

- 城市经济转型中的会展业知识创新
- 不同收入居民对上海世博会经济影
- 关于展览过程中相关信息采集与统
- 会议酒店管理服务策略探究
- 整合营销传播在会展项目传播中的
- 国内外组展企业比较研究
- 论会展业客户关系管理策略
- 发展会展前端产业、完善城市新区

搜索: 

## 热门关注

- 论会展业客户关系管理策略
- 国内外组展企业比较研究
- 整合营销传播在会展项目传播中的
- 会议酒店管理服务策略探究
- 关于展览过程中相关信息采集与统
- 城市经济转型中的会展业知识创新
- 发展会展前端产业、完善城市新区
- 不同收入居民对上海世博会经济影

## 不同收入居民对上海世博会经济影响感知的调查分析

来源: 本站原创 作者: 佚名 日期: 2012年05月11日 访问次数:

## 不同收入居民对上海世博会经济影响感知的调查分析

杨顺勇 范青果 沈妍

## 【内容摘要】

在对上海居民实际调查结果的基础上,通过上海世博会经济影响感知维度的16个主要评价指标实证分析,并根据受访者的月收入加以细化辨识,分析处于不同收入水平的上海居民对各个评价指标的感知度差异以及不同的收入水平与居民感知度之间的联系。

## 【关键词】

上海世博会;经济影响;感知;调查分析

## 1.调查方法

本研究以上海居民为调研对象,调研问卷采用李克特(Liken)5级量表评分,在上海世博会举办期间共发放调查问卷400份,回收340份,有效问卷312份,问卷回收率和有效率分别为85%、91.8%。对调查采集的数据用SPSS18.0软件进行可靠性检验:调查问卷的Cronbach一致性系数 $\alpha$ 为0.929,说明调查问卷具有良好而稳定的同质信度;调查问卷结构总体的相关系数在0.066-0.794之间,且相关皆达显著性水平,说明调查问卷结构效度良好;调查问卷的KMO的检验值为0.926, Bartlett球形检验显著性概率为0,说明相关系数矩阵不是单位矩阵,符合设计要求。

## 2.数据分析

## 2.1增加就业机会

表1 评价增加就业机会

月收入 \ 选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 1 (1.75%) 7 (12.28%) 26 (45.61%) 13 (22.81%) 10 (17.54%)

2000-3500元 1 (1.04%) 9 (9.38%) 22 (22.92%) 54 (56.25%) 10 (10.42%)

3500-5000元 3 (3.9%) 7 (9.09%) 19 (24.68%) 31 (40.26%) 17 (22.08%)

5000-6500元 0 (0%) 1 (3.85%) 7 (26.92%) 8 (30.77%) 10 (38.46%)

6500元以上 6 (10.71%) 6 (10.71%) 16 (28.57%) 23 (41.07%) 5 (8.93%)

从分析数据来看,月收入2000元以下收入的居民在增加就业机会方面表示一般的比例较高;月收入2000-3500元和3500-5000元的居民的赞同率较高,月收入5000-6500元的居民赞同率最高;月收入6500元以上的居民在增加就业方面的赞同率也达到了50%。这表明随着收入水平的提高,居民对上海世博会经济增加就业机会的感知度是成增加趋势的。

## 2.2提高居民生活水平

表2 评价提高居民生活水平

月收入 \ 选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 3 (5.26%) 8 (14.04%) 24 (42.11%) 13 (22.81%) 9 (15.79%)

2000-3500元 9 (9.38%) 21 (21.88%) 35 (36.46%) 24 (25%) 7 (7.29%)

3500-5000元 5 (6.49%) 19 (24.68%) 28 (36.36%) 15 (19.48%) 10 (12.99%)

5000-6500元 0 (0%) 6 (23.08%) 10 (38.46%) 4 (15.38%) 6 (23.08%)

6500元以上 7 (12.5%) 10 (17.86%) 25 (44.64%) 8 (14.29%) 6 (10.71%)

从分析数据来看,月收入2000元以下的居民在提高居民生活水平方面表示一般的比例较高,表示赞同的比例最高;月收入2000-3500元和3500-5000元的居民在此方面的赞同率较高;而月收入5000-6500元的居民表示一般和表示赞同的比例相等,均比较高;月收入6500元以上的居民表示一般的比例最高,表示赞同的比率最低。可见高收入居民自身的生活质量较好,生活水平的提高对其影响程度并没有低收入者来的明显,因此,随着收入水平的提高,居民对上海世博会提高居民生活水平的感知度是逐渐减弱的。

## 2.3评价促进经济发展

表3 评价促进经济发展

月收入 \ 选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 2 (3.51%) 2 (3.51%) 13 (22.81%) 24 (42.11%) 16 (28.07%)

2000-3500元 4 (4.17%) 7 (7.29%) 18 (18.75%) 53 (55.21%) 14 (14.58%)

3500-5000元 4 (5.19%) 6 (7.79%) 16 (20.78%) 38 (49.35%) 13 (16.88%)

5000-6500元 0 (0%) 2 (7.69%) 6 (23.08%) 8 (30.77%) 10 (38.46%)

6500元以上 6 (10.71%) 3 (5.36%) 13 (23.21%) 23 (41.07%) 11 (19.64%)

从分析数据来看,月收入2000元以下的居民在世博经济促进经济发展方面的赞同率最高;月收入2000-3500元和5000-6500元的居民表示赞同的比例其次;月收入6500元以上的居民表示赞同的比例相对其他收入水平的居民最低;3500-5000元的居民的赞同率较高。可见随着收入水平的增加,居民对上海世博会促进经济发展的感知度是逐渐减弱的。

## 2.4增加当地财政收入

表4 评价增加当地财政收入

月收入 \ 选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 2 (3.51%) 7 (12.28%) 9 (15.79%) 24 (42.11%) 15 (26.32%)

2000-3500元 3 (3.13%) 12 (12.5%) 20 (20.83%) 35 (36.46%) 26 (27.08%)

3500-5000元 3 (3.9%) 8 (10.39%) 14 (18.18%) 30 (38.96%) 22 (28.57%)

5000-6500元 0 (0%) 2 (7.69%) 5 (19.23%) 8 (30.77%) 11 (42.31%)

6500元以上 6 (10.71%) 4 (7.14%) 11 (19.64%) 22 (39.29%) 13 (23.21%)

从分析数据来看，月收入6500元以上的居民在上海世博会增加当地财政收入这方面表示赞同的比例较其他收入水平的居民低；月收入5000-6500元的居民在世博会增加当地财政收入方面表示赞同的比例最高，达到了70%以上；其他收入水平上的居民表示赞同的比例相当，也均超过了60%；表明月收入水平处于中高层的居民对世博会增加当地财政收入的感知度较其他收入水平的居民稍显强烈。

## 2.5改善基础设施建设

表5 评价改善基础设施建设

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 2 (3.51%) 2 (3.51%) 16 (28.07%) 17 (29.82%) 20 (35.09%)

2000-3500元 5 (5.21%) 5 (5.21%) 17 (17.71%) 45 (46.88%) 24 (25%)

3500-5000元 2 (2.6%) 2 (2.6%) 11 (14.29%) 36 (46.75%) 26 (33.77%)

5000-6500元 0 (0%) 0 (0%) 2 (7.69%) 12 (46.15%) 12 (46.15%)

6500元以上 4 (7.14%) 0 (0%) 7 (12.5%) 29 (51.79%) 16 (28.57%)

从分析数据来看，月收入2000元以下的居民在上海世博会经济改善基础设施建设方面表示一般的比例相对其他收入水平的居民较高，表示赞同的比例最低；月收入2000-3500元的居民表示赞同的比例较低；月收入3500-5000元和6500元以上的居民对此表示赞同的比例较高；月收入5000-6000元的居民对此表示赞同的比例最高。表明居民在上海世博会经济改善基础设施建设方面的感知度是随着收入水平的提高而逐渐增加的。

## 2.6增加更多商业机会

表6 评价增加更多商业机会

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 1 (1.75%) 1 (1.75%) 14 (24.56%) 28 (49.12%) 13 (22.81%)

2000-3500元 2 (2.08%) 6 (6.25%) 6 (6.25%) 63 (65.63%) 19 (19.79%)

3500-5000元 2 (2.6%) 3 (3.9%) 9 (11.69%) 40 (51.95%) 23 (29.87%)

5000-6500元 1 (3.85%) 0 (0%) 5 (19.23%) 10 (38.46%) 10 (38.46%)

6500元以上 4 (7.14%) 2 (3.57%) 5 (8.93%) 30 (53.57%) 15 (26.79%)

从分析数据来看，月收入2000元以下的居民在上海世博会经济增加更多商业机会方面表示不赞同的比例最低；月收入2000-3500元的居民在此方面表示赞同的比例最高；月收入3500-5000元的居民表示赞同的比例较高。月收入5000-6500元的居民对此表示不赞同的比例小于月收入6500元以上的居民。说明随着收入水平的上升，上海市居民对上海世博会经济增加更多商业机会的感知度是成减弱趋势的。

## 2.7居民经济意识增强

表7 评价居民经济意识增强

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 1 (1.75%) 4 (7.02%) 25 (43.86%) 19 (33.33%) 8 (14.04%)

2000-3500元 2 (2.08%) 11 (11.46%) 41 (42.71%) 32 (33.33%) 10 (10.42%)

3500-5000元 3 (3.9%) 10 (12.99%) 28 (36.36%) 23 (29.87%) 13 (16.88%)

5000-6500元 1 (3.85%) 1 (3.85%) 12 (46.15%) 6 (23.08%) 6 (23.08%)

6500元以上 5 (8.93%) 13 (23.21%) 18 (32.14%) 15 (26.79%) 5 (8.93%)

从分析数据来看，月收入2000-3500元的居民在上海世博会使居民经济意识增强方面表示一般的比例较高；月收入2000元以下的居民在此方面的赞同率最高；月收入3500-5000元和5000-6500元的居民对此表示赞同的比例较高；月收入6500元以上的居民对此表示赞同的比例最低。表明高收入者对上海世博会使居民经济意识增强的感知度较低收入者低。

## 2.8引领全国会展产业发展

表8 评价引领全国会展产业发展

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 2 (3.51%) 2 (3.51%) 14 (24.56%) 22 (38.6%) 17 (29.82%)

2000-3500元 3 (3.13%) 7 (7.29%) 23 (23.96%) 44 (45.83%) 19 (19.79%)

3500-5000元 3 (3.9%) 2 (2.6%) 20 (25.97%) 36 (46.75%) 16 (20.78%)

5000-6500元 1 (3.85%) 0 (0%) 3 (11.54%) 12 (46.15%) 10 (38.46%)

6500元以上 5 (8.93%) 9 (16.07%) 14 (25%) 18 (32.14%) 10 (17.86%)

从分析数据来看，月收入6500元以上的居民对上海世博会引领全国会展产业的发展方面表示赞同的比例较其他收入水平的居民低；月收入5000-6500元的居民对此表示赞同的比例在所有的收入水平中最高，月收入2000元以下、2000-3500元和3500-5000元的居民对此表示赞同的比例较均衡，均超过了60%；表明高收入者对世博会引领全国会展产业发展方面的感知度低于低收入者和中层收入者，较高收入者对此方面的感知度表现的较为强烈。

## 2.9提高会展服务水平

表9 评价提高会展服务水平

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 2 (3.51%) 4 (7.02%) 9 (15.79%) 32 (56.14%) 10 (17.54%)

2000-3500元 2 (2.08%) 3 (3.13%) 24 (25%) 47 (48.96%) 20 (20.83%)

3500-5000元 3 (3.9%) 3 (3.9%) 14 (18.18%) 40 (51.95%) 17 (22.08%)

5000-6500元 1 (3.85%) 0 (0%) 2 (7.69%) 13 (50%) 10 (38.46%)

6500元以上 7 (12.5%) 4 (7.14%) 13 (23.21%) 21 (37.5%) 11 (19.64%)

从分析数据来看，月收入6500元以上的居民对上海世博会提高会展服务水平方面表示赞同的比例最低，月收入2000元以下、2000-3500元和3500-5000元的居民表示赞同的比例相当，均在70%左右；而月收入5000-6500元的居民对此表示赞同的比例最高，接近90%；可见较高收入者对上海世博会提高会展服务水平方面的感知度较为强烈，而高收入者则相对较低。

## 2.10带动旅游业

表10 评价带动旅游业

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同  
 2000元以下 2 (3.51%) 0 (0%) 6 (10.53%) 28 (49.12%) 21 (36.84%)  
 2000-3500元 0 (0%) 1 (1.04%) 11 (11.46%) 48 (50%) 36 (37.5%)  
 3500-5000元 2 (2.6%) 1 (1.3%) 6 (7.79%) 37 (48.05%) 31 (40.26%)

5000-6500元 0 (0%) 0 (0%) 0 (0%) 11 (42.31%) 15 (57.69%)  
 6500元以上 4 (7.14%) 0 (0%) 4 (7.14%) 25 (44.64%) 23 (41.07%)

从分析数据来看，月收入5000-6500元的居民对上海世博会带动旅游业方面表示赞同的比例达到了100%最高值；月收入2000-3500元和3500-5000元的居民对上海世博会带动旅游业方面表示赞同的比例较高；月收入2000元以下和6500元以上的居民对此表示赞同的比例较接近，略次于前者。说明居民对上海世博会带动旅游业的感知度均较高，其中较高收入者和较低收入者对世博会带动旅游业的感知度略低于中高层收入者。

### 2.11提高旅游服务水平

表11 评价提高旅游服务水平

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同  
 2000元以下 1 (1.75%) 1 (1.75%) 16 (28.07%) 27 (47.37%) 12 (21.05%)  
 2000-3500元 1 (1.04%) 10 (10.42%) 23 (23.96%) 44 (45.83%) 18 (18.75%)  
 3500-5000元 2 (2.6%) 2 (2.6%) 17 (22.08%) 30 (38.96%) 26 (33.77%)  
 5000-6500元 1 (3.85%) 1 (3.85%) 6 (23.08%) 8 (30.77%) 10 (38.46%)  
 6500元以上 4 (7.14%) 7 (12.5%) 17 (30.36%) 16 (28.57%) 12 (21.43%)

从分析数据来看，月收入6500元以上的居民对上海世博会提高旅游服务水平方面表示一般的比例最高，表示赞同的比例相对最低；月收入3500-5000元的居民对此表示赞同的比例最高；月收入2000元以下和月收入5000-6500元的居民对此表示赞同的比例较高；可见高收入者对上海世博会提高旅游服务水平方面的感知度较中高收入者和低收入者低，中层收入水平的居民对此方面的感知度则较高。

### 2.12物价上涨（服务、房产等）

表12 评价物价上涨（服务、房产等）

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同  
 2000元以下 2 (3.51%) 2 (3.51%) 12 (21.05%) 19 (33.33%) 22 (38.6%)  
 2000-3500元 1 (1.04%) 1 (1.04%) 15 (15.63%) 43 (44.79%) 36 (37.5%)  
 3500-5000元 2 (2.6%) 2 (2.6%) 12 (15.58%) 21 (27.27%) 40 (51.95%)  
 5000-6500元 1 (3.85%) 1 (3.85%) 2 (7.69%) 11 (42.31%) 11 (42.31%)  
 6500元以上 4 (7.14%) 4 (7.14%) 9 (16.07%) 21 (37.5%) 18 (32.14%)

从分析数据来看，月收入2000-3500元和3500-5000元的居民对物价上涨方面表示赞同的比例较高；月收入5000-6500元的居民对物价上涨方面表示赞同的比例达到最高；月收入2000元以下和月收入6500元以上的居民在此方面表示赞同的比例较其他收入水平的居民低。说明较低收入者和较高收入者在物价上涨方面的感知度比较低，中高层收入者对物价上涨的感知度较高。

### 2.13导致高消费

表13 评价导致高消费

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同  
 2000元以下 3 (5.26%) 2 (3.51%) 12 (21.05%) 23 (40.35%) 17 (29.82%)  
 2000-3500元 3 (3.13%) 4 (4.17%) 19 (19.79%) 40 (41.67%) 30 (31.25%)  
 3500-5000元 2 (2.6%) 5 (6.49%) 18 (23.38%) 20 (25.97%) 32 (41.56%)  
 5000-6500元 1 (3.85%) 2 (7.69%) 6 (23.08%) 9 (34.62%) 8 (30.77%)  
 6500元以上 4 (7.14%) 5 (8.93%) 12 (21.43%) 15 (26.79%) 20 (35.71%)

从分析数据来看，月收入2000元以下和2000-3500元的居民在上海世博会经济导致高消费方面表示赞同的比例高于其他收入水平的居民；月收入3500-5000元和5000-6500元的居民在此方面的比例较高；月收入6500元以上的居民对此赞同的比例较其他收入水平的居民最低。表明由于高收入者本身消费就高的原因，其对上海世博会经济导致高消费的感知度相对低收入者低。

### 2.14政府投资过大

表14 评价政府投资过大

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同  
 2000元以下 2 (3.51%) 5 (8.77%) 15 (26.32%) 20 (35.09%) 15 (26.32%)  
 2000-3500元 1 (1.04%) 4 (4.17%) 23 (23.96%) 29 (30.21%) 39 (40.63%)  
 3500-5000元 2 (2.6%) 3 (3.9%) 17 (22.08%) 30 (38.96%) 25 (32.47%)  
 5000-6500元 0 (0%) 2 (7.69%) 6 (23.08%) 8 (30.77%) 10 (38.46%)  
 6500元以上 4 (7.14%) 3 (5.36%) 7 (12.5%) 22 (39.29%) 20 (35.71%)

从分析数据来看，月收入6500元以上的居民对政府投资过大方面表示赞同的比例最高；月收入2000-3500元、3500-5000元和5000-6500元的居民对政府投资过大表示赞同的比例均较高；月收入2000元以下的居民对此表示赞同的比例最低。说明随着收入水平的提高，居民对政府投资过大的感知度是逐渐增高的。

### 2.15只对少数人有利

表14 评价只对少数人有利

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同  
 2000元以下 6 (10.53%) 10 (17.54%) 14 (24.56%) 14 (24.56%) 13 (22.81%)  
 2000-3500元 1 (1.04%) 16 (16.67%) 26 (27.08%) 23 (23.96%) 30 (31.25%)  
 3500-5000元 2 (2.6%) 15 (19.48%) 21 (27.27%) 19 (24.68%) 20 (25.97%)  
 5000-6500元 1 (3.85%) 5 (19.23%) 8 (30.77%) 7 (26.92%) 5 (19.23%)  
 6500元以上 5 (8.93%) 8 (14.29%) 11 (19.64%) 14 (25%) 18 (32.14%)

从分析数据来看,居民对上海世博会只对少数人有利方面表示赞同的比例不高,其中,月收入3500-5000元和5000-6500元的居民对此表示一般的比例较高;月收入6500元和2000-3500元的居民对此表示赞同的比例相对较高,月收入2000元以下的居民对此表示赞同的比例相对较低。表明一半以上的居民认为上海世博会只对少数人有利,并且随着收入水平的提高,居民对此方面的感知度是略微升高的。

## 2.16 加剧两级分化

表14 评价加剧两级分化

月收入\选项 非常不赞同 不赞同 一般 赞同 非常赞同

2000元以下 4 (7.02%) 6 (10.53%) 19 (33.33%) 13 (22.81%) 15 (26.32%)

2000-3500元 1 (1.04%) 17 (17.71%) 28 (29.17%) 16 (16.67%) 34 (35.42%)

3500-5000元 3 (3.9%) 12 (15.58%) 21 (27.27%) 14 (18.18%) 27 (35.06%)

5000-6500元 3 (11.54%) 6 (23.08%) 4 (15.38%) 7 (26.92%) 6 (23.08%)

6500元以上 5 (8.93%) 6 (10.71%) 16 (28.57%) 13 (23.21%) 16 (28.57%)

从分析数据来看,月收入2000元以下的居民在上海世博会经济加剧两极分化方面表示一般的比例较高,表示不赞同的比例最低;2000-3500元的居民对此表示不赞同的比率较低;月收入3500-5000元和6500元以上的居民对此表示不赞同的比例较高;5000-6500元对此表示不赞同的比例最高。说明随着收入水平的提高,上海市居民对上海世博会经济加剧两极分化这方面的感知度是逐渐减弱的。

## 3. 结论

第41届世界博览会是由中国举办的首届世界博览会,在184天里190个国家、56个国际组织以及中外企业踊跃参展,200多万志愿者无私奉献,7308万参观者流连忘返,从而将以最为广泛的参与度载入世博会的史册。随着上海世博会的成功举办,关于大型活动的研究受到了来自不同学科研究者越来越多的关注。举办地居民如何感知大型活动的经济影响?哪些因素影响了他们的感知?这些感知是否直接促成了他们对举办大型活动的态度是支持或反对?这都是目前研究中最迫切解决和最有价值的问题。这些问题无论对于政府部门、大型活动的策划者以及相关企事业单位,还是理论研究者,都具有现实的研究意义。通过调研数据的分析,我们得到处于不同月收入水平的居民对16项主要评价指标感知度是存在差异的,并且不同月收入水平的居民对同一评价指标的感知度也存在着差异和内在因素的联系。

### 【参考文献】

[1] Fawzy, Ahmed. The Service Recovery Process in the Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions Industry: A Conceptual Model[J]. Journal of Convention & Event Tourism, 2009, 10 (4) : 231-242

[2] Guangquan Dai and Jigang Bao, Spatial distribution of integrated impact index of mega-event-A case study of Expo' 99 Kunming [J]. Chinese Geographical Science, 2008, 18 (03) : 214-223

[3] Paul Murrell, The 2006 Data Expo of the American Statistical Association[J]. Computational Statistics, 2010, 25 (04) : 551-554

[4] Rollins, R., Delamere, T. Measuring the social impact of festivals[J]. Annals of Tourism Research, 2007, 34 (3) : 805-808

[5] Weber, Karin and Bauer, Thomas. The State of the Exhibition Industry in China[J]. Journal of Convention & Event Tourism, 2010, 11 (1) : 2-17

[6] 郭英之, 臧胜男, 彭兰亚. 社区居民对2010年上海世博会影响感知的实证研究[J]. 旅游科学, 2009, (3) : 35-40

[7] 罗秋菊. 东莞厚街镇会展业影响的社区感知研究[J]. 旅游学刊, 2006, (3) : 77-82

[8] 许春晓, 柴晓敏, 付淑礼. 城市居民对重大事件的感知变化研究--2006杭州世界休闲博览会期间的纵向研究[J]. 旅游学刊, 2007, (11) : 89-94

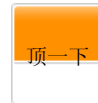
[9] 施谊, 杨顺勇. 上海世博会社会影响感知的性别差异分析[J]. 华东经济管理, 2011, (04) : 1-4

[10] 尤建新, 刘江健. 关于上海市民对上海世博会的认知与期望的调查分析[J]. 上海管理科学, 2005, (01) : 6-9

### 【作者简介】

杨顺勇, 上海应用技术学院教授, 研究方向为会展经济与管理。

范青果、沈妍, 上海应用技术学院2009级会展经济与管理专业学生。



【发表评论】 【告诉好友】 【打印此文】 【收藏此文】 【关闭窗口】

上一篇:关于展览过程中相关信息采集与统计的分析

下一篇:城市经济转型中的会展业知识创新与管理——基于对上海会展企业知识产权状况的调查

发表评论