

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	固網業務為國內前三大	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
114 營收 * （新臺幣百萬元）	89,388		5,932	108,666
114 年營業利益 * （新臺幣百萬元）	15,606		2,317	3,352

*：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，包含線上影音、音樂串流、雲端遊戲服務、獨家遊戲代理等，同時引進豐富的智慧型手機、手遊與及物聯網裝置、穿戴式裝置與智慧家庭產品等；打造「OP 響樂生活」與「好速成双」等專案，並持續延伸相關服務，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，MyCharge 電動車充電服務串聯智慧停車 USPACE，打造「停車 + 充電 + 支付」，提供民眾智慧移動網的一站式服務。並持續優化 eSIM 平台服務，拓展智慧車聯網、智慧穿戴及純 eSIM 裝置等應用場域，強化跨裝置服務能力，結合數位身分驗證服務，強化行動門號資料安全防護，並擴大數位生活場景之應用價值。

另透過集團資源支持新興新科技事業發展，關注 Web3 與區塊鏈技術於數位資產及去中心化應用等面向之潛力，並由集團內關係企業於符合法規之前提下，探索相關平台服務，拓展數位金融經濟生態系之可能性。

2. 企業用戶事業群

開展並深化「企業用戶 6C 策略」，提供企業用戶一站式資通訊解決方案，包括數位基礎建設服務 (Connectivity)、雲與算力服務 (Cloud & Computing)、解決方案 &AI 服務 (Client Solutions & AI)、資安服務 (Cybersecurity)、能源管理服務 (Carbon & Energy Service)，以及託管服務 (Consulting & Managed Service)。

(二) 營業比重

項目	年度	114	
		金額	%
電信收入		63,938	72%
銷貨收入		25,450	28%
合計		89,388	100%

(三) 計畫開發之新商品及服務

1. 個人用戶事業群

- (1) 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，包含最新 AI 眼鏡搭配 AI Plus 服務、手遊 /VR 遊戲機、電子書閱讀器及其他科技產品。
- (2) 門號專案多元服務 bundle：持續深化與 momo 購物網資源整合，並規劃 bundle OTT 影音服務，提供更多元的專案吸引用戶申辦 5G。
- (3) MyCharge 電動車充電服務：持續擴建電動車充電樁設施，營運場站數已突破 100 站、逾 550 支充電樁，提供用戶更快的充電效率。
- (4) 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，持續推出台劇內容以建立品牌形象，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。
- (5) 大哥付你分期：持續拓展先買後付服務之應用場域，結合電信帳單與多元通路，提供用戶更具彈性的支付選擇，並支援跨平台使用情境，提升用戶消費體驗與服務黏著度。

2. 企業用戶事業群

- (1) 數位基礎建設服務 (Connectivity)：鞏固電信本業，包含行動門號、數據寬頻、有線線路資源、海纜等；同時加強車聯網市場領先優勢及產品應用涵蓋，並在 IoT 管理平台基礎之上，推動智慧電表、水表、瓦斯表三大應用發展，協力智慧城市推動。
- (2) 雲與算力服務 (Cloud & Computing)：發揮電信維運天賦，啟用符合國際標準之 AI Data Center，以節能冷卻技術支援高密度算力，並推出算力即服務 (GPUaaS) 的彈性模式。同時深化雲端顧問與維運管理，建構全方位雲端生態系，並提供 AI 模型開發技術，協助企業加速數位轉型。

- (3) 解決方案 & AI 服務 (Client Solutions & AI)：持續深化集團資源與 5G 生態系，推動跨產業場域垂直應用落地。未來將深耕企業級 AI 解決方案，透過地端架構、語音辨識、企業大腦等技術，優化自動化與智慧化流程，賦能百工百業數位轉型及創新價值。
- (4) 資安服務 (Cybersecurity)：整合集團電商、資訊與物聯網之技術能量，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。
- (5) 能源管理服務 (Carbon & Energy Service)：攜手策略夥伴發展「碳盤查、綠電轉售、能源轉型」等淨零碳排解決方案，協助企業導入深度節能與儲能應用，落實減碳管理，並確保營運韌性。
- (6) 託管服務 (Consulting & Managed Service)：延續提供多元一站式「維運服務訂閱方案」，協助企業將重資本支出轉化為彈性營運支出，減輕資金壓力。結合專業團隊全天候監控與資安託管，助力企業降本增效、無痛轉型並專注核心業務創新。

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	114	
		金額	%
基本 / 數位頻道收視收入		2,931	49%
有線電視寬頻上網收入		2,430	41%
頻道代理收入及其他 (註)		571	10%
合計		5,932	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

以科技驅動商業模式創新，透過平台電商、零售媒體廣告及智慧物流，提供全方位的購物體驗。momo 購物網商品數量突破百萬件，部分商品提供「24 小時到貨」服務。同時提供 24 小時線上客服與供應商聯絡平台，滿足顧客與供應商各種需求。

2. 電視購物

擁有專業影音製作與商品開發團隊，涵蓋有線電視 430 萬收視戶及 MOD 203 萬優質收視戶的 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	114	
		金額	%
電子商務		105,634	97%
影音及其他		3,032	3%
合計		108,666	100%

(三) 計畫開發之新商品及服務

1. 品牌精耕及服務升級

momo 購物網將持續引進市場新品牌、優化平台營運機制並擴大商品品類，打造更完整的零售生態系。平台將提供更多元的經營工具與治理規範，促進優質供應商與 momo 深度合作，共同創造多樣化商品與服務。

在電視通路方面，除繼續開發新品類外，亦將擴大海外商品引進，強化平台獨特性。物流端則持續建構全台智慧物流網絡，透過智能化倉儲管理與物流基礎建設，提升配送速度與效率，強化「一日到貨生活圈」。

行動裝置服務利用 AI 技術提升 APP 使用體驗，強化語音與圖像搜尋功能，並落實資安與風險控管。確保交易安全。此外，將積極發展零售媒體廣告服務，提供精準流量轉化與一站式媒體投放方案，協助品牌提升行銷效能，創造更高價值。

2. 擴展新平台

電視購物不再僅侷限於有線電視平台，而是積極拓展多元數位通路。除了既有的平台外，現階段更著重於會員經營，透過精準行銷與專屬活動提升黏著度。同時，直播業務也是發展重點，結合即時互動與社群影響力，打造更具體驗感與參與感的購物模式，全面提升品牌競爭力與市場滲透率。

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

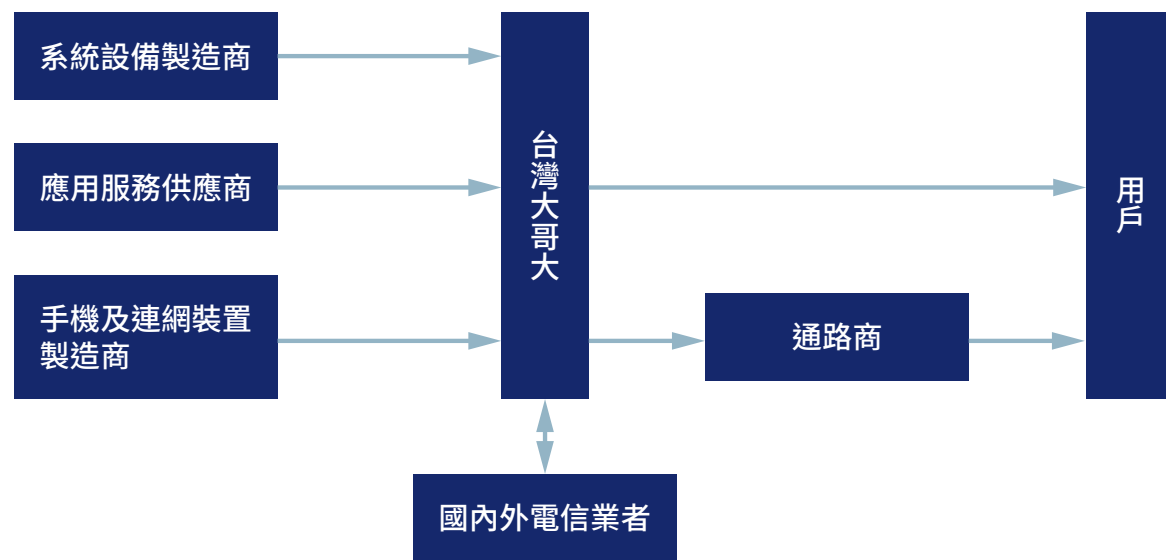
個人用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

5G 開台屆滿 5 年，全台 5G 滲透率已達近 4 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合併案完成合併次年，行動市場的競爭態勢也隨 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

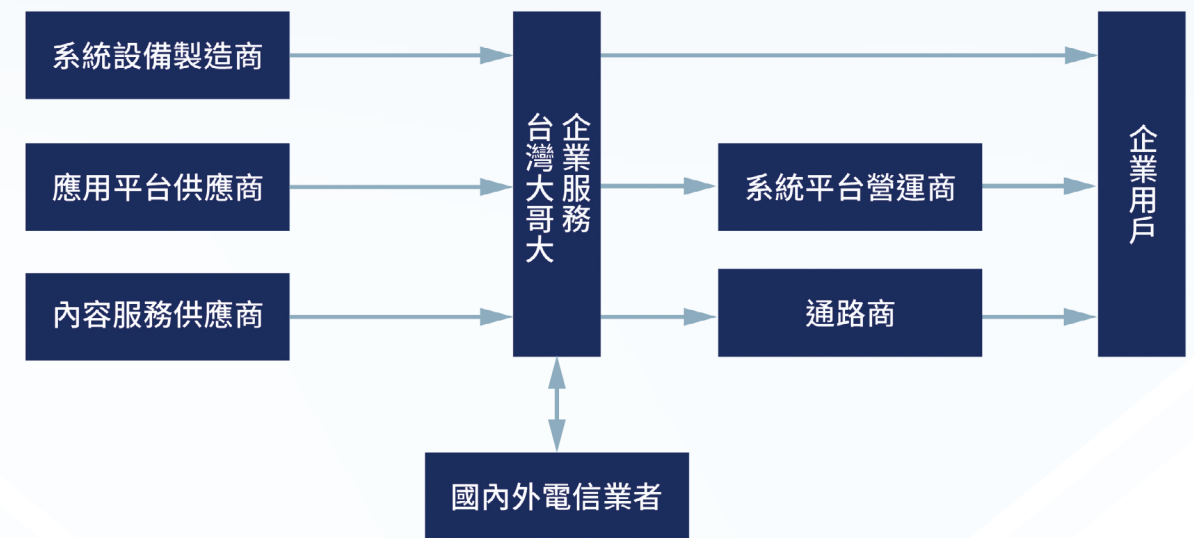
在三強鼎立的市場中，業者仍需透過差異 5G 專案提升用戶貢獻，消費者端的競爭將轉移到智慧家庭、物聯裝置以及其他獨家終端和影音服務，藉由結合 AI 相關服務、跨境服務合作，發展多面向數位生態圈。

企業用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

因應全球減碳及永續發展趨勢，企業對於自動化、資料可視化及轉型諮詢的需求持續攀升，再加上 AI 引發的產業變革，帶動雲端、資安、AI 基礎建設等需求成長，為資通訊市場創造更多商機。

(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 專頻專網市場開放，各電信業者積極建構 5G 生態系，在發揮與台灣之星整併綜效下，成功擴大企業客戶規模；同時，透過策略投資精誠資訊，結合雙方優勢以深化市場應用，未來將推出多元電信和 SaaS 服務，滿足市場需求。此外，隨著 AI 興起成為賦能企業轉型核心，將驅動對資通訊 (ICT) 解決方案需求的激增，全球與台灣 ICT 市場將持續成長。本公司將立基於行動、固網、Data Center 等電信基礎，重點發展 ICT 整合服務，並擴大 5G、AIDC、AI 應用、資安、雲端、能源管理等範疇，積極爭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

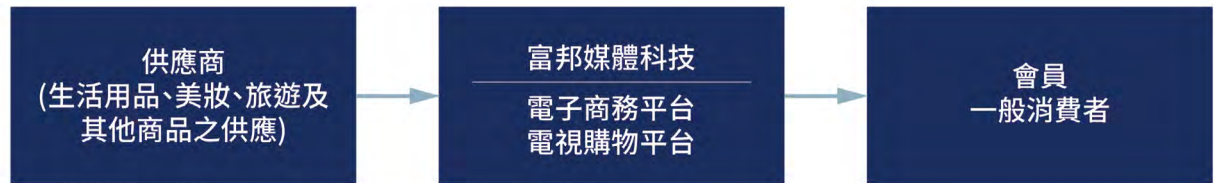
台灣光纖上網服務市場為一家獨大，且市場逐步飽和、成長率趨緩，然隨技術演進與 5G 發展帶動室內涵蓋需求提升，業者除價格競爭外，亦以網速作為重要的競爭訴求。此外，有線電視全面數位化後，用戶透過大螢幕收視高畫質數位頻道及 OTT 內容的需求提升，進而帶動多元 4K 頻道內容、聯網及聲控等智慧家庭整合應用，成為未來產品及服務趨勢。

零售業務

(一) 產業之現況與發展

momo 作為台灣電商市場的領導品牌，持續深化數位零售布局，打造多元化購物生態系。公司積極投資智慧物流與倉儲系統，提供「快速到貨」及一站式購足的消費體驗，持續發展零售媒體廣告、會員訂閱制、智能客服等，推動產業升級與長期競爭優勢。

(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：電商競爭已不再侷限於線上通路，市場焦點逐漸轉向「即時需求」服務。隨快速到貨與低溫配送技術日益成熟，生鮮雜貨及即時消費品成為各大業者積極布局的核心領域，藉此強化差異化，並提升消費者體驗。
2. 電視購物：新型態購物管道持續分食市場，電視購物業者積極轉型，將影音技術延伸至 APP 並強化社群投放，透過網紅直播進行商品導購，開啟社群經濟新局，提升互動與即時購物體驗。

三、技術及研發概況

公司 114 年度及截至 115 年 1 月 31 日止研發經費分別為 830,404 仟元與 74,297 仟元。
主要研發成功之技術與產品如下：

計畫名稱	計劃說明
5G 智慧網路異常分析與預測系統設計	探討大語言模型於電信網路中的應用，利用提示工程技術，結合多層次網路參數與事件紀錄，提升故障判斷的準確性與可解釋性。
識別高人流低訊號區域的智慧方法	建立可識別「高人流低訊號區域」之預測模型，以提升網路規劃之精準度與效率，作為後端網路資源配置與基地台優化規劃之依據。
5G 網路人流定位與節能應用	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。
AI 客服助手	支援即時將通話語音轉文字逐字稿，識別關鍵詞自動查找資料並啟動後續作業，通話結束後即時產生摘要及服務分類。
AI 語音客服	研發 AI 語音客服，整合語音辨識、語意理解與語音合成，提供即時且個人化的自助服務。
AI 智能催收平台	透過 AI 技術提升催收效益及降低真人催收成本。
TAI PBX 雲端總機	研發免佈線、低成本、可彈性擴充的智慧通訊系統，讓企業隨時隨地高效接聽每一通重要來電。
數位身分認證 (eKYC)	整合內政部換補領資訊檢核，支援雙證認證機制，拓展服務應用場景。
反詐騙警	新增社群媒體偽冒情資，並加強圖像辨識模型效度。App 優化風險網址、來電辨識等功能，帶動民眾下載使用。
萬能大麥	開發易用 UI 並使用 AI 模型及 LLM 進行產品推薦，幫助銷售人員快速了解用戶偏好及準確的個人化推薦。
GenAlus	持續進行 RAG/Assistant/ 檢索快取等功能優化及進階功能研發，以提升回答精準度及因應不同之應用。
品牌電商代運營服務	擴大各通路與供應商合作範圍，透過 AI 與自動化技術提升營運效率與品質。
MyCharge 充電站營運管理平台	建置能源管理系統，提昇整體能源使用效率。
虛擬資產管理系統	建立虛擬資產管理系統，實現加密貨幣買賣、資產安全管控並強化系統合規性設計。
大哥付你分期	(1) 建立 QRCode 線下支付功能，拓展多元化的使用場景。 (2) 建立折價券行銷機制，發放優惠券促進商家與平台的深度合作。
OP 開市網	(1) 科技服務平台整合服務並建立 e-Commerce 平台。 (2) 推出開店包 APP，提供更專業、客製化的服務體驗。
M+/M+ Meet	提供 M+ 桌面版 VoIP 通話功能、開發 M+ App 支援 TAI-PBX 通話，擴充 EIM 及會議功能。
智慧家庭	以 Matter 標準持續發展，導入 AI 等智慧家庭全新技术，整合第三方合作，提供社區居家等多元應用。
以數據驅動的 RMN 廣告系統：構建智能投放與用戶體驗的新型廣告生態	本年度創新研發建置「以數據驅動的 RMN 廣告系統：構建智能投放與用戶體驗的新型廣告生態」，旨在提升 momo RMN 平台之成熟度與易用性，讓品牌投放更聰明、成效更清楚；同時擴大平台服務覆蓋，讓不同規模商家皆能參與，進一步拓展平台廣告營收，並持續強化本公司在電商與數位廣告領域的領先地位。

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)，洽談獨家裝置包含最新 AI 眼鏡搭配 AI Plus 服務、手遊 /VR 遊戲機、電子書閱讀器及其他科技產品，創造多螢生活響樂專案的吸引力；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 購物網之資源整合，以創造 5G 銷售優勢；透過獨門「mo 幣多」專案加深用戶與 momo 之連結，並提供多元 mo 幣抵扣服務以擴大生態圈。另針對已於 momo 購物網穩定消費之用戶，推出「mo 幣多 Plus」專案，透過贈送 moPro Plus 服務使其能享有更多優惠與消費回饋。

(二) 中長期業務發展計畫

1. 深化 MyCharge 發展：結合電信科技、大數據分析技術推出多元充電解決方案，並串聯智慧停車 USPACE，打造「停車 + 充電 + 支付」一站式服務，深化智慧移動網的布局。
2. 成為智慧家庭領導品牌：台灣大哥大智慧家庭品牌為滿足用戶於產品、服務、通路三大面向需求，整合網路環境、智慧家電 / 裝置、數據與服務，並拓展家用儲能及智慧家庭 APP 的 AI 應用提供完整家戶智慧化服務，同步更積極成為打造智慧宅之核心合作夥伴品牌。
3. 導入多元 eSIM 平台系統：以利長期穩定發展智慧汽車、智慧穿戴及純 eSIM 智慧型手機等 eSIM 的應用與合作。
4. 深耕 AI 底層技術應用：持續深化 AI 作為數位服務之關鍵底層能力，聚焦身分驗證、安全防護與產業應用。在信任與資安面向，結合 AI 技術與數位身分驗證，發展 AI 語音核身與「反詐戰警」等應用，範疇涵蓋語音、簡訊、圖文與偽基站偵測，藉此強化行動門號資料守護與服務安全性。

企業用戶事業群

(一) 短期業務發展計畫

1. 運用集團旗下凱擘與有線電視系統資源，擴大服務涵蓋區域與網路韌性，提供更完整的高速電路基礎與多網整合服務。
2. 整合 5G 生態圈夥伴，針對製造、零售、醫療、金融、政府等領域，開發符合產業場域需求之多元 5G 垂直整合解決方案。
3. 立基於電信本業優勢，規劃 AIDC 等基礎設施，提供高效能算力服務，滿足企業對 AI 與高密度運算需求。
4. 立基內部需求並經自身場域驗證，整合 ASR(Automatic Speech Recognition)、及 TTS(Text-To-Speech) 等技術，串接 GenAIus 智慧大腦，輸出成熟之 AI 解決方案。
5. 攜手生態圈夥伴發展多元雲端服務，滿足企業在「上雲、用雲、管雲、護雲」各階段之需求。
6. 打造企業資安服務，提供由內而外的多重保護，並規劃事前演練、即時應變與組織韌性相關資安服務，賦能企業提升數位韌性。
7. 發展企業永續維運解決方案，範疇涵蓋碳盤查、能源管理及智慧大樓應用等，持續深耕品牌 ESG 發展。
8. 優化客戶、產品及銷售資訊之 e 化資料庫系統，透過數據整合提高營運效率並改善客戶體驗。

(二) 中長期業務發展計畫

1. 貫徹「Telco + Tech」策略，整合策略夥伴資源，開發多元垂直整合解決方案，提升企業營運效率，搶佔資通訊市場商機，並加速拓展東南亞等海外市場布局。
2. 積極拓展雲端商機，加速多元場域 AI 應用發展，協助企業客戶全面數位轉型。
3. 結合電信級網路防護能力、資安專業服務與演練型解決方案，持續深化企業資安服務價值，強化企業資安韌性。
4. 深化碳盤查、能源轉型等企業淨零解決方案，並展開綠電應用布局，助力企業落實能源轉型及永續價值。
5. 透過企業戰略結盟發揮資源綜效，打造全方位 ICT 整合解決方案。

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：將持續強化差異化服務，透過巨量資料與 AI 技術，精準推動個人化商品推薦，提升消費體驗。藉由導購與分潤機制，擴大社群行銷效益，並深化與品牌商的合作，實現線上線下消費權益整合。同時持續拓展品類規模，吸引多元客群，發揮通路與品牌的最大綜效。平台將擴大與供應商的合作模式，推動「mo 店 +」打造集市效應，促進共榮發展。此外，將積極運用零售媒體廣告工具，強化流量變現與精準廣告投放，提供更個人化的購物體驗。
2. 電視購物：擴大導入海外自營特色商品，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，強化通路競爭優勢。

(二) 中長期業務發展計畫

1. 電子商務：將以大數據與 AI 為核心，推動多元行銷策略，持續優化搜尋引擎與推薦演算法，並強化短鏈物流布局，提升配送效率。同時，將專注於流量效能提升、產品功能升級，以及 UX (User Experience) / UI (User Interface) 的精進打造卓越的購物體驗。透過創新營運模式與智慧化技術，鞏固市場領導地位，並持續擴大產業市占率，確立長期競爭優勢。
2. 電視購物：積極拓展海外電視購物市場，促使熱銷商品跨國互相導入與輸出；並善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，創造更高經營效益。