臺北捷運公司 2年經營成果

顏 邦 傑

臺北捷運公司　總經理

105年12月13日

報告大綱

- 策略地圖
- 追求安全可靠　提升旅客滿意
- 多元行銷措施　鼓勵大眾運輸
- 商業極大化　創意帶來商機
- 善盡企業社會責任
- 經營成果獲得肯定
- 未來推動重點工作

臺北市政府策略地圖

【使命】	【願景】	【核心價值】
為市民服務，替城市創新	成為宜居永續城市	正直誠信、開放共享、創新卓越、團隊合作

策略主題	營造永續環境 A	健全都市發展 B	發展多元文化 C	優化產業勞動 D	強化社會支持 E	打造優質教育 F	確保健康安全 G	實現良善治理 H
策略目標								
顧客 C	TC1提升**滿意的住民**、TC2增加**快樂的員工**、TC3發展**活力的企業**、TC4促成**和諧的府際關係**							
	AC1提升市民對環境滿意度 AC2提升環境品質 AC3建構低碳城市 AC4減少資源耗用	BC1推動宜居城市 BC2建構智慧生活 BC3加速都市更新 BC4提升綠運輸使用率 BC5增進數位機會	CC1提升市民文化素養 CC2成為亞洲必遊城市 CC3提升休閒旅遊風氣 CC4成功舉辦世大運	DC1 DC2		園滿意度	GC1打造健康城市	HC1提高公民參與度 高員工工作效能 建市民對政府信任度 化市民對政策認知度 升行政透明度
內部流程 P	AP1加強公害防治 AP2塑造綠地親水休憩環境 AP3建構友善生態 AP4強化治山防洪 AP5打造海綿城市 AP6打造共享經濟	BP1打造智慧政府 BP2營造優質環境 BP3創造臺北新象 BP4優化綠運輸 BP5完善供水品質 BP6打造安全舒適的基礎建設	CP1友善宗教文化 CP2打造影視音產業 CP3提升創造力 CP4保存文化資產 CP5再造臺北品牌 CP6打造友善多元環境 CP7推動智慧觀光城市	DP1健全商貿環境 DP2打造創業搖籃 DP3發展重點產業 DP4 DP5 DP6	EP1 打造友善生養城市 EP2 強化弱勢關懷	FP1優化學前教育 FP2精進中小學教育 FP3創新實驗教育 FP4發展適性特教	GP1促進市民健康 GP2精進防疫減毒 GP3強化食品及衛生安全 GP4整合緊急救護	HP1擴大開放資料 HP2完善政策溝通平台 HP3確保依法行政 HP4擴大決策參與機制
學習成長 L	TL1培育優秀人力、TL2提升員工政策行銷能力、TL3強化							文化
財務 F	TF1致力開闢財源、TF2清理及活化閒置資產、TF3減少不經濟支出、TF4覈實編列年度預算、TF5提高預算執行效能、TF6 爭取中央計畫型補助款							

CC1提升市民文化素養

KPI：CC1.1文化活動參與人數

行動方案：優質捷運文化推廣計畫

BC4提升綠運輸使用率

KPI：BC4.1綠運輸市占率

行動方案：多元行銷票種規劃
多卡通建置計畫

KPI：BC4.2公共運具服務滿意度

行動方案：捷運旅客整體滿意度調查

臺北捷運公司策略地圖

【使命】 提供旅客安全、可靠、親切的高品質運輸服務	【願景】 一流捷運 美好臺北	【核心價值觀】 正直誠信、開放創新、團隊合作

策略主題		A 精進系統效能	B 精緻化貼心服務	C 落實企業化經營	D 善盡企業社會責任
策略目標	財務 F	TF1開發新客源、TF2整合本業與附業、TF3落實成本及資金管控			
	顧客 C	AC1提升系統可靠度 AC2強化系統安全 AC3提升服務能量	BC1提升服務滿意度 BC2掌握新服務需求	CC1拓展對外發展業務	DC1推廣優質捷運文化 DC2結合社區參與及發展
	內部流程 P	AP1落實風險管理機制 AP2提升環保節能績效	BP1精進標準作業程序	CP1提升組織效能	DP1整合內部資源
	學習成長 L	TL1強化人才育留、TL2活化人才管理、TL3強化專業職能、TL4鼓勵創新能力			

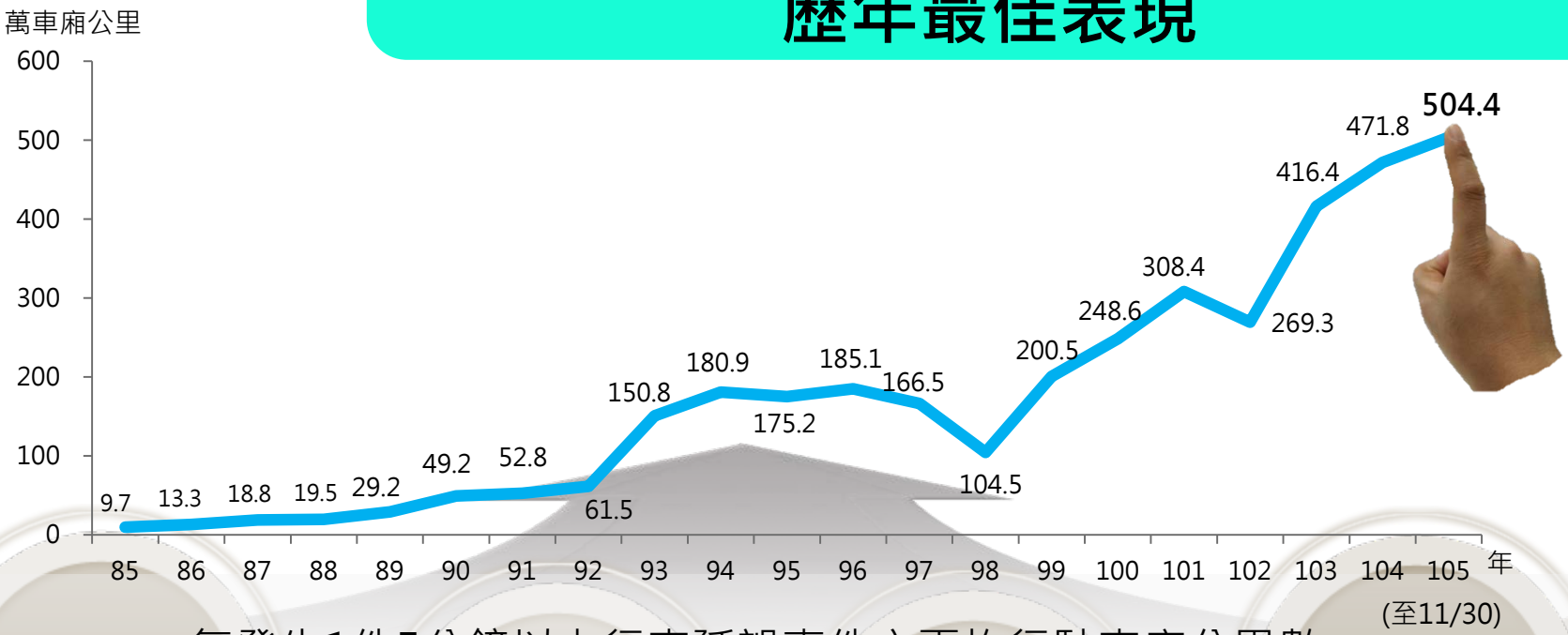
追求安全可靠　提升旅客滿意

保持高水準之系統可靠度

MKBF **504.4萬車廂公里** / 列車可靠度**99.99%**

平均每月發車10萬班次，僅發生2.1件延誤事件

歷年最佳表現



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

持續辦理各類訓練

落實行車運轉SOP

進行設備維修與重置

各類災害模擬演練

全面建置月臺門(增設58站)

年		
95	臺北車站(淡水新店線) 臺北車站(板南線) 忠孝復興站(板南線)	3
99	圓山站、國父紀念館站、市政府站	3
102	民權西路站、忠孝新生站、西門站	3
103	古亭站、中正紀念堂站、忠孝敦化站、 龍山寺站	4
104	公館站、中山站、雙連站、石牌站、士林站、 劍潭站、南港站、臺大醫院站、頂溪站、新埔站、 板橋站、淡水站、府中站、亞東醫院站	14
105	景安站、大坪林站、新店區公所站、永安市場站、 芝山站、江子翠站、善導寺站、南勢角站	8
106	七張站、北投站、永春站、海山站、後山埤站、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、萬隆站	15
107	紅樹林站、奇岩站、唭哩岸站、新北投站、復興崗站、忠義站、 土城站、小碧潭站	8

創新服務

下載次數超過54.4萬次/每日點閱次數超過8萬次

台北捷運Go App

特色服務：
一鍵查詢
列車到站資訊
出入口資訊
轉乘資訊
旅程規劃
重要訊息推播

中文版 104.7.6
English version 105.4.15

創新服務

松山新店線、淡水信義線計46列車

104.12.12起
電聯車試辦
親子友善區

蔬果列車
可愛動物列車
護眼動物列車
麻吉貓列車
沙拉公主魔法列車
熊讚列車
捷運禮節列車
麻吉貓介紹蔬果列車

創新服務

已開放使用悠遊卡、一卡通、有錢卡等電子票證

104.9.1
開放一卡通
105.12.1
開放有錢卡

國際化友善環境

104.10.3起「入站廣播」增加英語服務

原中文播報2次

➡ 中、**英**文各播報1次

104.12.7起「車廂廣播」調整語言順序

國、閩、客、**英**

➡ 國、**英**、閩、客

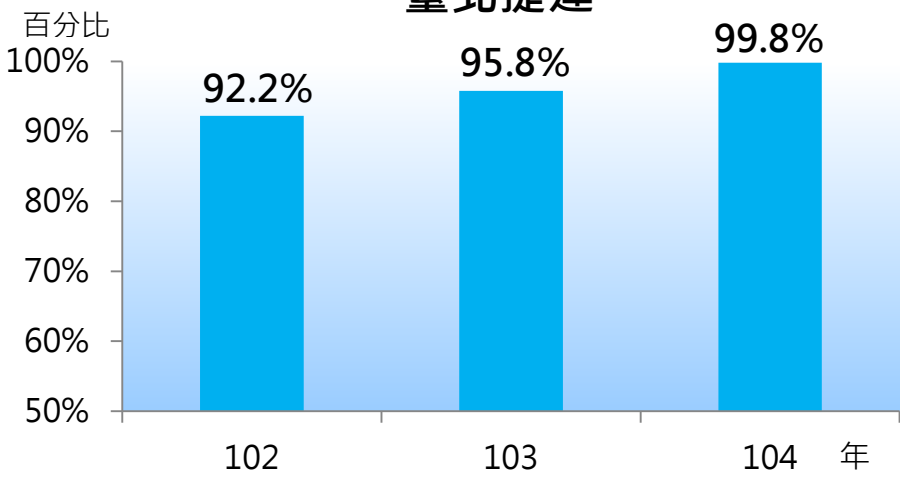
105.3.23自動售票加值機增加日、韓文介面

捷運車站站名增加編號

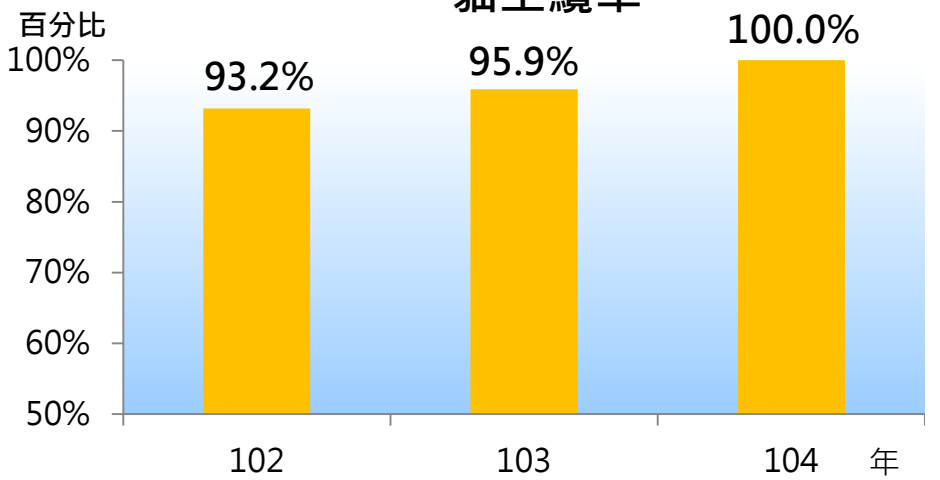
105年10月~106年5月完成3萬處指標更新

旅客滿意度

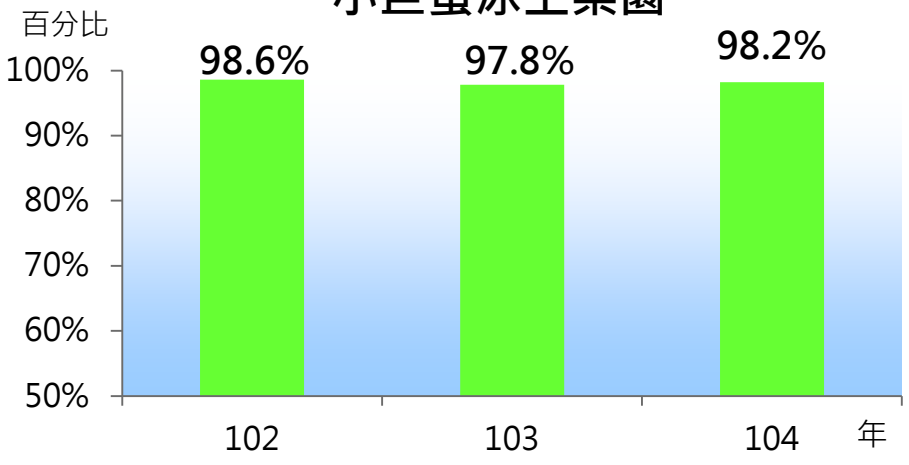
臺北捷運



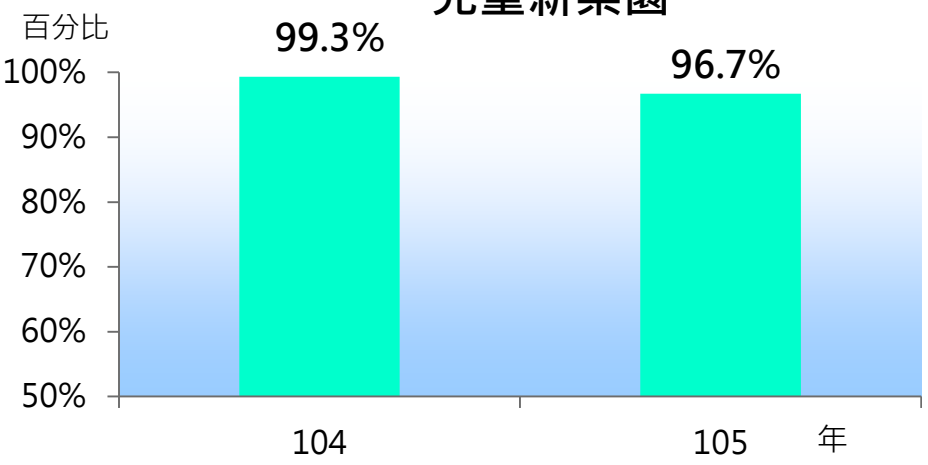
貓空纜車



小巨蛋冰上樂園



兒童新樂園



註：103年度前，滿意度調查量表為5等第；自104年度起調整為4等第（取消「普通」選項）

多元行銷措施　鼓勵大眾運輸

全民優惠方案

適用於所有捷運旅客

電子票證票價8折優惠(94.5%)

- 使用電子票證之所有捷運旅客適用
- 全年8折優惠金額38億元

轉乘優惠

- 使用電子票證之所有捷運旅客適用
- 捷運與公車雙向轉乘金額12億元

差額5.3元

全年總運量7.2億人次

↓

實施8折平均票價22.9元

↓

取消8折平均票價28.2元

↓

全年8折優惠金額38億元[註]

＋

雙向轉乘優惠金額12億元

＝

全年優惠金額50億元

註：捷運票價彈性低，若考慮彈性，則全年實施8折優惠金額約30億元

多元行銷票種

特定族群行銷措施

1 三五好友同行票

目標客群	假日團體出遊旅客
優惠內容	125元/張 最多5人同行 不限里程搭乘1趟

2 親子同行一日票

目標客群	假日家庭出遊旅客
優惠內容	150元/張 親子2人同行 1人免費 不限里程搭乘1趟

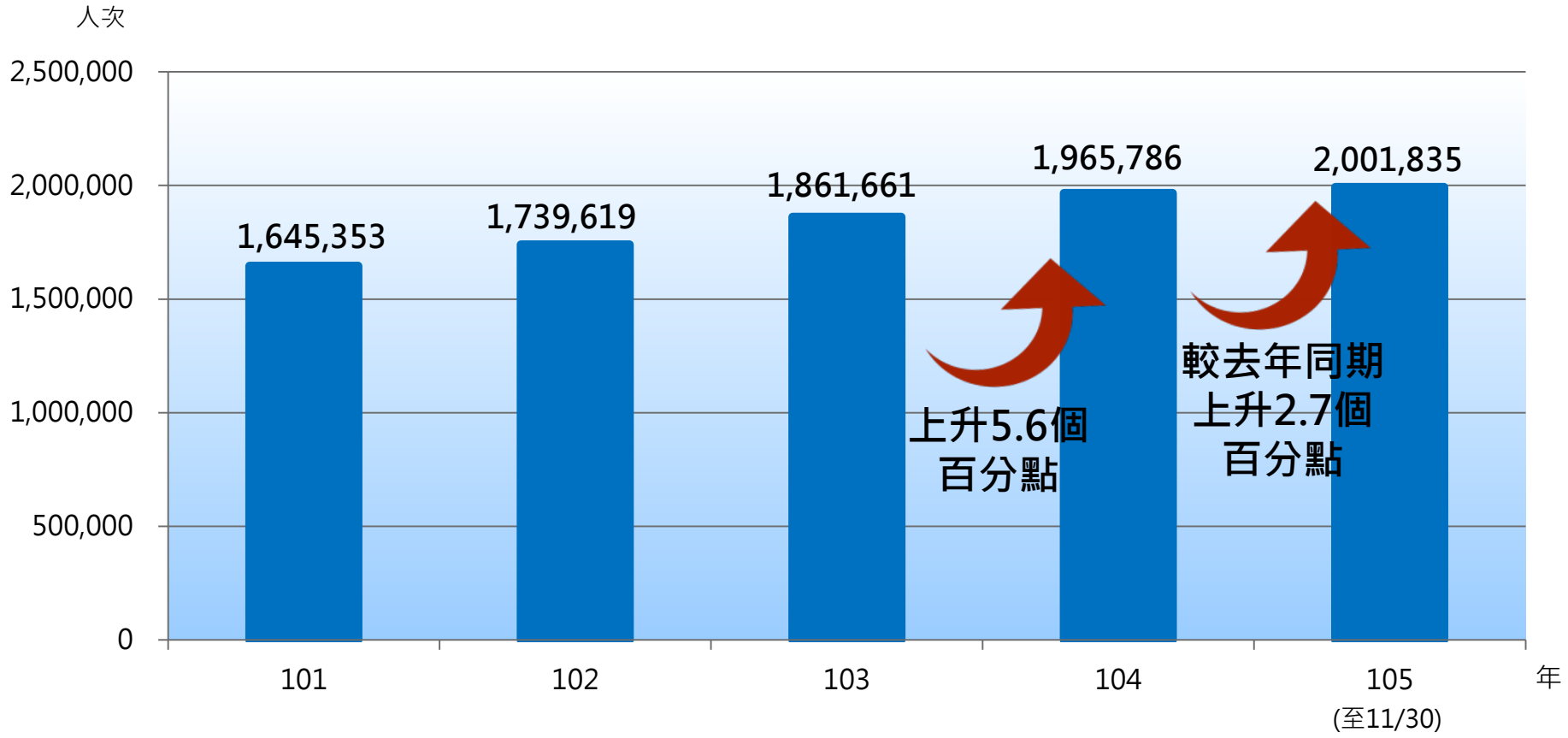
3 捷運旅遊票

一日票、24、48、72小時票

目標客群	國外及外地觀光客
優惠內容	搭乘不限次數、里程 加贈： 101觀景臺及美麗華摩天輪折扣券、 鳳梨酥及DIY課程

系統運量穩定成長

平均每日運量已達**200萬**人次



臺北捷運平均日運量

商業極大化　創意帶來商機

創意廣告

105年1~10月廣告收入約 5.7億元，較去年同期增加14.7%

累積至105年11月，A級站共上刊111案，B級站共上刊105案

投影廣告

實體展示廣告

數位廣告

互動廣告

立體廣告

增設商業點位

年收入增加約 8,645萬元

增設點位包含臺北車站、忠孝復興站、中山站、市政府站、大安森林公園站、淡水站等14處
預估增加21間店鋪(793坪)

中山站

臺北車站

智慧取物櫃及置物櫃

智慧取物櫃

105年7月7日陸續營運，各車站皆設置

年收入增加約 **8,506萬元**

置物櫃

設置於臺北車站、中山地下街、北門站等共8站(9處)

年收入增加約 630萬元

顧問服務

105.5.30星國交通部長：
臺北捷運可靠的服務值得學習，
期待新加坡捷運在2020年
能趕上臺北捷運的水準

105年迄今已簽約之案件收入約
4,222萬
(104年全年414萬)

- SMRT：新加坡地鐵培訓案765萬
- prasarana：馬來西亞吉隆坡Kelana Jaya Line供電及軌道顧問諮詢案75.6萬
- 桃園捷運：桃捷SC01監造顧問2,343萬；桃捷總顧問587.6萬；桃捷電聯車滑行報告案210萬
- 交通部台灣鐵路管理局 Taiwan Railways Administration：臺鐵採購案技術服務14.8萬元
- 淡海輕軌：萊茵公司技術諮詢案225.6萬

舉辦「軌道運輸2.0-成長與經驗回饋」研討會

國內外產、官、學界約250位專業人士與會

13國、20個城市代表與會

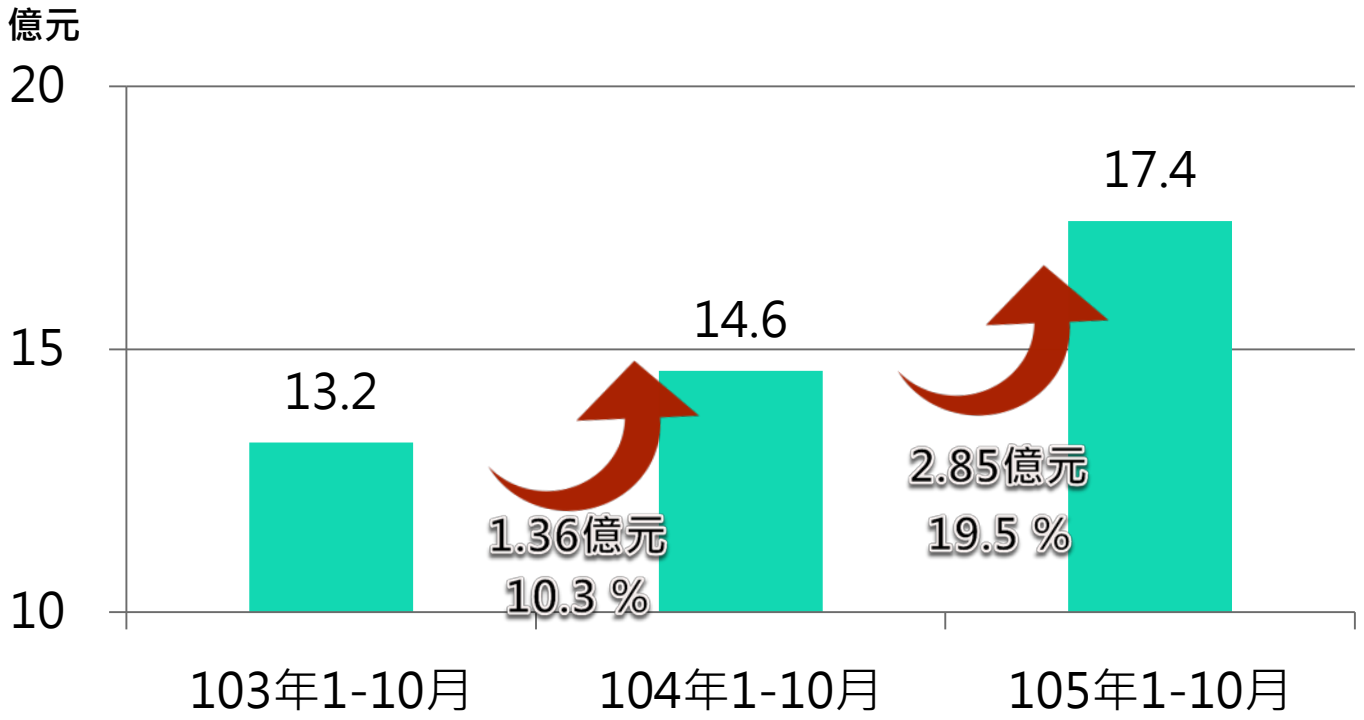
- 日本
- 新加坡
- 香港
- 泰國
- 馬來西亞
- 印度
- 印尼
- 菲律賓
- 越南
- 中國
- 英國
- 法國
- 美國

會議主題：

- 路網規劃
- 軌道營運與管理制度
- 軌道工程與系統整合
- 捷運系統未來科技與趨勢

商業收入與去年同期比較

105年收入增加約 2.85億元，成長19.5%



商業收入 = 附業收入 + 業外收入

善盡企業社會責任

推廣優質捷運文化

104.3.28
2015捷運文化節

104.10.3~11.1出口音樂節

105.3.28捷運通車20週年回顧展

105.3.19捷運通車20週年
-春季野餐音樂會

105.5.4~8.20
2016捷運盃捷客街舞大賽

105.12.2~12.4捷客爆米花影展

票價享優惠　服務不打折

鼓勵民眾使用大眾運輸

- 2年不漲價
- 多卡通
- 8折優惠
- 轉乘優惠

91年迄今優惠金額
總計約**343億元**

90年迄今優惠金額
總計約**151億元**

捷運閘門開放
多卡使用
悠遊卡
一卡通
有錢卡
愛金卡

推展藝文活動

105.10.28~12.28
地景公共藝術「白日夢」

105.10.1~11.13
2016街大歡囍一
當代X社區藝術節

105.10.7~10.26「微型圖書館」

105.6.25~9.25拼裝城市的想像-2016館校合作成果展

經營成果獲得肯定

獲得獎項

2015天下金牌服務業調查
陸上運輸業第一名

2016 臺灣企業永續獎
運輸業金獎

未來推動重點工作

美化捷運空間 深耕社區關係-中山新天地

宜居社區空間

商圈化的休憩公園

活化地下街空間

發展電子商務 擴大商業收益

預計106年推出

eShop 虛擬商城

智慧型裝置 ＋ 掃描QR Code 廣告 ➡ 連結至網站訂購並送貨至指定地點

App 行動廣告

台北捷運Go App ＋ 捷運設置 Beacon ＋ 捷運周邊商家及吃喝玩樂

➡ 提高捷運廣告收入

行銷宣傳世大運

贊助
500萬元-本國優質農產品
300萬元-形象影片

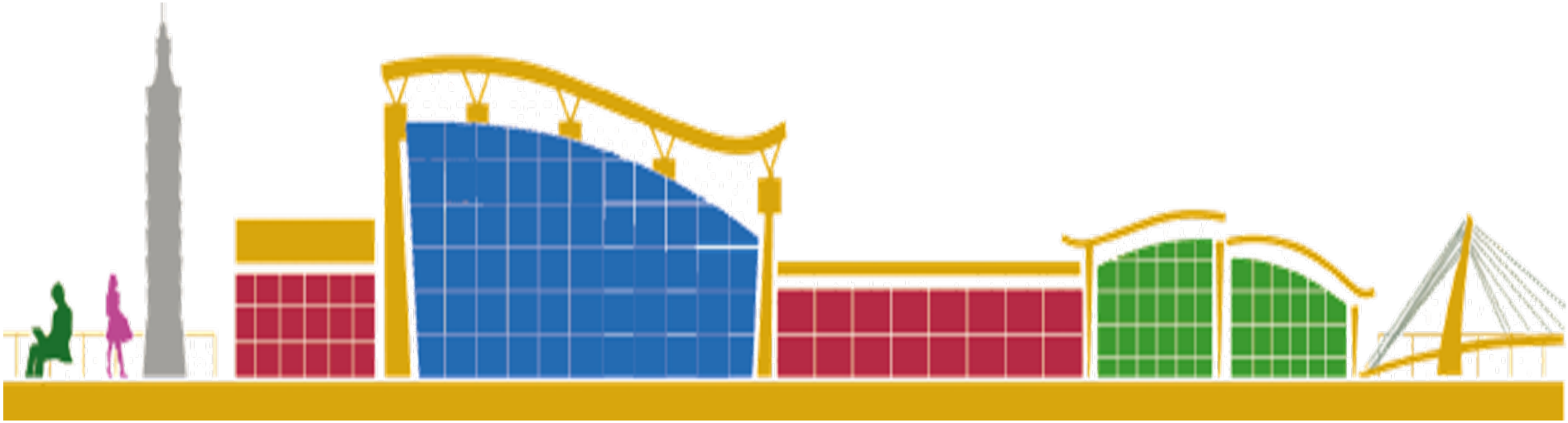
認養
臺北小巨蛋-籃球決賽場地
北投會館-籃球練習場地

宣傳
包含拍照立牌、月臺電視、燈箱、公司網站、車站牆面廣告、紀念一日票、車站公布欄、宣傳影片....等計13類

13類宣傳管道

行銷宣傳臺北捷運

台北捷運 串連美好的逗點

一流捷運　美好臺北

敬請指教！