

# 臺北大眾捷運股份有限公司

## 107 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 7 年 1 2 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 107 年 9 月 25 日至 10 月 6 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 59.8%，男性占 40.2%。
- (二) 年齡以 30-39 歲為主：30-39 歲占 35.5% 為最高，其次為 20-29 歲占 32.1%，再者為 40-49 歲占 16.1%。
- (三) 教育程度以大學為主：大學占 55.5% 為最高，其次為研究所及以上占 18.7%，再者為高中(職)占 12.7%。
- (四) 職業以私人機構員工為主：私人機構員工占 41.8% 為最高，其次為私人機構管理階層或專業人員占 15.2%，第三為學生占 12.3%。
- (五) 居住地區以國外為主：國外地區占 38.4% 為最高，其次為臺北市占 22.9%。

### 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 43.3% 為最高，其次電視媒體為 29.1%，再者為網路占 19.9%。
- (二) 搭乘目的以體驗貓空纜車為主：體驗貓空纜車占 62% 為最高，其次為到動物園玩占 14.9%，再者為到貓空喝茶或聚餐占 14.3%。
- (三) 到達車站的主要交通工具以捷運為主：捷運占 62.2% 為最高，其次為自用汽車占 18.6%，再者為公車(含客運)占 6.3%。
- (四) 同行對象以家人為主：家人占 53.1% 為最高，其次為朋友占 35%，再次之為獨自搭乘占 7%。其中，家人與朋友的平均同行人數約為 3 人。
- (五) 搭乘次數以第一次搭乘為主：第一次搭乘占 54.4% 為最高，其次為第二次搭乘占 20.9%，再者為第四次及以上占 13.9%。

### 三、貓空纜車整體觀感

- (一) 貓空纜車整體滿意度為 95.8%：非常滿意占 49.4%為最高，其次為滿意占 46.4%。
- (二) 98.3%的受訪者願意再次搭乘：「一定會」占 66.3%為最高，其次為「可能會」占 32%，「可能不會」最低占 0.3%。
- (三) 98.6%的受訪者願意推薦給親友：「一定會」占 75.5%為最高，其次為「可能會」占 23.1%，「可能不會」占 0.1%。
- (四) 57%的受訪者有其他纜車搭乘經驗：有經驗占 57%為最高，沒有經驗占 43%。其中，有經驗的受訪者認為其他纜車比貓空纜車差的的比例占 20.7%，比貓空纜車好則占 13.8%。

### 四、各項服務滿意度

- (一) 系統服務指標：「人員整體服務品質」(98%)最高，其次為「營運時間長短」(97.6%)，最低是「票價合理性」(88.3%)。
- (二) 車站空間及設施：「車站整體清潔」最高(97.4%)，其次為「車站通風舒適度」(96%)，「乘車等候時間」最低(89.6%)。
- (三) 纜車搭乘感受：「車廂整體清潔」滿意度較高(96%)，「車廂通風舒適度」(94.7%)次之。