

# 假日城際旅次之整合型公共運輸服務

會員：孫以濬

## 一、假日城際客運需求最高

過去，交通運輸系統的規劃，其焦點多放在平日的通勤晨峰與昏峰。一般而言，都市交通尖峰確實位於週一至週五的上下午通勤時段，但城際交通尖峰時段則多是位於假日，而對於都市週邊或偏遠鄉鎮的觀光遊憩地區而言，其地區交通尖峰同樣通常是位於假日。

現在，台灣的城際運輸系統，除空運系統外，不論是台鐵、高鐵、國道客運、高速公路，其載客量或車流量的尖峰小時及尖峰日都是落在假日。就城際每日總人旅次而言，假日旅次量約為平日的 1.8 倍！令人擔憂的是，採用小汽車的人旅次佔城際市場比例在假日高達近 8 成，尤甚於平日。

未來，若認真由節能減碳、永續發展、促進大眾運輸的角度思考，可以清楚看出，我們必須更加重視假日的公共運輸服務需求。

## 二、既有公共運輸不利於滿足假日需求

既有公共運輸體系不利於滿足假日城際旅次所需的服務，主因假日城際客運的旅次特性。其有關特性一般可歸納為：

- 1.假日城際旅次多緣起於都市地區，途中行經城際走廊、其他都市地區或觀光遊憩地區，返程最後回到都市地區。
- 2.假日城際旅次屬於旅次鏈型態的比例高，常設定多重目的地或沿途隨興彎繞停靠多點，且回程路徑未必相同。
- 3.假日城際旅次隨行人數較多，成員包括家人、親友、同學或同事等，其運具選擇需考慮團體的總旅行成本。
- 4.假日城際旅次平均總旅行時間及距離較長，且多含休閒遊憩目的，故隨身攜帶物品或行李較多。

依此，假日旅行者所需要的是整合型公共運輸服務，並不會去區分都市運輸系統、城際運輸系統、觀光遊憩聯外交通系統，但求能獲得在服務及門性( door-to-door ) 旅次鏈連結性、團體經濟性、行李方便性方面具有高競爭力的解決方案。

然而，既有的城際公共運輸系統在營運上是各自獨立的，都市公共運輸系統與城際公共運輸系統之間的整合性也不足，偏遠鄉鎮與觀光遊憩地區的公共運輸更是服務水準普遍低落、時空可及性差。

反觀，小汽車在服務及門性、旅次鏈連結性、團體經濟性、行李方便性這四方面卻都佔盡優勢。因此，在後高鐵時代，台鐵、高鐵、國道客運的競爭關鍵不在於彼此，而在於如何共同提升整體公共運輸體系相對於小汽車的競爭力，合作提供優質的整合型公共運輸服務。

## 三、整合型解決方案

由使用者觀點思考，整合型公共運輸服務的重要元素包括有：路線路網、車站設置、營運班次、營運資訊、票證費率、配套服務等。在此僅針對與服務及門性、旅次鏈連結性、團

體經濟性、行李方便性有關的解決方案建議，加以陳述。

1.服務及門性：檢核各都市既成發展區、主要交通場站及全國百大假日目的地的在地公共運輸服務及門性，並一一對應改善。軌道系統的空間可及性有限，不可能滿足及門性需求，唯有依賴軌道與汽車客運系統整合，達成「軌道+巴士、雙網合一」，才可擴大服務面、提高可及性。仍不足的地區，可藉由副大眾運輸系統-撥招計程車，滿足最後一里的需求。

交通部門經費如區隔為公路、軌道，仍屬硬體建設導向的思維。應以公共運輸、私人運輸區分，在公共運輸大項下重視及門性較高的汽車客運系統，增加對其投入的預算資源比例。

2.旅次鏈連結性：建構「軸輻式(hub-and-spoke)客運路網」，以轉運站為中心，提供優質高效的區域性轉運連結服務，轉運中心與轉運中心之間以城際高速幹線連結，轉運中心與區域內的地區中心則以支線連結，調整目前汽車客運系統多點對多點的路網型態。

各銜接路線的班次頻率必須要達一定服務水準，需求較低的路線則須整合接駁排班，結合智慧型運輸系統建置，提供班表查詢、動態資訊與即時監控。

3.團體經濟性：提供公共運輸團體票價優惠，透過促進民間參與建置「整合型公共運輸服務網站」，利用單一網站處理所有訂票，而經由該網站訂購套票的乘客可全程獲得優惠。由於目的在吸引小汽車使用者轉移，故四人以上且其中一人名下有小客車的團體即可考慮定義為團體票優惠對象，網路訂位登錄全團姓名後，憑身分證明文件搭乘以避免轉售。

4.行李方便性：於主要車站、遊憩景點、公共展館、百貨公司各進出口及內外部多點提供足量的行李寄物櫃，及於公共運輸車輛內增闢置物空間。另於地上或地下車站內設置電梯，開放提帶重物或推拉行李者搭乘，並於公共運輸車站、遊憩景點、公共展館、百貨公司、觀光飯店週邊建置無障礙走廊，以利銜接。同時逐步減少車站月台與車廂地板的高差，以及汽車客運車輛進站停靠時車廂門緣與月台緣的水平間距。

以上建議的解決方案必須公私部門跨系統協同努力，若前述四項有一項未能滿足旅行者的團體需求，或是旅次鏈中有一段無適當的公共運輸服務，則很可能導致旅行者全程放棄使用公共運輸、改為選擇小汽車。

當然，要促成整合型公共運輸服務體系的建構與永續發展，還必須要有體制面的支持與配合，包括行政組織、監理機制、財務機制等等。(作者為鼎漢國際工程顧問股份有限公司董事長)