

2

FEB, 2011  
vol.33

# 2011年 橘子發生什麼 新鮮事!?

G  
A  
M  
A  
N  
I  
A

橘人誌



8 860282 269166

[brand.gamania.com/voic](http://brand.gamania.com/voic)

- 公司内部的外國人越來越多了...
- 除舊佈新，不能忘懷的光榮歷史
- 橘內人新希望、橘外人拜新年

Read it, Know it, Love it!



gamania

# 迎向2011新「橘」勢

邁向2011年、橘子的16歲，橘子從一個亞洲化公司轉變成全球性營運公司，也儲備更大更完善的自製能量，成功提高自製遊戲比重。如同Albert所說，從外界來看，橘子已經蛻變成全新的橘子，即將在2011年創造屬於我們的新「橘」勢。而這顆新的橘子，在新的一年，內部又產生什麼變化、發生什麼新鮮事呢？本期《橘人誌》將帶大家一起來發掘2011年新橘事，橘子人千萬不能錯過本期精彩内容！

為了迎接橘子的2011，《橘人誌》接下來也將實驗性地「數位化」，未來除了以線上雜誌取代實體雜誌，並且會推出iPad/iPhone版本，提供更即時的資訊、更方便簡單的閱讀經驗給所有橘子人。也希望大家能多多支持並且給予任何寶貴意見，讓《橘人誌》越來越好。

橘人誌

G!VOICE 編輯小組



# Contents

橘觀點

## :Features

- 04 關於2011新鮮事，橘子人有話想說
- 06 公司內部的外國人越來越多……
- 10 為何主管出差、不在，請假、請款批准卻超神速？
- 13 發現同事在辦公室、沒在講電話，卻對著空氣自言自語……
- 16 集團似乎多了不少新單位？是不是在秘密進行著什麼？
- 22 「儲」舊佈新，不能忘懷的光榮歷史
- 26 橘內人新希望、橘外人拜新年

橘專欄

## :Column

- 32 傻呼嚕同盟Jojo：  
於是，又再度證明「技術不重要」？！
- 34 行銷觀察家Mika：  
施比受更快樂
- 36 gamaniabrandcenter：  
Absolut Vodka全世界最會說話的酒瓶

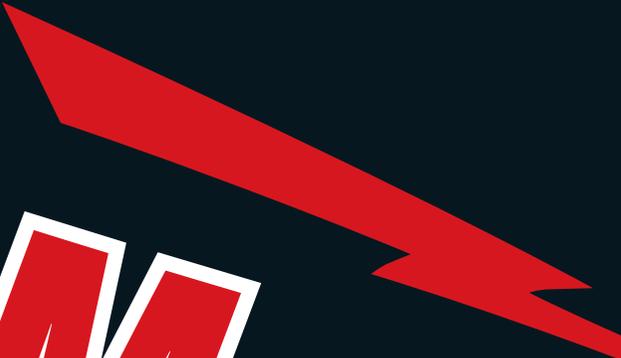
新橘事

## :Events

- 38 SPACE 17特別報導  
「Welcome to 2011」互動展 秀出橘子人新氣象

## 關於2011新鮮事 橘子人有話想說

運動會大玩特玩、慶生會整人遊戲、尾牙瘋狂演出……除了特殊節日的玩樂生活之外，在橘子內的日常生活中，不管是工作方式上、同事間相處等各方面，大家是否有注意到有什麼不一樣的地方？《橘人誌》特地收集內部橘子人的觀察，現在就跟著橘子人一起來看看，在2011年究竟有哪些新鮮事！



# March



**hing On**



## 公司内部的外國人越來越多……橘子真的已經變成全球化公司了嗎！

Hi!



?



**A** 沒錯！以前在公司電梯裡頭，偶爾會聽到講日文、講韓文的東方臉孔，原來是因為橘子早期代理韓國產品，接著又發展日本市場，所以找來了許多亞洲同事。最近則看到越來越多金髮碧眼的西方人，戴著橘子識別證、中午出現在園區用餐、參與公司内部大大小小的活動。令人不禁好奇，究竟這些神秘的外國同事是從哪裡來的？在公司又是做什麼的呢？其實是因為邁向全球化，橘子開始進軍歐美，不只海外設立據點，總部當然也需要新的歐美生力軍來支援，這就是為什麼橘子內部開始瀰漫異國風。至於到底有哪些外國人？《橘人誌》這就為大家一一找出藏身於總部內的外國同事，此外，更邀請到遠在歐美的專案經理們透過《橘人誌》現身來跟大家打聲招呼。

# 橘總部的外國同事們



GHQ 創意中心 Tatiana Goloviznina (譚雅)

橘子年資：2年  
中文功力：★★☆☆☆

大家好：) 我來自俄羅斯聖彼得堡。我在創意中心擔任概念設計師，負責專案概念發展、背景、角色、腳本的概念設計。在我加入橘子之前，我就已經聽過橘子，非常開心能夠有機會在這樣一個愛玩又充滿創意的團隊裡頭工作。Hi Gamanians!!! :) 真的，我的中文越來越好，所以請大家跟我說話（慢慢的），不要害怕，還有多多指教！

"I am from Russia, St. Petersburg. I work at Creative Center as a concept designer responsible for tasks such as a project concept development, background concept design, color design, character concept design, storyboard and etc. Of course, before I came here I've heard a lot about Gamania and I'm very happy about having a chance to work in such fun loving, creative team."

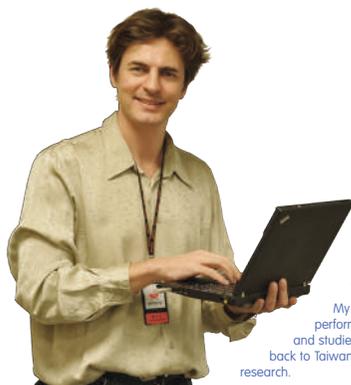
我之前期待在英國電玩產業，包括EA、Argonaut Software, Eidos, Firefly Studios等各家公司，參與過各式各樣的電腦及電視遊戲專案。我在去年加入橘子，主要任務是以主程式的角色參與一款網頁遊戲的雛形開發，並且給予其他部門關於歐美電玩市場的建議，所以一直以來都很忙碌！目前在集團研發長室下的技術研發中心負責次世代3D繪圖技術的研發，以加強自製產品的圖像品質標準，包括和一群可愛的設計師一起工作，並協助改善他們的流程及技術能力。同時，我也持續諮詢並且介紹歐美研發商給橘子，幫助橘子拓展世界版圖！

"I'm from the UK video games industry where I have worked on many games over the years from the PC to the consoles. Including projects for Electronic Arts, Argonaut Software, Eidos, Firefly Studios and even my own video game studio at one point. In the past year for Gamania I lead the technical team for a web game prototype, consulted on future improvements to our server software, and provided advice on dealing with the Western video games market to various departments. So they have kept me busy! Presently I am working in the GATE department on technical demonstrations to improve the graphical standards of our games - which includes working with the lovely artists here to improve their workflow and technical skills. I also continue to consult on and introduce Western developers to Gamania to aid its plans for world domination!"



GHQ 研發長室 Warrick Buchanan (藍凱那)

橘子年資：1年多  
中文功力：★★☆☆☆



GHQ 國際事業室 Carsten Lammert (藍小卡)

橘子年資：1年  
中文功力：★★★★★

我的名字是藍小卡，出生在德國，過去在德國的娛樂產業工作。在德國平均每年有300多場的劇場巡迴表演，長達七年。接下來的七年，則擔任劇場製作。2003年我搬到台灣，在師大研讀中文三年半，接著搬回德國工作，但德國好冷，因此我決定搬回台灣。我在遊戲橘子已經工作了一年了，非常享受成為橘子的一員。我主要支援未來歐洲區的營運及歐洲新興市場研究。

"My name is Carsten Lammert. I am born in Germany. In the past I have been working in the entertainment industry in Germany. For seven years I was performing around 300 stage shows per year all over my home country. Then I was producing stage shows for another seven years. In 2003 I moved to Taiwan and studied Chinese language at Shi Da for three and a half years. Then I went back to Germany for working, but it is so cold in Germany, that I decided to move back to Taiwan. Since one year I am working for Gamania and enjoy to be part of Gamania world. I am supporting upcoming operations in Europe and do market research."

我的名字是Hervé（可以叫我阿飛），來自法國，目前待在國際事務室，主要是擔任法國營運團隊和總部之間的聯繫窗口，同時也參與橘子在國際事業上的推廣。雖然在加入橘子之前，我一點都不了解橘子，但是在這裡遇到很多很Nice的同事，而且橘子內的環境很棒，我很開心可以在這裡工作。想跟所有橘子人說聲Hi，下次遇到我，請盡量跟我講中文，我需要練習！

Hi, my name is Hervé. I am from France and I work at the International Business Office, I am mostly working as a liaison between GHQ and our French operation team, I am also involved in business development. Although I did not know anything about Gamania before I came in, I met nice people and discover a good atmosphere, I am glad to work here today. So I would like to say Hi to all Gamanians and next time you see me, feel free to talk to me in Chinese, I need practice!



GHQ 國際事業室 Herve Soh (宋德明)

橘子年資：1年  
中文功力：★★★★☆



GHQ 資訊長室 Justin Campbell (康士汀)

橘子年資：1個月  
中文功力：☆☆☆☆☆

我來自於美國山上一個小小的城鎮，所以我非常喜愛健行、滑雪以及爬山。我也很喜歡電腦遊戲（這是當然的）、撞球、象棋和西洋棋、喝酒聊天。我從1998年開始就從事軟體開發，特別擅長SDLC（Software Development Life Cycle，軟體開發生命週期）。我在橘子的主要任務是改善資訊研發流程的品質。

"I am from a small town in the mountains in the US. So I grew up to love hiking, skiing and the mountains. I also enjoy computer games (of course), billiards, chess (Chinese and Western), wine and talking. I have worked in software development since 1998, and focus heavily on the SDLC. I joined Gamania in order to help improve the quality and development processes."

## 橘歐美的專案負責人

其實我是老橘子人了，從1999年就加入橘子，後來在2003年離開，一直到最近又重新加入橘子，成為歐洲區法國市場的負責人。目前我們正如火如荼進行《HERO:108》的封測，我期待會有很好的成果，讓橘子成為法國娛樂世界重要角色的計畫先擁有成功的開始！

Actually I'm a veteran Gamanian. I joined Gamania in 1999 and left in 2003. Recently I'm back on board and became the responsible person in the French market of Europe sector. Currently we're doing CB for 《HERO:108》, I hope the result will turn out great so that Gamania could have a jump start in becoming a key player in the French entertainment sphere!

大家好，我是歐洲橘子英國區的產品經理。我在遊戲產業的資歷長達14年，在加入橘子這個大家族之前，我一開始待在一間開發策略及運動遊戲的小型研發公司，接著擔任NCsoft歐洲區的營運經理，同時也是《Aion》的遊戲製作人。非常感謝支援歐洲橘子的每一位橘子人，我很期待能走訪各地橘子拜訪大家。祝大家新年愉快，同時也祝福你們有個繁榮的2011年！

Hi, my name is Niall Callaghan and I'm the Product Manager for the GEU-UK office. I've worked in the video games industry for around 14 years. I started as a QA tester for a small developer making PC strategy and sports titles and ended up publishing MMOs with NCsoft Europe as the Live Operations Manager for all their titles then as Producer for Aion before joining the Gamania family to start my next big adventure.

I'd like to say a big hello to all Gamanians out there and a big thank you to all the support we receive from many of you in helping us to set up and grow our new European business. I'm looking forward to visiting Gamania offices around the world and meeting many of you in person. I hope you enjoy the new year celebrations and I'd like to wish you all a prosperous 2011!

我在線上遊戲產業工作  
《星辰》在美國的遊戲製作人  
新行銷手法，讓《星辰》  
站、動畫以及Cos-play  
案，我們感到非常興奮。  
著海灘玩滑板，還有嘗  
Irvine來拜訪GUS，我一  
漂亮的海景。

Hello, my name is Mark Yuji Quiller and I've worked in the market for about 4 years now. The last few years I have been devoted to preparing for the launch of the game, thinking and finding new ways to market the game to anime and US cos-play fans here in the US. I hope to be a part of this wonderful opportunity. When out of the office, I enjoy skateboarding and visiting new restaurants. If any Gamanians visit Irvine, please stop around the beautiful beaches in the area.

法國 Luc Tomassi ▲



英國 Niall Callaghan ▲



了4年，目前擔任《星  
人。過去幾個月為了準備  
斷思考和挖掘市場上的  
》融入到美國的交友網  
圈。能參與這麼棒的專  
假日的時候，我喜歡沿  
試新餐廳。如果橘子人到  
定會帶你們去看看這區

I've been working in the free to play  
for the US launch! We are constantly  
kei) and integrate Lucent Heart to the  
ere. Our whole team is very excited to

boarding along the beach and trying  
sit us in Irvine, I'll be sure to show you  
!

我是巴黎人，在23歲時投入電玩產業，在加拿大一間小公司擔任社群經理以及GM。之後我就進入Blizzard，在Blizzard的兩年當中我換過很多職務，學習到很多經驗。2010年的夏天，我跟橘子面試法國團隊產品經理的職位，因為橘子進軍法國的計畫太吸引人，我決定加入橘子王國的行列！我的任務是要確認每一款自製遊戲能符合法國市場。目前我們正在進行《HERO:108》的封測，我可以保證絕對會有最好的表現，整個法國團隊也準備好大戰一場！我希望可以盡快見到橘子同仁，不管是你們來巴黎、或是我有機會去台灣、中國、韓國、日本甚至是美國拜訪大家。

I come from Paris. I got into the video game industry at 23, working as a Community Manager/Game Master for a small Canadian company. I then moved on to Blizzard, where I did several jobs over 2 years. In summer 2010, I had an interview about a Product Manager position for our French Team. Gamania's project for France was really sexy and convincing, and I could see the job as a big challenge coming at me. It was all I needed to jump in and join the ranks of GW (Gamania World)! My work here is to make sure each of our games are nicely adapted to the French market. Right now, we're working on (Hero: 108) CB. I can tell you that we are committed to make the best out of it, and that the whole French team is ready to fight! I hope to see you guys soon, in Paris if you ever come around, or in Taiwan, China, Korea, Japan or US if I ever get the chance to visit you.

我是德國、波蘭和土耳其市場的產品經理。在拿到第一台電腦時，我就對MMO遊戲非常有興趣，於是我的職業生涯從擔任Guild Wars的GM開始，陸續也曾營運著名遊戲如Aion、EVE Online和Lord of the Rings Online。為了將橘子的遊戲帶入西方市場，我和歐洲以及來自總部的同事發想了很多點子來吸引歐洲不同角色的玩家。非常巧合地，當我在寫這段文字的同時人正在總部，見了許多上海及台北的同事，想再說一次你們真的很棒，希望下次有機會再見！

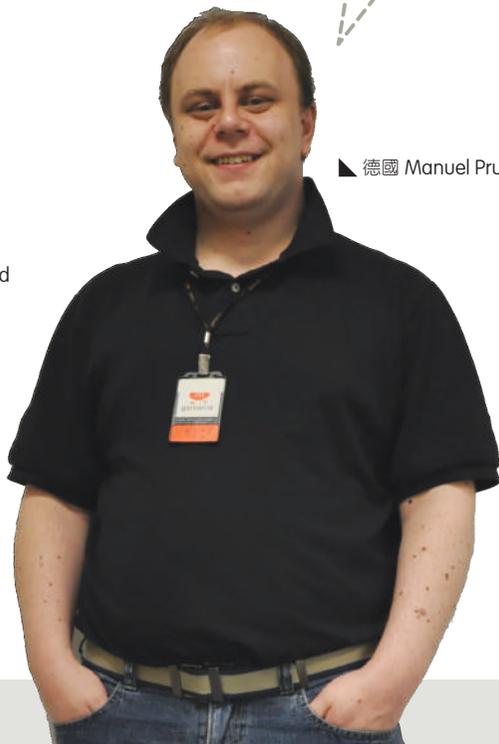
I'm Manuel from the Berlin office, and I'm the Product Manager for the German, Polish and Turkish markets. I have had an interest in MMO games ever since I got my first computer so consequently my career path got me from starting as a Game Master for Guild Wars to the position I'm in now, and along the way, I have worked on many known titles like Aion, EVE Online or Lord of the Rings Online. Together with my colleagues and the lovely assistance from GHQ people we want to bring the Gamania games into the Western markets, so we talk a lot to developers for ideas and changes to cater the different character of the European player. Coincidentally, by time of writing this I am in GHQ, and I have met a lot of people both in Shanghai and in Taipei, and would like to express once again how awesome and great people you have been, I hope to see you soon again!

▲ 美國 Mark Quilter



▲ 法國 Antoine Guyard

▲ 德國 Manuel Prueter





## 為何主管出差、不在，請假、請款批准卻超神速？難道……

**A** 各位小橘子請放一百二十萬顆心，各位的主管絕對沒有騙你們（說是出差，其實人偷偷躲在辦公室裡）；也不是為了准各位的假單而三更半夜跑回公司、插PKI按滑鼠，事實上是因為橘子IT部門最近開發出幾種好用的工具，讓經常需要飛來飛去、當空中飛人的大橘子們，即使不在辦公室、不用PKI，也能透過手上的Smart Phone（智慧型手機、特別是iPhone），處理一些公司的事務。





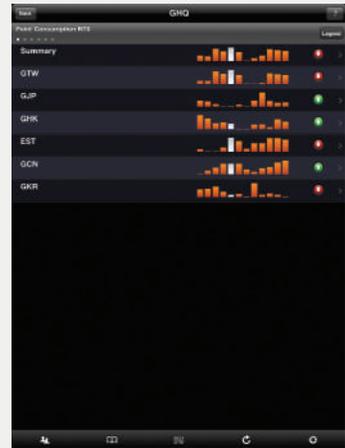
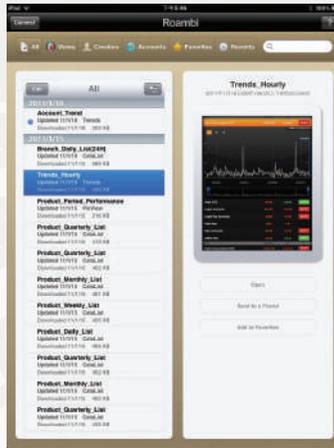
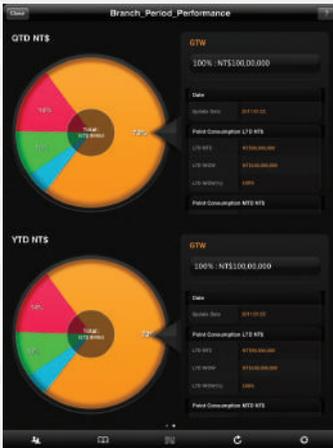
企業資訊技術處處長--Sam

## 管理更直覺、更有效率

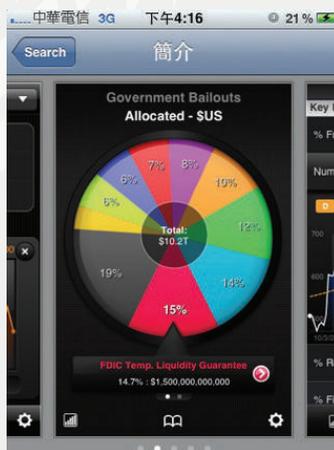
企業資訊技術處處長Sam（莊賢哲）告訴《橘人誌》，從去年年底開始，IT就開始建立一些在行動裝置上的工具。「說起來原理並不複雜，我們就是透過系統的設定，讓處級以上的主管，可以使用特定的網頁連結並設定在iPhone桌面的Icon、不需要PKI也能進行簽核。」雖然橘子的資安非常嚴謹，不過只要事先經過必要的審核與連線上的管控，一旦IT這邊確定是主管的本人，即便人在國外也能透過手機、輕鬆完成簽核。除此之外，在大橘子的手機上現在還能隨時關切各地營運狀況。Sam說，我們在Metis上掌握的關鍵經營資訊，最早只能在飛行甲板、或是首長電腦的網頁上看到，不過像Albert或其他首長還是覺得這樣不夠方便、也不夠即時、也不能離線使用，特別是在橘子裡、其實有許多Apple的使用者（笑），像是iPhone、iPad這些行動裝置在APP Store現在都有一些可利用的應用程式，所以後來我們採用了Roambi這個APP，將Metis升級成iPhone/iPad版。只要把Metis上的資料變成Roambi報表格式，首長們一機在手，也能隨時清楚營運的一切狀況。



透過iPhone/iPad桌面上的網頁Icon，就能直接連線竊核。



只要透過iPhone/iPad的APP，首長也能隨時掌握營運狀況。



目前橘子是採用Roambi這個好用的APP。



## 發現同事在辦公室、沒在講電話，卻對著空氣自言自語，會不會是壓力太大所導致……

**A** 針對同事「自言自語」這件事未來恐怕會更加嚴重，而且是整個集團裡的人都會這樣！不，《橘人誌》的意思是：未來「視訊」將漸漸成為集團在工作溝通時的主要方式。

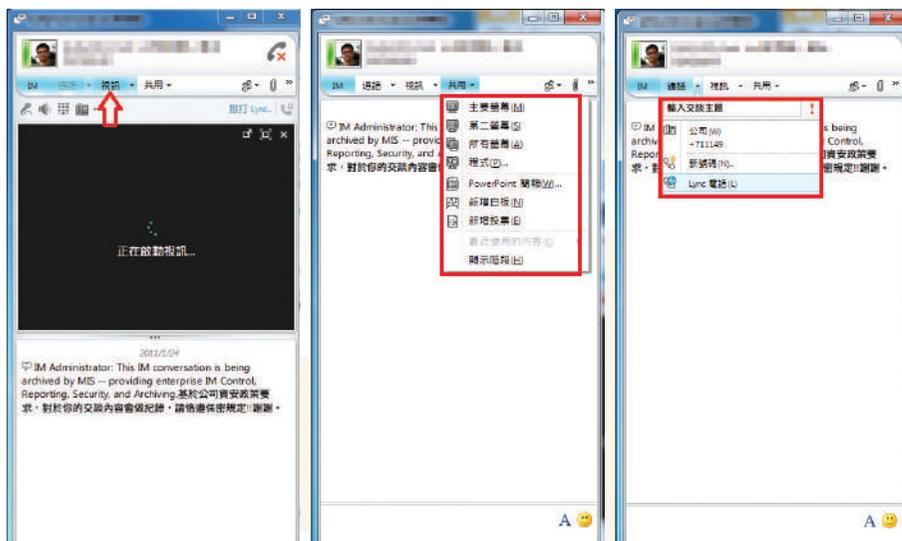


## 溝通無國界、視訊無界限

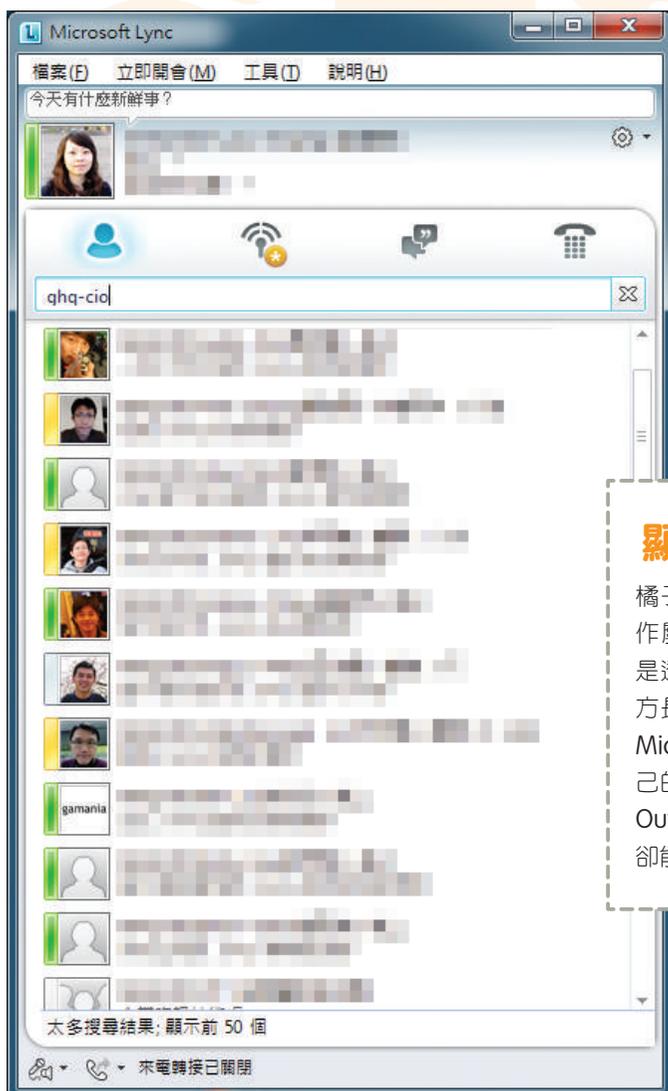
其實，大橘子在日常工作時就已經使用視訊，像是每個禮拜在飛行甲板的首長會議，如果討論的是非常重要的內容，即使無法出席的首長也必須透過視訊一起參與討論。加上橘子與國外廠商合作的機會日漸增多，雖然不一定每次彼此能在現場討論，但「面對面」的視訊也絕對比用E-mail或電話來溝通更有互動效果。同時，也由於集團越來越大，各地需要合作的業務越來越多，因此擁有更好的溝通工具對橘子就變得更加重要。所以，在今年近期橘子IT將會把去年所使用的OCS（Office Communications Server）全面升級為Microsoft Lync。Lync是由微軟經五年所開發出來的新整合通訊軟體，能將企業的電話、即時訊息、網路會議，全部整合在一起，並提供更優化、更直覺的使用者介面。由於Microsoft Lync先前已有部分同事率先試用，並且獲得好評，也導致他們更樂於使用視訊功能、對遠端進行會議討論。

大橘子每個禮拜在飛行甲板的首長會議，用視訊與各地營運長討論開會早已是常態。





導入Microsoft Lync後，介面上的功能選項將更加直覺，未來集團內的溝通也會越方便與有效。



### 顯示大頭照，拉近彼此距離

橘子集團目前人數約莫1,500人，跨部門的合作屢見不鮮，有時候在請求協助時，往往都是透過E-mail或是電話聯絡，可是卻不知道對方長什麼樣子。也因此，IT部門在OCS升級成Microsoft Lync時，集團也將全面推動大家將自己的大頭照顯示在Lync系統裡，即時通訊或在Outlook時就能看見彼此。雖然只是小小動作，卻能更有效拉近橘子人彼此的距離。



集團似乎多了不少新單位？  
是不是在秘密進行著什麼？



**A** 眼尖的橘子人，沒錯。自2010年開始，集團研發長室便已陸續秘密招兵買馬，尋找最優秀的人才進到橘子、以成立兩個在集團裡相當重要的單位：它們分別是「人因設計中心」與「行動內容開發部」。



## 為優化產品而生的人因設計中心

什麼「人因設計」？「人因設計中心」要負責哪些工作？「人因設計」其實是一項高深的學問，透過研究人、機器和環境如何相互作用，讓設計能更適合人的生理、心理，以達到更「直覺化」的效果、更好的使用者經驗（User Experience）。好的人因設計不僅能提升效率與安全，同時讓使用的人在過程中更加舒適。

對準備在未來拿下世界第一的橘子來說，擁有高水準的自製產品，絕對是我們現在最重要的任務之一。因此，橘子也必須創造出在產品中（遊戲或其他數位服務）最佳的使用者體驗。所以，人因設計就變成橘子在自製產品中很重要的課題。

「Albert對產品的User Experience非常重視。他希望今後Gamania的所有產品都要能達到最佳的UE。無論是在使用性或視覺呈現上，都必須有高水準。」人因設計監督Michelle（林靜怡）斬釘截鐵告訴《橘人誌》，「為了達到這樣的目標，我們需要成立一個能提供專業設計與技術支援的團隊。」

人因設計中心，也就是UI Design Center（UDC）在集團的任務是什麼？他們主要有四個方向：

- 1 設計與技術支援：**UDC 會對集團及所有研發單位提供的支援，包括：UI\*流程規劃、視覺設計、Flash 動畫/影像設計、網頁設計等多種技術支援與測試。
- 2 協助專案與beanfun!各地平台的整合：**其中包括了對專案的UI Review與使用者測試。UI Review將由UDC的設計師與分析師配合遊戲專案的進度，在各個開發階段（Prototype、Alpha、Beta等）做遊戲UI的評估測試與建議。而使用者測試，今年則會成立使用者經驗實驗室（User Experience Lab）以最先進的軟硬體，如眼動儀（Eye Tracker）、同步錄影系統（Video Sync Pro）與其他專業分析軟體，去偵測玩家瞳孔的移動軌跡與使用行為。最後再根據這些數據分析產出報告與建議。
- 3 提供集團專業課程訓練與推廣：**包含專業的UI設計訓練與人員培養，以及集團內對UI/UE的設計觀念宣導。UDC希望能加強開發團隊人員在UI/UE設計上的能力。另外也會不定期舉辦座談、製作討論UI設計的部落格（designEye），以及在《橘人誌》發表相關專欄。
- 4 開發與推動UI技術：**致力於開發及推動新的UI製作相關技術，來優化集團自製產品與平台的設計。

註：使用者介面（UI, User Interface），是系統和使用者之間進行互動和資訊交換的媒介。需要具備硬體、軟體的支援（如微軟的Windows與蘋果的MacOS），才能讓使用者與機器或系統互動。如：遊戲機或電腦、甚至是目前當紅的觸控式的螢幕，都是透過巧妙的使用者介面設計，才得以發揮其效果。

# WHY UI MATTERS?



UDC成員 (由左往右)：視覺設計師Jason、使用者經驗研究員Chase、人因設計監督Michelle、人因介面設計師Viola、程式設計師Shawn

Michelle說，目前UDC的急迫任務，就是促進集團內對UI/UE的設計觀念及其重要性的認知，先讓大家了解UI/UE對研發團隊的助益有多大，緊接著是提出技術的支援與建議。如此一來，才能讓橘子的自製產品更好、進一步讓所有的消費者對橘子產生更強烈的認同。而這也是橘子在未來邁向世界第一，絕對要努力的部分。

UDC為OH所設定的新UI。



UDC辦公室的留言板，看得出成員們積極、躍躍欲試的一面。



未來UDC將採用更多先進的設備，為橘子在研發上提供更多的科學數據。圖為眼動儀。

圖片來源：<http://www.coli.uni-saarland.de/groups/MC/lab.html>

# designEye®

2010/12/01

## Why UI Matters?



124003

### ABOUT DESIGNEYE\_

designEye  
檢視我的完整簡介

### WHAT WE HAVE POSTED\_

▼ 2010 (1)

▼ 12 (1)

Why UI Matters?

### DESIGNEYE TAGS\_

• something about UI (1)



UDC的designEye部落格 (<http://designeye100.blogspot.com>) 已經成立，歡迎所有橘子人一起上去交流。

## 原創與助攻並行的 行動內容開發部

就國內外研究報告指出，全球行動裝置的數量即將超越個人電腦，成為個人最重要的裝置之一。而這也代表著：不管是蘋果的iOS或Android兩大陣營，其實都已經重新定義了手持遊戲市場的版圖。

行動內容開發部副理Jerry（李有鋒）說，「橘子在PROJECT 3的方向與目標，正是朝向全面化的自製遊戲與國際化。以開發行動內容而言，絕對是符合這兩大方向，也因此橘子在這個市場上不可以、也不可能缺席。」

行動內容開發部（Mobile Content Development）在集團內未來主要有三項任務：

- 1 **推出多樣化行動內容：**在產品開發上將進行內部自製與委外合作。除了建立起集團內專業的內部製作團隊外，也將與國內外開發團隊進行合作，讓集團的產品更為多樣化與國際化。
- 2 **跨平台扮演產品助攻：**部份行動內容產品也將肩負起集團線上遊戲跨平台合作，扮演行銷助攻的角色，讓玩家在個人電腦以外，有更多機會可以在行動裝置，注意到遊戲橘子的產品。
- 3 **致力線上遊戲行動化：**此外，行動開發部也將學習、研究導入新技術，期待未來能運用在自製產品上，透過行動裝置的隨時連線的特性，為橘子的玩家提供更便利的服務。

對於橘子未來在行動內容上的機會與挑戰，Jerry認為，由於行動遊戲市場的開發週期較短、研發成本也相對比線上遊戲低。以輕度玩家來說，橘子其實更容易快速製作產品、切入市場。不過，相對的，行動內容開發部也必須好好思考與學習這些行動玩家的特性以及他們所喜好的題材。如何在過程中獲取的Know-how，將會是我們取得成功的關鍵。

Jerry說：「雖然APP平台是個新興市場，但所面對的競爭者卻是來自世界各地的開發商，想要在激烈的市場上嶄露頭角，其實並不簡單，就我們下階段的目標，是先製作出令人覺得有趣的遊戲、擠進排行榜；而長遠來看，我們則希望開創出膾炙人口的自製產品、讓大家能夠於行動遊戲平台上也想到遊戲橘子。同時，運用智慧手機的特性、找出遊戲的新玩法，為原有的線上玩家提供更多元的服務。」



果核所研發的「Soul Captor」，行動版也即將呼之欲出。



行動內容開發部成員（由左往右）：專案副理 Jerry、美術設計師 Pegasus、遊戲製作人 Kyle、程式設計師 Cyrus 與 Kevin。



行動內容開發部的辦公室稱為「膜拜地帶」，正是取諧音「Mobile Design」。

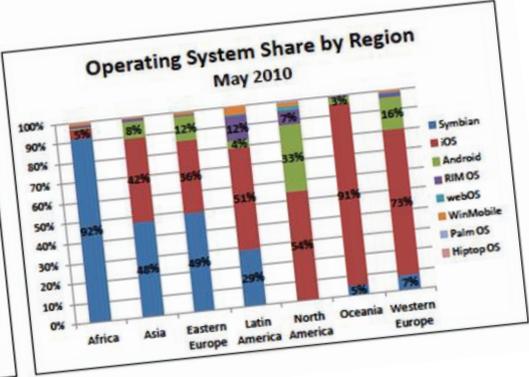
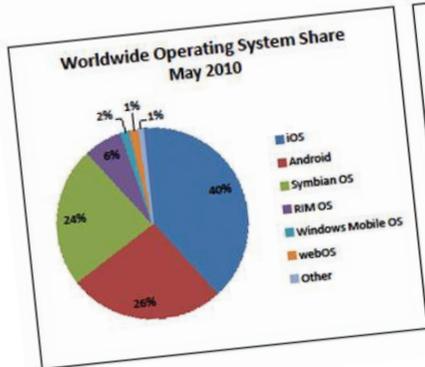


牆上密密麻麻的 Post-it 都是行動內容開發部最近必須完成的工作歷程。



## Regional differences exist in Operating System Share

• 90% of worldwide smartphone requests were generated by iOS, Android and Symbian



行動內容已經成為很重要的數位娛樂新市場。而兩大主力陣營分別為Apple的iOS與Android。

橘子玩出來的15年x15事！  
一場場光榮的戰役  
一段段光輝的歷史

## FUTURE

2010

14 玩樂勢力進軍歐美市場，遊戲橘子陸續成立美國橘子、歐洲橘子；同時動畫「水火108」也於歐美Cartoon Network頻道播出。



15 建構玩樂整合平台。以數位娛樂為內容，遊戲橘子創造一個beanfun!數位娛樂平台，逐步實現play anytime & everywhere的願景。

# beanfun!

2008

12 不只玩，更有夢！成立遊戲橘子關懷基金會，鼓勵青少年用力作夢，用力做自己。



財團法人遊戲橘子關懷基金會  
GAMANIA CHEERUP FOUNDATION

13 讓玩樂變成專業！遊戲橘子成立電競代表隊伍橘子熊，正式投入電子競技職業運動行列。



# START

1995

1 把玩樂視為工作！創辦人劉柏園因對遊戲充滿無限狂熱創辦了富峰群資訊，遊戲橘子前身因此誕生。



1999

2 以「好玩」為出發點行了「便利商店」單機遊戲銷售紀錄。  
3 將玩樂精神推向國際起，於11月11日正式改名Mania, Gamanial。



# 「儲」舊佈新 不能忘懷的光榮歷

雖然俗話說「舊的不去、新的人可千萬不能忘記過去的歷史了讓橘子人深切了解，因為有敗，橘子人都必須學習跟記取

2006

11 自製玩樂站上國際舞台！遊戲橘子於國際級遊戲展覽—東京電玩展，首度公開五款自製線上遊戲。



2005

10 顛覆玩樂市場！代理台灣第一款成功免月費遊戲另一波高潮。



，富峰群資訊研發與發  
在亞洲玩出了120萬套

，富峰群從改變自己做  
改名遊戲橘子(Game +

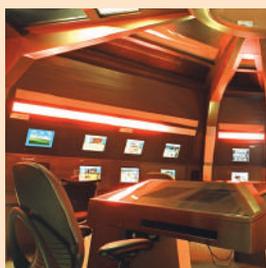


## 2000

4 積極推廣玩樂市場！遊戲橘子發行《Mania遊戲玩瘋誌》，首批發行量即達20萬份，創下台灣遊戲雜誌創刊號發行量的最高紀錄。



5 要玩就玩最大的！2000年遊戲橘子與IBM正式簽定合約，以1.7億台幣建置當時亞洲最大、最先進的遊戲專業機房。



6 玩出不可思議的天堂奇蹟！遊戲橘子因營運「天堂」成功帶起大規模線上遊戲風潮，並創造百萬天堂玩家。



## 史

不來」，更要記得除舊佈新來迎接新的一年。但橘子跟光榮，《橘人誌》總是一再強調過往的歷史，是為了這些戰役，才造就出今天的橘子。不論是成功或失，並且抬頭迎向屬於我們的2011新橘面！

## 2001

7 玩出國際規格。遊戲橘子繼成立香港橘子之後，陸續成立日本橘子、韓國橘子、中國橘子，正式佈局亞洲遊戲市場。



## 2004

9 改變玩樂付費方式，讓玩樂變得更簡單。遊戲橘子建立GASH金流平台，成為台灣第一個整合虛擬付費管道的遊戲廠商。



發行「楓之谷」成為台  
線上遊戲，創造出線上



## 2002

8 創造更多玩樂價值！發展遊戲以外的動畫實力，自製動畫「水火108」獲得「國際數位內容雛型獎」。



# 緬懷歷史、記錄歷史、開創歷史

除了緬懷過去光榮的歷史，我們更要將當下每一刻難忘的歷史牢牢記錄下來。以往橘子並沒有主動記錄存檔的習慣，造成日後不管要進行各種活動、計畫時，總是會一直麻煩資深橘子，請他們努力回想當初的經過、或是重覆提供一樣的素材，一旦負責專案的橘子人離開了，這個專案的一切就跟著石沉大海。為了避免歷史資料的流失、為了完善保存歷史紀錄，橘子接下來將開始對內推行相關政策，以確保每一件大小事情都有完整被存檔。其中品牌中心為此更特別在OH上打造了「品牌資源站（Branding Toolbox）」，蒐集了集團內相關的品牌工具，像是企業簡介影片版&PPT版、橘子集團各家公司的LOGO圖庫、企業祝福E-Card、橘子國歌Gama Song各版本、TGS開幕影片等各種用的、聽的、送的各種實用工具。未來也將持續收集各種品牌資源跟歷史，更新更豐富多元的素材，分類放在OH上供橘子人取用，成為集團內最好用的資源共享寶庫！

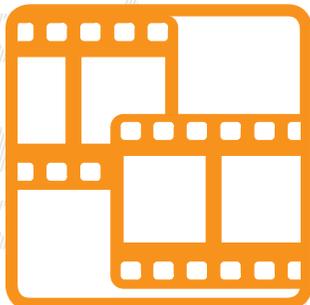


# playwork

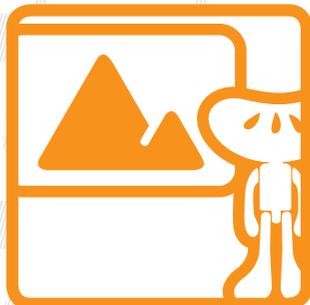
## 創造橘子歷史，we want you！

除了緬懷歷史、記錄歷史，更重要的是能夠開創歷史。橘子一切的原點都從玩樂開始，1995年，創辦人Albert把玩樂當成終身的工作，成就了橘子15年來的歷史。在這個龐大的橘子集團裡，不管是你、我、他，都曾經或將來，也正在用我們「玩樂即工作」的方式，為橘子創造歷史！為了緬懷歷史，品牌中心特地規劃了一系列的15週年活動--Gamania 15= Playwork，包含拍攝15週年影片，讓人感動又有趣的影片即將在3月初感動登場；為了記錄歷史，接下來將藉由實體展覽跟大家溝通15年歷史故事；而為了開創歷史，我們需要橘子人的參與，不管你是誰，都能為橘子的歷史留下痕跡，上傳你在橘子的足跡，不管是慶生胡搞、工作開會、戶外戶內活動等在橘子發生的各種大小事，當照片數量突破150張，集團橘子人將會收到一份神秘的15週年大禮。各位橘子人，3月時請不要錯過這一系列的精彩活動！

影片



展覽



網站



# 2011 新年新希望

邁入新的一年，除了回顧過去的成績，重新檢視自己，更重要的是必須得展望未來，準備迎接新年的挑戰。為此，《橘人誌》請集團大橘子們來說說新年新期許，更特別邀請到橘子的好夥伴們來跟橘子拜新年。

## 橘子人，繼續衝！

2011年，橘子們要持續前進，努力奮鬥不懈，Marching on!



GHQ CEO Albert



GUS COO David

沒有什麼  
2010  
部份  
繼續辛  
這年  
很家



GJP COO 淺井清

2010年、GJP朝著「以自製遊戲以及webgame來拼」之目標努力，對我們來說是一大挑戰。

實際上日程的延後、品質上也發生了很多問題，讓我們無法照原計畫進行，但是最後總算以《DIVINA》(9月)以及《Web戀姬》(12月)打出了漂亮的成績。

今年我們將準備多款適合日本市場的遊戲，包括單機遊戲以及PC遊戲之IP所改編的遊戲，再加上GJP的營運能力、無疑2011年將會蓬勃發展！



GHK COO 雅菱



GEU COO William

2010年遊戲橘子進入了全球營運的階段，這是非常令人興奮的！面對未來新一波的挑戰，我相信橘子人從來沒在怕的，橘子人也一直是最棒的，大家繼續加油！



GTW & EST COO Vincent

我一直期待能把GTW&EST打造成一支機動性高且攻擊力強大的「鐵騎部隊」，經過了一年多的練兵，我感覺這支鐵騎已經漸漸成型，這令我十分驕傲跟興奮。在2011的第一天就跟通路大戰，我們這支鐵騎2011最大的目標就是戰！

戰！戰！讓Gamania在台灣重新「戰」上第一名，要讓所有人都知道我們是最強的，沒有什麼是我們做不到的！

什麼太多華麗的說詞，2010年大家辛苦了，各地大成績也不賴。2011年繼續辛苦、繼續搶攻、繼續殺！幾年的辛苦將會是我們未來多年大成功的根基，謝謝大家，2011加油！



GCN COO 小何

去年我們有好多好多的橘子在世界各地開花成長，大家都一起努力著把歡樂跟橘子精神散佈到世界各個角落。新的一年會有很多的事情發生，

可預見的是所有橘子人都會與Gamania一起往著更好的未來發展。新的一年，祝我們橘子人與橘子精神，永遠鬥志滿滿！幸福也滿滿！

2011年GCN正在準備打仗，團隊的士氣正在快速凝聚，期望GCN可以在這全球最大的市場打一場轟轟烈烈的仗。這是上海客服部門寫的對聯，我覺得很貼切今年的策略，所以也跟大家分享，“劍驚風雨真俠客 龍霸九州誰不服”。



GKR COO Leo

2011年橘子版圖又擴大了！隨著日本、香港海外營運區的穩健成長、歐美新區域的加入，也代表了自製產品更上一層樓。今年期待韓國地區能靠著自製產品將營運規模持續提升，更期待所有橘子人秉持旺盛的企圖心面對2011年全球佈局的挑戰。Core Blaze! Wait for You!



GHQ 研發長 郭炳



Fantasy Fish COO 小駱



Seedo COO 良坤

回顧2010年飛魚開發產品-《劍雨》，順利在香港地區與電影同步上市，但可惜的是市場成績並未達預期目標。希望各位同仁仍需繼續努力，加強內容與質量，抱持開發熱情及負責任的工作態度與決心，讓營運同仁在前線作戰能安心，更重要的是提供玩家體驗樂趣的遊戲內容。2011年除了即將上市的产品，仍有許多夥伴進行下世代遊戲的開發，在此也勉勵同仁，全心全意開發作品，相互支持與鼓勵，推出打動玩家的作作品。讓我們訂立努力目標，許下美麗願景，讓每個飛魚人一年比一年更好！

做遊戲是一條漫長的路，沒辦法很快看到結果…雖然凡走過必留下痕跡，但是我認為不可以只留下痕跡，還要有成果可以累積。成果要能累積，就需要有前瞻的規劃，慎密的計畫以及團隊的執行力。先思考過要做什麼事情、怎麼去做，有條理、有方法、有計畫，才不會忙得很辛苦，卻沒有成果，事後很心酸。新年新希望：大家都忙得很有成就！”

自從2010東京電玩展，透過新的一波自製產品的啟動，宣告遊戲橘子開始進入全球化的戰鬥時代。我們已經踏上成功的第一步，並在邁向成功的路上！新的一年，期許自己努力扮演好自己的角色，也鼓勵大家共同努力，一起創造並見證遊戲橘子未來榮耀的十年！讓全世界的人都知道這一個最有創造力，最好玩，最瘋狂也最溫暖的偉大娛樂品牌，Gamania！

這是火狗們加入橘子大家庭後迎接的第一個新春，先祝大家事事如意、身體健康。除了例行的祝賀外，希望在新的一年里，能夠一起努力，然後用我們的遊戲和動漫作品，讓全世界的人都感受到我們的熱情和能量！



Firedog COO Gabriel



Playcoo COO Joyce

我特別使用《星辰》的星座運勢幫橘子人算算2011的運勢，結果如下：

【愛情運】像艷陽般的火熱，只要能好好珍惜和把握配對後的活動，就能早日修成正果。

【工作運】工作指數持續地向上攀升中，有多努力就會爬多高。

【財氣運】奇佳無比，是個賺錢的一年，把握機會積極開發賺錢管道將為你帶來不少的財富。

【社交運】人際魅力優 + 朋友貴人運旺，記住不要小白，就有機會成為萬人迷。

【戰鬥運】鬥志旺盛，只要好好發揮專屬技能和組隊優勢，必能快速升級。

【整體運勢】做好萬全準備，當機會來臨時，必有斬獲。



RedGate COO Jacky

欲求未來之幸福，必經變革之痛苦，這變革，是為革命。目前吾等身處革命變革之洪流中，挑戰與壓力之巨大，難以預估，也定當有超乎吾等所能承擔之苦，然有幸能與各位攜手面對，不論有何困難阻擋於前，吾等必能克服。在此與各位共勉：莫忘初衷！

橘夥伴，繼續挺！

HAPPY  
CHINESE  
NEW YEAR!!!

WISH GAMANIA A GREAT  
RABBIT YEAR!

LIKE RABBITS I HOPE  
GAMANIA 很能幹!!!

MACHU  
木可



遊戲橘子關懷基金會  
代言人 陳彥博 (Tommy)



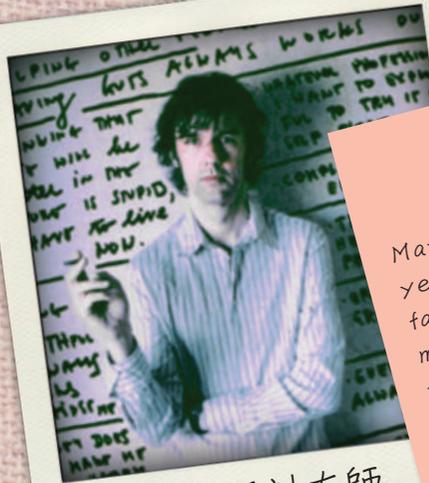
IDEO設計指導  
Charles Hayes



麻吉娛樂經紀公司執行長  
黃立成 (Jeff)

Wishing you a game-changing  
2011 in Taiwan and beyond...

2011年，祝福遊戲橘子可以挑戰世界、闖蕩極限並且佈「橘」全球！接下來我會在2月的全橘跟橘子人分享，很期待見到大家！



當代平面設計大師  
Stefan Sagmeister

May your start into the new year bring very extra special fantastical energy and plenty of manically challenging projects to everybody everywhere at Gamania!



Moonscoop全球行銷暨消費產品部總裁Cynthia Money

Congratulations Gamania on 15 very playful years! Moonscoop is thrilled to have you as a partner on the successful brand "Hero:108." Your team always proves to be so creative in so many unexpected ways. Thank you for everything and we hope you continue to "have a good game" for another 15 and beyond!

遊戲跟電影一樣，都是希望藉著說故事讓觀眾或遊戲玩家感受到真善美，但要做到這一點，需要數量龐大而且源源不絕的熱情與激情，我在遊戲橘子身上看到這樣的熱情與激情。在2011年把激情全開，用力揮霍吧，各位橘子們！



《劍雨》導演 蘇照彬

# 於是，又再度證明 「動畫技術不重要」？！



作家介紹

Jo-Jo

傻呼嚕同盟召集人  
現任大學講師

成為一位動漫迷已經超過35個年頭，對御宅族有深刻的研究，但自認自己還不夠格稱得上是一位御宅族。目前致力於推廣御宅精神，帶領傻呼嚕同盟聯合推動出版過《ACG啟萌書：萌系完全攻略》、《日本動畫五天王》、《動漫2000》等書。

2010是中國動畫產業蓬勃發展，然後等待驗收的一年。之前中國各城市如火如荼興建動漫基地，投注龐大資金於動漫公司，發表一部又一部投資金額及規模驚人的動畫案，公佈一筆又一筆誇耀生產能量及美景的數字，終於到了第一期成果收穫的日期，2010年！

截至2010年8月底為止，中國內地動畫電影的總票房為1.64億人民幣，幾乎已達成2009年全年動畫電影總票房的1.68億人民幣！年成長率至少25%。事實上，自2006年以來，中國動畫電影票房佔總電影票房的比例已從7%瘋狂成長至17%，這也是為何自2006年以後，全中國都在瘋動畫產業的原因之一。

仔細看一下2010年動畫電影票房的數字，另一個驚人的事實浮現了。

2010年8月止，中國內地共上映8部動畫電影拿下了1.64億人民幣的票房，其中《喜羊羊與灰太郎之虎虎生威》這部超級吸鈔機就已經佔去了1.24億人民幣，剩下的7部動畫電影就僅僅取得4千萬人民幣左右的票房。而這7部動畫電影部部投資不斐，最大的就屬《超蛙戰士之初露鋒芒》投資金額高達5000萬人民幣，票房收入卻只有730萬。而其他還有《鎧甲勇士之帝皇俠》、

《虹貓藍兔火鳳凰》等皆是中國家喻戶曉的動畫明星，從初期被各方寄予厚望，驗收成果時卻慘不忍睹，預計將會對未來中國動畫產業造成莫大影響。

大陸許多動漫專家開始對此現象作分析及解釋，很有趣地，見解都跟每一次電影產業，或說內容創作產業，在被檢討時的結論都一樣——CG、3D（特效）不重要，重要的是內容（劇本）！更有趣的是，這

圖片來源：http://www.520885.com/pic



《喜羊羊與灰太郎》以羊和狼之間妙趣橫生的爭鬥，成為中國最受歡迎的成功動畫。



受到中國市場青睞，《喜羊羊與灰太郎》密集性地每年出一部新作品。

個見解被廣泛地引用到各個動畫公司老闆、導演、及投資人的談話裡，成為金科玉律，但每家動畫公司在擴編時、每個動畫投資案在公開時，仍然只見到機器設備要增加多少部，從好萊塢禮聘而來的特效師多有名，卻見不到他們口中的金科玉律——「內容」，也就是「劇本」上獲得重視與加強。

恐怖的影響還不是問題的關鍵未獲改善，而是焦點被轉移了。專家們為了強調「內容」的重要，便一再強調「技術不重要」！原本兩類並存發展的項目，硬是遭到專家們自以為高明的見解活生生地拆開，從此水火不相容，只要有人提技術很重要，就會有另一方跳出來高喊內容才是王道，然後舉出一大堆案例

支持自己的論點，證明對方是錯的。這種賭氣式的爭吵很容易就模糊了這場討論的最基本——為什麼談動畫技術重要，就一定要認定內容不重要？反之亦然，內容很重要，為什麼動畫技術就非得不重要不可呢？動畫內容與技術不是有你就沒有我的水火不容，既然爭辯雙方都能為自己支持重要的一邊提出強而有力的證據，不就剛好證明彼此認定重要的部分都是最關鍵的？

動畫是創作，需要有深刻的內容才能感動觀眾；動畫也是產品，需要擁有高明的技術才能被生產製造出來。內容與技術都需要到達觀眾能欣喜接受的程度，這項動畫產品才會獲得觀眾的認同與喜愛。於是，有些動畫公司不斷精進動畫技術，

帶給觀眾感官上的驚喜，觀眾便心悅誠服地支持；也有些動畫作品持續鑽研劇本內容，觸發觀眾心靈上的感動，觀眾也會無怨無悔地追隨。

沒有一部受歡迎的動畫就只獨有內容或技術其中一項，因為這樣的作品絕對是項「殘缺」。當技術與內容能完美地結合在一起，才能成為一部動畫的經典。👍

# 施比受更快樂



作家介紹

Mika

網路行銷觀察家

5年級生，在消費性產業的行銷領域工作了十數年。  
經歷從品牌策略、商品概念一路到上市Launch。  
關心傳統的行銷模式，也關注 Web 2.0、Social Media的變化。  
喜歡iPhone，但更在意它在商務上的應用。  
部落格：jabamay.blogspot.com

圖片來源：<http://www.giftastranger.net/>



Gift A Stranger活動參與非常簡單，只要三步驟就完成

一家比利時的廣告公司Happiness Brussels，在聖誕節發起了一個「送禮物給陌生人 Gift A Stranger」的活動。你只要在網頁上填上簡易資料，準備好要送人的禮物，系統就會自動幫你選一個世界上某一個陌生的地址，如果你願意將禮物送到這個地方，印出地址、打包、寄出，就完成了送禮給陌生人的活動。想分享這個案例，不是因為送禮本身很有趣，而是一種不預期、隨機趣味的概念，值得未來辦活動時參考。

這個活動設計的很簡單，一進到網站就是一個世界地圖，上面佈滿了已經被選中、有幸收到一位來自地球上某個角落的好心陌生人，寄送禮物到某個地址的圖示（台灣也有幸運兒喔）。想要參加這項善舉，只要填上你的姓名、國家、城市，附上禮物的說明以及上傳一張照片，由系統隨機選出收件

地址即可，透過Google Map的衛星空照圖查看收件地，不滿意還可以重選。妙的是，系統只會列出收件人的姓名、居住的城市（沒有地址也沒有連絡方式），但沒有列出收件人是誰，你只需寫上「寄給住在這兒的幸運兒收 To: The Happy Person Living At」。也就是說，你送出的禮很可能是收不到回報的，

收禮的人也沒有義務要回禮，但如果回禮了（假設你主動留下連絡方式的話），故事可能就會有不同的發展，開始連繫、成為朋友、互相拜訪見面、最後…，就留給大家想像吧！

由於這是一家廣告公司的實驗作品，只扮演發起者的角色，沒有嚴謹的遊戲規則，沒有限制禮物的種



世界各地都有陌生人收到禮物



住在台北市延平北路八段的幸運兒，會收到一件來自巴西的洋裝

類、金額，沒有說明收禮的地址如何挑選，也沒有規定收禮一定要回禮，因為收禮的人事前根本不知道有這件事的存在，收到禮物時很可能一頭霧水，還以為是某個仰慕者、或是聖誕老人顯靈勒。彼此之間互不認識，又得不到回報，但為什麼還是有那麼多人想要參與？說穿了，這活動某種程度喚起了人性「善的因子」。正因為你知道你的付出，沒有回報，而且收禮的人你並不認識，純粹只是「在充滿感恩的聖誕期間，想要跟這世界上某個角落的某個人，有某種連結」如此而已。實際上你沒有收到禮，但很可能因為付出，卻感受到跟收到禮物一樣的喜悅，神奇吧！這樣的模式，很像聖誕期間在公司

或校園裡玩的「小天使」團康遊戲。當你抽到一位主人，必須用實際的禮物或愛心來妥善照顧你的主人，讓他開心，並且不能被主人發現你是誰。每個人都具有小天使與主人的身份，用心地照顧著主人的同時，也享受被小天使照顧的溫馨。這遊戲不知已經歷經幾代，但每隔一段時間就會又流行起來。不論是「送禮給陌生人」或是「小天使」，都是「施與受」，再加上「不確定與隨機」的娛樂元素，讓不管是那一方的參與者都覺得開心。如果我們把這兩種模式結合，改變成讓橘子會員間參與的活動，在春節或某一個節令，由系統隨機配對，讓橘子會員A送遊戲實物給會員B，收到禮的會員B，必須送出

同一等級或以上的實物給會員C，如此不斷循環，橘子再設定某種獎勵給積極參與的會員及遊戲規則限制…。類似這樣的活動，或許會是一個符合社群時代又有趣的設計喔！👉

# Absolut Vodka 全世界最會說話的酒瓶

gamaniabrandcenter  
的設計觀察

一個由品牌中心成員共同撰寫的Blog。  
裡頭提供了設計人、企劃人、音樂人、策展人、創意人、外星人……  
對品牌、行銷、設計的見解與觀察。  
由於內容多元豐富，《橋人誌》特別加以轉載，  
橘子人更可上網與他們一起交流。  
部落格：gamaniabrandcenter.blogspot.com



裝置藝術也是Absolut Vodka的拿手好戲。

說起全世界最深植人心的瓶身，除了可口可樂外，大概就是Absolut Vodka。不過，兩者究竟誰高誰低？光看大家對瓶子的態度就很清楚。使用完捨得丟可口可樂瓶子的人，大有人在；但Absolut Vodka，你幾乎可以打包票認定：除非是瓶子不幸摔破，不然怎麼可能有人願意把如此清澈、卻充滿態度的瓶子，給扔進垃圾桶裡。到底這中間Absolut究竟做了什麼，才創造出如此強大的品牌力？說穿了，他們不過就是讓「酒瓶」說話而已！

Absolut 的瓶身設計，源自16世紀瑞典的常見藥罐，北歐因地理與氣候的關係影響其設計總帶有一股簡約、純淨的味道，就連隨處可見的一般藥罐也是如此。繼承了北歐血統的Absolut，自然也沿襲這樣的

風格。但有型的瓶身，其實一開始在美國推出時未受到大眾的青睞，大家除了不習慣Absolut 過於簡單的瓶身、更不認為伏特加在瑞典生產，會有什麼良好的品質。（畢竟伏特加是俄國人的國酒）

但Absolut 沒有因為這些負面的調查產生放棄的念頭，反而將品牌逆勢操作，把原先主打「清澈純淨」的策略徹底修改，開始在商業廣告裡不斷訴求原先不被看好的獨特瓶身，更以「Absolut XXX」為廣告



以「以Absolut XXX」為題的標，充滿創意並成功打動消費者。



推出各種限定版的紀念瓶，成為粉絲必蒐的Absolut Vodka。

## 飲 酒 過 量 ， 有 害 健 康

Slogan、強調Absolut 擁有其他品牌所沒有的「絕對」精神。

Absolut 找來如Andy Warhol等藝術名人在瓶身裡大作文章，並結合了街頭塗鴉、裝置藝術、流行時尚等各藝術家，不斷發展各種的品牌活動。在30年裡Absolut透過這些活動收藏了超過800件藝術作品、更透過各種意識形態與藝術活動顛覆了市場。自此Absolut 的形象早已明確建立，不但受到消費者的肯定，甚至更讓許多即使不喝伏特加的人，也願意掏腰包去購買他們家的酒。

除了販賣態度外，Absolut 後來也發展出固定大戲，也就是推出繼華麗又限定的紀念瓶，滿足粉絲們的

蒐集慾望。像前一些日子就曾推出沒有標籤瓶身的「無印良瓶」，鼓勵人們勇於展現自我原色；在彩虹旗40週年推出彩虹紀念瓶，支持Absolut 一向認同的同志族群；去年則推出搖滾限定款，鼓勵搖滾反叛精神……這些限定版的Absolut Vodka，不僅加深消費者對品牌的印象，同時也得到品牌大量的曝光。

去年冬天，Absolut 當然也沒閒著，就在大家引頸期盼限量版究竟長什麼樣子時，Absolut Vodka Glimmer就以鑽石般閃亮亮的造型「燈」場--仿造經典水晶切割外觀、如果再加上瓶底LED燈片的話，讓人直覺即使買回家當水晶燈擺飾

也很值得！👁️

# SPACE 17

十七號空間

SPACE 17是橘子人的展覽空間，以交流橘子內部文化為志向，提供橘內人一個釋放無限創意與狂想的場域。每個月舉辦展覽、活動，不定時邀請藝術家、設計師等創意工作者來交流會談。未來，計畫分享更多的創意概念，挖掘橘子裡更有趣的人事物。

space17gallery.blogspot.com



SPACE 17特別報導

## 「Welcome to 2011」 互動展 秀出橘子人新氣象



SPACE 17在2011年的第一個展覽，正是一個向全新的一年Say Hello的展覽。結合了互動程式與裝置，以近乎攝影棚的展示空間，試圖讓橘子人一起參與展覽。讓2011年的一開始，不只有玩樂的新表情、同時更帶來新氣象！



近年來有不少展覽為拉近與觀眾的距離與增加展覽的豐富性，紛紛在內容上推出趣味式的互動功能。由於內容有趣、裝置酷炫，往往博得不少好評。而這次新年主題，恰巧可以讓SPACE 17藉題發揮，於是策展單位便決定在新年的頭一個展覽以互動的方式呈現。

走進展場裡，你可以發現SPACE 17現場就好像一個簡單攝影棚，不過現場並沒有相機，架設的反而是一台可以臉部辨識、自動拍攝照片的電腦，每個橘子人可以拿起道具箱裡的各種假髮、配件，在電腦螢幕前盡情的展現自己，接著再讓電腦進行拍攝。而中間的一道門則象徵跨越新的一年，當橘子人拍完照片後，即可走向另外一邊，並在大螢幕上看到由之前照片所排成的「2011」；當觀眾向「2011」揮手示意時，就能看到剛剛所拍攝的自己。

策展單位表示，「雖然這次展覽的互動方式很簡單，不過更重要的是，希望能引發更多橘子人一起參與，同時也帶出橘子人面對新的一年、活潑的新氣象。這次算是一個新的嘗試，真多虧有beanfun! Team裡的阿德（吳宗德）提供技術與幫忙。有不少人玩得很開心，這也是我們所樂見的，未來只要有機會，展場也將提供更多、更有趣的互動可能。」



## 「互動」讓生活更精彩

SPACE 17在2011年的第一個展覽，正是一個向全新的一年Say Hello的展覽。結合了互動程式與裝置，以近乎攝影棚的展示空間，試圖讓橘子人一起參與展覽。讓2011年的一開始，不只有玩樂的新表情、同時更帶來新氣象！

### 1 SXSW 音樂+電影+互動科技的嘉年華盛會



SXSW是一個於23年前由獨立搖滾人所發起的組織活動，內容包括音樂、電影與互動科技。其中互動科技部分，吸引了大量的網路創業者與企業家，像現在大家熟知的Twitter就是在2007年的SXSW Interactive裡所發表的，而該活動更曾因為活動期間iPhone的使用量過大，造成電信業者如AT&T的癱瘓，其活動之盛大可想而知。

### Beatriz Areilza 互動櫥窗概念展示

在數位互動的領域，很少有人不知道North Kingdom這間來自斯德哥爾摩的頂尖數位公司。而由其創辦的Hyper Island數位學院中更是有許多令人驚艷的作品。Beatriz Areilza也是該學院的一員，他在2011年發表了數位互動櫥窗的概念，試圖讓櫥窗中的模特兒與行人產生有趣的互動，這項創意也在短短幾天的時間內就吸引了8萬個瀏覽人次。



### 3 第六感裝置Sixth Sense



美國MIT Media Lab（麻省理工學院媒體實驗室）的天才學生Pranav Mistry，試圖將自己對體驗生活的特殊想法實現，發明了一項企圖結合虛擬與現實的裝置Sixth Sense（第六感裝置），該裝置結合了投影、攝影及音訊裝置，讓使用者無論在何時何地皆可使用，再加上辨識及擴增實境的程式，讓人更進一步體驗到虛擬世界的無限可能。

# 橘子自製 全線出擊!



Cafe Blaze

HERO:  
108

Langrisser  
Schwarz

REIGN  
OF  
ASSASSINS  
ONLINE

Soul  
Aptor

TaraConcerto  
ONLINE

龍  
之  
大  
戰

gamania

Have a good GAME!  
www.gamania.com



© 2011 Gamania Digital Entertainment Co., Ltd. All Rights Reserved.  
Powered by Gamania Brand Center

橘人誌

**G!VOICE**

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

gamania

