

提升职场竞争力的知识伙伴

震旦
AURORA

1971年7月创刊·发行49年8个月

名人讲堂

特斯拉创办人——马斯克
从特斯拉到太空探索，
大梦想家如何创造历史？



艺文飨宴

馆藏精粹赏析
五彩禽莲池鸳鸯纹僧帽壶

MARCH 2021 三月号 No.596

即刻数字转型 成为抢手人才



随着疫情改变工作型态下，数字转型不再只是选项而是必备。
数字人才是转型成败的关键，未来的工作者该具备哪些能力？
才能成为企业抢着要的关键人才。



扫码关注
更多精彩等着您

震旦月刊
AURORA MONTHLY

欢迎订阅

震旦商务大屏

打破空间限制, 面对无限商机

支持远程会议系统(第三方), 随时随地进行实时沟通, 完成每一个商业决策。



异地投屏 书写同步 屏幕共享 在线批注

震旦智能装备

上海市嘉定区嘉新公路388号

服务热线 800-820-0168

www.aurora.com.cn

震旦
AURORA

E 编辑台上
EDITOR'S WORDS

即刻动起来! 扭转数字力

根据 国际数据信息公司 (IDC) 调查研究指出, 2020~2021年全球GDP有高达50%来自于数字商业模式所创造; 可见企业若未即刻启动数字转型, 3年后恐怕将面临淘汰的命运。

从企业数字转型的成功经验来看, 转型要能顺利推动, 企业领导人是关键要素之一; 本期呼应疫情下数字转型的紧迫性, 以“即刻数字转型, 成为抢手人才”为题, 邀请人资专家为我们分享。芮可企管顾问总经理董晓光认为, 现今企业重视部门主管如何快速跟上变革脚步; 根据芮可调查数据显示有86.4%的企业表示, 在疫情后对主管能力的要求有不同的期待, 其中最重要的改变就是“管理数字转型的能力”。

人资专家林由敏则表示, 目前随着人工智能、大数据和云端技术升级, 工作形态与产业模式也将面临变革, 此时数据管理和数字科技应用是企业应变的关键, 因此企业主与人资管理者也必须具备“数字科技”新思维与“数据分析”的洞察力, 才能在变动快速的世代下, 掌握企业创新成长的动能。

在信息与数据当道的疫时代, 已不再区分传统产业还是科技产业, 只要不重视数字转型就等于没有未来; 企业或是个人都应当重视与培养数字能力, 从现在起即刻动起来, 扭转您的数字力吧! **A**

《震旦月刊》主编

苏美琪 Maggie Su

震旦月刊

AURORA MONTHLY

1971/7/1号创刊 · 2021/3/1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、季甜甜、马艳

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 震旦云(上海)科技有限公司

本月刊为公益发行, 分享经营管理及
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。



四川峨嵋山有“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
远流长的历史血脉, 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.596

MARCH 2021



A p.12

疫情之下，企业最关注的议题无非是“数字人才”能力的提升，唯有如此才能不被时代所淘汰



A p.20

特斯拉创办人——马斯克



A p.32

土耳其裔艺术家Refik Anadol以量子电脑进行令人赞叹的创作

E 编辑台上 EDITOR'S WORDS

01 即刻动起来！扭转数字力
文/苏美琪

M 大师专栏 MASTER COLUMN

04 科技如何改变了你
文/林斯壮专栏

M 大师轻松读 MASTER 60'

08 培养数字第一的心态
编译/大师轻松读

COVER STORY

过去，企业谈数字转型并非新鲜事，如今，疫情重创全球，企业势必加快速度让一切走向数字化；当全世界都将此视为热门议题时，无论你学的是什么专业，都要懂数字营销、拥抱数字，因为，未来职场上缺少的就是『数字技能』的人才！



C 封面故事 COVER STORY

10 当数字技能成为基本功，要如何成为抢手人才？
序言/苏美琪

12 数字专业+数字管理=数字人才
疫后时代的数字人才争夺战
文/董晓光

16 数字转型势在必行
您准备好成为抢手人才了吗？
文/林由敏

C 名人讲堂 CELEBRITY TALK

20 特斯拉创办人——马斯克
从特斯拉到太空探索，大梦想家如何创造历史？
文/天下文化出版社

M 职场观点 MANAGEMENT

24 企业必修课
大V告诉你，如何通过新媒体为企业赋能
文/黄至尧

I 创新经营 INNOVATION

28 顶尖企业数字化转型方案
如何拥抱数字创新？
文/吴康军

D 玩味设计 DESIGN

32 墨尔本NGV三年展
2021年最盛大的艺术&设计盛事
文/李俊明

L 乐活人生 LOHAS LIFE

37 每到换季就过敏、感冒好痛苦！
呼吸胸腔医生这样保养
文/大谷义夫

A 跃升震旦 AURORA NEWS

42 震旦AD400MNF激光一体打印机
2020中关村在线年度
推荐产品奖收入囊中
图·文/震旦OA

44 “守正·创新”
AURORA FAMILY 2021年经销商大会
图·文/震旦OA经销



A 震旦博物馆 AURORA MUSEUM

46 白领之夜讲座回顾
当代油画艺术的创作理念
与表达
图·文/震旦博物馆

A 艺文飨宴 ARTS PLAZA

48 古器物学讲座
——中国古代陶瓷专题⑬
宋代五大名窑
图·文/吴棠海

52 震旦博物馆出版丛书介绍
商代玉器
图·文/震旦博物馆

53 馆藏精粹赏析
明成化
五彩禽莲池鸳鸯纹僧帽壶
图·文/吴棠海

L 爱心公益 LOVE ACTION

54 送温暖 迎新春
震旦集团物资捐赠
金福第二养老院
图·文/震旦集团



MARTIN LIN 林斯壮

编译 / 《EMBA杂志》

科技如何改变了你

国际品牌大师、2009年《时代》杂志百大影响力人物

过去你用大脑回想与思考某件事，现在你用手机搜寻；
以前你在洗手间照镜子，今天你通过远程视频的小视窗整理仪容。

医美 正当红。新冠肺炎疫情横行（或许正因为这个缘故），医美诊所的看诊人数来到历史新高，人们花费大约两万美元，把自己改造得更年轻一些。整形手术的次数成长为疫情前的三倍。

全世界的人持续在家工

作，暂时还看不见重返办公室的迹象。我们的生活因为长期居家办公，而发生了巨大，且往往出乎我们意料的变化。例如，你突然要花很多时间用远程视频开会，在开会的时候，你会在荧幕画面的某个小方块里，一直看到自己的脸。

我的问题是：当我们时

时刻刻都可以看到自己的仪态、言谈与脸孔时，我们的内心发生了什么样的变化？我们是否该预期，这种极端的自我觉察，会对我们眼中的自己产生影响？

不久前，一位朋友告诉我，他经历了一件不寻常的事。当他正在和女

DSTROM

// 当我们随时看到自己的仪态、言谈与脸孔，内心会发生什么样的变化？会对我们眼中的自己产生影响？ //

友用餐时，他的女友中途离席，在洗手间待了十分钟。他有点意外，女友竟然在洗手间待了这么长的时间，但他当时没有说什么。

那天稍晚的时候，他的女友把手机里的某个东西秀给他看，无意中透露，她在去洗手间的时候，拍了六十多张自拍照。他问她：“你为什么要拍这么多张自拍照？”她回答说：

“因为我知道，你打算和我分手。”

我曾拿这件事来问别人，许多人告诉我，他们在心情好的时候，会拍更多自拍照。他们为何这么做？他们向我解释，那是因为他们想要把好心情的自己拍照存档，以后当他们心情不好的时候，就可



以把这些照片拿来看。那些自拍照就像是电池，只不过它储存的不是电力，而是正能量。

拍风景照也是如此。每当我正在欣赏美不胜收的景色时，我经常发现，周遭的人都是通过他们的手机在看风景，他们不是在拍照就是在拍视频。

刻意保留“感觉”

数千年来，人类大脑一直在发挥储存情绪的功能。我相信你和我一样，曾有过这样的经验：当你和某个人谈话之后，你可能不记得你们谈了什么，但你清楚地记得，那次的谈话带给你的“感觉”。我深信，我们会储存我们

的感觉，而这些感觉会被我们的五官感受唤起。

然而，我们要刻意为之，才能保留那些感觉、想法、技巧和记忆。假如我们长时间坐在椅子上不动，当我们站起身时，就会觉得腰酸背痛。假如你把亲友的电话号码输入手机，而不靠自己记忆，你会发现，你一个号码也背不出来。

几年前有个研究，研究者扫描志愿者的大脑，同时问他们一些不容易回答的问题。结果，这些志愿者并没有在自己的大脑里搜寻答案，而是自动冒出一个共通的答案：去网上搜索。最令人冒冷汗的是，他们的大脑完全不曾试图要解决问题。就好像他们已经忘了，自己的大

脑有能力解决复杂的问题。

回归到最基本的事物

同样的，当我们和朋友聊天，为了某个演员或政治人物的名字争执不下时，有人说我记得他的长相，但我想不起他的名字，接着在几秒钟之内，某个人会拿起手机，说出答案。

在过去，那样的问题会让你们花好几个小时苦思、猜想、讨论、回想，绞尽脑汁想找出答案。所有人一起努力回想，从记忆中捞出那个名字。现在，许多人唯一想到的解决方法是网络搜索。

问题在于，把我们兴高采烈的情绪通过自拍存在云盘，本来是很好的事，但是万一我们有一天无法连上云盘时，那会怎样？

假如你一直没有想到要加购云盘存储空间，于是你所有的珍贵相片全都没有留下来，你会怎样？假如我们因为在工作时一直在远程视频看到自己的脸，而开始巨细靡遗地分析自己的脸蛋，并开始嫌弃自己的长相，那会怎么样？

人们找到了一个解决问题的捷径。过去几个月以来，整型手术成了许多人的捷径。然而，捷径就只是捷径，它不是最终的正确解答。

我们或许要从别的地方寻找解决问题的方法。解决之道也许是回归我们生活中最基本、不那么花俏讨喜、更需要花时间的事物。然后，我们或许可以得到我们迫切想要的抗衡之道。A

// 当你和某个人谈话之后，你可能不记得你们谈了什么，但你清楚地记得，那次的谈话带给你的“感觉”。//

你问我答

No. 596

《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

特斯拉创办人埃隆·马斯克被称为「改变世界的科技狂人」，他的梦想大又疯狂。除了特斯拉，马斯克更探索太空领域，创立Space_____为史上第一家为国际太空站运输物资的私人航太公司。以不可思议的低成本和尖端技术，挑战极限，创造太空业奇迹。

扫描看解答



A X

B Y

C Z

培养数字第一的心态

编译 / 大师轻松读

所有的产业与企业原本就在经历剧烈的数字转型过程，每个人心中也都被一个问题冲击：明天我将在哪里？我的工作、我的公司、我的产品及服务还将存在吗？现在加上新冠病毒全球大流行，俨然成为推波助澜的加速器，如果你还不开始培养数字第一的心态，你将无可避免丧失战斗的能力。



培养“数字第一”的心态，意味着你充分理解最新数字科技、智能手机、社群媒体、网络购物、在家工作等，已从根本上改变了现有企业的商业模式及营运模式。如果要充分利用那些潮流，你可能也

需要让自己的事业重启。你必须从朝九晚五的上班族，变成随时知道自己该做什么事的人。这不一定是件坏事，因为任何危机都有转机；危机愈大、破坏性愈大，机会也就愈大。要在职涯中培养数字第一的心态：

心态 1 不要介意显现你人性化的一面

不要躲在键盘或工作职称后面。在网络上表现出你个人真实的样子。对待数字关系有如重要的朋友，他们通常也会以同样的方式回应你。透明、开放，以及一种以真正人性化的方式与顾客沟通的能力，正在快速形成企业的筹码。如果你不聆听、不关注，也不回应顾客以及他们关心（或称赞）的事，但是你的竞争者会这么做。

心态 2 成为数字高手，或至少成为数字入门者

花时间跟上科技与社群媒体工具。关于社群最美妙的地方在于，他们会自我组织管理。人们喜欢做让同事印象深刻的事情，借此提升他们的个人名声。如果你打造一个解决某个重大难题的社群，然后提供机会让个人在社群内发光，你将会惊讶于社群传播的能量和创造力。

心态 3 知道有人在某个地方评价你

社会评价是无可避免的事，你要接纳它，继续往前走。前提是你必须决定你要变成什么样子，以及你打算打动哪些人。没有人能帮你做这件事。一旦你走到你在乎的观众面前，你可以放下戒心，让自己接受批评。你的观众会喜欢这样，因为他们会赞赏你的成果与你投入的心血。他们会允许你说出真心话，你大可好好运用这个优势。

心态 4 谦虚为怀、时时更新

如果你的东西没人喜欢，你要记取教训，然后再次尝试。你无法在网络上隐藏自己的过失，所以连试都不用试。每个人都在奋力崭露头角，每个人也都必须费很大的力气学习接受网络上的批评，所以不用担心这种事。你必须当一个永远的创业家。这不意味你要一直开新公司，而是要关注你每天工作时碰到哪些缺乏效率的地方，并想办法加以解决。

心态 5 尽可能让人们以最简单的方式和你接触

让人们和你打交道的过程都很直接且不复杂。科技成熟之后，永远都会变得越来越简单，你也必须有所进化，专心让自己能以更简单的方式做生意。受到疫情影响，许多人不得不在家工作，也让更多企业认识到最重要的工作发生在你的脑袋里，而不是某栋建筑物中。这也代表，你必须养成高效的工作纪律，并且随时随地都能工作。A

当数字技能 成为基本功， 要如何成为抢手人才？



CHAPTER 1
数字专业+数字管理=数字人才
疫后时代的数字人才争夺战



CHAPTER 2
数字转型势在必行
您准备好成为抢手人才了吗？

序言/苏美琪；文/董晓光、林由敏

过去，企业谈数字转型并非新鲜事，如今，疫情重创全球，企业势必加快速度让一切走向数字化；当全世界都将此视为热门议题时，无论你学的是什么专业，都要懂数字营销、拥抱数字，因为，未来职场上缺少的就是『数字技能』的人才！



CHAPTER 1

数字专业 + 数字管理 = 数字人才

疫后时代的数字人才争夺战

文 / 董晓光 · 芮可企管顾问公司总经理

疫情持续延烧，虽然全球经济逐步回稳，但仍处于缓慢与充满不确定性，芮可企管顾问针对企业2021年组织与人才发展调查显示，43.2%的企业将会进行转型，其中除了经营模式的分工与整合外，重点大多放在企业的数字转型上，而高达88%的企业在疫情后改变了组织对人才的重新定义。



看更多精彩内容

|| 企业重视部门的主管如何快速地跟上变革脚步；据研究调查显示有86.4%的企业表示，在疫情后对主管能力的要求有不同的期待，其中最重要的改变就是管理数字转型的能力。 ||

人才评估专家 |



董晓光

芮可企管顾问公司总经理

2021 年企业最关注的议题无非是“数字人才”能力的提升，这里的数字人才包括“数字专业与数字管理”二项能力。在数字专业能力方面，调查显示多数企业对AI、自动化、大数据、云计算等数字人才的迫切需求，由于市场上人才的相对稀缺，形成了一股新的人才争夺战。

第一次的人才战争在2001年由麦肯锡顾问公司（McKinsey）提出，争夺的是知识经济崛起的全球化人才，第二次的人才战争是在2014年由毕马威（KPMG）提出，争夺的是工作形态变迁的多功能性人才，而这次争夺的是全面数字转型的数字型人才。

根据芮可企管顾问调查数据显示，有73.7%的企业因为无法顺利取得这类人才因而选择自行培育，但也有35.5%的企业愿意向外部招聘，而这里所谓的数字人才已经不是传统写程序的信息人员了，企业在面临数字转型要的是能够跨界整合的数字型人才，既要懂IT也要懂专业，例如：银行要的是懂数字的风险管控人才，工厂要的是懂数字的自动化人才，零售要的是懂数字的营销人才，电信要的是懂数字的影音人才，唯有跨界才能彰显数字转型的价值。

除了这些数字专业能力的人才以外，企业

更加重视的是部门主管如何快速地跟上组织的变革脚步；调查显示有86.4%的企业表示，在疫情后对主管能力的要求有不同的期待，其中最重要的改变就是管理数字转型的能力。许多传统依赖专业与功能型的主管开始无法应付这些数字转型的挑战，因此要能在未来竞争中脱颖而出的主管，必须要有强大的数字知识，并且能带领大家渡过这一波的数字转型。

固然善用数字科技将成为未来优秀领导人必备的技能，但是多数企业无法顺利转型的原因出在仅仅提升了信息设备，但却没有从管理下手，只是数字升级而非数字转型，当中的关键就在于领导者的脑袋仍然没有数字转型的正确观念，有一句话在业界流传着“数字转型是思维而非设备”。组织的数字专业人才与设备只是奠定数字转型的地基，真正能让房子顺利往上盖的是领导者的数字管理能力，根据调查有7成的企业在数字转型上皆以失败收场，问题就出在没有同步升级主管的数字管理能力。

什么是数字管理能力？

简单的说数字管理能力具备了以下几点特征：

1 敏捷反应

数字化的时代没有一个商业模式能够永恒，不断地吸收新的信息与探索新的方法是管理上的趋势，有高敏锐度的主管才能带领

团队对新的变化做出反应，发挥团队效能。敏捷反应不是一个单纯的问题回应，而是要能持续不断地观察环境变化，对流程与结果间的关联找出模式，建立新的生存之道。

2 快速学习

信息科技一日三变，不论是技术与设备只有更新没有最新，如何营造团队学习的氛围是数字管理的重要一环，领导者必须以身作则将学习融入团队的DNA，而速度是学习的成败关键，只有跑赢竞争者才是成功。传统的学习方式已经不适用在数字转型上，主管如何运用新形态的学习法来促动组织的成长是重点，破碎学习与浓缩学习只是形式上的改变，必须要做到有机学习，让团队成员间相互学习与回馈将成为趋势。

3 不断尝试

数字转型必经之路就是试错，如果主

管无法放手让员工去尝试，也不愿承担失败的后果，数字转型就很难成功，领导者的授权与当责将关系到团队是否勇于尝试与任事。如何带领团队不断尝试，需要的是开创精神、坚持不懈、追求卓越，这些领导特质将影响到组织的转型驱动力，数字转型成功的企业背后往往也是许多的挫败与辛酸。

4 团队建设

数字转型的组织需要的不是一堆IT人才，而是一群跨领域的专才，通过团队的效能发挥，将不同的专业融合出企业转型所需要的新思维、新方法、新产品、新服务，团队建设的能力将更能突显出数字管理能力的重要性。在数字转型的过程中最容易出现人才的流失，团队成员经常是人人一把号，各吹各的调，再强大的专业人才团队也会面临失去方向的困境，因此团队建设也在数字转型中扮演重要的角色。



|| 组织的数字专业人才与设备是奠定数字转型的基础；根据调查有7成的企业在数字转型上皆以失败收场，问题就出在没有同步升级主管的数字管理能力。||

5 文化塑造

前面提到数字转型的关键是思维，而多数员工在面临数字转型时的障碍常常就是思维的僵化，用类比信号来解读数字元信号，无法跳离舒适圈，因此数字管理的最终核心是发展与建立一个数字思维的组织文化，而这样的组织文化有别于传统在企业文化上的探讨，更贴近地说，比较像是一种运动的推行，由主管带头使数字转型的思维发芽生根，数字不再是IT人员的专属，是每一个员工思考的语言。

一场疫情加速了企业数字转型的革命，原本仅停留在转型口号的企业动了起来，面临业务大幅衰退的企业不得不做，行业领先者的顶尖企业加大力道，力求突破的中小型企业奋力一搏，所有的企业几乎都在数字转型上加足了马力，然而企业准备好了，你准备好了吗？想要转型成数字人才不能沦为形式，很多人以为上了几堂程序编码或平台架设的课程就是数字人才，但实际上是吗？

企业对数字转型的人才需求有二个，数字专业人才与数字管理人才。

如何成为数字专业人才？

1 本科专业——没有本科专业的人才称为IT人才，不是我们在数字转型里所说的数字专业人才，各领域的专业仍然是核心。

2 数字应用——能将本科专业结合数字应用

的人才是数字人才，你不见得会编写程序，但是至少要能应用程序或平台，将专业的内容转换为不同的数字形式渗透到你的目标中。

3 跨界整合——涉足不同领域的信息是最基础的工作，并且要有对各类信息一定的理解能力，才能在关键时刻发挥工作整合的效果。

想成为数字管理人才必须做到？

1 改变思维——如同前面所说，企业数字转型的障碍在思维，个人也是如此，脑袋没有数字化，行为就不会有数字化，数字思考与数字沟通成为未来管理上的新挑战。

2 社群连结——数字管理人才要面对的不是传统的组织层级，而是如同变形虫式的单元组成与工作分配，数字转型讲求的是速度，如何在一群变形虫当中建立管理模式靠的是串联彼此的连结，管理就如同经营社群，粉丝将决定管理的成败。

3 世代融合——数字时代引发了企业的数字转型，形成了多世代的组织样态，未来的企业五代同堂（20~60后）已经不足为奇，因而带来的管理冲击也是前所未遇，能够融合不同世代的语言、习惯、价值观与文化将是数字管理的重要课题。 **A**



CHAPTER 2

数字转型势在必行

您准备好成为抢手人才了吗？

文 / 林由敏 · 人力资源专家

数字化正如火如荼改变着全球产业、大众的工作模式与生活形态，尤其在全球新冠肺炎疫情持续延烧，以及因应数字科技蓬勃发展而不断产生新商业模式的状况之下，使得各大企业纷纷将数字转型视为最当务之急，导入新型数字科技已在各企业内部全力展开。

|| 企业数字转型三大关键趋势为：“关键人才与技能的可得性”、“员工体验的影响力”，以及“企业内部对数字科技的掌握度”。||



林由敏
人力资源专家

根据 国际智库预估，到了2025年全球数字转型对产业经济的影响，将带来100兆美元的商机；然而这样的商机并非是雨露均沾，根据世界经济论坛（WEF）报告指出，数字平台、大数据及自动化促使了市场的集中性以及赢者全拿的局面，技术领先采用的产业与企业，其生产力提高的效益及市占率将远远超越后进者。

然而，企业的数字转型成功最重要的因素仍是“人”，减少世代差异冲击，协助员工适应改变，未来更结合各行业的垂直整合带来高成长动能，在企业面临数字化转型与规划未来第二曲线的同时，企业更需重视人才的重新布局与升级，数字化人才培养与招募将成为企业数字转型策略中的关键一环，也将引领一波前所未有的人才需求热潮。

当企业文化与领导阶层能从上而下的进行思维转变，再通过短、中、长期的人才培养，为转型成功的必备条件。全体企业内部上下都需要新的能力和思维，当不同部门在积极思考如何善用数字科技时，被视为与企业最重要资产“员工”最有关联的人力资源单位也得跟上脚步。

除了学习使用数据分析工具，让招募、人事系统管理、人才发展与绩效管理等环节都融入数字科技的元素，使科技渗透到人力资源单

位的每日工作之外，也要一并思考如何通过新科技重塑工作形式及组织管理模式，同时具备宏观的全球布局策略，才能引领组织扩张版图，借此加速组织数字转型的效率。

根据资诚联合会计师事务所长期研究与观察，企业数字转型三大关键趋势为：“关键人才与技能的可得性”、“员工体验的影响力”，以及“企业内部对数字科技的掌握度”。

为了使企业在因应数字变革所带来的冲击时，能加速转型以获得商业先机，企业内部决策者与人力资源单位该如何进行？

三大关键趋势 带领企业数字转型

① 关键人才与技能可得性

在这波“若不转型，必将被市场抛下”的风潮中，企业内部与人资相关的从业人员不仅要面临科技日新月异进步的适应挑战，更大的挑战是如何协助企业能在少子化的世代，吸引千禧世代的人才认同并愿意加入的



企业文化，以及为现有的人才做出最符合数字化转型市场变革的发展训练规划。

从环境发展趋势来看，越来越多年轻人才更倾向选择具有鲜明使命、文化与公司立场，同时在制度面上能具有灵活度，并且愿意不断优化企业产品竞争力与人性管理制度，进而传达给大众更新颖、更具有竞争力的企业，让他们能在这样的企业之中追求个人工作的成就与价值感。

② 员工体验的影响力

根据盖洛普（Gallup）调查发现，员工效率与工作满足感高度相关，全球只有高达13%的企业员工体验极佳，而这13%的企业每股盈余表现较其他同业高出147%，显见员工体验的重要程度。

通过多元化、组织扁平化、数字新领导力和大人机技术（“大”数据（Big Data）、

“人”工智能（Artificial Intelligence）与“机”器人（Robot）等，企业能为跨界人才进行资源整合，让人才从原先的单纯员工参与，转化成高度互动的员工体验模式，形塑强大、鲜明且具有吸引力的企业文化。

③ 企业内部对数字科技的掌握度

如何将数字科技做出最大化的有效运用，将是企业在这变动甚巨的数字时代是否能保持竞争力的最大关键。其中最关键的信息科技——“大人机”技术，正是借由大数据所搜集的庞杂数据库与分析后，做出基于事实的精确营运管理策略；融合具备机器学习与深度学习能力的人工智能，辅助实际执行面的不足；可自动化或智能化的行政流程，则使用机器人技术大幅降低人为操作与时间成本。

以人力资源领域来说，大人机不仅能做到建立模型以预测未来人力需求，更能分析优

// 企业转型的第一步，往往会从导入数字科技工具开始，借由学习操作新工具，培养数字技能，建立勇于探索、尝试与犯错的心态，最终影响思维的转变。//

秀员工的共同背景，让企业能在未来选才时，找出最具有职场关键能力的员工；通过员工绩效数据分析结果，能针对员工个人能力的精准数字学习培训、重新建立更明确的员工贡献度指标、更有弹性且更个人化的福利关怀制度。

在此波疫情影响之下，也让原本专家们评估还要至少5年才可能普及的“远程工作模式（Work from Home, WFH, 亦即在家工作）”提早开始应用于现今职场。根据顾问公司麦肯锡（McKinsey & Company）所发表的全球研究，有80%受访者喜欢在家远程工作，其中41%的人认为远程工作模式反而有助提高生产力。随着越来越多指标性企业公司将WFH列为员工作业模式选项之一，对于企业管理策略上，又带来哪些改变的重点呢？

管理重点一> 时间与空间不再是指标重点，“成果”至上的管理方式

新世代企业的管理思维中，越来越重视“成果”——也就是员工所产出的价值，而像基本的出勤时间、工作地点管理，越显得无足轻重。这样的绩效衡量思维，也让企业招募打破地区性的限制，从“公司所在地”扩展到“全球各地”。

在这样新工作形态的改变下，通过各种线上工具与程序，让工作不会再被绑定在公司里，员工能在全世界各地通过数字科技协同工作，达成工作与生活兼具的目标。

这也使得以成果为指标导向的绩效评估，如KPI（关键绩效指标）、OKR（目标与关键结果）管理方式，在此波疫情带来工作模式改变的推波助澜下，导入企业的管理制度之中，带动企业成功转型。

管理重点二> 数字转型势在必行，让数字科技为企业注入新能量

新冠疫情爆发后，让人见识到迈入VUCA时代（Volatile, Uncertain, Complex, and Ambiguous）的不确定与变化快速，商业模式、消费方式、科技技术等不停变动与更新，企业必须根据时势变化随时调整营运方向，管理者更需具备数字转型思维，才能使公司继续生存下去。

企业在转型的第一步，往往会从导入数字科技工具开始，借由学习操作新工具，培养数字技能，改变日常工作的行为模式，进而建立起勇于探索、尝试与犯错的心态，最终影响思维的转变。

目前全球企业都面临数字转型创新的挑战，随着人工智能、大数据和云端技术升级，工作形态与产业模式也将面临大变革。此时数据管理和数字科技应用是企业应变的关键环节，因此企业主与人资管理者也必须具备数字科技新思维、数字信息运用能力与数据分析的洞察力，并时刻关注国际潮流趋势，才能在变动快速的世代下，掌握企业创新成长的动能，引领团队成员一同携手学习、不断精进。A



马斯克 特斯拉创办人

从特斯拉到太空探索， 大梦想家如何创造历史？

文/天下文化出版社 Elan Musk photo by @CC BY-SA 4.0

跟乔布斯一样，特斯拉创办人埃隆·马斯克被称为“改变世界的科技狂人”，但他的梦想显然更大、也更疯狂。他的Tesla排名超越Google、苹果，名列全球最聪明企业，关键技术更是好到其他汽车大厂都不能没有它；SpaceX是史上第一家为国际空间站运输物资的私人航太公司，却一再以不可思议的低成本和尖端技术，挑战极限，创造太空业奇迹。



看更多名人讲堂

|| 马斯克探索太空并非常严肃认真地思考星际旅行的可能；因为他想要鼓舞大众，重新激发他们对于科学、征服未知和技术创新的热情。||

超越硅谷

“你认为我是个狂人吗？”

马斯克处理不可能任务的从容作风，使得他成为新硅谷之神，Google创办人佩奇等企业执行官提到他时，总是充满敬畏（佩奇曾直言，若自己死了，宁愿把庞大财产捐给像马斯克这样的资本家来改变世界。他认为马斯克把火星作为人类“第二家园”的想法意义深远），初露头角的创业家们就像当年人们模仿乔布斯一样，争相“效法埃隆”。

马斯克就像许多工程师或物理学者，会在寻找确切用词时停顿，而且他往往会陷入复杂冗长、晦涩难懂的科学陈述，全程都没有辅助说明。马斯克期待你跟上他的思路，但这一切并不会让人讨厌。事实上，马斯克会说很多笑话，可以十分迷人，只是他不是很容易跟人聊天的人。

因网络创业（Zip2、PayPal）致富的马斯克，汲取了硅谷大多数的精神，并利用硅谷精神来改良体积庞大、工序繁杂的机器与工厂运作，从太空火箭、电动车、太阳能发电到Hyperloop计划，跨业打造出令人惊奇的产品，追求真正的突破性成就，这些有可能正是这一代以信息科技创新为主的创业家所错失的。

建立SpaceX大军

2001年马斯克满30岁，这个生日使他深受

打击。PayPal已被夺走，交给别人经营。马斯克形容像是一边吞食玻璃，一边凝望深渊的创业人生，已经变老了，硅谷也是。有个念头开始越来越吸引人，那就是离开硅谷。

吸引马斯克的，不只是洛杉矶的华丽炫目和多采多姿，还有太空的召唤。马斯克被迫离开PayPal之后，开始重新思考童年时对火箭飞行器和太空旅行的热望。他也开始认为，他可能有比开发网络服务更伟大的使命。

马斯克对太空的思考愈多，愈觉得大众仿佛已经丧失对未来的雄心和期许。一般人也许会太空探索视为浪费时间、精力与金钱，并因为他讨论这个话题而嘲笑他，但马斯克是非常严肃认真地思考星际旅行的可能。他想要鼓舞大众，重新激发他们对于科学、征服未知和技术创新的热情。

马斯克的计划在航太界流传时，当时所有人都嗤之以鼻。大家只有叹息：“喔，好吧！他本来可以花1,000万美元把老鼠送上太空，但他现在却要耗资数亿美元，而且很可能像之前所有人那样以失败收场。”

不同于波音、洛克希德，或俄罗斯和其他国家发射的大型火箭，马斯克的火箭会瞄准较低阶的卫星市场，这种火箭很适合商业载人服务，近几年来演算能力和电子技术大幅进步，促成了这些较小载荷的服务需求。

如果能够大幅降低每次发射的成本，并能够定期发射，将为商用和研究载人开启一个全新市场。马斯克非常喜欢这个引领潮流，成为太空新纪元主流的想法，他打算让他的

火箭事业直接切入这个新市场。

2002年6月，太空探索科技公司（SpaceX）低调诞生。马斯克很快就按照他特有的工厂美学，将SpaceX办公室改装了：水泥地面铺上了一层光滑的人工树脂，一层白色新漆厚厚的粉刷在墙面上。白色的设计是要让工厂看起来干净，并给人愉快感受。办公桌散布于厂房四周，以便那些从常春藤名校毕业的电脑科学家和工程师，在设计机器时，能够与建造硬件的焊接师傅和机械技师坐在一起。

这种做法是SpaceX的第一项重大突破：传统航太公司偏好将不同的工程部门隔开，而且为了在不动产和劳工成本低廉的地点设厂，工程师和机械技师往往相隔数千里远。

SpaceX企图想成为美国火箭产业现代化的全新开始。马斯克觉得太空产业已经有大约半个世纪没有真正的进展了，航太公司之间很少有竞争，它们倾向于制造最高性能的

极昂贵产品。

马斯克把硅谷的创业能力运用在SpaceX上，并善用过去数十年来演算能力和材料科学方面的巨大进展，使得公司营运精简又迅速。

让员工主动创新的绝招

SpaceX团队被磨练到能够在三天内制造出一台火箭引擎，同样这批人还被要求精通软件。这群年轻机敏的工程师，本着冒险精神，愿意挑战跨学科任务。“这样的经验几乎让人欲罢不能，你才24、25岁，就被委以重任，这给了年轻人很大的自信。”

马斯克不能容忍的是，借口一堆和欠缺明确的解决计划。许多工程师都是在面对马斯克的招牌式盘问之后才认识到这点。“第一通电话是最糟的，某件东西出了问题，埃隆问我多久才能重新运转，我没办法立即回答。他说：『你一定得回答，这对公司很重

要，所有事情都取决于此。你为什么没有答案？』他不断用尖锐的问题轰炸我。我原本以为让他迅速知道发生什么事比较重要，但我学到了，更重要的是有全盘的了解。”

马斯克为公司精挑细选各种必要人才，精心打造一支工程特种部队。SpaceX想要雇用的人是充满热情并具有团队精神，并有实际动手制造机械经验的。“即使你的工作是编写程序，你还是必须知道机械如何运作，我们要找的是那些从小就喜欢制造东西的人。”

能够通过重重考验、面试反应灵敏，又写了一篇好论文的应试者，奖赏就是获得和马斯克面谈的机会。在与马斯克见面之前，每位求职者都会收到警告，被告知面试可能持续30秒钟至15分钟：

一开始马斯克可能仍然不停地写着电子邮件和埋头工作，不太开口，别害怕，这是正常的；最后他会坐在椅子上转过来面对你，但即便是那时候，他可能不会与你的眼神有实质的接触，或没有完全意识到你的存在，别害怕，这还是正常的。在适当的时候，他会跟你说话的。

从马斯克开口的那一刻起，接受面试的工程师们，有可能感到冗长费解，或觉得谈话内容宏伟深奥，每个应试者的经历不一样。他不是太在乎应征者是否知道答案，他更看重的是应征者如何描述问题，以及他们解决问题的方式。毫无疑问，马斯克已经精通如何让公司员工发挥最大功效。

一般是经理人为员工设定截止日期，而马

斯克是引导工程师为自己的完成期限负责。他会说：“我需要这项很难完成的任务，在周五下午两点前完成，你能做到吗？”当你说：“我可以”，你努力工作就不是因为他的要求，而是为了你自己，你可以感觉到这种区别，你已为自己的工作做出承诺。A



名人档案 |
马斯克 Elan Musk
特斯拉创办人

是一名出生于南非的企业家，以SpaceX、特斯拉汽车、PayPal共同创办人而闻名。马斯克担任SpaceX的执行官兼首席设计师、特斯拉汽车执行官兼产品架构师、SolarCity的董事长。也是现代第一辆可行电动车Tesla Roadster的联合设计者之一。在2021年1月7日以过二千亿排名第一，成为全球首富，同时也是一名科学家。



好书推荐

钢铁人马斯克

作者：艾胥黎·范思
出版社：天下文化出版社

描述马斯克跨领域挑起五大尖端产业的革命，

从商用太空、全电动车、超级高铁、家用电池到脑机一体，每个历程都非常棘手，每次突破都让全球惊艳。本书带领读者向超级创业家学专注与跨界，跳脱单一轨道，转换思考模式，你也可以成为主导自己未来的钢铁人。



// 马斯克精挑细选各种必要人才，精心打造一支工程特种部队。SpaceX想要雇用的人是充满热情、具团队精神，并有实际动手制造机械经验的。//

企业必修 课 过新媒体为企业赋能 大V告诉你，如何通

文/黄至尧·知名人力资源专家博士

专栏作者 |



黄至尧
人力资源专家

疫情反复不定，人们对线上生活更加清晰与渴望；我们试着通过各种APP（微博、微信、腾讯会议、抖音）获取新闻；又如通过远程办公工作与多方会议、或了解好友近况、上网购物、网络游戏，甚至叫外卖都享受着互联网的便利。



看更多人观点

A



Q1 人与人即便不出门，仍能通过网络产生精神和情感的连结。此刻的我们正在创造一个前所未有的新世界！当企业也正面临这样的场景时，该如何通过“新媒体”为企业赋能，迎战疫情呢？

案例：迟到的阿迪达斯！

上个月受邀到广州演讲，数字化部分我谈的主题是——“迟到的阿迪达斯！”2019 Nike App上线与消费者建立深度会员关系。耐克在2020还能交出不错的销售业绩，主要受益于电商收入大幅增长。安踏

(ANTA) 体育用品的“全员零售”专案上，线上销售同样取得高增长。反观，阿迪达斯2018由于技术原因消费者利用漏洞大量抢购，最终不得不宣布CONFIRMED关闭。正是因为数字化投入迟缓，导致业绩一路下滑，尤其在2020年Q2因受疫情影响，阿迪达斯整体收入下降35%，其中，阿迪达斯品牌销售下降33%，锐步品牌销售下降42%。（目前锐步正在出售），adidas CONFIRMED App于去年10月底正式回归，期望能够补足线上缺口，我们拭目以待。

线上影响力只会越来越大

如今可以毫无疑问地说“拥有线上即拥有未来”！

我的一个顾客品牌线下做了40年，线上团队通过我们猎头协助组建至今不过4年，营收比例已经不相上下，身边有越来越多的企业主都想打造品牌线上影响力，时至今日品牌在线上的战争已成为企业的兵家必争之地，建议企业一定要投入线上的原因有三：

- 1 移动互联网普及**
为新媒体发展提供肥沃土壤，相较原本单纯的线下宣传方式，线上受众更广，效率更高，传播更快速，影响范围更是无远弗届。
- 2 人均使用手机时间来到8小时**
微博、微信公众号、小红书、抖音、快手、视频号等都拥有几亿流量池，企业结合自身定位选择合适平台让更多人看到。
- 3 通过内容和使用者互动**
打造“热点话题”即时互动，更容易引起用户兴趣与参与感，有助于提升品牌或产品知名度，让使用者留下深刻印象。

Q2 网络流行的KOL（网红）、大V（指在微博上十分活跃、又有着大群粉丝的“公众人物”。通常是“粉丝数”达50万以上者），时常担任企业社群幕后推手，企业又该如何借助新媒体找到议题呢？

来自知名大V的建议

自媒体达人『小应』（化名）年纪轻轻已是上亿点击幕后推手，他为人超低调，这是『小应』第一次公开分享，他告诉我想在新媒体建立品牌知名度，第一件事一定是分析自身定位，思考自己的产品或品牌最合适的宣传形式是什么？图片？文字？音乐？视频？定位确定后方能找寻合适的平台（每个平台目标族群皆不同）打通任督二脉，自然能达到事半功倍的效果。

确认定位，找对平台后，下一步便是要思考如何获客，很多人以为获客只要撒钱就行，其实最难的是精准并低成本获客！流量越来越贵，谁以更低的成本获客，自然利润空间更大，成功的几率大增。下面以餐饮品牌为例，『小应』跟我们分析如何通过新媒体平台低成本获客。

抖音、微博、快手等视频类平台不缺美食帐号，排名前十的帐号有1,000多万粉丝，而知名餐饮品牌例如：肯德基、海底捞、西贝、老乡鸡、麦当劳等，粉丝最高也才百万。餐饮百强目前在抖音注册不到20%，说明主流餐饮品牌还没有把抖音当做引流获客渠道。分析一些较火红的餐饮帐号，发现他们的特点如下：

1 帐号人格化
微信的口号是“再小的个体也有自己

的品牌”。用户关注一个帐号，本质还是看人，同样内容，不同人演绎会有不同效果。品牌人格化，用户就会将人和品牌建立联系。像老乡鸡、九锅一堂都是同一位人物代言，保持人物和品牌的关联性。

2 设置固定记忆点
肯德基海报是红底白字，看到这个页面就会感觉到很熟悉，而肯德基的微笑老爷爷相信大家还都记得。九锅一堂拍摄主角设置“嘿嘿嘿”的笑声，不断给用户洗脑，听到这个声音就会让人想起九锅一堂。

3 小技巧可促成单条火爆视频
“100元吃垮系列”不同品牌都尝试过这个抖音官方推出的热门话题。“海底捞的网红吃法”、“coco的隐藏功能表”，会让使用者忍不住体验。疫情期间老乡鸡董事长当场撕毁员工自愿降薪请愿单，火遍全网的视频，也是绝佳品牌宣传操作。

Q3 有了新媒体后，又该如何营运，才能像自媒体达人『小应』，成为大V？

自媒体达人『小应』的新媒体运营密技——『天龙八部』，八步骤分享给大家：

第1步：粉丝爱的是人

经营新媒体的人需要的是一个有感情、有想法、有思考的人，能让用户更容易喜欢你。拟人化、具象化至关重要。自媒体达人『小应』告诉我很多知名内容团队都超过数十人在运营，但对外一定是一个人的形象！

第2步：独特风格与表现形式

在完成拟人化和人物具象化后，我们的运营一定要表现出鲜明的个性特征，比如说我的语言是幽默诙谐的，我都是神吐槽等等，或者说是有某种语言或配图风格等等。

第3步：固定单元

是增加粉丝黏着度与互动重要手段。微博前几年有个特别火的单元叫做“美女时钟”，一到整点有一个女孩子举着一块板儿，上面写着时间，这一个单元在很短时间内吸粉很多。其他大号（粉丝数达50万以上），也都有些固定单元。粉丝会去想：“这个帐号明天会怎样去更新呢？”其忠诚度很快就被培养起来。

第4步：增加互动

不仅是与粉丝间的互动，也有和其他帐号间的互动。前期进行粉丝累积的时候，粉丝评论尽量回复。有一个名称叫做“互推”，通过找其他小帐号互推，我们逐渐变大，慢慢接触的也就是更高层次的帐号。

第5步：明确的帐号定位

我建议把微博定位成一个比如“总是出现神吐槽的活力少女”，或定位成一个“一本正经的讲国学历史的文化大师”，“用幽默接地气的方式去讲历史的年轻历史爱好者”，这样一个具化的人物形象和定位风格，发布的内容也向这个人设去靠拢。

第6步：没有靠转发成为大号网红

原创内容是基本功，起步可以有搬运。但要有相当比例原创，保证自己的品牌调性和IP价值。每天至少一两主题和内容都要精挑细选。内容的品质还是重中之重，一些具有媒体属性的产品和平台都离不开高品质的原创内容。

第7步：借力大媒体，借力新话题

对刚起步的新手来说很是重要，新手没有粉丝积累，影响力有限，那么就要借力。微博有很多超级话题，有很多大V，我们在发微博的时候，带上相关话题，使劲儿@相关大号，就可以使你的曝光量增加，从而将引流导向自己。

第8步：评论区带节奏

做媒体应当养成宠辱不惊的态度，评论区一定会有“负面用语”。这时该悄悄窃喜，因为现在媒体平台的推荐机制，骂得越凶，热度越大，平台推荐力度就越大。A

|| 赶紧带着“干货”上线练习！抖音每日流量达4亿，微博目前月流量来到5.5亿，不愁找不到用户。我相信唯有实践才能出真知，过程中可尝试以上各种作法，从做中学未来一定会有成效。||



顶尖企业数字化转型方案

如何拥抱数字创新？

文/吴康军·媒介360智库作者

数字化转型，是当下所有企业的聚焦点，不过，理想与现实之间的差距并不小。根据麦肯锡针对企业数字化转型的研究，在审视数字化转型目标时，只有不到20%的企业达到了预期的目标。

通过 数字化转型实现弯道超车，或者第二增长曲线，这个机遇确实存在，但是真要卷起袖子展开行动时，才发现数字化转型并没那么简单。但奔驰汽车、强生公司、美的家电等这些大企业，如何拥抱数字化创新浪潮？有哪些可借鉴之处？怎样才能提升数字化转型的成功率？

奔驰 Mercedes-Benz 从汽车制造商转变为互联网出行服务商

早在2015年的法兰克福车展上，梅赛德斯——奔驰汽车集团全球总裁蔡澈在“奔驰之夜”上，就阐述了奔驰在数字化的作为。蔡澈明确表示，汽车数字化转型全面



看更多创新经营

|| 奔驰自有的电商平台，为顾客提供线上看车、聊车、选车、订车的便捷服务，平台的功能涵盖了360度外观全景展示及VR内装互动展示技术、快速现货订车等服务。||

展开，在数字化战略下，奔驰正从汽车制造商转变为互联网出行服务商。2016年，奔驰发布瞰思未来（CASE）战略，CASE四个字分别代表的是Connected（智能互联）、Autonomous（自动驾驶）、Share&Services（共用出行）、Electric（电力驱动），这是奔驰未来发展的四个方向。

>> 数字化生产：生产流程的透明度越来越高

数字化在生产领域担负重要角色。奔驰工厂在数字化战略指导下，将变成“智能工厂”，人和机器人将真正展开合作：当人面临的太棘手、太费力时，机器人将顺利接手。

奔驰最新工厂的所有核心生产流程，都采用了MO360（Mercedes-Benz Cars Operations 360）数字化生产体系。这项体系，通过整合一系列数字化工具，可将生产销量提升15%以上。有趣的是，MO360数字化生产体系可以支持消费者通过Mercedes me App线上观看所下单车辆的装配过程，全程“云监工”制造过程。

>> 数字化交互：一切围绕用户在场景中的个性化需求

蔡澈这样描述奔驰汽车的未来模样：“汽车会知道客户的上班路线、驾驶风格、约会时间、音乐品味，这些信息将更好地用网络

连接起来，为客户的生活带来更多乐趣。”

汽车座椅能独立监测主人的某些关键信息，在需要时成为旅途上的理疗师。汽车还能根据乘客的血压或脉搏来改变车内的整体氛围，手段不只是用音乐，还包括光线、温度与气味，从而对乘客的情绪产生积极影响。截至目前，奔驰S级MBUX信息娱乐系统和智能安全配置，已实现上述部分功能。

>> 数字化体验：更高效便捷地连接品牌、产品与使用者

2013年，奔驰就提出客户体验与现代社会的数字化进程相关联，并宣布启动“最佳客户体验（BCE）”品牌战略，如今奔驰的数字化进程已经推进到4.0阶段。奔驰很早就在中国市场开始数字化解决方案探索，并建立了专注这一工作的团队。目前，梅赛德斯——奔驰正通过网站、微信、应用和车机四大线上数字化平台的建设。

例如，在中国奔驰推出了轮胎一键焕新服务。顾客可以通过手机选择轮胎、查看库存、线上下单，再到经销商处进行更换。在部分城市，该项服务最短可在两个小时内完成，为顾客节省了大量时间。

>> 线上销售：2025年占到销售量25%

奔驰自有的电商平台，为顾客提供线上看车、聊车、选车、订车的便捷服务，平台的功能涵盖了360度外观全景展示及VR内装互动

展示技术、快速现货订车等服务。截至2020年6月份，奔驰天猫旗舰店已经有近30万名粉丝，上半年累计销售额同比增长约95%。

根据奔驰规划，预计到2025年，奔驰乘用车全球销量有25%将来自于线上销售，即70万辆奔驰是来自线上，80%的服务预约也是来自线上平台。

强生 Johnson & Johnson

拥抱敏捷 推动数字化转型

强生公司成立于1886年，是世界上最具综合性、分布范围最广的卫生保健产品制造商、健康服务提供者。在数字化转型方面，强生积极拥抱敏捷，从管理模式、组织架构到落地应用，全方位推动数字化能力升级。

强生消费品中国区总裁邓旭表示，强生是非常重视科技的企业，不管是AI，还是3D打印技术，亦或者是5G技术，强生始终在为提高消费者格局，改善消费者生活方式而努力。

>> 成立数据赋能中心 推动数字化创新

强生成立数据赋能中心，开发以大数据数据为基础的定制化创新能力和有效研究模型，为品牌赋能，开发、设计并销售符合本土消费者需求的新产品。

数据中心具备大数据分析能力：通过消费者需求和市场洞察，反向定制业务创新模式；通过创新赋能、营销赋能和运营赋能，数据中心旨在运用大数据洞察，加速创新进程和成果转化；通过精准营销，进一步扩大产品传播能量；推动数据驱动助力发展，提升品牌知名度并提升运营效能。



强生成立数据赋能中心，开发以大数据数据为基础的定制化创新能力和有效研究模型，为品牌赋能，开发、设计并销售符合当地消费者需求的新产品。

>> 为患者提供服务 而不只是药品

制药企业想要和患者建立更直接的联系，同时参与患者的健康管理，各大药企都推出了自己的健康管理App。

强生推出的One-touch Reveal，一款可帮助糖尿病患者轻松监控和控制血糖的移动应用程序。该应用程序与J&J的一键式血糖仪连接，可以追踪患者的血糖水准，帮助可视化其数量趋势并与医生共用数据。

美的 Midea

数字化+智能化 重构增长力

美的集团董事长方洪波在公开演讲中就表示，增长红利已经成为过去，要寻求存量裂变，对开发、生产、销售三个环节进行重构，摸索的路径就是智能化、自动化、数字化，重构如何开发产品、如何制造产品、如何把产品卖给使用者这三个基础环节。

在方洪波看来，这里指的数字化是企业价值链的数字化，利用新技术对企业所有数据进行分析、计算、重构，来透视经营管理的全过程。

>> 632战略 全面打通集团级IT系统

早在2012年9月，美的集团就对IT系统重构启动了“632”战略，即在集团层面打造6大运营系统，3大管理平台、2大门户网站和集成技术平台。彼时，美的希望通过打造

“632”，构建集团级的业务流程，集团级的主数据管理以及集团级的IT系统，其目标可以用“三个一”来概括：一个美的、一个体系、一个标准。

具体来说，“632”中的6大运营系统指的是：PLM产品生产周期管理系统、ERP企业资源计划管理系统、APS高级计划排程系统、MES制造执行系统、SRM供应商关系管理系统、CRM客户管理系统；3大管理平台指：BI企业决策系统、FMS财务管理系统、HRMS人力资源管理系统；2大技术平台指：MIP统一门户平台、MDP集成开发平台。美的希望在此架构下，建立集团点到点的流程框架及统一的主数据管理体系。

>> 与顶尖科技企业强强联合 建立智能家居生态

目前，美的已跟众多顶尖企业强强联合，包括亚马逊、阿里、腾讯、华为、百度、OPPO、vivo、创维等，开展互联互通的物联网合作，打通智能家居连接壁垒，形成优势互补，全面优化用户智能体验。

企业数字化转型，已成为时代性的必答题，任何一家企业都不能掉以轻心。以上是顶尖企业对数字化转型的认识以及最佳实践，希望抛砖引玉，揭示其企业获得成功的奥秘。A



本文经原创媒体媒介360 (imedia360) 授权转载
文章略有删减，扫码查看全文



土耳其裔艺术家Refik Anadol以量子电脑进行令人赞叹的创作。



当代艺术结合潮流 吸睛作品深具看点

细观本次展出，作品取材与表现手法均十分多元，主要围绕着“启发”、“反思”、“保存”、“深虑”四个主题进行延伸，也旁及自然、污染、物种灭绝、科技进展等当今课题进行发挥。

展中的艺术佳作，除可见到澳洲原住民向自然及先祖致敬的大型装置艺术，另外最抢眼的吸睛作品，首推融合尖端科技的创作最具看头，像是现居美国的土耳其裔艺术家Refik Anadol便推出高达10公尺的LED多媒体巨型装置《量子记忆》(Quantum Memories)，号称是首件真正利用量子电脑之力产生的艺术创作。

这位艺术家与Google合作，不但结合了速度超快的量子电脑（运算能力据称比传统超级电脑强上一千倍）与机器学习演算法，并从网络撷取高达两亿张与大自然相关的图片，经编排处理后，产生如“数字浪潮”般令人目不暇给的“再造自然”景象，象征人类在迈向数字时代后，阅听者感官对自然的记忆已然改变的事实。



法国艺术家JR深入澳洲内陆，纪录深受干旱与缺水之苦的澳洲原住民影像后，推出大型装置作品。

墨尔本NGV三年展

2021年最盛大的艺术&设计盛事

文/李俊明·图/© National Gallery of Victoria

疫情下，很多大型艺术展基本“关门大吉”，澳大利亚却已大展身手，在墨尔本展开第2届维多利亚国家美术馆三年展，集结来自33个国家的百位艺术家，展现横跨建筑、设计、当代艺术等三大领域的创意表现。



看更多经典设计

南半球的墨尔本 (Melbourne)，一向是澳洲的艺术之都，在疫情带来的一片惨淡与萧条中，这里的维多利亚国家美术馆 (National Gallery of Victoria，以下简称NGV) 却克服了万难，

抢先带出迎向复苏的信号。

最近举办的NGV三年展，便集结了全球受到瞩目的艺术家与设计师大心血，成功举办了由2020年底横跨至2021年的盛会，在将近五个月的展期中，不但呈现丰富扎实的策

展内容，也兼顾娱乐性与休闲性，让男女老少都很容易投入，可说是一场成功激起大众兴趣、提供知性思考，又能完整传递美感经验的视觉飨宴。

严格说起来，才举行第二次的NGV三年展，在大型展览圈只能算是后起之秀，不过随着2017年首度开办就创下120万的超高参观人次纪录，肩负超越之责的第二届续办，挑战难度就更高，不但需要克服随疫情警戒而来的各种不确定因素，更难的是还要有毅力突破重围，在各国交通维系不易的状况下，集结全球100多位艺术家、设计师的86件作品。这其中，更有34件首度亮相，而且还是由主办单位特别委托创作者为三年展所精心打造的独家创作。



美国话题艺术家杰夫·昆斯也为NGV三年展特别推出了高达2.5公尺的庞然的“维纳斯”塑像。

此外，作品屡创天价的美国话题艺术家杰夫·昆斯（Jeff Koons），这次也为NGV三年展特别推出高达2.5公尺的庞然巨作；他以原本娇小的18世纪“维纳斯”瓷偶为本，但把尺寸超放，并将创作媒材由陶瓷改以镜面不锈钢呈现，巧妙将古典题材演绎出浓厚潮味，也成为一大看点。

在传达“时代性”，结合当代议题上，NGV三年展也很有自己的主张。像是邀请的摄影家Véronique Ellena就在美学中进行批判，作品拍出了欧洲教堂等宏伟地标之下的阴暗面。策展人希望人们想一想，我们常常不自觉地赞叹地标建筑的伟岸与精美，却常常忽视了角落里缺乏栖身之所的街友“无家可归”的事实。

另一位法国艺术家JR则深入澳洲内陆，在纪录深受干旱与缺水之苦的澳洲原住民影像后，以钢架与玻璃构筑大型装置作品《Homily to Country》，无论是表现形式或探讨素材，都很令人眼前一亮。

建筑创作名号响亮 隈研吾也前进澳洲参展

NGV三年展不只对环保、时代做出反思，也对当代议题提出批判与针贬。像是瑞士建筑师BTVV就在展场打造了宛如现代版“大人国”的情境。你走进宛如现代家居的场景，却发现所有物件不是超大，就是超小，创作者意图用夸张的幽默手法，对当今房地产常通过光鲜照片操控人们对空间认知的现象做出讽刺。

而本次展览的必看建筑作品，毫无疑问首推日本建筑家隈研吾与墨尔本当地艺术家Geoffrey Nees合作的“植物廊”（Botanical Pavilion）。这几乎占去整个展厅的概念设计，借由日本传统榫接工艺，构筑出带有强大张力的木结构。值得特别注意的是，木结构的内部使用了收集自墨尔本皇家植物园的



建筑师BTVV，在展场打造了宛如现代版“大人国”的情境。

NGV三年展不只对环保、时代做出反思，也对当代议题提出批判与针贬。创作者意图用夸张的幽默手法，对当今房地产常通过光鲜照片操控人们对空间认知的现象做出讽刺。

废弃树材，有些历史甚至比欧洲白人殖民者抵达澳洲还要更早，其他树材则见证了植物园百年风华与科学研究历程，在化身展品后重获新生。

隈研吾这件设计意涵丰富的作品，与擅长探讨禅意的韩国艺术家李禹焕画作《对话》在同一展间遥遥呼应，回荡着以师法“自然”为主题的创作精神，格外引人入胜。

设计作品风格多样 充满天马行空想象

不只当代艺术与建筑作品很可观，本次展出的设计创作也很耐人寻味。设计师Porky Hefer推出饶富童心的作品《烟蒂章鱼》（Buttpus），不仅大章鱼造型超吸睛，而且



它的材质竟然真由烟蒂揉制而成！在创作者的想象中，未来的世界，将由能随意转化、吸收塑胶袋、吸管、咖啡杯等废弃物的变种生物主宰，当这些生物欣欣向荣之际，人类仍将继续在饱受污染的环境中挣扎求生。

另一位受到瞩目的创作者，还有出身日本的艺术师河井美咲，她擅长利用纸浆、布料、毛毡、木头等材质，制作出大型的偶形创作。本次她首度前往澳洲参展，便推



日本建筑家隈研吾与墨尔本当地艺术家Geoffrey Nees合作推出的“植物廊”，构筑带有强大张力的木结构。



左图：新锐设计师Richard Quinn擅长将历史融入现代风格，创造出独特创意。右图：日本艺术家河井美咲，擅长制作大型的偶形创作，让大人小孩都会心一笑。

出Moja Moja Life专区，锁定儿童与亲子观众，要以可爱无敌的偶形装置，让大人小孩会心一笑，并激发孩子在游戏中发挥创意的潜力。

其他抢眼的设计展出阵容，还包括近期在纽约时装周及IG大受瞩目的日本新锐设计师Tomo Koizumi，他以彩虹旗为灵感，将200多公尺布料进行剪裁后，组合出洋溢奇幻风格的蓬蓬裙设计。

而另一位曾赢得2018年“英国时尚奖”最佳女装新锐设计师的Richard Quinn，则

以伊莉莎白时代的古典风格为本，融入现代新意，将链甲、都铎时代珠饰、庞克风格巧妙冶为一炉，融混出独特创意。

特别值得一提的是，NGV三年展贴近观众不遗余力，不只努力让展览精彩、好玩、发人深省，为了拉近与年轻族群的距离，策展团队还同时在官方网站制作许多短片，深度呈现作品创作的来龙去脉，并在Spotify串流平台推出搭配的音乐拨放清单，让展出除了好看，更是好听，营造观展经验的丰富多样性。A



左图：日本新锐设计师Tomo Koizumi，以彩虹旗为灵感，组合出洋溢奇幻风格的蓬蓬裙设计。右图：Porky Hefer的作品《烟蒂章鱼》，造型如同巨型章鱼的造型。



每到换季就过敏、感冒好痛苦！

呼吸胸腔医生这样保养

文 / 大谷义夫 · 日本过敏学会专科医师

许多患者苦于久咳不愈、气喘等呼吸病变症状。有过敏症状的人因常有鼻水流不停、咳嗽等病症，相较一般人更容易感冒或遭受其他病毒攻击。因此，呼吸道保健变得相当重要。



看更多健康常识

日本 呼吸胸腔科医师大谷义夫近来发现过敏的患者越来越多，包含咳嗽变异型气喘、支气管性气喘患者在内，许多患者苦于久咳不愈、气喘等呼吸病变症状。

有过敏症状的人因常有鼻水流不停、咳嗽等病症，相较一般人更容易感冒或遭受其

他病毒攻击。因此，呼吸道保健变得相当重要，以下提供保养呼吸道的方式：

老烟枪的救命丹，一天一颗苹果

首先介绍的是苹果，这是我每天都会吃的水果。我发现苹果惊人的实力，是因为看到

造访青森苹果果农的电视节目。节目中测量了苹果果农的肺部年龄，结果令人惊讶。一位67岁果农的肺部年龄只有46岁，另一位44岁果农的肺年龄更是未满18岁，果农们的平均肺年龄比实际年龄少15岁，而让他们的共通点就是每天都吃一颗苹果。

一般肺部年龄的测量方式，是根据用力吸气后呼气时，一秒内吐出的空气量（医学上称为一秒量）来计算。吐出来的量愈大，肺部年龄就愈年轻，肺功能愈好，也就愈不容易感冒、罹患呼吸道疾病。

和肺部年龄息息相关的疾病就是慢性阻塞性肺病（COPD）。也就是俗称的肺阻塞，有抽烟习惯的人比较容易罹患这种病。根据世界卫生组织指出，全球每年约三百万人死于肺阻塞，约占全球死亡总人口数的6%，欧洲也有大规模的调查结果证实，愈常吃苹果的人肺愈年轻，罹患COPD的风险也较低。



过敏季节前后，试试柑橘缓解过敏反应

许多有过敏性鼻炎的患者，每到季节交替鼻水就会流不停，有时还会诱发头痛、气喘等症状，让人痛不欲生。根据研究显示，柑橘对缓解过敏性鼻炎有效。日本岐阜大学以15位有过敏症状的男女为对象，让这些人每天早晚各饮用柑橘汁5毫升，连续饮用两周至四周，结果发现流鼻水、打喷嚏、眼睛痒等症状明显获得改善。

我也在某电视节目的企划下，请四位为花粉症所苦的男女，每餐食用一匙柑橘粉，连续食用两周后追踪他们的过敏状况，发现代表过敏数值的鼻腔一氧化氮（NO）浓度，有一人从67分率（PPb）降至36分率，另一人则从64分率降至31分率，过敏的症状也变轻微了，让人吃惊。我也会建议过敏患者

根据世界卫生组织指出，全球每年约三百万人死于肺阻塞，约占全球死亡总人口数的6%；同时据调查结果证实，愈常吃苹果的人肺愈年轻，罹患COPD的风险也较低。

在季节交替等容易过敏的季节开始前，尝试看看柑橘的效果。

一日三杯咖啡降低气喘发作率

咖啡内含的咖啡因不止可以提神醒脑，还有降血压、抑制发炎、扩张支气管等效能。还有一项让呼吸胸腔专科医师兴奋不已的研究结果显示，一天喝三杯以上咖啡可降低气喘发作频率。我自己每天会喝三杯咖啡。早餐一杯，午餐后睡午觉前一杯，下午一杯。因为咖啡因的醒脑效果生效需要20分钟至30分钟的时间，所以午睡前喝刚刚好。另外太晚喝咖啡可能影响夜间睡眠，所以最好在傍晚前喝完。

此外听说零咖啡因咖啡也含有多酚，所以不能摄取咖啡因的人可以考虑尝试一下，可以利用零咖啡因咖啡，享受多酚带来的健康效果。

慢跑注意空污警报

我之所以选择在跑步机上慢跑是有原因的，以前我会在诊所周边慢跑，曾在跑得上气不接下气时遇到患者，无法好好打招呼也有点尴尬。当然还有其他原因。我的慢跑路线是交通量很大的场所。在这种地点运动，可能因为汽机车废气影响心肺功能。研究指出在交通量大的环境中运动，吸多了汽机车

废气，可能影响肺功能导致COPD等，进而提高罹患缺血性心脏病等心脏疾病的风险。

现在兴起了一股慢跑风，常看到很多人在路边或大公园慢跑。而且开放市民参加的马拉松赛事越来越多，东京马拉松也是其中之一。看到越来越多人开始建立运动习惯非常开心，但站在呼吸胸腔科医生的角度来看，还是要提醒大家，避免在空污严重的状态下跑步。

健康管理 力行三原则

轻症速治	避免感冒、得流感，因为这是影响健康最主要的原因。
生活防病	调整饮食等生活习惯以加强基础体力、增进免疫力。
远离病原	如减少接触病原、睡眠充足与规律运动等。

想做好健康管理就从预防感冒开始。实际上，感冒与癌症、高血压、糖尿病等疾病相比，看起来的确没那么致命，然而多数人可能不太清楚，感冒时人的抵抗力较差，如果将感冒置之不理，想启动自愈力打败感冒病毒，反而可能把小感冒拖成大病，出现其他并发症，或大幅削减人体的抵抗力导致人经常生病。

破解感冒五大迷思，加速康复

Q 1 药用漱口水能预防感冒？

日本京都大学健康科学中心做过一项研究，他们找来387位志愿者，将其分成外出后“不漱口”、“只用清水漱口”、“用含碘等物质的药用漱口水漱口”三组，结果发现只用清水漱口的人最不容易感冒，药用漱口水漱口和不漱口的人结果差不多。

原来，药用漱口水添加碘等物质目的是要消除口中的杂菌，但频繁使用会连口腔内的有益菌都杀死，反而破坏人体原来的防御机制。若是为了预防感冒而漱口，建议用清水漱口就够了；如果是已经感冒的状态才药用漱口水漱口，因为这时口腔内的病菌及病毒数量较高，药用漱口水能有效将它们消灭。

Q 2 感冒泡澡会加重病情？

很多人应该都被叨念过“感冒时不要泡澡，好好保暖去睡个觉就好了”。其实这也是错误观念。早期日本人会去公共澡堂泡澡，在回家途中很容易受凉。现代人可以在家泡澡或淋浴，一洗完就可以立刻上床睡觉，不用担心受凉。而且泡澡可以出汗并刺激人体的血液循环，让人感觉更有精神且放松。

另外，可能有人会觉得感冒时就要好好静养，其实这时做一些强度低的运动，更能提升身体免疫力。我自己在感冒初期会去泳池游泳5分钟。抽不出时间去游泳池的话，我会散步15分钟至20分钟左右，或轻松地慢跑10分钟。

Q 3 感冒吃抗生素才好的快？

感冒起因几乎都是病毒，所以吃杀死细菌的抗生素没什么意义。现在医师使用抗生素的理由多半是因为无法判断是由细菌还是病毒引起，保险起见开抗生素以预防细菌造成二次感染。可是我还是必须再三强调，一般感冒开抗生素真的没有任何意义，过度使用抗生素反而有害健康。建议大家与信赖的医师好好讨论，非必要就不要服用抗生素。

Q 4 发烧时应该快吃退烧药？

人会发烧的原因是在病毒入侵时，人体会活化自身免疫力试图击退病毒。体温上升表示白血球中有排除异物功能的嗜中性白血球，以及会吞噬细菌病毒的巨噬细胞正发挥作用。换句话说，发烧其实是人体正努力击退病毒的状态。因此建议如果要吃退烧药，请在体温超过摄氏38度，且身体很不舒服时服用。

Q 5 感冒吃止咳药能加速康复？

我不建议大家发烧时反复服用退烧药，同样地，我也不建议大家咳嗽时反复服用止咳药。而且出现咳嗽症状时，很多人常自以为是感冒，其实也有可能是其他疾病。例如持续三周以上的咳嗽，也有可能是咳嗽变异型气喘、结核病或肺癌等，所以建议咳嗽还是要去看医生。A

本文出自：《30年不生病的健康管理法》天下杂志出版社

躍昇震旦

AURORA ESTEL

MADE IN ITALY

3-6-9高隔间 P016主管桌

震旦 AURORA

ZOL
中关村在线



震旦AD400MNF

获得中关村在线 (ZOL.com.cn)
2020年度推荐产品奖



震旦AD400MNF激光一体打印机

2020中关村在线年度 推荐产品奖收入囊中



扫码进官网
了解更多

图·文/震旦OA

由中关村在线 (ZOL.COM.CN) 举办的科技无疆2020年度科技产品大奖评选结果正式公布。震旦AD400MNF激光一体打印机荣获“ZOL年度推荐产品”殊荣。

震旦 A4激光一体机打印产品凭借高质量的输出品质赢得中小企业用户的肯定。震旦AD400MNF针对中国用户日益多样化的文件输出需求，配置了良好的输出性能和文件处理能力，并且加上了大容量装耗材、安全防护功能，让用户以更低成本实现便捷高效的办公体验。

配置丰富 商用紧凑

震旦AD400MNF是一款桌面型的激光多功能一体机，功能全



面，支持打印、复印、扫描、传真四合一功能，更有证卡快捷复印的实用功能。纸张处理方面标配250页进纸盒和50页的多功能进纸托盘，还可选配250页或520页的扩展纸盒，方便企业根据月印量灵活搭配，实现不同的进纸容量。

高容耗材 持久耐用

打开震旦AD400MNF激光多功能一体机的前盖板，可以看到耗材仓中核心的成像鼓和墨粉盒组件。由于采用了鼓粉分离耗材，因此当墨粉盒或硒鼓用尽之后都可以单独替换，物尽其用。

震旦AD400MNF还为商用打印配置了长寿命硒鼓和墨粉盒。大容量、长寿命的耗材耐打耐用，为高印量提供支撑，也方便企业根据月印量灵活选择合适的耗材。

还支持丰富的纸张类型，包括普通纸/厚纸/薄纸/再生纸/铜版纸/标签/信封。加上多合一打印、小册子、海报打印功能，更进一步扩展了用途，适合用来制作会议资料、员工手册、合同、商函、信函、坐席

牌、小卡片等多种办公文档。

信息安全 保驾护航

震旦AD400MNF还支持安全防护功能，提升信息安全合规性，为企业信息资产保驾护航。支持加密打印功能，在PC上设置打印首选项时勾选“加密打印”，根据提示设置四位数字密码、用户名和作业名称，发送打印任务就完成设置。

中关村在线评测总结：

震旦AD400MNF网络型激光一体机以紧凑型的机身实现良好的输出性能和文件处理能力，功能全面、配置丰富，一台多功能打印机就能满足中小办公室日益多样化的文件输出需求。而且彩色液晶触摸屏的配置使操作更直观便捷，带来人性化的使用体验。

另外，高品质输出能力、安全防护功能和高容量装耗材，相信震旦AD400MNF会给广大中小型企业带来便捷高效的办公流程，帮助职场人士畅达沟通、占领先机。A

2021 守正 创新

— AURORA FAMILY 经销商大会 —



“守正·创新”

AURORA FAMILY 2021年经销商大会

图·文 / 震旦OA经销



扫码进官网
了解更多

2021年2月5日下午2点，“守正·创新”AURORA FAMILY 2021年经销商大会在上海震旦国际大楼正式召开。为了响应国家号召，这次会议首次采用了视频直播的方式，与会震旦家族的伙伴和同仁超过1500位，打破了空间的阻隔，相聚于云端。

会议 主题即“守正·创新”，主题报告通过商品渠道策略、市场策略和服务策略三个方面展开。

一、主题分享：A3复兴·A4跨步

首先是由OA经销事业群曹晖资深总监

带来的商品渠道策略的分享。分享围绕“A3复兴、A4跨步和电商开拓”展开。

A3复兴，A3以低速黑白机抢占市场份额，用彩机提升经销商获利和经营提质。

A4跨步，销量飞跃成长的同时，丰富商品和渠道构建；并结合顾客消费习惯的转变，积极开拓电商渠道，拥抱互联网。

二、主题分享：品牌点亮

紧接着，OA经销事业群马艳资深经理从市场策略做出分享。2021年将以联合开发、招商会、渠道会议等大量丰富的市场活动吸纳更多的伙伴加入AURORA FAMILY这个大家庭。并通过定制化的市场活动和震旦学堂来凸显品牌差异化，持续扩大影响力。

最终以商品开拓渠道，培训养成技能，服务擦亮品牌，来实现震旦品牌全国点亮的目标。

三、主题分享：服务迭代升级

2021年服务部将重点聚焦于全国技术大比武，进一步提升服务战力，通过技术支持中心扩建和星级服务站的架设，实现全国服务体系网格化，为我们的AURORA FAMILY保驾护航。

四、马卫华总经理分享

最后，由OA经销事业群马卫华总经理围绕“守正·创新”带来的主题分享。

2020年我们风雨同舟，逆流而上，在不平凡的一年取得了不平凡的成绩。全年营收增长8%，A3彩机增长11%；A4机近9万台，实现翻番成长。几乎所有的一级经销商顺利达成年度目标，年末经销商库存也降到了近几年的最低水平。这些成绩实属来之不易。

// 幸福都是奋斗出来的，让我们咬定青山不放松、脚踏实地加油干，携手奔向美好的未来！ //



震旦OA经销事业群马卫华总经理

易，是我们肩并肩打拼的结果，也为我们未来的成长创造了很好的条件！

在大家的支持下，一月我们取得了个大大的开门红，各项指标又创新高。未来依旧存在着诸多不确定性，我们能做的唯有自我驱动。保持战略定力，以更快的速度、更扎实的行动去应对各种可能的挑战！2021年在“守正·创新”的主题下，我们聚焦A3复兴、A4跨步的目标，围绕产品创新、渠道创新、活动创新和服务创新，解放思想、锐意进取，我相信2021我们必将取得又一个胜利！

展望更长远的经营，在实现经营愿景的过程中，我们要始终不忘初心，努力践行经销伙伴盈利发展、震旦同仁企业内创业的使命。幸福都是奋斗出来的，让我们咬定青山不放松、脚踏实地加油干，携手奔向美好的未来！

最后，会议在直播间全体主管和同仁的祝福中，圆满结束。A



白领之夜讲座回顾

当代油画艺术的创作理念与表达

主讲人——周进（复旦大学艺术教育中心）

图·文 / 震旦博物馆

2017年达芬奇的画作《救世主》（图一）于佳士得拍卖以4亿美元的高价落锤，位列“世界最贵油画”榜单之首。前十在列的作品成交均价约为2亿美元，它们无一不是出自塞尚、毕加索、高更等艺术巨擘之手。



看更多精彩活动

艺术品的价格和价值之间如何对等？

列夫·托尔斯泰曾说：“艺术是感情的传递。”人类是一种感情充沛的生物，而艺术作品又是艺术家强烈的感情产物，艺术家的表达缘起和动因造就了艺术品脱离于一般商品的市场价值。收藏家的收购行为，不仅是

看重艺术品的审美、技法、唯一性，更是看重艺术作品背后的艺术家的历史地位与价值。这位神秘藏家拍下的，不仅仅是一幅《救世主》，更是达芬奇传奇的一生。

除此之外，反战的毕加索（图二）、逃离巴黎的高更、探索抽象的塞尚，从他们的画里似乎都可以找到本人的影子。这也看出一



图一：达芬奇《救世主》，C.1500年，拍价4亿美元。图二：毕加索《阿尔及尔女人》（O版），1954-1955年，拍价1.79亿美元。图三：维米尔《绘画寓言》，1666-1669年，内含等比复制的荷兰地图

个事实：艺术品作为艺术家情感的表达，和艺术家本人存在着不可分割的关系，艺术品必须经过这样的艺术生产机制认定。一件艺术品出自谁手，是博物馆、拍卖市场等界定和准入的重要标准。正如美国哲学家丹托指出：“艺术品共用『不可见的属性』，主要是指关系属性。”

艺术表达方式和理念的发展动因

不同时期，艺术家表达的方式是随着创作观念和科技的发展而不断变化的。从中世纪蛋彩画到文艺复兴扬·凡艾克兄弟的油画颜料，是材料的演变；而后科学启蒙和进步又为16世纪巴洛克艺术、17世纪荷兰黄金时代的画家们带来了小孔成像、透镜和暗箱，油画创作的精细度和速度都大幅提高（图三）；19世纪印象派风格的形成也离不开当时光学认识的突破和颜料工业的进步；现代随丝网印刷和出版业的繁盛而来的大众文化，又催生了安迪·沃霍尔和波普艺术，电脑、iPad等智能工具则再次让艺术数字化（图四）。

另一方面，在艺术发展中，也少不了以艺

术家为本位的推动作用，他们凭借想象力和对社会离经叛道的理念，以及科技带来的艺术表达技巧相结合，开创新的现代性，而这种风尚很快被大众模仿，于是艺术家们又开始重新思考新的方式，如此周而复始，一次次挑战着艺术创作的边界，艺术的发展在人们的惊叹和质疑声中重复着诞生、成长、衰老和死亡的轮回。

德国艺术家博伊斯认为：“人人都是艺术家”因为人人看待艺术都有着自己的角度和评判，而艺术品本身的市场价值也处于强烈的波动中。在艺术市场的热闹之下，更重要的也许是先让每个人都能欣赏艺术，通过艺术滋养自己的内心。A



图四：大卫·霍克尼的iPad数字绘画



北宋·汝窑 天青莲花式碗

全器满釉，釉色天青，布满细小开片，圈足内底有芝麻点般的支钉痕迹。(图一)
图片来源：《故宫宋瓷图录—汝窑 官窑 钧窑》，图10。

古器物学讲座——中国古代陶瓷专题 ⑬

宋代五大名窑

文/吴棠海·图/震旦博物馆

宋代陶瓷工艺兴盛，窑场遍布各地，制作出许多脍炙人口的作品，其中最为人所称道的，莫过于“汝、定、官、哥、钧”五大名窑。这五大名窑瓷的品相优美，传世数量稀少，地位十分崇高。笔者先依个人多年的实物经验将其特征表列如下，再从胎土釉料、造型纹饰及烧造工艺等角度，介绍各窑的特色。

窑名	釉系	胎土	特色
汝窑	天蓝	香灰胎	支钉痕
定窑	白、黑	白	芒口
官窑	粉青	灰、灰黑	紫口铁足
哥窑	灰青	灰黑、黑	金丝铁线
钧窑	天蓝	灰、灰黑	蚯蚓走泥纹

一、汝窑

汝窑位于河南，因旧属汝洲而得名，原本是民间窑场，北宋晚期被选定为官窑，故有汝官窑和汝民窑之分，而五大名窑中的“汝窑”，即是汝官窑制品。

汝窑产品有碗、盘、瓶、洗、钵、盏、尊及水仙盆等品类，胎体略厚，呈色灰黄，故有“香灰胎”之称。表面釉层较薄，釉色有天青、粉青、天蓝及月白之别，以天青色为主，精品者多施满釉，采支钉法烧造。

例如图一为台北故宫博物院典藏的北宋汝窑莲花式碗，造型犹如盛开的莲花，口沿微敞，器壁做成十瓣式的花形，腹底略收，具有圈足，全器施满青釉，釉色天青，布满细小开片。

圈足内底有五枚细小的支钉痕，造型、釉色呈现典雅静谧之美，是汝官窑的典型特征。

二、定窑

定窑位于河北省曲阳县涧磁村、燕山村一带，因旧属定州而得名，原本是生产民间用品的窑场，北宋时期达到鼎盛，获选为宫廷烧造御用瓷器。

定窑的产品有白瓷、黑釉、酱釉、绿釉、黄釉及红釉等等，以白瓷最著名，造型包含碗、盘、瓶、枕等品类，胎质白而坚硬，釉色莹润，常用印花和划花装饰。

例如图二为台北故宫博物院收藏的宋代定窑白瓷瓶，造型呈撇口、长颈、溜肩、鼓腹、

圈足之状，表面刻划莲花纹，刻纹轻浅如书画一般流畅自然，釉色白中闪黄，质感柔和，透明度高，故能显露胎体刻印的花纹。

定窑白瓷常因施釉不均而有“泪痕”现象，碗盘等器皿采覆烧法烧制，口沿露胎无釉，俗称“芒口”，是最显著的特征。



宋代·定窑 牙白划花莲花撇口瓶

胎质白而坚致，釉色牙白莹润，胎体以划花莲纹装饰，刻纹轻浅流畅，风格优雅。(图二)
图片来源：《故宫宋瓷图录—定窑 定窑型》，图11。



宋代·官窑 粉青贯耳穿带壶

造型模仿古代青铜器，釉色粉青，开片较大，因胎土含铁量多，有“紫口铁足”现象。(图三)
图片来源：《故宫宋瓷图录—汝窑 官窑 钧窑》，图28。

三、官窑

官窑是宋代官府开设的窑场，北宋官窑窑址位于汴京（河南省开封县），南宋官窑则有“修内司”和“郊坛下”二种传

称，近年来考古人员在浙江省凤凰山发现郊坛下官窑及老虎洞修内司官窑的窑址，收获颇为丰富。

宋代官窑以青瓷为主，产品包含碗、盘、炉、尊、洗、瓶及盏托等等，其中有不少模仿古代陶器、玉器或青铜的造型。例如图三为台北故宫博物院收藏的宋代官窑青瓷贯耳穿带壶，壶口呈方形，颈部短，肩部斜溜，腹部外扩而圆鼓，器底有椭圆形圈足，颈肩两侧附加管状双耳，就是模仿早期青铜器的形制。

壶体表面施青釉，釉色乳浊粉青，开片大小不均，由于胎土含铁量较多，壶口和贯耳顶端釉层较薄处略呈紫色，圈足底部则因露胎而呈深褐色，是官窑器典型的“紫口铁足”现象。

四、哥窑

哥窑是宋代五大名窑里最神秘的窑场，元代以来传说不少，但是窑址至今不详，因此目前所见的哥窑作品以故宫博物院的清宫旧藏为主，没有考古出土物可资参考。



宋代·哥窑花口碗

口沿包镶金属圈，釉色灰青，布满粗细相间、深浅互见的开片，俗称“金丝铁线”。(图四)
图片来源：《故宫宋瓷图录—龙泉窑 哥窑及其他各窑》，图56。



宋代·钧窑 海棠式盘

此器釉厚乳浊，呈色天蓝，盘口因流釉而露胎，是宋代钧窑的特色之一。(图五)
图片来源：《故宫宋瓷图录—汝窑 官窑 钧窑》，图68。

哥窑产品属于青瓷系，器形有碟、碗、瓶、罐、炉、洗等品类，胎体有厚薄之分，胎质呈色黑或灰黑，可见铁质含量较高，所以也有“紫口铁足”现象，表面釉色乳浊，以灰青、天青或月白色为主，器表布满开片。

图四为台北故宫博物院收藏的宋代哥窑花口碗，碗口呈葵花形，口沿包覆金属圈，釉色灰青，布满粗细相间的开片，大开片呈黑褐色，有如铁线，小开片呈米黄色，仿佛金丝，俗称“金丝铁线”，是哥窑器的特色。

五、钧窑

钧窑的窑址位于河南省禹州市，此窑创烧于北宋时期，南宋一度式微，直到金元时期再度兴盛，故有“宋钧”、“元钧”之别。

宋钧的器形有花盆、碗、盘、瓶等品类，釉层厚而乳浊，因为釉料之内含有不同着色剂之故，经窑火烧造后产生天蓝、天青、月白及青中夹杂紫红斑等色彩。例如图五为台北故宫博物院收藏的宋代钧窑盘，此器呈四瓣海棠状，表面施天蓝色釉，釉面厚而乳浊，盘口因流釉而露胎，是宋钧常见的现象。

此外，由于釉料中的元素比重不同，受热时产生上下流动而形成的“蚯蚓走泥纹”，也是宋代钧窑的特征。A

|| 宋代五大名窑以优雅的器形和釉色独步瓷坛，艺术成就享誉中外，值得仔细鉴赏与品味。下期将以龙泉窑为题，介绍宋龙泉的特色及此一窑系的发展概况。||



商代晚期 玉龙

系带穿孔位于龙颈中段，说明玉龙是以图版所示的形态直立悬挂。将直折向上的龙足顶附在下颌处，以此阻隔停顿向下的动势；同时凭借直上双角以及上卷龙尾的动态张力，和朝下的运动感取得平衡，从而完成此件兼具动感和稳定性的作品。



BOOK 震旦博物馆出版丛书介绍 商代玉器

震旦博物馆出版玉器发展史系列丛书——《商代玉器》，图录共收录商代玉器二百余件，以震旦博物馆、故宫博物院、山西博物院、中国社会科学院考古研究所以及其他收藏者的藏品为主。《商代玉器》作者为故宫博物院助理研究员蔡庆良博士，专攻中国上古玉器，曾为本馆丛书《汉代玉器》执笔。以在艺术史与考古学的根基上，

探讨商代玉器，专论中特别介绍商代出土玉器的情况，并以古器物学研究方法讨论商代玉器，同时以美术史风格分析的观点分析商代玉器的风格特征，并剖析商代玉器制作者的艺术标的及技巧。A



商代晚期 玉鸟

相似的玉鸟在妇好墓中也曾出现，由足爪下方附有穿孔的插棒可知，玉鸟是棒接在其他器物上，可能是作为具有神权象征意义的礼器组件，或是权杖上端的插件。



商代晚期 鸟首玉戈

玉戈把手设计为鸟头形制，较为少见。眼睛为俗称的臣字眼，其工序是先制作封闭的眼眶，再勾勒眼珠，是典型商代晚期的制作手法。

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

大陆地区 | 北京：罐子书屋、韞玉斋、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）

- 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



March

明成化
五彩禽莲池
鸳鸯纹僧帽壶
高21cm / 震旦博物馆提供



馆藏 精粹赏析

文 / 吴棠海 · 图 / 震旦博物馆

青花五彩器创烧于宣德时期以后，被历朝官窑所继承，但因绘画技法和钴料成分不同，审美眼光有所差异之故，风格各有千秋，如本期所要赏析者即是成化时期的作品。

此器 分为壶口和壶盖二部分。壶口前低后高，状如僧伽帽而得名，壶盖状如覆盆，盖顶竖立宝珠形钮，扣于壶口之内。壶流尖长，颈部略粗，肩部窄，腹部外扩成圆形，底下具有圈足，器身一侧安装曲柄，曲柄两端皆有如意云头板装饰。

全器表面布满纹饰。盖钮以莲瓣纹环绕为蓓蕾状，盖面和壶腹以莲塘禽鸟做为主纹，颈部绘画穿云祥龙，其余配合器面的曲折变化安排云纹、串枝花、藏文、壶门

纹边框及卷草等附属性的纹样。

纹饰布局主次分明，釉下青花以国产的平等青料绘画，颜色淡雅柔和，其他的釉上彩料虽有红、绿、橙、黄之别，但是色调粉嫩清透，也有柔雅平和之感，在白色的胎体和匀亮的釉面衬托下，显得清淡雅致。

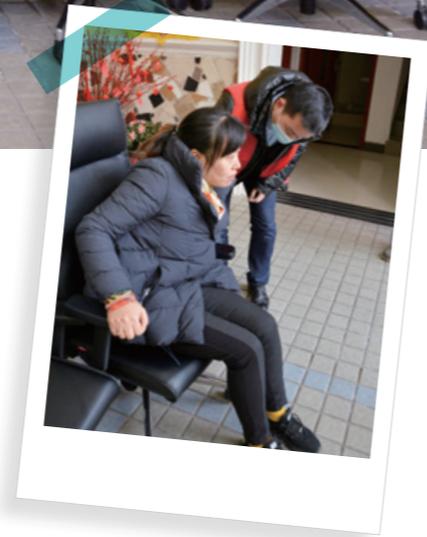
类似的纹样题材可以从宣德时期作品看到承袭的轨迹，但是相异的用料和笔触使此器呈现截然不同的风格，值得仔细比较与鉴赏。A



送温暖 迎新春

震旦集团物资捐赠 金福第二养老院

图·文 / 震旦集团



传递爱的温暖，谱写爱的乐章。2月2日下午阳光明媚，震旦集团同仁们来到上海金福第二养老院，准备进行家具物资捐赠。

金福第二养老院

上海金福第二养老院成立于2010年8月，属于民办养老院，地处愚园路1088弄110支弄22号，占地面积2513m²。现有员工人数30

人，现有核定床位163张，核定床位主要收住高龄失智失能老人。全院现有住养老人142人。

1月，金福第二养老院部分家具陈旧老化，因采购经费有限，希望得到相关物资的捐助。震旦



震旦志愿者和工作人员搬运家具



现场清点物资

集团通过上海慈善基金会了解到后，第一时间表示愿意提供家具物资捐赠，于春节前精心配齐了一批家具物资送至养老院，希望改善养老院环境。

防疫不松懈，撑起“保护伞”

目前正值疫情防控的关键阶段，为做好养老院重点场所疫情防控工作，金福第二养老院严防严控，要求探视人员在规定的区域内按规定路线活动，尽可能减少与老年人接触。

为了减少直接接触，降低交叉感染风险，此次捐赠活动中，震旦志愿者们正确佩戴口罩，出示健康码、测温扫码，与老人“零接触”。从捐赠的物资从车上搬下来放到大厅，送去十件家具，包括：人体工学椅、培训椅、沙发、文件柜。

爱心不停步，关爱暖人心

在现场，震旦家具长宁责任中心丁世界一一介绍捐赠物资的用法和保养：“这是震旦人体工学椅，高度、扶手都可以上下调节，后仰椅背将全身压力分散，从而减轻腰

部所受的压力，减少久坐的疲惫酸疼感……这是震旦文件柜，三层抽屉单开门，配备了2把相同的钥匙，里面有隔板，用来区隔不同文件便于收纳，希望这些家具能给养老院工作人员带来一个舒服、人性化的环境。”童文娟院长说：“感谢震旦集团的爱心捐赠，我们会好好使用这么物资！”

震旦集团一直以来热心公益事业，一次又一次用实际行动表明了回馈社会的经营理念，这次为金福第二养老院捐赠，希望改善养老院环境。这是震旦集团作为一个有责任心的企业之真实写照，作为震旦人，也同样需要拥有一颗感恩而广爱的胸怀，服务社会，创造价值。A



震旦志愿者分享使用技巧



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



民

张信哲

Jeff Chang

潮

展



月份牌珍稀画稿与二十世纪时尚潮流
Precious Original Drawings of Calendar Poster &
Fashion Trend of 20th Century

MINCHAO

2010/16
2021/04
震旦博物馆

地址 Address

震旦博物馆, 上海市浦东新区陆家嘴富城路99号
Aurora Museum, No.99 Fu Cheng Rd., Lujiazui, Pudong New District, Shanghai

开放时间 Opening Hours

周二至周日 10:00-17:00, 周五延长至 21:00, (周一休馆)
Tues to Sun, 10:00-17:00, Fridays extended to 21:00, (Close on Mondays)



震旦博物馆官方微博



大麦网购票链接

震旦博物馆
AURORA MUSEUM

北京三才元通文化发展有限公司
Beijing Sancyuantong Culture Development CO., Ltd

悦作



PleasureWork AN AURORA COLLECTION by Chi Wing Lo



震旦(中国)有限公司办公家具事业 上海市嘉定区申露路369号 201818 | 电话: 021-5916-1010 | 全国服务热线: 800-820-0168 / 400-920-6568
Aurora (China) Co., Ltd. Office Furniture Business Division No.369, Shenxia Rd., Jiading Dist., Shanghai 201818 | Tel: +86-21-59161010
Service Hotline: +86-800-820-0168 / +86-400-920-6568



www.aurora.com.cn



wechat