

# 臺北市政府（臺北捷運公司）施政報告

資料更新截止日期：108年3月31日

資料公告日期：108年4月3日

專責人員：陳世宏 職稱：專員(一)

電話：25363001轉8622

E-mail：[e02077@metro.taipei](mailto:e02077@metro.taipei)

## 一、臺北捷運營運管理

### (一)順利完成跨年輸運任務

臺北捷運依例連續42小時營運不收班，主要由板南線、淡水信義線及松山新店線三線共同擔任跨年輸運任務，其中板南線最短班距達到2分28秒，並視人潮彈性調整班距，輔以各單位支援人力於各重點車站之動線疏導與管制。另為加強東南亞籍旅客服務，除設置東南亞4國語言指標外，首次邀請印尼籍及越南籍服務人員共12名加入旅客服務行列，圓滿達成跨年輸運任務。總計自107年12月31日上午6時至108年1月1日上午6時，捷運全系統運量為250萬餘人次。

### (二)實施捷運旅遊票促銷活動

107年擴大旅遊票促銷活動優惠內容，推出「捷運旅遊票X臺北100選」活動，包含景點購物、特色餐廳、咖啡甜點、飲料小吃、風格小店等5大類別，共計100間商家（含貓纜、兒童新樂園、小巨蛋冰上樂園、臺北101等）提供優惠，活動自107年6月1日起至108年5月31日止。

### (三)車廂增加日語站名廣播服務

因應日籍觀光旅客增加及提升臺北都會區國際觀光服務，107年8月10日起於鄰近日本旅客熱門景點車站：士林站、東門站、臺北101/世貿站、淡水站、劍潭站、中正紀念堂站、北投站、新北投站、中山站、臺北車站(淡水信義線及板南線)、西門站及龍山寺站等13站，增加日語站名廣播服務。

### (四)北投機廠屋頂設置太陽能商業運轉

配合綠能政策，捷運北投機廠屋頂出租設置太陽光電發電設備，107年8月動工，107年12月併聯，設置規模380萬瓦，發電量每年350萬度，預估年收入380萬元以上，活化公司資產增益業外收入。

### (五)車站月臺設置孕婦優先候車區

為提升孕婦乘車環境，107年9月5日完成全線車站月臺設置「孕婦優先候車區」，並張貼宣導指標加強宣導優先禮讓孕婦旅客。

### (六)完成捷運車站月臺門建置

分階段推動捷運車站增設月臺門作業，107年下半年陸續完成啟用忠義站、唎哩岸站、復興崗站、新北投站、小碧潭站及土城站等6站月臺門，至107年9月30日已全面完成臺北捷運系統路網117站月臺門建置，保障旅客候車安全。

### (七)配合淡海輕軌通車相關作業

因應淡海輕軌通車，完成車站、電聯車路網圖、路線圖及導引指標更新等共6,783面，並增加紅樹林站大型動線標示之吊牌及告示牌，同時於通車初期增派人力，強化引導服務與異常狀況處理。

### (八)捷運車站閘門區建置電子資訊顯示系統

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，即時公告營運資訊。107年已建置23個場站，計70面55吋資訊看板，另於新北投站、中山站、臺北車站、東門站及西門站試辦設置5組75吋觸控式電子看板。

### (九)發行團體IC票卡

為方便團體旅客進出捷運站節省時間，108年1月7日起，創國內捷運之先，試辦開賣團體IC票卡，20人以下的團體旅客只要持一張IC票卡，便可推派一人一卡多刷，讓同行旅客方便進出車站。

### (十)持續拓展附屬事業收入

- 1、引進「智慧生活站」及「i郵箱」智慧物流櫃：107年7月25日起於全線54個車站導入捷運智慧生活站-亞尼克蛋糕提領站，提供「網路訂購、車站取貨」快速便利整合服務，每年增加收入約2,100萬元。另與郵局合作自107年12月13日起於民權西路站、中山國小站、公館站、北門站、西門站、忠孝新生站、市政府站、南港站、松江南京站及南京復興站等10車站點位設置「i郵箱」，提供旅客更便利之收、寄郵件服務。
- 2、捷運廣告多元化及數位化：107年10月起陸續升級車站數位廣告設備，包含新增高階投影機、LED大型螢幕、動態光影燈箱等設備，並結合體感、擴增實境(AR)等智慧應用技術，以有趣互動的廣告體驗，增加旅客搭乘捷運之樂趣。
- 3、持續拓展商業空間：107年共增闢車站實體商業空間11處，使用面積增加約110坪，含西門站、雙連站及臺北車站等可利用空間，共規劃4間作為商業店舖使用，並於臺北車站、忠孝復興站、松江南京站及板橋站增設7處簡易商業點位，每年約可增加租金收入3,800萬元。

### (十一)行銷活動

- 1、北投機廠亞洲首演一代孕城市音樂劇《Surrogate Cities》：曾獲葛萊美獎並於全球各大城市演出80餘場、「劇場煉金大師」Heiner Goebbels的代表作，107年8月10日至12日亞洲首演，即跨界選擇移師臺北捷運的北投機廠演出。絢麗聲光特效將機廠化身音樂劇場，巧妙地將列車、廣播、廠房設備和維修橋段與北市交響樂團及朱宗慶打擊樂團的演出結合；創新安排捷運禮賓專車讓觀眾飽覽機廠的壯麗景象。
- 2、超硬電司趴-小巨蛋國內外街舞匯演：107年8月25日「超硬電司趴」，邀請來自歐、亞頂尖街舞舞團、國內專業舞團及知名唱跳藝人，共同於臺北小巨蛋演出。現場觀眾超過7,500人，節目直播觀看及總觸及超過137萬人、重播觀看達79.8萬人。
- 3、耶誕樂派對：舉辦耶誕節慶行銷活動，營造爵士廣場的節日氛圍，吸引人流駐足、強化民眾對本區域印象。107年12月起，不僅全區鋪設草皮、規劃耶誕花卉植栽及燈飾布置造景，並於12月15日至16日、22日至23日舉辦草地野餐、露天電影院、樂團歌手演唱、異國美食市集等豐富活動內容。

## 二、受託事業營運管理

(一)貓空纜車舉辦「2018亞太區纜車標竿學習交流研討會」：107年9月12日至14日貓空纜車與日月潭纜車共同主辦，邀請亞洲地區共9家纜車營運公司約30人參加，與鄰近亞太地區纜車同業，建立交流平臺，相互分享彼此經營經驗與交流。

(二)臺北小巨蛋成立創新創業基地：小巨蛋3、4樓部分空間朝向扶植運動休閒、新興科技或音樂娛樂產業等進行招商，由工研院得標，107年9月底團隊進駐，10月5日正式啟用，打造小巨蛋成為科技部青年科技創新創業基地，每年租金收入可再增加1,260萬元。

### (三)多元行銷活動

#### 1、貓空纜車

(1)2018年全國青少年學生貓纜FUN暑假：推出暑假全國18歲以下國、高中學生憑學生證可享

搭乘纜車每趟50元優惠，總計活動優惠1萬1,842人次。

- (2) 搭貓纜賞明月愛在中秋特惠週：107年9月18日至24日活動期間，凡17時以後在貓纜動物園站購票可享1趟50元優惠。同時於9月24日中秋節當天於指南宮站旁綠光平臺舉辦音樂饗宴活動，總計活動優惠5,917人次。

## 2、臺北小巨蛋

- (1) 冰上樂園多元優惠方案：針對不同客源及尖峰離峰時段，設計個人、團體、上班族及周邊商品優惠等8項行銷套票方案，共計4萬3,075人次參與。
- (2) 創意節慶活動：配合3檔節慶活動結合周邊及館內店家異業結盟，包括白色情人節甜蜜蜜、萬聖節搞鬼佈置、聖誕節「冰上畢卡索我很繪畫」活動等。

## 3、兒童新樂園

- (1) 推出三館聯合套票：於寒暑假期間限量推出兒樂、天文館、科教館三館聯合套票，套票內容包含兒童新樂園一日票手環、天文館宇宙劇場和立體劇場門票，及科教館常設展覽票券，共計銷售2萬6,310套。
- (2) 幼兒團體平日預約優惠：針對學齡前兒童推出優惠活動，107年9月1日至10月31日期間平日，幼兒園於入園前7日完成網路團體預約，即可免費入園，並加贈每名幼兒4項遊具免費遊樂券。
- (3) 萬聖節變裝點心趴活動：107年10月27日舉辦第二屆「萬聖變裝點心趴」，著萬聖節元素同行2人免費入園，並舉辦DIY、人偶互動表演秀及變裝大遊行等多項活動，當日總計吸引2萬123人次入園。
- (4) 歡樂聖誕慶周年活動：於107年12月份舉辦歡樂聖誕慶周年活動，並於15日及16日兩天，推出「多愛你一趴—Birthday 4 Fun」系列活動，活動當天12月生日的壽星只要出示證明文件，即可免費入園，並提供早鳥禮及集點戳戳樂換獎品活動，於園區布置聖誕樹及燈飾，打造園區聖誕氛圍，吸引民眾入園。