

2024 Annual Report

營運概況

壹、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	台灣大哥大企業服務	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，含行動、固網（語音/數據/網際網路）、雲端、物聯網等服務	家計用戶之視訊 (CATV / DTV) 及寬頻上網 (Cable Broadband / FTTx) 服務	電子商務、電視購物

業務別	電信業務		有線電視及寬頻業務	零售業務
	行動業務	固網寬頻上網業務		
市場地位 / 佔有率	行動電信用戶數 (不含 040 門號) 佔總市場 (3 家行動業者) 約 32%，為國內第二大	為國內前三大網路服務供應商 (ISP)	國內第四大多系統經營者 (MSO: Multiple System Operator)，涵蓋台灣 11% 家戶	B2C 電子商務為國內第一大
113 年營收* (新臺幣百萬元)	84,852		5,894	112,564
113 年營業利益* (新臺幣百萬元)	13,247		2,331	4,303

*：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。

貳、業務內容

一、業務範圍

電信業務

(一) 所營業務之主要內容及目前之服務項目

1. 個人用戶事業群

提供用戶行動通訊收發話服務、數據傳輸以及多元加值服務、線上影音、音樂串流、雲端遊戲服務、獨家遊戲代理、手遊裝置以及物聯網相關產品，包含穿戴式裝置及智慧家庭裝置等，並透過 OP 響樂生活與好速成雙套裝專案配合相關服務，為用戶打造全方位的行動智慧、科技享樂與娛樂生活體驗。此外，自建 MyCharge 電動連充電服務，串聯電動車生活網，提升民眾充電方便性，加速淨零碳排願景。

2. 企業用戶事業群

展開「6C 策略」，提供全方位企業一站式解決方案，包括電信服務 (Connectivity)、雲端與 AI 服務 (Cloud & AI)、資安服務 (Cybersecurity)、碳盤查與能源管理 (Carbon Footprint Verification and Energy Saving)、應用整合服務 (Collaboration)、顧問與託管服務 (Consulting & Managed Service)。

(二) 電信業務營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目	年度	113	
		金額	%
電信收入		60,946	72%
銷貨收入		23,906	28%
合計		84,852	100%

(三) 計畫開發之新商品及服務

1. 個人用戶事業群

- 一站式全套體驗套組：擴大發展 OP 響樂生活套裝的商品類型，並洽談獨家裝置，包含手遊 /VR 遊戲機、電子書閱讀器及其他科技產品。
- momo 生態圈經營：持續深化與 momo 購物網資源整併，結合 mo Plus 訂閱服務提升用黏著度。
- MyCharge 電動車充電服務：持續擴建電動車充電樁設施，規劃建置 22kW 速率充電樁，為市場主流 7Kw 目的地充電樁的 3 倍速，提供用戶更快的充電效率。
- MyVideo 串流服務：擴增可支援 MyVideo 之智慧型電視與車機系統，提升使用人數，擴大內容投資並與全球娛樂公司洽談獨家品牌專區，提供更豐富的影音服務。

2. 企業用戶事業群

- 電信服務 (Connectivity)：鞏固電信本業，包含行動門號、數據寬頻、有線線路資源、IDC 雲端機房等，並攜手策略夥伴發展 5G 垂直應用和 5G 專頻專網服務，及加強商用車市場推廣與 IoT 平台新服務開發，擴大車聯網領先優勢及產品幅員涵蓋。
- 雲端與 AI 服務 (Cloud & AI)：結合作業夥伴台智雲的 GPU 算力資源與萬里雲的雲端技術，提供企業 AI 算力及建構智慧應用的雲端解決方案；持續研發 AI 核心大腦服務，並結合精誠系統整合服務專業能力，整合雙方資源，加速拓展 AI 商機。
- 資安服務 (Cybersecurity)：積極投入研發資安服務，由內而外提供多重資安保護、賦能企業提升數位韌性。
- 碳盤查與能管 (Carbon Footprint Verification and Energy Saving)：攜手策略夥伴發展「碳盤查、碳減量、能源轉型」淨零碳排解決方案，協助企業導入深度節能與儲能應用，落實減碳管理與確保營運韌性。
- 應用整合服務 (Collaboration)：持續優化台灣大自研企業通訊整合服務「M+」系列，打造各型企業客戶與政府部會需求的即時通訊協作產品。
- 顧問與託管服務 (Consulting & Managed Service)：提供多元化「維運服務訂閱制方案」，一站式提供企業數位轉型所需的解決方案，透過訂閱式服務，減輕客戶一次性資金成本壓力，助力企業主降本增效、無痛轉型。

有線電視及寬頻業務 (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

「數位有線電視」、「高畫質數位頻道」、「高速光纖上網」、「OTT (Over the Top) 服務平台」、「Android Box 開放平台」、「智慧居家」、「智慧店家」、「智慧社區」、「頻道代理」等產品服務。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目	年度	113	
		金額	%
基本 / 數位頻道收視收入		2,971	50%
有線電視寬頻上網收入		2,347	40%
頻道代理收入及其他 (註)		576	10%
合計		5,894	100%

註：含頻道出租收入

(三) 計畫開發之新商品及服務

1. 高畫質數位電視服務

持續導入更多 4K 超高畫質數位頻道內容，知名 OTT 影音服務。

2. 高速光纖上網服務

隨著高速上網需求增加，領先業界提供 1G+Wi-Fi 6 及 Mesh Wi-Fi 6 服務，並持續開發 1G 以上超高速光纖上網。為提升家用網路安全，獨家導入網路防護及家長守護等應用服務。

3. 數位家庭應用服務

推出結合物聯網、智慧家庭、智慧店家、智慧社區等多元加值服務。

零售業務 (富邦媒體科技)

(一) 所營業務之主要內容及目前之服務項目

1. 電子商務

擁有 momo 購物網，全站超過 600 萬種商品選購，約四分之一商品提供 24 小時速達服務。並提供 24 小時線上客服服務、供應商聯絡平台，滿足顧客與供應商各種需求。

2. 電視購物

擁有專業影音製作團隊，提供有線電視 440 萬收視戶及 MOD 205 萬戶優質的 momo 頻道，提供客戶免付費電話、手機 APP 等方式進行消費，且有專業客服提供商品諮詢及退換貨服務。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目	年度	113	
		金額	%
電子商務		108,808	97%
電視購物及其他		3,756	3%
合計		112,564	100%

(三) 計畫開發之新商品及服務

1. 品牌精耕及服務升級

購物網持續導入市場新品牌、優化經營平台與擴大品類規模。提供更多更廣之平台經營工具與治理原則，讓更多優質供應商與 momo 合作打造廣大商品服務。電視通路除繼續開發新品類外，也積極擴大海外商品的引進，增強平台的獨特性。此外，持續建設全台物流網路及擴增自有物流車隊，以強化電商最後一哩路服務，縮短配送時間。行動裝置方面將利用 AI 技術提升 APP 及語音、圖像搜尋功能，並落實資安及風險控管。發展 RMN (Retail Media Network) 服務，提供店家優質流量轉化服務與一站滿足媒體投遞需求。

2. 擴展新平台

電視購物不只專注於有線電視平台上，除了現有的 TV APP、FB 粉絲團與 MOD 平台，未來也會發展會員經營與直播業務。

3. 建置中區儲配運輸物流中心

以提升全台出貨效率為目標。

二、產業概況

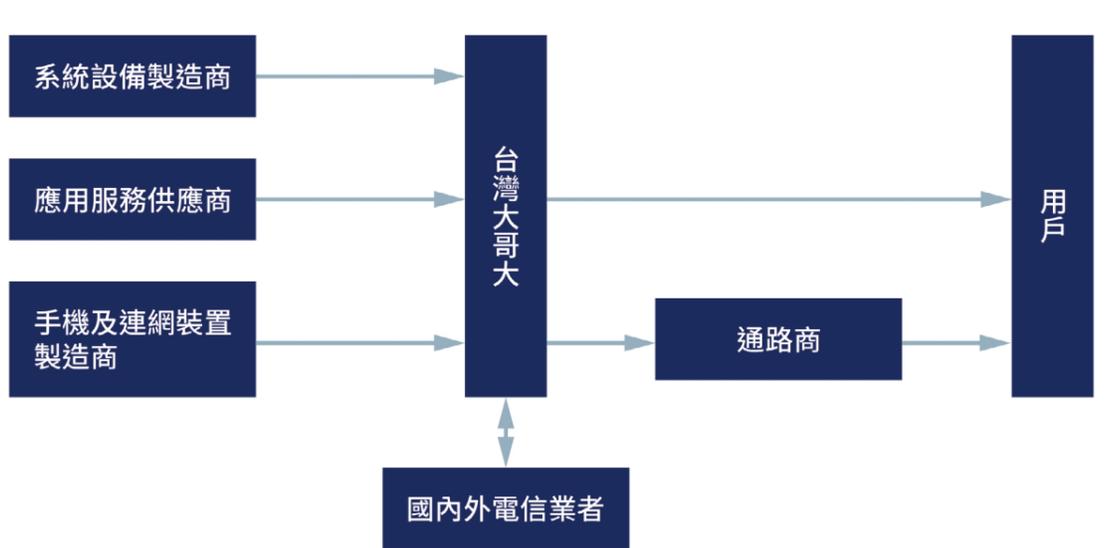
個人用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

5G 開台屆滿 4 年，全台 5G 滲透率突破 3 成，儘管如此，市場上仍未出現殺手級應用。

台灣大哥大與台灣之星及遠傳與亞太併案完成合併首年，行動市場的競爭態勢並未如預期有所緩解，伴隨 5G 滲透率提高及家用寬頻普及，消費者端的戰場將轉至智慧家庭、物聯裝置與其他獨家終端及影音服務。

(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

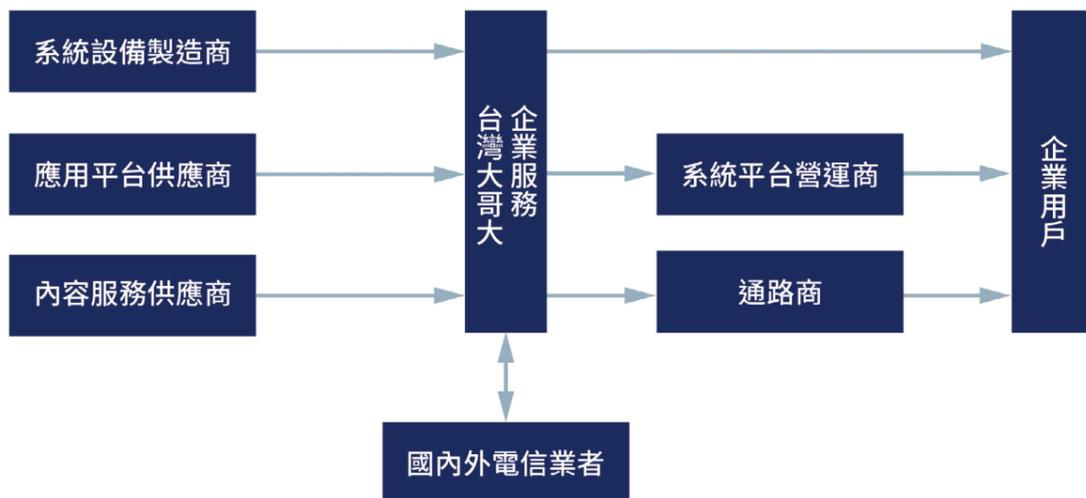
兩大合併案完成，業者仍需透過差異 5G 專案提升用戶貢獻，消費者端的競爭將轉移到智慧家庭、物聯裝置以及其他獨家終端和影音服務。

企業用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

因應減碳、永續發展的趨勢，促使自動化、資料可視化及轉型諮詢服務等需求上升，加上 AI 浪潮，進而帶動雲端、物聯網、資安等應用需求，替資通訊業者帶來更多商機。

(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

隨 O-RAN 和 5G 專頻專網市場的開放，各電信業者積極搭建 5G 專網生態系統，透過與台灣之星的合併，成功納入眾多中小型企業客戶，未來將著重推出多元電信和 SaaS 服務，以滿足市場需求。此外，隨著企業數位轉型需要更多資通訊服務解決方案，全球與台灣 ICT 服務市場未來將持續高度成長。本公司將在既有電信本業行動、固網、IDC 等基礎設施上，重點發展 ICT 資通訊整合服務，擴大 AI、物聯網、雲端、資安、能源等領域的服務範疇，攻取企業用戶與政府標案的垂直應用商機。

家計用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

隨著數位匯流市場需求漸增，以及其他視訊平台如 IPTV、無線數位電視，以及新興媒體如 OTT 數位影音串流和網路影音等主流應用的崛起，產業競爭越趨激烈，有線電視產業正處於面臨轉型的重要時刻。

(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光纖上網服務環境。

(三) 產品之各種發展趨勢及競爭情形

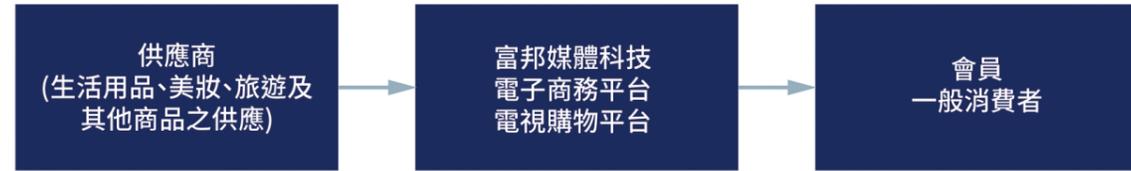
台灣光纖上網服務市場為一家獨大，且市場逐步飽和、成長率趨緩，然隨技術演進與 5G 發展對室內涵蓋需求，業者除價格外亦以網速做競爭。此外，有線電視全面數位化後，用戶透過大螢幕收視高畫質數位頻道及 OTT 內容的需求提升，多元 4K 頻道內容、聯網及聲控等智慧家庭整合應用成為未來產品及服務趨勢。

零售業務

(一) 產業之現況與發展

momo 為電商市場的領導業者，持續佈建快捷的物流倉儲系統，提供快速的到貨服務與一站式購足的消費體驗，持續擴大規模經濟與產業進入障礙。

(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或引進銷售店家，透過包括電子商務、電視購物等通路，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. 電子商務：競爭範疇已不再侷限電商通路，快速到貨與低溫配送的發展日漸成熟，共享平台與生鮮雜貨等實體通路皆為電商業者搶食之市場。
2. 電視購物：新型態購物管道瓜分了電視購物的市場，電視購物業者將影音技術延伸至 APP、facebook 直播，以及與網紅群進行直播商品介紹，開啟社群經濟的新領域。

三、技術及研發概況

公司 113 年度及截至 114 年 2 月 28 日止研發經費分別為 682,128 仟元與 123,178 仟元。主要研發成功之技術與產品如下：

計畫名稱	計劃說明
衛星通訊與地面通訊之干擾研究	分析衛星通訊系統與現有或未來可能建設的地面通訊系統間干擾情境。評估各種潛在干擾態樣，建立精確干擾模型，確保干擾影響控制在可容忍範圍內，維持兩個系統的正常運作。
5G 網路人流定位與節能應用	基於開放無線存取網路 (O-RAN) 架構，運用無線網路智能控制器 (Radio Intelligent Controller) 元件低延遲、快速響應的技術特性，實現高效能智慧網路服務。在 5G 網路場域，透過 3D 模型與光線追蹤模擬技術，優化基地台傳輸功率，動態調配網路資源以達成節能目標。
MyVideo	支援更多的智慧型電視，研發串流播放器、優化串流技術，增強系統安全性。
安全通信平台	導入 AI 模型，研發異常話務偵測功能。

計畫名稱	計劃說明
智慧家庭	支援 Matter 物聯網標準，打造跨品牌、跨生態系統之智慧裝置溝通新體驗。
MyMoji	擴增貼圖商城與手機建模功能，整合台灣大客服 App，探索虛擬互動應用。
AI 語音核身	以 AI 進行身分核對，減少真人客服服務所需的時間。
AI 語音客服	研發 AI 語音客服，取代傳統的 IVR 功能並減少專人服務。
智慧電銷	研發自動外撥服務，降低撥號等待及無效撥號的人力耗費。
數位身分認證 (eKYC)	自主研發臉部遮擋偵測與辨識模型，整合資料保護與文字辨識，打造全方位的線上身分認證服務。利用深度學習模型，開發線上身分驗證服務，包括人證比對，活體辨識，證件偽假偵測等。
反詐戰警	以 AI 優化企業偽冒網站偵測模型，強化情資庫。App 提供用戶進階全方位通訊安全防護，與 Android APP 掃描惡意應用程式功能。
GenAlus	應用 LLM 開發一個整合平台包含企業知識庫管理及 AI 應答能力的核心功能，以協助提升生產力。
社交工程	建置社交工程演練產品，提供內外部企業對員工進行社交工程演練服務。
萬能大麥	運用公司大數據結合 AI 模型，以智能判斷方式為用戶提供更符合其偏好和需求的個人化體驗。
威脅情資系統	研發情資分析與挖掘機制，提供實時的風險通知以及資安報告。
品牌電商代營運服務	研發多通路一站管理平台，以提升品牌商之營運效率。
MyCharge 充電站營運管理平台	建置充電站管理平台，方便管理於全國各地設置的充電樁。
OP 開市網	開店包申請表單電子化優化。 導入各類方便實用的 SaaS 服務。
myfone on line 商城整併專案	台灣大哥大網路門市與 myfone 購物網站，整併為 myfone 網路門市，並進行操作優化，提供一站式服務。
大哥付你分期	擴展合作商家並提供分期交易部分退款功能及電子支付收款。 支援與電子票券商城整合支付。 設計專屬業務特徵及搭配 AI 技術，將催收用戶分出不同族群，安排差異化催收排程與催收頻率。
M+/M+ Meet	提供 M+ 桌面版，訊息整合套件，擴充多因子驗證、AI 超級助理功能。 優化超大型視訊會議架構。提供市話 / 行動電話外撥邀請、即時字幕、會議記錄與摘要功能。
IP Camera 影像調帶服務 應用於雲端智慧倉儲	創新研發建置「IP Camera 影像調帶服務應用於雲端智慧倉儲」，期望可運用 CCTV 錄影經由雲地混合技術做連結，未來可應用於全台 44 個倉庫，如果有調帶需求能夠即時上系統觀看畫面，針對影片中出貨狀況確認當下商品的狀態，並將確認之狀況回報給客服中心，讓消費者能快速得到回覆。

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. 持續電動車充電樁建置，擴大 MyCharge 充電服務網絡，切入綠能市場經營。
2. 擴大一站式全套體驗商品類型 (OP 響樂生活套裝)，洽談獨家裝置包含手遊 /VR 遊戲機及其他科技產品提升專案吸引力，以 Matter 串聯跨品牌 IoT 產品打造更多元的智慧家庭套裝，驅動用戶選擇更高資費，強化客戶黏著度。
3. 深化與 momo 購物網資源整合併創造 5G 銷售優勢，以 mo 幣多專屬會員日創造用戶專屬尊榮體驗，並結合 mo Plus 訂閱服務提升用黏著度。

(二) 中長期業務發展計畫

1. 成為智慧家庭領導品牌：以台灣大哥大智慧家庭品牌，為用戶整合網路環境、智慧家電 / 裝置、數據與服務，提供完整家戶智慧化服務。為用戶提供一站式解決方案 (產品、服務、通路)；成為打造智慧宅之核心合作夥伴品牌。
2. 發展 MyCharge 品牌結合科技電信、大數據分析推出多元充電解決方案，並規劃建置 22kW 速率充電樁，提供用戶更快的充電效率。
3. 導入多元 eSIM 平台系統，以利長期穩定發展純 eSIM 智慧型手機、智慧汽車、智慧穿戴等 eSIM 的應用與合作。

企業用戶事業群

(一) 短期業務發展計畫

1. 除既有電路外，將積極整合集團資源與有線電視系統資源擴大服務涵蓋區域，並攜手合作夥伴，積極開發製造、零售、醫療、金融、政府等多元 5G 解決方案。
2. 攜手生態圈共榮產業夥伴發展多元雲端服務，滿足企業各類上雲、用雲、管雲、護雲等需求。
3. 打造企業資安服務，由內而外提供多重資安保護、賦能企業提升數位韌性。
4. 發展企業永續維運面解決方案，如碳盤查、能源管理等，深耕品牌 ESG 發展。
5. 打造客戶 / 產品 / 銷售資訊資料庫 e 化服務，提高營運效率並優化客戶體驗。

(二) 中長期業務發展計畫

1. 以 Telco + Tech 策略，積極擴大產業生態系，推出多元創新垂直整合解決方案，提升企業營運效率，搶攻 ICT 資通訊整合服務市場商機，並拓展海外市場布局。
2. 持續開發多元雲端商機，加速 AI 實際應用，協助企業客戶加速數位轉型。
3. 針對多變的資安攻擊持續研發資安解決方案，強化企業資安韌性。
4. 發展碳盤查、碳減量、能源轉型等企業專屬淨零碳排解決方案，落實永續價值。
5. 透過戰略結盟資源互補，開發端到端 ICT 整合服務。

家計用戶事業群

(一) 短期業務發展計畫

1. 持續優化基礎網路建設、增加高畫質數位電視節目及隨選影音內容，結合集團資源開發用戶。
2. 規劃 1G 以上的超高速光纖上網，提升寬頻服務及高畫質數位電視的滲透率，並持續擴大高頻寬用戶數的占比。
3. 與知名資安公司趨勢科技合作，導入網路防護及家長守護等應用服務。

(二) 中長期業務發展計畫

整合高畫質數位內容、多元終端裝置、高速光纖上網及雲端科技，推出創新及豐富的數位電視加值服務，讓家庭及個人用戶能真正享受從手機、電腦、平板電腦到電視，多螢一雲數位匯流服務的便利，引領家庭用戶朝智慧家庭邁進。

零售業務

(一) 短期業務發展計畫

1. 電子商務：提供差異化附加價值服務，利用巨量資料發展個人化商品推薦機制。藉由導購及分潤機制，提高社群行銷成效。持續與品牌商深度合作，同步線上線下消費權益。持續強化品類發展，吸引多元客群，發揮通路與品牌的最大綜效。擴大與供應商合作模式，以平台經營方式引入商家於購物網販售商品，打造集市效果，創造共榮。並輔以 RMN (Retail Media Network) 工具加強流量變現效果，提供更精準化的購物體驗。
2. 電視購物：擴大導入海外自營特有商品，深耕直播業務與會員經營，並透過與購物網商品及供應商整合，提高通路競爭優勢。

(二) 中長期業務發展計畫

1. 電子商務：將以大數據資料為基礎，施展多元行銷策略、精進優化搜尋引擎、強化短鍊物流佈局、提升流量效率、產品功能升級以及各式 UX (User Experience) /UI (User Interface) 精進，透過實踐創新的營運模式向下扎根，鞏固領導地位並持續擴大產業市占率。
2. 電視購物：積極拓展海外電視購物市場，使熱銷商品能互相跨國導出 / 導入；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。