



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

- 会展专业校企合作模式创新研究报
- 基于珠三角会展经济发展的创新高
- 公共管理类会展经济与管理本科特
- 论我国高校加强会展教育的必要性
- 港澳地区高校会展人才培养模式与
- 新时期会展高等教育中法律教学改
- 会展专业实践教学体系的要素特征
- 会展专业人才需求调查及分析——
- 校园主题展会在会展专业人才培养
- 会展人才：教育与市场的柔性对接

搜索:

[站内搜索](#)

热门关注

- 会展专业人才需求调查及分析——
- 会展专业校企合作模式创新研究报
- 港澳地区高校会展人才培养模式与
- 公共管理类会展经济与管理本科特
- 校园主题展会在会展专业人才培养
- 基于珠三角会展经济发展的创新高
- 会展人才：教育与市场的柔性对接
- 会展专业实践教学体系的要素特征
- 论我国高校加强会展教育的必要性
- 新时期会展高等教育中法律教学改

当前位置: [中国会展经济研究会](#) >> [研究成果](#) >> [论文集](#) >> [2011论文集](#) >> [第五章 会展教育研究](#) >> [浏览文章](#)

会展人才：教育与市场的柔性对接

来源：本站原创 作者：佚名 日期：2011年05月10日 访问次数：

会展人才：教育与市场的柔性对接

张玉明

【内容摘要】

本文基于柔性生产理论的精髓倡导柔性办学的理念，提出用柔性对接缩小会展高等教育与会展人才需求的矛盾和差距。在现状分析和查的基础上，分别从高校和企业的角度探讨柔性对接的思路和方法。

【关键词】

会展人才；教育；市场；柔性对接

2002年初，媒介报道中国没有会展教育，会展人才将成为制约会展经济发展的软肋。弹指一挥间，中国第一批会展管理专业或方向的本科生已在2006年暑假前从北京、上海、广州三大会展城市走出大学校门。截止到2006年底，全国已有89所高等院校先后设立了会展专业。2007年，仅由教育部备案开设会展本科专业的高校就由第一批的4所上升到30多所，总量超过100所。2008年12月，中国会展经济教育工作委员会和上海应用技术学院会展经济与人才发展研究中心完成了我国高等院校开办会展专业教育的专题调查。结果表明，开办育的学校为184所。然而，会展专业的毕业生并没有成为行业的“抢手货”，反而出现了用人单位招不到合适的人才、毕业生找不到合适的尴尬局面。而且，这种情况随着会展专业毕业生的增加在2009年和2010年似乎更加突出。已经暴露出来的高等教育与市场需求的牙距必须引起足够的重视。本文提出用柔性对接的方式来缩小矛盾和差距。柔性对接主要借用柔性生产理论中关于生产过程的灵活性、适可变性等精髓，探讨如何在刚性的大学教育过程中增加一些柔性，使会展人才的培养既符合教育规律又适应市场需求。

一、会展教育与市场需求的现实差距及主要原因

1. 现实差距

主要表现为会展业急需人才而培养出来的大学生并不受欢迎。中国的会展教育由市场需求催生和促进。有两句被普遍引用的话为证：“国会展业市场上99%的工作人员都是‘半路出家’”；“专家指出，专业人才缺乏、专业队伍建设滞后，制约了会展业的发展。”仅以济的领衔城市上海为例。据上海师范大学旅游学院、上海申博工作领导小组和上海外服公司等单位的调查，上海会展业有经验的高级项不足50人，复合型会展人才不到100人，会展运营管理、广告和物流等人才仅能满足1/3的市场需要。保守估计今后5年会展公司需要会2500人；饭店需要会展人才1200多人。“至2010年，上海世博会对会展人才的需求将达10万，沪上青年可将此作为一个新的求职方|但现实确是“一批已毕业的会展专业类的学生，在进入市场后均受到了不同程度的排挤”。客观地说，是会展专业的学生择业和就业与求预测已经形成差距，零供给无法满足需求的矛盾转为有供给而供不对求。

2. 形成差距的主要原因

由于对会展人才需求最迫切、需求量最大的都是会展企业，所以本文以会展企业为立足点，从教育之前、教育之中、教育之后三大环节因。

在教育之前，大学和企业对培养怎样的会展人才认识上就有差异，成为矛盾的起源。教育单位讲究按教育规律办事，人才培养要淡化方宽口径、夯实基础、打好功底。为此，1998年教育部就对大学本科专业进行了全面调整，将504个专业并减为175个，新增加74个，共个。原专业的并减幅度达到65.28%。教育过程则重在教给学生系统和扎实的理论知识，培养他们学习和吸收新知识的能力、自我发展质，使之在实践中能够迅速成长成熟。而用人单位则恰恰相反。他们不看重人才基础的好坏，而要求是经验型、技术型、实战型；不看口径的宽窄，而要求专、精、特。

在教育之中，教师匮乏、教育力量薄弱、理论与实践脱节等现状严重影响到学生的质量。会展管理作为全新的大学专业，目前依托国际工商管理、市场营销、广告设计、新闻传播、商务外语、物流管理、工业工程、旅游管理等各种专业来办学的都有。老师基本上属于转学。他们以多年的潜修和研究为基础，理论上突破不算太难，但需要时间。同时，从书本到书本，普遍缺乏行业知识。师资队伍及由此一连串问题，势必造成高质量教育的欠缺和学生求职砝码的失重。

在教育之后，大学和企业衡量会展人才的标准不同，影响到学生的就业。高等教育衡量人才的标准主要是理论知识的系统性和完整性、宽度、掌握程度和熟悉程度，这些多以卷面分数为准。用人单位衡量人才的标准更多的是动手能力，如组织能力、创新能力、策划能力能力、协调能力、实施能力、控制能力等，这些都以实际工作业绩为准。问题是工作业绩的验证需要实际工作岗位和工作年限。而多数位都希望能在别的单位进行验证以规避风险，自己为了求稳则尽量录用其它成熟专业的学生。吸纳人才和安排就业的强包容性客观上形成展专业学生的忽视和冷落。

二、会展教育与市场需求柔性对接的思路和方法

1. 确立柔性办学的理念

柔性办学是本文力图倡导的新理念，来源于柔性生产理论。该理论1965年由英国MOLINS公司提出。背景是以标准化和大批量为特征|式刚性生产模式无法适应日益激烈的市场竞争。所以，柔性生产倡导根据订单而非库存来决定产品和产量，整合内部力量，以先进的生和制造技术为立足点，使整个生产过程具有灵活性、适应性、可变性，提高产品竞争力和企业竞争力。在市场经济条件下，企业生产的革过程和对市场的快速反映，无疑给高校提供了一面镜子。因为，学校培养人才和企业制造产品道理相同，只有人才适合市场需求，学

生存发展并有所作为。面对市场，企业曾经迫于无奈而转变生产观念，高校也将顺应市场而转变办学理念，这是不可逆转的发展趋势。实施“高等学校教学质量与教学改革工程”的目标之一，就是要逐步将自在型刚性教育改为适应型柔性教育，为社会提供更合适的人才

2. 进行教学计划的柔性设计

大学的教学计划早在每届学生录取之前就制定完毕，一直用到四年后毕业为止。从教学管理的角度来说，它对于人才的培养是一个具有应的文件，只能执行而不能轻易更改。这种刚性的教学计划对于办学历史较长、较成熟的专业，问题不大。对尚在探索过程中的新专业就不一定合适。例如，计划制定者的认识高度和理论水平，行业的发展速度、方向和水准，人才市场的供给变化和 demand 变化等等，都可年前的教学计划出现种种不适。所以，有必要在专业拓展课中设计多种套餐、形成多个模块，预留修正或调整的空间和余地。

3. 推行专业拓展课的柔性选修

目前，高校教学计划中的选修课分为限选和任选两种，表面上看可以由学生进行选择，但联系附加条件来看，实际上还是刚性有余而柔不足。因为，教育者往往站在校方的立场上，兼顾办学效率、成本、师资力量、教学资源等，用各种方式“引导”学生进行选课。学生也乏主见，不会分析具体课程与知识结构之间的关系、与未来择业的关系、与个人发展的关系，只是追求尽早修满学分。柔性选修恰恰相倡以学生的就业去向、用人单位的实际需求（甚至个人的性格特征和兴趣爱好）为依据，给学生开出相应的配套课程，以形成某种专业

4. 探讨课堂教学的柔性讲授

在师资队伍严重匮乏的情况下，有必要在主讲教师身上做文章。可以建立跨院校的课程组，让每门课程的首席老师在开办会展专业的院行循环授课，真正起到龙头作用，以最快的速度带出一批合格教师。可以直接从会展企业选拔一批有丰富经验的实践型教员掺沙子，推与实践的结合。还可以聘请国外同行业的专家教授，或选派教师到会展企业参加实践。同时，在讲课方式上，要增加课堂讨论、实习、等，弥补理论讲授的不足。在讲课内容上，及时发现、编写和使用鲜活的案例，弥补教材的欠缺。

5. 尝试毕业以后的柔性回炉

大学是铁打的校舍流水的学子，正常毕业以后要再返回来读书只有考上更高层次的班级。对会展专业而言，这种刚性的方法也应该进行修正。理由有二。首先是在会展专业的探索阶段高校教育尚不完善，所以，必须跟踪。就像企业对产品质量要负责一样，优质产品要提年的保修、问题产品要随时召回修理。其次是我国会展经济的超常规发展及其与世界会展业的接轨将对会展教育不断提出新的要求。所专业要欢迎和允许学生回来继续跟班学习，补充和更新知识。这也是会展教育与市场对话的一条很好的途径。要创造机会让走上工作岗位子将好的建议、思路带回来，促进会展教育的提升。

三、会展企业促进高校与市场柔性对接的思路和方法

1. 正确理解教育对会展业发展的意义

早在20世纪末期，社会各界对“未来的竞争最终将表现为人才的竞争”就已经达成共识。不论对企业、对城市，还是对民族、对国家，是一切资源中最宝贵的起决定性作用的资源。这种道理对会展业是一样的。一方面，行业规模的超常规发展和行业全面改革急需高素质人才，仅仅依靠业内的实践性培养、以老带新、自我摸索、逐渐积累等已无法满足这种要求。另一方面，行业面临的全球一体化竞争和手所拥有的高素质专业化队伍也证明了人才战略意义。所以，中国会展业的专门人才从自然形成到自觉培养，历史性的跨越势在必行。会展业只能通过会展教育改造和提高自身，才能不断发展。先有一流人才、再有一流事业。谁抢先抓住了会展教育，谁就拥有了在中国会展业中优先、快速发展的机遇。结论是：在会展人才的培养问题上，企业与高校绝不仅仅是对话，而应该是参与和帮助，是积极的正动。

2. 承担实践教学的部分责任

国家教育部周济部长指出：知识来源于实践，能力来自于实践，素质更需要在实践中养成；各种实践教学环节对于培养学生的实践能力能力尤其重要；实践对于大学生的成长至为关键。所以，他号召要大力加强实践教学。对操作性很强的会展专业而言，实践教学的意义要，更需要企业的支持。从对象来看，包括对学生的支持，也包括对教师的支持。周济部长指出：教育大计，教师为本。深化教学改革在教师，保证教学质量的关键也在教师。从项目来看，包括提供实习场所、共建实习基地、提供兼职机会、提供就业岗位、支持横向课等。只有通过实践，让教师和学生真正进入行业，了解行业规律，强化认识，提升理论，才能开拓视野，增长才干，使会展专业的学生市场需求。这方面常州灵通展览用品有限公司已做出有益的尝试。该公司与国内多所学校进行对接，特别是展览工程方面的人才，如上海美术学院、上海工程技术大学、东华大学、山东轻工学院、常州轻工职业技术学院、江苏工业学院等，灵通公司都曾派人前去授课学生提供实习的机会，成为多家高校会展专业的实训基地。

3. 承担继续教育的部分成本

首先，从培养模式来看，会展企业需要对人才进行继续教育。上文提到大学培养模式是淡化方向、拓宽口径、夯实基础、打好功底。可地理解为大学教育就是力图打造最好的坯子，做好人才培养的基础性工作。要使大学生变为一个企业、一个岗位的专才，靠的是用人单于进行的加工。其次，从知识的增长速度来看，会展企业需要对人才进行继续教育。人类的科技知识，19世纪是50年增加一倍，20世纪是10年增加一倍，现在是3至5年增加一倍。据统计，1960年以来的新发现新发明，比过去两千多年的总和还多。在人的一生中，大学能获得所需知识的10%左右，其余90%都要在未来的工作和实践中不断学习不断获取。不论是补充知识的缺口，还是避免知识的老化和源存量的递减，都需要大学后的继续教育。否则人才与市场的对接就是一句空话。常州灵通展览用品有限公司对从业人员特别是展览工人员培训方面也投入了大量人力、物力，自2007年至今，公司陆续在中国地区举办了八期构件式展具应用培训班，有力地推动了人才与对接和会展行业的发展。

4. 以会展实业的发展推动会展教育的发展

对当前会展教育滞后的现状，部分专家认为，教育有责任，企业也有责任。依据是理论上之于实践，实践的水准在一定程度上决定了理育的水准。正如毛泽东说：实践、认识、再实践、再认识，这种形式，循环往复以至无穷，而实践和认识每一循环的内容，都比较地高一级的程度。这就是辩证唯物论的全部认识论，这就是辩证唯物论的知行统一观。扩大开来看，不仅仅是会展理论和教育，所有的新专业的形成都离不开实践和实业。所以，会展企业也必须在实践中总结经验、发现不足，大胆探索、不断创新，以自身的发展促进教育升。

人才是最特殊、最难设计和打造的产品。俗话说：十年树木、百年树人。待人才培养出来才发现与市场需求相左，其损失将无法弥补。性对接有助于缩小会展教育与市场需求的矛盾和差距。

【参考文献】

[1] 杨斌，浅论德国会展学历教育的模式和特点，德国会展信息网，2007-05-28 <http://blog.sina.com.cn/ybexpo>

[2] 陈泽炎，从CEM看会展培训，<http://www.leopower.com>，2007年12月22日

[3] 马勇、黄猛，中国的会展教育在摸索中逐渐成长，<http://www.leopower.com>，2007年09月22日

[4] 刘红蕾，关注中国会展人才培养，青岛日报，2008-02-21，008

- [5] 张莉, 加强学科建设 培养会展人才[N]. 中国旅游报, 2008/02/22/conten.
- [6] 季春红, 危机——潜藏在会展教育繁荣背后[N]. 中国贸易报, 2007-4-16, 06