**吉林财经大学本科生优秀调查报告评选参评报告**

**关于会展经济发展状况的调查报告**

**——以长春市为例**

****

**学 院 统 计**

**专业班级 1351班**

**学生姓名 宋米迪 李鸣一 李娜 冯琰琰**

**学 号 0401135116 0401135122 0401135132 0401135112**

**指导教师 孙 雅 静**

二○一五年九月八日

摘 要

为了解目前长春市会展经济的发展状况，并对长春市政府相关部门提供改进建议和实施的策略，以便促进长春日后的会展业发展。本调查分析报告以长春市辖区内市民为调查对象，采用了文案调查与问卷调查相结合的方法，将调查数据录入计算机并利用计算机软件进行计算和汇总。在数据的整理过程中，采用频数分析法、交叉分析法、列联分析法、卡方检验、语义差别法、李克特量表法等对所得到的调查数据进行分析。

首先了解到参与本次调查的长春市辖区市民对会展业的整体认知度较低，且认知度与受教育程度呈正相关；其次了解到吸引度高的会展主题和合理的门票价格会成为市民参加会展的重要因素；然后得知对于会展内部的服务质量、会展周边的配套设施建设等方面市民的满意度较低；最后了解到市民普遍对长春会展业的发展持乐观向上的心态，但会展业的发展仍然存在许多的劣势。

针对调查中出现的问题，本调查报告从四个方面提出了适宜的建议，包括应加强政府扶持力度、加强展会宣传力度、突出会展主题与价格普惠于大众以及提高会展整体服务质量等方面。对促进长春会展经济的发展，乃至促进长春整体国民经济的发展具有一定的现实意义、发展前景和一定的理论价值。

【关键词】长春会展业 区域经济 现状分析 满意度 前景预测

**目 录**

一、调查概况 ……………………………………………………(1)

（一）引言……………………………………………………(1)

（二）调查方法及数据分析方法……………………………(1)

（三）试用性及信度检验……………………………………(1)

（四）样本分布及结构………………………………………(2)

二、调查数据分析 …………………………………………………(3)

(一)长春市会展现状分析……………………………………(3)

(二)市民对会展认知度的调查分析…………………………(5)

(三)会展自身特点的调查分析………………………………(9)

(四)市民对于会展现状的满意度……………………………(12)

(五)长春会展业的优劣势以及前景展望 …………………(13)

三、结论和建议 …………………………………………………(16)

(一)加强政府扶持力度……………………………………(16)

(二)加大宣传力度，营造良好氛围 …………………………(16)

(三)会展主题应突出与价格应普惠于大众…………………(16)

(四)提高整体会展服务质量………………………………(17)

参考文献……………………………………………………………(18)

附录一：调查问卷…………………………………………………(19)

附录二：调查方案 …………………………………………………(21)

**一、调查概况**

**(一)引言**

会展业是展览业与会议业的总称。随着世界经济全球化和一体化的发展，会展产业正不断发展壮大，势头亦趋迅猛，会展业已发展成为新兴的现代服务贸易型产业，成为衡量一个城市国际化程度和经济发展水平的重要标准之一，在经济发展中的地位日趋明显。从二十世纪八十年代以来，我国会展业经历从无到有，从小到大，以年均近20%的速度递增，行业经济效益逐年攀升，场馆建设日臻完善，已成为国民经济的助推器和新亮点。

长春作为我国东北地区的省会城市，经济结构中表现出第三产业发育不完善，同时重工业结构突出，为了经济良性发展，优化产业结构，需要大力发展第三产业。同时会展业在长春的发展已经具备了一定的基础和较好的发展条件，为了今后的健康发展还需加以科学指导，使会展业在发展壮大的同时，通过其产业带动作用，推动其他相关产业的发展，优化产业结构。因此，如何充分认识长春会展业的发展现况、长春会展经济对长春区域经济发展的重要作用；如何发挥长春市会展业的自身优势并克服劣势；如何运用现代化会展业发展理念，制定正确的会展业发展战略，构建长春会展业的核心竞争力，对长春市会展经济的发展、乃至促进长春整体国民经济的发展具有重要的现实意义、发展前景和一定的理论价值。

**(二)调查方法及数据分析方法**

本次调查采用文案调查与问卷调查相结合的方式。将调查数据录入计算机并利用计算机软件进行计算和汇总；在数据的整理过程中，采用频数分析法、交叉分析法、列联分析法、卡方检验、加权平均数法、雷达图分析法、语义差别法、李克特量表法等对所得到的调查数据进行分析。

**（三）试用性及信度检验**

**1.适用性检验**

为保证问卷的适用性，在全面调查开展前进行试调查，问卷容量30份，调查地区为吉林省长春市净月大街附近地区。通过试调查发现问卷调查中存在的问题，修改不当用词，补充选项，确定正式调查问卷。

**2.信度检验**

在实地调查阶段进复本再测，问卷容量50份，间隔15天，测试地区为吉林省长春市净月大街附近地区。我们运用SPSS统计分析软件对试调查数据进行分析，其检验结果见表1所示。当进行Crombachα系数检验时，α＞0.7就能通过检验；从表中可知该问卷信度系数为0.798，因此能够通过信度检验。

表1 信度系数

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | Nof Items |
| 0.798 | 0.848 | 10 |

**(四)样本分布及结构**

本次调查问卷发放400份，回收400份，问卷回收率100%；其中有效问卷384份，问卷有效率96%，问卷回收率及有效率相对较高。

图1 受访者年龄分布图2 受访者受教育程度分布

在本次对会展经济发展状况的调查中，从性别上看，女性有178人，占总人数比重的46.35%；男性有206人，占总人数比重的53.64%；男性比例大于女性比例。在受访者年龄分布中， 21～30岁的人数有92人，占比最大，为24%；31～40岁的占23%，居第二位；50岁以上的最少，有73人，占比为17%。从图2看出，受访者受教育程度分布较为集中，236人具有本科和大专学历，占比为62%，接下来依次是：高中和中专学历占25%，初中及以下学历占8%，研究生及以上学历的占5%。

**二、调查数据分析**

**(一)长春市会展现状分析**

**1.展会总量、规模不断扩大**

为了解近几年长春市会展经济的变化情况，我们从中国会展网获得长春市2008～2013年会展收入的情况，如表2所示：

表2 2008～2013年长春市会展收入情况 单位：亿元

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **年份** | **会展直接收入** | **带动其他相关产业收入** | **总收入** |
| 2008 | 11.70 | 108 | 119.70 |
| 2009 | 17.78 | 160 | 177.78 |
| 2010 | 20.89 | 188 | 208.89 |
| 2011 | 24.00 | 190 | 214.00 |
| 2012 | 30.00 | 270 | 300.00 |
| 2013 | 36.00 | 378 | 441.00 |

如上表所示，会展的直接收入情况从2008年的11.7亿元增长到2013年的36亿元，会展带动其他相关产业（餐饮，交通，旅游等）的收入从2008年的108亿元增长到2013年的378亿元，总收入的增长速度为268.42%，增长速度迅猛。经搜集资料得知，全市共举办的各类展会项目在不断增加，会展数量由2005年的97项发展到2010年的167项，会展经济总量占全市服务业增加值比重由2005年的不足2%上升到2010年的13.8%。

通过在中国统计年鉴和中国会展网搜集数据得知，2008年长春市会展总收入占长春市全年GDP的4.63%，2013年长春市会展总收入占长春市全年GDP的9.19%，经过5年的发展，长春市会展经济占全市GDP的比重有了显著的提高。这些数字有力说明了我市会展业取得的显著成就，彰显了会展业在推动长春经济社会发展中发挥不可替代的平台和拉动作用，也奠定了会展业在全市经济发展中的重点产业地位。

为了了解长春市会展在全国的发展情况，我们选取了经济较为发达的重庆市和南京市、与长春经济发展较为接近的成都市，分别与长春市的会展经济发展进行比较。如下表3所示，经四城市会展经济的比较可以分析，从2009年至2012年，各省的会展总收入都有了很大的提高，其中重庆市的增长速度最快，为779.38%；增长速度最慢的是长春市，增长速度为68.75%。在2012年中，会展直接收入对其他相关产业收入影响最大的是长春市，其他相关产业收入是会展直接收入的9倍。虽然长春市整体的收入还与别的城市存在一定的差距，但是其拉动相关产业发展的能力很强，政府可以在努力增长会展发展速度发同时，积极的通过会展来拉动其他经济的增长。

表3 四城市会展经济比较

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **城市** | **2009年总收入**(亿元) | **2012年总收入**(亿元) | **增长速度**(%) |
| 成都市 | 240.72 | 649.00 | 169.61 |
| 重庆市 | 87.30 | 767.70 | 779.38 |
| 南京市 | 266.70 | 466.70 | 74.99 |
| 长春市 | 177.78 | 300.00 | 68.75 |

**2.重点品牌展会成效显著**

“十二五”期间，长春市已成功举办了东北亚投资贸易博览会、国际汽车博览会、农业食品博览会、民间艺术博览会等知名展会，这些展会的举办对长春市区域经济的增长产生积极的影响，并丰富了老百姓的生活；同样早在“十一五”期间，长春市已经成功打造了 “六展五节两会”成为具有较大国际影响力的知名品牌展会；此外，长春通过面向全国招展引会，先后将中日韩商务论坛、第七届中国农交会等全国性和国际性展会活动成功引到长春举办，对提升长春会展业在全国以及国际上的影响产生了重要作用。

**3.市场主体日益成熟**

长春市各重点品牌展会都有专门组委会组织办展，逐步形成了一批相对稳定、业务精练的专业办展机构和人员；全市会展企业已经发展到80余家，具备了承办中小展会乃至大型综合展会的能力。同时，会展人才培养取得突破性进展，长春职业技术学院和吉林省艺术学院已先后开设了会展专业，为长春市培养了一批会展业专门人才。这些都标志着长春市专业化办展水平达到了一个新的阶段。

**4.办展环境进一步优化**

目前，长春市拥有大小展览场馆7处，总面积80多万平方米；全市可供举办国际性会议、论坛的场所有10余处、总面积4万多平方米，基本能够满足展会总体需要。《长春市会展业管理办法》等一系列文件的出台，使得长春市会展业有章可循，有法可依，对建立长春会展业法规和政策体系，规范会展业市场秩序，维护组展商和参展商合法权益起到了积极的作用，也营造了一个稳定、有序、和谐的会展环境。

**5.城市影响力进一步扩大**

通过各项会展活动的成功举办，邀请众多国内外政要、嘉宾、各行业精英来长春参展参会，极大提升了长春的国际知名度和影响力，会展活动成为“世界了解长春，长春走向了世界”的重要窗口。自2005年以来，长春市共获得全国性行业大奖80多项,是国内获得奖项最多的城市之一。长春市连续五年被相关权威组织和机构评为最佳会展城市、最有影响力的会展城市、最有竞争力的会展城市。

**(二)市民对会展认知度的调查**

图3 市民了解程度分布

**1.文化程度较高的中青年对会展关注度较高**

如图3所示，通过对市民的了解程度进行调查显示，一般了解会展的市民人数所占比例最高，为51.54%；非常了解会展的市民人数占比为27.54%；不了解会展的市民人数占比例为20.92%。可以看出，大部分长春市民都比较了解会展，占比为79.08%。为了更详细的分析市民了解程度分布，下面就市民文化程度、年龄与了解程度分别做交叉分析，得到图4、图5。

图4 市民了解程度与文化程度交叉分析

由图4可以看出，随着文化程度的提高不了解会展的市民人数所占的样本人数比例在依次减少，具体表现在随着学历提高，市民中不了解会展的人数占比依次为31.25%、27.08%、21.19%、10.00%；而非常了解会展的市民人数所占比例在不断的增加，随着学历的提高依次表现为6.25%、8.33%、15.25%、30.00%，各个文化程度层面上一般了解会展的人数较为接近。调查结果表明，随着文化程度的提高，市民对长春会展业的关注度增强。

图5 市民了解程度与年龄交叉分析

在年龄构成中，不了解会展信息的市民中20岁以下所占比例较高，为45.73%；一般了解会展信息的市民在21～30岁中人数居多，占比为47.33%；非常了解会展信息的市民在31～40岁中人数最多，占38.45%的比例。总体来看，了解会展产业的市民主要聚集在21～50岁之间，以青年人和中年人为主，而不了解的人主要分布在20岁以下和50岁以上，推测原因是青年和中年正是处于一个关注民生以及社会经济发展的年龄段，对会展都会有一定的接触和了解，而年龄略低和略高的人群对城市经济的关注度普遍较低。

**2.市民参加次数与文化程度呈正比**

在本次调查中，参加会展次数为1～3次的市民人数占样本总人数的比例较大为56%；参加次数为4～6次和6次以上的市民人数较少，合计占比为10%；一次都没有参加过会展的人数占比为34%。

图6 市民参加会展的次数

市民的文化程度影响其参加会展的次数。下面就市民参与会展的次数与其文化程度做交叉分析，如图7所示，没有参加过会展的市民中，学历为初中以下所占比最多，为56.25%；本科或大专中参加次数为1～3次所占比最大，为64.24%；随着市民文化程度的提高，没有参加过会展的人数有显著的下降，参加过会展的人数显著上升；研究生以上学历在参展次数4次以上的总人数中所占比例较大，为50.48%。据此推测，文化程度越高的市民可能会更加关注与城市经济有关的产业发展，也更喜欢参与会展等的经济活动。

图7 市民参与次数与文化程度交叉分析

**3.网络是市民获取会展信息的主要渠道**

图8 市民获知会展信息的渠道

从此条形图中看出市民获知会展信息的主要渠道是网络，所占比为32.81%；其次是电视广告，占比为31.77%；报纸杂志占18.33%的比例。产生这种现象的原因与人们平时接触的媒体有很大的关系，由于网络电视的普遍使用，使得从网络电视获取信息的方式占全部媒体的比例较大。

年龄大小与所接触的媒体类型也有很大的关系，因此下面我们对年龄和获取信息的渠道做相关分析并进行卡方检验。从表4的数据中可以看出，不同年龄段获知信息的主要渠道是不同的，20岁以下的市民通过电视广告获取信息的比较多，占样本总人数比例为37.84%；21～40岁的受调查者通过网络获取信息的人数比较多，分别占比为41.11%、45.45%；41岁以上的调查者大多在报纸杂志中获知会展的信息，分别占比为28.63%、36.39%。经分析可知，由于不同年龄层接触的不同媒体的程度不同，所以信息获取的来源会有不同，政府应该针对不同的年龄层加大宣传力度。

表4 分年龄获取会展信息渠道实际频数单位：人

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **年龄(岁)** | **电视广告** | **网络** | **邀请函** | **报纸杂志** | **其他** | **合计** |
| 20以下 | **28** | 24 | 4 | 4 | 13 | 73 |
| 21～30 | 25 | **38** | 13 | 6 | 10 | 92 |
| 31～40 | 22 | **40** | 18 | 4 | 4 | 88 |
| 41～50 | 17 | 22 | 16 | **24** | 6 | 85 |
| 50以上 | 13 | 8 | 2 | **17** | 6 | 46 |
| 合计 | 105 | 132 | 53 | 55 | 39 | 384 |

表5 分年龄获取会展信息渠道预测频数 单位：人

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **年龄(岁)** | **电视广告** | **网络** | **邀请函** | **报纸杂志** | **其他** | **合计** |
| 20以下 | 21.78 | 22.35 | 14.07 | 11.18 | 4.62 | 74 |
| 21～30 | 27.07 | 27.79 | 17.48 | 13.89 | 5.85 | 92.08 |
| 31～40 | 25.89 | 26.58 | 16.72 | 13.29 | 5.50 | 87.98 |
| 41～50 | 24.71 | 25.37 | 15.96 | 12.68 | 5.25 | 83.97 |
| 50以上 | 13.53 | 13.89 | 8.74 | 6.94 | 2.87 | 45.97 |
| 合计 | 112.98 | 115.98 | 72.97 | 57.89 | 24.09 | 384 |

为验证年龄与获取信息渠道之间的相关性，我们计算出表5数据，此预测值是均值，均值和实际观测值直接有差异，说明两个变量之间是有影响的，我们用SPSS软件对这两者的相关性进行卡方检验，结果如下：

设 :年龄与获取会展信息的渠道不相关

:年龄与获取会展信息的渠道相关

检验统计量为:～

为观测值；为期望值；自由度=(r-1)(c-1)=16

原假设 的拒绝域为

由样本观察值算得

对查分布表，得临界值：

由于

故拒绝原假设

即认为年龄与获取会展信息的渠道存在相关关系。

**(三)会展自身特点的调查分析**

**1.进行信息交流成为市民参加会展的主要原因**

在对市民参加会展的原因分析中，我们运用加权平均法对市民参加会展原因分析，计算方法为：选项平均综合得分=（Σ频数\*权值）∕本题填写人次，权值由选项被排列的位置决定。本题有7个选项参与排序，依顺序赋值7～1，得到选项评价综合平均分，得分越高表示综合排序越靠前。如下表所示：

表6 市民参加会展原因评分排序

|  |  |
| --- | --- |
| **参加会展的原因** | **平均分** |
| 进行信息交流 | 4.26 |
| 兴趣 | 3.13 |
| 满足决策需要 | 2.82 |
| 增长见识 | 2.71 |
| 谋寻商机 | 2.29 |
| 寻求职业机会 | 1.96 |
| 其他 | 0.84 |

表6显示，本次调查中分值最高的是信息交流，为4.26；其次是兴趣，分值为3.13；满足决策需要分值为2.82；寻求职业机会的分值最低为1.96。可见，市民参加会展主要是通过各类展会进行信息交流，其次是满足兴趣和决策的需要。

**2.汽博会对市民的吸引度最高**

在对吸引市民的会展类型分析中，我们运用加权平均法对会展类型的吸引程度进行统一分析，计算方法如上题所示，得出下表：

在不同的会展类型中，汽博会分值最高为4.01，成了对长春市民最具有吸引力的会展；文化艺术展居其次分值为3.45；民博会位于第三分值为3.4。可以推测，由于长春市汽车行业比较有发展前景，市民较为关注本地汽车行业的发展，且市民也注重业余生活的休闲，因此在会展类型所受的喜爱程度上，文化艺术博览会和民博会这种陶冶情操丰富人们生活的展览会更受欢迎。

表7 会展类型受欢迎程度打分

|  |  |
| --- | --- |
| 会展类型 | 平均分 |
| 国际汽博会 | 4.01 |
| 文化艺术博览会 | 3.45 |
| 民博会 | 3.40 |
| 东北亚博览会 | 2.63 |
| 农博会 | 2.27 |
| 房博会 | 1.55 |
| 其他展会 | 0.70 |

在不同的会展类型中，汽博会分值最高为4.01，成了对长春市民最具有吸引力的会展；文化艺术展居其次分值为3.45；民博会位于第三分值为3.4。可以推测，由于长春市汽车行业比较有发展前景，市民较为关注本地汽车行业的发展，且市民也注重休闲的业余生活，因此在会展类型所受的喜爱程度上，文化艺术博览会和民博会这种陶冶情操丰富人们生活的展览会更受欢迎。

**3.门票价格与会展主题对会展参与人数影响最大**

图10数据显示，选择门票价格的人数最多，为214人，占比为55.7%；其次是会展的主题选择的人数为208人，占比为54.2%。可以看出，市民普遍关注的是会展门票价格和会展主题。

图9 影响会展参与人数的因素

**4.30元以内的门票价格可接受程度最高**

图10 市民可接受会展门票价格

通过图11复合饼图可以看出，市民可接受门票价格在30元以内的人数所占样本总人数比例为71%,40元以上所占比例为29%，因此建议门票价格设置在30元以内较为合理。

**(四)市民对于会展现状的满意度**

满意度是一种心理状态，是市民对于会展各个方面的一种满意程度，问卷调查中此模块设计为市民对于会展中各个方面的满意度评价以及市民对于会展对长春产生的影响打分两个方面，采用雷达图和语义差别量表进行调查分析。

满意度调查在问卷中采用5级李克特量表进行测量以及用加权平均法进行评分：从非常不满意到非常满意赋值1～5。计算方法为：选项平均综合得分=（Σ频数\*权值）∕本题填写人次，权值由选项被排列的位置决定。选项评价综合得分反映了选项的综合排序情况，得分越高表示综合排序越靠前，即表明被调查者对该因素的满意度越高。

**1.市民对会展业的满意度评价**

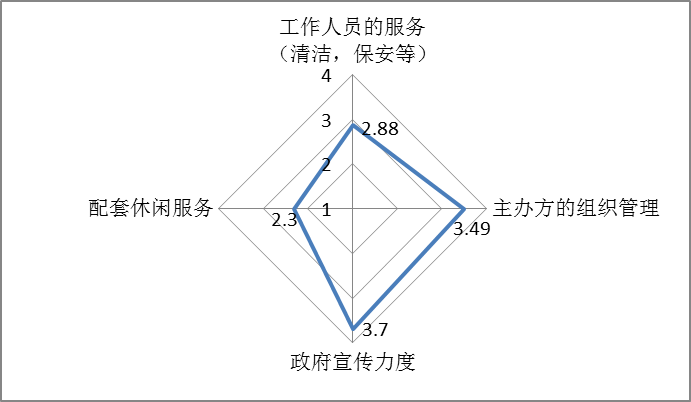
图12为市民对工作人员的服务、主办方的组织管理、政府宣传力度以及配套休闲服务这四个因素的综合评分。从图中我们可以清楚的看出，评分最低的配套休闲服务综合得分只有2.33分；工作人员的服务综合评分为2.88分；而评分最高的政府宣传力度得分达到3.7分；主办方的组织管理也较高为3.49。可见，目前配套休闲服务和工作人员的服务是长春会展业发展的主要问题，服务质量有待提高。

图11 市民对长春会展业的整体满意度评分

**2.市民对会展产生影响评分**

**1 2 3 4 5**

知名度与经济水平 下降 提高

知识，信息 没有传播 得到传播

设施建设、生活水平 下降 提高

社会文明程度 下降 提高

物价 下降 上涨

环境污染程度 并不严重 非常严重

本地文化受冲击 并不严重 非常严重

图12 市民对会展产生的影响评分

根据调查结果显示，市民认为会展会提升长春知名度促进经济增长的平均分为4.43；市民认为会展会传播知识信息的平均分为3.98；市民认为会展会促进社会加强设施建设，提高生活水平的平均分为3；会促进社会文明程度提高的平均分为2.85；会促进物价上涨的平均分为4.16；会对环境产生污染平均分为3.86；认为外地文化会冲击本地文化的平均分为2.7。由此可以得出结论，市民认为会展的举办会对长春经济的发展以及知名度的提高产生较大的积极影响，伴随着经济的增长，市民认为这种现象会对物价的上涨产生强烈的推动作用，同样会展的举办也传播着知识信息，其次市民对于外来文化呈现一种相对乐观的态度，认为其并不会对本地文化产生太大的冲击，在社会文明程度的方面，市民认为会展对此的影响适中，但是在加强设施建设方面，分数较低，今后还应加大会展周边设施建设和完善，让会展经济既促进长春整体经济的发展，又能丰富、活跃市民的文化生活。

**(五)长春会展业的优劣势以及前景展望**

**1.长春会展业发展的优势**

如下簇状圆柱图所示，在市民对于长春发展会展业优势的选择上，170人认为长春拥有发达的经济科技，占样本总人数的比例为44.3%；而选项区域优势、雄厚的产业基础、会展业发展基础排名依次降低，选择人数依次为166,、154、152人；但选择深厚的文化底蕴的有120人占总体比例的31.3%,没有预想中人数多，可能是市民觉得长春会展文化程度并不浓厚。总体来说，长春发展会展业存在较大优势，受调查者对于长春会展业的发展存在较大期许，认为长春会展业的发展存在较大潜力。

图13 长春发展会展业的优势

**2.长春市会展业的劣势**

图14 长春发展会展业的劣势

在长春市会展业举办出现不足的调查结果显示，市民认为展馆环境卫生差的占比为75.8%；认为会展周边配套设施差的占比为69.8%；认为商品欠缺新颖的占比为50.1%；认为人流拥挤的占比为48.4%。由此说明馆内环境卫生并未达到民众的预期，会展配套设施并不完善，相关人员的服务态度差，展馆内布局不合理。商家应该改善环境卫生并为了产品发展的需要，积极地推陈出新，促进产业发展。

**3.市民对长春会展业发展的期望**

**发展**

**速度**

发展迅速，

前景很好

55.58%

发展很好，

前景一般

20.21%

**发展前景**

发展缓慢，

前景很好

17.04%

发展缓慢，

前景一般

7.71%

图15 长春发展会展业的前景预测

本题采用二维象限分析法，横轴表示发展前景，纵轴表示发展速度，第一象限说明发展迅速且前景很好，第二象限说明发展很好但前景一般，第三象限说明发展缓慢且前景一般，第四象限说明发展缓慢但前景很好。

从图16可以看出，55.58%的长春市民对长春市未来的会展业表现出来一种较为积极乐观的心态，认为长春会展发展迅速且前景很好； 7.71%的市民认为会展发展缓慢且前景一般；同时认为会展业发展迅速但前景不好的市民人数占比为20.21%；认为会展业发展虽缓慢但前景很好的市民占17.04%。总体上来看，72.62%的市民认为会展业有很好的前景；75.79%的市民认为会展业发展迅速。由此我们可以看出发展速度与前景有一定的相关性，我们应当加大对会展的发展力度，尊重市场规律,更好发挥政府作用,以会展的最大优势谋求更大发展空间。

**三、结论和建议**

**（一）加强政府扶持力度**

政府应根据长春地区经济的整体产业发展布局,有重点的选择相关行业给予政策扶持,应当加大对国际汽博会、东北亚博览会和农博会的扶持力度,这对提高长春地区会展业的组织化水平会起到积极促进作用。

同时在应对来自国内外的竞争方面，也必须明确走政府主导道路，依靠政府动员力、市场资源的配置与协调能力，整合现有会展资源，克服因体制等原因造成的市场混乱问题、因历史等原因造成认识模糊问题，建立公平竞争的市场环境，加强对行业的服务和监管，逐步推进会展业的市场化运作。

**（二）加大宣传力度，营造良好氛围**

政府应加大宣传力度，营造良好氛围，与企业共同宣传，采取多种手段并用的方式，增加城市知名度、竞争力，进一步做大做强会展产业。如通过召开企业老总座谈会、各类会展推介活动等形式宣传办展环境；充分利用网络、有线电视、宣传窗等手段加大会展工作宣传力度；同时也可以通过电话、电子邮件、邀请函等方式宣传会展。市民了解度的提高更有利于会展业的发展。

在举办国际性大型活动时，应努力吸引更多境外客商。目前针对国外客商的宣传渠道主要以外交邀请为主，还有少量投放在飞机场、火车站的平面广告、宣传册。国外宣传渠道的多样，会很大程度上影响博览会的国际化进程。

**（三）会展主题应突出与价格应普惠于大众**

通过对会展业自身现状分析，我们发现会展的主题是决定市民是否参加会展的重要原因，同时根据我们的调查发现汽博会，文化艺术博览会，民博会依次是最受市民欢迎的展会，因此，政府应该加大对这几类会展业的支持，并努力优化其他的展会类型，设计出更吸引人的会展主题，避免展会主题不明确、品牌项目少、重复办展以及展会过多过滥这些现象。在各地区贸易博览会层出不穷的今天，长春市除了应该主打辨识度高的地域特色外，还应该集中力量做创意，加深拓宽博览会的定位，打造全新的产品，这样才能立于不败之地。

主办方在收取门票费用的时候，不应以门票价格收益为出发点，因为门票价格也是影响会展参与人数的重要原因。在对市民可接受门票价格做调查之后，我们发现30元以内是市民接受度最高的价格，政府应该根据此项调查，结合会展自身因素为不同类型会展制定合理的价格。

**（四）提高整体会展服务质量**

在市民的满意度调查中，我们发现市民对于展会内配套休闲服务，工作人员的服务（清洁，保安等）满意度较低。经访问得知，展厅内厕所较少，且人员比较拥挤，周围饭店等休闲场所较少，服务质量的好坏很大程度上影响着参观者的情绪、态度，希望政府在得到这一信息的反馈后可以改善会展内的服务质量，提高参观者的满意度。

在加大对会展配套设施的建设方面，也同样应该加大对旅游配套服务的完善以及公共交通体系的完善，如增加旅游活动、开放打车场地、增加公交站牌等；同时也应注意住宿、餐饮的方便，突出地方特色，打造地方品牌、人文品牌。使长春的会展经济成为具有经济模式、人文品牌、旅游休闲等各种功能的主业集合。

参考文献：

[1]钟汶利.我国会展业的竞争优势分析[D].

[2]蓝晓纯.有关会展产学研合作教育概论[D].

[3]熊姝闻.我国会展业发展现状、问题及对策研究[J].攀枝花科技与信息, 2010,(2).

[4]范艳丽.长春市会展经济发展研究[D]. 2007.

[5]李默.基于SWOT分析的东北亚博览会营销战略[N].内蒙古民族大学学报（社会科学版），2014-11（06）．

[6]长春市发展发改委.长春市会展业第十二个五年规划[R].2012-07.

[7]郝伟. 狠抓会展经济 创建会展名城[J].《会议》,2012-02.

[8]长春会展：打开一扇精彩的窗.<http://news.hexun.com/2012-11-12/147850649.html>.

[9]腾飞中的长春会展业. http://www.jl.xinhuanet.com/newscenter/2011-01/30/content\_21980643.htm.

**关于会展经济发展状况的调查问卷**

亲爱的市民朋友：

您好！我们是吉林财经大学的学生，为了解会展经济对长春经济的影响，进而有针对性的提出改进会展发展的建议，特进行此次问卷调查，我们诚恳的希望能占用您两三分钟时间协助我们完成这份问卷，请您在所选结果前的□里打“√”，真诚感谢您的合作！

性别： □男 □女

年龄(岁）： □20以下 □21～30 □31～40 □41～50 □50以上

文化程度： □初中及以下 □高中和中专 □本科和大专 □研究生及以上

1.您了解会展行业吗？

□A.比较了解 □B.一般了解 □C.不了解

2.您一年内参加多少次会展？

□A.0次 □B.1～3次 □C.4～6次 □D.6次以上

3.您通常是通过什么方式来获知会展的信息的？

□A.电视广告 □B.网络 □C.邀请函 □D.报纸杂志 □E.其他

4.您参加会展的原因是什么：（选**三**项并按重要程度排序\_\_\_ \_\_\_ \_\_\_）

A.谋寻商机 B.进行信息交流 C.满足决策需要 D.兴趣

E.寻求职业机会 F.增长见识 G.其他

5.以下哪种会展信息最能吸引您？

□A.会展主题 □B.会展规模 □C.交通便利性 □D.配套休闲服务周全

6.您喜欢什么类型的会展：（选**三**项并按重要程度排序\_\_\_ \_\_\_ \_\_\_）

A.东北亚博览 B.民俗类 C.汽车类 D.农博会

E.艺术文化类 F.房产类 G.其他

7.您觉得会展的参与人数会受到哪些因素影响？（多选）

□A.观众经济水平 □B.会展时间 □C.门票价格 □D.会展主题

□E.会展规模 □F.会展周边配套服务 □G.其他

8.您可以接受的会展门票价格?

□A.0元 □B.10元 □C.20元 □D.30元 □E.40元 □F.50元

9.请您对长春会展业进行满意度评价：（在对应选项处打√）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **满意** | **较满意** | **一般** | **不太满意** | **不满意** |
| 工作人员的服务（清洁，保安等） |  |  |  |  |  |
| 主办方的组织管理 |  |  |  |  |  |
| 政府宣传力度 |  |  |  |  |  |
| 配套休闲服务 |  |  |  |  |  |

10.请您为会展对长春的影响打分（1分为最低,5分为最高）

|  |  |
| --- | --- |
| 提升知名度，促进经济增长 | **1 2 3 4 5** |
| 传播知识，信息 | **1 2 3 4 5** |
| 加强设施建设，提高生活水平 | **1 2 3 4 5** |
| 社会文明程度的提高 | **1 2 3 4 5** |
| 物价上涨 | **1 2 3 4 5** |
| 环境污染 | **1 2 3 4 5** |
| 外来文化冲击本地文化 | **1 2 3 4 5** |

11.您认为会展经济可以带动哪些相关产业的发展？（多选）

□A.交通 □B.旅游 □C.餐饮

□D.住宿 □E.通信 □F.广告

12.您认为哪些是会展对城市经济的积极影响？(多选)

□A.促进贸易 □B.加快引资 □C.带动城市建设

□D.使城市扬名 □E.吸引各方宾客,发展休闲产业

13.您认为会展业对城市生活带来哪些积极影响？(多选)

□A. 推动了人文环境的改善 □B. 推动了生态环境的改善

□C. 提升了市民的素质 □D. 有利于社会稳定

14.您认为展览场馆服务应该包括：（多选）

□A.安全保卫  □B.停车场  □C.咨询服务 □D.标识导向服务

□E.馆内交通 □F.餐饮服务 □G.卫生间 □H.便利店 □I.其他

15.您认为长春发展会展行业的优势？（多选）

□A.深厚的文化底蕴 □B.发达的经济科技 □C.区域优势

□D.雄厚的产业基础 □E.良好的会展业发展基础 □F.其他

16.您认为长春会展业在发展过程中还有哪些方面需要改进？（多选）

□A.展品欠缺新颖 □B.展会周边配套设施差 □C. 人流拥挤

  □D.展馆环境卫生差 □F.其他

17.您认为会展在中国发展前景如何？

□A.发展迅速且前景很好 □B.发展很好，但前景一般

□C.发展缓慢，但前景很好 □D.发展缓慢且前景一般

**再次感谢您的配合！祝您生活愉快！**

调查员：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

调查时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**关于会展经济发展状况的调查方案**

**——以长春市为例**

**一、调查背景**

随着世界经济全球化和一体化的发展，会展产业正不断发展壮大，势头亦趋迅猛，在经济发展中的地位日趋明显。会展业正以无与伦比的功能、不可替代的作用及崭新的形象，迅速成长为第三产业中的一个举足轻重的行业。  
 长春作为我国东北地区的省会城市，有着几十年的会展业发展基础，具有会展产业发展的优势，同时也存在一些不足，本次调查在对会展产业进行分析的基础上，针对长春的资源优势以及市民对会展的满意度评价，研究如何发挥其自身优势,克服缺点，提出合理的产业发展建议，对促进长春会展经济的发展乃至长春整体国民经济的发展具有一定的现实意义，应用前景和一定的理论价值。

**二、调查目的**

(一)了解目前会展经济对长春经济的影响以及目前长春会展对长春市民生活的影响。

(二)明确长春市民对会展业的总体满意程度以及期望。

(三)明确会展经济影响长春经济的关键因素。

(四)从市民的评价中寻求实现发展会展经济的具体方法，根据用户日常生活中受到的会展的影响，为长春市政府会展部门提供改进建议和实施的策略。

**三、调查对象及抽样框**

根据调查目的，我们的主题是会展经济对区域经济的影响—以长春市为例，因此我们的调查对象是长春市辖区内市民，抽样框为长春市辖区内全部市民。

**四、样本量及抽样组织方式**

本次调查采用问卷调查的方式进行。样本量的确定综合考虑了地区、人口、

经济等多种因素，进行合理的配额设计，以确抽取的样本尽可能反映会展经济对长春经济影响的实际情况。在调查样本量的研究上以估计简单随机抽样的总体比例时的样本量为基础。一般用公式：

来计算样本量，其中n为纯净样本量（纯净样本量是指去掉不合格或未回答的调查对象以后的剩余量），N为总体的数量， t为一定置信度下所对应的临界值，

P为样本比例，Δ为抽样平均误差。在类似调查中，大多数取95%的置信度，故本次调查也采用95%的置信度，此时t=1.96，由于P值较难估计，可采用保守策略，取最大允许绝对误差，即P=0.5，取值为5%或更小。上述公式在95%的置信度下按抽样绝对误差不超过5%的要求进行计算，长春市辖区内总人口数为数为361万，即所应抽取样本量为：

为了减少无效问卷和未收回问卷对样本精度的影响，我们确定本次调查问卷发放数量为400份。

**五、数据搜集方法及调查资料的整理**

本次调查采用文案调查与问卷调查相结合的方式。

将调查数据录入计算机并利用计算机软件进行计算和汇总。

在数据的整理过程中，采用频数分析法、交叉分析法、列联分析法、卡方检验、加权平均数法、雷达图分析法、语义差别法、李克特量表法等对所得到的调查数据进行分析。

**六、调查组织实施计划**

(一)调查时间及地点

2015年2月：确定调查问卷

2015年3月：进行实地调查

2015年4月：分析数据及撰写分析报告

地点主要选取在长春市中心人口密集场所，如肯德基，麦当劳，南湖游园等，在下午和傍晚时段进行问卷发放。

(二)调查的组织机构与成员

指导老师：孙雅静

成 员：宋米迪 李鸣一 李娜 冯琰琰

(三)调查经费预算

|  |  |
| --- | --- |
| **项目费用** | **金额（元）** |
| 交通费 | 4\*10\*15=600 |
| 午餐费 | 4\*5\*8=160 |
| 胸卡 | 4\*2=8 |
| 笔 | 4\*2=8 |
| 调查问卷 | 400\*0.1=40 |
| 终稿打印费 | 200 |
| 合计 | 1016 |