# 关于服装业管理信息系统实践报告

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2024-06-18

*第一篇：关于服装业管理信息系统实践报告本科生实践教学活动周实践教学成果 成果形式： 实践报告 成果名称：关于服装行业管理信息系统实践报告 学生姓名： 黄静轩 学 号： 1302100107 专 ...*

**第一篇：关于服装业管理信息系统实践报告**

本科生实践教学活动周实践教学成果 成果形式： 实践报告 成果名称：关于服装行业管理信息系统实践报告 学生姓名： 黄静轩 学 号： 1302100107 专 业： 信息管理与信息系统 班 级： 信管1302 指导教师： 陈胜利 完成时间： 2024 年 8 月 10 日

关于服装业管理信息系统实践报告

七月，流火一般炎热的夏日，我迎来了大学的第一个暑假。不得不觉得时间过的太快，回首大一这一年，散漫、随意、让人慵懒，于是我把所有的期待和幻想留给了这个暑假，不说踌躇满志，确是在心里默默下定决心，要给自己一个充实的假期，所以我选择了去看看外面的世界，也借此给自己一个锻炼的机会。

正是这样的盛夏时节，一年一度的暑期社会实践正在火热的朝天地举行。为了增加动手能力，7月5日，我找到了一家服装厂进行了半个月的社会实践。由于自身所学的是信管专业，也为了能更好的了解信息管理系统的内涵，于是自荐担任了数据管理员一职。

到厂里的第一天，我初步了解了服装厂的整个运营情况。对于一个服装厂它的基本流程是:订单→生产→库存→客户。订单影响着整个企业的运营和发展；生产则是保证工厂持续发展的关键环节；库存是服装产销的必经阶段；客户是企业获取生存的对象。它们是环环相扣、缺一不可的。对其进行的初步了解启发了我对生产效益的理解，使我正确处理各项步骤的数据，促使我以尽量短的时间完成大量确实的数据输入，这些对我以后无论从事何种工作都会受益非浅。其次，工厂是课堂知识的延伸和扩展。在工厂期间我所学到的全是一笔不可估量的财富，我从未曾听闻过的到亲手操作，从对工厂理解的误区到熟知工厂的各项运营，无一不证明着自己的一种成熟与进步，尤其是在此期间认真观察和学习的服装工艺流程。

通过对本厂设计产品结构特点、工艺要求、生产方法与设备性能的了解与掌握，我可以正确的确定其工艺流程，主要包括以下三个阶段:

一、裁剪:验料→排料→铺料→开裁→验片→分包→编号→扎包→送缝纫车间

二、缝纫:小片加工→组合缝纫→成品检验→送整烫包装车间;

三、整烫与包装:

1、上衣，烫内袖→烫外袖→烫左右肩→烫里襟→烫门襟→烫烫背胁→烫衣领→烫袖癃→烫袖山→修正熨烫→钉扣→成衣检验→包装→进库;

2、下装，烫腰身→烫下裆→钉扣→成衣检查→包装→进库。

每一道工序都有专门的技术人员进行操作。最初，我负责核实原料、辅料入库数据，以及排料量数和裁剪完的编号统计等简单数据管理。正所谓，往事开头难，几经波折，在慢慢熟悉了基本输入数据的套路，刘师傅开始让我管理成品入库的数量数据输入。到熟练时，我便管理统计每日做料数量及预算人员做成料的时间和基本入库时间等大量数据的输入管理。因为不是专业的服装技术人员，而且是短期工，所以在每次输入后仍需核对，但我依然能意识到自己 的责任十分重大，如果一不留神看错数字就会造成很大的麻烦，会给公司造成很大损失，所以我每天都时刻提醒自己，要仔细，不能马虎。而且，每天需要面对同样的工作，更需要面对庞大的数据，要在几个小时重复做同一件事情，我只能说耐心真的很重要。毫无疑问的，经过一整天的忙碌，下班以后感觉自己就像放完气的气球一下就瘪了，整个人都使不上劲来，脖子、手臂、肩膀都感到一阵阵酸痛，但看着那一页页输入的各项数据，心里感到特别的欣慰，也很有成就感，想想这充实的一天，打心里头是高兴的，对自己是满意的，后来渐渐习惯了这种上班下班的生活，也就没有一开始那么累了，虽然这种规律性的安排有时会让我感到厌倦，但想想当初自己的决定，也就坚持了下来。

刚进厂里只顾着把手头上的工作做好，没怎么和和周围的同事打交道，后来日子渐渐的久了，互相就有了笑脸和问候，但怕聊天会不仔细耽误了工作，就只是在吃饭时间交流和沟通，大概是我的真诚和热情，换取了他们对我的信任，闲聊之中，我认识了一个老奶奶，她是厂里年纪较大的员工，老奶奶是正规单位的退休员工，本应在家享受国家福利吃退休金过日子，可是她没有在家里闲置，后来听人家说她已经做了三十几年的裁缝了，现在只要一休息就感觉不习惯，浑身不自在，还是工作的时候会让她心情更好。当时听了就很有感触，三十几年啊，真的很羡慕这位老人，坚持了一辈子都没有放弃，试想，人的一生有多少事情是值得我们用一辈子去坚持的？又有几个人可以用一辈子去坚持同一件事？而我呢？是不是也有那么一件事、一个目标需要我用一辈子去坚守？如果有，它又是什么?

回顾实习生活，我在实习的过程中，既有收获的喜悦，也有一些遗憾。那就是对服装企业有些工作的认识仅仅停留在表面，看人做，听人讲如何做多，亲身感受做具体处理一些工作少，还未能完全领会其精髓所在，但也使我对服装企业生产有了深层次的感性和理性认识，对服装的流程有了更深了解。理论教学与实习教学紧密结合。传统教学模式的工艺课与实习课是分立的，这就导致在实习过程中出现了理论与实践相脱节的现象。因此在今后的学习中，可以根据不同内容，实习教学中具体情况，灵活采用更有效的方法。比如说可以先讲后练、先练后讲、边讲边练，或采用现场教学，让学生自学等多种形式进行。但是也未必没有收获，开始的时候每一项任务对于我而言都是陌生的，曾经面对数据的无可奈何，成本入库的手足无措，到后来任何事项的轻车熟路，每一天我都在成长，在进步。虽然我现在还是一名学生，但早晚要走向社会。人的一生中，校园并不是永远的学校，真正的学校只有一个，那就是社会，把在学校里学到的知识应用到社会、融入自己的生活才是最重要的，其实这次实践对我而言是非常不错的，因为在实践中我主要负责数据管理，涉及到很多有关信息管理方面的工作，再加上自己的专业知识还有待于深入，所以对自己很是珍惜这次实习。

在做临时工的这些天里，每一天都有不同的感悟、不同的收获，这些都是书本上没有的，通过这次的实践，我明白了，不管在哪个行业，都必须以真诚待人，即便只是一句问候，只有处理好周边关 系，才能赢得领导和同事的信任，才能尽快的适应环境；然后，要善于沟通，要让大家知道自己的想法，看到你的努力，感觉到你的存在；在基本确立了自己的位置后，接下来就得靠自己的付出，要想把一件事做好，就必须要有信心、耐心和细心，这样才能提高做事效率，做好每项工作；最后，也是我这次实践中感触最深的，那就是要主动，特别是在刚进实践单位的时候，同事们都认为你是小字辈，什么都不懂，他们心里都在怀疑你的能力，你到底能不能胜任你的工作，面对领导的考验时，恰恰是你的主动性能帮你战胜各种怀疑，度过各种难关，所以勇敢的“主动请缨”能为自己赢得更多的机会，只要勤问、勤学、勤做，就会有意想不到的收获。同时此次社会实践活动的开展培养了我的独立处世的能力。让我在实践过程中，通过独立生活、独立思考、独立自主的去面对问题、分析问题、解决问题，对社会的认识更加清晰，同时也意识到学好一门专业知识是多么重要。每个行业都有优秀的人才，骨干精英。而他们成功的背后，付出了多少不为人知的汗水和心血，他们是我行动目标。所以不管在实践过程中遇到挫折还是成功，对我来说都是一种收获，明确了优势同时也发现了不足之处，让我更有自信去面对社会。

迷宫般的世界，让人习惯看相同的景物，走相同的路线，到相同的目的地，从而很容易就迷失了自己，丢了自己的目标、原则、乃至信念，而我只是一所普通大学里的一名普通学生，像其他青少年一样，渴望踏进外面精彩美丽的世界，可也时常因为大人口中的“黑暗社会”而感到惶恐、却步，就在这个暑假，我勇敢地朝着社会迈出了一小步，让我改变了对这个社会的态度和观念，其实并没有想象中的那么可怕，只要你用正确的心态，适当的角度去观察每一件事，你会发现，这个社会还是处处充满了阳光的，当然，阳光不一定会照到生活的每一个角落，也总是会有那么一点点黑漆漆的地方让你很不舒服，当你是在无法改变的时候，那么就选择忍耐吧，就忽视它吧！

虽然这次实习的时间不长，但我认为实习时间的长短并不能证明你学到知识的多少，关键是你是否抓住了每一个学习的机会。慢慢的发觉并不可以将理论直接的运用于实践,而是需要敏捷的反应力和成熟的思考力相辅相成的。而这些不仅需要长期的经验积累,还需要一种叫做智慧的东西。相信经过这次实习后，我会更加认识自己，明确自己在今后要奋斗的目标与方向，勇往直前，直至达到成功的彼岸！

**第二篇：管理信息系统实践报告**

青岛农业大学教务处管理信息系统系统分析

信息社会的高科技，商品经济化的高效益，使计算机的应用已普及到经济和社会生活的各个领域。计算机虽然与人类的关系愈来愈密切，但是还有人由于计算机操作不方便继续用手工劳动。为了适应现代社会人们高度强烈的时间观念，随着信息技术在管理上越来越深入而广泛的应用，管理信息系统的实施在技术上已逐步成熟。管理信息系统是一个不断发展的新型学科，任何一个单位要生存、要发展、要高效率地把内部活动有机地组织起来，就必须建立与自身特点相适应的管理信息系统。这对于正在迅速发展的各大高校而言，同样有着重要意义。

现如今高校为适应社会的需求以及自身办学的需要，扩建、扩招已在寻常不过。自然就会有更多的学生信息需要处理。如果只靠人力来完成，必然是一项非常繁琐、复杂的工作，而且还会出现很多意想不到的错误，这不仅会给教学及管理带来了很大的不便，也不益于学校全面快速发展的需要。众所周知，作为高校日常教学中的主要管理工作之一的教务管理，它涉及到院校、专业、师生等诸多方面。特别是目前国家的教育体制也正处在不断改革、创新的阶段，教育部门充分吸取国外优秀的教学模式，结合国内多年的办学经验，逐步探索出了适合中国特色的教学形式，国家教育部面向各级各类学校开展了全面学分制改革。同时，随着选课制的展开和深入，教务日常管理工作

也日趋繁重、复杂，如何把教务工作信息化、模块化、便捷化便成为了现代高校发展的重点。所以总的来说，教务管理软件应实现教务信，集中管理，使传统的教务管理朝数字化、无纸化、智能化、综合化的方向发展，并为进一步实现完善的计算机教务管理系统和全校信息系统打下良好的基础。在高校中，教务管理工作具有举足轻重的地位，教学质量直接取决十教务管理水平。现如今教务管理信息系统的开发与实施可谓日新月异。在数字校园理论逐步应用的过程中，各高校一方面不断投资购建各种硬件、系统软件和网络，另一方面也不断开发实施了各类教学、科研、办公管理等应用系统，形成了一定规模的信息化建设体系。教务管理系统是一个庞大而复杂的系统，它包括对学生信息的注册、修改，学生选课及课程管理和学生的四六级考试及计算机等级考试的管理；对教师课程的管理以及对选课学生评分的管理；和管理员对教师、各类考试的综合管理等主要的功能。教务管理系统运行的状况将直接影响到学校里的主要工作，一旦此系统出错，不仅学校的教学进度安排会受到一定程度的影响，而且还会危及到每一个在校学生的切身利益。

所以设计一个功能相对完整、操作简单以及界面友好的教务管理系统变得非常重要。为了提高教务管理的工作效率和服务质量，降低出错率，精简人力、物力的投入，各个高校均建立了自己的教务管理信息系统，为学校的动态管理和分析决策带来了极大的便利。现在的学校的教务管理也逐步从手工转到计算机自动化信息处理阶段。通过这个系统，用户可以方便的对教师信息以及学生信息和学生成绩资料进行添加、修改和删除操作，还可以对学生资料和成绩进行查询操作。除此之外，对用户的添加和删除操作也很方便。教务管理系统是典型的信息管理系统(MIS)，它能够实现整体规划教学资源（学生，教师，教室），评估教学质量，制定教学计划，检查教学进度，给学校的教务人员管理教务工作提供了极大的方便。以下以青岛农业大学教务信息系统为例进行分析：

一、系统的目标

教务管理系统是一个庞大而复杂的系统，它包括对学生信息的注册、修改，学生选课及 课程管理和学生的四六级考试及计算机等级考试的管理；对教师课程的管理以及对选课学生评分的管理；和管理员对教师、各类考试的综合管理等主要的功能。教务管理系统运行的状况将直接影响到学校里的主要工作，一旦此系统出错，不仅学校的教学进度安排会受到一定程度的影响，而且还会危及到每一个在校学生的切身利益。所以设计一个功能相对完整、操作简单以及界面友好的教务管理系统变得非常重要。

为了提高教务管理的工作效率和服务质量，降低出错率，精简人力、物力的投入，各个高校均建立了自己的教务管理信息系统，为学校的动态管理和分析决策带来了极大的便利。现在的学校的教务管理

也逐步从手工转到计算机自动化信息处理阶段。通过这个系统，用户可以方便的对教师信息以及学生信息和学生成绩资料进行添加、修改和删除操作，还可以对学生资料和成绩进行查询操作。除此之外，对用户的添加和删除操作也很方便。教务管理系统是典型的信息管理系统(MIS)，它能够实现整体规划教学资源（学生，教师，教室），评估教学质量，制定教学计划，检查教学进度，给学校的教务人员管理教务工作提供了极大的方便。

二、系统的需求分析

通过对现行系统的详细调研，主要是从系统的角度理解用户的需要，确定新系统的综合要求，并提出这些需求的实现条件以及需求应达到的标准，也就是确定新系统要做什么，做到什么程度。这些需求包括：

（一）、功能需求

新系统应做什么？用户可以方便的对教师信息以及学生信息和学生成绩资料进行添加、修改和删除操作，还可以对学生资料和成绩进行查询操作。除此之外，对用户的添加和删除操作也很方便。

（二）、性能需求

给出新系统的技术性指标，包括存储容量限制、运行时间限制、安全保密性等因为系统存储学生信息，所以数据库系统应该具有备份和恢复功能，保证学生数据库的长期完整性和正确性。另一方面，作为系统的服务器应该能够长期无故障的运行，而且能够便于管理员的操

作。安全性要求比较高，对业务逻辑必须封装，避免有人登陆他没权限的网页，避免黑客从数据流中截取敏感数据

（三）环境需求：

对系统运行环境以及所处环境的要求，如：在硬件方面采用什么机型、有什么硬件设备等；在软件方面，采用什么支持系统运行的系统软件（操作系统、数据库管理系统）

（四）未来需求：

将来随着外界环境的变化以及系统的发展可能会提出新的要求，所以在开发 过程中可对系统将来可能的扩展和修改做准备，一旦需要时就比较容易进行补充和修改了。

（五）普通用户的需求：对于只有查看权限的用户，一般是通过上网浏览学校网页来查看数据的。各部门管理员：能够对系统进行设置，以适应不同用户的需求。对不同系的管理员分配不同的权限，教务处系统管理员具有最高的管理权限。

三、系统的功能结构

教务处下属可以该五个部门为主，分别主要管理相应的部门，各司其职，共同推进学校的教学办公管理。

四、系统的流程

（一）学籍科

课程学分获得（业务流程图）

考试及格

考试不及格

考试不及格 考试不及格 考试及格

课程学分获得数据流程图

通过学生的考试成绩，确定学生的学分，以决定学生是通过考试，还是需要开学补考、重新学习还是延长学习年限。

学生退学业务流程图

学生退学(数据流程图)

通过退学子系统，可以让学生清楚得知道退学流程，并明确各部门的职责，提高办事效率，节省劳动力与时间。

（二）、教材科

教材征订发放结算（业务流程图）

5、

教材征订发放结算（数据流程图）

通过教材征订发放子系统，可以节省劳动时间，将教材尽快发放到学生手中，提高办事效率。

（三）

教学评价与督导科

学生毕业论文检测，处理流程(业务流程图)

学生毕业论文检测，处理流程数据流程图

学校通过对学生的实践 报告进行评价与考察，可以看出学生是否认真参与实践，是否认真写实践报告，从而考量学生掌握的专业知识是否牢固，从而判定学生是否有毕业资格。

（四）、教务科

成绩查询（业务流程图）

成绩单

学生

查卷申请书

教务科

开课学院

学生所在 任课教师

负责人

学院负责人

是

否

成绩查询（数据流程图）

学生

成绩单

查卷申请书

成绩复查

无错

通知学生

处理

处理

有

错

学生成绩

更正处理

学生通过此系统，可以查处自己的成绩，并反映自己的意见，学校查实后进行修改，达到双方一致。充分体现了教学的民主性、公平性。

国家普通话水平测试（业务流程图）

否

是

国家普通话水平测试（数据流程图）

上级文件

否

是

通过子系统，可以明确知道普通话考试与批阅的流程，明确各部门的职责，提高效率。

（五）教学研究与实践教学科

学生毕业论文检测，处理流程业务流程图

学生毕业论文检测，处理流程数据流程图

学校通过对学生的实践报告进行评价与考察，可以看出学生是否认真参与实践，是否认真写实践报告，从而考量学生掌握的专业知识是否牢固，从而判定学生是否有毕业资格。

**第三篇：会展管理信息系统实践报告,**

自学考试 20\_ 18\_ \_\_ \_ 年\_ \_ 下\_ \_ 半年《会展经济与管理》（专升本）实践性考核报告

上海应用技术大学

考试课程 会展管理信息系统（实践）

报告题目 会展管理信息系统实践报告 考生姓名 杨云凤

准考证号 552817202368

座 位 号 112053

课程成绩 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 教师签名 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

目录

摘要.................................................................1 一、会展管理信息系统现状..............................................2（一）主要信息内容.................................................2（二）主要功能作用及结构...........................................2（三）

应用价值....................................................3 二、会展管理信息系统存在的问题........................................4（一）处理信息量有限...............................................4（二）无法适应复杂多变的会展活动...................................4（三）轻视软件开发.................................................5 三、对策建议..........................................................5（一）提高会展管理信息系统数据处理能力.............................5（二）

面向多维终端的系统开发......................................5（三）

重视软件设计开发............................................6 四、小结..............................................................6

-1-摘要

会展管理信息系统是有效管理会展活动的手段和技术支撑。本文在参阅关于管理信息系统的书籍、研究论文的基础上，并通过多次实践操作会展信息管理系统，同时经过展会的实践检验，对会展管理信息系统的使用办法、功能、系统架构、模块等都有了一个比较清晰的认识。在实际参加会展活动策划执行的过程，对当前以 CRM 为代表的会展信息管理系统使用现状、存在的问题有了更为深刻的体会。本文以问题为导向，对问题进行深刻分析，并在此基础上提出相应的对策建议。

摘要：会展管理；信息系统；问题；对策建议

-2-会展管理信息系统（实践总结报告）

会展管理信息系统是指借助于计算机网络及软件技术实现对会展各个环节信息化管理、控制的管理系统。它具有系统化互动性、开放性等特征。系统性意味着会展管理信息系统的设计是从会展管理的策划、执行、接待、会务、监督等全过程的系统性架构；互动性意味着会展管理系统不仅仅要向会展管理者开放使用还要向参展的目标群体开放，实现双方的有机互动和管理业务的衔接；开放性意味着双方信息交流互动畅通，会展管理者可以通过会展管理信息系统实现信息的双向流动。

目前主流的会展管理信息系统包括 SCM、OA、CRM、WORKFLOW 以及 ERP 等系统，旨在建立一个实现双向信息流动、线上便捷办公、资源共享的协同平台，以提高会展活动开展的效率。但是随着会展经济的不断发展，会展也呈现出智能化、可视化、在线化、规模化、密集化等的特征。特别是智能化场馆的出现向会展信息管理系统提出了更高的要求。

一、会展管理信息系统现状 （一）主要信息内容 当前国内绝大多数的会展承办单位仍然沿用 CRM 以及 ERP等传统的会展信息管理系统，面向传统模式的会展业务时主要实现的功能包括：一是面向主办单位的主办单位合同信息、单位信息、历史信息、安全管理信息；二是面向参展单位和参展顾客群体的客户数据管理信息、电子通讯信息、流程管理信息、监督反馈信息、参展商信息等。

（二）主要功能作用及结构

-3-其主要作用在于：一是采集客户信息，为参展商开展业务公关活动提供基础数据支撑；二是业务管理，通过流程信息处理、反馈信息处理以及目标参展顾客的信息管理，实现对会展活动的全过程管控，为会展消防安全、现场安保登提供基础数据支撑。主要的结构如下：

图 图 1 会展信息管理系统功能结构示意图

（三）应用价值 在应用价值方面，会展管理信息系统作为电子化的信息管理平台，有效解决了数据处理冗余、人工处理流程复杂等问题，主要的应用价值包括：

一是实现管理机制的创新。作为领先于人工管理的一种信息化管理手段，会展管理信息系统有效解决了人工管理过程中

-4-数据冗余、数据处理效率较低等问题。通过对大数据的有效处理，帮助会展管理者实现会展业务的在线管理和管理考核衔接。

二是实现辅助性决策信息支撑。对于会展活动管理者而言，会展活动情况复杂多变，涉及到的不仅仅是参展商、顾客还有媒体等，会展信息管理系统对数据处理的快速反应机制为会展管理经理们提供了决策的重要依据。同时会展中的财务、人力资源调配、绩效达成等信息也能通过会展信息管理系统实现有效的跟踪管理和控制，为会展管理层提供了便利。

三是减低信息安全风险。将会展活动的全流程置于会展信息管理系统之中，对于实现有效的监督和管理，并且保障信息在线上流动提供了充分的安全技术支撑。

四是促进资源整合。会展信息系统不仅仅囊括了参展单位的信息更囊括了目标顾客群体的信息，会展的主要目的是通过展览、推销促进商务合作的达成，因此通过会展管理信息系统将顾客群体、参展单位整合起来，有针对性的开展业务洽谈与合作显得十分必要。

二、会展管理信息系统存在的问题 （一）处理信息量有限 目前 CRM 系统或者 ERP 主要面向展参展及会展管理者提供包括展位预订、顾客群体信息登记及管理、客户管理登记及维护，随着会展活动形式的不断创新，以及会展安保、消防安全、照明、保洁等需求的不断增加，旧的会展管理信息系统对于会展活动的辅助性信息处理能力显然已经不能够适应新常态。

（二）无法适应复杂多变的会展活动

-5-从会展活动情况来看，会展活动从策划、执行、调整到结束是一个动态的线性过程，对于会展管理信息系统而言，其处理数据信息的手段仍然局限于对单个模块信息的机械式处理，例如增加、删除顾客信息等。然而参展的目标顾客群体具有相当大的不确定性，机械式的数据处理办法未能实现复杂多变的会展活动环境。

（三）轻视软件开发 CRM系统以及ERP等管理信息系统已经有较长的使用历史。当前可视化、在线化、智能化的展馆不断涌现，对会展管理信息系统提出了更高的要求。但国内会展管理信息系统服务商以及会展企业对信息系统的硬件投入相对充分，对软件的研发投入相对有限，软件使用较为机械，远不能满足当前不断涌现的新的形势和需求。

三、对策建议 （一）提高会展管理信息系统数据处理能力 当前会展企业的业务管理要求较高，对会展管理信息系统的数据处理能力也显著增强。但是单个会展企业开发系统的成本较高，经济上并不具有主动性。可以通过几家会展企业共同出资、共享使用购买会展管理信息硬件平台的方式，扩大会展管理信息系统的数据处理能力，同时又保持相对的信息安全性。

（二）面向多维终端的系统开发 加强对 IOS 及 Android 系统的开发应用，以便于会展活动执行过程中，现场管理人员能够随时随地处理各种突发情况、反馈采集到的信息，并提供给后台管理人员进行实时的监测预

-6-警，不仅能够保障会展活动的顺利开展，同时也提高了监测预警能力。

（三）重视软件设计开发 会展管理信息由于其会展业务灵活多变的特征，因此会展管理信息系统的设计应该突破以往管理信息系统的一般模式，在提高硬件投入的同时也应该加强软件的设计研发，设计以会展项目管理为入口，贯穿会展顾客管理、服务支持、项目开发、参展信息、现场安保、保洁等综合性的开放性的管理信息系统。在页面设计上也应更加人性化，实现若干个良好控制的闭环子系统的在时间进程上有机地结合。

四、小结 本文深入探讨了以 CRM 为代表的传统会展管理信息系统的主要架构、信息内容等，解析了传统会展管理信息系统存在的数据处理量较少、处理方式较为机械、对软件研发设计重视不够等问题，因此有必要重视开放式的软件开发、面向多维终端的开发以及提高数据处理能力，以促进会展管理信息系统为会展业务服务。

-7-【参考文献】

[1]戴聚岭.会展管理信息系统研究[J].商场现代化,2024(03):270-271.[2]黄拓.红星会展公司发展战略研究[D].中南大学,2024.[3]黄月.会展业的服务供应链研究与信息系统设计[D].复旦大学,2024.[4]史红伟.会展信息化管理存在的问题与对策分析[J].西部皮革,2024,38(04):110.[5]黄赫.东北地区会展企业管理模式研究[D].长春理工大学,2024.[6]蔡梅良.基于网络技术环境的湖南会展信息化管理研究[J].湖南商学院学报,2024,16(03):50-53.[7]岳敏敏.网络化广州会展物流管理信息系统的构建及应用研究[J].物流技术,2024(18):102-106.[8]李文生,施海舟,李怀诚.96 邮展管理信息系统[J].管理信息系统,1998(08):54-56.

**第四篇：上海会展管理信息系统实践报告**

上海会展管理信息系统实践报告

摘要：

随着社会的进步，时代的发展，科学技术水平的提高，国内外会展业的竞争加剧，实施品牌战略成为城市会展业发展的必由之路。在剖析城市会展业品牌内涵的基础上，根据自己所学知识，分析上海会展业品牌建设的现状，进而提出了一系列有针对性的措施，以期为上海建立完善的会展品牌体系和提高会展业的国际竞争力提供理论依据。

关键词：上海；会展；会展信息；发展； 引言

随着经济的全球化，经济竞争越来越激烈，会展经济的蓬勃发展离不开城市社会经济的进步和管理水平的提高。随着国内外会展业的竞争加剧和城市经营等新理念的提出，北京、上海、广州、大连等城市都开始重视会展产业形象和品牌展览会的打造。作为中国会展经济的龙头，上海在实施品牌战略上也应走在全国前列，但目前上海在对城市会展业品牌内涵的认识、品牌展览会(会议、节庆活动)培育、行业管理等方面还存在明显的缺陷，产业的整体竞争力不强。如何建立完善的城市会展业品牌体系，尤其是打造一批具有国际竞争力的品牌会展项目，一、城市会展品牌的内涵

这会展业竞争的今天，拥有一批品牌会展项目是一个会展公司赖以生存和发展的根本，也是一个城市发展会展业和提升会展目的地形象的重要基础。但必须指出的是，对于单个城市而言，会展业品牌发展战略远不止培育品牌会议和展览会这么简单，它还体现在会展公司、会展业的综合接待能力、会展行业管理水平、会展教育等诸多方面。从这个角度出发，城市会展业品牌至少包括8大方面的内容。

二、上海会展业品牌建设的现状

经过几十年的发展，上海会展业具有了一定的产业规模，去年年上海共举办475个国际会议，其中，参会者在500人以上的大型会议有46个，海外与会者达到2.9万人；举办295个国际展览会，总展出面积达到433万平方米，尤为可喜的是在品牌建设方面取得了显著的成绩，其直接表现是举办了99上海财富论坛、APEC会议等几十个有国际影响力的大型会议和涌现出了上海国际工业博览会、上海国际汽车工业展览会、华东进出口商品交易会等一批品牌展览会。然而，从整体上来看，上海会展业还存在许多明显的不足，特别是在以下几个关键问题上亟待改进：

(一)城市会展业还没有形成系统

由于资金限制等多方面的原因，上海尚未建立起完善的会展目的地营销系统，有效的会展业整体促销机制也未建立起来，整体推广活动基本没有启动。2024年，上海市旅游事业管理委员会正式成为国际大会和会议协会(ICCA)的一员，使上海在争取承办国际性会议方面又多了一条促销渠道，而且迄今为止旅游委先后聘请了24位在各个领域内颇有建树的专家学者担任会议大使，但这些举措还没有在吸引国际会议上取得明显的成效，关于具体的操作方式也有待进一步探讨。2024年4月，上海按照高标准组建了会展行业协会，但通过该协会五年多来的工作业绩可以看出，目前协会的行业统计、展会评估和整体促销等职能还远远没有发挥出来。

(二)国际化展览公司刚刚起步

目前，上海的办展中坚力量主要有4类公司，一类是具有较强竞争优势、实力雄厚的国有企业，如上海市国际展览有限公司、外经贸商务展览有限公司等；第二类是中外合资展览公司，如上海万耀企龙展览公司等；第三类是慕尼黑博览集团等国外展览巨头的全资子公司；还有一类是民营展览公司。总的来说，上海本土还没有一家真正意义上的跨国展览公司，展览公司的国际竞争力不强，尤其是缺少能够在境外独立办展的公司。但值得欣慰的是，上海市国际展览有限公司等少数公司已经在广大参展商和行业买家心目中树立起了良好的品牌形象，而且正在品牌扩张、资本运作、战略管理等方面进行积极的探索，初步迈出了国际化的步伐。

(三)会展场馆经营管理水平有待提高

上海会展场馆的整体经营状况在全国是最好的。例如，2024年，上海七大会展场馆的年平均出租率为36%，其中，上海新国际博览中心共承接67个展览会，出租率达到62.4%；上海国际展览中心共举办52个展览会，出租率为48%，而全国会展场馆的平均出租率只有30%左右。但从会展产业的构成体系和发展态势来看，上海会展场馆的经营与管理水平还有很大发展空间：在综合收益中，场地租赁所占的比例太高，大多数场馆还没有形成结构科学的业务体系；场馆的经营与管理成本较高，科技在场馆经营管理中的运用程度较低；一站式服务等概念还没有得到很好的执行；场馆的经营与管理缺乏文化性。(四)国际会议数量亟待增加

从99财富论坛到今天，上海已成功举办或接待APEC会议、世界扶贫大会、世界港口大会等100多次有国际影响力的会议。但相对上海优越的区位条件、丰富的会议设施、完善的商业服务等资源而言，国际会议的数量明显偏少。而与此同时，城市之间的会议市场竞争正在日益加剧，新加坡、香港等亚洲城市多次被国际大会和会议协会(ICCA)等国际组织评为“亚洲最佳会议城市”等称号。因此，上海亟需大力宣传和提升自身的国际会议目的地形象，并制定相应的优惠政策，以吸引更多有影响的大型国际会议。(五)名牌展览会相对缺乏

为实现打造世界会展中心城市的目标，上海除了要在国际会议和展览会的数量上有新的突破外，更重要的是应拥有一批自己的大型品牌展。然而，目前上海每年举办的国际性展会在数量上与德国相当，在专业化程度、服务质量和效益上差距却较大。近几年，上海每年举办近400个展览会，但截止2024年12月底，在上海举办的得到国际展览业联盟(UH)认证的展览会只有18个(香港有23个，新加坡有17个)，展览会的专业化程度和美誉度还亟待提高。而且，本地的许多国内展览公司主办的品牌展览会在参展商和专业观众服务的类型及质量上都有很大的提升空间。

三、上海会展业品牌发展的战略思考

城市会展业品牌发展战略的核心是重点培育名牌会议和展览会。然而建立完善的城市会展业品牌体系是一项系统工程，要提升会展产业的整体竞争力，上海就必须实现会展行业内各种品牌之间的良性互动发展。这需要政府、企业和相关利益主体的共同努力：(一)政府和协会层面

1、理顺会展行业管理体制

建立科学的行业管理体制是推动上海会展产业健康发展的重要保障。笔者认为，无论是从国际惯例的角度出发，还是从具体操作的需要来分析，在会展行业管理机制上，上海应采用具有前瞻性的模式：成立会议旅游局，或者在现有的上海市旅游事业管理委员会下设会议处，将会议活动纳入旅游部门进行统一管理；将上海市会展行业协会改名为“上海市展览行业协会”，对展览业进行统一规划、管理和促销，当前协会最主要的两项工作是推进展会评估和组织职业培训。

2、不断改善会展产业发展的软环境

可以预见，在未来几年，上海会展产业发展的软环境将得到进一步改善，其工作重点有：认真贯彻执行《上海展览业管理办法》，保证展览市场更加健康、有序；大力推进展会评估、行业统计等工作，使上海会展业的市场信息交流更加畅通，会展项目质量更高；切实加强展览业的知识产权保护，保障参展商和展会组织者的合法权益；积极推动场馆的一站式服务；有重点地扶持会展专业教育和在职培训，并形成完善的职业认证培训体系，切实提高上海市会展从业人员的整体素质。

3、吸引高层次的国际会议

对于城市而言，打造会议品牌有两层涵义，一是策划和吸引更多数量、更高层次的国际会议，二是努力提高城市的会议和旅游综合接待能力。事实上，一次具有全球影响力的大型国际会议也能迅速提高城市的知名度，最典型的例子要数海南的亚洲博鳌论坛。为吸引国际会议组织者把更多的会议放在上海来举办，上海可以从两个方面去努力：一方面，整合旅游、文化、商务等多方面的资源，开展目的地整体促销，提升上海的国际会议目的地形象；另一方面，制定一系列优惠措施，以吸引更多的国际会议组织者把会议放到上海来举办。在这方面可以借鉴新加坡、神户等城市的成功经验。例如，为了以各种优惠政策吸引更多的会议主办者和参加者，神户推出一项名为“Meet in Kobe 21st Century”的国际会议促进计划，取得了显著的效果。(二)企业层面

1、提高会展场馆的经营管理水平

2024年世博会结束和新国际博览中心全部建成后，全市会展场馆的可展出总面积将超过60万m2，场馆面积将不是问题。在经历了新一轮的扩建和翻新后，上海所有会展场馆的工作重点都应转到切实提高经营管理水平上来，可以努力的方向有：拓展场馆的业务范围，如形成“以场地租赁为主体，以会议策划与接待、展览工程设计装修、广告、物业管理、信息咨询等多项业务为补充”的多元业务体系，增加综合收益；扩展展览场地的用途，提高场馆的平均出租率；加强法规建设，促进场馆的规范操作，并推出“一站式”服务(One—stop service)，提高上海会展场馆的整体服务水平等。

2、促进展览公司的国际化

要提高上海会展产业的国际竞争力，实现展会品牌和公司品牌的互动发展，上海就必须大力推动本土展览公司的国际化。笔者认为，政府应重点开展以下几方面的工作：鼓励有条件的展览公司通过上市、并购等资本运作手段，组建展览集团公司；充分发挥上海世博(集团)有限公司的优势和影响力，倾心打造上海本土第一个跨国展览公司；制定相关政策，为中外合资展览公司提供更大的发展空间，并支持上海的展览公司到国外办展。

在国际化进程中，绝大部分工作要靠展览公司自身来完成。上海有条件的本土展览公司应该学习国际展览巨头的战略思维：广开思路，积极培育品牌展览会；通过合作、代理等多种方式，建设完善的营销网络；运用上市、并购等资本运作手段，扩大业务范围，迅速增强公司实力；积极迈出出国办展的步伐，努力实现全球扩张。

3、积极培育名牌展览会

目前，上海的名牌展览会主要有三种类型，一种是政府主导型展览会，如上海国际工业博览会等；第二种由展览公司主(承)办，如中国国际模具技术和设备展览会、上海国际汽车工业展览会、中国国际家具展览会等；第三种是国外展览公司移植而来的展览会，如慕尼黑展览上海有限公司移植到中国来的Bauma(国际建筑机械和设备、建材机械及建筑车辆博览会)、ISPO(国际体育用品及运动时装博览会)等。

培育和壮大名牌展览会，需要政府有关部门、行业协会和展览公司的共同努力。对于有关主管部门和行业协会而言，应重点做好行业管理、展会评估以及为品牌展览会提供政策保障、舆论支持等工作。对于展览公司而言，要打造具有国际竞争力的展会品牌，应重点做好以下6个方面的工作：树立品牌管理理念；有效整合相关资源；切实重视市场研究；全面提高专业水平；积极推进品牌扩张以及努力构建全球网络。

参考文献

[3]应丽军.21世纪中国展览经济与展览产业[M]，重庆：重庆出版社，2024 [1]王晶.上海会展发展品牌战略研究[J].华东师范大学硕士论文，2024.[4]王春雷，冯琦.国外品牌展览会的移植策略分析[J]，旅游学刊，2024（2）.[2]王春雷，张灏.第四次浪潮-中国会展业的选择与明天[M]，北京：中国旅游出版社，2024

**第五篇：服装业**

中国服装行业现状及发展趋势概述

班级：姓名：学号：

前言：

服装业作为全球化程度最高的产业，已经发展为集各种高精尖技术为一体，同时包含科学、技术、艺术、创新的综合性体系。我国的服装行业已经经过20多年的发展，已经进入了一个相对平稳的发展阶段。尽管服装业已经有了一批成功的企业和强势的服装品牌，但随着行业发展速度的加快，一些问题也接踵而来。许多习惯跟随战略的服装品牌，由于创新乏力最终不得不陷入价格战，品牌延伸屡遭失败。而随着跨国企业对本土市场不断熟悉，本土品牌的渠道优势逐渐丧失。本文就服装业的相关政策价格管制、准入税收优惠及前景发展等方面来分析。

一、服装产业概述

（一）生产

1.生产能力：世界第一的“服装制造大国”，拥有广阔的资源、用廉价的劳动力和庞大的市场，生产能力相对较强，对生产管理和成本核算相对重视。

2.产业分布：新十年启幕，产业能否全面回暖、地方的服装振兴规划、纺织振兴规划实施的第二年，承接产业转移，中西部各个省份承接产业转移的大潮、服装产业由沿海向内地转移、各地兴建服装工业园区。新疆的棉花、内蒙的羊绒、宁夏的皮草、中国服装的重心在东部，但是产业资源的重心却在中西部。产业转移不是简单的设备迁移，而应该是能力的潜力。

（二）技术

1.大量先进的进口生产工业设备、发达的交通设施、国际先进的物流产业、由传统制造业向现代时尚业转变，技术型产业，知识型产业，时尚型产业。

2.服装企业的核心竞争力就在于设备现代化＋企业信息化，企业核心竞争力的最新的诠释：信息化的高价值性、稀缺性、难模仿性和不可替代性。

（三）消费市场

1.国际市场：世界第一的“服装出口大国”，2024年纺织品及服装出口创汇达617、7亿美元，占到了全国的18、97%。而顺差为474、62亿美元，占全国商品贸易顺差的156、14%。产业回暖、边境贸易异军突起。

2.国内市场：中国大部分市场被那些90%在中国制造的品牌所占领，服装企业竞争停留在比较低层面上，主要还停留在价格、款式等方面的竞争，绝大多数服装企业的产品销售还是以批发市场的大流通为主。

（四）品牌

1.我国是服装大国，但非服装强国，还处于品牌初级阶段。各方面的配备不太完善，缺乏运作的人力，品牌营销能力相对较弱。服装企业的品牌意识加强，中国服装行业最为成熟和

稍微具备国际竞争力的当属男装和羽绒服，杉杉、雅戈尔、七匹狼。但盈利能力还是太低，品牌没有规模，通过低成本优势在与国际品牌进行竞争。国际服装品牌在世界品牌10X0强中有7家服装品牌入围，中国服装只有2家进入中国品牌100强。缺乏真正意义上的国际服装品牌，中国没有一个品牌成为世界上有影响的品牌，由“中国制造”迈向“中国时尚”。

2.国际品牌的进驻、企业的结构、生产开发和生产管理、设计和营销，企业的运作、中间的管理、综合开发能力、市场竞争力、被动市场型、橄榄结构升级为主动市场型的杠铃结构。

（五）营销

1.竞争：较早推行市场多元化的企业、企业会调整市场策略，转变外贸增长方式，把更多的目光投向增长潜力大的新兴市场。资金优势、品牌和产品优势、市场营销优势、竞争格局与国际大佬同台竞技，中国品牌能否打赢“平价战”，向二线城市扩张、高调营销，提升品牌形象，国际平价快速时尚、快速的反应体系、国际大牌拼时尚和价格。

2.产品：季节性产品怎样突破“冬夏魔咒”：冬季热销的羽绒服、软黄金“羊绒”服装在春、秋、冬三季，丝绸和亚麻服装企业则喜热怕冷。做品牌的单品企业、提升品牌形象、单品品牌拓展四季化产品、开创了四季化格局、多品牌经营、拓展产品品类。

二、相关政策、价格管制及市场准入

（一）支持自主品牌服装、家纺企业提高核心竞争力。支持自主品牌服装、家纺发设计能力，建立公共研发设计平台，在信息、人才等方面向企业提供帮助，提高企力。

（二）为服装、家纺自主品牌建设提供金融服务。建立新型银企关系，引导金融业运作模式，鼓励服装、家纺企业利用自主品牌作抵押，依法依规向金融机构融资，业自主品牌信用担保制度；鼓励符合条件的自主品牌服装、家纺企业上市、发行债券市场直接融资；鼓励企业以自主品牌为纽带进行并购重组。

（三）扶持自主品牌服装、家纺企业拓展海外市场。鼓励自主品牌服装、家纺企业在重点出口市场和新兴市场定期举办服装、家纺自主品牌展览会，支持自主品牌服装参加国际知名展会、广交会、服装服饰博览会；引导企业积极进行商标国际注册，主商标；对自主品牌服装、家纺企业在境外商标注册、专利申请、渠道拓展等工作提供

（四）加大服装、家纺自主品牌保护力度。加强跨区域服装、家纺自主品牌和自保护的协调工作；加强涉外知识产权保护，逐步建立涉外知识产权纠纷预警应对机制资合作过程中服装、家纺自主品牌的保护和管理，国外资本收购兼并我国重点品牌应批准，防止自主品牌被恶意收购；加大对服装、家纺行业商标专用权行政保护力度，装、家纺行业市场专项整治活动。

（五）发挥行业协会和商业企业的作用。积极支持中国纺织工业协会、中国商业国纺织品进出口商会等社会中介组织开展服装、家纺自主品牌进名店、自主品牌推广信息咨询、国际交流合作等方面的活动。商业企业对服装、家纺自主品牌实行“五优”优先上柜、优先宣

传、优先销售、优先结算，充分发挥商业企业管理信息系统的优势牌服装、家纺企业提供增值服务，提高服装、家纺自主品牌适销率。

（六）加强组织领导。工业和信息化部联合发展改革委、财政部、商务部、人民总局、质检总局、中国纺织工业协会、中国商业联合会、中国纺织品进出口商会等部立推进服装、家纺自主品牌建设工作的会商机制，不定期召开会议，确定工作重点，服装、家纺自主品牌建设工作。

三、税收优惠

经国务院批准，我国从2024年1月1日起到2024年12月31日止，对部分纺织品征收出口关税，征税范围包括外衣、裙子、裤子、非针织衬衫、针织衬衫、睡衣内衣等六类纺织品，共148项产品。2024年6月1日起，对上述征收出口关税的部分纺织服装产品调整关税税率，其中：对2种产品停止征收关税，对3种产品调低出口关税，对74种产品调增出口关税，新增1种征税产品。

国务院关税税则委员会2024年5月30日上午宣布，自6月1日起，对2024年1月1日开始征收出口关税的148项纺织品中的78项产品停止征收出口关税，原定于6月1日提高或降低出口关税的相关产品同时取消。此外，取消对亚麻单纱征收出口关税。

根据国家税务总局颁布的《生产企业出口货物“免、抵、退”税管理操作规程》（国税发[2024]11号）第二和第（五）项的规定，对新发生出口业务的生产企业，自发生首笔出口业务之日起12个月内的出口业务，不计算当期应退税额，当期免抵税额就等于当期免抵退税额；未抵顶完的进项税额，只能结转下期继续抵扣。从第13个月开始才能按“免、抵、退”税计算公式计算当期应退税额。因此，如果一个企业一直作为出口供货企业而非直接出口企业，自该厂首次发生出口业务之日起12个月内，不论是委托出口，还是自营出口都只能享受“免、抵”增值税的优惠政策，而不能享受“退”税的政策；只有在满13个月后，才能正式享受出口产品“免、抵、退”增值税的政策。

四、产业突破口

从服装行业的特点看，服装行业的突破口应该是打造品牌，然后提升管理。将这些观点进行归纳，就可得出服装行业的突破口是：

1.如何开更多的店

中国的版图非常大，中国的一个省份就相当于欧洲的一个国家大小。在这个前提下，一家服装企业可以开多少家店？如果是在一线的市场，可以开300家、500家，甚至开到800家都没问题；如果是二、三线市场，也许可以开2024家，3000家。也就是说，中国市场是让大家做量的市场，这是中国市场区别于别国市场的特点。考虑如何开更多的店就意味着占领更多的市场。

2.如何把衣服卖的贵一点

如何将利润率提高一点，也就是将价格适当地提高一点，就需要给服装增加附加值，通过附加值使得产品价格卖得贵一点。

3.如何把衣服卖得多一点

如何把衣服卖得多一点，也就是让产品周转率提高，让平销提高，让单店业绩提高，这需要好的营销策略。

五、中国服装发展前景

（一）中国服装消费八大趋势

1.传统西装将继续平稳发展；

2.职业服装进一步社会化；

3.中老年服装品味提升；

4.内衣需求进一步讲求高质量；

5.童装将全面转变消费和设计观念；

6.中国加入世界贸易组织，服装领域首当其冲受到挑战的是女装；

7.运动装将继续受到青睐；

8.量身定造的置衣方式将会继续发展。

（二）中国服装的发展趋势

1.专用设备的功能更趋集成化，即一个操作工可操作几台设备；

2.电脑控制技术进一步向纵深发展；

3.特种服装的门类越来越多；

4.服装的设计研究趋于个性化；

5.时装款式更趋向于个性化；

6.先进的粘合技术不断发展；

7.电子商务技术在服装界广泛应用。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找