

《会展 & 策划与管理》

图书基本信息

书名：《会展 & 策划与管理》

13位ISBN编号：9787531441250

10位ISBN编号：753144125X

出版时间：2008-7

出版社：辽宁美术出版社

页数：79

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

会展业在发达国家深受高等教育、职业技术教育和科研界的重视。随着社会经济的飞速发展，我国会展业虽然起步较晚，但是从“九五”以来中国的会展业发展迅速，近年来以20%的平均增长率逐年增长，在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色。尽管会展业发展迅速，但与西方发达国家相比，我国的会展业还处在萌芽阶段，发展不成熟，竞争力相对较弱。我国会展业无论是在规模、效益还是在质量方面都与发达国家差距巨大，主要体现在管理、运作、展示设计水平低，这些问题都与会展人才短缺有直接或间接关系，会展人才短缺已成为制约我国会展业发展的“瓶颈”。据国家劳动和社会保障部有关部门统计预测，近三年内我国会展人才缺口近200万人。因而，各类相关学校及科研机构纷纷瞄准会展业这块阵地，以各种不同层次的教育方式，开展不同层次的会展专业的学历教育。

从目前我国会展教育研究机构看，主要分成两大类：一类是开设会展专业的大中专院校和职业学校；另一类是依靠大学或行业骨干力量办的科研类研究中心。从我国的会展教育人才培养模式来看，第一层次为职业培训教育，专门培养会展所需各个细分工种的技能型人才，如展位设计、展品仓储和运输、会展营销等。第二层次是在具备了一定的业务水平后，继续进修以获得会展类的专项文凭。第三个层次为学位层次，即接受高校的学历教育，获得学士或硕士级别的文凭。会展类的信息交流形式则趋于多样化，如学术研讨会议、行业内高层研修活动、政府人才培养项目等。利用一切资源加快我国会展专业人才的培养。

虽然各地各院校及相关单位都在积极探索自己的会展办学模式，但从会展学科的建设情况来看，我国的会展教育起点低，特别是展示设计专业的师资队伍力量薄弱，许多老师是从装潢广告、室内设计专业等学科转行过来的，授课方式上很多还是直接把室内设计学和广告设计学两项课程简单拼凑的教学模式，创新很少。会展业系列教材远远落后于会展业的发展需求。

从今后展示设计专业的职业特点看，这个专业培养出来的专业人才，应该具备运用现代设计理念，从事大、中、小型会展、节事活动空间环境的展示设计、施工并提供具有创造性和艺术感染力的视觉化表现服务的人员。职业的特点已经决定了它的实践性要求，特别是职业技术教育有别于大学本科的教育模式。因此，我们更应该按照职业技术人才培养的教育模式，以及不同的市场定位需求，制订相应的教学体系和专业教材体系。正是在会展业这种超常规发展的大背景下，培养会展业专业实用技术人才，就必须得重视会展业相关系列的教材建设。因为教材的定位是否准确、质量是否上乘、结构是否合理、特色是否鲜明、是否具有实用性等，都直接影响到人才培养的质量。出于会展业发展需求和基于这样的认识，我们编写了《会展——策划与管理》、《会展——展示设计效果图》、《会展——展示空间设计》、《会展——展示工程设计》、《会展——展示传媒设计》系列教材，我们始终试图尽量地去体现会展专业实用性、实战性和实践性的特点，全书通篇极力强调教材的专业性和系统性，以展示设计专业的课程设置和教学结构为依据，力求从创意设计到实物的实现，并且参加编写的主要专业教师都有着较丰富的展示设计的实践经验和教学经验，多次参与大型会展策划、展示工程设计及其工程施工的管理，他们把实践积累和研究奉献出来与大家共享，为会展设计专业的人才培养付出了极大的努力。

《会展 & 策划与管理》

内容概要

书籍目录

第一章 会展的基本概述

第一节 会展及会展经济的含义

第二节 会展的分类

第三节 国内外会展业的现状及发展趋势

第二章 会展业管理

第一节 会展业的基本构成要素

第二节 会展项目管理的基本理论

第三章 会展主体

第一节 会展主题的定位

第二节 会展主题的市场调查

第三节 问卷调研设计

第四节 展览策划与组织

第五节 会展营销

第六节 参展选择与计划

第四章 会展后勤管理

第一节 展品包装与运输

第二节 会展前台与后台的基本工作程序

第五章 案例分析

章节摘录

四、我国会展经济的现状 我国会展业从小到大，发展速度不断加快，行业经济效益逐年攀升，成为各地经济发展的新亮点。截至2006年底，中国内地拥有2000平方米以上的各类会展中心和展览馆约170家，可用于展览的总面积达到536万平方米，其中2/3是室内展馆，1/3为宅外展馆，展览面积位居世界前列。然而，会展经济高速发展过程中，我国会展业也存在不少问题。

(一) 会展人才资源建设迟缓 会展经济是智力经济，一次成功的会展需要有一大批高素质的专业人才进行精心策划。但遗憾的是，我国在这方面的人才奇缺。虽然我国目前号称有数百万的会展业大军，但是，无论是会展组织者、管理者、施工人员还是为会展提供其它服务的人员素质偏低，很多人是“半路出家”，从相关专业转行过来。会展从业人员分工不明确，大多数人没有自己的专长，缺乏会展方面的必备素质和国外先进的会展经营策略。此外，我国的会展经济还未形成专业化分工协作的格局，为会展提供配套服务的技术、信息、理论研究等相对滞后。同一批人员既是展览组织者，又是展览管理者和展览项目的实施者。从展品征集到展品运输、布置直至为参展提供吃、住、行等服务均由同一批人承担，这在很大的程度上降低了会展的效率。据悉，上海市已洞察到这一问题，其除重视培养高素质的会展业策划人才外，还注重提高广大会务接待服务员的素质。上海专门颁发了《会务接待服务员技术等级标准》，制订了会务接待服务员的文件，编写了配套的教材。此外，还要塑造出专门从事会展工作的名牌展览公司，并使会展经济早日向专业化分工协作迈进。只有涌现出更多的高素质展览人才和名牌展览公司，才能使我国会展经济的质量和效益不断提高。

(二) 展馆缺乏科学整体规划 中国大型展馆的建设已经达到了惊人的速度，规模也达到惊人的地步。西安国际会展中心面积10万平方米，总投资45亿元；武汉国际博览中心场馆面积20万平方米，加上22万平方米的星级酒店和3万平方米的会议中心，总投资达70多亿元。据统计，近年来国内新建面积在1万平方米以上的展馆就超过30个，这一数据超过了被称为“世界展览强国”德国的全国展馆面积。会展经济并不是有了场馆就有了展览项目，很多场馆建成后的经营和运转往往陷入困境。例如，几年前南京、厦门和沈阳等地的部分展馆因为无法维持而不得不转让展馆产权。2006年海南和广东的一些展馆又出现了重蹈覆辙的结果。设施一流的展馆相继建成后，如何经营才能让它正常运转，成了各地政府的一个沉重负担。一些城市领导为了保证展览场馆的运行，亲自出而到相关部门和协会拉展览。尽管各地推出了许多优惠的扶持政策，加紧人才培训工作，但成功的展会怎么开展，巨大的场馆如何经营，交给谁去经营，都成了各地政府亟待解决的问题。

中国会展经济研究会的调查数据显示，与我国展览会数量每年递增20%的速度相比，近年来，展览场馆单位面积的收入正在逐年下降，2002年下降31.3%，2003年下降25.1%，2004-2007年下降速度有所放缓，但下降趋势依然明显。

(三) 会展活动缺乏宏观调控和行业自律，相关法律不完善 我国自2005年以来，相继出台了《展会知识产权保护管理办法》、《公园举办经济贸易展览会审批管理办法（修订）》、《上海市展览业管理办法》、《关于实行品牌展会排期保护的通知》等一批法律法规。但是，对于公园办展的市场准入、项目审批程序、对公园办展活动的监督管理以及会展由半政府行为向市场化转变过程中的法律规范较少，对于我国高速发展的会展经济来说，相关法律法规的配套还是滞后的。

我国在会展经济的宏观调控和行业自律方面缺失，特别是在会展管理方面方式不多，力度不够。有些会展的主办者随意收费，任意涨价，使得参展商望会展而却步。这种极不规范的市场短期经济效应，不但不利于会展经济规模扩大和利润提高，反而会挫败人们对会展经济的信心，甚至还有一些展会的组织对参展者只收费，不进行任何资质的审查，会展活动名副其实地演变成了场地租借，导致一些展会办成了集市、庙会，给一些心术不正的参展人员提供了宰客骗人的场所和机会。例如在上海举行的全国五金商品交易会上，展区里有卖木耳、松子、低档首饰、劣质工艺品的，甚至还有不知何处的医生搞专家义诊的，令不少合格的参展商大为不满，严重挫伤了交易会的信誉。有些地方政府在办展会上一手包办，致使不少展会既无特色，又无实质内容。不仅没有发挥会展经济应有的作用，反而劳民伤财，浪费了大量的人力、财力、物力。

综合上述，虽然我国目前在会展经济活动中还存任着诸多不完善的地方，但是随着我国会展活动的不断深入发展和全国展览行业协会的成立，相信会展经济在社会经济中定能发挥更大的作用。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com