

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，霹靂國際多媒體股份有限公司從布袋戲電視火劇發跡，多年經營下發展成全媒體之娛樂企業，係持續秉持「傳承沒有終點，創新沒有界限」的精神，延續原創思維，發揮「文化、美學、創新、和諧」核心價值，穩健踏實的永續經營。霹靂自民國 103 年 10 月正式上櫃，成為首家上櫃文創業者代表，正式進入資本市場後，霹靂不斷強化公司治理品質、擴展營運規模、提升股東權益，期許未來，霹靂在文化傳承、創新及永續經營理念下，將布袋戲文化推廣至國際，進而開創東方原創奇幻風潮，建構出「東方迪士尼」的梦想王國。

一、民國 113 年度營業成果報告

民國 113 年度合併營業收入 262,216 仟元，較前一年度 319,596 仟元減少 57,380 仟元；營業毛利 83,011 仟元較前一年度 14,048 仟元增加 68,963 仟元；稅後淨損 81,155 仟元較前一年度稅後淨損 191,844 仟元虧損減少 110,689 仟元，每股稅後純損為 1.55 元。茲將本公司 113 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	113 年度		112 年度		差異金額	增(減)幅度 %
	金額	%	金額	%		
營業收入淨額	262,216	100	319,596	100	(57,380)	(18%)
營業成本	179,205	68	305,548	96	(126,343)	(41%)
營業毛利	83,011	32	14,048	4	68,963	491%
營業費用	204,363	77	239,952	75	(35,589)	(15%)
營業損失	121,352	45	225,904	71	104,552	46%
營業外收入及(支出)	53,368	20	34,060	11	19,308	57%
稅前淨損	67,984	25	191,844	60	123,860	65%
稅後淨損	81,155	30	191,844	60	110,689	58%
每股稅後虧損	(1.55)		(3.71)			

(二) 財務收支及獲利能力分析

項目		113 年度	112 年度
財務結構	負債占資產比率 (%)	51.54	49.91
	長期資金占不動產、廠房及設備比率 (%)	169.09	182.56
償債能力	流動比率 (%)	212.73	206.17
	速動比率 (%)	166.31	177.59
	利息保障倍數(倍)	(4.5)	(15.72)
獲利能力	資產報酬率 (%)	(4.67)	(10.92)
	權益報酬率 (%)	(10.82)	(21.11)
	稅前純益占實收資本比率 (%)	(13.25)	(37.39)
	純益率 (%)	(30.95)	(60.03)
	每股盈餘 (元)	(1.55)	(3.71)

二、民國 113 年度營業計畫概要

113 年，大霹靂在劇集發行上因應全新大劇【霹靂英雄戰紀：荊伐世界】與超商通路搭配進行全面宣傳，以素還真久違登場為主要亮點進行一系列的操作，除贈品加碼外，超商亦大規模製作相關門市宣傳物，如素還真人形立牌等，宣傳劇集同時帶來廣大品牌曝光能量，並為首周劇集 DVD 發行與霹靂線上看帶來不錯的銷量與成績。同年，亦與 7-ELEVEN 合作推出全新霹靂主題店，從戲偶展示、精美視覺，到各式主題商品陳列，開幕以來即吸引廣大粉絲參與，期未來能有更多主題店坐落全臺，霹靂全球除原授權業務，以及霹靂布袋戲 Q 版 IP《PILIGILI》的品牌營運外，於年底新增了韓國插畫 IP《UGLYMEWS》台灣總代理業務，預計於未來展開多項異業合作與 IP 營運，以及於台北地區辦理快閃店與 IP 相關展售。

在社群操作上，大霹靂短影音的開展持續進行，囊括 TikTok 平台與 YT Shorts 的運作，目標導流到霹靂線上看及霹靂電商平台。此外，亦搭配相關活動與內容，深耕 24 小時直播特企的規劃，從素還真 24 小時馬拉松直播活動開始，短短一周帶來不重複人數近 20 萬，觀看次數近百萬的優異成績。延續此操作熱度，而後更推出三先天 24 小時特企活動，並開始將操作平台拓展到 TWITTER，目標建立完善的付費模式，霹靂全球主要經營《PILIGILI》與《UGLYMEWS》兩大 IP 品牌，《PILIGILI》以年輕活潑、喜愛插畫的客群為中心，內容以可愛角色結合台灣在地特色，以及貼近年輕世代之流行內容為主；《UGLYMEWS》以喜愛韓國文化、K-POP 流行音樂的年輕客群為中心，內容將以三位具有特色魅力的偶像練習生貓貓，帶著出道夢想的日常生活為主。而社群也將會利用近年流行的短影音文化，將霹靂

全球旗下的 IP 結合其中，除達到 IP 擴大宣傳、增加品牌話題性外，更可藉由網路聲量帶來多項商務合作機會。

會員經營上，【FAN 好康】APP 的服務持續更新與進行，經由多年的運營與努力，目前 APP 的會員已與直營通路及電商的消費會員完整連結，此外，亦擴展 APP 功能，無論是購物優惠券，甚至到實體活動的參與及連動都可順暢執行。同年，為推出更完善的霹靂會會員制度，PILI FAN 會員方案大改版，經由與官方後援會的會議交流及內部審慎的評估與檢討，全新方案推出，在諸多磨合與溝通下，新年度招募順利，目前共有 35 個官方後援會穩定運營中。

在霹靂商品開發上，除既有類型與品項外，正式推出【一招留名】限定卡牌，以霹靂英雄成名招式為主題，搭配精美偶圖創造全新系列商品，以收藏、限量為宣傳主軸，推出即造成千包數量一日秒殺的佳績。同步也開始嘗試全新風格的視覺來拓展各種創收可能，如霹靂 HANAFUDA 系列商品，以日本花牌的風格與視覺來重新詮釋與定義霹靂英雄，亦為銷售實績帶來不錯的挹注。在實體活動上，主題快閃的活動雖不多，但因應場域特性亦開發多項點心類商品，如布丁、彈珠汽水等，結合霹靂 IP 魅力，創造無限可能。

在授權業務上，霹靂全球今年度與多家知名品牌合作，例如《霹靂布袋戲》與「味丹食品」拍攝的宣傳廣告與商品；《霹靂布袋戲》與「台鋼獵鷹」合作的聯名籃球主題日；《霹靂吉利》與「聯華可樂果」合作的聯名款可樂果；《霹靂吉利》與「LINE 金幣派對」的首次遊戲聯名，以及《霹靂吉利》與「多那之 Dountes」合作的中秋限定禮盒。在多樣授權經歷上，皆反映出業界對於霹靂全球授權業務的肯定，並提升更多國際品牌與霹靂全球合作的可能性。

三、未來公司發展策略

本公司 114 年度，將持續在布袋戲影視、真人影視、IP 授權及科技內容等領域深耕，將布袋戲文化作永續傳承：

（一）布袋戲影視：今年將持續於多地發行霹靂布袋戲正劇系列及【Thunderbolt Fantasy 東離劍遊紀】系列等作品。既往於中國大陸尚未發行之劇集作品及最新劇集作品已陸續通過審批，將在今年陸續上架中國大陸地區各大平台。

【Thunderbolt Fantasy 東離劍遊紀】系列作品正式進入最終章劇場版，2025 年台日影院上映，相關發行作業積極推展中。

（二）轉投資事業：本公司於去年及今年將陸續成立各領域轉投資事業體，分別就海外 IP 經營、流行遊戲產業、當代藝術結合及虛擬偶像等領域深耕，以本公司原本之內容創作量能及 IP 資源為基礎，結合外部各領域之專業技術及商業模式，開展多元業態。

（三）IP 授權業務：霹靂擁有豐富的 IP 資源及品牌資產，除原 IP 衍生業務穩定進行

外，今年代理韓國知名 IP【UGLY MEWS】，加入霹靂對外的 IP 授權行列，且陸續規劃代理海外其他知名 IP，將前述 IP 以真人影劇、遊戲、周邊商品、主題展等方式對外進行授權；未來亦持續開發旗下各 IP，並結合霹靂品牌，複合觀光體驗、餐飲、零售等業態，讓本公司的消費群眾可以更廣。

（四）科技內容開發：霹靂致力於科技內容創新以及內容市場商業化多年，去年已將 AI 技術運用於生產及展演內容上，今年有關虛擬偶像及 VR 遊戲之內容開發已臻完善，今年將陸續發佈。

預計推動多項授權專案，以及兩大 IP 品牌《PILIGILI》與《UGLYMEWS》的營運管理與異業合作，並預計於 114 年底辦理【霹靂集團品牌大會】，將邀請國內外知名集團企業與各地公部門單位參與，分享霹靂全球與各部門的業務執行與運作，以及年度的公司規劃，包含商品授權、遊戲授權、廣告授權、空間授權...等，以提高霹靂全球於商務界的聲量與地位，並增加更多品牌方與我方合作之可能性；消費大眾端以聯名商品銷售、合作廣告放送、線下快閃店辦理、台灣插畫文化相關展會與會，以擴大 IP 品牌的大眾認知度、社群話題性，與提升 IP 運作的粉絲基礎。

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。

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

