

构建高职院校商展类社会培训服务体系探讨

梁颖妍 万红珍

(广东轻工职业技术学院 广东广州 510300)

摘要: 商展业的兴起与发展是提高城市竞争力的新途径,商展经济与城市经济紧密相连,为地方带来了可观的经济效益和社会效益。商展业对高端人才、复合型人才的迫切需求与目前国内的培训市场现状存在一定差距,包括高职院校在内的商展社会培训服务的社会适用性较低。市场与企业的需求必然推动着高职院校社会培训的职能发挥作用,如何更充分合理地发挥高职院校社会培训的职能作用,构建完善高效的社会培训服务体系,更加科学精准地实现助推商展业发展的效能,成为众多学者需要深入研究与思考的重要课题。为此,本文针对高职院校如何构建商展类社会培训服务体系,分析商展业发展现状,以及高职院校社会培训服务的现状和存在的问题,并提出构建策略与建议,以期高职院校构建和完善社会培训服务,赋能商展业发展提供一些新的思路。

关键词: 构建;高职院校;商展类;培训;服务体系

本文索引: 梁颖妍,万红珍构建高职院校商展类社会培训服务体系探讨[J].商展经济,2023(09):138-141.

中图分类号: F272.92

文献标识码: A

1 商展的内涵

商展,即商业展览,是指参展企业通过各种交易会的形式向采购商或参观者展示企业的产品,让与会者可以更直接、更直观地了解和体验展品。对组织方而言,搭建平台把众多参展企业聚集一起,构建行业信息互动交流体系;对参展商而言,不仅可以宣传推广自己的产品,从一线市场了解到用户的需求,还有机会现场成交、拓宽销售渠道;对消费者而言,采购商能更精准地选购到合适的商品,参观者能感受到展商企业的文化与实力,对新技术、新时尚展品也拓宽了视野,增强了生活幸福感。因此,随着社会经济的发展,商展这种模式受到了企业、行业协会甚至地方政府的高度重视。

2 高职院校社会培训服务内涵

“社会服务”这一概念最早可追溯至19世纪的美国,其中美国威斯康星大学成为这一时期的典范,整合学校各项资源为社会提供了相应的服务,以此形成了“威斯康星思想”,这一思想被美国各高校纷纷效仿,成为大学服务社会、履行社会服务职能的风向标。由于高职院校具备现成的社会培训场地、成熟的社会培训保障服务、批量的培训师力量、职业对标的专业系列课程等,其承接社会培训服务有着得天独厚的优势。随着国家对职业教育的愈发重视,社会培

训服务成为职业高校的一项重要职能,直接反映高职院校的专业建设、人才培育体系是否能适应社会的发展,满足市场用人需求,同时也是高职院校是否具备竞争优势的重要因素。

3 商展发展现状分析

3.1 带动地方经济发展

商展经济作为经济体中的重要模块,能直接反映地方或城市经济发展水平,甚至成为地方经济的风向标。商展属于新型的服务业,不仅带动当地的关联产业经济提升,如旅游业、酒店业、购物娱乐业,还辐射到周边的产业,如通信业、餐饮业、广告业,使地方经济构建成以商展为中心的“卫星型”、枢纽式的经济生态圈。因此,商展经济在国际上有“城市面包”的美称,对经济的拉动和助推作用不容小觑。根据商展行业相关的统计数据可以看出,我国的商展业具有以下特点:第一,市场发展潜力巨大。2021年国内全年展会举办数达1603个,办展总面积超7400万平方米,已恢复至2019年(疫情前)的70%;2022年商展所创造的经济产值高于万亿元;第二,国外商展优势突出。2021年我国在境外自主办展共14场,其中有5场的举办地安排在“一带一路”的沿线国家,境外办展总面积将近1万平方米;第三,增长趋势明显。据不完全统计

基金项目: 广东省教育科学“十三五”规划2019年度课题(2019GXJK123);广东省教育科学“十三五”规划2020年度课题(2020GXJK287);2021年广东轻工职业技术学院培训师工作室项目(JJPSXGZSF202103)。

作者简介: 梁颖妍(1978-),女,汉族,广东江门人,讲师,硕士,研究方向:职业培训与社会服务;

万红珍(1978-),女,汉族,江西南昌人,副教授,硕士,研究方向:现代服务业与区域经济发展。

计,我国单纯线下举办的商贸类展会场数一年的增幅接近16%~18%,展览总面积增幅超过18%,增幅远高于我国的GDP。由此可见,商展经济对地方经济的发展不可或缺。

3.2 智慧化双线融合

随着5G、人工智能、云计算、大数据、VR、区块链等高新技术的发展,商展可实现的形式也发生了翻天覆地的变化。“云商展”正是打破传统,商展业的新宠,它运用互联网、虚拟场景、参观者全息跟踪、大数据统计分析等信息技术,由传统线下商展的面对面沟通转变为突破时间与空间局限的人与人、人与数字人、数字人与数字人之间的在线互动新模式。此外,它具有及时、定制化、节省成本、全天候在线等优势,所带来的数字经济红利已然被各地政府和头部企业所重视。据不完全统计,2021年我国举办的线上展会达714场,与2020年相比净增86场,增幅为13.69%。其中,与线下展会同期举办的线上展会623场,占线上展会总数的85.25%。2020年,腾讯公司公布全新的云商展解决方案。2020年5月,阿里巴巴公司的国际站举办了全球线上展会开幕仪式,还与上海贸促会共同建设了“云上商展有限公司”;百度公司也正式发布“线上云展会”携手开创“全新的营销模式”。由此可见,商展的双线融合模式更趋密切,线上赋能线下的功能被广泛认可。

3.3 双循环模式带动

我国商展业正在积极构建“双循环”新发展格局。所谓“双循环”,包括“内循环”和“外循环”,“内循环”是指国内的经济循环;“外循环”则是指国际的经济循环。一方面,商展经济要利用“内循环”的消费潜力积极拉动内需,发挥中国市场人口多、体量大、需求广的规模优势,为我国经济融入国际大循环夯实基础。另一方面,构建起“外循环”对“内循环”的发展支撑,寻求新的发展机遇,整合优质的国际资源,加强国际商贸合作,最终以活化我国整体经济水平为根本目的。“内循环”是“外循环”的基础,“外循环”是“内循环”的延伸,以“内循环”为主体,国际“外循环”为引领,两者是相辅相成、相互促进、辩证统一的关系。

商展业要充分利用国内和国际化市场提升经济发展水平,使我国在全球产业链和经济循环中占据更有利的位置和更重要的地位。据统计,我国各地的商展业已经为“双循环”模式的发展开辟了一条新路。例如,为提振“内循环”,2020年湖北省及武汉市政府创办了中国(武汉)文化旅游博览会、湖北农业博览会和绿色消费博览会;北京、哈尔滨、吉林、深圳、青岛、承德等地举办了以冰雪运动为主题的展会;西宁创办了中国(青海)国际生态博览会等。此外,福州、厦门等地相继举办了跨境电商展会,以服务于“外循环”。新冠疫情过后,

境外办展逐渐恢复,我国在2021年共举办14场境外展,展览总面积达2.4万平方米,同比净增长12场和0.72万平方米。为解决展品和展台接待人员难以出境的问题,甚至兴起了境外“代参展”方式,如米奥兰特公司以“双线双展”的模式在2021年12月连续在墨西哥、波兰、阿联酋办展3场,共有498家中国企业以该模式在境外参展。

3.4 复合型人才紧缺

我国经济的高速发展、商展模式的双循环驱动,对商展人才提出了更高的要求。目前,国内商展的组织者、管理者及服务人员的专业知识、服务技能、服务理念和管理能力均未达到国际化水平。“商展+大数据”“商展+管理”“商展+营销推广”“商展+外语接待”“商展+双线运营”“商展+策划设计”等复合型人才仍然是国内市场和商展企业思贤若渴的稀缺资源。

4 商展培训市场特征分析

4.1 商展培训服务项目单一化

从目前国内的商展培训市场所提供的培训服务项目来看,主要集中在三点:第一,师资力量培训。主要是面向商展企业内部培训师的师资培训,例如培训课程体系搭建、培训技能技巧、培训水平提升、“双师型”项目培养、“1+X”行业技能证培训等,以及针对中高层管理层的工作者开展提升商展管理水平和提升管理思维的相关培训;第二,商展企业员工培训。主要是结合企业需求,根据不同岗位的工作标准提升员工的技能水平,或结合企业的文化与规章制度,根据实际情况提高在职员工的综合职业素质素养;第三,社会人士培训。主要是面向社会大众,为个人或团体提供商展行业的就业技能培训,提高社会就业率,也为商展行业提供人才资源和储备。但以上培训项目仅简单地对不同层级的人员进行培训服务划分,并未对不同能力模块进行精准对标。

4.2 商展类培训规模占比小

据统计,以2020年广东省14所双高职院校各个维度社会培训服务情况为例,对技术技能的培训服务高达948065人日,对新型职业农民的培训服务为20889人日,对基层社会服务人员的培训服务为213590人日。其中,与商展行业相关的培训项目服务占比仅为9.68%,主要有以下两点,原因:一是商展企业相关岗位的人才招聘一般聚焦在各专业对口的职业院校毕业生,甚至部分商展企业与高职院校签订“订单班”、联合培养计划等,确保商展企业的人才供应;二是相当部分的商展企业对招聘的社会人员有企业内部较为完善的培训体系,如广交会集团构建全产业链的人才组织架构,不断配备和引进国际化商展人才,并采用跨地区项目运营的方式挖掘北上津的潜在人才,做好人才培育和储备。同时,广交会依

托中国对外贸易中心(集团)这艘航母,能够给内部员工实现展览项目、展览工程、展馆经营管理、展场管理服务、酒店管理、场地出租、对外贸易咨询、国内外广告多维度、全方位的训练,培养优秀的具备“多面”能力的人才,依托高职院校进行培训的需求大为减弱。

4.3 商展培训效果仍不理想

“1+X”会展管理职业技能等级证书是目前商展行业对标的职业资格证书,2021年、2022年连续两年广东省累计参加培训并通过考核获得初级、中级、高级资格证书的达5441人,其中在校生占96%,社会人员占4%。从行业的实际就业率来看,获取该技能证书的人员进入商展业从事相关工作的占比不足50%,企业调研和相关的问卷调查数据结果显示:(1)商展行业岗位技能标准与“1+X”技能证书培训考核技能内容相关性较低。(2)培训能力评价水平比行业岗位要求能力水平低。(3)培训知识结构内容比行业实际工作需求内容滞后。(4)技能证书培训重理论轻实操,与岗位实际工作重实操轻理论不相符。由此可见,商展的社会培训服务并未满足市场的真实需求。

4.4 认证型培训占比过重

目前,国内商展培训认证主要集中在以下五种类型(见表1)。

表1 商展培训类型

开发机构	认证培训名称	创办 / 承办机构
国内与国外合作	会展经理 (CEM)、注册会展经理 (CEM)	国际展览与项目协会 (IAEE); 中国国际贸易促进委员会 (CCPIT); 京慕国际展览有限公司
政府部门组织	会展策划师、中华人民共和国人力资源和社会保障部专业技术人员知识更新工程培训结业证书(会展管理师)、中级会展业职业经理人资质证书、“会展策划与实务”岗位资格证书	国家劳动和社会保障部; 国家人力资源和社会保障部; 中国商业联合会; 上海市组织部、人事局、市教委、市成人教育委员会(联合)
行业协会	“国际商务会展员”培训及认证、“中国会展业高级研修班”“中国会展经济高级研修班”	中国对外贸易经济企业协会; 中国展览馆协会和北京大学(联合); 中国会展经济研究会
其他社会机构、企事业单位	会议服务经理人岗位资质认证培训、专业会议服务岗位技能资格证书培训	国际人才开发中心; 中国国际人才开发中心
贸促会和各培训机构	出国考察培训: 会展项目管理专业研修班(华盛顿大学商学院会展专业证书和中国国际人才开发中心会展专业等级证书)、中德系列展览培训班	中国国际人才开发中心、美国乔治·华盛顿大学商学院(联合); 中国贸促会与德国国际培训和发展协会

由表1可知,以上各类培训认证普遍重视培训后的证书颁发与获取,虽然通过组织商展人员的专业培训,不仅对解决商展业人才紧缺的问题起到了积极作用,还为商展行业的可持续发展实现了一定的人才储备,但由于我国商展业在全

球市场上属于后来者和追随者,大部分从业人员并未接受过系统化、标准化、专业化的知识学习和技能训练,可以说大多数人是半路出家,从业人员的培养模式凸显“师徒制”特点,其成长轨迹局限性较大。随着各大普通高校、高职院校纷纷开办会展相关的专业,我国会展从业人员才正式接受专业化教育和培训,但毕竟专业发展年限短,科班出身的专业人才缺乏市场实际经验,因而难以满足商展业的整体人才需求。

4.5 缺乏培训标准与权威性教材

我国正规出版的商展大类教材有很多,但大部分教材只面向于各高校的在校学生,能适用于社会性培训的教材或课程资源甚少。而且教材的内容由于出版流程的制约,往往滞后于实际商展市场的应用需求,教材时效性大大降低。同时,由于编写教材的人员未必真正具备丰富或足够的商展行业工作经验,因此这些教材是否具有权威性值得商榷。此外,即使是培训机构或企业内部组织编排和选用的教材和培训课程内容,也未能与国际商展业接轨,培训随机性大,缺乏系统性和持续性,未能与市场的人才需求相结合,难以支撑我国商展行业的快速发展。

5 商展类社会培训服务的需求分析

5.1 对商展人才综合能力要求高

随着我国商展业的迅速发展及向国际化接轨的趋势,对商展人才的要求也提高到了新高度,要求商展从业人员成为高水平的复合型人才,除了要有商展专业相关的策划设计能力、组织统筹能力、沟通协调能力、宣传推广能力和运营管理能力外,还要有较高的外语水平。北上广深是商展业最为集中的一线城市,近年来逐渐发展起来的太原、青岛、海南等商展二线城市均面临专业化商展人才短缺的问题。高端人才的缺乏必然会影响到这些城市商展业的高水平发展和国际化发展。我国并未构建完善的商展人才培养体系,难以就商展专业知识和与之配套的策划、组织、管理、服务等实践能力有针对性地对学生进行培养与训练,导致从业人员职业素质和岗位能力达不到国际水平,影响我国商展业品牌的建设与打造。

5.2 培训服务水平要求行业标准对标

目前,我国涉及商展业培训的主办机构类型众多,包括高校、专业认证培训机构、行业协会、商展企业等,各类培训机构所实施的培训目标、培训内容的侧重、培训效果等都存在极大的差异,参训人员的专业知识、配套能力与实践技能等方面参差不齐,导致与市场人才需求脱节,无法与行业具体岗位标准对接。因此,从目前的市场人才需求现状进行分析,商展培训服务体系与行业标准对标是必然的需求方向。

5.3 数字化技能人才的需求迫切

随着互联网、大数据、云计算、虚拟现实等新型科技的发展,越来越广泛地应用于商展行业,例如云展会、数字化营销、虚拟空间展馆、VR互动式体验等商展新形式的出现,必然对相关商展人才提出新的需求。目前大部分展会公司或参展商只能依托高新科技企业或相关机构提供所需的数字化技术和设计方案,往往难以让技术人员的技术供应与企业的实际商展实施要求相吻合,毕竟技术人员缺乏商展业的专业知识。由此可见,既具有商展专业知识和能力,又掌握数字化商展相关技术的人才变成市场上的稀缺性人才。

6 商展培训内容及体系构建策略

6.1 构建“能力模块化”培训内容

通过市场调研分析及行业企业的用人需求分析,把商展人才的能力培养划分为具体模块,从不同维度精准育人,包括策划能力模块、设计能力模块、运营能力模块、营销能力模块、统筹能力模块、组织协调能力模块等,针对不同的能力模块设计配对的培训目标和等级划分,并配套相应的培训课程内容及考核方式,使参训人员以“阶梯式”“闯关式”参与不同模块的培训,最终为行业企业培养出具备综合能力的人才。

6.2 重技能训练轻证书认证

商展培训服务的终极目标是为商展行业企业的人才需求提供有力支撑,因此岗位的职业标准应成为商展培训服务的方向标,岗位说明书的动态调整也应成为社会培训服务的变动性指引。职业标准和岗位技能要求在商展业快速发展的外部环境下,更新迭代的频率也在加快。而目前的大部分证书认证型培训从考核内容上、技能点培训上都滞后于市场实际需求,因此,一方面,认证证书的考核内容包括知识点和技能点应及时更新、与时俱进,否则就会形同虚设;另一方面,各大培训主体应站在职业教育和岗位技能培训的立

足点,关注商展人才的综合技能培训,加大实操实训的培训结构比例,甚至可以借助专业技能竞赛平台,鼓励推动参训人员精准提升岗位技能,打造行业企业的技术能手。

6.3 重点培养高科技、高技能人才

数字化、“互联网+”等高水平技能型商展人才的培训迫在眉睫,培训服务的主体应积极与相关的技术供应商和机构联合,共同构建新型商展人才的培训体系。一方面,引进技术供应机构的师资力量,结合商展行业企业的实际用人需求,有针对性、科学性、阶段性地设计培训项目内容和课程内容;另一方面,各大培训服务主体应积极提高自身的师资力量,把内部的培训师、讲师、专业教师定期以“请进来”“送出去”等形式,接受新科技在商展业的应用型培训。

6.4 构建行校企政培训服务体系

要构建持续性、长期性、稳定性的商展人才培训服务,实现良性的人才培养闭环,就须要推动行业、高校、企业与政府的多方联动,构建行之有效的服务体系。一是地方政府加大政策扶持和投入力度,积极推动培训服务主体的参与度;二是商展行业需制定人才需求和行业用人标准,以提供培训服务的对标与参照;三是高校与企业加强深度合作,共同提高培训服务质量、培养师资队伍力量;四是服务体系内部需共建信息交流平台,定期以资讯、行业新闻、培训需求、培训意见反馈等内容版块加强多方主体的沟通协商机制,为构建符合新时代商展业发展的培训服务体系助力赋能。

7 结语

综上所述,商展类社会培训服务体系的构建必须适应我国行业和市场的发展现状,有针对性地培养符合国际标准、高水平多维度的复合型人才,更有赖于多方机构组织联动合作,整合有效资源才能实现商展社会培训服务推动商展经济的发展与持续稳定运行。

参考文献

- [1] 岑家峰.新时代高职院校社会服务现状及能力提升路径研究:基于广西高水平高职学校质量报告的分析[J]. 职业技术教育,2021,42(18):47-52.
- [2] 李莹.新经济时代高职院校社会服务功能定位[J].现代营销(经营版),2020(4):139-140.
- [3] 葛道凯.职业教育在服务经济社会发展中提质增效[J].中国职业技术教育,2021(12):21-26.
- [4] 韩倩.职业院校开展社会培训:路径、困境与愿景[J].高校后勤研究,2021(3):66-68+74.
- [5] 赵红霞.骨干高职院校社会服务能力建设探析:以乌鲁木齐职业大学会展策划与管理专业为例[J].中国市场,2017(36):71-72.
- [6] 刘苏辉.后疫情时代“云商展”助力创新可持续发展[J].商展经济,2020(7):11-13.
- [7] 刘海莹.5G时代,智慧场馆照进现实[J].中国会展,2019(7):21.