

王方华 过聚荣 / 总主编

会展经济与管理丛书

会展 人力资源管理

张静抒 主编

上海交通大学出版社

会展经济与管理丛书

会展人力资源管理

张静抒 主编
周洁如 副主编

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书从我国会展业发展趋势入手,分析了会展企业组织与人力资源管理的特性。第三章至第八章具体探讨了会展企业人力资源管理的各项职能,即会展企业人力资源规划、会展人员的招聘与筛选、会展人员的培训与开发、会展人员的绩效管理、会展人员的激励机制、会展管理中的团队建设等。最后一章则对会展人力资源管理发展的新趋势作了阐述。

本书既可作为高校会展专业的教材,也可作为会展企业管理人员的培训或自学教材。

图书在版编目(CIP)数据

会展人力资源管理/张静抒主编. —上海:上海交通大学出版社,2008

上海交通大学精品课程

ISBN 978-7-313-04329-0

I. 会… II. 张… III. 展览会-企业管理-劳动力资源-资源管理-高等学校-教材 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 192493 号

会展人力资源管理

张静抒 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

立信会计出版社常熟市印刷联营厂印刷 全国新华书店经销

开本: 787mm×960mm 1/16 印张: 24 字数: 364 千字

2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1~3 050

ISBN 978-7-313-04329-0/G·996 定价: 38.00 元

版权所有 侵权必究

总 序

上海交通大学安泰管理学院院长 王方华

改革开放以来,中国的会展(会议、展览和节事活动)经济经历了空前的发展。仅以上海展览业为例,20世纪90年代以来,上海的国际性展会以每年超过20%的速度递增。2001年,在上海举办的国际性展会已达297个;2004年全年达到400多个。在上海,几乎天天有国际性展览会。2001年,上海会展业直接收入18亿元人民币,占全国会展业总产值的45%。2001年,上海会展交易额达550亿元,观众近500万人次,其中境外观众约占1/10。上海正在迅速崛起成为新的“亚洲会展之都”,并成为中国会展业的强大引擎。统计资料显示,会展业对相关行业的经济带动比约为1:9,为第三产业或现代服务业的一个重要组成部分。在会展发达国家,会展业的产值占国民生产总值的0.2%。中国是世界上经济发展最快的国家之一,每年国民生产总值保持7%~8%的增长率。因此,会展业在中国,尤其在上海、北京这样的大都市,发展前景广阔,发展空间巨大。

2008年,中国的北京将举办奥运会。2010年,中国的上海也将首次承办在发展中国家举行的注册类世界博览会。

会展行业作为一个新兴的行业,会展人力资源建设是摆在我们面前的一个新课题。据不完全统计,2002年包括港澳在内的国际国内各类短期培训活动达到12次,参加培训人数超过1500人,其中80%以上为管理类培训活动,同时有大约20余所大专院校开始开设会展管理专业或者专业方向。自2000年以来,短短3年时间,在全国范围内已经形成了一个不同层次、不同类别、形式多样的教育培训市场。概括起来为:职业培训人才市场和专业教育人才两大市场,学位教育、职业资格、职称培训三个层次,以及北京、上海、广东、港澳、中西部五个地区,一个全国性会展教育培训体系框架基本构成。

作为人类文明驿站的世界博览会正日益成为全球经济、科技和文化领域的盛会,成为各国人民总结历史经验、交流聪明才智、体现合作精神、展望未来发展的重要舞台。2010上海世博会将是一次探讨人类未来发展的伟大盛会,在184天的展期里,世界各国政府和人民将围绕“城市,让生活更美好”这一主题充分交流经验,为新世纪人类的居住、生活、工作探索新的模式。

基于中国会展活动的现状以及世界经济发展的新的动向,上海交通大学安泰管理学院在2003年创立了“会展经济发展研究中心”,旨在开展会展经济与管理的基础研究,为上海和全国培养高层次、高素质的会展业专业人才,为我国会展经济的健康、稳定发展提供政策建议。

这套“会展经济与管理”丛书是研究中心的学者们几年来教学、科研成果的结晶,也是与其他兄弟院校的学者们合作研究的成果总结。希望丛书的出版能为会展事业的进步与发展提供我们的一份力量,也希望系列教材能得到同行及其他专家、学者和关心这一事业的所有人士的批评指正。是为序。



2005.7.2

前 言

会展经济是第三产业发展成熟后出现的一种新型经济形态,它已成为世界上许多发达国家国民经济新的增长点。会展业素有“触摸世界的窗口”之称,它不仅可以为会展举办城市带来巨大的直接和间接经济效益,而且能加强城市与外界的商贸、文化交流,推进城市基础设施建设,提高城市知名度,以及优化地区经济结构,因而受到世界各国和地区的广泛重视。据不完全统计;全球每年的国际性会展总收入已达到2800多亿美元,其中德国、法国等发达国家凭借自身在资金、技术等方面的优势占了很大份额。中国会展业自改革开放以来,从无到有、从小到大,以年均近20%的速度递增,已成为国民经济发展的新亮点。据统计,2005年我国的展览项目数达3800个,仅次于美国居世界第二位;展览收入127.5亿元,比上年增长18%;展览企业达4900家,比上年增长25%。到2006年我国全年共举办各类展览会4000多个,仅展览业2006年直接收入就达140亿元左右,由此带动交通、餐饮、通信等10多个相关产业,其收入达1260亿元。可见,会展经济对我国经济增长的作用日益明显。

那么,会展企业如何在中国会展经济加速增长中抓住机遇而不错失良机?会展企业又该如何在大浪淘沙中永保核心竞争力?这是我国会展业界目前面临的重大课题。

唯一正确的选择则是用全新的人力资源管理的理念重新构建会展企业。尽管“人力资源是企业最为宝贵的财富”这已是不争的事实,但是如何开发与管理人力资源,如何真正体现出人力资源第一要素的作用,却并非易事。尤其对于会展企业更是如此。会展业是一项集全局性、专业性、操作性和政策性于一体的系统工程,从筹办到招展、展出,在项目流程、人力资源、空间设计和物流安排等方面都需要通盘运筹,其涉及信息学、管理学、经济学、旅游学、建筑学、运输学、美学等多种学科。每个环节都需要发挥“人”的作用,因此,会展人力资源管理问题,直接影响到会展企业,甚至整个会展业的整体发展。

本书从会展业的行业特性及会展企业的组织特性入手,引出会展企业人力资源管理的重要性及不同于其他类型企业的人力资源管理的具体方法和内容。本书共分九章。第一章介绍了我国会展业发展的情况,点明会展企业人力资源管理的重要性;第二章分析了会展企业的组织特性,指出会展人力资源管理的特性及管理重点;第三章至第七章以人力资源管理的理论为基础,分别从会展企业的人力资源规划、会展人员的招聘与筛选、会展人员的培训与开发、会展人员的绩效管理以及会展人员的激励机制,探讨了会展企业如何高效地完成人力资源管理的各项职能,从而更好地推动会展企业的发展;第八章则从会展运作管理的独特性出发,详细讨论了会展管理中团队建设的重要性及会展项目管理中的人力资源管理问题。第九章则对未来会展企业的人力资源管理发展的趋势作了进一步的阐述。其中,第八章、第九章由周洁如副教授撰写;第一章至第七章由本人完成。

本书作为上海交通大学“会展经济与管理丛书”中的一部,得到了安泰经济与管理学院院长王方华教授的大力支持,以及会展经济发展研究中心的武邦涛教授、过聚荣副教授等老师的支持。上海交通大学出版社的倪华编辑为本书的出版作了大量的工作,在此表示深深的感谢。同时,在写作过程中,参阅了国内外大量相关的研究成果和文献资料,对他们表示感谢和敬意。

本书初稿于2005年初完成,并经过两年课堂教学得到了进一步的完善,终稿完成于2007年7月。希望通过本书的学习,使之掌握会展企业人力资源开发与管理的技能,真正了解会展企业的人力资源开发与管理如何运作,进而提高企业的经济效率,使会展企业的管理逐渐向纵深发展,从而推动我国会展业走向有序,进入健康发展的良性循环。

编者

2007年7月

目 录

第一章 我国会展业发展概述	1
第一节 我国会展业的发展现状与问题	4
第二节 我国会展业发展趋势	15
第二章 会展企业组织与人力资源特性	27
第一节 会展企业组织特性	29
第二节 会展企业人力资源管理特性	39
第三章 会展企业人力资源规划	51
第一节 会展企业人力资源规划概述	53
第二节 会展企业人力资源需求与供给预测	63
第三节 会展企业人力资源战略规划的执行	76
第四章 会展人员的招聘与筛选	89
第一节 招聘筛选概述	91
第二节 会展人员的招聘	97
第三节 会展人员的筛选	124
第五章 会展人员的培训与开发	141
第一节 我国会展培训市场发展新趋势	143
第二节 会展人员培训需求分析	149
第三节 会展人员职业发展	171
第四节 会展项目经理的培养	188

第六章 会展人员的绩效管理	201
第一节 绩效管理概要	203
第二节 会展企业绩效管理的过程	215
第三节 会展人员的绩效评估方法	229
第七章 会展人员的激励机制	261
第一节 激励理论与特性	263
第二节 会展企业激励机制的建设	282
第八章 会展管理中的团队建设	313
第一节 会展企业团队建设概述	315
第二节 会展项目管理中的人力资源管理	326
第九章 会展人力资源管理发展新趋势	341
第一节 未来的会展企业组织	343
第二节 未来的会展人力资源管理	354
参考文献	374

第一章

我国会展业发展概述

本章学习目标

1. 了解我国会展业发展现状与存在的问题
2. 了解我国会展业发展的趋势
3. 分析制约我国会展业发展的瓶颈问题

从 1894 年的德国莱比锡样品博览会到今天的国际性贸易展览活动,现代会展业已经走过了 100 多年的历史,并正逐渐成为世界上许多发达国家国民经济新的增长点。会展经济作为第三产业发展成熟后出现的一种新型经济形态,在我国从无到有、从小到大,以年均近 20% 的速度递增着,特别是从 1997 年开始行业经济规模逐步扩大,专业场馆建设也日臻完善。据中国国际贸易促进委员会数据显示,1997 年我国全年举办的各类展览会数量第一次达到 1000 个,但经过短短的 10 年时间,这一数字就跃升至 3800 个。从 1000 个到 2000 个,用了 5 年的时间;而从 2000 个到 3000 个,却只用了 2 年的时间。截至 2006 年底,我国已拥有 2000 平方米以上的各类会展中心和展览场馆 170 家,可用于展览的总面积达 536.5 万平方米,其中近三分之二为室内展馆,三分之一为室外展馆。展览总面积已居世界前列。但是,这个全球发展最快的展览市场的效益却令人失望。据统计,2006 年,在我国举行的每个展览会的平均展览面积不到 900 平方米,各类展览会的直接总收入仅 140 亿元人民币,与全球展览业 2006 年 3000 亿美元的直接收入相比,我国未能占到应有的市场份额。

另一方面,全球每年会议收入约 2200 亿美元,目前以 8%~10% 的速度增长。据国际大会和会议协会 (ICCA) 统计,全球每年举办的国际会议中,参加国超过 4 个、参加人数超过 50 人的国际会议有 40 万个,其市场价值超过 2800 亿美元。但从 2007 年国际大会和会议协会公布的资料来看,我国无论是举办国际会议^①的数量还是所取得的经济效益,都远远落后于排名前 10 位的会议城市和国家。(具体排名见表 1-1)

显然,目前我国会展业的发展状况,与我国的改革开放形势和旅游大国地位极不相称,也与我国快速上升的综合国力和全球影响力极不相称。因此,了解现状与问题,在未来发展的轨迹上探寻我国会展业发展的途径,从而为我国会展业的持续、健康发展提供一个清晰的发展思路。

① 根据 ICAA 的标准,他们所统计的国际会议,必须是由其认可的国际协会主办,会议是经常性定期举行,而且至少在三个国家之间轮流举行过。2006 年全球共有 5838 个会议符合这项标准的国际会议纳入统计,较 2005 年增加了 523 个,增幅达 9.0%。

表 1-1 2006 年度国际会议前 10 名城市和国家排名一览表

排名	城市	会议数量	排名	国家	会议数量
1	维也纳	147	1	美国	414
2	巴黎	130	2	德国	334
3	新加坡	127	3	英国	279
4	巴塞罗那	103	4	法国	269
5	柏林	91	5	西班牙	266
6	布达佩斯	86	6	意大利	209
7	首尔	85	7	巴西	207
8	布拉格	82	8	奥地利	204
9	哥本哈根	69	9	澳大利亚	190
9	里斯本	69	10	荷兰	187

资料来源: www. iccaworld. com

第一节 我国会展业的发展现状与问题

近年来,会展业逐渐在我国经济生活中占据一席之地,成为一种新的经济现象。会展业的发展对我国经济生活的许多方面产生了重要影响,在推动物质生产、增加社会就业、引进先进技术及促进对外交往等方面发挥着重大作用,并作为国民经济新的增长点,引起了社会各界的重视和关注。认真研究并采取行之有效的对策解决会展经济发展中出现的越来越多的新情况和新问题,尤其是人才问题,对加快会展业的发展,培育新的经济增长点具有重大的现实意义。

一、我国会展业发展现状

1. 会展业发展迅速

据统计,1997 年至 2003 年举办的展览会总数以年均 20% 的速度递增,其中国际性展览的平均增长率为 11.8%,在展览会总数中占 50% 左右。特别是

近 10 年来,我国年均通过展览实现外贸出口成交额超过 40 亿美元,内贸交易 120 多亿人民币,每年估计约有 600 万以上人员参观国际展览会。进入 2006 年,我国会展业更是保持稳定增长的势头,展览业直接收入约 140 亿元人民币。就展览项目数而言,中国仅落后于全球第一的美国,展览场馆数量则居世界第三,排在美国和英国之后。会展内容涉及到机械、电子、冶金、矿产、石油化工、轻工、纺织、农林、商业流通、运输、通讯、旅游等众多行业。并且,逐步形成了具有一定影响力的展会,如北京的国际车展、全国医疗器械展与全国制药机械展,广州的“广交会”,上海国际工业博览会,成都的“糖酒会”,深圳的“高交会”等。一批专业展览崭露头角,如北京的国际机床展、国际通信展、国际纺机展,上海的国际家具展、国际模具展,珠海的国际航空展等,这些展览会在展览规模和服务质量等方面都已接近国际水准,逐渐参与到国际竞争之中。

2. 会展经济潜力巨大

一方面,随着社会主义市场经济的发展,市场化进程的深化,越来越多的工商企业逐步开始利用会展业特殊的营销功能来宣传自己、寻求合作、创造商机、拓展市场;另一方面,随着我国整体经济实力的增强,国际地位的不断上升,越来越多的西方国家开始瞄准中国市场,到我国举办展览,推介产品,加强售后服务等,这已成为他们的一项重要举措。同时我国也逐步向亚洲乃至世界重要的会展中心迈进。

以国际会议为例,目前,欧美国家从占国际会议市场 80% 的份额已下降到 60%,其中很大一部分被亚洲国家所占领,尤其是新加坡、韩国的首尔,当然,其中也有我国的贡献。据专家预测,我国会展业的带动效应目前只有 1:5,与国外相比,还存在着较大的差距,只要不断挖潜,不断解决好会展业发展过程中出现的问题与状况,其发展潜力是巨大的。

3. 会展业成效明显

我国会展业尽管起步晚,但是发展迅速,成效显著。特别是其所具有的“乘数效应”,在推动国民经济发展方面发挥着越来越重要的作用。最直接的成效就是经济收入增加了。据统计,2005 年我国的展览项目数达 3 800 个,仅

次于美国居世界第二位;展览收入 127.5 亿元,比上年增长 18%;展览企业达 4 900 家,比上年增加 25%。2006 年我国全年共举办各类展览会 4 000 多个,仅展览业 2006 年直接收入就达 140 亿元左右,由此带动交通、餐饮、通信等 10 多个相关产业,其收入达 1 260 亿元。可见,会展经济对我国经济增长的作用日益明显。另一方面,会展业还具有其他功效,如:

(1) 推介新产品、新技术,加强技术交流,为解决社会就业问题,提供了更多的就业岗位。

(2) 促进了国与国之间的文化交流,增进了友谊。

(3) 涌现出了一批会展城市,推动了城市的繁荣;目前分别形成以北京、上海、广州、大连、成都、西安、昆明等为会展中心城市的环渤海会展经济带、长三角会展经济带、珠三角会展经济带、东北会展经济带以及中西部会展经济带五大会展经济产业带框架,这些经济产业带通过准确的功能定位,逐步形成相互协调、各具特色、梯级发展的互动式会展经济发展格局。

(4) 加强了不同地区的经贸合作,推动了服务业及相关产业的发展。继 2004 年 8 月 2 日长春、大连、哈尔滨、吉林、沈阳五城市会展管理部门共同发起成立《中国东北中心城市会展联盟》,2006 年 6 月,上海、江苏、湖南、湖北、云南、深圳等 12 家会展场馆的 CEO 和高管在深圳会展中心签署了“中国展览馆相互推广合作协议”,内容包括展馆宣传、招展、推介和广告合作等方面,以达到优势互补、共同发展的目的;同年 9 月,在长沙召开的第四届全国中心城市会展工作年会上,50 个会展中心城市代表成立了会展联盟,旨在加强城市间的协作,合理配置资源,以提高区域会展经济的质量与效益,规范会展市场秩序;同年 10 月,上海、天津、广东、江苏、四川、福建等省市又成立了“中国国际展览联盟”,进一步加大了区域间的合作力度。

4. 会展业竞争日趋激烈

随着全球经济一体化的发展,国内市场的逐步开放,国外会展商不断抢占中国会展市场,从而使得国内会展业的竞争更加激烈。一方面是国内会展企业良莠不齐,同一时期、同一地点相同的展会过多过滥,形成了恶性竞争。为了争取得到展会的举办权,许多展览场地不得不降低自己的标准摊位费用,使得

不少展会总收入往往低于正常盈亏点,造成效益下滑或亏损。另一方面,随着WTO的逐步开放,从2004年初商务部颁布《设立外商投资会议展览公司暂行规定》^①之后,很多外资会展企业不再是“借腿走路”^②,而是倾向于通过资本运作,收购或者并购国内有资质的展览企业或者有一定品牌影响的国内展览项目而开展业务活动。近年来,外资展览公司之间“强强联合”或者是外资对国内展览企业“大鱼吃小鱼”的趋势越来越厉害,更加速了国内会展行业优胜劣汰的步伐。

由于国外会展业具有先进的管理理念与方法,较高的知名度和广泛的客户网络,以及高素质的会展专业人才,在市场竞争中常处于有利地位。因此,我们更应该有一个清醒的认识。尽管从目前的态势来看,会展业发展势头良好,但是,仍要看到其发展过程中存在的问题。否则,将直接影响到我国会展业的未来。

二、我国会展业发展进程中存在的问题

我国会展业起步较晚,相对于发达国家及我国香港地区的会展水平,呈现出不成熟、不规范、不配套的总体特征。具体主要表现在以下四个方面:

(一) 规模过小、竞争力弱

根据国际博览会联盟(IIFI)的规定,会展场馆的注册标准为:展出面积应在20 000平方米以上。世界著名的国际大都会都建有一个或数个规模浩大的会展场馆,如纽约、底特律、米兰、伦敦、巴黎、东京、法兰克福、慕尼黑等城市都建有10万或20万平方米以上的大型现代化展馆,汉诺威甚至有一个世界上最大的展览场馆,其展出面积接近47万平方米。显然,与发达国家相比,我国的

-
- ① 此规定批准外商可以在中国成立独资的展览公司,并可在中国境内主办、承办各类经济技术展览会和会议。
 - ② 当时,国外会展商进入国内会展市场的形式主要有以下四种:①在中国搞合资公司,与中国会展同行搞合资或合作伙伴,优势互补,共同开拓中国的会展市场;②在中国设立代表处或办事处,了解中国会展业的情况,开拓中国市场;③与中方合资兴建会展中心;④外国会展公司将自己的品牌会展移到中国举办。

展馆规模较小。截止到2006年,我国展览总面积为600万平方米,约250个展览馆,其中规模超过5万平方米的展览馆17个。但目前我国专业展览会的规模与发达国家同类展会面积相比差距依然很大。例如,2006年的第八届中国国际机床工具展览会(CIMES&CMTF),尽管已发展成为第三大国际专业机床展,但其展览面积也只有7.5万平方米,接待用户及观众15.9万余人次,贸易成交额达16.9亿元人民币,规模无法与排名第一的汉诺威EMO相比。2005年汉诺威EMO共有来自41个国家和地区的2000多家企业参展,其中59%来自主办国德国以外的国家和地区,专业观众达到16万人次,展览面积达到60多万平方米。我们展览规模明显小于国外同类会展规模。在会展之国的德国,中等规模的博览会展览面积大都在18万平方米左右。尽管从20世纪90年代起,上海先后兴建了新国际展览中心、国际展览中心、世贸商城、农展中心、光大会展中心等新展览馆,除新国际展览中心展览面积在33万平方米左右(到2010年全面竣工后的总展览面积,目前大约25万平方米),其他场馆的展览面积大都在2~3万平方米,且布局分散,加上原有的上海展览中心,全市的展览总面积截止到2006年大约42万平方米。随着2010年世博会的推进,展览面积不足的矛盾将日益突出。

当然,除了展馆规模普遍偏小外,展会内容单一、配套服务滞后等也将影响我国会展业的综合竞争力。以2003年在上海光大会展中心举办的汉诺威CeBIT亚洲信息展为例,虽然整个展会突显了德国风格,但是具体到细节上则问题颇多,如,汉诺威CeBIT设有一套电脑查询系统,要求场馆的所有计算机都能与国际互联网连接,但是目前的光大会展中心还不具备这样的条件。这并不仅仅是技术问题。从整体上看,我国会展业尚未形成专业化分工协作的格局,容易造成展会主办者既是策划人员,又是具体实施人员;从展品征集、宣传促销到展场布置、活动安排甚至为参展商提供住宿、饮食等服务均由同一批人承担,这在很大程度上降低了会展的效率,也会影响到会展服务的质量。从2005年开始,汉诺威CeBIT已经转移到由德国汉诺威、杜塞尔多夫和慕尼黑共同投资的上海新国际展览中心。