

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，霹靂是台灣原創的故事、原創的 IP(智慧財產權)及原創的品牌；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。霹靂不斷強化公司治理品質、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。期許未來，霹靂在「文化向下扎根，技術向上發展」的理念邁向國際。

一、民國 108 年度營業成果報告

民國 108 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。茲將本公司 108 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	108 年度		107 年度		差異金額	增(減)幅度 %
	金額	%	金額	%		
營業收入淨額	594,709	100	665,769	100	(71,060)	(10.67)
營業成本	409,117	69	339,835	51	69,282	20.39
營業毛利	185,592	31	325,934	49	(140,342)	(43.06)
營業費用	263,204	44	281,782	42	(18,578)	(6.59)
營業(損失)利益	(77,612)	(13)	44,152	7	(121,764)	(275.78)
營業外收入及支出	14,624	3	55,347	8	(40,723)	(73.58)
稅前(淨損)淨利	(62,988)	(10)	99,499	15	(162,487)	(163.31)
稅後(淨損)淨利	(60,806)	(10)	101,875	15	(162,681)	(159.69)
每股稅後(虧損)盈餘	(1.16)		1.95			

(二)財務收支及獲利能力分析

項目		108 年度	107 年度
財務結構	負債占資產比率 (%)	14.79	12.34
	長期資金占不動產、廠房及設備比率 (%)	657.56	711.34
償債能力	流動比率 (%)	757.95	816.74
	速動比率 (%)	615.43	670.50
	利息保障倍數(倍)	(75.16)	37.91
獲利能力	資產報酬率 (%)	(3.20)	5.08
	權益報酬率 (%)	(3.79)	6.18
	稅前純益占實收資本比率 (%)	(12.28)	18.91
	純益率 (%)	(10.22)	15.30
	每股盈餘 (元)	(1.16)	1.95

二、民國 108 年度營業計畫概要

108 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 109 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。

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，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 108 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 109 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，109 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。

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。

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。

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

