



Have a good GAME!

橘人誌

G!VOICE

<http://brand.gamania.com/gvoice>

08

2009/JAN

送禮，
橘子最甘心！



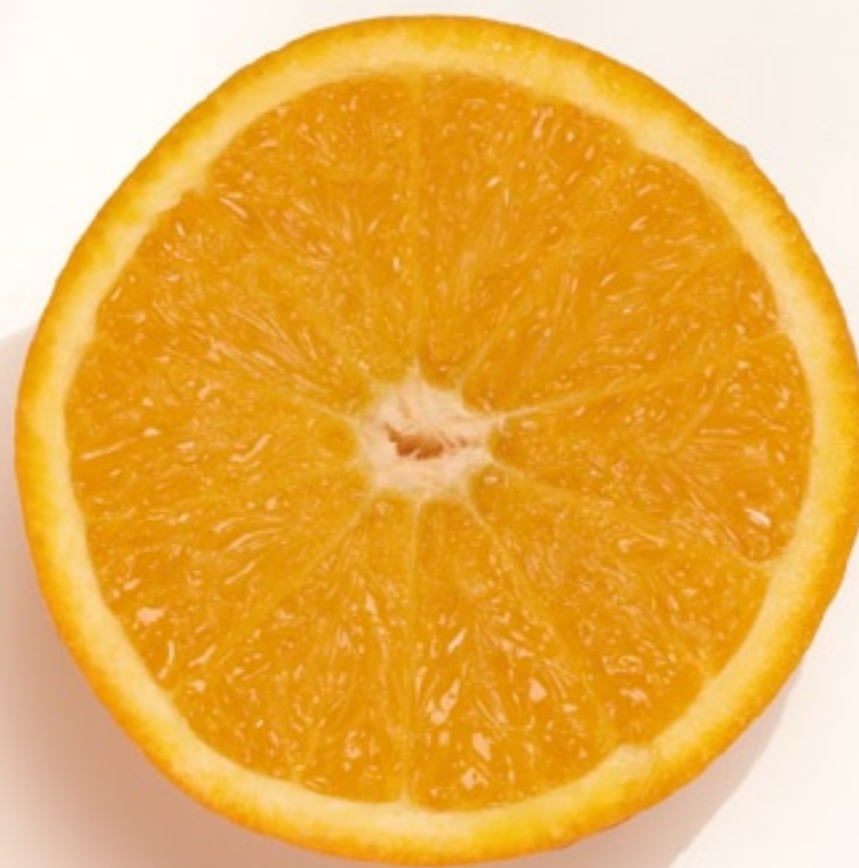
送禮，也要有橘子味！

新年即將來臨，各家企業正摩拳擦掌準備禮品，在一片禮盒、禮餅聲浪中，橘子的送禮文化更顯得與眾不同。企業禮品不同於個人禮品，它必須是企業形象的代言人，各家企業都有不同的企業形象，有的注重公司創新形象，有的力圖表現雄厚實力，但有一個共同點，就是禮品必須體現企業的文化底蘊。

這也是為什麼橘子堅持自己開發有文化、有品味、不落俗套的企業禮品，傳達橘子獨一無二的企業文化以及誠意。

不管是企業贈品或是年節贈品，橘子都顛覆傳統窠臼，運用創意逗玩出新的企業贈品；所以除了企業合作夥伴對橘子贈品愛不釋手，內部員工也屢屢表達想購買的意願，這也代表橘子企業贈品的延續跟未來是值得被期待的。

本期《橘人誌》除了為你介紹橘子的創意年節禮品，更蒐集了各地送禮習俗，邀你一起品嚐橘子味十足的送禮文化！



Contents

FEATURES

- 06 橘子五地，送禮文化大不同
- 16 年節送禮，橘子最甘心！
- 23 橘子送禮到誰家？
- 26 快來看看，橘子人的禮物心聲

SPECIAL

- 28 最懂你心！十大最夯禮物推薦

PROJECT

- 30 GGS特別報導



說到送禮

.....

你知道橘子五地的送禮文化有什麼不同嗎？你知道橘子送的禮物有多獨特嗎？本期《橘人誌》將帶你了解亞洲五地的送禮文化、並帶你看看橘子精緻創意的年節禮品，還有現在最夯的十大好禮推薦給你，趕快繼續看下去吧！

新年到了，
想送禮跟其他亞洲五地的橘子人聯絡感情？
那你絕對不能錯過以下的內容！

橘子五地， 送禮文化大不同

中國 CHINA 千年傳統，一傳萬里

隨著華人在全球各地開花結果，「中國新年」也越來越被西方人士所接受，甚至在不同國家演變出融入當地傳統特色的文化。正統的農曆新年有那些禮俗？你還記得多少？趁著還沒過年惡補一下！

年 千秋不變的東方傳統

1 相傳遠古時代，中國人的老祖宗用黃色當吉祥色，期間也用過黑、白兩色當代表。直到漢朝，高祖劉邦自稱「赤帝之子」，自此紅色才成為中華民族的象徵。更為人知的故事應是每逢除夕便吃人的「年獸」，牠害怕紅色、火光、巨響，因此春聯、爆竹、紅衣也成為中國新年不可缺少的元素。



2 年糕，代表年年高升，以米食為主的中國人在新年一定會吃的食物。全球各地也有相似的習俗，只是因氣候或飲食習慣而有不同的吃法。例如華人多用蒸、炸，韓人喜辣炒，日人愛烘烤等。



3 初七送橘，大吉。橘子諧音「吉」，亦可寫成「桔」，是年節最應景的水果，象徵「大吉大利」！



禮 現正紅火的三大項

1 陶瓷藝品是最能代表中國的禮物，還在替你的外國朋友挑東挑西？走一趟「瓷都」景德鎮，絕對滿載而歸（易碎請小心包裝）。



2 有中國國酒之稱的貴州茅台，與蘇格蘭威士忌、科涅克白蘭地並列世界三大蒸餾名酒。嗯，現在你知道該在免稅商店買哪一種酒了吧？



3 東方熱蠶燒，中國藝術火。你可以選擇古典雅緻的字畫，或跑趟藝廊跟美術館，找幾件前衛驚人的裝置藝術品給你品味獨特的朋友，對方拒收還可以保值咧。



卡夫卡式的柔性陰鬱氛圍，緊裹住每一張仿古肖像照的面孔。張曉剛《血緣系列：大家庭》，1998。

岳敏君，2007年的《處決》，於蘇富比創下293萬歐元的記錄，堪稱中國當代藝術之冠，其他知名作品尚有《現代兵馬俑》等。



忌 這樣挺失禮的，您說是吧？

1 在中國送禮，請把握一個原則：「送雙不送單，無酒不成席」，雙雙對對代表圓滿吉利，至於飯局少了酒，怎麼會熱得起來呢？

2 除了諧音避諱的部分跟港、台一樣之外，再追加不能送的禮品兩項：鐘（送終）、梨（分離）。華人禁忌的確很多，但是到了臺灣，就有解決方案！



千萬不要在過年期間送甜粿與粽子，它們是喪家不能製作的食物，誤送恐有暗罵對方「去死去死」的嫌疑，切記。

韓國 KOREA 禮義並重，隨性最好

如果，你對韓國送禮的印象還停留在「人蔘、泡菜、海苔」，那真的該好好Upgrade一下了！和臺灣一樣，新年也是韓國最重視的節慶之一，在這個重要的日子裡，他們會希望收到什麼禮物，又會饋贈朋友什麼東西呢？一起來看看吧！

食 大口吃肉，大口喝酒，才是真性情

1 過年期間的高級禮品Top 1是什麼？答案：牛肉，尤其是烤肋排！國產牛肉更是深得韓國人喜愛，因韓國山地較多，不易養殖，價格自然高漲，民間甚至有「買了牛排就沒錢繳保費啦~」的說法。



2 絕對不會失禮的安全牌：酒。如果你有韓國朋友，一時間又不清楚對方喜好，建議贈送紹興、高粱、竹葉青等酒類，相信他一定可以夠感受到你暖暖的誠意。



3 除了酒與肉，糕餅類的禮盒在韓國也頗受歡迎。上飛機前，別忘了帶上幾盒鳳梨酥或老婆餅，收到當地土產的主人，可是會眉開眼笑的喔。



色 內外兼具，容德齊備

1 整型風從韓國吹起，另一項叫人意想不到的禮物也夯了起來：保養品。厭倦了吃吃喝喝？下次，你可以送點不一樣的。



2 白色是韓國的吉祥色之一，裝「壓歲錢」的信封是白色，還有，過年必嗑、象徵成長的年糕湯也是白色。（紅色則代表喪事，這個風俗跟臺灣完全相反。）



3 吃人蔘長大的他們，對「進補」這檔事可能比臺灣人還注重；在參加各項國際賽事之前，韓國代表隊選手們常收到熱情粉絲的補品、補藥。下次收到這種禮物，可別誤以為是因為自己太虛唷。



戒 令豪邁高麗男兒也皺眉的不當舉動

1 豆腐，是不能隨便送的！雖然白色代表純潔乾淨，但在韓國，豆腐是送給出獄朋友的食物，有去晦氣之意（同樣的場面，臺灣則是吃豬腳麵線）。

2 韓國人喜歡單數，忌諱雙數——尤其是「四」，韓語似「死」，這一點對許多使用漢字的國家來說，倒是異曲同工。

3 酒，送男人，好！送女人……你想幹嘛？韓國人喜歡喝酒，送酒，也請直接送到當家的大男人手上。

Another tips

1. 一般來說，拜訪韓國家庭，客人要先送禮，主人再行回禮。
2. 有時，韓國人會把使用過的物品送給好朋友，他們認為：「這是最喜歡的東西，就要送給最喜歡的人」。

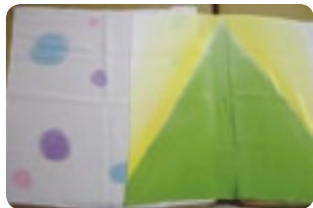
日本 JAPAN 禮珍，情意重

對我們來說，日本是一個十分重視禮儀的國家，過年當然少不了滿滿的祝福和禮物囉！一海之隔，送禮的意義也大有不同；想知道該怎麼送，又有那些禁忌？快點看下去吧，記住這些小常識，肯定會讓你的日本朋友在收到禮物時，又驚又喜地說：ありがとう！（A Ri Ga To U）

表 第一眼就看出你對日本文化是否了解

1 使用兼具環保功能與古典風味的「風呂敷」*，既優雅又別緻。

*風呂敷（Furoshiki／ふるしき）：往昔用來包衣服的正方形布巾，明治後西風漸長，此物成為過時的用品；直到近年提倡環保，少用塑膠袋，風呂敷才又重見天日。部分企業更用它來做包裝，布面印製公司Logo，環保、宣傳、復古，一舉三得。



2 請雙手奉上禮物，同時再遞出名片（初見面時），並說：「這是微不足道的東西」。



裡 表裡如一，真心誠意

1 禮物越貴重，感情越深厚。據統計，日本人送禮的價值約三千至一萬日元不等（相當台幣1000~3500元）。



2 日本的人情味，可在他們樂於和鄰、友分享饋贈時看出來，因此，食品與土產類也成為最受日本人喜愛的禮物。這種便於分贈的禮品，一般稱之為「消物」。



3 日本人送禮時，喜歡送成雙成對的禮物，像一對筆、兩瓶酒很受歡迎，但送新婚夫婦紅包時，忌諱送2或2倍數的金額，如2萬、4萬、6萬...，日本民間認為「2」這個數字容易導致夫妻感情破裂，一般送3萬、5萬或7萬日元。



禁 喂！這樣很失禮！

1 見四即死：不要選四個一套或帶有「四」的禮物，四的日文讀音近「死」，非常不吉利。

2 情意無價：包裝前，請記得將定價標籤除去，送禮並非交易，而重情意。

3 尊卑不分：菊花代表皇室象徵，不可隨便送，也不可送有菊紋的物品。除非朋友真的超喜歡這種花……記著，送他十五瓣花即可，十六瓣的菊花亦為皇室專用。



香港 HONG KONG 五湖四海，盡納港來

提到「東方之珠」，你會想起什麼？是那支靚女們叭叭走，一邊買東西吃東西，閃亮大樓林立的旅遊廣告；還是港片中那些似曾相識的彎曲小巷弄裡身懷絕技卻真人不露相的歐巴桑跟大叔？香港，東方的門戶之一，全球化狂潮之下，她的送禮文化又是什麼面貌呢？

靚 港味十足的平民禮，好耶

1 過年，壓歲錢一定要有！在香港，紅包也叫作「利市」（利是），不侷限於長輩對晚輩，已婚人士也會送紅包給未婚男女，稱之為「逗利市」；年節期間，同事和朋友之間也可以互贈。一般來說，只有香港、澳門、廣東有這個獨特的習俗。



2 如果想挑一個最具特色的伴手禮，那麼「星爺碗」絕對不會讓你失望！它不是周星馳用過的碗，而是在他每部電影當中皆會出現的「公雞碗*」，這是香港早期大牌檔*當中使用的碗，十分具有懷舊古風。

*公雞碗（跟le coq sportif 完全沒有關係）：「黑尾公雞」、「芭蕉」、「花」在早期農業社會，都是用來代表吉祥的意思，像「雞」在閩南語裡和「家」同音，所以有「起家」的意思，公雞也代表「旺」，有家庭興旺的意涵，而「花」則是代表富貴。

*大牌檔：有點類似臺灣的「路邊攤」，風味獨特的地方小吃，是許多港人的共同記憶。



味 小餅也能立大功

1 什麼食物能把香港包羅萬象、一言難盡的美味全部涵附其中，又方便攜帶贈送？那就是餅！奇華、美心、文華、榮華、泰昌等老字號，更是賣出了一個個知名的品牌符號。



2 「送禮梗係要送丹麥藍罐曲奇」是港人耳熟能詳的一句廣告詞，曲奇餅在香港當地廣受大眾喜愛，逢年過節，送禮當然不能少了一盒曲奇餅囉。



3 年輕一輩的香港人，也會選擇巧克力當賀禮。不止情人節，耶誕、新年也會送；這應該跟西方文化的長期薰陶有關。



諱 真係失禮呀你！

1 捧著一把梅花或茉莉，高高興興地送給你的香港朋友，卻被折凳打到頭破血流，還被罵「孬居*」，為什麼？因為對一秒幾十萬上下的香港人來說，梅（沒）跟茉莉（沒利）是很觸霉頭的呀！

*孬居：粵語「笨蛋」。

2 不想被十八銅人陣招待到仆街，注意你的禮物清單是不是還有這些東西：扇、傘（音皆近「散」），刀、剪（象徵一刀兩斷）。

3 四音似「死」，這不必再說了吧！在香港，比較喜氣的數字是三跟八，取其「生」、「發」之意。

臺灣 TAIWAN 中西紛呈，多元風貌

不知曾幾何時，每到年終，大家最期待的就是跨年晚會的倒數計時、煙火秀；真正的農曆新年味道，反而越來越淡。爆竹滿街響被廣告賀年歌取代，大家族圍爐轉戰餐廳年菜桌。今昔交替，中西匯流之處的臺灣，送禮文化又是呈現怎樣的多元風貌呢？

物 工無萬巧，材難成器

1 一片西方名牌的崇拜聲中，臺灣也有許多品牌默默竄起，現在正夯的單車就是一例。不管你的朋友是極限運動狂或悠哉慢調的樂活主義者，在臺灣都一定找到適合他們的腳踏車。



2 對不愛運動，喜歡把玩3C產品的朋友，該送什麼東西給他呢？走一趟台北的光華商場*，包君滿意。幾乎天天開幕的光華商場，本身就是一個完備的多媒體應用展！

*光華商場：相當於上海美羅城、韓國龍山、日本秋葉原的電子商城。



3 送瓷器似乎有點老氣，但又有什麼東西可以代表臺灣的工藝之美？琉璃。繁複的燒製工法、巧思獨具的匠心，讓窯燒藝術進入登峰造極之境，每一件皆是獨一無二的珍貴禮品。



吃 山海全包，攏總是臺灣製造

1 酒喝太多傷心，咖啡喝多傷神，那麼，喝杯茶吧！文山包種茶是臺灣獨有的品種，茶湯金潤，香氣典雅，味甘醇厚。一旦入喉，保證成為它的終生俘虜。



2 傳承數代，入口即化，餅皮百多層的台中太陽餅，也是讓送禮人最有面子的好伴手。



3 往南去，又有什麼禮物好帶？府城烏魚子絕對是首選，外銷日本的品質，等於送禮的最佳保證。對漁民們來說，捕到肉質肥美、魚卵飽滿的烏魚，就好比老天發的年終獎金囉！臺灣美食多不勝數，《橘人誌》只好北中南各挑一項最具代表性的，其他，就等你自行品嚐啦。



解 送禮收禮，沒在怕的啦！

華人文化源遠流長，因此傳統、禁忌可真是一大堆。農業起家的臺灣，早期也有相同習俗，加上閩南語諧音的話，避諱說也說不完！關於送禮這檔事，難免會有幾位滿懷好心善意的朋友，卻搞不清楚狀況送了不合時宜、讓長輩搖頭的奇怪禮物，這時該怎麼辦？別怕，有禁，就有解。此時，收禮人只要拿一個小紅包，塞進一個小面額的銅板或鈔票回送給贈禮人即可，取其「買賣」之意，就可以化解不祥跟尷尬啦！



年節送禮 橘子最甘心！

每逢特別節日，橘子一定會開開屈原嫦娥的玩笑，用創新創意的方式逗玩出讓合作夥伴意想不到的精美禮物。每次的贈品從概念到包裝，都能展現品牌本身「好玩也愛玩」的獨特性格。而且，絕對是市面上買不到，入手難度超高的夢幻逸品，而各地的橘子們，又是如何禮尚往來，跟客戶搏麻吉的呢？想一次補充橘子五地的禮俗常識跟公關戰技的話，不能錯過以下的詳細剖析，也許有一天，你也會成為送禮給客戶的關鍵人物！

新年 Have a good YEAR!

臺灣（農曆一月一日）

身為橘子總部的臺灣「柑仔」，新年都會印製獨特精美的紅包袋，上面燙金「Have a good YEAR!」等字樣，送給企業夥伴。近兩年全球經濟不景氣，橘子2008年的紅包「Have a fun (發) YEAR!」則是希望大家都能發大財！2009年，新的一年，新的遊戲，當然，也會有全新的樂趣。希望世界各地的橘子們，不但要製造快樂，更要把分享快樂的精神帶給別人；別忘了——Have a good GAME!



日本（陽曆一月一日）

明治維新前，日本與東亞各國一樣都是過農曆新年，直到1873年之後全面改制，將賀年節慶改為陽曆。嶄新的這一天，日本企業通常會寄送「年賀狀」給合作夥伴，奉上祝賀之意。年賀狀本身就跟傳統的賀年卡精神相同，只是對象改為企業夥伴；值得一提的是，日本橘子特別將《星辰Online》的人物加入設計，十分別緻，想必收到卡片的人，除了有點小感動之外，一定會對這款遊戲很感興趣喔！在嚴謹之中還帶著點巧思，這就是日本橘子可愛的送禮文化！



日本：到神社祈福，希望來年順利。

中國（農曆一月一日）

中國橘子的傳統新年，習慣宴請企業夥伴，大夥一起吃飯喝酒，俗話說「酒桌上好辦事」，吃飯不但是維繫感情的活動，更是促進彼此信賴的小撇步。除此之外，中國橘子還會送上鮮花表達謝意。當橘人誌編輯部問到「希望來年能有那一種企業禮物當伴手呢？」務實的中國橘子告訴我們：當然要以實用、耐操的東西為主囉！嗯，這一點，我們記下來了。



中國：一桌豐盛的年菜，抓住全家的胃跟心。

香港（農曆一月一日）

三節必定送禮，喬遷之喜和新店開張也不能失禮。這一方面，香港橘子可是十分講究：水果、花籃、紅酒，缺一不可。如果，要開發新的企業禮物呢？香港橘子給了我們具體的建議，像是：月曆、年曆、雨傘都在他們（和客戶）的守備範圍之內！請務必加入下一次的商品開發企劃清單！

韓國（農曆一月一日）

在年終，韓國橘子一向會懷著感恩的心，奉上謝禮給往日一同合作的夥伴，禮物可能是當季盛產的蔬果或魚、肉；禮物雖然平凡普通，卻更能直接表達質樸的感謝之意。



韓國：祭祖、掃墓，慎終追遠。



香港：炫爛的煙火預告了明年的光明未來。

端午 用「玩」來拯救屈原

端午節的由來是：楚國詩人屈原因為溝通不良，投江自盡，為了紀念他愛國的精神，將農曆五月五日這一天定為端午節。民眾用粽子餵魚蝦來解救屈原，而橘子則是用玩樂來拯救橘子！



屈原投江自盡，浪費了大好才華。現在，橘子卻要以桌上型Memo架提醒大家：挫折不投江！鮮豔活潑的造型、加上桌上Memo架功能，寓實用於娛樂，傳達遊戲橘子Love to play的精神。

2006年
「Orz挫折禁止」
Memo架

端午節是北半球白晝最長，夜間最短的一天，為了慶祝白天可以玩的時間變得這麼長，愛玩的橘子人從編曲、寫詞到製作都親自上山下海，創作出10首玩不停的音樂。



2007年
「夏至快樂」
橘子專輯

你期待端午節收到吃不完的粽子？還是不知掛哪的香包？過端午節，除了吃粽子你還有其他選擇。能應景又不麻煩，由你自己決定端午大餐怎麼吃！

今年給你粽口味!!
讓你自己決定幸福的滋味

2008年
「粽口味」
橘子便當



中秋 吃？太遜了；玩，才是橘子

臺灣 (農曆八月十五日)

在臺灣講到中秋，少不了三種食物：月餅、柚子、巴比Q。在橘子，就是要用企業禮品讓你以不一樣的方式「玩」中秋！



2006年
「送月亮」
3D立體拼圖

中秋節送月餅？遜！送月亮？酷！
中秋節的絕佳公關致命武器，
就是讓橘子陪他一起看月亮~

2007年
長生不老「橘愛丸」
圖釘

歡樂是長生不老最好的靈藥
傳說嫦娥為了解救人民
吞下長生不老藥飛上了月球...
橘子中秋送上長生不老的祕訣——歡樂
按時服用橘子靈藥
包你笑口常開，長生不老！



2008年
「真不是蓋的」
杯蓋杯墊組

中秋月餅禮盒讓你月圓人更圓嗎？
泡杯熱茶解油膩吧！
橘子給你最貼心、最應景的中秋禮品
哇~真不是蓋的!!
是杯蓋。也是杯墊。

韓國 (農曆八月十五日)

韓國人吃月餅、送月餅禮盒嗎？跟華人地區不太一樣，他們吃「松餅」，松餅製成半月形是因為韓國人認為，半月還會持續發展，有繼續繁榮的意思，所以韓國橘子也以「松餅」當作中秋節的企業贈禮。但不具名的某韓國橘子指出，大前年（2006）橘子的中秋節贈品「送月亮」讓許多合作夥伴直呼新奇，印象深刻。除了傳統的松餅禮盒之外，還要附上一些巧思，才能令人記住喔！

日本 (農曆八月十五日)

其實日本現在是不過中秋節的，因為明治維新以後，日本政府廢除農曆，中秋及其它從中國傳來的節日亦因此衰退，聽說新一代的年輕日本人，甚至不知道中秋是什麼呢！所以日本橘子在這天是靜悄悄的（因為……這一天沒有放假！）。不過8月左右，日本橘子都會發「暑中見舞*」的信問候企業夥伴。

*暑中見舞：日本人在盛夏期間寫的問候明信片。開頭的第一句就是暑中見舞；「暑中」是炎夏的意思，「見舞」是問候之意，翻譯即「炎夏之中，是否安好？」。

中國 & 香港 (農曆八月十五日)

至於中國橘子跟香港橘子，中秋節還是以傳統的月餅禮盒當作企業贈禮。



松餅就是由米麵皮包紅豆、黃豆、栗子、紅棗等甜餡於其中的半月型餅點，再以鋪上松葉的蒸籠加熱，香氣自然清新。



更早以前，日本賞月祭天必備月見糰子、葦草、清酒，隨著西化影響，這種節慶形式逐漸式微，漸漸的，只剩下吃月見糰子的習慣。



《禮記·月令》：「仲秋之月養衰老，行糜粥飲食。」這是「中秋」一詞最早的出處，中國亦有「八月十五月正圓，中秋月餅香又甜」一說。



香港銅鑼灣大坑的舞火龍，是華人慶祝中秋最特別的方式，一連三天（農曆八月十四至十六日），入夜後，一條長約六、七十米的火龍便於街上穿梭翻騰，追逐著插滿線香的巨大龍珠，以求剋制瘟疫。

聖誕 送你橘子老公公

今年聖誕節，你會怎麼過？台灣的聖誕節一向隨著商業化的腳步擺動，還有人記得聖誕老公公的由來嗎？更重要的是，還有人相信他的存在嗎？當你失意頹喪時，別忘了把「橘色聖誕老公公」拿出來搖一搖，伴隨著聖誕版的〈Gama Song〉跟白雪飄飄，讓他為你帶來十足的勇氣跟信心！

同樣是聖誕節，每一個國家有不同的過法。像韓國橘子送的禮跟新年差不多，禮物可能是當季盛產的蔬果或魚、肉；在日本，聖誕節近來則成為「另一個情人節」，所以日本橘子則是送當地最受歡迎的禮物——蛋糕；中國橘子跟香港橘子因文化相近，聖誕節都以水果籃跟酒類當作主要的禮物。在香港，如果想開個聖誕派對的話，可以到蘭桂坊。而最不失禮的做法就是：帶一瓶紅酒去拜訪你的朋友或合作夥伴，你會很受歡迎！

2007年
「聖誕多快樂」
萬用鐵立架

聖誕樹是慶祝聖誕節不可少的裝飾物，少了它就大大減少了過節氣氛，一年只擺一次的聖誕樹，不論組裝或是收納都是件麻煩事。橘子為了讓所有人即使不擺聖誕樹，也能感受到聖誕的氣氛，特別設計獨具一絕的DIY桌上型聖誕立架，集合多重功能於一身，給你比聖誕老公公更多的禮物驚喜。

除此之外，這個立架還可以是名片座、書擋、Memo架，甚至還可以是聖誕樹應景裝飾，功能百出！



2008年
「橘色聖誕老公公」
雪球組

搖一搖 白雪從天而降
聖誕版的Gama Song音符漸漸傳出
讓你暫時拋開工作與生活上的煩惱
橘子聖誕老公公與你一同迎接聖誕節到來



除了年節，橘子還有禮！

橘子除了年節創意禮品，更另外開發了一系列的業務公關贈品，不管是對來訪的貴賓、參訪的校園團體，都準備了橘子味滿滿的禮物，傳遞祝福與「玩樂有伴，歡樂無所不在！」的概念。橘子真是禮多橘不怪！

Gamania鉛筆組 — 鐵三角版

當靈感在腦中一閃而過，最討厭的就是手上竟然沒有筆！還在用指甲刮、口紅畫？放心，在Gamania Tour途中，絕不會讓這種尷尬場面發生。每一位來到橘子總部參觀的訪客，都會得到一組特別的橘色鉛筆，讓你可以時時記錄不定期出現的調皮創意。在橘子內部的活動當中，也常用Gamania鉛筆當小贈品。三支一包的組合就是要告訴大家：樂於分享你的創意！



Gamania鉛筆組 — 一打重裝版

有些人，就是朋友特別多；有些人，創意多到用噴的。為了解決這類特別需求，橘子秘密開發Gamania鉛筆組重裝版，同時滿足了橘子公關人、行銷人、創意人，和特別訪客，讓他們的削鉛筆機刀刃跟大腦隨時保持在發燙狀態！



隨身歡樂贈品包

單用看的、摸的，你無法完整感受Gamania精神。帶上這一包，打開你的五感和第六感，從內到外全心全靈Gama一番！它是目前最難取得的絕版包款，內含〈Gama Song〉CD、手機吊飾、徽章、運動手環、口哨和識別證帶。

這一包，只送給橘子的超級好朋友！



橘子的創意禮品深受外界喜愛，除了經理級人物，有很多小員工也努力在收集橘子的禮品，你知道這些人是如何認識橘子並且瘋狂喜愛橘子的禮品嗎？

橘子送禮到誰家？

李亞明 MTV頻道
營運長

1. 請問你會開始收集橘子贈品的機緣是？

這個問題問得好——因為我跟Albert是麻吉啊！而我本身從事的工作也跟品牌很有關係，再加上你們總是非常有創意，研發一些讓人意想不到的企業禮物。每次過節之前，我都非常期待收到橘子的新玩意。

2. 你最喜歡橘子的那一個贈品，為什麼？

當然是去年的「長生不老橘愛丸」，剛收到禮物的時候，還真不知道是什麼東東，哈哈！我摸了一下才恍然大悟，原來是圖釘；橘子的禮物總是如此充滿驚奇，我十分喜歡。

3. 藝能界也有送企業禮物的傳統嗎？你覺得有什麼差異呢？

唱片產業通常都會集中焦點在打造藝人本身的形象上，因此品牌商品不外乎筆記本、T恤那些……你知道的。至於我目前工作的MTV頻道，在企業禮品方面似乎還有加強空間，未來應該也會走創意、好玩的路線！

收集的相當齊全!!



Winnie 奧美整合傳播集團 品牌總監

1. 請問妳會開始收集橘子贈品的機緣是？

因為有機會做橘子的 Workshop，跟橘子的品牌總監阿餅變成朋友，還有舊同事 Jean 也到橘子上班，開啟了我與橘子贈品的不解之緣。

2. 妳最喜歡橘子的哪一個贈品？為什麼？

長生不老「橘愛丸」圖釘。我覺得可以運用創意、新概念包裝、卻又很實用，這點非常有趣，而且很符合橘子的品牌特質。

3. 奧美是否也有自己的企業贈品？妳覺得有什麼差異呢？

奧美也有自己獨創的企業贈品，主要以創意結合品牌做一整套的 CIS 規劃，像是鉛筆、雨傘、運動包……等等。雖然都是以企業文化薰陶為目的，不過奧美的禮品不能太 Over，這點倒是橘子比較 Dare to play。



小朵 吉恩立 美術設計

1. 請問妳會開始收集橘子贈品的機緣是？

吉恩立有不少同事跟橘子有業務上的合作，時常會收到橘子贈送的禮品。橘子的贈品一直是非常活潑又討喜的，加上我本身從事設計，所以同事很願意把這些數量稀少的贈品割愛給我。這些贈品數量很少，也買不到，只能慢慢收藏累積。不過因為進入遊戲產業時間較短，收集的東西也不太齊全，覺得非常可惜。

2. 妳最喜歡橘子的哪一個贈品？為什麼？

最喜歡的是橘子便當盒，因為它太可愛又太實用了，大家搶著要，所以我跟便當盒有一面之緣而已（淚~），印象中它非常精緻，除了便當盒本身設計非常可口之外，連提袋設計也很用心，是很多同事都想獲得的禮物。

3. 吉恩立是否也有自己的企業贈品？妳覺得有什麼差異呢？

吉恩立與韓國總公司 ncssoft 都有許多企業相關的贈品，而吉恩立最近因為適逢5週年慶，公司也製作很多相關的紀念品，發放給員工及合作廠商，不過吉恩立的視覺規劃比較正式跟莊重，贈品也較講求質感與實用；橘子的則是非常年輕，色調也非常明亮，贈品也因此變得更豐富有變化性。



我的座位就是展示區！

橘子的中秋、端午和聖誕贈品，橘內人想掏錢買都買不到，除了等待年節贈品開放購買的到來，你知道橘內人對於年節贈品還有什麼期許嗎？藉著本次專題，《橘人誌》特別向橘內人收集內心話，請大家針對「還有什麼節可以送禮？」和「還想要什麼禮？」來提出自己的意見，趕快來看看吧！

快來看看， 橘子人的禮物心聲

這些時候……我們也想收到橘子禮！

橘子節

這一天是橘子的生日，許多人都同聲建議，應該要發送紀念品給員工和企業夥伴。禮物可以是印有年份、能陪伴大家工作的文具用品，或是以當年最成功產品作為設計主題。在這個屬於橘子人的紀念日裡，用禮物來向大家宣告「我們又長大一歲了！」是一定要的啦！



橘子又長大一歲了。

萬聖節

有橘子人希望可以舉辦南瓜雕刻大賽之外，也有人提出『結合「兩節」，威力更強！』的觀點，因為萬聖節離橘子節很近，在禮品設計上可以結合兩個節日的創意，讓客戶對橘子節的印象更加深刻！



橘子節×萬聖節=橘子萬聖節!?

情人節

有人建議開發橘子巧克力，讓有情人的同事可以表達心意、沒情人的同事也可以吃的甜蜜！還有人提議發送「橘人專用告白卡片」，讓即將告白者在這一天都可以得到橘子的加持！



啊……好想跟他（她）告白喔！

生日

橘人的生日除了「生日假」跟「被整的很慘」之外，有橘子人提出創新又溫馨的點子：發給每位橘人一棵小樹，每年生日時可以得到一顆橘子掛上。最後結實累累的果樹，就代表自己在公司日積月累的「橙果」。



可以有溫馨一點的慶生嗎？

新年

除了發給員工創意紅包之外，橘子的新年相較其他節日反而顯得靜悄悄。但畢竟臺灣人都還是以農曆年來作為「送舊迎新」的象徵，有橘人認為橘子專屬的賀年卡或賀年禮，其實是必要的！



除了紅包，我們還想要禮物！

這些禮物……橘子把拔可以送給我嗎？

Good idea!

創意出招

1. 各式各樣、多種款式的橘子主題貼紙，拿來東貼西貼好好玩！
2. 黑色的橘子帽看膩了！橘子帽子上面再加一片葉子，一定超可愛！
3. 橘子形狀的紙鎮、筆座，或手機座。
4. 進出橘子必備的證件套。
5. 橘子公事包。
6. 橘子便利貼、便條紙。
7. 橘子室內拖鞋？（會不會太誇張，不過款式一樣搞不好很容易被別人穿走XD）



顧環保，會更好

雖然橘子的贈品一向都很有創意，但也有橘人認為還不夠環保。有人提議贈送可回收或重複利用的禮品，甚至是能夠自動分解的有機碗筷或餐盤（可在中秋節贈送），希望橘子也能為地球盡一份心力。

另外，因為贈禮會需要運送到海內外，「太重」或「易碎」都容易增加成本和運送困難度。所以有橘子人特別希望在設計時，除了創意之外，也能考量到「寄送」和「包裝」的便利性。在這次調查中，我們發現最多人關心的就是橘子節和新年贈品了，而環保方面的贈品構想也很多。因此，兼顧環保與實用的創意贈品，可能將會是未來贈品開發的一大方向，就請大家拭目以待囉！



最懂你心！十大最夯 禮物推薦

SPECIAL

還在為了送什麼給隔壁漂亮的橘美眉、還是對面帥氣的橘男孩而煩惱嗎？橘人誌經過一番橘內調查，為你精心挑選了價格在三萬以下，無論型男靚女，還是宅男萌女都一定會尬意的「十大最夯禮」！有的兼具話題和實用性，有的貼心溫暖又有型，除了能讓對方感受到你的體貼細心，還能顯現你獨到的品味個性，送禮就要送到他／她的心坎裡！

橘美眉要這個……

① 攜帶式造型耳機

日本品牌鐵三角公司的耳機，一向是聲色俱佳的代表。除了提供好音質，造型風格從復古、極簡到甜美，都有得選且顏色豐富。而鈕扣造型最適合送給溫柔可愛的女性朋友。



③ 懷爐暖蛋

這款日本三洋推出的充電式懷爐，除了小巧圓潤的外型和內建溫度自動控制，還可重複使用達500次以上，比傳統拋棄式暖包時效長且環保，能陪伴在寒冬中容易手腳冰冷的她。



⑤ 機器人吸塵器

自動自發，絕對比老公聽話！快沒電時懂得自動返航充電、一個禮拜會記得幫你打掃七次、遇到不同的地板還會自動調整刷子……想打擊灰塵棉絮更想寵愛她，這是你的最佳選擇！



② NDSL

無論是等公車還是搭捷運，上手容易且方便攜帶的NDSL可以為枯燥的等待時間帶來許多樂趣。NDSL遊戲種類多，還能使用Wi-Fi連線對戰，適合送給喜歡嘗鮮、最怕無聊的女生。



④ LOMO相機

容易入手的價格，看起來就像一件可愛的玩具，但它特殊的影像風格卻為生活帶來無窮樂趣！最適合送給愛作夢、想像力豐富，想為平日生活添加迷幻色彩的創意女生。



橘男孩要這個……

① iPhone

神奇的結合了iPod、手機和相機，還能讓你上網看股市、找地圖，玩YouTube、用msn。這個幾乎無所不能的高科技玩具，絕對是平常愛把玩各種3C產品的他，心中的夢幻逸品。



③ 家庭劇院音響

記得《無間道》梁朝偉沉醉在「是誰～在敲打我窗」的悠揚歌聲中，那神情是多麼的專注又性感。如果你身旁的梁朝偉還在為買不到CD-PRO2而神傷，相信這個禮物一定能討他歡心！



⑤ 無印良品壁掛式CD音響

日本設計大師原研哉去除所有不需要的雜質和功能，讓牆上轉動的CD盤除了流洩音樂，也成為空間中躍動的風景。讓使用者能回歸本心、簡單樂活，最適合單純又重視生活品味的他。



② Samsonite旅行箱

歷史悠久的旅行用品專業品牌Samsonite，它出產的旅行箱堅固質輕、好拖拉，深受廣大旅人喜愛。如果「環遊世界」是他的夢想，那麼一個耐用的「旅行箱」便是他必備的探險良伴。



④ PS3

這是個「沒有的會羨慕，有的會炫耀」的最熱門禮物，是男孩和男人的共同夢想！最適合送給熱愛在虛擬世界中爭城略國、鬥智鬥力的大男孩或老「玩」童。



GGS特別報導

你知道GGS嗎？

GGS大剖析

GGS (Gamania Global Seminar) 顧名思義就是橘子集團海內外一年一度的交流研討會，交流的內容主要是各地區在行銷、業務、技術、研發的經驗分享。GGS從2004年開始籌辦，初期的議題包含了市場分析、團隊溝通討論、行銷成果分享、IT 技術交流……等等，議題非常豐富，對同仁有很大的幫助。

但後來發現到這些議題的交流，其實在橘子的日常運作中都已經在進行了，因此主辦單位從2006年改變作法，不再侷限於內部研討會的形式，開始結合外聘講師、導入活動，希望GGS可以更多元化、發揮更大的效益。

辛苦的主辦團隊——策略規劃室

要聚集海內外的大小橘子們、要規劃兩天的研討會流程、要找有趣的外部講師、要安排橘子人坐得舒服、講師講得開心的場地，如此辛勞的GGS主辦團隊，大家下次見到他們，別忘記給他們一個充滿鼓勵的微笑唷！

2006 GGS 《迎接Gamania自製產品的里程碑》

為了迎接2007年橘子第一款自製遊戲「封魔獵人」的上市，2006年的GGS主題設定為各地區自製遊戲的行銷策略分享、增加研發與營運團隊互動。還特別舉辦獎金競賽的方式，由各地營運單位簡報「Bright Shadow」2007年行銷計畫，以增加趣味與互動。



大家還記得前陣子貼滿樓梯跟辦公室的黃色海報嗎？2008「GGS好點子提案大賽」已經在11月27號圓滿落幕，非常感謝這次絞盡腦汁、熬夜到臉色發白的主辦單位，舉辦一個這麼有意義的活動讓橘子人參與。身為橘子人，絕對不能不知道的GGS，趕快看下去！

2007 GGS 《發揮創意、開創快樂的無限可能》

2007年的GGS特別邀請到廣告界名人—木馬廣告總經理王佐榮先生 (T.J. Wang)，進行創意行銷的案例分享及國內外遊戲廣告分析，TJ的高人氣以及生動詼諧的演講方式，讓現場座無虛席、笑聲連連；第二天則安排研發、技術、動畫同仁展示分享新作品的創意思維，由不同角度來刺激橘子人的神經。



2008 GGS 《好點子提案大賽》

GGS在2008年做了一個全新的嘗試，跳脫以往研討會型態，推出「Have a good IDEA! 好點子提案大賽」，不限定提案範圍，並且以七萬元的高額獎金徵求海內外橘子人的好點子，希望能夠激發全體同仁的創意，提出對公司具有正面價值的好點子。

這次活動初賽一共收到42件提案，有公司業務技術相關、人文環保方面；有趣的是，許多點子與提案同仁本身工作並不相關，甚至是屬於其他部門的業務範疇，看來這個活動提供了大家能夠盡情展現Idea的一個管道。而最後入圍決選的12組提案選在大嘴花園進行決賽簡報，並開放讓橘子同仁進場觀摩打氣。決選結果將於1月9號尾牙晚宴上宣佈，七萬元金獎得主究竟是誰？就請大家拭目以待！



這次活動吸引很多熱情、充滿義氣的橘子人到場加油。



12組提案人與評審團大合照~活動圓滿結束！

ggs

《好點子提案大賽》四大問

Q 1 到底是誰入圍決選呢？

能從42組脫穎而出的佼佼者，究竟是哪些橘子人呢？而他們參加GGS的動機又是什麼呢？快來看看有沒有你認識的橘子人！

Have a good
IDEA!



· 品牌中心 / 黃君鼎

自我介紹

年過三十卻一介單身，做策略卻有視覺潔癖，寫Proposal一定要用MAC。每天至少兩杯咖啡，最愛Vodka、Trance、Lounge，人稱法蘭（酥）。

參加原因

參加GGS的主要原因是想開拓一些額外收入。



· 品牌中心 / 戴秀倫

自我介紹

我是品牌策略室的小戴，我愛法國、我愛蹦蹦（跟我合照的那傢伙）、我愛金旺…想學法文，可以來找我！

參加原因

「欸～要不要參加？」、「那～有沒有信心？」衝著兩句話，就跟部門的同事一起報名參加了。



· 遊戲營運事業一處 / 陳必傑

自我介紹

從小看著魚逆流而上，受其感動，所以我下定決心，長大以後一定要學習這樣的精神，我的興趣很廣，有得玩的應該都少不了我，我是BU1的Kiki。

參加原因

GGS 給了我大聲說出自己想法的機會。如果那對我來說是一個夢想，至少我該往夢想的方向走，而不是停在原地，繼、續、夢、想。



· 服務事業處 / 陳愛婷

自我介紹

我是客服部日班的愛愛，興趣是烹飪美食跟品嚐美食~本身也是天堂的資深玩家（笑…）

參加原因

因為想看看自己想的好點子能否執行，算是挑戰自己的能力吧~



· 遊戲營運事業五處 / 廖正意、施書凱、邱惠玲

自我介紹

想認識我們？詳情請上橘樂町tw.glanding.gamania.com（工商服務時間）。

參加原因

時機歹歹，參加GGS好過年。



· 品牌中心 / 王馨慧

自我介紹

我是心會，是2008年10月號橘人誌的Cover Girl（其他期的封面人物都是大頭堆、公仔、假橘子、北極雪…），興趣是裙底偷拍、開黃腔、講髒話，自認是全公司最有潛力的黃金單身女郎。

參加原因

我會參加全是因為F.A.M.I.L.Y.：Friend-為了給品牌之友Kenny面子，所以一定要參加；Alcohol-為了拿微薄的賞金去喝酒慶功；Mother-為了媽媽能以我這個不孝女為榮；Image-為了替自己塑造才貌兼備的形象；Luck-為了測試自己的好手氣與偏財運；Year-為了給今年留下一個好回憶。



· 遊戲營運事業四處 / 任建明

自我介紹

我是遊戲營運事業四處的小明，號稱熱血籃球少年，平常除了在公司和宅在家以外，最大的興趣就是籃球啦！

參加原因

為了報效國家、社會、民族、還有最愛的Gama- nia！跟七萬塊一點關係也沒有，真的！



· 集團營運長室 / 張志宏

自我介紹

超久沒有寫自我介紹了，在這波既兇又猛的金融風暴下，突然接到說要寫自我介紹，感覺好像暗示要開始適應寫履歷了……

參加原因

報名截止前兩天，被主辦單位建議投稿，原因是：大家都寫的不賴，但總要有人做錯誤示範!!



· 品牌中心 / 古淑媛

自我介紹

我是個超級過動兒，一天沒運動就會全身不對勁、心情不太好。走在路上一定要聽iPod，坐在車上一定要看書，待在家裡一定要看電影。我還喜歡到處旅行，去印度流浪，是我下一個願望。

參加原因

因為坐在主辦單位的隔壁，每天看到他們因為沒人投稿而愁眉苦臉，覺得他們很可憐，想來日行一善一下。



· 遊戲營運事業五處 / 王怡斐

自我介紹

我是Josie，是BU2的行銷企劃，負責的產品是CS online。喜歡的藝人是Gackt，閒暇時喜歡去看展覽，也喜歡閱讀不同領域的書籍。

參加原因

因為和同事聊天時聊到GGS，覺得有趣就參加了。



· 遊戲營運一處 / 林呈堯、盧柔君、劉宇倫

自我介紹

小喲：我是BU1有張專吃美食的小“口肯”，我有顆瘋狂運轉的腦袋瓜，收集模型公仔是克制不了…囧rz。

Zoe：大家好！我是BU1-Zoe，是個超愛籃球滴女孩兒！

William：我是公司另一個「威廉」，但自從進公司後，這個英文名字就很低調的在用。

參加原因

小喲&Zoe&William：自己曾經做過類似性質的工作，也有很多這方面的想法，於是在聊天之間就蹦出來這樣一個Idea！

Q2 到底是哪些提案入圍決選呢？

Have a good
IDEA!

這次決賽脫穎而出的12組提案，主題非常多元，想知道這些優秀的提案分成哪些面向、又可以為公司帶來什麼正面價值？請趕快繼續往下看！

橘子 × 平台

開發GASH金流平台是橘子業界首創的技術，透過這次好點子提案，我們看到橘子的平台技術還可以替公司帶來更棒的效益……

1. 網站廣告Booking自動化

橘子如果有一個自動化網站Booking後台，讓各單位依需求進行Book、還可以在交稿時間寄送廣告給版位負責人等等功能，就能大量提升工作效率、簡化流程。

2. 遊戲橘子整合廣告平台

看看其他數一數二的入口網站，橘子旗下產品眾多、會員數量可觀，更應該發展網路廣告這塊媒體，整合公司的雜誌、網站、IGA、電競隊伍等服務，推出橘子整合廣告平台，為公司帶來大量營收。

3. 就甘心，橘子事

申請橘子測試點數？發產包？員旅津貼哪裡申請？橘子需要一個有如Wiki的橘子知識家平台，可以跨部門流程管理，讓你在最短的時間內找到你要的資料！

橘子 × 玩家

橘子除了為玩家耗資打造全亞洲最大機房，提供穩定連線、建立實體親訪區，讓玩家賓至如歸之外，還有什麼其他更有創意的方式來讓橘子、玩家都開心呢？

1. 校園種橘子

找尋對橘子及遊戲有熱忱的玩家成為校園橘子，合作在校園中推廣遊戲、協助橘子在校園中辦活動，定期舉辦校園種子交流會議，收集玩家對遊戲的感受。除了節省人力調查的成本，還可以促進玩家跟橘子之間的感情。

2. 處理違反遊戲規章機制

這項提案主要是經由對遊戲帳號的限制（無論是鎖定或是功能限制），以不違反定型化契約前提下，對違反遊戲規章的玩家加上『違反規章』的懲罰標誌，除了制約不乖的玩家，更能保護其他玩家。

3. 點數卡節能減碳計畫

經由實體點數卡的設計改良，減少玩家查詢點數卡件數，並提升玩家對公司服務的滿意度，更可減少客訴來電量。還可透過獨賣款實體GASH卡，吸引玩家到柑仔店消費。

4. 遊戲活動投稿獎勵

讓有玩遊戲的橘內人，經由公司定期舉辦的投稿獎勵方式提出自己對遊戲活動／設定／服務的提案，讓遊戲更貼近每一位玩家的心聲與需求，提高遊戲吸引力。

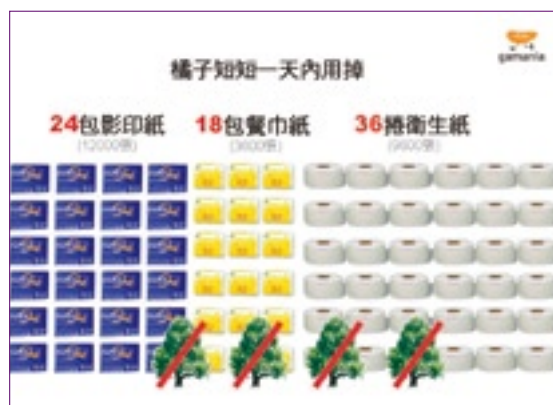
橘子 × 環保

環保大家都在談，而且已經有很多企業開始做了，以「為大家創造一個充滿歡樂的天堂」為期許的橘子，竟然什麼動作都沒有!?有3組提案認為做環保已是刻不容緩的事，並各自用不同角度來詮釋橘子做環保，做環保還可以有哪些角度呢？

1. 橘手省紙好easy

Why不環保？提案人就坐在18樓影印機旁邊，每天看盡橘子人用紙浪費的事實及小羅的愁眉苦臉；並取得可怕真實數據，揭露橘子人用紙不自知的浪費行為。

How做環保？其實只要透過一系列簡單又輕鬆上手的省紙活動，就能為公司節省極大的支出，也可以為地球盡一份心力。



3. 「環保橘」商品，2009決心上市

Why不環保？橘子外食人口多，每天普橋島用掉的飲料杯、餐盒、免洗筷數量驚人；不僅體外環保沒做，從多項實例發現橘子人發胖的事實，代表橘子人的體內環保更需要立即做起！

How做環保？企劃推出一系列的「環保橘」商品與活動，希望在工作環境中提倡與實踐；精緻優美的商品造型，讓橘子人驕傲做環保，相信會吹起內部一股環保時尚風氣。



2. Creative re-use campaign

Why不環保？從橘子人雜亂的桌面、堆了又堆的物品、該丟又不該丟的廢物，以及親身訪談中發現，橘子人沒想過、也不知道該怎麼資源再利用。

How做環保？但這些你不要的東西，在別人眼中可能是個得來不易的珍寶，只要透過一系列re-use活動，就可以達到資源的充分利用，還可以幫助需要幫助的人！



讓你時尚
做環保！



橘子 × 快樂

什麼？橘子人不快樂!?沒錯，有人發現橘子人不快樂的真相，而且12組提案裡頭就有2組要提倡如何讓橘子人更快樂、彼此更親密更像一家人，可見得橘子人好像真的不快樂!?到底橘子人不快樂的地方在哪裡？而這2組提案又分別要用什麼方式讓橘子人更快樂呢？

1. 橘色膠囊計畫

Why不快樂？隨著橘子組織日益龐大，橘子人彼此間不熟悉，內心想法跟夢想並不會主動與他人分享，造成橘子人間越來越遠的距離感，彼此只有工作進度沒有情感交流。

How更快樂？邀請大家一同將自己的夢想寫進橘色膠囊裡頭，不僅可以提醒自己不要忘記夢想，還可以透過橘色夢想部落格2.0的力量，增進同仁之間的互動與了解，讓橘子更像一個大Family！

2. 橘子快樂進行式

Why不快樂？提案人親自體驗，來到橘子十個月，除了和自己部門的同事互動之外，在其他地方都覺得橘子人很冷漠，電梯裡一片沉默；大家也看起來不太開心，嚴肅的獨自辦公……這是橘子嗎？

How更快樂？透過一連串、循序漸進的Happy campaign，鼓勵提醒橘子人要面帶微笑、說好話、甚至主動給予同事擁抱，徹底貫徹橘子的玩樂品牌精神，讓橘子超越Google、Yahoo！，成為人人嚮往的企業。

夢想、起飛



Q 3 評審團有誰？

一個好的Idea除了創意滿分、邏輯清楚，最重要的還有執行力。這次好點子提案大賽也遵循這三項原則，分別邀請到評分創意的品牌總監阿餅、邏輯思考的集團研發長郭炳、技術執行的集團資訊長Karl，以及衡量提案完整度的副營運長威廉四位擔任評審。關於這次活動，評審們又有什麼話要說呢？

威廉

這次GGS-Have a good IDEA！提案，讓我感受到橘子同仁們的動能與創意！希望能繼續舉辦類似的活動，甚至將這樣的活動變成常態性，讓更多的能量（Energy）與創意（Creativity）發揮出來！



Karl

部分提案公司會開始進行規畫或執行，希望提案的同仁屆時也能參與，協助公司將你（妳）的好點子實現。也期望下屆再度看到各位的好點子，恭喜大家！



郭炳

橘子鼓勵創新，創新就是一種改革，勇於改革則是造就一家企業成功的關鍵之一。而來自基層的改革提議，往往也是最強大，最能反應問題核心的。這是舉辦這次好點子大賽活動的最大原因。另外，這次有很多關於環保的提案，讓我深深感受到橘子人愛地球以及珍惜資源的心，你們為公司文化做了一次最好的模範，謝謝你們。



阿餅

我覺得這次發起的GGS-Have a good IDEA！活動，本身就是一個好創意！很开心橘子能有這樣Mind-inspiring的文化，去激發大家聚集內部的創意，彼此不分領域階級的去思考、交流如何讓我們的工作更有效率、如何讓橘子更好；也期待這樣的活動能在我們的文化中延續下去，Cheers！



欸～到底要投給誰呢？



Q 4 我還能再聽一次嗎？

當然可以！接下來SPACE 17將在1/5~1/23做12組入圍作品的展出，屆時還會舉辦人氣王投票。想了解更多提案內容？想再現場聽一次誰誰誰的簡報？別忘記到時去17樓投票，最高人氣王得主將會在SPACE 17橘子講堂再為橘子人呈現精采的簡報提案唷！

Have a good IDEA!

I have a good
IDEA!
1/5 SPACE 17
告訴你

Have a good IDEA!





橘人誌

G!VOICE

<http://brand.gamania.com/gvoice>

