

# 农业高新技术展会的服务功能绩效分析

刘帆,张军,国承荣,孟妮娜,侯瑞,沈碧瑶,李勇勃

(西北水资源与环境生态教育部重点实验室/陕西省环境工程重点实验室/西安建筑科技大学  
环境与市政工程学院,陕西 西安 710055)

**摘要:**为了提升大型农业展会服务效果,探索农业技术推广服务新渠道,以第十九届杨凌农业高新科技成果博览会为例,通过问卷调查和统计分析,以受访者职业为判别因子,从交流展示功能、技术推广功能、主题宣传功能 3 个维度对农业高新技术展会的功能进行绩效分析和现状评价。结果表明:该届展会在改善现场服务、支持农业新技术传播及扩大宣传效果等方面工作具有较大提升潜力,并针对问题提出了相应的对策和建议。

**关键词:**农业高新科技成果博览会;服务;绩效分析;问卷调查

**中图分类号:**F32

**文献标识码:**A

**文章编号:**1002-2767(2014)09-0111-06

农业成果博览会旨在为我国现代化农业生产发展注入新活力和生机的一种现代农业营销模式,其开办不仅是农产品贸易、优化产业结构、促进产业化发展和拉动地区经济增长的综合平台,也成为推动我国农业产业信息化交流的纽带和桥梁<sup>[1-2]</sup>。杨凌农业高新科技成果博览会(农高会)是由国家科学技术部、商务部及农业部等 17 个部委与陕西省人民政府联合主办的国际性农业科技展会,是我国农业高新科技领域最具权威和影响力的大型综合展会之一,围绕为“三农”服务的举办宗旨和国内农村发展、农民增收及农业现代化为主题,为我国农业高新技术与产品的交流交易搭建起了稳固的国际化交流平台,在保增长、促增收方面发挥着重要作用<sup>[3-4]</sup>。为进一步了解目前基层农业工作者对农业高新技术和产品的需求特征、高新农业技术的推广渠道以及农高会的宣传组织服务现状,该研究以第十九届杨凌农高会参会人群为主要调查对象,重点对农高会提供服务的现状与农业工作者的服务需求进行对比分析,为提升大型农业展会的服务效果、探索农业技术推广服务的新渠道提出参考建议。

## 1 研究方法

### 1.1 调查问卷设计

参考往届展会调查结果文献,综合 3 位农业问题研究和社会学领域专家对问卷内容效度和结构设计提出的修改意见,最终确定此次调查问卷内容的两个主体功能部分。其中,第一部分包含 7 个题目,前 2 个题目为采集调查对象的自然特征外,其余 5 个题目为采集调查对象的参会渠道、目的、参观意愿、期望和限制条件等方面的信息,调查采用封闭式多项任选题形式;第二部分是对农高会服务效果评价的信息采集,包含 8 个题目,依据前期调研结果设置 3 个维度,采用封闭式多项单选题形式。

### 1.2 现场调查

课题组于 2012 年 11 月 18~20 日期间连续走访调查农高会展会现场及周边服务场所,并于 20 日展会开幕第 1 天在主展馆区域发放调查问卷。以会展期间参加农高会的 240 名各类型参会人员作为访谈及问卷调查对象,包括现场观众 205 名,参展商 22 名,会场服务志愿者 2 名,餐饮服务人员 8 名,专业技术人员 3 名。采用随机抽样调查方式,共发放问卷 200 份,收回 196 份,回收率为 98%,剔除无效问卷后获得有效问卷 179 份,有效回收率为 89.5%,达到了回收率 70% 以上的经验性标准,有效样本数与问卷题目数比为 15:1,表明此次调查的数据能够获得较为可靠的结论<sup>[5-7]</sup>。

采用 SPSS 19.0 软件进行问卷的数据质量分析与统计描述。

收稿日期:2014-05-08

基金项目:陕西省自然科学基金资助项目(2014JM7260);陕西省教育厅基金资助项目(11JS054,12JK0484);大学生创新创业训练计划资助项目(201210703025,0977)

第一作者简介:刘帆(1992-),男,陕西省宝鸡市人,在读学士,从事农高会调查组织和数据分析研究。E-mail:liufanft@163.com。

通讯作者:张军(1974-),男,博士,讲师,从事环境污染生态学研究。E-mail:zhangjun@xauat.edu.cn。

## 2 研究结果

### 2.1 问卷的信度检验

采用结构效度对第二部分问卷理论假设 3 个维度的调查结果进行效度检验,统计方法采用主成分分析法和因子分析法。

经由问卷第二部分 8 个题目作为变量的初步数据分析,得到各原始变量的相关系数矩阵和显著性水平(数据表略),在矩阵上三角中有 7 个相关系数大于 0.3,但所有相关系数对应的概率值  $P$  均小于 0.05,表明各变量之间是显著相关的。因子分析抽样足够度值  $KMO = 0.795 > 0.7$ , Bartlett 球形度检验的近似卡方值为 273.9,对应的概率值  $P = 0.000 < 0.01$ ,因此此次调查问卷的数据可以采用因子分析法处理<sup>[8]</sup>。

因子分析处理后的提取公因子方差和旋转成分矩阵见表 1。由于 8 个变量标准化后的共同度均为 1,并且提取公因子方差在 0.462~0.759,表

明原始变量的方差都可以被因子分析解释。以提取 3 个公因子为目标进行主成分降维处理后,得到前 3 个公因子相关系数矩阵特征值的累积贡献率为 61.2%,说明以 3 个维度划分问卷第二部分的 8 个题目具有较好的结构效度,也即验证了问卷设计时预设的 3 个维度模型的有效性。因此,该研究设计的问卷能够较好地针对调查目标而获取信息。

由成分矩阵结果可知,第一个分维度包括 9、10、11、12 四个题目,代表调查对象对农高会现场服务效果的认可度;第二个分维度包括 13、14 两个题目,代表调查对象对农高会衔接基层农技服务组织的长期服务能力的认可度;第三个分维度包括 8、15 两个题目,代表调查对象对本届农高会宣传效果的认可度。因子分析结果与 3 个维度的调查期望可以较好地吻合。

表 1 因子分析的方差和旋转成分矩阵

Table 1 One-Way ANOVA and rotated component matrix of factor analysis

变量描述 Variable description	<sup>a</sup> 提取公因子方差 Communalities	<sup>b</sup> 旋转后的成分(>0.5) Rotated components		
		1	2	3
11. 获得新技术新产品的机会 Opportunities for new product or technique	0.682	0.795		
10. 高新农业技术的适用性 Applicability of the agricultural high-tech	0.605	0.729		
9. 对农业现代化的推进作用 Promotion for the agriculture modernization	0.546	0.697		
12. 技术咨询和讲座的效果 Effect of technical consulting and lectures	0.462	0.524		
14. 农合组织对农户创收的作用 Role of farmers organization to generate income	0.655		0.787	
13. 农技指导站的服务效能 Efficiency of agrotechnical station service	0.667		0.783	
15. 农高会的宣传效果 Publicity of the CAF	0.759			0.817
8. 对农高会的关注度 Attention to the CAF	0.523			0.601

注:a.提取方法为主成份;b.旋转方法为具有 Kaiser 标准化的正交旋转法,迭代 5 次收敛。

Note:a. Extraction method is principal components analysis;b. Rotated method is varimax with Kaiser normalization, rotation converged 5 iterations.

### 2.2 问卷的信度检验

此次调查采用态度式问卷,且调查在短期内无法重复,所以选用半分信度考察问卷的稳定性和一致性。将 3 个维度中题目各自分为两半后组成前后两部分,经过对所有可能折半方法的数据信度检验后可知,半分信度系数(Spearman-

Brown 系数,等长)在 0.765~0.797,满足信度系数大于 0.7 的要求,说明问卷的稳定性和一致性较高<sup>[8]</sup>。

在计算 Cronbach 信度系数后发现,总量表的  $\alpha$  系数值为 0.757,3 个维度分量表的  $\alpha$  系数值在 0.341~0.729,均未达到  $\alpha > 0.8$  的要求,尤其是

第一个维度作 Tukey 不可加性检验和方差分析后显示  $P<0.05$ ,表明该问卷的内部一致性还不够好,这可能是不同调查对象对第一维度中题目的理解和回答差异性过于显著,第二、三维度中包含题目过少,而且调查样本总量不够大等因素造成的。

2.3 参会者自然特征和基本需求分析

调查问卷第一部分主要采集了参会者的职业和来源地区的两项自然特征信息,同时采集了其 对农高会的基本态度(见表 2)。从各题目选项的频率分析数据可以看出,农高会参会主体仍然是农业工作者,占比近四成,其它各类职业参会者比例基本相当,明确体现了农高会的以“三农”为服务对象的举办宗旨。参会者主要来自陕西省内,参会目的以寻找实用农业技术为主,这些特征与以往的调查结果一致<sup>[6,9]</sup>。对农高会的获知渠道进行分析可知,通过网络获知的比例占 17.0%,虽然高于往届<sup>[9]</sup>,但是影响力依然较小,而超过四成的受访者是 通过新闻媒体得知,表明目前农业工作者获取农业展会信息对广播电视和报纸等新闻媒体的依赖性较强,基本反映了农村对各媒介的获取和接触的难易程度。在对此届农高会 5 个展区的参观意愿调查后发现,受访者对农业实用技术及产品推广区(B 区)和高新技术及产品展示交易区(A 区)的参观意愿最高,而对其它展区尤其是国际展区相对冷淡。通过实地考察后分析其原因,一方面可能是农机交易区和农业示范园区距离主展馆相对较远,而会场提供的交通条件和较全面的宣传展示材料却严重不足<sup>[9]</sup>,这样的展区布局不能有效地辅助参会者进行参观。会场周边提供食宿的星级宾馆价格昂贵,而能为参会者提供廉价食宿的杨凌农户接待处又很分散,难以保证一般参会者有充足的停留时间用于参观交流。另一方面,可能由于我国基层农业工作者普遍文化素质不高(初中及初中以下文化程度者占比较高)<sup>[10]</sup>,对现代信息交流方式掌握程度较低,对国际农业信息交流渠道的运用则更为局限,因此对代表工业技术水平的农业机械和体现农业集约化经营水平的农业示范园反而兴趣不足。这与受访者对展会的突出意见表现在售后服务、技术培训和现场咨询服务不足的调查结果具有明显的一致性,说明主办方在展会配套的技术支持和后勤保障方面工作亟需改善。

表 2 调查对象的自然特征和基本态度统计分析  
Table 2 Statistics analysis on natural features and the basic attitude of investigation object

项目 Items	选项 Options	比例/% Proportion
职业 Professionals	农业工作者	39.7
	商人	15.7
	公职人员	15.7
	学生	14.0
	其它	16.2
地区 Regions	陕西	75.4
	非陕西	24.6
参会目的 Purposes	寻求投资合作	13.0
	寻找实用技术	53.9
	采购	13.5
	其它	19.7
获知渠道 Means to know	亲朋好友介绍	24.5
	网络	17.0
	新闻媒体	42.0
	其它	16.5
参观意愿 Visit wishes	A 高新技术及产品展示交易区	23.6
	B 农业实用技术及产品推广区	30.9
	C 农业机械交易区	18.1
	D 杨凌现代农业示范园区	15.7
	E 国际馆	11.8
参会受限因素 Limiting factors	路途遥远食宿不便	38.4
	宣传力度不足	34.7
	费用较高	16.8
	其它	10.0
改进意见 Improvements	会场布置与标识	11.7
	现场咨询服务	22.6
	产品介绍	18.0
	技术实用性介绍	19.9
	售后服务与技术培训	24.1
	其它	3.8

2.4 农高会服务功能绩效分析

对问卷 3 个维度题目数据的总体样本做探索分析,结果表明,总体分布数据无缺项、无极端值,且各维度题目频数分布呈现较小程度的非正态性但不会影响单因素方差分析的结果。由方差齐性检验结果可知,除了题目 15(农高会宣传效果,  $P=0.004<0.05$ )外,其它题目均具有方差齐性,因此基本上满足单因素方差分析的条件,以“职业”变量作为判别因子获得的方差分析结果和显著性检验见表 3。可知,不同职业的受访者在第一、三维度题目上的态度具有显著差异,而对第二维度题目的态度上差异不显著。特别是对于通过农高会能否获得农业高新技术和产品的认可度以及能否推进农业现代化进程的认可度上,不同职

业人群的感受是不同的,这与受访者具有不同的参会目的有关。

鉴于农高会的主要服务对象是农业工作者,为了明确区分其对 3 个维度题目的态度,该研究将“职业”变量的数据进行转换,将农业工作者和所有非农业工作者各自归为一类,形成“是否为农业工作者”的新变量,以此为判别因子对数据进一步做一致性检验(卡方检验),获得的结果见表 3。

表 3 农高会服务效果认可度的单因素方差分析和一致性检验结果

Table 3 One-Way ANOVA and consistency check for service recognition of CAF

变量描述 Variable description	F	显著性 Significance	Pearson $\chi^2$	显著性 Significance
11. 获得新技术新产品的机会 Opportunities for new product or technique	5.060	0.001 **	2.498	0.476
10. 高新农业技术的适用性 Applicability of the agricultural high-tech	2.047	0.090	3.327	0.344
9. 对农业现代化的推进作用 Promotion on the modernization of agriculture	4.596	0.001 **	4.852	0.183
12. 技术咨询和讲座的效果 Effect of technical consulting and lectures	2.717	0.031 *	8.703	0.034 *
14. 农合组织对农户创收的作用 Role of farmers organization to generate income	0.456	0.768	2.771	0.428
13. 农技指导站的服务效能 Efficiency of agrotechnical station service	1.473	1.212	7.373	0.061
15. 农高会的宣传效果 Publicity of the CAF	1.490	0.207	7.599	0.022 *
8. 对农高会的关注度 Attention to the CAF	2.846	0.026 *	13.555	0.004 **

注: \* 显著性差异( $P < 0.05$ ), \*\* 极显著性差异( $P < 0.01$ )。

Note: \* mean significant difference( $P < 0.05$ ), \*\* mean extremely significant difference( $P < 0.01$ ).

将每个题目的回答划分为“积极”态度和“消极”态度两类,相应地按照“是否为农业工作者”的新变量进行交叉列表分析,以统计比例表示不同职业人员的态度差异(见表 4)。结合表 4 中的统计结果深入分析可知,在对农高会对农业现代化建设的推进作用(第 9 题)评价上选择“积极”态度的农业工作者和非农业工作者所占比例分别达到 66.2%和 50.0%,均超过持“消极”态度的人数。在现场技术咨询和讲座的效果(第 12 题)问题上,由于咨询和讲座主要是涉及农业技术应用等专业知识和技术问题,所以对农业工作者吸引力较大,而非农业工作者对此普遍缺乏兴趣。即使如此,也有近 4 成的农业工作者对咨询讲座内容持“消极”态度,表明该项服务在内容和形式上亟需改善。但是在是否能够获得高新农业产品、技术或理念(第 11 题)、从农高会期间获得的高新农业技术产品的适用性(第 10 题)两个问题上,有超过半数的“消极”态度选择,尤其是在获取农业高新技术方面农业工作者的认可度仅有 38.0%,说明农

由表 3 中 Pearson  $\chi^2$  显著性数据可知,是否为农业工作者的职业身份在对第三维度题目(第 8 和 15 题)的态度上差异显著,而对第一、二维度题目的态度上整体差异并不显著,仅在技术咨询和讲座的效果题目(第 12 题)上看法有一定差异。这与表 3 中方差分析 F 值显著性结果表达出的各职业人群对农高会现场服务效果(第 9、11、12 题)的态度差异显著性较高的结果出现明显分歧。

业工作者对主办方倾力打造的各类现场技术推广、产品交流活动的实际效果认可度较低,这会对广大农业工作者尝试通过农高会学习借鉴农业高新技术的积极性产生负面影响。表明,农业工作者对农高会的服务期望值很高,与表 2 中受访者参会目的以寻找实用技术为主的结论相一致,但是此届展会在现场服务效果和服务针对性方面对农业工作者的需求关注度却表现出明显的不足。

第二维度(第 13、14 题)主要调查农高会长期服务能力。在农业合作组织在农户创收的作用(第 14 题)问题上,持“消极”态度的农业工作者和非农业工作者占比均超过 50%;而在基层农技指导站的服务作用(第 13 题)问题上持“消极”态度的农业工作者和非农业工作者人数超过持“积极”态度人数的 2 倍以上。反映出受访者均对基层农合组织和农技服务组织的服务效果认可度较低,但是从表 2 参观意愿统计数据上又能够看出,农业工作者普遍对农高会高新技术产品和实用技术服务的兴趣浓厚。表明杨凌农高会的高技术产

品辐射带动作用、服务功能在向基层农业技术保障层面渗透的过程中表现乏力,同时也对农高会这类高层次展会如何扩展服务功能、提升长期持续服务能力提出了切实要求。

在第三维度题目分析结果中,对农高会的宣传效果题目(第 15 题)选择“消极”态度的农业工作者和非农业工作者所占比例均超过 50%,而与此相反的是,对于农高会关注度(第 8 题)选择高

关注的“积极”态度的农业工作者所占比例为 71.5%,远远高于其它选择,即使是非农业工作者对此的选择占比也达到 45.4%。这充分说明农高会宣传组织工作尚未达到受访者普遍预期的效果,这可能与受访者的展会获知渠道主要以新闻媒体和口口相传的方式为主有关(见表 2),亦即表明农高会主办方应在充分调查各类宣传渠道及其效果的基础上,进一步强化宣传组织工作能力。

表 4 农业工作者与非农业工作者的态度差异

Table 4 Attitude differences between farmers and non-farmers

题目编号 Variable number	农业工作者态度所占比例 Percentage of agricultural workers' attitude			非农业工作者态度所占比例 Percentage of non-agricultural workers' attitude		
	积极/%	消极/%	残差	积极/%	消极/%	残差
	Positive	Negative	Residual error	Positive	Negative	Residual error
11	38.0	60.6	0.0	38.0	57.4	0.0
10	49.3	45.0	0.6	37.0	54.7	-0.4
9	66.2	31.0	-0.5	50.0	44.5	0.4
12	42.3	39.4	-0.5	27.8	49.1	0.5
14	33.8	52.2	-0.6	30.6	62.0	0.6
13	28.2	66.2	0.6	22.2	70.4	-0.6
15	45.1	54.9	1.2	34.3	65.7	-0.9
8	71.5	25.4	-0.5	45.4	48.1	0.4

3 对策与建议

基于此次调查结果的分析和对此届农高会服务效果的评价,从加强展会现场服务能力、推动长期服务体系建设及扩展宣传渠道 3 个方面对农高会服务效果的提升潜力进行分析,并据此提出改善农高会服务效果的对策和建议。

首先,加强展会现场的分层次的专业服务能力,将农高会办成推动高新科技成果转化的技术服务型展会。农业展会较之于其它行业展览,通常具有更强的公共服务属性,因而观众质量低下问题也一直是制约农业展会效益的重要因素<sup>[2]</sup>,没有明确参会目的普通观众挤占了专业观众的资源,这不仅直接影响了贸易洽谈环境,制约了展商交流洽谈效果,更降低了主办机构组织协调工作的效率。主办方可以借鉴其它专业展会的经验,采取团体参会和个人参会的分类接待方式,鼓励各地区以参观洽谈代表团的形式集体参会,并指导报名参会的代表团预先对不同层次的农贸投洽项目和一般农户需求进行分类调查,然后由会展主办方负责将各代表团申报的项目需求进行汇总,据此制定有针对性的专业服务方案。另外,可以充分发挥西北农林科技大学、杨凌职业技术学院等涉农大专院校学生志愿者的力量,将预先培

训过的学生志愿者分成现场讲解和营销服务两队,在会展期间根据观众规模和具体需求,尝试采用将个人参会观众现场组团、由服务队全程陪同参观的方式组织会场服务工作,既能有效提高展台展示和讲座培训的效率,又能合理规划服务设施使用和服务人员配置,使农高会在保持高技术水准和大宗农业商贸洽谈项目成功率的前提下,兼顾解决一般观众的实际问题的良好效果。

其次,通过农高会推动产学研一体化进程,加速农业高新技术在基层农户中的传播和推广。随着我国农业从传统资源依赖型产业向资源与市场双重约束的科技支撑型产业转变<sup>[11]</sup>,现行的中央到省、地、县、乡的政府型农业科技推广体系,因为从职能上和主要服务目标上与基层农户追求经济利益最大化的目的之间发生异化<sup>[12]</sup>而受到严重冲击。同时,由于政策导向、激励机制和专业利益驱动等因素影响,主要承担农业科技成果产出任务的农业科研院所和涉农大专院校对应用性农业技术研究和推广的积极性不足,导致科技成果市场定位不准、重社会效益轻经济效益等一系列问题<sup>[13]</sup>。诸如此类的问题和矛盾导致了高新农业技术和产品供给与基层农户的有效适用技术需求之间出现断层,严重影响农业科技成果转化的速

度和效益。为此,主办方应该依托中央和地方政府的资金和政策支持,借助农高会的契机大力扶持和推广建立“科技专家+企业+基地+农户”的经营模式<sup>[14]</sup>,并充分鼓励和带动“农合组织+农户”的基层农技推广体系发展,从而逐步建立农业高新技术到农户田间地头畅通无阻的传播推广途径,通过展会平台更好地推向高新农业科技成果的市场化和产业化。

再次,加强农业信息化建设,拓展农高会宣传渠道,提升宣传效果。随着迅速发展的虚拟现实技术与计算机多媒体展示技术的结合,现代农业会展业也在朝着“实物展会+网络展会”的方向发展<sup>[15-17]</sup>。建议会展主办方效仿上海世博会模式,以现有的展会网站为基础开设网上虚拟农业展厅,一方面可以让涉农行业观众足不出户便可及时获取展会信息,深入了解产品性能、结构和用途。另一方面,在网上展厅中开设远程农技培训课程,联合科研院校和企业研发部门制作和投放农业专题的网络/电视教学资源,同时配套提供农产品购销信息和售后服务、质量监督渠道等信息,全方位打造农高会的立体宣传渠道,为低成本、多功能、高效率宣传农高会并且发挥其长期持续服务能力赢得广泛的发展空间。

#### 参考文献:

- [1] 张莹莹. 浅析农博会在服务三农中的意义[J]. 农业与技术, 2012, 32(7): 165-167.
- [2] 于孔燕. 中国农业会展业发展趋势分析[J]. 世界农业, 2013(5): 134-137.
- [3] 中国国际贸易促进会农业行业分会. 2011年全国农业展会影响力[J]. 农产品市场周刊, 2011(48): 14.
- [4] 罗艳, 王青. 关于杨凌农高会影响力的调查分析[J]. 农村经济与科技, 2010, 21(9): 83-85.
- [5] Bbbie E. 社会科学研究方法[M]. 李美华, 等译. 台北: 时英出版社, 民国八十七年(1998): 407-408.
- [6] 裴娣娜. 教育研究方法[M]. 合肥: 安徽教育出版社, 1995: 176.
- [7] Wiersma W. 教育研究方法论[M]. 袁振国, 译. 北京: 教育科学出版社, 1997: 222.
- [8] 杜智敏. 抽样调查与 SPSS 应用[M]. 北京: 电子工业出版社, 2010: 697, 723.
- [9] 王崇桃, 李少昆, 韩伯棠. 关于农民对农业技术服务需求的调查与分析[J]. 农业技术经济, 2005(4): 55-59.
- [10] 吴斌斌, 侯永强, 张然然. 影响农高会成果推广的调查分析[J]. 农村经济与科技, 2011, 22(2): 86-88.
- [11] 王云峰. 农业科技成果转化途径与模式探讨[D]. 杨凌: 西北农林科技大学, 2004.
- [12] 吴飞鸣, 孙传范, 王敬华. 农业科技成果转化资金分技术领域绩效评价[J]. 中国农业科技导报, 2013, 15(4): 72-77.
- [13] 余树华, 林爱华, 龙宇宙, 等. 农业科研院所参加农业展会的思考[J]. 热带农业科学, 2013, 33(12): 97-100.
- [14] 苏林, 易同明. 擎起产学研结合的大旗[J]. 中国高校技术市场, 2001(8): 23-24.
- [15] 金顺利. 加强农业信息化建设, 促进农业发展[J]. 基层农技推广, 2013, 1(10): 50-52.
- [16] 贾敬敦, 何荣海, 魏珣, 等. 我国农业前沿技术及新兴产业发展现状与应对建议[J]. 中国农业科技导报, 2012, 14(5): 1-6.
- [17] 李丽雪, 雷光英, 郑业鲁, 等. Web 3D 虚拟现实技术在农业会展上的应用前景[J]. 农业网络信息, 2012(11): 5-15.

## Performance Analysis on Service Function of Agricultural Hi-Tech Fair

LIU Fan, ZHANG Jun, GUO Cheng-rong, MENG Ni-na, HOU Rui, SHEN Bi-yao, LI Yong-bo  
(Ministry of Education Key Laboratory of Northwest Water Resource and Environment Ecology/Shaanxi Province Key Laboratory of Environmental Engineering/School of Environmental and Municipal Engineering, Xi'an University of Architecture and Technology, Xi'an, Shaanxi 710055)

**Abstract:** In order to improve the agricultural exhibition service and explore new channels for agricultural technology extension, questionnaire survey and statistics methods were applied to investigate the service effect of the 19<sup>th</sup> China Yangling Agricultural Hi-Tech Fair(CAF). Status and potential of service were assessed from three dimensions of recognition including field service effectiveness, long-service capabilities and publicity, which distinguished by discriminating factor of respondents' occupation. The results showed that there were still more potential to improve field service, support diffusion of the new agricultural technology and contribute to the publicity. At the same time, the corresponding advices and countermeasures were suggested.

**Key words:** CAF; service; performance analysis; questionnaire survey

(该文作者还有石辉, 陈瑶, 单位同第一作者)