

## 臺北市政府創意提案競賽提案表

提案類別	<input checked="" type="checkbox"/> 創新獎 <input type="checkbox"/> 精進獎 <input type="checkbox"/> 跨域合作獎
提案年度	105 年
提案單位	臺北大眾捷運股份有限公司/事業處
提案人員	主要提案人：王素華 貢獻度：20% 參與提案人：詹文滔 貢獻度：15%、林百鍊 貢獻度：15%、 趙世忠 貢獻度：15%、鄭淑貞 貢獻度：15%、 李青樺 貢獻度：10%、胡嘉華 貢獻度：10%
提案範圍	有關各機關為民服務品質之改進革新事項
提案名稱	推動捷運智慧物流空間設置
提案緣起	<p><b>一、網購宅配市場快速發展且成長空間大</b></p> <p>據估計目前台灣每年約有 200-300 億元宅配商機，平均每人每年約宅配寄送 1 件物品，相較於日本的每人每年 9 件，市場還有很大的成長空間。而宅配在整個物流商業模式中，扮演著最後一哩服務的角色，如何在這角色中獲得更多消費者的青睞，是物流產業積極發展的目標。</p> <p><b>二、善用捷運車站價值，創造便利生活</b></p> <p>每日超過 200 萬人次的旅運量，台北捷運不僅是便利的交通工具，更是連結整個大台北都會區民眾生活的大動脈，而人潮帶來錢潮，<b>捷運車站挾人流匯集及地域便利之優勢，自然是最佳的服務據點及商業發展空間。</b>捷運車站是人流匯集之地，若能再導入物流，更能充分發揮車站的服務價值。</p> <p><b>三、網路購物、捷運站取貨時機成熟</b></p> <p>104 年 11 月經提案人提出「網路購物、捷運站取貨」的物流模式初步構想，並獲得公司支持後，著手邀請國內外多家廠商洽談於捷運車站設置物流取物櫃進行網路交易之可行性，期間更藉由觀察阿旺獅公司向本公司承租店舖，所設置冷凍冷藏物流櫃自營購物網之營運經驗，評估全面推展之時機應已趨成熟，故規劃全路網每個車站的人潮必經動線旁，設置智慧物流空間，希望經由取物櫃普及化及其他各種可能的電子商務機具整合，讓物流的最後一哩更為多元及便利。</p>

### 實施方法：

- 一、針對捷運車站設置智慧物流空間的佈設策略，經考量民眾的便利性、廠商的能力、意願及風險、系統建置時程及財務效益最佳化等評估後，即決定採全系統佈設方式辦理，而如此大規模佈設，不僅為國內交通業首例，更勝樂天集團在日本福岡交通據點所佈設之規模，足具指標性意義。
- 二、依循前項策略，本提案成員即針對招商方式、設置範圍、租賃業種及租金訂定等進行評估後，擬訂招商計劃。
- 三、為了創新商業模式發展，作最有效的車站空間商業利用，提供旅客更多元之服務，智慧物流空間設置僅做最基本的取物櫃配置要求，其餘空間則開放業者引進其他提供更便利生活的電子商務設備，業者若有營業需求時，亦可設置智慧物流取物櫃以外設備，如自動販售機或 ibon 等。

### 實施過程：

#### 一、設置位置確認

因捷運空間有限，在不影響旅客人潮動線及車站安全考量下，為尋找可能應用的位置，於全路網 117 個車站經由多次會勘及會議討論，並參考訪商回饋之意見，確認取物櫃設置點位。

#### 二、基本電力設置及相關設施調整

於點位確認後，協調本公司站務及後勤支援部門(如電機處、工務處、站務處及系統處等)協助評估設置基本電力及相關設施移設移除費用並簽辦費用來源，進行設置前相關準備工作。

#### 三、廣徵商源

因本案為全國首創於捷運車站設置智慧物流空間，為增加廠商投標意願，於招商前陸續邀集國內外廠商，包括港商安迅資訊、日商天飛來、阿旺獅、置位櫃廠商萬洲通等，針對點位建議、櫃位型式、空間需求、租期及廣告運作等收集意見並納入招商文件參考，以期廣召多家業者參與，增加本案成功率。

#### 四、招商文件製作

為訂定本招商案之租賃範圍、經營項目、租賃期限、租金分析、廣告方式及經營管理規定等，召開多次之文件討論會議，訂定完成招商策略及文件，本案自構想形成、討論未來營運規模及招商方式僅約 5 個月時間即完成定案，並自 105 年 3 月 11 日公告招商。

	<p><b>五、點交作業</b>          本案已於 105/4/8 決標，為期順利 2 週內完成 108 點位之點交作業，自 4/25 起會同本公司站務及後勤支援部門(如電機處、工務處、站務處及系統處等)相關單位開始分二組進行點交會勘作業，並於 105/5/9 完成全線 108 站點交作業。</p> <p><b>六、電力增設及相關設施移設進度追蹤</b>          為配合廠商之進場作業，邀集本公司維修及站務處等相關單位召開電力施工及設備移設討論會，以配合廠商進場施工期程完成各車站電力施作、設備移設移除等作業。</p> <p><b>七、協助業者行銷宣導</b>          捷運車站智慧物流取物櫃設置後，為協助業者進行相關業務宣傳，讓業者營運能更加順利，基於互利原則，由本公司協助提供如 FB、官網等宣傳管道，並透過捷運發佈新聞之機會進行廣宣。</p> <p><b>八、分階段營業</b>          自 105 年 7 月 7 日起，淡水信義線(不含中山站及台北車站)完成設置作業提前營業，後續路線將持續進行設置安裝作業，並安排分階段投入營業，最終目標於 105 年 9 月 10 日前完成全線營業。</p> <p><b>投入成本：</b></p> <p>一、自規劃、招商至履約等各階段，每處皆以車站店舖招商作業模式進行，並投入維修、站務及事業單位大量人力共同參與及全力配合，相關人力成本估算約 132.5 萬元。</p> <p>二、108 站設置基本電力及部份車站之佈告欄、燈箱及售票機具等設施移設移除費用約 219.9 萬元。</p> <p>三、前置作業成本合計約 352.4 萬元。</p>
<p><b>實際執行 (未來預期)成效</b></p>	<p><b>一、創造捷運公司的財務效益</b>          本案於 105/4/8 決標，由快取寶有限公司得標，決標金額 708 萬 8,889 元/月，遠大於公告月租金(146 萬 200 元)，租賃期間計 3 年 4 個月(營運準備期 4 個月加計契約期間 3 年)，每年可挹注捷運公司收入約 8,500 萬元，3 年共計約 2.5 億元，有助於彌補運輸本業虧損。</p> <p>此外，廠商除經營物流取物櫃業務外，亦可進行自動販(租)售機、置物櫃、冷凍冷藏式物流取物櫃及多功能電子商務機具等業務的推展，以提供旅客多元之服務，而廠商在增加服務同時，另需依所佔面積加收 20%或 50%租金，目前廠商已確定於大部份車站增設冷凍冷藏櫃，加成 20%後每月可再加收約 57 萬元租金，3 年可再增加 2,052 萬元租賃收入，未來隨著此物流模式愈趨普及，廠商服務能量勢必須再擴充，租賃收入再增加是可以預見的趨勢。</p>

## 二、提升民眾便利性

由於傳統物流時間彈性低，無人在家收貨，往往成為宅配時的困擾，至於超商取貨雖有一定的便利性，但仍須專程前往及服務成本較高的問題；而使用捷運車站智慧物流取物櫃，民眾不僅取貨時間自由，在通勤的路程中順道取貨，節省等待或路途的時間，且住家位置無須告知隱私受到保障，並透過無人化的服務，更可節省所應支付的物流成本，民眾的便利性大幅提升。

## 三、增加對環境友善的外在效益

智慧物流取物櫃可將傳統物流一次配達的成功機率由75%提升至90%以上，可有效降低物流車輛二次配送的比例。從環保觀點，可降低機動車輛的排碳量及交通汙染量，另從交通觀點，因物流車輛運行車次減少，對於改善平面交通壅擠現象及提高大眾運輸使用意願，有所幫助。

## 四、促進產業升級發展

智慧物流取物櫃的發展，不僅在貨品的收送作業，對於電子商務、精準行銷、大數據分析、行動支付及物聯網科技等產業領域都有相當密切的關聯性，而捷運車站設置智慧物流取物櫃可提供一個全方位的實驗平台，透過業者的研發與整合，可帶動相關產業升級發展。

## 五、符合市府打造智慧城市政策

市長於105年2月20日與產經界領袖座談會即指示，本市捷運、學校等公共場所，評估結合民間資源設置貨件存取櫃中心，另推動智慧生活亦為市府的重要政策，運用雲端科技與物流產業，結合捷運車站人潮聚集之特定所發展出來的「智慧物流」取物櫃，已廣獲媒體報導及各界好評，對於市政績效極具加分作用。

綜上所述，捷運車站設置智慧物流空間不僅為國內交通業首創，更可帶來捷運公司、民眾、業者與政府四贏的新商業模式，在此基礎上，未來有更加多元的異業發展空間可循此模式發展。




### 相關附件

附件一、媒體正面報導  
附件二、車站設置照片

### 聯絡窗口

姓名：王素華  
電話：25505600#3207  
Email：e00452@metro.taipei

## 網購捷運站取貨快了

發佈時間 2016-03-21 14:08:06   

台北捷運一〇八個車站電子商務智慧物流空間招租，即日起公開領標，預計四月初公開招標。台北捷運公司昨（二十）日表示，不用多久，台北捷運全路網各車站都會設有「智慧物流」取物櫃，而「網路購物、捷運站取貨」的模式，將會成為另一種便利生活的潮流。

台北捷運公司說明，人潮帶來錢潮，隨著網路購物趨勢的快速成長，人流匯集的重要據點自然成了物流業的兵家必爭之地，就像香港的物流業者選擇進駐百貨商場或辦公大樓，每日數萬人次進出的捷運車站，當然也蘊藏了巨大商機，也就是這樣，日本知名網購業者已經在地鐵站展開布局。其實，台灣的本土業者早從去年開始就已經進駐部分捷運車站。在台北捷運大安站、中山站等九個捷運站，陸續開了間明亮卻空曠得有些「奇怪」的商店，店裡面沒有店員，卻只放了一整排的櫃子。台北捷運公司說，其實，這就是新型態的物流商機「智慧物流」取物櫃。民眾只要上網購物，業者會把貨品送進指定車站的取物櫃，並傳送一組取貨密碼給消費者，消費者趁著進出捷運車站之便，在指定櫃位輸入密碼，就可以打開櫃門拿取，方便、快速而私密。

看準這種「網路購物、捷運站取貨」的物流已是未來的日常生活方式，台北捷運公司因此釋出更多車站空間，規劃全路網每個車站的人潮必經動線旁，共計一〇八個點位，公開邀請國內、外業者來投標進駐。

台北捷運公司也說明，這次的規劃是要借重業者的商業創意，在每個捷運車站打造一個能與旅客日常生活契合的智慧型電子商務空間，智慧物流的取物櫃設置只做最基本的配置要求，其餘空間則開放得標業者引進其他提供更便利生活的電子商務設備。希望透過本土及國外相關業者的競爭及合作，共同打造這無限可能更充滿想像的生活潮流空間。目前，台北捷運大安站、中山站、士林站、復興崗站、行天宮站、台北小巨蛋站、南京復興站、內湖站及三重站九個捷運車站，已有冷藏冷凍功能的「智慧物流」取物櫃。

新聞來源：台灣新生報／記者許志煌

# 未來網購超方便 北捷設智慧物流取物櫃

2016/03/20 13:53 中央社



（中央社記者游凱翔台北 2016 年 3 月 20 日電）因應網購、拍賣日漸發達，台北捷運公司目前在 9 個捷運站內建置「智慧物流」取物櫃，未來民眾只要網購，業者就能把物品送達指定車站的取物櫃，並傳密碼給消費者，快速且私密。

人潮帶來錢潮，隨著網路購物及拍賣的快速成長，人流匯集之處勢必成為兵家必爭之地，台北捷運公司指出，香港的物流業者紛紛進駐百貨商場、大樓，日本知名網購業者也在地鐵展開布局，搶搭這波新興商機。

不過，台北捷運公司早在去年開始就在大安、中山、士林、復興崗、台北小巨蛋、南京復興、內湖及三重等 9 個捷運車站建置「智慧物流」取物櫃，共計 108 個櫃位將邀請國內外業者投標進駐，今天起公開領標、預計 4 月初開標。

北捷表示，屆時民眾只要上網購物，業者就能把貨品送達指定車站的取物櫃，並傳送一組取貨密碼給消費者，民眾可趁進出捷運車站之便，在指定櫃位輸入密碼，就能夠打開櫃位拿取包裹，方便又私密。

北捷認為，許多民眾習慣在超商取貨，但超商業者兼營網購取貨，必須增加人力成本，收取的物流費用也較高，透過智慧櫃位可以降低成本，直接回饋給消費者；消費者則建議，可在捷運站設置冷藏取物櫃，讓甜品、海鮮等物品也能在站內取貨。

台北捷運 108 個車站電子商務智慧物流空間招租，今天起公開領標，預計 4 月初公開招標。歡迎有興趣的廠商可向北捷查詢。

因應網購、拍賣日漸發達，台北捷運公司目前在9個捷運站內建置「智慧物流」取物櫃，未來民眾只要網購，業者就能把物品送達指定車站的取物櫃，並傳密碼給消費者，快速且私密。

人潮帶來錢潮，隨著網路購物及拍賣的快速成長，人流匯集之處勢必成為兵家必爭之地，台北捷運公司指出，香港的物流業者紛紛進駐百貨商場、大樓，日本知名網購業者也在地鐵展開布局，搶搭這波新興商機。（中央通訊社）



### 北捷車站置物櫃 網購取貨點

f 推點 0 G+1 0 推文

下一則 > 謀殺罪名確定 南非「刀鋒戰士」不會上訴

自助商店「快取寶」去年進駐台北捷運站。北捷看準網購商機，將開放現有一百零八個車站，招商設「智慧物流取貨櫃」；若招商成功，民眾未來網路購物到捷運站也能取貨，生活更便利。

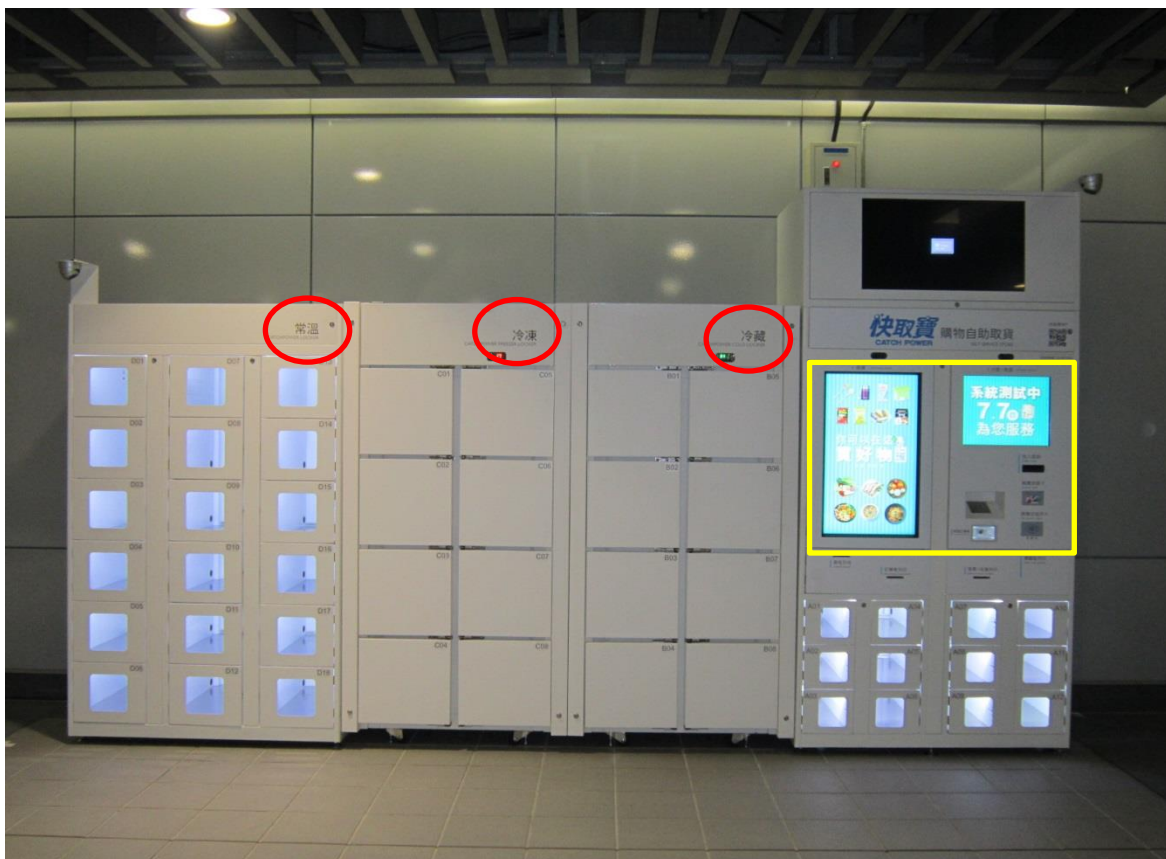
網路購物趨勢快速成長，人流匯集據點成為物流業兵家必爭之地。香港有物流業者進駐百貨商場或辦公大樓，每日數萬人次進出的捷運車站也蘊藏巨大商機；日本知名網購



附件二、車站設置照片







智慧物流取物櫃提供「**常溫、冷凍、冷藏**」取貨服務，民眾可透過「**觸控式操作面板**」進行取貨或購物行為，並以信用卡或悠遊卡完成交易。