

臺北大眾捷運股份有限公司

112年貓空纜車旅客 滿意度調查

STOICS

執行單位：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 113 年 1 月 10 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 112 年 10 月 12 日至 112 年 10 月 21 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 63.7%，男性占 36.3%。
- (二) 年齡以 30-39 歲為主：30-39 歲占 27.3% 為最高，其次為 20-29 歲占 24.1%，再者為 40-49 歲占 18.1%。
- (三) 教育程度以大學為主：大學占 52.5% 為最高，其次為研究所以上占 17.0%，再者為高中（職）占 14.5%。
- (四) 職業以私人機構員工為主：私人機構員工占 42.3% 為最高，其次為家管占 14.2%，再者為學生占 9.7%。
- (五) 居住地區以其他縣市為主：其他縣市占 29.8% 為最高，其後依序為臺北市占 28.8%，新北市占 22.6%，國外占 18.8%，其中國外旅客居住地以香港澳門為最多，占整體旅客的 6.4%。
- (六) 個人平均月收入以無收入者為主：若不考慮拒答受訪者占 24.7% 外，無收入者占 23.0% 為最高，其次為 40,000-49,999 元占 10.8%。

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 55.1% 為最高，其次為自用汽車占 21.8%，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 71.2%，其次為動物園站地下停車場占 12.9%。認為停車方便的旅客占 93.1%。
- (三) 獲得貓空纜車資訊管道以親友推薦為主：親友推薦占 36.5% 為最高，其次為電視媒體及網路，兩者皆占 23.0%。
- (四) 搭乘目的以體驗貓空纜車為主：體驗貓空纜車占 45.2% 為最高，其次為到貓空喝茶或聚餐玩占 23.0%，再者為到動物園玩占 20.7%。

- (五) 搭乘對象以家人為主：家人占 55.9% 為最高，其次為朋友占 31.7%，再次之為獨自搭乘占 7.7%。其中，家人的平均同行人數約為 2.2 人，年齡層以 0-6 歲占 28.4% 最多；朋友的平均同行人數約為 2.1 人，年齡層以 20-29 歲占 35.1% 最多。
- (六) 搭乘次數以第 1 次搭乘為主：第 1 次搭乘占 65.5% 為最高，其次為第 2 次搭乘占 18.0%；搭乘第 3 次以上的旅客占 16.5%。
- (七) 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 85.3%，其次為貓空站占 36.8%；沿途出站車站以貓空站為最多 81.3%，其次為動物園站 38.7%。

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 64.5%，其次為隨興決定占 22.3%。
- (二) 旅客去過或預計前往附近景點以動物園最多：動物園占 60.2%，其次為樟樹步道花海占 27.9%，第三為指南宮占 21.5%。
- (三) 近 7 成旅客會因優惠活動增加搭乘意願：有 68.7% 旅客表示有優惠活動會增加其搭乘貓空纜車意願。優惠活動中以票價促銷活動為最多占 80.8%。
- (四) 近 8 成旅客會因周邊地區活動增加搭乘意願：有 79.3% 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地區花季活動為最多占 58.4%，其次為貓空地區豐茶季活動占 49.8%。

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 24.1%，不知道者占 75.9%。
- (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 44.4%，其次為電商平台占 19.8%，電商平台中以 Klook 為最多。
- (三) 有使用優惠套票旅客少於 1 成，占知曉優惠套票旅客的 23.3%，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（包含不知道優惠套票資訊旅客）占整體旅客的 5.6%，占知道優惠套票的旅客 23.3%。而在有使用貓空纜車優惠套票的 60 位受訪者中，對優惠套票滿意度為 93.3%，其中非常滿意占 53.3% 最多，其次為滿意占 40%，普通及不滿意各占 3.3%。

五、貓空纜車整體觀感

- (一) 貓空纜車整體滿意度為 96.9%：非常滿意占 67.6% 為最多，其次為滿意占 29.3%，再者為普通占 2.6%，再次之為不滿意，占 0.5%，無非常不滿意的旅客。
- (二) 98.4% 的受訪者願意再次搭乘：「一定會」占 73.8% 為最高，其次為「可能會」占 24.6%。
- (三) 98.3% 的受訪者願意推薦給親友：「一定會」占 80.2% 為最高，其次為「可能會」占 18.1%。
- (四) 67% 的受訪者有其他纜車搭乘經驗，沒有搭乘其他纜車經驗占 33%。其中，有搭乘其他纜車經驗的受訪者認為其他纜車比貓空纜車差的比列占 16.1%，比貓空纜車好則占 14.8%。

六、各項服務滿意度

(一) 系統服務

服務項目	滿意度 (%)
a-1.營運時間長短	97.8
a-2.人員整體服務品質	99.0
a-3.購票的便利性	97.0
a-4.票價的合理性	94.9
a-5.整體安全性	98.5

(二) 車站空間與設施

服務項目	滿意度 (%)
b-1.車站通風舒適度	97.6
b-2.車站整體清潔	98.4
b-3.廁所整體清潔	97.7
b-4.指示標誌清楚程度	97.7
b-5.進出站及搭乘動線順暢程度	98.1
b-6.乘車等候時間	93.2

(三) 纜車搭乘感受

服務項目	滿意度 (%)
c-1.車廂通風舒適度	95.2
c-2.車廂整體清潔	96.0

七、建議

- (一) 所有指標滿意度皆在 9 成以上，建議繼續保持。
- (二) 旅客反映纜車車窗材質/髒污問題影響沿途賞景品質，建議改善。
- (三) 優惠活動及周邊地區活動皆會增加旅客搭乘意願，知曉優惠套票資訊者已有近 2 成為透過電商平台獲得資訊，建議可增加與電商平台合作，推出更多優惠套票與活動組合商品。
- (四) 所有指標滿意度皆達 9 成以上，其中以乘車等候時間滿意度(93.2%)相對較低，建議於候車空間中增設螢幕播放多媒體影音訊息，降低旅客不耐煩的感受