

網銀人 05

No. 05

WANIN International

網銀人 WANIN International

NO.05 2016
雙季刊企業 · Jack O'Way 大步踏入東協之都
現場 · 開電競豐收 2015，展望未來全力征戰網銀 · 部門解密包山包海 · 行政管理處
動態 · 網銀國際研發中心興建工程開工動土活動 · 網銀基金會講堂傳遞愛 · 培育不間斷
記者 · 網銀講堂

正在崛起中的新興產業 · 電子競技運動的現在與未來

電競世代來襲 百億產業成形



網銀講堂

用知識填補生命
從人文關懷到樂活全面開講

網銀人大數據

用數字解析你不知道的網銀

企業現場

劍益20週年見面會直擊



網銀人 WANIN International No.05



www.wanin.tw



網銀國際股份有限公司 WANIN INTERNATIONAL CO., LTD.

Contents

2016 雙季刊 | NO.05

發行所／網銀國際股份有限公司

地 址／407 台中市西屯區市政北二路238號28樓之1

電 話／(04)2452-2811

傳 真／(04)2452-2911

網 址／www.wanin.tw

發行人／蕭政豪

編輯群

總 編 輯／陳佩尊

執行編輯／陳佳陵、徐啟峻、鄭唯棟

洪采伶、吳敏銓、胡裕強

視覺指導／張藝展

美術設計／陳毓秀

發行月份／2016年3月



■ Feature story | 特別報導

電競世代來襲 百億產業成形 P.01

- 大型賽事—電競永遠的焦點
- 電競職業隊伍，品牌形象推展利器

■ Activities | 活動記實

網銀基金會 講堂傳遞愛・培育不間斷 P.23

- 2015「網銀講堂」溫暖開講
- 社會關懷樣樣來 扶助方案持續推動

■ Event | 企業現場

劍俠情緣週年慶 俠義盛宴見面會 P.11

- 各路門派英雄 齊聚Cosplay
- 傾聽玩家聲音 促膝暢談新計劃

臺灣品牌Jack O'Way大步踏入東協之都 P.13

- 聚焦藍海 著眼新興成長的東南亞
- 披上華麗戰服 搶灘印尼

五花八門看行銷 熱潮不減星城Online P.15

- 整合資源出擊 星城就愛趴趴造
- 百間網咖特約店 VIP獨享王牌包

moLo Sport再進化 磁控版搶先大揭露 P.17

- 全新情境體驗 新一代更用心
- 產學合作 產品注入新創活力

閃電狼豐收2015，展望未來全力征戰 P.19

- 爐石戰記 世界冠軍就是「燙」！
- 英雄聯盟 全新陣容迎戰S6

■ About wanin | 網銀動態

從數字看網銀人 P.27

- 12星座報馬仔 四海之內皆兄弟
- 民以食為天 手搖飲料調茶局

部門解密 包山包海全力支援・行政管理處 P.29

- 人資招募管理 新手村NPC
- 總務職能揭密 服務揪感心

網銀人活動集錦回顧・2015年歡樂不斷 P.31

- 月圓人團圓 當我們「烤」在一起
- W Party！夜店主題尾牙有夠High

網銀人來瘋 P.35

- 吃喝玩樂瘋收藏 網銀人就是這麼瘋

網銀國際研發中心 興建工程開工動土 P.39

- 產業群聚效應 刺激中區軟體開發



運動新體驗
首創互動式娛樂健身車



娛樂任意門
聊天、社群、手遊隨時玩



金光布袋戲授權
國產手遊全新力作



萬人在線
休閒益智類遊戲



歷時十年
經典武俠 3D 鉅作



國內規模最大
職業電競團隊



暢玩各款遊戲
最便利的遊戲點卡



響應公益
支持孩童與樂同行



電競世代來襲 百億產業成形

荷蘭市場分析公司Newzoo預估，2015年全球電競產值將達到2.5億美金，呈現巨幅的成長，如Dota2的國際賽事獎金就高達1500萬美元。

電子競技時代來臨

關於電子競技(以下簡稱電競)有很多不同的解讀，隨著遊戲對經濟、社會不斷加強的影響，電競在某些國家正式成為體育競技的一種，世界也漸漸凝聚出對電競的共識，而電競顧名思義就是利用電子設備做為運動器械進行，選手們要利用這些電子設備互相展開智力與反應對抗運動，簡單的說法就是透過遊戲(電視、電腦)來進行比賽的體育項目。

試想過去人們如果想享受運動對抗的刺激，不僅需要一套設備和專用的場地，還需要通勤時間，但電競只需要一台電腦、遊戲和網路，不限時地、天氣就可以舒服的在家裡享受競賽快感，電競比賽的高額獎金與職業合約的高報酬，也是電競越來越風行的原因之一。

電競不單單是只有比賽這麼簡單，如同其他運動競技項目，例如:NBA、MLB、美式足球超級盃等，富含著龐大的商業契機，大家常常會問：打電動能當飯吃嗎？電競靠什麼賺錢？高額的比賽獎金從何而來？只是遊戲廠商的行銷手法？本期網銀人特別選擇電競作為特別報導主題，帶領大家來一一解開這些謎題。

大型賽事

電競永遠的焦點

粉絲的目光永遠都會聚焦於比賽場上是所有競技運動的共通之處，職業選手在賽場的每一個精彩表演、極限的操作和獲勝的瞬間，都吸引著全世界觀眾的目光。電子競技的觀賞已經不單單只是在網路上觀看，賽事主辦單位現場精彩的活動規劃、比賽舞台的聲光效果，帶來宛如演唱會的華麗體驗，帶給粉絲們全新的觀戰體驗。

全球首屈一指的大賽，IEM (Intel Extreme Masters) 世界總決賽，2015年在波蘭卡托維茲舉辦，現場觀眾超過70,000人，而同年在美國由遊戲大廠暴雪娛樂所舉辦的BlizzCon 現場觀眾也超過30,000人，電競比賽現場震耳欲聾的加油聲，關鍵時刻全場瘋狂的吶喊，如同觀看精彩球賽般，跟著無數同好一起搖旗支持自己喜愛的戰隊與選手，電競比賽現場的實況，早已超乎你我想像的精采震撼。

而遊戲廠商與主辦單位也趁賽事舉辦週邊活動吸引玩家目光，憑藉著長期經營累積的賽事口碑，得以吸引更多玩家投入，以及門票、週邊商品與廣告收入，來支撐賽事所需的獎金與花費。

大型賽事對戰隊而言，能取得世界各地粉絲的支持，提高戰隊的高度與能見度，在今年，閃電狼《英雄聯盟》戰隊，在歐洲舉辦的



《英雄聯盟》S5 世界大賽中打出了精彩表現，不只成功前進到世界前八強，更是唯一讓韓國隊伍嚥到失敗的非韓籍隊伍，此舉讓臺灣同胞揚眉吐氣，也在世界各地的粉絲心中留下深刻印象。電競選手藉由參與國際賽事增加戰隊人氣，並且也能替戰隊帶來比賽場上以外的產值。

- 2013 F1 世界第一方程式：每場平均 1,900 萬人收看。
- 2015 美國職棒大聯盟世界大賽：每場平均 1,400 萬人收看。
- 2015 美國職業籃球決賽：每場平均 1,900 萬人收看。
- 2015 英雄聯盟世界大賽：每場平均 3,000 萬人收看。

(以上可觀察出，電子競技的人氣不會輸給世界上知名的運動比賽。)

電競職業隊伍

品牌形象推展利器

目前世界上絕大多數的電子競技隊伍都擁有各自的母企業支持，多半是由大型企業或是遊戲廠商組建，只有少數是以個人名義或是由業餘玩家組成的隊伍，擁有企業做後盾的隊伍較能有完整的福利與保障，其中又有分為用企業行號直接掛名，如韓國電信公司SK telecom的SKT T1，和另取隊伍名稱，如中國的iG、臺灣網銀國際的閃電狼等，而不管是直接掛名或是不掛名，都能讓大眾透過戰隊去認識背後的母企業或品牌，增加品牌知名度。

但是並不是只有企業會組成戰隊，而有些對於電競有熱情的退役選手或是富二代，也會以個人名義創立戰隊。北美人氣戰隊TSM便是由《英雄聯盟》玩家Reginald與他的兄弟Dan Dinh所創立；臺灣LMS戰隊MSE是一名對電競有熱情的業餘玩家以個人名義創立。

許多企業主創辦戰隊，心中都有不同的目標，有些是對電競的熱情、對遊戲的熱愛或是對遊戲環境的回饋。但是無論如何，這些戰隊都提供了選手更多的機會和環境，能夠全心全意的去追求世界的頂點。

電子競技就像許多職業運動，以選手和賽事為核心，選手在場上展現頂尖的實力，賽事帶來的正面價值，皆可提升戰隊與品牌的形象。而喜愛選手的粉絲們也會為了表達自己對選手的支持，願意從口袋掏錢購買戰隊的週邊商品，增加戰隊的營收與品牌價值。

如歐洲名門Fnatic自2004年成立以來，便利用全球電競項目的投資、選手精彩表現、經營粉絲社群和週邊商品收入，讓Fnatic從一支歐洲的區域戰隊，逐漸成長為國際知名戰隊。年底也推出Fnatic專屬的電競配備品牌—Fnatic Gear。

這也讓Fnatic不單純是一支電競戰隊，而是一間投資電競相關產業的跨國投資公司，明星選手除了吸引粉絲支持以外，加上在螢幕前的長時間曝光，這時各方廣告與贊助商將會紛紛前來談論合作事宜，戰隊藉此獲得更多收入，得以永續經營。



電競選手=職業球員？

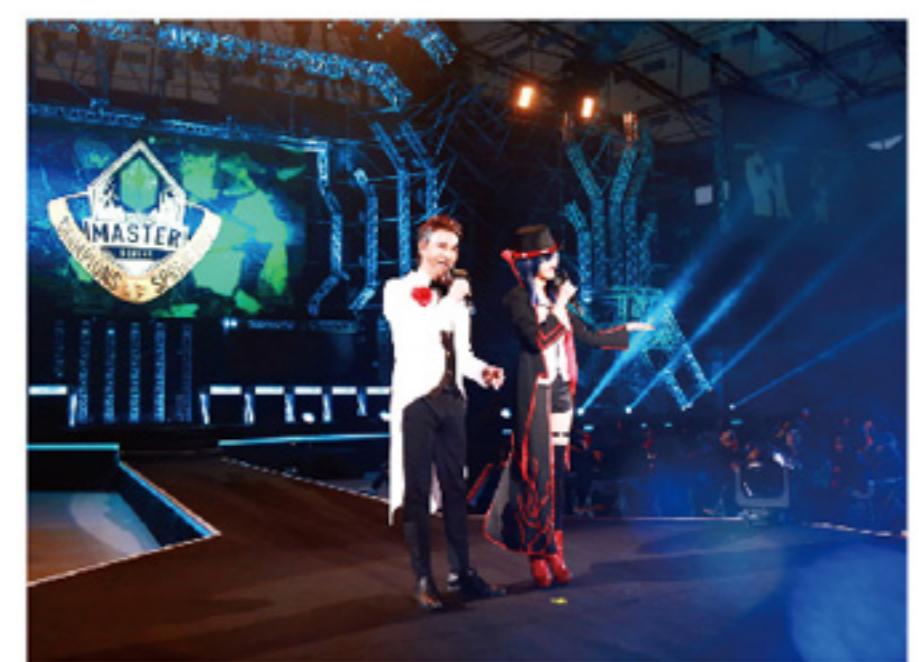
選手，永遠是賽事上的主角，電競選手的黃金時期是16歲~22歲，此時期的反應與思考能力是最好，隨著年紀增長反應也會逐漸下降。就像全世界所有的運動選手，場下不斷練習增進自己，場上用成績證明自己的價值，在只有"勝"與"負"的世界裡，結果絕對是大於比賽過程，輸是戰隊與選手都不能接受的事實，沒有強烈的求勝心態是不可能成為一名好選手的，選手在追求登峰造極和自我認同的同時，也會尋求更好的待遇，就像是《英雄聯盟》的人氣選手MaRin離開家鄉韓國，願意接受中國戰隊開出兩年240萬美元薪水的邀約，為自己的人生再創高峰。

NBA 明星球員林書豪也是個電競愛好者，他曾在受訪時談及電競選手於職業運動選手的相似之處，無論是在遊戲內或是球場上，個人的技巧、體能、抗壓性、面對各種狀況時的心理素質都是選手的基本功，更講究的是團隊合作、配合默契與戰術的運用。但與職業球員相比，職業電競選手的收入相對不穩定，而協調反應能力是電競遊戲中極為重視的一塊，年輕選手佔了很大優勢，所以電競選手的職業生涯也因此較為短暫，和職業運動選手相比之下競爭也較為激烈。

職籃選手每天不斷的練習投籃、跑位、防守等，這些基本練習是反覆枯燥的，需要依靠極大的信念支撐，而電競選手每天也要透過不間斷的練習，以求更好的成績，職業電競隊伍都會有自己的場地，並要求選手集中住宿，在這樣安排下，電競選手練習的時數超過八個小時，如果加上某些選手的自主訓練，加總起來就可能超過十二個小時。從這點看來，成為一位電競選手不但需要高度的熱忱，還要有過人的毅力與體力，所以我們在電視中看到電競選手精湛的操作，那是不斷努力用汗水與青春交換而來的。

目前世界上有履行職業合約的電競選手不在少數，但多數為一年一約，選手們會依據自己的實力、人氣等分別拿到不同的合約與薪水，實力人氣高的選手當然也會有比較好的待遇了，大部分的合約內會有關於獎金的條款-獎金抽成制度，就是選手從比賽中拿到的獎金必須與戰隊共享，除了可以幫業主自身企業帶來知名度，也可以透過獎金抽成分攤戰隊支出。每年世界上的電競比賽多到不勝枚舉，世界各國都會舉辦比賽，選手們也常常為了

比賽要當空中飛人，如臺灣閃電狼戰隊的《星海爭霸II》選手Has在2015年就去了美國、德國、法國、韓國，只有少數受到比賽主辦方邀請，或是已經取得資格的選手機票酒店為免費以外，其他想要參加比賽的選手都需由戰隊負擔機票與酒店的費用。



網路直播

目前全球的電競比賽的播送方式是以網路播出為主，只有少數的比賽會透過電視放，臺灣是世界上少數利用電視來直播電競比賽的國家，知名的 TeSL 職業電競聯賽，於 2009 年至今於 FOX 體育台和緯來育樂台以塊狀節目播放，收視率甚至曾經超越當時

的職棒比賽，但因為數位電視訊號還未完全普及的關係，因此電視播出的解析度可能沒有比網路佳，加上跨國轉播需要轉播權談判，所以多數的電競比賽選擇使用網路播出，這也讓電競和網路直播平台兩者關係密不可分。

類別	傳統電視直播節目	網路直播節目
特色	多單向收視	能即時互動
觀眾族群	頻道訊號可及範圍為目標市場	只要有網路就能觀看
播放內容	多為球賽、演唱會、重大新聞事件等等	使用者產製內容較高，美女、娛樂、電競直播更是常見
收入來源	廣告收入	廣告與觀眾付費購買虛擬寶物
廣告商選擇依據	收視率高的節目較受廣告商親睞，但由於互動性較差，難估計廣告播放效益	精準知道有多少觀眾在線觀看，掌握使用者輪廓，廣告投放較為精準
製作成本	成本偏高，製作困難	製作成本低，且輕鬆



電子競技與直播的結合

網路普及使用直播平台的觀眾日漸增長，以全球最大的兩個直播平台 YouTube 與 Twitch 為例，在 2015 年 YouTube 的註冊用戶為 3.3 億人，Twitch 則有 2.2 億人，YouTube 的註冊用戶中可能不全然是遊戲直播的收視者，但 Twitch 的用戶就是為線上收看遊戲直播而來，根據 Twitch 統計台灣的觀賞流量在全球排名第五，而臺北市在 Twitch 全球城市排名中，是流量最多的城市，包括臺中、高雄及桃園都榜上有名，也足以見證電競直播在臺灣的蓬勃發展。

當然其他還有很多平台很受歡迎，如中國的直播平台：虎牙直播、鬥魚、龍珠，都各自在中國擁有一片天，中國巨大的網路人口讓線上遊戲玩家人數激增，也連帶讓直播產業發展興盛，2015 年中國在線直播市場規模已達到了 33.83 億人民幣。

電競賽事對於直播廠商而言，是高收視率的保證，如 2015 年《英雄聯盟》世界

大賽總觀看人數為 3 億人，選手人氣也同樣能帶來的高收視人數，看準選手與戰隊帶來的收視人口，讓直播平台投入成為電競隊伍贊助廠商。

選手或是其他主播(以下簡稱為實況主)進行直播時，觀眾可以付費訂閱與購買虛擬寶物來送給他們，這筆收入會由直播平台和實況主拆帳，這也為選手個人帶來額外不少的收入，像臺灣目前知名的實況主“亞洲統神”，直播時常有 8,000~10,000 人同時在線收看，而厲害的實況主月入更可以超過 10 萬元臺幣，在中國有不少實況主年收入超過 1,000 萬元，對職業電競選手而言，除了收入之外，透過實況與粉絲互動，展現賽場上看不到的一面，也是累積人氣的管道。

電競戰隊除獎金外的收入模式主要靠贊助與廣告，但廠商是否願意贊助或購買隊伍廣告，則要視隊伍知名度而定，



就現實而言就是與隊伍成績相關，成績好的隊伍自然會受到較多的關注，而成績下滑就可能面臨贊助商不再繼續贊助，因此維持日常的運營還是要靠企業或金主的支撐，換個角度來看，處在網路世代，在網路中流量就代表著獲利的可能，電競直播的流量巨大，雖然也許目前未有一致的轉化方式達成獲利，但潛藏的商機已經讓許多廠商相繼投入。

電競流量的轉化方式相當多元，目前常見的有：1. 成立電商利用電子商務平台販賣各式商品，在中國許多的實況主當會擁有自己的淘寶外設店，在網路上販售各式商品。2. 廣告化：直播的巨大流量可以成為眾多網路平台得流量來源，透過在實況直播中置入品牌廣告，向廣告主收費。3. 販售週邊：電競選手的相關週邊對粉絲而言是充滿吸引力的商品，舉凡選手使用的鍵盤、滑鼠、身上穿的衣褲、推薦的電腦配備，而在實況直播中，是曝光與銷售這些商品的好時機。

網路是一個雙向溝通的傳播渠道，電競線上直播也正利用這樣的特性，一方面將比賽或遊戲的內容傳播到世界各地，同時也把各處的收視者匯集。



電子競技產業 它正在改變世界

2015年底，EA美商藝電成立電競部，讓自家遊戲決勝時刻、FIFA系列作品投入電競項目的行列；2016年初美國動視暴雪進行賽事單位MLG的收購，雇用前ESPN專業人員增強電競相關轉播的專業。這些海外遊戲大廠的策略運用都可以看出全球電競產業的未來產值和關注度是相當令人期待。

賽事中不可或缺的便是參與各項賽事的戰隊與選手了。在網路資訊越來越方便取得、電競賽事越來越普及得當下，越來越多不同的賽事能夠受到全球觀眾的注意。許多不同產業的公司與富豪也都注意到這塊正在成長的大餅，成立戰隊與打造環境，例如：NBA退休選手Rick Fox日前便投入電競的行列，從與電競無關，一舉成為戰隊的老闆。由於越來越多人願意打造優秀的訓練環境，選手們也因此能專心在自己的專業，繳出更優異的表現，給予觀眾更棒的表演，吸引更多粉絲讓電競產業更加活絡。

雖然電競產業結構逐漸完備，卻因為傳統對於電玩的負面印象，讓電玩相關的產業容易遭到汙名化與誤解。如何在創造產值的同時也能讓電子競技被普羅大眾接受，讓大家了解到「電競不只是打電動」、「電競是體育競技的一種類型」、「電子競技是一種職業運動的投資」等等，因此幫助電競去汙名化是現在許多電競人共同的目標。

不管你信與不信， 電子競技產業，它確實正在改變世界。



劍 參 週 年 慶 — 俠 義 盛 宴 見 面 會 各 路 門 派 英 雄 齊 聚

《劍俠情緣叁免費版》自2014年11月起由網銀國際正式營運，至今已邁向一個年頭。這一個寒暑間，因為有著玩家們的參與，編寫出一段只屬於劍俠情緣叁的歷史，讓劍參增添更多人情，也更為豐富迷人。而營運團隊為了感恩回饋這一年來支持《劍俠情緣叁免費版》的玩家，故在2015年11月21、22日於臺北與臺中舉辦兩場週年慶玩家見面會「俠義盛宴」，由劍參專案負責人直接與現場百位玩家面對面一同暢談劍參，讓營運團隊可以貼近了解玩家，直接的感受到玩家們對遊戲的熱情與回饋。而玩家們對於劍參的社群活動十分熱情捧場，150個名額在線上開放報名短短數小時內便一搶而空。營運團隊承諾，將會持續努力以回應廣大玩家們的期待，不定期地舉辦更多有趣的社群活動，維繫營運團隊與玩家間暢通的溝通橋樑，期望《劍俠情緣叁免費版》不僅是一款線上遊戲，更能成為玩家們生活中不可或缺的一部分。



見面會當天，因為玩家們有著相若的背景與喜好，猶如一場小型的認親大會，同幫會、同門間的俠士們或在活動中捉對廝殺、或促膝暢談劍參，就如同把線上的景象搬到現實一般！而我們在傾聽了玩家寶貴的感想與建議後，對於劍參未來的活動規劃與走向有了新的思考方向，期待將來能呈現更新更有趣的東西，讓玩家感受到耳目一新的劍參江湖。除此之外，現場也準備了許多互動競賽，考驗的不僅是玩家對遊戲的了解程度、記憶力、專注力之外，還需要過人的運氣才能取得勝利。參加者個個身懷絕技、大顯神通，精彩的表現將多樣好禮與虛寶通通帶回家。而會場備有美味豐盛的點心，讓參加的俠士們認真參與活動的同時，更能享受各式美食佳餚。

本次見面會「俠義盛宴」還有個最大的重頭戲—Cosplay大賽，有鑑於劍參受到許多玩家熱愛，在各大動漫祭與展場都曾看見玩家以劍參的角色造型出席，故本次特意邀請Coser玩家參與盛會。當天現場看見眾多Coser們精心呈現的角色樣貌，不僅有威風凜凜的蒼雲、豪情萬丈的丐幫、溫柔婉約的七秀，甚至還有一名年僅5歲的小小Coser，裝扮成藏劍蘿莉，手持著糖葫蘆，出場時大家都驚呼超可愛。而經過殘酷的選拔後，獲得第一名的分別是在臺中場以少年穆玄英角色拔得頭籌的玩家樓靖，以及臺北場以一招笑醉狂贏得眾人喝采的丐幫成女呼嘯唐三打。營運團隊也希望能在未來的一年裡，與這些在cosplay領域裡支持劍參的玩家們有更多的交流，並適時提供協助，將劍俠情緣叁推廣到更多不同的領域。

營運團隊在現場也公佈了《劍俠情緣叁免費版》2016年度的新計畫與展望，在社群、機制、周邊三大領域都有新的目標，像是紅利點數機制、影音大賽，及全新玩法的劍參桌游等等，一定能帶給玩家耳目一新的感受。希望在新的一年裡，無論是已在劍參成名的俠客，或是初入稻香村的新秀們，都能在這壯闊的劍俠情緣世界裡，編寫出屬於自己最豐富精彩的下一頁。





臺灣品牌進軍東南亞 Jack O'Way 大步踏入東協之都印尼



聚焦藍海 著眼新興成長的東南亞

說到「東南亞」地區，撇開觀光產業不說，是否對他們還停留在有點落後？景氣處於劣勢？網路不怎發達的刻板印象？您可知道，最新研究指出，東南亞已成為全球遊戲市場成長最快速的地區，和其他地區相比，雖

然網際網路確實是較晚才起步，但以越南手遊市場來說，其規模在東南亞手遊市場已佔40%，甚至被預估每年將以87%成績快速成長！其中營收最高的市場為泰國，達2.3億美元，馬來西亞則以2.14億美元緊追在後。除了上述國家，還有位居第三的新加坡、印尼、越南與菲律賓等地，從付費的玩家佔比市場總規模來看，在在都顯示東南亞的實力，已經遠超越其他新興市場，成了各家遊戲公司的兵家必爭之地。

東南亞遊戲市場概況

	泰國	馬來西亞	新加坡	印尼	越南	菲律賓
付費玩家佔比(%)	49	43	29	49	48	38
每人每年遊戲支出(美元)	27.76	32.61	189.30	9.12	12.67	8.76
市場總規模(億美元)	2.303	2.142	2.016	1.811	1.558	0.968

註：付費玩家佔比指所有行動遊戲玩家中付費遊戲的佔比率。

*資料來源：Newzoo(2015)

披上華麗戰服 搶灘印尼

就網銀國際而言，東南亞向來是推廣海外的一大重心，相關營運及通路單位早在去年便積極延伸市場的推廣觸角，多次飛到國外開疆拓土，替公司產品察看實況、規劃鋪路，前後作好萬全準備，為的是就是等待適合的產品，大張旗鼓邁入海外市場！《Jack O'Way》Slot Online Game便是網銀國際第一波在印尼強打的遊戲，在印尼語解釋上即是「一路發」之意；自2015年11月份推出，以媲美拉斯維加斯為著稱，專為印尼玩家設計的印尼語3D高畫質界面，幾乎接近真實機台遊戲畫面及拉霸方式，搭配多首好聽的背景音樂及逼真的拉霸音效，除了經典的十款遊戲外，每月至少以一款新遊戲的更新速度，從12月新增X型Slot的「ROBIN HOOD」(俠盜王子)、Liao Zhai(聊齋)，再到今年1月的「ICE STORM」(冰風暴)及2月份最新推出的「PANDORA HEARTS」(潘朵拉之心)，不僅在遊戲研發上創新，更用心培訓了在地

化的客服人員，每天在遊戲頻道內舉辦有獎徵答活動，與玩家交流問答送獎品。並比照臺灣玩家喜愛的行銷活動，推出玩家「介紹人」回饋機制，以及透過比賽排行、好友升等的禮券回饋，鼓勵玩家以老手邀約新手概念，用社群行銷方式，短時間內讓更多印尼朋友認識《Jack O'Way》！

話說回來，其實要打進異地市場並不容易，除需實際了解當地民俗風情外，相關各國政策都是一大挑戰，以印尼來這個高速成長的新市場而言，或許搶得先機進場佔有一舉拿下的優勢，相對也是因為它正處於成長期間，無前例可循難以預測、遊戲趨勢波動變化大，如何透過完整的行銷推廣與品牌操作，網銀國際如何透過自身在臺灣的例子-《星城 Online》，以這套同質產品作為借鏡，利用全新品牌操作，發揮同等實力，成功將《Jack O'Way》移植到印尼甚至其他國家，讓遊戲與異國文化在地融合，為遊戲歷史寫入新的一页。

五花八門看行銷熱潮不減星城Online



車體廣告

根據研究調查顯示，臺灣線上遊戲壽命大約落在1~3年左右，不論是遊戲深度、更新速度還是數值穩定度等因素，都是遊戲壽命長短的重要關鍵。許多標榜國產自製的遊戲，在剛上市初期透過大肆的宣傳活動及名人代言加持，也許吸引了大批玩家進入觀望湊熱鬧，但能否讓玩家想一再的登入遊戲，甚至心甘情願地掏腰包付費；以及就營運商而言，從端遊下載版開始，再到網頁版、手機版，甚至因應改變，遊戲直接限定只出手遊App，這些商業模式其背後所牽扯的心理層面與經營型態，為的就是在業界異軍突起，好好的與目標對象達到有效溝通。

整合資源出擊 星城就愛趴趴造

就行銷推廣而言，除了一般最直接的付費廣告宣傳，透過社群經營及公關活動操作，持續性與目標玩家對話之外，單打獨鬥的模式雖然同樣能帶來效益，但在現今相對競爭環境下，若能取得外部的相關資源，用1+1大於2的思維，以合作方式加乘二倍以上的力道，不論在實際花費、人力成本降低外，同業或是異業結合可預期之迴響聲量，想必都能撞擊出更不一樣的火花！《星城Online》自去年六月份開始與GASH「樂點卡」合作，便在遊戲的行銷與服務上全面升級。結合超商大張旗鼓舉辦「超級抽」活動，只要在指定超商購買GASH卡，即可加碼抽遊戲道具卡與全新UP卡。另外，除了在相關平台：GASH粉絲團、beanfun首頁或遊戲館等，陸續露出《星城Online》廣告外，其中最引人著目的一大招，即是在路上隨處可見的計程車-台灣大車隊，醒目的整片車體廣告及椅座背後的插卡，讓星城的品牌在市區流竄提高能見度，都是積極想與一般民眾對話的最佳證明。

百間網咖特約店 VIP獨享王牌包

網咖雖然平常僅有部分族群才會常去的地方，但目前仍是遊戲公司在推廣遊戲時的一大重鎮！因為網咖不只提供連線服務，更重要的是提供一個休閒場所，讓玩家呼朋引伴來消費，好好打一場遊戲的氣氛，所能帶來的社群力量，便是奠定《星城Online》成立網咖特約店的最大契機。自2015年5月份開始到年底，整整超過半年時間，從原先五十間網咖特約店，到最後橫跨北中南區，在擁有一百間合作的網咖裡，推出銷量一向驚人的限定「王牌包」遊戲產包，購買遊e卡儲值，還能享有抽道具卡及遊戲幣抽獎活動，便是想讓《星城Online》最重視的VIP核心玩家，祭出最大的優惠誘因來刺激消費儲值！

好康活動不間斷 玩家天天享福利

除了在外部同業、異業合作外，內部的ingame活動更不能少！《星城Online》沒有錯過同為網銀國際旗下平台的「moLo福利社」，推出限量200份的兌換券索取活動，憑兌換券即可獲得星城摸彩券，在首日上線即全數被索取一空，緊急加碼1,500組才紓解玩家排山倒海來的詢問。另有「超級財神祭」活動，推出後因受到廣大的熱烈迴響，活動期間不斷加碼延長，只要是《星城Online》正式會員，即可天天登入遊戲，在指定時間參加遊戲幣抽獎活動！種種針對老玩家行銷操作，為的就是提升會員的黏著度，讓玩家養成上線習慣，想要享有各種好康，登入遊戲準沒錯。



GASH粉絲團 APP行動媒體



beanfun!會員登入

總歸來說，在這個凡事都要行銷的年代，競爭激烈的遊戲產業更是無可避免。不論在新品上市、節慶行銷、老玩家帶新手到零零總總優惠活動等，從廣告行銷到公關操作，從策略規劃到文案制訂，從異業結合到舉辦大型展覽…，每個環節都在在考驗行銷人員對市場的敏銳度。除對遊戲本身要有相當的了解，親自體驗去感同身受外，如何走在趨勢尖端，用特別的行銷手法來突顯遊戲賣點，專注社群整合與品牌經營，成功將《星城Online》推向長青遊戲之路將是最大的挑戰！

**moLo
Sport**

再進化 磁控版搶先大揭露！

moLo Sport

互動式娛樂健身車推出已經第二年，在一代機開始銷售後，研發團隊便開始多方蒐集使用資訊和消費者終端回饋，作為未來研發的依據。互動性是 moLo Sport 的產品核心價值，為了讓消費者能透過 moLo Sport 享受體感遊戲的樂趣，研發團隊決定透過磁控技術設計與研發新一代 moLo Sport。

透過磁控式阻力系統，讓使用者能感受到更直覺的情境體驗，隨遊戲情境來改變阻力大小，讓使用者在遊戲時獲得更多的樂趣和強化運動效果，例如：在踩踩腳踏車遊戲中遇到上坡路段，磁控系統便會加大阻力，讓使用者彷彿真正在騎車上坡一樣，需要花費更大的力氣踩踏，讓遊戲更有樂趣。

在確認未來方向後，首先與業界前輩們多方請益，了解各項技術與設計細節，經過一整年不斷努力，不僅將車體內部結構設計做大幅度的變動，甚至將遊戲軟體全部重新設計，克服軟硬體問題整合後，終於完成全部的開發流程，並開始著手進行後續的生產製造。

新版 moLo Sport 主要的改動如前面所提是在內部結構設計，因此外觀上並無太大更改。最大特色在

於過去採用阻力煞車的方式來調整阻力，但隨磁控版推出後，使用者在平常可以透過旋鈕開關來準確調整踩踏阻力，達到不同的健身訓練效果，而當進入遊戲後阻力將會由遊戲接手控制，享受更全面的情境體驗。

而除了這個重大革新外，moLo Sport 也在細節處用心，新一代的磁控版在車尾處新增電源開關，不使用時可方便隨手關閉電源，不必拔插頭就能節省能源，雖然只是非常小的改變，但能夠看出研發團隊的謹慎用心。



產學合作 moLo Sport 注入新創活力

為了讓軟體的發展能有更多的可能性、注入新創意，網銀國際與大專院校配合，透過人才培訓部與學校建立產學合作機制，由企業提供產品、技術協助，讓學生能進行遊戲軟體的開發，學生在開發過程中可以更了解業界的實際工作方式，藉由專業技術人員的指導，獲得實際開發經驗，而企業也能過在這樣的過程中，得到不同的軟體創意。

其中合作單位朝陽科大的學生在期末特別到網銀國際進行合作成果專題發表，同學們分組進行 moLo Sport 應用軟體開發，發表內容包括遊戲、健康管理、觀光休閒等不同類型，充分展現屬於學生創意思考，在同學發表結束後，也由 moLo Sport 研發團隊與網銀國際技術長，一一針對各組提問並給予建議，並頒發感謝狀鼓勵同學的認真投入。





閃電狼豐收2015 展望未來全力征戰

2015 年對閃電狼而言是豐收的一年，各遊戲團隊都有所

捷報，《星海爭霸II》Has身為臺港澳地區選手代表之一，數度至海外挑戰賽事；《英雄聯盟》團隊重返一級聯賽，年中取得 2015 世界賽門票，挑戰世界列強止步於八強。《Special Force II》團隊以臺中代表隊之姿投身六都職業電競聯賽，除了招募射擊老手外，更延攬新血迎戰新賽事；《爐石戰記》選手Tom更是在下半年時屢傳佳績，在海外連續拿下二冠一亞的成績，精彩的成績有目共睹，而面對新得一年，各團隊都各自定下目標，在一年之初，編輯小組也特別採訪所有隊員，一起來聽聽各團隊各自的展望。



星海爭霸II 走向國際 刺激成長

跟其他團隊比起來，Has是隊伍中唯一臺籍《星海爭霸II》選手，在沒有隊友相互砥礪下，如何獨自面對未來的練習與比賽對Has來說是一個新課題。《星海爭霸II》臺港澳地區賽事銳減，選手若是想要提升實力，需要積極海外賽事。教練 JoJo 認為去年環境的改動對Has起了一些變化，除了更加獨立自主之外，也敢於獨自出國參賽，在心理素質上成長不少，2016年期待Has能與更多國外選手交流，從中得到更多不同的遊戲觀點，對於明年的賽事，則將以WGS世界賽區冠軍為目標。

Special Forces II 邁向連霸之路

《Special Force II》從超級強者擂台賽轉型成六都職業電競聯賽，閃電狼以臺中閃電狼之名代表臺中地區出賽，教練Ray挑選出五名選手 Helen、King、Lyon、Neil、SR一同挑戰聯賽，由於隊伍中有三位是初入職業的成員，因此隊伍剛成立時，除了比賽中的溝通磨合外，個人單兵能力也有待訓練。教練 Ray 表示經過半年的訓練後，已經比起甫成軍時更具氣氛，但每個人都還有很大的成長空間，其他隊伍也不敢對閃電狼有所輕忽，在首屆的六都職業電競聯賽中閃電狼成功闖進四強季後賽，進入季後賽首輪便遭遇強隊新北金礦隊，閃電狼絲毫未露出一絲懼怕，雖然最中在四強賽中敗給新北金礦隊，無緣問鼎六都職業電競聯賽冠軍，但選手個人的進步以及團隊精神的展現，讓人更期待他們明年的表現，面對下一屆的比賽，教練Ray期盼隊伍能夠加強穩定性，再挑戰冠軍寶座。



爐石戰記 世界冠軍就是「燙」！

《爐石戰記》目前除了由賽事單位邀請外，凡是想參加賽事的選手必須從資格賽海選中一路往上打，但因為比賽多舉辦於歐美地區，Tom人身在臺灣，為了配合時間常常過著日夜顛倒的生活，就為了爭取出戰資格，與其他項目選手不同的是，TOM並未在臺中與團隊合宿訓練，而是自主在家練習與比賽，但Tom的高度自律與努力，堪稱閃電狼模範生，而Tom的努力付出也展現在他的成績上，在2015 ASUS ROG 夏季賽拿下冠軍後氣勢高漲，再分別拿下GEICO ONOG 夏季賽冠軍和Celestial 冠軍系列賽亞軍，是今年閃電狼戰隊戰績最豐碩的選手。

Tom在臺灣爐石圈可以說是指標性人物，素有「大哥」之稱，深受大家歡迎與尊敬，除了他對遊戲的熱情與天份外，Tom本身也是一個十分親切的選手，在遊戲實況中常可以見到他詳細解說牌組與遊戲細節，加上喜歡碎碎念的真性情展露，讓Tom更受到愛戴。2016年Tom將以Bliz Con 2016世界盃冠軍為目標，多拿幾座世界冠軍。

英雄聯盟 全新陣容迎戰S6

《英雄聯盟》團隊在2015年順利取得世界賽門票，遠赴歐洲與世界列強一較高下，小組賽時更戰勝韓國戰隊KOO Tigers，並成功以小組第一晉級八強賽，在全台掀起一陣電競狂熱，引來媒體爭相報導，儘管最後未成功闖進四強，但閃電狼已經在世界舞台上打響名號。



去年的世界賽旅程對英雄聯盟團隊而言充滿難忘的時刻，在歐洲比賽時臺灣粉絲的隔海加油，讓團隊十分振奮，甚至在比賽期間包括臺北市長柯文哲、高雄市長陳菊都同聲為閃電狼打氣，陳菊市長還特別在訪法期間，抽空前為比賽會場，當面替選手加油打氣，而花媽與選手牛排激似髮型，更意外在網路上掀起一陣「母子相見歡」的話題討論，返臺後選手也特別抽空親自到高雄市政府與陳菊市長會面，當面感謝市長的打氣加油，留下不少有趣的畫面。

閃電狼也在臺中舉辦了睽違已久的《英雄聯盟》粉絲見面會，110個名額在開放登記20分鐘後迅速登記完畢，反應相當熱絡。12月5日活動當天閃電狼限定週邊商品銷售反應熱烈，也有相當多未登記成功的粉絲特地至現場購買。見面會活動歡笑聲不斷，粉絲們均全心投入與選手互動的小遊戲中，也都表示很期待下次見面會的到來。

面對2016年全新賽季，閃電狼在陣容上也有所調整，上路選手牛排卸下選手身分轉任戰術分析師，並新加入上路選手Rins 和 ADCarry 選手Breeze，以全新的組合挑戰未來賽事，2015成功挺進世界賽八強後，今年閃電狼英雄聯盟團隊將以世界賽四強為目標，決心闖進S6決賽舞臺，站上世界前四強的勝利位置。

講堂傳遞愛 培育不間斷



網銀基金會長期關注社會公益，除了透過補助弱勢兒童學習音樂，豐富孩子生命，並且舉辦網銀慈善音樂會，讓孩子們可以展現自信與學習成果。今年起更投入開辦《網銀講堂》系列講座，以人文・社會・經濟・樂活為四大主軸，邀請知名講者分享私藏秘笈與生命故事，並特別安排基金會音樂扶助的學童帶來開場表演，讓民眾親臨感受美妙的樂音。



網銀基金會
WANIN FOUNDATION

2015「網銀講堂」溫暖開講

2015網銀慈善音樂會圓滿落幕後，基金會積極思考著，除了每年例行舉辦的音樂會外，還能做些什麼？在網銀基金會執行董事陳大鈞的帶領下，決定嘗試開辦講座活動，目標設定在兩百人左右的精緻型講座，希望拉近主講人與觀眾的距離，能從中交流更多珍貴的心靈啟發。在籌備時期，基金會團隊地毯式搜索臺中市區適合演講的場地，還尋找邀請各界知名講者共襄盛舉，最後評估了各項條件，網銀講堂籌畫每季舉辦一場講座，並選定位於七期交通便利的鼎盛大樓多功能會議室，天時、地利、人和，2015《網銀講堂》正式開講！



太陽的孩子—9/22 (二) 導演・鄭有傑

去年八月底，國片《太陽的孩子》在電影上映前規劃了「復育人心特別放映企劃」，找來網銀基金會合作，希望能一同舉辦試映會；同時基金會因正在籌備網銀講堂，進而促成了這個放映計劃。試映會邀請基金會相關扶助對象、台中的社福團體、師長等，並開放網銀國際員工帶著親朋好友參加，在現場吸引了兩百多人入場觀賞。《太陽的孩子》導演鄭有傑先生也親自到現場，分享這部關於臺灣這片土地的電影，透過這部電影讓大家省思對於家、土地的意義。映後座談會，觀眾們將心中滿滿的感想分享給大家，不少人感動到紅了眼眶！活動結束後導演讚賞了此次的放映效果，不僅硬體設備直逼戲院等級，觀眾熱烈反應更是給予導演大大的支持，讓基金會更有信心致力於接下來的系列講座！



太陽的孩子 Wawa No Cidal

片長：1時39分

導演：鄭有傑、勒嘎・舒米

演員：阿洛・卡力亭・巴奇辣、吳燕姿、林嘉均、許金財、徐詣帆

讓夢想成為力量

—10／24（六）生命鬥士・莊馥華&莊媽媽

網銀講堂首場邀請到人稱「臺灣的海倫・凱勒」莊馥華與莊媽媽接開序幕，講座一開始由臺中特殊教育學校的同學，為觀眾帶來悠揚的陶笛表演；緊接著莊媽媽帶著馥華上場，與大家分享他們的生命歷程；在馥華10歲時因為一場大火，讓她成為重度視覺、語言集肢體障礙者，只能靠著摩斯密碼輔具傳達訊息。在座談會中她更親自示範操作，複雜的指示雖然相當辛苦，但她一一敲打轉化為文字，透過詩詞創作與大家分享她的世界。在媽媽用心陪伴下、馥華不斷挑戰自我，完成了衝浪夢想，這就是面對生命「永不放棄」的真諦。演講結束後，台下聽眾紛紛向前與馥華合影，給馥華與媽媽加油打氣，愛與勇氣讓追逐夢想充滿無限力量。



一休陪你一起愛瘦身

—12／13（日）瘦身達人・一休

現代人都非常重視飲食與健康，因此第二場活動安排了網路瘦身達人「一休」與大家分享個人經驗。在先前宣傳2015年兩場講座時，網路上就有不少人期待一休的到來，當天廣大的「休粉」還自製布條，表達對一休的支持，還提早到現場卡位排隊，就是為了取得前排好位子，不想錯過任何值得筆記的瘦身重點。該次活動的開場表演，邀請到向上基金會陶笛班的九位學童，透過陶笛演奏先讓觀眾放鬆心情，接著進入重頭戲，由當天的主角——一休上場，娓娓道來自身的減重方式，從87公斤宅男瘦到62公斤型男，

告訴大家餐餐吃一樣能減肥，要吃還要會動才能代謝脂肪，漫漫的瘦身之路更需要親友支持！最後在大合照中，網銀基金會與粉絲們，結束這一天輕鬆愉快的時光！



持續推動培育扶助

網銀基金會在各界支持下，不斷持續推動「學音樂」的培育扶助方案，與關懷各項社會公益事務。一直以來，像是臺中的進德國小、雙十國中「與樂同行」班，受到扶助計劃照顧的孩子轉眼間也長大了，開設的課程增加了進階班或加入新的樂器「小吉他」，適時調整上課內容，讓他們接觸更多元化的音樂學習。基金會還將觸角延伸到其他校園，在去年加入了光音育幼院陶笛班外，新增了大智國小音樂扶助方案，並開辦國立臺中特殊教育學校-街頭藝人培訓計畫，以及包含各項急難救助及獎助學金等等補助。成立這幾年來，超過兩千人次接受到網銀基金會的服務，秉持著最初的信念，一步步朝著目標前進，這將是網銀基金會永遠的使命！

2015 基金會大小事

- 01月 捐助私立惠明盲校辦理院童慶生會。
- 02月 捐助「向上基金會－光音音樂饗宴課程計畫」。(圖一)
- 03月 捐助大智國小「卓樂大智音樂扶助方案計畫」，提供樂器及外聘師資等。
- 04月 持續推動個案扶助－低收入戶困頓、因公殉職家庭補助等。
- 05月 舉辦「星光閃耀・夢想起飛 2015年網銀慈善音樂會」，邀請音樂方案學生與藝人共同演出。
- 06月 補助臺灣海龍王愛地球協會印製繪本及相關文宣品，宣導共同維護海洋生態。
捐贈財團法人桃園縣私立安康啟智教養院枕頭及枕頭套。(圖二)
- 07月 補助臺中室內合唱團「暑來寶・樂一夏 合唱音樂夏令營」弱勢家庭學童課程費用。
- 08月 補助國立臺中特殊教育學校辦理「街頭藝人培訓計畫」。
- 09月 參與國片「太陽的孩子 復育人心特別放映企劃」，邀請基金會扶助對象及社福團體等，共同響應。
- 10月 開辦「網銀講堂 人文・社會・經濟・樂活 系列講座」，期盼用知識傳播豐富更多生命。
- 11月 首次參與臺中市政府社會局「104年度社福慈善基金會評鑑」。
- 12月 三度發起二手衣募集，捐助「彰化縣基督教瑪喜樂社福基金會」，並響應華山基金會《愛老人年菜愛團圓》認購年菜活動。(圖三)



(圖一)



(圖二)



(圖三)

從數字看網銀人

網 銀國際，一個擁有上百位員工的大家庭，來自於臺灣各地，甚至有遠從越南及印度而來的外籍同仁，面對如此多元龐大的辦公環境，那些想像不到的數據，原來認真統計起來，是如此可觀、有趣及想像不到！

► 12星座報馬仔

從圖表看來，網銀國際員工的星座分佈很平均，風象雖然多半較為草率、粗心，但是總是很不錯的點子；相較小心謹慎的土象，穩健積極的執行能力，讓彼此不但能在團隊中互相彌補不足，以自己本身具有的優勢，發揮專長與特點，以達工作合諧並順利完成任

務。以電競選手 - 英雄聯盟團隊為例，10位其中有9人都是來自於風象與火象星座(星座學統計：風象與火象比較合)，而資訊部的MIS團隊裡，更是有多達五成都是來自於火象星座，難怪MIS組員總是給人滿滿的正面能量呢，大家說是不是蠻有趣的的呢？

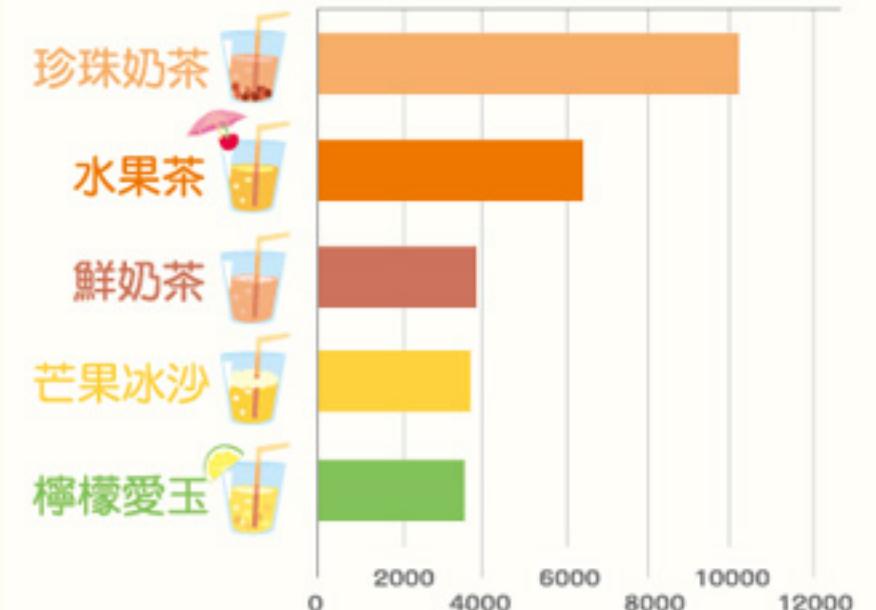


► 四海之內皆兄弟

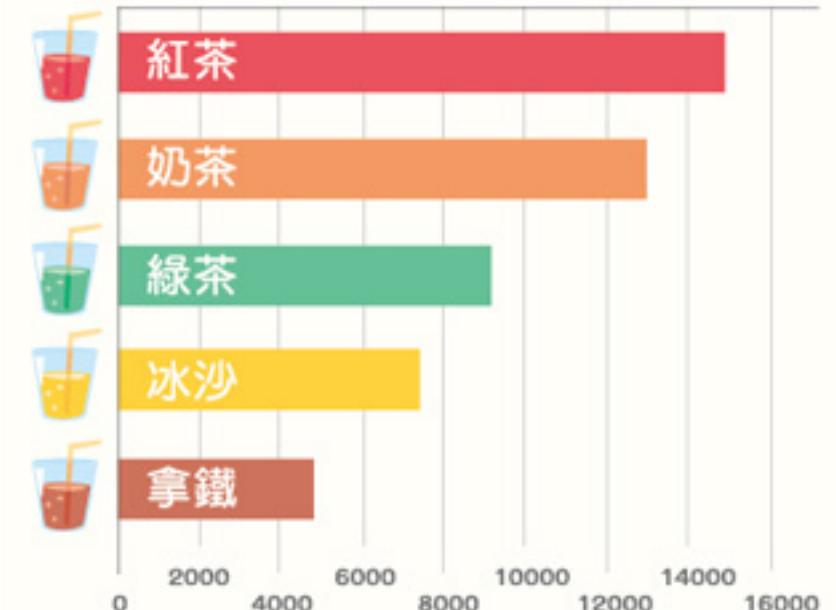
公司總部身處在臺中的網銀國際，根據統計(截至2015年12月止)，其員工有百位是臺中當地人外，有一半以上同仁是來自於其他外縣市，其中以新北市及彰化地區將近10%的人數佔比最高，除了花蓮縣市人口從缺外，從北到南都有網銀人的蹤跡。從人口分佈來看，不難看出網銀國際從臺中起家，積極深根中部外，其穩定發展讓身處外縣市的同仁，也願意隻身來到臺中，投入網銀這個大家庭，加入網銀人行列。



手搖飲料網路排名



手搖飲料基茶網路排名



► 沒事多喝水 多喝水沒事

根據調查統計，一個健康的成年人每天需飲用2,000至2,400C.C的水。以網銀國際辦公室的桶裝飲用水而言，從廠商每週的送水量來估算，擁有60人以上的研發/企劃單位(A1辦公室)，一天約莫可以喝掉兩桶水；整個公司二百多人，五天的上班時間大約會喝掉50桶飲用水！看似壯觀的飲水數字，其實仔細計算網銀人平均每天僅1,000C.C的喝水量，距離成人標準是嚴重不足，建議大家平日除了從蔬果、湯品等獲取水份外，更別忘了要補充水份喲！落實沒事多喝水，多喝水沒事的健康理念。

► 手搖飲料調茶局

除了正餐以外，下午偶爾來個茶點Take a break，跟同事增進情誼也是非常重要的，其中手搖飲料更是國人的最愛。在網銀國際裡，同公司卻有百樣情，據統計顯示，如：研發/企劃單位偏愛集茗園，客服單位愛喝50嵐，媒體事業處則是以圓石和清心為最多。另外像會計部愛喝茶湯

會，但同辦公室的行政管理處卻不愛喝下午茶，果真是青菜蘿蔔各有所好！其中最受歡迎的手搖飲料，紅茶與珍珠奶茶是大眾的最愛，而無糖飲料與冰塊少量這類較為養生的喝法，也是近期大家偏愛的選擇。但為了健康著想，還是別讓身子充滿糖份與茶精的好！

► 扔掉的食物 是珍貴的寶物

一個二百人的大公司，製造垃圾和廚餘的數量是非常驚人的。將每天午餐丟掉的便當盒相疊起來，只需花57天，就等同和臺北101一樣高！而廚餘量更是不遑多讓，經實地觀測，每天大約會裝滿兩桶20公升的廚餘桶，大約每天丟棄了67個的便當份量！所以曾經有句話諷刺的說：「臺灣的豬很幸福，享遍各式美味」。其實，全球有不少弱勢族群為了三餐溫飽成天苦腦，希望下回在享受便當的同時，我們能多想想非洲那些骨瘦如柴的孩子，或許要扔掉食物前，會有不一樣的想法。

(以上相關數值僅供參考)

部門解密

行政管理處—前篇 包山包海全力支援

每個企業不可或缺的一環，一定不能漏掉行政單位部門了！公司的行政管理處目前規劃為：統籌管理資產的總務部、負責人事管理的人力資源部、維護硬體配備及資安的資訊部、保障企業權益的法務部，以及延攬發掘新秀的人才培訓部。行政管理處所負責的事項，看似瑣碎但卻跟公司運作息息相關，如果將公司當作是一個家庭，他們就像是媽媽的角色，為整個家瞻前顧後，除了要採買家中的必需用品，還要細細叮嚀照料每個小孩，更要保護這個家的權益！

新手村NPC－人力資源部

還記得第一天到公司報到的時候嗎？人力資源部主要負責員工招募及管理，從各部門提出人力需求後，人資就必須協助開立職缺，評估應徵者安排面試。錄取後，上班第一天完成報到程序，接著參觀辦公環境，才會正式進入工作崗位上。針對新進員工，人力資源部會規劃新人教育訓練，透過介紹了解公司各單位運作業務，認識相關的福利制度等等事項，讓員工可以快速步入工作軌道。而每月例行的員工教育訓練部分，人資會依需求統籌規劃課程，目的就是要讓員工能在工作之餘，充實自我、學習新知及心靈輔導。

人力資源部對於員工的管理，包含了每日出缺勤以及請假出差事宜，每月的薪資結算及勞健保申辦，以及每半年度員工考核作業，全都與企業息息相關，基於勞基法規定，需熟知法規並落實遵守，避免勞資雙方產生糾紛。而在員工福利部分，除了協助公司職工福利委員會成立，規劃福利金預算編列，像是逢年過節的禮金、部門聚餐、員工旅遊補助，或是婚喪喜慶的禮金奠儀等等，全都由人資統籌發配，「員工」是公司最重要的資產，這些福利慰勞了每個辛苦付出的人！公司訂定了健全的員工守則，讓員工安心工作無後顧之憂。



服務揪感心－總務部

總務部是公司最重要的後勤支援部門，工作內容可說是包羅萬象，像是庶務採購的細項流程、資產管理的編列及盤點、設備相關的維護修繕，以及相關活動的支援，所有細細碎碎的事項，都需要總務部協助處理。舉例來說，每日提供的午餐晚餐、飲用水和小零食，甚至檢查辦公室的整潔、照顧植栽保持環境美好，還有信件收發及派發，設備修繕工作更是必備技能，簡易的換燈泡或是桌椅維修可以自己來，較高難度的就需要尋找廠商處理，總務部就像是八爪章魚一樣，什麼都做，什麼都不奇怪！

公司去年台中、台北大舉搬家，總務部可是全體總動員，員工可以無縫接軌的正常辦公作業，事先的規劃準備可說是下足了功夫。而在閃電狼的賽季期間，安排電競車接送選手比賽，準時抵達會場並安

全往返的壓力，這些付出都是平常一般人看不到的辛勞！總務部在費用支出部分必須分外謹慎，所有的庶務採購都需要貨比三家，把錢花在刀口上，替公司節省預算不浪費任何資源。總務工作像是默默耕耘的小蜜蜂，東忙西忙四處奔波，是協助公司順利運作的幕後幫臣！

待續……

在下期季刊「部門解密·行政管理處一後篇」中，將會繼續介紹資訊部以及法務部，敬請期待！



網銀人 活動集錦回顧 2015年歡樂不斷



每逢佳節網銀國際總會貼心為網銀人舉辦各式各樣的活動，無論是餐敘或互動遊戲等等，各個節日活動都有不同巧思讓大家開心參與。除此之外，網銀國際也相當鼓勵同仁們下班後能夠積極參與休閒活動，畢竟休息是為了走更長的路！



只要提到中秋節，臺灣人可是出了名的愛烤肉，一家烤肉萬家香，那麼如果全公司的人一起烤肉的話，又會是甚麼樣盛況呢？

為了讓同仁能齊聚一堂參與，網銀國際幾乎包下了整間燒烤店所有位置，只要人到場，就放心敞開肚皮，不怕你點餐只怕你吃不飽，盡情享用肉香四溢的烤物！現場翻騰人聲、鐵網上滋滋作響的烤肉聲，每個人都沉浸於與全體同仁難得一同聚餐的快樂氣氛中。



活動集錦回顧

2015年歡樂不斷

當我們「烤」在一起

~~12/22~~ 暖冬聖誕交換趴

雖然2015年的冬天比以往都來的暖，但辦公室的聖誕節氣氛可是一點都沒有少呢。各個辦公室門前都掛了吊飾，並噴上聖誕雪飾，嗶卡進出時都被提醒著聖誕節即將來臨！此外，今年公司特地與《瑪利亞社福基金會》合作，購買手工巧克力酥作為聖誕小點心，過節之餘也能肩負起社會責任。

該次聖誕節交換禮物活動共有九十名同仁參與，時逢32樓交誼廳新落成不久，燈光美氣氛佳，特別提供披薩等點心讓同仁享用晚餐；在主持人帶領下，同仁一一上台為自己準備的禮物賣個關子，再由被抽中的幸運兒親自拆禮物揭曉謎底。

各種意想不到、稀奇古怪的禮物亮相，可見大家下足一番工夫作準備，比方說，這輩子都不一定會擁有的地球儀呢！





01/15 W Party! 夜店主題有夠 High

一年一度的尾牙活動對網銀人來說，向來都是年度重頭戲！今年特地定調為夜店風，現場佈置呈現一系列的視覺形象外，並開辦伸展台服裝造型大賽，以高額獎金鼓勵大家 Dress code，展現不同平日的穿衣風格，同仁們爭奇鬥豔，端出現時尚派對應有的吸睛，宛如星光大道一般。

員工表演部分，由網銀國際首次以男女組合而成的「New Wave」登場，為期一個半月的特訓期間，利用下班之餘勤奮練



02/05 賀歲新春試手氣

人人都有個發財夢，羊年結束後即將迎來猴年，小小貪財放手一搏說不定可以多點加菜金呢！在除夕夜前最後一個工作天，又到了網銀人試試手氣的時刻！同事們集資購買數本刮刮樂，大家齊聚一張桌子拿著銅板拼命刮的景象可不是天天都可以看到的呢！可喜可賀的是刮出了不少獎項，每當刮出一個時，每個人無不興奮地擊掌歡呼，最後由公正公開的方式平均分配金額，讓大家以抽籤方式決定誰是 2016

年幸運兒，至於結果... 自然是幾家歡樂幾家愁囉。

每當節慶活動作一個循環後，那也表示新的一年即將到來，透過活動交流，同仁們之間的關係就會更加緊密，交談更多了些話題。沒有全程參與到活動嗎？嘿，下次來加入我們吧！網銀人活動不會讓你失望的！



網銀人來瘋

>>> 屬 於網銀人專有揮灑的空間，不論吃喝玩樂食衣住行，想說的就大聲說，想分享的就盡情分享！瘋旅行、瘋團購、瘋收藏、瘋電影、瘋小說、瘋球衣，什麼都瘋什麼都有趣！※想分享你的瘋狂生活嗎？網銀人全力徵稿中！

瘋旅行 by 孝培·企劃處

我邊吃邊看，用舌尖感受 窺探香港

飲茶、魚粥、煲飯等等... 特有的各種小吃，美味家常！
找間在地香港人推薦的美味，坐下。
鄰桌的年輕人拿著餐具，上下攬弄杯中的檸檬。
看著看著... 握著手中的杯子也跟著有樣學樣。
廣東話、急性子的服務員，還有手中的那杯凍檸茶。喧囂！
帶著期待的心情上山，纜車登頂。
高樓密佈，燈火遍起。
如此急躁的城市，竟也能展現這麼令人讚嘆的美麗！
好一個太平山夜景！！
這是香港，
一個富有的風情的國家。
一個你可以感受文化的城市。



瘋電影

by Bill Su · 營運處

看電影的感動

2010年8月12日推出的泰國片-『初戀那件小事』，這是我認為近年來印象最深刻的一部電影，故事內容在敘述女主角暗戀男主角，進而改變自己的成長過程。

這部片有俊男有美女，有歡笑有淚水，是個經典的愛情故事。好的電影就像這樣，不需要太多口語上的解釋就能深入淺出，簡單真情而不做作，不會有多餘的情節，自然的表現出當時青澀的模樣。近年來類似的電影越來越多，但大多過於抄襲，導致要跟別人與眾不同加了一些不必要的的情節。

一部好的電影就是要能打動人心，雖然不是所有人都有相同的看法，但在追隨強檔大片的同時，其實也可以試著想想，能留在你心裡的電影又有幾部呢？



瘋小說

by +7 · 美術處

擁抱書香 · 用想像看見不一樣



當書本漸漸被遺忘，紙張的味道、翻頁的喜悅、那種厚實感卻無法被取代！

紅遍全球的《哈利波特》，命運的閃電疤痕，男孩學會友誼和信賴，最討厭的人也可能是真正的戰友…

奇幻領域的《龍族》，小村民變成大英雄，縱使達成目標結果可能不盡人意…

層層謎語的《達文西密碼》，灰色的藝術觀點，緊湊的事件推理，讓人無可自拔…

信仰與科學衝突的《天使與魔鬼》，盲目的跟隨？科學是真理？過激的崇拜，只會看不清真相…

值得回味的《刺客正傳&刺客後傳》，統治者背後總有陰影的保護，盡心盡力生活，無法脫離的悲情命運…

有龍還有船會說話的《魔法活船》，人類的自私埋葬了世界秩序，哪位繼承者才是回歸原始的關鍵？！

奶油獅：想像力是你的超能力！

放下你的智慧手機，來杯咖啡與鬆餅，解放想像力，盡情遨遊於書本之中吧！

瘋團購

by 佩君 · 財會部

**「親愛的冰箱，今天只能委屈你吃泡菜囉！」**

團購的力量如同看了一部好看的電影，口耳相傳，一傳十，十傳百…

常聽朋友說某某的泡菜好吃，忍不住就想訂一罐吃看看，泡菜不僅低熱量，單吃做配菜或者煮湯麵、火鍋都非常方便，一開始只是想湊免運，想不到大家訂購非常踴躍，居然塞爆了冰箱！粉絲煲亦是一個傳奇，是餐會上每每必被掃空的一道料理；用電鍋即可搞定，加上少許青花椰菜配色，小廚娘輕鬆上好菜。從起初零零散散勉強湊到一箱免運，到最近居然一次下單了200包！

辦公室瘋團購，食衣住行育樂，小至民生用品，牙刷、衛生紙、餐券；大至揪團旅遊、購屋。正所謂團結力量大，湊運費、撿便宜、享折扣，團購形成辦公室工作之餘的另一股風潮。每個人出份力，買便宜吃美食，不亦樂乎！

**瘋球衣**

by Cota · 人力資源部

**他不是一件吊嘎，他是我熱愛的生命！**

約莫15~16年前吧，一位好友在 Nick Van Exel轉隊之後花了\$10鎂買了件球衣送我，在那個年代的時空背景下，我想不論是在球場上或是馬路上，穿著NBA球衣都是件很屌的事。

四年前，我在批踢踢結識了一群熱愛球衣的鄉(ㄎ)民(ㄉ)，找了間上百坪的辦公室，湊了200多件球衣，加上一台42吋液晶電視及XBOX，就這樣完成台灣球衣史上，第一個大型展覽暨趴踢活動！藉由那次的成功經驗，我們成立球衣實著分享社團，社員人數突破萬人外，並在隔年完成了一場逾百人參加的NBA球衣展！除單純分享以外，我們還安排現場解說員與籃球競賽活動，看著同好們穿著球衣前來參加，那種感動是無價的，而我也很開心能擁有這群夥伴。

**瘋收藏**

by Chih-Kang · 資訊部

**人人心中都有個收集魂 · 我與杯緣子的邂逅**

第一次接觸杯緣子是在某次朋友從日本帶回來的伴手禮，打開的瞬間只覺得是奇怪的東西，照著外盒的說明，擺在杯子旁邊之後就沒有再理會他了…

在某天心情不好的時候，我直視這個小玩意兒很久很久！突然間，不好的情緒都飛走了，當下認定他是個既神奇又療癒的小物，帶給我無數小確幸，只要心情不好看著他，就會充滿幸福，心情也跟著開朗起來，因此開始了我的杯緣子收集旅途。

最近因緣際會之下遇到了杯緣子大神，看著同事整桶各系列的杯緣子！那瞬間，感動到眼淚快落下來，面對這位大神的敬畏，有如滔滔江水連綿不絕般地湧出，也許我的誠心誠意打動了對方，竟送了我沒有的杯緣子系列當作禮物，這應該是我一生非常難忘的回憶吧！



開創雲端新世紀 邁向國際大舞臺

時間：2016年1月13日

地點：經濟部臺中軟體園區 超能文創特區

動土典禮儀式

網 銀國際股份有限公司在2016年1月13日，於經濟部臺中軟體園區超能文創特區，舉行「網銀國際研發中心興建工程開工動土典禮」，由董事長蕭政豪先生主持並率領公司主管，協同與會長官、貴賓進行開工動土典禮儀式。

2014年正式進駐臺中軟體園區後，便專注於興建企業大樓的前製作業，從事先的整地工程到大樓設計圖修改，前後共花費不少時間與功夫，終於在規劃完備後，選定良辰吉時，於今年正式開工動土，興建規模為地下兩層、地上十層樓主建築，投資金額約十億元，預定在2017年底完竣正式營運。

網銀國際主要致力於遊戲軟體開發，進駐臺中軟體園區期望帶動中部區域發展，持續投入研發自製軟體，並延攬培訓相關專業人才，深耕當地，朝向進軍國際為目標，積極拓廣事業版圖！



現場實況剪輯

LIVE