

【營運概況】

壹、事業群總覽

事業體系	個人用戶事業群	企業用戶事業群	家計用戶事業群	零售業務
品牌名稱	台灣大哥大	台灣大哥大企業服務	台灣大寬頻	momo
主要服務內容	個人用戶之行動電信服務為主，包含月租型、預付型、加值服務	企業用戶之資通訊整合服務，含行動、固網(語音/數據/網際網路)、雲端、物聯網等服務	家計用戶之視訊(CATV / DTV)及寬頻上網(Cable Broadband / FTTx)服務	電子商務、電視購物

業務別	電信業務		有線電視及寬頻業務	零售業務
	行動業務	固網寬頻上網業務		
市場地位/佔有率	行動電信用戶數(不含040 門號)佔總市場(3家行動業者)約 32%，為國內第二大	為國內前三大網路服務供應商(ISP)	國內第四大多系統經營者(MSO：Multiple System Operator)，涵蓋台灣 11%家戶	B2C 電子商務為國內第一大
112 年營收* (新臺幣百萬元)	71,489		6,263	109,243
112 年營業利益* (新臺幣百萬元)	10,711		2,188	4,385

*：資料來源係財務報告中部門別財務資訊，其加總與合併數的差異係部門間沖銷及調整數。

貳、業務內容

一、業務範圍

電信業務

(一) 所營業務之主要內容及目前之服務項目

1.個人用戶事業群

提供用戶行動通訊收發話服務、數據傳輸以及多元加值服務、線上影音、音樂串流、線上雲端電競平台、獨家遊戲代理、手遊裝置以及物聯網相關產品包含穿戴式裝置及智慧家庭裝置等，並透過 OP 響樂生活與好速成雙套裝專案配合相關服務，打造用戶全方位的行動智慧、科技享樂與娛樂生活體驗。

2.企業用戶事業群

提供全方位企業一站式解決方案，除了提供基礎電信服務，更進一步成為企業在 5G、AI、雲端、物聯網、資安等創新應用服務的合作夥伴。

(二) 電信業務營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目 \ 年度	112	
	金額	%
電信收入	50,400	71%
銷貨收入	21,089	29%
合計	71,489	100%

(三) 計畫開發之新商品及服務

1. 個人用戶事業群

- (1) 一站式全套體驗套組：OP 響樂生活新增「遊戲玩家套裝」及「智慧家庭升級套裝」，規劃與各式手遊/VR 遊戲裝置合作推出智慧玩家套裝，並導入加入 Matter 協定之相關軟硬體打造智慧家庭套裝。
- (2) momo 生態圈經營：持續深化與 momo 購物網資源整併，新增 mo 幣多會員日，提供 mo 幣折抵手機/配件等擴大運用範圍。
- (3) MyCharge 充電平台：於全國建置電動車充電樁設施，提供充電服務。

2. 企業用戶事業群

- (1) 多雲策略解決方案：結合電信優勢與萬里雲合作及整合本公司數位轉型經驗與研發技術，提供雲端導入顧問服務，實現企業數位轉型。
- (2) AI 與產業解決方案：持續與雲端服務解決方案生態圈夥伴密切合作，與台智雲合作及結合本公司自有經驗與技術，發展企業專屬生成式 AI 服務。以 AI 2.0 技術顧問服務及應用工具，打造企業專屬生成式 AI 解決方案。
- (3) 5G 企業專網與車聯網：攜手 5G AIoT 生態圈聯盟夥伴，發展 5G 垂直應用和 5G 專頻專網服務。加強商用車市場推廣，累積車聯網服務市場銷售，並持續 IoT 平台新服務開發 (IoTBS、IoTAs、eSIM)。
- (4) 企業資安方案：疫情加速各產業數位轉型，資安風險更勝以往，積極投入研發以加大企業的資安保護、提升數位韌性，賦能企業創新轉型。

有線電視及寬頻業務 (家計用戶事業群)

(一) 所營業務之主要內容及目前之服務項目

「數位有線電視」、「高畫質數位頻道」、「高速光纖上網」、「OTT (Over the Top) 服務平台」、「智慧社區」、「A1 Box 開放平台」、「HomeSecurity AI 居家防護」、「HomeSecurity AI 店家防護」、「頻道代理」等產品服務。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目 \ 年度	112	
	金額	%
基本/數位頻道收視收入	3,097	49%
有線電視寬頻上網收入	2,040	33%
頻道代理收入及其他(註)	1,126	18%
合計	6,263	100%

註：含頻道出租收入

(三) 計畫開發之新商品及服務

1. 高畫質數位電視服務

持續導入更多 4K 超高畫質數位頻道內容，並帶進多視角服務。

2. 高速光纖上網服務

隨著高速上網需求增加，領先業界提供 1G+Wi-Fi 6 及 Mesh Wi-Fi 6 服務，並持續開發 1G 以上超高速光纖上網。

3.數位家庭應用服務

推出結合物聯網、雲端遊戲、智慧家庭等多元加值服務。

零售業務 (富邦媒體科技)

(一) 所營業務之主要內容及目前之服務項目

1.電子商務

擁有 momo 購物網，全站超過 500 萬種商品選購，約四分之一商品提供 24 小時速達服務。並提供 24 小時線上客服服務、供應商聯絡平台，滿足顧客與供應商各種需求。

2.電視購物

擁有專業影音製作團隊，提供有線電視 500 萬收視戶及 MOD 210 萬戶優質的 momo 頻道，提供客戶免付費電話、手機 APP 等方式進行消費，且有專業客服提供商品諮詢及退換貨服務。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目 \ 年度	112	
	金額	%
電子商務	105,136	96%
電視購物及其他	4,107	4%
合計	109,243	100%

(三) 計畫開發之新商品及服務

1.品牌精耕及服務升級

購物網持續導入市場新品牌與擴大品類規模。電視通路除繼續開發新品類外，也積極擴大海外商品的引進，增強平台的獨特性。此外，持續建設全台物流網路及擴增自有物流車隊，以強化電商最後一哩路服務，縮短配送時間。行動裝置方面將利用 AI 技術提升 APP 及語音、圖像搜尋功能，並落實資安及風險控管。

2.擴展新平台

電視購物不只專注於有線電視平台上，除了現有的 TV APP、FB 粉絲團與 MOD 平台，未來也會上架國內 OTT 平台與擴大網紅直播業務。

3.建置中南區儲配運輸物流中心

以提升全台出貨效率為目標。

二、產業概況

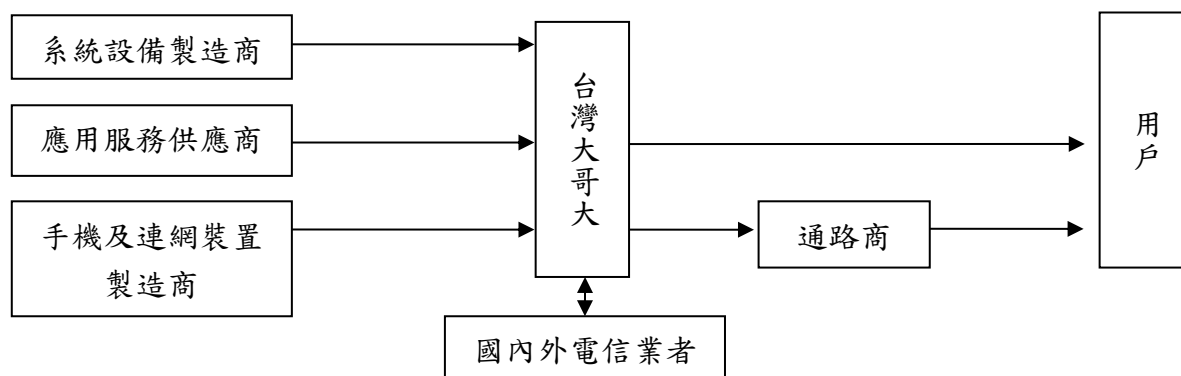
個人用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

5G 開台即將滿四年，三大業者 5G 網路建置高峰已過，尚未有殺手級應用。

台灣大哥大與台灣之星及遠傳與亞太合併案已經由 NCC 核准通過並完成合併，伴隨 5G 滲透率提高及家用寬頻的普及，消費者端的戰場將轉至智慧家庭、物聯裝置與其他獨家終端及影音服務。

(二) 產業上、中、下游之關聯性



(三) 產品之各種發展趨勢及競爭情形

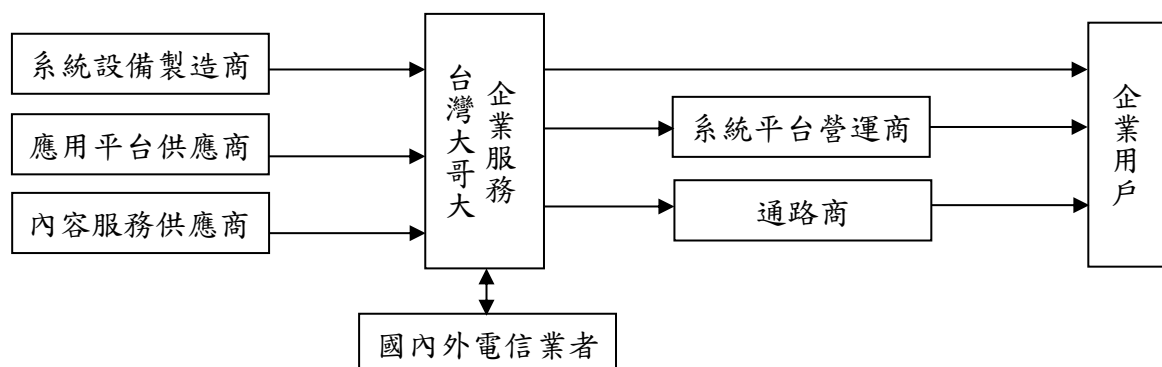
隨著兩大合併案完成，行動市場的競爭預計會趨向理性，業者將專注於提升用戶貢獻。未來，5G 消費者端的競爭將轉移到智慧家庭、物聯裝置以及其他獨家終端和影音服務。

企業用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

本公司及企業客戶積極因應減碳、永續發展的趨勢，促使自動化、資料可視化及轉型諮詢服務等需求上升，加上 AI 浪潮，進而帶動雲端、物聯網、資安等應用需求，替資通訊業者帶來更多商機。

(二) 產業上、中、下游之關聯性



(三) 產品之各種發展趨勢及競爭情形

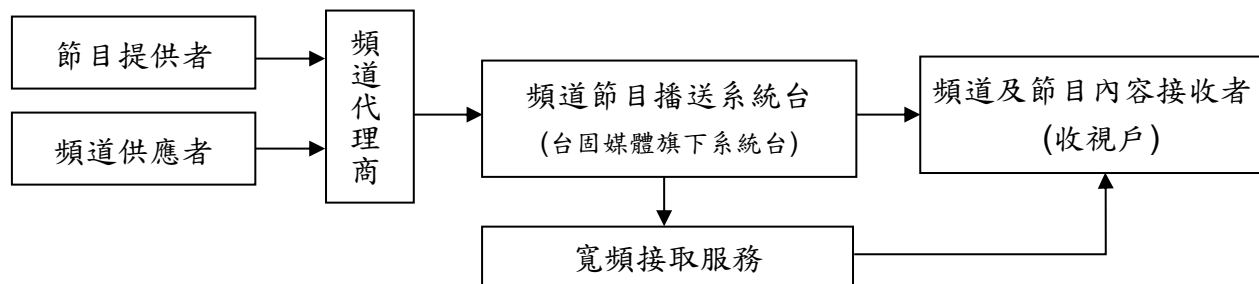
O-RAN 和 5G 專頻專網市場的開放，激勵各電信業者搭建 5G 專網生態系統，積極尋找合作夥伴，並探索創新的垂直應用商機。透過與台灣之星的合併，本公司不僅加入眾多中小型企業客戶，未來將著重推出多元電信和 SaaS 服務，協助中小企業提升競爭力，並加速推動超 5G 垂直應用的普及，促使產業轉型升級。

家計用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

隨著數位匯流市場需求漸增，以及其他視訊平台如 IPTV、無線數位電視，以及新興媒體如 OTT 數位影音串流和網路影音等主流應用的崛起，產業競爭越趨激烈，有線電視產業正處於面臨轉型的重要時刻。

(二) 產業上、中、下游之關聯性



台灣大寬頻為產業鏈中最接近用戶端之環節，擁有最後一哩的傳輸途徑優勢，致力創造一個整合產業上、中、下游的有線電視多媒體視訊及光纖上網服務環境。

(三) 產品之各種發展趨勢及競爭情形

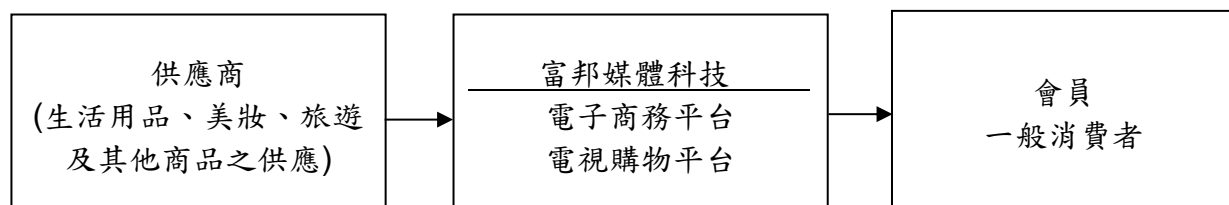
台灣光纖上網服務市場為一家獨大，且市場逐步飽和、成長率趨緩，然隨技術演進與 5G 發展對室內涵蓋需求，業者除價格外亦以網速做競爭。此外，有線電視全面數位化後，用戶透過大螢幕收視高畫質數位頻道及 OTT 內容的需求提升，多元 4K 頻道內容、聯網及聲控等智慧家庭整合應用成為未來產品及服務趨勢。

零售業務

(一) 產業之現況與發展

momo 為 B2C 市場的領導業者，持續佈建快捷的物流倉儲系統，提供快速到貨服務與一站式購足的消費體驗，持續擴大規模經濟與 B2C 產業進入障礙。

(二) 產業上、中、下游之關聯性



富邦媒體科技所販售之商品係向各商品供應商購入，透過包括電子商務、電視購物等通路，將商品銷售予會員及一般消費者。

(三) 產品之各種發展趨勢及競爭情形

1. 電子商務：競爭範疇已不再侷限電商通路，快速到貨與低溫配送的發展日漸成熟，共享平台與生鮮雜貨等實體通路皆為電商業者搶食之市場。
2. 電視購物：新型態購物管道瓜分了電視購物的市場，電視購物業者將影音技術延伸至 APP、facebook 直播，以及與網紅群進行直播商品介紹，開啟社群經濟的新領域。

三、技術及研發概況

公司 112 年度及截至 113 年 1 月 31 日止研發經費分別為 511,574 仟元與 51,340 仟元。主要研發成功之技術與產品如下：

計畫名稱	計劃說明
影像對影像轉換之室內射線追蹤模型加速運算研究	利用「深度學習」技術建立各種室內接收訊號強弱的「生成模型」使用影像轉譯技術將室內之平面影像轉譯成建築物室內三維格局影像(Layout)。進一步再將三維格局影像轉譯為基地台室內涵蓋範圍。
MyVideo	新增劇院級的串流影音格式支援，並提升各裝置觀看的加密安全性與順暢性。
安全通信平台	完備管理介面，並簡化整合方式，降低客戶導入服務的門檻。
MyMoji	新增 GIF 貼圖與 3D Avatar 手機建模功能，提升用戶數。
反詐戰警	以人工智慧機器學習演算法，建立企業及名人偽冒網站偵測模型。另有 App 提供個人用戶包含陌生來電即時顯示、自動檢查可疑連結、自動封鎖高風險號碼等功能。
網路流量側寫	基於 AI 演算結合搜尋引擎創建流量標籤以增加商業價值。
人流潮汐洞察	以三角定位技術協助公私部門區域熱點研究。
OP 開市網	系統包含了 myBZ+ 我的店家、行動市話、店家寬頻，以及各類 SaaS 應用服務的申請。
大哥付你分期	(1)強化授信風控，建立審查系統以管理額度及大額交易的風險，從而提供更好的分期付款服務。 (2)建立金流業務撥款平台，自動結算交易請款並直連網銀以達每日快速撥款。
M+/M+ Meet	完成 M+ Meet 大型視訊會議系統研發，提供企業等級的視訊會議系統，並完成全雲端化系統與多裝置登入整合功能。
智慧語音平台	整合語音辨識功能(STT)、自然語意辨識(NLU)及文字轉語音功能(TTS)，以利客戶口述說明需求，並能充份理解客戶需求內容提供適當的答案。
智能外撥系統	自行研發一套電話外撥及錄音系統，除了可提供實體門市作為客戶關係管理工具，亦可應用於電銷外撥，提升電銷人員作業效能，增加成交機率。
數位身分認證(eKYC)	利用人工智慧和機器學習，替代傳統客戶身分識別的解決方案。
用戶風險偵測系統	使用大數據及新的規則引擎技術，分析客戶的 DCB、電信/非電信服務使用及交易紀錄，以偵測客戶的異常使用行為。
運用顧客行為與商品大數據建立關聯商品標籤	在本年度創新使用光學字元辨識技術(Optical Character Recognition, 簡稱 OCR)應用於購物網搜尋及熱搜關鍵字，以供應商新增商品之圖片進行解析，針對圖片中的文字描述，提取其關鍵字製成主題標籤(Hashtag)，再將各別獨立的商品串連在一起，如此一來使用者便可利用各種 hashtag 連結到相關的商品頁面，呈現相同類別及品項標籤，讓使用者可輕易並準確的搜尋到想要的商品。

四、長、短期業務發展計劃

個人用戶事業群

(一) 短期業務發展計畫

1. 自建 MyCharge 平台，於全國建置電動車充電樁設施，提供充電服務，切入綠能市場經營。
2. 推出「認證二手機專案」，鼓勵民眾搭配專案購入二手機，滿足多不同用戶搭配專案購機選擇。
3. 擴大一站式全套體驗商品類型(OP 響樂生活套裝)，與各式手遊/VR 遊戲裝置合作推出智慧玩家套裝，以 Matter 串聯跨品牌 IoT 產品打造更多元的智慧家庭套裝，驅動用戶選擇更高資費，強化客戶黏著度。
4. 深化與 momo 購物網資源整併創造 5G 銷售優勢，專案提供 momo 消費回饋 mo 幣優惠，並導入 mo 幣可折抵手機/配件/MyMoji 等，擴大 mo 幣運用範圍，強化 mo 幣生態圈經營，創造集團綜效。

(二) 中長期業務發展計畫

1. 成為智慧家庭領導品牌：以台灣大哥大智慧家庭品牌，為用戶整合網路環境、智慧家電/裝置、數據與服務，提供完整家戶智慧化服務。為用戶提供一站式解決方案(產品、服務、通路)；成為打造智慧宅之核心合作夥伴品牌。
2. 持續關注 eSIM 運用發展，智慧汽車、智慧穿戴設備適用硬體相關市場資訊，保持開放合作機會。

企業用戶事業群

(一) 短期業務發展計畫

1. 積極開發製造、零售、醫療、金融、政府等多元產業解決方案，以自身 5G 技術實力整合合作夥伴應用服務，推動產業創新升級。
2. 積極推廣雲端服務，滿足不同類型企業之上雲需求。
3. 於企業產品推廣中落實永續價值，深耕品牌 ESG 發展。

(二) 中長期業務發展計畫

1. 發展 Telco + Tech 服務，積極擴大產業生態系，推出符合不同產業需求之創新垂直整合解決方案，提升企業客戶營運效率，拓展國外市場。
2. 持續開發多元雲端商機，加速 AI 的實際應用，協助企業客戶加速數位轉型。
3. 面臨 5G 普及，連網產品增加、AI 技術疊代，強化企業資安韌性，將針對攻擊型式變化持續研發資安解決方案。
4. 提高業務人員生產力，並加強客戶與產品之間的締結。

家計用戶事業群

(一) 短期業務發展計畫

1. 持續優化基礎網路建設、增加高畫質數位電視節目及隨選影音內容，結合集團資源開發用戶。
2. 規劃 1G 以上的超高速光纖上網，提升寬頻服務及高畫質數位電視的滲透率，並持續擴大高頻寬用戶數的占比。

(二) 中長期業務發展計畫

整合高畫質數位內容、多元終端裝置、高速光纖上網及雲端科技，推出創新及豐富的數