

名人讲堂

著名心理学专家——岸见一郎
善用“勇气心理学”
让你带人又带心



艺文飨宴

馆藏精粹赏析

1971年7月创刊·发行50年11个月

青花人物故事百花亭记图梅瓶

JUNE 2022 六月号 No.611

WEB3.0

元宇宙



扫码关注
更多精彩等着您

“元宇宙”向世界发出邀请函，你加入了么？
在这样的虚拟世界里，能带来什么改变与商机？

御之和

君子和而不同



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: 800-820-0168 / 400-920-6568
Aurora (China) Co., Ltd. No.369, Shenxia Rd., Jiading Dist., Shanghai | Service Hotline: +86-800-820-0168 / +86-400-920-6568



震旦家具官网



震旦家具微信

元宇宙是趋势还是泡沫？

“元宇宙”（metaverse）议题持续发酵，大家对它也已不陌生，因为过去数十年来，人类对它的想象，早已呈现在游戏、电影、小说以及娱乐上，且有诸多着墨。Bloomberg估计，元宇宙相关产值可在2030年成长至2.5万亿美元，是下一个科技黄金十年新动力，谁能掌握关键商机，就能成为最大受惠赢家。

本期以Web3.0+元宇宙主题，以深入浅出的内容，让读者了解你我生活中的元宇宙世界。宇萌数字科技执行长白璧珍指出，元宇宙主宰者也是设计者，未来与各产业融合已是不争的事实；迪士尼乐园近期宣示进军元宇宙，融合故事IP、数据资料库等，将游乐园虚实融合，打造虚拟世界模拟器。未来无论是大型产业、传统产业、中小企业、新创事业，都将通过元宇宙转型与赋能。

商汤智能产业研究院战略生态研究主任杨燕指出，在元宇宙浪潮下，将会形成七大产业发展趋势。元宇宙的发展瞬息万变，其平台是沟通和工作用的工具，需要不断练习和接触，累积在元宇宙的企划和营运经验，将对未来有所帮助。

疫情时代虚实混合办公趋势下，正是元宇宙切入的好时机，也引发人们对于虚拟办公场景的无限想象；无论未来元宇宙是否将沦为泡沫，能先搭上列车、布局的先驱，将有机会成为市场领先者。 **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号创刊 · 2022/6/1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 黄玲琳、陈卓、袁媛

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

本刊为公益发行，分享经营管理及艺术欣赏知识，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。本刊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.611

JUNE 2022



A p.12

疫情驱动各行各业数字转型，善用元宇宙元素加值商业效益已经成为必要趋势。

E 编辑台上 EDITOR'S WORDS

01 元宇宙是趋势还是泡沫？

文/苏美琪

M 大师专栏 MASTER COLUMN

04 高效能人士的七个习惯

文/天下文化出版社

M 大师轻松读 MASTER 60'

08 想象元宇宙

编译/大师轻松读

COVER STORY

从日常生活的支付、娱乐到工作，在元宇宙的世代下，都有不同的应用领域；未来，谁先掌握住关键技术，谁就是赢家。



C 封面故事 COVER STORY

10 Web3.0玩家出列 谁与争锋

序言/苏美琪

12 不分世代的元宇宙玩家 尽情体验虚实整合沉浸感

文/白璧珍

16 你跟上元宇宙了吗？ 元宇宙来袭下的七大趋势

文/杨燕

C 名人讲堂 CELEBRITY TALK

20 著名心理学专家——岸见一郎 善用“勇气心理学”让你带人又带心

文/采实文化出版社

M 职场观点 MANAGEMENT

24 5分钟看懂 Web 3.0的五大商业机会

文/黄至尧

E 永续未来 ESG

28 2030年永续企业革命 创新思考 驱动组织永续成长

文/田濑和夫



A p.20

著名心理学专家——岸见一郎



A p.32

五彩缤纷的“垃圾表”，利用废弃电子产品的回收再利用，掀起循环经济风潮。

D 玩味设计 DESIGN

32 拥抱ESG的环保创意——回收再生篇
“循环经济”掀风潮
“回收再生”设计正时兴

文/李俊明

L 乐活人生 LOHAS LIFE

36 失眠、晕眩没精神 找不到原因？
4个关键元素
拯救体内的“植物神经”

文/洛桑加参

A 跃升震旦 AURORA NEWS

40 助力业绩增长，无接触云端交易
震旦专业租赁平台上线，
办公租赁专业解决方案来了！

图·文/震旦OA



42 意式收纳 匠心雅致
主管柜体系列赏析

图·文/AURORA ESTEL

A 震旦博物馆 AURORA MUSEUM

46 年度活动回顾
自然中的建造（上）

图·文/震旦博物馆

A 艺文飨宴 ARTS PLAZA

48 古器物学讲座——元明清彩绘瓷专题⑤
低温釉料彩绘瓷

图·文/吴棠海

52 震旦博物馆出版丛书介绍
玉见设计

图·文/震旦博物馆

53 馆藏精粹赏析
元代 青花人物故事百花亭记图梅瓶

图·文/吴棠海

L 爱心公益 LOVE ACTION

54 青春耀申城 公益我先行③
走近集团公益事业背后的温暖身影

图·文/震旦集团



STEPHEN 史蒂芬·柯维

文/天下文化出版社

高效能人士的七个习惯

成功学大师，《时代》杂志誉为“人类潜能的导师”，并获选为最有影响力的人物之一。

就算今天只应用七个习惯中的一个，你也能立即见到效果；这是一生的行动，一生的承诺。

——史蒂芬·柯维

七个习惯，与成功有约

- ① 主动积极：扩大影响力
- ② 以终为始：厘清人生定位
- ③ 要事第一：找到目标与方法
- ④ 双赢思维：创造最大价值
- ⑤ 知己知彼：维系人际和谐
- ⑥ 统合综效：化解冲突、找到出路

⑦ 不断更新：改变自己与他人的生活

柯维博士努力不懈的目标，就是为了提升人们的效能，所以切勿偏离这个重心是很重要的：他生前的热情和留下的传承，心心念念都在协助人们提升效能，不只

是自己本身的效能，也包含与他人互动的效能。

前三个习惯着重于怎么把个人生活活得有效能；那关系到“个人领域的成功”，造就自己。管好自己的行为、态度、优先事项、使命和目的。其次三个习惯是关

R. COVEY

|| 柯维博士努力不懈的目标，就是为了提升人们的效能，心心念念都在协助人们提升效能，不只是自己本身的效能，也包含与他人互动的效能。||

于与他人的互动。这是“公众领域的成功”，是身为父母、配偶、领导者、朋友、同事或邻居的人际关系。最后一个习惯是不断更新，它涵盖所有其他习惯。

史蒂芬·柯维之子西恩·柯维对七个习惯有重大醒悟的时刻，出现于柯维博士说明“效率”和“效能”的差别时。这两者有很重要的不同之处——区别效率心态和效能心态，人人都不可忽略。

我向来是很有效率的人。认识我的人都知道，我清晨四点起床，写文章和写书。我也喜欢列表。举例来说，我在星期六通常也是效率极高。到上午九点，我已经洗完车，赶到家得宝（Home Depot）买好园艺用品、割好草、冲完澡，准备开始这一天。照大多数人的说法，我的生产力超高。我喜欢做



事动作快，数量大，这在人生大部分领域包括事业，都畅行无阻。

我不希望各位以为我在贬低效率。不，效率是生活中很重要的品质。很多非常成功的人其实都很有效率。开会、处理事情、发简讯、发

电邮、丢垃圾、割草皮等，都可以很有效率。有很多保持高效率的方式，问题在于我已经习惯高效率思维，或是说抱持高效率心态，而这一生中大部分时间，我也把它复制到私人和专业的关系上，结果却经常很糟。

自我成长是最值得的投资

如果你决定打开自己的“改变之门”，学习并实践这七个习惯，我敢保证，你会得到很多正面的成果。首先，你的成长会循序渐进，但效应却是巨大的，光是产出与产能平衡的原则，就能改变大多数的个人和组织。

主动积极、以终为始、要事第一，这三个习惯涉及的是个人领域的成功，以此打开“改变之门”，可以大大提升自信——你会更了解自己，看到自己的本性、价值、自我认知、自制与内在的方向，这能带给你内在的平静。你从内在定义自己，不再受他人评价左右，也不再与人比较。

讽刺的是，你会发现，当你不再介意他人对你的看法，你会更关心别人看待自己和他们世界的方式，包含他们与你的关系，而你的情绪也不再因为他人的缺失而

波动。你会发现，改变更容易了，而且也更乐于改变某些深层且几乎原本无法改变的内在状态。

双赢思维、知己知彼、统合综效，这三个习惯则关系到公众领域的成功，你会找到并释出内在的想望与资源，着手重建并疗愈已经恶化甚至破裂的重要关系。本来就十分良好的关系会更深入、更扎实、更有创造性与冒险性。

最后，第七个习惯，如果深深内化，将会延续前六个习惯，帮助你达到真正的

独立，并与周围互相信任。通过这个互相信任的关系，你的身心都将获得饱满与充分的能量。

无论你现在的状况如何，你可以放下老旧而挫败的模式，换上新效能、新习惯，得到快乐的新生活与互信的关系，并带着这些习惯持续成长。过程中，请保持耐心，因为再没有比自我成长更值得投资的了。

出自：《与成功有约秘密版》/天下文化出版社



// 如果你决定打开自己的“改变之门”，学习并实践这七个习惯，你会得到很多正面的成果。//

你问我答

《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

过去从PC互联网到移动互联网，随着信息入口发生改变，人与人、人与信息、人与商品/服务的连接关系也将发生改变，我们称之为_____。

A 技术革命

B 应用革命

C 场景革命

D 信息革命

扫描看解答



震旦

想象元宇宙

编译 / 大师轻松读

凯文·凯利（Kevin Kelly）在《必然》一书曾经提到：“我们正无法挽回地将所有人类和所有机器紧紧连结到一个跨越全球的母体。这个母体不是人造产物，而是一个过程。”如今，这个母体正朝向名为元宇宙的新里程碑迈进。



更多精彩内容

M E T A V E R S E



科技

经常被当成缺乏人味的罪魁祸首，然而科技也以具体的新方式，创造更多人性化的体验，包括和栩栩如

生的全息投影以及机器人互动；通过数字化的虚拟化身，与真人互动；以及激发同理心的虚拟实境。

想象元宇宙——虚拟实境有2大魅力：

1 临境性

虚拟实境的逼真程度一直不断进步，虚拟实境显示器将会让你的眼睛误以为你正通过一扇真的窗户观看真实世界。

2 互动性

这是虚拟实境吸引人们使用的主因。虚拟实境能够提供超乎想象身临其境的感受，这种全然的沉浸式体验将让人们无法自拔。

虚拟实境的各项体验即将实现

乍看之下，你可能认为虚拟实境只是游戏玩家的玩意儿，但现在已有很多单位在研究VR如何应用于医疗、教育、职业训练及其他更多领域。

由于智能眼镜能将有用的数据叠加在你看到的任何东西上，所以这项技术可以用于车辆、教室和几乎任何地方的抬头显示器。不管使用者在观看什么，都可以让他们仿佛置身其中。买家可以在自己家中，而不只是展示间浏览商品。

除此之外，虚拟实境也能让日常生活中的常见物品和人互动。一旦电脑或智能手机能够利用内置镜头观察你的举动，即时记录你的目光投射位置，以及你对荧幕显示内容的反应，就能开启某些影响深远的可能性。

虚拟实境等各种技术的进展，也让人有办法快速培养出实用技能。今日不一定要在教室里才能获得知识，最后培养出学问。更有

可能的做法是直接接触世界级专业技术的源头，获得实际操作的经验。

如果你是营销人，务必做好准备，因为你将配备有史以来最强大的营销工具，提供用户说服力十足的虚拟实境体验。营销整体的功能和规范都将焕然一新，跃升到更惊人的消费者洞见、即时互动，以及超精准、高度关联的顾客参与。

凯文·凯利也写到：“价格低廉、选择众多的虚拟实境将会成为体验工厂，未来我们会用虚拟实境来探访可能危及性命安全的危险环境，像是战场、深海或火山；或者，我们会用它来体验一般人类无法轻易尝试的活动——探查胃部、彗星表面；或是用来转换性别，或变成一只龙虾；或是以少许金钱换取价值昂贵的体验，例如飞越喜马拉雅山。”这样的想象将在未来持续发酵，并且可望一一实现。 **A**

Web3.0

玩家出列 谁与争锋

序言 / 苏美琪；文 / 白璧珍、杨燕

从日常生活中的支付、娱乐到工作，
在元宇宙的时代里，都有不同的应用领域；
未来，谁先掌握住关键技术，谁就是赢家。



CHAPTER 1
不分世代的元宇宙玩家
尽情体验虚实整合沉浸感



CHAPTER 2
你跟上元宇宙了吗？
元宇宙来袭下的七大趋势



CHAPTER I

不分世代的元宇宙玩家

尽情体验虚实整合沉浸感

文 / 白璧珍 · 宇萌数字科技创办人暨执行官

自1980年代开始有网际网络（WWW）以来，不仅人类生活经历了重大变革，网际网络也已经走过一段漫长道路，从Web 1.0、Web 2.0到近期被大家所热烈讨论的Web 3.0，可谓是一条网际网络的演化史。



更多精彩内容

第一代的Web 1.0主要搭载搜索引擎的东风，使用者可以在网络的世界中自由搜寻各种数据，只是这些数据是由特定供应者提供的，使用者自己并没有对内容的主导权。

Web 2.0的兴起，则是进一步变革为“使用者自定义”，使用者开始可以上传自己的内容，无论是通过开网页、写博客，到后续可通过微博、豆瓣、知乎等社群平台上传

Web3.0将进化为一种空间互联网，网络使用者将通过视觉、语音、互动进行沉浸式体验，而不是依靠2D平面进行观看与搜寻。

照片、影音，或者通过闲鱼买卖商品、拍卖交易物品等，网络世界在大约2000年左右展开的Web2.0世界中，已经诞生了各式各样的商业模式，使用者在网上通过所谓的平台（Platform），可以自行决定各式各样的交易、内容创作，而这些网际网络上的平台，都是由一个实体机构所创建的，具完整的商业模式，使用者并无商业上的主导权。

2021年下半年，世界上突然有了“Metaverse元宇宙”这个名词，接着在2022年初，Web3.0也正式进入热门讨论词汇，这两个名词目前被连在一起广泛讨论，想必其中有密切关联，我们就来探讨一下这两个名词分别的定义。

“Metaverse元宇宙”首次出现是在1992年的科幻小说《Snow Crash》中，作者尼尔史蒂芬森（Neal Stephenson）将



基于区块链技术为主要的去中心化的Web3.0

Metaverse描述为基于虚拟实境互联网的继任者，本书设想一个未来世界，使用者可以在虚拟世界有个分身与他人互动。而Facebook在2021年将母集团更名为Meta，宣示进军Metaverse，更是让元宇宙名词被广为讨论。而大多数人目前对元宇宙的定义是，使用AR扩增实境（Augmented Reality）、VR虚拟实



使用者可以通过穿戴式设备在虚拟世界与他人互动

境（Virtual Reality）等技术所建构的3D沉浸式世界，使用者在元宇宙中可以通过电脑、手机、穿戴式设备（AR眼镜或VR头盔）结合影音、声光等效果进行各式互动或交流。元宇宙本身可以是中心化、去中心化或两者兼有。

Web3.0又称Web3，Web3.0名词在过去十年间多次被提出，众多互联网科技公司创办人都曾提及Web3.0的概念，由网络频宽加大的全影像网络、公共载体，到结合搜寻式移动社群、语义格式的网络数据库等，都试图定义了Web2.0的下一代蓝图。然而，在以太坊共同创办人Gavin Wood提出Web3.0是基于区块链技术为主的去中心化概念，至此Web3.0开始定义为一种去中心化特征，没有人有所谓的内容、服务、平台集中所有权，而Web3.0内容创建者将得到公平交易的机会。而另一些分析人士则认为，Web3.0将进化为一种空间互联网，网络使用者将通过视觉、语音、互动进行沉浸式体验，而不是依靠2D平面进行观看与搜寻。

因此无论是否去中心化，Web3.0元宇宙世界不可或缺的就是一种3D空间与沉浸感体验，广义来说，元宇宙也就是第三代网际网络的代名词，集结了AR、VR、MR、区块链、

5G、AI、IoT、Big Data等各种当代创新科技。笔者在2010年进入AR扩增实境领域，进行研发与实境类软件产品开发，当时的XR元宇宙产业并无产业化模式，之所以看好实境科技范畴，就是基于Web3.0网络空间化的概念，开创虚实融合式的体验经济。

2018年推出的电影“头号玩家Ready Player One”，被号称为诠释元宇宙世界的经典电影，主角戴上VR（MR）头盔就可以开始进入虚拟世界进行游戏，而2021年动作科幻喜剧电影“失控玩家Free Guy”，主角则是随手捡起AR眼镜，就将整个城市扩增化、游戏化。这两部经典电影已经把元宇宙中的“虚拟实境互联网”与“场域扩增互联网”模式进行了诠释，元宇宙时代已经来临，大家也将在元宇宙世界中扮演不同角色，我们现在来看看每种元宇宙角色的有趣变化与将会带来哪些商机？

元宇宙主宰者：商业应用、数字转型

元宇宙主宰者也是元宇宙设计者，疫情驱动各行各业数字转型，善用元宇宙元素加值商业效益已经为必要趋势，无论是大型产



使用者可以在平台上进行各种交易及内容创作/图：宇萌数字科技



“3D虚拟展间”打造虚拟元宇宙/图：宇萌数字科技

// 在工作或学习领域中，可通过“AR立体说明书”、“VR工作学习器”、“AR远程协作平台”等配置，达到提升记忆点、传承与增加兴趣。//

业、传统产业、中小企业、新创事业，通过元宇宙都能成功转型与赋能。元宇宙能和各产业领域融合已经是不争的事实，近期比较有趣的是，在大型知名企业中，我们看到迪士尼乐园近期宣示进军元宇宙，将融合故事IP、数据库、SLAM定位等技术，打造虚拟世界模拟器（Virtual World Simulator），促进游乐园进一步实现虚实融合。

而会展从业者因为跨国性实体展览受到限制，也通过“3D虚拟展间”搭配“AR 3D商品”展示设计，打造会展元宇宙，通过即时空间扫描或拟真3D建模技术，让无法亲临会展的来宾，亦可通过3D展间产生临场感与仪式感，进一步再用AR效果让商品达到观看细节的模拟效果，完成精彩展示效果与销售目的。连国家防灾机构，也通过各项元宇宙科技设计防灾教育课程与展馆，达到防灾知识传播与演练防灾救人的目的。而近期爆红的咸酥鸡、停车场、文创商品，甚至是妈祖庙、布袋戏，也纷纷用发行NFT方式进行商品设计，突破以往的销售手法或商品组合，并且引爆话题，带动商机。

元宇宙玩家：游客、老师学生、上班族

虽然元宇宙被大家认为是一种虚拟世界殖民，未来会在虚拟世界中生活、游戏、社交的一种想象。但其实元宇宙并没有离大家太远，不用化身到虚拟世界，凡是玩过“Pokemon GO”宝可梦AR游戏，都已经具备元宇宙玩家身份，而现在无论是逛画展、看展览、看



AR立体说明书可提升教育记忆点与增加学习兴趣/图：宇萌数字科技

古迹、逛街、吃美食、观光旅游等日常游憩活动中，都会玩到各式各样的AR或VR体验来进一步增加丰富度或乐趣。不仅如此，在工作或学习领域中，目前也纷纷通过“AR立体说明书”、“VR工作学习器”、“AR远程协作平台”等各项配置，来达到教学中最重要的提升记忆点、传承与增加兴趣。

毋庸置疑，元宇宙的世界已经正式来临，元宇宙中可以有虚拟土地、虚拟经济，也同时存在不脱离现实世界的虚实整合模式；有人为科技快速进步而跟不上感到焦虑，有人则是想破脑汁要攻城掠地，抢占先机。

身为元宇宙设计者，我们有责任好好思考新世界中的企业社会责任，通过科技创造良善的使用者体验和价值，打造正向互惠且安全的体验内容与互动形态。而不分世代，大家都会是元宇宙玩家，随时有机会在元宇宙中进进出出，在元宇宙中游玩时，也务必保持开放心态拥抱科技，去体验以往无法感受的虚实整合沉浸感，将是身为玩家最享受的事情。A



CHAPTER 2

你跟上元宇宙了吗？

元宇宙来袭下的七大趋势

文 / 杨燕 · 商汤智能产业研究院战略生态研究主任

支撑元宇宙发展的底层技术正在逐步走向完善和成熟。我们从互联网发展历史看，计算与存储设施、通信网络及交互媒介为代表的底层技术的每一次迭代都会引发一轮互联网革命。

新一轮互联网变革主要有两大特点：一是信息维度的升级——从二维平面视图升级为三维全景视界，信息层次更加丰富，信息的总量也将会呈现指数级增长。据IDC预测，截至2025年全球数据规模将达到175ZB。此外，相对于VR设备，可移动的AR设备对现实世界的增强与叠加将为用户带来进一步的移动便利，从而产生

巨大的时空价值（这与从PC到智能手机的迭代非常类似）；二是用户体验的沉浸感更强，人机交互更加自然，产业生态会更加开放多元。

在元宇宙浪潮之下，我们认为将会形成七大产业发展趋势。首先，在内容的生产侧将有三大可见趋势：一是创作升级，二是计算升级，三是智能升级。

// 扎克伯格说：“元宇宙是个跨越许多公司甚至整个科技行业的愿景，你可以把它看作是移动互联网的继任者。” //

趋势一：创作升级

随着人工智能的发展，数字内容创作智能化水平将会不断提升。AIGC（AI Generated Content），即由人工智能创作或生成内容，将会成为产业未来主要生产力之一。低代码、零代码、自动化生成内容将是主要趋势，将大幅降低创作门槛及创作成本。

原来只有行业专家才能使用的创作工具，未来每个人都能轻松使用，创作市场将从利基走向大众。譬如，现在国内外很多影视公司开始利用AI来自动解析场景内容，编写摘要和电影角色；新闻媒体业开始大量使用AI机器人记者进行新闻写作等等。很多重复性高、标准化程度高的工作已经交给了人工智能来完成，这大大降低了人们的工作强度，将更多的时间和精力投入到更有价值、更有难度的创意性工作上。

趋势二：计算升级

算力是元宇宙发展的基石。元宇宙通过人工智能、AR/VR、物联网、区块链等核心技术的融合赋能产业、治理、科研三大板块，促进智能经济的高质量发展，而这些技术的应用将成为未来算力发展的核心驱动力，不仅带动对计算资源的巨大需求——据IDC预测，预计到2030年，人工智能、AR/VR，物联网、区块链对算力的需求分别将为16000 EFLOPS，3,900 EFLOPS，8,500 EFLOPS及5,500EFLOPS，总算力需求将为当前规模的百倍以上，大算力时代到来；同时，也将带来计算部署方式的结构

性变革——一是基于产业、治理、科研中所产生的超高并发的海量非结构化数据的实时处理和分析，传统以CPU为核心的计算架构将无法满足需求；二是，在算力需求不断增长的大背景下，受限于网络技术发展及网络带宽成本，边缘端的算力部署将成为必然的演进方向，来填补算力需求的错配。因此，围绕智能（异构）计算（简称AIDC）的“云—边—端”协同模式将成为元宇宙计算升级的主要趋势。

趋势三：智能升级

元宇宙将是一个复杂巨系统，不仅表现为超高并发的数据体量，由于信息维度的升级，信息复杂度也将呈现指数级上升，远远超出人脑计算极限。如何高效的处理高并发且复杂度极高的信息资源，并使得处理的结果能够进一步指导产业、治理和科研的发展需要，快速响应需求变化，将成为元宇宙智能技术发展的关键驱动力——一是要不断提升AI的“感知”能力，能快速“看懂”、“听懂”海量输入的非结构化数据，从而提升复杂环境下的操作效率，二是要增强AI的“认知”能力、拓展知识图谱，在“决策、计划、执行、调整”的全周期上进一步提升自动化水平，从而全面提高复杂巨系统的决策智能。

“基模型（Foundation Model）”被认为是解决复杂巨系统问题的重要途径之一。斯坦福大学教授李飞飞教授等AI专家表示，基模型的意义一是在于“突现”，通过基模型的隐含知识和推纳，可以推动科学创新的灵感涌现；

二是在于“均质”，基模型通过海量数据的集中化训练，具有非常强大的通用智能，可以为解决诸多复杂问题，尤其是巨量存在的长尾问题提供统一而强大的算法支撑。同时，针对基模型的任何一点改进，都将进一步提高所有覆盖场景的算法优化，形成感知和决策智能的规模经济。

数字化广度和深度带来了复杂度的几何增加，各国在基模型上都投入了大量的资金和研发力量，BERT、DALL-E、GPT-3 等基模型相继出现，AI科研正在经历一场范式改变，基模型竞争时代到来。譬如OpenAI 提出的GPT-3模型具有1750亿参数，旨在解决自然语言交互问题；而作为国内AI领军企业，商汤所设计和训练的计算机视觉基模型，目前有高达300亿个参数，据沙利文报告，这是目前基于公开信息全球CV领域最大的参数模型，可为元宇宙视觉智能能力加速。

其次，在应用侧也可以归纳为四大可见趋势——体验升级、商业升级、治理升级和文明进化。

趋势四：体验升级

传媒大师麦克卢汉曾经说过：媒介是人类感官的延伸。随着信息技术的迭代，我们的五感将被逐一的数字化，信息的维度也在逐步增加，使得数字内容不断的逼近现实的感官体验，更具有真实沉浸感；同时，人机交互也从间接交互，到AR/VR媒介时代，我们可以通过手势、声音、体感与机器进行更自然的直接交互；随着脑机接口技术的成熟，我们甚至可以直接用脑电波控制机器。总体而言，我们的体验会越来越好，也会越来越趋近真实。

趋势五：商业升级

元宇宙本质上仍是互联网形式，只是内容呈现更加接近现实形态。我们知道人与人、人与信息、人与商品/服务的连接与交互是互联网商业化的基础。过去从PC互联网到移动互联网，随着信息入口发生改变，人与人、人与



// 技术的发展是文明进化的动力，从技术角度看，元宇宙文明将是人类文明新的发展形态。 //



信息、人与商品/服务的连接关系也将发生改变，我们称之为“场景革命”。当这些关系或场景发生变化，承载在这些连接之上的商业形态也将爆发新一轮的颠覆式创新。那么，今天元宇宙的发展趋势下，我们的社交、我们的商务，我们的信息获取方式，以及内容生产和消费都将会涌现出全新的创新模式。

趋势六: 治理升级

依托元宇宙技术内涵构建城市治理新范式，将改变城市规划、建设、管理和服务的底层逻辑，为城市治理注入新活力。通过打通并融合包括CIM、各大公共服务系统，城市物联感知等多源数据，打造城市数字复制体，实现全域感知、精准映射、虚实交互和全局洞察。

一是三维可视化可以直观展现城市资源的空间布局 and 变化、要素流动情况、城市治理活动等，还能结合AI、仿真等技术对全要素数据进行综合分析，模拟城市事件，深入挖

掘城市运行规律，预测城市发展趋势，为城市建设、城市管理提供有益指导。

二是基于丰富多源的数据基础，有利于改善公共服务内容，优化公共服务供给模式，帮助包括政府、企业等在内的公共服务供给方精准感知公众需求，准确设计和灵活调整服务的内容、方式，从而提高公共服务的质量和效率。

三是通过打造虚拟服务场景，包括虚拟行政大厅、虚拟文博馆、虚拟学校、虚拟医院等，为公众提供立体式、沉浸式、交互式的虚拟服务，增强公众的服务体验和感受。

趋势七: 文明升级

技术的发展是文明进化的动力。我们正处于从工业文明迈入数字文明的重要关口，新基建的广泛部署推动了信息技术的快速发展、数据要素的深度融合。这一进程不仅带来数字经济的蓬勃发展，也将推动人类文明迈向新台阶。因此，从技术角度看，元宇宙文明将是人类文明新的发展形态。

在新的文明发展阶段，我们要提出新的技术伦理，探索技术、个人、社会三者之间的平衡。不仅要做到技术本身的可用、可靠、可知、可控，让人们可以去信任它、使用它；同时还应做到技术的应用能为社会带来进步，为人类发展谋求福祉。 **A**



本文经“商汤智能产业研究院”授权转载



岸见一郎

著名心理学专家

善用“勇气心理学” 让你带人又带心

文/采实文化出版社

阿德勒心理学权威岸见一郎，多年来研究阿德勒心理学，为阿德勒心理学学会认证的咨询师与顾问。为了使世界更臻良善，花费许多精力在世界各地与许多“年轻人”对话、进行咨询。



看更多名人讲堂

岸见

一郎在带人管理上有许多精辟研究，认为主管真正的职责不是下

指令管理部属，而是与部属建立互助合作的关系，自然带人又带心。

|| 主管除了传授工作上必要的知识给部属，还要辅导部属，让他们养成“敢于全心投入工作的勇气”。||

学会领导技巧不是用来控制部属

想当个杰出的主管的确不容易，但抛开资质、天分、人格特质等因素，如果我们能学会领导的方法，就算不是天王巨星，也能成为好主管。

然而，虽然主管知道“要和部属对等互动”、“要尊敬、信任部属”，但实际上究竟该怎么做，却很难真正明白，通常要通过不断累积经验，才能逐渐心领神会。

另外，难免会有一些主管不在意如何增进领导力，只想着怎样能好好驾驭部属。但这样一来，主管和部属之间，就很难建立对等的关系。

有些主管，会利用前述的不训斥、多委托、多说“谢谢”等领导技巧，用来驾驭、控制部属，但我提出的这些方法，都应该建立在“对等关系”上。为避免遭到错用，必须留意两个要点。

1 主管要想着自己能做什么，而非试图改变部属

每次我去演讲，都会尽可能多保留提问时间。学校老师所提的问题，往往都是认为“出问题都是学生的问题”，可是如果老师们一直抱持这样的想法，就永远找不到解决问题的方法。

我原本是思考职场上的人际关系，后来把焦点转到我自己在家庭中扮演的家长角色，思考我和孩子之间的关系，才悟出了这个道理。

“领导”也是同样道理。当职场出问题

时，这些问题的症结不在部属，而是在主管身上。只要主管学会思考如何妥善面对部属，自然就能找到解决问题的线索。

2 主管要懂得信任部属，才不会觉得部属一定要听你的

有一次，当我用“存在认同”这个词，说明主管应聚焦关注部属的“存在”，而非移动（工作）时，有人提出了这样的问题：“倘若我们接受部属工作无能的现状，部属岂不是会认为自己这样就好，不想努力了吗？”

在工作上，我们非得拿出绩效不可。对于什么都不会的新进员工，公司是在做先期投资，当然要早日看到这些投资有相应的成果。可是，如果我们大力鞭策这些部属，恐怕他们会更觉得自己无能，而失去在工作上全力冲刺的勇气。

主管除了传授工作上必要的知识给部属，还要辅导部属，让他们养成“敢于全心投入工作的勇气”。因此，面对目前还没有亮眼成绩的部属，主管应该回想自己当初也并不是一开始就精明干练、驾轻就熟，并信任部属一定能发挥实力。

打造有笑容的职场

懂得领导部属的主管，是类似“幕后功臣”型的主管，而不是强势主管。不过，有时主管也可以发挥更积极的功能——打造有笑容的职场。

这件事或许不见得一定要由主管来做，其

他人也能胜任，但主管还是必须带头落实，当部属的典范。

凡事我们都该认真投入，可是认真并不等于严肃。这个概念也可以用于工作上。如果部属一直担心“要是把事情搞砸了，就会被主管臭骂一顿”，随时都要看主管脸色做事，在这种紧绷的气氛下，便无法发挥出应有的实力。

当大家工作紧绷之际，负责缓和气氛是主管该努力的方向。我的意思当然不是要主管插科打诨、搞笑装傻，制造欢乐气氛，毕竟越是想要引人发笑，到头来总是最会尴尬冷场。

《人生论笔记》一书中，三木清曾说过：“如鸟歌唱般自然表露出幸福，并也为他人带来幸福，才是真幸福。”

这句话的意思是，幸福不只是内在的概念，也会在他人面前表露出来。自己过得幸福，就像鸟儿歌唱般会自然表露出来，而这份幸福感也会传染给他人。

自己的幸福又该如何表达？三木清用了以下的说法：“心情愉悦、用心有礼、亲切体贴、宽容为怀等，幸福便能随时表露无遗。”

要让职场气氛和乐，不时洋溢笑容，在上述

提到的项目中，最需要的就是“心情愉悦”。

阴晴不定的人会让旁人觉得很难相处。主管如果是情绪稳定的人，身旁的人就不必时时揣测他的心情，但有些主管会在一大早就摆出骇人的臭脸，把一整天的心情都搞砸，如果只是自己心情不好就算了，但这样的主管通常也会影响到部属的心情。

反之，看到心情好的主管，身旁的人也会跟着眉开眼笑。在《认识人性》一书中，阿德勒说，喜悦是一种会连结人我的情感，而笑容则是撑起喜悦的核心。

喜悦能将人与人连结在一起。一旦感受到自己与他人的连结，就能在协助他人的过程中感到喜悦；能感到互助合作的喜悦，就会对工作萌生全力投入的意愿。而团队的工作氛围是否愉快，也可以从成员工作时是否有笑容来判断。

让职场气氛和乐的三关键

三木清认为幸福是随时都自然流露的，其中又以“心情愉悦”为首要。尤其主管更要常保心情愉悦，职场气氛就能和乐融融，部属也可



|| 能感到互助合作的喜悦，就会对工作萌生全力投入的意愿。而团队的工作氛围是否愉快，也可以从成员工作时是否有笑容来判断。 ||

以专心投入工作，不必处处顾忌。

其次，三木清还有提到“用心有礼”，这里是指“受人请托时，即使再忙，也不能敷衍随便”。现今社会，每个人都十分繁忙，若别人愿意用心有礼的对待自己，我们就会觉得备受尊重。

主管比任何人都忙碌，但更要拿出用心有礼的态度，当众人的表率。另外，三木清也提到“亲切体贴”，亦即当部属向主管请教时，也要好好说明。

主管自己份内的业务，只要是自己能做的，就必须自己处理。当了主管，就以为能把自己份内的业务交给部属，那就错了，即使交给部属，也不能视为理所当然。

遇到自己做不到的事，主管当然也必须向旁人求援，如果明知自己办不到，却硬是要自己处理，只会给身旁的人添麻烦，例如不擅使用电脑的主管，请懂电脑的年轻部属协助处理，一点也不丢脸，但如果自己不会，还硬要装懂，反而会增加事情的困难度。

不过，如果主管从一开始就没打算学习，那就是问题了。阿德勒曾说过“人，做得到任何事”，打从一开始就认定自己做不到的人，任何事都可以是他“做不到”的借口。

三木清举了“宽容为怀”作为幸福的例子。所谓的“宽容为怀”，是指即使无法赞同他人的想法，仍能给予理解，或至少试着去理解。

同事间在工作上难免会有想法不同的时候，这时主管就必须对异议宽容为怀，因为协助部属自由表达看法，也是主管的工作。

执行时必须就事论事，针对这些看法的对错

进行评估，而不是把“谁提出这些意见”当成问题，毕竟部属正确、主管出错的情况，并非全无可能。

即使主管认为部属所提出的想法，现阶段很难实际执行，也应厘清这个想法背后的意义，而不是全盘否定。市场上许多当红、热销的商品，都是部属不畏主管反对，勇于表达意见后，所诞生的产物。主管要懂得协助年轻前辈发挥所长，鼓励其成长。 **A**

名人档案 |



岸见一郎

著名心理学专家

1989年起，开始研究阿德勒心理学，并成为阿德勒心理学会认证的咨询师与顾问。著作包括《被讨厌的勇气》、《被讨厌的勇气 二部曲完结篇》、《让孩子成长的阿德勒名言》、等多部阿德勒心理学作品。

好书推荐

《岸见一郎谈带人》

出版社：采实文化出版社

作者：岸见一郎

作者提供与过往不同的新领导方式，只要照着实行，不论你是刚担任主管职的新手主管，还是带人带到心很累的主管，都能轻松赢得部属敬重，带出高向心力团队。



5分钟看懂 Web 3.0的五大商业机会

文 / 黄至尧 · 知名人力资源专家博士



看更多人资观点

专栏作者 |



黄至尧

人力资源专家博士

在大家热烈讨论“元宇宙”和“NFT”之后，还有一个非常火爆的科技概念，就是“Web3.0”。行走科技先驱的行业大佬及资本市场早已经将目光聚焦至此，许多人认为Web3.0代表互联网的下一个风口。



Web 2.0时代为双向的互联网，大多数内容依赖使用者创造内容；平台无偿占有用户所生产和创造的价值下，也暴露出Web 2.0的弱点：隐私与安全。

根据 Cryptopolitan的数据显示，红杉资本以每周1家的投资速度，已经投了17家Web3.0公司。而Coinbase Ventures仅在2022第一季就投了71家。2022第一季Web3.0初创公司获得超1.73亿美元投资。就在今年3月16日，微软、软银和淡马锡宣布完成对初创公司ConsenSys新一轮4.5亿美元融资。

Q1 什么是Web 1.0、Web 2.0?

Web 1.0 特性

平台创造、平台所有、平台控制、平台受益

Web 1.0指第一代互联网，是静态互联网，主要应用是网络媒体。大多数参与者是读者；创作者只限于建构网站开发人员。读者访问网站，浏览数字内容，但唯读不写，没互动。简单来说就像我们看到的海报，只承载讯息告知的功能，完全没有互动的过程，这使得用户不一定能真正获得相关信息。

Web 2.0 特性

用户创造、平台所有、平台控制、平台分配

Web 2.0是一个双向的互联网，就是目前的网络形式。主要应用是社交网络和电商。在这个阶段，平台只提供一个基础设施，自己创造的内容有限，绝大多数内容是依赖使用者创造且内容具有互动性。这些平台公司提供独立、中心化的服务。

在平台上使用者创造的数字内容，所有权属于平台，控制权也属于平台，平台可以决定编辑、修改、删除和屏蔽使用者内容，甚至删掉使用者账号，将使用者驱逐出其社交网络。此外，这些数字内容所创造的价值该如何分配，由平台说了算。使用者在使用互联网过程中产生的大量数据足迹，其价值也由平台无偿占有，平台则利用这些数据建构成目前主流盈利模式，点击所带来的广告收入。

这解释了为什么Web 2.0时代产生许多超级大公司，因为这些平台实际上无偿占有数千万甚至数亿用户所生产和创造的价值的一部分，而这其实也暴露出了Web 2.0的弱点：隐私与安全。

Q2 Web 3.0的特性是什么?

Web 3.0 特性

使用者创造、使用者所有、使用者控制、协议分配

Web3.0跟2.0很不一样的地方，它是一个“去中心化”的网络世界，不受限于单一平台。而使用者所创造的数字内容，所有权明确为使用者所有，由用户控制，其所创造的价值，根据使用者与他人签订的协定进行分配。

在Web3.0体系下，这些数字内容不再是简单的数据，而是数字资产，因为它的权利得到资产级别的保障。这类似数字经济当中的市场经济，确认、尊重和保护个人的数字产权，基于契约进行价值交换。

Q3 目前Web 3.0的商机是什么?

毕业于康奈尔大学的Michael黄柏翰，拥有丰富股权投资与并购经验，曾服务于硅谷的资本及投行。目前担任新创公司CEO，替小微企业及独立工作者在Web2.0的架构下打造个人品牌及营销规划。针对Web3.0目前的发展趋势黄老师整理出以下5个潜在的商业方向：

1 发行原生资产

比特币诞生于2009年是第一个最像Web3.0精神的落地性产品，其特性就是：开放、去中心化、抗审查、不可更改、无需信任和无需许可。后续衍生出的加密货币，如以太坊，泰达币等都是属于此类产品。

另外一种目前市场上正夯的原生资产就是NFT（非同质化代币）。“非同质化”解释了NFT跟前面说的加密货币的差别。如果说比特币就像一枚硬币，每一枚货币的价值都是一样的；而NFT就像在一样外观/重量的硬币刻上号码，这些独一无二的编号使得每一枚硬币之间有所不同，1号跟10号硬币两个是完全不同的东西。

2 持有原生资产

这概念不难理解，这也是现在大多数人在追逐的商业机会，简单的说就是逢低持有，逢高卖出。用较低的成本提早进场，等待资产增值到一定的价格便获利离场。

3 搭建网络，让原生资产增值

替发行的数字货币或NFT等创造出应



// Web3.0时代，数字内容不再是简单的资料，而是数字资产，因为它的权利得到资产级别的保障。类似数字经济当中的市场经济，可基于契约进行价值交换。//

用场景，进而推升持有的原生资产价值，有点类似造市者。现在有许多资本雄厚的公司在积极打造应用场景，最积极当属Meta（原Facebook）。

以The Sandbox为例子，它是一个虚拟游戏世界。通过基于以太坊的功能型代币SAND，允许你在Sandbox Metaverse中买卖土地和资产。玩家可以创建和拥有不同的游戏体验，并从中获得收益，进而推升SAND币跟虚拟世界中的资产价值，再加上名人的推波助澜，价格飙升就不意外了。

4 原生资产的交易平台

当前阶段，一代的商业模型取决于这些原生资产的金融基础设施：交易平台，托管机构以及衍生品提供商。这些都是基于一个简单的商业目标：为使用者交易这些资产提供服务，如国内的数字货币交易平台币或是

海外的coinbase（加密货币交易所）。

5 基础设施建设（系统 or 硬件）

参与Web3.0的基础设施是最直观的投资机会。不管哪些Web3.0项目脱颖而出，都需要基础设施的支撑。公链、跨链、身份系统、分散式存储和隐私计算领域都有进一步改进的空间。购买提供这些服务的公司股票，也是另一种方式。

这波Web 3.0的大爆发也让曾经专注投资互联网的专业人士纷纷加入了投资Web3.0赛道的团队。但目前发展的最重要关键则是能否找到应用场景，而市场上也有许多人质疑这一波热点是否会如同2000年.com泡沫一样，只是资本疯狂的追捧。但不论如何，在资本以及越来越多人才投入这个赛道，未来的发展肯定是有所期待的。A





2030年永续企业革命

创新思考 驱动组织永续成长



看更多ESG趋势

文 / 田濑和夫 · 永续发展伙伴有限公司CEO

联合国可持续发展目标（Sustainable Development Goals, SDGs）是“2030永续发展目标”、ESG是企业达成目标的方法与过程，为公司谋利 VS 解决地球上的问题，其二者并不矛盾，企业可以同时兼具“获利”与“让世界变得更好”，企业落实“永续经营”的关键问题在“要怎么赚钱？”毕竟企业本质在追求利益，如果不赚钱该如何生存？

专栏作者 |



田濑和夫

ESG永续发展专家

SDGs 是领先世界变化的创新
与新市场的泉源。SDGs
揭示的是2030年世界前进的方向，也是未来

十年的趋势。在169项细项指标中，有些指标以现存的技术仍无法达成，但可以刺激创新的产生，进而开拓新的市场。

2016年，在世界经济论坛成立“商业暨永续发展委员会”（Business and Sustainable Development Commission, BSDC），并于

// 只要你可以先掌握SDGs提出的社会趋势，并在市场取得先机的话，就能抓到商机，比亚迪的案例就做了很好的示范。//

2017年1月发布报告书《更好的企业，更美好的世界》，预估在食物与农业、都市、能源与原料、健康与福祉这四大经济系统中，SDGs将可以创造约12万亿美元的市场（约人民币80万亿）。

追求SDGs 诞生新市场

根据《更好的企业，更美好的世界》的报告内容，与SDGs目标相关，规模在2030年达到最高峰的产业就是移动系统。像最近汽车业最红火的几个关键词CASE〔连结（Connected）、自动驾驶（Autonomous）、共享服务（Shared and Services）、电动化（Electric）缩写。〕和MaaS（Mobility as a Service的缩写，“交通移动服务”是一种架构在云端的信息与交通应用服务）的表现，汽车产业正迎来百年一度的大变革时代。比如说，由于都市人口增加、大气污染以及无人驾驶车上路的法规限制，电动（EV）巴士在全球市场的需求急速增加，预估到2030年规模将成长超过8千多亿元。

在这个新市场中快速成长的例子，就是电动车大厂比亚迪。该公司是1995年成立的电池制造商，锂电池市占率世界第三，为手机用电池的世界第一大企业。在海外，引进该公司产品的电动巴士近几年陆续增加，目前看来有扩大使用的趋势。只要你可以先掌握SDGs提出的社会趋势，并在市场取得先机的话，就能抓到商机，比亚迪的案例就做了很好的示范。

创新并非仅仅“对症下药”

近来，创新（Innovation）这个名词几乎天天都会听到，其定义早在1911年由经济学家熊彼得（Schumpeter）提出。熊彼得把创新定义为，采用与既有方法不同的手段产生新结合的事物，并将创新分成几种类型，像是新产品的开发、导入新的生产方法、开拓新的市场、获得资源、组织改革等。在我们这里创新被翻成技术革新，但按照原本的定义其实不只停留在新技术的开发，还有更多维度。

但是现在大家谈论的创新，大多是为了用来处理已显现的问题，也就是“对症下药”。比如说，在自来水管尚未普及的较为贫困的热带地区，运用滚动式的水桶让小孩子取水变得更轻松。





全世界仍有八亿四千四百万人无法饮用到干净的水，其中有二亿六千三百万人每次取水往返要花上三十分钟。取水在非洲的农村地区是小孩子重要的工作。很多人一定看过类似的照片，小朋友头上顶着大水桶，一口气走好几公里的路。为了取水他们不能上学，失去受教育的机会。

掌握问题本质的“演绎式创新”

滚动式水桶取水的好处是，小孩一次性可以取得大量的水，减少往返次数。其次，小孩不必再用头顶着沉重的水桶可以减少脖子或腰部酸痛。这是一种非常了不起的发明，我完全没有否定它的意思。不过，这种水桶还是无法让小孩从取水工作中完全解放出来。

只要自来水管线设施没做好，水源离家远这件事依然没有改变。解决取水这个“治标不治本”的问题，会不会推迟了原本必须要有的措施，也就是普及连接卫生饮用水的上水道设施。所以我说，在埋头解决眼前问题之前，应先掌握问题的本质。

像这种对症疗法的创新，我们把它定义为“归纳式创新”。但是所谓的创新，应该从人类理想的状态出发再回推出来。比起归纳式创新，解决问题根本的是演绎式创新。

关于取得饮用水的方法，麻省理工学院开发出一种新技术，他们通过特殊有机金属捕捉空气中的水分，这项研究进一步开发出从空气湿度萃取出饮用水的技术。实验中，他们成功从干燥的沙漠空气中制造出水。

这几个例子的共通点是，从“随处都能获得卫生且干净的水”这个人类生存的理想状态作为出发点，再全力开发为了实现这个理想所需的技术，最后开花结果。像这种从理想状态回推再从中思考，就是演绎式创新，也是达成SDGs不可或缺的方法。

演绎式创新的源泉“设计思考”

产生演绎式创新的思考方法最著名的就是设计思考。近年，设计思考在商业领域越来越受到瞩目，听过这个名词的人应该很多。最先将设计思考运用在商业领域中

// 对症疗法的创新，我们把它定义为归纳式创新。但是所谓的创新，应该从人类理想的状态出发再回推出来。比起归纳式创新，解决问题根本的是演绎式创新。//

的，是世界知名设计公司IDEO创办人大卫·凯利（David Kelley）。就算你没听过IDEO的名号，也应该看过苹果的鼠标，该设计就是出自IDEO之手。斯坦福大学的设计学院提出设计思考的过程可以分成五个步骤：①同理（Emphathize）→②定义（Define）→③头脑风暴（Ideate）→④原型制作（Prototype）→⑤测试（Test）。一般来说，大家对这五个步骤的认识如下：

STEP ① 通过观察，从使用者的观点发现顾客的问题。

STEP ② 重新定义体验价值，找出使用者未被满足的需求。

STEP ③ 不断头脑风暴，产生创意想法。

STEP ④ 制作企划书，确认创意想法是否可行。

STEP ⑤ 获得回馈，反复修正。

大家谈到设计思考大多聚焦在方法上，但其本质不在使用手法，而是思考的方向性。设计思考来自建筑师与都市规划师之间思考差异碰撞后产生的火花，在一九八七年由彼得·罗（Peter Rowe）执笔的《设计思考》（Design Thinking）中第一次被提出。后来经过系统化整理，大家在解读设计思考的理论时，不再着重于特定的问题解决，而是把起点摆在问题被改善后的状态，或是问题发

生前应有的状态，然后思考要如何具体实现理想的状态。

以前述的取水问题为例，以设计思考的方式观察就不会把重点放在让取水工作变得轻松的工具，而是有没有办法让小朋友不用再取水。从设计的角度来解决贫困国家的社会课题，其实早已经在1970年就有人发表了。换句话说，设计思考的本质不是用来产生特定的服务或产品，而是一种适合解决广泛的社会课题。

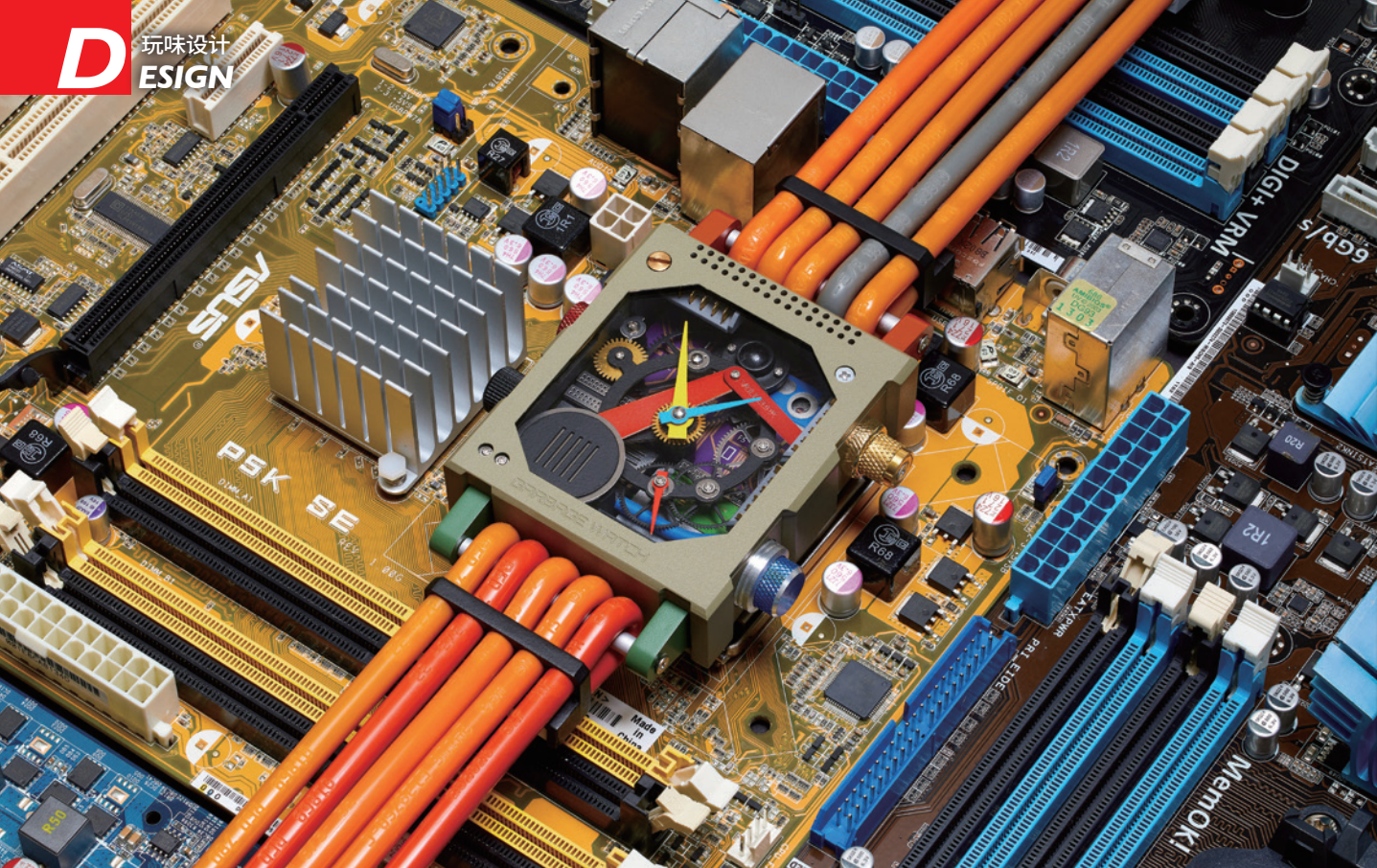
归纳式创新是从现状找出问题，通过不断用逻辑、讲求解决策略的系统性思考而引导出来。相对地，演绎式创新则是以设计思考为基础，也就是人的本质或理想状态出发，再用逻辑回推而产生。

融合系统思考与设计思考

上文花了许多篇幅介绍了演绎式创新，却不代表归纳式创新毫无用处。针对SDGs揭示复杂、复合性的问题，我们需要的设计思考绝对不是非此即彼的，而是要兼而有之。想要达成SDGs的目标必须想办法融合系统思考与设计思考。

现今，许多经营者都强调企业想要持续成长必须创新，但实际上他们可能连归纳式创新都做不到。经营者应该在未来理想中找到公司的存在意义，这样才能找到演绎式创新的灵感。A

出自：《2030永续企业革命：全方位ESG永续实战攻略》／商业周刊出版社



五彩缤纷的“垃圾表”，其实零组件都来自废弃电子产品的回收再利用。

拥抱ESG的环保创意——回收再生篇

“循环经济”掀风潮 “回收再生”设计正时兴



看更多经典设计

文/李俊明·图/Fairphone·Vollebak·Stella McCartney·Philip Lim·Emeco·Nordic Comfort Products

ESG已成为经营管理新显学，不少品牌也呼应这样的趋势，从“设计”玩出不少创意，因此我们从本月起将分三部曲，由“循环经济”为起点，剖析各式各样的企业ESG创举。

企业 在落实ESG理想时，往往会推出很多各种做法为未来的永续发展铺路，尤其在环境保护上，不少企业最常做的就是减碳、减塑、节能，以及“回收”。

但是现在的“回收”，已经不是传统的Recycle，而是加入更多创意，努力开发Upcycle（创意再生）的可能性，产生与过往“垃圾变黄金”完全不同层次的涵义与





左图：“垃圾毛衣”的纤维，其实是由防弹背心与消防用防火衣再制而成。右图：史黛拉·麦卡尼将渔网与工厂废弃物的再制尼龙，剪裁成吸睛外套与裤装。

表现；尤其近年与电子产品相关的“再生”创意，就格外受到瞩目。

根据统计，全球每年至少会产生五千万吨以上的电子废弃物，而且绝大多数被当成垃圾处理。值得注意的是，这里头其实还有很多资源可以挖宝，很多零组件都能找到第二春！比方电子产品内的银、铜、镍、钴、锌、铝等金属，都是珍贵的资源，而且据推估，全球恐怕有高达7%的金，其实藏在电子垃圾中。

垃圾大变身 回收再生也能时尚有型

为了好好利用珍贵的地球资源，“回收”与“再生”一起成为了新显学！以即将在2022年问世的Vollebak“垃圾表”（Garbage Watch）为例，便是把这个想法具体落实，让电子零件回收后变出超酷新生命，借“设计”激发吸睛巧思。

仔细一瞧，表内每一零件都有前世今生，有可能“上辈子”来自电脑的主机板、智能手机的微晶片，也有可能取自你家电视机的线路，通过别具巧思的重新

组合，让这些原本将被毁弃的资源再活一次。

另一款Vollebak“垃圾毛衣”也运用了同样概念，设计团队将脑筋动到报废的防弹背心与消防队员防火衣上，创造独特的“旧衣再制”惊喜。

根据统计，全世界每年至少生产一千亿件衣物，而且在快时尚与消费主义风行下，这数字到2050年很可能翻倍。单以每分钟来看，就有高达150吨衣物被丢弃到全球各地掩埋场，形成另一种庞大污染源，给环境增加了沉重负担。

于是设计团队又尝试开发防弹背心与防火衣这两种本来就很坚韧的装备，由于构成这

些防护衣的尼龙与聚酯等成分，很可能需耗时两百年以上才会腐化分解，为了解决这个难题，设计团队将这类衣物的芳纶阻燃面料（Meta Aramids）拿来再制，变出好看又有型的毛衣。

这款毛衣的材质有七成是由消防队的防火装而来，剩下三成则由防弹背心的全芳香族聚醯



挪威的S-1500 Chair，同样利用废弃渔网再制而成。

胺纤维 (Para Aramids) 而来，因此依然保有防护衣物不易着火的特性，但与一般毛衣同样柔软舒适，独特的创意因此备受瞩目。

重新珍视资源 从日常生活落实永续

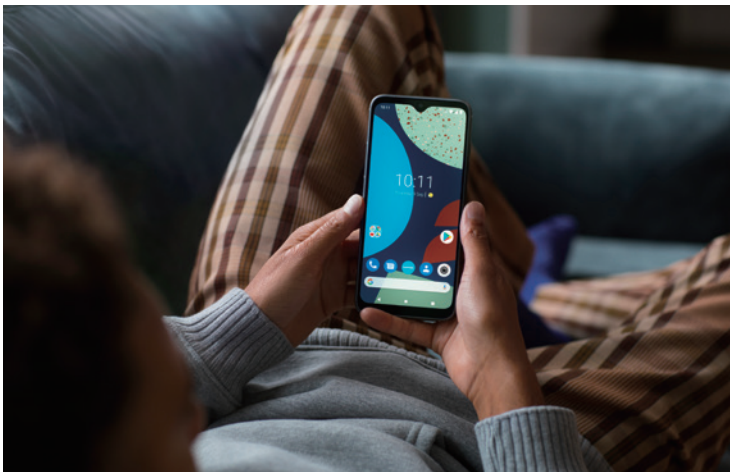
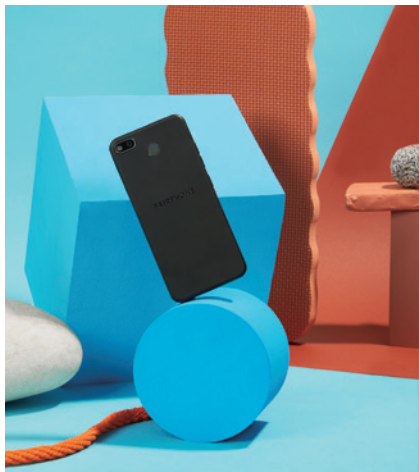
在环境保护愈来愈被重视的趋势下，将“再生重制”概念运用至时尚与产品设计，也已形成一股风潮。知名的时尚设计师史黛拉·麦卡尼 (Stella McCartney) 与爱迪达等品牌，便纷纷提出新主张与新材料，引导人们思考“设计”如何将垃圾转化为全新的可用资源，为人们带来更干净的环境？而我们又该在废弃物减量的风潮中扮演什么角色？

你一定想不到，废弃后很难处理的渔网，也成为回收再制风潮的重要角色。比如史黛拉·麦卡尼便曾在时装秀上，将渔网与工厂废弃物回收而来的再制尼龙，剪裁成吸睛外套与裤装，因此大受好评。她将现实生活中的垃圾，以及原本不被视为资源的材料，摆上了讲究奢华与珍稀的顶尖舞台，除让更多人注意到环保风潮的重要性，也让更多人对材质再制的潜力更为另眼相看。



111 Navy Chair，每张由111只可口可乐塑胶瓶回收再制而成。

不仅时尚界风靡环保，这股回收再制浪潮，同样吹向了家具设计产业，像是挪威的建筑事务所Snøhetta便挑战了人们的想像力，为品牌Nordic Comfort Products推出同样利用废弃渔网再制而成的椅子S-1500 Chair，受到广大瞩目。另外一家家具品牌Emeco之前



Fairphone强调在不牺牲功能的前提下，也能做到将环保与永续放在首位。



Fairphone的模组设计，不仅容易置换维修，零组件的原料取得也特别讲究人道与环保。

就推出以回收可口可乐瓶罐制成的111 Navy Chair，让经典椅款再展新貌；这款产品主打每张椅子由111只塑胶瓶，也就是65%的回收PET塑胶以及35%玻璃纤维制成，一方面减少了塑胶掩埋带来的污染，另一方面也创造出超高话题讨论度。

这些独特的“设计”，在向人们展示着“循环经济”的可行性，通过共享、分散、再生等策略，促使人们改变行为模式，减少消耗资源。

通过ESG三方面完整实践永续经营理想

而另一个更鲜明的例子，则是号称全球最讲求永续的手机厂商—2013年成立的Fairphone，秉持化腐朽为神奇的理念，坚持由无冲突区域开采资源，以责任的供应链模式，在生产过程中大量使用回收材质，并自设计初始就融入可更换式零组件概念，让消费者很容易更换电池跟屏幕，甚至凭着螺丝起子就可升级相机模组，鼓励使用者延长手机的生命周期。

这样的一款手机设备，该有的配备就连已发展至第五代的Fairphone也一样都不缺。以目前最新推出的Fairphone 4来说，便配备5G

通讯、双镜头、长效电池，使用寿命可达五年之久。

“手机里的每样东西，都会对人类与地球造成影响！”在坚信如此的理念下，Fairphone除了更讲究资源运用的环保实惠，也更重视所作所为带来的企业社会影响，因此付出极大心力检视原料如何被回收再制、矿物如何被“负责任”地开采提炼，而且劳工权益也必须被主张与维护，从全方位阻绝“黑心原料”与“血汗工厂”可能性。

举个例子来说，它不只在机身背壳采用100%回收塑料，诸如零组件中的金质原料，亦由回收物料精炼而来，不向剥削劳工与人权的地区采购，成为产业中唯一强调采用“公平交易”金质原料的手机品牌。此外，电池模组中不可或缺的钴与锂，在取材上同样追求“公平交易”，让原物料的供应链更透明，继而实现企业核心价值与社会影响力。

当然，对制程如此讲究，也必须付出相对代价，这样的一支手机，销售不太容易超越主流品牌规模，成本也不一定能降至最低。但是它的出现，激励了企业选择另一条发展路径的可能性—借由坚持ESG初心，同样能找到另一群志同道合的消费者，在追求永续的路上，找到属于自己的舞台。 **A**



失眠、晕眩没精神 找不到原因？

4个关键元素 抢救体内的“植物神经”



看更多健康常识

文/洛桑加参·Dr. Lobsang洛桑预防医学集团创办人

新冠肺炎疫情爆发造成的压力，导致不少患者的自律神经失调变严重，症状也跟着恶化。人体全身的器官都受自律神经所调控，哪里失调就会产生哪里症状，只要掌握住地水火风四元素，就能抢救体内植物神经。

常听 到的自律神经系统（缩写ANS），它还有一个可爱的别称，叫做“植物神经系统（缩写VNS）”。之所以称为自律，是因为这套系统能自动自发，心脏怎样跳、瞳孔什么时机缩放、荷尔蒙如何分泌、什么时间要睡觉，它都能自主把工作安排好、处理妥当，完全不用你操心。也正因为它有着不受人

意识控制的这个特性，所以也有人习惯喊它植物神经。

生命之花的求救讯号，你听懂了吗？

自律神经系统出了乱子，人会有什么感觉呢？表现在头，是头重、头晕、偏头痛、注意

// 调理植物神经失调的秘诀就是：“你怎样细心养花，你就怎样呵护自己。”并掌握四个关键元素：阳光（火元素）、空气（风元素）、水、养分（地元素）。//

力涣散、思绪卡顿不顺畅。表现在肌肉，是肩颈僵硬、腰酸背痛、足底筋膜炎。表现在心肺部分，心悸、胸闷、呼吸不顺、血压不稳都有可能。皮肤上的症状更是五花八门，敏感搔痒、慢性湿疹、慢性荨麻疹、异位性皮炎、顽固性皮肤病，每一样都不好解决。

其他还有像是睡眠障碍、消化困难和种种妇科问题，以及焦虑、沮丧、恐慌这类可能还被误判为精神疾病的症状。以上这些都是在提醒人，去检视自己身体里的这套植物神经系统，是否被你温柔以待？还是你完全放任不管它、从没关心过它？

若正确使用身体，植物神经出错的机率微乎其微。但现代的便利生活、求效率的高压

生活，乃至于人的一些行为、想法偏差，确实已对它造成不良的影响。植物神经自己不太会坏掉，人却常常不小心把它搞坏掉。比如说活得过度认真或过度不认真，又或者令自己长期陷入哀恸情绪中，习惯性悲观，与同龄人竞争时太看重成绩、太想要赢、每每要求必胜，与家庭成员相处不和睦、婚姻或感情出状况而心生怨怼，以上这些，都会连累植物神经跟着你一起受苦。植物神经没精神，生命之花终将渐渐枯萎。虽然不会一夕间凋零，但身体走下坡、体力走下坡、面容衰老等等，那是会慢慢发生的。

地水火风四元素齐备 健康自然好

植物神经失调症状颇为复杂，但解决方法出乎意料简单，可用非药物的方式解决，不用花太多钱，而且自己就能搞定。洛桑指出，秘诀就是：“你怎样细心养花，你就怎样呵护自己。”掌握四个关键元素：阳光（火元素）、空气（风元素）、水、养分（地元素），下面依序说明：

火元素

植物是看阳光、感受温度在生活的，说穿了，我们体内的植物神经也是。我总不厌其烦提醒大家晒太阳，不只是为了获得充足的维生素D，更为了调节血清素与褪黑激素水平。被日光唤醒、太阳下山就休息，是正统作法。退而求其次，夜间工作者、轮值工作者白天可利用遮光窗帘帮助入睡，晚上可利用蓝光保持



清醒避免事故。反正就是有光清醒、没光睡觉这样的原则。说穿了很简单，但大家晚上都爱看电视、滑手机，推迟睡眠时间，长此以往，植物神经肯定会抗议。权宜做法，卧房内灯光以柔和黄光为佳，尽量不要给眼睛太多亮光上的刺激。

风元素

植物在空气好、通风好的地方特别能展现出蓬勃生命力，人也一样。假日勤快一点去山上去海边帮肺部排毒，平常勤做呼吸练习，或是单纯练习缓、慢、深、长、匀的腹式呼吸，这对恢复植物神经平衡已有莫大益处。

水元素

人会给植物浇水，但别忘了自己也要喝水。对人来说水是原料也是冲洗剂，举凡血液、淋巴液、人体的各种分泌物，乃至于幸福荷尔蒙产出、细胞再生，都不能缺水。把你的体重乘以50毫升，即为你一天需要的量，我大约需3,000毫升，我每天都这样喝。

地元素

养生如同养花，欠呵护的身体最需要哪种“肥料”呢？当然是能纾缓压力，让人心情变好的解忧食材，要好好吃一吃。我最推荐维生素C含量极高的芭乐，当然其他富含维生素C的蔬果也都很好，请轮流交替吃。至于鼓舞士气的维生素B群，全谷物与深绿色蔬菜都是好来源。能活化免疫系统、预防癌症的硒，在蘑菇和芥末子里面可以找到。其他还有安抚不安的莲子、安定神经提升睡眠品质的芝麻，和吃了会开心的香蕉，以及纾缓躁动的核桃，都是能帮助人体机能维持正常

运作的好食材。

快乐任务：每天早上起来先喝五百毫升温热开水

阳光有助于交感神经和副交感神经换班，温度也是。说人话就是帮助你舒服清醒，而不是被闹钟吵醒、匆匆忙忙赶出门。试想，宛如油门的交感、宛如煞车的副交感同时踩下去，又困又急又累，用这样的状态开启一天，人又怎能开心得起来？早晨接触阳光、慢条斯理喝温热开水、浇浇花、整理自己，上个厕所、梳洗一下，活动活动、看看新闻，愉快开启一天，一整天，人就很容易维持好心情，身体也比较不会那么疲倦。A

出自：《快乐医学：藏传心灵预防医学书》/时报出版社



躍昇震旦



震旦家具Moca洽谈椅

震旦专业 租赁平台

省心易租 轻松办公 正式上线



助力业绩增长，无接触云端交易

震旦专业租赁平台上线， 办公租赁专业解决方案来了！



一对一咨询详情

图·文/震旦OA

2022年4月28日，震旦专业租赁平台正式发布上线。近年来，汽车、充电宝、手机、电脑、办公家具等越来越多的产品租赁如雨后春笋，闯入了大众的眼帘，使得我们的生活越来越“轻量化”。“即用即租”模式大大的减小了人们的资金负担，所以广为大众接受。

震旦 作为致力办公行业50余年的企业，时时刻刻都在追求更加契合时代特点的办公服务，为了适应当下快节奏的工作特点，震旦上线了方式更自由、成本更低、选择更多、价格更透明的专业租赁平台。

用户可在PC端、小程序、H5多个端口于平台租赁A3整新机和A4全新打印机，根据客户需

求，平台还可提供免押租赁，为客户降低设备使用成本，新客户注册即有礼，欢迎扫码体验。

主动进化 引领变革

1 数字化

基于PC端+小程序+H5，通过多入口、多

平台，实现震旦全渠道客户触达。该平台所具备的自动适配、自动设置、自动提醒等数字化功能，可以更好的完成线上服务，并以标准化的流程、可视化的交易，让广大客户灵活又安心，省心又省力。

2 全贯通

平台基于区块链底层，实现了线上租赁的全链路贯通，并完成了多元生态的整体接入。从用户准入、风控、电子合同签约、线上仲裁、互联网保险，多个节点以标准化格式完成线上闭环，降低业务风险的同时，确保了交易有效性，并有效缓解租金逾期情况。

3 无接触

租赁所需的选配、免押金申请、审核、签约、支付、账单查询等环节，都可以通过线上平台无接触式的完成，让客户享受到最大的便捷性和最小的环境影响（如疫情等）。

4 快响应

配备的快速响应服务平台，线上高效信息同步，线下极速陪伴式服务。基于客户在平台上的需求和交易，我们已有的专业线下团

队，可以更快速、更贴心、更深度的提供陪伴式服务，极速响应客户诉求，并提供前瞻性的支持。

震旦秉持着“顾客满意”的服务信念，以打造美好办公环境为目标，将持续为大众提供更多优质的服务。

同心守护，携手并进

震旦携手上海利租网络科技有限公司，打造震旦专业租赁平台。以对低碳环保生活的向往和追求，将“租赁”这种绿色健康的消费方式通过线上渠道为顾客提供解决方案，携手共迎“百业互利，万物可租”的美好未来。A



数字化



无接触



全贯通



快响应



意式收纳 匠心雅致

主管柜体系列赏析

图·文/AURORA ESTEL



一对一咨询详情

ESTEL的主管柜系列有着对意式品质感的极致追求，从优雅的设计、流畅的分割、多元的组合和饰面选择，都无一不显示出ESTEL主管柜的意式基因。





Altagamma主管柜体系列

【Altagamma柜体】是Altagamma系列的衍生设计，柜体规格多样，可与【Altagamma主管桌】做边柜后柜的搭配。

该系列由意大利设计师Dario Covi一手打造。他1942年出生于意大利（的里雅斯特），长久致力于视觉艺术、室内设计、家具设计领域。

比例，是美感的关键。Altagamma柜体线条严谨利落，以适当的比例做玻璃与实木贴面的分割及组合；优雅的设计美学处处讲究，交织出恰到好处的平衡。

Altagamma柜体于雅致简约的办公家具设计中融入细节体验，以45度斜切边替代把手，细微处方显意大利匠心工艺。

Altagamma柜体包含活动柜、桌下柜、储物柜与后柜四种类型，可结合不同的功能需求打造出具有Altagamma美学的主管空间。

Deck主管柜体系列

【Deck柜体】同样为Deck主管桌、会议桌的衍生系列。柜体直接落地，沉稳大气，45度斜切边作为隐藏式扶手，让使用体验在瞬间升级。



可与主管桌做同系列配色打造统一的视觉感受，实木贴面结合45度斜切边工艺展现ESTEL的精致工匠精神。柜体内含金属防尘条，避免储存物品受到灰尘侵蚀。

Deck柜体含有相当多的规格可选项，从75cm高度柜体到198cm高度柜体，可进行多种多样的排列组合，满足不同尺寸的空间布局需要。

Deck柜体规格设置符合模块化的定义，以单列柜体为基础模块，衍生出78种不同规格，丰富主管空间柜体设计。

Credenze主管柜体系列

【Credenze柜体】是一款组合式的主管柜体，通过背板、层板、柜体的模块化组装成为符合个性化需求的多功能组合柜。

可适用于主管、会议、贵宾接待等需要展示与收纳功能兼容的空间。多变的组合形式



是这款柜体显著的特色之一。

Credenze柜体的柜门与层板同样沿用ESTEL的45度斜切边工艺，将美感与视觉感受深入到每一个工艺细节中。金属底座可选釉面黑漆金属或特殊喷涂金属，赋予直线造型不同的质感。

并且有为显示屏预留空间的柜体设计，结合背板与层板，可搭配成为一组风格统一的墙柜组合。





E-wall主管柜体系列

【E-wall柜体】顾名思义是ESTEL研发的主管吊柜系列，可以与【Deck柜体】、【Credenze柜体】做结合，完成主管空间的吊柜与落地柜设计。

E-wall柜体系列的特色在于丰富的规格尺寸，层板、吊柜、背板均为可组合的模块，配搭出多种多样的变化。

可选材质范围大是E-wall柜体如此多姿多彩的另一个原因。烤漆板、实木贴面、玉砂玻璃、陶瓷板、金属等材质之间互相碰撞交融，是意式美学的直接表达。 **A**



自然 中的建造

白领之夜系列讲座回顾

自然中的建造（上）

主讲人——程雪松（上海大学 上海美术学院）



看更多精彩活动

图·文 / 震旦博物馆

建造是人与自然相处的一种方式。“自然中的建造”就是建造同自然对话，通过材料、形式和工艺，去实现人造物与自然环境的沟通。2022年4月8日白领之夜系列讲座，上海大学上海美术学院设计系的程雪松教授解读何为自然、自然和建造的关系，并以当代著名建筑师的作品为例，为我们剖析自然中的建造之美。

何为自然？

一般认为“自然”有两方面含义：一是自然界、自然环境，二是事物顺其本身的规律运行。

西方对自然的认识，追溯到亚里士多德，他将自然概括为：1.生长；2.生物生长的种子；3.事物生长的动力；4.组成事物的原材料；5.事物的本质或形式；6.一般的本质或形式；7.自然万物的动变渊源。可以总结出：生长不是揠苗助长，也不是无方向的盲目冲动，自然的生长是其本性的自我实现。中国的自然观，



图一：竹屋，隈研吾，北京，2002.04

以老子的道家为代表，一是“道法自然”，以自然为法，从自然中寻找规律；二是“大美



图二：上海美术学院学生张骏作品。



图三：特鲁多垂直森林，斯泰法诺·博埃里，荷兰，2017-2021

自然”，顺应自然是一切美的源泉；三是“自然而然”。老子说：“夫莫之命而常自然”，意即一切事物并不受谁的命令或主宰，而是顺其自然地发展。“自然界”和“自然而然”贯穿于中西方对于自然的理解中。

著名建筑师隈研吾说：“建筑应该是自然的一部分。”他早期在北京的作品“竹屋”（图一），整体建筑由竹子制作而成，是一个流动性的空间，室内外景观相得益彰。自然的材料、形式、构造方式等，都在他的建筑中有所呈现。

建造活动是人自古就有的能力，但过去我们常把建造活动看成是和自然的“对抗”，而在今天更多地将其看作是和自然的“对话”。一般来说，我们通过材料、形式和工艺，去实现人造物和自然界之间的交流。比如：采用自然形态的直接仿拟，提取和抽象自然环境的构成秩序、让自然要素向建筑内外延伸扩展等方式，通过艺术和技术相结合的创作实践将其赋予建筑设计中，创造出具有满足人行为或心理需求的建筑空间形态（图二）。

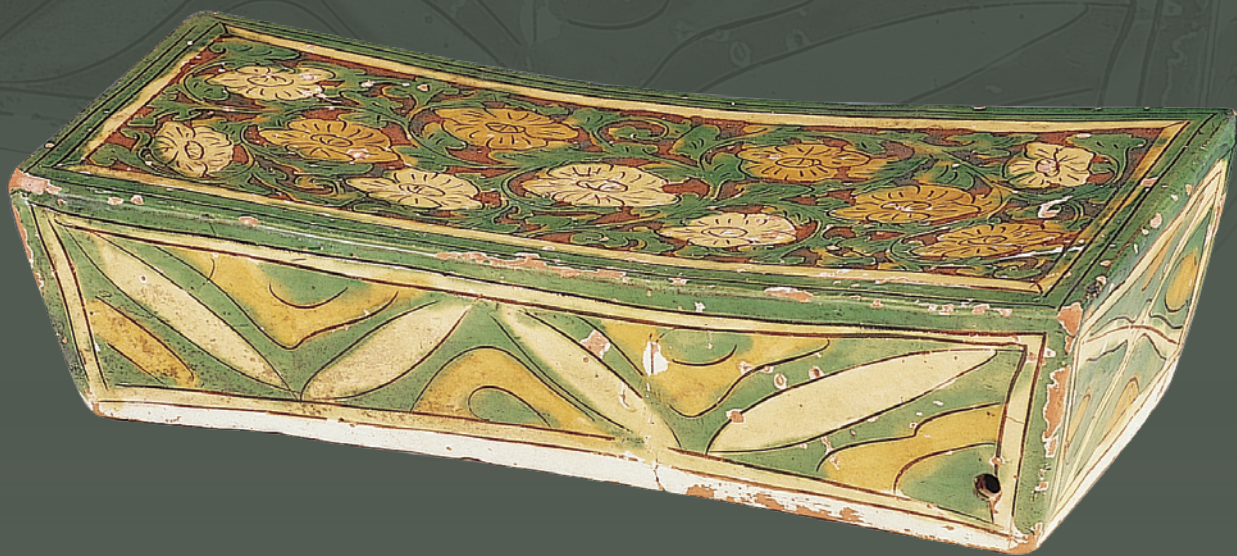
建造与自然的关系

程老师认为经历了四个阶段：敬畏自然、效仿自然、征服自然、顺应自然。

首先是对自然的敬畏。先人早期的庇护所，是搭建在树上且仿鸟巢而建，得名“巢居”。一方面抵御毒蛇猛兽，另一方面抵抗洪水，尤其是南方较为潮湿的地方。而且高处的巢居通风、轻盈。其次，效仿自然。经典案例就是著名建筑师德埃里的作品“垂直森林”（图三）。第三，征服自然。过去我们认为可以很容易征服自然，利用自然的力量，但也带来许多反思和教训。例如，三峡水电站是目前世界上规模最大的水电站和清洁能源基地，也是目前有史以来建设的最大型工程项目。而它也带来如移民搬迁、环境改变等诸多争议性问题。最后顺应自然，山西大同的悬空寺（图四），素有“悬空寺，半天高，三根马尾空中吊”的俚语，是在力学和选址上的奇迹。 **A**



图四：悬空寺，山西大同



金代·三彩枕

胎体先上化妆土，刻画纹饰轮廓，素烧定型，再施黄、绿、白等釉彩，低温烧制。（图一）

图片来源：震旦博物馆藏

古器物学讲座——元明清彩绘瓷专题⑤

低温釉料彩绘瓷

文/吴棠海·图/震旦博物馆

低温釉彩是以铅化合物为釉料的助熔剂，再加入金属着色剂烧制而成的。此类彩釉起源于汉代绿釉陶与褐釉陶，唐宋时期发展出多样化的色彩，烧成唐三彩、辽三彩及金三彩等器物。

到了 明清时期，低温釉彩从陶胎发展为瓷胎，成品必须经过二次烧造的工序，表面颜色五彩缤纷，品类十分多元。本文选取金三彩、明嘉靖黄地绿彩、明代法花、清康熙素三彩及黄地褐绿彩等器类，介绍低温釉料彩绘瓷的概况。

一、金代三彩

低温釉彩从汉代的单一颜色发展到唐代，成为多色并陈的三彩器，辽金时期北方窑厂继续生产，以黄、绿、白、褐等呈色最常见。

图一为金代的三彩枕，此器为震旦博物馆

藏品，整体近似长方形体，器身上宽下窄，枕面中间下凹、两端上翘，呈现微微弯曲的弧面状，枕面下方的四个边壁倾斜收窄，器表以花卉纹为饰。

从制作工艺的角度来看，此器先在胎体表面敷上白色化妆土，刻画纹饰轮廓后，以高温烧制定型，再于轮廓线内填入各种铅釉，低温烧成黄、绿、白等多彩装饰，颜色缤纷漂亮。

金代铅釉的流动性小，釉色配合图案形状分布，整体风格趋于规整，是金三彩的特色。

二、明嘉靖黄地绿彩

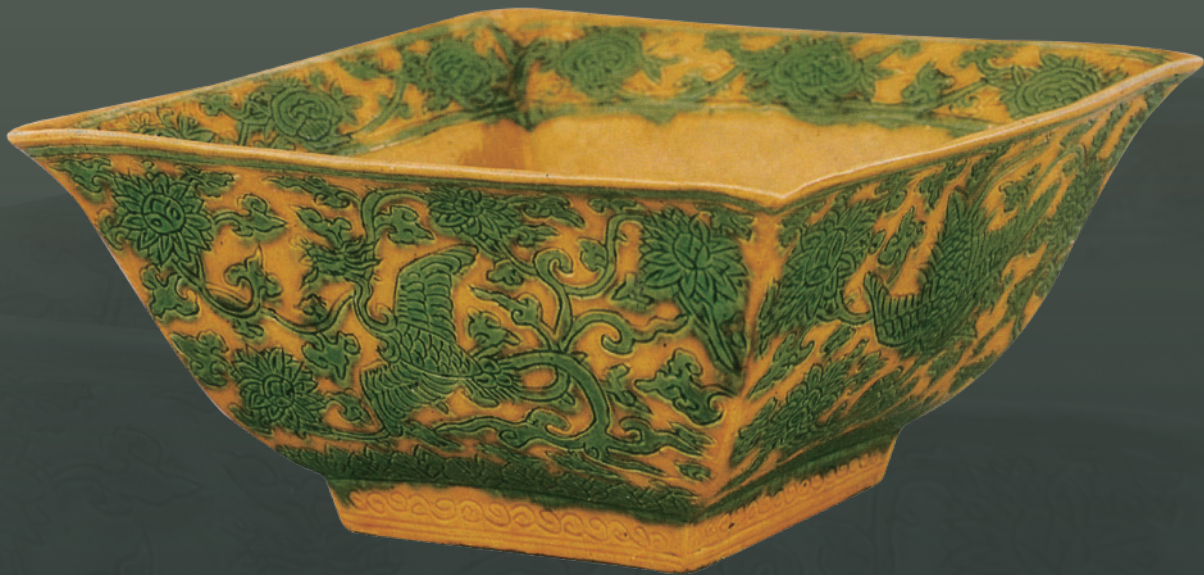
明代低温釉彩的胎体为瓷胎，表面釉色有

黄、绿、紫、黑等颜色的组合变化，产生黄地绿彩、绿地紫彩及黑地绿彩等品类。

图二为明代嘉靖时期的娇黄绿彩凤凰方洗，此器器身呈方形，口沿外敞，器壁倾斜收窄，底下具有方形圈足，表面以串枝灵芝纹、云鹤凤鸟、番莲纹、蕉叶纹及卷草纹为饰，足内书写“大明嘉靖年制”六字二行青花楷书款。

方洗的胎体表面先线刻纹饰图案，圈足内部用钴料书写年款，然后在纹饰外侧的地上与圈足内部施加透明釉，高温烧制定型。接着，再于露胎纹饰内部填上绿彩，外侧地子涂上黄彩，低温送烧。

由于黄彩部分先上一层高温透明釉，釉层较厚，绿色釉彩则直接施于素胎上，釉层较薄，所以绿彩边缘常有流釉露白的现象。



明嘉靖·娇黄绿彩凤凰方洗

黄地部分先上高温透明釉，釉层较厚，绿釉部分直接施于素胎上，边缘因流釉而露白。（图二）

图片来源：《明瓷名品图录-嘉靖窑 隆庆窑 万历窑》，图147。

三、明代法花

“法花”流行于明、清二代，在装饰技法上融合了堆贴、雕刻及低温釉彩等多重工艺，风格颇为繁复。

图三为明代法花花鸟纹罐，此器的口沿往外突出圆唇，颈部粗短，腹部较深，腰部以下逐渐收窄，表面装饰云纹、如意云头纹、花鸟纹及海水波涛纹等图样。

这些装饰的制作过程概分为二个步骤，首先在成形未干的湿坯上，以瓷土堆塑图案，图案上面雕出细部纹样，周边地子施蓝釉，高温烧制定型。其次，在纹饰表面施加黄、绿、浅蓝、白等低温釉彩，二次送烧完成。



明代·法花花鸟纹罐

以瓷土堆塑图案，雕出细部纹样，高温素烧定型后，再施各种铅釉彩，低温烧成。（图三）

图片来源：《世界陶瓷全集14明》，页134，图135。



清康熙·素三彩盘

此器以暗刻龙纹和花果纹为饰，花果纹用黑、黄、绿、紫等低温釉料绘画而成。（图四）

图片来源：震旦博物馆藏

采堆贴法制作的纹饰犹如浅浮雕一般突出于器表上，在各色釉彩的衬托下显得立体而鲜明。

四、清康熙素三彩

“素三彩”是清代康熙时期特有的彩类，在装饰技法上融合了阴刻暗花纹与多种低温釉色，成纹工艺颇为特殊。

图四为震旦博物馆收藏的清康熙素三彩盘，此器的盘口外敞，器壁以圆缓的弧度向下收窄，盘腹略浅，底下具有圈足，表面以暗刻龙纹和彩色石榴纹为饰，圈足内部书写“大清康熙年制”六字二行青花楷书款。

清康熙·素三彩双龙纹盘

此器以低温黄釉为地，纹饰用褐、绿、白等低温釉呈现，是康熙时期的著名彩类。（图五）
图片来源·震旦博物馆藏



此器的纹饰制作分为二个步骤，首先在成形的胎体上阴刻龙纹，圈足内部用钴料书写年款，并施透明釉，高温烧制定型。其次，用黑色颜料画出花果纹，涂上低温黄、绿、紫等釉彩，地子施低温透明釉，二次送烧而成。

由于盘底和盘身分别施以不同的透明釉，前者属于高温釉，烧成颜色为蛋青色，后者属于低温釉，颜色纯白，二者对比十分明显。

五、清康熙黄地褐绿彩

清代康熙时期的黄地褐绿彩以明代黄地

绿彩为基础，结合“素三彩”的多色运用制作而成，所以也有“素三彩”之称。

图五为震旦博物馆收藏的清康熙素三彩双龙纹盘，此器呈敞口、圆弧壁、浅腹、圈足的造型，盘内以双龙抢珠纹为主题纹样，周边环境环绕折枝花卉，外壁亦以龙纹为饰，圈足内部书写“大清康熙年制”六字二行双圈青花楷书款。

此器的纹饰先在胎体上阴刻而成，高温烧制定型后，再于纹饰部分填涂褐、绿、白等釉彩，地子上施加黄釉，低温烧制。由于黄釉与其他釉彩都施于素胎上，彼此釉层厚度相当，纹饰边缘不会因为流釉而产生露白的现象。A

// 古代的低温釉彩始于汉代，经过漫长的发展，到了明清时期演变出多种式样的彩绘瓷，以不同的工艺技法呈现多元化的风格。下期将以珐琅彩为题，介绍此一外来釉彩在清代的发展特色。//



BOOK
震旦博物馆
出版丛书介绍

玉见设计 中国古玉形纹设计特展



汉代 螭龙纹佩
环外边料 弧形螭龙

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



西周 人龙纹玉佩
四龙一人 人形组装

汉代 龙凤纹韞形佩
左龙右凤 对称设计

【内容精选】

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

玉器发展史系列

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

馆藏精选系列

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

馆际合作系列

- 芮国金玉选粹—陕西韩城春秋宝藏

鉴赏研究系列

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

书籍销售点

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：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



高43.5公分 / 震旦博物馆提供

元 青花人物故事百花亭记图梅瓶

六月



馆藏 精粹赏析

文 / 吴棠海 · 图 / 震旦博物馆

人物纹是元代青花瓷器中颇富特色的纹饰，图绘内容有知名历史人物、神仙传奇及戏曲故事等等，如本期所要赏析的青花梅瓶即是此类作品。

此器 的瓶口小而圆，口沿往外突出如折沿，颈部略短，肩部丰圆饱满，腹部深长，腰部以下逐渐收窄，器底具有浅凹足。胎体颜色灰白，并有一些褐色的杂质，釉色白中带青，肥厚莹润，富有光泽，呈现元代的典型特征。

梅瓶表面绘画青花纹饰。肩部是莲瓣纹边框内填云头杂宝纹及串枝莲纹。腹部绘有一座“百花亭”，旁边站立二名女子似在交谈，另外一名男子昂首阔步朝向凉亭，组成

一幅百花亭记图，其下以卷草纹和莲瓣框内填莲花垂珠纹陪衬。

百花亭记图取材自元代杂剧《逞风流王焕百花亭》之内容，故事描述才子王焕和名妓贺怜怜二人，历经波折、终成眷属的爱情故事。画面可见人物表情描绘生动，周边景物细腻逼真，重现脍炙人口的戏剧情节。

此器的纹饰布局层次井然，画工精细，钴蓝发色深浓靓丽，呈现元代青花瓷器的典型风格，值得仔细观赏和品味。 **A**



青春耀申城 公益我先行③

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ESG倡议长期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曾参加常规月度捐赠的同仁们的故事吧！



长宁区责任中心同仁×丁世界

➔ 结束也是开始，公益永不止步！

“在上海生活很多年了，我时刻感受着上海这座城市的温度。城市的文明是一种综合的指标，不仅仅体现在经济的发展程度上，也体现在城市的市容市貌上，更表现在城市的人文关怀上。我是这个城市的受益者，所以也要努力做这座城市的建设者，作为它的一员，我愿意用志愿服务去为这座城市增添一分温暖，也拓展自己的人生深度。”

我曾经当过小区志愿者，没想到入职集团后，还有机会当敬老志愿者，真是太激动了。穿上集团红马甲，我们几个小伙伴的队伍就成了这个城市中的一道靓丽风景线。大家迈着热切的步伐，来到了敬老院，老人们对我们的到来充满了热情，院里立时多了一份欢笑、一缕温暖，看到老人们的慈眉善目的笑脸，我也觉得由衷的高兴。

亲身和老人们接触后，我意识到，在我们生活中，关爱老人的道路还很长，我暗下决心，今后要力所能及地多做志愿活动，为社会传递一份爱心，发出一份光芒。”



徐汇区责任中心同仁×李志超

➡ **尊重老人、敬爱老人，也是爱护未来的自己。**

“依稀记得那天，我们刚到门口，就看到一位坐着轮椅的奶奶坐在院中，这是一位非常慈祥的奶奶，她戴着老花镜，眼睛微微眯起，神情宁静地晒着午后的太阳，奶奶的衣着和头发都十分整齐，足以看出院方工作人员的悉心照料。

为了改善院方工作人员的工作环境和老人们的生活环境，集团特别挑选符合院方需求的物资，一批实用家具物资，传递的是集团回馈社会、关爱社会的责任和担当。而我们志愿者，就要把这个过程完成得尽善尽美，我们热情主动地拆卸物资，和老人们有说有笑，交谈过程中每一位老人脸上都洋溢着开心和喜悦，此情此景感染了我们每个人，大家仿佛有使不完的劲一样，一点都不觉得累。

虽然我们只陪伴了老人们短短一个小时，

但是我相信我们带去的家具物资承载了我们满满的情意，这份情意的价值足以温暖老人们的心扉。”



淮海责任中心同仁×蔡雨昂

➡ **我奉献，我快乐，这就是当代青年的人生观。**

“参加社会公益活动对于我而言是光荣、自豪的，一直以来我也很希望能尽自己的一份力去回馈社会。刚好在去年12月份，公司就给了我这个机会。

这次社会福利院的公益活动让我认识到“团结就是力量，众人拾柴火焰高”的道理。在货车到达之后，我跟同来的小伙伴负责拆家具的包装，而服务同仁则负责搬运、安装等工作。在我们相互配合帮忙下，很快一把把椅子、一台台钢柜也都安装到位，整个交货工作显得井然有序。当家具安装摆放完成后，我们耐心地为福利院的老人们讲解了家具的使用方法，看着一个个老人开心地来试坐休闲椅，我的心中也是由衷的高兴，同时我很庆幸自己参加了这场公益活动，我认为自己是做了一件有意义的事情。当天结束后，我和各位同仁收拾好现场的包装纸箱，带离了福利院，一起带走的，还有老人们的殷切感谢。

这次公益活动启示我无论做什么事情，都应该持之以恒，以专业的态度去面对每一件事，公益活动如此，工作也如此。只有认定目标，脚踏实地，才能够“绳锯木断，水滴石穿”。”

|| 震旦始终以社会责任感为己任，未来，我们将继续坚持公益事业，努力做到需求在哪里，我们就在哪里！也愿携手更多志同道合的公益力量，共创温暖有爱的社会大环境！ ||

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

加入网络会员

• 客服专线: 400-920-6568、800-820-0168



震旦智能会议系统设备

全新登场

提高会议效能

摄像设备



显示设备



拾(扩)音设备



震旦京东自营旗舰店

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/AIE

震旦
AURORA

震旦家居
AURORA HOME

AE PRO电动升降学习桌

大屋小户都适合

一键电动升降



抗菌PU



3档记忆调节



60°无极调节



人体工学设计



天猫旗舰店



京东旗舰店

震旦家居

上海市嘉定区嘉新公路388号

服务热线 400-920-0252 | 021-69529828

www.aurora.com.cn/home

震旦
AURORA