

1

JAN, 2016
vol.72

GIVoice

橘人誌



8 860282 269166

brand.gomania.com/gvoice



have a
GOOD TIME!
跨界無橘限



橘子20再進化，成長不斷超越極限

2015/12/31



橘子網路艦隊自從2015年成立以來，一直以堅定意志駛向偉大航道，除了鞏固既有遊戲本業外，同時也突破自我侷限，積極擴大全生態網路的企業規模，廣納更多熱血夥伴加入橘子大家族。對內，各事業體夥伴之間強化彼此的連結，創造豐富多元的可能性；對外，異業結盟提供全方位整合服務，因應消費者即時且多元的需求，持續進化，在全球行動化浪潮中穩定航行。



全新的橘子集團，全方位嶄新佈局

現在Gamania Group，從數位娛樂，跨足行動支付、電子商務，發展影音新媒體、群眾募資等新創領域，以成為數位生活領導品牌為目標，朝著國家級旗艦網路企業邁進。2015年8月更加入了新夥伴NOWnews與寵毛網，NOWnews為華人圈首選的新聞媒體，每日提供豐富多樣新聞，擁有獨立編採的新聞團隊，每天產出超過500則洞悉各領域的新聞，線上提供即時新聞及影音新聞。

寵毛網是台灣最大的寵物網站，台灣唯一提供寵物飼料評測報告的網路平台，涵蓋台灣大多數市售貓狗糧，真正提供寵物食的安全參考依據，提供全方位飼主所需的資訊，打造最值得信賴的寵物網路服務平台！



20里程碑, 預見未來網路生活

20年, 對橘子而言, 是別具開創意義的新里程碑, 這代表著我們比15歲更茁壯、比18歲更成熟。一路走來, 橘子始終憑著一股不滅的熱情, 對未來充滿探索的行動力, 面對時代巨浪的挑戰, 不斷勇於突破並創造新契機! 這一年, 不但是行動支付元年, 亦是集團邁向國家級旗艦網路企業的第一年。橘子集團在2015年取得了電子支付執照, 意味我們已加入行動消費新戰局。而在經驗、資源、戰備力十足的完美狀態下, 我們在華山盛大舉辦精彩的「橘子20跨界無橘限」展覽, 帶領消費者預見全生態網路的夢想藍圖, 並且搶先體驗橘子未來將創造的生活趨勢, 與時俱進, 開展網路世代的宏觀新視野!

圖片來源:

<http://goo.gl/rRGEVO>

橘子面對時代巨浪 永不放棄的戰鬥魂

2015/12/31



一直以來，橘子血液裡都存在勇於突破、破壞式創新的DNA，這是橘子的本質，也是橘子20年來保存「永不放棄」的戰鬥魂！對橘子集團來說，面對每一波數位時代的巨浪，我們總能把握契機、突破現況，並趁勢翻轉，開展前所未有的新格局！橘子一路從深耕遊戲產業，現在更走入全方位網路生活，憑藉的就是這股貫穿集團核心戰鬥精神，讓每次出擊，都精準到位、威力十足！



▲ 橘子集團多元融合，全方位發展

顛覆遊戲規則 創造耳目一新體驗

遊戲，是橘子的根，我們完整佈局遊戲王國，憑藉著大膽又創新的經營理念，一次又一次改寫傳統遊戲產業規則。橘子的玩家涵蓋中日韓，我們致力於創新開發，帶給玩家耳目一新的感官體驗。伴隨行動世代興起，橘子近年積極投入手遊布局，以豐富遊戲類滿足玩家需求，讓玩樂更奔放、挑戰更有趣！

消滅零錢交易 迎接電子貨幣時代

GASH原為橘子為線上遊戲所開發的支付系統，延伸發展出橘子集團的行動支付事業，是典型從遊戲走入生活的代表。

跨界無橘限幕後訪談：繼往開來，開創無限美好

2015/12/31



20年，要將一個曾經創造許多奇蹟、歷經集團化、全球化進而邁向國家級旗艦網路企業，將它的過去、現在、未來的豐富歷史與前景，精煉成一個橘子20週年展覽精華，需要耗費多少人力、投入多少的心血，還有繁瑣的前置準備作業？多少個日子，橘子夥伴們日以繼夜、竭盡心力，只為了將最燦爛盛大的「跨界無橘限」展覽呈現在大家眼前！橘人誌這一期，邀請了品牌中心總監陳秉良（阿餅），與企業行銷處總監陳韻茹（Iona）進行雙人聯合訪問，為大家揭露在20週年展覽裡，企劃與執行過程不為人知的幕後秘辛！



▲橘子20的主視覺呈現為多彩的對話框

對話不再單一，多彩呈現跨界融合

橘子20主要的視覺為彩色的對話框，這是從橘子原本很熟悉的元素轉變而來的，具有承先啟後的意義，阿餅說：「對話框是以前用過的元素，可是又能帶出新意，與這個活動的核心較match，另一個涵意是『解放』，以前傳統的橘子只有橘色，現在不只有一色，你可以把它看作一個『從前的對話框、未來的調色盤』，從裡面可以調配出各式各樣不同的顏色。」

解放色彩後也表示橘子不再單一侷限，而是存在著多樣的可能，由多樣的色彩帶出各個子公司，傳達全生態網路的概念，Iona表示：「以前我們是單一白色、橘色，現在納入桃紅色、綠色等各子公司的代表色，呈現遊戲橘子是一個兼容並蓄的集團，做為橘子20這是一個很好的主視覺。」

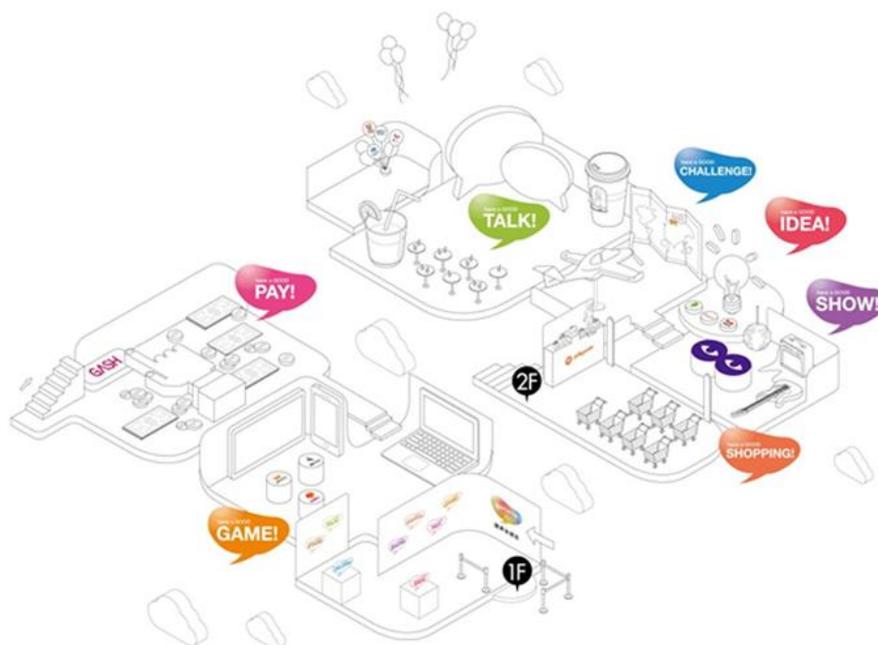
打造動線具巧思，跨界體驗從遊戲開始

此次在主場館的展覽情境安排與動線是從遊戲區開始、接著GASH，再來是2樓酷瞧、新創、基金會，到最後一區的品牌商店與普橘島，這樣的安排同樣也符合外界對橘子的第一印象，但是Iona說：「其實have a GOOD GAME放第一區，並不

是第一版的規劃，本來想要放的是have a GOOD PAY，因為那是集團明年往下走的重點事業單位，但邏輯上來說，還是讓消費者先看到我們立基的起點，接著再走出去，這個脈絡與動線跟集團未來的發展的概念是一致的，所以我們才把最重要的兩個事業體，以GAME作為起點，接著透過have a GOOD PAY，往下一步的橘子前進。」

阿餅也認同這個承先啟後的概念，創新需要站在原有的基石，才開展新的未來！

阿餅：「關鍵是創新，我們是全『新』，但『創』的話我們要讓人家知道創的那個基礎，再加上我們這整個communication的定調就是beyond games, into life, 所以消費者來，我們要把他們熟悉的那個面貌先讓他們知道。」



▲展區規劃有巧思，貫徹橘子成長歷程

真實零距離，美好生活近在咫尺

走入橘子20展場，每一地方都可以隨意的拍照互動，沒有冰冷疏離的藝術品，各個展區都呈現有溫度的網路生活，例如，你可以體驗GASH打造的新生活概念、欣賞酷瞧的新節目、品嚐普橘島冰茶，這些都是橘子真摯想傳遞給大眾的美好體驗，Iona：「最主要的，橘子已經不再是遊戲這個元素而已，將有更多有趣的服務，會深入消費者的生活，這是這個展要帶給消費者的訊息。」

品牌總監阿餅說，橘子要傳達的是一個品牌氣味，原先橘子在網路上是虛擬的、摸不到的，如今20年了，能透過這個展讓大家親身體驗，走進橘子的品牌故事裡！阿餅說：「尤其在TALK區，大家感受很真實，因為在公司裡就是這種氣氛，所以我覺得大家會感受到我們是很真實存在的品牌，而且橘子人很自然、很內化，那並不是因為這個展覽去做出來的，所以這是我們在細節規畫，希望可以呈現出來比較隱性的，卻又很重要的元素。」



▲ TALK區的分享會，台上台下沒有距離

全橋總動員，千載能逢的成長機會

以往無論是或不是橘子主辦的，大多數展覽的主軸也都圍繞在「遊戲」，今年則是大大改變遊戲的比重，遊戲不再是百分之百，取而代之的是多元的內容；同時也改變了橘子以往辦活動的既定模式，而困難當然也隨之而來，Iona：「困難的點就在於，以往我們只需要一種目標，現在每一個子公司都有不同的目標，怎麼讓這些子公司的目標可以符合整個集團的需求，但同時對於消費者是有意義的，這個部分其實是很大的學習，有困難就是要去克服，克服之後對這些事業體就會有更深的了解，透過展覽，橋外人、橋內人都可以理解，橘子現在到底在做什麼。」

20年的展覽規模盛大繁複，非一人之力可以完成，需要全橋總動員與緊密合作才能完成目標，對於橘子人來說是難能可貴的成長機會，阿餅說：「我覺得辦活動是很興奮的，它就是大型的team building，很少有機會大家一起去完成一件事，平常每個事業體大家一起去創營收，感覺都沒有像這個活動體驗來的真實、有挑戰性。」

真心投入，將辛苦轉化為活力笑容

時間越是接近開展，就越不能鬆懈，事前必須要更仔細去檢視每一個環節，儘管如此，正式活動的那幾天，依舊可以到充滿活力滿面笑容的橘子人在現場穿梭，Iona：「當天我覺得大家的表情很有趣，都是笑著的，大家自己努力這麼久的專案，真的有消費者願意主動走進來，第一天因為是遊戲嘉年華，想當然一定有很多人，那第二天就真的是憑本事了，我們本事還真不差，因為兩天的人數是差不了多少的！」

活動沒有過多的宣傳、但能顛覆大家想像給予驚喜，豐富的活動內容自然能吸引人們自動的走進展場，阿餅：「尤其第二天，丹妮妮姊姊和基金會的小朋友在拚場，兩邊的人數是差不多的，各有各的族群，他們不是一群來看熱鬧的，是選擇屬於他們的content來參與的。」



▲ 展區現場排隊人潮，即使到了第二天仍人氣不減

注重每一個細節，力求完美落幕

辦活動是辛苦的，準備的過程，甚至是執行的當下，不外乎有許多的細節與突發問題要處理，考驗團隊隨機應變與危機處理能力，追求完美的橘子團隊，當然不會放過任何一個細節，如菇菇寶貝拼圖樂當天，深夜寒流排隊玩家眾多，工作人員增加保全、送薑茶，小小的貼心舉動，讓玩家的評價很好 感到很溫暖，另外像阿餅提及：「我覺得最真實的狀況就是我們在展覽的前一天，有一整面的橘子歷史牆被拆掉，你活了一輩子，怎麼去敘述自己的歷史，需要選幾件事情在你人生很重要的里程碑的時候，我覺得這個東西是非常難的，因為裡面就有一些資訊呈現的方式並不是我們預期的，當機立斷，不對的東西不能給人家，然後在開展的前一刻又立即佈展完成」。

Iona則是分享記者會當天的經驗：「因為人數很多換了會場，結果原本做的舞台太小，只有八公尺，現場搭LED變成十公尺，緊急要求工作人員要在記者會前搭出來，這件事情真的是沒有這麼容易」，因為對團隊能力的信任，才能放心交辦這樣的任務，努力呈現出最好的畫面，記取這些經驗，將轉化為重要的養份，培育再下一個橘子20！



▲ 阿餅、Iona談得投機，共同期許下一個橘子20

跨界無橋限I:精彩的網路生活盛會！

2015/12/31



橘子20週年展覽「跨界無橋限」，於2015年11月28、29在華山登場，此次展覽一發佈，便引發橋粉們的熱烈關注，關於遊戲、行動支付、電商、影音、商品、論壇等熱門話題在網路上串聯發酵！無論是端、手遊區闖關活動、GASH展現行動支付、樂利展示跨境電商、酷瞧名人秀、新創事業、官方紀念商品對外販售，以及基金會的論壇分享，都引發橋粉與網友的熱議！

為期兩天的展覽，吸引了12,000位民眾進場參觀，參觀族群相當多元，現場除了7,000名年輕族群，也有超過1,000組家庭進場響應。各展區、與各事業體全力展現「跨界無橋限」的豐富歷史與未來想像，一場接一場展覽與演出，令人耳目一新、驚喜不斷！



全生態網路生活圈

2日吸引**12,000**人參展體驗

排隊人龍長度

600公尺

家庭超過

1,000組

年輕人

7,000位



兩日活動累積**近萬名**群眾體驗並下載橘子所提供的全方位服務，包括遊戲下載、支付體驗、電商體驗等，並創造

ONLINE to OFFLINE!

大會官網流量

20萬

按讚人次

2.5萬

互動分享數突破

6,000次

觸及人次超過

60萬

不僅如此

橘子20跨界無橘限

送出超值好康

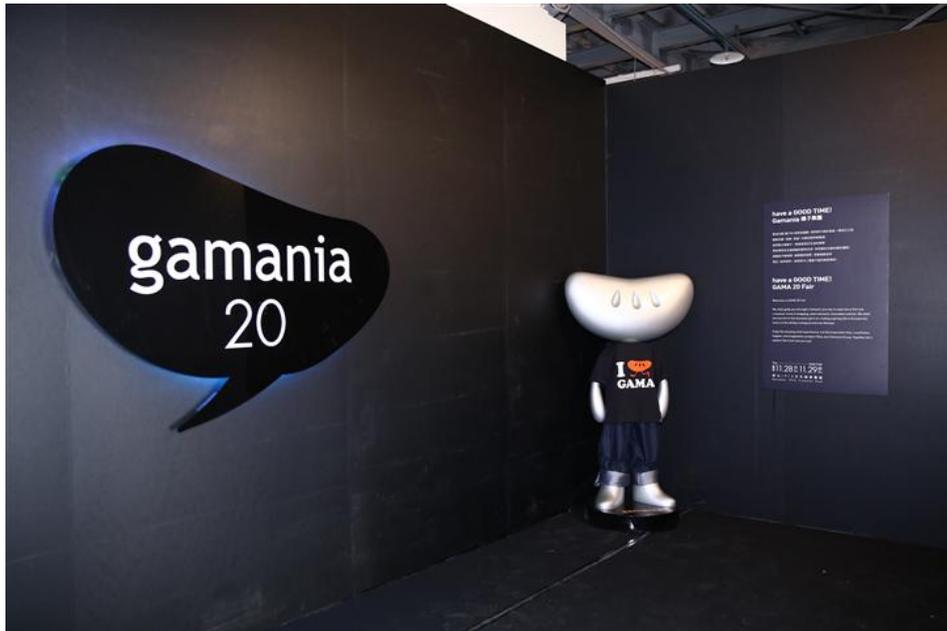
近**5,000**件



playwork首次推出的各項限量紀念商品，鐵粉戰士熱血紀念版不僅全數售出，三款限量小鐵粉公仔熱銷近**九成**。

展場現場直擊

主場館分1、2樓有七大主題展示區，各處都充滿了巧思，一踏進「have a GOOD TIME!」展覽，馬上令人眼睛一亮的橘子公司內部才見得到的大橘人，終於揭開神秘的面紗，在入口處歡迎大家。



《品牌展示區》

第一展區《品牌展示區》，以新潮前衛的視覺裝置帶出展覽八大主題「have a GOOD ____!」的精神，各有其象徵，其霓虹燈設計多樣色彩，加上立體元素建構主題，就像博物館的裝置藝術，引起參觀民眾的好奇，進而想一探究竟！



《have a GOOD GAME!》

遊戲一直都是橘子最為人熟知的，遊戲區展示了歷年來橘子最熱門的《天堂》、《新楓之谷》、《絕對武力》、《艾爾之光》、《新瑪奇》等大作的場景提供玩家拍照，陪伴玩家回味與遊戲橘子一同度過的美好日子。



再繼續深入會抵達手遊區，首度曝光的《召喚圖板》台版宣傳影片讓玩家們非常期待，還有現場還可以見到《娘的要命的三國、勇者前線、天空幻想、彈珠向前衝》以及《怒射海戰》等人氣手遊。



《have a GOOD PAY!》

《支付無極限》是電子支付生活體驗的重點展區，GASH PAY藉由情境展示讓人了解透過手機行動支付就可以在全家便利商店購物、買點數、坐台灣大車隊直接輕鬆付款、在自動販賣機掃QR CODE就能買可樂等，未來行動生活，近在咫尺！

《have a GOOD SHOPPING!》

二樓則有橘子集團旗下的「樂利」電商，除了前進國際舞臺的「吉室商行」，秀出台灣百年老店的好食好物，過去戰功彪炳的「Her Buy」也令民眾一睹樂利的曾創下驚人的跨海戰績，也讓民眾預見跨境電商服務的前景！



▲吉室商行現場擺放了桌椅，走累了可以在這裡喝杯茶歇歇腳

《have a GOOD SHOW!》

是什麼展區這麼熱鬧？一走近，原來是酷瞧正在放映原創的影音娛樂，規劃即時互動劇場、小電影還有座談會等節目趣味十足，讓人移不開目光。





《have a GOOD IDEA!》

緊鄰酷瞧的是《創意無橋限》新事業展區，橘子的創意來自於網路世代的車庫精神(Garage Spirit)，因應而生的群募貝果讓創意發聲，使其成長茁壯、Swapub APP賦予生活以物易物的小確幸、通訊軟體BeanGo 主題角色讓每一次的交談都有新樂趣！





▲通訊軟體BeanGo的每一個角色皆充滿魅力！

《have a GOOD CHALLENGE!》

在這裡還有遊戲橘子關懷基金會，「當我們不想只有腳的時候，那就讓它長出翅膀！」遊戲橘子基金會幫你注入勇氣，一口氣把夢想做大，展區裡傳達了基金會的理念與歷屆的豐碩成果。



▲遊戲橘子關懷基金會大夢計畫地圖，最遠還征服過北極！

《have a GOOD TALK!》

除了靜態的展覽，更有精彩的分享TALK！身處行動浪潮上，橘子想和大家一起分享冒險探索的歷程！透過語言、文字、影片的互動，並且一起交流，共同激盪面對新世紀的勇氣和觀點！



▲來到TALK區不但能稍做休息, 還能彼此分享心得

《普橘島X日子咖啡》

展覽現場居然有手沖咖啡?! 橘子特地與日子咖啡合作, 將日子咖啡專屬的生活哲學帶到現場與大家一同分享, 當然, 另外不可少的就是屬於橘子的味道, 普橘島的橘人特調「普橘島冰茶」是唯有到橘子20的展覽才可一嚐的特色飲品, 提供現場參觀民眾不同的選擇。



《橘20 X plawork》

參觀展覽，到商品館選購個官方紀念品，劃下完美句點！二樓展示販售跨界生活20週年紀念商品，網路發燒話題的「鐵粉戰士熱血紀念版」令橘粉爭相一睹真面貌、充滿價值性的便利商店_zippo打火機、Akinori Oishi橘瓣微笑護照，Pure Design三角零錢包、台灣網路插畫家馬子狗系列商品、plawork黑白風格安全帽等，每一樣都值得收藏！





▲現場的工作人員細心的介紹商品內容

離開前每個人也都沒有忘記，在拍照區拍照留念為此次的參觀行程用笑容留下一個美好的紀念！「跨界無橘限」的精彩二天展覽，不但讓民眾知道橘子已成為引領網路生活的趨勢家，也讓大家帶著歡笑、網路新知、生活驚喜的回憶滿載而

歸！



跨界無橘限 II : 戶外超人氣展覽活動

2016/01/03



看點十足的不仅有主场館，戶外的活動一樣相當精彩，接著讓我們走到戶外，一同體驗宛如嘉年華般熱鬧的have a GOOD STAGE!

《新楓之谷》菇菇寶貝拼圖樂

新楓之谷祭出超人氣角色雪吉拉與菇菇寶貝，與現場玩家一起同樂，活動開始前兩個小時，就已吸引超過 500 位玩家聚集排隊，分批進行巨大菇菇寶貝與雪吉拉百人舉牌拼圖的任務，以空拍圖看來相當的壯觀！



《信喵轉轉迷宮》瘋祭典

《信喵轉轉迷宮》中知名遊戲角色的織田信長喵和宇都宮喵綱，親臨橘子20華山戶外劇場！欣賞完喵武將帶來精彩演出，大人小孩都爭相上前與織田信長喵和宇都宮喵綱合影。



《Coser 大亂鬥》

現場舉辦 Cosplay 大亂鬥活動，超過 30 多組的玩家扮演自己所愛的遊戲角色如《新瑪奇》、《艾爾之光》、《新楓之谷》等，每位 Coser 現場走秀並為自己拉票，維妙維肖的裝扮吸引民眾圍觀，走秀結束後還在華山繞場進行遊街拉票。





▲每位Coser都很到位，唯妙唯肖的裝扮非常吸睛！

《酷瞧星光演唱握手會》

不讓遊戲專美於前，酷瞧的獨家節目同樣吸引的眾人目光，來自星光的好歌聲，星光六強和評審小宇現身大玩PK，現場儼然是一場星光演唱會，星光六強的握手會為節目帶來了最後的高潮！





《酷瞧名人見面會》

酷瞧執行董事詹仁雄現身站台，帶領酷瞧頻道「小姐沒在怕」主持人夏語心與茵茵、素人新星丹妮婁姊、知名網路插畫家人2都將上台與大家同歡，現場說唱熱力不斷電！



橘子20, 感動時刻全紀錄！

2016/01/03



這次的橘子20週年，展覽精彩絕倫之處細數不清，參加的人無論橘外人、橘內人皆各有心得，展覽的亮點與令人難忘之處，跟著這些親身參與者一起走一遭，一同回味橘子精彩20！橘人誌特別訪問了20個人物，請他們現身說法，道出此次展覽最大的亮點、精彩、令人難忘與最具意義的地方？

20人物X 20個精彩時刻 (上篇)

大橘子代表—遊戲橘子營運長 簡志浩 (Marco Chien)



志浩：玩家徹夜排隊對我們的支持是最難忘的！最精采的亮點應該是用空拍機拍攝玩家排出來的菇菇寶貝，除了展現遊戲玩家的動員力，也突顯科技的進步所帶來的不同感受！橘子邁入20歲的里程碑，透過活動感謝與回饋一路支持的玩家，20展覽就像它的精神，從遊戲開始，邁向全方位的網路公司，遊戲事業扮演橘子的核心事業之一，將持續衝刺維持應有的表現，全力與各事業體合作，共同朝國家級網路旗艦公司邁進！

大橘子代表—酷瞧執行長 蔡嘉駿 (Homme Tsai)



Homme：有兩個部分，對酷瞧來說星光的演唱會在華山的場地，氣氛非常好，對酷瞧自己的品牌還有參觀的民眾來說都是一個很好的體驗，另一個部分就是行動支付的流程相當有趣，包括自動販賣機，還有台灣大車隊真人導覽，這是讓人最印象深刻的，這次的展覽除了是台灣最大的遊戲公司，過去20年歷史的回顧，同時是未來生活的縮影。20週年展覽讓我們夠確切的感受到我們是身為集團的一員，雖然是個新公司，但在這次的展覽裡有一個很重要的位置，透過活動能直接面對面的跟用戶接觸，酷瞧未來也會思考舉辦類似這種和民眾面對面的活動！

大橘子代表—GASA營運長 呂俊賢 (Simon Lu)



LULU:最大的亮點,我覺得是整個集團的轉型!2000年起橘子改變了台灣消費者對遊戲的使用行為及習慣,從網路遊戲、影音、新聞、電商、支付、群募等,去串聯消費者生活的每一個重要環節,這是個全新的開始,也是重要的里程碑,更是透過這次展覽更具體的呈現出來。尤其在VIP之夜,我們有很多合作夥伴跟嘉賓到場,他們對集團的轉型也給予高度的期待跟肯定,這真的讓人很興奮,尤其身為老橘子的我,更是有股莫名的感動,覺得整個人都High了起來!

樂點GASH自2011年從集團分割成子公司後,在2015又再延伸出了樂支及樂媒採兩家關係企業,透過這次展覽,不僅對內部集團夥伴做個完整說明,對外更是有個系統性的介紹,所以橘子20的展出對GASH來說也是個關鍵里程碑的紀錄,這在GASH營運發展的歷史上可說是關鍵的一年。

橘內人代表—蟻力 謝欣燁 (Shinyeh Hsieh)



小燁:從這次20週年展場中,最令我難忘的是,隨買隨付的便捷體驗,還有Swapub的共享經濟換物平台,如同這次展覽的主題「跨界無橘限」,可以預見集團要帶領著大家走向無侷限、更便捷、且資源不浪費的未來,結果非常令人期待!橘子走過二十個年頭,很開心我能夠參與其中,並能見證到現在這個重要的時刻,希望橘子這個大家庭,能繼續帶領我們這群小橘人一同走向,下一個10年20年,到達另外一個不同的里程碑!

橘內人代表—GASH 陳愛佳 (Amy Chen)



▲小愛(右)帶著朋友一起來參加橘子20的展覽

小愛:最大的亮點是GASH PAY的支付體驗區,讓我們認識行動裝置改變了消費者的消費行為,減少口帶裡沉重的零錢。讓我最難忘的是TALK區,楊力州導演的紀錄片分享會,其實我鮮少看紀錄片,但分享會的影片幾度讓人流淚,透過導演細膩的解說與分析,讓我們在單純欣賞影片內容外,多認識了鏡頭背後的涵義。最值得紀念的地方莫過於展場中心囉!每一個角落都是遊戲橘子這20年來的努力與精華,我最喜歡群募貝果的展示,解說員耐心地分享成功的募資案例給我們認識,也介紹了新的募資案件提供參考,收穫許多。

橘內人代表—GTW 張喬涵(Joan Chang)



▲Joan(左二)與同事一同參加橘子20的展覽

Joan: 能夠把咖啡吧台搬到展場裡面真的很厲害！很驚訝來參加展覽還可以喝到手沖的咖啡，另外還有品牌展示區的小東西都好可愛，很細緻的呈現出了每個事業體的生活型態。印象最深刻的就是每個子公司的Logo所做手環一個個小小的pin，尤其是GTW跟寵毛網的特別討喜，跟著同事一關關的去收集這些子公司logo的pin讓人很興奮，而且可以增進感情！

橘內人代表—GHQ林笈申 (Jason Lin)



Jason: 最精彩的部分当然是商品！種類非常多元，屬於橘子特有而且都是限量的，贈送親朋好友都非常有面子。這次的展覽受歡迎的程度超出了想像，因為如此，能身為橘子集團的一份子感到非常的榮耀，而華山是北部辦展覽很指標性的一個地方，橘子能在這個地方插旗，對橘子的歷史來說寫下了很重要的一頁！

橘內人代表—GHQ莊郁柔 (Penny Chuang)



▲柔柔(右)與同事Darren一同參加橘子20的展覽

柔柔: 印象最深刻的地方是樂支付的展覽~將全家超商搬進會場, 還有大車隊的乘客體驗區, 很有創意, 以及全場人手一顆gama20的氣球! 我的少女時代除了即時通、韓劇外, 不可或缺的就是遊戲橘子的遊戲, 從來沒想過長大後能夠進入這個另人嚮往的公司, 陪著公司一起蛻變、一起渡過20歲~很興奮能夠參與這一切!

橘內人代表—普橘島 張正儀 (Frances Chang)



正儀:我覺得除了GASH是一大打點之外,另一個大亮點就是「吉室商行」,整個設計的風格非常醒目,木桌椅的擺設想讓人坐下來喝一杯茶,餅也非常的好吃!最值得紀念的就是展場內正對普橘島的品牌商品區,這次的設計讓人驚艷,自己也買了兩個杯子,是值得紀念的回憶。

橘內人代表—Jollywiz 張硯晴 (Kristee Chang)



▲Kristee(左二)借爺爺奶奶一起參加橘子20盛會

Kristee:外面廣場的gamania大字超氣派的啊！而對於樂利來說，把展區設計成一家店帶人體驗很不一般，任何人都可以很輕鬆的坐下來喝杯茶，覺得展覽的內容和參觀者之間沒有隔閡。樂利剛加入集團就遇上這樣的盛事，本來擔心會有一點格格不入，但是很快就被大家所接受，這次的機會讓我們和集團間的關係更近了，且展覽的意義不僅是對外宣誓我們是國家級旗艦網路公司，對內更是大大提高了每個人的向心力。能參與這麼大的展覽連來參觀的爺爺奶奶都替我感到驕傲！

橘子20, 感動時刻全紀錄 II !

2016/01/03



20人物X 20個精彩時刻 (下篇)

合作夥伴—日子咖啡主理人 大捲



▲大捲(右)於橘子20現場與品牌總監留下愉快合影

大捲:第一次日子咖啡可以跟外面的活動合作,最難得的是能收到消費者立即的反應,而這也是第一次體驗一個早上就要泡幾百杯的咖啡。最有趣的是,本來以前被拍照是不太習慣的,但整個人潮氣氛讓我覺得自己成為展覽的一部分,在

不影響其他人的合理範圍下，漸漸可接受被拍照，而且為了兼顧品牌形象，早上起來都還要吹一下頭髮！

觀展民眾—九百



▲九百(左)以回娘家的心情來參加展覽

九百：在現場可以體驗到橘子員工專屬的普橋島服務，還能見到原本不對外販售的鐵粉戰士，開發出了不同的造型，每一款都讓人想收集。因為我是之前的實習生，可以在這樣的場合見到以前的同事很開心，最有趣的是品牌商品開發出的新角色，角色的背景故事充滿想像空間。

觀展民眾—鹹菜



鹹菜: DRM的分享會讓人熱血重燃, 喚起當初忘記的熱情, 對於沒參加過大夢計畫的人能夠喚醒他們想要冒險的勇氣, 同時看到別人分享更可以激勵自己。因為我是基金會之前的學員, 一開始很驚訝遊戲橘子居然有一個基金會, 且並非只有橘內人可以參加, 是對外開放的, 而參加展覽最大的收穫就是可以認識志同道合的人, 也體認到自己原來也有分享的力量。

觀展民眾—Amy



▲ Amy(後排右二)與全家人一同參加橘子20的展覽

Amy: 透過活動可以體驗到生活的便利、行動與生活的結合, 現場的遊戲展示非常的多樣化, 尤其是小朋友拿到汽球回家超興奮的, 很適合大人小孩前來參觀。原以為這只是一般的展覽, 但內容比一般的展覽更為豐富, 尤其是商品區的角色很討喜, 風格很強烈, 令人難忘。

觀展民眾—敬崴&芯妤



敬崴：最精彩的部分應該是行動支付區吧！台灣大車隊的司機大哥一直很努力解說即時付款的便利功能，而要做這件事的，卻是我們熟悉的遊戲公司橘子，有這樣的理念覺得很期待！展覽有非常多的好康可以拿，活動當天剛好遇到人2的演講，覺得很幸運，最後還有飲料還有汽球可以拿，收穫滿滿！

芯妤：展覽大型且氣派、展區多元風格但主題卻很明確，讓人一目了然。

最喜歡行動支付體驗區，用手機掃QR CODE就可以體驗販賣機，雖然可樂送完了，但還是令人躍躍欲試！

觀展民眾—承欣



承欣：在have a GOOD CHALLENGE!的展區看到了很大了大夢計畫地圖，地圖中標出了所有基金會征服過的地方，令人感動且感到熱血！這次展覽是以志工的身分回來，可以用不一樣的身分去傳達出勇氣這一件事多麼的重要，對我來說是很珍貴的經驗。

觀展民眾—逸帆



▲逸帆的女兒對展場內的計程車情有獨鍾

逸帆：在野外廣場舞台的酷瞧活動氣氛很熱絡，真實到展場體驗之後，覺得台灣原來未來生活可以這麼方便，一踏進去的時候，品牌主題館每個陳列的生活示意都很有設計感，吸引人駐足。小朋友對支付體驗區的計程車裝置情有獨鍾，堅持一定要坐，最後拿到汽球也讓他很開心，這是個老少咸宜的展覽。

合作夥伴 一階整合行銷 Lisa



Lisa：每一個展區都可以見到，集團各公司將自己內部的重點發揮得淋漓盡致。覺得最有氣勢的還是戶外Gmania 20的招牌，遠遠的就可以看到，讓人忍不住想要多停留拍照。和便利商店形象結合的小橋人公仔很有收藏的價值，做得很精緻可愛，另外，不論是手遊還是端遊都勾起了眾多遊戲橘子迷的回憶。

合作廠商 奧茲藝術執行長Ozzie



Ozzie: 亮點實在很多，印象深刻的是八個霓虹燈主題對話框與每個對應的事業群相關有趣的物件集合展示，另外就是很吸引人的橘子品牌商品以及基金會DRM那種實踐與熱血的感動。最精彩的其實不在硬體，而是橘子每一個的團隊對每一區提出的軟體與內容，將展場賦予生命，就像橘子品牌一樣，滿滿的創意與魅力！

對橘子一直有著台灣之光的驕傲！如今20歲了，我們也看見橘子正努力邁向一個屬於台灣這土地孕育出來的新世代國際網路大型品牌。除了集團各事業群的研發與整合，我看到最特別的是其他本土企業少有的「品牌中心」的專業團隊，相信是邁向這個理想最重要的舵手之一，因為橘子有夠高的高度，看到品牌的核心價值與溝通才是這個世代與這條路上能成功最重要的一個關鍵！

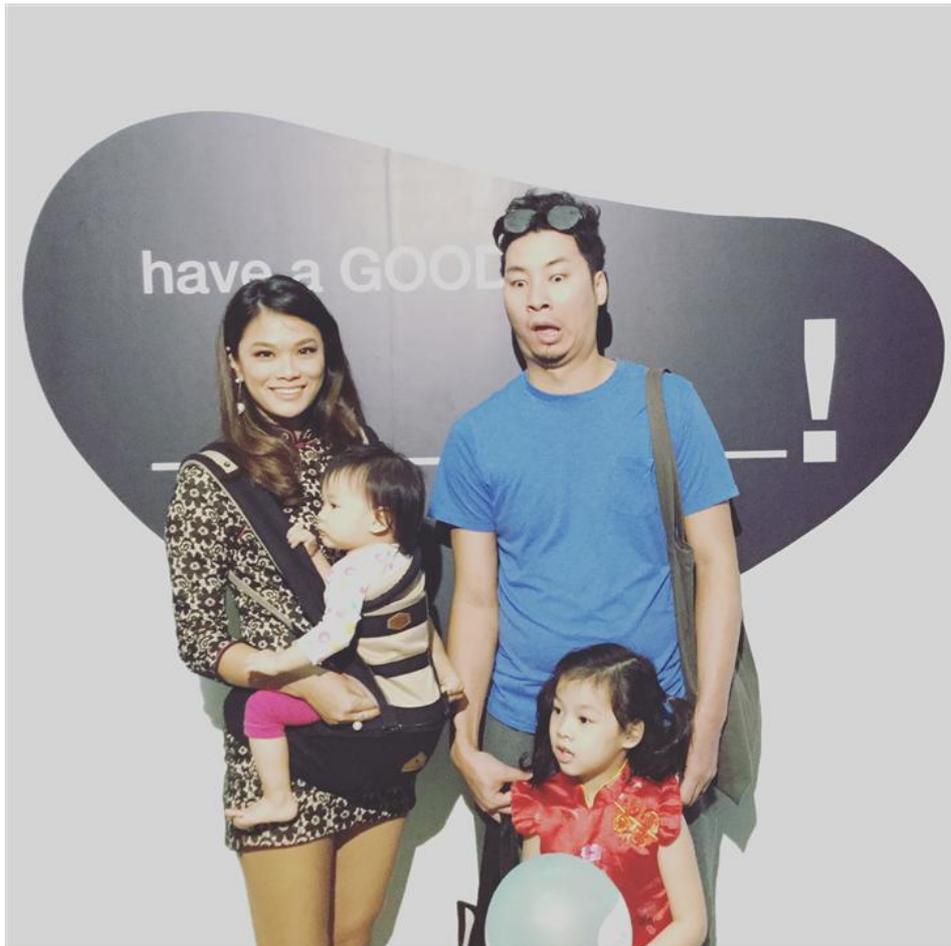
最後，現場來觀展的民眾身分都非常多元，有大人小孩、學生或家庭主婦，展場最精彩的地方不只是展覽本身，橘人誌要分享的最後一個亮點是「參加的人」，一個好的展覽怎麼可以少了這些有創意的參與民眾呢？這些有創意且熱情的參與者為整個活動增色不少！



▲不具名的三位參展民眾，拍照的瞬間很有創意地帶戴上了造型紙袋



▲新楓之谷的專業玩家，帶來了遊戲公會看板到現場做宣傳



▲橘子前員工Stanley全家福, Stanley(右一)表情非常逗趣

大捲介紹

日子咖啡主理人, 熱愛咖啡, 視咖啡為終身志業。
接觸咖啡是在一次巧合的機緣下, 因工作需要開始找尋咖啡原料,
也因此開始認識咖啡, 瞭解咖啡的本質, 瞭解如何正確做好一杯咖啡,
用沖煮還原咖啡在烘焙時所確認的風味。

日子咖啡

位於中山區赤峰街的日式咖啡店nichi nichi是日文拼音,
漢字兩個“日日”象徵每天有咖啡的日子,
文藝又輕鬆的美好生活!

Ozzie介紹

奧茲藝術顧問有限公司 執行長
聲旺文教股份有限公司 總監
氛圍建築室內設計 藝術總監
不太乖教育節 創辦人
一日美術館 創辦人

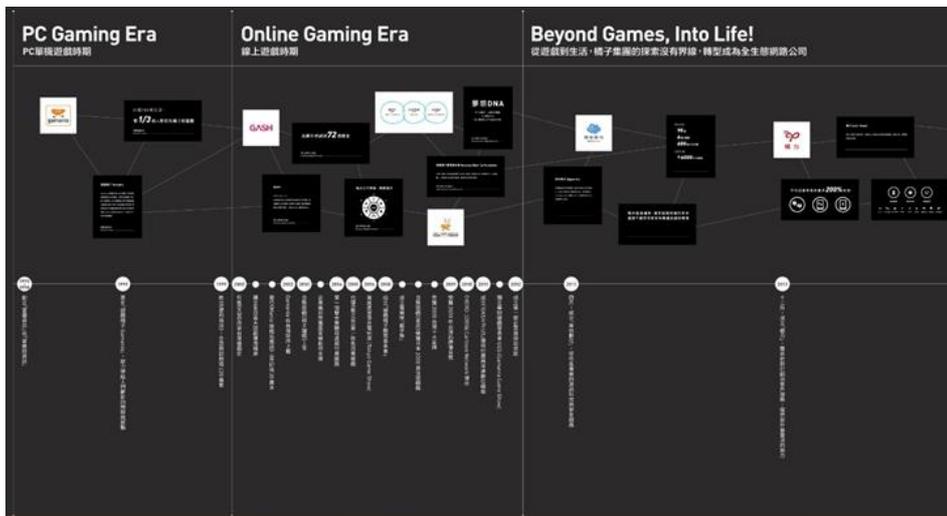
專長: 策展, 社會創新實踐、設計思考實踐, 博物館/空間規劃、
社群/內容行銷, 品牌轉型管理, 當代藝術行銷。

未來無橘限，展開跨界網路生活！

2016/01/03



在過去，橘子與遊戲劃上等號，它屬於玩家、特定愛好者：橘子曾經以《便利商店》創造全亞洲熱銷超過120萬套的輝煌歷史，引進《天堂》改寫台灣遊戲史，代理《楓之谷》創造許多玩家的經典回憶；而現在，gamania橘子集團則是屬於網路世代的所有族群，橘子所經營的各大事業體包括行動支付、電子商務、影音媒體、群眾募資，涵蓋食、衣、住、行、育、樂全方位生活體驗，從遊戲、社群、網路到新創，讓你隨時發現生活驚喜，暢遊無所不在、無遠弗屆的便利網絡，構築美好的未來生活！

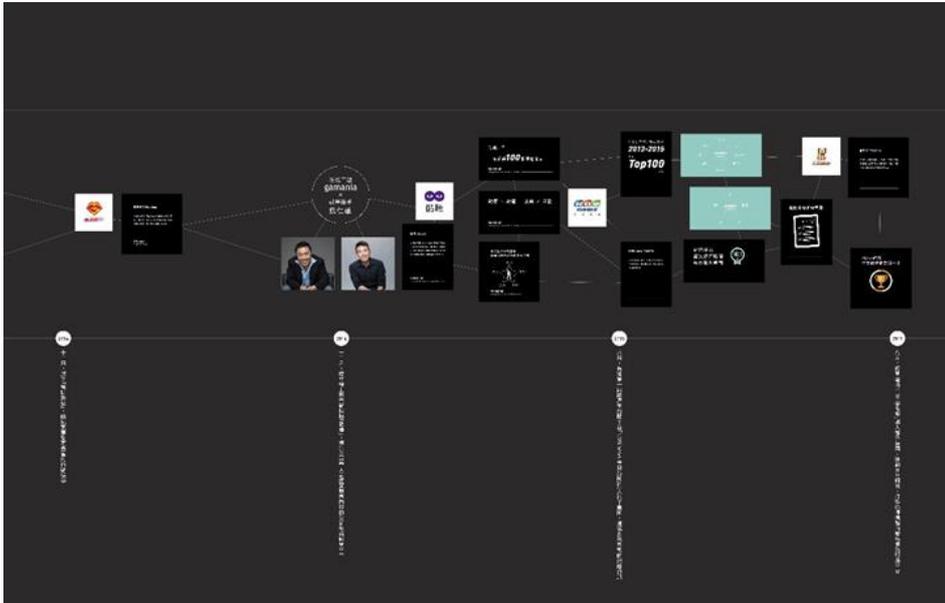


▲橘子集團從PC gaming era、online gaming era到今日beyond games, into life

網路生活 是當下，也是趨勢潮流！

橘子集團從遊戲出發，與時俱進於如今發展成全生態網路，未來將滲透到生活的各個面向：想像一天，消費者在販賣機、自助洗衣機、置物櫃、停車場等據點，都能享受到橘子行動支付所帶來便利？而當使用「樂利」跨境電子購物時，透過隨選即買的簡易操作，打破距離的藩籬！在百花齊放、創意隨時迸發的網路世代，「群眾貝果」成為資助夢想的推手，讓創意家成功接軌市場。

另外，覺得生活缺少歡樂趣味嗎？「酷瞧」原創娛樂開啟全新視覺饗宴；心愛的毛孩子生病了？「寵毛網」提供全方位資訊，滿足你也關心你的所愛；想知道世界上正在發生什麼新鮮事，就上「NOWnews」知識即時通！



▲橘子每年益發成熟，事業觸角延伸逐漸滲透每一天的生活

跨越世代，探索沒有極限！

未來的橘子將會是怎樣的夢想藍圖呢？未來的橘子將會屬於跨世代、跨領域、跨界限的橘子！我們已經蓄滿強大能量，透過全方位跨平台的數位內容、最強的研發以及營運團隊，持續尋找與橘子集團同樣懷抱夢想的事業夥伴，致力成為全生態網路企業！從輕舟到橘子網路艦隊，20年歷史就像一本記錄了橘子從遊戲走到全生態網路公司的航海日誌，歷經二十年、七千二百個日夜不間斷航行，在不斷地擴充壯大後，再度揚帆啟程，航向下一個偉大二十，也將從亞洲航向全球！

圖片來源：

<http://goo.gl/drVpwr>

《王者之聲：宣戰時刻》(英語：The King's Speech)

2016/01/03



橘人誌推薦

於2010年，橫掃全球各大影視獎項，並在第83屆奧斯卡金像獎中獲得12項提名，並勇奪最佳影片、最佳原創劇本、最佳導演及最佳男主角四項大獎。

片中導演不斷傳遞出一個重要的訊息，那就是：「我有聲音，有權被聽見」。根治口吃並非需要許多專業醫療方式，其實患者只需要一個傾聽他們說話的人，了解他們口吃的原因並協助他們，此外透過喬治六世身為「國王王子，凸顯出就算是位高權重的人，也都跟一般人一樣，渴望有人能傾聽自我的聲音；「我有聲音，有權被聽見」也反映出現代社會的氛圍，每個人渴望說的權力，並透過各種管道實踐渴望。

內容介紹：

導演：

Tom Hooper

演員：

柯林·佛斯 Colin Firth

傑佛瑞·羅許 Geoffrey Rush

海倫娜·寶漢·卡特 Helena Bonham Carter

改編自英國歷史真實故事，講述喬治六世國王治療口吃，因此到處尋求醫療治療，因緣際會下遇見一位對於他未來一生影響極大的語言治療師，萊恩尼爾·羅格(Lionel Logue)。



導演介紹

湯姆·霍伯(英語:Tom Hooper, 1972年10月1日-)是一位英國電影、電視劇導演。生於倫敦。

曾執導影片

1992: Painted Faces

1997: Quayside

1997: Byker Grove

1999:《臨陣軟腳》(Cold Feet)

2001:《戀戀冬季》(Love in a Cold Climate)

2002:《丹尼爾的半生緣》(Daniel Deronda)

2003:《頭號嫌疑犯6》(Prime Suspect 6: The Last Witness)

2004:《紅塵》(Red Dust)

2005:《伊莉莎白一世》(Elizabeth I)

2006:《朗福鎮》(Longford)

2008:《約翰·亞當斯》(John Adams)

2009:《魔鬼聯隊》(Damned United)

2010:《王者之聲:宣戰時刻》(The King's Speech)

2012:《悲慘世界》(Les Misérables)

2015:《丹麥女孩》(The Danish Girl)

----節錄自維基百科

圖片來源:

<https://goo.gl/n0kxoo>

<https://goo.gl/wzOUdn>

隨著製造時間變動的品牌名稱，向你證明它就是最新鮮的柳橙汁品牌！

2016/01/03

**A BRAND
WHOSE NAME IS
IN ITSELF A PROOF
OF ITS FRESHNESS.**

大多數人喝鮮榨果汁，都是為了喝進健康、活力和滿滿的維他命C，所以挑選柳橙汁的標準不外乎新鮮、現榨、100%原汁。

但，除非眼見為憑，不然已經裝瓶好的包裝果汁，不論是果汁店或是一般商店賣的，你要怎麼確認這些標榜著新鮮現榨100%純原汁，是不是真的夠鮮？還是濫竽充數裝了什麼你不知道的黑心貨！？

每個柳橙汁品牌都聲稱自己才是最新鮮，怎麼做才能讓你秒懂

根據數據統計，全世界每天總共賣出5億5千萬公升的柳橙汁，其中有一半都集中在歐洲。在競爭如此激烈的環境下，就算文案寫得再花俏，促銷價格再吸引人，不可否認的是，「真正新鮮現榨」才是讓柳橙汁致勝的王道。

但如果不能在你面前「你現點，我現榨」的表演給你，有什麼妙招讓你看一眼就相信，這瓶包裝柳橙汁，夠新鮮？

法國第三大連鎖超市-Intermarche，發現了一個消費者洞察，推出了前所未見、想都沒想過的，會隨著時間而改變的品牌！



Intermarche不拐彎抹角，命名出讓人聯想到新鮮的漂亮品牌名，而是直接大刺刺的在瓶身上標上柳橙汁被製造的時間，每一瓶柳橙汁的品牌名稱就是它被榨成汁的那一刻，藉由這個方式，讓消費者相信它的新鮮程度，夠直白了吧！

以分鐘為單位的新鮮

以《8:36》的柳橙汁為例，顧名思義，這瓶柳橙汁就是在8:36分，在Intermarche超市內製造、包裝、送上貨架的。並且隨著不同時間點的需求量，製造出相對應的柳橙汁數量，避免浪費的同時又確保新鮮的品質。



▲一切流程都發生在Intermarche超市內，保證柳橙汁品質超新鮮！



▲貨架旁大大的柳橙汁看板，讓你想不注意都難！

通常標榜著新鮮現榨的100%純果汁，都有著讓人不敢恭維的高價，商家也抓準了消費者透過價格判斷品質的習慣，想藉此讓你產生「我真的是新鮮現榨，不然怎麼敢跟你收這麼多錢？」的印象，把你當潘仔狠削一番！

但這瓶以製造時間為品牌名稱的柳橙汁，有著相對平易近人的價格，它只要1.5歐元(相當於53塊台幣)。



▲每個包裝都有強調柳橙汁製造時間的小故事，說明這產品的新鮮，源自它被生產的那一刻。

Intermarche只是簡單的改變了包裝的設計，就能使消費者一眼辨認柳橙汁的新鮮程度，解決了無法判斷果汁到底新不新鮮的困擾，加上平易近人的價格，對銷售絕對有直接的幫助。

就像當別的包裝果汁品牌，只能用製造日期來表白自己的新鮮程度時，Intermarche卻用分鐘來證明自己「尚青」，你是消費者，你會想買哪一瓶？

簡化概念，與孩子共創豐富品牌個性

2016/01/03

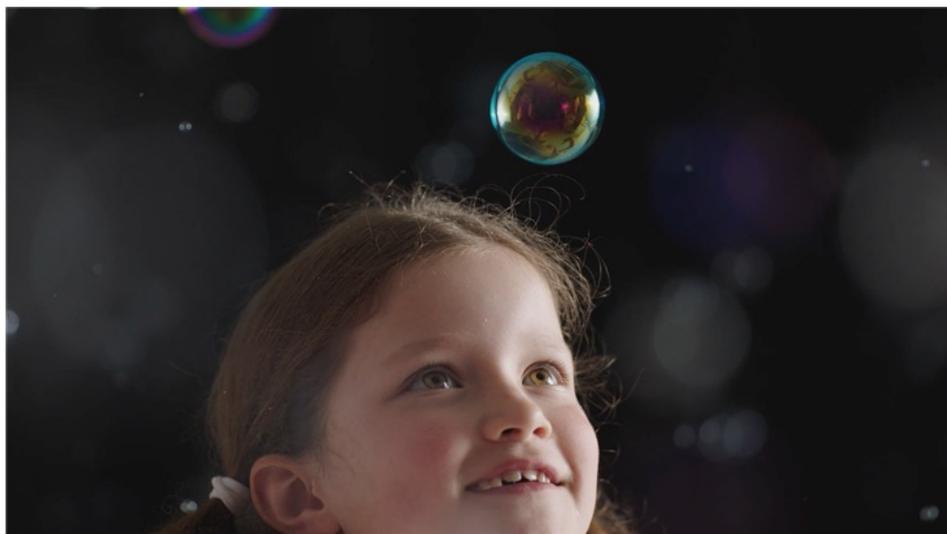


隨著年末的佳節氛圍逐增，不少品牌選擇在這個時間點做了更多的情感面溝通。這是個屬於全家人、朋友、情人的節日，但要問到誰是聖誕節最重要的角色？那絕對是每個孩子。讓每個孩子能持續作夢，讓每個孩子美夢成真，是每個大人都想為他們做到的。替他們守護實踐夢想，就像是守護了自己心中的那個小孩一樣。

前面幾期都有介紹到共同創作是品牌行銷的新趨勢，今天就要介紹2個品牌透過共同創作的特別企劃，在聖誕節前夕將孩子的想像變成真了。透過這樣的合作，為品牌打造豐富的品牌個性，並打動每個消費者心中的小孩，使品牌與消費者建立更深度的連結與共鳴。

猜猜泡泡嘗起來是什麼味道？是爆米花！？

Microsoft-Julia's Flubbles Machine



每個人小時候應該都有著很多現在想起來實在是瘋狂、不切實際的怪念頭，但如果在那時有人相信你了，支持你的想法並協助你將之實踐，這會是多棒的事？

微軟在11月為office365推出一部紀錄式短片來介紹他們與一位孩子的特別企劃—「Julia的味泡泡機 (Julia's Flubble Machine)」一台能創造出具有口味的(Flavored)泡泡(Bubble)機器，所以叫味泡泡機(Flubble Machine)。這個乍聽之下絕妙但又難以想像的想法，來自於一位年僅8歲的小女孩Julia，而且藉由Office365，她的想法逐漸成形！





透過這個短片，微軟不僅成功傳遞了「Great ideas can come from anywhere.」的企業標語，並透過這樣的實踐過程證明「And with right tools, everything is possible.」。雖說是孩子為主題的行銷溝通，但實際的溝通對象其實是更為年長的主要使用者，就像是訴說著：連孩子都可以如此輕鬆的使用了，並且獲得愉悅的體驗，我也一定可以作到吧！與孩子們的合作總是能幫助品牌取得消費者的好感，並容易簡化訊息，能以更直接、不帶負面限制的概念，打進每個消費者心裡的那個小孩。



我的塗鴉朋友是真的！無期限支持天馬行空的想像。
IKEA-soft kid for education



為了讓世界上更多貧窮地區的孩童能藉由教育得到更好的未來，IKEA 與聯合國兒童基金會以及急救助兒童會合作Soft Toys For Education的慈善公益活動，透過這項計畫，IKEA每一個賣出一個玩偶，就會有一歐元或美元捐贈給這些機構。這計畫已行之有年，但今年是第一次以孩童作為設計師，共同創造幫助更多孩童的玩具。今年的10件作品來自於全世界孩童，最終入選的10件有一件是來自於台灣喔。





在每個孩子心中應該都有著一個美夢，想像自己的塗鴉都擁有真正的生命，活躍於他們眼前與他們玩樂！除了好感度，這樣的合作帶給品牌更多豐富的個性以及與消費的情感連結。孩子為主題的溝通容易消費者在心中建立正向的品牌聯想(brand association)，如“年輕”、“原創”、“創意”、“樂趣”、“自由”等品牌形象。體驗從孩子的視角看世界，讓許多不可能都化為可能。



資料來源: IKEA

Gogoro X 設計大舌頭 – 看 app 如何改善機車的使用經驗

2016/01/03

隨著 Gogoro 城市新探 BETA PROGRAM 活動的結束，過程中大舌頭除了熱血外，還留下什麼回憶呢？沒錯，就是獨特的體驗！不知道各位由上篇的騎乘經驗分享文(Gogoro X 設計大舌頭 – 當未來機車進入生活體驗時)，對 Gogoro 是否已有初步的認識了呢？而這次，大舌頭將針對 Gogoro app 的體驗與延伸應用做個簡單介紹，讓大家可更瞭解 Gogoro app 的 UI 互動方式與未來發展的可能性。



app UI 操作性

能與機車連線，並進行機車客製化設定與健檢，為 Gogoro app 最主要的核心功能。其中，客製化的項目多元，UI 設計就勢必要簡化繁瑣的程序，並提供好的操作關聯、回饋及即時性(app 與機車客製化之間的對應與互動關係)，而 Gogoro 怎麼辦到的呢？繼續往下看就對了！大舌頭會針對 UI 的操作流程與過場效果(動畫)做些分享。

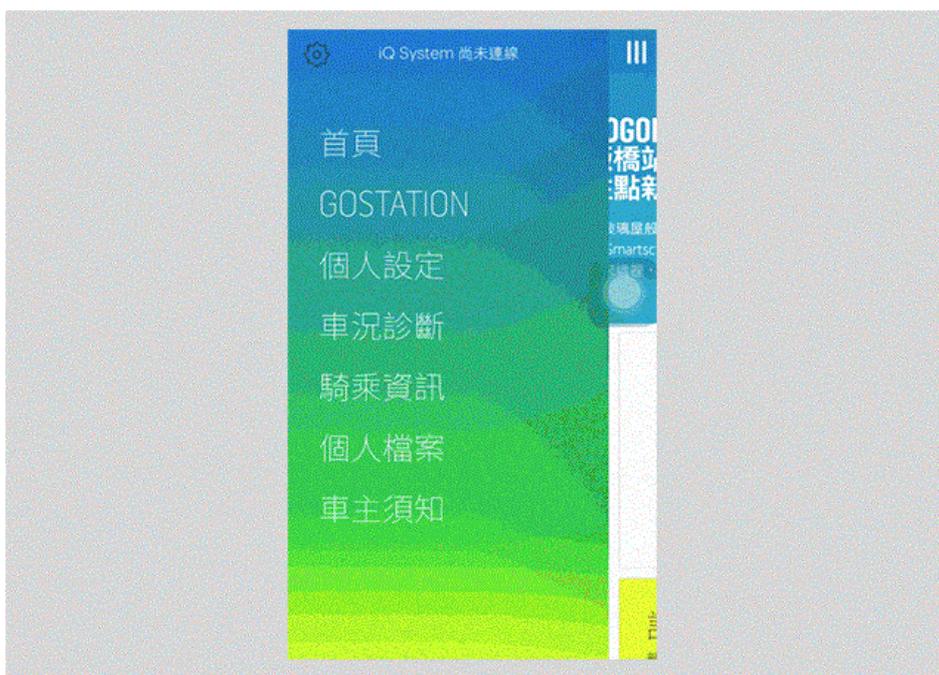


▲ app 功能預覽

GOSTATION

GOSTATION 可讓機車騎士知道附近的加電站，也能進行電池預約，來避免電池被換走一空的窘境。當使用者進入 GOSTATION 頁面時，立即開啟定位功能，並掃描定位點附近的加電站。在這過程中，透過類似雷達掃描的動態效果，降

低等待的“不耐感”與提高產品的“科技感”。搜尋完畢後，會列出以定位點為圓心，四周的加電站資訊。如果使用者對於附近路況不熟悉的話，也可開起導航功能，協助順利找到加電站。



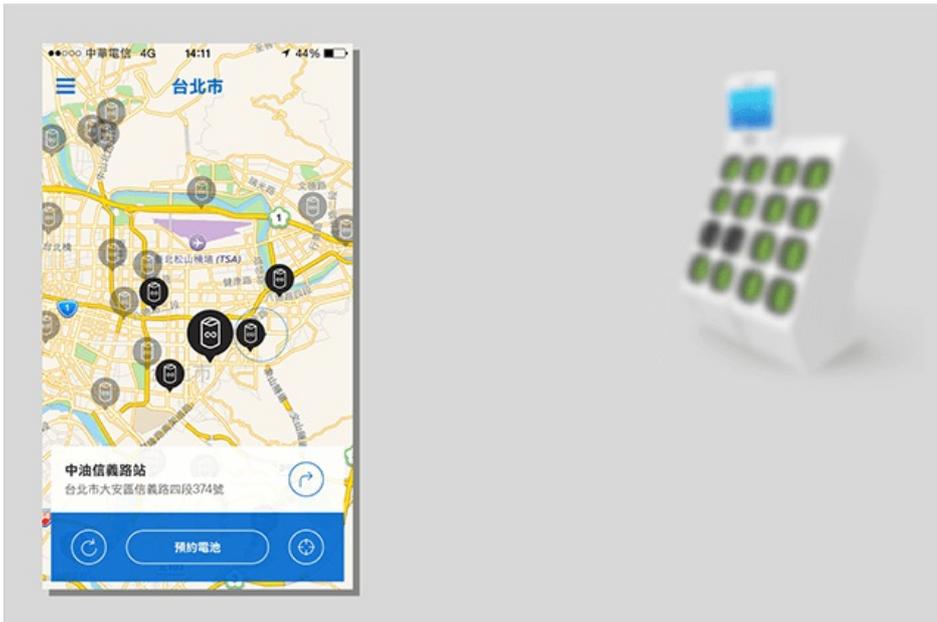
整體來說，使用者會遇到的情境，設計師大多有考慮到了，但還是有可能發生一些特殊情境，例如：

未提供加電站營業時間與狀態的資訊(有些店家是 24hr, 有些則是關閉就無法使用)，可能造成騎士到了現場卻換不到電池。

另外，最好能告知滿電池的數量，避免到現場後，被迫先換上充一半的電池，還需到下一站換全飽的電池。當然，這個狀況就個人騎士而言，遇到機率不高，但如果大量騎士揪團出遊時(揪團正夯)，那就有這個風險了！若有這個資訊，大家就可以規劃並分配到不同站換電池。

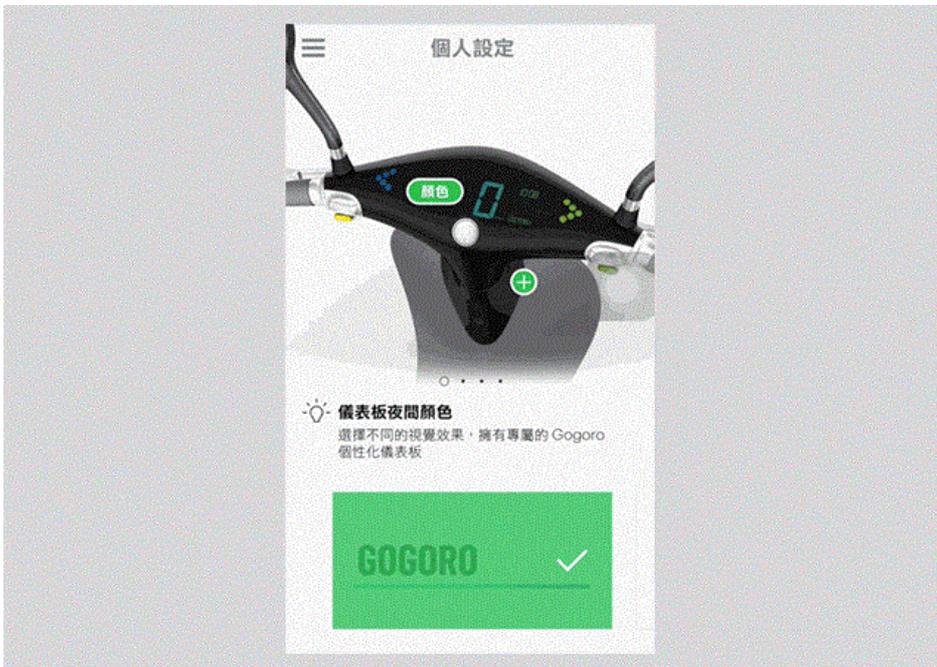


再來，就是使用者無法查看定位點10公里外的 GOSTATION，系統會告知已超過預設的範圍(也許當初設計時的情境是：快沒電了，優先呈現的資訊是距離最近的加電站，但沒考慮到使用者有可能參考此項資訊，重新計畫騎乘的路線)，不過目前這問題已經修正了。修正後的 UI 以 icon 透明度作為距離的表現，不透明代表10公里內，半透明則為10公里外的加電站，操作自由度提高，使用的過程也更加便利。



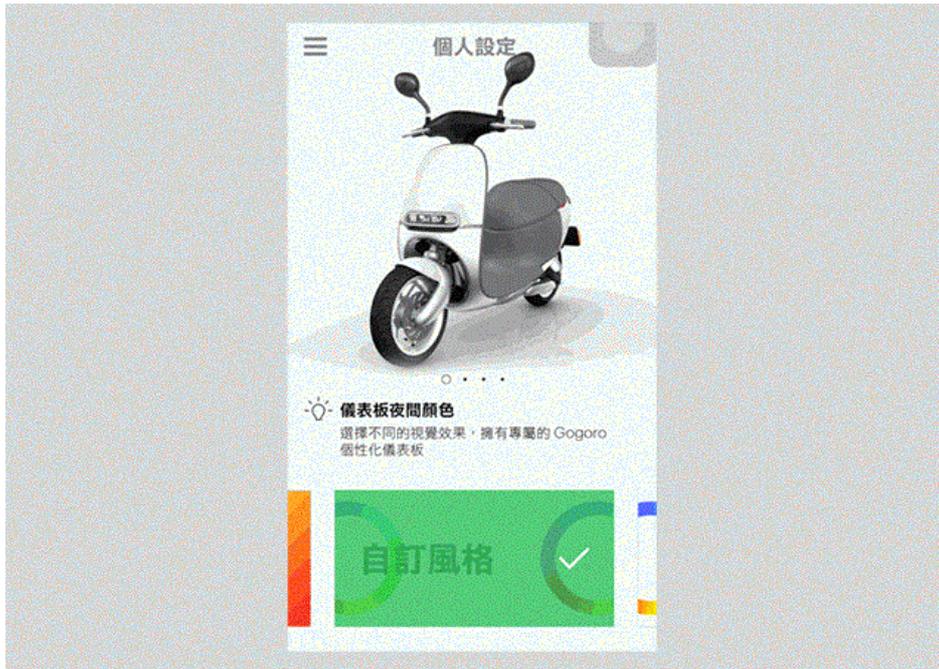
個人設定

個人設定是這個 app 最吸睛的功能之一，它讓使用者客製化機車風格與調整騎乘習慣。使用者需透過 app 來設定機車，因此配對(mapping)的感觀與操作上必須是直覺的。譬如說，app 上可設定“轉向輔助燈”，想必大部份使用者都不知道其功能？以及轉向輔助燈在車體的哪個部位？因此，Gogoro 在 UI 上劃分為兩個區塊，上為機車示意圖，並以 3D 為主，文字為輔的方式呈現；下則是調整控制區。這樣的設計，讓使用者可快速地将功能與機車模組做連結，學習成本自然也降低了。

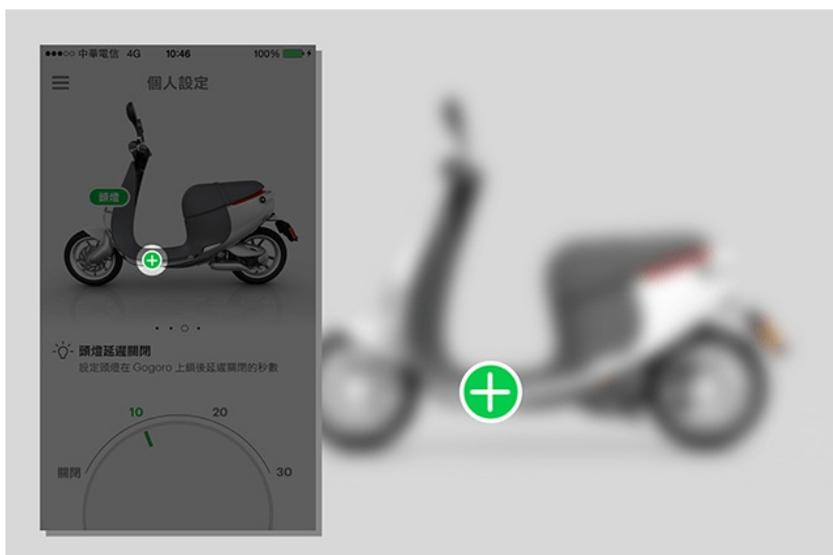


此外，有些可設定的項目，也透過預覽影像及聲音等方式，協助使用者預先了解設定後的效果與狀態。

設定的過程只需幾個步驟：選擇 -> 預覽 -> 確定，就這麼簡單。示範如下：

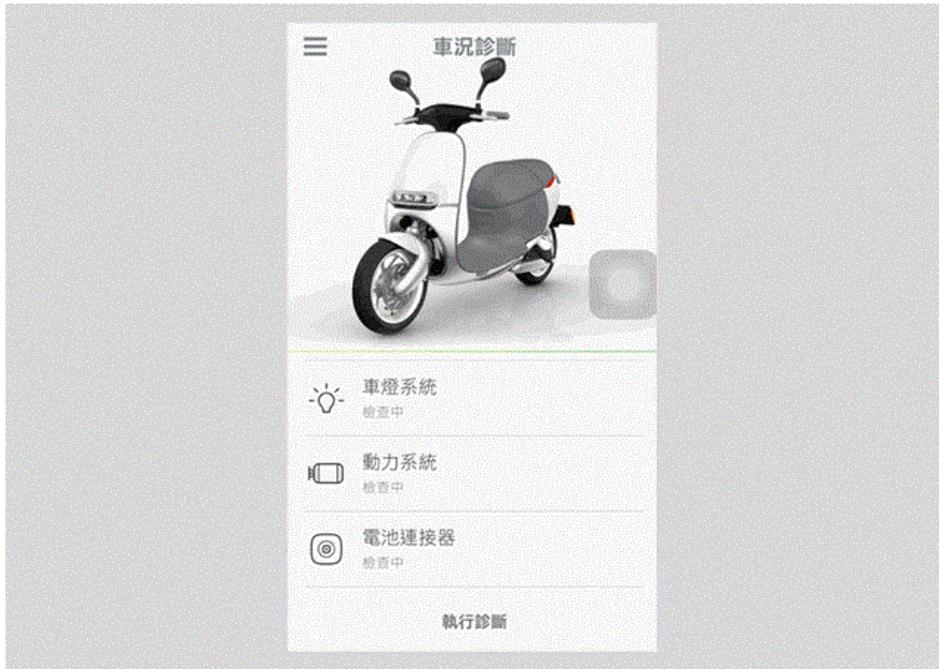


其中，唯一讓大舌頭略感困惑的地方，是硬體視覺區中出現的 ⊕ icon。⊕ 的意思大舌頭會理解為替 Gogoro 加上一條 rule，但實際操作行為的隱喻會是“切換”至某模組。雖然網路上還沒觀察到使用者感到困惑的情形發生（也可能是大舌頭自己想多了），但在此拋出一個符碼(icon)意義傳達的議題，讓大家思考與討論。

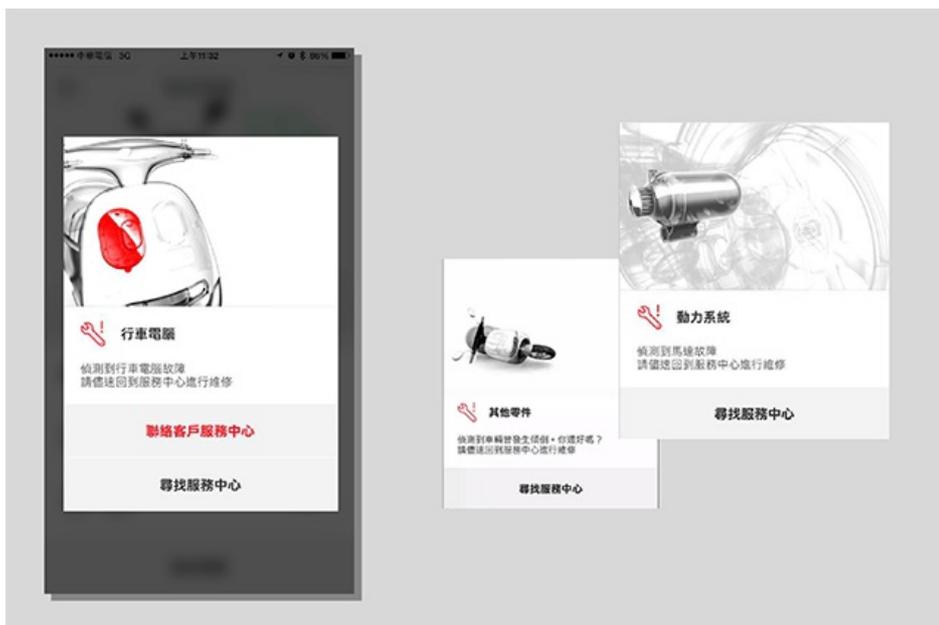


車輛狀況

有別於傳統機車，Gogoro 機身內含 30 組 sensor，電池裡也有 25 個，可透過 app 一鍵掃描，讓使用者隨時掌握自己機車的狀況，並了解發生故障的切確位置。相對的，以客觀的資料呈現給使用者，讓一切變得更透明，也降低資訊不對稱的情況。當然，對於維修人員而言，也能更方便、更正確的切入故障零件進行維修，在效率上，更是大大提升啊～



而 sensor 也隨時監控機車的狀態，一旦有任何問題產生，都會透過 app 告知騎士，例如不當操作、機車曾經傾倒等。



大舌頭特別喜歡車輛狀況檢查中的動畫：按下診斷按鈕後，車體會開始旋轉，並由下而上進行掃描，掃描的車體區域會變成半透明的線框圖。接著，車體轉一圈後，檢查也完成了。至於為何大舌頭喜歡這動畫的理由如下？

將檢查的過程中加入動畫，容易吸引目光，降低等待的不耐（雖然檢查時間不長）

機車旋轉一周，並由下而上掃描的呈現，讓使用者覺得機車被“精密”的檢查過了，在心理上更加安心與信任
下方區域，呈現條列式的檢查區，有點像 check list 的概念，專業感十足（SOP 很重要）！

唯一不夠合理的地方在於：

當手機未與機車連線時，app 卻也可執行掃描功能。這點似乎不太合乎邏輯，甚至會引起疑慮，比如：我都還沒連線，卻能檢查車況，該不會我連線時的掃描，就只是單純呈現動畫吧？因此，大舌頭建議進入頁面時應先保持現狀，當使用者需要做全車的系統掃描時，再通知未連線，同時導引使用者如何成功連線。如此一來，對於使用者更多一份信任與關心。

騎乘資訊的頁面提供使用者觀看過去 12 次的騎乘紀錄，包含平均速度、最高速度、能源效率與節約碳量。此外，也可知道下次的保養日期與停車位置等。



不過，為什麼只取最近12次的紀錄呢？以速度而言，12次的平均值意義不大，甚至容易受到極端值而影響。另外，愛飆車的大舌頭總覺得平均速度怎麼那麼低，推測其原因，可能是市區紅燈與限速不一所造成，因此數據對使用者就意義不大了。

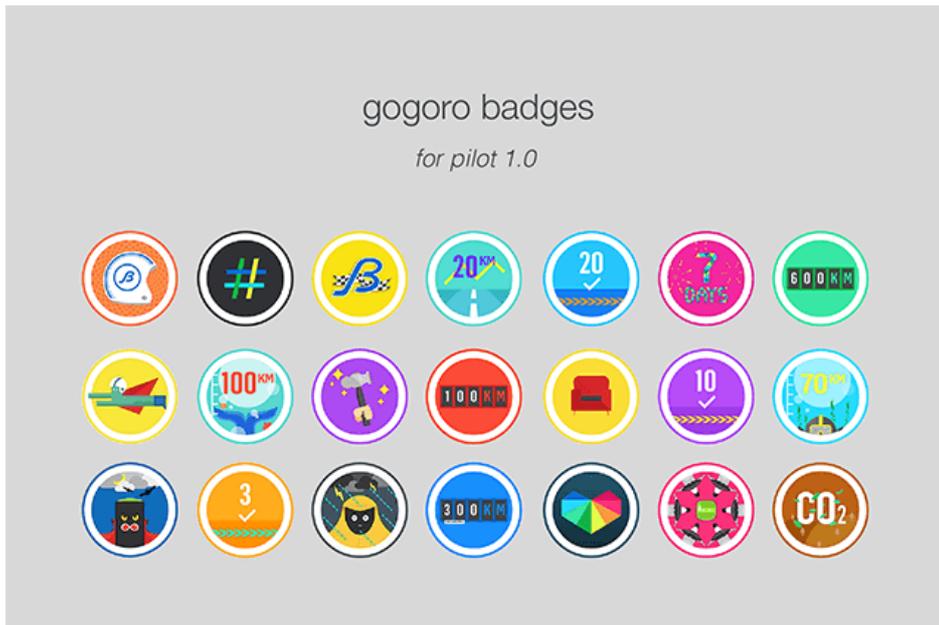
相反的，最高速度就很值得一看了，因為在高速騎乘時，騎士不可能低頭觀看自己目前騎的速度，停車後透過app就能知道自己是是否又破了紀錄（誤～還是要遵守法規阿）。但它這數字是最近12次換電時所記錄的資料，而不是在所有騎乘中最高速度的紀錄。另外，保養日期與停車位置也是一個滿實用的功能，讓系統協助記憶相關資訊。

個人檔案

這部分最有趣的就收集徽章了！Gogoro 設計了一套成就系統，讓騎士們完成某些任務或目標時，就可以得到一枚獨特徽章，解開某個成就！而這些徽章還會因應節日、時事而新增，讓使用者充滿期待與驚喜，如蘇迪勒颱風期間，出門順便加個電，卻意外獲得“快回家”的徽章，多了份幽默之餘，也感受到 Gogoro 的關心。



在 Gogoro 城市新探 BETA PROGRAM 活動期間, 有 pilot 順利完成收集 21 枚徽章, 若大家對每枚徽章各代表什麼意義有興趣的話, 可參考: Gogoro 徽章/勳章蒐集資訊—Pilot 版 (21 枚)。挺有意思的!



這部分頁面的架構單純, 因此操作上也沒有什麼大問題, 唯一美中不足的地方在於無法直接在 app 上修改個人名稱與上傳大頭照。在前一版的 app 中, 修改名稱是需要透過網頁的, app 並未提供此功能。經過建議後, 在 app 設定的頁面中, 新增了網頁的連結, 讓使用者可以連到網頁進行修改名稱, 但不能在 app 上直接修改, 確實稍嫌麻煩。



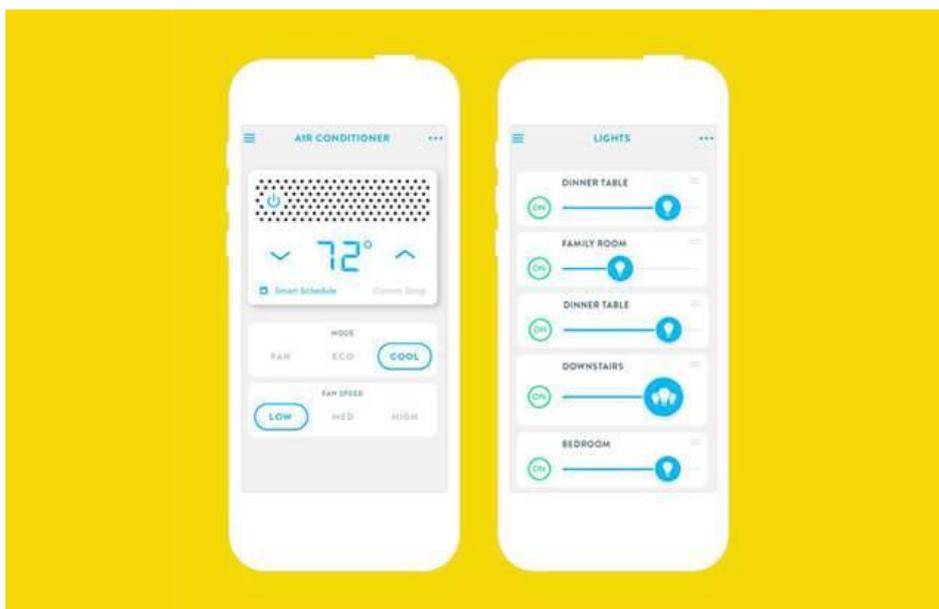


也許因為開發時程緊迫，修正的問題與開發的功能都有輕重緩急，先後順序！大舌頭相信未來這個小問題會修正的。

app 延伸的可能性

軟體最厲害的地方在於更新的成本遠低於硬體，而 Gogoro 透過軟體的開發與更新，來強化並整合軟硬體，盡可能達到“smart scooter”的稱號。而與智慧機車的互動上，app 將扮演著延伸並簡化操作的角色。軟體的應用使得硬體的外觀更簡潔(例如刪去實體按鈕)，在介面上也不會因為受限於硬體的體積與造型而犧牲了操作性。

以一般家用電話為例，因為實體按鈕有限，操作方式可能為：調整時間需要按住 A 鍵3秒，然後再選擇時分秒進行調整時間，或是需要 A + B 鍵按住3秒，才可以開啟某功能。由此可知，過去透過實體按鈕操作的模式太不友善了！如果使用 app 介面來呈現，就可以把所有功能攤開、具類別、分層級，進而優化操作的易用性，又滿足多功能。



▲多工、多層級 UI 示意圖 / 圖片來源：<http://www.brit.co/smart-house-app/>

Gogoro app 的未來

搭配硬體的規格，以及車內多組 sensor，其實 Gogoro 只需透過開發不同的 app 或功能，就能再延伸出許多應用。大舌

頭認為有三大發展的方向：1) 機車本身、2) 後勤服務與3) 社群應用。(以下是大舌頭的 brainstorming)



▲ 圖片來源：官網截圖

機車延伸應用 app

具有導航功能的方向燈 – 因為騎乘過程中，無法一直觀看已經設定好導航路徑的手機，若能由車頭面板的方向燈來提示與聲音的輔助，似乎就能達成導航與安全性的需求。更瘋狂的想法是，甚至可藉由燈號的提示告知騎士 todo list, mail, 訊息等。另外，也許能透過手機中的地圖導航，以及機車上的陀螺儀與 GPS 追蹤，來紀錄騎乘路徑、高度與時間。

由目前 Gogoro app 中數據的紀錄與更新的方式來推論(目前是透過換電池時，進行數據更新)，以上這些功能也許 Gogoro 也想過，但可能這些附加功能，會影響電池的續航力或其他原因，為了保有最佳的騎乘體驗，附加功能只能多做研究與觀察後才進行開發吧。

後勤服務 app

保養資訊列表：目前的 Gogoro app 中，只會提供總項的保養通知，並無細項的列表。也許保養細項不是人人都想看，但若能提供這些資訊，可讓騎士們一手掌握了機車的整體狀況，因而產生安全感，可能心理層面的效益遠大於功能性。

自動狀況回報：讓 call center 在狀況發生時，第一時間獲得相關資訊，以利爭取更多時間來準備解決辦法，讓服務體驗與品質在可控制範圍內做到最好！例如，發生重大撞擊時，app 會自動發出訊號通知後勤單位與保險公司，也能提供撞擊前的騎乘資訊給相關單位調閱或分析。

社群應用 app

當 Gogoro 與粉絲漸多並形成生態圈時，自然的就會產生社群的概念與活動。這時候，推出社群應用的 app 就洽到好處！比如“享樂騎士團”，一群人一起上大屯山攻頂、美食團、運動團...等，過程中彼此分享騎車心得或其他興趣，都能讓社群更活絡，感情更好。而社群的應用當然不單單只是揪團，也許可以是路況(塞車、哪邊有警察... XD)、天氣的回報等，應用的範圍提供了許多想像空間！

致 2015 那熱血的夏天, pilot 074 設計大舌頭 下台一鞠躬

大舌頭發想了那麼多，對於未來 Gogoro app 到底會推出哪些新功能？真的令人期待！往往產生好功能的洞見，大多藉由觀察使用者或使用者的回饋得來的，因此歡迎大家集思廣益，想想如何好好發揮“智慧”機車的優勢，設計出最佳、最獨特的體驗！最後，特別感謝下圖中的平安符... XD，祂讓我在穿越城市大街小巷中，總是平安無恙！連被警察攔車最後都變成拍照留念，pilot 074 設計大舌頭，下台一鞠躬！



▲PILOT 074 / 20150624 – 20150820

作者介紹

設計大舌頭 / Jeremy Lin

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。

超Q聖誕節！《新楓之谷》全新「萌獸」系統上線 一起奮戰、冒險吧！

2016/01/01

遊戲橘子旗下超人氣遊戲《新楓之谷》即日起推出全新「萌獸」系統，透過可愛吸睛的萌獸們與玩家一同在楓谷冒險。迎接銀色聖誕到來，即日起至12月29日也搶先帶領玩家體驗北美版《新楓之谷》的「聖誕節活動」，玩家將攜手尋找夥伴一同協助受傷的聖誕老人完成比賽取得「最棒的聖誕老人大賽」最終勝利。另外，今年暑假甫歡慶十週年的《新楓之谷》，為打造台灣及港澳地區玩家與眾不同的獨家回憶與新遊戲形象，將首次推出《新楓之谷》台灣專屬主題曲，與知名創作樂團「痞克四」合作「動感節奏」、「日系動漫」、「搖滾風格」等三首不同的風格音樂，讓玩家挑選出屬於新世代的《新楓之谷》台灣專屬主題曲。即日起至12月20日止，活動期間內登入「新楓之谷發燒網投票頁面」選出最愛的歌曲，除了可獲得虛寶外，更有機會得到現量版「菇菇寶貝」玩偶。



▲《新楓之谷》於即日起推出全新「萌獸」系統，與玩家一同遨遊楓之谷世界

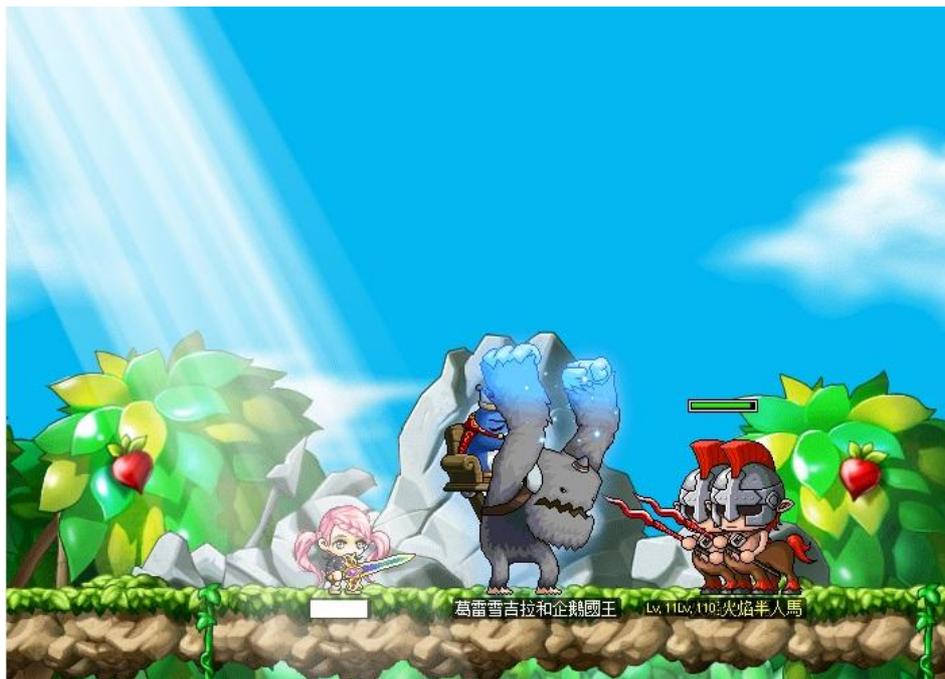
QQ萌噠噠！

可愛又可靠的全新「萌獸」陪你暢遊楓谷

《新楓之谷》一直以Q萌角色著稱，也是讓玩家們持續喜愛的原因之一。即日起推出全新「萌獸」系統，絕對會讓玩家們更加愛不釋手。很久以前，在楓之谷世界中有一群隨著冒險家們一起奮戰、生死與共的夥伴，他們被稱之為「萌獸」。而玩家們將可透過取得「萌獸卡牌包」收集並登錄在萌獸圖鑑中，不同的萌獸擁有不一樣的技能，運用召喚方式可以選擇喜歡的萌獸一起展開冒險。



▲可以挑選自己喜歡的萌獸跟隨在身邊一起闖蕩楓之谷世界



▲全新「萌獸」系統將能讓玩家與萌獸一起進行戰鬥

熱血又善良！

搶先體驗北美版「聖誕節活動」號召夥伴協助聖誕老人完成比賽

2015年尾聲，《新楓之谷》搶先帶領玩家體驗北美版「聖誕節活動」，這回將舉辦選拔「最棒的聖誕老人大賽」，而玩家們決定前去參觀。在前往參觀比賽的路上，遇到了即將退休的聖誕老人，熱情的聖誕老人邀約一起搭乘雪橇。不過因為雪橇過於老舊，在路途中發生了意外，導致可憐的聖誕老人因故受傷，聖誕老人只好準備放棄參加他生涯中的最後一場比賽。但聖誕老人為了參加比賽花了很多時間準備，因此請玩家代替參賽，聖誕老人並告知若幫忙的話，作為感謝可以讓玩家成為更強的冒險者，熱血又善良的玩家代替聖誕老人尋找夥伴一起參加比賽，並展開一連串的任务。



▲北美版「聖誕節活動」推出全新地圖等待玩家一一探索



▲無法參與選拔「最棒的聖誕老人大賽」的聖誕老人，玩家是否能幫忙完成

動感節奏再起 新形象新生命！

攜手知名創作樂團「痞克四」打造全新《新楓之谷》台灣專屬主題曲

《新楓之谷》在今年暑假甫歡慶十週年，為迎接全新的遊戲形象與帶給玩家耳目一新的遊戲感受，首度推出全新《新楓之谷》台灣專屬主題曲。而遊戲主題曲也將不僅交由玩家決定之外，更攜手與知名創作樂團「痞克四」合作出「動感節奏」、「日系動漫」、「搖滾風格」等三種不同風格的音樂。即日起至12月20日止，活動期間內進入發燒網《新楓之谷》投票活動頁面，選出一首最喜歡的主題曲，除了有機會得到超級藥水、超強力洗手液、楓葉點數等虛寶外，活動結束後，更將抽出20位玩家，可分別獲得限量「菇菇寶貝」玩偶一只。《新楓之谷》台灣專屬主題曲活動投票網

頁：<http://www.feversocial.com/promotion?promoid=106360&fvref=fvr>



▲曾製作過多首膾炙人口的知名樂團「痞克四」將跨刀打造全新《新楓之谷》台灣專屬主題曲



▲全新《新楓之谷》台灣專屬主題曲現在由你決定

※ 全新《新楓之谷》中文版遊戲主題曲投票活動網頁：<http://www.feversocial.com/promotion?promoid=106360&fvref=fvr>

※ 《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/>

《新瑪奇》全新「薩溫節」第二樂章「他們的領域」神秘開放

2016/01/01

遊戲橘子旗下人氣超旺的線上遊戲《新瑪奇》於今(17)日將繼續邁入「薩溫節」的第二樂章「他們的領域」。玩家為了確認「鏡之羅盤」的下落，將前往凱安港口上的神秘船艦展開一系列的調查，並隨機進行「跳舞」、「橡木桶」、「拼圖」等三種小遊戲。完成任務後即可額外獲得H幣，透過蒐集指定數量的H幣將可兌換「柏曼軍樂隊員服裝」、「柏曼軍樂隊員靴子」等專屬虛寶。同時，此次改版也特別邀請到曾擔任「魔法少女小圓☆魔力」中「美樹沙耶香」、「光之美少女」中「蒼乃美希」、「莓天使」與「偽物語」中「阿良良木火憐」的日本知名聲優「喜多村英梨」出演。她將詮釋「拉格玲奈」在《新瑪奇》全新「薩溫節」第二樂章「他們的領域」與米列希安攜手冒險。迎接新的章節開放，12月19日至1月10日止，活動期間內每週六、日登入《新瑪奇》即可獲得S硬幣及H硬幣。



今(17)日再度進入全新「薩溫節」第二樂章「他們的領域」

「薩溫節」變奏曲? 第二樂章「他們的領域」正式展開

尋找「鏡之羅盤」遺失的秘密 完成任務收集H幣 換上勁帥「柏曼軍樂隊員服裝」

日前展開進入「薩溫節」第一章節「破碎的記憶」廣受玩家好評，隨著故事劇情緊接著展開第二樂章「他們的領域」。玩家將發現原來發出尋找碎片請託的克莉絲並非本人，而是別人假扮。克莉絲告訴米列希安關於他們尋找的「鏡之羅盤」的秘密，而「鏡之羅盤」正是古代某族的遺物，其具備強大的力量，足以讓陰間與現世之間的結界變得薄弱，藉此開啟這之間的通道。為避免「鏡之羅盤」對現世造成危害，克莉絲將羅盤破壞成碎片並封印在地下城底下，而如今「鏡之羅盤」竟在米列希安不知情的情況下，交給了來歷不明的人。

此時，凱安港口方向正瀰漫著不尋常的氣息，出現著許多艘不知名的船艦。為確認「鏡之羅盤」的下落，米列希安將展開一連串的調查。而在調查的過程中，遇上了拿著豎琴的冒險家梅莉爾，也接受了梅莉爾的提議前往神秘的船艦進行調查。



▲登上凱安港上

的神秘船艦展開尋找「鏡之羅盤」遺失的秘密



▲挑戰跳舞，看

看自己手指的靈活度



▲ 快速拼圖，眼力、記憶力、邏輯力的最佳訓練



▲ 這麼多又大的橡木桶，可得快、狠、準的閃



▲蒐集指定數量

的H幣將可兌換「柏曼軍樂隊員服裝」、「柏曼軍樂隊員靴子」等專屬虛寶

新夥伴 X 好夥伴

日本知名聲優「喜多村英梨」出演「拉格玲奈」夥伴系統再升級 交朋友更容易

本次改版另外一個亮點就是特別邀請到日本知名聲優「喜多村英梨」為《新瑪奇》全新「薩溫節」第二樂章「他們的領域」中的「拉格玲奈」進行配音。喜多村英梨曾出演過許多經典知名作品「魔法少女小圓☆魔力」中「美樹沙耶香」；「光之美少女」中「蒼乃美希」、「莓天使」與「偽物語」中「阿良良木火憐」等。即日起在1月7日止，玩家將可在遊戲中透過與「拉格玲奈」互動的對話過程將可聽到喜多村英梨的專業配音。另外，著名的「夥伴系統」也將大幅更新，除了可透過夥伴資訊中能查看夥伴的好感度、壓力值和接受的禮物數量外，貿易夥伴開放美容室外型變更等，各位米列希安趕緊登入《新瑪奇》來嘗試。



▲日本知名聲優「喜多村英梨」將化身「拉格玲奈」與米列希安攜手展開冒險



▲「拉格玲奈」擁有音樂才能系列等技能，同時可以贈送給夥伴不同的衣服、樂器和樂譜，並且與夥伴一同合奏

※《新瑪奇》全新「薩溫節」第二樂章「他們的領域」宣傳影片：<https://youtu.be/e6Tr8BjuVOI>

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

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

聖誕對對碰！《泡泡大亂鬥》熱鬧改版上線 三大系統大躍進「新」世代

2016/01/01

玩家引頸期盼兩年，遊戲橘子旗下休閒射擊遊戲《泡泡大亂鬥》今(18)日隆重推出以提供玩家平衡配對的「ARENA系統」、動態組隊模式的「快速加入」及保護合成道具、新增分解系統的「科學室2.0」三大系統大改版及慶祝活動。同時，12月25日起至1月5日止，活動期間內將開放50種選一的隨機道具「Free Day活動」供玩家試用，有機會可以體驗到傳說中的「黃金系列」武器。



▲遊戲橘子旗下

休閒射擊遊戲《泡泡大亂鬥》今(18)日陸續推出三大系列大改版及慶祝活動

兩年不見！「ARENA系統」、「快速加入」、「科學室2.0」三大系統更新大躍進

《泡泡大亂鬥》希望能帶給玩家在對戰配對中感受到實力相當的優越感，因此以「ARENA系統」依據分數高低配對相等實力的對手，達成遊戲的公平性及保持遊戲強度，每場次結束後，即可獲得一天限定一次的活動魔法針，使用專屬魔法針便有機率獲得更強的道具。有別於傳統點擊快速加入鈕後隨機進入對戰房間，以方格式的等待畫面等待遊戲開始，「快速加入」將運用動態組隊模式進行，玩家將於廣場上以直觀式的顏色及移動式的分隊模式區分兩隊。



▲「快速加入」讓

等待PK的畫面更加立體

另外,「科學室2.0」則為之前科學室的全新升級版本,彌補之前系統的不足,讓玩家在使用時效性道具進行合成,有更高的機會獲得高水準道具與使用期限,若合成道具成品超過720天將直接成為永久性道具,搭配同樣於本次推出的保護合成道具更能讓合成事半功倍。



▲「科學室2.0」讓武器的成功率大增,品質也更好

50選1「Free Day活動」隨機體驗人氣武器 驚喜登入「瘋狂馬拉松」紀念獎勵帶著走

12月25日起至1月5日止,《泡泡大亂鬥》將開放50種選1隨機道具的「Free Day活動」讓玩家試用。遊戲內的道具豐富,玩家們將有機會盡情體驗「黃金系列」等人氣武器。不僅如此,即日起至12月29日止,玩家更有機會在活動期間內參加「瘋狂馬拉松」。有別於一般小遊戲,玩家點選一般模式後,便有機會進入「瘋狂馬拉松」,充滿驚喜感的活動,希望可以帶給玩家與眾不同的遊戲新鮮感。



▲50種選1的「Free Day活動」將可隨機選到經典的人氣道具

跟泡泡戰士一起進行刺激又新鮮的賽跑吧！！

瘋狂馬拉松 跑跑大亂鬥

使出渾身解數吧！

活動時間
12/18-12/29
1/27-2/9

體會單純的競速！！賽跑任務登場！
一般 / 道具 / 狙擊 / 熱血團體裡進行隨機地圖時，
會隨機出現馬拉松比賽。指定時間內，
比賽誰最先到終點的團隊就會獲得勝利！

活動獎勵

- ▶ 瘋狂賽跑者HC(永久)
- ▶ 瘋狂賽跑者HC(1日)
- ▶ 100lucci

▲活動期間內完成「瘋狂馬拉松」開放專屬特殊地圖後將可獲得紀念性獎勵

※《泡泡大亂鬥》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/bubblefightertw/>

※《泡泡大亂鬥》官方網站：<http://tw.beanfun.com/BubbleFighter/www/main.aspx>

扭轉千萬奇蹟 遊戲橘子20週年慶正式起跑！全系列端、手遊戲強作攜手推出好康活動

2016/01/01

橘子集團邁入20週年並即將推出一系列慶祝活動與全台橘子迷同歡，遊戲橘子20週年慶於今(20)日正式開跑！集結旗下《新楓之谷》、《CSO絕對武力》、《艾爾之光》、《新瑪奇》、《跑跑卡丁車》、《夢幻之星ONLINE 2》、《龍族撲克》、《指尖騎士》等多款知名端、手遊邀請玩家共同參與，除了打造橘子20特色遊戲大廳，還提供橘子20專屬設計限定虛寶等。玩家可透過儲值、週末紅包大方送、VIP封館趴、購買泰山系列飲品等方式蒐集彩票，可兌換所指定遊戲之獎勵、累積彩票必可獲得A咖獎勵，其中還有機會獲得最大獎20萬樂豆點及多樣超低價優惠，總價值超過新台幣千萬。同時，「橘子20跨界無橋限-have a GOOD TIME！」數位生活展也將於11月28日至29日於華山1914文化創意產業園區舉行，並首度結合線上週年慶活動。玩家可至展覽入口處索取集票卡，每張集票卡皆有一組序號可至週年慶官方活動網站上兌換20張彩票。現場參與指定關卡參與指定活動將可另獲得彩票序號貼紙，兌換更多遊戲超值虛寶。



▲遊戲橘子20週年慶於今(20)日正式推出，多款端、手遊打造好玩好買好有趣的娛樂時光

一票在手希望無窮 七大攻略活動奪彩票轉出好運到

遊戲橘子20週年慶大SHOW專屬設計虛寶、場景 全系列端、手遊戲共推加碼活動

歡喜迎接遊戲橘子一年一度的週年慶活動，同時擴大橘子集團20週年聲勢，今年遊戲橘子20週年慶推出七大攻略活動奪彩票轉出好運到，除了祭出最大獎20萬樂豆點及多樣超低價優惠，總價值也將突破新台幣千萬。玩家將可透過單一主帳號累積儲值、週末紅包大放送、選購樂豆卡、實體通路購買泰山相關合作飲品、VIP封館趴、「橘子20跨界無橋限-have a GOOD TIME！」數位生活展等方式獲得彩票。即日起至12月13日止，活動期間內玩家最低儲值50元即可獲得一張彩票，累積儲值達指定門檻即可獲得隨機的回饋彩票數；同時，每週六、日晚間20時將會發出一萬份紅包，登入即可領取10點樂豆點，將紅包分享给朋友後，除了朋友可以獲得5點樂豆點外，玩家本身可再得到5點樂豆點，讓樂趣無限分享。不僅如此，此次也與適逢65週年的泰山企業攜手合作，於實體通路購買貼有「遊戲橘子週年慶」活動貼紙之泰山新鮮屋合作飲品，將可獲得遊戲專屬序號並有機會獲得彩票。



▲感謝玩家20年來支持遊戲橘子，將祭出最大獎20萬樂豆點及多樣超低價優惠，總價值也突破新台幣千萬元



▲各大實體通路購買貼有「遊戲橘子週年慶」活動貼紙之泰山新鮮屋合作飲品，將可獲得遊戲專屬序號並有機會拿彩票

遊戲橘子20週年慶旗下《新楓之谷》、《CSO絕對武力》、《艾爾之光》、《新瑪奇》、《跑跑卡丁車》、《夢幻之星ONLINE 2》、《龍族撲克》、《指尖騎士》等大人氣端、手遊紛紛推出慶祝活動，部分遊戲更推出橘子20專屬造型虛寶及場景。其中，即日起至12月15日《CSO絕對武力》推出特別版「藍寶睷寶」頭套與會奔跑的「橘子紀念背包」，特殊造型服裝只要玩家達成條件就能獲得；《跑跑卡丁車》則將從即日起至12月4日止販售限定車款「橘子9」，另外裝備宅宅橘角色後，完成行駛命運箱模式5回即可獲得專屬角色「宅女橘」；即日起至11月30日止，玩家進入《夢幻之星ONLINE 2》遊戲大廳即可看到充滿橘子20週年的歡樂氛圍；12月19日至20日，連續兩天登入《新瑪奇》則將可分別取得橘子20週年紀念帽子與服裝。當然，更多遊戲橘子20週年慶優惠與慶祝活動就速速登入各大人氣遊戲及官方網站。



▲歡慶橘子20，《CSO絕對武力》推出「橘子紀念背包」



▲《跑跑卡丁車》推出限定車款「橘子9」與角色「宅女橘」，以充滿活力的橘色帶給玩家全新的遊戲能量



▲祝橘子20週年生日快樂,《夢幻之星ONLINE 2》特別將遊戲大廳打造成充滿橘子風格的專屬設計



▲換上《新瑪奇》GAMA20週年限定服裝專屬服裝,來為每一天加油

虛擬X實體「橘子20跨界無橋限-have a GOOD TIME！」數位生活展即將與您見面

十萬玩家大集合 菇菇寶貝、嘆魯娃娃、《新瑪奇》專屬紀念悠遊卡限量回饋

「橘子20跨界無橋限-have a GOOD TIME！」數位生活展將於11月28日至29日於華山1914文化創意產業園區舉行,並首度結合線上週年慶活動。同時透過也展覽完整呈現集團由遊戲產業紮根,一路跨足多元產業的蛻變歷程,策展風格新創前衛,體驗遊戲、支付、電商、影音、新創等跨界服務,進入奔放無「橘」限的奇幻新世界。遊戲橘子將帶領旗下各大人氣端、手遊於現場與玩家近距離互動,不僅透過關卡遊戲有機會得到限量實體贈品,玩家更可至展覽入口處索取集票卡,每張集票卡皆有一組序號可至週年慶官方網站上兌換20張彩票。參與指定活動將可另獲得彩票序號貼紙,兌換更多遊戲超值虛寶。

產品名稱	互動內容
全產品	<ul style="list-style-type: none"> • 玩家於主展場與遊戲橘子旗下端遊產品《天堂》、《新楓之谷》、《CSO絕對武力》、《艾爾之光》場景或現場Coser合照即可獲得彩票貼紙乙張，並於展場出口處兌換遊戲福袋乙包。
新楓之谷	<ul style="list-style-type: none"> • 百人舉牌拼圖活動！2015/11/28 9:30至2015/11/28 12:00邀請百位玩家一早餐與菇菇寶貝舉牌拼出《新楓之谷》經典遊戲角色，參與完成大會高空拍照合影留念活動的玩家將可獲得限量專屬的《新楓之谷》菇菇寶貝玩偶、虛寶卡及彩票貼紙各乙份。
艾爾之光	<ul style="list-style-type: none"> • 玩家至《艾爾之光》靜態展區觀賞十位玩家畫作，可依照畫作下的問題，掃QR CODE回填答案，答對可獲得「露莉爾的魔力精華5個」 • 此外，現場參加《艾爾之光》艾索德密令前300名達成的玩家，除了可拿到《艾爾之光》限定紙膠帶、酷卡外，還可獲得限量「嘆魯娃娃」
新瑪奇	<ul style="list-style-type: none"> • 2015/11/28 10:00起玩家活動當日於展覽中央與《新瑪奇》營火合照，至兌獎處出示照片並在工作人員確認後即可獲得《新瑪奇》獨家專屬限量悠遊卡與紙膠帶。(限量500張)
龍族撲克	<ul style="list-style-type: none"> • 活動期間內現場將有限量的實體虛寶卡可領取，特殊的撲克造型也深具收藏價值。
指尖騎士	<ul style="list-style-type: none"> • 2015/11/28 10:00起活動現場下載《指尖騎士》，並至《指尖騎士》官方粉絲團按讚將可獲得限量紀念紙公仔，內容包含新手禮包序號。(可獲得鑽石*50, 限量2,000張)

橘子 20週年慶
橘彩票蒐集卡
扭轉命運 奪回400萬中獎

到場禮 彩票x20
銀漆(含12碼序號)

請到各關卡蒐集彩票序號貼紙，即可於網頁兌換玩扭蛋唷！

關卡1 彩票x1
10:00-17:00
至4F倉庫展場內，尋找COSER合照

關卡2 彩票x1
10:00-17:00
完成手遊區_和召喚圖板的指定合照

關卡3 彩票x1
09:30-12:00
參與舉牌排列菇菇寶貝等指定圖案

關卡4 彩票x1
10:00-17:00
《新瑪奇》打卡照營火，娜歐帶著走！

關卡5 彩票x1
10:00-17:00
完成艾索德密令可至服務台領禮物

關卡6 彩票x1
13:00-17:00
於園區尋找藍寶願寶拍照打卡

關卡7 彩票x1
13:30-16:30
參加Coser大亂鬥投票活動

● 單一主帳號僅可兌換一次到場禮彩票序號
● 以上序號為贈品，不可轉售
● 彩票序號請至橘子20週年慶活動網頁兌換
<http://tw.beanfun.com/fevent/tw/Gamania20/index.html>
● 彩票可兌換一次扭蛋，將獲得遊戲虛寶序號
● 橘彩票序號使用期限至2015/12/13 23:59止
● 各關卡僅在11/28當天才可蒐集，數量有限！

進入活動網頁請掃

beanfun! 樂豆 ©2015 Gamania Digital Entertainment Co., Ltd. All Rights Reserved. Not for Sale 15+ 輔15級

▲ 每張集票卡皆有一組序號可至週年慶官方網站上兌換20張彩票，可兌換更多遊戲超值虛寶



▲今年夏天席捲線上遊戲圈的《新楓之谷》人氣菇菇寶貝即將再現



▲《艾爾之光》將首次在台推出實體的人氣「噗魯娃娃」

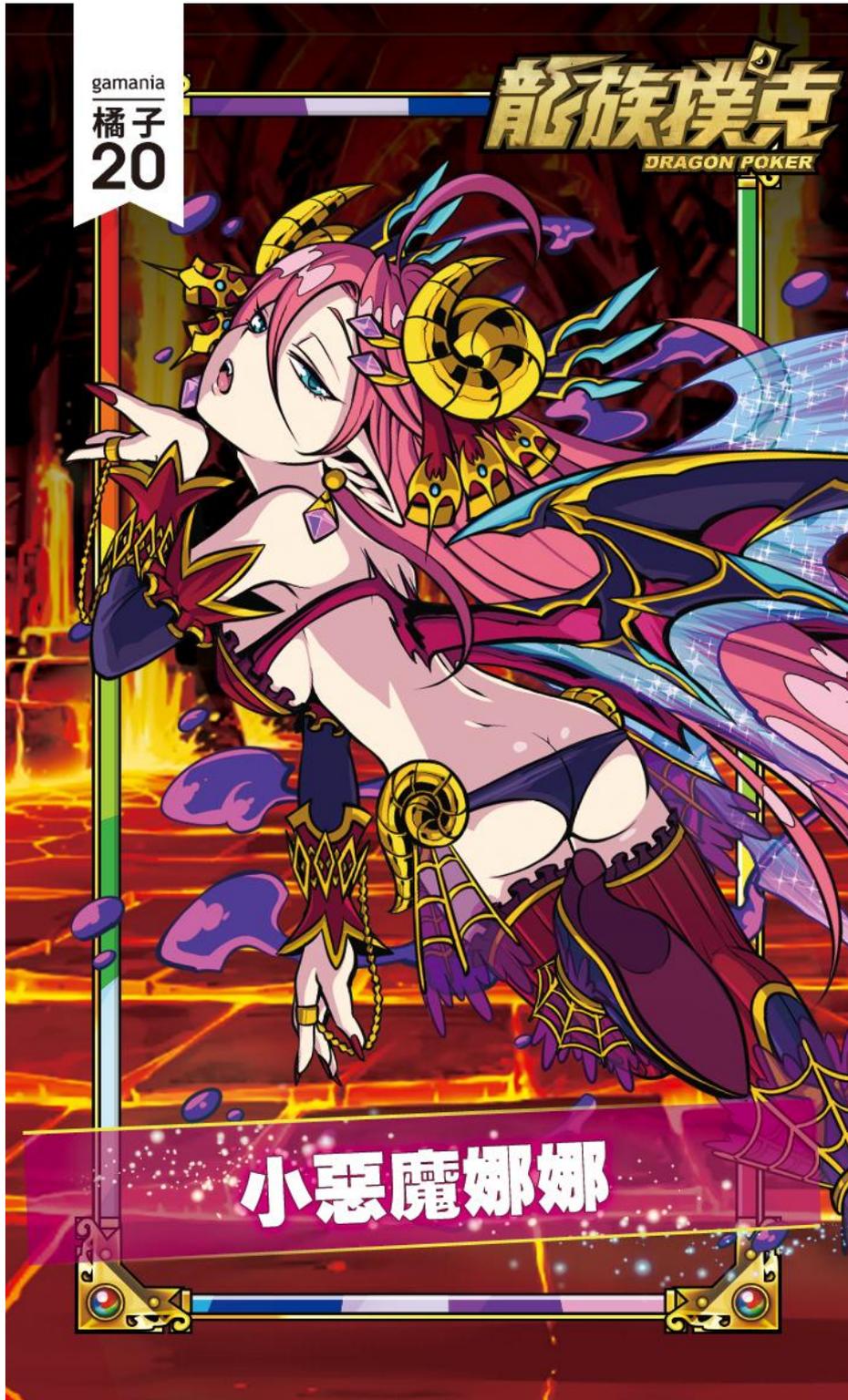


▲《新瑪奇》推出限量悠遊卡與紙膠帶，限量500名，早來早擁有

gamania

橘子
20

龍族撲克
DRAGON POKER



小惡魔娜娜

▲《龍族撲克》同步歡慶上線一週年, 展覽活動現場將推出實體虛寶卡讓玩家收藏



▲《指尖騎士》限量紀念紙公仔具有濃濃的文創風

- ※ 遊戲橘子20週年慶活動網頁:<http://tw.beanfun.com/bfevent/bf/Gamania20/index.html>
- ※ 「橘子20跨界無橋限-have a GOOD TIME！」數位生活展:<http://gama20.gamaniagroup.com/>
- ※ 《新楓之谷》官方網站:<http://tw.beanfun.com/Maplestory/main.aspx>
- ※ 《CSO絕對武力》官方網站:<http://tw.beanfun.com/CSO/main.aspx>
- ※ 《艾爾之光》官方網站:<http://tw.beanfun.com/ELSWORD/main/index.aspx>
- ※ 《新瑪奇》官方網站:<http://tw.beanfun.com/mabinogi/main.aspx>
- ※ 《跑跑卡丁車》官方網站:<http://tw.beanfun.com/KartRider/main.aspx>
- ※ 《夢幻之星ONLINE 2》官方網站:<http://tw.new.beanfun.com/PSO2/main.aspx>
- ※ 《龍族撲克》官方網站:<http://dragonpoker.mimigigi.com.tw/>
- ※ 《指尖騎士》官方網站:<http://tw.beanfun.com/FK>

全民互動3D手遊「加味」登場！遊戲橘子宣佈取得人氣手遊《五四三國誌》台港代理權 預計2016年第一季登台

2016/01/01

堅持提供最好玩的遊戲，橘子集團布局行動化市場有成，今(26)日宣布與中國上海美峰數碼科技攜手合作，由集團投資的好蹦蹦(HaPod)數位科技取得大型3D三國策略戰鬥手機遊戲《X三國》台港代理權，同時並正式更名為《五四三國誌》，預計將於2016第一季正式與玩家見面。唯美精緻的畫面結合、獨創雙戰模式、拍賣行與名將養成系統，讓遊戲在中國上市即獲得玩家廣大迴響，推出首月次日留存皆突破50%以上。即日起至12月8日止《五四三國誌》將展開預先登入活動，完成將可獲得「與關羽單挑抽武將卡牌」活動資格，滿50次抽卡必得紫卡，對未來一統江山有極大的幫助。



▲遊戲橘子於今(26)日宣布取得中國上海美峰數碼科技大型3D三國卡牌策略對戰手遊《五四三國誌》

打先鋒！

全民互動3D手遊《五四三國誌》美畫面X新玩法X趣內容

上海美峰數碼科技是中國最大的國際化手機網絡和單機遊戲供應商、運營商之一，旗下擁有《上古》、《君王2》、《X三國》等多款知名手機遊戲，手遊營銷實力堅強。而看好遊戲橘子豐厚的遊戲營運基礎，上海美峰數碼科技以《X三國》作為進軍台灣市場先鋒，並正式更名為《五四三國誌》，雙方均期待以此作一舉開出紅盤。

策略類戰鬥手機遊戲《五四三國誌》在中國甫上市即獲得玩家廣大迴響，推出首月次日留存皆突破50%以上。新穎獨創的雙戰模式、拍賣行系統、流浪商人開創卡牌新時代；同時，《五四三國誌》在社群互動上也是黏著度相當高的一款遊戲，玩家可透過語音系統輕鬆與朋友邊玩邊聊，交友娛樂兩不誤。冀望透過遊戲橘子與上海美峰數碼雙方各自在遊戲營運及開發上的緊密合作，帶給台灣及香港玩家更多精采又有趣的手遊娛樂享宴。



▲《五三國誌》各具特色戰鬥特效, 3D群戰震撼登場



▲精美的3D畫風讓玩家在鬥陣的過程中更有對戰的遊戲爽感



▲強化, 進階, 升星, 每一步都能讓名將強大起來, 更兼裝備系統, 讓名將戰力飛升

搶先機！

即日起《五四三國誌》預先登入活動開催 單挑抽將試手氣

《五四三國誌》預先登入活動將於11月26日至12月8日正式推出，玩家僅需簡單登入臉書帳號加入《五四三國誌》官方粉絲團並留下手機電話號碼，即可獲得「與關羽單挑抽武將卡牌」活動資格，活動除了將結合《五四三國誌》單挑的遊戲特色進行抽卡，更有機會能將神級紫卡帶回家，每天最多可擁有10次抽籤機會，抽滿50次抽卡必得紫卡，相信對於玩家在未來在遊戲前期快速闖關有極大的幫助。更多預先登入活動詳情，請上《五四三國誌》

活動網頁：<http://tw.socialapp.beanfun.com/X3K/E20151001/index.aspx>



▲《五四三國誌》預先登入活動11月26日至12月8日正式推出，預先登入必得最高品質名將

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

橘子20紀念商品 重燃創作狂熱

2016/01/03



▲橘子20華山展, 品牌總監陳秉良詮釋playwork創意哲學

「橘子20跨界無橋限」華山展上個月甫成功落幕, 令橋粉們意猶未盡的「官方紀念商品企劃」, 在三天活動期間引爆橋內人搶購熱潮! 首度對橋外人開放的20週年鐵粉戰士, 不但在短短60小時內旋風式的秒殺完售, 更在網路上持續發酵話題, 帶動其他台、美、日跨界設計, 成為詢問度極高的發燒爆品! 此次商品企劃成功出擊, 令人好奇幕後策劃人—橘子集團品牌總監陳秉良(阿餅), 是抱持怎樣的創意哲學, 帶領團隊一起打造「playwork」跨界新品牌?

play+work 開展橋式生活美學



▲全球限量「鐵粉戰士熱血紀念版」，20年來最狂熱的橘限定！

陳秉良說：「playwork是從橘子集團延伸合作出來的，我們過去有許多合作的產品是沒有對外販售的，今年剛好是橘子集團二十週年，除了是個很棒的里程碑外，透過playwork的合作，我們把過往這些年中精彩產品作一個經典回顧與復刻。」

此次20週年限量商品最大亮點，就是全球獨一無二的「鐵粉戰士熱血紀念版」，原本只頒授給橘子內部資深員工，因為20週年首度對外開放販售。這尊鐵粉戰士，以最高規格設計訂製，從黃銅機體、外層數次汽車金屬銘烙烤漆，配合身體可動式關節，每尊印記上唯一的鐵粉認證編號，傳遞橘子永不放棄的戰鬥魂！

台、美、日跨界合作 靈感源源不絕



▲CROSSOVER跨界合作，打造美好設計生活！

包含「橘子20經典系列」、「ILOVE GAMA系列」及「橘限定Crossover系列」、「playwork系列」四大主軸，其中火熱商品還包括與zippo合作的便利商店打火機，以全亞洲銷售超過120萬套的「便利商店」為角色人物造型，重返光榮年代，再現經典回憶；與中山區赤峰街的日式咖啡店 nichiniichi 合作，推出「伊索比亞柑橘味咖啡」，則讓生活增添文藝輕鬆的美好感！Pure Design 橘色限定三角零錢包，真皮質材、造型獨特，兼具機能與時尚感；日本平面設計師 Akinori Oishi-大石曉規可愛橘瓣造型護照夾，可收納生活小物，散佈幸福氛圍的設計夯品！

另外，不論是台灣網路人氣插畫馬子狗合作的戀人系列商品，或是展現橘子永不放棄的精神「正筋鬥士」，詼諧、幽默、犀利風格令人莞爾一笑，也意外引發趣味效果！

延伸無限美好 製造創意潮流



▲playwork潮流設計，傳遞認真工作、認真玩精神。

未來playwork將會把創意與潮流設計密切結合，持續發表新鮮議題商品，並邀請有設計感、有想法的藝術工作者一起參

與。阿餅說：「用對的態度，就會創造出對的商品，當商品是以人為本作為出發點，有些事情或細節就會不斷追求的更好！」playwork的持續發展實用感與機能兼具的生活好物，讓原來專屬於橋內人的橋式美好生活，也可以延伸到生活周遭各個族群，傳遞認真工作、認真玩的快樂精神！

發現更多潮流設計，請上playwork粉絲團！

<https://www.facebook.com/Playwork-169015553448655/?fref=ts>

MERRY CHRISTMAS have a GOOD TIME WITH YOU! 聖誕新希望 | 繽紛橘心願

2016/01/03



▲聖誕橘薑餅屋內，隱藏許多橘心願，等你一起發現橘子獨有的濃郁聖誕溫馨



▲除了聖誕橘心願陪你一起過聖誕外，隱藏夏日版也很洋溢清新陽光氛圍，令人心神嚮往

一年一度令人期待的聖誕節慶終於到來，到處都瀰漫歡樂的節慶氛圍，為你我心中注入一股暖流！今年，為了讓夥伴們感受不一樣聖誕心願與祝福，橘子特別企劃聖誕DIY年曆創意好禮，透過一層一層探索的過程，組合層次豐富的聖誕驚喜，許多美妙經驗等待你發現！

橘子大家族，串起美好聖誕願望



▲橘子20, 與你一起共創美好的聖誕時光



▲不分季節、節慶, 任意組合搭配, 看到不同期許的橘子大家族

今年, 橘子迎接青春20, 希望透過這一輩子僅此一次的週年聖誕, 為橘子大家族串起心中美好的聖誕心願, 帶你快樂迎向嶄新2016, 與我們一同創造最溫馨的美好回憶, 願新的一年, 美夢成真, 心想事成!

未來與橘子一起新奇探索, 一起體驗, 一起完成!



▲透過自己DIY的組裝過程，與橘子大家族一起探索、體驗更多可能性



▲別出心裁的月曆卡，在不同版本的任意變化組合下，可看到豐富多元的繽紛樣貌

橘子精心企劃的聖誕橘心願月曆卡，期許未來在製作月曆卡DIY的過程中，可以與橘子一起探索、發現新鮮事物！希望將這別出心裁的橘創意，傳遞到曾經與我們一起奮鬥的夥伴手上，期許來年可以激盪出更多靈感火花，點亮每個人心中的繽紛未來