

24  
2010/MAY

Give Voice

橘人誌



8 860282 269166

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

# HOW **WE** CREATE **ONLINE** **GAMES**



# 橘子研發能量大躍進

橘子日前搶先公佈六款自製線上遊戲，產品內容兼具國際化與多元題材的風格特色，充分展現橘子大幅躍進的自製研發能力。經過多年的市場經驗累積，橘子營運及研發能量皆已成熟，接下來就是驗收成果的重要階段。橘子將藉由今年的東京電玩展（Tokyo Game Show）向國際市場展現第二代自製產品實力，全力進攻全球市場。

研發的重要性不言而喻，但身為橘子人，你有多了解研發？你知道研發是由哪些人種構成嗎？研發一款自製遊戲如何從零到有？

為了讓集團每個橘子人一一釐清以上問題，並且更貼近研發，本期《橘人誌》除了帶領大家了解遊戲研發製程的步驟，更請來剛拿下20.6月獎金的營運魔人與《天堂》研發製作人精彩對談，更挖出研發裡臥虎藏龍的各方好手！

橘人誌

G!VOICE 編輯小組



# Contents

橘觀點

## :Features

- 04 R&D In Gamania Will Never Die
- 06 製造玩樂的發電廠
- 08 從零到有的遊戲真世界
- 16 紅門營運長--Jacky：能讓人記住的遊戲才是好遊戲
- 18 集團研發長--郭炳：體驗生活才能做出好遊戲
- 20 Special Interview  
營運V.S.研發：把意見視為協助，遊戲才能更加強大
- 24 我們都是生活中的偏執狂

橘專欄

## :Column

- 32 網路行銷觀察家Mika:  
眾家Gamers，讓我們群起救世界吧！
- 34 gamaniabrandcenter：  
Undercover：時裝也能Less But Better

新橘事

## :Events

- 36 橘子名人堂：  
「橘子剽悍勳章獎」2月得主《艾爾之光》營運團隊
- 38 IP政策行銷活動開跑！

# R&D

# In GAMMANIA

在正式更名為「遊戲橘子」前，橘子曾歷經過「富進軟體工作室」、「富優資訊」與「富峰群資訊」三個前身。在這三個時期裡，橘子就是直接以自製研發單機產品為主，與玩家對話。在過程中，我們陸續完成了包括《戰

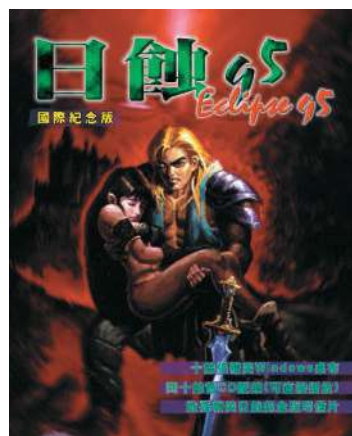
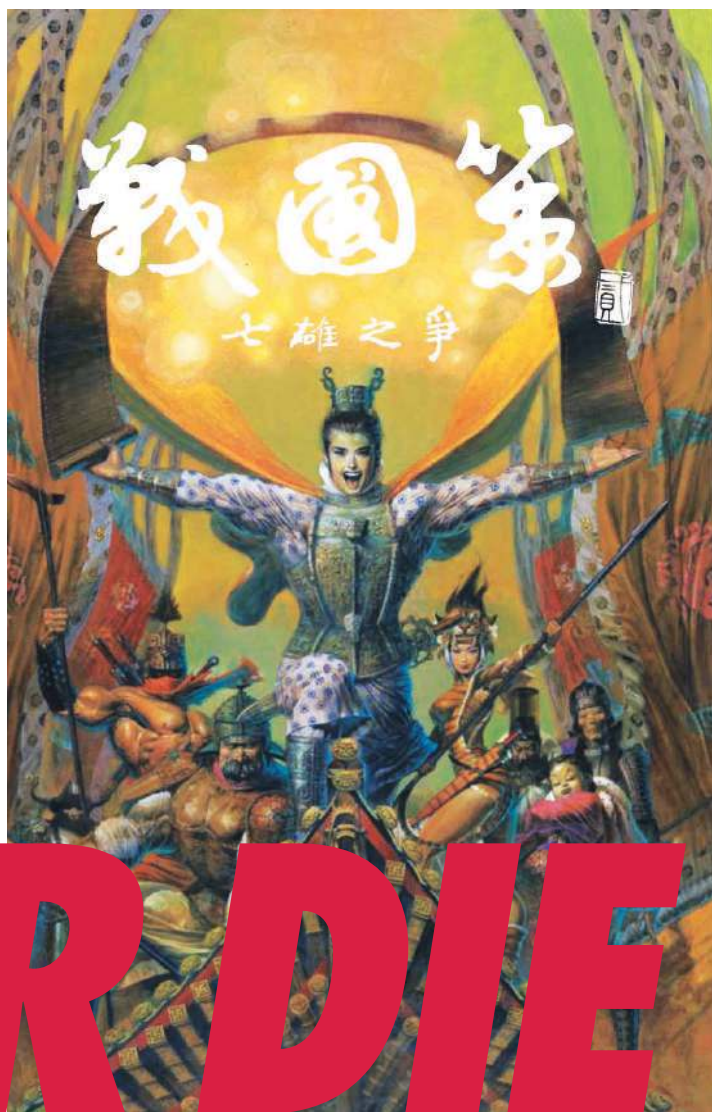
國策》、《魔異入侵》、《日蝕》、《富貴列車》與《便利商店》等代表作，直到富峰群時代後期，才從單純的研發公司開始朝向遊戲發行商的角色演進，成為一個自製與代理並重的線上遊戲品牌。

儘管橘子後來在研發的道路上跌跌撞撞，但這些年來卻也建立起陣容堅強的研發團隊與推出橘子一代研發的遊戲產品；同時，今年更準備推出能量更強大的二代自製遊戲，展現我們的研發實力。

坦白說，製作一款遊戲真的需要投注很大的心力。不僅要有許多專業的技術人員共同投入；這些人更必須在往後的日子裡絞盡腦汁、與時間賽跑，才能如期如質地將最好的遊戲呈現給玩家。本期的《橘人誌》選擇以研發為主題主要有兩個目的：一者是讓集團所有橘內人了解研發人的辛苦與熱情；二者則是在二代研發遊戲即將推出之際，向所有熱血的橘子研發人，給予最深的敬意。🙏

NIA

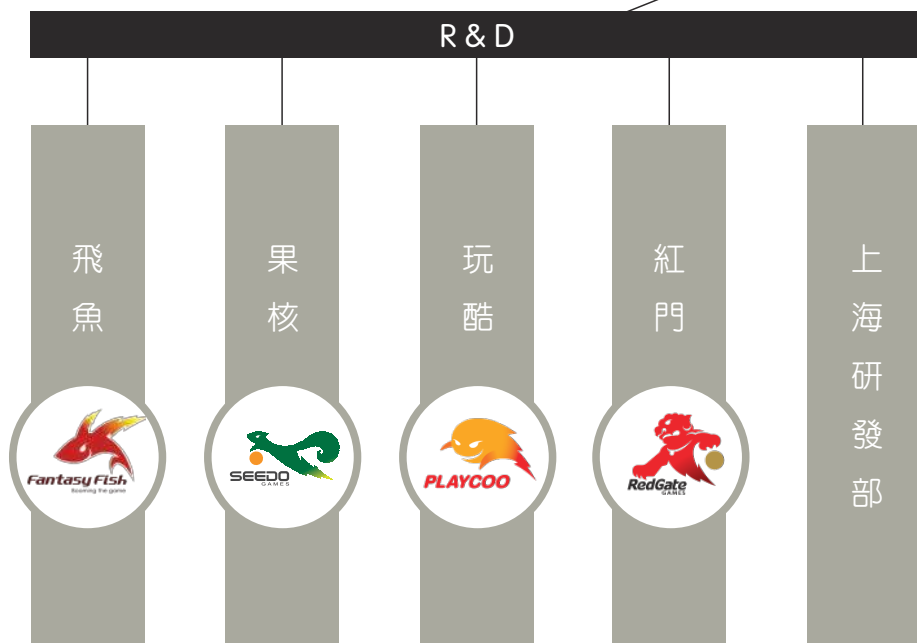
EVERDIE



## 製造玩樂的發電廠

想要不斷創造令人感動、且被市場接受的遊戲，除了要有強大的熱情，背後也絕對要有堅強的研發陣容與Know-how去執行。橘子的研發組織主要分成三大區塊：研發（R&D）、委外（CDD）與支援（Support）。因應策略的需求下設有不同的部門。以研發而言，四家子公司「飛魚」、「果核」、「玩酷」、「紅門」負責依照自己研發屬性製作風格不同的遊戲；研發長室底下的技術支援部、市場分析部、專案品管部、技術研發中心與聯合開發部，則負責提供研發子公司在系統技術、市場情報與研發資源的支持。

想到製造玩樂的地方，一般人通常會想到遊樂場，不過橘子的研發中心卻不這麼思考。把自己定位為一個「充滿玩樂電能的發電廠」，除了意味著：要以研發「電能」，不斷給玩家與市場驚喜外；也傳達出透過夥伴間的合作，彼此供應所需要的能量。這樣的抽象思考，你更可從集團的研發子公司--「飛魚」、「果核」、「玩酷」、「紅門」所共有的閃電識別裡發現。



## 遊戲橘子集團研發組織表



研發長室CRO  
統籌遊戲產品開發政策與資源

# gamaniaRDcenter

CDD

聯合開發部

Support

專案品保部

技術支援部

技術研發中心

市場研究部

# 從零到有的遊戲真世界

只玩過遊戲、沒「做」過遊戲的人，大概很難想像：一款網路遊戲從零到有、從研發到營運，工程之浩大、繁複程度令人咋舌。不僅前後需要動員超過百人，所耗費的時間更經常花上兩至三年。在電腦螢幕前，當成千上萬的玩家正歡欣鼓舞地玩著遊戲，豈知在遊戲背後那故事關卡的設定、一件件衣服、一個個副本……這裡面的一點一滴，可都是整個團隊絞盡腦汁努力後所獲得的成果。究竟開發一款遊戲，有哪些Know-how與有趣又艱辛的過程？聽聽橘子的研發團隊怎麼說！



## 研發流程

### STEP1

#### 前端發想 (Idea)

從生活、市場趨勢取材自由發想

### STEP2

#### 提案階段 (Proposal)

提出具有市場價值的企劃

### STEP3

#### 量產製作階段 (Production)

完成預計製作的所有遊戲內容

### STEP4

#### 原型製作階段 (Prototype)

開發與驗證遊戲核心玩法

### STEP5

#### Alpha階段 (α)

遊戲主要功能與系統壓力測試，除錯修正

### STEP6

#### Beta階段 (β)

與營運夥伴合作，針對市場需求調整遊戲內容

### STEP7

#### CB階段 (Close Beta)

讓少數外部玩家試玩並協助修正遊戲問題

### STEP8

#### OB階段 (Open Beta)

開放一般玩家試玩並協助修正遊戲方向

### STEP9

#### 營運後階段 (Release)

讓遊戲的價值最大化並延續遊戲生命週期





**陳立佳：**  
好點子的產生，需要  
有好習慣。

部門：聯合開發部 職稱：製作助理



## STEP1: 前端發想 (Idea)

一款遊戲怎麼發想？立佳這麼說：「生活即是遊戲，是身為遊戲研發者必須抱持的生活態度。尋找靈感沒有特別的方式，就是保持著一種遊戲的心情來生活。」

他舉例，「從早上起床喝第一杯咖啡，看著咖啡與牛奶混合旋轉著，腦海中就有可能閃過一些零散的遊戲靈感，想著：如果在飲料中加入旋轉融合系統，是否能作成遊戲；搭公車時，則想想今天能碰到多少個橘子人，腦中又會自然呈現出捉迷藏的新遊戲玩法。」

立佳說產生點子並不難，但產生「好」點子卻一點也不容易。「不要奢望好靈感會憑空而降，就經驗來說，一個好點子的產生，創意人員需要擁有良好的習慣：包括：**勇於嘗試新事物、隨時留意（記下）自己的新想法，並且願意大膽地去分享。**」在有了點子後，立佳說自己接著會去找幾個愛作夢的大小橘子，一起討論。評估這個點子好不好玩，或是上各大知名網站搜尋關鍵字，驗證自己的點子是否有人認同，或是已經有人把它做成遊戲。

他表示，其實任何無意間的靈感都有機會化成可行的企劃，但大多數結果是什麼也沒有。「這時候請不要氣餒！只要秉持著好的習慣，再過不久也一定會產生一個、甚至數個好想法。」

## 充滿「便利貼」 的腦力激盪會議

在橘子的研發團隊裡，當某個遊戲主題已漸漸成形時，團隊會針對此主題特別召開會議做腦力激盪。但會議的討論並非無限制的發散，而是針對限定的主題去作發想。因此在召開會議前，每個人需要準備自己的「便利貼」，將自己想法的關鍵字給寫下來，也形成了在橘子研發裡非常有趣的「便利貼」腦力激盪會議。

### 1.訂定前提

由會議召開人設定此次會議所設定的前提。比方說：本次需要製作動作角色扮演遊戲，需要有場景玩法與角色玩法。在開會前，每個人就需要在便利貼上針對「場景」與「玩法」寫下自己的想法關鍵字。

### 2.說明點子

第一次召開會議時，每個人開始針對自己的便利貼（點子）給予說明。（因為每個人的邏輯思考方式不同，如果不作說明可能別人會誤解你的想法。）

### 3.點子組合

針對每個人便利貼的內容均有共識之後，就要進行多方面的組合。比方說：某甲提出「點子1」+「點子2」好像不錯！某乙就可以提出：甲的想法如果再加上「點子5」會更好玩……依此就可以繼續討論下去，直到有幾個不錯的想法組合。

### 4.組合討論

於組合討論階段，大家就要一起做收攏的動作，並共同討論適合的遊戲方向、基本玩法的組合與可行的遊戲設計。

### 5.最終討論

最後的討論階段，需投入各種面向的考量，例如：人力成本、製作成本、開發商、市場的接受度、適合的平台等等，加入各種外在因素後才能形成可能的Idea提案。

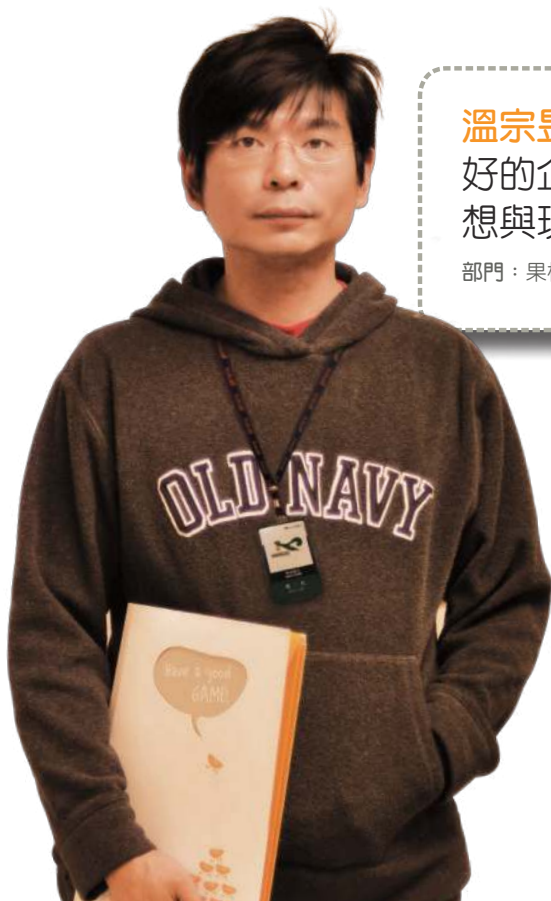


## STEP2: 提案階段 (Proposal)

問起宗昱如何判斷一個點子足夠成為好的企劃，他認為：「任何一個點子都可以變成一份好的企劃，但需要的不只是巧妙的安排，更重要的是，裡面還要藏有一些感動人心的地方！身為一個遊戲企劃最重要的本領，就是要能找出一個可以感動玩家的點子。」

問起提案時最難的地方在哪？宗昱笑說：「我以前有過這樣的經驗，有人坐在椅子上問我：你說這遊戲到底哪裡好玩？嘿！這就是最困難的地方，企劃人員不僅要想出一款好玩的遊戲所需要的內容與創意（賣點與特色），還要能夠不斷說服你的夥伴與主管。直到有一天，當你的主管忽然站起來問你：什麼時候可以看Prototype（原型階段）？這代表著你的企劃已經『成案』，同時也是身為企劃最有成就感的時刻。」

宗昱認為，**遊戲企劃其實很像是一種夢想與現實的契約，不僅要清楚的勾勒夢想，更要精密闡述如何執行。**如果能把握這兩點原則，一個好的企劃提案就會因此誕生。



**溫宗昱：**  
好的企劃必須把握夢想與現實的原則。

部門：果核開發一部 職稱：經理



**王時威：**  
找到遊戲的關鍵，讓  
它可以被驗證。

部門：聯合開發部 職稱：製作助理



## STEP3: 原型製作階段 (Prototype)

在Prototype階段，最重要的任務就是將先前的提案，以最小單位的研發規格具體地展現出來，讓研發小組可以驗證遊戲核心玩法與預測遊戲完成後的情形。如果遊戲有使用新技術，也必須在此時提出新技術相關的測試數據。

雖然只是遊戲的「雛型」，但時威認為，Prototype在研發製程中扮演非常關鍵的角色。「不盡然完美，不過它卻能以更具象、更接近成品的方式，來展現我們之前的想法，以確認它如我們所計劃的一樣有趣，並且可以實現。」

時威說，通常PT有兩種發展方式：一是「演進式雛型法」，就是照著設計圖一步一步地驗證效果是否能如同期望，在確認後，再進下一步，直到產品產出；二是「丟棄式雛型法」，快速地使用各種資源、工具，拼湊出產品最重要的型式，並不管效能或其他的旁枝末節。在確認後，再重新對此目標開發前進。

時威認為PT階段最重要的是：**了解自己想要什麼**。「如果你要新瓶裝舊酒，那在故事或美術上的效果，就是PT的重點；如果你要全新概念的遊戲，那就要確認它是否如你所說的一樣好玩與可被執行。如果你什麼都要，PT階段可能要花上一、兩年都有可能。」





**張瑞山：**  
設定品質門檻，為玩家把關。

部門：果核營運長室 職稱：美術指導



## STEP4: 量產階段 (Production)

通過原型階段的考驗，也代表著一個靈感或想法已進一步準備變成一款「新」的遊戲。這時研發團隊會開始投入大量的人力，包括：遊戲企劃設計任務關卡、美術確定視覺風格等等。

山哥說：「要有一定狀態才有辦法量產，包括所有的軟硬規格：如引擎限制、輸出格式、美術風格、表現製法……都要被確定，甚至要能在這階段擬出最佳的流程。」

儘管在這階段團隊必須不眠不休的趕工，但山哥認為為了玩家，研發團隊還是需要有所堅持。「**要知道玩家在遊戲過程中，絕對會渴望看到新的場景、穿到新的裝備，打到新的怪、使用更爆的特效**……如果只是千篇一律的內容絕對會使玩家失望，更無法感受遊戲本身的用心。儘管研發人員會因現實資源、時間成本、市場需求而做出某種程度的妥協，**但也一定要設出一個品質門檻，為玩家在遊戲時的感受把關。**」





**成景淦：**  
有效的溝通、更重視細節。

部門：玩酷專案管理部 職稱：經理



## STEP 5: Alpha階段 (α)

在進入到Alpha階段後最重要的目標，就是完成遊戲所有功能的整合。一款遊戲初步的內容與整體性的玩法呈現，都必須在這個階段被看到。

如何在這個階段盡可能力求完美？景淦認為，不外乎就是團隊的每個人都務必要更注重細節。他說：「**每個研發的夥伴必須細心避免失誤、耐心解決問題，與講求方法與工具，才能更有效率地去完成這個階段。**」

也因在此時會牽涉不同單位、不同層級的合作，所以部門間需要更有效的溝通。如此一來，整個團隊才会有群體作戰的力量，而非多頭馬車，將力量拉扯。景淦說：「最重要的一點：就是要讓所有夥伴了解當下的目的與重點，才能有效地協調彼此的合作。」

## 研發名詞解釋

## Avatar :

Character, 指玩家所操縱的角色, 有時也會意指玩家操縱角色的人頭圖像。

## MMOG :

Massively Multiplayer Online Game, 指多人線上遊戲。

## MMORPG :

Massive Multiplayer Online Role Playing Game, 指多人線上角色扮演遊戲。

## ARPU :

Average Revenue Per User, 指玩家平均貢獻度, 像台灣線上遊戲使用者的ARPU約為每月300元新台幣。

## 遊戲平衡 :

一款遊戲要有深厚的內涵和較高的可玩性, 遊戲平衡性最重要, 也是玩家最在乎的關鍵。舉個遊戲不平衡的例子: 像大富翁在遊戲後期, 因為資產已經被幾個人集中、也不再再有交易產生, 變成某個玩家有一定的機率獲勝而不得不結束遊戲。

「遊戲平衡」在線上遊戲囊括的範圍很廣, 包含「物品平衡」、「怪物平衡」、「職業需求平衡」、「技能平衡」、「經濟平衡」等等都是遊戲平衡的一環。舉例來說, 假如有些職業設計太強而有些職業太弱, 就會導致太貧弱的職業沒人要玩, 也不受歡迎。用一句話總結就是: 「在遊戲中設計的任何東西, 都是要用得到的、都是要有意義的, 任何人事物都可以循環不息, 沒有終點, 讓遊戲可以繼續進行, 即可稱是完美的遊戲平衡」。

## 張宇傑 :

調整最佳狀態, 準備打戰。

部門: 飛魚專案部 職稱: 經理



## STEP6: Beta階段 (β)

宇傑形容Beta階段, 就好像是戰士上場前的最終調整與準備, 不僅要把裝備帶齊、子彈帶夠, 同時也把體能與心理調整至巔峰。「雖然還是會陸續發現需要改善的缺點, 不過研發團隊會在此時, 力求將遊戲調整到最佳狀態。」

由於在Beta階段時, 遊戲已經「逼近」完成, 不管是量化資料的導入、整合調整的工作、遊戲性與數值平衡的再確認……每個狀況都必須在越來越短的時間裡處理。再加上營運單位對遊戲的各項文件、美術素材與測試的需求, 開發團隊在此時的工作量與壓力, 絕對是開發初期的數倍以上!

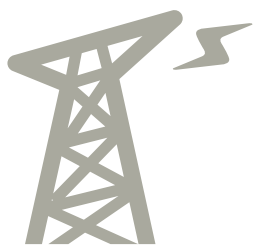
宇傑表示: 「此時最常面臨到的問題, 就是時間、資源、品質的相互角力, 許多專案經常會因資源與時間的限制而犧牲掉品質, 所以事前一定要提出合理的規劃讓品質能夠落實, 不然一旦產品上市也絕對會禁不起市場嚴格的考驗。」





**李瑜珊：**  
敏銳察覺遊戲狀況、有效  
調整營運策略。

部門：遊戲營運四部 職稱：產品行銷經理



## STEP7: CB、OB階段 (Close Beta、Open Beta)

進入到CB、OB階段，遊戲已經即將開始與玩家見面。雖然並非是正式營運的階段，但能不能留住玩家，在玩家測試完遊戲後，幾乎可以說已經決定了這款遊戲未來在營運時的大半命運。

瑜珊說：「CB是遊戲首次開放給外部玩家體驗的重要時刻，除了測試程式、人數承載的穩定度外、更是去除遊戲內容Bug，以及營運團隊蒐集玩家意見、玩家體驗的重要管道，這些都是營運團隊與研發團隊在後續遊戲內容調整時的重要依據，也是營運策略發展的重要資訊。在這階段，團隊要在很短的時間內將原來的每個規劃執行到位，更需要敏銳地察覺遊戲的狀況，立即尋找問題、解決問題，依據市場反應作出調整策略，將遊戲調整到最貼近市場需求的狀態。」🐼



資深製作人談遊戲①

## 紅門營運長Jacky： 能讓人記住的遊戲， 才是好遊戲

一款好遊戲的定義究竟是什麼？是賣座暢銷？是多人同時上線？還是符合市場？對從事研發十多年、本身更是Hardcore Gamer的紅門營運長--朱重憲（Jacky）來說，這些在他心中統統都不算。他給好遊戲的定義很簡單、卻也很困難，不過卻充分展現他身為研發人一貫的精神。面對這個問題，他毫不遲疑地說：能讓人「記住」的遊戲，才稱得上是一款好遊戲。





對於自己為何從事遊戲產業工作？Jacky說：「我本身就很喜歡玩，不過剛開始玩的遊戲，說到底都是別人的創意。於是那時候會想：為什麼別人能做到這麼好？原來遊戲也可以做到這種程度？如果我也能做出這些東西、讓大家玩得很開心，那麼是不是也能算是一種成就！」

## 沒科班證書的製作人

憑藉著這股熱情，讓沒有任何科班背景的Jacky決定踏進遊戲產業。「我是汽修科畢業的學生，在進這行前，只在保險公司與成衣包裝廠上過班。不過我對美術一直很有興趣、也算拿手。在當時美術一直是遊戲產業所被強調的部分，沒有科班背景的我，因為太想進遊戲產業，只好硬著頭皮跟當時面試的遊戲公司謊稱：自己曾當過漫畫家的助手。」Jacky笑著說：「他們傻傻地讓我進來，接著我就再也無法脫離這個產業了。」從事研發工作多年，問Jacky研發遊戲最大樂趣是什麼？他半開玩笑地說：「哪來的樂趣？只有痛苦啊！」隨後又說，「做遊戲不可能會擁有所謂的『樂趣』，不過卻能獲得某種程度的『成就感』，像是當你已經看到3D設計師可以讓角色開始動起來、甚至你自己能操控這些角色，那一刻整個團隊所凝聚出來的感動與興奮，對我而言就是一種成就感的滿足。」

## 做不一樣的遊戲

站在一個遊戲開發者的立場，Jacky說自己永遠想做出不一樣的遊戲。我們進一步問他：難道不會有市場考量

嗎？他不改直率個性地說：「在任何一款遊戲上市前，沒人說得準這遊戲會不會賣座，唯一要考量的是：能不能把握遊戲的特色與抓準自己的玩家族群；況且，如果研發只一味地以現在的市場作第一優先考量，不但會讓團隊不知道自己未來該走什麼方向，更容易抹殺掉許多有趣的創意。」

但如何做出一款不一樣的遊戲？Jacky說：「一定讓自己隨時保持在資訊的前端。」他認為，不管是最新的硬體與開發技術都要盡可能去蒐集與了解，各種新的遊戲類型也要盡可能去嘗試。在過程中，團隊的每個人必須「投資」很多的心思，才有可能在裡面得到一點點的「回饋」。透過這些訊息的整理並對市場做出大膽的預測，才有辦法作出目前市場上沒有的遊戲。

問到Jacky在過去是否有自己滿意的代表作？他說：「有人會以為是《風雲》，但對我而言，包括遊戲的企劃和程式的設計，在當時都不是我自己所能Control的，所以即便自己上去玩，還是會發現有很多的失誤，不是很滿意。」

Jacky說，或許正因目前沒有滿意、可以放在肩膀的作品，才說服了自己還願意留在遊戲產業。不過，當我們提及了Jacky與「紅門」目前正著手《Project Core》的狀況時，他倒是難掩興奮地與我們不斷分享裡面的精彩內容。我們腦中突然浮現出訪談前半段、由Jacky所提到一些關鍵字：「不一樣」的遊戲、「讓人記住」的遊戲、足以「成為代表」的遊戲……《Project Core》能否成為橘子在二代研發上的代表作？或許答案已經呼之欲出！

## Jacky的研發之路

- 1991年** 進入遊戲產業，並服務於智冠科技
  - 1993年** 參與製作第一款作品《笑傲江湖》推出。個人主要負責片頭、過場動畫及戰鬥動作製作
  - 1993-1996年** 參與《中華職棒》、《金庸群俠傳》等7款作品片頭、過場動畫及美術設計工作
  - 1996年** 成立「謎像視覺工作室」
  - 1998年** 完成香港漫畫改編的遊戲作品：《風雲之天下會》
  - 1998-2006年** 成立「謎像視覺北京開發小組」，陸續完成《天子傳奇》等數套改編自小說及漫畫的相關遊戲作品，並同時承接台灣、日本及美國各地的美術代工製作
  - 2006年** 離開智冠體系，加入遊戲橘子集團。北京研發部成立，並協助《BS》專案的美術量化製作工作
  - 2008年** 北京研發部接手《HERO：108》遊戲專案開發工作，與《Project Core》開發計劃的啓動
  - 2009年** 遊戲橘子研發子公司「紅門數位」成立
- 目前參與開發與製作的遊戲：總計15部  
成就感最高的作品：《笑傲江湖》  
銷售量最高的作品：《風雲》（全球發行超過40萬套）



## 資深製作人談遊戲②

# 集團研發長郭炳： 體驗生活才能做出好遊戲

身為集團研發長，郭炳宏（郭炳）在遊戲產業的資歷堪稱是身經百戰、戰功彪炳。遙想90年代時，我們每個人還在玩著日本Capcom所出品的單機遊戲、打著街機《格鬥天王》時，他已開始參與屬於華人風格的遊戲製作。究竟這樣一個資深的研發人對於好遊戲會有什麼定義與見解？現在他又是如何看待遊戲與自己的生活？且看《橘人誌》的深入訪談。

接觸遊戲近三十年、連元祖級的電子遊戲機--Game Watch都碰過的郭炳，一談起早期的遊戲，馬上如數家珍說起了包括《大金剛》、《影子傳說》、《太空戰士》、《女神轉生》等令人懷念的經典之作。「到現在我都還有印象，《女神轉生》是第一款讓我深切感受到在遊戲中角色扮演所獲得的樂趣。」郭炳說。

提及是什麼機緣讓他開始「做遊戲」，郭炳說中間過程確實有點像誤打誤撞。「小時候很喜歡玩，但高中時的夢想其實是成為一名漫畫家。」郭炳說，他在大一時替遊樂器雜誌畫插畫，無意間結識了許多志同道合的好玩伴，意識到「以遊戲為職志」或許也可以成為人生規劃，跟著在大二時，開始走上遊戲開發這條路。他說：「雖然自己玩遊戲沒到超級瘋狂，不過說來很幸運，因為現在走的這條路，仍是與自己最大的興趣結合在一起。」

## 好遊戲必備的三大要素

身為一名資深玩家，問他一個好遊戲到底需要具備哪些元素，郭炳不假思索地說：「**第一，遊戲要能帶給玩家樂趣，所以遊戲介面（UI Design）的設計很重要，要讓玩家能憑直覺就開始進行遊戲；第二，是『循序漸進』的關卡設計（Level Design），不要一開始就讓玩家很難過關、很挫折，也不要讓玩家在過程中，漸漸失去挑戰慾望；最後則是一款好遊戲一定要有的元素--具備強烈的風格及特色，不管是在題材、世界觀或是任務，都要讓玩家在體驗過後獲得感動！**」

問他這麼多年來，身為一個研發者最大成就感來自哪裡？郭炳不諱言地說：「如果以線上遊戲來說，當然就

是玩家的同時上線人數多到不行！」他解釋說，自己並非是從營利角度去思考，而是「當一款遊戲能有那麼多人玩，間接也證明了一名遊戲研發者的想法與創意，獲得眾人的肯定與喜愛。」

## 遊戲是個有趣的文化媒介

自己是個玩家、又是遊戲開發者，同時擁有兩種重疊身份，問他現在玩遊戲的心態有什麼不同？郭炳笑著說：「兩者目的不太一樣。前者最終的目的是在破關、升級；但我現在玩遊戲，只在研究，一旦掌握住遊戲的輪廓，我就會喊停。」郭炳補充，會有這樣的態度並非因為不喜歡玩遊戲，而是他認為，遊戲不該是人生的全部，即便身為遊戲開發者，他都不希望玩家過度沉溺於遊戲。他覺得：「遊戲應該是生活的調劑，在獲得遊戲的樂趣與感動後，我們就應該重新回到自己的生活。」另外，他也建議所有的研發人員應該要把遊戲視為是種很好的「文化媒介」，透過這樣有趣的過程，將自己當下的想法與玩家對話。「如果你讓玩家花了很多的時間，最後卻只獲得一個80級或90級的角色、而沒有些許的意義，不管是對創作者本身或玩家來說，過程都是很空虛的。」

郭炳坦言自己現在的生活受到遊戲的影響已經遠不比過去，反過來倒是花了不少的力氣在體驗生活，他希望藉由這些內化的體驗與養分，讓他用來創造新的遊戲與玩法。「國外許多有名的遊戲製作人也是如此，像宮本茂就是因為自己在生活上的體驗才催生出Wii的靈感。其實身為一個創作者更應該好好生活、累積養分，才能做出更有趣的遊戲來。」

## 郭炳的研發之路

- 1990年** 進入「大宇資訊」研發處擔任美術，參與製作第一款遊戲《七笑拳》，隨後更參與《軒轅劍》的企劃與美術
- 1991~1996年** 陸續參與《破壞神傳說》、《天使帝國1、2》、《軒轅劍：貳》、《軒轅劍外傳·楓之舞》、《聖域爭輝》等遊戲，歷任企劃、美術、角色設定、動畫製作、美術指導等工作
- 1998年** 參與遊戲《阿貓阿狗》製作，獲頒遊戲金像獎的最佳導演獎
- 1999~2000年** 擔任《軒轅劍3：雲和山的彼端》、《軒轅劍3：外傳天之痕》製作人與美術製作，獲頒「1999 Game Star最佳國產RPG」、「2000 Game Star最佳國產RPG」、「遊戲金像獎最佳導演獎」、「遊戲金像獎最佳國產遊戲」等多項大獎
- 2001年** 擔任《天使帝國3》後期製作人
- 2002年** 擔任《軒轅劍4：黑龍舞兮雲飛揚》後期製作人，並獲經濟部工業局「優質數位內容產品」、「2003 Game Star年度遊戲大賞」、「最佳國產單機遊戲」、「玩家票選最佳RPG」、「最佳企劃」、「最佳製作人」、「最佳美術」、「最佳動畫」、「第六屆遊戲金像獎最佳音樂獎」、「遊戲金像獎最佳企劃獎」
- 2004年** 擔任《軒轅劍外傳：蒼之濤》監製
- 2004年8月~至今** 離開「大宇資訊」，加入遊戲橘子集團、並擔任遊戲橘子集團研發長

**SPECIAL INTERVIEW**

# 營運 V.S. 研發

## 把意見視為協助，遊戲才能更加強大

一款好遊戲的成功往往需要研發端與營運端的共同努力，但由於思考角度不同，經常造成雙方的意見分歧，甚至產生了誤解。《橘人誌》特別請來在橘子研發與營運的兩位代表：一位是赫赫有名的資深遊戲製作人，曾開發過史上最賣座線上遊戲《天堂》的金正勳；一位是在橘子裡屢屢創下營運佳績、獲頒剝悍勳章獎的當紅炸子雞--黃瀚穎。究竟研發與營運對「好遊戲」的認知差異在哪？合作上有什麼歧見？該用什麼心態一起合作？趁此難得機會，讓他們兩位為所有人說分明！



營運代表：  
資深產品經理--**黃瀚穎（高個）**

代表作：《石器魔法牌》（華義時期研發）；《跑跑卡丁車》、《CS Online》（橘子時期營運）  
最早投入遊戲產業：1999年

## 雙方各自對「好遊戲」的定義為何？

**金正勳（以下簡稱「金」）**：這題對我而言真的很難。自己長時間擔任製作人，所以不管從行銷上或研發上的角度去思考什麼是好遊戲，我都能理解。但如果就研發者的立場來說，所謂的好遊戲：就是別人從未做過的遊戲，而在技術上，這款遊戲是具有突破性的。假設在企劃的部分，就是創作出一個新的系統、一個新的世界觀，加入從未有過的遊戲創意；美術上，則是彰顯更流暢華麗的視覺；以程式而言，就必須要有新的技術或新的引擎……但不管是在哪方面的突破，目的都是為了呈現與以往不同的遊戲。

不過，以我個人的想法，我認為好遊戲就是要讓玩家玩得舒服、不會覺得哪裡不方便；再者，遊戲能讓玩家在過程中一點點、一點點地增加困難度，讓他們能不斷回到遊戲、並且想要繼續經營遊戲。

**黃瀚穎（以下簡稱「黃」）**：對我來說，我認為只要能夠帶給「大多數」玩家歡樂的就是好遊戲。就產品面的思考，一款好遊戲也許不用很好的技術、不用極致的美術，在技術上也不用什麼突破，只要有一些小地方設計比較「精巧」，它就有可能形成一個好遊戲的構面，例如像是《跑跑卡丁車》，它並非擁有極致的技術、也沒有很巨大深沉的世界觀，但卻能帶給User快樂的感受。其實，有個簡單方法可以用來判斷好遊戲：如果你今

天很累、已經打算關掉電腦跑去睡覺，你還會突然從床上跳起來、想要去玩的話，那麼通常它就會是一款很棒的遊戲。

## 「研發」與「營運」合作時，比較容易有歧見的地方在哪？

**金**：最常碰到的歧見或許就是「Event」與「Budget」這兩件事。營運夥伴經常需要透過許多的Event去吸引玩家、衝高營收，但研發其實也有自己的時間表，如果時間不夠、又或者提出來的要求無法配合，就比較容易產生衝突。另外，站在Producer的立場，當研發完一款遊戲準備上市時，我們當然會希望Marketing的夥伴能在宣傳上給予我們越多幫忙越好、甚至是廣告的費用盡可能給我們多一些最好（雖然我們也能理解遊戲的宣傳預算有限），但通常只要一款遊戲開始在市場上沒獲得熱烈反應時，Marketing的夥伴彷彿就會開始漸漸消失、漸漸沉默……呵呵。



研發代表：  
資深研發監督-- **金正勳 (Soul)**

代表作：《聖靈騎士》、《創世紀之戰》、《天堂》  
(NCSOFT時期研發)  
最早投入遊戲產業：1996年

**黃：**確實是會經常發生這樣的情形……雖然我們能理解研發夥伴很想「再努力一下」的感受，但從營運和成本去考量，營運端是很習慣、也必須用數字去溝通與計算遊戲的價值，一旦遊戲的反應不是那麼顯著，的確就有可能會被犧牲。

另外，我也想再補充一點。在彼此合作上，研發端也許因為本身擁有著藝術家性格，他們覺得自己創造了一款遊戲，覺得遊戲從某個角度最美，認為玩家應該要從那個角度去看遊戲，但事實上玩家通常不太會聽你的話，他們比較會從自己想看的視角去看。也因此當我們與研發端溝通時，有時就會出現比較殘忍的批判，告訴研發端說：玩家和你想得不一樣，你訂的規則，玩家才不一定想遵守。

**金：**這也沒辦法的事！身為研發者確實在創造一款遊戲時，自然而然就會把自己當作是裡面的神。呵呵……不過，換個角度來看，這或許也是Online Game的魅力所在，玩家不會像單機遊戲、只會循著你的規則。他們怎麼玩是你無法去預測的！對研發者而言，或許是更深一層的收穫。

### 對「遊戲平衡」兩位有什麼看法？

**黃：**在「遊戲平衡」部分我自己有很深的感慨。我很同意Soul所提：在遊戲裡，你必須要給User一些壓力。不

過營運端太常為了銷售而降低User的阻力，他們希望玩家可以買更多的道具：攻擊力加倍的道具、經驗值加倍的道具……每個道具其實都讓遊戲變得更簡單。而當研發人員所設下的每個關卡都能輕而易舉被玩家突破時，遊戲就會失去所謂的平衡，接著玩家就會漸漸離開。我想研發端擔心的經常會是這點。不過，我也覺得如果所有的遊戲一開始就設定：「遊戲平衡」不允許被破壞，那麼這遊戲也沒有存在的價值。因為它無法獲利。獲利的來源本來就是破壞遊戲的平衡，我相信Game的平衡原本就有它本身自有的修補機制。如果在現階段以「商城模式」為主的營運狀況下，無法設定可以破壞的遊戲平衡，即便是很好的遊戲也無法成為很好的產品。

**金：**一個近乎完美的遊戲平衡，絕對是所有研發者一直想要達到的目標。就我自己過去的方法，我通常會在研發的過程中，將自己所訂出來的平衡在腦海不斷演練，把自己假設成玩家，想著從最低的Level升到最高的Level這中間的每分每秒--跑哪些遊戲？跑哪些系統？又要花多少時間獲得技巧？當然自己也不是神，不過這些歷程絕對會在我腦中盡可能跑上成千上萬次。

**黃：**不過，營運端往往都會把遊戲製作人當作是神，當有問題產生，我們就會嚴厲苛責，怎麼和你們說的不一樣……（雙方大笑）

### 「做」遊戲的靈感來自哪裡？怎麼去「賣」遊戲？雙方對彼此的期待在哪裡？

**金：**研發的靈感可能來自生活的任何地方，而且我覺得任何人都會產生靈感，研發者與一般人的唯一分別，在於研發者有能力將這些靈感化為可執行的內容。所以，如果只單純問我靈感來自哪裡？老實說我隨時在生活中找靈感，只要是我還在呼吸。



**黃：**先談談做遊戲好了。我一直覺得做遊戲很像是在做菜。做菜需要食材、鍋具和廚藝，當遊戲企劃有好的想法時，需要整理收納、需要讓遊戲的視覺變得豐富好看、需要好的技術與系統去讓遊戲可以執行。如果有一塊上等的牛肉，一個廚師卻沒有好的鍋具、沒有好的技巧去烹調，它也沒辦法做出好的東西，頂多就只能端出一塊生牛肉。對營運端來說，我們主要負責的是去賣這道菜，我們必須要找到喜歡它的人、去告訴喜歡這道菜的人有這樣的料理。當然我可以硬打廣告，不過這樣成本太高，所以我們就需要知道喜歡的人可能會在哪裡出沒；判斷我們拿到的是什麼菜，接著思考要怎麼賣這一道菜。

如果說對研發端有什麼期望，或許就是希望他們能做出一道每個人都喜歡吃的菜，不過截至目前，我是還沒碰到過！（大笑）

**金：**以自己在研發十幾年的經驗來說，一款遊戲做得不好，說真的不管營運夥伴再怎麼努力，都可能沒有成效。不過，自己也曾碰過做出一款好遊戲，卻因為銷售的方式錯誤因此毀掉遊戲。所以，我會期待營運夥伴能盡可能了解當初研發者所設定下來的TA、所設定的內容與風格，在合作上彼此能提早溝通、互相了解，這樣就可能盡量減少失敗。

### 玩家與市場的反應，對你們各自的影響是？

**金：**對我而言，可以說是因為玩家的反應才會讓我一直做遊戲。玩家的反應對我就像毒品一樣戒不掉。例如：我到現在都無法忘記在1999年時，有一次的韓國遊戲大展。原本前一天我只預期：現場只要有300位玩家來，自己就覺得很滿足了，結果沒想到當天會場來了兩千多個玩家，甚至很多人是前晚就已經開始來排隊。當遊戲影片一播映時，現場那種歡聲雷動的反应，讓我整個人感動到起雞皮疙瘩。

**黃：**我們過去經常會有這樣的思考：做我們想做的遊戲、賣我們想賣的商品，但事實上我們發現這樣的思考通常不會有太好的效果。所以我們換了想法：做玩家想玩的遊戲、賣玩家想買的商品，結果我們開始得到很大的回饋。當然，想知道玩家的喜好度並不容易，尤其玩家並不是遊戲企劃，你不能期待消費者會告訴你他們喜歡什麼。所以，我們開始每天會試著「跟產品說話」，在遊戲上市後每天打開公評，聽聽玩家產生的問題反應，在過程中你會自然了解遊戲發生什麼狀況、生了什麼病，以後就可能盡量避免錯誤的情形。

### 如何共同合作創造一款「好遊戲」？

**金：**我想研發端一定要永遠有一個觀念：其他單位給的意見絕對不是一種干涉、一種監視。現在時代已經不一樣了，一款好遊戲的產生，絕對不會只有開發者的努力就會成功，它需要各個單位的溝通、付出與支持。所以絕對不要排斥別人的意見。

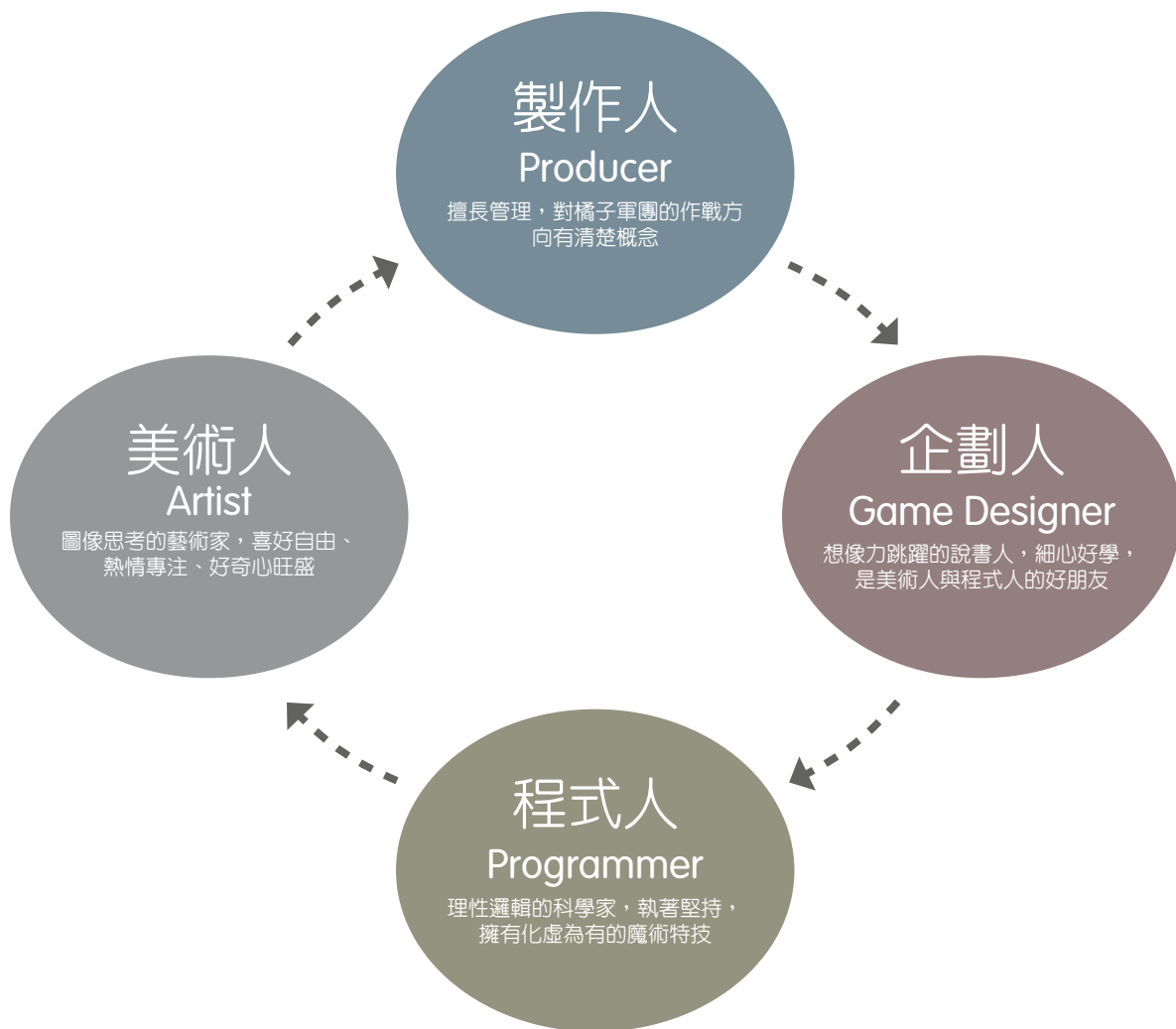
**黃：**我覺得是觀念上的改變。參與一個遊戲專案的人都應該嘗試讓別人更了解自己；並且自己要更主動地去了解別人。雙方如果了解對方的意願都不夠，就會慢慢形成一種緊張對立的關係。如果能把所有的意見視為一種協助，產品的力量就不會只是單方的，它會加乘、變得更加強大。👏



# 我們都是生活中的 偏執狂

一個研發團隊是由4種人所組成：製作人、企劃人、美術人、程式人，但橘子研發人除了在專業領域當中精益求精，生活各種層面的研究也不放過，瘋狂著迷的程度只能用「偏執狂」來形容。橘子研發團隊當中總共有幾種人？恐怕連集團研發長也無法回答。那橘子研發團隊當中又有哪些生活偏執狂？讓《橘人誌》帶你見識見識！

## 研發人種解構





# 生活偏執狂 出列!

## 果核--李宗鍵： 專業級的足球小將

**病因** 自從幼稚園跟隔壁鄰居一起在草地上亂踢足球，開始幻想自己是日本漫畫《足球小將》主角--大空翼的頭號敵手--日向小次郎，對著一片椰子樹想要踢出老虎射門，把椰子樹推毀而努力著。長大之後發現全世界的人都為足球瘋狂，希望自己也是潮流的一份子。

**病史** 參加過各樣專業比賽與考試：全國五人制 (Futsal) 足球賽、麗台盃 3對3足球賽、溫泉盃五人制 (Futsal) 足球賽、阿迪達斯街頭足球爭霸賽、全國體委盃足球賽、台北市 (Futsal) C級足球教練、台北市 (Football) C級足球教練。

**病症** 一個禮拜不踢球會全身痠痛、沒有精神；為了看遍各大重要聯賽跟盃賽，裝上國外衛星，每天至少都會看一場球賽。甚至想過組一支橘子企業足球隊！

**併發症** 踢足球所需的熱情、付出、耐心、等待，及團隊合作正是研發遊戲不可缺少的！



## 飛魚--簡君容： 跳街舞讓我充滿自信

**病因** 一直對街舞很有興趣，希望自己有一天也能跳得像專業舞者一樣優雅，雖然個性有些害羞，但也嚮往在眾人面前秀出自己的本事。剛開始接觸街舞時因為跟不上拍子而大受打擊，後來從簡單的Parapara舞開始自學，買了所有All Star版本的影片勤加練習，終於在這個領域上跳出心得，在西門町萬年大型機台上的演出常常吸引眾人圍觀。大學鼓起勇氣加入熱舞社之後，不管有什麼表演或比賽，都能夠放開心努力堅持下去。跳舞能夠帶給我自信的感覺，也讓我更懂得展現自己美好的一面，所以到現在仍十分熱衷！

**病史** 沒有特殊病史，但自豪於「擁有自己排舞的能力」，有些人雖然很會跳，但卻不一定可以完整的編排出一支舞。曾經與飛魚的同事組成一隊，參加集團尾牙的舞蹈比賽，或是運動會上的隊呼比賽。最瘋狂的就是在自己的婚宴上表演歌舞秀，完成小時候的夢想！

**病症** 即使已經當了媽媽，每天也一定要擠出一點時間來跳舞，或是抱著小朋友一起跳。只要有空閒，下班也會去工作室學舞，產後身材因此恢復迅速。

**併發症** 真希望能把自己編的舞放到遊戲中表演！

## 北京研發--苑斯達： 男人的熱血“鋼彈魂”

**病因** 小學開始迷上GUNDAM，隨著年齡增長，從貼紙、光碟、模型、同人漫畫和遊戲慢慢進階，也漸漸感動於GUNDAM作品的精神。最喜歡的GUNDAM遊戲是《基連的野望》《GUNDAM V.S. GUNDAM》《GUNDAM無雙》，這是由無數有血有肉的小人物構成的史詩，這些小人物的大精神又體現在遊戲和模型中，這種真實不耍帥的鋼彈魂讓我深深著迷。

**病史** 沒有特殊病史，但堅持以塗鴉鋼彈「叔魂」的滑板車做為市內代步工具。

**病症** 如果有喜歡的模型、手辦（指沒有塗裝的模型套件）或者限量DVD，必購無疑。新買的GUNDAM動畫一定要找一天心理平靜、狀態很好的時候才看，而且不管看多少遍都會熱淚盈眶，嚴重的話會陷入劇情無法自拔長達半個月。上班前來一首主題曲就能整天狀態滿分，設計稿品質與速度都大幅提高，使自己激動起來會讓工作更有助。

**併發症** 如果對自己的作品與工作都不會熱淚盈眶激動萬分，那玩家更會不屑一顧。GUNDAM的魅力在於充滿著人情味，我覺得有人情味比單純的美型更重要，例如一個女性角色長得像林志玲，但肯定沒有像玩家的鄰家小妹更有吸引力。開發遊戲就是要使線上虛擬世界更有人情味。



## 果核--李俊明：娛樂眾人的魔術大師



李俊明的YouTube視頻 <http://www.YouTube.com/user/limin0953>

**病因** 大三時在7-11買了一盒50元的「絲巾消失」魔術道具，看了說明書後覺得很瞎，才知道原來魔術是這麼一回事。後來帶到學校表演，同學臉上不可思議的表情讓我發現到魔術的神奇魅力，以及破表的成就感。往後為了滿足同學的要求，從此走火入魔……

**病史** 曾參加過IBM（國際魔術家協會）及RIC（富有創意公司）舉辦的魔術比賽，卻遭逢停辦。2008年在台中舉辦的「近距離魔術友誼賽」獲得第一名，其他大部分的表演機會，都是在親朋好友的場合；像是尾牙、婚禮、學校、公益活動或是店面開幕，為他們增添一些魔術的娛樂效果。今年6月將參加一場由TMA（台灣魔術研究發展協會）所舉辦的全國性魔術比賽，來自亞洲各國的選手將會齊聚一堂。今年也計畫再拍一部街頭魔術影片（2009年有拍過一小段實驗性的），將發表更多個人創意跟大家分享。

**病症** 撲克牌不離身。辦公桌、床邊、書桌、包包裡一定要有撲克牌，不但可以拿來發想新創意、也可以拿來做手部按摩，還有應付同事突如其來的隨機測驗。

**併發症** 名魔術師Danny Cole曾在一次來台的研習會中，分享他是如何創造魔術。如果他要將一枚硬幣消失時，他會在鏡子面前做出一個腦海中自最自然完美的消失動作，在不考慮任何技術層面下，用漫畫的方式將動作畫下來，接著不斷的找尋資料、收集任何手法或是技巧，花了近2年的時間完成。他在現場親自示範，全場魔術師驚呼聲不斷，幾乎是真正的魔法！我從中學學習到「利用畫面創造魔術」的概念，研發遊戲不應該因為被技術水平束縛而與現實妥協，這樣子是很難創造出新的技術或方法。只有當你真正去研究想要達到的效果時，才會發現很多原理跟方法。

## 紅門--何賢欽： 自由不受拘束的重機玩家

**病因** 高中開始接觸無牌重機（因為當時重機在台灣尚未開放），重機所帶來的速度快感、以及上山下海的快樂，讓我一頭栽進重機世界裡。現在只要不下雨，假日就一定騎重機出門。

**病史** 目前已經完成4次機車環台，單日基本里程300公里，每年里程數平均破25,000公里，並成功考取車手証。

**病症** 將自己買來的機車改到280c.c，改裝前後花了數十萬元，為了擁有一台屬於自己的真重機（550c.c以上），目前正在努力存錢中，每個月也至少購入一本機車雜誌。

**併發症** 迷重機讓眼界更廣闊，而且玩車的時候資源不是很充足，也讓我學習到如何利用現有的資源去做改良和變換使用，改一改就是可用的東西，這個理論在研發遊戲上也是十分受用的。



## 果核--張瑞山：生物觀察家

**病因** 從國小一年級的時候開始養第一隻巴西龜開始，漸漸感受到動物本身有上帝之手賦予的造形之美。動物的生活、捕食、獵殺、悠游等生態活動，不論是影片、雕塑、圖片都再再令我著迷，小學時期光是看著螞蟻搬家就可以看上三個小時……

**病史** 因為對動物的喜愛，只要打開動物星球、國家地理、探索等頻道，甚至是逛一圈動物園，幾乎很少我不認識或叫不出名字的動物（得意）。因為喜歡動物，也開始自己創作動物公仔，曾經得到台北市政府舉辦的黑熊公仔製作第一名。

**病症** 養過的寵物數不清，以前曾經養過貓、狗、松鼠、兔子、螯蝦、巴哥鳥、壁虎、青蛇、蜘蛛、攀蜥…等（族繁不及備載），不過現在只養了四隻箱龜、一隻蝶螈。雖然動物或昆蟲標本的收藏並不多，不過收集的動物或昆蟲模型不算少，在動物食玩收藏界算是一把交椅，收藏約有600件以上的各式動物食玩模型，家當幾乎都花在這兒了。

**併發症** 迷戀動物讓我認為「任何無形的事物必須架構在有形之物上，才能讓人們認同它」，假如要設計一隻虛擬的怪物，它絕對不會是完全憑空想像出來的，像是《阿凡達》或《星際戰艦》裡的各種生物，不論是它的動作、它的造型或生態，都有著現實生物的影子；也是因為牠們的存在而激盪了設計者的靈感，創造出這些虛擬又逼真的生物。如果能對生物有深度的了解，在遊戲的角色、種族、場景、世界觀等，才能製作出讓玩家認同並信以為真出的遊戲。



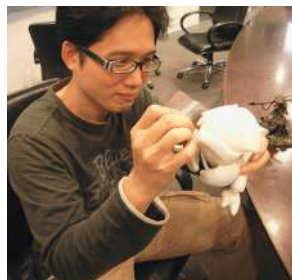
## 紅門--陳慶駿：精緻公仔創作原型師

**病因** 國小6年級父親為了紀念我數學考到67分，特別帶我去巷口的文具店買了一盒台灣萬樂出的機動戰士MS09德姆試作型1/144。第一組玩具是麥法蘭SPAWN19代日本黑暗時代系列，從此踏上不歸路，越買越多…越收越廣…越來越宅…越來越窮：某天在光華玩具店聽到一個小孩在哭鬧要買玩具，他父親賞他一個耳光並說：買這個幹嘛？能吃嗎？去同學家玩就好啦，反正人人都有！當下覺醒跳出買公仔的不歸路，並從此開始踏入原型自製的創作生涯。

**病史** 2005年玩具與公仔設計展佳作獎、2006年劍潭高手盃模型展第3名、2009年參與京華城12吋與原型創作展覽，其他則大多是在幾個玩具網站上發表作品。

**病症** 以前為了總部每年的社團評鑑固定會製作3-5隻的創作，後來招生不足公仔社倒閉後，開始與同好參加一些外部大型玩具展，現在維持一年製作1-2隻的主題創作。

**併發症** 製作公仔讓我對遊戲研發有以下幾點看法：1.個人創作是可以自娛自樂，但集體創作就必須擺脫主觀與增加溝通協調。2.市場對於「文化」認同感的建立必須依賴一連串的產品成功，否則一下子就被其他眾多商品淹沒。3.台灣數一數二，可能是亞洲的數1001或數1002，可能是全球的數10000001或數10000002……千萬不能驕傲。4.遊戲跟公仔一樣，說是說不出來的，做就對啦！



## 果核--周姿伶：技能驚人的Coser



**病因** 10年前Cosplay在台灣剛起步，主辦單位跟場地都非常迷你。當時在西門町獅子林大樓中有舉辦一場Cosplay，在好奇心驅使下跟朋友一起前往參觀，因為當時身上的穿著被說像是鋼彈W角色，後來就嘗試了人生中第一個Cosplay角色--GW迪歐麥斯威爾。因為從小嚮往電影幕後工作，Cos圈就像是個縮影，也讓我從中學習到很多厲害的新技能，像是手工車出一套衣服、製作道具、攝影修片，不斷挑戰自我以及將不存在於現實中的喜愛角色化為可能，都是我瘋狂於Cosplay的原因。

**病史** 幾乎每場大型Cosplay活動都會參加，也偶爾幫朋友的活動站台，像是明德百貨Coser走秀、消基會慶生茶會Coser秀、漫畫家簽名會。因為自己對布料跟材料上了解很深，Cos圈朋友會尋求製作意見，連公司營運單位也時常來尋問Cos圈管道資訊。曾參加過公司內部舉辦的鬼怪扮演大賽，當時以「沉默之丘電影版鬼護士」拿到第二名。另外日本知名漫畫《神劍闖江湖》作者--和月伸宏來台簽名會時，我成為唯一沒入選主辦單位的Cos比賽、但卻因Cos表現破例進場參與的Coser。

**病症** 為了堅持親自手作服裝道具、並要求近100%呈現原角色，可以專注到廢寢忘食不眠不休的地步。連終生大事（婚紗照）也要Cosplay！

**併發症** 在設計遊戲角色服裝與武器時，會將每一套視為是穿在自己身上的作品，因而特別注意細節是否夠完美，並且呈現華麗氣勢感。

## 玩酷--劉晏辰&陳奕潮： 武術傳承家雙人組

**病因** 從專科一年級開始接觸，到目前為止已經16年，一開始只是想學些防身術，後來更深入了解國術所傳達的「傳承」及「武德」精神之後，就越來越著迷了。進入大學之後，更廣泛地接觸各家武術以及拳理，也就更被這項老祖宗的智慧所吸引。

**病史** 曾經多次參加全國大專盃國術錦標賽以及其他各項競賽如總統盃、桃園縣議長盃等等，獲得大約20張左右的獎狀，成績最好的是「團體器械冠軍」以及「男子甲組劍術亞軍」。

**病症** 就算平時沒有練習，也會在腦中進行意象訓練，如果久沒動動身子會非常難受。

**併發症** 從武德中學習到很多東西，像是自我情緒的控制、能夠保持自信而不至於自滿，同時忍耐、謙讓、尊重等態度，讓我和同事的合作十分和諧。



劉晏辰

**病因** 因為看了漫畫拳兒以及金庸武俠小說，在大三時期滿懷期待的踏入中國武術領域，因反覆的練習與探索讓我有許多不同的體悟。國術就如同一座寶山，如何從山腳爬到山頂，除了研習前人的經驗更要不停的思考與推敲，才能找到讓你自己往上走的羊腸小徑。練習過程中，武術的四大要素「拳功（功法）、拳架（套路）、拳道（運行規則）、拳理（核心思想）」會漸漸地與生活融合，也會讓生活有更多的體會與發現，我就是因此而熱衷武術。

**病史** 沒有特殊病史，在學校或武館學習時當然會有不少活動與比賽，但抱著與他人分享我的習武心得，收穫通常會比形式上的稱謂更多。同時，非常重視自己的成長，常常不停問自己：跟15年前的我到底差了多少？10年前呢？去年呢？昨天的我？

**病症** 曾經為了練排打（外功修練），每天用雙手去敲同一棵樹，結果三個月後把樹給打死了（事後種了10棵樹來彌補）。有時遇到瓶頸，如果在睡夢中突然想到了，會高興得跳下床演練使用看看。因此「我對國術的瘋狂」=「功法」+「熱衷不斷地練習」。

**併發症** 古諺有云：「練拳不練功，到老一場空！」兵法又說：「知己知彼，百戰不殆。」遊戲研發也是如此，唯有不斷的練習與嘗試把基底打好，並清楚掌握時勢與了解市場需求，才能在過程中累積更多的知識、經驗與能量，讓遊戲有最棒的展現。



陳奕潮

## 果核--簡大智：永不放棄的熱舞社創辦人

**病因** 80年代高中時正流行收看西洋MV頻道，喜歡M.J、Bobby Brown、MC Hammer等動感歌手，覺得跳舞很帥加上喜歡聽舞曲，很快就對舞蹈產生了憧憬，後來LA Boyz的出現開始了我看錄影帶學舞的年代。儘管喜歡跳舞，但隨著踏入社會開始工作，和學生時代的朋友一樣，沒有機會再接觸舞蹈；一直到進橘子，成立熱舞社，有機會和橘子的新朋友重溫一起學舞的日子，對我而言很奢侈，因此更加珍惜。

**病史** 最大的成就是帶著橘子熱舞社的好朋友們，連續四年尾牙上台表演。每次表演都成為尾牙最受歡迎的重頭戲。

**病症** 沒事會邊走邊跳、邊洗澡邊跳，尾牙前一、兩個月的集訓讓我連作夢也在跳。

**併發症** 橘子熱舞社成立至今四年，一路走來並不順遂，曾經因為人數太少而停課幾個月，好幾次產生想把社團解散掉的念頭。但只要一想起曾經有社員跟我說：來這裡得到了歡樂趕走壞心情、可以宣洩壓力、一個禮拜的運動量就靠這兩次社團活動時間、有人變瘦了、有人從宅男變成會跳舞的宅男。有沒有細胞、會不會跳舞沒關係，重點是這個大家庭的氣氛，也因為喜歡和大家一起練舞的歡笑與汗水，讓我更愛橘子這個環境。



## 果核--謝泓祐： 無法自拔的霹靂布袋戲迷

**病因** 小時候爸爸為了讓家裡的小孩學台語，利用吃飯的時間租布袋戲讓全家一起觀賞。記得當初接觸的第一部劇集是「霹靂狂刀」，沒想到越看越著迷。一開始會沉迷主要是喜歡劇中的人物性格與造型，以及整體劇情架構，其次是配樂與聲光效果。近期布袋戲的人物造型、配樂製作、3D合成與影片剪輯技術皆已經是國際級水準，也成為我瘋狂布袋戲的原因之一。

**病史** 沒有特殊病史，夢想是要擁有很多尊喜歡的布袋戲偶，不過開銷實在太大（一尊官方戲偶要三到四萬元新台幣），所以還在努力完成中……

**病症** 每週不管多忙，一定抽出時間收看最新的布袋戲。布袋戲配樂原聲帶一定會在出版當天馬上買來聆聽收藏；便利商店推出的布袋戲公仔、武器拆拆刀等等，也是必收藏項目。為了每週可以閱讀《霹靂會月刊》、周邊商品購買享有折扣，成為霹靂布袋戲繳費會員。另外不論是官方辦的交響音樂會、偶戲展，還是後援會自行辦的表演活動都會參與。

**併發症** 雖然近期布袋戲的發展已經不如以往，但並沒有因此滯不前，也不拘泥於傳統，而是不斷引進新的特效技術、拍攝手法不斷出現創新，角色製作也融合了時尚或各類造型元素（龐克、蘿莉等），劇情也融入了更多的特色（吸血鬼、外星人、死神、BL愛情等），反而成功打進年輕族群的市場。以遊戲市場來說，也可以透過更豐富的內容、更有趣的玩法、更華麗的畫面、更多的包裝行銷等方式，讓老玩家感受到遊戲不斷在進步，更能吸引更多原本不玩遊戲的消費族群。



# 成為橘子研發人的 三大特質

成為橘子研發人除了需要專業技術、在生活領域中有所研究，還需要什麼更重要的特質？《橘人誌》特地邀請集團研發長來告訴大家，正港橘子研發人不可或缺的三大特質！

## 1

### 堅持品質

再好的創意，若沒有好的品質，也將會變成玩家的夢魘。一套好的遊戲應該在設計製作階段，就必須不斷用各種方式確認品質，不管是程式所寫的代碼，美術創造的畫面，或者企劃所寫出的一字一句，甚至是一個數值，都必須堅持品質的完美。

## 2

### 勇於執行

好的創意作品，來自1%的靈感，以及99%的努力。很多研發人，每天在玩遊戲、閒聊、吃飯、甚至睡覺時都可以想出很多有趣的新點子，但是能著手寫一份清楚的企劃文件，進而與各類專業夥伴合作，將想法實踐出來的人，往往是少數。天馬行空的發想是快樂的，但實現創意的過程，則往往是苦悶的。因此研發人需要有堅強的創意執行力，勇於面對實現想法的各項困難，才能比大半的人更接近成功一步。

## 3

### 虛懷若谷

遊戲開發者負責創造遊戲世界觀以及規則，等於是遊戲世界中的神。所以，一個好的遊戲研發人，就應該要有神一般的胸懷，可以容納各式各樣讓遊戲更好的想法或意見。製作遊戲時，也應該要有上帝創造世界萬物的原則，用玩家觀點來思考，讓遊戲的各項設計形成一種完美的平衡。👁️

# 眾家Gamers， 讓我們群起救世界吧！



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.ted.com/speakers/jane\\_mcgonigal.html](http://www.ted.com/speakers/jane_mcgonigal.html)



Reality is broken, says Jane McGonigal, and we need to make it work more like a game. Her work shows us how.

誰說玩Game不能讓世界更美好！美國一位博士發起了一項計劃「要讓線上遊戲的玩家，帶領大夥兒解決真實世界的問題！？」，你說，這人是瘋了還是傻了？這是故事書還是企劃書？錯，她的提議可不是胡謔，而是有根據的。

這位Jane McGonigal博士，同時也是一位資深的遊戲設計師，長期研究「為什麼我們覺得虛擬遊戲比現實世界更好」的課題，在今年的TED大會\*上，她很認真地解釋她的理論，主要觀點在於「玩線上遊戲時，你成了最佳狀態的自己--這件事，讓人愉快，而這種狀態經過長時間的練習之後，就能將虛擬世界的的能力轉換到真世界，解決我們所面臨的難題」。但前題是，還需要更多、玩很多、玩很精的專業玩家，她要說服大家由現在累計全球每週花30億小時玩遊戲的數字，在

十年間要增加7倍，才能同心協力改善饑餓、貧困、氣候變化、全球衝突、肥胖等問題。（這對橘子來說真是大利多！）為什麼我們在玩線上遊戲時感覺異常良好？因為有一股驅力讓我們合作，不管彼此熟不熟識，都願意共同解決我們認為有意義的任務，在虛擬世界人人秉持「別人有難，一定伸出援手，持之以恆一次克服一個難題，面對挫折也不放棄而繼續前進，直到破關為止...」。這，不正是成功的特質？而這些特質在玩大型線上遊戲時特別明顯。

越是大型的遊戲角色越多元、關卡越多越複雜，越需要彼此的協助，雖然任務有難度但都在能力等級內，只要你努力就能完成。全球有五億個每天花一小時、長期下來被訓練成擁有「積極主動、樂觀求勝、協同合作、彼此信任」特質的玩家，而且人數不斷增加中，這些人都是未來拯救世界的種子，重點是「要如何把玩遊戲轉換成解決現實問題的能力？」  
McGonigal博士設計了三個線上遊戲，透過實驗努力讓這個設想實現。例如：《World without Oil》，



圖片來源：http://wwolves.wordpress.com/2007/06/14/another-test-post/、http://www.superstructgame.org/Home1#

# A WORLD WITHOUT OIL

What oil nations say they have left

| Country       | Reserves (Billion Barrels) |
|---------------|----------------------------|
| Saudi Arabia  | 264                        |
| United States | 180                        |
| Canada        | 179                        |
| Venezuela     | 149                        |
| Iraq          | 142                        |
| Mexico        | 120                        |
| Kuwait        | 102                        |
| Libya         | 98                         |
| Nigeria       | 96                         |
| Oman          | 80                         |
| Algeria       | 78                         |
| Other         | 2                          |

KEY Major oil fields

Latin America's largest oil production is concentrated in Venezuela and Mexico. The United States has the largest oil production in the world.

Other oil-producing countries include Saudi Arabia, Iraq, Kuwait, Libya, Nigeria, Oman, and Algeria.

Source: BP Statistical Review of World Energy 2006

ILLUSTRATION BY: [Name]

### QUARANTINE

Extinction terrorists captured, averting likely disaster. [...more](#)

### RAVENOUS

Category 3 sought to attack food systems globally. [...more](#)

### POWER STRUGGLE

Category 3 appears to have been cooperating with the Earth's Righteous Fist ecological terror group.

### OUTLAW PLANET

Category 3 proved to be a "force multiplier" for system disruption. [...more](#)

### GENERATION EXILE

Category 3 appears to have crucial connections to the broader global dislocated populace.

要你在石油短缺的時候設法生存，在遊戲中創造了許多內容，讓你認為那是真的，並且會影響你的現實生活。當你註冊並設定居住地，系統就會給你即時新聞資料，精確地告訴你石油成本、食物、運輸、學校會受到什麼影響，要你找出解決這些問題的方法，並且希望你將這些東西發佈到Blog、YouTube或Flickr。事後追蹤了當初參與的1,700人，經過三年後，證實了這個作法，在現實生活讓這些玩家保留了他們在遊戲中所形成的習慣。另一個則是「Superstruct」的遊戲，背景是假設人類只剩下23年可活，由玩家扮演精英小組的一員，開發未來能源、食物、醫療保健、社會安全網路，上線後有8,000人參與，八週共產出500項瘋狂但極

具創造力的解決方案。在過去所玩的遊戲裡可能就含有生活中面臨的問題，卻沒想過真的用來拯救現實世界，但經過實驗，只要有目的性、好玩、有趣、夠真實的線上遊戲，這樣的轉移是有可能發生的。這篇演說的確開啓了一個很大的想像，我也覺得，當你花在線上的時間越多、跟朋友透過網路互動溝通越密切，虛擬與現實的界線就越模糊，而兩者間的行為影響也越大。你在解決虛擬世界問題的能力來自生活的經驗：解決現實生活的難題也不自覺地取自線上學得的態度，網路公民集結力量讓正義得以伸張的事件，不正是個好例子嗎？只是，遊戲可以讓世界更美好的說法，倒是頭一次聽到，而博士幫

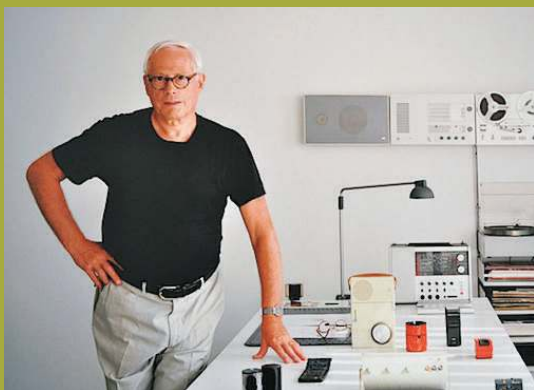
我們整理出的「玩遊戲可以培養積極主動、樂觀求勝、協同合作、彼此信任」的成功特質，對玩家更是一大福音，可以當做繼續打Game的免死金牌，至於救世界的重責大任，就交給專家們費心設計，我們只管用力玩樂，總有一天可以潛移默化的拯救世界！

**附註：**  
TED代表技術（Technology），娛樂（Entertainment）與設計（Design）。每年三月在美國彙集眾多科學家、設計師、文學家、音樂家等領域的傑出人物，在TED大會上分享他們關於技術、社會、人的思考和探索。（來源：Wikipedia）  
本篇演講的網址：[http://www.ted.com/talks/jane\\_mcgonigal\\_gaming\\_can\\_make\\_a\\_better\\_world.html](http://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world.html)（有簡體中文字幕可選擇）

# Undercover : 時裝也能Less But Better

## 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，  
橋子人更可上網與他們一起交流。  
部落格：[gamaniabrandcenter.blogspot.com](http://gamaniabrandcenter.blogspot.com)



摒棄所有繁複、非必要、不受用的想法，使產品極簡化又具有一種特殊的優點，讓Dieter Rams所設計出的商品，無論在什麼設計風格的裝潢下，都能恰如其分地存在。

這或許是我近幾年看過Undercover最棒的Collection；同時也是時裝融合其它元素最成功的一次。它不但充分把握了過去德國百靈（Braun）經典的美學與意念，也讓我看到設計師高橋盾截至目前為止最大的突破！

對我來說，自己其實並不著迷於高橋盾的「暗黑」設計。我會欣賞他的剪裁、他的用色和他的意念，但要我買單UC？內心恐怕還得再三猶豫。然而，由百靈牌設計主帥--Dieter Rams過去所主導的一系列工業設計產品，卻是件件都讓我感到迷戀。

包括他所設計的一系列百靈牌家

電，如：SK55唱片機、T1000收音機…那種秉持著德意志實用風格、減少不必要的介面干擾與機能浪費的設計，居然能在他演繹下，提供給使用者一種突出的美感，並恰如其分地融入我們的生活環境。他的一句經典名言：「Less, But Better.」確實都在他的作品裡，一一被詮釋。以對工業設計的貢獻

圖片來源：designmuseum.org - thisislavie.com



融合了Braun元素，讓Undercover在這一季展現了與以往大為不同的「工業設計」風貌。

與影響，Dieter Rams絕對可以稱得上是上個世紀最偉大的工業設計師之一。

這位過去撐起百靈品牌的頂尖設計大師，曾經影響無數位工業設計師的設計理念（當然大家最常津津樂道是Apple主設計師的Jonathan Ive），現在更跨界、跨文化地影響了東方時裝設計師--高橋盾。當去年高橋盾發表了2010的春夏新裝時，我幾乎不敢相信，原來工業設計元素居然可以放在時裝裡，用這樣的方式、元素作搭配：原來Dieter Rams過去在百靈家電的美，放在時裝裡也很有型。害我一時間搞不清楚：究竟是Dieter Rams的設計歷久彌新，還是高橋

盾的運用得宜。總之，UC這次的作品，簡直就是一場精彩的對話、一幕精彩的火花。

我們熟悉百靈家電橙色旋鈕，在UC的時裝下轉化成一顆顆前衛的鈕扣；排熱孔變成重視機能的Peep Window；駝色的招牌皮革提把則是充滿風格的Mixed & Match。當然，服裝配色還少不了有百靈產品最常使用的卡其色這樣有氣質的配色。光是能有這樣的巧思，就足以讓人對高橋盾的突破感到佩服。至於物料方面則強調機能性材質，讓整個衣服穿起來既舒服、又俐落。然而，Undercover這季「Less But Better」Collection更可貴的還有，所有服飾配件的款項頗為豐富。包

括：衣服、外套、褲子、包包……應有盡有。或許你不一定喜歡UC過去的風格、或許你不一定知道Dieter Rams是何許人物，不過如果你喜歡時尚、喜歡設計、喜歡創意，都應該親自去試試高橋盾這一季的新設計。你不但會發現它更多的細節，同時也一定會欣賞這兩位大師的創意。👉

橘子名人堂：

# 「橘子剽悍勳章獎」2月得主： 《艾爾之光》營運團隊

由韓國KOG研發、台灣易吉網代理，結合卡漫視覺、動作特效與熱血元素的動作冒險線上遊戲《艾爾之光》，自去年11月上市以來即受到熱烈迴響。《艾爾之光》更創下各項漂亮數字：全台線上會員數近60萬；Facebook粉絲團突破3萬人，成為台灣線上遊戲中粉絲數第一名；穩穩佔據台灣巴哈姆特人氣排行榜第二名超過100天。近期《艾爾之光》更熱血做公益，贏得全台玩家支持與肯定。《艾爾之光》如何在短短幾個月之內有如此驚人的成績？請看《橘人誌》的報導！

產品經理  
張珮鳳





## 《艾爾之光》致勝三大關鍵：

### 三波段行銷操作

為了舉攻下所有線上族群，《艾爾之光》針對不同訴求對象，分別推出三波段的TVC：第一波廣宣以「喚醒你沉睡的熱血」為Slogan，成功吸引數十萬新會員；第二波則以「新角色加開--雷文」對老玩家說話，創下改版當週回流率高達87%的好成績；第三波以「玩家熱血推薦」為題，搭上「沒玩過的只剩你」Slogan，在寒假期間創造出「有玩艾爾之光才夠熱血」的風潮，加速新一波會員流入，「沒玩過的只剩你」Slogan更成為嘆惋玩家琅琅上口的新一代口頭禪。

1

### 另類的角色操作：伊芙

去年12月改版推出新角色雷文獲得相當好的反應，但在遊戲整體性的考量下，《艾爾之光》營運團隊認為雷文的數量還是偏低，因此臨時決定改變新角色伊芙的取得方式，除了透過原本的商城購買與解任務獲得的管道外，加碼舉辦活動取得伊芙，在1/31與2/4兩天進行上線玩遊戲就送你伊芙的加碼活動，此活動獲得玩家熱烈迴響，不但讓同上人數一舉突破兩萬，也擴大了遊戲人數與付費人數，透過這活動後續帶入的實際營收也因此提昇了2.8倍，讓《艾爾之光》在上市三個月就能損益兩平，而從遊戲討論版上玩家的留言反應來看，這個活動操作更成功扭轉玩家對於公司只想賺錢的負面印象。

2

### 團隊機動性合作

《艾爾之光》在行銷手法上採取快速變應方式，依據市場反應變化持續加碼行銷預算，並立即訂定出下一波宣傳的主軸。三個波段的行銷操作都只間隔短短不到一個月的時間，在這期間當中除了必須完成新TVC、網站廣宣等等行銷素材的準備外，同時也要跟韓國原開發商進行密集討論，隨時調整改版的新增內容與線上活動。為了如期推出新行銷活動給玩家，《艾爾之光》營運團隊的所有成員展開沒日沒夜的接力賽。有效率的團隊合作是三點關鍵當中最重要的一根支柱，因為在短時間內改變作法，規劃者和執行者都要有很強的應變能力和默契，才能順利完成任務。

3

# IP政策行銷活動開跑！

在2009年12月號的《橘人誌》曾報導橘子宣告正式加入智財權大戰，開始對集團頒布各項智財權管理辦法及內部行銷宣導，甚至建置交流平台供海內外橘子人使用。近期橘子已先在總部進行一連串有趣的宣傳活動，並準備豐盛的獎品、透過有獎徵答方式鼓勵橘子人主動進一步了解IP，果然引起熱烈迴響，吸引了501人參與，其中有357人拿下滿分，表現相當出色！IP宣導活動在總部獲得相當大的成效，接下來將會陸續把活動內容帶到海外各地，期望藉此提高集團整體IP意識，並鼓勵集團所有橘子人一起為智財權大戰提供想法！



原本乏味又嚴肅的宣導口號變身為有趣的四格漫畫跟貼紙，出現在總部各樓電梯口。



智慧財產權有獎徵答活動  
【得獎名單】西金

| 活動獎項                                      | 名額 | 得獎名單               |
|---|----|--------------------|
| 1 任天堂NDSi粉藍(平輸)+專用保護貼                     | 1名 | 321                |
| 2 PSP 3007主機<br>台灣公司貨(白色)                 | 1名 | 319                |
| 3 Buffalo MiniStation 500G<br>玩美鏡面行動碟-黃金版 | 1名 | 078                |
| 4 2009年 Apple iPod shuffle 4GB            | 1名 | 103                |
| 5 新光三越禮券 2000元                            | 2名 | 085 281<br>030 152 |

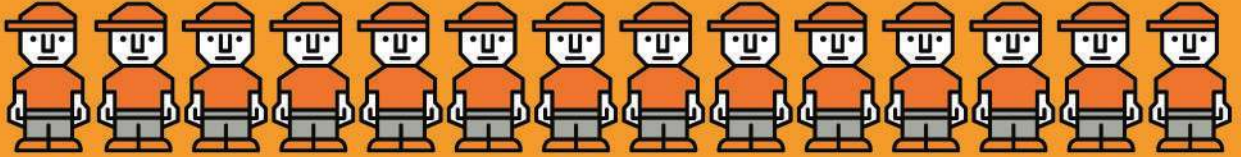
有獎徵答抽獎活動在總部17樓舉辦，由GTW法務經理--永欽抽出得獎幸運兒。這次活動提供了16項豐富獎品，最大獎是「任天堂NDS遊戲機」



加入遊戲橘子・在遊戲界



# 一橘成名



你想打造理想遊戲世界，在遊戲界中一舉成名嗎？

快來加入遊戲橘子研發行列，啟動線上遊戲新革命！



<http://tw.hr.gamania.com/rd/>

更多研發介紹，請上遊戲橘子研發網站



<http://tw.hr.gamania.com/>

即時徵才訊息，請上遊戲橘子人力資源網站



© 2010 Gamanian Digital Entertainment Co., Ltd. All Rights Reserved.  
Powered by Gamanian Brand Center

橘人誌

**G!VOICE**

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





《橘人誌》  
特別企劃  
NO.3

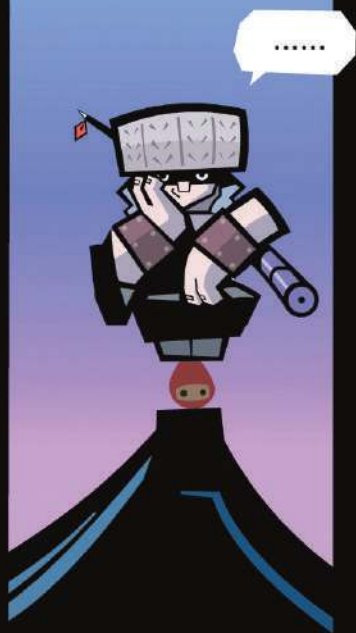
# HERO: 108



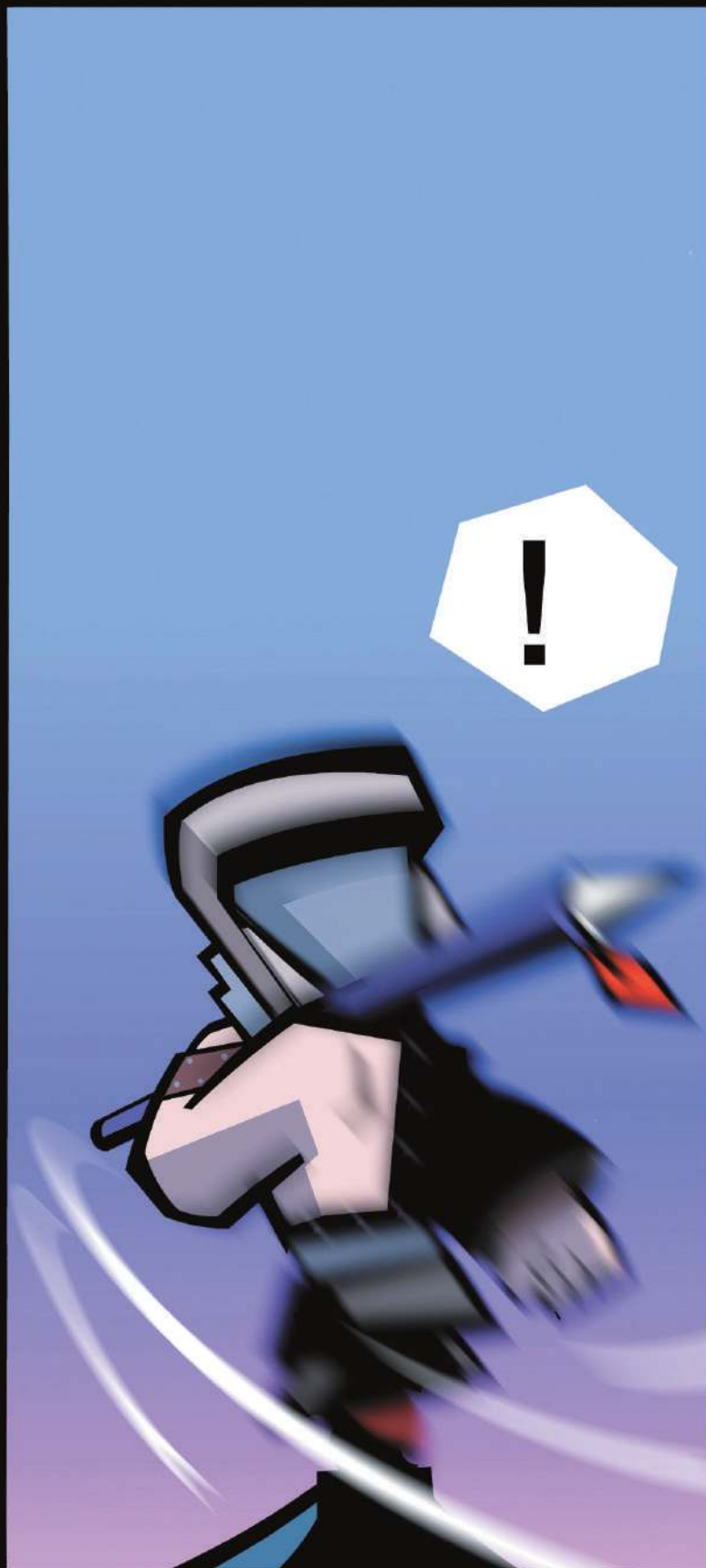
# G!VOICE


《HERO : 108》Reissue版

# 水火： 108



第2回  
奮戰的英雄們!





總覺得  
師父在  
注視著我

唔

奇怪的傢伙...

跟去瞧瞧...



哇!  
我要快一點才行啊!



嘿!  
前面好像又有一個...



哇!好猛的女人啊!



好!就是妳...

?

呀!



喂!戴著它...  
它會帶給你強大的力量的!  
**相信我!!**

趕快找下一個...



呀!

呀!

呀!

呼

呼

呼

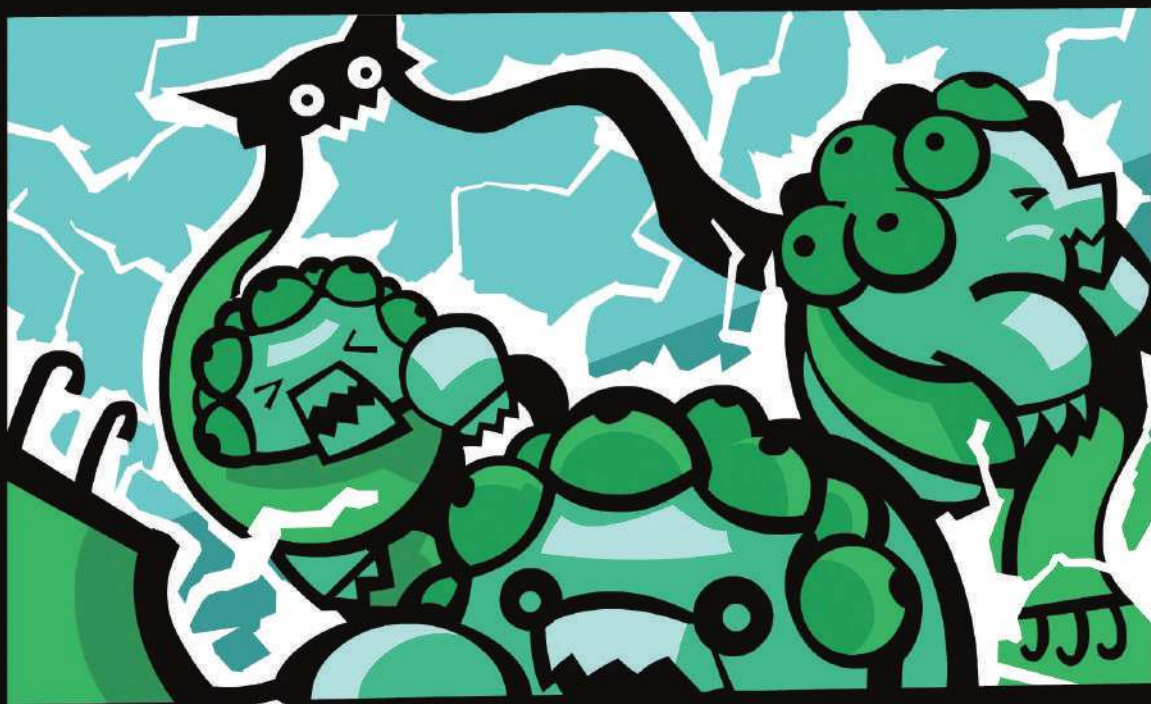
呼...老公  
這些獅子還真耐打啊...  
看來我倆今天要倒楣了...



老公...  
不要啊...



哇!



老公!電電牠們就好...  
千萬別用那招啊...



小夜又把身體化成石頭來鎖住獅群...



老公



老公...

老婆...



嗚...  
老公你走了...  
不就沒人給我  
打罵了嗎!?

吼...

吼...

吼...





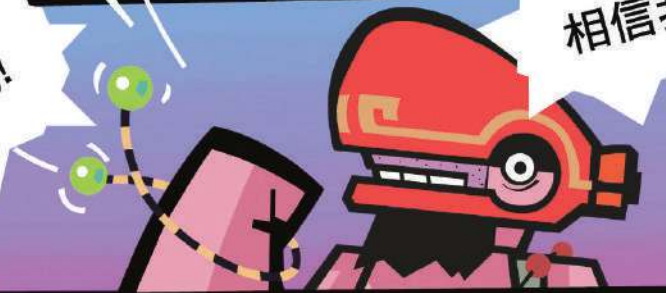
相信我!



相信我!



相信我!



相信我!



這傢伙到底在玩什麼花樣啊!



嘿...  
東京城的英雄  
還真不少啊  
...

真勇敢!  
這傢伙竟然敢穿著  
紅衣跟蠻牛搏鬥啊!!



哇!  
我快不行了  
...

絕不認輸!



我最需要這種  
肯傻幹的!



多謝道長  
相助!

那來的神光!  
竟然能讓牛變小  
啊...

年青人光用蠻力是不行的!  
跟我學習法術吧  
學費很便宜的啦...

太好了!  
這兩人我都要...

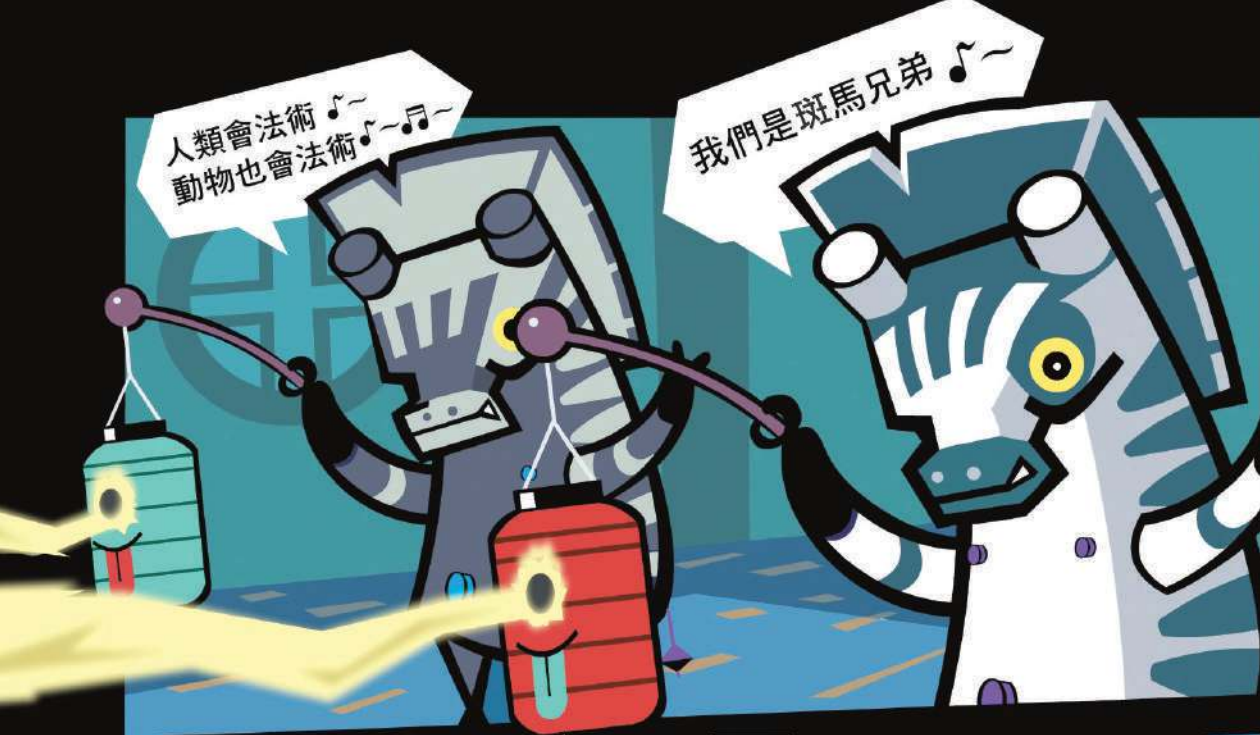
可是我一毛錢  
也沒有，因為我  
只會幫助別人...

啊!

喂!  
兩位小心啊!

哇!  
我的眼睛!

痛啊!



人類會法術♪~♪~♪~  
動物也會法術♪~♪~♪~

我們是斑馬兄弟♪~



哇!竟然會說  
人話,而且還是  
用唱的啊!!



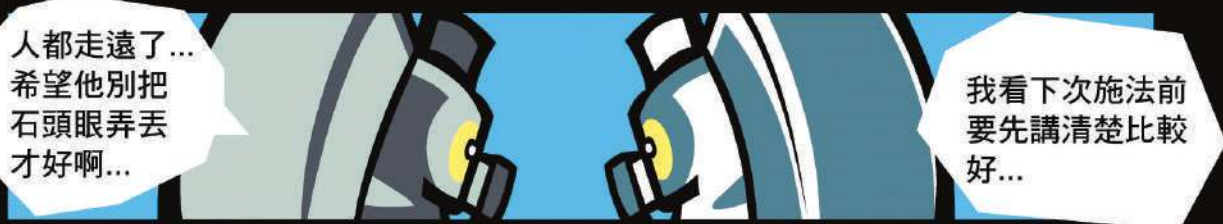
嗚...  
好痛...

痛...



我...我的眼睛  
變成石球了!!

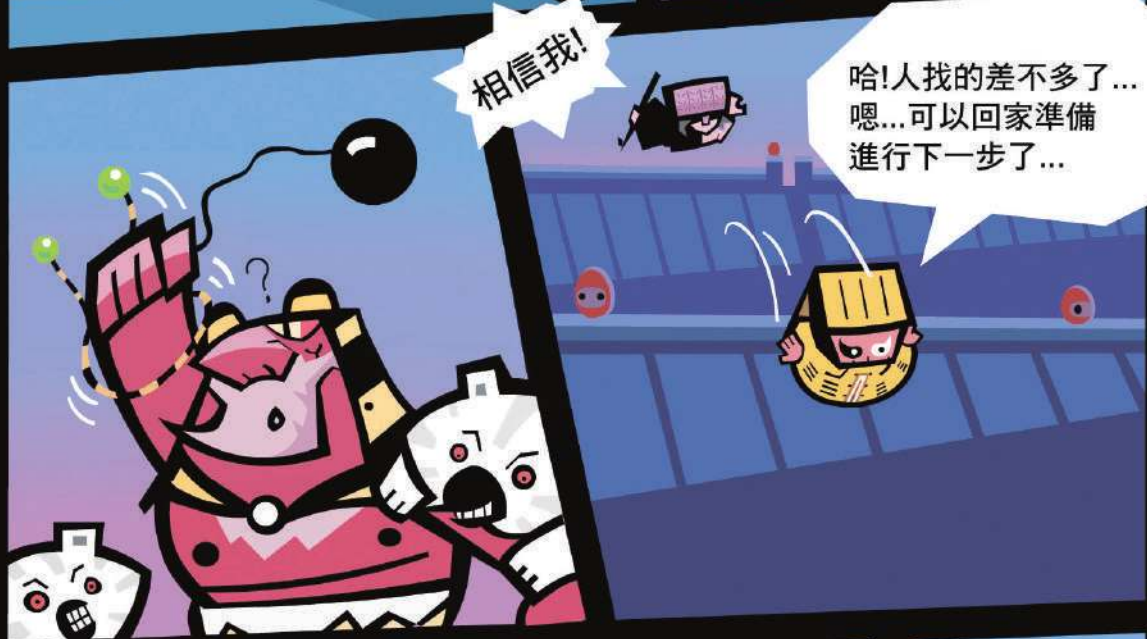
嗚...  
快閃...





相信我!

相信我!



相信我!

哈!人找的差不多了...  
嗯...可以回家準備  
進行下一步了...



下雨了...










嘿...嘿...

作戰開始



喂!先生!  
請教一下,  
你到底在  
做什麼...



啊呀!



嚇我一大跳!

我叫吳用!

綽號智多星啦!

你不會沒聽過吧...

水火:

108

第3回 兩種讓世界和平的方法!

啊!我聽說過你...  
你就是扇子的發明人!




哈!那不過是我編號第116號

的小發明...你來的正好!


來看看我手推車上這編號第247

號的救國發明-紫晶石

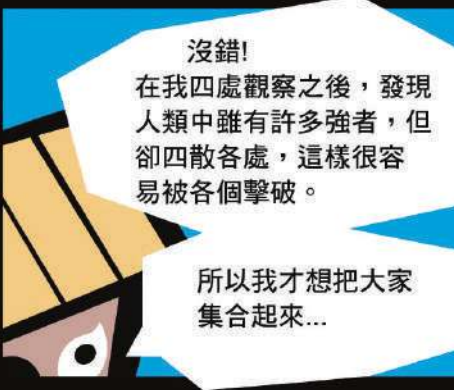




紫晶石只要用獸皮充分磨擦後，  
就會產生獨特的磁力，而這種磁  
力只會對我剛才綁在眾好漢身上  
的小綠石產生作用!




你想把那些好漢都吸到這裡?




沒錯!  
在我四處觀察之後，發現  
人類中雖有許多強者，但  
卻四散各處，這樣很容  
易被各個擊破。


所以我才想把大家  
集合起來...



原來如此...那些動物有苦頭吃了!



我也不想如此...  
人類和動物應該要  
和平相處啊!



和平?  
人類與動物是  
不可能和平相處的!  
人類要吃動物  
動物要吃人類  
動物要吃動物  
因為"肉"實在  
是太美味了呀!  
讓大家都想  
吃個不停!

看看我編號555的發明

"不肉丸"!

這可是肉食愛好者最佳的替代品

有了它就不需要以肉食維生了!

嘿!嘿!

你說到問題  
的關鍵了...



!

但目前此丸仍會有嚴重的  
副作用!會讓服食者  
產生奇怪的變化...



沒用的...

不過我一定會克服的!  
相信我!!



我師父告訴我一個古老的傳說...

這世界上只要有人能結交到107個真正的好朋友，

就能產生無敵的力量，為這個世界帶來真正的和平！



年輕人!與其相信這虛幻的傳說!還不如相信科學的力量!來幫忙我吧...



不了...我習慣一個人...

隨便你...獨行俠!

我得開始工作了...





吳用跟我的理念不同，  
他應該不是我要尋找  
的朋友...



差點忘了上面也要充分  
的磨擦...嘿...有反應了  
...



成功了!

一股強勁的磁波橫掃全東京城!!!



嗚...老公!



哇!

什麼!?

噢!

哇!

啊!

哇!

咻

哇!

哇!

咦!怎麼有很多人類  
往東城門飛去...真好玩!  
(動物語)

可惡!我怎麼沒  
一起飛去...  
(動物語)

哈!這樣大家的  
力量都集合在  
一起了!!



車  
車!

哇!這麼快就追過來了啊...

嘿...正好!

大家快上吧!  
讓動物軍團好好  
見識人類的力量!!


那你得  
先放我們  
下來啊!

啊!!

我竟沒想到要  
如何解除磁力...

慘了...





好強的衝擊力啊!  
這暗器的力量竟像砲彈一  
樣大!!



唔...

抓不住了...





噢...  
太強了!那人  
竟能改變彈道，  
害我沒射中  
(動物語)



動物戰士們!  
那團人球既然已被炸出城外，  
就別管他了...  
留下部份鷹族戰士駐守既可，  
其他動物戰士繼續將城內的人類驅離  
吧! (動物語)





...



.....

多虧你出手相助  
不然大家就死定了...  
嘿...我們交個朋友吧!



朋友...

這...  
我得考慮一下...

哈!  
交朋友還要  
考慮嗎?  
你真自閉!

除了理念不同，這傢伙  
連他的人肉球都顧不了...  
而且看起來還賊頭賊腦的...  
能做朋友嗎？

嘻... 嘻...

啊！差點把那些英雄們  
給忘了！我得快去幫他們  
解除磁力啊！

來吧！看我編號846號的發明

**鼠輪車！！**

吱！

吱！

你慢慢考慮吧...  
我有要事得先走一步了  
拜拜！！

哇塞！  
好厲害啊！



這就是科學的魅力嗎？

我到底該相信師父的傳說...

還是吳用的科學呢？



另一方面宋江帶著雷橫來到一山崖下...



小兄弟你力氣大  
幫我把這巨石抬起來，因為有隻"鳥"被  
壓在下面...好  
可憐喲...

我的筋斗雲給落石壓  
了半年，今天終於可  
以收回來！哈！



喝呀！

真是不好意思...

要讓這位鳥兄載我們

一程...



嘿!這就是好心

有好報!我們快去

醫治你的眼睛吧!

大家別跑了!

大家別跑了!

我數1 2 3 停!

大家就一起停下來!

1 2 3 停!

可惡!都喊停了!


還有人在跑!!

喂!


明明是你沒停!

還說我沒停!



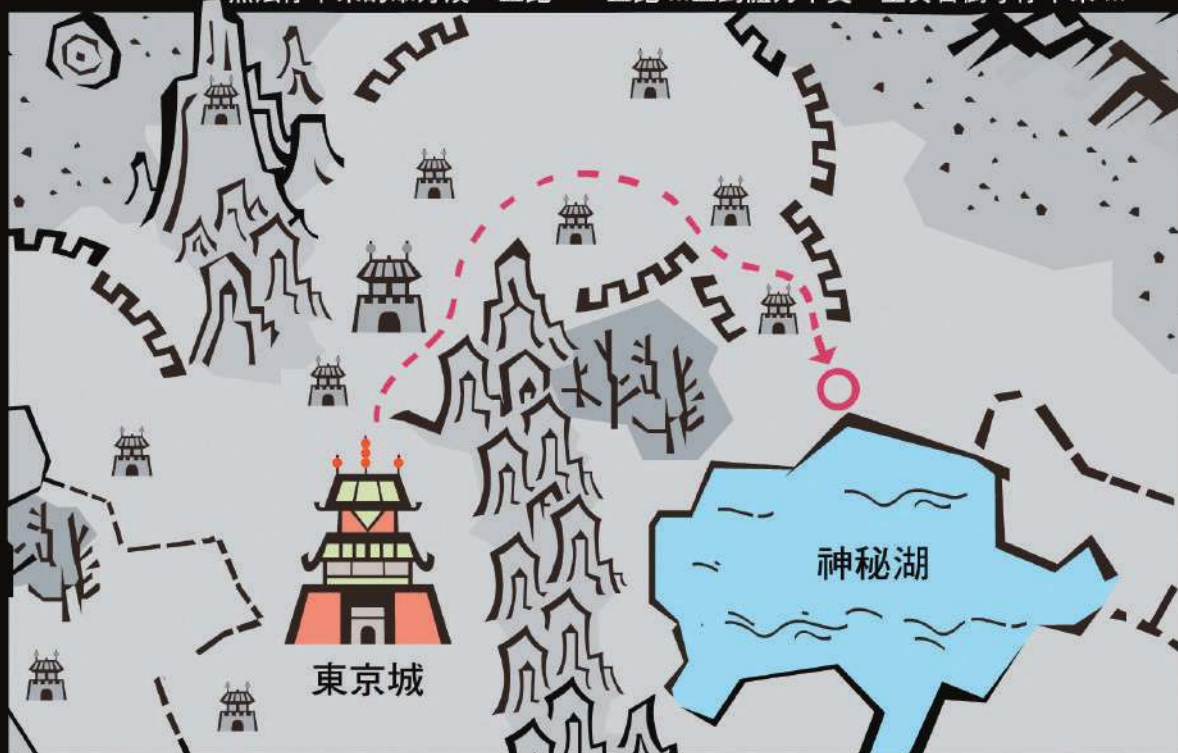


哇塞!這麼多功夫  
高手一起狂奔的速  
度真是驚人啊!!



噢?那個人球是什麼  
怪東西...跟去看看  
...說不定會有什麼  
好康的可撈!


無法停下來眾好漢一直跑、一直跑...直到體力不支、全員昏倒才停下來...





好險...沒滾到湖裡去...






我馬上就把你們

拉下來...



!



不會吧!動物軍團  
竟然在這裡埋伏了重兵...  
這下真的沒救了...

