

GIVoice

橘人誌



8 860282 269166

brand.gamania.com/gvoice



4
APR, 2018
vol.81

一百種
生活的方式，
都從全生態網路
開始！



Read it, Know it, Love it!



一百種生活的方式，都從全生態網路開始！

2018/03/30

1989年，英國科學家提姆·柏內茲·李發明了全球資訊網，無論親疏遠近、何時何地，網路把每個人串連起來。下圖是2010年時，將臉書好友彼此地理位置繪出連結線，所繪之世界地圖，每條線將朋友與城市連接起來，線越亮，則城市間的朋友越多。網路相關的技術與服務持續發展，無論食衣住行育樂、生活網路已然成為我們與親朋好友互動最主要的方式。



▲圖片來源：<http://www.bbc.co.uk/news/science-environment-11989723>

網路生活你是哪一種人？

隨著網路普及，現代人的「**資訊肥胖症**」越發嚴重，但多數的人可能更害怕沒有網路的日子。試著想像一下：想寫信回客戶，卻沒有電子郵件？想查文獻資料，卻沒有Google搜尋引擎？也沒有Facebook可以偷偷追蹤正妹；想問候國外親友，更沒有Skype網路免費通話；當然的，也沒有Line讓你跟三五好友無聊打屁。光是用想像的，八成有人開始覺得人生中的世界開始在崩壞(包括小編)。

網路的正面與負面，本因人而異，關鍵點還是在「人」，一樣米養百樣人，網路生活的樣貌也是這樣，本期的觀點，綜合數據報告以及網路生活觀察心得，小編整理幾種生活型態如下：

城市「遊」俠，娛樂至上玩家型

手機裡七成以上，都是遊戲類APP，而且不只行動遊戲，連線上遊戲、單機遊戲、家用主機都有涉獵。平常除了自己愛玩遊戲，也愛看別人玩遊戲，在電競領域群涉足度極高，電視上的藝人除了正妹以外，可能沒認識幾個，但是知名電競選手與youtuber卻是耳熟能詳。根據小編觀察平常可能的行為有：下班、放學後打開Twitch看《英雄聯盟》、《爐石戰記》、《絕對武力：全球攻勢》、《鬥陣特攻》直播，依照年齡層與身旁朋友圈區分，手遊熱度最高的是《天堂M》、《傳說對決》。

無社群不歡，樂於分享型

樂於分享自己近況，最常打開的APP無非是IG與FB，夢想可以成為youtuber，修圖技術一流，手機裡起碼有十個以上的修圖APP。打字的速度永遠比說話的速度還快，關於吃喝玩樂的生活資訊都是從社群軟體中得知，ptt鄉民是生活不可缺少的好朋友，能夠善用網路上所有時下流行語彙，「傻眼貓咪」、「嚇到吃手手」都用到你不要不要的。根據小編觀察平常可能的行為有：早上起床前先滑FB、再打開IG、看一下PTT；再回一下臉書、更新IG、看一下PTT(無限循環)

多種APP工具在手，科技大師94我

跟電玩族群稍有區隔，注重的是性能與功能面的科技產品購買者，樂於分享各種3C資訊，喜歡關注新科技產品的開箱文，朋友想買什麼手機型號、換哪一款筆電，都能夠給予及時的建議，不過並非宅男，平日也會去書店逛逛找些新資訊或是看場電影放鬆一下，假期喜歡外出旅行透透氣，與親朋好友聯繫感情，能善用APP查找地圖、交通工具資訊，事先做好安排，會收看西洋影集、喜歡各種電影。不只日常娛樂仰賴手機，平時工作、查看和回覆e-mail、文書處理也都在手機上完成，是科技黏著度高的一群人。根據小編觀察平常可能的行為有：Netflix上正在追的劇有一~三部、開車要聽spotify、日常必需品就用網購解決！

時事不錯過，新知潮流跟我走

高度關注新聞與時事，手機裡雖然已有新聞媒體的APP，但要下載好幾個才能安心，認為新聞趨勢與金融脈動緊密關聯，關心股市與金融，不外乎要再多下載幾個金融APP，也認為全球變遷與每個人生活緊密相連，視資訊為生活不可或缺的一部分，投注較多時間在時事的評論與觀察，在平時與人交流談論樂於分享自己的立場，透過旅行增廣見聞。根據小編觀察平常可能的行為有：常使用的APP如蘋果日報、ETtoday東森新聞雲、NOWnews今日新聞等等。



全生態網路生活圈，是橘子的進行式

綜觀網路的生活，上述所提的也只是冰山一角，無論有沒有說中你的心聲，重要的是網路使用者能得心應手，不被網路資訊牽著鼻子走，才能為生活加分。觀察每個使用者所需，提供多元的服務者這也正是橘子集團正在做的，橘子集團從遊戲跨足支付、電商、媒體、數位商務解決方案與新創，致力打造全生態生活圈，透過遊戲創造的動能，傳達至各事業體的領域，讓生態圈的觸角觸及到每個人的生活當中，探索網路生活的無限可能。

參考資料：

2017 Yahoo奇摩電玩大調查、動腦雜誌、數位時代、BBC、經理人雜誌

你可能不知道的8個UX專有英文字彙

2018/04/01

作者: Shandy Tsai

本文由 UX四神湯 提供, 原文出處 你可能不知道的8個UX專有英文字彙

UX四神湯是四位臺灣清大畢業的UX海外工作者所建立的內容平台, 每週定期與讀者分享美國與大陸的工作與生活經驗。由於四位作者的職能與公司規模都不同, 因此更能激盪出思想的火花, 內容涵蓋美國與大陸的工作環境、互聯網巨頭與新創公司的工作方式與UX實務技能分享。

【本文適合想認識UX專有詞彙、增進英語能力的讀者】

在美國職場上, 除了專業技能之外, 最重要、最具挑戰的就是溝通。由於英文並非我們的母語, 當對方講話過快、或是不理解單字, 時常會發生以下困窘的情況:

故事背景:

我和其他兩位工程師負責開發一支APP, 我們正討論著Interaction Design

工程師Andrew拿著手機跟我說 "When you 聘娶 this, it will rotate..."

"聘娶?" 帶著疑惑的眼神, 我問

"Ya, 聘娶, you know" Andrew淡定的回答

我仍然皺著眉頭、睜大眼睛、歪著頭

於是他把手放在空中比劃, 我才了解他的意思。

這種情形, 在日常生活屢見不鮮, 除了專有名詞外, 還有許多生活用語。因此, 促成寫這篇文章的動機, 讓想要認識更多UX專有詞彙, 增強英文實力的你, 可以避免姊走過的路。同時, 當外國人跟你溝通, 運用這些詞彙, 會讓對方覺得你更加專業。



▲在工作場合上, 除了專業能力外, 最具挑戰的即是溝通能力

這篇文章我整理了八個常見的專有名詞, 分成兩個部分:

1. Gestures 手勢

1.1 Pinch

1.2 Tap

1.3 Flick / Swipe

1.4 Drag and Drop

2. UI Components 介面元件

2.1 Carousel

- 2.2 Modal
- 2.3 Text Field
- 2.4 Action sheet (Bottom sheet)

1. Gestures 手勢

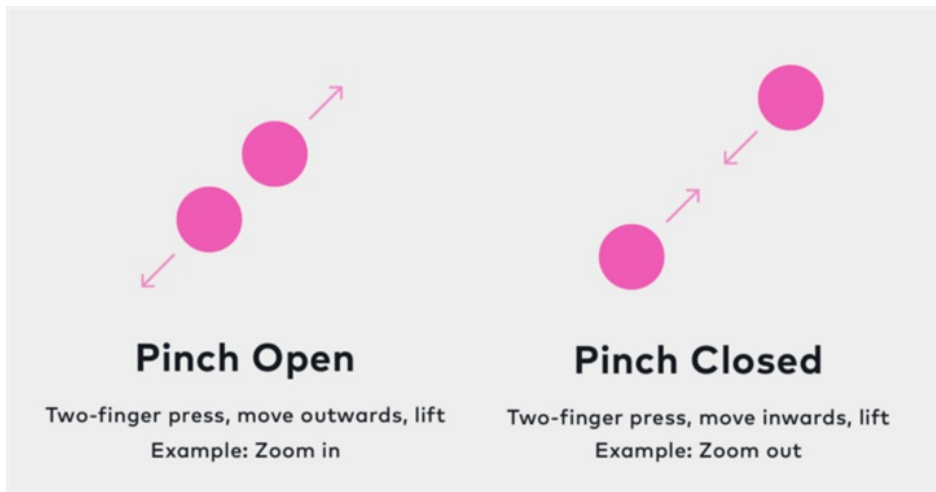
平板、手機等觸控介面中，手勢的互動設計提供使用者與裝置間更多實際的回饋，讓使用者可以直覺的操控系統，提升使用者經驗。

1.1 Pinch

Pinch在英文對話中，有兩種意思：

- a. 捏 (v.) "she pinched his cheek" 她捏他的臉頰
- b. 被抓到 (n.) "I got a pinch of tobacco" 我帶香菸被抓到了

在互動設計中，Pinch就是zoom in & zoom out的手勢，當兩個手指頭向內推、或是往外延伸，這個動作就叫做Pinch。

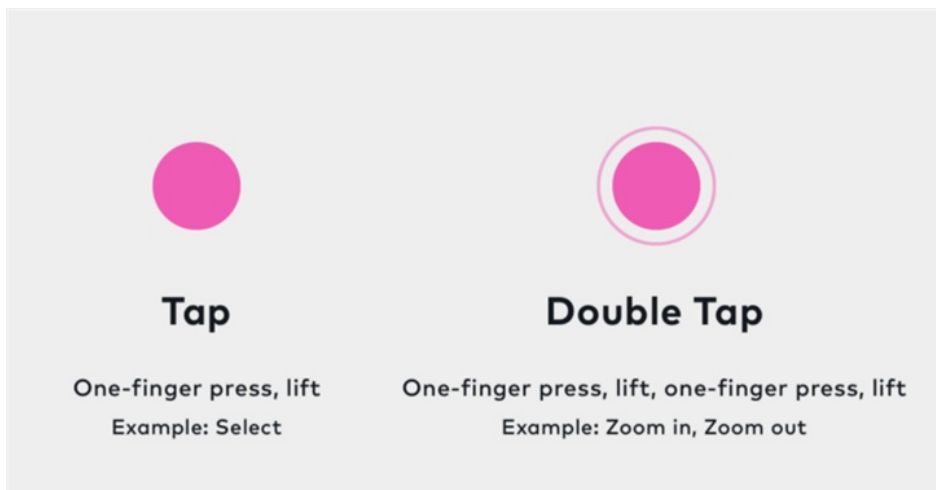


▲ Pinch基本上是zoom in和zoom out的手勢，當兩隻手指頭往內推、往外延伸

1.2 Tap

我們常聽到的是Tap water是指自來水。在互動設計中，Tap是指激發一個控制，或是選擇一個項目，是最常見的手勢之一。

而Double Tap是快速的點擊兩下，讓物件放大，或是當物件已經是放大狀態時，Double Tap讓物件恢復原狀。



▲ Tap點擊，為最常見的手勢之一

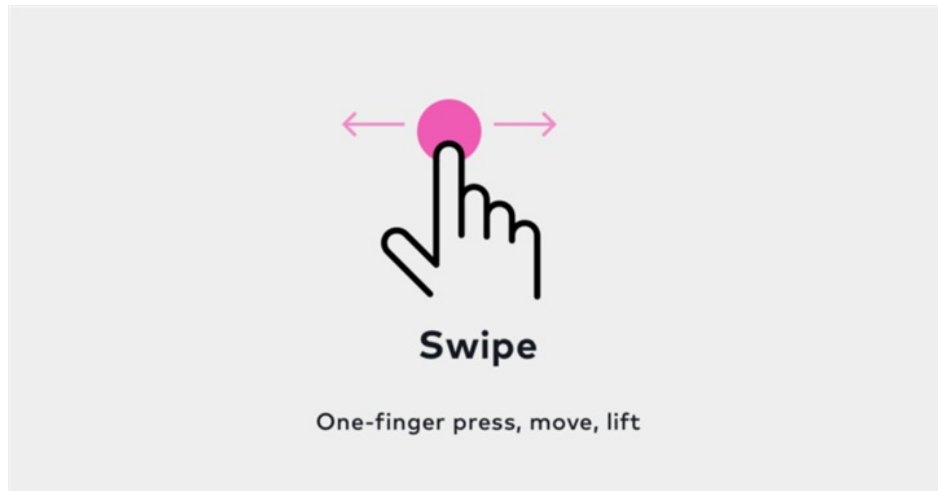
1.3 Flick / Swipe

Swipe 是用來瀏覽一系列的相片及頁面。同時，我們也會使用Swipe來移除項目，或是顯示其項目的其餘功能。

Flick 是指快速的滑動一系列項目，尤其當項目的寬度過長時。

在瀏覽相片時，你會Flick，看下一張照片或是之後的照片；而Swipe left返回前一頁、Swipe right前往下一頁。

這兩個詞彙雖然都可以用來更替項目，不同的地方在於速度及方向。舉例來說，Swip通常是指平行移動，想像用一枝鉛筆畫一條直線；而Flick就像是快速的劃線槓掉某項目，速度較快，方向也較不規則。



▲ Swipe, 當返回前頁，或是前往下一頁時，會用Swipe來更替頁面

1.4 Drag and drop

Drag是拖動，Drop通常是用來指降落、下降。

當使用者要移動一個物件時，會鎖定一物件、拖曳到新的位置、釋放。這一連串的動作就稱為Drag and drop。當然，你也可以說move the item, 但是Drag and drop更多動感的細節。除了觸控螢幕外，一般螢幕也適用。



▲ Drag and Drop

2. UI Components 介面元件

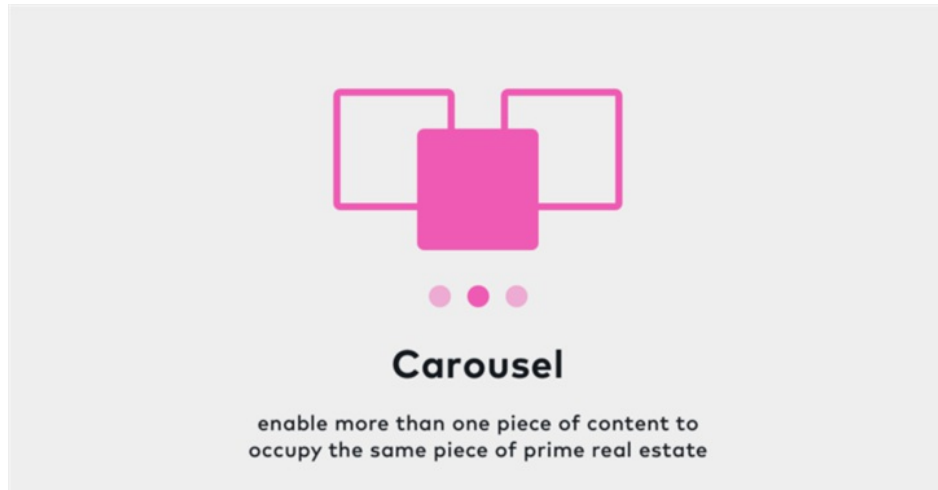
介面設計是由許多元件所組成。以下要來介紹特別、有趣的專有名詞：

2.1 Carousel

Carousel的本意是指運輸帶，或是旋轉木馬。

在介面設計中，Carousel的目的是用來呈現多個物件。例如瀏覽圖片時，我們常常會看到底下有小圓點、顯圖或是箭頭，引導使用者點擊下一張圖片，而最顯著的那張圖片，我們稱為Hero image。

Carousel有兩個優點，一是不佔據過多的版面，二是迫使用戶一次只能把注意力放在一個物件。但也有人批評此設計無法讓使用者一次瀏覽全部的資訊，即有可能忽略其中的內容。



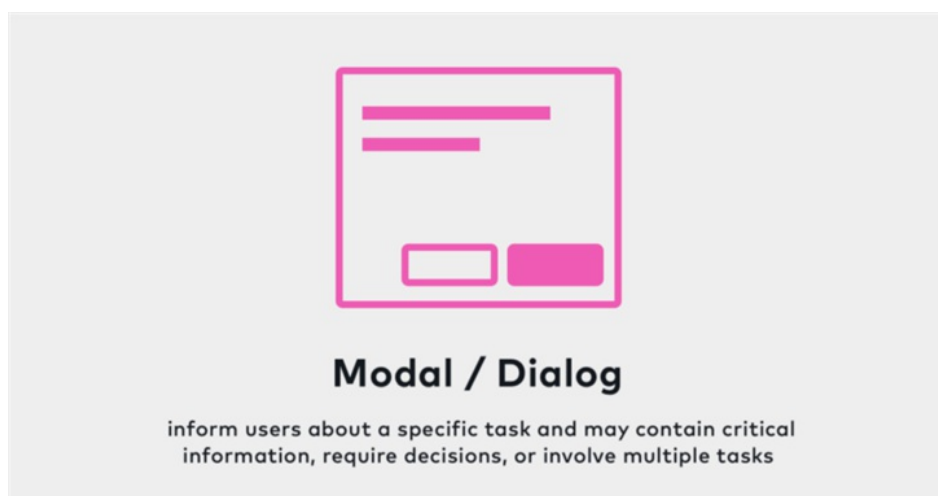
▲ Carousel 讓使用者將注意力一次只能放在一張圖片，並不佔據過多的版面

2.2 Modal / Dialog

“Model?” 當初第一次聽到主管講Modal時，我內心充滿困惑，因為Modal跟Model的音十分相近，但意義卻完全不同。

Modal的原意是語氣，Modal存在的意義在於通知使用者重要資訊，或是引導使用者決策下一個動作。最常見的使用情形為警告及確認，例如：當使用者要刪除一項目，會有一個突然跳出的視窗，再次詢問“Are you sure to delete the item?”；或是打開Google map時，會提醒使用者“Google map would like to use your current location”。

因此，當Modal跳出時，通常會有一層帶有透明感的黑色屏幕，分隔著主要視窗與modal，阻斷使用者初始動作，迫使用戶將注意力集中在Modal上，再繼續進行原本的任務。



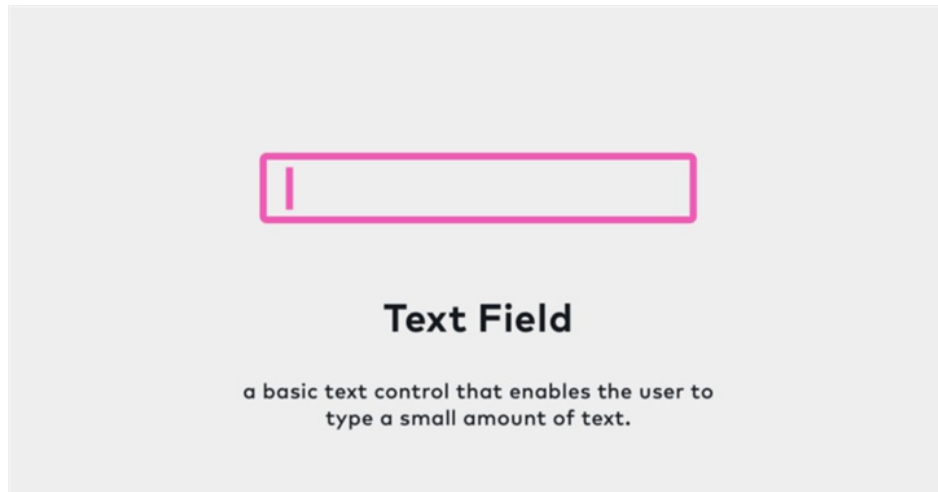
▲ Modal的目的是通知使用者重要資訊，或是引導使用者決策下一個動作

2.3 Text Field

Field在英文中,是指田園,或是領域,一塊可以耕種的空地。

我們經常使用文字輸入格,就稱作Text Field。當解釋過後,你可能覺得沒什麼大不了,不過回想當初作者本身跟工程師溝通時,卻不知道怎麼稱呼輸入格,只好一直說box,也是另一件窘事了。

輸入格有需注意的設計細節,例如清晰的說明文字(text label)、適當的長度、當使用者輸入時的焦點視覺設計、防呆的錯誤狀態等等。有興趣的朋友,可以閱讀此文章:Designing Perfect Text Field: Clarity, Accessibility and User Effort。

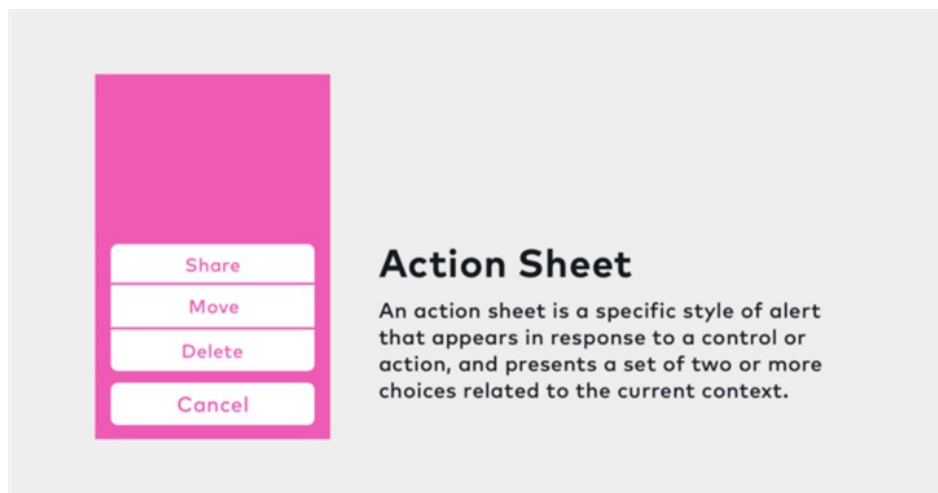


▲ Text Field 我們經常使用文字輸入格,就稱作Text Field

2.4 Action Sheet / Bottom Sheet

Action sheet是一組動作的按鈕,快速地提供使用者不同的選擇。例如:當使用者點擊(tap)分享按鈕時,Action sheet會出現一串選擇的清單,如Email、Facebook、Message不同的分享方式等。

在iOS系統稱為Action Sheet,不過在Android上叫做Bottom Sheet,主要是用於手機裝置。在設計時,Action sheet是一組快速又簡潔的方法,無須設計額外的畫面,同時提供使用者選擇的空間。



▲ Action sheet是一組動作的按鈕,快速地提供使用者不同的選擇

在美國職場上,常常會遇到溝通的問題,不僅是在生活用語,或是專業術語。因此作者整理了以上八個名詞,是我在工作場合時常運用到,但當初卻想破頭也說不出的英文字彙(心酸)。

希望能提供大家一個有趣、簡潔的方式,認識這些專有字彙(讓外國人對你嘆為觀止)。如果大家對這系列文章有興趣的話,很願意再提供更多的資訊,那我們下週見!

References

***iOS Human Interface Guidelines—Gesture

<https://developer.apple.com/ios/human-interface-guidelines/interaction/gestures/>

**The iOS Design Guidelines

<http://ivomyntinen.com/blog/ios-design-guidelines>

<https://designcode.io/iosdesign-guidelines>

***Material Design

<https://material.io/guidelines/material-design/introduction.html#>

Touch Screen Gestures

<http://www.embeddedinteractions.com/touch%20screen%20gestures.html>

Swipe vs. flick

<https://brianthurston.com/swipe-vs-flick-on-ios-6ff6a516b6aa>

<https://www.quora.com/Whats-the-difference-between-swipe-and-flick-actions-on-iOS>

Designing Perfect Text Field: Clarity, Accessibility and User Effort

<https://uxplanet.org/designing-perfect-text-field-clarity-accessibility-and-user-effort-d03c1e26004b>

沒有生命的聊天機器人，如何讓社群活起來？

2018/03/29

Facebook推出「Facebook Messenger Platform」提供開發者自由開發各式聊天機器人、LINE推出「Messaging API」後，聊天機器人在社群操作的議題上開始大紅特紅，成為最新矚目焦點。

事實上，這不是聊天機器人第一次當上紅人。1960年代精神科醫師就開發了「伊莉莎聊天機器人」，讓病患可透過文字訊息與機器人對話，得以進行治療。但這次挑起熱潮的聊天機器人不容小覷，因搭載了最新的AI技術，聊天機器人的對話流暢度與自然度更勝以往，加上網路聊天APP (LINE、Messenger、WeChat、Whatsapp) 的盛行與普及，聊天機器人的應用更容易了。但，如何透過聊天機器人，在社群上幫助品牌發展，甚至進而推動銷售呢？我們可以透過下列案例來瞭解。

案例一：華康字體情書活動

字體公司是能見度與關心度皆低的公司，華康字體如何運用聊天機器人增加粉絲團的能見度，進而推送新廣告，並增加粉絲好感度呢？

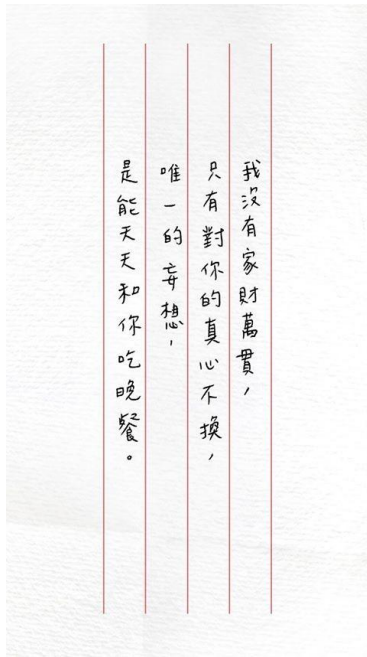
活動初始，透過勾起好奇心與極低的參與門檻鼓勵消費者加入活動，只要回答郵遞區號就能獲得專屬情書。



啟動聊天機器人後，聊天機器人會再次詢問郵遞區號，讓對話接續下去，而不是收到情書就結束。



回答後，你會得到了一封對應郵遞區號的專屬情書。



但事情還沒完，聊天機器人會再進一步詢問你第二個問題，以期與消費者有更多互動，華康字體本次就用來鋪張，讓情緣延續。



8/7當天公佈後，才發現原來是推播了新廣告。



這一連串的過程，都會讓消費者覺得自己是獨一無二的，得到的情書是專屬的，體驗到備受重視的感覺與收情書的樂趣，不管情書內容是否有打動他的心，他都被樂趣撩到。

案例二：某網路創業粉絲團

除了活動的宣傳與配合外，許多粉絲團也開始應用於私訊的個別處理或主題深談。就這部份的聊天機器人活用，更需要小心過度發散的問題，以下圖為例，為何聊天內容的長度不如華康呢？有幾點切入值得思考。

1. 第一個問題的設定

第一個問題，或者說啟動聊天機器人的Key，非常重要。它不只是一個通關密碼，還必須與消費者有關。若以華康與此創業粉絲團作為比較，華康的Key是私人郵遞區號，而此創業粉絲團則是「開始」，後者與消費者的情感連結與好奇心連結較低。

2. 聊天機器人的話量多寡與回應模式

儘管消費者都明白他們是在跟機器人聊天，但仍舊渴望有聊天的感覺，甚至有意外的趣味，如Siri。我們再進一步探討，聊天的感覺是什麼呢？除了話題以外，句型與句子長短也與聊天相關。我們再以華康與此創業粉絲團作為比較，不難發現華康的句型較口語，句子長度較短，與我們日常的網路聊天習慣相近；而此創業粉絲團則是比較說教。為什麼有這樣差異呢？多半是與聊天機器人的腳本設定有密不可分的關係。



想要在品牌行銷時運用聊天機器人這個工具，必須要非常瞭解消費者的思考模式，且深入思考品牌或產品的特點如何融入對話中。在一來一往中，設計出色的對話腳本，不停勾起消費者的興趣，同時引導消費者瞭解你或走進你的圈套中，否則一不小心就很容易被句號，即使有好工具也會徒勞無功。在2017的熱潮後，2018值得關注的焦點是，行銷人如何將平時熟稔的「人性」與聊天機器人完美搭配使用。

報社艱苦維持之際，《週刊編集》異數突起

2018/03/22



▲(取自週刊編集FaceBook粉絲團照片)

《The Affairs週刊編集》，一份新世代的報紙，誕生於2017年夏天，於2017冬天開啟募資計劃。它的理念是讓訂閱人在被快速、簡短、碎片化的訊息淹沒時，仍有一個改變的可能，慢下來靜靜地看一份在價值取捨、內容及排版設計上完全不一樣的報紙。

不一樣在哪呢？從外在到內在完全不一樣。

就外在來說，《The Affairs週刊編集》選用了兩款國內未曾選用過的新聞紙，分別是淡鮭魚色新聞紙與高白新聞紙。印製方式則捨棄了傳統印報機，改採商業輪轉機來印製，閱讀時不易沾染油墨，印刷品質也遠優於以往，但因此必須採用人工方式折報、套報。

就內在來說，有別於市面上報紙的腥膻色與暴力衝突，《The Affairs週刊編集》充滿新世代對社會時事的新觀點。不但有編務團隊的採訪與報導，也與五十幾位外稿作者與專業作家合作，還取得了報導者、美國紐約時報、英文衛報等中文翻譯授權。

自信於自稱「一份最漂亮的報紙」的《The Affairs週刊編集》，有聶永真作為藝術指導與封面設計師，也時常與各種面向的創作者合作。不僅有漂亮的內容，更有漂亮的視覺，增加訂閱人閱讀報紙的舒適度。

如此創新大膽且所費不貲的新理念報紙，是否能永續經營，爭取更多認同與訂閱人呢？甚至進而改變閱聽行為呢？都是在2018年2月募資結束後，值得觀察的重點。

明明是廣告，卻偽裝成電影預告！這哪招？

2018/03/22



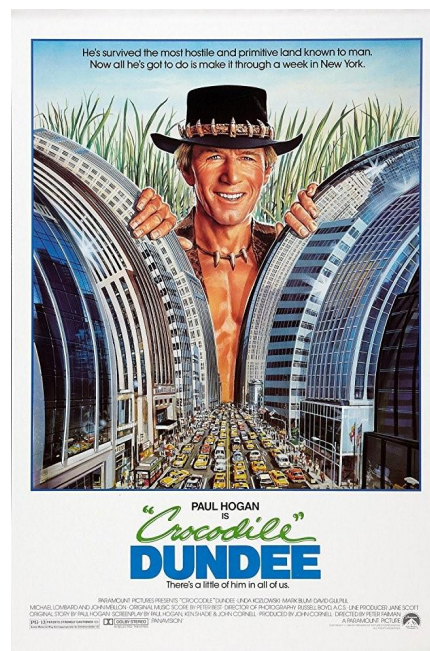
看到上面這張電影海報，你猜廣告主會是誰？

最近國外的行銷圈，流行一種新的表現形式，明明是品牌的行銷廣告卻偽裝成電影，而且還認真真的拍成預告片！妙的是「品牌為什麼要讓消費者進一步探索之後，才發現這不是電影而是品牌廣告，大費周章的繞一圈跟你溝通？」，這葫蘆裡到底賣了什麼藥？

鱷魚先生回來了！真假？

其中，最具代表性的當推這部由《澳洲旅遊局》所推出的《2018 鱷魚先生 傳奇之子返鄉 (Dundee: The Son Of a Legend Returns Home)》了。

如果你有點年紀或是喜歡懷舊老片的話，應該聽說過原始的這部動作喜劇片，由《Rimfire Film》電影公司發行，於1986年拍攝，澳洲史上最成功的電影《鱷魚先生 (Crocodile Dundee)》，它不但是當年度全美票房第二，僅次於《Top Gun》，也是當時老美認識澳洲美麗風光很重要的一部作品。



▲史上最暢銷的澳洲電影

時隔32年之後，Rimfire Film突然在Youtube上放出2018鱷魚先生續集 trailer，預告本片即將在這個夏天上映。劇情描述鱷魚先生失蹤了，可能只有他的兒子(由喜劇演員Danny McBride飾演)可以找得到他，Danny跟著他的助理(由雷神索爾Chris Hemsworth飾演)一起踏上尋親的冒險之旅。

假戲認真做，就是要你以為它是真的

讓影迷驚喜的是，他兒子雖然有著相同裝扮，同樣穿著鱷魚皮背心、戴著鑲有鱷魚牙齒的牛仔帽、拿著一把鋒利藍波刀，不但身材走樣、還有點搞笑，跟他老爸體格精實、手腳俐落，完全兩個樣。除此之外，在第二波露出的預告片中(如下影片)，大咖如雲，有金剛狼休傑克曼、小丑女瑪格羅比、神鬼戰士羅素克洛...，眾卡司一字排開，宛如澳洲版的“復仇者聯盟”般堅強。在知名電影資料庫網站IMDB上還有專門的介紹頁，一切都讓人以為這部電影是來真的！



▲這卡司一字排開，嘖嘖嘖！

一旦你被這些資訊所吸引，進一步搜尋會找到dundeemovie.com這個網站，當你以為這是官網，卻被導引到澳洲旅遊局的網站時，才會驚覺「原來是誤會一場」！

澳洲旅遊局在首頁上寫著「這部電影其實就是部旅遊廣告，電影也許不是真的，但那些壯觀景致、美食文化以及風土民情，都是貨真價實的澳洲，等著你來探索」。下方則有相對應的內容，由主角Danny以及雷神索爾之間的對談影片，來介紹包括：水上活動、美麗海岸、文化佳餚美酒、運動及慶典以及天然美景等主題。

The screenshot shows the Australia tourism website with a teal header containing navigation links: 'Places to Go', 'Things to Do', 'Plan Your Trip', and 'Offers'. Below the header is a grid of six video thumbnails, each with a title, a brief description of the episode, and a 'FIND OUT MORE' link. The thumbnails are:

- Aquatic and coastal**: Episode 1: Danny interviews his co-star Chris Hemsworth to learn about surfing and get tips on where to find Australia's best...
- Culture**: Episode 2: Danny chats to pop star and actress Jessica Mauboy to learn about her hometown of Darwin, the Red Centre and the...
- Sports and events**: Episode 3: Danny and co-star Chris Hemsworth chat about Australia's competitive culture and where to go to see the biggest events...
- Food and wine**: Episode 4: Celebrity chef Curtis Stone educates Danny on the best things to throw on the barbie and where to find Australia's top...
- Nature and wildlife**: Episode 5: Matt Wright, the Outback Wrangler, teaches Danny a bit about Australia's incredible wildlife, including friendly sharks...
- Why flying to Australia is easier than you think**: Booking comfortable and affordable travel arrangements is the first step in organising an incredible trip. These handy tips will...

▲網站上不同主題，由鱷魚先生介紹澳洲的各種面向。

品牌為什麼要這樣溝通？

回到文章主題。我們先來思考澳洲旅遊局這樣做有什麼好處？

一、預告片的劇情可以超展開：

過去我們在發想廣告腳本時，常常需要考慮劇情前後的合理性與銜接點，但預告片不需要。長久以來，觀眾被訓練的對於看預告片的期待，就在「講吸引人的重點」。因此，它不但不需要講究是否合理、連貫，甚至劇情可以很跳躍，只要吸引人就好！

二、預告片容易引發好奇，採取進一步動作：

在數位時代，消費者的閱讀是零碎的，而且不喜歡被打擾的感覺，除非是他們感興趣的，否則就算把內容塞到他們眼前，也會當作沒～看～見！

預告片的另一個好處，就是如果你感興趣了，你會主動進一步搜尋。這一點對品牌來說，根本就是夢寐以求的大加分。

當你發現不是真的時，你不但不會生氣，搞不好更想分享，等著看你朋友也掉入陷阱時的爽快。

三、以電影的架構來包裝內容：

因為你要偽裝成“電影”，你自然就會把內容想辦法變得有娛樂性，而不會只站在品牌的角度，講產品特色、說東西有多棒又多好等這類所謂的標準廣告，但引不起觀眾關心的內容。如此一來，品牌反而做了對的事「說消費者在意的話，而不只是品牌想說的話」。

以預告片的形式來表現也不是沒缺點，至少為了讓預告片像個樣，可能必須要在大量不同場景間快速切換，越多的場景，也意味著越多的預算。

期待在不久的將來，也可以在台灣看到類似的廣告形式，就讓我們拭目以待吧！

阿Ken：不管別人說什麼，誠實面對自己，去做想做的事！

2018/04/02



▲ 高學歷的阿Ken曾經受挫，但一路來都誠實面對自己的他，跌破大家的眼鏡，證明了他的價值和選擇

(照片擷取自 <https://www.nownews.com/news/20170506/2511092>)

阿Ken的夢想法則：四不一沒有

他叫林暉恆，你或許不知道他的本名，但你一定知道他勇闖演藝圈的藝名：阿Ken。他以自己人生作為活教材，鼓勵每個橋人誠實面對自己的夢想，堅持下去，不讓他人的雜音阻止你實現夢想。

阿Ken說他有一個夢想法則，叫做「四不一沒有」，也就是不要怕、不要臉、不要想太多、不要留後路，以及沒有理由。「我知道，現在你們心裡大概想說『這不是廢話嗎！』但我自己就是活教材。」他熱血地與橋人們分享。

阿Ken的夢想法則，從大學開始實踐。

Ken爸獨排眾議，支持他想做的事

阿Ken表示自己並非課業優異的學生，是非常努力才勉強考進UBC。選擇主修科目，他心裡不斷思考「不管唸哪一科我都不會是太出色的學生，但以我的狀況，如果唸沒興趣的，我一定就完了」。因此，有別於其他亞洲學生，阿Ken摒棄了熱門的商業行銷相關科系，選擇了鍾愛的戲劇。

果不其然，阿Ken受到所有人的質疑，「大家都覺得我是神經病」。老一輩的人認為想從事戲劇，就直接去闖去演戲啊，幹嘛大費周章花錢出國唸書呢？在他人聲音紛雜時，阿Ken選擇誠實面對自己：「當你誠實面對自己，其他人的聲音對你的影響就小了。」

心裡做出決定後，他打算從爸爸開始說服起。他努力徵選上溫哥華的一部舞台劇，也就是當時由痞子蔡的小說改編的《第一次親密接觸》。Ken爸遠道而來，真的飛到溫哥華看阿Ken演舞台劇，結束後，Ken爸與阿Ken促膝長談。他問阿Ken知道自己為何當律師嗎？阿Ken搖搖頭。Ken爸這時才說出一輩子的秘密，「因為你阿公叫我當律師，我就當律師。」原來Ken爸並非喜歡，才選擇律師這個職業，因為這樣的經歷，Ken爸不希望重演下一代的未來由上一代決定的戲碼，加上看到了阿Ken對戲劇對舞台的熱情後，他淡淡地說「想做什麼，就去做吧。」Ken爸的反應讓阿Ken始料未及得從椅子上跌下來。其後，他滿懷感激，順利進入UBC戲劇系。

回台灣，才是考驗的開始

畢業後，阿Ken一心想回台灣發展，沒想到四處碰壁，向各大經紀公司自薦，卻乏人問津，只因為他的型不是當時台灣流行的型。沒有F4的外型就罷了，阿Ken在國外唸書時拍的Model Cut還是黑白的，不符合台灣的習慣，被說像遺照，太成熟又不吉利。幸好上天還是眷顧阿Ken的，這張「遺照」流到了王偉忠手上。

「偉忠哥跟我聊了半小時，其中有25分鐘都是我在講話，因為我只有這個機會展現自己，我知道我要把握機會。」戲稱自

己一遇到機會就努力不要臉的阿Ken，相當珍惜此次見面，因為王偉忠是這麼多經紀人中唯一願意見阿Ken一面的。

第一眼看到阿Ken的Model Cut就罵了髒話的王偉忠，他看著阿Ken，說他是坐在公園長椅上坐到變乾屍都沒有人要理會的人後，竟話鋒一轉，說「這圈子不會有人要你的，我就收留你吧。」阿Ken說這等損人的功力，正是王偉忠獨特的幽默；但這樣的幽默終於給了阿Ken機會，一把將他拉進了演藝圈。

開始起飛，成為人人想搶的主持大咖

被簽進王偉忠旗下後，阿Ken並沒有就此一帆風順，反而是陷入等待。沒有工作的時期，製作人周遊也給阿Ken機會，於是還沒開始演戲，便先從幕後工作做起，做盡各種打雜，還要忍受責罵，但也因此得到了小小的表現機會，例如演「怡紅院的嫖客」。同時，王偉忠也幫助阿Ken加入《住左邊，住右邊》劇組，他從一天只有一場戲，演到每一場戲都有他，甚至還要阿Ken扮女裝。「我一開始很反彈，但人生真的不要設限，你們知道嗎？女裝為我賺來的錢竟然比較多！」阿Ken笑著過往，幽默地說著。



▲阿Ken女裝扮相討喜，一炮而紅！（圖片擷取自 https://www.youtube.com/watch?v=8UQEO4e_kA）

想都沒想到，從綜藝節目開始起家的阿Ken，漸漸嚐到走紅滋味，每天有五個節目，天天滿檔。「我跌破了大家的眼鏡，破了偉忠哥開玩笑損我的話，我不再是變成乾屍都沒人理的人，而是手上一次有五個綜藝節目的主持人。」但阿Ken並不以此為傲，他始終記得他的夢想：電影。

用堅持說服別人，不要被別人的雜音控制

「做很多事，都會有很多人來阻止你，因為他們不瞭解你，他們用他們的世界觀在看你。這時候只會有兩個結果，你說服他們，或你被他們控制。」阿Ken以過來人經驗告訴我們。

想實現戲劇本業夢想的阿Ken，深知拍電影最重要的就是腳本，但苦尋不到好腳本的他，做出大膽的決定，就是：自、己、寫！三年間，他推掉十幾個節目，付出必要的犧牲，忍受孤單，忍受評論。他說他最感謝有個慧眼挺他的人，在他連輔導金都還沒著落之際，就付諸行動支持他，這個人就是橘子集團的執行長Albert。現在，誠實面對自己，堅持夢想的阿Ken，拿著熱騰騰的腳本和七百萬輔導金，準備在5月1日開拍他的第一部電影了！

《天堂M》新春大回饋！集金元寶兌換虛寶活動倒數計時 2.5米巨型死騎率領四職業南下走春送好禮 吸引千名玩家熱情參與

2018/03/19

遊戲橘子代理韓國遊戲霸主NCSoft開發的年度手遊鉅作《天堂M》中文版新春系列活動進入倒數計時，包括：中文版春節期間限定的變身卡「格鬥家(男)」、「格鬥(女)」、「舞獅」、「新春賀詞集字活動」與「新春福袋集金元寶兌換虛寶」活動都將於2/27維護前結束，玩家務必注意活動時間，完成金元寶兌換以及獲取紅武、紅變的機會。另外，《天堂M》上週六(2/24)前往台南、高雄舉辦的走春大回饋活動圓滿成功，除了台北電玩展現身的2.5米巨型死騎首度於南部亮相，遊戲中經典4大職業王族、妖精、法師、騎士也南下掃街與玩家拜年，並發送《天堂M》好禮，兩場活動共吸引1730名玩家熱情參與。



▲ 2月24日《天堂M》南下走春回饋活動，派出2.5米巨型死騎率領四大職業角色前往台南與高雄發送好禮

《天堂M》為了感謝玩家的支持，《天堂M》於新年期間特別推出多樣春節限定活動：狩獵地常駐副本「拋棄之地」怪物都化身成為「年獸系列怪物」，狩獵即可獲得春節水餃、年糕、發糕、菜頭等「春節活動道具」；玩家還可在「試煉副本」、「世界首領突擊」與「拋棄之地」獲得「春節紅包袋」，並透過紅包袋中的春節字卡進行【新春賀詞蒐集】，運用不同組合的春節字卡，製作各種「春節活動箱」，獲得期間限定的稀有虛寶！此外春節期間強化「舞獅系列裝備」至指定強化值還能獲得對應職業獎勵，上述各種春節限定活動都將在2月27日系統維護前截止，尚未完成虛寶兌換的玩家務必把握最後機會！



▲《天堂M》中文版新春活動將於2/27維護前截止，玩家務必把握時間兌換虛寶，並收集中文版新春限定變身卡

除了在遊戲內加碼，為回饋玩家《天堂M》2月24日前往台南與高雄舉辦「《天堂M》肥肥走春大回饋」活動，兩場活動共吸引了1730名玩家熱情參與。當日四位帥氣、美麗的model化身【王族】、【妖精】、【法師】、【騎士】，不僅在台南南方公園與高雄巨蛋廣場，與現場玩家大玩「天堂M拳」、「天堂M知識家大考驗」一同同樂，發送限量食人妖精公仔與《天堂M》多項好禮外，更是直接走入玩家的生活圈，進行新春掃街拜年，下午在台南從南方公園一路步行到威秀影城，晚上高雄則是從巨蛋廣場出發一路走走瑞豐夜市，吸引多名熱情玩家陪同掃街，而整場活動最吸睛的莫過於高達2.5公尺巨型死騎南台灣首度亮相，從開始到結尾都聚集滿滿的玩家爭相合影。《天堂M》新春活動進入倒數計時，為了解更多豐富的活動內容請至《天堂M》官方網站查詢。



▲ 首場台南南方公園活動開始前3小時便吸引超過百名玩家排隊等候，更有玩家一早從嘉義、南投來到現場參與活動



▲《天堂M》派出美麗的Model化身遊戲中職業角色前往高雄瑞豐市掃街拜年，吸引眾多目光與熱情回應



▲ 2.5米巨型死騎模型首度於南台灣亮相，吸引絡繹不絕的玩家爭相合影留念



▲ 《天堂M》南下走春回饋活動共吸引了1730名玩家熱情參與

※ 《天堂M》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/Gamania.Lineage.M/>

※ 《天堂M》官方網站：<http://tw.beanfun.com/LineageM/>

玩家熱烈期待 《艾爾之光》3轉第三支線最終開放 壞壞惹人愛！闇黑之力全面爆發 系列活動同步開跑

2018/03/19



遊戲橘子旗下最熱血的動作冒險線上遊戲《艾爾之光》，於今(8)日進行3轉最終階段—第三支線開放，開放後共有37個職業全開放3轉。此次以闇黑形象詮釋每個角色的黑暗力量與理念，未登場便已受到台灣玩家的關注與熱烈討論。為慶祝最終轉職開放，官方也推出系列活動，即日起自3月22日維護前，玩家達成第三支線3轉並進行連續任務，即可獲得期間限定的特殊3轉紀念飾品及各式支援道具，包含各式藥水、高級副本入場券、強化符咒LV.8-LV.10隨機箱等，同時也再度推出「新增/回歸冒險小幫手」活動，玩家可於活動時間內免費取得轉職券，更可獲得多樣豐富好禮，讓玩家們能夠盡情徜徉在遊戲的刺激冒險！



▲《艾爾之光》於3月8日進行3轉最終階段，第三支線開放，此次以闇黑形象詮釋每個角色的黑暗力量與理念

黑之力全面引爆！所有強大的力量都是犧牲換來的

自今年一月份睽違七年盛大改版3轉系統後，《艾爾之光》緊接著於今日宣布3轉第三支線全面解放，此次更加黑暗的形象深獲玩家們的喜愛，在韓服官方釋出消息後便廣受熱烈討論。玩家只要達到角色單位LV.99以上2轉／超越後即可接取全新「轉職任務」並且進行3轉，遊戲中「艾索德—不敗劍帝」、「愛莎—星光魔女」、「蕾娜—暮光行者」、「雷文—熾光戰將」、「伊芙—Code:Sariel」、「澄—銀白總帥」、「艾拉—羅天武皇」、「愛利西斯—紅蓮女王」、「ADD—叛逆之理」、「露／希爾—

滅盡魔皇、「蘿潔－密涅瓦」與「蘿潔－軍械首席」、「亞殷－終焉叛神」等12名角色將全面解放。此次第三支線中角色形象也更加暗黑，全新造型將再度掀起玩家們對於《艾爾之光》經典角色的狂熱。

【3轉第三支線角色造型對照圖】



▲艾索德－不敗劍帝



▲愛莎－星光魔女



▲蕾娜 - 暮光行者



▲雷文 - 熾光戰將



▲ 伊芙 - Code:Sariel



▲ 澄 - 銀白總帥



▲艾拉－羅天武皇



▲愛利西斯－紅蓮女王



▲ADD - 反逆之理



▲露 / 希爾 - 滅盡魔皇



▲ 蘿潔 - 密涅瓦 (第三支線)



▲ 蘿潔 - 軍械首席 (第四支線)



▲亞股 - 終焉叛神

慶祝全職業開放三轉 新/舊玩家裝備好禮獎不完

為慶祝全職業開放三轉，玩家凡於3月22日維護時間前達成第三支線3轉並完成20個連續任務，即可獲得眾多豐富道具與禮物，包含3轉晉級時裝(15天)、期間限定特殊武器飾品、各式藥水、高級副本入場券、強化符咒LV.8~LV.10隨機箱、艾爾共鳴點數初始化卷軸、耐性藥水、祝福的時空卷軸等。同時於期間內新創角色達成特定等級可獲得支援箱，內容包含多個光速成長經驗之證(經驗2倍)、各式藥水支援及商城華麗飾品，滿等還可獲得擁有永久連身服；同時也針對回流玩家推出「回歸冒險小幫手」，於今年2月8日後無連線紀錄的玩家，登入即可獲得歡迎箱，完成適當等級副本，將可獲得多個強化符咒及各式藥水，每階段更可獲得賢者卷軸、時裝外觀、寵物及支援裝備，要讓玩家們能夠輕鬆練好練滿。

※《艾爾之光》官方網站：<http://tw.beanfun.com/ELSWORD/>

※《艾爾之光》官方臉書粉絲團：<https://zh-cn.facebook.com/elswordfans>

《新楓之谷》X《福音戰士》經典動畫跨界合作 體驗乘坐帥氣「初號機」操縱威力驚人「陽電子炮」

2018/03/16

遊戲橘子旗下超人氣遊戲《新楓之谷》宣布今(1)日起至3月27日，與知名經典動畫《福音戰士》展開跨界合作。此次《新楓之谷》X《福音戰士》的合作內容中，因「外星人」失誤而召喚的「使徒」，降臨在《新楓之谷》世界中並開始侵略主要的村莊。而玩家將與福音戰士中的駕駛員主角群「碓真嗣」、「綾波零」、「明日香」等，一起透過各式任務同心協力作戰並且守護《新楓之谷》的世界。而因應此次盛大的跨界合作，官方將推出一系列期間限定專屬任務，玩家進行任務闖關將可蒐集「福音戰士硬幣」，而累積到一定數量即可兌換《福音戰士》限定「初號機椅子」、「特務機關NERV稱號」等合作限定獎勵，詳細活動細節可至《新楓之谷》官方網站查詢。



▲2018年3月《新楓之谷》將與經典動畫《福音戰士》展開合作

《新楓之谷》X《福音戰士》經典攜手經典豐富玩家遊戲體驗

經典動畫遊戲中趣味重現 玩家體驗乘坐「初號機」操縱「陽電子炮」

《新楓之谷》在2018年3月1日，迎來了首次與經典動畫《福音戰士》的特別合作企劃。此次的故事背景，建立在「外星人」為了征服《新楓之谷》的世界，進行了召喚「強力存在」的實驗，但卻在實驗途中發生錯誤，竟將「使徒」以及與使徒交戰的《福音戰士》主角群們，一併的被召喚到了《新楓之谷》的世界之中。這次《新楓之谷》的玩家將聯手《福音戰士》主角群「碓真嗣」、「綾波零」、「明日香」等，一起擊退「第4使徒」與「第6使徒」，並協助《福音戰士》們回到他們原來的世界之中。合作期間，玩家將可透過「使徒襲來」、「金博士的委託」與「福音戰士駕駛員們的請求」等任務來與《福音戰士》主角群進行劇情互動及操作經典武器「陽電子炮」，只要順利通關任務即可獲得「福音戰士硬幣」。而「福音戰士硬幣」將可於專屬商店換取「初號機椅子」、「特務機關NERV稱號」等合作限定道具，詳細活動細節可至《新楓之谷》官方網站查詢。



▲「使徒襲來」任務中，玩家將可體驗操縱威力強大的「陽電子炮」



▲透過「福音戰士駕駛員們的請求」任務，玩家將可獲得專屬特殊獎勵



▲蒐集「福音戰士硬幣」將能獲得「初號機椅子」體驗乘坐帥氣感受

※《新楓之谷》臉書官方粉絲團：<https://zh-tw.facebook.com/www.maplestory.msfans.com.tw>

※《新楓之谷》官方網站：<http://tw.beanfun.com/maplestory/>