



臺灣



Early Investment

2023年

臺灣早期投資趨勢年報

—— 娛樂媒體篇



CONTENTS 目錄



壹

全球娛樂媒體產業發展趨勢

貳

臺灣娛樂媒體獲投統計分析

參

產業輪廓及投資亮點個案

肆

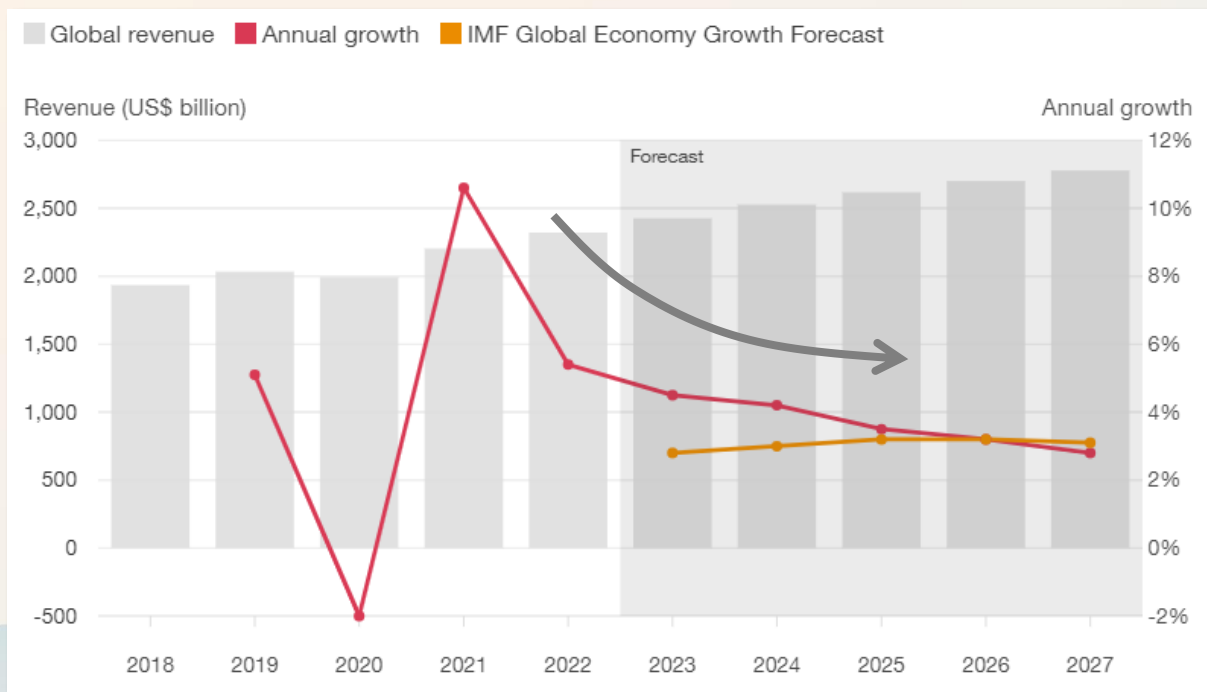
投資人類型分布

伍

結語

● 高通膨時代，娛樂媒體營收萎縮

2022年娛樂媒體年增率明顯下滑，總營收為2.32兆美元；且未來五年年增率將依次下降，至2027年總營收僅會比2026年增長2.8%，展現消費低迷導致產業營收年增率遞減的結果。



註：2022年為最新可用數據；2023-2027年為預測值。
資料來源：PWC《2023-2027年全球娛樂和媒體展望》



部分產業表現依舊亮眼

- 廣告服務激增，多種收費模式上路
- 新遊戲經濟，角色IP走進影視
- 實體活動大增，體育直播與電競再創巔峰

FINDIT 平臺 臺灣獲投資料庫
資 料 期 間

2015年 ~ 2023年06月

資料來源

- 資料庫
- 媒體報導
- 獲投企業/上市櫃轉投資
(上市櫃公司轉投資資料收錄至2023年第一季)
- 國發基金年/季報
(收錄至2023年第一季)
- 投資人
- 商業司公司登記

獲投企業定義

包含

- 註冊在臺灣
- 註冊海外/創辦人來自臺灣
- 上市/櫃(含興櫃)前的獲投
(Pre-IPO獲投)

不包含

- 收購、母公司對子公司
100%投資

資料清理

交易資料整併

機構名稱標準化

輪次判斷

領域歸類

美元計價金額換算

- 採投資日期當月兌美元的平均匯率
- 資料來源為央行「我國與主要貿易對手通貨對美元之匯率」

次領域分類

- 1 社群/直播平臺
- 2 娛樂設備與軟體服務
- 3 區塊鏈及NFT應用
- 4 新聞性媒體與圖書
- 5 電玩遊戲與電競

6 廣告行銷與經紀

7 影音串流平臺

8 影視製作



娛樂媒體

2015 年~2023 年 6 月 產業獲投總覽



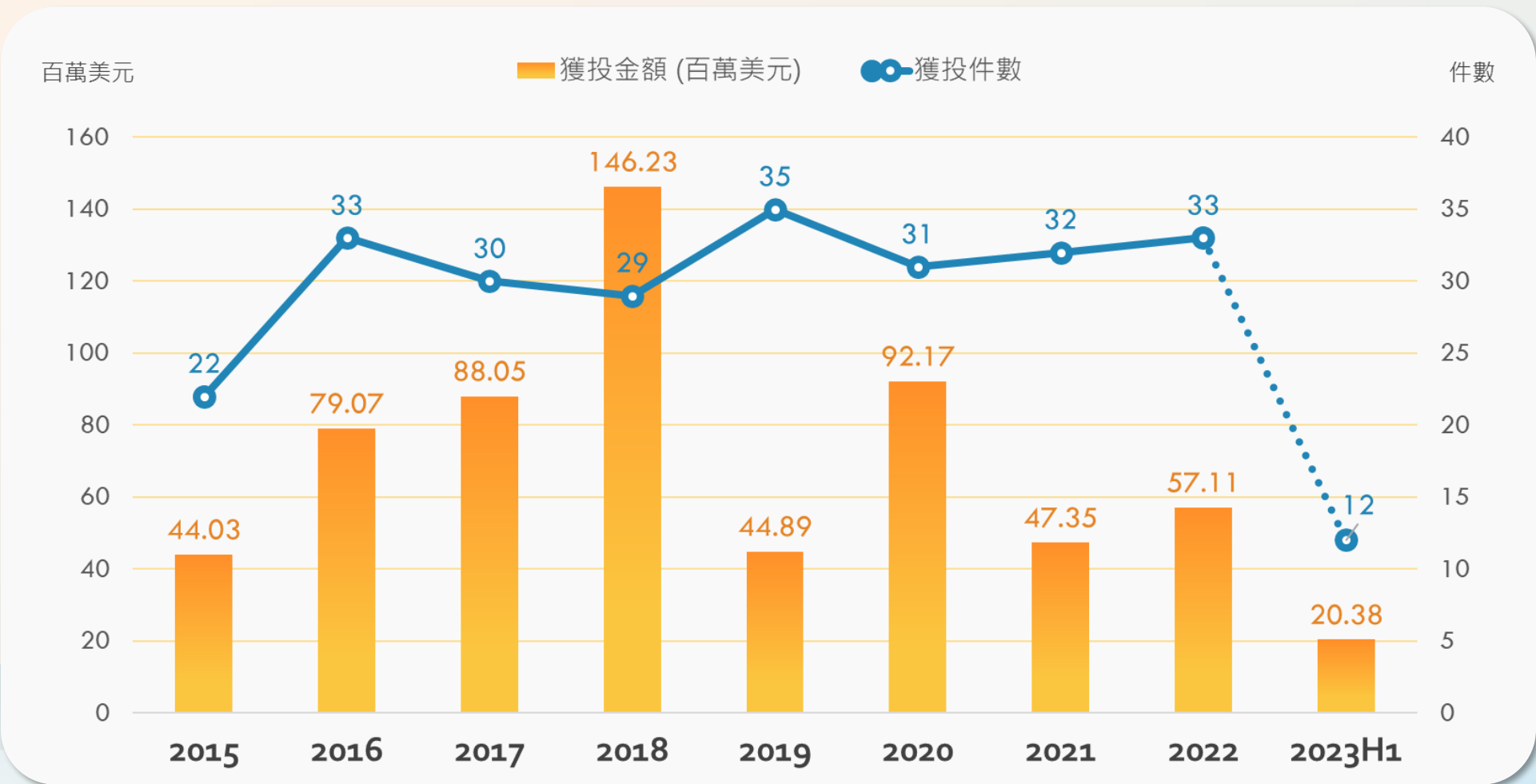
總獲投筆數

257 (件)

總獲投金額

6.19 (億) 美元

- 2023年獲投表現不如往年，與疫後大環境有關

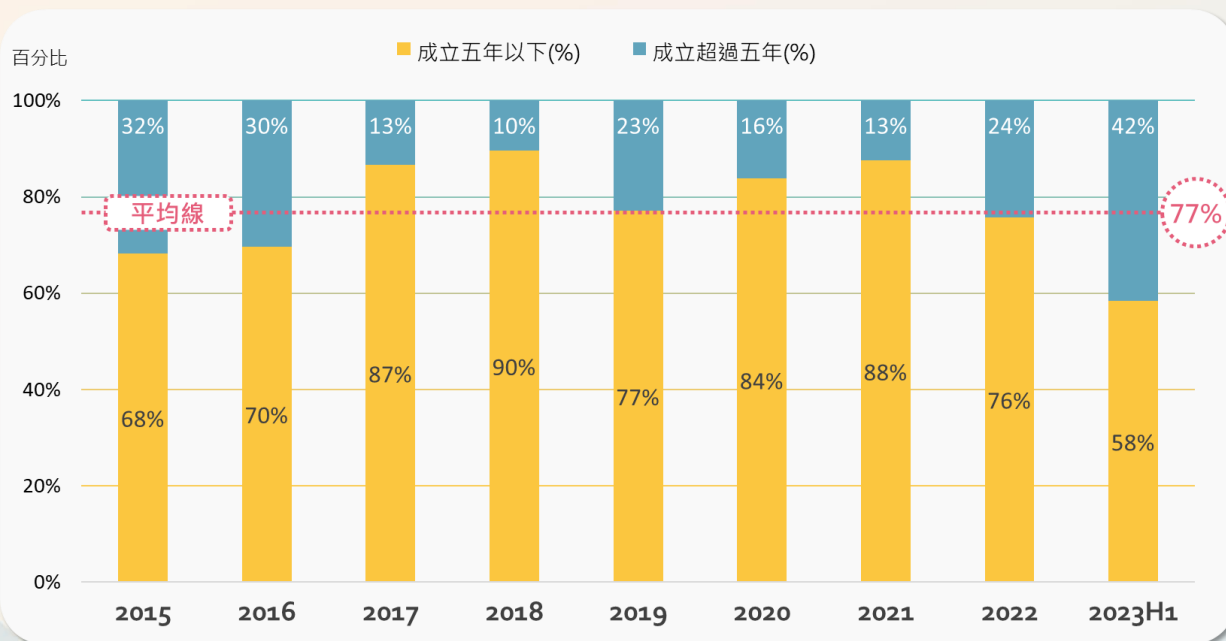


註：本資料中上市櫃企業轉投資收錄到2023年第一季，國發基金投資資料收錄至2023年第一季投資資料。

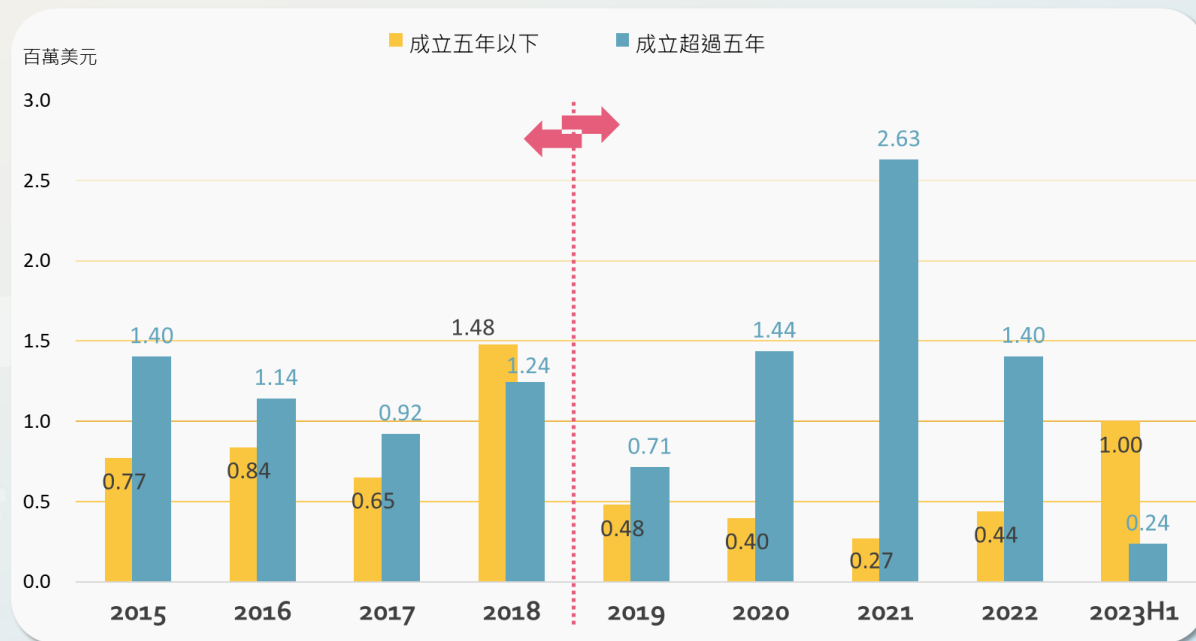
資料來源：台灣經濟研究院FINDIT研究團隊。

● 企業成立年限與領域特性、大環境有關

- 成立未滿五年獲投占比高達77%，以專案型「影視製作」最短，其次則是「區塊鏈及NFT應用」。
- 疫情期間，成立五年以上企業獲投資金遠超出未滿五年者；顯示投資風險高時，投資人更加謹慎運用手中資源。



獲投年限占比



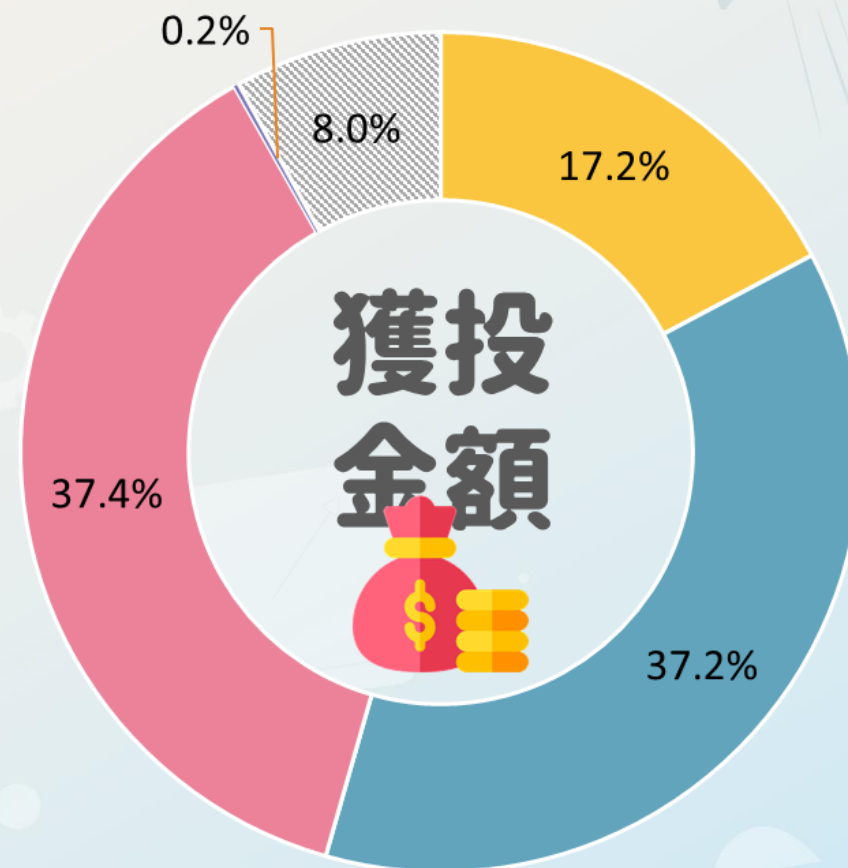
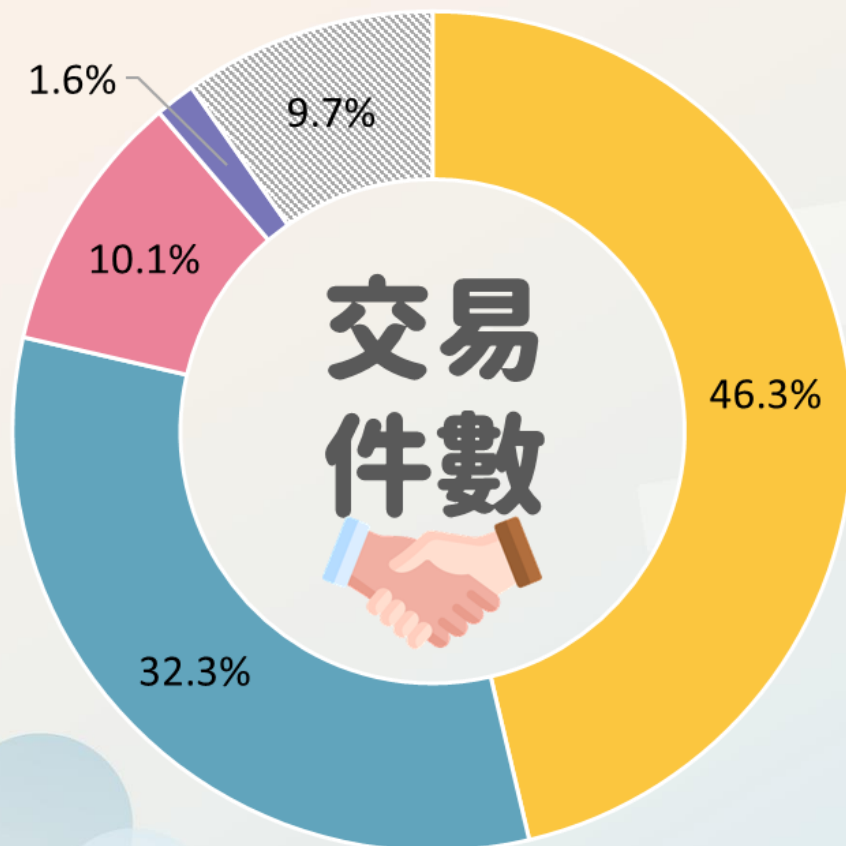
獲投金額中位數（依年限分）

註：本資料中上市櫃企業轉投資收錄到2023年第一季，國發基金投資資料收錄至2023年第一季投資資料。

資料來源：台灣經濟研究院FINDIT研究團隊。

- 獲投以早期階段為主，而中後期單筆資金規模大

■ 早期階段 (A輪以前)
■ A輪
■ 中後期階段 (B-E輪)
■ 其他
■ 未揭露

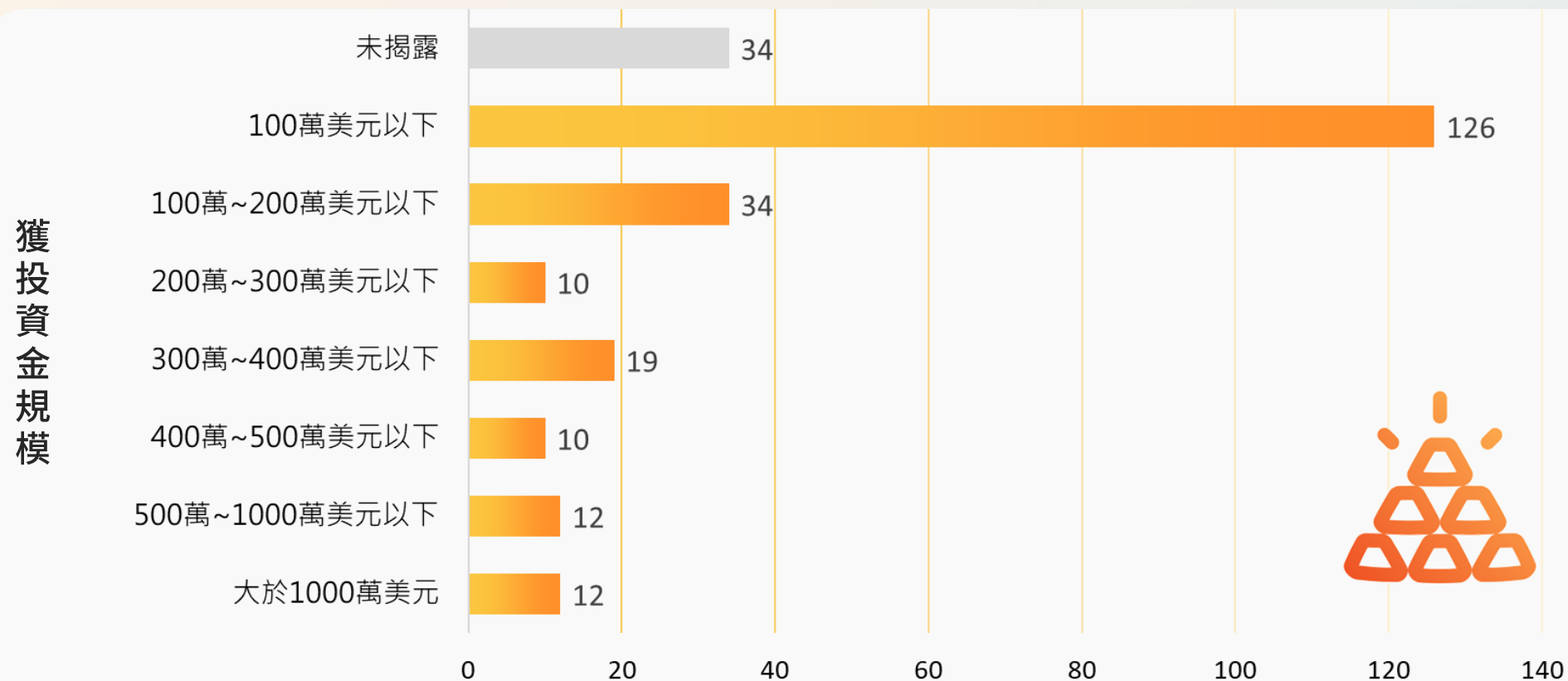


註：本資料中上市櫃企業轉投資收錄到2023年第一季，國發基金投資資料收錄至2023年第一季投資資料。

資料來源：台灣經濟研究院FINDIT研究團隊。

- 獲投資金規模偏小，但有意擴張疆界者也有機會豪取

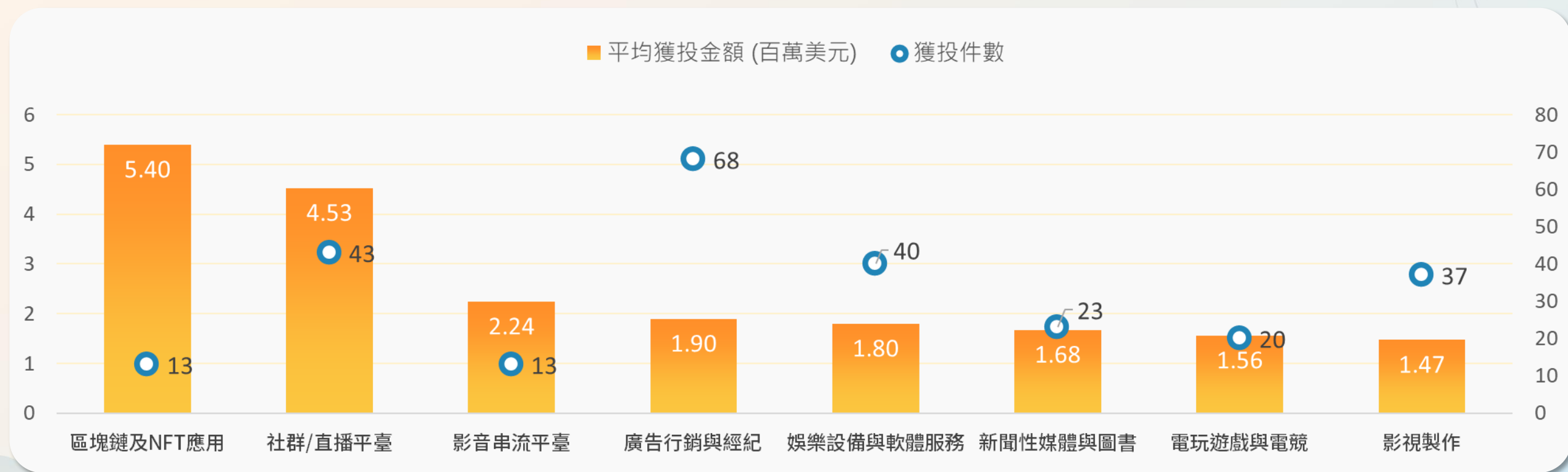
獲得大規模資金投資者（1,000萬美元以上）主要都是社群直播平臺，少部分則為影音串流平臺及遊戲公司，主要與企業有野心擴張版圖、提供跨國服務輸出有關。



註：本資料中上市櫃企業轉投資收錄到2023年第一季，國發基金投資資料收錄至2023年第一季投資資料。

資料來源：台灣經濟研究院FINDIT研究團隊。

- 「區塊鏈及NFT應用」平均獲投金額最高；
「廣告行銷與經紀」獲投件數最多



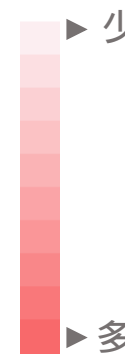
註：本資料中上市櫃企業轉投資收錄到2023年第一季，國發基金投資資料收錄至2023年第一季投資資料。

資料來源：台灣經濟研究院FINDIT研究團隊。

● 獲投件數熱力圖

「廣告行銷與經紀」一直是長時間以來的熱力領域，2022年至今已記錄14筆獲投件數，與國際趨勢一致。

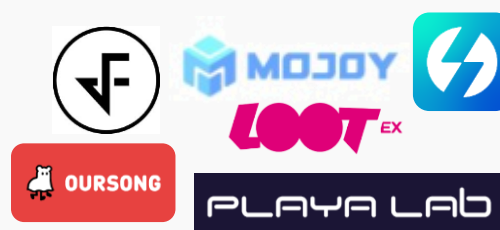
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023H1
社群/直播平臺	4	10	6	7	5	7		3	1
娛樂設備與軟體服務	2	6	5	4	4	4	8	1	6
區塊鏈及NFT應用				4		2	2	4	1
新聞性媒體與圖書	3		3	2	2	3	4	2	1
電玩遊戲與電競	5	3	1	1	3	3	4	3	
廣告行銷與經紀	3	7	9	6	14	8	7	12	2
影音串流平臺	2		2	2	1	2	1	3	
影視製作	3	7	4	3	6	2	6	5	1



影音串流平臺



區塊鏈NFT應用



新聞性媒體與圖書



電玩遊戲與電競



影視製作



社群/直播平臺



娛樂設備與軟體服務



廣告行銷與經紀



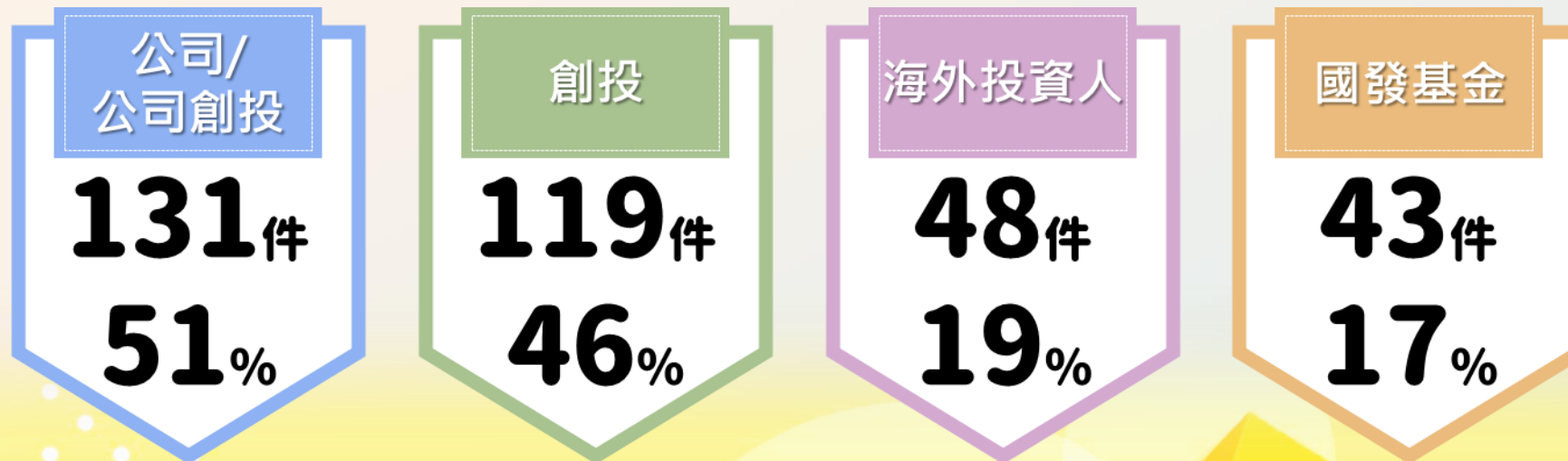
前十大獲投企業

	前十大獲投公司 (2022.07~2023.06)	次領域分類	公告獲投日期	獲投金額 (百萬美元)
1	未來市股份有限公司	娛樂設備與軟體服務	2023.04	10.0
2	台北派兒有限公司	廣告行銷與經紀	2022.10	7.0
3	踢帕娛樂股份有限公司	廣告行銷與經紀	2022.12	4.5
4	瑞奧股份有限公司	廣告行銷與經紀	2022.07	3.6
5	雲沛創新股份有限公司	廣告行銷與經紀	2023.03	3.1
6	遠想原創股份有限公司	影視製作	2023.03	2.7
7	展逸國際企業股份有限公司	廣告行銷與經紀	2022.08 2023.03	3.0
8	曠世智能股份有限公司	社群/直播平臺	2022.12	1.5
9	禾多移動多媒體股份有限公司	娛樂設備與軟體服務	2023.05	1.0
10	龍獨斑股份有限公司	區塊鏈及NFT應用	2023.06	1.0

註：本資料中上市櫃企業轉投資收錄到2023年第一季，國發基金投資資料收錄至2023年第一季投資資料。

資料來源：台灣經濟研究院FINDIT研究團隊。

肆 投資人類型分布



• 前十大活躍投資人 •

國發基金、達盈管顧、心元資本創投、
中國信託創投、國票創投、中華開發、Infinity Ventures、
安發天使投資、之初創投、華研國際音樂



註：本資料中上市櫃企業轉投資收錄到2023年第一季，國發基金投資資料收錄至2023年第一季投資資料。

資料來源：台灣經濟研究院FINDIT研究團隊。



● 大環境前景黯淡，強強聯手、強獲利是經營關鍵

從國際趨勢可知道娛樂媒體消費低迷，也對投資市場資金帶來負面衝擊，因此，不論是強強聯手抑或藉由大數據及人工智慧加強廣告置入增強獲利能力，都是艱難困局之下的破口。

● 自媒體發展夯，掌握分眾市場成贏家

從臺灣娛樂媒體獲投市場，能看見全球產業的縮影，在投資成果相對黯淡的情景下，仍能感受企業征服困境的勇氣，不論是討論度逐漸衰靡的NFT領域，或是社群/直播平臺及影音串流市場等，各自挖掘自身獨特性、找尋經營甜蜜點，為的是要在分眾市場下成為一方霸主。

● 廣告行銷潛力爆發，臺灣IP產業正在成形

從歷年資料中發現「廣告行銷與經紀」次領域總是撐起大傘，無論是疫情期間或復甦時期，都有穩定的獲投家數。因此，可預見未來，網紅/KOL或各種內容IP將會因為廣告行銷技術發展而更受到重視，「分眾獲利經濟學」將是我們度過三年疫情後最重要的課題。

An illustration featuring a woman on the left and a man on the right. The woman, with blue hair in a bun, wears an orange shirt and yellow pants, and is shouting into an orange megaphone. The man, with red hair, wears an orange sweater and blue shorts, and is running towards the right. The background is a light blue sky with floating white icons: a pie chart, a gear, a speech bubble, a document, and a laptop. The foreground consists of wavy orange and yellow shapes.

THANKS

台灣經濟研究院
FINDIT 研究團隊
施雅庭 / 助理研究員



掃描QR code
看更多臺灣早期投資趨勢



經濟部中小及新創企業署
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE AND STARTUP ADMINISTRATION
MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS



台灣經濟研究院
Taiwan Institute of Economic Research