

# 台北捷運廣告媒體手冊



※本資料僅供廣告銷售參考，相關廣告版面、進出站及轉乘人次等資料以廣告契約及現場閘門計數人數為準。

台北大眾捷運股份有限公司 編製

# 目錄

■ 台北捷運廣告優勢簡介	1
■ 廣告多元化媒體	3
■ 與其他軌道系統及各線運量比較	9
■ 旅客特性分析	10
■ 進出站人數統計	11
■ 重點車站特色介紹	12
■ 路線簡介	14
■ 車站商業廣告數量及面積	16
■ 車站分級表	18
■ 廣告視覺聽覺設計管理規範	19

## 台北捷運廣告優勢簡介

台北捷運以「一流捷運，美好台北」為願景，「提供安全、可靠、親切的運輸服務，追求永續發展」為使命，並以「正直誠信、團隊合作、創新卓越、開放共享」為核心價值，通車迄今，旅運服務安全可靠、車站環境乾淨整潔、人員服務熱心親切等營運成績有目共睹，備受國內外肯定，系統營運可靠度維持名列世界前茅水準。

台北捷運在運輸本業精進同時，亦積極追求企業永續發展，以多元化經營及推動創新作為，同步追求進步與成長，並與全世界最主要捷運系統進行國際交流及標竿學習，持續提升服務品質與改善硬體措施，提供全方位優質服務。



## 大量人潮潛藏龐大商機

台北捷運是台北都會區人口及來台之國內、外觀光客最仰賴的交通工具。

2024 年台北捷運平均日運量達到約 202 萬人次，年總運量已逾 7 億人次，自通車至今，累計運量超過 130 億人次，每年運量持續成長，龐大的川流人潮是不可忽視的潛藏商機。

## 國內最大的家外交通媒體

台北捷運廣告媒體為國內最大的家外交通媒體，提供各類廣告大量曝光的版位空間，運量居國內軌道業之冠，有效觸及廣大目標客群。

## 高消費人流創造高廣告價值

依 2023 年台北捷運旅客特性調查，旅客年齡介於 20 至 49 歲之主力消費族群佔比約為 67.3%。

台北捷運貫穿大台北都會精華區，車站與商業大樓、百貨公司、醫院、機場等連通共構，並鄰近商圈、夜市、觀光景點，不僅帶來大量人潮更突顯廣告的價值。

## 優質廣告可美化車站空間，提供旅客生活體驗，並創造加乘的商業效果

具有設計感的廣告可美化車站空間，並可提供各種生活資訊及有趣的互動體驗，不但提升旅客搭乘捷運系統的樂趣，並可創造加乘的商業效果。

## 車站連接商場、百貨及品牌商圈

捷運車站與周圍商圈連接，各式國際名牌、高級服飾、珠寶名錶，高級餐廳等林立，引領時尚潮流的知名百貨、商場、旗艦店等比比皆是，帶來川流不息的購物人潮，加上其他轉運(台鐵、高鐵、桃捷及公路客運轉運站)的大量旅客及觀光旅遊活動，捷運車站成為商業及消費集中所在，是最熱門的廣告選擇。

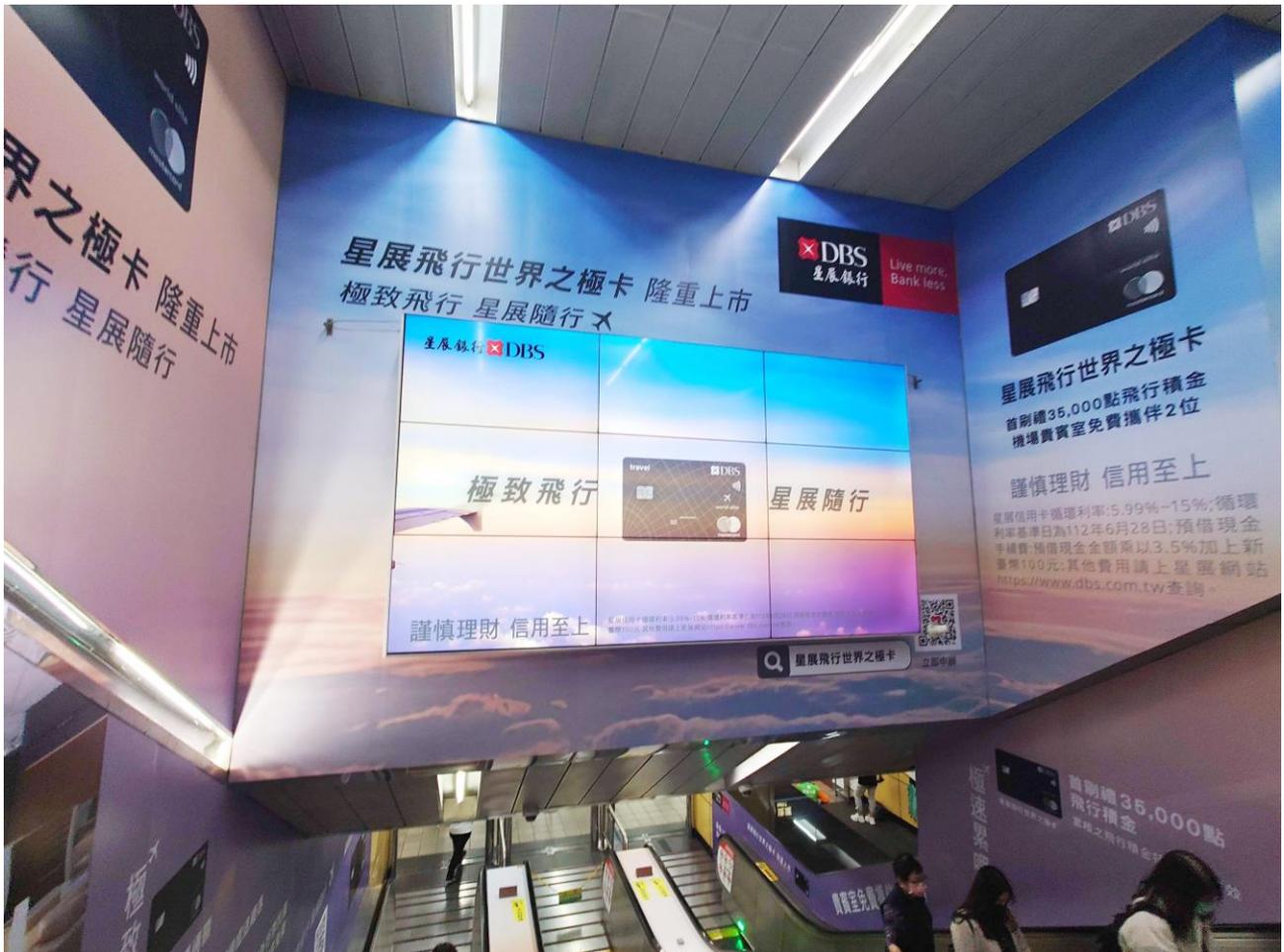
## 廣告多元化媒體

### 各種廣告形式，提供客戶多樣選擇

廣告以各種形態呈現，不僅美化車站空間亦展現多元的創意，如燈箱、貼紙、電視、列車及各項創意廣告等。

### 最佳的電子商務行銷平台

車站及車廂人潮集中，為發展電子商務最佳行銷平台，能揭出商品圖像、購買條碼，透過商品圖片或購物條碼下單購物、結帳付款、配送商品。



## 車站廣告形式

### ■ 燈箱

主要設置於大廳、月台層軌道側牆、扶梯上方及轉乘通道，包含 LED 燈箱、光影動感燈箱、卡布燈箱等形式，位於人潮行經路線，旅客觸及率高，創造車站區域廣告價值。

#### □ 大廳燈箱



#### □ 軌道燈箱



#### □ 光影動感燈箱



#### □ 卡布燈箱



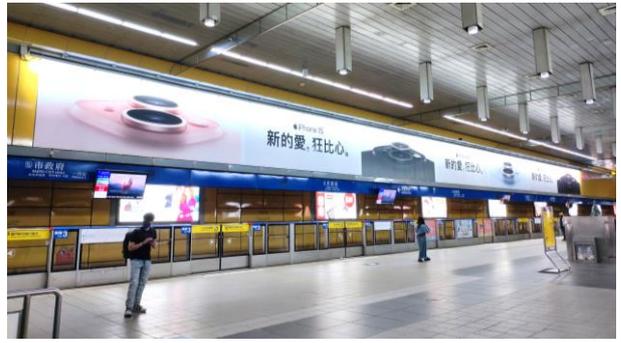
■ 貼紙

全系統車站內之壁面、月台瑠璃板、月台門、閘門、地面、手扶梯、電梯玻璃等處，都設有張貼於壁面之印刷廣告，壁貼幅度寬廣，可結合連續長幅廣告或燈箱，廣告視覺放大，吸引旅客目光焦點，宣傳效益高。

□ 大廳壁貼



□ 月台瑠璃板貼



□ 破格貼



□ 手扶梯貼



□ 閘門貼/地貼



□ 月台門貼



■ 電視

主要設置於大廳層、扶梯上方、通道、轉乘通道及月台，包含 LED 及 LCD 電視，呈現多媒體影音動畫聲光效果，顯現品牌氣勢及營造沉浸式廣告體驗。

□ LED 電視牆



□ LCD 拼接電視



□ 圓柱 LED 電視



□ 月台電視



□ 列車到站資訊圖卡



■ 列車廣告

主要設置於列車車體及車廂內適當空間，聚焦候車及搭車旅客目光，廣告影像串連推播放送，擴增廣告記憶度。

□ 車體廣告



□ 車廂海報



□ 創意廣告



■ 其他型態廣告

可透過立體方式展示靜態、動態、聲音等多元型態廣告，能創意運用多媒材及創新科技，發揮車站場域優勢，提高乘客對廣告關注率，提升廣告效益及價值。

□ 立體展示物



□ 掛旗



□ 展銷櫃位



□ 列車進站音樂

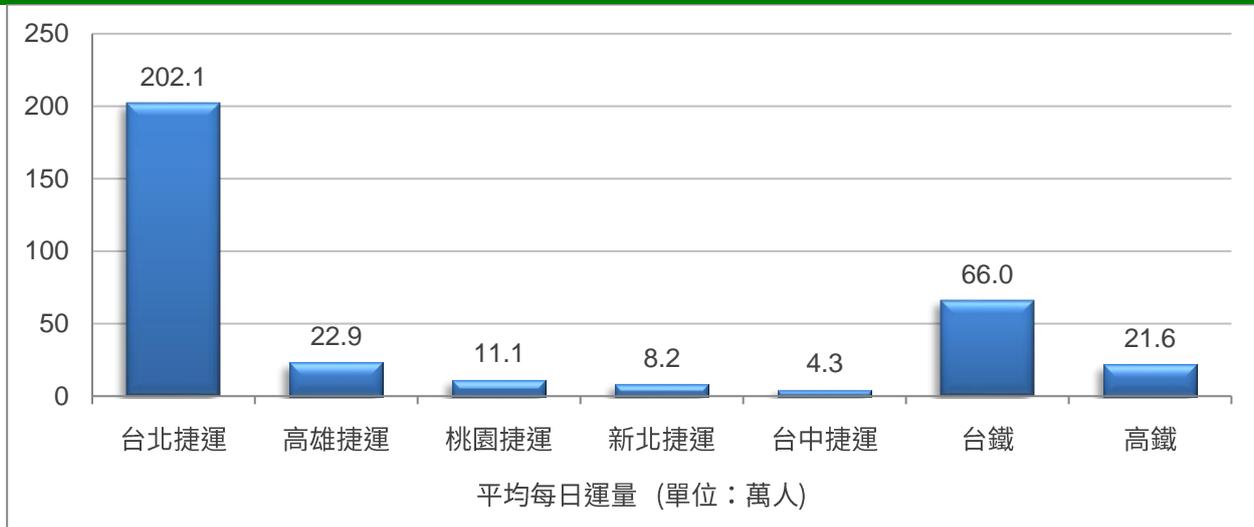


□ 驗票閘門語音廣告



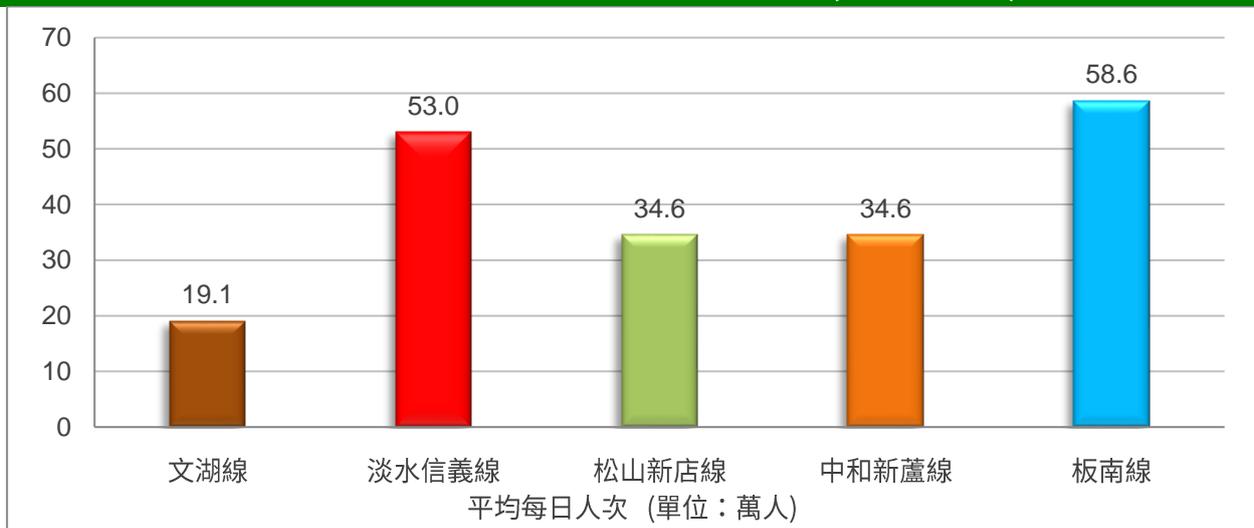
## 與其他軌道系統及各線運量比較

2024 年國內各軌道系統平均每日運量(01~03 月)



參考數據:交通部統計查詢網

2024 年台北捷運各線平均每日人次(01~03 月)



2024 年平均每日運量	營運距離	列車數	車站數
202 萬人	131.1 km	高運量 139 列 文湖線 74 列	117 站

# 旅客特性分析

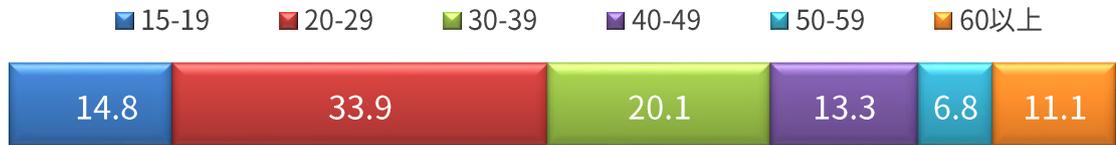
## 2023 年台北捷運搭乘者特性分析

(受訪對象為 15 歲以上之旅客)單位:%

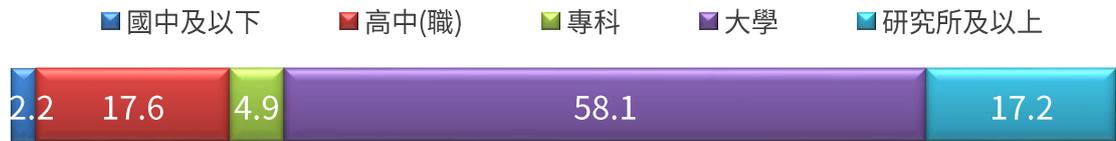
性別



年齡



教育程度



職業



居住地區



# 進出站人數統計

平均每日閘門區進出站及轉乘人數統計表

(統計期間:2024年01月-03月)  
單位：人數/日

詢問處		主詢問處側		副詢問處側		轉乘人數	站內活動人數合計
進出站情形		進站總人數	出站總人數	進站總人數	出站總人數		
票種類型							
車站	代號						
忠孝復興站	BL15/BR10	22,546	22,734	19,908	18,980	91,169	175,337
台北車站	BL12/R10	142,211	140,036	-	-	104,457	386,704
市政府站	BL18	29,541	30,682	25,556	26,945	-	112,724
西門站	BL11	68,186	70,737	-	-	97,256	236,179
南京復興站	G16/BR11	21,651	23,131	14,813	15,685	28,596	103,876
大安站	R05/BR09	18,355	18,603	3,421	3,628	36,529	80,536
科技大樓站	BR08	12,724	12,192	-	-	-	24,916
動物園站	BR01	7,228	7,395	-	-	-	14,623
南港展覽館站	BR24/BL23	11,936	8,397	15,944	17,821	19,721	73,819
台北101/世貿站	R03	21,134	19,384	10,189	12,269	-	62,976
劍潭站	R15	26,837	26,986	-	-	-	53,823
淡水站	R28	16,715	15,605	18,342	16,401	-	67,063
雙連站	R12	20,045	21,245	-	-	-	41,290
台大醫院站	R09	5,574	6,089	13,815	14,149	-	39,626
中山站	R11/G14	47,029	48,443	-	-	43,137	138,610
公館站	G07	14,967	16,342	10,307	8,446	-	50,062
中正紀念堂站	G10	27,898	27,781	-	-	121,559	177,238
松江南京站	G15/O08	30,854	31,149	1,654	2,868	57,923	124,448
松山站	G19	18,369	19,752	6,450	4,312	-	48,882
民權西路站	R13/O11	19,076	19,712	2,293	1,427	66,878	109,385
東門站	O06	17,652	14,034	6,404	10,618	38,971	87,679
古亭站	G09	12,478	13,985	15,862	14,519	77,491	134,334
頂溪站	O04	21,168	22,269	9,869	10,147	-	63,453
永安市場站	O03	22,097	23,428	-	-	-	45,525
忠孝新生站	BL14/O07	23,048	23,724	10,569	9,999	137,466	204,807
忠孝敦化站	BL16	19,452	19,535	11,062	12,590	-	62,639
國父紀念館站	BL17	12,496	14,046	8,058	7,571	-	42,171
新埔站	BL08	8,840	12,027	26,382	22,189	-	69,439
板橋站	BL07	21,751	26,236	14,829	13,306	-	76,123

註：本資料僅供廣告銷售參考，實際運量以本公司官網旅運量統計資料為準。

## 重點車站特色介紹

### 忠孝復興站



忠孝復興站是東區重要的捷運轉乘站，與遠東 SOGO 百貨連通，各大國際名牌、高級服飾、珠寶名錶及高級餐廳等林立，忠孝復興站帶來的購物人潮，加上文湖線與板南線轉運的旅客，使忠孝復興站成為最有價值的車站之一。

### 台北車站



台北車站為台鐵、高鐵、捷運三鐵共構重要車站，緊鄰京站時尚廣場，淡水線與板南線大量轉乘旅客，加上與桃園捷運連通，周邊有百貨、地下街、補習班等等，廣告效益極佳，為產品宣傳優先考慮的最佳車站之一。

### 市政府站



市政府站地處繁榮的台北東區，與台北轉運站及百貨大樓共構，鄰近信義區商圈，百貨公司林立，與車站出口連通之微風廣場，各式精品及國際品牌進駐，與台北 101/世貿站分別居於信義計畫區南北兩端，都是廣告刊登熱點及品牌行銷的重點車站。

■ 西門站



西門町為台北市西區最重要的消費商圈，以年輕族群為主要的消費對象，並吸引了許多國際觀光客造訪，擁有板南線和松山新店線的大量轉運人潮，是電影、串流媒體、遊戲、百貨及伴手禮等廣告上刊最佳地點。

## 路線簡介

### ■ 文湖線(南港展覽館站—動物園站)



文湖線南北貫穿台北市區，連接南港、內湖重要科技園區、松山機場及孩童最愛的動物園，其中大安站為文湖線與淡水信義線交會的轉乘站，南京復興站為文湖線與松山新店線交會的轉乘站，附近為辦公大樓及飯店。

### ■ 淡水信義線(淡水站—象山站)



由重要景點淡水站至台北市東區之象山站，沿途有高架車站亦有地下車站。淡水站、劍潭站為觀光景點，雙連站及台大醫院站則鄰近大型醫院，而台北 101/世貿站有 Taipei 101 購物中心、台北國際會議中心、台北世界貿易中心及台北信義威秀影城等。

### ■ 松山新店線(松山站—新店站)



松山站至新店站間，沿線多個車站附近匯集了大小商圈及夜市，包含饒河街觀光夜市、五分埔商圈、中山商圈、公館商圈等，設有不少潮流小鋪和餐廳，是台北年輕人購物的去處。另中正紀念堂站為松山新店線與淡水信義線交會的轉乘站，亦為國際觀光客來台旅遊必訪的景點之一。

■ 中和新蘆線(南勢角站—迴龍站、南勢角站—蘆洲站)



從南勢角站至蘆洲站、迴龍站。東門站為中和新蘆線與淡水信義線交會的轉乘站，站外就是熱鬧的永康商圈。忠孝新生站是中和新蘆線與板南線交會的轉乘站，周邊為光華商場與三創園區等資訊商圈，是 3C 廣告重點車站。古亭站為中和新蘆線與松山新店線交會的轉乘站，也是通勤族主要的交通轉運站。

■ 板南線(南港展覽館站—頂埔站)



經過台北最繁華的西門、東區及信義商圈，為東西向的運輸幹線。市政府站與客運轉運站及百貨大樓共構，鄰近信義區商圈，車站出口連通微風商場，周邊百貨公司林立，是國際品牌行銷的重點車站。忠孝復興及忠孝敦化站鄰近頂好商圈、明曜百貨及遠東 SOGO 百貨等，為購物人潮集中車站。板橋站為四鐵共構之轉乘站，鄰近新北市政府及百貨商圈，為新北市重要的交通樞紐。

## 車站商業廣告數量及面積

### A級車站：

A組		數量	面積(m <sup>2</sup> )
忠孝復興站	BL15	78	766.68
忠孝復興站	BR10	73	837.79
(C級站：中和新蘆線)		62	360.80
小計		213	1,965.27

B組		數量	面積(m <sup>2</sup> )
台北車站	BL12	118	1,184.32
台北車站	R10	104	1,319.46
小計		222	2,503.78

C組		數量	面積(m <sup>2</sup> )
市政府站	BL18	103	1,350.81
(C級站：板南線)		17	152.38
小計		120	1,503.19

D組		數量	面積(m <sup>2</sup> )
西門站	BL11	108	1,465.43
(C級站：松山新店線)		56	420.49
小計		164	1,885.92

### B級車站：

A組		數量	面積(m <sup>2</sup> )
南京復興站	G16	33	392.85
南京復興站	BR11	12	77.06
大安站	R05	28	440.42
大安站	BR09	14	202.86
科技大樓站	BR08	5	27.10
動物園站	BR01	4	31.04
南港展覽館站	BR24	6	52.28
南港展覽館站	BL23	9	51.36
小計		111	1,274.97
(C級站：文湖線)		57	408.80
A組B、C級站小計		168	1,683.77

B組		數量	面積(m <sup>2</sup> )
臺北101/世貿站	R03	29	616.21
劍潭站	R15	16	109.26
淡水站	R28	33	273.04
雙連站	R12	23	127.10
臺大醫院站	R09	35	248.38
小計		136	1,373.99
(C級站：淡水信義線)		151	657.42
B組B、C級站小計		287	2,031.41

C組		數量	面積(m <sup>2</sup> )
中山站	R11	70	619.32
中山站	G14	17	148.63
公館站	G07	48	624.32
中正紀念堂站	G10	34	200.31
松江南京站	G15	24	404.36
松江南京站	O08	19	147.07
松山站	G19	16	189.23
小計		228	2,335.33

D組		數量	面積(m <sup>2</sup> )
民權西路站	R13	35	185.25
民權西路站	O11	35	382.34
東門站	O06	35	342.25
古亭站	G09	59	519.36
頂溪站	O04	40	404.09
永安市場站	O03	25	198.75
小計		229	2,032.04

E組		數量	面積(m <sup>2</sup> )
忠孝新生站	BL14	50	653.90
忠孝新生站	O07	20	197.64
忠孝敦化站	BL16	49	453.86
國父紀念館站	BL17	26	214.39
新埔站	BL08	34	241.18
板橋站	BL07	21	259.21
小計		200	2,020.18
(C級站：板南線)		20	174.30
E組B、C級站小計		220	2,194.48

<b>總計</b>	<b>1,851</b>	<b>18,133.10</b>
-----------	--------------	------------------

代號說明:BR:文湖線；R:淡水信義線；G:松山新店線；O:中和蘆洲線；BL:板南線

本表數量含燈箱、貼紙、創意及電視牆。

本資料僅供廣告銷售參考，相關廣告版面資料以契約為準。

月台電視	總計	文湖線	淡水信義線	松山新店線	中和新蘆線	板南線
數量	534	68	118	97	116	135

本資料僅供廣告銷售參考，相關廣告版面資料以契約為準。

車站大廳 電視牆	總計	依車站權重分級		依拼接形式		
		A級	B級	2*2	3*3	3*6
數量	40	7	33	12	25	3

本資料僅供廣告銷售參考，相關廣告版面資料以契約為準。

## 車站分級表(車站廣告)

級別	車站	編號	車站	編號	車站	編號	車站	編號
A 級 站	忠孝復興站	BL15	台北車站	BL12	市政府站	BL18	西門站	BL11
	忠孝復興站	BR10	台北車站	R10				

級別	車站	編號	車站	編號	車站	編號	車站	編號	車站	編號
B 級 站	南京復興站	G16	台北101/世貿站	R03	中山站	R11	民權西路站	R13	忠孝新生站	BL14
	南京復興站	BR11	劍潭站	R15	中山站	G14	民權西路站	O11	忠孝新生站	O07
	大安站	R05	淡水站	R28	公館站	G07	東門站	O06	忠孝敦化站	BL16
	大安站	BR09	雙連站	R12	中正紀念堂站	G10	古亭站	G09	國父紀念館站	BL17
	科技大樓站	BR08	台大醫院站	R09	松江南京站	G15	頂溪站	O04	新埔站	BL08
	動物園站	BR01			松江南京站	O08	永安市場站	O03	板橋站	BL07
	南港展覽館站	BR24			松山站	G19				
	南港展覽館站	BL23								

級別	車站	編號	車站	編號	車站	編號	車站	編號	車站	編號	車站	編號
C 級 站	南勢角站	O1	龍山寺站	BL10	新店站	G01	木柵站	BR02	象山站	R02	頂埔站	BL01
	景安站	O2	善導寺站	BL13	新店區公所站	G02	萬芳社區站	BR03	信義安和站	R04	永寧站	BL02
	行天宮站	O9	永春站	BL19	七張站	G03	萬芳醫院站	BR04	大安森林公園站	R06	土城站	BL03
	中山國小站	O10	後山埤站	BL20	小碧潭站	G03A	辛亥站	BR05	圓山站	R14	海山站	BL04
	大橋頭站	O12	昆陽站	BL21	大坪林站	G04	麟光站	BR06	士林站	R16	亞東醫院站	BL05
	台北橋站	O13	南港站	BL22	景美站	G05	六張犁站	BR07	芝山站	R17	府中站	BL06
	菜寮站	O14			萬隆站	G06	中山國中站	BR12	明德站	R18	江子翠站	BL09
	三重站	O15			台電大樓站	G08	松山機場站	BR13	石碑站	R19		
	先嗇宮站	O16			小南門站	G11	大直站	BR14	唎哩岸站	R20		
	頭前庄站	O17			北門站	G13	劍南路站	BR15	奇岩站	R21		
	新莊站	O18			台北小巨蛋	G17	西湖站	BR16	北投站	R22		
	輔大站	O19			南京三民站	G18	港墘站	BR17	新北投站	R22A		
	丹鳳站	O20					文德站	BR18	復興崗站	R23		
	迴龍站	O21					內湖站	BR19	忠義站	R24		
	三重國小站	O50					大湖公園站	BR20	關渡站	R25		
	三和國中站	O51					葫洲站	BR21	竹圍站	R26		
	徐匯中學站	O52					東湖站	BR22	紅樹林站	R27		
	三民高中站	O53					南港軟體園區站	BR23				
蘆洲站	O54											

## 廣告視覺聽覺設計管理規範

為提升本市城市美學，加強公共空間整體視覺聽覺管理，故訂定本規範。

- 一、規劃廣告位置時，應與車站、車廂空間及周邊環境作整體之配合。
- 二、為避免廣告內容造成視覺衝擊影響，廣告內容應避免色情、恐怖、噁心等畫面；另廣告版面顏色與系統路線顏色會造成旅客混淆時，應調整至其他點位刊登，避免造成視覺干擾。
- 三、商業廣告與公共藝術於空間上應予區隔，以保留公共藝術之獨立性及完整性，且廣告不得影響看板指標訊息及設備之辨識。
- 四、廣告燈片輸出應符合燈箱尺寸，避免燈片邊條、銅釦或電源管線外露。廣告壁貼上刊時應以版面滿版為原則，避免邊緣壁面直接露出，影響美觀。
- 五、立體廣告或新型態廣告設置應逐案辦理會勘，並審視廣告造型與周邊環境及背景之搭配，不得妨礙旅客動線，及影響指標、車站、車廂設備操作等。
- 六、廣告應避免過亮、閃爍，音效應避免播放含急促尖銳聲、短秒數重複之型式，以避免對旅客產生干擾。