

臺北市議會第 14 屆第 1 次定期大會

臺北捷運公司
工作報告

報告人：總經理 黃清信

中華民國 112 年 4 月

目 錄

一、前言	4
二、111 年度重要業務成果	5
(一) 臺北捷運經營管理	5
(二) 貓空纜車經營管理	12
(三) 台北小巨蛋經營管理	14
(四) 兒童新樂園經營管理	15
三、業務精進與創新作為	17
(一) 文湖線 370 型電聯車車廂內裝重置	17
(二) 隔音牆增建改善	18
(三) 行車振動改善	18
(四) 車站廁所設施改善	18
(五) 車站端牆行車輔助系統	19
(六) 開放旅客攜帶低音提琴搭乘捷運	19
(七) 國際寵物日「寵物專車」活動	19
(八) 輪椅旅客自動叫梯服務	19
(九) 台北捷運 Go App 功能再精進	20
(十) 臺北捷運再設計－中山站	20
(十一) 捷運車站附屬事業發展	21
(十二) 捷運機廠太陽能推動	21
四、未來工作重點	21
(一) 自動收費系統閘門電子主單元重置	21

（二）軌道異物入侵偵測.....	22
（三）主動式電扶梯安全系統.....	22
（四）導入影像分析技術修正 CCTV 照射角度	22
（五）捷運中山地下街出入口暨線形公園整體改善 ..	23
（六）捷運車站多目標大樓開發案.....	23
五、結語.....	24

召集人、副召集人、各位議員女士、先生：

欣逢貴會第 14 屆第 1 次大會開議，^{清信}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 111 年度營運概況、創新作為及未來工作重點，向各位議員女士、先生提出報告。

一、前言

臺北捷運通車迄今已服務超過 125 億人次，營運成績備受國內外肯定，111 年全年系統營運可靠度 MKBF（即每發生 1 件 5 分鐘以上行車延誤事件的平均行駛車廂公里數）達 1,645.9 萬車廂公里，再創歷年最佳表現。

歷經過去三年的疫情，臺北捷運運量已逐步回升，本公司積極配合滾動調整列車班距，持續強化運輸安全與服務品質，並以「智慧營運」與「數位創新」2 大主軸推動一系列創新作為，有效提升系統效能及優化服務流程，期透過導入創新思維與科技，力求精進與突破。

除專注本業經營外，本公司亦針對臺北市政府委託經營之貓空纜車、台北小巨蛋及兒童新樂園同步追求精進與成長，透過異業結盟擴大行銷宣傳，提供民眾更加豐富多元的遊憩選擇，俾利展現市政建設之成果。

二、111 年度重要業務成果

(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、營運車站 131 個。

(2) 運量：111 年總運量 5 億 8,725 萬 7,852 人次，平均日運量 160 萬 8,926 人次(平常日 178 萬 3,010 人次/日、例假日 123 萬 5,245 人次/日)，與 110 年 145 萬 5,124 人次/日相較，平均每日增加 15 萬 3,802 人次，增幅 10.6%。觀察 111 年運量變化趨勢，4-5 月雖因 COVID-19 本土確診數增加影響運量表現，惟自 109 年爆發疫情後，歷經兩年多的疫情起伏及病毒傳染力與致死率強度減弱，民眾逐漸適應疫後生活型態，經濟活動亦緩慢復甦，故整體而言，111 年運量與疫情前 108 年(216 萬 3,285 人次/日)相較，已恢復 74.4%。其中，111 年 12 月平均日運量 204 萬 2,780 人次，已恢復至 108 年 12 月(237 萬 5,686 人次/日)之 86.0%。(臺北捷運近 5 年平均日運量如圖 1)

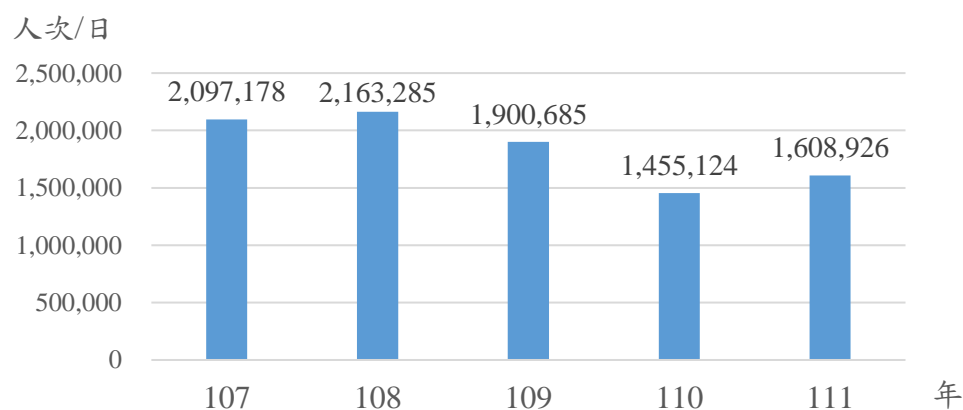


圖 1 臺北捷運近 5 年平均日運量

2、營運可靠度

依國際地鐵聯盟 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），111 年度全年營運可靠度為 1,645.9 萬車廂公里、5 分鐘以上行車延誤事件僅 7 件（110 年共 9 件），為歷年最佳表現。相當於每 15 萬車次僅發生 1 次列車延誤 5 分鐘以上事件，可靠度高達 99.9994%。（歷年 MKBF 如圖 2）

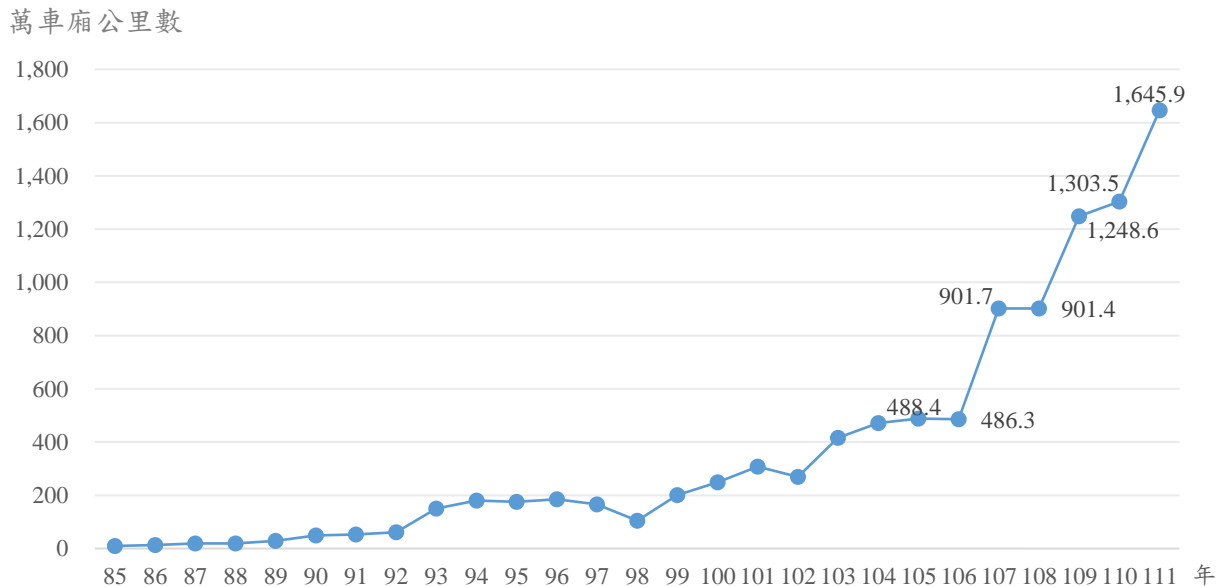


圖 2 歷年每發生 1 件 5 分鐘以上行車延誤事件之平均行駛車廂公里數

3、重要工作

(1) 列車班距滾動彈性調整

A. 受疫情影響，運量自 111 年 5 月起明顯減少，考量民眾仍有尖峰通勤需求，故捷運各路線尖峰密集班距均維持不變，提供最大輸運服務運能；離

峰及假日則持續觀察實際運量情形，自 111 年 5 月 23 日起滾動式調整高運量路線服務班距，平日班次數減少 95 班（約-4%），假日班次數減少 116 班（約-6%）。

- B. 因應疫情趨緩運量逐漸回升，平日尖峰時段仍持續維持最大運能輸運尖峰旅客；其餘時段持續觀察實際運量情形，滾動調整服務班距，並自 111 年 7 月 2 日起恢復淡水信義線及板南線週六夜間區間車服務，另自 111 年 8 月 27 日起縮短淡水信義線及板南線假日部分時段之服務班距。

（2）配合「2023 年跨年活動」加密列車班距

連續 42 小時營運不收班，由板南線、淡水信義線及松山新店線共同擔負「2 線進場、3 線離場」跨年輸運任務，板南線最密班距達 2 分 28 秒，並視人潮彈性調整班距；另為避免發生推擠踩踏事件，於市政府站及台北 101/世貿站重要出口增設「淨空緩衝區」，並增設 LED 電子顯示看板，提醒旅客「不要推擠、避免踩踏」。統計自 111 年 12 月 31 日上午 6 時至 112 年 1 月 1 日上午 6 時，捷運全系統運量為 216.2 萬餘人次，較去年增加 14 萬人次。

（3）捷運人流資訊管理系統（Metro TIMES）

繼板南線、文湖線後，自 111 年 3 月起，淡水信義線、松山新店線、中和新蘆線正式啟用「捷運

人流資訊管理系統」，並於板南線龍山寺站及忠孝復興站建置國內軌道業首創「導引光條」及「動態小捷客」導引系統，依車廂擁擠度同步顯示綠、黃、橘、紅等不同顏色，供旅客快速掌握進站列車人潮狀況。本系統亦榮獲臺北市政府市長盃資料應用黑客松競賽第一名、中華民國運輸學會「傑出交通運輸計畫獎」。

(4) 廠商財務紓困措施

- A. 減租、免租及延租優惠措施：針對地下街、車站及受託事業（貓空纜車、台北小巨蛋及兒童新樂園）店舖、廣告、連通案等營業使用承租人，111年5月至7月一律減收租金50%，8月至10月一律減收租金30%，另5月至7月免租及延租則依申請辦理，紓困金額合計約4.1億元。
- B. 場地使用費減半優惠：提供111年5月至7月台北小巨蛋主場館、台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使用費減半優惠，金額約1,386萬元。
- C. 自109年至111年紓困金額統計：提供廠商減租、免（停）租及延租紓困金額約19.74億元、場地使用費減半優惠約3,533萬元，合計約20.1億元。

(5) 淨零碳排及節能措施

- A. 為提升車站空調效率及旅客服務品質，逐年辦理空調設備重置，除採新技術功能設備，確保系統可靠度外，亦選用能源效率基準 1 級之節能變頻機型，以提升空調設備運轉效能達到節能效益。至 111 年已完成 27 站空調設備重置，每年約可節省 324 萬度電（節省約 1,027 萬元/年）。
- B. 為提升電梯運轉品質及節能效益，陸續重置捷運初期路網高溫、耗能之油壓電梯，改以耗電量低且為市場主流產品之無機房電梯取代。至 111 年完成 151 臺油壓電梯重置，每年約可節省 520 萬度電（節省約 1,648 萬元/年）。
- C. 捷運車站照明重置：因應環保節能趨勢，並為提升服務品質及車站照度，持續將車站高耗能燈具重置為 LED 燈具，完成後可增加車站明亮度及照明均勻度。至 111 年完成 7.3 萬盞燈具重置，每年約可節省 376 萬度電（節省約 1,192 萬元/年）。

4、附屬事業經營

(1) 車站商業空間擴增

為推動車站商業化，持續於交會站及商業區等商業價值較高之重點車站內，將可利用空間調整作為商業使用，以提升商業收入。111 年於台北車站、忠孝復興站及中正紀念堂站等 7 站新增商業

空間計 8 處，每年增加約 1,910 萬元收入。112 年規劃於西門站、雙連站及台北車站等站新增 9 處商業點位，預估每年挹注收入約 1,800 萬元。

(2) Metro Corner 微型商場—南京復興站

於南京復興站轉運層設置微型商場、快閃專櫃，朝車站百貨化多元規劃，提供旅客咖啡、麵包及小飾品等服務。111 年 3 月 11 日舉辦開幕記者會，邀請媒體、品牌商出席，共吸引 26 家媒體報導，111 年全年增加收入約 1,000 萬元，並規劃 112 年將成功經驗複製至台北車站及忠孝復興站，預估年收益約 1,500 萬元。

(3) 數位廣告及新形態創意廣告

111 年於台北車站、忠孝復興站、中山站、大安站及國父紀念館站等 5 站 6 處完成數位廣告電視牆設置，因位處人流動線且影音效果佳，吸引品牌客戶刊登廣告，有效提升車站廣告商業價值。另為拓展新形態捷運廣告，與知名牙膏品牌合作，於板南線及松山新店線試辦列車進站音樂廣告，吸引 16 家媒體報導，廣告效果顯著。自 111 年 10 月重新招商之廣告契約，提供多元廣告型態（閘門語音、列車進站音樂廣告等）開放廣告廠商付費申請，增加附業收入。

5、行銷活動

(1) 2022 最狂樂透 搭捷運天天抽獎

加入臺北捷運會員並綁定電子票證搭捷運，即可參加抽獎。活動分別與 Mister Donut、味全龍、富邦悍將、酷聖石、家樂福、21 風味館、7-11、Beard Papa's 日式泡芙合作，由知名廠商提供優質商品作為抽獎贈品，獎品豐富多元且價值超過千萬元，有效帶動會員成長。活動新增會員共 13.3 萬人、新增綁卡 11.6 萬張、網路觸及 72.3 萬次、媒體報導 131 則。

(2) 捷運盃街舞大賽

111 年 5 至 8 月舉辦系列活動，以「整個臺北捷運都是我的街舞競技場」為題擴大舉辦，新增校際街舞大賽及樂齡兒少街舞活動，首邀 3 代言人郭書瑤、婁峻碩、BTOD 共同宣傳，初賽於東區封街並結合熊讚大氣球、宋江陣及 OPEN 將玩偶跨界演出、並規劃會員大禮包抽獎活動；另新增實驗性街舞表演賽增添賽事多元性，吸引外籍隊伍（菲律賓、印度）報名參賽。本屆賽事計有 285 隊 1,087 位選手報名（含 5 隊外籍隊伍 42 名選手），媒體報導共 175 則，網路觸及 62 萬次。

(3) 出口音樂節

111 年 12 月 10 日於爵士廣場推出 2 場大型音樂演出，午場首創會員專場演唱會，晚場則邀請陳昇等 5 組知名樂團演出，結合光雕秀、耶誕市集、

異國街頭表演等活動。另與 ACER、海尼根異業合作提供捷運會員免費好禮，串聯捷運會員活動 Beard Papa's 泡芙爺爺人偶踩街。本次活動獲媒體報導共 42 則、網路觸及 18.4 萬次，6,500 人現場參與。

(4) 閃耀！捷運光聚落

展期自 111 年 11 月至隔年 2 月，以「北歐童話」為主題，打造心中山、心雙連耶誕璀璨燈廊，並與新光三越共同合作於中山站 4 號出口設置大型耶誕樹；另配合本公司耶誕愛無限活動於大安森林公園周邊設置童趣耶誕樹。透過異業合作擴大整體布置呈現，營造節日氛圍與行銷話題。本次活動吸引媒體報導共 32 則、網路觸及 4.2 萬次。

(二) 貓空纜車經營管理

1、運量

111 年總運量計 105 萬 1,395 人次（營運日平均日運量為 3,381 人次），較 110 年總運量 70 萬 7,516 人次，增加約 34 萬 3,879 人次，增幅 48.6%，主要係因 110 年疫情三級警戒及換纜作業暫停營運日數較多，111 年正常營運且下半年疫情趨緩，旅客逐漸回流，透過辦理各式行銷活動如暑期優惠活動、推廣校外教學、貓空站光環境行銷等，運量已逐步回升。

2、系統平均可用度

111 年 1 至 12 月系統平均可用度為 99.98%，持續維持高可用度之穩定狀況。

3、行銷措施

(1) 貓空纜車校外教學行銷活動

推出結合貓纜之教育導覽行程，擴大推廣至國中小學生校外教學活動，以提升搭乘貓纜之團體遊客數，至 111 年 12 月底，共計 76 梯次 3,424 位師生參與。112 年將持續辦理，並響應公益回饋提供清寒家庭學生及每班 1 名導師免費優惠。

(2) 暑假行銷活動

為吸引觀光人潮回流，暑假期間推出「安心樂活 FUN 暑假」之票價優惠活動，醫護軍警消人員憑相關證件可免費搭乘纜車，一般民眾憑疫苗施打證明可享平日纜車單趟 50 元優惠，活動期間共計 7,292 人次享醫護軍警消免費搭乘，3 萬 9,380 人次享疫苗回饋優惠。

(3) 貓纜 15 週年行銷活動

111 年 10 月 5 日舉行貓纜 15 週年記者會，以 15 週年老朋友陪伴為主題，邀請貴賓及旅客共襄盛舉，並開設專屬 FB 及 IG 社群平臺帳號介紹三貓相關活動、景點及商家。111 年 10 月至 12 月分別舉辦老朋友同學會—露天茶席、戶外雙人瑜珈及拉丁搖曳貓空趴活動，另推出 1,515 份活動 IP

悠遊卡創造行銷話題。

(4) 貓纜跨年煙火車廂派對

111 年跨年煙火車廂活動首次採與廠商合作方式辦理，規劃「貓空茶醺派對」，活動包括歌手駐唱及花式調酒表演，另安排導覽與維修車體驗活動，成功創造行銷話題。

(三) 台北小巨蛋經營管理

1、營運概況

(1) 主場館

A. 111 年全年租用天數原為 347 日，惟承租廠商配合中央及市府防疫政策取消檔期，致 111 年取消租用 59 日，實際使用天數為 288 日，使用率為 78.9%。

B. 111 年度舉辦「全本音樂劇《貓》」、「110 學年度高中籃球甲級聯賽總決賽」、「2022 張惠妹演唱會」、「百老匯音樂劇『獅子王』」、「瘦子 E.SO 地囚人台北小巨蛋演唱會」、「111 年國民體育日—體育表演會活動」、「SUPER JUNIOR 臺北演唱會」等 42 檔（100 場）活動。

(2) 副館（冰上樂園）

A. 111 年入場總人數為 37 萬 3,578 人次（營運日平均每日入場人數 1,026 人次），較 110 年總入場 22 萬 1,124 人次，增加約 15 萬人次，增幅 69%，主

要係因 111 年疫情較為趨緩，遊客滑冰意願增加所致。

- B. 111 年舉辦 9 場賽事，包含 111 年全國短道競速滑冰春季錦標賽暨國手選拔賽、111 年臺北市青年盃滑冰錦標賽、中華奧會 100 周年暨 2022 全國花式滑冰菁英錦標賽、111 學年度全國短道競速滑冰夏季錦標賽、2022 年臺北城市盃冰球錦標賽、111 學年度全國花式滑冰錦標賽、111 年臺北市中正盃滑冰錦標賽、111 年全國短道競速滑冰秋冬季錦標賽及中華奧會 100 周年紀念暨 111 學年度全國中正盃冰球錦標賽。

2、行銷措施

憑台北小巨蛋主場館 111 年 8 至 12 月活動票根，於該場次活動結束後次日起至 112 年 1 月 31 日止，可兌換「兒童新樂園」或「貓空纜車」一日票，提升委管事業營運及帶動周邊商圈經濟。為提升觀眾兌換率，小巨蛋、貓纜及兒樂除推出一系列宣傳策略外，亦於每場活動進場後於現場增加兌換點位。至 111 年 12 月 31 日已累計兌換 10 萬 1,946 張，兌換率 32.1%，增加周邊商機約 4,893 萬元。

(四) 兒童新樂園經營管理

1、營運概況

111 年總計 126 萬 6,642 人次入園(平均每日 3,747 人

次)，較 110 年總入園 91 萬 749 人次，增加約 35 萬人次，增幅 39%，主要係因下半年防疫政策逐步解封，遊客出遊意願提升，行銷措施見效，入園人數已逐漸恢復。

2、優惠措施

- A. 星光優惠：寒暑假、週六及連續假期（收假日除外）下午 4 時後入園免門票，共計 17 萬 6,911 人次。
- B. 平日團體預約入園免門票：共計 6 萬 3,552 人次。
- C. 弱勢族群優惠措施：臺北市低收入戶（每日）及全國低收入戶（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，共計 7,075 人次。
- D. 臺北市民在地人優惠：臺北市民每週三入園免門票，共計 7,363 人次。

3、行銷措施

（1）推廣企業、團體、學校包場

與廠商簽訂合作協議，藉由增加包場活動內容豐富度，提升包場客戶價值及收費價格，111 年度共舉辦 17 場包場活動，類型橫跨演唱會、企業家庭日、學校聖誕派對、產品發表會、集體求婚派對，增加營收約 691 萬元，入園人數增加約 4.5 萬人。112 年將持續推廣包場服務，協助業主辦

理演唱會、企業家庭日、學校聖誕派對、產品發表會、集體求婚派對等各式活動，拓展樂園多元化經營以增加營收。

(2) 多元票種及促銷方案

- A. 星光樂 FUN 券：配合 111 年臺北燈節活動，延長營運時間，首次推出星光優惠入園免門票及星光樂 FUN 券，並於暑假及雙十節連假等延長營運期間推出買一送一優惠，共銷售約 4.4 萬張星光樂 FUN 券。
- B. 一日樂 Fun 券：結合知名電商 KKday、Klook 等通路，並由 KKday 導入 App Clips 科技，無接觸快速購票。111 年共銷售約 6.5 萬張，佔總入園人次約 5.1%。
- C. 台北小巨蛋、兒童新樂園、貓空纜車聯合行銷：憑台北小巨蛋 111 年 8 月至 12 月主場館活動票根可免費兌換兒童新樂園或貓空纜車一日票，共兌換約 7.3 萬張兒童新樂園一日票，增加營收約 1,314 萬元。

三、業務精進與創新作為

(一) 文湖線 370 型電聯車車廂內裝重置

為紓解捷運文湖線尖峰時間搭乘人潮，並提升旅客乘坐舒適度，調整 370 型電聯車座椅弧度曲線以提升乘坐舒適度；另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。全案於 112 年 1 月完成 101 對車內裝重置。

(二) 隔音牆增建改善

為提升民眾生活品質，持續辦理隔音牆增建改善，111 年完成「捷運北投站至復興崗站高架段隔音牆重置」及「捷運文湖線木柵段隔音牆設置」，112 年接續辦理「民權西路出土段隔音罩重置」及「捷運淡水線平面段隔音牆更新」。

(三) 行車振動改善

當列車行經彎道時，鋼輪與鋼軌摩擦易產生行車振動問題，影響鄰近居民生活品質，故採用高隔振基鈹降低對陳情區段振動之影響，目前針對海山站至亞東醫院站（板南線）、永安市場月臺區（中和新蘆線）進行改善。本案已於 111 年 6 月 17 日開工，預計 112 年 9 月前完成。

(四) 車站廁所設施改善

為提升旅客如廁舒適性，111 年完成淡水站、竹圍站、復興崗站、忠義站、台北車站、永寧站（東側）、昆陽站、大坪林站等 8 站廁所改善，112 年已完成土城站、亞東醫院站 2 站，並持續施作永寧站（西側）、海山站、忠孝復興站、中正紀念堂站、新店區公所站等 5 站，預計 112 年底前改善完成。

(五) 車站端牆行車輔助系統

為有效控管營運狀況，並簡化車站作業，於淡水信義線中山站月臺試辦建置車站端牆行車輔助系統，並於111年12月正式啟用。透過數位傳輸介面整合行車資訊，以利站務、維修及司機員快速掌握進入管制區授權狀況、營運資訊、列車及旅客服務等即時資訊，有效提升作業效率。

(六) 開放旅客攜帶低音提琴搭乘捷運

111年1月23日起至112年1月22日，試辦旅客攜帶低音提琴搭乘捷運，開放時間為假日全天，以及平日上午10時至下午4時、平日晚間10時至營運結束；除文湖線及環狀線各車站、忠孝新生站、忠孝復興站、大安站及南京復興站不開放外，其餘各車站皆開放。112年試辦期滿，已正式開放旅客攜帶低音提琴搭乘捷運。

(七) 國際寵物日「寵物專車」活動

於112年4月9日試辦國際寵物日「寵物專車」活動，安排專車由象山站開往圓山站，讓寵物（限貓、狗）及飼主共享乘車互動樂趣，並於圓山站外安排寵物相關市集，以豐富活動內容提供寵物友善搭乘體驗。

(八) 輪椅旅客自動叫梯服務

以輪椅旅客日常進出車站搭乘電梯需求為改善標的，運用影像識別技術自動觸發叫梯訊號，提升輪椅旅客

服務品質。自 109 年 12 月起於台大醫院、亞東醫院站、萬芳醫院站、中山站、石牌站等 5 站正式啟用，預計 112 年完成士林站、明德站及忠孝復興站等 3 站。

(九) 台北捷運 Go App 功能再精進

提供車廂/路線擁擠度資訊，可分散人潮並提升列車乘載率，減少尖峰時段旅客候車時間；新增重要營運訊息通知，優化旅客資訊，如行控中心營運資訊遇到重大異常，將以推播、首頁 Banner、跑馬燈及替代路徑圖卡等方式提供旅客最新資訊；另持續推動新技術開發，包含建置旅遊票 e 化平臺、貓纜購票系統多元社群帳號登入、優惠券網路架構負載平衡設定等項目。

(十) 臺北捷運再設計－中山站

與台灣設計研究院合作，以中山站為示範站進行車站環境改善。本次改造涵蓋詢問處擴建、十字廊道燈箱指標減量及版面重新設計、售票區及廣告牆面改善、車站無線上網區、充電區整合等項目，提供旅客機能及設計感兼具的車站新體驗；另打造中山站為智慧車站，引進物聯網、人工智慧及新穎顯示技術，完成車站多媒體旅客資訊系統、輪椅旅客自動叫梯等旅客智慧化服務功能，以及一鍵開/關站、行動資訊傳遞系統等智慧化操作功能，總計 18 項智慧車站元素，並於 111 年 11 月 7 日舉行完工記者會。

(十一) 捷運車站附屬事業發展

為使車站更具生活便利性，持續與異業合作，提供旅客多元服務。於南京復興站設置 Metro Fresh 捷欣鮮智慧農業展示區及展售區，打造可食地景展示區以宣達健康與食安教育，另附設商業點位，販售健康特色餐飲及衍生商品；與逾 20 家知名品牌（如北海道 Cremia 冰淇淋、ROYCE 巧克力等）合作設置快閃銷售櫃位，以刺激消費，預估每年可增加租金收益達千萬元以上；另於 5 個捷運車站增設 13 座共享辦公室，滿足旅客個人行動商務辦公需求；111 年 12 月誠品生活進駐東區地下街，第 6 至 7 號廣場間共 17 間店舖，打造為饗食品味並重、休憩文青兼具的誠品生活微商場。

(十二) 捷運機廠太陽能推動

自 107 年起陸續於捷運北投、土城、蘆洲、木柵、內湖及新莊等 6 座機廠屋頂建置太陽光電發電設備，目前辦理北投機廠太陽能擴建案，預定 112 年 6 月併聯送電，合計設置規模 22 百萬瓦，預估發電量每年 2,215 萬度，年收益可達 2,200 萬元，有效活化資產並增加業外收入。

四、未來工作重點

(一) 自動收費系統閘門電子主單元重置

為提升服務品質及設備可靠度，並因應民眾消費付款習慣之改變，辦理閘門電子主單元重置，透過重要零

組件重置方式，以延長主財產壽命，並強化硬體規格並增加儲存空間以擴充運用彈性，完成行動支付之軟體環境佈設，以利未來導入行動支付功能。重置工程將於 112 年招標，114 年完成系統建置。

（二）軌道異物入侵偵測

為提升行車安全，選用光達偵測設備於文湖線進行軌道異物偵測概念性驗證測試 (POC)，當異物入侵軌道時立即告警通知行控中心執行列車緊急停止及應變處置，預計 112 年底前完成驗證，之後將依驗證結果評估後續施作規劃。

（三）主動式電扶梯安全系統

為提升旅客電扶梯搭乘安全，導入 AI 影像辨識系統，針對穿著軟膠布希鞋旅客主動投射告警圖案及語音提醒，將被動張貼警語標示轉化成主動提醒。111 年已完成忠孝新生站、忠孝復興站及忠孝敦化站等 3 站部分電扶梯之系統增設，預計 112 年完成中山站及淡水站等 2 站系統增設。

（四）導入影像分析技術修正 CCTV 照射角度

以自創影像分析技術，自動檢測捷運車站內攝影機照射角度是否有發生偏移情形，有效減少站務人員每日人工檢查時間。本項技術配合車站類比攝影機重置時程逐年進行設置，111 年 2 月已於文湖線 24 個車站啟用，並規劃 113 年捷運全路網建置完成。

(五) 捷運中山地下街出入口暨線形公園整體改善

為創造更多休憩活動空間，並串聯城市綠廊，辦理中山站 1 號出入口、地下街出入口美化及線形公園設施改善，共分 2 期執行。第一期（中山站 1 號出口至長安西路段）已於 111 年 11 月 29 日決標，定於 112 年 2 月 20 日開工，預計 113 年底前完工啟用；第 2 期（長安西路至台北車站段）刻正辦理都審作業。

(六) 捷運車站多目標大樓開發案

1、捷運士林站

透過都市再生策略之推動，串聯大眾捷運、人行空間及都市活動，以捷運站為節點進行複合式服務大樓開發。士林站開發案業於 110 年 4 月 12 日舉行動土典禮，刻正進行鋼構吊裝工程及站內天橋工程，預計 113 年底完工營運。

2、捷運劍潭站

期透過興建辦公大樓企業總部，導入辦公、商業及餐飲等業種，豐富周邊機能，與捷運士林站開發案相輔相成，使士林地區成為觀光、商務及藝文活動之核心，預計 116 年完工。

3、捷運劍南路站

劍南路站未來為文湖線與環狀線交會站，本案鄰近內湖科學園區、規劃為企業總部，並導入多元特色主題餐飲及時尚零售，結合轉乘設施期成為大直新地標，

預計 116 年完工。

五、結語

臺北捷運 27 年來秉持「提供安全、可靠、舒適、便捷的運輸服務，追求永續發展」的使命，在保持高品質的運輸服務下持續精進各項軟硬體設施，為旅客創造安全舒適的乘車體驗。

因應疫後經濟活動復甦，本公司從旅客的角度出發積極推動各項服務升級，打造以人為本的友善運輸系統，讓臺北捷運在兼顧安全、品質與服務的基礎下，進一步提升民眾日常生活的便利性。

展望未來，我們將以安全的運輸服務為導向、豐富的便利生活為藍圖，在力求精進與突破的同時，落實節能減碳、員工與社會關懷、公司治理以善盡企業社會責任，實踐優質、便利、永續的城市生活理念。

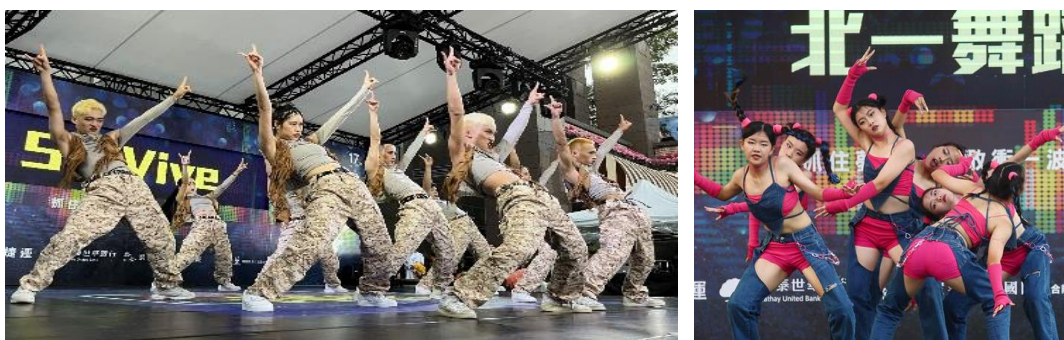
未來，尚祈召集人、副召集人及各位議員女士、先生繼續給予我們支持與指教，相信臺北捷運公司在各位指導下將持續成長進步，謝謝各位，敬祝身體健康，萬事如意。



照片 1 南京復興站 Metro Corner 微型商場



照片 2 2022 最狂樂透搭捷運天天抽獎活動



照片 3 捷運盃街舞大賽



照片 4 心中山耶誕燈飾



改善前



改善後

照片 5 文湖線 370 型電聯車車廂內裝重置



照片 6 輪椅旅客自動叫梯服務：萬芳醫院站（左）及中山站（右）



照片 7 改造後中山站



照片 8 Metro Fresh 捷欣鮮