

参展商视角下展览会场馆服务提升策略研究*

——以重庆国际会议展览中心为例

顾梦瑜, 张云耀

(重庆师范大学 地理与旅游学院, 重庆 400047)

摘要:运用重要度—绩效分析法,以重庆国际会展中心为样本,从参展商的视角切入,进行实证调查与分析,描述了会展场馆提供的有形产品和无形服务要素,评估了会展场馆服务各要素的重要性和实际满意度。研究结果表明重庆国际会展中心服务和设施的实际满意度明显低于重要度。建议从完善内部设施、改善餐饮服务、加强工作人员管理和大力宣传等方面提升场馆服务质量的建议。

关键词:会展场馆; IPA; 满意度; 服务质量; 重庆国际会展中心

中图分类号:F520;O212.1

文献标志码:A

文章编号:1672-6693(2012)04-0112-06

会展是会议、展览、展销、体育等集体性活动的简称,是指在一定地域空间,由许多人在一起形成的,定期或不定期的,制度或非制度的,传递和交流信息的群众性社会活动^[1]。会展场馆是会展经济发展的载体,被誉为会展经济发展的火车头,是展览业发展的基础^[2]。2009年中国32个省(市、自治区)共有展馆199个,共举办会展4603个^[3]。随着会展场馆的数量和规模日益增多,各会展场馆之间的竞争日趋激烈,如何提升服务品质也被越来越多的关注。然而笔者查阅相关资料后发现目前对会展场馆服务质量方面的研究极少。根据国务院3号文件,西部直辖市重庆将打造长江上游地区的“会展之都”,形成区域商贸会展中心,促进实现流通现代化^[4]。在此背景下,笔者选取重庆国际会展中心为样本,试图通过确定重庆国际会展中心的各项服务和设施,设计调查问卷,对参展商进行问卷调查,运用重要度—绩效分析法对调查得到的数据进行分析,明确参展商对会展场馆服务各要素的重要性程度的知觉,以及对实际服务情况的满意度,通过比较分析得出二者之间的差距,为会展场馆提升服务质量提供依据和策略。

1 相关研究综述

1.1 会展场馆

王华认为,展览项目经过策划确定后,如果不通

过会展场馆集中向专业观众和一般观众展示,那么展览的真实意义就不存在了。在展览系统中,场地通过展览组织者与参展商、观众发生密切联系。不同类型的展览选择不同的展览场地,但场地设施和服务水平决定了展览的质量^[5]。根据苑炳慧对展览环境的定义,可将会展场馆看作是展览环境的一部分。目前国内对会展场馆的研究主要集中在空间布局和规划的层面^[6]。如贾洁和范能船将上海大型会展场馆的分布划分为4种类型,在分析空间布局的优劣势的基础上提出了优化对策^[7]。傅婕芳对大型会展场馆及其与周边配套的空间关系进行了研究^[8]。陈建斌就会展中心的区位选择方面提出应规划独立功能的功能区,会展中心周边应有配套的酒店和商业服务等设施,有便利的交通条件以满足参展人员的需要^[9]。

1.2 服务质量满意度

关于满意度的概念,一般认为是期望与体验在实践方面的比较:当体验与期望发生负面差距时,便产生了不满意^[10]。唐惠贤认为,服务满意度是指组织提供的服务对客户一系列需求的实现程度。对于商业组织而言,客户的满意度直接决定客户的忠诚度和企业的利润水平^[11]。Oliver提出,顾客满意度来源于顾客的期望(Expectation)与实绩(Perceived performance)之间的比较。如果实绩符合或超出期

* 收稿日期:2011-11-12 网络出版时间:2012-07-04 11:15:00

作者简介:顾梦瑜,女,本科生,研究方向为节事旅游、旅游营销、旅游法规;通讯作者:张云耀,E-mail: zhyuniao@126.com

网络出版地址: http://www.cnki.net/kcms/detail/50.1165.N.20120704.1115.201204.112_020.html

望,顾客就会满意;反之,若实绩低于期望,顾客就会感到不满意^[12]。对服务质量满意度的测量,1985年 Parasuraman、Zeithaml 和 Berry 提出了服务质量模型(SERVQUAL),将服务质量分为有形设施、服务可靠性、服务响应性、服务保证性和服务情感投入度5个维度^[13]。Brown 等研究者提出了无差异分数模型(NDSERQUL),通过直接衡量消费者对期望与感知服务之间的差距来解决期望与感知这两个变量对服务质量的影响^[14]。1977年由马提拉(Martilla)和詹姆斯(James)创立的IPA(Importance-performance analysis)模型,把满意度看做是重要性和表现性的函数^[15]。许多学者将IPA分析法应用于各个领域,Oppermann 运用IPA分析法从组织者的角度探讨会展目的地的优、劣势^[16]。屈海林等对香港和新加坡两大国际会展都市的竞争力问题进行了分析和研究^[17]。张汉琴等运用IPA分析模型考察了大陆旅游者对香港导游服务质量的感知和评价,对资源的再分配以及提升导游服务质量方面向管理者提出了合理的建议^[18]。包亚芳等基于IPA分析法对临安旅游购物满意度进行了实证研究并提出了改进建议^[19]。

2 研究对象和研究方法

2.1 重庆国际会议展览中心的基本情况

重庆国际会议展览中心(以下简称重庆国际会展中心)是重庆市区标志性建筑之一,位于重庆市南岸区江南大道2号,是中国西部地区设施最先进、配置最齐备的大型综合性会议及展览场地之一。重庆国际会展中心建成于2005年,由展览中心和会议中心两大主体建筑构成。展览中心总使用面积58 000 m²,其中室内展厅面积45 000 m²,拥有西部最大的无柱式展厅,配有各种先进的硬件设施、设备,可容纳标准展位3 100个;室外展场可供展览活动的面积约13 000 m²,可以进行开幕仪式、商家展览展示活动等各种大型活动。会议中心共有33个不同规格的会议厅,分布在5层楼。会议大厅配置了先进的数字化会议系统,背投电子屏幕以及6声同传等设备,能满足国际性会议的需要^[20]。

2.2 重要度-绩效分析法

重要度-绩效分析法(Importance-performance

analysis,简称IPA)最早是由马提拉(Martilla)和詹姆斯(James)于1977年在顾客的期望以及对服务满意度的对比基础上提出的一项分析工具,广泛应用于顾客满意度测评。是让消费者从重要性与表现绩效两个维度对服务各属性进行评分,根据评分分析重要性与绩效的关联性,进而提出提升服务质量的策略^[15]。马提拉将重要性与绩效程度的平均得分绘制于二维坐标系中(图1)。其中,横坐标表示消费者对服务属性的满意程度(即绩效表现),纵坐标则表示消费者认为的服务属性的重要性(即重要度),以总评分均值为象限划分点,由此形成4个象限,分别为:1)继续保持区:表示此象限的服务属性重要度和满意度均高,应继续保持;2)集中关注区:表示此象限的服务属性重要度高,但满意度不高,是需要重点改善的区域;3)低顺位区:表示此象限的服务属性重要度和满意度都不高,改善的优先次序较低;4)过度努力区:表示服务属性的重要度低但满意度却高,是过度供给的区域^[21]。

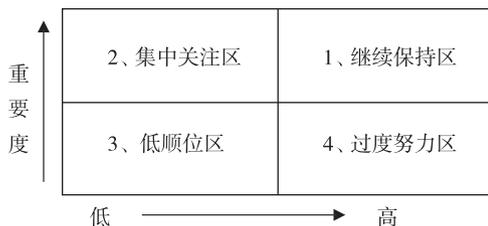


图1 IPA分析图

3 问卷设计与数据采集

3.1 问卷设计

问卷采用书面形式,由受访者匿名填写。为保证问卷内容的效度,笔者参考Deborah Breiter及Ady Milman等相关资料,结合重庆国际会展中心的实际情况,进行问卷设计,最后形成两个部分,整份问卷共计51题^[22]。第一部分由7个会展场馆服务项目指标以及14个会展场馆设施项目指标构成,分别要求受访者从重要度和绩效表现两个维度进行评价。具体的测量采用李克特5点尺度量表来计分,对于重要度的评价,从低到高对应的分值为:1表示“非常不重要”,2表示“不重要”,3表示“一般”,4表示“重要”,5表示“非常重要”;对于绩效表现的评价,从低到高对应的分值为:1表示“非常不满

意”,2 表示“不满意”,3 表示“一般”,4 表示“满意”,5 表示“非常满意”。第二部分为一般事项问题,作为统计学资料,主要包括受访者的性别、年龄、学历、近 3 年参展次数、参展目的以及未来继续参加在重庆国际会展中心举办的各种会展活动的意愿程度等,旨在了解受访者的基本信息,比较直观的反映受访者的基本信息,以确保调查样本的广泛性。

3.2 数据采集

本研究以重庆国际会展中心为样本,为了避免局限性,笔者于 2011 年 3 月 25 日至 4 月 14 日期间,分别前往在重庆国际会展中心举办的 3 个展:中环冶金展、春季服装博览会、工业装备展亲自进行实地调研和问卷调查。受访对象分别为参加这 3 个展的参展商。3 个展类型不同,既有专业展,又有博览会,这些参展商分别来自于不同的行业和专业,接受问卷调查的目标群体不同,范围更广,以此可以保证问卷调查样本的广泛性和严密性。总计发放问卷 136 份,有效问卷 130 份,有效问卷回收率为 95.6%。

本研究的资料处理运用 SPSS 13.0 版软件进行统计分析,为了确保量表的可靠程度,采用 Cronbach's Alpha 系数对其进行信度检验,经计算结果显示该问卷的 Cronbach's Alpha 系数为 0.905,具有较高的内部一致性,说明本问卷的信度较高,可采用数据进行分析。

4 研究结果

4.1 样本分析

在 130 份有效问卷中,性别以男性居多,占 83.1%,女性占 16.9%。年龄方面以 20~30 岁这组人数最多,占 59.2%,其次是 30~40 岁占 32.3%,40~50 岁占 6.2%,50~60 岁占 1.5%,20 岁以下仅占 0.8%,60 岁以上没有。可以看出大部分参展商年龄都集中在 20~40 岁之间,参展商群体以中青年为主。在学历方面,以本科这组人数最多,占 36.2%,其次是大专,占 36.2%,其他分别为高中及以下 7.7%,中职 6.9%,高职 6.9%,研究生及以上 3.1%。另外,在继续参展的意愿方面,55.4%的人表示愿意,其次 27.7%表示无所谓,而 8.5%的人表示不愿意,4.6%的人表示非常不愿意,表示很愿意的人仅占 3.8%。

表 1 调查对象的人口统计学特征

项目	内容	频率/名	比率/%
性别	男	108	83.1
	女	22	16.9
学历	高中及以下	10	7.7
	中职	9	6.9
	高职	9	6.9
	大专	47	36.2
	本科	51	39.2
	研究生及以上	4	3.1
年龄	30 岁以下	78	60
	30~40	42	32.3
	40~50	8	6.2
	50 岁以上	2	1.5
继续参展意愿	很愿意	5	3.8
	愿意	72	55.4
	无所谓	36	27.7
	不愿意	11	8.5
	非常不愿意	6	4.6

4.2 重要度与实际满意度分析

调查结果表明,在服务项目方面,参展商认为重要度排名前 3 项依次是:安保工作、完善的内部设施、会展中心的干净程度。而从重庆国际会展中心的绩效表现来看,满意度最高的前 3 项依次是:安保工作、客服的亲热程度、会议展览中心的干净程度。并且这些服务项目内容的 p 值均等于 0,表明参展商对这些项目的重要度与表现度有着显著的差别。

在设施项目方面,参展商认为重要度排名前 3 项依次是:会议展览中心手机信号的覆盖率、到会议展览中心沿途的指示标志的明确性、会议展览中心指示明确性。从重庆国际会展中心的绩效表现来看,满意度最高的前 3 项依次是:会议展览中心手机信号的覆盖率、会议展览中心卫生间的充足度、会议展览中心指示明确性。并且这些设施项目内容的 p 值均小于 0.05,表明参展商对这些项目的重要度与表现度有着显著的差别。

4.3 问卷结果的 IPA 分析图

将上述服务和设施项目的指标引入 IPA 分析法,可以得到重庆国际会展中心的服务和设施项目的 IPA 分析图,如图 2 所示。其中将整个坐标系划分为 4 个象限的纵横两条参照线分别为满意度和重要度的平均值(3.306 和 4.034)。

表 2 会展中心服务与设施的重要度与实际满意度分析表

服务与设施项目	重要度评分			满意度评分			t 检验	
	均值	标准差	排序	均值	标准差	排序	t	sig.
1. 会议展览中心的干净程度	4.36	0.63	5	3.37	0.74	8	12.66	0.000
2. 完善的内部设施	4.41	0.67	4	3.26	0.77	12	13.43	0.000
3. 客服提供帮助的有效性	4.34	0.68	6	3.32	0.78	9	12.15	0.000
4. 客服的亲热程度	4.13	0.69	9	3.51	0.77	5	7.29	0.000
5. 会展中心其它员工的辅助性	4.08	0.70	10	3.28	0.76	10	9.06	0.000
6. 网站的设计和內容	4.15	0.77	8	3.14	0.75	13	10.91	0.000
7. 安保工作	4.55	0.60	1	3.58	0.83	2	11.60	0.000
8. 会展中心指示明确性	4.26	0.65	7	3.57	0.78	3	8.72	0.000
9. 会展中心附近可提供高品质的住宿设施	3.67	0.81	18	3.38	0.75	7	3.17	0.002
10. 会展中心卫生间的充足度	4.02	0.69	12	3.58	0.89	2	4.83	0.000
11. 会展中心手机信号的覆盖率	4.47	0.64	2	4.02	0.63	1	7.84	0.000
12. 到会展中心沿途的指示标志的明确性	4.41	0.61	3	3.52	0.76	4	10.80	0.000
13. 整个会展中心休息处的设置	3.78	0.77	16	3.05	0.76	16	7.90	0.000
14. 当地餐饮设施到达的便捷性	4.05	0.74	11	3.12	0.73	14	9.75	0.000
15. 停车及其费用的可承受程度	3.72	0.85	17	3.27	0.63	11	5.07	0.000
16. 到达和离开会展中心出租车的便捷性	4.02	0.74	12	3.45	0.75	6	6.32	0.000
17. 整个会展中心容易找到出售餐饮的摊位	3.80	0.83	15	3.06	0.81	15	7.16	0.000
18. 知名餐饮品牌的服务	3.45	0.82	19	2.81	0.80	17	6.50	0.000
19. 商务中心的便利性	3.89	0.78	14	3.28	0.80	10	5.71	0.000
20. 充足的网络接入口	3.95	0.78	13	2.80	0.90	18	10.87	0.000
21. 其他	3.20	0.64	20	3.05	0.55	16	2.20	0.030

数据来源:根据本研究调查数据整理。

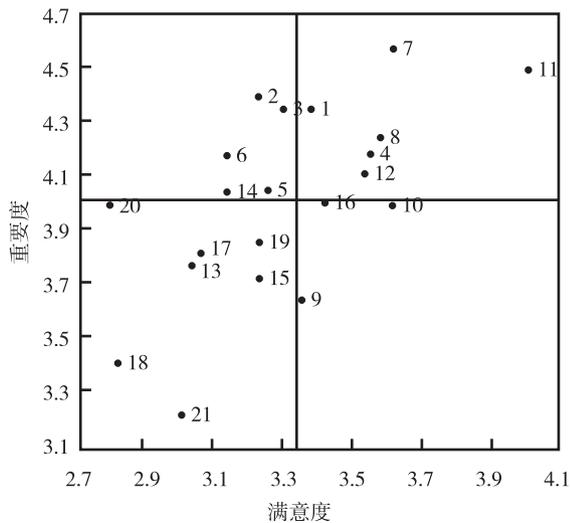


图 2 服务和设施项目 IPA 分析图

落在第一象限(右上角)继续保持区内的服务和设施项目为:会议展览中心的干净程度(1),客服的亲热程度(4),安保工作(7),会展中心指示明确性(8),会展中心手机信号的覆盖率(11),到会展中心

沿途的指示标志的明确性(12)。表示参展商认为重要度高同时重庆国际会展中心目前在这些方面的表现良好,是重庆国际会展中心的主要优势,需要继续保持,以便得到更高的认同度。

落在第二象限(左上角)集中关注区内的服务项目为:完善的内部设施(2),客服提供帮助的有效性(3),会展中心其他员工的辅助性(5),网站的设计和內容(6),当地餐饮设施到达的便捷性(14)。表示这些项目受到参展商高度的重视但重庆国际会展中心在实际表现上并不好,是需要高度重视和优先改善的方面。如何进一步完善内部设施,提升客服帮助的有效性等,值得集中关注,应大力采取相应措施加以改进。

落在第三象限(左下角)低顺位区内的服务项目为:整个会展中心休息处的设置(13),停车及其费用的可承受程度(15),整个会展中心容易找到出售餐饮的摊位(17),知名餐饮品牌的服务(18),商务中心

的便利性(19),充足的网络接入口(20),其他(21)。表示这些项目在参展商看来并不特别重要,但重庆国际会展中心在这些方面的实际表现也比较差。可以作为非优先改进的项目,待资源充足后再加以改进。

落在第四象限(右下角)过度供给区内的服务项目为:会展中心附近可提供高品质的住宿设施(9),会展中心卫生间的充足度(10),到达和离开会展中心出租车的便捷性(16)。表示重庆国际会展中心在这方面表现较好,较有优势,但参展商并没有给予相当程度的重视,应采取相应措施使这一优势不被忽视。

5 研究结论与建议

5.1 服务质量存在的主要问题

根据 t 检验的结果,重庆国际会展中心展览场馆各项服务和设施的实际满意度明显低于重要度。结合实证调查过程中参展商反映的一些问题,现将重庆国际会展中心展览场馆的设施和服务质量方面的主要问题归纳为以下几点:1)内部设施不够完善。软硬件设施配套不齐全,网络接入口缺乏,没有无线网络,参展商在展馆内无法上网,不能及时获取信息。展览场馆休息处等设置过少,座椅数量不够充足。2)餐饮问题。到达当地餐饮比较不便,展馆周围缺乏配套的知名餐饮品牌的服务,周边也没有临近的餐饮网点和购物广场之类,仅在展馆负一楼有提供快餐,无法满足广大参展商对餐饮的要求和品位。3)客服提供帮助不够及时和有效。参展商遇到问题时找客服不能得到及时和有效的解决,员工的辅助性不高。4)展会的宣传力度不够。网站上宣传展会的设计和内容的不够。对于近期将要召开的展会信息发布不够及时,展会介绍信息较少。

5.2 提升展览场馆设施和服务质量的建议

1)进一步完善内部设施。增加网络接入口,进一步了解参展商的网络需求,为其提供网络通讯服务,在休息区或服务区设立免费上网服务设备,以便参展商可以及时收发邮件与外界交流等获取信息。增加展馆内休息处的设置,增设座椅,展馆一楼没有固定的休息座椅,只有一处有偿提供休息服务的茶水区,其他楼层休息座椅数量也较少,建议在设立展台并且不妨碍出入的区域增设一些固定座椅,以便给前来参展的人员提供休息处。

2)加大力度改善餐饮服务。提高展馆内餐饮供应的种类以及质量,在口味、价格方面均衡配置,

提供个性化、特色化的餐饮服务,以满足来自各地的不同参展商的不同需求,提高满意度。另外还可以发挥会展产业集群效应,在展馆周边引进一些知名餐饮品牌的服务,完善商业配套设施,为参展人员提供更加多样化的选择。制作一些当地特色吃、行、游、购、娱的指南手册,分发给参展商,更好的提升展馆服务质量和满意度。

3)科学地组织、分工、协调、管理和监督展馆工作人员。明确客服人员的职责和训练处理问题的能力,保障专业的现场服务,对参展商遇到的问题要给予及时有效的解决,自己解决不了的问题要找相关人员继续帮助解决,服务过程中要做到耐心周到,坚守“以人为本”的理念,不忽视每一位参展商,充分为参展商着想,让参展商感知到展馆人员的真诚和热心,提高满意度和忠诚度。

4)大力开展宣传工作。改进网站的设计和内容的,在展会开展前一段时间就可在当地电视、广播、报纸、杂志等媒体上投放宣传广告,制作宣传资料邮寄给相关领域的专业参展商。在商业中心的海报、灯箱、广告牌等户外广告上进行宣传,加强展会宣传力度,吸引观众。在展馆外面拉宣传横幅和标语,为展会打造声势。

5)对于展馆目前做的比较好的方面要继续保持。如安保工作、会展中心指示明确性、卫生间充足度等,都是重要度高并且参展商满意度相对较好的方面,重庆国际会展中心应保持这些优势,继续努力,以便获得更高的满意度和忠诚度。

参考文献:

- [1] 刘大可. 中国会展业:理论、现状与政策[M]. 北京:中国商务出版社,2004:8.
- [2] 过聚荣. 中国会展场馆的前世今生[J]. 中国会展,2007(12):23-25.
- [3] 过聚荣. 中国会展经济(2010)[J]. 中国中小企业,2010(5):40-41.
- [4] 齐彬. 打造会展之都重庆今年将办六大会展项目[EB/OL]. (2010-03-25)[2011-06-20]<http://www.chinanews.com/cj/cj-hzzx/news/2010/03-25/2190924.shtml>.
- [5] 王华. 会展概论[M]. 广州:暨南大学出版社,2010:114.
- [6] 苑炳慧,杨杰. 基于参展商视角的展览环境评价与优化研究[J]. 旅游论坛,2009(2):5.
- [7] 贾洁,范能船. 上海会展场馆的空间布局优化[J]. 城市管理,2004(4):49-51.

- [8] 傅婕芳. 品牌化会展场馆对周边配套的需求研究[J]. 科技资讯, 2009(33):68-69.
- [9] 陈建斌. 会展中心的区位选择与发展对策[J]. 重庆工商大学学报:西部经济论坛, 2003(6):102-104.
- [10] 徐克帅, 朱海森. 国外游客满意度研究进展及启示[J]. 旅游论坛, 2008(1):138-142.
- [11] 唐惠贤. 服务满意度测评 IPA 方法比较研究[J]. 商场现代化, 2010(4):39-40.
- [12] Oliver R L. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions[J]. Journal of Marketing Research, 1980, 17(4):460-469.
- [13] Parasuraman A V, Zeithaml B L. A conceptual model of service quality and its implication for future research[J]. Journal of Marketing, 1985, 49(4):41-50.
- [14] Brown T, Churchill G, Peter J. Improving the measurement of service quality[J]. Journal of Retailing, 1933, 69:127-139.
- [15] Martilla J A, James J C. Importance-performance analysis[J]. Journal of Marketing, 1977, 41(1):77-79.
- [16] Oppemann M. Convention cities-images and changing fortunes[J]. The Journal of Tourism Studies, 1996, 7(1): 10-19.
- [17] Hu H L, Li L, Gilder K T C. The comparative analysis of Hong Kong as an international conference destination in Southeast Asia[J]. Tourism Management, 2000, 21(6):643-648.
- [18] Zhang H Q, Chow I. Application of importance performance model in tour guides' performance evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong[J]. Tourism management, 2004, 25(1):81-91.
- [19] 包亚芳, 孙治, 闪媛媛, 等. 基于 IPA 分析法的临安旅游购物满意度实证研究[J]. 昆明大学学报, 2008, 19(2):54-58.
- [20] 重庆国际会议展览中心公司简介[EB/OL]. (2009-01-24)[2011-06-20] <http://www.cqcec.com/html/guanyu-women/gongsigailan/2009/0624/23.html>.
- [21] 吴晓隽, 周耶胜. 上海展览中心设施和服务水平评析——基于参展人员视角[J]. 统计科学与实践, 2010(9):33-35.
- [22] Breiter D, Milman A. Attendees' needs and service priorities in a large convention center: Application of the importance-performance theory[J]. Tourism Management, 2006, 27:1364-1370.

A Study on Promoting Strategies of Convention Centers' Service Quality From Exhibitors' Aspect: Taking ChongQing International Convention & Exhibition Center as an Example

GU Meng-yu, ZHANG Yun-yao

(Geography & Tourism College, Chongqing Normal University, Chongqing 400047, China)

Abstract: Convention center is essential to the development of meetings industry. This study is focused on how to improve service quality of convention center and increase the exhibitors' satisfaction. Importance-Performance Theory (IPA) was applied in the study, ChongQing International Convention & Exhibition Center (CQCE) was taken as a case, a structured questionnaire to exhibitor was developed, which based on literature review and the focus group findings. A series of analysis methods were conducted to find out if there were any statistically significant differences between or among responds to the tangible products and intangible service provided by convention center, and to evaluate the importance and satisfaction of convention facilities and services, the study shows that the level of satisfaction is obviously less than the level of importance at CQCE, at last the suggestion of improving service quality is to improve facilities, catering service, management of staff and engaging in propaganda.

Key words: convention centers; Importance-Performance Theory; satisfaction; service quality; Chongqing International Convention & Exhibition Center

(责任编辑 欧红叶)