

4 才市扫描 HR Market

策划人才匮乏 成为新疆会展行业瓶颈

张耀阳(化名)是新疆石河子大学中文系毕业生,本以为自己进入会展公司工作应该是绰绰有余的,没想到去一家企业应聘后,对方告诉他,如果愿意做会展工作,企业非常欢迎,不过他要从头学起。

进入公司之后,张耀阳发现,公司里那些能够独当一面、能够完成项目前期策划和后期招商以及会展流程和组织的人并不多,大部分人都像他一样,是可以被替代的;而那些不可替代的人,都是经过多年的积累和历练而成的,有着丰富的操作经验。

师傅带徒弟 半途出家者多

事实上,张耀阳所看到的,正是目前新疆会展业的真实情况。

“相比学历和证书,我们会展企业更看重的是素质。”新疆某展览公司相关负责人表示,会展行业没有职业准入限制,不像有些行业一定要有执业资格证才可入行。而要成为一名成熟的会展人才,至少也要经过长达5年的磨练。

根据他们的经验,会展业相对其他行业对人才的要求更高一筹,并不是在学历方面,而是在综合素质方面。企业需要的是一个能文又能武的专才或通才,既懂设计、搭建、运输、器材生产及销售等会展辅助性工作,更懂会展的立项、主题、招商、招展、预算和运营管理等方案的策划,以及会展项目的销售和运营管理工作;他们既要有创意,又要精通现代经营理念,在语言、公关等方面皆具备良好素质。

记者从新疆会展业协会了解到,目前新疆具备这种综合素质的人属于稀缺资源,一般都是些会展公司的老总级别的人物,都是不可替代的。

目前大多数会展人员是拥有经营经验和营销经验的可替代性人才,师傅带徒弟的学习模式,决定着这些会展人员是一步步摸着石头过河,还有可能就此被淘汰。

之所以如此,是因为疆内各类会展企业从业人员均是从事其他行业转行的淘金者,其中不少人是从广告、媒体等行业半路出家的,因此在很多专业领域操作并不规范。

管理既是一个“老掉牙”的话题,更是一个考验“牙”究竟有多“硬”的问题。在兰陵集团的采访中,董事长、总经理陈春源又一番机智诙谐的管理见解,几次令记者忍不住笑出声来。陈春源说,人无牙或牙不好,吃东西就只能囫圇吞枣或消化不良;企业无“牙”或“牙不好”,与人的遭遇和后果就有过之而无不及,所以,“老掉牙”的管理必须要日久弥新,任何时候都要让管理具有一口“伶牙俐齿”。他语气深沉地说,管理从思想上说是哲学的,从理论上来说是科学的,从操作上来说则是艺术的。

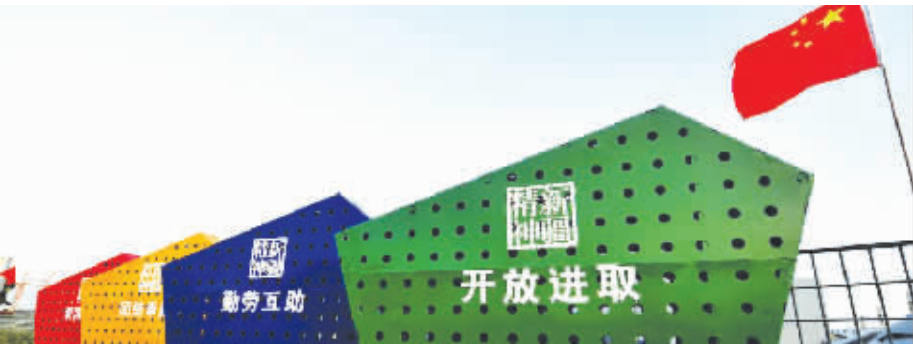
“兰陵梦”,让管理变得更哲学、更科学、更艺术

自从把“幸福兰陵”、“美丽兰陵”上升到“兰陵梦”的层面,把“兰陵梦”融入“中国梦”伟大的境界之后,陈春源觉得企业的各个方面都应该更上一层楼。这当中,有一个毋庸置疑的现实“倒逼”他深入地思考起这样一个问题:在转型升级、创新驱动这个重大的企业发展的课题面前,兰陵的管理如何跟上时代前进的步伐?换句话说,在打造“兰陵梦”的进程中,如何用管理筑牢“兰陵梦”开花结果的根基?他觉得,当前这种与“兰陵梦”有着“唇齿相依”关系的管理,比任何时候都显得更加重要和迫切。为此,经过认真的思考,以陈春源为首的兰陵集团决策者,审时度势地制定出“管理提升年”的战略策略。

记者在采访中获悉,2013年是兰陵集团的“管理提升年”。集团相关负责人向记者介绍了他们如何“提升”的一些具体措施。这位负责人用“管好质量、管好成本、管好市场风险,管出明显成效,管出最大效益”来概括了“提升”的主要内容。这位负责人对记者表示,“提升”的目的很明确:理顺发展矛盾,消除发展制约,打破发展瓶颈,科学规范、精简缩短管理流程,确保企业顺畅高效运营。记者了解到,2012年,兰陵狠抓精细化管理化解压力,战略采购降本显著。仅以涂料采购部门为例,他们面对原材料市场复杂多变的价格考验,始终坚持及时高效、优质低价采购原则,坚持同等质量比价格、同等价格比质量、最大限度为公司节约成本的工作思想,出色地完成了全年采购任务。

在“管理提升年”中,集团上下牢固树立大质量管理理念,把质量管理扩大到企业经营的所有方面,不断完善全过程控制体系,持续强化全员性参与,不断提高企业质量管理 and 质量保障制度的先进性,大力推进卓越质量管理模式,形成过硬的质量执行力,狠抓产品质量、施工质量、工作质量、服务质量,推行产品质量问责制、验证制、评审制、未管制,全面了解客户对产品质量的个性化需求,降低产品质量代价,力争在各大专业市场上打造出更多精品名牌。

记者了解到,集团在牢固树立大成本管理理念,全面掌控材料成本、人力成本、管理成



“从2005年开始,我们成立了自己的会展公司。”新疆某国际会展文化发展公司总经理黄河说,自己是从第二届乌洽会开始进入会展行业的,公司专门从内地一些大学会展专业招聘过人。而这么多年来,经他手带过的各种专业的学生已不下几十个,不管是会展专业的,还是其他专业的学生,都需要自己手把手地带。

黄河说,即便是会展专业的学生,除了在专业术语上比一般人了解较多之外,对于会展的具体操作还是一张白纸。近年来,新疆的会展从业人员规模比当初自己入行时扩大了数倍,但很多人还是由于实力欠缺而转行了。

据了解,会展人才包括会展核心人才、会展业辅助性人才以及会展业支持型人才。会展核心人才包括会展策划和会展高级运营管理人才,他们在行业中层次最高,专业性最强;会展业辅助性人才包括设计、搭建、运输、器材生产销售等人才;会展业支持型人才则包括高级翻译、旅游接待等。

策划人才奇缺 展会同质化

“实际上,乌市目前专业策划人才非常的少。”一位业内人士表示,对乌市的很多会展公司来说,策划方面的专门人才可以说基本没有,甚至大多数公司根本没有策划部门。

“很多会展公司的展会策划基本上都是老板或领导拍脑袋决定的。”该人士不客气地表示,很多本地的会展公司要开办一个新展会的时候,大多是领导根据自己多年的经验和对市场的判断来决定。“所谓的市场调查基本没

有”。

而这样的结果很有可能背离市场需求。乌鲁木齐职业大学传媒学院副院长木那吉丁·木努尔对此深有感触。他告诉记者,由于缺少策划人才,乌鲁木齐会展业新开发项目很少,而旧有的项目则在不断被模仿,导致展会同质化现象严重。

“2009年仅美容化妆类会展就办了4个,2010年前7个月,服装类展会仅在一个会场就办了3个。”木那吉丁·木努尔说,近年来,新疆展会同质化严重,很多展会的展位甚至不到100个。

“现在很多会展公司都注重招商、营销,实际上是舍本逐末。”木那吉丁·木努尔告诉记者,由于参展商能够给会展公司带来直接受益,导致很多公司盲目招商,却忽视了对展会的策划、设计,最终导致观众人数减少。“观众减少,参展商会觉得没有达到销售或者宣传的目的,下次自然也就没有兴趣继续参加了。”

木那吉丁·木努尔告诉记者,正是由于缺乏对策划方面的重视,新疆展览项目参展商流失严重,有的流失率达到40%,而在东部城市,项目流失率不到20%。

为此,已经有会展公司行动起来,开始重视策划部门。“我们公司总部已经开始成立策划部了,还在不断招人。”新疆某国际展览有限公司副总经理田晶敏告诉记者,随着新疆会展经济的发展,运营方式越来越正规化,策划人才也越来越受到重视。现在可能还能凭经验去运作,但是未来2年甚至不到1年,乌鲁木齐的会展公司将会追逐策划方面的人才。

(王安萍 李鹏)

六大专业将走俏人才市场

市场需求在不断变化,不少几年前还炙手可热的专业,等到自己毕业那天很可能已经成了人才市场上的“滞销品”。如何能预知今后几年哪些专业在市场上最为紧俏?

一、汽车服务人才全面紧缺

中国汽车人才研究会秘书处副主任汤海山提供的数字显示,“十一五”期间我国汽车研发人才缺口50万,维修人才缺口80万。汤海山说,未来5年汽车人才全面紧缺,包括汽车研发人才、汽车营销人才、维修人才、管理人才等。

“值得注意的是,以上几类人才培养在高校中已经形成一定规模,而汽车服务人才却还没有得到大家的重视。”汤海山说,目前,全国只有几所高校设置汽车服务专业,规模也不大。但从国际标准来看,这类人才非常重要,缺口非常巨大。此外,在后汽车时代,汽车文化人才也非常紧缺。

二、民航业人才缺口24万人

目前国际民航平均人机比是100:1,而我国民航业平均人机比是200:1,这意味着,仅以国际民航水平计算,未来20年我国至少需要民航类人才24万人。

中国民航学院教授都业富说,由于允许民营资本投资经营航空公司,近年来,以奥凯、春秋、鹰联为代表的民营航空公司已经展开了一场人才争夺大战。都业富认为,在未来几年内,飞行员、空勤人员、航空运输安全管理人员以及维修专业人才在我国最为吃紧。

三、机电一体化需要复合型人才

机电一体化已是当今世界及未来机械工业技术和产品发展的主要趋向,也是我国机械工业发展的必由之路。智联招聘网日前发布的统计数字显示,北京市对该专业每月需求量有200多个。技术类占到了40%,销售类占到了30%,客服类占到了20%,管理类占到了10%。从行业来看,专业的用人需求主要集中在制造业、生物制药业、环保业以及快速消费品业。

四、精算师“钱”程无忧

精算师,是一个公认为“钻石领”、国外年薪过百万、国内月薪上万元的职业。目前,精算师是国内各大保险公司争夺的焦点。据中国保险监督管理委员会精算部相关负责人介绍,目前,我国仅有百余名精算师,随着国外保险公司进入中国,我国未来5年急需5000名精算人才。

目前,每年高校精算专业的毕业生仅仅几十人,远远不能满足市场的需求。精算师是保险业的精英,是集数学、统计学、经济学和投资学等各类知识于一身的保险业高级人才,在保险企业中担当着极为重要的角色。一个合格的精算师不仅应具有扎实的精算知识,更重要的是必须熟悉所处保险市场的保险法规以及与保险相关的税务、会计、投资等领域的知识。

五、护理学就业前景看好

随着我国向老龄化社会转变,将来从事老人医学的人才将走俏,保健医师、家庭护士也将成为热门人才。另外,专门为个人服务的护理人员的需求量也将增大。

业内专家介绍说,护理职业一直是国际上地位较高、薪水丰厚的职业之一,同时,护理人才又是国际紧缺的人才之一。如护士在美国平均年薪达5万美元,而美国缺护士30万人。在澳洲,护士最容易找工作或获得升迁,同时,只要拥有了澳洲注册护士的资格,就等于拿到了通向英联邦国家工作的“绿卡”。英、法、德等西方发达国家对护士均有许多优惠政策,因此,有深厚的专业知识、较高的综合素质和流畅的国际交流语言的护士,在国际上就业、发展前景十分广阔。

目前,国内很多大中城市的医院都没有涉外门诊,而一些合资医院以及“洋”医院更是如雨后春笋一般扎根北京、上海等地。所以,如果护理学人才在具备护理学、护理人际沟通、护理礼仪等专业知识外,还能具备一定的外语能力,那么就业选择将更为宽广,可以从事在华的涉外医护服务、国际技术合作交流和资料传递等。

六、材料类研发人才成为焦点

目前我国材料行业的人才缺失问题,已经成了众多企业发展的桎梏。据一家科技产业公司的技术总监介绍,该公司主要从事碳化硼、碳化硅等产品的研发,但这方面的人才很少,因为高校相关的专业不是很多。“目前,我们的人才主要来自当地的化工研究所,都是具有一定工作经验的技术人员;还有就是引进外国专家。但两者的成本都很高,并且不能从根本上解决企业人才缺乏的问题。目前企业正处于快速发展的时期,人才匮乏对企业发展的影响很大,我们急需大量的人才支持。”这位先生告诉记者:“目前我国整个材料行业都缺少高精尖人才。” (吴明)



■ 通讯员 张海峰 本报记者 李丙驹

本等一切成本因素,采用一切节能降耗手段,挖掘所有节支增效渠道的同时,恪守大安全管理理念,在“严、细、实、恒”上狠下功夫,以最严肃的态度、最严明的纪律、最严格的管理、最严厉的措施对待安全问题,积极推进安全文化建设,使之成为实现“兰陵梦”坚强有力的支撑。

上述管理举措,使记者想起一句管理名言:管理就是让大家知道你的规划,理解你的规划,理解你的实施计划和要求,同时让利益联系你我他。

“兰陵梦”,提升人才强企的正能量

兰陵“管理提升年”中的一出重头戏是大力实施人才强企战略。谈到这个问题,陈春源又是一番妙语连珠的讲述。他说,人才强企,归根到底就是要证明一个大智若愚的真理:“黑猫、白猫,能抓老鼠的就是好猫。”当然,不能是“病猫”,“病猫”是抓不住老鼠的。陈春源从来都认为,管理就是用合适的方法管人管事。“提升”,就是不断提高管理的质量,收到多抓“老鼠”的效果。同时,他常常告诫企业的各级管理干部,抓不住“老鼠”首先不能怪“老鼠”太狡猾,而应该检查自己是不是“好猫”。所以,他要求:高层管理者做正确的事;中层管理者正确地做事;执行层人员把事做正确。

记者在采访中了解到,兰陵大力实施人才强企战略,无论在理念及措施上都得心应手。他们始终坚持德才兼备、以德为先的人才引进培育使用原则,不断在创新实践中发现人才,在创新活动中培育人才,在创新事业中凝聚人才,积极营造鼓励人才干事业、支持人才干成事业、帮助人才干好事业的环境氛围,使一切创造创新源泉充分涌现,以人为本的正面

量在管理中不断提升。陈春源说,这些思路 and 作法贯穿了企业几十年的管理进程,而且不断注入新的时代内容。陈春源表示,在“管理提升年”中,他们要进一步加快完善人才引进培育机制,通过进一步夯实“筑巢”“搭桥”的人才环境基础工程,更加关心各类人才的思想发展和生活冷暖,形成“近者悦、远者来”的理想状态,实现“引得进、留得住”的良好局面。

陈春源告诉记者,为了构建“良好局面”,还要进一步挖掘各种渠道方式,探索实践企业与高校合作培养专业技术人才,实现人才引进培养模式的全新突破。为此,在“管理提升年”中,要进一步加强一线创新人才、青年科技人才、高技能人才、复合管理型人才队伍建设,充分挖掘人力资源财富的价值,重视人力资源合理配置,发挥好存量人力资源的作用,及时补充一线骨干力量,改善车间员工结构比例,建立战斗力强大的技术工人队伍,适应企业可持续发展的需要。与此同时,还应加大力度的是:改革创新人才使用政策,还为兰陵事业用人才,早给年轻干部压担子、搭舞台,让优秀年轻干部脱颖而出,形成一支层次分明、结构合理、素质高、能力强的人才梯队,让每一位优秀人才干事有舞台、成长有通道、发展空间。

在“管理提升年”中,陈春源特别强调高层管理者“的提升”。他说,“上之所好,下必随之。”作为集团领导,首先要牢固树立大局观念,充分发挥表率榜样作用,聚合释放正能量,带领员工心往一处想,劲往一处使,为实现“兰陵梦”作出新贡献。其次,要始终走在学习前列,善于学习,勤于学习,增强知识魅力、智慧魅力,拓展宽广视野和战略思维,在学习中不断提升决策力、创新力、凝聚力,把优秀做成习惯。再就是,要自觉自动自发地深入基层、常到一线,听真话、摸实情,发现问题、解决难题、敬

业奉献、实干兴企、无愧员工、无愧兰陵。

一句话,这就是“做正确的事”。事做正确了,就能带领大家担负起兰陵新一轮大发展的光荣使命,“兰陵梦”梦想成真就指日可待。

“兰陵梦”,让营销魅力四射大道雄风

2013年初,陈春源在谈到营销管理的“提升”时,殷切寄语集团各营销条线总经理、营销副总、区域营销经理和全体营销员,希望他们为实现“兰陵梦”做好自己的本职工作。

首先,陈春源代表集团要求总经理们起好带头作用。他说,“头”,就是头脑,就是思想。具体表现为:必须始终坚定发展市场的雄心壮志,增强开疆辟土的胆识气魄,不断提高战略思维、创新思维、辩证思维能力,强势执行营销战略。“带”,就是带领大家加强市场动态管理,提升预研预判能力,关注市场风险防范,拓宽市场营销思路,寻求更多重大市场突破。要坚持推行营销创新模式,平衡区域营销实力,做强主导市场,拓展弱势市场。“带”的目标也是非常明确的,就是要加强营销队伍建设管理,大力培养富有市场开拓能力、领导督战能力、讲求团队合力的区域经理人才,不断壮大重量级营销精英队伍,打造亿元级区域营销团队。

在区域经理方面,集团要求他们必须始终满怀激情,勇挑重担,攻坚克难,不断超越,为新的一年营销大增长再立新功。同时,要精准把握市场发展动态,站到市场一线,驻扎市场一线,摸清所在区域城市规划脉络,制定清晰开发策略,一着不让抢抓商机,在先人一步中不断优化市场结构,拓展市场渠道网络,开发优质战略客户,有效提升客户关系,做强各自区

域市场。要加强和提高业务知识学习的自觉性,努力成为了如指掌的专家型客户经理。具体目标是:着力培养五千万级杰出营销精英,努力攀登亿元营销战绩高峰,成为名副其实的“区域营销之王”。

对全体营销员而言,集团要求他们在激烈的市场竞争中,自觉加强个人优秀品格和素质的培养,以深沉强大的人格魅力决胜市场。在这方面,陈春源语重心长地提了五点:

- 一是要始终忠诚专注,勤业敬业乐业,常怀感恩之心,常做感恩之事;
 - 二是要始终践行“先做人后做事,做好人再做事”的不变思想,坚守社会公德,增强职业道德,提高个人品德,自觉提升兰陵形象,始终维护兰陵利益;
 - 三是要始终保持开发市场的韧劲,具备打持久战的决心、信心和耐心,直面挑战,不畏艰难,奋勇拼搏,不断进步;
 - 四是要加强学习,同时也要提升与客户沟通和交往的能力,从而提升开拓市场的能力水平;
 - 五是要绝不固步自封,志向要高远,目光要长远,勇于开拓进取,不断超越自我。
- 任何企业的营销不仅是市场的重头戏,甚至还是压台戏,成败的关键当然是“人”。因为,“戏”是“人”来编演的。演得好靠“人”,演砸了,也怪“人”。
- 企业家日报记者点评:**在企业管理中,“提升”这个词是个常用语。但企业经营管理的许多案例告诉我们,“提升”不仅有粗粗文野之别,还有“李逵李鬼”之分。于是,言行不一者有之,心有余而力不足者也不在少数,更有南辕北辙者让人诟病……

兰陵的“提升”之所以能如愿以偿,一是他们的坚守,二是“兰陵梦”强劲的给力。