

名人讲堂

奥美共同创办人—庄淑芬
探索新世界、心管理、新世代

艺文飨宴

馆藏精粹赏析
青花蕉石瓜果麒麟纹大盘



1971年7月创刊·发行51年2个月

SEPTEMBER 2022 九月号 No.614

单性思维力 永续新赛局

响应气候变迁与经济形势急速变化的趋势，
保持高弹性成长，突破旧思维，
培养新能力，迈向永续经营。



扫码关注
更多精彩等着您

震旦月刊
AURORA MONTHLY

欢迎订阅

优惠不断 | 惊喜连连

- “震旦91租”将持续推出各项优惠福利政策，为企业提供便捷的设备租赁服务。
- 9月30日前首次注册更有机会抽取IPAD MINI、APPLE WATCH等数码大奖！



突破框架 拥抱改变

近日 疫情与经济情势多变，未来是一场充满挑战的历练，不管是个人或是企业，都需保持高弹性思维，突破旧框架，将挑战变为转机。本期以“永续新赛局，弹性思维力”为题，希望为大家点亮一盏明灯，找到属于自己的优势与方向，迈向成功之路。

品硕顾问执行长彭建文老师以十年从业经历和企业辅导心得，帮助工作者从产品思维、市场思维、财务思维与竞争者思维四大维度提升综合素养，因为商业思维是一项专业，也是一种能力，当你同时具备上述思维后，未来看待事情的角度也会更宽广，公司也会因你而有所不同。

知名人事主管协会兰培生老师建议在培养高弹性思维时，必须结合自我既有的特色与专长，加以融会贯通，以超越他人思考模式，寻求创新与突破。并在心态上做好调整，承认错误、自我检讨、学习与调整，相信可以通过努力获得成长及改变。

今年夏天全球普遍高温，是否影响了你制定的许多夏季计划？冰川融化、暴雨洪水屡见不鲜，也提醒人类该重点关注气候问题。当前，越来越多企业将ESG理念应用到企业的生产经营中，致力于应对气候变化问题。你是否也开始从日常工作生活中着手改变，一起为低碳地球做出贡献呢？**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 · 2022/9/1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、于蒂、袁媛、詹雨燕

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

本月刊为公益发行，分享经营管理及艺文欣赏知识，其文章均为作者之意见，不代表本社之立场，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脉脉，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.614

SEPTEMBER 2022



具备商业思维力，让你拉近与领导层的距离，看待事情的角度更宽广。

E 编辑台上 EDITOR'S WORDS

01 突破框架 拥抱改变

文/苏美琪

M 大师专栏 MASTER COLUMN04 好的沟通不是只有
回应而已！

文/天下文化出版社

M 大师轻松读 MASTER 60'

08 打掉重练

编译/大师轻松读

COVER STORY

具备“弹性思维”的企业，能在诡谲多变的环境下生存，在面对挑战性时，也能挖掘新想法，运用创新解决问题；让企业长青、实现永续经营！

**C 封面故事** COVER STORY

10 永续思维 永恒长青

序言/苏美琪

12 卓越企业的高效工作法
培养高弹性“商业思维”的能力

文/彭建文

16 打造高弹性思维力
让人才永续发展

文/兰培生

C 名人讲堂 CELEBRITY TALK20 奥美共同创办人——庄淑芬
探索新世界、心管理、新世代

文/天下杂志出版社

M 职场观点 MANAGEMENT24 同理心的关键力量
让微软市值增长6倍

文/黄至尧

E 永续未来 ESG28 企业决胜关键——ESG
赋能品牌新价值

文/蔡承璋



A p.22

奥美共同创办人——庄淑芬



A p.30

强调营造纾压氛围的浴缸，满溢时就像星级酒店的无边际泳池。

D 玩味设计 DESIGN

- 32 疗愈系设计（上）
纷扰世界中
“疗愈力”设计异军突起
文／李俊明

L 乐活人生 LOHAS LIFE

- 36 颈椎问题频发？
9步颈椎操，改善颈椎问题
文／云南中医、开远市中医院

A 跃升震旦 AURORA NEWS

- 40 亮相深圳、广州国际家具展
震旦家具展示
VUCA时代的办公场景
图·文／震旦家具
- 42 案例赏析
跨国工业集团索能达意大利总部
图·文／AURORA ESTEL



- 44 6：3：1色彩搭配原则
轻松规划时尚又治愈的家居配色
图·文／震旦家居

A 震旦博物馆 AURORA MUSEUM

- 46 雅昌艺术网×震旦博物馆专访
“洛克菲勒艺术基金收藏展
——西方艺术大师”背后的故事
文／雅昌艺术网

A 艺文飨宴 ARTS PLAZA

- 48 古器物学讲座——元明清彩绘瓷专题⑧
粉彩瓷器
图·文／吴棠海
- 52 震旦博物馆出版丛书介绍
西周玉器
图·文／震旦博物馆
- 53 馆藏精粹赏析
元代 青花蕉石瓜果麒麟纹大盘
图·文／吴棠海

L 爱心公益 LOVE ACTION

- 54 盛夏艳阳天 公益送爱心
震旦集团向杨浦区宏运敬老院
捐赠家具物资
图·文／震旦集团



STEPHEN

斯蒂芬·柯维

文/天下文化出版社

好的沟通不是只有回应而已！ 先成为好的倾听者，才能用心体会对方的想法

成功学大师STEPHEN R. COVEY——《时代》杂志誉为“人类潜能的导师”，并获选为商业管理最有影响力的人物之一。

人人都希望被了解，也亟于表达自己，却疏于倾听。

——斯蒂芬·柯维

一般人聆听的目的，是为了做出最贴切的反应，根本不是想了解对方，因为我们常以为，天下人都跟自己一样，以己之心即可度人之腹。

“噢，我完全了解你的感受，我也有过类似的经历，

是这样的……”这类反应经常出现在日常交谈中。人们总是依本身的经验来解释别人的作为，把自己的眼镜强加在别人身上，却又怪罪他人“不了解我”。

有位父亲曾抱怨：“真搞不懂我那宝贝儿子，他从来

不肯听我说话。”

我问：“你是说，因为孩子不肯听你说话，所以你不了解他？”“对啊！”

我再次强调，他依然不觉得自己有何不对。我只好明说：“难道要了解一个人，不是你‘听’他‘说’，而

R. COVEY

// 同理心和同情有些差别，同情掺杂了价值判断与认同，同理心则是深入了解对方的感情与理智世界，而非一味赞同。//



是他听你说？”

他愣了一下，好一会儿才恍然大悟：“噢，没错！可是，我是过来人，很了解他的状况。唯一教人想不透的，就是他为什么不听老爸的话？”

这位父亲确实完全不明白

儿子的心事，他只用自己的观点去揣度儿子的世界，难怪打不开儿子的心。

“聆听”有层次之分，同理心的倾听是最高层次

事实上，大部分人都是这

么自以为是。“聆听”也有层次之分，层次最低的是听而不闻，如同耳边风；其次是虚应故事，“嗯……是的……对对对……”，略有反应，其实心不在焉；第三是选择性的听，只听合自己口味的；第四是专注倾听，

每句话或许都进入大脑，但是否听出了真意，值得怀疑；层次最高的，则是“同理心的倾听”，一般人很少办得到。

某些沟通技巧强调“主动式”或“回应式”的聆听，以复述对方的话表示确实听到，但其实仍脱离不了为反应、控制、操纵而聆听，有时这对说话者反倒是一种侮辱。同理心的倾听则是从想要了解对方出发，而不是只为了做出回应；换言之，就是通过言谈明了了一个人的观念、感受与内在世界。

同理心和同情有些差别，同情掺杂了价值判断与认同。有时人际关系的确需要多一份同情，但是却易养成对方的依赖心；同理心则是深入了解对方的感情与理智世界，而非一味赞同。

同理心的倾听也不只是理解个别词句而已。据专家估计，人际沟通仅有十分之一通过语言来进行，三成取决

于音调与声音，其余六成则得靠肢体语言。所以，了解式的倾听不仅要耳到，还要眼到、心到，用眼睛去观察，用心灵去体会。

由此可知，倾听效果宏大，不但可获取最正确的资讯，还有助于感情的升温。毕竟，单方面的努力不足以增进感情，除非对方真的心领神会，感情才会增长；若被误会为别有用心，反而会影响情感连接。

由衷的倾听可提供“心理的空气”。没有空气，人类无法生存，所以不得不设法满足需求。这是最根本的一种人性，一旦需求满足了，就不会再产生寻求的欲望。但在物质生活无虞后，人类又会生出另一种渴望，就是精神上的满足，希望被了解、被肯定、被赏识等。 **A**

出自：《与成功有约》（30周年全新增订版）／天下文化出版社。



// 人际沟通仅有十分之一通过语言来进行，三成取决于音调与声音，其余六成则得靠肢体语言。倾听效果宏大，不但可获取最正确的资讯，还有助于感情的升温。 //

你问
我答

No.
614

《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

_____是一个强大的沟通工具，让自己在工作中产生重要影响力。能快速理解情绪感受，快速产生合适的应对模式，进而形成对应的策略。

A 同理心

B 荣誉感

C 同情心

D 进取心

扫描看解答



▽ : 答案

出自：P.24 职场观点 “微软增长的关键力量”

打掉重练

编译 / 大师轻松读



看更多精彩内容



频繁测试大量微小点子是事业永续成长与追求成功的新模式。不管你是领导一个跨国团队，或是自行探索，越快开始进行大量测试，就能创造出越多创意成果。

“没坏就别修它”的传统观念对频繁创新的人来说是无可救药的过时想法。创新的人会逆向而行，主动进行破坏、分析，然后按照他们的希望，重新做出更优异的产品与解决方案。

一个简单却有效的方法是打掉重练，步骤如下：

步骤 1 解构

不管你目前提供的内容或元素为何，先把它拆散，尽可能将它解构到最小的单位。

步骤 2 检视

——仔细检查这些元素，问自己下列这些问题：

- 它是由什么组成？欠缺了什么？
- 当它一开始出现时，当时的背景环境如何？
- 现在跟过去有什么不同？我们要怎么做才能变得更好？
- 顾客需求有什么样的演变？
- 可以挑战哪些传统或信念？

步骤 3 重新做得更好

——可进行下列思考：

- 需要加入或减去哪一个元素？
- 我们要怎么做才能让它变得更好？
- 为了节省费用，可以如何重新组合这个物件？
- 我们要如何将别人在做的事整合进来？
- 我们要如何使它变得更快？
- 我们要如何打造下一代原型产品？

打掉重练的典型企业案例是1932年成立的乐高。当1942年一场大火摧毁了乐高的木制玩具工厂时，创办人欧雷·克里斯蒂安森（Ole Kristiansen）兴建了一座新的工厂，使用塑胶射出模型机来生产塑胶乐高积木，让小朋友自己组合自己的玩具，而不是买现成的完成品。

乐高的组合玩具成了热卖商品，历年来还增加了给学龄前儿童玩的较大积木，以及增加齿轮和复杂零件的科技产品。乐高甚至还在它的故乡丹麦小镇比隆（人口6,662人）开设了乐高主题乐园，每年带来成千上万的游客。

接着在2000年，乐高又再度发挥创意，与华纳兄弟公司（合作“哈利波特乐高系列”）及卢卡斯影业公司（合作“星际大战”与“印地安那琼斯”主题套组）签署授权合约。由于效果很好，乐高与华纳兄弟公

司还合作拍摄了乐高电影和续集，创造超过10亿美元的票房收入。

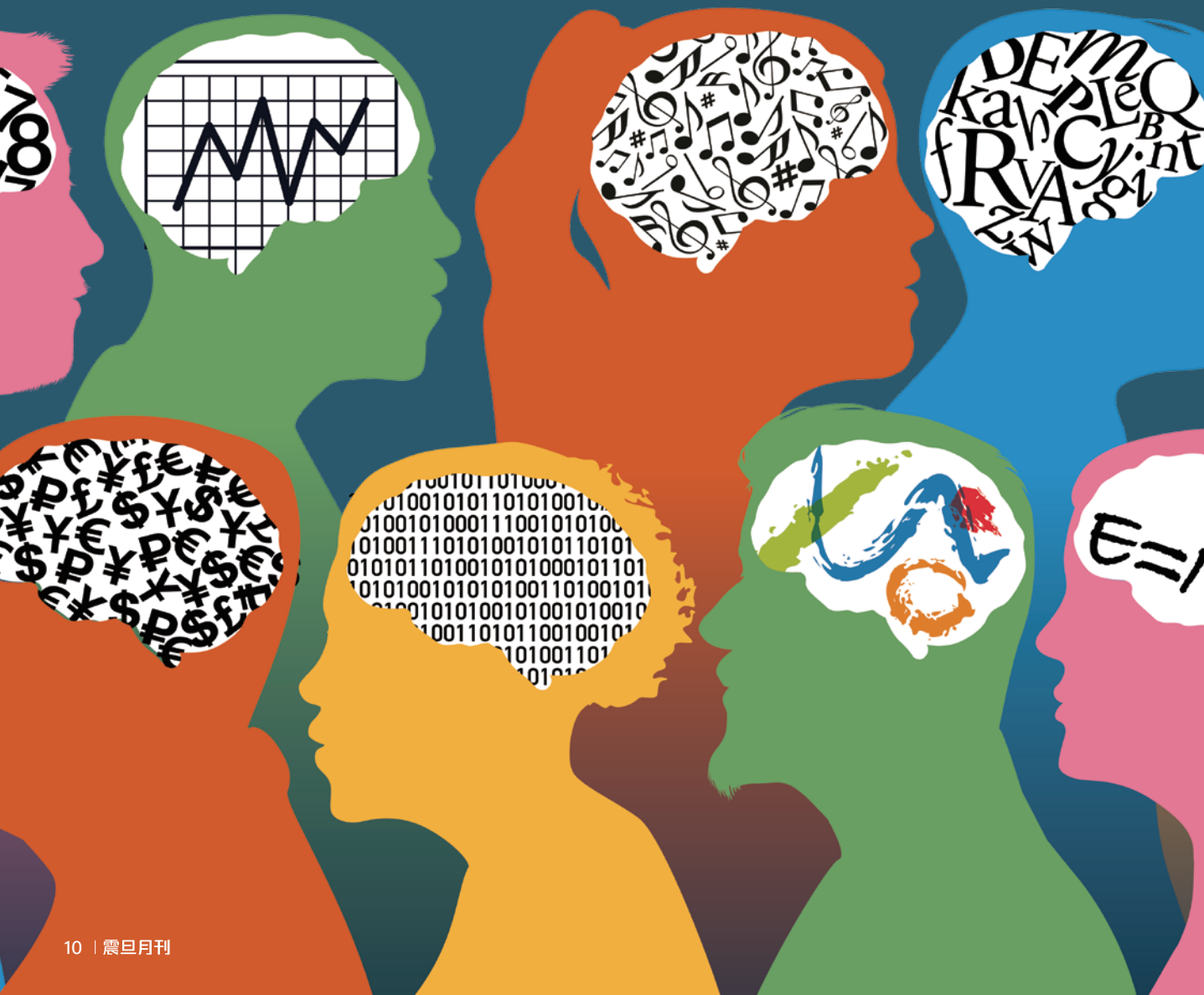
乐高后来成立“乐高未来实验室”作为新点子的创造空间，因此开发出给成人的乐高建筑组合、给对机器人有兴趣人群的“乐高Mindstorms”、募集群众想法的“乐高Ideas”平台，以及提供小朋友安全社群网络的“乐高Life”线上APP。

乐高本身就像堆积木般一次加一个，持续不断打造再重新打造，解构再创新。乐高是世界知名且非常成功的玩具公司，但它仍属于克里斯蒂安森家族私人拥有，总部也依旧设立在必隆小镇。除此之外，几乎所有事情都改变了。这家公司史诗般的成功直接来自它发现新契机的能力，而非紧抓旧机会不放。乐高之所以能继续登上高峰，是因为它拥抱“打掉重练”的哲学。 **A**

永续思维

具备“弹性思维”的企业，能在诡谲多变的环境下生存，
在面对挑战性时，也能挖掘新想法，运用创新解决问题；
让企业长青、永续经营不再是遥不可及！

序言／苏美琪；文／彭建文、兰培生



永恒长青



CHAPTER 1

卓越企业的高效工作法
培养高弹性“商业思维”的能力



CHAPTER 2

打造高弹性思维力
让人才永续发展





CHAPTER I

卓越企业的高效工作法

培养高弹性“商业思维”的能力

文/彭建文·品硕创新管理顾问执行官

卓越企业是如何以特有的管理模式和工作方法训练人才？作者以十年芯片行业历练和多年企业辅导心得，带你理解成功企业的经营思维和高效率工作法，帮助所有职场工作者从思维养成开始，累积工作实力，让实力成为自己最好的靠山。



看更多精彩内容

以我的观点，商业往来是一种“赚钱的方式”，企业要续存就必须不断赚钱，这个观念其实非常白话。而让企业保持获利、持续走在进步的路上，具有前瞻性的策略、谋划，就是“商业思维”。这条商业之

道需要不断往前看，不能被局限在你的视线范围，也就是说，除了解决问题，更是办公桌之外所有职场人士都应具备的专业能力。

不同职位有不同的商业思维，养成的方式也不同，但其目的都一样，都是为了让公司和自

// 不同职位有不同的商业思维，养成的方式也不同。任何工作都不能只顾到眼前，必须了解公司经营所具备的商业思维，让思考不会局限于单一维度。 //

己发展更好、更稳定。以工程师来说，工程师的职责是以自身的专业技术和知识解决公司问题，但我总会建议他们，不要只做自己负责的项目，也要从中养成自己的商业思维。

简单来说，任何工作都不能只顾到眼前，必须了解公司经营所具备的商业思维，如此一来，思考才不会局限于单一维度。

我的商业思维主要是成长背景与工作期间的养成，我相信商业思维是每一位职场人士都应具备的能力。以下我从四个观点来说明商业思维的重要，我以工程师为例，但你不必一定是工程师，这个概念可套用在任何职场人士身上。

培养商业思维的重要

① 更了解自己的工作，工作态度更宏观

商业思维，可以让工程师从宏观的角度看待自己的职务，了解工作的市场价值，进而产生成就感和使命感。

比如说，有些工程师可能自认就是生产线上的螺丝钉，但若知道自己所生产的是飞机上相当关键的一颗螺丝钉，工作意义就会显现，从而产生使命感。

② 从商业的角度，了解工作对公司的影响

从商业的角度，看出自己的工作对公司的影响，并能站在领导的立场，用相同语言和他对话。

想象一个情境，今天有两个产品报废，一般工程师很可能会直接反应问题本身。但商

业思维可以让你看到问题对公司的影响。例如，两个产品的报废共造成400万损失，可能会稀释掉本月每股获利0.002，这样更能理解产品报废的严重性。

③ 看清局势

职业生涯选择上，商业思维能让你对市场更有敏锐度，预知环境未来的走势与变化，提前做好准备。在一家公司，你就是公司的一分子，所以千万不要将自己局限在专业工作，不关心公司的营收与财务状况，只懂傻傻做事，甚至连公司的资产被掏空了都不晓得。

当公司遭遇危机时，拥有商业思维的人，往往会最先察觉，因为他能从大环境发觉问题，进而想好自己的退路。就我的观察，很多不具备商业思维的工程师，在工作上都非常专业导向、非常固执，也很难沟通。公司裁员时，这些人往往会成为优先顺位，因为他们不懂得用成本的概念帮助公司节省支出、获取更大利润。

当你具备商业思维，工作时就会注意到更细节的问题。比如说，你从公司的财报或与主管的交谈中，得知公司去年营收3,000万。那么这3,000万中，固定成本有多少？每月给你的薪资有多少？当中毛利又有多少？

当你算完之后发现，公司赚很多，但配给员工的股票与薪资却很少，那代表什么？这可能也代表领导吝啬；相反的，假如算出这家公司赚不多，但员工福利都很好，代表领导也许很大方。这些细节你可以在脑中仔细运算，得到别人都没有的讯息。

拥有商业思维会让你的思考不只有单一维度，了解公司的经营状况，会帮助你看清身处的局势。

④ 胜任管理职与创业的必备技能

如果你将来想从事管理职或选择创业，那就必须具备商业思维。身为管理者，可能常要与顾客、领导开会，而从商业的角度分析局势，就是他们的共通语言。

管理层的谈话，几乎没有你在工作上常听到的技术、专业用语，他们总是在谈市场数据、顾客嗅觉、营收成本分析等等，是以公司经营的角度看待问题与决策。

培养四种能力 弹性应变提升视野

如何养成有弹性、“应万变”的商业思维能力呢？我建议先从四种能力培养起：产品思维能力、市场思维能力、财务思维能力、竞争者思维能力。

1 产品思维能力

所谓的产品思维，是指清楚了解自己家的产品，不单只是看得见的产品，而是这个产品在市场的样子。例如，你做的产品是零配件，那就必须知道它用在哪，可能是笔记本电脑、手机，或是家电。

知道它的用处后，你必须对整个产品的上下游供应链有初步理解。例如，使用这个零配件的手机，是用什么样的面板、配备的软件又是什么？接着再去研究这项产品的优缺点。这些思考的锻炼，会帮助你知道自己在做什么，不会让你的思维局限于“我只是生产零配件”的工程师。

2 市场思维能力

产品的最终目的是市场，因此除了产品面的思考，市场面也需具备。这不是要求你潜心钻研营销与市场，而是至少了解市场的趋势与变化。

以生产零配件的工程师为例，可以试着了解未来智能手机的增长率。使用自家零配件的品



牌，市场份额如何？近几年是增长还是衰退？拜网络发达所赐，这些趋势和相关数据很容易搜集。

接下来，进一步探讨这些数据背后的意义。例如，当你发现使用自家零配件的手机，每年销量都是以20%的速度增长，市场的需求增加，那就代表公司未来的营收可能大幅增长，就看自己的公司能否在未来几年提高产能，以满足市场的需求。

3 财务思维能力

科技大厂的员工都要有成本概念，因此公司会特别开设相关课程给员工进修，这门课是“非主管级的财务课”，专门教授员工看懂公司的三大财务报表（利润表、资产负债表、现金流量表）。当然，员工可自行决定是否要选修这些课程。

试想，如果一个工程师了解公司财报，就能用公司经营的语言来思考。他可能会想：公司上个月的营收不错，下个月财务报表显示还有20%的增长空间。那他自然会浮现愿景和责任感，因为自己的工作会在某方面影响公司的营收或成本。

并不是每个人都应该钻研公司财报，我强调的是“财务思维能力”的重要。财报里有两个非常重要的概念，我建议每位职场工作者都应该了解：成本跟营收。

我在企业授课时，常会问听课的学生们不清楚自己公司的成本结构，是人事成本高、固定成本高，还是变动成本高？我也会问学生，知不知道公司一个月营收多少？毛利多少？EPS多少？甚至再深入一点问，跟去年相比是增长还是衰退？当你越了解成本结构，就会越知道如何降低成本，增加公司营收。

养成财务思维能力能更了解领导的想法。



例如职位空缺，站在员工的角度，当然希望多一个人分担工作量。但站在领导的角度，多雇佣一个人，代表人事成本增加，那么更应该考量公司的营收是否能得到相应的增长。

4 竞争者思维能力

最后一个也是最重要的，就是“竞争者思维能力”。例如主管会反问：我们的市场份额多少？英特尔（Intel）市场份额多少？想超越竞争对手该怎么做？

凭良心说，当时刚进业界的我根本不知道英特尔怎么做，自己的事都做不完了，哪有时间想其他对手。

但是主管的问题其实是要刺激我们不断思考，想想任何可能。这段历程中，也无形训练了我们的商业思维。

商业思维是一项专业，也是一种能力，我希望每一位职场工作者都可以从产品思维、市场思维、财务思维与竞争者思维等四个维度着手，进而养成自己的商业思维。当你具备这些商业思维，就能拉近你与管理层的距离，看待事情的角度也会更宽广，公司也会因你而有所不同。A

本文出自：思维的良率／《商业周刊出版社》



CHAPTER 2

打造高弹性思维力

让人才永续发展

文/兰培生·知名人事主管协会人资策略专家

面对挑战，有人停滞不前，有些人却能升级进化？不论个人或企业，关键就在如何突破旧思维，培养高弹性思维与创新能力，来应对各种变化，成为更好的自己！

若是 从字面意义上解读，仅止于『思考比较有弹性』；但是什么又是『思考有弹性』？『思考有弹性』的内涵又是如何？是乐于接纳不同的意见（Open-Minded），能够快速转变自己的想法、思维模式，遭遇挫折也能愈战愈勇，像海绵一样快速吸收与学习，还是囫圇吞枣？或是消化吸收

其深藏内蕴、并获得创新灵感与启发？

若是在大街上做路人的随意抽样调查，询问每个被调查者，如何定义、解释或解读『高弹性思维』？可能会出现许多天南地北、天差地远的不同见解。有些学者专家将『高弹性思维』定义为『逆境复原力』也就是『从遭遇的心理创伤、或逆境中复原的能力』。

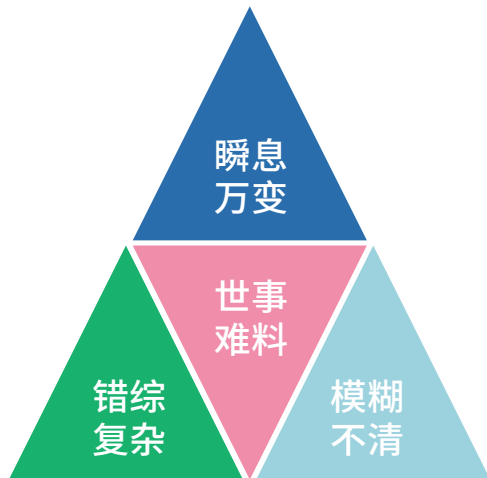
// 从挫折与逆境经验中，以包容与自省为基础的持续学习，得到创新性的自我精进并融会贯通；特别是面对外在环境快速变迁下，做出迅速、立即的应变与调整。//

若是如此定义，『高弹性思维』与过去所谈的AQ（逆商Adversity Quotient）的概念非常接近。因此，我们不妨以更宽广与多元整合的概念，深度并创新解读『高弹性思维』！

在此原则下，尝试对『高弹性思维』做出以下的操作性定义：『从挫折与逆境经验中，建立以包容与自省为基础的持续学习，并从中得到创新性的自我精进，达到融会贯通境界；特别是面对外在环境快速变迁下，做出迅速、立即的应变与调整』。其中，『包容』、『自省』、『持续学习』、『创新』、『融会贯通』、『快速应变与调整』等能力，将是『高弹性思维』的核心！

为何需要『高弹性思维』？

我们所处的这个时代，是个怎样的时代？有人说这是个信息爆炸的时代；也有人会说，这是个『唯一的不变就是变』的时代！正如狄



更斯所说：『这是最好的时代、也是最坏的时代』。

以下简述当前时代下，我们正面临哪些事件与趋势影响：

1 瞬息万变的时代

新冠疫情颠覆整个世界，俄乌战事引发全球能源危机、粮食危机，还有如影随行的气候危机。

2 世事难料的改变

病毒BA4、BA5究竟会冲击我们的防疫机制到何种程度？俄乌战事何时结束？通货膨胀何时结束，物价何时才能趋稳？

3 错综复杂的变化

各项因素的多元纠结，例如：世界各国原本达成协议，计划通过减碳延缓“全球变暖”；然而俄乌战事引发的能源危机，打乱了各国原本协定的能源政策。

4 模糊不清的未来

世界前景、企业前景、科技前景等，目前都暧昧不明；疫情期间所有的趋势专家都预测线上消费将是主流，实体消费将逐步被完全取代；但是事实证明，疫情逐渐趋缓后，人们依然热衷于实体消费。

培养『高弹性思维』的七大条件

1) 敏捷学习力：

敏捷的学习包含，掌握全球趋势与脉动、持续吸收新的观点与做法；并举一反三、触类旁通，切勿囫圇吞枣式、未仔细消化的学习，因为这只是一种伪学习。

2) 融会贯通的创新力：

只能受限于他人的思维模式下，将无法跨出他人的框架限制，永远活在他人的阴影之下，无以走出自己的特色与风格！所以在学习时，必须注意结合自我原本既有的特色与

专长，加以融会贯通，进而超越他人思考模式，寻求更进一步的创新与突破。

3) 挫折忍耐力、低谷回弹力：

每个人在遭遇挫折后，心灰意冷、意志消沉，都属人之常情；关键是在低潮过后，能否有『哪里跌倒，就从哪里重新站起』的勇气与斗志。因此，仅仅是忍受挫折依然不足，最重要的是能重新振作，打败挫折！

建议可以经常自问自答以下问题，例如：从过去自我经验中，面对挫折过后的低潮期，通常需要多久时间，才能重新奋起？另外，从高峰走下谷底并不可怕，关键在于从谷底，再度站上颠峰需多久时间？

4) 自律、自省能力：

自律是对自我的严格要求；自省更是一种自我回顾，客观自我评估的能力。绝不是盲目的自我膨胀、自我感觉良好；更重要的是能在自省之后，追求不断的自我改善与提升。



// 培养高弹性思维时，必须注意结合自我原本既有的特色与专长，加以融会贯通，进而超越他人思考模式，寻求更进一步的创新与突破。 //

5) 使命愿景理想力：

『使命』是一种对自我存在价值的定义，『愿景』则是指对自我或团队的长远目标；应宣扬自我的使命与愿景，感染他人情绪，并促使他人追随的一种能力。

6) 工作心态上：

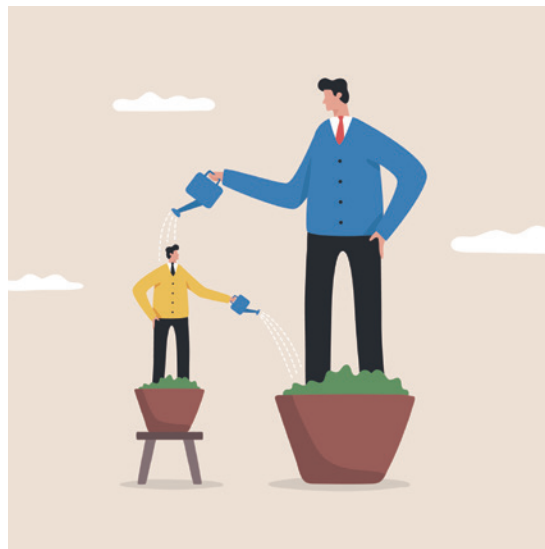
最近这几年被广泛讨论的是心态的差异，如：『成长心态』上，承认错误、自我检讨、学习与调整。相信人可以通过努力或其他方式获得成长及改变；另一种是『僵化心态』宿命论，画地为牢，将一切归咎于天定，阻碍自我提升的脚步。

7) 抗压性上：

抗压性的能力培养，包含两大元素，一是面对压力时，如何自我调适，放松自我；二是面对困难问题时，能提出有效解决方案的能力。

古语有云『岁寒，然后知松柏之后凋也』，『路遥知马力、日久见人心』在长时间的观察或重大事件的考验与冲击下，才能真正看出个人本性。是否具备上述七大条件则需要长期观察。

而长期的观察建立在对被观察者，在应对不同困难与挑战下，展现态度、作法与行为细节。这样的观察包含宏观与微观两大部分；宏观面看到的是事件发生的背景与演化的过程；微观面从各行为细节中『见微知著』。这种宏观面下的『见微知著』是一种长期功夫，必须在同事之间相互共事，长期



朝夕相处的前提下，才能得到真正深度的观察。

培养『高弹性思维』人才的两大步骤

第一步是选对人，在企业内部各个阶层里，从日常工作观察下挑选具备前述七项条件中，符合程度最高或较高者，优先给予学习、磨练机会。第二步是通过工作中不断实战历练，进一步确认每项条件具备的程度；并渐进式提升所给予各项磨练的挑战度。循环往复这样的过程，假以时日，必成大器。

『高弹性思维』的优秀人才在企业中虽不多见，但绝对不会完全没有。企业内管理层必须先有重视『高弹性思维』人才的共识，后续才能循序渐进，逐步有效发掘、培育，历练『高弹性思维』人才；在不断的实践历练过程中，通过观察与确认我们选拔了『对』的人才。最后，再针对性给予发挥的机会。 **A**



奥美共同创办人

图片提供 / 天下杂志出版社

庄淑芬

探索新世界、心管理、新世代

文 / 天下杂志出版社

奥美共同创办人庄淑芬，纵横广告界30年，走过广告产业风起云涌的变革；以放眼世界的丰富阅历，传授给大家她的实战心得；并提出现代领导人应带头解放职场自由，在面对新经济、新世代来临时，应具备创新管理方式，探索更多的可能性。



看更多名人讲堂

当你

碰到从事传播沟通的创意工作者，问他们擅长哪种产业，或者

偏好构想哪种创意？十之八九，他们不会正面作答。

// 在科技为人性服务的普世价值下， B2B和B2C的传播沟通模式早已模糊界线，相同大于不同。于是，向人性靠拢的“B2H”（Business to Human，企业对人沟通）一词随之诞生。 //

如果直击对方，要求在B2C（企业对消费者）和B2B（企业对企业）之间做选择，则对方几乎毫无例外回答如下：“我喜欢B2C胜于B2B。”再问何以故？“前者让人发挥创意的空间大多了。”

在这一行，创意人员最在乎的就是发挥创意。而B2B讲究顾客旅程，源于数据并深入挖掘分析的理性思惟，对创意发散性思维形成一定束缚，右脑发达的创意人才难免望而生畏。

迈向“B2H”，发挥大创意

无独有偶，麦肯锡2017年初发布的文章《衡量B2B的数字鸿沟》，曾经提及全球企业数字转型之际，在评估数字智商（Digital Quotient）的四大层面。除了企业文化无分轩轻外，数字策略、组织架构、专业技能等，B2B企业远远落后B2C。简言之，运用数字科技与工具，以改善业务和提升顾客体验方面，B2C创新领先。因此文章中呼吁，B2B企业应效法B2C，从中学习启发灵感。

在我看来，企业弥漫的创新气息是否浓厚，也就意味着创意空间的大小。多年来，我们不断探讨并观察B2C和B2B的本质差异，针对六大层面如市场规模，购买频次、顾客关系、购买决策、采购人员参与和其影响力，以及知识技能等逐一比较。

B2B与B2C最大区别在于：前者涉及采购小组的深入参与，采购过程多元复杂，同时重

视良好的顾客体验和关系。值得一提的是，面对同质化的产品和服务时，B2B顾客能够锁定可以提供解决方案，并可信任的专业伙伴，而非普通的供应商。

不过，与此同时，在科技为人性服务的普世价值下，我们发现B2B和B2C传播沟通模式的界限早已逐渐模糊。于是，向人性靠拢的B2H（Business to Human，企业对人沟通）一词随之诞生！

究其原因，不难理解。新一代的B2B产业顾客，多为数字原住民。他们在顾客购买旅程中，强烈依赖四通八达的社交网络提供讯息。这群人下班之后也是消费者，他们体验到B2C厂商发挥现代科技的便利性，并从中享受前所未有的服务与产品。自己作为消费者的体验，让他们在为企业采购做决策时，也希望创造出等量齐观的高品质品牌体验。



尽管在目前的B2B市场中，企业最高管理层仍掌握最终决策权，但在权力逐渐下放的商业世界，成长于互联网土壤的一代青年主管员工，犹如企业守门员，其影响力不容忽视。随着B2H的概念被广为接受，B2B的品牌沟通，也从传统注重产品诉求的理性考量，转向更关注情感价值的感性消费。

大家熟悉的IBM，是B2B产业翘楚。但它早在2016年就推出一系列关于人工智能系统“华生”的宣传活动，该系列宣传活动注重兼顾实用与美感，这与B2C的理念颇为相似。

跨越界线，混搭创意

事实上，在规模庞大的市场，B2B产业推广与B2C品牌宣传，都是交叉运用付费媒体、自媒体和流媒体等，并在构思传播内容时，以平台大创意（platform idea，多以品牌宗旨为核心）打通所有渠道，拟订内容策略。

如今，企业更力图打破窠臼，绞尽脑汁讲好故事。个性化消费的时代，太平鸟女装希望能够根据用户画像，真正做到精准销售，“千店千面”。客户试穿衣服之后，店员介入了一个动作：拿出自己的手机给顾客拍照。店员会研究用什么APP、什么样的滤镜、什么样的姿势拍照片比较好看。拍完之后，可以顺理成章地添加客户的联系方式，随后可以给顾客打上标签，标注她喜爱的款式、尺码，与顾客产生深度的信任关系。

通用公司，有130年的历史，经营能源、航空、医疗等产业，也提供金融服务，在历年全球品牌价值排行榜名列前茅。自从把B2C业务割舍后，便一心一意经营B2B产业。自2015年开始，通用以数字工业公司（Digital Industrial Company）的新定位面世。热爱科



学与科技的通用人，一直对公司作为引以为傲。如今，他们要如何发挥影响力，让世人更理解通用之道？

大品牌做大事，建立思维领导力是其中之一。越来越多企业在广受欢迎的短视频平台如抖音和B站，以赞助、协办或主办之名，活跃其中。他们跨越界线，以直击人心的大创意，不断对B2H做出更精彩的诠释。

疫情后新工作形态，追求弹性自主

线上调研公司CareerAddict在2021年疫情爆发后，公布“工作大未来”报告。结果，近6成受访者相信自动化和AI会正面影响工作绩效，高达75%的受访者更认为生活和工作从此可以平衡。不过，也有三分之一受访者担心工作将被取代。

// 越来越多企业在广受欢迎的短视频平台以赞助、协办或主办之名，活跃其中。他们跨越界线，以直击人心的大创意，不断对B2H做出更精彩的诠释。//

年轻世代认为一周工作4天，有助于提升生产力。少数人愿意降低薪水以减少工时。93%的受访者愿意接受技能再训练，并乐于终身学习。事实上，与日俱增的千禧世代与Z世代，对职场要求有增无减，也日益严苛。他们对技能学习与发展抱持高度期待，渴望信息透明，拥有更大的工作弹性。比起其他世代，他们追捧职场自由文化，期望工作项目自主、进度自我把控。无论上班时间和办公地点都能来去自如，满足个人需求。

除此之外，近几年疫情蔓延的客观影响，加上科技的便利，使得工作方式进一步改变。诸如年轻世代趋之若鹜的WFH居家上班模式、线上会议、移动终端的即时沟通、方兴未艾的无接触经济等。

在这样的趋势下，现代企业如何打造新世代向往的职场文化？如何注入自由自主的工作氛围？

职场管理也要创新

适逢世代交融之际，主管与员工必须同心协力，已上路者要更新强化，未启程者必须加速行动、探索可能。可通过以下4个象限着手：

- 1 体制改革，打破固定思维：选定创新项目，组成多元团队，碰撞创意火花。
- 2 环境改变，增添创意元素：破除传统隔间，运用五感体验，营造愉悦氛围。
- 3 改变规则，落实自主管理：不拘办公形

式，不限上班时间，讲求责任到人。

- 4 协作改造，优化交流机制：锁定特定挑战和机会，让年轻员工发挥创意，提出解决方案。

凡事坐而言不如起而行，用脑用心用手，现代领导人带头解放职场自由，正逢其时！ A

名人档案 |



庄淑芬

奥美共同创办人

奥美共同创办人，奥美全球董事会董事。广告业界的Campaign杂志曾将她评为亚洲风云领导人，CNN Leading Women 之一，2019年获Yahoo Finance HERoes 认可为全球百位女性管理楷模。

好书推荐

《广告女王在想啥？》

奥美共同创办人庄淑芬的36篇趋势笔记：探索新世界 / 心管理 / 新世代



出版社：天下杂志出版社
作者：庄淑芬

书中有现象、有趋势、有数据、有解决方案，这些前瞻的洞察，都来自作者以她的慧黠双眼与敏锐神经，深入浅出阐释。带领营销人打开视野、掌握未来趋势。

让微软市值增长6倍 同理心的关键力量

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

微软（Microsoft）股价在执行官萨帝亚·纳德拉（Satya Nadella）接手近7年，市值增长了6倍以上！微软执行官在受访中多次提到无论管理还是产品开发，同理心（Empathy）都是重要的关键因素！

QA

关于“领导力”，微软执行官纳德拉提出关怀才是真正价值所在，而关怀就是你必须具备同理心，从被你领导的对



// 善用同理心可以降低沟通成本，通过言语表达我们的情绪，让彼此的关系发挥润滑剂作用，拉进双方的心理距离。让同理心成为一种“好人”的品质。//

象角度看事情，这一点让我特别有感触。大家对同理心这个概念都不陌生。人与人交往中，同理心意味着设身处地为他人着想，站在对方的立场去感受对方的思想和情绪。

善用同理心可以降低沟通成本，通过言语最大程度表达我们的情绪，让彼此的关系发挥润滑剂作用，拉进双方的心理距离。我们不仅在“人与人”的互动中会想到同理心一词，也直观认为这是一种“好人”的品质。

Q1 什么是同理心？



在心理学上，同理心（Empathy）包含两个层面：认知同理心和情感同理心。

1 认知同理心 (cognitive empathy)

需要想象和智力，有能力理解另外一个人的处境，能想象从他人视角所看到的东西。有认知同理心的人，有能力创建想象的画面——“我若成为他们，我会有什么经历？”比如，他是某本杂志的忠实粉丝，那每月出新期刊时，他必然会去购买。

2 情感同理心 (affective empathy)

是一种体会他人所处的情绪，是一种情感体验。比如：看到他伤心，我也伤心；看到他快乐，我也快乐。比如，一岁大的宝宝看到其他宝宝哭泣，自己也会做出类似反应，而到了11岁左右，孩子们才会具备比较完善的观点选择能力，即认知同理心的能力。

因此，同理心是能看到他人视角、能体会他人情绪的能力。认知同理心和情感同理心相互独立，又紧密联系。无论是缺乏同理心或过度同理都需要调整。

Q2 同理心和同情心的区别？

许多人混淆了同理心和同情心，同情通常是指一种看到他人悲伤后，自己产生的情绪反应，是一种情感体验，而没有真正理解对方的处境是什么。而同理心，则是设身处地想象自



己处在他人的环境中，体验他人情绪、想法或观点的能力。

比如说，他人搞砸了顾客关系，因此唉声叹气，你同情的反应可以是为他感到哀伤，也可以是自己也有同样的遭遇所以觉得同病相怜，关注点在自己身上。同理心则是我正在体会他人的情绪，是以“他人”为中心，“自己”没有那么重要；而同情心，是以“自己”为中心。虽然我们愿意对这个伤心的人表示安慰和同情，但我底层态度是，看到他伤心，觉得他很可怜。

Q3 同理心对职业发展有什么帮助？

同理心是职场必要的技能，和人打交道的能力会影响你的成功，通过对于情绪的理解和沟通将直接影响目标达成。

同理心带来的帮助，可以分为以下四点：

1 沟通更高效

当别人感到被理解时，他们更愿意分享和配合。同理心有助于打破障碍，建立人与人之间的联系。在许多有压力的职业环境中，这种联系可能是决定成功与失败的因素。

2 增强团队协作

同理心是一种对他人需求和担忧创造出积极的结果。这种情绪感知可以帮助别人提升自信。这种自信反过来又激励他们充分发挥自己的潜力，使得团队的战斗力和凝聚力都上升一个台阶，从而达到更好的业绩。

3 营造积极的工作环境

对员工来说，当团队领导者具有同理心时，员工会觉得自己的工作能力被认可，自身的努力有价值，从而更愿意为管理者、为公司奉献自己。

// 同理心是一个强大的沟通工具，善用同理心让自己在工作中产生重要影响力。能快速理解情绪感受，快速产生合适的应对模式，进而形成对应的策略。//

4 加速商业活动建立信任

同理心作为成功跨文化交流的第一步，它建立了商业活动中人与人之间的联系。拥有同理心，能帮助你开展积极的社交互动，加速信任建立从而使工作顺利推进，助力自身职业发展。

Q4 如何运用同理心应对职业生涯挑战？

同理心是一个强大的沟通工具，善用同理心会让自己在工作环境中产生重要影响力。在商业环境中，情绪状况、矛盾冲突、意外情况都可能发生，而同理心能让我们快速理解情绪感受，快速产生合适的应对模式，进而快速形成对应的策略，在局势上可以处于领先地位，有利于我们在问题恶化前，率先找到控制状况的方法，而非由不理性未经思考的情绪左右我们下一步的行为动作跟决策。

同理心可以让领导更理解员工的感受，让员工更加感受到被关心、认可和尊重，让顾客在情感上更加觉得被理解，这一切都会让人与人之间的互动与联系更为紧密，让我们更好的应对当前多元化的工作环境，从而在职业生涯里走向成功。

Q5 企业如何培养员工同理心？

越来越多企业在规划人才发展项目时，将“同理心”列入软实力培训的必修课。设计思维（Design thinking）更是这几年最受企业欢迎的创新方法论，因设计思维的第一步便是“同理”。知名创新老师余佩珊在创新创意领域深根20多年，她认为同理心有以下5大元素：

- ① **共同体会**：5感全开
- ② **聆听对方**：学习提问技术，从对方的历程去展开探询
 - 重复——让对象感受到专注聆听的心意
 - 确认——对方话语的聆听
 - 探询——从述说者的视角出发
- ③ **共创探索**：对对象的历程感到好奇
- ④ **换位思考**：同感而不用同意
- ⑤ **共情陪伴**：停止分析与建议，在感受上与对方同在

以同理心赢人心

- **同理心是『道』**：
是走向关联式领导力的基本心态和格局。
- **同理心是『法』**：
是建设欣赏式领导力的能力，放下自我观点的批判与评估，看见对方的观点与视角，并给予肯定和接纳。
- **同理心更是『术』**：
是创新话术的学习与建设。通过引导式的提问，达到用户洞察与陪伴。 **A**



企业决胜关键——ESG

赋能品牌新价值

文/蔡承璋·优乐地永续服务股份有限公司执行官



看更多ESG趋势

全球普遍高温，热浪影响之大，创下多个历史记录，先是气温突破45度高温，再是森林野火频发，冰川大面积消融，暴雨洪灾此起彼伏……气候问题必须引起全人类重视！

专栏作者 |



蔡承璋
永续创新专家

科学

家早就提前警告过我们，早在2018年联合国气候调查报告就曾

经发布“人类红色警报”，2030年前必须将温度上升控制在1.5°C，否则人类将面临严重的气候与环境的反扑。2021年联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）在8月9日更发布第六次评估报告（AR6），若现在没有控制碳排放量，2040年地球气温将比1850年至1900年

// 各国政府宣布加入2050净零排放的行列，企业经营不仅只有减碳的议题，还包括水资源、能源、废弃物、人权、原材料短缺、供应链等议题，对企业带来全面性的影响。 //

的温度高出1.5摄氏度、2050年前北极将在9月出现至少一次冰雪全部溶化的情况、即使温度只上升1.5摄氏度，一些“史无前例前所未有”的极端事件也会越来越多地发生。

除此之外，许多地区的火灾天气将严重影响经济与生命财产，包括干旱、热浪、暴雨、森林大火、粮食短缺等问题。联合国跨政府气候变迁专家小组初估，全球升温达1.5°C，全球经济损失高达54万亿美元，若升温达2°C，损失更高达69万亿美元。（2021年全球的GDP总额约为96万亿美元。）

如何避免气候变迁带来的影响？

目前最好的方式只有降低碳排放的速度，才能控制地球持续升温所引起的环境危机。若要避免灾难的发生，未来10年的碳排量必须比2010年减少45%左右，到了2050年达到净零排放，将造成全球经济模式的全面革新，并重塑地球上的生态与生活。

各国企业将是第一个面对这波影响与改变



的对象，欧盟率先通过全球首个碳边境调整机制（CBAM）法规，未来企业出口到欧洲市场，都必须购买CBAM凭证，借此鼓励非欧盟国家减少排放，并防止碳泄漏风险，带动全球各国政府制订收取碳费或碳税的机制，以有效降低企业生产过程的碳排放。

企业加入2050净零排放

当各国政府纷纷正式宣布加入2050净零排放的行列，对于企业来说，企业经营不仅只有减碳的议题，包括水资源、能源、废弃物、原材料价格攀升、人权、能源、供应链中断等议题，都将对企业经营带来全面性的影响。也因此企业领导人开始逐渐意识到企业不仅要获利，更要将社会与环境纳入自身的责任。简单地说，过去企业一味追求的EPS，无法真正反映出内外部可能存在的风险与挑战，因此开始反思与强调ESG（环境、社会与公司治理）的重要性与绩效。

10年前我在推动和宣扬ESG时（当时多称CSR），有媒体朋友私底下告诉我，以他们推动的经验，这个议题很难受到企业关注，原因在于当时的企业对ESG的兴趣与认知都不高，愿意参与的比例自然就更低，而这两年ESG一跃而成为企业家们热切交流的话题。大多数的企业家就会很认真的找我讨论要怎么做ESG。为了让他们了解ESG发展不是一步登天，而且不会那么快产出价值，我喜欢用黄金三角法则与永续发展六阶段来分享。



什么是永续黄金三角？

想象一个三角形划分为三等分，最下方的基础是法规遵循、中间则是风险预防、最上面则是ESG永续实践。依据建议，ESG的发展一定要先以法规遵循为出发，ESG非漂白、漂绿的行为，必须确认公司是否符合国际环保及安全卫生法、劳基法、消防安全法、公司法、个资法等与永续议题有关的法规后，接着了解内外部现存或即将发生的问题，包括气候影响、

水与能源问题、供应链管理、原材料短缺与价格、废弃物处理等风险，逐一检视这些风险后，开始拟定经营与永续发展策略，设定出对公司风险与挑战的各项短、中长期目标后，就可以开始进行ESG的推动与实践。

永续发展策略则可通过“ESG永续发展六阶段”协助企业实现永续。这是参考联合国环境署可持续金融项目联席主管赛门·查达克（Simon Zadek）的CSR发展路径，并根据ESG辅导的实践经验，将企业推动永续从初期到后期分成“探索期”、“遵循期”、“管理期”、“转型期”、“策略期”、“永续期”。

遵循ESG永续发展六阶段

首先“探索期”是指企业因获利后，基于回馈的心态，采取最简单的方式进行社会公益或员工关怀；“遵循期”则是公司开始导入ESG相关政策，但并未与公司的经营业务结合，其推动费用视为经营成本的支出；“管理期”则是企业开始将ESG作为短、中长期的经营目标，从上而下开始制订与推行永续



“永续发展策略则可通过“ESG永续发展六阶段”协助企业实现永续。将企业推动永续从初期到后期分成“探索期”、“遵循期”、“管理期”、“转型期”、“策略期”、“永续期”。”

政策；“转型期”则是企业主动由下而上推动ESG各个项目，并以此成为企业转型创新的机会；“策略期”则是企业业务结合永续理念，并依据公司的核心竞争力，发展出符合永续的新商业模式，与利基市场；“永续期”则是企业发挥影响力，主动进行ESG议题的倡议，将ESG融入企业经营的DNA。

通过上述有目标与有系统的发展，可以帮助企业阶段性的发展，并随时根据市场需求而调整，降低转型带来的风险。这几年也有许多企业通过ESG的指标或策略，成功发展出属于自身的商业价值。

case1_让最后一公里更低碳

哈啰单车走上街头已有五年，其全国累计注册用户数量已突破五亿人。哈啰单车的出现，不仅增加了人们出行的选择，便利了人们的生活，更促进了绿色经济的发展与完善。

截至2021年底，哈啰用户累计骑行427.7万公里，累计减少碳排放近200万吨，为低碳出行建设方案提供了参考范本。哈啰也在生态伙伴大会上面向近400家生态伙伴发起“绿色质造公约”，倡导践行“生态优先、绿色质造”。

case2_让闲置资源循环起来

《2021中国闲置二手交易碳减排报告》阐明了闲置物品交易业务等循环经济体系，在节能减排方面所发挥的重大效应。从2015年创始时起到2020年末，转转平台所完成的178.3



万吨碳减排，相当于传统燃油车绕地球赤道行驶25万圈。而转转平台在这个过程中所实现的能源减耗，也达到了惊人的2372.4GWh，足够支撑中国20万户家庭一年的能源消耗。其促成的超2000万册二手书籍交易，相当于让17万棵森林树木免遭砍伐。

以上两个案例都是企业努力发展ESG的案例，相信绝大多数中大型企业，只要通过ESG的赋能，就能强化面对未来风险的韧性，也能进一步巩固在国际市场的竞争力，彰显企业品牌的价值。 **A**



强调营造纾压氛围的浴缸，满溢时就像星级酒店的无边际泳池。

疗愈系设计（上）

纷扰世界中 “疗愈力”设计异军突起



看更多经典设计

文／李俊明 · 图／©KOHLER, ©FLYTE, ©Bodyfriend

设计不只是为产品加值、为生活解决问题。在世界愈趋动荡的大环境下，人们对安定心神的渴望也愈发强烈，让设计开始蕴含越来越深厚的“疗愈力”！

“疗愈”很重要，在紧张繁忙的现代生活形态下，具有纾压、安定心神等功能的设计，已形成一股新显学；各个品牌纷纷锁定这股商机，推出让人放松、产生心情愉悦功效的产品，让使用者的心境转个弯，将自己的小日子过得有声有色。

这股趋势中很明显的就是家居产品越来越注重“疗愈”诉求。比如知名卫浴品牌 KOHLER，便推出以“日式森林浴”为灵感的智能型“静谧浴缸”（Stillness Bath），不仅声光俱全，还会营造纾压情境，让人不必出门，也能享受身心疗愈的畅快。



灯光、空气、水，成为精品卫浴营造幸福感的关键三元素，可将精油加入浴缸喷雾器，营造氤氲缭绕的神秘氛围。

精品卫浴 3要素营造幸福感

根据科学研究显示，投入大自然怀抱，往往能带来降低血压、改善心跳过快、舒缓压力、增强免疫系统等优点，因此卫浴产品在模拟自然情境时，便将灯光、空气、水，当作营造幸福感的关键三元素。

以“静谧浴缸” Stillness Infinity Experience Bath来说，由于采用底部入水设计，因此不会有水龙头带来的水花四溅，就连注水都极度安静。使用者可把池水放至最满，满溢时将如同水瀑，顺着表面流至下方的桧木排水线，产生轻柔的落水声，就像星级酒店的无边际泳池。而有了此种环绕式排水槽设计，使用者甚至可将独立浴缸设置于卫浴空间中央，或是面对最美的窗景，应用起来更充满想象空间。

为了更全面照拂身心感受，浴缸还会发出缓和情绪的情境灯光，创造出温暖而放松的氛围。使用时也可将精油加入浴缸的喷雾器，池缘的喷头会漫出若有似无的水雾，营造氤氲缭绕的神秘感，温柔环绕使用者。

最方便的是，除了能以手机App设定专属洗沐流程，创造独一无二的生活仪式感，而且只要开口下达指令，就如同向神灯许愿，即可声控启动注水等功能；通过智能音箱，即可轻松指示浴缸将池水放至半满或全满，或将温度设定在最喜欢的范围，再为使用者徐徐蒸薰舒缓宜人的精油水雾。

挑战地心引力 冥想中如入“禅定之境”

除了借由沐浴的负离子交换，建立令人向往的生活仪式感，另一种产品设计的趋势，则是关照人们对于“放空”的需求。

“放空”听来易如反掌，但其实没想象中容易呢！想真正放下生活中所有的繁琐嘈杂，让内心轻盈享受淡定，其实需要一点辅助，瑞典品牌FLYTE便推出一系列耐人寻味的磁浮产品，创造更多生活趣味。

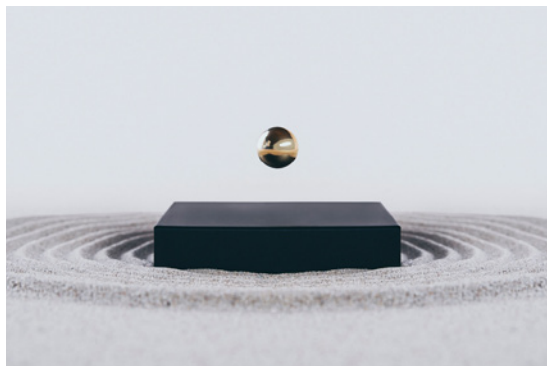
以极具创意的漂浮时钟“STORY故事系列”为例，带有磁性的金属球，能悬空绕着隐形轨道运转，以独特无比的魔幻，证明时间的存在。除了木质基座表面设有隐藏式LED背光

板，能以液晶数字清楚显示时间、气象数据（如月圆的周期等）；基座下方还有光圈，散发出宛如“日全蚀”的光晕氛围。

最神奇的是那颗漂浮的金属球，无论将基座平放桌上，或侧过来固定于墙面，球体都能平行漂浮，就像行星环绕轨道运转。只要点进手机App，就能依照喜好设定运转模式，调整“巡航”速度快慢。

3种设定模式，除了可以提醒周年纪念、生日、即将出发的旅行等事项，也具有计时码表功能，还能提醒使用者会议议程、为植物浇水，或是每隔30分钟起身走动等等。

而同样概念，还延伸出更富空灵禅意的“Buda Ball漂浮球”，设计团队发现，在人们放松的状态下，呼吸会开始规律延长，脑波则开始减缓。于是根据实验得到的纪录，设计出强调“释放心灵”的“漂浮球”，让人们在凝望间除去杂念，在宛如冥想的状态中减轻压力，以令人悠然神往的神秘漂浮，带来气定神闲的禅定之境。



引人入胜的金属球，无论摆放桌上或置于墙面，都能平行漂浮。

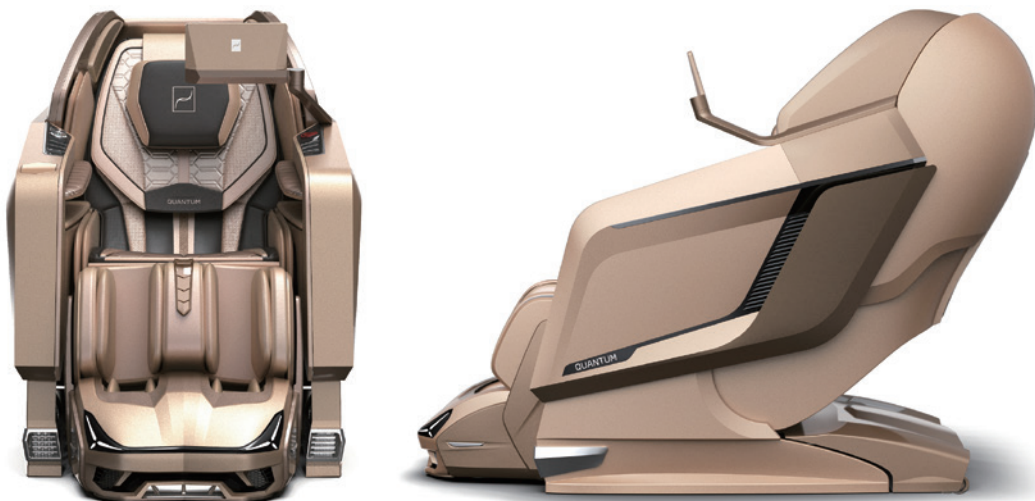
低调精致 在家也有头等舱

想到纾压，通常都不会遗漏按摩椅，那么除了市面上常见的品牌，优质按摩椅是如何融入医学与科学研究，一边活络全身筋骨，一边引领使用者进入深层的放空境界呢？

Bodyfriend去年推出一款量子按摩椅（Quantum Massage Chair），获得拉斯维加斯消费电子展创新奖（2021 CES Innovation Award）肯定，Bodyfriend手上握有1,200多



左图：漂浮球意在协助使用者摒除杂念，进入冥想般的状态以减轻压力。右图：漂浮时钟除能显示时间，还散发出宛如“日全蚀”的光晕氛围。



种专利，也锁定医药、健康、美容等路线发展产品，精确瞄准Wellness商机。

根据专业调研公司Research and Markets预测，按摩椅市场潜力雄厚，而且会在2027年达到17亿美元以上规模，因此Bodyfriend成立研发中心，将科技、科学与医学等研究，融入产品设计中。

比如它就大手笔把物联网、人工智能等技术融入产品设计中，并组成两百多人团队，引进骨科、神经外科、内科、耳鼻喉科、脑部专家、物理治疗师、音乐治疗师等专业意见，将各领域专业注入产品开发。这其中最重要的两个研发计划，就是“心灵按摩”与“大脑按摩”，前者可减少焦虑与沮丧等情绪，后者则能降低压力、稳定情绪，提高专注力。

像是按摩椅便通过内蕴于音乐当中的双音节拍（Binaural beats），也就是利用左右两耳播放频率落差的声响，改变脑波频率，诱发使用者冥想，进入深层舒缓。搭配的背景音乐也有高达52种可选择，通过按摩椅内置的Bang & Olufsen扬声器拨放。

座椅本身也非常精致，除与头等舱的享受不相上下，另搭配10.1寸的液晶触控荧幕，还可缓降后仰，达到170度几乎平躺的角度。不只

具备声音辨识功能，能以人工智能声控，指示按摩椅纪录并侦测你的身体痛点，颈背与上半身的按摩还加入无重力模式，座椅更加入冷却通风与加温设计，并内置安全感测器，不会让温度过高或过低，让冬夏使用都适宜。

另外，“不断电系统”通常只应用于电脑与数据交换等精密设备，但这款产品也加入了按摩椅专用不断电设计，就算突然停电，使用者仍可继续纾压不停摆，创造更多极致享受体验。 **A**



多功能按摩椅融入多样化细节设计，不仅强调能让身心放松，还以AI人工智能等诉求，创造家中的头等舱享受。



颈椎问题频发？

9步颈椎操，改善颈椎问题



看更多健康常识

文/云南中医、开远市中医院

随着电脑以及智能手机的广泛应用，“低头族”越来越多。这类人群因为长时间保持低头的状态，往往深受颈椎病折磨，今天一起来了解颈椎病的那些知识吧！

颈椎病又称颈椎综合征，是由于颈椎间盘退变，导致椎间隙变窄、椎间失稳、椎间盘突出或骨质增生，从而刺激或压迫颈神经根、脊髓、椎动脉或交感神经而引起的综合症候群。罹患颈椎病，轻者头、颈、肩臂麻木疼痛，重者可致肢体酸软无力，甚至大小便失禁、瘫痪。病变累及椎动脉及交感神经，则会出现头晕、心慌等临

床表现。因此，对于颈椎问题，一定要重视起来。

一、易造成颈椎病的错误习惯

1 长时间低头玩手机、用电脑

当人们低头玩手机、用电脑时，整个头颅的重量就会仅由颈椎来承担。若长时间保



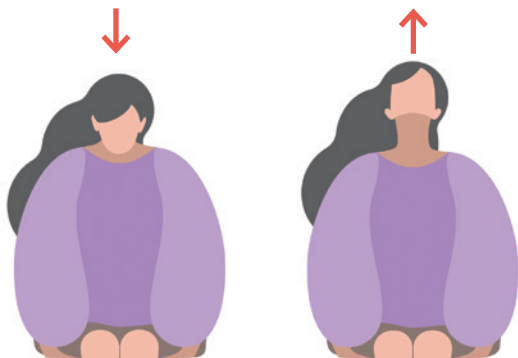
持低头姿势，就会导致颈椎受损，颈椎间盘出现骨质增生，长骨刺。

2 办公桌高度不适宜

有些上班族，每天用电脑的时间在6-8个小时，电脑桌椅的高低也会影响颈椎，若电脑桌太高，就会加重使用者的颈部、肩部的疲劳，从而造成肩颈综合症。

3 枕头太高或太低

人体的颈椎有自然的弯曲状态，我们也叫生理弯曲。若枕头太高，就会改变正常的生理弯曲，从而使颈部肌肉疲劳、损伤，引起颈椎病。枕头过低或者睡觉时肩膀超过枕头，颈椎也容易受到压迫。同时也要注意，仰睡时枕头只睡一半，导致颈椎悬空也可能对颈椎造成伤害。



4 不良姿势

葛优躺，长时间跷二郎腿。颈部、腰部长时间受力，也会导致颈椎和腰椎疾病的发生。

二、9步颈椎操，改善颈椎问题

那么颈椎不适该怎么办呢？现在有一套简单又有效的颈椎操，只需9个动作，每天闲来无事时都可以做，一起学起来吧！

颈椎操1——双掌擦颈

用左手掌来回摩擦颈部，口中默念8下后，开始捏后颈。然后换右手。这个动作有助于颈部放松。

颈椎操2——左顾右盼

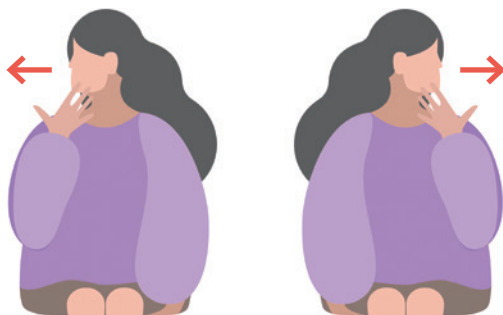
头先向左转90度，停留3秒，再向右转，停留3秒。重复两次，每次8拍。

颈椎操3——前后点头

颈部尽量向前伸，停留3秒，再向后仰，停留3秒。重复两次，每次8拍。

颈椎操4——旋肩舒颈

双手置于两侧肩部，掌心向下，两臂先由后向前旋转20—30次，再由前向后旋转20-30次。



颈椎操5——颈项争力

左手放在背后，右手手臂放在胸前，手掌立起向左平行推出。同时头部向右看，保持几秒钟，再换左右手。

颈椎操6——摇头晃脑

头部左右，前后，360度旋转5次，再反方向旋转5次，注意频率需慢，不可操之过急，以防扭伤。

颈椎操7——头手相抗。

双手交叉紧贴颈后，用力顶头颈，头颈向后用力，互相抵抗5次。

颈椎操8——仰头望掌。

双手上举过头，手指交叉，掌心向上。将头仰起看向手背，保持5秒。

颈椎操9——放眼望景。

眼球顺时针，逆时针转动。闭上眼睛，

手掌搓热，附在眼皮上片刻。睁开眼睛看向远方，远方最好是有绿色的树木。

三、日常注意3点，保持颈椎健康

1 保持正确姿势

纠正错误姿势是预防颈椎病最主要的方法。无论是在工作、学习中或是玩手机、看电视等过程中，都应该注意保持正确姿势，且不要保持长时间固定一个姿势不动。

2 使用正确睡姿

枕头不宜过高或过低。睡眠中保证不使颈部扭曲，保持自然生理度为准。

3 注意颈部保暖

局部保暖可改善颈部血液循环，改善症状。只要遵照以上注意事项，定期做颈部放松操，空闲时间多锻炼身体，多进行户外运动。不做低头族，就能远离颈椎病。A



躍昇震旦

AURORA ESTEL
MADE IN ITALY



深圳IADA：契合ABW办公的震旦CoLink-Box会议隔间 赋予空间活力

亮相深圳、广州国际家具展

震旦家具展示VUCA时代的办公场景

图·文/震旦家具

2022年7月25-28日，震旦家具亮相深圳时尚家居设计周暨国际公建设计艺术展（IADA）“社群花园”主题馆；同时于7月26-29日亮相中国（广州）国际家具博览会2030+ IFO国际未来办公方式展W5超个体概念，共同为企业展示灵动、智能、可持续的办公场景解决方案，实现企业在VUCA时代下的未来办公环境需求。



一对一咨询详情

深圳展IADA 在“社群花园”遇见未来办公风潮

在深圳时尚家居设计周暨国际公建设计艺术展(IADA)，备受瞩目与期待的当属以“空间设计展映—社群花园”（5C28）为主题的社群活动中心解决方案，由国际知名设计专业公司Hassell段博伦先生设计，围绕社交、艺术、开放和可持续四大关键字，打造一个聚集人群的公共场所，激发人与人的社交互动、分享创新思维。

广州展IFO 在“超个体”体验2030+办公场所

本届2030+国际未来办公方式展（IFO）以“超维Hyper Dimensions”为主题，从时间、空间、智慧三个维度切片探索未来办公空间的无限可能。震旦与AURORA ESTEL在智慧维度的“超个体”区，以“未来办公风潮”为主题，模拟蜜蜂的生物行为，以沉浸式体验旅程，探寻“超个体”的协作力量，



广州IFO：首次亮相中国的Baobab Tree (猴面包树)

而“超个体”在办公场景的另一种表达，即高效运作、自我调节、永续发展，创造无限可能。

震旦作为ESTEL在中国唯一的合作伙伴，首次在国内亮相具社交性、多模式、多场景、移动的、结合科技于一体的Baobab Tree（猴面包树）共享桌，展现Italian Smart Office概念解决方案。震旦亦首次开展出activa灵动办公理念及解决方案，展示了创新家具及不同办公模式的场景组合，并获邀参与趋势演

讲，为观众解读后疫情时代的未来办公风潮。

震旦获颁“示范品牌企业”

7月26日举办中国家具协会办公家具专业委员会2022年会上，中国家具协会授予震旦“2021-2022中国办公家具示范品牌企业”荣誉称号，期许震旦持续发挥品牌影响力引领创新，为全球家具行业共同进步而努力，开创全新的办公时代。A





共享空间

案例赏析

跨国工业集团索能达意大利总部

图·文/AURORA ESTEL

索能达（Sonepar Group）是一家发源于法国的跨国工业集团，在全球电气解决方案的B2B分销领域居行业重要地位。凭借 45,000 名专业员工的共同努力，索能达于 2021 年实现了 264 亿欧元的年销售额。



一对一咨询详情

色彩 明快的一系列ESTEL办公家具为索能达的主管空间、会议空间、公共空间、工作空间打造了完整的意式智慧办公空间。

① 主管空间

—— Grand More主管桌

灰色桌板白色桌脚的Grand More主管桌是索能达主管的选择，内嵌式背烤漆玉砂玻璃桌板，白漆金属框架，与下方的白色侧柜融为一体。

—— Embrasse主管椅 Divina办公椅

配套的主管椅与接待椅并未选择同系列的产

品，而是将同色的Embrasse主管椅与Divina办公椅混搭。Embrasse的折弯线条与Divina的柔和廓形碰撞出新的火花。

② 会议空间

—— More会议桌 Divina办公椅

索能达集团内大小会议室众多，为统一风格，全部使用了More会议桌与Divina办公椅做搭配。通过不同规格与材质的变换实现企业会议室风格的和而不同。

More会议桌为直角内嵌式桌板设计，铝制框架与金属脚支撑起桌板。桌面下方配备走



主管空间



会议空间

线柱。Divina办公椅以一体式扶手的简约设计带来舒适的坐感体验。

—— 369高隔断

索能达集团总部使用369高隔断划分区域与空间。挤压铝制成的隔断外框加上双层10毫米厚钢化白玻，兼顾采光性与室内隔音性。

③ 共享空间

—— Baobab共享桌 Divina系列椅

Baobab共享桌是ESTEL的明星产品，索能达集团分别放置了绿色蓝色两棵“面包树”在意大利总部内，独有的造型瞬间成为意大利帕多瓦总部的吸睛焦点。Divina系列椅通过不同的底座变换兼容各种家具风格，无论是自然橡木脚还是五星椅轮都是Baobab共享桌的好搭档。

④ 公共空间

—— Embrasse系列沙发 Cono圆桌

Embrasse系列沙发拥有多变的规格与造型，索能达的公共空间以长凳、扶手椅、座凳的组合装饰，灵活多变而又赋予公共空间更多的协作功能。

Cono圆桌的加入让公共空间的搭配更加完整，简约的几何造型使它能够适配各类沙发组合。

⑤ 工作空间

—— More系统工位

More系列工作站完全以直角为设计元素，桌板嵌入铝制框架内，精致凝练。以直线为切入点传递Italian Smart Office对当代意式办公的洞悉。A



公共空间



工作空间

6: 3: 1色彩搭配原则

轻松规划时尚又治愈的家居配色

图·文/震旦家居

色彩是人们认知感官中最为重要和敏感的信息元素之一。一般来说，色彩给人的第一印象占据75%，因此在家居装修中，色彩搭配显得至关重要。家居色彩作为美学的一门大学问，能够对人的心理和情绪产生重要的影响。而孩子对色彩的敏感度比成人要高很多，要如何进行儿童家居用品颜色的选择和搭配，才能看起来时尚又治愈呢？



一对一咨询详情

1 樱花粉

“樱花粉”让人联想到生机勃勃的春天，具有放松和安抚情绪的效果。与米黄或

是与对比色蓝色、绿色撞色，作为10%的点缀色，会让空间活泼灵动，能让孩子心情变得愉悦、开朗。





2 深海蓝

“深海蓝”像大海一般深邃开阔的颜色，带来和平与安宁的色彩感受。适合与橙色撞色或与白色、米色搭配，运用于学习空间，有助于集中孩子注意力，营造出一种专业、静谧的氛围。

3 嫩芽黄

“嫩芽黄”让人联想到阳光、嫩叶等事物，有助于激发孩子创造性的灵感。可作为辅助色或者点缀色，搭配蓝色、白色、咖色，或

者同色系墙面的空间应用会非常出彩。

4 天空蓝

“天空蓝”像夏天的风一样清冽。可同色系深浅搭配，搭配浅咖、白色、原木色，视觉清爽自然。能帮助孩子在学习时，理性思考问题，是百搭好用的家居配色。

没有不好看的色彩，只有不好看的搭配。家装配色只要遵循主色调、辅助色、点缀色三者6:3:1的原则，主色调选择饱和度低一些的颜色，就可以玩转色彩、创意无限。A





图一：洛克菲勒艺术基金品牌总监徐歆洁（左）和震旦博物馆执行长黄圣智（右）

雅昌艺术网×震旦博物馆专访

“洛克菲勒艺术基金收藏展——西方艺术大师”背后的故事



看更多精彩活动

图/震旦博物馆·文/雅昌艺术网

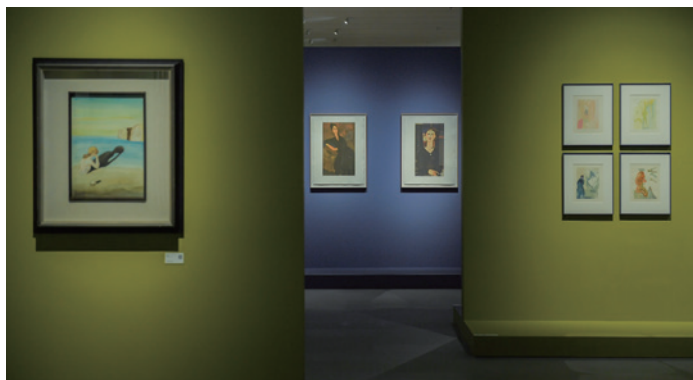
震旦博物馆于7月8日在A2空间迎来特展“洛克菲勒艺术基金收藏展：西方艺术大师”。雅昌艺术网近期对震旦博物馆执行长黄圣智进行深度采访，借此专访得以让观众在通过展览感受西方艺术大师作品魅力之后，也了解展览背后的故事。

今年年初，原计划于3月举办的特展，因国际形势、疫情等原因而无法落地。“我们面临的最大难题是国际物流，合作方基于展品安全考量而调整档期。”震旦博物馆执行长黄圣智对雅昌艺术网表示。

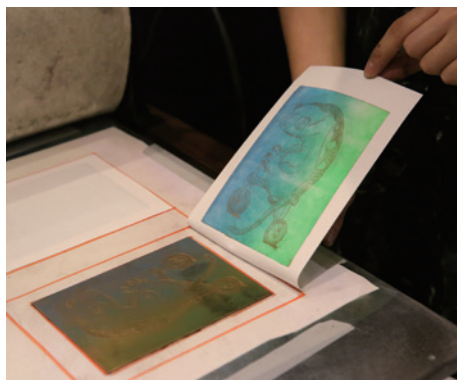
于是，震旦博物馆迅速调整步调，与原排期年末的“洛克菲勒艺术基金收藏展”沟通洽谈，碰巧这批展品早已运至中国。3月，当展



雅昌艺术网对震旦博物馆执行长黄圣智进行采访



图二：达利（前）和莫迪里阿尼（后）作品展区



图三：本次特展配套铜版画工作坊

品运往震旦博物馆库房时，上海疫情爆发，直到6月复工后才陆续布展。

本次展览是洛克菲勒艺术基金进入中国后首次正式的合作展（图一），然而对于上海观众来说，艺术审美近年来早已在一年几场的西方大师展的熏陶下提升了水平，也因此，更说明一场好展览所包含的教育性。我们选择与具有正统性和完善落地能力的国际知名机构合作，保障藏品的正确性，来达到强强合作的目的。另外，本次特展“同时呈现了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，也是亮点之一。”黄圣智说道。（图二）

以下为专访摘要

雅：您觉得该如何延续一个好的展览，保持展览的时效性？

黄：我认为艺术与商业是不能背离的。文化机构与商场、百货公司没有两样，我们这一季度推出来的“商品”，要通过优质、多元化的营销手段去包装、介绍、推广它。艺术场馆是如此，展览也是一样。一般展览展期最少三个月，如何在有效时间里让观众回来再回来，这是我们一直在实践探索的。以本次展览为例，我们在展期内规划了丰富的教育活动，并根据不同目标受众策划不同主题的讲座/工作坊等。

（图三）通过展览、公共教育等不同的方式，把观众带进震旦博物馆，让我们的展览更有生命力。

雅：震旦博物馆是在什么时机下，与洛克菲勒艺术基金会有合作意向？

黄：众所周知，洛克菲勒家族在世界艺术行业、艺术品的收藏、拍卖与捐赠活动中非常有影响力，家族六代人收藏了全世界十几万件艺术品。2017年，洛克菲勒艺术基金会有意向在中国落地“中国洛克菲勒艺术中心”，包含设立艺术机构、设计交流中心、艺术剧场等核心元素，打造中外艺术文化交流创造中心。

2020年，洛克菲勒艺术基金正式进入中国，并在当年的进博会期间成为文化板块最大的参展商，介绍基金会将要在开展的项目。他们希望将艺术中心设立在上海，震旦博物馆如今有成熟的体系和工作经验，可以协助艺术基金会达到它设定的目标。在此时机下与他们达成合作，签订战略性框架。目前已参与上海洛克菲勒艺术中心选址和策划，包括与国内的相关艺术群体搭建、平台建立、政府项目立案等。双方将发挥所长，创造共赢多赢的局面。 **A**



清康熙·粉彩花蝶纹盘

纹饰粗简，仅在红花中用珐琅彩胭脂红料绘画，其他用五彩做法，属于初创时期的风格。（图一）

图片来源：《珐琅彩·粉彩39故宫博物院文物珍品全集》，页50，图41。

古器物学讲座——元明清彩绘瓷专题 ⑧

粉彩瓷器

文／吴棠海·图／震旦博物馆

粉彩是受珐琅彩影响而产生的新彩类，它在原来的五彩颜料中加入玻璃白粉，施彩之后，用笔涂绘出浓淡的色调，经700℃烘烤而成，具有粉嫩柔和的效果及深浅渐层推移的立体感。

此一

彩类创烧于清康熙晚期，到了雍正时期开始发展，乾隆以后大为盛行，无论官窑或民窑都有生产，数量

颇为丰富，是清代陶瓷里的重要彩类。本文选取康熙、雍正、乾隆及嘉庆时期的五件作品，介绍此类彩瓷的发展概况。

一、清康熙粉彩盘

康熙时期瓷业蓬勃发展，除了五彩瓷器和珐琅彩瓷之外，粉彩瓷器也发轫于此一时期，官窑产品数量不多，仅见圆盘、水丞及钟馗像等物件。

例如图一为北京故宫博物院收藏的清康熙粉彩花蝶纹盘，此器的盘口外敞，器壁圆缓向下收窄，盘腹略浅，器底具有圈足，足内书写“大清康熙年制”六字二排青花双圈楷书款。

盘体内外皆以钴料勾勒双弦纹为边框，盘心绘画折枝蓓蕾与彩蝶，内壁环绕三束折枝花朵，外壁亦以折枝花卉和彩蝶为饰。纹饰图样简单，大部分仍用五彩颜料与平涂法绘画，只有红花部分运用了珐琅彩的胭脂红料，以浓淡相间的色差突显层层叠叠的花瓣。

同馆收藏的另外一件清康熙粉彩洞石花蝶纹盘，亦以五彩为基础，融入珐琅彩胭脂红料绘画纹饰，呈现粉彩初创时期的风貌。

二、清雍正粉彩天球瓶

雍正时期粉彩瓷器走向成熟，在窑工程的进步与雍正皇帝的审美要求推动下获得很大的发展，具有独树一格的美感。

例如图二为北京故宫博物院收藏的清雍正粉彩八桃纹天球瓶，圆形瓶口，口沿微微外撇，颈部略长，肩部圆缓向下倾斜，腹部圆阔如巨球，底部具有圈足，足内书写“大清雍正年制”六字三排篆书款。

瓶身表面用粉彩绘画一株桃树，枝干由瓶底往上生长，粗枝分叉的小枝条顺着器形的

宽窄变化延伸，枝上布满叶片和花朵，八个果实垂悬其间，形状硕大饱满。

桃叶部分用绿彩和玻璃白粉调成的颜料绘制，果实部分则先以玻璃白粉作底，再加红彩逐渐洗出而成，颜色柔和，深浅层次清晰，是雍正粉彩的典型特征。

清雍正·粉彩八桃纹天球瓶

此器以粉彩涂绘一株桃树，颜色柔和，
深浅变化具有层次，
呈现立体感的画面。（图二）

图片来源：《珐琅彩·粉彩39故宫博物院文物珍品全集》，
页54，图45。





清乾隆·粉彩百鹿纹双耳尊

此器用低温粉彩绘画百鹿和松树等纹饰，画面呈现“百禄吉祥”与“松柏长青”之意。（图三）

图片来源：震旦博物馆藏

三、清乾隆粉彩尊

乾隆一朝是清代陶瓷的鼎盛时期，粉彩瓷器完全取代五彩，成为当时主要的品类之一，造型纹饰受乾隆皇帝的品味影响而有独特的风格。

例如图三为震旦博物馆收藏的清乾隆粉彩百鹿纹双耳尊，此器属于宫廷大型陈设器，圆形器口，颈部粗短，肩部斜溜，腹部圆阔，底下具有圈足，足底微撇，肩部附加二个对称性的螭龙耳。

尊的表面用青、绿、黄、赭、褐、黑等低温粉彩绘画山林、松树及百鹿等图案，组成一幅山水百鹿图。百鹿谐音“百禄”，松树代表“长寿”，画面呈现“百禄吉祥”与“松柏长青”之意。

此器采通体式的画法，山势雄伟，规模宏大，细节描绘都很精致细腻，是乾隆粉彩的代表器物之一。

四、清乾隆粉彩奔巴瓶

粉彩于雍正时期即有白地粉彩和色地粉彩二类，乾隆时期以其为基础，发展出更多的色地粉彩，纹饰布局也趋向繁密。



清乾隆·红地洋彩花卉八吉祥纹奔巴瓶

此器以胭脂红为地，用粉彩绘画纹饰，布局规整繁密，呈现繁缛华丽的乾隆风格。（图四）

图片来源：震旦博物馆藏

例如图四为震旦博物馆收藏的清乾隆红地洋彩花卉八吉祥纹奔巴瓶，瓶口圆而小，其下外扩为圆台状，颈部向内收束，如阶梯般由窄渐宽，肩部圆缓向下倾斜，腹部圆阔，圈足略高，足底外撇，足内书写“大清乾隆年制”六字篆书款。

台形口以胭脂红为地，用粉彩绘画缠枝花纹，颈部以橙、蓝、黄、绿四色莲瓣相间排列，肩部环饰如意云头纹。瓶身腹部以胭脂红为地，用粉彩绘画番莲纹与八吉祥，腹底和足墙以简化的莲瓣框为饰。

此器的胭脂红地色彩凝重，纹饰呈色粉嫩柔和，因为布局规整繁密而有繁缛华丽之感，是乾隆时期的典型特征。

五、清嘉庆粉彩瓶

乾隆时期有各种不同的色地粉彩，其中黄地、红地及绿地等做法一直延续到嘉庆时期，呈现二朝粉彩前后相承的关系。

例如图五为私人收藏的清嘉庆粉彩绿地番莲纹瓶，圆形瓶口，颈部收窄，肩部倾斜外扩，腹部上宽下窄，表面以褐、黄、绿、蓝、红、紫等粉彩料绘画如意云头纹、蕉叶纹、缠枝番莲花及莲瓣框等纹样，色调粉嫩柔和。

纹饰以外的器面施以绿彩，形成绿地粉彩之类型，正是乾隆晚期至嘉庆时期所盛行的彩类。



清嘉庆·粉彩绿地番莲纹瓶

此器布满番莲、蕉叶、如意云头及莲瓣框等纹样，是乾隆晚期至嘉庆时期所盛行的绿地粉彩。（图五）

图片来源：私人收藏

粉彩具有粉嫩柔和的色调与渐层推移的变色效果，在清代彩绘瓷里呈现独树一帜的特色。下期开始，本专栏将从整合性的角度，介绍康、雍、乾三代的彩绘瓷器。A

粉彩具有粉嫩柔和的色调与渐层推移的变色效果，在清代彩绘瓷里呈现独树一帜的特色。下期开始，本专栏将从整合性的角度，介绍康、雍、乾三代的彩绘瓷器。



西周玉器



西周晚期
人龙纹玉璜

BOOK 震旦博物馆 出版丛书介绍

西周玉器



西周晚期 人龙纹玉佩拓片

西周

玉器在商代晚期的基础上继续发展，尤其重视玉器在礼制与德行方面的意义，器形纹饰迥异于前，具有鲜明的时代风格。本书由北京大学考古文博学院孙庆伟教授所执笔，书中收录震旦博物馆与其他公私收藏的西周玉器二百五十三组件，分为礼瑞用玉、佩饰用玉、丧葬用玉、似玉材质、改形玉器五项，并附导论一篇，内容丰富，论述精彩，引领读者综览西周玉器的文化内涵。A



西周晚期
玉串饰

【内容精选】

- 1、由古器物学的角度分析西周玉器的材质特征、琢制工具、成形工法、纹饰设计及其风格的演变。
- 2、运用详实的出土资料和相关的文献记载来说明西周时期的用玉状况，解释西周玉器的使用功能与制度。
- 3、以拓片辅助彩图，让读者更容易欣赏西周纹饰的独特设计与线纹之美。

玉器发展史系列

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

馆藏精选系列

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

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



口径46.3公分 / 震旦博物馆提供

元 青花蕉石瓜果麒麟纹大盘

九月



馆藏 精粹赏析

文 / 吴棠海 · 图 / 震旦博物馆

青花瓷是元代的外销商品之一，产品远销世界各地，其中有许多体型硕大的碗、盘、瓶等器物，是配合中东人士饮食习惯而制作的，如本期所要赏析的青花大盘即是此类作品。

大盘 的口沿往外翻折，器壁圆弧向下收窄，盘底具有圈足，胎体颜色灰白，略带一些黄褐色的杂质，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。

盘口用细笔勾绘菱形格纹，侧壁环绕串枝花果纹，盘心以麒麟为主纹，麒麟头顶犄角，向后回望，四蹄撒开，朝前飞奔，蓬松的尾巴往后飘扬，步履矫健，疾速轻盈，周边布满蕉石、瓜果及花卉，铺陈出祥瑞的氛围。

此类大口径的青花盘主要见于西亚地区，一般认为是为中东人士定制的品类。而从伊斯兰的细密画里，我们也可以看到众人围坐一圈，以青花大盘盛装食物一起共食的场景，为此类器物的产销状况做了印证。

类似的青花麒麟纹大盘亦可见于土耳其托普卡帕宫博物馆的典藏中，该器的附属性纹样与此器不同，呈现一种灵活应用的组合变化，展现青花瓷的多元风貌。 **A**



盛夏艳阳天 公益送爱心

震旦集团向杨浦区宏运敬老院 捐赠家具物资

图·文/震旦集团

今年上海的夏天格外炎热，但是滚滚热浪也阻挡不了我们践行公益活动、探望老人们的步伐。8月18日下午，震旦家具虹口区责任中心同仁们顶着炽烈太阳，赶往杨浦区宏运敬老院，向院方捐赠了一批实用家具物资。



走进宏运敬老院

上海杨浦区宏运敬老院成立于1998年7月，是民非敬老院，位于军工路400弄20号时运苑内，环境整洁温馨，占地面积2900多平米，绿化面积为400多平米，室外优美的绿化环境，宽广的户外空间，清新的空气适宜于老人的晨起锻炼。宏运敬老院有床位100张，平均入住率98%，有舒适的大小房间，有彩电、冷暖空调及独立卫生间，另有多功能活动室，为老人提供丰富的娱乐活动，开展读报学习，文艺演出，心理交谈，手工制作等各种兴趣活动，为老人增强体质、延年益寿提供了良好的条件。



上海杨浦区宏运敬老院



院方人员和震旦家具同仁协力搬运物资

宏运敬老院在市、区民政局各级领导的悉心指导下，以专护为特色，树立“以科学的管理提供优质的服务”宗旨，让老人在宏运敬老院能“吃的称心，住的舒心，医疗放心，护理贴心”，敬老院全体员工都秉持“善待老人”的初心，不遗余力地精心呵护每一位入住老人，让老人们在宏运敬老院如同在家一样，为老人们创造了一个温馨和谐、幸福快乐的大家庭。

爱心互传递：炎夏送物资 冷饮解暑热

热浪滔天之下，志愿者们抵达敬老院时都大汗淋漓，敬老院工作人员贴心地将我们领到树荫下，并为每一个小伙伴送上了冰凉的可口饮料，凉爽的饮料一下肚，感觉酷暑带来的疲惫也一消而散。

稍事休整过后，志愿者们开始拆卸和搬运物资，为了减少在阳光下暴晒的时间，院方4、5名工作人员都主动参与进来，大家你搭把手、我搭把手地忙活了起来，都说“人多力量大”，不一会儿，体积颇大的沙发、钢柜和椅子就都被大家码放得整整齐齐。屋内的老人们见状，也不惧炎热地来到了我们身边，好奇

又欣喜地看着这些物资，喜不自胜的笑容涌上面庞。

物资摆放整齐后，同仁胡俊帆还向陈院长及工作人员亲切耐心地讲解了钢柜的使用方法以及人体工学椅的调试方法，陈院长还亲自上手调试，并表示椅子的调试角度非常灵活，的确很符合人体工学的设计。

虽然爱心公益活动只持续了一个小时，但是老人们都感动不已，而参加的小伙伴们也会铭记许久。这或许就是中国传统文化美的地方，“你把我们养大，我们陪你变老”，我们在用自己的实际行动，让这份爱传承下去、延续下去。 **A**



虹口区责任中心同仁胡俊帆向陈院长讲解调试方法

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



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

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
KAYILEI WEN

BB ART
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

