

臺北大眾捷運股份有限公司

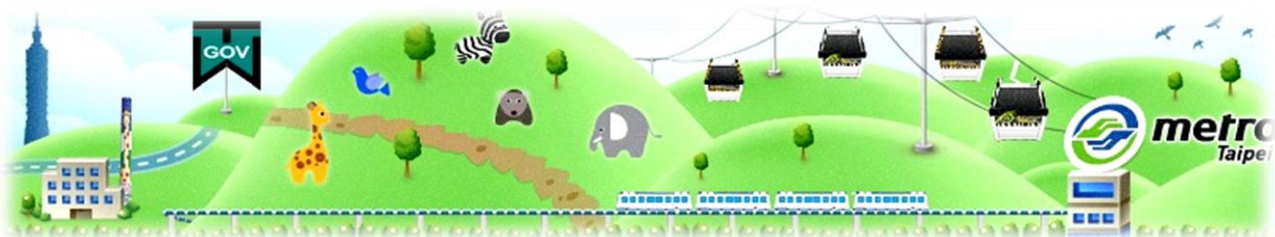
108 年度貓空纜車旅客滿意度調查

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

中 華 民 國 1 0 9 年 1 月



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 108 年 9 月 3 日至 9 月 14 日，由訪員於車站出口處依抽樣設計結果，發放筆及問卷給年滿 15 歲以上的合格受訪者，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 62.5%，男性占 37.5%。
- (二) 年齡以 20-39 歲為主：20-29 歲占 37.6% 為最高，其次為 30-39 歲占 27.4%，再者為 40-49 歲占 16.5%。
- (三) 教育程度以大學為主：大學占 64.1% 為最高，其次為研究所及以上占 15.7%，再者為高中（職）占 9.7%。
- (四) 職業以私人機構員工為主：私人機構員工占 38.2% 為最高，其次為學生占 21.5%，第三為私人機構管理階層或專業人員占 14.6%。
- (五) 平均月收入以無收入最多：無收入者占 30.8% 為最高，其次為 40,000-59,999 元占 21.1%，再者為 23,100-39,999 元占 20%。
- (六) 居住地區以其他縣市為主：其他縣市占 29.7% 為最高，其次為國外占 27.6%。
- (七) 國外居住地以中國大陸和香港澳門為多：國外旅客中以中國大陸占 23.4% 最多，其次為香港澳門占 22.7%，第三為新加坡占 10.5%。

二、搭乘經驗

- (一) 獲得貓空纜車資訊管道以親友推薦為主：親友推薦占 35% 為最高，其次電視媒體為 28.7%，再者為網路占 25.2%。
- (二) 搭乘目的以體驗貓空纜車為主：體驗貓空纜車占 61.1% 為最高，其次為到動物園玩占 16.9%，再者為到貓空喝茶或聚餐占 14.7%。
- (三) 到達車站的主要交通工具以捷運為主：捷運占 58% 為最高，其次為自用汽車占 22.8%，再者為公車（含客運）占 9.4%。
- (四) 同行對象以家人為主：家人占 51.8% 為最高，其次為朋友占 37.4%，再次之為獨自搭乘占 8.9%。其中，家人與朋友的平均同行人數約為 3 人。

- (五) 搭乘次數以第 1 次搭乘為主：第 1 次搭乘占 52.2% 為最高，其次為第 2 次搭乘占 20%，再者為第 4 次及以上占 16.5%。

三、貓空纜車整體觀感

- (一) 貓空纜車整體滿意度為 96.3%：非常滿意占 55.3% 為最高，其次為滿意占 41%。
- (二) 98.2% 的受訪者願意再次搭乘：「一定會」占 61% 為最高，其次為「可能會」占 37.2%，「一定不會」最低占 0.1%。
- (三) 98.4% 的受訪者願意推薦給親友：「一定會」占 70.8% 為最高，其次為「可能會」占 27.6%，「可能不會」占 0.1%。
- (四) 66.2% 的受訪者有其他纜車搭乘經驗：有經驗占 66.2% 為最高，沒有經驗占 33.8%。其中，有經驗的受訪者認為其他纜車比貓空纜車差的比例占 14.7%，比貓空纜車好則占 17.7%。

四、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	98.3
a-2.人員整體服務品質	99.3
a-3.購票的便利性	97.4
a-4.票價的合理性	92.7
a-5.整體安全性	98.2

(二) 車站空間及設施

服務項目	滿意度 (%)
b-1.車站通風舒適度	88.5
b-2.車站整體清潔	97.7
b-3.廁所整體清潔	97.4
b-4.指示標誌清楚程度	97.4
b-5.進出站及搭乘動線順暢程度	97.4
b-6.乘車等候時間	92.7

(三) 纜車搭乘感受

服務項目	滿意度 (%)
c-1.車廂通風舒適度	77.1
c-2.車廂整體清潔	96.1