



Cell Studio

<http://cellstudio.tw/>

SERVICE ITEMS

錫歐多媒體提供個人、企業所需的廣告、形象影片規劃製作

服務項目包括商業廣告CF、3D動畫、影片特效、活動紀錄、企業形象片等

依照客戶需求量身打造專屬的影片內容

為客戶帶來最大的行銷效益！

Team Members



詹皇毅

學歷：
嶺東科技大學
數位媒體設計系

經歷：
四年+

專業：
平面攝影/動態錄影
空拍/後製剪輯



黃俊瑋

學歷：
嶺東科技大學
數位媒體設計系

經歷：
四年+

專業：
平面攝影/動態錄影
空拍/後製剪輯



曾彥偉

學歷：
嶺東科技大學
數位媒體設計系

經歷：
四年+

專業：
3D建模/燈光
貼圖/動態



林璟鴻

學歷：
嶺東科技大學
數位媒體設計系

經歷：
四年+

專業：
3D建模/燈光
貼圖/動態

Consultant



陳逸剛

Karim Turbez

學歷：

法國巴黎大學

日本愛知縣大學

法國里爾大學

法國SupinfoCom動畫學校

法國Valenciennes美術學校

- 於台灣壹傳媒集團-壹動畫擔任創意總監(2015-2017)
- 擔任北京優揚 (UYoung) 傳媒集團 - 學前教育動畫片 “Super Builder” 項目之前導片動畫導演
- 於台灣壹傳媒集團-壹動畫擔任藝術總監 (2013-2015)
- 擔任台灣電影 “舞鬥” (2015年6月發行)之藝術&VFX總監及顧問 (2013)
- 於台灣壹傳媒集團-壹同樂公司擔任“Mad Box Zombies”©on “nxTomo” 項目之藝術總監 (2013)
- 於台灣Ogma創意行銷工作室擔任創意總監及顧問 (2012-2013)
- 於20分鐘日本動畫短片 “Yahabee” © , 項目中擔任助理導演 , 該片由迪士尼夢工場之電影 “鼠國大作戰” (Flushed Away) 導演Henry F. Anderson III) 所導。(2012)
<https://vimeo.com/143661069>
- 於台灣壹傳媒集團-壹動畫擔任導演及製作人(2010-2012)
- 動畫電影項目 “Olympos” © 編劇/內容創作(2010-2011)
- 台灣,中國科技大學(China University of technology), 故事概念&編劇講師 (2010-2011)
- 台灣資策會-數位內容學院(Taiwan Digital Content Institute), 分鏡腳本講師 (2010-2011)
- 台灣資策會-數位內容學院(Taiwan Digital Content Institute), 動畫解剖學講師 (2010-2011)
- 台灣,台北動畫藝術節-活影活現藝術展 “Kinetoscope” 主席 (2010)
- 台灣資策會-數位內容學院(Taiwan Digital Content Institute), 角色設計講師 (2011)
- 台灣資策會-數位內容學院(Taiwan Digital Content Institute), 藝術&燈光設計講師 (2011)
- 台灣資策會-數位內容學院(Taiwan Digital Content Institute), 角色設計講師 (2010)
- 北京電影學院動畫藝術學院動畫導演2009高級課程名譽教授。
- 於台灣Ento Animation (遠東動畫科技股份有限公司)擔任動畫電影導演兼編劇 ,作品 : “AIRA” ©,Ento Animation (2008-2010)
- 動畫短片導演,作品 : “the boy and the sea”, (2008)擔任“促進及推動台灣動漫產業”政府專案, 短片項目之監督指導者 (2008)



Advantage

錫歐多媒體為位於台中市的多媒體公司，

提供**高品質、有效率、合理價格**的影片服務

團隊成員實作經驗豐富，業界作品眾多並深獲好評

自我成長要求高，經常性進修接收最新技術資訊

與國外/業界資訊同步，提供客戶最適切的建議

Works-商業影片

讓影片為您發聲當專屬的業務



愛這場夢儘管夢已空白

MV 你是我昨日的歌



冠晶 光合貼



玉鼎電機實業公司簡介



GLORY BIFI榮耀雙面模組

雙玻雙面發電結構明亮、透光，兼具美觀及實用性。

Double glass and dual power generation provide bright, transparent, beauty, and generating practicality.

新日光公司簡介

Works-商業影片

讓影片為您發聲當專屬的業務



液態金屬

ezAce

自動清潔

去垢除菌



強效防汗

芳香除臭

ezAce 馬桶清潔劑



豐田國中足球隊紀錄片



電梯安全裝置

Works-3D動畫

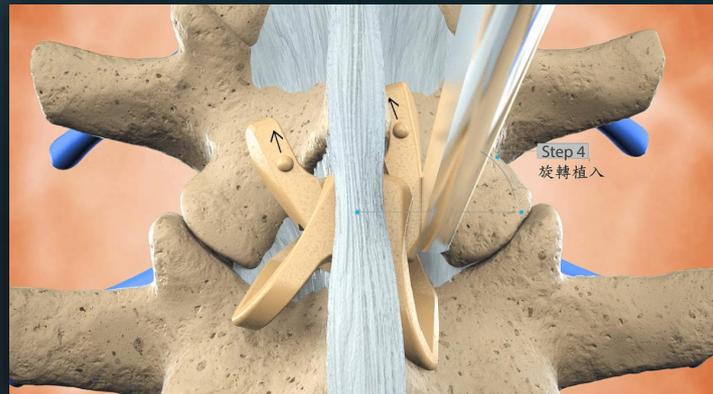
藉由動畫讓產品自己做行銷



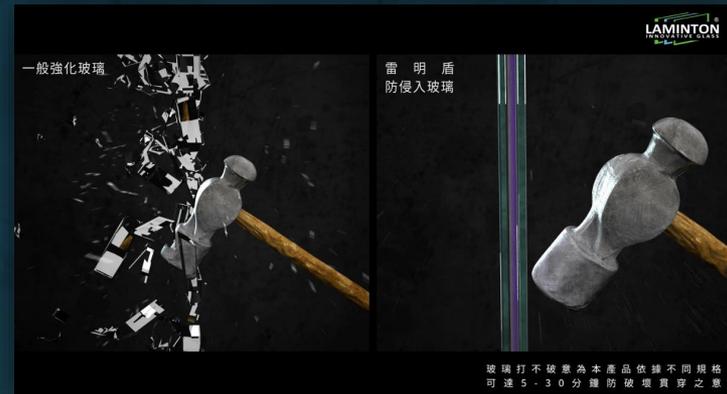
NITTO 輪胎



FOBO 胎壓偵測器



Biomech Xrock 脊椎填充塊



雷明頓強化玻璃

Works-3D動畫

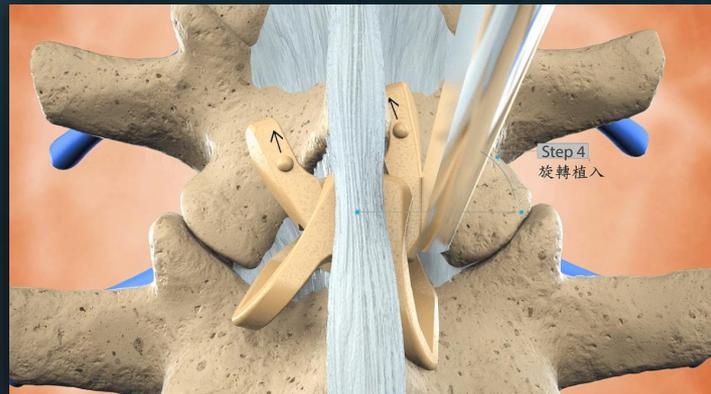
藉由動畫讓產品自己做行銷



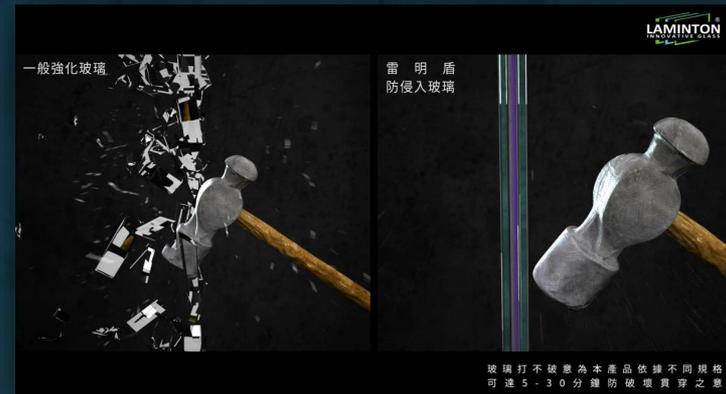
NITTO 輪胎



FOBO 胎壓偵測器



Biomech Xrock 脊椎填充塊



雷明頓強化玻璃

Works-3D 建模

讓想像力化為實體



Studyroom



Saturation



Just Hungry



Kitchen

說好故事 = 做好行銷

一個好故事可以為品牌帶來什麼樣的影響？

如何說好故事，讓它幫你行銷？

「鞋子除了穿著、裝飾用途，對於女生更有特別的意義：小女孩偷穿媽媽的高跟鞋、第一次約會穿憋腳的高跟鞋、畢業進入職場的正式高跟鞋、到含著淚在結婚典禮上的新娘高跟鞋.....。從女孩到女人，一生中的許多重要階段都與高跟鞋息息相關，每個階段都有自己的故事、也都有一雙陪伴的高跟鞋.....。」

第一步：說一個打動人心的故事向消費者推銷一個產品

聽到一個動人的故事，我們不只會停留在當下的感動，往往還會分享給身邊好友。一樣是告知消費者產品訊息，兩者差別在哪？前者屬於單向的溝通，而後者重視的其實是「品牌內容」，引發消費者對於故事的共鳴，進而認同，做出購買動作。

兼具娛樂性與互動性的品牌內容才能引起消費者共鳴。省下大筆行銷成本，卻得到加倍的銷售成果，這就是故事行銷的魅力所在。說故事有很多種方法。

一：企業故事

台灣經濟結構以中小企業為主，中小企業多半白手起家，背後有很多創辦時的精彩故事

二：產品故事

產品品質有多好？除非當場試用，否則優點說的再多，消費者也無法體會。網路行銷最大特色是讓消費者有想像空間。

三：貼近消費者的故事

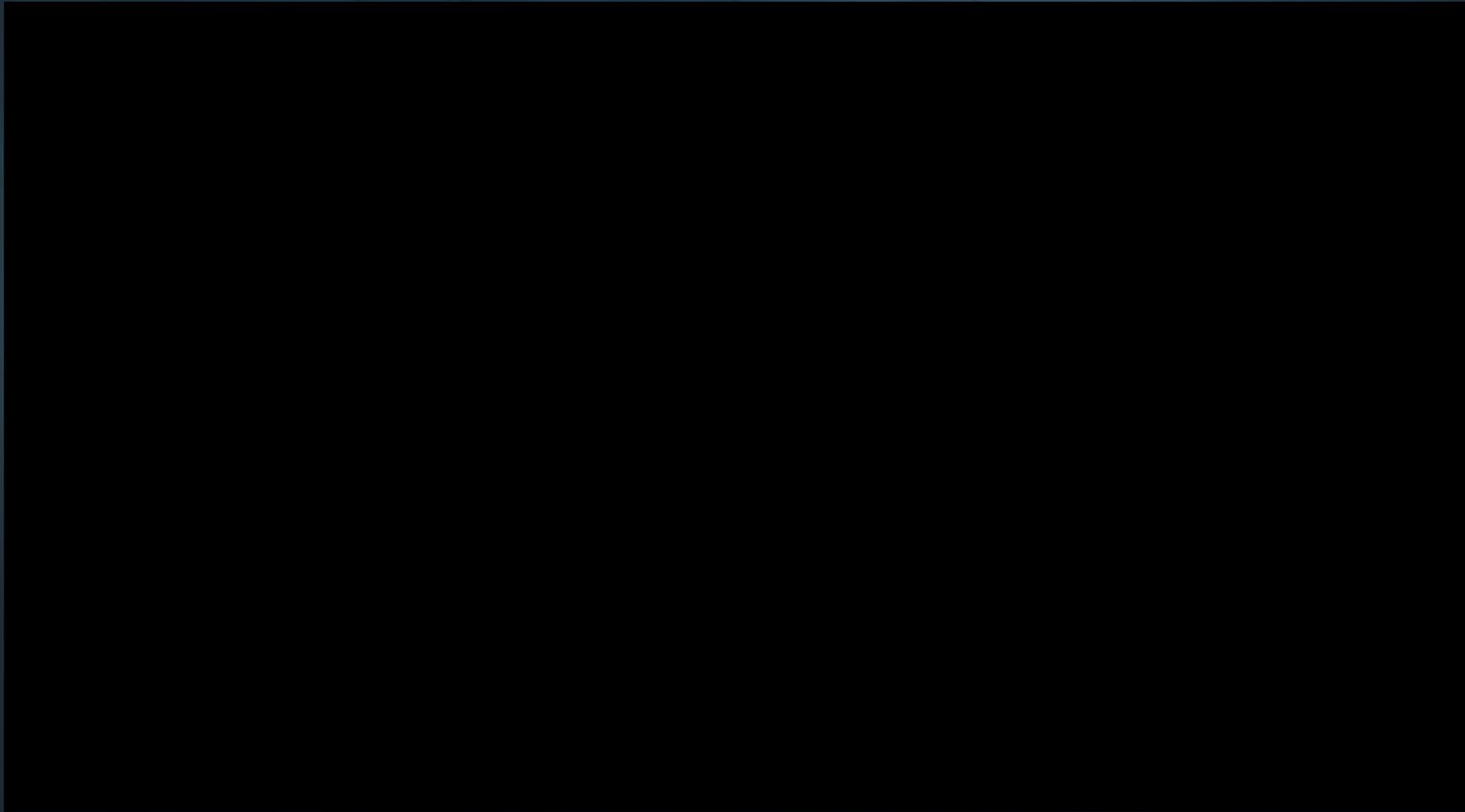
就像偶像劇抓住了人人對於初戀的美好記憶，這類故事其實發生在每個人身上，中小企業主所要做的是喚起大家的共鳴。

第二步：用網路讓故事一傳十，十傳百

有了好故事，接下來就是選擇適合的傳播工具。網際網路是現在消費者最容易接觸到工具，除了成本低，也不必受限於電視時段或是報章雜誌的特定族群，運用人際傳播建立口碑。

第三步：讓好故事跨出國外

故事行銷是藉由品牌內容打動消費者同時克服的是語言問題，找出差異化及獨特區隔，才能打造吸引人的故事，讓消費者感動進而購買產品。



Thank You



Cell Studio

<http://cellstudio.tw/>