

百變 MeN-Go 任您選 配套彈性又省錢

交通行動服務顧客分群及精準產品設計暨行銷策略
— 以高雄MeN-Go定期票為例



研究背景、動機與現況



What is MaaS

- MaaS主要核心概念在於多元運輸服務及資訊的整合，其藉由資通訊技術將運輸服務、運輸資訊、支付方式、票價費率進行整合，期以滿足旅運者『及門』運輸需求。



使用代替擁有

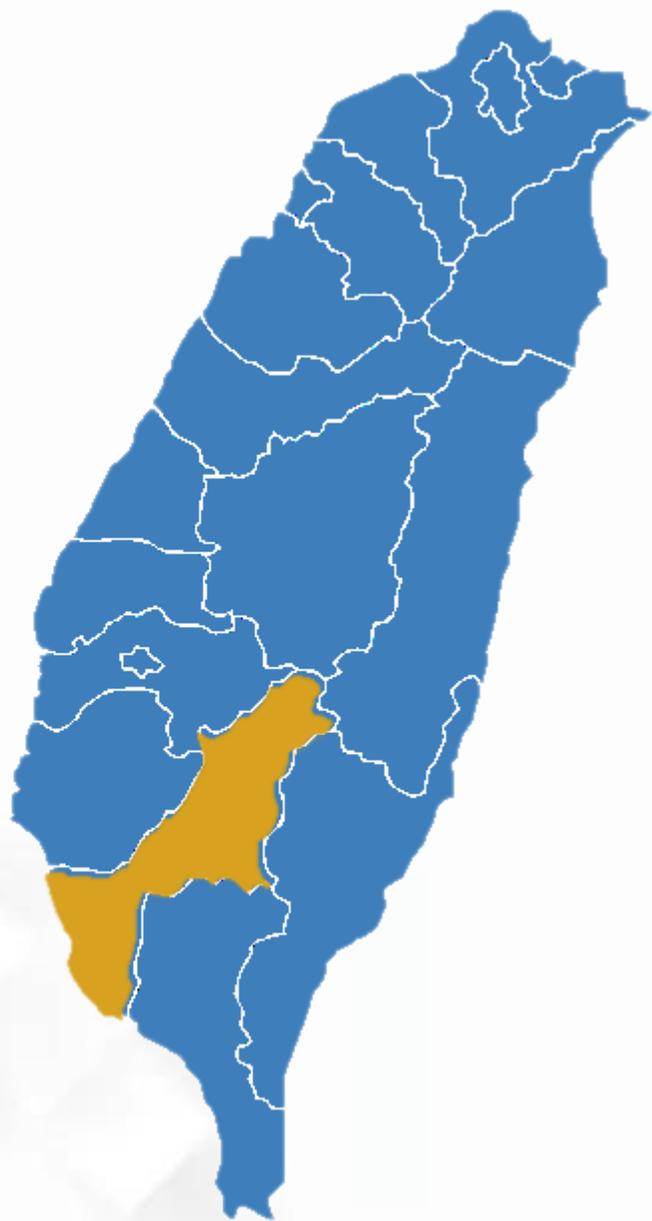
whim[®]



Citymapper

UbiGo





MeN-Go

台灣-高雄

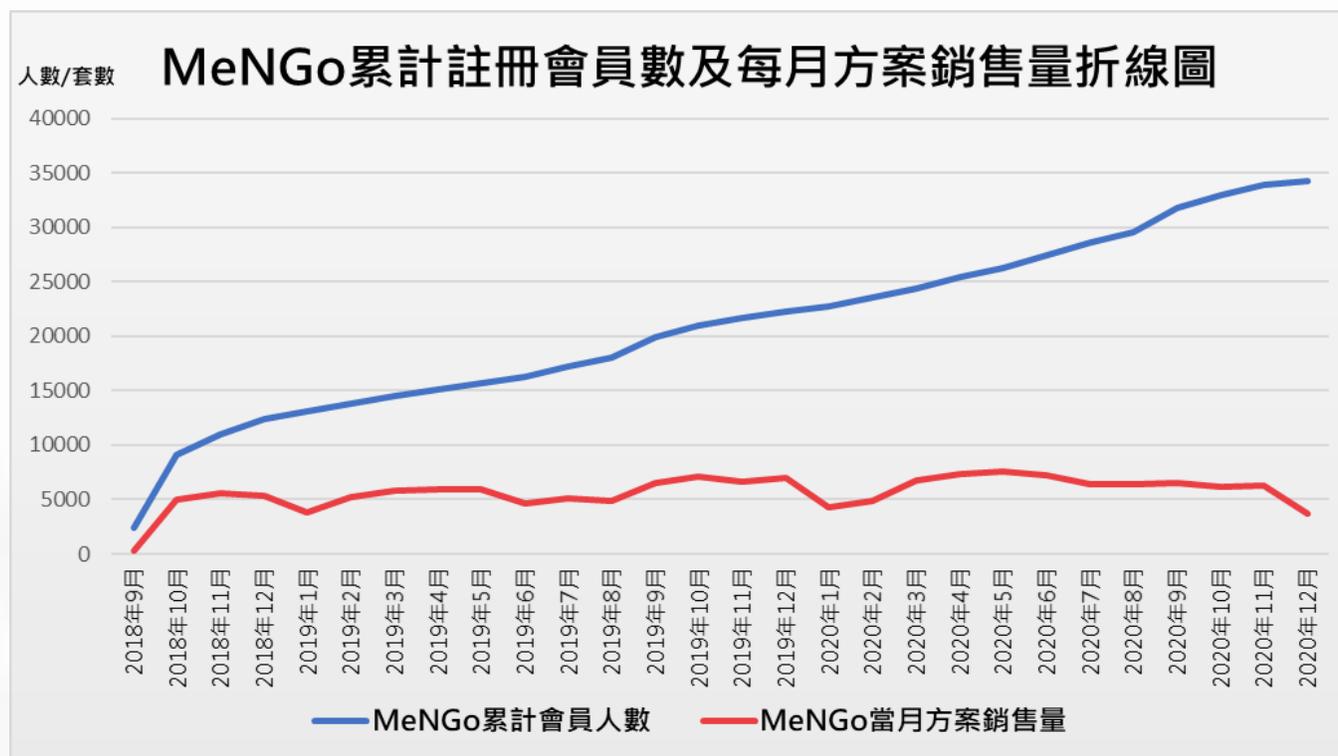
我國MeN-Go自2017年起於高雄推動
服務設計頗受好評、推動具有成效
並於第一季正式加入**歐盟 MaaS Alliance**

MeNGo 現售方案內容

	公車暢遊月票	公車客運 暢遊月票	無限暢遊月票	渡輪暢遊月票	學生無限 暢遊週票
一般卡	479	1499	1499	1800	
學生卡	399	1299	1299	1600	333
	×	×	∞	×	∞
	×	×	∞	×	∞
	∞	∞	∞	×	∞
	×	∞	×	×	×
	 前30分鐘免費				×
	×	×	每月4次	∞	×
	200點/月	600點/月	600點/月	600點/月	×

起初銷量快速增長，現已來到停滯階段

- ◆ MeN·Go 至2018年推動迄今，註冊會員數已逾 **40,000** 人，月銷量約略為 **6,000** 張
- ◆ 現況窘境：雖有持續推出促銷優惠，但銷售量卻「**難有突破性增長**」之情況



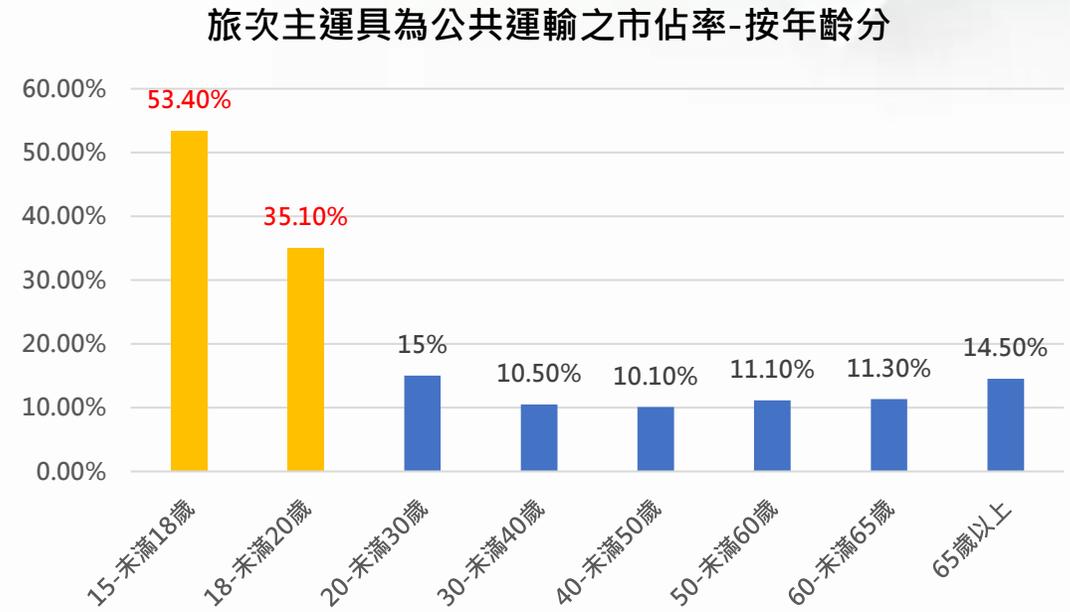
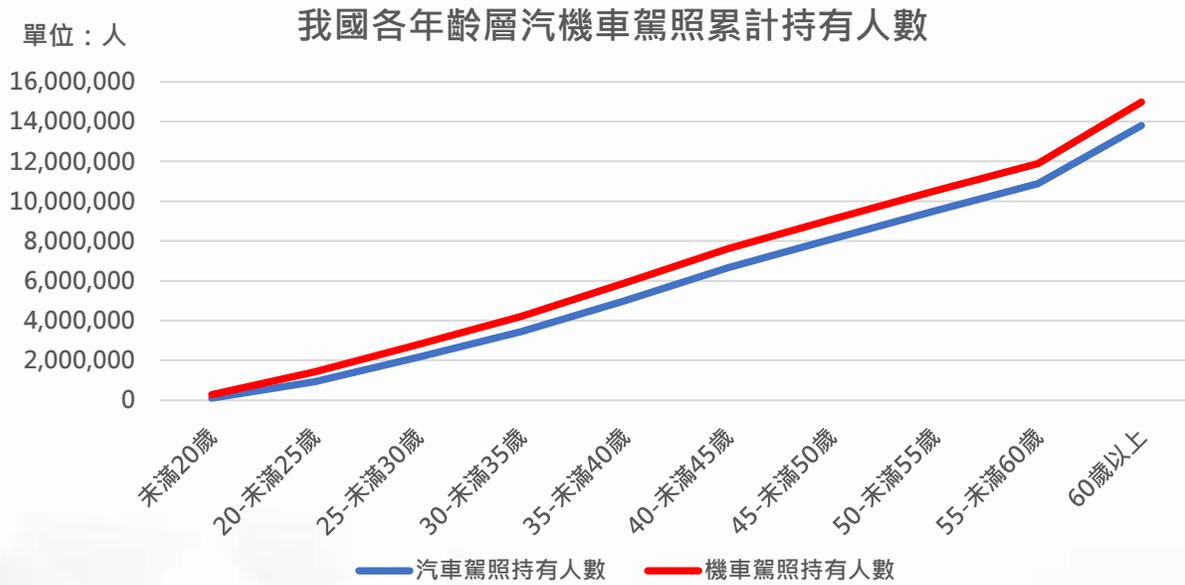
MeNGo定期票銷售概況

- ◆ 顧客方案購買以「無限暢遊方案」即占總銷量達 87%
- ◆ 此果歸咎每款定期票方案皆具隱性的**適用範圍限制**導致產品力差異



銷量最好的「無限暢遊」
採大補帖式網綁設計
未精準收斂顧客切身需求

我國公共運輸使用者特性



年輕族群為公共運輸主力客群，具備『小資』精打細算特性

家戶車輛持有與社經特性之關係



占總家戶數10%

家戶所得平均數:63萬

家戶所得中位數:49萬



占總家戶數30.4%

家戶所得平均數:72萬

家戶所得中位數:63萬



占總家戶數6.5%

家戶所得平均數:126萬

家戶所得中位數:100萬

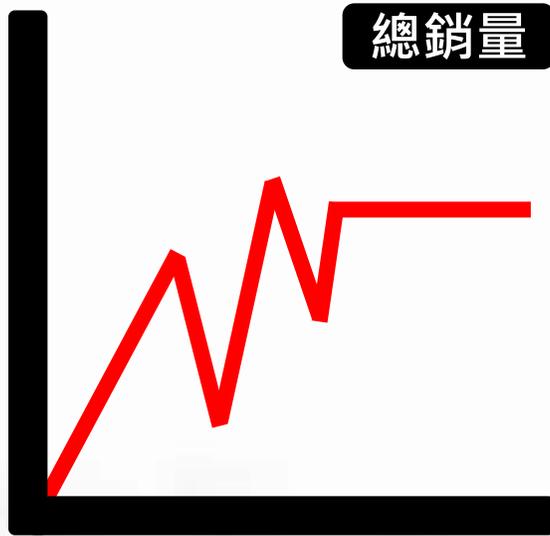


占總家戶數53.1%

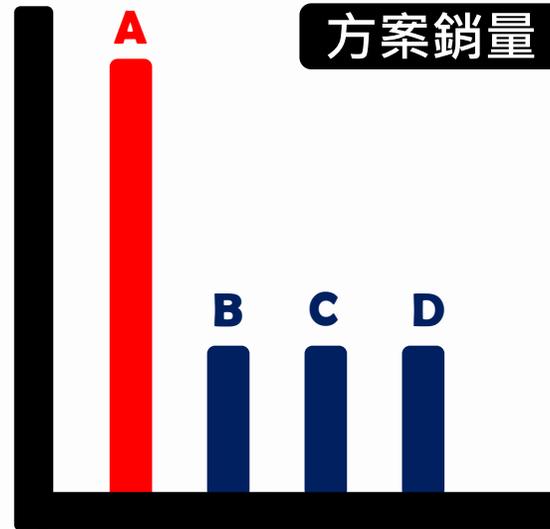
家戶所得平均數:118萬

家戶所得中位數:104萬

MeNGo產品當前銷售困境



銷售達巔峰後
無法再次突破



不同方案銷量差異懸殊
多數方案產品力不足



大補帖式的套票
未精準收斂顧客需求

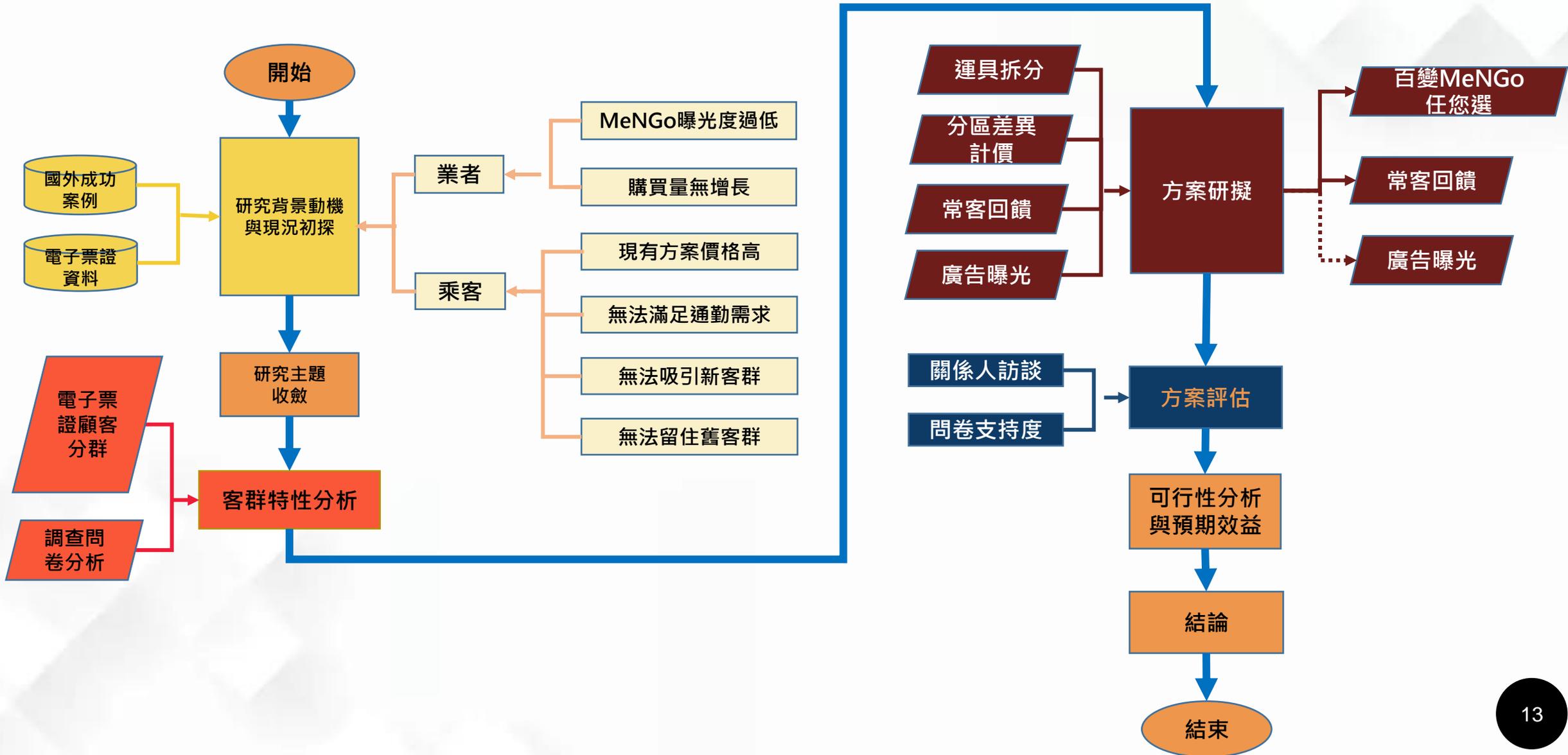
研究目的

- ◆ 透過電子票證及問卷調查資料，細究高雄市民真實通勤行為，挖掘**定期票潛在購買客群**。
- ◆ 透過MaaS定期票全球案例回顧，彙整定期票商品**成功設計要素**，並融合高雄市民通勤特性，嘗試研擬**MeNGo定期票銷量提升策略**。
- ◆ 藉由權益關係人訪談、專家問卷、公眾問卷等方式，**驗證**本研究團隊提出之「**MeNGo定期票銷量提升策略**」是否可行。
- ◆ 提供MeNGo營運單位「**全新產品提案**」及「**精準行銷**」**策略建議**。

研究規劃說明



研究流程



MeNGo定期票顧客分群說明

團隊成員郭銘倫—碩士論文

《大數據分析應用於交通行動服務高雄MeNGo月票之顧客分群研究》



91 Days 高雄市公共運輸系統內電子票證交易紀錄
共**2,417,692**筆交易資料

僅保留『完整記錄』30天週期的定期票使用紀錄

「MeNGo方案購買會員」

5,758名

方案購買數

8,822筆

問卷設計

定義目標母體

MeNGo 營運範圍內的外出人口
計有 **1,900,000** 人

樣本蒐集方法



抽樣方式

1. 公共運輸使用者，**且為 MeNGo 定期票用戶**
2. 公共運輸使用者，**但不為 MeNGo 定期票用戶**
3. 私人運具使用者

問卷構面

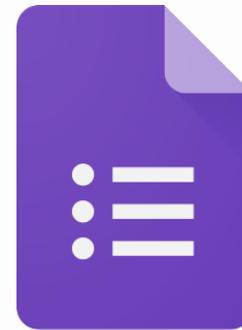
問卷設計

定義目標母體

樣本蒐集方法

抽樣方式

問卷構面



各大學Dcard專版



Facebook高雄人等社團

問卷設計

定義目標母體

樣本蒐集方法

抽樣方式

問卷構面

依據既有運具選擇行為作為分層依據，
並對於每個子母群體中採簡單隨機抽樣

信心水準95%

抽樣誤差6%

問卷設計

定義目標母體

一.填答者基本社會經濟特性調查

樣本蒐集方法

二.MeNGo 產品使用經驗調查

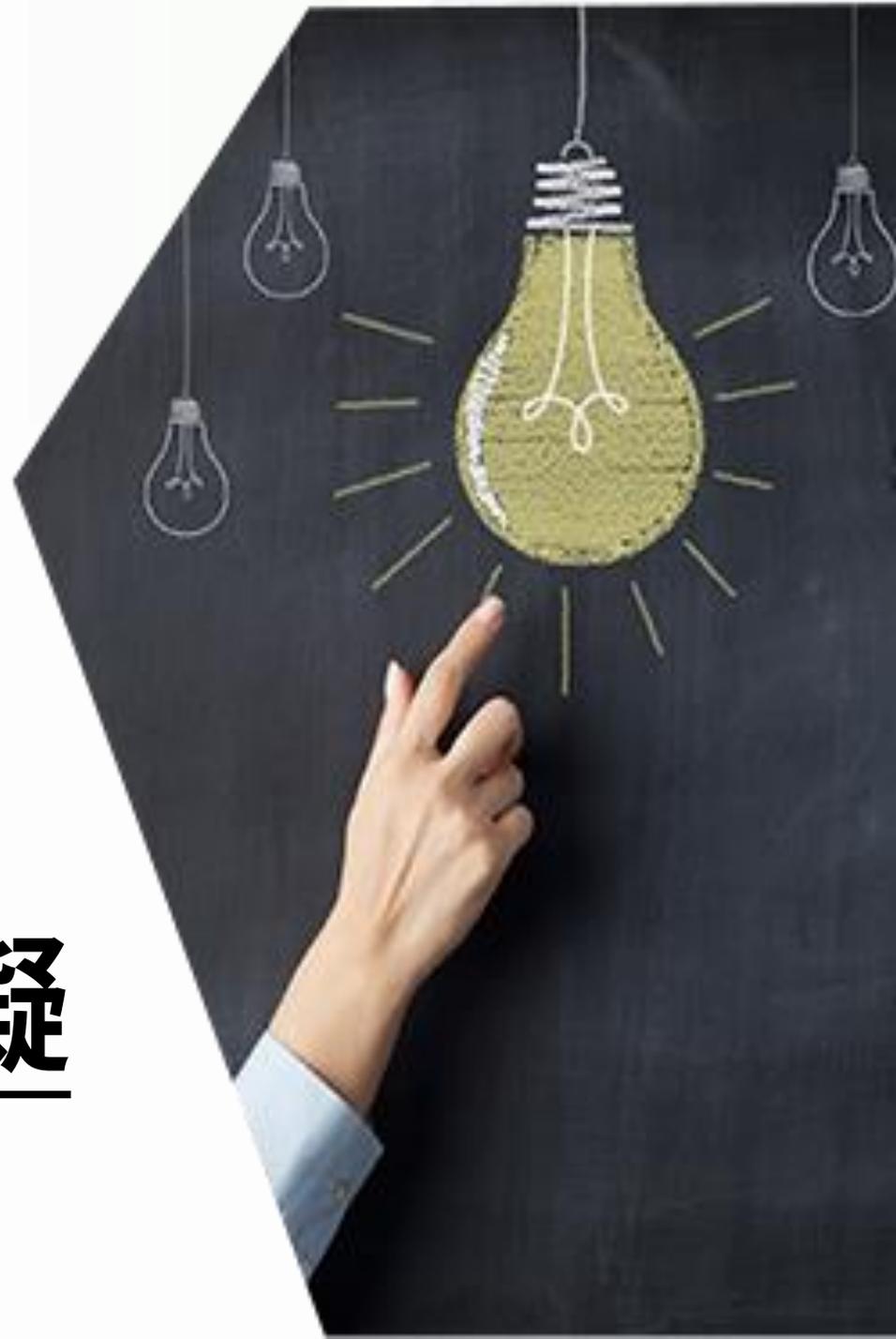
抽樣方式

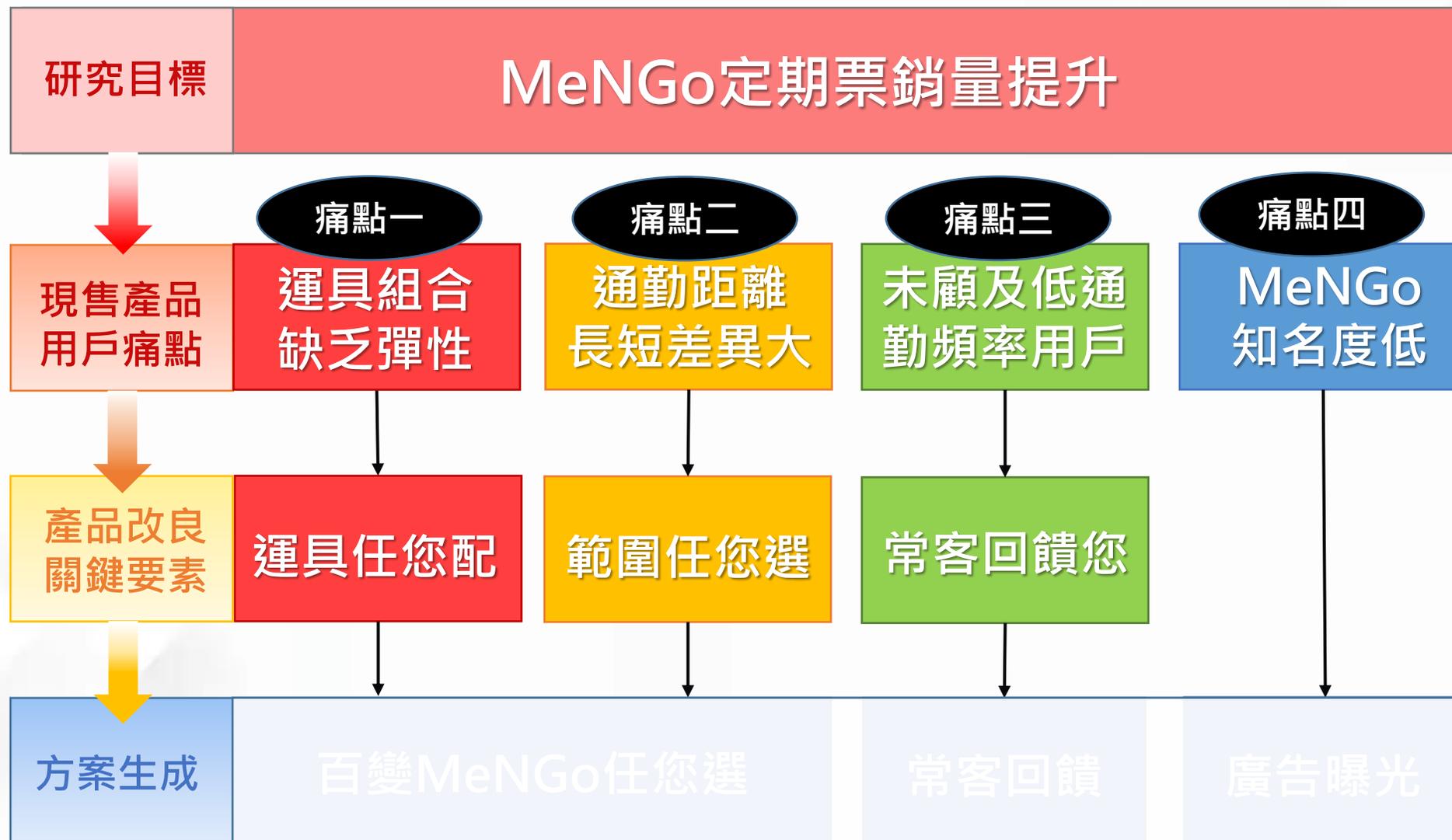
三.通勤使用運具及駕照持有情形調查

問卷構面

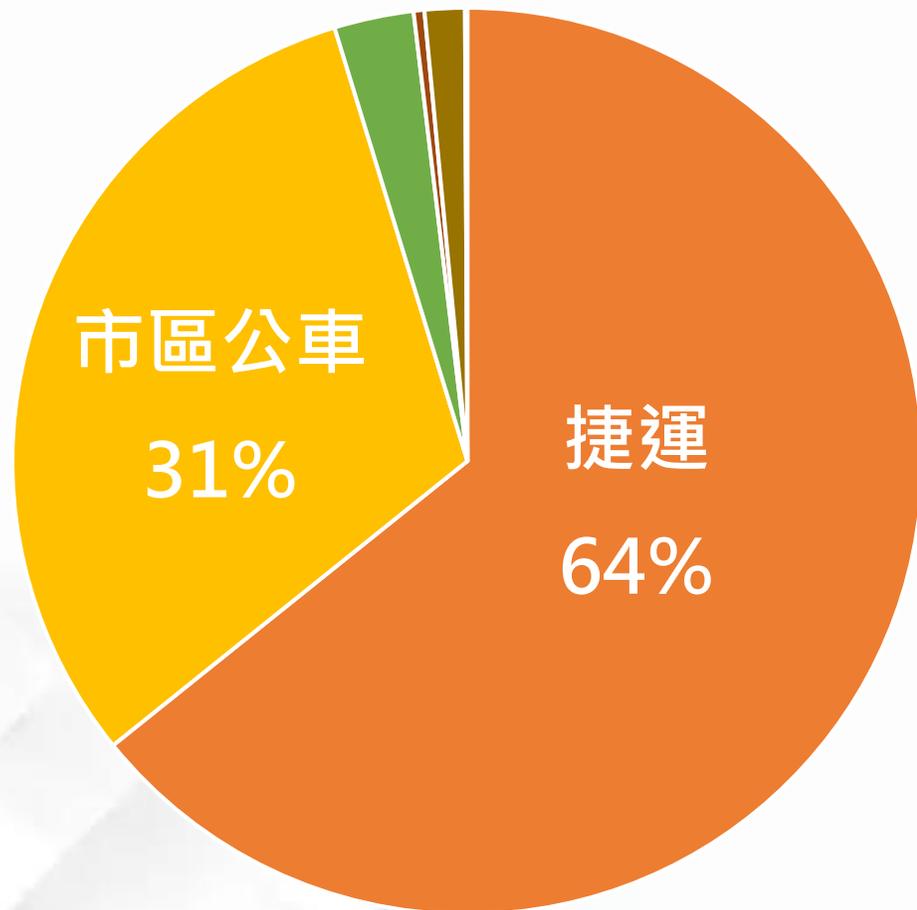
四.通勤行為暨 MeNGo 全新產品的支持度調查

痛點分析與方案研擬





從票證資料瞭解MeNGo用戶『不同運具』使用需求



MeNGo用戶以捷運及公車使用需求最強烈，對於部分MeNGo合作運具需求稀缺



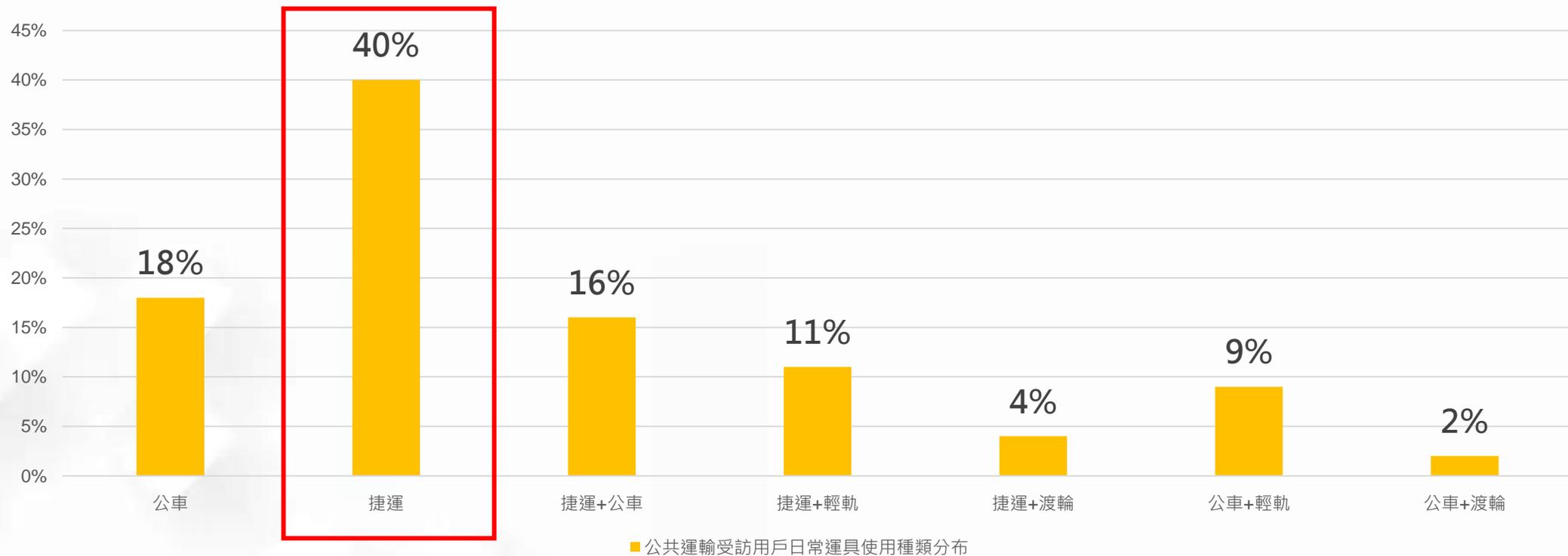
從定期票使用行爲，我們發現…

- ◆ 僅有 **13%** MeNGo用戶有明顯的**公車使用需求**
- ◆ 高達 **40%** MeNGo用戶每月公車使用不滿NTD.50元

	顧客分群族群	方案購買數	總體占比	公車使用金額 (群平均·單位:新台幣元)
一般 	捷運端點一般族	496	6%	139.60
	<u>公車鐵票一般族</u>	<u>425</u>	<u>5%</u>	<u>*656.56</u>
	<u>捷運通勤族</u>	<u>2166</u>	<u>25%</u>	<u>33.14</u>
	<u>游離一般族</u>	<u>1292</u>	<u>15%</u>	<u>43.35</u>
學生 	捷運端點學生族	822	9%	222.91
	<u>公車鐵票學生族</u>	<u>686</u>	<u>8%</u>	<u>*686.80</u>
	短里程學生族	1244	14%	148.72
	捷運通學族	1062	12%	126.33
	游離學生族	531	6%	262.89

從問卷調查驗證公共運輸用戶通勤運具使用

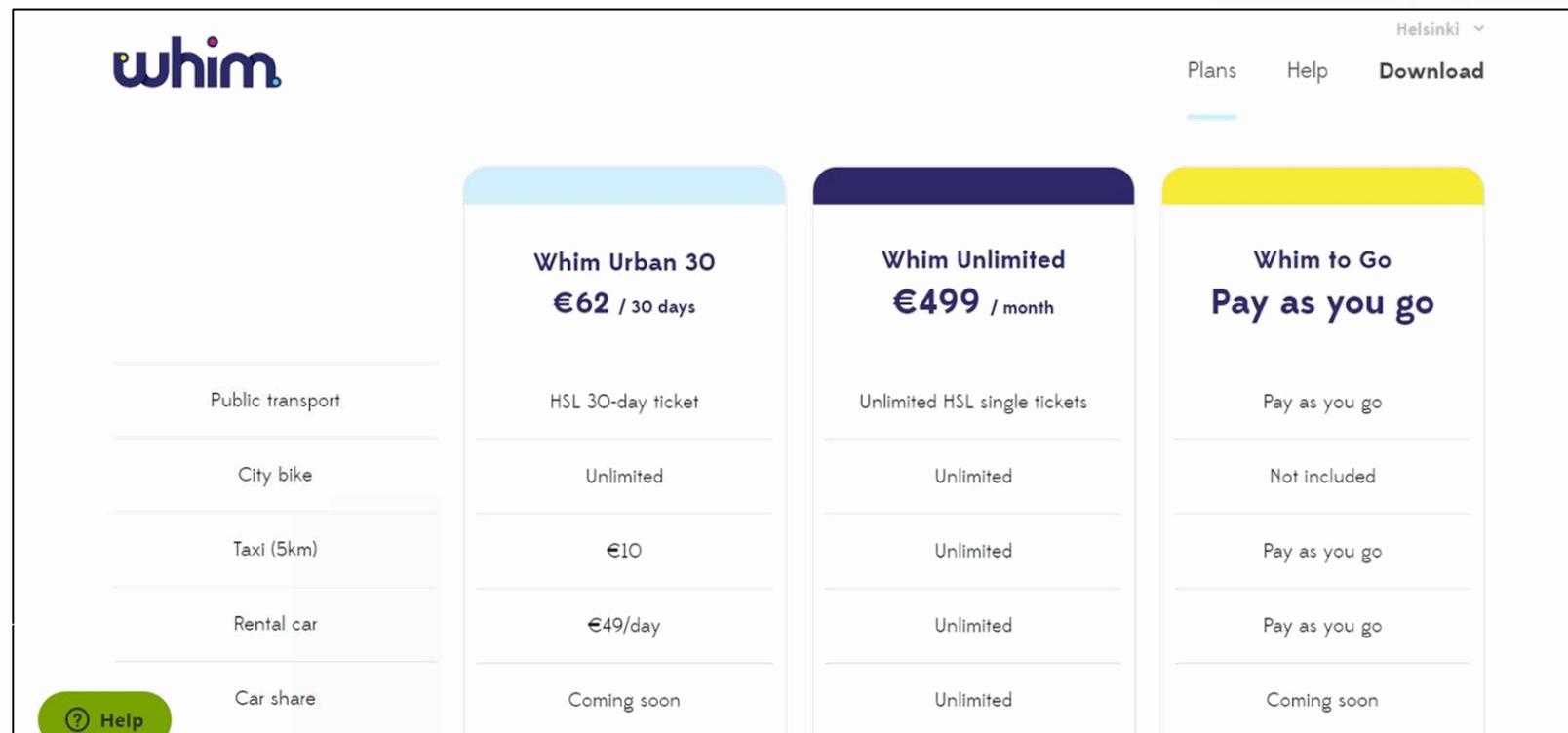
- ◆ 高雄市多數公共運輸用戶通勤運具僅有「捷運」，現售大補帖式MeNGo定期票未必能滿足客群特性，本研究提出「運具任您配」定期票設計要素。



公共運輸定期票運具拆售是有跡可循的...




Citymapper

	Whim Urban 30 €62 / 30 days	Whim Unlimited €499 / month	Whim to Go Pay as you go
Public transport	HSL 30-day ticket	Unlimited HSL single tickets	Pay as you go
City bike	Unlimited	Unlimited	Not included
Taxi (5km)	€10	Unlimited	Pay as you go
Rental car	€49/day	Unlimited	Pay as you go
Car share	Coming soon	Unlimited	Coming soon

公共運輸定期票運具拆售是有跡可循的...

whim®



Citymapper

UbiGo

£31 / week

SUPER Pass
Unlimited public transport

£39 / week

SUPER DUPER Pass
Public transport + cycles + cabs

公共運輸定期票運具拆售是有跡可循的...

The screenshot displays the Citymapper app interface. On the left, a 'Your Mobility Record' table shows usage statistics for various transport modes. On the right, three subscription plans (Plan A, Plan B, Plan C) and a 'Create Your Own Plan' option are presented with their respective features and costs.

Mode	Trips	Hours
Car	0	0
Bus	38	-
Bicycle	0	0
Motorcycle	0	0
Car (with driver)	13	14 miles
Car (without driver)	0	0

TOTAL COST: £142.73
This is your current travel statistic

Cost	Features
£195 /month	<ul style="list-style-type: none"> Unlimited bus 20 miles + Pooled taxi an option 1 day + Add an additional driver to car club plan

Cost	Features
£320 /month	<ul style="list-style-type: none"> Unlimited public transport in your zones Unlimited access + 30 min 20 miles + Pooled taxi an option 2 days

Cost	Features
£165 /month	<ul style="list-style-type: none"> 15 miles + Only luxury cabs 2 hours + Floating car sharing anywhere in London Free luxury car for a weekend

Cost	Options
£TBD /month	<ul style="list-style-type: none"> None / Unlimited public transport in your zones / Unlimited bus None / Unlimited up to 30 minutes 0 miles / 100 miles / 0 miles 0 hours / 10 hours / 0 days / 7 days / 0 hours



公共運輸定期票運具拆售案例彙整

國家(城市)	芬蘭赫爾辛基	丹麥哥本哈根	英國倫敦	瑞典斯德哥爾摩	臺灣高雄
運輸服務品牌			 Citymapper		 MeN-Go (無限暢遊方案)
基本套裝運具組合	公車、捷運、輕軌、 通勤鐵路、渡輪、公 共自行車	公車、市郊鐵路、 國鐵	公車、捷運 (Tube)、輕便鐵 路(DLR)、輕軌	使用次數包 SL公共運輸(公車、 捷運、郊區、電車、 輕軌)	公車、捷運、輕軌、 公共自行車
增值服務 (傳統運輸服務)		捷運(地鐵) 鐵路First Class	公共自行車 計程車額度		
增值服務 (新型態共享運輸 或副大眾運輸)	電動滑板車折扣 租車及計乘車折扣 租車及計乘車額度			增值服務視為贈送 • 市區代步車額度 • 租車折扣	增值服務綁售台幣 600元額度 • 計程車 • 共享機車 • P+R停車票

從定期票使用行爲，我們發現…

- ◆ 不同用戶定期票使用里程差異懸殊。

顧客分群族群		方案購買數	佔總體比	工作日平均里程 (群平均，單位:公里)	全月使用里程 (群平均，單位公里)	全月使用總金額 (群平均，單位:新台幣元)
一般 	捷運端點一般族	496	6%	39公里	922公里	NTD2,600
	公車鐵票一般族	425	5%	28公里	646公里	NTD2,364
	捷運通勤族	2166	25%	31公里	672公里	NTD2,013
	游離一般族	1292	15%	24公里	468公里	NTD1,554
學生 	捷運端點學生族	822	9%	34公里	792公里	NTD2,444
	公車鐵票學生族	686	8%	27公里	638公里	NTD2,272
	短里程學生族	1244	14%	19公里	447公里	NTD1,740
	捷運通學族	1062	12%	26公里	493公里	NTD1,653
	游離學生族	531	6%	15公里	334公里	NTD1,325

高雄市人口集中於市中心... 市中心定期票銷量卻低

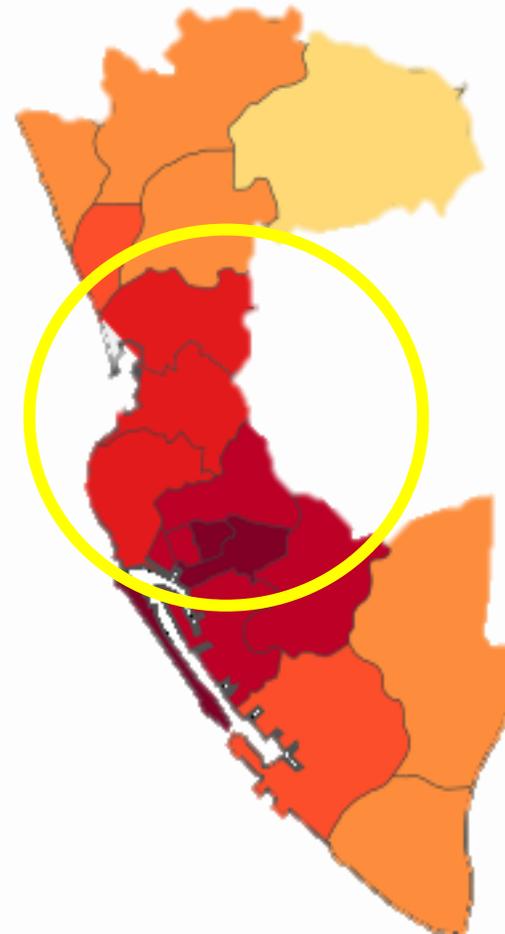
月銷量(單位:套)

- <30
- 30 - 100
- 100 - 300
- >300



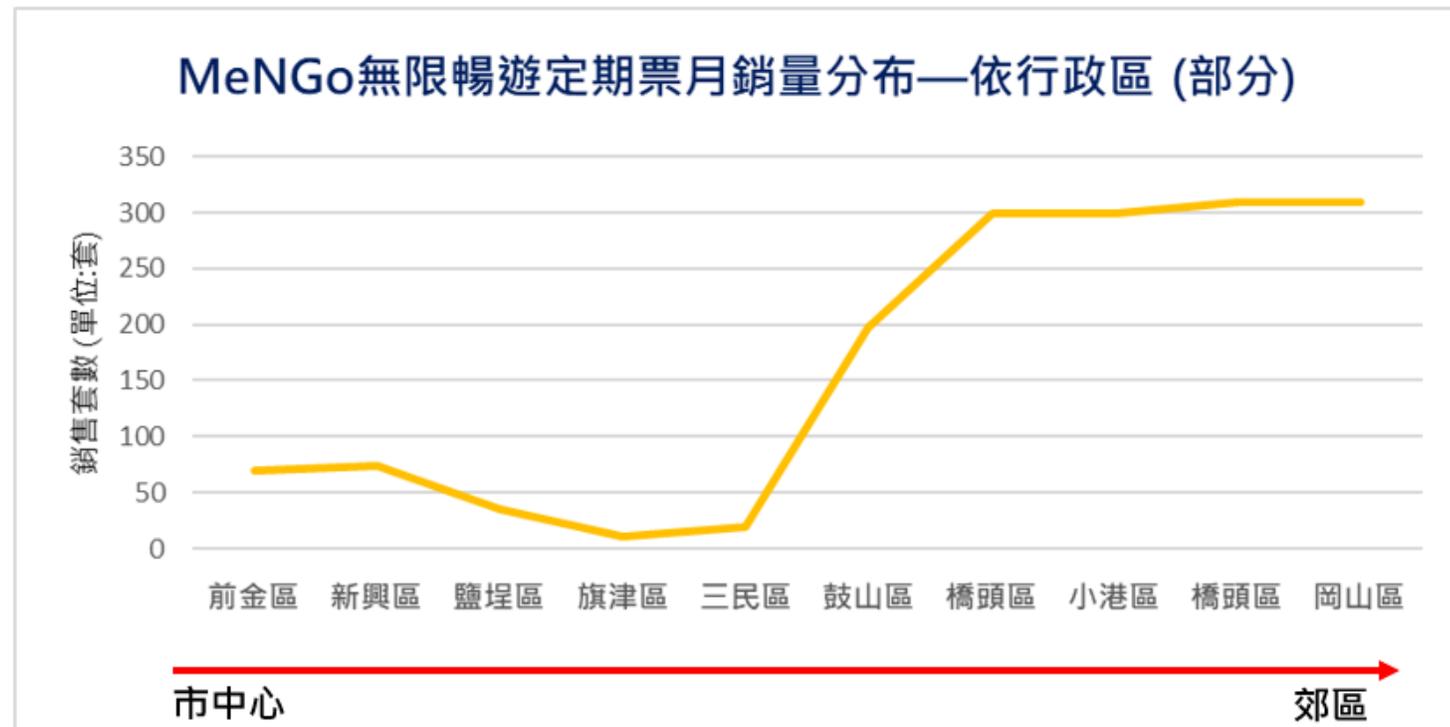
Population Density (Dec. 2009)
(inhabitants/km²)

- >20000
- 10001 ~ 20000
- 5001 ~ 10000
- 3001 ~ 5000
- 1001 ~ 3000
- 501 ~ 1000
- 301 ~ 500
- 101 ~ 300
- 0 ~ 100



從各行政區定期票銷量我們發現...

- ◆ 緊鄰捷運站的**郊區**、**市郊**行政區，定期票銷售遠高於**CBD**行政區，現售定期票產品對於市中心居民**不具有誘因**，無法藉由現售定期票對市中心居民進行公共運輸推廣，本研究提出「**範圍任您選**」定期票設計要素。



公共運輸定期票分區計價案例不勝枚舉...

MeNGo無限暢遊區域規模約略等於...

☑ 芬蘭赫爾辛基

→ 2倍的赫爾辛基市

☑ 丹麥哥本哈根DOT

→ 10多個分區

☑ 英國倫敦Citymapper

→ 2~3個倫敦地鐵分區

國家(城市)	芬蘭赫爾辛基	丹麥哥本哈根	法國巴黎	英國倫敦	臺灣高雄
運輸服務品牌	Whim	DOT	Navigo	Citymapper	MeNGo
公共運輸定期票計價分區數量	4區 (A~D)	252區 (1~299)	5區 (1~5)	6區 (1~6)	無限暢遊 僅有1區
公運定期票計價分區劃分方式	同心圓式	地理小區切割	同心圓式	同心圓式	無
公共運輸定期票訂價方式	橫跨區域組合 對應指定費率	以橫跨區域 數量核算費率	橫跨區域組合 對應指定費率	自中心城區至 所在分區計價	全區同價
公共運輸定期票適用範圍 (km ²)	赫爾辛基市: 213.8km ² ABC區: 770.26km ² 全區: 1992.23km ²	1~99區: 平均26km ² /區 >101區: 平均47km ² /區 1~99區: 2568km ² 全區: 9841km ²	1區: 105.4km ² 1-4區: 762.4km ² 全區: (註1)	1區: 45km ² 1-2區: 212km ² 1-4區: 624km ² 全區: 1992.23km ²	無限暢遊 客群區域: 482.41km ²

高雄市亦曾販售過分區計價定期票…

定期票發售年分	定期票產品名稱	發售價格 (新台幣)	定期票類型	定期票納入交通工具				
				捷運	公車	輕軌	自行車	其他運具
2009/12	高捷漫遊卡	均一價：1250	全域票	√	-	-	-	-
2010/1~2010/12	一代高雄幸福卡	均一價：1250	全域票	√	√	-	-	-
2010/12~2013/6	高捷漫遊卡	均一價：1250	全域票	√	-	-	-	-
2012/1~2015/2	二代高雄幸福卡	一般幸福：999 學生幸福：799	全域票	√	√	-	-	-
2016/8~迄今	高雄捷運通勤定期票	依捷運起訖區間計價	區域票	√	-	-	-	-
2018/3~2018/9	高捷月票全域通票	一般票：1600 學生票：1400 *選購輕軌加價200	全域票	√	√	√	√	-
2018/3~2018/9	高雄月票區域票	依捷運起訖區間計價 *加送公車吃到飽	區域票	√	√	-	-	-
2018/3~2018/9	市區公車月票	一般票：479 學生票：399	全域票	-	√	-	-	-
2018/9~迄今	MeNGo定期票	依方案選擇計價	全域票	√	√	√	√	渡輪、共享機車、 計程車、P+R

高雄市亦曾販售過分區計價定期票…

「高雄捷運通勤定期票」

(2018年9月至今販售中)

計價方式與區域票相同，但取消公車及公共自行車無限度使用的福利

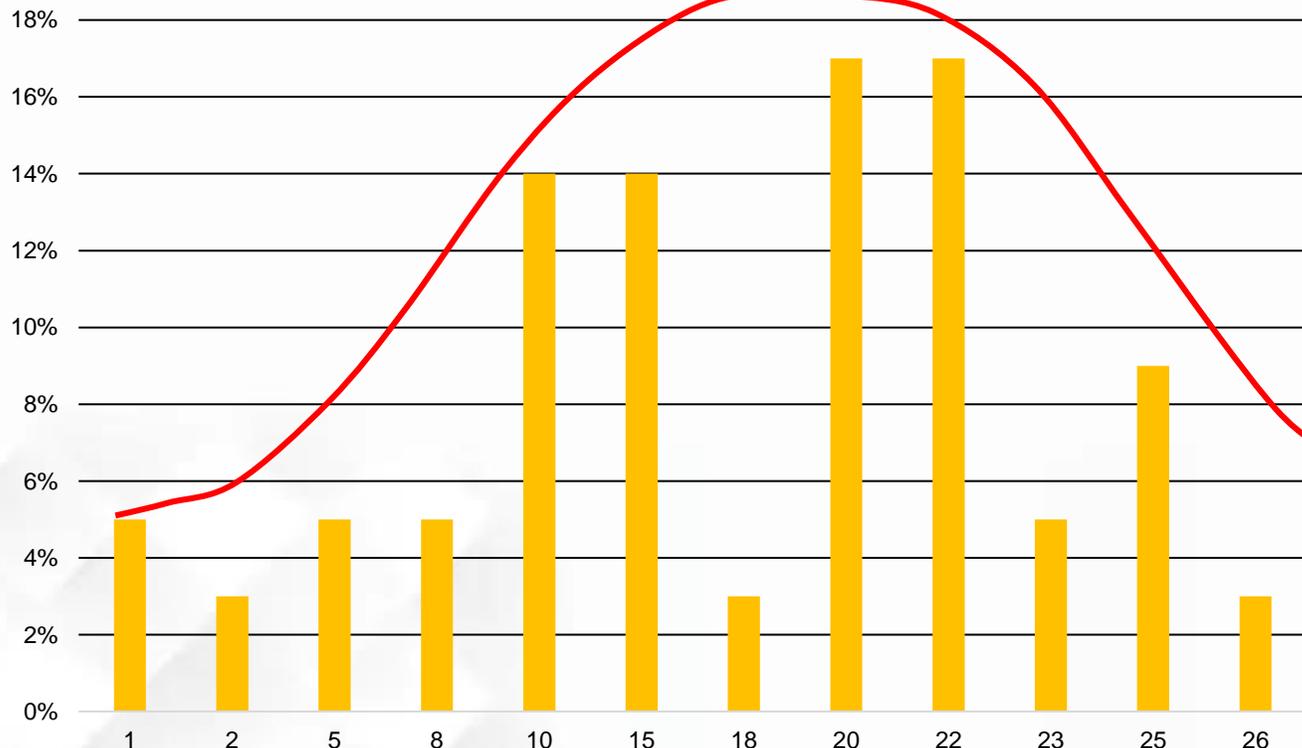
「高捷月票區域票」

(已於2018年9月取消)

以每月48趟 *7折方式計算捷運月票費用，區域差別訂價的定期票

無法培養低頻率用戶對於公共運輸的忠誠度...

問卷回收用戶每月公共運輸使用天數



高雄家戶私人運具持有情形

 × 2.03輛/家戶

 × 0.84輛/家戶

有時用公共運輸，有時騎車開車



混合使用用戶
應培養其忠誠度

公共運輸月使用天數低於20天/月，累計佔49%

國內公共運輸常客回饋案例

- ◆ 為培養用戶忠誠度，我國捷運系統、通勤國道、城際國道客運皆不乏培養運輸常客的讓利回饋，本研究亦提出「**常客回饋您**」定期票設計要素。

運具特性	業者	方案	內容	優惠
捷運系統 (通勤)		常客優惠	依照每月搭乘次數於次 個月回饋金額	11-20次 9折 ；21-30次 85折 ；31-40次 8折 41-50次 75折 ；51次以上 7折
		常客優惠	依照每月搭乘次數於次 個月回饋金額	40-49次 8折 ；50-59次 75折 ；60次以上 7折
短程國道 (通勤)		回數票	台北-礁溪 / 台北-羅東	買10送1 (9折)
		回數票	台北-新竹	一張140元買10張1150元(82折)
城際國道 (客運)		全時段特惠 票	全時段特惠票之區間適 用	買6送1 (83折) 買10送2 (8折)
		回數票	台北-台中 / 台北-高雄	買10送1(9折) 買20送3 (85折)

百變MeNGo方案

A分區

市區捷運
無限使用

輕軌全線
無限使用



加價購買

市區公車
無限使用

B分區

市區捷運
無限使用

市郊捷運
無限使用

輕軌全線
無限使用



加價購買

市區公車
無限使用

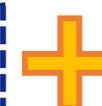
C分區

市區捷運
無限使用

市郊捷運
無限使用

郊區捷運
無限使用

輕軌全線
無限使用



加價購買

市區公車
無限使用

優惠

公車加價

一般：300元
學生：200元

YouBike

前30分鐘
免費騎乘

客運&渡輪

每趟優惠5元

分區計價 B 分區

B分區

市區捷運
無限使用

市郊捷運
無限使用

輕軌全線
無限使用

市區+市郊捷運

高捷**紅線**：凹子底R13~小港R3

高捷**橘線**：西子灣O1~技擊館OT1

售價：**1070**新台幣



分區計價 C 分區

C分區

市區捷運
無限使用

市郊捷運
無限使用

郊區捷運
無限使用

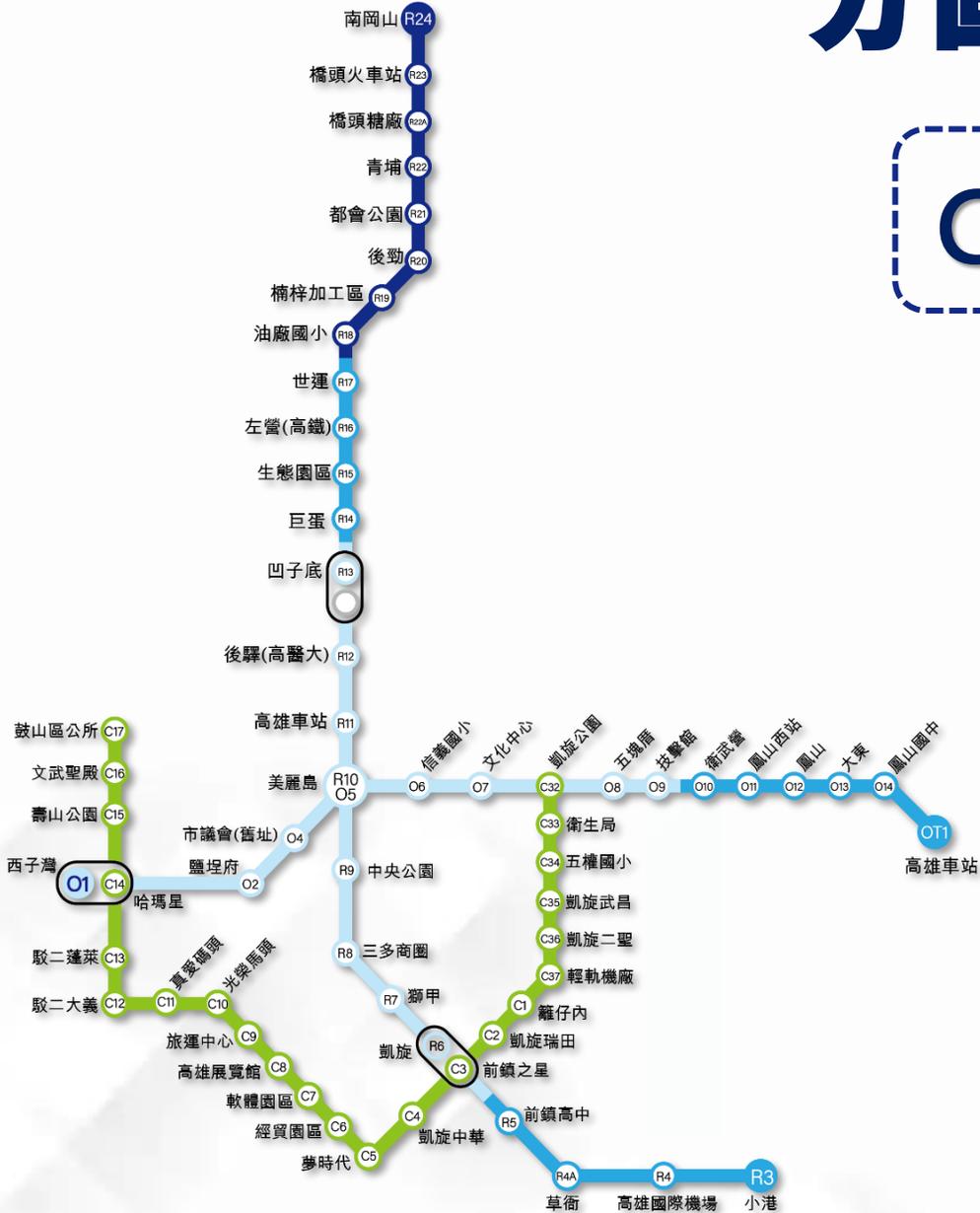
輕軌全線
無限使用

市區+市郊+郊區捷運

高捷紅線：全線(南岡山R24~小港R3)

高捷橘線：全線(西子灣O1~高雄車站OT1)

售價：1132新台幣



方案二

常客回饋方案

每月搭乘公共運輸次數達20次(含)以上



享現金回饋 **15%**

當月回饋金=前月搭乘金額x回饋比例15%



「配套彈性又省錢」

A區：市區捷運

B區：市郊捷運

C區：郊區捷運

公車加購價

YouBike 客運&渡輪



常客回饋

每月搭乘公共運輸次

數達20次(含)以上

享現金回饋15%

(當月回饋金 = 前月搭乘金額 x 回饋比例15%)



百變MeNGo方案

常客回饋

出色的產品，也毋忘完美的曝光

不知道MeN·Go是什麼

票價好貴

花費不及售價

不常使用公共運輸

不會搭到公車

機車最方便

覺得不夠划算

用不到

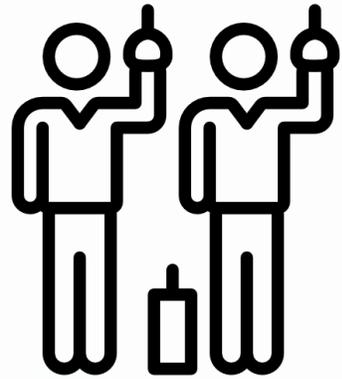
從來沒聽過MeN Go

套票價格太貴

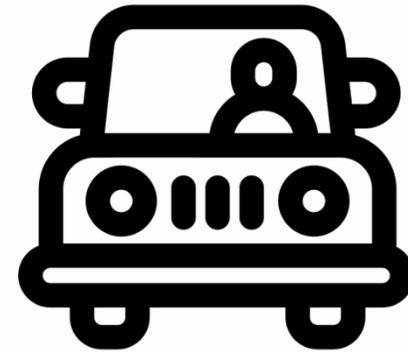
MeNGo知名度低

缺乏需求

行銷推廣



既有公共運輸用戶



私人運具用戶

行銷推廣



PIDS系統

車內電視及海報文宣

加值機

公車車尾廣告

手機應用程式



捷運列車到站資訊



公車智慧型站牌



公車站名播報系統



捷運站名播報系統

行銷推廣



PIDS系統

車內電視及海報文宣

加值機

公車車尾廣告

手機應用程式



公車車內電視



公車車內海報



車內吊環廣告

行銷推廣



PIDS系統

車內電視及海報文宣

加值機

公車車尾廣告

手機應用程式



票卡加值kiosk

行銷推廣



PIDS系統

車內電視及海報文宣

加值機

公車車尾廣告

手機應用程式



公車車尾廣告



公車LED廣告燈

行銷推廣



PIDS系統

車內電視及海報文宣

加值機

公車車尾廣告

手機應用程式



地方粉專互惠推廣



政府粉專推廣

方案評估



Stakeholder
權益關係人參與

MeNGo 主管機關

MaaS示範
建置計畫參與者

MeNGo 審查委員

MaaS示範建置計畫參與者

吳東凌組長及洪玉輔經理皆認為定期票價格會影響銷量

【MeNGo全新方案】 百變MeNGo任您選



- 吳東凌組長於2021.10.22受訪
- 洪玉輔經理於2021.10.20受訪

交通部運輸研究所吳組長東凌的觀點：

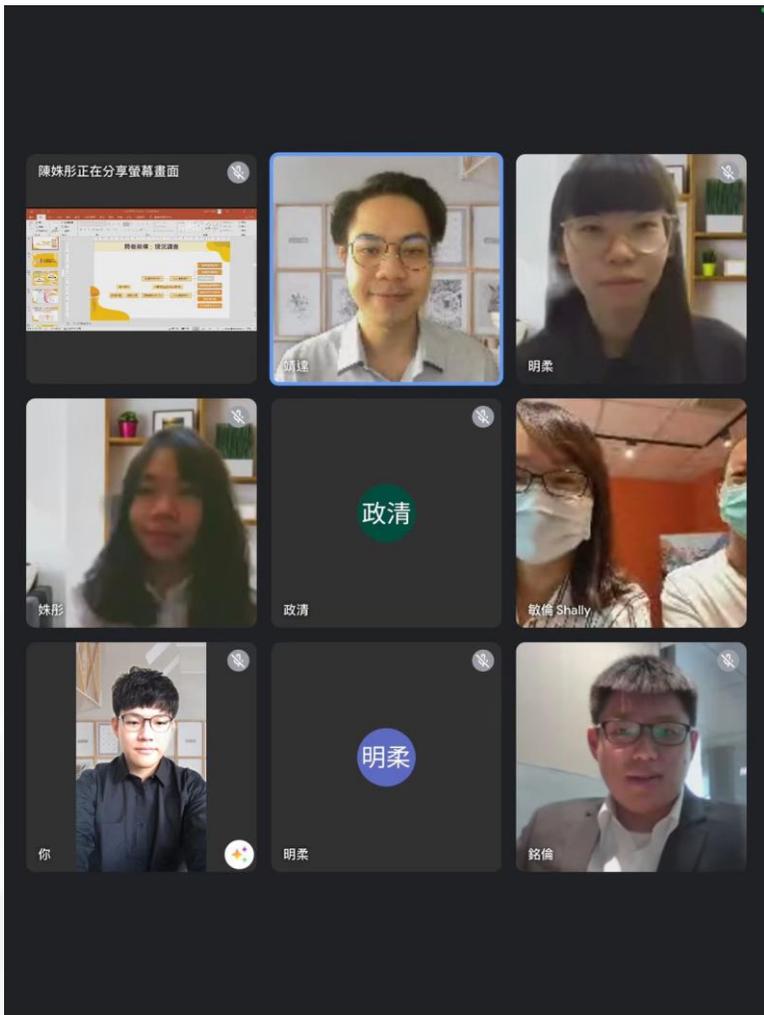
1. 贊同區域差別計價和運具彈性組合加價購
2. 簡化方案的觀點與本團隊出發觀點一致

高雄捷運公司洪經理玉輔的觀點：

1. 贊同簡化成單一方案和區域差別訂價
2. 以高捷觀點來看非常想取消常態性85折優惠
3. 證實高捷點對點定期票無法滿足有轉乘運具需求的旅客

MeNGo地方主管機關及後續經營者

主管機關認為MeNGo 現有套票種類太雜，希望能簡化票種



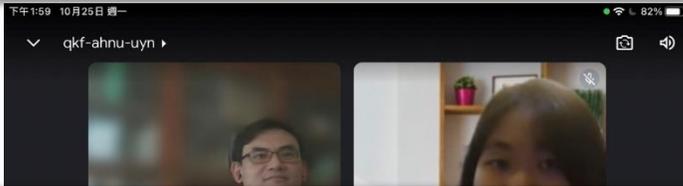
高雄市交通局運輸管理科

黃科長信穎、徐股長敏倫、謝專員昔鋒的觀點：

1. 認為MeNGo現售套票種類太雜，正規畫**簡化票種**
2. **認同區域差別計價與加價購方式**將降低價格、增加運具組合之彈性，進而吸引民眾購買
3. 各運具清分雖有困難，但仍然**不難克服**
4. 建議原儲值金方案需要有**預算支援**才能永續實施
5. 未來**願意參考分區加價購**的方式推出全新方案

MeNGo專案計畫審查委員

審查委員認同區域差別計價和運具拆分，更能切中需求



淡江大學運輸管理學系羅教授孝賢的觀點：

1. 認同**常客優惠**培養忠誠度的設計
2. 運具彈性組合提升既有**用戶黏著度**及**潛在客群開發**
3. 認同**限定 30 日**使用期限和儲值金額的門檻

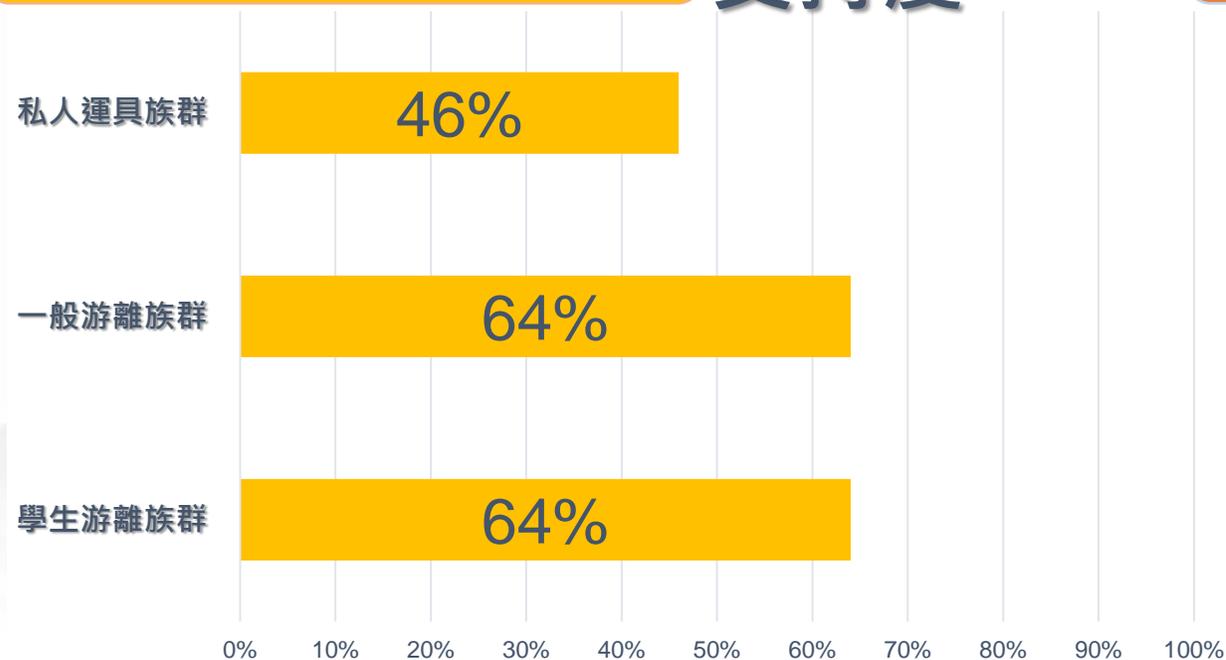
高雄科技大學運籌管理系李教授明聰的觀點：

1. 認同區域差別計價及運具拆分**對中短旅次有吸引力**
2. 建議提高**回饋比例**
3. 建議將儲值金方案**改成常客優惠**更有誘因

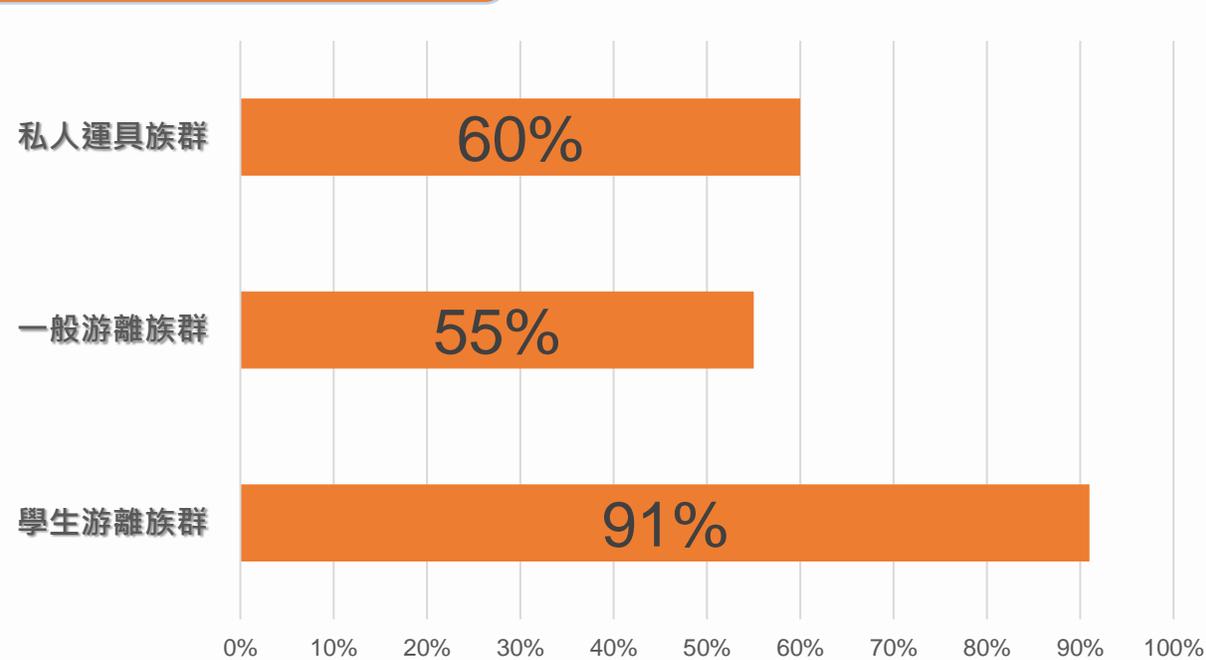
- 羅孝賢教授於2021.10.21受訪
- 李明聰教授於2021.10.25受訪

在問卷調查中，全新方案獲得了市民的高度支持

百變MeNGo方案 支持度



原儲值金方案 支持度



效益與可行性分析



財務計算公式-百變MeNGo

既有公共運輸購買人數

$$\text{實際購買人數} = \text{公共運輸客群} \times \text{觸及率} \times \text{支持率} \times \text{用戶轉換率}$$

私人運輸購買人數

$$\text{實際購買人數} = \text{私人運輸客群} \times \text{觸及率} \times \text{支持率} \times \text{用戶轉換率}$$

公共/私人客群人口數

無限暢遊範圍人口x外出比例x高雄公共/私人市佔率

公共運輸使用者90%

私人運輸使用者20%

	百變MeNGo
公共	47.5%
私人	13.9%

	公共用戶轉換率	私人用戶轉換率
樂觀	35%	3%
中觀	25%	2%
悲觀	15%	1%

財務計算公式-百變MeNGo

既有公共運輸預期收入

實際購買人數 x A / B / C 區人口比例 x A / B / C 區售價

私人運輸預期收入

實際購買人數 x A / B / C 區人口比例 x A / B / C 區售價

	公共運輸用戶比例	私人運輸用戶比例	售價
A區	36%	40%	\$ 890
B區	38%	15%	\$ 1070
C區	25%	45%	\$ 1132

財務計算公式-百變MeNGo

既有公共運輸預期收入

實際購買人數 x A / B / C 區人口比例 x A / B / C 區售價

+

私人運輸預期收入

實際購買人數 x A / B / C 區人口比例 x A / B / C 區售價

||

百變MeNGo預期營收

財務計算公式-常客回饋

既有公共運輸購買人數

$$\text{實際購買人數} = \text{公共運輸客群} \times \text{觸及率} \times \text{支持率} \times \text{用戶轉換率}$$

私人運輸購買人數

$$\text{實際購買人數} = \text{私人運輸客群} \times \text{觸及率} \times \text{支持率} \times \text{用戶轉換率}$$

公共/私人客群人口數

無限暢遊範圍人口x外出比例x高雄公共/私人市佔率

公共運輸使用者90%

私人運輸使用者20%

	常客優惠
公共	37.5%
私人	39.1%

	公共用戶轉換率	私人用戶轉換率
樂觀	50%	3%
中觀	40%	2%
悲觀	30%	1%

財務計算公式-常客回饋

既有公共運輸預期收入

實際購買人數 x 預期月通勤花費557元

+

私人運輸預期收入

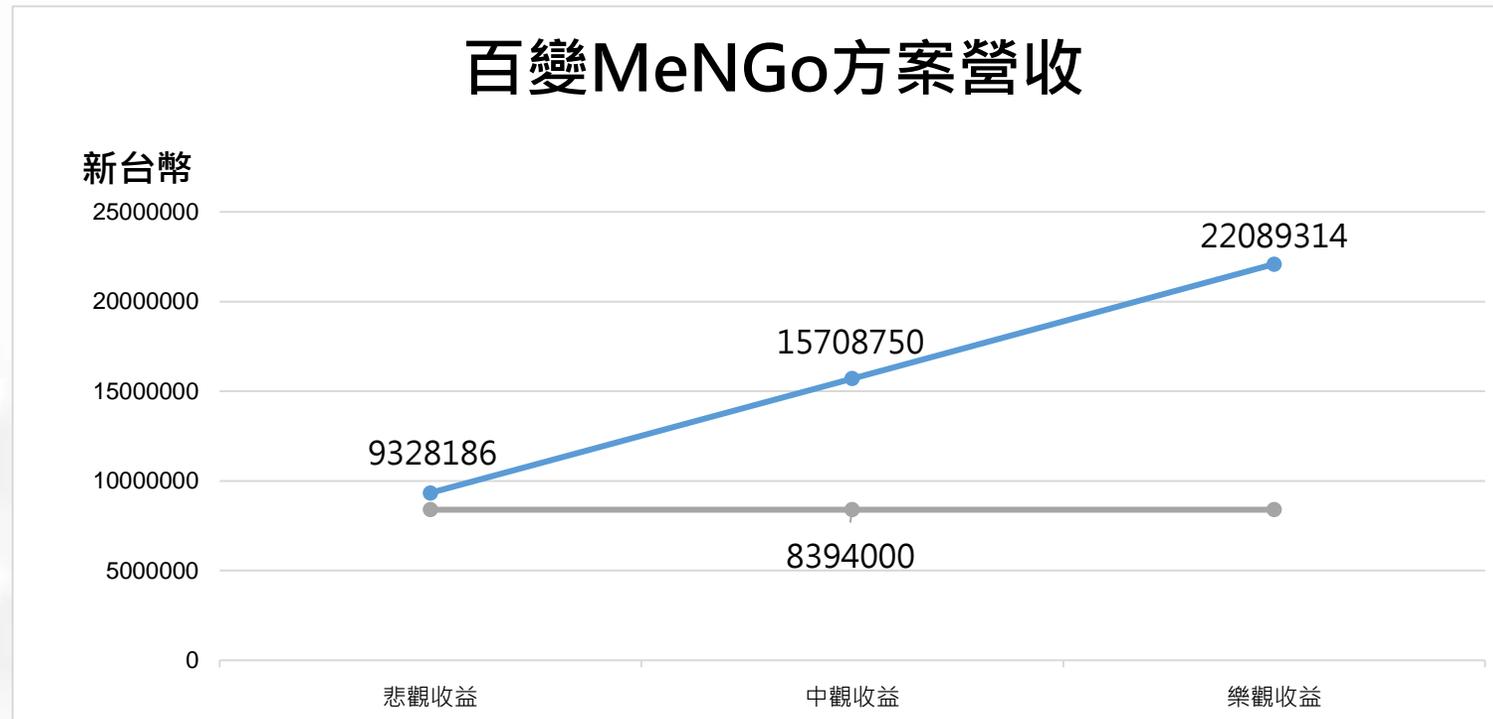
實際購買人數 x 預期月通勤花費647元

||

常客回饋預期營收

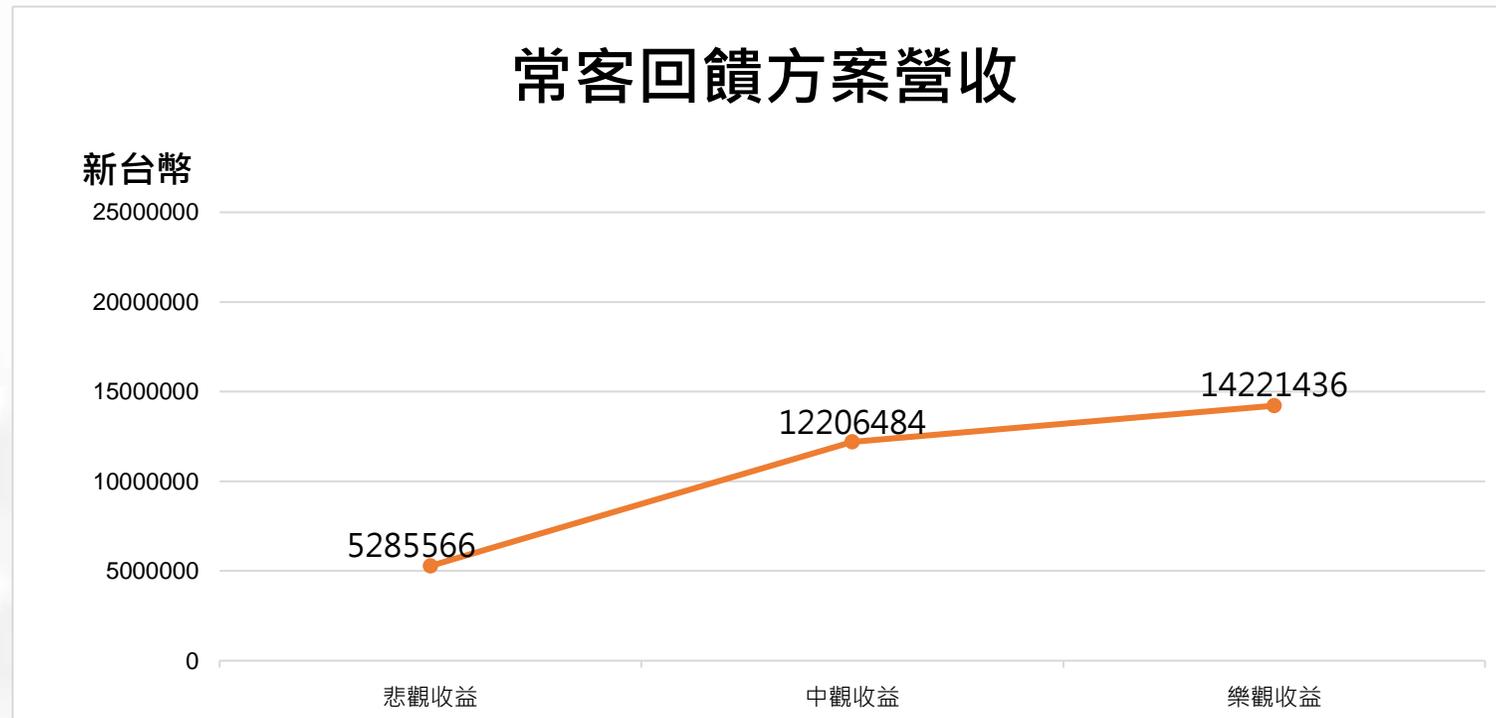
財務評估

- ◆ **百變MeNGo方案**：在悲觀、中觀、樂觀上皆**比現有方案總額高**，收入來源分別來自於既有的公共運輸用戶、高捷通勤月票用戶、既有私人運具用戶。
- ◆ **常客回饋方案**：吸引潛在客群為MeNGo**創造金流**。



財務評估

- ◆ **百變MeNGo方案**：在悲觀、中觀、樂觀上皆**比現有方案總額高**，收入來源分別來自於既有的公共運輸用戶、高捷通勤月票用戶、既有私人運具用戶。
- ◆ **常客回饋方案**：吸引潛在客群為MeNGo**創造金流**。



效益評估



較原先MeN·Go營收增加

934,186 / 7,314,750 / 13,695,314 / 月

(悲觀)

(中觀)

(樂觀)

(單位:新台幣元)



精簡方案不僅協助業者**開源節流**，同時開拓多方潛在顧客，也加強大眾使用公共運輸之忠誠度。

廢除渡輪暢遊套票，提供顧客**客製化的運具選擇服務**，並以**常客優惠方案**吸引公共運輸依賴程度較低之顧客，以達到兩全其美的效果。

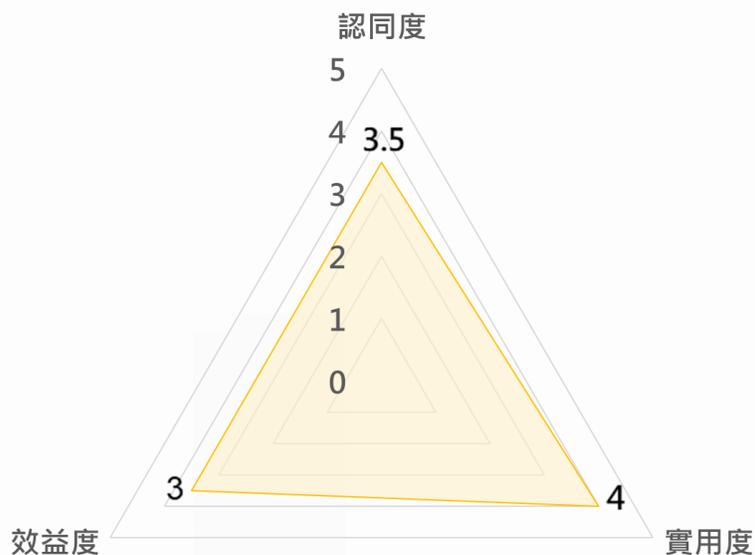
常客回饋創造金流

MaaS示範建置計畫參與者百變MeNGo

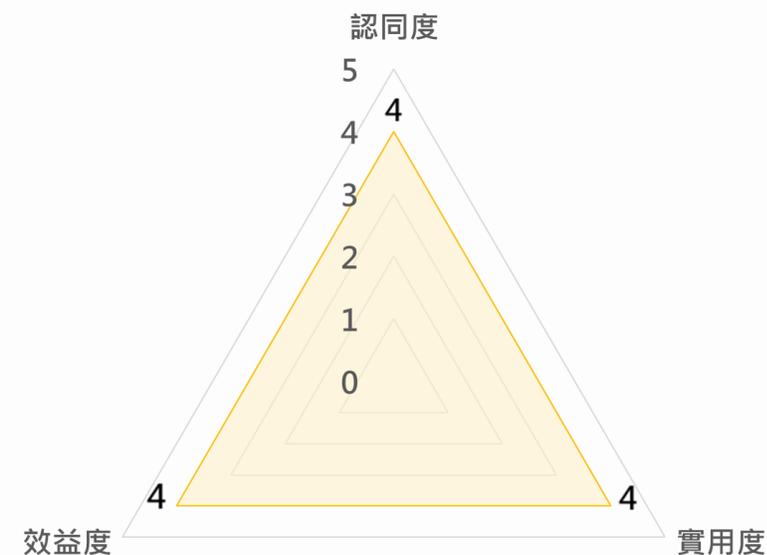
區域劃分



運具組合彈性



公車加價購制度



MeNGo 主管機關百變MeNGo

區域劃分

認同度

5

4

3

2

1

0

3

3

效益度

實用度

運具組合彈性

認同度

5

4

3

2

1

0

4

3

效益度

實用度

公車加價構制度

認同度

5

4

3

2

1

0

4

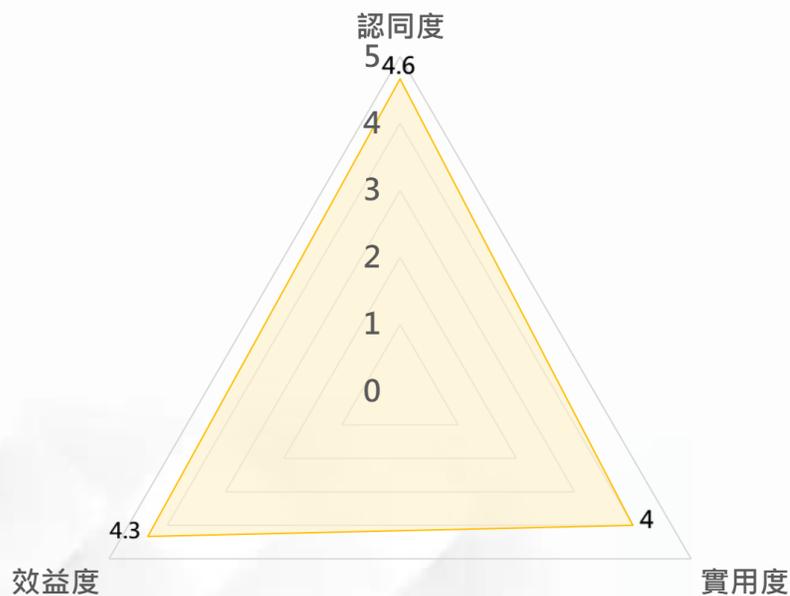
3

效益度

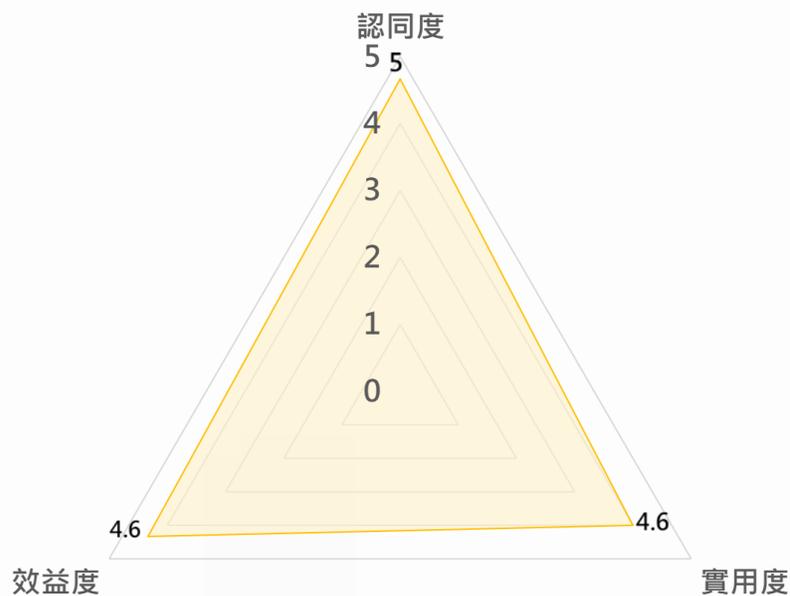
實用度

MeNGo評審委員百變MeNGo

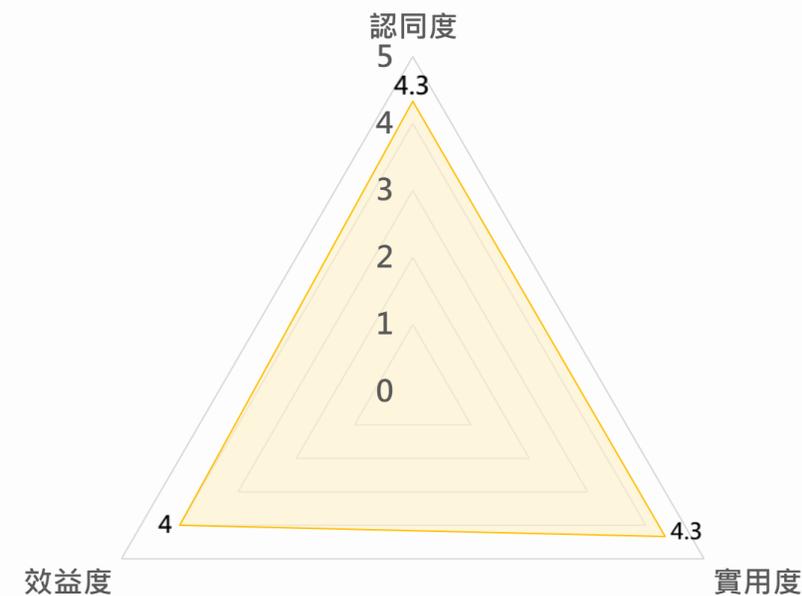
區域劃分



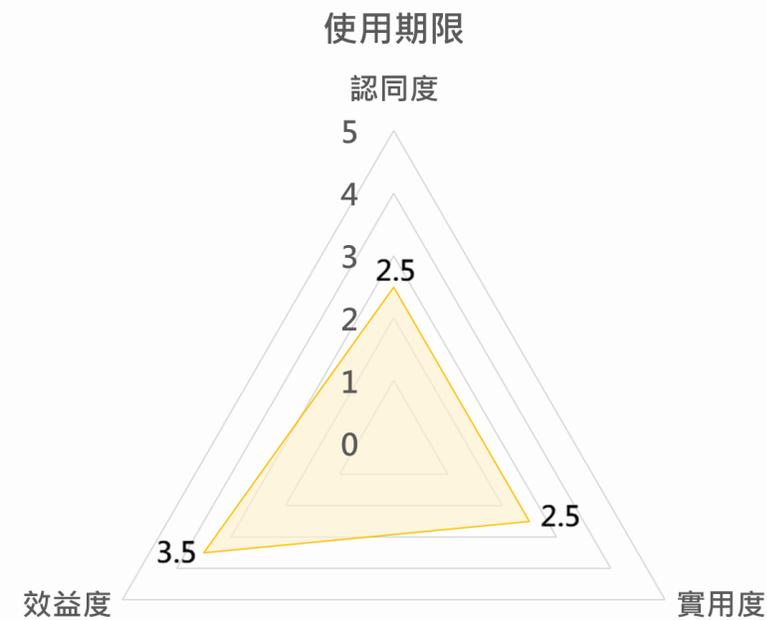
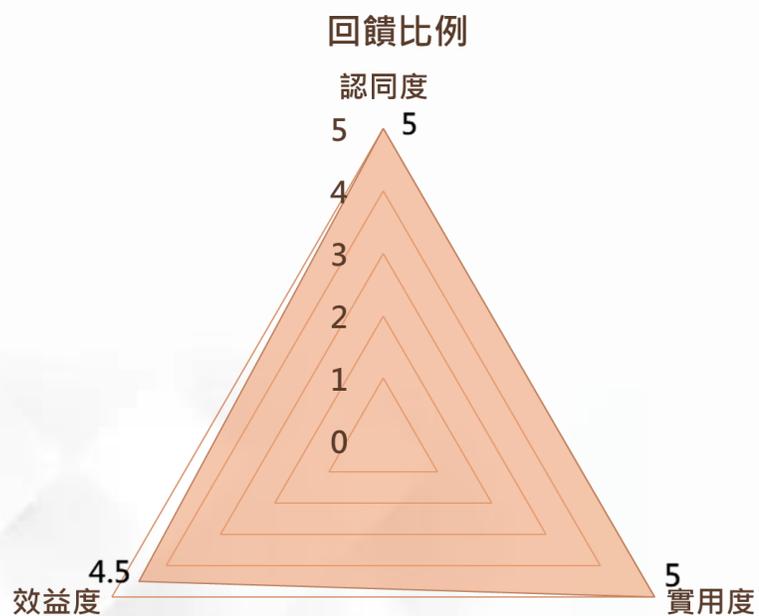
運具組合彈性



公車加價購制度

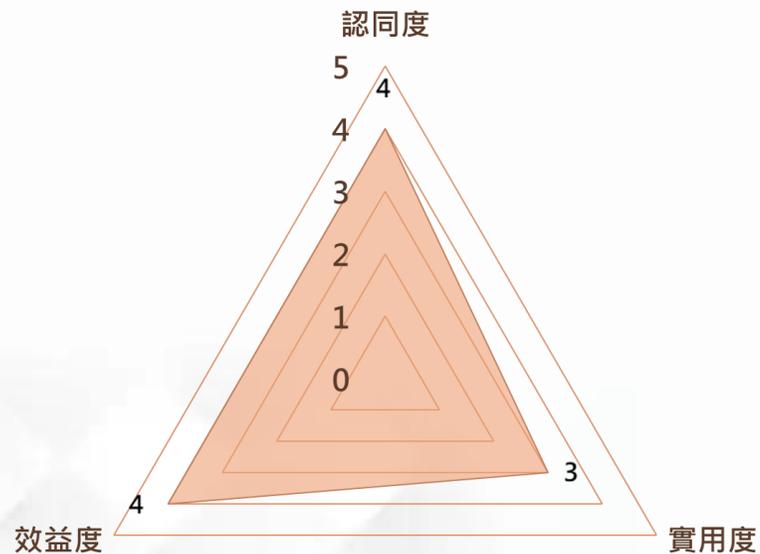


MaaS示範建置計畫參與者儲值金(舊方案)

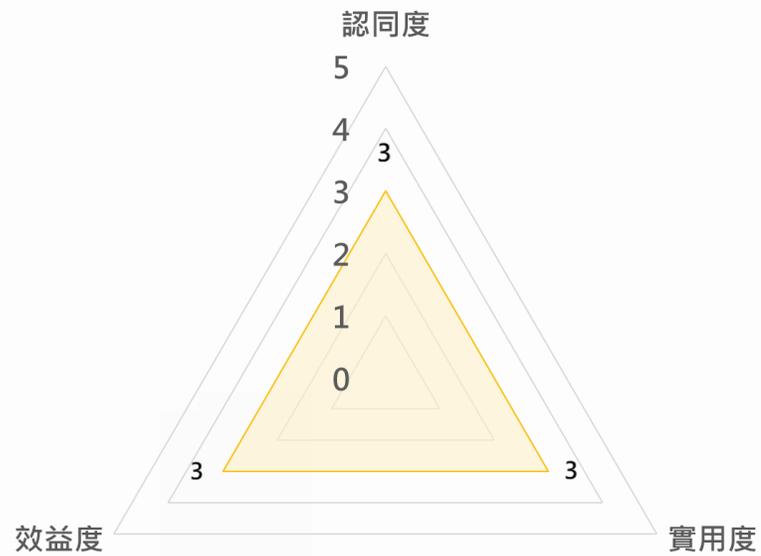


MeNGo 主管機關儲值金(舊方案)

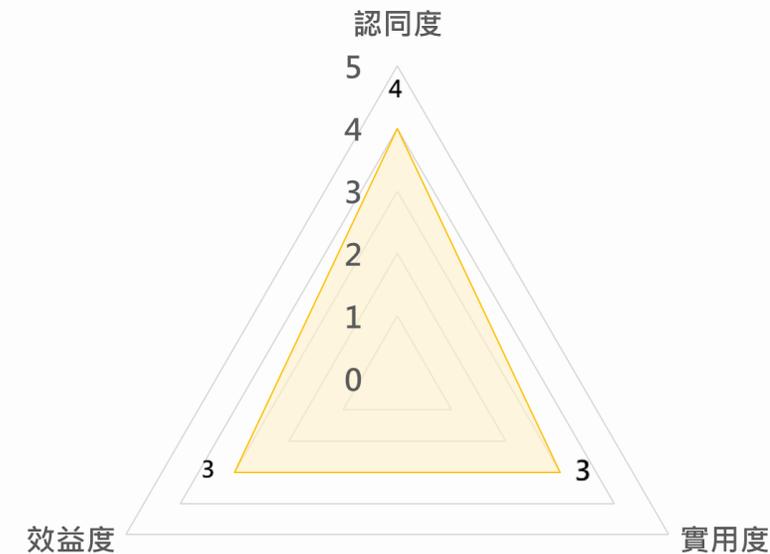
回饋比例



儲值金下限

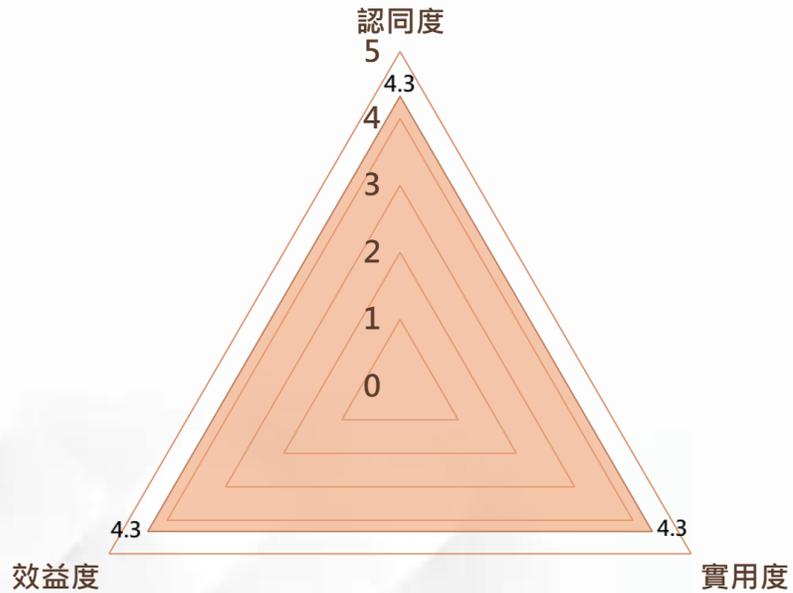


使用期限

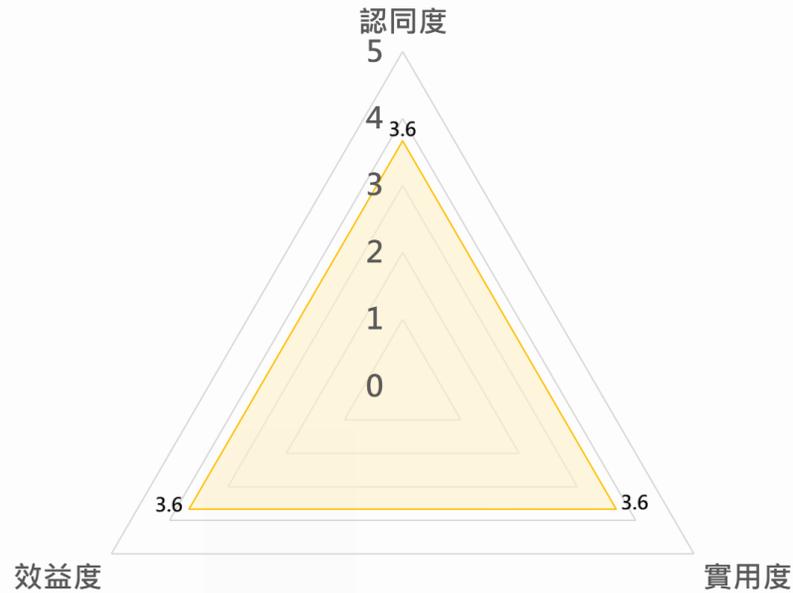


MeNGo評審委員儲值金(舊方案)

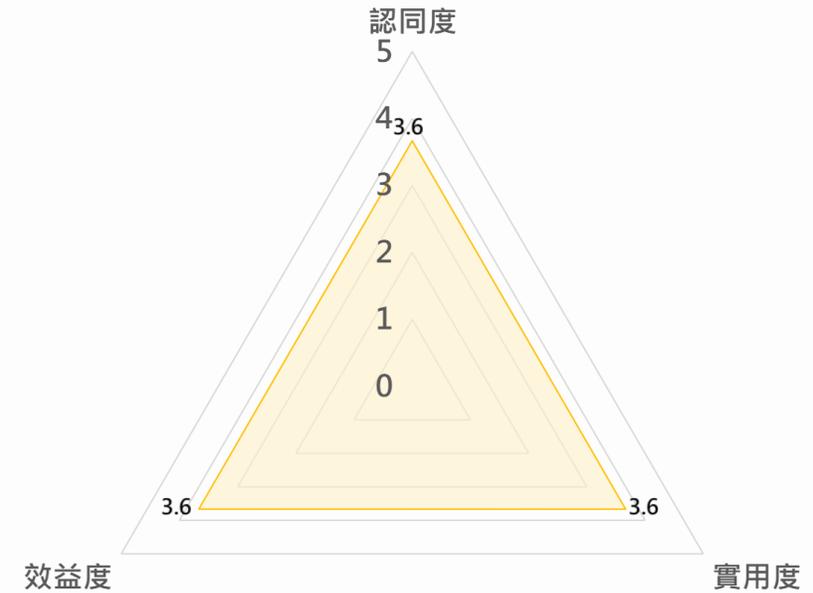
回饋比例



儲值金額下限



使用期限



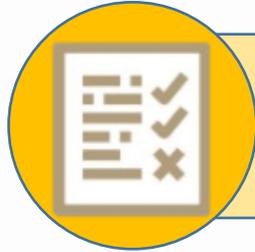
三方權益關係人觀點統整

- ◆三方權益關係人**一致認同簡化票種**的觀點，透過**區域差別計價及運具拆分**使民眾方便選擇切合自身需求的月票。
- ◆權益關係人對於舊方案(儲值金)的**回饋比例較為認同**，但對於儲值下限和使用期限不太認同，訪談討論後，我們參考北捷常客優惠提高回饋比例，推出前述新方案「**常客回饋**」

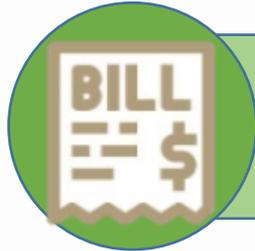
結論



本研究成果四大亮點



票種簡化，選擇簡單又好記



分區計價，計費準確又精簡



運具拆分，客製選擇又省錢



常客回饋，無須綁約又划算

致謝

本研究得以順利完成，仰賴產官學三方運輸前輩先進和指導教授，慷慨提供專業觀點與指導建議，團隊成員致上真誠感謝。

附件

MaaS示範建置計畫參與者 訪談回饋

項目	認同度	實用度	效益度
區域劃分	4.5	4.5	4
運具組合	3.5	4	3.5
公車加價購制度	4	4	4
回饋比例	5	5	4.5
使用期限	2.5	2.5	3.5
儲值金額下限	3	3.5	3

(1)低分  (5)高分

MeNGo 主管機關 訪談回饋

項目	認同度	實用度	效益度
區域劃分	3	3	3
運具組合	4	3	4
公車加價購制度	4	3	4
回饋比例	4	3	4
使用期限	4	3	3
儲值金額下限	3	3	3

(1)低分  (5)高分

MeNGo評審委員 訪談回饋

項目	認同度	實用度	效益度
區域劃分	4.7	4	4.3
運具組合	5.0	4.7	4.7
公車加價購制度	4.3	4.3	4.0
回饋比例	4.3	4.3	4.3
使用期限	3.7	3.7	3.7
儲值金額下限	3.7	3.7	3.7

(1)低分  (5)高分