

3.0 關於霹靂



3.1 公司概況

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)。2020 年本公司進行重大組織調整，即重新整合並定義集團各公司各部門之資源、功能及發展，其整合後之組織概況請參閱本報告書 3.3 組織架構及 3.4 部門職掌。

2020 年度，在疫情肆虐全球經濟環境下，仍持續推動多元授權產能，締造話題佳績。霹靂與台灣第一家專業眼鏡連鎖品牌得恩堂眼鏡，推出「日本原裝 視界霹靂」聯名合作，同時

為德恩堂 80 週年作為暖場。以霹靂當家主角素還真代言，製作輕鬆逗趣的形象廣告，並推出全台期間限定消費贈品、授權店面形象裝飾等，以多面性的商業操作，將本次合作話題性抬升。授權職業球團中信兄弟隊，舉辦「PILI BROTHERS 霹靂兄弟」主題日活動，不僅以霹靂作為比賽包裝主題，結合多項聯名商品開發，於活動當天即搶購一空；球場周遭設置情境拍照區與霹靂英雄演出互動，比賽間則由霹靂口白師現場播報打序，創造不分年齡族群，闔家適宜的主題日。霹靂兄弟主題日售票成績亮眼，座無虛席，成為霹靂授權業務跨足體育賽事之經典案例。

年底於高雄統一夢時代購物中心舉辦「霹靂 IP 英雄世界特展」，囊括了霹靂旗下豐富而多元 IP 內容，兼具文化性與娛樂性的布袋戲特展，展覽重心回歸於「偶」的展示，透過霹靂英雄的擺設、姿勢造型設計等，讓觀展者的專注力回歸於布袋戲的靈魂所在；設置各式情境拍照區，讓戲迷合影上傳紀念。豐富的 IP 能量，創造近二十萬觀展人次。

在社群上，首要為 YouTube 頻道會員制度設立，透過付費機制互動並客製化滿足深度粉絲需求，以現有素材有效利用最大化，增加 YouTube 額外收益。次者為 Instagram (以下簡稱 IG) 正式系統化經營，成功培養 IG 生態圈及新粉絲族群，更與他品牌、網紅等首度透過 IG 進行聯名合作互動，提升霹靂品牌曝光度。最終為 Facebook(以下簡稱 FB)單元內容調整及優化，以大眾化、時事性、共感優先為主，除了有效維持互動率，更使粉絲自主擴散貼文，拓展更多潛在粉絲。

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，霹靂影音社群娛樂平台(PILI App) 在 2020 年 4 月正式上線，主要以布袋戲影音數位內容為主，包含原創霹靂劇集、霹靂音樂，以及國內新創布袋戲劇團自製內容。除了優化串流影音品質、影片壓縮處理技術、CDN 建構與影音分流技術、影片儲存及加密技術外，也著重於在用用戶觀影過程中之互動技術：如彈幕功能、即時道友點評與道友討論區等功能，讓更多用戶即時同樂、強化平台黏著度，形塑與其他影音串流平台之差異，進而創造更多優勢。

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，2021 年 4 月推出的第三季作品於六大平台：CATCHPLAY+、

遠傳 Friday 影音、台哥大 myVideo、中華電信 MOD、HamiVideo、霹靂線上看同步播映，首播即熱潮再起，期以穩定的速度持續推出相關新作品，透過日本動漫市場為穩健基底，積極開發朝向全球動漫市場。

在授權業務開發上，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。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。透過多管道之商品供應商，例如：瑞瑟可、有閑、哆奇等，提高產品多元性和品牌能見度。

霹靂自營電商平台【霹靂購物】，除販售霹靂自有 IP 商品之外，2021 年更增闢「動漫特區」，採進寄賣各大動漫 IP 周邊商品，擴充消費族群。2021 年將陸續與木棉花、羚邦、曼迪...等各大代理商合作，預計第三季將採進動漫 IP 數達 50 個，並成立專屬粉絲團操作品牌，預計第四季分出獨立的動漫電商平台，形成霹靂 IP、動漫 IP 兩大電商平台軸線，分開運營，開創新客群和營收。

2021 年預計設立手搖茶飲店與餐酒館，以創新思維，打造全新多變 IP 主題餐飲事業，結合直播、網紅，作為粉絲經濟延伸，與現有餐飲做出市場區隔，期望由單間店面成長為加盟連鎖體系，並以實際業績創收為主要核心經營目標，同時達到拓展潛在市場與倍增品牌價值的實質效益。

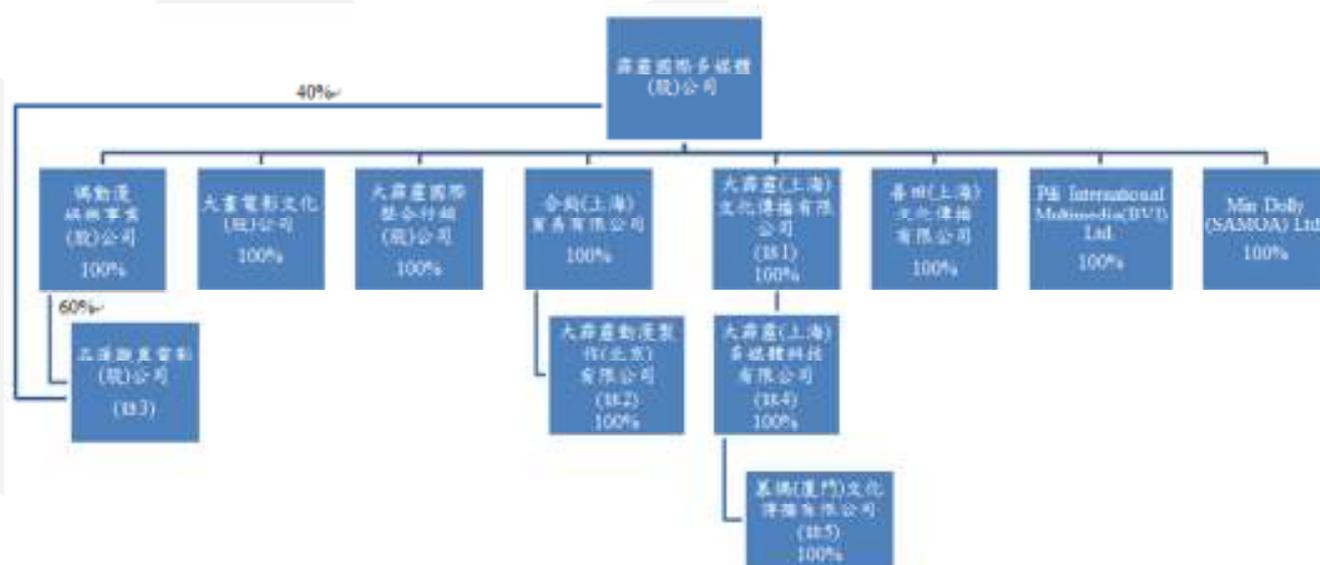
在社群運營上，未來規畫以本集團相關影視產品做為核心驅動力，致力於包括臉書、IG、YouTube 等全球性社群平台營運，強化霹靂品牌力與觀眾互動性，並藉由前述社群平台創造廣告、版權之新收益，藉此有效率性地發揮影視產品之長尾效應，同時導流至電商網絡，增加周邊商品之收益。另未來亦規劃增加非霹靂品牌之業務社群，如：台語音樂節目、ACG 節目，以不同影視社群開拓多面向族群。

3.1.3 營運績效

本公司 2020 年度合併營業收入 464,581 仟元，較前一年度 594,709 仟元衰退約 21.88%；營業毛利 127,404 仟元較前一年度 185,592 仟元減少約 31.35%；稅後淨損 148,089 仟元較前一年度稅後淨損 60,806 仟元大幅衰退約 143.54%，每股稅後純損為 2.89 元。

項目	2020 年度		2019 年度		差異金額	增(減)幅度 %
	金額	%	金額	%		
合併營業收入淨額	464,581	100	594,709	100	(130,128)	(21.88)
合併營業毛利	127,404	27	185,592	31	(58,188)	(31.35)
合併稅後淨損	(148,089)	(32)	(60,806)	(10)	(87,283)	143.54
每股稅後盈餘	(2.89)	-	(1.16)	-	-	-

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。

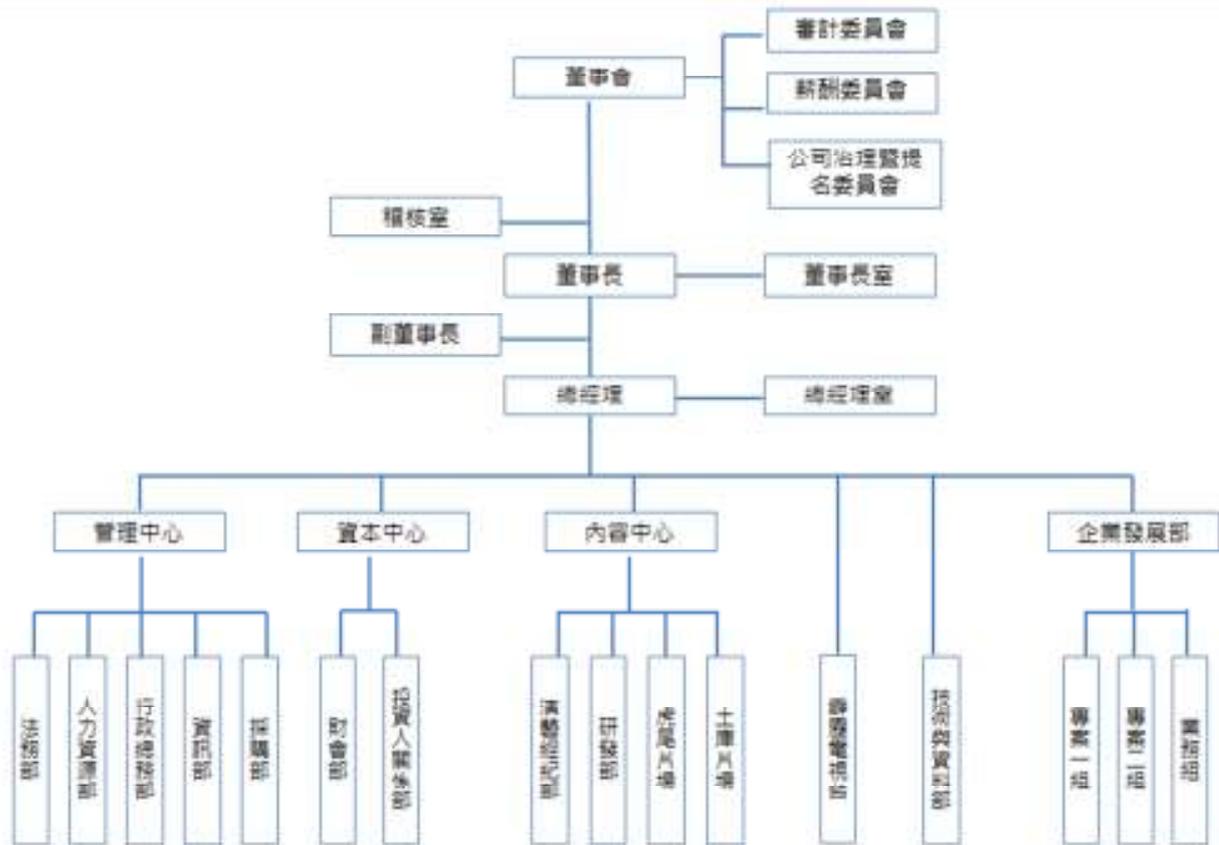
註 2：大霹靂動漫製作（北京）有限公司於民國 2012 年 11 月進入清算程序。

註 3：品蓮觀真電影(股)公司為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。

註 5：係透過轉投資大陸公司大霹靂(上海)多媒體科技(股)有限公司再投資。

3.3 組織架構



3.4 部門職掌

部門	主要職掌
總經理室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 協助總經理管理及執行公司各項業務。 2. 參與策略及營運目標之擬定，並負責推動及執行。 3. 督導所轄部門之業務及相關事務性事。 4. 定期召開跨部門經營會議。 5. 新創事業之前期規劃與育成。 6. 協助總經理製作會議相關資料。
稽核室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立與管理公司內部稽核制度。 2. 協助董事會及經理人檢查及覆核內部控制制度之缺失及衡量營運之效果與效率。 3. 適時提供改進建議，以確保內控制度得以持續有效實施及作為檢討修正內部控制制度之依據。

<p>管理中心</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 制訂管理中心作業方針、目標與策略。 ■ 檢視集團各公司經營效率、優化公司作業及管理流程。 ■ 監測集團各公司經營風險。 ■ 籌備集團年度團隊建立活動。
<p>法務部</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 智權組 <ol style="list-style-type: none"> 1. 劇本管理：收集保存、借調等。 2. 木偶管理：偶頭下單驗收、保存、偶頭拍照建檔、送組裝、服裝草圖繪製、木偶拍照建檔、五面圖及六面圖製作、完裝木偶之送交劇組、收存、維護、借調、活動及展示區展設架偶等。 3. 兵器管理：繪圖、拍照建檔、保管、借調等管理作業。 4. 道具：場景設計圖之收集保管、美術組資料收集保管、實體道具管理等。 5. 書籍、海報管理：發行之書籍海報收集備查及管理、公司牆面海報展設、迎賓海報及卡片等美術設計繪製。 6. 圖檔管理：組內各式照片及圖檔借調。 7. 片庫、商品倉管理：公關及備查片收存、公關及備查商品收存。 ■ 法務組 <ol style="list-style-type: none"> 1. 智慧財產權管理：專利、商標、著作權的申請登記、展延、複查、複審、異議、監看等管理作業。 2. 音樂管理：歌曲收編（異地備源）、請款、編列 ISRC 碼、國家圖書館備案、辦理音樂仲團業務。 3. 商品標識檢核：商標及著作權標示檢核、商品標示檢核、GS1 條碼申請。 4. 合約管理：撰擬及審閱合約、其他具法律性質書狀撰擬、正本收存。 5. 訴訟/非訟作業：撰狀、遞狀、地檢及法院出庭應訊、訴訟上和解、訴訟外和解或調解、強制執行（查封、鑑價、拍賣、扣薪）、債權憑證管理、抵押權等物權設定、協助維權搜索、審核維權證據合法性。 6. 行政函文作業：對外函文撰擬、公部門函文回覆、行政處分處理、消費爭議事件處理、勞動爭議事件協處。 7. 法令遵循作業：法令更新遵循、內部法律宣導、各部門法律意見提供及風險告知、吹哨檢舉事件處理。
<p>人力資源部</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人事規章之擬訂及相關檔案整理、彙編與保管。 2. 秉承公司決策辦理人事有關事宜及人事資料之保管。 3. 規劃建立人力資源政策，訂定選、訓、用、留、員工關係之年度計畫及預算。

	<ol style="list-style-type: none"> 4. 建立人才學習發展政策,有效整合訓練資源並落實訓練成效評估。 5. 建置目標導向之績效管理政策並與薪資、福利、職涯發展政策有效連結。 6. 員工關係維護及勞資相關問題處理。 7. 人力資源專案企劃及執行。 8. 勞健保、團保等員工福利之辦理。 9. 考勤管理、薪資核算及相關申報作業。 10. 其他相關交辦事項。 11. 相關風險注意及示警。 12. 企業團人資相關業務之監理。
<p>行政總務部</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理公司、廠區內之設備維護、環境美化、營繕工程規劃、水電維修、公務車輛管理、電信郵務、交通、文具供應、安全衛生、櫃台服務等業務。 2. 支援或協助各部門之各項總務工作。秉持經營者或上級決策者之指示，或發佈通知、或查報業務、或審核各部門工作報告中有關之總務業務。 3. 依據公司或組織既定之政策或目標，研訂總務工作計畫及預算並付之實施。 4. 在庶務採購、營繕工程及節能減碳等工作推展下，為公司節省管理費用，降低成本。 5. 公司固定資產的管理及維護。 6. 一般文書資料處理工作建立及管理、收發公文並處理會簽文件，並負責追蹤執行狀況。 7. 固定資產保險作業。
<p>資訊部</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 配合公司經營發展策略及管理之需要，研擬短、中、長期資訊化之策略與規劃。 2. 評估電腦系統開發之經濟效益及負責系統之開發及驗收實務。 3. 負責本公司暨所屬機構電腦系統化之整體架構適時、適度性。 4. 建議電腦硬體及軟體之採用、採購及會同使用單位驗收之執行。 5. 篩選公司外部之電腦公司，以協助本公司電腦化作業及電腦軟硬體之維護及改進計劃。 6. 電腦系統權限、網路系統及伺服器之控管。 7. 訂定並協助員工資訊教育計劃，安排內外職訓課程。 8. 增進電腦資訊管理系統之作業效能研究建議事項。 9. 定期或不定期實施系統復原測試演練。 10. 資訊處理相關機器設備之操作維護管理及日程安排事項。

	<ol style="list-style-type: none"> 11. 經辦電腦檔案備份之管理分類、歸檔及安全等一切日常作業。公司資訊電腦化一切專業風險之注意 及管理。
採購部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 向供應商詢價、比較、議價而後訂購、催貨至交貨。 2. 評估供應商之品質、環境及供貨能力，訂購、交貨單據之跟催。 3. 供應商資料及授信管理。
資本中心	<ol style="list-style-type: none"> 1. 配合公司營運策略、規劃財務結構、監督各項財務、會計之作業項目。 2. 投資人關係溝通及諮詢及監督股務相關之作業。
財會部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 執行會計制度。 2. 保管現金、票據、有價證券。 3. 各類查帳、申報、稅務法令等處理事宜。 4. 預算資料之審核與彙編，預算與實際之比較分析。 5. 稅務之申報及建議。 6. 執行資金調度、審核各部門請款及收款。 7. 協助提供相關股東會、董事會之相關所需財務資訊。 8. 相關會計傳票保管與備置。 9. 確實依據財務報表編製流程之管理作業，編製財務報表及其分析報表；並確認財產目錄之正確與完整。 10. 關係企業轉投資事業之財務分析與聯繫事項。 11. 其他交辦事項。
投資人關係部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 召開各項會議：董事會、功能性委員會、股東常（臨時）會，並編制及蒐集開會所需資料。 2. 公開資訊觀測站申報：重大訊息公告、內部人股權異動申報及股務相關事項申報。 3. 辦理各項專案：資本公積轉增資發行新股、買回庫藏股、員工認股權憑證及可轉換公司債等。 4. 工商服務窗口：公司變更登記、工商登記書件領用及公司負責人與主要股東資訊申報。 5. 投資人關係窗口：投資人關係溝通及諮詢、法人說明會事宜、公司治理評鑑作業、蒐集最新法令規章提供董事，並安排相關進修課程。
技術與資料部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 集團的內容在線上多平台之商業模式，不斷優化及調整。 2. 市場業態、競業商模之收集與分析(視市場狀況，以季或半年為單位)。 3. 定期協助 APP、社群及電商部門分析現有用戶(道友)與新增會員狀況。

	<ol style="list-style-type: none"> 4. 擔任公司數位技術外部合作廠商建議，經公司管理階層徵選最適切開發團隊。 5. 公司各部門跨系統之數據蒐集與需求規劃，提出訪談需求整理清單、新舊會員網站 User Journey 整體流程、功能樹狀圖與 specs 等開發 RDF 文件後，交付開發團隊簽約進行開發並進行階段性進度確認。 6. 協同公司資訊部共同審核外包廠商交付程式及文件等手冊後留存為公司資產，以便後續維護與修改之基準。 7. 維護 SSO、數位資產的核心系統、PILI APPs 線上服務之穩定、頻寬、收費機制等正常且不間斷運作。 8. 數位資產的核心系統不斷地更新與制定報表之定義，並與技術(含外包) 協同製作提供各部門主管有關於業績、流量與分析數據等自動化報表提供相關同仁監測。 9. 持續開發公司需要之功能，例如新增金流串接、對外合作之技術程式開發等事項。
<p>企業發展部</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 創建以霹靂內容資產為基礎的跨領域策略，結合國內外相關領域及鏈結多平台的商業拓展模式，以「破圈」為計畫方針，孵化暨整合 IP 內容，建立霹靂式的全球「泛娛樂」策略目標。 2. 強化娛樂資源運用可能性，拓展公司業外合作機會，透過合作模式學習與淬鍊，進而優化內部的程序，提升競爭效率。 3. 進行市場探索研究與機制導入，用以審核公司內、業外之新內容生成標準，加強市場需求，提升觀眾黏著度，使商業模式再進化。
<p>內容中心</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 營運中心方針與目標之擬訂、分析與運作。 2. 督導所轄部門組織運作、人事管理與績效之達成。 3. 內容產出策略與計畫之擬訂。
<p>製片暨經紀部</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 霹靂劇集(虎尾)製片統籌及製作管理。 2. 霹靂劇集之推廣與行銷企劃。 3. 徵選、經紀並培養符合公司策略發展需求之特定領域藝人 (演藝人員、幕後創作專業人才等)。 4. 聲優、操偶、COSER、人形 Q 偶、歌手、主持...活動演出通告及現場執行。
<p>研發部</p>	<p>偶頭、戲偶機關及各類道具研發。</p>
<p>虎尾片廠</p>	<p>劇集影音內容，前期準備、現場拍攝、後期剪輯、後製、音效作業。</p>
<p>土庫片廠</p>	<p>專案影音內容，前期準備、現場拍攝、後期剪輯、後製、音效作業。</p>

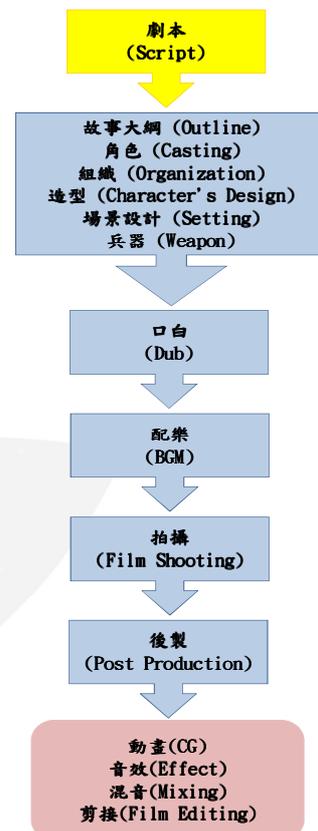
3.5 全方位娛樂事業版圖

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。

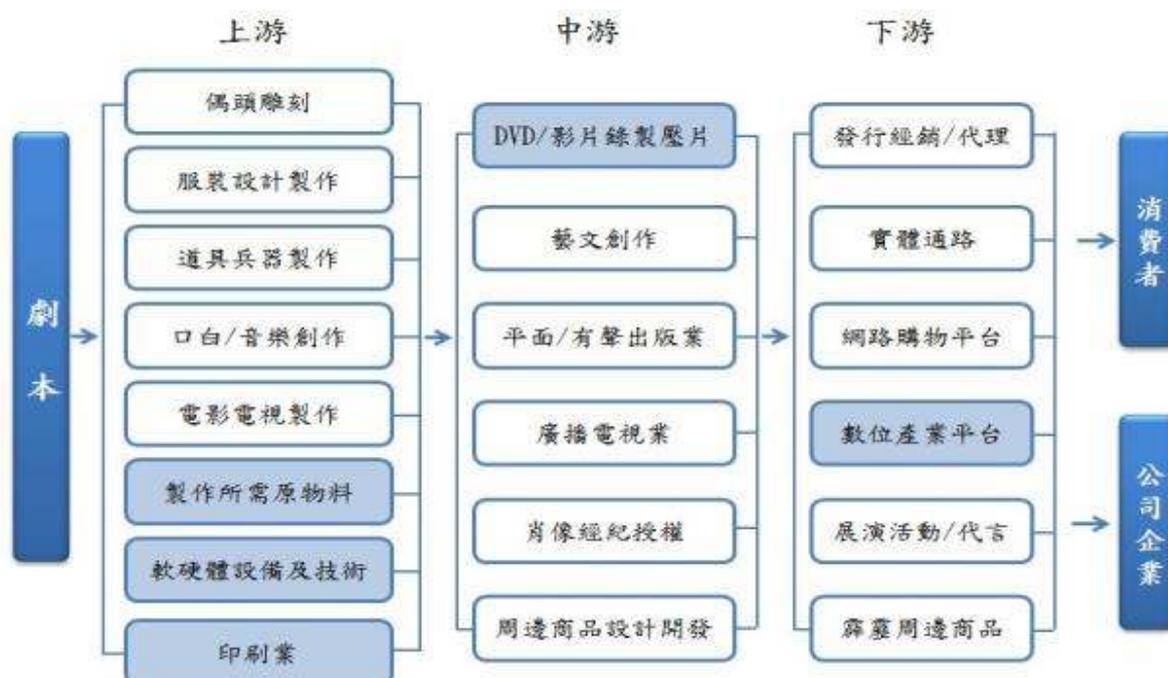


3.6 全球最大布袋戲全製中心

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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 霹靂衛星電視台自製節目「超級霹靂會」首播。
2004 年	<ul style="list-style-type: none"> ● 霹靂相關週邊商品進駐全台 7-11 超商販售。
2005 年	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 「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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 3D 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 霹靂劇集於全台 7-11 發行上市。 ● 核准股票公開發行，亦於當年核准股票與櫃掛牌交易。 ● 於台北華山藝文特區舉辦布袋戲藝術大展。
2014 年	<ul style="list-style-type: none"> ● 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

	<p>集。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 首部 3D 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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」。

	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。
<p>2019 年</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 「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，黃亮勳總經理獲頒【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】。
<p>2020 年</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 霹靂英雄戰紀之蝶龍之亂。 ● 與德恩堂共同聯名，並由素還真做為品牌代言人，除了錄製兩支形象廣告外，亦有店鋪圖像授，授權製作多項滿額贈禮與行銷品項。 ● 與中信兄弟聯名舉辦【PILI BROTHERS 霹靂兄弟】主題日活動，聯名商品、現場操偶與 Q 偶演出、布袋戲口白師播報賽事等，讓球場座無虛席，打造獨一無二的棒球賽事。 ● 於高雄統一夢時代百貨舉辦【霹靂 IP 英雄世界特展】，當年度唯一破百坪展覽，並匯集霹靂眾多 IP 展示，創造近二十萬觀展人次，與單月銷售破千萬之佳績。 ● 簽訂購置不動產契約，供集團營運總部使用。

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」。