

臺北市議會第 12 屆第 6 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 106 年 9 月

目 錄

一、前言	4
二、106 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) 貓空纜車營運管理	10
(三) 臺北小巨蛋營運管理	12
(四) 兒童新樂園營運管理	12
三、創新措施	14
(一) 捷運站名增加編號	14
(二) 推出高鐵・北捷・雙層巴士聯票	14
(三) 推出桃捷・北捷聯合套票	14
(四) 車站自動售票增值機增加日、韓語言服務	15
(五) 貓空纜車免費語音導覽服務	15
四、未來工作重點	15
(一) 持續拓展附屬事業收入	15
(二) 打造「心中山」-中山雙連段帶狀公園改造案	16
(三) 增設捷運車站月臺門	16
(四) 增加捷運車站自動售票增值機多國語言服務	16
(五) 建置新 Wi-Fi 網路服務	17

(六) 建置捷運車站閘門區電子資訊顯示系統.....	17
(七) 增加小巨蛋附屬事業收入	17
五、結語	18

召集人、副召集人、各位議員女士、先生：

欣逢貴會第 12 屆第 6 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 106 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

守護旅客安全是本公司一路走來不變的承諾。以系統可靠度指標 MKBF（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）而言，臺北捷運 106 年 1 至 7 月為 731.8 萬車廂公里，維持一貫亮眼成績。此外，持續增設月臺門，106 年已有 5 站啟用，預定年底，還有 10 站將加入守護旅客安全的行列。

除了穩固系統安全，本公司亦持續推動各項創新措施與服務，提供旅客「行」以外的美好體驗。如推出捷運旅遊票、親子同行一日票、高鐵、桃捷聯票等，讓家庭、親子、國內外觀光旅遊等不同客群，皆能各取所需享受旅程；「台北捷運 Go」APP 全新改版，更友善流暢的介面，讓旅客輕鬆掌握搭乘資訊，且有利於未來本公司行動廣告業務之發展。

紙藝裝置藝術將大安森林公園站打造為春暖花開的室內花園；以世大運「臺北，我的運動城市」為主題的捷運盃街舞大賽，柯市長親臨現場觀賽，總獎金高達 82 萬元；「奇幻行者」AR 冒險手遊，結合擴增實境與 Wi-Fi 定位，讓通勤過程充滿驚奇與趣味。藉由推出多元服務措施，讓民眾的生活更精彩豐富。

另貓空纜車、臺北小巨蛋及兒童新樂園營運表現亦皆有創新及突破，本公司將持續精進管理作為，讓本業、附業及委管事業共榮發展，發揮相互加乘之效益。

二、106 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、營運車站 117 個。

(2) 運量：106 年 1 至 7 月運量總計 4 億 2,795 萬人次，平均日運量 201 萬 8,650 人次，較前一年同期 199 萬 8,515 人次，增加 2 萬 135 人次，成長約 1.0%。(臺北捷運近 5 年平均日運量如圖 1)。

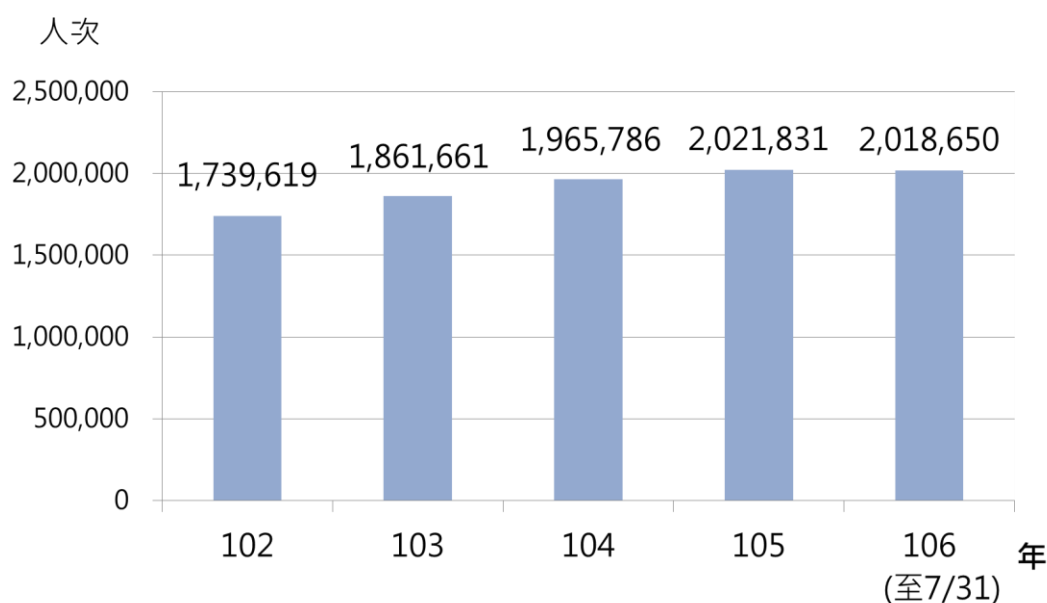


圖 1 臺北捷運近 5 年平均日運量

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)，106 年 1 至 7 月 MKBF 為 731.8 萬車廂公里，列車可靠度達 99.998%。(歷年 MKBF 如圖 2)。

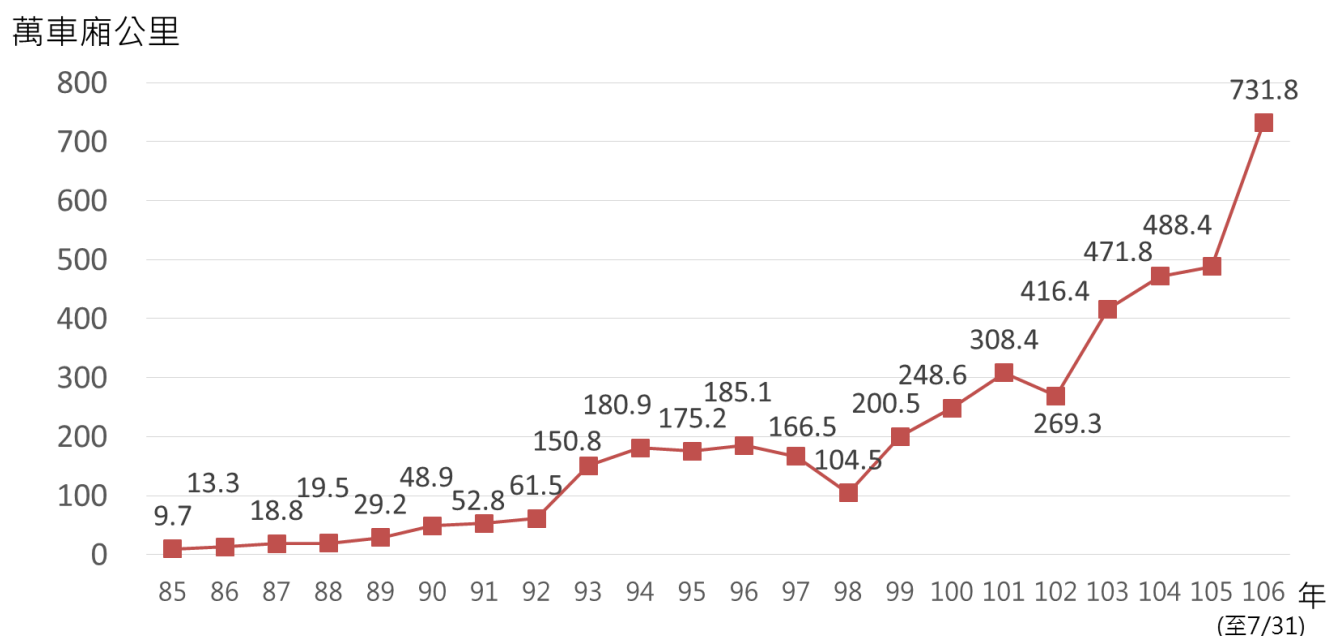


圖 2 歷年每發生 1 件 5 分鐘以上行車延誤事件之平均行駛車廂公里數

3、重要工作

(1) 因應桃園機場捷運營運配套措施

配合 106 年 3 月 2 日桃園機場捷運正式通車營運，除於各車站路網圖中增加相關標示，另於相關轉乘車站安排列車到站時，增加轉乘機場捷運資訊顯示文字。另亦配合桃園機場捷運末班車到站時間 (A2 三重站 00:16、A1 臺北車站 00:21)，調整列車運行方式，提供三重站、北門站及臺北車站深夜轉乘銜接服務。

(2) 世大運反恐演練

配合 2017 臺北世大運舉辦，為加強防恐防災應變能力，小巨蛋場館於 106 年 3 月 30 日參與市府世大運災害防救演習，另分別於三重國小站、麟光站、台北小巨蛋站、南港展覽館站及板橋站等車站，辦理危安防災模擬演練。

(3) 發行捷運旅遊票

自 106 年 4 月 28 日起至 106 年 10 月 31 日止，旅客只要購買捷運一日票、24 小時票、48 小時票、72 小時票任一款捷運旅遊票，即贈送知名冰品店「Ice Monster」、老字號餐廳「高記」、台北 101「觀景臺」及購物中心等消費優惠券，優惠總價值最高達 620 元。

(4) 發行親子同行一日票

自 106 年 7 月 1 日起至 8 月 31 日止，推出「買大送小」優惠活動，只要購買親子同行一日票（150 元/張），當日 1 名 18 歲（含）以上旅客及隨行 1 名 12 歲（含）以下孩童，可享不限搭乘里程與次數之優惠。

(5) 開放旅客假日攜帶衝浪板搭乘捷運

為便利旅客假日從事衝浪休閒活動，自 106 年 6 月 24 日起，假日開放旅客攜帶最長邊 165 至 180 公分之衝浪板搭乘捷運，並比照一

般行李，不須額外支付費用。

(6) 持續增設捷運車站月臺門

分階段推動捷運車站增設月臺門作業，106年陸續完成啟用七張站、永春站、海山站、後山埤站及北投站等5站月臺門。

(7) 「台北捷運 Go」APP 全新改版

新版 APP 自 106 年 5 月 2 日起，可和國內交通運輸如桃園捷運、高雄捷運、高鐵、臺鐵、貓空纜車及 YouBike 等連結，結合「車站資訊」、「列車到站資訊」、「捷運路網」、「好康活動」、「景點服務」五大特色服務，新版介面未來可提供商業廣告嵌入使用。

4、附屬事業經營

(1) 東區及中山地下街

原契約於 106 年 3 月底屆滿，本公司順利完成招商，並於 106 年 6 月開放營運；另中山地下書街於 106 年 6 月完成裝修，106 年 7 月 15 日試營運，8 月 7 日正式開幕。

(2) 導入虛實整合之商業模式發展行動廣告

本公司於捷運車站引進多媒體並發展導購業務，已於 106 年 3 月完成招商，預計 10 月商業運轉；另亦已於捷運車站建置 Beacon，未來將可結合 APP 導購，創造廣告收入。

5、行銷活動

(1) 紙藝裝置藝術

配合市府 3 月舉辦杜鵑花季活動，本公司與國泰世華銀行合作，106 年 3 月 1 日至 4 月 10 日於大安森林公園站陽光大廳展出 3 萬朵手工製作之杜鵑花海，讓車站變身為春暖花開的室內藝術花園。

(2) 中山欖仁野餐節

為促進捷運中山站周邊文化創意產業發展，106 年 3 月 26 日於爵士廣場舉辦中山欖仁野餐節活動，內容包含野餐餐會、音樂表演、有獎徵答等。

(3) 新北投車站開幕配合活動

因應北淡線臺鐵新北投站於 106 年 4 月 1 日歡慶 101 週年，並於七星公園重組完成重新對外開放，由文化局主辦開幕系列活動，本公司與文化局於 4 月 2 日、3 日合作舉辦「捷客青春草地音樂會」及「那卡西之夜」活動。

(4) 中山站「習慣販賣店」開幕

為鼓勵民眾搭捷運能多利用時間培養好習慣（如守時等），106 年 5 月 12 日與國泰世華銀行合作推出「有一種習慣，叫做搭捷運」系列活動，在淡水信義線中山站大廳打造「習

慣販賣店」，並於 5 月 13 日至 6 月 2 日每日定時限量提供可愛文創小物供民眾索取。

(5) 捷運盃街舞大賽

「2017 捷運盃捷客街舞大賽」以世大運「臺北，我的運動城市」為主題，由「唱跳、創作新霸主」周湯豪擔任活動代言人，柯市長並現身初賽現場觀賽，為參賽者加油。活動總計有 411 隊參加，並於 8 月 12 日舉辦法賽，角逐 82 萬元高額獎金。

(6) 「奇幻行者」AR 冒險手遊

與華電聯網合作推出北捷首款 AR 冒險手遊「奇幻行者」，結合虛擬角色與現實中捷運車站，讓遊戲裡 25 隻俏皮可愛的守護神，出沒在特色景點、人潮聚集及轉乘站點等 25 個車站大廳；8 月 4 日起至 10 月底並推出限量車票抽獎活動，豐富旅客通勤時光。

(二) 貓空纜車營運管理

1、營運概況

- (1) 運量：106 年 1 至 7 月運量總計 121 萬 6,075 人次（平均日運量 7,112 人次），較前一年同期 123 萬 3,425 人次，減少 1 萬 7,350 人次，下降約 1.4%。運量下降主要係因 105 年 2 月起調整票價、106 年春節日數較 105 年減少，以及 106

年 6 月受落雷暫停營運天數較 105 年同期多等因素影響所致。

- (2) 系統平均可用度：106 年 1 至 7 月系統平均可用度為 99.99%，較前一年同期 99.98%，增加 0.01 個百分點。
- (3) 年度檢修作業：106 年 6 月 13 日至 7 月 1 日進行 19 天年度檢修作業，執行驅動大輪、煞車卡鉗、液壓缸、主馬達、齒輪箱、液壓控制總成等設備翻修及電氣控制程式修改與載重測試等工作，以確保系統運轉穩定性。

2、行銷措施

- (1) 縣市週優惠活動：為吸引更多外縣市民眾搭乘貓空纜車，106 年 2 月 21 日至 6 月 12 日推出「貓空纜車縣市週優惠活動」，民眾於所屬縣市優惠期間搭乘貓空纜車，不限站數，每趟只要 50 元。活動總計吸引 3 萬 434 人次搭乘，收入增加 152 萬 1,700 元，除提高纜車運量外，亦帶動周邊店家生意與觀光發展。
- (2) 兒童節優惠活動：106 年 4 月 4 日兒童節當日，6 至 12 歲兒童可免費搭乘貓空纜車，總計共 2,033 人次兒童享有免費優惠。

(三) 臺北小巨蛋營運管理

1、營運概況

- (1) 主場館：106 年 1 至 7 月主場館使用率 100%，較歷年（98 年至 105 年）同期平均 87.5% 高。
- (2) 副館（冰上樂園）：106 年 1 至 7 月入場總人數為 23 萬 2,651 人次，平均每日入場人數 1,108 人次，較前一年同期 1,092 人次，增加 16 人次，成長約 1.5%。

2、辦理多元賽事與活動

- (1) 主場館：106 年 1 至 7 月共舉辦 77 場賽事與活動，包含 105 學年度高中籃球甲級聯賽總決賽等體育賽事 28 場、2017 張學友個人演唱會等藝文娛樂 43 場、第 28 屆流行音樂金曲獎頒獎典禮等集會活動 6 場。
- (2) 冰上樂園：106 年 1 至 7 月共舉辦 6 場國際或國內賽事，包含 2017 年 ISU 世界青年花式滑冰錦標賽、2017 年 IIHF 世界 U18 冰球錦標賽及 106 年全國短道競速滑冰春季錦標賽等。

(四) 兒童新樂園營運管理

1、營運概況：

106 年 1 至 7 月入園總人數為 127 萬 9,332 人次，平均每日入園人數為 6,092 人次，較前一年同

期 5,704 人次，增加 388 人次，成長約 6.8%。

2、入園優惠措施：106 年 1 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可領取免費遊樂券，免費搭乘 4 項遊樂設施）：3,220 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】：15 萬 4,630 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 5,759 人次。
- (4) 團體預約入園免門票：4 萬 3,913 人次。

3、行銷措施

- (1) 春節鬧元宵活動：園區吉祥物尋寶隊長及財神爺表演精采的新春歌舞秀，並舉辦猜燈謎、免費彩繪燈籠 DIY、彩繪春聯餅乾體驗等應景活動。
- (2) 兒童節慶祝活動：辦理全園（門票及遊樂設施）免費優惠活動，4 月 4 日兒童節當日共吸引 3 萬 582 人次入園遊玩。
- (3) 母親節活動：當日媽媽除入園免門票，還可免費搭乘摩天輪，另前 520 名入園的媽媽，贈送

一朵康乃馨及飲料兌換券。

- (4) 端午節紀念活動：協同靖娟基金會、客委會及知名食品業者，推出糖果粽 DIY、艾的穀粒、艾草茶包、綠豆糕及粽子 DIY 等應景活動。

三、創新措施

(一) 捷運站名增加編號

配合 2017 臺北世界大學運動會舉辦，為提供各國選手更友善的捷運搭車環境，於 106 年 5 月完成 117 個車站、約 2.5 萬面指標更新作業，將車站站名前加註「路線顏色英文字首+車站序號數字」，讓國內外旅客可以依照「路線顏色」【棕(BR)、紅(R)、綠(G)、橘(O)、藍(BL)】輕鬆辨識各車站所屬路線，並以「車站編號」快速辨別乘車或轉乘方向。

(二) 推出高鐵·北捷·雙層巴士聯票

首次與高鐵及臺北市雙層觀光巴士合作，於 106 年 6 月 1 日至 107 年 12 月 31 日發售優惠票券，每套聯票包含：高鐵標準車廂對號座來回車票共 2 張(享 75 折優惠)、臺北捷運 48 小時票 1 張、臺北市雙層觀光巴士單日搭乘兌換券 1 張(享 63 折優惠)。

(三) 推出桃捷·北捷聯合套票

與桃園捷運公司合作，自 106 年 8 月 10 日起推出「機場捷運來回票+臺北捷運 48/72 小時聯合套

票」，優惠價分別為 520 元（機捷來回票加北捷 48 小時票）及 600 元（機捷來回票加北捷 72 小時票）。

（四）車站自動售票增值機增加日、韓語言服務

為方便日、韓旅客購票及增值，除了原先中文、英文服務介面外，106 年 3 月 31 日起，新增日、韓文語音播放，日、韓旅客除透過觸控螢幕操作，可同時聽到語音訊息，讓購票、增值更方便。

（五）貓空纜車免費語音導覽服務

106 年 1 月 24 日起推出貓空纜車免費語音導覽器借用服務。語音導覽內容由本公司自行錄製，蒐羅貓空地區獨特景點、深度人文歷史及豐富自然生態景觀等內容，讓旅客可深入探索貓空地區在地文化。

四、未來工作重點

（一）持續拓展附屬事業收入

1、持續拓展商業點位

106 年將增加實體商業空間 5 處。

2、持續拓展 Beacon 商業應用

考量行動廣告及數位廣告為未來發展趨勢，刻正規劃結合 Beacon 技術，並串接廠商 APP，利用捷運場域及人潮優勢，拓展行動商機。

3、增設液晶電視牆及軌道數位投影廣告

為掌握數位發展趨勢，提高旅客目光，規劃於臺北車站、忠孝復興站、市政府站及西門站等 4 個 A 級車站大廳增設 4 幅 110 吋及 220 吋之液晶電視牆廣告；另於 4 個 A 級車站及忠孝新生站車站之軌道側牆設置 24 處數位投影廣告，預計 106 年 10 月建置完成。

(二) 打造「心中山」-中山雙連段帶狀公園改造案

為改善線形公園行人動線，創造更大廣場空間，並串連中山地下書街，委託專業規劃設計廠商於 106 年 2 月完成第 1 階段中山雙連段帶狀公園改造工程整體規劃設計報告，全案工程預計 107 年完成。

(三) 增設捷運車站月臺門

預計 106 年底前將再完成台電大樓站、昆陽站、景美站、永寧站、關渡站、明德站、竹圍站、新店站、小南門站及萬隆站等 10 站月臺門設置，107 年完成全部車站之建置作業。

(四) 增加捷運車站自動售票機多國語言服務

為便利外籍旅客購票，規劃捷運車站自動售票機再增加提供 7 國語言服務，並將分 2 階段完成。第 1 階段：預計 106 年 12 月 31 日前提供馬來

西亞、泰國、越南、印尼等 4 國語言服務；第 2 階段：預計 107 年 4 月 30 日前提供德國、法國及西班牙等 3 國語言服務。

(五) 建置新 Wi-Fi 網路服務

臺北捷運新 Wi-Fi 將改採民間出資方式建置，除新增車廂免費上網服務外，亦汰換既有車站上網設備，並利用廣告進行維運，提供民眾免費上網服務。自 7 月下旬起，淡水信義線、板南線已陸續啟用新的 Wi-Fi，中和新蘆線、松山新店線及文湖線預計於今年年底前陸續開通。

(六) 建置捷運車站閘門區電子資訊顯示系統

107 至 108 年度將編列預算建置捷運車站閘門區旅客資訊顯示系統，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，可即時公告營運資訊。

(七) 增加小巨蛋附屬事業收入

考量小巨蛋主場館平均使用率已超過 90%，且檔期審議與安排無法以場館收入為優先考量，為持續增加小巨蛋營運收入，將積極推動冰上樂園行銷活動，並整理場館可用空間重新辦理招商，以朝多元商業發展努力。

五、結語

臺北捷運通車營運已逾 21 年，累計提供近 88 億人次之運輸服務。一路走來，在所有同仁堅守崗位、共同努力之下，每日平安載運超過 200 萬人，為大臺北地區民眾帶來便捷幸福的城市生活。

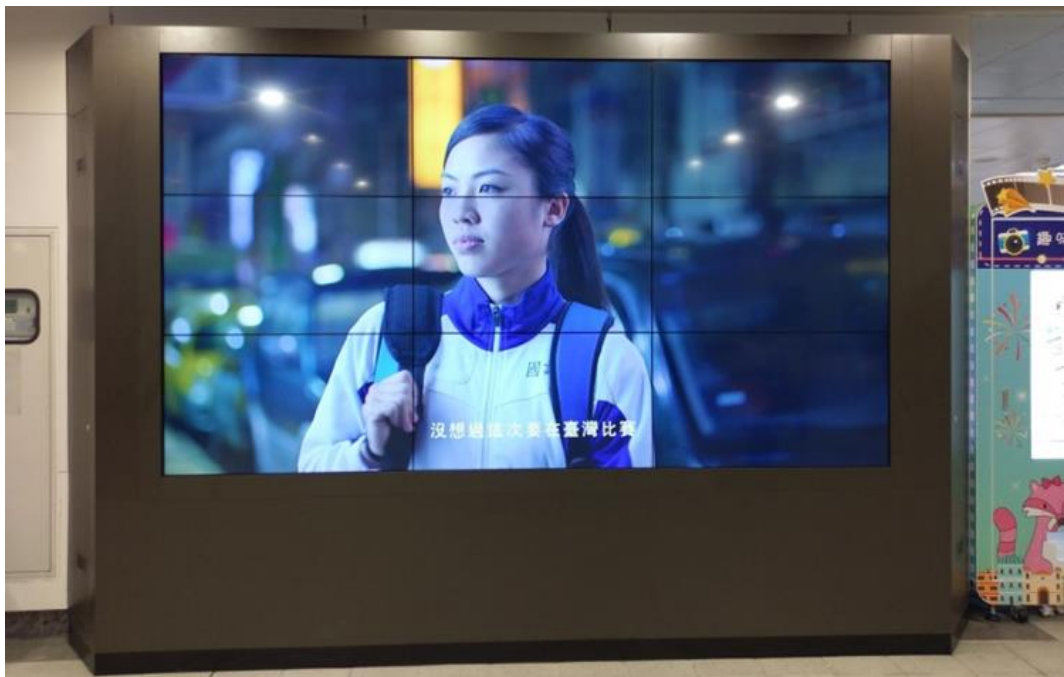
在市府「成為宜居永續城市」的發展願景下，本公司為落實企業社會責任，除每年發行企業社會責任報告書、與利害關係人共享永續成果外，並全力推動大眾運輸，結合外部資源開發新客源，如與高鐵及桃捷合作發行聯票，或針對特殊節慶、地區及族群舉辦多元行銷票種活動，以刺激運量成長，帶動都市整體的綠運輸發展。

附屬事業的成長挹注盈餘、補貼本業，是公司邁向財務永續的基石。我們發揮企業創意、掌握捷運人潮優勢，善用行動智慧與數位科技，開發 APP 導購、行動廣告、Beacon 推播等新市場利基，為捷運營運於兼顧公共利益的同時，創造更高的商業價值。

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 中山地下書街開幕



照片 2 多媒體導購螢幕



照片 3 大安森林公園站杜鵑花海



照片 4 捷運中山站習慣販賣店開幕



照片 5 捷運盃街舞大賽



照片 6 「奇幻行者」AR 冒險手遊廣告



照片 7 106 年貓空纜車年度檢修作業



照片 8 兒童新樂園尋寶隊長及財神爺新春歌舞秀



照片 9 推出高鐵·北捷·雙層巴士聯票



照片 10 機場捷運來回票+臺北捷運 48/72 小時聯合套票



照片 11 貓空纜車免費語音導覽器



照片 12 月臺投影廣告