

## 【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，由於全球景氣持穩、股市回溫，有利於帶動民間消費動能，102年度民間消費成長率自101年度的1.62%小幅成長至1.77%。展望103年，由於企業招募員工及調薪轉為積極，有助提升民間消費氛圍與信心，加上平價進口車搶市及廉價航線擴增等，預期民間消費成長率將可上升到2.44%。

### 貳、整體營運概況

102年度，受惠於行動數據營收較前一年度成長30%，來自企業用戶的行動服務營收持續增加，有線電視寬頻上網收入較去年上升8%，以及子公司富邦媒體科技(momo)的網路購物業務收入年增率超過四成，本公司整體合併營收較去年成長9%。獲利方面，雖然衝刺智慧型手機滲透率、提昇網路容量、及擴展直營通路增加相關費用，但稅前息前折舊攤銷前營業淨利(EBITDA)仍較前一年度增加1%，營業淨利也達成當年度財測目標的102%，符合預期目標。

台灣大哥大集團主要事業體系規劃為：個人用戶事業群、家計用戶事業群、企業用戶事業群及富邦媒體科技，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	家計用戶事業群	企業用戶事業群	富邦媒體科技
品牌名稱	台灣大哥大	台灣大寬頻	台灣大哥大商務服務	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	家計用戶之視訊(CATV / DTV)及寬頻上網(Cable Modem / FTTx)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	電視購物、網路購物、型錄郵購
102年營收* (新臺幣百萬元)	71,199	6,244	10,734	21,278
營收佔比	65%	6%	10%	19%
102年EBITDA* (新臺幣百萬元)	22,945	3,278	3,748	833
EBITDA佔比	75%	11%	12%	2%

業務別	行動業務	有線電視業務	固網業務	零售業務
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	國內第四大MSO，涵蓋台灣11%家戶市場	ADSL/FTTx市佔率約2%；若加計18萬之有線電視寬頻上網用戶，則佔國內寬頻市場約5%，為國內第二大網路服務供應商(ISP)	電視購物及網路購物業務皆為國內前三大
用戶規模	逾722萬行動用戶	逾58萬有線電視用戶、約18萬寬頻上網用戶	約8萬ADSL/FTTx上網用戶	不適用

\*：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。