

10

OCT, 2016  
vol.75

前進新格橘：

新空間

新生活

GIVoice

橘人誌



[brand.gomedia.com/gvoice](http://brand.gomedia.com/gvoice)

Read it, Know it, Love it!

# 未來新定義：匯空間. 創生態

2016/09/29



橘子集團自進駐到科技薈萃的內湖科學園區後，便成為內科新創的匯聚點，我們將這個新空間定義為「匯空間」，它將滋養著集團全生態網路的發展，以此為基地拓展並打開(open up)更多共創機會，開啟更多元的新創可能性！

在Open & Limitless的空間設計下，新橘人的工作模式已經開展，不僅突破侷限，也與橘外的菁英份子激盪交流，大小生態圈共生共存，儼然形成一個新世代「創生態」的活力機制。

## 匯聚能量，改變的力量

橘子結合科技與人文，流動的空間，更靈活的工作模式，彷彿不斷灌溉橘子的養份，更多能量、激發更多創造力，期許未來成為活絡內外網路事業的樞紐，為生活創造更多樂趣，未來橘子匯聚全新力量出發，令人雀躍、引頸期待！



資料來源:

<https://goo.gl/ojuPiJ>

<https://goo.gl/Pu0386>

# 橘子人實踐新生活 共創多元空間

2016/09/30

工作是生活的一部分，新生活觀念與氛圍已經慢慢開始發酵，橘子人的多元工作文化，落實於空間當中，各單位皆具有巧思，如品牌中心以及人因設計所，因應不同的工作模式，衍生出相對應的空間模組，進而產生新型態辦公空間。



▲ 品牌中心的idea kitchen

位於一樓的品牌中心，處處充滿驚喜亮點，位於中央走道的野餐沙發區，讓同仁有隨興的討論空間；而置身在充滿書卷氣息的idea kitchen裡，同事們在認真工作之餘，也有輕鬆的調劑，更能激發想像力與創造力；在接待外賓的同時，也能對橘子的創意空間，留下驚艷的印象！

人因設計所則實踐將休憩空間與工作空間融合的作法，營運長Michelle分享了可以提升同仁效率的工作模式，她提到「番茄時間管理法」(註1)的概念：「設定一個番茄鐘等於25分鐘，這25分鐘須專注於一件事上，不分心於其他雜務，結束後休息5分鐘，以此類推，循環4次。」Michelle強調，重點在於5分鐘的休息時間，休憩空間需依聚落式的分布，在離辦公桌不遠的距離，創造出輕鬆的氛圍，有效的利用5分鐘抽離工作，達到休息的效果，提升效率。

## 高靈活度應用，保留空間彈性

人因的研發、設計到營運是一條龍的生產線，程式設計的同事需要高度專注；行銷人員需要不斷溝通、對談；設計則需透過與環境互動激發靈感，三者間的工作方式差異性大，希望環境能造就出彈性，於是，Michelle給辦公室下了一個關鍵字「Flexible」，亦即未來希望空間可留彈性與靈活度，讓同事既可以溝通又不相互干擾，也可透過共同活動空間交流。



▲人因設計所結合休憩與會議的軟性空間

空間，造就人的行為，但人也可以造就環境，新的工作文化已經開始蔓延，衍生出兼容並蓄的「創生態」。未來，橘人將與時俱進，共創共生、匯聚能量，開啟全生態網路新未來！

註1：番茄時間管理法(Pomodoro Technique)，1980年代由Francesco Cirillo所提出

# 新生活運動：不可不知的橘人守則

2016/09/29



新空間的演進，不僅讓橘人打開全新格局，人與空間的互動，也讓新文化風尚誕生。要如何在想像力與創造力激盪的同時，也培養出新生活的規範與自律精神？品牌中心推出的IP「正筋鬥士」以生動活潑的幽默語彙，演繹出新橘人的態度，一起來做個有創意也有格調的橘子人吧！

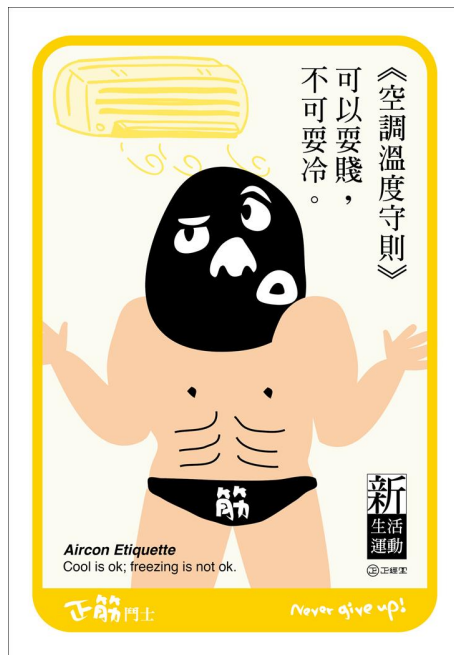
## 會議禮儀守則

關門要溫柔 說話不喧嘩



## 空調溫度守則

可以耍賤 不可耍冷



書報借還守則

就算書有黃金屋 也要物歸原位



廁所清潔守則

再急 也要快狠準



資安管理守則

隨手關機 別洩露天機



識別證件守則

穿不穿名牌 都要戴名牌





衣著搭配守則

穿衣可隨興 但不可隨便



抽煙安全守則

抽菸有格調 菸蒂不亂掉



普橋整齊守則

你我一家親 餐廳一起清



環保愛地球守則

上班不逛街 沒事多登階

Gama Island Etiquette  
A step a day keeps the doctor away.

《環保愛地球守則》  
上班不逛街，  
沒事多登階。



新  
生活  
運動  
©正筋王

正筋王

Never give up!

# 解析空間符碼，蘊含創新細節

2016/09/29



橘子人每天穿梭於新總部空間中，是否感受到橘子大樓的每個角落精心設計過的細節呢？新空間形象建立，在於表達各單位與公共空間的特色風格，並傳達出橘子為迎接新創時代來臨的Working Style。大到空間設定、會議室的命名，小至家具的擺設、小立牌等，都賦予不同於過往的新定義。

## 新敘事空間，延伸無限想像

總部空間的設定，大多採用原材質，維持堅毅持久的特性，不會隨著時間歲月的流失而減去流行度。一踏入大門，迎面而來的就是流線型的櫃檯，與大牆面的Video Wall，在理性線條的空間中，蘊藏未來感符碼，代表一個白色的有機型體，象徵橘子的起始點，連貫串流於整棟建築的核心。



▲白色櫃檯是一個有機型體，象徵橘子的起始點

進到辦公區域會發現，會議室與公共空間的部份，分別依照地理位置取名為公園角、巷角、中區與橘子大道等，結合了週圍的地景特色，相互輝映、令人一目瞭然，也把以人為本的思考置入；而原本大嘴花園的英文名為Garden Court，現更名

為The Voice, 大嘴的中文原意在於, 希望橘人在這裡能大鳴大放, 勇於表達, 新大嘴更名The Voice, 更加符合原本賦予這個空間的意義。隨著未來與時俱增的活動, 橘子的空間符碼會將注入更多新趨勢意涵, 將人與空間結合起來, 你將看見一個全生態網路的敘事空間, 在這裡強力發聲。



▲鄰近公園的會議室, 以「公園角」為命名



▲以「巷角」為名的會議室, 窗外可見行人往來



▲「中央大道」的設定結合會議、休憩與展示等功用

# 千禧年三部曲《龍紋身的女孩》

2016/09/30

莉茲貝詩·沙蘭德是一個特立獨行的女駭客，她外型瘦小、蒼白，因自幼被醫院判定有精神分裂症而失能，原本信賴的法定監護人突然中風，而受到新監護人的霸凌迫害，奮而以暴力制暴，抵抗強大的父權體制。總是一身龐克勁裝的她，穿眉環、鼻環、右肩上刺了條蟠龍，不羈的叛逆外表下，卻有對愛情炙熱的渴望！

而在以揭露真相的編輯卡爾·麥可，布隆韋斯特，則受企業家亨利·范耶爾之託，撰寫家族歷史，並調查其親戚海莉的40年失蹤謎團。麥可雇用了駭客高手沙蘭德為他搜集情報，在生死一瞬間的危機威脅下，兩人產生了奇妙情愫。他們之間，沒有風花雪月的八點檔愛情戲碼，而是在北國冷冽的風景下，暗藏懸疑緊張的氣氛，交織出來的令人屏息、分秒離不開目光的絲絲入扣的情節。



## 掀起電影狂潮，與H&M跨界合作

《龍紋身的女孩》是瑞典作家史迪格·拉森 (Stieg Larsson) 的一部獲獎犯罪小說，在2006年奪下北歐最佳犯罪小說玻璃鑰匙獎。整部小說在如蜘蛛網線的縝密佈局下，充滿高潮迭起的娛樂性，帶領讀者抽絲剝繭找到殘酷真相，作者生動而精彩的文筆，令人忍不住一頁接續一頁，熬夜把厚厚一本書立即拜讀完畢。而這部紅極一時的小說也曾被改編成電影，有瑞典版和由名導大衛芬奇所執導的美國版，美國版的造型師Trish Summerville更曾經與H&M合作，推出沙蘭德的中性龐克搖滾衣著系列，並大受好評！推薦給喜歡懸疑犯罪類型的讀者，與具女性主義思維的新女性，只要書一上手，絕對會深深著迷於拉森筆下所描繪的既冷冽又狂暴的奇想世界！



# DRAGON TATTOO

COLLECTION BY  
TRISH  
SUMMERVILLE

**H&M**

圖片來源:

<https://goo.gl/3hefo5>

<https://goo.gl/64jHfF>

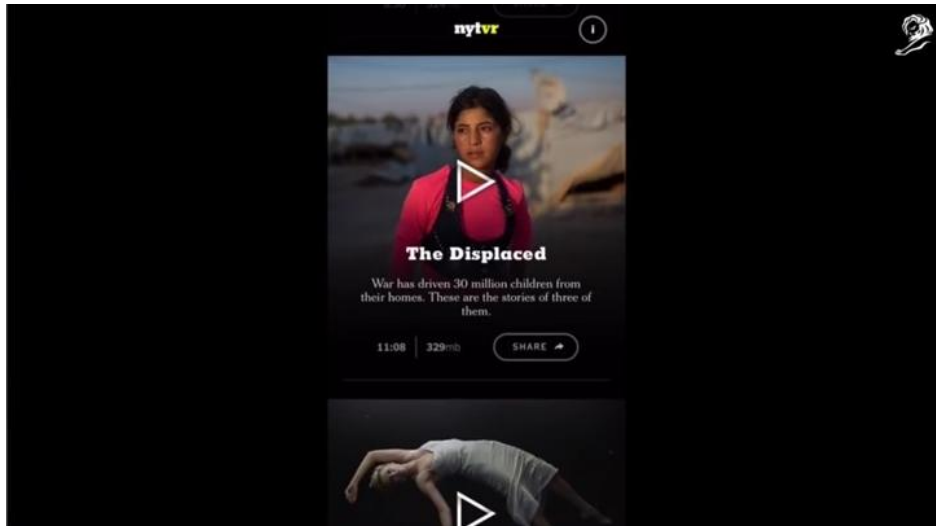


# 當VR不只是炫技—空間結合內容行銷

2016/09/29

VR與AI科技於今年坎城廣告節大紅大紫，其中又以同時獲得移動類與娛樂類全場大獎的紐約時報《THE DISPLACED》(流離失所的人們) 案例最引人注目。

全世界約有三千多萬難民兒童因戰爭被迫離開家園，而敘利亞便是其中之一。紐約時報為敘利亞難民製作VR影像，並透過VR技術，讓讀者透過轉換空間的臨場感，親自感受難民的生活，進而引發讀者對此議題的關注。



在《THE DISPLACED》中，戴上VR後，你將會看見難民兒童們帶領你去看看他的難民生活，殘破的家園、教室與一切，透過「空間」，你會得到比閱讀文字或照片更多的「感受」，而「感受」將引發你的「行為」或「關注」，它就完美達成一次新聞任務。





過往我們經常看到品牌將VR應用在娛樂議題上，如透過VR感受遊樂園中刺激的雲霄飛車，卻罕見品牌將VR與內容如此緊密貼切地結合，再傳遞給消費者。為何紐約時報這次的行銷創意會成為創舉呢？



## New York Times Touts Virtual Reality As History-Making Journalistic Innovation

A million subscribers soon get the chance to see what all the hype's about.

11/08/2015 03:20 pm ET | Updated Nov 09, 2015

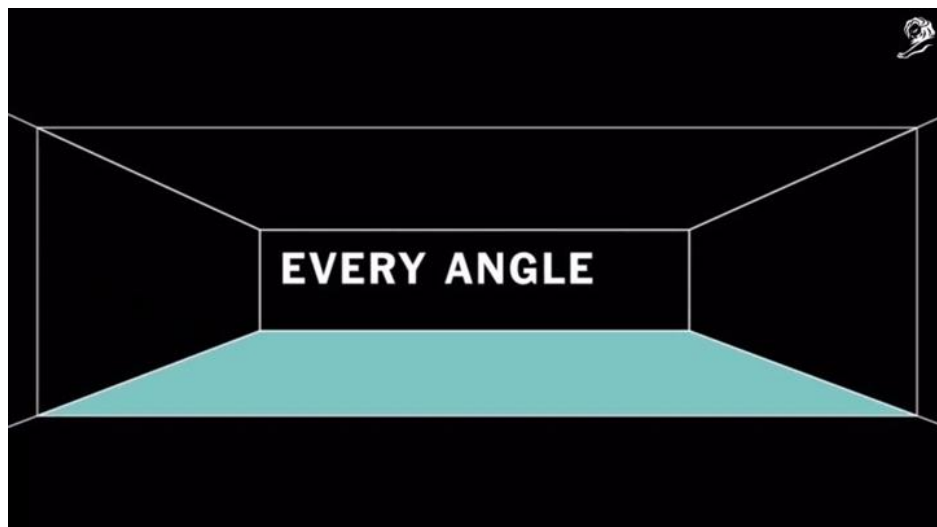


Michael Calderone  
Senior Media Reporter, The Huffington Post



因為，它不再只是將VR當作炫技的工具。

曾有人說，最成功的數位行銷是20%的科技加上80%消費者洞察；紐約時報即掌握了這個要點。他們抓緊了「空間」對人的情緒感受的渲染力，讓VR成為視覺的任意門，帶領消費者前往難民所在的空間，去接受震撼教育。當消費者完成了這個行為，紐約時報也不再需要做過多的解讀引導，消費者自然會產生許多反思與同情，進而關注議題甚至捐款。



# 為什麼品牌喜歡吃Apple的豆腐？！

2016/09/29

Just trust us. It's better.



寫這篇文章的今天(2016/9/7)，正是Apple iPhone 7的上市發表會。想當然，社群媒體上相關新聞、正反評論滿天飛。有趣的是，我注意到兩個跟3C用品一點關係都沒有，卻很巧妙的運用這當紅議題的品牌，夾雜在一片iPhone 7的討論聲中出現。不談iPhone7的功能有多太空、也沒說Apple又做了哪些創舉，而是幽了蘋果一默的同時，還把自己品牌做了緊密結合的案例。

不用羨慕，iPhone 6也可以一秒變iPhone 7

在這一次iPhone新機上市之前的眾多揣測中，最引人注目的謠傳，就屬「取消耳機孔」這個逆天的決定了。大家都在猜「真的會取消嗎？那行之多年，現存的3.5mm有線耳機是不是都要拿去填海？...」。

EarPods，具備 Lightning 連接器。

iPhone 7 隨附具備 Lightning 連接器的 EarPods，但如果你還是想用原本慣用的耳機，只需接上隨附的 3.5 公釐耳機插孔轉接器，一樣可以連接。



▲iPhone 7 果然沒了3.5mm耳機孔，改用lightning連接器。

果不其然，Apple真的把耳機孔取消了，取而代之的是用lightning接線的EarPods耳機，外加奉送一個lightning轉3.5mm的接頭，來解決這個問題(或是你也可以選擇被戲稱長得像電動牙刷頭的AirPods無線耳機)。但這些方案並沒有因此減少外界對這個改變的議論。



▲這個長相怪異的AirPods無線耳機, 還真的有點像“電動牙刷頭”。

網路上瘋傳一個蘋果有史以來最輕的新產品, 可以讓你的iPhone 6「一秒變iPhone 7」的。乍看之下以為是真的, 她說:

「這不是2009年, 你的手機沒有軟碟機, 當然也不需要耳機孔。當年iPhone 6、6s上市的時候, 我們還沒有準備好迎接這個未來。現在是時候了, Apple Plug是最完美的解決方案, 將那個廢材的耳機孔用鋁製閃亮亮的接頭幫你連接到未來!

創新不總是肉眼可見的, 但如果你仔細觀察Apple Plug, 將發現它可以無縫的填滿那過時的耳機孔, 把去年以前的手機完美轉身成現代的蘋果經典之作。一旦插入Apple Plug就取不出來, 但你為什麼會想取出? 難道你想降級? 我們可不這麼認為!」



▲Apple Plug頂部一共四個顏色。



▲ iPhone 6插入Apple Plug之後, 就跟iPhone 7 一樣, 廢了耳機孔!

這整個網頁的設計、風格、用語根本就是典型的Apple網站啊, 連網址都是appleplugs.com。當你好奇是誰這麼惡搞時? 在網頁的最下方就可以找到線索。

原來這是一家位於南卡羅來納州的小小設計公司《Nicer Studio》, 因為這個事件而爆紅。

### 引人發噱, 沒什麼用的Jim Beam Apple Watch



就在同一天, 另外一個一看就知道是假的, 但令人忍不住想看下去的例子, 是波本威士忌品牌《Jim Beam》的Apple Watch。沒錯, 就是Apple Watch!

號稱: 超有型、可穿戴、可飲用的第一代金賓Apple Watch, 不會告訴你時間, 也不需要電池, 配上綠黑條紋相間的錶帶, 加上一個金屬上蓋, 打開上蓋, 內含一個1.5 Oz的可伸縮的杯子, 綠色錶冠只是裝飾用, 為什麼是綠色? 因為有些蘋果就是綠色.... 是不是瞎到爆, 哈哈!

### 想搶搭Apple的便車, 需要縝密的規劃

這類搭上時下最熱話題的行銷方式, 我們稱之為「即時行銷 Real-Time Marketing」。她的好處在於可以讓品牌用較少的

資源，卻能快速引起話題跟關注，特別適合社群媒體當道的現代。

就像上面這兩個品牌的例子一樣，雖然都跟3C扯不上邊，理當在iPhone上市的議題上說不了話，但因為大家都知道Apple發佈會的時間，也大概知道網友關注的議題。

你知道這個議題正熱，難道別的品牌不知道？！想搶搭即時行銷的成功關鍵在於，妳必須事前準備好，並且找到此一事件與妳的品牌的連結點。否則，如果只是為了即時而即時，表面上品牌都跟著大夥兒站上浪頭，得到一堆點擊，但實則，只是被當成拱話題的墊腳石。

在這次的事件中，Nicer studio用「創意」；Jim Beam用「調酒、蘋果口味的產品」，都能很巧妙的與自己的品牌特色結合，才能用少少的預算，在即時行銷中獲益。

# 不說你會發覺！UI/UX 設計師常有的 思考盲點

2016/09/20

思考盲點 往往會造成許多失誤，就如同身為 UI/UX 設計師的我們，雖自詡可以用客觀的方法與心態完成任務，但有時候難免陷入設計師特質所造成的糾結，形成思考上的盲點。這些盲點可能造成一些缺失，小則只影響產品推出時程，大則破壞團隊和諧、造成不良的企業文化或產品開發方向錯誤等。擔心讀者們也深陷於其中，這次大舌頭就特別整理了一些 UI/UX 設計師在產品開發過程中，最容易有的 思考盲點，供大家參考。

常有的 思考盲點：1) 龜毛



▲圖片來源：<https://eurofree3.files.wordpress.com/2014/03/nitpicking.jpg>

最常聽到大家形容設計師的詞彙就是 – 龜毛。在一般人的定義中，龜毛帶有負面的意味，但對於設計師而言，也許聽到對方形容自己龜毛，反而還會沾沾自喜，暗爽在心中。因為表示設計師對細節的堅持，對品質的要求。這項特質對產品或品牌的最終發展絕對是有幫助的，不過，當設計師龜毛的堅持修改某些項目時，往往忘了考慮手上“資源(時間、資金、人力等)”有多少這個議題，而“資源”對新創公司而言更是攸關存亡的關鍵。

UI/UX 設計師在高速迭代的軟體開發流程前期，應該更像服務設計師的思維，除了關注使用者外，還要多考量相關權益人與商業模式。不應該糾結於介面某元素的微調，例如追求背景顏色、字級大小或排版的極致完美。相反的，應該著重操作流程的順暢度與能否帶給使用者價值(MVP)。換句話說，設計師要有商業思維，知道在不同的產品階段自己該扮演何種角色，以及該提供的何種價值。

當然，當商業模式經過市場驗證可行後，設計師的龜毛特質就能百分之兩百的發揮，設計微調的項目搭配駭客行銷(growth hack)團隊，就可對使用者進行多種測試，並依結果來調整產品，發揮最大的效益。

對產品龜毛是好事，但過度可能會誤了大事！

2) 高傲的牛脾氣與毒嘴





▲圖片來源：<http://hbz.h-cdn.co/assets/16/14/1600x800/landscape-1459776449-hbz-anthony-vacarrello-00-index.jpg>

當我們看到媒體上的設計師照片或報導時，是否感受到那股高傲異於常人的氣息，眼中閃耀著有崇高理想所散發出的光芒，以及帶著天才名號的桀驁不馴。甚至，大眾看到設計師光彩亮麗的外表，會產生如明星般的距離感。但我們要知道好的設計師其實也是好的行銷專家，說不定那是刻意經營的對外形象；而將自己打理的有品味，是要呈現專業與對事物的敏銳能力。所以，千萬不要被外在的設計師形象沖昏了頭，高傲絕對不是設計師必備的特質。

就軟體產業來說，設計師不是產品是否成功的唯一角色。因此除了有好的設計技能外，溝通與整合能力反而是進階 UI/UX 設計師該具備的。但高傲的表現，可能造成設計師對議題的過度堅持，導致沒有妥協空間，錯失可兩全其美的解決方案。高傲不會讓你成為設計牛人，反而只會成為了一位有牛脾氣的合作破壞者。

另外，因為設計師大多有著對美學的獨到眼光，及對事物有不同角度的洞見，若還帶着高傲的特質，往往說出的話都過於尖酸偏頗。這樣不但有失客觀性，也放棄了以其他角度觀察的機會，失去更多可以發展的方向。

### 3) 堅持原創



▲圖片來源：[http://content.wallpapers-room.com/resolutions/1920x1200/B/Wallpapers-room\\_com\\_\\_Be\\_Original\\_blue\\_by\\_Adam\\_Betts\\_1920x1200.jpg](http://content.wallpapers-room.com/resolutions/1920x1200/B/Wallpapers-room_com__Be_Original_blue_by_Adam_Betts_1920x1200.jpg)

設計師對於“抄襲”與“致敬”一詞特別反感，認為產品的設計就應該獨一無二，除了對他人智慧財產的尊重，也維持身為設計師的尊嚴。不過就軟體領域，在介面與互動上的原創真的太稀有，大多都是推疊或改良優秀產品的設計（例如輸入框的操作優化）；另一個原因也是因為有非常多免費的模板可使用，讓大家的產品越來越像。再者，過於創新的原創設計，並不一定對使用者好，因為他們可能無法連結過去的經驗來操作，而產生不良的體驗。

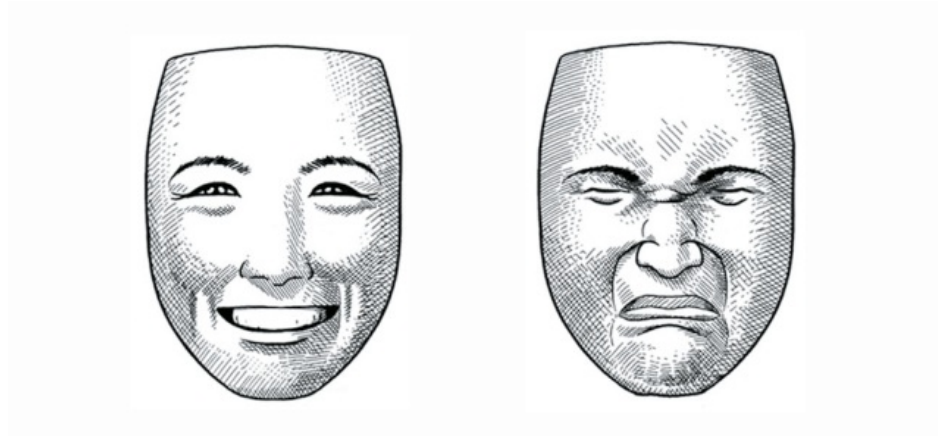
另外，被抄襲或致敬的介面，若用在不同的產業其實效果也不一樣。例如透過左右滑動擇友的軟體—Tinder，許多產業的 APP 因為看到它原創的互動方式大受歡迎而向它致敬，但沒有考量所屬產業的特性適不適合（例如電商產品適合讓使用者多圖比較，而不是一張一張塞選），導致沒有預期的效果。所以大舌頭建議設計師若遇到別人抄襲，或思考要不要向別的產品致敬時（但請不要誤會大舌頭的意思，並不是指原封不動的將別人的設計複製），先放下“必須是原創”的原則，先

思考你提供的服務或產品類型適不適合，有沒有更好或可優化的設計方式。

最後，就商業層面來說，大舌頭認為與其談“原創”這個沒有保護性的述求，不如思考如何透過專利來保護與強化它。目前主要國家(美、中、台等)皆能對 Layout、連續的 UI 變化及 icon 申請設計專利，專利的佈局是最能實際彰顯設計價值的方法，但這個領域卻是 UI/UX 設計師不在意或最陌生的一塊。

若讀者對設計專利有興趣，可參考這篇：[保護智慧財產不求人，介面設計師三分鐘看懂設計專利](#)

#### 4) 只有喜歡或不喜歡



▲圖片來源：[http://jsleeper.com/DM203/@DM203\\_IMAGES/\\_0000\\_1.jpg](http://jsleeper.com/DM203/@DM203_IMAGES/_0000_1.jpg)

許多設計師相當有個性，具備個人風格，對事物也是愛恨分明。因此，對喜歡的東西大力讚賞，不喜歡的東西則極力唾棄（譬如幾年前的擬真與扁平風格之爭），而介於中間的往往會忽視。這種極度的二分法，有時可塑造設計師獨特的風格，但有時卻顯得作品刻意獨行，讓人難以融入。就商業產品而言，又有更多的考量，不能僅依照設計師個人的偏好來設計。若設計師過度堅持自我喜好，而忽視其他更重要或優先級更高的東西，有可能傷害了團隊運作默契與錯失成功契機。

再者，只關注喜歡或不喜歡的極端點，可能會錯失最佳的靈感，因為介於中間的模糊地帶，具備了更多的可能性與彈性。也會因此局限了自己的發展，如風格、方向、技能等。除此之外，設計師除了相信自己的感性直覺外，有時可以透過數據來佐證或調整（例如 UX 透過訪談的結論、行銷團隊做的 A/B Test 等），事實可能讓你大吃一驚。

過度自我 換句話說就是固執 ...

#### 5) 只關心設計



▲圖片來源：[http://c.fastcompany.net/multisite\\_files/fastcompany/imagecache/1280/poster/2015/11/3053357-poster-p-1-the-3-key-traits-of-an-exceptional-designer.jpg](http://c.fastcompany.net/multisite_files/fastcompany/imagecache/1280/poster/2015/11/3053357-poster-p-1-the-3-key-traits-of-an-exceptional-designer.jpg)

設計師往往有著對設計無比的熱情與執著，談到或執行設計時專注的令人驚訝，但可能對其他差異性較大的產業卻不感興趣，甚至排斥，例如：程式、金融、教育、媒體或醫療等。當然這股對設計的熱情，可提升動力往專業的高深技術與知識專研，但也可能讓思維局限於某個框架中，造成決策的盲點。況且，設計師可能服務的業主或使用者皆不同，若沒有足夠的知識，如何與他們進行交談合作呢？又怎麼做出符合現實與理想的產品呢？

此外，更多的生活體驗與了解更廣的知識，也能促進靈感產生，與觀念的改變。所以嘗試理解一些你過去不會想要接觸的領域、知識與人，這會讓你更加成熟與專業。

## 6) 覺得設計能改變世界



▲ 圖片來源：<http://www.dumbittleman.com/wp-content/uploads/2015/06/change-the-world.jpg>

大多數設計師可能在加入團隊前，都懷抱著能改善產品、建立品牌或改變世界等的偉大理想。但經過一段時間後，發現到開發不太鳥你、公司文化亂糟糟、設計沒人重視或產品沒人用等沮喪的挫折，一開始懷抱的理想都破滅，懷才不遇的你開始怨天尤人，因此鬱鬱寡歡而不願再付出。但這何必呢？每個組織與產品皆處於不同階段，或有不同的成長與學習速度。設計師應該更務實的負起責任，不要想著設計能改變世界等過於遠大的目標，而是逐步的嘗試能改變組織或產品的方法，用這種態度來改變，就算成效沒預想的好，但至少也會贏得團隊成員對你的尊重（大舌頭就曾透過方法和溝通把一間會叫設計師美工的公司，開始認知重視設計可帶來的價值與功效，並讓美工這個稱號消失於公司）。

另外，若剛好你設計的產品或服務大受歡迎，千萬別以為全因有“好設計”的關係，而自我感覺良好。產品的成功需要具備太多要素了，例如時機、市場規模、行銷策略、技術能力與資金等，而設計僅是構成成功的因素之一。例如 Airbnb 目前能如此成功，除了設計的手法外，還包含了其獨特的商業模式、駭客行銷策略與經濟環境等要素。

設計師你很重要，但別把目標訂得太高，務實、謙遜且聰明才是邁向成功的捷徑。

## 結論

撰寫這篇的目的絕非故意引起各方的論戰（例如設計師明明就沒這樣等），大舌頭只是很單純的把工作中的觀察或經驗分享給大家，提醒各位設計師應該避免的思考盲點。大舌頭也深信，各位 UI/UX 設計師隨著經驗的累積，也能體會本文所說的部分，以及避免它。此外，若各位讀者還有其他設計師可能犯的思考盲點，也不妨在底下留言，互相討論 ^^

本文轉載自設計大舌頭

設計大舌頭是一個關注使用者經驗相關議題的內容平台，包含使用者介面、互動設計、使用者經驗、產品設計趨勢以及服務設計等，試圖讓更多讀者了解設計師們的巧思，並推廣 design thinking 的思維。

# 橘子UnderLine底線論壇, Visual Practice Workshop 報名開跑！

2016/10/14



UnderLine是一個新創與網路產業對話的交流計劃, 致力於交流最新的網路新創趨勢, 利用橘子集團在內湖科技園區的地理、空間和產業優勢, 不限任何內容, 為創新的想法找到夥伴。此次與全球視覺引導師團隊合作, 於11/16~18舉辦為期三天的工作坊, 準備帶大家進行一場視覺感知之旅。

## 視覺力量, 顛覆無限創意

視覺如何幫助人們理解彼此觀點 促進互動與交流並改變場域? 如果你相信視覺具有引導變革的力量或是視覺紀錄、視覺引導或視覺實踐者, 這個工作坊是為你量身訂造。在這三天工作坊中, 將會分享全球前沿案例, 探索創新想法並將學習應用於整體的體驗當中。

Workshop: 11/16-18/2016 | 09:00 am - 17:00 pm

Visual Practice Workshop報名資訊: <http://visualpractice.wixsite.com/visualpractice>

# 橘子UnderLine底線論壇，四家O2O新創談失敗

2016/10/14



UnderLine是一個新創與網路產業對話的交流計劃，致力於交流最新的網路新創趨勢，利用橘子集團在內湖科技園區的地理、空間和產業優勢，不限任何內容，或是網路應用相關、在育成、共創、加速的任何階段。為創新的想法找到夥伴。

人不搞砸枉少年，讓我們為失敗而慶祝！

橘子UnderLine底線論壇首波活動，在10/28(五)邀請到Fuckup Night Taipei X 群募貝果，針對最近非常夯的O2O產業，分享超潮的創業搞砸經驗！Fuckup Night源自於墨西哥，為全球的失敗講座品牌與社群，是個分享、訴說與慶祝失敗的平台，認為「成功實屬偶然，失敗卻為常態」，活動進行將搭配Lighthouse提供的啤酒，透過正面、詼諧的方式，告訴大家勿忘前車之鑑，即日起歡迎報名，一起來橘子新總部走走為失敗歡呼！

報名網址：<http://www.accupass.com/go/funtaipei8>



# 楊樺：用新聞建構你的世界

2016/09/30



## 用眼睛看最準

看新聞照片，看眼睛最準。要採訪新聞，用眼睛看最準。楊樺是死硬派的新聞現場主義者，他說「戰爭的頭號犧牲者是真相」，即便衝到前線去，往往還是看不見衝突的發生原因，那記者又怎麼能夠放棄自己的理想，不努力往真相逼近一點呢？

諾曼地登陸，幾乎沒有任何戰地記者捕捉到，唯一的一張照片，因為某些原因非常模糊，糊到你如果拿去交作業會被當掉，但它不是作業，它是歷史，它為人類凍結住了那一刻的人性。用眼睛看，看照片裡的眼睛，你會看到更多。

## 你離現場有多近？

有一個戰地攝影師說「如果你拍得不夠好，那是因為你離得不夠近。」這句話在在顯露了TVBS的企圖心。自去年初，兩名TVBS戰地記者，分別從約旦和土耳其進入戰地，包括內戰四年的敘利亞與庫德族，這個系列叫做《人道與正義：前進中東烽火線》。在其中，我們不但看到戰火下殘破的敘利亞，也看到分流不同國家尋求庇護的難民。難民們不但要忍受離家的心酸，失去家人的苦楚，也可能遭受各種歧視。這些，你不到現場，你看不到。你很難到現場，所以TVBS記者幫你去。

為什麼要去？因為要揭露這個世界的不同事件，讓你知道世界天天都在變。常常我們的舒適，來自於別人的不舒適，甚至是痛苦。惟有離現場更近，才能把這些消息帶出來，為世人所知。除此之外，記者們更希望能在現場挖掘到希望，其中又以孩子的笑容最為無價。

## 合理，就是不合理

對一般來說，合理的行為是遠離戰地；但對戰地記者來說，別人撤退的時候，更要往前衝。這樣的不合理行為，才是作為一名合格戰地記者的合理行為。因此非常推薦大家去看《不合理的行為》，在這不合理中，你會看見戰地記者拋下自己的人生、家庭，甚至生命，就是因為受到人性的呼喚，非得要將許多時刻紀錄下來。

## 你的戰場在哪裡？

不僅有戰爭現場，才是戰場。當今的世界上，環境、氣候、教育、文化、貧窮都是戰場。楊樺非常鼓勵大家親自走一趟，就算沒有熱情投身戰地記者行列，也可以以NGO的角色進入，去顛覆自己的世界觀，在這些殘酷的「戰場」走一遭，重新建構自己的國際觀。在這樣的歷程中，很多事情值得思考，例如：你的國際觀是以哪個國家的主觀視角建構的？

## 只有存在，才有聲音

最後，楊樺表示，他最大的希望，就是以新聞專業與台灣人的衝勁，讓國際無法忽視台灣戰地新聞的存在。就像當初連CNN與路透社都要轉頭跟他要照片，因為就只有他一個人捕捉到，而他是誰？他是楊樺，他是台灣的戰地記者，他，讓台灣在國際有了聲音。



# 2016中秋晚會，橘好月圓橘團圓

2016/09/30



今年的中秋晚會在9/9於淡水的八里雷朗極限探索園區舉辦，雖然傍晚的一場大雨打亂了進行的節奏，但橘子人興致不減，熱鬧依舊，就跟著《橘人誌》一起回顧精彩花絮！

## 大型泡泡池 夢幻又消暑

雖時值入秋，但仍炎熱，現場搬來了大型的泡泡池，白細的泡泡彷彿有神奇的魔力般，讓大人小孩都想進到池內一起同樂，既新奇還很消暑。



▲ 泡泡池讓大人小孩都玩得不亦樂乎

主辦單位今年一樣不免俗的為大家安排了一連串的趣味活動，想當然今年的主戰場就在泡泡池中，橘人們攜家帶眷，組隊相互對抗，為了就是想要為隊伍贏得勝利，獎金是其次，對於玩樂一向認真的橘子人來說，就算是在浪漫的泡泡池裡，也是絕不手下留情，全力以赴！





▲呼拉圈接力在濕滑的泡泡池中進行更顯難度

### 寶可夢登場 掀活動高潮

另外，近來「抓寶」遊戲風靡大人小孩，主辦單位應景的安排了「捕捉寶可夢」的活動，由福委的同仁扮成寶可夢的角色登場，還加碼一段勁歌熱舞，著實吸引了大家的目光。



▲大家期待已久的寶可夢登場再掀高潮

每年的中秋晚會，備上豐富的酒水以及佳餚，盡情的家人和同事同樂，在中秋這個美好時節，獻上祝福，除了賞月，更重要的是大家可以相聚一起，共同為下半年加油打氣，最後，絢麗的煙火為今年的中秋晚會劃下美好的句點。

## 樂利「吉室商行」推出全新台式下午茶：精品米甜點-牛軋米餅，引爆團購風潮

2016/09/30



▲向夏季告別，迎來初秋，薄薄的涼意捎來美味的訊息，讓時間靜止在，剛出爐最美好的微醺焦糖色那一刻，用舌尖記憶住，我們的午後時光。



不一樣的米甜點，吉室做到了！

「吉」也意味著「美好的、幸福的」，【吉室商行】以誠摯之心，不斷挖掘台灣在地好食，更與台灣匠人合作，推出地方創意特

產，如「黑鳳梨酥」、「果粒牛軋糖」、「牛軋米餅」...等精緻台式下午茶茶點，期望能讓更多人嚐到台灣沃土所產出的純良美味。在吉室，總可找到台灣好食好物，讓吉事連連，好運多多！

將大自然的綠色清香，融入糙米香馥郁的方塊酥餅中，咬一口，滿口酥脆，交織著軟Q奶香牛軋，蔥米絕配，美妙點心的聰明新選擇。

牛軋米餅共有四大重點元素「蔥鮮、米香、糖濃、餅乾」：

【蔥鮮】三星蔥-引導出真材實料的香氣，一口就口齒留香。

【米香】五結糙米-富含大量纖維與營養素，讓餅不僅更健康，同時也更酥脆。

【餅乾】方塊酥-一口咬下54層方塊酥，層層酥脆，每片都有27層黃金比例。

【糖濃】牛軋糖-入口不黏牙，香甜滋味與濃郁奶香讓人無限想念。



美味，是我們極致的追求，開賣不到一個月，已售出超過5000盒的佳績，好評不斷，網購團媽Candy提到：「抱著嘗試的心態吃看看，一打開包裝馬上就聞到淡淡的蔥香，一口咬下去酥軟而不硬的餅乾，軟而不甜又不黏牙的內餡，再配上淡淡的蔥香，整個口感很難言語說明！但就是好吃！」收到多方迴響，吉室商行也秉持著不斷改進、研發的用心，近期將再推出牛軋米餅新款包裝組合，敬請期待！

訂購網址：<http://goo.gl/sZKeU2>

# 《召喚圖板》中文版「棋」手聯名《梅露可物語》海外合作登場 期間限定角色「梅露可」超人氣現身

2016/09/01

由遊戲橘子與日本手遊龍頭GungHo結盟成立的江湖桔子旗下首款營運手機遊戲《召喚圖板》中文版將從今(13)日起至7月27日止，於Android、iOS、Playphone等三大平台與《梅露可物語》攜手聯名於海外推出期間限定活動關卡。不僅遊戲背景及音樂都將以《梅露可物語》的風格進行打造，玩家更可透過關卡任務百分百獲得人氣主角「梅露可」，而其主動技能「miumiu」可以造成自身一回合無敵，不受到任何傷害。同時，為歡慶《召喚圖板》中文版再度攜手跨界聯名合作，也同步期間限定釋出「弗舞」、「悠凡斯」、「哈爾蒙妮卡」、「瑠娜瑠娜」、「羅莎」等12位全新角色，是《召喚圖板》合作角色為數最多的改版內容，也期待帶給玩家更與眾不同的娛樂新鮮感。



▲江湖桔子旗下首款營運手機遊戲《召喚圖板》於今(13)日起至7月27日止與《梅露可物語》攜手聯名推出期間限定活動關卡

「棋」幻之旅正式展開！《召喚圖板》中文版攜手聯名《梅露可物語》海外合作期間限定活動關卡推出 吉祥物「梅露可」超人氣登場

江湖桔子旗下首款營運手機遊戲《召喚圖板》中文版於今(13)日起至7月27日止在Android、iOS、Playphone等三大平台與《梅露可物語》攜手推出期間限定活動關卡。不僅遊戲音樂以《梅露可物語》的風格進行打造，關卡背景也圍繞著森林，《召喚圖板》經典的石板造型也配合森林幻化成為清爽的綠色草皮背景。關卡也將難度分為易、普、難、極等四種等級。同時，成功突破關卡有機會可以獲得BOSS棋寵「優」，BOSS棋寵「癒術士 優」會不斷召喚夥伴攻擊玩家，但只要一陣亡，他的夥伴也會隨即退場，要把握機會攻擊他！不僅如此，進入BOSS區域時，一定機率亂入BOSS棋寵「第五分隊長 巴盧特羅梅」，也將有機會可以獲得其棋寵，亂入掉落的「豪猛的斬戀刀」巴盧特羅梅擁有強力的隊長技能，可讓我方所有強襲型的棋寵6 combo以上攻擊力提升至3.6倍，並吸收傷害的7 %HP。



▲《梅露可物語》的吉祥物「梅露可」正式加入《召喚圖板》中文版



▲進化成尋求記憶少女的「不可思議瓶裝少女梅露可」，隊長技能「我想取回記憶！」能將攻擊力更加提升至1.8倍



▲「豪猛的新戀刀」巴盧特羅梅」是非常適合帶領玩家進入高難度關卡的強力隊長類型



▲BOSS棋寵「優」可以用合成以提升「刻托」的技能等級

最大陣容12新角「棋」放「弗舞」、「哈爾蒙妮卡」、「瑠娜瑠娜」等稀有登場  
《梅露可物語》敵方角色加入怪獸討伐「帕塔魯迪斯」討伐滿數將可入手

《召喚圖板》中文版與《梅露可物語》所聯名進行的海外合作，是中文版跨界合作角色為數最多的改版內容，全新角色高達12隻。「弗舞」、「悠凡斯」、「哈爾蒙妮卡」、「瑠娜瑠娜」、「羅莎」等《梅露可物語》經典且稀有的角色都可以有機會在轉蛋中遇見，其中，抽出來即七星的「夜名的銀獸」哈爾修特」具有超大範圍的誘爆主動技能，也是少數具有斜向誘爆的特殊角色。



▲「弗舞」具有強力的全地圖攻擊技能,且可以使敵軍麻痺二回合



▲相當稀少的補血型棋寵「哈爾蒙妮卡」同時具有飛行以及全體化的特殊能力



▲「悠凡斯」可一次提升隊伍所有體力型棋寵「3倍」的超攻擊取向棋寵



▲「瑠娜瑠娜」是少見的反擊強化與減傷棋寵





▲「羅莎」的隊長能力可是防禦類型隊伍數一數二的強大

此外，本次合作最大的不同就是新增《梅露可物語》的敵方角色在遊戲中做為「怪獸討伐」的敵人，一旦討伐到一定次數時，玩家將可獲得技能等級滿等的「帕塔魯迪斯」。



▲「帕塔魯迪斯」的主動技能能使敵方陷入中毒及麻痺狀態

※ 《召喚圖板》官方網站：<http://www.gungho-gamania.com/SB/>

# 《新楓之谷》舉行「楓葉英雄見面會」與韓方開發團隊面對面 百位VIP玩家到場搶第一手「優化改善」、「近期改版」、「五轉搶先報」大公開

2016/09/01

邁入11週年，遊戲橘子旗下超人氣遊戲《新楓之谷》已於8月19日在TAV Café藝術村餐坊舉行「《新楓之谷》楓葉英雄見面會」，現場除了打造大型「世界樹」與《新楓之谷》互動遊戲外，更邀請韓國遊戲大廠NEXON《新楓之谷》海外總監裴正日先生、韓國總監姜原基先生與開發團隊、台灣營運團隊及近百名VIP玩家零距離面對面，第一手搶先公布「遊戲優化改善」、「近期內容改版」、「五轉搶先報」等資訊。感謝各位玩家對《新楓之谷》的支持與愛護，即日起至8月31日止，活動期間內每天連續登入《新楓之谷》遊戲10分鐘以上，將陸續可獲得「楓葉轉蛋」、「美容美髮」等好康。



▲《新楓之谷》舉行「楓葉英雄見面會」邀請NEXON《新楓之谷》台灣資深企劃張華小姐(左二)、海外總監裴正日先生(左一)、韓國總監姜原基先生(中)、海外事業部部長閔英美小姐(右一)、台灣專案經理李相賢先生(右二)與玩家面對面

## 邁向更好的《新楓之谷》！「楓葉英雄見面會」第一手資訊大公開

### 韓方開發團隊與台灣營運團隊零距離面對面 百位VIP玩家搶聽三大重點

《新楓之谷》在台灣與港澳地區邁入營運第11年，作為台灣線上遊戲免費制的領導者，陪伴著近1,800萬位玩家一同完成夢想。《新楓之谷》營運團隊特別邀請韓國遊戲大廠NEXON《新楓之谷》海外總監裴正日先生、韓國總監姜原基先生與開發團隊來台，和近百名VIP玩家零距離面對面互動。現場不僅打造大型「世界樹」讓玩家寫上對《新楓之谷》未來的期許，更請來專業COSER化身「精靈遊俠」及「傑諾」與大家互動拍照。同時，玩家對於遊戲格外關心的遊戲程式檔案過大、斷線頻率、LAG與bug外掛問題，《新楓之谷》營運團隊與韓國開發團隊針對「優化改善」共同尋找出解決方案。在未來版本中，除了將已沒使用地圖或檔案進行移除，也會透過技術調整，讓遊戲中動畫連結上傳到網路進行播放，運用這兩種方式縮減現有檔案大小。隨著《新楓之谷》新內容與新系統的加入，檔案大小還是會增加，營運團隊和開發團隊仍會持續尋找其他更有效的降低容量的方法；面對bug外掛問題，則持續與開發團隊努力尋求更有效的防治策略，將增加即時監控系統，透過遊戲行為分析，找出外掛高重複性特質，進行監控與防堵。



▲遊戲橘子《新楓之谷》產品經理 謝育霖先生針對未來台灣與港澳地區版本的特色進行第一手訊息公開



▲韓國遊戲大廠NEXON《新楓之谷》海外總監裴正日 先生(中)對於玩家所提出一一解答

眾所期待預計於明年1月中旬起跑的五轉職業資訊也於現場搶先與VIP玩家們分享。LV 200的玩家將可前往時間神殿進行轉職，在不進行大量變更的情況下，希望能帶來全新的體驗及冒險，並讓自己的角色更加強大。每個職業皆有屬於自己的專屬五轉技能，透過使用核心排列組合，將能強化特定技能，並創造專屬的個人魅力。首次也進行「陰陽師」、「劍豪」、「蒼龍俠客」、「幻獸師」等海外職業五轉內容公開，更讓現場玩家驚呼連連。

## 五轉全新特色-V矩陣



- 職業專屬五轉核心
- 用核心排列組合
- 強化特定技能
- 可創造自己的特性



▲五轉技能介面增加了了核心排列組合，能強化特定技能

## 全新挑戰-露西妲



200級裝備必打



最新最強BOSS

▲五轉改版之後開放的全新BOSS「露西妲」



▲玩家可透過大型「世界樹」寫上對《新楓之谷》未來的期許



▲COSER化身「精靈遊俠」及「傑諾」與玩家一起互動度過愉快的下午

寫「楓葉英雄見面會」體驗 齊分享 點數、拼圖好康到手  
累積登入《新楓之谷》遊戲 楓葉轉蛋、美容美髮直接送

感謝所有玩家熱情參與8月19日《新楓之谷》的「楓葉英雄見面會」，但仍有很多無法到場玩家想透過分享來了解更多關於見面會的狀況。即日起至9月6日，當天受邀出席參與《新楓之谷》的「楓葉英雄見面會」玩家只要將現場參加活動所見所聞與各種精采照片，製作一篇活動體驗文並於活動網頁投稿，如經採用，將會於活動花絮頁或《新楓之谷》官方粉絲團進行分享，並可獲得「楓葉點數1,000點」的獎勵。同時，若透過《新楓之谷》官方粉絲團公開分享活動體驗文，還有機會抽中原廠周邊拼圖。同時，即日起至8月31日止，活動期間內每天連續登入《新楓之谷》遊戲10分鐘以上，將陸續可獲得「楓葉轉蛋」、「美容美髮」等好康。



▲ 近百位VIP玩家熱情參與8月19《新楓之谷》的「楓葉英雄見面會」

※ 《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/>

# SHOW翻全世界！《勁舞團PLAN-S》Android、iOS雙平台正式版全球首發

2016/09/01

橘子集團布局行動化，看好經典IP手遊化人氣效益，旗下團隊好蹦(HaPod)數位科技攜手韓國知名遊戲大廠HanbitSoft與開發商Blue Games合作全新經典音樂社交手機遊戲《勁舞團PLAN-S》於今(11)日正式宣布台灣、港澳地區獨步全球率先推出Android與iOS雙平台正式遊戲版本，同步SHOW翻全世界。《勁舞團PLAN-S》展現橘子集團整合遊戲與影音新媒體綜效，與酷瞧旗下實境選秀節目「天團星計畫PLAN-S」結合，開啟台灣首款「跨屏互動音樂社交」行動娛樂全新模式。玩家將可在遊戲中體驗經典重現的「故事模式」與多種尬舞種類「舞廳模式」外，透過「交友、情侶、家族」三大社群模式，不受時間、空間限制恣意進行音樂節奏與交友互動的樂趣。《勁舞團PLAN-S》也將於8月12日攜手與酷瞧歡迎全台玩家一起參加「走著瞧！酷瞧星勢力派對」並盡情享受跨屏娛樂魅力，炫耀成為勁舞成員的榮耀；8月14日起每週日晚間21時透過酷瞧新媒體APP、網站與東森超視也能收看《勁舞團PLAN-S》與「天團星計畫PLAN-S」節目的跨屏威力。



▲遊戲橘子台灣區營運長簡志浩(右二)、韓國遊戲大廠HanbitSoft代表理事金裕羅(左二)、開發商Blue Games開發理事徐興錫(左一)與酷瞧新媒體執行長蔡嘉駿(右一)邀請大家一起來在《勁舞團PLAN-S》Android、iOS雙平台正式版本中SHOW翻全世界

正宗經典IP助陣 首款「跨屏互動音樂社交」手機遊戲《勁舞團PLAN-S》強勢登場

玩遊戲決定「天團星計畫PLAN-S」出道生死鬥 玩家虛擬人偶PK成員全面「勁」駐

根據2015年台灣遊戲市場調查，台灣逾七成遊戲玩家使用的介面是手機，而App Store也公布2014年整體收入中，手遊貢獻了近八成，年輕人習慣在移動間利用手機獲得娛樂，《勁舞團PLAN-S》也更容易貼近玩家，讓玩家隨時隨地感受指速與節奏相互激盪的舞動樂趣。遊戲橘子台灣區營運長簡志浩表示：「遊戲橘子看好經典端遊IP手遊化的市場需求趨勢，《勁舞團PLAN-S》事前登錄活動就有近十萬玩家共襄盛舉，Android搶先體驗版上線不到一週即登上熱門免費排行榜前五名。相較一般產品，經典IP的遊戲設計、指名性與好感度皆易獲得玩家青睞與口碑；遊戲橘子積極尋找海外合作夥伴，提供更多元與優質產品滿足行動化市場需求。《勁舞團PLAN-S》保有正宗IP精髓，同時優化行動娛樂模式，強大的音樂社交功能加上豐富的紙娃娃系統以及流行音樂選項，相信能滿足新一代行動娛樂族群的需求。」





▲台灣區營運長簡志浩表示：「《勁舞團PLAN-S》保有正宗IP精髓，強大的音樂社交功能加上豐富的紙娃娃系統以及流行音樂選項，相信能滿足新一代行動娛樂族群的需求。」



▲《勁舞團PLAN-S》產品負責人Dennis翁福德表示：「《勁舞團PLAN-S》進一步強化提供交友模式、情侶模式、家族模式，將激盪玩家間更真摯深刻的連結互動。」

針對《勁舞團PLAN-S》選擇在台灣及港澳遊戲市場作為全球第一站，遊戲原廠知名大廠HanbitSoft代表理事金裕羅表示：「主要看好台灣手機遊戲市場的亮眼表現以及合作夥伴遊戲橘子擁有全台最大遊戲入口網站《beanfun!樂豆》，龐大會員優勢及專業的在地營運實力；不僅如此，橘子集團橫跨數位生活領域，賦予《勁舞團PLAN-S》嶄新大膽的跨屏娛樂玩法，更結合選秀節目的跨屏互動，讓遊戲的社交功能虛實交錯，勢必能引領另一波遊戲新風潮。」

《勁舞團PLAN-S》強勢登台，遊戲橘子成功發揮集團綜效與酷瞧旗下實境選秀節目「天團星計畫PLAN-S」結合，創造與眾不同的遊戲風貌，《勁舞團PLAN-S》將可於8月14日節目播出起，透過手機遊戲進行投票，直接跨屏參與18位成員電視選秀票選機制。此外，即日起凡於活動期間完成泡泡模式中(個人戰/簡單)的「STAR」歌曲，在遊戲榜中分數排名最高的玩家，其展現個人風格的紙娃娃人偶造型還能在天團星節目中跨屏呈現，閃亮登上螢光幕焦點！

「天團星計畫PLAN-S」成員中人氣與顏質皆獲得極高評價的詹雅涵興奮地分享對代言遊戲的喜悅：「平時就對服裝搭配很有興趣，所以《勁舞團PLAN-S》的紙娃娃系統是最喜歡的功能！除了可以隨意挑選搭配自己喜歡的衣服和配件，遊戲過程也可以讓大家都看到我的造型，打造專屬造型也是SHOW出自我的一種態度喔。」成員中目前人氣第一的翁振傑也提到：「《勁舞團PLAN-S》的介面很漂亮又容易上手，玩的時候還有很多韓國及中文歌曲可以聽，自己就很常在等車和搭車去訓練室的途中邊玩邊聽音樂，平時也可以利用遊戲裡的社交功能和玩家朋友互動、培養關係，簡直是一舉數得！」



▲《勁舞團PLAN-S》與酷瞧旗下實境選秀節目「天團星計畫PLAN-S」結合，開啟台灣首款「跨屏互動音樂社交」行動娛樂全新模式



▲《勁舞團PLAN-S》攜手酷瞧旗下實境選秀節目「天團星計畫PLAN-S」成員以全新造型亮麗代言



▲《勁舞團PLAN-S》力邀「天團星計畫PLAN-S」18名成員以全新造型亮麗代言，準備迎戰跨屏決選！

《勁舞團PLAN-S》邀你一同步上明星夢「故事模式」經典重現  
強化「交友模式」、「情侶模式」、「家族模式」隨「手」聊天不寂寞！

《勁舞團PLAN-S》是由締造無數人氣奇蹟的正宗經典 IP「勁舞團」原班人馬打造的續作手機遊戲，重現「勁舞團」中經典的「故事模式」，邀請玩家體驗邁向明星之路！普通等級的關卡使用兩個方向鍵即可舞出曼妙音樂，而菁英關卡則提升到四個方向鍵增加挑戰難度，凡達到每關的目標分數過關後都可獲得寶石、服裝兌換券、實用道具等。擊敗每個章節最後的強勁BOSS即可開啟下一個故事情節，而累積每一章節獲得的星星數可再額外領取章節星數獎勵！



▲經典的「故事模式」中每個章節最後都有一位強勁的BOSS等著玩家擊敗他，擊敗BOSS將可開啟下一個故事情節

《勁舞團PLAN-S》更進一步強化提供「交友模式」、「情侶模式」、「家族模式」，將激盪玩家間更真摯深刻的情誼。「交友模式」中經典的社交功能，讓玩家可以在遊戲中加入《勁舞團PLAN-S》的其它玩家或是facebook內好友，累積友情點數抽取稀有寶石箱之餘，還可以提升舞者等級、讓稱號更加酷炫，在與NPC鬥舞時還會有額外的分數加成！而玩家還能在「交友模式」中使用廣播功能，想號召朋友尬舞或告白，即可透過聊天介面中的「電子小喇叭」將愛傳達給所有人，讓勁舞玩家們彼此互動零距離。



▲「交友模式」中玩家彼此成為好友後可送每日禮物給好友，送出後自己可獲得1點友情點數，而好友則可以獲得1點能量

延續遊戲人氣社交功能，《勁舞團PLAN-S》的「情侶模式」中每隊必須由一男一女組成，當男女玩家尬舞同時打出 PERFECT時，中間便會多出一顆紅心，若雙方默契十足集滿五顆紅心時，在勁舞結束的畫面雙方同意來電就可以結為情侶，讓玩家於遊戲中追求真實世界裡的戀愛感受。在情侶界面中互動還可獲得額外的金幣及經驗值獎勵，時常和情侶共舞則可提升情侶排行中排名，凡成為當月份排行第一名將可獲得超稀有的獨家翅膀服裝獎勵。



▲「情侶模式」中當雙方的心動指數集滿一定的愛心數，即可獲得額外的金幣及經驗值加成獎勵

當玩家等級達到10等後可花費10萬金幣開創家族，玩家也可以選擇加入其它人所創建的家族。「家族模式」中家族團長擁有加入、放逐家族成員的權力，而在家族中只要超過30位成員簽到，將可獲得大量的能量、立即完成券、金幣等實用道具。此外，凡是家族長進行儲值，家族內所有成員都可獲得5%回饋的紅寶石，可說是一人儲值、好康共享！



▲「家族模式」中每天簽到成員達一定次數將可以獲得能量、立即完成券、金幣等實用道具

《勁舞團PLAN-S》音樂潮！頂尖音樂品牌、熱門曲目陸續登場

8月12日《勁舞團PLAN-S》邀玩家跨屏跑趴會偶像 盡情享受SHOW翻全世界

《勁舞團PLAN-S》擁有韓國原廠官方授權的遊戲原創歌曲與遊戲音樂，台灣、港澳地區首波則與國內頂尖音樂品牌華研國際、福茂唱片、老鷹音樂合作，將陸續提供多首華語熱門歌曲，各大天王、天后、天團曲目均可在遊戲中玩到，讓台灣玩家搭配自己熟悉的歌曲舞翻全場！此外，即日起至8月15日止，在遊戲內玩家們選擇播放「PLAN-S」成員獨家快節奏舞曲「STAR」達300次，所有玩家將可獲得「寶石箱」，播放量越高每位玩家可獲得的寶石箱數越多。

此外，《勁舞團PLAN-S》攜手酷瞧要全台盡情享受跨屏娛樂魅力，炫耀成為勁舞成員的榮耀，8月12日歡迎所有行動族參加「走著瞧！酷瞧星勢力派對」，派對現場邀請多位網路紅人、節目配合藝人與來賓同樂，並且安排金曲獎最佳新人Miss Ko葛仲珊和「大馬鬼才」黃明志獻上精彩表演，玩家除了距離會偶像聽歌還能與天團星面對面接觸。《勁舞團PLAN-S》於派對現場將祭出「1000紅寶石等你來抽」活動，到場下載並體驗試玩遊戲後，即可獲得1次抽獎機會。

歡慶《勁舞團PLAN-S》iOS與Android雙平台版本全球首發正式上線，好康一波接一波，遊戲還將舉辦情侶舞蹈比賽，得分最高的玩家即可獲得指定時裝，讓玩家盡情打造風格千變萬化且充滿個人特色的人物造型！更多遊戲與活動詳情，請玩家持續鎖定《勁舞團PLAN-S》官網及官方臉書粉絲團。



▲《勁舞團PLAN-S》雙平台正式版下載連結

※《勁舞團PLAN-S》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/TWAMPLANS/>

※《勁舞團PLAN-S》官方網頁：<http://tw.beanfun.com/AM/>

※《天團星計畫PLAN-S》官方網頁：<https://www.facebook.com/2016PLAN.S>

# 《天堂》歡慶16週年慶 全新改版「天堂。新世界」霸氣登場 全球獨家《天堂》台灣專屬主題曲搖滾放送

2016/09/01

遊戲橘子旗下稱霸台灣市場不衰的經典遊戲《天堂》喜迎16週年慶，即日起推出全新改版「天堂。新世界」，也視為《天堂》近幾年最大改版之一。此次改版除了大幅優化新手過程，快速上手無負擔外，「亞丁大陸」也全面翻新，怪物升級讓玩家進行練功不易卡等，同時，又再度重啓關閉3年之久的「遺忘之島」，全新兇惡怪物、全新BOSS古代守護者迎接玩家挑戰，更能打到各職業中的傳說級神武。不僅如此，更請來也是《天堂》資深玩家的音樂人為16週年慶打造《天堂》台灣專屬主題曲，曲風充滿搖滾風格外，在歌詞與音樂上充滿了濃厚的血盟攻城、打怪練功、掉寶等元素，讓共同回憶通通湧上。熱鬧迎接《天堂》16週年慶，即日起至10月5日止，活動期間內玩家登入活動網頁皆可獲得「+9屍魂塔套裝」、「英雄武器」、「英雄徽章」、「榮耀成長寶箱」等道具的「強勢回歸禮包」。



▲《天堂》於即日起歡慶16週年，推出全新改版「天堂。新世界」

## 《天堂》16週年慶 全新改版「天堂。新世界」霸氣登場

新手過程優化輕鬆上手3小時變「死騎」；「亞丁大陸」翻新 打怪練功不卡等

傲視全台經典遊戲《天堂》慶祝16週年，即日起推出全新改版「天堂。新世界」將顛覆玩家們對《天堂》既有的想像。首先在以往初入《天堂》遊戲大門，在沒有明確導引之下，只知道去打木頭人，下一步該去哪裡練，抑或是哪裡解任務都不知道，再加上經驗值不好練，倘若要成為《天堂》最具象徵性的「死騎」，最少都需要進行2-3天左右。此次改版將大幅優化整體新手過程，以「人性化的導引、明確的任務指令」，玩家們在新手任務中立即可體驗攻城、打王，即使是骨灰級玩家，現在回來也能輕鬆上手無負擔，3小時就可變「死騎」。



▲全新優化新手過程，讓玩家在接任務時介面即會顯示任務目標、達成進度、完成獎勵



▲玩家在完成任務後，即可點選領取獎勵，並迎接下一個任務

《天堂》世界觀的故事主體「亞丁大陸」在此次改版也將進行史上最大調整，並明確規劃各等級可前往的區域，LV55至LV65將可前往「說話之島」、「風木沙漠」、「銀騎士村莊」及「燃柳村莊」等地區，LV65至LV70則可前往「海音領地」與「奇岩領地」等地區，LV75以上能前往「黃昏山脈」、「龍之谷」和「艾爾摩戰場」等地區，讓玩家出新手村再也不用煩惱要前往何處練功。同時，各地區怪物也同步進行升級，以前印象中很弱的怪物妖魔、雪人，現在可能一大意就會被秒殺，而原本很強的黑長老、魔狼，現在可能幾刀輕鬆解決。



▲翻新後的「亞丁大陸」，玩家將可依照自身的角色等級前往適合地區進行狩獵

睽違三年！「遺忘之島」重啟 全新兇惡怪物、全新BOSS「古代守護者」等待大顯身手

《天堂》台灣專屬主題曲全球搖滾獨家首播 過去榮耀回憶「覺得舒服多了」

《天堂》最好練的地方、可以打到最強神武的區域，也是最兇惡的地圖，「遺忘之島」，在關閉了三年之後，正式重啟。以前在這即使玩家備齊所有物資、招集隊伍也都死傷慘重，但仍樂此不疲，只因為島上可獲得最高利益。此地也締造不少傳說，當年全世界《天堂》最高等級的玩家「娜希雅」就是在島上不眠不休操練而來。如今重啟，將帶來全新兇惡怪物、全新BOSS「古代守護者」迎接玩家挑戰。一起將《天堂》16週年慶聲勢推向最高峰，請來也是《天堂》資深玩家的音樂人打造

《天堂》台灣專屬主題曲，曲風不僅充滿熱血搖滾風格，歌詞與音樂上蘊含濃厚的血盟攻城、打怪練功、掉寶等元素，玩家們一聽過往回憶通通湧上。熱鬧迎接《天堂》16週年慶，即日起至10月5日止，活動期間內玩家登入活動網頁皆可獲得「+9 屍魂塔套裝」、「英雄武器」、「英雄徽章」、「榮耀成長寶箱」等道具的「強勢回歸禮包」，也可於天堂免服新開啟「巴蘭卡伺服器」使用，體驗全新天堂的魅力。



▲睽違三年，全新「遺忘之島」帶來全新BOSS「古代守護者」與玩家展開激烈戰鬥

※《天堂》台灣專屬主題曲：<https://youtu.be/zGFzKo1gJkc>

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

※《天堂》月費伺服器官方網站：<http://tw.beanfun.com/Lineage>

※《天堂》免費伺服器官方網站：<http://tw.beanfun.com/LineageFree>



# 全新音樂社交手機遊戲《勁舞團PLAN-S》登場 Android搶先體驗版台灣、港澳地區上線

2016/09/01

橘子集團旗下團隊好蹦(HaPod)數位科技、韓國知名遊戲代理商HarbitSoft與開發商Blue Games三方共同攜手合作的全新經典音樂社交手機遊戲《勁舞團PLAN-S》今(26)日起在台灣、港澳地區推出Android搶先體驗版。由締造過無數社交奇蹟的正統IP「勁舞團」原班人馬所打造的《勁舞團PLAN-S》手機遊戲不僅繼承以往線上遊戲經典核心玩法、美術風格等，更加上絢麗的畫面表現與新潮動感的舞步，同時著重現今時下流行趨勢注入更多時尚服裝與音樂元素。玩家將可體驗邁向明星之路的「故事劇情」、「情侶共舞」、「舞廳鬥舞」等三大模式，更能在遊戲中透過「紙娃娃系統」恣意裝扮、演繹出屬於自己的流行。感謝事前登錄期間近10萬玩家熱烈參與，即日起至8月1日止天天登入《勁舞團PLAN-S》即可獲得「稀有寶石箱」。



▲橘子集團旗下團隊好蹦(HaPod)數位科技全新經典音樂社交手機遊戲《勁舞團PLAN-S》Android搶先體驗版即日起正式登場

經典正統IP入「手」！全新音樂社交手機遊戲《勁舞團PLAN-S》Android搶先體驗版上線  
三大模式「故事劇情」、「情侶共舞」、「舞廳鬥舞」激盪指動樂趣

《勁舞團PLAN-S》是首款締造過無數社交奇蹟正統IP「勁舞團」原班人馬所打造的手機遊戲，維持以往線上遊戲經典核心玩法、美術風格等，更加上色彩華麗的畫面呈現與新潮動感的舞步，同時搭配上時下流行時尚服裝與音樂元素，即將再度舞出節奏音樂遊戲新風潮。在《勁舞團PLAN-S》遊戲經典模式中，玩家透過敲打正確音符標示，在判定區域內算準時間點擊後會依據「PERFECT」、「GREAT」、「COOL」、「BAD」等四種等級而獲得不同分數；若不小心得到「MISS」判定則將會遭到強制休息一段舞蹈的處罰，並會影響分數。



▲ 玩家將在《勁舞團PLAN-S》的經典模式體驗眼力、反應、節奏律動訓練

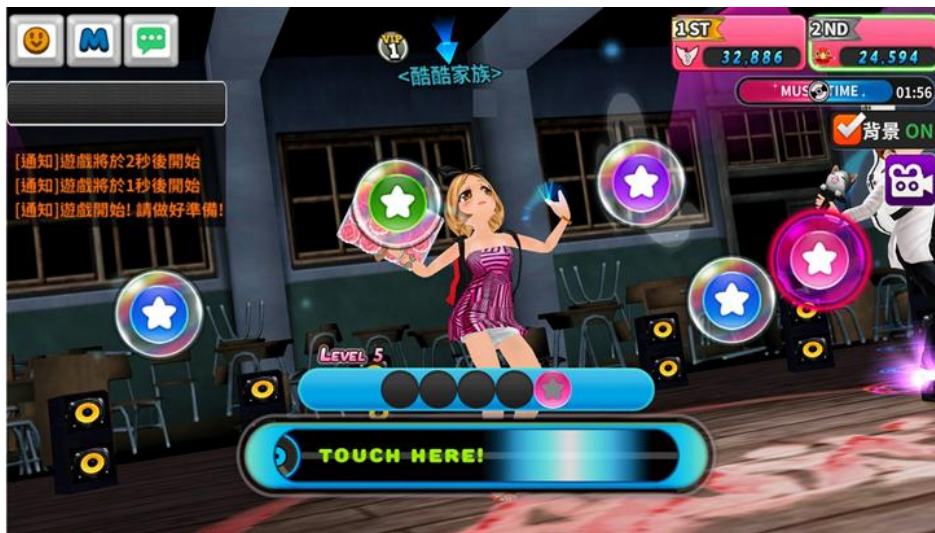
「故事劇情」將以三對三的團體戰展開一系列體驗邁向明星之路的挑戰，玩家將可選擇遊戲中的好友當隊友，拿高分的關鍵將會因舞者等級而影響分數的高低。該模式也是獲得經驗值、提升舞者等級用的寶石與金幣的絕佳管道。「舞廳鬥舞」則是可讓玩家加入其它已開的舞房或自己開房與其他線上玩家即時鬥舞來磨練舞技，同時透過點選四散畫面各處泡泡的「泡泡模式」、PVP概念的「編舞對戰」、培養男女默契的「情侶舞」等不同的玩法來獲得豐厚的經驗值與金幣。舞者等級越高者，得到判定時可獲得額外的分數加成，特別是連續得到「PERFECT」判定，次數越多越能得到高分。



▲ 欣賞邁向明星之路「故事劇情」模式同時也別忘了拿高分闖關卡



▲ 創下最高得分紀錄的玩家將可獲得冠軍並拿到豐厚的經驗值與金幣



▲「泡泡模式」則需要玩家點擊散落在畫面各處的泡泡鍵，若點完所有的泡泡鍵就能拿高分



▲雙方同時創下5個以上同步Perfect，在跳完舞的結果視窗內向對方傳送情侶申請，如果對方也同意的話將可結為情侶

「紙娃娃系統」穿搭有型有款 快速時尚隨意入「手」

十萬事前登錄持續募集 天天登入拿稀有寶石

《勁舞團PLAN-S》另一特色就是讓人愛不釋手的紙娃娃系統，玩家可以透過髮型、表情、服裝、手飾、鞋子、背包、寵物等上千件最有型有款服裝及飾品進行穿搭，時時刻刻保持新鮮感，提升遊戲可玩度。為慶祝《勁舞團PLAN-S》Android搶先體驗版上架及事前登錄截至目前為止就達到10萬玩家參與，所有玩家将能獲得「手娃娃」、「變裝圖案」、「168顆紅寶石」等感謝獎勵。同時，即日起至8月1日止，活動期間內天天登入《勁舞團PLAN-S》Android搶先體驗版即可獲得「稀有寶石箱」。欲知更多活動詳情，請玩家持續鎖定官網及官方臉書粉絲團。



▲《勁舞團PLAN-S》的「紙娃娃系統」將帶給玩家天天換裝好心情



▲《勁舞團PLAN-S》Android搶先體驗版下載連結

※ 《勁舞團PLAN-S》官方臉書粉絲團: <https://www.facebook.com/TWAMPLANS/>

※ 《勁舞團PLAN-S》官方網頁: <http://tw.beanfun.com/AM/>

# Happy Moon Festival 柚見。中秋 明月映燭光

2016/09/14



▲小橘人頭戴柚皮帽耍可愛，歡度中秋

中秋時節，賞月、烤肉、吃柚、戴柚皮，大家齊聚一堂共享明月光。柚子（文旦）是中秋最應景的水果，把柚皮當帽子戴，也是小時候與家人共有的記憶！小橘人今年的中秋化身，戴柚皮帽、穿柚子裝、耍俏皮！搭配正經堂出品的柚香燭光，點燃凝聚力量，一起have a GOOD TIME!

微燭光，蘊含小小力量的明光

小橘人領著柚香小燭，邀大家一同共賞明月。中秋月圓，燭光散發微微光亮，與明月相互輝映，彷彿一盞明光引領大家向前。



▲橘人提著柚香小燭，一同賞月，引領向前的力量

### 正經獻柚香，點亮相聚時刻

今年佳節，橘子集團與打造好品牌、作好設計的正經堂合作推出的柚香果味小燭，天上的月光呼應地上的燭光，視覺與嗅覺雙管齊下的感受，體驗不同的中秋，相約明年此刻，還要一起千里共嬋娟。



▲由正經堂出品的柚香蠟燭，共享中秋相聚時光

# 不只是卡通？用卡通動畫改變社會的大夢想家

2016/10/16



▲ 圖片來源：

The Disneywiki

歷史上的10月16日華特·迪士尼成立了以歡笑為主題的迪士尼公司，在歷經個人挫敗之後他用自己的堅持不懈證明了自己曾說過的“if you can dream it, you can do it.”。

而在緬甸，年輕動畫師Nyan Kyal Say夢想用自己的動畫片喚醒更多人對人權和孩童輟學的重視。

知名時事漫畫家 Patrick Chappatte則希望漫畫可以成為社會的一股正面力量，幫助受到因宗教、政治、文化不同而分裂的國度。

卡通、漫畫或者許多看似微乎其微的理想，卻也在這些人的努力下，堅定地成為改變社會的那股力量！

## 美國：歡慶93歲的大夢想家

1923的10月16日，一個22歲的大男孩帶著Alice's Wonderland的卡通來到加州，和一位經銷商簽了約，正式成立了動畫公司。這是全世界都知道的那間夢想公司Walt Disney，而那位大男孩就是華特迪士尼。

1928年華特·迪士尼遭到經銷商背叛，他一手打造的卡通角色幸運兔奧斯華(Oswald the Lucky Rabbit)不再屬於他，失去兔子角色的迪士尼只好重新設計一個角色，卡通巨星米奇(Mickey Mouse)因此誕生。

## 從喜歡的事找到一輩子的夢想

華特·迪士尼總是喜歡帶著女兒去動物園或嘉年華，他總是坐在一旁的長凳看著小孩在旋轉木馬上轉圈，因此他想要創造一個讓大人和小孩都能找到歡笑的樂園。

於是，永不滿足於現況的迪士尼，在1955年建造了世界上第一座主題樂園-迪士尼樂園。他說，只要這世界還存在著想像，迪士尼樂園就永遠沒有完工的一天。直到現在，這個希望帶給世界歡笑的公司仍然在創造著無限可能和歡樂，經典動畫歌曲依然帶著我們回到小時候看卡通動畫的那種驚奇和感動。華特·迪士尼無疑是個大夢想家，但是他也從來不滿足於他已經達成的成就。

經歷了背叛，經歷了低潮，甚至是第二次世界大戰的衝擊，華特·迪士尼從來沒有放棄實現夢想的機會，他用自己的故事證明了所有夢想都有實現的可能。

If our dreams can come true, if we have the courage to pursue them.

只要有勇氣追尋，所有的夢想都能成真

— Walt Disney 華特 迪士尼

## 緬甸:透過動畫,重新正視你忽略的「真實世界」

今年22歲的Nyan Kyal Say希望用自己擅長的動畫喚起大家對於緬甸的童工和人口販運的重視。

"I Wanna Go to School"即描述了一對緬甸的兄妹渴望去學校念書，但是國家中的種種現實卻逐漸將他們帶離學校，是性別不平等和貧窮、是戰爭讓小孩被迫從軍、是童工和人口販運的現實讓孩子遠離校園。

對Nyan Kyal Say而言，藝術家對於每個國家都是重要的，因為他們不僅僅可以指出許多事實，藝術甚至可以讓更多人們直接「感覺」到那些現實。

緬甸因為過去軍政府的執政，許多緬甸人對於現實視而不見，現在緬甸走在民主轉型的路上，藝術家被賦予了更多的自由創作，而Nyan Kyal Say相信藝術能讓人們睜開眼睛，重新看到這個世界，進而做出好的改變。

而Nyan Kyal Say的另一部12分鐘的動畫短片"My life I don't want"也在今年完成，受到緬甸真實事件的啟發，這部動畫片講述緬甸女孩們面臨到的現實中的種種危機，可能是貧窮、暴力、人口販運和不健全的教育體制。

他希望可以透過群眾募資的方式讓這部非營利影片可以在全球各大電影節播映，讓全世界更多的人可以意識到人權的重要性，也因而鼓勵人們可以做更多來幫助這些小孩和婦女。

## 歐非:透過漫畫,凝聚分裂的社會





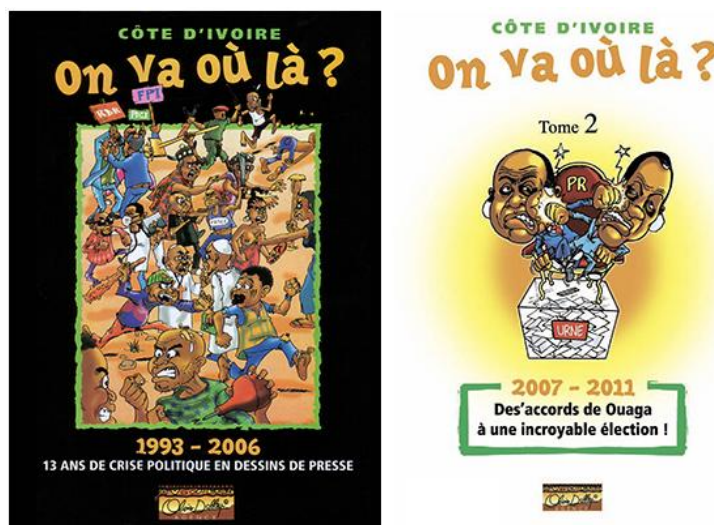
▲ Patrick Chappatte在TED的演講The Power of Cartoons。來源：Quotesgram

Patrick Chappatte則是一位在報紙上畫諷刺漫畫的漫畫家，2005年丹麥的《日德蘭郵報》刊登了諷刺伊斯蘭教先知穆罕默德的漫畫，而後這些漫畫也基於言論自由這個理由被許多歐洲國家轉載，引起伊斯蘭世界的強烈不滿。

Patrick Chappatte 對於隨後發生的示威遊行與暴力事件感到驚訝，因為他不敢相信漫畫居然變成武器，甚至成為文明衝突的導火線，「這真是令人惶恐難受」，他在TED演講中這麼說道，「人們竟然因漫畫而死」！

2006年Chappatte來到了西非的象牙海岸，並有幸指導當地的漫畫家，他認為在這樣分裂的環境裡漫畫很容易被拿來做為武器，因此，他聚集了象牙海岸所有持不同立場的漫畫家，並讓大家在工作坊裡合力完成一本漫畫合集，他希望大家可以一起「用漫畫解決他們的國家正在面臨的種種問題」。

開始的第一天不同立場的漫畫家們想當然地產生衝突，但是Chappatte想表達的是，這個計畫的真正意義不是要漫畫家們同意對方的論點，而是希望漫畫的正向力量可以真正地展現出來。最後，漫畫家們協力出了一本名為On va où là（我們該往哪裡去？）的書，回顧過去十三年來象牙海岸所經歷過的政治危機，而在2012年它的續集也出版了。



▲ 漫畫合集On va où là的封面。來源：Crossed Pens

## 記得你心中的小藝術家

Every child is an artist. The problem is how to remain an artist once we grow up.

每個小孩都是藝術家，問題是長大之後，我們還能不能一直維持這樣

--- Pablo Picasso畢卡索

小時候最愛的童話故事和卡通，不論看了多少次，王子和公主還是會拆穿女巫的計謀廝守終身，胡迪和巴斯光年還是可以順利逃出陽光幼稚園和焚毀場，超人特攻隊最後仍然會打敗想要一統天下的壞人。長大之後也許你很少再看迪士尼了，因為對你來說這就是故事而已啊！

童話故事的脈絡好像總是那麼一成不變，有時候我們感到厭煩，卻也忍不住欣羨，然而我們不得不承認這世界不是像卡通電影裡演的一樣，好人和壞人並不是黑與白的二分。這世界有戰爭、有宗教文化衝突、也有貧窮和暴力，我們都曾夢想改變世界和世界和平，只是夢想還記著卻沒有勇氣實踐追尋了，因為隨著長大，我們不再輕易相信自己還可以成為卡通裡的那些主角。

故事一樣可以有著美好結局，只是我們長大了，所以不再相信。

所以，記得好好保存你的夢想，因為你幻想成為的那些角色就和你在真實世界中追尋的一樣有價值，只要永遠記得夢想的目的地，你也能和多莉一樣，在茫茫大海裡，找到你要去的方向。

-

資料來源：

<https://goo.gl/AKGICV>

<https://goo.gl/vADjEX>

<https://goo.gl/K7tMrw>

<https://goo.gl/30IGTR>

<https://goo.gl/89tLJT>