

臺北市議會第 13 屆第 4 次定期大會

臺北捷運公司
工作報告

報告人：總經理 沈志藏

中華民國 109 年 9 月

目 錄

| | |
|------------------------------------|----|
| 一、前言..... | 4 |
| 二、109 年度上半年迄今重要業務成果..... | 5 |
| (一) 臺北捷運經營管理..... | 5 |
| (二) 貓空纜車經營管理..... | 12 |
| (三) 臺北小巨蛋經營管理..... | 13 |
| (四) 兒童新樂園經營管理..... | 15 |
| 三、創新措施..... | 17 |
| (一) 推動物業開發及管理業務..... | 17 |
| (二) 設置多元支付售卡機..... | 17 |
| (三) 國內軌道界首座語音售票機..... | 17 |
| (四) 開放寵物車搭捷運..... | 18 |
| (五) 台北捷運 Go App 與 Beacon 營運服務..... | 18 |
| (六) 文湖線 370 型電聯車車廂內裝重置..... | 19 |
| (七) 北捷公益元年「走近偏鄉 走入北捷」活動..... | 19 |
| (八) 「搭捷運遊台北」行銷活動..... | 20 |
| (九) 親子友善車廂設置及宣導措施..... | 20 |
| (十) 車站空間美化及場地活絡..... | 21 |
| (十一) 貓空纜車推出 GPS 定位語音導覽服務..... | 23 |
| (十二) 兒童新樂園擴建遮陽遮雨設備..... | 23 |
| (十三) 兒童新樂園增設遊樂設施..... | 23 |
| 四、未來工作重點..... | 24 |
| (一) 捷運常客優惠行銷方案..... | 24 |
| (二) 自動售票機新增多元支付功能..... | 24 |
| (三) 持續增設具商業價值的車站空間..... | 25 |
| (四) 車站廣告數位化..... | 25 |
| (五) 重置電子多媒體播放系統..... | 25 |
| (六) 板南線出口照明及外觀美化..... | 25 |
| (七) 第 16 屆捷運盃街舞大賽..... | 26 |
| (八) 捷運出口音樂節..... | 26 |
| (九) 「閃耀心中山—耶誕燈飾布置」年終節慶活動..... | 26 |
| (十) 兒童新樂園室內遊戲設備區域改設..... | 27 |

五、結語..... 27

召集人、副召集人、各位議員女士、先生：

欣逢貴會第 13 屆第 4 次大會開議，^{志藏}在此代表臺北捷運公司向在座的議員女士、先生表示崇高的敬意，並感謝長久以來對本公司的支持與指導，讓業務得以順利推動，公司經營也因此成長茁壯。以下謹就本公司 109 年度營運概況、創新措施及未來工作重點，向各位議員女士、先生提出報告。

一、前言

臺北捷運秉持「提供安全、可靠、親切的運輸服務，追求永續發展」使命，持續透過軟硬體的創新與提升，為旅客打造優質安心的乘車環境以及高效便民的服務。

109年2月推出「常客優惠」方案，採「搭越多、現金回饋越多」之分級現金回饋，讓廣大的通勤族更有感。在旅客創新服務方面，陸續於中山站設置國內軌道界首座語音售票機、板南線試辦「車廂擁擠度即時告知功能」、擴大於淡水信義線26個車站開放中、大型寵物車上捷運，提供旅客更便利的乘車環境。

此外，面臨嚴重特殊傳染性肺炎（武漢肺炎）疫情，配合中央防疫政策加強所轄場域清潔與消毒，並提供廠商減租、延租、停租及場地使用費減半等優惠。而在疫情趨緩之際，自6月起推出「就想約你—北捷解疫新生活」系列活動，希望民眾防疫同時，也能搭乘捷運外出開心出遊、享受生活。

除本業持續深耕、力求卓越外，本公司受市府委託經營之貓空纜車、臺北小巨蛋及兒童新樂園營運表現亦皆有創新及突破，未來亦將持續精進管理作為，讓本業、附業及委管事業共榮發展，發揮相乘綜效。

二、109 年度上半年迄今重要業務成果

(一) 臺北捷運經營管理

1、營運概況

(1) 路網規模：營運里程 146.2 公里、車站 131 個。

(2) 運量：109 年 1 月至 7 月運量總計 3 億 8,311 萬 2,682 人次，平均日運量 179 萬 8,651 人次，較 108 年同期平均日運量 213 萬 1,597 人次，減少 33 萬 2,946 人次/日，降幅 15.6%。主要係因 109 年 1 月下旬發生嚴重特殊傳染性肺炎疫情，以致運量下降。疫情趨緩後，運量已逐步回升，經統計 109 年 7 月平均日運量 195 萬 284 人次，與疫情最嚴峻 4 月平均日運量 151 萬 3,099 人次相較，運量已增加 43 萬 7,185 人次/日，成長 28.9%。(臺北捷運近 5 年平均日運量如圖 1)

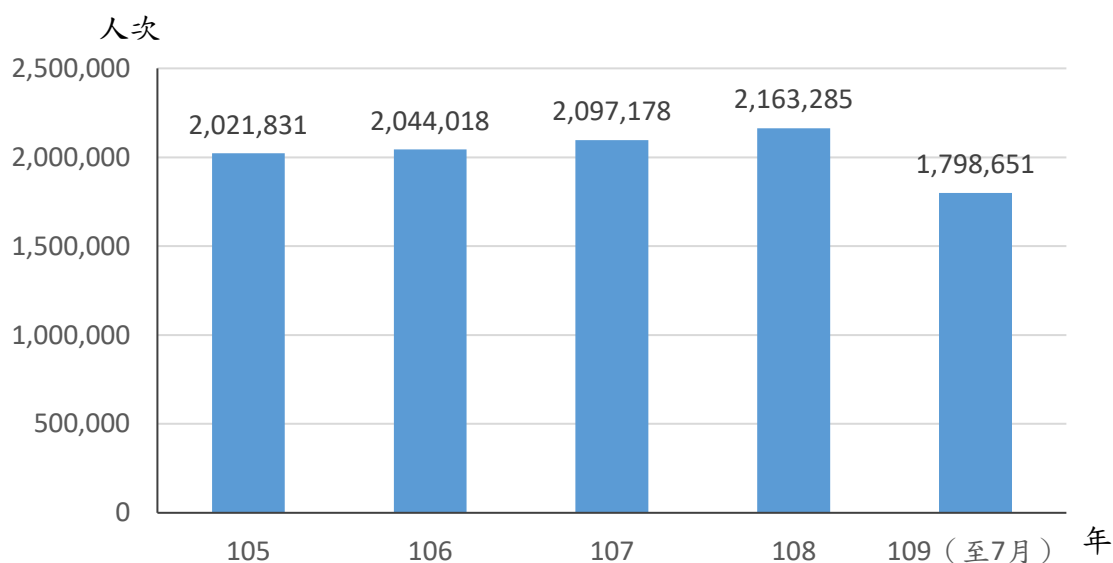


圖 1 臺北捷運近 5 年平均日運量

2、營運可靠度

依國際軌道運輸標竿聯盟 CoMET 採用之可靠度指標 MKBF (指「每發生 1 件 5 分鐘以上行車延誤事件之平均行駛車廂公里數」, 數值愈高代表系統愈穩定), 109 年度(統計至 7 月 31 日止)為 1,453.8 萬車廂公里。相當於每發 10 萬車次僅發生 0.7 次列車延誤 5 分鐘以上事件, 意即可靠度高達 99.99%。(歷年 MKBF 如圖 2)

萬車廂公里數

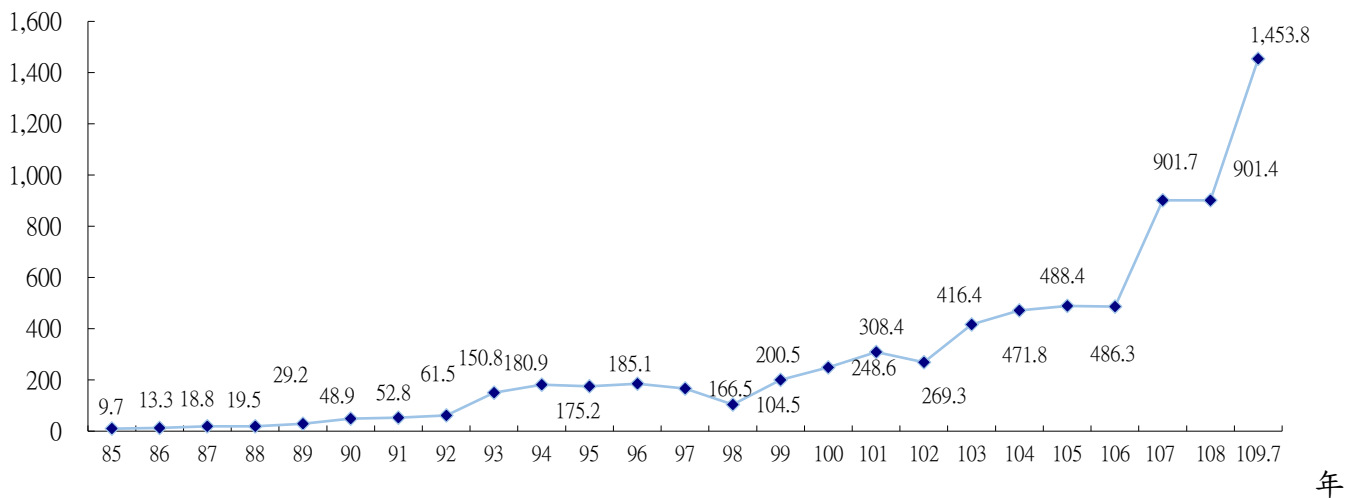


圖 2 歷年每發生 1 件 5 分鐘以上行車延誤事件之平均行駛車廂公里數

3、重要工作

- (1) 因應肺炎疫情, 完成超前部署並持續加強防疫
 - A. 針對捷運車站、車廂、地下街、貓空纜車、臺北小巨蛋、兒童新樂園及北投會館等場所, 旅

客民眾頻繁接觸之設備，持續加強環境消毒。同時運用跑馬燈、月臺電視、燈箱、台北捷運Go App 及廣告看板等多元宣導工具，持續配合防疫政策宣導。

- B. 除捷運重點車站量測體溫外，貓空纜車、臺北小巨蛋及兒童新樂園，則全面量測遊客體溫。臺北捷運車站詢問處、貓空纜車、臺北小巨蛋及兒童新樂園皆設置酒精噴瓶提供民眾手部消毒使用。
- C. 為維護同仁健康，除全員量體溫及配合自主健康管理外，各車站、場館的第一線服務人員執行分組執勤，值勤時全面佩戴口罩，行政人員亦已完成異地辦公規劃。
- D. 旅客搭乘捷運時佩戴口罩措施持續配合中央防疫政策執行，自 4 月 4 日起，強制旅客搭乘捷運應全程佩戴口罩，並因應國內疫情趨緩配合中央防疫政策，自 6 月 7 日起調整為旅客進閘門時及無法保持 1.5 公尺社交距離應戴口罩；再於 8 月 6 日起，加強宣導請旅客搭乘捷運應全程佩戴口罩，後續並將視疫情狀況彈性調整相關規定。
- E. 配合中央推動防疫新生活運動，捷運爵士廣場、板橋站及西門地下街跳舞區、北投會館、冰

上樂園、旅客服務中心等各類室內場館自 5 月 6 日起依市府場館管制政策陸續開放，並鼓勵民眾在符合中央防疫及安全措施條件下多加使用。

(2) 千人防疫就業方案，北捷防疫再升級

在市府勞動局協助下，109 年 4 月 10 日起防疫人員陸續加入北捷各線車站防疫服務行列，服務項目包含捷運車站環境消毒，加強旅客頻繁接觸設備的消毒頻率，如自動售票機、加值機、ATM 螢幕及按鈕、廁所馬桶座墊及門把、詢問處窗口桌面、電扶梯扶手帶及電梯按鈕等，消毒頻率為每 4 小時 1 次，另旅客進站前監測體溫，關懷確認旅客是否正確佩戴口罩，共同為防疫工作把關。

(3) 參照市府紓困措施，提供廠商財務紓困

A. 提供廠商減租、延租及停租等優惠措施：針對地下街店舖及受託事業（貓空纜車、臺北小巨蛋及兒童新樂園）店舖、車站販賣店、商品館、廣告、停車場、連通案等營業使用承租廠商，一律減收租金 50%，優惠期間為 109 年 3 月至 8 月，另延租及停租則依申請辦理。

B. 場地使用費減半優惠：優惠期間 109 年 6 月 7 日至 12 月 6 日，場地包括：臺北小巨蛋冰上樂

園場地、兒童新樂園廣場、兒童新樂園非營運時段場地、捷韻國際廳、捷運地下人行廣場、捷運廣場及北投會館訓練教室場地。

(4) 環狀線第一階段營運管理

109年1月19日至30日期間辦理試營運，並於1月31日下午2時正式通車，實施免費搭乘1個月，3月1日開始正式收費，截至7月底平均日運量約3.9萬人次。

(5) 常客優惠方案

109年2月1日起實施，依照旅客每月累積搭乘次數分級回饋，搭越多、現金回饋越多，最高回饋30%（相當於全票7折）。為擴大宣傳，109年1月除仍提供電子票證8折優惠，並提前加碼累計旅客每1張電子票卡的使用次數及搭乘金額，於2月1日按照回饋比例，以系統自動加值方式回饋現金。統計至109年7月底，累計回饋9.02億元。

(6) 捷運雙連站至民權西路站間線形公園改造

延續推動心中山線形公園之改造，分2階段施作，第1階段工程（民權西路站後廣場、雙連站1號出入口）將於109年9月底完工。接續進行第2階段工程（雙連站2號出入口至錦西街間線形公園改造）預計110年完工。

(7) 持續進行廁所改善工程

針對女廁數量明顯不足車站，進行廁所改善及增設獨立無障礙兼親子廁間工程。109 年上半年已完成新店站、唭哩岸站、萬隆站、小南門站及東區地下街第 1 廣場廁所改善。

4、附屬事業經營

(1) 西門地下街活化

109 年 4 月完成西門地下街全區 16 間店舖招商，預計 109 年下半年完成營業準備，預估每年可挹注租金收入 308 萬元。

(2) 車站建置數位創意廣告

因數位螢幕廣告效果佳，為拓展車站數位廣告，至 109 年 6 月止，廣告廠商已建置完成 9 座數位電視牆（150 吋~300 吋），吸引影音串流、電影業者、汽車業者等客戶揭出廣告，成功打造影音廣告專區，提升車站廣告價值。

5、行銷活動

(1) 持續發行紀念車票

A. 「財神到站—發財金」主題 Token 紀念車票：搭配農曆年節推出，109 年 1 月 16 日起於關渡站開賣，開賣前近 500 人排隊，當日銷售 9,879 枚。另為搭配臺北燈節活動，自 2 月 8 日起於西

門站加碼販售，售票機內混合 3 款「發」、「財」、「金」主題票卡，隨機出票模式增添趣味。本次活動媒體報導 35 則，累計至 109 年 7 月底總計銷售 30,469 枚。

- B. 「2020 年鼠年生肖紀念車票」套組：搭配農曆年節推出，109 年 1 月 18 日起於西門、忠孝復興、中山及臺北 101/世貿站捷運商品販售處限量販售 800 套，每套售價 360 元，每套含 2 張不同款式之一日票（不限使用日期、不含押金）、特製紅包袋及小春聯，開賣當日下午 5 時 30 分即完售，媒體報導計 11 則。

（2）捷客疫起來畫畫

為宣導搭捷運防疫觀念及鼓勵小朋友搭捷運戴口罩，與 Wacom 公司合作舉辦繪圖徵件比賽，以防疫及捷運為主題進行繪畫創作徵稿，109 年 5 月 15 日至 5 月 31 日共計徵得 451 件投稿作品。完成評選後於 6 月 15 日公布得獎名單，得獎者作品 7 月起陸續安排於捷運燈箱、月臺電視刊出。

（3）「就想約你」解疫新生活運動

為迎接解疫新生活並感謝所有旅客配合各項防疫措施，自 109 年 6 月 6 日起整合公司

各權管場地推出「就想約你一北捷解疫新生活」系列活動，包括北投會館特色套裝行程、搭捷運遊臺北、街舞大賽、市集音樂演出等精彩活動，於年中至年底陸續推出，相約旅客一起享折扣、遛小孩、聽音樂、看展覽、做運動、來旅行，享受解疫新生活。

（二）貓空纜車經營管理

1、營運概況

- （1）運量：109年1月至7月總運量為66萬6,475人次，平均日運量3,830人次，較108年同期平均日運量7,350人次，減少3,520人次，減幅47.9%，主要係受肺炎疫情影響致運量減少。
- （2）系統平均可用度：109年1月至7月系統平均可用度為99.96%，較108年同期99.92%提升，持續屬高可用度之穩定狀況。

2、行銷措施

（1）與指南宮合作農曆春節活動

推出「財神爺迎新春 貓纜送福添好運」活動，農曆初一至初三（109年1月25日至1月27日）財神爺於貓纜車站，每日限量發送發財金、春聯及應景糖果等招財禮，讓旅客感受過年熱鬧歡樂氣氛。

(2) 兒童節免費搭乘纜車優惠活動

109年4月2日至4月5日全國國小以下兒童可不限次數免費搭乘貓空纜車，統計活動期間共1,881人次享優惠搭乘。

(3) 醫護軍警消防貓纜挺你優惠活動

109年6月1日至7月31日全國醫護軍警消防出示識別證件，可購買貓空纜車單趟50元優惠票，並享車站販賣店及貓空店家消費優惠。

(4) 青少年相約貓纜FUN暑假優惠活動

109年7月15日至8月30日全國18歲以下學生出示學生證，可購買貓空纜車單趟50元優惠票，並享車站販賣店及貓空店家消費優惠。

(三) 臺北小巨蛋經營管理

1、營運概況

(1) 主場館：109年1月至7月使用天數原為198日，因受肺炎疫情影響，3月至7月租用單位配合中央及市府政策取消租用並延期至110年之檔期計134日，致實際使用天數為64日，使用率為30.1%。若加計受疫情取消134日，使用率可達93%，與108年同期93.4%相當。

(2) 副館（冰上樂園）：109年1月至7月入場總人數為19萬7,568人次，平均每日入場人數932人次，較108年同期平均每日入場人數1,115人

次，減少 183 人次，下降 16.4%。主要係因應肺炎疫情，自 109 年 3 月 25 日起僅限會/學員入場，3 月 26 日起再實施進場容留人數 100 人之管制措施，致整體進場人次下降，6 月 1 日恢復正常營運，每日入場人次於 6 月中旬恢復去年水準。

2、多元賽事與活動

(1) 主場館：109 年 1 月至 7 月受肺炎疫情取消活動影響，僅舉辦 19 場賽事與活動，包含 108 學年度高中籃球甲級聯賽總決賽、108 學年度富邦人壽大專籃球運動聯賽一級決賽等體育賽事 4 場、蔡依林 Ugly Beauty 2019-2020 世界巡迴演唱會台北站、2020 A-Lin Passenger 旅·課 世界巡迴演唱會等藝文娛樂 13 場、2020 超級巨星紅白藝能大賞、第 15 屆 KKBOX 風雲榜等集會活動 2 場。

(2) 副館（冰上樂園）：109 年 1 月至 7 月因受肺炎疫情影响，租用單位配合中央及市府政策取消各類賽事活動，僅 7 月份舉辦 1 場國內賽事「109 年臺北市青年盃冰球錦標賽」。

3、行銷措施

(1) 「寒假滑冰套票」優惠活動

109 年寒假與農曆春節期間（1 月 21 日至 2 月 10 日），推出滑冰套票優惠，約為原價 93 折，另購買套票者可加價購買兒童新樂園 1 日票（150 元／張），促銷吸引民眾入場。

（2）「歡樂結業式滑冰套票」優惠活動

因應肺炎疫情舒緩，109 年 6 月 3 日至 7 月 14 日推出滑冰套票優惠，約為原價 8 折，另購買套票者可加價購買兒童新樂園 1 日票（100 元／張），以吸引民眾進場滑冰。

（3）「這夏樂暑了」優惠活動

109 年暑假期間（7 月 15 日至 8 月 30 日），推出滑冰套票優惠，約為原價 8 折，另購買套票者可加價購買兒童新樂園 1 日票（100 元／張），促銷吸引民眾入場。

（四）兒童新樂園經營管理

1、營運概況：

109 年 1 月至 7 月入園總人數為 80 萬 6,232 人次，平均每日入園人次為 3,803 人次，較 108 年同期 5,740 人次，減少 1,937 人次，減幅 33.7%，主要係疫情影響民眾出遊意願，且自 109 年 3 月 3 日起園區室內活動場館暫停開放營運，致影響入園人次，7 月 1 日始全面恢復營運。

2、入園優惠措施：109年1月至7月各項優惠措施使用人次如下：

- (1) 弱勢族群優惠措施（臺北市低收入戶每日、全國低收入戶和身心障礙遊客於春節、兒童節及中秋節等連續假期，可領取免費遊樂券，免費搭乘4項遊樂設施）：5,947人次。
- (2) 星光優惠（寒暑假、週六及連續假期（除收假日外）下午4時後入園免門票）：8萬7,464人次。
- (3) 臺北市民在地人優惠（臺北市民每週三入園免門票）：6,716人次。
- (4) 平日團體預約入園免門票：1萬8,437人次。

3、行銷措施

(1) 三館聯合護照

於寒假期間限量推出兒童新樂園、天文館、科教館「三館聯合護照」，護照內容包含兒童新樂園門票及5項大型遊樂設施體驗券、天文館劇場門票、科教館常設展覽及特展票券、貓空纜車及三館廠商優惠兌換券。

(2) 「童心抗疫，感謝有您」限定專屬優惠

109年6月1日至7月14日推出期間限定「專屬身份優惠」活動，凡全國醫、護、軍、警、消及12歲以下兒童，持相關證明文件至園區售票處，本人及同行者1人，皆可以50元銅

板價購買原價 200 元一日票 1 張，當日可無限次數搭乘 13 項大型遊樂設施。

三、創新措施

(一) 推動物業開發及管理業務

109 年 5 月 19 日完成「捷運士林站 TOD 轉乘設施空間活化及多元服務建置案統包工程」簽約，透過公私合力進行場站周邊土地開發引導，強化場站與周邊地區的都市聯繫與使用機能，打造士林站成為民眾旅遊、交通及生活之地區核心場站，同時帶動士林站周邊都市環境朝向 TOD 發展，預計 112 年 7 月竣工。

(二) 設置多元支付售卡機

108 年 10 月起，於臺北車站及西門站設置 3 臺售卡機，試辦以自動販賣機販售票卡。機具提供多種支付方式及多國語言選擇，方便外籍觀光客使用，同時分攤詢問處售票作業，提升車站服務品質，試辦至 109 年 8 月。統計旅客使用支付工具狀況，現金為 73%、信用卡 18%(含綁定信用卡之行動支付)、電子票證 4%、QR 電子支付 5%，相關經驗將作為開發多元支付系統之應用參考。

(三) 國內軌道界首座語音售票機

原北捷車站之自動售票機係提供旅客以「觸控

螢幕」操作方式購買單程票，自 109 年 3 月 11 日起，於捷運中山站設置 1 臺語音售票機新增「全語音操作功能」，提供旅客多元購票服務。旅客依照螢幕指示，「說」要前往車站的中文站名或英文代碼及購買張數，最後投入購票金額即可完成購票程序。這臺國內軌道交通運輸業首創、會「聽話」的語音售票機，於中山站試辦 6 個月，將蒐集旅客使用語音操作介面接受度，作為未來應用參考。

(四) 開放寵物車搭捷運

109 年 1 月 4 日起至 7 月 24 日平、假日時段，開放旅客攜帶中、小型寵物車（本體尺寸長、寬、高之和 175 公分以下）經各車站進出及搭乘捷運，不需另行購票；另假日時段，開放旅客攜帶大型寵物車（本體尺寸長、寬、高之和介於 176 至 210 公分），經淡水信義線淡水站至中山站，共 19 個車站進出及搭乘捷運，須購買「攜帶寵物車單程票」（人車合一、不限里程，每張新臺幣 80 元），7 月 25 日起擴大為淡水信義線之淡水站至象山站（臺北車站及大安站除外），共計 26 個車站。

(五) 台北捷運 Go App 與 Beacon 營運服務

108 年起陸續提供各項貼心服務，包含旅客可線上申請誤點證明、好孕吊飾、查詢旅遊票推薦、置物

櫃和販賣店資訊，並結合 Beacon 功能，提供旅客到目的車站提醒功能。109 年 2 月 1 日新增常客優惠查詢功能，民眾可透過「台北捷運 GO」APP，隨時查詢票卡扣款金額、次數及歷次常客回饋資訊。109 年 5 月 7 日配合車廂擁擠度試辦案，提供民眾透過月臺電視，提前了解下一班列車各車廂人潮狀況，相同的數據也會傳送到台北捷運 Go App，做為民眾搭乘捷運的參考，希望藉此達到分散車廂人潮的效果，讓旅客享受更優質的搭車環境。

(六) 文湖線 370 型電聯車車廂內裝重置

為紓解文湖線尖峰時間搭乘人潮，提升旅客乘坐舒適度，規劃更改 370 型電聯車座椅型式，及移除行李架與部份車廂入口立柱，方便輪椅及幼兒推車旅客進出車廂，預計 112 年完成 370 型全車隊 101 對車改善。

(七) 北捷公益元年「走近偏鄉 走入北捷」活動

為表達對於原鄉小朋友的關愛及鼓勵，透過績優原住民員工，帶領北捷走入原鄉地區，109 年 7 月 2 日起，陸續造訪臺東大南國小、利嘉國小、賓朗國小，以及花蓮光復國小、瑞北國小等 5 所學校，並邀請師生代表北上度過 3 天 2 夜的北捷體驗行程，包含設施完善的「北投會館」、體驗熙來攘往的「臺北車站」、透過互動遊戲學習逃生本領的「逃生體驗

營」、搭乘「貓空纜車」翱翔於山林溪谷之間鳥瞰動物園美景，還有免費無限暢玩小朋友最愛的「兒童新樂園」。同時為慶祝北捷公益元年首發活動，特別推出「花東學童來臺北 FUN 放暑假」優惠，109 年 7 月 15 日至 8 月 31 日，花東地區國小以下學童，憑健保卡或身分證明文件，可免費搭乘貓空纜車及兌換兒童新樂園專案優惠券 1 張。

(八)「搭捷運遊台北」行銷活動

109 年 7 月 1 日起至 12 月 31 日推出全新「搭捷運遊台北」行銷活動，凡購買捷運旅遊票（含一日票、24/48/72 小時票及交通聯票），即贈送優惠手冊。除國立故宮博物院、士林官邸正館、貓空纜車、兒童新樂園等觀光景點優惠，配合霞海城隍渡海來臺 200 年，特別與大稻埕創意街區發展協會合作，結合大稻埕 21 間特色商家，優惠總值超過 2,000 元。此外，因應疫情趨緩，為擴大行銷，分別與西門町（8 至 9 月）、東區（10 至 12 月）知名商家合作，加碼提供好康優惠。

(九)親子友善車廂設置及宣導措施

109 年 4 月 1 日於淡水信義線推出「探索森林親子彩繪列車」，以生動活潑圖案，搭配中英文字彙及注音，打造知性寓樂的車廂空間，豐富乘車時的親

子時光，兒童新樂園也同步推出同款一日票手環及拍照背板。109年5月15日起於官網新增「親子友善區」宣傳專區，公告設置歷程、歷次主題貼圖及中英文內容、主題彩繪列車等資訊。

(十) 車站空間美化及場地活絡

- 1、心中山線形公園展覽：109年4月11日至5月11日與三星電子公司合作「顛覆」攝影展，攝影家以顛覆者肖像、捷運站線形公園沿線風景為拍攝主題，展出專業攝影照片，並設置互動體驗區，邀請民眾參與融入公共空間的展覽，感受心中山線形公園的藝術氣氛。後於5月26日開放心中山廣場展覽申請，6月7日至7月5日由Nespresso攜手《國家地理》舉辦「城市山林咖啡館—踏上產地復興之旅」攝影展，展出國際攝影師Rena Effendi至咖啡產地拍攝之影像，透過影像紀錄讓更多人知道咖啡產地的故事，提高民眾對環保的重視。
- 2、心中山週末街頭藝人演出：108年底心中山線形公園開幕活動後，於109年1月13日完成街頭藝人場地展演規範修訂，開放中山站4號出口場地供登記使用。同時安排週末午間時段之街頭藝術邀演，嘗試不同表演形態與民眾互動並活絡場地，邀演部分於2月後因疫情中止，至109年6月起搭配疫情解封，於心中山線形公園陸續安排週末

街頭藝術表演，透過邀演讓場地有更多元化風貌，鼓勵民眾搭乘捷運出門走走。

- 3、淡水站「詩步領羊」藝術展：109年5月1日至8月23日於淡水站3號出口廣場草地展出羊群雕塑作品（大、中、小，共60隻），並搭配FB抽獎活動及宣傳影片操作，與時事議題連結。於防疫期間提供民眾富療癒感且安全之散心選擇，並透過羊群佈置提醒旅客安全社交距離。6月因應疫情解封，配合端午等節慶安排FB貼文與梗圖、影片發布，鼓勵民眾到淡水旅遊。
- 4、「城市花廊」微型花店展售：與臺北花卉公司及農糧署合作，於109年6月18日至11月18日（共計5個月）於松江南京站內設置花藝布置。以「城市花廊-與花同行美好心情」為主題，利用時令精緻鮮花、盆栽融入時節元素陳列，每週替換不同色系風格花材。讓捷運通勤族在乘車時，接觸美好景物舒緩緊繃的情緒，營造美好氛圍及耳目一新的好心情。
- 5、捷運車站設計大賽合作案：為鼓勵學生及民眾發揮創意，美化捷運空間與發掘新生代創意人才，與東森 ETtoday 合作第一屆東森盃捷運車站設計大賽。以寵物、節慶、環保為主題，於108年10月14日至109年2月17日徵件期間，共吸引208組

隊伍報名，徵得 141 件作品。109 年 3 月 13 日完成決選頒獎，後續評估擇捷運站進行得獎作品實地布置。

(十一) 貓空纜車推出 GPS 定位語音導覽服務

109 年 5 月 1 日起，遊客搭乘纜車持個人行動裝置進入語音導覽系統，即可依指定之 GPS 定位點，觸發啟動播放語音故事。透過語音導覽介紹，瞭解貓空纜車行經沿線的自然生態、地理環境及歷史文化，體驗更深度的探索旅程，增加搭乘趣味。

(十二) 兒童新樂園擴建遮陽遮雨設備

針對深受小朋友喜愛的沙坑遊戲場及樹蛙表演場區域上方增設遮陽遮雨設備，提供遊客更舒適的遊園環境，於 107 年規劃設計，109 年 6 月完工、7 月開放使用。

(十三) 兒童新樂園增設遊樂設施

- 1、考量園區大型遊樂設施安全性，依原廠規範皆設有搭乘身高限制，為彌補園區內較小兒童（3 至 6 歲）遊樂設施不足情形，增設「冰雪奇航海盜船」及「鋼鐵碰碰車」2 項小型遊樂設施，提供 95 公分以上小朋友全新體驗，於 109 年 7 月正式開放營運。

2、為推動「Play for All」共融式遊戲場政策，於兒童新樂園增建共融式親水設施，提供一般遊客、身心障礙兒童及陪伴者能一同遊戲，109年7月13日正式開幕，於暑期（每年7月至9月）開放營運，提供遊客在酷夏體驗玩水的樂趣，享受暢快的清涼感受。

四、未來工作重點

（一）捷運常客優惠行銷方案

加入台北捷運 Go App 會員並綁定電子票證，即可參加抽獎，第一波活動獎品包含 3,000 份麥當勞豬肉滿福堡加蛋、2,000 份薯餅及無限量早餐優惠券。當月搭 30 次以上，加碼抽 iPhone SE2 手機、Switch 遊戲機、Dyson 吹風機，每獎項 2 名，共計 6 名。第二波預計於 9 月推出，將尋求不同異業結盟，提供更多好康優惠，鼓勵並吸引民眾多多搭乘捷運。

（二）自動售票機新增多元支付功能

臺北市為臺灣金融及旅遊中心，每年有絡繹不絕的國內外觀光客進行各項商業及旅遊活動，考量該族群消費以信用卡為主要支付工具，為順利與國際接軌，規劃於 109 年底提供旅客使用信用卡至自動售票機購買旅遊票之功能，以創造臺北市無現金交易環境。

(三) 持續增設具商業價值的車站空間

109 年辦理市政府站及中山站店舖擴建，整合既有店舖、ATM 及儲藏室等空間，增建使用面積約 70 坪，預計 109 年下半年完工，預估每年約可挹注租金收入 2,350 萬元。

(四) 車站廣告數位化

為掌握數位科技發展，109 年下半年持續協助廠商，選定忠孝復興站、西門站及板橋站共 3 處之精華版面，打造為大型數位電視牆，拓展數位創意廣告，引進國際品牌等客戶，有效吸引旅客目光，提升車站廣告價值。

(五) 重置電子多媒體播放系統

109 年汰換 102 年至 103 年所建置之中和新蘆線(迴龍站至臺北橋站)、臺北車站、淡水信義線(東門至象山站)電子多媒體顯示系統，總共 17 站 85 面顯示器之汰換，以維持本系統播放品質並提高招商收入。

(六) 板南線出口照明及外觀美化

配合市府「忠孝東區振興計畫」，進行善導寺站 3 號出口、忠孝復興站 4 號出口、國父紀念館站 2 號出口，及文湖線下方忠孝東路、復興南路口樑柱美化，透過照明及其他美化方式進行改善，以期提升車站出口自明性及東區意象，塑造更美好的城市風

景，全案預計於 109 年底前完成。

(七) 第 16 屆捷運盃街舞大賽

109 年首度移師東區商圈舉辦，8 月 15 日、16 日將東區封街(大安路一段)舉辦初賽及「東區東區動次嘉年華」，並與東區商圈發展協會合作，結合地上商圈與東區地下街場地空間，連續 2 天舉辦精彩的街舞嘉年華活動，除了刺激的街舞比賽，還有卡通大氣球、熱鬧的市集攤位，並邀請代言人八三么、創作新秀及國際網紅 DJ 現場音樂演出。9 月 12 日則於心中山舞臺(中山站 4 號出口廣場)舉辦法賽，活絡心中山線形公園場地及帶動周邊中山商圈。

(八) 捷運出口音樂節

配合臺北市政府城北廊帶文化政策，將於 11 月或 12 月之週末結合市集、街頭藝人演出，假心中山線形公園及東區頂好廣場舉辦出口音樂節活動，為旅客帶來多元音樂饗宴。

(九) 「閃耀心中山—耶誕燈飾布置」年終節慶活動

結合心中山商圈年輕時尚之都會氛圍，於心中山線形公園規劃質感耶誕燈飾布置。109 年度將由爵士廣場向中山站方向延伸，以吸晴燈海隧道、搭配公園地形或扶手欄杆之燈飾、植被包覆點綴，打造城北廊帶冬季亮點，帶動耶誕節歡樂氣氛。

(十) 兒童新樂園室內遊戲設備區域改設

為增加園區營業收入，規劃將 1 樓室內遊戲場改設至 2 樓區域，並增設合適遊戲設備，吸引遊客遊玩，進而提升周邊場地使用效益；原 1 樓室內遊戲場空間因面積方正且挑高 6 米，規劃將改作為商業空間出租使用，提供遊客更多元之服務，預計 110 年完成。

五、結語

臺北捷運營運已邁入第 24 年，本業持續追求精進突破，受市府委託經營之貓空纜車、臺北小巨蛋及兒童新樂園亦同步追求進步成長。

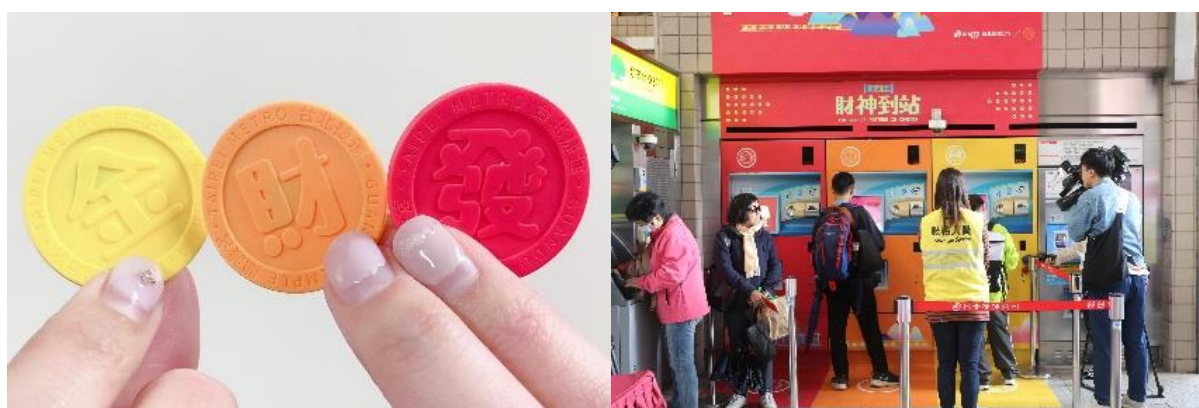
109 年除本業保持穩健步伐，我們亦尋求與同業與異業合作的機會，藉由行銷活動及旅遊套票的發行，加強旅客忠誠度，並提供旅客更多元的票種選擇。此外，面對本業票收成長有限，臺北捷運積極拓展其他附屬事業，追求商業極大化，並結合各式生活產業，導入創新商業模式和科技智慧。另配合市府 TOD 都市發展策略，以捷運士林站及轉乘停車場為主體，推動「捷運士林站轉乘設施空間活化及多元服務規劃建置計畫」，藉由引進文化、公益及商業活動等多元服務，活絡地區產業發展，並藉此強化公司創新物業開發及管理能力，厚實多角化經營實力。

為增進捷運、旅客與社區之間的連結，配合市府政策，積極進行捷運空間美化及藝文推廣，除捷運盃街舞大賽、出口音樂節等活動外，週末亦定期於東區及心中山廣場辦理活動，營造臺北樂活共融的城市意象。臺北捷運即將於明(110)年邁入營運 25 週年里程碑，我們將持續採取創新的思維、穩健的腳步，尋求精進與突破，為公司積蓄永續經營的能量。

未來，尚祈召集人、副召集人及各位議員女士、先生繼續給予我們支持與指教，相信臺北捷運公司在各位指導下將持續成長進步，謝謝各位，敬祝身體健康，萬事如意。



照片 1 捷運臺北車站閘門設置紅外線熱顯像儀量測體溫



照片 2 「發財金」票卡及關渡站銷售點布置



照片 3 士林站 TOD 開發案統包工程簽約儀式



照片 4 多元支付售卡機



照片 5 國內軌道界首座語音售票機



照片 6 試辦開放淡水信義線 26 個車站寵物車搭捷運



照片 7 移除車廂內行李架，增加旅客站立空間



照片 8 兒童新樂園共融式親水設施--「小小水樂園」開幕



照片 9 中山廣場「顛覆（左圖）」及「城市山林咖啡館（右圖）」攝影展



照片 10 心中山廣場街頭藝術演出照片



照片 11 淡水站「詩步領羊」展出照片



照片 12 松江南京站花卉展售平臺



照片 13 東區東區動次嘉年華



照片 14 親子彩繪列車



照片 15 「搭捷運遊臺北」旅遊票行銷活動（109 年 7 月至 12 月）