

名人讲堂

微软创办人——比尔·盖兹
建构防疫新能力
面对疫后新未来



艺文飨宴

青花开光莲池鸳鸯
波涛纹玉壶春瓶

AUGUST 2022 八月号 No.613

OMO虚实融合 全渠道营销



扫码关注
更多精彩等着您

疫后新经济形态已来临，在消费习惯的演变下，企业唯有善用OMO虚实整合策略，保持弹性应变，才能满足未来多元需求！

省心易租 轻松办公



震旦办公自动化

上海市浦东新区陆家嘴富城路99号 震旦国际大楼36楼
服务专线 800-820-0168 | 400-920-6568
www.aurora.com.cn/oa

震旦
AURORA

疫后催生OMO新显学

一场持续中的疫情，改变大众生活及工作的习惯，远程弹性的工作下，更多人选择避免外出，而日常生活中的衣食住行，也更多倾向于线上解决了；但是对于许多人来说，没有在实体店见过商品实物就下单，还是存在一些疑虑。因此，OMO（Online merge Offline）的全渠道营销方式逐渐成为“显学”。

现今的网络世界里，唯有线上和线下混合发展，才有新的机会。本期主题“OMO虚实融合 全渠道营销”，通过营销专家的分享，带领我们了解疫后全渠道商机；润米咨询董事长刘润表示，“三流”（信息流、资金流、物流）在网络帮助下，运用线上的数据强项，赋能线下的体验优势，这种被线上赋能的线下零售，就是一种“新零售”，应在此趋势来临前，早一步洞察、提前布局，才能抢得先机。

知名连锁加盟协会秘书长洪雅龄认为，应着重“以顾客为中心”布局全渠道服务，增加顾客忠诚度；并针对OMO的未来，提出虚实融合发展的五大原则；企业应拥有敏锐的感知力，站在顾客角度，提供创新服务价值，以满足顾客需求。

疫情加速宅经济的崛起，并已进入全渠道时代。消费者越来越依赖网络解决生活琐事，品牌如何找到属于自己的定位及突破口，以让顾客满意？OMO将成为未来兵家必争之地。 **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 · 2022/8/1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、沈天慧、宣传

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
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。



A p.22

微软创办人——比尔·盖兹



A p.30

美体小铺在全球门市推出“填充服务站”，省去塑胶瓶罐使用，减塑爱地球。

D 玩味设计 DESIGN

30 拥抱ESG的环保创意——减塑节能篇
设计要变革 企业“减废”
与“节能”双管齐下

文/李俊明

L 乐活人生 LOHAS LIFE

35 夏天胃口变差？
一份“开胃攻略”，
拯救被高温偷走的食欲

文/生命时报

A 跃升震旦 AURORA NEWS

40 让职场生活更游刃有余
每个职场人都需要的《办公指南》

图·文/震旦集团

42 震旦全自动碎纸机系列新品
AS430CM，重磅登场

图·文/震旦智能装备



A 震旦博物馆 AURORA MUSEUM

44 白领之夜系列讲座回顾
自然中的建造（下）

图·文/震旦博物馆

46 震旦博物馆×洛克菲勒艺术基金收藏展
西方艺术大师展览开幕

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⑦
五彩瓷器

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
元代 青花开光莲池鸳鸯波涛纹
玉壶春瓶

图·文/吴棠海

L 爱心公益 LOVE ACTION

54 烈日骄阳 公益不止
震旦集团向崇明区合兴敬老院
捐赠家具物资

图·文/震旦集团



JIM COLLINS

吉姆·柯林斯

文/天下杂志出版社

Collins - business casual - credit George Lange

设截止日期有效吗？ 善用截止日期，打造兼具纪律与自由的文化

管理大师

著名的管理专家及畅销书作家，深受全球企业CEO与领导者推崇。2017年，柯林斯入选《福布斯》“百位全球最伟大商业思想家榜单”。

有一次，我找人来施工，领头的承包商对工程品质要求严格。但我们碰到一个问题：夏季的几个月，工程进度十分缓慢，而原本夏天正是快马加鞭赶工的时候（因为冬天一到，施工速度一定会慢下来）。

于是，我对承包商说：“我们必须设定完工的最后期限。你要不要花一个星期

想一想，下星期五回来时告诉我，你可以承诺在哪一天之前一定完工，然后我们再谈一谈。”

他星期五回来后提议：“把最后期限定在10月31日如何？”

“我没法接受这个日期。”我回答。

“但这个截止日期已经定得非常紧了。”他反驳。

“我的意思是，为了在10月31日之前完工，我们必须用尽全力才办得到。”

由当事人制定截止日期以推进进度、有效达成

“你误会我的意思了，”我说：“你定的最后期限太大胆了。你我都知道，你们在10月31日之前完工的概率

// 如果你定了一个人人都知道不可能达到的截止日期，就等于没有截止日期可言。 //

几乎等于零，所以定这个期限根本毫无用处。”我让他慢慢明白。“你要不要重新思考一下，再提出一个你百分之百办得到的日期，无论天气状况如何，无论发生什么意外的问题，你们都保证可以准时完工，而且保持完美的施工品质。”

他再提议：“好吧，那明年3月31日如何？”

“3月31日的什么时候？”我问。

“要定出确切的时间吗？”

“对啊，否则怎么能百分之百确定你达到目标了。”

“好吧，那就3月31日下午5点整如何？”

“听起来好多了。”我心知肚明，即使定在3月31日，都是难度颇高的目标（不过是可行的目标）。“那么，你可以百分之百承诺，你们会在期限之前完成。”

“可以。”他说：“没问题。”

于是他们继续施工。在一个天气晴朗，秋高气爽的



九月天，我注意到，下午3点之后，都没什么进度可言。于是我走出去问承包商：“进度如何，可以在期限之前完成吗？你知道，再过些日子，天气就会开始转变。”

“我们正努力在你的截止日期之前完工。”“不对，这不是我的期限。”我回答，停顿一下再说：“这是你的期限。”施工速度加快了。施工团队最后果然赶上最后期限，在3月31日下午4:45

完工，只提前了15分钟。

制定截止日期能推进进度，但唯有当事人愿意有所承诺，定截止日期才有效。赶上截止日期代表完成任务时，成果必须达到A级水准，必须百分之百完成，保证准时，毫无抱怨，必须如此。如果你定了一个人人都知道不可能达到的截止日期，就等于没有截止日期可言。

在有纪律的文化中，无法在截止日期之前完成，只有

在下列两种情况下，才可以接受。第一种情况是，你承诺的对象主动修改截止时间，而不是你提议修改；或第二种情况，由于挚爱的亲人发生变故（生病、意外、悲剧），使你无法正常工作，这种情况下逼你遵守最后期限，太没人性了。

制定截止时间是一门艺术。有的领导人喜欢直接规定截止时间，有的则宁可让对方提出截止时间。我会根据状况，两种方法并用，但主要方式仍是请对方提议截止时间，然后引导他定出切合实际的日期，如果未能如期完成，绝不会有丝毫宽待（如同我对承包商的要求）。

但无论你怎么做，关键在于，对方必须对截止时间毫无异议，而且承诺会尽力达成目标，同时绝对没有“错过期限”这个选项。换句话说，员工必须有充分的纪律，面对明知无法达成的截止时间，能勇于拒绝。如果赶不上截止时间成为常态，

那么定截止时间就弊大于利。但如果你用对人，他们对截止时间也认真承诺，那就可以给他们很大的自由度，容许他们自主管理。

在最好的情况下，有纪律的文化是在价值和责任的框架下拥有自由。重点不在于约束他人，施以纪律，而在于找到能充分自律、总是履行承诺的人才。不是期待对方盲目遵从规定或顺从高层，而要找对人，这些人渴望拥有充分的自由以发挥才华，会尽力做到最好。

别忘了我们从卓越企业的成功要素中学到的重要一课：每家公司都有自己的文化，有纪律的文化却很少

见，而能塑造有纪律的文化，同时又兼顾创业精神的企业更是少之又少。如果能将这两个互补的力量融合在一起，有纪律的文化加上创业的精神，就等于拥有持续产出超凡绩效的神奇炼金术。许多初创公司的成长过程，都缺乏这种兼容并蓄的精神。截止时间可以成为鱼与熊掌兼得的有力机制，可以在自由与结构、创造力和纪律之间，取得罕见的平衡，而这些都是真正卓越企业的显著标志。运用截止时间来达到兼容并蓄的目的，否则就不要设截止时间。 **A**

出自：《恒久卓越的修炼》/天下杂志出版社



// 制定截止时间是一门艺术。有的领导人喜欢直接规定截止时间，有的则宁可让对方提出截止时间。 //

你问
我答

No.
613

《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

在科技与疫情催化下，当前工作场所的变革，只是各个领域变化的前兆，_____ 终将改变所有人的生活，每个人都必须重新思考以往的做事方法。

A 标准化

B 娱乐化

C 数字化

扫描看解答



震旦

数字解码 

科技改变了传统形态



看更多科技趋势

文/张志康·资深媒体记者

对于许多人来说，这个世界变得越来越陌生了。许多曾经是“理所当然”的事情，时至今日，已经不再是熟悉的模样。不管是材料、能源、医疗还是生活中的点点滴滴，都与20世纪相去甚远。



250 微米

可吸收心律调节器 免二次开刀

西北大学与乔治华盛顿大学研发出新的临时心律调节器，与传统相较，新发明的临时心律调节器不仅更轻薄短小，也无需连接电源、无需再开刀拆除。西北大学研究团队指出，这套系统厚度只有250微米，重量不到半克，心脏手术后，只要贴在心脏表面，就可以通过NFC收集能量，向心肌发送电子脉冲。更重要的是，当不需要时，也无需开刀取出，只要5至7周，就会自行吸收。西北大学还开发整合到可穿戴感测器的新智能版本。感测器持续监测体温、血氧、呼吸及心脏活动等各种生理功能，之后系统会使用演算法分析活动，自动检测异常心律并决定何时以何种速度调节心跳。

数据来源/西北大学

9,000 美元

空调厂 减铜降成本

伦敦金属交易所（LME）现今每吨铜的交易价格约在9000美元左右，相较2020年春季的5,000美元，价格上涨近2倍。金龙集团董事兼研究院院长程大勇7月20日在2022第十七届SMM中国铜业峰会上表示，目前，高铜价对空调和铜管企业存在一定影响。每台空调用铜量为5公斤至8公斤。铜管企业的财务成本大幅增加，经营利润降低甚至亏损。随着铜铝价差扩大，空调行业的铝代铜成为了一大热点话题。铝代铜能否大面积应用，取决于两个核心要素，包括铝管在空调制冷设备应用的技术成熟度和用户对铝管空调的接受度。

数据来源/中国证券网



70万笔订单

自动驾驶出租车获 收费许可证

去年11月及今年4月，小马智行在北京及广州获得了自动驾驶出租车收费许可证。据中宣部公布的数据，2021年在北京的示范区中，自动驾驶总里程达308万公里，仅有21起事故。另外，根据小马智行公布，截至今年4月为止，该公司已完成70万笔订单。预计在2025年前，该公司将会在更多城市拓展商业化服务。

目前，小马智行及百度自动驾驶出租车被授予的服务范围，仅限北京及广州的示范区，且车上须有安全人员随车。

数据来源/科技新报

18亿

蓝牙分享结合 公共广播

蓝牙技术联盟（Bluetooth SIG）将原本的音频分享功能，正式更名为Auracast广播音频（Auracast broadcast audio）。功能也从原本单纯将音频分享给邻近友人，拓展为支援公共广播系统的音频。换言之，除了可以让多数人戴着耳机共享电视的音频外，消费者走进机场时，机场广播也能推送至蓝牙耳机里，甚至还能听到公共场合无声电视的声音。更多的拓展应用还包括国际会议中的即时口译、电影院里的不同声轨，或是博物馆、美术馆等地的语音导览。在加入AI后，使用者可以在耳机中听到的是机场的母语广播。蓝牙技术联盟表示，通过这项新标准，蓝牙将从私人使用，转向与他人进行交流。

数据来源/mashidigi、数字时代

470亿瓦时

海洋温差发电 稳定低成本

全球推动再生能源都面临同样的问题，就是发电量不够稳定，无法作为基载电力之用。商船三井近日将海洋温差发电实用化，预计2025启动1000瓦的发电站。温差发电的原理是利用浅层高温的海水加热冷媒，并推动涡轮，再利用深层低温海水冷却冷媒。据新能源和产业技术综合开发机构估算，海洋温差发电潜在的发电能力达470亿瓦时，且发电成本有机会降至1元/瓦时，不仅较海上风力发电与火力发电更低，同时也因为发电效率稳定，有机会与核能发电、火力发电等，共同作为基载电力。由于出色的发电力及性价比，越来越多企业将海洋发电提上议程，即将开展相关研发。A

数据来源/人民网

实体及数字体验的无缝接轨

编译/大师轻松读

许多直接面对消费者的品牌，尽管曾经宣称实体零售店是上个世纪的做法，现在也纷纷开起实体零售店。不同的是，他们是利用这些商店来收集顾客数据，然后增加线上销售额。重点在于建立顾客关系，而不是销售。



看更多精彩内容



传统 零售店其实坐拥顾客数据的金矿，却从未善加利用。顾客数据可揭示关系、模式、影响力来源等，借此为企业提供大量价值。你可以找出影响顾客购

买产品的因素，从而能提供更多他们想要的产品。你还可以查看顾客行为模式，了解如何增加销售额。数据还可以用来增强营销及沟通的各个层面。

因此，许多数字原生品牌纷纷开起实体店面，但他们往往会试着重塑零售体验，而不仅仅是复制过去的做法。举例如下：

案例① 一些直接面对消费者销售服装的品牌设立了试衣间，人们可以去那里试穿衣服、上网下单，然后让商品直接寄到家里或办公室。他们实际上是“没有衣服的服装店”。

案例② 这些新商店中，有许多会迎合喜欢自拍并发布到网络上的消费者。这些商店创造了一些有趣的拍照功能，然后让顾客自发进行口碑营销。

案例③ 这些实体商店几乎全都采用固定薪而非提成制的报酬方式。如此店员便不会一直跟着你并缠着你推销，而是会鼓励你利用设备在展示间周围的电脑下单。

案例④ 品牌设有几个实体店，可让消费者更有信心在网络上下单。实体店可发挥乘法效应。

案例⑤ 一些直接面对消费者的品牌，正通过买下百货卖场的零售货架空间，来销售自家的入门产品。然后他们再让顾客上网购买耗材及其他零配件。

案例⑥ 一些卖场专为数字优先的品牌设立零售店。他们利用数十台多方位摄影机追踪购物者，以了解顾客花了多少时间浏览各项展示品，然后再将这些数据提供给店内的品牌。

案例⑦ 阿里巴巴打造的盒马商店，则提供线上下单，然后与店内购物及餐饮无缝接轨，加上用户基数十分庞大的淘宝网，让盒马的吸引力不只局限在店内的库存。盒马的概念涉及高度个人化，阿里巴巴可以利用其对个别消费者历史和到访商店的了解，提供相关内容和推荐商品，到店内购物的顾客也可以通过人脸识别完成支付。

阿里巴巴强调实体及数字经验的无缝接轨，包括线下购物及线上下单，以及线下自取和送货上门。当你在融合实体和数字体验时，永远都要从期望的顾客体验开始逆向思考，最好的做法就是全神关注顾客体验。

就像亚马逊深知其顾客渴望更好的服务，

所以一直努力创造“Amazing”的时刻。亚马逊无人商店Amazon Go是一个绝佳的例子——消费者走进这家实体商店，拿起他们需要的商品，然后便可离开商店，不必排队结账。顾客描述这种购物体验“很神奇”，这正是亚马逊全神关注顾客体验的结果。 **A**

线上线下 从竞争到融合

序言 / 苏美琪；文 / 刘润、洪雅龄

数字转型驱动下，加上疫情的推波助澜，
数字经济已成为经济发展主轴，
线上与线下间只能互相竞争吗？
唯有通过全渠道营销与融合，
才能真正满足消费者需求。



CHAPTER 1

线上赋能线下大融合时代

“新零售”就是更高效率的零售



CHAPTER 2

迎向“心”零售OMO

全渠道竞赛 触动商业转型



// 消费者通过体验，享受线下实体店的信息流，但是线下经销商支付了信息流成本，资金流却被线上抢走了。久而久之，线下经销商会被线上影响得开不下去，变得愈来愈少，最终关门。//

你决定买或不买的决策。你决定买，把商品放入购物车，推到收银台付款。付款，也就是买这个行为，帮助你这个“人”和超市的“货”之间，完成了资金流的交换。逛和买的关系，是“逛”获得信息流，“买”付出资金流。然后，你把“货”装进购物袋，放入手推车，推到停车场，放进后车厢，开车回家。你和超市共同完成了物流。超市完成了从工厂到超市这一段，你完成了从超市到你家这一段。信息流、资金流、物流，这就是超市“三流”的组织方式。看上去自然而然，似乎它们本来就应该这么组织。但是，仔细思考，也许你会有一些疑问。

超市给你提供信息流，让你看、摸、闻的时候，有没有付出成本呢？那么大的面积，有租金成本；充足的现货让你挑，有库存成本。超市花了巨大的成本为你提供信息流，

没有为向你提供信息流而收费，这些信息是免费的。因为超市相信，大部分有购买意愿的消费者，在看完、摸完、闻完商品，获得信息流之后，如果感兴趣，多半会直接购买。如果消费者直接购买，之后的资金流、物流也一定会在超市内部完成。逛和买，在传统超市中，几乎是不可分割的。信息流、资金流、物流在这里形成了一个闭环。在这个闭环中，虽然超市不以信息流收费，但既然资金流也在这里完成，那它就可以赚商品的差价。

所有人都获益，同时更高效、更稳定的新交易结构，就是“新零售”

到底谁该为信息流买单？如果传统零售都被电商的利益给稀释了，谁来提供信息流呢？信息流、资金流、物流的水，从“用商品差





价，补贴信息流成本”，流向“线下获得信息流、线上付出资金流”，但不会停在这种互相为敌、你赢我就输的中间状态，还会不停演化，继续融合，直到所有人都获益，同时更高效、更稳定的新交易结构出现。

举例，很多消费者不喜欢在网上买鞋，主要原因是鞋的款式不同，会导致鞋码不准，很多时候一定要穿在脚上，亲自试过，才知道合不合脚，而这一点，网上店铺很难满足。所以，很多人在网上看到耐克（Nike）出了一款新鞋，觉得款式、价格都合适，但不会轻易下单，他会去耐克的线下专卖店试一下，再决定是否购买。

“一定要试穿才知道合不合脚”，这说明网络提供的信息流太简单，不足以支撑买或不买的决定。而线下的体验，是更强大的信息流工具。为了获得更多信息流，消费者去线下专卖店试穿。试完之后，觉得很合脚，打算买。可是，线下实体店的价格要比网上的贵许多。这个问题，和超市的问题几乎是一样的。消费者

通过体验，享受了线下实体店的信息流，但是线下经销商支付了信息流成本，资金流却被线上抢走了。久而久之，线下经销商会被线上影响得开不下去，变得越来越少，最终关门。

怎么办？解决这个问题的办法，是交易结构的进一步优化：用品牌商体验店，取代代理商加盟店。最不想让代理商关门倒闭的是谁？是品牌商。代理商赚不到钱都关门了，谁来帮品牌商卖鞋子呢？只通过线上不现实，因为消费者总是要在线下试穿，获取信息流。只要这种需求存在，实体店就会继续存在。

品牌体验店，为用户提供更好的体验

未来，线下会有越来越多的“品牌体验店”。所谓品牌体验店，是指我开店的第一目的，就是为了让你看、让你摸、让你闻、让你喜欢上我的产品，而不是销售。不以销售为第一目的，经销商就赚不到足够的差价，他们不会接受。没关系，那品牌商就自己开，自己支

// 三流（信息流、资金流、物流）在网络帮助下，运用线上的数据强项，赋能线下的体验优势，这种被线上赋能的线下零售，就是“新零售”。 //

付租金成本。为什么？因为无论线下还是线上购买，收入都是品牌商的。甚至，对财务来说，体验店的租金、库存等信息流成本，未来会被计入品牌及营销成本内，而非销售成本。如果品牌商开不了这么多体验店，怎么办？未来可能会有大批代理商转型为服务商，专门提供帮助品牌商开体验店的服务。品牌商考核它们的，不再是销售额，而是用户满意度。

进一步说，代理销售店向品牌体验店的转型，可能会进一步带动百货商场收取抽成的联营模式，向购物中心的租金模式转型。未来，每一个商业地产的位置上，依然都是店面。只是这些看上去差不多的店面，背后的交易结构会悄悄发生变化，越来越多代理销售店会变为品牌体验店，越来越多以销售为目的的百货商场，会变为以体验为目的的购物中心。

二〇一七年十月，耐克公司执行官宣布，把原本在全球合作的三万家零售商，缩减为四十个合作商。这四十个精挑细选的合作商，必须有能力运营独立的体验店。未来，耐克的官网和应用程序（APP）会成为主要销售渠道，而体验店则注重为用户提供更好的体验。每一件事情背后，都有其商业逻辑。耐克正在实践“用品牌体验店取代代理销售店”的新零售逻辑。除了耐克外，越来越多的品牌，正在尝试“不卖货”的实体店铺战略。

二〇一六年，荷兰内衣品牌Lincherie在阿姆斯特丹开了一家“只能试不能买”的线下体验店。顾客用高科技穿衣镜试衣，然后在数字设备上下订单。48小时内，送货上门。不卖货，还带来一个好处，不用在店面备库存，租

金成本、库存成本大大降低。

二〇一七年，知名高端百货公司Nordstorm也在洛杉矶开了一家“不卖货”的实体店。这家店的面积只有三百平方公尺，主要提供个人造型、服装修改、店内提货、退货、修改订单等服务。线下体验，线上购买，线下服务，成为其核心。

线上赋能的线下零售，就是“新零售”

信息流、资金流、物流在网络的帮助下，正在用线上的数据强项，赋能线下的体验优势，从传统的“用商品差价，补贴信息流成本”流向“不卖货的体验店”。这种被线上赋能的线下零售，就是“新零售”。

正如小米科技创始人雷军所说“我们要从线上回到线下，但不是原路返回，而要用网络的工具和方法，提升传统零售的效率，实现融合”。“不卖货的体验店”，是新零售的一个趋势，但一定不是唯一的趋势。那么，怎样才能“不卖货的体验店”这种新零售趋势来临之前，就事先洞察、提前布局呢？

这就需要我们重新理解网络和线下。网络从来不代表“先进性”，它只是具有一些“独特性”；同样，线下零售也从来不代表“本质性”，传统零售人觉得永远不会变的，可能也只是是一些线下带来的“独特性”。理解这些特性，理解线上和线下彼此的优劣势，才能洞察信息流、资金流和物流的流向，提前布局新零售。 **A**

出自：《新零售狂潮》/宝鼎出版



CHAPTER 2

迎向“心”零售OMO

全渠道竞赛 触动商业转型

文 / 洪雅龄 · 知名连锁暨加盟协会 (TCFA) 秘书长

“得民心者得天下”二千多年前孟子主张民心所向即天下趋势，而今数字发展掀起跨领域、无界限的竞争，“得顾客的心”已是商战终极目标。聚焦顾客价值、攻心为上，无缝体验、虚实融合（OMO, Online Merge Offline）的“心零售”触动转型经济，满足顾客需求是决胜关键。

智能 化经营是产业持续前进的方向，COVID-19疫情造成全球零售市场天翻地覆大变化，催化零售服务业转型速度。线上、线下变革热火朝天，只是，近来不少市场调研发现，消费趋势仍为顾客喜欢亲自购买，“在线购买、店内提货”等混合购物体验不断延伸，全渠道（Omni Channel）营销体验成为主流。

OMO零售全渠道以往是概念，近两年逐渐

改变消费形态。从线上线下O2O转型到云端OMO，平台串连AI数据加上场景，追求“更精准、更无缝、更专属”。营销策略考量，深化数据应用以数据重新定义顾客样貌，超个性化营销深耕忠诚顾客，深化顾客体验带动营收增长，建立品牌数字资产。

顾客资产是企业生存的价值，零售服务业绩即是扩大会员数，经营各接触点，收集更多消费数据，做好精准营销，打破线上线下流量

|| 心零售应着重之处在于：“以顾客为中心”布局全渠道服务，增加顾客忠诚度，强化品牌认同，建立品牌资产。||

疆界，形成循环体系。同时，体验经济逐渐走向转型经济，零售服务业强化商品及服务外，数字发展应思考背后更深层的意涵，例如：连结环保绿能或永续影响，开展更多的可能。

顾客为中心，零售渠道启动数字转型

科技、数据、演算法是数字转型的焦点，并应有组织、流程及作法的转变，转型成功在于技术及人才并重，多数零售服务业已在转型路上。零售市场虚实进击，跨业混战、并购、结盟、会员经济、建生态圈、自媒体、社群商务、线上支付、智能售货机、物流及冷链配送、订阅制等风潮方兴未艾。

阿里巴巴创办人马云于2016年提出“新零售”，然而新零售并非全新概念，而是将科

技、数据、云端等整合以触动消费转型，以顾客旅程为中心，提供一致体验服务。李开复博士2017年提出“OMO虚实融合”趋势，零售业线上线下融合，打造完整流量循环体系。

数字浪潮推进零售4.0，科技创新掀起商业变革，科技应用也有更多解决方案，只是零售服务业的根本就是要接地气，有人味及温度的感动服务才有价值。未来，满足顾客需求，持续感动顾客的“心零售”才是富有成效的商业法宝。

心零售应着重之处在于：“以顾客为中心”布局全渠道服务，增加顾客忠诚度，强化品牌认同，建立品牌资产；“以人才为关键”提升人才价值，提高服务品质；“以数据为决策”深化数据，精准营销，提升效率；“暖心攻心为上”提供有温度的感动服务，无缝的服务体验，占领客户心智。



实体进化，市场重分配

疫情下，电商飞速成长，实体渠道普遍受挫，闭店潮让网友感叹生存不易，不过，纵观各国情况，我们可以发现实体经济不会消失，只是会不断进化，各地新形态连锁店还在增加，品牌崭新概念店也陆续出现，融合体验、数字、社交。数据显示，2021年，Top100超市企业门店总数约3万个，同比增长2.9%。其中，门店数增加的企业有48家，新增门店总计1380个，疫情淘汰弱者，知名连锁品牌通过虚实融合，持续投资最有经济效益的店。各业态以“综合零售业”增长最快。

多数连锁企业愿意多方尝试，推动OMO，能有不错成果的话，都与领导者心态及团队执行力有关。过往的老经验无法完全支撑未来发展，企业转向全渠道经营，应以数据事实剖析，落实到各项方案决策，追求数字经济规模。

数字浪潮颠覆零售市场，正如我们协会的顾问徐重仁所说：“市场没有饱和，只是重分

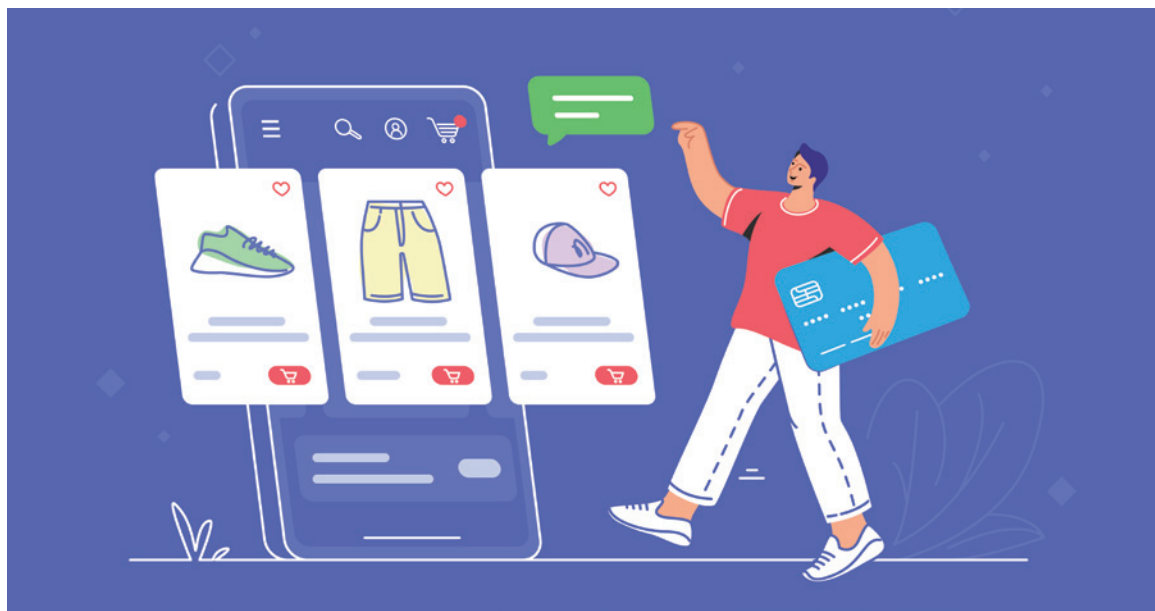
配”、“方便顾客的不方便”，仍是零售业核心竞争力所在。面对虚实融合，没有永远的敌人，零售巨人也开始广交朋友，扩大同盟影响力。

以上榜全球两百五十大零售商的统一集团和京东集团举例，两家企业均不断投资改善更强大的物流仓储，扩大会员经济，打通线上线下布局，改进线上支付体验，完善物流配送服务，打造良好的生态圈。

统一集团让全体员工相信，企业更进步更美好，可提升周遭生活品质，而参与进产业生态建设的成员也能够共享发展红利。统一还通过卖场创新，为消费者创造全新体验，持续推进跨界联盟，不断满足消费者需求。

物流是京东的核心业务之一。自2007年决定自建物流以来，京东物流在13年快速发展。2018年，京东物流提出“All In开放”，从一家电商自建物流企业全面向社会化物流企业转型。

随着京东物流日益完善，这也会反过来成为推动京东零售的经营杠杆。



II 数字浪潮颠覆零售市场，正如我们协会顾问徐重仁所说：“市场没有饱和，只是重分配”。面对虚实融合趋势，零售巨人也开始广交朋友，扩大同盟影响力。II

在原有移动支付工具与庞大会员基础上，还布局电子支付赛道。统一集团旗下爱金卡公司提供icash Pay，很早就开始开展电子支付业务。京东集团也不例外。线上支付将为品牌积蓄线上流量池。

除了超市、量贩店、百货商场等主要实体店积极开展全渠道营销，药店、小微零售店等也陆续开始应用“OMO创新零售模式”，使得顾客同步享有线上线下服务，融合虚实数据，开展新业务新服务。

价值是核心，虚实融合发展的五大原则

2021年零售业经营者高峰论坛——“连锁创新机，逆势再跃升”会议中，与会者从基础核心探索到展望趋势，思考如何站在顾客角度，创新服务价值。整合产学思维，从观察零售服务业现状及趋势，虚实融合发展梳理出以下五个原则：

1 重视顾客资产，走入顾客心中

顾客资产等于顾客终生价值的总和。收集数据来估算顾客终生价值后，员工会很小心面对每个顾客。拥有多少忠诚顾客，就有多大企业竞争力。

2 深度零售趋势，关注社群接触

深度零售成为主流，运用人脸识别、情绪分析、即时数据搜集、演算分析等技术，创造超个人化体验。社群媒体是购买旅程的

必要接触点，了解顾客的社交影响力。

3 实体店新定位，聚焦顾客价值

开店策略重新调整，店面新定位：提升消费服务体验的接触点。以往零售心法：产品、促销、供应链，转为聚焦顾客价值：有趣、信任、解决痛点。

4 提升人才素质，创新服务体验

服务业没有标准答案，只有不断改变，最终价值在于人如何呈现服务的温度。培育专业人才，提升第一线人才价值，优化流程，站在顾客角度思考未来服务体验，创新商业模式。

5 渐进式创新，服务转化流量

采取渐进式创新，用服务养成顾客的忠诚度。零售业本质是人、货、场，运用数字工具培养熟客，将服务转换成流量，线上线下服务双管齐下，顾客在虚实间体验无缝接轨。

当前，零售产业最新发展趋势为，运用元宇宙等先进技术，创造极致顾客体验，使得实体融合数字和社交，促进永续发展等。而不容忽视的问题是数据隐私及资金安全，这仍有待未来创新性的解决方案。

迎向OMO零售创新的未来，企业应练就核心动态能力，拥有敏锐的感知力，技术不是目的，价值是核心，满足顾客需求的商业战争将永不停息。A



微软创办人

比尔·盖兹

BILL GATES

建构防疫新能力 面对疫后新未来

文/天下杂志出版社

COVID-19疫情已经改变了全世界，虽然有了疫苗、有了药物，医学技术也不断进步，但疫情造成的恐慌与挑战，只有少数获得解决，绝大部分的问题还没有答案。微软创办人比尔·盖兹（Bill Gates）预言全球大流行的传染病发生率只会越来越高，人类必须正视这个现实，做好准备去面对后疫情时代下的未来。



看更多名人讲堂

// 新冠疫情的经历让人永生难忘，就像第二次世界大战改变了我父母那一代对世界的认知，新冠病毒也改变了我们看世界的角度。 //

人们的命运相连，不论是个人、家庭、企业或政府，当疫情浪潮来袭，经济与关系变得更脆弱时，创新的思维与做事方式，以及善用安全有效的最新科技，永远是对抗恐惧与处理危机最好的解决方法。

我们正迎来传染病更频繁发生的未来？

如果把小型传染病算进来，每年可能有200起以上的传染病爆发。在最近30次无预警的疫病大爆发中，有四分之三牵涉人类以外的动物。当一个地方的疫病演变为全球大流行，世界上的每个人都会受到影响。打从开始研究传染病以来，我就一直很担心这个问题。尤其是流感病毒和冠状病毒这类影响呼吸道的病毒，因为传播速度很快，也就特别危险。

然而，我们正迎来一个全球疫情发生率只会越来越高的时代，主要有两个原因：一是都市化让人类以越来越快的速度侵占自然栖息地，与动物的接触变多，病毒细菌也更容易从动物传染到人体；另一是国际旅行越来越频繁，在新冠疫情爆发前，每年国际入境人次高达14亿，而1950年时只有2,500万。

新冠疫情的经历让人永生难忘，就像第二次世界大战改变了我父母那一代对世界的认知，新冠病毒也改变了我们看世界的角度。除了一代又一代变异株，更令人不安的是疫情已发生了好几波，不知道什么时候什么地方疫情又突然爆发。从历史上的疫病流行就知道，疫情会一波接着一波来袭，但每回出

现新一波疫情，我们总是措手不及。

如何终结疫病大流行的威胁？我深信创新的力量。创新不只是采用新技术或研发新疫苗，也可以是新做法、新政策、新方案。说到创新，新技术不等同于创新，更需考量安全与效用，尤其是医疗相关领域的创新。

在科技与疫情催化下，数字应用在许多领域都开始突飞猛进，当前工作场所的变革，只是各个领域变化的前兆，数字化终将以各种方式改变所有人的生活，每个人都必须重新思考以往的做事方法。

疫苗诚可贵，解药更关键

这次抗病毒之战，我们创造了疫苗奇迹，但疫苗诚可贵，要终结疫情、根除新冠，解药更关键。

地塞米松是从1950年代就开始使用的类固醇，可让新冠重症病患的死亡率减低将近三分之一。然而，地塞米松有个缺点，如果患者太早使用，会在免疫系统应当全力阻止病毒复制的关键时刻，抑制免疫系统。

抗病毒药瑞德西韦，很明显有助于治疗病情尚未严重到需要住院的病患。但仍需要在患者发病早期以静脉注射治疗三天。

索托维（Sotrovimab）是从SARS病患体内取出分离后改造的单株抗体，可用来治疗目前已知所有的新冠变异株。但新冠肺炎的抗体制作昂贵，也必须在有能力为病患注射的医疗单位使用，而且只能帮助刚确诊的病患。为了拯救更多生命，许多研究人员开始寻找终极解

药，也就是价格便宜、容易使用、可有效治疗不同变异株、能防止病患病情恶化的抗病毒药物。

默沙东研发出抗病毒的口服胶囊莫努匹拉韦 (molnupiravir)，可大幅降低高危族群入院或死亡的风险。不久后，辉瑞推出第二种新冠口服药物帕斯洛韦 (Paxlovid)。高风险病患若一有症状就服用，并佐以一种可延长药效的药物，病情恶化为重症或死亡的机率可减少将近90%。

当疫情大爆发时，能有效治疗非常重要。更何况有些病原会造成长期伤害，也就是所谓新冠长期症状 (后遗症)，不只影响肺部，也可能影响神经系统和血管。有效治疗不仅可以降低医院的负荷，避免院内病患过多，造成排挤效应以致一些原本能存活的患者丧命，当更好的疗法可降低重症与死亡，政府

就能放松对学校与企业的管制，减少对教育与经济的冲击。

结合疫苗、准确筛检、有效治疗、即时物资配送，新科学与新作为可以改变许多人的生命与生计。

难以复苏的经济？世纪之疫开启各项创新

新冠疫情冲击各行各业，但未来经济并非难以复苏，因为疫情改变的，不只是卫生医疗领域的创新，更迎来一个快速变化的新纪元。

2020年3月，是人类社会开始加速数字化的转折点。数字应用在许多领域都开始突飞猛进。这种跃进并不只是发生在某些族群或特定技术上：老师和学生开始以网络平台上课；上班族白天在线上会议中进行头脑风暴，晚



// 传统工作该有的样子已被彻底颠覆，我看到许多重新思考做事方式的机会。人类正在接近一个临界点，当前工作场所的变革，只是各个领域变化的前兆。//

上再与朋友一起来一场线上趣味竞赛；爷爷奶奶们通过线上短视频观看孙子、孙女的婚礼直播；还有，几乎人人都变得更常在线上购物。

疫情让大家不得不重新思考，什么是各类活动可接受的另一种形式，曾经被视为次要的数字替代方案，一跃成为最佳的选择。在新冠疫情早期，许多技术只能做到“够好”而已，大家也只是凑合着用。但过去这两年来，随着趋势渐渐明朗，市场对这些数字工具的需求持续存在，在品质和功能上也看到长足的进步，随着硬件和软件都变得更好，未来这种进步只会继续下去。

当下只不过是这个数字新纪元的开端，我们使用数字工具的机会愈多，在使用数字工具来改善生活品质方面也会变得愈有创意。2022年初，许多公司和员工仍在摸索他们的“新常态”是什么，有些人已经完全回到办公室上班，有些则维持远程沟通、居家办公状态，多数人是介于两者之间，还在摸索最适宜的模式。传统工作该有的样子已被彻底颠覆，我看到许多重新思考做事方式的机会。人类正在接近一个临界点，当前工作场所的变革，只是各个领域变化的前兆。

疾病在人类之间流传已久，我们应把握现在这个前所未有的挑战，在已经有的抗疫成果上，朝正确的方向继续努力。新冠疫情的经历是我们难以抹去的记忆，也改变了我们看世界的角度。我们无须感到恐惧，只要对选择与投资，各国就可以提供每个人基本

的照护，也可以做好应对任何新兴疾病的准备。A

名人档案 |



比尔·盖兹

Bill Gates

微软创办人

企业家、软件工程师、慈善家、微软公司创始人。目前担任盖兹基金会（Bill & Melinda Gates Foundation）的共同会长，长达二十余年都致力于全球卫生与发展的工作，包括预防疫病大流行、消灭疾病、水质问题、公共卫生、卫生保健等议题。有畅销书《如何避免气候灾难》等著作。

好书推荐

《如何避免下一场大流行病》 ——比尔·盖兹解析疫后新未来

出版社：天下杂志
作者：比尔·盖兹
译者：郑方逸、张靖之

作者结合全球知名专家的研发成果、非营利组织对抗致命疾病与传染病数十年的经验，以有理、有据的科学知识，揭露全球疫苗与药物最新发展，并提出前瞻预测与分析，帮助读者以全知视角，看见新冠疫情后，未来趋势的全貌。



发展个人品牌让自己更有影响力 没有了名片，你还能做什么？

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

Covid-19改变所有人的生活及工作模式。好不容易在2021年有了喘息的空间，但2022 Omicron让许多国家又紧张起来。全球经济沟通深受影响，俄乌战争等黑天鹅事件更是推升了经济的不确定性。



// 疫情让转型加速，员工必须做好思维转换，通过自我学习，与时俱进让自己不被淘汰。这样的产业迭代，在未来会更加频繁。//

疫情

让世界瞬间按下了暂停键，也给职场带了许多不可预测的危机。

疫情对很多人来说，是场灾难，但同时，也是一次能够脱颖而出，实现职场“弯道超车”，拉出职业生涯另一条成长曲线的机遇。

Q1 疫情三年，职场上最重大的变化是什么？



1 工作岗位的急剧减少与就业市场萎缩

联合国国际劳工组织报告指出，2021年全球工作时间将比新冠疫情前水准，即2019年第四季度减少4.3%（相当于1.25亿个全职工作岗位）。而2022年Omicron又让稍稍有起色的经济状态又深受打击。

许多企业在疫情下相继有减薪、裁员或倒闭的情形。互联网大厂也不例外，包括：团购平台美团、社交平台小红书、及近年热门的多个网络直播平台，如哔哩哔哩（Bilibili）、虎牙跟斗鱼等，都相继出台接近两成的人事调整。

2 企业的成本意识提高

多数的公司最先想到的是如何活下去。关键因素就是加大对成本管控的力度。除了缩减人事成本外，也大幅削减不赚钱的业务；而外包给第三方的业务，不是减少预算，就是取消。连带也影响了工资的水平，以往梦想的钱多事少离家近，现在几乎是不太可能的事情。

3 员工加速迭代与转型

当外部变化比企业内部快，企业就要小心应对了！疫情让转型加速，员工必须配合调整。然而思维转换或是学习新的技能，对多数员工来说有一定的压力。因此需要调整心态，通过自我学习、与时俱进，让自己能够不被淘汰。这样的产业迭代，在未来会更加频繁。



Q2 既然改变是必然，又该如何面对职场环境的转变？

① 第一种是以公司架构为核心，在既有的道路往上走。

首先，确保能够不断提升自己价值，在这样的前提下，高强度的学习是必须的，因为过去的技能与知识已经过时，必须有大量的input，才能让自己快速改变。另外一点则是要转换到有发展空间的赛道。赛道会迭代，多年前的明星产业可能已是明日黄花。虽说转换赛道不易，但这对成长性职业生涯来说是很重要的。

② 第二种是把自己当作企业来经营，发展个人品牌，让自己更有话语权与影响力。

毕业于康奈尔大学的Michael黄柏翰，曾服务于硅谷的资本及投行，协助许多小微或新创团队进行创始人品牌孵化，产品及战略规

划。根据他的观察，上班族多是依赖公司平台的资源，但疫情造成就业市场的不稳定，许多人开始反思，没有了名片自己还能做什么？

Michael指出多数人在被裁员后才惊觉，没有累积个人品牌力，离开平台后要在外面闯出一片天相当困难。在公司时你是somebody，但是成为个人工作者或创业后，你变成了nobody。Michael强调，打造个人IP需要时间累积，一定要趁早，这一点我非常认同。

Q3 如何定义个人品牌？

“个人品牌其实是内部影响力的延伸，代表的是公司内部及顾客对你人品与专业的信任”

组织内靠内部影响力，对外则是靠个人品牌。在大公司的时候，我们打电话给客户，只要把公司的名字、产品、职称介绍出来，如果你的公司够大，其实不用多费唇舌就可以跟顾

// 上班族多是依赖公司平台的资源，但疫情造成就业市场的不稳定，让许多人开始反思，没有了名片自己还能做什么？ //

客聊上几句。但是作为新创品牌或是自由工作者，恐怕没等到你说完，就被顾客挂电话。

个人品牌指的是什么？简单来说，个人品牌就等于你的个人影响力，也是多数人给你的标签，是你专业的表现，也可以连接你未来要提供的服务/产品。

所有的销售都是基于信任作为基础，信任品牌、信任产品，信任售后服务的品质；信任的是，你所服务公司背后的品牌。经营个人品牌，就是要累积大多数人对“你”的印象标签。如果继续待在公司内部，累积后的个人品牌会让自己更有能见度，对晋升有一定帮助。反之，如果未来想要创业或是成为独立工作者，累积个人品牌更是一定要趁早，才能在转换跑道的时候无缝接轨。

Q4 如何开始经营自己的个人品牌？

品牌的累积建立在个人定位上，你可能是某个行业的专家，也有可能是对时尚敏感的体验者。但你需要展现的是你对于该标签的专业度，包含了独到的眼光与见解。首先可以通过文字、影像、直播，任何让自己专业显现的场合来传达你的标签。每周写、每周拍，没有捷径，如同经营事业，要有纪律，有规划的产出。写久了、拍久了，只要你的内容有料，自然会有记者采访你，也有厂家想跟你合作，渐渐地闯出名声。有了影响

力，自然就有话语权。

经营个人品牌的过程中难免有枯燥或是作品无人问津的时候，这时就要像创业者一样，找出问题所在，持续地打磨优化并一定要持续坚持下去，切忌三天打鱼，两天晒网。我自己就是一个很好的例子，过去这10多年来无论工作再忙事情再多，我一定持续坚持我的专栏创作，这个坚持也让我在人力资源领域建立自己的影响力。

在斜杠时代，靠自己发亮，而非总让平台衬托，发展个人品牌跟上班绝对可以并行，只是大多数人在忙碌的工作中没有想到要刻意去累积些属于自己的东西。多数人还是习惯待在舒适圈，每天跟机器人一样的上、下班，依托在公司的大伞下，并不觉得累积自己个人品牌有多重要，然而某天醒来一旦大环境发生改变，自身技能跟不上公司的步伐，或者是遇到组织重组不得不离开公司这个资源充沛的平台时，你将会发现过往的累积将会成为你立即可以变现的资产，再造职业生涯的成长新轨迹。 **A**





美体小铺在全球门市推出“填充服务站”（Refill Station），提供沐浴乳、洗发露、洗手液等产品的收费装填服务。

拥抱ESG的环保创意——减塑节能篇

设计要变革 企业“减废”与“节能”双管齐下



看更多经典设计

文/李俊明·图/The Body Shop·P&G·Tide·Samsung

“永续”是所有企业热烈讨论的议题，但其实只要多花一点心思，由最简单的地方着手，就能为环保贡献力量！不仅美妆、日化知名品牌，甚至电子大厂，最近都不约而同展开产品变革，做出更多符合SDGs理念的设计。

一般 人可能很少想到，沐浴、美妆产品，其实也能做环保，许多知名品牌便不约而同推出更能呼应“减塑”潮流的措施，比如以香氛沐浴产品闻名的LUSH，便提出以洗发皂取代洗发露，称为固体洗发露，并将部分乳液改用固体块状呈现，省去塑胶瓶罐使用。



另外美体小铺（The Body Shop）在1989年就成为第一家反对以动物进行产品测试实验的美妆品牌，近期又投入两大永续活动，首先要在2023年底前由纯素协会（The Vegan Society）完成100%成分认证（宣布活动前约有六成产品为纯素），大刀阔斧针对全产品的3700多种原料进行改革。

更有甚者，计划以五年时间，自2021年起在全球门市推出“填充服务站”（Refill Station），提供沐浴乳、洗发露、洗手液等产品的收费装填服务，两年时间预计将推广至八百多家门市，让消费者可以铝罐现场“续瓶”，减少塑胶容器浪费，估计第一年就可避免至少25吨塑胶垃圾污染。

减少资源浪费 发挥聚沙成塔效应

此外，日化品大厂宝洁（Procter & Gamble）也积极投入减塑、节能行动，比如旗下的吉列（Gillette）便推出Venus Deluxe Smooth Deep Blue女用除毛刀，刀柄40%由回收海洋塑胶垃圾制成；尽管每只除毛刀轻如鸿毛，但发挥聚沙成塔的力量后就相当可



宝洁旗下品牌“汰渍”研发能在外太空使用的可完全分解清洁剂，为水资源短缺的地区提供一线曙光。

观，光是当地市场就可减少2,600公斤的原始塑胶使用，相当于27万支塑料瓶。而吉列刮胡刀产品也开始从包装材料着手，推动使用再生原料制作纸盒，并减少塑胶使用，同样可省下极可观的875,000公斤塑胶，相当于850万个塑胶瓶。

宝洁甚至成立新品牌，进一步设计出从源头便减少资源浪费的产品，让洗净也可以更接近碳中和。像是EC30就是强调以科技让洗净更有效率的新品牌，而且所有的产品线都以固态方式上市，不使用塑胶容器，也不添加水分，因此更容易运输售卖，留下的碳足迹更少。



吉列旗下的一款女性除毛刀，刀柄40%由回收海洋塑胶垃圾制成。



以其洗衣产品为例，原理是让成份与纤维结合，而不是悬浮在洗衣的水中，借此减少洗衣产品使用的成分；而由于该产品的表面活性剂可完全分解，也降低了对环境的冲击。除了洗衣产品之外，全系列如同棉片的固态洗净产品还设计出洗发、润发、沐浴、洗手等分类，甚至还有刷洗浴厕的专用产品。

宝洁旗下的“汰渍”（Tide）也不断投入创新，像是他们为NASA研发的Tide Infinity，就是为了能在外太空使用而设计的一款可完全分解洗洁剂，让星际漫游的太空人依然可对抗异味、轻松去除污渍。由于这款洗衣配方同样强调可完全分解，能形成封闭的水循环系统，为水资源短缺的地区提供一线曙光，因此获得《连线》杂志（Wired）颁发的2022年最佳永续产品奖（Best of 2022 honors in Sustainability）。



三星为了减少干电池废弃物，推出了太阳能电视遥控器。

除此之外，“汰渍”还推出“改以冷水洗净”（Turn to Cold）营销，鼓励消费者舍弃热水，改以冷水洗净，节省更多能源与家用支出，除了洗衣可比原本节省90%能源，一年下来也能节省一大笔电费支出。



利用三星的电视机纸箱，也能为家中的毛宠盖栋新家。



顺着纸箱印出的虚线裁切，就能组装出小茶几、小书架、遥控器收纳盒。

电子大厂致力环保 全力推进循环经济 与减废节能

三星 (Samsung) 是近年大力投入将设计融入SDGs原则的电子大厂，比如为了减少干电池废弃物，甚至还推出了太阳能电视遥控器。

根据统计，全球每年电池使用量高达150亿颗，但回收率仅有2%。只要想在无数频道之间快速切换，就少不了电视遥控器与干电池；为了解决这个问题，三星的新设计扬弃了传统的抛弃式电池，改采“光电”为主力，可通过日光、室内灯光或USB传输线为遥控器充电。

他们的假设是，如果一台电视机可有7年寿命，每年换2颗电池，那么每台电视机的一生会消耗14颗电池。倘若把这数字乘以三星每年全球电视销售量，就会得出一个惊人的数字：一亿颗。若是把这数字乘以各品牌的全球电视总销售量，更会有超过30亿颗电池在使用后被丢弃。

在这样的数据支持下，设计团队决定研发一款会自己充电的遥控器，借由精细研究消费者的收看模式、使用时间长短、按压按键时间，研发出耗电量仅有一般的86%、且即使室内灯光较弱也可充电的遥控器，所收集的光能可供给七成的耗电需求，每年可减少6000吨温室

气体排放。

另外根据统计，被丢进海里的垃圾，有20%是聚对苯二甲酸乙二酯 (Polyethylene terephthalate)，但其实这些称为OBP (Ocean Bound Plastic) 的材料，也应该被回收利用，可以被再制成为电子产品的外壳等零组件。

根据生命周期评估 (LCA, Life Cycle Assessments) 在环境冲击面的估算，产品倘若采用约28%再生塑胶原料，二氧化碳排放量将比非再生塑胶减少31%。因此三星开始推动使用海洋回收塑料，制作太阳能电视遥控器、显示器、显示器背架、产品后盖等，而且还在不断扩展应用范围，一方面减少海洋污染，同时也在产品品质与成本控制仍在可承受的范围



为了减少无谓浪费，三星换上全新纸箱包装。



为了鼓励创意，三星甚至与知名的设计媒体《Dezeen》合作，举办纸箱环保包装设计竞赛，为Up-Cycle概念作出有趣的示范。

内，提高废弃物的再生利用。

包装材料大变身 三星设专门团队激发创意

重复利用资源的另一个方面，也可以表现在产品的包装上，而且还注入了更多设计创意。比如三星就通过巧思，让纸箱变身成为消费者家中的小帮手，更能提高物件的使用效益。

早在2020年，三星就已在内部展开这项称为C-Lab的实验，并将电视外包装设计成可再生利用的小型家用品，成就环保包装（Eco Packaging）的理想。

过往，大型家电在拆封后，厚重纸箱多半全被扔进垃圾场。为了减少无谓浪费，三星让Lifestyle TV产品线的The Serif、The Frame、The Sero等型号，改用全新纸箱包装。纸箱本

身就是环保的，设计师还在精巧构思后设计出折线，帮助消费者轻松将纸箱改装成其他家用品。

消费者在商品拆封后，只要扫描纸箱上的QR code就能找到无纸化的说明指南；沿着纸箱印出的虚线裁切，就能轻松组装出小茶几、书报架、遥控器收纳盒，甚至为心爱的猫狗宠物盖栋新家，为Up-Cycle概念作出有趣的创意示范。

负责这个项目的创意团队表示，他们设计的灵感来自于观察人们使用电视与布置家居的习惯，在研究中发现，人们买下新电视后，往往也会添购放置遥控器等配件的收纳用品，因此决定由此角度出发，研究纸板最适合开发的家居用品类型，以兼顾美观与实用为目标。简单却出色的创意，让它获得了拉斯维加斯消费电子展（CES）的“最佳创意奖”。**A**



夏天胃口变差？

一份“开胃攻略”， 拯救被高温偷走的食欲



看更多健康常识

文/生命时报

烈日“烤”验，提不起兴趣吃饭、食材味道变得寡淡、胃口越来越小……这些都是夏天的副作用。《本草纲目》曾记载：“安谷则昌，绝谷则亡”，说明食欲和身体健康之间的关系。高温“偷”走的不仅是食欲，还有身体的抵抗力。专家揭秘哪些因素拉低了夏天的食欲，并教你对号入座“补”足胃口。

夏天的副作用：胃口变差

和冬天几乎顿顿大快朵颐或者总想吃东西相比，夏天的你可能会表现出以下状态：

- 到了“饭点”，不饿且不想吃
- 身体发出“饿”的信号（比如肚子咕咕叫），却不想进食
- 饭量减少或突然开始偏食
- 对以前常吃的食物，忽然没了兴致
- 还没吃到以前的饭量就饱了，甚至腹胀

- 稍微吃点油腻食物就会恶心
- 吃冷饮会影响正餐食欲
- 身体乏力倦怠或头晕，伴随味觉下降

有这些表现，就要警惕食欲正在变差。通常情况下，夏天食欲不佳被称作“季节性厌食”，如果不加以调理并改善食欲，可能在潜移默化中拖垮身体。

① 加重身体缺水

夏季身体大量出汗，带走很多水分和盐分。如果不规律进食，则可能导致机体电解质失衡而缺水甚至脱水，轻则唇干舌燥，重则引起休克。

② 营养补给失衡

高温环境下，人体会流失一定量的水溶性维生素、矿物质等营养素。伴随人体能量消耗增

多，汗液、尿液中含氮物质排出增加，蛋白质需求量上升。如果饮食上得不到及时补充，就会造成体内营养素失衡，降低身体免疫力。

③ 中暑风险升高

饮食不规律、营养素不均衡会使血压下降，反射性地引起血管收缩，不利于机体散热。营养缺失还容易因反复腹泻导致脱水，增加中暑几率。

④ 诱发消化疾病

长期因食欲差而扰乱进食习惯，可能诱发胃炎、胃溃疡等消化系统疾病。此外，一些人因为食欲差而不吃或少吃主食，会加重脾胃虚弱。

4个因素 拉低夏季食欲

即使是吃货，或许也逃不过夏季食欲差的



《本草纲目》曾记载：“安谷则昌，绝谷则亡”，说明食欲和身体健康之间的关系。高温“偷”走的不仅是食欲，还有身体的抵抗力。专家揭秘哪些因素拉低了夏天的食欲，并教你对号入座“补”足胃口。

折磨。从人体进食动力来看，拉低夏季胃口的因素分为几点：

① 气温高

高温天气时，人体的基础代谢率下降，因此所需热量减少，进食欲望低。

② 激素水平变化

气候炎热常引起颅内血管扩张，从而影响下丘脑激素分泌。阿尔伯特·爱因斯坦医学院研究发现，下丘脑为了使控温工作更加轻松，就会发出控制食欲的指令，人的胃口就会变差。

③ 胃内消化酶减少

胃消化酶会随着温度升高而减少分泌，当消化动力减弱，胃肠道蠕动缓慢，同样影响食欲。

④ 情绪燥热

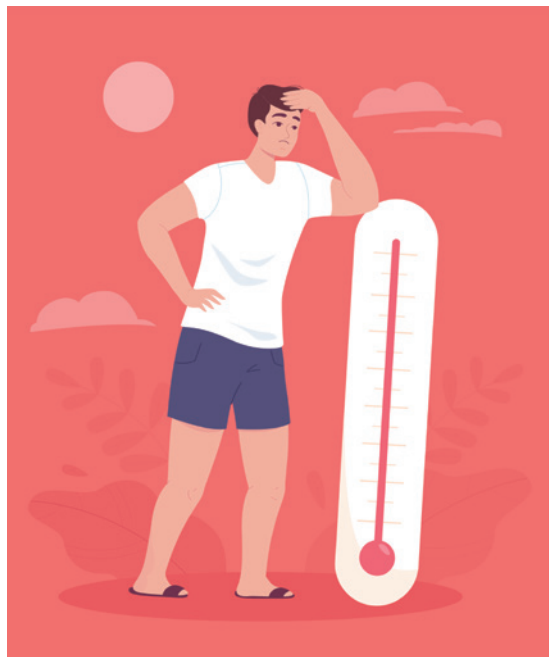
气温升高，人们更容易心情烦躁，也会影响进食动力。

给不同人的“开胃攻略”

根据不同人的“厌食”差异，结合上述原因，为你准备一套“开胃攻略”。

① 口重型胃口差

有的人认为，既然夏天没食欲是热出来的，吃些凉食就好了。事实上，贪食生冷往往容易



造成胃寒，反而影响食欲。建议做菜时放入适量柿子椒或葱、姜、蒜等温性食物调和，或者将有和胃作用的紫苏叶拌黄瓜食用，也能改善食欲。

还有一些人觉得夏天嘴里“没味儿”，盲目吃些辛辣食物调动胃口，这也是错误的，夏天常吃会加重出汗、加重“上火”症状。建议吃些酸味或苦味食物，如山楂、陈皮、苦瓜、莴苣等开胃消食。

② 腹胀型胃口差

如果吃一点就饱了，可能是胃肠血液供应减少，导致食物滞留在胃肠道异常酵解，使人腹胀。建议平常多吃大白菜、芹菜、冬瓜、苦瓜等蔬菜来缓解腹胀。或者将20克新鲜橘子

|| 有的人认为，既然夏天没食欲是热出来的，吃些凉食就好了。事实上，贪食生冷往往容易造成胃寒，反而影响食欲。还有一些人觉得夏天嘴里“没味儿”，盲目吃些辛辣食物调动胃口，这也是错误的。||

皮切成丝泡水喝，如果时下没有新鲜橘子，也可用10克陈皮代替。

3 湿热型胃口差

身体发出“饿”的信号，但没有食欲的人，可能是中医眼中的湿热体质，容易导致脾胃乏力。建议将有祛湿功效的莲子、薏仁、红豆、白扁豆煮粥食用，有助开胃。

4 缺锌型胃口差

如果缺锌，会导致味觉下降，出现厌食、偏食、肠道菌群失衡等症状。建议日常多吃富锌食物，如海产品、牛肉、羊肉、动物肝脏、蛋黄、坚果等。

6种疾病可能“偷”走胃口

生活中，一些疾病也会悄悄伪装成“没胃口”，建议根据以下症状分辨，及时去医院排查。

1 胃肠疾病

例如慢性胃炎、消化道溃疡、胃液分泌功能下降、消化系统功能紊乱等，都会造成食欲不振。如果食欲差伴随胃痛、便秘、腹泻、呕吐等症状，建议及时排查这类疾病。

2 厌食症

医学上称为神经性厌食，是一种心理障碍性疾病。患这种病的前提是因怕胖或者心情低落而过分节食、拒食，属于与心理因素相关的生

理障碍，要去精神科就诊。

3 心脏病

当心功能不全时，会同时导致消化能力下降和食欲不佳。如果近期食欲不振并伴有心脏不舒服，就要及时去医院排查心脏病。此外，严重的冠心病导致心衰、肺心病、部分症状不典型的心肌梗死，有时出现的唯一不适就是食欲下降。

4 脑血管病

脑血管破裂出血或血栓形成，都会影响大脑血液供应，从而引起食欲不振。如果突然没食欲，加上出现一侧手脚无力、呕吐等情况时，应高度怀疑脑血管病，及时就医。

5 肝胆胰疾病

肝功能不好，往往食欲不振。胰腺肿瘤的患者发病非常隐匿，表现往往是莫名的食欲下降和消瘦。

6 恶性肿瘤

不明原因地食欲下降或消瘦，是恶性肿瘤的重要症状之一，有时还是某些肿瘤的首发症状。建议食欲不振期间如果反复发烧或者身体日渐消瘦，也要及时排查。

需要提醒的是，促胃动力药包括多潘立酮片等虽有助增强胃肠道蠕动，并非用于增进食欲；健胃消食片只适用于脾胃虚弱导致的食积和消化不良。故药物最好在医师指导下服用。A

曜昇震旦



AURORA ESTEL
MADE IN ITALY



让职场生活更游刃有余

每个职场人都需要的《办公指南》

图·文/震旦集团

如何快速扫描证件？文件打印颜色太淡怎么调节？是否能暂停当前打印工作，加急复印文档……或许你从未想过，在职场遇到的第一个难题是怎么使用打印机。然而站在机器前焦头烂额手足无措的情景，每天都在上演。可即便如此，仍有很多人重视对办公设备操作的学习，等事到临头才追悔莫及，又影响工作效率又打击工作自信。但其实只需短短几分钟，就能轻松掌握技能。



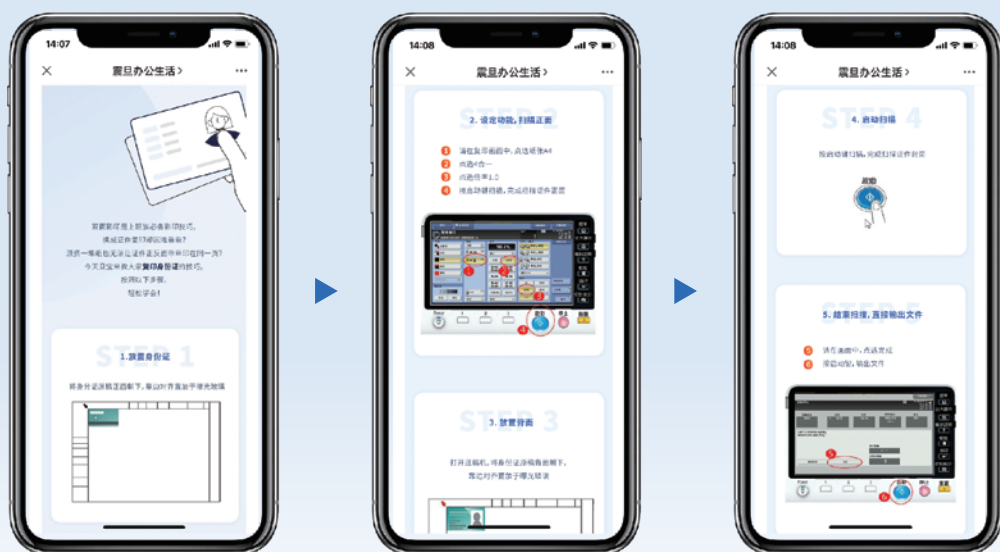
一对一咨询详情

随着 接受教育人群逐渐庞大，有天赋又努力的职场人越来越多，想要在竞争激烈的角逐中脱颖而出，除了时刻保持

最佳状态，聪明的职场人更懂得细节决定成败的道理。

打牢基础知识，掌握最新技能，一些看似

《办公指南》：复印身份证 操作步骤



不起眼的小操作，每一个都是稳固你漫长职业生涯的螺丝钉。想要获得更高成就，让职场生活更游刃有余？其实并不难。

常见职场问题 帮你逐个击破

2021年《办公指南》专栏于“震旦办公生活”微信公众号正式发布，分享办公生活中常见的打印机、复印机等常见实用操作技巧。例如如何用手机打印文件、双面复印办法、企业不可不知的省纸妙招等。超多实用的干货内容，帮您轻松掌握职场办公技能。

真人短片与图解 寓教于乐受益匪浅

通过微信推文及创意短视频的形式，打造突破传统的“学习模式”，让大家在闲暇时刻

也轻松get技能，同时线上内容更利于收藏、分享，随时随地想看就看！只要扫码关注“震旦办公生活”微信公众号，即可查阅所有《办公指南》内容，丰富职场干货持续更新中。如果您有想了解的职场小知识，亦可在公众号中留言，期待与您共同成长！**A**





震旦全自动碎纸机系列新品

AS430CM, 重磅登场

图·文/震旦智能装备



一对一咨询详情

如果说顺境是收获的季节，那么逆境则是磨砺的最佳时刻，也是日后峰回路转、否极泰来的前奏。随着上海疫情好转，积压许久的市场需求逐步释放，各行各业争相复苏。

近日，上海震旦办公设备有限公司迎来好消息--震旦全自动碎纸机重量级新品AS430CM重磅登场，不但体现了震旦人砺炼前行不断突破自我的专业精神，也秉承了以客户满意为宗旨的震旦服务理念，不断用更好的产品回馈消费者。此款全自动系列新品生而不凡，出生即巅峰，一起来了解下该系列有何“代差优势”。



一次性可碎430张A4纸，自动碎纸长达4小时。



4位密码锁设置。



独立碎CD入口。



独立碎信用卡入口。

① 自动碎纸一次可放入430张A4纸，碎纸效率成倍增加

全自动碎纸机系列新品AS430CM，采用震旦全自动专利结构，自动模式下一次性可放入430张A4纸（500张A4纸/包），同时实现3张同碎。兼容手动和自动模式碎纸，操作便捷，无需频繁放纸，无需值守，彻底解放双手，让碎纸更省时省力。

② 自动碎纸长达4小时，工作时效大幅提升

全自动系列新品AS430CM，自动碎纸时间长达4小时，连续工作时效大幅提升，人力成本大大减少。

③ 新增4位密码锁功能，安全无忧

此款系列新品，可在自动碎纸前设定4位密码，防止自动碎纸时文件被取出，确保涉密信息在封闭空间内安全销毁，待碎纸完成后自动解锁，为涉密企业和单位提供双重保护。

④ 20分钟自动断电，节能环保

全自动系列新品AS430CM待机时间扩大，20分钟待机不使用后，机器将自动关机，如要启动机器，触按控制面板的“开关”键即可重新启动机器。凸显震旦节能环保价值主张。

⑤ 剃钉专利设计，小细节大作用

市场上普通碎纸机面对带有订书钉的纸张时往往无能为力。震旦洞察市场，针对客户需求研发出剃钉功能并获得中国发明专利设计。全自动系列新品AS430CM每次可将3~4张纸同时分离出来，快速剃除订书钉，避免装订的纸张一次性进入刀芯，引起过载，导致刀片、刀尖等损伤。震旦精于细节把控，处处以人为本。

震旦全自动碎纸机系列新品AS430CM碎纸效果4x12mm，德国四级保密等级；自动碎纸430张/手动碎纸10张；自动碎纸240分钟/手动碎纸30分钟；更新增4位密码锁功能；20分钟自动断电；特有独立碎CD/碎信用卡入口；氮化钢刀+260W大功率电机，轻松解决各种碎纸难题；53升大容量可视化纸屑桶，可长时间无需清理；同时该系列机型独创剃钉等多项专利设计。

⑥ 性能决定价值，效率转化效益

震旦积极探索全自动碎纸机的发展方向，倚靠雄厚的全自动研发优势，发挥强大的全自动系列制造优势，凭借全自动新品全面的产品替代升级，做到人有我优，人无我有，进一步扩大震旦在碎纸机领域的品牌影响力。A

自然中的建造



白领之夜系列讲座回顾

自然中的建造（下）

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

2022年4月8日，震旦博物馆白领之夜系列讲座邀请上海大学上海美术学院设计系的程雪松教授开展了“自然中的建造”讲座。在上篇回顾中，老师解读了何为自然、自然和建造的关系。在本篇回顾中，老师以部分现当代著名建筑师的作品为例，为我们具体剖析自然中的建造之美。

1 流水别墅

流水别墅（图一）是上世纪三十年代的经典作品，这件作品体现了现代主义建筑大师弗兰克·劳埃德·赖特的自然观。在整个建筑



图一：流水别墅展现了人与自然的和谐精神（图源流水别墅官网）

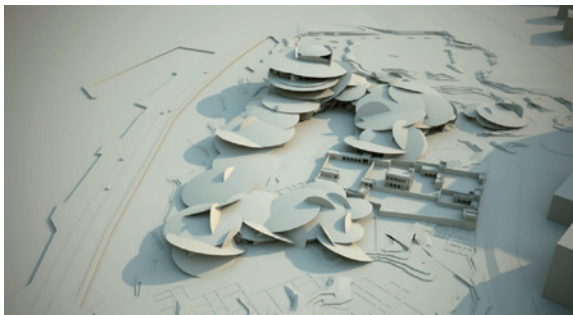
环境中，真正的主体是自然环境，是流动的瀑布，建筑成为自然中的一部分。走进别墅，无处不在的瀑布声音也展现了人与自然的和谐精神。在这种环境中，人最敏感的就是听觉，其次是视觉。这种状态下，人能更好地感受到与自然之间微妙的关系。

2 栖包屋文化中心

建筑师伦佐·皮亚诺设计的栖包屋文化中心位于法属新喀里多尼亚首都努美亚，这一建筑包含十个圆屋，沿着海岸线铺展开来，背靠山体，面向太平洋（图二）。其灵感来源



图二：栖包屋文化中心沿着海岸线铺展开来之俯瞰图
(图源Renzo Piano建筑工作室官网)



图三：卡塔尔国家博物馆利用当地矿物结构——“沙漠玫瑰”的特点做设计（图源Jean Nouvel建筑工作室官网）

于当地的卡纳克传统住宅及村落布局，钢木混合结构的形式，高低起伏、摇曳生姿的这种姿态，贝壳状的外形等，都让这一建筑看起来与当地融为一体。

3 卡塔尔国家博物馆

这一建筑的设计灵感来自海湾地区沙漠中常见的矿物结构——“沙漠玫瑰”，这种岩石是矿物质在盆地地表以下的土壤中结晶形成，造型干净圆润。建筑师让·努维尔捕捉了这一岩石特点，整体建筑由大型的、不同直径和不同曲率的球面连锁圆盘交织在一起，竖向的圆盘形成其立柱，横向的圆盘则可以形成其遮阳系统，带来阴凉区域，也保护内部免受阳光直射。（图三）

4 直岛地中美术馆

这一建筑把自然作为主体，建筑本身则以一种低调谦虚的方式隐藏在山体之中，大约有70%的建筑体都隐入山体（图四）。从安藤忠雄的建筑中，我们能感受到人的建造活动往往是从另一个角度烘托出我们对自然的敬畏。内部整体由天光组成，安藤用他一贯极简主义的清水混凝土墙面，透过天窗的设置、错落的体块引入自然光，呈现最大张力的艺术感受。

5 甘多小学

甘多小学的建筑师是今年普里兹克建筑

奖的获得者，来自非洲的迪埃贝多·弗朗西斯·凯雷。这所朴素的小学整体建筑都是用黏土砖砌起来的。在布吉纳法索，黏土是他们容易获得且经济实惠的一种建筑材料。

这一建筑最大的特点就是房屋上方一个大的悬空铁皮屋顶（图五），这个屋顶具有很好的通风、隔热的作用，还可以防止破坏性的降雨。从内部空间来看，可以感受到这个建筑朴素但并不简陋。我们可以感受到一种教育的神性。教育本身是很神圣的事情，我们又如何在简陋的材料和空间中去营造这种神性。A



图四：直岛地中美术馆的清水混凝土墙面，透过天窗设置引入自然光之俯瞰图（图源安藤忠雄建筑研究所官网）



图五：甘多小学运用黏土砖制作，具有通风、隔热效果。
(图源Kéré建筑工作室官网)



图一：“洛克菲勒艺术基金收藏展：西方艺术大师”展览精选5位世界级西方艺术大师作品

震旦博物馆×洛克菲勒艺术基金收藏展 西方艺术大师展览开幕



看更多精彩活动

图·文/震旦博物馆

震旦博物馆于7月在A2空间迎来全新特展“洛克菲勒艺术基金收藏展：西方艺术大师”（图一）。本次展览甄选5位世界级西方艺术大师的百余件作品，时间横跨19世纪末到21世纪初，包含巴勃罗·毕加索、萨尔瓦多·达利、阿曼迪奥·莫迪里阿尼、乔治·莫兰迪和阿曼·皮埃尔·费尔南德兹。此次展览也是洛克菲勒艺术基金会首次于上海的正式合作展。

7月 8日，“洛克菲勒艺术基金收藏展：西方艺术大师”展览于上海震旦博物馆开幕。展览由震旦博物馆和洛克菲勒艺术基金会主办，欧洲艺术联盟、凯伊莱文、芭莎艺术协办。在展览开幕式上，震旦博物馆执行长兼策展人黄圣智先生致辞祝贺展览顺利开幕，向大家介绍了本次展览理念、展览筹备



图二：震旦博物馆执行长兼策展人黄圣智为媒体们作导览



图三：展览所展出的毕加索陶瓷作品



图四：达利《黄道十二宫黄金盘》系列作品展陈区域

和展品亮点、回答媒体提问等，并为媒体朋友进行专场导览。（图二）

“洛克菲勒艺术基金收藏展：西方艺术大师”展览甄选5位世界级西方艺术大师的百余件作品，时间横跨19世纪末到21世纪初，囊括代表立体主义的发起人巴勃罗·毕加索（Pablo Picasso）、超现实主义先驱萨尔瓦多·达利（Salvador Dalí）、后印象主义艺术家阿曼迪奥·莫迪里阿尼（Amedeo Modigliani）、形而上主义的翘楚乔治·莫兰迪（Giorgio Morandi）、新写实主义著称的阿曼·皮埃尔·费尔南德兹（Arman Pierre Fernandez）。西方艺术史上不同时代，不同流派，不同背景的艺术家的作品同时展出，包括水彩、版画、瓷器、装置、油画等不同艺术形式（图三）。

本次展览采用新型的展陈方式，5位西方大师的作品分属于不同颜色区域，并充分利用展陈空间，在安藤忠雄设计的筒状结构中，采用珠宝柜展出达利的“十二星盘”，且配以天幕打造整片星空（图四）。

洛克菲勒艺术基金会将在震旦博物馆以系列展的模式，将跨越时代、流派、背景的东西

方艺术，从上海推广至全国各地，完成“艺术赋能城市，文化带动产业”的任务使命。并计划于今年落地以“洛克菲勒艺术中心”为主的项目，以艺术文化、国际交流为核心，并逐步推进项目的筹划、建设，同时持续开展运营和相关服务。

本次展览将5位不同时代、不同流派的艺术家的作品集合展出，也充分展现艺术家们采用不同媒介所创作出的作品风格。观众可以借此重温西方艺术史的魅力，感受不同风格的艺术作品，能激荡出更多灵感与火花（图五）。展期持续至9月25日，震旦博物馆将于展期内设置专场导览，并推出特展相关的教育活动。A



图五：观众可以借此展览重温西方艺术史的魅力，感受不同风格的艺术作品。



明宣德·五彩水禽莲池纹高足碗

先以高温烧青花，再用低温烧红、绿、褐等釉上彩，青花浓艳如蓝宝石，笔触轻巧灵活。（图一）

图片来源：震旦博物馆（参阅震旦青花瓷鉴赏P258）

古器物学讲座——元明清彩绘瓷专题 ⑦

五彩瓷器

文/吴棠海·图/震旦博物馆

“五彩”不限五色，泛指用多种颜料绘画纹饰的彩绘瓷，可依照彩料的烧制温度分为二类，其一为完全使用低温彩料的釉上五彩，其二为高温青花与低温彩料搭配使用的青花五彩。

根据 相关资料显示，五彩瓷创烧于明宣德时期，其后随着彩料的研发与窑工程的进步，一直盛行到清代康熙、雍正之后，才因粉彩兴起而式微。因此本文选取宣德、嘉靖、万历、顺治及康熙五朝之作品，介绍此一品类的概况。

一、明宣德五彩高足碗

早期对于宣德五彩的认识仅限于明代著作里的记载，直到廿世纪以后，收藏于西藏萨迦寺的宣德五彩碗及景德镇珠山官窑遗址出土的宣德鸳鸯莲池纹盘相继被世人发现，才解开宣德

五彩器之谜。

宣德五彩以青花五彩为主，特征参见图一所示之例。此件高足碗为震旦博物馆藏品，碗口外敞，器壁以斜缓的弧度向下收窄，底下具有高圈足，足底外撇，足内中空有釉，以钴料书写“宣德年制”四字青花楷书款。

碗口内侧书写一圈寓意吉祥的藏文，碗心处以双圈纹为图框，框内绘画莲塘水禽为主纹，碗口外侧环绕一圈云龙纹，腹壁绘画禽鸟与莲荷穿插排列，高足外壁亦以莲荷纹为饰。

蓝色部分皆以苏麻离青料书写或绘制于胎体上，施加透明釉后高温烧成青花，再以红、黄、绿、赭等色料绘画其他图案，低温烧制，即成为青花五彩之品类。

二、明嘉靖五彩罐

嘉靖时期社会崇尚奢靡，带动五彩器的发展，既有红、绿、黄、紫、金、黑及孔雀蓝等低温釉绘制的釉上五彩，也有搭配高温钴料绘制的青花五彩。

例如图二为北京故宫博物院收藏的明嘉靖时期五彩云鹤纹罐，此器的造型呈圆口、突唇、短颈、丰肩、鼓腹下收之状，器底具有圈足，足内用钴料书写“大明嘉靖年制”六字二行青花楷书无框款，表面绘画云鹤杂宝为主纹，云纹、莲瓣及蕉叶为副纹。

蓝色部分是用钴料绘在胎体上的釉下青花，因采回青和石子青调制而成，颜色浓



明嘉靖·五彩云鹤纹罐

此器结合高温青花与红、绿、黄等低温釉上彩，青花蓝中带紫，平涂填色，画面平实。（图二）

图片来源：《五彩·斗彩 38故宫博物院文物珍品全集》，页15，图14。

重，蓝中带紫。黄色、红色及绿色等纹饰，则以低温彩料绘于透明釉之上，由于采勾边平涂法填色，色调单一，画面平实。

三、明万历五彩盘

万历时期青花五彩最为盛行，常以红、黄、绿、紫、赭及孔雀蓝等釉上彩料与釉下青花搭配，共同绘画瓷器纹饰。

例如图三为明万历时期的五彩人物纹盘，此器为北京故宫博物院藏品，盘口外敞，器壁以斜缓的弧度向下收窄，盘腹略浅，器底具有圈足，足内用钴料书写“大明万历年制”六字二行青花双圈楷书款。



明万历·五彩人物纹盘

此器先绘青花，再施红、绿、黄、褐等釉上彩，因采勾边平涂法绘画，色彩均匀平实。（图三）

图片来源：《五彩·斗彩 38故宫博物院文物珍品全集》，页47，图43。



清顺治·五彩花鸟纹筒式瓶

此器先绘青花，再施红、绿、黄、紫、褐等釉上彩，青花以深浅变化产生立体感，为其特色。（图四）

图片来源：《五彩·斗彩 38故宫博物院文物珍品全集》，页67，图62。

蓝色部分为釉下青花，以浙江料在胎体上面绘画图案、书写文字，罩上透明釉高温烧制而成。其余纹饰则用褐色或红赭色的颜料勾勒轮廓，内部填画红、黄、绿等釉彩，低温烧成釉上彩绘。

此器的纹饰布局繁密，青花呈色蓝中带灰，红、绿、黄、褐等釉上彩颜色鲜明亮丽，均匀平实的画面呈现万历时期的典型风格。

四、清顺治五彩筒式瓶

清初时期，大乱始平，社会经济虽然尚

清康熙·五彩仕女童子纹盘

此器以蓝、绿、黑、黄、红等釉上彩绘画纹饰，色调清晰高雅，富有悠然的生活气息。（图五）

图片来源：《五彩·斗彩38故宫博物院文物珍品全集》，页111，图101。



未完全恢复，景德镇官窑厂和民窑厂仍然在前朝的基础上展开运作，生产青花、五彩等品类。

例如图四为北京故宫博物院收藏的清顺治五彩筒式瓶，瓶口微敞，口沿突出厚唇，颈部短，肩部窄而外扩，腹部深如长筒，底部平而内凹，造型古典朴拙，是清代早期所盛行的款式。

此器的颈部和腹部以山石花鸟纹为饰，山石部分采用浙江料绘于胎体上，施加透明釉，高温烧成青花，颜色苍翠，带有深浅变化，是从明代晚期延续下来的技法。

雉鸡、花朵、叶片、蜂蝶及一轮红日则属于釉上彩绘，以黑色或褐色颜料勾边，填入红、黄、绿、褐、橙等各色釉彩，整体风格清新雅致。

五、清康熙五彩盘

康熙时期既有青花五彩，也有釉上五彩，由于低温蓝彩发明成功，黑彩呈色优异等因素，使此时的釉上五彩攀上发展的高峰。

例如图五为北京故宫博物院收藏的清康熙五彩仕女童子纹盘，造型呈敞口、弧壁、浅腹、圈足之状，盘内绘划一名女子，头梳高髻，身穿宽袖上衣与长裙，靠着长桌而坐，面容慈蔼的看着另外一侧的小童，手执团扇扑捉蜻蜓，童子身边以栏杆、洞石、芭蕉等物，铺陈出庭园的景色。

此器先于胎体表面施透明釉，高温烧成白瓷，再用低温釉料绘画纹饰，蓝色明净，黄色匀润温暖，黑色深暗如漆，绿色有深浓、浅淡及黄绿之变化，色调柔和高雅，洋溢着恬静悠然的气氛。A

|| 明清时期的五彩器结合釉下青花与釉上彩料绘制而成，造型、纹饰及颜色都随着时代的递嬗而演变，呈现不同的时代特征与风格。下期将以粉彩为题，介绍此一清代特有的品类。||



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榫可知，玉鸟是榫接在其他器物上，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 • 明清青花瓷鉴赏

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



八月

元青花开光莲池
鸳鸯波涛纹玉壶春瓶

高47公分 / 震旦博物馆提供



馆藏 精粹赏析

文 / 吴棠海 · 图 / 震旦博物馆

元代青花瓷器以白地蓝花为典型，有时也会反过来，将纹饰部分留白，纹饰外侧涂绘钴料，罩上透明釉，高温烧成青地白花，如本期所要赏析的玉壶春瓶即是此类作品。

此器 的瓶口外敞，颈部长而收束，肩部斜溜，腹部朝下外扩为垂坠状，器底具有圈足，足底外撇。胎体颜色灰白，带有一些杂质，釉面白中泛青，莹润肥厚而有乳浊之感，呈现元代典型的胎釉特征。

瓶口内侧用细笔勾勒一圈卷草纹，外壁用回纹、菱格锦地纹及钱纹等几何性的纹样，将器表划分为四个区域，颈部上段是蕉叶纹，下段环列披覆式的莲瓣框内填折枝花卉，腹部以菱形开光内填鸳鸯莲池为主

纹，开光外侧布满海水波涛纹，腹底为仰式莲瓣框内填莲花纹，足墙则以披覆式莲瓣为饰。

颈部的莲瓣框内填折枝花卉和腹部的菱形开光内填鸳鸯莲池，都是青地白花之图样，钴料画成的青色地子可以看到涂抹的笔触，而留白纹饰虽然只以细线勾画局部特征，在青色地子的衬托下，仍然具有突显的效果。

类似的纹样亦可见于土耳其托普卡帕宫博物馆的典藏中，是元代精品青花瓷的成纹方式之一，值得仔细品味欣赏。 **A**



烈日骄阳 公益不止

震旦集团向崇明区合兴敬老院 捐赠家具物资

图·文/震旦集团

7月12日，一辆满载着家具物资的货车奔驰在宽阔平坦的道路上，与此同时，震旦家具嘉定区责任中心的同仁们也头顶似火骄阳，搭乘4个小时公共汽车，来到崇明区合兴敬老院，为老人们送去炎炎夏日里的殷切关怀……

走进崇明合兴敬老院

上海崇明区合兴敬老院位于祖国第三大岛、长寿之乡——崇明岛，坐落于崇明区港沿同心村1319号。合兴敬老院成立于1978年5月，为三幢建筑，总建筑面积超过3860平方米，绿化面积达3692平方米，绿化率





35%，目前住养老人56名，核定床位248张，入住率为22%；院内设施齐全，是一所集养老、康复、护理为一体的综合性敬老院。

合兴敬老院拥有一支专业的护理团队，全院共有10名护理员，全部经过专业培训，持证上岗，全力保障住养老人的日常生活和身心健康，为老人提供全方位的优质服务，让老人时时感受到居家般的舒适与亲人般的关爱。

合兴敬老院秉持“以人为本、孝行天下、服务老人、回报社会”的办院宗旨，以“有爱心、有耐心、有热心、有细心、有真心、有责任心”的服务理念，立足养老服务市场，将养老、护理、康复相结合，打造一所“医养护康”的养老机构。

为提高住养老人的居住条件，让老人们住得更舒适更温馨，合兴敬老院向震旦集团申请了一批包含桌子、休闲椅和公共沙发的家具物资，震旦集团热切响应并满足了院里的需求。

4小时路程 炎夏送关怀

捐赠当天，货车师傅按约定时间抵达敬老院，由于交通略有不便，陈院长驱车前往公交站点接搭乘公共交通的小伙伴们，虽然如此，大家还是热得汗流浹背，陈院长一路上都在感

谢志愿者们在这这么热的天气里奔波至此，但大家乐在其中，因为志愿活动的每一个瞬间都是弥足珍贵的。

抵达敬老院后，小伙伴们一起拆卸物资外包装，随后再由院方工作人员协力搬进院内，期间，同仁曹凯慧还向陈院长介绍了家具的特点及使用方法，陈院长欣喜不已。

由于疫情防控原因，大家不能进院慰问看望老人们，但是相信老人们收到精心挑选的物资后，就能感受到我们的心意，也希望在敬老院全面解封后，我们的家具物资能够让敬老院旧貌换新颜，为解封后子女亲人探望老人们提供更多方便的硬件设备，舒缓老人们因长时间封闭管理产生的焦虑情绪，也恢复敬老院往日的热闹与活力。 **A**



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 不定期优先获得震旦相关产业活动优惠讯息
- 3 获得震旦相关产业最新新闻资讯
- 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



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

洛克菲勒艺术基金收藏展

西方艺术大师 The Collection of The Rockefeller Art Foundation
Masters of Western Art



阿曼迪奥·莫迪里阿尼
Amedeo Modigliani

阿曼·皮埃尔·费尔南德兹
Arman Pierre Fernandez

乔治·莫兰迪
Giorgio Morandi

巴勃罗·毕加索
Pablo Picasso

萨尔瓦多·达利
Salvador Dalí

2022 07/08
- 09/25

联合主办:
In collaboration with

协办:
Cooperation



凯伊莱文
ANNELEVEN.CN

BBART
芭莎艺术

震旦博物馆
AURORA MUSEUM

The ROCKEFELLER
ART FOUNDATION

开馆时间 10:00-17:00 / 周五延长至 21:00 / 周一休馆
地址 上海市浦东新区陆家嘴富城路99号
Opening Hours 10:00-17:00 / Fridays extended to 21:00 / Closed on Mondays
Address No. 99 Fucheng Rd., Lujiazui, Pudong New Dist., Shanghai

扫码关注微信公众号
Follow us on WeChat
www.auroramuseum.cn

