



Have a good GAME!

橘人誌

G!VOICE

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

07

2008/DEC

What's Gamania Style?



**GAMANIA
BRAND STYLE
PARTY**

人，一定有Style

工程師有Style，宅男也是一種Style，你用Apple電腦、開Mini Cooper，你平日玩任天堂+NDSL，假日登山騎小摺；都是一種Style，風格這回事，萬物皆有之。每個人在生活中所使用的物件、所做出的選擇，都反映了他的心理層次，也形塑了他的個人Style。

Apple是種Style，Sony很有Style，那什麼是Gamania Style？

如果問你「什麼是Apple Style？」，你或許一下子說不出來，但你腦中可能已經浮現了一些印象、一些畫面。「那什麼是Gamania Style？」，有人說，橘子風格是明亮、開朗，有創意、很年輕的，但Gamania Style還不只這些。橘子雖然沒有很長遠的品牌歷史，但橘子一直以來的想法、信念和行事原則，讓Gamania Style早已渾然天成，存在於所有橘子人身上，也存在於橘子的每個角落裡。

你會發現，橘子人不只愛玩、怕無聊，還喜歡拉大家一起玩；橘子人天性好奇、樂於挑戰；有積極的自信心，還有敢和別人不同的勇氣。所以，一般印象中應該是嚴肅拘謹的財務人員，在橘子裡你可能看到他剃光頭、留鬍子、抽黃長壽，就為了感受當流浪漢的感覺。但如果要說誰能代表橘子風格，其實每個人都可以舉手。因為Gamania Style本來就具有多元面向、非單一輪廓的特質。

本次《橘人誌》要剝掉橘子的外皮；從風格強烈的奇人異士、各個「玩」氣相投的部門或小團體大觀，到橘子人平常都在瘋的大小事！現在就帶你看看這些獨樹一格，卻又包羅萬象的Gamania Style！GO！



Contents

FEATURES

- 06 橘子人好有Style！
- 16 「玩」氣相投的各部門
- 26 敢玩會玩，就是我們的Style!
- 32 橘子一家親，體現Family價值

PROJECT

- 36 橘子Style演化史
- 38 品牌風格營特別報導

如果你隨便問一個橘內人，橘子的Style是什麼，他可能會毫不猶豫說：「愛玩！敢玩！」、「熱愛遊戲！」、「我就是橘子的Style！」，但如果找一個橘外人問他同樣的問題，你猜他的答案是什麼？趕快來看看吧！

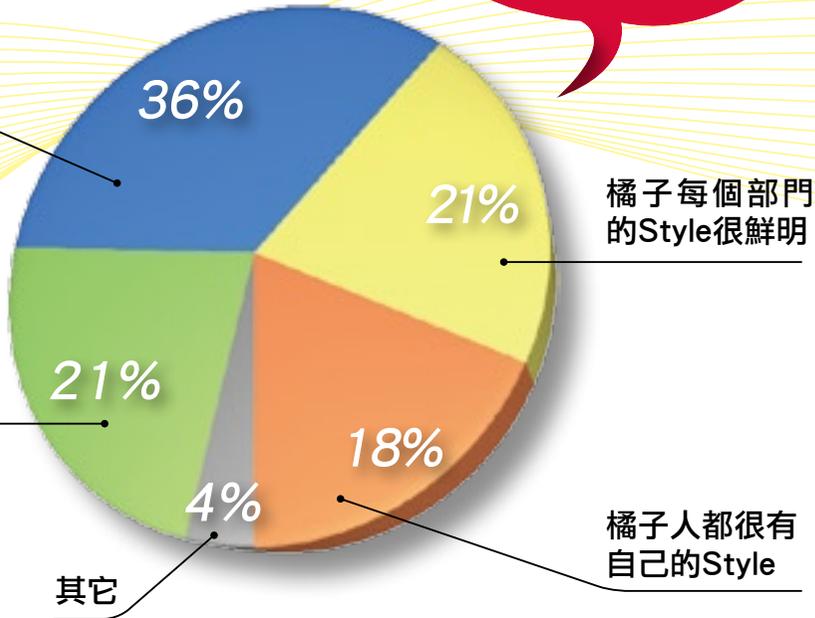
Gamania Style ?

橘子Style大調查

橘外人眼中的 Gamania Style

橘子人很愛玩
也很會玩

橘子很像一個大家庭
大家感情都很好



橘外人現身說法!?

從這次調查中，《橘人誌》特地邀請到幾位重量級橘外人來現身說法，說說他們眼中的Gamania Style！

團隊發展國際公司 執行長 > 廖老師

我第一次接觸橘子是2003年11月，橘子執行長劉柏園帶著海內外分公司三十多名高階主管進行願景Kick Off，之後協助2004年果核計劃-研發致勝團隊課程、技術部門、以及2006的橘子逗陣營。

當年的橘子人沒有太明顯的個人風格，普遍很像Albert，敢衝有夢想，向心力很強。但就我的印象，橘子人的風格有階段性的轉變，從自信心不足，到很有信心，敢向國際市場挑戰。而現在橘子人也有很明顯的個人風格，每次走進橘子辦公室，總能感受青春與新血的活力！



木馬廣告公司 總經理 > TJ

第一次與橘人的接觸是在2007年的品牌策略營。先前我一直在苦思：「雖然同樣是創意產業，但是我能與他們交流什麼？」幾次的接觸證明我是多慮了！

我覺得橘子人就像「海綿」，他們樂於吸收周邊的養分，特別是新鮮的事物。橘子人有股衝動，「冒險」是他們生活的一部分。橘子人有一個「夢」，他們要Have Fun，就是因為好玩，世界才能變的更好玩。



奧美廣告上海暨南中國區 策略長 > Sharon

因公來遊戲橘子「玩」了幾個月，很喜歡這間公司，給我一種很自由、開放、年輕的感覺。而我所遇見的人，都抱持著很多夢想、從來不會吝嗇捍衛自己的想法而去爭辯、討論。

橘子給我的感覺和Nike很像，以年輕人居多，非常的活潑好動，也會為了自己堅持的理想常常和國外總公司大吵一翻。但有時候，我覺得橘子人有一點太過理想化，比較不實際，這或許是受到了公司文化裡-勇敢作夢的影響吧。



橘子全亞洲擁有1000多名員工，人種繁多，從行銷人、創意人、財務人、美術人到程式人，你很難找到具有相同風格特色的之外，你也很難從他(她)的裝扮、形象，判定他的身份或職務。現在就帶你來看看在我們身邊，充滿風格、多元特色的橘子人！

橘子人好有 Style!

集團營運長室
William

永遠氣質彬彬、文溫儒雅的William王子，還是個好爸爸，不只對小孩呵護備至，對屬下也是噓寒問暖頻頻，不愧是斯文十足的英倫王子。



英倫王子風



台灣營運長室
大V

別懷疑，這個台灣區副營運長不管什麼大小會議，永遠都是以ABC造型出現！

絕對ABC風



亮眼OL風



台灣法務室
Kelly

一個公司，只要看法務或財務人員，就可以知道這公司文化的無聊程度。Gamania的人，就是比較不一樣，我們有個法務美女就知道！不要看她一身專業裝扮，她私下可是個冒險心十足的女孩，攀岩是她的最愛！

香港設計部
Sam

隨隨便便、自由自在的衣著模式配上逗趣粗框眼鏡是Sam的最大特色！



不做作隨性風



集團創意中心
偉人

這位肌肉發達、酷似城市獵人海怪的大塊頭，可是擁有一雙打造精緻動畫公仔的巧手呢！



粗獷肌肉風



韓國GM
Nura

快要進入冬天了，所以不管衣服漂不漂亮，溫暖最好，看起來溫暖嗎？

溫暖居家風

集團品牌中心
Ariel

說話輕聲細語、行事步調優雅緩慢的Ariel最大的夢想真的是當老師！



神秘浪人風

台灣服務事業處
608

橘子竟然有拍過平面廣告的麻豆!?而且還彈得一手好琴!想一睹這位俊美的少女殺手，請至橘子客服中心觀賞。



氣質老師風



集團創意中心
郭巴

永遠帽不離頭的鍋巴，給人十足的神秘感……

少女偶像風



日本管理本部 川端

親切有禮貌的川端小姐總是一身舒服的浪漫穿著，很難想像她私底下是位狂熱的日本職業足球達人吧！

日系浪漫風



日系尿布風



香港設計部 Milam

誰說穿尿布褲就是腳短？Milam說她的褲子可是有其他百變用途!!!（桌子…）

都會雅痞風

集團財務長室 Hank

你能想像日理萬機的財務長，曾經剃光頭、留鬍子，抽黃長壽、咬檳榔，就為了享受當流浪漢的感覺嗎？Hank就是這樣一位有自己life的人，而他現在開跑車，專注享受都會雅痞的生活。



集團公關室 婷婷

不要以為活潑好動的橘子裡沒有性感女郎，走一趟公關室去感受看看什麼叫做性感時尚風！

性感時尚風



低調極黑風



集團品牌中心 Kiwi

行事極為低調的Kiwi，一身黑是他的標準裝備。你能想像私底下的他其實是個愛狗如癡的慈父嗎？

香港設計部 Vicki

多層次以及legging（內搭褲）是為了掩飾腳短的事實……

混搭層次風



日本管理本部
平野

日本=嚴肅保守？看看這位穿花襯衫又會講法文的平野先生，就能知道日本橘子有多特別！



簡約海灘風

黝黑牛郎風



香港客戶關係
Kelvin

要保持風度翩翩的牛郎風，襯衫是必備物品！

台灣研發中心
Arc

致力遊戲開發、同時崇尚日本龐克風的Arc。除遊戲開發外，目前正鑽研吉他音樂，立志朝ROCKER精神邁進。



日系視覺風



台灣安全管理組
老P

在橘子，保持年輕是我們的精神，而老P絕對是代表人物，看他騎單車臉不紅氣不喘的模樣，跟他特地從日本買回來的瑪莉歐是不是很像呢？

返老頑童風



港味靚妹風

香港設計部
Iris

Iris的4吋高跟鞋除了可以修飾腿部線條，還可以跑得比平底鞋更快！

集團研發長室
Jimi

目前負責研發音樂指導的Jimi，不要看他留個浪人山羊鬍，他可是創造出不少首動人心弦的抒情歌，桌上的手工羊毛氈作品也體現了他鐵漢柔情的一面！

多情浪人風



北京研發部 柏華

高腰皮帶西裝褲+超整齊白襯衫是柏華在橘子千年不變的形象特色；超級好相處的個性加上不定時小冷的幽默是柏華的可愛特質，更厲害的是，他還是橘子熱舞社的一員！

工程師宅宅風



運動迷彩風

香港客戶關係 Anna

CAP帽是怕被玩家認出，帶點HIP HOP風可以逃跑得更快（笑）。

集團IT實驗中心 顏廢

「宅心人廢，廢我良多」是他的Slogan，但這位看似外表不羈的流浪漢，可是會偷偷替他的駿馬模型穿上蕾絲襪呢……

不修邊幅風



日本行銷部 園原

這位活潑又搞笑的園原，一身日系休閒街頭穿著，是不是很像行銷人員呢？

鄰家男孩風



休閒街頭風



台灣法務室 丁丁

標準的法務人員是表情嚴肅一整天待在位置上辦公，但橘子的法務可不是這樣！這位鄰家大男孩丁丁總是笑臉迎人，親切真誠的氣質讓他在橘子裡頭深受大家喜愛。

台灣服務事業處 怡樺

用細膩傾聽處理玩家各種情緒及聲音的怡樺，認為震耳欲聾的夜店是最好的抒發壓力的管道。強力的重拍、席捲而來的音浪也會將不愉快都一起帶走喔！

夜店嘻哈風



橘子是個講求團隊作戰的企業，需要團隊的創意和執行力，這顆橘子才能跑得又遠又久，而橘子凝聚龐大團隊的唯一秘訣就是「玩」。這次《橘人誌》造訪橘子團隊，要來看看各個團隊如何在繁忙的工作中玩樂，又如何玩樂中凝聚氣勢壯大的團隊力！

「玩」氣相投的各部門

橘子保姆 - HR

羊毛氈社上課實錄

玩，就是要撘人

最近公司有個很夯的新社團—羊毛氈社，就是由HR同仁帶頭成立的。起因是部門裡有三位同仁去外面自學，後來覺得很適合開一個社團來邀大家同樂，於是社團就這樣因應而生了。成立之後，才發現橘子裡有天份的人還真多！這3位HR同仁覺得將這門藝術推廣後，竟帶起這麼多迴響，實在與有榮焉！



認真萬分的橘子人，上課過程只聽到戳戳戳的聲音。

成品秀



橘子人不愧是天生的玩家，成品非常有水準！

團購請找HR!

吃，是我們的原動力

HR同仁的興趣都不盡相同，不過，有一個很大的共同興趣就是吃東西！而且HR同仁秉持「我吃好、大家也要吃好」的大愛精神，要讓周圍的人一起享受美食，所以你會常常在HR的辦公室裡發現一大箱的團購，不定時部門裡也會辦聚餐，找同仁都喜歡的餐廳一起品嚐美食料理，總之就是一整群的愛吃鬼啦~~



依舊特奶酪。



均饒北海道戚風蛋糕。



黑皮肉包。

HR美食團



茹絲葵。



初穗。



太和殿。



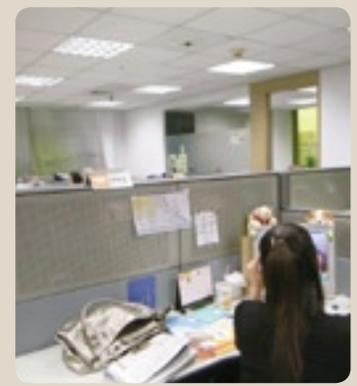
過海香辣蟹。



三井。

高人一等!?

HR的辦公室環境跟其他部門比起來並沒有特別有特色，但是有一個跟大家不一樣的是……HR的辦公室隔板特別高，同仁討論的音量也特別小！因為HR裡很多都是員工的隱私和機密，所以必須低調地說話，非常的有職業道德。



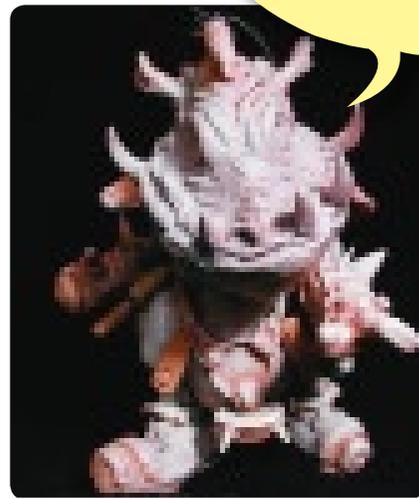
橘子老梗 - 研發

玩，要萌才夠格！

橘子所有同仁對研發同仁的觀感是「外冷內熱的悶騷鬼」！這歸因於研發同仁多半對自己喜歡的事物，都很「萌」。不管是公仔、動漫等，對於這種「萌」，他們會偷偷在內心燃燒，當碰上同樣喜好的人聊同樣話題時，火就燒的更旺，最後燒出一個公仔社以追求出神入化的精深技巧為夢想，持續默默燒著這把很萌的火！

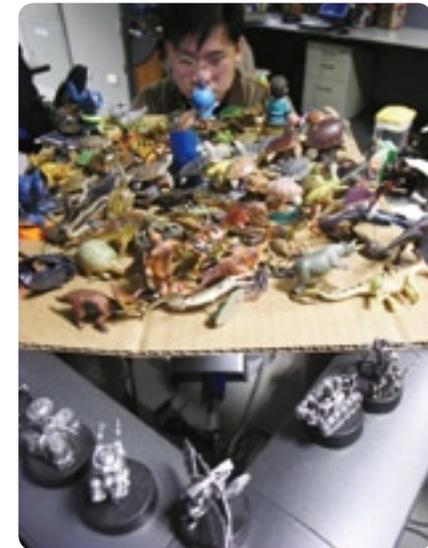


公仔社



辦公室是我們的收藏窟

橘子人如果辦公桌上不擺個什麼東西，一定會覺得渾身不舒服，雖然橘子人普遍都喜歡收集公仔，但可能是東湊西湊的玩意擺在一起；不過一走進研發，絕對讓你大呼驚奇。研發同仁的辦公室基本上沒有章法、自成一格，但桌上的擺設卻非常縝密專業，除了按照系列收集成套，還會訂製透明櫃，甚至還替每隻公仔製作專屬名牌。



【征服北極】紀錄片特別報導

遊戲橘子關懷基金會成立於2008年1月，以鼓勵16-22歲青少年「用力作夢，用力做自己」為宗旨。在社會的期許壓力下成長的青少年，是才剛發出嫩芽的小幼苗，界於小孩與大人之間的灰色地帶。我們希望藉由拋磚引玉的力量，幫助對未來徬徨的青少年遠離沮喪，對未來懷抱樂觀的態度與鬥志。

決定參加「磁北極大挑戰」是Albert面對自己成功跨出的第一步，也希望鼓勵青少年將這種勇於圓夢的精神傳承下去。Albert表示：「前進北極不是要去戰勝環境，沒有人能戰勝大自然，而是要自己學會面對恐懼！」

由Albert、超馬選手林義傑、台北體院學生陳彥博三人組成「橘子基金會夢想隊」深入磁北極，由金馬獎紀錄片導演楊力州隨行紀錄，將三人在惡劣環境下克服困難的過程拍攝下來。

在導演的隨行記錄下，捕捉到許多珍貴畫面以及真實人性，包括面對大自然挑戰的掙扎與永不放棄的可貴，也看到北極圈難以想像的嚴酷環境。三人必須在21天內走完長600公里的路程，忍受平均零下40度的嚴寒，過程中還會遇到北極熊偷襲、嚴重脫水、失溫、凍瘡等挑戰。

【征服北極】正是紀錄「永不放棄」的精神，用正面向上的力量鼓勵築夢的人。這部片的票房所得也將捐贈給台北縣政府社會局籌劃的「弱勢家庭圓夢計劃」，讓目前處於困難環境中的青少年，也能一圓己夢。



橘子基金會小檔案

全名	財團法人台北縣私立遊戲橘子關懷社會福利慈善事業基金會
成立日期	2008.1.4
成立宗旨	以鼓勵青少年「用力作夢，用力做自己」為宗旨，幫助青少年勇敢而自信的去實現心目中的夢想。
專案活動	<p>【植夢贊助計畫】</p> <p>提供百萬圓夢獎金的「植夢贊助計畫」，包括「冒險」、「創作」、「公共參與」、「藝能專精」四大類夢想，開放16-22歲青少年提出申請，每類別將選出一名，給夢想種子實現開花的機會。</p> <p>【北極大挑戰】</p> <p>希望透過「征服北極」此部紀錄片，傳達「永不放棄」的精神，全片票房所得也將捐助青少年社福相關機構，讓生長在困苦環境的青少年也能一圓己夢。</p>
精神願景	為了激發生命無限潛能，我們希望能將夢想的種子散播出去，幫助青少年播下屬於自己的夢想種子，鼓勵他們將想像化為行動，為社會注入正向積極的力量。
網址	www.gamaniacheerup.org

Beyond the Arctic

征服北極

即使每一個冬天，都叫作春天！



遊戲橘子關懷基金會所得之【征服北極】票房收入將全數捐助台北縣兒少相關之社福機構

橘子打手 - 客服

玩，就是要比創意！

創新，就是沒有規則！一般而言，客服是公司最「不得不」制式化的單位，固定的問候語、既定的流程、甚至是很難想像會出現在橘子人身上的一「制服」，但是橘子客服卻仍在框架下，不停的尋求創新元素。活潑的專員，歡樂不死板的辦公室，還有橘子的一大驕傲——傲視業界的親訪客服中心！



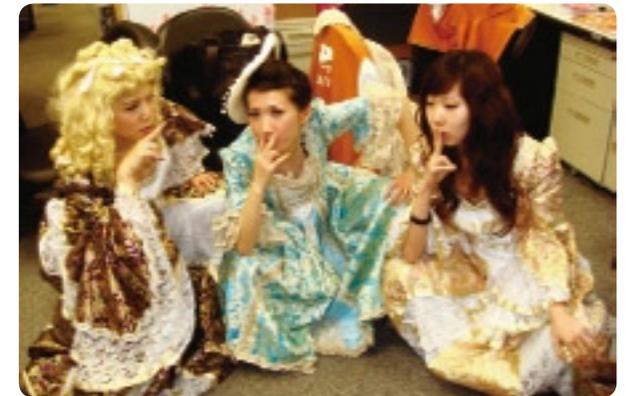
Hi, Mr.陳



來訪的玩家大部分都會詢問親訪專員貴姓大名，因此設計識別名牌方便玩家稱呼；為了讓橘子有專業的感覺，名牌設計上也考量中文姓氏及英文名合併，有許多玩家會因此稱讚橘子專員很貼心專業唷！

演戲是我們的天職

客服身為橘子第一線打手，面對玩家必須時時刻刻扮演專業的角色，以不同角色提供服務，有時是親切的大姊姊，有時是緊急狀況的救生員，偶爾是玩家的出氣包。為了替他們解決問題，每個指令跟判斷都不能失誤，這樣一個演得很「ㄥ」的部門，其實私底下也沈浸在演員的世界中，而且跟瘋子一樣，玩的時候完全失控！為了讓同仁可以瘋個徹底、演個過癮，客服每個月都會舉辦COSPLAY主題挑戰，要同仁們大膽解放創意！



人手一面鏡子！?

客服辦公室另一個有趣的特性，就是人手一面鏡子，不過鏡子並非為了上班時可以擠痘或補妝用（雖然…偶爾還是會利用一下），而是時時提醒自己保持微笑，維持好心情，帶給會員最體貼也最「甘心」的服務。

橘子大聲公 - BU

玩，就是要挑戰不可能！

負責將遊戲推向消費者的遊戲營運團隊們，個性開朗外放，常常是活動中的開心果，卻同時背負龐大沉重的壓力，每天都在跟艱鉅的市場以及變幻無常的消費者進行拉鋸戰。人人都可以為了測遊戲、玩遊戲，搞得個個黑眼圈，甚至不吃不睡。一有新的遊戲，不管是線上、單機、PS3、NDSL，大家都是一起組團拼遊戲，誓死挑戰每一個不可能。每天加班熬夜的BU人，除了工作要挑戰不可能，玩遊戲要挑戰不可能，連得來不易的空閒時間，也要走出戶外挑戰更多不可能！舉凡單車環島、衝浪、玉山攻頂、橫渡日月潭……等等，你想到的跟沒想到的，都是BU團隊熱愛的運動。



大家來尬PSP!



愛運動的BU同仁們，已經把單車當作上下班的交通工具。



從BU辦公室入口處所張貼的新光登高大賽號碼牌，就能明顯發現這是個愛挑戰的部門！



贏是我們的目標

BU團隊敢玩、敢說，喜歡嚐試不同的東西來找尋自己的喜歡、追求自己的榮耀。除了愛玩，大家也愛面子，公司裡不管什麼大大小小的活動都要報名，愛贏還不夠，每次參加都一定要贏，所以往往都有亮眼的成績。為了要凝聚團隊求「贏」的目標，BU甚至有自己的口號：「沒在怕的啦！」、「沒有做不到！」，每當參加活動，或是加班熬夜時，為了振奮士氣，就會狂喊口號來激起每顆橘子心中的戰魂。



我們是公司活動的常勝軍！



BU成員參加各式活動的英姿!



在學校，敢「玩」你就等著挨教鞭、記大過；在橘子，會「玩」還不夠，你絕對要很敢「玩」！
想想我們的核心「Love to play！」就知道，玩樂是橘子的根本，而且橘子人不只愛玩，還自認最會玩！
你知道橘子的「玩」有多與眾不同嗎？

敢玩會玩， 就是我們的Style！

遊戲就是生活、生活就是遊戲

在橘子裡頭，無論你是主管還是員工、不管你是開會還是午餐、上廁所還是等電梯、不管你走到哪裡，隨處都有得玩。而且橘子的好玩是充滿互動的，從你踏進橘子辦公室，映入眼簾的不是一般企業制式名牌，而是一面「圈叉遊戲板」，就是在告訴我們的訪客，不管你是來洽公還是拜訪，先一起玩就對了！



每次經過都會看到橘子人頑皮留下的「證據」。



橘子內部常會有出現在各處的遊戲貼紙，讓大家上廁所也不無聊。

橘子17樓更有個橘島Club，讓橘子人可以隨時運動隨時遊戲，玩完了帶著滿載的腎上腺素繼續衝刺工作。



越大的活動，玩得越認真

橘子每年都會舉辦很多活動，其中最盛大的是運動會、中秋節以及尾牙，為了表示對活動的重視，每場活動都會印製精美的邀請函，送到員工手中，要橘子人共「玩」盛舉。像2005年是橘子第一個十年，運動會主題就叫做「舞動10橘」；2006年運動會叫「GAMA柑盃」。員工也被感染，報名的隊伍也都是橘、橘、橘，有橘花大隊、登峰造橘等，其中又以「柑你屁事」隊名最嗆。雖然整天都坐在電腦前，感覺沒什麼運動戰術，但橘子人要玩就要豁出去玩，而且一定要拿第一！據說2006年「GAMA柑盃」的接力賽，一堆橘子人跑了就跌、跌了再繼續跑，造成救護站大排長龍的奇景，連護士小姐都驚嘆的說：「沒看過哪個企業，運動會那麼拼命的……」。



BU單位自稱是「冠軍隊」，自信衝破表。

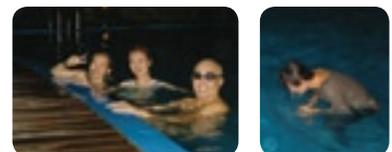


「灰熊柑罵」隊還特地做了隊服，團結氣勢驚人。



看大家呲牙裂嘴、面露猙獰的樣子，可以看出橘子人有多「賣力」，還有同仁拉到腿抽筋，有沒有那麼想拿第一啊!?

每個企業都在過中秋節，但是橘子的中秋節非常濕~背~秀！沒錯，就是要「濕」！歷年中秋節除了有豐盛的烤肉可以享用，公司還貼心安排「水上活動」，讓同仁熱騰騰的烤完肉，再冰冰涼涼的玩個水。橘子玩水的方式也很特別，絕對不是噴水、倒水，而是直接把你「丟」下水！會不會很殘忍？當然不會囉，因為對橘子人來說，大家都是一家人，要玩當然要放感情下去玩，所以越濕，表示感情越好！



上演求婚記！

橘子人會特地選在公司重要日子跟另一半求婚，讓在場所有的橘子人見證這感人的一刻！



橘子的尾牙活動早期也和一般企業一樣找藝人表演，但是員工反映有距離感、沒有共鳴，於是橘子干脆自己玩起來，不但COSPLAY，還要走星光大道。去年尾牙是「橘上海」，紅包場的美艷旗袍、上海灘的異國服飾，將夜上海的紙醉金迷耀眼呈現，而今年的「舞光橘色」大玩夜店風，尾牙現場彷彿置身東區最夯的夜店。

2006
「橘上海」



2007
「舞光橘色」

橘子眾家女主管特地上演了一段很性感的舞蹈，有多性感？看Albert靦腆漲紅的表情就知道。



香一個~!!



運動風

卡通風



三不五時，橘子還會發動「創意日」、「制服日」、「復古懷舊日」等不同主題的活動日，「家庭日」有台客家庭、童話家庭輪番上陣。還有「制服日」，所有員工把高中制服穿來上班，回到「未成年」的日子。對了，不管你當天有什麼重要的會議，這樣的服裝是要穿上一整天的！



制服風



家庭風

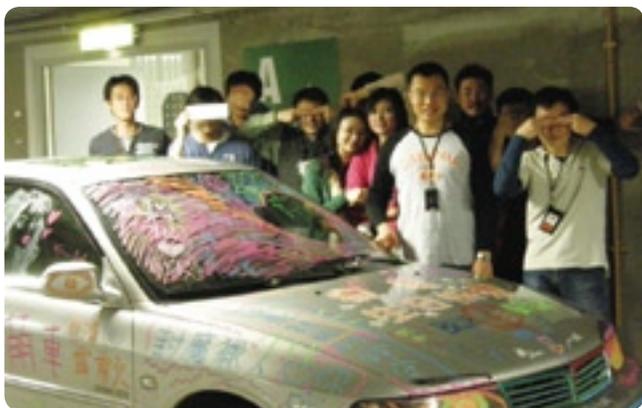




Albert慶生會。

橘子人在每個節日或是活動都玩得非常認真，除了認真比賽拿第一名、認真把人丟下水還有認真COSPLAY，橘子人還有一樣活動也非常認真，就是一慶生整人！有一回Albert的生日，同事安排一位年輕貌美的小姐進公司，騙Albert這是新同事，甚至讓她一起參與開會。過程中，同事不斷跟Albert暗示，「這位新同事很奇怪，常常打聽你喜歡什麼，可能暗戀你。」生日當天，這位貌美的小姐，身上藏錄音機，走進Albert辦公室，把門關起來，開始向他吐露愛意。一時間Albert慌了手腳，呼吸急促。兩人的對話最後完整「原音重現」在公司內部網路上，讓同事足足笑昏了好一陣子。

玩到執行長頭上，會不會玩過頭？Albert說：不會，每個員工生日都會被整，很公平。蛋糕砸頭已經是司空見慣，因為橘子人有生日假，大家都會在壽星生日前好好幫壽星「整理」一下座位，如果是主管，就升級成「整頓」愛車，要讓壽星絕對有Big surprise！



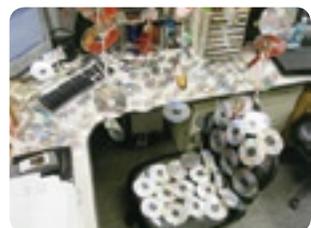
RD慶生會。



BU慶生會。



IT慶生會。



HR慶生會。



品牌慶生會。

生日一定要搞怪的啦~

正經工作，無所不玩

「Love to Play」是遊戲橘子的品牌核心，無所不玩的態度，連教育訓練課程都帶有濃濃的遊戲元素，財務管理課玩大富翁，讓員工輕鬆學會財務報表；橘子也鼓勵員工組織社團，因為興趣是啟發的源頭，當一群抱持實驗精神的同好集會結社，不小心就會生出許多打動人心的創意點子；數十個高人氣的社團，展現了橘子愛玩的Style！



瑜珈社



FAMILY 體驗營

橘子一家親， 體現Family價值

一個人的Style除了深受外觀穿著、生活態度、精神信念影響之外，價值觀也是決定Style很重要的一點。而橘子最重視的價值觀FAMILY，是橘子人言行舉止的重要準則，並且貫徹落實在生活中。在橘子，同事間就像是家人一樣，會互相扶持打氣、給予關心照顧、分享喜怒哀樂。因為橘子奉行一視同仁，互動間更沒有壓力，時常會聽見有人說：「這裡感覺不像公司，反而很像家庭」。

Albert曾說過：「遊戲橘子的宗旨是要帶給大家快樂，如果連自己的員工都不快樂，我們如何做出帶給人們快樂的遊戲呢？」因此，Albert很努力在為員工打造一個快樂溫馨的大家庭，這也是為什麼橘子願意花上千萬裝潢辦公室、提供員工免費停車位、橘子人可以彈性上下班卻不用打卡、上班時間可以隨時離座玩耍去，這一切都是希望提供橘子人一個安心愉快像家庭般的工作環境。

公司有個普橘島，就是為了提供橘子人一天三餐加下午茶，員工不必擔心餓肚子。橘子人每人每天都有30元餐點金，到普橘島點杯果汁或是叫一份三明治，只要再補個10元、15元的現金差額，就能打點好豐盛的每一餐。橘子人說：「每天吃得好撐，回家都沒辦法吃晚餐。」也因為普橘島，橘子人說，「我可能會捨不得離開這家公司吧！」



Albert笑起來總是很爽朗、很親切，就像鄰家大哥哥一樣。



自從商業午餐上市以後，普橘島每天中午都高朋滿座呢！



嗶！

橘子每季都會固定在公司附近的飯店舉辦「全橘總動員」，這是屬於全公司上下700多名橘子人的會議，這個聚會除了會邀請擁有特殊際遇的人，與橘子人做實例分享，增加橘子人放眼世界的機會；最重要的就是橘子的大家長Albert會特地空出整個下午的行程，在這裡跟大家說說話，打打氣，飯店也會提供茶點隨大家取用，「全橘總動員」就像是橘子的大型家庭聚會。

除了吃吃茶點、聽聽演講、看看Albert，在這一天有項堪稱橘子人最愛的活動--「全橘QA時間」，橘子人不計名寫QA單，最後由Albert上台一張一張念出來，並且為大家解答。QA單上你可以寫任何你想要問的問題，像是「辦公室有老鼠怎麼辦」、「公司什麼時候分紅」、「誰誰誰今天生日，請現場大家幫他唱生日快樂歌」，更有橘子人會像小朋友一樣跟Albert爸爸討東西，面對一堆要求，Albert也不忘表現出大家長的威嚴，他會評估什麼能給什麼不能給，只要在合理範圍內，Albert就像有求必應的小叮噠，盡全力滿足大家的需求。



橘子的親子Q&A

Q：可不可以請別公司的人不要來我們的樓層上廁所，而且別問公司的人都會把我們公司的妹……

Albert：那我們就把回去啊！

Q：可不可以有一天是寵物日？PS.如亂大小便會自行清理

Albert：當然要自己清阿！難不成要叫簡阿姨清嗎！？

Q：生日在國定假日就沒有生日假，能不能多補一天生日假？

Albert：生日假是因為生日當天上班很可憐，既然在國定假日，除了不用上班還普天同慶，這樣不是很棒嗎？

Q：公司停車證不夠發，附近又很難找車位，實在很困擾……

Albert：請行政協助處理一下……沒關係，以後我們自己蓋大樓！

Q：17樓的太鼓達人遊戲可以換正版的嗎？

Albert：是你自己想玩吧……而且我們的本來就是正版的！你們看那個Wii跟X360是我主動要求買的，不用你們說我就做了，哼！（有驕傲囂張的表情……）

Q：家裡離公司好遠，浪費油又怕遲到，能不能設立員工宿舍？

Q：工作太多做不完，老是要回家加班，能不能配筆電給需要的同仁？

想知道慷慨的Albert爸爸送了什麼貼心的禮物給橘子家人？
帶你去17樓普橋島Club瞧瞧！

1. 新型投籃機

為什麼說是新型呢？因為原本是長上圖那樣低！一樣都可以投，為什麼要換呢？起因是年初的「全橋總動員」，Albert念到這樣一張QA單：17樓運動間的投籃機只能投兩關，而且第二關籃框都不會移動，可以換新的機台嗎？Albert當時疑惑的問：「外面的投籃機真的第二關會動嗎？」，現場一片點頭如搗蒜，於是新的投籃機就誕生啦！



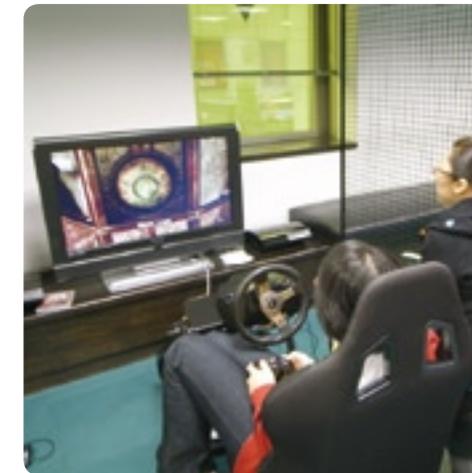
2. OSIM高級按摩椅

橘子人普遍都很年輕，可能因為太好動了老是腰酸背痛，話說有一天橘子人到微軟公司開會，看見微軟在門口擺了兩台OSIM最新款高級按摩椅，試坐之後發現好舒服，希望橘子同仁也可以體會看看，於是很貼心的在QA單上寫好品牌跟型號，默默交給咱們的Albert……



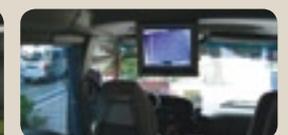
3. PS3&XBOX最新遊戲片

大家都知道17樓的遊戲機台應有盡有，有太鼓達人、Wii、PS3、XBOX，讓橘子人可以隨時放鬆一下，享受跟同事廝殺的快感，但如果一直玩同一款遊戲，就算同事輸到要脫褲子，也不甚過癮！於是橘子人想起小時候，只要跟爸媽一直廬，就可以去萬年買新的遊戲片，那玩遊戲起家的Albert爸爸更是無法拒絕了……



橘子接駁專車!?

為了響應全球環保，節能減碳，推行共乘制度，並且連絡同仁間的感情，橘子人跟Albert說：我們想要一台娃娃車！這台橘子專屬的娃娃車於是在今年1月7號正式開跑，同仁可以在新埔捷運站及景安捷運站上車，免費送你到公司。但後來效果不彰，娃娃車宣告停駛。



只開三個月就難產的橘子娃娃車~掰掰！

橘子Style演化史

橘子今年已經邁入第13年了，這13年來，橘子從青澀的柑橘蛻變為擁有自己獨特風格的成熟橘子，橘子除了內部有各式各樣活潑有特色的橘子人，更有各種代表橘子Style的產品，大家趕快來看看這十年來橘子外在Style的演變吧！

←2002

2003

2004

2005

2006

2007

2008

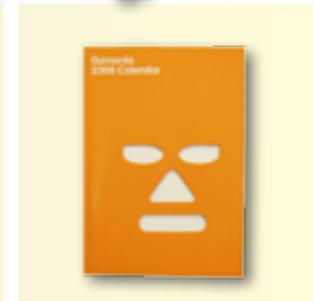
企業贈品

顛覆傳統窠臼，橘子運用天生愛玩的品牌精神加上創意逗玩出新的企業禮品。



年 誌

橘子的遊戲態度書，一年365天，讓你每天想玩，都能輕鬆上手。



企業簡介

看簡介不如「玩」簡介，橘子有果園簡介、地圖簡介，要請你一起來體驗橘世界。



遊戲產包

設計精美、獎品豐富的產包，是橘子送給玩家最棒的禮物。



品牌風格營特別報導

橘子的風格是渾然天成，但如果沒有經過第二道麥汁萃煉，也不會成形，最後變成一杯口味獨特的橘子汁。今年，橘子特別舉辦了「品牌風格營」，希望藉著品牌核心精神的深化，發展出對內對外一致性的風格。



在這次的風格營中，Albert聚集了各部門首長，把大夥關在陽明山上一共腦力激盪了兩天。大家得分組討論、找資料、畫畫、剪貼來拼湊出他們心目中的橘子風格。當然，大橘子們是不會讓大家失望，每一組的產出作品都很有想法，也很有趣，充份展現出橘子人愛玩愛搞怪的精神！



為了找出什麼是Gamania Style。



大橘子們進行了一場 Workshop。



在Albert的帶領下熱烈討論。



他在想些什麼？



大家討論：如果橘子是一個人。



也邀請了品牌顧問共同參與。



看起來是什麼樣子？



穿什麼衣服、用什麼東西、喜歡什麼配件。



成功!!

2008年品牌風格營在各位大橘子們在密集的兩天中竭盡所有腦力、體力、智力下，畫下圓滿的句點，接下來，就讓所有的小橘子們一起拭目以待橘子的品牌風格囉！



大家共同討論出什麼是Gamania Style。

What's Gamania Style?

橘子CI特攻隊，12月告訴你！

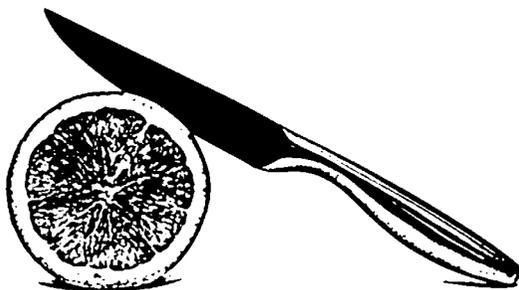


- 時間：12/3 - 12/19
- 對象：全體遊戲橘子公民
- 地點：18F 大嘴花園

各部門上課時間，將發送EDM告知。

身為橘子人不可不知的 Gamania Style 特訓任務，即將展開！





橘人誌

G!VOICE

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

