

112 年度統計專題報告



海上巴士營運分析

專題分析

撰 研 機 關
單 位 : 高雄市輪船股份有限公司

撰 寫 人 : 盧怡雯

職 稱 : 經理

聯 絡 電 話 : (07) 226-2888 分機 601

撰 寫 日 期 : 中華民國 112 年 5 月

目錄

壹、前言	1
貳、背景說明	1
參、海上巴士營運策略.....	3
肆、海上巴士營運成果.....	4
伍、結論	7

表目錄

表 1. 棧旗航線搭乘歷年人次統計	2
表 2. 棧旗航線 111 年下半年每月搭乘人次統計	5
表 3. 海上巴士 112 年 1~4 月每月搭乘人次統計	5
表 4. 海上巴士平、假日平均搭乘人數統計.....	6

圖目錄

圖 1. 棧旗航線及旗鼓航線搭乘人次統計	3
圖 2. 棧旗航線&海上巴士月營收比較	7

海上巴士營運分析

壹、前言

高雄港使用渡輪作為海上交通運輸，係長久以來之高雄獨特的運輸模式，一直以來渡輪都只是以交通為主要服務模式，直至近年海洋政策推廣，高雄港也開始開放走向親水近海，海洋觀光的觀念開始普及，搭乘渡輪開始不只是交通需求，漸漸也開始成為觀光亮點與觀光需求。

民國 107 年，港邊最大的歷史倉庫—棧貳庫完成修復改造，成為高雄港的另一大亮點，市府為帶動周邊觀光人潮，輪船公司配合規劃開闢棧貳庫旗津航線（以下簡稱棧旗航線），期能兼具疏運旗鼓航線大量人潮之功能。

貳、背景說明

棧旗航線自 107 年開航，定位為觀光交通渡輪營運，主要疏運前往旗津或棧貳庫（駁二周圍）之觀光旅運人潮，並期待能夠串聯旗津、棧貳庫、鼓山三點的觀光人潮，使人潮能夠利用渡輪於各景點之間流通；惟營運約五年下來，搭乘人次仍偏少，其面臨營運困難點如下：

- （一）觀光人潮離尖峰明顯：此航線不像旗鼓航線，有大量通勤旅次，觀光人次大多僅出現於假日，即使寒暑假期間，搭乘率仍偏低。

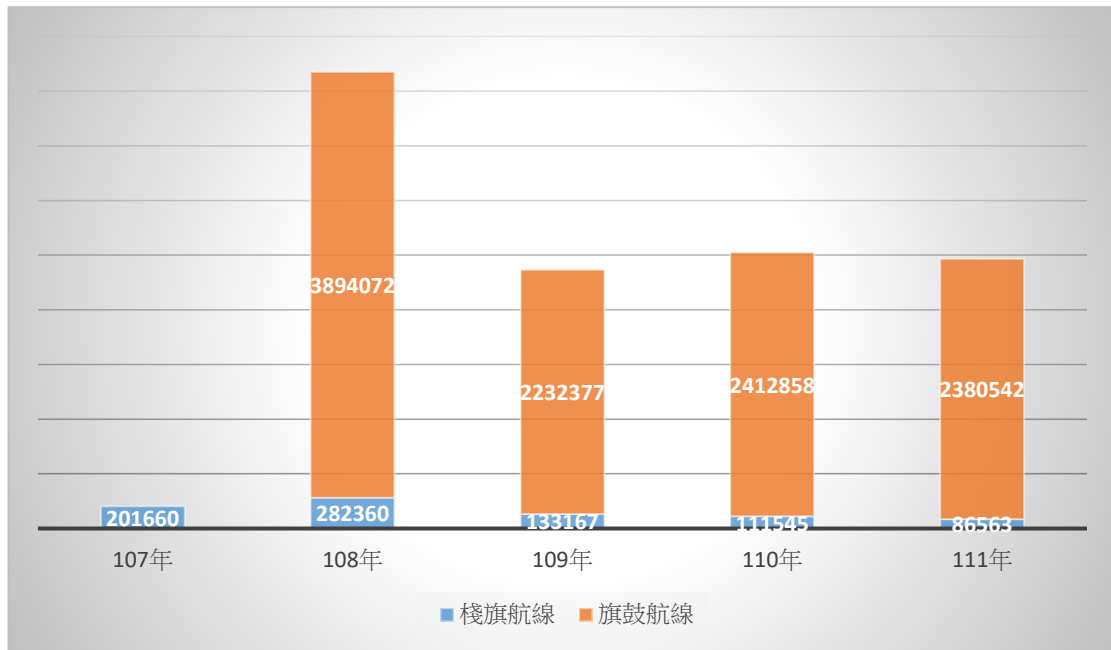
(二) 旗鼓航線磁吸效應：鼓山輪渡站與棧貳庫皆位於西子灣捷運站周圍，步行約 10 分鐘距離內，雖棧貳庫為大型商場且較鄰近捷運站，惟旗鼓航線因班次密集，且能夠搭載機車（棧旗航線無法搭載機車），大眾亦較為熟悉，因此多半仍選搭旗鼓航線前往旗津。

(三) 航線無明顯特色：載運機車為高雄渡輪的特色之一，惟棧貳庫周圍為行人徒步區，故棧旗航線無法載運機車，較無明顯特色。

表 1. 棧旗航線搭乘歷年人次統計

	人次	航次	平均每航次搭乘人次 (僅假日開航)	備註
107 年	201,660	3,763	53.39	六月開航
108 年	282,360	5,765	48.98	
109 年	133,167	4,640	28.70	疫情
110 年	111,545	2,893	38.56	疫情
111 年	86,563	2,720	31.82	疫情

圖 1. 棧旗航線及旗鼓航線搭乘人次統計



參、海上巴士營運策略

為提升棧旗航線之搭乘率，擬定四項營運策略以改善前述所提之營運困難點：

- (一) 以海上巴士營運：為與旗鼓航線有所區隔，將原本點對點停靠之棧旗航線改為多點停靠之海上巴士方式營運，沿途停靠鼓山、棧貳庫、旗津，對乘客來更具新鮮感，且能夠自由選擇下船地點，或是選擇於渡輪上享受更長的航程；據此，「棧旗航線」自 111 年 12 月 24 日起將航線更名為「海上巴士」航線。
- (二) IP 聯名策略：參考航空公司(日本航空寶可夢聯名、長榮航空 hello kitty 聯名等)IP 聯名案例，與 SNOOPY 合作渡輪船身彩繪，以 SNOOPY 亮眼外觀吸引民眾搭乘，並以史努比渡輪

作為稱呼，使其更平易近人，也更容易辨別。

- (三) 增加船上服務附加價值：與經濟部工研院合作研發，採用最新智慧導覽窗屏系統，民眾能夠透過互動型透明顯示器，與高科技定位系統，一覽高雄港古今對照，更深入認識高雄港。
- (四) 營運時間調整：109 年至 111 年上半年因疫情影響，至搭乘率亦相對減少，111 年下半年開始疫情趨緩，觀光旅遊市場開始復甦，高雄港觀光人潮亦開始湧現，據此，為更擴大海上巴士服務規模，營運時間自原假日開航改為一周營運六天，以服務更多旅客。

透過以上三項營運策略，重新將海上巴士票價重新訂價，俾與旗鼓航線做明顯產品區隔，其定價策略有二：

- (一) 段次定價：因海上巴士停靠站目前共兩段(三個停靠點)，故以分段計費模式供乘客可彈性選擇上下船地點，每段次收費 40 元。
- (二) 聯名期間特殊定價：史努比渡輪聯名期間，因考量聯名授權、船體施工費用，故特別擬定聯名期間特別票價，全線單一票價 80 元。

肆、海上巴士營運成果

海上巴士自 111 年 12 月 24 日起開始營運，並結合了史努比 IP、船艙內的智慧窗屏顯示器同步發表，詢問度不斷升溫，因聯名渡輪亮眼外觀加上客艙智慧窗屏，收費訂價亦相對提高，對比棧旗航線之票價，棧貳庫往旗津之全票自 30 元(111 年之票價)調整為 80

元，觀察其搭乘人數不減反增，對公司之收益有明顯增加。

因疫情造成旅遊型態與環境改變，且於 111 年下半年度開始趨緩，旅遊景氣復甦，以下將採 111 年下半年(7~12 月)至 112 年 1~4 月作為前後對照比較區間，由表 2、表 3 可見每月搭乘人數自 7,737 人增加至 15,156 人。

表 2. 棧旗航線 111 年下半年每月搭乘人次統計

	棧旗航線
111 年 7 月	5,531
111 年 8 月	6,184
111 年 9 月	6,092
111 年 10 月	11,329
111 年 11 月	8,208
111 年 12 月	9,077
平均	7,737

表 3. 海上巴士 112 年 1~4 月每月搭乘人次統計

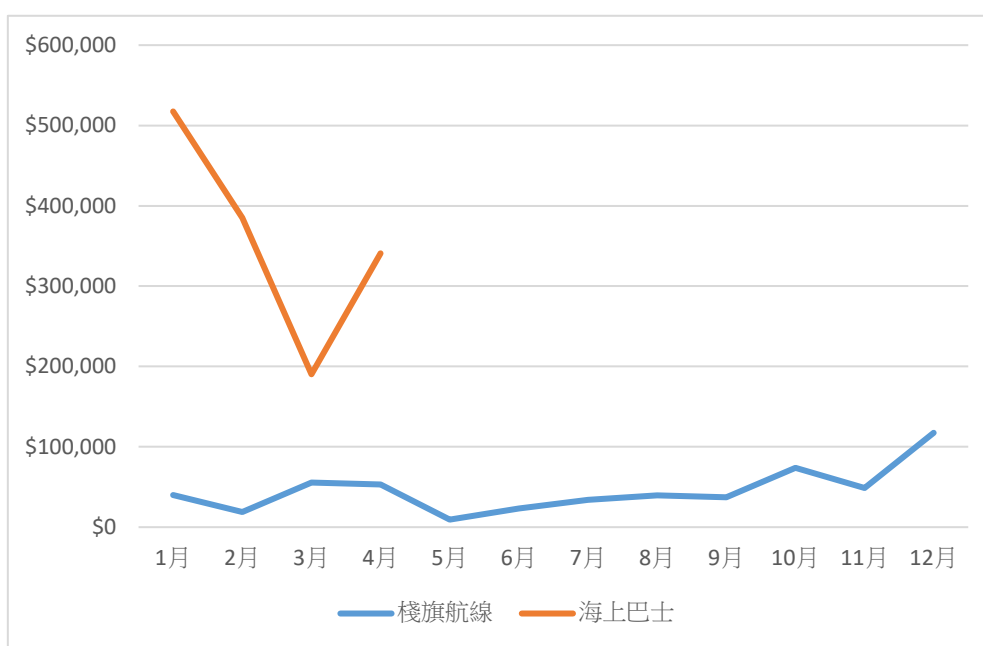
	海上巴士
112 年 1 月	19,879
112 年 2 月	15,790
112 年 3 月	8,316
112 年 4 月	16,637
平均	15,156

因棧旗航線 111 年僅假日開航，其假日平均搭乘人數為每日 31 人(見表 1 人數統計)，112 年海上巴士開始營運之後，大型連續假日(例如過年、二二八或清明連假等四天以上連續假日)皆有 1500 人次以上搭乘，平時假日亦 800 人次以上搭乘，經 112 年 1 至 4 月統計(表 4)，假日期間平均每航平均皆有 78 人搭乘；平日時段平均每航亦有 174 人次左右搭乘，寒假期間的平日甚至高達 400 人次左右搭乘。另亦已吸引旅行社的關注，平均每月有 2-3 航班的包船行程，於社群媒體亦引起民眾分享與關注。

表 4. 海上巴士平、假日平均搭乘人數統計

	假日		平日	
	每日搭乘 人數	每航次平均 搭乘人數	每日搭乘 人數	每航次平均 搭乘人數
112 年 1 月	1097	78	151	19
112 年 2 月	1158	83	256	32
112 年 3 月	861	62	135	17
112 年 4 月	1115	80	153	20

圖 2. 棧旗航線&海上巴士月營收比較



伍、結論

海上巴士營運策略有效提升了搭乘率與民眾關注，引起關注之原因係因 IP 聯名策略之成功，吸引民眾萌起搭乘意願，再加上船上服務品質之提升(多點停靠、智慧窗屏等服務)，使民眾願意接受較高票價搭乘，並持續吸引人潮前往。海上巴士後續亦將配合市府於高雄港灣之建設，爭取經規劃於高雄流行音樂中心或新光碼頭開設新航點，已延伸航點多樣化與豐富性，另亦將加入更多 IP 聯名之渡輪，或以異業結盟模式增加亮點，期能帶給高雄港灣更多觀光亮點，並開創具高雄特色之海上運具。