

ASSOCIATION & CHAMBER OF COMMERCE INNOVATION 协会商会 创新发展

中国畜牧业协会： 砥砺奋进的大国畜牧

70年来，中国畜牧业历经风雨、由小到大，从家庭副业成长为农业、农村经济的支柱产业，畜产品供给从严重匮乏到供应充足，为改善我国城乡居民膳食结构和营养水平、促进农业农村经济发展和农牧民增收、保障国家食品安全和社会稳定作出了历史性贡献，中国畜牧业协会在其中做出了不懈努力。

中国广告协会 脱钩改革发展的探索与实践

中国机电产品进出口商会：
以多彩内容助添党建活力



墨尔本城市夜景。

供图/澳大利亚墨尔本会议局

杭州国际博览中心

HANGZHOU INTERNATIONAL EXPO CENTER

61个
会议室
MEETING ROOM

65000/m²
空中花园
SKY GARDEN

850000/m²
建筑面积
CONSTRUCTION AREA

90000/m²
展览面积
EXHIBITION AREA

10000/m²
无柱多功能厅
COLUMN-FREE
MULTIFUNCTIONAL HALL

全领域、全链条、全方位体验

“管家式”贴心服务



传真Fax: 邮编/P.C.: 311215

电话/Tel: 86(571)8290 8888/82908866

地址/add: 中国浙江省杭州市萧山区钱江世纪城奔竞大道353号
NO.353, Benjing Avenue, Qianjiang Century City, Xiaoshan District, Hangzhou, Zhejiang, P.R.China

自觉融入时代大潮

本刊编辑部

2019年，我们迎来中华人民共和国成立70周年。

1949-2019年，70年间沧桑巨变。我们唱着东方红，当家做主站起来；我们讲着春天的故事，改革开放富起来；今天，我们又带着实现中华民族伟大复兴的梦想，正昂首阔步强起来。站起来，富起来，强起来，这一串时间的足迹，凝聚着前行的力量。

70年的接力长征，几代人的梦想才变成现实。中国畜牧业历经风雨、由小到大，从家庭副业成长为农业、农村经济的支柱产业，畜产品供给从严重匮乏到供应充足，中国畜牧业协会在其中做出了不懈努力。

自成立以来，中国报关协会坚持党的领导，高举改革开放旗帜，践行行业协会创新发展使命，恪守“诚信守法、崇尚专业、自律规范、务实创新”的行业精神，精心打造自律诚信服务品牌。今后，协会将继续为奋力开创报关事业新时代的美好明天，实现“两个一百年”奋斗目标，实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献自己的力量。

登高望远，方能掌握方向；明辨大局，才可顺势而为。中国旅行社协会依托旅游业，在积极促进大众创业、万众创新及旅游扶贫等方面取得了较为明显的效果。

顺应时代潮流，着眼未来发展。顺应数字经济的大形势，中国服务贸易协会数字经济分会在今年4月成立，将在实施“数字中国”战略、构建中国数字经济发展等方面发挥桥梁和服务平台作用。

凡事预则立，不预则废。中国国际公共关系协会开始探索中国公共关系行业在5G时代面临的行业转型；中国建设工程造价管理协会则对我国工程造价行业协会如何实现可持续发展进行了深入思考。

站在新起点，要有新作为。脱钩后，中国广告协会承担的服务政府、服务行业、服务企业的使命和责任将随之增大，迎来很大发展，用事实打破了行业协会对脱钩的顾虑。

商协会既是70年辉煌发展的见证人，也是推动社会发展的重要力量。

作为媒体，我们既要报道国内商协会的发展与探索，又要眼光开阔，把国外商协会的闪光之处介绍到国内，以资比照和借鉴。我们的使命在于宣传并见证这段历史，自觉融入波澜壮阔的时代大潮。

目录 CONTENTS

环球视窗 Global View

世界中医药大会第五届夏季峰会在西安召开	04
第四届贵州遵义国际辣椒博览会开幕	04
首届中国软件创新发展大会在秦皇岛举行	04
中国农业展览协会第七届会员代表大会在京召开	05
全国首个国家外经贸商事服务综合改革示范区 在广西柳州揭牌	05
中国对外承包工程商会行业发展与政策建议委员会召开 2019 年度工作扩大会议	05
2019 国际二维码产业发展大会开幕	06
2019 绿色可持续消费宣传周在京启动	06
国际沙棘协会赴四川小金县专题调研沙棘开发	06
厦门证券期货基金业协会 开展厦门辖区纠纷调解与投诉处理培训	07
中国文字著作权协会参加第二届“俄罗斯太平洋文学节”	07
中国奶业协会第 33 次繁殖技术学术研讨会 在苏州成功举办	07

壮丽七十年 奋斗新时代 Striving for a New Era

中国畜牧业协会：砥砺奋进的大国畜牧	08
中国旅行社协会：立足大时代，做好真服务	12
砥砺前行的中国国际商会	16
中国报关协会： 高举改革开放旗帜 践行创新发展使命	18

管理·发展 Management & Development

中国广告协会脱钩改革发展的探索与实践	21
中国服务贸易协会数字经济分会： 应潮流而生 担时代使命	26
北京环球英才交流促进会 参与主办第二期高端专家讲座	28

平昌县老年人协会 在养老服务体系建设中发挥七大作用	29
中国节能协会：举办合同能源管理法律服务沙龙	31
中国收藏家协会国际艺术品交流委员会： 开展国际艺术品交流合作 推动中外艺术互动互鉴	33

探索·研究 Explore & Research

对我国工程造价行业协会可持续发展的思考	38
---------------------	----

创见·新知 Creative Idea & New Knowledge

5G 时代中国公共关系行业面临新使命	42
知识交换对协会的益处	43
协会如何吸引年青一代	45
人们对医疗协会会员预期的变化	47
相互联系的协会世界 ——第七届印度协会大会 (IAC) 纪实	51

党建 Party Construction

中国机电产品进出口商会：以多彩内容助添党建活力	53
-------------------------	----

实务 Experience

深入了解会员的重要性	55
协会如何制订赞助营销内部计划	58

亚太奖励旅游及会议展览会 (AIME)	36
吉隆坡会展中心： 中国企业和会议活动的完美合作伙伴	62



中国广告协会 脱钩改革发展的探索与实践 P21

中国广告协会脱钩后,不断进行改革探索,得到了会员的广泛认可,行业影响进一步增强,经受住了脱钩改革对于行业协会的初步考验。



中国服务贸易协会数字经济分会: 应潮流而生 担时代使命 P26

中国服务贸易协会数字经济分会是一个年轻且充满活力、前景广阔的组织,在实施“数字中国”战略、构建中国数字经济发展新格局进程中,发挥着特有的桥梁和服务平台作用。



对我国工程造价行业协会 可持续发展的思考 P38

在新形势下,我国的工程造价行业协会如何建立本行业与我国现代化事业整体发展的关系,指明行业发展新契机,从而推进我国工程造价行业协会可持续发展,值得我们深入探讨与分析。



中国机电产品进出口商会: 以多彩内容助添党建活力 P53

近年来,中国机电产品进出口商会党委在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下,不断积极实践探索围绕党建开展的各项实效性工作内容。其中,组织丰富多彩的活动内容,对助力党建工作开展有着重要作用。

编辑委员会

主任 孙伟林
副主任 米有录
执行主任 秦艳
编委(以姓氏笔画为序)
马庆钰 王名 王泽华 文增显
方向文 方国平 朱勤 朱晓红
郁建兴 金锦萍 周红云 徐家良
陶传进 黄浩明 葛道顺 谢玲丽
靳建新 廖玉玟

主管主办

中华人民共和国民政部
中国社会组织促进会

总编辑 秦艳
出版单位 《中国社会组织》编辑部
主编 朱勤
总策划 姚红 高琦
执行策划 冯汝林
执行主编 王兴彬 刘正春
编辑 郑超 张瑾
特约通讯员 贾紫薇 罗晓冬
美术编辑 林剑 王鹏

中国标准连续出版物号

ISSN2095-4786
CN10-1094/D

发行单位 北京市报刊发行局
中国国际图书贸易集团有限公司
邮发代号 80-748
国外代号 M8820

广告经营许可证

京西市监广登字 20170068号
地址 北京市西城区二龙路甲33号
新龙大厦613室
邮政编码 100032
电话 010-66061778
010-66061908
电子邮箱 zgshzz2013@163.com
印刷单位 北京盛通印刷股份有限公司

合作单位

中国社会组织促进会行业协会商会分会
中国国际贸易促进委员会商业行业委员会
澳大利亚墨尔本会议局

支持单位

《董事会》
(BOARDROOM)
国际专业会议组织者协会
(IAPCO)
专业会议管理协会
(PCMA)



● 未经授权,不得转载本刊文章。来稿凡经本刊使用,如无电子版权方面的特殊声明,本刊即视为同意数字出版传播,特此通告。如有疑问,请与本刊联系。
● 本刊封面、内文图片除署名外,由视觉中国集团 CFP、gettyimages、东方IC、站酷海洛提供。
● 因各种原因,本刊使用的部分图文无法提前与作者取得联系。请看到本刊的相关作者主动与本刊联系,以便及时寄付稿费。
● 印刷质量承诺:凡发现本刊有掉页、残缺等印刷、装订质量问题,请直接将杂志邮寄到以下地址,印刷厂负责特快专递将无质量问题的杂志寄还读者,并致歉!
● 地址:北京市北京经济技术开发区经海三路18号
● 邮政编码:100176 联系人:王丹 电话:(86)10 5224 9888

封面说明:墨尔本城市夜景。

供图/澳大利亚墨尔本会议局

1.

世界中医药大会
第五届夏季峰会在西安召开

6月15日，世界中医药大会第五届夏季峰会在中国西安开幕。大会以“弘扬丝路精神，传播中医药文化”为主题，吸引全球近30个国家和地区的近800名专家学者参会。第十三届全国政协副主席何维、陕西省省长刘国中、国家中医药管理局局长于文明出席会议并讲话，世界中医药学会联合会主席马建中致开幕词。

何维指出，中医药学在世界传统医学里占据非常重要的地位。要努力推动中医药通过创造性转化、创新性发展，实现与现代健康理念相融相通，服务于人民健康。在创造性转化中，促进体系开放，通过技术的开放、手段的开放，实现对外部资源充分的接纳。在创新性发展中，要在传承中更加守正，在新的发展基点上，传承精华，拓展空间，服务于人民健康，努力在解决人类重大疾病问题上有重要贡献。

本届夏季峰会由国家中医药管理局和陕西省人民政府指导，世界中医药学会联合会与陕西省卫健委、陕西省中医药管理局和西安市人民政府联合主办，陕西中医药大学、铜川市人民政府联合承办，九州通医药集团、步长制药、中国中药广东一方制药有限公司、陕西医药控股集团中药产业投资有限责任公司支持。✉



2.

第四届贵州遵义国际辣椒博览会开幕

8月17日，第四届贵州遵义国际辣椒博览会隆重开幕，本届国际辣椒博览会由贵州省农村产业革命辣椒产业发展领导小组主办，遵义市人民政府、贵州省农业农村厅、中国蔬菜流通协会承办。贵州省农业农村厅党组书记、厅长杨昌鹏，中共遵义市委书记、遵义市人民政府市长魏树旺，中国国际经济交流文化中心副理事长、商务部原副部长魏建国，中国蔬菜流通协会执行会长戴中久，专职副会长陈明均，世界辣椒联盟秘书长张卢卡（Gianluca Luisi）等领导、嘉宾及来自国内外辣椒产业的行业协会、企业、科研院所的有关代表1200余人出席相关活动。戴中久希望把农业特色产业扶贫作为精准扶贫的抓手，深入挖掘贫困地区独有的资源优势，准确定位，体现差异，精准施策，生产适销对路的农业特色产品。开幕式后，全体领导及代表参观中国辣椒城综合物流园了解辣椒城运营情况。据悉，本届辣博会共有七项主体内容，包括开幕式及巡馆、辣椒助推农村产业革命高峰论坛、辣椒采购商大会暨招商引资签约大会、辣椒全产业链观摩暨国际辣椒新品种评选推荐展示活动、展示展销、国际辣椒文化交流活动、网上辣博会。✉



3.

首届中国软件创新发展大会
在秦皇岛举行

8月28日，由中国软件行业协会、河北省工信厅、秦皇岛市人民政府共同举办的首届中国软件创新发展大会在秦皇岛举办。本届大会以“大数据时代的软件创新发展”为主题，吸引了来自政府主管部门、研究机构、行业组织、软件产业企业和媒体的代表1000余人与会。大会以促进交流合作为主线，聚焦软件产业发展，集中展示以软件为核心的智能化、数字化发展成果，以及云计算、大数据、人工智能等新技术对软件交付模式的创新和变革，为软件企业和制造企业交流、为传统制造企业转型升级搭建合作平台。开幕式上，秦皇岛市人民政府、秦皇岛经济技术开发区分别与中国软件行业协会、中国电信云计算分公司、中软国际、用友网络、秦皇岛北岛博智等单位签署了12项战略合作协议，展示了秦皇岛市发展软件产业的阶段性成果。✉



4.

中国农业展览协会 第七届会员代表大会在京召开

7月6日，中国农业展览协会第七届会员代表大会在北京召开。原农业部党组成员、中央纪委驻农业部纪检组组长朱保成，农业农村部办公厅正局级副主任蒋建平，农业农村部市场与信息化司巡视员陈萍等出席大会开幕式。

朱保成在开幕式上发表讲话，他指出，中华人民共和国成立70年来，我国农业展览从小到大、从弱到强，展览领域不断拓宽，产业链条不断延伸，专业化、市场化、信息化、国际化水平不断提升，取得了辉煌的成就。农业展览事业为国家的农业现代化建设、为振兴乡村文化和农民增收致富作出了突出贡献，发挥着越来越重要的作用。全国农业展览馆副馆长、中国农业展览协会第六届理事会会长邓志喜代表协会第六届理事会作工作报告。大会选举产生中国农业展览协会第七届理事会理事70名，全国农业展览馆馆长刘北桦当选协会第七届理事会会长。大会同期召开农业展览工作交流会，邀请专家解读国家乡村振兴战略，由农业展览理论研究、农业展示馆、农业展会、农产品电商、农事节庆、农业品牌推广等工作委员会代表分享各自领域工作经验，研讨交流今后的发展方向等。✉



5.

全国首个国家外经贸商事 服务综合改革示范区在广西 柳州揭牌

7月23日上午，全国首个国家外经贸商事服务综合改革示范区在广西柳州揭牌。示范区的建设将为广西企业提供“一站式”、全方位的商事服务，有力提升贸易便利化水平，有效帮助企业降低成本、增强国际竞争力。据了解，由中国贸促会商事认证中心与柳州市人民政府合作共建的示范区，赋予示范区商事认证相关服务的充分授权、创新工作先行先试、共拓外经贸发展空间三大红利。中国贸促会商事认证中心授予柳州市贸促会全部商事认证业务的办理权限，并通过中国贸促会企业信用服务平台，为外贸企业提供信用认证、信息查询、数据分析等综合性服务，探索以“电子化、联审联办、一站式”的创新服务模式促进对外贸易和投资的便利化、自由化，实现企业“最多跑一次”和“不见面办公”新模式。中国贸促会贸易投资促进部部长冯耀祥表示，良好的商事服务是国际一流营商环境的重要内容。示范区落户柳州，对柳州加快建设“国际通道的核心枢纽、战略支点的实业引擎、重要门户的开放高地”具有极其重要的意义。✉



6.

中国对外承包工程商会行业 发展与政策建议委员会召开 2019年度工作扩大会议

8月29日，中国对外承包工程商会行业发展与政策建议委员会（以下简称承包商会）召开2019年度工作扩大会议。会议由商会秘书长张湘主持，各委员单位及受邀企业的近40位代表出席并参与讨论。会议结合近期行业发展走势，就新形势下企业国际化发展战略调整、海外市场布局优化、业务模式转型升级、投融资模式创新等主题进行深入研讨。参会代表分别结合公司业务实际发言，详细介绍各公司深入参与“一带一路”建设、促进业务高质量发展方面的工作思考与经验做法。会上，承包商会战略与咨询部副主任尚升平代表委员会秘书处通报了商会常设机构与天津大学合作开展的“第三方市场合作”专项研究工作情况。参会代表对研究工作取得的阶段性成果表示肯定，并责成委员会秘书处及“第三方市场合作”课题组结合我国企业转型发展实际，就如何扩大基础设施领域第三方市场合作范围，丰富相关项目合作成果进行深入研究，并择机围绕第三方市场合作主题组织对接交流活动。✉



7.

2019 国际二维码产业发展大会开幕

8月23日,2019国际二维码产业发展大会在广东省佛山市南海区开幕。大会以“‘码’联世界、智创未来——迎接全球数字经济新时代”为主题,邀请包括获诺贝尔奖学者、中国科学院院士及知名专家学者、相关协会机构代表、行业企业代表等500多位嘉宾参与,共同探讨全球二维码产业的发展趋势和方向。大会由中国民主同盟中央委员会科技委、中国电子商会、广东省佛山市南海区人民政府、中关村工信二维码技术研究院共同主办,围绕智能制造、二维码产业安全标准等问题进行讨论,共同探索数字经济时代产业格局的新变化、新规律和新思路,挖掘二维码+与智能+的融合发展新机遇。佛山市委常委、副市长邓建伟在致辞中表示,佛山将立足粤港澳大湾区建设,依托雄厚的制造业基础,着力打造以二维码为核心的智能标杆行业高地,促进二维码标准化、产业化、聚集化,努力将二维码巨大潜在价值打造成经济新增长点。中国电子商会会长王宁表示,二维码作为互联网特别是移动互联网的重要技术,正在渗透到国民经济和社会生活的各个领域,二维码产业发展和成长必将成为未来数字经济新增长点。



8.

2019 绿色可持续消费宣传周在京启动

8月1日,由中国连锁经营协会、世界自然基金会(瑞士)北京代表处及中国可持续消费圆桌主办的“2019绿色可持续消费宣传周”(简称绿色消费周)在京正式启动。来自政府、国际组织、可持续标准制定方以及企业、艺术家等代表,围绕“如何定义可持续消费”“可持续消费与生物多样性保护”“可持续消费与创新”等主题,展开了深入交流。在启动会上,中国连锁经营协会主张“做绿色消费倡导的行动派”,呼吁行业关注品质消费发展趋势与可持续发展话题,研究并响应消费者的高层次消费需求,发挥网络优势,倡导绿色可持续消费主张。自2013年中国连锁经营协会推出“绿色可持续消费宣传周”活动以来,绿色消费周已进入第7个年头。活动以“绿色消费,品质生活”为主题,围绕“衣食住行乐”等方面,不断吸引更多连锁企业参与,通过提供可持续的产品和服务,推动和引导全社会绿色消费观念及行为改变。



9.

国际沙棘协会赴四川小金县专题调研沙棘开发

6月26日,国际沙棘协会秘书长(候任)、水利部沙棘开发管理中心副主任卢顺光等一行3人前往四川省小金县,进行沙棘专题调研和座谈。小金县是中国沙棘自然分布较多的地区之一,现保存有许多乔木状沙棘,全县天然沙棘林面积达到16万亩。调研组了解到,1998年以来结合实施天然林保护、退耕还林等工程,全县人工沙棘种植面积达3万多亩,目前已有约1/3进入盛果期,但产量低。全县现有3家沙棘加工企业,每年加工需求沙棘果实约400吨,每年可为当地农牧民直接增收400多万元。但县内天然、人工沙棘林仅能解决一半左右的原料,其余缺口需要从外地购买。在小金县召开的来自县直有关部门、沙棘企业等代表的座谈会上,卢顺光简要介绍了国内外沙棘开发情况,对小金县沙棘资源建设和产品开发提出了意见建议。大家普遍认为,引进沙棘优良品种、建设一定规模高标准原料林,是小金县沙棘开发企业实现原料保障的必由之路。



10.

厦门证券期货基金业协会开展厦门辖区纠纷调解与投诉处理培训

厦门证券期货基金业协会近日举办“厦门辖区纠纷调解与投诉处理培训班”。辖区证券、期货、投资咨询及上市公司投诉处理部门负责人，中证协、中期协、中证中小投服中心在聘厦门辖区调解员共200余人参加了培训。培训班邀请上海高院法制宣传教育处副处长张枫作《投诉接待和矛盾化解中的心理技巧》专题讲座。张枫以生动的实务案例和丰富的调解经验，从心理学角度为学员解读了“九步调解法”，即通过调解前的准备工作、自我情绪调整、当事人情绪调整、弄清双方的诉求及分歧所在、寻找双方的共同点、帮助当事人分析利弊、帮助当事人制订调解方案、调节后的评估及跟踪等九个步骤的细致工作，达到“建立关系、达成理解、获得转变”的目标。学员们纷纷表示，通过此次培训学习，提升了投诉处理的能力，对日常纠纷化解和投诉处理工作有很大的帮助。✉



11.

中国文字著作权协会参加第二届“俄罗斯太平洋文学节”

5月16-18日，中国文字著作权协会（以下简称文著协）应邀参加第二届“俄罗斯太平洋文学节”。文著协总干事张洪波与来自俄罗斯、法国、韩国、日本和越南的作家、诗人、俄罗斯文学翻译研究专家以及语言学家们围绕文学节主题进行了多场交流与对话。

张洪波向与会者介绍了文著协近几年来致力于推动中外图书戏剧版权贸易方面所做的工作，重点展示了文著协作为中方执行协调机构，与俄罗斯翻译学院共同组织实施中俄政府间大型人文文化合作项目——“中俄经典和现当代作品互译出版项目”的成果。文著协积极参与并贯彻实施“一带一路”倡议，加强与“一带一路”沿线主要国家和周边国家开展图书戏剧版权贸易与版权合作，每年向海外输出版权逾百项，协助国家新闻出版署和多省外宣办与沿线国家和周边国家开展版权交流。文学节为参会各方搭建了交流、沟通、寻求合作的平台与契机，带动更多的学者、专家、高校、新闻出版单位、专业机构参与。✉



12.

中国奶业协会第33次繁殖技术学术研讨会在苏州成功举办

8月27-28日，中国奶业协会第33次繁殖技术学术年会在苏州成功召开。年会由中国奶业协会繁殖专业委员会、国家农业产业技术体系（奶牛）主办，苏州素仕生物科技有限公司和华中农业大学动物科技学院承办。来自荷兰以及国内十多个省市奶业协会、科研院所和相关企业的130余位代表参与了此次研讨会。中国奶业协会副秘书长杨秀文代表协会致辞，概述了当前奶业形势，并对繁殖专业委员会多年来为我国奶业科学研究、技术推广与应用开展了卓有成效的工作表示赞赏。中国奶业协会繁殖专业委员会主任、华中农业大学教授杨利国申明了会议主题即“提高繁殖力，节本增效，提高国际竞争力”。奶业界的专家们针对自身的研究领域作了相关的专题报告，十余位专家以及一线生产管理人员分别就各自领域作了精彩的报告。本次会议形式多样，坚持学术研究与生产实践相结合，大会交流与疑难点解答相结合，学术报告与专题研讨相结合，科研院所与生产单位相结合，技术推广与产品展示相结合。✉



开栏语

今年是中华人民共和国成立 70 周年。70 年来，我国社会组织在党的领导下，从无到有，从小到大，为我国经济社会发展贡献了自己的力量。步入新时代，我国社会组织更是在改革中不断发展，在创新中不断强大，发挥作用也越来越大。

从本期开始，《中国社会组织》杂志开设“壮丽七十年 奋斗新时代”栏目，介绍优秀社会组织的发展历程，讲述它们努力追求梦想、不断发展的事迹。

本期杂志刊登介绍中国畜牧业协会、中国旅行社协会、中国国际商会、中国报关协会等社会组织发展历程的四篇文章。四家协会通过回顾自身发展历史，用事实说明，社会组织的发展离不开党和国家的支持，离不开对社会发展形势的准确判断，离不开自身的奋勇拼搏。

中国畜牧业协会： 砥砺奋进的大国畜牧



何新天

中国畜牧业协会秘书长

在全党全国人民满怀信心决胜全面建成小康社会、打赢脱贫攻坚战的的关键时期，我们将迎来中华人民共和国成立 70 周年的辉煌时刻。在这波澜壮阔的 70 年中，中国畜牧业历经风雨、由小到大，从家庭副业成长为农业、农村经济的支柱产业，畜产品供给从严重匮乏到供应充足，为改善我国城乡居民膳食结构和营养水平、促进农业农村经济发展和农牧民增收、保障国家食品安全和社会稳定作出了历史性贡献。70 年接续奋斗成

就了大国畜牧，让所有中国人为之骄傲和自豪。

党的方针政策为畜牧业发展领航

中华人民共和国成立以来，我国畜牧业发展经历了恢复和发展期、曲折和徘徊期、改革起步期、全面快速发展期、结构调整期及转型升级期等阶段。在各个发展时期，党中央、国务院都及时制定支持畜牧业发展的方针，出台扶持畜牧业发展的政策，为我国畜牧业在不同历史时期发展指明了方向。中华人民共和国成立初期，随着我国农业生产的恢复发展，粮食产量逐年提高，为畜牧业发展提供了有利条件。1959 年 10 月 31 日，毛泽东主席发表了《关于发展养猪的一封信》，在信中提出：“我建议共产党的省委（市委、自治区党委）、地委、县委、公社党委以及管理区、生产队、生产小队的党组织，将养猪业、养牛、养羊、养驴业与养鸡、养鸭、养鹅、养兔等项事业，认真地考虑、

研究。”毛主席特别从种养结合的高度，辩证地阐述了粮食生产与生猪生产的关系。他指出：“一头猪就是一个小型有机化肥工厂，而且猪又有肉，有鬃，又有骨，又有内脏（可以作制药原料），我们何乐而不为呢？肥料是植物的粮食，植物是动物的粮食，动物是人类的粮食，由此观之，大养而特养其猪，以及其他牲畜，肯定是有道理的。”毛主席的指示，极大地推动了我国当时以生猪生产为重点的畜牧业发展，为我国畜牧发展奠定了基础。虽然在以后的十多年里我国畜牧业发展受自然灾害及“左”的思想影响徘徊不前，但畜牧业已成为人民群众生产生活中不可或缺的部分。

党的十一届三中全会作出了把全党工作重心转移到经济建设上来、实行改革开放的伟大决策，由此拉开了我国畜牧业持续快速发展的序幕。党的十一届四中全会通过的《中共中央关于加快农业发展若干问题的决定》，提出要大力发展畜牧业，提

高畜牧业在农业的比重；1980年国务院批转了农业部《关于加快发展畜牧业的报告》，强调“要把一切行之有效的鼓励畜牧业发展的政策落实到户”，且“取消禁宰耕牛的政策”。饲料工业是畜牧产业规模化、集约化、现代化发展的物质保障。1982年邓小平同志明确提出：“要搞饲料工业，这也是一个行业。”在邓小平同志的亲切关怀下，我国饲料工业从无到有，从弱到强，用短短30多年时间走过了发达国家近百年的历程，我国一跃成为全球饲料生产大国。饲料工业的崛起，为我国畜牧业发展提供了持续有力的支撑。1985年1月，中共中央、国务院发布了《关于进一步活跃农村经济的十项政策》，其中重要内容就是取消生猪派养派购，实行自由上市，随行就市，按质论价；同时取消了多数畜产品的统一定价。从而使畜牧业成为农业中最早引入市场机制的产业。1988年农业部开始实施“菜篮子”工程，建立了一大批中央和地方的肉蛋奶生产基地及良种繁育、饲料加工等服务体系，加快了畜牧业向商品化、专业化和社会化发展。1999年，国务院转发农业部《关于加快畜牧业发展的意见》提出，稳定发展生猪和禽蛋，加快发展牛羊肉生产，突出奶类和羊毛生产。适应我国畜牧业不断发展的需要，党中央、国务院相继出台了扶持畜牧业标准化规模养殖，防控重大动物疫病，促进奶业持续健康发展，加强畜禽种业建设，促进粮食、经济作物、饲草料三元种植结构协调发展以及促进畜牧业环境保护和畜禽粪污资源化利用等一系列政策。

历届党和国家领导都十分重视和关心我国畜牧业发展，江泽民总书记、胡锦涛总书记都先后从党和国家工作全局及战略高度，对我国畜牧业发展多次作出重要指示和批示，并都以每年出台的中央1号文件实化为

指导、扶持畜牧业发展的方针政策，构建了相对完备的扶持我国畜牧业发展的政策体系。以习近平同志为核心的党中央高度重视“三农”工作，党的十八大以来对“三农”提出了一系列新理念新思想新战略。2014年1月习近平总书记在内蒙古自治区视察指导工作时，明确提出“加快传统畜牧业向现代畜牧业转变步伐”的要求。在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，我国畜牧业发展进入新时代。

我国畜牧业发展成就举世瞩目

中华人民共和国成立70年来，我国畜牧业生产规模不断扩大，特别是改革开放40多年快速发展，综合生产能力稳步提高，主要畜产品供给彻底改变了20世纪五六十年代肉、蛋、奶极度匮乏、市场凭票供应的局面。我国肉类和禽蛋产量已多年稳居世界第一。2018年我国肉类产量8517万吨，禽蛋产量3128万吨，奶类产量3075万吨。2017年我国人均肉、蛋、奶占有量已分别达到62.4公斤、22.3公斤和21.9公斤。而1949年全国人均肉蛋占有量分别只有4.1公斤和0.7公斤，奶类人均占有量则更少。目前，我国肉蛋人均占有量已超出同期世界平均水平，人均奶类占有量与世界平均水平的差距正逐步缩小。

在畜产品供给总量快速增长的同时，畜产品供给结构逐步趋于合理。1985年我国肉类生产中猪肉占85.9%，牛肉只占5.5%，禽肉占8.3%，到2017年，我国肉类生产中猪肉占比下降到63%，而同期的牛羊肉占比提高到12.8%；禽肉占比提高到22.9%。我国奶业生产起步晚，经过20世纪90年代以来的超常速发展，已经成为畜牧业生产中的重要力量，奶产品日益成为城乡居民的必须消费品。适应人民收入水平、生活水平提

高及消费结构升级，我国畜牧生产呈现出优质化、特色化、差异化特点，马、驴、兔、蜂、水禽、驼及毛皮动物等特色养殖蓬勃兴起，丰富了畜产品的供给，满足了人民群众对畜产品多样化、特色化需求。

经过70年发展，我国畜牧业规模化、标准化、产业化程度稳步提升，生产效率不断提高。改革开放前，我国畜牧业只有极少数国有牧场和集体养殖场，畜禽养殖是以千家万户散养为主体，生产效率低、抗风险能力差。改革开放以来，在市场机制拉动和政府扶持政策推动下，我国畜牧业规模化程度显著提高。截至2017年底，我国畜牧业畜禽养殖规模化率超过60%，规模以上企业生猪屠宰率达72%。其中生猪年出栏500头以上规模场占比46.9%，肉牛年出栏100头以上规模场占比17.7%，羊年出栏500只以上规模场占比15.3%，肉鸡年出栏5万羽以上规模场占比56.3%，蛋鸡年存栏1万羽以上规模场占比44.7%。畜牧业标准化规模养殖程度提高，大幅度提升了畜牧业生产效率，提高了畜产品质量安全水平，增强了畜产品市场竞争能力，加快了畜牧业产业化进程，为构建现代化畜牧业产业体系打牢了基础、创造了条件。

科技是第一生产力。我国畜牧业发展始终坚持以科技为引领、以科技为支撑、以科技为动力。中华人民共和国成立70年来，我国畜牧业科技创新始终充满活力、持续演进。从20世纪五六十年代开始，国家在畜禽、牧草品种选种选育、饲草料生产及安全、主要畜禽营养及饲养管理、畜禽疫病防控、养殖设施装备、产品标准和检测方法、草原生态保护与建设等方面实施了一大批畜牧科技重大项目，组织开展了大量的科学研究和技术攻关，取得了一批又一批重大科技成果，



获得了国家技术发明奖、国家科学技术进步奖、国家自然科学基金、全国科学大会奖等几百项国家级奖项，涌现出了一批“两院”院士和杰出人才，形成了以国家和地方畜牧兽医科研及技术推广机构、大专院校和科技创新型企业为主体的畜牧科技创新体系，依靠科技创新和技术推广应用，我国畜牧业生产效率、综合生产能力、农牧民科学文化素质及市场竞争力都持续得到提升，科技进步对畜牧业发展的贡献率达到了56%。

我国畜牧业在长期的发展过程中，十分注重统筹生产、生活和生态，坚持生产发展与环境保护相协调。改革开放前，我国畜牧业生产主要是家庭副业，养殖废弃物都是以集体或家庭为单位用作了有机肥，农牧结合，互为依存，畜牧业对生态环境影响甚微。随着畜牧业规模化养殖程度提高，大中型畜禽养殖场产生的粪污集中、量大，对周边的土地、河流湖泊及空气产生较严重的污染，一度成为农业污染的主要源头。党的十八大以来，国家先后发布了《水污染防治行动计划》《土壤污染防治行动计划》

《关于促进南方水网地区生猪养殖布局调整优化的指导意见》，对畜禽养殖粪便处理、兽用抗菌药减量使用、合理划定适宜养殖区域和禁养区都进行了严格规范。同时，国家明确提出了到2020年基本解决畜禽养殖污染问题的目标任务，安排专项资金在全国畜牧大县整县推进，制定了有机肥使用、沼气发电上网和生物质天然气进入城镇管网保障性政策，引导推进畜牧业走绿色发展之路，构建新型农牧结合、循环发展模式。自2011年开始，国家在全国主要牧区省份全面实施草原生态保护补助奖励政策，覆盖了全国268个牧区、半牧区县，对禁牧和草原平衡进行补助奖励，坚持生态优先、兼顾农牧民生产生活，在稳定提高农民收入、科学合理利用草原中，推动草原畜牧业转变发展方式，使严重退化的草原得以休养生息，草原生态保护与建设工作从此进入新阶段。

经过70年发展，我国畜牧业已成为我国农业农村经济的重要支柱产业，成为农民收入的主要来源，成为贫困地区脱贫致富的朝阳产业。2017年我国畜牧业产值达到3万亿元，带

动上下游产业产值3万亿元以上，由此而成为国民经济的一支重要力量。随着畜牧业产业链不断延伸，价值链不断提升，为社会不断提供更多的就业机会。大国畜牧在整个农业乃至国家经济社会中的地位不断提升。

迈向建设畜牧强国新征程

进入新时代，我国畜牧业发展面临新的历史机遇和挑战。党的十九大提出了实施乡村振兴战略，畜牧业要在决胜脱贫攻坚、振兴乡村中发挥支柱产业作用，党中央提出畜牧业要在全面推进农业现代化进程中率先实现现代化，要加快实现由畜牧业大国向畜牧业强国转变，时代赋予中国畜牧业新的历史使命。建设畜牧业强国，是几代畜牧人的梦想，是我们在新时代坚定不移的奋斗目标。着眼未来，立足当前，我国畜牧业发展将加快前行步伐。

要坚持以推进畜牧业供给侧结构性改革为主线，加快构建现代畜牧业产业体系、生产体系和经营体系。要加快转变畜牧业发展方式，稳步提升畜牧业综合生产能力，以生猪、家禽、奶牛、肉牛、肉羊为重点，大力推进标准化规模养殖，保障肉、蛋、奶主要畜产品的有效供给。同时要适应人



民群众对畜产品需求多样化趋势，积极推动畜牧业差异化特色化发展，带动马、驴、兔、奶山羊、蜂、驼及毛皮动物等特色畜牧业发展，不断优化畜产品供给结构，不断满足人民群众日益增长的对美好生活的需要。

要积极引导、大力推动我国畜牧业转向高质量发展。要强化饲料兽药等投入品风险管控，加强屠宰肉品和生鲜乳质量监测和管理，建立健全畜产品质量安全追溯体系，巩固和提升畜产品质量安全保障能力。要持续提升动物疫病防控能力，加快构建从养殖到屠宰全链条兽医卫生风险控制闭环，补齐产业链中生物安全薄弱短板，推动兽用抗菌药使用减量化、规范化，要大力发展绿色生态养殖，坚持质量兴牧、品牌强牧，推动畜牧业由增产导向转向提质导向，推动标准化生产，实施品牌战略，重点打造一大批有影响力、竞争力的名优畜产品品牌，以品牌提升产业的整体素质和市场竞争能力，树立良好的社会形象。

创新是引领发展的第一动力，建设畜牧强国必须始终坚持以科技创新为战略支撑。要紧跟畜牧业科技进步的潮流，在积极引进、借鉴国际先进技术的同时，加强自主创新，

不断提高技术装备水平，特别要在畜禽品种培育、重大疫病防控、饲料营养配制、科学饲养管理、产品加工储运等关键环节技术集成创新方面不断取得新突破。要抓住全球新一轮科技革命和产业变革的机遇，吸收和运用信息技术、生物技术、制造技术带动畜牧产业升级提质，加快推进“互联网+”“智能+”在畜牧业生产经营中的广泛应用。要着力提高畜牧业从业人员的技术素质，加速科技成果转化和新技术、新模式的推广应用，着力构建以企业为主体、产学研结合的科技创新机制，引导支持量大面广的中小养殖企业提高科技创新能力，培育一批核心技术能力突出、集成创新能力强的创新型领军企业，不断增强我国畜牧业核心技术的创新能力，用科技创新和技术进步为我国畜牧业插上腾飞的翅膀。

要大力推进绿色生态养殖，坚持问题导向，突出抓好畜禽养殖废弃物资源化利用，突破资源环境约束瓶颈。要以畜牧养殖大县为重点，以实施畜禽养殖废弃物治理整县推进为抓手，促进农牧结合、种养循环发展。要按照国家相关法规和政策，调整优化畜牧产业布局，实现畜禽养殖规模与环

境承载力相适应，坚持以“产出高效、产品安全、环境友好、资源节约”为目标，探索走出一条有中国特色的畜牧业现代化道路。

要以推进农业供给侧结构性改革为契机，着力构建粮经饲三元种植结构，继续推进粮改饲，进一步扩大青贮玉米、苜蓿、燕麦、甜高粱等优质饲草料种植面积。扎实推进奶业振兴，引导提升乳品消费，树好中国奶业形象。要加快发展现代草产业和以肉牛、肉羊为重点的草食畜牧业，满足人民群众对畜产品消费升级的需求。

“兴牧强农、报国惠民”是中国畜牧人始终坚守的初心和担当，在中华人民共和国成立70周年这一历史节点，中国畜牧业以辉煌的发展成就和崛起的昂扬态势，向党和人民交上了一份优异的答卷，向祖国母亲献上了一份闪亮的厚礼。站在新的历史起点上，中国畜牧业将以更加坚定的步伐，踏上建设现代畜牧业强国的新征程，将继续为实现“两个一百年”奋斗目标，实现中华民族伟大复兴中国梦谱写更加壮丽的新篇章。

（本文供图 / 中国畜牧业协会）



中国旅行社协会： 立足大时代，做好真服务

2019年，是中华人民共和国成立70周年，也是中国旅行社协会诞生22周年。

1978年，中国开启改革开放新篇章。在这一年，邓小平同志指示把旅游与石油共同列为优先发展方向。在这一年，小平同志提出用旅游“把美国这个门打开”，足见当时旅游发展是事关改革开放大计的问题。

1997年10月24日，在原国家旅游局按照党中央、国务院的统一部署开展全国旅游社团组织清理整顿和改革的大背景下，在时任国家旅游局局长何光暉提议下，经过一年多的酝酿与筹备，经民政部批准，中国国内旅游协会正式更名为中国旅行社协会。

1998年，中国旅行社协会在周岁前，经民政部批准登记，正式取得“出生证”。自此，中国旅行社协会正式开始接收新会员。

诞生成长于时代大变革中

中国旅行社协会的成立，是旅游行业建立和完善社会主义市场经济体制的重要组成部分。在邓小平同志论旅游之后，原国家旅游局在旅游业落实邓小平同志“把经济建设搞上去”精神形成了旅游业改革“综合方案”，国务院又在1980年出台了推动旅游业发展的80号文件，进而将旅行社的“外联权”下放，经营权扩大，各地分社加快建立，局、社分离等等改革措施相继落地。进入20世纪90年代，政策推动入境、出境市场逐步开放和兴起，国企改革、政府主导的集团化发展和现代企业制度建设在全面推进市场经济的主旋律中稳步



推进。与之伴随的是国内旅游需求旺盛，大众旅游时代的来临。历经20年发展，作为旅游业六要素纽带的旅行社行业已经具备了较大规模，行业的发展和规范市场秩序亟须建立规范且完善的行业组织。为顺应时代发展的旋律，响应旅行社行业健康发展的诉求，回应旅行社企业自愿结成社会组织的诉求，中国国内旅游协会脱胎换骨，正式更名为中国旅行社协会。中国旅行社协会的成立，是旅游业落实党的十五大精神的进一步深化改革、扩大开放、促进发展的重要举措。

自1998年到2008年的20年间，经历了亚洲金融危机、美国“9·11”事件影响、全国抗击“非典”等危机事件的考验，适应和把握互联网普及、新科技革命等时代“强音”带来的挑战与机遇，走过了从价格混

战到综合监管“组合拳”“连环拳”见实效再到供给侧结构性改革的修炼之路，我国旅行社行业实现了快速发展，而且依然在成长在壮大。在这一进程中，源于行业、服务于行业的中国旅行社协会，在历届理事会的领导下，在全体会员的团结支持下，始终代表和维护同业共同利益，在政府和企业间搭建桥梁和纽带，不断推动行业和企业健康发展。

协会必须是党的协会

中国旅行社协会必须是党的协会，这是由中国旅行社协会的地位和作用决定的。作为“中”字头、“国”字号的全国性社会组织，中国旅行社协会对各级各地旅行社行业社会组织发挥着辐射、带动、示范、引领作用。协会同时承担着标准研制、参与政策法规制定等职能，发挥着“助推器”

作用；发挥着宣传法律法规、化解矛盾纠纷、加强行业自律等作用，是促进社会和谐的“黏合剂”；联系和服务全国旅行社行业会员企业，反映行业利益诉求，在经济社会发展中发挥了重要的作用。总之，与协会资源密集、社会影响力较大相伴随的，必然是更高的责任与更多的担当。中国旅行社协会始终贯彻落实“没有脱离政治的业务，也没有脱离业务的政治”的原则，始终保持和提高政治站位，注重抓牢日常、抓紧节点、抓实效果，不断创新和丰富党建内容和方式，强化全员“四个意识”，打造协会的先锋团队，夯实协会公信力和引领力的重要基础，确保协会在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同党中央保持高度一致。

主动融入国家战略

登高望远，方能掌握方向；明辨大局，才可顺势而为。早在成立之初，植根企业，沟通上下，双向服务，融入国家发展战略，就是中国旅行社协会参与和引领中国旅行社行业发展的根本定位。从走访十余省，举办几十场研讨会，形成《中国旅行社发展现状与发展对策研究》，为“入世”前后的旅行社业指明方向，到研判“9·11”事件的后续影响及对策建议，到《发挥政府主导作用，启动入境工程——关于对十省市部分国际旅行社入境游业务恢复情况的调研报告》探究“非典”后我国入境游恢复之路，再到通过《旅游强国与旅行社业使命》课题研究解答行业如何为我国由旅游大国向旅游强国迈进添助力，一直到近几年为“营改增”政策的红利能够真正落实到企业身上所做的诸多努力，以及与俄罗斯“世界无国界组织”的合作推出双边旅游保险合作项目暨“中俄旅游保险合作项目”，更好地为两国游客提供服务和安全保障，20年来，中国旅行社协会始

终不忘初心，行在路上。

近12年来，中国旅行社协会深刻领会党中央和国家旅游扶贫战略精神，充分发挥行业协会的号召力、凝聚力、引领作用的优势，发起并培育了“全国骨干旅行社走进中西部”这一品牌扶贫系列活动。至今已连续举行9次，并多次由原国家旅游局领导亲自带队，共计组织300余家大中型旅行社先后走进了新疆、云南、青海、西藏、内蒙古、甘肃、贵州等中西部贫困地区，展示当地旅游发展的最新成果，与当地优秀旅行社代表签署合作协议，为区域间旅游合作交流提供了更为广阔的发展空间，在依托旅游业积极促进“大众创业、万众创新”及旅游扶贫等方面取得了较为明显的效果。同时，各骨干旅行社还向当地旅游行政管理部门和旅游企业提出了很多合理化建议，受到当地政府的热烈欢迎和好评。

老年旅行分会负责人表示，基于该系列活动成果，分会综合各地信息，结合各会员单位优势资源，在2018年陆续推出多条以甘肃、宁夏、青海、贵州等西部省份为目的地的旅游线路和主题活动，为当地输送了游客6000余人次。包括六月“情满丝路——甘肃金昌大型定制婚礼”、七月“西部快车——甘肃、青海、宁夏系列专列”，八月“高铁进苗寨”，九月、十月“情系新疆”专列等系列活动。

当好行业的代言人

守法用法是协会维护会员企业和行业合理合法权益的唯一途径和最有效途径。早在2009年4月的会长会议上，中国旅行社协会就正式成立了法律顾问团，并在随后的工作中，通过制定《中国旅行社协会法律顾问团章程》和《中国旅行社协会法律顾问团管理办法》，对法律顾问团进行制度化约束。通过为会员提供

法律咨询、发表行业有关法律意见、接受重大案件受理、在媒体发表律师声明、出版并修订《旅行社常见疑难法律问题》等工作，法律顾问团在维护行业利益、提升会员法律意识等方面发挥了切实的推动作用，获得了会员良好的反响。2012年，为便于指导旅行社经营活动，帮助会员处理行业内民事纠纷，协会在法律顾问团下筹备成立旅游纠纷调解处理中心。其主要职责是调处旅游企业之间以及旅游企业与旅游者之间发生的旅游纠纷，促使当事人在平等协商基础上自愿达成调解协议。该项工作已向北京市司法局进行了情况说明，并将按《司法部关于加强行业性专业性人民调解委员会建设的意见》逐步完善。为了更好地服务行业、服务会员，提升旅行社行业品质，加强会员依法经营、规范服务的意识，解决旅行社在经营活动中遇到的法律纠纷、法律问题，提高行业法律意识，维护会员合法权益，基于广大旅行社会员单位的需求，协会在顾问团的基础上于2014年正式成立了法律工作委员会。

在全国人大制定《旅游法》期间，协会高度重视。法律顾问团多次组织会员单位开会收集企业意见。根据收集的企业意见，法律顾问团代表协会向立法机关多次提出有关《旅游法》的书面修改意见。2013年1月，法律顾问团还邀请全国人大负责制定《旅游法》的同志来协会听取旅游企业的修改意见，在立法时充分考虑旅游企业的合法权益。在2013年10月1日《旅游法》实施前，协会高度重视，积极协助各会员单位认真清理、改正与《旅游法》相抵触的问题，出台了一系列宣传贯彻《旅游法》及相关的自律举措，包括举办宣传贯彻《旅游法》专题培训会以及组织旅行社企业对旅游产品、服务程序、操作规程、广告促销等方



面进行自查，鼓励开展互查工作。

同期，协会面向广大会员发出了《中国旅行社协会关于贯彻、执行〈旅游法〉加强行业自律的通知》，要求会员单位对本地区的旅游市场负起相应责任，并针对个别旅行社明显低于合理成本价组织旅游活动开展集中检查，对部分违法报低价地区进行重点监察。鼓励业内举报非法经营行为，鼓励游客全程监督旅游活动。近两年，协会先后两次在网站的曝光台曝光了一批涉嫌不合理低价和指定购物场所与自费项目的行为，引起业界极大的反响。

在原国家旅游局会同国家工商总局联合制定《旅游合同》以及《国内旅游组团社和地接社合同（示范文本）》的工作中，法律顾问团向原国家旅游局监管司提出了书面修改意见，部分意见被采纳。原国家旅游局对《旅行社条例》和《中国公民出国旅游管理办法》两部行政法规进行合并修订，形成《旅行社条例（修订草案送审稿）》并公开征求意见期间，协会法律工作委员会就《旅行社条例（修订草案送审稿）》进行逐条讨论，并形成意见

稿上报国家旅游局。之后，国务院法制办就条例送审稿正式致函中国旅行社协会征求意见。

法律顾问团也多次组织案件讨论，对会员单位遇到的热点疑难案件进行分析讨论，并出具书面意见供会员单位使用。其中比较重大的案件讨论有：会员单位广东省拱北口岸中国旅行社有限公司向协会反映，2010年10月21日在台湾苏花公路发生滑坡，导致拱北口岸中旅的18名游客和3名工作人员遇难案件；会员单位北京凤凰假期国际旅行社反映的游客在欧洲旅游期间生病去世的赔偿案件。

据法律顾问团成员介绍，协会曾接会员单位举报，发现有些非旅游企业刊登了大量的国内、国际夏令营游学线路广告。其中，国际游学线路包括北美线、英国线、欧洲线、亚洲线、非洲线；国内旅游线路则按照学生的不同年龄阶段划分为小学生、初中生、高中生、大学生等不同线路。为此，协会委托顾问团给非法经营旅游业务的公司发律师函，要求立即停止非法经营活动。非法经营旅游业务的公司接到律

师函后，立即主动到协会承认错误，停止了非法经营活动。

引领共识共创共赢

社会组织是社会发展的重要力量之一，需要融入国家战略大格局，应该走出国门成为民间外交名片。作为我国旅行社业唯一的全国性合法社会团体，中国旅行社协会履行参与国际旅游事务的职责，是世界旅游联盟的创始会员之一，是世界旅行社协会联合会理事单位。此外，为帮助境外旅游目的地国家或地区更好地满足中国出境游客的需求，帮助其更好地提升面向中国游客的推广效果，协会分别与欧亚旅游协会、乌兹别克斯坦大使馆、巴拿马驻华使馆、印尼国家旅游局、多米尼加旅游组织、韩国会奖协会等机构加强合作交流，共同搭建起了双方同业交流的新桥梁，增进了同业间的相互了解与友谊。各分支机构也积极发挥自身在细分领域的优势，积极参与国际交流。

在国内，中国旅行社协会也致力于充分发挥全国性覆盖、行业代表性强、企业联结紧密、有效沟通政府等方面的优势，以优质、专业、高效的服务，做好旅行社企业家的“红娘”，做好各级政府的“参谋”“助手”，让更多企业和游客分享中国旅游经济发展的红利，推动我国旅游业向更高层次发展。真正做到了政府与协会合作搭舞台，企业和市场唱大戏。为帮助地方旅游行政主管部门提高当地旅游发展水平，促进地区间旅游业均衡发展，协会充分发挥行业优势企业的聚集作用，配合并支持地方旅游行政主管部门开展了丰富多彩的考察推广活动，同时有助于会员企业更深入更全面更准确地掌握各地旅游资源，从而促进旅游产品转型升级。比如，着力打造“全国骨干旅行社西部行”品牌活动，塑造企业公民的良好形象，不断拓展会员企业为游客

服务的产品内容；丰富会员企业出境游产品服务，每年均协助境外目的地开展推介考察活动，推动民间经济和社会交流；着眼于行业变化，以行业论坛汇聚创新力量，拓展旅行社经营新空间；支持涉旅产业链上下游企业合作，推动行业热点项目和服务良性发展；与地方资源对接，举办主题系列推介会，丰富细分市场的产品和服务；发展横向联合，支持相关行业组织的活动，以旅游带动周边行业发展。

改革发展始终在路上

第十二届全国政协委员、原国家旅游局党组副书记、副局长王志发在中国旅行社协会五届二次会员代表大会上，对中国旅行社协会工作予以了高度评价，他指出，中国旅行社协会经过 20 余年的成长与发展，尤其是 2017 年完成与行政主管部门的脱钩改革之后，经历了旅行社行业变革和协会市场化的双重考验，真正成了“同

行企业为经营发展、增进共同利益，在自愿基础上建立的接受政府指导的民间社会组织”。协会地位明确，作用空间大。

中国旅行社协会自 2016 年 12 月启动与原国家旅游局的脱钩改革试点工作，到 2017 年 9 月经民政部社会组织管理局评估正式完成脱钩改革试点工作，再到 2018 年 2 月初搬迁至位于北京市恒通国际商务园内的秘书处新址，标志着协会改革发展向更深层持续迈进。

经过夯基垒台、立柱架梁的两年，脱钩改革后的中国旅行社协会正在向覆盖全国、落地生根、持久发展的阶段迈进，正在从“圈内”自娱自乐向开放共享升级转型，从会费依赖向资源互惠升级转型，从服务单一向资源整合服务多元化转型。与此同时，随着政府职能逐步转移以及协会自我组织、自我管理的逐步深化，协会作为社会组织承担的服务政府、服务行业、服务企业的使命和责任将随之增大。

加强自身建设，是协会履行职责的前提和基础，是各项工作顺利开展的必要保证。

对于当下的中国旅行社协会来说，百尺竿头、更进一步地解决好“稳中有进，有立有破”的关键问题，在保持健康良性发展势头的基础上，把脉并突破自身发展短板局限，在更符合行业需求的领域发力，推动协会自身建设和履行核心服务职能能力向高质量发展转变，是下一阶段推进协会工作的基本要求。协会将坚持稳中求进工作总基调，贯彻新发展理念，集中力量、整合资源，以促进同业交流互鉴、合作共赢、加强标准化工作和奖优倡优工作为手段，形成更多可视性成果。积土成山、积水成渊，推动协会工作不断走深走实，在更宽范畴、更高层面为开创文化和旅游融合新格局添砖加瓦。✉

（本文文 / 图由中国旅行社协会提供）



中国旅行社协会常务理事代表前往董存瑞烈士陵园和纪念馆，开展“不忘初心、牢记使命”主题党日活动。

砥砺前行中国国际商会



竹子俊

中国国际商会办公室
新闻宣传处副处长

忆往昔，砥砺前行

20世纪80年代，改革开放的春风吹拂神州大地，中国对外经济贸易空前拓展。

当时，作为全国性的对外贸易投资促进机构，成立于1952年的中国国际贸易促进委员会（以下简称中国贸促会）正在大力助推中国经济融入世界经济的大潮。

为了更好地发挥社会组织的作用，引领我国企业走向世界，营造良好的商业环境，并参与国际经贸规则

的制定，经国务院批准，中国贸促会从1988年6月起同时使用“中国国际商会”的名称对外开展经贸工作。

为了更好地服务于企业，更好地反映中国企业的呼声，2005年8月，中国国际商会经国务院批准在民政部办理了注册登记手续，正式成为社会团体法人，并实行会员制。

早在1986年6月，中国贸促会经与外交部、原外经贸部磋商，联名报请国务院同意，贸促会以中国国家委员会的名义加入国际商会（ICC）。经过历时8年的艰苦谈判，国际商会于1994年11月8日在巴黎总部召开理事会，一致通过决议，决定接纳由中国国际商会牵头组建国际商会中国国家委员会（ICC China）。国际商会中国国家委员会是国际商会在中国的唯一代表机构，其秘书局设在中国国际商会。

自此，中国国际商会、国际商会中国国家委员会在参与国际商事规则的制定与推广、促进中外企业的经贸交流与合作、促进会员企业与政府部

门的政策对话等方面，开展了大量卓有成效的工作，成为中国企业了解国际规则、反映自身诉求、寻找合作伙伴的有效窗口和桥梁，在国内外工商界中树立了良好的形象。

看今朝，改革发展

2013年以来，中国国际商会按照党中央、国务院关于发挥行业协会商会作用的总体要求和有关指示精神，从服务大局、服务会员和自身发展需要出发，加快改革调整，完善运行机制，扩大会员规模，提高服务功能，各项工作取得了显著成效。

截至2019年6月底，中国国际商会会员数量已达21.6万家，其中包括绝大多数中央企业、全国性金融机构以及一大批知名民营企业和外资企业。会员规模的迅速扩大，特别是大批知名企业的加入，大大增强了中国国际商会的广泛性和代表性。目前，中国国际商会已经成为我国会员规模最大、实力最强、影响最广的综合性涉外商会之一。





围绕自身功能定位，中国国际商会每年组织企业参与 B20 工商峰会、金砖国家工商论坛、世博会、APEC 工商领导人峰会、中美企业家对话会、“一带一路”企业家大会等百余场高端活动，有效扩大中外工商界交流对接，深化互利共赢合作。迄今已与境外对口机构建立了 360 多个多双边工商合作机制，工作网络大大拓展。积极组织行业企业以民间身份应对贸易摩擦，努力为我国企业营造公平竞争的市场环境。重构了国际商会中国国家委员会执行董事局，建立了与国际商会 12 个专业委员会相对应的工作机构，选派企业代表和专家到国际商会及其各专业委员会任职，努力提高我国工商界在全球经济治理中的话语权和影响力。

展未来，大有可为

当前，世界正处于大发展大变革大调整时期，世界多极化、经济全球化、社会信息化、文化多样化深入发展；我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻坚期。在新形势下，不论是政府机构还是广大企业，都对商会工作提出了新要求、新期待，商协会等社会组织在推动经济社会发展中的作用日益凸显，中国国际商会面临



着前所未有的发展机遇。

面对新时代新形势新使命，中国国际商会将以党的十九大精神为指引，加快改革发展，实现业务布局更加优化，工作网络更加完善，工作手段更加多元，联系企业更加紧密，国际性、专业性、服务型特点和开放性、枢纽型、平台型特色更加突出，在推动完善外经贸发展环境、扩大中外企业交流合作、促进开放型经济发展、参与全球经济治理等方面发挥更重要作用。

中国国际商会将继续发展会员，吸引更多有代表性的行业领军企业入会，进一步优化会员结构，不断增强商会的代表性和影响力。同时，着力提升服务水平，准确把握会员的现实

需求和潜在需求，深入发掘服务资源，为会员提供更多有效服务供给，特别是贸易投资促进、涉外商事法律、政策信息咨询、培训等方面的服务，帮助企业开展国际化经营。此外，中国国际商会将发挥政府和会员之间的桥梁和纽带作用，及时向有关部门反映共性问题、提出合理化建议，推动构建法治化、国际化、便利化营商环境，并且依托国际商会中国国家委员会，推荐更多会员代表到国际组织任职，更有效地组织会员利用各种国际场合发声，参与国际规则制定和全球经济治理，更好地维护、拓展国家利益和企业利益。☞

（本文供图 / 中国国际商会）

中国报关协会： 高举改革开放旗帜 践行创新发展使命

作者：白凤川 许建国

习近平总书记指出，改革开放是我们党的一次伟大觉醒，正是这个伟大觉醒孕育了我们党从理论到实践的伟大创造。改革开放是中国人民和中华民族发展史上的一次伟大革命，正是这个伟大革命推动了中国特色社会主义事业的伟大飞跃。中国报关协会正是伴随着伟大祖国改革开放的春风，于2002年12月11日正式成立。在庆祝中华人民共和国70华诞之际，回顾中国报关协会17年来坚持党的领导、高举改革开放旗帜、践行行业协会创新发展使命的进程，可以进一步引领中国报关行业凝聚“不忘初心，牢记使命”合力，恪守“诚信守法、崇尚专业、自律规范、务实创新”的行业精神，精心打造自律诚信服务品牌，为奋力开创报关事业新时代的美好明天，实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗。

紧跟改革开放步伐， 创建报关行业自律管理机制

党的十一届三中全会作出了实行改革开放的历史性决策，为我国对外贸易经济的发展奠定了坚定的政治基础。2002年12月11日，在时任国务院副总理吴仪的指导和关怀下，伴随着祖国改革开放的洪流，中国报关协会在北京宣告成立。中国报关协会的成立，反映了海关总署落实改革开放战略决策的坚强决心，结束了中国报关行业长期无行业组织的历史，标志着中国报关行业自律管理进入了一个新的发展时期。



对报关行业实行自律管理，是中国报关协会成立初期的首要任务。中国报关协会在创业历程中注重自律管理机制建设，先后制定建立了以“中国报关协会章程”“中国报关协会工作规章”等为内容的协会管理总则，以“中国报关行业自律准则”“报关员公约”“报关复核制度操作规范”“报关员国家职业标准”“报关服务作业规范”等为主要内容的行业管理规范，以“中国报关协会培训协调办法”“中国报关协会培训指导意见”等为内容的培训工作制度，以“中国报关协会信息宣传工作联系办法”“《中国报关》联合办刊协调办法”“全国报关协会信息宣传领导小组”为内容的信息宣传工作

制度；并建立健全以“双优评比”工作组织领导、评比标准、评比方法、日常管理等为内容的创先争优激励制度。

在17年发展历程中，中国报关协会主动应对深化改革的新常态，恪守制度，严于律己，注重在强化能力建设上下工夫。一是加强常设机构管理。制订了多部门岗位责任制，明确分工，保证内部管理的有效性。二是规范财务管理和保障能力，认真执行民营组织会计制度；严格换届变更手续；强化资产管理；常年接受民政部门年度审计和发改委、审计署的专题审计，保证财务保障的规范性。三是提高行业舆论导向的宣传能力。2007年起，中国报关协会与地方报关协会

建立了信息宣传工作的长效协调机制。制定了“全国报关协会信息宣传联系办法”；建立健全了各地方协会组成的信息员网络队伍。经北京市新闻出版局批准，联合各地方报关协会共同创办《中国报关》，免费赠送给会员，为会员服务。四是注重参与社会公益活动。根据民政部部署，先后向四川、云南、重庆、黑龙江、河南等省份的贫困地区扶贫帮困。先后向云南迪庆藏族自治州维西县森吉梅尔学校捐款8万元和向河南鲁山县瓦屋镇土桥村捐款10万元支持海扶山果蔬大棚合作社项目，落实精准扶贫的社会责任。

遵循改革开放要求， 践行报关行业诚信自律使命

诚信自律是报关行业在改革开放形势下经营发展的基本原则。中国报关协会紧跟改革开放的步伐，恪守协会宗旨，精心打造行业诚信自律的服务品牌。

中国报关协会以开展行业自律与诚信创建活动作为协会建设的主旋律，以“双优评比活动”为抓手，推进全国报关行业诚信自律建设。中国报关协会把“全国优秀报关企业、优秀报关员”评比活动作为恪守诚信自律、行业创先争优的重要内容，分别于2006年、2009年、2012年、2015年、2018年连续5次在全国报关行业开展了“双优评比活动”，在行业自律的实践中深入持久地打造诚信服务“国优”品牌，推进了行业的规范化建设。2015年中国报关协会总结汇编了全国地方报关协会及84家全国优秀报关企业开展创建活动的经验，编辑出版了《全国报关行业自律与诚信创建活动专辑》，充分展示了报关行业自律与诚信建设的成果，得到了民政部社会组织管理局的肯定和赞扬。

中国报关协会围绕海关改革，探索诚信自律的服务方式。实践出真

知，中国报关协会紧跟党中央战略部署，积极参与建言献策，提出配合海关通关一体化改革，服务报关企业的具体措施。推动京、津、冀报关协会一体化服务试点工作，积极引领长三角、广东区域12家沿海报关协会制定区域报关一体化服务办法，委托大连、山东报关协会分别承担东北经济带、丝绸之路经济带协调牵头职能，得到了海关总署领导的充分肯定。这一改革课题成果被民政部评为国家级三等奖。

中国报关协会坚持把民政部《社会组织评估管理办法》要求融会于协会诚信自律建设全过程，2010年、2015年连续两次接受民政部评估考核，均荣获5A级联合类行业协会，并同时两次被民政部评为全国先进社会组织。

落实改革开放决策， 打造报关协会业务创新品牌

中国报关协会认真学习、深刻领会改革开放的战略决策，围绕海关中心工作，精心开拓协会业务建设新途径，打造报关协会业务创新的品牌，积极推进报关行业职业和业务建设。一是推进报关从业人员纳入国家职业分类大典和草拟《报关员国家职业标准》，为报关从业人员职业规范化打下了基础。二是推广和完善《代理报关委托书/委托报关协议》电子委托管理系统，进一步推动行业信息化建设。三是推进归类服务试点及行业管理工作，提高行业的专业服务能力。四是全力推进行业标准建设。先后制定了《报关服务作业规范》《报关服务质量要求》行业标准，并全力推进将两项行业标准晋升为国家行业标准。五是加强报关后备人才培养。2015年经教育部批准成立了全国报关职业教育教学指导委员会。2012年、2014年、2016年、2019年先后4次承办了教育部等主

办的全国职业院校技能大赛报关赛项；2013年、2015年、2018年3次自主举办院校学生报关技能大赛；组织开展多角度的专业业务培训，举办各类专业师资培训班，为院校专业教师和行业兼职教师业务建设起到了积极推动作用。

顺应改革开放潮流， 铸就报关协会文化建设成果

顺应历史潮流，积极应变，主动求变，与时代同行。17年来，中国报关协会融入改革开放的洪流，协会始终遵照党和国家坚持发展社会主义先进文化的要求，加强报关行业的社会主义精神文明建设。改革开放铸就的伟大时代的改革开放精神，也极大丰富了报关行业的精神内涵，成为当代报关人鲜明的精神标识。

中国报关协会坚持深化改革、创新发展的工作思路，积极借鉴和吸纳海关文化，认真探索、研讨和总结报关企业的文化成果，推进全行业的文化建设。2012年8月在深圳举办了“全国报关行业文化建设论坛”，27家地方报关协会代表、76家企业代表以及特邀代表共146人参加了这次文化建设的盛会。这次文化论坛是对全国报关行业多年文化建设的巡礼，客观展现了报关企业的五大成果：一是注重思想引领，彰显企业政治文化；二是恪守规范自律，展示企业诚信文化；三是善于探索思考，诠释企业管理文化；四是坚持执着追求，打造企业专业文化；五是实践以人为本，构建企业人本文化。论坛发表的42篇文章，集中展现了全国报关行业多年来文化建设的丰硕成果。在博采众长的基础上，总结行业文化建设丰硕成果，三届二次常务理事会审议通过了“诚信守法、崇尚专业、自律规范、务实创新”的16字报关行业精神。报关行业精神的宣传和推广，成为报关协会推进行业全面文化建设的重要举措。



听从改革开放召唤， 提升报关行业国际交流地位

中国报关协会顺应改革开放的趨勢，17年来一直加强国际报关行业的交流合作，全面提升中国报关行业的国际地位。

中国报关协会2003年加入了国际报关协会同盟；2004年协会首次组团参加了在墨西哥举行的同盟年会，当选为该同盟的常务理事。2006年5月，协会以东道主的身份在北京成功举办了国际报关协会同盟年会。这也是国际报关协会同盟在亚洲召开的第一次年会。协会成立以来分别接待了日本、墨西哥、蒙古等国家和台湾地区报关协会的来访，组织行业代表团分赴韩国、日本、澳大利亚、新西兰和俄罗斯进行工作交流，并分别与韩国、日本、蒙古等国家报关协会签署了合作备忘录。协会多次派员参加国际报关协会同盟组织的大会、理事会并积极履行行业责任。2015年5月中国报关协会当选为国际报关协会同盟常务理事并于2017年连选连任。2016年成功在上海组织召开了国际报关协会同盟大会，来自20多个国家的380名代表参会。

2018年、2019年，海峡两岸报关协会和两岸通关商检协会等相关单位两次在厦门主办两岸通关论坛，开创了两岸大规模民间交流的先河；

2019年6月，中国报关协会和相关行业协会联合主办首届国际贸易服务博览会。中国报关协会通过一系列活动，宣传和扩大了中国报关协会的国际影响，提升了报关行业的服务水平和能力，充分发挥了报关行业在改革开放中的桥梁作用。

应对改革开放挑战， 推进报关协会持续发展

中国报关协会积极应对改革开放的挑战，17年来坚持政治领先的原则。根据党中央、国务院的部署，中国报关协会积极参与行业协会商会与行政机构脱钩改革，主动探索行业创新发展的路子，全力营造协会持续发展的良好局面。

在脱钩改革进程中，协会认真学习贯彻中办国办关于行业协会与行政机构脱钩的方案与文件，引领地方协会明确脱钩转型的意义，先后通过召开各级会长和理事会议学习脱钩改革部署，通过改革试点逐步推向全面，于2017年底顺利完成了改革脱钩任务。中国报关协会在脱钩转型的实践体会到：加强党建引领、坚持四个意识，是保证报关协会脱钩转型后健康发展的政治基础；恪守服务宗旨、拓展服务内容，是强化报关协会社会公信力的根本途径；围绕国家战略、持续改革创新，

是探索报关协会永葆活力的不竭动力；巩固完善协会与海关长效协调机制，是确保报关协会专业方向的重要举措；坚持发扬民主、规范内部治理，是促进报关协会自律发展的基本保障。

中国报关协会在改革开放的形势下，坚持联系实际，创新协会建设持续发展的工作思路，持续有效地推进报关协会全面建设。在协会成立大会上，第一届理事会确定了“以服务为宗旨，发挥作用、扩大影响、创立品牌、站稳脚跟”的工作思路。经过5年的努力，第二届理事会又确定了“扩大成果、创建品牌、振奋精神、自律自强”的工作思路。2011年，第三届理事会又以“珍惜荣誉，发扬光大，继承发展，稳中求进”作为工作思路。2016年，第四届理事会又确定了“继承发展，发扬光大，改革创新，持续发展”的工作思路，积极努力地开启新时代的航程。在这17年创业实践中，中国报关协会形成以下共识：坚持改革创新是报关事业发展的不竭动力，坚持求真务实是报关事业发展的核心基石，坚持自律自强是报关协会发展的重要途径，坚持诚信服务是报关事业发展的永恒主题。✉

（本文供图 / 中国报关协会）

中国广告协会 脱钩改革发展的探索与实践



张国华

中国广告协会会长

2015年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《行业协会商会与行政机关脱钩总体方案》。由此，行业协会商会的脱钩改革正式拉开大幕。曾经依附于政府、带有官方色彩的行业协会商会，如何找到自身社会定位，如何自主地发挥桥梁纽带作用，成了这些组织面临的一大挑战。

2018年2月，中国广告协会作为第三批脱钩行业协会商会试点单位，与主管单位脱离了行政隶属关系。脱钩后中国广告协会进行改革探索，付诸一系列改革实践，得到了会员的广泛认可，行业影响进一步增强，会员数量也从原来的500余家增长到1400余家，分支机构从15个发展到23个。中国广告协会的脱钩改革之路，取得了良好的效果，经受住了脱钩改革对于行业协会的初步考验。

老协会面临新挑战

中国广告协会（以下简称中广协）成立于1983年，是原国家工商行政管理总局直属单位。在总局的指导下，中广协在服务行业发展、加强行业自律等方面发挥了积极作用，也受到了行业肯

定和认可，脱钩前会员规模长期保持在四五百家左右。但在面临脱钩改革时，依存于体制的老协会也出现了一些问题。

首先是行政化倾向严重，脱离行业需求。中广协是由原国家工商行政管理总局成立的，一直以来，从主管单位、会员企业到社会公众都把中广协当作一个事业单位对待，协会很多老职工也把这份工作当作“铁饭碗”。虽然中广协服务行业发展的理念也在各项业务中得到了一定的体现，但是以前业务工作的开展更多地受益于作为政府部门直属单位统筹协调、管理有效的独特优势，在工作作风、方式方法上存在一定的行政化、官僚化倾向，在了解行业、走进行业、亲近行业等方面显得不足，与行业紧密度较弱，对行业需求的把握不够准确。

其次是市场意识薄弱，生存发展能力差。虽然中广协不是财政拨款单位，一直以来也通过会费、节庆、论坛、培训等业务实现了自收自支、正常运转，但是脱钩前的业务开展更多的是依赖主管单位的背景或是专业承办单位提供服务，协会在资源积累、

资源整合、项目运作等方面存在不足，很难真正参与市场竞争。

此外，协会对自身定位和长远发展考虑得不是很充分。由于中广协直属单位的性质，原国家工商行政管理总局把协会作为总局培养干部到基层锻炼的平台，中广协领导班子均为总局选派且更换较为频繁。这样一来，协会领导层对于发展的战略规划和长远考虑不够充分，对于协会服务功能和行业需求研究探讨得不够深入，广告协会服务广告发展的特点不够突出。

针对脱钩后暴露的问题和面临的形势，中广协领导班子走访会员企业，了解行业需求，征求行业意见，在广泛调研的基础上，确定了中广协脱钩改革的发展方向：中国的行业协会商会，即便脱钩了，也要坚持党的领导，要围绕中心、服务大局，在有关部门的监督管理下，转变观念、解放思想，顺应行业发展需要，找准自身社会定位，为行业提供真正有价值的服务，在行业发展中彰显价值、提升地位、有所作为，明确提出了“脱钩不脱轨、脱钩不脱管、脱钩不脱为、脱钩不脱位”



民政部社会组织管理局领导到中国广告协会调研。

的生存发展原则。

脱钩不脱轨，坚持党的领导

在中国，最大的国情就是中国共产党的领导，走中国特色社会主义道路，这是根本所在，命脉所在。脱钩不脱轨，就是即使与主管单位脱离了行政隶属关系，也不能脱离党的领导，不能偏离正确的政治方向，对于“中”字头的行业协会来讲就更应如此。脱钩后的中广协，党建工作不但没被弱化反而加强了，不仅不空、不虚反而更坚实了。

党支部组织建设更加完善。加强支部建设，就必须选好配强支部班子。脱钩后中广协按照党内相关规定组织选举工作，增补会长张国华为支部书记，副秘书长为支部委员，同时根据工作需要重新划分党小组，推选党小组长，通过选拔党性强、工作能力强、服务意识强的党员进支部班子，进一步完善了支部组织结构，党支部凝聚力战斗力更强了。

党支部制度化、规范化进一步加强。脱钩以来，协会严格执行“三会一课”制度，定期召开支部党员大会、支部委员会、党小组会、党课及主题党日活动等，支部书记连续两年在“七一”前夕带头讲党课，党组织的各项工作和活动都按党建要求积极开展。

党员学习教育更加及时主动。党支部在集中学习、个人自学的基础上，创建党建微信群“学习吧”，营造浓厚的学习氛围。除按中央和国家机关工委要求开展学习外，党支部积极主动收集中央最新讲话精神和方针政策，第一时间组织全体党员学习。以“不忘初心、牢记使命”主题教育活动为例，中广协在还未接到工委部署前，便自觉主动开展学习教育，紧扣主题开展了动员会，支部书记、会长张国华还带头讲党课，结合自己丰富的工作经历阐述了对“不忘初心、牢记使命”的理解，同时还请两位党员代表分别结合自己的岗位职责，畅谈了对

于共产党员初心、使命的理解和认识，在场的党员同志们都感同身受，对党的性质和初心的认识更加深刻了。通过学习教育，全体党员“四个意识”更强了，党员模范带头作用表现得更突出了。

脱钩不脱管，依法依规开展工作

在中国，脱钩的行业协会商会绝不能简单地照搬国际上 NGO（非政府组织）的发展模式，行业协会商会虽然与主管单位脱离了行政隶属关系，但绝不意味着就放任自流了。脱钩不脱管，就是指脱钩的行业协会商会要始终保持底线思维、法律思维，讲规矩、守纪律，主动接受政府有关部门的管理和指导，在法律和规章制度的约束下开展工作。

（一）党建工作主动接受中央和国家机关工委的管理

按照规定，与行政机关脱钩的社会组织党建工作由中央和国家机关工委全面领导。脱钩后，中广协支部班子第一时间主动前往中央和国家机关工委协会党建部报到，汇报近年来党支部工作情况并转移了党员党组织关系，主动建立工作联系，形成有效沟通渠道，确保各项工作在工委的管理和指导下有序开展。如在党员管理上，协会主要领导接

受工委的审核把关，党组织关系转接和党籍管理规范有序；在党费管理上，坚持按时主动足额缴纳党费；此外，协会开展的党建工作情况也主动通过邮箱等方式上报工委，接受机关工委的督导。2018 年 8 月，党支部积极沟通，邀请工委协会党建部领导调研指导，党建工作受到了工委领导的充分肯定。

（二）主动接受民政部对社会组织的管理

民政部是社会组织的登记管理机构，负责监督和管理社会组织的相关活动，规范行业协会商会发展秩序。脱钩后的中广协积极主动争取民政部的关心和支持，不断规范协会各项业务，切实做到依法依规办会。

中广协与民政部建立了沟通联络机制，及时主动地向民政部汇报反映协会开展的重点工作，遇到业务问题时虚心向民政部负责同志请教学习，寻求民政部的指导和帮助；积极参加民政部组织的培训学习和交流活动，掌握国家关于社团管理和发展的政策文件精神，不断增强业务学习能力。对照民政部的管理要求，协会在会费收缴、服务项目收费等方面认真自查，并在协会官网及“信用中国”网站集



中公示，供企业自主选择，减少企业入会压力。同时，进一步规范评比达标活动，由协会主办的中国广告业大奖被批准认定为国家级奖项。中广协规范运作、服务行业的一系列工作受到了民政部社管局“不忘初心、牢记使命”协会调研组领导的充分肯定，协会规范发展的信心更加坚定了。

（三）业务工作主动接受国家市场监督管理总局的指导

市场监管总局承担着指导广告业发展、监管广告活动的职能，同时也是中广协脱钩前的主管单位，与协会工作密不可分。脱钩后的中广协，虽然不能再像原来一样，以直属单位的身份参加系统会议、拿到相关文件，但是协会仍积极与市场监管总局保持联系，主动争取总局的指导，紧密围绕总局中心工作，做好政府的参谋帮手。

中广协定期向总局报告业务工作动态，为政府部门了解和掌握行业情况提供信息和数据；协会主办的中国国际广告节、中国广告论坛等大型活动都邀请总局有关领导出席，传递政府声音，为行业发展提出要求、指明方向；并通过合理渠道向总局反映行业诉求，为行业发展争取有利的政策环境和政府支持。

（四）主动加强自我管理

中广协坚持脱钩不脱管，在主动接受上级部门管理的同时，自我管理也毫不放松。脱钩后协会按照中央和国家机关工委、民政部等上级单位对行业组织的管理要求，对协会章程、会议制度、差旅制度、公务接待制度等一系列内控制度进行梳理完善，协会的管理机制得到进一步强化。

脱钩不脱为，全力服务行业健康发展

有作为，是一个协会存在和发展的价值所在。脱钩不脱为，就是指脱离行政隶属关系后的行业协会商会要在助力行业发展中有所作为。脱钩后中广协创新性地提出“服务行业自律、服务行业维权、服务行业发展”的理念，面向市场、贴近行业，以需求为导向，以价值为核心，竭尽全力为广大会员单位办好事、办实事，服务行业更有作为。

（一）服务行业自律

广告合法性审查咨询服务一直以来就是协会的重要服务项目，该服务是依据《广告法》等法律法规，为企业提供咨询意见，避免会员企业制作发布涉嫌违法的广告，提高企业

自律水平。协会在做好广告合法性咨询的同时，还创新服务领域，将该工作同广告法律法规培训、广告法律研讨会和战略合作结合起来，协会服务行业自律的切入点更多了。通过开展多维度的广告法律服务工作，协会帮助企业减少了广告违法风险，同时也降低了政府部门的执法成本，维护了广大消费者的合法权益，更好地发挥了社会组织齐抓共管的作用。近两年来，协会全年广告审查咨询量高达1.2万余件。2018年起，协会还承接了中央电视台的部分广告审查工作，更体现出此项工作在业内的专业性和权威性。

（二）服务行业维权

维护行业合法权益、反映行业合理诉求是一个行业组织的重要职责。中广协把行业权益放在重要位置，发挥企业和政府之间的桥梁纽带作用，通过合法渠道反映行业诉求，维护行业权益。

中广协积极向政府有关部门和国务院反映取消向广告业征收3%文化事业建设费的诉求，为行业发展争取有利政策。向广告业征收文化事业建设费是1996年国务院有关文件的要求，是指针对广告行业在缴纳完所有应交税费以外再额外按经营收入的3%缴纳文化事业建设费。如今的广告业已是微利行业，文化事业建设费成为众多广告经营单位沉重的负担，可以说文化事业建设费的征收基础已经发生了根本性的变化。在国家减税降费的大环境下，中广协积极推动文化事业建设费的取消事宜，自2017年起，先后10余次就此事组织调研、座谈，将有关调研材料形成专题报告向有关部门、国务院反映情况，并得到了有关部门和领导的高度重视。今年4月，国务院出台减半征收文化事业建设费的政策，中广协的持续努力发挥了一定的作用，得到了业界的充分肯定。



此外,针对个别地区在清理整顿户外广告过程中出现的一些问题,中广协通过合法渠道与有关部门沟通,反映企业诉求,稳妥地解决了问题,起到了“减震器”的作用。针对一些企业对广告法的不同理解和认识,中广协也积极与有关部门交流沟通,既维护法律的严肃性和权威性,又反映企业合理诉求,维护企业合法权益。

(三) 服务行业发展

为行业提供展示交流、资源对接的平台,促进行业更好地发展,也是行业协会的重要职责,是协会价值的充分体现。在这个方面,脱钩后的中广协开拓了新的领域、做了大量工作,服务行业发展的举措越来越丰富。

中广协长期以来培育的中国国际广告节、中国广告论坛、中国户外广告论坛等行业品牌活动,在业内产生了一定的影响力,具有一定的权威性。脱钩后,在做好做精原有项目的基础上,协会又引进了新的项目内容,服务行业更具实效,如在广告节上增加了人才交流会,解决大学生就业问题;增加了当地的特色展会,展现本土资

源优势,为当地产业发展赋能;增加了政企座谈会,对接渠道、搭建平台。通过这些大型行业活动,中广协充分发挥平台优势,在广告业创新发展、品牌塑造和传播及促进经济发展等方面起到了积极的作用。

面对广告行业专业知识和技能的快速迭代,中广协利用自身在广告学术领域及营销实践方面的专家资源,通过开展线上、线下专业培训工作,为从业人员提供专业权威的继续教育,提升了广告从业人员法律法规、品牌传播及营销实务等方面的能力水平。

在“一带一路”倡议下,中国与沿线各国和地区之间的经济贸易蓬勃发展,但与经贸活动的快速增长相比,我们的品牌塑造、品牌传播、品牌影响还是稍显不足。基于此,中广协连续两年举办“一带一路”广告合作论坛,邀请“一带一路”沿线相关国家和地区的广告企业、行业组织分享品牌国际化的成功经验,开展务实合作和交流,为计划“出海”的中国企业、中国品牌提供有价值的服务。

面对中国互联网广告的迅速发展,

脱钩后的中广协紧跟行业需求,成立互联网广告委员会、广告代言人委员会等分支机构,并依托各分支机构开展相关标准、指数、榜单的研制和发布工作,更好地净化广告市场,维护广告数据环境,促进行业健康发展。

脱钩不脱位,行业地位得以提升

脱钩前的中广协为原国家工商行政管理总局直属单位,协会领导也是司局级,在社会上有一定的地位和影响。脱钩以后协会失去了原有的行政色彩和行政级别,如何站稳脚跟并得到大家的认可?如何提升协会在行业的地位?这是脱钩后面临的实际问题。中广协脱钩后抓住行业需求,为行业提供有价值的服务,在行业中的地位不断提升。

中广协的行业影响不断扩大,专业服务得到业内认可。脱钩后协会结合行业发展,成立了一些新的委员会和分会,分支机构的设置更加科学、专业,服务范围更加全面,服务措施更加精准有效。协会会员数量从2016年的不到500家到现在的



1400 余家，实现了翻倍式、跨越式增长，实实在在体现了广告行业对协会服务的认可。

中广协行业活动的社会影响不断扩大。协会对广告节、论坛等大型活动的运作创新方式方法，更加贴近市场，各大活动的社会参与度更高了。广告节、论坛给举办当地带来的社会效益和商业效益吸引了众多城市争相申办，参会人数更是连年上升，行业活动在业界赢得良好口碑。

国际地位进一步提升。中广协代表中国广告行业组织参与全球广告营销、行业自律等工作，与国际广告组织建立友好合作关系，现为国际广告协会 (IAA) 中国代表，戛纳狮子国际创意节 (Cannes Lions) 及尖峰亚洲广告节 (Spikes.Asia) 等国际活动的中国区代表。今年 2 月，国际广告协会 (IAA) 全球理事会会议在印度科钦召开，会上，中国广告协会会长张国华当选国际广告协会全球副主席，中国广告组织在全球广告业的地位和话语权大大增强。中广协利用自身国际影响力，组织会员和业界参与国际广告创意营销领域的交流合作，对中国广告的国际化发展有着积极影响。

专业奖项得到国家认定。2018 年 2 月，协会主办的中国广告业大奖被全国评比达标表彰工作小组批准认定为国家级奖项，该奖项由中国广告“长城奖”、中国公益广告“黄河奖”和中国大学生广告学院奖组成。中国广告业大奖质量不断提升，得到业界积极响应，成为全行业首屈一指的含金量高、专业性强、影响力大的行业奖项，为促进国内广告创意制作发展做出了积极贡献。

现在，越来越多的广告公司、媒体、知名度和行业组织等主动与中广协建立联系、进行合作，中广协利用资源优势为业界搭建了交流合作的优质平台，促进了各方互利共赢，



中国广告协会组织开展团建活动。

在社会上的影响更加广泛，成为真正的广告人之家。

机制创新，助力脱钩改革

好的理念也要通过好的机制来转化和落地，中广协“脱钩不脱轨、脱钩不脱管、脱钩不脱为、脱钩不脱位”的理念是通过一系列体制机制的创新来保障实现的。

中广协拥有员工 60 余人，人员成本较高，行政化色彩下形成的一些思维定式使得员工的工作积极性和创造性不强，开拓市场、服务会员的能力较弱。在这种情况下，中广协大刀阔斧地推进人事制度改革。通过公开竞争、逐级聘用的方式，对各管理层和员工进行重新聘任，所有人员“卧倒重来”，形成了一种能上能下、能进能出的用人机制。

随后，中广协还委托专业咨询团队设计绩效考核体系，进行薪酬绩效改革，形成公正合理、奖优罚劣、多劳多得的激励机制，激发了组织活力，挖掘了个人潜能，增强了竞争意识。现在的中广协，精神面貌焕然一新，人人有事做，人人满负荷，迟到早退的现象没有了，加班加点的人更多了，

每个人都为协会的生存发展贡献力量，很多以前想都不敢想的事情现在都做成了，协会事业越来越有奔头。

在中央和国家机关工委、民政部、市场监管总局等政府部门的指导和帮助下，中广协“脱钩不脱轨、脱钩不脱管、脱钩不脱为、脱钩不脱位”的改革实践取得了一些成效，受到了行业的肯定，也让我们更加深刻认识到行业组织坚持“不忘初心、牢记使命”的重要性。只要坚持党的领导，坚持正确的发展方向，以行业需求为导向，在法律法规、协会章程和内部制度的约束下规范地开展工作，就不会在脱钩后出现“散”的问题，而且还会有更大的发展空间。同时，我们也意识到，逆水行舟、不进则退，开创新局面不易，保持下去并常创常新则更难，社会组织的改革发展还有很长的路要走。我们衷心地希望政府部门对行业协会商会的发展给予更多的重视和帮助，让我们更好地参与到社会共治中去，发挥行业组织应有作用，服务行业健康发展。✉

(本文供图 / 中国广告协会)

中国服务贸易协会数字经济分会： 应潮流而生 担时代使命



陈文敬

中国服务贸易协会
数字经济分会会长

中国服务贸易协会数字经济分会成立于今年4月，是一个年轻且充满活力、前景广阔的组织，肩负着新时代赋予的新使命。在实施“数字中国”战略、构建中国数字经济发展新格局进程中，为加快政府数字化转型、企业数字化转型和个人数字化转型，抢占第四次工业革命高地，分会将发挥特有的桥梁和服务平台作用。

应潮流而生

商务部《中国数字贸易和软件出口报告（2017）》指出，随着全球数字经济快速发展，数字贸易将成为数字经济时代主要贸易方式。目前，全球服务贸易中有一半以上已经实现数字化，超过12%的跨境实物贸易通过数字化平台实现。其中，软件贸易是数字贸易的重要组成部分，也是决定数字经济时代服务贸易竞争力的关键领域。2017年，我国软件出口375.56亿美元，同比增长9.72%，相当于2011年的2.6倍。

数字经济是继农业经济和工业经济之后产生的一个新的经济形态。近些年来，这种新经济形态在世界范围

内蓬勃发展，对人类生产方式和生活方式正在产生广泛而深刻的影响，引起世界各国和地区的普遍关注，并成为培育经济增长新动能和国际竞争新优势的战略高地。许多国家和地区出台了数字经济发展战略，如美国、德国、法国、英国、日本、澳大利亚、韩国等，有的还制定了“数字经济法”，其数字经济对GDP的贡献高达50%左右。事实表明，数字经济已成为开启第四次工业革命进程的重要标志，也是新全球化时代国际经济合作发展的热点和高地。

我国作为世界第二大经济体，准确判断国际国内形势，乘势而上，确立了新的历史方位和发展新阶段，紧紧抓住第四次工业革命重大契机，提出加快建设创新型国家，建设“数字中国”，加快数字经济与实体经济深度融合，鼓励发展数字经济等新兴产业，并出台了一系列规划及政策措施，这表明数字经济已经上升为我国的国家战略。同时，在区域和周边合作领域，中国秉持互利共赢、共同发展的理念，

在杭州G20峰会上推动通过了《G20数字经济发展与合作倡议》，在“一带一路”合作中提出建设“数字丝绸之路”，得到沿线国家和地区的积极响应，目前我国已与近20个国家和地区签署了合作协议，数字经济正在为“一带一路”增添新的动能。据中国信息通信研究院发布的“中国数字经济发展白皮书”称，2018年我国数字经济规模达到31.3万亿元，占GDP比重为34.8%。预计到2030年，数字经济占GDP比重将超过50%。

种种事实表明，我们已经自觉不自觉、情愿不情愿地步入了数字经济时代。数字经济正在改变着人类的生产方式和生活方式，为人们带来全新的体验空间和无限可能的创造空间。

企业作为市场主体，对形势的变化最为敏感，在变化中求生存、求发展的压力也最大。正所谓“春江水暖鸭先知”。当党中央宣布我国已处于“新的历史方位”、进入“新的发展阶段”时，其实企业早已开始实践探索，成为“新产业、新业态、新模式”的探路者和



先行军。特别是随着互联网、物联网、移动互联、大数据、云计算以及新一代信息技术不断取得突破和广泛应用，数字经济不仅成为驱动国家产业变革、抢占发展制高点的主导力量，也成为企业创新发展、提高竞争力的新动能和必然选择。

目前，数字经济在我国正以空前速度和规模融入各个领域和实体，这对从事数字经济的企业来说，的确是一个难得的历史机遇，拥有巨大发展空间。

据我们实地调查了解，无论是地方政府还是企业，对发展数字经济的诉求十分强烈，迫切需要相关机构和有实力的企业提供帮助，以加快“数字中国”战略落地。这也恰恰是中国服务贸易协会为什么要组建“数字经济分会”的目的和初衷。

总之，无论从宏观形势和微观需求来看，调研结果均表明：组建数字经济分会势在必行，它将成为中国服务贸易协会未来发展的重要抓手和突出亮点。

担时代使命

数字经济分会成立伊始，就将发展理念定位为“诚信、守法、分享、和谐”，旨在在增强“四个意识”“四个自信”的前提下，把自身打造成“国内一流、国际知名”的社会组织，充分发挥平台和桥梁作用，为政府决策、为地方经济发展、为企业创新发展服务。

分会成立几个月来，在会员们的大力支持和共同努力下，已成功承办了南京、无锡、宁海等几个地方政府的推介活动，获得委托方的充分肯定和高度评价。如南京服务贸易发展（北京）推介会吸引了来自英国、美国、法国、澳大利亚、印度等国家以及国内的共 200 多家企业、机构代表参加，包括在京央企负责人，知名跨国公司、技术领先和行业领军的外



国企业的高管等。英国国际 SOS 救援集团、印度英孚瑟斯集团、澳大利亚墨尔本会展旅游局等企业和机构对在南京投资充满期待。10 多家国际知名企业在现场进行项目发布，内容涉及信息技术、旅游会展、人力资源、影视服务等领域。南京市数十家服务贸易重点企业以及各区、开发区商务部门招商工作人员参加了对接洽谈，取得了较好的对接成效。

目前，分会品牌效应正在显现，寻求合作的政府部门、企业和专家学者越来越多，在综合战略、专项规划、招商引资、知识普及、技术支持、会展

升级、科研、5G 建设等方面均有需求和合作意向。有鉴于此，分会在深入开展市场调研的同时，已着手有针对性地做好“政企对接”“企企对接”“研企对接”定向服务，推动数字经济找到落地场景。

着眼未来，分会还有许多工作要做，如建立和完善数据库、专家库，设立“数字经济发展基金”，广泛开展国际交流合作，条件成熟时成立“数字经济研究院”等。^②

（本文供图 / 中国服务贸易协会数字经济分会）

北京环球英才交流促进会 参与主办第二期高端专家讲座

8月9日下午，高端专家讲座第二期“药物研发与国际合作”在北京中关村创业大厦成功举办。高端专家讲座由北京技术交易促进中心、北京环球英才交流促进会联合主办，旨在积极创新技术转移模式，促进先进科学技术交流合作，助力北京加快建设具有全球影响力的科技创新中心，推动高精尖产业和区域经济发展。

本期讲座由中国国际技术转移中心、环球英才网、海淀创业园协办支持，北京环球英才交流促进会党支部书记、执行会长兼秘书长丁志峰主持。中国技术交易所、中国中药协会国际交流合作中心等有关医药企业、投资机构、科研院所、行业协会以及科技部所属单位的负责人和行业领域专家等60余人参加。

本期讲座共分“专家讲座”“现场问答”“互动交流与探讨合作”三大环节。

在首个环节“专家讲座”中，国家特聘专家、方恩医药发展公司执行董事长张丹博士以“ICH（人用药品注册技术要求国际协调会议）环境下的药物研发的国际合作”为重点，结合自己从事药物研发和国际交流合作多年的经历和体会，从ICH简介和运行目的、中国加入ICH后的行动、ICH对于药物研发的影响、中国急需培育专业人才和积极加强国际合作等多个方面进行分享。

在第二个环节“现场问答”中，中国中药协会国际交流合作中心常务副秘书长庄宏等6位嘉宾先后提问，问题涉及中药走向国际化的建议、中药提纯到成品药之路、自主技



术保护、专业人才培养、国际专业人才引进、国际合作等，张丹博士一一进行了回答。

在第三个环节“互动交流与探讨合作”中，一些嘉宾进行了互动交流，并建立了微信群，以便持续交流沟通。此外，一些企业单位表达了强烈的合作意向，纷纷表示将邀请专家前往考察指导，探讨技术转移与合作。

为确保高端专家讲座每期活动的质量，促进技术转移，推进项目合作，主办方在讲座内容和专家选择、参加人员组成结构、技术项目合作等方面进行了积极探索和模式设计，并将技术转移与人才项目有机结合，以期达到“以讲座聚专业人士、建行业共赢生态，促进技术



转移与项目合作”的效果。

（本文文/图由北京环球英才交流促进会提供）

平昌县老年人协会 在养老服务体系建设中发挥七大作用

作者：赵勇灵

四川省巴中市平昌县老年人协会有单位会员 48 个（其中乡镇老年人协会 15 个，村、社区老年人协会 33 个）、会员代表 128 人、会员 2300 多人。为了加快养老服务体系建设的步伐，平昌县委、县政府印发了《开展参与农村养老服务体系建设的试点工作实施方案的通知》和《关于转发县老年人协会加强基层老年人协会建设的指导意见》。各老年人协会虽然普遍建立的时间不长，但在建设过程中产生了良好的效果，发挥的作用越来越重要，特别是在“水乡平昌、康养天堂”的建设中发挥着不可替代的作用。

一、发挥示范作用。平昌县老年人协会经县委组织部批准成立党总支，下辖福乐老年大学、老科协、金宝宝老年艺术团、健身操协会、红星缘艺术团、老体协、太极运动协会七个党支部，现有党员 81 人。老年人协会在卫生创建、精神文明建设中处处发挥着先锋模范作用，在脱贫攻坚、乡村振兴、关心下一代成长与和谐社会构建中起到了示范作用。该县各乡镇和村、社区基层老年人协会设立了卫生创建、红白喜事等分会或小组。驷马镇各村老年人协会对全村卫生创建实行会长联片负责制，实行周评、月议、季通报制度，协会会员主动带头清扫垃圾，极大地改善了该村的卫生环境，在全县评比中取得了好成绩。每逢村里老人家中有喜事，协会提倡文明节俭之风，统一吊唁或祝贺，不搞铺张浪费，发挥了老党员的先锋模范作用。各村老年人协会还通过为老人们提供量血压、

查血糖等义诊服务和理发、刮胡子、剪指甲、洗澡、打扫卫生等爱心服务，使老人们有归属感、有幸福感。大石村党支部书记王万平感慨地说：“你们老年人协会组织的为老服务活动最实在，最有效，最受欢迎。”

二、助推精准扶贫。在精准扶贫活动中，基层老年人协会通过调研，特别是老科技工作者为项目建设建言献策，发挥了十分重要的作用，为老年人实现“老有所为、参政议政”搭建了平台。在公益事业建设、救助政策落实中，老年人协会积极献计献策，发挥了参谋助手作用。全县老年人协会主动参与村居务、事务，帮助协调民间纠纷，为留守老人、空巢老人料理家务，涌现出不少好人好事。板庙镇红云村老年人协会把村干部家属组织起来，主动为老人洗脚、剪指甲，关爱照顾留守儿童，举办演唱会，开展健康知识讲座等。各个协会把一大批闲散老人集中起来开展有益健康的

活动，极大地降低了社会不稳定因素，缓解了村（居）工作的压力和调解矛盾纠纷的压力，让村（居）干部可以腾出一只手来抓精准扶贫。

三、系牢联系纽带。平昌县有义工协会、义诊协会、蓝天志愿者协会、爱心公益协会等 4 个协会和新区、江龙、忠德、宝鑫医院等 9 个医院开展为老服务。同时，还横向联系了 26 个涉老社会团体和 18 个县级涉老部门。基层老年人协会在养老服务体系建设中发挥了桥梁纽带作用，将党和政府的好政策传达给老年人，让其充分知晓，特别是一些对老年人有利的社会福利政策能及时落实，也将老年人所反映的真实情况、现实困难和老年人的心声准确地反映给党委、政府，为科学决策提供了可靠的依据。

四、竭力维权调解。平昌县基层老年人协会在老年人合法权益受到侵害时挺身而出，在老年人家庭发生矛盾时及





平昌县城。

时调解，在村里工程建设与老年人利益之间有矛盾时及时化解。该县长垭社区老年人协会在两户外来移民户因土地边界纠纷而打架、当地派出所都无法及时处理的情况下，通过细致工作，将其矛盾妥善化解。西兴镇老年人协会成立后，积极维护老年人权益，支持村里公益事业，在村级公路弯改直和全村人畜饮水工程建设中，发挥了村“两委”不能替代的作用。83岁老人向友全撒手离开人间的时候才离开工作岗位，其为老服务的事迹感人至深。

五、打造宣传平台。基层老年人协会为老年人提供了学习平台，按照制定的学习制度，协会带领老年人学习时事政治、法律法规政策及保健知识，树立科学的生活理念。该县各社区老年人协会每月逢“8”为协会集中学习日，明确了每次学习重点。居委会还从协会会员中选出公道正派的会员参加低保评议工作，受到群众的好评。5月19日，同州街道办事处党工委在王家咀码头广场举办党风廉政建设社会满意度评价暨同州街道办事处人民街社区“身边好人”表彰。同州街道办事处所辖人民街社区老年人协会还表彰了2019年本社区涌现的“身边好人”。把老年人协会工作融入党工委和政府工作中去，把活动

开展融入党工委纪检宣传活动，既扩大了活动规模，又提升了协会的品位。

六、切实互助互帮。平昌县农村年轻人普遍外出务工，空巢老人多，在家老人遇到重体力活时常找不到人做，有的村子里老人过世后“抬丧”找不到劳动力，杀“年猪”找不到人帮忙，还有老人患病后生活不能自理，没有人帮助。在撤乡并镇后，村“两委”人少村子大，忙于抓脱贫攻坚，基本无力管理这些“琐事”，只能依靠老年人协会发挥互助作用，解决一些突出问题。从4月27日至6月10日，平昌县老年人协会分三个片区开展养老服务活动，目前覆盖面已达到50%。村老年人协会发挥互助作用，邻里互助、男女互助、低龄老人照顾高龄老人、健康老人关心患病老人，涌现了很多感人的事迹。白衣镇敬老院83岁老人谢潮江，老伴过世，院长张洪淇看在眼里急在心里，安排人员轮流照看谢奶奶，她儿子春节回家时了解到这一情况后，十分感动。该县一些偏远乡镇，地广人稀，发生过空巢老人独死在家中多日都无人知晓的惨剧，老年人协会对家庭居住偏远的空巢老人实行“一帮一”结对，随时掌握他们的生活动向，避免意外发生。

七、丰富文化生活。组织老年人开展文体活动是基层老年人协会的重要职责，经常开展活动，可以让老年人感到精神上的慰藉，在活动中享受经济发展改革成果。平昌县各村老年人协会充分发挥文艺特长，为农村留守老人表演节目，丰富了老年人的精神文化生活，同时宣传了党的好政策。平昌县老年人协会联合县福乐老年大学、县老科协、县义诊协会、县爱心公益协会、红星缘艺术团和徒步协会等6个社会组织为11个服务点位的2266位老人提供服务251人次，受到老人和当地群众的好评。2018年以来，县老科协、县福乐老年大学、县红星缘艺术团、金宝老年大学艺术团先后9次组织人力物力开展“科技、文化、卫生”三下乡活动，辐射5个乡镇16个村（居）。2018年七一期间，县福乐老年大学举办了大型文义演出，通过健康向上、丰富多彩的节目表演吸引观众，受教育面达2500余人，赢得了观众的阵阵掌声。重阳节和元旦、春节“双节”期间，全县各地协会都开展了健康有益的活动。据统计，县、乡、村三级参与活动的协会和单位达87个，开展活动135场次，演出节目459个，参与演出人数1120人，观众达227000人次。✉

（本文供图/平昌县老年人协会）

中国节能协会： 举办合同能源管理法律服务沙龙



胡秋霞

中国节能协会节能服务产业委员会
法律服务中心主任
培训部部长



7月26日，由中国节能协会节能服务产业委员会（EMCA）主办、法之声（北京）网络科技有限公司承办、北京市百瑞律师事务所协办的合同能源管理法律服务沙龙在京成功举办。

本期的沙龙主题为“法律服务为节能服务公司发展保驾护航”，旨在从法律层面为企业在“经营上助力、业务上助推、理念上升华”。沙龙吸引了来自行业协会、节能服务公司的总经理、项目经理、法务负责人等30余人参加。

中国节能协会节能服务产业委员会常务副主任兼秘书长孙小亮到会致辞。他希望大家能在沙龙中多学知识，多交朋友。孙小亮讲到中国节能协会节能服务产业委员会致力于构筑产业与各级政府间的桥梁，搭建行业发展

的交流合作平台，打造国际能效交流合作的窗口，全力推广合同能源管理机制。通过扶持专业化节能服务公司成长，促进节能服务产业健康可持续发展。同时，他还介绍了节能服务产业发展的现状及主要特点，分享了行业标准和相关政策的推进情况，并着重介绍了大家关心的节能服务公司评级工作、合同能源管理服务认证工作和节能行业企业信用等级评价工作的相关内容和开展情况。

他表示，合同能源管理已经是用能单位开展节能改造和能效提升的主要方式之一，节能服务公司应结合技术特点、服务能力以及客户的需要，选择适合的模式类型开展项目合作。他提醒大家，对于合同能源管理项目来说，合同的设计非常重要，做好一个项目，一定要重视合同细节及法律风险的防控。今天是法律服务沙龙，大家可以自由地交流研讨、互相学习、不断提升。

中国节能协会节能服务委员会法律服务中心有关负责人说，中国节能协会节能服务产业委员会法律服务中心于2018年8月成立。成立初心是应新时代下节能服务产业发展的需要，为广大节能服务公司提供专业的法律服务，为节能服务产业的健康、可持续发展保驾护航。中心成立近一年来，组建了中心的核心团队和全国节能法律服务专业律师队伍，并对40名律师进行了专业节能服务产业系统化培



训；为两家会员单位就合同能源管理项目合同纠纷案召开专家论证会；根据“十三五”节能工作新要求，结合节能服务产业新趋势，参与修订《合同能源管理技术通则》，又增补节能量保证型和能源费用托管型两个合同范本；中国节能协会节能服务产业委员会与法之声（北京）网络科技有限公司签订了战略合作协议，依托“诸葛七律”平台，为节能服务公司提供线上的免费法律咨询，同时可根据节能服务公司的需求，订制常年法律服务等。法律服务中心成立的目的是希望帮助节能服务公司提前防控风险，而不是等出现了问题才来找律师。合同能源管理法律服务沙龙是中心的重要活动之一，后续将围绕法律问题，开展不同主题的交流会、法律专题培训，希望节能服务产业的领导专家与企业多提宝贵意见，帮助完善中心服务内容，以便更好地为节能服务公司提供专业法律服务。

法之声（北京）网络科技有限公司副董事长刘国文从自身的工作经历开始讲解如何让企业家及企业发展健康成长，减少风险，进而进行了三个阶段的梳理——律师从诉讼

开始为企业进行服务，到法律工作重点前移，成为公司的法律顾问，为企业进行法律风险防控。刘国文讲到在工作中要“稳步前进，乐在其中”，这也是法律服务团队的宗旨，为企业在经营上助力、业务上助推、理念上升华，发挥沙龙的交流目的，为社会作贡献。

法之声（北京）网络科技有限公司董事长石慧杰讲道，中国节能协会节能服务产业委员会法律服务中心正式成立，成为面向会员单位提供行业专业化法律服务的内设部门，且与“诸葛七律”平台深度合作为节能服务企业提供法律顾问服务。节能企业的法律风险与防控是我们关注的重点。新的合同能源管理增加了两种模式，在节能企业经营中的风险，可以从风险识别、风险价值、创新模式、前景展望四个方面解读。法律意识是公司永远充满活力的基础，是值得全身心投入的事业。

法之声（北京）网络科技有限公司总经理李晓震给大家讲解“如何正确地打开‘诸葛七律’智能法律平台”。李晓震从企业端的下载、注册，讲到日常具体的使用方式。

她说，“诸葛七律”是企业的线上法务部，可以日常管理企业的各种文件，在线上一键联系律师与通过语言发送转化文字功能。可以从企业团队中管理团队人员，确定各成员的查看权限。“诸葛七律”平台是律师与企业之间的交流工具，平台上有专业的按行业细分的律师，可以满足行业的需求。

在自由交流环节，各节能服务公司代表进行了充分的沟通。大家纷纷表示，中国节能协会节能服务产业委员会法律服务中心成立后，切实地为节能服务公司预防实际项目中的风险，解决了纠纷。大家还为中心提出了很多良好的建议。一些企业表示，企业现有的法律顾问里，了解节能服务产业、懂产业政策的很少。中国节能协会节能服务产业委员会组建的律师队伍是专业的，服务高效。

最后，石家庄汉卓能源科技有限公司、中惠元景能源科技（北京）股份有限公司等平台企业与“诸葛七律”平台举行签约仪式。☑

（本文供图 / 中国节能协会）



中国收藏家协会国际艺术品交流委员会： 开展国际艺术品交流合作 推动中外艺术互动互鉴



王 竹

中国收藏家协会
国际艺术品交流委员会主委
知名策展人

2012年9月，民政部和国家文物局正式批准设立中国收藏家协会国际艺术品交流委员会（以下简称国际艺委会），部委核发的登记证书上明确了艺术展览、学术研究及国际合作的职能，为国际艺委会指明了今后运营及发展的方向。以艺术会展为手段，运用学术资源，开展国际合作，推动民族艺术的国际化，同时引入国外艺术精粹，建构多元良性互动格局，丰富艺术品的人文内涵，促进各地公众的包容、理解和友谊。

国际艺委会团队成员认识到办会不易，起步维艰！初创至今，我们始终坚持以人文办会的宗旨，公益与学术并重，稳步推进对外交流工作，提升中国收藏家协会在国际业界的品牌知名度。

习近平总书记指出，交流互鉴是推动人类文明进步和世界和平发展的重要动力，文明因交流而多彩，因互鉴而丰富。而国际艺品涵盖古今中外，中国艺术与外来艺术相生相伴，互为补充，彼此影响，共同发展，史证凿凿。中国的丝绸、陶瓷通过陆路和海道文明远播，

深刻影响了全球多个区域的社会变迁和民生发展，传扬了博大精深的中华文化。另一方面，中国的玉器、金属制品直至后期的绘事技法等艺术板块，又受到外来文化的启迪，改变了固有的思维模式和创作形态，进而助力中国文化艺术的更趋繁荣。正是基于艺品演进的上述特质，即透过国际交流，不断互鉴、融合，国际艺委会着眼于立足国内文博界资源，紧密围绕艺术品主体，依托学术基点，积极开拓对外渠道，培育优质声名，力求行稳致远。

筚路蓝缕，尝试开启中外艺术互鉴 互觉新路

早在2013年，国际艺委会于国家博物馆举办论坛暨年会时，协会会长罗伯健就指出：对外交流是中国收藏家协会的新生事物；对于国内收藏界来说，与国外藏界的交往也是全新课题，须不断累积经验，摸索前行。2017年国际艺委会于香港回归20周

年之际在港主办“香江艺趣浓”大型主题论坛时，罗伯健的书面贺词中亦强调：民族文化是我们共有的精神财富，以收藏为继承的手段，深化交流，从而践行文化自信的理念。

近年来笔者在应邀赴海外讲学时，除向境外学界、艺界、藏界介绍办会宗旨外，亦多次就艺品国际交流的时代要求阐述观点：国际艺品门类广博，西洋油画、雕塑、家具、钟表、乐器及装饰艺术，诸如此类，纷繁多样，但中国藏家缺乏对其创作背景的认知，对相关流派及其艺术特色等所知有限，需从多角度提升域外艺品鉴赏水平。而对于国外藏界来说，尽管西方国家的著名博物馆皮藏了众多东方艺术精品，但由于东西方美学本源有别，嬗变路径又存在明显差异，特别是中外艺术比较层面仍有待系统梳理，导致外国藏界对中华艺文的辨识亦有不足。上述两方面的落差，亟须开展国际艺品的交流活动，相互借鉴，以达互补互觉之目的。





为了增进各方人士对于东西方艺术文化的了解，提高审美品鉴能力，国际艺委会于境内外适时主办了多场有影响的跨国艺术史暨美学讲座、恳谈等专项活动，诸如于北京国际饭店会议中心举办的“读史观今——浅析朝鲜甲申官本手稿价值及其现实意义”讲座、于 CBD 艺术空间亮相的“西艺东传——欧陆家居文化与装饰艺术”沙龙、于菖蒲河天趣园召开的“鉴古知来——东亚古美术比较”品鉴会、于香港铜锣湾开办的“香江话香”对话会、于美国亚特兰大孔子学院举办的“近代东方汉字文化的西来”、于韩国国立中央博物馆举办的“大美大同——远东艺术中绽放的文字之花”等，以不同形式分专题向受众阐释东西方以及区域间艺术的分野、演进、融合的脉络，产生了良好的社会效益，亦是我方主办各项大型艺术文化交流项目的必要调剂和有益补充。

文化同根，艺术连理，海峡两岸暨香港、澳门一家亲

令我们引以为傲的是，国际艺委会于港澳台举办的艺术文化会展活动，能最大限度地发挥自身在文献据据和艺史、藏史研究方面的专长，为增进港澳台同胞的民族认同感和文化亲和力作出了贡献。

国际艺委会首席顾问王培根教授

在港出席委员会主办的“香江谈艺三部曲”系列活动开幕式时发表引题谈话，他以抗战期间内地与香港学人共同保护中华珍贵典籍的史实开篇，谈到当年为避战祸，内地有识之士把从各处战火中抢救、收购的众多古籍善本辗转运港，暂厝于港大冯平山图书馆，馆方同人开箱逐册校核无误封存。后因形势丕变，遂计划外运。为便于将来辨识，图书馆同人不畏艰辛，克服人力不足、时间紧迫等不利条件，重又将三万册古籍开封逐一钤盖戳记，诚乃殚精竭虑，终于赶在航轮到港前告竣。正待装船起运，太平洋战起，港岛沦陷，这批巨量中华典籍不知所踪。战后，有心人在日本发现了这批带有特殊标记的瑰宝，天禄琳琅，终见天日，起运归国，楚弓楚得，由此谱写出内地志士与香港仁人携手保卫中华文脉的光辉篇章！

国际艺委会于澳门金光会展中心举办“莲境谈文·青洲论艺”大型文艺学术论坛时，笔者以岭南文化及其所承载的中外艺术交往为主线，在主旨演讲中回顾了澳门作为东西方艺文交会的一个节点，对于兼容中外人文方面发挥了不可或缺的作用。比如东西方交流史上的关键人物利玛窦因当年海禁，辗转登陆澳门，由他引入的西方鼻烟最终生发而成一门独特的东方艺术形态——烟壶，先在广东落地

生根，后与中原文化相结合，于内地开枝散叶，最终成为涵盖了竹木牙角、金银铜铁、瓷玉珐琅各种材质以及容纳了玻璃内画、金属篆刻、微雕工艺、玛瑙巧作等多项技艺的集大成艺术门类，允称方寸小品，掌中乾坤。同时，其上所承载的西方题材图案，又潜移默化地影响了那时中国人之生活情趣和观念，并且烟壶在当时的广泛使用，也深入到社交、礼仪、公关等多个方面，影响深远。这既是机缘巧合，亦是澳门带给民族文化的惊喜。

此外，国际艺委会在台湾主办的“东方法书·经典传承”特展，除遴选髡翁、恒瑜、史树青等前辈之力作外，亦包含了当代梁智教授等书家的精品，内容设计则纳入了儒、释、道、法诸家经典，形式上从小品到大轴，以真、行、草、篆、隶各体呈现，可谓美不胜收！此展不仅是汉字书法的展示，更是历代典籍名篇的一次集合、对比和观照，当地高校师生和书界人士前往观摩，好评如潮；展览期间，由委员会徐秘书长召集两岸书家笔会雅集，切磋书艺，其乐融融。远自台南、台中的专家络绎于途，各地观众纷至沓来，大家在欣赏书作的同时，诵读名句，交流心得，参与热情高涨，收获满满。在台汉字书法界名家董鹏程、张炳煌、陈维德诸先生亲临指导，活动为之增色。此展不仅密切了两岸亲情，且共同弘扬了民族文化遗产。

艺术交流“走出去”与“引进来”的阶段性探索

中国国内不乏勇于进取的现当代艺术家，他们在继承传统的基础上，汲取外来艺术语汇，不断创新而有所突破，理应有适宜的专业推介平台，使之立足本土并走向海外，亦即本委员会所践行的民族艺术国际化。去年春季，国际艺委会与官方传媒在新闻大厦共同创办了“长安话艺”系列品牌活动，协会常务副会长杨晋英亲往揭

牌，并寄语今后各期艺术话题和专项推广活动，应紧密围绕国家文化战略，积极推出优秀艺术家及经典艺术作品，真正发挥引领大众艺术审美的导向作用！当期活动展出徐国华“一带一路”沿线采风作品，涵盖油画、水粉、素描等多种类型的画作，来自鉴藏界、艺术界、教育界、学术界、企业界等各方嘉宾莅临观展、研讨，共襄盛举。笔者代表“长安话艺”联合体讲话时，提出将依托资深专家团队经验，发挥桥梁作用，融会艺术精粹，以“起向高楼撞晓钟”的执着精神，给艺界和受众带来回响，唤醒民族的文化自觉，从而成为国家文化自信的践行者。座谈会上，社团领导、高校学者、艺术家代表、藏界人士就文化自信与艺术再造、“一带一路”与国际艺文交流等话题深入探讨，开阔了思路，达成广泛共识。

我们致力于输出中华先进艺术文化元素，亦同步引入优秀的外国艺界名家妙品，营造中外艺术交相辉映的荣景。经中国国家博物馆领导特批准入，国际艺委会于国博白玉大厅主办“东方艺术巅峰之荟”系列主题活动，选择韩国籍画家闵庚灿老先生佳作百余幅环陈于最高艺术殿堂，来自中国、韩国等国以及中国澳门等地的艺界、藏界嘉宾千里逢迎，方家、大德们云集于此，共话东亚区域艺术精进、共

同繁荣之旨！协会会长罗伯健高度评价了耄耋之龄不远千里来京出席活动的韩籍浙派画坛耆宿闵庚灿先生在艺术创作上的执着追求，亦肯定了澳门仁恒文化暨徐俊英博士对区域艺术互联互通的支持。笔者以策展人身份并代表主办方国际艺委会致辞，回溯了东亚区域间艺术文化交流的史实：前有“鸡林类事”，后有崔溥漂海来华，今有闵公旅居杭郡半世纪，执着丹青，连接中韩艺坛，可谓渊源有自，一时代佳话！“东方艺术巅峰之荟”大型会展活动，意在通过专题艺展、学术论坛、研讨及品鉴等环节，探讨以东方文化为依归的区域间艺术创新、传承之策，传播优秀人文价值。

随着信息时代的发展，地球村各种文明板块日渐交融，借鉴国际人文成果，汲取外来艺术涵养，是国际艺委会不懈的追求；与之对应，中华文化源远流长，民族艺术浩瀚丰富，国际艺委会亦致力于向国际社会展现中国浑厚的艺文风采和再造成就。同时，我们亦关注国际流散文化遗产的保护，不断深化与国际学术团体、艺术机构乃至收藏家的合作，拓展中国艺术品行业社团在国际的能见度。我们既重视专题艺展项目，精心规划从内容到形式的设计，亦兼顾与论坛、讲座、研讨、对话等活动的结合，静态的展示与

动态的交流相辅相成，使得每项艺术文化项目都能成为活色生香而具生命力的活动。

国际艺委会依托专家资源，发挥专业优势，为广大中外藏友答疑解惑，传授鉴赏新知。国际艺委会正考虑与文博收藏机构协作，共办游学体验项目，接待海外学子和藏友，使其更深入、直观地感受东方文化的魅力。我们夯实业务，凝聚团队成员的向心力，立足根本，理顺关系，细化执业流程，激发会务活力，秉持有所为、有所不为的方针，服从协会布局，助力国家文化战略大局，在大家共同努力下，我们相信艺品收藏行业这艘国际交流之船必能扬帆起航。

国际艺委会从申办、创设、成长直至今天，砥砺前行，若是在艺品国际交流的工作中做出了点滴实绩，全赖协会的指引、领导的关怀和各界的厚爱以及团队同人的齐心戮力，借此撰文补白之机，笔者谨代表本委员会向给予敝会提携和支持的方家大德们致上由衷的敬意，更期盼在各方的赞襄和参与下，持续开创文化弘传新局，为国际艺术文化交流事业奉献心力。☞

（本文供图 / 中国收藏家协会国际艺术品交流委员会）





亚太奖励旅游及会议展览会 (AIME)

亚太奖励旅游及会议展览会 (AIME)

时间：2020年2月17-19日

地点：澳大利亚墨尔本

概述

亚太地区领先的会议和展览活动——亚太奖励旅游及会议展览会 (AIME)，将于2020年2月17日至19日举行，将为亚太地区带来更多的商业多样性，接待买家数量将增长50%，参展商数量将增长30%。

截至目前，AIME展会65%的展位已被预订，50%的特邀买家项目已被预订满——这一趋势预示着更多代表将聚集在一起，彼此引领、激励和沟通。

最新确认的参展商包括印度旅游局、新加坡费尔蒙酒店、小型酒店和悉尼塔隆加动物园。

“2019年的活动向商业活动业界展示了AIME重新构思的形式——它引起了人们的讨论。今年，我们确实提升了目标，制定了一些激进的增长目标，这最终意味着买家和参展商将获得更积极的商业成果。”Talk2 Media & Events公司首席执行官马特·皮尔斯 (Matt Pearce) 表示。

全球近60%的人口分布在亚太地区，AIME的定位即为充分借助该

地区不断增长的商务活动，成为行业的完美平台。

AIME的采购部经理伯纳黛特·潘顿 (Bernadette Panton) 一直在打造一个专为亚太地区买家设计的项目。

AIME的买家来自全球各地，其中绝大多数来自亚太地区，其余来自欧洲、中东和美洲。

“我们目前最重要的任务是确保这些买家经过适当审查，以证明他们在亚太地区有业务。”

“2020知识计划”也正变得比以往任何时候都更具活力，对买家和参展商都开放，为包括协会、企业、政府和教育机构在内的所有行业提供订制体验。有关知识项目的更多细节将在未来几个月公布。

“AIME的神奇之处在于，它不仅出现在展会上，我们还在创造更多的东西，我们正在创造一个由亚太地区联系紧密的个人组成的行业社区，这些人可以一年四季都进行交流、参与和开展业务。”Talk2 Media & Events公司AIME活动总监杰·马顿斯 (Jay Martens) 表示。

AIME 特邀买家计划的益处

与注册为标准访问者不同，特邀买家可以享有完整的AIME体验。

教育：25个为期三天的个人和专业发展课程。这包括周一举行的知识

更多资讯

关于 AIME: <https://aime.com.au/about-aime/>

特邀买家: <https://aime.com.au/visit/hosted-buyers/>

参展商: <https://aime.com.au/exhibit/>

交流，这是持续一整天的教育会议。

社交活动：计划举办8场社交活动，让买家在轻松的环境下与业内同行进行交流。这些活动包括社交活动、在目的地举办的早餐会和午餐会，当然还有晚上的活动，让与会者有机会放松心情，边喝酒边交流。

会议：多达32场与符合买方需求的参展商提前进行预约。

旅行：赠送的机票、接送和住宿机会。

AIME不单纯依靠技术来安排主办买家/参展商的匹配，而是利用良好的老式跑腿工作来策划主办买家的体验。AIME与买家和参展商紧密合作，充分确定他们的需求，以确保最佳的会议匹配。

AIME在展会开始前就将买家和参展商联系起来，以便在展会开始前尽早进行沟通，建立关系。通过在早期提供这种联系，它有助于打破这些

沟通障碍，并使参展商在一个亲密的环境中开展人际沟通。

与标准的 AIME 参观者不同，主办方承诺在展会现场安排 32 个预约。通过这个预约系统，主办单位的采购员可以第一时间进入参展商展位，并可以根据参展商的详细资料选择自己的预约偏好。

特邀买家可以访问一个门户网站，该门户包含他们的 AIME 体验所需的所有信息。这个门户是买家安排会议、获取行程、与参展商联系等的地方。

AIME 还提供其他会议活动不提供的服务，包括：AIME 工作人员为特邀买家提供机场的接待服务；特邀买家被安排在符合他们需求的酒店，AIME 从个人层面上了解特邀买家，在他们下榻的酒店里准备一些私人的欢迎物品，让他们在入住期间感到宾至如归。

“我们为特邀买家打造的订制之旅旨在激发他们的热情，让他们首先接触到我们提供的令人惊叹的产品，让他们在全年都拥有真正的竞争优势。AIME 是每个专业活动人士都需要的。”杰·马顿斯表示。

2019 AIME 特邀买家推荐信

作为一家专业从事认证的全球性协会管理公司，我们已经在亚洲各地为客户采购、策划和执行与认证和认证相关的会议，但最近我们将澳大利亚和新西兰的业务搬到了公司内部，此前我们将该业务分包给了一家澳大利亚公司。对我们来说，重要的是要立即开始行动，直接在大洋洲开始规划会议，而不让我们的客户受到任何服务中断的影响。通过我们在会议行业的同事，我们了解到，在其新管理层的领导下，AIME 作为会奖领域知名的展会，将最大限度地提高我们对澳大利亚、新西兰以及亚太地区其他地区目的地和供应商的投资回报率。这太棒了！从申请流程到预约、住宿、现场物流，Talk2 Media & Events 公司做了一件非常棒的工作，举办了一场组织专业、运作顺利、令人愉快的展览。当然，当买家和供应商在一起玩得很开心的时候，建立关系网会更有效。我与几家会展局、酒店和会议中心见了面，这些都非常适合我们客户的会议，我们已经根据在 AIME 建立的联系，计划在该地区召开三次会议。我向所有认真考虑在澳大利亚或新西兰做生意的会议专业人士推荐这个展会。

——Metacred 首席执行官大卫·罗兹萨 (J David Rozsa)

参展商参加 AIME 可获得的益处

1. 地区性

亚太地区有 45 亿人口，占世界人口的 60%。

该地区拥有 22 万亿美元财富，而商务活动行业代表着一个超过 2000 亿美元的市场。

亚太地区是全球经济增长最快的地区，在信息通信技术、重工业、高科技零部件和电子产品等领域处于全球领先地位。

对于商务活动行业来说，亚太地区是一个有着巨大机遇的地区。

2. 买家

有两组不同的买家被选中参加 AIME：寻找全球和地区商业伙伴的亚太地区商务活动买家，希望在亚太地区开展业务的全球商务活动买家。

与其他任何全球性活动相比，AIME 提供了更多希望在亚太地区开展业务的买家。

3. 参展商投资回报

AIME 团队了解投资对参展商的重要性。

“投资 AIME 让参展商有机会与关注 APAC 的买家见面。我们的接待

2019 AIME 参展商推荐信

“凭借全新的会议安排，我觉得 AIME 2019 拥有合适的买家和媒体渠道。这种形式确保了 Business Events Sunshine Coast (BESC) 和我们的目的地合作伙伴能够在预约和项目休息期间与新联系人建立联络，并与老联系人见面。在 AIME 之后，BESC 联系了那些认真考虑与我们合作的与会者，并成功为该地区安排了新的活动。”

——BESC 商业活动经理 莫林·布伦南 (Maureen Brennan)

买家经过严格审查，以确保他们希望在亚太地区开展业务。预先安排的预约制度确保参展商与感兴趣、愿意做有意义生意的买家相匹配。”杰·马顿斯表示。

在 AIME，参展商可不仅仅是买场地去展示这么简单：

会议：与来自 30 个不同国家和地区的买家进行 32 次预约，以满足参展商的需求。通过预定的预约系统，参展商可以进入特邀买家的名单，并提交他们希望与谁见面的偏好。通过他们的专用门户网站，参展商还可以访问他们的会议日志，并与买家在展览前联系，确保他们在 AIME 当中得到最大限度的回馈。

教育：周一举行的知识交流活动是一整天的个人和专业发展教育课程。

社交活动：联谊活动让参展商在轻松的环境中与买家和业内同人建立联系。这些活动包括，在展示厅的社交活动，当然还有晚上的活动，让与会者有机会放松心情，边喝酒边交流。作为赞助与合作项目的一部分，供应商还可以为买家和媒体提供早餐或午餐。✉

对我国工程造价行业协会可持续发展的思考



张兴旺

中国建设工程造价管理协会副秘书长

工程造价管理是我国工程建设领域的重要组成部分，是加强和维护建筑市场公平竞争、规范市场秩序、提高投资效益的重要基础。在新形势下，我国的工程造价行业协会如何用系统、联系的眼光，建立本行业与我国现代化事业整体发展的关系，指明行业发展新契机，从而推进我国工程造价行业协会可持续发展，值得我们深入探讨与分析。

工程造价行业协会发展存在的主要问题

现阶段我国工程造价行业协会存在的问题还比较多，不能完全适应日益变化的市场需要，不能满足会员日益增长的需求，主要问题表现在以下三方面。

1. 脱钩后相关政策不完善，配套措施严重滞后

目前，适逢行业协会商会与行政机关脱钩改革时期，在脱钩改革过程中，并未颁布行业协会独立运行的相关政策，各行业管理部门配套措施尚未出台，且在脱钩改革后，

各级协会运作模式变为“自主经营、自我约束、自我发展、自担风险”的模式。运作模式的改变以及政府多部门管理的适应，使得各级工程造价行业协会需要积极对接相关管理部门，主动寻求政策支持，尽快转变思想和工作方式。

2. 社会期望值越来越高，协会服务能力有待提升

工程造价行业协会从行政机关脱钩改革后，较之以往拥有更多的工作自主权。行业组织及其会员普遍对协会寄予更高期望，加之信息技术的迅猛发展和工程总承包、PPP模式的推行对行业协会的服务能力带来更大的挑战，造成协会实际服务能力与社会期望值之间存在一定差距，进而会影响协会的权威性和影响力。

3. 人才队伍建设有待加强，培养机制急需完善

行业发展急需大批精通业务、善于管理、德才兼备的综合性人才挑大梁，目前这一类人才缺口比较大。个

别地区造价协会力量相对薄弱，管理能力和水平不高，专职人员太少，部门设置不能满足发展需求。激励机制有待完善，监督考核机制不够健全，不能有效调动秘书处人员工作积极性，不能激发工作人员工作热情和创造性，人员队伍欠缺内在生机与动力，未体现出社会组织活力。

工程造价行业协会未来发展的方向和定位

我国工程造价行业协会未来发展的方向和定位是：以服务 and 促进行业发展为使命，与产业界协同发展，成为引领工程造价行业发展的专业组织。为此，协会的主要使命是：培育工程造价行业业界精英和领军企业，培养具有本土化经验和全球化视野的工程造价人才，为政府提供工程造价领域技术标准和政策研究服务，为工程造价领域搭建良好的国内外交流和发展平台，为推动中国工程造价行业的持续繁荣和进步贡献力量。具体任



务目标包括以下几个方面。

1. 更好地为政府服务，提高决策参与度

行业协会脱钩以后，将直面政府购买服务行为，这不仅是行业协会生存的需要，更是行业协会服务能力的体现。各级协会应积极作为，主动适应全面深化工程造价事业改革，协助政府推进落实好“放管服”改革、完善职业资格管理制度、规范行业主体行为等工作部署。各级协会要通过努力获得民政部门的社团组织评估最高等级，为会员服务和社会服务汇集资源夯实基础。

2. 更好地为社会服务，扩大社会影响力

工程造价行业协会不应局限于服务建筑业的定位，应积极提高协会站位，立足于为整个国民经济建设服务，重点围绕建筑业、房地产业、基础设施以及其他关系国计民生的重大项目开展工作，创造社会价值，增强社会影响力。

3. 更好地为行业服务，拓宽发展新领域

工程造价行业协会应做好全过程工程咨询和PPP模式的理论研究，开展新业务领域的标准制定和行业政策研究，紧抓绿色建筑、装配式建筑、海绵城市、绩效评价、国际化等重大战略和发展机遇，及时推广新业务领域市场开拓经验，积极拓展行业发展空间。

4. 更好地为会员服务，提升行业凝聚力

随着国家各项改革措施的不断深入，企业发展将越来越快，需求将越来越多元化，协会服务会员的期望值也会越来越高。因此，各级协会应不断提升管理和服务能力，以会员需求为导向，积极探索适应新型服务模式，努力实现会员服务形式多样化、内容深层化，真正成为会员之家。

推进工程造价行业协会可持续发展的建议和措施

基于我国工程造价行业协会面临的问题和挑战，结合自己的工作实践，笔者认为，要推进我国工程造价行业协会可持续发展，就要着力做好以下几个方面的工作。

1. 转变发展思路，创新服务模式

积极发展会员和做好会员服务，是协会生存和发展的根本。创新会员服务模式是中国建设工程造价管理协会以及各省级协会（专委会）的核心工作。一是坚决落实中央部署，确保改革政策落地见效。协会脱钩是中央部署的方针政策，必须不折不扣地贯彻好。这一重大改革使得协会的社会组织属性和定位愈加清晰、明确，对协会的服务能力和标准提出了更高的要求。各级工程造价行业协会要敏锐意识到协会发展面临的新形势，及时调整发展思路，真正俯下身子，撸起袖子，增强服务群众意识，提高服务工作水平。二是紧跟时代步伐，适应国家新要求。根据国务院以及民政部、财政部等有关要求，及时修改协会章程和会员管理办法、会费标准，对会员的分级和会费结构进一步优化，减轻企业负担。三是坚持共赢理念，树立“一盘棋”意识。一方面各级协会要鼓舞信心，积极寻求适合本地区、本行业发展会员的有效途径；另一方面要以合作共赢为目标，充分调动各方积极性，共同做好会员的发展与服务工作。四是加强调查研究，把握会员高层次诉求。当前，国内外环境都处于深刻复杂变化之中，新情况新问题层出不穷，各地区、各行业、各企业新做法新经验不断涌现，需要我们不断加以认识、认真总结。五是增强服务意识，丰富会员活动。搭建业务交流平台，举办各层次的高层论坛，探索工程造价咨询企业在新时代、新理念、新模式下向全过程、BIM新技术应用等业务路径拓展。举办工程造价专题高端培训班、研讨会、座谈会等多

种形式的交流活动，提高工程造价专业人才的执业水平和管理理念。

2. 加强行业自律，推进诚信体系建设

规范企业经营和个人执业行为，加强行业自律和诚信体系建设，是新时代赋予社会组织的重要职责，是维护市场竞争秩序的重要手段，是提高协会公信力和影响力的有效途径。一是健全自律公约和职业道德准则，加大宣传教育力度。中国建设工程造价管理协会与地方协会建立奖惩信息共享的联动自律制度，灌输知法、懂法、守法、畏法的法律意识，构建守信联合激励和失信联合惩戒协同机制。及时了解各地区或各行业的自律现状和问题，引导地方协会积极开展行业自律工作，为反映行业诉求疏通渠道。加强对从业行为的事中事后监管，规范企业、个人执业行为和市场竞争秩序，针对行业反映较多的执业行为、成果质量、纠纷鉴定、合同管理等争议问题，及时组织人员帮助疏通解决，以维护行业健康的市场秩序。二是做好信用体系建设，夯实行业发展的基础。信用评价工作是提升行业社会影响力和美誉度的重要抓手和着力点，造价咨询行业的信用评价工作起步较晚，相关指标体系尚待进一步优化，系统开发工作需加快进行。加快工程造价咨询诚信体系建设，建设一套以信用为核心的体系完备、信用评价内容结构合理、相关指标权重配置恰当、信用分级科学的行业信用评价系统，既是行业发展的内在需求，也是社会对造价咨询业的紧迫需要。目前信用评价已覆盖全国29个省份，2400余家工程造价咨询企业取得了中国建设工程造价管理协会信用等级，信用评价结果已经在政府和国有投资项目咨询服务招标采购中广泛采信。

3. 发挥引领作用，助推行业发展

持续加大行业转型发展的研究投入，发挥行业引领作用，创新拓展协



会业务，为企业向高质量发展探索路径，推动转型升级。一是坚持政策引领，当好参谋助手。积极参与住房和城乡建设主管部门的工程造价管理改革，结合新型社会组织的职能定位，向行业政策制定部门提供服务、反映行业和会员诉求。同时，及时把握行业发展动态和方向，为协会及时部署下一步工作提供指导。二是坚持理论引领，夯实技术基础。政府行业管理部门因财政预算所限，研究经费相对困难。协会人才资源丰富，研究经费充足且灵活自主。但现阶段对未来预测研判、前瞻性研究、热点难点研究较少，基础性理论研究更少，不利于全行业的可持续发展。因此，造价协会应加大行业转型发展战略研究，以理论研究成果更好地指导工作实践，这项工作具有非常重要的战略意义。三是坚持人才引领，提高行业素质。坚持“以专业教育为基础、以职业教育为核心、以高端培训为引领”的理念，实行分层次人才培养，逐步形成

阶梯人才队伍，为行业的健康发展持续造血。加强对高等院校工程造价专业教学引导，推动“产学研”结合，为企业优选实操型人才搭建平台。推进继续教育培训模式改革，丰富造价工程师继续教育形式和内容。重视专业培训，紧跟行业热点和政策，培养行业领军型人才。

4. 拓展行业发展空间，推动行业高质量发展

不断拓展工程造价行业服务空间，创新服务形式和内容，拓宽服务主体，是协会的职责所在，也是行业可持续发展的源泉。一是推广全过程工程咨询服务，促进转型发展。全过程工程咨询是国际工程承包市场通行的行业惯例，如何结合我国现有建设管理法律法规和工程咨询市场发育现状推进全过程工程咨询改革，是协会工作的重大课题。引导工程造价咨询企业向全过程工程咨询业务拓展，组织开展全过程工程咨询相关专题研究、调研，探

索工程造价咨询企业开展全过程咨询业务的技术路径。在此基础上，充分利用论坛、研讨会、培训班等多个平台，引导企业向全过程工程咨询业务拓展，培养企业参与全过程工程咨询的业务能力。二是推进工程造价纠纷调解工作，向司法领域拓展业务范围。造价行业协会在纠纷调解活动中具有基础性和专业性优势。协会应积极介入工程造价纠纷调解工作，规范工程造价纠纷鉴定和仲裁咨询行为，逐步开展相关纠纷调解业务，维护建设市场稳定。积极参与司法部门工程造价纠纷调解相关制度研究，加强同人民法院、仲裁委的沟通合作，助推多元化造价纠纷解决机制改革。三是利用好国际组织平台，积极参与国际事务管理。随着我国“一带一路”倡议的不断推进，国内更多的资金和产能会进入国际市场，为中国工程建设标准和中国工程咨询服务“走出去”提供广阔空间，需要行业协会针对国际性代表企业进行对标研



究和分析，帮助工程造价咨询企业更好地了解与适应国际市场，加速培育工程造价咨询企业的国际化视野和核心竞争能力。中国建设工程造价管理协会经外交部批准正式加入了国际造价工程联合会（ICEC）和亚太工料测量师协会（PAQS），不仅主动参与国际事务管理，积极参与国际规则及标准的制定，与多国建立双边合作关系，还多次成功举办或参与国际性年会，建立与各成员国组织更加紧密的联系和沟通渠道，为工程造价咨询企业和造价工程师搭建了国际工程咨询行业交流平台。

5. 激发内生动力，保障高效运转

打造一支立场坚定、素质过硬、能力突出、作风优良的队伍，需要健全的规章制度和完善的组织结构，这是协会维持有效运转的基础，更是为各方做好优质服务的保障。一是完善组织管理体系建设。以章程为纲领，坚持民主办会，按照现代社会组织制度要求，坚持会员代表大会制度，充

分发挥理事会和常务理事会的治理作用。建立健全决策机制，完善法人治理结构和治理机制，建立监事会制度，健全财务监督机制，构建权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间的监督制衡体系。二是健全规章制度。各级协会要结合本地区本行业特点，建立内控管理体系，以强化管理、落实责任为重点，制定人事劳资、财务管理、资产管理、考勤考核等重要规章制度，进一步约束和规范内部管理工作，避免岗位风险发生，形成按制度办事、靠制度管人的工作推进机制。三是加强秘书处自身建设。完善各级协会秘书处的部门设置，使部门职责更加清晰，运转也更加高效。健全工作制度与激励机制，保证各项工作有章可循、有律可依、规范运行。加强秘书处人才培养，使各岗位人才适应职业化发展要求，提升秘书处会员、外事、财务等综合服务能力。四是加强基层党组织建设。按照各级党委的要求，建立健全党建工作制度，为充

分发挥党委（支部）作用提供有效保障。加强对党员的日常教育、管理和监督。定期召开组织生活会、民主评议等党员活动，健全党的组织生活，严格党员管理。开展丰富多彩的主题党建活动和党日活动，让广大党员干部学懂弄通习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，加深对行业的深刻认识，切实增强党员干部的历史责任感和使命感，增强党组织的凝聚力。五是践行社会责任。各级造价协会应当主动承担社会责任，在提升组织力、号召力、引导力的同时，为脱贫攻坚战提供保障。要提升服务社会意识，落实中央精准扶贫政策，充分发挥工程造价行业和专业优势，积极参与各级政府和各类社会组织举办的各类公益活动，加大在教育扶贫、产业扶贫等方面对贫困地区的帮扶力度。✉

（本文供图 / 中国建设工程造价管理协会）

5G 时代 中国公共关系行业面临新使命



赵大力

中国国际公共关系协会
常务副会长兼秘书长

今年是中华人民共和国成立 70 周年。对中国公共关系行业来说，这既是庆祝祖国 70 周年的喜悦时刻，更是一个面临新使命、迎接新挑战的重要时刻。

中国公共关系行业是一个年轻的行业。从 1984 年伟达公司在中国设立办事处算起，也不过 35 年。30 多年里，中国公共关系行业从无到有、由小到大，已经逐步成为一个成熟、发展快速的行业。据我们协会 2018 年的行业调查显示，中国公共关系行业的营收已经达到了 627 亿元人民币，成为仅次于美国市场的全球第二大公共关系市场。公共关系行业为树立企业品牌、促进社会创新、引导社会责任、确立诚实品牌、传播国家形象作出了自己独特的贡献。随着时代的发展，公共关系行业内外也在发生诸多变革，其中内容营销更值得广泛认可。内容营销已经成为企业传播的核心要素之一，视频、直播、人工智能、区块链等移动互联技术在内容衍生方面的应用已经成为主流趋势，IP 越来越成为现象级内容营销概念。

同时社会化媒体也在不断地发展进步，5G 时代即将来临，市场对内容的质量和速度的要求也会越来越高。如何创造优质的内容，并快速精准地触达消费者并得到相应传播效果，已成为企业重要的传播课题。

企业对创造和传播优质内容的需求在不断增加，为公共关系行业的发展提供了新的契机。我们以视频内容为例，如今视频受到了越来越多人的关注、重视和喜爱，市场上的视频越来越多，内容也越来越丰富，甚至可以说，未来可能就是视频内容的时代。但我们也发现，视频优质内容有待于深入、细致、专业的开发，还有较大的提升空间。公关公司如何利用自身的优势，通过更加科学的技术方法，创造出更多优质的内容，并在已有的公共关系传播策略和方法的基础上进行创新，已经成为公共关系行业需要共同探讨和实践的话题。

在内容营销工作中，公关公司也没有忽视技术的重要性，通过利用大数据的算法，为客户提供整体的解决方案。事实证明，创造并传播优质内容，不仅可以在短时间内引起消费者的关注和互动，而且可以不断扩大传播的广度和深度，从而进一步提高产品的销量，塑造出良好的品牌形象。

因此可以看到，公关公司在内容营销的工作中的优势越来越凸显，不外乎是以下几个原因：首先，一直以来公共关系行业都是以策略和优质的内容取胜。在帮助用户传播的过程中，公关公司通过自身的媒

体资源、人才资源等优势，有能力并且尽可能结合用户的发展特点，创造出丰富且优质的内容，并利用技术准确找到目标消费者以及选择合适的渠道进行广泛传播。其次，当下越来越多的公关公司紧跟行业的发展趋势，意识到内容营销的重要性，也加大了对内容营销业务的投入。在内容创造的过程中，将传统的新闻稿件、行业发布、事件营销等内容，以更加多样化的方式进行表达，并在文字的基础上加之图片、视频等丰富元素，从而满足用户的传播需求。第三，时代在飞速地发展和变化，只有优质的内容才能够经得起时间和环境的考验。公共关系行业应该更加关注内容营销，深入洞察目标消费的心理和需求，讲好有吸引力的品牌故事。通过传播与消费者形成互动，最终帮助用户品牌提升影响力。

因此可以说，在未来，内容营销的重要和实际应用将会拓宽公关公司的发展空间，善用内容营销的公司可以在满足用户需求的基础上，塑造出良好的业界口碑，增强自身的竞争力，并进一步助推公共关系行业的整体发展。

（本文供图 / 中国国际公共关系协会）



知识交换对协会的益处

作者：马丁·博伊尔（Martin Boyle）

知识交换，或知识共享，是我们今天在私有和公共产业集群中听到的一个术语，也是从众多利益相关者那里听到的一个术语。人们的共识似乎是，如果执行得当，它可以产生深远的有益成果，包括有形和无形的成果。然而，知识产权、隐私问题、品牌忠诚度、客户和会员获取，似乎都在与许多协会和非政府组织实践的利他主义理念——为了更大的利益共享知识——作斗争。

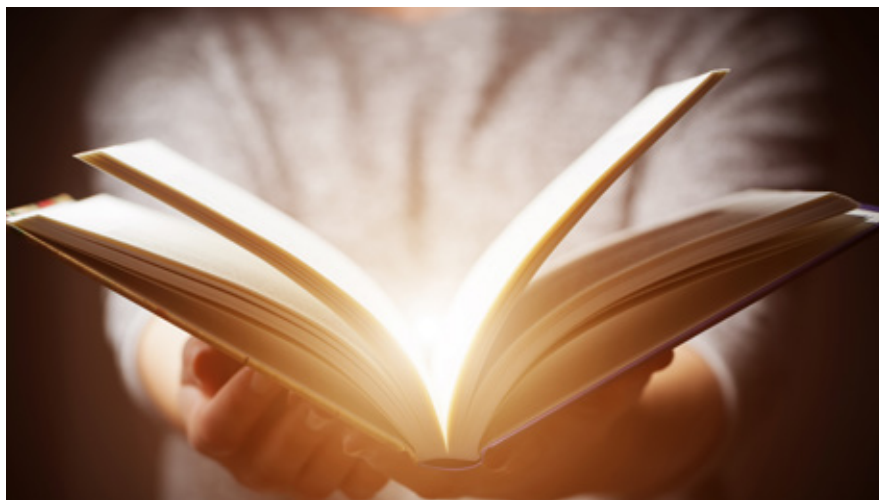
大多数非营利组织都面临一个相似的挑战：试图用贫乏的资源解决大问题。那么，知识交流对这些协会组织的活动、会议和代表大会有何益处呢？

城市 and 知识共享

各类活动和协会代表大会在创造收入和支持资源方面发挥着关键作用，同时为它们各自的会员活动提供急需的收入。通过分享知识的策略，为一项活动或大会赢得成功的结果，这对许多人都必不可少，但对于活动涉及的各方参与者来说，这反而可能会成为一个挑战。

成功举办任何规模的活动或大会的一个关键因素，是明智而有策略地选择主办地点和城市。这对非营利组织的总体目标至关重要。它可以直接影响参会人员、赞助商和参展商的出席和参与。因此，各协会必须在有意主办此类活动的地区和城市中有选择性。

各城市都意识到了这一点。因此，在申办举行一项活动或大会时，它们之间的知识交流对非营利机构和城市及其利益相关者都具有巨大的价



值。分享一个活动或大会的相关数据，例如面积、参会代表数量、持续时间和经济影响价值等，这并不是一件新鲜事。世界各地的城市和会议局多年来一直在交换这类数据，要么彼此直接交换，要么通过它们作为国际大会和会议协会（ICCA）或国际协会联盟（UIA）等组织成员及其各自的数据库平台交换。其中的数据类型很重要，因为它有助于通过提供相关统计信息来限定特定事件的潜在大小。

但是，在两个或两个以上会展局之间信息交流最重要的部分并不是数据，而是其他无形、软性的信息。无论是现在或之前的会展局主办方，或者未来投标的会展局，我们已经开始在更深层次的信息交换方面有了更多的体会，包括投标的流程，相关非营利组织的组织架构、决策过程、预算考量和对承办城市提供支持的预期等。当有许多会展局共同参与同一个项目的投标时，这种类型的信息交换会成为有竞争力的优势所在。当然，只有当会展局愿意公开相关信息，并与有

竞争关系的会展局分享信息时，这样的情况才有可能发生。

非营利组织必须要分享信息

当一项活动或大会要落地执行时，非营利组织通常碍于有限的人力资源和专业能力，需要依赖第三方外包专业人士如活动代理机构或专业会议组织者代表他们执行相关活动。若要想成功合作，甚至希望这样的合作持续数年，就必须基于对合作双方目标的深刻理解和共识，还要公开透明地共享相关知识、信息和技术。

因此，为确保创建一个简洁明了和通力协作的活动策略，并能提前很好地达成一致，至关重要是非营利组织要能够共享和交换一些特定信息，包括会员信息、公司合作协议、潜在的投资和对选定专业会议组织者的资助项目等。专业会议组织者和非营利组织应该被视为推进活动执行的合作伙伴，必须在保护隐私和知识产权的同时就交换此类信息的方式达成一致。

有趣的是，当人们考虑到知识共享与众多专业会议组织者的协作关系时，当有效地实施知识共享时，当相关方具有明确的角色和职责时，知识共享可以成为一个强大的策略。近期，国际妇产科联合会 (FICO) 为了组织在澳大利亚悉尼举行的第二十三届世界大会，面试了很多专业会议组织者。两家国际专业大会组织者协会 (IAPCO) 的专业会议组织者，国际会议服务 (International Conference Services) 和会议公司 (The Conference Company) 达成了一个战略合作协议，目的是共享他们对大会管理的知识和在世界各地举办类似大会的经验。合作的结果就是，它们赢得了国际妇产科联合会 2021 年悉尼大会的合同。

为了更大的利益而分享

最后，或许也是最重要的考量是：为了认识到知识交流对非营利组织的重要性，我们只需要看看这个活动或大会本身。作为非营利组织成员参与计划中的一项关键活动或组织一个会议或大会的目的，在于识别、推广和促进知识交流的机会。这样的例子比比皆是，在活动中，两家研究机构，科学家或研究者之间都可以获得积极的反馈。让他们每个人都有机会分享初步的研究成果，然后同意就进一步的交流进行合作。在许多情况下，挽救生命的疫苗、康复技术和其他变革成果相继面世。

最近的政治转向是，一些地区更

加关注民族主义，这可能威胁到国际知识交流等机会。为了确保各方之间的相关知识信息能够继续发展，也为了各方能获得更大的合作共赢，非营利组织必须继续推动开放其成员、合作伙伴、主办城市和服务提供者之间的知识交流的机会。

简单地说，任何团队要成长和成功，就必须把统一的声音、明确的使命和互利的合作与知识交流环境结合起来。✉

(本文由国际专业大会组织者协会 IAPCO 提供，作者系 IAPCO 首席执行官)



协会如何吸引年青一代

作者：帕特里齐亚·塞布尔比·布翁焦尔诺（Patrizia Semprebene Buongiorno）

随着千禧一代进入市场，协会必须越来越多地为年青一代着想，并采取行动，为他们带来价值。例如，协会大会就是一个很好的推广时机。

但是，仅仅靠增加年轻专业人员的人数是不够的，而且这甚至不应被视为一个目标。协会所面临的挑战是使年青一代积极参与协会的日常运营，让他们承担直接责任；为他们创造担任志愿者的机会，用他们的声调发言并满足他们的具体需要。

吸引年青一代的方法有多种，下面是一些从最近的活动中获得的最佳实践案例。

第一个例子涉及最高级别的协会领导人，他们负责作出决定。例如，你可以在执行委员会同等级别创建一个“平行的年轻委员会”，在执行委员会中有一名代表，支持大会组织，重点关注年青一代的需求。

社交大使和沟通倍增器

千禧一代在年龄不大时就有智能手机在手，所以如果你在社交媒体上和他們保持一致的交流，你就能吸引他们。最好是讲故事，例如，为什么协会可以帮助他们的专业发展。这是一个很好的沟通方式。

此外，年轻代表可以作为社交大使参与进来，并在整个大会期间贡献力量，例如在社交媒体上发布、分享内容和视频。年轻的社交媒体大使在寻找合适的行动来吸引年青一代时可以发挥关键作用，因为他们被认为是自发的、值得信赖的，并且渴望分享自己的个人经历。大使们不使用标准化的语言，但他们谈论参加的活动或事件，并根据他们自己的经验进行过滤，为这种方式产生的“内



容”添加了更具体的特征。

此外，在大会或其他活动中担任志愿大使的年轻专业人士，会把协会视为一个考虑他们自身兴趣和利益的机构，从而培养更强的归属感，并很容易成为协会本身的大使。

专门会议和人际网络

与人会面、交换意见、分享意见，总是人们在会议结束后带回家的积极体验中最重要的事情。是的，这对每个人都很重要，但那些年轻人并不总是能意识到这一点。他们参加会议或参加协会活动，主要是为了更新自己的知识。当然，这是协会的主要目标之一，但人际网络也很重要，年轻代表有时需要获得帮助来建立这些人脉。

例如，年轻代表和行业领袖之间

的快速约谈等专门会议，是建立富有成效联系的有力方式。或者，由于年轻人有他们自己的特殊需求和经验来分享，为这个年龄段组织专门的会议也很有用。你可以组织一个“青年之夜”，或者提供专门的大师课程或实践课程，让资深专家与一群年轻与会者公开互动；你也可以安排类似的会议，比如在休息区与资深专家进行 15 分钟的非正式交谈。

高科技和鼓舞人心的空间

年轻的用户已经习惯了 24 小时不间断地从所有设备上访问网络内容，他们喜欢体验新技术。重要的是要为协会或大会的网站和应用程序提供丰富的内容和功能、易于下载的 PowerPoint 演示文稿、与资深成员和演讲者互动的能力，以便他们能够



在线分享想法、建立网络并给出个人反馈。此外，包括虚拟现实、混合技术、可穿戴设备、机器人、人工智能或蓝牙在内的新学习模式可以帮助吸引年轻代表的注意力。

与此同时，那些不喜欢等级制度，喜欢自由参与和合作的年轻代表们，不喜欢传统的桌面、讲台，也不喜欢演讲者与观众保持一定距离的死板设置。不同寻常的地点或布置，如提供圆形房间、协作式酒吧营地、设备齐全的休息室，都可以促进人们的参与。

另一种让年轻人可见的有效方法是认可他们的研究。为40岁以下或35岁以下人士而设的特别奖项，可用于表扬杰出的演讲或论文。你也可以举办一个比赛，通过全面赞助挑选最有才华的年轻专业人士，并让他们有机会参加协会的年会。这将给他们很大的动力和积极的竞争意识。



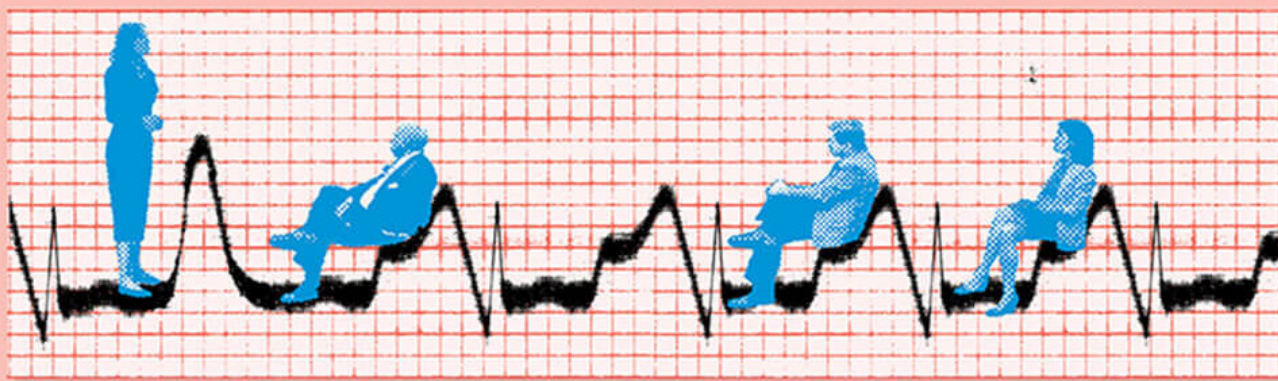
与学校、大学和高等教育机构保持联系也很重要。设立“教育周”，专门针对某个特定主题或更有趣的活动，如模拟、动手实践和黑客马拉松，以激活年青一代强大的学习能力。这将有助于协会在这一代人得到行业的第一份工作之前，深入了解他们的教育之路。每个协会必

须找到最好的动议来吸引年轻的参与者。如果成功，协会将培养新一代的参与，而新一代又将反过来保证组织未来的成功。✉

（本文由国际专业会议组织者协会 IAPCO 提供，作者系 AIM 国际集团副总裁）

人们对医疗协会会议预期的变化

作者：芭芭拉·帕尔默（Barbara Palmer）



作为医学博士和医学未来研究测试的专家，贝尔塔兰·梅斯科（Bertalan Meskó）参加了数百个有关医学和卫生保健的协会会议和活动。常住匈牙利布达佩斯的梅斯科说，他每次来的时候，总是希望“能参与一场充满活力的对话，并就实现医学的未来提出自己的见解”。但大多数活动结果都是“满是无聊的演讲，站在满是要点的PPT前，听起来感觉和20年前的演讲一样”。

但是，如果医学会议趋向于保持不变，那么它们周围的地基就会开始震动。梅斯科说，医学本身以前也经历过技术变革，但现在的情况不同了。梅斯科还拥有基因组学博士学位，以“医学未来学家”的身份写作和发言。



Bertalan Meskó
贝尔塔兰·梅斯科

梅斯科预测，随着包括人工智能、虚拟现实和增强现实、3D打印、可穿戴设备和远程医疗在内的数字技术的崛起，整个医疗体系以及患者和医生的角色都将“从根本上改变现状”。

“所有的医学都在改变”

丹尼斯·西尔伯（Denise Silber）出生于美国，但大部分时间都在欧洲工作。她是巴黎一家数字健康传播咨询公司巴兹尔策略（Basil Strategies）的创始人兼总裁。西尔伯的客户包括专业机构、制药和设备行业、科技公司和初创企业、医院和政府机构。她创立了“医生2.0和你”（Doctors 2.0. & YOU），这是一个国际数字健康大会，专注于把病人

和病人的观点带入医疗协会会议。

当我们在电话中谈论医疗协会如何从战略上思考未来的医疗会议时，西尔伯在信手涂鸦。她说，在一系列同心圆的中心画着医生的靶心，这些同心圆代表着他们周围正在发生变化的所有事情。其中，她列举了多学科合作的需求、基因组学的兴起以及通过修改基因治愈疾病的潜力，以及技术正在模糊医疗设备、药物和外科之间的界限。“然后你就会发现，人们不再需要通过听讲座来学习。”西尔伯说，“也不再想通过听讲座来学习。”

事实上，她在一次会议上指出，与会者被成千上万的人和成千上万的论文所包围，充斥着他们当场无法吸收的大量信息。此外，现场直播的会议和社交媒体可以捕捉到很多正在发生的事情，会议内容——论文、ppt、pdf 文件、视频——都可以在会议结束后在线观看。西尔伯说：“所有的医学都在改变，社会也在改变，到某个地方去发现某些东西的需求已经消失了。”“看起来你真的需要重新思考你的价值主张。”



Denise Silber
丹尼斯·西尔伯



Don Neal
唐·尼尔

唐·尼尔 (Don Neal) 表示同意。“医学会议和科学事件存在的许多原因正在发生巨大的变化。”华盛顿特区 360 Live Media 创始人兼首席执行官尼尔说。360 Live Media 的客户包括医疗协会。“你不必再参加现场会议来获得继续医学教育 (CME)，这是许多医学会议举办的主要原因。我认为，芝加哥商品交易所的质量、可及性和普遍性比以往任何时候都更为普遍。”

这种技术驱动的创新并不是医疗协会会议变革的唯一驱动力。在一项调查中，超过 6% 的受访者表示，他们认为特朗普政府提出的旅行禁令导致了人们对美国旅游的负面看法，而 34% 的人表示，他们可以把禁令与国际注册人数下降联系起来。美国国家旅游局和美国商务部发布的数据显示，2017 年上半年，美国国际游客数量同比下降近 4%。

此外，付费授权的变化，包括《欧洲医学技术伦理商业实践守则》(MedTech Europe Code of Ethical Business Practice) 规定的

那些变化，“将对国际旅行产生巨大影响”。尼尔说。尼尔的一个医疗协会客户预计，今年参加国际会议的人数将减少 50%。

除了所有这些复杂因素外，传统会议还面临着另一个威胁。风险投资基金 Rock Health 的数据显示，2017 年上半年，数字医疗领域的投资出现爆炸式增长——在美国超过 35 亿美元——推动了新的活动和新的赞助资金竞争。由医疗会议及参展商协会 (HCEA) 和品牌体验服务机构 FreemanXP 共同发布的白皮书《医疗健康活动不断变化的前景：新观众、新机会》(The Changing Landscape of Health-Care Events: New Audiences, New Opportunities) 提到，医疗健康领域的活动策划者需要与时俱进、跟上前沿技术，否则就会面临失去观众份额的风险。“这些新企业中，许多都在避开传统的协会会议和贸易展会。”

HLTH 和保健

尼尔特别提到了一个新的会议——健康创新峰会 (HLTH)，有 2000 多名与会者和 350 多名初创企业和企业创始人参加。360 Live Media 并没有以任何方式参与 HLTH，但尼尔认为该项目是“一个颠覆性的局外人，带着完全不同的目标——利润——进入这个领域”，这将为与会者提供“一个独特的、完全不同的平台”。

HLTH 的创始人是乔纳森·韦纳 (Jonathan Weiner)，他之前创办了金融技术会议 Money20/20 和 Shoptalk，后者围绕零售和电子商务创新组织活动。尼尔说，这三个会议之间的桥梁是技术，并将其与创新和资金相结合。尼尔说，Money 20/20 项目吸引了风险投资家、投资者和私募股权基金，与会者包括“很多寻求资金的人，以及金融服务业的很多人，



他们只是想在那里搞清楚到底发生了什么”。

在执行过程中，Money20/20 与传统的活动并没有太大的不同，除了常规会议和突发事件，还有一个贸易展。“它更酷，更切中主题，更神气，但在很多方面都很传统。”尼尔说。但他们召集的观众在5年内从零增长到了一万。它成长得非常非常快。通过创造一个有吸引力的非传统活动，将资金、技术、投资者和初创企业聚集在一起，他们所做的一切为这个行业的其他参与者创造了一种吸引力。

尼尔正在认真考虑 HLTH 争夺收入的能力。他的公司每周都会与医疗会议的参展商和赞助商进行焦点小组讨论。“他们有固定的预算，他们有无穷无尽的选择。”尼尔说，“我认为 HLTH 就是一个很好的例子。传统公司一旦他们看到创业公司、医生和研究人员最终有他们想要的东西，他们将开始以不同的方式分配资金，这可能会损害传统协会和社群。”

从 3C 到 3I

这是否意味着医疗协会会议陷入

危机？当然，这些展会的出席率和收入差异很大，许多展会都报告了强劲的代表人数和售罄的展览场地。但“很多会议的收入和面积都在下降。”尼尔说。“我还不知道这是不是一场危机，但它正处于危机的边缘。如今我们业务的最大组成部分是医学和科学协会和社团，因为它们都面临着非常相似的痛苦。我认为这是个好消息，但我不认为有太多时间可以浪费。”

乐观的一个原因是，协会的优势与卫生保健专业人员之间更好的合作和沟通的需要相一致——这是医学教育和临床环境中一个日益增长的趋势。尼尔说：“医生、研究人员和其他人聚在一起的真正原因是为了合作——他们在解决复杂的医疗问题时需要进行有目的的讨论和邻接。”“医疗协会会议组织者所拥有的最大资产和防御能力，就是他们与会员和观众之间的关系。”

尼尔说，为了利用这种优势，会议需要“在设计活动时更有意识地做得更好”。“他们需要创造更多的亲密感和联系，从我所说的房东变成馆长和主人。”他补充说，许多医疗机构已经在这么做了，“但这是一种不同的心态，不像举办一场大型活动，希望参

加活动的人能想出如何在其中导航，如何以一种更私人、更亲密的方式联系和体验活动。”

协会在帮助建立联系方面处于特别有利的地位。尼尔说：“协会非常了解其成员——他们在哪里工作，他们做什么，他们关心什么，他们参加过多少次会议。”但“他们并不是用这种方式来创造一种我认为会受到欢迎的亲密关系——不是以一种侵犯隐私的方式，而是以一种真正有价值的方式。”

旧的活动模式是基于三个 C：教育内容、商业贸易展和社区。尼尔说：“我的建议是从‘三个 C’过渡到‘三个 I’：亲密、意向性和洞察力。”“医疗协会有一群忠实的观众，他们希望获得一种更有目的性的体验，并以一种更有目的性的方式与他们关心的人建立联系。他们在寻找更亲密的关系，而不是大规模的大型商业活动。”

这并不是说大型活动不可能成功。

“你不必为了亲密而变得娇小。你可以很大，但仍然很亲密，”尼尔说。

“在身体上，你可以通过创造更小的空间来让活动变得亲密。这似乎是显而易见的，但这还不够。我不是说只有休息室（人们可以聚集的地方），我的意思是，实际上创造了数百个机会，与座位、隔板和协会负担得起的东西建立亲密的联系。”

比如，美国皮肤病学会（AAD）的年会就有近2万名与会者，其9000平方米的展览场地通常每年都会售罄。但现在，许多参会者不再像以前那样只是排队领取产品样品，而是通过规模更小、更亲密的团体聚会和演示与参展商互动。学会负责人摩西说：“参展商提供复杂的、互动的、引人入胜的学习体验，重点是增加与与会者的互动。”

美国皮肤病学会还举办了专题会议，让患者分享他们的就诊经历，以

及对他们的医疗条件和治疗的反馈。摩西说，这些会议非常受欢迎，“因为它们给医生带来了一种更真实的感觉，从而带来了更丰富的会议体验”。

同样，梅斯科表示，虚拟现实和增强现实在日常生活中的发展将提高演讲者的门槛，并为他们提供包含更吸引人的内容的机会。除了增加身临其境的细节，虚拟现实和增强现实还可以帮助与会者可视化和理解难以理解的想法。“这在医疗保健中尤其重要。”梅斯科说，“有时指出人体的某个特定区域比描述它更容易。”

在温哥华举行的TED2017大会上，斯坦福大学神经科学教授罗伯特·萨波斯基（Robert Sapolsky）博士在演示软件公司Prezi旧金山办公室发表了演讲。这是第一次公开使用Prezi A.R.，并将插图、照片等图形集成到视频中。去年，洛杉矶Cedars-Sinai医院的健康研究主任布伦南·斯皮格尔（Brennan Spiegel）博士进行了被认为是第一个“混合现实”的CME讲座，斯皮格尔在虚拟现实中来走去，通过幻灯片和参与讨论，

与另一个坐在观众面前舞台上的同事进行互动。斯皮格尔在谈到这次讲座时说：“我相信，这将是芝加哥商业交易所（CME）现场讲座的未来。”“虚拟现实技术将打破教师和学习者之间的障碍。”

梅斯科说，增强现实和虚拟现实设备可以极大地扩大活动范围。“通过让参与者与来自全球的专家和虚拟参与者保持联系，提高对话、合作和产生的想法的质量。”

会议组织者与观众建立更亲密关系的另一种方式是什么？是用更真实的声音说话。尼尔说：“大多数贸易展和医学会议都非常枯燥无味，非常临床化。我不认为他们用一个声音说话是真实和亲密的。相比之下，HLTH和Money 20/20等会议的营销真的很前卫、有趣、古怪、简单、与众不同。”他说，“这不是贸易展或会议营销，而是面向消费者的营销。你们可以在交流中保持亲密。”

未来必须做出改变

HLTH创始人表示，该公司将举办一场“大型初创企业推介比赛”（big

startup pitch contest）和黑客松（hackathon）项目，将世界上最优秀的开发人员聚集在一起，进行合作和资金竞争。“这是HLTH发生的一个核心原因。”尼尔说。许多协会会议都把黑客松和演讲盛宴加到了议程中，但“它往往像是一个附属物，或者是某个区域的一个实验，或者是他们把脚趾伸进水里的小区域。我认为，当世界已经转移到这个新地方时，协会正在涉猎这个领域。所以我想说的是，在会议上必须改变的是结构基础，而不仅仅是重新安排各个部分。我认为最大的威胁是渐进主义。”

当然，看不到离我们最近的破坏是人类的天性。“我说，组织里的人只有两个原因之一会改变：灵感或绝望。所以，我们中的大多数人不会因为受到鼓舞而改变，我们改变是因为出了问题或坏了。会议出勤率和收入的下降可能是一个警钟，迫使许多组织挠头说，我不知道怎么回事。”尼尔说。

（本文/文图由专业会议管理协会PCMA提供）



相互联系的协会世界

——第七届印度协会大会（IAC）纪实

作者：姚红

今年8月23日至24日，第七届印度协会大会（IAC）在印度德里古尔冈艾美酒店举行，为整个印度社会带来行业的声音和经济的走向以及更美好的未来。

两天时间里，来自印度全国近300家协会和商会决策者参加了大会。印度协会大会是一项年度活动。它是印度和海外协会领导人聚集，以国际视角讨论国家的机遇和挑战的固定平台。作者受邀代表中国商协会大会组委会观摩了第七届印度协会大会。

每一年的印度协会大会，都在为建立一个强大的协会管理专业社群而努力，共同探索协会管理的最佳实践并分享他们的想法，以提高每个行业协会的管理水平。80%的行业教育是通过协会提供给行业企业的。印度协会大会是协会领导者提高其专业管理能力的地方。

印度协会大会是来自印度不同行业的协会领导者和支持者的合作平台，他们为本次会议的成功提供支持并作出巨大贡献。印度协会大会是协会领导者会面和联络的绝佳机会。每年都会认真准备行业关注的主题，以吸引顶级行业领导者的注意力，并邀请他们参与重要的讨论，分享见解和观念。

印度协会大会致力于为印度协会搭建知识共享平台，并建立一个强大的协会社群。第七届印度协会大会的主题是“相互联系的协会世界”，大会来宾就主题和与主题相关的各种话题进行了讨论。

印度协会大会致力于探索协会的最



佳实践，分享协会管理的想法和观点，为即将加入协会管理的专业人士提供学习机会，并接受各种受人尊敬的国内和国际行业专家的培训。

72%的参会代表都是协会的决策人，截至第七届印度协会大会，已有1435位协会专业管理者参加了大会及培训。

随着各国和地区经济越来越开放，协会越来越需要联系和整合，行业拥有的繁荣、发展和稳定的机会越多。第七届印度协会大会不仅讨论了保护主义政策面临的问题，还分享了协会如何利用其优势，建立全球联盟并克服障碍的最佳实践。“相互联系的协会世界”是世界的需要，因为到2022年世界人口将达到80亿，未来企业将稳步扩展到印度、非洲和中国市场，这几乎占世界人口的70%。如果协会没有认识到这一点，往往会错过了全球推广认证、标准、证书、培训和发展市场的机会。

数字时代的全球化为人们和企业提供了全新的机会。今天，人们比以往任何时候都更容易、更快地获取来自世界各地的新想法，行业受益于突破性的创新，并乘坐全球信息高速公路。第七届印度协会大会邀请了来自不同领域的顶尖专家演讲，印度协会大会的成功也离不开他们的支持。

协会未来的发展是非常光明的，因为协会有能力制定战略计划，因为无论将来世界如何，人们仍然会有共同的利益和挑战，仍然需要并希望培养与协会的联系，提升自己的技能。协会代表他们所处的行业和专业，倡导更好的行业发展政策。事实上，协会为所有行业的发展活动提供了一个家。

第七届印度协会大会议题有以下五个。

1. 利益冲突与专业医学协会

印度专业医学协会（PMA）在医疗保健系统中发挥着关键作用，代表医疗专业行业。其中，印度医学协会（IMA）

拥有 3 万名会员，印度妇产科学联合会（FOGSI）拥有 3.6 万名会员，印度牙科协会（IDA）拥有超过 7.5 万名会员。印度专业医学协会为会员提供医学教育，并对医学教育进行监督和指导。它还出版有影响力的医学期刊。印度专业医学协会还负责代表其会员的经济利益，并且向政府提出改革建议，并努力制定其他影响医疗保健的政策。这些角色的敏感性要求印度专业医学协会通过避免追逐不当商业利益，来保持高度的学术独立性和科学完整性。

2. 协会与政府之间的沟通

协会参与政府的宣传和政策制定，需要与政府密切合作。协会及其利益相关者和政府也应该在相互的合作上保持透明。为了参与政府的公共政策，协会的组织政策应该到位。协会的组织政策为协会高管提供指导，代表协会可以做什么和不可以做什么，并为如何确定和传播组织的立场创建一个透明的流程。

3. 数据对于协会创新至关重要

数据是全球经济的新资本，随着协会寻求新的增长点、更强的业绩和更有意义的成员参与，利用数据的需求不断增加。随着协会不断寻找新的和更好的方式为其成员服务，数据正在成为创新引擎的燃料。强大的数据战略和基础可以直接带来新的活动收入、个性化的活动和学习体验以及更深入的会员参与。数据驱动的经济比我们意识到的更广泛，并且正在发挥巨大的影响力。

4. 合作不是保护主义

保护主义是指通过设置不同类型的贸易壁垒，施加监管限制，来保护国家国内产业免受外国竞争的做法。从长远来看，这实际上破坏了经济的发展。长期以来，全球合作促进共同发展的必要性是国际社会的共识。这使得所有希望维持多边国际商业体系的国家绝对有必要在很大程度上合理地进行合作。从今天的角度来看，进步的国家协会都需要集中

精力进入全球市场，每个人都可以处于双赢局面。

5. 跨文化关注

在当今竞争日益激烈的商业环境中，为了获得成功，沟通是各种协会掌握的最重要的技能之一，对于在国际上开展业务的协会来说尤为重要。众所周知，世界正在成为一个现代化的地球村，因为现代的技术成就使人们联系得更加紧密。这也意味着来自世界不同国家和地区、具有不同文化背景的人们在一起工作和交流。这是一个很有趣的现象，但与不同文化背景的人打交道需要了解文化多样性。

第七届印度协会大会还提供了协会管理的专业培训。协会认证是一个很好的营销工具，可以建立协会品牌影响力并吸引潜在的商业机会。印度协会管理人员协会（ISAE）证书计划帮助协会专业人员更有效地培养他们在协会管理中所需的能力。这种认证是为希望对协会工作采用更系统化的管理方法并帮助其协会取得更大成功的专业人士而设计的。

专业会议管理协会（PCMA）在第七届印度协会大会上提供了知识交流，培训主题是“通过会议和活动扩大您的协会的影响力”。

协会活动是协会的主要收入来源，同时也是维护会员、行业发展和其他协会建设重要举措的关键驱动因素。

在劳动力的代际差异、技术进步、对食品和健康的态度以及新的沟通与交流方式的影响下，人们的工作和学习方式发生了变化。

这次知识交流提供了从外到内的视角，介绍了由万豪国际集团与专业会议管理协会通过共同调研确定的协会会议和活动的 5 种颠覆性宏观趋势，有助于协会在活动中有效地与会员互动，并获得竞争优势，了解如何在下次协会活动中提高标准，提供新价值并扩大协会在推动社会和经济进步方面的影响力。

协会会议和活动的 5 种颠覆性宏观趋势是：促进人际交往，行业交流；精心安排的惊喜事件；多模式设计，多维度思考；超越自己，有更伟大的目标；了解当地文化，促进行业沟通。

第七届印度协会大会还举办了颁奖典礼，奖项设置包括：最佳协会奖、最佳社交媒体应用奖、最佳会员互动奖、最佳展览奖、最佳志愿者精神奖、最佳网站奖、最佳宣传奖、最佳创新奖、最佳公关活动奖、最佳年会奖、2019 年名人堂入选者、最佳协会可持续发展奖、最佳国际协会奖、最激励领导人奖、最佳专业成就奖、最佳专业发展奖、最佳领导人奖、最佳青年管理人奖、最佳绿色协会奖、最佳社会责任奖。✉

（本文供图 / 第七届印度协会大会秘书处）



中国机电产品进出口商会： 以多彩内容助添党建活力

党的十九大以来，中国机电产品进出口商会（以下简称机电商会）作为全国最大的机电产品进出口行业社会组织，始终坚持以党的政治建设为统领，积极推进机电商会党的建设质量的提高与增强。

近年来，机电商会党委在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下，积极团结带领商会广大党员干部群众，在做好商会日常党建事务和基础性工作的同时，不断加强商会党员干部群众的思想理论武装、不断积极实践探索围绕党建开展各项实效性工作内容。这其中，组织丰富多彩的活动内容，对助力党建工作开展有着重要作用。

不断加强党支部的战斗堡垒作用

作为党的基层组织，党支部作用发挥得好坏直接影响到其支部所在单位的整体力量和战斗能力，机电商会正因为看到了这一点，所以在提高整体党建工作水平的过程中，积极推动各所属党支部的自身建设与创新发展。现实中，党建工作落到基层支部，很多时候因为开会、学习等内容，很容易让广大党员在严肃认真过组织生活的过程中死气沉沉甚至流于形式、走过场。为了避免这样干了工作却没有成效的事情少量发生，商会除了要求大家认真按照《中国共产党支部工作条例（试行）》的相关要求开展日常具体工作外，并不主张那些以文字落实文字、以会议落实会议的工作内容，更多的则是积极鼓励各个支部根据自身特点开展丰富多彩的活动和内容，比如支部游学参观、

同会员企业联学联建、支部对外公益活动等。通过这些支部更具自主性的内容，让广大党员甚至是积极分子和群众共同参与到这些具体内容当中，避免纯被动式地接受或者被动式地参与，从而让每一名党员都能在业务工作外的组织生活中学习理论、加强团结、展现风采。

在支部组织参观博物馆、历史纪念馆等的过程中，大家在离开自己工作岗位的短暂时间里，以生动、丰富的展览内容加深自己在理论学习中的认知，以自身的好奇激发起自身学习的主动探索与发现的热情；在支部同会员企业开展联学联建的过程中，通过联合开展知识竞赛、体育赛事、节目表演等内容，大家除了沟通分享党建工作经验，还可以联系具体业务进行广泛交流与合作，从而加深双方的情谊，开拓更广的合作空间；在支部对外公益活动中，广大党员去希望小学或者参加公益运动项目，积极参与社会公益、广积善缘。

其实，支部党建通过各种活动，在寓教于乐、寓教于生活的过程中，在繁忙的业务工作之余调动了大家的情绪，增强了学习的效果，增进了同事间的感情，增强了组织内的凝聚力，也促进了具体业务工作的深入开展。

党领导工会、共青团等开展广泛群团活动

一个单位的党建工作，从广义来说，除了做好与党相关的各项工作外，也包括统领其单位内的工会、共青团、妇联等群团组织工作。在机电商会，党委积极统领商会工会、团支部、妇委会综合开展各项党日及群团活动，商会群团组织工作充分且作用明显，这些都助推了商会党建工作的整体水平。基于商会自身发展的特点和具体情况，工会、团支部、妇工委等群团组织的工作人员都是兼职，所以，在每年年初，大家都会聚在一起，探讨制订该年度党群工作计划，主要是针对这一年各群团组织开展的活动内容



中国机电产品进出口商会党委所属党支部组织党员参观“复兴之路”展览。

同党建工作计划相结合，制定出完整的党群工作安排，使商会党群工作有计划可循，正所谓“凡事预则立，不预则废”。

如此一来，在深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的浓厚氛围里，在纪念五四运动一百周年的活动过程中，在“不忘初心、牢记使命”主题教育过程中，在庆祝中华人民共和国成立70周年纪念活动中，都能够看到机电商会以党建为统领各群团组织积极开展工作的生动内容，这些内容务实、有序、口碑好。

就在近期，机电商会党委、工会、团支部、妇工委就组织商会在京职工及退休老干部赴天津开展“不忘初心跟党走，回馈社会公益行”主题党日及群团公益活动。在周恩来邓颖超纪念馆，大家认真学习参观馆内各大展厅的文字、实物及声像资料，对周恩来等老一辈无产阶级革命家的丰功伟绩深切缅怀。在天津SOS儿童村，机电商会捐赠了村里所需的纯棉床上用品、墨盒、砚鼓等物品。大家还深入儿童村部分家庭参观，同代管妈妈和孩子们展开交流互动，了解他们的生活及学习等相关情况，并将各自带去的书籍等礼品送给他们。通过当天的活动，大家学习了历史，缅怀了先辈，在儿童村多年来对社会慈善公益事业所作的贡献中感受了公益的力量。

其实，机电商会的党建工作，始终在避免形式主义与走过场，积极探索以内部学习与外部活动相结合的形式，以丰富多彩的内容助添商会党建工作活力，扎实推进商会党群工作综合创新发展，使商会党建工作能够更好地行稳致远，也使机电商会党组织更加坚强有力，党在具体工作中的核心及领导作用得到进一步发挥。☺

（本文文/图由中国机电产品进出口商会提供）



中国机电产品进出口商会党员职工赴北京市昌平区爱国主义教育基地“阳寒春故居”参观。



中国机电产品进出口商会组织青年职工开展“大手牵小手，你我共成长”六一亲子日活动。



中国机电产品进出口商会组织党员职工赴天津市周恩来邓颖超纪念馆参观。

深入了解会员的重要性

作者：雪莉·雅各布（Sheri Jacobs）

从一个可预测的观点看来，了解会员的简况可以帮助组织发展新的会员类别，这使得这些个人会去选择他们看重的、想要的以及需要的好处。这也会使得组织去预估会员的价值，并且在根本上提出更好的市场策略。它也能够帮助协会去留住那些并不积极参与、并且没有计划再“向上一级”的会员。

基于一些普遍的特征和人口特点，并不是所有的会员都想的一样，我希望介绍一种不同的方法来发展会员类别。这种方法是去激发兴趣、需求、动力和个人偏好而不是提高地位和头衔。它是根据会员的观点来设计的，并且根据价值和贡献来定价。其中的一些种类也许并不适用于你的协会。然而，大部分协会都会有一些来自于这些类型的会员。

信息收集者。一些人成为会员是为了得到信息、建议或者是调查研究。这也许是他们加入协会的首要或者次要的理由。在这两种情况下，他们都属于信息收集者。尽管科学技术会改变信息传播与接收的方式，但是这些人渴望站在行业的前沿并且趋向于保持同步。因为他们是急欲获取信息的顾客，这些人将那些可以用于他们职业生涯的及时的、有用的信息看得很重要。由于技术的有用性和选择性，他们可以从电子设备或者打印设备得到信息。大部分会员属于这种类型。协会必须准备好传播那些基于个人需求的信息，并且要加大技术上和资源上的投资来确保他们能够满足会员未来的需求。

协会可以根据兴趣和价值的不同，提供各种不同的信息渠道。另外，协会可以在大量的话题中精选信息并且提供给信息收集者额外的福利。

创建一个传递价值给信息收集者



的会员细分是有风险的。风险在于，监管这些数据是非常困难的，因为没有会员会为获取信息而使用同事的会员账号。

另外，信息寻求者也许会找到其他的机会或者资源来得到信息。协会经常与一些公司或者是非营利组织竞争，这些组织以非常低的价格甚至是免费提供信息。因此，协会需要识别出一些有附加价值的机会来吸引和留住那些信息寻求者会员。

终身学习者。一些人受到专业协会的吸引，是因为他们有着强烈的渴望去追求知识——尽管他们并不是想要获得证书、经验或者是职位。终身学习者也许会有不同的追求知识的动力。他们也许相信这可以给他们提供竞争优势，又或者他们追求这个是因为个人智力上的原因。终身学习者参加会议、阅读杂志和书籍，是因为他

们想这么做，而不是被迫的。那些加入协会以满足成长需求的人，可以从他们的会员身份中得到许多好处，包括教育、志愿服务的机会和工作社交网络。随着在线学习时代的到来，如随着社会媒体和电子通信设备的出现，终身学习者不再仅限于那些希望亲身参与课堂学习的人。先进的技术给思想领导、教职工提供了很大的便利，协会根据会员的兴趣和偏好有许多和这些会员建立联系的机会。

需要继续教育（CE）的会员。许多领域和行业需要职工进行继续教育，以持有他们的证书。在过去的许多年中，协会是少数高质量教育的提供者之一，他们协助完成这些要求。现在，人们可以从他们的雇主、其他的非营利组织甚至是供应商或者合作商那里，免费或者是以较低的价格来接受继续教育。如此，那些以完成



继续教育要求为目的加入协会的人，会发现会员身份不再那么重要或者是迫切。一些协会对于这种继续教育环境的改变作出了相应的改变，他们将免费的继续教育作为会员福利的一部分。这个战略不仅会提供一些额外的价值，也可以创造一个新的会员细分类型。这些会员参加并且续费，主要是为了得到这种好处。另外，那些可以从他们的雇主那里或者其他渠道得到继续教育机会的人，也许不再觉得有必要交会费。

思想领袖。福布斯(Forbes.com)将思想领袖定义为“被潜在会员、顾客、资源系统、中介机构、竞争者认作是某个特定领域最权威的某个人或者机构”。每一个机构都有思想领袖。有的公司的思想领袖已经很好地被确立了，有的人渴望得到这个角色。他们加入组织，是因为他们渴望分享他们的知识，并且他们为了专业知识频繁地寻求肯定。这些思想领袖也许对为委员会或者工作组服务很感兴趣。一些人将这个看作是一个提升自己在机构或者委员会影响力的机会。他们也许会在不同的时间以不同的理由作出贡献。如果他们想在公司有所提升或者得到一个新的职位——也就是升职的话，那么他们会在出版文章的机会中、在会议上发言的机会中，或者被叫去为一家有声望的委员会或者工作组服务的机会中找到价值。

正在升起的新星和网络沟通者。

在协会的世界中，社会关系网络有许多定义。它能够帮助成员们建立重要的关系，这种关系将导致新的商机和职业生涯出现。虽然得到竞争优势或者得到新的职位有很多方式，但是一些人也会为了扩展他们的社交网络而向专业团队寻求帮助。这些人就是协会中正在升起的新星和网络沟通者。在有些情况中，一颗正在升起的新星可能是正处于他们职业生涯中期，并且最终有时间投资在自己的职业提升中的人。他们想变得更加专业并且在机构中增加他们的影响力。

最近几年，社会关系网络从主要出现在亲身参加事件和志愿者分派上，扩展到了现在的线上网络社交和社交平台。新星和网络沟通者们都看重独有性和机会。他们呼吁志愿者或者鼓励非会员加入组织，并且在组织中变得活跃。网络设计者们和新人经常被对成功的渴望所驱使，但是也希望回馈并且指导其他人。新人和网络设计者们只要加入了委员会，就会对这个组织忠诚。

目标会员。他们不去估计“我能从它这里得到什么”，因为他们加入，支持组织整体的目标，并且为了目标而努力。他们对提升领域感兴趣，而且也许希望参加关于这个话题的交流。目标会员们经常是最忠诚的会员。他们也是

协会的促进者，并且可能向他们的朋友和同事介绍会员制度。你也许会发现这样一些会员，他们在个人简况中既是代表团会员又是思想领袖。

荣誉会员。一些人将专业协会中的会员资格，看成是增加简历或者专业介绍的信用和荣誉的一个方法。这些人加入协会是因为会员资格能够让他们在同辈人、孩子、消费者、生意伙伴或者病人面前提高知名度。有严格的申请程序的协会，包括会员入会需要达到某些要求或者得到别的会员的认可，真正喜欢这个协会的会员所占的百分比更高。跨国的协会也有一些会员是为了荣誉而加入。独特性对这种会员来说是重要的，因为他们想将自己和非会员区别开来。

非内部会员。非内部会员不做志愿者，不参加个人活动或者会议。他们不忙于线上或者社交网络设计活动，对协会提供的教育性的机会经常只是表现出有限的兴趣。虽然非内部会员来自每一个会员细分类型的都有，但是将其单列出有助于识别协会中非内部会员的共同的特点。非内部会员的续费率一般都比其他种类的会员续费率低，并且会持续低下去，除非协会能够找到新的机会来提供价值。然而，为了得到这些价值不应该需要他们成为活跃会员。

交易型会员。交易型会员为了省钱加入协会。他们会成为会员，是因为加入会员是有经济效益的。他们也许会、也许不会在意协会的目标、远景和核心价值。如果他们在意的话，也不会影响他们加入或者重新加入的决心。对他们来说，如果加入协会的费用比非会员参加一个会议或者购买一件商品必须支付的费用低，那么就容易下决定。有着高百分比交易型会员的协会，如果不能让会员看到续费的福利，那么将会面临会员的高退会率。协会通过自己的会员调查发现，交易型会员们对他们提供的福利有着浓厚的兴趣和高水平的满意度。这种类型的会员，在每一个协会中都存

在。识别协会中的交易型会员，将使你能够在经济的推动下估计市场上未来的供给情况。

在某些情况下，如果交易型成员入会的会费很高，那么他们的续费率 and 终身价值都会降低。此时，相比他们带来的好处，也许实际上他们会带来更多的坏处。如果你们协会的目标是在机构中获得或者保留市场份额，你也许想要设计一个能够鼓励交易型会员加入协会的会员模型。团队实现这一目标最常用这样一个模型——将福利和加入会员的理由匹配起来——会员加入协会有重要折扣和福利包。

一个人加入会员的理由和他的个人需要结合在一起。因此，了解每一个个体的价值观，对我们的下一步来说很重要。你也许会问：保留会员卡对我们协会来说有什么价值呢？

如果任何个体或者公司想要加入协会，你一开始收取会费，而且这笔费用与成为会员获得的整体回报相比微不足道，那么所有的其他的福利就可以通过一个基于个人利益和需要的菜单定价来提供。也许经过一段时间以后，利益和需求会改变，然而给了会员们挑选的灵活性，他们想要什么你就提供什么，最终就会导致有退出风险的会员的续费率的增长。

在这个常规的模式中，协会能够提供提供一个拥有更低的入会会费的、并且人们可以支付得起的会员模型。在你开始在协会中创建这个模型之前，你需要更多地去了解你的会员们和协会的前景。通过市场调查和会员情况介绍，你应该识别会员的不同种类以及他们的兴趣、态度和价值。一旦你了解了你的会员的基本情况，你就能创建一个基础的会员模型并且增加相关的价值的实现。

许多人都熟悉最常用的个人会员模型，作为对会费的交换，协会会提供一些只针对会员的福利。这些福利往往包括打印的或者电子版的杂志或者日报，以及对信息、文章、协会网址等其他资源的访问和订阅权限。除了会费福利外，许多协会还向会员提供继续教育、书籍和管理实践资源方面的优惠折扣。在某些情况下，这个折扣的设计是为了在会员和非会员之间创建一个重要的价值。协会希望鼓励非会员购买这一福利，从而加入协会。这个会员模型目前被上百个协会使用——如果在美国没有上千的会员协会的话。

如果你的协会正在努力吸引新的会员，或者甚至想保留目前的会员，这个模型对你的协会和机构来说也许就有点过时了。需求的改变有时

是很小的，但是也许给整个的会员制度增加了更多的价值。在另一些情况下，为了反转会员资格下跌的趋势，动态的改变是必需的。在下面的描述部分中，这种会员模型考虑了工作压力的变化、技术的提升和目前的经济状态。

订制的会员模型。在这个模型中，个人之所以加入协会是因为会费很低。这个会费对于任何人来说，不管他们的家庭收入如何，都不会成为负担。一旦会员加入，他们可以选择他们加入的等级和他们想要获得的福利。最初的福利也许包括项目、产品和服务上的折扣优惠，以及对协会一流出版物的订阅资格。订制会员模型的一个例子是美国退休人员协会（AARP）。如果你已经超过 50 岁，你也许可以以每年 16 美元的价格加入这个协会。作为会费的交换，你将得到旅游、保险、健康产品和其他产品以及月度杂志上的折扣优惠。如果一个专业的会员协会准备创建一个定制的会员模型，以希望能够大幅增加会员数量，那么他们将需要大幅度减少会员的会费，并且不要把他们的大部分福利捆绑起来。缴纳会员会费仅仅是可以让你获得特价产品和会员专属的活动、机会和资源。📌



协会如何制订赞助营销内部计划

作者：金·斯基尔杜姆·里德（Kim Skildum- Reid）

译者：姚 歆



姚歆

中国贸促会商业行业委员会秘书长

在开始实施获得赞助的项目之前，最基本的就是要先考虑机构是否有能力全心全意地投入到与某家公司的市场营销合作中去。有太多的公司仅仅将赞助关系作为筹集大量急需资金的最后手段。然而，赞助已经不再只是一项筹资活动，而是一项同时涉及你所在机构和合作公司的联合营销活动。如果你没有准备好成为此种双赢合作关系的一部分，并且与合作伙伴分享自己项目的“所有权”和荣誉的话，那么你为赞助所作出的努力都将会付诸东流。在筹集赞助资金方面你可能会取得成功，但是最终却很难留住你的赞助者们。

弄清楚你的新角色

在过去的几年里，你作为被赞助对象的职能已经发生了巨大的变化，这主要是由赞助方日益复杂的期望推动的。赞助方们希望实现多样化的目标，通过大量的市场营销活动来整合赞助关系，并且，最重要的是真正与他们的目标市场联系起来。对于那些希望获得赞助的人来说，上述的最后一点往往是一片难以下咽的苦药，但却是真实存在的。赞

助商们已经不再对与你的项目“相关联”感兴趣。他们不愿意将其品牌和足球或艺术品又或是其他任何事物联系起来。他们想以其自己的名义和目标市场联系起来，和目标市场建立关系并且创造一定程度的关联性，而这种关联性的强烈程度，是那些不大热情的营销媒介（如电视媒体）无法比拟的。

从历史上来看，赞助关系的内涵往往都是将某一品牌与你的财产相联系，并且谈判过程和赞助影响力等围绕的焦点非常明确，都是关于如何增强两者之间的关联性——更大的商标、更多的商标、运动员在电视商业广告上使用该品牌、将项目商标印在产品包装上，等等。这种情况随之而来的所有假设情境就是如果某两个机构是非常明显、彻底地联系在一起的话，那么在目标市场上只会得到这样的效果——在酒吧里看足球的那些家伙们会自言自语：“那是我最喜欢的足球队，并且它是由某某品牌啤酒赞助的，所以我应该喝某某品牌的啤酒。”这种错觉在持续期间效果是非常好的，但是许多研究表明此种方式收效甚微。

现在，赞助开始考虑这点了。最佳赞助实践方式的前提，就是赞助者们并不想和你的项目联系起来，而是想和你现有的受众建立联系，并且他们希望利用和你的赞助关系，与其自有受众建立更深层次的关系。

实践中最佳赞助关系的关注焦点，是使赞助商和目标市场建立起一定联系，并且将赞助商的目标从出现在受众“面前”转变为获得财产和品牌进入目标市场的经验增长，证明他们理解并且符合目标市场的价值理念、内

在驱动机制和喜好，同时加深其与核心市场的联系。

你作为被赞助商的角色也已经从摇旗者变成了传导者，要为你的赞助者们提供各种各样的机会，来帮助他们与目标市场之间建立起一定程度的联系。赞助商们现在还指望你协助他们，以更深刻的方式去了解你的受众的价值理念、动机和渴望。他们再也不仅仅只是想知道受众的年龄和性别，而是想知道为什么人们会来出席你的活动，参加你的组织，或者是为你所从事的事业进行捐助，卖点和缺点各是什么，以及作为一名赞助商，如何才能增加其经验。

这确实意味着你所在的协会要做更多的工作，但是这却并不见得是一件多么不好的事情。现在的新型赞助关系模式建立在合作伙伴关系的基础上，并且能够产生强大的、多方面的结果，任何赞助商都很难舍得撤离。

如何使赞助关系适合品牌营销

在你经营赞助关系取得成功之前，你必须知道的第一件事情是如何使该项赞助适合品牌的营销。每一个品牌都有其生命周期。对于任何品牌而言，其在不同的生命周期阶段需要从赞助关系中获得的帮助是不同的。

当某个品牌的名声还不大时，他们需要让别人知道其存在。但是没有人会仅仅因为其存在就去购买或者是考虑购买该品牌的产品，所以他们需要立刻着手建立联系——为什么大家应当考虑购买他们的品牌呢？购买其品牌的产品能够获得什么好处呢？如果你选择这个品牌的话它

会对你说什么呢？

一旦建立起联系，并且目标市场的大部分人都知道并了解其品牌，那么他们的首要目标就是建立关系网。对于一个品牌来说，培育其当前存在的关系、找出方法卖出更多并且为宣传开辟渠道，这些都比开拓新的业务要容易得多。当然，赞助商们仍然在努力和新兴市场建立联系，但是他们目前没有尝试去做的事情是让别人意识到他们的存在。

品牌同样也有消费者周期，代表他们的关系与客户关系的加深及其增值。

切入点仅仅只是要让人们意识到品牌的存在，但是却缺乏任何理解或背景。这是非常低级的价值理念。稍微高级一点的是某些人理解了该品牌的关联性，但是却并没有真正考虑过这个品牌。一个最好的例子可能就是我们和法拉利之间的关系。我们了解它，但是却从未考虑过买一辆法拉利。

尝试某一个品牌时迈出了很大的一步，因为这代表着某个人第一次受其自身力量的驱动来走向某个品牌的产品。这种情况可能是实际上购买该品牌的产品或者是在网上搜索该产品，试驾某辆车，进行购物比较。

从这一点上来看，某些尝试者可能会在他们偏爱的品牌清单中加入该品牌：他们的啤酒品牌、金融服务提供者、谷物品牌，等等。

下一个问题通常被认为是忠诚度，并且虽然某些类别的产品确实得到了百分之百的忠诚度，但是大多数产品都并未取得如此高的忠诚度。所以，大多数品牌都将注意力同时放在增强偏好和加强宣传上面，而非放在如何产生忠诚度上面。所以，它们的客户正以比任何广告宣传效果都更可靠的方式，来创造彼此之间的联系。

你为什么必须了解这些呢？因为大多数赞助关系都仅仅只是依靠创造消费者对品牌的意识，来传递某种关联信息，并驱动人们尝试使用该品牌的产品

品——只会对某个品牌的最没有价值的消费者产生影响。品牌真正需要的是赞助关系一直全方位地发挥作用，使宣传成为必不可少的功能。

创建有利于赞助关系的组织机构

如果你想在现代型的赞助关系中取得成功，那么比较重要的一点就是，你所在组织中的每一个成员都必须明白，赞助关系就是要建立起一种三赢的合作伙伴关系。以前仅仅只是双赢，即你和你的赞助商实现你们的目标，没有产生不必要的冲突。实践中最佳的赞助关系引进了第三个“赢”的主体——目标市场。如果真的要为任何人效劳的话，不论多小的目标市场都必须从赞助关系中获得有意义的好处。如果你希望利用最佳赞助实践带来的巨大机遇来定位你的组织，那么在你的组织机构内树立这种三赢的思维理念将会变得非常关键。

大多数协会都是抱着需求的心态去寻求赞助的——对资金的需求是持续不断并且是相当紧迫的。许多协会都担心和企业之间的合作关系和赞助关系会威胁到他们的信誉和整体性，并且此种担心还仅仅只是冰山一角。实际上，为了获得所在协会员工和董事会的支持，经常有一些障碍需要克服。

对赞助关系产生担忧的一些典型方面包括：会被视为“走向商业化”；会被视为对某个机构或财产拥有所有权；出卖公司的经济部门；对项目的完整性和服务作出妥协；在设计规划目标时设定财务方面的目标；为营销活动配置急需的资源；将客户的需求摆在员工的需求前面；对赞助关系对于机构的价值缺乏充分的认识；拒绝与特殊行业或特别的公司进行交易等。

作为赞助关系的管理人，你需要确定机构中所应当关注的关键性问题，并且要想出策略来处理这些问题。在全机构内对员工进行访谈，以及对董事会成员、客户和消费者进行访谈和调查，这

些都是确定关键性问题的最行之有效的办法。许多这样的问题似乎并不合法。然而，看法和问题总是真实存在的，即便它们并不十分准确。尽管如此，你还是需要尽快解决这些看法和问题。

通常情况下，你需要说明清楚问题并且主导谈话，以便研究出存在担忧的特殊领域或者是问题的特殊性。不愿参与或支持赞助活动的行为往往是高度情绪化的。在访谈中要非常小心、同情和体贴。在最开始，你可能会考虑询问以下问题：通常情况下，你觉得企业赞助怎么样？是一件好事还是一件坏事呢？你认为我们协会适合与企业赞助商开展合作吗？目前赞助关系对你所从事的工作产生了什么样的影响？你是怎样参与赞助活动的？对于我们在赞助活动中所做的事情，你了解多少？你目前遇到了一些与赞助相关的挑战吗？以前遇到过吗？我们的哪一个赞助商体现了最佳合作伙伴关系？为什么？描述一下对我们协会来说最理想的赞助关系模式。赞助商们为我们提供资金，但同时也会提供其他很多东西。除了钱之外，赞助商们是否可以提供某些服务，使你的工作变得更加简单、便宜或更加高效呢？还有其他什么事情是我应该要了解的？

我们必须承认大多数体育机构长期以来在赞助方面都保持着良好的商业前景。如果你是体育行业的人，那么很可能会更加容易为你的活动获得内部支持。这并不会使你免于遭受内部纠纷和质疑，特别是如果你想拓展你的赞助项目，纳入基层或社区服务活动。

为了构建有利于实施赞助的组织机构，我们建议采取多管齐下的方法：与你的员工和董事会保持联系；对所有内部股东进行培训；为所有员工提供报告、案例学习研究等等资料；创建一支赞助实施队伍；提出更好的问题。



保持联系。需要经常与你的员工、团队成员以及董事会进行沟通。你想研制出一条高价值的赞助营销原则，并且创建一个能够将每个合作伙伴关系都充分最大化的机构。

培训员工。我们发现开展员工研讨会，解释赞助营销原则和赞助的组织方法是号召员工参与赞助项目的行之有效的策略。定期向董事会报告大致的政策、策略以及实施结果不仅是一种非常有效的方法，而且也是政治上所必需的。

向所有员工报告实施结果。在与员工进行沟通时，应当包括定期案例学习研究、项目进展报告以及对赞助商的访谈记录。必须记住在你所组织的沟通程序中，一定要包含所有的员工，而不仅仅是针对市场营销人员和公关人员。

组建团队。跨部门并且引入外部资源来组建一支决策团队，这对于在整个组织机构内培养赞助责任共担的意识是非常重要的一步。每月和你所组建的赞助团队开一次会基本就能保证为你提供额外的机会来在机构内部建立一个专门投身于赞助的委员会，同时最大限度地增加赞助量并减少成本。只需要投入几个小时和一盘三明治

，你就会洞察许多尚未开发的资源，发掘许多未来可能会产生问题的潜在的问题点。然而，最为重要的是，你将会获得创建出色的赞助项目所需要的支持、合作与理解。

把团队整合在一起之后记住不要用“市场营销人员”来给团队施压。关键点是要组建一个多方面的智囊团。要考虑来自下列领域的代表性人员：广告宣传代理机构，媒体合作伙伴，社交媒体，企业交流，客户服务，人力资源，市场调研，产品促销，旅游，包装/生产，产品管理，公共关系，成员资格，机票和集团销售，特许经营销售，促销活动，项目或活动策划，赞助顾问。

在整个过程中记得要让团队保持发展更新——在每次会议结束之后的两个星期内提供一页或两页的更新材料就足够了。

提出更好的问题。我们猜测，你会有很多关于赞助的消息要对你的同事们说，并且通过一切手段来分享。然而，同等重要的是运用每个合适的机会来询问一些关键性的问题。例如：“好主意！现在，我们怎样才能用这个为我们的赞助商获得利益？”“我们怎么才能使这个让我们的追随者获得

利益？”“这个是怎样让某某赞助商更加接近他们的目标市场的？我们有办法自动进行优化，以便使其更适合赞助关系吗？”

计划你的赞助项目

对于任何成功的项目来说，出色的赞助项目都要求进行全面彻底的调查、细致的计划以及完美的执行。以下两个关键的战略规划文件应该是你的赞助活动的关键：一份赞助政策和一份赞助策略。两份文件都符合你所在协会的宗旨和商业计划。

赞助政策。确定你所在的协会是否有合适的赞助政策。如果有，确保它是最新的，能够反映你们目前的情况。如果没有的话，就要作为紧急事件，着手制定政策。

对于每个寻求获得赞助的机构而言，制定一份赞助政策是必需的。即便是对于体育团队之类的传统的赞助寻求者来说也是如此。这是赞助计划中最常被忽视的部分之一，尽管有一个引人注目的原因。例如：任何产生或分配实质性资金的项目都应当确定该赞助项目最主要的目标和管理程序；制定的赞助政策要确保你所在的协会采用统一的方式来实施赞助；赞助政



策大致列出了问责机制和责任；赞助政策中列出你所在的协会实施赞助的方式所涉及的特殊问题、详细的除外责任和限制。

赞助政策的组成。一份赞助政策必须包含下面列出的某些信息。

背景（大致概括出你所在的机构实施赞助的历史情况，以及实施赞助的方法）、**定义**（阐明了什么构成赞助，什么不构成赞助。在赞助项目中同样也定义了内部股东）、**形势分析**（要识别目前可能会影响赞助项目的所有问题）、**除外责任**（这一部分充分澄清和描述了在合伙安排中你将不会涉及的公司和行业板块）。例如，很多与健康相关的协会都不会接受来自酒或烟草公司的赞助资金，而且环保性协会也可能会反对和石油企业一起合作。

对于每一项排除事项，提供一个理由为什么与本公司或行业部门的合作是不可接受的。随着时间的推移你可能会发现禁止合作的理由已经不再有效了。同样，你还要做好准备，就为什么不能接受和这些公司之间建立合伙关系，回答来自于董事会和公众人士的提问。

程序和步骤：如果你的赞助获取过程是比较集中的，那么解释清楚原因。

概述你将遵循的赞助指引程序或向高级管理层、财务管理人员和审计人员提供评论和进展报告。如果你是在一个设有国家机关办公室和分支机构的组织，那么描述信息和指引如何能将协会作为一个整体来进行分享和利益协商。

本部分将会描述实际上如何管理赞助获取项目并为赞助商们提供服务。

授权委托：授权委托中解释了在你的协会内委托谁来进行销售，接受和批准赞助并决定价格水平。

许多组织机构都要求必须经过董事会的同意才能实施与组织机构信息和金融交易分布相关的授权委托。预先批准授权委托必定能使每个参与人员的审计过程更加顺利。

审批和合同：该部分解释了由谁对赞助进行审批，同时写明了什么时候需要提供合同。

问责机制和责任：问责机制和责任这部分规定了你所在协会内由谁负责赞助项目。

有关赞助政策的常见问题

谁来制定赞助政策？有些聪明的赞助管理人员会在与员工、赞助商以及团队成员讨论之后再制订赞助政策草案，然后再将该政策草案提交给广大员工进行评议。其他管理人员则会组成一个工作团队来研制赞助政策草案文件。不论你选择什么样的方式，一定确保要将首席执行官纳入制定团队，同时也别忘了财务经理和人力资源经理。如果没有他们的支持，你制定的政策将寸步难行。最后，你会希望董事会能够正式接受你所制定的政策。

赞助政策的篇幅应该为多长？你所指定的赞助政策必须足够长，能够按要求概括出你所在协会的主要赞助原则、程序以及问责机制。有些赞助政策非常短，仅仅只有2页，然而有些政策则占长达近10页的篇幅。

有必要制定赞助政策吗？不是应该

将精力集中于获得赞助资金，而非担心文件制定程序和系统问题吗？尤其是非营利性机构，它们的资金来源处于其董事会、机构成员、新闻媒体、审查人员以及政府部门日益严密的监控之下。你投入在创制和起草指导方针、体系和程序上的时间从来不会浪费。一份被董事会所采纳的赞助政策能确保你所在的机构是可信的、合法的和具有战略性的。你有责任向股东们确保你实施赞助的程序和会计步骤尽可能透明化。现在花时间计划和起草文件能够为未来节省大量时间，减少心痛的事情发生。

如何激励员工创制赞助政策？你所在协会的员工可能以前经历过很多类似的事情。如何才能激励他们再次参与这些类型的计划会议呢？如果该问题对他们而言非常重要，那么他们就会参与其中。你需要做的是仔细听清楚他们关心哪些问题，并且准备好进行与这些问题相关的讨论会议。底线就是增加工资收入和组织营销专业知识培训。员工们可能对你获得专业知识和资金支持的方式并不特别感兴趣，但是他们必定很关注收益分配的方式。找到最有效的切入点，然后开始启动计划。

赞助政策问卷调查。浏览赞助政策调查问卷，确保它们已经涵盖了所有问题。在程序的结尾，你应得开始着手准备起草赞助政策草案。在起草政策草案之前，花时间尽可能广泛地展开咨询。

列出可能会受到该政策影响的关键股东，然后确保能和每个股东团体的代表人进行谈话。包括员工和统一代表、市场营销和公关人员、前台人员、销售人员、财务和人力资源部门人员、审查人员、董事会成员以及公司高管。同时还包括参与项目的员工和赞助接收人员，如果合适的话，也可以将你所在机构的团队成员纳入其中。

吉隆坡会展中心： 中国企业和会议活动的完美合作伙伴



吉隆坡会展中心（简称中心）是马来西亚屡获荣誉、首屈一指的会议活动场馆，也是亚洲唯一通过国际会议中心协会（International Association of Congress Centres）黄金标准的会议场地。自投入运营以来，拥有服务中国市场的悠久历史和良好业绩记录。

迄今为止，中心已成功举办超过 41 场与中国市场相关的会议活动，累计吸引 8.5 万余人次来到马来西亚。这包括许多备受瞩目的活动，例如于 2009 年和 2010 年举办的第六届、第七届中国进出口商品展览会暨投资洽谈会，2011 年、2012 年、2014 年的完美中国展会（Perfect China Convention），2013 年国际龙奖 IDA 年会，2018—2019 年度的马来西亚国际电线电缆展等；特别值得一提的是 2013 年马来西亚——中国经济高峰会，来自两国超过 1000 位商界领袖参与了此次峰会。

会展中心总经理阿兰·普莱尔（Alan Pryor）表示：“最近我们迎来了

将近 2000 位参会者，参加第二届中国国际保险精英圆桌大会（International Chinese Million Forum）。我们很荣幸能有机会举办这样一个享有盛名的活动，非常感谢中国国际保险精英圆桌大会东南亚分会选择我们举办他们在中国以外的第一个活动。”

阿兰·普莱尔还表示：“对于希望在海外举办企业和协会会议及活动的中国机构来说，我们是完美的商务活动合作伙伴。马来西亚是一个拥有多元文化的社会，我们有世界上最大的海外华人社区之一。因此，我们有可以说普通话的团队成员，一个完整的中式厨房，可以满足任何中国来宾特定的餐饮要求，我们的营销和宣传材料都有普通话版本的。这种得天独厚的文化亲和力有助于确保来自中国的参会者来到中心和马来西亚时能有宾至如归的感受。对于中国访客来说，马来西亚也是一个交通十分便利的目的地，每天都有多个直飞上海、北京、

深圳和广州等城市的航班。对于基于中国市场的会议活动而言，我们是一个十分便利的目的地选择。”

那么，马来西亚吉隆坡会展中心是怎样吸引中国的组织机构的呢？

世界级的会议活动设施

吉隆坡会展中心专为举办各种会议而建，无论是国际性、区域性或国家级会议，还是贸易展览、消费者展会、各类规模的会议和活动、娱乐性活动，甚至私人活动，都能够满足其要求。只要提出要求，中心就能做到！

中心于 2005 年开业，拥有从地面到天花板的落地玻璃窗，提供充足的自然光和吉隆坡市中心公园（KLCC）的壮观景色，还可以看到世界上最高的双子塔——马来西亚国家石油公司双子塔。这座五层楼高的建筑总面积达 33659 平方米，拥有灵活的多功能空间，并通过持续严格的投资、维护和管理专业知识，保持和发展了其世



界级的会展中心地位。

中心内的设施包括：2 个大礼堂；可容纳 3000 人的全会议厅（Plenary Hall）和有 470 个座席的大剧院（Plenary Theatre）；1 个可同时容纳 2000 人就餐的大宴会厅和 1 个可容纳 500 人同时用餐的宴会厅；3 个会议厅；5 个展厅（12310 平方米的无柱式展览厅，包括一个 2600 平方米的独立天幕）；23 个各类会议室；另外，有 1 个面积很大的门厅，可开展大型活动；新落成 3 个大堂，每个大堂均设有 1 间酒店套房及 1 间酒廊，可作为秘书处用房、贵宾室及会议空间。

新落成的灵活的扩建项目

普莱尔分享了该中心最近开放的扩建部分。中心扩建部分已经开始投入运行。它提供了额外的 1.1 万平方米的多用途空间，灵活性大大增加，这意味着中心不仅能够更容易地同时容纳更大的和更多的活动，而且额外的空间允许客户大幅增加他们的活动和会议。

他表示：“经过 14 年的运营，中心成功地建立起强大的年回头客基础。目前，我们的活动中有 60% 是重复性的，并且规模还在逐年扩大。适应这些不断增长的会议活动，加上对更灵活空间的需求，是我们开始进行扩建的主要原因之一。扩建后的酒店为我们提供了更多的空间，使我们在满足马来西亚、地区间和国际性商务活动行业当前和未来的需求方面更具创造性、创新性和可定制性。”

在扩建的同时，中心不断推进设施的重大翻新，以适应不断变化的会议设计和技术应用。

卓越的餐饮服务

随着餐饮潮流的不断变化，该中心成功地将其餐饮理念与马来西亚丰富多样的饮食文化相结合，多年来赢得了独特的烹饪声誉和许多



奖项。“全球本土化”的个性化菜单和独特的五星级宴会功能，结合展示环境，适合任何场合，由中心屡获殊荣、充满激情的厨师带来，他们渴望带客人进行一个独特的和沉浸式的烹饪之旅，带给客人永远不会忘记的美好体验。

在市中心的战略位置——吃饭、睡觉和玩耍都只是几步之遥

该中心形成了独特的吉隆坡市中心 (KLCC) 区域的一个关键部分，这是一个占地 100 英亩的“城中之城”开发项目，被设计为必游目的地，并被包装成马来西亚标志性的吉隆坡体验 (MIEKL)，一个一站式中心，满足工作、娱乐、购物、参观和生活的多种需要。小区的基础设施也提供了良好的可达性和连接性，从中心出发，通过四通八达的有屋顶、可提供空调的行人走廊，步行 5 到 10 分钟就可以到达大部分景点。

此外，这里还有激动人心的多种娱乐选择：时尚餐厅、流行的零售商铺和舒适放松的公共休闲空间，超过 2.5 万个酒店房间，可提供多种多样的住宿选择，包括经济型、精品酒店或五星级豪华酒店。KLCC 吉隆坡市中

心区域是游客、商务活动参与者和会议策划者的梦想之地，可提供高价值、高水平的舒适环境，先进的设施和无与伦比的服务。

中心还与附近四家主要酒店直接相邻，这四家知名酒店也是吉隆坡会展中心商务活动联盟 (KLCCBEA) 的成员之一。该联盟是一个强有力的组织，能够为会议策划者提供引人入胜的活动建议，以及无缝连接、单点沟通的会议服务。

KLCCBEA 酒店联盟的合作伙伴包括：吉隆坡文华东方酒店，拥有 643 间客房，包括 41 间套房和 51 间公寓；吉隆坡君悦酒店，拥有 370 间客房，包括 42 间套房；吉隆坡盛贸酒店，拥有 520 间客房，包括 51 间套房；吉隆坡宴宾雅酒店，拥有 519 间客房，包括 21 间套房和 1 间皇家套房。

双赢的伙伴关系

中心以其灵活的伙伴关系方式创造独特的客户服务经验，并一直为此而自豪。在阐述以客户为中心的工作方法时，普莱尔表示：“我们的客户关系是我们最重要的资产。通过关注客户的旅程，我们不断优化客户服

务，提供个性化的创新增值会议解决方案。我们把每一次活动都看作是一次合作，以实现客户的业务目标和我们的共同成功。这不仅适用于公司活动，也适用于潜在的对外关联会议。”

中心最近还采取了一些措施来加强其服务的有效性。这些措施包括：客户旅程的详细信息分析；设立一个 ESC(展览服务中心) 入门网站，让活动主办机构及其参展商可以通过网络 24 小时不间断地登录、订购及支付各种附加服务；调整产品供应和价格，以适应不断变化的市场环境。

以客户为中心的服务态度，是吉隆坡会展中心最近取得里程碑式成就的重要因素之一，至今已成功举办超过 1.5 万项活动。这些活动吸引了近 250 万人参加，为马来西亚带来了 83 亿令吉（约合 138 亿元人民币）的经济效益。

马来西亚——一个蓬勃发展的商务活动目的地

中国已成为马来西亚不断开拓的重要市场。去年，马来西亚会展局举办了 58 场针对中国市场的推广活动，吸引了 3 万多名来自中国的代表，游客支出达 2.09 亿令吉（约合 3.47 亿元人民币），为马来西亚带来了 4.91 亿令吉（约合 8.14 亿元人民币）的经济影响。

吉隆坡会展中心与马来西亚会展局紧密合作，努力吸引中国客户，并经常在销售任务、参与贸易展、投标策略 / 展示、教育活动和访问等方面进行合作。

例如，马来西亚会展局在今年早些时候开启了它的第九届中国路演。路演在北京拉开幕后，马来西亚会展局和 29 家行业合作伙伴前往另外三个城市——上海、成都和深圳。马来西亚会展局在中国有四个代表处，分别位于北京、上海、成都

和广州。他们与专注于中国市场的当地合作伙伴合作，并像中心一样每年参加在中国举办的奖励旅游及会议 (IT&CM)。

参展代表团为企业和奖励旅游团体制订了一项新的方案——“马来西亚双交易 V”，为国际会议策划者和企业客户带来成倍的好处和更多的价值。

此外，马来西亚政府推出的为期 15 天的免签延期和电子签证计划，也增强了该目的地对中国商务活动的吸引力。

普莱尔表示：“很高兴看到马来西亚商务会展行业为提升国家形象所做的努力得到了回报，在《2018 年国际会议与会议协会统计报告》中，马来西亚的排名上升了 4 位，升至第 33 位。我们在亚太和中东地区的声誉也广受好评，排在第 9 位，举行了 134 次会议。”

《2018 年国际会议与会议协会统计报告》中，吉隆坡在国际会议城市目的地中排名第 34 位，与前一年度相比，上升了 4 位。吉隆坡也继续保持亚太地区和中东地区十大最受欢迎城市之一的称号。

普莱尔补充说：“我们很高兴地看到，在吉隆坡举行的 68 次会议中，32% 或 22 次会议在吉隆坡会展中心举行，这些会议吸引了 2 万多名与会者来到吉隆坡，为马来西亚带来了超过 1.47 亿令吉的经济影响。”

普莱尔最后总结道：“国际协会认识到，马来西亚作为主要商务活动目的地有许多优势，这从我们排名名次提升上就可以看出。马来西亚可提供巨大的价值和负担能力、世界级的基础设施、出色的交通便利性以及以英语和汉语作为主要语言的多语种人口。所有这些因素都使得这个目的地越来越受欢迎。”



维也纳

拉开帷幕

期待您的到来



广州越秀国际会议中心

将于2020年5月正式开业

53000平方米的多功能现代化场馆

坐落于国际商贸中心

www.gyicc.com
86-20-89811962
sales@gyicc.com
广州市越秀区流花路119号