

# 调查：今年以来消费者对零售业满意度降低

**马菁 报道**  
majing@sph.com.sg

本地的最新调查显示，今年以来消费者对零售业的满意度有所下滑，资讯通信业则扭转了前两年满意度下降的趋势。

新加坡管理大学属下的卓越服务研究院星期三（7月6日）公布2022年第一季度全国客户满意指数报告。这个针对零售和资讯通信业的问卷调查在今年1月至4月间进行，共有4800名本地公民和永久居民参与。调查内容涵盖99个零售和资讯通信业实体。

在零售业方面，客户满意指数在满分100分中获得71.3分，比去年低了1.5%。零售业的四个领域——百货商店、时尚服饰店、超级市场和电子商务，主要是商品在满足消费者需求和选择上失分。其中，百货商店的满意指数跌幅最大，达2.4%。

调查显示，百货公司和时尚服装店的客户忠诚度也因再买意愿消减而下降了4.0%和3.5%。实

体店和网店都光顾的全渠道购物受访者也比只光顾实体店者的忠诚度更高。

卓越服务研究院执行总监拉切曼达斯（Neeta Lachmandas）说：“全渠道购物这期间虽有所减少，但全渠道是一个非常强劲的趋势，预料会持续下去。这个减少情况可能只是反映了消费者过去受抑制的需求。”

随着直播带货日益盛行，近半受访者表示，过去三个月里观看过直播，其中约三分之一曾在直播中购买过商品。

至于资讯通信业，公众满意度得69.8分，同比上升了1.9%，在连续两年下滑之后反弹。其中，移动通信和宽带的满意指数分别上升了1.2%和2.2%。

流动虚拟网络运营商（MVNO）和移动网络运营商（MNO）的各个指标都进步了。在产品、服务质量和客户忠诚度及顾客感知价值方面，MVNO比MNO有更显著的进步。MVNO客



消费者今年对零售业的满意度比去年低，其中有关百货商店的满意指数跌幅最大，达2.4%。（林泽锐摄）

户的再买意愿和价格承受力也都更强。

拉切曼达斯说：“就确保客户忠诚度的关键因素而言，MVNO和传统电信公司是相似的，就是要具备反应能力和同理心，如提供及时服务和努力了解客户的需要。”

调查也发现，超过44%的付费电视客户打算转换服务商，其中近四成是因为订阅配套和频道种类等原因；此外，串流媒体如Disney+和Netflix在整体质量和满意度等方面都优于付费电视。