

第5章 營運概況

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，行政院主計處指出，國際景氣逐漸擺脫金融海嘯的肆虐，九十八年國內股市自低點回升之走勢，有助提升國人財富水準，民間消費成長率為0.86%。

展望九十九年，隨國內、外經濟情勢持續好轉，民眾消費信心可望提升，預測民間消費將溫和成長1.77%，然法規政策介入強制調降行動資費仍將不免帶來經營壓力。

整體營運概況

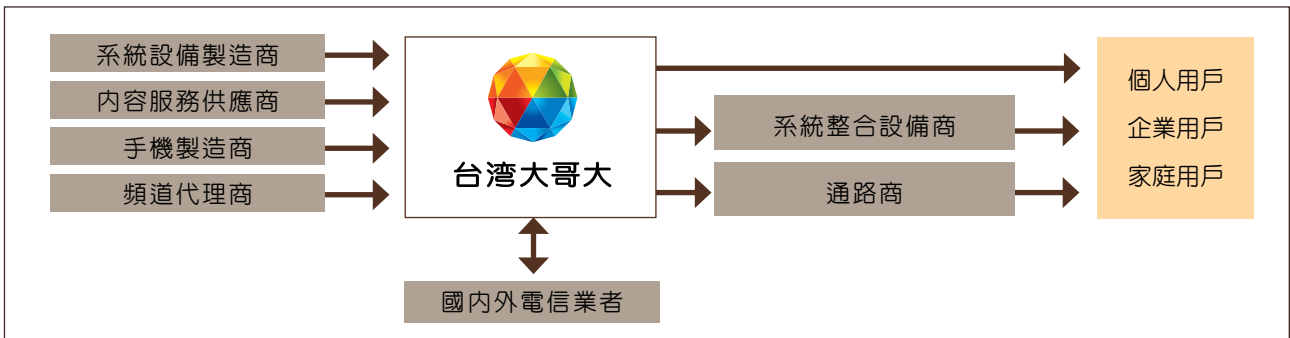
九十八年度台灣大哥大合併營收較去年下降1%，主要係整體電信市場營收仍受金融風暴影響而下滑，及行動業務第三年適用部分電信資費調降所致；行動加值及有線電視業務的營收成長無法抵消行動語音收入的減少，使得稅前息前折舊攤銷前營業淨利（EBITDA）亦較去年下降3%。由於持續佈建3G及3.5G網路及升級2G電信設備，使3G設備折舊費用及2G資產報廢金額增加，故稅後淨利較前一年度減少10%。

台灣大哥大業務規劃為三大主要營運體系：個人用戶事業群、家計用戶事業群及企業用戶事業群，以下將分述三大體系之營運概況。

本公司三大事業總覽

事業別	個人用戶事業	家計用戶事業	企業用戶事業
品牌名稱	台灣大哥大	台灣大寬頻	台灣大電訊
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	家計用戶之視訊(CATV / DTV)、光纖寬頻上網(Cable Modem / FTTx)、或整合性創新數位匯流服務	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
九十八年營收(百萬元)	53,931	5,336	9,282
營收佔公司整體比例	78%	8%	14%
九十八年EBITDA%	45.7%	46.6%	22.2%
業務別	行動業務	有線電視業務	固網業務
市場地位/佔有率	行動電信營收及用戶市佔約30%，穩居國內三強	國內第四大MSO，涵蓋台灣11%家戶市場	國內第二大網路服務供應商(ISP)，市佔率約5%
用戶規模	逾640萬行動用戶	逾55萬有線電視用戶、逾11萬寬頻上網用戶	近20萬ADSL/FTTx上網用戶

產業上、中、下游結構圖



個人用戶事業

壹、產業概況及市場未來之供需狀況與成長性

行動通訊產業仍維持三強鼎立局面，但次要業者持續以網內免費及各式促銷搶攻市佔，促使市場競爭加劇；加上九十八年二月以後，3G用戶數超過2G，NCC自九十九年開始將3G語音費率納入資費調降政策，將衝擊各業者營收表現。

各業者積極發展行動寬頻市場，陸續推出數據服務新資費，搭配各式載具及加值服務，刺激月租型用

戶使用，將為未來營收成長主要動能。預付型市場因既有業者持續以低價促銷及新進業者加入而競爭加劇。

貳、產品與服務

個人用戶事業以個人之行動電信服務為主，銷售市場遍及台灣地區全部範圍，以及金門、馬祖等離島地區，提供門號予用戶收發話，並使用本公司各項語音、數據、簡訊、多媒體暨影像視訊傳輸服務。為提供前述服務衍生之產品，包括月租型用戶之門號卡、預付型用戶之門號卡，與補充卡等。

▼ 推出第一支Android平台手機，引領消費者進入行動上網G世代



一、個人用戶業務主要產品與服務內容

服務類別	服務項目	重要用途
基本服務	語音服務	提供客戶以行動電話與市內電話、行動電話、國際長途電話之雙向收發話服務，及撥打國際直撥受付電話、呼叫器（無線電叫人業務）、網路電話(070)、受話方付費電話（0800/0809）、大量撥放服務、電話投票服務、中華電信隨身碼(099)、超值型國際經濟電話（016）之服務，並接收公用電話來話服務。
	特碼服務	提供客戶以手機直撥110盜警、119火警/救護、105/106查號、117報時、166/167國語/閩南語氣象台、168交通資訊台、112緊急救難專線、113全國婦幼保護專線、165反詐騙諮詢、188客服專線、19XY等特殊碼之服務。
	附加服務	依客戶需求提供語音信箱、指定轉接、話中插接、多方通話、漫遊電信、來話號碼顯示、去話號碼保密、誰來電（Who Called）、設定發受話限制、行動秘書等服務。
增值服務	數據增值	透過HSDPA（3.5G）、WCDMA（3G）和GPRS網路傳輸，提供並滿足客戶不同生活型態所需的增值服務，包括使用手機或電腦行動上網、影像電話、行動即時電視、行動隨選電視及影音短片、音樂下載、瀏覽星座命理或金融理財資訊、行動社群服務、JAVA遊戲、行動漫畫、行動導航、整合性訊息服務，包含電子郵件、簡訊、多媒體簡訊，及即時通訊等行動入口網站服務內容。
	語音增值	提供客戶來電答鈴、音樂點播及下載、新聞氣象、金融理財、星座占卜、語音交友等服務；另推出全球首創的語音辨識搜尋服務，可辨識國語、台語和英語，用「講」的即可搜尋音樂、來電答鈴及股市報價等相關服務內容。
	簡訊增值	提供客戶1.金融股票、新聞、工商黃頁、圖鈴等具資訊價值之簡訊內容；2.「雙向簡訊問答」等互動式簡訊服務；3.「訊息達人」等入口網站簡訊發送服務。
	一般簡訊	提供客戶以手機、PDA等行動裝置收發純文字訊息。
	代收代付	提供金流服務平台予內容服務供應商，內容服務供應商除可解決其後端帳務處理事宜，亦可藉由Web或WAP銷售管道，讓客戶更方便購買線上遊戲點數等產品。
	簡碼租賃	提供語音與簡訊簡碼租賃服務予內容服務供應商，內容服務供應商可透過所租用之特定簡碼，提供客戶各類型行動增值服務內容，如金融報價資訊服務、圖鈴下載服務等。

二、最近二年之各項收入之營業比重

單位：新台幣仟元：%

項目	年度	98年度		97年度	
		金額	%	金額	%
電信收入		55,159,348	96.74%	53,609,372	98.71%
其他營業收入(註)		1,856,104	3.26%	702,233	1.29%
合計		57,015,452	100.00%	54,311,605	100.00%

註：其他營業收入包括手機銷售收入、代收代付帳務處理勞務收入等。

三、最近二年度銷售量值

單位：新台幣仟元：戶

年度	98年度				97年度			
	內銷		外銷		內銷		外銷	
主要商品	平均用戶數(註)	值	平均用戶數(註)	值	平均用戶數(註)	值	平均用戶數(註)	值
電信收入	6,373,580	55,159,348	0	0	5,694,536	53,609,372	0	0

註：平均用戶數=(各月平均用戶數相加)/12

四、最近二年度生產量值

本公司非生產事業，不適用

五、主要產品之重要用途及產製過程

本公司非生產事業，不適用

六、主要原料之供應狀況

本公司非生產事業，不適用

七、環保支出資訊

九十八年度及截至年報刊印日止，因污染環境所受損失及處分：無

八、重要契約

契約性質	當事人	簽約起訖日期	主要內容	限制條款
經銷	聯強國際(股)公司	94/02/01-95/01/31(註3)	委任聯強國際成為台灣大哥大門號業務代辦經銷商	保密條款
	震旦電信(股)公司	98/07/01-99/06/30	委任震旦電信成為台灣大哥大門號業務代辦經銷商	保密條款
	燦坤實業(股)公司	98/04/01-99/03/31	委任燦坤實業成為門號業務代辦經銷商	保密條款
網路互連	中華電信(股)公司	94/01/01-94/12/31(註1)	網路互連	保密條款
	新世紀資通(股)公司	94/05/01-95/04/30(註1)	網路互連	保密條款
	台灣固網(股)公司	96/07/01-97/06/30(註1)	網路互連	保密條款
	亞太固網寬頻(股)公司	94/10/15-95/10/14(註1)	網路互連	保密條款
	威寶電信(股)公司	95/01/16-96/01/15(註2)	語音及簡訊服務互連	保密條款
	亞太行動寬頻電信(股)公司	92/07/23-93/07/22(註2)	語音及簡訊服務互連	保密條款
	遠傳電信(股)公司	93/02/10-94/02/09(註2)	語音及簡訊服務互連	保密條款
	和信電訊(股)公司	93/03/01-94/02/28(註2)	語音及簡訊服務互連	保密條款
	大眾電信(股)公司	94/05/01-95/04/30(註2)	語音及簡訊服務互連	保密條款
手機代銷	聯強國際(股)公司	97/01/01-97/12/31(註3)	手機及相關通訊產品代銷	保密條款
股份買賣及合併	PX Capital Partners B.V. 大富媒體科技(股)公司 盛庭(股)公司 偉懋(股)公司 台灣固網(股)公司 台信聯合投資(股)公司 台聯網投資(股)公司 台固新創投資(股)公司	2009/09/16 ~ 合約履行完畢或終止之日	本公司擬透過大富媒體科技(股)公司，向PX Capital購買其持有之盛庭(股)公司股權。台聯網投資(股)公司及台固新創投資(股)公司將與偉懋(股)公司合併，合併後存續公司為偉懋(股)公司，台聯網投資及台固新創投資為消滅公司。	保密條款
聯合授信	中國信託商業銀行等9家聯合授信銀行	97/02/21-100/02/21	聯合授信總額度135億元	對負債比率、利息保障倍數、有形淨值等有若干限制
公司債募集	中國信託綜合證券等10家發行及募集	97/11/14-102/11/14	第二次無擔保普通公司債發行總額80億	保密條款
設備採購	台灣諾基亞西門子通信(股)公司	95/09/26-98/12/31	3G設備採購及安裝48億	保密條款
設備採購	台灣諾基亞西門子通信(股)公司	98/04/01-99/12/31	3G設備採購32.43億	保密條款
客戶服務合約	台灣客服科技(股)公司	95/01/01-99/12/31	委託台灣客服科技處理台灣大哥大客戶服務及產品銷售	保密條款

註1：網路互連於合約到期後，自雙方開始協商之日起逾三個月仍未達成協議時，處理方式如下：

(1) 如雙方願意繼續協商，則於協商期間仍依本合約規定或依雙方協議內容辦理。

(2) 如任一方向申請國家通訊傳播委員會(NCC)裁決，裁決期間仍依原合約規定辦理，俟NCC裁決後，依其處分辦理。

註2：次年協議書應於到期日前二個月開始協商，若未能於協議書終止前協商完畢，雙方同意依原協議辦理，俟協商完畢後依雙方之約定辦理。

註3：合約有效期間屆滿時，雙方若無異議，本合約之效力仍為存續。

參、營運現況

一、月租型資費及服務

繼九十七年推出「新市話」後，九十八年八月新推出「通通省」資費，不僅網內每通前10分鐘免費，再加送國內免費通話80分鐘，網內、網外市話通通可抵，手機打市話更省，每3分鐘只要1.5元，滿足中高資費用戶對整合性資費方案需求，上市以來，帶動新申裝用戶中高資費佔比成長5%。

本公司積極提升中高資費之銷售比例，今年度雖受到整體大環境景氣未全面復甦之因素影響，但九十八年全年新申裝門號中高資費佔比仍維持逾六成之水準。

最佳顧客使用經驗是影響忠誠度的重要關鍵，台灣大哥大除了提供個人化的專屬服務如提前以優惠的折扣滿足換機需求、減免通話帳單等外，更針對不同目標用戶群組，提供一系列行動生活相關之專屬權益或免費服務，例如「我的VIP」貴賓俱樂部、電信聯名卡帳單回饋等，藉此與用戶增強情感上的連結，提升顧客忠誠度。

二、預付型服務

本公司九十七年領先同業推出3G預付卡系列，讓預付卡用戶享受3G高速傳輸及影像服務；九十八年推出「熱線三強打」優惠，將好友熱線的優惠費率由網內通話擴大至市話及網內影像電話，讓預付卡用戶常用的話務都能享受優惠價格，以維持品牌的領導地位。

對於在台外籍人士市場，則持續擴張在泰勞及越勞市占率的領先幅度；另積極服務印勞及菲勞，特別與最大行動電信聯盟 Bridge Alliance 成員—印尼的Telkomse1及菲律賓Globe電信公司合作，推出國內首兩張跨國聯名預付卡「OK Simpati-Ka-

gen卡」及「OK Kababayan卡」。同時，提升國際電話服務的通訊品質及容量，更領先同業率先開通國際影像電話，鞏固本公司在外勞市場的領先地位。

由於新產品的推陳出新、儲值卡的靈活促銷及經營成本控制得宜，使本公司在九十八年度預付卡總用戶數及加值服務營收皆維持成長。

三、加值服務

本公司九十八年加值服務營收較九十七年大幅成長，行動上網年營收成長更高達65%，主因為優質的行動上網服務搭配多元的數據資費，及客製化手機、3.5G無線網卡結合筆記型電腦等裝置，滿足各種上網需求，吸引廣大用戶群，也培養其樂於使用加值服務的消費習性。

本公司九十八年度亦推出多項創新且廣受市場歡迎的加值服務產品，包括讓用戶無時無刻可享受音樂的「音樂達人隨身聽」；國內首度結合廣告與行動達鈴之「賺錢達鈴」服務，將廣告效益直接回饋帳單金額給用戶；可同時將手機、3G SIM卡電話簿資料備份整合的「行動秘書」服務，還能匯入外部連絡人及行事曆；及智慧型手機專屬的match手機網與軟體市集等。

此外，台灣大哥大、東信電訊及泛亞電信三網之加值服務平台整合完成後，亦大幅提升整體加值服務營收的成長動能及經營效率。

▼「我的行動秘書」讓用戶把秘書24小時隨身帶著走



肆、發展機會與挑戰

本公司認為未來行動通訊產業發展仍屬有利，分析如下：

一、有利因素

- (一) 隨著高速傳輸技術成熟、行動上網載具的價格及費率平民化，加上各式應用服務蓬勃發展，行動上網已不再是商務人士的專利，更普及至一般用戶，驅動非語音營收的快速成長。
- (二) 數位時代促使資訊、通訊暨媒體等三大產業匯流整合，行動電信業者在多媒體內容服務無線傳輸之供應鏈上，扮演關鍵角色。
- (三) 許多創新的網路技術和經營模式已延伸至行動網路。

二、不利因素

- (一) NCC資費管制政策調整，將對未來營運獲利產生不確定性。
- (二) 大同電信及遠傳電信之WiMAX服務於九十八年陸續開台，以同樣具有高速寬頻接取的性能，預期將帶動無線上網需求增加，亦為市場帶來新的挑戰。
- (三) 經濟緩步復甦，大眾消費行為仍謹慎保守，可能仍影響語音成長動能。

三、因應措施

- (一) 九十九年將全力佈建3.5G網路，以滿足客戶高速上網的需求，亦密切注意LTE (Long Term Evolution) 新技術的進展。
- (二) 針對相關政策及法令修訂方向，預先規劃因應方案。
- (三) 積極推出創新加值服務，衝刺數據營收以彌補語音營收的流失。

四、競爭利基

(一) 客戶結構持續優化

九十八年度雖受景氣影響，新增用戶數些微下降，但在提升客戶品質策略之積極推動下，整體用戶之資費分佈結構仍持續優化，低資費用戶比率較九十七年度再降低約2.5%，中高資費用戶比率則維持成長。

(二) 領先業界的無線寬頻服務

本公司領先業界在九十四年推出3G服務，九十六年推出3.5G服務，提供用戶最彈性的資費規劃、獨家優質手機選擇及豐富多元的加值服務。至九十八年底，累計吸引3G用戶約達365萬人，3G用戶在加值服務貢獻的ARPU亦大幅超越2G用戶，成為加值服務營收成長的新動力。

(三) 客戶服務滿意度領先同業

本公司九十八年榮獲《讀者文摘》「信譽品牌」行動電話網路供應商、電信公司兩項金獎，是連續第六年獲消費者票選為最值得信賴的行動電信公司。未來將持續以穩定的服務品質及效率優勢，秉持「創造最佳客戶使用經驗」的理念，積極追求最高的服務滿意度，成為電信業界客戶服務的領導者。

伍、當期營運之檢討

由於連續第三年適用NCC要求部分行動業務資費降價，及民間消費於下半年才轉為成長，九十八年度個人用戶事業群之營收較去年小幅下降2%，惟本公司持續推動行動上網業務，推出多元數據資費套餐，滿足不同客戶的行動上網需求，加上智慧型手機、數據網卡及上網型小筆電 (netbooks) 熱銷，數據加值服務營收年成長率達24%，大幅領先主要競爭對手。

陸、未來業務發展計畫

一、短期業務發展計畫

九十九年除鼓勵現有用戶升級使用3G服務、致力於行動寬頻與行動上網普及化，同時積極投入開發各項創新服務、確保網路品質並持續進行優化，搭配更優質、平價之智慧型手機，使顧客享有更完備的行動生活。

二、中長期業務發展計畫

將結合手機、電視與電腦，提供多樣化的數位匯流服務。列舉發展方向如下：

- (一) 架構橫跨行動通訊、固網、寬頻上網及有線電視「四合一」平台，以建立國內數位匯流服務之領導地位。
- (二) 積極導入物聯網 (Machine to Machine, M2M) 整合手機、優質行動網路與雲端運算技術等，提供用戶多元且生活化服務，開發創新及獲利的營運模式。
- (三) 針對不同用戶族群，提供差異化服務，以滿足個人化需求。

家計用戶事業

壹、產業概況及市場未來之供需狀況與成長性

一、引領數位匯流服務發展趨勢，邁入「台灣數位有線電視元年」

美國、歐洲及日韓等國家主要電信服務營運商正積極推出數位電視服務，跨足媒體及娛樂內容產業發展，期開創新營收成長來源。

台灣大寬頻引領此一發展趨勢，九十八年七月正式推出「new TV」數位電視服務，提供豐富高品質的數位影音內容、熱門獨家的數位頻道內容，為台灣家庭帶來全新娛樂體驗。

九十八年國內主要MSO多系統有線電視業者也相繼推出新一代數位電視服務，共同推廣高畫質HD (High Definition) 影音頻道，引領消費者邁入「台灣數位有線電視元年」，開拓數位電視的高畫質新「視」界。

二、產業競爭趨向開放自由，政策法規朝向匯流監管架構

NCC九十八年八月通過「廣電法修正案」，加速推動無線電視台類比頻道於一百年底收回，並提出釋出無線數位電視第二單頻網執照計畫，期加速數位視訊服務市場自由競爭。

NCC並邀請產官學界組成整合性工作小組（暫定為「匯流發展政策研究小組」），討論通訊傳播匯流政策重要議題，廣納各方雅言，作為數位政策及法規制訂參考，迎接數位匯流新時代的來臨。

貳、產品與服務

家計用戶事業群旗下擁有有線電視系統台經營執照及二類電信執照，主要經營產品服務包括：有線電視、數位有線電視及Cable光纖寬頻上網服務。產品服務主要銷售市場區域為台北縣新莊/汐止、宜蘭縣全區、高雄縣鳳山。

透過轉投資優視傳播股份有限公司，自營momo親子台優質頻道，並積極與國內外頻道業者接洽，代理引進精彩豐富的頻道內容，提供客戶全方位的數位影音娛樂服務。

一、家計用戶業務主要產品與服務內容

服務類別	服務項目	重要用途
視訊服務	有線電視	透過高頻寬之同軸纜線，傳送豐富多元頻道電視內容到客戶端電視的視訊服務。
	數位有線電視	引進國內外數位頻道節目訊號，透過有線電視網路傳送至客戶家中，客戶可利用台灣大寬頻所提供的數位機上盒及智慧卡，收視高畫質數位影音服務。
寬頻上網服務	Cable光纖寬頻上網	藉由有線電視系統業者所鋪設的高頻寬HFC（混合光纖同軸）網路，及運用新一代DOCSIS 3.0寬頻接取技術，提供高速上網服務。
頻道代理	有線電視頻道 數位有線電視頻道	代理引進國內外優質之頻道內容，提供類比有線電視及「new TV」數位有線電視服務，並銷售至其他有線電視系統及其他視訊服務平台。

參、營運現況

一、產品服務面

- (一) 有線電視：持續加強維繫既有用戶，推出老客戶回娘家專案，鼓勵老客戶繼續收視有線電視服務。

(二) Cable光纖寬頻上網：Cable光纖寬頻上網服務為九十八年有線寬頻服務市場成長主要動力，本公司積極衝刺寬頻用戶數成長，提高滲透率，輔以促銷優惠方案，促使用戶升級至更高之頻寬規格，提高整體家庭用戶之貢獻度。

(三) 數位有線電視：九十八年七月正式推出台灣大寬頻「new TV」數位有線電視服務，引進熱門獨家數位頻道內容，並提供用戶高畫質數位影音內容，開拓新營收來源。

二、營運管理面

(一) 台灣大寬頻品牌再造工程：持續發揮「卓越客戶經驗」(Excel Customer Experience, ECE) 之服務精神，傳遞至所轄之有線電視系統，以創造用戶「最佳使用經驗」，提升客戶對產品暨服務的忠誠度與滿意度。

(二) 擴大服務銷售通路：九十八年七月起，在有線電視經營區域內之台灣大哥大myfone門市據點，設置台灣大寬頻「new TV」數位電視展示及體驗區，以提升用戶對數位電視服務之接受度並進而訂購。

▼ 推出數位電視服務，台灣大哥大跨足媒體娛樂事業，成為通訊媒體內容整合者



肆、發展機會與挑戰

整體市場環境仍有利於有線電視及寬頻上網產業的發展，存在的主要有利與不利因素分析如下：

一、有利因素

(一) 維持區域經營、頻道內容豐富：有線電視系統目前仍維持區域經營特性，有線電視普及率已高達63.80%以上（截至九十八年第四季NCC統計資料）。根據資策會資訊市場情報中心（MIC）九十八年針對台灣家庭數位電視服務消費者需求進行調查之結果顯示，台灣用戶喜愛有線電視之豐富頻道可供選擇，對於有線電視頻道內容有高度偏好。

競業中華電信MOD頻道內容不如有線電視包羅萬象，用戶數未見成長，因此尚未對有線電視造成威脅。

(二) 高頻寬規格漸成主流：本公司持續投入雙向網路建設，積極推展Cable光纖寬頻上網服務，九十八年引進全球最新之DOCSIS 3.0寬頻網路接取技術，目前提供用戶最高20M之高頻寬上網服務，未來最高可提供下行達160M之超高速上網服務，滿足消費者不斷成長之高速上網頻寬需求，並將持續提升Cable光纖寬頻上網服務營收。

(三) 區域經營之管制漸趨開放：NCC檢討現行有線電視分區經營之限制，規劃朝跨區經營或重新劃分經營區域，將有利於建立有線電視與MOD服務間公平競爭之環境與機制。

二、不利因素

(一) 有線電視服務市場已趨飽和，用戶數成長趨緩，且地方政府要求調降基本收視費之潛在風險仍在。

(二) NCC數位化政策仍未明確化，例如：有線電視系統業者是否須免費借用客戶至少二台機上盒，仍需持續關注NCC數位化政策及法規。

三、因應對策

(一) 持續佈建雙向光纖寬頻網路及有線電視數位化建設，提升網路品質及訊號穩定性，擴大數位電視服務可供裝用戶數規模。

(二) 結合集團內資源，持續贊助舉辦地方藝文公益活動、補助偏遠地區網路建設，降低數位落差，強化「取自地方，回饋地方」之企業形象，並維繫與地方政府、社區居民之友好關係。

(三) 密切注意主管機關數位化相關政策更新及法規修訂方向，進行溝通及遊說，並預先規劃因應計畫及措施。

四、競爭利基

(一) 以客戶為中心的品牌價值：發揮「卓越客戶服務經驗」（ECE）之精神，以創造用戶「品牌化的使用經驗」。另一方面，本公司將持續強化前線人員產業環境及專業知識，定期執行內部教育訓練，讓內部員工及前線人員都能瞭解整體產業數位匯流趨勢，以最專業的知識與態度來服務用戶。

(二) 強化Cable光纖寬頻網路傳輸優勢：以DOCSIS 3.0寬頻網路接取技術，搶攻高頻寬客戶。透過一條Cable同軸纜線，消費者在家中即可享受有線電視、超高速上網及影音娛樂等多元化的數位互動服務。

(三) 以高畫質HD數位頻道內容，帶動數位電視用戶成長：本公司將持續引進國內外優質之高畫質HD數位頻道內容，提供消費者更多樣化的內容選擇，及更高品質之影音娛樂享受，帶動數位電視用戶數成長，並提高客戶對數位電視服務之滿意度及黏著度。

(四) 整合集團資源、創新數位匯流產品服務：本公司同時擁有行動、固網、有線電視、ISP、媒體頻道內容等資源，具備良好競爭優勢，加上集團內強大技術團隊支援及行銷業務的資源整合，是最大的競爭利基與優勢。

伍、當期營運之檢討

家計用戶事業群的營收主要來自有線電視收視，及提供用戶寬頻上網服務。收視相關營收部份，由於九十八年度新增頻道代理業務、收視戶數穩定成長、頻道出租收入增加，故年成長率達20%；寬頻上網業務方面，台灣大哥大提供更實惠的價格與更優質的服務，並致力於提升高頻寬用戶佔比，使得寬頻用戶數及寬頻上網服務營收分別較前一年度成長31%及44%，推升整體家計用戶事業群合併營收較前一年度增加22%。

陸、未來業務發展計畫

以「Home」為中心，致力成為「家庭通訊及影音娛樂整合解決方案的服務提供者」，以提升寬頻服務滲透率、提高高頻寬用戶數佔比及持續增加「new TV」數位電視服務用戶數。

一、短期業務發展計畫

- (一) 持續以Cable纜線突破「最後一哩」用戶迴路遭壟斷之現況，並客製不同用戶族群促銷專案，積極推展Cable光纖寬頻上網服務。
- (二) 持續導入DOCSIS 3.0寬頻接取技術，提升高頻寬用戶比例，滿足家庭用戶同時享受高速上網及高畫質影音視訊等多媒體應用服務之需求。
- (三) 持續拓展國內外熱門高畫質數位頻道內容來源，豐富「new TV」數位電視服務內容，並開發多元化互動影音等數位內容。

二、中長期業務發展計畫

- (一) 持續關注用戶服務需求，積極與內容服務提供商洽談服務上架網路平台合作，並藉由本公司擁有的行動通訊、固定網路服務、有線電視數位服務等豐沛資源，發展數位匯流新創服務。
- (二) 因應全球及台灣「網際網路電視化、電視多元化」之發展趨勢，深入研究全球電信及網

路營運商推出之數位匯流服務，參考全球先進市場發展經驗暨商業營運模式，評估台灣數位匯流服務市場發展機會，依市場需求，分階段推出網際網路與數位電視之整合性服務產品。

企業用戶事業

壹、產業概況及市場未來之供需狀況與成長性

企業用戶事業群以提供企業用戶語音、網路及數據服務為主。由於IP化之資訊、通訊應用逐漸普及，國內整體通訊市場呈現穩健成長的趨勢。

- ▼ 台灣大獨賣全球首支觸控螢幕BlackBerry® Storm™，商務人士最佳行動解決方案



一、語音服務

近年來網路電話興起、行動電話搶食市場，推估未來傳統語音用戶數不會明顯波動，但市內、長途、國際通話分鐘數將逐步減少；企業E phone服務 (VoIP) 之用戶數及分鐘數將呈現成長。

二、數據服務

企業用戶對數據傳輸的頻寬需求增加，預期未來IP VPN、乙太專線等數據服務營收仍會持續成長。

三、網際網路服務

因企業用戶網路化程度加深、寬頻內容服務更臻成熟，光纖寬頻服務迅速取代原有ADSL市場，加上行動業者力推3G/3.5G無線行動寬頻服務，受市場逐漸飽和與價格持續下滑等影響，營收成長將不免面臨壓力。

四、行動服務

因應企業行動辦公室的需求趨勢，預期智慧型手機、3.5G行動上網等行動數據營收將維持成長，企業行動語音營收亦將受惠於景氣復甦而溫和增加。

五、資通整合服務

配合企業數據及網路服務的需求增加，預期未來在網通設備、線路/語音系統整合、網路管理之用戶數及營收將呈現成長。

貳、產品與服務

企業用戶事業群定位為企業「資訊及通訊整合服務」的重要供應商，為企業客戶量身訂作完整的行動、固網、資通整合服務。主要銷售地區為台灣全區，國際電話服務可達231個國家，截至九十八年底，國際漫遊GSM 142國269網、3G 46國84網，及GPRS 105國200網。

一、企業用戶業務主要產品與服務內容

服務類別	服務項目	重要用途
語音服務	市內電話	用戶透過電話終端設備接通當地電話交換系統，作國內同一話價區內之通話。
	長途電話	用戶透過電話終端設備接通電話交換系統，作國內不同話價區域間之通話。
	國際直撥電話	用戶直接撥號國外受話方號碼，以接通國外完成發話。
	會議電話	用戶透過電話終端設備撥入會議電話服務系統，並輸入用戶使用密碼，進行國內、外多人同時連線之電話會議。
	集中式數位交換機 (Centrex)	用戶免建置交換機，租用本公司市話線路，由局端交換機提供類似交換機之服務。
	企業E phone	整合IP化之局端交換機與用戶端設備，透過本公司網路服務，提供用戶高品質之網路電話服務。
	總機 E phone	提供用戶端總機設備，透過本公司網路服務，提供用戶高品質之網路電話及總機設備服務。
	受話方付費電話 (080)	提供企業用戶申請080受話方付費電話號碼，其客戶可透過手機、市話及公話免費進線080號碼，由智慧型網路(IN)系統接到企業用戶指定的受話號碼。
	國內付費語音資訊服務 (0209)	提供資訊服務經營者經由智慧型網路系統，供電話用戶付費擷取語音資訊之服務。

(接下頁)

(承前頁)

服務類別	服務項目	重要用途
數據服務	國際數據電路出租	提供用戶約定速率、專屬頻寬、全時段之國際數據電路出租服務，具有點對點資料傳輸隱密性極高的特性。
	國際乙太專線	提供用戶彈性化約定速率、專屬頻寬、全時段之國際數據電路出租服務。
	國際IP虛擬專用網路 (IP VPN)	提供企業用戶於跨國之總公司、分公司及企業夥伴間建立虛擬網路。
	國內數據電路出租	提供約定速率、專屬頻寬、全時段之電路供用戶作數據傳輸。
	國內乙太專線	提供彈性化約定速率、專屬頻寬、全時段之電路供用戶作數據傳輸。
	國內IP虛擬專用網路 (IP VPN)	利用廣域之公眾網路骨幹，以多重協定標籤交換(MPLS)技術建構企業專屬虛擬網路，以高效能IP傳輸提供企業Any to Any連結各分點間資料。
	國內ADSL 虛擬專用網路	利用廣域之公眾網路骨幹，建構ATM傳輸骨幹，以ADSL電路接入提供企業連結各分點間資料傳輸。
網際網路服務	固接專線上網	透過約定傳輸速率之專線，連接網際網路。
	乙太專線上網	透過彈性化約定傳輸速率之專線，連接網際網路。
	非對稱式數位用戶迴路上網 (ADSL)	透過電話線，以ADSL寬頻技術提供連接網際網路服務。
	撥接上網	透過電話線撥接傳輸，連接網際網路。
	網際網路接取服務	互連(Peering)：提供自有AS Number之用戶連接上本公司IP網路，僅提供雙方間之IP流量交換。 轉接(Transit)：除了提供自有AS Number之用戶連接上本公司IP網路外，並提供代為轉接其IP流量至國內外ISP之服務。
	光纖寬頻上網(FTTx)	利用光纖迴路取代銅纜搭配乙太網路或VDSL技術，提供用戶高速與穩定的寬頻上網服務。
	主機代管	提供企業用戶將主機設置於本公司機房，直接連上網際網路，節省機房建置與維運成本。
	網站代管	提供用戶高效率、高經濟性的網頁網站服務。
	郵件整合代管	提供用戶高效率、高經濟性的電子郵件溝通服務。
	網域名稱代管	提供用戶代理申請網域名稱、IP與網域名稱對應之服務。
行動服務	行動企業群組服務 (MVPN)	提供企業用戶行動語音話務整合方案，透過企業專屬群組服務，員工可運用快速簡碼互撥服務進行連絡；再結合本公司市話服務，以FMC(Fixed Mobile Convergence)建構全面性的企業語音話務整合方案，結合固網桌機與行動語音通訊，使行動電話如同企業分機，有效降低企業通訊成本、提升通訊效率。
	黑莓即時郵(BlackBerry®)	本公司為台灣第一家提供BlackBerry®服務之電信業者，可整合個人郵件帳號與公司內部郵件等應用系統，透過Push Mail技術，使企業用戶可安全、即時地掌握電子郵件、行事曆及內部網路資訊。
	車速配(ITS)	透過本公司GPRS/HSPA網路，結合車上GPS定位設備，使用定位追蹤、車輛派遣、路徑管理、車輛導航等服務。
	行動數據網路服務 (MDVPN)	透過本公司GPRS/ HSPA網路，員工可隨時隨地連結企業內部資訊系統。
資通整合服務	系統整合服務	提供全系列網通設備與線路/語音服務整合之相關服務。
	網路大管家	提供用戶主動監控、障礙告警、自動報修服務的主動網管系統。

參、營運現況

面對經濟不景氣，因應中小企業資通整合服務之節費需求，九十八年五月推出企業省錢包系列產品，提供中小企業一次購足的通訊服務。

為滿足企業即時解決資通問題的需求，九十八年七月推出「網路大管家」主動網管系統，提供用戶主動監控、告警、自動報修的服務。同年八月，推出BlackBerry Storm中文觸控機，提供企業客戶更優質的黑莓即時郵BlackBerry服務，同步享有世界級商務解決方案。

肆、發展機會與挑戰

本公司認為企業電信通訊市場未來將持平發展，分析如下：

一、有利因素

(一) 企業用戶網路化程度加深，對於資訊、通訊整合服務的需求提升，電信產品將逐步整合電腦網路、寬頻管理與資訊安全等服務，在數據及網際網路業務之用戶數及營收亦將持續成長；且本公司同時具有行動與固網資源，可提供客戶一站購足的整合性服務。

(二) 台海經貿趨於緊密，台商對於兩岸三地的電信整合與網路效能之提升有高度需求。

二、不利因素

(一) 市場領導業者中華電信「最後一哩」的競爭優勢持續存在，用戶迴路建設之瓶頸仍為拓展業務之最大阻礙。

(二) NCC資費管制政策調整，要求所有業者每年依其所定之統一資費調降係數逐年降價，增加經營拓展的難度。

三、因應對策

(一) 提高用戶貢獻度：鎖定現有高用量企業用戶，提供更多產品與更深更廣的「資訊及通訊整合服務」，與客戶建立長期策略夥伴關係。

(二) 持續追求高品質服務：以IP虛擬專用網路與乙太專線為產品主軸，搭配「網路大管家」主動網管系統，及客戶端設備監控、設備維護服務，即時回應並解決問題，提升客戶經驗。

(三) 強化成本綜效與經營績效：審慎評估拓展建設計劃，調整國際/國內IP與國際海纜佈建策略，九十八年已積極擴增美國、新加坡等重要POP (point of presence) 點，並與多家Tier-1業者介接，以求降低成本，提升服務品質。

(四) 提供全方位整合服務：提供用戶優質、穩定之光纖網路服務品質，並開發企業E phone及總機E phone等VoIP產品，持續整合公司資源與整合性數位服務，滿足用戶全方位需求。

四、競爭利基

(一) 優質服務品牌形象：強調以顧客為中心，以「台灣大電訊」品牌重新出發，已獲各大企業肯定，九十八年勇奪資策會企業上網調查整體滿意度第一。

(二) 專業管理與後勤支援：本公司領先業界整合行動、固網及有線電視業務，力求資源共享，發揮營運管理綜效。提供企業專屬的資訊與通訊整合服務，協助企業用戶業務拓展。

(三) 靈活有效之業務團隊與行銷通路：透過直銷業務部隊及全省聯名服務中心，掌握有效通路，可迅速開發市場，拓展業務。

(四) 國際結盟資源：本公司是亞太區最大行動通訊聯盟Bridge Alliance台灣區唯一會員，與亞太區各地電信領導品牌之Bridge會員跨國合作，總體客戶數約達3億人。

伍、當期營運之檢討

九十八年度企業用戶不管在行動/固網話務、專線及上網業務，皆因受到金融風暴影響而縮減用量，雖然下半年起逐漸回穩，整體而言，企業用戶事業群的營收仍較前一年度減少4%，但因嚴格控制成本費用，EBITDA margin自前一年度的19%上升至九十八年度的22.2%。

陸、未來業務發展計畫

一、短期業務發展計畫

展望九十九年，本公司將持續針對企業需求，拓展

整合通訊解決方案的應用，提供企業資安大管家相關服務，並推出整合數據語音合流的一線通服務及更高品質的企業光纖網路服務，幫助企業用戶有效降低通訊成本，提升經營效率。

二、中長期業務發展計畫

以延伸既有網路服務到資通訊科技 (Information Communication Technology, ICT) 為主要目標，發展方向包括：

- (一) 加速重點產品之營收成長：提供企業用戶整合的網路及設備管理服務，並因應市場趨勢，積極開發資安與雲端相關服務。
- (二) 提高業務產值：異業整合、開發以網路為基礎的新企業解決方案，以優化服務品質及網路管理機制深耕大型企業，並擴展中小企業用戶市場。
- (三) 提升國際營運效益：增加國內外直達電路涵蓋率、提升管控品質及降低國際IP成本。

