

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：新北市汐止區新台五路一段 95 號 32 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

2023 年，大霹靂劇集發行模式開始進行一系列的相關調整，首波於 2023 年第一檔戲【霹靂玄蒙紀】開始，改成一周一章，並調漲價格至\$130，主要因應片廠產能的優化與拍攝質感的提升。因應此模式，大霹靂積極運作超商的溝通，除單周一章的宣傳和配套措施外，並開始為 113 年的重要計畫，DVD 發行轉成單通路獨家模式進行準備，囊括商業調整與獨家行銷配套的洽談，期在 DVD 發行上創造更符合經濟效益的成果。同時，霹靂線上看方案進行相對應的調整，推出更具競爭力的半年度及全年度優惠方案，致力維繫線上看會員的觀影習慣，並期透過此次調整將 199 方案及單片方案會員，導向長天期高資費方案目標營收極大化。

在社群操作上，開始佈局短影音的收視習慣，包含 TikTok 平台的創建、YT Shorts 的運作，除拍攝霹靂英雄下戲的各種趣味短片之外，亦將霹靂正劇的精采片段進行相關剪輯，讓習慣

此平台的族群有更多的機會可以接觸到霹靂的影音內容，並將之導流到霹靂線上看及霹靂電商平台。如 2024 年要推出的新春特別節目，亦是以短視頻的角度進行企畫與拍攝，期在日新月新的媒體收視習慣中，讓霹靂無所不在。

霹靂積極推展主題展覽及主題快閃店掌握實體經濟，首波從 3 月份的霹靂 IP 主題快閃店(中壢場)登場，緊接著更將實體展覽能量拓展中南部。6 月霹靂久違多年再次到府城古都辦展，推出【霹靂群俠藝遊古都特展】，結合台南古都風貌與美食之都印象，打造趣味創意的霹靂群俠下戲時光，更結合廚神爭霸主題，玩轉霹靂 IP 打造主題展多元面貌。9 月以霹靂公仔為主題開設台中大遠百快閃店，10 月再現高雄夢時代，推出【霹靂藝想天開特展】，結合霹靂系列與 TBF 東離劍遊紀系列，穿越時空徜徉在藝術與休閒的幻想裡。藉由英雄們的名畫藝術作品，與日常下戲後的當代休閒生活展現，跳脫傳統的展覽設計主軸，以藝術、休閒來創造霹靂微型的探索樂園。

會員經營上，霹靂後援會業務積極不懈，每年都會有新的角色後援會加入這個大家庭，會員所在地更囊括台灣、大陸、日本、韓國、歐洲、北美、馬來西亞、新加坡等國家，同時，大霹靂持續推動【FAN 好康】APP 的服務，無論是介面、粉絲互動、福利回饋等不斷滾動式優化，更首次結合超商 DVD 咖啡兌換活動，讓 APP 本身不僅是粉絲福利回饋的媒介，更可作為相關實體活動的操作平台，讓官方與粉絲之間的距離更加密切，除了大霹靂一直以來在推展的霹靂主題活動，霹靂全球也積極推動 IP 變現的無限可能。

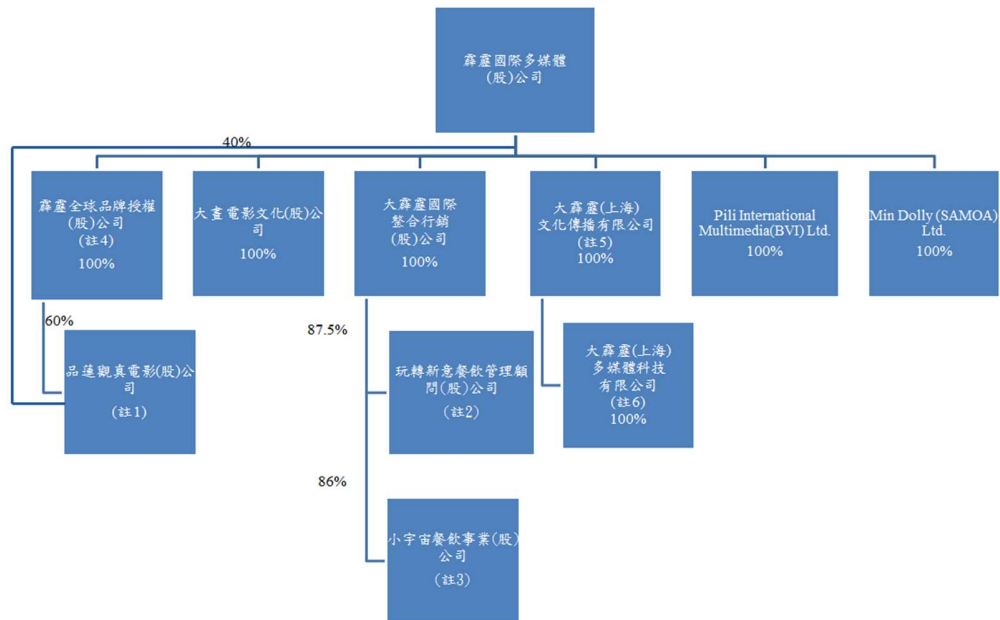
商品授權上，2023 年度除了在咖啡產業、食品產業、陶瓷產業、電器產業等，皆有商品聯名合作及廣告代言合作，而先前與迷走工作坊推出的《霹靂：入陣武林》桌遊遊戲也推出了英文版，並在德國榮登 TOP10 值得一玩的桌遊遊戲。此外，今年也首次以本公司可愛版新 IP-霹靂吉利 PILIGILI 與其他品牌做聯名合作，推出超可愛造型奮起福 x PILIGILI 米餅禮盒以及拿坡里 PILIGILI 聯名活動。而在空間授權上，首次與全台規格最高的動漫主題餐廳「KIRABASE」展開為期 2.5 個月的「PILI：SOULTRA 無盡魂主題店」，吸引眾多粉絲前去消費體驗。此年度也在北、中、南舉辦了各一場霹靂超先天路跑，活動完美重現《霹靂布袋戲》劇集中的經典場景，而活動內涵蓋角色打卡、操偶表演、霹靂歌手表演等，讓跑者跑入掌中江湖世界，此活動也獲得廣大的好評迴響！

3.1.3 營運績效

本公司 2023 年度合併營業收入 319,596 仟元，較前一年度 400,067 仟元衰退約 20.11%；營業毛利 14,048 仟元較前一年度 67,103 仟元衰退約 79.07%；稅後淨損 191,844 仟元較前一年度稅後淨損 123,199 仟元虧損增加約 55.72%，每股稅後純損為 3.71 元。

項目	2023 年度		2022 年度		差異金額	增(減)幅度 %
	金額	%	金額	%		
合併營業收入淨額	319,596	100	400,067	100	(80,471)	(20.11%)
合併營業毛利	14,048	17	67,103	17	(53,055)	(79.07%)
合併稅後淨損	191,844	31	123,199	31	68,645	55.72%
每股稅後盈餘	(3.71)	-	(2.37)	-		

3.2 投資架構



註 1：品蓮觀真電影(股)公司為本公司及霹靂全球品牌授權(股)公司共同合資設立。

註 2：玩轉新意餐飲管理顧問(股)公司於 110 年 1 月設立，係由大霹靂國際整合行銷(股)公司轉投資。

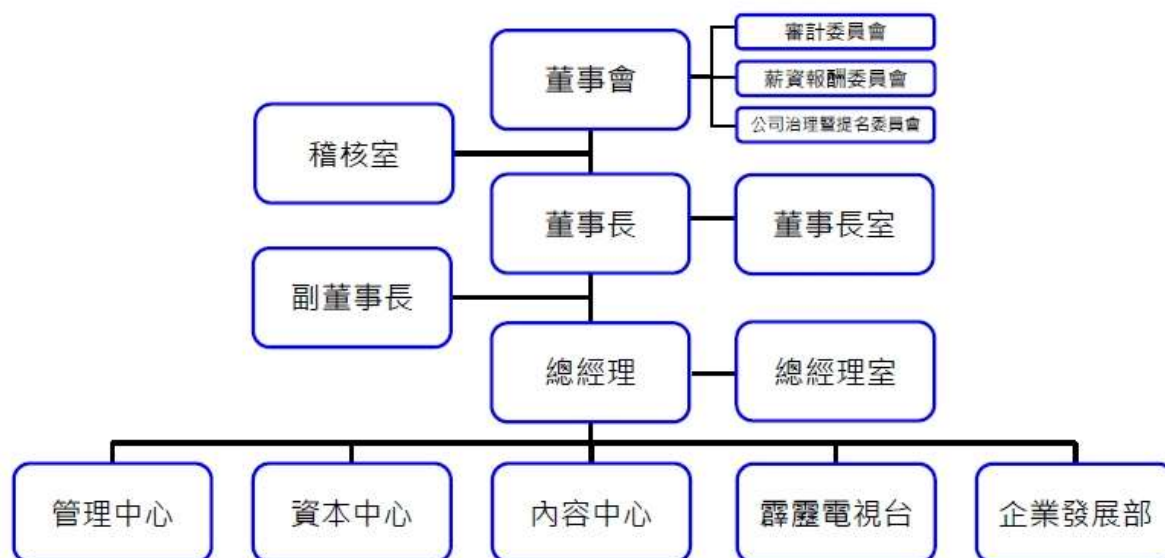
註 3：小宇宙餐飲事業(股)公司於 110 年 6 月設立，係由大霹靂國際整合行銷(股)公司轉投資。

註 4：霹靂全球品牌授權(股)公司，原名稱：偶動漫娛樂事業(股)有限公司。

註 5：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 6：大霹靂(上海)多媒體科技有限公司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。
管理中心	<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。

法務部

■ 智權組

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。
8. 拍照作業：木偶定裝照、商品照及各部門照片需求拍攝。
9. 商品偶協助作業：協助大霹靂商品偶製作聯繫、驗收及等。

■ 法務組

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、規劃、IP 制度及資料庫建立等管理作業。
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、合約風險評估、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。
8. 蒐證作業：線上線下侵權證據蒐集、彙整。
9. 取締搜索作業：配合警方搜索、確定犯罪資料及證據、第一次偵查庭應訊。
10. 和解作業：維權案件和解。

人力資源部	<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。 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. 協助集團執行策略發展規劃與監督執行 11. 相關風險注意及示警。 12. 集團人資相關業務之監理。
行政總務部	<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>資訊暨技術部</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 負責公司各類作業電腦化、資訊化及整合系統 (SSO、CRM、VPS、FAN 好康與 PILI 線上看、APP 等)導入及運作，內外網路系統建置與維持，電子資訊安全維護。 2. 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。 3. 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。 4. 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。 5. 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。 6. 定期或不定期實施系統復原測試演練。 7. 資訊處理相關機器設備之操作維護管理及日程安排事項。 8. 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。 9. 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、各式網站、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。
<p>採購部</p>	<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。
<p>資本中心</p>	<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。
<p>財會部</p>	<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。

<p>投資人關係部</p>	<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。
<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>

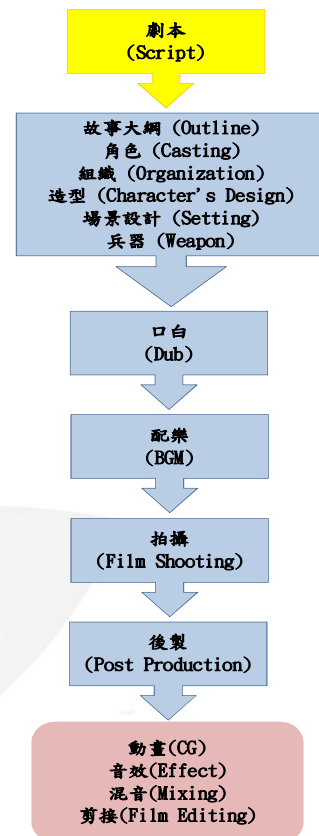
3.5 全方位娛樂事業版圖

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。

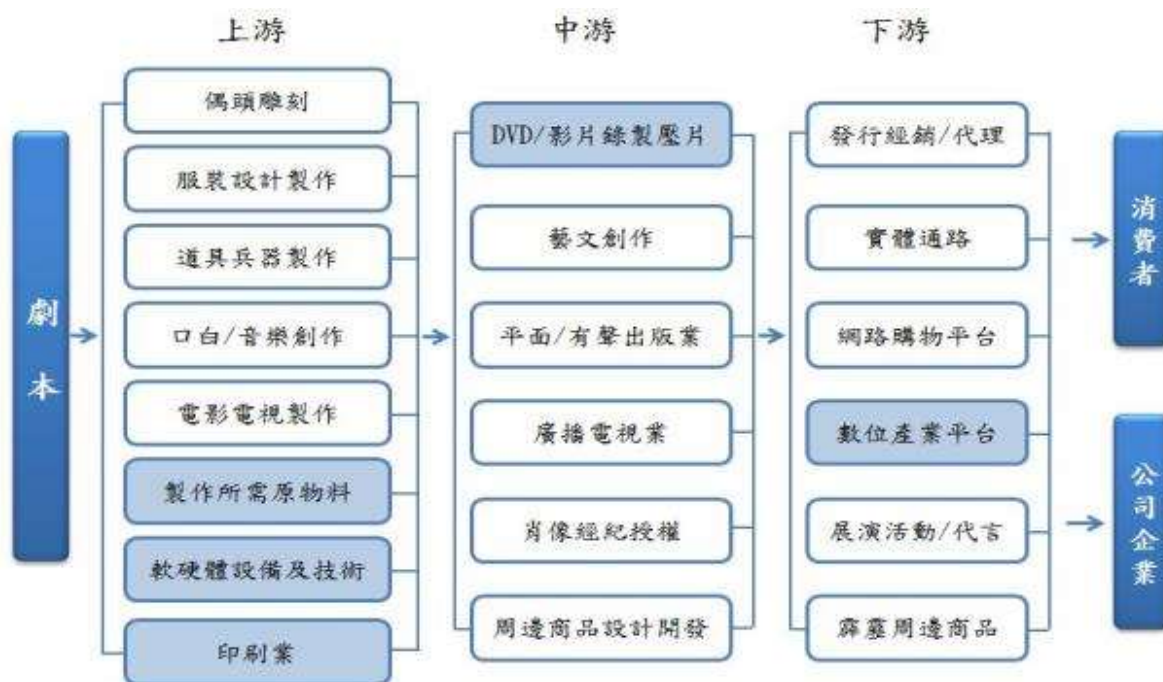


3.6 全球最大布袋戲全製中心

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。

<p>2021 年</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 與全家便利商店合作推出【霹靂可愛攏底家】全店集點加價購主題活動，搭配多項授權商品，霹靂 X 三麗鷗超萌旋風席捲全台。 ● 台北直營店移點大直 ATT，與木棉花為首的新娛樂動漫商圈聯盟，共同進駐大直 ATT 的 1 樓。 ● 百富以專注一心造就威士忌之藝為主軸，推出「一心一藝—大師心藝影像計畫」，第一集即邀請霹靂總經理黃亮勛拍攝代言影片。 ● 與大爵文創結合國寶級鄭問老師「漫畫大霹靂」的作品，推出素還真、亂世狂刀、傲笑紅塵三款系列威士忌，極具收藏性，上市當週即銷售一空。 ● 於新光三越台北站前店舉辦「霹靂 IP 英雄世界特展 Part.2」，以戲偶造型色調為分區主題，以直接性的視覺展現布袋戲偶的多彩繽紛。 ● 於高雄統一夢時代購物中心舉辦「霹靂 IP 運動會之群雄爭霸特展」，創造一場不分時代並專屬霹靂英雄的武藝比試大會。
<p>2022 年</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 與中信兄弟二度聯名舉辦【PILI BROTHERS 霹靂兄弟之魔吞傳奇】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，延續打造獨一無二的棒球賽事。 ● 電影《素還真》將風靡全台逾三十年的霹靂傳奇英雄「素還真」少年故事搬上大銀幕，揭曉他不為人知的神秘起源，於 1 月 28 日農曆春節重磅上映！ ● 知名服飾品牌 NET 與霹靂聯名，為電影《素還真》打造台灣限定聯名服飾，帶大家重溫電影《素還真》的初心感動。設計師發揮巧思，把電影經典台詞、麒麟雙劍、麒麟神獸等統統成為設計元素，經典結合潮流重新詮釋霹靂風格，也讓當月銷售成績衝破四百萬。 ● 與「暴雪娛樂」推出重磅企劃，為將經典的《魔獸世界：巫妖王之怒》劇情透過布袋戲表演形式呈現，令人耳目一新的東西合璧，再現經典傳奇。並於台北市光點華山電影館舉行全球盛大首映。 ● 每年一度，10 月於高雄夢時代舉辦「霹靂探險特展」。展覽擷取霹靂宇宙中最具特色的角色代表、職業塑造、劇集亮點等作為主要展覽設計軸線，以智力、武學、醫學、美食、娛樂五項設計概念規劃六大展區，創造霹靂微型探險樂園。 ● 與靜宜大學產學合作，共同推出霹靂英雄戰場特展。展覽以霹靂英雄為主幹，由劇集中正反兩派中極具個人魅力的角色，並辦理相關講座與靜宜大學的師生分享霹靂的文創經驗與無限可能性。 ● 火影忍者 20 周年動畫特展於信義 A11 六樓開展，特展中精選了動畫中的八大經典場景還原，帶著火影迷重回動畫當中的感動！

2023 年

- 霹靂系列發行模式自【霹靂玄蒙紀】起正式調整為每周一章，主要因應片廠產能的優化與拍攝質感的提升。
- 霹靂久違多年再次到府城古都辦展，推出【霹靂群俠藝遊古都特展】，結合台南古都風貌與美食之都印象，打造趣味創意的霹靂群俠下戲時光。
- 與興霖食品-厝味推出霹靂蛋捲禮盒及麵品禮盒，此產品除了於臺澎金馬地區上市，也於美加地區銷售。此合作另外也與台中郵局做三方合作，實行公益活動，將聯名產品送給偏鄉孩童，善盡社會責任。
- 與迷走工作坊合作的《霹靂：入陣武林》桌遊遊戲國際版在德國曝光，獲選為德國 TOP10 值得一玩的桌遊遊戲，獨特又酷炫的桌遊遊戲吸引德國人目光！
- 分別於新北、台中及台南舉行了三場霹靂超先天路跑，此活動完美重現《霹靂布袋戲》劇集中的經典場景，活動內也涵蓋角色打卡、操偶表演、霹靂歌手表演等，讓跑者跑入掌中江湖世界！
- 與全台規格最高的動漫主題餐廳「KIRABASE」展開為期 2.5 個月的「PILI : SOULTRA 無盡魂主題店」，此主題餐廳不僅可見到精緻立繪，還有化身為 Q 版造型的人氣角色，店內也將放置等比的人形立牌供粉絲合照，此跨領域合作掀起戲迷朋友們的討論。
- 10 月再現高雄夢時代，推出【霹靂藝想天開特展】，結合霹靂系列與 TBF 東離劍遊紀系列，穿越時空徜徉在藝術與休閒的幻想裡。
- 12 月與拿坡里披薩店共同推出霹靂新 IP-霹靂吉利 PILIGILI 的聯名企劃，超可愛霹靂吉利 PILIGILI 出現在披薩外盒加上購買指定套餐加價還能擁有獨家杯墊，此波合作掀起了一陣旋風，讓喜愛 Q 版造型的霹靂迷及披薩迷們享有口福的同時也有眼福。

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」。



2022 年《素還真》在第 24 屆台北電影節中，一舉奪下最佳動畫片、傑出技術（黃文擇-聲音演出）、最佳造型設計三大獎。



2022 年《素還真》榮獲瑞士紐沙特奇幻影展 (NIFFF) 之「最佳亞洲電影獎」。



2022 年《素還真》第 59 屆金馬獎 最佳造型設計。



2023 年 魔獸世界與本公司，史詩跨界合作的重磅企劃《巫妖王之怒》，六月下旬在坎城首屆遊戲娛樂創意獎 (Cannes Lions - Entertainment Lions for Gaming) 獲得銅獅獎 (Bronze Lion)，東西方經典跨界合作，引發全球觀眾高度矚目及讚賞，讓台灣的傳統經典文化以嶄新風貌，躍上世界舞台。



2023 年第 58 屆電視金鐘獎戲劇類頒獎典禮在 10 月頒獎，本公司之劇集「霹靂兵燹決之碧血玄黃」廣受好評，一舉拿下金鐘獎戲劇類節目造型設計獎，另外還包括了《霹靂英雄戰紀之蝶龍之亂下闕》入圍節目類燈光獎及美術設計獎。對電視藝術有文化上之貢獻。

3.9 外部組織之參與

為持續強化公司永續競爭力，本公司參加相關之公會、協會等團體組織，以取得最新產業資訊，並分享自身經驗，打造出公司永續價值鏈，本公司所參加之公協會組織如下：

外部組織名稱	倡導
台北市影音公會	影視政策與法令之推動、研究與建議
廣播電視節目公會	促進廣播電視節目製作業之健全發展，協調同業關係
衛星廣播公會	頻道內容產業發展
台灣著作權保護協會	引介國際有關著作權保護之政策與觀念
音樂著作協會	保護音樂著作財產權人之權利、推廣音樂著作利用
台灣新媒體協會	研究新媒體及社群發展趨勢，結合網路行銷實務，促進應用交流活動