

第一部分 国外行业协会考察研究报告

国外的行业管理

余惕君

随着国有资产管理体制改革的逐步展开和现代企业制度的逐步建立，打破部门和地区所有制，按照专业化协作的要求和需要进行工业的调整和组织，已日益摆到重要的议事日程上来。打破部门和地区所有制，必须从行业搞起，按行业组织，按行业管理，按行业规划，这在我国是一个全新课题。了解国外开展行业管理的一些基本做法，对我们无疑大有裨益。

日 本

日本的各行各业都有自己的行业团体。据统计，目前日本的行业团体大约有 2.3 万余个，全国 157 万多家大中小企业几乎都加入了行业团体。日本的行业团体一般是由一些产品性质相同或类似的企业，为着共同的利益，在自愿互利的基础上组成的。这些行业团体的组织形式及规模各不相同，大致可分为下列几种类型：

由生产同类性质产品的企业组成的行业团体。既有全国性组织，也有地区性组织。如日本汽车工业协会、日本电子工业协会等等。

同一行业中按产品类别划分而建立的专业性协会。这种行业组织大小不等，但专业性非常强。如包装行业除了日本包装技术协会这个全国性的组织以外，还按产品划分为包装材料、包装机械、包装印刷等不同专业的协会。

以性质相同的大企业为核心组成的全国性工业联合会。如以松下、索尼、东芝等厂家为核心组成的日本电子工业联合会，虽然只由 20 几个厂家组成，但事实上掌握了全国电子工业的命脉，同时起着日本电子工业协会核心机构的作用。它们有分有合，相互协调，相互促进。

大中小企业协作式的行业团体。在大中小企业协作式的行业组织中，大企业用签订严格的经济合同和控制关键技术的方法，将中小企业按专业化原则纳入自己的经济体系。而中小企业则依靠大企业形成较固定的产品和技术范围，并借助大企业的经营组织能力进行技术开发与人才培养，有时甚至向大企业借款或要求投资来做一些自己力所不及的经营活动。

性质相近的中小企业间建立的协同组合。这种协同组合，是互相协作性组织，具有行业性管理的作用。其中有高度化组合、产地组合、集团组合、系列组合等等。参加的企业，或是为了共同投资建造基础设施，共同出资出力发展地方特色产品；或是为了共同开发新工业区，进行联合加工，共同推销等等。

日本行业组织的职能主要表现为以下几个方面：

1. 根据政府制定的中长期经济发展规划，适时地制定本行业的发展规划及技术经济政策，积极为本行业企业出谋划策，使企业发展有明确的经营目标。
2. 搜集、整理并向本行业企业提供各种情报，协助各企业开展信息交流。
3. 协助本行业企业制定统一的产品规格和技术标准，为生

产高质量的产品创造条件。

4. 提供各种技术和经济咨询，包括生产、销售、研究技术、人才培养等。

日本的行业管理，对于加强政府的宏观指导与发挥企业自主活力，起了独特的作用。在具体落实、贯彻政府宏观指导政策的同时，成为所属企业的经验交流中心、经济技术情报中心、经营指导中心和技术培训中心。不仅提高了企业的经营管理和技术开发能力，而且保证企业的发展同政府的发展要求及重点相吻合。同时，也使行业团体进一步得到日本政府的扶植和支持，并伴随经济的发展而得以不断改善和加强。进入 80 年代以来，面临新技术革命条件下国际和国内经营环境的变化，尤其是科学技术的突飞猛进和原材料工业及重工业等产业结构的变化，日本的行业团体又采取了新的措施。为适应技术革新中出现的多学科“复合化”趋势，日本各都道府县均组成了各种技术交流组合，定期开发情报交流和讲习活动，有力地促进了企业新产品、新技术的开发。

法 国

法国的行业管理是通过行业组合来实行的，行业组合是同行业企业（主要是中小企业）的一种经济联合形式，是一些企业为占有市场在不同领域实行部分的或全部的联合。这种联合出于各成员企业的自发要求，较少强制性或法律性，每个企业仍保持自己的经营特色和经营自主权。因此，它是一种松散的民间组织。

法国行业管理的职能有：联合采购（收集供应商的各种资料，了解有关产品的资料，选择供应商并集中定货等）；联合销售（开展市场研究，促进成员企业生产的专业化，建立销售系统，进行销售预测，培训销售人才，制定商标，组织销售等）；

联合装备（智力装备、物资装备），联合财务等。

法国的行业组合形式名目繁多，如各种工业的联盟、联合会、协会等等。在这些组织中设有理事会（或董事会）、顾问委员会，有的还设有监事会和工人管理委员会。理事会下设若干工作委员会和办事机构。理事会是行业组合的最高工作机构，它的主要职责是：研究全行业的经济、技术和社会等共同性问题，尤其是国内外市场、专门训练机构、展览会等关系全行业发展的课题；确定全行业发展的主要方向；拟订行业联合会的章程、条例和准则，协调各种内外关系，保护成员企业的共同利益，培训各类人员，尤其是技术人员和管理人员；负责产品标准化、质量保证、情报、展览等项工作。

法国的行业组合在一定程度上推动了中小企业的发展，取得了一定的成效。如“四联锻造公司”的成立，解决了罗纳——阿尔卑斯地区四家大锻造厂的原料困难。运用电子计算机为各成员企业的各种管理实行“信息共享”，改善了行业内部的关系。此外，还帮助成员企业开拓国内市场。

德 国

在德国，在政府和企业之间，存在着众多的、自成体系的民间经济组织，可归为以下几类：

行业性的组织。如联邦工业协会、手工业中央联合会、联邦银行界协会、联邦批发商会、外贸协会、保险事业总联合会等。规模最大、影响最大的是联邦工业协会和手工业协会。

阶层性的组织。如雇主协会联邦委员会、工会联合会、农民协会、零售商总联合会等。其中规模最大、影响最大的是雇主协会联邦委员会和工会联合会。

行业之间的联合组织。如工商联会，这是一个除手工业、

农业以外，由工业、商业、银行业、保险等行业联合组成的全国性组织。

其他性质的组织。主要是大量研究及咨询性质的、为各行业、各企业服务的民间组织。德国经济合理监察会就是其中之

德国政府没有专职管理工业的部门，政府主要就是通过上述这些为数众多、活动广泛的民间经济组织同成千上万个企业发生联系。这些组织的主要作用是：代表成员的利益，在政府制定政策、法令时，提出意见，反映要求；协调各方面的关系，缓和社会矛盾；向成员企业提供国内外市场信息，为成员企业提供咨询服务；帮助成员企业培训职工；制订产品规格、技术标准；研究、处理其他问题。

（作者单位：国际技术经济研究所上海分所企业经济研究室）

赴德国、法国行业协会考察报告

中国工业经济协会行业管理考察团

为贯彻落实党的十四届三中、五中全会关于转变政府职能、加强行业管理、发挥行业协会作用的有关决定精神，为借鉴市场经济发达国家的行业管理、行业协会方面的经验，中国工业经济协会组织行业管理考察团一行六人，于 1997 年 3 月 31 日至 4 月 14 日赴德国、法国就其有关行业管理和行业协会地位、作用等问题，进行了为期 15 天的专项考察。我们先后访问了德国工业联合会、德国拜耳集团、德国符腾堡州房屋住宅地产协会、法国香水美容化妆品工业联合会、法国机械制造商协会、法国汽车制造商协会；还参观了梅赛德茨——奔驰汽车公司生产现场。

德、法都是市场经济发达国家，政府根本不直接地实际地管理企业，而是通过为数众多、活动广泛的行业管理组织与成千上万个企业进行密切联系并做实际工作。德国约有 30 万个协会和联合会等社团组织，在各类协会中，又以经济领域里的各种行业协会最为活跃、最富成效。德国最大的社会经济团体是“工商议会”和“工业联合会”，还有“商业贸易协会”和“企业主（雇主）协会”；法国最大的是“工商会”、“雇主协会”和“出口联合会”。通过对有关行业协会和企业集团的考察，使我们对两国协会的成功经验留下深刻印象，对两国的行业管理和行业协会情况有了进一步的了解，也引发了我们的一些思考。

一、两国协会的共性特点

1. 历史悠久。在我们访问的 6 个协会中，5 个协会的沿革历

史均在百年左右。德国工业联合会从 1895 年的出口产品协会到几个协会的竞争与合并，经过几十年演变，直至 1946 年正式组建为工业联合会。法国的香水美容化妆品工业联合会的前身早在 1540 年就已存在，1889 年扎根在现在的办公大楼，并从行业产品的发展变化当中使其组织不断充实、完善。

2. 自律性强。协会的组建都是根据市场经济的要求，完全按照企业的需要自发自愿组织的。组建协会不拘一格，有几百家企业组成的行业协会，也有像法国汽车制造商协会只有两个大企业集团组建一个协会。工作内容自己决定，完全独立自主地开展活动，“只要不违反法律，什么都可以做”。政府不干预协会，政府需要协会。协会保护会员，会员依靠协会，体现自己管理自己的特点。

3. 功能明确。协会的根本宗旨是为企业服务，围绕企业、市场的需要定职能。主要是：

- (1) 政策的研究和建议；
- (2) 市场的分析与研究；
- (3) 企业的发展与规划、质量环保与技术的咨询；
- (4) 经验总结和交流；
- (5) 成本、价格的协调；
- (6) 信息搜集整理与传递；
- (7) 国际交流与开拓；
- (8) 法律法规研究与咨询等。

这些功能主要通过协会常设机构和若干专业委员会来实施，成效显著。

4. 组织健全。德、法两国的行业协会，不仅内部组织健全，工作运行有序，而且各工业行业协会之间又形成了纵横交错、梯形结构的网络组织体系。德国工业联合会（BDI）下有 35 个全

国性工业行业协会，其下有 153 个州的代表机构，再其下有 344 个专业行业协会，他们联系着 80 000 个企业，从而形成五个层次的梯形结构，但工业联合会不直接与 80 000 个企业发生关系。符腾堡州房产协会是州级协会，其下有 22 个协会，再其下有小的协会 54 个，再下面还有 80321 个组织。全国约有 1000 个类似的房产协会，联系着 90 万个会员（部分是个人会员）。法国也有工业联合会（FIM），由下面的 50 个全国性工业行业协会组成，工业联合会上面是法国雇主协会，形成三个层次的梯形结构。法国工业联合会与 50 个工业行业协会之间形成了一个共同体，每天在一起研究共性问题（因这些协会都在一个办公楼里，有此方便条件），协调他们的工作，特别是协调那些各协会都想干的事，不要重复，而要合作。

我们在考察访问中，专门问及德国、法国有没有行业划分标准，他们的回答都是一致的：没有。他们说，科学技术和行业的发展变化都很快，不可能有固定的原则和标准，今天做了不知明天会有何变化。现在，行业的划分越来越难，标准更不易定。所以，协会的组建都是根据企业的实际需要自下而上建立起来的，一个大企业也可同时参加几个协会。变化是经常的，必须接受变化，体制也要适应变化。德国工业联合会下面 35 个全国性行业协会的结构也在变化：过去最大、最强的曾经是矿山、建筑等行业；现在是汽车、电子电器、化工和机械设备制造；将来可能是第三产业方面的行业。

5. 人员精干。协会常设机构人员不多，但大都是有知识、懂业务的行业专家和专门人才，其中不少是律师、博士。协会的内设机构和专职人员配备，都是根据客观变化和业务需要不断调整的。德国工业联合会由于业务变化，工作人员就从三年前的 300 名精简到现在的 150 名。机构也由原来的 18 个调整为 15

个。法国机械制造商协会内设 15 人的机构，以 2 位主管（干事）为主，一位主管（干事）还是联合会的主管（干事），经常往来于欧、亚等国组织展览展销。法国香水美容化妆品工业联合会在中国设代表处，只有 2 人主持全面工作。德国符腾堡州房产协会只有 3 人主持着协会全面工作。德、法两国协会的领导人（主席、副主席）和负责协会日常工作的主管（总干事）等专职工作人员，没有什么严格的年龄限制，关键看业务水平、工作能力和工作实绩，改选时得票多少；干得好，得票多，就可以连选连任。法国机械制造商协会总干事普·马由特先生说，他已在现职岗位上干了十多年，只要愿意干，还可以干下去。

6. 很有权威。由于行业协会的领导和工作人员，都是本行业的专家里手，又全心全意为企业的利益、行业的发展服务，所以会员企业很听从协会的意见，支持协会的工作。政府部门在很多方面依靠协会做大量工作，需要协会的帮助。协会与政府部门保持着密切的联系，如法国机械制造商协会每周同政府的工业部长、商业部长直接通电话，交换信息，研究工作。

7. 实力雄厚。在经济上他们不要政府资助，全靠会费保证协会经济来源。所有协会都有自己的办公大楼，各内设机构全是现代化办公设施。会费标准全由理事会决定，一般在企业营业额的千分之一左右或按企业人数交纳，不论盈与亏，照交不误。如德国拜耳公司，每年要向制药协会交纳营业额 1‰ 的会费，为 114 万马克，几十家会员就是上千万马克。符腾堡州房产协会每个会员每年交 12 马克，80321 个会员，会费就是 160642 马克。完全可以保证协会的活动经费。

二、思考与借鉴

德、法两国的行业协会是在长期的市场经济中诞生、发展、

自成体系，发挥了重大作用。而我国的行业协会还处于初创阶段，探索时期，既不规范，又不成熟，不论从外部环境和内部条件都存在不少问题。

按照建立社会主义市场经济体制的要求，政府部门的机构改革，职能转变和现代企业制度的建立，实现政企分开、政资分开、政社分开，加快建立自律性行业管理组织，发挥行业协会服务、自律、协调、监督作用已是刻不容缓。因此，必须贯彻解放思想、实事求是的原则，转变思想观念，加快行业协会的建设，充分发挥行业协会应有的作用。根据我国国情，参考德、法两国行业协会可资借鉴的经验，对于推动我国工业行业协会的建设和改造问题，我们提出以下几点具体建议：

1. 建设行业协会，发挥行业协会作用是经济体制改革的重要组成部分。经济类行业协会是自律性行业管理组织，虽是社会团体，但又不是一般意义上的社团，尤其是工业行业协会，它与政府机构改革密切相联，与工业企业生存与发展息息相关，与发展生产力有着直接关系。因此，政府主管部门应支持和加强行业协会的建设，促进政府对企业实行间接管理，为机构改革创造条件，要把行业协会建设，充分发挥其作用，作为整个经济体制改革的重要组成部分，全面考虑，统一部署。要像德国、法国那样，把行业协会逐步建设成梯形结构的网络组织体系。经济类的行业协会建设，应由国家经贸委统筹规划，加强指导。

2. 组建行业协会要不拘一格，不搞一个模式。我国地区情况不一，行业发展情况各异，既要防止“刮风”一轰而上，也要避免给组建行业协会制定不恰当的条条框框；既对行业协会的组建与发展要有规划，又不局限于原有的国家行业分类标准，而要更加注重企业的实际需要和行业的变化，因势利导。政府部门要引导企业加快组建自己的行业组织，推进政府专业经济部门的改

革和职能转移。对现有行业协会要给予多方面的扶持 和帮助，对少数协会必须重组或改造的，要予以积极指导。

3. 行业协会要把为会员服务、为市场服务作为首要任务。为企业服务为行业服务是行业协会的主要职责，同时要在实践中注重自律、协调、监督作用的发挥。自律是行业的自我管理，是从行业整体利益出发加强行业管理，是以国家法律和行规行约为准则的自我管理。协调是包含企业与企业间的、企业与政府间的多方面的协调。监督是以国家法律、法规、政策为标准进行的自我监督，包括价格、质量等方面的监督。协会既要不断向政府反映企业的要求，提出政策建议，又要向企业传达政府的意图，引导企业遵守现行政策、法令，把为会员服务和执行政府政策统一起来。协会和政府都要各自主动保持密切的联系。行业协会的具体职能可以各协会的实际自行确定，同时可以国家经贸委关于落实试点行业协会有关行业管理的六条职能为主逐步拓宽。

4. 行业协会收缴会费是会员单位的应尽义务，是协会的主要经济来源。会费金额的标准由会员大会确定，政府部门不宜直接管理、具体规定。从德、法两国情况看，合理的会费，也是体现行业协会权威性、发挥应有作用的重要因素。在会费收入达到协会可以自养、能够满足协会活动需要的程度时，就不必办经济实体，以保持协会的公正性。缴纳会费是协会为会员服务的必要基础。协会经济实力强了，才能用更多的形式、更好的手段为企业服务；企业得益多了，也才会更自觉的交纳会费，参加活动。会员交纳给行业协会的会费应当列入企业的成本开支。我国行业协会的会费标准，应同国际接轨，逐步规范。

5. 行业协会内部机构设置和理事长人选由协会自定。行业协会应根据本行业的特点，采取不同的组织形式。协会正副理事长（正副会长）应由本行业中有经验、有威望、能决策的大企业

负责人担任。退下来的政府官员或企业负责人能否担任或连任协会的领导人主要看其在协会工作的实绩和企业的评价，真正实行民主选举。行业协会的专职人员要体现少而精，老、中、青结合的原则，要有热心于协会工作、熟悉行业情况、与社会各方面关系融洽和有多方面组织、策划、设计能力的人主持协会日常工作。

6. 抓住试点，加大宣传力度。由于我国行业协会处于初创、探索阶段，在当前社会理解不够，政府部门认识不一，企业需要程度各异的情况下，应当抓住试点，有所突破，并大力宣传行业协会在社会主义市场经济中的地位作用。既要总结协会作用发挥的典型，又要总结政府部门职能转移的典型，广泛宣传，组织交流，使行业协会真正被社会所理解，政府所重视，企业所关心。与此同时，加快制订行业协会工作条例等法规性文件，使之逐步走上规范化、法制化，以促进行业协会的健康成长。

企业协会组织与美国企业

夏忠华

在美国这个众多利益集团激烈竞争的社会里，协会组织是一个不可忽视的方面。协会组织不仅在维持美国多级利益集团的关系平衡方面发挥着作用，而且对促进美国科学技术发展、管理科学进步也有重大影响。

一、企业协会把各种企业联系起来

美国的协会组织很多，企业协会组织占有很大的比例。据美国 1985 年版的《美国协会百科全书》记载，全美约有 18000 多个协会组织。这些协会组织涉及各行各业、各科学技术领域，大多数又与工商企业有着密切的关系。在美国的协会组织中，仅属于工商企业方面的企业协会组织就有 3600 多个，有关工商企业管理方面的协会有 100 多个，其中各种小企业管理协会有 60 多个。美国共有 1400 多万个企业，其中 96% 属于 500 人以下的小企业。绝大部分美国企业都参加不同的协会组织，有的企业根据自身的情况甚至参加几个不同类型的协会。例如，有的企业既参加管理协会，又是某一专业技术方面的协会会员，其目的是想从管理协会方面获得有关管理咨询、培训、政府事务问题的好处，从专业技术协会那里便于寻求开发新技术新产品等方面的支持或合作、交流等。

美国的协会组织多种多样，企业协会也是如此。这些企业协会把美国企业从不同的角度，按照一定的利益原则组织联系起来。例如，在 60 多个小企业协会中，就分为全国性的小企业协会、民族性的小企业协会、妇女小企业协会、地区性小企业协会

和向小企业提供专业性服务的协会等。

二、企业协会的职能特点

美国的协会组织都是民间的，由参加者自愿组织起来，在官方机构注册后展开活动的。绝大多数是非营利组织，极少数协会组织是以公司形式经营的。企业协会组织的主要职能是，对会员企业或组织提供管理咨询服务；对企业经营管理中遇到的问题进行调查研究；出版管理科学方面书籍、刊物，传播最新的管理科学知识；举办专题研讨会、培训班，提供和交流管理信息，促进新人成长；在政府、立法机构面前替会员讲话，维护本组织会员的利益；开展国际性交往活动等。

美国企业协会组织的一个重要职能特点是，它们都注意为会员企业提供政府事务帮助。美国是个法制资本主义国家，也是被称为“法多成灾”的国家。国会每年通过很多的法律，政府每年发布许多条例。很多企业无力参加这些法律和条例的通过过程，自己的意见不能直接反映给立法机构和政府。如果企业的意见在立法过程中未被考虑，通过的法律和政府条文就有可能损害企业的利益。这样，企业协会组织的另一个重要任务就是为企业提供这方面的服务。协会组织往往把向会员提供政府事务帮助，派人参加国会立法过程，同政府打交道，如实反映会员意见作为吸引会员和为会员服务的最重要职能之一。另外，企业协会组织在立法和政府机构面前讲话时，往往不以个人或整个组织名义讲话，而是以具体的定量的数据反映本协会会员中有多少赞成或反对某项法案，其理由如何如何。

三、企业协会维持活动的费用来源

任何一个组织要在社会开展活动就需要经费，美国企业协

会组织的经费来源，主要是会费、举办各种训练班和开展各种学术活动的收入、政府机构和某些企业的赞助。在商品经济高度发达的美国，政府除依法向企业和个人征税之外，不得再从他们手中索取一美分，其他组织之间或组织因向企业或个人提供的服务和劳务、信息，收取一定的费用也是理所当然的。有的企业向其所参加的协会交纳会费，而很长时间并未得到协会的直接服务，当有人说是吃了亏时，精明的企业家却认为：参加协会，交纳会费就像买保险一样，到万一需要时，它的作用就特别重要了。

美国管理协会（AMA），1823年成立，以教育组织名义在政府注册，现有 75000 多个团体会员和个人会员，主要靠向会员收取会费和开展活动的收入，维持协会的活动和支付本组织 1000 多人的工资等。

美国小企业服务协会（SBSB）是一个由 35000 多家小企业参加的以企业化形式经营的协会组织。该协会按小企业的大小，分别每年向会员征收 75 美元或 150 美元的会费。协会向会员提供免费电话管理咨询、廉价旅行住宿和车船机票及医疗保险、计算机管理信息、电传共享和政府事务帮助、对华贸易咨询等服务，从而获得不少经济利益，成为美国第一家私人经营的盈利性的协会组织。

（原载 1987 年《企业管理简讯》第 7 期）

（作者：中国企业管理协会、中国企业家协会副理事长）

澳大利亚市场中介组织考察报告

1996年10月11日至11月5日,国家体改委组织部分省市体改部门和与市场中介机构有关的企事业单位的负责同志赴澳大利亚进行了为期25天的培训考察。考察团主要就澳大利亚市场中介组织的现状、基本类型、职能、组织结构及运作机制、在经济发展中的地位和作用、中介组织与政府的关系等方面进行了重点的培训和考察。

一、澳大利亚市场中介组织建立与发展的经济背景

澳大利亚属联邦制国家,有6个州和两个地区,国土面积768.2万平方公里,全部位于南半球,人口1800多万,是个地广人稀、资源丰富、以英国后裔为主的移民国家。虽然澳大利亚建国时间较短,仅有200余年的发展历史,但是就其经济发达程度而言,则已进入发达国家的行列。根据世界银行的《世界发展报告》公布的资料,1980年,澳大利亚的人均国民生产总值在西方发达的工业国中排在第12位。另据国际货币基金组织发表的有关数字,1994~1995年度,澳大利亚的国内生产总值为4516.7亿澳元(约合3613.4亿美元),人均国内生产总值为25093澳元(约合20074美元)。

澳大利亚经济的发展,得益于其得天独厚的资源基础。辽阔的土地,丰富的矿藏,漫长的海岸线,使得羊毛、小麦、矿产品和海产品成为澳大利亚重要的出口创汇产品,加之人口稀少,使得澳大利亚人均资源占有量极为丰富。自1788年英国开始向澳洲大陆移民到1901年澳大利亚成立联邦,其经济活动主要是围绕着农业(特别是畜牧业)和采矿业开展的。20世纪初期,运

输、通讯和制造业逐步发展，但是直至 20 世纪中叶，农业和矿业依然是澳大利亚的经济支柱，甚至在现在，农产品和矿产品仍然是澳大利亚出口的支柱，这两项加在一起占澳出口总额的 $\frac{2}{3}$ 左右。由此可见，在第二次世界大战以前，澳大利亚的经济主要是依靠第一产业（农业和采矿业）资源性产品的出口，换取了经济的增长和本国人民物质生活水平的提高。

从 20 世纪 50 年代开始，澳大利亚的经济进入了一个高速扩展时期。到 60 年代末，澳大利亚的制造业已经相当发达，其产值已占国内生产总值的 30%。随着一些重要矿产资源的发现与开发，澳大利亚的国民经济发展被注入了新的动力，其经济结构与西方发达国家一样发生了根本性变化，这种变化最明显地表现在服务业（即贸易、交通运输、通讯和公共设施等）的兴起上。近 30 年来，澳大利亚的服务业一直在不断发展，如今服务业在国内生产总值中所占的比重已达 70% 以上，而农业产值占国内生产总值的比重则从 50 年代初的 25%，下降到目前的 3%，矿业、制造业、建筑业则分别占 4.4%、14.6%、7.3%。经济结构的变化和服务业的迅猛发展，大大提高了澳大利亚的经济实力，同时也为市场经济这部巨型机器的一个重要组成部分的各类市场中介组织提供了广阔的生存空间和良好的发展机遇，促使其发育和成熟起来，并在国民经济发展中发挥着重要的作用。

二、澳大利亚市场中介组织的基本概况

（一）澳市场中介组织的基本类型、职能及特点

澳大利亚的市场中介组织大体有五种基本类型，每种类型因其性质不同而具有不同的职能和特点。

1. 带有一定行政职能的具有半官方性质的中介机构。

这类机构主要是指四个委员会，即澳大利亚证券委员会、外