

推行会展人职业资格证书制度大势所趋



资料图片

■ 江志君

长期以来,中国会展人才奇缺成为业界关注的重大问题之一。无论是政府发出的声音还是企业发出的呼唤,都在强调一个意思:专业会展人才缺乏制约着会展业健康发展。

于是乎,围绕着“会展人才素质的提高”这个主题,形形色色的会展教育培训便在中国遍地开花,有政府组织的、有企业举办的、有协会号召的、有个人联络的、有高校参与的、有境外移植的……一时间,各种各样的资格证、培训证、合格证、上岗证、结业证等,在会展业界满天飞,大有“乱花渐欲迷人眼”之势。

对于会展人来说,在时间富裕、经济允许的情况下,参加各种学习教育培训,对于开阔自己的眼界,提高业务素质 和技术水平,无疑具有很大的帮助。但是,对于大多数人来说,毕竟精力、财力非常有限,每一个培训都参加是不可能的,只能挑选对自己有用的、合适的参加。

推行“职业资格认证”是大方向

职业资格是对从事某一职业所必备的学识、技术和能力的基本要求,反映了劳动者为适应职业劳动需要而运用特定的知识、技术和技能的能力。

职业资格证书是国家对申请人专业(工种)学识、技术、能力的认可,是劳动者

求职、任职、独立开业和单位录用的主要依据。

根据《中华人民共和国劳动法》和《中华人民共和国职业教育法》的有关规定,对从事技术复杂、通用性广,涉及国家财产、人民生命安全和消费者利益的职业(工种)的劳动者,只要从事国家规定的技术工种(职业)工作,必须取得相应的职业资格证书,方可就业上岗。

2011年12月20日发布的《商务部关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》明确指出:“探索建立会展专业人才职业资格认证制度。制定相关优惠政策,采取有效措施,引进国外高层次会展策划、市场营销和管理人才”。该文件强调了推行“职业资格认证”的大方向。

会展人应该树立正确的发展理念

从这个角度来说,会展从业人员考取符合国家要求的职业资格证书,符合当前以及今后,国家对会展人才的从业要求,对将来自己晋级晋升意义重大。

受利益驱动,一些不符合规定的机构也举办各种会展培训考试,颁发不符合国家要求的各种会展人资格证书。

其实早在2008年4月,为了治理全国各类证书泛滥的情况,国务院发出了《国务院办公厅关于清理规范各类职业资格相关活动的通知》,集中开展各类职业资格清理规范工作。明确对清查中发现的没有以法律、行政法规或国务院决定为依据设置的行政许可类职业资格及相关考试、发证等活动,以及国务院各部门、各直

属机构、各直属事业单位及下属单位、全国性行业协会、学会等社会团体,地方各级人民政府及有关部门和单位自行设置的非行政许可类职业资格,原则上都应立即停止或作废。

从国务院的这个通知精神来看,目前全国众多的会展教育培训机构所发的证书,只有“会展策划师”职业资格证书是国家行政许可的唯一合法证书。该证书由中华人民共和国人力资源和社会保障部颁发。

这几年,中国会展策划师联盟、中国会展经济研究会、河北省会展经济学会等联合启动并在全 国范围内开展了多期“会展策划师”职业资格培训考试工作,来自全国几十个省市的数百名政府及政府机构公务员、会展企事业单位人员、高校师生等参加了有关培训考试,并取得了相应级别的“会展策划师”国家职业资格证书。

随着全球经济一体化进程的加快,中国会展行业推行符合国家要求的会展人职业资格证书制度已是大势所趋。符合国家要求的会展人职业资格证书制度是推动中国会展业可持续发展的不竭动力,是推动中国会展业健康运行的人才保证和智力支持,广大会展从业人员应树立正确的发展理念,积极支持、参与、融入到中国推行的会展行业职业资格认证制度大趋势中来,为中国会展行业的快速发展注入新的生机与活力。

本版话题

近日,由国家会议中心总经理刘海莹和市场监管总监许锋联合编写的著作《会议中心设计、运营与管理》出版。

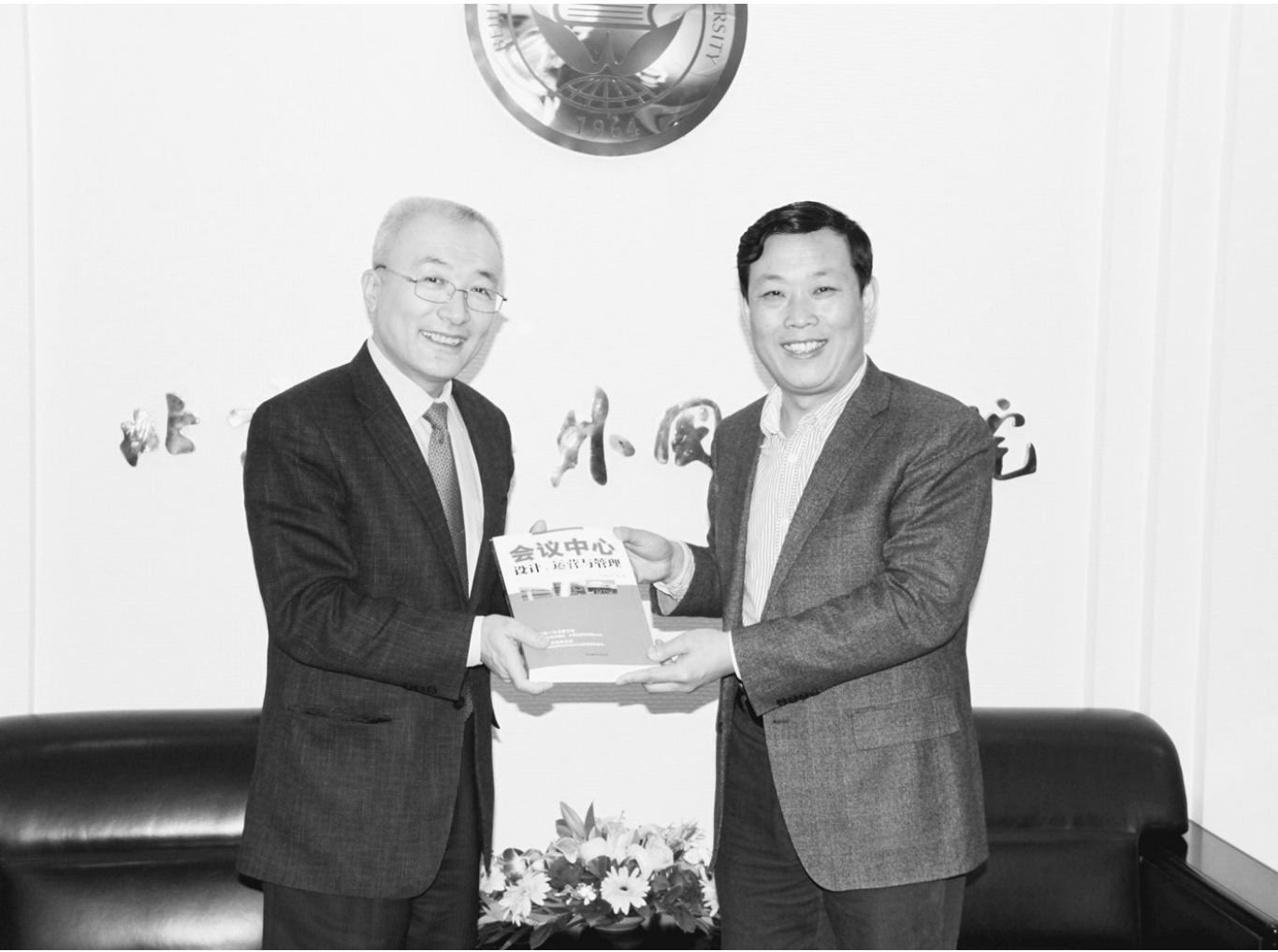
3月5日上午,国家会议中心特向北京第二外国语学院的图书馆和中国会展研究中心赠书。国家会议中心总经理刘海莹、北京第二外国语学院校长周烈、北京第二外国语学院会展研究中心主任刘大可和会展系教师及部分研究生代表出席了当天的赠书仪式。

仪式结束后,双方就今后的进一步合作交换了意见。刘海莹表示,秉承国家会议中心一贯的“爱才、惜才和重才”理念,国家会议中心将继续搭建校企合作的平台,为致力于投身会展业的大学生提供实习机会。随后,刘海莹总经理还以国家会议中心为案例,为会展系研究生讲解了现代会议中心的运营与管理。

《会议中心设计、运营与管理》是国内迄今为止唯一一部全面、系统介绍会议中心设计、运营管理的著作,本书兼具理论性与实战性,既是从业人员不可多得的实务教材,更是专业理论研究者难得的研究参考资料,相信对北京第二外国语学院会展研究工作的进一步开展具有重要的推动作用。

图为赠书仪式现场。左为国家会议中心总经理刘海莹、右为北京第二外国语学院会展研究中心主任刘大可。

(付 睿)



谁来治治展会乱象?

■ 叶灵燕

3月8日,2012年第十九届中国(北京)国际建筑装饰及材料博览会在北京中国国际展览中心新老展馆闭幕。和往届一样,人多是该展会的一大标志,彰显了建材行业的一派繁荣景象,尽管楼市低迷但风景这边独好。

趁机,不少小企业派人混进博览会在如潮的人群中乱发企业宣传资料,惹人厌烦。

展会期间,无论是在展馆外还是在展馆内,那些缺乏专业训练的宣传资料派发人员了无生气地站在那里,没微笑,无问候,甚至有的派发人员连头都不抬,机械地派发手里的宣传资料,或者硬塞给观众。而绝大多数观众看到不时朝他们递过来的宣传资料,要么摆手拒绝,要么接过随手扔掉,更有观众看到那些宣传资料派发人员如同看到“瘟神”,绕道而走。

宣传资料派发人员的过分“热情”,令观众反感、保洁员忙碌、参展商摇头、组展商无奈。

“同家公司的宣传资料,我收到了多份,其中有些是追着硬塞给我的。”

“我们有不少保洁员在各个展厅清扫地上的那些宣传资料,你看我都推着这么大的垃圾箱收集这些废纸。”

“你看看我们展台的地面多么脏乱,到处都是废纸。这些都是那些来我们这里参观洽谈的客人随手扔掉的宣传资料。刚才,只顾着忙,还没来得及清扫。”

“这些宣传资料派发人员无孔不入,防不胜防,有损我们展会形象。”

其实,小企业想不花参展费,低成本傍大展会宣传企业产品无可厚非,但这种乱发传单的行为损人也不利己。

宣传效果差。小企业派送的大多数宣传资料设计简单、制作粗糙,有的宣传资料只是简单的一页纸,多数观众收到后瞄了一眼,就扔到地上。更何况,宣传资料派发人员见人就发,没有明确的发放对象,盲目派发宣传资料,使得绝大多数宣传材料被人随手扔掉。可想而知,这种营销手段的效率和效果能好到哪里去?

环境被污染。小企业乱发宣传资料的后果是展馆内外的地上到处散落着各种各样的纸片。大多数观众会把自己不需要的宣传资料自觉地扔进垃圾桶内,但也有不少人会将其随手扔在地上,这不得不要保洁员动手清扫。

导致资源浪费。派发资料这种营销手段之所以被广大企业采用,主要是因为它成本低廉,尤其是在展会上派发宣传资料的费用比设展台参展的费用低得多。但是,对于大部分人来说,宣传资料只是一张废纸,这就造成了纸张等自然资源的浪费。

小企业在展会上乱发宣传资料,倒是乐了捡废品的人,催热了他们的“废品事业”。不过,想宣传资料被观众保留,还是成为捡废品的人眼中的“宝贝”,企业需要冷静思考。

据德国展览协会(AUMA)分析,企业参展的目标包括基本目标、产品目标、宣传目标、销售目标等。IFO公司的调查也认为,企业参展要达到的目的有宣传企业形

象、提高企业声誉、加强与客户的联系、提高产品的知名度、交流信息等。不难看出,展会营销已经成为企业开拓市场、展示形象的重要营销方式。

要知道,资料是宣传企业最基本的工具,特别是个性化的宣传资料可以展现企业的水平和实力。而企业要想在展会上得到较好的宣传效果,展览资料非常重要。除了宣传资料本身的创意外,对于仓促上阵的宣传资料派发人员,企业也应该在展前对其进行简单的培训,指导其如何有效地为企业服务,而不是为发单而发单。

为了能够成功营销自己,企业可以“费尽心思”,但千万别营销自己不成,还影响了别人,破坏了展会形象、扰乱了行业秩序。

对于企业混迹展会乱发宣传资料的行为,会展业界、展馆、展会主办方等是不是应该做点什么?

谈经论道

业内通告

新疆会展业协会成立

本报讯 近日,新疆会展业协会在乌鲁木齐市成立,这标志着新疆会展业发展进入新时期、新阶段。

中国贸促会新疆分会党组书记、会长,新疆会展业协会会长王克林表示,新疆会展业协会的成立,对于解决目前行业存在的问题,进一步规范新疆会展业市场,进行内部协调,形成自律机制,维护公平竞争,推动新疆会展业健康、快速、可持续发展,进而推动新疆经贸和相关行业的快速发展具有积极意义。

上海世博会新疆馆的设计承建方——北京点意空间国际展览集团看好新疆会展业的发展前景,目前正在筹建新疆分公司。该集团总裁吕玉贵说,新疆经济正在快速发展,如何通过展览将地方城市文化特色准确定位并进行策划、系统营销正是他们的主攻方向,他们将把全国各地成型的经验项目带到新疆来,引领行业发展。

新疆雅式展览有限公司是一家入驻新疆13年的企业,当初,看好新疆独特的农业资源、政策利好下工程机械、道路运输的发展前景和石油石化发展,该公司一直引领着农机、汽车、石油化工会展业的发展。公司总经理赵承钰表示,公司当初的选择是正确的,新疆的发展速度超乎意料。

据悉,新疆每年举办各种会展活动不断增多,新疆组团出国办展、参展也在逐年增加。目前,新疆已在哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦、俄罗斯、蒙古等周边国家连续举办多届新疆商品展览会,并将逐步拓展至更广阔的中亚市场。

(张星泽 宋佳 朱萌)

外展推荐

2012年美国钓具展

展会时间:7月11日至13日

展会地点:佛罗里达州奥兰多橙会议中心

主办单位:美国钓鱼协会(ASA)

展品范围:钓鱼竿、鱼钩、抄网、浮漂及附件、绕线轮、防水靴、钓具箱、鱼饵、鱼类探测器、鱼绳及线索、钓鱼服装、钓鱼专业用刀等。

展会概况:美国钓具展(ICAST)是世界较有影响的钓鱼用品博览会,汇集了钓鱼用具类各种产品,是北美地区此类产品最重要的交易场所,同时也是世界同行每年一次相互学习、相互交流的难得机会。

往届回顾:据统计,2011年美国钓具展共设展位1270个,吸引了427家参展企业。同时,该展会还吸引了来自美国各地约2100位买家和530家媒体。此外,来自其他53个国家和地区的822位专业人士也到场寻求合作机会。

前景分析:美国在渔具、狩猎和户外用品上消费巨大,并逐年增加了此类产品的进口额度。据统计,2011年美国进口额度比2010年增长7.5%,其中中国是美国最大的进口国,增长的幅度也最大,这说明美国市场逐步偏向中国厂商。

不过,中国渔具行业刚刚起步,大多中国渔具生产厂商只有10多年的发展历史,还没有充分把握美国市场的走向。休闲运动是没有国界的,但是其产品是有国界限制的,在中国畅销的产品在美国不一定同样畅销,这需要中国的生产商们透彻考察美国市场,随时搜集美国市场的信息。而参展是中国渔具生产厂商能够到美国去实地考察、参观美国各类渔具店、接触众多美国渔具生产商和销售商的一个很好途径。

另外,美国对中国的贸易也处于一种试探性的阶段,尤其是在渔具、狩猎及户外用品这一领域。这需要中国渔具生产商们在不断改进生产工艺,提高产品质量的同时能“走出去”,主动亮相美国市场,让更多美国经销商认识、注意自己。而参加各类国外展会则是中国渔具生产商向世界很好展示自己的机会。

(方 凡)