

壹、致股東報告書

各位股東大家好：

感謝各位股東過去一年來，對公司的全力支持，109 年是影視產業變化劇烈的一年，疫情驚人的擴散速度以及無法控制的局勢，急速改變了全球的生活方式及休閒習慣。這一波突如其來的危機中，無法迴避而赤裸地接受網路科技的嚴峻挑戰。本公司致力於打造 IP 可持續發展的價值，並建立大數據思維進行受眾目標的市場前景預測，淬鍊 IP 內涵提升文化底蘊層次，以「向下紮根，走向國際，邁入全球」三個面向，逐步落實本公司擴展泛娛樂全產業鏈，讓 IP 形成一種正向的循環，強化在地文化認同與產品發展潛力，以創造商業附加價值。本公司亦持續強化公司治理品質、擴展營運規模、提升股東權益、善盡企業公民責任，並編製企業社會責任報告書，且持續榮獲公司治理評鑑上櫃公司前 20%殊榮。

一、民國 109 年度營業成果報告

民國 109 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。茲將本公司 109 年度合併營業結果重點說明如下：

(一)營業計畫實施結果

項目	109 年度		108 年度		差異金額	增(減)幅度 %
	金額	%	金額	%		
營業收入淨額	464,581	100	594,709	100	(130,128)	(21.88)
營業成本	337,177	73	409,117	69	(71,940)	(17.58)
營業毛利	127,404	27	185,592	31	(58,188)	(31.35)
營業費用	270,565	58	263,204	44	7,361	2.80
營業損失	(143,161)	(31)	(77,612)	(13)	(65,549)	84.46
營業外收入及支出	(5,190)	(1)	14,624	3	(19,814)	(135.49)
稅前淨損	(148,351)	(32)	(62,988)	(10)	(85,363)	135.52
稅後淨損	(148,089)	(32)	(60,806)	(10)	(87,283)	143.54
每股稅後虧損	(2.89)		(1.16)			

(二)財務收支及獲利能力分析

項目		109 年度	108 年度
財務結構	負債占資產比率 (%)	15.09	14.79
	長期資金占不動產、廠房及設備比率 (%)	666.31	657.56
償債能力	流動比率 (%)	795.26	757.95
	速動比率 (%)	617.01	615.43
	利息保障倍數(倍)	(62.29)	(75.16)
獲利能力	資產報酬率 (%)	(8.58)	(3.20)
	權益報酬率 (%)	(10.21)	(3.79)
	稅前純益占實收資本比率 (%)	(28.91)	(12.28)
	純益率 (%)	(31.88)	(10.22)
	每股盈餘 (元)	(2.89)	(1.16)

二、民國 109 年度營業計畫摘要

109 年，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。

該年度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。

三、未來公司發展策略

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 109 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，110 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，110 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。110 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，開創創新客群和營收。

110 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。

四、受到外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響

本公司因戲劇內容豐富及多元化全方位的通路服務，而能與消費者及影迷們建立穩健且良好的關係。面對全球景氣變化迅速，產業間的競爭會更加激烈，除更加專心致力於掌握市場脈動與消費者需求外，更持續投入新產品的創新與開發。

依據資誠聯合會計師事務所出具之「2020-2024 全球娛樂暨媒體業展望」指出，台灣娛樂暨媒體業(E&M)市場規模於 108 年達 152 億美元、年增 0.4%，主要受 OTT 影音、電玩遊戲和音樂等次產業強勁成長所帶動，另政府除持續致力於宣傳及培育本土文創產業外，也將挹注前述幾大次產業的成長，加上報紙、雜誌、書籍、傳統電視等傳統媒體帶動，仍見娛樂媒體廣告市場之成熟發展性。而 109 年在疫情衝擊下，加速臺灣 OTT 影音串流服務成長，預估 109 年臺灣 OTT 影音之營收將達 7.45 億美元，年成長 26%，並於 109 年正式超越實體家庭影音市場營收的 5.4 億美元，帶領臺灣朝向串流文化轉型。但在廣告業務層面雖然媒體流量明顯上升，但廣告主行銷預算保守縮水，也使更直接的「精準行銷」與「導購」類型的推廣更受廣告主歡迎，如精準社群操作、MarTech 導入以及網紅直播代言等。未來集團廣告業務重心不只將著重於整合新舊媒體影響力，且會加強數位新媒體廣告業務與其他營利模式開發，如虛擬偶像代言、網紅演藝經紀業務、網路促購……等整合多方綜效與可能性，將帶來之收益轉換為流量，展開正向循環。

線上影音服務目前所受之外部挑戰，除了 OTT 影音服務發展蓬勃，搶食現有用戶眼球

市佔率(消耗時間排擠)及娛樂花費金額外(影音娛樂預算排擠);更大之問題來自盜版影音市場的衝擊，此點除透過公司維權人員之防範及處理外，仍需透過政府及民間的力量，共同對民眾宣導使用者付費及打擊不法廠商，方可有效遏止非法盜版影音內容之流竄。

未來，本公司將持續秉持誠信經營之理念，落實公司治理規範，並且將持續求新求變，透過差異化的競爭優勢，創造更大的價值

敬祝各位

身體健康、萬事如意

霹靂國際多媒體股份有限公司



董事長：黃文章

