

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、簡訊、多媒體暨影像視訊傳輸服務。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、國際長途電話之雙向收發話服務，及撥打國際直撥受付電話、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）、超值型國際經濟電話（016）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。
加值服務	數據加值	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加值服務，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短片、音樂下載、瀏覽星座命理或金融理財資訊、行動社群服務、遊戲樂園、myBook 書城、行動導航、整合性訊息服務，包含電子郵件、簡訊、多媒體簡訊、手機電影購票，及即時通訊等行動入口網站服務內容。
	語音加值	提供客戶來電答鈴、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。
	簡訊加值	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 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，提供各類型行動加值服務內容給客戶，如金融報價資訊服務、圖鈴下載服務等。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目 \ 年度	100	
	金額	%
電信收入	52,191	90%
手機銷貨收入及其他	5,918	10%
合計	58,109	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.加值服務：將針對市場主流之智慧型手機等相關手持行動裝置，持續開發多元化服務及豐富軟體商店，讓用戶樂於使用本公司所提供的加值服務。

(四) 營運現況

1.月租型資費及服務

100 年度持續受國家通訊傳播委員會公告調降月租型語音資費網外及市話費率，衝擊語音營收表現，本公司積極提升中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 100 年底，中高資費用戶佔比較去年增加 6%。

顧客經驗是決定顧客忠誠度的最重要關鍵，台灣大哥大除了提供個人化的專屬服務如提前以優惠的折扣滿足換機需求及減免通話帳單等，更針對不同目標用戶族群之生命週期，搭配智慧型資料庫分析及行銷推廣溝通系統的輔助，適時提供一系列行動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、電信聯名卡帳單回饋等，藉此與用戶增強情感上之聯結以降低離異率。

2.預付型服務

本公司延續 99 年「熱線三強打」優惠，提供預付卡用戶常用網內、市話、網內影像電話話務皆享優惠，並於 100 年再推出送簡訊的「簡訊福利包」，提供用戶更多不同的費率選擇，使 100 年預付卡總用戶數再成長近二成。

除預付卡用戶數的提升外，亦積極拓展預付型用戶加值服務使用率及使用量，結合門號卡及儲值卡促銷贈送加值服務，100 年度預付型用戶非簡訊加值服務營收亦成長逾四成。

3.加值服務

本公司 100 年加值服務營收較 99 年大幅成長 47%，行動上網年營收成長更高達 93%，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。

本公司 100 年度推出多項創新且廣受市場歡迎的加值服務產品，包括：專為智慧型手機打造的「matchApps 軟體商店」，精心挑選優質軟體、易於操作的使用者介面、詳盡的軟體介紹，用戶能輕鬆體驗行動上網的樂趣，其下載量及不重複用戶數均為業界翹楚；針對用戶在休閒、娛樂及購物消費方面推出「MoFun 頻道」及「Match Portal」，圖文並茂的生活潮流影音資訊，創造手機上網新視野，成效卓越，用戶數及下載量屢創新高；「myBook 書城」為用戶打造 24 小時不打烊的線上書城，於 100 年底進軍線上實體書

城，首開業界先例，提供虛實整合的閱讀環境，滿足用戶對實體書和電子書的不同需求，在傳統閱讀與數位閱讀間建立更完整的資訊流平台。TV 隨身看提供「HD 和台灣行動電視館」，專為智慧手機、平板電腦打造的行動電視服務，提供超過 40 個行動頻道供用戶選擇，含新聞財經、綜藝戲劇等，操作超簡單、影音品質再進化、支援 3G 與 Wi-Fi 網路，滿足用戶隨時隨地看電視需求。

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、數位有線電視、光纖寬頻上網及聯網電視服務，並透過轉投資優視傳播股份有限公司，自營 momo 親子台優質頻道，並積極投入自製本土節目內容及與國內外頻道業者接洽，代理引進精彩豐富的頻道內容，提供客戶全方位的數位影音娛樂服務。

服務類別	產品/服務	說明
視訊服務	有線電視	透過高頻寬之同軸纜線作為介質，傳送豐富多元頻道電視內容到客戶端電視的視訊服務。
	數位有線電視	1.引進國內外數位頻道節目訊號，透過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機上盒及智慧卡，收視高畫質數位影音服務。 2.透過寬頻上網服務，可提供「聯網電視」服務，客戶可透過電視機及遙控器連結上網，瀏覽各式影音多媒體娛樂內容及使用四螢一雲的數位匯流服務。
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，提供高速上網服務。
頻道代理	有線電視頻道 數位有線電視頻道	代理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。

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目 \ 年度	100	
	金額	%
基本/數位頻道收視收入	4,181	71%
有線電視寬頻上網收入	924	15%
頻道代理收入及其他	809	14%
合計	5,914	100%

(三) 計畫開發之新商品及服務

1.超級錄影機服務

用戶不用購買錄影機，就可以透過台灣大寬頻所提供的數位機上盒，外接硬碟，進行電視節目的錄影、暫停、快轉及重看功能，透過此服務的推展，提高用戶使用數位電視的黏著度與開機率，進而提升數位電視服務滲透率。

2.超高速光纖上網服務

積極投入網路建設與改善工程，以提供品質更穩定、價格合理及頻寬實在的超高頻寬規

格的光纖上網服務，滿足用戶使用更多元的網路多媒體服務的高頻寬需求，刺激用戶申辦光纖上網及提高其滿意度。

3.數位電視加值服務

積極開發與增加數位電視的加值服務內容，包括熱門影音如戲劇、電影、電視線上遊戲、時尚流行資訊、數位學習等更豐富的加值服務內容，提高用戶申辦數位電視意願，增加數位電視使用率。

4.數位匯流創新服務

運用本公司已擁有的行動通訊、固網、有線電視等豐沛資源及順應全球數位匯流服務產業趨勢，結合產業上、中、下游，包括國內外內容服務提供商、終端裝置商及網路平台業者共組「雲端暨數位聯網電視聯盟」，積極發展跨平台四螢一雲（手機、電腦、電視、平板電腦）數位匯流服務，拓展新事業版圖，讓用戶隨時隨地享受到數位匯流服務便利、多元的好處。

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「資訊及通訊整合服務」的重要供應商，為企業客戶量身訂作完整的行動、固網、資通整合服務。

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。
	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。

服務類別	服務項目	重要用途
數據服務	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。
	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。
	網站代管	提供用戶高效率、高經濟性的網頁網站服務。
	郵件整合代管	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。
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®)	本公司為台灣第一家提供 BlackBerry® 服務之電信業者，可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，使企業用戶可安全、即時地掌握電子郵件、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。
	行動數據網路服務 (MDVPN)	透過本公司 GPRS/ HSPA 網路，員工可隨時隨地連結企業內部資訊系統。
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。
	資安大管家	提供用戶全球資安預警通報、即時監控、弱點掃描等資安管理服務，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。
	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。
	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。
	雲端基礎設施服務 (IaaS)	利用虛擬化技術，提供彈性、即時、可擴充性高的 IT 基礎架構做客戶建置系統使用

(二) 營業比重

單位：新臺幣百萬元

項目 \ 年度	100	
	金額	%
行動電信收入	4,046	41%
固網業務收入	3,675	37%
國際語音轉售收入及其他	2,140	22%
合計	9,861	100%

(三) 計劃開發之新商品及服務

1. 資安大管家服務：新增網頁弱點檢測服務功能，模擬使用者行為，配合自動化工具剖析網頁內容及分析結果，找出已知或未知的漏洞。
2. 雲端內容傳遞服務：提供 IDC 客戶高效率的數位內容下載平台，讓客戶將大容量的數位內容，以較低成本費用及穩定高速的傳送方式傳遞至終端用戶。
3. 雲端資安服務：提供實體和虛擬系統多種攻擊類型的防護。
4. 雲端學習服務：可輕鬆、快速製作及呈現企業創意、產品、新知的多元化線上影音應用平台。

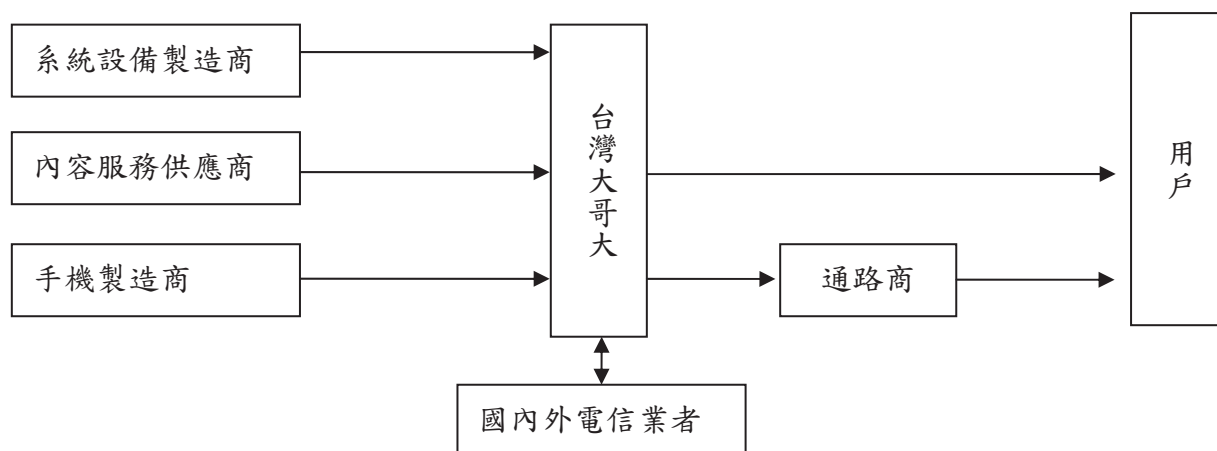
二、產業概況

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，但次要業者持續以網內免費及各式促銷搶攻市佔，促使市場競爭加劇；加上國家通訊傳播委員會自 99 年開始連續三年，將 3G 語音費率納入資費調降政策，已衝擊各業者營收表現。

(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

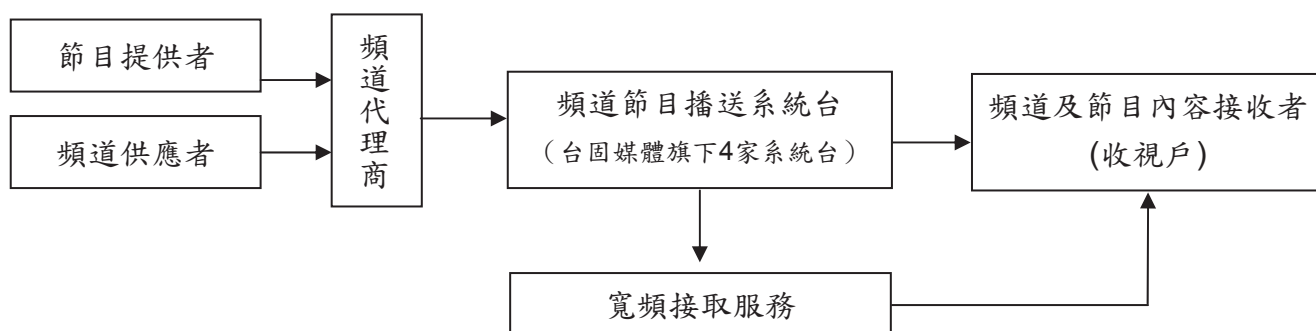
各業者積極發展行動寬頻市場，陸續推出數據服務新資費，搭配各式載具及加值服務，刺激月租型用戶使用，將為未來營收成長主要動能。預付型市場因既有業者持續以低價促銷及新進業者加入而競爭加劇。

家計用戶事業群

(一) 產業之現況與發展

有線電視雖已成為視訊服務平台的主流，但面對陸續興起的服務替代品如 IPTV、Internet TV 及新興媒體...等相繼加入產業競爭，有線電視產業必須積極進行數位化，以持續提供創新數位電視增值服務，吸引用戶將傳統有線電視升級為數位電視；與產業鏈上、中、下游之廠商進行策略聯盟或必要的整合，開拓有線電視之新事業機會，並搶佔在產業鏈中的核心位置；同時，在快速增加視訊服務頻道與節目內容、數位電視增值服務越來越多元豐富的趨勢下，有線電視業者也須要提供用戶超高速且品質穩定的寬頻上網服務，兩者相輔相成，才能於日漸激烈的市場競爭中立於不敗之地。

(二) 產業上、中、下游之關聯性



台灣大寬頻擁有最後一哩的傳輸途徑優勢及跨行動通訊、固網、有線電視的集團資源、並領先業界積極投入產業鏈上、中、下游之整合，掌握多方優勢，將在有線電視數位化的過程，建立核心競爭力與開拓商機。

(三) 產品之各種發展趨勢及競爭情形

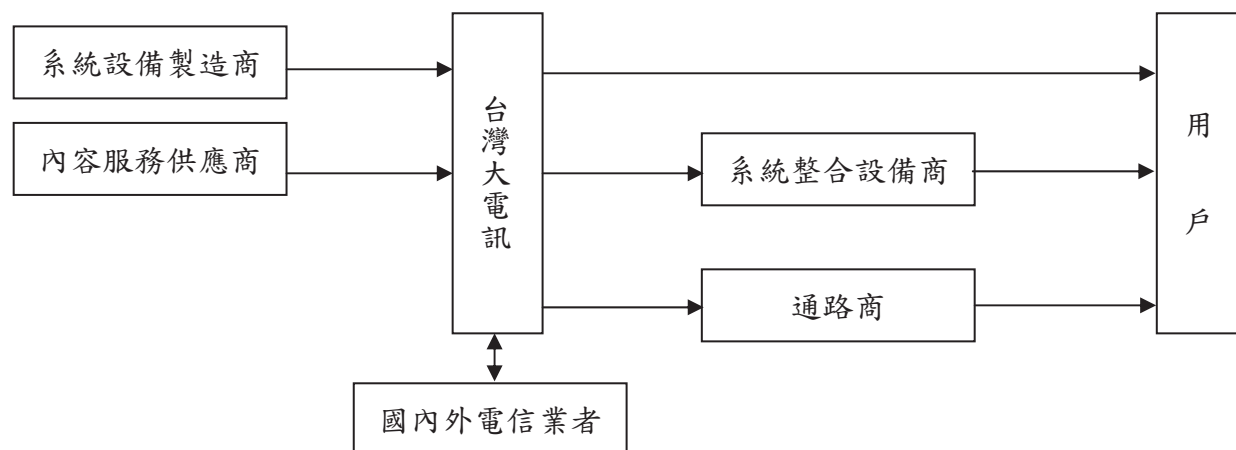
寬頻上網服務市場雖競爭激烈，但家計事業群在寬頻上網服務新增用戶數仍持續快速成長，面對高度的市場競爭及用戶快速成長，加上數位有線電視增值服務不斷的推陳出新，台灣大寬頻已提供 60M 以上的超高速光纖上網服務，以滿足用戶需求；同時，寬頻上網速度提升與上網裝置的普及，台灣大寬頻也將持續開發創新數位電視增值服務，讓增值服務從傳統的靜態圖文走向多元且高互動性的影音多媒體，服務的使用也從單一裝置走向跨不同設備也可使用，造就跨平台影音服務、隨選視訊、聯網電視等創新服務蓬勃發展，帶給消費者全新的視覺享受及家庭娛樂。

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總計 83 家，主要包括固網業者有 4 家，2G 及 3G 業務經營者有 6 家；電路出租業者有 62 家；第二類電信事業經營者（包括網際網路接取、語音單純轉售、網路電話及其他增值服務）總計有 454 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、無線及電腦界限趨於模糊，更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 97.57%，在長途網路營收方面亦佔有 70.08%，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 40.97%；寬頻有線上網服務部份，台灣主要的寬頻接取型態為 xDSL 上網方式，近年寬頻用戶有移向 10M 以上高速率之趨勢，而中華電信具有 ADSL 及 FTTx 電路的最後一哩優勢，寬頻市場新進業者仍無法有效與其競爭，且在電信服務 IP 化及行動化趨勢下，預期在數據電路及網際網路服務方面的營收將僅微幅成長，語音服務產品營收則將持續下滑。

隨著智慧型行動裝置興起及網路建設成熟，政府亦計劃投入資金將台灣資通訊產業轉型升級為雲端運算產業，故各業者除持續推動企業客戶行動應用方案外，將積極打造雲端中心，提供各種雲端應用服務，故未來雲端、行動上網、ICT 資通訊服務（Information Communication Technology）將為營收成長主要動能。

三、技術及研發概況

本公司最近兩年度及截至 101 年 2 月 29 日年報刊印日之研發經費及其占營業額之比例如下表所示，101 年預計再投入新臺幣 834,415,051 元。各項研發計畫均為提供先進技術、提升客戶滿意度為主，同時可望增進數據增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
99	641,928	1.10%
100	563,461	0.91%
當年度截至 2 月 29 日止	96,331	0.87%

本公司研發部門包含系統設計、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	計劃說明
行動 VoIP 及 IP Message App 技術研究	針對常見之行動 VoIP 及 IP Message App 之技術進行深入研究分析，以掌握其訊務成長趨勢，並提出未來因應對策。
LTE 的合作式 MIMO 中繼與載波聚合	針對 LTE-Advanced 的兩個重要主題，合作式 MIMO 中繼以及載波聚合，進行深入的研究。
在基地台細胞邊緣之增進資料吞吐量的方法研究	在基地台細胞邊緣之增進資料吞吐量的方法研究。
客戶問題後送管理整合系統	建置跨事業群之客戶問題後送管理整合系統，提升客戶服務品質的關鍵基礎建設。發展全面性客戶服務管理願景，展現不同於其他電信同業的企業價值。
電子通路銷售推薦 E-CRM	客戶瀏覽台灣大哥大網頁時，於網站上推出對用戶最有利之銷售推薦產品，經客戶點選後完成訂單流程。
漫遊一卡兩號	建置漫遊一卡兩號功能，使台灣大哥大與漫遊業者的門號在單一 SIM 卡上可互為主副號，當兩者的客戶在對方網路內漫遊時，可由當地業者的門號（副號）發受話，享有較優惠的費率，以爭取到新客戶。
IT 可重用資產	已發展與建置多個 IT 可重用之元件，其中工作流程引擎（Workflow Engine）已實際整合於客戶訂單系統的執行流程，有效降低系統重複開發與建置之費用，並提升品質、效能與提高生產力。
私有雲雲端運算	整合 IT 基礎建設資源，提供 IaaS/PaaS/SaaS 的企業內部雲端運算環境。
IT 資訊機房綠化節能與網路優化	資訊機房電力升級（高壓電力），並使用變頻冰水壓縮系統及使用節能 T5 燈管，資訊網路同時啟用大頻寬 DWDM 與 FCoE，達到綠化節能、省空間之高效機房，節省電力能源費用，達節能減碳之效益。
系統服務即時監控服務更新升級	建置各主要服務之 End to end 監控服務，即時掌控客服系統及各店點資訊即時服務狀態，提供完整系統維運信息，用以預防障礙與精準確認障礙點，以提高資訊服務之品質及提昇系統可用性。
建置軟體防火牆（WAF）與店點資訊網路與電腦安全管理機制	所有對外服務網站，全面導入軟體防火牆保護；新增店點設備硬體管控機制（MAC）清單制、電腦權限自動回報，以提昇資訊網路連線安全，降低電腦病毒、資訊外洩及入侵風險。
網路門市系統單購、電子發票與手機購物	在網路門市系統上建置 3C 及週邊產品的販售機制，包含商品管理與銷售等模組。 在網路門市系統上建置開立電子發票機制，包含發票開立、發票查詢、發票作廢、會計帳拋轉等。建置手機購物機制，客戶透過手機進行商品瀏覽、商品購買、付款結帳等，並具有商品管理後台功能。
公司網站手機操作專區、搜尋優化與全國繳費網	在 TWM 官網上建置手機操作引導機制，達成客戶自助服務之目的。 建置商務網站搜尋優化機制，以提升在 Internet 上的搜尋排名與搜尋曝光度。提供客戶透過全國繳費網進行 TWM 電信帳單的查詢與繳費作業，後續並進行銷帳作業。
MOMO Shopping 合作案	為拓增 TWM 銷售管道及提升客戶購物之便利性，建立 TWM 可透過 MOMO Shopping 網購平台銷售單購商品，以增加銷售動能。
線上信用卡付款與詐欺防範	客戶可以經由 IVR 語音或是網頁，以信用卡或金融卡支付帳單、購買 EC 商品、加值服務等費用。本計劃除了界接信用卡收單銀行以完成信用卡授權與付款交易外，同時建有詐欺防範的功能，透過高風險名單管理與銀行照會功能，避免偽卡之詐欺交易行為。

計畫名稱	計劃說明
企業用戶銷售管理與佣金系統建置	業務管理作業全面導入銷售管理 e 化平台，整合並優化業務人員常用之作業與資源，取代人工處理，並提升業務支援與績效及強化後端管理；建置具彈性的核佣資訊系統，取代人工作業並提高核佣之正確性及整體效率，更可因應日益複雜之核佣條件變更與調整。
直營門市客戶臨櫃滿意度調查系統	建置直營門市客戶申辦即時回饋平台，迅速掌握客戶意見，促進櫃檯人員服務品質提昇與立即回應；透過客戶滿意度資料分析，確實掌握店點服務品質。
陸客自由行-預付卡系統	因政府持續擴大兩岸交流，陸客來台人數大幅成長，預付卡恰可滿足短期旅客語音/上網需求，經由虛實通路整合，提供大陸預約，台灣申裝管道以鎖定客戶群，跨系統整合後台核佣/資料分析提供行銷支援。
營收確保專案	建置營收確保相關系統進行各網路設備與資訊應用系統間的資料比對作業與問題追蹤管理，以防堵系統與作業缺失，降低話務資料遺漏或無法批價的通信行為，確保公司應有營收，同時強化帳單的正確性與客戶信賴度。
帳單轉圖檔系統	將郵寄給用戶的各類信函（包括帳單、發票、收據、通話明細、存證信函、催收函、歡迎函等），從純文字檔轉為列印圖檔或 PDF 檔，以提高資訊安全並增加選擇列印商彈性以降低成本。
客戶用量提醒系統	提供台灣大哥大用戶國內語音及數據用量提醒服務，當該月使用量超過提醒門檻時，立即以簡訊通知用戶，方便用戶掌握門號使用狀況，並建議用戶選用適合之費率，避免高額帳單爭議，提高客戶滿意度，並增加公司營收。
myBook 書城	台灣大哥大 myBook 書城首開業界先例，線上書店提供電子書與實體書販售，透過行動電子書城平台不限台灣大哥大用戶，皆可隨時隨地利用手機和平板電腦下單買書，輕鬆享受雲端在地生活。
台灣行動電視館	「行動電視整合平台」提供多種即時影音頻道，並依網路傳輸速度提供高畫質影音內容供 3G 智慧型手機和平板電腦用戶觀賞。
台灣大哥大行動客服	台灣大哥大首創推出國內電信業第一個行動客服 APP，提供包括查詢未出帳金額、帳單、附近門市、國際漫遊費率等實用功能，讓用戶隨時、隨地、隨身擁有智慧型的行動客服。用戶可藉此得到最即時的服務，並降低進線客服的需求。
myPhoto	以跨用戶族群的數位匯流平台架構為基礎，建置可提供個人相片上傳、儲存與分享的雲端社群應用服務，可同時支援多種螢幕裝置，提供行動電話用戶、數位電視用戶及網外用戶使用，創造全新數位匯流服務體驗。
Appguru	經營 App 論壇，提供會員 Android / iOS App 討論空間，並提供每日最新免費軟體資訊。會員亦可發表個人文章，分享彼此的經驗。
台灣大會員中心	建立台灣大會員中心，整合集團內個人事業群手機用戶與家計事業群數位電視用戶，並開放非台灣大網外用戶可加入，搭配新增信用卡付費的機制，逐步支援 matchMarket、myBook、moFun 等應用對網外用戶提供服務，擴大加值服務客群。

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

除鼓勵現有用戶升級使用 3G 服務、致力於行動寬頻與行動上網普及化，同時積極投入開發各項創新服務、確保網路品質並持續進行優化，搭配更優質、平價之智慧型手機與行動裝置，使顧客享有更完備的行動生活。

(二) 中長期業務發展計畫

持續開發與提供符合用戶需求的多樣化數位匯流服務，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. 在有線電視經營區內，積極投入網路建設，提供家庭用戶有線電視、數位有線電視、超級錄影機、超高速光纖上網及雲端聯網加值服務。
2. 持續提升寬頻上網服務的滲透率、提高高頻寬用戶數佔比、提高每一用戶的貢獻度及持續增加數位有線電視服務用戶數與滲透率。

(二) 中長期業務發展計畫

未來將推出國內最高頻寬的 100M 以上超高速光纖上網服務，同時也將整合數位內容、終端裝置及雲端聯網科技，推出創新的數位電視加值服務。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，成為家庭媒體娛樂整合服務的最佳提供商。

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，為因應行動辦公室需求，將拓展企業行動化應用方案，且預定 102 年正式啟用 2,300 坪雲端 IDC 機房，提供更優質創新的雲端運算服務；並利用全省門市通路加速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，提升經營效率。

隨著雲端運算服務需求增加，預估跨國頻寬流量將快速成長，已投資兩岸直通的淡福海纜，以提升在亞洲的營運地位。

(二) 中長期業務發展計畫

以延伸既有網路服務到資通訊科技為主要目標，發展方向包括：

1. 雲端及企業行動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，並擴展中小企業用戶市場。
- 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。

五、客戶滿意度

本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	98 年度	99 年度	100 年度
整體滿意度	3.6	3.7	3.7
通話品質滿意度	3.7	3.7	3.6
電話客服滿意度	4.2	4.3	4.3
門市服務滿意度	4.0	4.1	4.0
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。			

伍、市場及產銷概況

一、市場分析

個人用戶事業群

(一) 公司主要服務之提供地區

個人用戶事業群以個人之行動電信服務為主，銷售市場遍及台灣地區全部範圍，以及金門、馬祖等離島地區。

(二) 市場供需狀況分析與成長性

截至 100 年第 4 季台灣地區行動門號普及率已達 124%，市場呈現高度飽和，次要業者持續以網內免費搶佔市場導致語音市場競爭加劇。此外，隨著行動載具快速演進，行動寬頻用戶及相關加值服務需求與日俱增，吸引業者競相加入，市場呈現蓬勃發展。

(三) 競爭利基

1. 客戶結構持續優化

100 年度整體用戶之資費分佈結構持續優化，低資費用戶比率較 99 年度再降低約 6%，中高資費用戶比率則維持成長。

2. 領先業界的無線寬頻服務

本公司領先業界在 94 年推出 3G 服務，96 年推出 3.5G 服務，提供用戶彈性的資費規劃、獨家優質手機選擇及豐富多元的加值服務。至 100 年底，合併行動業務累計吸引 3G 用戶約達 500 萬人，3G 用戶在加值服務貢獻的 ARPU 亦大幅超越 2G 用戶，成為加值服務營收成長的新動力。

(四) 發展遠景之有利、不利因素與因應對策

1. 有利因素

(1) 隨著高速傳輸技術成熟、行動上網載具的價格及費率平民化，加上各式應用服務蓬