

### 名人讲堂

前李奥贝纳集团执行长 黄丽燕  
做自己人生的负责人

### 艺文飨宴

馆藏精粹赏析  
明宣德 青花云龙纹梅瓶



1971年7月创刊 · 发行53年1个月

AUGUST 2024 八月号 No.637

# 创业型营销 掌握新商机



随着数字科技的进步，创业营销能精准掌握市场需求；  
如何寻找创新契机，发挥潜力，实现创业梦，  
已成为未来营销趋势。



加入读者群  
订阅电子月刊

# 免费试用15天

## 震旦精英系列自动碎纸机

限额前100名



**高保密** 保密P5等级 确保文件安全

**高颜值** 场景适配性高 美观又实用

**高效率** 自动碎纸功能 省心又省力

活动规则：①免费试用15天；②活动时间：即日起至2024年8月31日；③活动范围：限震旦直销服务辖区（北京、天津、上海、河北、山东、江苏、浙江、福建、广东）

震旦  
AURORA

上海震旦办公自动化销售有限公司 上海市浦东新区富城路99号震旦国际大楼36楼 全国服务专线:400-920-6568  
Aurora Office Automation Sales Co.,Ltd.Shanghai | 36F,Aurora Plaza,No.99,Fucheng Rd.,Pudong new district,Shanghai | Service Hotline:+86-400-920-6568



先扫先得

编辑台上  
EDITOR'S WORDS

## 找寻成功创业之路

**科技** 迅速发展的时代，各项科技与工具不仅改变我们的生活方式，还带来前所未有的商机。企业如何掌握关键策略，开创新商机，成为每位创业者的重要课题。

在现今环境中，企业仍需要不断创新和适应，但如何能赢在起跑点？本期封面故事“创业型营销，掌握新商机”，邀请专家为我们解析。首先，网络营销专家刘沧硕指出，创业营销是企业成功的关键，无论是新创公司还是传统企业，都必须善用营销策略与工具来开拓市场，精准触达目标顾客。

数字营销顾问温慕垚表示，“毕业即创业”已成为千禧世代进入职场的主流选择，但此世代也是最担心被AI取代的世代。在这样的环境下，选择创业、自媒体和打工者皆必须深刻理解市场的变化，才能将理想化为现实，实现长久的成功。

在乐活人生单元，因近期热浪侵袭全球，极端高温屡破纪录，医师建议，在高温高湿的环境下，民众容易出现“热伤害”，特别是老年人、慢性病患、户外工作者和儿童等高危人群。呼吁大家应多做好防晒措施，安全度过酷暑。

在这个充满机遇与挑战的时代，掌握创业营销的要诀，才能在竞争激烈的市场中脱颖而出。我们希望通过本期分享，启发每一位创业者，在变化莫测的市场中找到属于自己的成功之路。A



编辑聊天室

《震旦月刊》主编

苏美琪 Maggie Su

震旦月刊  
AURORA MONTHLY

1971/7/1创刊 · 2024/8/1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 吴晓玲、于蒂、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

本刊物使用环保C Ecopure油墨印刷，  
使用环保纸袋包装寄送。

本月刊为公益发行，分享经营管理及  
文欣赏知识，其文章均为作者之意见，  
不代表本公司之立场，文责亦由作者  
负责。版权所有，非经本公司书面同意，  
不得转载本刊任何图文。本月刊所使用  
之商标或著作皆属权利人所有。



四川峨嵋山有“震旦第一”石碑，  
“震旦第一”为震旦人共同追求的目标。

震旦  
旭日东升

“震旦”是东方日出之意，象征着光明与希望，震旦集团承袭源远流长的历史命脉，有如旭日东升，散发着蓬勃的朝气与跃升的动力，为追求现代文明而努力。



# 震旦月刊

AURORA MONTHLY

No.637

AUGUST 2024



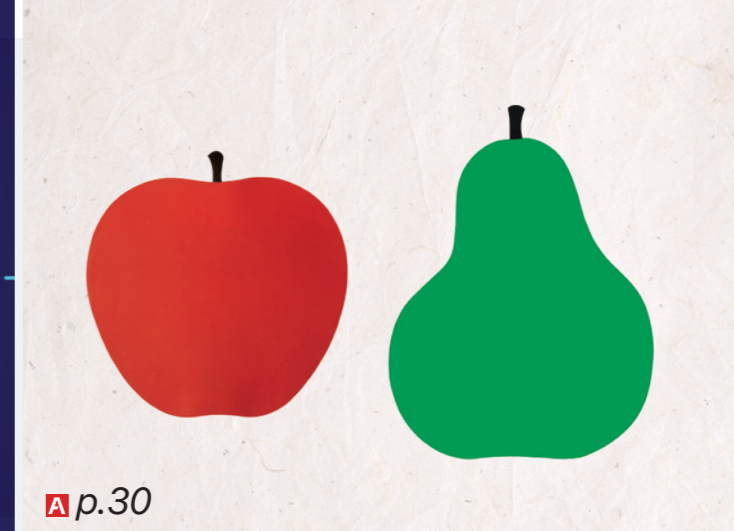
A p.14

无论是新创公司还是传统企业，都必须通过创业营销策略来开拓市场



A p.22

前李奥贝纳集团执行长——黄丽燕



A p.30

设计师恩佐·马里以极简的西洋梨形象进行平面设计创作

## E 编辑台上 EDITOR'S WORDS

01 找寻成功创业之路  
文/苏美琪

## M 大师专栏 MASTER COLUMN

04 创造合作的成长文化  
文/玛丽·墨菲

## T 科技速报 TECHNOLOGY

08 清楚定位制定好战略  
文/张志康

### COVER STORY

以创新的营销策略，锁定目标市场，灵活运用各种工具和平台，在竞争激烈的市场中脱颖而出，开创成功创业之路。



## M 大师轻松读 MASTER 60'

10 营销要找的五个答案  
编译/大师轻松读

## C 封面故事 COVER STORY

12 创业必懂的商机营销  
序言/苏美琪

14 创业营销成功三步骤  
唯有快速精准 才能掌握先机  
文/刘沧硕

18 AI热潮与创业机遇  
以市场分析 找到致胜关键  
文/温慕垚

## C 名人讲堂 CELEBRITY TALK

22 前李奥贝纳集团执行长——黄丽燕  
做自己人生的负责人  
文/商周出版社

## M 职场观点 MANAGEMENT

26 从上班族转变成创业家  
这些技能和心态你必须拥有  
文/黄柏翰

## D 玩味设计 DESIGN

30 艺术与文化专题  
反骨与颠覆  
恩佐·马里的意大利设计  
文/李俊明

## L 乐活人生 LOHAS LIFE

35 极端气候来临  
如何避免热伤害?  
文/林欣怡

## A 跃升震旦 AURORA NEWS

40 震旦精英系列碎纸机顾客案例  
守护文件安全，提升效率  
图·文/震旦办公自动化

42 引领绿色低碳新场景  
震旦江苏智能园区  
荣获LEED金牌认证  
图·文/震旦家具



44 米兰展新品  
ESTEL×Gensler可持续性办公椅设计  
图·文/AURORA ESTEL

A 震旦博物馆 AURORA MUSEUM  
46 震旦博物馆商店  
刻画以为工 推出馆藏纹样纪念币  
图·文/震旦博物馆

A 艺文飨宴 ARTS PLAZA  
48 古器物学讲座——认识元青花瓷专题⑦  
中国出土之元青花  
图·文/吴棠海

52 震旦博物馆出版丛书介绍  
青花瓷鉴赏  
图·文/震旦博物馆

53 馆藏精粹赏析  
明宣德 青花云龙纹梅瓶  
图·文/吴棠海

L 爱心公益 LOVE ACTION  
54 助老积福，携手向善  
震旦集团向上海宜福敬老院  
捐赠家具物资  
图·文/震旦集团



# MARY C. MURPHY

## 玛丽·墨菲

文/玛丽·墨菲(天下文化出版社)

|| 重新定义竞争不是为了讨好脆弱的自尊心，而是为了帮竞争的观念带来一些趣味和创造力。||

## 创造合作的成长文化

社会心理学家博士



更多精彩内容

德州大学奥斯汀分校学士、斯坦福大学社会心理学博士，墨菲发表过100多篇论文，并于2019年获颁“美国青年科学家与工程师总统奖”。

### 重新定义竞争

在情境喜剧《老友记》中，大家都知道莫妮卡这个角色对任何事情都有很强的好胜心。在某一集，莫妮卡得知自己不像自称的那样，能够提供最好的按摩服务，她为此十分沮丧。事实上，她的按摩服务很差劲。为了减轻她的打击，她的男友钱德勒重新陈述这个消息，告诉莫妮卡她提供“最好的烂

按摩”。重新定义竞争不是为了讨好脆弱的自尊心，而是为了帮竞争的观念带来一些趣味和创造力。

问题是：如何鼓励员工在合作、成长、发展上竞争，而不是让员工以定型心态痛击彼此？科技公司数字海洋(Digital Ocean)为合作的行为提供非财务的诱因和奖励，包括送员工电子书阅读器Kindle，里面预先储存公

司执行长精心挑选的商业书籍。在百事可乐，员工的年度奖金和他们努力协助其他员工取得成功有关。你可以思考一下，该如何重新设计激励和评估机制，对发展最快或展现出能够一起创新的个人和团队给予重视。如果公司表扬最能促进跨团队或跨部门合作的专案呢？公司甚至可以挑战团队，要团队提出具有成长心态的竞争方



式，并把这当作团队的首要任务。

### 重新设计你的评分系统

2013年，微软抛弃分级排名系统。如果你的组织使用分级排名的方法，或用类似会让员工争得你死我活的方式来让人们竞争宝贵的资源，请考虑采用另一种评估和分配资源的方法。这种新方法不鼓励人们和同事竞

争，而是鼓励人们合作。

当户外运动服饰品牌巴塔哥尼亚(Patagonia)开始质疑自己的征才制度时，公司做出的一个改变就是废除个人评分系统。巴塔哥尼亚人力资源主管迪恩·卡特表示，在管理人员方面，他学会遵循永续农业运动的模式。目前标准的农业耕种方法是，一旦植物成熟，我们就会采摘或切下它的果实，

然后重新耕耘农地。但诚如卡特所说，这种过程会耗尽地力，所以当你再次重复这个过程时，必须投入资源重新施肥。

这是一种完全把重点放在榨取资源的方法，也是我们对组织员工的方式。然而在再生农业里，农民不仅在意外产出，也重视投入，希望让土壤保持健康。卡特意识到，巴塔哥尼亚过去几乎完



全专注在公司可以从员工身上得到什么，而不关心公司可以回馈员工什么，因此无意间侵蚀公司的“土壤”。

他问道：“在人力资源上，我们有哪些流程具有榨取的特性，哪些流程具有再生性？”这些问题让卡特的团队思考年度绩效评估流程，他们意识到这个流程造成的巨大痛苦。就像卡特所说，这是“员工和经理人都觉得痛苦的一段日子，基本上每个人都要在下一个周期里恢复过来。”员工因为评分而精疲力竭，公司于是加薪并提供奖金，重新施肥并试图恢复士气。

当卡特宣布巴塔哥尼亚正在彻底改革公司的绩效管理流程时，员工“真的站起来鼓掌”。巴塔哥尼亚很有名，因为它给予员工极大空间，让员工自己决定如何才能把工作做到最好。但尽管如此，当公司要举办新的会议，分享如何重新进行绩效管理的想法时，踊跃参与的

员工还是让出席率创下纪录。

“现场座无虚席”，大家脑力激荡，表达该如何重新思考绩效。现在，巴塔哥尼亚不再进行年度绩效评估，而是由人资部门提供一种工具，员工可以选择使用这个工具帮助他们提高绩效。

### 评估与协助员工成长

“他们可以根据自己的状况、需求以及经理的需求，决定他们仰赖这个工具的程度，而不是由人资部门强制执行”卡特说。这个新方法提高员工绩效，并让人资部门能够腾出时间，寻找有趣的洞见和数据，以帮助员工进一步发展。

卡特说，通过这些新的绩效分析办法，人资部门现在可以得到更多有用的信息。他补充说，这个系统还“为员工和经理空出时间好好工作，或者就巴塔哥尼亚的情形来说是，员工多出许多时间可以去冲浪。”

在软件开发商GitLab的

人才评估计划里，其中一部分是鼓励经理人不仅要评估员工过去的表现，还要评估员工未来的成长潜力。就像GitLab所说，“成长潜力是指，一个团队成员成功承担起越来越广泛或复杂的责任，以及学习新技术的能力和渴望，而不是仅限于特定工作类别里同辈和角色的职责。这包括人们在自己的工作类别里晋升到下一阶段的成长潜力，以及横向发展到其他工作类别的潜力。”经理人可以根据适应能力、可扩展性、一致性与自我意识这四个主要部分，判断员工的成长潜力，并依此推算出员工实现潜力的最佳路径。在真正的成长文化里，公司会注意到员工的成长潜力会随着他们的技术、能力与兴趣的变化而改变。你可以为员工提供类似的协助，帮助他们辨识并实现成长的机会。A

出自：《心态致胜领导学》/天下文化出版社

II 在软件开发商GitLab的人才评估计划里，其中一部分是鼓励经理人不仅要评估员工过去的表现，还要评估员工未来的成长潜力。II

你问我答

No. 637

## 《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

外出活动时，应减少曝晒于高温环境下，并记住避免热伤害三字诀：“\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_”。尤其是高风险族群，都需要更加留心注意，以减少热伤害的威胁。

扫描看解答



- A 勤、大、细
- B 凉、补、心
- C 快、狠、准

数字解码

# 清楚定位 制定好战略

文/张志康·资深媒体记者

随着科技持续进步，以往创业者都需要在实际开始创业之后，才会看清楚产业趋势以及竞争对手的实力。但其实通过科技的力量，现今的创业者更重要的则是进一步确定自己以及对手的定位，然后找出自己的强项以及对手的弱点，并朝向未来的趋势前进。



看更多科技趋势



# 9,487

 亿美元

## 景气低迷 碳权交易创新高

LSEG分析2023年全球碳权交易的总量达125亿公吨，碳权价值增加2%，达到创新高的9487.5亿美元，相较2022年，碳权交易的总数相差不远，但因为欧洲及北美的碳价创纪录，拉抬了整体价值。其中，欧盟的碳排放交易系统ETS则是全球市值最高的碳市场，约占全球的87%。另外，中国大陆的碳权交易总值也来到了23亿欧元，碳价也在2023年10月来到人民币80.51元，约合11.19美元的高价位。

数据来源：LSEG年度报告、IHome、经济日报

# 1.75

 亿活跃用户

## Threads满周岁 狂抢推特用户

Meta执行长扎克·伯格日前表示，去年7月6日才推出的社群平台Threads满周年，已有1.75亿活跃用户，在市场努力抢占Twitter（现名X）的市占率。

去年马斯克限制了Twitter用户可看到的贴文数量引发反弹，并造成出走潮，同样主打文字分享的Threads顺势提前开站，吸引原推特用户。日前扎克·伯格宣布，目前全球每月活跃人数已突破1.75亿人。据指出，Threads的流量仍来自于以照片及影片为主的Instagram导流，对于未来，优化排序机制和提升推荐贴文的互动率是重点任务。

数据来源：经济日报、INSIDE、数字时代

# 2,476

 亿元

## Temu稳站全球第二 净利年增9成

依2024年3月Temu母集团拼多多公布的财务报表，2023年拼多多营收为2,476亿元，年增90%；净利600亿元，年增90%。依数位分析公司SimilarWeb提供的资料显示，截至2023年12月，Temu的独立访客数达到4.67亿，仅次于亚马逊，排名全球第二。

在可见的未来，Temu预计仍将持续提升其品牌知名度及市场占有率，但随着全球多个国家将焦点放在跨国电商，包括Temu、Shein等业者是否能够持续维持高速的成长，还有相当多的挑战。

数据来源：BBC、美股研究社

# 5

 万亿元

## 中国氢能 产业预估产值

目前全球仍将电动车视为未来交通工具的趋势之一，而中国氢能联盟预测，2020年至2025年，中国氢能产业产值将达1万亿元，2026年至2035年产值将达到5万亿元。

作为氢能产业的重要组成部分以及交通领域的主要应用形式，氢燃料电池汽车相比燃油、锂电池车，具有更长的续航里程、更快的充电速度、更强的低温性能等优势，助推市场需求不断释放。

与此同时，各地也制定了相应的推广规划和补贴政策，鼓励氢能交通领域的应用。

数据来源：证券日报

# 1,180

 亿美元

## AI持续带动 半导体成长

拜近来个人电脑与智能型手机搭载AI人工智能功能所赐，IDC预测2024年半导体市场将迎来需求急剧扩张期，包括高性能的GPU、记忆体等半导体产品市场规模，将达到6,300亿美元，其中AI相关将占2成，约1,180亿美元。

IDC预测，数据中心用的AI半导体市场在2024年将较去年同期增长69%，明、后年也将以22%、17%的速度快速增长。另外，摩根士丹利也发表，AI议题将会让半导体供应链持续展望看好。但智能手机市场下游需求仍然偏弱，IDC认为，今年第二季全球智能手机产业规模的成长仍将呈现相对迟缓。A

数据来源：Nihon Keizai Shimbun、钜亨网



# 营销要找的五个答案

编译 / 大师轻松读



看更多精彩内容



没人知道哪种营销策略对你有效？博客营销可能对A很有用，但对B却不太适用。付费广告对C很有效，但无法在D展现经济效益。总的来说，重点就是建立一个流程，帮你找出对你最有效的策略。

## 真实世界大多数的企业，偏好具有以下特征的营销方式：

- 1 **营销成效必须可以追踪及评量**——这样才能执行更多有效的做法，少做无效的工作。
- 2 **营销必须有直接的反应，而不只是建立品牌**——这样才能产生立即的销售，而不是未来模糊的销售成果。
- 3 **营销必须针对特定的市场利基**——这样才能利用对顾客具吸引力的标题及销售文案提出优惠方案。
- 4 **营销需要强而有力的行动呼吁**——否则人们可能永远都不会实际购买。
- 5 **营销可分为多个步骤，但必须在短期内推出后续活动**——你必须采取行动，在人们注意力转移之前，促使他们快速通过销售漏斗。
- 6 **营销也需要有维护关系的选项**——这样才能和不打算立即购买的人，持续推动营销活动。

考虑上述所有因素后，便很清楚你得进行一些营销实验，看看对你想吸引的顾客来说，哪种方法最有效。每周（有时甚至是每天）检视一次假设，借以评估营销计划的进展，其中的重头戏就在找出以下五个问题的答案：

### Q1. 你今年的头号目标是什么？

要具体设定一个有时限的目标。“我想在这个会计年度结束时，达到100万美元的净营收”，像这样的目标就很棒，因为你知道自己正在追求什么，而且可以随着时间衡量进展。

### Q2. 你的顾客是谁，他们在哪里？

看看你的现有顾客，找出他们的共同点。你描述得越具体并写下来，效果就会越好。一旦弄清楚你的顾客是谁，接着列出在哪里可以找到更多像这样的人。要制作这样一份清单，你需要：

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 找现有顾客谈谈     | <input checked="" type="checkbox"/> 投放付费广告       | <input checked="" type="checkbox"/> 投放社群广告  |
| <input checked="" type="checkbox"/> 发布内容进行内容营销  | <input checked="" type="checkbox"/> 赞助知名博客的文章    | <input checked="" type="checkbox"/> 与网红建立关系 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 运用公关和搜寻引擎优化 | <input checked="" type="checkbox"/> 举办极具吸引力的赠奖活动 | <input checked="" type="checkbox"/> 尝试与网红合作 |

### Q3. 你可以加大哪种营销力道？

营销的黄金法则是：“找到有效的方法，加大投入；找到无效的方法，直接淘汰。”不要受别人都在用的最夯营销策略干扰，要自己去实验，找到适合你生意的策略。加大投入奏效的方法，淘汰表现不如预期的方法。

### Q4. 你如何让100位新顾客开心？

提供前100名顾客超乎预期的价值，让他们更满意，这样的策略非常有效，尤其是在刚起步的时候，甚至可以让你的业绩翻倍成长。他们会告诉朋友，并想办法多光顾你的生意。

### Q5. 如何在30天内让你的生意翻倍成长？

让你的前100名顾客对你的满意度提高一倍。随着业务的扩大，这种策略可能无法持续下去，但这么做可以为你创造极大的成长动能，帮助你一飞冲天。

关键就是只有看到成效才继续下去。同时，在此过程的每个阶段你都可以获得回馈，进一步改善你的产品或服务。问问你的顾客：“我们今天可以做什么事，让你对我们的满意度提升一倍？”留住顾客的时间越长，就有越多机会从他们身上赚取更多收入。A

# 创业必懂的商机营销

序言 / 苏美琪; 文 / 刘沧硕、温慕森

以创新的营销策略，锁定目标市场，灵活运用各种工具和平台，在竞争激烈的市场中脱颖而出，开创成功创业之路。



## CHAPTER 1

创业营销成功三步骤  
唯有快速精准 才能掌握先机



## CHAPTER 2

AI热潮与创业机遇  
以市场分析 找到致胜关键







CHAPTER 1

创业营销成功三步骤

# 唯有快速精准 才能掌握先机

文/刘沧硕·天长互动创意有限公司执行官

创业营销是现代企业成功的关键要素之一，无论是新创公司还是传统企业，都必须通过有效的营销策略来开拓市场。随着科技的进步与消费者行为的变迁，营销方式也不断演变。从数字营销到社群媒体，从内容营销到数据分析，每一种营销工具和策略都能帮助企业更精准地触达目标顾客，提升品牌知名度和市场竞争力。



看更多精彩内容

**在这** 个快速变化的商业环境中，创业者必须具备灵活应变能力，发掘市场趋势与消费者需求，才能在竞争激烈的市场中脱颖而出。建议企业可通过以下创新的营销策略，掌握新商机，实现企业永续发展。

## 运用最小可行性产品原则 (MVP)

在当前快速变化的商业环境中，唯快不破已成为企业成功的关键法则。作为许多创业和创意竞赛的评审，我见证了创业营销在新兴企业

**“最小可行性产品” (MVP) 的概念，让企业能够以最少的资源快速推出产品，并通过实际市场反馈持续改进，在激烈的竞争中占得先机。**

中的重要性。创业营销强调灵活性、创新和数字科技的应用，帮助企业迅速适应市场变化，精准掌握市场需求。特别是“最小可行性产品” (Minimum Viable Product, 简称MVP) 的概念，让企业能够以最少的资源快速推出产品，并通过实际市场反馈持续改进，在激烈的竞争中占得先机。

作为评审，我发现许多创业团队在实践中常犯一些相似的错误。他们往往追求产品的完美，试图在首次推出时就将功能做到非常丰富和完善。这种做法不仅导致产品开发周期过长，错失市场先机，还可能耗费过多资源，增加风险。例如：我曾见过一些团队花费大量时间和资金在开发多余的功能上，却因为产品迟

迟无法面市而失去了宝贵的市场窗口期。

MVP的理念则提倡先推出一个基本可行的产品，通过市场的反馈进行不断迭代和优化。这样的做法不仅能够节省时间和成本，还能够更好地满足市场需求，提升成功的机会。我多次看到那些遵循MVP理念的团队能够迅速推出产品，获得市场的初步认可，并根据用户反馈快速调整和改进，最终在竞赛中脱颖而出，实现了创业梦想。

此外，MVP不仅适用于产品开发，还可以应用于营销策略的制定和测试。创业团队可以先推出小规模营销活动，测试市场反应，然后根据数据反馈进行优化和调整，这样既能够降低风险，又能够提高营销效果。



例如：一家初创企业可以先在一个小范围内推出其产品的试用版，通过用户反馈了解产品的优缺点，然后再进行改进，最终推向更大的市场。

运用MVP原则不仅能够帮助创业团队快速进入市场，还能够有效地降低风险，节省资源，提高成功的机会。创业者应该积极运用MVP理念，灵活调整策略，不断迭代优化，以实现创业梦想。

### 掌握消费者需求数据，创造无限商机

在数字营销领域，数据不仅是决策的基础，更是洞察消费者需求与行为模式的关键。作为创业团队，运用数字科技收集和分析数据是成功的关键之一。通过对网站流量、用户行为、转换率等关键指标的深入分析，营销人员能够精准调整策略，以更好地服务目标受众。

数据分析有助于识别新的市场机会，并通过对市场数据的深入研究，企业可以发现潜在的市场需求和趋势，从而制定相应的市场进入策略。无论是进军新市场还是开发新产品线，数据分析都能提供宝贵的洞察。例如：企业可以通过数据发现某个特定地区对其产品有较高需求，从而决定在该地区展开更多营销活动。因此创业团队应该针对需求开发服务和商品，而非先做好产品，才开始想到营销的问题。

成功的创业团队往往能够有效地利用数据科技。例如：他们会通过社交媒体平台进行精准广告投放，根据用户的兴趣和行为数据设计广告内容，这不仅能够有效吸引目标客群，还能显著提高品牌曝光率和转换率。需要注意的是，并非所有社群平台都值得经营，应针对消费者习惯和族群特性，集中资源在特定社群平台经营及进行活动，效果会更好。



**品牌是通过每一次与消费者的接触、每一个产品的细节、每一次服务的体验，以及每一次问题的解决而形成的。这种日积月累的互动和体验，最终塑造品牌的形象和价值。**

总之，数据是现代营销的核心资源。创业团队应充分利用数字科技进行数据收集和分析，以精准调整营销策略，识别新的市场机会，并更好地服务目标受众。唯有如此，才能在竞争激烈的市场中立于不败之地。

### 善用三大面向建构品牌形象

创业初期，企业就应该注重品牌的价值传递和文化建设。品牌价值不仅仅体现在产品或服务上，更体现在企业如何与消费者互动，如何回应社会责任，以及如何在市场中表现出独特性。通过一致且有意义的品牌信息，企业可以建立明确的品牌定位，使消费者对品牌产生信任和依赖。

我特别强调，品牌不是只是“文案”或“故事”，而是从每一个人（品牌方）与每一个人（消费者）的互动之间逐步建构而成。品牌是通过每一次与消费者的接触、每一个产品的细节、每一次服务的体验，以及每一次问题的解决而形成的。这种日积月累的互动和体验，最终塑造品牌的形象和价值。

在品牌推广策略上，内容营销、社群营销和口碑营销是三个重要的方面。分述如下：

#### 1 内容营销

通过提供有价值的信息来吸引和教育消费者，从而建立品牌的专业形象和信任度。例如：通过博客文章、影片和电子书等形式，企业可以展示其专业知识和行业见解，增加品

牌的权威性。内容营销最重要的关键不在于宣传、营销商品，而是要真正地站在消费者的立场，去思考消费者想要的、需要的，这样才能够真正地达到内容营销之效。

#### 2 社群营销

利用社交媒体平台与消费者进行互动，建立品牌社群。通过定期发布有趣且相关的内容，企业可以增加品牌的曝光率和互动性。此外，社交媒体上的即时反馈机制，能够让企业及时了解消费者的需求和意见，从而进一步优化品牌形象和营销策略。

#### 3 口碑营销

利用消费者之间的口口相传来提升品牌知名度和信任度。当消费者对品牌有良好的体验时，他们会自发地向身边的人推荐，这种推荐往往比任何形式的广告都更具说服力。我建议企业与其花大钱买广告，不如花小钱好好建立线下与消费者互动的活动和体验，更能够发挥小资本、大效益的营销成果。

在创业营销中，运用最小可行性产品原则（MVP）、掌握数据科技洞察消费者需求、以及善用内容营销、社群营销、口碑营销三大面向建构品牌形象，这三个关键步骤将为企业打下坚实的基础。

在这竞争激烈的市场中，唯有快速反应、精准营销和深厚的品牌价值才能助您脱颖而出。A





活更便利外，也将会取代许多现有的工作，但相对而言，也会创造出许多市场的新商机。

### 毕业即创业，AI是新世代主流？

对于公元2000年后出生的千禧世代来说，网络生活是一个习以为常的生活方式，也改变了千禧世代的学习和工作方式，依据2023年《Cheers》与《Dcard》合作进行的“00世代职场大调查”显示，2000年后出生，准备踏入职场的新鲜人，优先选择开店创业、接案、从事自媒体、打工外送的比率高达6成，只有4成的人考虑进入企业工作，“毕业即创业”已成为千禧世代进入职场的主流选择，但很有趣的，在同一份调查中也发现，千禧世代也是最担心被AI取代的世代，高达65%的千禧世代担心自己的工作会被AI取代。

AI是一个挡不住的趋势，许多新的服务和产品，也会随着AI的发展而产生，根据科技产业研究机构Omdia的研究报告指出，生成式人工智能（GAI）的市场规模将从2023年的62亿美元成长至2028年的585亿美元，年复合成长率高达56%，就产业别来看，以消费、媒体、娱乐等三大产业为主要的应用市场。

### 善用分析工具，让创业更成功

在这个充满机会的年代，创业的确是一个吸引人的选项，但如何顺应时势，找到一个创业的商机？还是要回到营销的基本原则来思考，特别是没有工作经验的年轻人想要创业，更要先了解环境，再来展现自己的理想。提供两个基本但重要的分析工具给想要创业的朋友参考。

## CHAPTER 2

### AI热潮与创业机遇

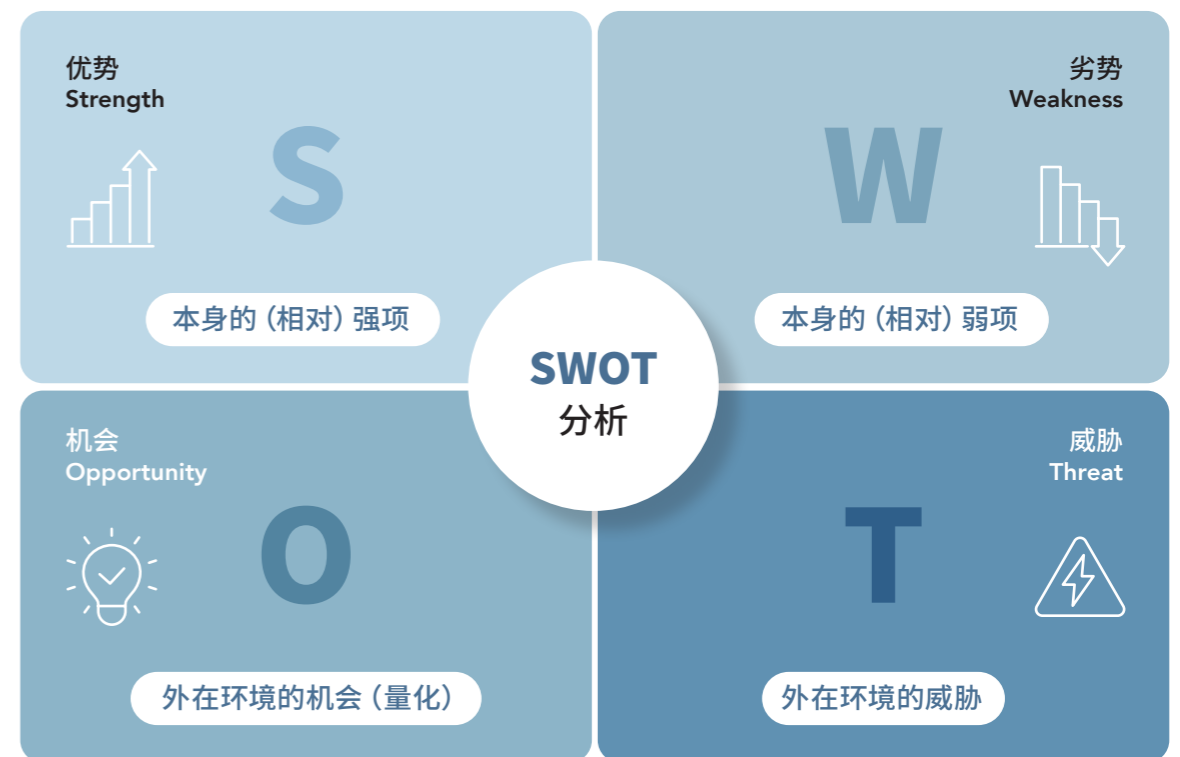
# 以市场分析 找到致胜关键

文 / 温慕焱 · Seesaw创宇数字执行官

在当今科技迅速发展的时代，AI技术不仅带来了前所未有的便利，还逐步取代许多现有工作岗位，同时也为市场创造大量新商机。在选择创业、自媒体和打工的同时，也担心工作会被AI取代。在这个充满创新与挑战的时代，创业者需要深刻认识市场，才能将理想化为现实，实现长久的成功。

**公元** 2000年，网络曾因为发展过快，却没带来实际的产出，而产生炒作过热的泡沫化，但网络的发展并没有因此停顿，近20年来的网络应用，深深的影响了全球人类的生活及产业发展，更被定义为工业4.0的时代。

现在所看到的各种信息化、物联网的应用，及当红的大数据及AI，都是这波网络浪潮下的产物，而人类生活的进程，更被喻为是史上变化最快的时期。在可见的未来，AI将改变人类的生活和工作方式，除了让人类的生



## 1 SWOT分析

SWOT分析是市场环境和自己竞争力的基本整理，也是常用的营销分析工具。Strength（优势）、Weakness（劣势）、Opportunity（机会）、Threat（威胁）整合了市场上的各种信息，分类的原则主要看是外在环境信息还是内部与竞品比较的结果。若是自己与市场上竞品比较的结果，要归类在优势和劣势，若是外部环境的影响，因为是本竞品同时面对，则要放在机会或威胁。

SWOT分析只是信息的整理，若要作为决策的参考，还需要从外部环境（机会和威胁）来比对自己的优势与劣势，才知道是否有条件可以掌握机会或避开威胁。对于创业者来说，眼前看到的机会，要思考自己是否有优势可以掌握，则是决定是否可以创业的第一步。

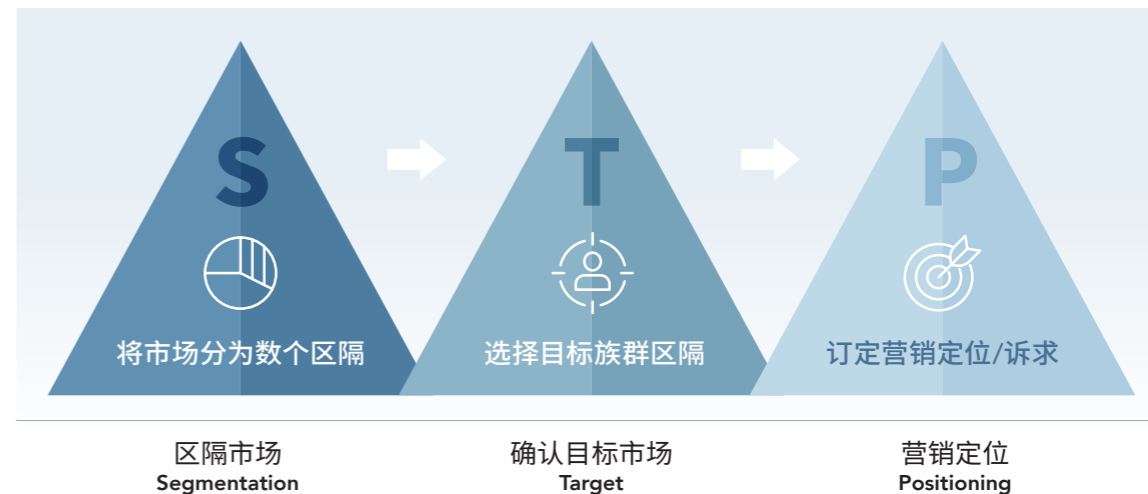
事实上，大家看到的机会并不是真的机会，而是时代环境下的趋势，并不一定就可以成为创业的标的，例如：少子化和高龄化的市场常被视为是一种商机，但不表示投入婴童市场或银发市场就一定会成功获利，因为趋势是

大家都看的到的，但是否能成为商机，就要看自己在该市场中能否具有竞争优势，所谓的竞争优势是指在市场消费者的需求中，一定要有一项或几件事情能做的比竞品更好，才能吸引到消费者的注意及购买，如果只是看到趋势，但没有竞争优势，徒然进入市场，也只是看的到而吃不到。

AI带来的“趋势”包括人力使用降低、信息变现加速等好处，也带来电力需求增加、失业率上升等代价，对于不同的产业而言，可能是机会，也可能是威胁，要根据自己的优劣势来判断，是否有市场空缺可以进入，不管是产业创新，甚至是新创一个市场，才有客观的分析来支持自己的想法。

## 2 STP

STP是每一位MBA学生都知道的营销工具，也是很实用的策略工具。STP是形成营销定位的三个阶段，包括Segmentation（区隔市场）、Target（确认目标市场）、Positioning（营销定位）。STP的目的是让我们认知到市



场上不是只有一种需求，也代表了市场上有不同的消费者，除非是独占市场，否则任何一家企业和品牌，不需要也不能占有整个市场，因此需要先分析市场，了解市场中需求的差异，将不同需求的消费者分开，形成数个市场区隔（Segmentation）。

若能将市场分成数个区隔，代表对市场需求已有了掌握，接下来就可以根据SWOT分析中看到的机会，配合自己的竞争优势，来选择合适的区隔市场，作为自己的目标市场（Target）。

目标市场是一个确实存在，有未来性，而且是自己的资源和技术可以掌握同时取得竞争优势的市场标的，将自己的竞争优势展现在这个目标市场中，就形成了独特的营销定位（Position），这个定位代表了有市场需求，而且有能力可以取得市场的注意，同时获得一定的销售成果。

### 运用AI工具，找到成功机会

AI可以快速取得市场信息，同时应用在各种领域，当有一个AI应用的点子时，要先判断一下使用者有哪些“需求”，依需求把使用者分

成不同的对象，然后评估自己的点子可以满足哪些需求，而且比现在市场中的解决方案做的更好，那才是有价值且有市场的创业好点子。

根据统计数据，创业者一年内就倒闭的机率高达90%，而撑过一年的10%创业者中，又有90%会在五年内结束营业，换句话说，能创业超过五年的比例只有1%。每个创业者都是怀抱梦想，或有一技之长，但失败率这么高的原因，除了财务和人才不足外，更重要的就是对市场的认识不足。

AI话题虽然炒的火热，但除了ChatGPT等大数据应用的程序有实际的作品外，大部分都还是纸上谈兵，或是在实验阶段，也有许多专家学者担心AI会重演公元2000年的网络泡沫化的后尘。

AI可以想象的应用真的很广，也给许多年轻创业者一个充满实现理想的机会，但不论时代如何演进，技术如何进步，只要是市场竞争，都要回到基本的营销分析开始，若只凭直觉或自以为有用的技术，没有市场分析和产业经验的支持，创业的失败率还是会远高于成功的机会。

AI世代是一个充满创意和机会的年代，回归基本功，好好认识市场，才能将自己的理想和抱负，付诸实现。A







黄丽燕

前李奥贝纳集团执行官

## 做自己人生的负责人

图·文/黄丽燕 (天下杂志出版社)

最本土的外商CEO、人称“玛格丽特”的前李奥贝纳集团执行官黄丽燕，分享从人性法则看全局，了解为什么同事、主管、老板，总是和你想的不一樣？以一份有力量、有温度的指引，打开格局、拉高视野，跨越对工作、人生、自我价值的怀疑与迷茫。



看更多名人讲堂

“为什么都没有人告诉我？为什么都没有人跟我说？”一位同事在我面前声泪俱下。

### 你的生命去哪里了？

“他们要跟你说什么？”我看着她，不解的问。

永远记得一件事：这个世界上没有一个人有责任应该对你负责，唯一要对你负责的，是你自己。如果连你自己都不关心你自己的状况，别人为什么要关心你？

“他们要跟我说我哪里不好啊？！都没有人跟我说，我哪里知道有问题呢？”她含着泪回答。

“那你最近半年上班轻松吗？”我继续问。

“很轻松啊！都没有什么事做。”她回答得理所当然。

“那上班都没有事做，你薪水那么高，你不会害怕吗？”我再追问。

“我也觉得奇怪，可是老板没有给我事做，能怎么办呢？”她瞪大眼睛说。

“你有没有听出问题来，这就是问题了！”于是，我告诉她一个从大客户嘴里说出的故事。

有一次我去一个大客户那里，大家在聊天的过程中，他说：“我们家那个媒体公司真有趣！我几个月不发工作给他们，结果他们也没什么知觉或反应，我干脆就把预算都挪出去到活动上了。”过了半年，媒体公司才跑来询问：“为什么你们现在都没有媒体预算了？”客户说，“有啊，我都把预算放在活动上了，你们都没看到吗？”“喔，我们都没注意到耶！”那位大客户对着我边说、边笑、边摇头。

“那家媒体公司真的太有趣了！客户的需求不注意，只注意自己突然没预算。一样的，妳自己那么久都没事做，然后妳拿这么高薪，妳不害怕吗？就算妳不会害怕，妳不会去主动找些事来做吗？”听完这个职场故事，她两只眼睛瞪得大大的看着我，其实，我的重点并不是你拿了钱却没做事，而是在你那段没做事的上班时间内，你的生命去哪里了？

难道你觉得“赚到了！”不但轻松不累，



还赚了很多薪水，然后自己还安慰自己不是你做事，而是没人派事给你，那这半年对你来说的意义是什么？空白！人家在成长的时候，你的生命成了空白，然后你最后的结论竟然是：“为什么他们都不告诉我？”

当然，也有些人会觉得没关系，这个客户不做，再做别的客户就好。但是今天一个客户不要你，你不去弄清楚为什么，那总有一天，你在别的客户那里，也会摔同样的跤，你在同一个地方不断的摔跤，然后呢？最后你要拿你自己怎么办呢？不是怨客户、怨公司，就是怨自己运气不好，最后就只能哀怨的告诉自己跟所有人：“这就是我今生的命啊！”

### 对自己的生命“当责”

永远记得一件事：这个世界上没有一个人有责任应该对你负责，唯一要对你负责的，是你自己。如果连你自己都不关心你自己的状况，别人为什么要关心你，别人有什么“责任”要来告诉你？

你的老板有责任吗？当然有，但你的老板可能很忙，你的老板可能关心不到你，你的老板可能有更多、更重要的事要做，的确，没有为你的工作状况负责，那是他在你这边失职，但最后是谁受害呢？

你的同仁有责任吗？谁要去做那个帮猫挂铃铛的人呢？客户有必要吗？不用啊！他只要跟代理商讲一下，对不起，这个人我明天开始不要见了，这样就好了。就算你周围所有的人都对不起你，都应该为你负责好了，但最后的苦还是你自己要承受啊！

早早长大，早些明白只要和自己有关的事，都是自己的责任，会少吃很多苦。你要掌握自己的命运，让你成为自己人生的负责人，积极的让自己每一天都是充实并快乐的成长着，这就是你对自己生命的“当责”。

### 容易放过自己，又不敢要

“老师，我真的不知道我要什么，我也不知道我的梦想是什么？！”一个做了十年多的总经理学员，满脸哀伤的看着我说。“这几年我真的有想过，到WAVE上课后我想了更多，可是每次问自己，心里面就一片茫然，我不知道我要什么？我真的有想。老师你相信我！我想得很用力，可是就想不出来。”没等我回答，



她忙不迭的往下讲，急着证明自己真的有想。

我心一沉，相信在工作过程中，她一定积累了很多无法与外人道的自我质疑。我也很清楚，无论是在什么位置，都会面临“活到怀疑人生”的时刻。

“Carol，妳坐在这个位子这么多年来，一定有许多辛苦、沮丧、哀伤，甚至也绝望过，但也应该有一些成就，才能继续坐在这个位子上吧。妳说妳想了许久，就是想不出来，我觉得原因可能不外乎两点吧！”希望听完后，她能明白我的用心。

第一，你太容易放过自己。因为常放过自己，所以你会觉得很guilty（有愧疚感），然后又回来为难自己。于是，在“放过自己”跟“为难自己”之间，你的生命不断地流失。最后你又会说，这几十年我真的想过了。是啊！你真的有想，但也只是“想”过啊。你一下子把自己逼死，一下子又放过自己，想也想过了，痛苦也受了，但就是没有结果啊！

第二，你不敢要。很多时候我们不敢作梦，是因为怕梦太大，做不到会让自己更伤心，更无法面对自己。但如果你真的就只想要“这样过了一生”，你不会来上这个课程。WAVE课程不是个来交朋友的课程，是要回到自己最深层的内心，找到你内心想要的东西。

你不知道自己要什么，那总有绝望过吧？记得我在三十岁左右，自掏腰包去欧洲进行一趟学习之旅。我计划花八万块（包括机票跟住宿），在欧洲待三个月，所以我的花费很省、很省，早上都在房东家吃饭，尽量吃很饱，下完课就回来吃晚餐，午饭是不吃的！

### 通过绝望，找出最深层的渴望

有一天我走了一个多小时，又渴又累，途中

## 通过绝望，去找出你最深层的渴望。那个渴望可能不是永远的，那也没关系，通过一时的渴望，你会不断的往更深一层去发掘，最终找到你人生的使命。

看到一家冰淇淋店，我在那家冰淇淋店的橱窗前站了很久、很久，那是我这辈子永远忘不了的一幕。

当时我口袋里是有钱的，但我舍不得花，因为我不知道存款还可以用多久，所以不敢去花那几块钱英镑。直到现在，我都还记得自己在橱窗前来来回回看着冰淇淋的那一幕，最终我并没有买，但我跟自己说，“我一辈子都不要再为钱烦恼。”从此以后，我开始拼命的赚钱。

过了九年，我到香港工作，赚了很多钱，可是不开心到无法入眠。终于有一天我告诉我自己，“这个钱我不要了！我想要做自己可以贡献价值的事。”所以在寻找梦想或渴望的过程中，不要急，但一定要跟自己对话。找到之后不论是什么，不要批判，就开始做。所有的事情最重要的都只有一个一先开始。没有开始就没有行动，没有行动就不会有任何的结果。

你不知道你要什么，你没有任何的渴望；没问题，那就去找出你的绝望！什么事情让你这么的绝望？什么事情让你什么都不要？什么事情让你觉得人生就只不过是如此？通过绝望，去找出你最深层的渴望。那个渴望可能不是永远的，那也没关系，通过一时的渴望，你会不断的往更深一层去发掘，最终找到你人生的使命。

如果今天都已经做到总经理、执行官这个位置了，身上背负了多少人、公司，以及社会对你的期待？你没有资格说不想前进，只想停在这！停滞，不只是被别人跨越而已，你也在浪费所有愿意跟着你的人的生命，甚至引发他们更多的负面能量，形成一个没有出口的向下循

环，这不是造孽吗？相反的，若能通过你的梦想，启动你周围所有人的正面循环，让公司、社会、与地球因此而更好，单单想到这个，就足够让人想唱〈感恩的心〉了！

名人档案 |



黄丽燕

WAVE中小企业CEO品牌/  
领导学创办人

前李奥贝纳集团执行官暨大中华区总裁。对品牌的热情无人能及，她认为如果不能爱上客户的产品，就无法做好品牌营销，因此要求自己与公司同仁，无论是吃的、喝的、用的，全部都是客户的品牌。现在，她更将这份热情化为使命感，创办了“WAVE中小企业CEO品牌/领导学”，帮助中小企业品牌在世界产生价值。

### 好书推荐

### 《请问CEO，你可以有点人性吗？》

作者：黄丽燕  
出版社：天下杂志出版社

作者放下CEO的表面风光和血泪沧桑，将过往征战的伤疤化作引路的光——59篇坦率敢言、诙谐中带点“杀气”的职场真言，分享如何打开格局、拉高视野，跨越对工作、人生、自我价值的怀疑与迷茫。





# 从上班族转变成企业家 这些技能和心态你必须拥有

文 / 黄柏翰 · 资深创业者 / 企业战略顾问



看更多人资观点

近年来，由于经济及产业结构的调整，越来越多的人从「上班族」的角色中走出来，选择创业这条充满挑战和机遇的道路。许多500强企业的中高管，自愿或被迫走上创业的道路。不管是开咖啡厅、成立跨境电商公司、开设小型咨询公司，甚至当独立顾问，上班族都必须面临从分工明确的职场环境，转变到需要全面掌握的创业挑战。



**在现** 代职场的专业分工体系中，多数上班族通常专注于其职责范围内的特定任务，依赖跨部门团队的协作来共同推进项目。作为创业导师，我发现许多创业



思考去哪里找制造商、如何与市面竞争者区分、成本控制等。若是服务型产品，则需要设计流程和具体交付物。

者在各自领域上表现优秀，但失去原有组织的资源与支持后，需要在极短时间内快速补强技能和调整心态。以下是我辅导多年的初创公司及自身创业经历中，归纳整理出的几项初创业者最容易遇到的技能和心态瓶颈：

者是量化，并明确其定义。以咨询行业来说，产出可以是“问三个问题”，“让你问半小时问题”，或是“针对某个议题写出一篇建议或解决方案”，这三种都是咨询服务可以成为的产品样式。



## 1 从上班族到创业者最需要的“硬”实力是什么？

### 1 产品化的能力

创业的本质是卖出产品或服务，并向客户收取报酬。最重要的是决定产品或服务的性质。无论是从无到有的打磨，还是进货转手销售，都需要具备将概念转化为产品的能力。具体来说，需要在以下三个方面达成平衡：

#### • 生产：

思考去哪里找制造商、如何与市面竞争者区分、成本控制等。若是服务型产品，则需要设计流程和具体交付物。尤其服务是看不见摸不到的，某种程度上在流程上必须标准化或

#### • 定价：

需考虑产品定位和客群属性，定价过高或过低都会影响销售和毛利。所以在前期的部分就要考虑到产品设计时的相关成本与变量，让定价有所参考，并预留突如其来的成本膨胀。

#### • 交付流程：

包括包装、递送方式、收款方式等。而服务的交付，以前段提到的咨询来说，过程可线下亲谈或是在线咨询，甚至在每次咨询完毕后可以整理为当次的咨询概要给客户。而现金流部分可以是预收或者是其它形式。就像许多海外的商学院，除了传统的线下交付外，也多了在线交付（Online MBA）。

如何将这3者均衡，成为客户愿意掏钱购买的产品，就是产品化的过程。而新手创业者往往难以从消费者角度反思产品，导致无法均衡三者，最终影响销售。

### 2 销售、营销的能力

有人说过，世界上最难的两件事情就是把我的想法种在你的脑袋，或者是让你愿意从你的口袋掏钱出来进我的口袋。而销售和营销，正是致力于成就后者。

企业的成功往往与创始人的销售能力密切相关；无论产品多么卓越或利润率多高，若无法实现销售，所有努力均可能付诸东流。在创业初期，创业者除了管理公司外，还必须肩负销售的职能。然而，大多数的上班族在创业之前都不是销售岗位。在大公司的体系下，销售由专人处理，所以对于销售十分陌生，甚至不知道如何向客户介绍产品，这就成为大多数上班族在创业初期的一大痛点。

销售技巧是一门专业，需要刻意练习。我通常给创业者的建议是，从产品到销售，自己一定要亲身经历一次，这样才能贴近市场，取得客户的反馈，然后改进你的产品。而营销可以由具有营销经验的合伙人来操作或是交由专业的机构代为执行。

当然，一切的前提还是需要好的产品。如果产品完全不行，无法得到大多数客户的喜爱，那么再多的营销和销售手法都无法弥补，只能做一次性买卖，而对于资源不足的新创企业来说，产品无法产生复购，只能不断地找新客户来维持现金流，这并不是一个好的模式。

### 3 财务管理的能力

我们偶尔会看到某些公司在产品、销售和营销方面取得重大成功后，依然会倒闭。原因出在于财务管理能力不足，主要体现在以下三个方面：



#### 1 成本营销管理：

许多新创公司在路演时很喜欢强调自己的销售额有多高，但我习惯看税后净利润。原因在于刺激销售有许多手法，包括大量折扣、塞货、大幅营销活动，但这些都是以营运成本为代价。表面上看似销售额上升，但搭上人事成本、水电费、租金等，可能已经侵蚀到了毛利甚至净利润。没有财务观念的创业者最终可能会把钱烧光，甚至负债。

#### 2 收帐管理：

卖出产品后，如何收回钱是个学问。很多创业者货卖出去了，但迟迟收不到尾款（甚至是全款），最后只能变成坏账，人财两失。另一个挑战是过长的收款期，这意味着新创公司必须有足够的现金流，否则最终会因现金周转不灵而倒闭。

#### 3 付款管理：

与收款相反，如果你非常需要供货商的支持，就可能在收款之前付全款给供货商，这会造成收付款之间的时间差。

许多创业者会花很多时间在产品和销售上，但往往忽略了财务上的管控，因此会出现营收增加但收益不佳，或者现金流出问题的情况。而多数创业者甚至对财务流程

硬实力固然重要，心态、观念的转变才是迈向创业者的进阶之路。专注解决问题、理性思考、全局观都不是短时间的功课，需要在实践中持续磨炼和精进。

不熟悉，全权交给会计却疏于管理，最后导致公司难以为继。

### Q2 从上班族到创业者最需要的“软”实力是什么？

前面提及的都是技能上的挑战，如果有好的创业团队、协助者，甚至创业导师，都可以提供帮助。而心态上的转变，是我从高管转变为创业者时花了一整年才调整过来的。心态正确，事情就顺利，正是这个道理。

### 您准备好当老板了吗？3个心态上的转变：

#### 1 专注于解决问题

当员工时，重大决策通常由上司裁决。但一旦成为创业者，所有下属无法解决的问题都要由你来裁决。从公司Logo设计、有能力的员工要求加薪，到是否同意客户砍价，都需要你来下决定。不能像以前一样做好份内事，这在体能和精神上对创业者都是负担。

#### 2 把握全局，权衡利弊。

以前在不同部门工作时，都是站在部门立场判断事情。但创业后，你是老板，你是仲裁者，需要权衡各方利弊，做出对公司最佳的决



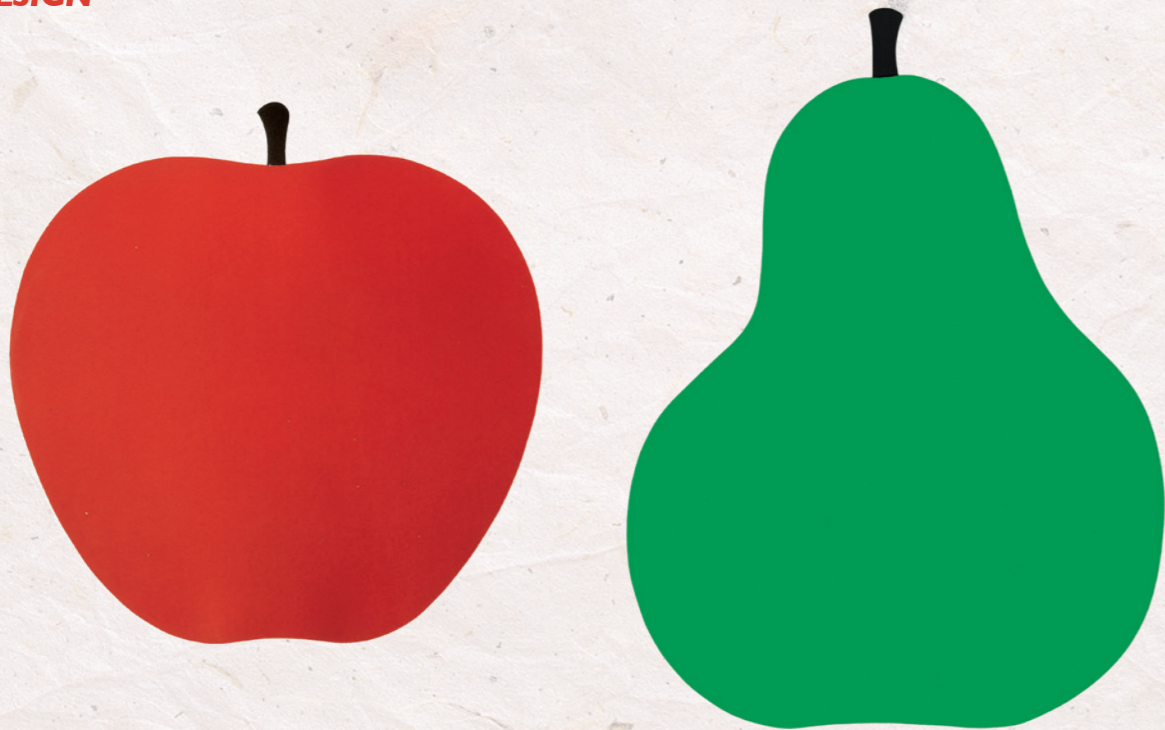
定。权衡是个挑战，如何权衡，从什么角度权衡，对新手创业者都是个考验。

#### 3 理性对待公司事务

创业者对待赚钱的事情需要理性。比如：创业初期几个合伙人，共同成为小股东，但因为熟识、碍于面子等关系，没有把权利义务讲清楚，没有签订股东协议。等公司开始盈利、发展蒸蒸日上时，问题开始浮出水面。每个股东都认为自己对公司的发展贡献最多，分润时要求比原有持股更多，谁也无法让步，这对公司的营运和后续发展可能会造成破坏性影响。我自己创业后，习惯先把“丑话”讲在前头，对客户、供货商都一样；大家同意后才做这笔生意。把理性放在感性前面，事情会容易处理得多。

上班族如同修行，创业者是入江湖打拼，后者需要的技能更全面，因为涉及企业生存和发展的挑战。上班族决定创业的当下，就要有足够的觉悟，因为创业往往没有尽头，除非失败破产，否则都是条持续学习的道路。A





左：《自然系列》1号，以极简的苹果形象进行平面设计创作。右：《自然系列》2号，以极简的西洋梨形象进行平面设计创作。

## 艺术与文化专题

# 反骨与颠覆 恩佐·马里的意大利设计



看更多经典设计

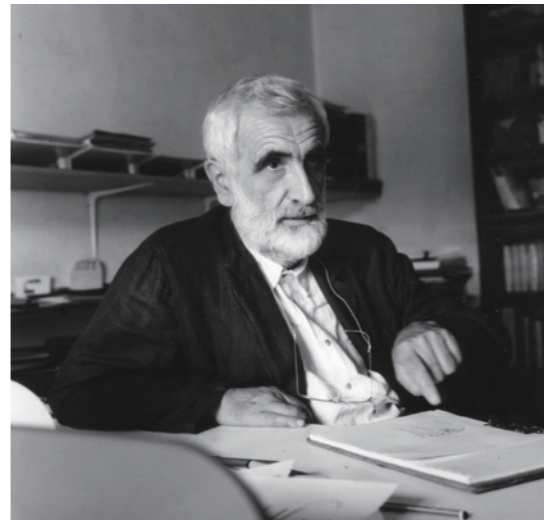
文/李俊明·图/Design Museum

身为二次战后的意大利设计巨匠，恩佐·马里曾为多家知名品牌创造无数产品，在他横跨60年的创作生涯中，很早便开始强调设计必须从材质、美感到永续，以落实设计必须能被所有人共享的理念。

**恩佐**·马里（Enzo Mari，1932~2020）是二次战后崛起的知名意大利设计师，曾为Artemide、Alessi、Danese、Diade、Zanotta，以及MUJI等家居、家具品牌创造过无数产品。最近伦敦设计博物馆推出了一档特展，回顾他横跨60年的创作生涯，

以三百多件展品规模，从平面、家具到概念装置，呈现他不只是设计师，同时也是艺术家、教师、评论家、理论家的多重角色。

对于设计怀抱极大热情的他，鼓吹设计应在肩负社会责任及知识分享上扮演更深的角色，因此很早便开始强调设计必须耐久、价



恩佐·马里横跨60年的设计生涯，创造出多达两千件以上作品。并曾在1962年到1956年就读于米兰布雷拉美术学院。

廉、多功能，并从材质、美感到永续，以落实设计必须能被所有人共享的理念。这些理想在他崛起的时代都是相对前卫激进的想法，但事后证明他的确独树一帜，超前时代潮流。

## 多元能力养成 奠定跨域设计基础

1932年出生在意大利北部的恩佐·马里，幼时生活困苦，而且由于父亲生病，不得不中途辍学，辗转当过铺砖工人、招牌看板绘制匠师、肥皂业务员、市场挑夫，后来终于进入米兰Brera艺术学院，投入绘画、雕塑、舞台设计等领域学习。

有趣的是，每个领域的老师遇上他，都建议他改学其他学科，因为他总是很爱提问，又总对答案不满意。不过，正是艺术学院这方沃土，滋养了他无限的求知欲望，让他将触角伸向更多创作领域，反映在日后的创作深度与广度上。

在2020年因新冠疫情去世前，他就在超过60年的创作生涯中，穿梭在家具、展览、产

品、平面等设计领域，成就了两千多件产品，包括雕塑、童书、花器、家具、陶器种类之广，连很多知名设计师也难以望其项背。

特别值得注意的是，恩佐·马里总有反骨思想，而这与众不同的逆向思考，造就他在设计思维上的独特。

## 逆向思考 激发设计广度深度

他曾经表示，倘若自己的设计被人称赞，他反倒要问自己：“到底哪里做错了？”如果每个人都喜欢他的设计，“这正是我不想要的！”对他来说，被世人喜爱并非重点，关键在于能够与众不同，创造差异，否则设计就失去了价值。

因此他的设计思维就是，如果现存事物已经够好，那就不用着手。比方他曾妙喻，“我建议往窗外看，如果你喜欢眼睛所看到的，那就没有理由再做新案子。如果相反地，看到的東西令你惊恐到想要杀了负责的人，推新设计案就言之成理了。”



《苹果树与蝴蝶》，由米兰市政府典藏的恩佐·马里平面设计草稿。



那么这位充满理想的设计者，究竟留下了什么样的作品呢？其中让他扬名立万的设计之一，是往往为人忽略的“玩具”。

他的信念之一，就是“玩耍为发掘人类潜能与了解世界的必要活动！”他深信儿童的需求，与成人的需求同样重要，因此在看到自己孩子玩耍的样子后，兴起为他们设计的念头。

### 游戏激发创造力 玩具成设计经典

他在1950年代成为新手爸爸后发现，许多玩具并无法激发创意思考或鼓励自立，他观察到孩子们能从自由玩耍的游戏中，获得许多乐趣，于是他开始投入玩具与游戏道具设计，有些至今仍生产不辍。

像是经典之作《16件动物》，便以大象、骆驼、袋鼠等16种动物造型，巧妙构成拼图，在1957年由米兰品牌Danese推出。由于这款从整块橡木板裁切、材质毫无浪费的玩具大受欢迎，16年后他又设计了一款以鱼类、海豹、章鱼等海洋生物构成的《16种鱼》拼图，鼓励孩子在玩耍中学习与发现。



《自然系列》当中，也以雁的形象进行平面设计创作。



1957年所设计的经典之作《16件动物》，拼合起来便是一块木板。

这系列产品的最大特点，就是他将动物的形象简化至最极致，让人可辨别出动物的种类，但除此之外毫无多余线条或装饰。而16组动物的线条在木板上紧密相接，形成令人惊叹的整体，这种功力也归功于早年他担任招牌绘制匠人时所累积的深厚构图基础。

再来，强调极简也是他的特色，而且这种主张并非只从美学观点出发，背后也有更深的理想支撑。

“我每次总会试着厘清什么才是必要的。”这种对于“必要”的追求，成为他设计时动心起念的第一个念头。

### 有必要才设计 极简蕴含社会理想

他的早期产品设计格外强调简约，不时从日常生活事物中汲取片段，然后加以转化。

比方他的名作之一“Putrella果篮”（Putrella Fruit Bowl），其实只是截出一段H型钢，让两边稍微上翘，便成为盛装水果的器物。

他甚至也将他对社会主义的理想，落实在设计面上，比方他主张在设计时就该顾及生产面的流程简化，因此在1960年代推出的第二版爪哇食物收纳罐（Java Food Container），就简化了第一版的上盖转轴，拿掉原本需手工组装的连接轴设计，让生产线工人能减轻重复动作的负担。

但是他这种想以工匠人或劳动阶级为优先的乌托邦想法，有时也会踢到铁板。

比方1970年代他曾受托推出一系列陶器作品，便怀抱着想激发工匠创意的梦想，试图推动让匠师也参与设计创作过程。于是他计划借由融入编篮技巧的制陶古法，让匠师发挥创意，自己还身先士卒以陶土做了一些缠绕、编



左：1964年创作的福尔摩沙万年历。右：极简名作“Putrella果篮”，其实就是截出一段H型钢，让两边稍微上翘，便成为盛装水果的器物。







当代艺术家Nanda Vigo以恩佐·马里《16件动物》为灵感所创作的作品。

织的模板示范，希望匠师能有参考依据，好释放想象力。可惜，匠师看不懂他的美意，最后全部复制他示范的模组，完全无法激起他理想中的民艺运动。

经历各种失败后，他从中汲取了教训，产生了更激进的想法，甚至把脑筋动到使用者身上。他心想既然无法激励工匠投入创作，那就干脆将制作流程直接交到使用者手上吧！因此他在1974年推出设计生涯中最著名的作品，以“自主计划”（Autoprogettazione）为名，让大众自造家具！

### 尝试错误中激发“自造”经典作品

他开发出一系列的座椅、桌子、床具、收纳柜架，利用简单的松木板就可组装，只要有人写信给他，就免费提供制作与组装的教学手册，大众只要负担邮资即可。像是系列中的Sedia 1 Chair，便以随附的制作手册，让人们能动手DIY，贴近他认为设计应该要亲民、融入一般大众生活的主张。

这样的前卫创举，获得了全球媒体的广泛报导与瞩目，也为他赢得鹊起声名，超过五千

封信件如雪片般飞来。但最让他疑惑不解的是，99%的回复当中，都显示使用者并不了解、甚至误解他原本的用意。比方有位美国粉丝，便将收到的DIY手册委托他人，请工匠代为制作一系列“带有质朴情调”的家具，以供他在滑雪胜地的山间小屋使用，让设计者原本期待的“自造”理想荡然无存。

尽管如此，商业性或任何形式的成功，本来就不是他的目标。他的设计，就是不断以意念去冲撞社会既定常规。

对他来说，设计是改变社会的一种方式，他也怀抱这种强大的热情投入创作。尽管很多想法未必贴近社会现实，但他反对消费主义的无端浪费与不加节制，对于永续以及体贴劳动阶级的理想，更是超前时代。在当下强调无脑消费、用后即丢的时代，恩佐·马里的反骨与颠覆，反倒值得人们深思玩味。A



铝质底座结合玻璃的花器《Camicia》。



## 极端气候来临

# 如何避免热伤害？

文/林欣怡·资深医疗记者  
咨询/张阅斌·亚东医院急诊医学部医师、田知学·振兴医院急诊重症医学部代理部主任



看更多健康常识

全球暖化，今年夏天简直热到最高点，因热伤害前往急诊的民众数量也不断攀升，医师表示，民众在温度及湿度偏高的环境下，很容易出现热伤害，尤其老年人、慢性病患者、运动员、户外工作者及儿童，更是热伤害的高危险群。

**亚东** 医院急诊医学部医师张阅斌表示，一般来说，人体会通过“辐射”、“传导”、“对流”和“蒸发”等方式来维持体温恒定。但当外界温度高于体温时，身体原本的散热方式会失效，加上高湿度的时候，人体通过出汗“蒸发”散热的效率也会降低。

因此，当人体暴露在高温、高湿度环境下，就

可能会出现各种热伤害。张阅斌强调，临床上常见的热伤害类型包括热痉挛、热昏厥、热衰竭和中暑，其中以中暑有可能致死，更不能轻忽。根据统计，中暑的死亡率为30%至80%。

热伤害类型包括热痉挛、热昏厥、热衰竭和中暑，其中以中暑最为严重，死亡机率约为30%至80%。张阅斌说，四种热伤害的表现方



式有些不同，影响身体的严重程度也不一。

### 热痉挛

- **发生原因：**若在高湿热环境下长时间活动，可能因流汗过多，或在休息时补充过多开水而非电解质溶液（运动饮料），造成体液丧失和电解质流失。
- **症状表现：**体内的钠、钾离子浓度相对偏低，形成电解质不平衡的状态，导致身体不自主骨骼肌收缩所造成的肌肉疼痛，可以持续1到3分钟，容易发生于大腿、小腿与手臂。如果痉挛剧烈，甚至会影响腹壁肌肉。

### 热晕厥

- **发生原因：**容易发生在炎热环境中，长时间站立时。因为皮肤血管扩张帮助散热，血液会在体内重新分配，此时大量血液和因久站而回流不顺的血液，都会跑到皮肤等周边血管和四肢，导致脑部血流暂时不足。
- **症状表现：**以暂时性晕厥的症状为主，与中暑不同的是，患者的中心体温大多为正常，但若不即时进行相关处置，有可能引发较为严重的中暑。

### 热衰竭

- **发生原因：**因为流汗过多，未适时补充水分或电解质而导致的血液循环衰竭。
- **症状表现：**出现大量出汗、疲倦、身体全身无力、头晕、头痛、说话喘、血压降低、脸色苍白等症状。患者的核心体温会上升，但很少会达到摄氏40度，不过严重时可能会失去知觉，有可能变成中暑。



### 中暑

中暑又可分为两类：一为“传统型中暑”，主要为在高热环境下身体散热功能不良造成，常发生于年老且有慢性病或心肺功能不良之病人。另一类为“运动型中暑”，主要为在高热环境下剧烈运动体内大量产热来不及散热所造成，常见于运动员、户外工作者。

- **发生原因：**皮肤因体温调节中枢调节功能失常而无法散热，并呈现干烫潮红状态。
- **症状表现：**患者此时会出现意识不清且体温超过 40°C（肛温 40°C、耳温 39.5°C、腋温 39°C），最后造成中枢神经异常。如果不尽速处理可能会引发休克、心脏衰竭、心跳停止、多重器官衰竭、横纹肌溶解、弥散性血管内凝血等致命的并发症，甚至死亡。

其实，热伤害不只发生在户外，有些人为了节电而关闭室内冷气，却忘记家中有卧床、行动不便的长辈仍裹着厚厚的棉被，由于多数长

**|| 高温炎热时进行户外活动，请记住三字诀：凉（保持凉爽）、补（补充水分）、心（提高警觉心）。以及五大防热措施：“遮阳帽、太阳眼镜、凉爽透气衣物、擦防晒乳、随时补充水分”。||**

辈对环境感受度差，也对高温判断不够敏感，等到家人察觉时，长辈已经虚脱或是昏迷。

振兴医院急诊重症医学部代理部主任田知学表示，年长者通常因为皮肤汗腺萎缩和循环系统功能下降，对高温判断不敏感、药物影响身体散热能力，加上比较不容易排汗，导致身体的散热效果不佳。

值得注意的是，许多长辈本身有慢性疾病，需要长期服药，高血压病人常服用利尿剂、乙型阻断剂等，可能会影响人体散热能力，导致热伤害。

田知学进一步指出，原本有心血管疾病的长辈，也可能因高温造成血管扩张，再加上夏天流汗，身体水分蒸发让血液变得浓稠，容易出现冠状动脉堵塞，严重时恐会导致心肌梗塞，而脱水现象也会让心跳加速，容易引发心律不整或心脏衰竭。

除了老年人，儿童也是最容易发生热伤害的族群之一，医师表示，年龄越小发生热伤害的机率越高，因为宝宝的中枢神经系统和体温调

节系统的下视丘尚未发育完全，且因为身形较小、新陈代谢快速、体表水分的蒸散速度会让出汗量较大，加上三岁以下的宝宝对于“冷”的认知以及本能反应表达都还没有完全，面对环境温度的改变没有自主能力。

至于如何降低或避免热伤害？建议尽量避开上午十点至下午二点的时段外出，降低因为高温而造成的伤害。如须在高温炎热时进行户外活动，请记住避免热伤害三字诀：凉（保持“凉”爽）、补（“补”充水分）、心（提高警觉“心”）。而且一定要备好五大防热措施：“遮阳帽、太阳眼镜、凉爽透气衣物、擦防晒乳、随时补充水分”，以减少热伤害的威胁。

### 如何预防热伤害？

1 温度湿度高时尽量避免在室外逗留或运动，若需工作或运动时，最好依照热指数（温度+0.1×相对度）调整休息时间及饮





水量，热指数越高，休息时间及频率越高，饮水量越多。

**2** 夏天在户外穿着较宽松透气、色浅易排汗的衣物，戴宽边帽或撑阳伞隔绝太阳的辐射热。

**3** 在炎热天气下运动需补充足够水分，没有做运动时每半小时补充约200-300cc水分，运动时每15-20分钟补充约200-300cc水分，千万不要喝含糖、含咖啡因或酒精成分的饮料，反而会造成利尿缺水。

**4** 即使在不开冷气的情况下，也应该保持室内良好通风，避免闷热的环境。冷气温度

建议设定在26-27度，并可搭配电风扇达到室内降温效果。

**5** 定时定量喝水，不要等到口渴才喝。若家中长辈不愿意喝没有味道的白开水，可以尝试加一点柠檬片以增加风味，或是让长辈多摄取三蔬二果，以补足水分的不足。

**6** 若长辈反应或身体疑似出现热伤害征兆，如体温升高、皮肤干热变红、心跳加速，无法流汗、头痛、头晕、恶心、呕吐，甚至神智混乱、抽筋、昏迷等症状，务必设法保持凉爽降低体温，或是在饮用水加少许的电解质饮料；若体温持续上升、呕吐或意识持续不清，请立即就医。 **A**



**黄色灯号**

36°C以上

- 减少户外活动及劳动，避免剧烈运动，注意防晒、多补充水份、慎防热伤害。
- 室内保持通风及凉爽，适时采取人体或环境降温的方法，如扇风、洒水或利用冰袋降温等。
- 适时关怀老人、小孩、慢性病人、肥胖、服用药物、弱势族群、户外工作或运动者，减少长时间处在高温环境。



**橙色灯号**

36°C连续3日或  
38°C以上

- 避免非必要的户外活动、劳动及运动，注意防晒、多补充水份、慎防热伤害。
- 室内保持通风及凉爽，建议采取人体或环境降温的方法，如扇风、洒水或利用冰袋降温等。
- 关怀老人、小孩、慢性病人、肥胖、服用药物者、弱势族群、户外工作或运动者，远离高温环境。



**红色灯号**

38°C连续3日

- 避免户外活动，若必要外出请注意防晒、多补充水分、慎防热伤害。
- 进入室内，采取人体或环境降温的方法，如扇风、洒水或利用冰袋降温等。
- 关怀并妥善安置老人、小孩、慢性病人、肥胖、服用药物者、弱势族群、户外工作或运动者，远离高温环境。



震旦家具 Bloom沙发





## 震旦精英系列碎纸机顾客案例

# 守护文件安全, 提升效率

图·文 / 震旦办公自动化



一对一咨询详情

在数字化时代, 信息安全已成为企业和个人最为关注的话题之一。随着数据泄露事件的频发, 如何有效保护敏感信息成为迫切需要解决的问题。碎纸机的广泛使用顺应趋势, 而传统的手动碎纸方式不仅效率低下, 亦无法满足日益增长的安全需求, 震旦精英系列碎纸机以高保密、全自动、高效率为众多行业顾客解决了这一难题。精英系列3款机型可满足不同场景、量级顾客的需求, 本文将通过几个真实的顾客案例, 带您一探究竟。

### 案例一: 律师事务所

某地规模最大的律所, 公司共有约130名员工, 下设5个法律中心、多个研究服务中心。是分工细致的大型综合性律师事务所。

对于碎纸需求如下:

- 之前使用4级保密等级手动碎纸机, 只能碎成条状。
- 律所业务量大, 文件的保密要求等级高。



精英 140

5级保密  
小巧便捷

- 多个办公楼层, 不同的业务领域, 每个楼层都有独立的碎纸需求。

### 选购「震旦精英140」使用反馈:

- 1 安全等级提升, 5级高保密, 碎成米粒状, 满足了律所最重视的文件安全要求。
- 2 自动碎纸, 不用在碎纸机旁等待碎纸完成。
- 3 小巧便捷, 不占空间, 每个楼层都可配置, 满足不同业务部门独立的碎纸需求。

### 案例二: 建筑公司

某世界500强建筑公司全资子公司, 员工约5万人。

对于碎纸需求如下:

- 原使用4级保密自动碎纸机, 容易故障卡纸。
- 手动及自动纸仓容量小, 需要多次放入。
- 噪声大, 影响办公体验。

### 选购「震旦精英220」使用反馈:

- 1 碎纸安全等级提升, 5级碎纸, 碎成米粒状。
- 2 减少放纸次数, 1次性可放入220张纸, 效率提升。
- 3 机型美观, 噪音减少, 大大提高了办公体验。



精英 220

5级保密  
平衡之选

### 案例三: 制造业公司

亚洲最具竞争力的全球硬质合金供货商公司, 约有2,000位员工, 全国多家分公司。

对于碎纸需求如下:

- 以往使用普通手动碎纸机, 碎纸效率低, 机密文件需要专人值守。



精英 430

5级保密  
长效稳定

- 历史文件较多, 每个月碎纸量大, 需要稳定、长效的碎纸机。
- 公司规模大, 需要有能提供上门服务、响应速度快的大品牌。

### 选购「震旦精英430」使用反馈:

- 1 5级碎纸, 碎成米粒状, 加上430独有的密码锁, 碎纸双重保密。
- 2 自动碎纸仓一次性可放纸430张, 解放双手。
- 3 430碎纸机可连续、稳定、自动工作8小时, 满足大量碎纸需求。
- 4 震旦60年品牌历史, 分公司服务点离公司4公里, 服务及时到位。

### 同样的5级保密 贴合不同场景

震旦精英碎纸机全系列满足P5级别的保密效果, 为各行业、不同规模公司文件安全保驾护航。60年品牌历史, 全国服务网点192家, 不管是企业还是个人都能在此系列产品中找到适合的碎纸解决方案和放心的服务。A

### 诚邀免费试用 共同守护信息安全

新品上市, 精英系列碎纸机限时免费试用活动中。

免费试用时间: 15天

活动时间: 即日起至2024.8.31

活动区域: 限北京、天津、上海、河北、山东、江苏、浙江、福建、广东等地区 (详询客服)。



扫码添加专属客服  
即刻咨询申请





2024年,震旦(江苏)智能园区  
正式揭牌及取得LEED金牌认证

### 引领绿色低碳新场景

# 震旦江苏智能园区 荣获LEED金牌认证



一对一咨询详情

图·文 / 震旦家具

震旦集团是「追求永续经营」的企业，因应市场、业务拓展的需求，在南通市投资兴建震旦江苏智能园区，致力于将园区打造成为集数字化、智能化、绿色环保于一身的智能工厂及物流中心，为顾客提供全方位智能办公空间解决方案。

**震旦** 江苏智能园区位于江苏省南通市通州区，通州地处长江三角洲北翼，海陆空路网发达便捷。项目总用地面积88,617平方米，已于2023年第一季度进行设备调试，第二季度投入试生产。

2024年，震旦江苏智能园区正式揭牌并取得LEED金牌认证。这一荣誉的获得，为震旦



震旦江苏智能园区俯瞰图



开放式Base 2工作站成为新生代员工向往的工作场景

打造绿色园区、绿色制造再添亮点，持续践行ESG低碳新场景。

随着ESG理念日趋盛行，为响应政府双碳政策并追求绿色环保及智能制造，震旦江苏智能园区引进大数据、人工智能、物联网等科技，进一步提升运营生产效率；一是智慧化管理，包括噪声监控、能耗监控、智慧照明、智慧水务、空气质量监控等，以少量的人员投入，实现规范的管理；二是生产设备集成化管理，包括生产系统集成、大数据分析、设计与生产对接、5G设备专网、工业物联网等，实现整合增效。

因应行业的发展与工作方式的变更，传统的办公空间已无法满足数字转型、创新企业的需求，震旦家具提供acitva灵动办公解决方案，推出

Base 2工作站以提供更高效率的办公场景。Base 2一语双关，既作为设计精良、具性价比的“基础”商品配置，又寓意支持工作的“基地”要塞。既拥有模块化配置的工作站，又可以组成主管桌，成为职场中无处不在的身影，使得Base 2成为名副其实的职场“好搭档”！ **A**



### 关于LEED认证

全称Leadership in Energy and Environmental Design，是由美国绿色建筑协会建立并推行的《绿色建筑评估体系》，是世界各国认为完善、有影响力以及商业化广泛的评估标准。LEED认证作为权威的第三方评估和认证，主要从能源，水，废弃物，交通，人文环境几个方面进行全方位评估。旨在节约建筑运维成本，倡导绿色低碳的生活方式。



Base 2打造属于年轻先锋的主管空间





Profilo办公椅+P016会议桌

## 米兰展新品

# ESTEL×Gensler可持续性办公椅设计

图·文/AURORA ESTEL

Profilo系列由ESTEL与Gensler合作设计，Gensler是美国著名的建筑设计、规划与咨询公司，在国际享有很高的行业声誉。Gensler连续43年在《Interior Design》年度100强室内设计公司排行榜中排名第一，上海中心大厦是其重要的设计作品之一。产品设计始于洞察力，而洞察力则来源于深厚的知识体系。Gensler利用自身建筑公司的实践经验激发产品创新与开发，提供独到的产品设计。



一对一咨询详情

### Profilo办公椅

产品设计融合创新、人体工程学、可持续性设计于一体。背部温润细腻的指纹状凸起是

“Profilo系列”的特征。

“Profilo办公椅”的弧形座垫与弧形椅壳细致贴合，环抱式一体扶手拥有精妙柔和的弧形转折，彰显设计师对造型的精雕



Profilo高脚办公椅+More高桌

细琢。ESTEL致力于为用户及环境的可持续发展做出贡献，全系列PP椅壳含经认证的50%再生颗粒（Second Life Plastic 证书编号970/2023）。

### Profilo单椅

“Profilo单椅”的榉木实木脚底座自然原生态，含扶手或无扶手的椅壳均可选配，也可用于高脚椅。通过PP椅壳颜色与软包的变化可适配各种不同风格的公共空间。

“Profilo系列”的软包为全软包或半软包形

式，均采用One系列面料包覆，由100%再生聚酯纤维制成。该系列面料符合Oeko-tex认证，通过多国防火测试。

“Profilo系列”将产品设计的范围涵盖办公空间的多个场景，可运用于公共、培训、教育、会议等空间，莫兰迪色系的PP椅壳搭配PP座垫，便于清洁和打理。也可加装小桌板，并可堆叠收纳。

### AURORA ESTEL双品牌

AURORA ESTEL双品牌成立于2018年，震旦集团与意大利ESTEL集团合作，将意式品位的Italian Smart Office引入中国市场，服务高端办公空间。

ESTEL集团成立于1937年，起始于民用家具，在1980年开始将民用家具的匠心工艺与设计理念融入意式办公家具的研发与生产，其现代感和精致感的办公系列已成为其核心业务。

AURORA ESTEL作为其在中国唯一的合作伙伴进一步提升品牌力，共同打造双品牌，引领市场潮流，为顾客服务。A



Profilo单椅+P45圆桌



Profilo单椅





震旦博物馆新品纪念币

## 震旦博物馆商店

# 刻画以为工 推出馆藏纹样纪念币

图·文 / 震旦博物馆

震旦博物馆文创商店位于博物馆一楼，商品涵盖从古器物学到创意美学，从学术走向生活，以收藏为概念传递新的艺术化生活方式，给观众带去新鲜独特的审美体验。



看更多精彩活动

**震旦** 博物馆文创商店于2024年6月推出全新纪念商品——博物馆纪念币，将震旦博物馆的几大经典藏品的精髓融入方寸之间。纪念币的正面精心雕琢了四款博物馆藏品的浮雕图案，它们与博物馆藏品一一对应，体现了对历史文化的深刻致敬。而在纪念币的另一面，则镌刻着震旦博物馆的建筑外形，高大而庄重，展现了震旦博物馆作为“黄浦江畔的文化宝盒”的独特风貌。

神兽纪念币精心融入了南朝神兽的形象。此神兽的原件位于博物馆的入口处，作为馆内文物的守护者，其造型生动，形态传神。在南朝时期，神兽主要见于丹阳一带，并以成对的形式位列于皇家陵墓神道两侧。神兽不仅是陵墓的守护者，同时也承载着往生引导者的角色，象征着通往长生之路的指引。博物馆三楼玉器展区珍藏的玉雕瑰宝，深深镌刻着红山文化那份古老而庄严的神圣感。玉神人兽像纪念

## 震旦博物馆馆藏 辟邪神兽 神兽款纪念币



位于博物馆入口处的辟邪神兽，震旦博物馆特别推出的神兽纪念币，精心融入了南朝神兽的形象。

币造型独特而精巧，头部形态巧妙地借鉴了牛首的雄伟与力量，双目深邃而炯炯有神，仿佛能洞察世间万象。双手环抱着膝盖，静坐沉思，如同历史的思考者，而纪念币将玉神人的形象浓缩其中。

青花双鱼藻纹大盘纪念币的设计灵感源于馆内四楼青花瓷展区的青花双鱼藻纹大盘，青白两色交织成一幅细腻且典雅的画卷。在盘内，纹饰层层叠叠，繁复而井然有序。中央部位，一尾鲭鱼与一尾鲢鱼在繁茂的水生植物间悠然游弋，仿佛置身于浮萍与狐尾藻交织的静谧之境。外圈则环绕着精美的缠枝莲纹；而在折沿处，精致的锦纹点缀其间，营造出和谐统一的视觉效果。飞天纪念币上所呈现的飞天形象，其设计灵感源自于博物馆六楼佛教造像展区珍藏的佛教飞天造像。此尊造像展现了飞天回首折腰的优雅姿态。其束发戴冠，面型丰圆，细眉秀目，眼帘低垂，嘴角微扬，露出淡淡的笑意，腰间系有长裙，肩上披着彩带，颈部佩戴项圈，一手轻执莲花，一手紧握摩尼宝珠。其飞势动感

强烈，仿佛正欲冲破时空的束缚，直上云霄。这尊造像以其独特的艺术魅力，充分展现了北齐时期造像艺术的独特风格与特色。四种主题的纪念币分别有金、银、珐琅等多种款式，为观众提供了多元的选择。

除了纪念币以外，博物馆商店还同时销售其他纪念品，包括以唐代仕女俑为灵感制作的叠叠乐；以汉代说唱俑为形象设计的水晶球等商品。同时，震旦博物馆还联合更多文创品牌推出形形色色的产品，给观众带来便捷的一站式文化消费体验，让震旦博物馆成为人们爱来的博物馆。A



震旦博物馆文创商店一隅



此器形体硕大，表面布满多层纹饰，罐身两侧附加兽面衔环器耳，呈现浑厚饱满的风格。（图一）  
图片来源：《幽蓝神彩》，P179。

## 元代·青花云龙缠枝牡丹纹兽耳盖罐



### 古器物学讲座——认识元青花瓷专题 ⑦

# 中国出土之元青花

文/吴荣海·图/震旦博物馆

元代青花大量外销，留存在中国本地的数量不多，出土地点散布于浙江、江西、湖南、湖北、安徽、江苏、山东、河北、北京、内蒙古、新疆、甘肃、陕西、四川、广西及海南等省份。

**这些** 中国出土的元青花，分别从墓葬、窖藏和窑址里发掘出来，或

是打捞自海底的沈船，来源虽然不同，但是胎土釉色、造型纹饰及制作技法都呈现统一的时

代风格，因此本文选取下列五件器物，介绍中国出土的元代青花瓷。

## 一、江西高安出土之元青花盖罐

江西是目前出土元代青花瓷器数量较多的地方，出土地点涵盖窖藏、墓葬及窑址，形制品类也较为多元。

例如图一之元代青花盖罐由江西省高安市一处窖藏出土，该处窖藏的规模较大，出土二百多件瓷器，包含盖罐、梅瓶、觚及高足杯等19件元代青花瓷，此处所列之青花盖罐即为其中之一。

罐体呈圆口、凸棱颈、斜肩、鼓腹下收之状，器底具有圈足，罐口加盖，盖面隆起，顶部竖立莲苞状的盖钮，器体大而厚重，表面以莲瓣、卷草、回纹、串枝菊花、壶门纹边框、云龙纹、缠枝牡丹及钱纹为饰，肩部两侧附加高浮雕的兽面衔环作为器耳。

龙纹翘鼻、张口，足爪尖利如鹰爪，缠枝牡丹的花形硕大、叶片饱满，壶门纹边框填入云头、杂宝及圆珠，都是元代青花的典型纹样。

## 二、河北保定出土之元青花釉里红镂花盖罐

河北保定于1964年发现一处元代窖藏，出土6件元代青花瓷器，因为当时对于元代青花还处于陌生的阶段，所以没有受到重视。

这6件元青花包含2件青花釉里红镂花大罐、2件青花八棱梅瓶，以及青花玉壶春瓶和八棱带盖执壶各1件。其中的镂花大罐参见图二所示，罐身呈圆口、短颈、斜肩、鼓腹



## 元代·青花釉里红开光镂花盖罐

此器使用钴料和氧化铜二种着色剂，结合笔绘、堆贴及塑贴等技法，制作多元化的装饰。（图二）

图片来源：《元青花》，页047。

下收之状，罐盖上方附加狮形盖钮，狮子后腿屈膝蹲坐，前肢并置于前方，转头向左张望，模样十分可爱。

全器用钴料绘画卷草、回纹、串枝花卉、折枝花卉、如意云头纹边框内填海水莲花纹，以及壶门纹边框内填云头圆珠等纹样。罐腹堆贴白泥为开光，内部塑贴洞石花卉，表面用钴料和氧化铜涂色，烧成青花和釉里红，是结合多重工艺技法所做的装饰。





### 元代·青花萧何月下追韩信图梅瓶

此器以“萧何月下追韩信”图为纹饰，画面内容取自于元代杂剧和平话，是元青花特有的纹饰。（图三）

图片来源：《幽蓝神彩》，页185。

### 三、南京江宁出土之元青花人物图梅瓶

南京市江宁县观音山的明朝功臣沐英墓，出土一件元代青花人物纹梅瓶，虽然该墓年代为洪武二十五年，但是随葬的青花人物纹梅瓶却是元代时期的产品。

此件梅瓶如图三所示，造型呈小圆口、短颈、丰肩、腹部深长之状，腰部以下收窄，足底微撇，器底有浅圈足。瓶口处的凸唇向外平展如折沿，颈部上窄下宽，腹身壮硕而有雄健之气，正是元代梅瓶的典型特征。

瓶身以人物纹搭配串枝莲花、卷草及壶门纹



### 元代·青花凤首扁壶

此件扁壶将“凤鸟穿花”的题材融入形纹设计中，使造型和纹饰合为一体，风格颇为特殊。（图四）

图片来源：《元青花》，页069。

边框等纹样，人物包含萧何、韩信及船夫三人，以扬鞭策马、河边伫立、手持桨橹之动作，表现楚汉时期“萧何月下追韩信”的故事。

此类纹饰的画面来源于元代杂剧和平话，可以反映民间戏曲在元代社会的蓬勃发展。

### 四、北京旧鼓楼大街出土之元青花凤首扁壶

北京旧鼓楼大街于1970年出土十几件元代青花瓷器，内容包含青花凤首扁壶、青花盏托、青花碗、青花觚及青花盘等，是当时颇为重要的发现。

例如图四之元代青花凤首扁壶由旧鼓楼大街出土，壶口小而圆，颈部短，腹部呈扁圆形，腹底有浅圈足，壶流做成凤首状，壶柄则为卷尾，壶身绘画凤鸟身躯和翅膀，将造型和纹饰结合为一体，凤鸟下方布满莲花，具有凤鸟穿莲的吉祥意义。



### 元代·青花双鱼纹大盘

盘面纹饰采同心圆式布局，粗笔和细笔交互使用，鱼纹形象写实，水草随波摆荡，富有动感。（图五）

图片来源：《元青花》，页136。

此类扁壶方便携带，适合马背上使用，可能是模仿游牧民族皮囊壶或金属壶的作品，反映蒙古族人草原文化的风情。

### 五、湖南常德出土之元青花双鱼纹大盘

湖南省常德市于1950和1990年代里，先后出土了元青花双鱼纹大盘、蒙恬将军图玉壶春瓶、狮钮薰炉及梅花纹带座双耳瓶等器物，都是具有时代意义的元青花。

例如图五之元青花双鱼纹大盘由湖南省常德市出土，盘口往外翻折，器壁圆弧收窄，底下具有圈足，表面以青花为饰。折沿处勾勒斜格锦纹，侧壁环绕串枝牡丹，盘心绘划一对反向悠游的双鱼，周边布满各式水草和藻类，以波状线条呈现水中摇摆的动感。

此盘形制硕大，胎体厚重，釉面带有莹润的光泽，三层纹饰顺着圆形盘面做同心圆式的布局，线纹采粗笔和细笔绘画而成，牡丹花瓣边缘留白，都是元代青花常见的笔触技法。A

中国本地出土的元青花数量不多，造型纹饰皆为元代的典型风格。下期将以中国馆藏元青花为题，从鉴赏的角度介绍知名博物馆的藏品。





BOOK  
震旦博物馆出版  
丛书介绍

## 青花瓷鉴赏

清乾隆  
青花福寿海涛缠枝  
花卉纹扁壶



**青花** 瓷崛起于元代中晚期，以“白地蓝花”的特殊美感风靡海内外，成为宫廷用器、民生用品及外销市场的重要品类，在中国

陶瓷史上具有独树一帜的地位。本书搜集元明清三代的青花瓷与其他相关彩瓷共计70件，分为元代青花、明代青花、清代青花、青花与其他彩类等四大单元。每个单元皆有一篇概论作为简介，图版部分附加文字说明，书前收录吴棠海先生的专文《古器物学研究—青花瓷器初探》，是认识中国古代青花瓷器不可错过的著作。A



明嘉靖 青花婴戏图大罐

### 【内容精选】

- 1、各件器物依照时代先后排列，古代青花瓷器的发展过程可以一目了然。
- 2、独列“青花与其他彩类特征”此一单元，让读者了解青花与其他彩类的混合运用方式，扩大读者鉴赏瓷器的视野。
- 3、运用大量的局部特写，充分展现青花瓷器的纹饰之美。
- 4、《古器物学研究—青花瓷器初探》一文，从“料、工、形、纹”的角度分析青花瓷器，尤其着重色泽与质感的视觉鉴定、造形的制作方法、纹饰的绘画笔触，以及烧窑器具的使用痕迹，为读者奠定有深度的鉴赏能力。

元代  
青花海马牡丹纹梅瓶



### 玉器发展史系列

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

### 馆藏精选系列

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

### 馆际合作系列

- 芮国金玉选粹—陕西韩城春秋宝藏

### 鉴赏研究系列

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

### 书籍销售点

大陆地区 | 北京：罐子书屋、辑玉斋、中国文物书店、锦祥堂  
上海：震旦博物馆、罐子书屋

台湾地区 | 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



# 08

高52公分 / 震旦博物馆提供  
明宣德  
青花云龙纹梅瓶



## 馆藏 精粹赏析

文 / 吴棠海 · 图 / 震旦博物馆

宣德青花常常使用“一元多式”的设计，在相同的器型上绘画不同的纹样，或在纹饰细节处稍加改变，即可摆脱一模一样的复制感，如本期所要赏析的梅瓶即是此类作品。

**瓶的** 口沿朝外突出为唇，颈部缩窄，肩部圆缓向下倾斜，腹部深长，腰部以下收窄，器底有浅凹足，足底微向外撇，胎体颜色白而带有浅灰，釉面温润匀亮，因为器身高长而有大气风格。

梅瓶肩部绘画四个兽面，其中二个兽面之间横向书写“宣德年制”四字楷书款。腹部以云龙为主纹，龙首朝上仰望，身躯以S为基调上下弯转，环绕瓶腹一周。龙纹周边散布云朵，云脚和龙的鬃鬣都做飘扬

状，展现凌空飞行的动态，近底部则为简化莲瓣纹。

宣德青花梅瓶常见以云龙纹、茶菊纹或松竹梅等题材，搭配其他附属性的纹样，即使主纹都为云龙，也可以做前视、回首或口衔灵芝的变化，上下方用兽面和各式莲瓣纹搭配，即可产生相异的组合。

类似的造型和纹饰亦可见于江西省景德镇珠山官窑遗址出土的宣德青花梅瓶与龙纹钵上，提供读者鉴赏的参考。A

宣德青花梅瓶常见以云龙纹、茶菊纹或松竹梅等题材，搭配其他附属性的纹样，即使主纹都为云龙，也可以做前视、回首或口衔灵芝的变化，上下方用兽面和各式莲瓣纹搭配，即可产生相异的组合。

类似的造型和纹饰亦可见于江西省景德镇珠山官窑遗址出土的宣德青花梅瓶与龙纹钵上，提供读者鉴赏的参考。A





助老积福，携手向善

## 震旦集团向上海宜福敬老院捐赠家具物资

图·文 / 震旦集团

7月18日，震旦OA上海二责任中心杨锐，震旦家具上海二责任中心李志超等一行同仁来到上海宜福敬老院并捐赠家具物资，为院方工作人员及老人们提供更加便捷舒适的家具。

### 走进上海宜福敬老院

上海宜福敬老院坐落于上海市普陀区宜川六村78号，温馨、舒适养老环境，是一所深受大家喜欢的家门口的敬老院。

该院于2005年成立，建筑面积约4,015平方米。主楼六层，配套一部电梯，现有160张床位数可接纳轻度、中度、重度等老人，设施功能符合老年人生活，心理需求。该院对于家庭经济困难的老人不但给予收费上的减免，还免

震旦同仁们井然有序地开始搬运和拆卸捐赠的家具物资，一边安装一边向敬老院工作人员介绍各项家具的使用功能，以实际行动用爱心和关爱温暖了老人的心房。

费提供尿裤、牛奶等生活用品，为困难老人送去温暖与关爱。流落在外的孤寡老人，该院每年都会收住好几位，在肩负社会责任的同时积极奉献爱心。

该院为医疗定点护理机构，老人可享受《长期护理保险》。同时为了满足院内老人的医疗需求，院方又于2023年12月申请开设了内设医疗机构，为老人提供优质的医疗服务。为入住老人营造温馨的家，提供全天候的护理服务。对于能够自理的老人，除了日常的生活起居的照料之外，给予精神关怀、心理督导服务、日常测血压等。对于半自理和不能自理的老人会根据老人的具体情况给予功能锻炼、皮肤护理、换药、建立个性化健康档案管理。

上海宜福敬老院，遵从尊老、爱老、孝

老、以老人为本，追求卓越的服务理念，为每一位老人打造温馨港湾。

### 以实际行动诠释企业的社会责任

捐赠当天天气炎热，震旦同仁们抵达上海宜福敬老院，向敬老院的老人和院内工作人员表示了诚挚的问候和祝福。随后在院方协助下，井然有序地开始搬运和拆卸捐赠的家具物资，同仁一边安装一边向敬老院工作人员介绍各项家具的使用功能，捐赠现场和谐而有序，充满了爱的氛围。

震旦的同仁们用实际行动诠释了企业的社会责任，用爱心和关爱温暖了老人的心房。让我们一起传递爱心，让每一位老人都能感受到真情关怀与暖心陪伴。 **A**





# 震旦月刊

AURORA MONTHLY

## 欢迎订阅

立即成为  
《震旦月刊》会员

- 1 免费订阅电子版《震旦月刊》
- 2 获得论坛、研讨会、展示会等活动讯息
- 3 不定期优先获得震旦相关产业讯息
- 4 增订/取消电子邮件、修改个人资料



多元平台 随时阅读



+



电子邮件

每月可收到  
电子邮件



多屏阅读

电脑、平板、手机  
皆可阅读



下载阅读

登入网站  
下载电子月刊



加入读者群

定期分享  
月刊文章



立即扫描加入  
《震旦月刊》读者群

- 震旦网站: <https://www.aurora.com.cn/>
- 客服热线: 400-920-6568、800-820-0168

震旦集團  
AURORA GROUP

震旦办公自动化 | 震旦家具 | 震旦智能装备 | 震旦电子 | 震旦家居

# Coasta

Coastal towns in workplace



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



扫码了解产品详情



彩绘陶仕女俑  
Painted Female Pottery Figure

唐代 Tang Dynasty  
618-907



# 震旦博物馆 | 馆藏文物精选展

Aurora Museum Permanent Exhibition

 震旦博物馆  
AURORA MUSEUM

开放时间 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 / Friday Open Until 21:00 / Closed on Monday  
Address 99 Fucheng Rd., Lujiazui, Pudong New Dist., Shanghai, China

扫码关注微信公众号  
Follow us on WeChat  
[www.auroramuseum.cn](http://www.auroramuseum.cn)

