

GIVoice

橘人誌



brand.gamania.com/gvoice

Family

橘子的幸福力



Read it, Know it, Love it!

Family × 企業幸福力 = 企業競爭力

2014-07-15 00:00:00



▲2006年橘子節的橘子逗陣營「同心圓」活動。

「人才」是企業最基本的組成，如何讓企業中的員工人才們都感受到幸福，是所有企業的重要課題。一般而言，企業經營者的作風，決定了公司經營和企業文化，在台灣現階段的傳統職場文化中，主導一切業務的企業主，型態上仍「工作要求」多於「企業分享」，因此常讓上班族的幸福感指數只在及格邊緣。2011年1111人力銀行針對上班族進行一項問卷調查顯示：在職中的員工有73.68%認為，其所任職的企業不幸福，若以60為及格分數，自評其所任職企業的幸福指數，平均只有63.4分；再進一步詢訪的結果，員工之所以感到不幸福的影響因素在於：「老闆／主管作風／企業文化」佔58.26%，「無發展性」佔53.64%，「升遷制度不明顯」佔41.6%。而其中因為職務工作而感到不幸福的上班族，有高達96.5%會因此考慮離職。連留住員工都有問題，更遑論爭取到更優秀的人才投入了，這樣的企業如何永續發展？哈佛大學的一項研究表示，企業員工的幸福每增加5%，客戶滿意度就會跟著增加11.9%，企業組織的效益也會隨之提升2.5%。由此可見，當企業員工心情愉悅、幸福感增加時，工作效率同時會有明顯的提升，這就是企業幸福力轉化為競爭力的展現。但員工的企業幸福感在那裡呢？除了薪資、獎金等物質待遇之外，便是可以為員工更進一步設想到『家庭』！



▲小朋友的笑容是橘爸爸、橘媽媽辛勤工作的最佳動力。

遊戲橘子正不斷做出幸福的決策，從決策過程和執行中產生正向能量，持續著第二個、第三個幸福的決策。提供員工安全的工作環境、穩定生活，及職涯規劃、內部健全轉調制度，並且打造健身房、員工餐廳等符合健康、安全的生活、工作的空間後，Albert更進一步希望可以關懷到夥伴們的「家庭」，可以為員工們再多做些什麼，尤其對於家裡目前有非常需要照顧的新生兒，他不希望大家在工作事業和家庭照料間奔波和拉扯。因此在2011年決定創立屬於遊戲橘子的幼兒園。這項決策從任務單位到協助單位，步步都在實踐了遊戲橘子的：創造歡樂（Fun）、勇於嘗試（Adventure）、啟發心智（Mind-Inspiring）、創新創意（Innovation）、追求榮耀（Laurel）與保持年輕（Youth）的F.A.M.I.L.Y企業價值和文化，以N個幸福決策展現遊戲橘子的企業幸福力。

一個企業要做到創造員工夥伴們的幸福感，成為一個有幸福力的企業，必定是成功的企業。因為我們都知道市場的競爭和詭變，所以首先要能在市場上生存，而還要能再提升企業經營境界時，一定是在整體營運管理、市場上獲利和品牌形象，都要更有相當水準以上的展現才辦得到的，而這些絕對是經營者和員工夥伴們，也就是勞資雙方共同胼手胝足打拼出來的；也只有具有幸福力的企業，才能展現出這樣驚人的競爭力，不但可以在競爭市場上與對手一較長短之外，還能安然度過種種危機，因為在幸福企業的員工，必然對自己的公司有高度認同、歸屬感，願意與企業同生共死、榮辱與共。「路遙知馬力，板蕩識忠臣」，當市場或大環境產生巨變時，這時所顯現的企業幸福力，是個先蹲後跳、厚積薄發的力量，更是逆轉關鍵。而且一家幸福的企業，自然也是帶給消費者幸福的企業；因為幸福企業照顧好員工之外，必也感染擴及到供應商、客戶及社區等外部關係。就像這次遊戲橘子創辦「幼橘園」的過程中，從內部承辦、協助的夥伴們，到配合的工程單位、成長文教基金會、新北市府，其實不就是因為感染到這股「幸福感」和力量，在接受遊戲橘子委託工作過程中，認同這個價值而一起努力，讓「幼橘園」可以從零開始一步步成形。「Family」、「企業幸福力」，這兩個字面上看起來溫暖而軟綿，但是「Family×企業幸福力」，就如中國太極四兩撥千斤的力道。遊戲橘子所堅持的F.A.M.I.L.Y，是這次「幼橘園」這個工作任務，得以圓滿實踐一切的力量泉源，但也需要大家全體的感受、感動、感恩，才能讓這個屬於遊戲

橘子的幸福永遠活力！

幸福的姿勢

2014-07-15 00:00:00



每一個人都有一個幸福的姿勢，不見得是什麼誇張的大動作，可能只是環抱著胸，看著完成的工作，一個淺淺的嘴角上揚；可能是一旁看著最愛的人開心的笑……，「樂業安居」正是人生最幸福的姿勢！

Albert對前來採訪的各家媒體說道：「辦這個幼兒園我最在意的是『教育的態度』！我希望『幼橘園』跟『遊戲橘子』一樣，都忠於一個『勇於嘗試，不被限制的精神』……」時，我看到一個實現自己承諾和理想的幸福姿勢！



▲集團執行長—Albert

Linus對提問不斷的媒體回覆道：「為了『幼橘園』，方圓百里內所有幼稚園、知名的幼兒教育機構，我全都不只一次去拜訪、請教……」時，我看到一個在職責上不負使命，圓滿完成任務的幸福姿勢！



▲集團人力資源室總監—Linus（張文杰）

安安老師在說明會上介紹自己為了孩子們規劃的「兒童劇場」：「……它是一個創造性實驗劇場，也是一個教學劇場，提供老師們盡情揮灑的天地，也給予孩子們無限期待與回憶，……」時，我看到為了孩子們而永遠創造力無窮的幸福姿勢！



▲幼橘園顧問（成長基金會執行長）—安安老師

Lucy園長徐徐說到她的教育理念：「……我們相信孩子有主動探索與感知的能力，在他們才正剛剛開始要長大時，我們要做的不是去塞一堆知識，而是適合孩子的學習，在生命的起點上，我們期望孩子從生活中累積經驗，從遊戲中發現興趣、發展潛能，進而體驗、關懷周遭的人、事、物。而且這些課程不只是專業老師們設計的，我們還請專家來教導老師……」，我看到為了孩子們去鑽研專業、邀聘專家、老師，一個無論如何希望給孩子們最好學習的幸福姿勢！



▲幼橘園園長—Lucy（路燕琴）

還有其它幼橘園的老師們，很會說故事和超愛說故事的小聿老師、最會帶活動和小朋友一起玩成一遍的Peggy老師，她們都因為愛孩子、喜歡這份工作而展現美麗的幸福姿勢！



角落學習，發掘小朋友潛能

「幼橘園」的教學合作夥伴是成立於1983年，並且獲得教育部評定第一，非常有專業姿勢的「成長文教基金會」。基金會並於1985年與光啟社共同企劃兒童電視節目「爆米花」，是國內公共電視台第一部專為學前兒童製作的電視節目，共製播出了五年之久，且曾獲新聞局評定為最佳兒童電視節目。1987年基金會更正式向教育局申請立案，成立「鞋子兒童實驗劇團」，透過專業的演出團隊，以故事、戲劇啟發幼童的想象、口語表達、肢體展現能力。另外打破年齡分班界限，共同相處學習的「角落學習活動」，強調的是老師們一旁協助觀察幼兒的興趣、潛能，以引導方式激發小朋友們自主、深入的去探索，培養主動學習態度和人際相處的能力，是「成長幼兒園」課程型態安排的重心。老師依幼兒發展的需求特性，安排各種角落，如：戲劇、科學、美術、音樂、積木、語文、益智等角落，好讓幼兒在特定的時段裡，可以照自己喜好自由選擇和學習。而老師的角色則是學習環境的設計者，是活動進行時的觀察者、輔導者。我們是陪著小朋友找到「我」，然後讓每一個小小的「我」可以適性不受限的發展，而不是拉著小朋友們拼命長大。



▲透過主題式的角落教學，發覺孩子潛在的能力。

從遊戲中發現興趣與潛能

「幼兒教育是一切教育的根本」，因此基金會對幼教的態度是審慎的。我們相信孩子所需學習的思想、理智、語言、甚至情感與人際關係，都存在於「活動」的過程中，

存在於現象的觀察與相互比較中，因此，我們主張從建構性和創造性的角度出發，安排滿足幼兒成長需求與生活化的學習情境，希望從遊戲中發現興趣、發展潛能，進而體驗、關懷周遭的人、事、物。另外，我們也提醒自己，成長和成果的規律應用在孩子身上固然重要，但我們更應該注意的是，孩子們個別的特質和學習需求、重視孩子全面性的成長，千萬別只從外顯成績來評斷；所以我們反對給予孩子過度的壓力，反對讓孩子匆忙的脫離童年。





▲為了提供給小朋友最營養的餐點，幼橘園特地為小朋友擬定每天不同的餐點。在餐具的使用上也是使用不銹鋼餐具，每天都會經過高溫殺菌處理。

其實在「幼橘園」裡，相信以後還有更多幸福的姿勢，因為這裡有這麼多幸福的人守護著：在沙坑裡正專注鏟沙的小小幸福姿勢；玩累了正在甜甜午睡的小小幸福姿勢；第一次在兒童劇場演出的小小幸福姿勢；下班、放學時分，爸爸媽媽們來接手舞足蹈開心小朋友們的幸福姿勢……，因為這裡是充滿幸福力的遊戲橘子，而遊戲橘子幸福力正匯聚在「幼橘園」的新生命！



別人追不上的企業－「遊戲橘子」

2014-07-15 00:00:00



每個人心目中所謂的幸福企業，可能都有不同的想像和感受。Albert在4月3日「幼橘園」開幕後，對媒體朋友們閒話說到：4月1日的13:00「遊戲橘子」剛好滿17年，公司就像是我的小孩一樣，所以這一路走來我非常珍惜、愛惜所有的一切，我希望這裡可以變成所有人追不上的企業，不管是在創新、發展和同仁福利等各方面。簡單的說，我希望「遊戲橘子」是一個最「屌」的企業……。對於突然冒出來的「屌」字，讓正襟危坐認真採訪的媒體朋友們，都突然的笑了出來，而其中最豪爽的笑聲就是Albert，因為今天他和夥伴Linus、毓蓉完成了幼橘園的建置，真的很「屌」！從去年過年後展開這項「MISSION IMPOSSIBLE」，在十個月的時間內，以提前符合2012年最新幼兒園法規的超標準，從零到有建造完成了遊戲產業第一家，企業「幼橘園」！



▲GHQ-HR-Athena Tsai(蔡毓蓉) (圖左) 和Linus完成了一項艱困且不可能的任務，拿到立案證書時，心中無比的感動。

Linus說：身為HR部門主管，責任之一就是為同仁們謀求更好的福利，所以其實在一年多前，Albert就曾非正式的提過：「遊戲橘子可以自己蓋一間幼稚園嗎？」，因為對Albert來說，讓同仁們在全心工作、為公司付出之餘，公司也應該要有所回饋才對，這是Albert堅持勞資雙方之間，應該要有的互相體諒和支持。他回想剛創業時，員工平均年齡跟他差不多，隨著企業成長、規模擴大，「遊戲橘子」的同仁們平均年齡也跟著增長了，公司其實相對也有更多的責任。Albert為了感謝也感念公司夥伴們，所以如果公司有自己的幼兒園，而且就在公司附近的話，是不是可以不用讓同仁們在工作家庭兩邊拉扯，而不知如何是好呢？！

因此，當Albert在員工大會宣佈「幼橘園」這項福利措施政策時，Linus當下覺得自己責無旁貸，雖然幼兒園對自己而言是完全的外行，但橘子的精神，不就是勇於嘗試不被限制？Linus邀請了毓蓉來協助這個工作任務，毓蓉說：她和Linus一開始因為不瞭解，這是一個多麼不可能的工作任務，所以也不覺得問題會有多大，只覺得我們不專業就找專業的團隊來協助啊！公司附近一定有很多幼稚園，或許可以談談合作的可能。因此當時正值歲末年終最忙碌的時候，當這個「MISSION IMPOSSIBLE」真正開始，已經是2011年的三月了。Linus和毓蓉走訪公司附近10分鐘車程即可到的幼稚園後，發現代誌大條了！因為這些私人機構，有的對於遊戲橘子是不是有決心持續出資經營幼兒園，抱持質疑態度的，有的在合作的條件上，希望以營利為目標，而這又跟Albert要創設幼兒園的本意差距太遠。Linus跟毓蓉討論的結果，合作不行，咱們就自己來！



▲尋找幼橘園場地是Linus和毓蓉遇到的第一個難題，好不容易在橘子總部附近找到一個適合的1、2F空間。

就在毓蓉打了電話去新北市政府詢問相關法規，並且與Linus一同去拜會相關主管單位，聽完設立的法規要求簡報後，兩人直覺得頭皮發麻，法規是區區幾張A4紙，但是要檢附的文件和證明卻多如牛毛高如山，這時候距離Albert在全橘總動員上宣布這個福利

措施都已經過了幾個月了，在時間越來越少，和一直苦尋不到合適幼兒園空間的困阻下，萌生任何負面的念頭是人之常情。Linus說：他自己真的從來沒想過，有一天接到「開一間幼兒園」這樣的任務？！但是，「對的事馬上要做、而且要做就要做到最好」，一直都是遊戲橘子的文化。而且過程中無論遇到什麼困難，Albert一路都是支持到底，還指示執行長特助Charles（何振國）和各單位主管協助人力資源室共同來為幼兒園的成立一起努力。為了幼橘園的誕生，Linus給毓蓉的壓力絕對不在話下，不過他也同時鼓勵在過程中頗受挫折的毓蓉說：完成「幼橘園」，絕對會是妳職涯的代表作！





▲為了讓小朋友能體驗更多的生態教育，毓蓉特地奔波幫幼橘園買了一個超大的水族箱。

自助而後天助，正是因為大家的共識和努力，許多專業但不認識的助力出現，毓蓉在幼兒教育相關網站的留言得到回覆，並且介紹引薦了「成長文教基金會」，這次大家理念相契、一拍即合！有了專業機構的合作助力，也覓得不但符合法規，地理位置上又非常便利的空間，但是要趕在法規規定的2011年12月31日完工，包括建築師、室內設計師在內的專業人士，都表示絕對有難度。如果是這樣，還要不要開始動工裝潢呢？萬一最後不能依法在期限內完成竣工勘驗，公司投入的資金就全部付諸流水；可是如果要等到釐清所有法規的問題再開工，又絕對趕不上預定的完工開園日期啊！Linus就在決策的兩難之際，下了他事後說是身為HR主管絕少遇到卻也是相當冒險的一個決定，動工！並且在施工的同時一併同時進行其他的行政作業！只不過動工之後，才是另一個夢魘的開始！白天施工的敲敲打打，常常被控訴擾鄰，行政小羅一邊要賠不是，還要協調裝潢廠商可不可幫忙改到晚上施工，諸如此類凡此種種，那段期間每天發生，所以當一切底定，Albert從朱立倫市長手中接到證書時，一切都值得！真的，很「屌」！





▲因為不少人的大力協助，幼橘園才能順利誕生，你能想像一年前這裡的場景還是一片空無一物的空地嗎？！

對公司的貢獻及自我提升，是前進幸福企業的條件，而員工個人對自己身為公司成員具有榮耀感，也才有幸福感可言。因此，大到國家、社會，小至於企業、家庭，成員擁有發言、尊重，專長得到發揮、價值得到實現，才能具備幸福力，更進而提升競爭力，成為永續發展的企業；也因此，遊戲橘子與員工的發展是相聯繫的，並期許成為員工心中最屌的幸福企業。





▲幼橘園開園前，為了讓員工搶先體驗，特地舉辦了員工參觀日和家長座談會，為員工解答幼橘園的相關問題。

遊戲橘子的幸福承諾－「幼橘園」

2014-07-15 00:00:00



**企業、人生，都可比作玩遊戲，你越強，就能達到越高的境界！
但一成就，不該犧牲幸福；成功，更不該拿家庭當代價！**

2011年瑞典Universum研究機構公布全球最具吸引力理想雇主排名：Google、Microsoft、Apple獲得前10名，Google排名第1原因：創新工作文化、工作氛圍佳以及優渥津貼。近期外電新聞：聯合國委託美國哥倫比亞大學地球研究進行「全球幸福報告」，於四月二日舉行的「聯合國幸福研討會」上發表，名列前茅的國家全在北歐，並以丹麥為首。台灣世界排名第46，在亞洲地區居第三，僅次新加坡（32）和日本（44）。南韓排名第56，香港第67，中國大陸第112。這國際調查報告正說明了Albert堅持的「讓員工樂業安居」理念，這是他給遊戲橘子夥伴們的幸福承諾。所以我們有了「生日假」、「壯遊假」、「健身房」、「普橘島」等職工福利後，今年4月3日我們真的有了台灣遊戲產業第一家企業托育設施的「幼橘園」。



遊戲橘子的夥伴們平均年齡超過30歲，在人生的歷程上正是成家的階段，並且根據2011年的內部調查，共有超過百位的員工育有1個以上的幼齡子女，這當中有許多夥伴們，提出了公司是不是可能夠提供托育的福利。對於總是把「提供員工一個安居樂業的工作環境」當作優先考量的Albert來說，若可以讓遊戲橘子的夥伴們更無後顧之憂的投入工作，何樂而不為！因此毅然決定籌備成立可以托育2至6歲幼童的「幼橋園」，並且希望這是一個延續了遊戲橘子愛冒險、不受框架拘束、具有自由活潑精神的托育中心，提供優質師資，及友善的探索學習空間環境。為了履行這個幸福承諾，硬體設備部份共投入了超過七位數的資金，而「幼橋園」的空間設計也別出心裁，導入了遊戲橘子原創動畫「米各說」，將元氣森林融入「幼橋園」的磁鐵壁面，讓小朋友可以在牆面上發揮創意，也同時啟發孩子對於色彩、空間的感應能力；而2樓的空間規劃概念，則以天上的雲朵為設計主軸，再延伸到半戶外的沙坑遊戲區，雖然因為周遭外在環境和建築體的限制下，我們仍在孩童安全考量下，盡量創造出能讓孩子們可以接觸大自然的機會，以我們的幸福承諾打造一個專屬於小朋友的獨特世界。





至於關鍵的師資人力，在耗時走訪數個專業機構不斷瞭解評估後，最終拍版與幼教界知名機構「成長文教基金會」合作。為了讓每一位「幼橘園」的小朋友都能夠真正體會「遊戲是快樂的學習，學習是求知的遊戲」，基金會為幼橘園規劃出最符合幼兒成長學習所需的各項方針，我們以「Love to Play」為精神出發，研擬一系列專業幼童教育課程，例如：「角落自由選擇學習活動」、「主題活動」、「小組活動」、「個別活動」、「戶外教學」、「兒童劇場」及「藝術活動」，其中「角落自由選擇學習活

動」，除了可以加強激發幼兒的潛能與自主能力外，同時更重要的是能建立兒童養成自動自發去探索的學習態度；當然也還有依據幼兒基本能力、體力及興趣設計出多元教學教材，讓小朋友能夠主動手腦並用的自由學習成長。



▲記者會當天，Albert和市長一起與小朋友玩遊戲。

這個幸福承諾啟動的時候，因為實在不是我們的本業專長，所以除了每件事物都需要親力親為之外，其實我們也得到很多各界的專業協助，才得在2011年8月開始動工籌設，以不到一年的時間內，將硬體設施、軟體師資、課程建置完成，並取得設立許可證。4月3日這天新北市長朱立倫蒞臨現場，親自授證予遊戲橘子這張「幼橘園」設立許可證，盛讚遊戲橘子對員工工作和家庭平衡的重視，為大家打造了一個友善的職場，讓員工在努力事業之餘，不用擔心幼兒的教養問題，更是新北市、全國企業的表率，而遊戲橘子成為2012年幼托整合、新法上路後，全國第一所的企業附設幼兒園，是肯定、是證明，我們做到了！





▲新北市市長朱立倫特地出席幼橘園開幕記者會，親手將幼橘園的立案證書頒發給Albert。
「幼橘園」上課時間為朝九晚七，貼心配合大家的上班工作時間，除去交通上的接送時間後，可以就近照顧小朋友，擁有較多的親子相處機會。目前暫定若是員工子女就學，學費可望是新北市一般幼稚園價格一半，作為員工福利。開幕這天我們看到在沙坑和朱市長、Albert玩得不亦樂乎的小朋友，真的就是一個「值得」！而難得的好天氣，相信老天也一樣，會與我們共同守護這個幸福承諾！





▲為了提供給橘子們樂業安居的生活，Albert許下成立「幼橘園」的幸福承諾！

幼橘園幸福的設計元素

2014-07-15 00:00:00



天生愛玩、為玩樂而生的強烈品牌個性，是橘子特有的文化，不論在空間、聲音、事務用品……等等品牌形象，都能強烈感受到橘子元氣、活潑的能量。2012年4月誕生的幼橘園，就像遊戲橘子的小孩，承襲了一貫的風格，踏入幼橘園的空間，就可明顯感受到濃厚的玩樂色彩！



▲《橘人誌》特地訪問到品牌中心的企劃Rainbow和設計Kevin，來談談幼橘園置入的品牌概念。



▲幼橘園的品牌形象設計，分別由Kevin(楊啟文) (圖中)、Rainbow(劉虹吟) (圖右)、Emily(吳苑瑜) (圖左) 共同企劃、製作。

Gamania + GamaGarden=FAMILY

在幼橘園的品牌概念中，Rainbow表示：「幼橘園和遊戲橘子就像是個同心圓，共同以『天生愛玩』為核心理念，幼橘園承襲遊戲橘子的基因，期望小小橘可以在玩樂中學習，其中也融合了橘子精神FAMILY的概念。」所以在幼橘園的CI形象設定中，可明顯

感受到活潑、愛玩因子。



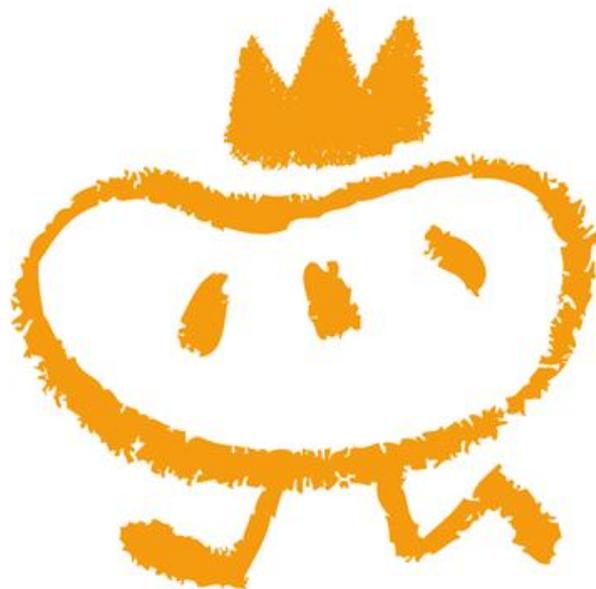
至於幼橘園的中英文名稱命名，她表示：「中文名稱會取做『幼橘園』，是因為幼橘園就像個果園，提供給小小橘最好的資源與養分，期望他們可以在幼橘園的果園中逐漸成長茁壯；另外一個原因，跟Gamania的名稱雷同，它在台語的發音中也有諧音，念起來很像台語的『幼稚園』。而英文名稱『GamaGarden』，也是從果園Gama + Garden的概念而來。」



啟發潛能，讓小小橘成為每位父母心中的孩子王

幼橘園的Logo與輔助圖形設定，也有特別的意義存在，Rainbow說：「每個小小橘都是橘父母心中的寶，就像一顆顆七彩繽紛的種子，希望透過啟發式的教學，啟發每個小小橘的潛能，讓每顆種子發芽茁壯，使每個小孩都能成為父母心中的孩子王。」在識別的形象設計上，Kevin表示：「幼橘園的Logo，採用蠟筆筆觸的表現手法，有著

天真、童趣的象徵，保存有小朋友拿蠟筆塗鴉的活潑感；在色彩部份，也採用粉嫩色系，帶點明亮與可愛的稚嫩感。」而輔助圖形的呈現，是由許許多多粉嫩色彩的小對話框組成，Kevin說：「對話框的使用，是在強調小朋友的自主性，主要的概念是想讓小朋友自己說，自己陳述心中的想法。」因此，幼橘園的班牌在設計上保留一片空白，目的是希望由小朋友自己命名班級名稱，自己設計班牌的造型。



幼橘園
GamaGarden



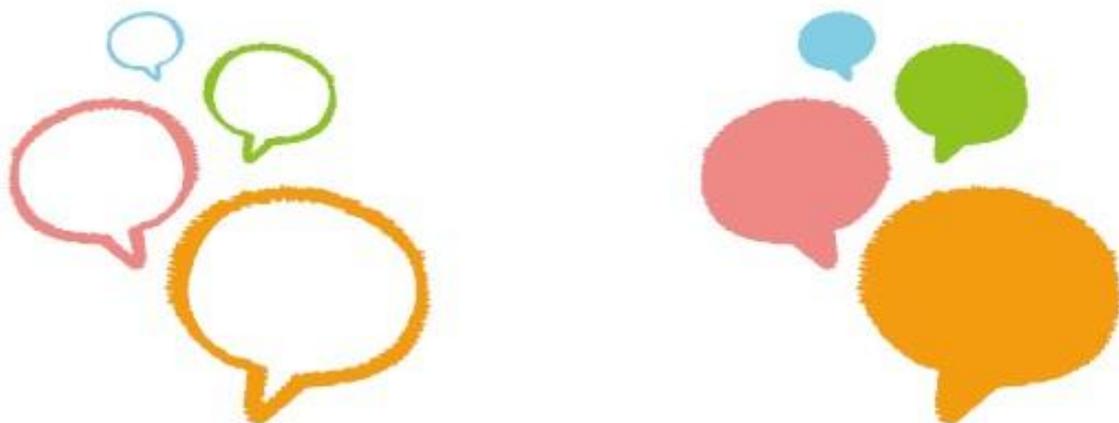
▲Logo和輔助色彩的運用，呈現出天真活動的童趣感。



▲Kevin談及幼橘園的Logo設計，才發現Logo裡面隱藏了許多意涵。



▲幼橘園的空間指標系統（圖左），也使用了蠟筆的手繪畫風，增添了许多可愛的童趣感。識別證（圖右）在色彩上有別於其他子公司識別証的設計，採用純白的基調，以呈現幼橘園帶給孩童天真、純潔的形象。



▲五彩繽紛的對話框，想要傳遞的是「讓小朋友自己說」的概念。幼橘園的大門形象設計就運用了一個大大的對話框



▲ 幼橘園的書包特別挑選了多層次的款式，左右側邊方便小朋友放置水壺，內裡也特別設計了機能性夾層，方便物品分類使用；並選用較高製作成本的耐髒易清潔布面，主要色彩採用鮮豔的橘色，增加小朋友的安全性



▲ 幼橘園老師的制服特別挑選有腰身的剪裁，在口袋上也縫製了筆插，便於老師們使用；小朋友的制服則採用活潑的黃色，傳遞小朋友天真可愛的形象

發揮創意，《米各說》故事小朋友自己說

至於空間形象的部份，幼橘園導入遊戲橘子的原創IP《米各說》，童趣的手繪畫風、溫暖的色彩，與幼橘園的品牌形象相吻合，因此讓《米各說》的主題角色進駐幼橘園——幼幼班多多鼠、小班螃蟹、中班方頭獅、大班粉紅象，可愛逗趣的動物們，紛紛出現在幼橘園的每個角落，為了讓小朋友自己說故事，在1F樓梯間的牆面更採用鐵片設計，可以任意挪動磁鐵角色吸附於牆面，想要呈現怎樣的故事情節，就看小朋友們的創意囉！



▲小朋友可以每天改變《米各說》角色的位置，用自己的方式講故事。





▲置入《米各說》形象後，幼橘園的空間變得更加活潑可愛

當經典遇上新科技，會擦出什麼火花？

2014-07-15 00:00:00

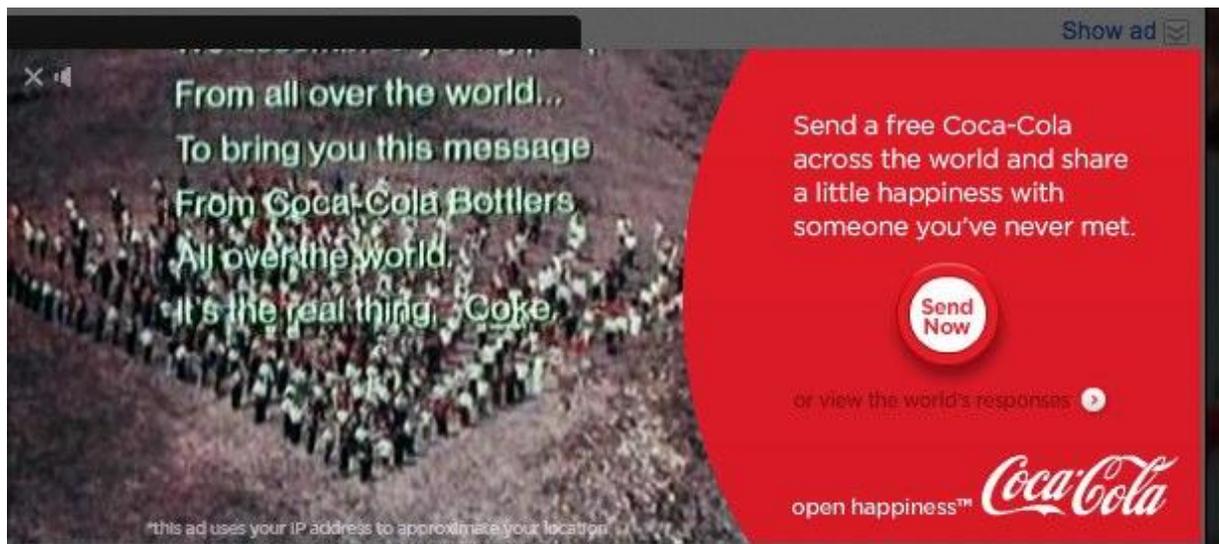


「40年前的電視廣告，如果用現代科技及網路特性來重新詮釋，會變成什麼樣子？」好奇嗎？這個問題就讓Google來回答你。

Google在去年年底進行了一個專案－「Google Project Re: Brief」，她挑選了6、70年代美國經典的廣告，包括：可口可樂、富豪汽車、Avis租車以及Alka-Seltzer四個品牌，陸續進行解構。

在概念上，Google想要讓過去的經典不只是電視或是平面廣告，只能單向的對消費者溝通的方式呈現，而是加上網路互動的特性後，利用諸如社群媒體、手機、網路等數位時代的新科技，依循當年廣告需求的目的，也就是我們俗稱的Brief，重新詮釋，企圖讓經典再現。

Coca Cola-Hilltop篇



「Hilltop」是可口可樂在1971年所拍攝的廣告，當初可口可樂想要傳遞的是「讓世人知道可口可樂不但在全世界暢銷，同時也讓你我之間的關係更熱絡」。在這個Brief之下，當年的創意總監Bill Backer在機場等候班機的空檔，在餐巾紙上寫下了「我要請全世界喝一瓶可樂 I'd Like To Buy The World A Coke」的經典Slogan，根據這句話發展出舉世聞名的可口可樂廣告歌。

在廣告中，找來了各色人種拿著不同語言包裝的可口可樂，聚集在義大利的山頂，唱著「我要請全世界喝一瓶可樂」。

「請世界喝可樂」的概念，礙於技術，在當時，只能留於口號。到了21世紀的今天，Google找了當年參與創意發展的藝術總監Harvey Gabor，與Google的小組共同合作，讓「請世界喝可樂」得以實現。

這個重新詮釋後的活動，透過Google的廣告技術以及改裝過的自動販賣機，讓消費者可以真的「請世界喝可樂」。她是這麼運作的：

你透過網頁的Google廣告或是iPhoneiAD，為世界的某個陌生人送上一瓶免費的可樂，

你只要在互動廣告上選擇位在世界各地，任何一個已經配備有改裝過的自動販賣機，填上你想要給對方的訊息或是錄一段影像，Google甚至會幫你自動翻譯，你不用擔心語言的問題，按送出，可口可樂就會把你的訊息送到指定的自動販賣機，當有陌生人經過，看到販賣機的訊息點擊後，她就可以得到一瓶可樂，並且可以立即透過販賣機回覆感謝。

Volvo- Drive It Like You Hate It篇



Volvo在1960年代要從瑞典進入美國市場，Volvo想要讓美國人知道「她的車非常可靠且耐用」，當時的藝術總監Amil Gargano，發現了一個事實「Volvo的平均使用壽命是一般美國車的兩倍，達到11年」，因此，發展出了「駕駛它，猶如你恨它」的概念，以藉此表現Volvo的耐用性。

影片中，一位Rally車手用近乎“暴力”的方式駕馭這輛車，忽而來個急煞，忽而來個暴衝，一下飄移過彎，一下飛越沙坑，無論如何就是毫不手軟的“操”它。

經過50年後的網路世代，Google用另一種形式來表現「可靠耐用」。



她找到一輛現役史上最多里程數的Volvo汽車（1966年型號P1800s）—已經駕駛了超過290萬英里（約490萬公里）。Google為它架設了一個網站，請網友一起來即時見證歷史，慶賀它超過300萬英里的那一天。

另外，Google邀請這位車主Irv Gordon記錄下它的每一個旅程，並標注在Google Map上，同時，你也可以「開始你自己與愛車的故事」。

Google Project Re: Brief

作者介紹

網路行銷觀察家 Mika

5年級生，在消費性產業的行銷領域工作了數十年。

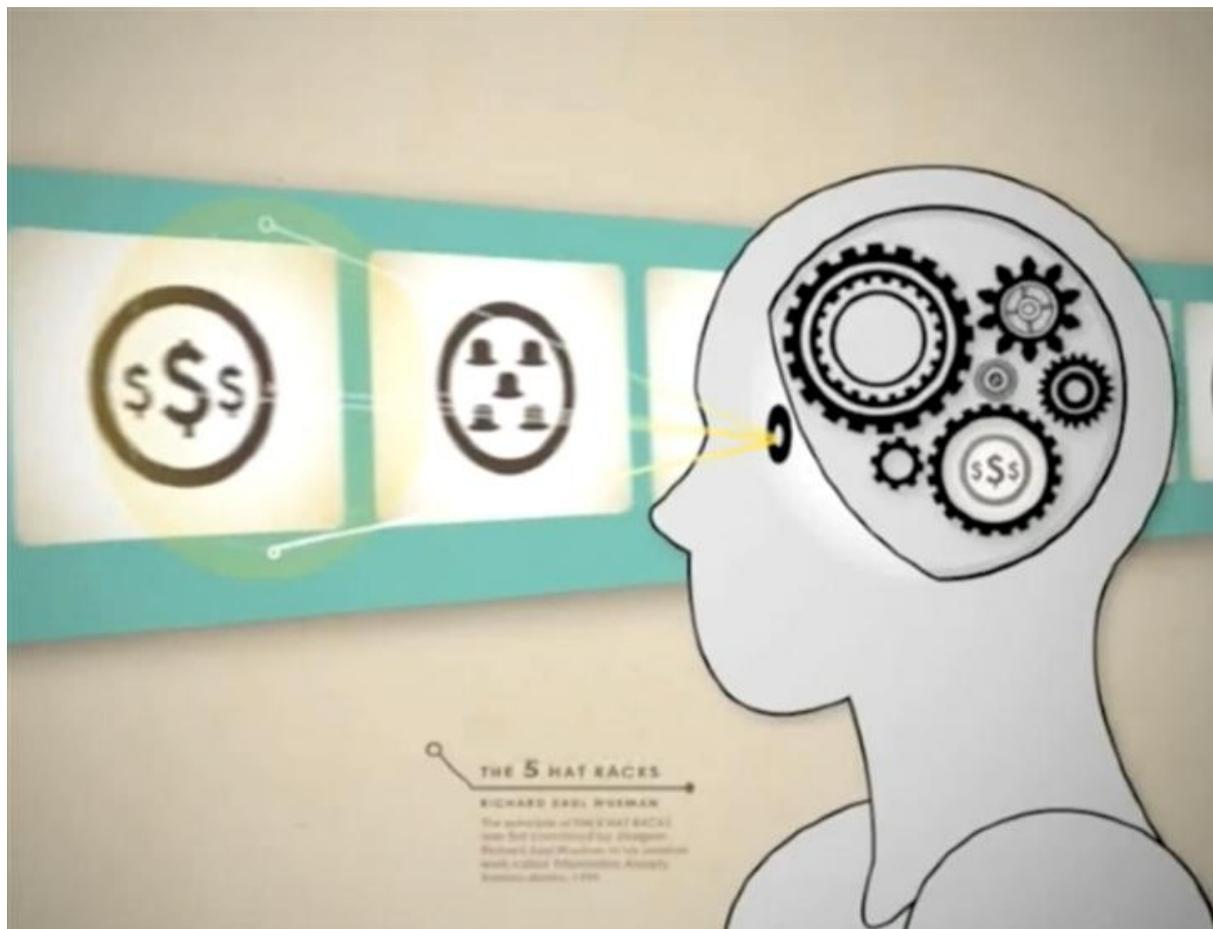
歷經從品牌策略、產品概念一路上市到Launch。

關心傳統的行銷模式，也關注Web2.0、Social Media的變化。

部落格:jabamay.blogspot.com

訊息，你可以這樣組織！

2014-07-15 00:00:00



如果有人突然問你，八國聯軍是哪八國？

不知畢業多年的你，還記得多少？

即便離學生時代已經很遠很遠，相信許多人仍然可以快速精準的答出：

俄、德、法、美、日、奧、義、英。

這都要感謝以往偉大的歷史老師使用「口絕」來幫助我們「組織資料」。

試著用以下方法重新複習一次八國聯軍吧~

俄、德、法、美、日、奧、義、英

餓、的、話、每、日、熬、一、鷹

餓的話每日熬一鷹，是不是容易理解多了呢??

其實，組織訊息之所以重要的，就是因為他可以讓看似毫無相關的資訊，以邏輯的方法整理與架構，使大腦更容易吸收與接收訊息。

五帽架 Five Hat Racks

五帽架一詞最早由TED主席/執行總監 Wurman於1989年提出，「帽」代表資料，「架」表示組織方法，亦即不論訊息對象為何，都可以用五種方法進行資料組織，即地點、字母、時間、種類、或層次。

字母(Alphabet)

意指根據字母順序來組織資料，例如字典或百科全書。

以字母為組織的資料具有強烈的指示性，適用於非線性的資料，通常我們去KTV利用ㄅ ㄆ ㄇ 來搜尋歌手，或是使用電話簿的姓名分類都是使用字母組織法。



時間(Time)

當要呈現、對照一段固定時間內的事件，可透過時間先後來組織資料。像HBO的電影時刻表或銀行的交易紀錄查詢皆屬此種分類法。



地點(Location)

當資料方位相對重要時，可透過其地理位置和空間組織資料，例如捷運的地圖可幫助我們顯示自己所在位置與出口方向，而旅遊書則將靠近的景點畫在地圖供遊客參考，都屬於地圖分類法。



種類(Category)

依照相似性或關連性來組織資料，例如人力銀行的工作分類或是拍賣網站的商品類型，就是運用這種方式呈現資料。

全站分類

旗艦店

- 電腦、週邊、軟體 >
- 家電、視聽、電玩 >
- 相機、手機、MP3 >
- 汽車、機車、GPS >
- 服裝、內睡衣 >
- 鞋子、包包、配飾 >
- 精品、珠寶、手錶 >
- 化妝品、保養品 >
- 傢俱、寢具 >
- 廚具、衛浴、清潔 >

找工作
找公司
找課程

分類找工作：

	職務類別	工作地點	產業類別
管理財經	行政總務(16033)	財會稅務(6757)	金融專
	人力資源(2120)	經營幕僚(5994)	法務管
行銷業務	業務銷售(29604)	門市管理(18248)	行銷廣
	貿易船務(3076)	產品企劃(3138)	專案管
客服支援	旅遊休閒(4874)	客戶服務(6291)	美容美
	維修服務(5950)		
製造工程	生產管理(3946)	品管安規(6199)	軟體工
	mis網管(4355)	工程研發(13022)	化工研
	生技研發(825)	製程規劃(4435)	環境衛
	營建規劃(2627)	營建施作(2415)	製圖測
教育傳播	教育輔導(6836)	藝術設計(6465)	傳播習
	文字編譯(2218)	傳媒採訪(506)	學術研

層次(Hierarchy)

如果需要突顯資料間彼此的關係可使用層次組織法(例如最大到最小、最高到最低、最貴到最便宜)，網路書店的銷售排行榜或是搜尋引擎排名都是使用層次法來組織資料。



五帽架的應用

此處以五帽架法則應用在beanfun!官網為例：

字母(Alphabet) 朋友清單以英文字母或是中文筆畫進行排序。

時間(Time) 步驟型的頁面(如：註冊頁)，需標明步驟順序，

地點(Location) 將GASH+通路商的位置以地圖標示出位置。

種類(Category) 將遊戲選單做分類(如：RPG遊戲或動作類遊戲)。

層次(Hierarchy) 遊戲清單依照推出時間或是熱門指數進行排列。

結語

不論是網站、導覽手冊、或是賣場規劃，幾乎都可以透過五帽架法則進行組織，不同的組織方法也會影響使用者對資料的觀點。

五帽架法則只是眾多組織方法中的一套理論，最重要的還是設計者對資料分析的能力，在拿到資料時，先思考一下資料所要強調的重點是什麼?如此才能將內容和使用者做最有效的溝通與互動。

參考資料

1. 設計的法則125個影響認知、增加美感，讓設計更好的關鍵法則
2. 了解「人」-你才知道怎麼設計！洞悉設計的100個感知密碼
3. http://www.infovis-wiki.net/index.php?title=Five_Hat_Racks
4. <http://usabilityfriction.com/2009/09/29/five-hat-racks/#comments>

作者介紹

遊戲橘子人因設計中心 / Wendy Shih

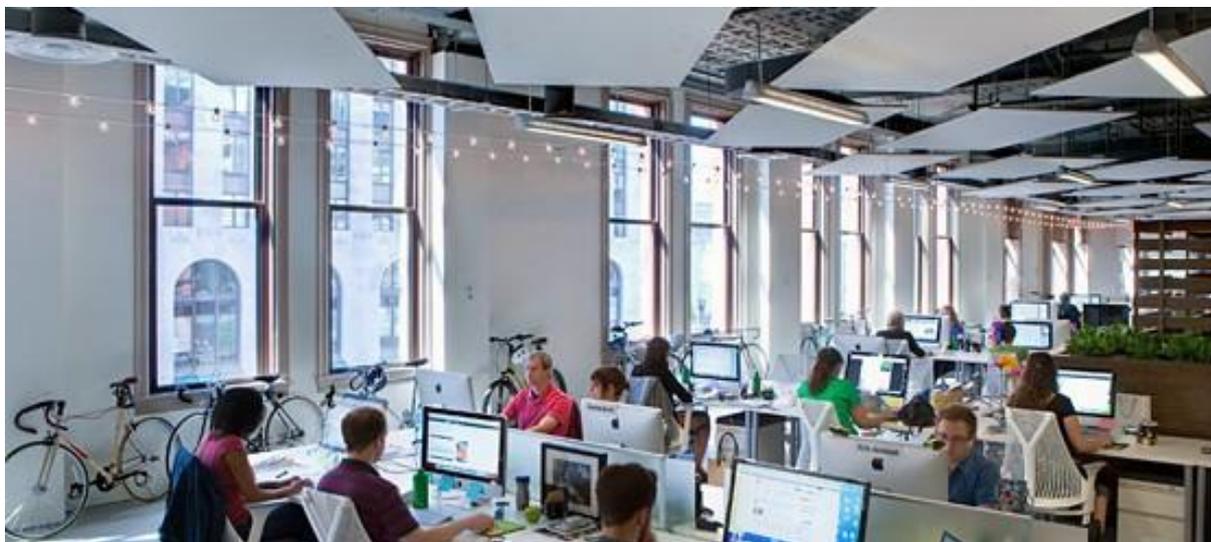
以使用者為中心UCD(User-Centered Design)設計方法，運用在集團各個專案上的執行或改良，致力於推動及提供遊戲橘子自製產品最佳的使用者體驗。

世界上最酷的辦公室

2014-07-15 00:00:00



工作是一般上班族生命中相當重要的風景，所以，辦公室長怎樣也左右了人生。魔鏡啊魔鏡，究竟世界上最酷的辦公室是誰呢？《Inc雜誌》說是美國第二大團購網站LivingSocial！酷並不純粹是因為先進的辦公環境，而是把年輕的網路公司融入古老建築，讓充滿活力的辦公室，卻散發著向歷史致敬的獨特氣質。



位在華盛頓的LivingSocial由OTJ Architects建築事務所打造，建築團隊獨具匠心，把習以為常的舊物件被用在想不到的地方，在許多細節都讓人感到驚喜！



▲在浴缸旁邊開會，是不是會比較有Fu呢？



▲連會議室都弄得像公園一樣。

《Inc雜誌》認為這完整實踐了把城市氣息帶進辦公室的概念，另外開放的空間也默默地鼓勵了員工互相合作、討論、激發創意的風氣。



▲當然年輕的網路公司少不了花俏的牆面，還有溫暖加班員工身心靈的餐廳。



▲復古的會議室桌椅，增添年輕公司沉穩的器度，也鼓勵在這裡的每一分每一秒致力寫下榮耀歷史。

辦公空間說明了一個品牌的一切！包括它的品牌核心、價值、它怎麼對待員工、甚至它的願景。不只是貼幾張海報、Partition隔間擺放就可以。LivingSocial美好又不浮誇、新舊巧妙融合的空間，展現出年輕公司的雄壯企圖心！

圖片來源：[via]

作者介紹

gamaniabrandcenter

一個由品牌中心成員共同撰寫的Blog。

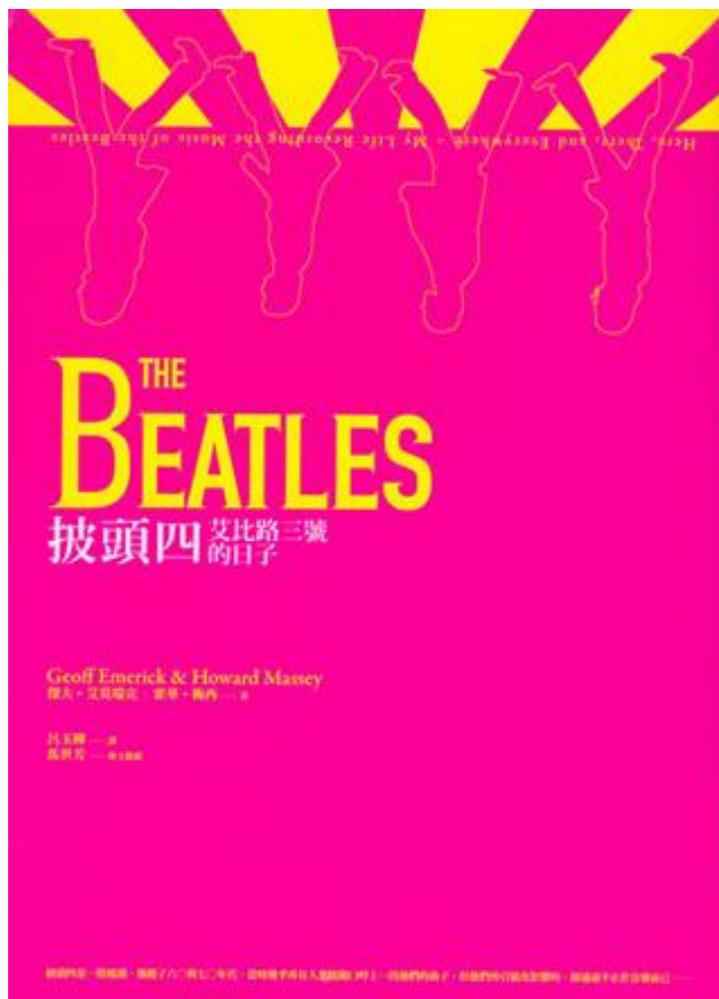
裡頭提供了設計人、企劃人、音樂人、策展人、創意人、外星人……

對品牌、行銷、設計的見解與觀察。

部落格:gamaniabrandcenter.blogspot.com

史上第一次披頭四錄音間大公開 披頭四：艾比路三號的日子

2014-07-15 00:00:00



橘人誌推薦：

「這是知名錄音師 Geoff Emerick 在EMI 三號錄音室與最偉大的樂團Beatles共度的回憶錄，從披頭狂潮的崛起與分道揚鑣，Geoff見證了這一切。書中也誠實的記錄了四位團員各自私底下真實的一面，衝突、口角、可愛、任性通通都有，不但如此，還記錄了在這3號錄音室中，創造偉大搖滾專輯的幕後故事與過程，值得一看！」

內容介紹：

艾比路三號，EMI唱片公司於倫敦的地址，多年來無數藝術家與音樂家在其中進出並灌錄唱片，也包括披頭四。他們在錄音間裡待了一個又一個漫長無盡的夜晚，陪伴他們的除了製作人喬治·馬丁外，就是本書作者傑夫·艾莫瑞克——他們的錄音師。

太多太多的故事都發生在錄音間中。

披頭四在那裡即興創作、與製作人討論每首曲子的內容、與錄音師一起設法完成不可能的音效；團員間彼此的包容與緊張、甚至到最壞的情況，由於小野洋子的介入，使其他團員感到不悅，進而引發衝突。即便如此，他們仍舊在此完成了搖滾樂史上，幾張最了不起的專輯，「艾比路」無疑已經成為披頭四的另一個象徵，甚至他們其中一張專輯名稱就是「艾比路」。



▲艾比路的街景也出現在披頭四的專輯封面。

從第一首暢銷單曲「請愛我」與披頭四結緣，擔任助理錄音師，到《左輪手槍》成為正式的錄音師，直到最後的錄音《艾比路》，作者擔任披頭四的錄音師近七年，見證了他們的成長到解散。現在，他決定把這些故事講出來，以紀念這個最偉大的樂團。

-----節錄至博客來書籍館

作者介紹：

☒ 傑夫·艾莫瑞克 (Geoff Emerick)

是全球出類拔萃的錄音師與製作人，曾與艾維斯·卡斯提洛 (Elvis Costello)、廉價把戲樂團 (Cheap Trick) 和傑夫·貝克 (Jeff Beck) 合作，四度榮獲葛萊美音樂獎，其中包括二〇〇三年獲得技術終生成就獎。

☒ 霍華·梅西 (Howard Massey)

是經驗豐富的音樂記者，出版過十一本著作，也以錄音師身分與重要藝人合作，例如艾維斯·卡斯提洛與電力站樂團 (Kraftwerk)。

-----節錄至博客來書籍館

創意邏輯

2014-07-15 00:00:00



廣告影片，來自創意，創意是無邊無形、異想天開，在拉屎與騎機車時，別人沒想到的創意讓我想到了！這是當創意人最高潮的事情！！靈光乍現，咻~~~~馬上寫下、畫下腦中的想法，隔天英姿煥煥的說給客戶聽，陶醉在客戶以及同事的歡呼讚美之中（幻想提案順利的畫面…）

所以要在創意上談邏輯道理，是件矛盾的事情。靈光乍現，能用邏輯方式來推演嗎？矛盾矛盾！但即使許多創意人，不覺得創意可以分析、歸納、討論，不過這些年來，各大廣告公司都研究出自己的一套方式，來闡述、發想，編織創意，我在學校，不只學了那些方法，還自己花錢去上各大廣告創意人的秘招，試圖發現「成仙」的捷徑。

所以我相信，創意的背後肯定都有一個邏輯，可以推演出一個靈光乍現的好創意，而一個大創意，應該已經是化邏輯為無形，也就是有邏輯但卻難以推演……不過可以感動觀眾（以及客戶的口袋）！

運動品牌的廣告趨勢，除了商品功能性介紹之外，趨向以大創意來執行，用當地最流行的運動，在廣告裡，賣一個理想、一個未來、一個鬥志！當商品夠大（銷售量夠大），在廣告裡能「告訴」消費者的事情，就會越來越「深刻」，越無形，越摸不著邊，越像個難以質化量化分析，但看起來又爽又屌的廣告片。

這支Nike的新廣告，帶著一個目的，是宣傳巴西球隊的新球衣，Nike與廣告代理商Saatchi & Saatchi，讓球隊做的事情是，跟自己比賽。



這支新廣告，以及Nike過去千百支的Nike廣告，如果用一個X軸Y軸來做一個曲線圖示說明的話，Nike的廣告，越來越看不出邏輯與規範，然後也越來越好看！

Nike - Defeat Your Own Shadow

作者介紹

Bruce

曾擔任過國內外電視廣告製作、電影發行與戲院行銷、日本電通北京分公司創意比稿團隊、遊戲橘子內部導演，目前為日本遊戲橘子商品開發部課長（Section Manager）

FPS大作 《突擊風暴》 公測熱烈展開

2014-07-15 00:00:00



遊戲橘子代理在韓國創下連續106週網咖排名第一的FPS大作《突擊風暴》，在2月份進行菁英封測獲得廣大迴響後，隨即在4月18日展開公測活動。故事發生在中東地區，因為爭奪石油利益爆發衝突，由先進國家組成的聯合軍隊和當地的反叛軍勢力產生的一連串鬥爭。

《突擊風暴》是一款需要互相掩護、注重團隊合作的遊戲，若只是一人單打獨鬥、兇兇鬥狠，小心命喪黃泉。中文命名為《突擊風暴》是因為玩家身處於危險的環境，面臨四面八方隨時而來的恐怖襲擊，如何突破重圍存活下來，會是玩家最大的挑戰。韓國開發團隊GameHi在台灣的公測活動中，首度在台開放「吸血鬼模式」和「大頭殺模式」兩款全新模式，更特別推出全國首創唯一個人「軍火庫」，要讓台灣玩家玩得過癮！全國首創唯一個人「軍火庫」更是營運團隊跟原廠爭取而來的，只有台灣玩家可以玩到。「軍火庫」共有高達近30種射擊史上的系列名槍和多達8種的火力輸出武器，皆可讓玩家隨意挑選，在短時間內將裝備火力衝到百分之百，一起在戰場上痛快廝殺！喜歡FPS的人，千萬別錯過這款遊戲囉！

《突擊風暴》個人軍火庫官方宣傳影片：

《突擊風暴》產品網站：<http://tw.beanfun.com/SASTORM>

《突擊風暴》官方宣傳影片：

橘子首款代理網頁遊戲《君臨天下》 5月正式公測

2014-07-15 00:00:00



今年將積極搶攻網頁遊戲市場的橘子，預計在今年5月17日推出首款代理的網頁遊戲《君臨天下》，進行正式公測。

這是一款結合中國歷史背景的策略模擬遊戲，需要考驗玩家的戰略技巧和攻防策略，其中最大的特色在玩家可以體驗跨時代的中國歷代經典戰役，以及收納歷史上有名的英雄好漢，打破時代的界線，讓玩家穿梭於歷史的時空中。



▲玩家可以穿梭時空，體驗歷代中國的經典戰役。

另外還有君王的「天賦系統」和獨創的「武將單挑系統」，尤其武將單挑系統不同於一般遊戲制式的武打動作，玩家可以親自操作武將進行對戰，共有多達44種武將技能供玩家使用，讓策略模擬型遊戲多了點動作遊戲的趣味。



▲武將單挑系統採用了新的特殊的「拆拳」打鬥系統，透過系統的選擇招式，攻擊的招式不同，所產生的效果也不同。

想要在戰場上能所向無敵，勢必擁有後勤資源支援，《君臨天下》提供了完善的「內政系統」，讓玩家可以開墾農田養足人口、砍伐木頭興建建築物和巡視城池增加領地範圍，想要成為可以統領天下的帝國，必定在內政上需要好好下一番功夫囉！



▲城池場景展現出歷史的韻味和磅礴氣勢。

《君臨天下》產品網站：<http://tw.beanfun.com/GT>

Have a good IDEA SNS 平台開張！

2014-07-15 00:00:00



橘子是一家鼓勵創意的公司、橘子人更是一群充滿活力的創意家，為了繼續催化橘子的創意養分、發展公司內部的創意能量，我們建立了Have a good IDEA 社群討論平台，邀請橘子人上來分享各種創意新知，談論各種創意主題。

創意新知 ▶ 【Share IDEA】

不管你是行銷人、品牌人、研發人、企劃人、程式人、設計人還是普通橘子人，只要你有任何關於創意的好情報、好故事、好圖片、好影片、好書……任何想推薦的創意好物，都歡迎你來【Share IDEA】分享。

我們也會不定期提供最新創意展覽講座的相關訊息，舉辦公司內部的創意小活動，活絡橘子人的創意細胞。



主題交流 ▶ 【Talk APP】

從APP市場的爆炸成長、到橘子內部對APP競賽的熱烈參與，可以得知，APP跟大家生活中的一切，食衣住行甚至娛樂，已息息相關、密不可分。

在【Talk APP】你可以分享最新APP趨勢、推薦好APP、大談APP行銷，甚至討論橘子該出品什麼APP。



歡迎並邀請所有橘子人的加入及訂閱，發文回文都有機會抽神秘獎品唷！

>> 上 HAGI SNS平台瞧瞧！

gamania 搜尋使用者及群組...

GHQ-BR-Iris Lu(劉虹吟)
Brand Strategy Planner, GHQ-BR 品牌策略部

GAMANIA HAVE A GOOD IDEA

Have a good IDEA

訂閱

分享最新消息

Yoyo Dai 約1天前
【公告】Have a good APP 投票活動已結束，「最橘人氣APP獎-500元餐券」以及「投票獎-100元餐券」結果將於4/27在此公告，謝謝大家這次的熱情參與！
Eric Wu和Shinyeh Hsieh都說讚
讚 | 留言

Yoyo Dai 22天前
請投下你最喜歡的【遊戲組】APP，並留言：【No.?】+為什麼，就有機會抽中普橋島100元餐券，數量有限，抽完為止！最佳人氣APP也會獲得500元餐券，截止日為4月20日，趕快投票留言支持一下！

◎ No1.【Burning Loot】GHQ 企業行銷室_陳信安	9
◎ No2.【Crack!】GTW 產品發售部_王振宇、楊佳欣、劉翰霖	26
◎ No3.【夢遊少女】PCC 產品測試部_林佳琪	21
◎ No4.【碗豆樹登月球】GTW 遊戲行銷部_鄭馨蘭	25
◎ No5.【せんぱく! SEN爆!(線/千爆)】GJP 商品開發部_平岡 功臣	5
◎ No6.【Paper War】PCC 產品開發部_曾孟源	6
◎ No7.【辦公室大逃逃】GHQ 多平台遊戲開發部_鄭孟廷	77
◎ No8.【City Bus觀光巴士】PCC 多媒體設計師_羅譯明	17
◎ No9.【Pet Bottle Monster 寶特瓶怪獸】PCC多媒體設計師_羅譯明	9
◎ No10.【Tiny adventurer】GTW 產品發售部_柯智耀、王怡麟	93
◎ No11.【惡靈入侵】GTW 遊戲服務部_徐嘉成	77
◎ No12.【King of Knights】GEU_藍偉綸	8

留言 | 取消投票 查看全部142則留言

IDEA 完全公開群組
邀請橘子人上來分享各種創意新知，談論各種創意主題。
創意新知 > 【Share IDEA】
不管你是行銷人、品牌人、研發人、企劃人、程式人、設計人還是普通橘子人，只要你有任何關於創意的知情報、好故事、好圖片、好影片、好書...任何想推薦的創意好物，都歡迎你來【Share IDEA】分享。我們也會不定期提供最新創意展覽的相關訊息，舉辦公司內部的創意小活動，活絡橘子人的創意細胞。

主題交流 > 【Talk APP】
從APP市場的爆炸成長，到橘子內部對APP競賽的熱烈參與，可以得知，APP跟大家生活中的一切，衣食住行甚至娛樂，已息息相關、密不可分。在【Talk APP】你可以分享最新APP趨勢、推薦好APP、大談APP行銷，甚至討論橘子該出品什麼APP。
歡迎並邀請所有橘子人的加入，發文回文都有機會抽神秘獎品唷！

主題

- 【Share IDEA】創意分享哈拉區
- 【Talk APP】APP交流討論室

管理者 (1)

We Love Sports GAMA”愛”運動

2014-07-15 00:00:00



炎炎夏日即將來臨，又到了展現身材的時刻，身上厚厚的一層肥肉卻讓人不敢穿起短裙、短袖上衣。為了甩掉身上的肥油，GTW的服務事業處在4月份展開了「全處動起來之健康大作戰」的比賽活動，徹底發揮橘子FAMILY的價值和樂在工作的精神，並藉由提升體能、雕塑身材，更進一步增進團隊合作的默契。

比賽共分「飛輪接力賽」、「積分錦標賽」和「大魔王挑戰賽」三大項目。

「飛輪接力賽」採取團體競賽，3分鐘內踩踏里程數最遠的團體可獲得優勝，若有穿著特殊造型者，還可以增加總公里數0.5公里。

「積分錦標賽」則由GTW服務事業處同仁組成的四大團隊共同競爭，共有桌球、手足球、撞球、投籃機、跑步機，Wii、KINECT遊戲……等項目，團隊需要派出選手參加各項比賽，各項比賽中的菁英優勝者除了可獲得優勝紀念品外，還可為團隊賺取榮耀、積分，累積最高積分者就可奪下本屆冠軍寶座，將獎盃與獎金帶回家。

最後，脫穎而出的冠軍血盟團隊將進入終極的「大魔王挑戰賽」，大魔王成員由服務事業處的處長、三位經理、三位主任共同組成，比賽項目從桌球、手足球-雙人、撞球，投籃機，Wii、KINECT遊戲擇一進行，這是一場雙方都背負著”輸不得”的壓力，盛況空前的殊死戰，冠軍隊伍將賭下一切的危機與大魔王Battle，若冠軍血盟團隊比賽輸了，將接受終極肥肥大懲罰，若冠軍血盟團隊比賽獲勝，將可獲得大魔王們的神秘加碼小禮物！

大魔王陣容



服務事業處 處長
GTW-CS-Paul Hung(洪紹軒)

		
<p>教育行政部 部門經理 GTW-CS-Grace Lin(林怡瑩)</p>	<p>遊戲服務部 部門經理 GTW-CS-Santana Lin(林敬修)</p>	<p>顧客服務部 部門經理 GTW-CS-Calvin Yu(于國江)</p>



▲比賽最後的冠亞軍可以獲得獎盃一座，菁英優勝者可以獲得紀念胸章一枚
究竟活動從籌備到比賽的實際狀況為何？就讓我們一起來看看精彩的花絮介紹吧！



▲活動籌備小組沒日沒夜的加班趕工，希望將最完美的一面呈現給大家，因此上至處長下至主任的Q版小人偶，共製作了多達近50種不同運動風格的造型哦！



▲還有隱藏版人物-小魚和V哥的真人版與Q版的可愛手工造型人偶！擬真程度讓人不禁讚嘆：「好厲害啊！」



▲活動籌備小組卯足全力期待達到盡善盡美的境界，將GTW服務事業處的辦公室插滿了活動的旗幟，讓人強烈感受到活力的氛圍。



▲辦公室中貼滿了積分賽事表，時時刻刻可以查閱分數，不禁讓人激起鬥志要全力以赴拿下冠軍。介紹到現在，是不是感到一絲絲的驚艷呢？！那就一同來看看初賽跟複賽的情形吧！準備放大絕了！！





▲KINECT：KINECT的比舞大賽，每個人都使出渾身解數，是不是非常動感呢？



▲撞球：姿勢一百，準度更是百分百。



▲桌球：桌球討論戰術，其實戰術是……把球交出來。
由於活動是動態的，所以讓我們來看看影片一起感受運動的快樂吧～

星期五猴子愛跳舞之舞動全身
只要有心，人人都可以是林來瘋
桌球之我被嚇到了
為了榮譽，搭上奪命跑步機
撞球高手出包版
瘋狂賽車
不要惹惱女人

最後不論賽事結果如何，如果沒有整個服務事業處的配合，沒有幕後人員的籌畫，活動就不會完整，謝謝這些真正隱藏起來的幕後人員。



首席企劃：Chao Feng(馮昭珮)
首席設計師：Ron Yu(游龍昇)
首席攝影師：Jianan Lin(林建安)

幕後工作人員：Amber Lee(李本嘉)、Gracy Chou(周書怡)、Emily Huang(黃彥韶)、Daphne Lu(盧彩琦)、Ruby Yao(姚梨雯)、Keen Hsu(許智偉)、Leo Tu(杜榮峻)
活動顧問：Wei Chang(張志惟)、Jack Huang(黃偉捷)