

臺北大眾捷運股份有限公司

113年貓空纜車旅客 滿意度調查



承辦廠商：思多葛市場研究股份有限公司

計畫主持人：彭孟慈總經理

協同計畫主持人：徐魁甲副理

中華民國 114 年 1 月 15 日

摘要

為瞭解旅客的搭乘經驗及對於貓空纜車所提供之各項服務設施、設備、措施之滿意程度，特進行本調查藉以作為爾後檢討改善的參考依據。本次調查執行期間為 113 年 10 月 15 日至 113 年 10 月 26 日，由訪員於動物園站、動物園南站、指南宮站、貓空站出口處依抽樣設計結果，發放筆及問卷給年滿 15 歲的合格受訪者，由受訪者現場自行填寫，訪員在旁協助，填寫完畢後由訪員回收問卷及贈送由機關提供之小禮品。本次調查有效回收樣本共計 1,068 份，以下茲就樣本特性、搭乘經驗、貓空纜車整體觀感、各項服務項目調查結果做摘要說明：

一、樣本特性

- (一) 性別以女性為主：女性占 63.0%，男性占 36.9%，其他占 0.1%。
- (二) 年齡以 30-39 歲為主：30-39 歲占 26.2% 為最高，其次為 20-29 歲占 20.5%，再者為 40-49 歲占 20.0%。
- (三) 教育程度以大學為主：大學占 52.4% 為最高，其次為研究所以上占 19.6%，再者為高中（職）占 16.5%。
- (四) 職業以私人機構員工為主：私人機構員工占 42.7% 為最高，其次為退休占 14.3%，再者為私人機構管理階層或專業人員占 11.5%。
- (五) 居住地區以臺北市為主：臺北市占 32.1% 為最高，其後依序為其他縣市占 29.6%，新北市占 22.8%，國外占 15.5%，其中國外旅客居住地以香港澳門為最多，占整體旅客的 3.9%。
- (六) 個人平均月收入以無收入者為主：無收入者占 15.1% 為最高，其次為 40,000-49,999 元占 10.6%。

二、搭乘經驗

- (一) 到達車站的主要交通工具以捷運為主：捷運占 56.5% 為最高，其次為自用汽車占 23.3%，再者為公車（含客運）占 6.4%。
- (二) 以自用汽車到站旅客停車地點以動物園堤外停車場為主：停車於動物園堤外停車場者占 63.5%，其次為動物園站地下停車場占 22.1%。認為停車方便的旅客占 93.6%。
- (三) 獲得貓空纜車資訊管道以親友推薦為主：親友推薦占 39.0% 為最高，其次為網路，占 25.7%，再者為電視媒體，占 20.7%。
- (四) 搭乘目的以體驗貓空纜車為主：體驗貓空纜車占 46.3% 為最高，其次為到貓空喝茶或聚餐玩占 22.4%，再者為到動物園玩占 19.7%。

- (五) 搭乘對象以家人為主：家人占 58.1% 為最高，其次為朋友占 28.7%，再次之為獨自搭乘占 9.6%。其中，家人的平均同行人數約為 2.3 人，年齡層以 0-6 歲占 18.5% 最多；朋友的平均同行人數約為 2.5 人，年齡層以 20-29 歲占 33.2% 最多。
- (六) 搭乘次數以第 1 次搭乘為主：第 1 次搭乘占 68.5% 為最高，其次為第 2 次搭乘占 15.8%；搭乘第 3 次以上的旅客占 15.6%。
- (七) 搭乘車廂類型以一般車廂為主：一般車廂占 67.3% 最高，其次為水晶車廂占 20.5%，有 12.2% 的旅客均有搭乘。
- (八) 沿途進站點以動物園站為主，出站點以貓空站為主：沿途進站車站以動物園站為最多占 86.6%，其次為貓空站占 38.4%；沿途出站車站以貓空站為最多 82.2%，其次為動物園站 38.6%。

三、旅遊行程安排與搭乘誘因

- (一) 旅遊行程安排以已經去過或預計前往景點者為主：已經去過或預計前往附近景點占 61.6%，其次為隨興決定占 23.9%。
- (二) 旅客去過或預計前往附近景點以動物園最多：動物園占 64.0%，其次為樟樹(湖)步道占 26.9%，再者為指南宮占 22.6%。
- (三) 近 7 成旅客會因優惠活動增加搭乘意願：有 71.0% 旅客表示有優惠活動會增加其搭乘貓空纜車意願。優惠活動中以「票價優惠活動」為最多占 69.9%。
- (四) 近 8 成旅客會因周邊地區活動增加搭乘意願：有 77.0% 旅客表示有周邊地區活動會增加其搭乘貓空纜車意願。周邊地區活動中以「貓空茶文化活動」最多占 49.5%，其次為「貓空花季活動」占 45.9%。

四、優惠套票相關使用經驗

- (一) 不知道貓空纜車有推出優惠套票的旅客占多數：知道優惠套票的旅客占 23.0%，不知道者占 77.0%。
- (二) 旅客獲得優惠套票資訊管道以貓空纜車或臺北捷運官網為主：從貓空纜車或臺北捷運官網獲得貓空纜車資訊者占 60.6%，其次為電商平台占 15.4%，電商平台中以 Klook 為最多。
- (三) 有使用優惠套票旅客少於 1 成，使用者滿意度達 9 成以上：有使用貓空纜車優惠套票的旅客占整體旅客的 6.5%，沒有使用過的旅客占 93.5%。有使用貓空纜車優惠套票的 69 位受訪者，對優惠套票滿意度為 98.6%，其中非常滿意占 52.2% 最多，其次為滿意占 46.4%，普通占 1.4%，無不滿意和非常不滿意的旅客。

五、貓空纜車整體觀感

- (一) 貓空纜車整體滿意度為 97.7%：非常滿意占 53.8% 為最多，其次為滿意占 43.8%，再者為普通占 2.3%，無不滿意和非常不滿意的旅客。
- (二) 97.8% 的受訪者願意再次搭乘：「一定會」占 72.0% 為最高，其次為「可能會」占 25.8%。
- (三) 98.2% 的受訪者願意推薦給親友：「一定會」占 76.5% 為最高，其次為「可能會」占 21.7%。
- (四) 74.6% 的受訪者有其他纜車搭乘經驗，沒有搭乘其他纜車經驗占 25.4%。其中，有搭乘其他纜車經驗的受訪者認為貓空纜車票價比其他纜車便宜比例占 69.9% 最多，比其他纜車貴則占 2.9%。
- (五) 48.6% 的受訪者表示水晶車廂與一般車廂的票價維持現狀，表示支持差別票價占 29.2%，無意見占 22.2%。其中，支持差別票價者認為調漲幅度以新台幣 50-70 元占 58.0% 最多。

六、各項服務滿意度

(一) 系統服務

服務項目	滿意度 (%)
a-1.營運時間	98.2
a-2.人員整體服務品質	98.6
a-3.購票便利性	96.5
a-4.票價合理性	95.5
a-5.整體安全性	98.6

(二) 車站空間與設施

服務項目	滿意度 (%)
b-1.車站通風舒適度	91.6
b-2.車站整體清潔	97.5
b-3.廁所整體清潔	97.4
b-4.指示標誌清楚程度	96.5
b-5.進出站及搭乘動線順暢程度	96.2
b-6.乘車等候時間	93.6

(三) 纜車搭乘感受

服務項目	滿意度 (%)
c-1.車廂通風舒適度	84.1
c-2.車廂整體清潔	96.6

七、建議

- (一) 車廂通風舒適度仍有精進空間，其餘服務指標滿意度均在 9 成以上建議繼續保持。
- (二) 近 5 成民眾認為水晶車廂與一般車廂票價維持現狀，若未來有計畫制定差別票價，建議先與旅客充分的溝通。
- (三) 強化資訊曝光與附加價值以提高優惠套票的知曉度與使用率。
- (四) 來臺旅客持續增加，國外旅客有 62.0% 目的以體驗貓空纜車，多與家人或朋友同行，其中有近 4 成旅客隨興決定(尚未規劃)景點，建議結合周邊商家或景點規劃針對外國旅客之遊程。