

臺北大眾捷運股份有限公司

110 年度貓空纜車旅客滿意度調查



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 1 1 年 3 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 110 年 12 月 15 日至 12 月 27 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 61.4%，男性占 38.6%。
- (二) 年齡以 30-39 歲為主：30-39 歲占 26.5% 為最高，其次為 20-29 歲占 25.8%，再者為 40-49 歲占 19.8%。
- (三) 教育程度以大學為主：大學占 55.8% 為最高，其次為研究所及以上占 15.4%，再者為高中（職）占 14.6%。
- (四) 職業以私人機構員工為主：私人機構員工占 35.7% 為最高，其次為學生占 14.8%，第三為私人機構管理階層或專業人員占 11.8%。
- (五) 居住地區以其他縣市為主：其他縣市占 38.3% 為最高，其次為臺北市占 34.2%。
- (六) 個人平均月收入以 24,000-39,999 元最多：24,000-39,999 元者占 21.3% 為最高，其次為無收入者占 21.1%，再者為 40,000-49,999 元占 12.9%。

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 53.8% 為最高，其次為自用汽車占 27.3%，再者為公車（含客運）占 6.1%。
- (二) 獲得貓空纜車資訊管道以電視媒體為主：電視媒體占 34.6% 為最高，其次為捷運車站占 30.5%，再者為網路占 26.9%。
- (三) 搭乘目的以體驗貓空纜車為主：體驗貓空纜車占 49.2% 為最高，其次為到動物園玩占 21.4%，再者為到貓空喝茶或聚餐占 20%。
- (四) 搭乘對象以家人為主：家人占 58.5% 為最高，其次為朋友占 34.3%，再次之為獨自搭乘占 6.6%。其中，家人的平均同行人數約為 3.5 人，而朋友的平均同行人數約為 3.35 人。
- (五) 搭乘次數以第 1 次搭乘為主：第 1 次搭乘占 54.6% 為最高，其次為第 2 次搭乘占 21%，再者為第 4 次及以上搭乘占 12.3%。

三、貓空纜車整體觀感

- (一) 貓空纜車整體滿意度為 96.6%：非常滿意占 59.6%為最高，其次為滿意占 37%。
- (二) 98.7%的受訪者願意再次搭乘：「一定會」占 72.7%為最高，其次為「可能會」占 26%，沒有不願意的受訪者。
- (三) 98.5%的受訪者願意推薦給親友：「一定會」占 75.3%為最高，其次為「可能會」占 23.2%，沒有不推薦的受訪者。
- (四) 65.1%的受訪者有其他纜車搭乘經驗：有搭乘其他纜車經驗占 65.1%為最高，沒有搭乘其他纜車經驗占 34.9%。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 16.3%，比貓空纜車好則占 13.7%。

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	97.5
a-2.人員整體服務品質	99.0
a-3.購票的便利性	97.4
a-4.票價的合理性	94.7
a-5.整體安全性	98.7

(二) 車站空間與設施

服務項目	滿意度 (%)
b-1.車站通風舒適度	98.0
b-2.車站整體清潔	98.7
b-3.廁所整體清潔	98.9
b-4.指示標誌清楚程度	98.1
b-5.進出站及搭乘動線順暢程度	97.6
b-6.乘車等候時間	94.7

(三) 纜車搭乘感受

服務項目	滿意度 (%)
c-1.車廂通風舒適度	97.2
c-2.車廂整體清潔	97.7