，到底效果如何？无法量化？

“AI教练”实战演练，复制销售冠军，让培训不再纸上谈兵，通过学习四部曲“学—练—反—战”系统学习：

#### 第①步“学习”：

##### 模拟顶尖销售讲解流程（案例式教学）

过去销冠经验只能放在脑袋里，当AI（顾客）说『我考虑一下』你怎么回应 vs. 销冠会怎么回？

#### 第②步“演练”：

##### AI教练直接模拟各种“真实对话场景”

破冰、提问、杀价、处理异议等，AI(顾客)会直接挑战你，不会“照剧本”。

#### 第③步“反馈”：

##### 跟顾客对谈结束后，AI教练直接给你反馈“犯错清单”

哪句话没打动人/打动人？同样的情形销冠会怎么说？你的问题在哪里？

#### 第④步“实战”：

##### 将AI教练给你的反馈，运用在顾客实战

根据AI教练给你的建议你现学现卖，面对顾客应对能力提升，成交率自然上升！

- **真实案例 | 企业如何用AI教练实现销售暴涨**

#### 1 精品零售：新人成交率提升+38%

在开训的第一周，就让新人每天与AI模拟3种顾客情境，确保所有新人在“新人训”结束前，都能学会“少话成交法”的销售技巧。

#### 2 医药业务：AI提炼金句话术，人人都能成为销冠

将公司销冠的10年经验跟核心能力输入AI，通过AI教练，确保每个业务人员都能够随时练习“打破医师防御”的话术金句。

#### 3 商学院课程：用AI练简报与提案话术

9月份在知名的商学院EMBA课堂上，首次运用AI为学员设计互动场景，让学员与AI进行实战演练，并由AI教练提供一对一反馈，真正做到“刻意练习+迅速提升”，通过学习前后的分数比对，学员都有明显进步。

因为AI教练可根据不同层级员工进行学习设计，让老板清楚看到团队能力分布，精准定位辅导对象，让每位员工都有自己专属的AI教练，时时刻刻都在进步！

### Q4 广撒网还有效吗？

以前做营销，就好比渔夫撒网—越大越好、

### 传统广告 vs. AI获客，谁才是真正的核武？

	传统投放	AI狙击营销
①对象	粗略锁定人群，如“25~45岁女性”	精准标记顾客行为、浏览轨迹、偏好
②创意	一支影片打天下	根据人设自动生成，个性化推荐
③跟进	靠业务打电话跟进	AI数字人主动业务开发，随时互动
④成本	平均转化成本高	仅需传统的1/10，转化率提升25~40%

越广越好，广告预算动不动就是几百万，指望有些鱼游进来。但花了大钱，不一定有人看；看了也不一定买单。这是传统营销的痛点。

现在AI获客—从广撒网换成狙击战。精准获客不再靠直觉，而是数据驱动的AI狙击战。

高客单价的奢侈品领域，AI不只分析顾客购买记录，还记得送给谁、送什么、风格喜好。每逢节日，你都会收到“尊荣卡片”根据你的历史行为与对象偏好，量身打造送礼搭配组合。连文案AI都帮你写好，只要点击“确认”即可。用户满意度飙升到92.3%。

从单纯的营销提升到“懂我”。AI取代贴心助理做到精准、即时、情绪共鸣。未来AI获客不是帮你找顾客，而是让顾客主动来找你。

### Q5 AI不只是快，它真的能懂“情绪”吗？

AI能替代人吗？效率上，可以；情绪上，正在逼近。AI数字人15分钟的效率对传统来说是降维打击；AI教练则协助企业快速复制销冠经验，让培训进入自动升级模式；精准获客和个性化服务，正在重写顾客关系的游戏规则。

未来营销不再是“比谁更努力”，而是“比谁用AI用得更狠”。在金融、通讯等行业，AI顾问、AI客服也正在实现“主动响应、精准匹配”，这意味着AI个性化服务正逐渐成为企业的竞争壁垒。

### Q6 AI时代，营销业务最该记住的三句话？

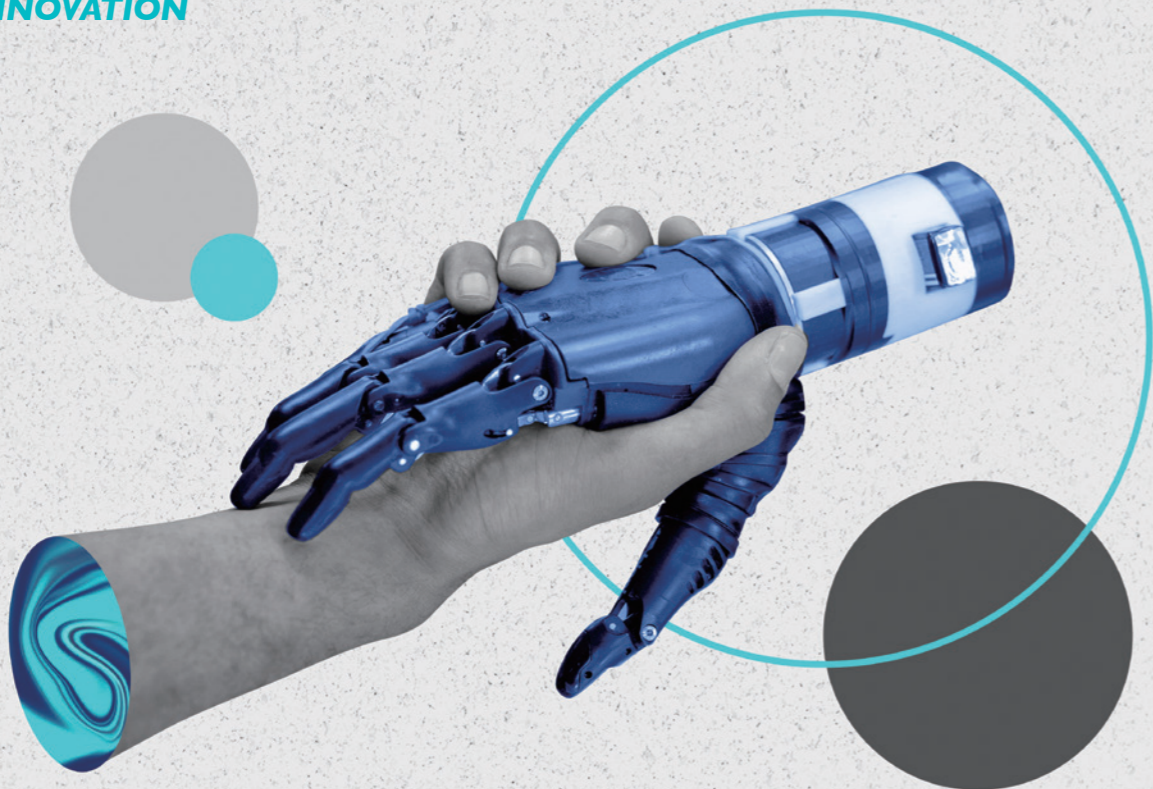
过去服务讲求标准化流程，未来的服务则需“千人千面”。千人千面就好比量身订制，是留客关键。如果你是企业负责人、营销人或者正在做个人IP，这三句话请记住：

AI不会让你失业，但不用AI的人一定会失业。

数字人分身，让你的影响力24小时在线。

未来拼的不是产品对产品，而是AI对AI。

AI共创不是选择，而是必然！从数字人IP到AI教练，从精准获客到个性化服务，AI正在以“共创者”的身份重构营销。这场变革不仅在于效率提升，更在于让营销真正回归“以人为本”，用技术更好地理解用户、更精准地传递价值。A



## 人类与AI携手开启智能新文明

# 从对抗到共生、再进化为共创

文 / 詹文男 · 现任数字转型学院共同创办人暨院长

AI的浪潮正推动人类文明迈向崭新阶段。科技不再只是辅助工具，而成为思考与创造的伙伴。AI协助我们提升效率、扩展想象、深化洞见，也迫使人类重新定义“智能”与“创意”的意涵。掌握与AI共创的能力，将是未来竞争力的关键所在。



更多精彩内容

专栏作者 |



詹文男

數位轉型學院共同創辦人暨院長

这几年当我们提起AI（人工智能）这个话题时，人们最关心的问题，往往是“AI会不会取代人类？”然而如今，真

正重要的焦点已经转变成“我们该如何与AI共创？”这代表着人类文明正经历一场从“对抗”到“共生”，再进化为“共创”的深层转变。AI不再只是冰冷的工具，而是新世代的“思考伙伴”，它能帮助我们探索未知领域、

AI让效率提升只是起点，真正的革命在于洞见的生成。过去，人类仰赖经验与直觉解决问题；而AI则能从庞大数据中找出潜在关联，提供人类未曾察觉的可能性。

重新塑造创意的逻辑，甚至重新定义“智能”本身的意涵。

应用都在宣告共创时代的来临，亦即AI不取代人，而是与人共同创造价值。

## 从“机器辅助”到“人机分工”，再到“人机共创”

过去几十年，科技的发展遵循着自动化的逻辑：人设计流程、机器执行任务。然而生成式AI的出现，打破了这条界线。现在的AI不只会做，还能想；不只模仿人类的输出，更能生成全新的内容。

例如：在设计产业，AI能协助画出草图、生成产品概念；在音乐领域，它能根据情绪生成旋律；在法律、医疗与教育等知识密集产业，AI更能作为研究助理，帮助专业人员快速整理数据、草拟报告或模拟情境。这些

## 共创的本质：从效率到洞见

AI让效率提升只是起点，真正的革命在于洞见的生成。过去，人类仰赖经验与直觉解决问题；而AI则能从庞大数据中找出潜在关联，提供人类未曾察觉的可能性。

例如：在药物研发领域，AI可模拟分子结构、预测副作用，大幅缩短实验时间；在气候模型中，AI能整合跨学科数据，协助预测极端天气；在教育场域，AI能根据学习行为给出个性化回馈。这些人机共创的场景，展现出未来知识生产的样貌：人提供方向与价值判断，AI提供模式与洞见，两者交织成新的智能体系。



## 创意被重新定义

许多人担心AI会让创意消失，事实上，AI只是让创意的定义被重新塑造。过去的创意来自从无到有；未来的创意则更可能来自从有到新，即如何在既有知识的组合中，创造新的联结与意义。

举例来说，一位设计师通过AI生成百种可能的图样，他不必从零开始，而是从AI的千百个提案中挑选与再建构，这就像与一位灵感充沛但性格多变的伙伴共舞。创意因此被扩张，不再是个人的闪念，而是人与AI之间的对话。

## 人类在共创时代的三种角色

### ① 定义者 (Definer)

AI能提出方案，但价值与目标仍需人类定义。企业在导入AI时，最厘清的不是AI能做什么，而是我们为什么要做。价值判断、伦理界线与社会影响仍掌握在手中。

### ② 引导者 (Orchestrator)

在AI大量生成内容的时代，关键能力是如何“提问”。懂得设计问题、设定限制、引导AI方向的人，才是真正的创造者。Prompt Engineering（提示设计工程）因此成为新世代的语言艺术。

### ③ 整合者 (Integrator)

AI的应用跨越领域，懂得将技术与人文、设计、商业结合的人，将成为最稀缺的跨界人才。未来的菁英，不是单一专业最强，而是能与AI共舞、整合跨域知识的人。

## 组织如何进入共创模式

企业若要迈向AI共创时代，不能只思考技术导入，更要重塑组织文化。首先，要建立开放实验的氛围。让员工能自由试验AI工具，从实务中学习应用场景。其次，要鼓励跨部门协作，因为AI应用的关键往往在数据



过去企业导入AI多以降本增效为目标，但未来更应转向共创新价值。这意味着领导者需重新设计组织架构，打造人机协作的工作流程，并培养员工的AI素养与创意思维。

整合与流程再造。最后，要导入AI伦理治理制度，确保生成结果透明、可解释，并符合企业价值。

## 教育的转向：从学知识到学共创

传统教育强调记忆与理解；但AI能回答所有问题后，真正的教育应转向思考与创造。未来的学校应该教学生如何与AI对话、如何检验AI答案的可靠性，以及如何运用AI产出新的洞见。教师不再是知识的提供者，而是AI学习的引导者。学生则学会在AI的辅助下进行人文思辨，确保科技不会抹灭人的价值。

## AI共创的挑战与伦理界线

当AI能生成文章、图片、音乐甚至决策建议，问题也随之而来：谁拥有著作权？谁为错误负责？AI偏见如何避免？这些问题提醒我们，AI共创的时代不只是技术革命，更是伦理与制度的再建构。我们需要透明的模型来源、可追溯的决策流程，以及社会共识的规范。唯有如此，人机合作才能在信任基础上发展，成为真正的“共创伙伴”。

## 政府与企业都必须进行角色重定位

对政府而言，首要任务是建立健全的AI治理框架与人才生态。这包括制定透明的法规与伦理标准，确保AI的应用兼顾创新与风险



管理；同时要推动跨部门的AI教育与再培训政策，让公务体系与劳动市场都具备与AI共创的能力。

对企业来说，关键在于思维与文化的转型。过去企业导入AI多以降本增效为目标，但未来更应转向共创新价值。这意味着领导者需重新设计组织架构，打造人机协作的工作流程，并培养员工的AI素养与创意思维。

## AI共创，重塑人类文明的契机

面对AI驱动的数字浪潮，唯有以开放心态拥抱科技、善用智能工具，才能在转型中创造新价值。当人类不再与机器竞争速度，而是共同创造意义，我们将重新定义“智能”的内涵。在这个新时代，AI将协助我们延伸想象的边界，而人类则以价值、情感与伦理，赋予AI创造的灵魂。这不只是技术合作，更是文明共修。人与AI的共创，将成为21世纪最深刻的工业及社会革命。A



## 璀璨艺术的极致

# 卡地亚的百年设计传奇

文/李俊明·图/Cartier·Victoria & Albert Museum

本月即将落幕的英国伦敦V&A博物馆“卡地亚”特展，很快又要转往澳洲墨尔本NGV博物馆接棒展出，究竟这个创立于巴黎的设计魅力何在，能持续风靡全球179年，依然历久不衰？



更多精彩内容

**来自** 法国的卡地亚（Cartier），携手伦敦V&A博物馆举办三十年来首度在英国登场的大展，精华阵容除了难得出借的英国女王伊莉莎白二世粉钻花朵胸针、摩纳哥王妃葛丽丝·凯莉婚戒、印度帕蒂亚拉大君（Maharaja of Patiala）订制项链，为观众回溯卡地亚与各国皇室的深厚渊源。

另外展中还有1904年为当代腕表设计奠定基础原型的“Santos”系列、美国前第一夫人贾桂林·甘迺迪腕表等独特典藏，以超过350

件展品的盛大规模，完整呈现被誉为“珠宝之王”的卡地亚历年经典，尽展横跨时尚、设计、工艺的极致之美。

三大展区除了回顾创办人路易斯·弗朗索瓦·卡地亚（Louis-François Cartier）于1847年成立品牌以来，由小型家族事业一跃成为引领全球潮流的顶尖品牌，也探讨卡地亚自20世纪初于伦敦设立专卖店以来，如何赢得英国皇室委任状，展现一百多年来的设计风格与工艺演进。



由多种彩色宝石镶嵌制成的蒙巴顿手环。



流线的蛇形颈饰，在神秘感中散发慑人气势。

## 二十世纪创造辉煌成绩 跃身顶级奢华代名词

虽然品牌早在1847年便创立工坊，但真正大幅拓展业务则是借由路易（Louis）、皮耶（Pierre）、贾克（Jacques）三位第三代继承人的齐心合力，才在迈入二十世纪时将巴黎传统工坊拓展成为顶级奢华珠宝代名词。

珠宝并不只是闪闪发亮的配件而已，背后倾注的创意，更是值得品味的焦点，否则宝石尽管璀璨晶亮，不经完美的搭配也无法展现更深刻的极致美感。因此设计的精妙以及工艺技巧的精湛，正是卡地亚的特色，也是它跃身全球顶级珠宝之王的重要因素。

卡地亚在设计上的独到之处，在于它让珠宝既成为一种个人风格、品味与美感的具体

展现，也成为财富与权力的象征，不断挑战设计与金工技巧的极限。

有趣的是，卡地亚虽然是法国品牌，但崛起成为全球珠宝设计指标，却与英国皇室以及美国好莱坞影视名流有着密切关连。

早在二十世纪初期，卡地亚就跨出巴黎，在伦敦跟纽约建立海外据点。尤其英国、摩纳哥、印度等地皇室的爱用，对卡地亚的拓展，绝对有着密不可分的关系。

## 与各国皇室关系密切 好莱坞成最佳展示舞台

像是英国皇室与卡地亚很早就建立起长远深厚的合作，早从英王爱德华七世向卡地亚订制1902年即位冠冕开始，他随后又订制了高达27顶箍冠，也颁给品牌皇室特许状（Royal Warrant）。这位英国国王甚至说出了流传后世的名言，称道卡地亚是“王之珠宝商，也是珠宝商之王”（The jeweler of kings and the King of Jewelers），让卡地亚的名声传遍欧洲，甚至带动其他皇室陆续订制卡地亚的珠宝设计。

随后即位的英皇乔治六世，也曾在1938年为妻子伊莉莎白皇后订制了装饰主义风格的箍冠，对于将品牌推向国际，同样带有关键的提升带动效果。



创作于1937年的箍冠。



棕榈树形的红宝石与钻石胸针。



印度纳瓦纳格尔大君定制的红宝石颈饰。

在这样的历史缘由下，V&A策划的卡地亚伦敦专展，就大手笔一次让十八顶各式冠冕同台登场，包括哈廷顿侯爵夫人凯萨琳·卡文迪许（Marchioness of Hartington）从未公开曝光展示的蛋白石冠冕，以及印度阿迦汗三世（Aga Khan III）第四任妻子（Begum Aga Khan III）的装饰艺术风格白金钻石冠冕。

另外，还有复刻1934年为印度纳瓦纳格尔大君（Maharaja of Nawanagar）设计的华丽钻石颈饰，以缀满尺寸惊人的粉红、湛蓝、翡绿宝石以及136.25克拉钻石而闻名于世，尤其这件作品在2018年因影星安·海瑟威在电影《瞒天过海：

八面玲珑》配戴亮相，再度受到全球瞩目。

与好莱坞的密切关系，因此也成为将品牌推向国际精品之列的重要因素。通过荧幕与明星光环的行销，让卡地亚的形象更深植人心。比方默片时代被称为拉丁情人的知名演员鲁道夫·范伦铁诺（Rudolph Valentino）在电影《酋长之子》配戴卡地亚Tank系列腕表，默片时期最著名的女演员葛洛莉亚·史璜生（Gloria Swanson）在《日落大道》片中配戴的装饰主义风格霸气手环、摩纳哥王妃葛丽丝·凯莉在息影之作《上流社会》所配戴的婚戒，都持续将卡地亚推向名气高点。



在树上歇息的猎豹胸针，展现优雅的姿态。



结合羽饰的冠冕设计。



01\_创作于1903年的曼彻斯特冠冕。02\_带有埃及风情的胸针，弥漫古文明的神秘气息。03\_兰花胸针，造型简洁却又散发优雅。04\_宛如超现实主义画作中融化扭曲的Crash Wristwatch腕表，是卡地亚的名作之一。

### 擅长汲取异国文化 由大自然形态创造特色

不过追根究底，真正让卡地亚异军突起的，还是它的精湛工艺与独特设计。首先，它非常擅长从异国文化中汲取灵感，这也成为历年作品创作的一大特色。诸如古埃及、波斯、伊斯兰、俄罗斯、印度、中国、日本等拥有长远、独特文化特质的国度，都屡次成为卡地亚创作师法的对象。

像是考古学家霍华德·卡特（Howard Carter）在发现图坦卡门（Tutankhamun）陵墓之后，很快在西方掀起一股埃及热潮，卡地亚的设计师与工匠很快便抓住这种风尚，在作品造型与配色中融入欧洲人对于神秘东方的想像与向往。卡地亚的工匠甚至还曾经以东方的神佛以及古埃及的神祇为本，创造出带有神秘主义的作品。当然，斯里兰卡的蓝宝石、印度的红宝石、缅甸的翡翠……这些各式来自世界各地的珍贵宝石，也成为卡地亚创造异国风情不可或缺的一部分。

不仅如此，大自然的动植物形态亦是卡地

亚珠宝常常汲取灵感的来源，像是盛开绽放的玫瑰、兰花、挺拔的松树针叶、姿态优雅的红鹤、充满爆发力的猎豹、灵动的蛇形，都纷纷化为镶满宝石的胸针、颈饰等耀眼配件，创造出独特又典雅的设计。A



摩纳哥王妃格蕾丝·凯莉在息影之作《上流社会》展现婚戒风采。



## 秋日进补这样吃

# 强免疫、护肠胃、顾心血管

文/林欣怡·资深医疗记者  
咨询/振兴医院营养治疗组长周育如、慈济医院营养师宋明宪、迪化马光中医诊所医师魏士晋



更多精彩内容

入秋后早晚转凉、气候渐干，是感冒与心血管疾病的好发期。中医强调“秋养在阴”，营养师则提醒“吃得温润、吃得均衡”，才能在季节交替中维持免疫力与代谢平衡。从润肺、护胃到稳情绪，掌握饮食与作息调理原则，让你安然度秋、平顺迎冬。

**最近** 天气逐渐转凉、空气变得干燥，不少人开始出现喉咙痒、咳嗽等感冒症状。迪化马光中医诊所医师魏士晋表示，这段时间正值“寒露”节气，是秋天由暖转寒的分界，气温明显下降，早晚温差大，呼吸道疾病也因此特别容易找上门。

魏士晋强调，秋季气候干燥、寒热交替，人体阴液易损、外邪易侵，特别容易出现喉咙

干、咳嗽或皮肤干痒等“秋燥”症状。在这个时候，保养宜以“养阴润燥、扶正祛邪”为原则，顺应节气调整作息与饮食，能减少感冒与过敏发作的机会。

### 秋分后防呼吸道不适，从养阴润燥做起

而针对秋季常见的“燥咳”与呼吸道不

**|| 秋季气候干燥、寒热交替，容易出现喉咙干、咳嗽或皮肤干痒等“秋燥”症状。以“养阴润燥、扶正祛邪”为原则，调整作息与饮食，减少感冒与过敏发作。||**

适，魏士晋表示，中医强调应以“养阴润燥、清肺止咳”为原则。临床常用方剂如沙参麦冬汤、清燥救肺汤，能滋阴生津、润肺止咳；若咳嗽频繁，可按压“天突穴”以舒缓喉咙不适，并配合“肺俞”、“尺泽”等穴位，帮助调畅肺气、改善呼吸顺畅。

秋分过后早晚温差加大，保暖也很重要。出门上班或傍晚外出时，可用围巾或小丝巾护住颈部，避免寒气从后颈入侵、降低身体抵抗力。建议多晒太阳，特别是在傍晚4到6点时背对太阳，让后背的膀胱经吸收阳气，有助经络疏通，不仅能减轻腰背酸痛，也可缓解鼻过敏、哮喘等症状。

做好保暖、多晒太阳外，也可准备一壶润肺养生茶：取百合20克、麦门冬10克、生甘草15克、桔梗10克、玄参5克，加入约2,000毫升清水煮成一日茶饮，能润肺生津、预防秋燥。

此外，每天以吹风机热敷“大椎”、“合谷”、“足三里”三个穴位约一分钟，或以指腹按压15至20次，可促进气血循环、提升免疫力，帮助身体对抗外在风寒。

### 吃出免疫力：秋天最实用的防御策略

除了中医调理，营养师也提醒，入秋后气温变化大、空气干燥，饮食同样是强化免疫与防病的关键。秋天不只是养生的好时节，更是让身体重新调整步调的时机。从提升免疫、保养肠胃、稳定情绪到呵护血管，饮食是最简单也最实用的防御策略。秋天想要不感冒、少生病，第一步是“吃得多样又均衡”。振兴医院



营养治疗组长周育如表示，入秋后的气温逐渐下降，天气由热渐转凉，由于气温变化大，免疫力不够时，细菌、病毒就容易入侵人体，某些疾病就容易发生或复发，所以在这个季节交替的时候，需要格外注意身体的保养。从营养学角度来看，周育如认为，秋天养生的重点在于提升免疫力。除了保持愉快心情与适度运动外，“均衡饮食”是最重要的一环。秋天同时也是进补的好时节，只要掌握几项饮食原则，就能在转凉的季节中强化抵抗力、预防感冒。

### 告别大鱼大肉！营养师提出7大饮食原则

周育如提醒，秋天的进补并不一定要大鱼大肉，重点在于吃得均衡、营养充足，让身体慢慢适应气候变化。她提出以下7大饮食原则，帮助民众在日常餐桌上实践“养生不负担”。

**① 均衡与多变化的摄取食物：**确保人体所需的营养素不缺乏，及维持适当免疫力的不二法门。只要各类食物都吃，不偏食、不过量，免疫功能就能维持正常。

|| 入秋后万物渐凋，许多人情绪也容易低落。建议可多吃能促进多巴胺与血清素合成的食物，帮助放松、稳定情绪。如香蕉、芭乐、黄豆制品等。||

- 2 饮食清淡不油腻：**吃太多的油脂，会抑制免疫系统功能，适量脂肪，人体才能健康运作。建议烹调用油，可以选择单元不饱和和脂肪酸较多的油，如橄榄油、花生油、黄豆油等，或者多种油交替使用。
- 3 多食用富含 $\omega$ -3脂肪酸的鱼类：**例如：鲑鱼、秋刀鱼、鳗鱼、白鲳鱼、牡蛎等，都有助于增强免疫功能。
- 4 选择富含膳食纤维的五谷类：**每天至少吃一碗五谷杂粮饭，或是选择杂粮面包、全麦制品，来取代白饭、白面条或白吐司。
- 5 选择富含多醣体的菇类食物：**例如：香菇、金针菇、蘑菇和猴头菇等食物，许多研究指出这些菇类含有多醣体成分，可以提高人体免疫的功能。
- 6 选择富含抗氧化营养素的蔬果类食物：**每天五蔬果，每天至少要吃三碗的蔬菜及二份水果，这些食物中富含维生素A、C、E、维生素B群、茄红素及各种矿物质等，是维持人体免疫系统正常运作的必要成分。
- 7 多食用温食及粥品：**肠胃道也是人体重要的免疫防御系统，在秋天中也要格外注意肠胃



功能的保健。建议可以吃些柔软易消化的温食，特别是喝些养生粥品，例如：山药枸杞粥、莲藕排骨粥、百合莲子粥等。

### 心血管、肠胃与情绪的饮食对策

掌握上述基本原则外，不同族群在秋天也可以依自身状况做出更细致的调整。

营养师宋明宪建议，肠胃功能较弱的人可多吃护胃食材；有心血管疾病或血压偏高者，要特别注意控油与减盐；而容易秋郁、睡眠不佳的人，则能靠天然食物稳定情绪、帮助放松。

值得注意的是，秋季日夜温差大，是中风与心肌梗塞的高风险期。想维持血管畅通，重点是“多纤维、少油脂、控盐”。干银耳富含膳食纤维（64克/100克），能吸附胆固醇与毒素排出体外，改善动脉硬化；百合则是高钾低钠食物（钾570毫克/100克、钠4.2毫克/100克），有助于血管扩张与血压控制。

入秋后万物渐凋，许多人情绪也容易低落。宋明宪建议，可多吃能促进多巴胺与血清素合成的食物，帮助放松、稳定情绪。香蕉富含维生素B6（0.4毫克/100克），能帮助神经传导物质生成；芭乐则含丰富维生素C（126毫克/100克），具强大抗氧化力，可同时提振免疫与心情；豆腐、百页豆腐等黄豆制品含色氨酸，也能让人更好眠、更快乐。

秋天的养生关键在“温、润、均衡”三原则：吃得多样、少油盐、多蔬果、多纤维，再搭配适度运动与好心情。顺应节气调理，让身体在秋凉中维持活力与平衡，迎接一个不感冒、好气色的健康秋天。A



# 暨昇震旦

## 震旦迈向第61年

10月20日，震旦集团成立满60周年，  
在上海震旦国际大楼的金蛋墙上悬挂上第61颗金蛋，  
象征震旦生生不息的精神，追求永续经营。



## 震旦60·感恩有您

# 传承开创 携手迈向永续经营

图·文 / 震旦集团

10月20日，震旦集团迎来了创立60周年的荣耀时刻。这不仅是一次对过往奋斗岁月的深情致敬，更是对“让办公生活更美好”愿景的再次启航。以「震旦60 感恩有您」为主题，庆典在震旦总部——震旦国际大楼隆重举行，震旦服务全国，与顾客共成长、与时代同奋进，生动诠释了震旦经营理念“顾客满意、同仁乐意、回馈社会、追求永续经营”。

### 传承·挂金蛋一启新程，坚守创业初心

上午10点，挂金蛋仪式在震旦国际大楼1楼的象征性地标——金蛋墙前庄严开启。震旦集团及各产业单位主管齐聚现场，包括包括震旦办公自动化、震旦家具、震旦智能装备、震旦电子、震旦国际大楼、震旦博物馆、震旦美术馆、等代表整齐列队。全国责任中心同步线上连线，2000多名震旦同仁共襄盛举，见证凝聚历史与未来的重要时刻。震旦集团创办人陈永泰与董事长袁蕙华在全体同仁的热烈欢迎掌声中隆重进场，并发表勉励。

创办人陈永泰首先感谢全体同仁的努力与贡献，正是这些的付出与努力奠定了集团现有成果。他强调，我们一直坚持“同仁乐意、



震旦集团创办人陈永泰、震旦集团董事长袁蕙华隆重进场同线上线下主管同仁打招呼



震旦集团创办人陈永泰勉励致辞



震旦集团创办人陈永泰亲自挂上第61颗金蛋

顾客满意”的理念；同时明确“责任中心制度”是核心激励办法，其目的在于“创造利润、分享同仁”，最终实现提升同仁待遇、为顾客创造更高价值的目标。

董事长袁蕙华也送上祝福，祝愿集团“基业长青、永续经营”，祝愿全体同仁“身体健康、万事如意”。

吉时一到，由创办人陈永泰亲自挂上象征永续经营的第61颗金蛋。寓意着对六十载耕耘的感恩，传递出震旦迈向百年基业的坚定信念。

随后进行集团庆生仪式，许愿、切蛋糕、合影留念，温馨庄重。真挚的愿望在烛光中点亮，象征着震旦新征程的美好启航。

### 六十载耕耘，震旦各事业部协同发展，共筑美好办公生态

• **震旦OA**：提供文印管理解决方案，助力企业降本增效。

- **震旦家具**：秉持Will Well善设计理念，打造以人为本的空间解决方案，荣膺『中国办公商用家具十大品牌』。
- **震旦电子**：致力于成为办公生活好帮手，信息安全守护者。
- **震旦智能装备**：助力产业升级，打造高效、绿色办公环境。

### 以文化、助学、公益捐赠等多维度回馈社会

- **震旦博物馆**：2013年开馆，是黄浦江畔的文化宝盒，展示璀璨中华文物的艺术殿堂。
- **震旦美术馆**：2020年对外开放，通过不断地艺术探索与创新，为公众打造多元化的现当代艺术平台。
- **杉树公益**：十年持续灌溉，协助杉树青年长得直、快、高。
- **公益捐赠**：每月持续组织同仁，共同捐赠福利机构，回馈社会。

### 震旦60，迈向永续新未来

60年来，震旦集团始终将企业发展融入美好办公生活的进步脉络中，以办公行业为本，持续创新，践行“顾客满意、同仁乐意、回馈社会、追求永续经营”的经营理念。

未来，震旦将持续携手所有同仁、顾客与社会伙伴，共同书写下一个更有温度、更具创新、更加回馈社会的六十载新篇。A



震旦集团创办人与震旦集团董事长庆生切蛋糕

SS2026上海时装周以“拓界·再定义”为主题，重新书写时装周平台定义

## 拓界·再定义

# 震旦家具Como沙发 亮相上海时装周

图·文 / 震旦家具

2026春夏上海时装周于10月9日启幕，本季时装周以“拓界·再定义”为主题，融合科技、艺术、文化与可持续理念，打造一场可感知、可体验、可分享的时尚盛事。震旦家具与上海时装周再次合作，宣传画面在外滩震旦国际大楼的大屏精彩呈现。同时，震旦展示Como沙发实现功能与美学的平衡，共同追寻Best of both!

### 点亮潮流地标

上海时装周实现线上线下双维升级，线上以趣味街采传递时尚活力，线下设置快闪打卡点，户外点亮外滩地标性建筑震旦国际大楼，以丰富的体验吸引公众参与感受时尚氛围，实现跨圈层传播。



上海时装周点亮震旦国际大楼大屏



一对一咨询详情



知名国际设计师Cuno Frommherz Como沙发活泼饱满的形态与舒适坐感，满足休闲放松的环境需求

在秀场展示的视频中，震旦家具带来与国际知名设计师Cuno Frommherz共同设计的新品Como沙发，实现功能与美学的平衡。

在第三十届中国国际家具展览上，Como沙发更荣获2025金斧中国家居产品创新大赛铜奖。A

### 关于知名国际设计师Cuno

Cuno Frommherz于1996年在布尔格多夫创立了自己的设计工作室，他的创作灵感源自多元文化，也来自原始自然的馈赠。Cuno的作品屡获重要设计奖项，奠定了其行业影响力。

### 如度假般，舒适惬意

Como沙发的灵感来源于意大利科莫湖(Lago di Como)，它是欧洲最美丽的湖泊之一。这个名称暗示其优雅、宁静以及独特性，让人联想到一张宛如度假般的沙发，优雅放松、抚慰人心，就像在科莫湖畔的傍晚时光。

好设计平衡功能与美学。Como沙发采用新颖的造型，饱满的大型软包结构给予优质的靠感，提升舒适的体验；柔软的外轮廓搭配坚硬的实木脚，保持精致细节的同时让沙发充满节奏美感。



Como沙发宽大弧面设计给人以大气优雅的感受

# 灵光

新石器时代玉器特展  
专题导读(二)良渚文化  
Jades from the Liangzhu culture



## 专题导读(二)——良渚文化

# 灵光：新石器时代玉器特展

图·文 / 震旦博物馆



更多精彩内容

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”。

**新石器时代玉器文化区系**除了根据地域进行划分外，综合玉器在考古学文化中的重要程度，考虑其在社会中扮演的角色等要素，可再分为“原生型”和“次生型”两类。

件、组装件、穿缀件和镶嵌件，主要器型包括：琮、璧、柱形器、镯、梳背、三叉形器、璜、锥形器、兽面纹环、串饰、带钩、象生动物、斧、钺、觿等。



展厅现场

### 良渚文化的诞生

良渚文化距今5,300~4,200年，其玉器在这一文化的早期和中期最为盛行，是良渚文化最重要的物质和精神文化代表，反映了以神权为纽带的文明模式。良渚玉器种类繁多，纹饰独特，除了单独存在的玉器外，还发现大量复合



神人纹四节玉琮

神人纹玉勒

良渚玉器以琮、璧、钺为中心，用于区别等级和身份，已经形成较为固定的玉礼器组合。说明此时期最高统治者享有至高王权和威严神权的双重权利，是原始政教合一的表现。其中玉琮有单节、多节之分，是良渚文化等级最高、功能最复杂的礼器；玉璧尺寸较大，十分厚重，多为素面，部分有鸟纹装饰，特别是鸟立于三层祭坛之上的样式十分神秘。相较于琮和璧而言，钺是良渚文化玉器中发现数量较少的高等级器物。其完整形态还需安装象牙或木质手柄，同时柄的上下两端还配有精美端饰。

### 神徽之纹：神人兽面纹的信仰密码

神人兽面纹是良渚人精神信仰的集中体现，是带有超自然意义的“神徽”，这种符号在玉



良渚文化(距今5300~4200)区域分布示意图

器之外的介质上出现较少，在长江中下游太湖流域表现出高度的一致性，是这一地区的统一信仰。神人兽面纹多用线刻、浮雕手法呈现，部分为镂雕，具体而言是由头戴羽冠的神人和神兽坐骑组合而成，此外还存在不同程度的简化样式，如仅保留人面或神兽，抑或仅用眼睛和“横档嘴”标明二者的组合关系。从时间维度来看，这种纹饰经过由复杂繁琐到重点突出的发展过程。神人兽面纹主要出现在玉琮、琮式管、三叉形器、玉璜、环形器、冠形器、锥形器、柱形器、带钩等器物上。

良渚玉器中有很大大一类是配饰用器，基本上从头至脚都有所覆盖，特别是头部的玉配饰十分复杂多样，主要的有冠形器、三叉形器、锥形器、玉玦、玉珠、玉管、玉牌、玉璜、玉镯，也有组合复杂的玉串饰。

### 佩玉之美：良渚人的装饰艺术

- 玉璜多为组合出现，和管珠一起以串饰的形态使用。片状璜是良渚串饰的核心器物，主要出现在早期，分布于良渚古城地区。
- 锥形器是良渚配饰中常见的品类，考古遗址中多以奇数出现，出土位置比较多样。
- 冠形器因形似神徽中神人的羽冠而得名，为头部的配饰，不单独使用，下方有象牙等有机物制作的齿，齿牙插入头发用于固定。
- 玦总体发现数量不多，主要集中于早中期。且多数玦上还有小的系带孔，出土时位于腕部或胸腹部，作为腕饰和玉串饰元件出现。
- 玉镯以素面为主，偶有装饰。造型从扁平到环柱形。在使用时没有明显的性别倾向，通常左手佩戴的情况多于右手。玉镯的使用阶层较广，墓主人身份等级高的数量较多，还出现了多个玉镯成组佩戴于腕臂的情况。A



## 元代·青花鱼藻纹

元代青花鱼藻纹包含鲮、鳢、鳊、鲃等鱼类，结合多角度取象和深浅变化产生立体动感。(图一)

### 认识元青花瓷专题——形纹设计 ⑩

# 元代青花鱼藻纹设计

文/吴棠海·图/震旦博物馆

鱼藻纹属于中国传统吉祥纹饰，早期多用线条勾勒形状，风格简单朴拙，到了元代成为青花瓷的装饰题材之后，不仅大幅增加整体图案的内容，在绘画上也运用了多样化的笔触和技法。

**元代** 青花鱼藻纹常常作为大罐、大盘、梅瓶及玉壶春瓶等器物的主纹，装饰部位和副纹组合可以随着器形而改变，产生各种不同的美感。本文即从元代鱼藻纹的基本特征和四件具有代表性的器物里，介绍此类纹饰的设计概况。

### 一、元代青花鱼藻纹特征

元代青花鱼藻纹以鱼类为主角，周边搭配莲荷、浮萍及水草等植物性的纹样，鱼纹的数量不等，有单独一尾，也有二尾、四尾或五尾的组合。

根据学者的研究，元代青花鱼藻纹里的鱼类有鲮鱼、鳢鱼、鳊鱼、鲤鱼、鲃鱼、鲈鱼等等，部分鱼类以谐音寓意的方式蕴含着「清廉洁白」的道德情操，鱼纹的形体结合了不同的角度取象，透过深蓝和浅蓝的对比营造鱼身的体积量感。

例如图一为元代青花鱼藻纹的平面展开图，图中包含四尾鱼儿，头部、身躯、尾巴及鳍部的形状各不相同，笔触细致，形象清晰写实，鱼首和背部的钴蓝颜色较深，腹部浅白，使平面鱼纹产生厚实的立体感。

四尾鱼儿和四丛莲荷穿插排列，周边散布各种水草和藻类，正是元代鱼藻纹的典型布局。

### 二、鱼藻纹罐单层设计

以鱼藻纹为饰的元代青花大罐，大部分是圆口无耳罐，既有单一纹样的通体式画法，也有与其他附属性纹样结合的多层次布局。

例如图二为震旦博物馆收藏的元代青花鱼藻纹罐，器口大而圆，颈部短直，肩部朝下倾斜，腹部外扩为圆鼓形，腰部以下收窄，器底有浅凹足，表面用钴料绘画海水波涛和莲塘鱼藻纹。



## 元代·青花鱼藻纹罐

大罐腹部绘画鱼纹、莲荷及水草，运用宽阔的腹壁呈现单一主题纹样。(图二)

莲塘鱼藻是此器的主要纹饰，四丛大型的莲荷平均分布于腹壁上，将环状器面划分为四个区块，每个区块分别画上鲭鱼、鲃鱼、鳊鱼及鲂鱼，这四个鱼纹结合了侧视、俯视、斜角俯视等角度取象，形体栩栩如生。

罐腹下方绘画四丛水草，与上方的莲荷穿插排列，使鱼藻纹从罐肩延续至罐底，属于单层鱼藻纹的设计。

### 三、鱼藻纹罐多层设计

除了通体绘画鱼藻纹的单层设计之外，有些青花大罐是将鱼藻纹与其他附属性的纹饰上下堆叠，构成多层次的布局。

例如图三为震旦博物馆收藏的元代青花鱼藻纹罐，此器亦呈圆口、短颈、鼓腹下收之状，颈部环绕一圈海水波涛纹，罐腹用弦纹



### 元代·青花鱼藻纹梅瓶

鱼纹采四分法平均排列，鱼纹之间穿插高长的水草和藻类，营造水波荡漾的视觉效果。(图四)

区分为四层，肩部是串枝牡丹，腹中部为莲塘鱼藻，腹下部则是斜格锦纹与壶门纹边框内填如意云头杂宝纹。

鱼藻纹包含鲭鱼、鳊鱼、鲃鱼及鲤鱼等四种鱼类，以上上下下、左右横斜的姿态穿梭在莲花丛里，有的结合多视点的角度取象表现转身回绕的动感，有的如图所示两两成双，悠闲自在的并肩优游。

此器以鱼藻纹主体，搭配串枝牡丹、斜格锦纹及壶门纹边框等纹饰，上下堆叠出丰富华丽的美感。



### 元代·青花鱼藻纹罐

罐腹绘画串枝牡丹、莲塘鱼藻、斜格锦纹及壶门纹边框等多层纹饰，堆叠出丰富华丽的美感。(图三)



### 元代·青花鱼藻纹盘

鱼藻纹和斜格锦纹、串枝莲花纹组成同心圆式的结构，是配合圆形盘面的设计。(图五)

### 四、鱼藻纹梅瓶设计

以鱼藻纹做装饰的梅瓶数量不多，但是因为鱼纹和水草组合起来的画面十分活泼，富有动感，在同类器物里显得颇为特别。

例如图四为震旦博物馆收藏的元代青花鱼藻纹梅瓶，此器呈小口、短颈、丰肩、腹部深长之状，表面绘画壶门纹边框内填如意云

**元代青花鱼藻纹的组成丰富，构图繁密，画面写实而生动，可与其他附属性的纹样搭配，产生同中有异的变化。下期将以人物故事图为主题，介绍此一题材在元青花里的设计概况。**

头杂宝纹、串枝莲花纹、鱼藻纹、卷草纹及壶门纹边框内填灵芝卷云等纹样。

鱼藻纹里包含鲭、鲃、鳊、鲤等四尾鱼儿，采四分法平均绘于腹壁上，鱼儿或上或下、或左或右，运用各种不同的形象表现游动的姿态，彼此之间以大型水草区隔，其余空白处布满大大小小的藻类。

宽长的水草配合高长的瓶身往上舒展，粗细并用的笔触收放自如，深浓的色调凸显出具有律动感的弧度，产生水波荡漾的视觉效果。

### 五、鱼藻纹盘设计

在圆形的元代青花碗盘里，鱼藻纹大多绘于碗盘内底处，体型较小的青花碗内绘单一鱼纹，体型较大的青花盘则绘成对的双鱼纹。

例如图五为震旦博物馆收藏的元代青花鱼藻纹盘，此器的形制较大，造型呈折沿、弧壁、坦底、圈足之状，表面绘画斜格锦纹、串枝莲花及鱼藻纹等青花纹饰，组成同心圆式的多层结构。

一对鱼儿以相反的方向对称排列，侧转的鱼尾表现出摆动前行的模样，周边布满水草和藻类，曲折的水草和鱼纹姿态互相呼应，铺陈出生气蓬勃的水中世界。A



BOOK  
震旦博物馆  
出版丛书介绍

## 汉唐陶俑



唐 彩绘陶胡人骑卧驼俑



唐 彩绘陶侍女俑

### 陶俑

是中国古代丧葬文化中极具代表性的一类器物，它的使用历史十分悠久，是记录当时社会生活及思想史的重要研究物件。纵观中国的陶俑发展史，汉代和唐代是比较突出的两个时代。汉代是陶俑发展历史中十分重要的整合期，它一方面继承了秦朝的制陶经验，同时又根据时代所特有的文化背景创造出了新的类型和品类，且不同地域的陶俑也各具特色。东汉之后，由于战乱及政策的改变，陶俑的发展出现了小幅回落。至唐代又重启了新篇章。唐代陶俑的兴盛同其社会背景有着密切关联，社会环境的统一安定造就了经济的发展。于此同时，厚葬之风又再度兴起，陶俑作为丧葬礼仪中重要的组成部分，得到长足发展。本书收录震旦博物馆收藏的汉唐彩绘陶俑48组件，导论部分由寻婧元博士撰写，简述了汉代及唐代彩绘陶俑的时代风格和地域分布，读者可以借由此书窥视汉唐时期人们的生活面貌和思想信仰。 **A**



东汉 说唱俑

### 【内容精选】

- 1、本书收录题材丰富的汉唐彩绘陶俑，涉及人物、动物、建筑等多个主题。
- 2、利用多角度的照片和局部特写，提供各件器物的全貌与细部特征。
- 3、书中导论以时代为经线，地域为纬线，较为全面的讨论了汉唐彩绘陶俑的特点。

### • 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、榜林文物书店、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](http://www.auroramuseum.cn)



11  
NOV



直径45公分 / 震旦博物馆提供  
元 青地白花缠枝花卉牡丹纹花口大盘

## 馆藏精粹赏析

文 / 吴棠海 · 图 / 震旦博物馆

元代青花大盘是外销伊斯兰地区的贸易瓷，盘口呈圆形或花形，表面布满纹饰，如本期所要欣赏的青花大盘即是代表性的作品。

**盘口** 往外翻折，边缘做成菱形，器壁圆弧收窄，底下具有圈足，足底和足内露胎无釉，胎体颜色灰白，内含褐色杂质，釉面白中带青，肥厚莹润，呈现元代的胎釉特征。

大盘折沿处是海水波涛纹，侧壁为串枝番莲纹，内底分布三圈白色的菱形开光，由小至大做同心圆式的布局，开光内部分别装饰折枝牡丹、串枝菊花及勾卷涡纹等图案，外侧用勾云纹补白。

位于折沿处的海水波涛纹是用钴料描绘的青花纹饰，串枝莲、串枝菊、折枝牡丹及勾云纹属于笔绘留白的青地白花纹，内底处的勾卷涡纹则是先涂敷钴料，再勾刮而成的细密纹样，因为勾刮的笔触轻浅，浓重的钴料烧成一圈深蓝的色带，是比较少见的装饰技法。

类似的器物可以参见大英博物馆收藏的元代青地白花缠枝花卉纹菱口盘，提供读者鉴赏之参考。 **A**



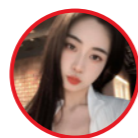
## 青春耀申城 公益我先行

# 走近集团公益事业背后的温暖身影

图·文 / 震旦集团

震旦集团自一九六五年创立以来，始终秉承“追求永续经营”的经营理念，这与倡议可持续发展能力的理念不谋而合。

**震旦**是坚持“回馈社会”的企业，我们在诚信经营之外，还建立了长期投入公益的机制，并鼓励同仁身体力行参与公益活动，体会助人为快乐之本的意义，用行善将正向力量传递出去。在这样的企业文化价值观影响下，同仁们也逐渐培养起了社会使命感，纷纷主动参与进公益事业。本期让我们继续来看看踊跃参加公益志愿活动的同仁们的感悟吧！



吴敏——OA产业 行销支援部

**“永续经营不止于商业，更在于回馈社会。”**

这次作为震旦志愿者走进杉树公益，我深刻感受到，“永续经营”不止于商业，更在于对社会未来的长期投资。公益并非一次性的给予，而像杉树成长，需要向下扎根、长期坚守。我们为孩子们带来的不仅是物质支

**“回馈社会”是震旦的经营理念之一，已内化为全体同仁共同的价值观和目标，同仁在参与公益的过程中又得到了知行合一的体验。**

持，更是持续的陪伴与关注，这与我们服务客户时追求的“顾客满意”和“同仁乐意”一脉相承——皆源于一份真诚的责任心。很荣幸，我们在为社会创造价值的道路上，步伐如此一致。



耿倩倩——集团行销室同仁

**“陪伴者与陪伴者都得到了快乐！”**

第一次参加集团公益捐赠活动，让我深刻体会到了给予与陪伴的快乐。走进养老院，看到那些白发苍苍的老人，他们脸上的皱纹里藏着岁月的痕迹，但眼中闪烁着对生活的热爱和对温暖渴望。看到老人们绘画的满墙的端午节主题作品，充满童趣与欢乐，当我们将捐赠的物资整齐摆放置院内，看到工作人员开心的笑脸，就知道这不仅仅是一次改善养老院工作人员办公环境，更是一种爱与传承，回馈、公益的快乐在我心中具象化了。

参与本次养老院的公益捐赠活动是一次宝贵的经历，也激发了我继续参与更多公益活动，为社会贡献自己的力量。



车怡雯——OA产业 行销支援部

**“向上生长，向善前行。”**

作为震旦人，我深知“回馈社会，追求永续经营”不仅是经营理念，更是行动指南。赞助杉树公益，并非简单的捐资，而是以赤忱之

心为沃土，滋养那些如杉树般向上生长的青年，赋能他们依靠自身力量茁壮成长。这不仅资源的传递，更是生命与生命之间的相互照亮。当点滴善意汇聚成林，我们也在其中照见了震旦人应有的担当。“向上生长，向善前行”，共筑成长之路。



郭建——家具产业 资深服务专员

**“微小的行动汇聚起来，也能成为照亮他人的光芒。”**

此次有幸参加公司捐赠物资活动，让我感受到同事们齐心协力传递温暖。看到受捐方的喜悦，这份体验让我领悟，公益并非遥不可及的壮举，而是将善意融入日常的每个选择。微小的行动汇聚起来，也能成为照亮他人的光芒。在此也祝贺震旦60步步高升、续创辉煌。A





## 践行社会责任 情暖银发群体

# 震旦集团捐赠宜福敬老院 升级养老服务

图·文 / 震旦集团

震旦集团长期关注老年群体生活品质，积极投身公益事业。近日，集团组织震旦办公自动化上海责任中心张建军、张奚与震旦家具上海责任中心郭建、李志超一行，向宜福敬老院捐赠了一批实用的家具物资，以实际行动为院内长者送去关怀，用企业力量为养老服务升级注入温暖动能。

### 走进上海宜福敬老院

该院位于普陀区宜川六村 78 号，2005 年成立，秉持“尊老、爱老、孝老”理念。主楼 6 层、面积 4015 平方米，配自动客梯，设

160 张床位，可接纳不同照护需求老人，目前入住 103 人，含 20 多位重残、特困老人。院方为困难老人减免费用、免费提供生活用品，还收住孤寡老人。作为医疗定点机构，老人可享《长期护理保险》，2023 年 12 月增



设内设医疗机构，提供中医、针灸等服务，内设药房便利取药。此外，院内有监控、消防等设施，分三大功能区，房间类型多样且朝南，生活设施齐全，保障老人安全舒适。

### 亲力参与，传递企业温度

捐赠当天，震旦同仁不仅运输、摆放物资，还与院方人员深入交流，询问长者照护情况与需求，实地查看功能区。从装车运输到按需求摆放，同仁全程细致，将物资规整好、调试好休闲设备，还与长者亲切互动。一位同仁表示，能为长者改善环境，深刻体会到企业公

益意义，更坚定践行社会责任的决心。

### 坚守初心，助力养老事业

此次捐赠是震旦回馈社会的又一实践，既补充了敬老院硬件设施，也希望带动更多社会力量关注养老事业。

一直以来，震旦将社会责任融入发展战略，在文化、教育、物资捐赠等领域持续投入。未来，震旦将继续秉持公益初心，关注社会需求，探索多元合作模式，为社会发展贡献力量，传承“尊老爱老”美德，让公益温暖更多人。 **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

震旦集團  
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

# Como

Elegance as Deep as the Lake



震旦  
AURORA

震旦(中国)有限公司 上海市嘉定区申霞路369号 | 全国服务专线: 400-920-6568 / 800-820-0168  
Aurora (China) Co., Ltd. No.369, Shenxia Rd., Jiading Dist., Shanghai | Service Hotline: +86-400-920-6568 / +86-800-820-0168



扫码关注公众号

灵  
A U R A  
光



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

