

參、當期營運之檢討

個人用戶事業群

由於持續促銷智慧型手機搭售行動上網資費，月租型用戶中訂購行動數據資費的用戶比重從 101 年底的 42% 上升到 102 年底的 54%，使得行動數據佔整體行動服務營收比例達到 39%，帶動行動服務營收較去年增加 6%。加計手機銷售金額，個人用戶事業群的總營收較去年上升 8%。

家計用戶事業群

受惠於數位電視收視及寬頻上網業務的營收成長，102 年度家計用戶事業群的總營收較 101 年度增加 2%，主要來自數位電視滲透率提升以及寬頻上網的高速用戶佔比增加。

企業用戶事業群

102 年度企業用戶事業群的總營收較前一年度上升 3%，主係企業用戶中的行動服務訂戶數規模擴大而使其行動電信營收年增率達 13% 所致。此外，由於營收成長且嚴格控管成本費用，企業用戶事業群 EBITDA 的年成長率達 9%。

富邦媒體科技

momo 的主要成長動能來自網路購物業務規模持續擴大，102 年度網路購物營收較前一年度成長 43%，該項業務 EBITDA 也成長近三成。

肆、業務內容

一、業務範圍

個人用戶事業群

(一) 所營業務之主要內容及目前之服務項目

個人用戶事業群以個人之行動電信服務為主，提供門號予用戶收發話，並使用本公司各項語音、數據、增值服務。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及補充卡等。

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、國際電話之雙向收發話服務，及撥打呼叫器(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)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，提供客戶多元化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、音樂下載、遊戲下載、金融理財資訊、電子書城、整合性訊息服務，包含簡訊、多媒體簡訊，及即時通訊等行動入口網站服務內容。

服務類別	服務項目	重要用途
增值服務	語音增值	提供客戶音樂點播及下載、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	提供客戶以功能性手機、智慧型手機等行動裝置收發純文字訊息。
	代收代付	內容服務供應商可透過金流服務平台，解決其後端帳務處理事宜，客戶可藉由 Web 或 WAP(Wireless Application Protocol)銷售管道，即時方便購買線上遊戲點數等數位服務。
	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，內容服務供應商透過所承租之特定簡碼，提供各類型行動增值服務內容給客戶，如遊戲與圖鈴下載服務、計程車叫車服務等。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目	年度	102	
		金額	%
電信收入		49,200	69%
手機銷貨收入及其他		21,999	31%
合計		71,199	100%

(三) 計畫開發之新商品及服務

- 1.語音服務：依據不同族群的使用習性，持續研發創新的資費方案，以滿足個人化需求。
- 2.增值服務：將針對市場主流之智慧型手機等相關手持行動裝置，持續開發多元化數位內容及創新服務，以滿足用戶在行動上的多樣化需求。

(四) 營運現況

1.月租型資費及服務

102 年度持續受國家通訊傳播委員會自主調降月租型語音資費費率要求影響，衝擊語音營收表現，本公司積極提升高資費用戶佔比及智慧型手機銷售，以提高平均用戶貢獻度，截至 102 年底，高資費用戶佔比較去年增加 4%。

顧客經驗是決定顧客忠誠度的最重要關鍵，故台灣大哥大秉持以「客戶」為服務核心，致力於提供客戶導向的服務，在各客戶接觸點皆致力於「創造最佳客戶使用經驗」。除了提供專屬優惠如客戶可提前以優惠價格滿足換機需求及減免通話帳單等，更針對不同目標客戶族群之生命週期，搭配智慧型資料庫分析及行銷推廣溝通系統的輔助，貼心地提供全方位數位生活相關之專屬權益、回饋方案或免費服務，例如：「我的 VIP」貴賓俱樂部、電信聯名卡回饋及老客戶續約免預繳等，藉此強化與客戶情感上的聯結以達降低離異率。

2.預付型服務

本公司延續 101 年「一網打盡包」方案，使預付卡用戶在網內外通話及手機上網費率有更多樣、更優惠的選擇，並於 102 年再推出「行動 e 網包」，讓用戶上網及語音需

求一把抓，且提供市場超低價行動上網產品(1GB 只需 180 元)，為預付卡在 102 年年度帶來總用戶數 12% 成長。除預付卡用戶數提升外，亦積極拓展預付型用戶行動上網及加值服務使用量，透過各種行動上網計量型、計日型產品在多元通路推廣，以及全台首創預付卡國際語音漫遊服務，使 102 年年度預付型用戶非簡訊加值服務營收成長 89%。

3. 加值服務

本公司 102 年度加值服務營收較 101 年度大幅成長 30%，行動上網年營收成長更高達 39%，主因為優質的行動上網服務搭配多元的數據資費，結合智慧型手機、平板電腦、3.5G 行動網卡搭配筆記型電腦等行動裝置，滿足客戶各種上網需求，吸引廣大用戶群，樂於使用本公司的加值服務。

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

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、高畫質數位有線電視、高速光纖寬頻上網、HomePlay 多螢分享、Super MOD 隨選影音(VOD, Video on Demand)、網路電視(Internet TV)及聯網電視(Connect TV)等服務，並結合集團行動、固網事業資源與創新雲端技術，提供家庭用戶「四螢一雲」的數位匯流家庭應用服務；另藉由轉投資優視傳播股份有限公司，經營 momo 親子台頻道，積極投入自製本土節目內容，並代理引進精彩豐富的頻道內容，提供客戶全方位數位影音娛樂服務，成為數位匯流領導品牌。

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。
	高畫質數位有線電視	引進及代理國、內外高畫質數位頻道及節目，透過數位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電視機上盒，收看高畫質數位電視頻道及節目等數位影音內容。
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，提供高速光纖上網服務。
頻道代理	有線電視頻道 數位有線電視頻道	代理及引進國內外優質之頻道內容，提供類比有線電視及數位有線電視服務，並銷售至其他有線電視系統及其他視訊服務平台。
數位家庭應用服務	Super MOD 數位家庭應用服務(Super Multimedia on Demand)	業界首創整合網路電視、隨選視訊、聯網電視之跨聯盟開放平台，以雲端架構及光纖網路技術，讓用戶可以利用電視、電腦、智慧型手機、平板電腦等裝置，隨時隨地收看高畫質的隨選影音內容，並使用多元豐富的聯網互動應用服務，提供用戶「四螢一雲」的高畫質隨選影音。
	HomePlay 多螢分享 數位家庭應用服務	將電視節目、高畫質隨選影片及網路影音等多元內容，整合於電視、平板與智慧型手機等多種螢幕，讓用戶以簡單且友善的操作介面，在家中透過各式裝置自在地觀賞來自電視及各式平台的節目或者影音內容(Any content to any device)。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目	年度	102	
		金額	%
基本/數位頻道收視收入		4,308	69%
有線電視寬頻上網收入		1,161	19%
頻道代理收入及其他		775	12%
合計		6,244	100%

(三) 計畫開發之新商品及服務

1. 高畫質數位電視服務

配合 105 年全國有線電視數位化普及率需達 100% 的既定政策，將擬定全方位的數位化發展策略，以擴大高畫質數位電視之經濟規模，進而引領家庭影視娛樂邁向數位化。

2. 高速光纖上網服務

隨著網路影音及社群媒體快速發展，民眾對於高速上網需求日益增加，在完成全面性光纖網路優化升級後，陸續推出 100M 及 120M 高速寬頻上網方案，未來將佈建更綿密的光纖節點，以提供 100M 以上更穩定及高速之光纖上網服務。

3. 數位家庭應用服務

101 年首開業界先例，推出整合網路電視、隨選視訊、聯網電視之跨聯盟開放平台「Super MOD」，宣告數位家庭 1.0 時代的來臨，讓家庭用戶可透過電視、智慧型手機、平板及電腦等裝置，收看高畫質隨選影音，並使用聯網互動應用服務，享受四螢一雲數位家庭應用服務所帶來的便利生活。102 年更再次引領業界推出「HomePlay」多螢分享服務，讓用戶享受真正的 TV Everywhere，並宣告台灣家庭正式跨入數位家庭 2.0 時代。

企業用戶事業群

(一) 所營業務之主要內容及目前之服務項目

企業用戶事業群定位為企業「通訊與雲端整合」的重要供應商，為企業客戶量身訂作完整的行動、雲端、固網整合服務。

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。
	受話方付費電話 (0809)	提供企業用戶申請 0809 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 0809 號碼，由智慧型網路(IN)系統接到企業用戶指定的受話號碼。

服務類別	服務項目	重要用途
語音服務	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。
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。
	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。
	撥接上網	透過電話線撥接傳輸，連接網際網路。
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。	
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®)	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，使企業用戶安全、即時掌握電子郵件、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。
	會議達人	提供利用 BlackBerry 或 Android 平台之智慧型手機直接發起電話會議的服務。
	行動 M 化服務(Business mobility)	企業員工在任何地點、任何時間，使用各種隨身手持式行動配備連接公司後端 E 化資訊系統與資源，同步且即時存取資料、使用企業內部資源，使得工作者不在辦公桌前一樣能完成工作。
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	提供用戶監控、障礙告警、自動報修等服務之主動網管系統。

服務類別	服務項目	重要用途
雲端服務	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。
	雲端架站	提供用戶高效率、高經濟性的網頁網站服務。
	雲端郵件	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。
	資安大管家	提供用戶全球資安預警通報、即時監控、弱點掃瞄等資安管理服務，整合客戶端的資安設備，協助企業輕鬆打造完整資安防護網。
	企業視訊會議	提供企業免自建多點視訊控制單元，即可使用多點即時視訊會議及線上協同作業功能。
	運算雲服務(IaaS)	利用虛擬化技術，以雲端主機代替傳統企業 IT 的硬體建置，提供線上直接購買與管理平台，輕鬆完成客戶系統快速部署與建置的雲端服務。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目	年度	102	
		金額	%
行動電信收入		4,700	44%
固網業務收入		3,478	32%
國際語音轉售收入及其他		2,556	24%
合計		10,734	100%

(三) 計劃開發之新商品及服務

1. 遠端桌面服務：各式行動裝置與行動上網普及，經常性出差的企業員工可透過遠端桌面服務使用在辦公室的應用程式與檔案，隨時隨地保持生產力。
2. 雲端儲存服務：越來越多的企業採用雲端的應用系統，大量客戶與交易資訊保存必須符合安全性、異地備份、法規的要求。雲端儲存服務能讓企業以租代買、用多少算多少、省下大筆購買硬體設備的方式達成資料儲存與保存的需求。
3. 企業 M 化應用：智慧型手機的普及率已超越功能型手機，人手一機讓每個人的生活與智慧行動裝置息息相關，BYOD(Bring Your Own Device)漸成風潮；加上 4G 服務預計於今年推出，更高速穩定的行動上網讓企業能用行動力來提昇營運效率與降低溝通成本，因此對於 M 化應用的需求大幅提高。

富邦媒體科技

(一) 業務之主要內容及目前之服務項目

富邦媒體科技旗下主要經營產品服務包括：電視購物、網路購物、型錄郵購、旅行相關服務、人身保險代理及財產保險代理。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目	年度	102	
		金額	%
網路購物		11,522	54%
電視購物及型錄		8,713	41%
實體通路(註)及其他		1,043	5%
合計		21,278	100%

註：實體藥妝通路於 103 年 3 月出售。

(三) 計劃開發之新商品及服務

1. 開發新品類

隨著消費者在虛擬通路購物的依賴度越來越高，商品廣度將會影響到收視率與接觸的客群，並可降低銷售品類過度集中所帶來的風險，近期已開發且經營成功的新品類有食品、男裝及藝術品等品類。

2. 導入新品牌

品牌導入一直為其重要的工作，其品牌之品質保證、豐富的行銷資源與穩定的供應鏈則是其所致力發展的重點，近期成功導入 Laneige、Dyson、Philips、白蘭氏等品牌，未來將持續導入國內外知名品牌。

3. 擴展新平台

隨著有線電視收視率的飽和、收視時間的縮短及電視數位化與行動裝置普及化的趨勢，電視購物將不只專注於有線電視平台上，更將因應消費者的消費行為新趨勢，預計開發 Super MOD、APP、遙控器購物、數位互動購物等新平台。

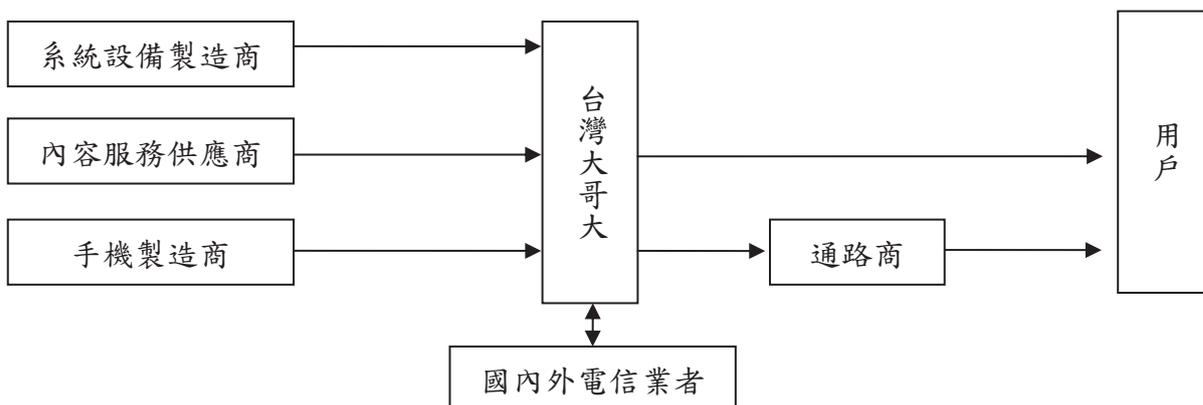
二、產業概況

個人用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

行動通訊產業仍維持三強鼎立局面，次要業者 102 年行動服務營收市占率較前一年度下滑；惟國家通訊傳播委員會 102 年要求三大業者自主調降資費，仍衝擊各業者語音營收表現。

(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

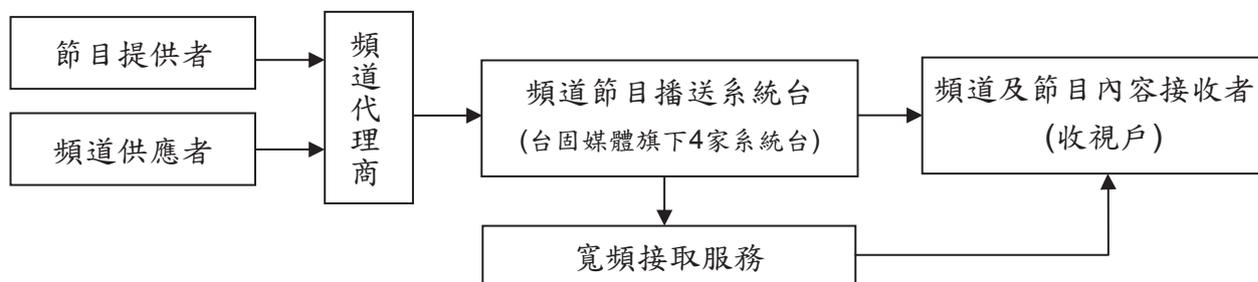
因應 4G 即將開台，各業者積極發展行動寬頻市場，陸續推出各式加值服務，刺激月租型用戶使用，將為未來營收成長主要動能。預付型市場因既有業者持續以低價促銷而競爭加劇。

家計用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

有線電視服務已成為台灣家庭最不可或缺的收視平台，隨著數位匯流市場需求漸增及其他視訊平台如電信公司之 IPTV(MOD)、無線數位電視以及新興媒體如網路、手機等，前仆後繼加入產業競爭，有線電視產業將面臨轉型數位化的關鍵時期。

(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寬頻上網服務環境，朝向無限商機的數位化發展前景邁進。

(三) 產品之各種發展趨勢及競爭情形

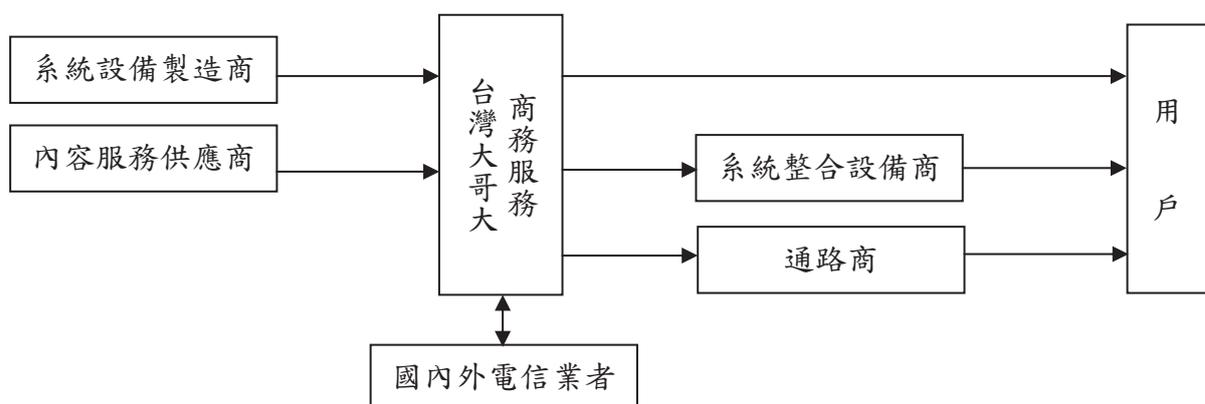
台灣寬頻服務市場雖為一家獨大，但其已面臨市場逐步飽和、成長率下滑之壓力，家計用戶事業群，參考全球主要寬頻服務營運商包括香港 PCCW、美國第一大電信業者 AT&T、第一大有線電視服務業者 Comcast 之整合式推廣模式(Triple Play)，以經營區內 58 萬有線電視收視戶為寬頻服務潛力市場的推廣基礎，以高速寬頻服務搭配高畫質數位電視，及隨選影音的網綁銷售策略，在寬頻服務市場快速擴展；同時，透過強化光纖上網品質、增加高畫質數位節目內容、開發多元收視方式及創新數位電視服務，提供更符合家庭用戶需求的數位家庭應用，搶佔數位匯流浪潮的廣大商機。

企業用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

根據國家通訊傳播委員會統計，台灣地區第一類電信事業經營者(以下簡稱一類業者)總計 79 家，主要包括 4 家固網業者，5 家 2G 及 3G 業務經營者及其他電路出租業者；第二類電信事業經營者(包括網際網路接取、語音單純轉售、網路電話及其他加值服務)總計有 448 家。電信服務市場競爭激烈，且在數位匯流趨勢下，電話、有線電視、無線及電腦界線趨於模糊，加速跨產業間的競合。

(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

在固定通信服務部分，據國家通訊傳播委員會發布之統計資料顯示，中華電信在市內網路營收佔有率高達 91.32%，在長途網路營收方面亦佔有 76.63%，幾乎為獨占狀態，僅在國際網路營收部分，其餘三家業者達到相對較高的市佔率 50.09%；寬頻有線上網服務部份，台灣寬頻接取趨勢為光纖上網，並逐漸移向高速率服務，而中華電信具有 ADSL 及 FTTx 電路的最後一哩優勢，除有線電視提供之 cable internet 服務外，傳統固網業者無法有效與其競爭。

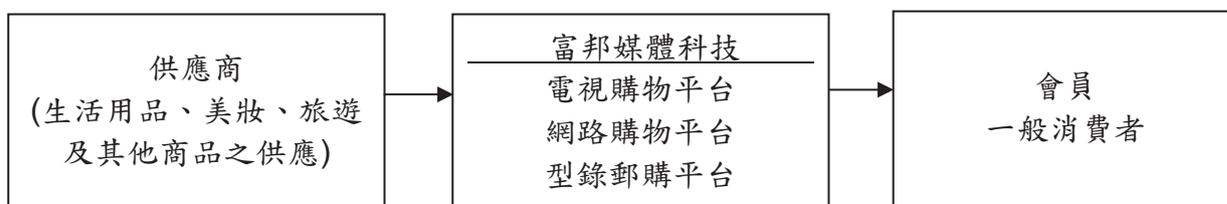
在電信服務 IP 化、行動化趨勢下，加以智慧型行動裝置使用習慣、網路建設成熟，政府單位亦積極投資與輔導產業轉型進入雲端運算產業，台灣資通訊業者將持續推動企業客戶行動應用方案，並打造雲端中心、提供各種雲端應用服務，故未來雲端服務、M 化應用、行動數據整合服務將為營收成長主要動能。

富邦媒體科技

(一) 產業之現況與發展

現今環境變遷「宅經濟」消費模式孕育而生，並隨著有線及數位電視、智慧型手機等行動裝置普及，消費者可透過電話或虛擬平台下單，其便捷的結帳方式及快速的物流系統，使商品能夠在限定時間內送到消費者手中，得充分滿足即時購物之樂趣。

(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，主要採購生活用品、美妝、旅遊商品及其他商品等，透過包括電視購物、網路購物及型錄郵購等通路，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. 電視購物：主要競爭對手為東森得易購，森森百貨與三井 ViVa，近年來受新型態虛擬購物平台(電子商務與行動商務)的崛起，瓜分了電視購物的市場，但隨著數位訊號的普及，增加電視購物節目與消費者之接觸時間，將因應電視傳播技術的進步，於適當時間點提供更貼近消費者的內容為電視購物未來發展趨勢。
2. 網路購物：主要競爭對手為 Yahoo 購物中心、PChome 網路家庭，雖然 momo 購物網為後起之綜合型 B2C 線上購物平台，但在擁有集團的電視購物經營 know-how 下成長快速。
3. 型錄郵購：台灣型錄郵購市場主要由電視購物型錄(momo、東森、森森、viva)、直銷體系(安麗、雅芳、賀寶芙、如新等)、日系美保通信販售(DHC、ORBIS 等)與其它郵購公司所瓜分，momo 型錄主要競爭者為直銷體系與日系美保通信販售。

三、技術及研發概況

公司最近兩年度及截至 103 年 2 月 28 日止之研發經費及其占營業額之比例如下表所示，103 年預計投入新臺幣 958,978,924 元。各項研發計畫均為提供先進技術、提升客戶滿意度為主，同時可望增進數據加值服務營收及企業整體營運之成長。

研發經費及其占營業額之比例表

單位：新臺幣千元；%

年度	研發經費	佔營業額
101	551,589	0.55%
102	598,864	0.55%
當年度截至 2 月 28 日止	132,822	0.70%

公司研發部門包含無線網路規劃與管理、資訊、產品技術單位，截至年報刊印日，主要研發重點如下：

計畫名稱	計畫說明
LTE 新技術研究	台灣 4G 行動寬頻頻段量測與評估 台灣佈建 LTE - Advanced (LTE-A)系統之頻率規劃與資源配置機制的探討 LTE-A 的三維多天線傳輸研究 LTE-A 網路行動中繼設備群組移動管理機制之探討
漫遊上網級距計日型服務	設計彈性的系統資費架構，提供更為便捷的漫遊上網服務，以滿足客戶需求
企業客戶 SI/SPE(Sales Incentive / Sales Performance Evaluation)系統	建置具彈性之業務績效管理系統，以因應日益複雜之組織架構與通路管理
禮券管理系統	建置禮券管理系統，以支援電子現金禮券發行與耗用管理，以提升客戶於 myfone 購物網站之消費便利性
金流服務整合平台	提供用戶多元的整合付款服務方式，支援虛擬與實體通路收款使用
電信帳單代收擴大應用	擴大電信帳單代收應用範圍，擴展至實體商品使用電信帳單代收付費方式，在維持目標風險不變的條件下放寬額度，除滿足用戶的使用需求，並拓展銷售通路業績，降低信用卡支付拆帳費用
NFC PayPass 手機服務	正式啟動 NFC 全方位服務計畫，預計提供消費者手機整合信用卡、悠遊卡多元豐富行動支付的新服務
M+	推出免費通話(VoIP)功能，豐富用戶的即時通訊體驗。已擴及企業帳號，與悠遊卡/富邦證券深度合作中
行動廣告	擴充支援 Rich Media (Expandable, Interstitial)與影音廣告內容，並提供依地理、裝置與網路等精準投放功能
myVideo	電信用戶(不受限單一電信業者)可透過串流方式進行線上付費收看影音內容，讓行動裝置化身為全家的媒體及娛樂中心，已陸續新推出 MLB/NBA 運動賽事及行動新聞館
雲端機房與服務	啟用東亞唯一，也是全台第一座獲得國際機房權威管理機構 Uptime Institute Tier III 認證 IDC(Internet Data Center)機房，提供金融、國際電信以及電子商務等業者穩定且不中斷的機房服務

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.積極推展 4G 電信服務，提供消費者更快速與豐富的行動上網經驗。
- 2.以消費者需求出發，持續改善各項門市服務流程與品質，創造客戶最佳的服務體驗。
- 3.依據消費者使用型態，發展各種電信數據、語音及加值服務及專案，同時依照區域特性強化各通路的佈局與管理，加強既有客戶的維繫管理並全力爭取新用戶。
- 4.搭配更多元的終端設備、配件及數位 3C 產品，並整合各項創新服務，建構一站式的消費環境。

(二) 中長期業務發展計畫

藉由 4G 技術對行動上網速度的優化，持續開發與提供符合用戶需求的數位匯流服務，列舉發展方向如下：

- 1.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。
- 2.積極導入物聯網(Machine to Machine, M2M)，整合手機等裝置以及優質行動網路、雲端運算技術等，提供用戶多元且生活化服務，開發創新及可獲利的營運模式。
- 3.將持續擴展直營門市並輔導加盟店轉型，以提高便利性及服務品質；以更多更新的服務內容及體驗方式，吸引來客量並以滿足客戶的行動生活需求為目標。

家計用戶事業群

(一) 短期業務發展計畫

- 1.於既有的有線電視經營區域內，持續優化基礎網路建設、增加高畫質數位有線電視節目及隨選影音內容，作為提供家庭用戶各項數位服務的基石。
- 2.計劃透過推出 100M 以上的超高速光纖上網、高畫質數位頻道與影音內容，大幅提升寬頻服務及高畫質數位有線電視的滲透率，同時也提升高頻寬用戶數佔比，以及增加數位有線電視服務用戶數。

(二) 中長期業務發展計畫

配合政府電視全面數位化政策，家計用戶事業群將整合高畫質數位內容、多元終端裝置、光纖上網及雲端科技，推出創新及豐富數位電視加值服務，以達成 105 年數位電視普及率 100%的目標，讓家庭及個人用戶能真正享受到從手機、電腦、平板電腦到電視，四螢一雲數位匯流服務的好處，引領全國家庭視聽娛樂邁向數位化，成為最佳的數位匯流整合服務供應商。

企業用戶事業群

(一) 短期業務發展計畫

智慧型手持裝置的普及逐漸改變企業通訊模式，本公司近年積極拓展企業行動化應用方案。102 年 11 月啟用新時代 IDC 雲端機房，以近 8,000 坪空間提供更多客戶優質的雲端運算服務；全省門市通路亦持續推動行動企業群組服務(MVPN)，協助企業用戶有效降低通訊成本；且隨著本公司推出 4G 高速網路後，可提供企業用戶更迅速、便捷的行動數據傳輸服務，搭配全方位的企業行動化應用方案，更進一步提升企業用戶經營效率。

因應雲端運算服務需求與跨國頻寬流量快速成長，本公司投資兩岸直通的淡福海纜於 102 年 11 月正式商轉。淡福海纜為第一條直接連結兩岸為最短、最穩定、最具商機的光纖網路，營運後將有效擴展本公司通訊頻寬，提升國際語音及上網等服務品質，滿足企業客戶聯通兩岸、接軌世界的數據整合服務需求。

(二) 中長期業務發展計畫

以延伸既有網路服務到 IP、雲端與行動應用為主要目標，發展方向包括：

1. 雲端及企業 M 化應用服務為營收成長主力。
2. 通路資源整合提高業務人員生產力，並加強與客戶之全方位產品締結。
3. 增加國內外直達電路涵蓋率、提升管控品質及降低國際 IP 成本以提升國際營運效益。

富邦媒體科技

(一) 短期業務發展計畫

1. 電視購物：增加商品廣度及深度、擴展行動與數位平台及將主力供應商供應鏈管理導入 SCM (Supply Chain Management) 系統。
2. 網路購物：提供差異化附加價值服務，並進入行動市場建立競爭優勢，發展巨量資料演算，精準推薦個人化商品。
3. 郵購型錄：加強整合視覺編輯精進型錄編排設計，並發展型錄電子化，以增加型錄接觸點。

(二) 中長期業務發展計畫

積極提升 momo 購物台之品牌形象，進入東南亞電視購物市場，使熱銷商品跨國導出；並有效利用集團內多通路之行銷資源，強化行動及雲端多元服務創新，以開創經營效益。

五、客戶滿意度

公司為了解顧客的需求與想法，創造最佳的顧客經驗，每年定期以電話訪問進行客戶滿意度調查，調查項目包含通話品質、費率、帳單、電話客服、門市服務、加值服務、網站等七大大面向，並根據調查結果擬定改善計畫及持續努力方向，以期全面性提升服務品質。

客戶滿意度重要指標	100 年度	101 年度	102 年度
整體滿意度	3.7	3.8	3.7
通話品質滿意度	3.6	3.7	3.7
電話客服滿意度	4.3	4.5	4.4
門市服務滿意度	4.0	4.1	4.2

註：滿意度評分採五分法：
非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意，分別以滿意度分數 5、4、3、2、1 表示。