

7

JUL, 2016
vol. 74

Evolution 前進。新格橘

GIVENCHY

橘人誌



8 860282 269166

brand.gamania.com/gvoice

Read it, Know it, Love it!

不斷前進與超越，橘子的空間歷史

2016/06/30

2016年是橘子的遷禧年，橘子發展至今天的規模，並非一路順遂，而是在克服逆境中，成就了今日輝煌。在歷史上，一個國家的遷都有著極具指標性的戰略意義。對橘子來說，從中和到內湖，就是宣示創造永續發展的未來新方向，希望藉由進駐科技菁英匯聚的內科園區，拓展更多共創機會。隨著橘子的壯大，企業總部不斷進化，為迎接新創時代的來臨，橘人們的辦公空間也演變成2.0進化版！

gamania的創業基礎始於1990年，一個僅有4個人的學生工作室—富進軟體工作室，在1993創作出頗受好評的產品《戰國策》及《魔異入侵》；1995年，經過一點一滴的辛苦累積，成長成規模15人的公司—富峰群資訊，慢慢的藉由《日蝕》打響知名度；而後1999年，富峰群自製遊戲《便利商店》大賣，富峰群也更名為遊戲橘子。



▲富峰群資訊在中和宜安路時期的辦公室

翌年，橘子從中和宜安路遷址至迄今駐點最久的中和本路總部，一開始的空間還不到一層樓，但橘子產業版圖不斷的擴張，至2000年7月《天堂》開始營運，為提供玩家更好的遊戲連線體驗，興建機房，連帶著客服、行銷業務的擴展，員工規模擴張，遍及各個樓層，空間導入CI，打造有濃濃橘子味的空間，新潮的辦公空間，還曾在台灣搖滾樂團糯米糍MV中出現！



▲ 橘子辦公大樓的畫面曾在糯米團的MV中出現



▲ 充滿點滴歷史回憶-橘子集團中中正路總部

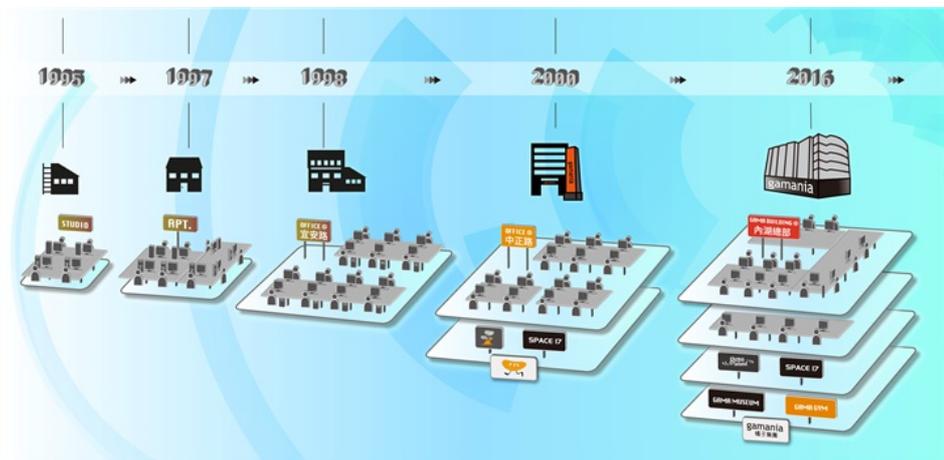
時光推移，打造幸福企業空間

時光推移，每一個階段的空間不斷演化，橘子不只提供數位娛樂，更走入生活，創造全生態的網路生活。在對外打拼的同時，橘子也關心員工的生活，設計更完善與貼心的福利，打造全新的員工休憩普橘島空間。



▲2011年，1.5代普橋島甫開幕時的大合照

在21歲的這個年頭，屬於橘子完整的總部基地誕生了，空間靈活的應用，不只辦公空間，設置文化空間博物館與SPACE17、升級員工餐廳普橋島、休憩空間娛樂室、專業健身房，多樣貌的空間使用型態，在總部的內部打造出一個結合營運與生活的生態圈。未來，我們將在內湖總部新空間，豐富橘人的想像力，創造無限可能。你將會在每一個角落，發現橘人工作時的專注、交流時的歡笑、思考時的開放、奮鬥時的活力，讓我們的心，也跟著新空間的一起演化，前進新格橋吧！



▲橘子每一階段的空間進化

圖片來源：

<https://goo.gl/y2gEIS>

鑑往知來，二十年經典凝聚

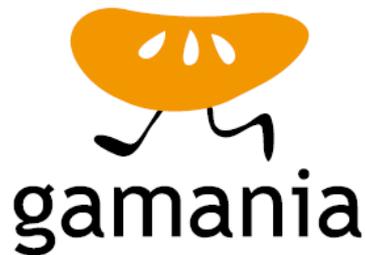
2016/06/30



內湖新總部是橘子集團的最新基地，21年所凝聚的光榮大事件，從不同角度看，都有不可抹滅的歷史價值，我們將經驗去蕪存菁、留下美好回憶，每一個階段，代表的不僅是橘子榮耀，更是驕傲，將引領我們開創嶄新願景。

尋著歷史的軌跡，看見新願景

新總部大樓，將規劃新展覽空間——品牌博物館，臻藏了橘子21年的珍貴資產，記錄每個逆境中挑戰的榮耀時刻。這對重視企業精神、文化與歷史的橘子來說，是建立品牌的最高指標，無論是企業品牌識別、中央機房第一代退役的伺服器、資深橘人榮耀的獎盃、獎座，或是跨界潮流的限量禮贈品、20週年慶的紀念商品，珍貴的品牌資產，將帶我們溫故知新、鑑往知來。



橘子不用刀切就能輕鬆分享，是天生鼓勵分享的水果。
長腳的橘子，停不下來，未來在前方，大步向前走。
橘子的形狀就是笑得鬍不癩的嘴，歡樂比什麼都重要！

▲屬於遊戲橘子的LOGO核心價值



▲ 橘子在2009年榮獲之優良品牌獎座

每一刻感動，彷彿親身經歷

品牌資產，是企業精神的核心精髓，能突顯品牌的高度價值。橘子一路跌宕起伏，前進同時，我們也不忘印記偉大事蹟！

從經典的單機遊戲年代，喚起單純樂趣的共同回憶；再進入網路蓬勃的線上遊戲時代，你我共同一起上線的熱血成就；直至今日，開啟新世代的網路行動生活，延展數位生活的豐富想像。品牌博物館將帶給民眾繼往開來的觀展體驗，不只回顧過去、保存現在，更能預見全生態網路未來！





▲橘子自製遊戲經典的產包與絕版週邊



▲天堂週邊，牽動玩家滿滿回憶

空間蛻變，橘人新工作模式進化

2016/06/30



集團搬遷後，馬上開展橘人的全新視野，也啟動集團內子公司的緊密互動與合作。隨著集團的壯大，新空間也不斷進化，更具科技的現代感設計，啟動進階版的工作模式，讓集團從上個世代，正式邁入工業4.0新時代。這種由內而外的演化，人與空間融為一體，彷彿變形金剛一般，將發揮所向無敵的嶄新戰鬥力。

一項理念：樂業安居

「普橘島2.0」的正式落成，與即將完工的獨立健身空間，將讓橘人工作與生活取得平衡。另外，由於有政府對在地企業的支持與協助，連動橘人家庭生活的「幼橘園」與便捷的Ubike站將陸續進駐，實踐給員工「樂業安居」的承諾。

一個精神：創新突破

新空間運用集團內子公司的優勢，不僅將觸角延伸到多元產業上，所提供的數位服務也演變成進階版，無論是橘子支在普橘島的試營運、更智慧的會議空間或是一樓大廳到「品牌博物館」，延伸至各樓層開放的討論區，更能激發靈感，讓橘人在埋首於創新研發後，親自驗收豐碩的成果。

一種態度：樂在其中

玩樂與工作分不開是橘子人的特質，新空間將把這樣的氛圍極大化，在不同的角落裡，將發現橘人天生愛玩的幽默創意，這種橘人專屬的工作模式，將使工作效率升級、樂趣升級，成就感也更晉級！



▲新空間已全面啟用，期許橘子人創下更多佳績

開啟新視野，啟動心格局

2016/06/30



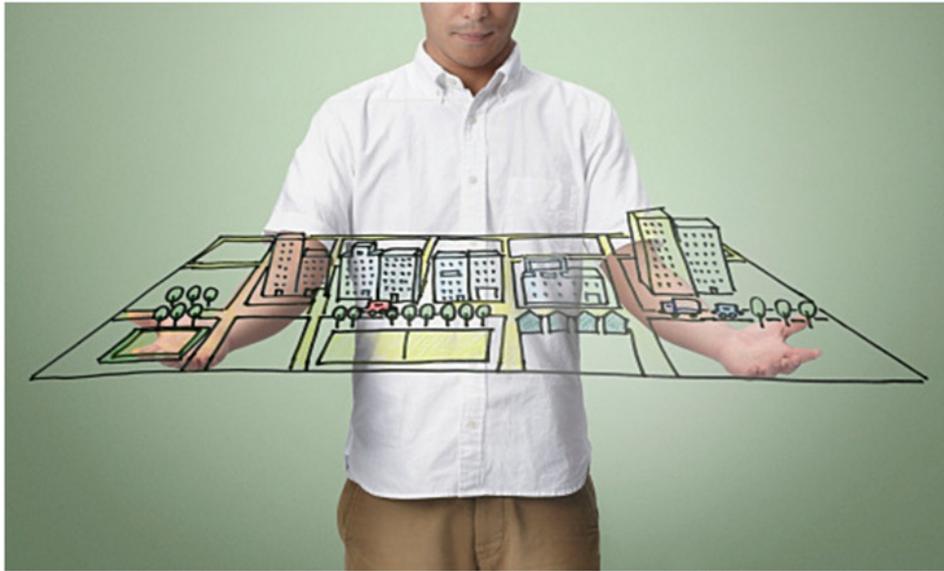
2016年對橘子來說，不僅是行動支付元年，更是偉大的遷禧年，就如同執行長Albert所說的：「今年對於橘子而言是非常重要的，橘子支試營運已經開跑，第二階段試營運會擴大參與企業與服務範圍。之後我們也會持續推出創新服務，將我們對於科技的熱情跟活力帶給內科，希望跟周邊廠商有更多合作的機會，串聯各方資源，一起為台灣網路科技產業努力。」

遷禧年 橘子改寫歷史新扉頁

遷移新總部在橘子的歷史上的意義：對內，能夠串聯子公司的綜效，串接彼此優勢；對外，具有戰略位置考量，在科技業匯聚的內科園區，能夠與同業互通有無，加乘彼此的影響力，為橘子再創未來前景。

打開視野 打開心格局

從踏入新大樓開始，橘人對新環境的雀躍便一股湧出，隨著「前進。新格橘」的搬家活動，橘人也開啟了心的格局，你可以在每一個角落增加與夥伴相遇的頻次，激發創意，思考不設限，心中的格局不同，勢必對多元事業的展開有幫助，橘人寬廣的未來指日可待。



圖片來源：

<https://goo.gl/SkZC9O>

<https://goo.gl/lhbBhU>

巴黎野玫瑰

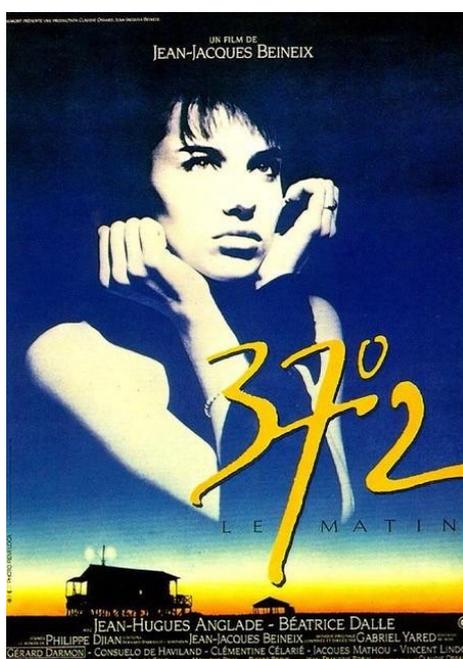
2016/06/29

有人說，巴黎是個戀愛的城市；那麼，《巴黎野玫瑰》可能這城市最炙熱的一朵愛戀。

三十年前在巴黎首次上映時，造成極大轟動；三十年後，一刀未剪的導演版在台灣火辣獻影。女主角是一朵帶刺卻魅力十足的玫瑰，男主角則是隨遇而安的溫柔男人。兩人對彼此的迷戀，從開演的第一秒燒到最後一秒，愛得痴狂，愛得命中注定，也愛到足以毀滅彼此，讓一切窒息滅頂。

原映片名《37°2 le matin》意即《早晨37度2》，看似難以理解，實則飽含趣味。早晨睜開眼時的體溫要達到37°2，必須有一顆激動的靈魂，如此身體才會隨之映照，激動的原因或許是情慾、或許是狂喜、或許是大悲，一切的一切都非平靜湖面，而是潮起潮落。

若這輩子無緣談一場轟轟烈烈的戀愛，這部電影可以彌補你的遺憾；若這輩子曾經談過一場銘心刻骨的戀愛，這部電影則會再次讓你覺得痛入心骨。無論如何，野玫瑰的魅力綻放三十年，不曾凋謝。



圖片來源：開眼電影網

導演：尚賈克貝內克斯

編劇：尚賈克貝內克斯

演員：尚雨果安格拉

碧翠斯黛兒

物聯網廣告，終於不再是型錄

2016/06/29

物聯網的概念，早在電影中可見一般，並於1995年比爾蓋茲的未來想像之書《未來之路》首次討論；1998年，IoT((Internet of Things)一詞被美國麻省理工學院Auto-ID中心主任Kevin Ashton 研究RFID（無線射頻識別技術）時正式提出。

經過二十年，科技逐漸成熟，物聯網開始成為真實，不只電影，許多影集也都大量放入IoT應用，如：木村拓哉主演的《Mr. Brain》。



但，台灣廣告對於IoT的演繹卻始終停留在「塑造未來」，大量的未來想像，彷彿那仍是尚未成真的技術；舉例來說，電信業龍頭於2013年推出的廣告，即用大量的虛擬光影與線條演繹IoT。這樣的廣告手法，雖能傳達科技感，卻也營造距離感，與其說是勾勒願景，不如說是IoT的電子動態型錄，介紹了各種可能的應用型式。



好的廣告行銷，要能進入人心，更要進入生活。韓國電信業者SK Telecom今年為IoT技術推出一支幽默詼諧的廣告，由一對熱愛互整的歡喜冤家主演。以往整人的方式可能是老婆給老公帶了一整盒沒有配菜的白飯當午餐，但現在的IoT世代，整人手法更上一層樓。在每個橋段中，不僅展現了IoT於生活中的應用，更融入了真實人性，最重要的是挑起消費者的嘗試慾望。



看完後，你失守的嘴角，是否透露了你也想用IoT來整人的慾望呢？若答案是肯定的，那麼往後進行任何新科技、新商品的行銷時，也別忘了問問自己，做的究竟是電子型錄，還是能挑起慾望的廣告？

參考資料：

<https://goo.gl/fLIUBR>

圖片來源：

<http://goo.gl/7eVgpq>

<https://goo.gl/cHzKpT>

《Columbia Survival Labels》可以釣魚、生火、泡咖啡！？保證讓你捨不得丟掉的衣服吊牌

2016/06/29



你一定買過衣服吧，對於那些隨附穿掛在衣服上「價格、衣服洗滌、如何保養」的標籤吊牌，你會認真看嗎？還是衣服買回家後的第一件事，就是迫不及待的把它們通通剪掉～！

這個被大多數品牌當做一定要有；消費者卻不當作一回事的東西，現在卻有品牌不但有本事把它變身為替品牌加分的利器，而且保證你會捨不得丟掉的好工具。怎麼辦到的！讓我們一起來看看。

來自美國，以生產戶外運動服飾聞名的《Columbia》，為了強化品牌「戶外運動」的特性，針對登山客、露營、或是釣客族群的需求，把這些一次性的標籤吊牌，做成了一整套不鏽鋼的野外求生工具，讓你可以用來鋸木頭、縫補破掉的衣服、或是過濾溪水...



▲原本用來辨識衣服尺寸的吊牌，換成了不鏽鋼可以分拆的鋸子。

這些多功能的不鏽鋼標籤吊牌，利用雷射切割的技術，在原本一整張長方形的說明吊牌裡，切割出各種形狀，讓你可以輕易的分拆成不同的野外求生工具。

這系列一套共六種，基本的功能包括：

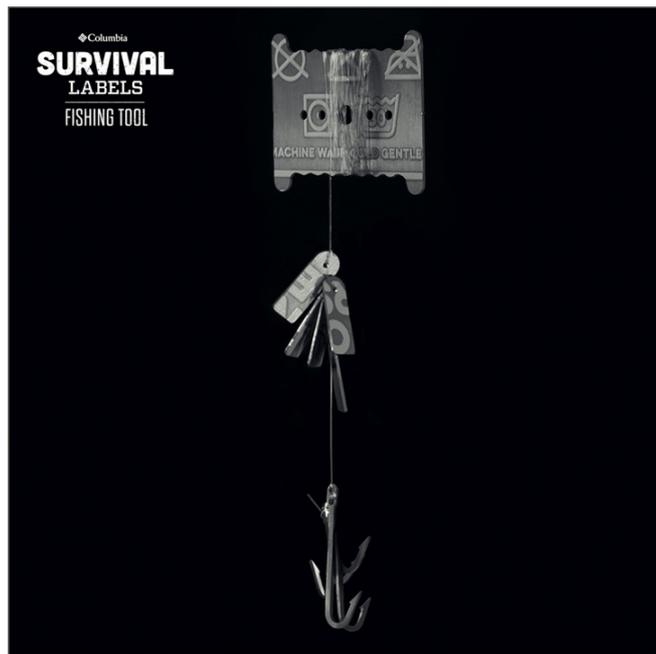
日晷（讓你利用太陽，就能知道現在幾點）、



縫紉組(除了用來縫補衣服, 還附上可當作袋子封口的鈕扣)、



釣魚組(有魚鉤、魚線可以釣魚)、



六分儀(讓你可以確定你現在所在位置或是當成罐頭的開罐器)、





鋸子(不但能鋸木頭, 還能鑽木取火)、





濾水組(除了濾水功能之外, 還貼心的附上磨好的咖啡粉, 讓你可以濾水泡咖啡)





另外，每個吊牌上都有「如何使用」的教學影片連結（不過，我遍尋不著），讓你回家後可以照著做，自己DIY的拆組成上列的工具。這些吊牌一整套掛在衣服上，送給你。

<https://vimeo.com/170142197>

實不實用不是重點，能讓你願意留下，時時提醒你「品牌的存在」才是關鍵

對於真正的野外玩咖而言，這一整套又是日晷又是鋸子的吊牌，恐怕比不上一組好用的瑞士刀來得實際。但，So What，就像開SUV車子的人，絕大部分並不是拿來越野；穿上Air Jordan，也不是真的很會打籃球；用上Macbook Pro並不都是設計師一樣。重點在於：

“我們買的不是商品本身，而是商品帶給我們的美好想像”

Columbia Survival Labels把原本被顧客視為一無是處的垃圾，變身成為「願意保留，以防萬一」的工具。因為你願意留著，就會時時提醒你，替品牌帶來“廣告”效果：看到這個吊牌，就會想到Columbia、想到品牌的定位。這訴求不但比廣告更容易讓人記得，賞味期也更長。這就是我常說的「有意義的行銷」：站在消費者的立場想，提供他們需要，有價值的資訊的好處。

除此之外，Columbia還幫你開創了一個「現代人很需要的」話題。這不但比瑞士刀更有得聊，也更值得拿出來跟朋友獻寶，不管是在臉書上直播「你用這玩意兒鑽木取火」的蠢樣、在party上拿來說嘴、或是跟同事閒聊，都是很棒的題材啊。而且，只要碰到那麼一次，在毫無準備什麼都沒有的荒郊野外，你就會很慶幸「還好衣服口袋裡，放了這套求生工具組了」。

如何，看起來是不是很完美，讓你也想要！但可惜，目前只有在土耳其伊斯坦堡的Columbia旗艦店裡，才能得到啊！

為什麼介面設計中，使用者的個人頭像是圓形的？

2016/06/29

大家有沒有覺得有越來越多的平台或 App，喜歡使用“圓形”作為使用者的“個人頭像”形狀。該不會是近期的設計風潮？還是大部分介面設計師的愛好？或有其他特別的原因呢？大舌頭藉由歸納網路社群中專家的討論，以及問卷調查的結果分析，逐步釐清這個秘密，內容精彩不要錯過喔～

個人頭像的定義與發展：

隨著網路用戶族群快速增加，他們對於藉由平台與其他用戶互動的需求就越高，也因此發展出許多可互動的平台類型，例如論壇、信箱、聊天室、部落格到社群等。其中每個用戶都代表著一個獨特個體（無論是真實身份或虛擬角色），這些個體會有相對應的資訊，以及代表個體的個人頭像。而個人頭像通常是具個性化（用戶覺得能代表自我）的標誌，大多以平面或 3D 圖像的方式呈現

UI 上的個人頭像英文為 Profile Picture 或 Avatar，其中 Profile Picture 在字義上較容易理解，反倒是 Avatar，各位讀者可能會充滿問號，因為大家對 Avatar 的印象應該都是阿凡達電影（藍藍的那齣 XD）。根據 techpedia 平台上的描述，Avatar 一詞出現於 1985 年，由盧卡斯電影公司（Lucas Film）內發展線上角色扮演遊戲（Habitat）專案人員（Chip Morningstar & Joseph Romero）首先提出。此詞源自於印度教對“聖人降臨（a descent of the Supreme Being）”的描述，在英文裡有“化身（incarnation）”或“代表（manifestation）”之義



圖片來源：<http://goo.gl/sSCCs3>

網友對個人頭像形狀選擇的觀點：

其實，選擇何種形狀的論戰已不是新聞了，有眾多專家在相關論壇中發表意見與討論。大舌頭擷取與整理他們在 Quora 與 Stack Exchange 平台上討論與發表的論述，並簡單的分類如下。不過，大舌頭先申明，以下內容的排序並無經過提及次數統計（僅隨機排列），且多數回應也無相關驗證或研究資料，所以大家可當成不同“觀點”參考就好。

感受與認知

方形太無趣了。

大腦可較輕易的處理圓形內的訊息，減少認知的壓力。

相較於方形，圓形更柔性、有機、安全、順眼、現代與友善，也更能與他人情感交流。

更有關注的感覺，例如想到望遠鏡或放大鏡的視野。

大多照片的四周都是無意義的背景或訊息，圓形可以將其切除。

通常拍照會把“人”擺在中心，而圓形中心到四周距離都一致，可讓臉更突出。

視覺

1. 視線在方形的焦點有 5 個（四個角 + 中心），而圓形只有一個（中心）

2. 圓潤的線條或角度，可讓視線自然的追隨與運動，不會像看到 90 度角而停頓下來，更詳盡的內容可參考這篇。

3. 在掃視的情況下，使用圓形可協助使用者辨識或區分是否為內容，因為內容通常會置於用方型容器，例如文字、照片或專輯等。

其他

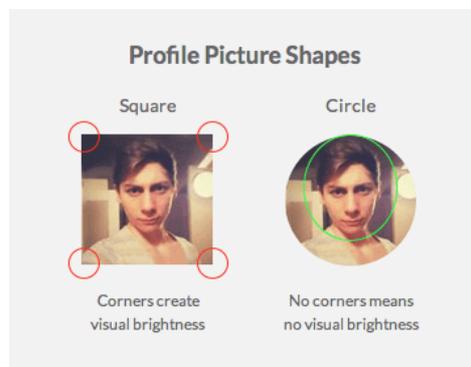
1. 行動裝置普及後，因圓形與手指按壓在螢幕上的形狀類似，而被廣泛的使用。
2. 其實人類早就有這樣的應用，例如將人物應用於圓形硬幣與圓形藝術畫中。
3. 只是一個設計的風潮，剛好流行到“圓形”這個週期。
4. 很多準則或模板都只提供圓形版本。
5. 現在的 CSS3 技術讓圓角(圓形)輕易實現且各瀏覽器也幾乎都有支援。

作者 Anthony 於 UX movement 上提出了相關觀點：

在 UX movement 中，作者 Anthony 也提出了一些有別於上述的觀點，大舌頭簡單整理並陳述如下：

角度的邊緣，看起來較明顯

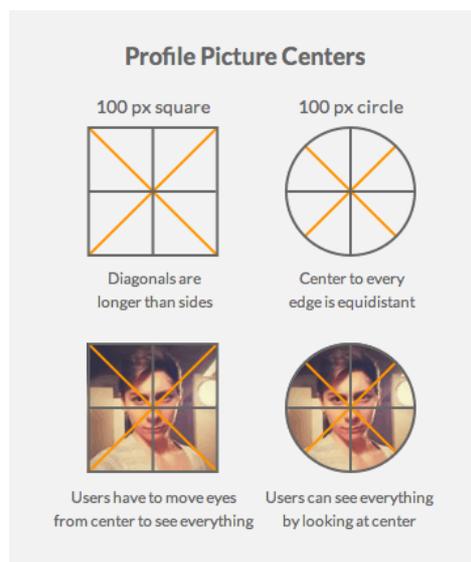
通常方形的銳利四角，因為對比(顏色或形狀)的關係，在視覺上會更明顯，造成干擾。使用圓形並無此問題，所以更可強調重點 – “臉部”。



圖片來源：<http://goo.gl/koKpMq>

方形對角線較長

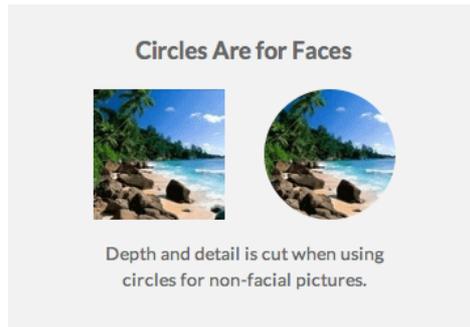
方形的對角線比邊緣還長，用戶目光易延伸出去；圓形半徑長皆一致，用戶可花更少時間在理解內容，眼球也較不需要移動。



圖片來源：<http://goo.gl/AQaaDv>

圓型用於非人物圖片，效果也是一樣的嗎？

雖然使用圓形的個人頭像可排除不相關的背景，更聚焦於人臉上，但非人物的圖片(風景或食物等)也有同樣效果嗎？Anthony 認為不一定，因為可能因此失去了該圖片要傳達的資訊，如景深或細節等。



圖片來源：<http://goo.gl/yuhbah>

大舌頭觀點：

上面已整理了許多專家的觀點，大部分是相當的認同的。不過，大舌頭也有一些觀點是以上未提到的，想補充給大家做參考，如下：

較強的設計感

大舌頭認為圓形的個人頭像，能讓介面傳遞較強的設計感。不過這點會受設計師應用的手法，或使用者的主觀感受影響。此外，平台無法限制使用者上傳圖片的品質，若上傳圖片的品質、構圖或美感較差，將其套用在圓形的遮罩裡，介面的設計感會比方形的好。

高度親和力

就如同人與人的交際，在初次見面時，會認為帶有嚴肅表情的人較難相處，而微笑滿面的人可馬上聊起來。為什麼會有這種先入為主的觀念呢？這就是“親和力”高低層度的差異所致。而曲線與圓在人們的印象中，就是親和力的象徵。若介面上使用圓形的元素(個人頭像等)，使用者可能會產生，此產品學習曲線較低的印象。

好的開始就是成功的一半，對吧！

雖然矩形可讓空間利用最佳化，但應用圓形又可多一點留白空間

若不考慮使用者體驗與美學，將不同的內容以方形排列，將最具有效能(一種貨櫃的概念)，但這樣的產品絕對不會受到用戶歡迎的。因此，設計師都應了解留白帶來的效益，例如降低視覺負擔、增加閱讀性、區隔不同內容與更具美感等。適當的留白對產品來說相當重要，同時也考驗設計師的基礎訓練是否扎實。就個人圖像而言，同樣尺寸下，圓形又能比方形多一些留白空間(在四角處)，除了增加與其他內容的區隔性外，也能讓介面帶點趣味性。

使用者真的比較喜歡圓型的個人頭像嗎？

以上許多專家的觀點大多偏向理性分析，例如認知、對比或視覺動線等；另有一部分是朝向“它是一個設計風潮”來解釋。但不管怎麼樣，若大部分使用者都偏愛圓形版的話，產品為求更好的愉悅體驗，使用它何嘗不可。也因此，大舌頭想透過簡單的問卷調查，來驗證“使用者更偏愛圓形個人頭像”的假說。

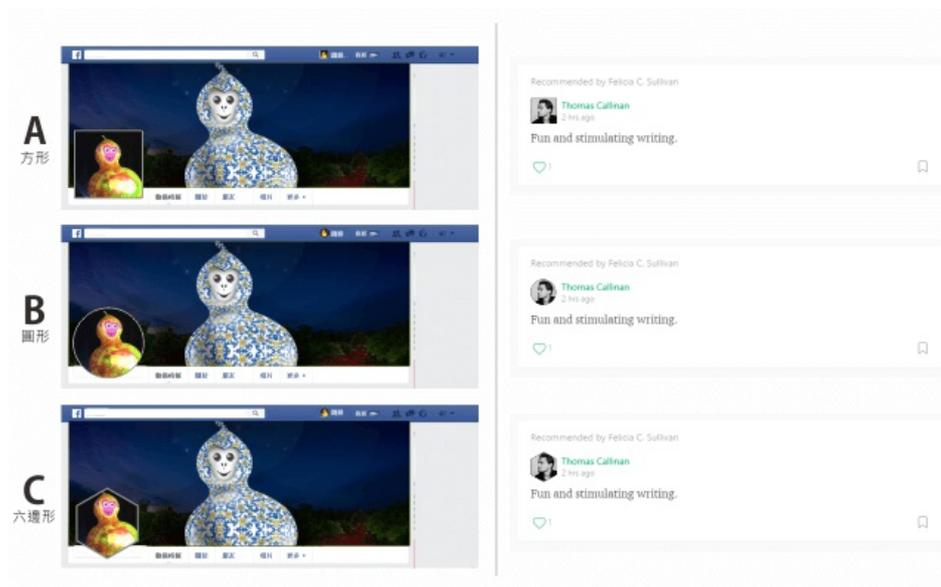
本調查的對象不限，但傳播媒介是透過設計大舌頭 Facebook 粉絲專頁，所以可能職業或年齡較局限，不過這些因子都不是這次調查想分析的。另外，施測時間為 2016 年 3 月 1 號到 10 號；問卷製作使用 typeform，共計四題。最後回收的有效問卷數量為 305 份。

首先，大舌頭想要了解個人頭像底下有無背景是否影響“偏愛”的形狀，此外也想知道何種形狀是使用者較喜歡的。所以設計了最核心的兩題：

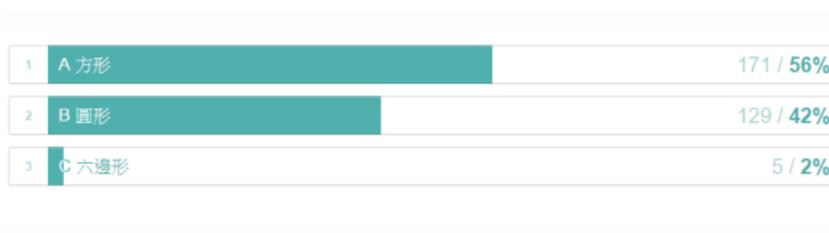
底下有方型背景，且有三種基本形狀(方形、圓形、六角形)，請受訪者選擇最喜歡何種形狀

底下為空白背景，同上題有一樣的三種基本形狀。

此外的兩題非必填，主要就是詢問受訪者針對上述兩題的選擇主因。



底下有背景



選擇較喜愛方形個人頭像的佔 56%(171人);喜愛圓形佔 42%(129人);喜愛六角形的最少, 佔 2%(5人)。可以看出若頭像下有背景, 大部分人較喜歡方形, 與圓形差距 14%。大舌頭從受測者回答的原因中挑選並整理出與感性相關的形容詞 (因主要在探討主觀偏愛程度), 依出現的次數排列如下:

喜歡方形的原因大多是:耐看順眼、穩定平衡、整齊、舒適等。不過, 值得一提的是, 較理性且具邏輯的原因比感性的原因多上許多倍, 例如與方形背景一致、照片較不易裁切到、已經習慣了 FB 的介面等。由此可看出, 題目應考量更多, 拿掉干擾感性選擇的因子(如不要讓受測者聯想到 FB 等)。而喜歡圓形的原因:好看順眼、舒服和諧、柔順圓滑、生動、可聚焦、可愛、親和力等。喜歡六角形的原因為:特別。

未來, 若大家還有興趣, 可探討更多其他因素的影響程度, 例如將個人頭像放在背景中、與背景邊緣切到、放在中間或右側等。甚至, 搭配眼動儀、腦波或其他可數據化儀器, 驗證相關假說。另外, 兩題中喜歡方形的受訪者, 皆有一定比例的人在乎, 方形可容納更多照片的資訊, 看來此點也是設計師需要考量的。

底下無背景



選擇較喜愛方形個人頭像的佔 19%(58人);喜愛圓形佔 78%(238人);喜愛六角形的最少, 佔 3%(9人)。由數據看出, 在無背景的情況下, 受測者更偏愛於圓形的個人頭像, 與方形差距達 59%。

喜歡方形的原因:整體一致(與排版與周遭元素有關, 如方底)、整齊、好看順眼、簡單俐落、正式等。喜歡圓形的原因:好看順眼、生動活潑、柔和圓滑、和諧一致、舒服、輕巧精緻、明確凸顯、可愛、簡潔等。喜歡六角形的原因為:特殊前衛。

結論

雖然本調查還不夠嚴謹，無法構成絕對的論述。但至少可了解到若底下有背景時，可能會影響使用者對於個人頭像形狀的喜愛程度；而在無背景時，使用者大多喜愛圓形的個人頭像。另外，設計師也可參考由受測者回饋原因中整理的詞彙，來選擇最適合的形狀，來符合產品要呈現的感受。

使用圓形個人頭像的小撇步

css 怎麼做？該注意什麼？

感謝 css3 與各瀏覽器的技術支援，現在只需要針對個人頭像的 HTML tag or class 寫一行 border-radius: 100%; 的 css 屬性就可以達到！為了向下相容老舊的瀏覽器，必須針對不同核心的瀏覽器添加不同的前綴，如下：

```
HTML CSS Result Edit on C DEPEN
<div><span>設計大舌頭</span></div>
```

給予使用者上傳圖片的建議

不知道大家有沒有這樣的經驗，就是當你挑好圖片並上傳後，發現圓形的形狀外框遮住了許多重點（例如臉的一角），效果不如預期。其實，設計師可以在上傳圖片的介面上，提供給使用者一些建議。例如，畫出一個人臉可在圓形裡完整呈現的區域，這樣使用者就會比對自己的圖片，並挑選較符合者；或是提醒圖片上有字的話，建議的大小為何（可看的清楚）；提示不能使用非法圖片等。

提供多種預設圖片，及更完善的圖片編輯器

有些使用者手上剛好沒有適合的圖片，或認為不重要，可能就不會設定個人頭像了。不過，平台若是希望呈現出多種角色互動的氛圍（如社群網站），或有協作辨識的需求（如 trello）。設計師可在設定流程的頁面上，提供多種預設個人頭像供使用者快速選擇（如多款顏色或企業識別的變形應用），或設計某種自動機制（如帳號的第一個字母）。另外，利用第三方社群登入方式，也能自動載入在該平台上傳的頭像，是個對使用者較便捷的方式。

再者，若能提供完善的圖片編輯器，也能吸引使用者做出更符合自我形象與品質更好的頭像，例如挑選濾鏡、色相與明度調整等。不過，圖片編輯器的有無，應該要取決於平台服務的本質。

同尺寸下，圓形看起來比方形小

某一圓形的直徑與正方形的邊長一致，若將兩者放在一起，視覺上會認為圓形的較小（如下圖左）。如果排版有將兩者放在一起的需要，可將圓形放大一點，以達到視覺的平衡（如下圖右）。



使用 gif

有越來越多的平台允許使用者放上 gif 檔作為個人頭像，以呈現動態效果，這讓使用者更可彰顯其特色或品味，例如：

- 誇張表情變化，來表示我的個性開朗搞笑
- 不同視角的放空照片切換，就是要告訴大家，我就是個文青！
- 旋轉的3D 模型，代表我是位動畫師

「橘子支」GAMA PAY搶頭香 率先啟動試營運

2016/06/28

顛覆支付品牌既定印象 打造新世代支付潮流

橘子搶頭香！橘子集團旗下樂點行動支付今(17)日率先啟動試營運並發表全新品牌—「橘子支GAMA PAY」，成為全台首家啟動試營運的專營電子支付機構業者。首階段將開放橘子集團近千名員工使用「橘子支」支付集團內的所有消費，第二階段預計於橘子集團搬遷後啟動，透過階段性開放營運策略，提供消費者更完整、安全、便利又快速的支付體驗，最快將於今年暑假期間正式上線。「橘子支」全新品牌識別今日亦首度亮相，延續橘子集團品牌精神，將帶給民眾用手機就能快速付錢及轉帳的超酷體驗，打造最貼近台灣庶民生活的行動支付品牌。



▲ 橘子集團執行長 劉柏園正式宣佈旗下全新第三方支付服務「橘子支GAMA PAY」及其命名蘊涵。

「橘子支」首階段試營運 開放集團員工搶先體驗

自2015行動支付元年，台灣邁入金融數位化發展，許多業者積極搶進行動支付商機，面對全新品牌「橘子支」即將上線，橘子集團執行長劉柏園充滿信心並表示：「我們認為推動電子支付的習慣與觀念養成是所有支付業者的共同任務，今日橘子集團率先正式啟動試營運，讓員工於集團內體驗橘子支儲值、消費與轉帳服務，未來期待透過橘子支GAMA PAY持續介接百業、深入消費領域，與國內外諸多業者建立互惠互利關係，共同打造更便利與友善的行動支付體驗，加快台灣支付環境成熟以及消滅國內現金交易的速度。」



▲橘子集團旗下第三方支付「橘子支GAMA PAY」搶先啟動試營運，政府官員皆到場表示期許肯定！

今日行政院長 張善政與金融監督管理委員會主委 王儷玲亦親臨會場表達支持，期許「橘子支」加速落實便利生活願景。張善政院長表示，行動支付是世界發展趨勢，期盼在兼顧台灣產業發展並符合公平競爭的原則下，協助國內業者儘早開業，讓台灣行動支付與國際接軌。金管會主委王儷玲則表示，行動支付產業的推展刻不容緩，政策將扮演金融科技產業推手，期待各界盡速整合並建立完整的金融生態圈，帶動台灣金融科技產業持續發展。



▲橘子集團執行長 劉柏園引領行政院長 張善政共同體驗「橘子支GAMA PAY」便利消費過程！

橘子支GAMA PAY 最貼近台灣庶民生活的行動支付品牌

劉柏園進一步表示，「走在台灣電子支付發展的前端，我們一直思考要如何引領消費者改變既有的消費模式，因此，我們期望打破現今消費者對支付品牌的刻板印象，以帶點活潑又不受世俗拘束的全新品牌概念——橘子支，創造更貼近台灣庶民生活的行動支付服務。」

「橘子支GAMA PAY」全新品牌識別系統以金錢(\$)的符號創意出發，輔以柑橘上的綠葉巧思，希望傳遞新鮮、並富有年輕生命力的意涵。橘子支鎖定喜歡嘗鮮的樂觀行動家，期許成為最能引領新世代族群潮流的品牌。



▲ 橘子集團旗下第三方支付服務「橘子支GAMA PAY」將帶給消費者全新的便利消費體驗！

樂點行動支付簡介

樂點行動支付(GASH PAY)已取得金管會所核發之專營電子支付機構正式營業執照，並正式命名其服務為「橘子支GAMA PAY」，最快於今年暑假期間上線，全面推廣電子支付的服務版圖！屆時將全面推廣電子支付應用範圍，從線上數位內容交易延伸至實體生活消費(online to offline)，服務擴及食衣住行育樂等領域，不僅提供快速、便利及安全的支付服務，更結合智慧型載具創造優質便利的行動應用新生活，成為串聯實體及虛擬跨界消費金流支付工具，讓橘子支GAMA PAY從台灣電子支付出發，成為國際數位金流領導品牌！

【前進。新格橘】橘人大遷徙 活動花絮

2016/06/30

勇於挑戰，是橘人的天性；我們總是有天賦異稟的勇氣，超乎想像的活力，在每個關鍵時刻，匯聚整合團隊的執行力，屢屢完成不可思議的任務。

這次橘人大遷徙，對集團而言，是史無前例的浩大工程，而大小橘人更像螞蟻雄兵一樣，不但在最短的時間內整隊前進，內部更舉辦了一連串溫馨歡樂的告別活動，在這豔陽高照的六月天，汗水淚水交織著歡笑，熱鬧遷入內湖新格橘。

那些年，我們日以繼夜的奮鬥歲月

首先為這次搬家揭開序幕的，就是在普橘島旁的SPACE 17所舉辦的「回顧21。後會有橘」空間告別展，以集結老舊黑白攝像的概念，呈現橘子光輝歲月，仔細端詳展覽裡的每張照片，背後都蘊藏著無數日以作夜的辛勞與成就，喚起無限回味點滴。



▲在SPACE 17舉辦的空間告別展，帶給橘人的無限懷念

換換新格橘，換出你心中的寶物

「換換新格橘—我的垃圾你的寶」活動，則將珍惜地球資源的理念化為實際行動，各單位蒐集具有紀念價值的舊物，以對內拍賣和贈送的方式，在搬家的同時，也能將資源回收再利用，活動現場反映熱烈，人潮從普橘島一路綿延到中正路廣場上，可見橘人愛物惜物的美德。



▲換換新格橘，舊物拍賣現場，隨時可以發現驚喜好物

一騎到內湖 熱血單車大遷徙

為了將「前進。新格橘」氣氛炒熱到最高點，總部在6/3舉辦從中和騎單車到內湖「單車大遷徙」活動，吸引近百位橘人共襄盛舉，活動當天雖然氣溫飆破33度，橘人依然使出十足的活力與衝勁，隊伍一路浩浩蕩蕩挑戰25公里的單車路程，而在成功抵達內湖新大樓後，子公司樂利更組隊熱烈迎接，在長串鞭炮，與創意隊呼的熱鬧氣氛帶動下，為搬家活動凝聚更多感動與歡樂！



▲出發前，集團財務長Hank為車隊揭開宣誓儀式，現場熱血沸騰



▲單車大遷徙車隊成功抵達，子公司樂利放鞭炮熱情迎接



▲在歡笑聲與口號聲中，橘人又成功挑戰了任務，也為活動畫下完美句點

完美落幕，中和辦公室吹熄燈號

為了好好的跟中和舊總部道別，在搬遷活動的最後一階段，舉行了熄燈儀式，當天邀請橘子的曾經的老同事、老戰友與橘子人們相聚。橘子從1999年搬遷到中和中正路，在這裡和許多戰友打過美好的戰役，執行長Albert表示，對於中和辦公室擁有許多情感，過去的歷史塑造今天的我們，每一段結束都是新的開始，帶著感恩的心，橘子將啟動新的故事。



▲ 橘子中和舊總部，熄燈前最後一次的经营管理會議留念照

《新楓之谷》全新副本「楓葉冒險奇談」台港澳玩家搶先體驗 速速跟上「栗子偵探團」挑戰3分鐘「超空間方塊」破關速度

2016/06/08

遊戲橘子旗下超人氣遊戲《新楓之谷》將於明(11)日起將帶領台灣及港澳玩家搶先全球首次體驗全新副本「楓葉冒險奇談」，玩家將與陰陽師、劍豪、蒼龍俠客以及正在調查APORD組織的賞金獵人傑特組成「栗子偵探團」，展開一系列緊張又刺激的冒險。同時LV33至LV250的玩家們可以自由組隊前往「超空間方塊」，在限時3分鐘隨機連續挑戰關卡，破關速度越快，通過關卡越多，積分也就越高，獲得獎勵越豐富，能得到「超空間跳躍箱子」，開啟即有機會得到「特殊技能戒指」、「胸章」等。不僅如此，5月18日起至5月31日止將再推出另一新活動「怪物幼稚園」，精靈老師及仙人掌媽媽帶著幼稚園的小怪物們前往「弓箭手村」進行不是和藹可親的校外教學，玩家們將在他們瘋狂肆虐前保護長老斯坦及守護弓箭手村的和平，更能透過關卡挑戰獲得「超Q幼稚園帽子」等活動獎勵。



▲《新楓之谷》於明(11)日起將帶領台灣及港澳玩家搶先全球首次體驗全新副本「楓葉冒險奇談」

台港澳搶先全球體驗《新楓之谷》全新副本「楓葉冒險奇談」精彩展開

打擊邪惡的APORD組織「栗子偵探團」正式成軍!「超空間方塊」挑戰3分鐘破關速度

《新楓之谷》將於明(11)日起將帶領台灣及港澳玩家搶先體驗全球新副本「楓葉冒險奇談」。故事將從幻獸師發現青蛙嘟嘟失蹤了，在經過一系列的調查後，遇到也正在尋找失蹤的靈獸烏龜涅涅的陰陽師和劍豪；同時，也遇到在尋找好朋友白虎鈴鈴的蒼龍俠客，以及正在調查APORD組織的賞金獵人傑特，這群夥伴決定組成「栗子偵探團」，深信團結力量大，去解救失蹤的小動物們。最終，他們成功找到APORD太空船，解救了青蛙嘟嘟、烏龜涅涅和白虎鈴鈴，並將同時也將邪惡的APORD組織一網打盡。



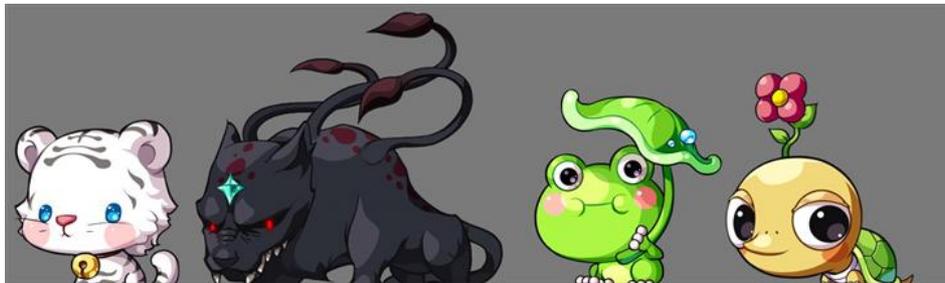
▲陰陽師的靈獸烏龜湴湴都出現離奇失蹤



▲「楓葉冒險奇談」的最強BOSS即將迎戰各位玩家



▲「栗子偵探團」正式可愛成軍



▲「栗子偵探團」將一同去解救失蹤的小動物們

玩家在體驗完「栗子偵探團」後，緊接著LV33至LV250的勇者們將可自由組隊前往「超空間方塊」，在限時3分鐘隨機連續挑戰關卡，破關速度越快，通過關卡越多，積分也就越高，獲得獎勵越豐富，能得到「超空間跳躍箱子」，開啟即有機會得到「特殊技能戒指」、「胸章」等。玩家也可以與隱藏宇宙NPC商人購買特色道具，豐富自己的裝備。



▲「超空間方塊」展開限時3分鐘隨機連續關卡挑戰



▲在「超空間方塊」裡積分也就越高，獲得獎勵越豐富

「怪物幼稚園」校外教學即將出發「弓箭手村」民眾心慌慌

保護長老 挑戰成功「超Q幼稚園帽子」等活動獎勵即到手

《新楓之谷》也將再5月18日起至5月31日止推出另一新活動「怪物幼稚園」，而在《新楓之谷》的「怪物幼稚園」主要教授小怪物們學習如何做好怪物的角色、學習關於冒險者的知識、打敗冒險者與成為《新楓之谷》最強BOSS為目標。在風和日麗的日子裡，「怪物幼稚園」將舉辦校外教學，精靈老師與仙人掌媽媽帶著幼稚園的小怪獸們前往寧靜和諧的「弓箭手村」，長老斯坦和弓箭手村村民們十分害怕，玩家們快來上線守護他們，透過關卡挑戰獲得「超Q幼稚園帽子」等活動獎勵。



▲長老斯坦十分擔心「怪物幼稚園」的校外教學



▲精靈老師與仙人掌媽媽帶著幼稚園的小怪獸們前往寧靜和諧的「弓箭手村」，玩家們招架是否能的住

※《新楓之谷》全新副本「楓葉冒險奇談」精彩登場：https://youtu.be/vs_XXHDYfdA

※《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/>

###

關於《beanfun!樂豆》

《beanfun!樂豆》是台灣最大遊戲入口網站，總會員數達2,000萬人，每月不重覆登入人數達260萬，為上百款熱門遊戲的玩家提供單一帳戶登入及便利金流機制。《beanfun!樂豆》是最能掌握玩家核心需求的遊戲入口網站，旗下「遊戲攻略」、「手遊攻略」頻道由專業編輯團隊，提供熱門線上／網頁／手機等遊戲最新情報、最豐富攻略，幫助玩家掌握遊戲，並推出跨平台行動服務「beanfun! 樂豆APP」讓玩家隨時隨地都能查詢資料、獲得最新遊戲資訊。《beanfun!樂豆》未來還將推出影音、動漫、購物等多元新服務，全方位滿足玩家需求。<http://tw.beanfun.com/>

《艾爾之光》全新角色「蘿潔」冷艷登場 正面迎戰巨大BOSS「艾特利昂MK2」憤怒屠殺

2016/06/08

遊戲橘子旗下最熱血的動作冒險線上遊戲《艾爾之光》將於今(2)日帶領玩家一同迎接今年夏天最熱全新角色「蘿潔」，身為首位自由切換四種武器角色，輕鬆自如操作「左輪手槍」、「全自動槍」、「獵槍」、「手持砲彈」等武器。同時，故事將從亞特拉斯開發團隊為了攔阻越過亞特拉斯城市準備前往艾里希溫的艾索德一行人，喚醒的巨大BOSS「艾特利昂MK2」終將在艾索德一行人面前展現了自己最雄壯的樣貌，玩家準備正面迎戰他的憤怒屠殺。突破她原有外柔內剛的形象，6月16日起將推出「蘿潔」全新一轉「重火槍手」與二轉「暴風騎兵」，等待玩家大試身手。為迎接冷艷的菁英戰鬥員到來，6月3日上午10時至6月5日上午10時止，以及6月10日上午10時至6月12日上午10時止，活動期間內進入《艾爾之光》，掉寶率與經驗值將提高至300%。



▲《艾爾之光》今(2)日起推出全新首位自由切換四種武器角色「蘿潔」與玩家一起展開冒險

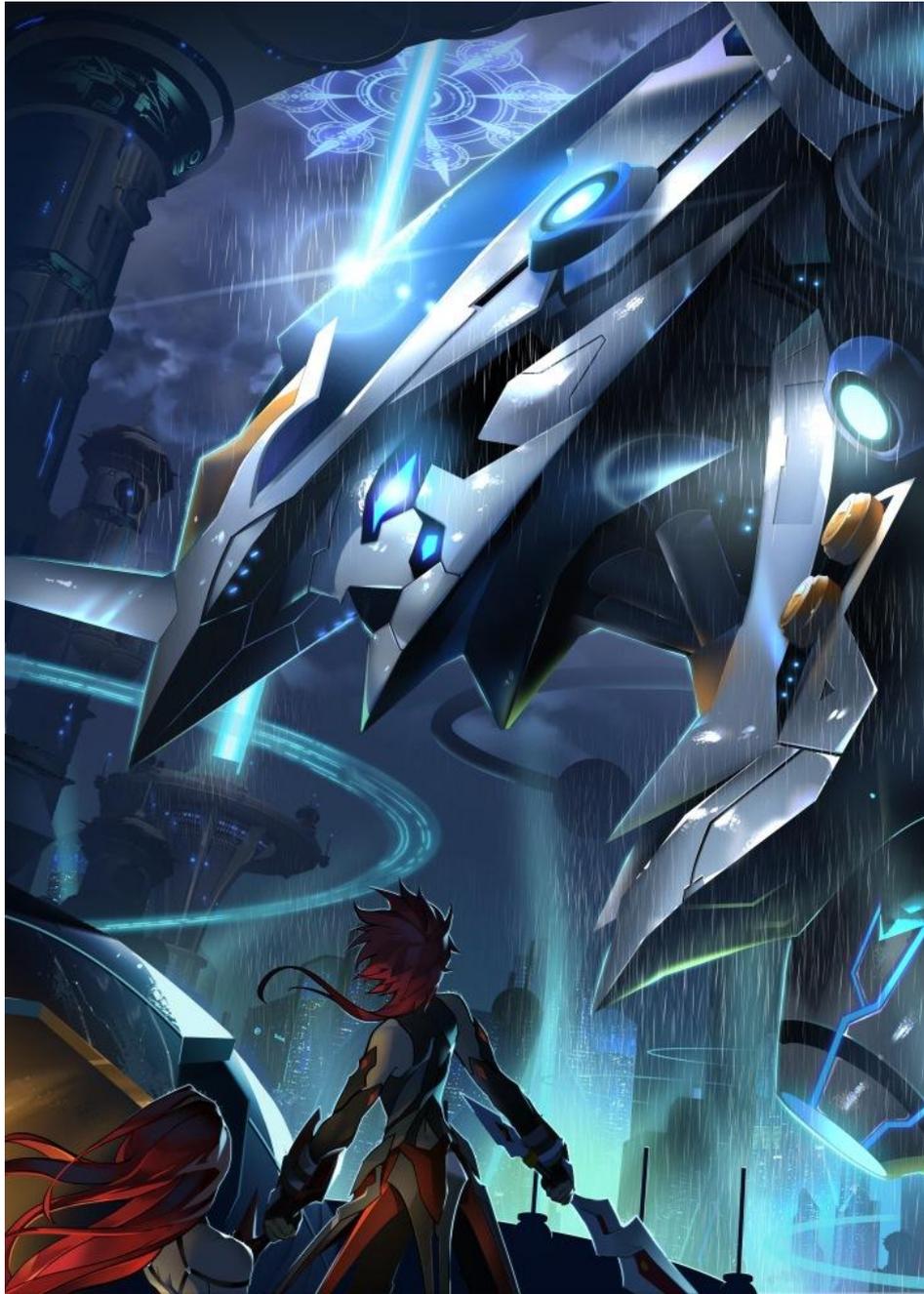
守護公主的菁英戰鬥員「蘿潔」首位自由切換四種武器角色

攔阻準備前往艾里希溫的艾索德正面迎戰巨大BOSS「艾特利昂MK2」憤怒樣貌

睽違近一年，《艾爾之光》今夏再度推出最熱全新角色「蘿潔」，外表雖然看起來端莊淡雅，但其實內在個性強韌，可說是外柔內剛的女孩。「蘿潔」曾是天界皇島守備軍的艾利特戰鬥成員，也是守護公主的「公主的庭園」成員之一。此次為了調查威脅天界的大災難的根源，奉命秘密前來另外一個次元的世界「艾里奧斯」，也將是首位自由切換「左輪手槍」、「全自動槍」、「獵槍」、「手持砲彈」等四種武器的女性角色。而亞特拉斯開發團隊為了攔阻越過亞特拉斯城市準備前往艾里希溫的艾索德一行人，再度喚醒的巨大BOSS，且升級「艾特利昂MK2」的實力，將讓玩家正面迎戰他的憤怒屠殺。巨大BOSS「艾特利昂MK2」公開向玩家下戰帖，即日起至6月16日止，活動期間內登入《艾爾之光》並與巨大BOSS「艾特利昂MK2」進行戰鬥，將可獲得一次「艾特利昂MK2納斯德寶箱」，寶箱中獲得完成品的機率增加2倍。



▲《艾爾之光》全新角色「蘿潔」是個外柔內剛的女孩



▲巨大BOSS「艾特利昂MK2」再度甦醒，並正式向玩家下戰帖

由於「蘿潔」能輕易自由切換「左輪手槍」、「全自動槍」、「獵槍」、「手持砲彈」等四種武器，因此在特殊技能上大多以武器攻擊為主。「M-137 雙刃槍」則是除了運用M-137雙刃槍掃射所有敵人外，正在拿取M-137雙刃槍時，即可進入免疫無力系列狀態異常的狂暴狀態；「M-3 火焰噴射器」則能透過火焰放射擊中將敵方進入「燒傷」狀態，同實在拿取M-3火焰噴射器時，玩家也能進入免疫無力系列狀態異常的狂暴狀態。



▲「蘿潔」使出「M-137 雙刃槍」掃射所有對象更顯霸氣



▲掏出「M-3 火焰噴射器」消滅掉所有前方的敵人

一轉「重火槍手」、二轉「暴風騎兵」搶先看

利用艾爾能量改造攻擊武器化身戰鬥女打仔獲克勞特博士幫助成為支配者的姿態重新登台

緊接著,《艾爾之光》將開放的是「蘿潔」的全新一轉「重火槍手」與二轉「暴風騎兵」。蘿潔在面對所使用的武器已經不足以擊倒敵人的情況之下,接受零的提議在艾德村尋求鍊金術師艾可與鐵匠博德幫助,並透過艾爾能量改造攻擊武器,強化實彈威力及創造複合光束的戰鬥型風格,全新一轉職業「重火槍手」重迎新戰場。只要「量子炸彈」放置在想要落下的位置,玩家即可帶給周圍敵人極大傷害,此時維持發動鍵可以有額外2秒的瞄準時間;使用「雷射步槍」朝前方發射時,雖然攻擊範圍不大但仍可遠距攻擊,另外發射雷射時,可按下發射鍵充能後攻擊,達到最大充能時,即增加攻擊力與攻擊範圍。



▲全新一轉「重火槍手」在使用「量子炸彈」時，發動超擊時技能攻擊力提升



▲使用「雷射步槍」可以攻擊位於直線上的多數敵人

而戰鬥持續至厄泰拉地區讓「蘿潔」再次感受到自身能力上的缺陷，就算是使用自己最大的力氣去對抗，重火槍手卻還是不敵厄泰拉納斯德軍隊的強大戰鬥力。克勞特博士幫助並在「蘿潔」身上植入了可對抗艾里奧斯所有戰鬥情形的戰鬥表單的晶片，讓她擁有全新的能力，並且給予終極火力裝置火焰槍砲，化身全新二轉職業「暴風騎兵」並以支配者的姿態重新站上厄泰拉平原。當擁有「X-1極端齒輪」時，即能透過壓縮能夠擠壓空間的強大能量製作而成的黑洞砲彈，將敵人帶至一定的距離之外後引爆；使用古代重兵器「古式板機」運用微小的雷射拉近敵人，再使用強烈雷射帶來極大傷害。



▲「X-1極端齒輪」發射後運用黑洞吸入敵人，並將其帶至一定的距離之外後引爆，造成廣大傷害



▲看似古老的重兵器「古式板機」，使用起來爆發力卻如此驚人

※《艾爾之光》鋼之薔薇♥另類萌登場：<https://youtu.be/iRUJT9rDr98>

※《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>

關於《beanfun!樂豆》

《beanfun!樂豆》是台灣最大遊戲入口網站，總會員數達2,000萬人，每月不重覆登入人數達260萬，為上百款熱門遊戲的玩家提供單一帳戶登入及便利金流機制。《beanfun!樂豆》是最能掌握玩家核心需求的遊戲入口網站，旗下「遊戲攻略」頻道由專業編輯團隊，提供熱門遊戲的最新情報、最豐富攻略，幫助玩家掌握遊戲；「我的樂豆」為最多戰友的遊戲社群，讓玩家輕鬆與遊戲同好分享遊戲生活樂事。《beanfun!樂豆》未來還將推出影音、動漫、購物等多元新服務，全方位滿足玩家需求。<http://tw.beanfun.com/>

FUN「粽」迎端午連假 遊戲橘子旗下端、手遊戲強作 釋出節慶限定活動

2016/06/08

過端午，吃粽子、玩立蛋、划龍舟才有味！四天連假將至，遊戲橘子旗下端、手遊戲強作無不挖出心思集結旗下推出應景節慶限定活動。其中，經典線上遊戲《天堂》、《新瑪奇》、《CSO絕對武力》、《艾爾之光》、《跑跑卡丁車》等推出「超級尋人任務」，即日起至7月17日，活動期間內登入「超級尋人任務」活動網頁並留下在各款遊戲中最深刻的回憶故事，將由官方營運團隊選出熱門討論文章，並替該玩家進行「漂流瓶」超級任務。玩家只要參與分享漂流瓶即可獲得抽萬元樂豆點數的機會，而放入漂流瓶中的文章也將可能被永世留傳。不僅如此，全新人氣《召喚圖板》、《五四三國誌》等手遊也提供讓玩家在上線與好友或其他玩家一起PK練等、找朋友，或通勤轉運間來場益智對戰，與各位渡過個不一樣的開心端午。

粽情意！《天堂》揪老友回歸領精美裝備

遊戲橘子旗下稱霸台灣市場不衰的經典遊戲《天堂》將在端午節起首次推出「超級尋人任務」暖心活動。即日起至2016年6月29日止，玩家回歸《天堂》就可以領取屍魂塔套裝、英雄系列武器等任務道具，達成指定任務條件還能兌換更具水準的裝備。



▲《天堂》將於端午節起揪老玩家一同回歸經典

※《天堂》超橘任務：<https://youtu.be/JxTiQulC354>

※《天堂》月服官方網站：<http://tw.beanfun.com/lineage/main.aspx>

※《天堂》免服官方網站：<http://tw.beanfun.com/LineageFree/>

Happy Birthday!《新瑪奇》迎11週年 揪大家「找一個家」一起過端午

遊戲橘子旗下人氣超旺的線上遊戲《新瑪奇》即將歡慶11週年，即日起至8月31日止，活動期間內若沒有公會的玩家在粉絲團留言「找一個家」資訊，即可獲得「孤單不哭禮包」；各公會招募11個人入公會即可獲得台灣限定稱號「門客三千」。此外，老玩家帶回鍋玩家遊玩《新瑪奇》，並提升累積等級600等以上和探險等級提升300等以上，老玩家即可獲得「骨龍」，回鍋玩家即可獲得「摩托車」。



▲《新瑪奇》在活動期間完成任務，將可獲得台灣限定稱號「因材施教的師父」和「突飛猛進的徒弟」

※《新瑪奇》娜歐的呼喚，米列希安你們過得好嗎？：<https://youtu.be/JMenghnBBU>

※《新瑪奇》官方網站：<http://tw.beanfun.com/mabinogi/main.aspx>

※《新瑪奇》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/mabinogi.tw/>

迎接狂傲盛夏!《CSO絕對武力》推出「熱血青春伺服器」端午連假加碼送

遊戲橘子旗下全台北市佔率第一的射擊遊戲《CSO 絕對武力》即日起至8月30日止新開「熱血青春」伺服器帶領玩家再次體驗射擊遊戲的團結互動爽感，需新創《CSO 絕對武力》遊戲帳號進入。不僅如此，《CSO 絕對武力》也將釋出全新武器「樂高坦克」，這是一把擁有可愛的外表，但卻是扎扎实實火力全開直射砲的機關槍。其中，端午連假期間，每天19時到22時登入《CSO絕對武力》就送「活動解碼器5個+紅利解碼器5個」。



▲《CSO絕對武力》端午連假登入加碼送，有機會換得全新武器「樂高坦克」

※《CSO絕對武力》「熱血青春伺服器」經典回歸：<https://youtu.be/Ba0LAR-9SZc>

※《CSO絕對武力》官方網站：<http://tw.beanfun.com/CSO/main.aspx>

※《CSO絕對武力》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/csoline.tw?fref=ts>

共享端午全餐！《艾爾之光》派出全新角色「蘿潔」大吃「粽子」、「艾草」、「菖蒲」

遊戲橘子旗下最熱血的動作冒險線上遊戲《艾爾之光》日前推出今夏最熱全新首位自由輕鬆切換「左輪手槍」、「全自動槍」、「獵槍」、「手持砲彈」等四種武器的女性角色「蘿潔」，廣受玩家好評。端午連假期間將推出「蘿潔陪你吃粽子！」節慶活動，6月10日至6月16日止，活動期間內，玩家蒐集「戰鬥的痕跡」即可兌換體驗光芒四射的「弧光天使全套」；此外，期間每日登入《艾爾之光》連線10分鐘，還可獲得「粽子10個」與「艾草和菖蒲10個」。



▲《艾爾之光》與玩家一起參加「蘿潔陪你吃粽子！」的節慶活動

※《艾爾之光》鋼之薔薇♥另類萌登場：<https://youtu.be/iRUJT9rDr98>

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

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

人品超「粽」要！《跑跑卡丁車》端午連假測試好運有機會體驗全新車款「疾風 9」

遊戲橘子旗下休閒競速遊戲《跑跑卡丁車》即日起至6月10日止，活動期間內玩家每日登入《跑跑卡丁車》將可獲得粽子一顆，有機會可開出傳說車款。此外，到6月17日前玩家在命運箱模式中，有機會可駕駛到傳說車款，甚至體驗到全新車款「疾風 9」，但運氣不好，也仍能駕駛z7車款，體驗競速快感。



▲《跑跑卡丁車》全新車款「疾風 9」在R4世代開始就有「風之俠客」的稱號

※《跑跑卡丁車》官方網站：<http://tw.beanfun.com/KartRider/main.aspx>

※《跑跑卡丁車》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/kartriderTW>

戰蚩尤！《召喚圖板》限時開放「冀州之荒野」關卡

由遊戲橘子與日本手遊龍頭GungHo結盟成立的江湖橘子旗下首款營運手機遊戲《召喚圖板》迎接濃濃端午佳節到來，6月10日活動當天將限時開放「冀州之荒野」關卡，玩家將首次迎戰充滿中國風格的BOSS「蚩尤」，闖關後將可隨機獲得不同能力和顏色的BOSS棋寵。不僅如此，6月8日起至6月14日止歡慶端午連假，《召喚圖板》所有主線關卡經驗1.5倍加倍，完全是個練等級、升體力的好時機。



▲《召喚圖板》迎接端午連假，將推出限時開放一次通關限定白金強化鷹關卡

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

※《召喚圖板》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/SummonsBoard.TW>

端午端好禮！《五四三國誌》大方送你「歡慶端午節禮包」有機會拿「紫裝名將」

橘子集團旗下團隊好蹦(HaPod)數位科技大型3D三國策略戰鬥手機遊戲《五四三國誌》即日起至6月15日每天登入遊戲即可領取由「修煉丹」、「突破丹」、「緣分丹」、以及精心設計的「端午糯米飯」道具免費所精心包裝的「歡慶端午節禮包」。其中，集滿3個「端午糯米飯」可兌換隨機紫將一名，集滿4個可兌換頂級紫裝1件，集滿7個超嫩小鮮肉「陸遜」直接帶入手。



▲《五四三國誌》端午連假期間大方送玩家「歡慶端午節禮包」

※《五四三國誌》官方網站：<http://tw.beanfun.com/X3K/main.aspx>

※《五四三國誌》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/543King/>

###

關於《beanfun!樂豆》

《beanfun!樂豆》是台灣最大遊戲入口網站，總會員數達2,000萬人，每月不重覆登入人數達260萬，為上百款熱門遊戲的玩家提供單一帳戶登入及便利金流機制。《beanfun!樂豆》是最能掌握玩家核心需求的遊戲入口網站，「我的樂豆」為最多戰友的遊戲社群，讓玩家輕鬆與遊戲同好分享遊戲生活樂事。《beanfun!樂豆》未來還將推出影音、動漫、購物等多元新服務，全方位滿足玩家需求。<http://tw.beanfun.com/>

2016柑盃，前進新格橘！

2016/06/30

五月初夏，橘子歡樂迎接一年一度的運動盛會「柑盃」！有別於去年，今年特別挑選在桃園新屋的戶外場地，盛大舉辦一連串具有挑戰性的大地活動，更安排親子共享的休閒活動，讓大小橘人可以攜家帶眷一起同樂！

創意隊呼開場，宣示全力以赴的決心！

一如往例，以橘內人傳承已久的創意隊呼競賽，為柑盃揭開序幕，各隊在賽前緊鑼密鼓的練習，展現十足的拼勁，熱鬧有趣的創意隊呼，讓人驚呼平常埋首於工作的橘人，原來橘人各個深藏不露，每一隊充份發揮合作無間，除了展現不可思議的好默契，更凝聚無比的向心力。



▲由果核與樂點支付組成的核樂支付展現十足的默契與活力



▲隊伍超橘妖怪的隊呼逗趣吸睛



▲蟻力的設計橋段，精心製作的道具，創意滿分！

2016橘子遷禧年，在柑盃也以射紙飛機活動宣示「前進。新格橘」喬遷活動，眾人齊心將紙飛機射向高空，象徵橘子迎向光明未來。



▲ 眾人將代表前進新格橋的紙飛機飛向空中，場面壯觀，激昂壯闊

另外在各個據點設置的趣味闖關關卡，收集完關卡的獎章，就可以兌換限量的小禮物，為了獎品與團隊榮譽，無不勇往直前！



▲令人緊張的電流急急棒，考驗穩定與專注力

為橘子FAMILY設計的一同體驗控窯、擣麻糬、摘菜的休閒活動，則實踐了家庭日與家人共聚分享的意義。而全橘撕名牌、熱橘躲避球、橘20人21腳，更是2016「柑盃」的重頭戲，為掀起活動的另一波高潮！



▲ 眾人矚目的撕名牌比賽，最後緊張刺激的對決

最後的結果競爭非常激烈，各隊使出渾身解數、大展身手，贏得屬於自己團隊的榮譽！



▲ 由遊戲橘子台灣區組成的「G團體南波萬你說對不隊」是今年的冠軍隊伍

況且不論最後戰果如何，柑盃活動為橘人帶來了美好相聚時光，讓平時都坐在辦公室橘子人，擁抱美好五月陽光，舒展身心，蓄飽充沛電力，讓我們一起期待明年的柑盃吧！

藍偉綸：打造大夢想方程式

2016/06/30

堅持做大夢，讓夢想不斷長大

堅持做大夢，讓夢想不斷長大



Alan有兩個夢想，一個是買下市值750億的曼聯足球隊，一個是在35歲前成為營運長。一般人一定覺得他相當瘋狂。但Alan堅持並建議橋人們，永遠要為自己設定更高的目標，這是動力，更是讓夢想不斷長大的魔力。

從初出社會時的28K，到第二份日商豐田工商的22個月月薪，到橘子的日本事務主任，接著成為橘子到歐洲開疆闢土的元老，經歷了日本遊戲大廠後，最後成為Twitter大中華區的首位員工；這一路走來，Alan謙虛學習，但也勇敢爭取機會，把每一次的機會作為下一次向上躍升的動能，如此，才能讓自己的事業視野越來越高、越來越寬廣。

大夢想方程式的五大關鍵字

關鍵字1：好奇心

人們學習最快最多的時期，就是問最多「為什麼」的時期。每一次的「為什麼」都是一個快速大量累積知識的機會。你不是IT，但問了為什麼，你就會懂伺服器的承載量為何是五千人而非五百人。所以，Alan鼓勵橋人們要當一塊海綿，吸收所有知識，變成自己的資產。

關鍵字2：水壩

Alan與橋人分享過去日商主管給他的概念，他說所謂水壩就是水庫，水庫積存夠多的水量，就能提高自己的位能。當機會來臨時，你就能大展常才，讓能力一口氣洩洪，發揮最好的表現。

關鍵字3：電影導演

Alan曾是橘團內部籃球比賽連續兩屆的冠軍，他笑著說，大家一定吃驚於他的身材怎能獲得如此優異的成績。他說，因為他懂得當一個電影導演。電影導演，要懂得要如何尋找到好的演員、燈光師與美術，讓所有人傾力合作成就一部史詩鉅片。同理，作為一個專案，只要找到對的人做對的事，就可以成就很棒的案子。

關鍵字4：自告奮勇

Alan向大家解釋，他所謂的「自告奮勇」，是把手上的工作做好後，再去拓展自己的能力，而非以此為藉口逃離做不好的工作。當年，當Alan熟練了行銷企劃的工作後，他主動告訴主管他想嘗試擔任PM，達標後他又再度提出他想學習新遊戲上市的工作內容；更因為如此，Alan被賦予前往歐洲為橘子開疆闢土打響知名度的重責大任，也更逼近大夢想一步。

關鍵字5: 解決問題的能力

Alan說，每一位想進TWITTER的人，最後一關都要與一位美籍主管面試。美籍主管總會提出一個問題「請問，現在這一刻，台北市的星巴克總共有幾位客人？」或許有些人當下就傻住，心裡嘀咕著我怎麼會知道；但如果你看透問題，就會知道美籍主管不是要刁難面試者，而是要考驗面試者的邏輯思考能力，而這正是解決問題的能力，也是你的價值之所在。

紮根橘子，開展全世界

五年的橘子生涯，為Alan打下了紮實的基礎，也為他充實了信心。他帶著在橘子的所見所聞，開始挑戰全世界，開展他的事業版圖。這其中，還包含了新領域的擴增，例如：數位廣告的成效追蹤，進而評估其行銷價值。你或許想問，這麼新的工具，Alan如何迅速上手，甚至熟用？回頭看看五大關鍵字，你一定會找到辦法，讓自己好奇心的海綿一樣，吸收所有知識，並且自告奮勇，發揮解決問題的能力；如此一來，你的大夢想，也將要展開了！



2016年兩岸青創論壇，NOWnews與群募貝果攜手實現青年創業夢想

2016/06/30

NOWnews今日新聞關心年輕人就業問題，支持青年透過創新創業不遺餘力，特別與募資平台群募貝果及海峽兩岸有志之士合作，主辦2016年兩岸青創論壇。本次青年論壇，招募了眾多有志創新創業青年與創新創業團隊，經過嚴格的評選，脫穎而出的六組創業隊伍，於5月31日在北京海潤艾麗華酒店進行最後的Pitch決賽，爭取參加首屆全球華人創新創業大賽資格。

NOWnews今日新聞與群募貝果也在眾多台灣創業團隊中，共同遴選了四組隊伍，參與本次兩岸青創論壇的創業競賽。而其中分別是兩組來自台灣的鐘點大師和發現茶團隊，更在千餘件創業案件激烈競爭中，與其他四組，來自韓國和矽谷的華人隊伍himelight、youber、室內直立種植農場和桃桃喜，並列決賽名單。



▲左起鐘點大師代表姚長安/NOWnews 總經理特助林庭仔 /群募貝果執行長陳威光/發現茶代表顧大全

本次兩岸青創論壇決賽結果，Teascovery發現茶在六組創業隊伍中勝出，Teascovery發現茶團隊也將代表台灣區參加首屆全球華人創新創業大賽。



▲左起首届華人創新創業大賽秘書長馬銘遠/優勝隊伍發現茶代表顧大全

樂利「吉室商行」攜牛軋糖領導品牌 打造吃的到果粒的好糖

2016/06/30

橘子集團旗下的樂利數位，在積累八年的中國市場實戰經驗後，成立「吉室商行」跨境電商，攜手「好台味」本土商家跨海直送台灣特色商品，並陸續開發自有商品黑鳳梨酥原味及柳橙起司口味、台南11號吉室吉米，其中又以近日新推出的果粒牛軋糖-芒情蜜意最為吸睛，一顆芒果只能烘製成兩片果乾，厚實的芒果果肉適逢這產量驟減的時節，顯得更加珍貴。



有鑑於牛軋糖位居陸客來台伴手禮前三名，吉室商行遍尋各地商家，希望能找到以在地食材製作的健康食品。櫻桃爺爺以健康價值較高的杏仁，取代傳統高熱量的花生來製作牛軋糖，為了找尋特色食材，每年繞台灣六圈，這樣的精神與吉室商行「專賣好食好物的匠人精神」不謀而合，因此力邀櫻桃爺爺獨家合作，研發一款代表台灣的牛軋糖—芒情蜜意，以台灣知名水果—愛文芒果，搭配象徵台灣人堅毅生命力的地瓜脆條，加上大顆杏仁果，遵循原來的12道工序，手工揉製出充滿果肉、芒香滿溢、層次豐富的芒果牛軋糖。

樂利數位執行長施凱文表示，透過台灣本土美食，希望讓更多人藉由美食認識台灣，傳遞好食幸福感，並集結台灣優良品牌，一同推廣好產品，而吉室商行目前以天貓國際進軍大陸，以Gmarket進入韓國，以海外直送搶攻跨境市場，讓「正港」的臺灣味在國際舞台上大放異彩。



《召喚圖板》中文版首次聯名《公主踢騎士》海外合作「棋」手登場「踢踢公主」等待有緣人上門

2016/06/08

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(4)日起至5月18日止，於Android、iOS、Playphone等三大平台首次與《公主踢騎士》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《公主踢騎士》的風格進行打造，玩家更可透過關卡任務獲得人氣主角「踢踢公主」，而其主動技能「公主踢擊」能造成前方一格棋寵攻擊力45倍的強力傷害並擊退。同時，為歡慶《召喚圖板》中文版首次海外聯名合作，也同步期間限定釋出「刺客」、「劍客」、「武士」、「魔法師」、「機械技工」、「鐮刀使者」等六位全新角色，帶給玩家強強聯手的娛樂趣味感。



▲江湖桔子旗下營運首款手機遊戲《召喚圖板》於今(4)日起至5月18日止與《公主踢騎士》攜手聯名推出期間限定活動關卡

「棋」力「踢」出新趣味！《召喚圖板》中文版首次聯名《公主踢騎士》海外合作

期間限定活動關卡推出 人氣主角「踢踢公主」傲嬌駕到

江湖桔子旗下首款營運手機遊戲《召喚圖板》中文版於今(4)日起至5月18日止在Android、iOS、Playphone等三大平台首次與《公主踢騎士》攜手推出期間限定活動關卡。不僅遊戲音樂以《公主踢騎士》的風格進行打造，關卡背景也圍繞著為主人翁「踢踢公主」所居住的城堡，《召喚圖板》經典的石板造型也幻化成為可愛的庭園草皮。關卡也將難度分為易、普、難、極等四種等級，BOSS會隨著難度的不同，讓型態有所變化。同時，成功突破關卡就有機會獲得BOSS棋寵「小靈鷲」，經過一番細心培育，將能可進化至最終型態的「轉生靈鳥|幽靈鷲」



▲《公主踢騎士》人氣主角「踢踢公主」正式登入《召喚圖板》中文版



▲進化成擁有真名的「安·潘特·凱特巴斯」，隊長技能「任性公主的激勵」能將攻擊力更加提升至2.3倍



▲BOSS棋寵「小靈鷲」一旦變身成為「幽靈鷲」，就更要小心其BOSS範圍技能「炎之羽」



▲「轉生靈鳥|幽靈鷲」的隊長技能「靈鳥的轉生」可以提升爆擊傷害高達3.5倍，且具有飛行能力

「白豬」、「黃鬼」、「克利歐康」、「爸爸橡子」提升用珍貴棋寵紛紛出陣

六新角「刺客」、「劍客」、「武士」、「魔法師」、「機械技工」、「鐮刀使者」齊現身

在突破《公主踢騎士》期間限定活動關卡途中，有機會可獲得「白豬」、「黃鬼」、「克利歐康」、「爸爸橡子」等棋寵專屬的主動技能提升用珍貴棋寵；同時，在進化後，也能做為稀有轉蛋中「靈使」系列的技能升級用棋寵。為歡慶《召喚圖板》中文版

首次聯名合作，也首次與《公主踢騎士》攜手合作，同步期間限定釋出「刺客」、「劍客」、「武士」、「魔法師」、「機械技工」、「鐮刀使者」等六位全新角色，不僅都能直接傷害敵方，其中「劍客」、「武士」、「機械技工」還是屬於移動後發動的主動技能。六位全新角色也都能分別進化成五星棋寵，並擁有更上一層隊長技能，其中「幻影的刺客」與「看門的鐮刀使者」將能大幅提升超高爆擊傷害，在未來將開放討伐戰中有亮眼表現。



▲「白豬」、「黃鬼」、「克利歐康」、「爸爸橡子」(由左至右)在《召喚圖板》期間限定活動關卡中成為重要提升用珍貴棋寵



▲全新六位角色「刺客」、「劍客」、「武士」(左上到右上)、「魔法師」、「機械技工」、「鐮刀使者」(左下到右下)同步登場

※《召喚圖板》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/SummonsBoard.TW>

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

###

關於江湖桔子

江湖桔子為日本遊戲大廠GungHo與台灣遊戲橘子合資成立的手遊發行公司，擷取GungHo與遊戲橘子的諧音，「江湖桔子」由是誕生。秉持著雙方對於遊戲產業的創意與熱情，發揚五湖四海皆兄弟的精髓，江湖桔子期望廣結各界遊戲夥伴，推出更多優質大作，為遊戲產業再寫新局。

響應國際桌遊日，橘子桌上遊戲社，就是愛玩！

2016/05/30

響應國際桌遊日

在美國有一個電台，時常邀請桌遊設計師或名人探討桌遊，久而久之，他們夢想著全世界可以在同一天一起玩桌遊—這就是國際桌遊日(TABLETOP DAY)的由來！

4月29日，橘子桌遊社同步響應全球桌遊人的盛大活動，並希望讓夥伴們留下更多在橘子的歡樂回憶，於普橋島舉辦《超時空遊戲決鬥》。門陣相揪橘子各部門同仁，串連大家挑戰各式經典桌遊。不少第一次接觸的同仁都驚呼，原來桌遊這麼精采有趣，超乎自己想像！



▲ 2016/4/29生猛有力的桌遊活動大型海報，生動的漫畫風讓人想來挑戰！

《超時空遊戲決鬥》活動日

當天，橘子桌遊社為參加者們準備了數款遊戲，分為歡樂、益智、邏輯三大類，各有各的精采絕妙之處，讓我們來看看吧！

【歡樂類】超級犀牛、全面通緝、蟑螂捕手

歡樂類遊戲，玩家們不需要太花腦筋去理解規則與勝利方式，能快速介紹完畢並直接開始玩，過程中常有誇張的大爆笑，是這類遊戲吸引人的特色。

【益智類】滿腦子番茄、瘋狂假面

益智類遊戲，玩家們需要稍微花點心思理解其中的巧妙之處，擁有不同路線可以取得勝機，若有「哇喔！」的驚嘆聲出現，肯定是有玩家玩出令人出其不意的路線囉！

【邏輯類】碰撞機器人、寶石鎮

邏輯類遊戲，比起前兩項，稍微重度一點，喜愛各種元素組成、考量優勢與局面變化的玩家，絕對要來試試看！

於是，各方好手選定桌前一就坐，二話不說開始發揮橘人奮鬥愛玩的精神！夥伴們專注在每款桌遊上，一種遊戲接著一種遊戲，看著每個人臉上毫不掩飾地展露開朗的笑容，是此次活動最大的收穫，也是最成功的地方。

好玩的桌遊與一個好的遊樂環境，能有效撫慰疲憊的心情、延伸創意的觸角，並激勵夥伴彼此間的默契，進而將此助益帶到工作上，為工作帶來更好的佳績。



▲超級大犀牛比賽，用梯子玩遊戲，狂吧！



▲耶！贏啦！叫我冠軍！

再見中和，哈囉內湖，邁向光輝未來

今日，歡樂時光總是短暫，社團珍惜在中和據點每一次聚會的時光，策劃了《再見，普橋桌遊夜》。那晚，美食、橘人與各款桌遊，場面熱鬧，讓許多人都來共襄盛舉，再次證明桌遊的凝聚力不可小覷！

未來，隨著橘子集團搬到內湖大樓，橘子桌遊社也將秉持橘人創意愛玩、互助合作、發掘未知世界的努力精神，持續運作社團，夥伴們有任何對桌遊社的想法，或者想了解某款遊戲的資訊，歡迎聯繫桌遊社，期待與各位橘人夥伴一同暢遊攻略桌遊世界！

一起把星期三的晚上留給美好的桌遊社！

Line群組資訊:<http://line.me/ti/g/DJS751qeZ4>



▲ 橘子桌遊社不放過每個能創造回憶的機會

Happy Dragon Boat Festival 粽夏. 慶端午

2016/06/29



端午節芒種時節，空氣中飄散著粽葉的香氣，艾草、菖蒲、雄黃酒聚集了濃厚的節慶氛圍。家家戶戶母親蒸煮熱騰騰的粽子，是每到端午必嚐的美食！今年小橘人穿戴粽葉裝，化身為旗手，獻給夥伴們獨特造型的粽夏吉米，一同歡慶端午好食光！

前進！小橘人化身奪標旗手

嘿唷~嘿唷~划龍舟！小橘人成為勇於前進，迎向偉大目標的奪標手，帶領大家與gamaia集團有志一同，凝聚向心力！



▲勇奪端午雙旗幟，與你一起共同前進、共享佳節好時光

獻吉米. 橘心意

橘子集團與專賣台灣好食好物的吉室商行合作推出的粽夏吉米，新奇有趣的粽子外型，內含台稈九號馥郁好米，將歡喜的祝福，傳遞至夥伴心中，期待同心協力，共創未來新格橘！



▲獨特粽子外型粽吉米, 傳達端午橘心意