

旅游景区游客满意度调查指南

(征求意见稿)

2024 - XX - XX 发布

2024 - XX - XX 实施

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 调查类型	1
4.1 综合调查	1
4.2 专项调查	1
5 调查方式	1
5.1 问卷调查	2
5.2 访谈调查	2
5.3 信息收集	2
6 调查准备	2
6.1 确定主题	2
6.2 组建团队	2
6.3 确定方案	2
6.4 设计问卷或问题	2
7 调查内容	3
7.1 游客信息	3
7.2 游客感知	3
7.3 意见征集	5
8 调查报告	5
9 持续改进	5
附录 A（资料性） 旅游景区游客满意度调查问卷	6
参考文献	9

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由山西省文化和旅游厅提出、组织实施和监督检查。

本文件由山西省市场监督管理局对标准的组织实施情况进行监督检查。

本文件由山西省文化和旅游标准化技术委员会（SXS/TC 05）归口。

本文件起草单位：云冈研究院、麦斯达夫标准化服务（山西）有限公司、山西省文化和旅游发展中心。

本文件主要起草人：崔晓霞、周洁、文莉莉、宁波、付洁、施光安、张伟、史云泽、马静、张曼、郑波。

旅游景区游客满意度调查指南

1 范围

本文件规定了旅游景区游客满意度的调查类型、调查方式、调查准备、调查内容、调查报告、持续改进。

本文件适用于旅游景区的游客满意度调查。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 17775 旅游景区质量等级划分

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

旅游景区

以旅游资源为依托，具有明确的空间边界、必要的旅游服务设施和统一的经营管理机构，以提供游览服务为主要功能的场所或区域。

[来源：GB/T 17775-2024，3.1]

3.2

游客满意度

旅游者对旅游景区的预期与实现效果之间的差异感受与差异评价。

4 调查类型

4.1 综合调查

4.1.1 每年应至少组织 1 次综合调查，调查样本数应不少于全年接待人数的 0.1%。

4.1.2 综合调查宜包含游客人口学信息和游客感知，游客感知可参照 GB/T 17775 的要求。

4.2 专项调查

4.2.1 专项调查包括开设的服务内容、举办的主题活动、开办的展览、开展的研究课题、推行的旅游政策等。

4.2.2 应在项目或活动开展实施、活动举办、展览开展、课题研究、政策运行期间开展调查。

5 调查方式

5.1 问卷调查

5.1.1 问卷调查包括纸质问卷和电子问卷（问卷内容参见附录 A），宜同时开展电子问卷和纸质问卷，调查内容分别为：

- 纸质问卷调查以收集意见、建议为主；
- 电子问卷调查以旅游服务满意度评价为主；

5.1.2 调查内容应清晰、直观，填写时间不宜超过 3 min。

5.1.3 调查形式应以客观问答、选择等形式为主，可增加少量主观问答。

5.2 访谈调查

5.2.1 访谈调查包括集体座谈和随机访谈，应根据调查人群不同进行选择：

- 针对专业人群、特定游客群体或研究团队的调查宜选择座谈式调查；
- 针对普通游客或散客的调查宜选择随机访谈式调查。

5.2.2 应提前准备调查问题，问题应开放、明确、直入主题，应引导和鼓励游客谈论更多感受。

5.2.3 应根据游客性别、年龄、专业等特征，选择适宜的交流、问询方式。

5.2.4 随机访谈问题数量不宜超过 5 个，访谈时间不宜超过 5 min。

5.3 信息收集

5.3.1 信息收集可通过留言簿、意见箱、网络平台评价、舆情导向、参观游客数据对比、游客画像分析等方式。

5.3.2 信息收集应全面、客观、真实。

6 调查准备

6.1 确定主题

6.1.1 应根据调查类型、具体问题和研究目标确立调查主题。

6.1.2 调查主题应在一定周期内具有相对的稳定性、延续性和可比较性。

6.2 组建团队

6.2.1 应成立以旅游服务岗位工作人员为成员的游客满意度调查小组或委托第三方专业机构开展游客满意度调查。

6.2.2 调查小组应了解旅游景区基本情况，具有较强的组织协调能力和良好的沟通能力。

6.3 确定方案

6.3.1 对调查主题特性进行分解，确立调查内容及指标。

6.3.2 根据调查主题明确游客群体、调查方法、调查类型，选择合适位置和媒体渠道开展调查。

6.3.3 根据调查目标明确抽样数量，规划调查时间、周期及人员分工。

6.3.4 制定调查方案，内容包含但不限于调查主题、目的意义、调查内容及指标、问卷（问题）设计、收集及统计办法、分析及研究路径、人员及任务分配、时间规划。

6.4 设计问卷或问题

6.4.1 应根据调查研究的主题和目标设置问题。问题应表述简洁、清晰明确。

6.4.2 宜根据调查游客年龄不同，使用不同语言风格。

- 6.4.3 问题顺序应由浅入深，引导游客思考，宜将简单易答、能引起游客兴趣、熟悉的问题前置，游客画像特征、游客行为等客观事实应先于评价、意见建议的主观问题。
- 6.4.4 问题表述应为中性表述，不应设计诱导、误导或概念模糊的问题。
- 6.4.5 问题类型包含但不限于单项选择、不定项选择、填空式，宜以选择题为主，选项应预测所有可能回答，并严格分类。答案应明确、具体、具备互斥性和穷尽性。
- 6.4.6 问题设计不应涉及游客隐私。
- 6.4.7 问卷内容包括但不限于：调查主题、调查组织、填表时间、调查员、填表说明、信息保密承诺、问题、意见或建议。
- 6.4.8 问卷或问题设计应严谨细致，开展调查前应经过审查。

7 调查内容

7.1 游客信息

游客信息包括游客人口学信息和游客参观过程的客观行为：

——游客人口学信息，包括来源地、性别、年龄、学历、职业等；

——游客参观过程的客观行为，包括到达方式、参观目的、购票方式、参观偏好、参观时长等。

注：可征得游客同意后，记录联系方式进行后期回访，如电话、邮箱等。

7.2 游客感知

7.2.1 资源价值

可从旅游资源吸引力和旅游市场影响力选择调查指标：

——旅游资源吸引力：历史文化价值、自然生态价值、科学教育价值；

——旅游市场影响力：知名度和影响力、主题和特色鲜明，市场形象突出。

7.2.2 旅游交通

可从外部交通和景区内部交通2个角度选择调查指标：

——外部交通：到达景区的便捷程度和安全程度，如道路、公共交通工具等；

——内部交通：景区游览的便捷、安全、舒适程度，如景区交通标志与停车（船）服务、小交通、观光车、缆车、游船等。

7.2.3 游览设施

可从基础服务设施和便民服务设施的齐备程度选择调查指标：

——基础服务设施：游客中心、导览系统、游览线路与游览交通工具、卫生与休息设施，如卫生间、停车场、游客中心、无障碍设施、防护设施、引导和提示标识标牌、救援设备等；

——便民服务设施：租赁、寄存、医疗、售卖、休息设施等。

7.2.4 游览服务

可从解说系统、讲解人员、购物服务、餐饮服务、便利服务5个角度选择调查指标：

——解说系统：解说方式及获取途径、解说信息化程度，如说明类标志、音像制品、印刷品、人员讲解、电子讲解、自助电子导游服务、语音讲解器租赁或无线设备讲解服务；

——讲解人员：专业化程度及服务态度，如讲解深度、讲解语言、热情程度等；

- 购物服务：旅游商品满足需求程度，文化创意特色是否鲜明，突出本景区或本地区特色、材质、工艺精美程度、质量保障；
- 餐饮服务：布局、规模、与景观环境协调程度，菜品价格、味道、加工程度；
- 便利服务：特殊群体便利程度，外籍来华人员等各类身份证件的认证使用，志愿服务。

7.2.5 旅游安全

可从安全设施与标志、安全提示与教育、安全救援与应急处置3个角度选择调查指标：

- 安全设施与标志：对隐患点设置安全设施与标志防护的齐备、有效程度；
- 安全提示与教育：对潜在危险进行提醒、警示的及时程度；
- 安全救援与应急处置：对突发事件救援、处置的妥善程度。

7.2.6 文旅融合

可从文化主题、文化利用、文化传播3个角度选择调查指标：

- 文化主题：自然生态、历史人文、红色教育、科学技术、文学艺术、民族民俗等一种或多种文化类型；
- 文化利用：文化元素充分融入景区建筑景观、游览设施、旅游产品和服务活动，文化旅游产品与体验活动丰富、独特程度，文旅产品与文创产品新颖独特，景区特色的文创品牌；
- 文化传播：景区文化传播效果，市场形象、产品形象、质量形象。

7.2.7 智慧旅游

可从智慧服务、智慧管理、智慧营销3个角度选择调查指标：

- 智慧服务：宽带网络、移动通信信号和无线局域网覆盖游览区域和网速，景区官方网站和新媒体平台的利用，自助导览服务，数字化旅游产品展示，提供虚拟现实、沉浸式体验等新场景与新空间；
- 智慧管理：景区智慧管理系统，对景区资源环境、设施设备、运营状态等有效管理程度；
- 智慧营销：利用网络 and 新媒体建立智慧营销渠道便利程度，游客意见和建议实时收集与反馈系统的便利程度。

7.2.8 资源与环境保护

可从环境质量、环境卫生、资源保护、环境保护4个角度选择调查指标：

- 环境质量：是否满足游览、空气清晰；
- 环境卫生：卫生清洁程度，如环境卫生、厕所卫生等；
- 资源保护：自然资源、文物和文化遗产的真实性与完整性；
- 环境保护：生态安全性、环境氛围、绿化覆盖率、植物与景观配置、整体效果。

7.2.9 运营管理

可从接待流程和游客秩序2个角度选择调查指标：

- 接待流程：接待服务流程的专业性和规范化程度，如咨询的准确性、投诉处理的效率；
- 游览秩序：现场管理的及时性和规范化程度，如秩序引导、文明旅游行为引导等。

7.2.10 价格感知

可从产品、经营、价格3个角度选择调查指标：

- 产品：产品质量、产品特色化、优质化程度；

- 经营：宣传真实性、诚信化程度；
- 价格：合理性程度。

7.3 意见征集

- 7.3.1 应积极征询游客对改进服务质量、完善服务设施和提升服务管理等方面的合理化意见和建议。
- 7.3.2 应鼓励、引导游客参与旅游景区高质量共建。

8 调查报告

- 8.1 应及时对问卷数据、访谈问题、记录、收集数据等基础资料进行整理、分类、统计。
- 8.2 应筛选有效数据，将缺数据、异常数据等视为无效。
- 8.3 应根据调查主题和目标，选择适宜的分析评价方法对调查数据进行分析，分析评价方法可采用 IPA 分析法，也可采用二元回归法、探索性因子分析法等。
- 8.4 应妥善保存调查资料样本与统计整理的原始数据，建立游客调查资料档案。
- 8.5 应依据统计与分析结果，总结形成游客调查报告。
- 8.6 调查结束后，应及时撰写调查报告，内容可包含：
 - 基本情况：调查主题及目标、调查人员、调查时间；
 - 调查路径：调查方法、调查对象、调查内容、调查流程；
 - 调查分析：调查数据与信息分析；
 - 调查结论和意见建议：根据调查分析结果对调查内容进行评价，得出调查结论；针对发现的问题，提出相应对策、整改提升建议等。
- 8.7 调查报告应及时提交相关部门作为改进工作办法、提升管理、优化服务的参考依据。

9 持续改进

- 9.1 应对游客调查工作进行评价，总结经验，提升工作办法。
- 9.2 应对游客调查资料进行归档管理。
- 9.3 应加强对游客调查人员的专业培训与绩效考核。
- 9.4 应建立对游客调查报告汇总问题的整改建议，促进综合管理水平提升。

	租赁、寄存、休息等便民设施的使用感受					
游览服务	解说系统					
	讲解人员					
	购物服务					
	餐饮服务					
	便利服务					
旅游安全	隐患处的标识、防护工作					
	危险情况的提醒、警示工作					
	突发事件的应急处置					
文旅融合	文化主题、内涵丰富程度					
	文化元素融入景区建筑景观、游览设施、 旅游产品和服务活动的充分程度					
	景区文化传播效果，市场形象、产品形象、 质量形象					
智慧旅游	网络、网速					
	官方网站和新媒体平台的利用					
	景区智慧管理系统的有效管理程度					
	利用网络 and 新媒体建立智慧营销渠道便利 程度					
	意见和建议实时收集与反馈系统的便利程 度					
资源与环境保护	环境质量是否满足游览需求					
	卫生清洁程度，如环境卫生、厕所卫生等					
	资源保护					
	自然资源、文物和文化遗产的真实性与完 整性					
	生态安全性					
	环境氛围					
	绿化覆盖率					
	植物与景观配置					
运营管理	整体效果					
	服务流程					
	现场管控措施					
价格感知	文明旅游行为引导					
	产品特点					
	产品质量					
	经营诚信度（虚假宣传、缺斤少两等）					
	价格水平					
意见征集						
您对我们景区最不满意的是哪里？						

<p>您对我们的工作有什么意见或建议？</p>
<p>我们的调查问卷到此结束，再次祝您旅途愉快，工作顺利！ 填写日期：_____年_____月_____日</p>

参 考 文 献

- [1] GB/T 41011 旅游景区可持续发展指南
-