

臺北市議會第 13 屆第 2 次定期大會

臺北捷運公司
工作報告

報告人：總經理 顏邦傑

中華民國 108 年 9 月

目 錄

一、前言	4
二、108 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	10
(三) 臺北小巨蛋經營管理	12
(四) 兒童新樂園經營管理	14
三、創新措施	16
(一) 發行團體 IC 票卡	16
(二) 發行「樂吉籤(Lucky Trip)」祈福票卡	16
(三) 辦理「樂齡搭捷運・輕鬆享好康」行銷活動..	16
(四) 發行識別度提升的 LED 版好孕吊飾.....	17
(五) 發行臺北捷運與國光客運交通聯票	17
(六) 導入新型態虛實整合廣告	17
(七) 推出親子彩繪列車	18
(八) 貓空纜車結合周邊資源共同行銷在地特色.....	18
(九) 冰上樂園提供多元電子化支付服務	18
四、未來工作重點	19
(一) 淡水站新增車站出入口	19

(二) 配合參與式預算案「樂活後山埤一號計畫」加強 車站周邊環境美化	19
(三) 捷運系統及車站空間美化工作	19
(四) 持續增設具商業價值的車站空間	20
(五) 物業開發及管理	20
(六) 持續推動捷運旅遊票促銷活動	20
(七) 推出「臺北高空景觀·博物館·捷運2日輕鬆遊」 旅遊套票	20
(八) 廁所改善及擴充	20
(九) 強化貓空纜車行銷	21
(十) 重置臺北小巨蛋中央監控系統	21
(十一) 增建兒童新樂園共融式親水設施	21
(十二) 擴建兒童新樂園遮陽遮雨設備	21
五、結語	21

召集人、副召集人、各位議員女士、先生：

欣逢貴會第 13 屆第 2 次大會開議，^{邦傑}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 108 年 1 月以來之營運概況、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

臺北捷運自 85 年 3 月 28 日木柵線通車營運以來，已滿 23 年，累計運量於 108 年 3 月 31 日突破百億。在喜迎百億人次的此刻，除舉辦一系列慶祝活動，與民眾分享經營點滴，共同見證市政成果外，仍將持續秉持著「提供安全、可靠、親切的運輸服務，追求永續發展」的使命，邁向宜居永續的城市願景。

在提供旅客貼心服務方面，結合科技應用，在車站閘門區建置電子資訊顯示系統，提供公車轉乘優惠、乘車宣導以及各項車站公告，另「臺北捷運 Go」APP 於 108 年起陸續提供旅客線上申請誤點證明、好孕吊飾、查詢置物櫃和販賣店資訊，並結合 Beacon 提供旅客下車提醒功能。

為滿足旅客日常生活需求，持續增設車站商業空間，引進智慧生活站（亞尼克蛋糕提領站），並與中華郵政合作，預計 108 年底完成全系統車站設置「i 郵箱」，提供全年無休、自助領取、交寄包裹及退貨服務。

除專注本業經營外，針對臺北市政府委託經營事業之貓空纜車、臺北小巨蛋及兒童新樂園，結合地區周邊資源，籌劃行銷活動並推出優惠措施，提供正當休閒娛樂，希望吸引更多民眾搭乘與使用，俾利發揮市政建設效益。

二、108 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 131.1 公里、車站 117 個。

(2) 運量：108 年 1 至 7 月運量總計 4 億 5,189 萬 8,550 人次，平均日運量 213 萬 1,597 人次，較 107 年同期 205 萬 9,790 人次，增加 7 萬 1,807 人次，成長約 3.5%。(近 5 年平均日運量如圖 1)

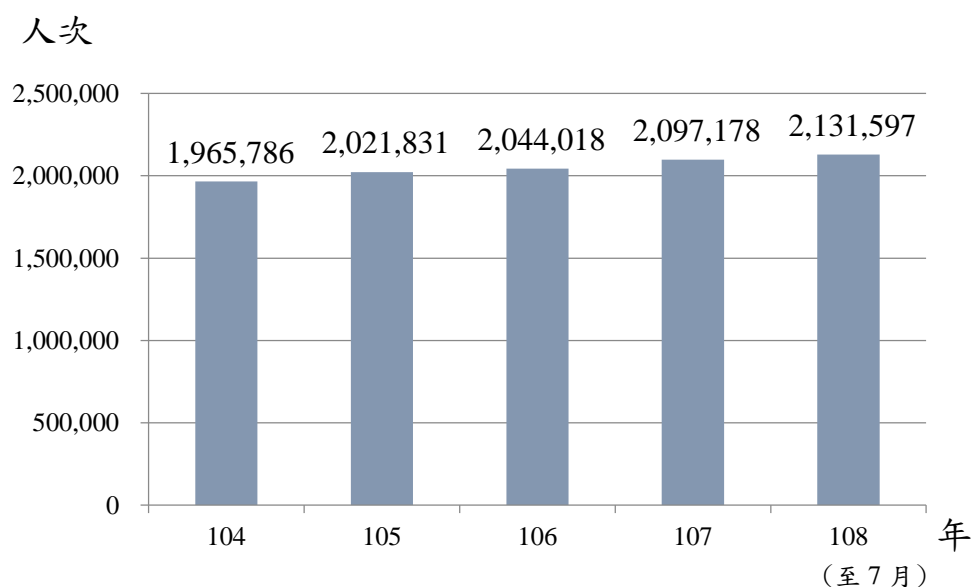


圖 1 臺北捷運近 5 年平均日運量

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)，108 年 1 至 7 月為 728.7 萬車廂

公里。相當於每發 10 萬車次僅發生 1.4 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

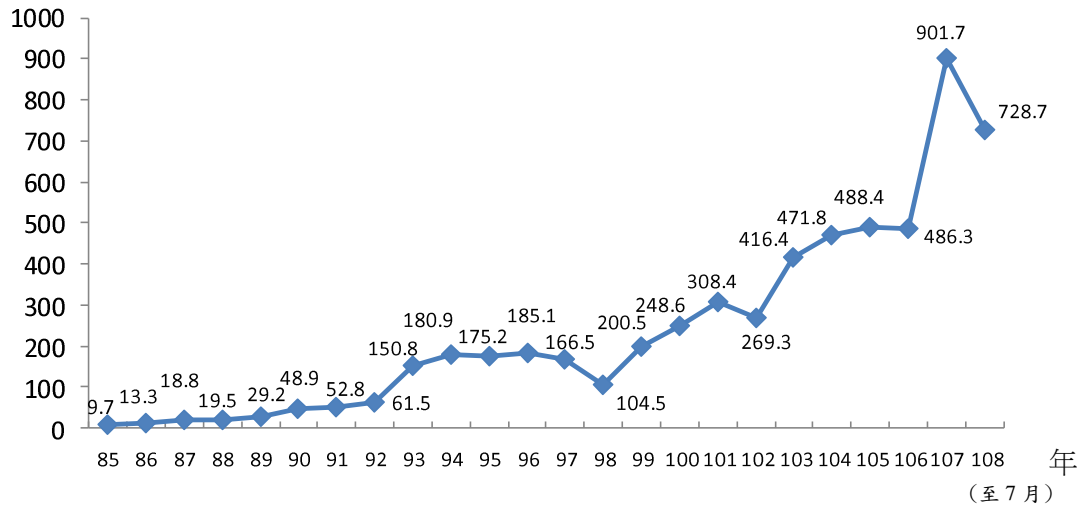


圖 2 歷年每發生 1 件 5 分鐘以上行車延誤事件之平均行駛車廂公里數

3、重要工作

(1) 因應節慶，調整運能，順利疏運人潮

因應淡水地區觀光人潮，於 108 年春節、二二八紀念日、清明節等連續假期，淡水信義線視現場實際人潮狀況啟動加密列車班次措施，以提升運輸服務。

此外，108 年燈節活動為 2 月 16 日至 2 月 24 日，在西門町至北門間舉辦。為加強疏運參觀人潮，假日板南線 17-19 時班距縮短為 3~3.5

分鐘，夜間其餘時段維持原假日班距 4 分鐘；平日夜間則維持原尖峰 2.5~3 分鐘、離峰 3.5 分鐘之班距。經觀察承載率與 107 年活動相近，運輸情形良好。

(2) 發行公共運輸定期票

107 年 4 月 16 日起發行，至 108 年 4 月 15 日實施滿一年，捷運運量較前期（106/4/16~107/4/15）增加 3.2%，平均每日增加 6.6 萬人次。

實施第 2 年（108/4/16~108/7/31），運量較 107 年同期增加 3.9%，平均每日增加 8 萬人次。

(3) 辦理 108 年兒童節搭乘優惠活動

配合市府社會局於 108 年 4 月 4 日至 4 月 7 日，臺北市國小兒童持數位學生證搭乘臺北捷運免費；另本公司於同期間亦辦理全國兒童搭乘貓纜免費活動，國小兒童持數位學生證或身份證明文件可兌換「兒童免費搭乘券」。

(4) 捷運車站閘門區建置電子資訊顯示系統

提供公車轉乘優惠、乘車宣導以及各項車站公告，並於重大活動、颱風、重大事件影響營運時，即時公告營運資訊。目前已於 83 個場站建置 160 面 55 吋電子資訊看板外，並於新北投站、中山站、臺北車站、東門站及西門站試

辦設置 5 組 75 吋觸控式電子看板，全案預計於 108 年底前完成全路網（含環狀線第一階段車站）新設 255 面 55 吋電子資訊看板，即時提供車站營運資訊。

（5）「臺北捷運 Go」APP 增添貼心新功能

為強化旅客服務，「臺北捷運 Go」APP 於 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。

（6）持續辦理車站廁所改建工程

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。108 年上半年完成啟用奇岩站、新北投站及中山站新完工之廁所，共計增加 10 個廁間。

4、附屬事業經營

（1）增設具商業價值的車站空間

108 年預計增設車站商業空間 7 處，使用面積增加約 96 坪，含淡水站後增建店舖 3 間、擴建店舖 1 間，以及松江南京站、北投站、中正紀念堂站 3 處增設簡易商業點位，完工後每年約可增加租金收入 1,170 萬元。

（2）與郵局合作於車站設置「i 郵箱」

107 年開始第一階段，於民權西路站等 10 站設置，第二階段預計 108 年底前，完成全系統車站設置，提供旅客全年無休、更便利之收、寄郵件服務。

(3) 廣告朝數位化發展，提升廣告價值

掌握廣告數位化趨勢，108 年起鼓勵廠商於車站設置投影機、LED 大型螢幕、動態光影燈箱等數位設備，打造影音專區，並引進國際品牌客戶，有效吸引旅客目光，提升車站廣告價值。

(4) 列車到站資訊升級

為提供旅客更清楚的列車到站訊息，108 年 7 月 1 日起重新調整月臺電視播放方式，透過與廣告穿插播放，將原畫面中左側之列車到站資訊放大，以提供更清楚易讀之列車到站資訊。

5、行銷活動

(1) 「捷運 100 億缺你不可」慶祝活動

為迎接運量累計突破 100 億人次的關鍵時刻，舉辦各式與民同樂活動，包含 108 年 3 月 7 日「預測百億人次出現車站」線上抽獎活動、3 月 23 日至 3 月 24 日北捷夜間生活觀測站參訪活動、3 月 30 日至 3 月 31 日 100 大金曲迎

100 億音樂會及市集、4 月 26 日第 100 億乘客頒獎典禮，總計參與人數 7 萬人次（線上活動 6 萬人次、實體活動 1 萬人次）。

（2）「地球一小時」（Earth Hour）活動彩繪列車合作案

為使民眾意識到氣候變遷議題，並將地球降溫理念實現到生活中，與「地球一小時」亞洲區主辦單位臺灣代表 O'right 歐萊德公司，於 108 年 3 月 11 日至 5 月 30 日合作彩繪 1 列列車，在車廂內以 3D 視覺效果，呈現困在融冰中的可愛北極熊，搭配極地動物持手電筒，象徵地球暖化及保育，活動期間累計超過 90 則媒體露出。

（3）第 15 屆捷運盃街舞大賽

以國際化為目標，邀請國際團隊擔任評審、示範演出及舉辦專業街舞營，並增加國際比賽獎金 40 萬元。108 年 5 月 2 日舉辦記者會、6 月 15 日街舞快閃、7 月 27 日至 7 月 28 日初賽、8 月 10 日全民舞蹈教室、8 月 17 日決賽、8 月 18 日專業街舞營，共計 242 組隊伍報名參加比賽。

（二）貓空纜車經營管理

1、營運概況

- (1) 運量：108 年 1 至 7 月總運量為 127 萬 8,874 人次(平均日運量 7,350 人次)，較 107 年同期 123 萬 5,792 人次，增加 4 萬 3,082 人次，成長約 3.5%。
- (2) 系統平均可用度：108 年 1 至 7 月系統平均可用度為 99.92%，較 107 年同期 99.99%略降，主要係因發生 1 件監控設備異常之系統延誤事件，系統運轉仍維持高可用度狀況，為全世界 POMA 公司纜車系統中表現最佳之一。

2、行銷措施

- (1) 舉辦「天蓬賀歲迎新春 貓纜送福添好運」活動
與指南宮合作推出農曆春節活動，農曆初一至初三安排財神爺至貓纜車站，每日限量發送發財金及豬年春聯等招財禮，讓旅客感受過年熱鬧歡樂氣氛。
- (2) 舉辦「北中南東 銅板價搭貓纜」優惠活動
108 年 3 月 4 日至 5 月 5 日止(不含 4 月 1 日至 4 月 7 日兒童月優惠活動)，推出為期 8 週的貓纜縣市優惠活動，民眾於優惠期間，可持證明文件購買不限搭乘里程的 50 元單程票，藉以吸引民眾搭乘，統計活動共吸引外縣市民眾 22,993 人次搭乘纜車。
- (3) 與市府「北北基好玩卡」合作行銷

108 年 4 月 15 日起，與市府觀傳局「北北基好玩卡」合作行銷，將貓空纜車納入套票旅遊景點中，擴大豐富套票優惠，並透過網路平台宣傳販售，以增加貓纜曝光度吸引民眾搭乘。

(4) 與指南宮合作端午節活動

推出「扇行藝舉慶端午 香包傳情扇播愛」活動，由指南宮提供彩繪紙扇、貓纜提供 DIY 動物香包吊飾，有助於增添節慶話題性，吸引遊客搭乘。

(5) 舉辦「2019 年全國青少年學生貓纜 FUN 暑假」優惠活動

考量青少年族群喜愛結伴成行，且優惠票價對於青少年學生具吸引力，故貓空纜車推出暑假全國 18 歲以下國、高中學生憑學生證可享搭乘纜車每趟 50 元優惠，以吸引暑假學生族群搭乘。

(三) 臺北小巨蛋經營管理

1、營運概況

- (1) 主場館：108 年 1 至 7 月主場館使用率 93.4%，較 107 年同期 90.6%，成長 2.8 個百分點。
- (2) 副館（冰上樂園）：108 年 1 至 7 月入場總人數為 23 萬 5,346 人次(平均每日入場人數 1,115 人次)，較去年同期 21 萬 4,881 人次，增加 2 萬

465 人次，成長 9.5%。

2、多元賽事與活動

- (1) 主場館：108 年 1 至 7 月共舉辦 61 場賽事與活動，包含「107 學年度高中籃球甲級聯賽總決賽」、「2019 舞王世界公開賽」、「林俊傑聖所世界巡迴演唱會」、「費玉清 2019 臺北小巨蛋演唱會」、「全本音樂劇『獅子王』」、「第 14 屆 KKBOX 風雲榜」、「第 30 屆流行音樂金曲獎頒獎典禮」等。
- (2) 副館（冰上樂園）：108 年 1 至 7 月共舉辦 4 場國內賽事，包含「108 年臺北市青年盃冰球錦標賽」、「108 年臺北市青年盃滑冰錦標賽」、「108 年全國短道競速滑冰春季錦標賽」及「108 年全國花式滑冰菁英錦標賽」等。

3、行銷措施

(1) 多元優惠方案

針對不同客源及尖峰離峰時段，設計個人及多人同行滑冰優惠組合，並推出消費滿額贈送平日滑冰券活動，以提升消費金額並吸引遊客於平日離峰時段再度入場滑冰。

(2) 創意節慶活動

配合兒童節推出「兒童滑冰免費」活動，

帶動親子同行蒞館滑冰，有效提升入場人次及營收，進而推廣冰上樂園歡樂滑冰氛圍。

(四) 兒童新樂園經營管理

1、營運概況：

108年1至7月入園總人數為121萬1,183人次(平均每日入園人次為5,740人次)，較107年同期125萬3,342人次，減少4萬2,159人次，減幅3.36%，主要係天候不佳所致，其中108年1至7月因雨遊具停機天數計64天，107年同期僅47天，致影響入園總人次。

2、108年1至7月各項入園優惠措施使用人次：

(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)：2,823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)：14萬5,204人次。

(3) 臺北市民在地人優惠(臺北市民每週三入園免門票)：1萬1,007人次。

(4) 平日團體預約入園免門票：5萬2,668人次。

3、行銷措施

(1) 兒童節慶祝活動

配合教育局辦理 108 年兒童月活動，自 108 年 3 月 30 日至 4 月 30 日，每逢假日全國 1 大 1 小免費入園，活動期間共吸引 16 萬 3,876 人次入園遊玩。

(2) 端午節紀念活動

協同客委會及桃園龍潭高原社區發展協會，推出「左手香手工皂」、「平安草防蚊液」及「樂學客語送客粽」等多項 DIY 應景活動。

(3) 推出三館聯合護照

寒暑假期間限量推出兒樂、天文館、科教館三館聯合護照，內容包含兒童新樂園入園門票及體驗 5 次大型遊樂設施、天文館宇宙劇場或立體劇場門票，及科教館常設展覽及特展票券，另外還有貓空纜車單程票優惠券及三館廠商優惠兌換券，總計銷售 2 萬 5,000 套。

(4) 異業合作活動

為慶祝入園即將突破第 1,000 萬人次，特別與國際知名動畫人物「Robocar Poli 救援小英雄」廠商合作，自 108 年 6 月 28 日起至 109 年 6 月 30 日止，結合遊樂設施水果摩天輪，推出專屬的波力摩天輪，從建築物外觀牆面、月臺、出入口到車廂等，均有波力元素妝點布置，並

在園區內安排 6 處救援小英雄驚喜秘密彩蛋，增添話題性，吸引遊客拍照打卡上傳。

三、創新措施

(一) 發行團體 IC 票卡

為利團體旅客節省進出站時間，創國內捷運之先，自 108 年 1 月 7 日起，試辦開賣團體 IC 票卡，20 人以下的團體旅客只要持一張 IC 票卡，便可推派一人一卡多刷，方便同行旅客進出車站。

(二) 發行「樂吉籤(Lucky Trip)」祈福票卡

與艋舺龍山寺合作，在捷運龍山寺站限定販售祈福票卡，票卡為 1 次票設計，啟用後不回收，旅客可收藏紀念。本公司自行改造原有自動售票機，成為樂吉籤與紀念票卡自動販售機，販售特殊圖案設計的桃紅色代幣並可求取籤詩，精美籤詩收據可供列印及手機掃描 QR code 儲存，於 108 年 1 月 31 日上午開賣，每顆售價 50 元，限量販售 5,000 顆，民眾反應熱烈，隔日上午即售罄。活動期間，樂吉籤售票處成功吸引民眾圍觀拍照，讓捷運站內增添有趣亮點。

(三) 辦理「樂齡搭捷運·輕鬆享好康」行銷活動

為鼓勵長者搭乘捷運出遊，首次異業合作提供優惠券兌換活動，108 年 4 月 1 日至 6 月 30 日活動

期間，長者持敬老卡搭乘臺北捷運，搭乘次數每滿30次，即可兌換1張優惠券，優惠券兌換及使用期限到108年7月31日，總計兌換2萬5,362張。

(四) 發行識別度提升的LED版好孕吊飾

108年試辦發行「您讓座，我好孕」LED升級版限量好孕吊飾，自5月15日起，孕婦旅客上網登錄後，出示手機電子憑證及孕婦健康手冊，可於臺北車站等20個指定車站免費索取，提醒旅客主動禮讓孕婦，共創舒適關懷的搭乘環境。試辦期間，所有車站仍持續提供「好孕貼紙」，供有需求的旅客索取。

(五) 發行臺北捷運與國光客運交通聯票

108年6月1日起，與國光客運合作發行國光北捷聯票，銷售地點為桃園國際機場第一航廈及第二航廈國光客運服務櫃檯，提供入境旅客不受時間限制往返桃園機場，與搭乘捷運遊遍大臺北地區。聯票包含國光客運機場巴士來回票及北捷48小時票或72小時票1張，最高可享88折優惠。

(六) 導入新型態虛實整合廣告

因應數位化潮流，結合傳統平面媒體及數位屏拓展行動廣告，108年4月1日起，於南京三民站及臺北小巨蛋站建置數位屏，並導入新型態虛實整

合廣告應用，未來車站廣告除可跨屏顯示，亦可透過旅客之行動裝置進行分享與互動，預計 108 年底前建置完成。

(七) 推出親子彩繪列車

108 年 7 月 1 日配合兒童新樂園行銷活動，於淡水信義線打造「2019 夏夜星空號」彩繪列車，融入創意貼圖設計，吸引親子旅客共乘，增加歡樂互動的樂趣。

(八) 貓空纜車結合周邊資源共同行銷在地特色

本公司與貓空商圈及食品廠商合作，使用貓空地地區鐵觀音茶粉，由廠商研發貓空鐵觀音口味的乖乖，108 年 4 月 10 日至 5 月 7 日於便利商店實體販售，行銷貓空纜車及推廣貓空在地特色。

(九) 冰上樂園提供多元電子化支付服務

108 年 3 月起陸續推出悠遊卡小額支付及行動支付等多元支付服務，另自動販賣機自 108 年 6 月起全面換新，可提供顧客悠遊卡或其他電子支付之付費方式，達成市府推動電子化支付政策目標。

四、未來工作重點

(一) 淡水站新增車站出入口

配合淡水站增設商業空間工程，規劃新建車站第 3 出入口，除改善淡水站假日通行動線及分流旅客外，亦提供旅客通往淡水河岸河濱公園之便捷出口，預計 109 年上半年開放使用。

(二) 配合參與式預算案「樂活後山埤一號計畫」加強車站周邊環境美化

本案通過市民網路投票(i-Voting)後，立即配合於後山埤站出口 1 空地，進行環境美化改善，如植草磚改為崗石地磚鋪面、喬木斷根、設置導根板及新增樹穴花台等，滿足附近居民活動、休憩空間之需求，預計 108 年底前完成。

(三) 捷運系統及車站空間美化工作

1. 東區地下街 12 號及 14 號出口廣場：以「流-stream」為規劃主題，結合流動意象於龍門廣場設計「湧泉」、頂好廣場設置「瀑布」的電子造型裝置，預計 108 年 11 月底前完成。
2. 關渡站及復興崗站：結合當地歷史文化及環境特色，設置「動物狂歡節」與「小兵立大功」裝置藝術，喚起民眾重視生態環境惡化問題，並回顧復興崗站命名歷史意義，預計 108 年底完工後將辦理導覽活動，俾利民眾了解設置意義。

(四) 持續增設具商業價值的車站空間

109 年規劃擴建市政府站及中山站共 3 處商業空間，使用面積約 75 坪，預估每年可增加營收 1,920 萬元。

(五) 物業開發及管理

進行捷運車站轉乘設施空間活化及多元服務設施規劃建置計畫，配合 TOD 發展理念，以捷運士林站及轉乘停車場等空間為規劃主體，預計 108 年 11 月底完成整體規劃設計後執行。

(六) 持續推動捷運旅遊票促銷活動

為增加捷運旅遊票附加價值，吸引國內外旅客購買旅遊票，預計 108 年 10 月至 109 年 3 月推出全新促銷活動。

(七) 推出「臺北高空景觀·博物館·捷運 2 日輕鬆遊」旅遊套票

與臺灣高鐵、豐趣科技合作發行，套票包含高鐵標準車廂來回票、「北捷加景點」套票（含捷運 2 日票及臺北都會區 8 處觀光景點門票），另贈送商圈大禮包。銷售通路為高鐵假期網站線上訂購，規劃 108 年 8 月 20 日上線。

(八) 廁所改善及擴充

108 年下半年除將完成景安站及永春站廁所重置改善，另已規劃唶哩岸站、萬隆站、小南門站及

新店站等 4 站廁所陸續開工施作改善。

(九) 強化貓空纜車行銷

持續與其他纜車業者、航空公司業者、周邊飯店業者等洽談合作，透過各種不同行銷方案，提升貓空纜車曝光度及吸引力，增加觀光客源。

(十) 重置臺北小巨蛋中央監控系統

原建置之空調、水電及供電監控設備已逾使用年限，且原廠已停產，備品取得不易，為維護場館機電設備正常運轉及監控安全，辦理重置工作，預計 108 年底完成。

(十一) 增建兒童新樂園共融式親水設施

為推動「Play for All」共融式遊戲場政策，規劃於兒童新樂園建置共融式親水設施，提供一般遊客、身心障礙兒童及陪伴者能一同遊戲，預計 108 年底完成。

(十二) 擴建兒童新樂園遮陽遮雨設備

針對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，已於 107 年規劃設計，預計 109 年底完成。

五、結語

臺北捷運達到百億人次運量里程碑，代表民眾對市政建設的肯定，我們將持續精進服務品質，除依計

畫更新軟硬體設施設備，亦加強捷運系統周邊及車站空間美化工作，預計 108 年底前完成後山埤站出口 1 空地美化，東區地下街 12 號、14 號出口廣場、關渡站及復興崗站新設裝置藝術，結合地方人文特色，落實推動城市美學。

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，進行捷運車站轉乘設施空間活化及多元服務設施規劃，希望帶動地區都市更新及增進觀光效益。另持續尋求與同業及異業合作機會，共同發行大眾運輸旅遊套票，提供國內外旅客更便利、經濟的交通選擇。

展望 108 年底，完成環狀線第一階段車站進駐及通車營運準備作業為首要目標，確保系統穩定、安全無虞，提供大臺北都會區民眾更迅速、便利的公共運輸服務。

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 捷運車站閘門區建置電子資訊顯示系統



照片 2 捷運車站設置 i 郵箱



照片 3 列車到站資訊升級



照片 4 100 大金曲迎 100 億音樂會



照片 5 「地球一小時」(Earth Hour) 彩繪列車



照片 6 第 15 屆捷運盃街舞大賽記者會



照片 7 市長蒞臨兒童新樂園與小朋友歡度兒童節



照片 8 發行團體 IC 票卡



照片 9 樂吉籤(Lucky Trip)祈福票卡



照片 10 「樂齡搭捷運·輕鬆享好康」行銷活動



照片 11 發行 LED 版好孕吊飾



照片 12 「2019 夏夜星空號」親子彩繪列車