



# 中国会展经济研究会

## China Convention & Exhibition Society

- [首页](#)
- [本会介绍](#)
- [本会要闻](#)
- [行业动态](#)
- [研究成果](#)
- [特别奖项](#)
- [政策法规](#)
- [会员之家](#)

### 最新更新

- 城市会展业发展中的政府角色探析
- 沙漠中的节庆天堂——拉斯维加斯
- 展会的成功, 游戏的失败——论中
- 事件营销的作用机制及企业形象的
- 基于品牌生态学视角的会议品牌管
- 展览公司业务流程再造 (BPR) 的认
- 中国论坛发展品牌化建设研究: 基
- 重庆会展场馆承接展会重复性探究
- 会展旅游的游客满意度调查研究—
- 物联网技术在会展界应用前景探析

搜索:

[站内搜索](#)

### 热门关注

- 会展业的带动效应研究
- 展会的成功, 游戏的失败——论中
- 会展旅游的游客满意度调查研究—
- 重庆会展场馆承接展会重复性探究
- 城市会展业发展中的政府角色探析
- 展览公司业务流程再造 (BPR) 的认
- 大型高端会议会务工作当议
- 2004-2010年期间关于发展我国政府
- 沙漠中的节庆天堂——拉斯维加斯
- 事件营销的作用机制及企业形象的

当前位置: [中国会展经济研究会](#) >> [研究成果](#) >> [论文集](#) >> [2011论文集](#) >> [第四章 会展应用理论研究](#) >> [浏览文章](#)

会展旅游的游客满意度调查研究——以开封菊花展为例

来源: 本站原创 作者: 佚名 日期: 2011年05月06日 访问次数:

#### 会展旅游的游客满意度调查研究 ——以开封菊花展为例 周春林

#### 【内容摘要】

会展活动因其具有巨大的社会、经济和文化方面的效益和价值, 许多地方开始把它当成带动当地经济发展的拳头产品, 会展旅游业也应运而生。会展旅游者对于会展活动的认知和态度是影响其重游率及会展活动能否持续性发展的关键因素。本文通过实地问卷调查, 收集开封菊花展的数据资料和典型案例, 采用SPSS软件, 通过主成分分析法提取影响满意度评价的四个主因子: 游览价值因子、社会因子、基础设施因子、旅游环境因子, 确定了主要对游客满意度产生影响的主因子, 分析了影响游客对于河南会展旅游满意度的因素。本研究还发现, 不同年龄、文化程度、职业和出游目的的游客, 对满意度评价存在显著性差异。本文的研究对类似开封菊花展的会展旅游项目的改进和发展提供了可靠的依据。

#### 【关键词】

会展旅游; 游客满意度; 开封菊花展

近年来, 会展活动的规模和影响也越来越大, 层出不穷的各类会展活动, 塑造了城市整体形象, 促进了经济和社会事业的加速发展, 会展旅游业也应运而生。会展旅游是提高目的地形象、改善生活环境、带动经济发展的重要载体, 具有很强的资源整合作用, 对举办地的经济和文化实力的提升等方面具有巨大作用。

改革开放以来, 河南省会展旅游活动越来越丰富, 呈现出主题和功能的综合化发展趋势。但是相比于传统旅游的高收效性, 会展旅游所带来的经济效益和社会效益却不尽如人意, 相关研究也明显滞后。对会展游客满意度及重游率等比较细化方面的研究则相对缺乏。而会展游客的感知又直接影响着会展举办地及会展活动的持续发展及长期效益[1], 对游客满意度进行研究, 有利于帮助举办地更好地抓住游客心理变化, 主动迎合游客需求, 面向市场, 不断充实创新自己的活动内容、举办方式等, 使会展举办地所举办的活动在激烈的市场竞争中立于不败之地[2]。鉴于此, 本文以开封菊花展为例, 以游客满意度为理论工具, 通过问卷调查和实地访谈的方式, 使用SPSS15.0工具来分析游客们对会展旅游吸引物的整体感知度, 综合分析出影响游客满意度的诸要素。

#### 1、开封菊花展

开封菊花展是开封市政府部门主办的一场具有很强的综合效益的经济活动, 它以菊花展览的直接形式展示于众。该活动以开封市自古所具有的源远流长的菊花文化为依托, 把开封的各种人文历史资源、现代经济因素、深厚的文化底蕴、丰富多彩的菊文化巧妙地融合在一起, 以弘扬和繁荣菊花文化, 加强菊花栽培技艺交流与合作为宗旨, 在成功举办菊花展览的同时, 也达到了促进城市发展和增加招商引资的目的, 同时也对开封市乃至周边城市的交通、住宿、餐饮、旅游、园艺等城市经济领域的发展起到了很大的推动作用。至2010年, 开封已经连续成功举办了28届菊花展。

#### 2、问卷设计与调查实施

本文吸收借鉴前人在该方面的相关经验, 对调查问卷进行设计[3][4]。问卷包括三部分内容。第一部分为游客的社会经济属性变量和旅游行为特性变量, 包括被调查者的性别、年龄、文化程度、职业, 月收入、出游动机、出游方式和游览时间; 第二部分为总体满意度评价及忠诚度评价, 设置对开封的总体满意度和是否愿意重游两个问题; 第三部分为游客满意度评价, 构成问卷主体部分, 涉及到主办地的基础设施, 食、住、行、游、购、娱六大要素及城市形象等影响因子, 其中考虑到菊花展是一项会展活动, 特别增设了关于相关活动的项目, 共十五个问题。这些问题主要是来自于以前文献关于目的地吸引力及形象的研究和城市会展旅游发展条件的研究, 并结合菊花展的实际情况进行补充和调整, 主要体现在城市硬环境 (经济发展状况、社会环境和基础设施) 及城市软环境 (旅游资源、旅游发展状况和政策及体制) 两方面。后两部分采用李克特五级量表, 依序由1分到5分分别代表非常不满意、不满意、一般、满意、非常满意, 让游客进行评分。

本研究于2010年10月24日、25日分别在开封对参观菊花展的游客进行了问卷调查和实地访谈, 调查采取随机抽样的方法选择样本。共发放问卷500份, 回收486份, 回收率97.2%, 排除回答不完全及真实性较低样本后, 有效样本共计473份, 有效问卷率97.3%。本研究采用Cronbach- $\alpha$ 一致性系数 ( $\alpha$ 系数) 来分析信度, 利用SPSS15.0统计软件对调查收集到的数据进行可靠性分析, 所有单项与项目整体相关度全部大于0.3, 整体测量指标的标准化信度为0.874, 说明问卷具有较高的内在一致性。

#### 3、游客个人特征

在调查的473份有效样本中我们发现, 调查对象男女比例基本为1: 1; 年龄集中在18--44岁, 其中18--4岁的占29.4%, 25--44岁的占43.1%; 文化程度普遍较高, 其中本科最多, 占34.6%, 大专占26.1%; 职业分布较均匀, 其中学生、公务员、公司职员较多; 月收入以1000--2000元居多, 占41.2%, 1000元以下占32.7%; 出游动机以放松身心和观赏菊花为主, 其中放松身心占51.0%, 观赏菊花占41.8%; 出游方式主要为自助游, 占96.7%; 游览时间以一天为主, 占82.4%。(见表1)

表1 游客的个人特征统计

居民个人信息 比重 (%) 居民个人信息 比重 (%)

性别 男 50.3 月收入 1000元以下 32.7

女 49.7 1000—2000 41.2

年龄 18岁以下 5.9 2001—3000 17.0  
 18—24岁 29.4 3001—5000 8.5  
 25—44岁 43.1 5001以上 0.7  
 45—64岁 16.3 参加花会的目的 放松身心 51.0  
 65岁以上 5.2 探亲访友 3.3  
 文化程度 初中及以下 13.1 观赏菊花 41.8  
 高中（中专） 22.2 公务出差 0.7  
 大专 26.1 其他 3.3  
 本科 34.6 出游方式 随团旅游 3.3  
 本科以上 3.9 自助游 96.7  
 职业 工人 7.2 游览时间 一天 82.4  
 农民 5.2 两天 14.4  
 公司职员 10.5 三至五天 2.6  
 公务员 16.3 五天以上 0.7  
 学生 22.9  
 企事业管理人员 11.8  
 个体经营者 5.9  
 文教技术人员 9.2  
 离退休干部 6.5  
 其他 4.6

#### 4、因子分析

本研究主要应用因子分析方法对影响游客满意度的各个因素进行分析。在KMO统计量分析和Bartlett球形检验的基础上，经过两次因子旋转，提取出四个公因子，具体如下：

（1）游览价值因子：包括花卉期间各类活动丰富，活动可参与性、娱乐性强，旅游纪念品种类丰富、有特色，景点管理完善五个描述项。它的方差贡献率是38.63%，是影响游客满意度的最重要的因子。由于大部分游客的目的是观赏菊花，并且游览价值本来就是吸引游客的核心因素，所以游客对游览价值因子的满意程度大大的影响着游客的总体满意度；

（2）社会因子：包括花会期间的节日气氛，是否具有举办大型会展活动的的能力，活动的组织是否完善、工作人员的态度三个描述项。它的方差贡献率是9.56%。随着我国会展旅游的不断发展，游客对各类会展活动的要求越来越高，对会展举办地社会环境的要求也不断地提高，所以此因子对游客满意度的影响程度排在第二位；

（3）基础设施因子：包括交通是否便利、交通工具是否多样，城市卫生、绿化、治安是否良好，基础设施是否完善，就餐是否干净卫生四个描述项。它的方差贡献率为8.56%。这说明随着我国会展活动的发展、旅游者游览经验的提高，游客对会展举办地的基础设施关注度很高，基础设施的完善与否与游客的满意度有着很大的联系；

（4）旅游环境因子：包括小吃品种，景点文化底蕴，可游玩景点三个描述项。其方差贡献率为7.79%。虽然游客此次旅游的主要目的是看菊花展，但还是很希望能够感受到当地的文化氛围，品尝到特色小吃及其他具有游览价值的景点。因此小吃品种、本地文化氛围及景点的质量也是游客们比较关心的问题。

可以看出，游览价值作为主要的吸引物对游客的满意度起着最重要的作用，而游客对旅游地社会环境的普遍关注致使其成为重要影响因子；随着游客出游次数增多，旅游地的基础设施也成为游客关注的方面；特色小吃，景区文化底蕴及与花会举办地点临近区域的景点虽然在很大程度上影响游客的满意度，但与其他因素比起来其影响力还有待加强。

#### 5、旅游者个人特征对会展旅游满意度的影响

研究对象是开封菊花展的旅游者，由于每个人的人生观、价值观、个人修养和素质不同，因此居民的个人特征即性别、年龄、学历、职业等也会对旅游者对花会的满意度产生影响。

（1）性别对旅游者满意度的影响

表2 性别对旅游者满意度的影响

项目	均值	男	女	t值	双尾检验值	F值
F1	3.51	3.44	.74	.46	2.30	
F2	3.62	3.71	-.85	.40	.42	
F3	3.12	3.28	-1.41	.16	5.07	
F4	3.89	3.98	-1.08	.28	1.51	

(\*代表双尾检测值<0.05; F1=游览价值因子, F2=社会因子, F3=基础设施因子, F4=旅游环境因子)

从表2中可以看出，性别对每个公因子的均值都不存在显著性差异，这说明性别对旅游者的满意度影响不大。

（2）年龄对旅游者满意度的影响

表3 年龄对旅游者满意度的影响

项目	均值	1	2	3	4	5	双尾检验值	F值
F1	4.29	3.30	3.47	3.50	3.48	.00*	6.54	
F2	4.26	3.64	3.68	3.52	3.58	.04*	2.48	
F3	3.63	3.09	3.25	3.07	3.42	.17	1.61	
F4	4.52	3.83	3.97	3.76	4.04	.00*	4.46	

(1=18岁以下, 2=18--24岁, 3=25--44岁, 4=45--64岁, 5=65岁以上)

从表3中可以看出，年龄对游览价值因子、社会因子、旅游环境因子的均值都存在显著性差异，对基础设施因子的均值不存在显著差异。其中，18岁以下的旅游者对各因子的满意度普遍较高，18-24岁的旅游者对各因子的满意度普遍较低。

（3）文化程度对旅游者满意度的影响

表4 文化程度对旅游者满意度的影响

项目 均值

1 2 3 4 5 双尾检验值 F值

F1 3.95 3.47 3.32 3.45 3.17 .00\* 5.26

F2 4.02 3.70 3.50 3.69 3.33 .03\* 2.81

F3 3.55 3.28 3.13 3.18 2.22 .00\* 4.72

F4 4.23 3.84 3.81 4.00 3.67 .02\* 3.22

(1=初中及以下, 2=高中(中专), 3=大专, 4=本科, 5=本科以上)

从表4中可以看出,文化程度对各因子的均值均存在显著性差异。评价倾向一致为:文化程度越高,评价越低。这说明文化程度高的人,对景区的各项因素要求最高。

(4) 职业对旅游者满意度的影响

表5 职业对旅游者满意度的影响

项目 均值

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 双尾

检验值 F值

F1 3.75 3.88 3.28 3.45 3.45 3.42 3.56 3.43 3.42 3.49 .43 1.02

F2 4.12 4.13 3.56 3.65 3.71 3.59 3.59 3.59 3.17 3.67 .04\* 2.05

F3 3.70 3.38 2.94 3.03 3.28 3.17 3.48 3.33 2.90 3.00 .11 1.65

F4 4.15 4.04 3.92 3.91 3.97 3.89 3.96 3.90 3.83 3.67 .86 .52

(1=工人, 2=农民, 3=公司职员, 4=公务员, 5=学生, 6=企事业管理人员, 7=个体经营者, 8=文教技术人员, 9=离退休干部, 10=其他)

从表5可以看出,职业对社会因子的均值存在显著差异,说明不同的职业在旅游者对社会因子的满意度上有较大的影响。

(5) 月收入对旅游者满意度的影响

表6 月收入对旅游者满意度的影响

项目 均值

1 2 3 4 5 双尾检验值 F值

F1 3.44 3.52 3.53 3.31 3.20 .68 .58

F2 3.73 3.69 3.69 3.28 3.67 .25 1.37

F3 3.20 3.24 3.24 2.95 3.33 .74 .50

F4 3.95 3.88 4.03 3.95 3.33 .61 .68

(1=1000元以下, 2=1000--2000, 3=2001--3000, 4=3001--5000, 5=5001以上)

从表6可以看出,月收入对各因子的均值均不存在显著差异,说明月收入对旅游者对花会的满意度影响不大。

(6) 游览目的对旅游者满意度的影响

表7 游览目的对旅游者满意度的影响

项目 均值

1 2 3 4 5 双尾检验值 F值

F1 3.46 3.56 3.52 1.60 3.52 .02\* 3.02

F2 3.72 3.80 3.62 2.67 3.60 .46 .91

F3 3.24 2.93 3.16 2.67 3.53 .60 .70

F4 3.94 3.93 3.94 3.67 3.73 .91 .25

(1代表放松心情, 2代表探亲访友, 3代表观赏菊花, 4代表公务出差, 5代表其他)

表7表明游览目的对游览价值因子的均值存在显著差异,说明不同游览目的在旅游者对游览价值因子的满意度上有较大影响。

(7) 出游方式对旅游者满意度的影响

表8 出游方式对旅游者满意度的影响

项目 均值

随旅游团 自助游 双尾检验值 F值

F1 3.80 3.46 .19 1.70

F2 4.00 3.66 .23 1.43

F3 3.33 3.20 .68 .18

F4 3.80 3.94 .57 .33

从表8可以看出,出游方式对各因子的均值均不存在显著性差异,说明出游方式对旅游者对花会的满意度影响不大。

(8) 游览时间对旅游者满意度的影响

表9 游览时间对旅游者满意度的影响

项目 均值

1 2 3 4 双尾检验值 F值

F1 3.43 3.61 4.00 4.20 .07 2.43

F2 3.66 3.76 3.33 4.33 .44 .90

F3 3.20 3.30 3.08 2.33 .56 .69

F4 3.93 4.03 3.67 3.00 .18 1.66

(1代表一天, 2代表两天, 3代表三至五天, 4代表五天以上)

从表9可以看出,游览时间对各因子的均值均不存在显著性差异,说明游览时间对旅游者对花会的满意度影响不大。

## 6、回归分析

通过前面的分析,我们得到了累积解释原始变量总方差的64.536%的四个公因子,那么这四个公因子对游客满意度的影响程度到底有多大?接下来我们将通过线性回归分析来解决这个问题,并通过求出自变量与因变量之间的经验公式,来估计四个公因子与游客对节事旅游的总满意度和游客重游率之间的一般关系。

利用多元线性回归分析描述四个公因子与总体满意度的关系

拟建回归方程：

其中Y代表游客总体满意度， $x_1, x_2, x_3, x_4$  分别表示提取出的四个公因子。

表10是模型摘要，主要显示的是模型的拟合情况。从表中可以看出，模型的相关系数（R）为0.342，判定系数为0.117，调整判定系数为0.093，估计值的标准误差为0.671。通过观察这几个数据可知，本例的拟合情况是很好的。

表10 模型摘要

模型 相关系数（R） 判定系数 调整判定系数 估计值的标准误差

1 .342 (a) .117 .093 .671

表11是多元线性回归的系数列表，给出了拟合未标准化和标准化之后的回归系数值（含常数项），并通过t检验的方法对拟合结果进行了检验，根据表中数值和拟建的线性方程可以得出拟合结果为：

第四列给出了回归方程的标准化回归系数，由此可知游客的总体满意度的标准化回归方程为：

标准化回归系数反映了各指标对总体满意度的影响大小，可以得知影响力最大的是 $x_1$ ：游览价值因子，以后依次顺序是 $x_2$ ：基础设施因子、 $x_4$ ：旅游环境因子、 $x_3$ ：社会因子。

表11 线性回归分析的系数

模型 非标准化残差参数 标准化残差参数 t统计量 双尾检验值 95%的信度区间 共线性检验

统计值

回归系数 线性回归参数的标准误差 标准化回归系数 最低值 最高值 容忍度 方差

膨胀率

1 常数项

F1

F2

F3

F4 2.473

.223

-.077

.158

.172 .446

.126

.111

.097

.126

.179

-.069

.159

.128 5.541

1.768

-.688

1.630

1.361 .000

.079

.492

.105

.176 1.591

-.026

-.296

-.034

-.077 3.355

.473

.143

.350

.421

.579

.601

.626

.675

1.727

1.663

1.598

1.482

经过进一步的分析，该模型不存在共线性问题。至此可以认为回归模型是恰当的。得出游客总体满意度与四个公因子之间存在 所显示的线性关系。

利用多元线性回归分析描述四个公因子与游客重游率的关系

拟建回归方程：

其中Y代表游客重游率， 、 、 、 分别表示提取出的四个公因子。

从表12中可以看出，模型的相关系数（R）为0.439，判定系数为0.193，调整判定系数为0.171，估计值的标准误差为0.793。通过观察这几个数据可知，本例的拟合情况是很好的。

表12 模型摘要

模型 相关系数（R） 判定系数（R2） 调整R2 估计值的标准误差

1 .439 .193 .171 .739

从方差分析表4-24中可以看出，模型的F检验统计量的观察值为8.840，双尾检验值为0.000，在显著性水平为0.05的情形下，可以认为Y（游客重游率）与（游览价值）、（社会）、（基础设施）、（旅游环境）之间有线性关系。

根据表13中数值和拟建的线性方程可以得出拟合结果为：

第四列给出了回归方程的标准化回归系数，由此看游客的总体满意度的标准化回归方程为：

标准化回归系数反映了各指标对总体满意度的影响大小，可以得知影响力最大的是x1：游览价值因子，以后依次顺序是x3：社会因子、x4：基础设施因子、x2：旅游环境因子。

表13 线性回归分析的系数

模型 非标准化残差参数 标准化残差参数 t统计量 双尾检验值 95%的信度区间 共线性检验

统计值

回归系数 线性回归参数的标准误差 标准化回归系数 最低值 最高值 容忍度 方差

膨胀率

1 常数项

F1

F2

F3

F4 2.127

.586

-.246

.196

.010 .491

.139

.123

.107

.139

.409

-.191

.171

.007 4.327

4.215

- 2.010

1.829

.073 .000

.000

.046

.069

.942 1.155

.311

-.488

-.016

-.264 3.098

.861

-.004

.407

.284

.579

.601

.626

.675

1.727

1.663

1.598

1.482

经过进一步的分析，该模型不存在共线性问题。至此可以认为回归模型是恰当的。得出游客重游率与四个公因子之间存在 所显示的线性关系。

## 7、研究结论及建议

通过以上分析结果可以看出，会展价值作为主要的吸引物对游客的满意度起着最重要的作用；而游客对会展举办地社会环境的普遍关注致使其成为重要影响因子；随着游客出游次数增多，会展举办地的基础设施也成为游客关注的方面；会展举办地的特色小吃、景区文化底蕴及与会展举办地点临近区域的景点虽然在很大程度上影响游客的满意度，但与其他因素比起来其影响力还有待加强。

不同年龄、文化程度、职业和出游目的的游客，对满意度评价存在显著性差异。其中文化程度对游览价值因子、社会因子、基础设施因子、旅游环境因子四个主因子的均值都存在显著性差异。评价倾向一致为：文化程度越高，评价越低。这说明文化程度高的人，对景区的各项因素的要求最高。我们在开发会展旅游时，要考虑到高教育水平游客的需求，开发出多种具有高品质和欣赏价值的旅游产品。另外年龄对游览价值因子、社会因子、旅游环境因子的均值都存在显著性差异，会展活动在细分市场制定营销策略时应加以考虑。对不同年龄段的游客采用不同的营销方式，给游客多提供个性化服务。不同职业的游客对社会因子的满意度评价差异性较大，这说明不同职业的人对会展举办地社会因素的要求具有很大的差别。

通过回归分析，我们还发现，影响游客感知的“基础设施因子”这个指标对总体满意度的影响较大，这说明我们改善旅游基础设施方面还需要做更多的工作；对“旅游环境因子”这个评价指标感知比较重要，并对其表现认为是满意的。这说明它对总体满意度有锦上添花的作用；游客对“社会因子”的评价比较满意，但回归分析结果显示这个指标对总体满意度影响并不是很大；而影响游客感知的“游览价值因子”对游客重游率的影响是最大的，游客认为会展期间各类活动是否丰富，活动的可参与性、旅游纪念品种类是否丰富、有特色，景点管理是否完善这些因素“非常重要”，同时，“旅游环境因子”对游客重游率的作用是最小的，这说明节事活动举办地的旅游环境对于游客的重游态度没有显著的影响。

如果游客最在意的因素没有让他感到满意，那么他对于整个会展活动的总体满意度都不会太高[5]。因此，会展举办地的组织者应该针对不同年龄段、不同文化程度、不同职业和不同出游目的的游客采取相应的管理措施，对前来参加会展活动的游客进行市场细分，注意抓住每个细分市场游客的特点，对症下药，以提高对会展旅游的总体满意度。

### 【参考文献】

- [1] Ritchie.J.R.B, 1984. Assessing the imp act of hallmark events[J].Journal of Travel Research 23 (1) : 2-11.
- [2] 吴必虎, 1998.中国国内客源市场的系统研究[M].华东师范大学出版社.
- [3] 张言庆, 2007.旅游地游客满意度测量的方法与量表[J].经济论坛.
- [4] 刘俊、马风华、苗学玲, 2005.基于期望差异模型的RBD顾客满意度研究[J].旅游学刊2005 (5) : 14—19.
- [5] 余向洋、朱国兴、邱慧, 2006.游客体验及其研究方法述评[J].旅游学刊21 (10) : 91—97.

### 【作者简介】

周春林，河南财经政法大学旅游与会展学院讲师，香港理工大学酒店与旅游业管理硕士。



[【发表评论】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【收藏此文】](#) [【关闭窗口】](#)

[➤ 上一篇:物联网技术在会展界应用前景探析](#)

[➤ 下一篇:重庆会展场馆承接展会重复性探究——以重庆国际会展中心为例](#)

[发表评论](#)

中国会展经济研究会版权所有 2009-2011

电话: 010-64240612 传真: 010-64240611 Email: cces@cces.org.cn

技术支持: 网人 本站ICP备案号: 京ICP备05069392号