

【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，由於國際油價大幅下跌及主要經濟體貨幣持續寬鬆等正面因素支撐，帶動國內經濟升溫，使得 103 年度民間消費成長率自 102 年度的 2.35% 小幅成長至 2.73%。展望 104 年，雖然食安問題仍影響民間消費氛圍，但就業增加及薪資調升有利於民間消費信心，預期民間消費成長率將可持穩在 2.74%。

貳、整體營運概況

103 年度本公司整體合併營收較去年成長 4%，主要來自 4G 開台、3G/4G 智慧型手機持續熱銷，帶動電信業務營收成長，有線電視寬頻上網收入較去年上升 5%，以及子公司的網路購物業務收入年增率達三成。獲利方面，雖然開台首年 4G 服務收入的增加尚不足以抵銷布建 LTE 網路及提升 4G 滲透率所增加的維運支出及行銷費用，但受惠於有線電視業務及零售業務的獲利成長，本公司的合併稅前息前折舊攤銷前營業淨利(EBITDA)仍較前一年度增加 1%，且各季的營業淨利及稅後純益表現皆能超越當季的財測目標。

台灣大哥大集團主要事業體系規劃為：個人用戶事業群、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	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%；若加計 19 萬之有線電視寬頻上網用戶，則佔國內寬頻市場約 3.5%，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 743 萬行動用戶	約 7 萬 ADSL/FTTx 上網用戶	近 59 萬有線電視用戶、約 19 萬寬頻上網用戶	不適用
103 年營收* (新臺幣百萬元)	82,356		6,380	23,897
營收佔比	73%		6%	21%
103 年 EBITDA* (新臺幣百萬元)	26,106		3,438	1,562
EBITDA 佔比	83%		11%	5%

*：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。