



2013年第二季度中国公民出国旅游满意度调查报告研究成果

2013-7-11 9:00:46

字号:[大 中 小]

2013年第二季度中国公民出国旅游总体满意：英国、德国、澳大利亚满意度列前三

2013年第二季度中国公民出国旅游满意度调查显示，出国旅游满意度指数为80.24，高于一季度的76.58，达到“满意”水平，在22个样本国家和地区中有15个达到80分以上“满意”水平。

第二季度中国公民出国旅游游客满意度指数为80.24，处于“满意”水平。从指标的构成来看，问卷调查的满意度为77.75，与第一季度基本持平，网络评论的满意度为87.34，高于一季度。旅游投诉满意度较低、中文标识及中文服务不足和旅游价格偏高仍然是影响满意度得分的最主要因素。对出国游外方旅行社服务和导游服务的满意程度也仍然较低。从旅游六要素质量感知看，出国游客对景区景点的满意度指数相对较高（82.7），其次是旅游交通（81.9）、购物（81.6）、住宿环境（80.9）、文化娱乐（80.7）、餐饮（79.7），对旅行社服务的满意度相对略低（79.0）。受访出国游客有抱怨的比例从上季度的23.6%下降至14.3%，且游客投诉的比例也由上季度的4.2%下降至2.6%。游客对投诉处理的满意程度有所上升，从一季度的70上升至74.2。受访游客表示重游目的地的可能性略有下降从一季度的77.7下降至72.4。推荐亲朋好友游玩该目的地的可能性与上季度基本持平，为78.4。

游客对国外的城市环境设施、管理、以及服务水平的满意度维持在相对较高的水平。2013年第二季度我国公民对国外目的地的城市建设、城市管理、公共行业服务和旅游行业服务的平均满意程度分别为82.1、81.3、82.0、80.2，均处于满意水平。游客对国外目的地的期望较高为81.9。与实际感受相比，满意度略低于期望为80。中文服务水平、旅行社服务质量和导游服务质量问题较为突出。

城市建设的满意度保持较高水平。游客现场感受的自然生态环境、空气质量、卫生及社会便利感等满意度较高。各指标满意度从高到低分别为：美丽程度、自然生态、园林绿化、信息化建设、便利感、旧城和历史建筑保护。

目的地安全感有待提升。出国游客对目的地国家的城市管理水平满意程度较高。各指标满意度从高到低分别为民俗特色、文化氛围、市容市貌、市民形象与行为以及安全感。安全感的满意程度为80.4，比一季度略高，且仍为城市管理的各项指标中最低。

公共服务较为完善，长途客运和自驾车服务满意度略低。游客对公共服务质量的满意度评价与一季度基本一致，均达到“满意”水平。其中，银行卡使用的便捷程度和机场管理满意度最佳。公共服务行业满意度从高到低依次为：机场管理、银行刷卡便利性、供电系统、互联网覆盖、手机信号覆盖、步行道和自行车道建设、交通标识清晰程度、城市公交、出租车、长途客运、自驾车服务。

窗口行业中，中文服务和旅行社服务的问题依旧凸显。在旅游等窗口行业服务中导致游客满意度偏低的因素主要中文标识和中文服务不足，以及外方旅行社服务质量有待提高。相对于其它因素来说，游客对餐饮服务的满意度水平也略低。“吃的不习惯”是游客对餐饮抱怨最多的方面。团队游客反映未来继续选择该旅行社的忠诚度指数是77.1，而游客重游的可能的性较上季度有所下降为72.4，但推荐的可能性有所上升，为78.4。总体来说，相比一季度，游客对目的地的忠诚度没有明显的变化。

2013年第二季度样本出国国家游客满意度从高到低的依次为：英国83.39、德国 83.37、澳大利亚 83.04、加拿大82.54、新西兰82.50、新加坡82.45、法国 82.14、西班牙81.86、意大利81.60、日本81.24、韩国81.15、美国 81.11、阿根廷80.69、马来西亚80.08、泰国80.05、巴西 78.13、俄罗斯 77.90、菲律宾77.66、柬埔寨77.13、南非76.96、印尼76.65、越南73.91。

[联系我们](#) | [网站地图](#)

版权所有：中国旅游研究院 网站管理：国家旅游局信息中心 京ICP备11009676号
管理员邮箱：webmaster@cnta.gov.cn