

9

SEP, 2015
vol.71

GIVoice

橘人誌



8 860282 269166

brand.gamania.com/gvoice

遊戲橘子
不只遊戲

Read it, Know it, Love it!

跨屏新媒體：酷瞧

2015-09-01 00:00:00



隨著行動裝置及網路的快速發展，透過行動裝置我們可以隨時隨地獲得最即時、最多元化的內容。人們不再只是固定的在定點接收訊息，而是花更多的時間使用行動裝置，趁著移動或等待的空檔瀏覽少量、簡短的訊息內容，並避開那些過於繁雜難懂、長篇大論的內容，數位內容的行動化正在悄悄的影響著人們的行為。因應人們碎片化的接受資訊模式，內容朝向更輕量化方向發展。

輕量化娛樂

酷瞧正是媒體內容輕量化策略下誕生的產物，從去年3月成立至今，因應多載具、多平台及線上影音趨勢，已與製作了「康熙來了」、「大學生了沒」、「超級星光大道」等重多當紅娛樂節目的野火娛樂合作，產出輕薄短小的娛樂內容，除了更容易被觀看也更容易分享，顛覆以往大眾對電視娛樂內容的刻板印象。內容從生活八卦話題、星座話題到歌唱選秀多元的無所不包。並結合社群平台推送曝光以及其他影音的轉載，創造更多話題以及流量。光是以12星座主題的內容為例，一上架的同時除了引起跟風，更在三天內透過社群的分享上看兩百萬的瀏覽人次。

更推出的「橘子20星光大道」，在酷瞧、華視、Yahoo等平台跨屏播出，節目結合新媒體互動，推出專屬APP程式以及Tagboard功能，網路總點閱率超過200萬，引起群眾網上熱烈討論，成為今夏最熱門的話題之一。



▲在社群引起跟風的星座話題系列影片



▲再次掀起話題的星光大道

內容即商機

多元化的內容除了帶給觀眾更多娛樂的可能性，也帶來更多商業的可能性。協助轉載的平台因有了內容的加持，可以衍伸出廣告的收益，持續傳播更多內容滿足觀眾。內容本身也可以透過授權、經紀的方式，延伸出各種商品，並透過電商平台販售，將內容轉化成無限商機。



打造品牌網路社群力：蟻力

2015-09-01 00:00:00



社群時代，品牌若要快速的發揮影響力，最好的方式就是透過社群分享，但要分享哪些內容呢？品牌必須從消費者習慣來思考幾個問題，究竟消費者們想看什麼樣的內容，又什麼內容能夠刺激消費者們的分享轉貼？想在社群操作如虎添翼，就必須要對消費者有更深刻的了解，以及對上述問題有精闢的見解。誰最了解消費者呢？最了解消費者的人，莫過於消費者最常接觸的對象，而蟻力就在這個部分占盡優勢阿！

最了解消費者的團隊



人們群聚，便有社群，網路不過是新增的媒介，透過社交媒體崛起，網路平台服務，消費者大量接觸不同主題、不同對象而活絡在網路世界。

蟻力的前身是遊戲橘子的客服團隊，除了在最前線專為消費者24小時、不同管道回覆疑難雜症，更肩負著對內對外的遊戲測試、營運監控及打擊外掛的後勤支援。不但擁有多年與第一線與客戶接觸的經驗，也是最了解消費者聲音的團隊，更了解品牌、產品的核心問題，所以說，怎能不把社群交給蟻力呢？

蟻力利用多年的客服經驗，進而發展串連社群，發揮品牌力的最大價值，效法螞蟻的以小搏大、分工合作的精神，讓小小的組織卻有足以推動整個社群的無限影響力。

創業者的共生與共創：群募貝果

2015-09-01 00:00:00



一個人無法完成的夢想，提出你的計畫，集合大家的力量就有可能完成。近年來興起的群眾募資平台，扮演著媒合資金需求者以及贊助者的角色，幫助眾多身懷夢想，富有好點子、好創意卻苦無資金的人們完成他們的計畫。在國外，群眾募資的火紅，上架案件數量飆升，資金被分散的情況也導致成功率逐年降低，去年更向下跌破4成。而在台灣，資金更加集中，平均40%到50%的成功率，成為台灣群眾募資的最大優勢之一。

圓夢推手：群募貝果

在台灣的巨大優勢下，橘子自詡為網路旗艦公司又能做些什麼呢？去年透過橘子集團內創條款誕生的群募貝果，希望擴大群眾募資的現有模式，透過整合集團內部以及外部的產官學資源，協助這些成功募資的計畫能夠把夢做大。募資不再只是得到資金的挹注而已，通路、製造、行銷、策略夥伴等後端資源做為燃料，讓這些夢想有足夠的動力去完成，大幅提高募資案件的成功率，甚至比原本計畫的更好。而贊助者也可以在群募貝果找到各式各樣有趣的創新點子，像是高師大的三個學生所製作的動畫片及角色IP設定的模型就在平台上獲得眾多贊助者的關注。



▲高師大學生的動畫作品”Return”

群募與文創、娛樂的新火花

文創募資，像是原創的插圖、動漫、遊戲、動畫片在一般的情況下，會在募資完成後進行製作及販售，但透過群募貝果及集團資源的協助，將這些作品中的角色IP以經紀及授權的方式，刺激更多的創作與周邊商品的產生。其中，群募貝果就在一位插畫家Era的公益集資案成功募資達標後，與這位插畫家合作成為他的經紀人，目前正持續的將他的作品開發成商品，並與樂利協商後續的銷售。



▲Era的創作貼圖

另外，娛樂節目更可透過與平台的合作，幫助粉絲贊助他們喜歡的偶像藝人。群募貝果將透過集團資源

整合，與這些創業者們分享資源並與他們一起創造更多夢想的可能性。

拉起手機的安全防線：果核

2015-09-01 00:00:00



根據趨勢科技最新發表的「2015年第一季資安報告」指出行動裝置最大的威脅來自於惡意廣告，且根據統計，在今年三月份Google Play就曾超過2,000個可能含有惡意程式的APP。

在幾乎人手一機的時代，智慧型手機為人們帶來便利的生活，但也成為有心人士窺探我們隱私的媒介，當這些有心人士把腦筋動到了APP下載平台，不可知的危機潛伏其中，使得人們不得不開始重視行動安全。

強大的資訊保護傘



▲果核的前身



果核數位 Digicentre

▲現在的果核

果核前身為橘子集團得遊戲研發部門，從2013年起開始對外提供資訊服務，目前則專注於資訊科技、資訊安全、行動安全三大領域。首創專為行動安全設計的appGuard，保護Adroid系統不會中毒、個資不會外洩，也讓app不會遭到有心人士竄改，輪為犯罪工具。



擁有達6,600台的伺服器的果核，提供來自145國、六百萬用戶安全無虞的網路空間。並全年無休提供顧客全方位的防護，每日抵擋來自高達九十五個國家、六萬台電腦、600萬次的攻擊，是維護網路產業安全的最佳好夥伴。

電子貨幣的革命家：GASH

2015-09-01 00:00:00



有想過嗎？當你睜開眼睛開始新的一天，從出門搭車通勤、逛街購物、吃飯聚餐，只要一支手機就能搞定。從此以後我們不再需要再帶著笨重的零錢、厚厚的紙鈔、甚至是多到分不清是哪家銀行發行的塑膠卡片，就能進行付費。這不是未來，而是現在進行式！

從實體貨幣到塑膠貨幣的革命已經過時，現在！GASH將掀起一場足以顛覆我們生活方式的電子貨幣革命。

GASH的轉變：從遊戲點數到電子貨幣



LULU說：「GASH透過3大重點事業的發展，樂點集團將整合遊戲點數、支付、媒購業務，以提供客戶一

條龍的完整服務內容。加上串接歐美市場，整體服務範疇將再擴增，發揮兼具深度與廣度的優質服務！」

GASH在今年正式更名為樂點(GASH POINT)，過去遊戲橘子在2000年時為了線上遊戲誕生的支付系統再分流成兩個獨立的事業體。

首先是繼2011年GASH點數被推廣至遊戲業界並大量被採用，應眾多同業夥伴新的需求，開始整合集團內部資源提供整合行銷服務而誕生的樂媒採(GASH MEDIA)。另外，則是擴大大自本身從2000年起就持續耕耘的金流服務，從娛樂消費服務所用的點數，擴大至全方位的生活支付服務誕生的樂支付(GASHPAY)，提供消費者線上到線下安全、便利的交易環境。



革命里程碑

為了實現更安全、便利的消費生活，GASH早在2013年起便陸續在國際取得的金融及資安認證，更著手以樂點行動支付取得第三方支付執照，與玉山創投、全家，以及台灣大車隊策略聯盟，也整合遊戲橘子集團資源，結合如酷瞧、樂利、樂豆等數位平台，為的是除了滿足線上到線下更便利的支付行為外，也能讓消費者在全世界都能使用電子貨幣進行支付，積極布局線下支付據點，第一時間落地，搶攻小額支付市場，取代消費者日常生活中高頻率的現金消費，為大家生活帶來更多便利。

揭密跨境電商:樂利

2015-09-01 00:00:00



就在去年11月，熟悉兩岸通路及電商，曾屢屢榮獲服務商大獎的樂利數位科技正式加入橘子集團，為集團再添新戰力，成為集團的一大重點事業體，拓寬了橘子的版圖格局。

樂利與橘子的淵源

樂利與橘子集團有很深的淵源哩！樂利創辦人Kevin原來也曾經是橘子大家庭的一分子，2005年離開橘子後獨自在外打拼近十年，創業維艱，終於在電商領域占有一席之地。



樂利以全方位電子商務作為其核心服務，服務範圍橫跨兩岸，整合了「品牌營銷」、「會員營銷」、「電子商務管理系統」、「客服」、「金流」、「物流」等一條龍的電子商務服務。當然，提到電子商務，不能忽視海峽對岸的商機，樂利在大陸地區深耕8年，最了解大陸電商環境，也是兩岸跨境電子商務服務的領導商。

去年12月，Kevin帶著更多的夥伴們重回橘子大家庭的懷抱，帶著目前最火紅的跨境電商Know How與橘子分享，一起將產品布局國際，打破傳統品牌國際化的操作路徑，整合品牌行銷讓產品更快速的與消費者接軌，與橘子共同打造網路時代不受國境限制的品牌快速成長捷徑。

樂利的嶄新未來

有了橘子集團作為強大的後盾，樂利不但成功將多項國際品牌商品導入中國電子商務市場，包括美妝保養、生活消費、文創行旅及資訊產品，也串連集團內資源，以遊戲橘子廣大的會員基礎進行導購，與酷瞧影音、GASH金流、蟻力與果核合作，成為群募商品的銷售平台，找到更多的消費者與好產品。



東京新景點？能辨識你是哪國人，解決觀光客語言困擾，還能創造消費的互動櫥《ainz & tulpe Looks》

2015-09-01 00:00:00



關於日本人普遍英文不好的這件事，已經是國際認證了吧。但，倒無損於絡繹不絕來自世界各地觀光客到此一遊的意願。

多年前，我在東京某個月台要去某個地方，找著一位站務人員，指著地圖，用我破破的英文問他「我要去這個地方，該在哪個月台搭車？」，那位先生沒答話，反用手刀快步的跑回服務台，我以為他要幹嘛，想不到他再回來時，手裡多了一台計算機!!!沒錯，就是計算機，然後，他很認真地引導我看著計算機，按出數字「12」，霎那間，我懂了，他雖然從頭到尾沒有開口說一句英文，卻完全解決了我的問題，我開心的走向月台，繼續往我的目的地前進。

日本人當然知道「語言」不是他們的強項，但「科技」，是

對於我這類只是找條小路、點個餐、問個價格的困擾，用身體語言或是比手畫腳，不會是什麼大問題，但日本如果想賺更多的觀光財，總不能光靠熱誠來解決吧，還需要更多的方案才行。最常見也最土的方法，就是針對觀光客大宗的語言，像是中文，找個會說中文的服務生，就結了。但身為科技大國的日本，當然不會以此自滿。

據說是小資女必遊景點，東京非常知名的藥妝店《ainz & tulpe》，在今年7/26開始，就在她新宿東口店外設置了一個「互動櫥窗-Looks」，運用一整面的電視牆+互動裝置+臉部辨識技術，不但要幫消費者解決語言的問題，還創造了更多的可能商機。



這面櫥窗運用了店內可以取得的商品，找來了知名彩妝師Kazuko Hayasaka規劃，展示了一系列畫上最流行彩妝趨勢的模特兒，當你走在櫥窗前，這群Models的目光會跟著你移動，一旦你停下腳步，站在你看上眼的某個模特兒面前，觸控螢幕，你就會得到一張折價券以及諸如：這個妝容用上了哪些商品等相關資訊，重點是，它臉部辨識的技術，可以推測出你是哪國人，驚!？然後用你的母語列印出這些資訊。你只要帶著coupon去店內消費，不但可以享受折扣優惠，還可以在三分鐘內幫你畫上你喜歡的妝容。這個服務是不是很貼心又強大！



▲能辨識你是哪國人，給你相對應語言的coupon。

<https://vimeo.com/135932592>



▲Looks的網站上有彩妝的相關資訊。



▲由彩妝大師規劃，全部取材自店內商品的教學步驟。

我不曉得它臉部辨識的成功機率到底有多高，也不確定有多少種語言（只知道有日文、中文、英文），無論如何，這會是一個有趣的“window shopping”經驗，不但解決語言的問題、吸引走過店門前消費者的目光、也創造了社群話題，而且，這些Coupon是消費者“要”來的，而不是走在路邊，被亂槍打鳥的

強塞，兩者的差別，對於完成交易的轉換率一定會高出非常多。

最近有要去東京的計畫嗎？屆時不妨到此一遊、感受一下，看看系統會把你認成哪國人！是正確無誤還是擺個大烏龍？也順便發個臉書，讓大夥兒取笑或是讚嘆一下吧！

「十年磨一劍」騰訊的用戶體驗發展

2015-09-01 00:00:00



使用者體驗、使用者研究一詞近來炒得正熱，似乎每個公司一定要徵幾個相關職位，UX/UI 設計師等職缺如雨後春筍般接連冒出，究竟這些職缺工作內容是否與職稱頭銜相符，相信身為設計人都心裡有數。悠識舉辦的 MIX2015 論壇，請到騰訊第一位專職交互設計師：陳妍，分享騰訊的用戶體驗發展，讓我們了解如同騰訊等級的大公司，體驗設計是怎樣被執行。

MIX 2015 行動體驗設計論壇 – 用戶需求驅動創新設計

日期：2015/05/15

主辦：悠識 UserXper

主講人：陳妍 / 騰訊 用戶研究與體驗設計部總經理

主題：用戶研究在騰訊 – 大數據時代的使用者研究創新

十年磨一劍

騰訊是中國最早的互聯網即時通訊軟體開發商，公司的使命為通過互聯網服務提升人類生活品質，1999 年推出 QQ 通訊軟體誕生以來，其發展影響幾億中國網民的溝通方式與生活習慣，若說 QQ 是連結人與人，微信的目標便是連接人與服務，提供便捷的溝通平台，致力於整合各種生活功能、社會服務功能及商務應用。



相較於中國另外兩大巨頭公司的主要盈利模式，百度靠廣告、阿里靠電商服務，騰訊是第一家向使用者收費而有盈利的互聯網公司，目前約有 10% 的用戶付費，用戶的重要性可見一斑，相應而言使用者研究在騰訊佔有核心地位，產品導入用戶體驗至今已十年，因此講者陳妍以「十年磨一劍」作為此次分享主軸。

2005 年騰訊成立可用性測試實驗室，為可用性測試建立標準；2008 年將用戶研究運用在產品研發與運營全流程，主要分為五階段：

產品規劃期：研究目前市場狀況、競爭對手產品、目標用戶

DEMO 期：Prototype 原型測試、視覺定位

版本發佈前：可用性測試、用戶深度訪談、眼動測試

版本發佈後：調查使用者滿意度、口碑與後台數據分析

版本迭代循環：新功能研究、品牌研究、流失用戶分析



值得一提的是在講求新與快的互聯網產業，騰訊花費三年時間進行大規模重構，將前後端分離，方便程式與設計進行改版，以能更有效依據使用者研究的成果改善產品，這在現今的產業生態是少見的，相信也是一場豪賭。

評估體系與工具方法相結合

2012年騰訊發展更快速的用戶研究，減少人力的依賴，陳妍總經理舉出以下實例說明如何結合評估體系與工具方法：

趨勢分析自動化產品「微趨勢」

為了瞭解用戶對產品的評價，剛開始騰訊耗費八個人力每日到網路搜集用戶的評論，在使用者持續增長的情況下，人力負擔日漸沉重，期望能有快速且自動完成的工具，於此背景下誕生的產品便是「微趨勢」：利用爬蟲程式自動收集網上所有相關用戶評論，並做到口碑監控、問題定位、趨勢分析三大功能。



微趨勢發展至今，已拓展到八個監測渠道：騰訊微博、新浪微博、Support 平台、App store、應用寶、安智、百度貼吧、官方論壇，服務近百個自動化口碑分析產品，並提供定制化及專題口碑研究報告。像是前陣子推出的紅包服務，可以藉由微趨勢得知個時段的討論熱度，像是即時已過完年很久，還是有用戶作為朋友間小額支付的管道，掌握此類資訊，便能依此推出相應的服務與行銷手法。

問卷調查系統「騰訊問卷」

騰訊的員工約有兩萬多人，其中 50% 以上為工程師，當外部廠商無法滿足需求，公司就會考慮自行開發，像是問卷調查系統，以自身需求設計建立，優點為統一問卷平台、常用問題標準化、累積用戶數據，此系統已建立用戶關係鏈計算，能夠推測使用者間的關係以及智能辨識用戶中英文姓名甚至綽號，增加整體系統的精準度。



此問卷系統目前服務於九十多個部門，創建了近七千份問卷，有效問卷的回收量超過一千五百萬份，由以上數據可以想像為何騰訊需自行建立問卷系統。

有興趣的朋友，騰訊問卷系統已開放 QQ 用戶使用，小米、央視也使用過此系統。

在線樣本庫「雲頂平台」

騰訊的使用者佔約中國互聯網使用者的 90%，建設中國互聯網網民的在線樣本庫便具有一定的代表性，基於這些真實且龐大的即時使用者資料，有別於過往購買第三方的資料的方式，騰訊公司打造互聯網行為監測數據庫「雲頂平台」，對品牌競爭格局進行持續性的評估按監測，對變化趨勢進行深入的原因挖掘分析。舉例來說，能夠得知用戶一天在各 app 上花費的時間，以及每個時間點用哪個 app，藉此可知使用者行為與設計師假設是否相符、自家產品與他家產品的差異等，針對這些點做持續性的追蹤及問題剖析。



運用以上所述三種工具方法，以微信的春節紅包為例，「微趨勢」了解用戶對春節紅包的評論反饋、「問卷調查系統」了解用戶對紅包的態度，「雲頂分析」則提供用戶搶紅包行為洞察，綜合分析用戶的參與狀況與事後的態度，甚至是伺服器在同一時間點需要承受多少的流量。具備這些評估體系及工具，騰訊便能有憑據的持續進行產品版本迭代，在進行每個決策時更多的考慮用戶回饋，而不是單純依據個人經驗或紙本理論，做到真正實現以用戶價值為導向的設計理念。

用戶評價融入企業KPI，重點產品體驗考核

一般的互聯網公司對產品部門進行績效考核常見指標諸如：產品用戶基數、用戶活躍數、營收額及成本控制等，騰訊公司因重視用戶體驗，加入了用戶綜合評價，分為定量研究（騰訊內部問卷、外部問卷、

微趨勢數據) 與定性研究(現場用戶測試、專家走查、無障礙測試)，每年各大事業群會抽出代表產品進行考核，平均指標分數約為 85 分。

使用者研究的重要性不僅止於工具及方法，能讓同仁認可才能深入企業文化，騰訊的新進員工培訓必備「用戶導向」課程，且盡力使每個員工都能瞭解認同自家產品；在年末的員工大會除了傳統的高層演講，也會邀請騰訊的客戶(使用者)進行分享，落實以使用者為依歸的精神。

結語

在瞬息萬變的互聯網時代，騰訊的產品具備 Always On Line 的特性，不是上線就結束而是不斷的探索與更新，因此內部開發推動敏捷設計，將 PM、設計師、工程師、QA 等相關人員丟在同一張桌子上，方便快速激盪交流，能在兩個月內推出新產品，再依據用戶回饋每週進行改版，在商業價值與用戶體驗兼取得平衡。

以目前正火的微信為例，推出時為搶佔市場，必須比競爭對手米聊更早上線，開發時間僅兩個多月，豈能做到盡善盡美並顧及使用者感受？但騰訊的做法是先推出再改版，並傳達一個想法給使用者，「我們的產品目前不是最好，但它會越來越好」，搶佔市場後再增加用戶的黏著度，可見開發時間短不是漠視使用者體驗的藉口，由騰訊公司的經驗來看，落實使用者體驗並非一蹴可幾，需客戶、公司、員工等多方面配合，讓 UX 成為一種精神與文化，而非單純淪為口號，至於實行的手法有很多種，騰訊公司的規模大資源多，但也是從可用性用戶研究開始實行，歷經十年時間發展至現今的制度，保持公司走在中國互聯網的最前端。

圖片來源：講者簡報重繪

作者介紹

[設計大舌頭](#) / tigerfat

設計大舌頭是一個關注使用者經驗相關議題的內容平台，包含使用者介面、互動設計、使用者經驗、產品設計趨勢以及服務設計等，試圖讓更多讀者了解設計師們的巧思，並推廣 design thinking 的思維。

《時代雜誌》擁抱社群，化品牌危機為助力

2015-09-01 00:00:00

美國《時代雜誌》（Time Magazine）為當代最具地位及影響力的刊物品牌，其高水準的封面照片成為經典的更是不為少數。然而，在今年8月17號出版雜誌封面卻跌破大家的眼鏡，慘遭外界評論為最糟糕的封面。



這幅以「虛擬實境」（Virtual Reality）做為封面故事的封面，邀請了虛擬實境技術研發公司「Oculus VR」的創辦人帕爾默·拉奇（Palmer Luckey）擔任封面人物。照片中Palmer Luckey穿著POLO衫及牛仔褲，雙手微張像是漂浮在半空一般，背後還搭配著海灘背景。諸多評論認為，不提燈光、後製及糟糕的背景搭配，其影像不僅令人遺憾的無法傳達身歷其境的感受，太過休閒的打扮加上滑稽的動作不僅摧毀了美感，更間接的貶低了VR的形象。

不僅惡評如潮，網友當然也不放過嘲笑如此滑稽的畫面，大肆的展開一連串的PS惡搞。



▲[Tidus5005](#)



▲ [PellyNV](#)



▲ [Matt Ufford](#)



▲ [arranseaton](#)



▲ [bbofun](#)



▲ [Joseph M.Santi](#)



▲ [Joseph M.Santi](#)



▲ Nibel

面對毒舌網友的群起惡搞，《時代雜誌》雜誌，並不對此多做解釋。他們選擇幽默以對，選出他們認為最好的37則作品公布在自己的網頁上，也藉機推了自己的當期雜誌一把，順勢提供封面故事的文章連結提醒網友們可以觀看文章，了解虛擬實境如何改變我們玩樂的方式。

<http://time.com/3987961/virtual-reality-time-magazine-cover-memes/>

社群時代，品牌面對惡評，不僅不能急於銷匿、掩飾自己的錯誤，試著幽默化解是一種解決之道。大家的注意力將不會再聚焦在「《時代雜誌》為什麼選了一幅這麼糟的封面？」而轉移焦點到這些有趣的惡搞創作上。《時代雜誌》反而高招的順勢利用社群的力量為自己新一期的雜誌打了一波漂亮的免費宣傳。

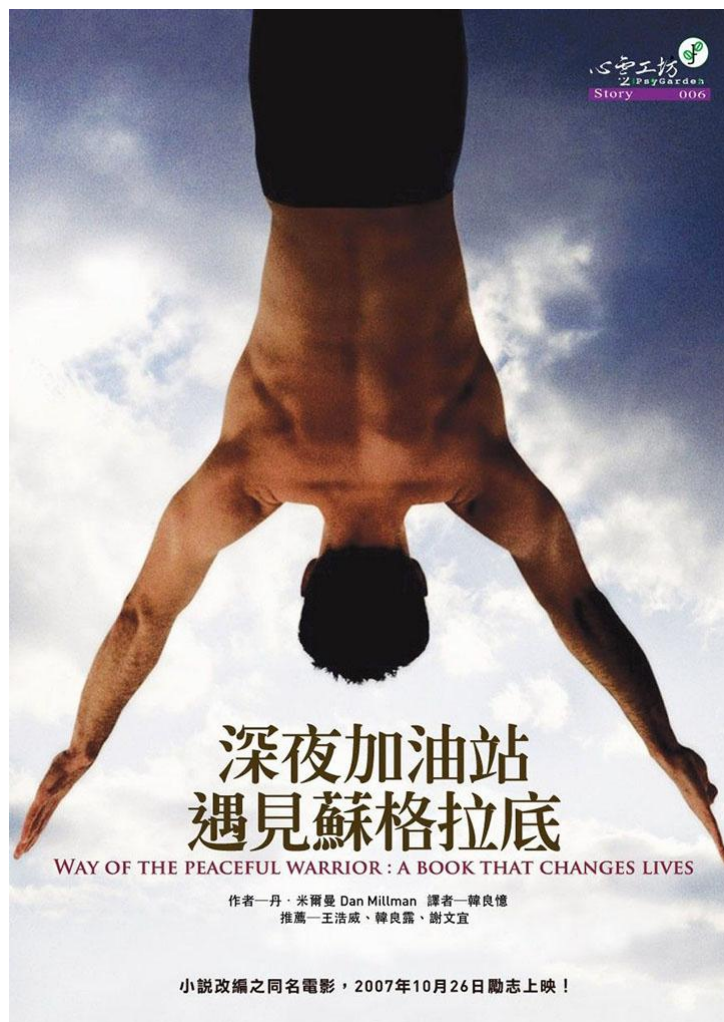
資料來源：

<http://time.com/3987961/virtual-reality-time-magazine-cover-memes/>

<http://metro.co.uk/2015/08/07/the-internet-doesnt-like-the-new-time-magazine-cover-so-they-photoshopped-it-5331397/>

《深夜加油站遇見蘇格拉底》 Way of the Peaceful Warrior

2015-09-01 00:00:00



每個人心中都住著一個蘇格拉底，藉由探索了解自己的歷程，進而獲得心靈的滿足，更專注於「此刻」，亦即「當下」與「這裡」的概念。男主角透過與蘇格拉底的對話，學會如何審識自己，了解過去與未來不再重要、想著失敗與成功也沒有意義，編織自己的人生，並且對熱愛的事物全心付出，就會從人生的歷程之中獲得喜樂。這是一本關於心靈旅程的書，在迷失徬徨的路上，指引一條通往喜悅和平的道路。

內容介紹：

從二十世紀八〇年代，到二十一世紀的身心靈時代，《深夜加油站遇見蘇格拉底》這本超好看的半自傳體小說，一直緊緊抓住了全球數以百萬計的年輕人心靈。它的使命，是陪伴不同世代的青春生命，勇敢走上屬於自己的英雄成長旅程！

1966年之前，我一直被幸運之神眷顧，在安穩的環境中長大，在世界彈簧床錦標賽中拿到冠軍，周遊歐洲各國。可是這段生命歷程為我帶來受之無愧的讚賞，卻沒有為我的內心帶來永恆的寧靜。一天，凌晨三點二十分，在一個通宵營業的加油站裡，我首次與蘇格拉底相遇。

這一次的偶遇以及接下來的歷險，改變了我的一生。

蘇格拉底把我的生活方式，和他的生活方式徹底對照了一番。他不斷取笑我過著既嚴肅、憂心忡忡又問題重重的生活：「你必須為你現在的生活負責，而不是為你所受到的困境去責怪別人或環境。等你真正張開眼睛時，你會看到你的健康、幸福和生活的各種困境，大部分都是你自己一手造成的——不管是有意或無意間。」



作者介紹：

丹·米爾曼 (Dan Millman)，前世界級彈簧床錦標選手、史丹福大學體操教練、歐柏林學院 (Oberlin College) 教授、武術輔導員。他的演講、研討會深深影響了來自不同社會階層的各個年齡層讀者，包括身心健康、心理學、教育、政治、體育、娛樂和藝術等領域。他的著作《深夜加油站遇見蘇格拉底》(Way of the peaceful warrior)、《The Journeys of Socrates》、《The Life You Were Born to Live》等書，發行人數超過上百萬冊，翻譯多達二十九種語言。丹目前和妻子住在北加州，育有三個女兒和兩個孫子。

-----節錄自博客來網路書店



圖片來

源：http://www.psygarden.com.tw/images/activities/MjAwODA3MzExMjM2MjY=/MjAwODA3MzExMjM2MjY=_1.jpg
http://c.blog.xuite.net/c/f/4/1/12634812/blog_41286/txt/13774956/6.jpg
<http://pic.pimg.tw/erickaa/1214279757.jpg>

《口袋楓之谷》愛的回歸引領亮麗成績！

2015-08-21 00:00:00

遊戲橘子旗下蜂玩娛樂代理、韓國著名遊戲開發商 NEXON 開發的《口袋楓之谷》於8/6已於台港Google Play及 App Store雙平台同步正式上架！期待已久的台港澳玩家立即「楓」湧下載，創造了亮麗成績！Android版本推出的短短四天已突破10萬下載！iOS版本在上架翌日更是分別獲得Apple推薦及總榜下載排行榜第一名！上市兩週內GOOGLE PLAY及IOS同時於台灣勇奪TOP 1 下載排名！



▲ 《口袋楓之谷》



▲令人懷念的角色通通在《口袋楓之谷》中再度登場

《口袋楓之谷》繼承了PC版的經典畫風、人物設定以及紙娃娃系統。玩家可以選擇三個角色，以不同的角度再次體驗在楓之谷世界遨遊的樂趣。此外，玩家更可以廣交結友加入公會，同時參與多人組隊任務，透過手機版也可享受一起挑戰關卡的快感，讓玩家隨時隨地都在楓之谷！



▲多人組隊享受挑戰快感

營運團隊將努力讓玩家在《口袋楓之谷》中，再次重溫最初與朋友們一起打怪刷寶的樂趣、建立公會為公會成員帶來無限榮耀、帶著可愛又實用的寵物一起戰鬥，保證讓玩家大呼過癮，愛不釋手。同時，亦希望在上市一個月內達成百萬下載，誓要把《口袋楓之谷》風靡全台，打造2015年最熱話題！



▲ Android版下載連結



▲ iOS版下載連結

Android版下載連結: <http://goo.gl/QSwcYu>

iOS版下載連結: <http://goo.gl/5bS7gb>

《口袋楓之谷》官方網站: <http://goo.gl/98qNSC>

《口袋楓之谷》官方粉絲團: <http://goo.gl/xNF54M>

睽違一年 《艾爾之光》全新職業「露」、「希爾」 同步大勢登場

2015-09-01 00:00:00

迎戰暑假，遊戲橘子旗下最熱血的動作冒險線上遊戲《艾爾之光》睽違一年，終於今(2)日推出全新職業「露」、「希爾」。成為首支二合一體的男女雙角，玩家可在不需要冷卻時間的限制之下自由切換角色，抑或是結合兩者力量展開強大連段攻擊。為了提供最新第一手遊戲內容及與玩家近距離互動，已於6月27日在大直日本安咖啡店舉行「《艾爾之光》原廠見面同樂會」，現場40名玩家搶先體驗全新角色的特色與魅力。同時，也邀請到韓國知名遊戲研發商KOG《艾爾之光》海外Team長宇元植先生前來台灣與玩家面對面。為歡慶「露」、「希爾」與玩家的首次見面，即日起至7月16日止，活動期間內每日登入《艾爾之光》連線10分鐘，平日即可獲得「成長的果實X1」的任務道具、假日可獲得雙倍，透過「成長的果實」且達成指定等級，可向NPC兌換新角色等級祝賀箱。



▲《艾爾之光》於今(2)日起推出全新首位二合一體的新職業角色「露」、「希爾」

首支二合一體的男女雙角「露」、「希爾」漫長旅途的開始

「露」原是一名魔族領主，但因鬆懈而慘遭親信背叛，以致被鐵鏈束縛封印，只能眼睜睜地看著權力、領土被蠶食殆盡。隨時間流逝，露漸漸失去記憶，雖用盡全力解開封印並逃到艾里奧斯，逃離魔界後但因過度消耗魔力，外表變回小女孩的模樣。最後，她和希爾訂下契約，開啟追擊侵略艾里奧斯的魔族的

旅程，設法奪回屬於自己的王位。「露」是屬於近戰型的職業，透過專屬的魔力手套，將可施放強大魔法擊退對手。



▲近戰型的「露」外表可愛，但個性高傲獨裁

而「希爾」年幼時父母被強盜殺害而露宿街頭，為了生存成為暗黑時期赫赫有名的暗殺者。希爾救起從次元裂縫逃出魔界的露，並細心照料並陪伴著她。某天，覬覦露的魔族殺手出現，希爾因不敵魔族的力量被殺害。在希爾瀕死之際，露恢復所有的記憶並察覺希爾想活下去，於是露和希爾訂立契約，希爾獲得全新生命重生為半魔族，因露的救命之恩，希爾決定成為露的隨侍，陪在露的身邊，直到露達成目標。「希爾」則是屬於範圍型的職業，運用雙重槍刃進行快速斬擊和射擊。



▲「希爾」感謝露的救命之恩，從此決定成為露的隨侍，守護著她

因為「露」與「希爾」是《艾爾之光》首位二合一體的新職業，因此在攻擊上更能發揮1加1大於2的能力。副本或對戰模式都以「露」為開始，但玩家將可在不需要冷卻時間的限制下自由切換角色，或結合「露」與「希爾」兩者力量進行強大連段攻擊。即日起至7月16日止，活動期間內達成任務執行條件的「露」或「希爾」角色，將可得到「+10露莉爾的強化符咒(70級)」獎勵。



▲在周圍釋放魂靈後引爆榴彈進行攻擊造成廣範圍傷害的「魂靈侵襲」



▲將前方的目標束縛住並進行強烈集中攻擊「幽冥碎裂」

最新消息搶先放送「《艾爾之光》原廠見面同樂會」與玩家開心互動

相隔一年，《艾爾之光》再度推出全新職業。為了讓玩家獲得第一手遊戲內容及搶先體驗改版特色，已於6月27日在大直日木安咖啡店舉行「《艾爾之光》原廠見面同樂會」，現場40名玩家不僅得到韓國知名遊戲研發商KOG《艾爾之光》海外Team長宇元植先生所帶來改版最新的訊息外，營運團隊獨家分享「露」、「希爾」遊戲致勝關鍵，也邀請到知名實況美女主播「潔哥」現場與玩家互動，同步也將在LIVEhouse.in進行線上直播，與近萬名玩家渡過愉快的週末時光。



▲韓國知名遊戲研發商KOG《艾爾之光》海外Team長宇元植先生前來與台灣玩家分享改版最新的訊息



▲知名實況美女主播「潔哥」現場與玩家互動



▲不僅活動順利圓滿完成，也與現場玩家度過愉快的週六午後時間



▲知名COSER小夢夢化身《艾爾之光》全新職業「露」



▲玩家活動現場除了擁有《艾爾之光》專屬紀念品外，也可以得到可愛的造型杯子蛋糕

- ※《艾爾之光》全新職業「露」、「希爾」同步大勢登場：<https://youtu.be/3A1h3R24Cmo>
- ※《艾爾之光》官方臉書粉絲團：<https://zh-cn.facebook.com/elswordfans>
- ※《艾爾之光》官方網站：<http://tw.beanfun.com/ELSWORD/>

Dare to Challenge 「2015 柑盃Gamania 20」

2015-09-01 00:00:00



每年初夏，熱血的橘人們一致關心的體育賽事--柑盃運動會，終於在5月16日(六)，中和運動中心熱力開賽！與往年不同的是，20歲的橘子，隨著歲月的增長與磨練，體力與志氣也都更加堅強囉！因此，這次也特別新增了許多前所未有的挑戰，像是：攀岩、曲棍球、壁球……，館內專業的運動場地，讓每位選手都能夠盡情發揮實力，跨樓層的競賽，使得場內更加熱鬧滾滾，還有還有！樂利、酷瞧、瘋糖也熱情加入這次的柑盃運動會，從大家蓄勢待發的眼神中，就知道這場運動會絕對精彩可期！呼~喝！

最小的挑戰者 小橘子從小蘋果跳出序曲

左揮手，右擺頭，小橘子一上場的可愛模樣，馬上融化了大家的心，此起彼落的歡呼聲，讓體育館的萌度瞬間爆表。



▲在柑盃上大秀才藝的可愛小橘子

創意隊呼 氣勢無限

今年是橘子承先啟後、大展鴻圖的一年，Albert隊呼競賽一開場，便開啟了這較勁意味濃厚的隊呼賽，隊呼代表著追求榮耀的決心，氣勢當然不能少！各個隊伍為此，可都是幾個月前就開始排練、絞盡腦汁，所以一定得好好的(拍評審馬屁)，大誤！是要好好的表現啦！





▲創意隊呼，各隊為求勝利，卯足全力！

全新挑戰 沒在怕

「Dare to challenge.」勇於挑戰，是今年橘子的指標，這次的柑盃運動會，當然少不了這項元素囉！攀岩、曲棍球、壁球、飛輪樣樣來，挑戰橘子人的耐力與極限！



▲ 攀岩競賽上，選手們一步一步奮力往上爬！



▲柑盃首次曲棍球競賽，選手們充滿鬥志的眼神，絲毫看不出緊張呢！

各樓層競賽 熱力不間斷

豐富多元的比賽，陸續展開，拔河、游泳、撞球、桌球各式各樣的賽事，絕無冷場！各個隊伍都發揮了團隊精神，互相加油、鼓勵，完成每項充滿挑戰的關卡，最後！冠軍出爐囉！由「橘子萌學園」橫掃千軍，拔得頭籌！勇於挑戰的橘子們，我們明年柑盃見！



▲一二撒！一二撒！用盡全力往後拉！



▲游泳好手，齊聚一堂！



▲「橘子萌學園」勢如破竹，贏得冠軍！

「撞」大聲勢！首款人撞人戰鬥RPG手遊《指尖騎士》正式版重裝上線

2015-09-01 00:00:00

遊戲橘子與韓國遊戲大廠NEOWIZ GAMES合作的全新首款人撞人戰鬥RPG手機遊戲《指尖騎士》月前推出Android不刪檔測試版，上市首週即突破兩萬人下載。Android正式版今(4)日重裝上線，首位迎戰的是以古代技術所製成的巨大石魔BOSS「癸干忒斯」。玩家將在全新系統「世界首領戰」領教到這位超強BOSS的殺傷力，每局結束後會依照玩家對首領的傷害進行計分與排名。此外，同步登場兩位具有暗黑性格的英雄「法茲薩伊斯」、「別西卜」，分別以重裝兵及騎士的職業現身，將帶給玩家更多的英雄組合選擇。iOS正式版也將在近期釋出，即日起至6月14日止，活動期間參加預先登錄活動即可獲得內含鑽石30顆與50,000金幣的「騎士預先登錄好禮」。



▲遊戲橘子旗下首款人撞人戰鬥RPG手遊《指尖騎士》Android正式版今(5)日重裝上線

「世界首領戰」即日引爆 精英騎士搶王者之位
狂下殺戮通牒 超強BOSS「癸干忒斯」沒在怕出場

《指尖騎士》正式版於今(4)日登場，開放全新系統「世界首領戰」。首位迎戰的超強BOSS「癸干忒斯」是來自希臘神話中身形雄偉、力大無窮的巨人族。外型是以古代技術所製成的巨大石魔，由於它的記憶只有「破壞一切」，因此有著無比的破壞力。「癸干忒斯」不論是召喚隱藏在雪中的冰石魔的「召喚:寒冰石魔」、引發下雪造成敵人受傷的「暴走:力量釋放」等技能，在對戰過程中攻擊力及防守都將成為截至目前為止最艱難的挑戰。玩家每日將可挑戰「癸干忒斯」三次，每次戰鬥會有十回合，每局結束後會依照玩家對首領的傷害進行計分與排名，隔日在開啟世界首領介面時，即可獲得排名獎勵。



▲巨大石魔「癸干忒斯」有著無比的破壞力，難以征服，好令人困擾



▲「世界首領戰」於今(5)日同步開戰，有實力的玩家速搶王者之位



▲每日首領戰後，玩家將會在隔日開啟世界首領頁面獲得排名獎勵



▲巨大的首領「癸干忒斯」發動攻擊，貌似無人能敵

第八張地圖「冰封森林」 同步開放避暑去
全新英雄「法茲薩伊斯」、「別西卜」 等待玩家征服

此外，《指尖騎士》同步在炎炎夏日開放第八張地圖「冰封森林」，這原是一個隱藏在綠魔石礦區後的古老精靈村莊，但居然在一夕之間憑空消失，令人不難聯想到是否與魔王軍想用綠魔石進行召喚的邪惡實驗有相關聯性。戰鬥現場出現許多覆蓋靄靄白雪的大型石塊，將會大大影響每次攻擊的路線。



▲炙熱的夏天在冷氣房中挑戰第八地圖「冰封森林」格外有心涼脾肚開的感覺

這次《指尖騎士》正式版也將釋出兩位全新英雄「法茲薩伊斯」、「別西卜」。有史以來最惡毒的泰坦非「法茲薩伊斯」莫屬，外人無法預測他的心思，因為他只是為了滿足樂趣而不斷進行殺戮與破壞；「別西卜」則是魔界的大執政官，原為阻擋魔王入侵的熾天使，卻因受到魔王詭計影響，最後變成魔王的得意左右手。



▲全新英雄「法茲薩伊斯」(左)、「別西卜」(右)登場

iOS正式版即將出場 參加預先登錄活動搶拿「騎士預先登錄好禮」

以二頭身可愛設計畫風及西方奇幻故事劇情打造遊戲氛圍的《指尖騎士》在使用Android系統的玩家間

廣受好評，近日也將推出iOS正式版。為歡迎使用iOS系統的玩家一同加入並體驗透過簡單直覺的拖拉玩法，運用撞球射角的輔助線提示發動突擊，營造出碰撞反彈的擊殺爽感，即日起至6月14日止，活動期間參加預先登錄活動即可獲得內含鑽石30顆與50,000金幣的「騎士預先登錄好禮」。同時，到《指尖騎士》官方粉絲團點讚或將指定活動貼文「分享」及「按讚」次數達到300次，iOS與Android系統的全體玩家皆可獲得遠距離造成可觀傷害的弓箭手「四星英雄-弗里德」。

※ 《指尖騎士》iOS正式版預先登入活

動：http://tw.survey.beanfun.com/scripts/sg_vote.exe?action=vot&startN=-1&SELINV_ID=V600000002

※ 《指尖騎士》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/FingerKnights>

※ 《指尖騎士》官方網站：<http://tw.beanfun.com/FK>

「十」在好玩！《新瑪奇》歡慶十年特別企劃開跑 全新限時紀念場景「愛爾琳樂園」歡樂上線

2015-09-01 00:00:00

遊戲橘子旗下人氣超旺的線上遊戲《新瑪奇》即將邁入在台營運十週年，今(4)日起至7月2日止推出全新限時慶祝場景「愛爾琳樂園」。玩家在樂園中體驗「哈囉！和朋友們打招呼吧！」、「必殺！剪刀石頭布大會」、「試煉洞穴的挑戰」等一系列有趣刺激的小活動，透過獲勝的關卡中得到可兌換十週年限定禮物的M硬幣與擁有紀念營火、蛋糕、煙火等限定道具的十週年紀念禮物盒。即日起至6月28日止，玩家每週六、日登入《新瑪奇》將可得到戰鬥經驗值兩倍及每週不同其他相對應的經驗值兩倍好康。同時，7月11日(六)將於國立臺灣師範大學公館校區中正堂舉行「《新瑪奇》10週年嘉年華見面會」，現場除了邀請《新瑪奇》韓國開發團隊分享未來開發方向外，也準備各種現場互動活動與驚喜小禮。



▲《新瑪奇》今(4)日起至7月2日止推出全新限時紀念場景「愛爾琳樂園」，熱鬧歡慶在台營運10週年

全新限時紀念場景「愛爾琳樂園」熱鬧上線多樣慶祝活動等玩家來挑戰

《新瑪奇》將於今(4)日至7月2日推出全新限時紀念場景「愛爾琳樂園」，位在堤爾克那旁星月門的近處有一個充滿歡笑的夢幻園地。玩家於樂園入口與十週年活動小幫手「戴羅」選擇代表角色後，即可開始體驗多項有趣又好玩的系列活動。不論是完成150回合勝利就可獲得三角帽海狗哨子的「必殺！剪刀石頭布大會」、擁有十層不同強度怪物地下城的「試煉洞穴的挑戰」、使用遊戲帳號中最早創立的角色發放「在幾週年中誕生的」稱號與其他玩家進行問候的「哈囉！和朋友們打招呼吧！」等，都可獲得兌換十週年限定禮物的M硬幣與擁有紀念營火、蛋糕、煙火等限定道具的十週年紀念禮物盒，另外，十週年限定「露娜的旅行包包」擁有10x10大格子及可愛的「風車紀念帽子」都是不能錯過的紀念禮品。



▲位在堤爾克那旁的「愛爾琳樂園」即將帶給玩家歡樂又輕鬆的系列慶祝活動



▲快來站上公演舞台展現自我



▲玩家每通過「試煉洞穴的挑戰」一層，即可獲得每階段的證明箱子和限定稱號，有機會獲得特殊獎勵



▲玩家將可透過遊戲帳號中最早創立的角色所發放「在幾週年中誕生的」稱號和大家Say Hello

週末活動好康兩倍送 十週年嘉年華見面會同步開催

歡慶10週年，即日起至6月28日止，玩家每週六、日登入《新瑪奇》將可得到戰鬥經驗值兩倍及每週不同其他相對應的經驗值兩倍好康。玩家也可以輸入想訴說心意的訊息透過「10週年紀念煙火」施放於「愛爾琳樂園」的天空中，不僅可透露愛意抑或是表達真實的感受，送禮自用兩相宜。同時，除了一系列線上慶祝活動，7月11日(六)將於國立臺灣師範大學公館校區中正堂舉行「《新瑪奇》10週年嘉年華見面會」，現場除了邀請《新瑪奇》韓國開發團隊分享未來開發方向外，也準備各種現場互動活動與驚喜小禮，希望各位喜愛《新瑪奇》的玩家不要錯過這場盛會。



▲「10週年紀念煙火」代表心意說出真心話

※《新瑪奇》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/mabinogi.tw>

※《新瑪奇》官方網站：<http://tw.beanfun.com/mabinogi/>

Gamania X樂利jollywiz 品牌Workshop

2015-09-01 00:00:00

大家都知道跨境電商的領導品牌—樂利jollywiz在去年年底加入了遊戲橘子集團。為了歡迎優秀的樂利加入我們橘子大家庭，並且能以身為橘子的一份子、作為橘子人為榮，這天(5月26日)特別安排了一場由品牌總監陳秉良(阿餅)與品牌大使Eva所主持的品牌講座與workshop，讓樂利的優秀夥伴們能藉由了解品牌以及橘子文化，進而學習發展出屬於自己的驕傲文化。



品牌好抽象

在講座一開始的小暖身，阿餅請大家在Post it上面寫下自己覺得”品牌是什麼?”的答案並貼在牆上。大家的回答各式各樣，似乎都有點抽象。但阿餅在接下來的講座中正是要告訴大家，當品牌在大家心目中的定義都如此的抽象時，我們應該如何讓這些變得具象、深根、並且可以被傳遞。

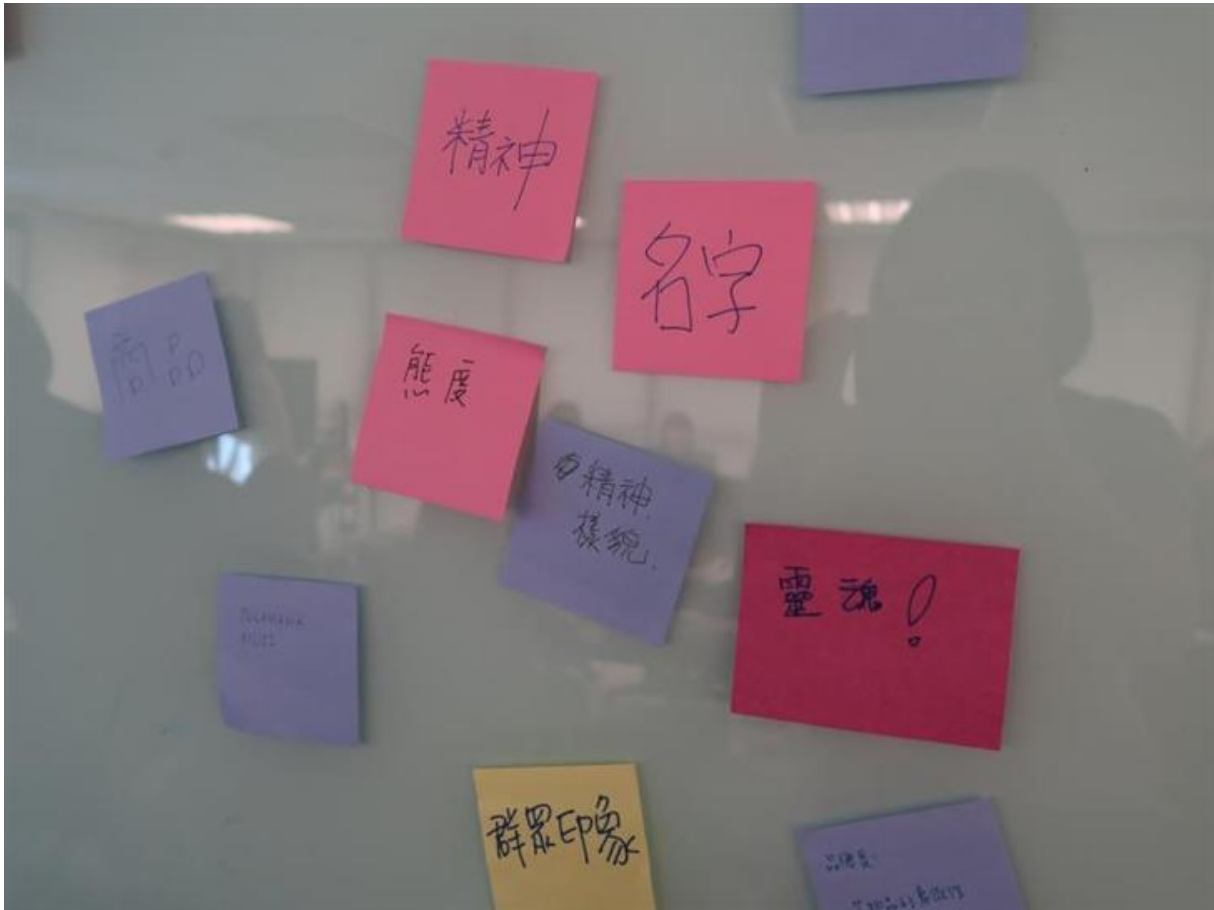
做最好的自己

以說故事的方式敘說著自己以及橘子的品牌建立歷史，阿餅在一個個小故事當中傳遞著橘子人的品牌文化與精神。



▲做品牌其實就是「做最好的自己」，持續做自己做得最好的事

透過不同的管道與工具，品牌可以以360度不同的樣貌有效被呈現，讓品牌更具有個性、更具識別度。講座中以橘子的各種成功範例，告訴大家如何利用不同工具去發展、建立屬於自己的品牌文化。



▲阿餅充滿幽默風格的品牌講座，讓大家都用輕鬆的方式了解品牌

活動筋骨的workshop時間

下半場由Eva主持的workshop主要是希望藉由輕鬆互動與實際腦力激盪的活動，讓樂利的夥伴們能將所接收到的品牌觀點，實際運用到他們的工作上，帶給他們更多新的啟發。

首先Eva帶來幾個討論品牌時常使用的工具以及小tips，以助樂利的夥伴們更有效、更開放的進行brainstorming。此外，在這次的workshop執行前，其實樂利的夥伴們也收到了Eva事先給出關於品牌的小功課，活動現場大家則利用新工具與自己做的功課進行討論，腦力激盪以得出最棒的結果。

討論時間刻意設定有點緊湊，希望大家可以激發出自己最大想像潛力與創意！計時開始後所有的小組立馬動起來熱烈討論，每個人都急著熱情分享自己帶來的作業，搭配新學到的工具，效果看起來真的是事半功倍！







這次的分組的成員分別來自樂利的不同崗位的同仁，有designer也有planner，就連副總經理Susan都加入了！正因有些組員甚至是平常不太會接觸到的同事，大家的個性背景也都不同，透過這樣的分配，幫助討論能有更多聲音的存在，創造更多的可能性！

在激烈的討論時間結束，終於來到最令人期待的分組報告了！











這次參與活動的樂利夥伴們充滿活力，且積極的分享他們的發現，每一組都為自己精心提出的想法感到驕傲。這些經過討論、屬於樂利同伴們、也讓自己有強烈認同感的提案，都是值得做為品牌特有的文化，在未來共同持續努力去實踐的想法。

會後我們的品牌大使們也收到許多來自樂利夥伴們的正面回饋，大家都說這樣的講座讓他們獲益良多，對於接下來自己的品牌以及在品牌的工作有了更多方向與想法。我們也相信樂利這麼棒的團隊，未來在品牌的路上一定會與橘子大家庭一同持續成長，在跨境電商市場上大放異彩！



▲樂利的夥伴們個個都活潑又熱情，整場活動的氣氛持續在歡笑中渡過，大家也都收穫滿載

感謝近萬名玩家支持 「《新楓之谷X》10週年紀念展」圓滿落幕

2015-09-01 00:00:00

作為台灣線上遊戲免費制的先鋒者，遊戲橘子旗下超人氣遊戲《新楓之谷》已於7月25日至26日在松山文創園區三號倉庫舉行「《新楓之谷X》10週年紀念展」，現場打造近千隻「菇菇寶貝」的小花園、同時展出近二米四高的「水晶花園」及多款遊戲場景與角色職業，將近萬名玩家熱情參與，一同回憶遊戲最初的感動。感謝各位玩家對《新楓之谷》的支持與愛護，即日起至9月1日止，活動期間內LV33以上的玩家每日可接受1次任務取得10週年硬幣3個，高級服務玩家可獲得5個硬幣。



▲《新楓之谷》已於7月25日至26日於松山文創園區三號倉庫舉行「《新楓之谷X》10週年紀念展」

10年大事紀精彩回顧 近萬名玩家親臨同歡

今年夏天，《新楓之谷》正式邁入10週年系列慶祝活動的高峰，除了之前針對遊戲推出首波主打台灣專屬副本「虛幻之森」外，更已於7月25日至26日在松山文創園區三號倉庫首次舉行虛擬結合實體的「《新楓之谷X》10週年紀念展」。X是拉丁數字10，也代表著「無限」、「目標」、「希望」、「完美」，因此也特別在這次實體展覽活動中特別定名為《新楓之谷X》，期待《新楓之谷》能以持續帶給玩家更完美的娛樂性為目標。現場不僅規劃以趣味方式呈現十年年表及重要遊戲數字的「十年大事紀牆」；歷次改版主視覺海報牆則陳列出「皇家騎士團」、「幻影俠盜」、「黑暗天堂」等人氣改版；展示台灣專屬的「阿里山」、「殘暴炎魔祭壇」、「皇家神獸學院」、「玩具城」等多款遊戲場景與「神之子」、「烈焰巫師」、「精靈遊俠」等超過50組角色職業立牌。更以近千隻「菇菇寶貝」打造可愛小花園與近二米四高的「水晶花園」實體建築，帶給玩家許多遊戲的回憶，也讓現場鎂光燈與驚呼聲不斷。

兩日展覽活動共計將有近萬名玩家觀展，活動特別準備限量「菇菇寶貝」、「十週年紀念扇」、楓點與虛寶贈送前來參與的玩家，引發熱烈討論及期待。為讓更多玩家一起感受《新楓之谷》的魅力與娛樂性，即日起9月16日止，活動期間內由玩家自行選擇帳號中一個LV150以下的角色做為燃燒角色，遊戲過程中將會有升級1+2的驚人效果，也請各位玩家敬請期待《新楓之谷》未來遊戲改版，並繼續給予支持。



▲十年大事紀，一起與玩家回顧《新楓之谷》歷年來的點點滴滴



▲《新楓之谷》重要人氣改版主視覺海報牆帶給玩家許多回憶



▲近千隻「菇菇寶貝」打造的小花園，讓玩家大呼可愛，人氣爆表



▲邁向另一個十年的經典線上遊戲《新楓之谷》，跨越世代同步感受遊戲有趣的娛樂性



▲台灣專屬的「阿里山」(上)、「殘暴炎魔祭壇」(下)等多款遊戲場景及角色職業跨越虛擬，實境展出



▲許多玩家踏上夢想的「水晶花園」



▲熱情玩家特別打扮成《新楓之谷》知名角色「艾麗亞」(左)及「幻影俠盜」(右)



▲限量「十週年紀念扇」(上)、「菇菇寶貝」(下)、楓點與虛寶引起熱烈討論及期待

※《新楓之谷》臉書官方粉絲

團：<https://zh-tw.facebook.com/www.maplestory.msfans.com.tw>

※《新楓之谷》官方網站：<http://tw.beanfun.com/maplestory/>

「十」在愛台灣！《新楓之谷》量身打造專屬副本「阿里山」 璀璨登場

2015-09-01 00:00:00

遊戲橘子旗下超人氣遊戲《新楓之谷》今(3)日推出十週年專屬副本「阿里山」，獨家打造2009年台灣改版地圖投稿票選活動冠軍景點。超人氣小火車、日出雲海、櫻花繽紛等經典場景，帶領玩家進入台灣知名地標展開挑戰。同時，玩家也將一步步協助巫女「小菁」，抽絲剝繭地找出樂山村與阿里山異變的原因，攜手恢復昔日的美好時光。劇情展開過程中，玩家可以感受到首次針對「阿里山」專屬副本所設計可愛又逗趣的對話內容。即日起完成副本即可獲得「受損的項鍊」，並在活動期間透過完成每日任務收集項鍊碎片，將可再換得「小明的項鍊」、「小菁的項鍊」、「阿里山守護者項鍊」等專屬飾品。



▲《新楓之谷》今(3)日展開十週年專屬副本「阿里山」，玩家將可看到人氣小火車、日出雲海、櫻花林等經典場景

搭火車、賞櫻花、看日出 前往全新地圖「阿里山」展開繽紛的冒險

《新楓之谷》邁入在台營運10週年，推出2009年台灣改版地圖投稿票選活動冠軍景點「阿里山」。在楓之谷世界收到不知名人士的呼喚，玩家將被傳送到阿里山的小村莊「樂山村」，少根筋的村民「小明」告知若要回到原來的世界，就需要得到阿里山第17代毒舌巫女「小菁」的協助。巫女解釋了樂山村繁榮的原因，是依賴著阿里山的豐富資源與大地能量才能自給自足，而負責維持阿里山平衡的就是古代精靈小筱。

但幾個月前阿里山出現森林草木枯萎，野獸變得狂暴等異常的現象，使得村民也沒有辦法離開村莊。於是巫女「小菁」希望玩家也能幫忙確認問題原因，並以協助返回楓之谷世界做為感謝之禮。玩家將在巫女「小菁」所安排的考驗順利通過後，安排上了小火車，將前往山頂確認真實的原因。然而，過程中卻遭遇了邪惡法師控制小火車的生死危機中，玩家需要拿出智慧及實力找出問題並解救古代精靈小筱。



▲玩家将搭乘舉世聞名的阿里山小火車前往山頂展開調查



▲乘坐小火車時將沿途欣賞到著名的神木區與美麗的櫻花林



▲經典的阿里山日出及浩瀚的雲海也將在遊戲中一覽無遺



▲玩家將與阿里山的小村莊「樂山村」村民展開驚奇又有趣的冒險



▲來自台灣阿里山的「墮落的小筱」將成玩家最終面對的最強BOSS



▲玩家可在遊戲中看到NPC可愛又逗趣的對話內容

每日任務拿專屬項鍊 副本製作人親自解答「阿里山之謎」

歡慶專屬副本「阿里山」上線，即日起完成副本即可獲得「受損的項鍊」，並在活動期間透過完成每日任務收集項鍊碎片，將可再換得「小明的項鍊」、「小菁的項鍊」、「阿里山守護者項鍊」等專屬飾品。另外，即日起至6月10日止，玩家只要在《新楓之谷》官方臉書粉絲團中的阿里山小火車圖片下方留言提出「關於阿里山副本的製作想了解什麼」的相關問題，將從中挑選10個玩家的提問並由阿里山副本製作人親自解答玩家。同步也將另抽出5位幸運玩家，將可獲得楓葉點數100點。

※《新楓之谷》官方臉書粉絲

團：<https://zh-tw.facebook.com/www.maplestory.msfans.com.tw>

※《新楓之谷》官方網站：<http://tw.beanfun.com/maplestory/>

三鐵接力挑戰賽，我要成為柑鐵人！

2015-09-01 00:00:00



一直以來，橘子身上蠢蠢欲動的「挑戰」因子不斷萌芽，搭配著今年公司的指標「Dare to Challenge.」這次的橘人挑戰計畫-「鐵人三項接力賽」，再次挑戰自我極限，把不可能變成可能！

這次的計畫有別於以往的個人賽事，需要的不只是要有強健的體魄、堅強的意志力，隊員間的默契搭配與團結心當然更是不可少囉！這次總共有 54 位英勇的橘子人，組成 18 隊報名參賽，這 18 支參賽隊伍中也有來自蟻力、GASH、樂利的優秀好手呢！為了榮譽，大家拼了！

賽前準備，Are you ready?

挑戰三鐵，可不是這麼簡單的事！這次的三鐵接力，以半鐵(25.75k)的距離，分三人完成，這麼長的賽程，一定要有完整的訓練以及安全的宣導囉！比賽前，Jason 教練為選手們用心安排了每週一、三的陸地訓練、每週四的游泳訓練，不僅訓練選手們的體力和技巧，更幫忙評估與衡量選手的適應性，尤其是這次的游泳項目是開放性水域，安全仍然是大家最重視的！



▲Jason教練正認真為大家講解賽程

誓師大會，柑鐵人賽前立誓！

品牌總監Ahbin為誓師大會開場、授旗，各子公司的隊長跟隊員都帶著期待的心情到場參加，旗幟象徵著團隊精神，各隊用力揮舞著旗幟凝聚團隊士氣，展現橘人勇於挑戰之信心，並由鐵人代表偉人，帶領大家一同宣誓，Ahbin也祝福所有選手們，屢戰屢勝，勇奪佳績！



▲品牌總監Ahbin為誓師大會開場！



▲Ahbin授旗給各個隊伍，祝福所有選手！



▲鐵人代表偉人帶領大家一同宣誓！



▲充滿魅力的女柑鐵人們蓄勢待發，勇敢迎接挑戰！

三人同心，其利斷金! 鐵人比賽正式開始!

「第一次聽過那麼大聲的口號」橘子人說。

艷陽高照的一天，柑鐵人們一早就到比賽會場為比賽做準備，一旁還有一群熱力四射的啦啦隊加油團呢！這一天，除了橘人以外，場內場外也聚集了來自各國的隊伍，大家都看起來信心滿滿，準備在賽場上大展身手的樣子，柑鐵人們當然不甘示弱，拿出一樣的熱血與氣勢，喊出最響亮的口號，準備開賽！比賽項目依序是游泳、腳踏車、跑步，由於天氣炎熱，體力容易流失，但從選手們的眼中看不見任何想放棄的眼神，賣力的向終點前進，加油團更是卯足了勁，大喊加油！場面不僅壯觀、刺激，更多了溫馨的氣氛。



▲柑鐵人萬事俱備，準備出賽囉！



▲加油團也創意十足，賣力為選手加油！



▲開放水域難度更高，柑鐵人準備下水迎戰！



▲20公里的距離，柑鐵人會撐下去！



▲即使漫長難耐，柑鐵人也要帶著微笑朝目標前進！

任務完成，柑鐵人榮耀歸來！

終於！54位柑鐵人，18支隊伍全數完成任務，無人員耗損，比賽圓滿落幕囉！可喜可賀！也感謝所有團隊為這次比賽付出的辛勞！此外，這次的比賽也帶給橘人們許多改變喔，例如有過去較少運動的橘人，為了參加這次的鐵人比賽，發現了運動的樂趣，學會養成運動的好習慣！也有橘人平常忙於工作，為了成為柑鐵人，開始抽空鍛鍊體能，讓身體更健康，工作起來更有精神！就讓我們秉持著這種勇於挑戰、不畏懼艱難的鐵人精神，繼續向目標邁進吧！橘人挑戰計畫，我們明年見！



▲柑鐵人完成任務囉！

「諸神之宴」開動了！《龍族撲克》首度推出台版專屬地城「寶藏獵人」首部曲

2015-09-01 00:00:00

遊戲橘子代理的日本手遊強作《龍族撲克》本週六(30日)及週日(31日)兩天首度推出台版專屬地城「寶藏獵人」，第一波主打地城「諸神之宴」是由全希臘神祇所打造的專屬副本，迎戰的層級將會越來越高，玩家更需要卯足全力獲得最終勝利。而獲勝玩家則將可得到抽獎券，有機會獲得「經驗栗子」、「技能妖精」或希臘神祇的碎片。同時，更於今(27)日起至6月10日止，加碼推出人氣地城「神鏡的天照」復刻版，難度將開放至鬼級，玩家也將有機會在此獲得絕世神武「草薙劍」。此外，迎接夏日即將到來，邀請碼第四季隆重推出「夏日女神祭」活動，資深玩家邀請好友加入龍族撲克，並將自己的邀請碼發送給好友，邀請碼成功被輸入達一次以上，即可組隊報名參加「夏日女神祭」直播活動，挑戰關卡贏得龍石與獎金，總獎金高達新台幣40萬元。



▲《龍族撲克》本週六(30日)及週日(31日)兩天首度推出台版專屬地城「寶藏獵人系列」，首波主打地城「諸神之宴」等玩家來挑戰

首度推出台版專屬地城「寶藏獵人」！首波主打「諸神之宴」眾希臘神祇迎接貴客上門

感謝玩家長期支持《龍族撲克》，本週六(30日)及週日(31日)兩天特別規劃並首度推出台版專屬地城「寶藏獵人」，第一站將由全希臘神祇迎戰的專屬地城「諸神之宴」，阿波羅、雅典娜等迎接貴客上門，隨著迎戰神祇層級越來越高，挑戰難度也將直線上升，最終將面對全能之神宙斯及魔術之神奧汀向玩家們下世紀戰帖。獲勝玩家則將可得到抽獎券，有機會獲得「經驗栗子」、「技能妖精」或希臘神祇的碎

片，把月神阿爾媞密絲、太陽神阿波羅、奸詐之神洛基、雷神索爾、時間管理者諾倫、勝利女神雅典娜等喜歡的希臘神祇帶回家，保平安。



▲首波主打「諸神之宴」地城，將由太陽神阿波羅(左)、勝利女神雅典娜(中)、雷神索爾(右)等希臘神祇迎戰



▲全能之神宙斯將和奧汀攜手威嚇玩家們的無理取鬧

人氣地城「神鏡的天照」好評再推出 挑戰復刻版本有機會獲得「草薙劍」

充滿日式神社風味的人氣地城「神鏡的天照」將推出復刻版，知名BOSS「天照大御神」將再度出戰。面對令人聞風喪膽的BOSS，卻可解除全體敵人的防禦狀態，並對我方全體以一定機率施加所解除防禦狀態次數的鐵壁防禦，如此強大的優勢也讓玩家蠢蠢欲動。絕世神武「草薙劍」也將與玩家見面，想要征服BOSS，可要快快入手，以免向隅。



▲「天照大御神」專門對付有防禦技能的BOSS，玩家間爭相擁有的子分卡牌



▲絕世神武「草薙劍」將在「神鏡的天照」復刻版地城中與玩家見面

上海樂利勇奪兩項淘拍檔大獎

2015-09-01 00:00:00



7月29日，杭州阿里巴巴西溪園區舉辦了一場名為「2015上半年淘拍檔授牌暨服務市場新品牌發表會」的徵選活動。與歷屆鄉比，這次淘拍檔是歷史最久、評選標準最嚴苛的一次評選。除了以往就列入評選的數據實力項目外，更增設商家邀評的新環節，為的是選出最被消費者認可的優良商家，也被譽為是最具質量的一次評選。



淘拍檔為淘寶網從眾多的淘寶服務商中，經過嚴格的審查之後能夠獲得淘寶網官方授牌認證的優良商家。上海樂利卻不負眾望的，在嚴格的評選條件中脫穎而出，一舉拿下「2015上半年營運服務類目食品行業—金牌淘拍檔」、「2015上半年營運服務類目跨境服務行業—銀牌淘拍檔」兩項大獎

