

【營運概況】

壹、總體經濟環境

消費者對通訊與傳播相關服務的支出與總體經濟息息相關。據行政院主計處指出，雖然全球經濟成長乏力導致外需成長力道持續疲弱，但政府於第四季提出短期消費提振措施刺激內需成長，使得 104 年民間消費成長率仍可持穩於 2.28%。展望 105 年，由於全球金融市場波動及非經濟風險升高，景氣降溫影響將遞延至今年，民間消費動能有限，預估 105 年成長率將降至 1.36%。

貳、整體營運概況

104 年度本公司整體合併營收較去年成長 3%，主要來自 4G 普及率快速提升、帶動電信業務營收成長，有線電視寬頻上網及數位電視收入年成長率分別達 5% 及 19%，以及子公司的網路購物收入較前一年度增加 15%。獲利方面，受惠於 4G 業務規模經濟擴大、經營效益提升，加上有線電視業務獲利穩定成長，本公司的合併稅前息前折舊攤銷前營業淨利(EBITDA)較前一年度增加 3%。雖然為提供消費者最優質的行動上網服務，密集投入 4G 網路建設及增加 4G 服務使用頻寬使得 104 年度折舊攤銷費用持續攀升，但因業外費用支出下降及其他一次性利益，104 年度稅後淨利仍較前一年度成長 5%，每股盈餘達 5.76 元，穩居電信業之冠。

台灣大哥大集團主要事業體系規劃為：個人用戶事業群、企業用戶事業群、家計用戶事業群及零售業務，以下將分述四大體系之營運概況。

本公司事業群總覽

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	台灣大哥大商務服務	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，含固網(語音/數據/網際網路)、企業行動、系統整合及雲端服務	家計用戶之視訊(CATV / DTV)及寬頻上網(Cable Modem / FTTx)服務	網路購物、電視購物、型錄郵購

業務別	電信業務		有線電視業務	零售業務
	行動業務	固網業務		
市場地位/佔有率	行動電信營收佔總市場(5家行動業者)約 29%，為國內第二大	ADSL/FTTx 市佔率約 1.3%；若加計 20 萬之有線電視寬頻上網用戶，則佔國內寬頻市場約 4.5%，為國內前三大網路服務供應商(ISP)	國內第四大 MSO，涵蓋台灣 11% 家戶市場	網路購物及電視購物業務皆為國內前三大
用戶規模	約 745 萬行動用戶	約 6 萬 ADSL/FTTx 上網用戶	近 59 萬有線電視用戶、約 20 萬寬頻上網用戶	不適用
104 年營收* (新臺幣百萬元)	83,781		6,555	25,640
營收佔比	72%		6%	22%
104 年 EBITDA* (新臺幣百萬元)	27,229		3,564	1,191
EBITDA 佔比	84%		11%	4%

*：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。