

111 年度公路公共運輸服務升級計畫

定稿計畫書

111 年 4 月 14 日

申請機關：臺南市政府

目錄

(一)安億轉運站規劃設計	1
(二)公共運輸扎根計畫－體驗乘車活動	7
(三)公車乘車教育深耕計畫	9

(一)安億轉運站規劃設計

1. 本案基地周邊現況及預期目標與效益

(1)安億轉運站周邊現況概述

安平區是台南市區及安平區觀光重要交通門戶，109年國慶煙火更選擇在古都安平地區綻放，周邊臨商業區及觀光景點，為解決安平地區地狹人稠的交通環境，提升公共運輸服務品質，鼓勵民眾多多搭乘大眾運輸工具，使通學、觀光需求得以紓解，也能讓安平地區產業能永續發展，促進地方繁榮。

安億轉運站基地主要座落安平區金城段2-6地號，為車站用地，周邊緊鄰住宅區、公園用地及商業區，近年市府致力發展安平區觀光，如大魚的祝福、林默娘公園、安平定情碼頭等著名景點，亦鄰近臺南市政中心，由於安平區為漢人最早開發地之一，在荷蘭時期即建有台灣最古老的大員市鎮，而台灣之名也起源於「大員」，可謂台灣近代史的起源地，惟地區發展早，早期舊聚落型態所致，周邊道路巷道較為狹小，自2010年臺南升格為直轄市至今，面積僅11平方公里的安平地區人口數自6萬2,000餘人成長至6萬7,000餘人，可謂地狹人稠，為解決交通問題，並達節能減碳之長遠目標，公共運輸能量之提升刻不容緩。

安億轉運站的建置除可串連舊聚落與新市政重劃區生活圈，更可減少假日車流，解決長久以來壅塞的老街樣貌，以安億轉運站為轉乘節點，提供通勤、觀光民眾更舒適便利的轉乘服務，勢必帶動安平地區特有商業、服務業及住宅之需求，更彰顯轉運站建置的重要性，相信安億轉運站建置完成後可提供市民更加舒適轉乘環境。

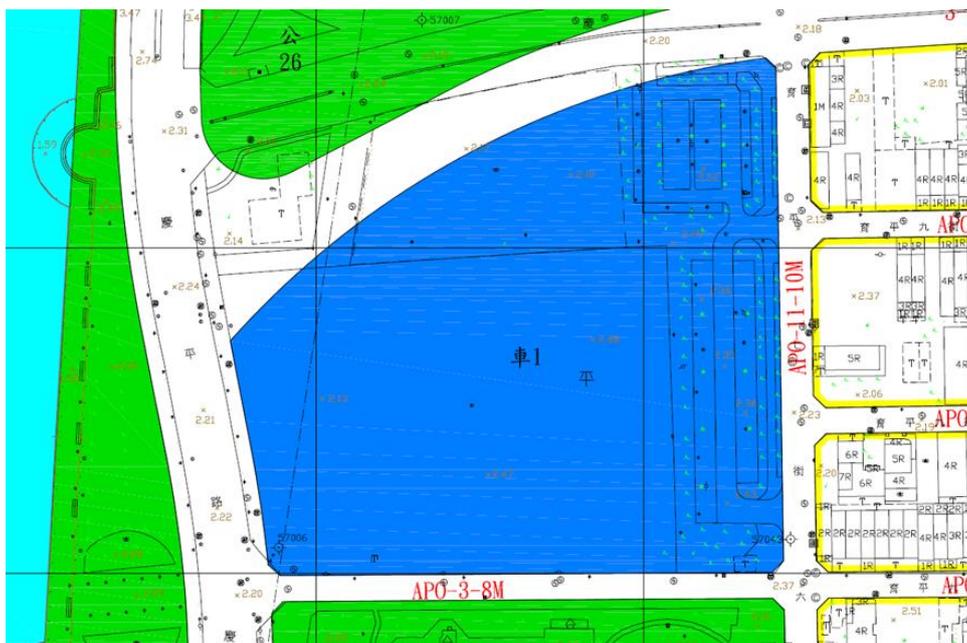


圖 1-1 安平區安億停車場航測地形圖

(2)基地區位現況概述

「安億轉運站」基地座落安平區慶平路與安億路路口，現況作為公有停車場使用，主要佔地為臺南市安平區金城段2-6地號，所有權人為中華民國，管理者為臺南市政府交通局。位於台南運河旁的安億公有停車場，往北銜接熱鬧安平老街，往西可達著名景點林默娘公園，往東可至臺南市政中心，往南可至漁光島，為安平區觀光核心節點。

(3)安億轉運站課題研析

● 現況交通動線檢討：

為解決安平地區每逢節慶假日觀光客自駕湧入造成老街社區壅塞不堪及人車爭道，計畫於安億公有停車場設置轉運站，提供安平地區公車路網轉乘節點，規劃更便捷的路網服務提供觀光民眾搭乘公車來安平的新選擇，將人車有效控制，以步行漫遊品味古都老街。

● 候車空間不足檢討：

現況問題為通往安平老街地區主要行經安億橋或安平、安北路，惟適逢例假日或節慶連假人潮壅塞，與車爭道屢見不鮮，由於早期舊聚落型態，車道旁商家、住家林立，候車轉乘空間能量不足，造成當地通勤通學居民及觀光旅客搭乘不便。

● 安億轉運站運輸現況

目前安億停車場周邊公車路線有 19 路、77 路、77-1 路、77-2 路、99 路（觀光巴士）及 2 路等路線。未來規畫整合市區公車路網，打造安平觀光重鎮，有效規劃轉運站，除解決安平地區公車轉乘不便等議題，更為在地居民及觀光旅客提供更優質的運輸服務空間。



圖 1-2 市區 77-1 路公車路線



圖 1-3 市區 20 路公車路線



圖 1-4 市區 21 路公車路線



圖 1-5 市區 19 路公車路線



圖 1-6 99 路觀光公車路線



圖 1-7 市區 2 路公車路線

表 1-1 市區公車路線班次一覽表

路線	首班	末班	班次／日
2	6:00	22:10	87
19	5:45	22:40	49
77	6:00	22:00	44
77-1	11:00	17:00	13
77-2	14:00	20:00	12
99	8:20	18:10	14

表 1-2 110 年市區公車搭乘人次統計總表

路線	搭乘人次統計
2	688,845
19	295,948
77	228,428
77-1	733
77-2	1,509
99	69,772

(4)預計目標及效益

- 整合市區公車轉乘服務，提供友善、便捷的候車環境。
- 構建友善候車空間，促進民眾搭乘大眾運輸工具之意願。
- 改善安平區人車環境，提昇交通安全。
- 提供完整乘車資訊，改善大眾運輸系統服務水準。
- 形塑安平區公車轉乘中心，促進安平地區觀光發展。
- 便捷候車轉乘設施帶動周邊區域交通生活機能發展。
- 本案屬規劃性質，無額外收入，故無自償效益（自償率 0）。

2.安億轉運站規劃、設計、建置計畫說明

為促進安平地區觀光發展，並解決公共運輸問題搭乘不便等問題，考量土地權屬及權衡地區優劣位置，擇定於安億停車場建置轉運站，以提供便捷公共運輸服務予觀光、通勤、通學民眾候車轉乘，並提倡民眾利用公共運輸觀光達節能減碳之願景，打造搭乘舒適環境，將規劃建置安億轉運站以減少公車路邊停靠問題，整合安平地區市區公車路網轉運節點，期透過整合性候車空間之建置，提供民眾便捷、效率的轉乘候車服務，以滿足未來安平地區觀光及推動地方發展載運容量等需求。

預期規劃安億轉運站平面圖如下圖所示，含長廊式候車月台 5 席及周邊環境整理，轉運站路線規劃採單進單出模式，減少大客車回車現象發生。透過轉運站建置，改善地區交通動線與行人安全之問題，進一步提供乘客舒適且方便的搭車環境，並達提升及改善區域交通機能，以提昇旅客轉乘安全與舒適性。

依據「交通部公路總局執行公路公共運輸服務升級計畫」110-113 年補助規定，規劃設計案補助上限為 200 萬元；轉運站每月台以 180 平方公尺、每平方公尺 35,321 元補助上限，5 月台補助上限為 3,178 萬 8,900 元。



圖 1-8 安億轉運站規劃

3.計畫經費

本案安億轉運站委託規劃設計作業，因涉及土地規劃及地上物遷移等協調，預計期程約7個月，交通部公路總局111年4月14日路運計字第1110044620號函核定補助規劃設計費用114萬9,115元（85%），本府自籌20萬2,785元（15%），總經費135萬1,900元，計畫經費配置表如下：

表 10-3 安億轉運站規劃設計經費配置表

項目	中央補助需求經費	地方自籌經費	合計
規劃設計費用	1,149,115 元	202,785 元	1,351,900 元

4.計畫辦理時程規劃

項次	時程 工作內容	111-112 年								累計 進度 (%)	累計支用 金額 (千元)
		D+30	D+60	D+90	D+120	D+150	D+180	D+210	D+240		
1	規劃及基本設計									40	540.76
2	細部設計									100	1,351.9

(二)公共運輸扎根計畫－體驗乘車活動

本市於民國 99 年升格直轄市後，原臺南縣隸屬交通部公路總局管轄之公路客運路線遂移撥由本府交通局統籌轄管，爰本府交通局自 102 年起以「公車捷運化」為核心策略，並陸續推展「臺鐵捷運化」、「轉運站發展規劃」、「彈性運輸服務計畫」、「票證整合」及「先進運輸系統」等六大方案，擘劃大臺南公共運輸的發展藍圖。自 102 年推動臺南市捷運化公共運輸系統發展計畫以來，公車運量已有顯著提升，自 101 年 980 萬人次，逐年增加至 108 年 2,368 萬人次，成長率達 142%，顯見本市仰賴公共運輸服務族群增加，民眾綠色運輸意識抬頭。

另本市為加強行銷大台南公車，讓民眾瞭解「公車捷運化」之改革軌跡，提出「公車輕旅行」、「公車新文化運動」、「轉運站開發」等主題政策宣導，成效良好。

因此，為繼續培養民眾搭乘習慣，希望結合學生戶外教學課程，帶領學生實際體驗公共運輸的舒適便利，學習如何有效率地搭乘公共運輸，並推廣生態交通精神，藉以培養搭乘公共運輸習慣及鼓勵使用綠色低碳運具，期望透過學生之影響力，帶動其家人多搭乘公車，以減少對於私人運具之依賴，樂於使用公共運輸系統，從小接觸及了解公共運輸，進而提昇其未來成長及生活對公共運輸之熟悉度與使用意願。

1.預期目標與效益

本案預計透過專案管理者辦理學生體驗乘車活動，邀請本市各級學校學生(含大專院校、高中職、國中小及幼兒園等)搭乘公車(含市區公車、觀光公車、本市台灣好行公車等)至參訪目的地，參訪完後再搭乘公車返回，並教導如何使用公車服務。

本計畫預期透過體驗乘車活動，享受大台南公車服務品質，提升學生及其家人搭乘公車的意願。本案不僅可讓學生對公共運輸有更多的認識、認同和參與感，並能藉此活動達成行銷推廣更多民眾使用公共運輸之效。

本案係辦理本市麻豆公車故事館講座活動，無額外收入，故無自償效益（自償率為 0）。

2.計畫說明與執行內容

本計畫預計辦理勞務採購案，公開徵求廠商負責體驗乘車活動之規劃及辦理事宜，包含主題研擬、各單位溝通、細節規劃、活動宣傳、活動舉辦。

(1) 活動事前規劃

- 體驗乘車活動宣傳（如記者會）
- 各單位溝通聯繫（產、學、官、民）
- 活動細節流程規劃
- 活動文宣設計製作
- 活動行銷宣傳

(2) 舉辦體驗乘車活動

- 學校班級體驗乘車活動
- 影像紀錄（照片、影片）

3. 計畫經費配置

本案主要執行經費包括：規劃費用、體驗乘車活動費用、協助後續實務應用費用及行政管理費等（如表 2-1）。交通部公路總局 111 年 4 月 14 日路運計字第 1110044620 號函核定補助 81 萬 6,000 元（85%），本府自籌 14 萬 4,000 元（15%），總經費 96 萬元（如表 2-2）。

表 2-1 體驗乘車活動行銷需求項目及金額

項目	單價（元）	數量	小計（元）	說明
活動事前規劃	100,000	1	100,000	規劃、行銷、製作物等費用
體驗乘車活動	710,000	1	710,000	舉辦活動相關費用
實務應用	100,000	1	100,000	成果報告及後續協助費用
行政管理費	50,000	1	50,000	含公共意外責任險及其他雜支等費用
總計（元）			960,000	

表 2-2 體驗乘車活動行銷需求經費概算

申請項目	中央補助	本府自籌	總經費
體驗乘車活動行銷計畫	816,000 元	144,000 元	960,000 元

4. 計畫辦理時程規劃

項次	時程 工作內容	111-112 年										累計 進度 (%)	累計支用 金額 (千元)
		D+ 30	D+ 60	D+ 90	D+ 120	D+ 150	D+ 180	D+ 210	D+ 240	D+ 270	D+ 300		
1	公告招標、簽訂契約											0	0
2	活動規劃作業											35	250
3	體驗乘車活動											65	750
4	後續實務應用											100	1000

(三)公車乘車教育深耕計畫

本市自 102 年推動臺南市「捷運化公共運輸系統」發展計畫，陸續完成 6 大幹線、121 條公車路線，已完整覆蓋大臺南 37 個行政區；而為照顧偏遠地區基本民行，自 108 年起推動「小黃公車」，3 年來規劃由計程車來行駛，總共有 20 條小黃公車路線來彌補淺山、沿海小村、深入最偏遠地區，完善更便利更全面的公共運輸服務。

然而，公共運輸的核心價值取決於業者的「服務」品質，在大眾運輸網日漸綿密完備之際，優質服務更顯重要；此外，近年公民意識逐漸抬頭，在公共運輸服務「供給」與旅客實際乘車「需求」在短時間相互交集下，駕駛服務與旅客回應的互動方式，著實影響公共運輸之發展。因此，本計畫預計透過服務品質提升講座，強化駕駛長工作上所需知識、技能、態度等能力，並廣為宣導旅客乘車禮儀，以期創造本市友善乘車環境。

1.預期目標與效益

本案預計針對駕駛長在實務行車及載客過程所遇各項態樣，量身打造各類講座，邀請駕駛長及相關組織(如身障團體)共同參與，讓第一線服務之駕駛長能透過講座瞭解乘客的需求，減少不信任感或負面情緒而衍生不必要的糾紛，並期勉駕駛長的服務更能精進，成為優質公共運輸的種子，提供旅客可靠貼心的優質服務。

本計畫預計以全民參與方式，透過各項宣導乘車禮儀活動，並針對特定公車族群(如學生)規劃課程深耕教育，使民眾對於本市公車於進、離站、上、下客等過程能有更多的了解與認識，盼旅客能減少有候車、乘車、下車等各項錯誤態樣(如招手乘車)，形塑乘客與駕駛員間之良性互動並提升認同感，瞭解公共運輸是重要運輸服務，必須加以珍惜及支持，亦能達到行銷推廣民眾使用公共運輸之效。

本案係辦理公車乘車教育深耕活動，無額外收入，故無自償效益(自償率為 0)。

2.計畫內容

本計畫預計辦理勞務採購案，公開徵求廠商針對不同對象辦理各項服務品質提升講座(或深耕課程)、宣導乘車禮儀活動、及其他交辦事項。

(1) 提升駕駛長服務品質講座—預計 12 場(講座主題可再研議)

(2) 公車禮儀深耕教育課程—12 場(講座主題可再研議)

- 講師公車歷史文化講座
- 公車輕旅行分享會
- 公車新文化運動、乘車禮貌、交通安全綜合宣導

(3) 宣導乘車禮儀行銷活動

- 行銷主題：如新闢路線或地方活動。

3.計畫經費配置

本案主要執行經費包括：12 場講座、12 場課程、1 場行銷活動及活動所需之行政與行銷費用等（如表 3-1）。交通部公路總局 111 年 4 月 14 日路運計字第 1110044620 號函核定補助 81 萬 6,000 元（85%），本府自籌 14 萬 4,000 元（15%），總經費 96 萬元（如表 3-2）。

表 3-1 公車乘車教育深耕計畫需求項目及金額

內容明細	單價（元）	數量	小計（元）	說明
提升駕駛長服務品質講座	35,000	12	420,000	各項金額包含活動所需之行政與行銷相關費用
公車禮儀深耕教育課程	35,000	12	420,000	
宣導乘車禮儀行銷活動	120,000	1	120,000	
總計（元）			960,000	

表 3-2 公車乘車教育深耕計畫需求經費概算

申請項目	中央補助	本府自籌	總經費
公車乘車教育深耕計畫	816,000 元	144,000 元	960,000 元

4.計畫辦理時程規劃

項次	時程 工作內容	111 年-112 年										累計進度 (%)	累計支用金額 (千元)
		D+30	D+60	D+90	D+120	D+150	D+180	D+210	D+240	D+270	D+300		
1	公告招標、簽訂契約											0	0
2	提升駕駛長服務品質講座											35	336
3	公車禮儀深耕教育課程											70	672
4	宣導乘車禮儀行銷活動											100	960