



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 45698—2025

## 物业服务客户满意度测评

Measurement of customer satisfaction in property service

2025-05-30 发布

2025-05-30 实施

国家市场监督管理总局  
国家标准化管理委员会 发布

## 目 次

前言 .....	Ⅲ
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 测评指标体系 .....	1
4.1 设计原则 .....	1
4.2 指标与权重 .....	1
5 测评过程 .....	2
5.1 确定测评目的和目标 .....	2
5.2 确定测评范围和频次 .....	2
5.3 设计测评方案 .....	3
5.4 数据收集方法 .....	3
5.5 设计调查问卷 .....	3
5.6 实施调查 .....	4
5.7 统计与分析数据 .....	4
5.8 编写报告 .....	5
5.9 档案及信息化管理 .....	5
6 测评结果应用 .....	6
6.1 等级划分 .....	6
6.2 测评结果应用 .....	6
附录 A (资料性) 物业服务客户满意度测评三级指标示例 .....	7
附录 B (资料性) 物业服务客户满意度测评样本量(经验方法) .....	8
附录 C (资料性) 物业服务客户满意度调查问卷(示例) .....	9
附录 D (规范性) 物业服务客户满意度测评报告编写要求 .....	11
参考文献 .....	13

## 前 言

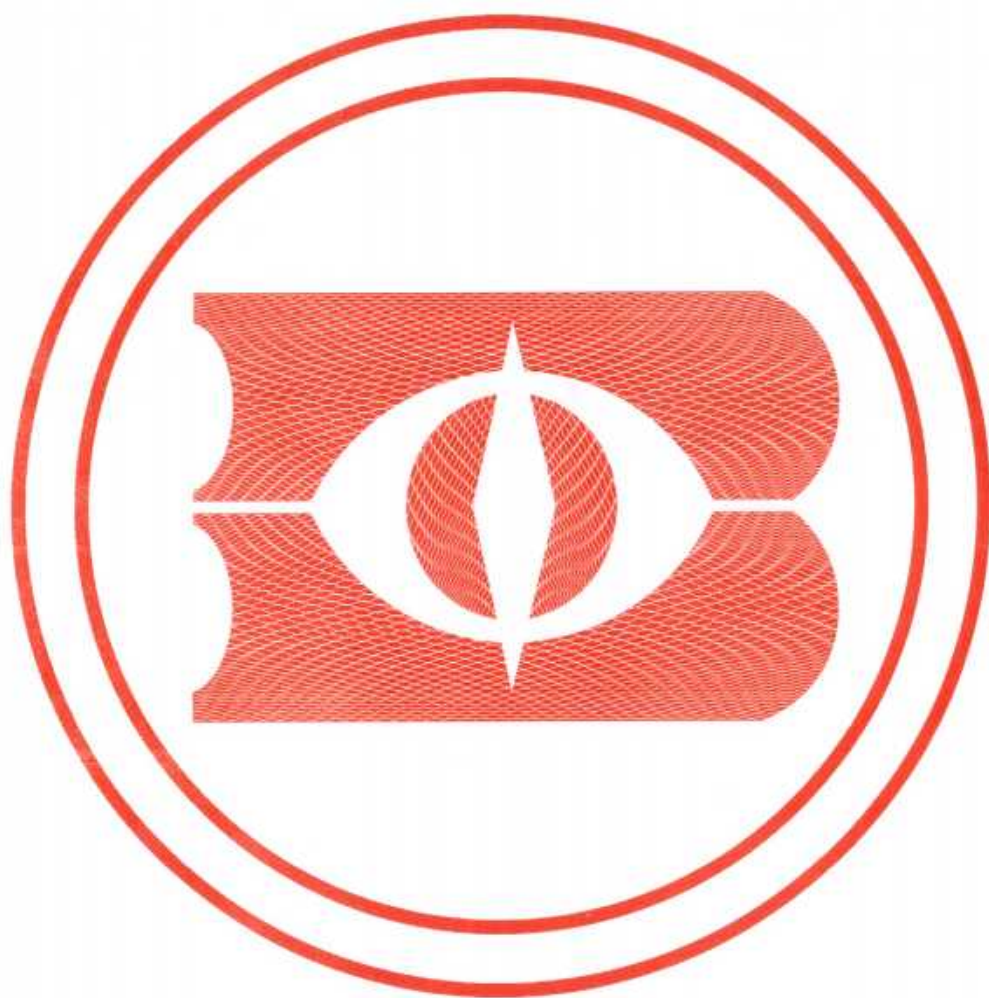
本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由全国物业服务标准化技术委员会(SAC/TC 560)提出并归口。

本文件起草单位：上海益中亘泰(集团)股份有限公司、招商局积余产业运营服务股份有限公司、中国物业管理协会、深圳市彩生活服务集团有限公司、长城物业集团股份有限公司、新大正物业集团股份有限公司、广东东联物业管理有限公司、宁夏瑞博宇物业服务咨询有限公司、广州粤华物业有限公司、深圳市金地物业管理有限公司、中国民航科学技术研究院、雅生活智慧城市服务股份有限公司、诚悦物业服务集团有限公司、智达基业物业管理(北京)有限公司、北京亦庄城市服务集团股份有限公司、北京国基伟业物业管理有限公司、山东省诚信行物业管理有限公司、重庆智博物业管理研究院、河北裕康物业服务有限公司、淮南东华(实业)集团有限公司、山东明德物业管理集团有限公司、中海物业管理有限公司、南京汇法正信信息科技有限公司。

本文件主要起草人：朱春堂、刘寅坤、高文田、赵肖、张亮、赵君、刘文波、王新里、谭乐萍、王伟雄、贾建军、曲以江、黄霞、冯毅、蔡华利、刘宗武、谭志平、夏小军、祝智军、李元元、王思思、李笑天、李丽、高婧、胡振平、刘旭、义超、金艺、陈承、张旻楠、刘美嘉、邱靖。



# 物业服务客户满意度测评

## 1 范围

本文件规定了物业服务客户满意度测评的指标体系、测评过程、测评结果应用等内容。

本文件适用于物业服务的客户满意度测评。第三方机构及其他组织开展物业服务客户满意度测评时参照使用。

## 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 19014 质量管理 顾客满意 监视和测量指南

GB/T 19038 顾客满意测评模型和方法指南

## 3 术语和定义

### 3.1

**客户 customer**

业主和物业使用人。

### 3.2

**客户满意度 customer satisfaction**

客户(3.1)对物业管理服务感知结果与期望或需求比较后所感受的满意程度。

## 4 测评指标体系

### 4.1 设计原则

指标体系的设计遵循以下原则：

- 全面、系统、科学、规范地反映客户对物业服务的需求及客户相应的评价结果；
- 具有较强的独立性、代表性和可操作性；
- 适用于各业态的物业服务测评。

### 4.2 指标与权重

测评指标体系中的指标与权重见表1。



表 1 物业服务客户满意度测评指标与权重

一级指标	权重/%	二级指标	权重/%
品牌形象	10	品牌总体印象	10
客户期望	10	总体预期质量	10
物业服务质量	70	客户服务	10
		共用部位及共用设施设备维护	10
		秩序维护	10
		环境卫生	10
		绿化养护	10
		车辆管理	7
		信息沟通	7
物业服务价值	10	其他服务 <sup>a</sup>	6
		物有所值	10
注 1: 物业服务企业依据物业服务合同、测评目的等因素直接使用或修改使用本表, 其中, 修改使用仅限于减少物业服务质量二级指标的使用数量。			
注 2: 物业服务企业修改使用本表时, 对表中的指标权重值重新进行归一处理, 即当指标体系中删除某项指标时, 其他各项指标相应调整。示例: 当指标体系中删除客户服务(10%)时, 共用部位及共用设施设备维护的权重值调整公式为 $10\% \times 100 / (100 - 10\%)$ 。			
注 3: 三级指标由二级指标展开而得到, 能直接转化为问卷问题, 参见附录 A。			
<sup>a</sup> 指合同约定内, 除上述服务以外的服务。			

## 5 测评过程

### 5.1 确定测评目的和目标

物业服务企业应明确测评客户满意度的目的和目标, 至少包括:

- 评价客户对物业服务的满意程度;
- 调查客户不满意的原因;
- 监视客户满意趋势;
- 与其他组织比较客户满意度。

### 5.2 确定测评范围和频次

5.2.1 物业服务企业应根据测评目的和目标确定客户满意度测评的范围, 测评范围包括以下内容。

- a) 物业服务企业管理的多个项目:
  - 1) 企业的全部项目;
  - 2) 某个区域的项目;
  - 3) 某一类业态或品牌的项目。
- b) 物业服务企业管理的单个项目。

5.2.2 物业服务企业应每年至少开展一次测评工作。

### 5.3 设计测评方案

#### 5.3.1 通则

物业服务企业应设计物业服务客户满意度测评方案。方案宜包含测评范围、测评指标、抽样方法、样本量、数据收集方法、设计调查问卷等。

#### 5.3.2 抽样方法

抽样方法采取简单随机抽样、分层随机抽样、分群随机抽样,也可以组合使用上述方法。

#### 5.3.3 样本量

5.3.3.1 选择样本量时应综合考虑总体规模、抽样精度、抽样难度、有效问卷的回收率以及开展调查所需要的经费、人力和时间限制。物业服务企业可以依据统计学方法或经验方法计算样本量。

5.3.3.2 用于确定客户样本量的统计学方法见公式(1):

$$N = \frac{Z^2 \times \sigma^2}{E^2} \dots\dots\dots(1)$$

式中:

$N$  ——样本量;

$Z$  ——置信水平的  $Z$  值,取 95%置信水平的  $Z$  值,1.96;

$\sigma$  ——总体标准差;

$E$  ——可接受的抽样误差范围, $E \leq 5\%$ 。

5.3.3.3 用于确定客户样本量的经验方法参见附录 B。

5.3.3.4 当测评范围为多个项目时,物业服务企业应采用 5.3.2 对项目进行抽样,且样本量总合同额不应低于测评范围总合同额的 80%。

### 5.4 数据收集方法

5.4.1 物业服务企业应同时采用不少于两种数据收集的方法,在选择数据收集方法时宜综合考虑调查对象的流动性、调查对象的类型等因素。常用的数据收集方法包括但不限于:

- a) 电话调查;
- b) 在线调查;
- c) 面访调查;
- d) 邮寄问卷调查;
- e) 留置问卷调查等。

5.4.2 数据收集的方法应符合 GB/T 19014 的要求。

### 5.5 设计调查问卷

#### 5.5.1 问卷内容

5.5.1.1 问卷应包括标题、问候语、甄别部分、客户满意度测评部分(含问题本身和问题答案)、结束语,其中客户满意度测评部分的设计应遵循以下原则:

- 能准确反映测评指标的含义;
- 结构合理、逻辑性强、通俗易懂;
- 采用便于数据处理的封闭式问题。

5.5.1.2 物业服务客户满意度调查问卷(示例)参见附录 C。

### 5.5.2 问卷的量表形式

问卷的量表形式应与数据收集方法相适应,进行电话调查时宜使用五级量表形式的问卷,用1分~5分表示满意度水平;其他调查方式宜使用十级量表形式的问卷,用1分~10分表示满意度水平。

注1:通常情况下,五级量表指对称性五级量表,答案选项为“非常满意”“满意”“一般”“不满意”“非常不满意”。

注2:十级量表为相似的满意程度提供了更多的量表余地,便于统计分析和对结果的描述,并且同一样本量下可以得到更准确的结果。

### 5.5.3 问卷预测试

完成问卷设计后,应抽取少量样本在小范围内进行问卷的预测试。宜使用与实际调查相同的方法测试。问卷的重要修订应重复进行此测试。

### 5.5.4 问卷检验与校正

应根据预测试结果对调查问卷进行信度和效度检验,根据检验分析结果对问卷进行修改。

采用 $\alpha$ 系数法对问卷信度进行检验,信度系数应不小于0.8;采用专家验证法检验问卷的内容效度,采用因子分析法检验问卷的结构效度,结构效度系数应不小于0.6。

## 5.6 实施调查

### 5.6.1 人员培训

应对测评人员进行培训,培训内容包括沟通礼仪、问题理解、问卷记录、系统操作、客户信息及隐私保护、投诉申诉等。

### 5.6.2 过程控制

调查过程中应对调查人员的工作进行检查、监督。

### 5.6.3 问卷复核

应对问卷结果进行复核,并对问卷进行抽检,抽检量不应低于5%。

## 5.7 统计与分析数据

### 5.7.1 数据处理

5.7.1.1 有效问卷应满足问题回答重复率不大于90%,且空白率不大于20%。

5.7.1.2 每份问卷录入前后应对数据的完整性、准确性和一致性进行审核。对于纸质有效问卷均应进行数据录入。

5.7.1.3 应对数据进行频数分析、交叉频数分析和马氏距离分析。

### 5.7.2 物业服务客户满意度计算

5.7.2.1 采用加权求和的方法计算物业服务客户满意度。

5.7.2.2 当测评范围为单个项目时,物业服务客户满意度为各二级指标测评结果与其指标权重的乘积之和。计算公式见公式(2)和公式(3):

$$S_i = \frac{1}{n} (\sum_{i=1}^n Q_i) \dots\dots\dots (2)$$



式中：

$S_i$  ——二级指标中第  $i$  项指标的测评结果；

$n$  ——调查问卷的数目；

$Q_i$  ——每份调查问卷中第  $i$  项指标的测评得分。

$$PCS = \sum_{i=1}^m S_i \times \lambda_i \quad \dots\dots\dots (3)$$

式中：

PCS ——物业服务客户满意度；

$m$  ——二级指标总数；

$\lambda_i$  ——二级指标中第  $i$  项指标的权重。

5.7.2.3 当测评范围为多个项目时，物业服务客户满意度为各项目的客户满意度与各项目合同额（仅计算本年度合同额）占比的乘积之和。计算公式见公式(4)：

$$PCS = \sum_{i=1}^p PCS_i \times \beta_i \quad \dots\dots\dots (4)$$

式中：

$PCS_i$  ——第  $i$  个项目的客户满意度；

$p$  ——测评项目的个数；

$\beta_i$  ——第  $i$  个项目合同额占被测项目总合同额的比例。

注：根据调查的目标和需求，对满意度计算结果进行转换，如问卷为十分制，在转换时，将计算结果乘以 10，转换为百分制。

### 5.7.3 数据分析

#### 5.7.3.1 确定分析方法

应根据收集的数据类型和分析目的选择分析方法。客户满意度数据的分析方法应符合 GB/T 19038 的要求。

#### 5.7.3.2 分析

应分析数据，得到如下信息：

- 客户满意程度和趋势；
- 不同客户类别的满意度差别；
- 可能对客户满意造成影响的因素。

#### 5.7.3.3 验证分析

可以通过如下方法验证分析结论：

- 将数据分组以明确变异的可能原因；
- 识别与客户潜在相关的特性，以及它们对客户的相对重要性（包括特性及其相对重要性随时间而发生的可能变化）；
- 通过与同样反映客户满意的其他指标或趋势（例如客户投诉）进行比较，评价结果的一致性。

### 5.8 编写报告

应对测评工作进行总结，并形成测评报告。报告应提供明确的和综合性的客户满意概述，客户不满意潜在原因和因素，以及能帮助企业识别需改进领域可能性的建议。报告编写的格式和内容要求按附录 D 的规定。

### 5.9 档案及信息化管理

测评原始问卷数据文档及报告应进行存档，纸质存档时间不少于 2 年，电子文档不少于 5 年。

## 6 测评结果应用

### 6.1 等级划分

物业服务客户满意度划分为非常满意、满意、一般、不满意、非常不满意 5 个等级,各等级的评判内容和分值标准见表 2。使用表 2 时,应将五分制或十分制的物业服务客户满意度转换成百分制。

表 2 物业服务客户满意度等级划分标准

等级类别	分值	说明
非常满意	$PCS \geq 85$	服务完全满足甚至超出客户期望或需求
满意	$75 \leq PCS < 85$	服务各方面均基本满足客户期望或需求
一般	$60 \leq PCS < 75$	服务符合客户最低的期望或需求
不满意	$40 \leq PCS < 60$	服务的一些方面存在缺陷
非常不满意	$PCS < 40$	服务有重大的缺陷

### 6.2 测评结果应用

物业服务企业应将这些信息传递到相应的部门,使信息得到有效应用。对于客户满意度一般、不满意及非常不满意的服务,物业服务企业宜依据《物业服务客户满意度测评报告》,制定具体改进措施,以实现客户满意的持续改进。

## 附录 A

(资料性)

## 物业服务客户满意度测评三级指标示例

表 A.1 提供了包含物业服务客户满意度测评三级指标的指标体系。

表 A.1 物业服务客户满意度测评三级指标

一级指标	二级指标	三级指标
品牌形象	品牌总体印象	—
客户期望	总体预期质量	—
物业服务质量	客户服务	客户接待及时性、客户沟通通畅性、手续办理便捷性、装修管理规范、档案管理规范性、客户维护全面性、客户纠纷处理专业性、文明宣传多样性、文化活动丰富性、投诉处理及时有效、服务态度
	共用部位及共用设施设备维护	共用部位的完好性、共用设施设备的完好性、运行效果、维修及时性、维修效果、维修员服务态度
	秩序维护	人员进出、物品进出、宠物活动、巡逻频率、消防通道通畅、秩序维护员服务态度、仪容仪表
	环境卫生	楼内公共区域干净程度、楼外公共区域干净程度、公共区域异味程度、垃圾清运及时性、四害消杀彻底性、保洁员服务态度、垃圾分类
	绿化养护	观赏效果、绿植花卉品种、绿植花卉完好性、修剪及时性
	车辆管理	车辆进出、车辆引导、机动车辆停放、非机动车辆停放、道路交通标志与标线、停车收费合理
	信息沟通	信息通知及时性、信息回复及时性、信息查阅便捷性、信息公示透明性、信息渠道多样性、信息安全
	其他服务	收费的合理性、服务的专业性、服务的多样性、服务响应的及时性、人员服务态度
物业服务价值	物有所值	—

## 附录 B

(资料性)

## 物业服务客户满意度测评样本量(经验方法)

表 B.1 给出了物业类型为住宅时,不同入住户数建议选取的最低样本量。

表 B.1 住宅物业服务客户满意度测评客户样本量

序号	入住户数/户	最低样本量/份
1	≤100	30
2	101~500	50
3	501~1 000	100
4	1 001~2 000	200
5	2 000 以上	300

注:入住户数少于 30 户时,采用普查方式。

表 B.2 给出了物业类型为非住宅时,不同客户人数建议选取的最低样本量。

表 B.2 非住宅物业服务客户满意度测评客户样本量

序号	客户人数/人	最低样本量/份
1	≤500	50
2	501~2 000	100
3	2 001~5 000	200
4	5 001~10 000	500
5	10 000 以上	1 000

注:入驻客户人数少于 50 人时,采用普查方式。



## 附录 C

(资料性)

## 物业服务客户满意度调查问卷(示例)

## ××物业客户满意度调查问卷

尊敬的女士/先生,您好!

感谢您对××物业工作的一贯支持与信任!为及时了解您的服务需求和建议,持续提升物业服务品质,我们现对您居住/入驻的物业项目实施××年度物业服务客户满意度调查。本次访问可能需要占用您5分钟~10分钟时间,谢谢!

## 甄别部分

【答题说明:以下问题有一项回答为“否”时,请被访问者推荐其他人,否则致谢并终止访问。】

序号	甄别内容	选项	
1	请问您是否熟悉××物业对于_____ (项目名称)的日常服务情况?	是	否
2	请问您接受××物业服务的总时长是否超过半年?	是	否
3	请问您的周岁年龄在18岁及以上吗?	是	否

## 客户满意测评部分

【答题说明:请您用10分制打分,10分代表非常满意,1分代表非常不满意,分数越高满意度越高。如对某项问题不清楚或不能回答,则填“(不适用)”。评分在6分及以下时,请逐题追问。】

序号	测评内容	满意程度										
1	<b>【品牌印象】</b> 您对××物业品牌的总体印象?	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
1-1	<b>【针对满意度评价≤6分的客户追问不满意的原因】</b>											
2	<b>【客户期望】</b> 您认为××物业在多大程度上满足您的需求?	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
2-1	<b>【针对满意度评价≤6分的客户追问不满意的原因】</b>											
3	<b>【客户服务】</b> 请问您对客户服务的满意程度?	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
3-1	<b>【针对满意度评价≤6分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意(可多选): ①客户接待及时性②客户沟通通畅性③手续办理便捷性④装修管理规范⑤档案管理规范性⑥客户维护全面性⑦客户纠纷处理专业性⑧文明宣传多样性⑨文化活动丰富性⑩投诉处理及时有效⑪服务态度⑫其他请注明:_____ <b>【不满意的原因】</b> _____											
4	<b>【共用部位及共用设施设备维护】</b> 请问您对共用部位及共用设施设备维护的满意程度?	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
4-1	<b>【针对满意度评价≤6分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意(可多选): ①共用部位的完好性②共用设施设备的完好性③运行效果④维修及时性⑤维修效果⑥维修员服务态度⑦其他请注明:_____ <b>【不满意的原因】</b> _____											
5	<b>【秩序维护】</b> 请问您对秩序维护的满意程度?	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
5-1	<b>【针对满意度评价≤6分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意(可多选): ①人员进出②物品进出③宠物活动④巡逻频率⑤消防通道通畅⑥秩序维护员服务态度⑦仪容仪表⑧其他请注明:_____ <b>【不满意的原因】</b> _____											

样步骤以及抽样中可能存在的偏差等,并通过相关分析、回归分析等统计方法对调查结果中的内在关系进行分析,用文字、图形和简单的陈述文字说明本次调查的主要结果,对描述客户满意度的主要影响因素、被测评对象的竞争强势点和弱势点、被测评对象在不同客户接触点上的客户满意度水平的内部横向比较进行说明。

#### D.2.2.6 结论与建议

测评人员应根据数据报告、分析报告、案面研究、个人经验给出本次客户满意度测评结论与建议。

#### D.2.2.7 附录

附录应包括项目计划书、问卷、开放题统计结果及其他对调查报告中的观点有说明意义的材料。

参 考 文 献

- [1] GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语
  - [2] GB/T 19039 顾客满意测评通则
  - [3] GB/T 24620 服务标准制定导则 考虑消费者需求
  - [4] SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范
  - [5] CAS 103 顾客满意指数测评标准
  - [6] 物业管理条例(中华人民共和国国务院令 第 698 号)
-

中华人民共和国  
国家标准  
物业服务客户满意度测评  
GB/T 45698—2025

\*

中国标准出版社出版发行  
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)

网址 [www.spc.net.cn](http://www.spc.net.cn)

总编室:(010)68533533 发行中心:(010)51780238

读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷  
各地新华书店经销

\*

开本 880×1230 1/16 印张 1.25 字数 25 千字  
2025年5月第1版 2025年5月第1次印刷

\*

书号: 155066·1-78962 定价 38.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换  
版权专有 侵权必究  
举报电话:(010)68510107



GB/T 45698-2025

