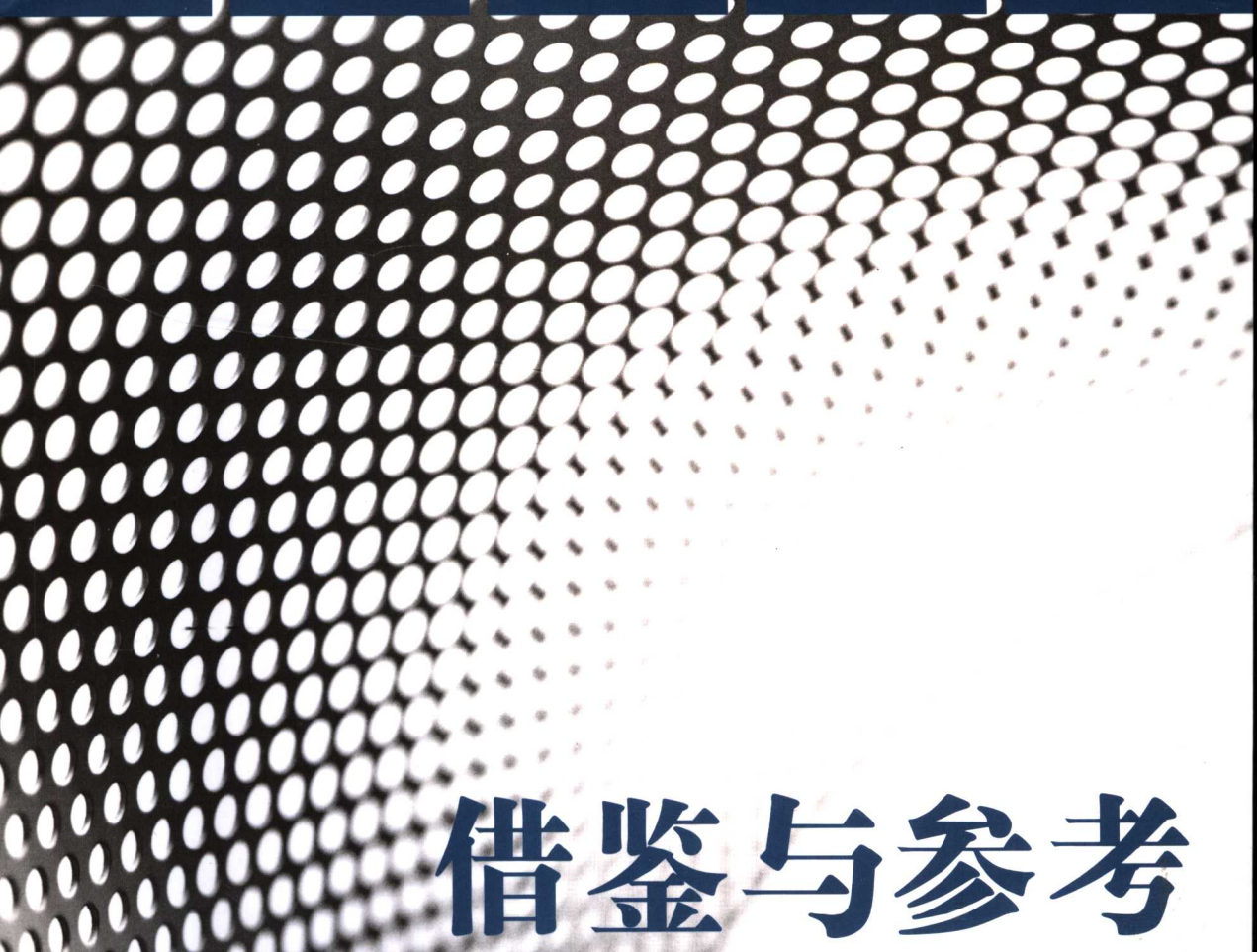




借鉴与参考

JIEJIAN YU CANKAO

上海行业协会发展建设丛书

许德明 主编

白山出版社

上海行业协会发展建设丛书之三

借鉴与参考

主 编：许德明

副主编：施南昌 刘 庆

顾 问：杨惠德 杨建荣 陈 明 王宏伟 袁建国

白山出版社

图书在版编目 (CTP) 数据

借鉴与参考 / 许德明主编

沈阳: 白山出版社, 2007.5

(上海行业协会发展建设丛书)

ISBN 7-80687-362-7

I. 借... II. 许... III. 行业组织—上海市—参考
IV. F279.1-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 021161 号

出版发行: 白山出版社

地 址: 沈阳市沈河区二纬路 23 号

邮 编: 110013

电 话: 024-23088689

责任编辑: 宋 杰

装帧设计: 上海南方广告有限公司

责任校对: 赵 中

印 刷: 上海南裕彩色印刷厂

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 16.25

字 数: 194 千字

版 次: 2007 年 5 月第一版

印 次: 2007 年 5 月第一次印刷

印 数: 1-1000 册

书 号: ISBN7-80687-362-7/D · 28

定 价: 160 元 (全四册)

序

上海市社会工作党委书记
上海市社会服务局局长

许德明

为总结“十五”期间上海行业协会改革发展的成果，推动上海行业协会按照上海“十一五”规划纲要的要求进一步健康有序地发展，上海市社会工作党委、市社会服务局主持编辑出版《上海行业协会发展建设丛书》，是一件很有意义的工作。

上海作为全国经济中心之一，行业协会的发展具有深厚的历史渊源。早在上海开埠之初，就有各种商会、行会的雏形出现。20世纪30年代上海的商会、行会已经在全国乃至世界具有很大影响。解放以后，特别是进入改革开放新的历史时期以来，随着改革开放的不断深入和社会主义市场经济体制的逐步确立，上海行业协会的发展也驶入了迅猛发展的快车道。不仅在数量上从80年代屈指可数的几家发展到2006年底的209家，而且从行业涵盖面、企业涵盖面、产业经济总量占上海GDP的份额等各个方面，都超过了历史上任何时期。

行业协会的发展已经越来越成为推动上海经济社会发展的重要力量。实践证明，行业协会在政治、经济、文化的发展和社会服务管理等方面正扮演着越来越重要的角色，在完善社会主义市场经济体制、促进政府职能转变、加快产业结构调整 and 升级、努力建设和谐社会、推进社会事业发展进步等各个方面，都显现出不可替代的作用。同时，行业协会这种组织形式，可以容纳社会的各种经济成分、各个阶层、各种力量，把分散状态的个体编织成有组织状态的群体，把“社会人”连接成“组织人”。这对提高社会有机整合的程度，加强党的影响力、渗透力、凝

聚力，从而加强党的执政能力建设， also 具有重要意义。

市委、市政府历来高度重视行业协会的发展建设工作。近年来，从加强党的执政能力建设的高度出发，从加快建设国际经济、金融、贸易和航运中心之一的战略目标出发，从经济体制转轨、经济结构调整、社会结构转型、城市功能转换的现实出发，从经济社会发展对各类民间组织的需求出发，采取了一系列重大举措，对行业协会的管理体制进行了重大的调整，先后出台了一批地方性法规和政策，着力推动行业协会的发展改革工作。2002 年成立了上海行业协会发展署。2003 年 8 月成立上海市社会工作党委，作为市委派出机构，从整体上对新经济领域和新社会领域党的工作实行全覆盖。2004 年 7 月，市委、市政府决定成立上海市社会服务局，与市社会工作党委合署办公，承担组织协调和综合牵头工作，研究指导全市“两新”组织，包括行业协会健康有序发展。这是上海市委、市政府探索新时期党和政府对“两新”组织，包括行业协会实施有效领导、有效管理，提高党的执政能力、提高政府管理能力的重要举措，体现了政府职能进一步向社会管理、公共服务转变的方向。上海市社会服务局与市社会工作党委通过合署办公，在党的建设和政府管理上形成对行业协会服务的整体合力。

市委、市政府提出的新形势下行业协会发展建设的总体思路是：要从贯彻落实科学发展观、构建社会主义和谐社会高度，按照中央精神要求，紧密结合上海特点，努力探索民间组织长效管理体制和机制，不断提高管理水平，促进民间组织健康有序发展，为经济社会发展大局服务。行业协会要“服务企业、规范行业、发展产业”，在经济发展、社会管理、公共服务、行业自律等各个方面更好地履行职责、发挥作用。

在市委、市政府的领导下，“十五”期间，上海以战略规划为导向、以体制创新为动力、以布局调整为重点、以职能塑造为基础，坚持市场化取向，在行业协会改革发展方面进行了有效探索，取得了突破性进展，先发效应十分显著。上海在创新管理体制的同时，根据以增量发展带动存量调整的思路，组建一批新的行业协会，对原有行业协会进行改

革调整。到2005年底,上海行业协会总数发展到203家,较2001年底增加了53.8%。

“十一五”规划描绘了我国未来五年的发展蓝图。站在新的历史起点,上海行业协会既面临着加快发展的有利机遇,也面临着不断完善的艰巨任务。我们要在“三个代表”重要思想和科学发展观的指导下,抓住新的机遇,努力破解难题,进一步促进上海行业协会的新发展,培育一大批独立公正、行为规范、运作有序、代表性强、公信力高、适应社会主义市场经济发展要求、符合国际惯例的新型行业协会。我们有信心、有能力为实现上海“十一五”规划开好局、起好步,为增强上海国际竞争力再创佳绩。

《上海行业协会发展建设丛书》在总结以往经验、展望未来发展的基础上将陆续推出。《借鉴与参考》是这部丛书的第三本。本书精选了上海部分行业协会在实践中探索出的成功案例,对部分行业协会在行业服务、行业自律、行业代表和行业协调方面开展的工作进行点评,同时收录了《海内外行业协会发展模式分析比较》课题报告,比较、分析海内外行业协会发展管理的不同模式。相信本书的出版,将对上海“十一五”期间行业协会的健康有序发展起到参考和借鉴作用。

日益开放的中国,需要一个经济繁荣、社会和谐和上海,需要一个创新涌动、更具活力的上海,需要一个面向世界、具有国际竞争力的上海。我们上海行业协会的所有从业同志一定要深刻认识历史赋予我们的崇高使命,深刻认识自己肩负的艰巨而重大的时代责任,大胆探索,开拓创新,锐意进取,在自己的本职工作岗位上扎实工作,为行业协会的发展,为上海早日实现“四个中心”建设目标,努力作出新的贡献。

2007年5月

目 录

序

第一篇 上海行业协会改革和发展案例

一、行业服务

1. 转换一种思路 开拓一方市场	003
2. 博览会为行业增辉	006
3. 为长三角苗木经济搭建共享平台	008
4. 为会员搭建“异地服务”平台	010
5. 整合行业资源 打造五角场黄金珠宝城	012
6. 人性化服务结硕果	015
7. 乐当茶叶产销两地“联姻”红娘	017
8. 服务会员企业 开拓国际市场	019
9. 团体采购便利中小型猪场	021
10. 助推中小企业走上规范发展之路	023
11. 塑造房地产经纪门店店长培训品牌	025
12. 交流、沟通, 构筑发展	027
13. 协会工作的窗口 企业政府的桥梁	030
14. 善用信息化手段 破解行业性难题	033
点评	035

二、行业自律

15. 菜市场建设管理有了地方标准	038
16. 制定技术标准 规范家电安装市场	040
17. 全国第一个平板电视“三包”规范出炉记	042
18. 认明膏方标识 放心冬令进补	044
19. 建设诚信档案 树立窗口形象	046
20. 制定佣金标准 促进行业和谐	049
21. 促企业达标创新 引行业规范发展	051
22. 为“政府搭台、企业唱戏”架桥铺路	053
23. 开展“行检行评” 加强行业自律	055

24.为美发美容行业打造诚信品牌	057
点评	059

三、行业代表

25.开展行业统计 拓展协会职能	062
26.重塑行业统计功能 凸现行业协会的优势与作用	064
27.开展“双软”认定 规范软件行业	066
28.国际认证,全国行业协会第一家	068
29.“技术职称资格认证”——模具人才的助推器	070
30.辅助门窗行业实现资质就位	072
31.创立集体商标 打造豆制品行业品牌	074
32.创建《信息杯》品牌 探索协会持续发展之路	076
33.指导服装鞋帽行业争创名牌	079
34.“白玉兰”——为城市美景添彩	081
35.努力打造上海国际展览品牌	084
36.“上海冷冻食品节”——行业的盛大节日	087
37.实施知识产权战略 引领行业发展方向	089
38.为洋山港建设“献良策、抬轿子、吹喇叭”	092
39.助推上海数字电视产业化	094
点评	096

四、行业协调

40.保护自主创新 促进行业发展	099
41.开展法律援助 维护会员权益	101
42.民间“法官”在行动	103
43.参与人民调解——构建和谐行业新亮点	106
44.通讯行业审价增值服务大有作为	108
45.真假三文鱼	110
46.知名品牌面临“信任危机”以后……	113
47.启动“危机处理”预案 救助名企“转危为安”	115
点评	118

第二篇 海内外行业协会发展模式分析比较

一、引言	123
1. 行业协会模式研究的研究背景	123
2. 行业协会模式研究的理论	126
3. 行业协会模式研究的研究方法	128
二、海内外行业协会的立法情况	129
1. 国际主要法系简介	129
2. 中国法律体系与行业协会的规范	130
三、海内外行业协会模式概述	132
四、海内外行业协会模式的分析	153
五、海内外行业协会发展模式的比较	155
六、政策建议	156

附 录

台湾省商业团体法	162
台湾省工业团体法	172
法国商会法	181
德国工商会法	186
日本商工会议所法	191
美国非营利法人示范法（摘要）	210

后 记	249
-----	-----

第一篇

上海行业协会改革和发展案例

一、行业服务

转换一种思路 开拓一方市场

上海摄影业行业协会

以摄影技术和摄影艺术为社会提供服务的摄影业与人们的生活息息相关。尤其是婚纱摄影，是新婚人群必不可少的婚庆消费项目。庞大的市场近年来出现了激烈竞争，如何引导行业内的竞争走向良性？如何提高行业整体的产品质量和服务水平，让消费者受益？如何打造出婚纱摄影行业的产业链，利用有效的资源来让企业、行业和消费者共利共赢？转换一种思路，开拓一方市场。“上海市婚纱摄影节”，以与众不同的活动方式，为整体行业的发展带来了良好效益，为人们带来了眼前一亮的新鲜感受，走出了一条标新立异的新路子。

上海市婚纱摄影节是由上海摄影业行业协会引导行业婚纱摄影企业强强联手，为共同打造规范的婚纱摄影行业，而开辟的一个全新窗口。婚纱摄影节旨在完善行业形象，繁荣发展婚纱摄影市场，迄今已经成功的举办了两届。两年来，众多影楼会员单位、婚庆消费品厂商，以上海市婚纱摄影节为平台，着重在整合资源上做文章，为结婚人群带来实惠和便捷，达到了影楼、消费品厂商和结婚人群的共赢。上海婚纱摄影节推出的“魅力新娘”评选活动也倍受新娘和广大市民的青睐，为上海这座城市增添了文化艺术气息。

上海市婚纱摄影节之所以取得巨大成功，其原因可概括为“一二三四五”。

一个平台

精心打造上海市婚纱摄影节这个平台。由摄影业行业协会牵头，内部联系会员单位积极参加，外部联系众多企业、消费品厂商和媒体共同参与的沪上大型节日活动。

两种思路

主办方从大方向上进行指导，承办方开展具体工作在细节上做足做实。行业协会作为主办单位，“抓大放小”，从大的思路对全局进行统筹规划，关注活动期间出现的重大问题。上海昂立广告有限公司作为承办单位，具体洽谈招商合作、魅力新娘的组织、选拔、评审以及整个活动的宣传工作。

两种不同的思路，使得活动双方分工明确，工作中又相互支持，明确了责任，提高了效率。

三方力量

消费品厂商参与,传媒介入,消费者的互动,这三方力量是活动成功的关键。特别是消费品厂商的参与让活动更加精彩。在此之前,消费品厂商也比较重视这一人群,却苦于找不到一个良好的切入点。尽管有床上用品公司、珠宝首饰公司等和著名影楼进行过联合促销,也取得了良好的业绩,然而这样的合作仅限于单店和局部,缺乏系统性和长效性。上海市婚纱摄影节把婚庆消费涉及的婚纱摄影、珠宝首饰、美容化妆、家电家居、酒店餐饮、汽车、房产、旅游、食品等40多个相关行业,形成了以结婚消费为纽带的商业链。如此之多的相关行业和企业为活动提供了可以整合的强大资源。

传媒的介入,提供了整个活动非常优秀的策划方案,能够有效的跟进和测评,大大增添了活动的影响力和美誉度。其中,上海昂立广告公司为上海市婚纱摄影节适时提出了合作与竞争的行业整体行销概念,这一概念在业内还是首次提出。就是:通过行业内权威机构的组织,把行业内领先品牌组织在一起,向消费者进行集体的展示,通过各种展览展示、评选评比、会议论坛,大型活动等对消费者进行品牌教育、产品教育、鉴赏力教育。以期达到行业业绩的整体增长、行业形象的整体提升、消费者对婚纱摄影消费需求的增长。

由于这三方力量的运用得当,上海市婚纱摄影节的各项宣传成本,均源于广告业务团队的运作。参与赞助活动的企业涉及房地产、汽车、食品、美容美发、化妆品、酒店、照相器材、装潢材料、家具家居等多个行业。“魅力新娘”的最终奖品,也由赞助商家提供。消费品厂商的参与,使行业整体行销达到0成本运行。而厂家也通过婚纱摄影节这一活动以较低的成本推广了自己的品牌,达到了双赢。

四个渠道

上海市婚纱摄影节用四个渠道来吸引人气。分别是:摄影节婚纱秀、婚纱摄影展览会、魅力新娘的网上评选、《魅力新娘》会刊的免费发放。

去年9月6日,第二届上海市婚纱摄影节开幕式及新闻发布会在新天地“第一秀场”举办,各种婚纱秀、造型秀吸引了上海各大主流媒体和时尚媒体的报道。

在虹口区举办的长远婚纱摄影展,得到了虹口区政府的支持,3天的会展吸引了众多婚庆商家和消费者的面对面的交流。

同时,“魅力新娘”的评选活动在各大影楼间接受报名,人人都可以登陆官方网站对候选人进行评选投票,消费者参与投票的积极性非常高。

为了将品牌推广工作做得更扎实,协会还主办了《魅力新娘》会刊,会刊除了在影楼间传阅外,还在上海1000家高档休闲消费场所免费派发、传阅。

基于以上四个渠道,活动的运作非常成功,短时间内在上海已经有了很大的知名度和美誉度。

五个沟通

与承办活动的广告公司沟通，与参与投票的网站进行沟通，与政府进行公关活动的沟通，与电台沟通，与报纸传媒沟通。与合作伙伴的及时沟通，使得活动最终有了有效的推广。

沟通的结果是：在活动的举办中，出现了东方电视台和上海人民广播电台的身影。而在参与报道的媒体中，既出现了《新民晚报》、《新闻晨报》这样的主流媒体，也有《申江服务导报》、《上海一周》这样的时尚媒体。电台、电视、报纸等传媒对于婚纱摄影节这一时尚活动的浓厚兴趣，使得婚纱摄影节借助传媒所产生的影响范围和影响力更大，各品牌也从中受益。大众传媒、小众传媒的组合传播，不仅使婚纱摄影节的活动得到广泛传播，也使各影楼的品牌得到有效推广。

上海市婚纱摄影节的举办，整合了行业资源和媒体资源，吸引了众多消费者，活动取得了良好的经济效益和社会效益。在庞大的市场和激烈的竞争面前，引导行业走向了良性竞争。同时提高了行业整体的产品质量和服务水平，让消费者受益。并且打造出婚纱摄影行业的产业链，利用有效的资源让消费品商家、婚庆会员单位 and 消费者共利共赢。上海市婚纱摄影节以活动带动产业，稍稍转换一下思路，开拓出了一方市场。

博览会为行业增辉

上海餐饮行业协会

上海餐饮市场兼容并蓄，快速发展；海派饮食海纳百川，中西合璧；为迎接世博会，提供精美的中华盛宴。如何将餐饮业资源整合，提高餐饮业的整体水平，检验行业的改革发展成果，为世博会打造品牌、培育人才。上海餐饮行业协会萌生了每年主办一届上海国际餐饮博览会，将2010年第七届美食博览会奉献给世博会的设想。

以往餐饮展只是业内同行交流观摩为主，向社会公众展示亮相尚属首次。况且政府未拨一分钱、协会没有办展会的人才和经验，全靠自己的构思和能力，困难可想而知。协会立足现有力量，依靠广大会员，从锻造展会品牌出发，要一届比一届有进步地办好餐博会。

协会紧扣世博会主题，确定了上海餐博会的主题为“餐饮，让生活更美好”，并在2004年3月份举办了首届上海餐饮文化博览会。继而在听取了各方面意见的基础上，对展会项目作了调整，于2005年11月举办了第二届上海国际餐饮博览会，两届餐博会十几万观众参观，引起社会公众和媒体的关注，得到各地同行的重视。

两届餐博会有不少共同的特点，生动的内容：

一是成为餐饮单位展示企业形象的舞台，连接餐饮业和配套供应商的桥梁。

品牌餐饮企业在场馆里搭建造型各异的展台，展出拿手的美味佳肴，推销和包装自己的意识明显增强。更有一些餐饮特色精品专卖店开始在餐博会上出彩，标志着上海餐饮业又进入了一个崭新的发展阶段。请供应商提供优质产品与餐饮企业亲密接触，一方为简化进货渠道采购优质品叫好，另一方能为大面积的联系到餐饮单位喝彩，供需双方各得其所。餐博会向餐饮行业推荐优秀的供应商更是获得好评。

二是成为餐饮业品牌和金奖的诞生地，探讨市场发展的论坛。两届餐博会认定了119个著名餐饮品牌企业，对交流企业发展创建品牌的经验，接受消费者的评议，增进消费者对品牌企业的认同感起到了积极作用。餐博会期间参展的餐饮企业共有423个菜点和宴席被评为金奖、特金奖。这些送审的菜点现场制作和评审，更贴近市场和消费者。以后每年将产生一批，争取到世博会时有一大批创意无限的特色菜点供嘉宾享用。餐博会经过企业申报、社会推荐、征求意见、媒体

公示表彰了一批餐饮业优秀民营企业，用光荣榜形式予以公示。这些餐饮业的领军人物的共同特点是创新发展、优质管理、爱心奉献、特色创意，社会对他们认知度较高。餐博会特邀海外和国内的资深专家学者传经送宝，分析中华餐饮大趋势，演讲中国菜发展大方向，指引餐饮市场的大卖点，起到了十分明显的助推作用。

三是成为厨师精英竞技献艺、培养餐馆人才的摇篮，共同推广餐饮优质管理的课堂。餐博会现场设擂比拼，高手表演厨艺绝活，同行切磋交流。特别是第二届，经过不懈努力，展馆内设置了800平米的明火动用区，10个标准配置的厨房，为厨师明炉操作提供了条件。他们现场制作的菜点可同步供观众观赏品尝和评议。展馆内操作零距离，菜点现场供应，这在国内外餐饮展中尚无先例。

餐博会上专门设立了餐饮业优质管理推广室，着重向餐饮业同行和社会公众介绍2003年以来，协会和香港五常法协会合作开展培训的丰硕成果：经过7期培训，17个城市，共100家企业管理人员参加，产生了400余名审核员，诞生了一批优质管理示范餐馆。同时有22家餐馆联合首批向公众开放厨房等后场场地，接受市民参观，消除人们对餐馆“前厅富丽堂皇，后场杂乱肮脏”的旧观念。

四是成为中外餐饮交流的新天地，海派饮食文化的交流厅。

餐博会期间，有新加坡、美国、墨西哥、日本和香港、台湾的同行前来参展，异国他乡的风情使展会增色不少。美国举办了食品原料的展示品尝会，墨西哥拉美情调的食品让人们一尝为快，日本高档的餐饮用品、民族特色的各类菜点食品，让人们领略了东瀛邻国的风采。新加坡的酒店管理、规范培训课程让同行开了眼界。世界餐饮潮流的聚汇，中外产品的融合，在餐博会上得到了体现与交融，并产生了一定的后续效应。日本东北六县紧接着餐博会在沪举办了食品海产品品尝推介会，近300家餐饮企业与会交流。

餐博会邀请了虹口收藏协会与饮食相关的收藏馆进会展示。有历史底蕴和文化内涵的收藏品，例：餐具、酒具、茶具等，显示了深厚的中华饮食文化的积淀与博大精深。徐汇区美食餐馆的集中亮相，既体现了协会向区县拓展工作的成果，又引导消费者知晓了各具特色、帮别各异的徐汇美食。餐博会还在展馆外的广场上专辟美食和风味小吃展销，使市民能吃能看能带。餐博会还与相关协会联手，例如：婚庆协会的喜庆婚宴、婚礼仪式展示走秀；慈善基金会的现场义卖；食品协会、水产协会、豆制品协会的产品展销等，都收到了一定的成效。

餐博会的成功举办，积累了经验、增强了自信心，提高了协会的知名度，同时获得了一定的经济效益。

为长三角苗木经济搭建共享平台

上海市园林绿化行业协会

世界著名的环保专家说过,绿化上不去,就不要谈国际大都市的建设。上海在建设国际大都市的过程中,重视城市园林绿化建设,提高有生命的城市基础设施的品位。自1998年以来,上海以超常规的速度发展了高质量的城市园林绿化:新建3000平方米以上的公共绿地150余块,仅2004年一年全市新辟各类绿地就达2434.05公顷。在6年多的时间里,上海绿化建设的总量超过了建国以来的建设总和。截至2004年底,上海城市绿化覆盖率达到36.03%,人均公共绿地面积为10.11平方米,城市园林绿地总面积26688.89公顷,成功创建国家园林城市。在未来的近三年中,上海将建设69个绿化项目,资金投入多达212亿,平均每年投入约70亿。

确立苗木是城市绿化命根子的观念

苗木是城市绿化的命根子,苗木质量直接关系到城市园林绿化建设水平。绿化建设的大提速带来了苗木市场的兴旺。据不完全统计,从2002年到2004年三年中,上海市种植的各类乔木达到791.16万株。

由于城市功能定位以及上海城市的特殊性,长期以来,上海绿化建设过程中的苗木自给能力一直力不从心,在新一轮发展过程中,上海更不可能拿出更多的土地来进行苗木生产和储备。苗木的短缺不仅使城市绿化的品种单一,难以达到春景秋色的境界,而且将影响上海可持续发展的战略实施。

促进长三角苗木交流大提速

上海市园林绿化行业协会,积极探索长三角苗木的无缝接轨,以上海目前已有苗木基地为基础,积极探索同长江三角洲地区和长江流域联动发展苗木市场的新路子,在苗木产业布局、资源利用等各方面加强与周边地区合作与协调,优化区域苗木行业的发展环境,形成合理分工、联动发展、共同繁荣的格局,搭建了可以共享的平台。充分利用长三角快速交通格局形成的优势条件,缩短苗木交流的时空,集中杭、嘉、湖、甬、绍、苏、锡、常以及周边大小小百余个城镇的苗木优势资源。早在2003年10月,应浙江省金华市农委邀请,协会组织会员代表,参加了第4届金华·华东农业科技新成果展示交易会。本届展会以“科技、品