

2025 年松江区旅游企业服务质量 顾客满意度调研报告

上海市松江区文化和旅游局

2025 年 11 月

摘要

2025 年松江区旅游企业服务质量顾客满意度调研旨在切实维护顾客合法权益，提高松江区旅游企业的整体服务质量，同时加强旅游企业行业监管，有效推动松江区文旅产业健康快速发展。本次调研选择的旅游企业共 35 家，包括饭店 12 家（其中星级宾馆 3 家，大型社会旅馆 5 家，经济型连锁酒店 4 家），景区（点）14 家，旅行社 9 家，基本涵盖松江区的主要旅游及相关企业，具有代表性。

为保障调研结果的公正性和公信力，本次问卷调查、数据分析以及报告撰写由松江区文化和旅游局委托上海嘉玉企业管理服务有限公司文旅产业项目组完成。

饭店和景区（点）服务质量顾客满意度调研采用线下实地问卷调研和线上网络问卷调研相结合的方法，自 2025 年 10 月份起至 11 月 10 日结束，历时近一个月，重点调研工作日和周末（节假日）两个时间段内顾客的满意度。经过剔除“拒访、不符合被访条件、未完成全部题目”等不合格问卷后，最终共采集 1236 份饭店有效数据，其中线上 1015 份、线下 221 份，工作日 1015 份、周末（节假日）221 份。最终共采集 1349 份景区（点）有效数据，其中线上 944 份、线下 405 份，工作日 446 份、周末（节假日）903 份。

旅行社服务质量顾客满意度调研同样采用线下实地问卷和线上网络问卷相结合的方法，考虑到团体旅游时段集中在周末（节假日）时段的特点，未对工作日、周末（节假日）进行分类比较。经过剔除“拒访、不符合被访条件、未完成全部题目”等不合格问卷后，最终共收集 921 份旅行社有效样本，其中线上 711 份、线下 210 份。

本次调研在指标体系方面做到细化。其中，饭店调研指标体系包括 8 个一级指标、15 个二级指标；旅游景区（点）调研指标体系包括 9 个一级指标、22 个二级指标；旅行社调研指标体系包括 8 个一级指标、18 个二级指标。考虑到顾客可能不同时消费所

有调研项目的实际情况，本报告在问卷分析时采用相对得分率的方法处理，即满意度=（顾客消费项实际得分总和÷顾客消费项满分总和）×5，以 1-5 分分别代表不满意、一般、基本满意、满意、非常满意五个级别，并划分改进、良好、优异三个区域，满意度总分为 5 分，并与 2024 年的满意度情况进行比较。

调研结果显示：2025 年松江区被调研的 12 家饭店总体满意度为 4.77，比 2024 年的 4.73 上升 0.04，属于“非常满意”级别、处于“优异区域”。从不同类型的饭店比较来看，经济型连锁酒店服务质量满意度最高（4.82）；大型社会旅馆次之（4.76）；星级饭店服务质量顾客满意度最低（4.68），但总体差异不大，顾客满意度均在 4.60 以上。2025 年被调研顾客中，上海本地顾客比重（47.57%）低于外地顾客，其中，外地顾客中江苏省和浙江省顾客占据较大比例，分别为 16.51%、14.52%，较于 2024 年江苏省和浙江省顾客占比有大幅增长，分别提高了 10.24%、8.71%。

2025 年松江区被调研的 14 家旅游景区（点）总体满意度为 4.63，比 2024 年的 4.55 提高 0.08，属于“非常满意”级别、处于“优异区域”。在被调研的景区（点）中，醉白池公园顾客满意度最高，为 4.90；泗泾古镇顾客满意度最低，为 4.19。在被访顾客中，上海本地顾客比例最大，达到 69.88%，但比 2024 年减少 5.07%，外省市游客比重为 30.12%，比 2024 年增加了 5.07%，在上海本地顾客中，非松江区的顾客比松江本地顾客多了 7.18%，表明松江旅游景区（点）的吸引力不断增强。

2025 年松江区被调研的 9 家旅行社的服务质量总体满意度均值为 4.85，与 2024 年持平，属于“非常满意”级别、处于“优异区域”。在被调研的旅行社中，上海沐名旅行社有限公司和上海九鹿国际旅行社有限公司总体满意度最高，均为 4.92；上海盛宴国际旅行社有限公司总体满意度最低，为 4.70。被调研顾客主要来自上海本地，占比 54.16%；来自江苏，占比 13.77%；来自湖北，占比 10.89%；来自浙江，占比 6.63%；来

自安徽，占比 6.26%，还有来自国内其他省市和国外的游客，表明松江旅行社接待外团增多。

松江区主要旅游企业服务质量顾客满意度与上海市其他区县旅游企业相比处于较好水平。89.17%的被访顾客认为松江区饭店服务质量好于上海市其他区县饭店；超九成的被访顾客认为松江区景区（点）服务质量好于上海市其他区县景区（点）；通过旅行社方式前往松江区旅游的顾客对松江区整体文旅情况满意度极高，NPS 净推荐值达 97.75%，有 95.66%的顾客愿意推荐亲友前往松江区旅游。

经过调研，饭店、景区（点）、旅行社在服务质量顾客满意度工作方面还存在部分问题，因而提出了相关对策和建议。对于饭店部分，共提出以下五点建议：1、推动设施系统升级，夯实品质硬基础；2、深化服务人文内涵，创造体验软价值；3、优化运营管理模式，保障服务高弹性；4、构建亲子度假生态，实现家庭客群深耕；5、布局主动营销网络，塑造口碑强磁场。

对于景区（点）部分，共提出以下四点建议：1、完善景区设施，提升旅游品质；2、创新活动策划，塑造独特竞争力；3、提升讲解质量，增强文化感知；4、强化智慧旅游，升级消费体验。

对于旅行社部分，共提出以下四点建议：1、聚焦核心痛点，优化产品与服务标准；2、强化队伍建设，筑牢服务质量根基；3、健全管理机制，提升运营效率与可靠性；4、创新体验与触达，增强客户粘性。

目 录

第一部分：饭店分报告.....	5
一、概况.....	5
（一）项目背景.....	5
（二）调研方式及样本.....	5
（三）调研指标体系及等级标准.....	6
（四）调研样本情况.....	8
二、饭店顾客满意度调研报告.....	8
（一）总体结果概述.....	8
（二）具体指标分析.....	10
（三）饭店分类分析.....	18
（四）饭店被调研顾客基本情况分析.....	24
三、调研结论与对策建议.....	27
（一）调研结论.....	27
（二）对策建议.....	28
附件一：松江区宾（旅）馆服务质量顾客满意度调查问卷.....	33
第二部分：景区（点）分报告.....	37
一、概况.....	37
（一）项目背景.....	37
（二）调研方式及样本.....	37
（三）调研指标体系及等级标准.....	38
（四）调研样本情况.....	40
二、景区（点）顾客满意度调查报告.....	41
（一）总体结果概述.....	41
（二）具体指标分析.....	42
（三）景区（点）分类分析.....	51
（四）景区（点）被调研游客基本情况分析.....	55
三、调研结论与对策建议.....	57
（一）调研结论.....	57
（二）对策建议.....	58
附件二：松江区旅游景区（点）服务质量顾客满意度调查问卷.....	62
第三部分：旅行社分报告.....	65
一、概况.....	65
（一）调研背景.....	65
（二）调研方式及样本.....	65
（三）调研指标体系及等级标准.....	66
二、旅行社顾客满意度调研报告.....	68
（一）总体结果概述.....	68
（二）具体指标分析.....	70
（三）旅行社被调研顾客基本情况分析.....	75
三、调研结论与对策建议.....	78
（一）调研结论.....	78
（二）对策建议.....	79
附件三：松江区旅行社服务质量顾客满意度调研问卷.....	83

第一部分：饭店分报告

一、概况

（一）项目背景

1、调研目的

本次调研在于全面深入了解顾客对松江区饭店在多个维度上的顾客服务质量满意度现状，并提出具有针对性的提升满意度对策建议，旨在切实维护顾客合法权益，提高松江区饭店的整体服务质量水平；同时加强饭店行业监管，有效推动松江区文旅产业健康快速发展。

2、调研饭店

本次调研针对松江区 12 家主要饭店（宾馆、酒店、旅馆）展开。调研的饭店中，星级宾馆 3 家：松江开元名都大酒店、新晖大酒店、绿地柏骊酒店；大型社会旅馆 5 家：富悦酒店、凯悦酒店、广富林大酒店、茂御臻品酒店、世茂洲际酒店；经济型连锁酒店 4 家：花惜美拾酒店、假日酒店（中山路店）、全季酒店（乐都路店）、全季酒店（佘山店）。

3、调研实施单位

为保障调研结果的公正性和公信力，本次问卷调查、数据分析以及报告撰写由松江区文化和旅游局委托上海嘉玉企业管理服务有限公司文旅产业项目组完成。

（二）调研方式及样本

1、调研方式

本次调研采用线下实地问卷和线上网络问卷相结合的调研方法。自 2025 年 10 月起至 2025 年 11 月 10 日结束，历时近一个月，重点调研二个时间段内顾客对松江区主要旅游饭店的服务质量的满意度：第一个时间段是工作日，即调研期间内非周末（节假

日）、非黄金周的时间段；第二个时间段是周末（节假日）。

2、调研样本

经过剔除“拒访、不符合被访条件、未完成全部题目”等不合格问卷后，共计收集 1236 份有效问卷。其中，线上方式共采集 1015 份样本，线下方式共采集 221 份样本，具体各饭店收集样本数量如表 1 所示：

表 1 松江区饭店有效问卷收集情况

饭店名称	总计	时间段	
		工作日	周末（节假日）
开元名都大酒店	101	93	8
新晖酒店	94	55	39
富悦酒店	105	85	20
凯悦酒店	141	137	4
花惜美拾酒店	101	68	33
全季酒店（乐都路店）	94	68	26
全季酒店（佘山店，原大众国际）	99	86	13
广富林大酒店	102	47	55
假日酒店（中山路店）	98	90	8
茂御臻品大酒店	99	91	8
绿地柏骊酒店	100	95	5
世茂洲际酒店（即深坑酒店）	102	100	2
总计	1236	1015	221

（三）调研指标体系及等级标准

1、指标体系

松江区饭店服务质量顾客满意度调研指标体系包括 8 个一级指标，分别是“员工素养”“预订服务质量”“前厅服务质量”“客房服务质量”“餐饮服务质量”“会议宴会服务质量”“娱乐休闲设施服务质量”“顾客意见处理质量”，每项一级指标下分为 1-3 个二级指标，总计 15 个二级指标，如表 2 所示：

表 2 松江区饭店服务质量顾客满意度调研指标体系

一级指标		二级指标	
1	员工素养	1.1	员工仪容仪表、服务态度、业务能力
2	预订服务质量	2.1	电话预订服务质量（应答及时性、业务熟练程度）
		2.2	网络预订服务质量（界面友好程度、便客程度）
3	前厅服务质量	3.1	入住登记与退房服务质量（态度、效率与准确性）
		3.2	行李服务质量（态度、便客程度）
		3.3	问询服务质量（态度、饭店产品与周边环境熟悉程度）
4	客房服务质量	4.1	整理客房服务质量（整洁程度、及时性）
		4.2	客房设施设备完备程度、功能易用性、安全性
5	餐饮服务质量	5.1	自助早餐服务质量（餐饮补充及时性、温度、质量）
		5.2	正餐服务质量（酒店及菜品熟悉程度、上菜及酒水操作规范性、餐饮产品质量）
		5.3	餐饮区域设施设备完备程度、功能易用性、清洁卫生程度
6	会议、宴会服务质量	6.1	会议、宴会服务质量（方案合理性、标识清晰程度、设施设备完备程度与功能易用性、续水与清洁及时性）
7	娱乐休闲设施服务质量	7.1	设施的完备程度、功能易用性
		7.2	服务人员的服务态度、专业能力
8	顾客意见处理质量	8.1	投诉处理及时性、重视宾客反馈程度
9	您对饭店服务质量的其他意见或建议		

2、满意度等级标准

考虑到顾客可能不消费饭店某些产品或服务的实际情况，本报告在问卷分析时采用相对得分率的方法处理，即满意度=（顾客消费项实际得分总和÷顾客消费项满分总和）×5，满意度分为五个级别。为了更直观地描述不同饭店服务质量顾客满意度的差距，本调研报告采用表 3 所示的满意度等级判定标准。

表 3 顾客满意度等级划分

	满意度级别	满意度得分
优异区域	非常满意	4.50-5.00
良好区域	满意	4.00-4.50
改进区域	基本满意	3.50-4.00
	一般	3.00-3.50
	不满意	3.00 以下

（四）调研样本情况

数据显示，2025 年来松江区消费饭店产品与服务的被访顾客中，上海本地顾客比例略低于外省市顾客，为 47.57%，比 2024 年下降了 1.42%，其中松江区顾客占比 32.77%，上海市非松江区顾客占比 14.81%，均与 2024 年的占比情况相当；外省市顾客的比例为 49.43%，其中，江苏省和浙江省顾客占据较大比例，分别达到 16.51%、14.52%，较于 2024 年江苏省和浙江省顾客占比有大幅增长，分别提高了 10.24%、8.71%（图 1）

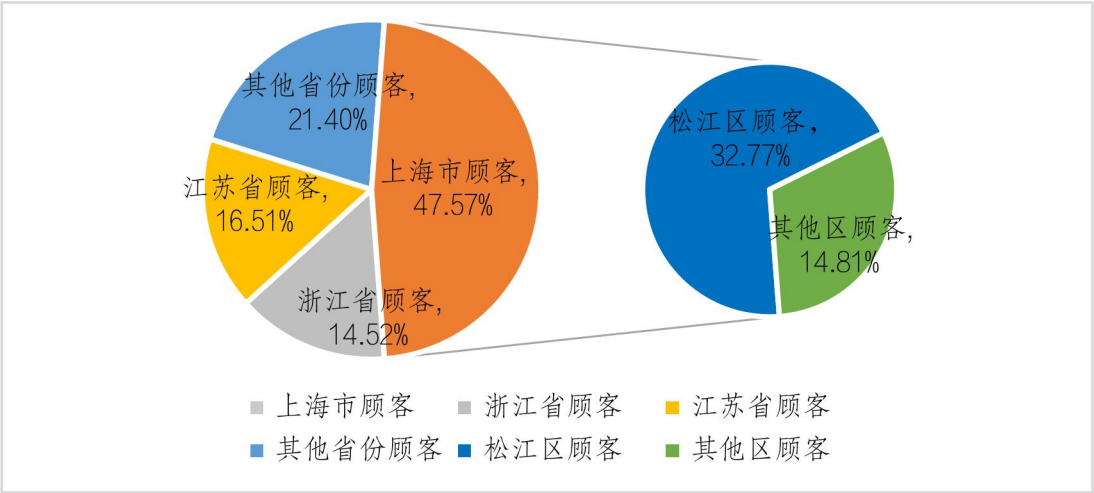


图 1 松江区主要饭店被访顾客居住地比例

二、饭店顾客满意度调研报告

（一）总体结果概述

2025 年被调研的 12 家饭店总体满意度为 4.77，比 2024 年上升 0.04。根据表 3

所示的等级划分标准，被调研的饭店总体属于“非常满意”级别、均处于“优异区域”。

不同类型的饭店比较来看，经济型连锁酒店服务质量满意度最高，达到 4.82，较 2024 年提高了 0.02；大型社会旅馆次之，达到 4.76，较 2024 年提高了 0.05；星级饭店服务质量顾客满意度最低，为 4.68，较 2024 年下降了 0.02。虽然经济型连锁酒店与大型社会旅馆的服务质量顾客满意度均在稳步提升，但由于星级饭店服务质量顾客满意度降至 4.70 以下，

总体差异较 2024 年小幅波动。

与 2024 年相比较，本次调研的松江区主要饭店服务质量总体满意度基本持平，总体成绩由 4.73 提升至 4.77。其中，经济型连锁酒店和大型社会旅馆，有小幅提升，而星级酒店小幅下降，下降了 0.02，但满意度级别都仍处于“非常满意”，所属区域为“优异区域”（图 2）。

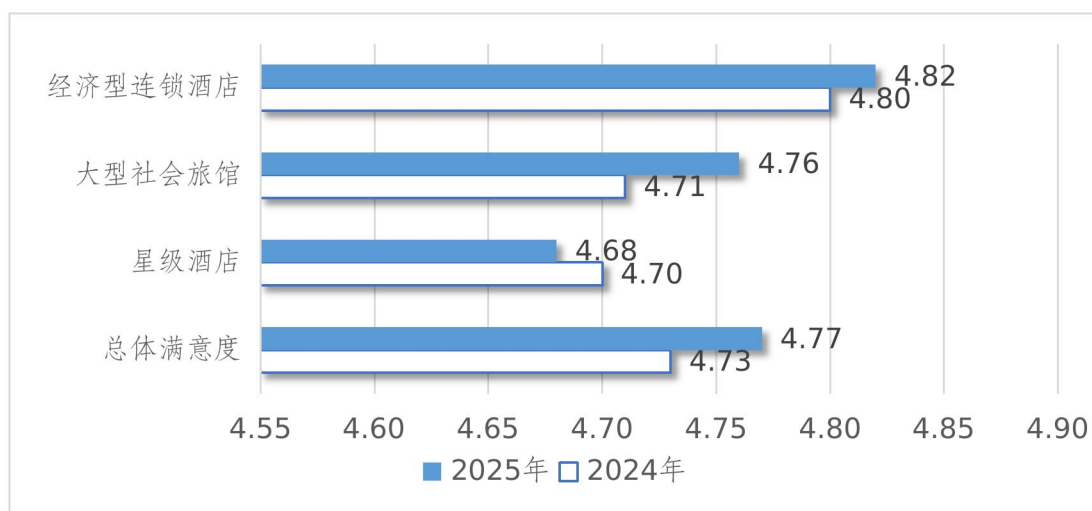


图 2 松江区主要饭店服务质量顾客满意度调研总体结果

2025 年松江区被调研的 12 个饭店问卷数据显示，八个一级指标的顾客满意度均为“非常满意”级别、均处于“优异区域”；其中，顾客意见处理质量的满意度最高，为 4.79，表明宾馆处理顾客反馈问题的综合质量能力得到提升；会议、宴会服务质量和预订服务质量的顾客满意度最低，为 4.75；但总的来说各项一级指标的顾客满意度差异不

大，分布在 4.75-4.80 之间，居于较高水平。

与 2024 年相比较，八个一级指标的满意度均有小幅提升，满意度级别为“非常满意”，所属区域为“优异区域”，整体服务质量顾客满意度各维度保持在最高级别。其中，娱乐休闲设施服务质量提升最为显著，共提升 0.06，前厅服务质量提升幅度偏低，仅提升 0.01。但总的来说各项一级指标顾客满意度逐步提升，提升幅度平均达 0.04 左右（图 3）。

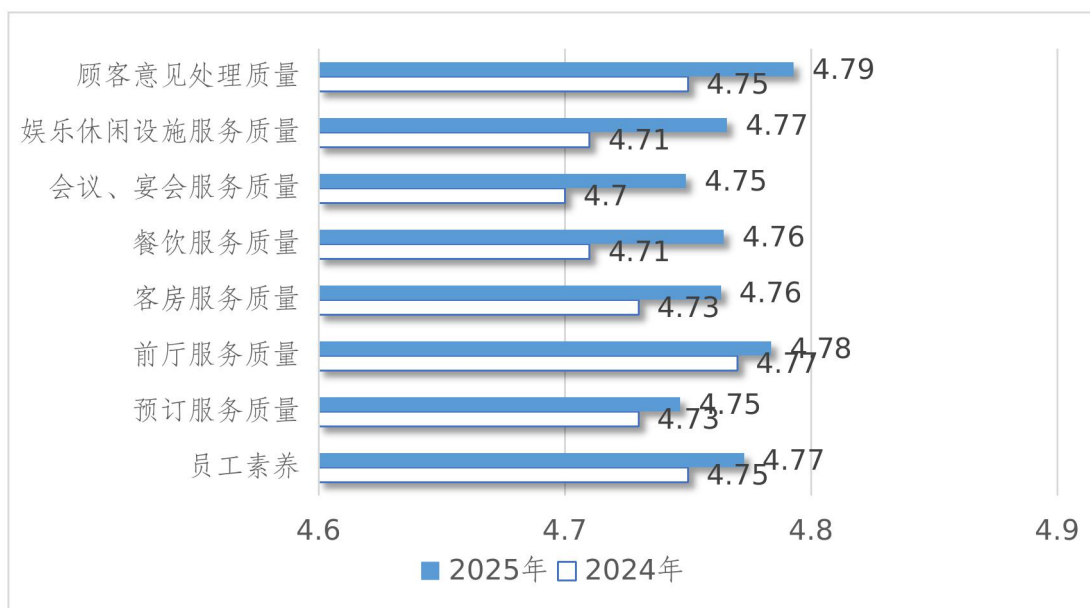


图 3 松江区主要饭店服务质量顾客满意度一级指标调研结果比较

（二）具体指标分析

1、员工素养顾客满意度

2025 年松江区被调研饭店的员工素养顾客满意度均值为 4.77，其中，周末（节假日）时段顾客满意度最高，为 4.83；工作日时段次之，为 4.76。两个时段的顾客满意度水平差异较小，均在 4.75 以上，属于“非常满意”级别，处于“优异区域”。

相比 2024 年，2025 年松江区被调研饭店的员工素养顾客满意度在两个时段均高于 2024 年水平，且有小幅提升。其中，周末（节假日）时段提升最为显著，增长 0.09；工作日时段提升幅度相对较小，增长 0.02（图 4）。

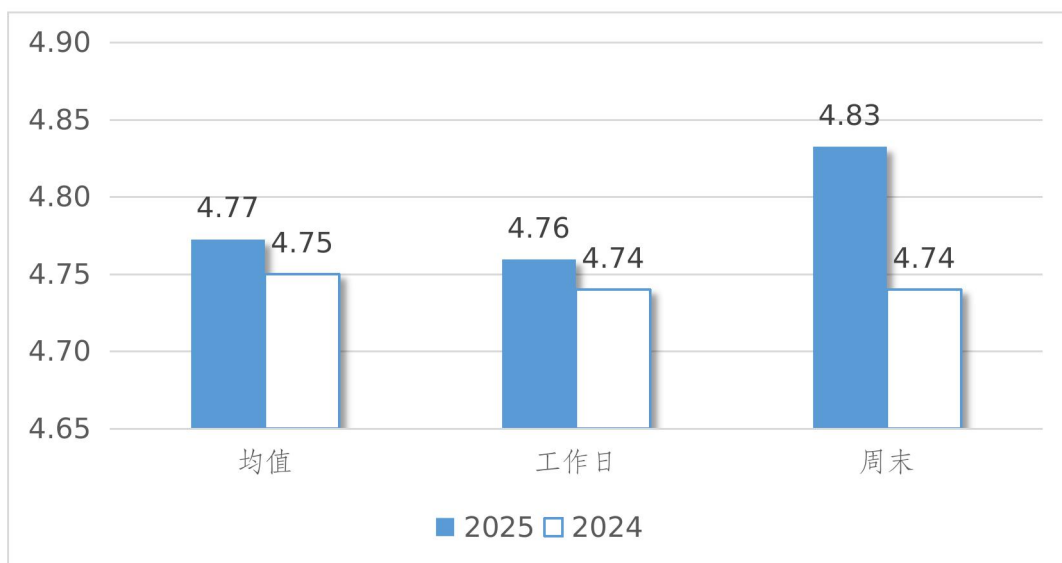


图 4 松江区主要饭店员工素养顾客满意度三个时段调研结果

2、预订服务质量顾客满意度

预订服务质量包括“电话预订服务质量”与“网络预订服务质量”两个二级指标。

数据显示，2025 年松江区被调研饭店预订服务质量二级指标的顾客满意度均值均属于“非常满意”级别、处于“优异区域”。从不同时段而言，工作日时段的电话预订服务质量与网络预订服务质量的顾客满意度均高于周末（节假日）时段。

与 2024 年相比，2025 年电话预订服务质量的顾客满意度在均值、工作日时段两个维度均高于 2024 年水平，提升了 0.01，而周末（节假日）时段与 2024 年得分相同；网络预订服务质量的顾客满意度在均值、工作日时段两个维度上得分高于 2024 年，其中，工作日时段提升最为明显，达到 0.03；周末（节假日）时段则与 2024 年得分相同。此外，电话预订服务质量与网络预订服务质量均有小幅提升，满意度级别维持“非常满意”，所属区域保持“优异区域”（图 5）。

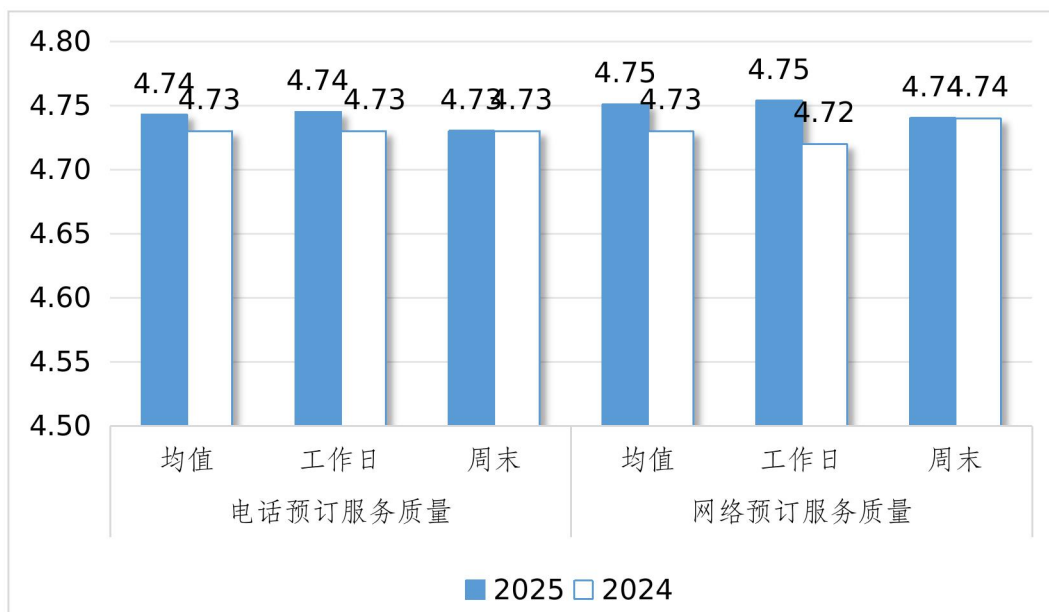


图 5 松江区主要饭店预订服务质量顾客满意度三个时段调研结果

3、前厅服务质量顾客满意度

前厅服务质量包括“入住登记与退房服务质量”“行李服务质量”“问询服务质量”三个二级指标。数据显示，2025 年行李服务质量的顾客满意度最高，为 4.79；入住登记与退房服务质量和问询服务质量次之，均为 4.78。三个二级指标中，入住登记与退房服务质量在周末（节假日）时段得分最高，为 4.79；工作日时段次之，为 4.78。行李服务质量在工作日时段得分最高，为 4.79；周末（节假日）时段次之，为 4.77。问询服务质量在工作日时段得分最高，为 4.78；周末（节假日）时段次之，为 4.76。总的来说，前厅服务质量的所有二级指标在不同时段的得分均达到“非常满意”级别，所处区域均为“优异区域”。

与 2024 年相比较，2025 年松江区被调研饭店的入住登记与退房服务质量的顾客满意度在均值、工作日时段、周末（节假日）时段全部高于 2024 年水平，其中，周末（节假日）时段提升最为明显，达到 0.04；工作日时段提升 0.01。行李服务质量的顾客满意度在均值、工作日时段、周末（节假日）时段得分也全部高于 2024 年，其中，

工作日时段提升最为明显，达到 **0.02**；周末（节假日）时段无提升。问询服务质量的顾客满意度同样在均值、工作日时段、周末（节假日）时段得分全部高于 2024 年，其中，工作日时段提升最为明显，达到 **0.02**；周末（节假日）时段提升 **0.01**。三个二级指标的满意度级别维持“非常满意”，所属区域保持“优异区域”（图 6）。

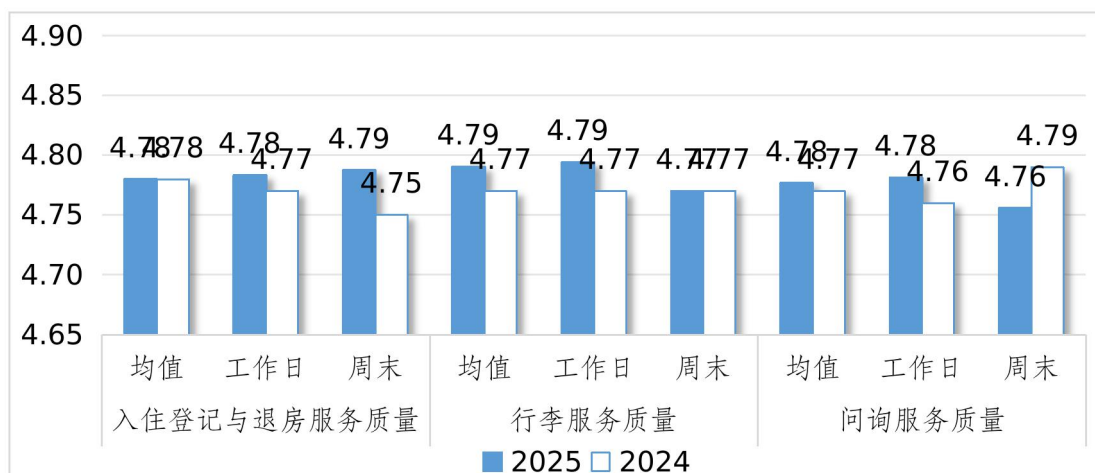


图 6 松江区主要饭店前厅服务质量顾客满意度三个时段调研结果

4、客房服务质量顾客满意度

客房服务质量包括“整理客房服务质量”和“客房设施设备完备程度、功能易用性、安全性”两个二级指标。数据显示，2025 年松江区被调研饭店整理客房服务质量平均顾客满意度略高于客房设施设备服务质量顾客满意度。整理客房服务质量的顾客满意度在周末（节假日）时段得分最高，为 **4.78**；工作日时段次之，为 **4.77**。客房设施设备服务质量的顾客满意度在工作日和周末（节假日）时段得分一致，均为 **4.76**。总的来说，客房服务质量的所有二级指标在不同时段的得分均达到“非常满意”级别，所处区域均为“优异区域”。

相比 2024 年，2025 年松江区被调研饭店整理客房服务质量的顾客满意度在均值、工作日时段、周末（节假日）时段全部高于 2024 年水平，其中，周末（节假日）时段提升最为明显，达到 **0.06**；工作日时段提升 **0.04**。客房设施设备服务质量的顾客满意

度在均值、工作日时段、周末（节假日）时段得分也全部高于 2024 年，其中，工作日和周末（节假日）时段提升幅度相同，均为 0.03。两个二级指标的满意度级别维持“非常满意”，所属区域保持“优异区域”（图 7）。

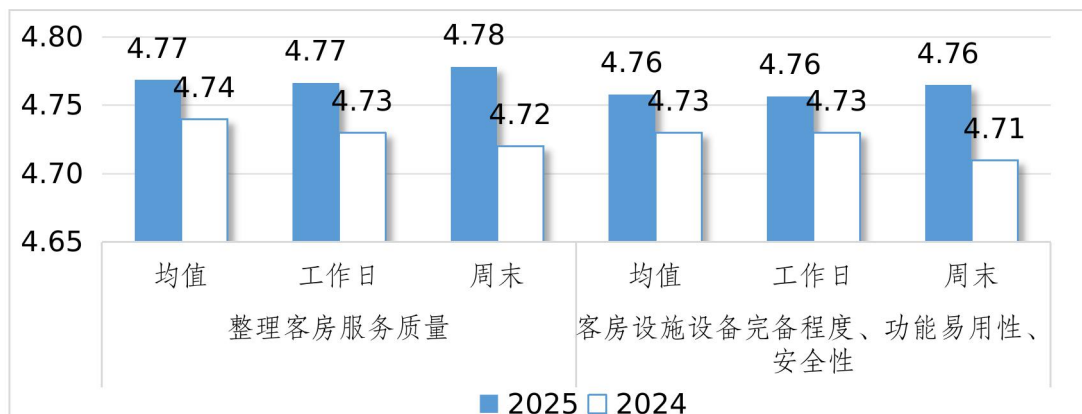


图 7 松江区主要饭店客房服务质量顾客满意度三个时段调研结果

5、餐饮服务质量顾客满意度

餐饮服务质量包括“自助早餐服务质量”“正餐服务质量”和“餐饮区域设施设备完备程度、功能易用性、清洁卫生程度”三个二级指标。数据显示，2025 年松江区被调研饭店餐饮区域设施设备服务质量的顾客满意度最高 4.77，自助早餐服务质量和正餐服务质量次之，均为 4.76。三个二级指标中，自助早餐服务质量在周末（节假日）时段得分最高，为 4.79；工作日时段次之，为 4.76。正餐服务质量在工作日和周末（节假日）时段得分一致，均为 4.76。餐饮区域设施设备服务质量在周末（节假日）时段得分最高，为 4.79；工作日时段次之，为 4.77。总的来说，餐饮服务质量的二级指标在不同时段的得分均达到“非常满意”级别，所处区域均为“优异区域”。

与 2024 年相比较，2025 年松江区被调研饭店三个二级指标的顾客满意度在均值、工作日时段、周末（节假日）时段全部高于 2024 年水平。其中，自助早餐服务质量周末（节假日）时段提升最为明显，达到 0.06；工作日时段提升 0.05。正餐服务质量周末（节假日）时段提升最为明显，达到 0.08；工作日时段提升 0.05。餐饮区域设施设

备服务质量周末（节假日）时段提升最为明显，达到 0.07；工作日时段提升 0.05。各项二级指标的满意度级别维持“非常满意”，所属区域保持“优异区域”（图 8）。

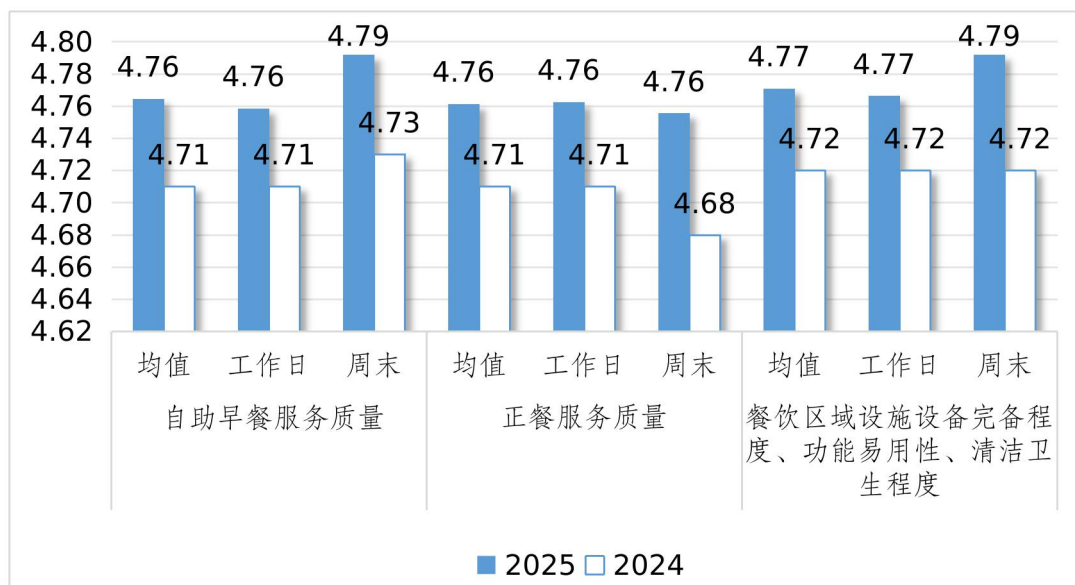


图 8 松江区主要饭店餐饮服务质量顾客满意度三个时段调研结果

6、会议、宴会服务质量顾客满意度

2025 年松江区被调研饭店的会议、宴会服务质量顾客满意度均值为 4.75，其中，周末（节假日）时段顾客满意度最高，为 4.76；工作日时段次之，为 4.75。两个时段的顾客满意度水平差异较小，均在 4.75 以上，属于“非常满意”级别，处于“优异区域”。

相比 2024 年，2025 年松江区被调研饭店的会议、宴会服务质量顾客满意度在两个时段均高于 2024 年水平，且有小幅提升。其中，周末（节假日）时段提升最为显著，增长 0.07；工作日时段提升幅度相对较小，增长 0.05。满意度级别维持“非常满意”，所属区域保持“优异区域”（图 9）。

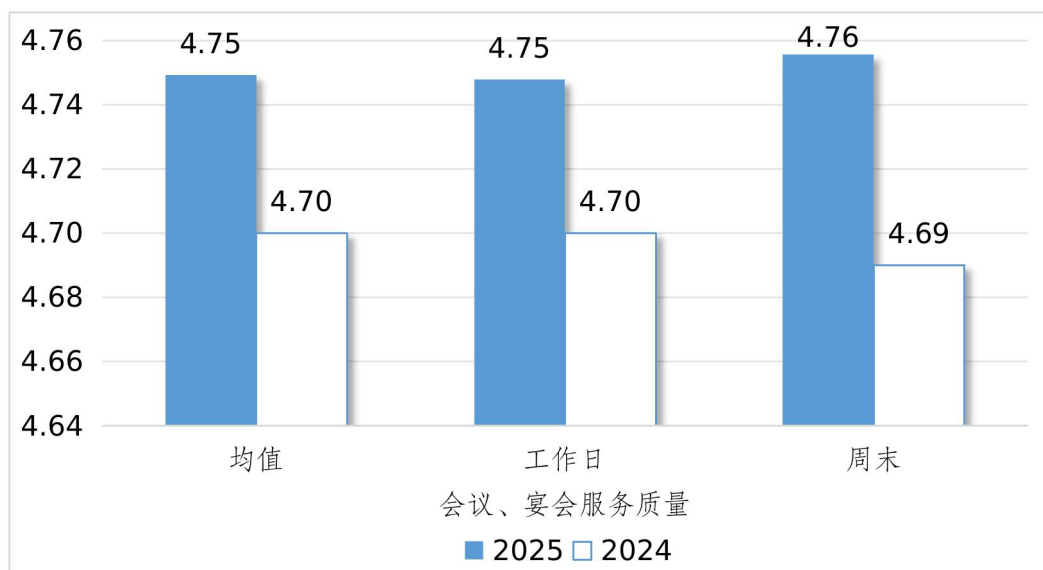


图 9 松江区主要饭店会议、宴会服务质量顾客满意度三个时段调研结果

7、娱乐休闲设施服务质量顾客满意度

娱乐休闲设施服务质量包括“设备的完备程度、功能易用性”和“服务人员的服务态度、专业能力”两个二级指标。数据显示，2025 年松江区被调研饭店服务人员的服务态度、专业能力服务质量平均顾客满意度高于设备的完备程度、功能易用性服务质量顾客满意度。设备的完备程度、功能易用性服务质量在工作日时段得分最高，为 4.76；周末（节假日）时段次之，为 4.74。服务人员的服务态度、专业能力的顾客满意度在工作日时段得分最高，为 4.78；周末（节假日）时段次之，为 4.74。总的来说，娱乐休闲设施服务质量的所有二级指标在不同时段的得分均达到“非常满意”级别，所处区域均为“优异区域”。

相比 2024 年，2025 年松江区被调研饭店设备的完备程度、功能易用性服务质量的顾客满意度在均值、工作日时段、周末（节假日）时段全部高于 2024 年水平，其中，工作日时段提升较大，上涨 0.09，而周末（节假日）时段提升 0.08。服务人员的服务态度、专业能力服务质量的顾客满意度在均值、工作日时段、周末（节假日）时段得分也全部高于 2024 年，其中，工作日时段提升最为明显，达到 0.07；周末（节假日）时

段无提升。两个二级指标的满意度级别维持“非常满意”，所属区域保持“优异区域”（图 10）。

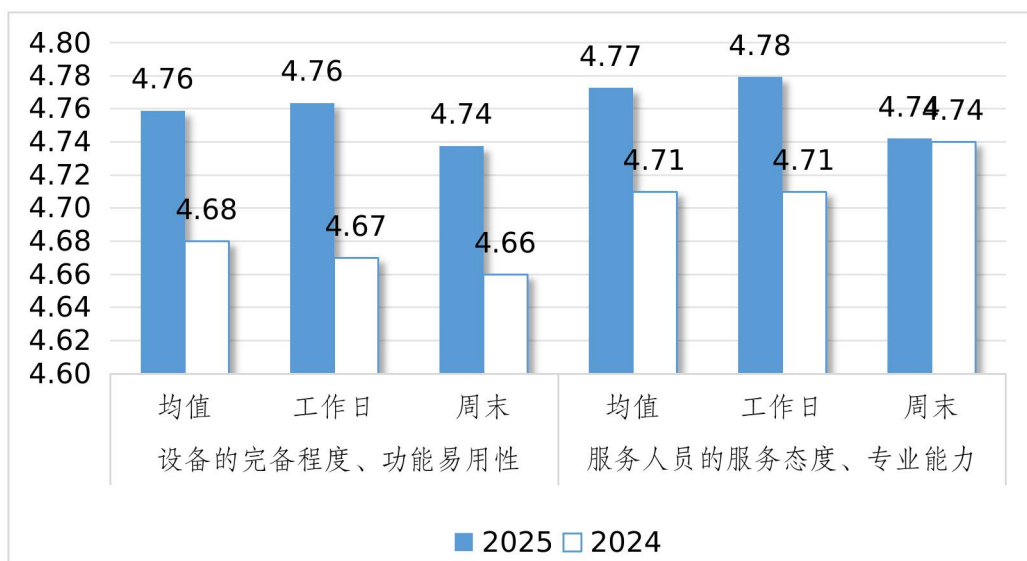


图 10 松江区主要饭店娱乐休闲设施服务质量顾客满意度三个时段调研结果

8、顾客意见处理质量顾客满意度

2025 年松江区被调研饭店的顾客意见处理质量顾客满意度均值、工作日和周末（节假日）时段顾客满意度一致，均为 4.79。两个时段的顾客满意度水平无差异，均在 4.75 以上，属于“非常满意”级别，处于“优异区域”。

相比 2024 年，2025 年松江区被调研饭店的顾客意见处理质量顾客满意度在两个时段均高于 2024 年水平，且有小幅提升。其中，工作日和周末（节假日）时段提升幅度相同，均为 0.03。满意度级别维持“非常满意”，所属区域保持“优异区域”（图 11）。

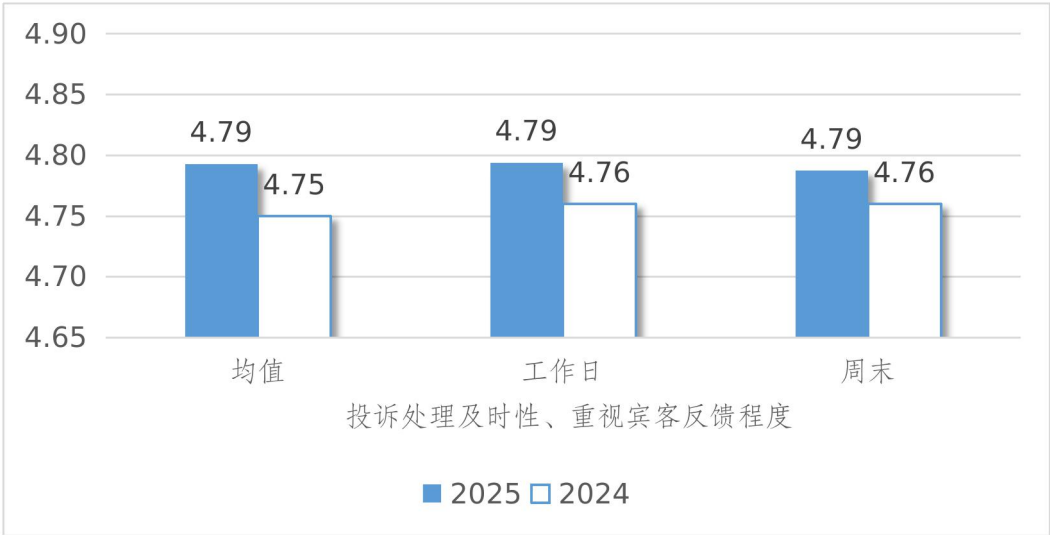


图 11 松江区主要饭店顾客意见处理质量顾客满意度三个时段调研结果

（三）饭店分类分析

1、星级饭店服务质量顾客满意度排名

调研结果显示，2025 年松江区被调研的 4 家星级酒店服务质量顾客满意度平均值为 4.68，处于“非常满意”级别、属于“优异区域”。绿地柏骊酒店服务质量顾客满意度高于平均值，开元名都大酒店与新晖酒店服务质量顾客满意度低于平均值。其中，绿地柏骊酒店服务质量顾客满意度最高，为 4.84，开元名都大酒店次之，为 4.67，新晖酒店服务质量顾客满意度最低，为 4.59。与 2024 年平均顾客满意度得分 4.70 相比较，星级酒店服务质量平均顾客满意度微降 0.02（图 12）。

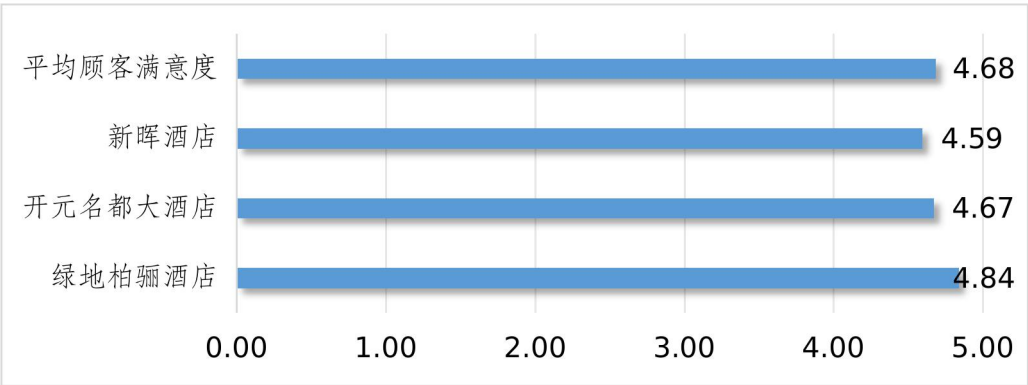


图 12 松江区主要星级饭店服务质量顾客满意度排名

2、大型社会旅馆服务质量顾客满意度排名

调研结果显示，2025 年松江区被调研的 5 家大型社会旅馆服务质量平均顾客满意度为 4.77，处于“非常满意”级别、属于“优异区域”。广富林大酒店、富悦酒店、世茂洲际酒店、茂御臻品大酒店的顾客满意度得分均超过均值，分别达 4.92、4.83、4.80 和 4.79；凯悦酒店的顾客满意度得分低于均值，为 4.49。与 2024 年平均顾客满意度得分 4.71 相比较，大型社会旅馆服务质量平均顾客满意度提高了 0.06。（图 13）。

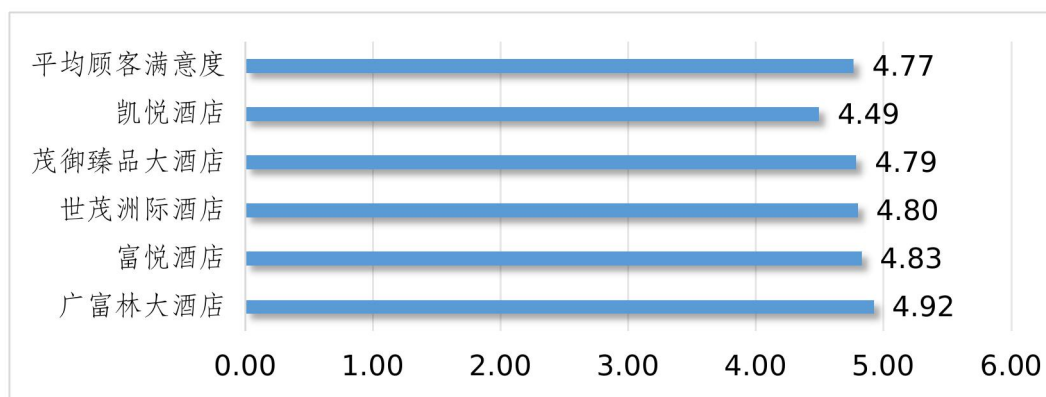


图 13 松江区主要大型社会旅馆服务质量顾客满意度排名

3、经济型连锁酒店服务质量顾客满意度排名

调研结果显示，2025 年松江区被调研的 5 家经济型连锁酒店服务质量平均顾客满意度为 4.83，属于“非常满意”级别、进入“优异区域”。全季酒店（乐都路店）、全季酒店（佘山店，原大众国际）、花惜美拾酒店的满意度均超过均值，其中，全季酒店（乐都路店）服务质量顾客满意度最高，为 4.93，全季酒店（佘山店，原大众国际）次之，为 4.87，假日酒店（中山路店）服务质量顾客满意度最低，为 4.68。与 2024 年平均顾客满意度得分 4.80 相比较，经济型连锁酒店服务质量平均顾客满意度有所提升，上涨 0.03（图 14）。

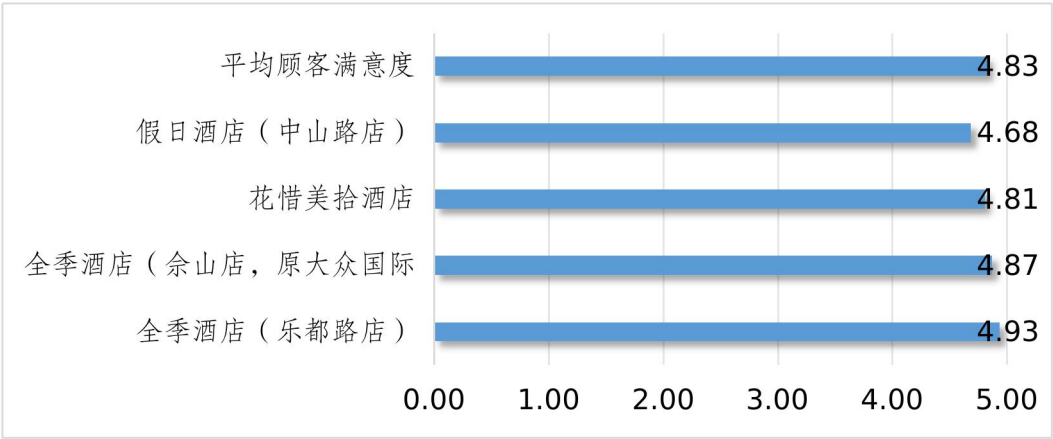


图 14 松江区主要经济型连锁酒店服务质量顾客满意度排名

4、与上海市其他区县饭店服务质量顾客满意度的比较

调研结果显示，松江区 12 家饭店服务质量顾客满意度与上海市其他区县饭店相比，处于较好水平。“好”与“很好”的评价超过半数，占比达到 89.17%，如图 15 所示。

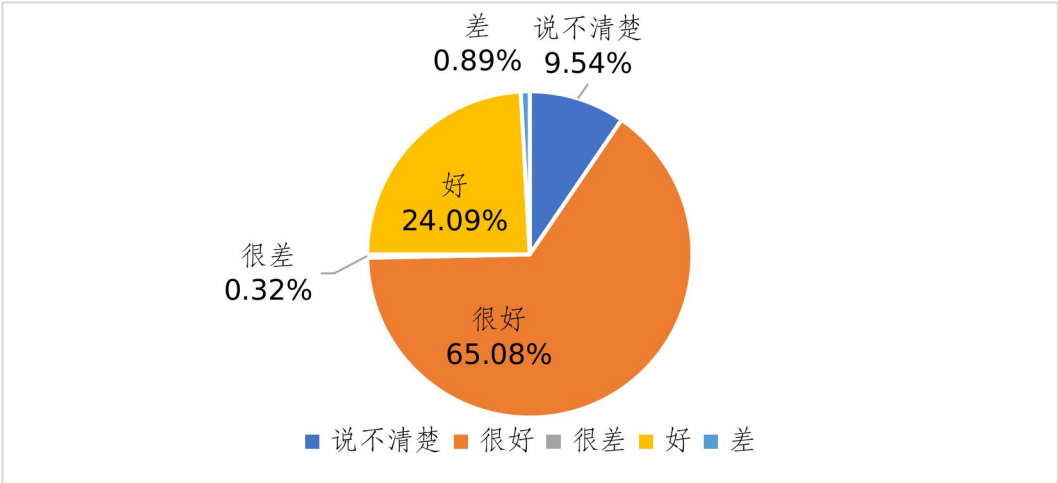


图 15 松江区主要饭店与上海市其他区县饭店的顾客满意度比较

5、松江区主要饭店一级指标顾客满意度排名

2025 年松江区主要星级饭店一级指标顾客满意度如表 4 所示。

表 4 2025 年松江区主要星级旅游饭店服务质量顾客满意度调研结果

排名	调研地点	调研时段	员工素养	预订服务	前厅服务	客房服务质量	餐饮服务质量	会议、宴会服务质量	娱乐休闲设施服务质量	顾客意见处理质量	各时段总体满意度	2025 总体满意度

1	绿地柏骊酒店	工作日	4.93	4.92	4.92	4.88	4.88	4.89	4.89	4.93	4.91	4.84
		周末 (节假日)	4.80	4.70	4.80	4.70	4.73	4.60	4.60	4.80	4.72	
		均值	4.92	4.91	4.92	4.88	4.87	4.88	4.88	4.92	4.90	
2	开元名都大酒店	工作日	4.52	4.52	4.58	4.51	4.54	4.47	4.60	4.61	4.54	4.67
		周末 (节假日)	5.00	4.69	4.88	4.88	4.96	5.00	4.88	4.88	4.89	
		均值	4.55	4.53	4.60	4.54	4.58	4.51	4.62	4.63	4.57	
3	新晖酒店	工作日	4.55	4.46	4.64	4.62	4.59	4.55	4.55	4.65	4.58	4.59
		周末 (节假日)	4.67	4.44	4.65	4.65	4.65	4.64	4.60	4.62	4.61	
		均值	4.60	4.45	4.64	4.63	4.61	4.59	4.57	4.64	4.59	
星级酒店		工作日	4.68	4.66	4.73	4.68	4.68	4.65	4.70	4.74	4.69	4.69
		周末 (节假日)	4.73	4.50	4.70	4.69	4.71	4.69	4.64	4.67	4.67	
		总计	4.69	4.63	4.72	4.68	4.69	4.66	4.69	4.73	4.69	

2025 年松江区主要大型社会旅馆一级指标顾客满意度如表 5 所示。

表 5 2025 年松江区主要大型社会旅馆服务质量顾客满意度调研结果

排名	调研地点	调研时段	员工素养	预订服务	前厅服务	客房服务质量	餐饮服务质量	会议、宴会服务质量	娱乐休闲设施服务质量	顾客意见处理质量	各时段总体满意度	2025 总体满意度
1	广富林大酒店	工作日	4.98	4.98	4.98	4.98	4.98	4.98	4.98	4.98	4.98	4.92
		周末（节假日）	4.89	4.89	4.87	4.89	4.89	4.87	4.86	4.85	4.88	
		均值	4.93	4.93	4.92	4.93	4.93	4.92	4.92	4.91	4.92	
2	富悦酒店	工作日	4.77	4.88	4.83	4.77	4.98	4.81	4.89	4.83	4.85	4.83
		周末（节假日）	4.75	4.83	4.83	4.78	4.85	4.81	4.80	4.83	4.81	
		均值	4.77	4.83	4.83	4.77	4.91	4.81	4.845	4.83	4.83	
3	世茂洲际酒店	工作日	4.78	4.82	4.81	4.80	4.77	4.80	4.78	4.83	4.80	4.80

		周末 (节假日)	4.7 8	4.80	4.81	4.80	4.78	4.80	4.78	4.82	4.80	
		均值	4.7 8	4.81	4.81	4.80	4.77	4.80	4.78	4.83	4.80	
4	茂御臻 品大酒店	工作日	4.7 3	4.79	4.82	4.77	4.78	4.77	4.77	4.79	4.78	4.79
		周末 (节假日)	4.7 5	4.84	4.88	4.69	4.71	4.88	4.75	4.88	4.80	
		均值	4.7 3	4.82	4.85	4.73	4.75	4.83	4.76	4.84	4.79	
5	凯悦酒 店	工作日	4.8 8	4.86	4.87	4.70	4.62	4.88	4.89	4.88	4.82	4.49
		周末 (节假日)	4.2 5	4.25	4.63	3.88	3.92	4.25	4.12	4.00	4.16	
		均值	4.5 7	4.56	4.75	4.29	4.27	4.57	4.51	4.44	4.49	
大型社会旅 馆		工作日	4.8 3	4.87	4.86	4.80	4.83	4.85	4.86	4.86	4.84	4.77
		周末 (节假日)	4.6 8	4.72	4.80	4.61	4.63	4.72	4.66	4.68	4.69	
		总计	4.7 6	4.79	4.83	4.70	4.73	4.78	4.76	4.77	4.77	

2025 年松江区主要经济型连锁酒店一级指标顾客满意度如表 6 所示。

表 6 2025 年松江区主要经济型连锁酒店服务质量顾客满意度调研结果

排 名	调 研 地 点	调 研 时 段	员 工 素 养	预 订 服 务	前 厅 服 务	客 房 服 务 质 量	餐 饮 服 务 质 量	会 议、 宴 会 服 务 质 量	娱 乐 休 闲 设 施 服 务 质 量	顾 客 意 见 处 理 质 量	各 时 段 总 体 满 意 度	202 5 总 体 满 意 度
1	全季 酒店 (乐 都路 店)	工作日	4.94	4.9 0	4.93	4.93	4.94	4.93	4.94	4.94	4.93	4.93
		周末 (节假日)	5.00	4.8 7	4.90	4.96	4.97	4.88	4.94	5.00	4.94	
		均值	4.96	4.8 9	4.92	4.94	4.95	4.91	4.94	4.96	4.93	
2	全季 酒店 (余	工作日	4.76	4.7 8	4.81	4.78	4.78	4.78	4.80	4.81	4.79	4.87

	山店， 原大众国际	周末 (节假日)	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
		均值	4.79	4.81	4.83	4.81	4.80	4.81	4.82	4.84	4.81	
3	花惜美拾酒店	工作日	4.85	4.79	4.83	4.81	4.80	4.79	4.79	4.82	4.81	4.81
		周末 (节假日)	4.85	4.83	4.82	4.77	4.81	4.70	4.79	4.82	4.80	
		均值	4.85	4.80	4.83	4.80	4.81	4.76	4.79	4.82	4.81	
4	假日酒店 (中山路店)	工作日	4.74	4.73	4.77	4.74	4.75	4.72	4.77	4.79	4.75	4.68
		周末 (节假日)	4.75	4.63	4.63	4.50	4.50	4.25	4.63	4.56	4.56	
		均值	4.74	4.72	4.76	4.73	4.73	4.70	4.72	4.78	4.74	
	经济型连锁酒店	工作日	4.81	4.79	4.83	4.81	4.81	4.80	4.82	4.84	4.81	4.83
		周末 (节假日)	4.91	4.85	4.85	4.86	4.86	4.79	4.82	4.89	4.85	
		总计	4.83	4.80	4.83	4.82	4.82	4.80	4.82	4.85	4.82	

2025 年松江区所有被调研酒店一级指标顾客满意度如表 7 所示。

表 7 2025 年松江区所有被调研酒店服务质量顾客满意度调研结果

排名	调研地点	调研时段	员工素养	预订服务	前厅服务	客房服务质量	餐饮服务质量	会议、宴会服务质量	娱乐休闲设施服务质量	顾客意见处理质量	各时段总体满意度	2025 总体满意度
1	经济型连锁酒店	工作日	4.81	4.79	4.83	4.81	4.81	4.80	4.82	4.84	4.81	4.83
		周末 (节假日)	4.91	4.85	4.85	4.86	4.86	4.79	4.82	4.89	4.85	
		均值	4.83	4.80	4.83	4.82	4.82	4.80	4.82	4.85	4.82	
2	大型	工作日	4.76	4.75	4.79	4.76	4.76	4.75	4.77	4.79	4.77	4.77

	社会 旅馆	周末 (节假日)	4.83	4.74	4.77	4.77	4.78	4.76	4.74	4.79	4.77	
		均值	4.77	4.75	4.78	4.76	4.77	4.75	4.77	4.79	4.77	
3	星级 酒店	工作日	4.68	4.66	4.73	4.68	4.68	4.65	4.70	4.74	4.69	4.69
		周末 (节假日)	4.73	4.50	4.70	4.69	4.71	4.69	4.64	4.67	4.67	
		均值	4.69	4.63	4.72	4.68	4.69	4.66	4.69	4.73	4.69	
所有被调 研饭店总 体服务质 量满意度		工作日	4.76	4.75	4.79	4.76	4.76	4.75	4.77	4.79	4.77	4.77
		周末 (节假日)	4.83	4.74	4.77	4.77	4.78	4.76	4.74	4.79	4.77	
		总计	4.77	4.75	4.78	4.76	4.77	4.75	4.77	4.79	4.77	

（四）饭店被调研顾客基本情况分析

1、被调研顾客住宿目的分析

调研结果显示，顾客到松江区的住宿目的以休闲为主，占 28.32%，其次是商务、其他，占比分别为 24.84%、12.70%，如图 16 所示。

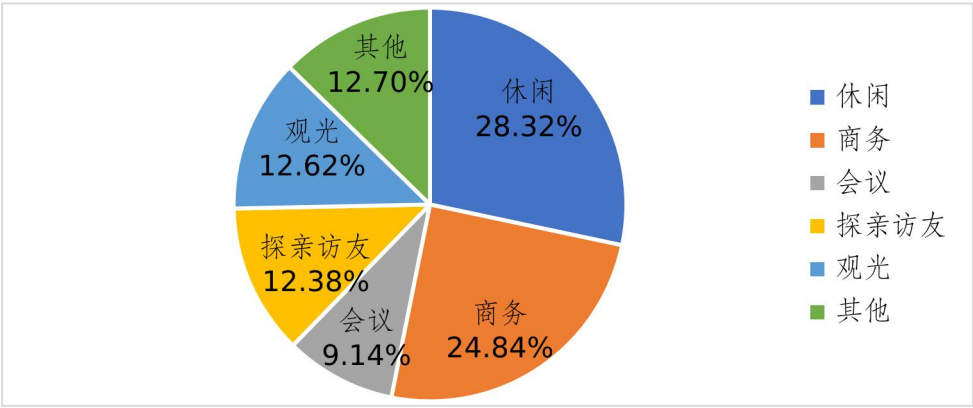


图 16 被调研顾客住宿目的的分析结果

2、被调研顾客年龄分析

通过对松江区 12 家饭店的顾客进行调研分析得知，来松江区住宿的顾客年龄以 25~34 岁为主，占 36.17%，其次为 35-44 岁，占 21.60%，具体情况如图 17 所示。

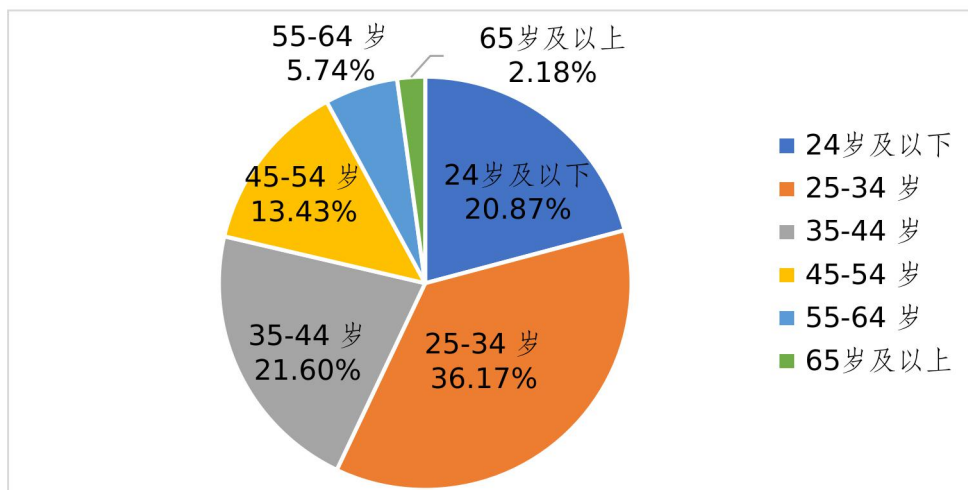


图 17 被调研顾客年龄分析结果

3、被调研顾客职业分析

调研结果显示，被调研顾客以企业从业人员与其他职业为主，两项共占 48.22%，如图 18 所示。

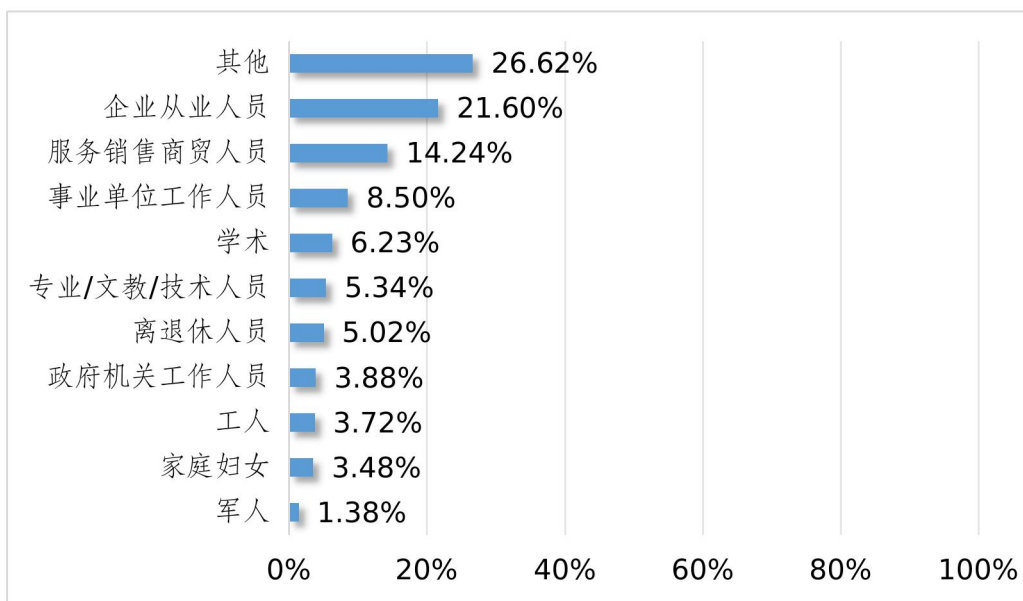


图 18 被调研顾客职业分析结果

4、被调研顾客期望松江区重点发展饭店类型分析

调研结果显示，被调研顾客对松江区重点发展度假型饭店（22.90%）和商务型酒店（22.25%）的期望最高，其次是主题型酒店和精品民宿，被调研顾客的期望比重分

别占 16.67%和 16.06%，如图 19 所示。

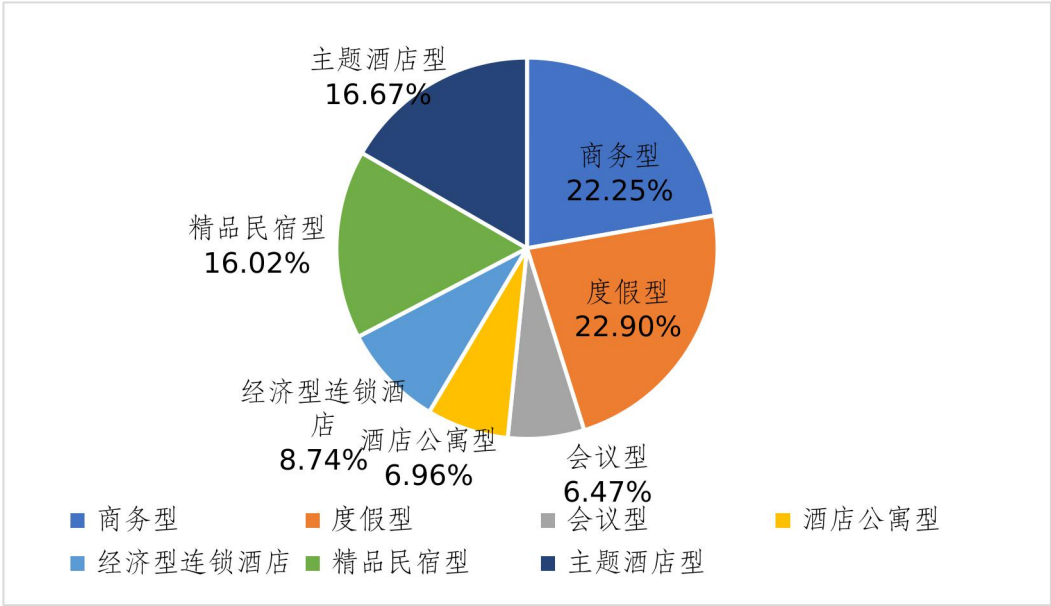


图 19 被调研顾客期望松江区重点发展的饭店类型分析结果

5、被调研顾客获取饭店信息的渠道分析

调研结果显示，被调研顾客获取饭店信息渠道主要为“以前来过”，占 37.30%，其次是“亲友推荐”渠道，为 31.07%，如图 20 所示。

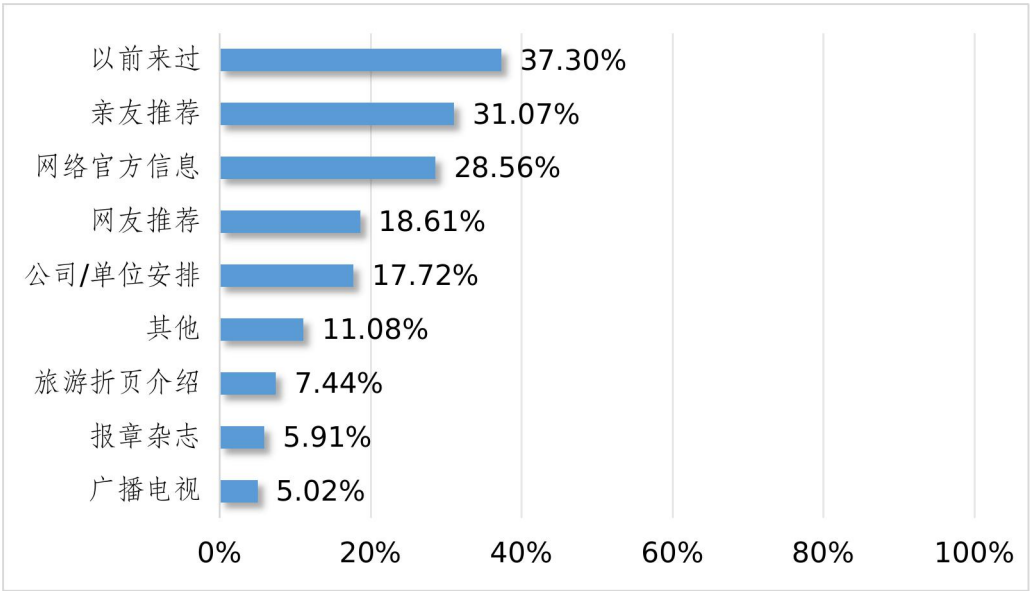


图 20 被调研顾客获取饭店信息的渠道分析结果

三、调研结论与对策建议

（一）调研结论

经过实地走访调研以及对问卷数据的分析，我们得出如下结论：

1、2025 年松江区饭店服务质量顾客满意度总体水平为 4.77，较 2024 年的 4.73 略有提升，且仍维持在“非常满意”级别，区域整体保持“优异区域”水平。八个一级指标顾客满意度均在 4.75 至 4.80 之间，不同类型饭店满意度均在 4.60 以上，体现了较高的服务质量水平。这表明松江区饭店业态在疫情后持续优化服务质量，各项服务水平不断提升。然而，顾客反馈指出仍然存在设备老化、无线连接不便、停车困难以及高峰期服务人员不足等问题，表明服务质量仍有进一步提升的空间和潜力。

2、经济型连锁酒店的顾客满意度均值为 4.82，明显高于大型社会旅馆（4.76）和星级饭店（4.68），其中星级饭店较 2024 年略有下降（减少 0.02）。这一变化反映出顾客在选择饭店时对“性价比”更加注重，尤其在经济型酒店的选择上体现得尤为明显。在各类型饭店中，星级饭店的“新晖酒店”满意度最低（4.59）；大型社会旅馆的“凯悦酒店”满意度最低（4.49），这两家饭店需针对性地优化服务，以提升其核心竞争力。

3、饭店服务质量在工作日和周末（节假日）存在明显差异。尽管与往年相比，工作日与周末（节假日）的服务差距有所缩小，但周末（节假日）等高峰期仍暴露出服务质量不稳定的问题。数据显示，部分指标如员工素养和餐饮服务质量在周末（节假日）的得分分别为 4.83 和 4.79，高于工作日的 4.76 和 4.76。顾客反馈中，诸如“周末（节假日）人流太多”“前厅人员比较少”“出房速度需要加快”等问题仍然突出。这表明，虽然饭店在工作日的服务已趋于均衡，但面对高峰期的压力，服务的稳定性和响应效率仍需进一步提高，尤其在人力资源的弹性配置方面需加强。

4、2025 年松江区被调研顾客对度假型饭店的期望占比最高，为 22.90%，其次为

商务型酒店（22.25%）和主题型酒店（16.67%），前三者合计占比超过 61.67%。

这一变化反映出消费者需求的转变：从单纯的“功能满足”转向更注重“情感共鸣”和休闲度假体验，且需求呈现多样化、品质化及个性化特点。然而，目前松江区饭店的产品仍以传统的住宿和餐饮为主，顾客反馈中频繁提到希望增加更多玩乐项目、儿童娱乐设施，以及亲子房间和儿童乐园等内容。这表明松江区在亲子和度假型服务供给方面存在短板，亟需在这方面进行补充和提升。

5、2025 年松江区饭店的顾客主要通过“以前来过”（37.30%）和“亲友推荐”（31.07%）获取信息，两者合计占比超过 68%，而网络官方信息等线上渠道的占比为 28.56%。这表明消费者在选择饭店时主要依赖线下口碑和过往体验，尽管线上渠道的影响力逐步提升，但整体仍显单一。当前，松江区大部分饭店的营销仍依赖被动口碑，缺乏主动创造话题和结合本地文化旅游资源的整合营销策略。在市场竞争日益激烈的环境下，饭店亟需创新营销模式，转变为从“等客”到“引客”的主动营销模式，以增强市场竞争力。

（二）对策建议

根据以上调研结论及调研过程中发现的问题，我们提出了如下建议：

1、推动设施系统升级，夯实品质硬基础

针对顾客集中反馈的设施老化与服务细节不足等问题，需采取系统性、标准化的改进措施。

在客房设施方面，进行网络系统的优化与客房功能升级，建立维护保障机制。首先，对所有客房的网络进行诊断与提速，以确保带宽充足。建议分批次为所有客房配备集成 USB-A、USB-C 及无线充电功能的多功能充电设备，将其固定在床头柜或书桌等便捷位置。其次，对于在调研中被多次提及的隔音问题，建议优先为临街、靠近电梯的客房加

装门窗密封条、更换双层隔音玻璃，并对部分墙体进行隔音软包处理，以显著提升客房的“静音”程度。最后，应建立一套完整的“设施设备日常巡检与预防性维护制度”，饭店内部每日对关键设施进行抽样检查，确保网络、充电设备、空调、淋浴系统等功能性设备的完好与可用。

此外，在公共区域与配套设施方面，应引入智能化系统设备提升便利性。例如引进智能停车管理系统，通过入口处的车位引导屏、手机实时查询空位等功能，大幅提高现有车位的周转与使用效率。一方面建立与周边大型商场、公共停车场的“停车位共享”战略合作，在饭店满位时引导顾客至合作停车场，并为饭店顾客提供夜间停车费用减免或补贴；另一方面在停车场增设新能源车充电桩，满足绿色出行需求。

2、深化服务人文内涵，创造体验软价值

为应对顾客的价值感知需求，饭店需要超越基础服务，开拓面向长尾消费需求的服务供给。

首先，在服务方面，将“人”作为最核心的竞争力进行打造。建立“客户偏好档案”系统，在获得客户授权的前提下，记录其诸如“喜欢高枕头”“需要儿童护栏”“习惯晚起床”等个性化需求。当客户再次预订时，系统会自动提示，相关部门可提前做好准备，让顾客感受到“被记住”的尊重与关怀。同时，在前台设立“便民服务箱”，提供多功能充电线、指甲刀、创可贴等常用小件物品的免费租借服务，于细微处体现关怀。

其次，在产品体验方面，鼓励酒店成为“松江区文旅体验的窗口”。深度结合松江区本地文化资源，设计并推出一系列独家体验项目，如广富林片区酒店可设计“唐风宋韵”主题服饰体验，提供古装租赁与妆造服务，让顾客穿着古装游览广富林景区，拍摄特色照片；市郊的精品民宿可提供“田园时令采摘”或“松江米糕制作”等手工活动，让顾客体验在地农耕文化。通过这些兼具当地特色且具有不可替代性的体验项目来极大

丰富顾客的住宿感受，让顾客觉得“住在哪里”本身就是一个重要的旅游选择，从而显著提升需求价值感知。

最后，在宴会、餐饮方面，应针对会议、宴会服务质量这一短板为客户配备“会议管家”，提供从方案策划、场地布置到现场执行的一站式服务。一方面，可以推出“亲子互动烘焙”等小型活动来作为家庭客群或团队建设的增值服务，打造饭店的个性化竞争力。另一方面，建立菜单季度更新机制，聘请本地美食顾问，根据不同时令和不同地区人群的饮食偏好研制“松江特色菜系列”。此外，应建立食材溯源体系，在菜单上标明特色食材的产地，既确保了食品质量安全，又在讲述食材故事中让顾客吃得放心、吃得开心、吃出文化。

3、优化运营管理模式，保障服务高弹性

针对高峰期服务品质下降的问题，需要通过精细化管理实现服务的均衡与稳定。

首先，在人员配置方面，建立“数据驱动”的灵活用工模式。引导饭店充分利用酒店管理系统中的预订数据，预测未来一周尤其是周末和节假日的客流量波动。在此基础上，与本地高校旅游管理、酒店管理专业建立“实习合作基地”，在高峰期定向引入“假日实习生”，并经过严格的标准化培训后充实到前台、餐厅、客房等关键岗位，实现人力的灵活、精准配置。此外，建立“管理人员一线顶岗制度”，在周末和节假日等极端高峰期，要求后台部门管理人员支援一线服务，既能缓解人力压力，也能让管理者深入了解现场情况。

其次，在流程优化方面，通过流程再造提升效率与体验。在入住和退房高峰时段开设“快速通道”，为仅办理入住或仅退房的顾客提供专属柜台，简化流程至一分钟内完成。同时，在大堂引入电子排队系统，让顾客可以扫码知悉前方等待人数，以便于自由安排等待时间，避免聚集和焦躁情绪。针对续住客人，大力推广“无接触续住”服务，

通过手机 APP、客房电视或短信链接一键确认即可，系统自动续费，免除前台再次排队困扰。

4、构建亲子度假生态，实现家庭客群深耕

面对旺盛的亲子度假需求，饭店需要实现从“允许儿童入住”到“欢迎家庭到来”的根本性转变。

首先，在高标准创建“亲子友好饭店”方面，以认证标准驱动行业升级。建议由区文旅局牵头，制定一套高于国家标准的《松江区亲子友好饭店认证标准》。该标准应明确规定在安全防护，如家具全方位防撞角、窗户安全锁、电源插座保护盖；设施配置，如独立的、分龄的儿童游乐区、恒温儿童泳池、亲子卫生间等方面的具体要求。对通过第三方严格评审的饭店，授予官方认证标识，并纳入松江区旅游官方推荐名单进行大力宣传，将其打造为松江家庭游的“放心选择”和金字招牌。

其次，在深化“酒店+乐园”产业联动方面，打造完整的亲子度假生态。推动区内饭店与上海辰山植物园、欢乐谷、广富林文化遗址等核心景区建立深度战略合作。共同开发“住宿+门票+专属体验”的打包产品，例如“植物园夜游探索套餐”“欢乐谷快速通行证套餐”等，为家庭客人提供实实在在的便利与优惠。支持有条件的酒店在自有区域内引入或建设小型高品质的无动力儿童乐园、萌宠乐园、亲子绘本馆等，让酒店本身从住宿地点升级为可玩、有趣的旅游吸引物，从而有效延长顾客的停留时间，提升整体收益。

最后，在构建专业亲子服务团队方面，应确保服务的安全与品质。对直接服务家庭客人的员工进行“儿童心理与安全防护”强制性专业培训，确保考核通过后方可上岗。在酒店内设立“亲子服务专员”岗位，要求能够组织亲子活动、处理儿童突发状况等，为家长提供兼具专业性和安全性的“陪玩”帮助。

5、主动布局营销网络，塑造口碑强磁场

饭店应在口碑为王的基础上，更主动地创造话题、吸引流量。

首先，在打造“宿在松江”内容 IP 矩阵方面，用优质内容连接潜在客群。整合全区优质饭店资源，在抖音、小红书、视频号等主流平台系统化打造“宿在松江”官方账号。使内容创作不再是简单的酒店展示，而是沉浸式的攻略体验和生活方式分享，用真实、生动、富有感染力的内容将酒店深度植入到松江区的大旅游图景中。

其次，在跨界合作拓宽客源渠道方面，建立饭店与本地文创设计公司、旅行社、知名导游、KOL/KOC 的常态化合作机制。联合开发“松江微度假”主题旅游线路，通过合作方的渠道进行精准销售和 content 分发。同时，定期邀请旅游博主、美食博主通过“探店体验”制作并发布高质量的短视频和图文笔记，借助其粉丝影响力破圈传播，共同将市场蛋糕做大，实现从单一酒店营销到区域文旅生态共赢的升级。

最后，在构建精细化会员营销体系方面，提升客户黏性与终身价值。其一，应建立统一的松江饭店会员体系，打通不同酒店间的积分积累与兑换，使会员在不同酒店的入住体验中享受具有一致性的房价折扣、免费早餐、延迟退房、特色体验项目优先预约等差异化权益。其二，定期为会员举办专属主题活动，如会员日特惠、节令品鉴会、文化沙龙等，增强与会员的互动与情感连接。其三，建立定期的客户回访机制，不仅在退房时询问体验，更在客人离店后通过关怀短信或电话了解其后续反馈，形成“吸引-入住-反馈-改进-再吸引”的服务提升与客户关系管理闭环。

附件一：松江区宾（旅）馆服务质量顾客满意度调查问卷

尊敬的女士/先生：

您好！

我们是松江区旅游服务质量顾客满意度调研人员。为切实维护顾客合法权益，提高松江区宾馆饭店的整体服务质量水平，加强宾馆饭店行业监管，松江区文化和旅游局特组织本次调研。您本次调研的宝贵意见，对改进宾馆饭店的服务质量具有重要价值。

非常感谢您的大力支持！

松江区旅游服务质量顾客满意度调查小组

调查日期：2025 年 月 日

第一部分：基本信息

1. 您入住的饭店名称：_____
2. 您的性别：①男 ②女
3. 您的居住地区：_____国家_____省（州、自治区、直辖市）_____市（区、县）
4. 您的住宿目的：①商务 ②观光 ③会议 ④探亲访友 ⑤休闲 ⑥其他
5. 您的年龄：①24 岁以下 ②25~34 岁 ③35~44 岁 ④45~54 岁 ⑤55~64 岁
⑥65 岁以上
6. 您的职业：①政府机关工作人员 ②事业单位工作人员 ③企业从业人员 ④专业/文教/技术人员 ⑤服务销售商贸人员 ⑥离退休人员 ⑦军人 ⑧工人 ⑨家庭妇女 ⑩学生 ⑪其它
7. 您认为松江最缺乏哪一类型的饭店：①商务型 ②度假型 ③会议型 ④酒店公寓型 ⑤经济型连锁酒店 ⑥精品民宿型 ⑦主题酒店型

8. 您认为松江区饭店服务质量与上海市其他区县饭店服务质量相比处于什么样的水平：
①很差 ②差 ③说不清楚 ④好 ⑤很好
9. 您如何知道这家饭店的信息（可复选至多三项）：①以前来过 ②亲友推荐 ③网络官方信息 ④网友推荐 ⑤公司/单位安排 ⑥广播电视 ⑦报章杂志 ⑧旅游手册介绍 ⑨其他

第二部分 服务质量满意度调查（请在您认为合适的方框中打钩即可）

一级指标	二级指标	非常 不满 意	不 满 意	一般	满意	非常 满意
1.员工素养	1.1 员工仪容仪表、服务态度、业务能力					
2.预订服务质量	2.1 电话预订服务质量 (应答及时性、业务熟练程度)					
	2.2 网络预订服务质量(界面友好程度、便客程度)					
3.前厅服务质量	3.1 入住登记与退房服务质量 (态度、效率与准确性)					
	3.2 行李服务质量(态度、便客程度)					
	3.3 问询服务质量 (态度、饭店产品与周边环境熟悉程度)					
4.客房服务质量	4.1 整理客房服务质量(整洁程度、及时性)					
	4.2 客房设施设备完备程度、功能易用性、安全性					
5.餐饮服务质量	5.1 自助早餐服务质量 (餐饮补充及时性、温度、质量)					
	5.2 正餐服务质量(酒水及菜品熟悉程度、上菜及酒水 操作规范性、餐饮产品质量)					
	5.3 餐饮区域设施设备完备程度、功能易用性、清洁卫生程度					
6.会议、宴会服务质量	6.1 会议、宴会服务质量(方案合理性、标识清晰程度、 设施设备完备程度与功能易用性、续水与清洁及时性)					
7.娱乐休闲设施服务质量	7.1 设施的完备程度、功能易用性					
	7.2 服务人员的服务态度、专业能力					
8.顾客意见处理质量	8.1 投诉处理及时性、重视宾客反馈程度					
9.您对饭店服务质量的 其他意见或建议：						

再次感谢您的支持！祝您在松江旅游愉快！

第二部分：景区（点）分报告

一、概况

（一）项目背景

1、调研目的

本次调研在于全面深入了解游客对松江区旅游景区（点）在多个维度上的顾客服务质量满意度现状，并提出具有针对性的满意度提升对策建议，旨在切实维护游客合法权益，提高松江区旅游景区（点）的整体服务质量水平；同时加强旅游景区（点）行业监管，有效推动松江区文旅产业健康快速发展。

2、调研景区（点）

本次调研针对松江区 14 家主要旅游景区（点）展开，具体包括：上海欢乐谷、上海辰山植物园、上海方塔园、上海佘山国家森林公园、上海醉白池公园、上海影视乐园、上海广富林文化遗址、上海蓝精灵乐园、上海浦江之首旅游景区、上海世茂精灵之城主题乐园-深坑秘境、上海月湖雕塑公园、上海云间粮仓文创园、泗泾古镇、江南水稻艺术观光园。

3、调研实施单位

为保障调研结果的公正性和公信力，本次问卷调查、数据分析以及报告撰写由松江区文化和旅游局委托上海嘉玉企业管理服务有限公司文旅产业项目组完成。

（二）调研方式及样本

1、调研方式

本次调研采用线下实地问卷和线上网络问卷相结合的调研方法，从 2025 年 10 月起至 11 月结束，历时近一个月。调研聚焦于两个关键时间段内游客对松江区旅游景区（点）服务质量的满意度评价：第一个时间段是工作日时段；第二个时间段是周末（节

假日）。

2、调研样本

经剔除无效问卷后，共计收集 1349 份有效问卷。其中，线上方式共采集 944 份样本，线下方式共采集 405 份样本，具体的样本配额如表 1 所示：

表 1 松江区景（区点）有效 问卷收集情况

景区（点）名称	总计	时间段	
		工作日	周末、节假日
江南水稻艺术观光园	133	112	21
上海辰山植物园	101	26	75
上海方塔乐园	102	53	49
上海广富林文化公园	110	5	105
上海欢乐谷	111	12	99
上海蓝精灵乐园	111	31	80
上海浦江之首旅游景区	41	9	32
上海佘山国家森林公园	104	3	101
上海世茂精灵之城主题乐园-深坑秘境	128	18	110
上海影视乐园	97	76	21
上海月湖雕塑公园	70	50	20
上海云间粮仓文创园	35	10	25
上海醉白池公园	105	19	86
泗泾古镇景区	101	22	79
总计	1349	446	903

（三）调研指标体系及等级标准

1、指标体系

松江区旅游景区（点）服务质量顾客满意度调研指标体系包括 9 个一级指标，分别是“员工素养”“交通服务质量”“票务服务质量”“信息服务质量”“解说服务质

量”“配套服务质量”“环境与卫生服务质量”“安全服务质量”“顾客意见处理服务质量”，二级指标总计 22 个，如表 2 所示。

表 2 松江区景区（点）服务质量顾客满意度调研指标体系

一级指标		二级指标	
1	员工素养	1.1	员工仪容仪表、服务态度、业务能力
2	交通服务质量	2.1	停车场服务质量（标识清晰程度、收费合理性）
		2.2	景区内交通服务质量（线路设计合理性、交通工具安全性、舒适性）
3	票务服务质量	3.1	售票处标识清晰程度、秩序
		3.2	网络与电话订票服务效率
		3.3	验票效率及准确性、秩序
4	信息服务质量	4.1	公共信息资料类型与内容真实性
		4.2	标识规范性、准确性（如停车场的标识规范性）
		4.3	广播服务质量（覆盖范围、有效性）
5	解说服务质量	5.1	电子导览服务质量（设备完备程度、服务标识清晰程度）
		5.2	导游员讲解服务质量（景区熟悉程度、热情程度）
6	配套服务质量	6.1	餐饮服务质量（态度、诚信程度、价格合理性、卫生程度）
		6.2	购物服务质量（态度、诚信程度、价格合理性、产品质量）
		6.3	其他服务设施设备完备程度（如 POS 机、ATM 机等）
7	环境与卫生服务质量	7.1	游览环境整洁程度
		7.2	景区拥挤程度
		7.3	医疗服务质量（设施设备完备程度、医疗水平）
		7.4	公共厕所卫生环境及布局合理性
8	安全服务质量	8.1	安保服务质量（安保巡逻频率、便客程度）
		8.2	消防安全服务质量（标识清晰程度、设施设备完备程度）
		8.3	游览设施安全服务质量（设施安全程度、安保人员配备）
9	顾客意见处理服务质量	9.1	处理及时程度、重视顾客反馈程度
10	您对景区（点）服务质量的其他意见或建议		

2、满意度等级标准

考虑到顾客可能不消费景区（点）某些产品或服务的实际情况，本报告在问卷分析时采用相对得分率的方法处理，即满意度=（顾客消费项实际得分总和÷ 顾客消费项满分总和）×5，满意度分为五个级别。为更直观描述不同景区（点）服务质量顾客满意度，本调研报告采用表 3 所示的满意度等级判定标准。

表 3 顾客满意度等级划分

	满意度级别	满意度得分
优异区域	非常满意	4.50–5.00
良好区域	满意	4.00–4.50
改进区域	基本满意	3.50–4.00
	一般	3.00–3.50
	不满意	3.00 以下

（四）调研样本情况

数据显示，在被访顾客中，上海本地顾客比例最大，为 69.88%，比 2024 年减少 5.07%，外省市游客比重为 30.12%，比 2024 年增加了 5.07%，在上海本地顾客中，非松江区的顾客比松江本地顾客多了 7.18%（图 1）。

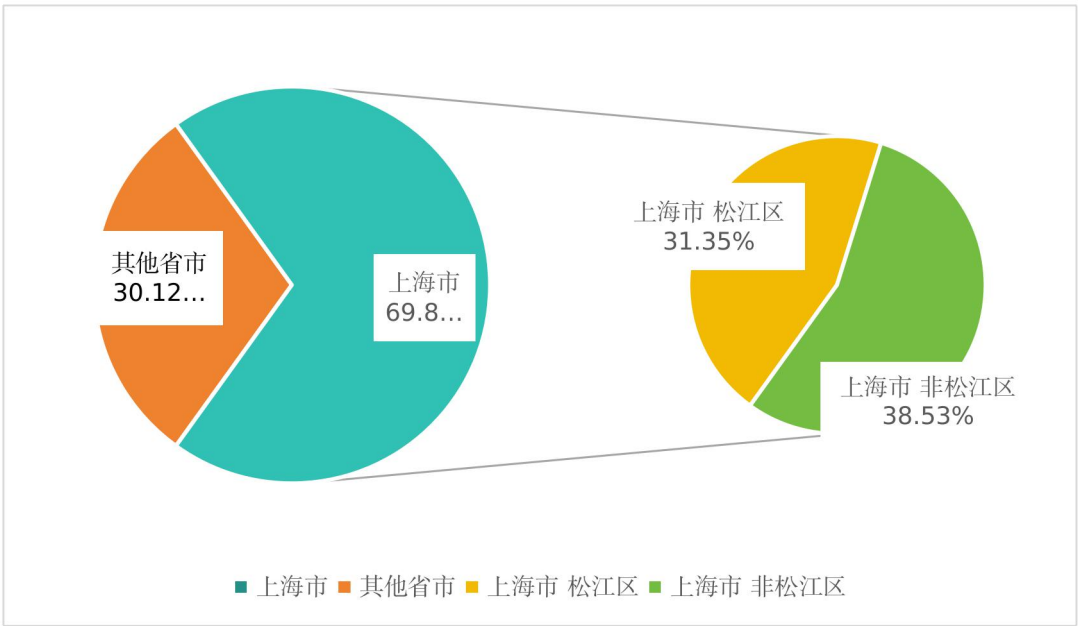


图 1 松江区主要景区（点）被访顾客居住地比例

二、景区（点）顾客满意度调研报告

（一）总体结果概述

调研显示，2025 年被调研的 14 家旅游景区（点）总体满意度为 4.63，比 2024 年的 4.55 提高 0.08，继续保持在“非常满意”级别，处于“优异区域”。2025 年 14 家被调研景区（点）中，服务质量顾客满意度超过总体平均满意度的有 9 家，分别是：上海方塔园（4.85）、上海醉白池公园（4.84）、上海辰山植物园（4.77）、上海影视乐园（4.77）、上海浦江之首（4.74）、上海欢乐谷（4.67）、上海蓝精灵乐园（4.66）、江南水稻艺术观光园（4.66）、以及上海世茂精灵之城主题乐园—深坑秘境（4.65）。其中，方塔园顾客满意度最高，为 4.85；泗泾古镇顾客满意度最低，为 4.17。

与 2024 年相比，除佘山略有下降外，大部分景区（点）服务质量满意度均实现稳步提升，其中影视乐园提升幅度最大，较 2024 年增加 0.62；辰山植物园提升 0.29；广富林提升 0.16；方塔园提升 0.15；成熟景区方塔园、醉白池持续保持领先地位（图 2）。

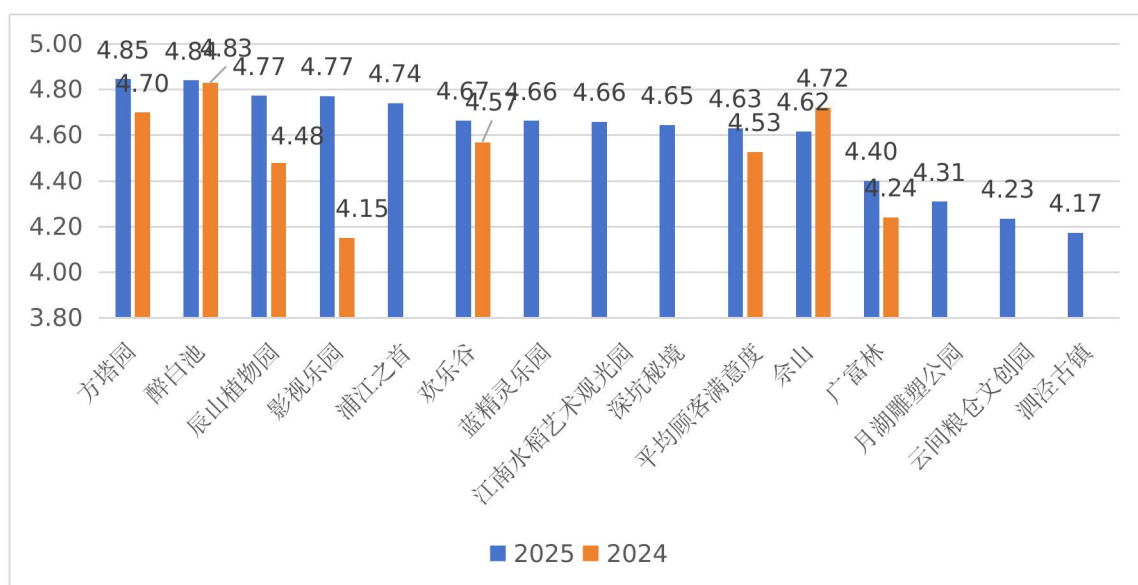


图 2 松江区主要景区（点）服务质量顾客满意度调研总体结果

数据显示，在 2024 年松江区被调研景区（点）的九个结构化的一级指标中，相对来说顾客意见处理服务质量的顾客满意度最高，为 4.69，交通服务质量的顾客满意度最低，为 4.58。

与 2024 年相比，2025 年九个一级指标满意度整体保持稳定，配套服务质量提升幅度最大，上涨 0.18，其余指标波动幅度均在 0.01 - 0.05 之间，显示出松江区旅游服务质量持续优化、稳中向好的趋势（图 3）。

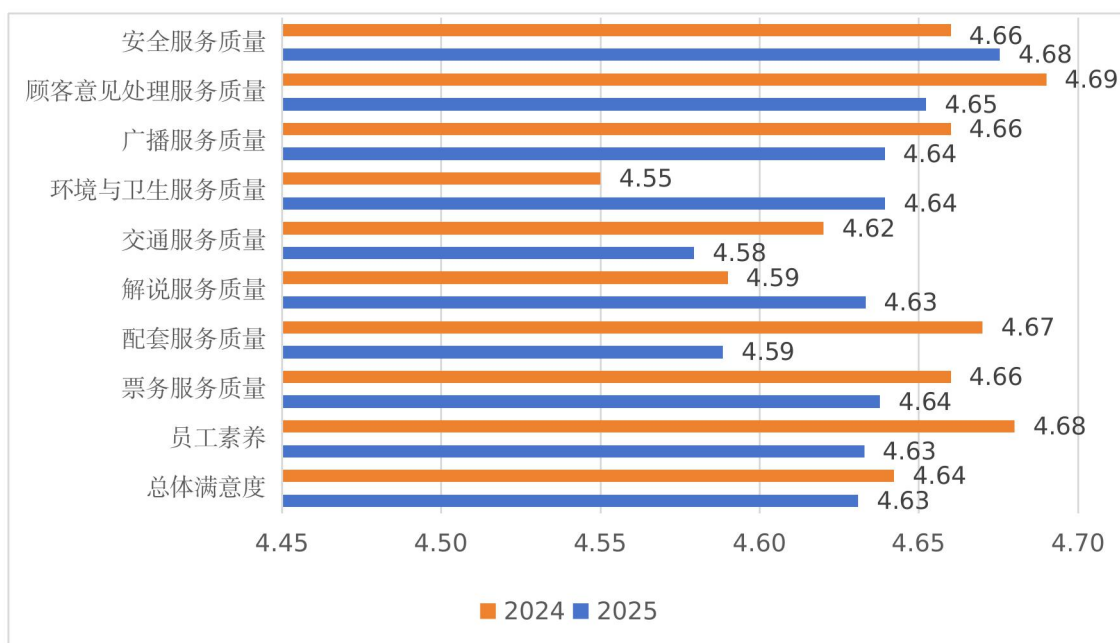


图 3 松江区主要景区（点）服务质量顾客满意度一级指标调研结果比较

（二）具体指标分析

1、员工素养顾客满意度

数据显示，2025 年松江区被调研景区（点）员工素养顾客满意度均值为 4.64，在工作日、周末（节假日）两个时段满意度存在差异。其中，工作日时段顾客满意度最高，达到 4.67；周末（节假日）时间段较低，为 4.62。两个时间段员工素养顾客满意度都属于“非常满意”级别，进入“优异区域”。

2025 年松江区被调研景区（点）员工素养顾客满意度在不同时段整体保持稳定，工作日时段略有上升，反映出景区在日常运营中对员工服务规范、仪容仪表及业务能力

的持续培训与管理成效显著（图 4）。

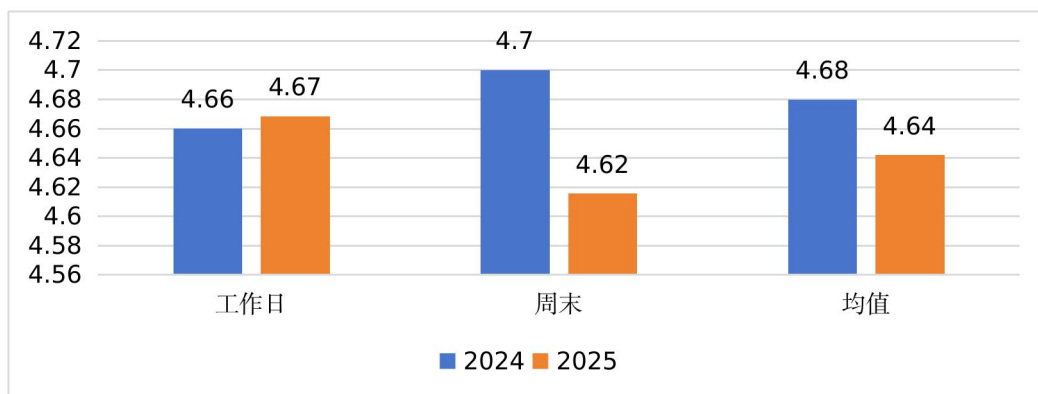


图 4 松江区主要景区（点）员工素养顾客满意度分时段调研结果

2、交通服务质量顾客满意度

交通服务质量包括“停车场服务质量”与“景区内交通服务质量”两个二级指标。

数据显示，2025 年松江区被调研景区（点）停车场服务质量与景区内交通服务质量顾客满意度均值分别为 4.56、4.59，处于“非常满意”级别，进入“优异区域”。停车场服务质量顾客满意度在工作日时段相对较高，为 4.53，处于“非常满意”级别，进入“优异区域”；景区内交通服务质量顾客满意度在周末（节假日）时段最高，为 4.59，两个时间段均处于“非常满意”级别，进入“优异区域”。

与 2024 年相比，2025 年松江区被调研景区（点）的停车场服务质量顾客满意度和景区内交通服务质量顾客满意度在各时段均稳中有升。其中，停车场服务质量在工作日时段提升 0.04，景区内交通服务质量在周末（节假日）时段提升 0.36，增幅较大，保持向好态势，显示出景区在交通组织、停车管理及内部接驳等方面的持续优化（图 5）。

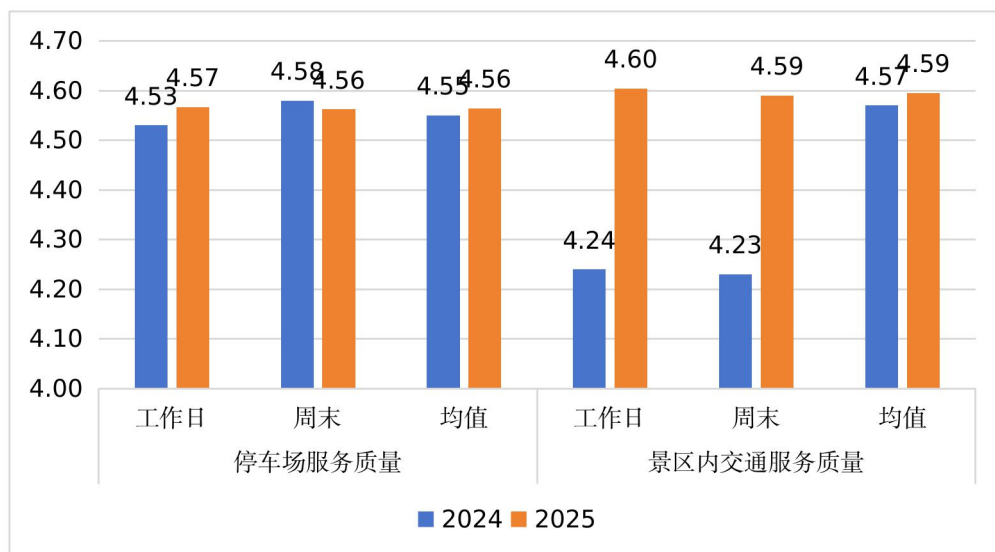


图 5 松江区主要景区（点）交通服务质量顾客满意度分时段调研结果

3、票务服务质量顾客满意度

票务服务质量包括“售票处标识清晰程度、秩序”“网络与电话订票服务效率”“验票效率及准确性、秩序”三个二级指标。数据显示，2025 年松江区被调研景区（点）验票效率及准确性最高，为 4.71，处于“非常满意”级别，进入“优异区域”；验票效率及准确性、秩序满意度为 4.68，售票处标识清晰程度、秩序满意度为 4.67，亦均处于“非常满意”级别。

与 2024 年相比，2025 年三项指标在各时段均实现稳中有升。其中，验票效率及准确性、秩序满意度提升 0.05，部分景区新增智能闸机与分流通道，高峰期通行效率明显改善；网络与电话订票服务效率保持高位，提升 0.05；售票处标识与秩序满意度提升 0.04，窗口改造及志愿服务引导收效良好（图 6）。

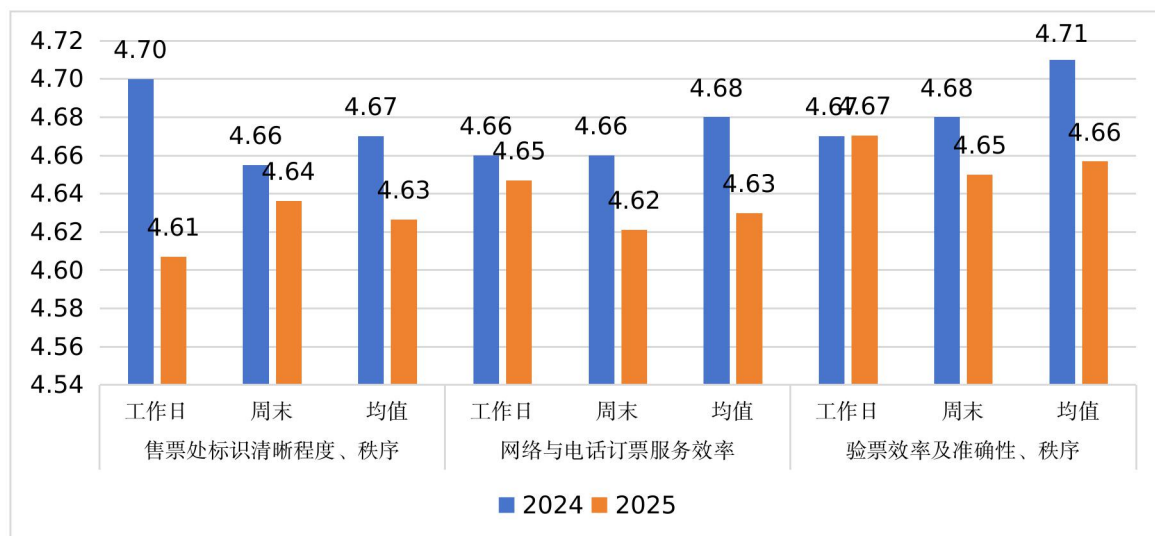


图 6 松江区主要景区（点）票务服务质量顾客满意度分时段调研结果

4、信息服务质量顾客满意度

信息服务质量包括“公共信息资料类型与内容真实性”“标识规范性、准确性”“广播服务质量”三个二级指标。其中，2025 年松江区被调研景区（点）广播服务质量平均满意度最高，为 4.69；公共信息资料类型与内容真实性为 4.67，标识规范性、准确性满意度 4.66，三项指标均处于“非常满意”级别，进入“优异区域”。

与 2024 年相比较，2025 年各指标整体保持高位稳定，其中广播服务质量在工作日和周末（节假日）时段分别提升 0.08、0.06，部分景区新增多语种广播与应急信息滚动播报，游客感知明显改善；公共信息资料内容真实性在工作日提升 0.05，标识系统规范性在工作日和周末（节假日）时段分别提升 0.05、0.01，反映出景区在信息更新、标识维护及广播覆盖等方面的精细化管理工作持续见效（图 7）。

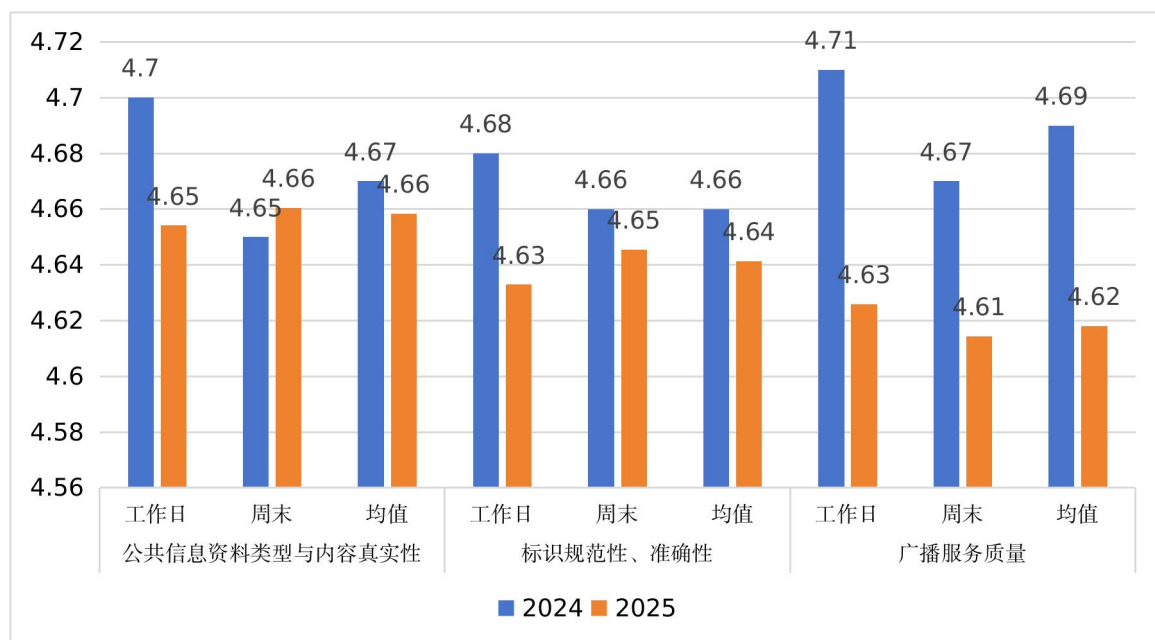


图 7 松江区主要景区（点）信息服务质量顾客满意度分时段调研结果

5、解说服务质量顾客满意度

解说服务质量包括电子导览服务质量与导游员讲解服务质量两个二级指标。数据显示，2025 年松江区被调研景区（点）电子导览服务质量与导游员讲解服务质量满意度平均水平分别为 4.65 和 4.62。导游员讲解服务质量在工作日时段满意度较高，为 4.66，周末（节假日）时段为 4.64，整体保持“非常满意”级别；电子导览服务质量在工作日时段满意度略高，为 4.63，工作日为 4.62，均处于“非常满意”级别，进入“优异区域”。

与 2024 年相比，2025 年电子导览服务质量在周末（节假日）时段提升 0.01，部分景区通过增设“文化主题讲解”与“沉浸式互动讲解”等形式，进一步提升了游客的文化获得感与参与度，但周末（节假日）时段下降 0.01；同样地，导游员讲解服务质量在工作日时段提升 0.01，但在周末（节假日）时段下降 0.04，可能与游客量、通讯信号质量有关；（图 8）。

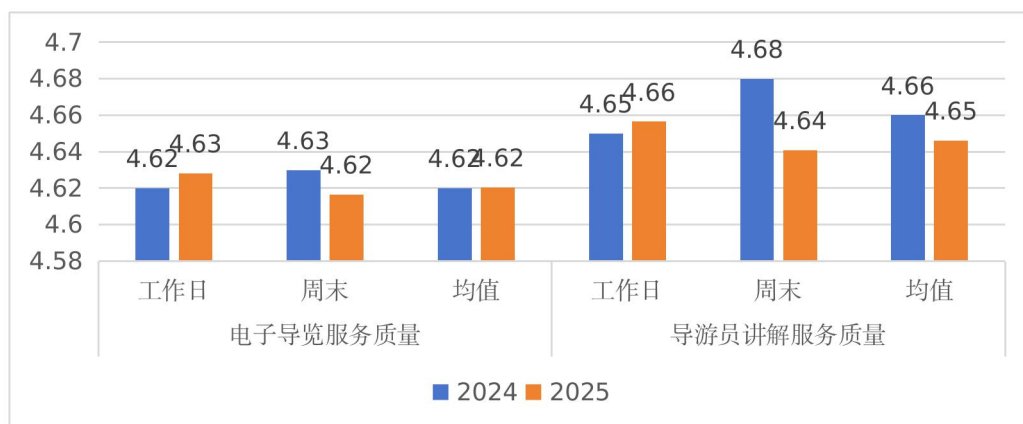


图 8 松江区主要景区（点）解说服务质量顾客满意度分时段调研结果

6、配套服务质量顾客满意度

配套服务质量包括“餐饮服务质量”“购物服务质量”和“其他服务设施设备完备程度”等三个二级指标。总体而言，2025 年松江区被调研景区（点）的配套服务质量顾客满意度继续保持“非常满意”级别，处于“优异区域”。餐饮服务质量、购物服务质量和其他服务设施设备完备程度的平均顾客满意度分别为 4.59、4.62 和 4.56，均进入“优异区域”。分时段来看，购物服务质量在工作日时段满意度最高，为 4.65；餐饮服务质量和在在工作日时段也达到 4.62；其他服务设施设备完备程度在工作日时段满意度相对较低，为 4.58。

与 2024 年相比较，2025 年配套服务质量总体满意度水平在工作日时段总体呈现上升态势，但周末（节假日）时段略有下降，整体保持稳定。其中其他服务设施设备完备程度的均值，在工作日、周末（节假日）时段均低于 2024 年水平（图 9）。

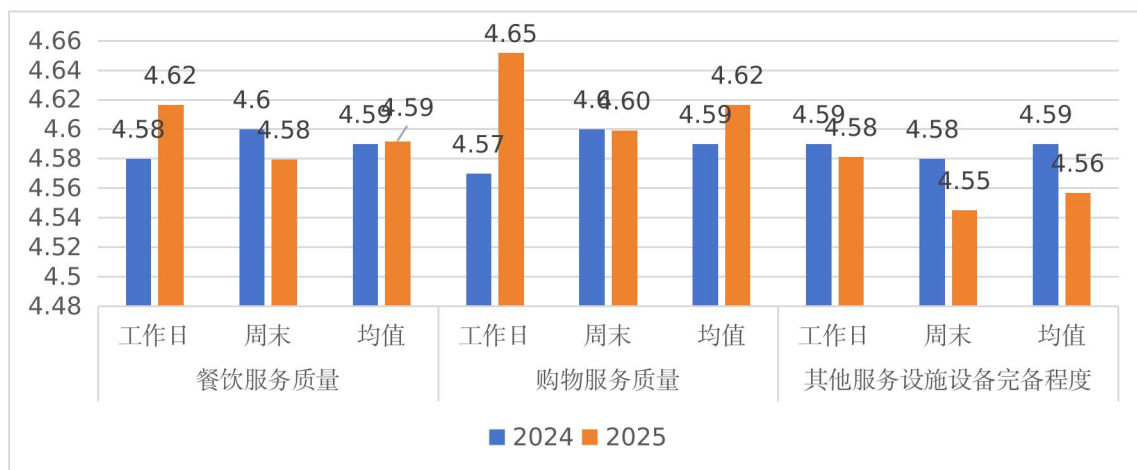


图 9 松江区主要景区（点）配套服务质量顾客满意度分时段调研结果

7、环境与卫生服务质量顾客满意度

环境与卫生服务质量包括“游览环境整洁程度”“景区顾客密度”“医疗服务质量”“公共厕所卫生环境及布局合理性”等四个二级指标。总体而言，2025 年松江区被调研景区（点）上述四项满意度均处于“非常满意”级别，进入“优异区域”。其中，游览环境整洁程度均值最高，为 4.66；景区拥挤程度 4.64；公共厕所卫生环境及布局合理性 4.63；医疗服务质量均值 4.62。分时段来看，除公共厕所卫生环境及布局合理性外，其余三项指标在工作日均略高于周末（节假日）。

与 2024 年相比，2025 年总体满意度稳中有升，工作日时段：游览环境整洁程度提升 0.03，景区拥挤程度提升 0.03，医疗服务质量提升 0.03；公共厕所卫生环境及布局合理性保持不变，反映出工作日期间景区在保洁、医疗值守、厕位疏导等方面投入加大，游客体验持续优化。在周末（节假日）时段，四项指标均略有下降：游览环境整洁程度、景区拥挤程度、医疗服务质量、公共厕所卫生环境及布局合理性分别下降 0.01、0.03、0.03、0.02，但波动幅度在 0.03 以内，低于工作日时段上升水平，环境与卫生服务质量整体维持“优异区域”水平（图 10）。

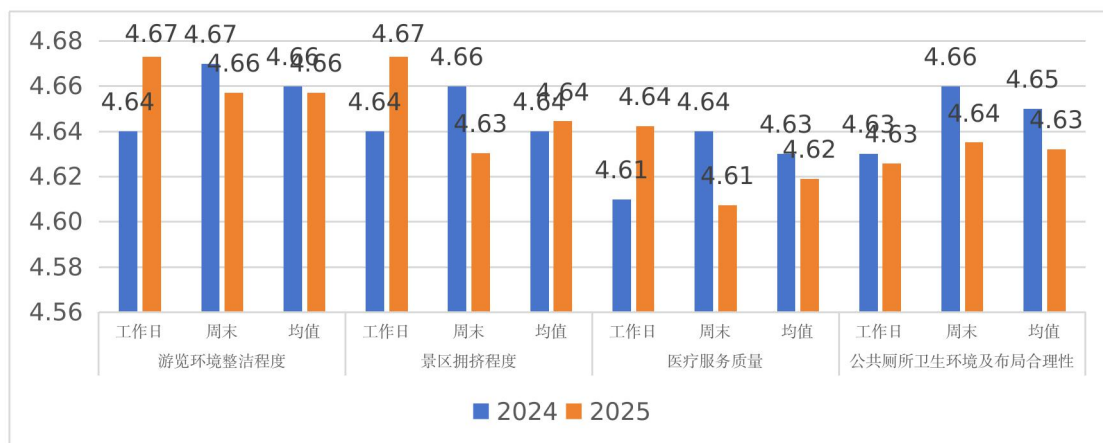


图 10 松江区主要景区（点）环境与卫生服务质量顾客满意度分时段调研结果

8、安全服务质量顾客满意度

安全服务质量包括“安保服务质量”“消防安全服务质量”“游览设施安全服务质量”等三个二级指标。总体而言，2025 年松江区被调研景区（点）上述三项满意度均处于“非常满意”级别，进入“优异区域”。其中，游览设施安全服务质量、消防安全服务质量均值最高，为 4.68；安保服务质量均值 4.66，均保持高位。

分时段来看，三项指标在工作日均略高于周末（节假日）：游览设施安全服务质量提升 0.01，消防安全服务质量提升 0.01，安保服务质量提升 0.03，反映周末（节假日）期间景区在安保力量增配、消防设施巡检及游乐设施日检公示等方面的保障力度仍有不足，游客安全感仍有上升空间。

与 2024 年相比，2025 年工作日时段总体满意度上升明显，其中安保服务质量提升 0.05；消防安全服务质量提升 0.04；游览设施安全服务质量提升 0.04，均保持高位，周末（节假日）时段下降的波动幅度在 0.02 以内，整体仍维持“优异区域”水平（图 11）。

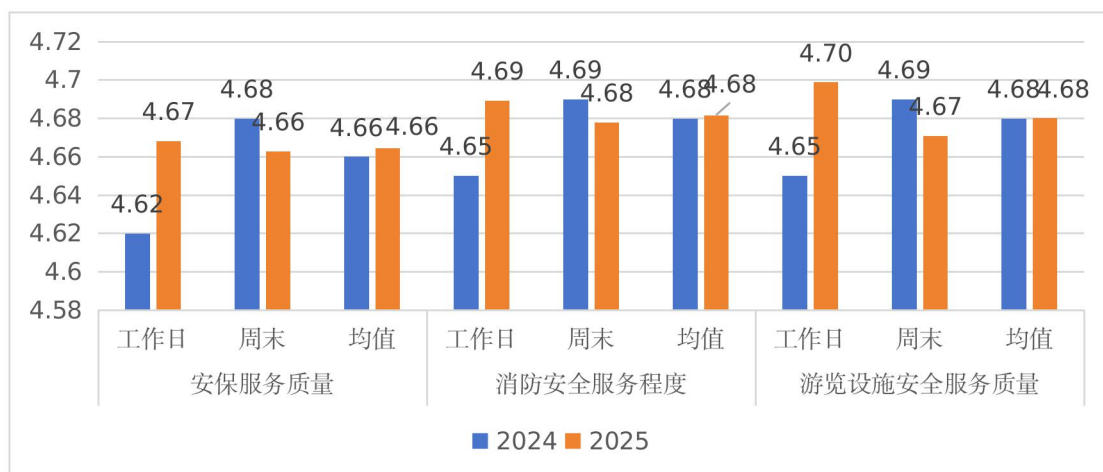
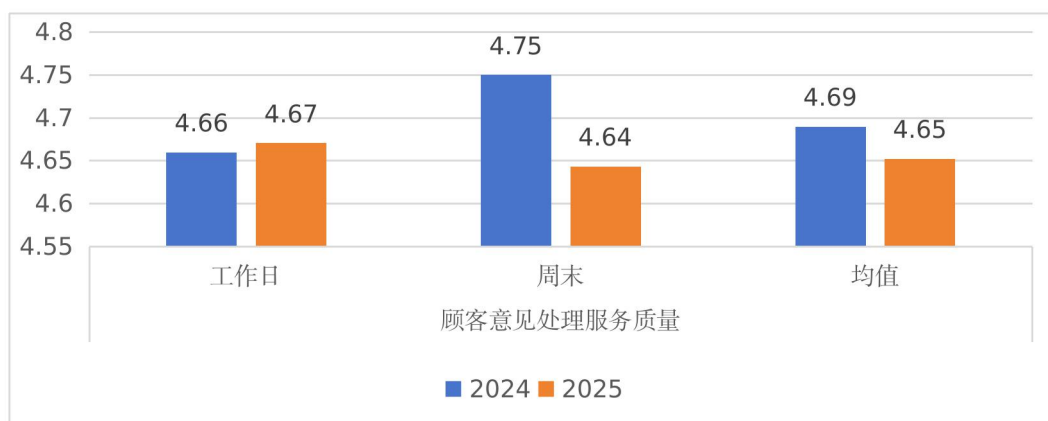


图 11 松江区主要景区（点）安全服务质量顾客满意度分时段调研结果

9、顾客意见处理质量顾客满意度

顾客意见处理服务质量为单二级指标。数据显示，2025 年松江区被调研景区（点）顾客意见处理质量满意度均值为 4.65，仍处于“非常满意”级别，进入“优异区域”。分时段来看，周末（节假日）时段满意度为 4.64，低于工作日的 4.67，差距为 0.03，表明景区在客流高峰期间对投诉受理、意见反馈及赔付处理的响应稍微有落后。

与 2024 年相比，总体均值小幅回落 0.04，主要受周末（节假日）满意度下降 0.11



拖累；工作日时段保持高位并微升 0.01，说明景区在高峰时段的闭环管理仍有细化空间（图 12）。

图 12 松江区主要景区（点）顾客意见处理质量的顾客满意度分时段调研结果

（三）景区（点）分类分析

1、周末（节假日）时段服务质量顾客满意度排名

数据显示，2025 年松江区被调研的 14 家景区（点）周末（节假日）时段平均顾客满意度为 4.60，较 2024 年下降 0.04，继续处于“非常满意”级别、位于“优异区域”。满意度高于均值的景区共 10 家，依次为：上海月湖雕塑公园 4.86、上海方塔园 4.85、上海醉白池公园 4.83、深坑秘境 4.82、上海辰山植物园 4.80、上海蓝精灵乐园 4.72、上海浦江之首 4.72、江南水稻艺术观光园 4.71、上海欢乐谷 4.70、上海佘山国家森林公园 4.61。其中，方塔园在周末（节假日）时段继续保持首位，同比提升 0.08；泗泾古镇周末（节假日）满意度最低，为 4.21，但仍处于“良好区域”。

由于 2024 年未对上海浦江之首、上海蓝精灵乐园、上海月湖雕塑公园、江南水稻艺术观光园、上海云间粮仓、泗泾古镇等 7 家景区进行周末（节假日）调研，故仅将图 13 中已列的 7 家景区（点）2025 年周末（节假日）满意度与其 2024 年数据作同期对比。结果显示，除醉白池、佘山、和广富林文同比下降 0.04、0.08、0.17 之外，欢乐谷、上海影视乐园、辰山植物园、方塔园不同幅度提升，分别为 0.22、0.04、0.19、0.08，总体提升幅度大于下降程度（图 13）。

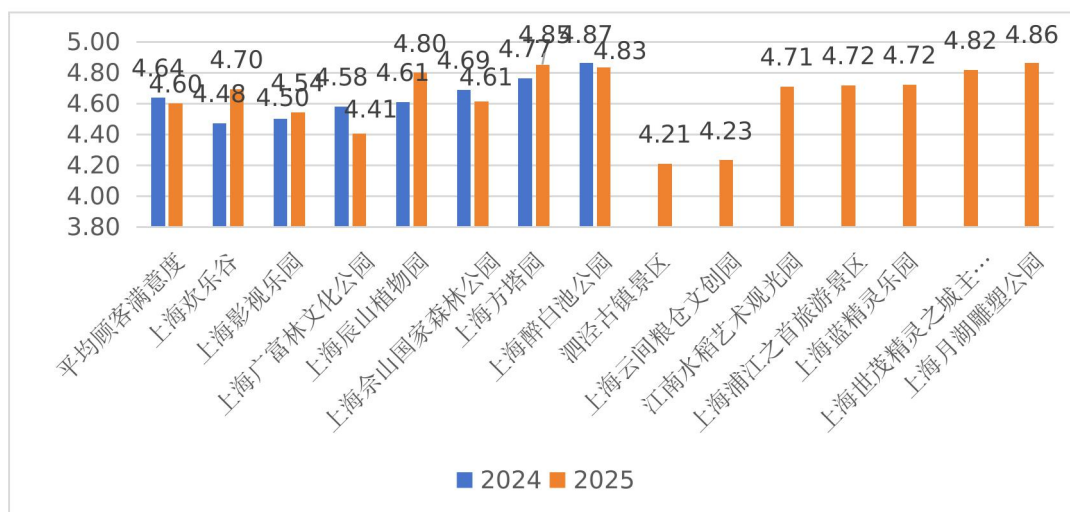


图 13 松江区主要景区（点）周末（节假日）时段服务质量顾客满意度排名

2、工作日时段服务质量顾客满意度排名

调研数据显示，2025 年松江区景区（点）工作日时段平均顾客满意度为 4.64，属于“非常满意”级别，进入“优异区域”。在 2025 年工作日时段的样本中，满意度高于均值 4.66 的景区共 8 家：上海醉白池公园 4.87、上海方塔园 4.84、上海影视乐园 4.83、上海浦江之首 4.82、上海蓝精灵乐园 4.74、上海辰山植物园 4.71、上海佘山国家森林公园 4.68、江南水稻艺术观光园 4.65。其中醉白池公园继续位列第一，仍处于“非常满意”级别、“优异区域”；泗泾古镇工作日时段满意度最低，为 4.04，但仍位于“良好区域”。

由于 2024 年未对上海浦江之首、上海蓝精灵乐园、上海月湖雕塑公园、江南水稻艺术观光园、上海云间粮仓、泗泾古镇等 7 家景区进行工作日时段调研，因此将其他 7 家景区（点）的数据与 2024 年进行对比分析可以得出，2025 年 7 家景区工作日时段平均顾客满意度较 2024 年提升 0.03，继续保持“非常满意”级别，整体处于“优异区域”。其中上海影视乐园提升 0.55，升幅最大；辰山植物园提升 0.18，由 4.53 升至 4.71；佘山提升 0.15，由 4.53 升至 4.68；醉白池公园、方塔园同比提升 0.03；广富林文化遗址下降 0.33，由 4.58 降至 4.25；欢乐谷小幅回落 0.05，由 4.71 降至 4.64；（图 14）。

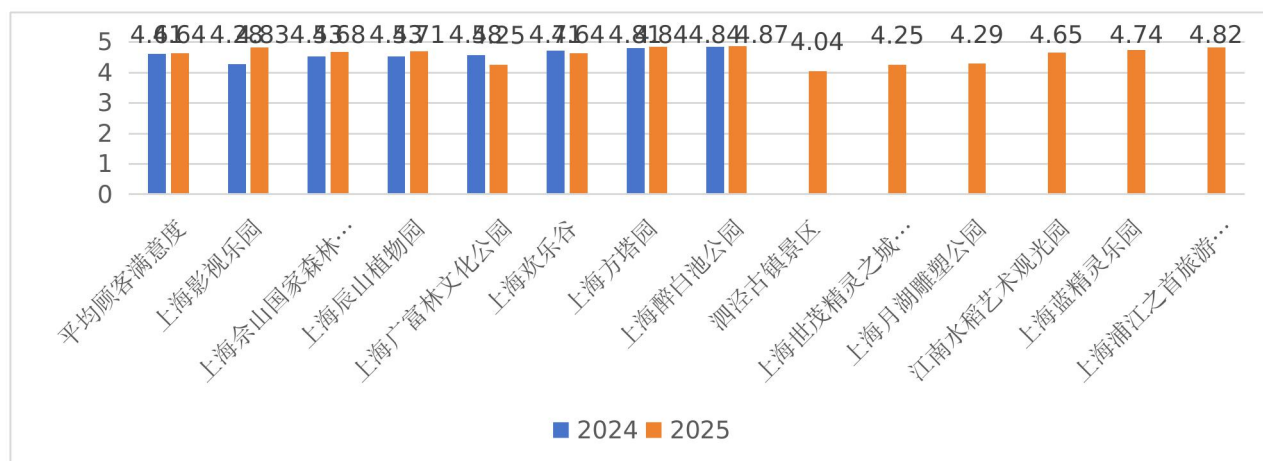


图 14 松江区主要景区（点）工作日时段服务质量顾客满意度

3、与上海市其他区县景区（点）服务质量顾客满意度的比较

调研显示，2025 年松江区 14 家景区（点）服务质量顾客满意度与上海市其他区县景区（点）相比较，处于较好水平。有超九成的顾客评价“好”与“很好”（图 16）。

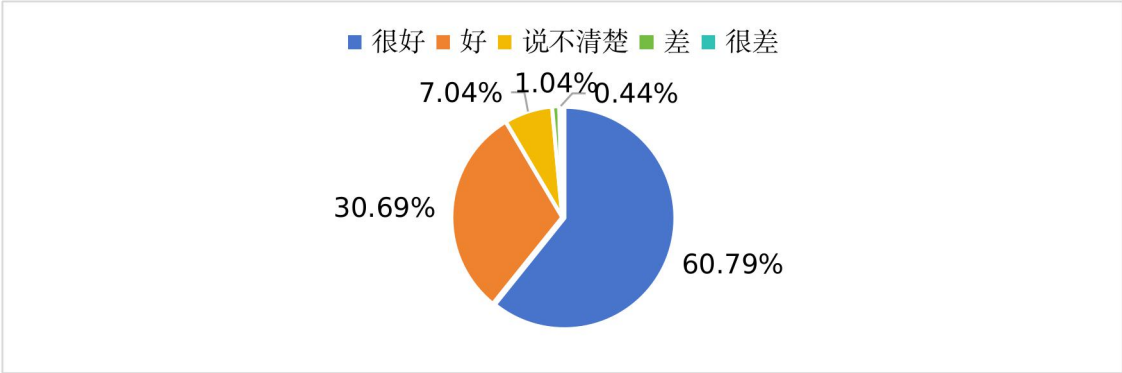


图 15 松江区主要景区（点）服务质量与其他区县景区点比较结果

5、松江区主要景区（点）一级指标顾客满意度排名

2024 年松江区主要景区（点）一级指标顾客满意度排名如表 4 所示。

表 4 2025 年松江区主要景区（点）服务质量顾客满意度调研结果

排名	调研地点	调研时段	员工素养	交通服务质量	票务服务质量	信息服务质量	解说服务质量	配套服务质量	环境与卫生服务质量	安全服务质量	顾客意见处理服务质量	分时段满意度	2025 年总体满意度	2024 年总体满意度
1	方塔园	工作日	4.89	4.85	4.86	4.84	4.82	4.86	4.81	4.86	4.83	4.84	4.85	4.70
		周末（节假日）	4.92	4.84	4.84	4.86	4.90	4.82	4.85	4.86	4.82	4.85		
		均值	4.90	4.84	4.85	4.85	4.86	4.84	4.83	4.86	4.82	4.85		
2	醉白池	工作日	4.89	4.84	4.82	4.88	4.76	4.84	4.92	4.93	4.95	4.87	4.84	4.83
		周末（节假日）	4.76	4.62	4.81	4.87	4.87	4.82	4.88	4.90	4.90	4.83		
		均值	4.78	4.66	4.82	4.87	4.85	4.82	4.88	4.91	4.90	4.83		
3	辰山植物园	工作日	4.81	4.77	4.73	4.71	4.65	4.73	4.67	4.67	4.69	4.71	4.77	4.48
		周末（节假日）	4.83	4.75	4.81	4.81	4.79	4.79	4.79	4.79	4.80	4.80		
		均值	4.82	4.76	4.79	4.79	4.75	4.78	4.76	4.76	4.77	4.78		
4	影视乐园	工作日	4.86	4.80	4.84	4.84	4.84	4.82	4.84	4.83	4.80	4.83	4.77	4.15
		周末	4.62	4.55	4.60	4.59	4.43	4.43	4.55	4.70	4.57	4.54		

		(节假日)												
		均值	4.80	4.74	4.79	4.78	4.75	4.74	4.78	4.80	4.75	4.77		
5	浦江之首	工作日	4.89	4.78	4.89	4.81	4.83	4.78	4.83	4.78	4.89	4.82		
		周末 (节假日)	4.78	4.63	4.75	4.74	4.70	4.64	4.74	4.77	4.72	4.72	4.74	/
		均值	4.80	4.66	4.78	4.76	4.73	4.67	4.76	4.77	4.76	4.74		
6	欢乐谷	工作日	4.75	4.58	4.64	4.47	4.71	4.64	4.65	4.69	4.75	4.64		
		周末 (节假日)	4.70	4.59	4.68	4.67	4.66	4.66	4.67	4.70	4.70	4.48	4.67	4.57
		均值	4.70	4.59	4.68	4.65	4.67	4.66	4.67	4.70	4.70	4.67		
7	蓝精灵乐园	工作日	4.81	4.63	4.74	4.68	4.81	4.74	4.70	4.81	4.84	4.74		
		周末 (节假日)	4.68	4.65	4.65	4.65	4.61	4.60	4.64	4.63	4.65	4.64	4.66	/
		均值	4.71	4.64	4.67	4.65	4.66	4.64	4.66	4.68	4.70	4.67		
8	江南水稻	工作日	4.62	4.59	4.65	4.67	4.66	4.60	4.67	4.68	4.67	4.65		
		周末 (节假日)	4.77	4.82	4.58	4.75	4.88	4.13	4.79	4.98	4.90	4.71	4.66	/
		均值	4.64	4.63	4.64	4.68	4.70	4.53	4.69	4.73	4.71	4.66		
9	深坑秘境	工作日	4.56	4.17	4.11	4.20	4.22	4.22	4.31	4.35	4.28	4.27		
		周末 (节假日)	4.61	4.67	4.72	4.73	4.72	4.70	4.72	4.73	4.73	4.82	4.65	/
		均值	4.60	4.60	4.64	4.65	4.65	4.63	4.66	4.67	4.66	4.64		
10	佘山	工作日	4.33	4.83	4.78	4.78	4.67	4.44	4.50	4.89	5.00	4.68		
		周末 (节假日)	4.57	4.59	4.62	4.61	4.62	4.54	4.61	4.69	4.67	4.61	4.62	4.72
		均值	4.57	4.60	4.63	4.62	4.62	4.54	4.61	4.70	4.68	4.62		
11	广富林	工作日	4.20	4.10	4.20	4.20	4.30	4.27	4.30	4.40	4.20	4.25		
		周末 (节假日)	4.35	4.40	4.44	4.41	4.42	4.36	4.39	4.44	4.40	4.41	4.40	4.24
		均值	4.35	4.39	4.43	4.40	4.42	4.36	4.38	4.44	4.39	4.40		
12	月湖雕塑公园	工作日	4.16	4.06	4.23	4.28	4.28	4.23	4.34	4.39	4.36	4.29		
		周末 (节假日)	4.25	3.85	4.30	4.33	5.00	5.00	4.75	5.00	5.00	4.61	4.31	/
		均值	4.19	4.00	4.25	4.28	4.30	4.25	4.35	4.41	4.38	4.27		
13	云间粮仓	工作日	4.16	4.06	4.23	4.28	4.28	4.23	4.34	4.39	4.36	4.26		
		周末 (节假日)	4.25	3.85	4.30	4.33	5.00	5.00	4.75	5.00	5.00	4.23	4.23	/
		均值	4.24	4.31	4.34	4.19	4.36	4.14	4.18	4.29	4.14	4.24		
14	泗泾古镇	工作日	4.14	3.75	3.98	4.05	4.02	3.92	4.11	4.24	4.14	4.04		
		周末 (节假日)	4.22	4.11	4.24	4.26	4.17	4.13	4.23	4.29	4.16	4.21	4.17	/
		均值	4.20	4.03	4.18	4.21	4.14	4.09	4.21	4.28	4.16	4.17		
所有被调研景		工作日	4.58	4.49	4.55	4.55	4.56	4.52	4.57	4.64	4.63	4.64	4.63	4.53

区总体服务质量满意度	周末 (节假日)	4.59	4.49	4.60	4.61	4.70	4.62	4.67	4.75	4.72	4.60		
	均值	4.61	4.55	4.62	4.64	4.63	4.59	4.64	4.68	4.65	4.63		

（四）景区（点）被调研游客基本情况分析

1、被调研游客年龄分析

调研结果显示，被调研游客年龄以 35~44 岁为主，占 26.54%，其次是 25~34 岁，占 22.83%，如图 16 所示。

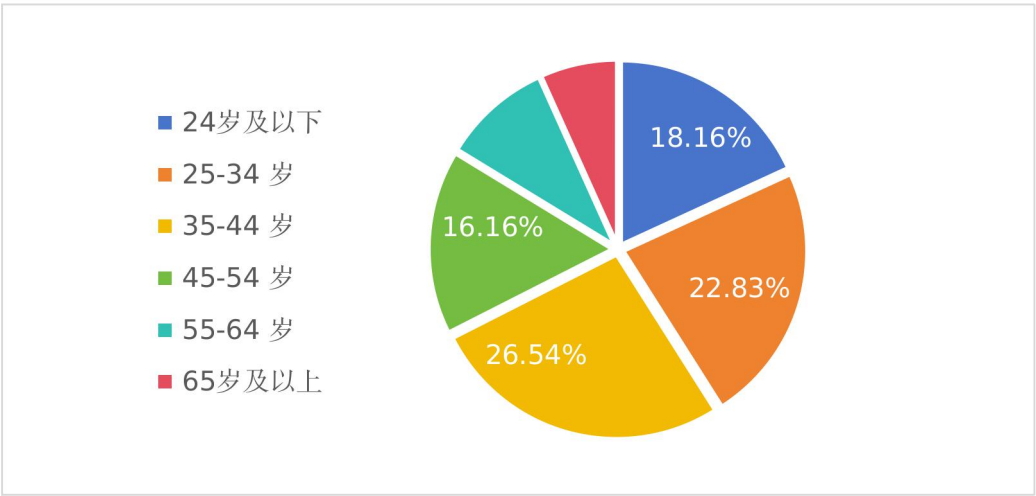


图 16 松江区主要景区（点）被调研游客年龄分析结果

2、被调研游客职业分析

调研结果显示，被调研游客的职业以其他职业为主，占 27.21 %，其次是企业从业人员，为 22.39 %，如图 17 所示。

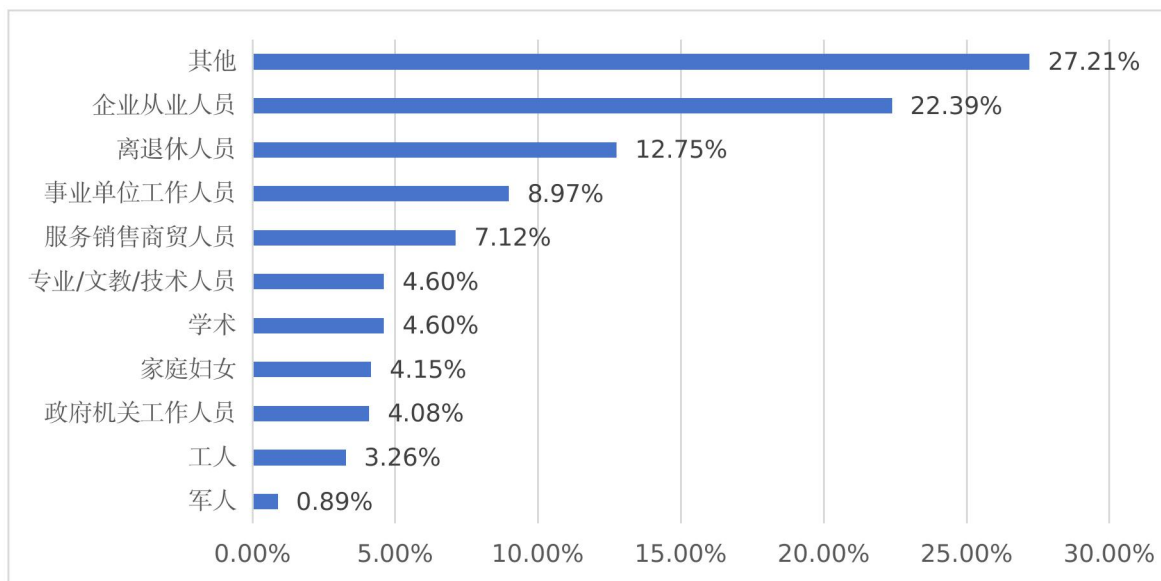


图 17 松江区主要景区（点）被调研游客职业分析结果

3、被调研游客对松江区的哪一类景点最感兴趣分析

调研结果显示，被调研游客对松江区的自然风光最感兴趣，占 37.88%；其次是古迹建筑，为 25.65 %。与 2024 年相比较，2024 年游客对松江区感兴趣的景点排名前两位仍然是自然风光（2024：42.59%）和古迹建筑（2024：28.65%），分别下降了 4.71 个百分点和 3.00 个百分点，如图 18 所示。

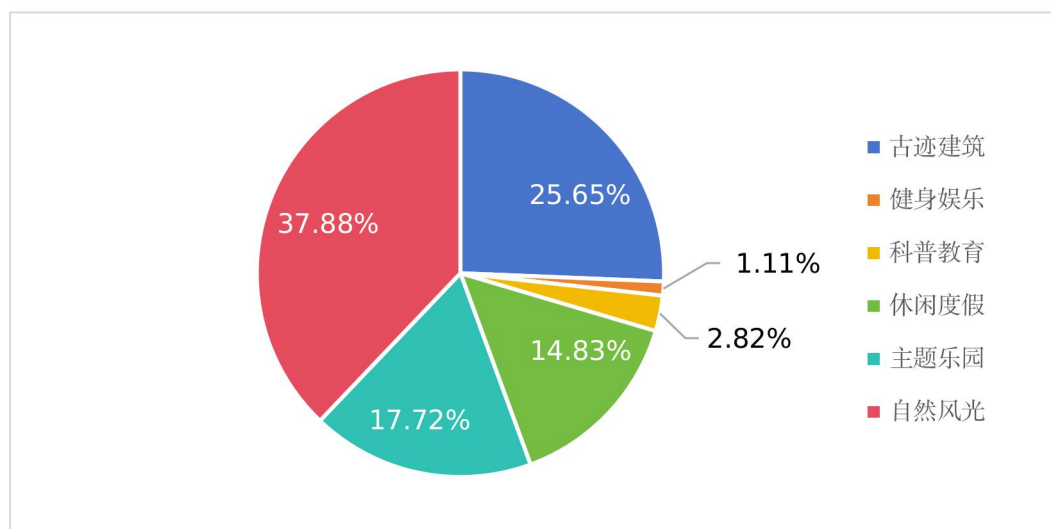


图 18 松江区主要景区（点）被调研游客对哪一类景点最感兴趣分析结果

4、被调研游客获取景区（点）信息渠道的分析

调研结果显示，被调研游客对松江区景区（点）信息的获取主要是因为以前来过，

占 21.85 %；其次是亲友推荐，为 18.72 %，如图 19 所示。

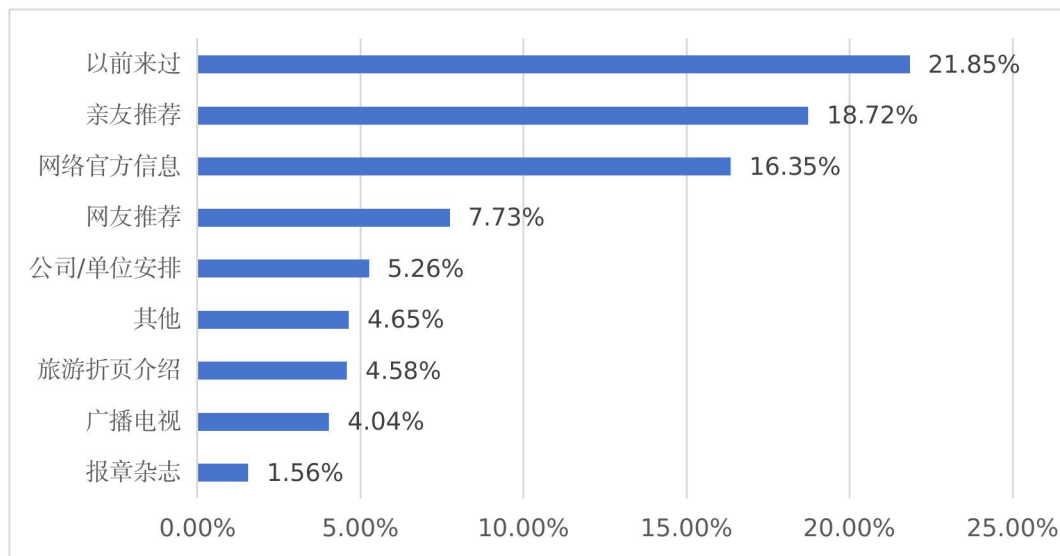


图 19 松江区主要景区（点）被调研游客获取信息渠道分析结果

三、调研结论与对策建议

本部分顾客满意度调研聚焦于旅游景区（点）服务质量，调研范围从 2024 年的 7 家扩展至 14 家，全面覆盖松江区历史古迹、自然生态、主题乐园等多种类型景区，采用量化评分、开放问答及深度访谈等多元方式收集数据。基于对调研数据的系统分析，以下将详细呈现 2025 年度调研发现，为景区（点）精准改进服务提供方向，助力松江全域旅游品质提升。

（一）调研结论

1、2025 年度，松江区 14 家受调研景区（点）服务质量实现稳步进阶，总体满意度得分达 4.62，较 2024 年的 4.55 分持续提升，“非常满意”评价占比突破 75%，核心服务指标均处于“优异区域”。与 2019 年的基准值 4.36 分相比，五年间满意度累计提升 0.26，，印证了松江区旅游服务质量提升的长效性。从景区类型看，佘山国家森林公园、醉白池公园等成熟景区得分稳居前列；而新增调研的泗泾古镇等景区，及广富林文化遗址等历史古迹类景区满意度低于平均水平，其服务标准化与特色化融合不足的问题

题需重点关注，需引起重视并尽快实施针对性改进措施。

2、在上海市全域旅游竞争格局中，松江区景区（点）服务竞争力持续领跑，游客满意度再创新高。本次调研中，**91.48 %** 的游客给予正面评价，其中“很好”评价占比从 2024 年的 **60%** 提升至 **60.79%**；景区整体 **NPS（游客净推荐值）** 从 **92.90%** 提升至 **93.5%**，较上年提升 **0.6** 个百分点，这充分说明游客非常愿意将松江的景点推荐给亲朋好友。这些数据证明了松江区的旅游服务在游客心中具有极高的认可度和满意度，具有强大的口碑传播潜力。

3、在本次调研的九个一级指标中，游客的满意度均保持“非常满意”的水平，均值较 2024 年提升显著；顾客意见处理服务保持 **4.65** 的高分，且工作日与周末（节假日）满意度差异从 2024 年的 **0.32** 分缩小至 **0.15** 分，景区服务响应的均衡性明显改善。但在某些关键服务环节上，仍存在结构性短板：交通服务质量虽提升至 **4.63** 分，但周末（节假日）时段景区周边拥堵、停车场导引不足的问题依然突出，反映出景区（点）在应对人流高峰仍然可能存在一定的疏忽。

4、根据 2025 年松江区景区（点）服务的被调研顾客反馈，游客对未来重点发展的期望主要集中在完善景区设施、丰富特色活动、加强讲解服务以及强化智慧旅游建设等方面。这些期望不仅反映了游客对精神生活品质要求的不断提升，也体现了他们休闲方式的多样化和个性化选择。当前松江区的景区服务仍主要聚焦于满足游客的基本游览需求，面对游客日益增长的需求与期待，景区服务在多个方面仍有待进一步提升与优化。

（二）对策建议

为了进一步提升松江区旅游景区（点）的整体服务质量，满足游客日益增长的多元化需求，本报告针对性地提出了一系列对策建议：

1、完善景区设施，提升旅游品质

通过完善旅游景区（点）的各项设施，精准优化核心设施、聚焦薄弱环节改进，提升游客游览舒适度与安全性，确保游客享受便捷高效的服务体验。

在交通服务方面，松江区景区（点）需全面优化交通网络布局，首先应在主要交通节点增设动态指引标识与电子屏，实时显示停车场余量、景区周边路况；加强与公共交通系统联动，周末（节假日）时段加密直达景区的公交班次，推行“景区—地铁站”接驳专线；优化停车场收费机制，推出“周末（节假日）错峰停车优惠”，联动周边商业体开放共享停车资源，缓解周末（节假日）停车压力。

在餐饮与公共设施方面，引入松江本地特色餐饮品牌与绿色健康餐品，明码标价并公示食材溯源信息；此外，在客流集中区域增设移动饮水站、第三卫生间，针对泗泾古镇、广富林文化遗址等满意度较低的景区，优先补齐公共设施短板；提升其他服务设施（POS 机、ATM 机）的覆盖率与备用率，避免高峰时段设备短缺。

在安全方面，加强安全设施常态化巡检，在周末及节假日增配安保与消防巡检人员，在游乐设施、人流密集区域公示日检结果；完善医疗服务点布局，增加急救设备与常用药品储备，提升医疗值守人员应急处置能力。通过上述措施的全面优化与实施，能够有效促进松江区旅游景区（点）的蓬勃发展，显著提升游客的整体满意度与忠诚度。

2、创新活动策划，塑造独特竞争力

通过策划多样化活动并深入挖掘松江历史文化与自然特色，结合游客对自然风光、古迹建筑的核心兴趣点，策划差异化、互动性强的特色活动，松江景区（点）企业将展现出松江独特的魅力，吸引大量游客前来参与，进而提高游客的文化体验满意度。

为了深度挖掘并展现松江景区（点）独特的文化底蕴与自然风光特色，全面提升游客的文化体验满意度与整体游览质量，旅游景区（点）企业应围绕“自然风光”与“古

迹建筑”两大核心兴趣点，推出“松江生态徒步季”等活动，等丰富多彩的活动，让游客在亲身参与中深刻感受松江的独特魅力与历史底蕴；联动醉白池公园、方塔园等成熟景区打造文化体验线路；针对新增调研的景区（如泗泾古镇），挖掘本土文化 IP，策划“古镇民俗节”等特色活动，增强景区辨识度。

与此同时，政府方面可以设立专项活动扶持基金，对具有创新性、影响力的主题活动给予资金补贴与宣传支持；整合区内媒体资源，通过短视频、旅游达人探店等形式扩大活动曝光，同时优化活动期间的交通疏导、停车保障等公共服务，提升活动体验。通过政策扶持、资金补贴、宣传推广等举措，为景区（点）企业提供必要的资源与支持，助力其策划并实施更具吸引力的活动。

上述举措不仅能增强游客的参与互动体验，也将深切感受到松江独有的迷人魅力，进而提高游客在文化探索与体验过程中的满意度。

3、提升讲解质量，增强文化感知

通过聚焦解说服务的专业性与互动性举措，可以提升游客对景点历史背景和文化内涵的理解，同时增强游客参与感和满意度，提高游客的整体体验质量，让讲解服务成为景区文化传播的重要载体。

为了进一步加强讲解服务并显著提升松江旅游景区（点）的文化内涵与游客体验，景区（点）需采取一系列举措。首先，通过定期组织专业培训，确保讲解员队伍熟练掌握松江丰富的历史文化、独特的风土人情以及各景点的深厚背景，为游客提供准确、深入的讲解服务。在此基础上，深入挖掘松江的文化精髓，结合各景点的独特魅力，精心设计富有创意和吸引力的讲解内容。其次，注重提升讲解服务的互动性和趣味性，利用现代科技手段为游客打造沉浸式的讲解体验，增强游客的代入感和参与感。此外，景区（点）应积极探索创新讲解形式，如故事化讲解、角色扮演等，使讲解过程更加生动有

趣，提升游客的游览兴趣与满意度。最后，政府方面应积极鼓励和支持企业与当地文化机构、学者的深度合作与交流，共同策划和举办文化展览、文艺演出、学术讲座等丰富多彩的文化活动，为游客提供更加多元、深层次的文化体验。同时，政府应加强监管和指导，建立健全讲解服务的质量评估体系，确保讲解内容的准确性和服务的专业性，提升游客对讲解服务的信任度和满意度。

4、强化智慧旅游，升级消费体验

通过强化智慧旅游建设并充分利用现代信息技术的举措，松江旅游景区（点）使游客能够轻松规划行程并享受便捷高效的旅游服务，从而达到提升旅游体验、优化旅游管理的目的，提高了游客的满意度与忠诚度。

松江旅游景区（点）应强化智慧旅游建设，充分利用现代信息技术，打造一个功能全面的服务平台。该平台需集成在线预订、电子票务、智能导航及讲解等多元化功能，使游客能轻松规划行程，享受便捷高效的旅游服务。大数据分析技术的应用能为游客提供更加个性化的旅游产品推荐，满足其多样化的需求。此外，在客流量较大的景区（如欢乐谷、深坑秘境）部署智能导览机器人，提供路线指引、咨询应答等服务；利用大数据分析游客偏好，为游客精准推荐个性化游玩线路与特色服务，开发 VR 古建漫游、AR 自然科普等创新产品，丰富游览体验；政府加大智慧旅游基础设施投入，升级景区网络覆盖，建立统一的数据共享平台，实现景区、交通、餐饮等资源联动。以此来进一步确保游客们能够轻松享受到精心规划的行程与卓越的服务品质，力求更好地推动旅游体验的整体飞跃与旅游管理的根本性变革，在游客心中构筑高满意度与忠诚度。

附件二：松江区旅游景区（点）服务质量顾客满意度调查问卷

尊敬的女士/先生

您好！

我们是松江区旅游服务质量顾客满意度调研人员。为切实维护顾客合法权益，提高松江区旅游景区（点）的整体服务质量水平，加强旅游景区（点）行业监管，松江区经济委员会（旅游局）特组织本次调研。您本次调研的宝贵意见，对实现上述目标具有重要价值，请不吝赐教。

非常感谢您的合作与支持！

松江区旅游服务质量顾客满意度调查小组

调查日期：2025 年 月 日

第一部分：基本信息

1. 您游览的景区（点）名称：_____

2. 您的性别：①男 ②女

3. 您的居住地区：_____国家_____省（州、自治区、直辖市）_____市（区、县）

4. 您的年龄：①24 岁以下 ②25~34 岁 ③35~44 岁 ④45~54 岁 ⑤55~64 岁
⑥65 岁以上

5. 您的职业：①政府机关工作人员 ②事业单位工作人员 ③企业从业人员 ④
专业/文教/技术人员 ⑤服务销售商贸人员 ⑥离退休人员 ⑦军人 ⑧工人 ⑨家庭
妇女 ⑩学生 ⑪其它

6. 您对松江的哪一类景点最感兴趣：①自然风光 ②古迹建筑 ③休闲度假 ④
健身娱乐 ⑤科普教育 ⑥主题乐园

7. 您认为松江区景区点服务质量与上海市其他区县景区点服务质量相比处于
什么样的水平：①很差 ②差 ③说不清楚 ④好 ⑤很好

8. 您如何知道这家景区点的信息（可复选至多三项）：①以前来过 ②亲友推荐 ③网络官方信息 ④网友推荐 ⑤公司/单位安排 ⑥广播电视 ⑦报章杂志 ⑧旅游折页介绍 ⑨其他

第二部分：服务质量满意度调查（请在您认为合适的方框中打钩即可）

一级指标	二级指标		非常不满意	不满意	一般	满意	非常满意
1.员工素养	1.1	员工仪容仪表、服务态度、业务能力					
2.交通服务质量	2.1	停车场服务质量（标识清晰程度、收费合理性）					
	2.2	景区内交通服务质量 （线路设计合理性、交通工具安全性、舒适性）					
3.票务服务质量	3.1	售票处标识清晰程度、秩序					
	3.2	网络与电话订票服务效率					
	3.3	验票效率及准确性、秩序					
4.信息服务质量	4.1	公共信息资料类型与内容真实性					
	4.2	标识规范性、准确性（如停车场的标识规范性）					
	4.3	广播服务质量（覆盖范围、有效性）					
5.解说服务质量	5.1	电子导览服务质量（设备完备程度、服务标识清晰程度）					
	5.2	导游员讲解服务质量（景区熟悉程度、热情程度）					
6.配套服务质量	6.1	餐饮服务质量（态度、诚信程度、价格合理性、卫生程度）					
	6.2	购物服务质量（态度、诚信程度、价格合理性、产品质量）					
	6.3	其他服务设施设备完备程度（如 POS 机、ATM 机等）					
7.环境与卫生服务质量	7.1	游览环境整洁程度					
	7.2	景区拥挤程度					
	7.3	医疗服务质量（设施设备完备程度、医疗水平）					
	7.4	公共厕所卫生环境及布局合理性					
8.安全服务质量	8.1	安保服务质量（安保巡逻频率、便客程度）					
	8.2	消防安全服务质量（标识清晰程度、设施设备完备程度）					
	8.3	游览设施安全服务质量（设施安全程度、安保人员配备）					
9.顾客意见处理服务质量	9.1	处理及时程度、重视顾客反馈程度					
10.您对景区（点）服务质量的 其他意见或建议：							

再次感谢您的支持！祝您在松江旅游愉快！

第三部分：旅行社分报告

一、概况

（一）调研背景

1、调研目的

本次调研在于全面深入了解游客对松江区旅行社在多个维度上的顾客服务质量满意度现状，并提出具有针对性的满意度提升对策建议，旨在切实维护游客合法权益，提高松江区旅行社的整体服务质量水平；同时加强旅行社的行业监管，有效推动松江区文旅产业健康快速发展。

2、调研的旅行社

针对松江区 9 家主要的旅行社展开调研，分别是：上海君汇国际旅行社有限公司、上海九鹿国际旅行社有限公司、上海全联国际旅行社有限公司、上海商旅国际旅行社有限公司、上海沐名旅行社有限公司、上海青豆国际旅行社有限公司、上海悠质行旅行有限公司，上海盛宴国际旅行社有限公司，上海之根旅行社有限公司基本涵盖松江区主流旅行社类型，调研样本具有代表性。

3、调研实施单位

为保障调研结果的公正性和公信力，本次问卷调研、数据分析和报告撰写由上海市松江区文化和旅游局委托上海嘉玉企业管理服务有限公司专家团队完成。

（二）调研方式及样本

1、调研方式

本次调研采用线下实地问卷和线上网络问卷相结合的调研方法，自 2025 年 10 月起至 11 月 10 日结束。重点调研两个时间段内顾客对松江区主要旅游社服

务质量的满意度：第一个时间段是工作日，即调研期间内非周末（节假日）、非黄金周的时间段；第二个时间段是周末和节假日。

2、调研样本

本次调研的 9 家旅行社均收集到有效问卷数据，总计收集到 921 份样本。其中，线上方式共收集到 711 份样本数据，线下方式共收集到 210 份样本数据，具体的问卷收集情况如表 1 所示。

表 1 松江区旅行社问卷收集数量汇总

旅行社名称	线上	线下	总计
上海君汇国际旅行社有限公司	95	30	125
上海九鹿国际旅行社有限公司	158	30	188
上海全联国际旅行社有限公司	124	30	154
上海商旅国际旅行社有限公司	63	30	93
上海沐名旅行社有限公司	71	30	101
上海青豆国际旅行社有限公司	81	30	111
上海悠质行旅行有限公司	68	30	98
上海盛宴国际旅行社有限公司	13	0	13
上海之根旅行社有限公司	38	0	38
总计	711	210	921

（三）调研指标体系及等级标准

1、指标体系

松江区旅行社服务质量顾客满意度调研指标体系包括 8 个一级指标，18 个二级指标，如表 2 所示：

表 2 松江区旅行社服务质量顾客满意度调研指标体系

一级指标		二级指标	
1	咨询服务质量	1.1	旅行社网站信息及时性、准确性
		1.2	服务人员知识水平、服务态度
2	交通服务质量	2.1	交通工具的时间安排（是否按时）
		2.2	交通工具的清洁卫生程度
		2.3	交通工具的舒适度
		2.4	驾驶员驾驶安全程度与线路熟悉程度
3	合同履约质量	3.1	住宿安排履约质量

		3.2	餐饮安排履约质量
4	导游服务质量	4.1	导游员的业务能力（解说、沟通、带团技巧）
		4.2	导游员责任心
		4.3	导游员的应变及危机处理能力
5	线路安排质量	5.1	旅游线路时间安排的合理程度
		5.2	购物安排（次数、停留时间）的合理程度
		5.3	自费项目安排的合理程度
		5.4	线路景点吸引力
6	顾客意见处理服务质量	6.1	处理及时程度、重视顾客反馈程度
7	对旅行社服务质量的总体	7.1	对旅行社服务质量的总体满意程度
8	松江区旅游的 NPS 净推荐	8.1	推荐朋友去松江区旅游的意愿

2、满意度等级标准

本调研问卷关于满意度的题项选项设定为五等级（1=非常不满意，2=不满意，3=一般，4=满意，5=非常满意）。考虑到顾客可能不消费旅行社某些项目或服务的实际情况，本报告在问卷分析时采用相对得分率的处理方法，即满意度=（顾客消费项实际得分总和 ÷ 顾客消费项满分总和）× 5，并将满意度分为五个级别。为更直观描述不同旅行社服务 质量的顾客满意度的差距，本调研报告采用表 3 所示的满意度等级判定标准。

表 3 顾客满意度等级划分

	满意度级别	满意度
优异区域	非常满意	4.50-5.00
良好区域	满意	4.00-4.50
改进区域	基本满意	3.50-4.00
	一般	3.00-3.50
	不满意	3.00 以下

二、旅行社顾客满意度调研报告

（一）总体结果概述

调研显示, 2025 年松江区参与调研的 9 家旅行社服务质量总体满意度均值为 4.85, 与 2024 年持平。依据满意度等级划分标准, 松江区主要旅行社服务质量顾客满意度整体处于“非常满意”级别, 位于“优异区域”。

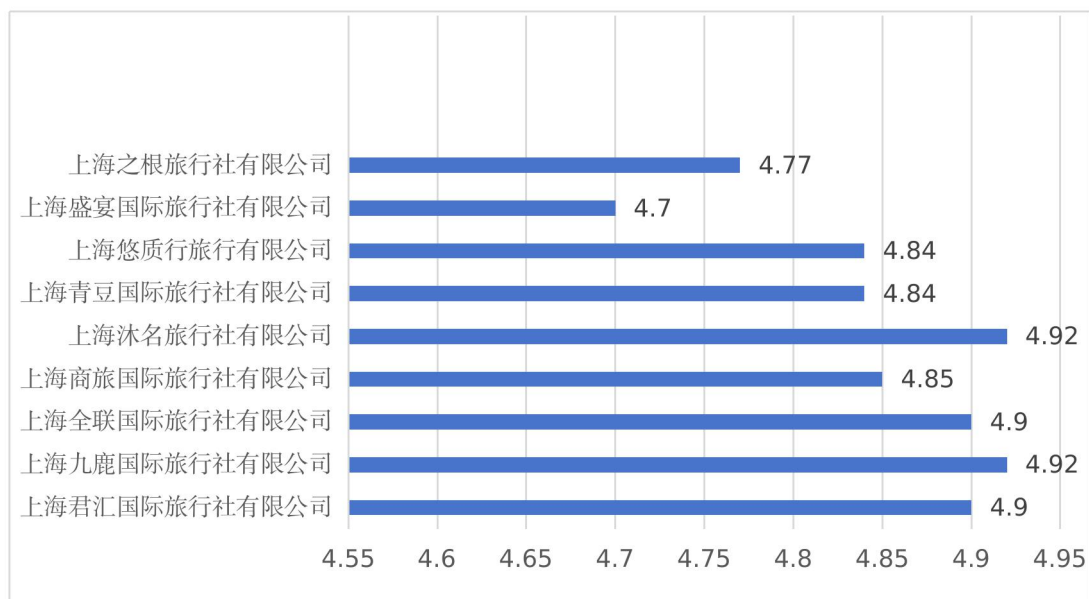


图 1 松江区主要旅行社服务质量顾客满意度调研总体结果

从各旅行社具体得分来看, 上海沐名旅行社有限公司和上海九鹿国际旅行社有限公司总体满意度最高, 均为 4.92。其余旅行社得分分布在 4.70-4.88 之间, 整体差距较小, 均处于“优异区域”。

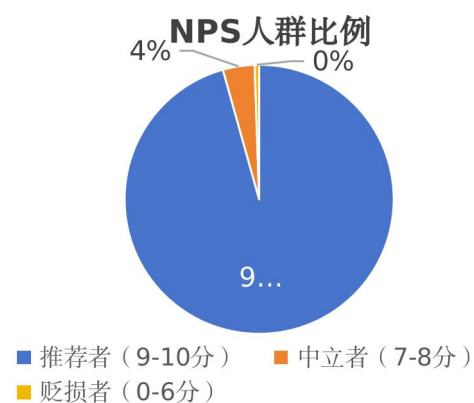
数据分析显示, 2025 年松江区旅行社顾客的 NPS 净推荐值为 97.75%。从不同人群 NPS 得分比例来看, 推荐者比例 (推荐意愿为 9 分或 10 分的顾客) 达 95.66%, 表明绝大多数通过旅行社前往松江区旅游的顾客对松江区整体文旅情况满意度极高, 愿意向亲友推荐。



图2 松江区旅行 NPS 顾客净推荐值及人群比例

如图3所示,2025年松江区参与调研的旅行社的服务质量顾客满意度,除总体满意度和NPS净推荐值之外的六项一级指标均处于“非常满意”级别、“优异区域”,得分均在4.78及以上。其中,

咨询服务质量顾客满意度最高,为4.84;线路安排质量的顾客满意度最低为4.79。



整体而言,松江区主要旅行社在服务质量方面有一定程度的进步,尤其是在咨询服务质量和交通服务质量方面。其中咨询服务质量的顾客满意度上涨幅度最大,较2024年提升了0.04;交通服务质量提升了0.01。然而,导游服务质量、顾客意见处理服务质量和线路安排服务质量均有所下降,表明旅行社在客户意见反馈和处理方面有待提高、在顾客预期期望管理上仍有较大提升空间。

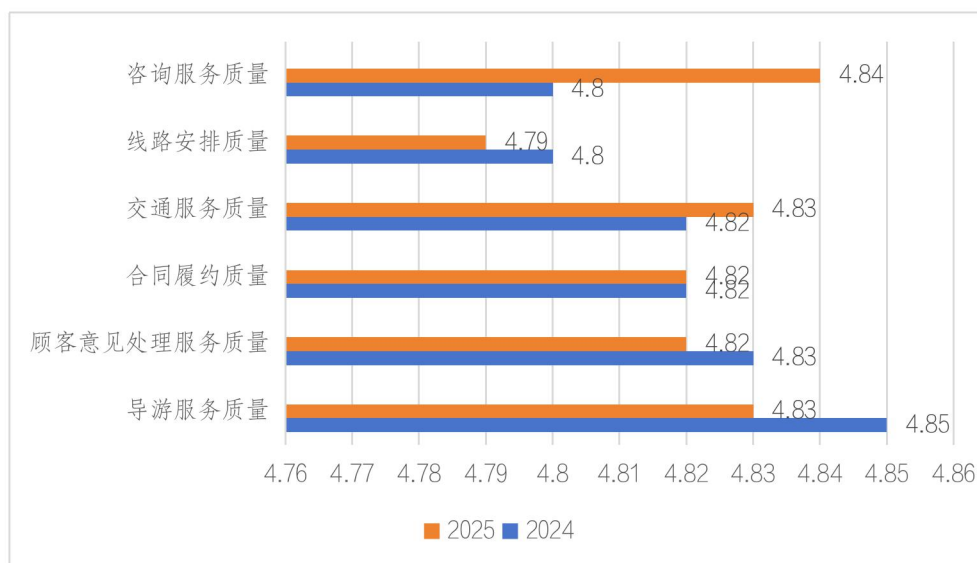


图3 松江区主要旅行社服务质量顾客满意度一级指标调研结果比较

调研还显示，松江区 9 家主要旅行社服务质量与上海市其他区县旅行社相比，处于较好水平。负面评价极少，九成以上顾客评价为“好”和“很好”，其中“很好”评价占 83.48%，“好”评价占 14.39%，充分体现松江区旅行社在上海地区的竞争优势。

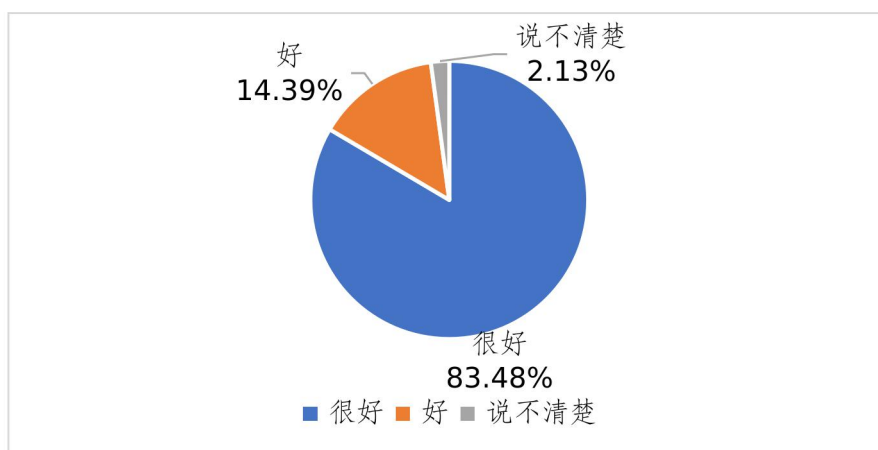


图4 松江区主要旅行社服务质量上海市其他区旅行社比较结果

（二）具体指标分析

1. 咨询服务质量顾客满意度

咨询服务质量包含“旅行社网站信息及时性、准确性”和“服务人员知识水平、服务态度”两个二级指标。2025 年松江区参与调研旅行社的咨询服务质量

顾客满意度均值为 4.84，处于“非常满意”级别。其中，服务人员知识水平、服务态度满意度为 4.86；旅行社网站信息及时性、准确性满意度为 4.82，低于平均水平，需进一步优化网站信息更新机制。

与 2024 年相比，咨询服务质量均值提升 0.04。服务人员知识水平、服务态度均值增加 0.04；旅行社网站信息及时性、准确性提升 0.05，相较 2024 网站信息维护得到了加强。

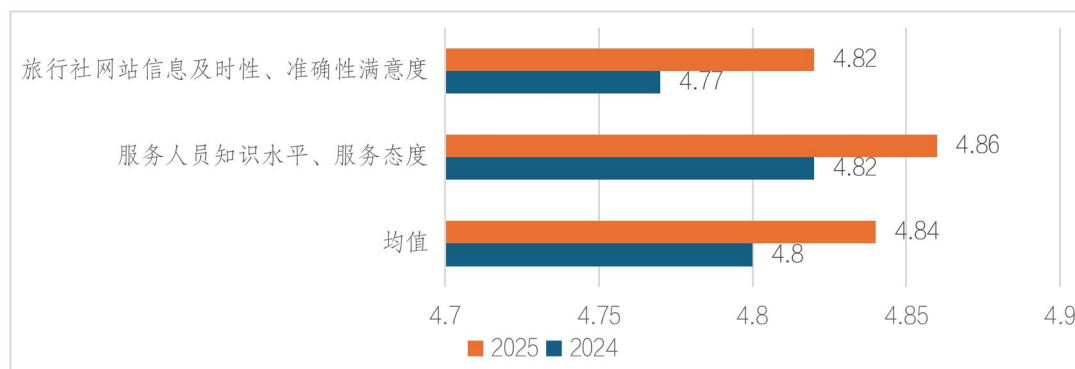


图 5 松江区主要旅行社咨询服务质量顾客满意度调研结果

2. 交通服务质量顾客满意度

交通服务质量涵盖“交通工具的时间安排（是否按时）”“清洁卫生程度”“舒适度”及“驾驶员驾驶安全程度与线路熟悉程度”四个二级指标。数据显示，2025 年该指标均值为 4.83，属“非常满意”级别，但低于总体满意度。四个二级指标均处于“优异区域”，其中驾驶员驾驶安全程度与线路熟悉程度满意度最高，为 4.84；交通工具时间安排、清洁卫生程度均为 4.83，舒适度满意度均为 4.82，整体表现良好且均衡。

与 2024 年相比，交通服务质量均值提升 0.01。各二级指标均有明显增长，改进效果显著。

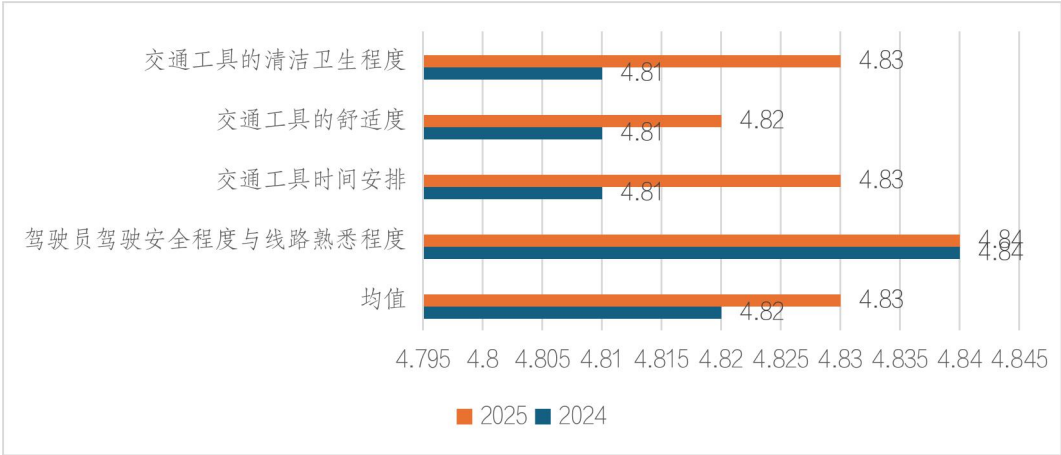


图 6 松江区主要旅行社交通服务质量顾客满意度调研结果

3. 合同履行质量顾客满意度

合同履行质量包括“住宿安排履约质量”和“餐饮安排履约质量”两个二级指标。数据显示，2025 年该指标的平均值为 4.82，仍处于“非常满意”级别。其中，住宿安排履约质量满意度为 4.83，高于平均水平；餐饮安排履约质量满意度为 4.81，略低于平均水平，餐饮标准执行需进一步规范。

与 2024 年相比，合同履行质量均值保持不变，住宿安排履约质量满意度下降 0.02，需要着重关注；餐饮安排履约质量满意度增加 0.01，履约管理整体改进效果良好。

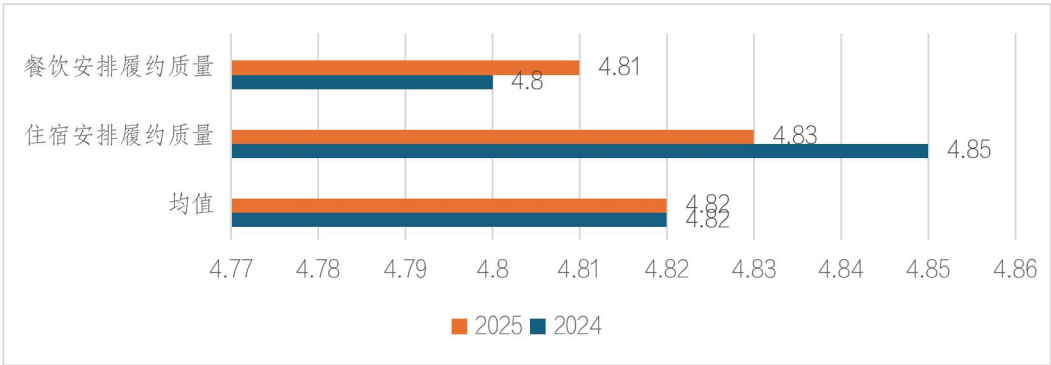


图 7 松江区主要旅行社合同履行质量顾客满意度调研结果

4. 导游服务质量顾客满意度

导游服务质量包含“导游员业务能力”“责任心”及“应变及危机处理能力”三个二级指标。2025 年该指标均值为 4.83，处于“非常满意”级别，顾客认

可度高。其中，导游员责任心满意度最高，为 4.85；导游员业务能力满意度为 4.83，导游员应变及危机处理能力满意度均为 4.82，略低于平均水平，仍有提升潜力。

与 2024 年相比，导游服务质量均值降低 0.02，导游员责任心降低 0.01，导游员应变及危机处理能力满意度降低 0.02，导游员业务能力满意度增加 0.01。



图 8 松江区主要旅行社导游服务质量顾客满意度调研结果

5. 线路安排质量顾客满意度

线路安排质量涉及“旅游线路时间安排合理程度”“购物安排合理程度”“自费项目安排合理程度”及“线路景点吸引力”四个二级指标。2025 年该指标均值为 4.79，属“非常满意”级别，低于总体满意度。旅游线路时间安排合理程度和线路景点吸引力满意度分别为 4.81 和 4.79，高于或持平平均水平；购物安排和自费项目安排合理程度满意度均为 4.78，低于平均水平，需优化购物与自费项目规划。

与 2024 年相比，线路安排质量均值降低 0.01，旅游线路时间安排合理程度保持不变，线路景点吸引力满意度降低 0.01，购物安排和自费项目安排合理程度满意度均降低 0.01。

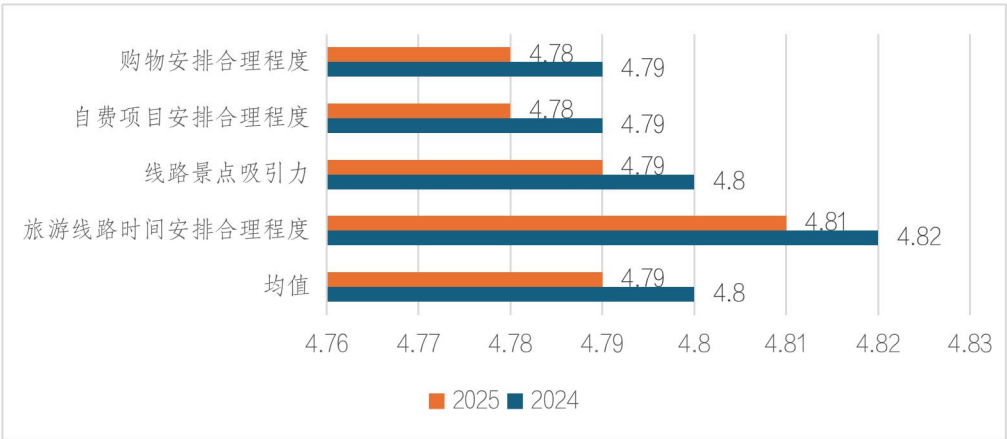


图 9 松江区主要旅行社线路安排质量顾客满意度调研结果

6.顾客意见处理服务质量顾客满意度

顾客意见处理服务质量主要衡量处理及时程度和重视顾客反馈程度。2025 年该指标满意度为 4.82，处于“非常满意”级别，但低于总体满意度，仍有改进空间。

与 2024 年相比，顾客意见处理服务质量降低 0.01，需注意反馈响应效率和重视程度。

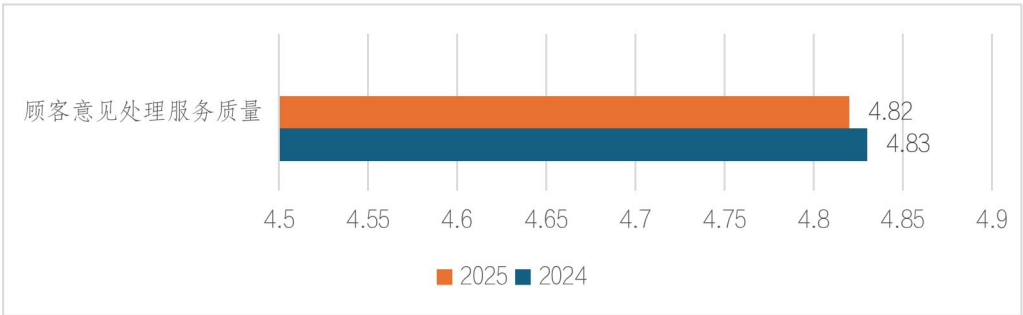


图 10 松江区主要旅行社顾客意见处理服务质量顾客满意度调研结果

7.松江区主要旅行社一级指标顾客满意度排名

根据“总体满意度”一级指标，2025 年松江区主要旅行社一级指标顾客满意度排名如表 4 所示：

表 4 2024 年松江区主要旅行社服务质量顾客满意度调研结果

排名	旅行社名称	咨询 服务 质量	交通 服务 质量	合同 履约 质量	导游 服务 质量	线路 安排 质量	顾客意 见处理 服务质	总体满 意度
----	-------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-------------------	-----------

							量	
1	上海九鹿国际旅行社有限公司	4.90	4.91	4.90	4.92	4.87	4.90	4.92
2	上海沐名旅行社有限公司	4.88	4.90	4.89	4.91	4.85	4.89	4.92
3	上海全联国际旅行社有限公司	4.86	4.86	4.83	4.90	4.82	4.86	4.90
4	上海商旅国际旅行社有限公司	4.85	4.84	4.82	4.87	4.80	4.83	4.85
5	上海悠质行旅行有限公司	4.86	4.85	4.85	4.85	4.81	4.82	4.84
6	上海青豆国际旅行社有限公司	4.83	4.78	4.84	4.86	4.83	4.85	4.84
7	上海君汇国际旅行社有限公司	4.83	4.80	4.83	4.87	4.80	4.82	4.90
8	上海之根旅行社有限公司	4.78	4.78	4.76	4.72	4.73	4.78	4.77
9	上海盛宴国际旅行社有限公司	4.78	4.71	4.7	4.68	4.67	4.65	4.7

（三）旅行社被调研顾客基本情况分析

1.被调研顾客性别分析

调研结果显示，女性顾客占比 62.08%，男性顾客占比 37.92%。女性顾客在旅行社客户群体中占主导地位，旅行社可进一步挖掘女性顾客需求，开发针对性旅游产品，同时拓展男性市场，优化客户群体结构。

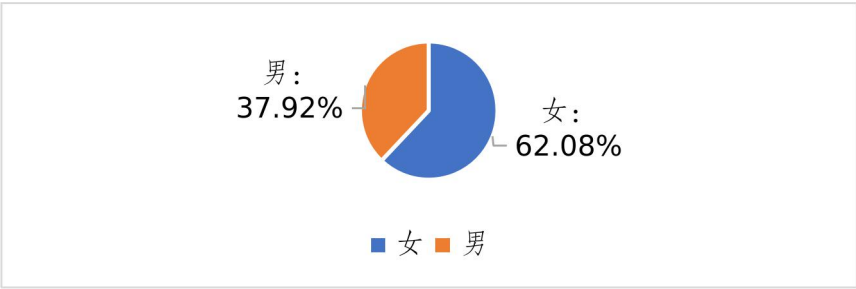


图 11 被调研顾客性别分析结果

2.被调研顾客年龄分析

被调研顾客年龄以 35-44 岁为主，占比 28.04%；其次是 45-54 岁，占比 19.77%；25-34 岁占比 19.65%；55-64 岁占比 15.77%；24 岁及以下占比

8.13%；65 岁及以上占比 8.64%。中年群体（35-54 岁）是旅行社核心客户，该群体经济实力强、闲暇时间相对充足，旅游需求旺盛，旅行社应重点围绕其需求优化产品与服务。

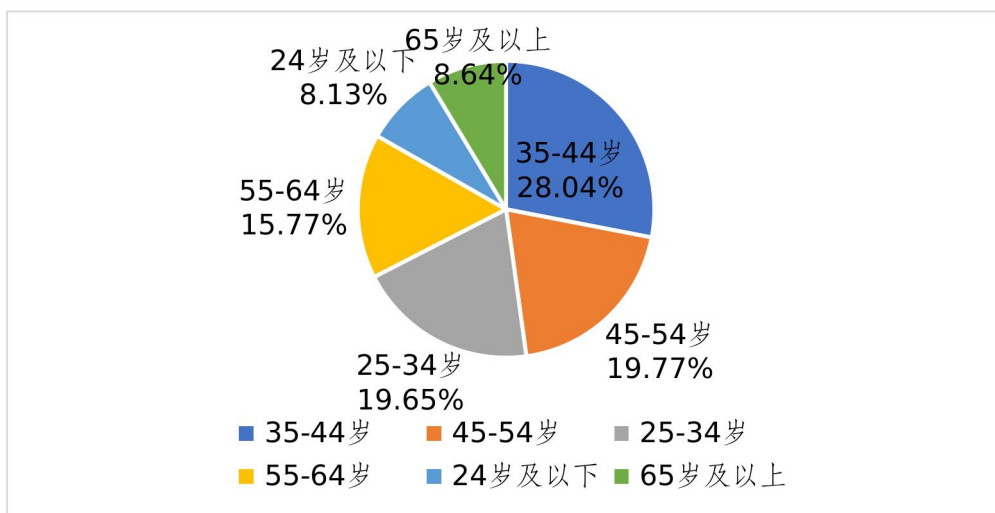


图 12 被调研顾客年龄分析结果

3. 被调研顾客职业分析

被调研顾客职业以企业从业人员为主，占比 30.41%；其次是离退休人员，占比 22.15%；事业单位工作人员占比 10.39%；其他职业占比 13.77%；政府机关工作人员占比 5.26%；服务销售商贸人员占比 5.76%；专业/文教/技术人员占比 3.25%；学生占比 3.50%；工人占比 2.50%；家庭妇女占比 2.88%；军人占比 0.13%。企业从业人员和离退休人员是主要客群，旅行社可针对两类人群推出商务定制游、康养休闲游等特色产品。

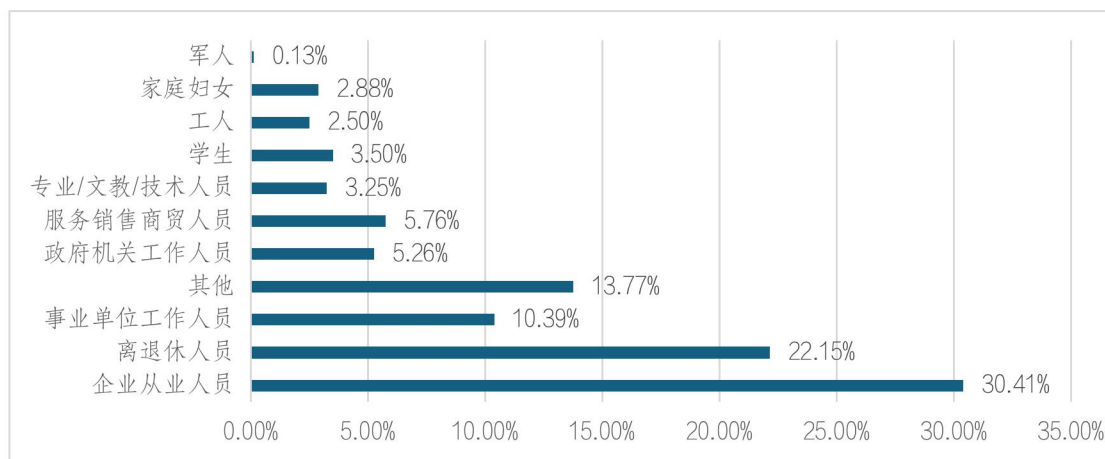


图 13 被调研顾客职业分析结果

4.被调研顾客获取旅行社信息的渠道分析

调研结果显示,被调研顾客获取旅行社信息以亲友推荐为主,占比 63.70%;其次是“以前来过”,占比 34.92%;公司/单位安排占比 18.77%;网络官方信息占比 16.40%;网友推荐占比 13.77%;旅游折页介绍占比 8.64%;广播电视占比 3.00%;报章杂志占比 2.50%;其他渠道占比 7.88%。口碑传播(亲友推荐、过往体验)是顾客获取信息的核心渠道,旅行社需强化服务品质,提升顾客口碑,同时加强线上官方渠道运营,扩大信息触达范围。

5.对调研顾客的居住地区分析

调研结果显示,被调研顾客主要来自于上海本地,占比为 54.16%;其他依次是江苏(13.77%)、湖北(10.89%)、浙江(6.63%)、安徽(6.26%)。

总体来看,本地游客占据过半比例,体现出上海居民对本地旅游资源的持续关注与积极参与,说明“近程休闲化”趋势显著。同时,外省市游客占比达 45.46%,其中长三角地区为主要客源地,其他省份则呈分散分布,显示出松江区在区域旅游市场中具有较强吸引力,并在一定程度上辐射至中部内陆地区。此外,调研中还发现有一定比例的境外游客样本,这为旅行社拓展跨境旅游市场、完善涉外接待流程、提升国际化服务水平提供了有价值的数据支撑。整体来看,松江区旅游

市场呈现出“本地客源为基础、长三角为核心、全国及国际市场为延伸”的多层次结构特征,反映出其旅游资源在区域整合与国际化发展中的潜在优势与拓展空间。

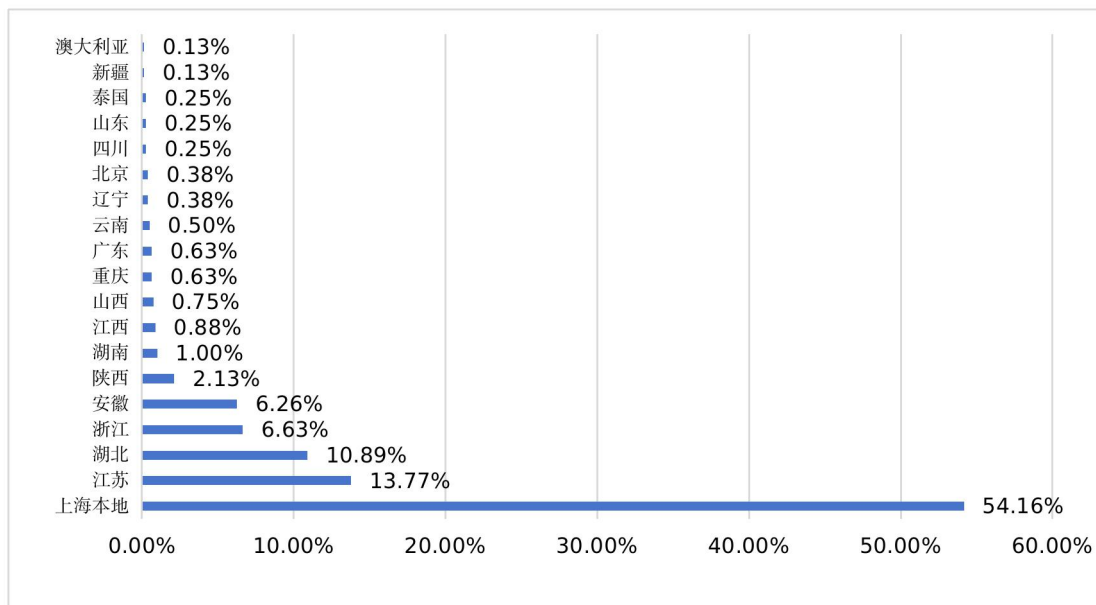


图 14 被调研顾客的居住地区分析结果

三、调研结论与对策建议

本部分顾客满意度调研聚焦于旅行社服务质量,调研覆盖多个方面的服务质量,采用量化评分、开放问答及访谈等多元方式收集数据。通过数据分析,得到以下调研结论。

(一) 调研结论

1、松江区旅行社服务质量整体显著提升,持续处于“非常满意”水平。根据 2025 年调研数据,松江区旅行社的总体满意度为 4.85,相较于 2024 年的 4.85 持平,且保持在“非常满意”级别,处于“优异区域”。这是在旅游行业逐步复苏的大背景下,旅行社自律意识增强、服务质量保持良好态势的结果。然

而，个别旅行社的总体满意度仍低于区域平均水平，存在较大提升空间，需通过进一步的精细化管理和服务优化来提升整体竞争力。

2、松江区旅行社服务质量在上海市内认可度高，竞争优势明显。调研数据显示，98%的顾客给出的评价为“好”或“很好”，其中“很好”占比接近 80%，且 NPS 净推荐值高达 97.75%，远高于行业平均水平。顾客的高度推荐意愿反映出松江区旅行社具有强大的口碑传播潜力，这对于扩大松江区文旅影响力和提升市场竞争力具有重要意义。

3、六项一级指标均表现优异，仍需关注短板指标。数据显示，松江区旅行社的六项一级指标满意度均处于“非常满意”级别，得分均在 4.78 及以上。咨询服务质量为得分最高项（4.84），而线路安排质量为最低项（4.79）。尽管整体满意度较高，但线路安排、导游服务和顾客意见处理等方面仍显示出一定的下降趋势，提示旅行社在这几项服务的精细化管理上仍有提升空间。尤其是线路安排质量，顾客反馈显示有更多需要优化的地方，如行程安排过于紧凑、景点选择和安排不够合理等。

4、顾客群体呈现明显差异化，需求多样化与个性化需求突出。数据分析发现，女性（62.08%）、中年群体（35-54 岁，28.04%）以及企业从业人员和离退休人员是旅行社的核心客群。不同客群在旅游产品上的需求存在显著差异。例如，中年群体更加注重旅游的舒适性与性价比，而离退休群体则偏好康养休闲类产品，年轻客群则倾向于寻找更具活力的夜游、文化体验等特色线路。这种需求的差异化要求旅行社在产品设计上进行更加精准的定位和创新，以满足不同顾客群体的个性化需求。

（二）对策建议

根据调研结论，为了进一步提升松江区旅行社的服务质量和顾客满意度，提出以下针对性的改进对策：

1、聚焦核心痛点，优化产品与服务标准

（1）规范服务履约，杜绝标准缩水

数据显示，部分旅行社在服务履约方面的顾客满意度略低，尤其是在线路安排和导游服务质量上。旅行社需严格执行服务标准化管理，将行程安排、住宿等级、餐饮标准、导游服务等核心内容明确写入书面合同，并标注行程变更条件和额外收费项目，避免“隐性消费”“降低服务标准”等投诉高发问题。为了更好保障游客权益，建立“产品服务清单”公示制度，通过线上平台、合同附件等渠道透明呈现服务细节，确保顾客清晰知悉每一项服务，降低因服务履约不清导致的投诉。

（2）精准匹配需求，创新产品供给

基于不同顾客群体的差异化需求，旅行社需优化现有产品结构，推出定制游、主题游和深度游等多样化产品。特别是针对中年群体和离退休群体的偏好，增加舒适型与康养类产品。同时，为年轻群体提供富有体验感和文化感的旅游线路，如夜游、探险等项目。旅行社应结合高满意度旅行社的经验，设计适应市场趋势的产品，例如为家庭客群增设亲子互动项目；同时建立产品动态调整机制，结合问卷反馈中游客对“行程合理性”“景点吸引力”的评价每月根据顾客反馈对线路安排进行优化，确保产品内容与客户期望相符。

2、强化人员建设，筑牢服务质量根基

（1）构建系统化培训体系

数据显示，导游服务和顾客意见处理服务质量的满意度较低，尤其在导游员的应变及危机处理能力方面存在较大提升空间。旅行社应加大对导游和客服团队的培训力度，特别是应急处置、沟通技巧和服务态度等方面的培训。通过引入行业专家进行“服务意识提升”专项课程，强化“以游客为中心”的服务理念，提升员工的服务意识与专业素养。此外，建立与薪酬挂钩的考核机制，将游客评价作为重要考核指标，倒逼服务水平的提升。

（2）完善一线人员保障机制

为了确保一线人员的服务质量，旅行社应为导游、地接等岗位配备必要的通信设备，确保信息的流畅传递。同时，合理规划导游带团的强度，避免因过度疲劳而影响服务质量。建立“服务之星”激励机制，对优秀的员工进行奖励，激励他们提供更加优质的服务。

3、健全管理机制，提升运营效率与可靠性

（1）建立全流程反馈处置体系

整合诸如问卷调研、线上评价、投诉电话等顾客反馈渠道，并建立专门的售后服务团队处理顾客的投诉与建议。特别是在高频问题（如退订退费、行程变更等）方面，旅行社应制定标准化的解决方案，以缩短纠纷处理周期，提升顾客满意度。与此同时，每月定期分析顾客反馈数据，形成《服务问题改进清单》，针对薄弱环节进行改进。

（2）强化安全与应急管理

基于旅行社对顾客安全保障的承诺，旅行社应加强行程中的安全措施，尤其是交通、住宿、景区游览等环节。应参照景区安全整改经验，全面排查行程中的安全隐患，重点完善交通、住宿、景区游览等环节的安全保障措施。同时为游

客配备基础安全用品，提前告知行程中的安全注意事项及应急联络方式。此外，针对节假日等客流高峰，制定专项应急预案，细化客流疏导、车辆调度等流程，定期开展应急演练，提升突发情况处置能力。

4、创新体验与触达，增强客户粘性

（1）优化线上服务与触达渠道

随着越来越多顾客倾向于在线选择旅游产品，旅行社应加强短视频和线上平台的运营，通过实景展示和详细的行程攻略吸引潜在顾客。同时，简化线上预订流程，确保顾客能够清晰了解产品介绍、价格明细、退改规则等信息，避免因信息不透明引发纠纷。建立在线客服实时响应机制，提高顾客的预订体验和满意度。

（2）注入个性化与惊喜服务

根据顾客的个性化需求（如饮食习惯、兴趣爱好等），提供定制化的服务，如特别安排的餐饮、推荐小众景点等。在行程的关键节点提供贴心服务，如赠送本地特色纪念品或发送温馨提示，加强与顾客的情感连接。同时，在旅行结束后，通过感谢信和满意度调研，建立长期的客户关系，促进顾客的复购和口碑传播。

附件三：松江区旅行社服务质量顾客满意度调研问卷

尊敬的女士/先生：

您好！

为切实维护顾客合法权益，提高松江区旅游社的整体服务质量水平，加强旅行社行业监管，松江区文化和旅游局特组织本次调研。您本次调研的宝贵意见，对改进旅行社的服务质量具有重要价值。

非常感谢您的大力支持！

松江区旅游服务质量顾客满意度调研小组

调研日期：2025 年 月 日

第一部分：基本信息

1. 为您服务的旅行社名称：_____
2. 您的性别：①男 ②女
3. 您的居住地区：_____国家_____省（州、自治区、直辖市）_____市（区、县）
4. 您的年龄：①24 岁以下 ②25~34 岁 ③35~44 岁 ④45~54 岁 ⑤55~64 岁 ⑥65 岁以上
5. 您的职业：①政府机关工作人员 ②事业单位工作人员 ③企业从业人员 ④专业/文教/技术人员 ⑤服务销售商贸人员 ⑥离退休人员 ⑦军人 ⑧工人 ⑨家庭妇女 ⑩学生 ⑪其它
6. 您认为松江区旅行社的服务质量与上海市其他区县的服务质量相比处于什么样的水平：①很差 ②差 ③说不清楚 ④好 ⑤很好

7. 您如何知道这家旅行社的信息（可复选至多三项）：①以前来过 ②亲友推荐 ③网络官方信息 ④网友推荐 ⑤公司/单位安排 ⑥广播电视 ⑦报章杂志 ⑧旅游折页介绍 ⑨其他

第二部分：服务质量满意度调查（请在您认为合适的方框中打钩即可）

序号		非常不满意	不满意	一般	满意	非常满意
1	您对旅行社网站信息的及时性、准确性感到					
2	您在跟旅行社咨询时，对服务人员的知识水平、服务态度感到					
3	您对旅行社交通工具的时间安排（是否按时）感到					
4	您对旅行社安排的交通工具清洁卫生程度感到					
5	您对交通工具的舒适度感到					
6	您对驾驶员驾驶安全程度与线路熟悉程度感到					
7	您对住宿安排的履约质量感到					
8	您对餐饮安排的履约质量感到					
9	您对导游员的业务能力（解说、沟通、带团技巧）感到					
10	您对导游员责任心感到					
11	您对旅游线路时间安排感到					
12	您对导游员的应变及危机处理能力感到					
13	您对购物安排（次数、停留时间）的合理程度感到					
14	您对自费项目安排的合理程度感到					
15	您对线路景点吸引力感到					
16	您对旅行社处理顾客意见的及时性和重视程度感到					
17	您对旅行社服务质量的总体满意程度是					
18	综合您在松江区的整体旅行体验，你未来是否愿意向朋友推荐去松江区旅行？（0：非常不愿意，10：非常愿意） 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10					

再次感谢您的支持！祝您在松江旅游愉快！