

连续五年上升 餐饮旅游业顾客满意度创13年新高

第三季新加坡顾客满意度指数报告出炉。涵盖咖啡座、小吃店、快餐店，以及餐馆的餐饮业，整体顾客满意度从74.2分升至76.9分，其中以餐馆的表现最亮眼。旅游业由景点和酒店两个部分组成，整体满意度从去年的75.1分微升至今年的75.8分。

李思敏 报道
leesimin@sph.com.sg

消费者对本地餐饮业和旅游业的满意度连续五年上升，双双创下13年新高，其中餐饮业的整体顾客满意度显著提升3.6%。

新加坡管理大学卓越服务研究院昨天公布第三季的新加坡顾客满意度指数报告。调查于今年7月至10月间进行，共有2955名本

地居民和3854名旅客参与。调查自2007年起每年进行，第三季调查针对的是餐饮业与旅游业。

报告结果显示，涵盖咖啡座、小吃店、快餐店，以及餐馆的餐饮业，整体顾客满意度年比上升3.6%，从74.2分（满分为100）升至76.9分。其中，餐馆的表现最亮眼，从原本的74.4分增加5.2%至78.3分。



其余组别的增幅则较小，快餐店从原本的73.6分增加1.3%至74.6分。顾客对咖啡座和小吃店的满意度则分别上升了1.3%和

0.9%，达74.8分和75.9分。

旅客给本地餐馆评分较低

报告指出，餐馆得分之所以那么高，主要是因为本地顾客对餐馆的素质、服务水准和点餐方面都相当满意。相较之下，旅客在这些方面给了低分。

研究院研究与咨询主任陈明畅指出，这主要是因为旅客的流动性高，较难服务。他建议餐饮业者从产品和服务人员的素质两方面下手，俘获旅客的心。

“例如，餐点是否能在合理时间内上桌，以及服务人员是否快速提供服务 and 主动上前帮忙，这些都是旅客到餐馆用餐时最重

视的。”

消费者对旅游业的整体满意度也提升，从去年的75.1分微升0.9%至今年的75.8分。

旅游业由景点和酒店两个部分组成。消费者今年为景点打了75.1分，比去年的74.1分高出1.4%。酒店则从原本的75.3分进步至75.9分。

报告指出，酒店在素质和价值这两方面有不错的成绩，得分分别增加1.9%和5.7%，不过整体表现平平，主要是因为“忠诚度”这方面的得分较低（下滑2%）。忠诚度指的是消费者日后是否会选择住在同样的酒店，以及是否愿意付更多钱住在同一家

酒店。

研究院执行总监妮塔·拉切曼达斯指出，消费者选择酒店的首要考量是价格。“不过，酒店都希望能同消费者建立关系，吸引他们再上门，要达到这一目标，就不能只专注在价格方面。”

她也建议，酒店业可通过改善设施，例如房内设备及服务，或职员是否能房客推荐本地好去处，来提升消费者的忠诚度。

景点方面，圣淘沙的表现最好，从去年的75.6分增加1.3%至76.5分，是所有景点中得分最高的景点。第二及第三名则分别是新加坡动物园（75.7分）和滨海湾花园（75.4分）。