

臺北市議會第 14 屆第 2 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 10 月

# 目 錄

一、前言 .....	4
二、112 年度上半年重要業務成果 .....	4
(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 .....	16
三、業務精進與創新作為 .....	18
(一) 精進運輸服務 .....	18
1、辦理國際寵物日「寵物專車」活動 .....	18
2、推動親子友善車廂系列活動 .....	19
3、導入主動式電扶梯安全系統 .....	19
4、再精進台北捷運 Go App 功能 .....	19
5、優化文湖線馬特拉電聯車空間 .....	20
(二) 創新商業發展 .....	20
1、推廣捷之旅之行銷方案 .....	20
2、活化捷運場域空間 .....	20
3、辦理捷運早餐生活節 .....	21
(三) 參與社會公益 .....	21
1、舉辦「ESG 發展趨勢與企業行動」講座 .....	21
2、推廣「心想釋成 好釋逗陣來」公益活動 .....	21
3、宣傳八一原住民族週-SALAMA!城市森活營 .....	22
(四) 推廣環境永續 .....	22

1、推動捷運機廠太陽能建置成果 .....	22
2、實踐淨零排放及節能措施 .....	22
四、未來工作重點 .....	23
(一) 持續精進運輸服務 .....	23
(二) 重置自動收費系統閘門電子主單元.....	24
(三) 辦理隔音牆增建改善作業 .....	25
(四) 新增日韓語之列車到站語音及指標.....	25
(五) 推動車站廣告數位化 .....	25
(六) 辦理中山地下街出入口暨線形公園改善.....	25
(七) 執行捷運車站多目標大樓開發案 .....	26
五、結語.....	27

召集人、副召集人、各位議員女士、先生：

欣逢貴會第 14 屆第 2 次大會開議，<sup>清信</sup>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 112 年度上半年營運概況、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 128 億人次，營運成績備受國內外肯定，112 年至 8 月系統營運可靠度 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 1,901.1 萬車廂公里，維持高水準營運績效。

隨著疫情趨緩，民眾逐漸適應疫後新生活型態，社會經濟活動復甦，帶動臺北捷運運量回升，112 年 1 月至 8 月運量與疫情前同期相較，已恢復近 9 成，本公司除視實際運量彈性調整列車班距，配合市府策略調整輸運服務措施外，仍不斷精進智慧維修及科技創新應用服務，提升服務品質。

在運輸本業精進同時，本公司亦積極追求企業永續發展，除持續創新商業模式及開展生活事業，並推動捷運場站設備汰換達成節能效益，以再生能源、綠運具資源共享，響應綠能政策。另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，以多元化經營及創新行銷措施，同步追求進步與成長，俾利展現市政建設之成果。

## 二、112 年度上半年重要業務成果

### (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、營運車站 117 個。

(2) 運量：112 年 1 至 8 月總運量 4 億 6,026 萬 6,483 人次，平均日運量 189 萬 4,101 人次(平常日 206 萬 9,341 人次/日、例假日 153 萬 311 人次/日)，與 111 年 1 至 8 月 149 萬 4,782 人次/日相較，平均每日增加 39 萬 9,319 人次，增幅 26.7%。主要係因民眾已逐漸適應與 COVID-19 病毒共存之生活型態，社會經濟活動復甦，帶動捷運運量上升，且 111 年 1 至 8 月本土疫情確診數大幅增加，造成捷運運量基期較低所致。整體而言，112 年 1 至 8 月運量與疫情前 108 年 1 至 8 月(212 萬 7,432 人次/日)相較，已恢復 89.0%。(臺北捷運近 5 年平均日運量如圖 1)

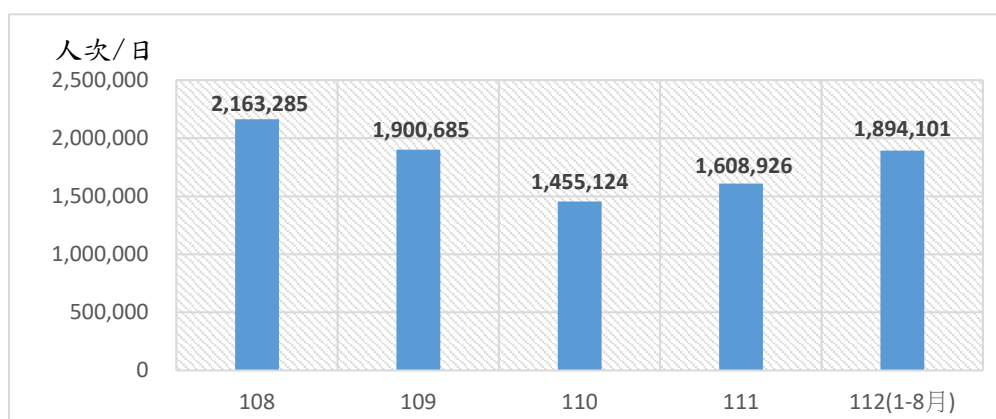


圖 1 臺北捷運近 5 年平均日運量

## 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），112 年至 8 月營運可靠度為 1,901.1 萬車廂公里、5 分鐘以上行車延誤事件僅 4 件（111 年共 7 件），相當於每 17.6 萬車次僅發生 1 次列車延誤 5 分鐘以上事件，可靠度高達 99.99943%。（歷年 MKBF 如圖 2）

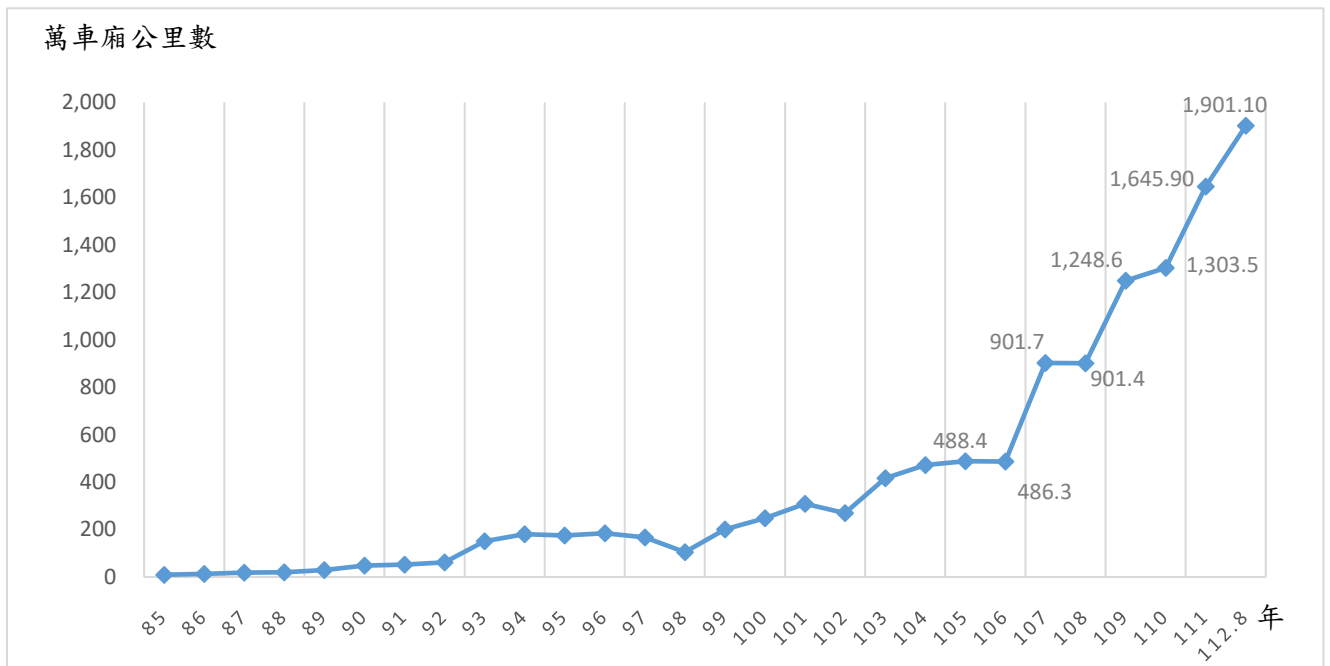


圖 2 歷年每發生 1 件 5 分鐘以上行車延誤事件之平均行駛車廂公里數

## 3、重要工作

### (1) 「2023 臺灣燈會在臺北」輸運工作

112 年 2 月 1 日至 2 月 19 日燈會期間，共計增派超過千名人力於重點車站及重要轉乘車站引導旅客及維持乘車秩序。活動期間忠孝復興站、忠

孝敦化站、國父紀念館站、市政府站、台北 101/世貿站等 5 個周邊車站，運量合計約 423 萬人次。另交通部觀光局亦特致感謝狀，肯定本公司在燈會期間的付出，盡力維護賞燈民眾的乘車安全。

## (2) 文湖線提升尖峰運能

配合市府內科交通改善專案，文湖線自 112 年 2 月 18 日起，將平日上午尖峰單向最密 80 秒班距時段，由原 48 分鐘延長為 1 小時，另搭配部份時段班距縮短約 10 至 30 秒。比較實施前後之文湖線運量及承載率，日運量維持約為 21 萬人次、尖峰承載率則由原 4.2 人/m<sup>2</sup>微幅降低為 3.8 人/m<sup>2</sup>。未來持續觀察尖峰輸運情形，並配合市府相關策略調整輸運服務措施。

## (3) 環狀線第一階段經營移轉作業

環狀線第一階段經雙北市政府協商共識由新北市政府擔任地方主管機關，並於 112 年 5 月 12 日獲交通部同意移轉。以營運不中斷及服務不打折為原則，於 5 月 23 日 0 時 0 分順利將環一營運權責移交新北捷運公司，並於同日起依新北捷運公司需求，支援約 230 位人力，並於 7 月起陸續歸建，目前支援人數為 141 人(統計至 9 月 16 日)。另 6 月 1 日與新北捷運公司完成簽訂「環狀線技術支援協議案勞務採購契約」(含「環狀線技術人力工作案」、「環狀線旅客資訊系統軟體服



務案」)，協助該公司相關營運作業。

(4) TPASS 行政院通勤月票/基北北桃都會通

為方便民眾購買，臺北捷運配合 112 年 6 月 15 日起開放預購、7 月 1 日正式使用，捷運全線所有詢問處、自動售票加值機及閘門通道同步提供「購票、設定、退票服務」，提供一卡在手、暢行無阻的乘車體驗。基北北桃都會通實施後，統計 7 至 8 月整體運量 188 萬 5,251 人次/日，較 6 月運量 183 萬 2,906 人次/日，增加 5 萬 2,345 人次/日，增幅 2.9%。

(5) 北投機廠電動公車充電站設置

配合 2030 年國內大客車全面電動化政策目標，盤點北投機廠空間進行充電場域建置評估，經盤點可提供 3,000 平方公尺、約可停車 31 輛作電動公車調度站及充電共享場域使用，除解決充電場域土地資源不足問題外，亦能響應綠能政策，推動綠運具普及使用，全案預計 112 年底至 113 年初完工。

(6) 因應中捷事件之精進作為

- A. 精進人員應變程序：如發現異物入侵軌道且危及系統安全時，授權車站人員或隨車人員可立即透過阻擋車門或月臺門關閉、解鎖月台門、按下緊急斷電鈕切斷電力或操作列車內緊急逃生把手等方式，優先阻止列車出發。行控中心方面，如

獲知軌道掉落物影響行車安全時，可立即按下緊急斷電鈕，使列車緊急停車。

- B. 增設文湖線月臺緊急停車鈕：針對全自動無人駕駛之文湖線規劃設置月臺緊急停車按鈕，以利發生緊急狀況時，候車旅客可直覺式操作因應。其中試辦車站「南京復興站」已於 112 年 7 月 12 日正式啟用，全線 24 個車站預計 112 年底前全面設置完成。未來遇有緊急狀況時，旅客可立即按壓緊急停車按鈕，使列車無法進站及出發，確保旅客及行車安全。
- C. 建置遠距異物偵測系統：為提升行車安全，選用光達偵測設備於文湖線進行遠距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應變處置。遠距異物偵測原型機已於 112 年 6 月完成安裝，刻正進行功能調校測試，預計 112 年底前完成驗證測試，並依驗證結果評估後續施作規劃。
- D. 開發捷運沿線限建範圍重要風險管理平臺：持續精進捷運沿線建案列管機制，並開發捷運沿線限建範圍重要風險管理平臺，除捷運局提供之列管建案納入平臺管控外，針對臨時吊掛案件，公司同仁可於平臺即時填報列管。台北捷運 Go App 及官網智慧客服亦提供民眾通報管道，即時介接平臺並由各權責單位依分工管控案件，大幅降低

資料蒐集及傳遞時間，以利人員快速掌握營運資訊。

#### 4、附屬事業經營

##### (1) Metro Corner 微型商場

延續南京復興站 Metro Corner 微型商場的成功經驗，台北車站及忠孝復興站 Metro Corner 微型商場於 112 年 3 月 28 日正式開幕，並配合車站特性吸引知名品牌進駐，預估 2 處 Metro Corner 每年可挹注收入約 2,000 萬元。

##### (2) 車站及列車廣告招商

112 年計有車站、列車及大廳電視牆共 7 案廣告契約屆期重新招商，均已順利決標，以利契約無縫接軌，預估 112 年廣告收入約 9.18 億元。

##### (3) 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價值較高之重點車站內，將可利用之空間調整為商業使用，以提升商業收入。112 年下半年規劃完成台北車站、忠孝復興站及士林站等 9 站新增商業空間計 20 處，預估每年可挹注收入約 3,600 萬元。

#### 5、行銷活動

##### (1) 捷運通車 27 周年系列活動

112 年適逢捷運通車 27 周年，以「捷運 27 幸福一起」為題舉辦「歡慶 125 億乘客車站快閃」、

「捷運 27 日票翻倍送」、「328 捷運生日開門禮」及「生日慶祝趴」等系列活動。3 月 1 至 31 日累積搭乘次數可獲台北捷運 Go App 抽獎機會，獎項包含捷運 27 日票、27 日 2 倍、4 倍及 10 倍票。3 月 28 日當日全線贈送驚喜生日禮予各站 1 名幸運乘客，並於台北車站舉辦「生日慶祝趴」記者會，由新開幕之 Metro Corner 商家共同提供千元下午茶予現場民眾，並邀請壽星參加「遠傳再轉轉」抽獎。本次活動參與會員共 1.2 萬人次、媒體報導 26 篇、網路觸及 15.1 萬人次。

## (2) 「搖滾北投」捷運會員專屬場

112 年 5 月 20 日於北投會館舉辦，邀請持修、糜先生等 7 組人氣樂團表演，並於園區設置市集餐車、闖關互動遊戲，同時規劃會員專屬列車，由士林站直達北投機廠進行逃生體驗營與維修體驗參訪。另亦與海尼根、華國大飯店桂華軒餐廳異業合作提供會員免費好禮。本次活動獲媒體報導 30 則、網路觸及 70.3 萬人次，近 4,000 人現場參與，當日復興崗站運量亦較前一週增加 6,504 人次，增幅 104.2%。

## (3) 2023 捷運盃街舞大賽

首度移師北投會館，以「來自街頭的力量—迎接嘻哈文化 50 年」為主題，112 年 5 月 25 日開放報名，8 月 19、20 日初賽及 26、27 日決賽，並

邀請市長拍攝「嘻哈 50 在台北」影片宣傳街舞賽事暨嘻哈嘉年華活動；同時亦邀請國內外（美國、日本和韓國）優秀舞者擔任決賽評審及示範演出，並由代言人鼓鼓呂思緯、B.T.O.D 及夏沐、容容、未來少女、大嘻哈 2 選秀節目歌手擔任活動演出。本屆賽事共計 183 隊 874 位選手報名參賽，活動媒體報導 181 則、網路觸及 39.1 萬人次。另 4 日活動計 7,000 人次現場參與，4 個活動日復興崗站之運量較前一週平均提升約 33.0%。

#### （4）「斯巴達障礙跑訓練賽」捷運會員專屬場

為鼓勵年輕族群加入捷運會員，規劃「斯巴達障礙跑」捷運會員專屬場活動，112 年 7 月開放會員線上抽獎及報名，8 月與捷運盃街舞大賽同日於北投會館舉辦。其中 4-14 歲與 15 歲以上小勇士各規劃 7 個賽道關卡，並將部分名額結合逃生體驗營捷運駕駛體驗，推廣捷運會員並行銷北投會館。4 日活動計 5,000 人次現場參與，媒體報導 15 則、網路觸及 42.1 萬人次。

### （二）貓空纜車經營管理

#### 1、運量

112 年 1 至 8 月總運量計 142 萬 2,941 人次，平均日運量 7,181 人次，較 111 年同期 3,040 人次，增加 4,141 人次，增幅 136.2%，主要係因 112 年疫情趨緩且天候穩定，人潮回流。目前運量與 108 年同期（7,309 人

次) 相較，已恢復疫情前水準。

## 2、系統平均可用度

112 年 1 至 8 月系統平均可用度為 99.998%，較 111 年同期平均可用度 99.993%略升，持續維持高可用度之穩定狀況。

## 3、行銷措施

### (1) 校外教學行銷活動

持續推廣貓纜校外教學活動，增加搭乘貓纜之團體遊客數，另為響應公益回饋，112 年起提供清寒家庭學生及每班 1 名導師免費優惠。112 年 1 至 8 月共計 109 梯次 5,898 位師生參與。

### (2) 推出合作行銷套票

為發揮貓空纜車集客效果，與動物園及電商平臺合作，自 112 年 4 月起推出「動貓樂遊遊」套票，吸引動物園遊客搭乘纜車。另與臺北 101 觀景臺合作，自 112 年 3 月 22 日至 12 月 31 日推出套票，透過其國際知名度吸引國際觀光客群搭乘貓空纜車。

### (3) 與店家共同行銷貓纜暢遊一日票

為活絡車站周邊商業活動及增加纜車票收，與貓空站棉花糖業者及貓空店家合作行銷，自 112 年 6 月 22 日至 8 月 31 日旅客凡購買暢遊一日票，即可兌換限量造型棉花糖或霜淇淋。

#### (4) 指南宮站光環境營造

針對指南宮站車站及周邊綠光平臺與停車場進行光環境營造，創造觀光亮點以吸引遊客上山賞景，預計 112 年 10 月底完工。

### (三) 台北小巨蛋經營管理

#### 1、營運概況

##### (1) 主場館

112 年 1 至 8 月實際使用天數為 222 日，使用率為 91.4%。共計舉辦「HBL 高中籃球決賽」、「UBA 大專籃球決賽」、「2023 國標舞亞巡賽」、「蔡依林演唱會」、「魚丁糸演唱會」、「陳奕迅演唱會」、「田馥甄演唱會」、「HITO 頒獎典禮」等 32 檔(84 場)活動。

##### (2) 副館(冰上樂園)

112 年 1 至 8 月入場總人數為 31 萬 5,074 人次，平均每日 1,307 人次，較 111 年同期 1,096 人次，增加 211 人次，增幅 19.3%，主要係因 112 年疫情已趨緩且國旅回溫，增加滑冰遊客數。另運量較 108 年疫情前同期 1,157 人次，增加 150 人次，增幅 13.0%。共計舉辦「112 年全國短道競速滑冰春季錦標賽」、「112 年臺北市青年盃滑冰錦標賽」、「112 年臺北市青年盃冰球錦標賽」及「2023 全國花式滑冰菁英錦標賽」等 4 場賽事。

## 2、行銷措施

### (1) 遊憩休閒事業聯合振興方案

為響應市府產業振興方案 2.0，推出憑臺北小巨蛋主場館 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 月底止，可兌換「兒童新樂園」或「貓空纜車」一日票，以提升市府委管事業營運績效及帶動周邊商圈經濟。本振興方案兌換計 15 萬 3,082 張，兌換率達 41.7%，帶動周邊商機約 7,300 萬元。

### (2) 提升冰上樂園公益參與

112 年 8 月 6 日邀集「中華民國智障者體育運動協會」合作籌辦「一起滑冰 8！」父親節公益滑冰活動，112 年 9 月 25 至 26 日協辦「112 年特殊奧林匹克滑冰競賽暨 2025 年冬季世界特殊奧運會儲訓選手選拔賽」，積極推廣公益以善盡企業社會責任。

### (3) 臺北小巨蛋場館空間活化

持續利用場館位於市中心地理與活動人潮優勢，試辦場館附屬空間及會議空間短期租用方案，舉辦如「2023 數位職涯博覽會」、「Slin 個人小巨蛋粉絲見面會」、「國立中山大學國際金融研究學院 SBF 課程」、「COCOBAR 電話亭 KTV」等活動，積極開拓短期品牌發表或行銷展示空間市場，活化場館空間使用。



#### (四) 兒童新樂園經營管理

##### 1、營運概況

112年1至8月總計142萬9,945人次入園，平均每  
日6,384人次，較111年同期3,462人次，增加2,922  
人次，增幅84.4%，主要係因防疫政策逐步解封，遊  
客出遊意願提升，行銷措施見效，入園人數逐漸恢復。  
較108年疫情前同期5,906人次，增加478人次，增  
幅8.1%。

##### 2、優惠措施

A. 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，112年1至8月共計  
約20萬人次。

B. 平日團體預約入園免門票：112年1至8月共計約  
7.6萬人次。

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，  
112年1至8月共計約6,300人次。

D. 臺北市民在地人優惠：臺北市民每週三入園免門  
票，112年1至8月共計約6,200人次。

##### 3、行銷措施

###### (1) 推廣企業、團體、學校包場

112 年持續推廣包場服務，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，以拓展樂園多元化經營並增加營收。

## (2) 商業策略聯盟

- A. 於 112 年 1 月 20 日至 2 月 12 日寒假期間，邀請「藝想臺灣」劇團攜手推出「2023 尋龍祭大冒險」，創造沉浸式恐龍體驗秀，將樹蛙廣場打造為遠古叢林，帶領大小朋友回到史前時代。
- B. 與弋果美語合作，將銀河號列車改裝成為「歐彼特菴星空號」國際列車，車廂內提供有趣 Q 萌的雙語圖案，並提供遊客透過手機掃碼方式，體驗線上學習的樂趣。

## (3) 多元票種及促銷方案

- A. 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。112 年 1 至 8 月共銷售約 11 萬張，佔總入園人次約 7.7%。
- B. 228 連假一日樂 FUN 券全面 8 折優惠：自 112 年 2 月 25 至 28 日共銷售 1 萬 4,239 張，佔總入園人次約 25.0%。
- C. 許願綻 Fun 星空煙火秀：兒童節期間（4 月 1 至 4 日）購買星光樂 FUN 券可享「許願綻 Fun 星空煙火秀」5 折優惠，無限暢玩園區 13 項遊樂設施

；另 4 月 1 至 5 日全國國小（含）以下兒童，憑證可享門票免費優惠。活動期間共吸引約 10 萬人次入園，佔 4 月總入園人數約 47.6%。

D. 「全民共享普發 6,000 元」行銷活動：112 年 4 月 20 日至 6 月 30 日間平日（不含國定例假日及連續假期）舉辦「全民共享普發 6,000 元」行銷活動，凡姓名內有「全、民、共、享、普、發、六（陸）、千」（含同音字），可享兒童新樂園一日樂 FUN 券買一送一優惠。

E. 星光樂 FUN 券：配合 112 年端午連假，原暑假促銷活動提前一週至端午連假展開，並延長營運至晚上 9 時，搭配超值優惠價 120 元，6 月 22 日至 8 月 28 日活動期間共銷售約 4 萬張星光樂 FUN 券。

### 三、業務精進與創新作為

#### （一）精進運輸服務

##### 1、辦理國際寵物日「寵物專車」活動

112 年 4 月 9 日首度推出一日限定「寵物專車」活動，安排專車由象山站直達圓山站，讓寵物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。活動當日共計 70 位民眾與 41 隻中小型犬貓參加，現場氣氛活絡熱鬧，參加活動旅客滿意度達 97.0%，整

體活動圓滿成功。

## 2、推動親子友善車廂系列活動

112年7月已完成高運量全車隊140列車「親子友善區」設置，並於板南線推出「2023極地探索」主題親子彩繪列車。112年9月16日首度與新北市立圖書館攜手合作，於「新北都會公園」推出「秋季親子書香電影院活動」，除親子活動、電影欣賞外，亦安排數位行動書車「學習啟蒙號」提供新穎的數位閱讀服務。

## 3、導入主動式電扶梯安全系統

為提升旅客電扶梯搭乘安全，於車站電扶梯導入AI影像辨識系統，透過高速影像辨識偵測，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為主動提醒。111年已完成忠孝新生站、忠孝復興站及忠孝敦化站等3站；112年規劃淡水站及中山站等2站，分別於5月及9月完成施作。

## 4、再精進台北捷運Go App功能

捷運路網及列車動態顯示系統（NTDS）於112年2月於App上線，利用列車載重推估出列車及路線區段擁擠度，並開發App顯示介面提供旅客搭乘時參考；3月30日起「AI智慧客服」亦新增「一般事件通報」及「對話式旅程規劃」功能，使旅客通報內容傳送客服中心即時處理；6月21日起提供英、

日、韓多國語言版，國際觀光客透過手機即可查詢車票及旅遊票種類、路網圖、車站資訊、路線及班距、首末班車時間等資訊。

## 5、優化文湖線馬特拉電聯車空間

為因應文湖線尖峰時段運輸需求，參考新加坡、紐約等國外地鐵經驗，112年6月完成3列馬特拉

(VAL256) 試辦列車改裝，進行第2及3節車廂空間調整，拆除中央區域座椅及行李架，以增加站立空間、促進車內動線順暢並提升運能；另於車廂內新增旅客動線標示，減少車門區域擁擠情況，以提高車廂空間利用率。本案6月20日起上線營運，有效改善尖峰時刻候車時間，且市府研考會於7月上旬所做民意調查，達71%市民對本案表示贊成，後續視營運成效及旅客意見評估未來精進方向。

## (二) 創新商業發展

### 1、推廣捷之旅之行銷方案

為拓展北投會館捷之旅客群，提供不同住宿體驗，辦理各式特色方案。112年4月結合逃生體驗營推出「捷運小小職人體驗營」、暑假期間與旅遊平臺合作推出暑期限定「一童趣 FUN 假」方案，讓大小朋友共度親子同樂時光。

### 2、活化捷運場域空間

為活化既有捷運場域空間，結合知名文創「圖像角色 IP」與特色主題，於沿線重點廣場辦理假日風格市集，

提供旅客便捷購物體驗，並活絡周邊觀光發展。截至 112 年 8 月共舉辦 134 場次，增加收入約 488 萬元。

### 3、辦理捷運早餐生活節

為提醒民眾重視早餐及開發捷運早餐商機，以早餐生活節為主題為號召，邀集捷運站內外知名連鎖商家一同響應，包含真芳、早安美芝城、摩斯、路易莎等共 24 個商家，9 月 1 日至 28 日活動期間於 50 個車站設置 101 個攤位。同時與「你訂 Nidin!」系統合作提供預約服務，並規劃設置活動專屬網頁，每人每日均可上網應援最愛的早餐，每周抽出 TPASS、免費早餐券及免費搭乘券等好禮共 880 名。將視各點位營收情形規劃持續辦理，加強旅客服務。

## (三) 參與社會公益

### 1、舉辦「ESG 發展趨勢與企業行動」講座

為響應國家 2050 淨零排放及臺北市政府建構低碳城市政策，於 6 月 26 日舉辦「ESG 發展趨勢與企業行動」講座，邀請西門子、神通資訊、台灣米其林、漢翔航空、工研院、台灣三菱電梯…等計有百餘家廠商與會，讓公司同仁及合作供應商對 ESG 有進一步的認識。期許透過垂直與橫向溝通，達成員工、公司、供應商三者共生共榮之企業永續發展目標。

### 2、推廣「心想釋成 好釋逗陣來」公益活動

考量近年鳳梨釋迦因受疫情及外銷停滯等影響，致衝擊小農生計，112 年 2 月續與臺東縣政府合作，

號召公司同仁、政府機關及企業團體踴躍認購，並安排台北車站新闢櫃位，於正式啟用前優先提供臺東小農駐點使用，整體銷售突破 2.6 萬斤。

- 3、宣傳八一原住民族週-SALAMA!城市森活營  
臺北市原民會為擴大宣傳「八一原住民族週」，7月29日至30日於心中山線形公園，與臺北捷運攜手合辦「SALAMA!城市森活營」開場活動；邀請市長、議員及國外貴賓揭幕，結合原民表演、原域特色市集及周邊串聯活動等，吸引大批人潮、創造話題。

#### (四) 推廣環境永續

- 1、推動捷運機廠太陽能建置成果  
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 12 月併聯送電，合計設置規模 21.5 百萬瓦，預估發電量每年 2,201 萬度，年收益可達 2,308 萬元，有效活化資產並增加業外收入。
- 2、實踐淨零排放及節能措施

##### (1) 油壓電梯重置

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

112 年 8 月已完成 169 臺油壓電梯重置，預估至 112 年底完成 175 臺，每年約可節省 602 萬度電（節省約 2,149 萬元/年）。

## （2）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度均勻度。至 112 年 8 月已完成 8.9 萬盞燈具重置，預估至 112 年底完成 10.1 萬盞，每年約可節省 522 萬度電（節省約 1,864 萬元/年）。

## （3）空調設備重置

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，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節能效益。至 112 年 8 月已完成 27 臺冰水主機重置，預估至 112 年底完成 35 臺，每年約可節省 388 萬度電（節省約 1,385 萬元/年）。

# 四、未來工作重點

## （一）持續精進運輸服務

### 1、輪椅旅客自動叫梯服務

以輪椅旅客搭乘電梯需求為改善標的，並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 月起已於台大醫院站、亞東醫院站、萬芳醫院站、中山站、石牌站及士林站等 6 站啟用，預計 112 年底完成明德站及忠孝復興站等 2 站建置，並增加辨識嬰兒推車功能，擴大服務對象。

## 2、月臺區域旅客導引光條增設

110 與 111 年於板南線龍山寺站及忠孝復興站試辦國內軌道業首創「導引光條」及「動態小捷客」系統，可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內人潮狀況，預計 112 年底前完成民權西路站及三重國小站增設，113 年完成松江南京站、台電大樓站、西門站、南京復興站、中山國中站等 5 站增設。

## 3、車站廁所設施改善

為提升旅客如廁舒適性，目前已完成土城站、亞東醫院站、永寧站（西側）、海山站廁所改善，並預計 112 年底前完成新店區公所站、忠孝復興站、中正紀念堂站、府中站及板橋站等 5 站 5 處。

## （二）重置自動收費系統閘門電子主單元

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，完成行動支付之軟硬體環境佈設，以利未來導入行動支付功能。全案已

於 112 年 6 月 13 日決標，預計 114 年完成系統建置。

(三) 辦理隔音牆增建改善作業

為提升捷運沿線居民生活品質，持續辦理隔音牆改善作業，「民權西路出土段隔音罩重置工程」及「捷運淡水線平面段隔音牆更新工程」分別定於 112 年 10 月及 113 年 6 月完工，另 112 年下半年新增施作「淡水信義線圓山站北側增設隔音牆及小碧潭支線隔音牆重置工程」及「文湖線南港軟體園區站北側隔音牆工程」。

(四) 新增日韓語之列車到站語音及指標

疫情趨緩，觀光客來臺漸增，為提升國際化觀光服務，增設列車到站日韓語站名廣播，112 年 8 月 31 日共計完成 21 站，並同時完成車站月臺縱向樑、圓柱站名及月臺門單一路線圖增設日韓語資訊。預計 112 年底前再完成該 21 站部分服務指標增設日韓語作業及全線路網圖增加「日韓語路網圖 QRCode」，提供旅客掃描後取得日韓語之路網圖資訊。

(五) 推動車站廣告數位化

為持續推動車站廣告數位化，112 年擇定台北車站、市政府站、忠孝敦化站及南京復興站等重要車站精華版面，打造逾 30 處數位廣告電視牆，以吸引旅客目光，預計 112 年 11 月底前完成設置。

(六) 辦理中山地下街出入口暨線形公園改善

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，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。

## （七）執行捷運車站多目標大樓開發案

### 1、捷運士林站車站多目標大樓

為促進士林區域發展，透過周邊用地調整及多目標大樓開發，串聯大眾捷運、人行空間及都市活動，規劃於士林站興建一幢兩棟之複合式服務開發大樓，完工後將結合交通運輸及商業活動，帶動周邊場域發展。本案已於 110 年 4 月 12 日舉行動土典禮，目前進行結構及外牆工程，預計 113 年底完工營運。

### 2、捷運劍潭站車站多目標大樓

為活絡劍潭周邊生活及商業氛圍，創造更多休憩、活動空間，透過辦公大樓興建，導入辦公、商業及餐飲等多元業種，並規劃開放空間，打造民眾生活休憩廣場。本案與士林站開發案相輔相成，將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、捷運劍南路站車站多目標大樓

為打造人行友善空間及優化客運轉運站，規劃興建辦公大樓企業總部，引進主題餐飲及時尚零售，以豐富大直地區商業及生活機能。另亦將連通文湖線及環狀線雙捷運，串聯運輸、商業及生活，成為大直新地標，預計 116 年完工。

## 五、結語

臺北捷運通車營運迄今，以「提供安全、可靠、親切的運輸服務，追求永續發展」的使命，致力升級交通與生活優質服務。

面對後疫情時代經濟活動及旅遊市場全面復甦，本公司積極推動多元化商業模式及開展生活事業，並以旅客服務的角度出發，讓捷運車站成為生活便利站，再創場站空間新價值，提升旅客服務體驗。同時因應國際觀光客來臺漸增，透過新增日韓語列車到站語音及指標，打造國際化觀光服務。

展望未來，臺北捷運將以安全的運輸服務為導向、豐富的便利生活為藍圖，力求業務精進的同時，履行企業社會責任，在環境永續的基礎上，積極推動再生能源、綠運具資源共享等措施，落實公司治理、員工與社會關懷之經營理念，實踐「捷淨生活、美好展開」的目標願景。

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 台北車站（左）及忠孝復興站（右）Metro Corner 微型商場



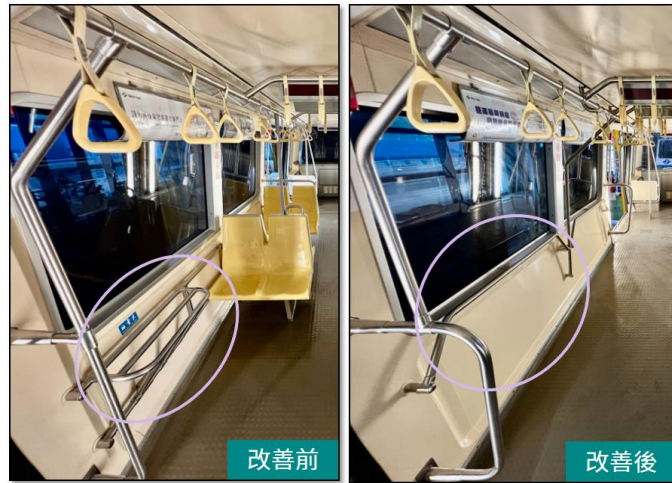
照片 2 捷運通車 27 周年系列活動



照片 3 「搖滾北投」捷運會員專屬場活動



照片 4 國際寵物日「寵物專車」活動



照片 5 文湖線馬特拉電聯車車廂內裝優化