

3.0 關於霹靂



3.1 公司概况

持續朝企業願景與永續發展之路邁進。

霹靂以布袋戲為出發點，跨足各個娛樂消費領域，其藝術文化成就及娛樂商業價值，使『霹靂』不僅成為台灣本土文化的霸主，更成為台灣最具獨特性的文化及影視娛樂的代名詞。霹靂的布袋戲節目不但傳承傳統戲劇的精髓，並不斷研發及創新，成功的將傳統技藝與現代文化融合一體，帶動本土藝術新生命的另一股風潮。

3.1.1 基本資料

公 司：霹靂國際多媒體股份有限公司

實收資本：513,099 仟元

總 公 司：台北市南港區南港路 1 段 209 號
A 棟 6 樓

劇集製片廠(虎尾廠)：雲林縣虎尾鎮中溪里
中興 88 號

電影製片廠(土庫廠)：雲林縣土庫鎮埤腳里 34-2 號



3.1.2 營運概況

霹靂國際多媒體，首家上櫃的文創業者代表，在正式進入資本市場後，持續強化公司治理品質、擴展營運規模及提升股東權益，同時積極以顛覆傳統的行銷手法增加霹靂於國際間之能見度，以利於跨國人才與技術的引進(如海外專業聲優、電子混音技術及動畫製作人才...等)。2019 年延續霹靂首席男主角清香白蓮素還真登場 30 周年的話題，霹靂藝術科幻特展高雄場於駁二藝術特區正式開幕，以「虛實結合」的展覽形式，讓傳統偶展與科技互動迸出全新色彩，同時加入東離劍遊紀主題特區，並針對展區做進一步的優化與調整，搭上高雄燈節開幕的熱潮，為高雄展場再創話題，全力衝刺票務與商場營

收。此外，首次與國際知名盛會「宜蘭童玩節」合作，打造台灣百年童玩【霹靂仙境館】，結合傳統布袋戲文化展示與互動科技體驗，積極拓展霹靂 IP 至國際大型活動，創收同時增加品牌無限效益。而【霹靂宜蘭傳藝店】更於今年盛大開幕，正式回歸傳統藝術中心，三層樓複合式空間，更是全台首間設立懷舊經典 OUTLET 專區的直營門市，主要以品牌意象館的經營主軸重新進駐，並加入展覽內容，豐富賞店體驗，加入 OUTLET 專區以多角化方式創造商場營收。

【Thunderbolt Fantasy 西幽玄歌】台日正式上映，為《東離劍遊紀》IP 再續新能量，持續累積粉絲凝聚力，上映後口碑極佳，許多粉絲表示比生死一劍更是精彩好看，劇情毫無冷場，節奏鋪陳明快，武戲的對決，熱血的結尾更是讓粉絲回味無窮。首周上映票房開紅盤全台不到三天就 160 萬，為東離 IP 再續能量的同時，更讓 2020 年預計發行的【Thunderbolt Fantasy 東離劍遊紀三】備受期待。

在數位發行上，今年更有重大突破，自最新劇集【霹靂俠峰】起。霹靂與 FriDay 攜手合作，將最新霹靂正劇直接在 FriDay 影音獨家數位同步發行，讓霹靂迷可以數位 OTT 訂閱方式觀看，此為霹靂發行形式調整的重大里程碑，亦是未來全新收視習慣必須面對的調整與挑戰。

本公司除了持續穩固與開發台灣市場，更同步將重心放在日本市場上。在台灣市場上，兼顧 DVD 超商市場穩健經營的同時，更開始積極發展與突破台灣付費視頻的全新營運模式，藉由與 FriDay 的合作持續養成與拓展數位發行市場。且為服務更多的霹靂鐵粉，將霹靂最珍貴的資產運用現代化的數位科技，完成了「走到哪看到哪」的友善影音收視服務 PILI App，除了原有的 DVD 收看習慣，更提供鐵粉多元的線上收看影音內容的線上頻道。於 2019 年開發霹靂影音社群服務 App，就是用這樣的初衷開始規劃與進行，未來的目標是提供對華文布袋戲有興趣之用戶，透過 PILI App 支付月租費，即可享受看霹靂劇集看到飽的服務外，還提供社群、音樂等服務。另，已陸續邀請其他布袋戲同業將其內容共同上架至 PILI App，朝向發展為華文布袋戲的專屬交流平台，發展粉絲經濟。戲迷們於服務中，不僅看到精采多元的布袋戲內容外，更網羅台灣新創布袋戲劇團加入，透過數位平台的走到哪看到哪的線上服務方式，讓更多精緻內容與鐵粉同樂，形成一個布袋戲文化流量的生態系，期許將利用此服務聚眾後，提供更多跨區域、跨國家

的精緻內容發佈服務，形成多國多元布袋戲影音娛樂互動服務平台，進而加入各類更多精彩的文化娛樂類的文創類內容，例如：偶戲/動畫/漫畫/遊戲等線上服務陸續增加於平台服務中，至此透過服務不僅將為集團影音產品帶來數位營收，更希望將平台本身流量轉換為可利用之資源、導入新形態內容互動發展及展開流量廣告業務。

在日本市場上，延續「Thunderbolt Fantasy 東離劍遊紀」的話題熱潮與粉絲效益，積極延續東離劍遊紀 IP 的影響力，預計 2020 年推出的第三季作品將再續熱潮，期以穩定的速度持續推出相關新作品，目標在日本等全球動漫市場上再下一城。

在授權業務開發上，將針對三大重點授權項目遊戲、商品、影音異業合作進行洽談，目標擴大授權市場全力創收，並因應公司作品開發，除連動企業做宣傳之外，亦會掌握此 IP 推展各項商務洽談可能，同時，2020 年第四季預計推出東離劍遊紀全新遊戲作品，屆時將為公司授權營收注入強大能量。在專案活動上，將會積極接洽與了解政府相關大型活動如童玩節，與相關補助案內容，整合各方資源，創收同時積極拓展霹靂品牌效益。

在商品運營業務上，針對二大主要重點商品：木偶、JP 娃，提高交貨產能，產銷合一。除了現行 JP 娃、3D 激戰天下公仔之外，將規劃開闢新的產品型態。今年將致力於擴大商品供應商，提高產品多元性和品牌能見度。此外將結合本集團線上線下資料庫系統之整合，採取精準商品套裝模式，提升收益。另，強化並拓展包括現有之電商平台、數位電視系統平台等外通路之經營，採取多元化營銷模式(例如:直播、開箱文、影片、雙向互動等)，藉由外通路之鋪陳強化品牌曝光度，並增加營收。

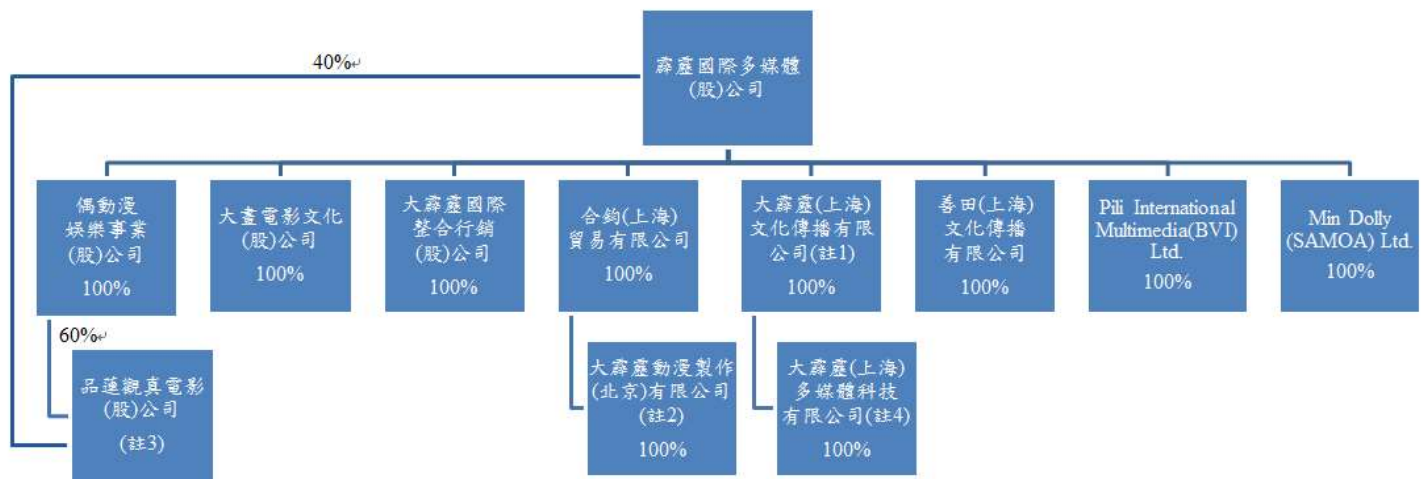
在社群運營上，未來規畫以本集團相關影視產品做為核心驅動力，致力於包括臉書、IG、Youtube 等全球性社群平台營運，強化霹靂品牌力與觀眾互動性，並藉由前述社群平台創造廣告、版權之新收益，藉此有效率性地發揮影視產品之長尾效應。同時導流至電商網絡，增加周邊商品之收益。

3.1.3 營運績效

本公司 2019 年度合併營業收入 594,709 仟元，較前一年度 665,769 仟元略衰退約 10.67%；營業毛利 185,592 仟元較前一年度 325,934 仟元減少約 43.06%；稅後淨損 60,806 仟元較前一年度稅後淨利 101,875 仟元大幅衰退約 159.69%，每股稅後純損為 1.16 元。

項目	2019 年度		2018 年度		差異金額	增(減)幅度%
	金額	%	金額	%		
合併營業收入淨額	594,709	100	665,769	100	(71,060)	(10.67)
合併營業毛利	185,592	31	325,934	49	(140,342)	(43.06)
合併稅後淨利	(60,806)	(10)	101,875	15	(162,681)	(159.69)
每股稅後盈餘	(1.16)	-	1.95	-	-	-

3.2 投資架構



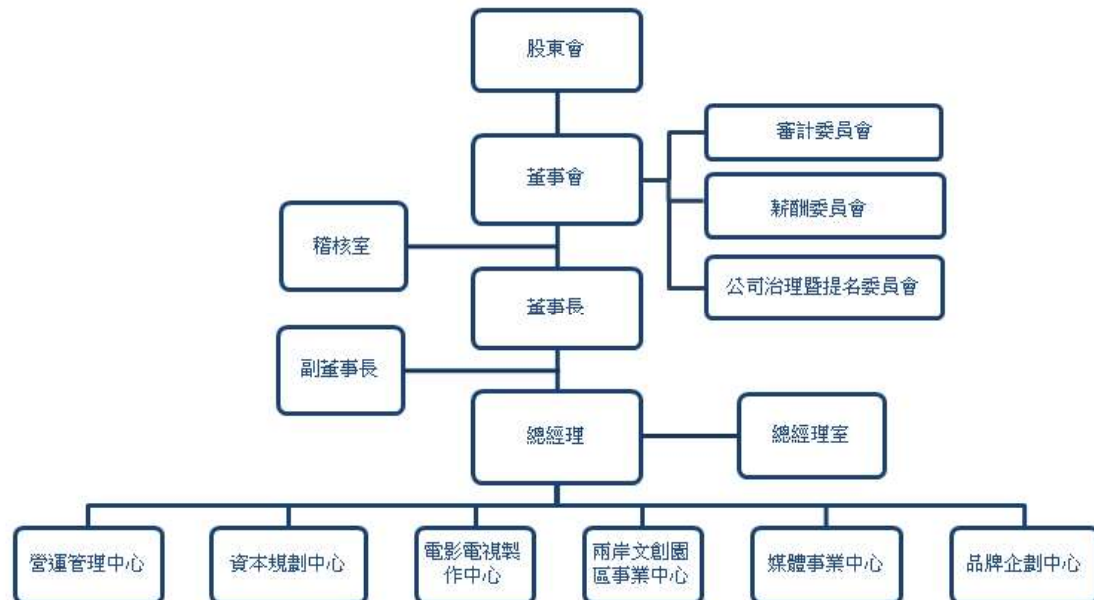
註 1：大霹靂（上海）文化傳播有限公司，原名稱：名偶(上海)文化傳播有限公司。

註 2：大霹靂動漫製作（北京）有限公司於民國 2012 年 11 月進入清算程序。

註 3：品蓮觀真電影(股)公司係於民國 108 年 12 月 30 日由本公司及偶動漫娛樂事業(股)公司共同合資設立完成。

註 4：係透過轉投資大陸公司大霹靂(上海)文化傳播有限公司再投資。

3.3 組織架構



3.4 部門職掌

部門	主要工作職掌
稽核室	1.檢查、評估內控制度之完整性、有效性及執行情形。 2.建立與維護內稽制度。 3.各項營業活動、作業流程年度稽核計畫擬定。 4.年度稽核計劃之執行、適時提供改進建議、追蹤查核改善情形。
總經理室	1.公司整體營運與決策管理。 2.企業經營環境分析與策略研擬。 3.跨部門專案計畫決策。 4.企業社會責任(CSR)之推動。
媒體事業中心	1.節目企劃、製作及衛星台管理。 2.頻道規劃。 3.洽談節目播送相關事宜。 4.市調資料管理、分析研究。
營運管理中心	1.人力資源規劃及管理。 2.薪工福利之規劃與執行。

部門	主要工作職掌
	3.人才培育制度之建立與執行。 4.資產管理。 5.總務庶務之維護。 6.資通安全維護。 7.各類合約、文件之草擬、審核、風險控管與檔案管理。 8.訴訟與非訴訟案件處理。
資本規劃中心	1.配合公司營運策略，規劃財務結構，執行各項財務、會計之作業項目。 2.股務相關作業、投資人關係溝通及諮詢。
電影電視製作中心	1.劇集製作。 2.劇集、電影拍攝製作及後製監督。
兩岸文創園區事業中心	配合公司未來營運策略，擘劃構建文創園區相關事宜。
品牌企劃中心	1.企業形象塑造、公共關係維護。 2.企業品牌推廣、消費者忠誠提升。 3.企業文化價值體現、員工認同加深。

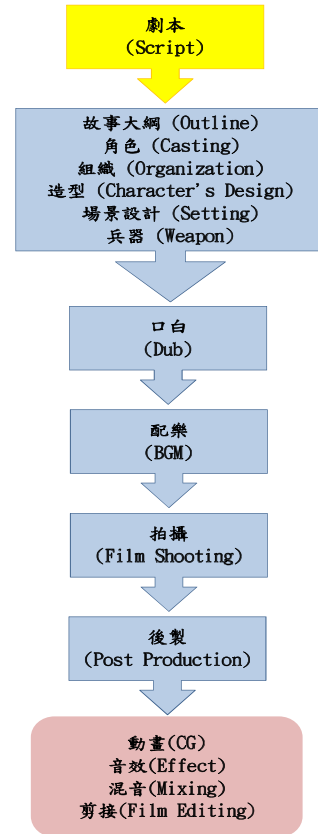
3.5 全方位娛樂事業版圖

霹靂主要營業項目為劇集節目、電視節目、錄影節目帶及電影片等各式影片之拍攝製作及發行、衛星廣播電視節目之供應、劇集周邊商品之開發、製作與銷售及劇集著作之各項授權業務等。其主要商品為劇集發行收入、周邊商品銷售收入、霹靂電視台節目與廣告託播收入、授權業務收入及專案活動等，具有全方位娛樂事業版圖，以倍增霹靂品牌價值。

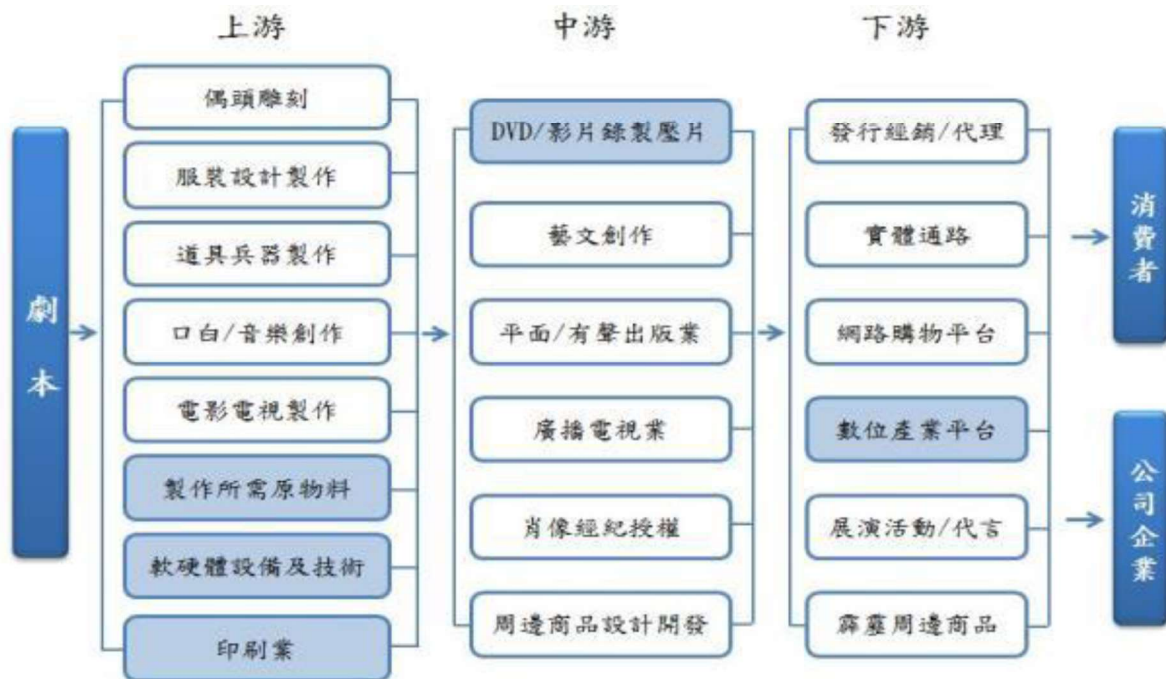


3.6 全球最大布袋戲全製中心

霹靂在雲林虎尾佔地上萬坪的三大攝影棚，全部規劃為拍攝布袋戲所使用，是台灣、也是全球最大的布袋戲製作中心。硬體設備與拍攝技術不斷創新，全為了更嚴謹的周邊製作考量。從攝影組、導播組、動畫組、剪接組、錄音室到後期製作中心都採用先進數位系統，另規劃有編劇、木偶造型與道具製作、美術設計等專屬空間。專業、完整、縝密的製作流程及分工，使所有布袋戲作品達到高水準的品質，節目的產銷規模得以企業化經營。霹靂所生產之劇集影片，由編劇、口白、音樂、效果、動畫、造型、佈景、道具、攝影、燈光、操偶、導播、混音、剪輯、審片等流程係一條龍式的生產，全數的製作皆由霹靂自行製作而成，凌駕一般電視劇製作水平與投資。



「劇本」是霹靂所有智慧財產權之核心與起源，以原創精神累積出專屬之視聽著作、攝影著作、語文著作、表演著作、美術著作及音樂著作等，將龐大的無形資財以有系統方式進行異業聯盟行銷策略，發揮「一源多用」效應，進而衍生發展出各類周邊商品及授權業務，不僅推出各式具有藝術收藏價值之公仔、兵器，並廣泛應用在文具用品、服飾、影音出版品及 3C 產品，也授權開發線上遊戲、手機遊戲，打進青少年族群，另與電信公司合作，開發手機增值應用，發展出全方位事業版圖。霹靂偶戲劇集製作之上、中、下游關聯性如下圖所示：



3.7 霹靂大世紀

時 間	重 要 紀 事
1996 年	● 7 月成立「大智育樂股份有限公司」代理霹靂衛星台電視廣播節目之業務。
1998 年	● 應邀於國家戲劇院演出「狼城疑雲」，首創布袋戲登上國家戲劇院之記錄。
1999 年	● 因應國際市場及電影事業開拓設立「巨邦國際行銷公司」，積極推展肖像授權業務及劇集週邊商品研發。 ● 拍攝新戲「天子傳奇」、「火爆球王」。
2000 年	● 8 月「大智育樂股份有限公司」更名為「霹靂國際多媒體股份有限公司」。 ● 首部布袋戲電影「聖石傳說」上映，獲頒新聞局「票房第一」輔導金獎勵。 ● 設立「創世者網路公司」，將霹靂的經營觸角伸向網路資訊產業。
2001 年	● 「聖石傳說」於中國大陸上片發行，係首部獲正式電影進口配額之台灣電影。
2002 年	● 電影「聖石傳說」在亞洲地區（日本、韓國）上映。 ● 霹靂網路商品館啟動上線，正式邁入電子商務的經營。 ● 取得行政院新聞局頒發「新興重要策略性產業執照」。
2003 年	● 霹靂衛星電視台自製節目「超級霹靂會」首播。
2004 年	● 霹靂相關週邊商品進駐全台 7-11 超商販售。

2005 年	● 第一家直營店「霹靂蘭陽精品館」於國立傳統藝術中心正式開幕。
2006 年	● 2 月「霹靂英雄榜之爭王記」於美國卡通頻道(cartoon network) 播映，首部登上全美電視網之台灣自製戲劇節目。 ● 霹靂榮登新聞局主辦「台灣意象」票選冠軍。
2007 年	● 與全家便利商店合作推出首波「霹靂全家 Q 版公仔」。 ● 南部地區成立高雄直營店「霹靂高雄旗鑑店」開幕。
2009 年	● 全面轉換影音通路，首度在全家便利商店發行最新劇集。
2010 年	● 「霹靂震寰宇之龍戰八荒」於 in89 豪華數位影院舉辦數位劇場版首映會。 ● 高雄衛武營首次舉辦大型交響音樂會 - 霹靂英雄交響夢。 ● 受邀參展 2010 中國國際動漫節及台北上海雙城文創博覽會。 ● 受邀參加第四屆杭州新星杯頒獎典禮。 ● 受邀參與高雄市政府夢時代「Open Your Dream」跨年音樂會演出。
2011 年	● 桃園國際機場二航廈霹靂主題候機室啟用。 ● 與北京網尚聯手合作霹靂皇城之「I movie 霹靂北京影展」。 ● 與杭州翻翻動漫文化藝術公司聯合攝製偶動畫電視劇「梁祝之西湖蝶夢」。 ● 於國立傳統藝術中心曲藝館推出「霹靂 3 D 新視界」體驗劇場。 ● 霹靂電影「聖石傳說」受邀於紐約 BAM 影展播映。 ● 榮獲「台灣百大品牌」文化創意服務類殊榮。 ● 受邀參加「BCWW 韓國國際電視影像展」。 ● 與經濟部工業局合作「數位內容產業發展躍進計畫」拍攝 3D 布袋戲電影。 ● 於高雄衛武營舉辦大型交響音樂會 - 霹靂魔幻交響詩。 ● 投資成立偶動漫娛樂事業股份有限公司。 ● 併購大霹靂國際整合行銷股份有限公司。
2012 年	● 霹靂布袋戲受邀參加「2012 中國國際動漫節」。 ● 成立「大畫動畫股份有限公司」。 ● 開拍首部 3D 布袋戲電影「奇人密碼：古羅布之謎」。 ● 榮獲「文創精品獎」服務大獎。
2013 年	● 霹靂劇集於全台 7-11 發行上市。 ● 核准股票公開發行，亦於當年核准股票興櫃掛牌交易。 ● 於台北華山藝文特區舉辦布袋戲藝術大展。
2014 年	● 授權公視及鴻基於中華電信 MOD、龍祥電視台、凱擘大寬頻播出霹靂劇集。 ● 於中國大陸電子商務平台淘寶網開設霹靂官方網路商店「霹靂國際品牌館」。 ● 於高雄駁二特區舉辦霹靂奇幻武俠世界布袋戲藝術大展。 ● 核准股票上櫃掛牌交易。
2015 年	● 首部 3 D 偶動畫電影「奇人密碼 - 古羅布之謎」正式上映。

	● 大陸子公司「名偶（上海）文化傳播有限公司」及「大霹靂（上海）多媒體科技有限公司」，於上海市閔行區明谷科技園區正式揭牌。 ● 兩岸三地史上最大規模「霹靂布袋戲 Cosplay 大賽」轟動起跑，並於四川成都「愛奇藝動漫嘉年華」中舉辦最終總決賽。 ● 核准募集國內第一次無擔保可轉換公司債。 ● 核准發行員工認股權憑證。 ● 申報買回庫藏股。
2016 年	● 與日本動畫界知名大師 Nitroplus 虛淵玄攜手合作，奇幻武俠偶戲「Thunderbolt Fantasy 東離劍遊紀」。 ● 全球首座「霹靂 3D 彩稻田」現身 2016 屏東熱帶農業博覽會，呈現霹靂布袋戲當紅主角「素還真」與「一頁書」。 ● 與金門酒廠聯名推出「38 度金門高粱酒霹靂紀念版」。 ● 與良築良作合作推出「霹靂震寰宇之刀龍傳說」前傳漫畫 - 「霹靂刀龍傳說之天都興亡錄」強勢登陸漫畫行。
2017 年	● 拓展大陸收費視頻的市場規模，自「霹靂天命之仙魔鏖鋒二斬魔錄」劇集起，霹靂與三大視頻網站「鬥魚」、「bilibili」、「優酷網」合作推出霹靂劇集雙語版付費觀影模式。 ● 【2017 台灣燈會在雲林】，全球首創「素還真」與「羅喉」高達八公尺的布袋戲巨型機械花燈，在【偶戲春秋】燈區亮眼登場。 ● 霹靂大型主題特展【霹靂英雄之魔吞戰紀】在高雄夢時代轟動登場，首創購物中心特展壯舉，以麒麟星為首的魔吞十二宮全員出動，一次推出八大傳奇主題內容！ ● 台日聯手打造《Thunderbolt Fantasy 生死一劍》12/8 上映、西川貴教獻聲參演並獻唱中文主題曲！日本上映首日多家戲院門票被搶購一空，台灣首映周末更創下破百萬票房，網路零負評。
2018 年	● 三十還真慶典活動【蓮華誕】，分別在兩岸「台北」和「烏鎮」，轟動同步，風華登場！八音才子親身掠陣，讓粉絲重回霹靂現場演出的感動年代，更在烏鎮創造金氏世界記錄，進行世界最大規模木偶戲。 ● 世界最長的木偶戲電視劇集《霹靂布袋戲 NON-STOP 線上直播》，三十還真慶典活動，網路直播平台播放活動，總長度超過 2000 小時，累積超過 250 萬觀看次數，讓新舊朋友共襄盛舉，一同歡慶。 ● 榮獲第三屆「總統創新獎」。 ● 霹靂大型主題特展【霹靂藝術科幻特展】在台北中正紀念堂轟動登場，從霹靂核心主角素還真作為第一人稱起始，回顧霹靂三十年的豪情萬丈與武林俠義，勇闖霹靂的時空與故事，熱列展出！ ● 霹靂素還真受邀擔任 2018 第一屆台灣義行獎典範人物，號召全民作公益。 ● 台日聯手《Thunderbolt Fantasy 東離劍遊紀二》10/1 正式開播，台灣地區於「愛奇藝台灣站」、日本地區於「東京 MX 電視台」、大陸地區於「優

	酷」三地獨家首播。
2019 年	●「霹靂英雄戰紀之刀說異數」，耗資新台幣 2.5 億元，以電影規格精心打造，上、下 2 季共 43 集，上季於 1/23 全通路正式發行。同年，成功躍上全球最大的影音串流平台 NETFLIX，閩南語、國語雙聲道，全世界超過 190 國家地區同步上線，多國語言字幕翻譯，1.45 億會員都能同步收看。讓台灣優質內容登上國際舞台。 ●「霹靂藝術科幻特展」高雄場 2/1 於駁二藝術特區正式開幕，首次加入東離劍遊紀主題特區，動漫武俠魅力席捲港都。 ●【霹靂宜蘭傳藝店】盛大開幕，正式回歸！三層樓複合式空間，更是全台首間設立懷舊經典 OUTLET 專區的直營門市。 ●首度與宜蘭童玩藝術節合作，台灣百年童玩【霹靂仙境館】超萌登場，結合互動科技展示的超可愛霹靂英雄陪您親水一夏。 ●霹靂月刊登上「Kono for Libraries」，全新改版以電子書線上瀏覽的形式閱讀，讓會員能在月刊出刊上線即時瀏覽。 ●霹靂國際多媒體獲頒經濟部「第 5 屆卓越中堅企業獎」。 ●「企業家奧林匹克」之名享譽全球的《安永企業家獎》舉行頒獎典禮，黃亮勛總經理獲頒【傳承突破企業家獎】。 ●大陸地區多項首創，於【華裳秀典】霹靂漢服首秀及【驚鴻】霹靂精選音樂會首演，更於第 28 屆金雞百花獎展映 2 部電影【聖石傳說】、【奇人密碼-古羅布之謎】。

3.8 霹靂得獎與殊榮



2005 年，以劇集《霹靂九皇座》奪下電視金鐘獎「最佳戲劇類導演獎」，是唯一非真人戲劇最佳導演獎，震撼台灣影視界。



2006 年，台灣行政院舉辦「SHOW 台灣！尋找台灣意象」票選，「霹靂布袋戲」以逾 13 萬票打敗玉山、臺北 101，成為台灣意象的最佳代表，開創台灣文創產業奇蹟。



2006 年，霹靂劇集《爭王記》以英文版在美國卡通電視網(Cartoon Network)播出，成為台灣第一部登上全美電視網的戲劇節目。



2011 年，建國百年，霹靂國際多媒體榮獲經濟部國際貿易局主辦「台灣百大品牌」- 文化創意服務類殊榮，為台灣文創產業再創重要里程碑。



2012 年，於文化部舉辦的「台灣文創精品獎」選拔中脫穎而出，獲得服務大獎殊榮，彰顯霹靂布袋戲是台灣文化創意產業中最成功的典範之一。



2012 年，霹靂國際黃文章董事長以「傳統新生」類別，榮獲台灣百大最有價值 MVP 經理人殊榮，再度證明霹靂布袋戲「承襲傳統，永續創新」的理念與價值。



2014 年，霹靂國際多媒體掛牌上櫃



2016 年，台日首次，霹靂國際多媒體與日本動畫界知名大師「Nitroplus 虛淵玄」攜手合作，奇幻武俠偶戲「Thunderbolt Fantasy 東離劍遊紀」夢幻登場！



2017 年，台日聯手打造《Thunderbolt Fantasy 生死一劍》12/8 上映、西川貴教獻聲參演並獻唱中文主題曲！日本上映首日多家戲院門票被搶購一空，台灣首映周末更創下破百萬票房，網路零負評。



2018 年，霹靂國際多媒體榮獲第三屆總統創新獎，適逢還真三十周年，霹靂在臺持續深耕創新，為台灣布袋戲技藝傳承及文化創新的領航者，以「越在地，越國際」將布袋戲推向世界。



2018 年，霹靂布袋戲以連續劇形式發展至今，30 年來已演出達 2283 集戲劇，4 月 29 日成功寫下金氏世界紀錄，獲頒「最長木偶戲電視劇集」證書。



2018 年，公益傳播基金會倡導“見義”後“有為”，藉由活動選出的義行人士，以其義舉鼓舞民眾能拾回助人的初心。所推動的『2018 台灣義行獎』，12 月 27 日由霹靂布袋戲的主角「素還真」獲頒擔綱義行獎大使，藉由素還真在武林上，路見不平拔刀相助的精神，提昇台灣社會見義勇為的風氣。



2019 年，「企業家奧林匹克」之名享譽全球的《安永企業家獎》舉行頒獎典禮，霹靂國際多媒體 黃亮勛總經理獲頒【傳承突破企業家獎】



2019 年，霹靂國際多媒體獲頒經濟部「第 5 屆卓越中堅企業獎」。