

江苏省文化和旅游厅专项任务

江苏省游客满意度调查报告

(2019年·连云港市)

清华大学

2020年1月

目 录

I 江苏省游客满意度调查报告.....	1
一、调查方法简介.....	1
二、分析方法与数据建模.....	3
三、游客满意度状况总述.....	6
四、游客满意因素阐释.....	6
五、游客不满因素阐释.....	10
六、文旅融合情况阐释.....	12
七、游客满意度提升建议.....	17
连云港市游客满意度调查报告 20	
一、调查方法简介.....	20
二、游客满意度状况总述.....	21
三、游客满意因素阐释.....	33
四、游客不满因素阐释.....	35
五、文旅融合情况阐释.....	36
六、游客满意度提升建议.....	38

江苏省游客满意度调查报告

（2019年）

为助力“强富美高”新江苏建设，以高水平全面建成小康社会，用优异成绩庆祝新中国成立70周年、深入贯彻落实《国务院关于加快发展旅游业的意见》、《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》、《江苏省政府关于进一步加快发展旅游业的意见》和《江苏省“十三五”旅游业发展规划》的相关精神，推动江苏省旅游服务质量的持续提升，加快全省全域旅游、优质旅游的发展步伐，促进诚信旅游环境的打造和文明旅游氛围的培育，实现把江苏省建设成为旅游强省和国内一流、国际知名旅游目的地的目标，受江苏省文化和旅游厅的委托，清华大学在前五年游客满意度调查项目的基础上，完善了以游客满意度评价为核心的旅游服务质量评价体系，通过线上线下相结合的方式开展2019年的调查，全年的游客满意度状况如下：

一、调查方法简介

2019年的江苏省游客满意度调查以线上为主、线下为辅。线上方式依托微信扫码、微信群推送、微信朋友圈分享答题、头条号、网易等自媒体或网上调查开展，线下调查方式采用多阶段配额抽样的调查方法采样，采样地点覆盖江苏省各市不同类型的旅游景区、乡村旅游点、游客集散中心、宾馆酒店、汽车站、火车站等游客聚集的场所；抽样时间既涵盖了国家法定节假日的出游高峰期，又顾及了普通时间段，确保样本

结构有较强的代表性。

2019年采样时间段共计5个，分别为5月劳动节、6月全月、8月平时、10月国庆节以及11月平时。回收问卷23713，有效问卷23606，有效率为99.5%，各市样本量分布与各市上年度接待游客量的结构一致。经过分析，调查样本结构合理，数量充足，信度和效度均达到95%以上，调查结果能够有效反映江苏省及各城市的游客满意度和旅游服务质量状况。各城市的样本量回收情况如下表所示：

表：2019年各城市回收的样本量

城市	样本量
南京	3360
无锡	3202
徐州	1469
常州	1989
苏州	3806
南通	1191
连云港	1307
淮安	1115
盐城	983
扬州	1810
镇江	1658
泰州	952
宿迁	764
合计	23606

项目执行期间，清华大学在2019年共组织了104人次的督导员队伍、360人次的调查员队伍参加现场调查，各督导员、调查员、研究员严格执行《江苏省游客满意度质量控制手册》的要求，在数据调查、回收、复核、审核、录入、数据清洗等环节严格把关，确保了调查结果的客观与公正。

二、分析方法与数据建模

2019年项目组沿用定量与定性相结合的分析方法，从旅游大环境、旅游公共服务、旅游景区、旅游相关要素、旅游总体感受五个方面阐述江苏省该阶段的游客满意度状况。此外，本年调查新增加了文旅融合情况二级指标，以期使调查结果更加完善，体现游客对于江苏省文旅融合工作开展的满意情况。为了与2018年进行纵向对比，客观评估满意度指数得分变动情况，调查结果除了计算六项指标的满意度指数（以下简称“综合满意度指数”）外，同时计算去除文旅融合的满意度指数（以下简称“同口径满意度指数”）并进行对比分析，探查游客满意度的得分变化及其原因，力求研究成果能够全面深刻、客观准确地反映江苏省游客满意度的阶段特征和发展趋势。

2019年的数据建模方法与前五年保持一致，继续采用偏最小二乘（Partial Least Square, PLS）路径进行建模。PLS路径建模是将主成分分析和典型相关分析和多元回归结合起来的迭代估计，是一种因果建模的方法。该方法对不同潜变量的显量子集抽取主成分，放在模型系统中，然后调整主成分权重，以最大化模型的预测能力。偏最小二乘路径建模方法之“偏”，是因为估计的每一步都在给定其他参数条件下，最小化某个参数子集的残差方差，最后在收敛极限时，联合最小化所有残差方差。当前，以ACSI模型为代表的美国国家顾客满意度指数都采用此种方法进行结构方程参数估计。PLS回归分析集中了主成分分析和典型相关分析的思想，按照逐步提取因素的回归建模方法，被提取的因

子代表了自变量的大部分信息,而且与因变量高度相关。通过模型计算,得出本指标体系各级指标的权重(如下表所示)。

表:江苏省游客满意度调查综合指数计算权重

二级指标名称	序号	三级指标名称	三级权重	二级权重
旅游大环境 (Environment)	Q1_1	品牌形象	0.12	0.20
	Q1_2	城市环卫	0.11	
	Q1_3	安全感	0.11	
	Q1_4	居民友好	0.04	
	Q1_5	居民文明	0.04	
	Q1_6	旅游氛围	0.10	
	Q1_7	可进入性	0.13	
	Q1_8	城市公厕便利性	0.10	
	Q1_9	城市公厕卫生	0.12	
	Q1_10	旅游产品	0.13	
旅游公共服务 (Public Service)	Q2_1	咨询服务	0.12	0.14
	Q2_2	信息发布	0.13	
	Q2_3	景区周边	0.13	
	Q2_4	休憩设施	0.13	
	Q2_5	智慧旅游	0.13	
	Q2_6	便民设施	0.13	
	Q2_7	投诉便利性	0.12	
	Q2_8	投诉处理	0.11	
旅游景区服务 (Scenic Spot)	Q3_1	景区环卫	0.09	0.20
	Q3_2	安全保障	0.09	
	Q3_3	客流管理	0.09	
	Q3_4	景区吸引力	0.09	
	Q3_5	广告相符度	0.10	
	Q3_6	门票合理性	0.08	
	Q3_7	支付兑换便利性	0.06	
	Q3_8	景区公厕	0.09	
	Q3_9	标识牌分布及清晰度	0.10	
	Q3_10	讲解服务	0.10	
	Q3_11	仪表态度	0.11	
旅游相关要素	Q4_1	旅游餐饮	0.16	0.15

二级指标名称	序号	三级指标名称	三级权重	二级权重
(Other Elements)	Q4_2	旅游住宿	0.16	
	Q4_3	旅行社	0.13	
	Q4_4	旅游交通	0.19	
	Q4_5	旅游娱乐	0.18	
	Q4_6	旅游购物	0.18	
文旅融合情况 (Integration of Culture and Tourism)	Q5_1	游客对文化旅游活 动的满意度	0.12	0.13
	Q5_2		0.11	
	Q5_3		0.10	
	Q5_4	游客对文化聚集区 的满意度	0.12	
	Q5_5		0.12	
	Q5_6		0.11	
	Q5_7		0.12	
	Q5_8	游客对公共文化服 务设施的满意度	0.12	
	Q5_9		0.08	
总体感受(Overall)	Q6_1	总体满足感	0.32	0.18
	Q6_2	重游意愿	0.33	
	Q6_3	推荐意愿	0.35	

基于游客调查数据，经过权重处理，形成最终得分，并根据国家文化和旅游部游客满意度调查的 7 个等级划分方法进行评价：

90 分以上	非常满意
85-90 分	满意度高
80-85 分	满意
75-80 分	基本满意
70-75 分	一般
65-70 分	及格
65 分以下	不满意

同时，项目组将问卷调查过程中采集的游客开放式意见、建议等主观评价资料采用内容分析的方法进行判别、归类、整理和分析，作为定

量数据的重要补充，试图对游客满意度调查各要素、各指标的得分变化及其原因给出科学合理的阐释。

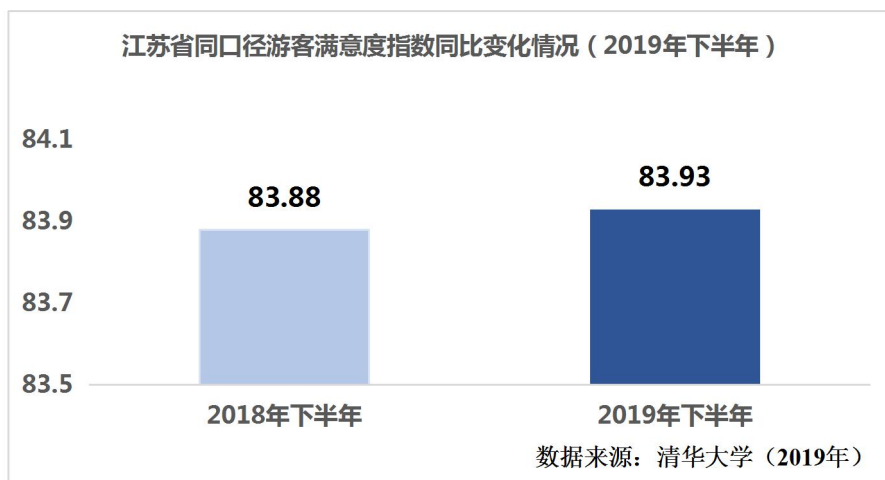
三、游客满意度状况总述

（一）满意度综合指数及城市排名

1. 2019年下半年情况

（1）全省游客满意度综合指数为 83.84 分，稳步推动旅游高质量发展

2019年下半年，江苏省游客满意度综合指数为 83.84 分，继续维持“满意”水平。下半年同口径满意度指数为 83.93 分，同比增长 0.05 分，高于去年同期水平且保持稳步提升势头，走上高质量发展之路。



（2）宁锡苏三市达到“满意度高”水平

2019年下半年，全省 13 个设区市中，游客满意度综合指数排名前五的依次是南京（85.52 分）、无锡（85.40 分）、苏州（85.22 分）、扬州（84.51 分）、常州（84.46 分），本期在增设了“文旅融合情况”二级指标后，宁锡苏扬常五市达到“满意度高”水平，全省其余各市综合满意度均达到 80 分以上，处于“满意”水平。排名前五的设区市是

下半年江苏优质旅游发展的杰出代表，在发展中积极满足人民日益增长的旅游出行需要，获得了广泛的民意支持。

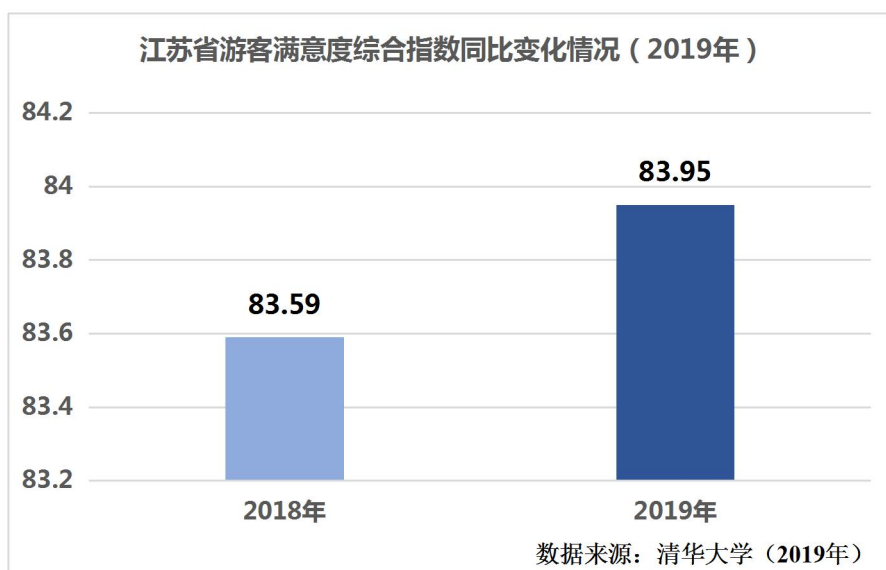
2019年下半年游客满意度综合指数 TOP5

排名	城市	综合指数	城市	同口径指数
1	南京	85.52	南京	86.15
2	无锡	85.40	无锡	86.10
3	苏州	85.22	苏州	85.88
4	扬州	84.51	扬州	85.64
5	常州	84.46	常州	85.23

2. 2019年度情况

(1) 全省游客满意度综合指数为 83.81 分，文旅融合稳步增长

2019年，江苏省游客满意度综合指数为 83.81 分，稳定保持在“满意”水平，同口径游客满意度指数为 83.95 分，较 2018 年提升了 0.36 分。



(2) 宁苏锡扬常五市排名年度前五名，全省保持在“满意”水平

全省13个设区市中，2019年度游客满意度综合指数排名前五的依次是南京（85.46分）、无锡（85.40分）、苏州（85.19分）、扬州（84.41分）、常州（83.92分）。同口径满意度指数宁、锡、苏、扬、常五城市排名靠前，达到“满意度高”水平，较2018年，常州（↑1.04分）、扬州（↑0.58分）、南京（↑0.57分）、苏州（↑0.57分）同口径满意度指数增幅较大。今年以来常州积极推进“旅游明星城市”建设，扬州持续优化城市环境，入选“2019美好生活·中国十佳宜居宜业宜游城市”榜单，南京、苏州不断加强首位度建设，获得市民和游客的一致好评。

2019年度游客满意度综合指数排行榜

排名	城市	综合指数	城市	同口径指数
1	南京	85.46	南京	86.14
2	无锡	85.40	无锡	86.12
3	苏州	85.19	苏州	85.90
4	扬州	84.41	扬州	85.63
5	常州	83.92	常州	85.28
6	镇江	81.56	镇江	82.83
7	连云港	81.21	连云港	81.82
8	泰州	81.00	泰州	81.82
9	南通	80.71	南通	81.41
10	淮安	80.27	淮安	81.25

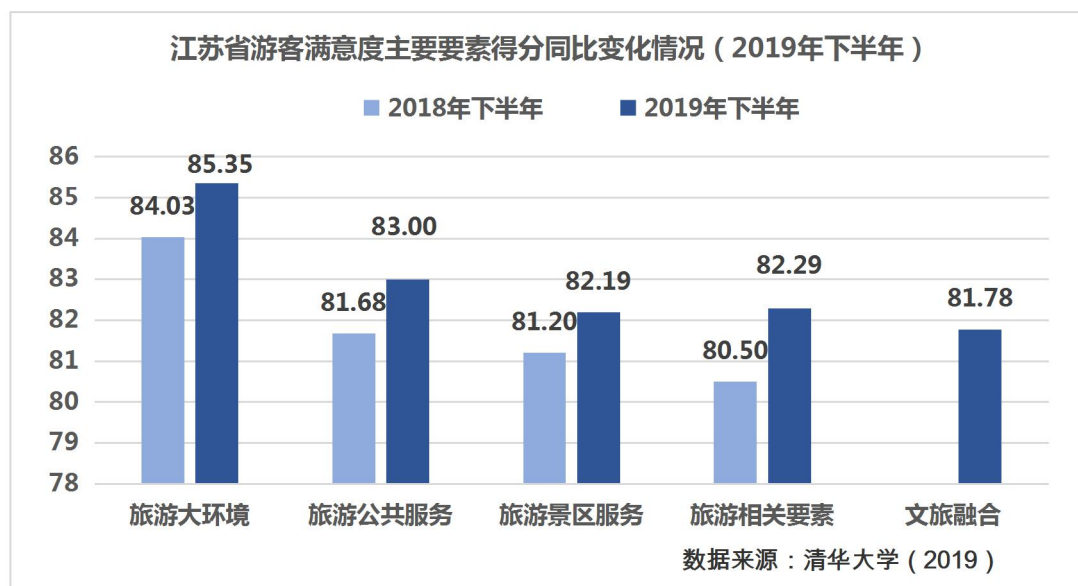
排名	城市	综合指数	城市	同口径指数
11	盐城	80.22	盐城	80.97
12	宿迁	80.14	宿迁	80.93
13	徐州	80.09	徐州	80.76

（二）满意度主要要素评价结果

1. 2019年下半年情况

【主要结论：所有主要要素同比有所上升】

2019年下半年，旅游大环境的满意度为85.35分，同比上升1.32分，依然保持在85分以上的“满意度高”水平；旅游公共服务为83.00分，同比上升1.32分；旅游景区服务为82.19分，同比上升0.99分；旅游相关要素为82.29分，同比上升1.79分。

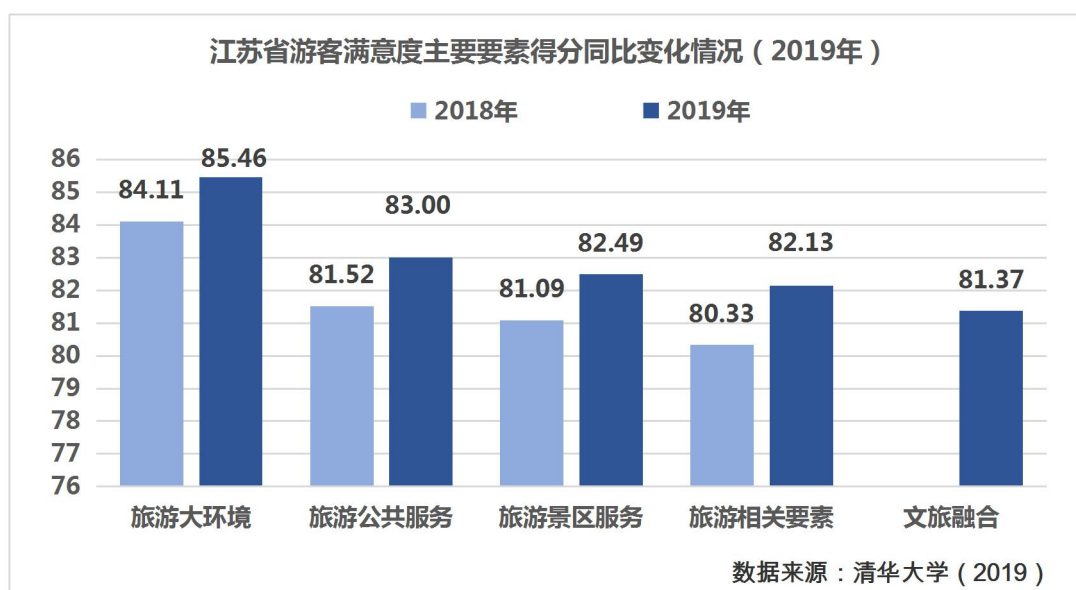


2. 2019年度情况

【主要结论：主要要素均有明显提升】

综合来看，年度表现最好的要素为旅游大环境（85.46分），其次

是旅游公共服务（83.00分），旅游景区服务（82.49分），满意度相对较低的为旅游相关要素（82.13分）。较2018年，四大要素同比均有所提升，增幅从高到低依次是旅游相关要素（↑1.80分）、旅游公共服务（↑1.48分）、旅游景区（↑1.40分）和旅游大环境（↑1.35分）。本年新增“文旅融合”指标为81.37分，处于“满意”水平。



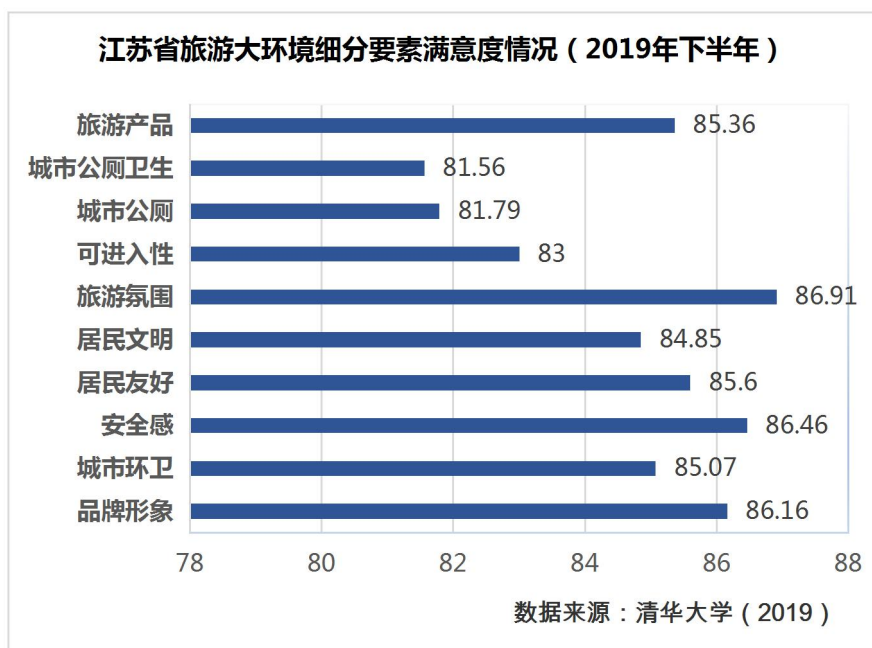
（三）满意度细分要素评价结果

1. 旅游大环境各细分要素

（1）2019年下半年情况

【主要结论：全省旅游氛围浓厚，各项指标均保持在80分以上】

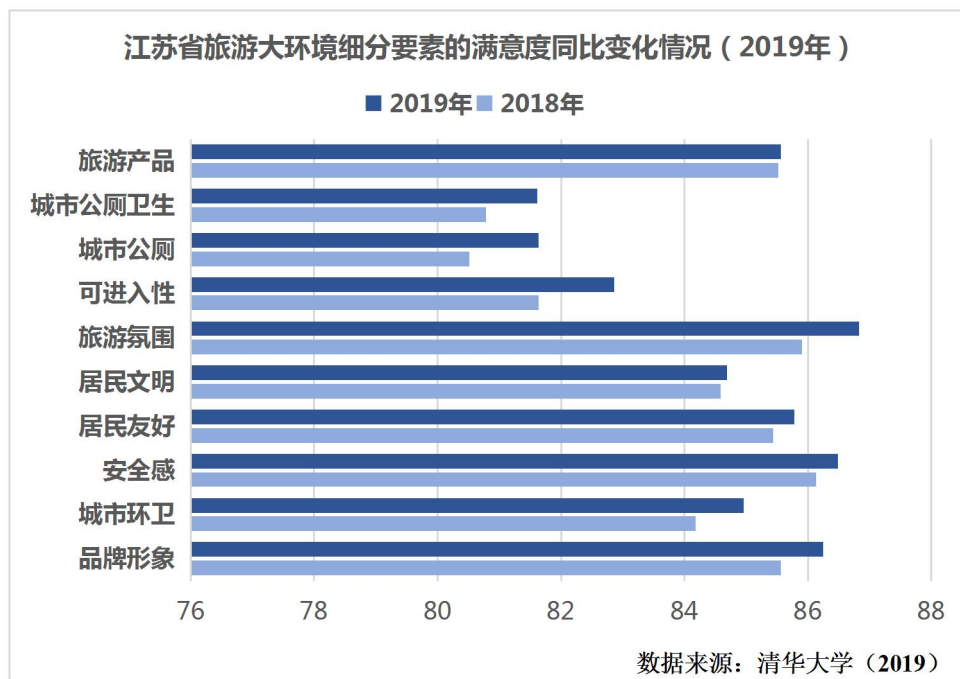
2019年下半年，旅游大环境下所有细分要素的游客满意度继续保持在80分以上；其中，旅游氛围、安全感、品牌形象、居民友好度、旅游产品丰富度、城市环卫的满意度依旧在85分以上。城市环卫、城市公厕、城市公厕卫生以及可进入性的同比、环比进步突出，体现出游客对江苏省厕所革命等旅游基础设施提升工作的认可。



(2) 2019 年度情况

【主要结论：所有细分要素都达到 80 分，城市公厕便利性和可进入性同比提升明显】

2019 年，旅游大环境下所有细分要素的全年平均水平都在 80 分以上；其中，达到 85 分以上“满意度高”的是旅游品牌形象、城市环卫、安全感、居民友好度、旅游氛围和旅游产品丰富度。所有细分指标同比均有不同程度的增长，其中，城市公厕便利性、可进入性进步最为明显。

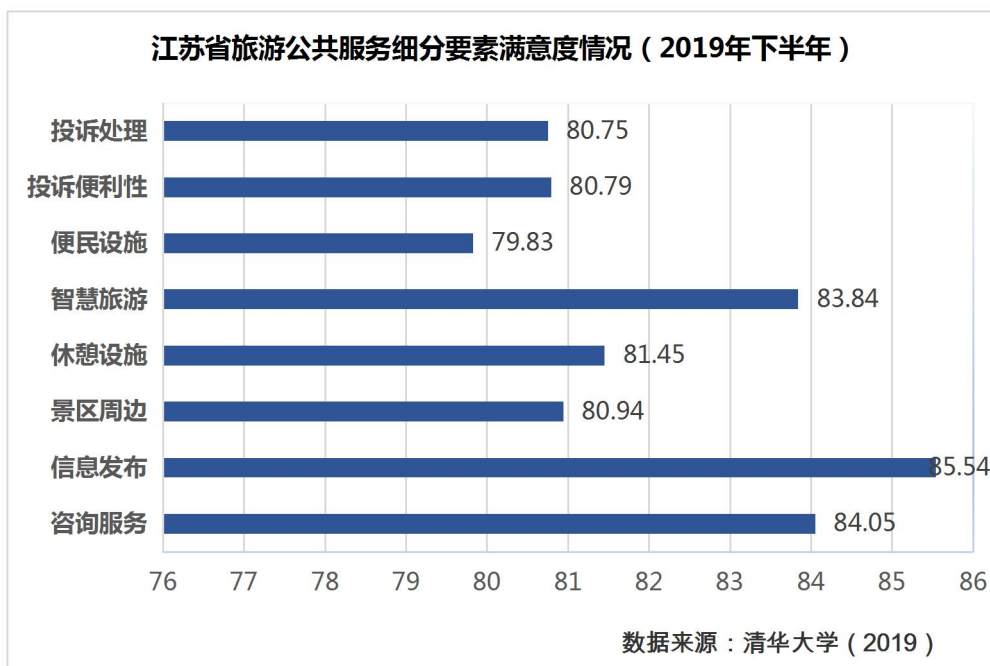


2. 旅游公共服务各细分要素

（1）2019年下半年情况

【主要结论：各指标均达“满意”水平，旅游信息发布领先】

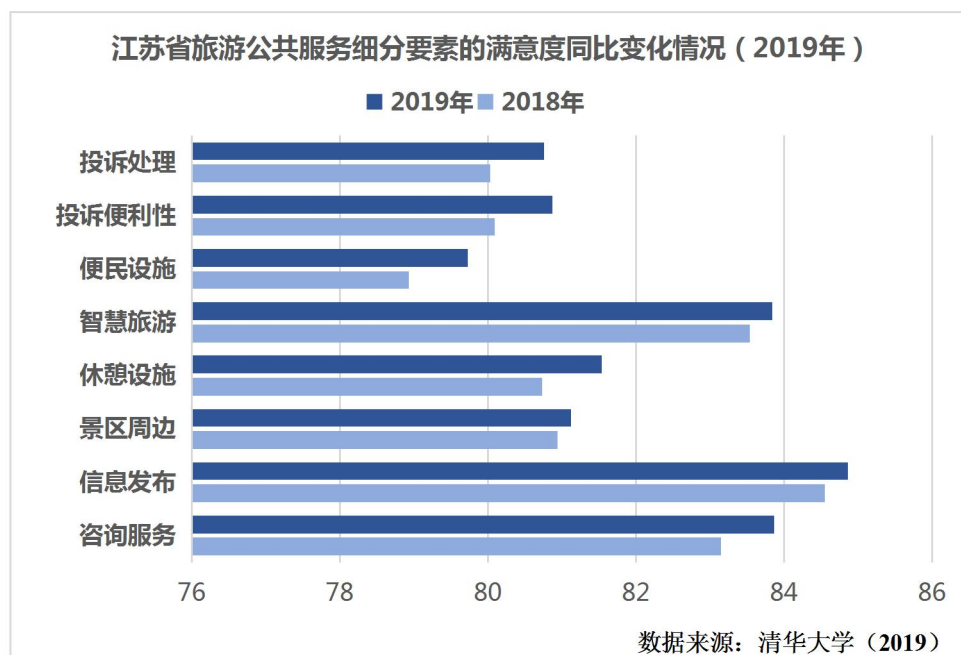
旅游公共服务下各细分要素中，7项指标的满意度均在80分以上；其中旅游信息发布持续领先，游客满意度得分为85.54分，同比上升0.93分，环比上升1.36分。同比来看，咨询服务、信息发布、休憩设施、智慧旅游、便民设施、投诉便利性、投诉处理均有不同程度的增长，高于上年同期水平，由此可以看出旅游相关部门对于游客日益提升的公共服务的期望应对较好。



(2) 2019 年度情况

【主要结论：各细分要素均达“满意”水平，便民设施和休憩设施的同比进步较大】

2019 年，旅游公共服务下各细分要素中，7 项细分要素的全年平均水平均在 80 分以上。同比来看，各项细分要素都有不同程度的增长；其中，便民设施和休憩设施的增幅较大。

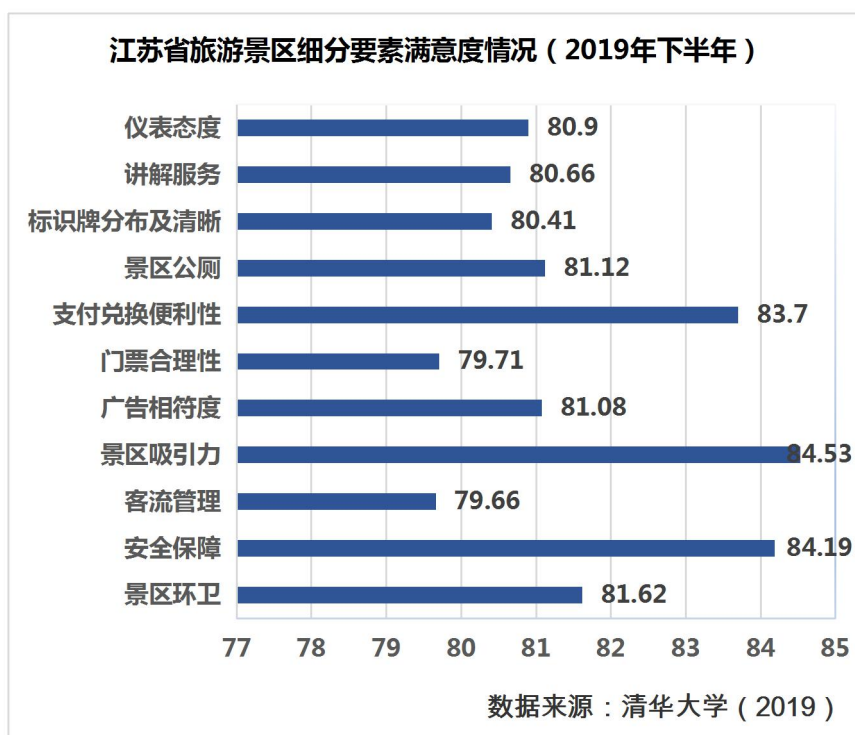


3. 旅游景区服务各细分要素

(1) 2019 年下半年情况

【主要结论：景区环卫、仪表态度、景区公厕进步突出】

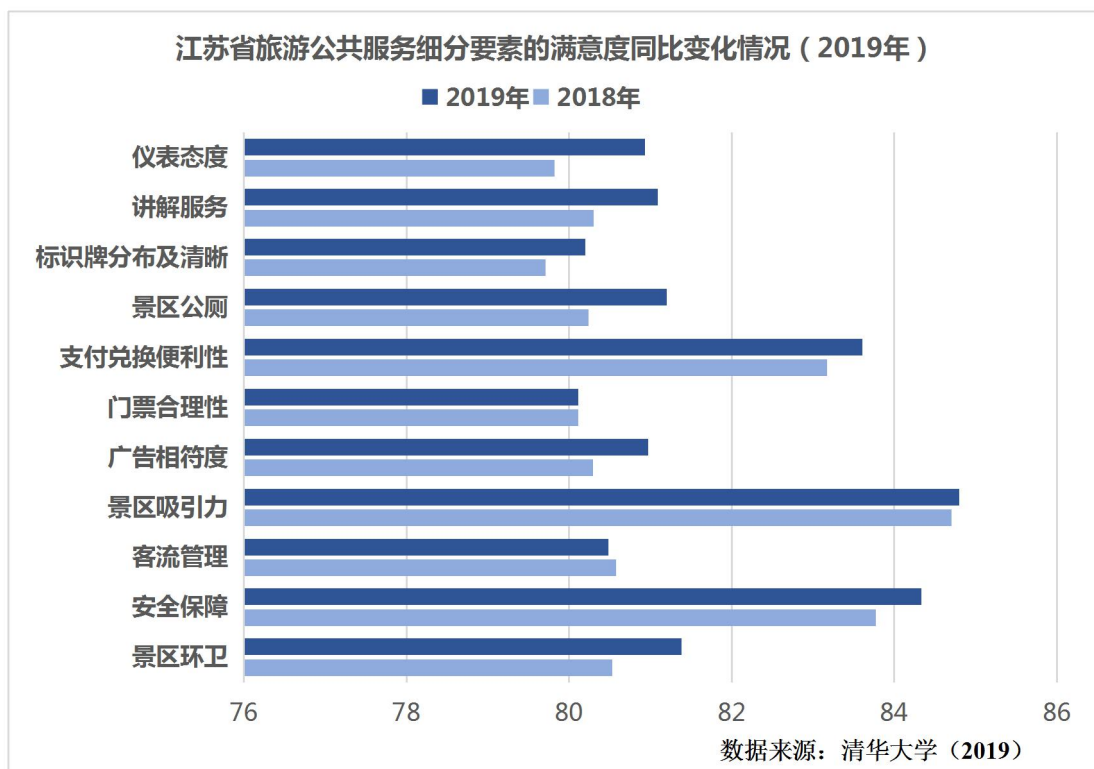
2019 年下半年，旅游景区服务下 9 项细分要素各项指标都达到了 80 分以上。其中，景区吸引力的满意度依旧最高，达到 84.53 分，其次为安全保障和支付兑换便利。同比来看，8 项细分要素均有不同程度提升，其中景区环卫、仪表态度、景区公厕提升较显著。



(2) 2019 年度情况

【主要结论：各项细分要素达到“满意”水平，景区公厕和仪表态度同比增幅大】

2019 年，旅游景区服务下所有细分要素游客满意度的全年平均水平都在 80 分以上。同比来看，景区公厕、仪表态度、景区环卫的进步较显著，客流管理的游客满意度稍有下降。

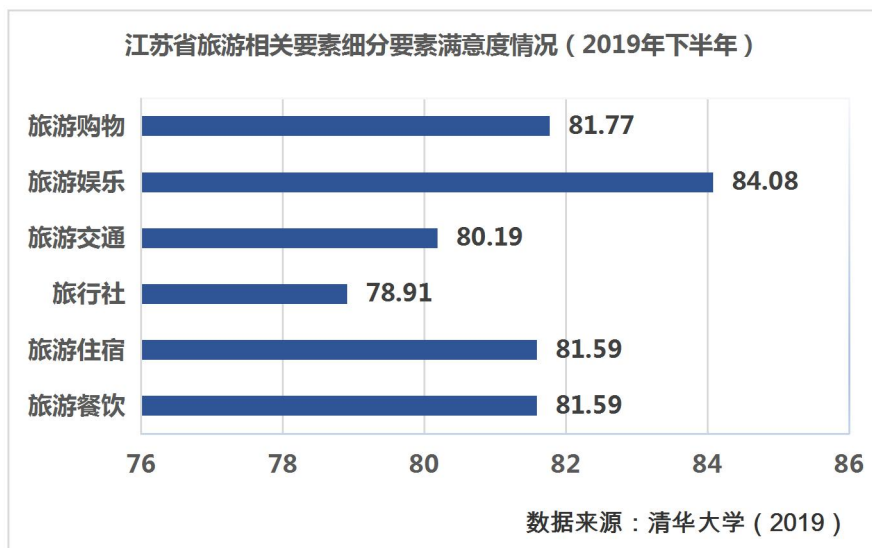


4. 旅游相关要素各细分要素

（1）2019年下半年情况

【主要结论：旅游娱乐评分较高，交通与旅行社服务刚过“满意”水平】

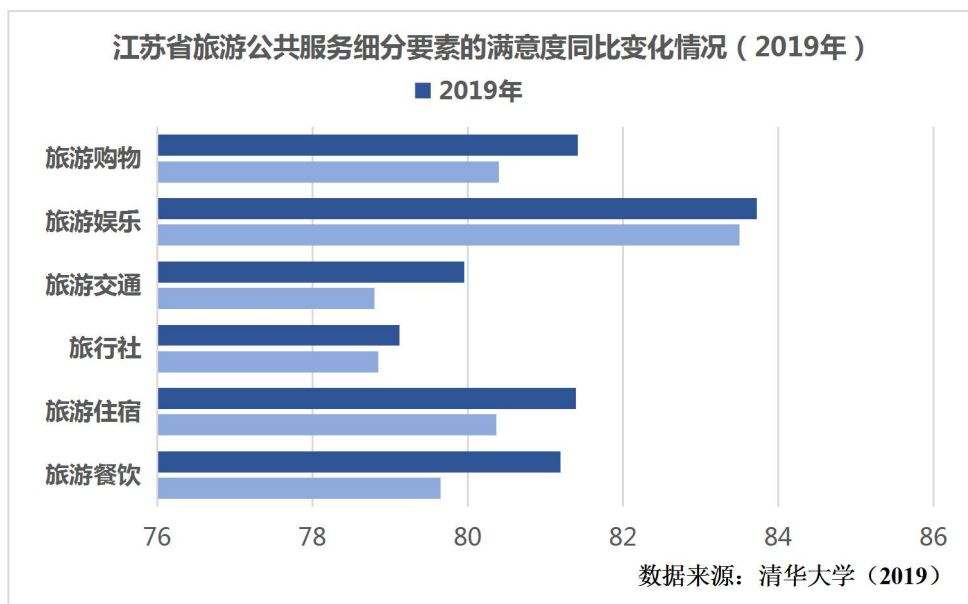
2019年下半年，旅游相关要素5项细分要素指标满意度达到了“满意”水平；其中，旅游娱乐服务的得分最高，为84.08分，同比增长0.54分。所有细分要素中，旅游餐饮、旅游交通、旅游购物服务同比提升较大。



（2）2019 年度情况

【主要结论：各项细分要素同比均有提升，旅游餐饮和旅游交通提升最快】

2019年，旅游相关要素各细分要素中，全年满意度最高的是旅游娱乐服务，为83.72分，满意度全年平均水平低于80分为旅行社和旅游交通服务，其他各项细分要素均达到“满意”水平。同比来看，所有细分要素都有所提升，且以旅游餐饮服务、旅游交通服务的提升最为明显。

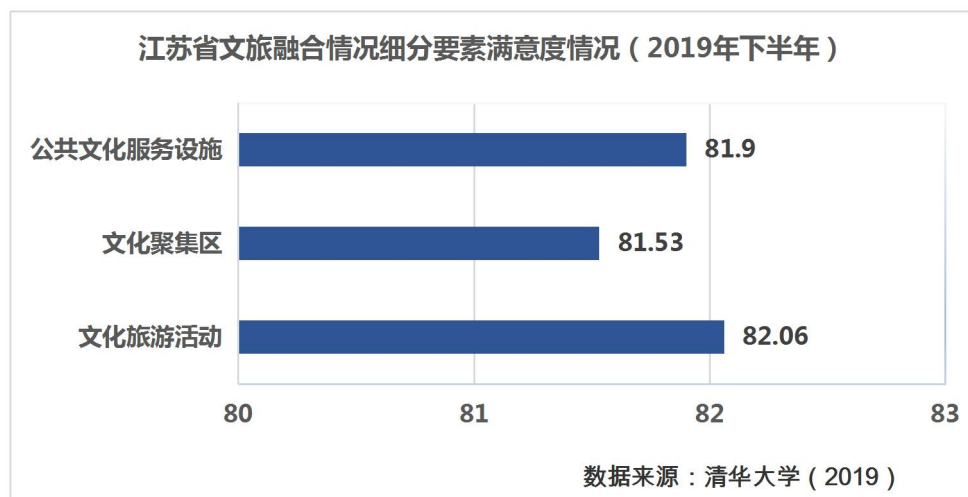


5. 文旅融合情况各细分要素

(1) 2019 年下半年情况

【主要结论：各项均处“满意”水平，文旅融合力度大】

2019 年下半年，文旅融合各项细分要素游客满意度都达到了 80 分“满意”水平；其中，文化旅游活动得分最高，为 82.06 分；公共文化服务设施为 81.90 分，排名第二；文化聚集区得分略低，为 81.53 分。

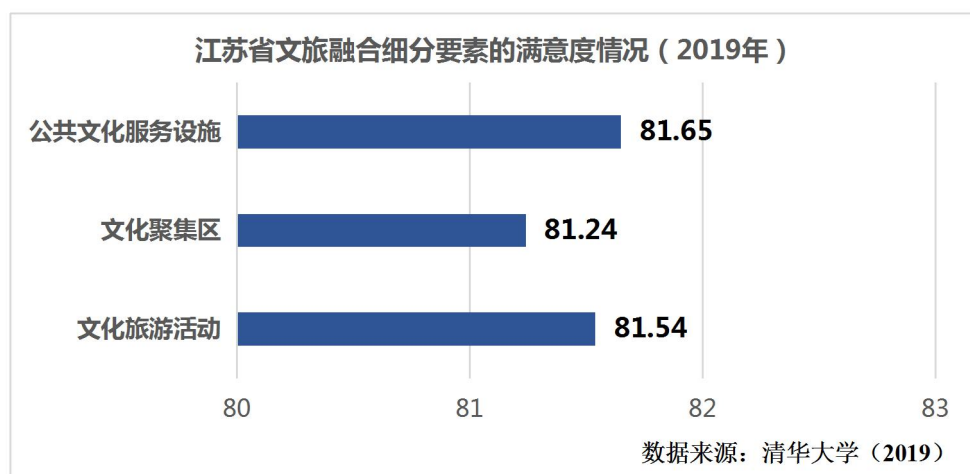


(2) 2019 年度情况

【主要结论：各项均处“满意”水平，游客对文旅融合工作比较

认可】

2019年，文旅融合各项细分要素中都达到了“满意”水平；其中，文化服务设施的得分最高，为81.65分；其次，文化旅游活动为81.54分，文化聚集区得分81.24分。游客对于江苏省文化和旅游元素的融合情况总体处于“满意”水平，对文旅融合工作比较认可。



四、游客满意因素阐释

（一）文明旅游持续提升，品牌形象深入人心

2019年，江苏省旅游大环境稳步提升，全年平均分为85.46分，首次达到“满意度高”水平，在所有二级指标中位于第一名，且全省13个城市在“旅游大环境”指标上均超过80分。长期以来，江苏省整洁的环境卫生和良好的旅游氛围获得了游客的普遍好评。2019年，旅游大环境中的“旅游氛围”“品牌形象”得分相对较高，“城市公厕便利性”“城市环卫”增长较快。

一方面，各城市积极推进文明旅游城市建设，打造“旅游即城市，城市即旅游”的真实写照。今年以来常州积极推进“旅游明星城市”建设；扬州通过持续优化城市环境，提升品牌形象与城市卫生，入选“2019

美好生活·中国十佳宜居宜业宜游城市”榜单；南京、苏州不断加强首位度建设；南京持续推进行业文明礼让，常态化推进行业礼让“321”标准，全市公交车礼让率在98%以上、出租车礼让率90%以上；首批71家全域旅游示范区的秦淮区，在全域旅游环境优化方面密集发力，17条河道在南京率先消除劣V类水体，累计整修68条道路街巷，并“水陆并进”发展旅游，沿道路、河道、景区开发出“夜秦淮”产品体系，包括“夜泊秦淮”夜游线、“夜宴秦淮”餐饮集群、“夜宿秦淮”主题酒店群等。

另一方面，各城市积极开展高质量高级别的文化旅游活动，进一步挖掘特色，提升城市旅游形象。如南通第一次作为地级市承办“中国森林旅游节”、苏州举办首届中国苏州江南文化艺术·国际旅游节齐聚15位“梅花奖”得主、南京举办2019紫金文化艺术节、盐城为黄海湿地成功申遗、泰州启动“悦动海陵”麒麟花海旅游节等。这些活动的开展既有效刺激了大众人群的出游意愿，提升了城市品牌的知名度，也促进了相关基础设施的进一步完善，为游客出行提供了基本保障。与此同时，各市持续开展扫黑除恶工作、文明旅游的宣讲工作以及重大节假日专项检查工作（如春节黄金周、端午节、中秋节、国庆节等）等，对加强游客群体出游的安全感和幸福感做出了重要贡献。

（二）智慧旅游更加普及，信息发布更加便捷

2019年，在旅游公共服务的各项指标中，受访游客对信息发布、智慧旅游以及咨询服务的评分排在前三位。

江苏省率先在全国旅游业界提出智慧旅游的概念，持续推动“文化

+旅游+科技”融合发展，为游客提供了便利。一是智慧旅游应用更加普及，江苏省各景区逐步推行网络预约售票并在景区设立网络取票专用区域，与此同时，众多景区在各自网站、公众号、微博中积极应用高新科技提供VR游览、景区实时游览情况查看、线上讲解预约等服务，大大降低了游客的出游难度，丰富了游客的出游体验，在引导游客错开出游高峰方面起到了十分积极的作用。二是城市和景区智慧化程度进一步提升，今年10月，全国智慧旅游试点城市南京、无锡、苏州入选首批5G商用城市，助力江苏旅游智慧化发展，南京目前已基于路灯设施架设5G基站150座，居全国前列。景区内游客增强游览体验建设落地，如苏州博物馆设置“苏小博”智能机器人与游客进行互动，引得一众游客驻足体验。三是全省积极推进智慧旅游政务建设，旅游企业的透明度在游客群体中得到显著提升，不仅让游客在出游时有效避开诸多违规违法的“黑服务”的同时，促进了景区服务规范化、标准化的提升。今年7月，江苏省数字文化和智慧旅游发展中心挂牌成立，全省文化和旅游信息得到整合。

（三）景区吸引力持续增强，人性化、便利化赢得市场肯定

2019年，旅游景区各项细分指标排在前三位的分别是景区吸引力、支付兑换便利性和安全保障。

从旅游资源的丰富程度、旅游景区的数量、档次、级别、旅游企业接待能力等多方面来看，江苏省各城市的旅游竞争力在全国位于前列。老牌景区如周庄古镇、连云港花果山、南通濠河、鼋头渚等景区周边的配套设施已经发展地比较成熟。此外，景区吸引力持续增加，个性化景

区、网红景区层出不穷。如泰州凤城河旅游度假区获长三角最具网红特质的旅游度假区（景区），兴化市沙沟镇获长三角最具网红特质的旅游小镇；无锡惠山古镇、环城古运河、清名桥历史文化街区入选“最美运河地标”；南京先锋书店被CNN评为“中国最美书店”、被BBC评为“世界十佳最美书店”，苏州诚品书店成为网红打卡点。随着互联网技术应用的逐渐普及，景区门票支付、景区周边服务更加多样便捷，不少景区已经实现了“无现金景区”目标，从停车场收费、购票入园，到园内购物、餐饮和物品租赁，都可以通过“扫一扫”买单，为游客提供了智能便捷的服务。同时，游客在计划出行前亦无需担心找不到下榻地点、卫生的餐饮场所、合规的购物商店等问题，景区周边配套设施的不断完善为游客出游提供了便利。此外，各景区内通常都配有零食、饮料、纪念币的自动贩卖机，游客能够十分方便地在景区内扫码获取。

（四）娱乐项目品质提高，选择多、体验强获得游客点赞

2019年，在旅游相关要素各项细分指标中旅游娱乐、旅游住宿、旅游购物的游客评分占据了前三名。

江苏省作为全国经济最为活跃的地区之一，各个城市丰富的娱乐活动吸引了大量游客前来。具体而言，2019年的旅游娱乐在以下五个方面表现突出：一是养得了眼，灵山大佛吉祥颂表演、拈花湾夜间表演活动让游客大饱了眼福、过足了眼瘾；二是对得了味，阳澄湖大闸蟹开捕节、第十九届中国美食节，既能对了游客的口味，还能对了游客的趣味；三是解得了闷，以房车、露营、热气球项目为代表的旅游新业态纷纷落地，相关旅游娱乐产品陆续推出，满足了游客求新求奇求乐的需求，而在“双

十一”“万圣节”等特别节日，一些景区“大开脑洞”引入“大IP”，加入“VR”“AR”新技术，带领游客一起玩穿越、开潮趴，大大增强了旅游活动的互动性和参与感；四是留得住人，随着各地晚间产品和夜游项目的增多，以及度假产品的转型升级，越来越多的游客愿意在江苏慢下来、留下来，享受更加充实圆满的“苏式”休闲生活。

在住宿方面，一是各市开展了多项行业专项培训和复核活动，促进了住宿业的整体服务提升。二是各城市对于美丽乡镇旅游线路的积极开发与推进，促进了乡镇特色住宿业态的服务质量提升，满足了游客的差异化需求。

在购物方面，多个景区积极开发特色文创产品，刺激游客的消费意愿，相关部门多渠道积极推广特色购物路线，使得游客有合理的购物参照和清晰的购物目标。同时，各市文化和旅游相关部门加大了旅游购物市场的监管力度，整治不合理低价游、强迫或诱导游客消费等现象，有效提升了游客的消费体验。

五、游客不满因素阐释

（一）便民休憩设施需求增加，供求矛盾依旧

2019年，游客对江苏省便民设施、休憩设施的满意度为79.73分、81.54分，同比略有增长，但仍存在短板。

调查发现，由于江苏省游客体量庞大，游客对便民设施、休憩设施的功能提出了新的要求。在便民设施方面，老人、儿童游客的特殊需求满足有待提高，目前不少地方在无障碍通道的建设维护、热水免费供应、物品寄存管理等方面仍相对滞后；对特殊人群的人性化服务还有待加强；

部分景区提供轮椅服务，但景区内台阶数量多，无障碍电梯、通道不足使得特殊人群的出游难题仍难解决。在休憩设施方面，随着二胎政策的放开以及休闲度假理念被越来越多人接受，亲子游、家庭游市场正迎来高速增长期，对休憩设施的配备提出了新的要求，基于儿童、老人的年龄和生理特性，游客的整体游览速度放缓，中途休整的频次增多，而目的地城市在旅游景区、休闲街区、车站广场等公共区域中座椅的数量、布局和设计都还没有及时跟上。

（二）景区门票性价比不高，品质有待提升

2019年，游客对江苏省景区门票合理性的满意度为80.11分，刚达到“满意”水平，在旅游景区各项细分要素中排名靠后。

全年调查显示，江苏省已有不少景区实现门票降价，大部分景区在旅游淡季实施了淡季票价，各地方举办旅游节时，部分景区甚至免费开放。但仍有不少游客认为景区门票性价比不高，即便是门票降价，也只是从“太高”变成百元以上的“偏高”，票价整体偏高的情况并没有根本改变。具体而言，一是景区配套服务落后、体验性项目少、旅游景点品质不高，如有游客反映“拈花湾景区水幕光影秀没有恩施裸眼3D光影秀清晰度高，门票价格不值”；二是有些景区降低了门票价格，却提高了观光车、缆车、游船、餐饮的价格，总体消费不减反增；三是部分景区门票性价比低，如灵山大佛等景区，景区内景观和内容单薄，票价不值。游客对性价比的关注说明游客越来越重视旅游品质，各景区应该在旅游产品品质上继续发力，以期达到更高的满意度。

（三）旅游公共交通欠完善，有待提高质量

2019年，游客对江苏省旅游交通的满意度为79.95分，处于“基本满意”水平。

全年旅游交通的满意度不高主要是江苏省游客量庞大，交通供需关系不匹配造成的。根据调查，一方面由于城市公共交通运输力供给短时间难以快速增加，打的难、乘车难问题依然存在，例如热门景区附近打车难现象十分突出，为黑车的存在提供了土壤。迄今为止，很多景区仍存在点对点交通接驳不便现象；虽多数景区门口设有公交站，但公交班次较少，打车不方便；游客能够使用的共享交通工具相对较少，不利于景区最后一公里的接驳。此外，在旅游高峰期存在发车不准时、信息服务不准确、不全面、旅游项目缺乏等问题，降低了旅游的满足感。另一方面，江苏省部分交通枢纽及景区仍存在黑车和三轮电动车违规运营现象，黑车坐地起价，出租车乱收费，游客出行存有安全隐患，旅途中消耗过多精力，使得游客整体体验大打折扣。

六、文旅融合情况阐释

（一）现状：文旅融合稳步推进，助力文旅产业高质量发展

2019年是新中国成立70周年，是决胜高水平全面建成小康社会关键之年，也是文化和旅游融合发展新局之年。江苏省文化和旅游厅坚持以人民为中心的工作导向，坚持高质量发展要求，紧扣提供优秀文化产品、优质旅游产品这个中心环节，统筹抓好文化事业、文化产业和旅游业发展，着力推动文化和旅游高水平融合、高质量发展。

一是组织开展文化旅游活动。举办首届大运河文化旅游博览会，使之成为大运河文化带建设的标志性项目，成为国内国际有重要影响的文

旅融合品牌。举办首届江苏智慧文旅高峰论坛，研究探讨“文化+旅游+科技”融合发展的有效路径，推动现代信息技术在提升旅游体验、弘扬优秀文化、促进旅游消费等方面的创新应用。围绕庆祝新中国成立70周年，推出一批现实题材文艺精品，策划一批艺术展演展览活动，举办2019年戏曲百戏（昆山）盛典。举办第十届江苏乡村旅游节，发展乡村旅游既可以满足人民群众日益增长的文化和旅游需要，又能助力产业升级和乡村振兴，让“水韵江苏美丽乡村”成为传播文明、体验文化、展示特色的重要窗口。在全省创设一批江苏省非物质文化遗产创意基地，推出一批文化和旅游产业融合发展示范项目。举办“文旅融合看江苏，非遗与旅游融合发展”2019全国主流媒体专题采风活动，非遗与旅游相得益彰。南京夫子庙的秦淮灯彩、无锡惠山古镇的惠山泥人、苏州中国昆曲博物馆里的昆曲……在江苏，非遗与旅游的融合已经成为江苏旅游的名片之一，乘着文旅融合东风，非遗+旅游势头更劲，交互体验不断升级。

二是推进文化旅游聚集区发展。以文化创意园区和旅游风情小镇为例。南京1865创意产业园，其前身是洋务运动期间创建的金陵机器局，如今充分挖掘自身的历史文化底蕴，保护性开发利用老建筑，以文化创意和科技创新为主题内容将园区打造成为国内外知名的融文化、创意、科技、旅游为一体的综合性时尚创意文化产业基地，是工业旅游的成功范例。文旅融合是旅游风情小镇创建的重要着力点。江苏省为防止“穿新鞋走老路”做表面文章，确定创建单位的过程非常严谨，以小镇“是否有独特风情”为最核心标准，经省内多个部门及业内专家多轮考评和

探讨才能确定。同时要求各地在创建中既要保护好历史文化遗产的原真环境，又要坚持创造性转化、创新性发展，通过文化创意让文化遗产活起来，进一步丰富小镇旅游业态，提升创建文化内涵。

三是推进公共文化服务设施与旅游融合。江苏省现有免费开放博物馆258家，居全国前列。2018年举办陈列展览2095个、教育活动2万多个，接待观众人数9518万人次，多年来居全国第一。在去年国家一级博物馆运行评估中，南京博物院、苏州博物馆位居全国第一、第三。南博、苏博、常博3家博物馆荣获“全国最具创新力博物馆”称号，数量居全国首位。南京博物院于4月起全面推行预约参观制度，并将每日参观人数限制在2.5万人以内。苏州博物馆从2012年开始实行预约参观，如今通过网站和微信，观众可以预约在某个时间段入场，不仅时间可以精确到一小时以内，也可以看到剩余名额。网上预约比到现场领票有一个优势，那就是不用排队，观众凭预约号就可以从绿色通道入馆。启动“江苏公共文化云”服务平台及旅游监管与服务平台建设，深入实施服务效能提升“十百千”示范工程，重点扶持10个县级文化馆、100个乡镇综合性文化服务中心、1000个村级综合性文化服务中心。深入实施舞台艺术重点投入和舞台艺术精品创作扶持工程，精心组织剧目参演参评第十二届中国艺术节和第十六届文华奖，同时开展第四届江苏省文华奖评选，高质量完成大运河百米长卷美术精品创作。

四是研究制定文旅政策和标准。推动出台《关于加强文物保护利用改革的实施意见》，研究制定国有文艺院团社会效益评价考核办法、公共图书馆服务标准、文化馆（站）服务标准、村（社区）综合性文化服

务中心服务与管理规范。坚持把全域旅游示范区创建作为龙头工程来抓，研究出台深化全域旅游创建、助力文旅高质量发展的实施意见。对《全省旅游风情小镇评价办法》作了修订，提高了文旅融合项目的分值，并计划增设旅游风情指数指标，引导各地强化创建内涵，在对标找差、补齐短板中提高创建水平，将对年度考核排名靠后的创建单位进行约谈，对连续两年未完成年度目标任务的给予警告，对第三年仍未达标的取消创建资格。成立江苏文旅融合与全域旅游研究基地，关注文旅融合研究，探索文旅融合规律，加强传统文化跟文旅产业相结合研究，加强艺术品和文旅产业相结合研究。结合省委巡视整改，把2019年确定为“制度建设年”，研究制定和修订完善各项规章制度，以制度成果保障文化和旅游高水平融合、高质量发展。

（二）问题：深度融合面临挑战，品牌形象有待创新

从文旅产业发展质量和整体效益上看，江苏文旅融合仍处于发展初期，在文旅融合发展的过程中仍然面临一些挑战。

一是文化和旅游产业融合度较弱。很多文旅融合产品仍然停留在表层融合阶段，文化和旅游产业彼此渗透程度较低。江苏省具备良好的文化旅游资源，博物馆、主题公园、文旅类创意产业等资源丰富，但是和旅游相关的体验因素与娱乐属性相对较低，需要进一步促进引导产业深度融合。

二是旅游产品文化内涵挖掘不深入。文化魅力不够凸显，文化旅游产品同质化问题仍然比较严重，需要进一步加强旅游产品文化内涵挖掘和资源的创意表达，加强对江苏特色文化的表现力，渲染自身文化特色，

展示水韵江苏独特的文化感染力。

三是缺少新的文化旅游 IP。品牌形象相对囿于传统，需要进一步开发新型 IP，打造江苏旅游新亮点，进一步刺激文化旅游市场，彰显文化自信。

（三）建议：继续深化文旅融合，促进文化旅游大繁荣

一是继续推进文旅深度融合。坚持旅游以文化为魂、文化以旅游为体，推进文化与旅游业深度融合发展，把更多的文化资源转化为旅游产品，用文化增加旅游附加值，把文化旅游打造成江苏省全域旅游的亮点。注重把文化元素融入餐饮、住宿、商品开发、演艺、民俗展示等方面，用文化包装点亮街区、景区、节事活动、广场、场馆、休闲项目、餐饮购物场所等，推动旅游特色化、品质化发展，用文化提振江苏省旅游发展。

二是提升城市环境品质，优化全域旅游环境。坚持全域旅游和文旅融合理念，按景区标准统筹规划全域建设，实现景区内一体化。同时，在服务本地居民生活的基础上，考虑外地游客休闲旅游需求，在城市公共空间、设施、活动、氛围、景观、环境等方面考虑旅游休闲发展的需要。

三是发挥文化特色打造新型文化旅游 IP。需要进一步加强客源市场分析，关注游客的多元化旅游需求，进一步丰富业态布局，利用“文化+”“旅游+”“互联网+”等理念和技术，加强文化创新，开发创意产业，促进科技创新，推动新一轮文化和旅游产业转型升级，发挥文化特色打造新型文化旅游 IP，促进文化旅游市场繁荣，不断满

足人民日益增长的美好生活需要。

七、游客满意度提升建议

（一）加强旅游服务设施建设，充分体现人文关怀

一是完善服务设施建设。针对服务设施问题，应坚持以游客需求为导向加强规划、合理布局，在旅游景区、游客集散中心、交通枢纽等游客聚集区设立便民服务站，完善相关设施和人员配备，为游客出行提供便利。在旅游公共服务设施建设中增添历史文化元素，增加城市目的地的吸引力。

二是提供多元化服务。着重加强无障碍设施的建设和维护，增设可借出的雨伞、轮椅车、婴儿车，设置母婴室并提供有偿母婴用品等，最大程度减少阻挡弱势群体游览的障碍；增加免费饮用水的供应点，倡导游客少购瓶装水；完善物品寄存管理服务，让游客不论去哪里都能轻装上阵。

三是考虑特殊群体的旅游需求。设计城市慢行系统时，应考虑添加轮椅停靠点、遮阴凉棚、紧急呼救按钮等，同时还应该考虑到周边相关的生态环境，建设结构合理、功能完善、服务配套、具备生态和低碳理念的旅游休憩设施，满足游客纳凉、遮阳、挡雨等多种需求。

（二）推进景区降价与提质，完善门票监管机制

一是明确降价方式。贯彻落实“降低重点国有景区门票价格”的要求，结合各地的财政能力和景区的实际情况，可研究制定如下降价方式：
1. 考虑气候条件和资源特点，部分景区以降低旺季价格为主，部分以淡季为主；
2. 按照门票价格 200 元及以上、100—200 元、100 元以下，分

别确定一定的降价幅度；3. 部分景区实施一次购票、多天游览等方式。引导景区完善网上售票、团队预约、削峰填谷、调节客流等方式，解决门票降价带来的接待压力。

二是提高服务质量。比降价更重要的是提高服务质量，服务质量是影响游客满意度的关键因素，游客可以接受价高质优的服务，其痛点在于景区门票价格高，服务质量低。同时，做好景区餐饮、文娱活动、旅游纪念品等增加营业性收入，在某种程度上降低门票带来的经济压力。

三是建立景区门票价格监管长效机制。首先，要建立健全综合监管责任清单，强化联合执法协调监管的相关工作机制，提升综合监管效率和治理效果。其次，要建立健全旅游价格公开公示制度，旅游景区门票价格和降价政策要在景区官方网站及门票站等公共场所的醒目位置予以公示，既便于游客一目了然、心中有数，也便于社会各界开展监督。最后，要持续不断强化专项督查和问责，对旅游景区价格执行情况采取明察暗访和定期、不定期督促检查。

四是加强社会舆论引导。一方面，要从满足人民美好生活需要、提高人民群众幸福感和获得感的角度，对江苏省“降低重点国有景区门票价格”工作的进展和成效进行客观宣传；另一方面，要消除游客以往对景区门票价格问题存在的偏见和误解，承认景区的复杂性、多样性、我国社会发展的阶段性以及不少景区实行免费开放的客观现实等，引导民众理性看待景区门票价格现状，形成合理的心理预期。

（三）加强交通供给与管理，规范旅游市场秩序

一是健全公共交通配套服务。提高热门景区公共交通的可达性和便

捷性，节假日期间优化公共交通运输力供给，增加景区与城市对外交通枢纽（高铁站、汽车客运站）间、景区与景区之间的城市公交线路或客运班线运力投放。提高旅游交通的科技化、信息化管理水平，完善相应的设施配备。对于景区旅游交通路线的规划，做好必经交通枢纽的信息公布以及乘车指引工作，如在显眼位置通过电子屏显示乘车路线、票价、班次以及预计到达时间等信息，不给违规分子可乘之机，让游客对于正常合规的景区接驳有清晰地认识。

二是加强旅游交通管理。整合文化旅游、交通、规划、市政、公安等部门力量，对于“黑车”、出租车违规运营等现象，加大打击力度，提高联合执法强度，全面整顿旅游交通服务问题，提高游客出行的便捷性和安全感。对于自驾游客方面，要对景区周边停车场乱收费的现象加强管理，并从优化景区周边停车场建设及管理方面入手，规范停车收费等商业行为。

三是加大旅游交通安全宣传教育。文化和旅游部门应加大对游客的宣传教育，提醒游客主动拒绝搭乘黑车，举报违规运营的出租车，依法维护自身权益，甚至可以设置相应的奖励机制。

连云港市游客满意度调查报告

（2019年）

为助力“强富美高”新江苏建设，以高水平全面建成小康社会，用优异成绩庆祝新中国成立70周年、深入贯彻落实《国务院关于加快发展旅游业的意见》、《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》、《江苏省政府关于进一步加快发展旅游业的意见》和《江苏省“十三五”旅游业发展规划》的相关精神，推动江苏省旅游服务质量的持续提升，加快全省全域旅游、优质旅游的发展步伐，促进诚信旅游环境的打造和文明旅游氛围的培育，实现把江苏省建设成为旅游强省和国内一流、国际知名旅游目的地的目标，受江苏省文化和旅游厅的委托，清华大学在前五年游客满意度调查项目的基础上，完善了以游客满意度评价为核心的旅游服务质量评价体系，通过线上线下相结合的方式开展2019年的调查，2019年的游客满意度状况如下：

一、调查方法简介

2019年游客满意度调查中连云港市采样点共回收样本1307例，样本结构合理，调查信度和效度均达到95%以上。调查选取抽样期进行，既涵盖了国家法定长假的出游高峰期，又顾及了普通时间段。采样地点包括花果山、渔湾、连岛、海上云台山、孔望山、大伊山等主要景区景点以及市内火车站、汽车站、酒店宾馆等游客聚集的场所。

调查报告采用定量与定性相结合的分析方法，从旅游大环境、旅游公共服务、旅游景区、旅游相关要素、旅游总体感受五个方面考察

常州市的旅游服务质量水平和旅游消费环境状况，以保证调查的延续性。此外，本期调查新增加了文旅融合情况二级指标，以期使调查结果更加完善，并能够体现游客对于连云港市文旅融合工作开展的满意情况。为了与2018年进行纵向对比，客观评估满意度指数得分变动情况，调查结果除了计算六项指标的满意度指数（以下简称“综合满意度指数”）外，同时计算去除文旅融合的满意度指数（以下简称“同口径满意度指数”）并进行对比分析，探查游客满意度的得分变化及其原因，力求研究成果能够全面深刻、客观准确地反映连云港市游客满意度的阶段特征和发展趋势。

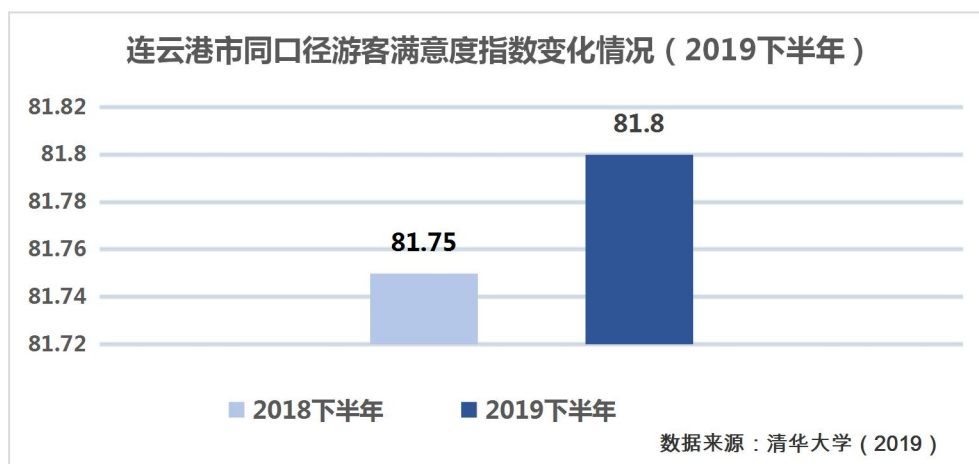
二、游客满意度状况总述

（一）满意度综合指数及城市排名

1. 2019年下半年情况

【主要结论：综合满意度达到“满意”水平，同比排名保持不变】

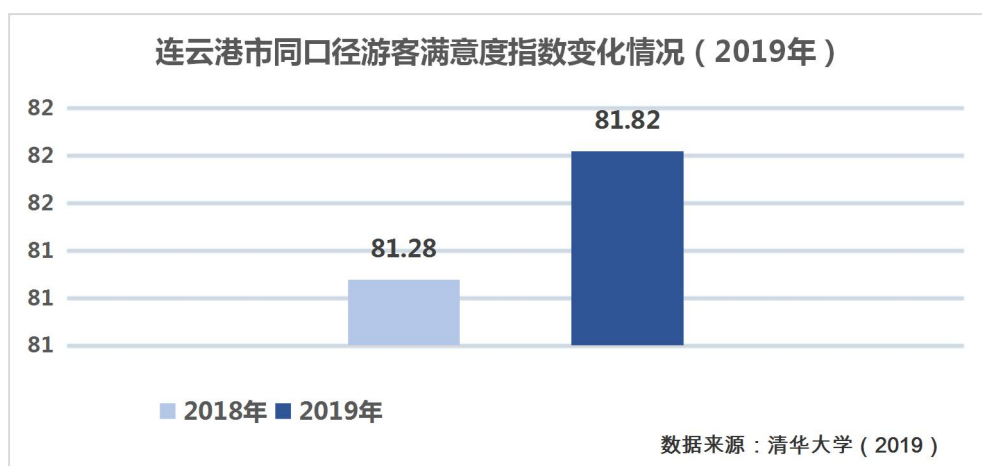
2019年下半年，连云港市游客综合满意度指数为81.56分，处于“满意”水平，全省排名第七。同口径游客满意度指数为81.80分，同比提升0.05分，排名第七，同比排名保持不变。



2. 2019 年度情况

【主要结论：综合满意度达“满意”水平，同比排名上升 1 位】

2019 年，连云港市游客满意度综合指数为 82.21 分，保持在“满意”水平，全省排名第七。同口径游客满意度指数为 81.82 分，同比提升 0.54 分，排名第七，同比排名上升 1 位。

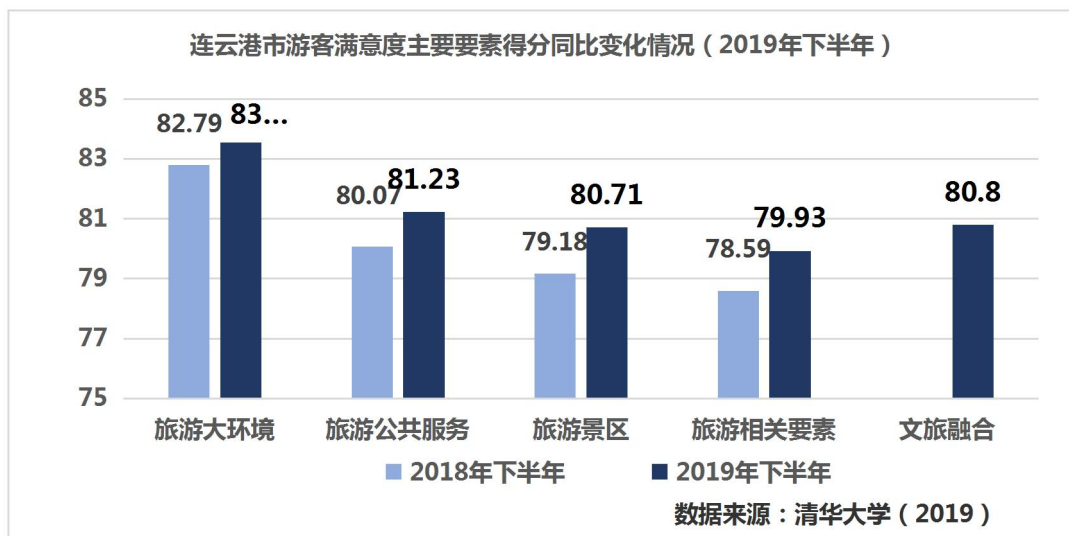


（二）游客满意度主要要素评价

1. 2019 年下半年情况

【主要结论：4 项达“满意”水平，4 项要素同比上升】

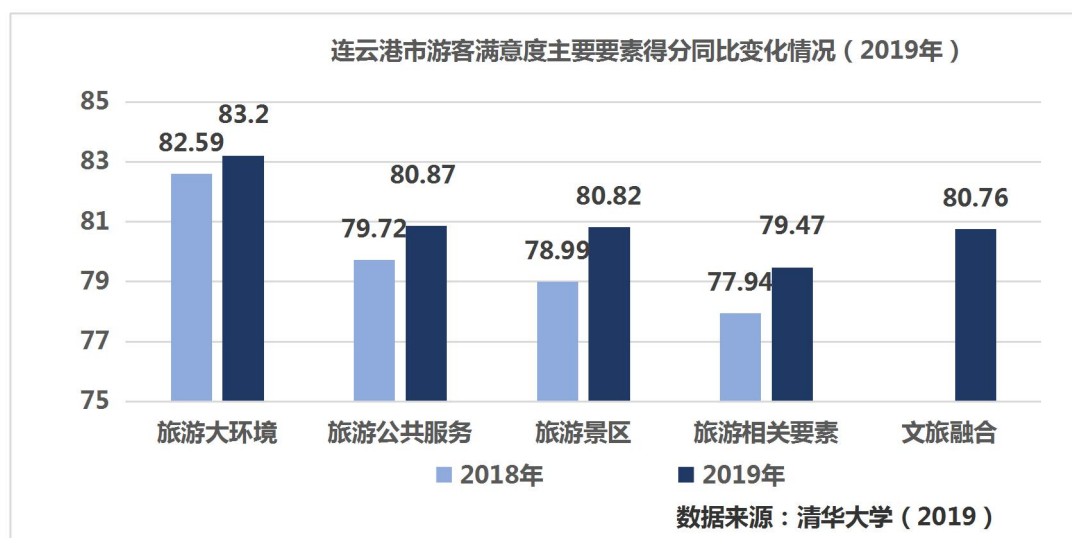
2019 年下半年，连云港市旅游大环境、旅游公共服务、旅游景区服务、旅游相关要素和文旅融合的游客满意度分别为 83.54 分、81.23 分、80.71 分、79.93 分和 80.80 分。其中，旅游大环境的满意度水平最高，旅游相关要素的满意度水平最低。同比来看，旅游大环境、旅游公共服务、旅游景区和旅游相关要素 4 项要素的游客满意度有所上升，上升幅度分别为 0.75 分、1.16 分、1.53 分和 1.34 分。



2. 2019 年度情况

【主要结论：4 项达“满意”水平，旅游大环境满意度持续最高】

2019 年，连云港市旅游大环境、旅游公共服务、旅游景区服务、旅游相关要素和文旅融合的游客满意度分别为 83.20 分、80.87 分、80.82 分、79.47 分和 80.76 分。其中，旅游大环境的满意度水平最高，旅游相关要素的满意度水平最低。同比来看，旅游大环境、旅游公共服务、旅游景区服务和旅游相关要素 4 项要素满意度均有所上升，分别上升 0.61 分、1.15 分、1.83 分和 1.53 分。



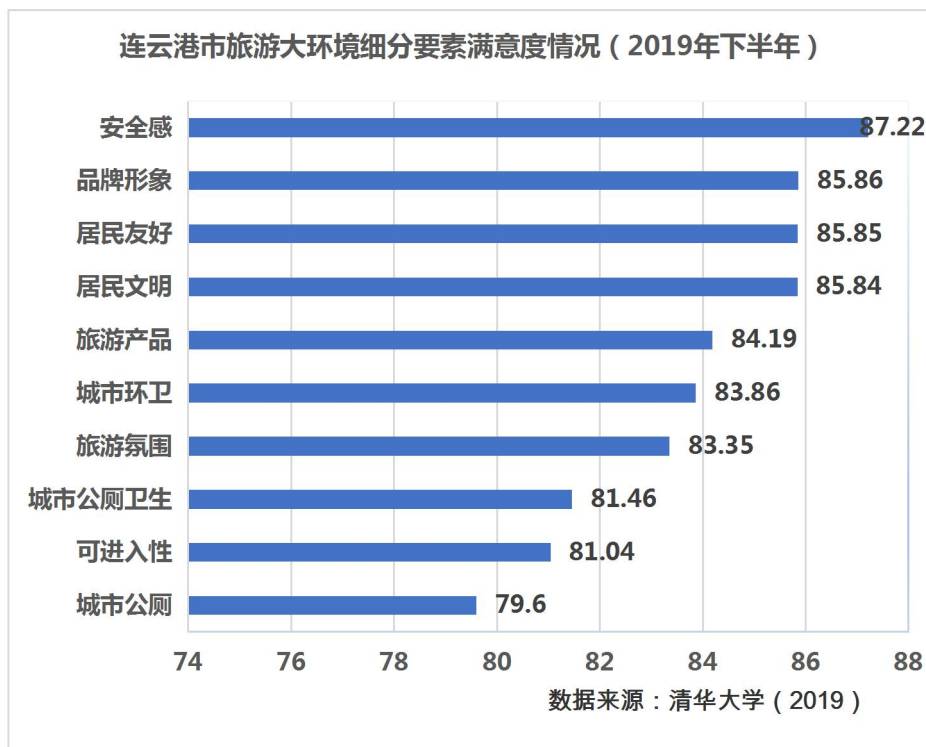
（三）满意度细分指标评价结果

1. 旅游大环境各细分要素

（1）2019年下半年情况

【主要结论：总体达到“满意”水平，环比9项上升，同比8项上升】

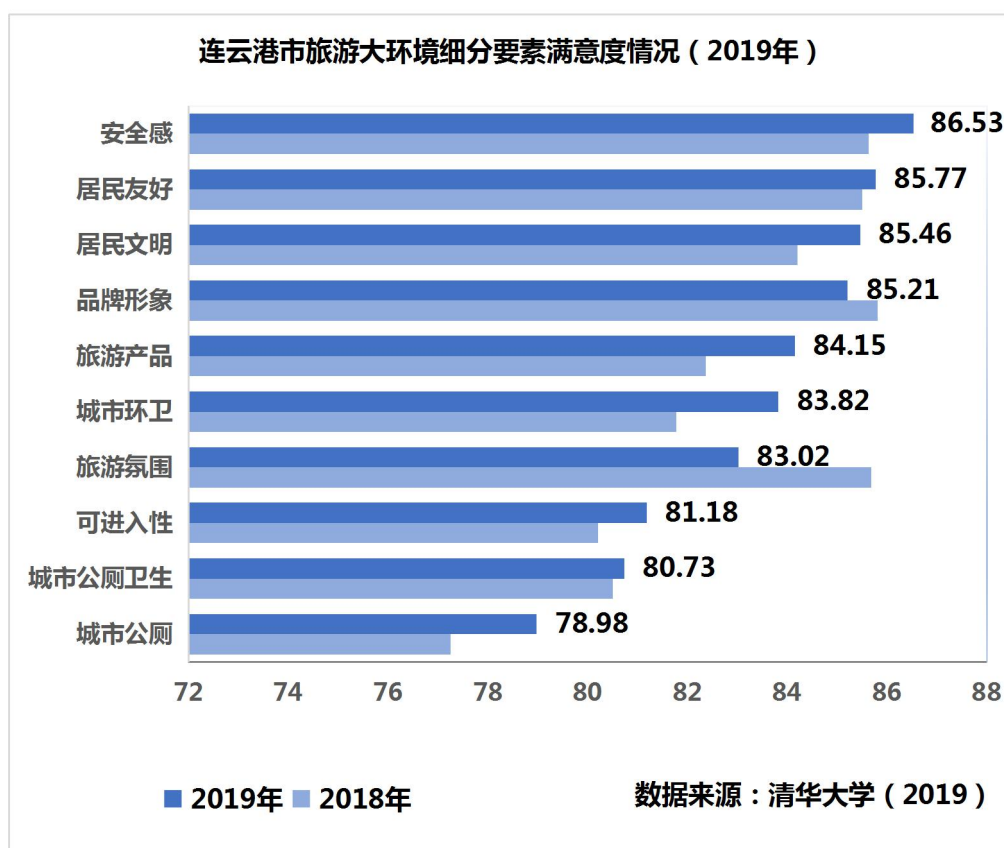
2019年下半年，旅游大环境下除城市公厕外，其余细分要素的游客满意度继续保持在80分以上；其中，安全感、品牌形象、居民友好、居民文明满意度得分在85分以上，处于“满意度高”水平”，城市公厕的满意度得分最低。环比来看，9项指标满意度有所上升，其中，安全感、品牌形象、居民友好、居民文明、旅游产品、城市环卫、旅游氛围、城市公厕卫生和景区公厕分别提升1.38分、1.30分、0.16分、0.76分、0.08分、0.08分、0.66分和1.46分，只有可进入性环比下降0.28分；同比来看，安全感、居民友好、居民文明、旅游产品、城市环卫、城市公厕卫生、可进入性和城市公厕分别提升1.72分、0.01分、1.56分、2.06分、2.12分、0.50分、0.58分和1.93分，品牌形象和旅游氛围分别下降0.45分和2.74分。



（2）2019 年度情况

【主要结论：总体达“满意”水平，城市环卫提升明显】

2019年，旅游大环境下大多数细分要素的游客满意度继续保持在80分以上；其中，安全感、居民友好、居民文明、品牌形象4项指标的满意度在85分以上，处于“满意度高”水平，仅有城市公厕1项指标满意度低于80分，处于“基本满意”水平，城市环卫、旅游产品和城市公厕满意度3项指标满意度提升较为明显，分别提升2.05分、1.78分和1.73分，品牌形象和旅游氛围2项指标分别下降0.60分和2.67分。

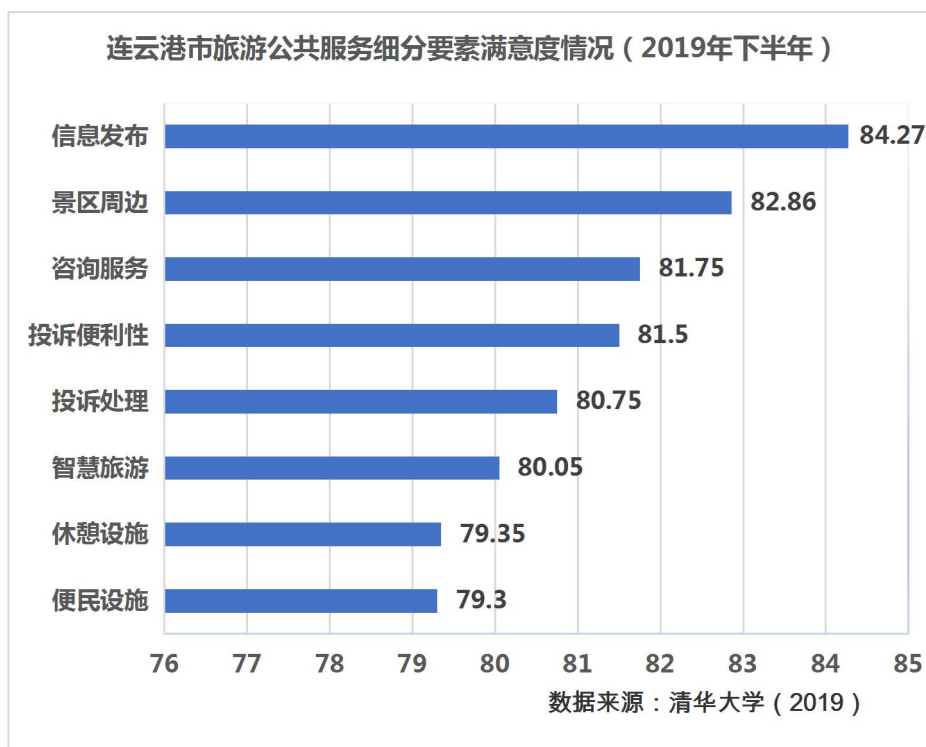


2. 旅游公共服务各细分要素

（1）2019年下半年情况

【主要结论：6项达“满意”水平，环比5项上升，同比7项上升】

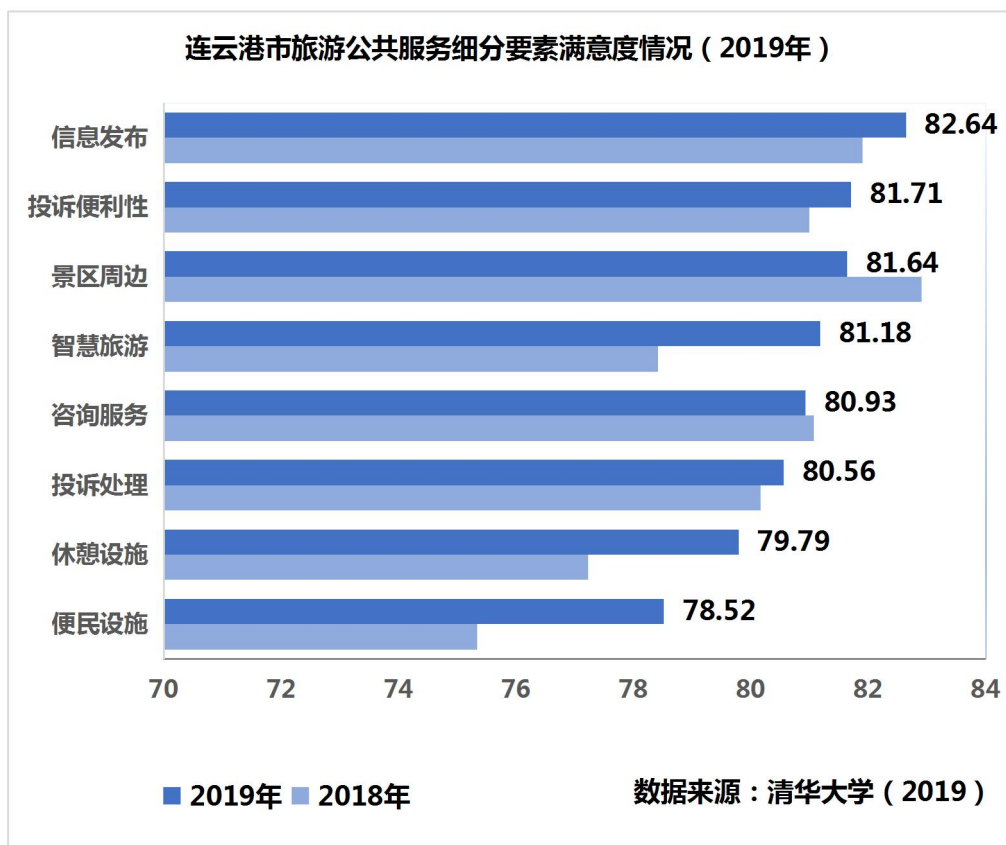
2019年下半年旅游公共服务下各细分要素中，除休憩设施和便民设施2项指标满意度得分低于80分以外，其他指标的满意度均在80分以上，信息发布满意度得分最高，为84.27分。环比来看，5项细分指标满意度有所提升，3项细分指标有所下降，其中，信息发布、景区周边、咨询服务、便民设施、投诉处理满意度分别提升3.26分、2.44分、1.64分、1.56分和0.38分，投诉便利性、休憩设施和智慧旅游满意度分别下降0.42分、0.88分和2.26分；同比来看，7项细分指标满意度得分上升，仅景区周边1项指标下降0.45分。



（2）2019 年全年情况

【主要结论：6 项达“满意”水平，6 项指标上升】

2019 年，旅游公共服务下各细分要素中，除便民设施和休憩设施低于 80 分以外，其他指标的满意度均在 80 分以上；其中，信息发布满意度得分最高，为 82.64 分。同比来看，便民设施、智慧旅游、休憩设施、信息发布、投诉便利性、投诉处理满意度分别提升 3.18 分、2.76 分、2.56 分、0.74 分、0.71 分和 0.39 分，咨询服务和景区周边分别下降 0.14 分和 1.27 分。

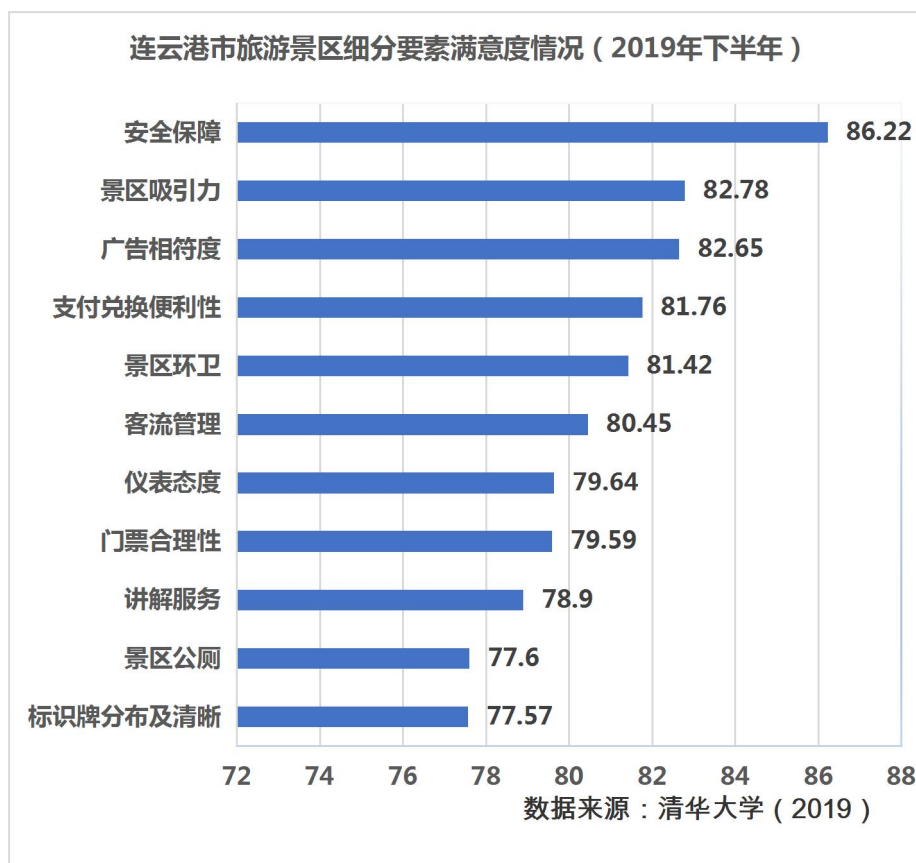


3. 旅游景区服务各细分要素

（1）2019年下半年情况

【主要结论：总体达“满意”水平，6项环比上升，9项同比上升】

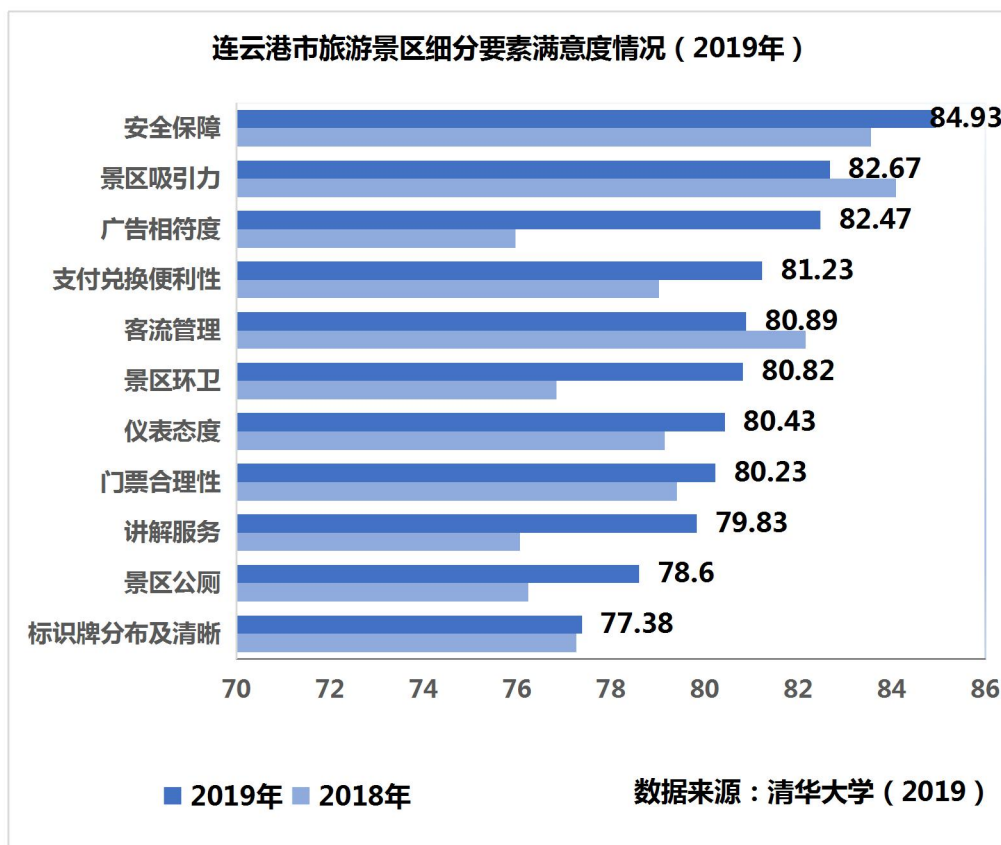
2019年下半年，安全保障、景区吸引力、广告相符度、支付兑换便利性、景区环卫和客流管理6项细分指标满意度达到“满意”及以上水平，其中安全保障满意度得分处于“满意度高”水平，标识分布与清晰度满意度得分最低，处于“基本满意”水平。环比来看，安全保障、景区吸引力、广告相符度、支付兑换便利性、景区环卫和标识牌分布及清晰度分别提升2.58分、0.22分、0.36分、1.06分、1.20分和0.38分；同比来看，除景区吸引力和客流管理分别下降1.35分和2.20分外，其他9项细分指标呈现不同幅度的提升。



（2）2019 年全年情况

【主要结论：8 项指标达“满意”水平，9 项指标满意度上升】

2019 年，旅游景区服务下 8 项细分指标满意度达到“满意”水平，其中安全保障、景区吸引力和广告相符度三项指标满意度位列前三，得分分别为 84.93 分、82.67 分和 82.47 分。讲解服务、景区公厕和标识牌分布及清晰度的满意度得分低于 80 分，处于“基本满意”水平。同比来看，除了客流管理和景区吸引力游客满意度分别下降 1.27 分和 1.42 分外，其他 9 项细分指标游客满意度均有所提升，广告相符度、景区环卫、讲解服务、景区公厕、支付兑换便利性、安全保障、仪表态度和门票合理性分别提升 6.51 分、3.98 分、3.78 分、2.36 分、2.20 分、1.38 分、1.28 分、0.82 分和 0.12 分。

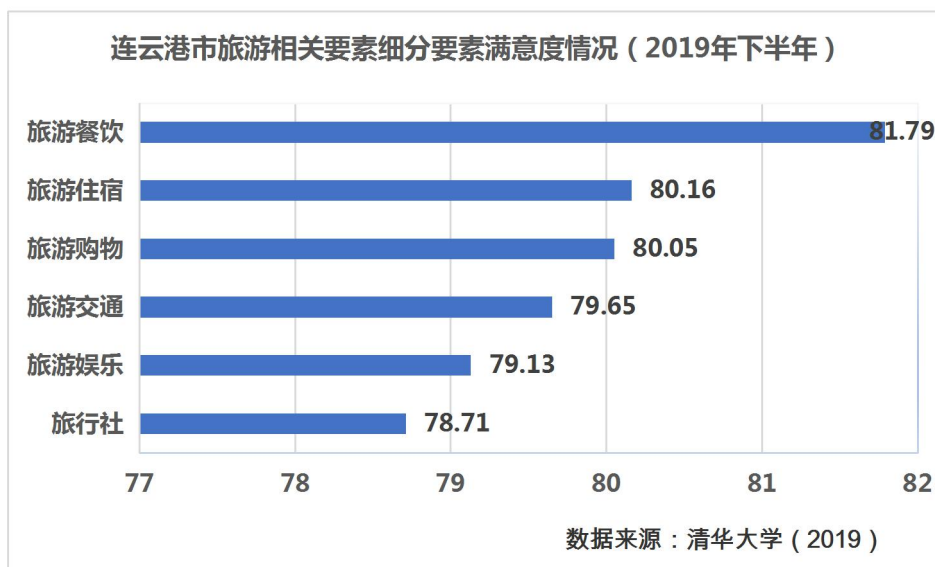


4. 旅游相关要素各细分要素

（1）2019年下半年情况

【主要结论：总体趋近“满意”水平，3项环比上升，5项同比上升】

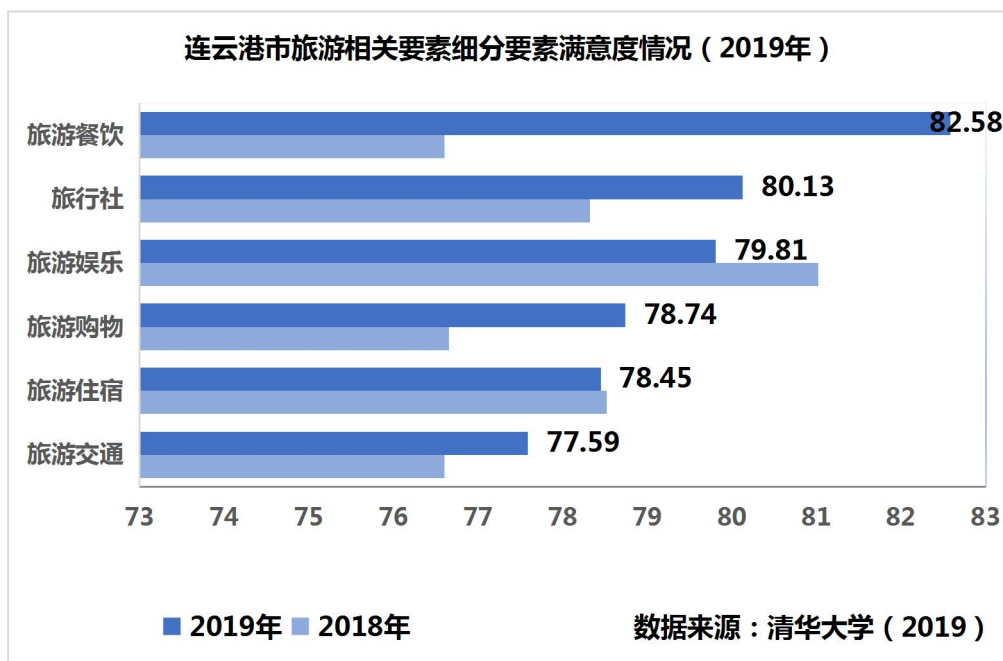
2019年下半年，旅游相关要素各项细分要素中，旅游餐饮、旅游住宿和旅游购物3项指标满意度达到“满意”水平，旅游交通、旅游娱乐和旅行社3项指标满意度得分未超过80分，处于“基本满意”水平。环比来看，旅游交通、旅游住宿和旅游购物3项指标游客满意度分别上升4.12分、3.42分和2.62分；同比来看，旅游餐饮、旅游交通、旅游住宿、旅游购物和旅行社5项指标分别提升4.71分、2.35分、1.37分、1.09分和0.42分，仅旅游娱乐下降1.83分。



（2）2019 年全年情况

【主要结论：2 项指标达“满意”水平，4 项满意度同比上升】

2019 年，旅游相关要素各项细分要素中，旅游餐饮和旅行社 2 项细分指标游客满意度达到“满意”水平，旅游娱乐、旅游购物、旅游住宿和旅游交通处于“基本满意”水平。同比来看，4 项指标有所提升，旅游餐饮、旅游购物、旅行社、旅游交通分别提升 5.98 分、2.08 分 1.81 分和 0.99 分，旅游住宿和旅游娱乐 2 项指标有所下降。

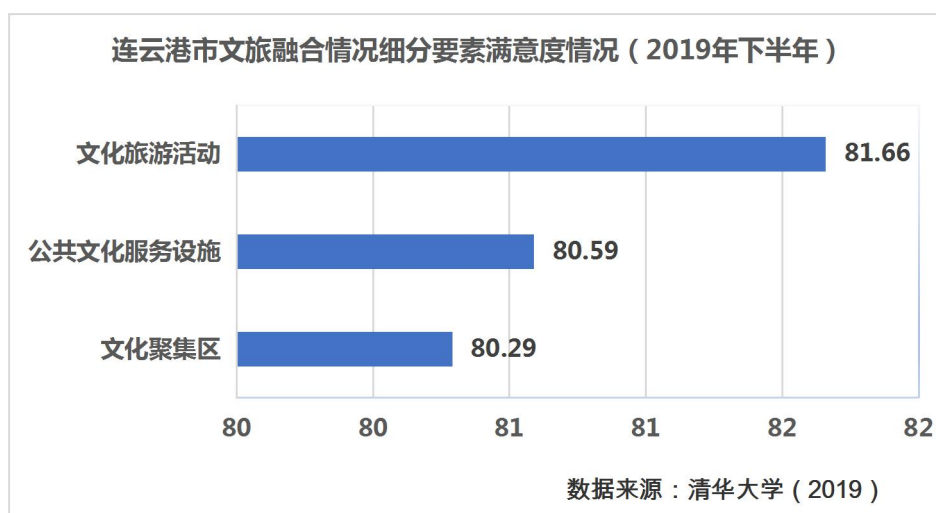


5. 文旅融合情况各细分要素

（1）2019年下半年情况

【主要结论：总体达“满意”水平，3项指标均高于80分】

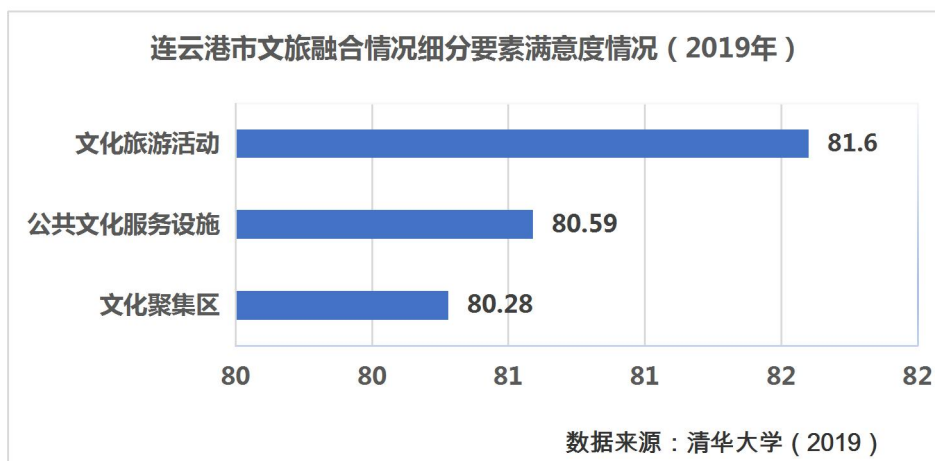
2019年下半年，文旅融合满意度得分80.80分，处于“满意”水平，文旅融合下的各项细分指标的游客满意度都达到“满意”水平，其中文化旅游活动满意度得分最高，达到81.66分。



（2）2019年全年情况

【主要结论：3项指标达“满意”水平，文化旅游活动满意度最高】

2019年，连云港市文旅融合满意度得分80.76分，处于“满意”水平，文旅融合下各项细分指标的游客满意度都达到“满意”水平，其中，文化旅游活动满意度得分最高，文化聚集区满意度得分最低。



三、游客满意因素阐释

（一）城市注重构建安全港城，居民游客共享幸福环境

2019年，连云港市各项三级指标中安全感、居民友好及居民文明的得分持续较高，都达到了“满意度高”水平。游客对于连云港市的居民友好和文明程度给予了比较高的评价，对连云港市的社会治安环境的信任程度也较高。为了构建更有安全感的平安城市，市政府实施了“雪亮工作”，新增了便民食品快检中心和粮食质量检测中心，创建消费示范区以营造放心消费环境，提升了港城居民生活安全感，游客对港城安全感的高度评价则是港城居民的一种投射。在连云港举办的“连云港之夏”旅游节活动期间，为了保障旅游食品卫生安全，新浦区文化体育旅游局联合相关部门，加强了对重点时段的餐饮服务食品安全监管工作，此外，把专项整顿与日常监管有机结合，在景区周边、星级饭店深入开展了食品安全相关法律法规的宣传活动，进一步普及食品安全知识，提高餐饮服务经营者和公众的食品安全意识，正确引导经营和消费，营造了更加安全、满意的消费环境。

（二）城市环卫工作落实有效，打造干净舒适宜居之地

2019年，连云港市在城市环卫方面满意度得分较高，在41项细分指标中排名第六，满意度得分83.82分，同比上升2.05分，说明城市环卫质量有了很大的提升。城市环境卫生程度的提高离不开环卫工人的付出和居民素质的提升，只有两方面一起推进，才能共同维护好此项工作。环境卫生是城市的脸面，干净整洁的面容，自然会给人留下美好印象。为了保持好“面容”，市总工会高度重视环卫工作，连续四年开展了“工会常伴、贴心送暖”慰问环卫工人的活动，如为其购置保温壶、保暖鞋套、防寒棉衣等，此举极大提高了环卫工人的工作认同感和职业幸福感，促进其能积极投身到自己的岗位工作中，为大家创建干净整洁的居住环境，如今全市已经形成“关注环卫工作，关爱环卫工人”的良好氛围。为了提高市民素质，推进城市文明程度建设，连云港市已经连续举办了“美·德照亮港城”的活动，以奖励道德楷模、先进模范，本年11月份有15位来自基层的工作者获得了第六届“最美港城人”称号，通过树立了道德楷模，形成积极的影响，以不断促进人们对美、对德的追求。

（三）惠民措施促进旅游消费，文旅融合构建品牌形象

2019年，连云港市品牌形象满意度得分85.21分，处于“满意度高”水平。连云港旅游资源较为丰富，集海（连岛海滨浴场）、古（海州古城）、神（花果山）、幽（宿城）、奇（渔湾）、泉（东海温泉）于一身，形成各具特色的景点景观，丰富了游客出游选择。为了推进旅游惠民，促进文化和旅游综合消费，连云港九大国有管理景区推出

旅游淡季免门票政策，抛开关注门票经济，拉动了旅游相关产业发展。此外，连云港市还注重旅游产品文化的融合，2019连云港举办了西游记文化节暨第十一届连云港文化产品博览会，为文旅产品的展演展示提供平台，同时促进企业之间的交流合作。近年来，连云港市依托独特的资源禀赋和深厚的历史文化底蕴，着力推动文旅融合，深入挖掘西游文化、山海文化、海洋文化、红色文化等文化内涵，精心打造精品旅游产品，大力发展全域旅游，以不断推动文化和旅游产业高质量融合发展。

四、游客不满因素阐释

（一）住宿软硬件服务不抵预期，入住体验难以提升

2019年，连云港市的旅游住宿满意度得分78.45分，同比下降0.07分，处于“基本满意”水平。调查发现，其旅游住宿的问题主要体现在：高星级酒店的硬件服务设施不够完善，维护不足，设计布局不够合理，如游客反馈房间未配置小冰箱，插座数量少，且安装松动，写字台太窄，地毯卫生情况不佳，空调老旧，无法调温，隔音效果差等情况；而普通酒店相关人员服务不够专业，如办理入住手续慢，游客等待时间长，部分酒店安全意识不足，房间存在塞小卡片等现象，游客的入住体验感由酒店的硬件设施和软服务环境共同决定，任何一方面存在不足都可能导致游客不满情绪的滋生，连云港市住宿业方面仍有很大提升空间。

（二）旅游交通存在不便之处，仍有提升改善空间

2019年，连云港在旅游交通方面满意度得分77.59分，处于“基本满意”。连云港市的公交及BRT基本上覆盖了连云港的全部景点和商场，

但由于连云港景点多分布在县市周边区域，相对较散，交通来往虽说方便，但耗时较长，一天下来几乎一半的时间花费在路途中。此外，市内公交停运时间较早，如从盐河巷逛完夜市出来只能打车，对城市的夜间经济发展造成了一定程度的影响。

（三）标识系统建设不足，增加游客出游不便

2019年，连云港市标识牌分布及清晰满意度得分77.38分，处于“基本满意”水平，在所有细分指标中满意度得分排名靠后。标识系统是旅游景区为游客提供了一种综合性游览服务系统，任何单一的、分散的标识都很难让游客的旅游活动能够完美实现，游客需要多种协调的、系统的标识系统来实现旅游目的。调查发现，城市主干道、部分旅游景区的导引标识数量不足，布局不够合理，对游客出游便捷性造成影响。如靠近盐河巷景区的主干道无景区指示标识；花果山景区出来有公交车，但景区门口无公交站指引；海上云台山内部景区交通无候车乘车标识，对游客乘坐景区交通造成不便，对于城市的标识系统建设，仍需进一步改善提升，促进游客游玩便利性。

五、文旅融合情况阐释

2019年是连云港市文旅结合的开局之年，为实现文旅融合、以文促旅，市文广旅局积极参加了各类平台的活动。本期调查显示游客群体对于现阶段连云港市在文旅融合方面的满意度水平在80分以上，处于“满意”水平，且相关细分要素的满意度得分也处于“满意”水平，说明游客对文旅融合情况有一定的感知，且通过参与相关文旅活动加深了对连云港旅游城市的整体认知。

（一）深挖城市文化底蕴内涵，以文化活动展现城市魅力

连云港是一座山、海、港、城相依相拥的城市，素有“东海第一胜境”之称，有花果山、连岛、孔望山、渔湾、海上云台山、连云老街、云龙涧、桃花涧、西双湖等旅游景点。其中花果山作为“孙悟空”故乡，景区内全年开展多项以“西游文化”为主题的文化活动，极大丰富了游客在花果山景区的文化体验，此外，连云港部分公园建造了西游人物形象以呼吁人们文明旅游、爱护花草等设施，加深了游客对连云港花果山西游文化的认知。孔望山在9月举办了“兴古礼、习古文、承古意、化民俗”为主题的首届孔子文化艺术节，通过活动展示了孔望山的神秘古韵，弘扬了礼乐文化和儒家文化。海上云台山结合季节特点，举办“2019年连云港海上云台山金秋红叶文化节登山赛”，推介了城市形象，扩大城市知名度。此外，还实行“走出去”战略，参展了如亚洲文化旅游展等展会，在郑州进行了“丝绸之路”西游文化巡演推介，通过深挖城市文化底蕴内涵，依托各类活动，展示了城市的文化魅力。

（二）依托城市文化场所优势，文化活动渗透惠民惠客

为了丰富群众精神文化生活，连云港市依托市文化馆、市美术馆、市博物馆、市图书馆以及相关县市剧场，开展了以读书、体育健身、音乐会、戏曲演出、非遗展示学习制作等为主题的文化活动，并通过文广局官网及县市开发的智慧平台进行预约，此举充分利用各文化场所，提升人民群众对文化艺术、科学方面的涵养和追求。今年连云港开发区举办了各种文化活动高达900多场次，送文艺进社区、进园区、进工地，让群众受惠，如五一期间，通过实物器具、书籍资料和珍贵图片的展示，

使得开发区猴嘴街道的盐文化展馆人气大增，提供了让当地群众在家门口就能享受到多种多样的“文化大餐”机会。

（三）加大公共文化服务设施建设力度，有效提升民众获得感

为了促进城乡基本公共文化服务标准化、均等化发展，8月份印发《连云港市公共文化服务设施城乡共建共用联动机制》，为公共文化服务设施城乡共建共享奠定良好基础。为加快推进基层公共文化服务体系的建设，进一步发挥乡镇（街道）综合文化站、行政村（社区）基层综合性文化服务中心的阵地作用，推出“两步走”战略计划，依照《江苏省乡镇（接待）综合文化站星级评定标准》《江苏省行政村（社区）综合性文化服务中心建设标准》完成公共文化服务设施的查漏补缺工作，以进一步加强健身广场、健身器材、功能室等基层公共文化设施的建设工作，并计划在2020年通过建立动态活动管理制度、培育乡土文化人才队伍、扶持群众性文艺团体发展、打造特色文化活动品牌、创新公共文化服务措施、建立数字化服务平台，为基层群众提供丰富、便捷、高效的公共文化服务。

六、游客满意度提升建议

（一）加强住宿方面管理，提升行业服务质量

针对住宿方面存在的问题，建议行业管理部门加强对住宿行业管理人员行业标准的培训，增加其对行业标准认识的全面性和深度，以不断提升对住宿方面的管理工作；搭建行业交流平台，促进同行之间的交流，促进行业管理人员对住宿管理模式的学习和创新；住宿行业加强对员工服务意识和专业技能培训，增强员工服务意识，通过提供专业化

的服务，提升游客住宿体验满意度，此外，建立游客反馈机制，听取游客合理的建议，针对游客提出的不满意度采取对应的措施改进，建立以提高游客满意度的经营理念，促进行业服务质量不断的提升。

（二）构建智能交通服务体系，提升旅游交通便利性

改善连云港市旅游景区以及城市交通问题，一是要从当前景区的实际发展需求出发，打造市场分析、综合数据匹配、配套资源整合、智能交通建设的四“位”一体景区用车服务，通过智能监控等手段严格规范交通管理，设置旅游专门路线，提供更加便捷和人性化的交通服务，如旺季时节，开通机场、高铁、景区之间的直通车，减少游客路途花费时间；二是要推动“景点旅游”向“全域旅游”的转变，以旅游景区为带动，促进整体城市交通建设，打造交通信息共享平台，优化景区、度假区、主干道、商业中心等重要交通枢纽的资源配置，同时实现线上实时查看、预约及扫码乘坐功能，方便游客随时随地能够了解城市交通情况，做好出游交通方式选择；三是要注重公交站等公共交通设施的建设和维护工作，及时打扫和修缮，提升城市整体形象。

（三）提升导览系统功能，保障游客顺畅体验

针对连云港标识系统建设不够完善问题，建议可以采取以下措施进行改进：第一，针对各景区标识导览系统开展全面摸排工作，重点对标识牌设置的合理性、标识牌的清晰度与准确度进行检查，针对发现的问题，集中整治，或增设、或更换、或维修，同时应加强对景区标识牌的日常管理与维护，安排专人巡查；第二，结合智慧旅游，升级改造标识系统，以国家标准和行业标准为依托，开发电子导览系统，综合考虑游

客的差异化需求，除保证基本的景区景点线路指引功能，还可分析游客的需求，在游客看到导览图示后给出接下来的线路建议，超出游客预期，推动景区导览服务的智能化；第三，完善景区游客反馈机制，鼓励游客发现问题及时反馈，确保景区标识干净整洁、位置醒目、整齐划一。