

GIVoice

橘人誌



8 860282 269166

brand.gamania.com/gvoice

10

OCT, 2017
vol.79

回到
2000

那些年我們
一起上的
天堂



Read it, Know it, Love it!

回到2000，那些年我們一起上的天堂！

2017-10-02 00:00:00



如果有一款遊戲能跨越世代，讓青少年到已為人父母的玩家們津津樂道，體驗充滿臨場感的虛擬世界與獨有的政經文化，那就只有「實現你平時不敢做的事」的線上遊戲《天堂》。2000年遊戲橘子代理NCsoft熱門線上遊戲《天堂》，在台灣還是撥接上網的年代，《天堂》開啟了全民對online game的狂熱，也為遊戲橘子線上遊戲紀元打開了新章。

《天堂》有多熱門？兒子揪老爸，全民上《天堂》！

如果要說天堂有多熱門，全台灣2千多萬的人口，全盛時期《天堂》總會員數超過了9百萬，幾乎每三個人就有一個天堂玩家。遊戲內血盟玩家的互動，打破了過去侷限在同空間的交流，成為多人線上社群的先驅。



▲〈天堂〉同時在線的滿滿人群

歷屆的《天堂》週慶往往讓策劃活動的橘子人繃緊神經，上千名玩家漏夜排隊，就為了珍稀虛寶以及與各地的盟友們見上一面。《天堂》帶來的盛況可不僅如此，2000年暑假《天堂》上市後，間接帶動了風氣，網咖店家還一度超過八千多家，多少學子年輕歲月就在當中渡過，經由家庭寬頻的建構與四處林立的網咖，線上遊戲與玩家們已是不可忽視的次文化潮流。



▲ 《天堂》2週年活動爆滿人潮



▲ 《天堂》的活動到了2016年還是能聚集不少人氣

《天堂》有多吸睛？大玩行銷，話題滿點

《天堂》上市前，橘子在便利商店提供100萬套免費遊戲光碟，只要辦網路買電腦也都能拿到遊戲主程式，不只有效宣傳，還大大降低了玩家入門的門檻，就算不是玩家，也很快的被同儕話題吸引；當時代言人更請來當紅的音樂小魔女范曉萱，開啟後期線上遊戲代行人行銷的風氣。

至今仍令玩家難忘的，是2001年「天堂奇岩城保時捷極速挑戰賽」，送出保時捷創下遊戲史無前例的大手筆。藉著媒體大量曝光與運用7-11廣大通路，《天堂》很快的受到玩家的注意，《天堂》打破規則，不墨守成規的行銷方式還曾被《廣告雜誌》評選為十大行銷事件之一。

《天堂》多好玩？Online人生，比現實還真實

「在網咖配泡麵度過的日子」、「網婆去當兵的噩夢」、「血盟攻城戰的熱血沸騰」、「地監七樓等待玩家的死亡騎士」，還有「亞丁」、「奇岩」、「古魯丁」與「海音」這些熟悉的回憶與名詞，一點一點的帶玩家回到那個熱血奮戰的年代，《天堂》的遊戲設計是同期較為少見的全開放式地圖，即時性戰鬥機制，隨遇隨戰。如同slogan主打「實現你平時不敢做的事」，在《天堂》能滿足平時不敢做的事，也能在遊戲裡證明自己、與夥伴一起前往未知的迷宮、期待與異性譜出浪漫的戀曲，《天堂》不單是一個遊戲，更像是自己的第二人生！

經典再起，不必再禱告，快上天堂！

17年，經歷六千多個日子，當年的網婆已退伍，小孩也都上高中了，天堂的原版內容將於行動平台上登場，玩家們玩得不是天堂，而是當年真實感動。手遊《天堂M》未上市，已引起玩家高度關注，期待度破表，台灣遊戲橘子的營運長簡志浩（MarcoChien）接受了橘人誌的採訪，分享《天堂》的難忘回憶與《天堂M》究竟為什麼造成這麼大話題：

把興趣當工作，小玩家成大咖營運長



玩遊戲可以當飯吃！志浩分享了當年進橘子就是為了《天堂》，一路從工讀生做起，志浩：「因為對一款遊戲的熱愛，讓它變成自己工作的一部分，沒想到一待就是16、7年」。

《天堂》的高人氣也間接對社會有不少貢獻，早期《天堂》玩家的情感連結是很強大的，志浩表示曾有盟友過世的時候，請橘子幫忙修改指令讓畫面下雨，在線上一起悼念離開的玩家、協尋離家的青少年，另外橘子也曾頒發證書，給予結婚的玩家祝福。

玩遊戲可以修身養性？《天堂》是一個真實社會縮影

《天堂》高自由度、人與人之間的高度互動正是其好玩的地方，志浩：「玩得不只是遊戲，玩的其實是人性，《天堂》裡其實是現實社會的縮影」，玩家透過寫實的遊戲內容能夠體驗到人性不為人知的一面，激勵成長與抗壓性，性格越見成熟。

經典元素一個不少，哥玩的是回憶！

相較於其它同為天堂IP改編的手遊，《天堂M》強調的是原汁原味的內容，志浩：「《天堂M》最強大的，是PC完整內容移植，更優化操作，這是與其它IP手遊最大不同之處」，市場其它強調經典IP的遊戲，很多只是冠名，卻改變遊戲內容，反而讓老玩家失去了最初遊戲的感動。

《天堂M》保留經典畫面，透過老玩家帶起的風潮，創造話題引發新玩家好奇，同時也可望打造出跨世代的產品，志浩：「你很少看到一個遊戲是爸爸玩過，兒子也能有機會一起玩，《天堂M》是少數可以創造兩代間共同話題的產品」。

《天堂M》挑戰市場，情感永留存

手遊的生命週期短，產品數量眾多，一般玩家對手遊的忠誠度並不高，《天堂M》上市勢必還要面臨許多挑戰。志浩：「《天堂》本身是長效型的產品，透過玩家強烈的情感連結，有望拉長《天堂M》手遊的生命週期」，憑藉內容讓玩家持續產生忠誠度、社群互動，有情感的連結下，除了產品更高的留存率，還能創造社會現象，成為茶餘飯後的話題。



《天堂M》三大看點：「復仇系統、副本系統、自由交易市場」

《天堂M》的遊戲內容看點，也相當令玩家關注！遊戲中有自由的交易系統，可依照道具的稀有程度，自行設定要拍賣的價格，比起以往更不同的是，經典的PK還加入了復仇系統！輸的玩家可以輕易追蹤到仇人，贏方玩家還可到該血盟嗆聲！當然，玩家也要裝和等級都夠力才有可能復仇成功！

志浩：「這些機制讓玩家擁有更多的自主性，能激化社群間的互動」。不但如此，除了原先的野外練功區，更有新的副本系統，玩家不必等王、找王，就能跟副本內的夥伴一起推王、打怪！

趕緊卡位，10/10開放預先登入！

志浩表示《天堂M》已陸續進行預熱活動，9/28開始的「[趣味占卜活動](#)」，玩家輸入未來的「角色ID」、「職業」、「性別」，就能占卜出該角色的未來命運，協助玩家為角色取名做好萬全準備。10/10將開放預先登錄，玩家們趕緊卡位，一起期待再戰天堂M的日子！



《天堂M》FB：https://www.facebook.com/Gamania.Lineage.M/?ref=br_rs

《天堂M》官網：<https://tw.beanfun.com/LineageM/web/index.aspx>

《天堂》官網：<https://tw.beanfun.com/lineage/main.aspx>

海尼根為什麼要贊助一個「紐約，東河，漂浮游泳池」？

2017-10-01 00:00:00



這是一個品牌有意義行銷案例。

《海尼根 Heineken》相中「一群瘋狂的人要用非化學的方式，想要每天過濾227萬公升的河水，讓紐約人能夠再次跳進清澈乾淨的紐約東河，游泳」的《+Pool》計畫，只要超過10萬人支持，海尼根就贊助10萬美元，讓這個夢想可以早日實踐。



▲想像漂浮泳池在紐約東河的樣子。

它為什麼重要？因為如果這個計畫可行，將可以複製到全世界有河流的城市，讓更多的都市人，重回大自然的懷抱啊！

我第一次看到這個案子時，感嘆「在大自然的河流中游泳，不是人類自古以來的活動嗎？」，早在1900年代紐約的河邊就出現了漂浮泳池，但拜文明進步的副產品-環境污染之賜，垃圾、污水、排泄物一樣也不少，使得都市人想在“天然泳池”中游泳的行為，從此一去不復返，變得奢侈而不可得。

人們總是會欣賞偉大的傻子

《+Pool》的團隊為了解決這個問題，想出了一個「把河水層層過濾就好了啊」的瘋狂idea。Plus Pool的形狀就跟它的名稱一樣，是個漂浮在河流中巨大的十字型泳池，想要用的就是天然河流的水，十字的四邊分別規劃為：兒童遊戲池、運動池、休憩池、以及奧運標準賽道泳池，一共9000平方英尺。想像一下，跳進這蔚藍河水中，一邊眺望著遠方的曼哈頓天際線，就算你什麼都不做，不也是人生的一大樂事嗎！



▲十字的四邊分別規劃了不同的功能。

說它是泳池，倒不如說是大型的濾網來得更貼切，泳池用過濾裝置當做四邊的牆壁，當又臭又髒的河水通過多重過濾網後，讓它變回到可供游泳的水質。+Pool的團隊沒有天真到想要過濾整條河流，而是先從一小塊區域做起，確保這個概念可以讓泳池範圍內的水質符合標準就好。光是這樣，就不是個簡單的任務。



▲天然而不用化學方式，像濾網一樣的過濾河水。

簡單，但執行過程遇到重重障礙

+Pool的團隊完全不用化學的方式，而是利用人工布料來建構過濾網，從外層到內層，每層布料的孔徑越來越小，每層過濾一點，讓裝置能夠更耐久。而不同的布料設計用來過濾不同的雜質。例如：紐約的水質適合A+B+C的過濾層；而台北適合D+A+B的過濾層...，經過不同組合的變化之後，就能過濾不同水質的河流了



▲用天然布料層層過濾河水中的污染物。

這個很棒的idea執行起來有許多地方需要克服，還要考慮到天候、溫度、鹹度、色澤等，照理說這屬於公眾事務應該由官方來執行，但政府兩手一攤說沒預算，+Pool只好自己來。2011年在眾籌網站上，登高一呼就一砲而紅，七天募得了四萬美元，完成了第一階段的測試。2013年再次透過Kickstarter平台，募得30萬美元，贊助的人可以“認養”一塊泳池的磁磚，在上面刻上你的名字，當泳池建成後，就會看到自己的名字，出現在某一個磁磚上，酷吧！

除此之外，還找來相關的專家協助，用船艙的概念製造了一個小型的過濾系統-漂浮實驗室，在哈德遜河實際測試，經過五個月的不斷改進，終於在這小小不到兩米平方的漂浮泳池，實驗成功，證實了這個想法不只是概念，而是具體可行的方案。



▲皇天不負苦心人，終於過濾出可供游泳的水質。（圖是漂浮實驗室）。

成功不必在我，找到對的方向，借勢而為

實驗雖然成功了，但距離+Pool還有一段艱辛的路要走。經過團隊七年的奮戰，海尼根在2017年加入了這個計畫，將它納入《City Project》，成為海尼根眾多城市改造計畫之一。

近年，海尼根把行銷主軸換成了「Open Your World 打開海尼根，精采你的世界」。為了因應數位時代，消費者行為的轉變，不再仰賴大眾媒體，而更多時候浸淫在社群媒體的趨勢，在Open Your World這個大傘下，除了仍保有一貫的廣告影片之外，舉辦或贊助音樂、體育盛會更是毫不手軟，而City Project就是另一個完整Open Your World的重要的一環。以上種種作為，都為了強化「精采你的世界」的概念而努力。

贊助+Pool十萬美元，對海尼根的行銷預算來說根本是九牛一毛，隨便拍支廣告片就沒了，相形之下，對人類有益的、幫助社會的、有正面形象的+Pool，怎麼看，都划算！

企業為何需要 UX 研究？

2017-10-01 00:00:00

在開發產品服務的時候，開發團隊可能想過要導入 UX 研究，透過 UX 研究方法讓產品的設計更貼近使用者需求。也許你試著做過幾次使用者研究，或在團隊中有 UX 設計師參與，但是產品最後產出的結果還是不理想。

於是你心裡想：如果做 UX 研究並不保證產品會更好，那到底為什麼還要做呢？



我們知道產品服務的品質好壞，從規劃到執行，有許多因素會影響。包括團隊成員、資源分配、實作執行細節等等。而導入 UX 研究真正的意義有兩個：提早犯錯與影響決策。

早錯早改

在規劃一個產品服務時，即使事前找了使用者來做過一對一深度訪談，公司裡有幾位產業經驗豐富的同事可以提供寶貴建議，但是我們還是會對使用者的需求與情境做出許許多多的假設。畢竟我們在設計一個還不存在的服務，在預想使用者還沒發生的行為，雖然討論出各種看似合理的假設來做設計規劃，但是內心其實對這些假設並沒有十足的把握。

於是我們會用一些 UX 的研究方法，盡可能的在開發早期就把使用者找來，拿紙本線稿或是軟體畫的線框圖呈現給使用者看，驗證產品的核心價值是否能被目標使用者接受。

越早發現錯誤的假設，越能夠即時做出方向的調整。若是在產品開發的後期才發現，時間一定是不夠用的，這時候在產品根本上的、架構上的變動風險都很高而且不切實際。因此只要在產品開發早期，我們有越多發現錯誤的機會，那麼可以調整的次數也就越多。

誰影響了決策

在產品開發的過程中，每一個專案團隊的成員都需要不斷的做出決策。大從產品的核心價值，小至某一個功能是否要在第一層選單就能看到，都是一個個決策與判斷。

這些決策最後是否能組合出貼近使用者需求的產品，取決於每一位做決定的人心中對使用者的想像與理解。

「如果我是使用者的話，我會覺得 blah blah」是我們偶爾會聽到的句型，或是我們也曾說過這種話。但是除了少數情況之外，我們通常不是主要使用者，我們對產品或電腦網路的相關知識也遠比真正

使用者還要豐富。

若是一個有持續導入 UX 研究的專案團隊，會持續地把使用者帶進團隊中，慢慢地融入產品開發的過程。大家會開始習慣不時有使用者測試訪談在發生，團隊成員會偶爾參加使用者測試的觀察，大家在開會討論某個決定時，會開始習慣詢問有沒有相關的使用者意見可參考。

如果你聽到這樣的句型開始出現在會議中：「如果是我們之前訪談的那位綁馬尾女性上班族，應該會 blah blah」，代表在決策過程中，使用者的影響力漸漸地增加了，不再像以往的決策總是優先考量專案時程或是高層的意志，而是更在乎產品是否真的做對了。

導入 UX 研究是為了改變決策文化

當一個專案團隊能以使用者的行為、實際測試結果來做為產品決策依據，不論是時程的推移或是產品方向的修正，通常這些「有所本」的決策也更能說服企業的管理高層。也因此專案團隊能自己做更多決定，也知道這些決定是怎麼來的、為什麼這麼做。而長久來看，一個持續將使用者納入考慮的決策文化，即使每次決策的品質不一定是最好的，也會持續不斷的把產品價值朝向使用者的需求推進。

這種決策文化的轉變，需要的就是持續地收集使用者回饋，並且有效地把使用者回饋帶給專案團隊的成員。換句話說，如果你的公司能持續地進行 UX 研究，企業就會慢慢轉變成以使用者為中心的決策文化了。

作者：Jeff

本文由 [痞客邦 UX 實驗室](#) 提供，原文出處 [企業為何需要 UX 研究？](#)

痞客邦 UX 實驗室團隊藉由分享使用者經驗研究與設計相關心得與成果報告，將 UX 相關經驗貢獻給社群，促進台灣的 UX 相關專業的發展。

別以為年輕只有皮毛！

2017-10-01 00:00:00

台灣是世界上機車密度數一數二的國家，幾大機車品牌競爭激烈，在價格上廝殺，在行銷上更是使盡渾身解數，想要得到消費者心佔率第一的寶座。

機車市場的目標對象一般來說訂定在(高三生到)大學生，一來是鎖定首購族，二來是首購經驗往往決定後續的購買決策，三來是品牌經營必須年輕化。因此，要不斷瞭解不同世代的大學生心聲差異，就是品牌要做的功課，而最基本的就是觀察他們的流行；但，是否能從流行看出insight，就是各憑本事了。

以KYMCO和SYM為例，兩大品牌同時看到了「一鏡到底拍攝手法」的熱度與潛力，但運用方式卻大不相同。



▲一鏡到底的拍攝手法，從假人Campaign到熱舞影片，都可以看出其高熱度

KYMCO運用的是手法，將一鏡到底作為有趣的拍攝手法，用來展示新車。



SYM則找來名嘴唱Rap，用一鏡到底的方式唱出目標對象的心聲。



同一種手法的運用，不同的運用方式，得到什麼結果呢？SYM這支廣告影片在YouTube上得到82239次觀看次數，KYMCO則得到3473次觀看次數。其中的差異在於，是否看進了目標對象的「內心」。

年輕人的文化，經常被認定為表面而無內涵，但這樣的認定實則帶有「對文化內涵的主觀判斷」，而沒有真正瞭解的企圖。因此，當品牌想要靠攏年輕人時，必須去瞭解的依然是他們在想什麼、他們遇到什麼困境、他們的心聲是什麼，加上他們認同且喜歡的影像形式或語言，行銷才能真正一舉奏效。

以上截圖來自於：

<https://www.youtube.com/watch?v=vE20u0pOcYg>

<https://www.youtube.com/watch?v=TEDGPILROfs>

<https://www.youtube.com/watch?v=nYON26O9Ohk>

亞洲最年輕的十歲哲學家，出書了！

2017-10-01 00:00:00



自古至今，想到哲學家，大抵不脫離瘦骨嶙峋、白髮蒼蒼、粗食布衣等印象；但中島芭旺這個年僅十歲的小孩，完全打破你對哲學家的刻板印象。

日本出版社sunmark總編輯高橋先生的Facebook在2014年時，收到一則訊息。

「您好！我九歲。我沒有去上學，在家裡自修，我去找喜歡的人，讓喜歡的人教我！

我學習我想學的事情，優先學習讓我很興奮的事情。

我是東大資優人才培育計畫的自學者。

我的爸媽離婚過兩次。

跟媽媽分開的四個月期間，我變成一個沒用的只想死掉的小孩。

但是我改變了自己的生活方式，現在充滿自信地享受生活。

我想把自己的經驗寫成書，您願意聽我說嗎？

090-●●●●-●●●●（這是媽媽的電話號碼）

中島芭旺上

高橋先生半信半疑，在網路上搜尋了中島芭旺，並與他聯絡。在網路上訊息往返許久後，高橋先生完全認可中島芭旺的文字與思想有出書的價值。高橋先生說：「這本書裡的字句，全部都是芭旺同學自己寫的。除了改錯字，加標點，更改換行的地方之外，我身為編輯，沒有做任何修改。平常大人寫的原稿我都從頭改到尾的。」

以下節錄許多連身為大人的我們，都不一定看得透徹的道理：

其一／

「害怕」，就是因為想去做。

不想做的話就會覺得「不想做」，

「害怕」並不是不想做。

其二／

事情沒有重量，是人自己覺得「沉重」，就這樣而已！

其三／

無知這件事，

也就等於知道，等於能夠有所發現。

不知道，就是幸福。

我們常說，高手在民間；沒想到，哲學家也在民間，還是一個沒有上學的10歲小孩。他的字簡單平實，但講的卻是生活中的哲思。一個小孩，能讓大人咀嚼一句短短的文字良久，真的是非常了不起！

推薦書資訊：

作者：中島芭旺 (三采文化《我看見、我知道、我思考》)

亞洲首場電玩實況募款活動在橘子，WeGamersLove一起用愛打電動！

2017-11-13 00:00:00

亞洲首場電玩實況募款「We Gamers Love」於9/29~10/1舉辦，地點就選在橘子集團總部！橘子集團旗下募資平台群募貝果邀請百位知名遊戲實況主，協同全球最大實況平台Twitch，一起來玩遊戲、作公益。實況的過程中，觀眾只要點擊實況頁上的按鈕，進行「斗內」就能捐款給公益團體。像這樣遊戲結合公益的活動目前國內少有，尤其是這麼大型且兼具競賽和娛樂的活動更是難得！



知名實況主齊聚一堂，經典與熱門遊戲玩不停！

開幕派對當天，實況主們紛紛Cosplay熱鬧登場，就算是在大型的電玩活動，也很難見到這麼多位實況主同框出現，大家如此盛裝出席，能看見與平時不一般的實況主，對粉絲來說增添更多笑料趣味。秉持遊戲精神，遊戲進行大家都是動真格的，不只有娛樂也帶來專業實力，進行了多款遊戲，從熱門大人氣的《快打旋風V》、《英雄聯盟》、《魔物獵人Frontier Z》，到經典的《皮卡丘打排球》、《迷你紅白機系列》，過程中也不忘呼籲觀眾以行動支持公益。第二天更邀請來神秘嘉賓「館長」陳之漢到現場，館長也捐出十萬元一起相挺作公益。最後活動斗內金額將捐贈給《財團法人腦性麻痺基金會》以及《HAA中華動物希望協會》。



▲財團法人腦性麻痺基金會代表與參與開幕派對活動的Twitch實況主們



▲「館長」陳之漢拋磚引玉捐出十萬元一起相挺作公益

玩遊戲的孩子不會變壞，遊戲人爆發滿滿社群力！

活動在百位實況主、四十幾家廠商的協力下，歷經3天32小時，30多款遊戲的直播，期間曾登上Twitch全球中文頻道第一名，超過83萬人次瀏覽，最高峰在線人數19,419人，捐款金額累計至10月中，總計達新台幣114萬元！順利達成成就。群募貝果的營運總監戴秀倫(Yoyo)表示：「公益團體很欠缺的是社群的能量，希望藉由遊戲的社群能量，邀請大家一起來作公益。」此次的成果，充分顯示了遊戲社群的號召力，玩樂的熱情不僅止於屏幕之前，更能將能量擴散出去，遊戲人做善事不落人後，並期待往後遊戲結合公益的活動能帶來更多可能性。



▲WeGamersLove主辦單位群募貝果團隊



▲WeGamersLove 主辦單位群募貝果與實況指定平台 Twitch、協辦單位 TESL 合照

http://www.youtube.com/v/_gijSYbyeyk

▲3天活動紀念影片

橘人誌小檔案：

[WeGamersLove](http://www.wegamerslove.com/)

群募貝果與Twitch 聯手打造3天30小時 30多款遊戲，相信玩遊戲也能做公益！百位遊戲實況主、遊戲製作人、遊戲同好一起共襄盛舉，傳達玩遊戲也能對社會貢獻正能量的價值，Donate全數捐給公益團體。

參考資料：<http://www.wegamerslove.com/>

TGS 2017 橘人誌小編心得回顧

2017-10-01 00:00:00



▲圖片來源：<https://www.facebook.com/tokyogameshow/>

今年的東京電玩展在9月21~24日舉行，場地和往年一樣是在日本的千葉幕張展覽館。據官方統計，參觀人數為254,311，609個企業與團體共約2000個攤位參展。主題是「來吧！超越現實的體驗」，去年新設立的VR區，今年則擴展為AR（擴增實境）和MR（混合實境），同時也展示了許多支援嗅覺和觸覺的體感設備，結合新科技帶來更多完整的體驗。橘人誌小編也到現場，帶回這次展覽的精彩內容！



展場大人氣！來這裡就要看這個！

今年相當受到玩家矚目的是《CAPCOM》的《魔物獵人：世界（MONSTER HUNTER: WORLD）》，以下簡稱MHW》，MHW佔地相當遼闊，展場佈置將遊戲中的叢林情境帶到現場，玩家在試玩的同時，也能夠像是獵人親身走入遊戲中一般，最讓小編印象深刻的除了製作精良的遊戲內容外，展場重現了遊戲中「烤肉」的場景，搭配背景熟悉的音樂，只要是玩過魔物獵人系列的玩家，都會忍不住跑過去合照。要朝聖的還有此次威風凜凜的封面魔物「滅盡龍尼爾基剛堤」，定時定點也有coser登場與玩家合影互動，就算排不到秒殺的试玩券，到MHW展場走一遭也是收穫頗豐。



▲玩過《魔物獵人》的玩家都知道，想要成為優秀的獵人，肉一定要烤得好啊！



▲《魔物獵人：世界》封面魔物「滅盡龍尼爾基剛堤」在現場的震撼力十足

接著往前走，小編一抬頭馬上被巨大的莫古利給吸引，《SQUARE ENIX》也帶來了多款新作試玩，今年另有手遊《太空戰士 15：新帝國》的展區。此展區是智慧型手機遊戲中最大的，一旁有巨大召喚獸泰坦攻擊城門的樣子；而現場活動下載遊戲app可以獲得轉蛋硬幣兩枚，只要轉動大型的扭蛋機就可以隨機獲得獎品原創T恤、胸針、貼紙與鑰匙圈，內容相當吸引人！（可惜小編轉了兩次都是T恤）。



▲玩家能站在召喚獸泰坦手上，體驗龐大的世界觀



▲《太空戰士 15：新帝國》手遊體驗區，還可參加扭蛋活動（如右圖）

還有令人引象深刻的是《D3 Publisher》旗下 PS4 3D 動作射擊新作《地球防衛軍5》將遊戲中最新型巨型戰鬥機甲巴爾卡的複製模型搬到現場，它不只是展示而已，工作人員現場募集參觀民眾一起集氣為巴爾卡充電，能量滿點後的巴爾卡會大量噴出蒸氣，彷彿有生命般動起來，不失為展覽的一個小亮點。



▲現場參觀民眾賣力踩動腳踏板，即可為《地球防衛軍 5》裡的巨型戰鬥機甲巴爾卡充電！

名作連手，擋也不擋住的超高人氣

越來越多遊戲採取與其它IP聯名合作的策略，跨界吸引各自不同的族群，還能開發新領域的玩家，舊瓶裝新酒，也能帶出不一樣的風味，為遊戲炒熱話題。

如果你有看過知名日本格鬥漫畫《北斗神拳》，就不能錯過《SEGA》預計明年推出的，《人中之龍》工作室與《北斗神拳》聯名作《人中北斗》！藉由《人中之龍》系列累積10多年的人氣，以及《北斗神拳》主角拳四郎的令人難以忘懷的角色魅力、原創的情節，消息一釋出即引發了玩家好奇心，這可是人中之龍工作室第一次和其他IP合作！Man味十足的硬派組合，在TGS 2017相當受到新舊玩家的高度關注！

▲《人中之龍》+《北斗神拳》，一場屬於男子漢的夢幻共演！

另款高人氣的名作聯手新作，不得不提到《骰動人生好運道 DQ & FF 30週年紀念》，加入來自《Final Fantasy》與《勇者鬥惡龍》高人氣RPG角色，遊戲進行類似大富翁遊戲，上手簡單，適合闔家遊玩的休閒遊戲，讓小編最興奮的就是可以看到平時熟悉的兩款大作角色，以Q版模樣在遊戲中跨系列的互動，大大添增遊玩的樂趣。在TGS 2017展現出與其它展區不同的氛圍，搬來榻榻米，玩家輕鬆的圍在一起，讓人感覺遊戲是加倍好玩！



▲《骰動人生好運道》新作特地營造出的遊玩情境

AR與VR，滿足生活的一百種想像！

延續去年新設立的VR區，今年有更多的AR和VR的遊戲專區提供玩家體驗，結合AR或是VR技術，的確會將遊戲的娛樂感更加提升一個層次，玩家容易沉浸其中，有身歷其境的感受。但是基於娛樂之上，AR和VR還能滿足平常不能作的事。

走到VR區，小編發現目前遊戲多半以射擊類為大宗，有趣的是，日本的H2L展示的First VR，其配備主動感測技術，在手臂圍繞一個VR控制器，可感測前臂周圍的肌肉運動，系統短時間內學習肌肉的運動，達到互動。由宣傳影片「抓狂的媽媽」，就能知道這個新裝置可以讓壓力大的現代人盡情的紓壓！

▲First VR用「抓狂的媽媽」表現出產品使用的特性

另外小編還發現，追星族現在在家也可以輕易的跟喜愛的偶像互動！透過VR裝置，日本偶像柏木由紀演唱會的虛擬實境作品能躍於眼前，玩家就像是在現場應援，用搖桿進行對應肢體動作的配對來取得分數。與朋友一起，對自己喜愛的偶像進行應援也是一種新鮮感受。



▲玩家可透過VR裝置對自己喜愛的偶像進行應援

侯冠群：情緒管理，就是一種表演

2017-10-01 00:00:00



今日的講者，侯冠群，以豐富的人生閱歷來分享「表演之於說話與情緒管理的重要性」。他曾學習相聲表演藝術，曾當過演員，曾拿起主持棒，也曾任職兩任台北市議員；對侯冠群來說，這些工作最重要的就是說話，而他自認是「專業於說話的人」，因此駕輕就熟。

所謂「專業的說話」，就是要能夠精準表達訴求；箇中最大的學問是「表演」。「『表』即形狀，『演』即做出形狀，而『表演』就是一種贏得訴求的手段。」侯冠群這麼說。他談到，要贏得訴求，不一定要「表現」出真實狀態，而是要透過策略和思考，擬定最恰當的「表演」管理你的情緒收放，並且達到最終目標。

舉例來說，若你是一名希望得到老闆寵愛的員工，當老闆說了一個非常難笑的笑話時，你該怎麼表現？侯冠群相信所有人不須經過思考，就知道必定要笑，而且還要笑得真心無比。透過「表演」，演出笑，而且是真心的笑，就是所謂的「情緒管理」。

情緒管理，包含表情和說話。多數人只會收，也就是忍耐；但難就難在要學會放。侯冠群表示，情緒管理平日就可以透過「表演技巧」進行自主練習。情緒表演技巧的基本功課涵蓋兩部份：

一、情緒記憶

將大腦設想為一個電腦，它可以為情緒設定許多母檔案夾，母檔案夾下又可分立子檔案夾。喜、怒、哀、樂，即母檔案夾；喜之下必定有「笑」的子檔案夾，你可以試著歸納大笑、微笑、奸笑、冷笑、羞笑等不同的情緒表現，在有時間時，不停演練到嫻熟，到了需要之日便可表演無礙。

二、感官記憶

人類的五感，視覺、聽覺、嗅覺、味覺、觸覺，都可算是感官；甚至再放寬一些，覺得熱、覺得冷、覺得痛，也都算是感官記憶的一種。清楚感官影響範圍，就能適時適當演出，例如在面試時穿套裝即可讓

人感覺專業，就是透過視覺的感官記憶影響人的感受性。

事實上，我們從開始會說話時，就懂得溝通，也懂得表演。你會用哭來表示餓，達到填飽肚子的目標訴求；而現在，只要將這樣的本能再喚醒，再練習，你就能善用說話這門藝術，也能做最好的情緒管理，進而追求目標訴求的被執行。

《直播中二間》廢墟場景太可怕 宋柏緯暖男行徑一秒帥到詹宛儒 巫建和中二樣 網友：《直播中二間》是喜劇片嗎

2017-09-30 00:00:00

酷瞧原創戲劇《直播中二間》熱播中，目前全網已突破150萬觀看次數，且數字以驚人速度持續攀升。宋柏緯為該劇拋棄偶像包袱，扮醜RAP、放屁、拉肚子、翻白眼樣樣來，徹底顛覆《他們在畢業的前一天爆炸2》留給觀眾的印象，不計形象的程度不僅讓網友不敢置信，直呼「太中二了啦」，更讓二度合作的巫建和也發文表示「原來宋柏緯和我也可以演成這樣？」，第三集於午夜23:00登場，觀眾更加期待後續會有什麼突破性的演出。

除了盛讚巫建和與宋柏緯的中二突破，更讓網友驚喜的莫過於「原來《直播中二間》是喜劇片哦？」、「真的笑到美丁美當!!!」，更是開始於網路上截圖分享演員們的「中二瞬間」。驚悚恐怖與荒謬喜劇的複合類型結合，完全讓觀眾耳目一新！



▲酷瞧原創戲劇《直播中二間》巫建和首度扮醜，網友笑稱「沒看過這麼二」的他！

農曆七月雖然結束，但《直播中二間》正進行到賴皮一行人二度勇闖廢墟，不僅第一集的跨下見鬼意外看見「不該看的東西」，第二集更以讓白衣鬼幾乎以大法師式姿勢直衝而來，讓觀眾彷彿正看著賴皮的直播而身歷其境，駭人程度令不少觀眾為之震懾！雖然觀眾都被嚇得不清，但因為故事鋪陳充滿懸疑性，更讓觀眾好奇四位主演的背後到底有什麼不可告人的故事？

聊到廢墟戲，讓演員都記憶猶新。原來拍攝地位於三芝附近的廢墟，且前該地為演員跟工作人員一致認同「最恐怖的場景」。詹宛儒雖已經有拍攝《紅衣小女孩2》的經驗，在廢墟內拍攝中邪戲時還是相當害怕，就連晏柔中在拍攝前也特別幫詹宛儒禱告。尤其是在走廊那場戲，空無一人的長走廊令詹宛儒格外不安，後來宋柏緯暖男式的在走廊盡頭等她，才讓她放心地將整場戲順利拍完。詹宛儒笑稱，雖然劇中很屁孩，但拍那場戲時看到宋柏緯的瞬間真的覺得他超帥！連詹宛儒都害怕的場景，到底有多嚇人，即將在第三集揭曉。



▲酷瞧原創戲劇《直播中二間》連詹宛儒都害怕

「最美女鬼」楊雅筑在《直播中二間》闖進晏柔中夢裡，雖僅出現幾秒便引發話題，不少網友已經開始扮演起柯南推理兩人之間的關係。第二集末白衣鬼不懷好意暴衝而來，中二幫四人能否平安脫困？鬼月雖結束，恐怖卻不間斷，《直播中二間》每週四、週五，午夜23：00更新一集，於酷瞧、LineTV同步播出，讓你在手機前，驚聲尖叫！



▲酷瞧原創戲劇《直播中二間》劇照

酷瞧原創戲劇《深藍與月光》開鏡 金鐘編劇吳洛纓 操刀首部BL原創劇本

2017-09-30 00:00:00

台灣最大原創內容影音平台酷瞧新媒體《富錦街-這條街上的那些故事》首播即獲得好評。緊接著，第二部原創戲劇-耽美BL劇《深藍與月光》選在橘子集團宣佈開鏡，由酷瞧執行長蔡嘉駿、導演Adiamond Lee與劇組工作人員，這次擔任編劇的金鐘編劇吳洛纓老師特別抽空出席，現場拜拜祈福，新生代演員一字排開，宛如高顏值神木群，堪稱耽美界F4！



▲酷瞧原創戲劇《深藍與月光》開鏡，酷瞧執行長蔡嘉駿、導演Adiamond LEE、編劇吳洛纓及主要演員及劇組工作人員舉行開鏡拜拜儀式。



▲酷瞧原創劇《深藍與月光》開鏡主要演員出席，左起武廣君、詹雅涵、王可元、林柏叡、陳彥名、黃庭軒、王庭勻，身高超過185，高顏值養眼的BL劇。

故事是一劇之首，網路劇也需要好的內容留住用戶。耽美BL劇《深藍與月光》，由《著魔》導演Adiamond Lee再度執導，領著《小資女孩向前衝》幕後班底，劇本則由金鐘編劇吳洛纓老師操刀，睽違多年再度執筆創作台灣戲劇文本，更是首部原創BL劇，創作之初參考身邊許多腐女的意見、讀了許多BL漫畫，從真實的生活感去思考「愛」的內涵，希望觀眾看完戲都可以找到對的人好好愛一場。

《深藍與月光》描寫四位男主角對愛的徬徨與辯證，在親情與愛情之間游移的生命故事，從耽美劇去建構更深層的文本內容。本劇大膽啟用新銳演員，號稱顏值爆表的「質感系」男子團體，《紅樓夢》12男釵之一陳彥名、「台版徐仁國」王庭勻、鄰家暖男黃庭軒、「激似BigBang成員T.O.P」林柏叡等人，平均身高超過185。而，萬綠叢中一點紅的唯一女主角詹雅涵，清新脫俗也是170公分的長腿妹妹，一字排開宛若走入「養眼」神木群。導演Adiamond強調選角首要條件：不僅要長得「俊美」，帥度破表之外，也必須要肌肉線條「好看」，接近完美等級的演員群，挑戰耽美界的F4！

開鏡當天，吳洛纓老師特地留下來與演員們進行表演指導，親自分析每個角色的設定與故事劇情的導讀，不斷提醒演員們「記得要有愛」並且去思考每個角色轉捩點的背後設定，酷酷男帥們突然都變成害羞的男孩，羞問親熱戲是否要打對方屁股，吳洛纓老師大方說：「當然可以啊！」預料將再現唯美「基」情的養眼畫面。工作人員私下透露，讀完吳洛纓老師的劇本後直呼「太感動了！」，眾人都很期待接下來的火花。《深藍與月光》預計今年九月在酷瞧播出。

《天堂M》中文版LOGO首度公開！承襲端遊靈魂x 注入手遊型態

2017-09-19 00:00:00

遊戲橘子代理韓國遊戲霸主NCSoft開發的年度手遊鉅作「LineageM」，今(5日)起正式將中文版命名為《天堂M》，同時隨著台灣官方網站上線，中文版LOGO首度公開。



▲《天堂M》中文版LOGO首度公開

主打唯一原汁原味移植線上遊戲《天堂》的手遊新作《天堂M》，為承襲產品的本質與特色，中文版LOGO設計理念，特別完整保留線上遊戲《天堂》品牌形象，結合象徵全新手遊型態Mobile的「M」，打造兼具「歷史」與「未來」的跨時代嶄新風貌。

暨7月31日《天堂M》臉書官方粉絲團推出後，目前已成為與玩家連繫、溝通、互動的主要平台；今(5日)《天堂M》官方網站正式上線，未來不僅將作為「最新消息」的情報站、「預先登錄」平台，也將陸續推出「官網限定」的網頁互動遊戲，透過「官網」與「粉絲團」雙平台的緊密結合，帶給《天堂M》台港澳玩家更多最新、最豐富、有趣的互動體驗。



▲ 《天堂M》台版官方網站今(5)日起正式上線

※ 《天堂M》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/Gamania.Lineage.M/>

※ 《天堂M》官方網站：<http://tw.beanfun.com/LineageM/>

《跑跑卡丁車》領先韓國 推出特殊酷炫車款「黃金風火輪9」

2017-09-19 00:00:00

遊戲橘子旗下休閒競速遊戲《跑跑卡丁車》於9月1日至9月15日與台灣、港澳玩家共同迎接全新車款「黃金風火輪9」，此款領先韓國在台推出的「黃金風火輪9」，外觀設計參照台灣知名童玩「滾鐵圈」，再運用金屬的黃金色澤打造，完整呈現獨一無二的台灣在地酷炫風味，絕對值得玩家收藏。同時，也推出90年代復古學生造型的全新角色「林芊芊」和「徐圖塔」，透過他們背後的青春戀愛故事，彷彿讓人回到校園青澀的時光，增添遊戲內容的趣味性。另外，今年《跑跑卡丁車》也聯手《泡泡大亂鬥》和《爆爆王》舉辦首屆「睏寶盃」三鐵大競賽，即日起至9月15日早上8點為止開放報名，冠軍除了可以獲得4萬元獎金外，還可獲得象徵榮耀的專屬金牌徽章。



▲《跑跑卡丁車》也首度聯手《泡泡大亂鬥》和《爆爆王》舉辦2017「睏寶盃」三鐵大競賽



▲《跑跑卡丁車》本次改版推出特殊在地化車款「黃金風火輪9」



▲《跑跑卡丁車》推出擁有復古學生造型的全新角色「林芊芊」和「徐圖塔」

《跑跑卡丁車》領先韓國推出特殊酷炫在地化車款「黃金風火輪9」
全新角色「林芊芊」「徐圖塔」復古學生造型帶你回到90年代

本次於9月1日至9月15日推出特殊酷炫的「黃金風火輪9」，特別參照台灣經典童玩「滾鐵圈」外觀，打造雙圈造型，展現出特有在地化車款風格，而全新角色「林芊芊」和「徐圖塔」，不僅在角色設定上帶有復古的校園風格，使用「林芊芊」角色在團體賽獲得勝利時，所有隊員的經驗值可額外增加50%。同時，為歡慶「黃金風火輪9」新車款上市，推出「9月超值產包」，內含競速車款「黃金風火輪9」、道具車款「銀製風火輪9」及全新角色「林芊芊」等優惠內容。

另外，即日起至9月22日上午09:59止，活動期間內每日18:00至22:00，玩家可利用「懷舊卡帶vol.1」道具直接獲得「黃金尖峰HT+」、「黑騎士9」和「音速9」…等限量傳說車款。而「懷舊卡帶vol.1」不僅可透過「9月超值產包」獲得，還能透過「裝載回憶的出席任務」和「朝向初戀的累積上線任務」等任務獲取，完成「朝向初戀的累積上線任務」達指定條件更可以得到全新角色「徐圖塔」。



▲即日起至9月15日上午09:59止《跑跑卡丁車》玩家可以於商店中購買「9月超值產包」

2017年度盛事、首屆「睷寶盃」三鐵大競賽開放報名
明星實況主共襄盛舉萬元獎金等你來拿

《跑跑卡丁車》聯手《泡泡大亂鬥》和《爆爆王》舉辦首屆「睷寶盃」三鐵大競賽，這史無前例的團隊作戰比賽，將於即日起至9月15日早上8點開放報名，每個報名隊伍以4至8人為一隊，其比賽內容包括三種遊戲各自的指定關卡和賽制。另外，10月7日決賽當天將會邀請前《跑跑卡丁車》職業選手「爆哥」和「魯夫」，以及正妹實況主「佩儀」前來參加實體表演賽。除了冠軍和亞軍隊伍分別可以獲得新台幣4萬元和2萬元獎金，加上專屬金牌和銀牌徽章外，為了讓所有玩家都可體驗首屆「睷寶盃」三鐵大競賽的樂趣，本次競賽也提供「Top 50跑車齒輪x1 + KOIN x100」及「活動魔法針 x5」等參加獎給玩家。更多「睷寶盃」詳細內容請上[活動網頁](#)查詢。



▲2017「睷寶盃」三鐵大競賽將會贈與前三名隊伍象徵榮耀的「專屬徽章」

※《跑跑卡丁車》官方網站：<http://tw.beanfun.com/KartRider>

- ※ 《跑跑卡丁車》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/kartriderTW>
- ※ 2017《睷寶盃》活動網頁：<https://tw.beanfun.com/kartrider/event/E20170825/index.html>

2017 GAMA WARM XMAS 聖誕小橘鹿 · 躍進嶄新未來

2017-12-22 00:00:00



▲白雪皚皚平安夜，小橘人化身麋鹿(小橘鹿)，齊聚聖誕佳節

在聖誕節，相傳有紅鼻子的馴鹿「魯道夫」，發光的紅鼻能引領雪橇大隊與聖誕老人，分送令人雀躍的聖誕禮物。小橘人這次化身小橘鹿，邀請你一起have a GOOD TIME!。

獻上小橘鹿，點綴暖心平安夜

聖誕夜帶上暖暖心意，小橘鹿家族陸續分送禮物到你手上。由正經堂出品的聖誕禮盒，無論小橘鹿與盒身，皆能自由使用，裝點出濃濃聖誕味，給你最可愛且獨特的2017。



▲由正經堂出品的小橘鹿禮盒，帶來濃厚的聖誕氛圍

紅鼻閃耀冬季祝福，一起躍進2018

由小橘鹿領隊的雪橇隊伍，衝破黑夜邊際，是寒冬中最閃亮的紅色祝福，期許來年也能邁開腳步，隨著無限喜悅與希望，一同躍進2018！



▲小橘鹿領軍，帶給大家佳節祝福，幸福迎接2018

2017 Happy Moon Festival，太空小橘人陪你探索Gama 行星過中秋！

2017-10-03 00:00:00

突破，才能發現意想不到的新世界！2017年中秋，小橘人化身為勇於發現的太空人，找到Gama行星，在地球總部的你，只要轉動星球，小橘人即刻為你傳回Gama行星的第一手消息，以及更多生活的美好想像，與我們一起have a GOOD TIME！

一飛衝天，探索Gama行星之旅！

中秋宅在家也可以與小橘人一起開啟無限的想像，中秋期間，只要進到[橘子集團官網](#)，就可以發現神祕的小火箭，點擊後小火箭就會帶你一起展開一場太空漫遊之旅，美麗的Gama行星，等你來探索！



▲中秋期間限定的橘子總部櫥窗也是不容錯過，歡迎拍照打卡，禁止拍打餵食！

<https://youtu.be/oiTelP85KZk>

▲中秋期間限定影片，太空之旅開始了，快跟著小橘人一起飛！