

臺北市議會第 14 屆第 3 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 113 年 4 月

目錄

一、前言	4
二、112 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	13
(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「寵物列車」活動	18
2、推出親子友善車廂系列活動	19
3、推動輪椅旅客自動叫梯服務	19
4、增設列車到站語音及車站指標之日韓語服務	19
5、優化 AI 智慧客服	20
6、研發捷運路網及列車動態顯示系統 (Metro NTDS)	20
7、精進 App 圖控功能	20
(二) 優化運輸環境	21
1、改善車站廁所措施	21
2、更新車站電子多媒體顯示系統	21
(三) 發展創新商業	21
1、首創捷運車站共享傘	21
2、推出捷運早餐生活節	21

3、聯名三麗鷗開發獨家商品	22
4、舉辦暗黑萬聖節主題市集	22
(四) 傳遞愛與關懷	22
1、走近偏鄉—送愛到學校	22
2、走入北捷—小農產品展售及偏鄉學童參訪	23
(五) 推廣環境永續	23
1、擴建捷運機廠太陽能發電裝置	23
2、實踐淨零碳排及節能措施	23
四、未來工作重點	24
(一) 精進營運可靠度	24
(二) 重置自動收費系統閘門電子主單元	25
(三) 重置軌道高隔振基鈹	25
(四) 重置改善隔音牆	25
(五) 改造紅線台北車站	25
(六) 優化文湖線 256 型電聯車空間	26
(七) 升級車站免費充電座	26
(八) 規劃數位列車 2.0	26
(九) 改善捷運中山地下街出入口暨線形公園	27
(十) 開發捷運車站多目標大樓	27
五、結語	28

召集人、副召集人、各位議員女士、先生：

欣逢貴會第 14 屆第 3 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 112 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

臺北捷運已服務超過 130 億人次，營運成績備受國內外肯定，112 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 1,911.6 萬車廂公里，維持高水準營運績效。

臺北捷運運量相較疫情前已恢復近 9 成，惟面臨未來多變且富挑戰的環境，我們秉持以人為本的精神，蓄積內部動能，並善用創新科技，建構智慧運輸，推動多元服務升級，以達成精進系統之「安全、品質及服務」三大核心目標。

在力求運輸本業精進的同時，亦致力創造社會價值，逐步實踐 ESG「捷淨生活、美好展開」願景目標，在環境永續的基礎上，除透過調整營運管理模式及捷運場站設備汰換達成節能效益，亦積極響應市府綠能政策，自公司由內而外進行永續理念倡議推廣，以落實公司治理、員工與社會關懷之經營理念。

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 年總運量 7 億 1,018 萬 5,578 人次，平均日運量 194 萬 5,714 人次（平常日 211 萬 907 人次/日、例假日 159 萬 5,560 人次/日），與 111 年 160 萬 8,926 人次/日相較，平均每日增加 33 萬 6,788 人次，增幅 20.9%。運量增加係因民眾已適應與 COVID-19 病毒共存之生活型態，社會經濟活動復甦，運量逐月回升，且 112 年 7 月 1 日實施基北北桃都會通亦帶動運量成長。整體而言，112 年運量與疫情前 108 年（216 萬 3,285 人次/日）相較，已恢復 9 成。（臺北捷運近 5 年平均日運量如圖 1）

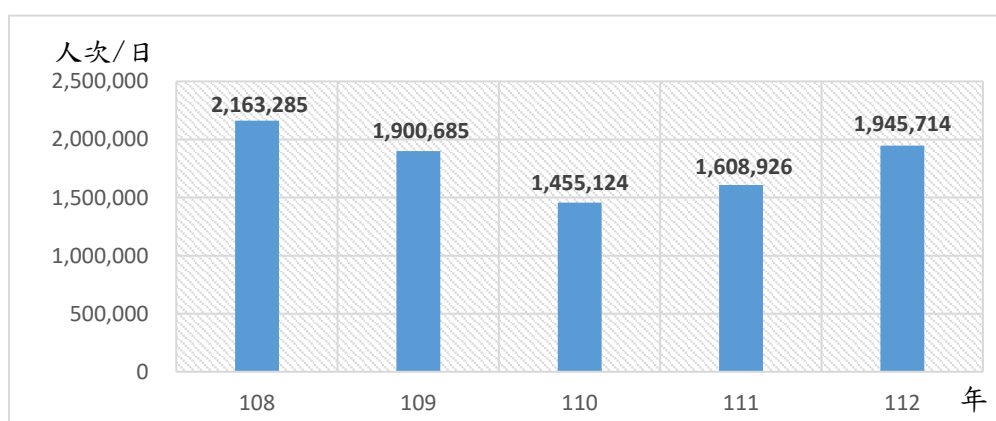


圖 1 臺北捷運近 5 年平均日運量

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 年營運可靠度為 1,911.6 萬車廂公里、5 分鐘以上行車延誤事件僅 6 件（111 年共 7 件），相當於每 17 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）

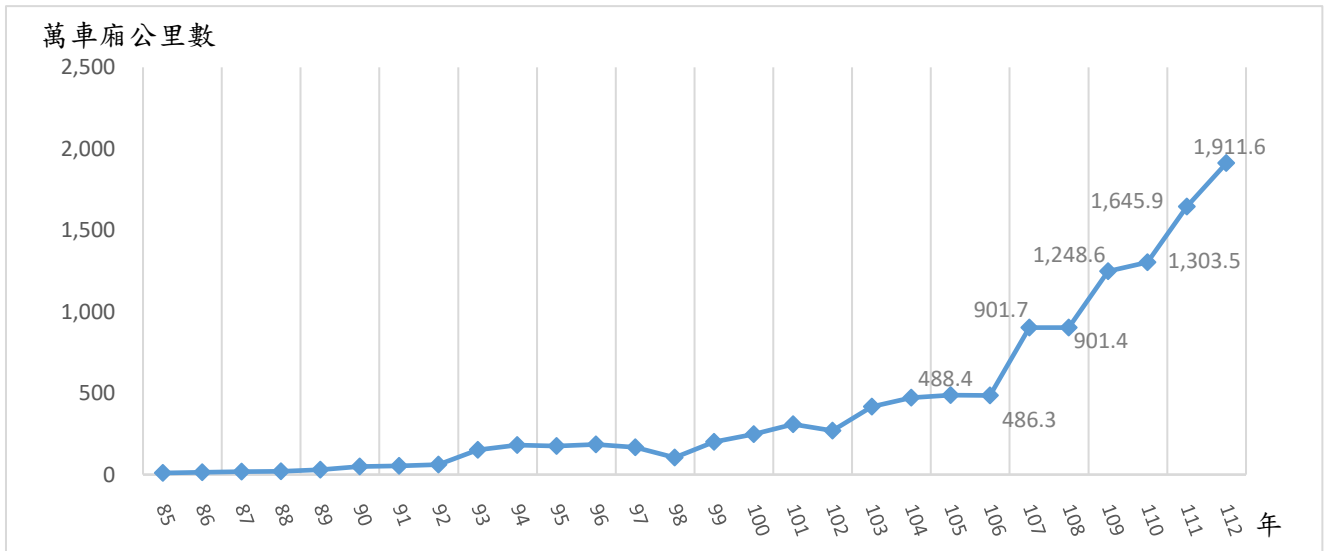


圖 2 歷年每發生 1 件 5 分鐘以上行車延誤事件之平均行駛車廂公里數

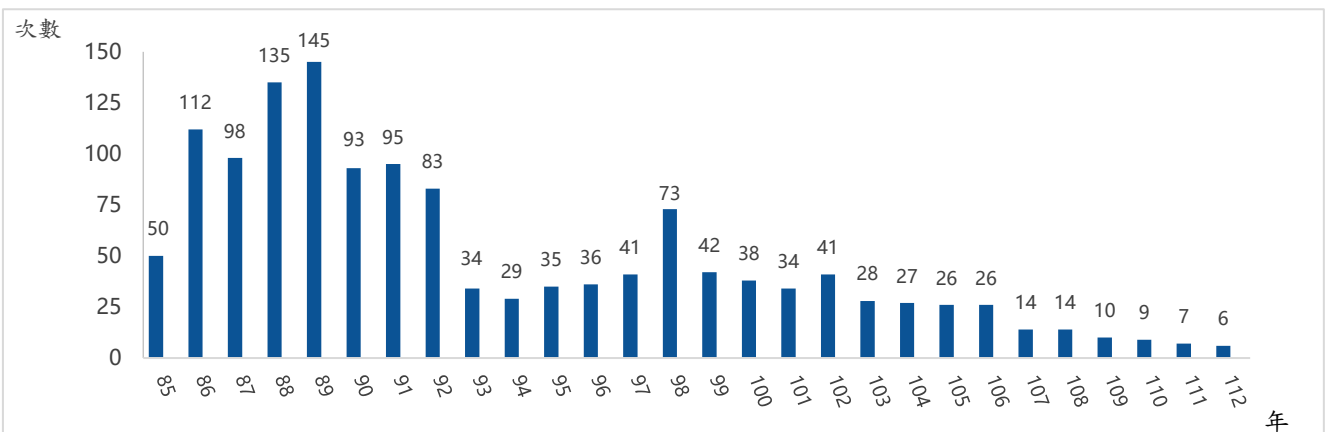


圖 3 全系統歷年延誤 5 分鐘以上行車事件次數

3、重要工作

(1) 大型活動疏運工作

- A. 「2023 臺灣燈會在臺北」疏運：112 年 2 月 1 至 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 5 個周邊車站運量合計約 423 萬人次。交通部觀光署亦致贈感謝狀，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。
- B. 「白晝之夜」活動疏運：配合文化局 112 年 10 月 7 日舉辦「白晝之夜」，板南線及淡信線 23 時起深夜班距約 8 至 12 分鐘，於末班車後至凌晨 3 點間，採班距 20 分鐘之「市政府站、台北 101/世貿站→台北車站單向載客列車」疏運人潮，供旅客由市政府站、國父紀念館站及台北 101/世貿站進站搭車，同時採沿途各站只出不進的運行措施。
- C. 因應 112 年 11 月 18 日「Home Run 臺北大巨蛋預備賽」、112 年 12 月 3 至 10 日大巨蛋首場國際棒球賽「2023 亞洲棒球錦標賽」及 113 年 3 月 2 日及 3 日舉辦之「TOYOTA 2024 讀賣巨人軍 90 週年紀念 台灣試合」，比照跨年及燈會疏運規格，採「人潮疏導管制」、「加密列車班距」、「視人潮

狀況啟動過站不停」等 3 大措施，結合「臺北捷運 Go」App 會員抽獎活動，鼓勵旅客加強分流快速離場；同時於國父紀念館站出口 5 設置淨空緩衝區，以防範大量人潮湧入時可能產生之推擠危險。板南線於亞錦賽散場期間以班距調整至最密 2.5 分鐘因應，決賽當日 2.2 萬人次約 24 分鐘完成疏運，另 113 年 3 月 2 日讀賣巨人軍賽事，進場人數高達 3 萬 7,890 人，除加派人力外，配合於東西側閘門區設置快速閘門，並於非付費區及月台增設導引動線地貼，自人潮進入車站至現場紓解約 40 分鐘，完成大巨蛋首次滿場疏運。

D. 跨年活動疏運：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」跨年疏運任務，板南線最小班距達到 2 分 28 秒，並視人潮彈性調整班距。自 112 年 12 月 31 日上午 6 時至 113 年 1 月 1 日上午 6 時，捷運全系統運量為 238.3 萬餘人次。

(2) 提升文湖線尖峰運能

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，有效提升尖峰運能。未來持續觀察尖峰疏運情形，並配合市府相關策略

調整疏運服務措施。

(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，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。

(4) TPASS 行政院通勤月票/基北北桃都會通

配合 112 年 6 月 15 日起開放預購，7 月 1 日正式上線之推動時程，臺北捷運全線所有詢問處、自動售票加值機同步提供「購票、設定、退票服務」，提供一卡在手、暢行無阻的乘車體驗。

(5) 設置北投機廠電動公車充電站

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 113 年底完工。

(6) 因應中捷事件之精進作為

- A. 增設文湖線月臺緊急停車鈕：於全自動無人駕駛之文湖線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。112 年 12 月 14 日完成全線 24 車站增設及啟用。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。

- B. 開發風險管理平臺：為掌握捷運沿線限建範圍吊掛案件之即時資訊，作為列車運行風險管控，公司自行開發重要風險管理平臺，除計劃性案件外，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) 擴增車站商業空間

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，將可利用之空間調整作為商業使用，以提升商業收入。112 年新增 12 處商業空間（191.53 坪），含括台北車站及忠孝復興站 Metro Corner、松江南京站、雙連站簡易販售區及西門站販賣店擴建等，預估未來每年可挹注收入約 3,500 萬餘元。

(2) 試辦捷運墩柱廣告

為推動戶外廣告及增加多元廣告型態，奉市府核准試辦文湖線忠孝復興站站體下方設置連續性墩柱廣告，採商業合作案方式，廠商於 112 年 6 月完成墩柱廣告燈箱建置及經營廣告，預估未來每年可挹注收入約 480 萬元。

(3) 改善心中山假日市集用電

心中山綠廊串連城中南北，為形塑開放空間美好城市生活，每週末固定舉辦市集活動。因廠商以柴油發電機發電，易造成空氣汙染問題，112 年 9 月完成新增電力拉設工作，預估每年可減少 208 噸碳排放量。

5、行銷活動

(1) Metro Light 閃耀！捷運光聚落

112 年度耶誕燈飾共有心中山、心雙連、大安森林公園、府中站等 4 個展區，以「漫遊宇宙」為主題設置造型燈飾，營造心中山整體光環境，並與 Jo Malone London 及新光三越合作打造中山站大型聖誕樹。另於大安森林公園設置 9 米高聖誕樹、府中站 1 號出口設置 3 米太空熊，供民眾拍照打卡。活動展期自 112 年 12 月 2 日至 113 年 3 月 3 日，媒體報導共 24 則，網路觸及 2.3 萬人。

(2) 第 13 屆出口音樂節

112 年 12 月 2 日舉辦，邀請告五人等 4 組人氣樂團及歌手於爵士廣場接力開唱，搭配主題市集、大型拍照打卡牆及街頭表演，並邀請蔣萬安市長出席活動；會員當天搭捷運至活動現場出示票卡紀錄還可抽總統套房住宿券、必比登美食兌換券等萬元好禮。本次活動獲媒體報導共 37 則、網路觸及 30.7 萬人、現場參與人數近 4,000 人，活

動當天中山站運量較前一週提升 7%、雙連站運量提升 3.7%。

(3) 看棒球搭捷運行銷

配合亞錦賽於台北大巨蛋舉辦，以「看棒球搭捷運」為主題，規劃系列行銷專案及疏運宣導，包含 3 列彩繪列車（板南線 2 列、文湖線 1 列）、國父紀念館站棒球意象及打卡點布置、製作捷運棒球服並辦理球衣發表會、規劃大巨蛋啟用紀念章戳、限量發行大巨蛋首發紀念悠遊卡、國父紀念館站設置 320 吋 LED 電視牆展示 NTDS 及相關宣傳影片等，另亦規劃 4 波線上抽獎活動（包含捷運會員抽獎及 FB 社群抽獎等）。媒體報導計 87 則，悠遊卡銷售計 7,225 張，12/3 亞錦賽開幕日國父紀念館站運量提升 71.9%。

(4) 運量突破 130 億人次—低碳永續你我同行

為迎接旅運量 130 億人次里程碑，於 112 年 10 月 28 日特別邀請李四川副市長於捷運列車向民眾廣播問候；並結合低碳永續主題與車站民眾有獎徵答互動，宣傳「綁卡搭捷運—130 億幸運兒可能就是您」、「線上預測 130 億乘客」等活動，活動獎項結合都會通定期票以鼓勵民眾搭乘捷運。網路觸及 22.4 萬人、媒體報導 59 則、超過 1 萬人參與抽獎。

(二) 貓空纜車經營管理

1、運量

112 年總運量 215 萬 2,146 人次，平均日運量 6,987 人次(平常日 4,955 人次，例假日 10,494 人次)，較 111 年 3,381 人次增加 3,606 人次，增幅 106.7%，主要係因疫情後旅遊人潮回流，積極推動國中小校外教學及與電商平台業者合作擴大銷售通路，使貓空纜車運量恢復至疫情前水準。

2、系統平均可用度

112 年系統平均可用度為 99.97%，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

推出結合貓纜之教育導覽行程，持續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，112 年共計 174 梯次 7,535 位師生參與，超越 111 年 73 梯次 3,068 位師生。

(2) 貓空纜車與電商平台合作行銷

貓空纜車與電商平台合作，開發多種貓空纜車優惠套票，積極拓展銷售通路，統計 112 年共創造約 2,073 萬元票務收入，較 111 年 230 萬元，增幅 801.3%，創造亮眼銷售。

(3) 貓空纜車光環境營造

為推廣貓空優美夜景，吸引遊客佇留，推動「貓空站光環境」燈光美學專案，並於 112 年 11 月 28 日榮獲「台灣照明學會照明金質獎-屋外照明設施類—優等」。另「指南宮站光環境」亦於 112 年 10 月完成，並結合 11 月臺北里山川活動進行點燈啟用儀式，增加貓空山區亮點。

(4) 貓空纜車跨年煙火車廂派對

112 年跨年煙火車廂再度與貓空地區商家合作，活動內容包含茶醺派對、歌手駐唱、藝術家表演及搭乘「煙火車廂」觀賞 101 煙火，另新增爬塔柱體驗及戶外裝置藝術導覽等活動，增加活動豐富度。

(三) 台北小巨蛋經營管理

1、營運概況

(1) 主場館

112 年實際使用天數為 222 日，使用率為 92.6%。共舉辦「蔡依林 Ugly Beauty 2022-2023」、「OneRepublic 共和世代 2023 台北演唱會」、「2023 陳奕迅演唱會」、「田馥甄 2023 一一巡迴演唱會」及「111 學年度高級中等學校籃球聯賽甲級總決賽」、「112 年國民體育日-體育表演會」、「第 34 屆流行音樂金曲獎頒獎典禮」及「《以善以愛照亮臺灣及全球》音樂劇」等 50 檔(133 場)活動。

(2) 副館 (冰上樂園)

112 年入場總人數為 43 萬 5,785 人次，營運日平均每日入場 1,201 人次，較 111 年同期 1,026 人次，增加 175 人次，增幅 17.1%，主要係因 112 年疫情穩定且國內旅遊興盛所致。共舉辦「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」、「2023 全國花式滑冰菁英錦標賽」及「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」等 10 場賽事。

2、行銷措施

(1) 童享滑冰樂

兒童清明連續假期期間，全國國小以下兒童滑冰及參觀免費，每日前 10 名購買滑冰套票即贈送冰上樂園專屬紀念小禮品；因應兔年，於北廣場放置兔兔及月球造景，供民眾拍照留念。

(2) 冰上我最繪

為響應節日歡樂氛圍，冰上樂園於 112 年 4 月 2 至 3 日推出親子共遊同樂活動，讓大小朋友一同於冰面作畫，揮灑創意。

(3) 一起滑冰 8！公益滑冰活動

為落實企業社會責任，邀集「中華民國智障者體育運動協會」攜手合作，於 8 月父親節前邀請身心障礙者及其家人體驗滑冰，共創親子同遊之樂。

(4) 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」、「台灣好德公益文化協會大會暨餐會」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。

(5) 小巨蛋演唱會鮮花再利用

為推動環保永續再利用，將活動結束後留下之精美花材，與主辦單位合作捐贈予日照中心，供長者體驗花藝，同時實踐環境永續、強化社會關懷。

(四) 兒童新樂園經營管理

1、營運概況

112 年總計 198 萬 1,118 人次入園，平均每日 6,022 人次，較 111 年同期 3,747 人次，增加 2,275 人次，增幅 60.7%，主要係因行銷措施見效，包場活動增加，提升遊客出遊意願，入園人數已恢復至疫情前水準。

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 年共計約 23 萬 5,798 人次。

B. 平日團體預約入園免門票：112 年共計約 10 萬 7,277 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 年共計約 10,980 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 年共計約 8,022 人次。

3、行銷措施

（1）推廣企業、團體、學校包場

為增加園區多元化增值服務，輔導及協助包場業主將各類行銷、員工或學生福利等預算，挹注於兒童新樂園辦理企業家庭日、學校園遊會、產品發表會、求婚派對及演唱會等活動，拓展樂園多元化經營以增加營收。112 年共完成 58 場企業包場，增加入園人數約 10.4 萬人次。

（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. 星光樂 FUN 券：舉辦兒童版跨年煙火，與全球第一個跨年煙火的國家紐西蘭同步施放煙火，並順勢推出星光樂 FUN 券，單日銷售約 8,000 張，較歷年成長 6 至 7 倍，僅次於兒童節連假及萬聖節。
- B. 一日樂 Fun 券：積極推廣及銷售一日樂 Fun 券方案，結合知名電商 KKday、KLOOK、Gomaji、ibon、台北通等通路，導入無接觸快速購票，並引進自動換票機、自動售票機，112 年共銷售約 61.5 萬張，佔總入園人次約 31.1%。
- C. 三館二園聯合售票：結合天文館、科教館針對整體台北科學藝術園區，辦理三館二園聯合票價之行銷，112 年共銷售 1.3 萬張，較 111 年 6,744 張，成長約 92.8%。

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「寵物列車」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。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，整體活動圓滿成功。113 年於 3 月 31 日辦理，以「寵物友善交通」為活動主軸，加發 4 列寵物列車，每站皆可

搭乘以擴大參與人數，並結合公共運輸處「友善狗狗公車」及動物保護處「狗狗公園」進行活動規劃設計。

2、推出親子友善車廂系列活動

112年7月完成設置高運量全車隊140列車「親子友善區」，並於板南線推出「2023極地探索」主題親子彩繪列車。112年9月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，並安排數位行動書車「學習啟蒙號」提供新穎的數位閱讀服務。

3、推動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AI影像辨識出輪椅旅客、嬰兒推車後，觸發自動叫梯，有效縮短旅客等待時間。自109年12月起至112年底止，已於台大醫院站、亞東醫院站、萬芳醫院站、中山站、石牌站、士林站、明德站及忠孝復興站等8站啟用，預計113年底前完成台北車站建置。

4、增設列車到站語音及車站指標之日韓語服務

考量日韓遊客熱門觀光景點及轉乘站之需求，112年完成共21個車站之列車到站語音廣播、告示指標之日韓語資訊增設，以精進國際旅客服務品質。預計於113年完成全線列車到站語音廣播、車站告示指標之日韓語服務增設。

5、優化 AI 智慧客服

自 111 年 11 月啟用 AI 智慧客服，更整合遺失物系統，提供遺失物即時線上協尋服務，以創新思維建構多元數位生活，將智慧科技導入顧客服務，不僅節省人力支出，更大幅提升服務效率。自 112 年 5 月起，更增加提供一般事件即時通報及對話式旅程規劃功能，同時在各類情境問答設定上表現穩定。

6、研發捷運路網及列車動態顯示系統 (Metro NTDS)

由公司同仁自主開發，結合大數據、演算法和圖形介面，開發系統提供行控中心調整列車運行班距參考，另旅客可透過 App 選擇最佳路線和車廂，提升整體乘車體驗。NTDS 系統榮獲中華智慧運輸協會 (ITS) 「智慧運輸產業創新獎」、112 年度市府創意提案競賽-佳作獎項，並於國父紀念館站 5 號出口，以 320 吋 LED 巨型大螢幕展示，強化公司數位轉型之創新形象。另「捷運人流資訊管理系統 Metro TIMES」榮獲「2023 亞太資通訊科技應用獎—傑出科技公司獎」。

7、精進 App 圖控功能

台北捷運 Go App 於 113 年 2 月 29 日推出「捷運路線周邊情報查詢平臺」(Go Map)，除以捷運路線為地圖，提供旅客車站周邊活動訊息、醫院、車站販賣店、置物櫃、哺集乳室、2023 米其林必比登餐廳、市場、夜市、宮廟、大學等豐富資訊外，便利旅客以車站為中心快速找到所需資訊，安排行程更順暢，亦

鼓勵民眾搭乘捷運。

(二) 優化運輸環境

1、改善車站廁所設施

為提升旅客如廁舒適性，112 年完成土城站、亞東醫院站、永寧站（西側）、海山站、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 9 站 9 處廁所改善。113 年度預計施作西門站、中山地下街及淡水站之廁所改善。

2、更新車站電子多媒體顯示系統

為精進電子多媒體顯示系統播放品質，並提高廠商投放廣告意願，112 年優先更新文湖線萬芳醫院站以南、淡水信義線圓山站以北等地上段車站共 22 站 66 面顯示器，並於 112 年 12 月 29 日順利完成。113 年持續更新其他 74 站 356 面顯示器及中心端軟體，預計於 113 年 10 月底前完成。

(三) 發展創新商業

1、首創捷運車站共享傘

112 年 8 月 28 日首創推出捷運車站共享傘租借服務，於 117 個車站，設置 271 個共享傘智慧租借站，提供民眾甲地租乙地還，以租代購新選擇，未來每年可挹注租金收入約 311 萬元。

2、推出捷運早餐生活節

112 年 9 月與周邊知名人氣早餐合作於 50 個車站設

置 101 攤並與「你訂 Nidin」合作系統預訂服務。首月即創造營業額 1,146 萬元，成績亮眼，奠定長期商業模式。同年 9 月 23 日公告「捷運早點到 2.0」招商辦法，累計至 113 年 2 月底租金收入逾 428 萬元。

3、聯名三麗鷗開發獨家商品

適逢 Hello Kitty 50 周年，與三麗鷗公司知名 IP 聯名開發捷運獨家聯名商品，於 112 年 11 月 1 日上市。截至 113 年 2 月底累積營業額達 957 萬元，佔商品總營業額 57%。另於捷運南京復興站車站及商品館進行可愛造景佈置，並於淡水信義線規劃 1 列 Hello Kitty 彩繪列車，經網路媒體 DailyView 報導，榮獲網友排名第一名喜愛列車。

4、舉辦暗黑萬聖節主題市集

112 年 10 月 6 日至 10 月 29 日每週五及週末於心中山線形公園舉辦「心中山 Nancy's Halloween 暗黑萬聖節」，與有趣市集合作推出「非現金交易」市集，現場提供超過 16 種電子支付方式。另集結近 50 個風格攤位，首度攜手南西商圈周邊 16 個商家，推出多項限定暗黑色系餐點、特調飲品、文創手作等商品共襄盛舉。

(四) 傳遞愛與關懷

1、走近偏鄉—送愛到學校

秉持回饋社會的精神，攜手協力廠商送愛到原住民績優同仁母校-花蓮縣光復國小，兩階段（112 年 10 月

16 至 19 日、11 月 6 至 9 日) 進行國小演藝堂中央空調修復，照明配電迴路調整、燈管更換等修繕作業，以專業技術加上實際行動傳遞愛與關懷。

2、走入北捷一小農產品展售及偏鄉學童參訪

2023 出口音樂節市集展售與臺東縣政府合作，協助推廣臺東小農精心栽種的農特產品。亦邀請臺東縣大南國小學童北上參加出口音樂節活動演出，並安排參訪行控中心、貓空纜車、兒童新樂園等地，讓學生親身體驗並深入了解捷運文化。安排臺東縣介達國小於 112 年 12 月 19 日至心中山進行歌舞快閃活動，提供「原鄉好聲音」展演舞台，讓原民文化透過捷運場域，傳遞予更多的民眾聆聽與親近。

(五) 推廣環境永續

1、擴建捷運機廠太陽能發電裝置

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 114 年 3 月併聯送電，合計設置規模 19.4 百萬瓦，預估發電量每年 2,100 萬度，年收益可達 2,300 萬元，有效活化資產並增加業外收入。

2、實踐淨零碳排及節能措施

(1) 重置油壓電梯

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 年已完成 175 臺油壓電梯重置，每年約可節省 602 萬度電（節省約 2,119 萬元/年）。

（2）重置車站照明

因應環保節能趨勢，並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 112 年已完成 10 萬盞燈具重置，每年約可節省 517 萬度電（節省約 1,820 萬元/年）。

（3）重置空調設備

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 年已完成 27 臺空調設備重置，每年約可節省 279 萬度電（節省約 982 萬元/年）。

四、未來工作重點

（一）精進營運可靠度

為提供旅客更安全可靠的運輸服務，持續推動系統營運可靠度 MKBF 精進專案，強化維修管理與營運管理，持續發展數位科技與創新運用，運用智慧監督預警系統即時掌握系統狀況，以提升系統設備妥善及營運可靠度。

(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、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。已於 112 年 6 月 13 日決標，預計 114 年完成系統建置。

(三) 重置軌道高隔振基鈹

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。113 至 114 年度將針對板南線板橋站至亞東醫院站、永寧站至土城站、江子翠站至龍山寺站及松山新店線中正紀念堂站至古亭站、大坪林站至景美站等區段進行重置。

(四) 重置改善隔音牆

捷運沿線兩側陸續有新建物完工，民眾對生活品質之要求提高，因此對原有隔音牆重置及尚未施作之路段編列經費施作，「捷運淡水線平面段隔音牆更新工程」預計 113 年 7 月完工，「淡信線圓山站北側增設隔音牆及小碧潭支線隔音牆重置工程」預計 113 年 12 月完工及「文湖線南港軟體園區站北側隔音牆工程」預計 114 年 3 月完工。

(五) 改造紅線台北車站

紅線台北車站已營運 27 年，因應服務需求擴大，為使

車站空間配置發揮最大效益，並提供旅客順暢且舒適之動線，故規劃進行空間優化改善；另將進行各系統介面整合及導入新型態固定設施及指標系統，以提供旅客便利舒適的服務，滿足多元的視覺體驗。

(六) 優化文湖線 256 型電聯車空間

為優化車廂內動線，提供輪椅及幼兒推車旅客更友善之搭乘環境，並提升文湖線尖峰運能，於 112 年 6 月完成 3 列 VAL256 型電聯車車廂內裝優化試辦，經市府研考會調查顯示試辦成效良好。後續汲取試辦經驗及民眾反映需求後，持續規劃優化方案，於 112 年 12 月邀集捷運局、北市身障權益保障小組委員、交通運輸專家學者及相關單位召開會議及現場會勘，獲與會代表肯定並贊同續辦。預計 114 年完成 VAL256 型電聯車全車隊內裝優化。

(七) 升級車站免費充電座

為提升服務品質，規劃升級全線 117 個車站約 290 組充電座，提供 Type-A、Type-C 兩種規格之快速充電接口，提升旅客便利性。其中紅、藍線臺北車站及藍線國父紀念館站、南港站、板橋站已於 112 年 12 月試辦完成，其餘車站預計 113 年 6 月底前完成。

(八) 規劃數位列車 2.0

繼 111 年 1 月完成 1 列數位列車改裝後，持續規劃 1 列第 2 代數位列車改裝作業，結合 5G 通訊、聯網螢幕及數位整合應用，提供更即時及豐富的乘車資訊服

務，開創創意廣告新商機，預計 113 年第 4 季完成。

(九) 改善捷運中山地下街出入口暨線形公園

為創造更多休憩及城市綠廊活動空間，規劃辦理中山站 1 號出入口、地下街出入口美化及線形公園設施改善，第一階段(中山站 1 出口至長安西路)已於 112 年 2 月 20 日開工，預計於 113 年底前開放；第 2 期(長安西路至台北車站段)已於 112 年 10 月 26 日臺北市都市設計及土地使用開發許可審議委員會決議修正後通過，預計 113 年底前完成招標作業。

(十) 開發捷運車站多目標大樓

為串聯大眾捷運、人行空間及都市活動，透過都市計畫公共設施用地多目標使用，以捷運站為節點進行複合式服務大樓開發。

1、捷運士林站車站多目標大樓

士林站開發案於 110 年 4 月 12 日舉行動土典禮、112 年 8 月 14 日舉行上梁典禮，刻正進行帷幕工程及站內天橋工程，預計 115 年完工。

2、捷運劍潭站車站多目標大樓

劍潭站開發案於 112 年 10 月 19 日辦理簽約典禮，刻正辦理基本設計作業，預計 117 年完工。

3、捷運劍南路站車站多目標大樓

劍南路站開發案於 113 年 1 月 26 日進行簽約典禮，刻正辦理基本設計作業，預計 118 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」為使命，專注經營運輸本業及附屬事業項目，並追求卓越，持續提供高品質服務表現，以發揮企業影響力，創造社會價值。

面對未來環境各項挑戰，本公司自旅客服務的角度出發，辦理車站閘門電子主單元重置、升級車站免費充電座並全面規劃改造紅線台北車站等設施設備升級，並善用創新科技，持續優化台北捷運 GO App 及改裝數位列車 2.0，提供旅客多元服務。

展望未來，臺北捷運除以車站為核心再創空間價值外，更積極活化車站周邊場域，以多目標大樓規劃帶動城市活動及經濟發展。另為落實環境永續的承諾，響應臺北市 2050 淨零碳排政策，推廣大眾運輸、節能減碳及社會關懷等相關措施，以善盡企業社會責任。

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 2023 出口音樂節



照片 2 看棒球搭捷運彩繪列車、車站布置、大巨蛋首發紀念悠遊卡



照片 3 「突破 130 億人次—低碳永續你我同行」活動



照片 4 112 年國際寵物日「寵物專車」活動



照片 5 2024 跨年疏運



照片 6 兒童新樂園 2024 跨年煙火