

# 大连市教育培训展览会 O2O 运作模式创新研究

何青云

## 《合作经济与科技》2017 年第 3 期 指导教师：王晓宇

**摘要：**在我国，教育培训行业拥有巨大的潜在市场。随着移动互联技术的逐步成熟，在线教育迅速兴起。如何将线上与线下双向融合的 O2O 运营模式高效应用已成为我国各大教育培训机构争相研究、实践与探索的重要课题。本文以此为背景，着重阐述大连教育培训展览发展现状及存在的主要问题，并提出相应解决对策。

**关键词：**互联网+ 大连教育培训展览会 问题和对策

### 一、“O2O”模式在教育培训展览行业中的应用现状

中国教育一直面临着地区资源分配不均、投入产出失衡、素质教育水平较低等诸多困境。随着我国经济多年来持续不断得高速发展，教育培训行业在近几年实现了飞速发展。其中在线教育市场尤为活跃，不仅结合移动终端实现碎片化学习，使得教育内容更多样化，更在快速改变教育行业的游戏规则。

#### （一）“互联网+会展”已成大势所趋

2016 互联网+会展论坛以“互联网+赋能现代化服务业，构建智能会展新业态”为宗旨。指出近年来，中国会展企业在政府的高度重视和支持下，进入了迅猛发展阶段，在国家十三五规划中明确提出了把包括会展业在内的服务贸易作为发展重点；与此同时，随着互联网+的正式上升为国家战略、“一带一路”大战略的推进实施，作为沟通市场各要素角色的会展业也迎来了新的发展机遇，“互联网+会展”成为大势所趋。在这一趋势的推动下，中国教育体系的发展逐渐呈现了线上和线下齐头并进、相互融合发展的新模式，即“O2O 教育”模式。O2O 即 Online To Office，是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台。商家利用线上平台为线下服务进行揽客，消费者可以在线上进行筛选服务、结算货款。最终构建一个便捷、高效的会展大数据平台，借此实现展会各个环节互联互通，为用户提供一站式的参展服务，让参展览更简单。

#### （二）“互联网+教育”展会运行模式逐渐增多

O2O 运营模式早在国内其他地区的教育展上被切实运用，其主办方利用互联网信息传播范围广、传播速度快、获取便捷等特点向参展商搭建商观众等提供专门服务。例如中国国际智慧教育展和中国国际教育展的官方网站上均涵盖 O2O 创新发展的模块。中国国际智慧教育展览会是中国首个专注教育信息化的专业教育展会，关注全球教育科技和智能教育，集合国内外先进教育理念，协同优秀教育平台及软件商、内容提供商、技术及设备服务商的尖端教育产品，依托权威学术引领，为全国五十万所各级院校提供和展示国内最尖端的解决方案及信息化设备。在其官方网站上专门开设针对观众提供参展企业信息的窗口观众服务——介绍应邀专家、名企视窗、案例分享、行业新品。中国国际教育展每年秋季举办一届，该展是目前中国境内规模最大、最权威的国家级留学教育展。展会每年巡回四站城市，在为各地大学生提供对话海外优质教育资源机会企业界代表，搭建了不出国门即可与海外院校、机构进行面对面交流合作的机会。在其官方网站上针对参展商提供了一项展商在线介绍服务，每个参展单位均可享有一个在线免费介绍，具体内容可在申请参展成功后，通过参展商用户名、密码，登陆展商在线服务平台填写并提交。

### 二、大连教育培训展览会的发展现状及存在的问题

#### （一）发展现状

面对竞争日益激烈的教育培训市场，学校从活动到广告，使劲浑身解数却收获寥寥。中国国际贸易促进委员会大连分会在2015年7月份，将大连教育培训展览会推向市场。作为大连唯一教育展览会，大连教育培训展览会以“智慧教育，引领未来”为主题。旨在为大连教育行业搭建一个教育信息整合、传播的综合性平台。他们肩负着向社会宣传教育新思想，展示优质教育资源，促进社会教育行业迅猛发展的重任。作为大连首个全方位覆盖教育培训各层面的教育展：大连教育培训展览会至今已成功举办两届，都是采用线下场馆陈列的形式进行展出，参展组织包括各类网校、在线学习机构、考研辅导机构、出国留学教育、职业资格培训机构、远程教育机构、少儿教育机构、企业培训、教育培训器材及装备等十多种。

大连教育培训展览会的出现，打破了学校传统的宣传方式，也增加了全新的销售的宣传平台。而为了把大连培训展览会打造为周边地区交流的重要平台、助推大连成为辽宁省中教育建设的排头兵和主力军、加速辽宁省全面发展综合性人才，主办方开始极力寻找与互联网合作的机会。

## （二）存在的问题

为了大连教育培训展览会的持续长久发展，主办方已经开始进行运营、营销等方面战略的转变，但是较第一届举办效果而比第二届略有些差强人意。第二届较第一届相比而言，在展会规模、展商数量、观众数量等方面明显下降。在展商类别上，第二届展商整体偏向幼儿、青少年及特长教育。（见表1、图1、图2）

表1-两届展会规模、展商数量、观众数量对比表

	展会规模	展商数量	观众数量
2015（第一届）	15000m <sup>2</sup>	500家	2万人次
2016（第二届）	10000m <sup>2</sup>	300家	1万人次

图1第一届主要参展商类别比较图

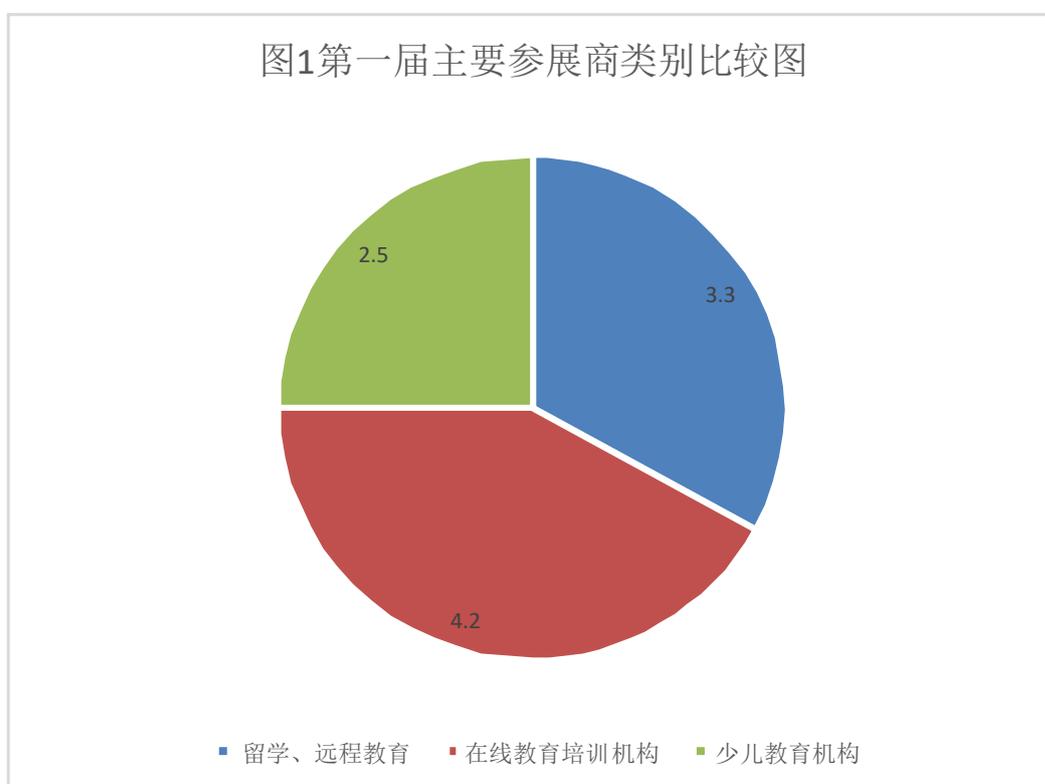
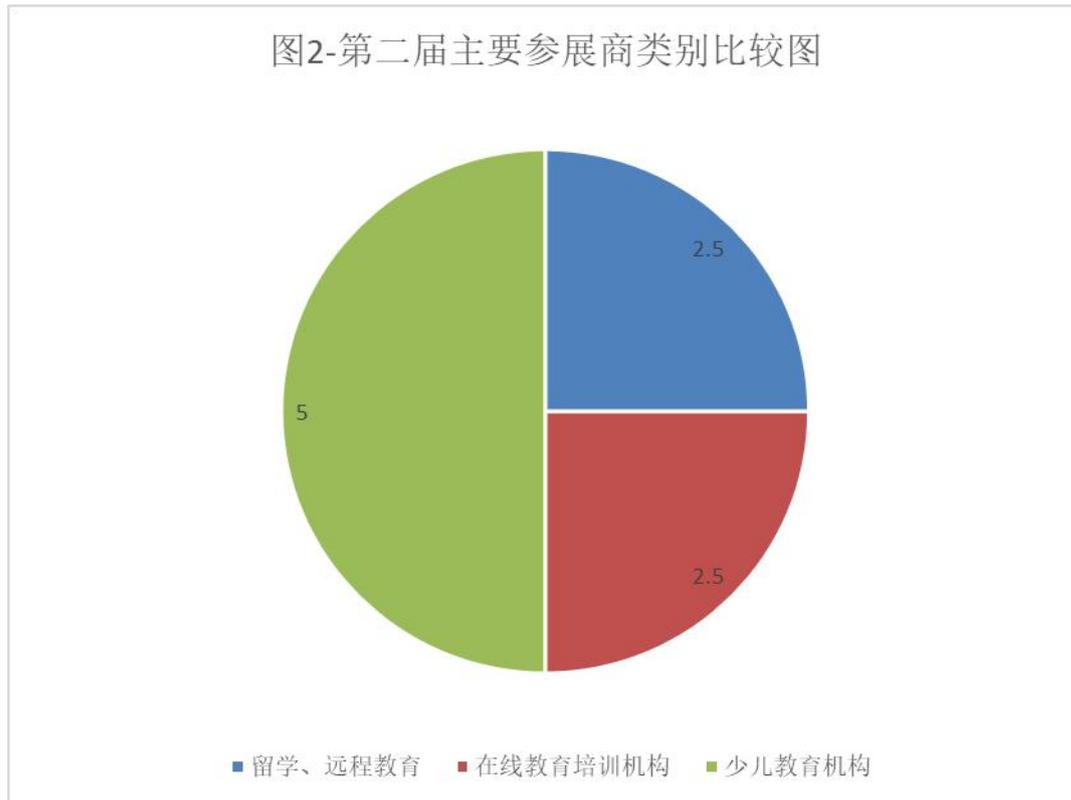


图2-第二届主要参展商类别比较图



导致这些现象存在的问题有下列几点

#### 1、展出形式单一

前两届教育展的展出形式都以场馆现场陈列为主。这里所指的展出形式包括对展品陈列设计得方式和对于企业文虎形象的展示方式。首先，在展览开始前，主办方没有将完整的展会信息告知参展商及观众。观众需要了解哪些参展企业及他们企业的信息，需要做好准备才更有可能到现场交易；其次，馆内展位设计呈现出千篇一律的视觉效果，没有较好地把具有企业文化理念与人际工程相结合的展台呈现给参展商和观众。

#### 2、展品宣传形式单调

首先，展前宣传多以星海广场周边大型展示牌、报社刊登、微信推文宣传为主，展中宣传多以人工分发小广告为主，而且印刷极为简单，没有新意；其次，最重要的是所推广告没有明确的受众群体，见人就发，导致直接给观众带来不好的观展体验，同时也致使现场出现秩序混乱的场面，加剧了安保工作的风险。

#### 3、参展机构范围单小，种类单一

从两届展会的参展企业来看，第二届参展商的种类和数量远远低于第一届。第二届参展商集中于幼儿教育和特殊教育机构。一个展会举办效果的好坏是由主办方、参展商、观众三方互相决定影响，若参展商的范围单一，观众数量自然寥寥，展会效果同样受到影响。

#### 4、观众积极性不高，客流量少

没有观众就没有成交量。展会中展品展出形式、商品宣传形式、参展机构种类和范围、主办方的服务都直接影响观众观展的积极性，若以上条件达不到相对标准，就会导致展会对观众吸引力弱、客流量少的问题产生。

### 三、大连教育培展览会“020”运作模式应用建议

随着网络的不断升级，利用先进的互联网技术与信息化手段，立足于传统实体展会，构建虚拟展会作为实体展会的延伸与补充，并通过专业的系统运营，实现线下线上展会双向运作，充分发挥出实体展会的集聚效应与互联网的联结传播效应的一种全新的展会运营模式已

成为现在各展会主办方重点探讨的区域。在此基础上为了使大连教育培训展览会可以长久持续发展下去，力争做好本土品牌提出以下点建议：

### **（一）创新展出形式**

#### **1、多方位宣传参展企业**

签订参展合同后，参展企业可以自行拍摄企业整体和主题宣传片、试讲课程等。最终由主办方审核后上传到官方线上虚拟界面，让人们可以足不出户便可查阅展商信息而进一步了解展商企业文化增加其兴趣引导其实地来参展。

#### **2、官方网站和微信平台开设移动终端 360 度全景实况模拟**

这样的做法从消费者的立场上分析有以下几点好处：网站提供了大量信息供消费者参考和选择，消费者能够获取更丰富、全面的商家及其服务的内容信息；通过 O2O 网站下单，消费者往往能够享受更优惠的价格；对比实地观展，网站一般有搜索功能，给参观者提供方便；可以往往在线咨询多个商家，方便消费者做出选择；主办方可以在网络上发布在线购票、注册新用户送某企业、某讲师的讲座等优惠信息，对消费者来说可以得到更多实惠。附带提高线下展会、交易量，实现大连教育培训展览会 O2O 运作经营模式。从参展企业的立场上有以下几点好处：可以获得更多的宣传；推广效果可查，每笔交易可跟踪、可以应用到线下业务；通过在线预订有效预订的方式，合理安排经营节约时间，节约人力。从主办方的立场上推广效果同样可查，每笔交易可跟踪，利用数据下届举办前可以对参展商及观众群体进行精准推广及影响。

### **（二）提升品牌化建设**

品牌代表了企业的规模、信誉和企业形象。会展品牌建设更是提高展会竞争力的必要手段。大连，作为辽宁省的副省会城市，是东北地区对外开放的窗口和最大的港口城市，同时毗邻日韩，在建设品牌会展的同时拥有优越的地理位置。因此大连教育培训展览会的组织者应该在最大限度利用大连优越地理位置的同时，要在总体发展方针下制定细化小目标及侧重主题，加强展会的营销管理、人才培训和服务保障等工作，实现行业间的交融。还要注重客户资源管理 建立客户数据库和会员制，分列新老重大客户，定期回访。开辟一条专业化品牌展会建设之路，避免无序恶性竞争。

### **（三）与其他教育机构合作，实现部分内部资源流通**

企业间资源整合共享的最大特点就是优势互补，增加其市场竞争优势。它能够更加精确锁定和开拓目标客户，进一步了解客户需求，把握市场变化，最终达到共同为客户提供更加便利、优质服务的双赢效果。所以大连教育培训展览会的组织者在通过与第三方合作过程中，需要一方面了解相关客户的需求点。另一面 提供教育机构目录链接，形成链接盈利业务。企业网站以页面连续链接等形式提供第三方线下教育组织的网址，并在该网站上帮助出售第三方在线代销相关课件或者链接到相应的教育组织的网站上，通过此来获得佣金或利润的分成。

### **（四）注重数据库设计与 管理，开展系统管理模式**

国内会展业的发展快速，会展管理日趋复杂，传统的以手工方式为主的展会操作模式，局限性日趋突显：主办单位与参展商之间缺乏有效的互动沟通途径，管理者不能实时掌握展会的各类动态信息等。会展管理迫切需要一种辅助管理工具，以提升会展宣传的深度和广度，提高内部管理的效率，降低管理成本，加强与参展商的信息互动交流，为参展商提供方便、快捷的信息服务，提升展会整体的管理效率和市场竞争力。因此建立一套灵活、高效的数据库管理系统已势在必行。整个系统按用户角色划分使用权限，如各地展团用户、记者、普通因用户等，各自赋予不同的功能，为大型会展的组织，招展、现场的信息中心，导览提供服务，并在互联网上同时推出网上招展，现场展览等服务，在展览结束后，可以把资料信息有效的组织名单、展会相关数据统一整理发布到官方网站或制作成感谢信的一部分发放给嘉宾、专业

观众、参展商等。

### **结语**

综上所述，“O2O 教育”模式下大连教育培训展览会运作模式创新研究已经提上日程，以展览会为研究对象，就如何应对以及落实在“互联网+”背景下展览会线上线下的宣传推广，弥补当前研究的不足已成为当前教育培训展览会实现可持续发展的主要研究课题。同时借鉴国内知名教育展会的成功经验，并且结合互联网平台致力把大连教育培训展览会打造为周边地区和国内外教育交流重要平台、助推大连成为辽宁省中“O2O 教育”建设的排头兵和主力军也俨然成为大连会展业教育类展会奋斗的主要目标。

### **参考文献：**

- [1]卢益清，沈忱，O2O 商业模式及发展前景研究[J]. 企业经济，2013.
- [2]谢杰华，虚拟会展管理系统的功能与特点[J]. 广西科学院学报，2017. 17. 4
- [3]王启浩，沪江网教育培训平台 O2O 模式构建研究[J]. 湘潭大学，2014. 5. 30
- [4]“2016 中国互联网+会展全国巡回论坛”走进北京[R]. 蟠桃会，2016. 9. 8