

6

JUN, 2015
vol.70

Dare to Challenge

GIVoice

橘人誌



8 860282 269166

brand.gamania.com

Read it, Know it, Love it!



從Love to Play到Dare to Challenge

2015/06/01



橘子20歲了！天生擁有冒險基因的橘子一路走來起起伏伏，像個永不妥協的孩子，不畏環境、挑戰市場。外界眼中的風風雨雨對橘子人來說不過是成長的養分，越是不可能，我們反倒覺得越值得挑戰！如同人生中各階段有不同的視野，20歲的橘子是個成熟的大人，我們帶著以往愛玩、敢玩的精神繼續前進，而對於將邁向國家級旗艦網路公司的未來，也有了全新的定位和調整。



橘子前進的原點Love to Play

過去橘子人以「Love to Play」為傲，在市場上，我們是創新悍將，總用意想不到的策略玩出大格局；在橘內，興盛社團及活動也充分表現橘子人凡事盡力、享受生活的態度。「Love to Play」的精神絕不只在玩樂，而是橘子人對生命熱度的展現，進而落實在工作生活的好奇心、企圖心和旺盛精力，一切都是從這裡開始。



Dare to Challenge 勇於挑戰 展望未來

站在20周年的分水嶺眺望未來，橘子檢視自身基因，決定全新品牌核心「Dare to Challenge」。我們依然保有探索世界的熱情，對橘式生活哲學感到自豪，但是面臨新世代的衝擊，橘子更積極、更堅決，拿出既有冒險果敢的氣概，發起挑戰。今後，橘子不只深耕熟悉的數位娛樂事業，更積極地將觸角擴及更大更廣的數位生活領域，為人們建構美好生活的想像，一起從have a good GAME！邁向have a GOOD TIME！「Dare to Challenge」是我們的宣戰宣言，也是自我期許，要勇於挑戰、接受挑戰，永不安於現狀地創造更好的明天！

圖片來源：

<http://pixabay.com>

<http://goo.gl/E04YG7>

進化吧，橘子人！挑戰動力大探索

2015/06/01



人活得好好的，為什麼要挑戰？也許每個人對人生價值的期待不同，但挑戰無疑是人類不斷進步的動力。有了挑戰，生活隨之有了目標，朝著更高的層次前進。以個人來說，究竟何種內在趨力讓自己想面對挑戰？以企業來說，又如何與大家一起共同打拚？《橘人誌》和你一起探索挑戰的動力，邁向進化之路！

挑戰源頭：成就動機

挑戰的源頭哪裡來？心理學家麥克里蘭(D.C. McClelland)曾提出「成就動機」的概念，指人試圖達到目標的趨力。他認為人的活動總會指向特定目標，力圖在某些方面達到成就，克服過程中種種挫折，直到成功。成就動機只是動機的一種，和創造、自我提升、求知等動機互相影響，也受社會氛圍和人生階段引導，如小時候的成就動機可能表現在遊戲、遵守生活常規；上學之後是學習和人際關係；進職場或許又變成工作表現和升遷等。

McClelland's Motivational Needs



▲麥克里蘭把人的高層次需求歸納為對成就、權力和親和的需求。

也有科學家發現，外在和內在引發的動機強度大不相同。研究指出，受外在動機支配（如考試、寫作業等不得不做的事）與內在動機支配（如下棋、運動等自發性想做的事）的活動相比，後者讓實驗者更享受，也更樂意接受挑戰，挑戰程度越高，越具吸引力。這也是從事自己喜歡的志業，才能全心全意投入，並且獲得最佳收穫的原因！

個人到群體：與公司一起挑戰

當一群人都擁有適當的成就動機，團體將能快速進步。大家擁有一致目標，不畏挑戰，更能保持市場競爭力，擁有跟上時代的彈性。在社會變動快速的現今，時時都得面臨不同的挑戰，讓我們看看無印良品和Google怎麼做！

談到遭遇困境再重新崛起，無印良品是一個傳奇的例子。無印良品在1999年起因擴張失速獲利連連下滑，市場一片「無印良品崩毀」的呼聲。當時，人事背景的松井忠三接下社長任務，進行一連串改革，挑戰讓無印良品再次復活。在松井忠三鐵腕之下，首先燒掉38億庫存宣示無印良品新生；再者既往感性經營，改良帳務系統和優化產品開發；並跳脫以往「賺錢才展店」原則，在台灣根據商圈發展性大膽擴店。種種舉措可能伴隨犧牲，看起來不可思議，但是這些改革為無印良品帶來根本上的改變，終能逆轉情勢，創造比往日更輝煌的成績。



▲無印良品擴大產品範疇，延伸至嗅覺、觸覺，給予消費者更深入細緻的體驗。



▲無印良品留心世代趨勢，如服飾就曾找過永澤陽一、山本耀司、植原邦雄等知名設計師合作

困境當然需要挑戰，而在順境如何保持持續挑戰的動能？不斷創新的Google或許可當參考！Google鼓勵自由提出想法，再由共識決定執行的先後順序，員工們有機會見證自己的點子被實現，改變世界，於是發自內心地超越對手、超越自己。而面對這群滿是衝勁的員工，Google的策略是挑戰：每個研究案通常只持續3個月，員工待在同一個位置的平均時間在1年到18個月間，時時保持變動的環境和新鮮感。



▲Google的辦公環境為人津津樂道。輕鬆氛圍下，員工其實無時無刻都在進行創新挑戰！

想想人生中最覺得最滿足、極致的喜悅是什麼時候？也許每個人有不同的答案，心理學家馬斯洛(Abraham Harold Maslow)曾提出高峰經驗(Peak Experience)的想法，指出有一種深層的感動體驗，集喜悅、興奮、幸福、忘我、悸動於一刻，而這樣充滿靈光的感受，時常由艱難挑戰的某個瞬間領悟。無論結果成敗，挑戰帶給人的絕不只是物質那麼簡單，是人生中的活化劑，更有盡力拼搏後得到珍貴的滿足和體悟。橘子這個階段的挑戰已經開始，你準備好了嗎？



▲你會感受過挑戰所帶來的高峰經驗嗎？

參考資料

<http://goo.gl/1wE75B>

<http://goo.gl/QNRA8d>

<http://goo.gl/gTILDY>

<http://goo.gl/mtdGOA>

<http://goo.gl/pfdPF7>

<http://goo.gl/bgCcHb>

圖片來源:

<http://goo.gl/jx5h0j>

<http://goo.gl/kJ5TzA>

<http://goo.gl/EUdezF>

<http://goo.gl/vphFNG>

<http://goo.gl/tFIdi6>

<http://goo.gl/HU6e4r>

橘子20年歷程：成熟前的大挑戰

2015/06/01



童年、青春、成年，人生有不同時期，橘子的創業歷程也有不同階段。橘子人的冒險特質使然，從創業開始，一路經歷不少大起大落。雖然不是場場勝仗，卻場場精彩，這些經驗都成了今日橘子寶貴的養分，讓我們更穩健地向前挺進。從青澀到成熟，橘子曾挑戰過什麼試煉？跟著《橘人誌》一起回顧當初熱血激昂的感動！

萌芽(2002-2003): 上櫃資本化

單機時代推出自製遊戲《便利商店》風靡亞洲，線上遊戲時代引進《天堂》改變玩家遊戲模式；年輕的橘子意氣風發，在遊戲市場掀起一陣陣旋風。不自滿、不停滯，橘子心中的版圖更遠大，靠著亮眼成績的基礎加速成長腳步，2002年正式上櫃掛牌，進入資本市場！受到各方投資挹注，橘子王國序幕就此展開！



▲便利商店為橘子打響漂亮的第一仗！

成長(2004-2006): 集團化布局

2003年，在市場一片看好之時，不料橘子因為未熟悉各地市場狀況、進軍全球擴張過快而陷入低潮。2004年重新檢討，提出集團化策略穩固企業體質，再次出發。經歷挫折後，橘子愈加沉穩，不再一味向外打仗，而更專注挑戰自身，內部先後設立了品牌中心、普橘島、並舉辦品牌營等，由總部凝聚共識，建構完整品牌觀，由內而外傳達出橘子的影響力。



▲從內到外一致的品牌形象。

開花(2007-2013):加速全球化

三年時間扎根，橘子在2007年後在全球逐漸站穩腳步，營運、研發、原創數位內容多方並進，各有斬獲。營運方面，日本開始盈利、香港躍升為遊戲龍頭、還設立全球多處辦事處。與國內廠商西進大陸路線不同，橘子多著眼在亞洲和歐美，例如《Hero: 108》、《米各說》等原創動畫皆在北美市場創造好口碑。負責品牌溝通的集團刊物《橘人誌》也在此時期發揮了很大的文化交流作用，最高曾發行七個語言版本。

▲《米各說》在國外備受好評，透過國內偶像劇的合作更累積不少粉絲！

成熟 (2014-):控股化新時代

近年受到行動化衝擊，市場變遷是史上最快速的時候。橘子深切瞭解舊時代的思維已不適用，不斷推動組織轉型。集團固然具備優勢，但面對變動的環境絕對需要更高彈性和應變力，橘子首先提出「雁行共伴」策略，透過內創、新創、控股等方式發展多元領域，集團內成立新團隊，集團外加入新夥伴，各自以更大自由度進攻市場，彼此卻緊密聯繫、互相支援。去年，執行長Albert更確立國家級旗艦網路公司的方向，宣告橘子投入數位生活領域。未來，我們將挾著過去豐富專業的數位經驗與創意思維，致力實現人們對美好生活的想像，創造淋漓盡致的快樂體驗！



▲群募、電商、影音、直播等，橘子投入數位生活領域，目標成為最酷的全方位網路公司！

挑戰固然伴隨著風險，但也唯有挑戰才能讓人知道能成長到何種境界，開創截然不同的未來。過程中也許有未知、挫折、不安，但事後回過頭來，這些考驗反倒可能是助力，是特別的人生風景。20歲，橘子更精彩的挑戰，等著你我來創造新的一頁！

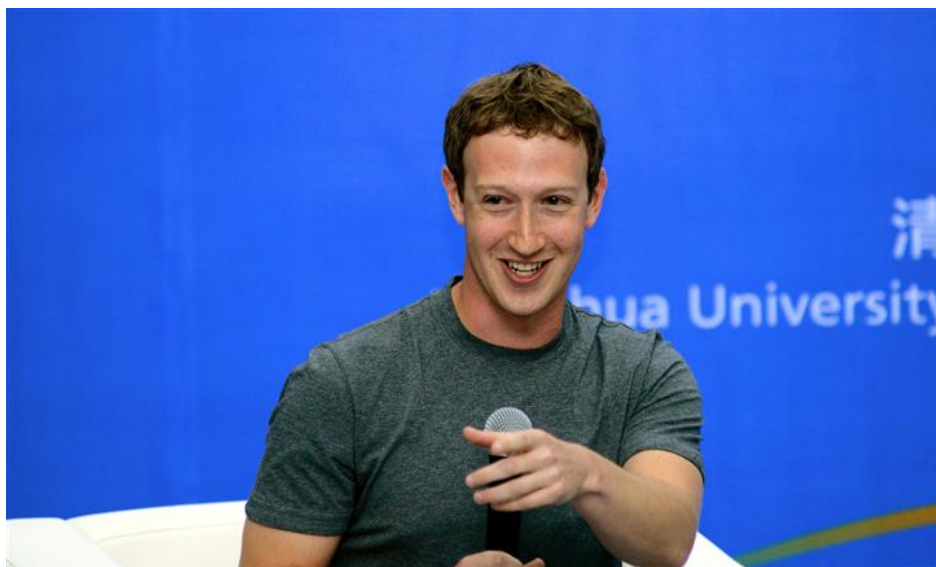
圖片來源：

<http://goo.gl/E49eJ>

挑戰成功，不可缺少策略

2015/05/27

2014年，臉書創辦人馬克佐克柏 (Mark Zuckerberg) 挑戰學習中文，隔年他在北京大學以中文演講，驚艷全場觀眾，展現一年來非凡的挑戰成果。為何佐克柏每年發起各種大小挑戰，從運動、學樂器、語言到工作等，總能交出漂亮成績單。這其中到底有什麼訣竅？是馬克佐克柏的意志力和聰明才氣嗎？其實，伴隨著挑戰的策略，才是左右成功與否的關鍵！從目標設定到挑戰執行，《橘人誌》將與你分享達成挑戰的重點策略！



1. 目標要夠硬！越困難，達成率越高

美國顧問公司領導智商 (Leadership IQ) 創辦人馬克·墨菲 (Mark Murphy) 指導微軟、萬事卡達 (MasterCard)、IBM 等知名企業後，發現高挑戰的「硬目標」能刺激員工跳脫現有框架，達到意想不到的成績。墨菲也發現能夠視覺化的目標，更能維持挑戰熱度。當你試著幻想站在聖母峰上，望向壯觀的高山景色，是不是感到熱血沸騰呢？

2. 大目標切分為無數個小目標

工作時我們將年度目標切分為季目標、月目標、周目標，但在計畫個人挑戰時，常忘記了這個實用的訂目標策略。以一年後要參加東京馬拉松大賽為例，可以先從參加10公里、半馬的比賽，陸續鍛鍊直到能跑完全馬。目標太大時，容易覺得遙不可及而放棄，但訂立小目標後，更常感受到達成目標的成就感，同時也提升了完成大目標需具備的技巧。

3. 縮短挑戰時間：90天最為理想

長期的挑戰會失敗，常是因為敵不過過愜天性，總忍不住想著明天再開始。而成功的企業家會設定每90天完成一個小目標。當挑戰時間一縮短為12週，會發現一種要立即開始的迫切感湧現心頭。

4. 留下關於挑戰的線索，時時提醒自己

人一忙起來，可能會把挑戰丟到腦後，隔一陣子想起來時，早就失去持之以恆的動力。因此，在每天視線會看到的地方，例如辦公桌或電腦桌面，留下一點視覺線索，提示自己還在完成挑戰的路途中，不可輕易放棄。

5. 先苦後甘！早起完成挑戰

個人的挑戰常被排到工作、家庭、休閒之後，留到夜晚和周末才行動。事實上，當這種心態一出現，注定會走向失敗的道路。不如每天把鬧鐘調早些，以挑戰做為一天的開始，精神飽滿地完成當日目標，你會發現持續挑戰一點都不困難。

訂定一套好的策略是完成挑戰的工具，熱情才是能走得長遠的主因。在思考新挑戰目標時，不妨拿掉所有的數字指標或現實需求，閉上眼在腦海中模擬挑戰的過程，用心感受能否讓你燃起熱情，再決定要不要開始這項挑戰！

參考資料

<http://goo.gl/aNW7fv>

<http://goo.gl/gLuqgp>

圖片來源

<http://goo.gl/MuBMAQ>

傳遞夢想價值！橘子改變社會的挑戰

2015/06/01

橘子人天生擁有挑戰熱血，從前挑戰市場，創造線上遊戲的風潮；現在挑戰未來，進階網路旗艦公司為人們帶來美好生活。從一個小工作室開始，橘子因為敢於做夢，敢於挑戰，才能走到今日的里程。長大的橘子希望能貢獻己力，把能量傳遞給更多和我們一樣的梦想家，因而發起遊戲橘子關懷基金會，以青少年為對象，暢談夢想、鼓勵挑戰，踏實地灌溉幼苗，帶給未來社會改變的力量。



Summer School找到挑戰夢想的勇氣

基金會每年暑假定期舉辦Summer School夏日學園，結合冒險教育與雙向公益，協助學員透過團隊合作，克服眼前挑戰，找到實踐夢想的勇氣！培訓期間的冒險教育，包含野外集訓、登山、溯溪、獨木舟等，其中最具有象徵性的高空繩索挑戰，學員必須爬上5層樓的木樁，站在頂端大聲說出夢想，躍過心中的恐懼，縱身一跳抓住象徵夢想的橫桿，宣示逐夢的決心。



▲與同伴間相互照顧，共同挑戰溯溪的艱困環境。



▲站在5層樓高的木樁上使盡全力向前跳，才有機會抓住前方象徵夢想的橫桿。

Summer School 服務期間基金會以「雙向公益」為目標，引導學員把挑戰、追夢的正向精神回饋社會。基金會交付學員們不同的公益任務，例如前往偏鄉學校，把培訓期間所學到的精神傳承給小朋友；又如深入花蓮秀林鄉和平村，協助颱風後災區重建工作等。學員們在公益服務期間，將體驗到為別人圓夢的考驗與快樂，從中思考自己如何實踐夢想，後續又該付出多少努力，同時為社會貢獻己力。

挑戰極限—大夢計畫

2008年基金會成立之初，董事長劉柏園(Albert)為「挑戰」做了最佳示範，與超馬選手林義傑和陳彥博共組夢想隊，進行一場《北極大挑戰》(Polar Challenge)。這項挑戰是21天、650公里的耐力賽，過程中得抵抗平均低於40度的嚴寒，面對暴風雪、失溫脫水、北極熊攻擊等危險，大自然嚴峻挑戰一波接著一波，但夢想隊挺身面對、相互扶持，是九支參賽隊伍中，完成挑戰的三支隊伍之一。旅途中，紀錄片導演楊力州隨行跟拍，以鏡頭紀錄下夢想隊這場瘋狂旅程，讓這場冒險被更多人看見，號召大眾以更積極的想法面對自我、挑戰夢想。



▲夢想隊歷經21天, 成功征服《北極大挑戰》的合影。

在《北極大挑戰》立下挑戰強度標竿後, 基金會不定期號召年輕人參加各項極限挑戰, 包括2011年無動力風帆《勇氣號》、2012年《單車環島壯遊》, 以及2014年《大夢計畫, 離開地表》與全台第一所飛行學校合作, 贊助5位擁有飛行夢的青年, 取得輕航機師執照。一連串的大夢計畫, 傳達只要拿出勇氣挑戰, 夢想再大也能被實現的信念。



▲2011年《橘子勇氣號》基金會成員們共同駕駛著無動力風帆, 從香港航行到台灣。



▲2012年《單車環島壯遊》活動中，成員熱血朝著終點前進。



▲《大夢計畫，離開地表》活動中得到培訓機會的學員，在首飛前興奮跳躍。

以故事傳遞挑戰夢想的精神

每位學員的逐夢故事，都可能在另一人心中種下挑戰夢想的種子。基金會陸續舉辦了分享會、《一起做夢假日野餐活動》、《夏日勇敢追夢展》，以及與Ted合辦的《2015 TED x Youth @Taipei》，無數個大膽逐夢的故事，堅定迎向挑戰的精神，透過攝影作品、紀錄片和演講觸動數以萬計觀眾。未來遊戲橘子計劃推出DRM平台，供大家在平台上分享、交換逐夢的心得，鼓勵更多人拿出勇氣，脫離舒適的生活圈，敢於挑戰，大膽逐夢！



▲學員在《Summer School》成果發表會中，分享找到勇氣、挑戰夢想的旅程。



▲基金會與TED合辦《2015 TED x Youth @Taipei》，每位演講人精彩的挑戰、追夢故事，感動全場觀眾。

圖片來源：
TEDxTaipei

UI 設計師學習程式語言經驗談(一)

2015/06/01

由標題就可以看出，這篇是一則從不會寫 code 到能寫出稍微像樣的網頁勵志文(誤~)。

首先筆者先介紹一下自己的背景，大學與研究所都是工業設計背景。大學時專注於實體產品的設計，而研究所開始接觸通用設計、高齡人機介面、感知心理學等領域。畢業後，因為開始對非實體的設計感到興趣(UI 與 UX 等)，就直接投入資訊業當個小小 UI Designer 了。不過隔行如隔山，事情絕對不會是傻瓜(筆者)想像的那麼簡單，結合過去所學的設計理論到實務應用總是會有一段陣痛期。



網頁基本知識：

對於一個完全沒碰過網頁設計的人而言，一上工就聽到 960 grid system 這個專有名詞，當時腦中一點畫面都沒有，其他常見元素的術語也都聽不懂。為了與團隊溝通良好，我利用時間跟工程師偷學，一聽到不懂的關鍵字，就馬上 Google，有時資料多到你需要好幾天才可以消化。但透過邊實做邊學習的方式，真的讓我成長快速，所以雞婆地想把這個經驗分享给大家。



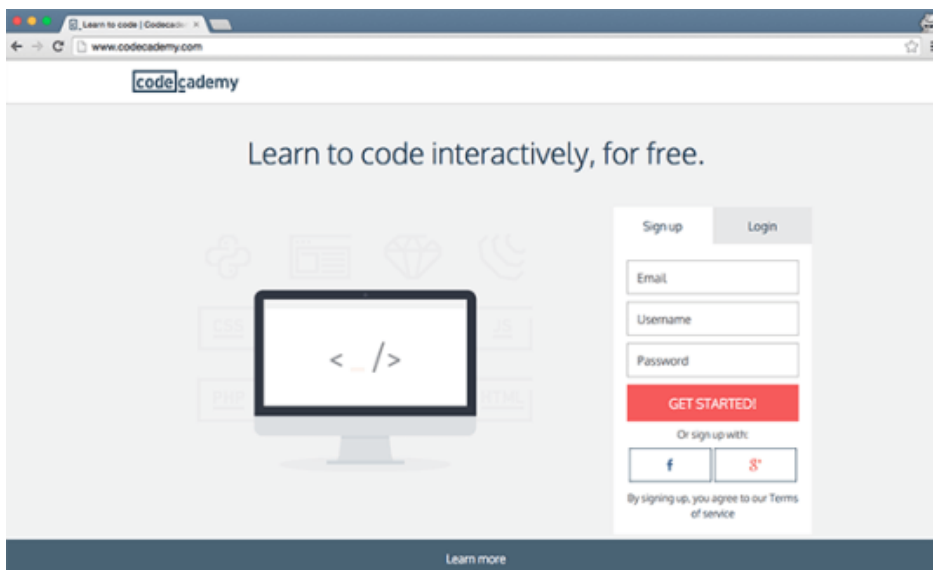
模組化、設計規範：

首先，大家可以先了解模組化與設計規範的概念。以設計的角度看，這兩個名詞大多應用於“品牌識別”上，比如定義平台的整體色彩、按鈕形式、字型與間距等，設計師可遵從定義來設計平台的元素 library，這些元素構成的設計規範就會是這平台(品牌)的識別。對前端工程師而言，這些設計規範最好能模組化，這意味著若有元素重複出現時不需重寫 CSS；若多人協做專案，也可避免錯誤的撰寫而與原設計有所差異。如此一來，開發過程會更輕鬆省時(雖然在設計前期，設計師在定義設計規範會相當花時間，且要提供詳盡的文件，但長期看來，對企業或產品的品牌建立與開發效率來說，這絕對是必要的)。



HTML & CSS:

因為想與開發團隊溝通順暢，所以開始接觸前端語言(HTML 與 CSS)，沒想到因此掉入了一連串的無底深淵～我們都知道在學習新知識前，首要準備好教材。筆者綜合同事們的意見，找到了一本基礎的翻譯書籍:HTML&CSS:網站設計建置優化之道，這本書最大特色是圖文並茂，十分推薦設計師喔！



有了好教材還不夠，必須實地操練才是重點。因此，筆者建議看這本書時，同時將 code 打出來，培養寫 code 的節奏。至於工具的部分，小編建議大家可安裝編輯器 – Sublime Text。

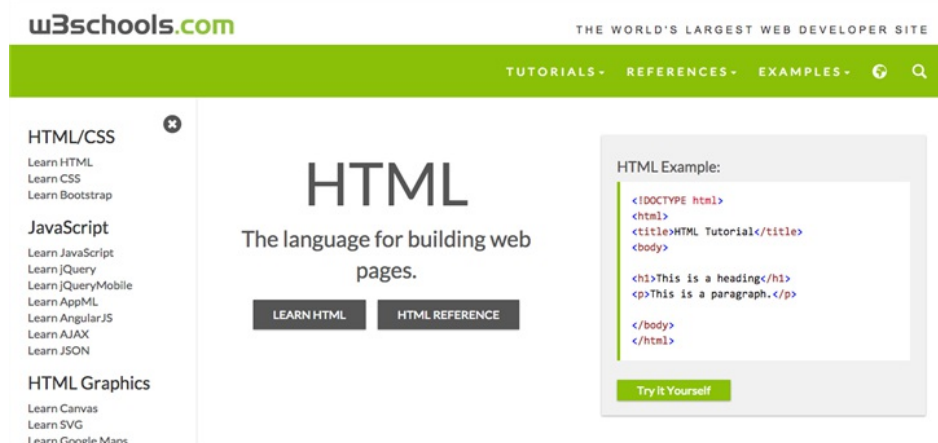
這本書主要分為 HTML 與 CSS 兩大部分，簡單來說 HTML 就好比人的骨架而 CSS 則是披在外面的衣服。我們在建構網頁時，HTML 寫得好不好十分重要，因為若一個人骨架亂七八糟，無論穿上多好看、多貴重的衣服，仍是不上相。深知此道理的小編當時把 HTML 的基礎研讀得十分仔細(HTML Tags 的語意用法等)。曾經有人說：可以用 Dreamweaver 來產生 HTML，較直覺也節省時間(如此一來，HTML 不用自己寫)。我的建議是盡量不依賴這樣的工具，唯有親自寫

Code, 你才可以真正了解 HTML Tag 的用法(未來搭配 CSS 時, 也更容易得心應手)。

再來就是 CSS 的學習, 當我把書看完, 在腦中已有些 HTML 與 CSS 的概念, 但還是相當生疏, 甚至寫不出來。於是又向同事求救, 他們說註冊 code academy 就對啦! 這是一個可線上學習 HTML 與 CSS 課程的平台(也有其他程式語言可以學習), 教學課程透過互動的方式引導初學者有步驟的學習, 可讓觀念更加清楚。當課程完成進度為 100% 時, 就是出師的時候了(誤~)。



完成課程後, 筆者記憶正深刻, 為了更加熟練, 一鼓作氣找了幾個不錯的網站, 把版型截圖下來並嘗試用 HTML 與 CSS 刻出一模一樣的網站。當時, 小編第一個臨摹的網站是 Google Play 首頁, 因為我認為 Google 的 HTML 與 CSS 之架構與觀念應該是值得學習的。



在實際練習 Google Play 首頁切版時, 觀念不熟的地方就會一直浮現, 此時筆者自己會翻閱相關書籍釐清觀念, 也同時上 w3school 交叉補足觀念。

第一次切版遇到最大的問題就是定位(position)與浮動(float)的應用, 也許是因為這兩個 CSS property 比較難想像, 所以需要從做中學(trial and error), 因此就給了自己一個題目, 把剛剛的 Google Play 畫面寫出兩種版本:

底下的 app 展示都用 float 呈現

底下的 app 展示都用 position 呈現

透過這樣的練習, 你會慢慢理解 position / float 的使用時機, 同時也會更清楚這兩個 CSS property 在使用上應該注意的地方。學完以上的基礎觀念後, 相信要打造屬於自己的靜態網頁將不是個大問題了!

預告下集會談到的重點會有 IE hack、優化 CSS(SASS/css sprite/image compression)、CSS Framework(Bootstrap) 與版本控制(git)。P.S. 下集絕對不會是技術文啦(筆者不是專業的)

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。

真相達文西·天才之作特展

2015/06/01

G!VOICE推薦

談到文藝復興時期的藝術家，莫過於達文西了！不少傳世作品都出自他手，如《蒙娜麗莎的微笑》、《最後的晚餐》、《維特魯威人》等，更曾經因推理小說《達文西密碼》成為紅極一時的話題風潮。達文西不只是藝術家，其對解剖、雕刻、建築、工程等多領域研究皆對後世留下深遠影響，博學程度令人嘆為觀止。《真相達文西·天才之作》首次引進55幅達文西的真跡畫作，讓你一探這位鬼才的真面目！



展覽內容



想知道達文西本人眼中的自己是什麼樣子嗎？《達文西自畫像》將在本次展覽展出，絕對是你不容錯過的一幅作品！展中並包含《亨利二世畫像》和《法蘭西斯二世國王畫像》等多幅珍藏，從文藝復興時期貫穿到20世紀，從達文西的角度對歷史做一趟深度巡禮！

展覽資訊

展覽時間：2015.06.27(六)~2015.09.20(日)

展覽地點：華山1914文化創意產業園區(100 台北市中正區八德路一段1號)

票價：原價(全票)新台幣350元 (優待票)新台幣300元

圖片與資料來源：

<http://goo.gl/cf8oJu>

刺激的體驗行銷-鼓動突破框架的挑戰

2015/06/01



早就過了單純強調產品特性與品質的行銷時代，如何抓住顧客經驗感受與情感，創造出觸動人心的品牌是每個行銷人的考驗。

「體驗行銷」正是強調顧客感受的品牌操作手法，而其中的佼佼者，有COCA COLA、IKEA...等眾多品牌，當然別忘了Disney。COCA COLA幾個販賣機的案例，大家一起疊羅漢才能買到可樂，或是將兩個瓶蓋對齊才能打開喝到可樂；IKEA的實體展售間，線上APP型錄；更別說Disney的Disney land，無所不在的讓消費者體驗到這就是那美好的世界。這些品牌以溫暖帶來歡樂、感動，但今天，我們不談溫情的體驗行銷，我們來聊點刺激的！

「The North Face」如果地板突然消失，該怎麼辦？

The North Face是個經營戶外運動用品的美國品牌，鼓勵大家不斷的自我挑戰。

「The North Face」如果地板突然消失，該怎麼辦？

The North Face是個經營戶外運動用品的美國品牌，鼓勵大家不斷的自我挑戰。

當開心的逛街，仔細的選購衣物時，突然！地面開始消失，第一個想法是什麼？地球暖化到了盡頭，還是核能電廠終於發威了？結果是The North Face曾在南韓做了一個有趣的“街頭”實驗，為了讓你了解，The North Face是個充滿刺激、挑戰的品牌，即使在購買過程中，也要讓你感受到有勇氣挑戰，就有可能成功，透過體驗充分傳達品牌宗旨。

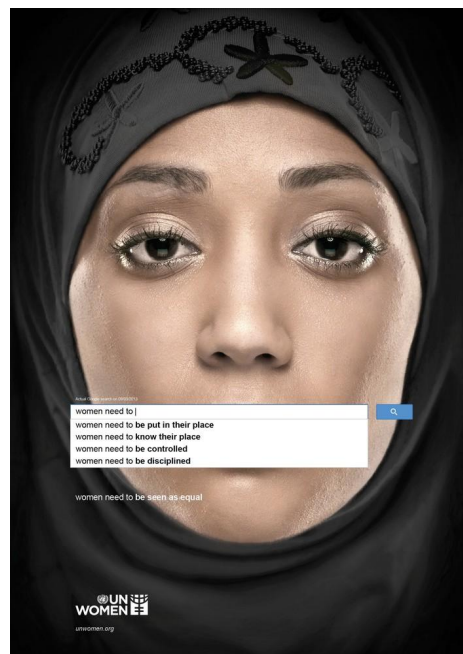


▲商店的地面消失, 挑戰者必須不斷攀岩, 在30秒內跳躍抓住North Face 的外套!

「UN Women」讓男人在埃及說出自己母親的名

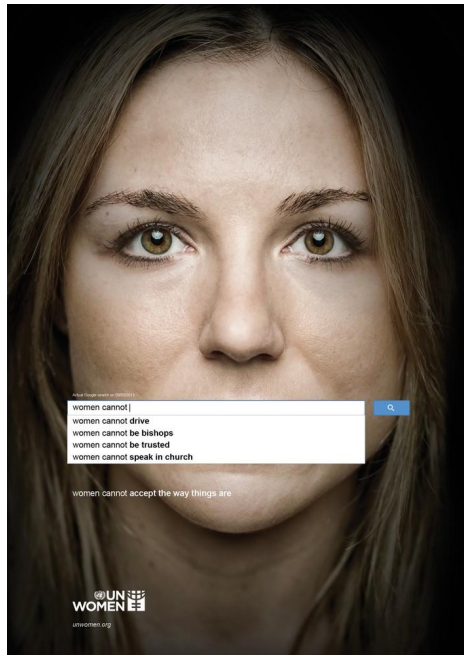
當身邊的人在討論兩性平權時, 殊不知有些地方, 連說都不能說出, 更何況是討論, 對他們來說, 更是天方夜譚。

「UN Women」是聯合國的一個機構, 推動全球性別平等、女性賦權與反對婦女暴力等。2013年成功的以引人省思的廣告, 引起群眾對於這個議題的重視與討論。



▲ women to be seen as equal

要平等的對待女性



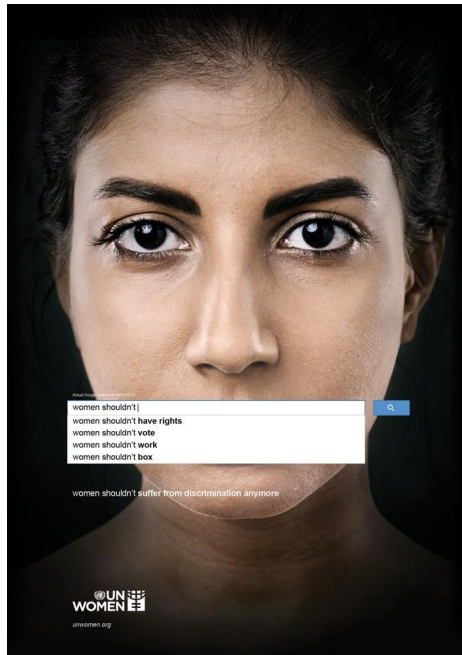
▲ women cannot accept the way things are

女性不能接受的慣例事情是...



▲ women should have the right to make their own decision.

女性應該有自己做決定的權利



▲ women shouldn't suffer from discrimination anymore.

女性不應該再受到歧視了

2015年「UN Women」鼓勵埃及的男人們，在3/21母親節，大聲說出母親的名字。

多數中東國家的小朋友，從小被教育，低下階層的小孩才會讓別人知道自己母親的名字。一旦被別人知道母親的名字，就會被拿來開玩笑，逐漸成為一種風氣，被人問到母親的名字時，反應是驚訝與覺得丟臉，這支影片鼓勵人們，把社群上的名字，改成母親的名字。



鼓勵大家透過個小動作，突破男性思維設立的框架，打破社會禁忌從對話開始。社會氛圍的改變，需要時間醞釀，或許當下衝動的踏出了第一步，隔天又卻步，但突破的刺激，讓改變一點一點，變得不同，讓體驗行銷除了體驗，多了些許意義。

資料來源:<https://goo.gl/0SJ9EX>

圖片來源:<http://goo.gl/wOruOy>

<http://goo.gl/gWEZog>

小到讓人無法忽視，電影《蟻人》小小行銷的啟示

2015/05/27

MARVEL
ANT-MAN

JULY 17

如果你第一次看到如上圖的海報，會不會很想拿放大鏡「看看畫面中央的那個，到底是個什麼鬼玩意兒？」。一個不按牌理出牌，不讓你看清楚電影行銷，葫蘆裡到底賣了什麼藥？

《蟻人》這部即將於今年七月上映「史上最小的超級英雄」的電影，改編同樣來自復仇者聯盟的漫威漫畫。講述一個「穿上蟻人裝就可以縮得跟螞蟻一樣小的同時，還擁有巨大力量」的矛盾集合體。先看一下預告，感受一下它的威力：



▲蟻人的超人裝。



▲穿上後，就可以縮的跟螞蟻一樣。



蟻人，一開始就走這種很不正常的「螞蟻看世界」的角度來行銷。它的首部預告片，目標對象竟然不是會花錢買票進戲院的人類，而是螞蟻！號稱史上第一部給螞蟻看的預告片，而且它真的做到了，這影片實在是欺負人(如下影片)，四天後才推出了「成人的放大版」：



這一招「用預告來預告另一部預告」的手法，很妙，也成功引起廣泛的討論跟注意。

除了利用YouTube影片跟海報，這些電影慣用行銷手法之外，它也沒忘了實體戶外看板。蟻人，在澳洲選擇了人潮眾多的

戶外場所，刊登了公車候車亭的看板、T 霸...等廣告，只是，同樣小得不像話。



▲ 蟻人的候車亭，就在正常候車亭的旁邊，cute。



▲ 隱身在路旁，不起眼的T Bar。

「小」，是我故意的

這類，以小博大，引起注意的方式，向來挺管用的。過去也有一些很精彩的例子。像是世界自然基金會，在50周年慶的時候，為了提醒世人再度重視熱帶雨林的舊問題，跳脫了過去說了千百遍的敘事方式，選擇了前所未見的表現方式，進行了一場真實的「螞蟻示威大遊行」！

WWF利用雷射切割技術，把螞蟻每天都會搬運的葉片，在葉片上切割出小小的，想要傳遞的訊息，例如：「保護樹木、為了森林、禁止砍伐、立刻捐款...」，讓這些螞蟻雄兵們，真的舉起這些葉片來，在林間進行了一場大遊行，是不是棒呆了！



以蟻人的例子，要不是品牌刻意的，把真實世界中，路人經過卻很容易錯過的小小看板，整理成為一則類似「給螞蟻看的OOXX」的新聞或影片，我們也不會看著螢幕發笑的同時，按下分享，讓更多人看到，而這，就是不尋常的力量。

創意，有時候就是這麼簡單，只要異於常軌，不管是史上最大或最小；最慢或最快；最多或最少；最貴或最便宜....，總之，跟大家不一樣，就行了！

遊戲橘子再度攜手韓國遊戲大廠NEOWIZ GAMES 取得韓國人氣手遊《Finger Knights》台港澳代理權

2015/05/25

遊戲橘子今(24)日宣佈再度與韓國遊戲大廠NEOWIZ GAMES攜手合作，取得RPG養成結合彈射玩法的韓國人氣手遊《Finger Knights》台港澳代理權，並預計將於2015年第二季正式引進台灣。而為精耕台灣手遊市場，《Finger Knights》將交由在台多年豐富遊戲經營經驗及專業且創新的遊戲橘子，讓台灣玩家感受《Finger Knights》培育英雄與彈射指速相互激盪的酣暢樂趣！



▲遊戲橘子宣佈取得韓國人氣手遊《Finger Knights》的台港澳代理權

《Finger Knights》是首款RPG養成結合彈射玩法的手機遊戲，以二頭身可愛戰鬥角色設計與簡單直覺的拖拉玩法，去年六月在韓國上市後，引發玩家熱議，人氣相當火熱！因此，遊戲橘子相當看好《Finger Knights》的遊戲特殊性及市場潛力，與韓國大廠NEOWIZ GAMES再度攜手合作，期待在台灣手遊市場再創高峰。

《Finger Knights》在簡單直覺的拖拉玩法，運用撞球射角的提示發動突擊，營造出碰撞反彈的擊殺爽感。同時，在精彩刺激的遊戲內容中展開冒險，並培育養成專屬的英雄角色，打造出最強部隊。



▲《Finger Knights》是首款以RPG養成結合彈射玩法的遊戲



▲結合二頭身可愛戰鬥角色設計與簡單直覺的拖拉玩法

再度與遊戲橘子合作的韓國大廠NEOWIZ GAMES，相信遊戲橘子在台多年經營遊戲的豐富經驗及專業且創新的營運團隊，將能快速且穩健地拓展《Finger Knights》的海外市場！《Finger Knights》預計於2015年第二季登台，上市時亦計劃結合社群平台，強化遊戲互動趣味。《Finger Knights》遊戲介紹及上市時程將陸續公佈，敬請玩家期待！

關於NEOWIZ GAMES

NEOWIZ GAMES是韓國五大遊戲巨頭公司之一，運營綜合遊戲門戶網站《Pmang》，在亞洲等多數國家發行《戰地之王 A.V.A》、《Slugger》等知名網遊，即將推出大作MMORPG《BLESS》與MORPG《ASKER》，旗下代表網遊以第一人稱射擊、角色扮演以及運動競技類型居多，近年進軍網頁遊戲以及手機遊戲領域更多次創下營運佳績。

邪惡力量即將侵襲！《艾爾之光》ADD全新二轉「狂噬者」毀滅降臨

2015/05/25

遊戲橘子旗下最熱血的動作冒險線上遊戲《艾爾之光》於明(1)日推出狂傲の神ADD全新二轉「狂噬者」。正當ADD穿越時空回到過去，準備進行復仇之際，竟發現因計算錯誤而誤入到另一個平行時空，一切辛勞付諸流水後，決心化身「狂噬者」摧毀這個世界。為迎接新二轉，4月1日起至16日止，活動期間全職業角色連線10分鐘即送「惡魔鍊」，執行任務再送「科保解毒USB」及「惡魔盔甲」。同時，愚人節當天上線即可獲得男變女，女變男的「性轉連身時裝」，一起讓人摸不著頭緒，歡樂一下吧。



▲狂傲の神-ADD全新二轉「狂噬者」將於4月1日正式降臨《艾爾之光》

ADD再進化！「狂噬者」暴戾登場 穿越時空後竟發現無法接受的事實?!

狂傲の神「ADD」終於穿越時空回到過去，正當要懲罰那些迫害他家族的敵人時，卻發現這世界與他記憶中完全不同。他的家人並沒有被殺害，更令人震驚的是有個酷似他的人正代替他幸福地活在這個平行時空裡...在經過一切努力後卻換來這無法接受的結果時，ADD被極度癡狂的復仇欲望所吞噬，成為「狂噬者」，決心運用時空之力，扭曲時間和空間，毀滅這個不屬於他的一切。為迎接新職業的到來，4月1日起至16日止，活動期間內全職業角色連線10分鐘即送「惡魔鍊」，執行任務再送「科保解毒USB」、「惡魔盔甲」。



▲回到了一個不屬於自己的世界，轉生為「狂噬者」的ADD，狂怒之下決定讓它毀滅



▲「惡魔鍊」、「科保解毒USB」、「惡魔盔甲」活動飾品示意圖

成為「狂噬者」的ADD對控制時間和空間有了更進階的認識，擁有更強大的破壞力和更瘋狂的性格，當他解放自己的力量時，無人生還。可使用「反轉烙印」使對方傳送到自己身邊，或者是通過「倒反輪」來傳送自己。使出「超技能-妄想狂」時，會聚集時空之力讓空間瞬間爆炸，空間爆炸後所產生巨大裂痕將使更多敵人受到火、水、毒等屬性的大範圍傷害。



▲「超技能-妄想狂」產生一巨大時空裂痕，範圍內的敵人會受到三屬性強力魔法攻擊



▲「月夜狂想曲」破壞對方精神力的強力招式，可在敵人身上重疊buff，遭到打擊時會受到加倍傷害

偽娘偽男「戰」起來 愚人節全員形象大解放! 復活節超萌時裝免費拿

愚人節當天，玩家只要進入限時開放的「伊米爾的時空」副本即可獲得「性轉連身時裝」，體驗角色從男變女、女變男的惡搞樂趣，《艾爾之光》的熱血玩家們絕對不能錯過。4月同時也是歡慶復活節的日子，4月1日起至9日止，活動期間進入符合條件之副本，將有機率出現活動怪「復活節彩蛋」，打倒後可獲得彩蛋道具，蒐集指定數量即可兌換「復活節格萊夫面具」、「復活節時裝」。



▲狂傲的ADD穿上性轉時裝後，變成動漫控腐女



▲可愛的艾拉穿上性轉時裝後，變身勇猛的斯巴達大叔



▲溫柔的愛莎穿上性轉時裝後，進化成肌肉猛男



▲復活節贈送的活動時裝, 穿上連身時裝化身超萌兔兔



▲蒐集指定數量之彩蛋, 可兌換永久「復活節萊夫面具」

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

挑戰玩命關頭的速度與激情!《跑跑卡丁車》推出時速飆破500「LTE模式」

2015/05/25

遊戲橘子旗下休閒競速遊戲《跑跑卡丁車》即日起至4月10日止，限時推出直線狂飆，時速爆表的「LTE模式」，無需甩尾、集氣，只要重踩油門並靈活運用場地的加速裝置，全力超越對手即可，單場30秒超快速，體驗最純粹的飆車樂趣。同時，玩家只要在10日前，進行「LTE模式」累積達99km即可免費獲得永久「紅曼波魚9」一台。為迎接清明連假的到來，4月3日至6日期間，每晚9點登入即可獲得「彩虹顯像盤」或「金色顯像盤」等獎勵喔。



▲《跑跑卡丁車》即日起隆重推出挑戰極限，時速飆爆500的「LTE模式」

「LTE模式」全新推出! 體驗飆破時速表的超快感

即日起至4月10日止，限時開放直線狂奔，無需甩尾，一場僅需30秒超快速的「LTE模式」，此模式全採用直線賽道，行進中自動補充氮氣，因此玩家可不受彎道、甩尾集氣影響，唯一的目的即是全力朝終點邁進，並享受飆破以往之極速，由時速280直指時速500的熱血貼背感。



▲「LTE模式」新地圖「與恐龍的極限競速」、「街頭競速」、「飆速城鎮一號線」



▲地圖中記得閃避障礙物，並盡可能的壓過綠色加速器獲得瞬間加速超越對手

歡慶新模式推出，即日起至10日止，進行「LTE模式」累積99km即可獲得永久「紅曼波魚9」一台，另外，於活動期間19點至22點上線，連線每滿10分鐘即可獲得「暴斃寶石10個」，累積80個即可兌換永久「藍曼波魚9」一台，讓玩家一次免費帶走兩台永久車。



▲「紅曼波魚9」為道具車，「藍曼波魚9」為競速車，逗趣模樣絕對要蒐藏

小小樹苗養成計劃 種樹就送全新「飛龍王」寵物

4月3日至24日止，活動期間內每天登入即可免費獲得「種子」與「幸運的大水壺」，種子共有五個階段，每個階段都能獲得對應的獎勵道具，適時的使用水壺可讓種子成長至第五階段「豐盛的果實」，當培養至第五階段時即可得到「恐龍蛋」，恐龍蛋除了可開出全新霸氣車款「鋼爪龍9」外，還可取得「飛龍寵物」與「R博士進化裝置道具」，組合2個道具時可獲得最新寵物「飛龍王」。



▲種子à嫩芽à小樹木à樹木à豐盛的果實，共五個階段可培養



▲打開恐龍蛋可取得飛龍寵物與R博士進化裝置，組合2個道具時可獲得飛龍王寵物



▲可由恐龍蛋取得能將飛彈變更為恐龍爪飛彈的全新霸氣車款「鋼爪龍9」



▲使用豐盛的果實達15回以上，可獲得「飛龍翅膀炫光(永久)」

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

《絕對武力 Online》全新散彈槍戰專用地圖「火車車庫」奇襲登場 精工衝鋒槍「喋血轉輪」瞬間引爆求活路

2015/05/25

遊戲橘子旗下經典射擊遊戲《絕對武力 Online》於今(9)日推出全新散彈槍戰專用地圖「火車車庫」，玩家將與敵隊進入斑駁詭譎的車庫廢墟展開火拼攻防，運用蜿蜒曲折的空間及遮蔽物搶得一線生機。為了增強於其他模式的活命機會，同步登場的精工衝鋒槍「喋血轉輪」可說是絕不能錯過的重要保命符，利用蒸氣引擎力量瞬間引爆強勁火力全數射發子彈，爆裂傷害力超乎想像。同時，為回饋玩家，即日起至4月28日止，活動期間內完成地圖任務，可免費獲得獨一無二的犢牛式全自動「Mk3a1戰鬥散彈槍」。



▲《絕對武力 Online》今(9)日起推出全新散彈槍戰專用地圖「火車車庫」，邀玩家一同拼輸贏

啟動散彈魂的逆襲！亡命廢墟「火車車庫」火拼登場 運用現場特色才是活命要訣

時序步入春天，正邪勢力對決蠢蠢欲動。本次改版特別推出全新散彈槍戰專用地圖「火車車庫」，在這座壟罩著死寂肅靜的詭異氛圍，令人不寒而慄的空間裡，偶而還有運行中的列車經過，玩家將在佈滿眾多廢棄機具、鐵柱鋼樑與暗藏錯綜複雜鐵軌的車庫中，透過諸多地形限制與視線死角來進行對抗，善用遮蔽物與地下密道才是真正活命的不二法門，或出奇突襲給予敵方致命一擊也是個不錯的決勝關鍵。



▲「火車車庫」佈滿眾多廢棄機具與鋼樑，壟罩著極致肅靜的詭異氛圍



▲善用遮蔽物與地下密道才是真正活命的不二法門

此外，在槍林彈雨、大開殺戒之際，無人駕駛的單節列車廂也將不定時行駛於地圖之中，大幅干擾交戰節奏，玩家們可得全神貫注應變回擊，考驗著雙方陣營的團隊默契與戰略運籌帷幄。即日起至4月28日登入體驗，經驗值及Point將增加2倍，完成地圖任務，更可免費獲得獨一無二的犢牛式全自動「Mk3a1戰鬥散彈槍」，獲勝機率大幅增加。



▲大開殺戒之際，無人駕駛的單節列車廂也將不定時行駛於地圖之中

COUNTER STRIKE™ ONLINE 絕對武力



▲獨家限量！完成地圖任務，可免費獲得獨一無二的犢牛式全自動「Mk3a1戰鬥散彈槍」

助陣衝鋒突圍！全新滅屍聖品「喋血轉輪」連發爆擊

迎向未知生存挑戰，總是需要一把安神定心的絕世神武。今年春天，《絕對武力 Online》隆重推出全新精工衝鋒槍「喋血轉輪」，除了一次可搭載30發 4.6mm子彈之優勢外，更大幅提升擊發速度；切換成B模式時，玩家可利用蒸氣引擎力量瞬間引爆強勁火力，將填裝在彈匣的子彈全數射發，爆裂傷害力超乎想像，玩家操作「喋血轉輪」絕對可體驗空前絕後的滅屍爽感。



COUNTER STRIKE ONLINE
絕對武力

▲「喋血轉輪」大幅提升子彈裝填及擊發速度，爆裂傷害力超乎想像

終極回饋大公開！「實果系統」玩法翻新 滿貫紅利一把抓

《絕對武力 Online》之前不定時推出的「全民瘋實果」因其高趣味及高獲獎玩法引發玩家熱議，今年將再度推出全新版本「紅利實果盤」，並讓玩家一年四季、365天皆可挑戰自己人品爆發的好機會。實果盤數字獲得方式將全面翻新，藉由「紅利解碼器」快速累積紅利點數進行實果遊戲，並且無限期兌換實果武器與滿盤超值金勳獎，以持續擴充自身火力。

COUNTER STRIKE ONLINE 絕對武力 紅利實果

實果盤

實果數字 [0~99] 你抽中的是：

0

※使用必得開啟以外的方式開啟數字時
會隨機獲得一個數字，但有可能會抽到實果盤上未出現的數字

	33	94	28	88	1
	63	34	74	69	19
	18	30	60	98	93
	31	53	72	35	71
	36	86	0	9	5

重置

紅利資訊

持有的紅利 使用內容

334 M

隨機開啟

使用 50 紅利

雙數開啟

使用 100 紅利

單數開啟

使用 100 紅利

必得開啟

使用 350 紅利

實果過關獎勵

黃金M4A1 (永久)

變更獎勵道具

[阿聯誠請君] ***** 恭喜 [梅伊128] 從解碼器獲得了高級道具「道具期限延長卷」

使用紅利可獲得數字，連線達成所有實果時可以獲得獎勵。

解碼器
關閉 (B)

▲全新版本「紅利寶果盤」，並讓玩家一年365天皆可挑戰自己人品爆發的好機會

※《絕對武力》官網：<http://tw.beanfun.com/CSO>

《新瑪奇》全新劇情「神聖騎士團」強勢出擊 超大BOSS「使徒 吉爾迦斯」暴戾登場 神秘三騎士團結對抗

2015/05/25

遊戲橘子旗下人氣超旺的線上遊戲《新瑪奇》於即日起推出全新大型改版「神聖騎士團」。玩家將成為「神聖騎士團」的一員，與三位艾爾班騎士團成員「亞特」、「艾薇琳」、「托爾維斯」攜手揭開對神秘教團的偵查，並共同進行精采的冒險挑戰。同時，也將面對超大BOSS「使徒 吉爾迦斯」的致命挑戰，此時只有盡快獲得信仰之力「神聖技能」才能戰勝黑暗的威脅。即日起至4月31日止，活動期間內今年三月未登入《新瑪奇》的累積等級250以上玩家將可在登入時獲得內含「尊榮生活VVIP」、「戰鬥經驗藥水2倍」及「完美技能時空膠囊」的超值回流禮包，立即拿起手上的武器，再次為愛爾琳戰鬥吧。



▲《新瑪奇》即日起全新大型改版「神聖騎士團」，三位騎士將一同與玩家挑戰全新的主線任務

挑戰黑暗勢力迎接光明！全新劇情「神聖騎士團」精彩登場

《新瑪奇》日前所推出的主線任務「伊利亞2」，以精彩的劇情及刺激的遊戲內容引起玩家熱議。為了讓玩家持續沉浸在緊湊劇情的遊戲爽感，《新瑪奇》再度隆重呈現全新主線劇情任務「神聖騎士團」。面對受到新災難預兆侵擾的愛爾琳，起初只是由異變的動物所開始，但緊接著出現卻出現了「使徒吉爾迦斯」的巨大怪物。當然，災厄總是接二連三的來襲，神秘教團竟也進行了可疑的舉動。玩家在確認預兆情報的途中，將遇見「艾爾班騎士團」的三位成員「亞特」、「艾薇琳」、「托爾維斯」，並與他們共同行動。隸屬於侍奉主神艾托恩的神聖騎士團，也是能夠使用神的力量「神聖技能」的使者。縱使自歷史舞台上消失已久，但隨著愛爾琳不斷出現亂象，他們似乎再度展開了行動。



▲「亞特」艾爾班騎士團史上最年輕的騎士，充斥著夢與熱情的活潑性格，但也時常過於衝動導致失敗



▲「艾薇琳」才華洋溢且勤勉的女騎士，年紀輕輕便勝任艾爾班騎士團的其中一個領袖，性格相當強勢且穩重



▲「托爾維斯」艾爾班騎士團的其中一位領袖，身懷強烈正義感以及堅韌的意志力，絕對會完成被交付的任務

迎向勝利的曙光！全新「神聖技能」華麗降臨 最多16人夥伴攜手挑戰超大BOSS

面對超大BOSS「使徒 吉爾迦斯」無情的肆虐，全新「神聖技能」可說是玩家的戰勝邪惡的秘密武器。與「使徒 吉爾迦斯」戰鬥中所特化「神聖技能」的主項目共有3種，分別為「防禦」、「束縛」、「懲戒」與5種強化各種技能的輔助技能所構成，透過依序發動「聖盾庇護」、「聖光之錐」、「審判之刃」等技能，即可發揮出極大的效果！另外，全新六款武器「朝聖者之劍」、「狂徒巨劍」、「聖痕拳套」、「救贖聖弓」、「原罪魔杖」、「福音銅瓶」同步登場，只要參加「使徒 吉爾迦斯」的討伐任務，來收集使徒會掉落的特殊材料，就有機會製作出極具殺傷力的全新武器。





▲透過「聖盾庇護」(上)、「聖光之錐」(中)、「審判之刃」(下)的相關技能順序發動,便能發揮極大的效果

※《新瑪奇》全新「神聖騎士團」正式出擊:<https://youtu.be/8QnMoRX4EuM>

※《新瑪奇》官網:<http://tw.beanfun.com/mabinogi/>

《全橋總動員》詹仁雄：從生活練習創意

2015/06/01



前進數位生活領域的橘子，近期布局影音娛樂範疇的重要大事，莫過於與資深製作人詹仁雄合作推動的酷瞧影音平台了。一手打造《康熙來了》、《超級星光大道》、《金頭腦》等家喻戶曉節目的詹仁雄，近年來十分關注網路發展，製作《PM10-AM03》在樂視網刷新當時紀錄，並相繼推出《PMAM之美好偵探社》、《PMAM之慾望俱樂部》等後續作品。全橋總動員特別邀請他與橘子人暢談創意人生，講談中也討論到對酷瞧的初衷與期許。

生活體驗打開創意源頭

詹仁雄分享，他熱愛觀察，並經常練習自己識人的敏銳度，例如藉著衣著打扮說話氛圍推測小團體的關係，聽學生講話猜他的星座家鄉等。這樣的練習也有非常多種形式，「我不管在做節目、出版品、或人生的很多事，基本上都是不放過自己的那種人。」無論送禮、臉書PO文，他都會加入巧思，連走在路上看到招牌，也免不了研究字型等。這樣的累積成為他的創作養分，並在遇見橘子後促成更大改變的契機，希望能逆轉台灣收視環境，在酷瞧平台上創造出更多具有生活感、能引起共鳴的好作品。



▲《PM10-AM03》



▲《PMAM之慾望俱樂部》

創意成功的原因：不一樣及感同身受

坊間討論創意的觀點很多，詹仁雄將創意成功的原因歸結到不一樣和感同身受兩個層次，建議大家可以常思考怎樣創造差異，再連結到情感面，觸動觀眾情緒。他舉自己最近的體驗為例，因為合約糾紛不得不經常上法庭，本來應是很不開心的事，但轉個念卻讓他想到也許這個緣分會成為將來的創作題材、提醒自己應該更愛家人，或該和久未見面的朋友相聚等。「在快樂時想著悲傷，在悲傷時想著快樂，這就是一種創意。我很擅長在悲喜交界提醒自己應該轉念。」他說，永遠不要把第一邏輯放在第一選項，如反毒廣告大家都會想到骷髏頭、藥丸，如果從誕生開始想就已先贏了一半的人。



▲2011年詹仁雄製作的《WOMAN愛旅行》呈現出有別當時市場的質感。

雖然娛樂產業重心近幾年漸漸移往大陸，詹仁雄對台灣還是充滿信心，「我們的生活方式很難得，是經歷五六十年累積的生活質感。」他鼓勵大家把每件事做好做細膩，讓點子透過開放的媒體被更多人看見。

橘子20週年：Dare to Challenge

1995年，Albert在不到十坪大的小工作室開始創業；20年後，公司已成長到今日近千人的大公司。4月1日是橘子20週年的日子，他在會上感謝大家的付出，也珍惜與在場所有橘子人的緣分。在Q&A過程中，不少橘子人問到今年的搬遷問題，Albert一一解答，承諾接駁車和彈性上班時間等配套措施，更確認了領先社會的兩性平權假。相信20歲的橘子進化的腳步會更快更穩健，以新橘「Dare to Challenge勇於挑戰」的精神，創造下一個新時代！



▲Albert與20週年大蛋糕合影。



▲不免俗地來個全場大合照！