



# 中国商业服务业改革开放30周年功勋组织

## 广东省美容美发化妆品行业协会： 推动引导美容美发行业健康发展



广东省美容美发化妆品行业协会(以下简称协会),是1989年经广东省民政厅注册登记的社团法人单位。现有团体/个人会员上万个,亦有执业发型师委员会、执业美容师委员会、医疗美容专业委员会等二级机构和广东博美展览有限公司、广东省美容美发职业培训学校、美导网(www.maya777.com)、《美业777》(月刊)等实体。

多年来,协会通过举办行业博览会和各种会员活动以及发行刊物等形式,搭建有效的交流平台,交换本行业市场信息、技术信息,并促进国内外美容美发行业的技术交流,开展技术业务培训,推动引导美容美发行业健康发展。2004年协会被国家民政部评为“全国先进民间组织”。2005年被广东省民政厅评为“全省先进民间组织”。

协会成立以来主要开展了以下工作:

一、培育美容美发人才,制订行业执业规范。

为国家商业部编写了一套有23万字的作为全国美容美

发从业人员的职业培训教材和考核标准,而且还在广东培训和考核了大批的来自全国各地美容美发从业人员,使广东成为国内培养美容美发技术人员的“黄埔军校”。“广东师傅”的美名传遍大江南北。在国内开创了美容美发人员核发《岗位合格证》持证上岗的先河,这一要求和办法为劳动部门所吸纳并沿用至今。

二、推动美容美发化妆品行业的规范管理、整顿行业作风、评选行业先进、维护知识产权,广泛开展咨询服务活动。

1996年与广东省工商局等单位联合开展了评选美容美发行业文明经营户活动。2000年4月,与广东省个协、私协联合,开展了评选“金牌美容院”活动。同年10月,国家国内贸易局、中国消费者协会联合举办“放心美容院规范化承诺活动”,协会承办了广东的此项活动。协会多次在行业内评选“美容科技领先奖”、“美容文化教育杰出贡献奖”,“最受欢迎美容专业媒体奖”等等,树立了榜样,推动行业内各项工作的健康发展

多年来,在广东省知识产权局、省工商管理局、省质量技术监督局的支持下,在行业内开展保护知识产权工作,协助有关部门打击侵权、假冒行为和查处伪劣产品,并积极协助解决这方面所发生的纠纷,成为2007年广东省知识产权局会展知识产权保护单位。

协会还专门设立质量技术咨询中心,为企业提供申办产品的卫生许可证,提供咨询和代办手续的服务,受到企业的欢迎。

三、积极开展美容美发行业的国际技术文化交流活动。

1989年协会率先在国内举办“国际发型化妆大赛”。至今已在国内连续举办这一类的国际大赛15次,20多个省市代表和17个国家、地区的代表参加了这一活动。通过参赛和观摩表演,与具有领先技术和理念的国外代表交流和切磋技艺,对迅速提高我国美容美发从业人员的技术水平有着超前的影响,也对带动美容美发行业相关方面的发展起着良好的作用。

四、成功举办了26届广州国际美容美发化妆品进出口博览会。

通过博览会的一些活动,提高了人们对美的认识和追求,也提高了美容美发经营服务单位和生产厂家的知名度。“广州国际美容美发化妆品博览会”已成为国内知名的行业展会。展场面积从1989年的1000平方米,扩展到现在的70000平方米,内设标准展位3500多个,参展商2000多家,进场参观、交易人士达23多万人次;成为我国美容美发化妆品行业专业用品市场生产厂家每届必到的例会,为国内美容美发行业带来众多的商机。博览会还以规模最大,成交额最高,参展商最多,荣获“亚洲美容第一展”之称誉,吸引全球20多个国家和地区的商家前来参展。

五、协助和引导行业内企业走出国门,参与国际竞争。

协会分别在意大利“COSMOPROF”、德国“法兰克福美容展”和香港“亚太美容展”等国际美容展中设立“中国馆”,并组织参加阿联酋(迪拜)、俄罗斯、泰国、马来西亚等国的美容展,引导行业企业参与国际竞争,为业界带来耳目一新的变化。协会还联合了全国近30家企业精英“摒弃小我意识,同走结盟之路”,成立了商贸专业委员会和制造商专业委员会两个美容经济合作组织,力争打造中国美容行业的支柱品牌。

六、积极支持社会福利慈善事业。

历年来,先后发动组织会员向省内外灾区共捐物捐款超过1600多万元,2006年在中国慈善机构排行榜排名第29名。

## 上海市商业经济学会： 力助“经济窗口”的商业腾飞



上海市商业经济学会成立于1982年,是研究商业经济理论和实践问题的群众性学术团体。学会成立26年来,紧紧围绕上海商业的发展,围绕市场机制的建立和企业机制的转换,组织理论研讨,开展咨询活动,承接课题策划,为政府和企业服务,在推进上海商业的理论和实践的发展方面作出了积极的贡献。

上海市商业经济学会的宗旨是:在中国共产党领导下,以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,坚持党在社会主义初级阶段的基本路线,遵守国家宪法、法律、法规和政策,遵守社会道德风尚,发扬理论联系实际的学风,贯彻“双百”方针,团结和组织广大会员和社会有关人士,围绕建设有中国特色的社会主义大商业、大流通、大市场,积极开展商业经济理论和实践的研究,推动上海商业实现国际化、现代化的发展进程,为建设有中国特色的社会主义市场经济服务。

开设上海商业论坛。每年一次,围绕一个主题,从理论与实践的结合上,研究探讨上海商业改革开放中的重大问题。比如:《商品购销网络化与流通现代化》、《全球经济一体化背景下上海商业建设发展国际贸易中心的思路和对策》、《商业资本运作与企业经营创新》、《品牌战略的创新》、《上海商业的回顾与展望》、《现代服务业与国际大都市》等等。经过这些年来的运作,“上海商业论坛”已经成为有厚实内容、代表较高学术水平、有一定社会影响力的品牌论坛。同时,学会还根据实际情况,每年多次举办不同规模的专题研讨会,如《中国人世与企业应对对策》、《企业如何加强自我保护意识,提高投诉接待水平》、《连锁超市的信息化管理》、《上海家具市场发展研讨会》、《打造现代供应链与培育核心竞争力》等等。

随着居住条件的不断改善,人际交往与人际公关的逐步被重视,礼尚往来已经在各种场合被广泛应用,礼

品、工艺品、家居精品传递着馈赠者的品位与交往的尺度。注重友情,这给礼品、工艺品、家居精品产品留下了更多的空间,其中商业市场更是其理想的发展平台。特别是在“2010年上海世博会”的影响下,商业作为体现城市形象的外衣,直接装点着城市的繁荣。同时,上海商业市场的活动将在我国经济发展途中,为提高社会内需发挥积极的作用,为上海构建国际贸易中心提供了重要的条件,使建成后的上海国际贸易中心变为服务全国的平台。

2007年,由上海市商业经济学会主办的“上海商业博览会暨礼品、工艺品、家居精品展览会”成为“2010年上海世博会”的一个展示城市繁荣的主题。本次展会以品牌推广为核心,以增强产品的市场知晓度为目的,提高对消费需求的把握,认清营销环境,甄别竞争对手,结合企业自身优势调整市场战略,不断发展新产品,增强品牌的生命力和竞争力。引导企业把握市场,优化服务,扩大市场占有率,增强竞争力,使行业的产品在满足不同层次消费需求的基础上,逐步走向完善。

创办《上海商业》杂志。刊物来源于会刊,又高于会刊,经过二十多年的办刊实践,刊物已成为较有影响力的社会媒体,从开始时的双月刊,发展成目前的半月刊。读者群从全体会员扩展到学术界、工商界、研究机构等领域的实际工作者和研究人士;发行范围从市

内扩展到全国各省市,由国内扩展到海外。《上海商业》杂志已经成为各位会员和企业发布信息、交流思想、探讨学术观点、总结实践经验的平台,提高了他们的思想理论水平,为许多会员走上领导岗位、发展事业、担当社会责任发挥了积极的作用;为许多优秀人才和商界的许多领军人物的脱颖而出,打好了思想理论基础。

承接政府部门和企业的咨询策划、课题研究。上世纪90年代以来,上海商业坚持深化改革和扩大开放,各类资本纷纷进入商业,各种所有制商业共同发展,商业业态持续创新,新型业态不断涌现,上海商业用10年左右时间完成发达国家50年的业态演进历程。上海商业在发展中加快商业设施建设,中心商业区的形态和功能得到较大改观和提升,城市繁荣繁华进一步体现;社区商业充分满足了市民基本消费需求。从总体上看,上海商业初步实现了现代化和市场化,缩短了与国际商业先进水平的差距,保持了在全国的领先地位。学会成立以来,组织和参与了许多咨询活动,为政府服务,为企业服务。如《淮海中路新一轮发展策划方案》、《上海临港商业发展策划方案》、《静安区高档住宅区商业服务配套策划方案》、《引导公平有序竞争的对策研究》、《关于促进上海贸易发展的意见》等等。

## 扬州市沐浴协会： 为沐浴业求发展的“城市名片”



扬州沐浴协会成立于2002年4月,是江苏省第一个沐浴企业家的组织。几年来围绕协会宗旨,履行协会职能,发挥协会优势,立足双向服务,为企业架桥梁,为行业求发展,为政府作参谋,为会员谋利益,大刀阔斧地开展工作,凝聚同仁协力推动扬州沐浴业实现了质的飞跃——成为一个响当当的特色产业,一个光闪闪的文化品牌,一个沉甸甸的经济硕果,乃至一张金灿灿的城市名片。在几年时间内,干成了几件实事:主持制订了一个规范,建立了一个网站,出版了一套丛书,营造了一个系统,编织了一个网络,打造了一个技艺人才品牌,推荐了一个人代表,因而赢得了业界同仁的敬佩和尊重,同时也赢得了中国沐浴界的高度赞赏。

一个规范:《扬州沐浴服务规范》。沐浴业千百年来都是企业自说自话,并无行规。标准并不明晰,流程并不规范,制约了企业公平竞争,做大做强。为解决这一老大难问题,协会制定了行规公约,施行初见成效后,会同扬

州市质量技术监督局,依据相关法律法规,结合行业特点,起草了《扬州沐浴服务规范》,对沐浴企业的经营场所、服务设施、经营管理、技术要求、服务质量等方面都提出具体要求,作了详细规范。草案反复征求业内人士和专家的意见后一锤定音,经江苏省质量技术监督局审定,批准为江苏省地方标准,于2004年12月16日颁布实施。该标准先在扬州试行,然后再在全省推广。在此基础上,协会又参与起草了国家商务部行业标准《沐浴业经营技术规范》、《扬州沐浴服务规范》为国家标准提供了一个参考文本。从此全国沐浴界就有了第一部规范化的经营技术服务标准。

一套丛书:《扬州三把刀》。扬州三把刀(餐饮、沐浴、理发)自问世流传来,除了历代对“厨刀”有所著述外,对三把刀作比较全面的、理论的、科学的研究尚是空白。在扬州市委、市政府支持下,张泉生会长策划并组织了《扬州三把刀》丛书的编写与出版,填补了这一空白。这

套丛书对推动三把刀产业的发展,弘扬沐浴文化,加快文化扬州的建设,产生了积极的影响。

沐浴业管理上水平、技艺上台阶,关键是人才。协会在着力推进沐浴业硬件建设的同时,更致力于软件建设,营造了一个多层次、多方式培训人才的系统。筹办“中国沐浴人才培训基地”;经常举办沐浴文化研讨会、培养理论知识与实践技能兼具的新型人才,人才济济成为壮大扬州沐浴业的雄厚资本。

一个全国人大代表:陆琴。扬州沐浴业驰名遐迩,已形成了市区企业500多家、从业人员1.5万、年营业额达8亿元的规模。然而,扬州沐浴业在政治舞台上,却不甚为人所知。2003年,协会力推扬州第一个女修脚师陆琴参选全国人大代表。陆琴果然“过五关斩六将”,历经市、省两级人大的考察和选举,顺利当选全国人大代表。陆琴从而成为沐浴行业的一个标兵。陆琴的脱颖而出,表明了政府和社会对沐浴行业的充分尊重和肯定,扬州沐浴业也因此更加受到社会各界人士的尊重、推崇和赞扬。

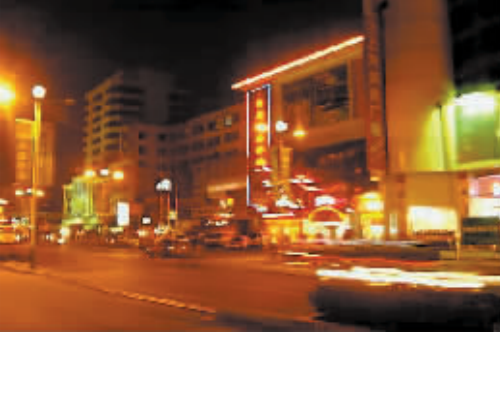
一个沐浴技艺人才品牌——“扬州师傅”。扬州人将沐浴与修脚相结合,熔炼了技艺,注入了精神,积淀成为独特的扬州沐浴文化而驰名全国。扬州擦背、修脚技术人员统称为“扬州师傅”,为了维护正宗的扬州沐浴技艺声誉,协会与相关部门推出了“扬州师傅”评选活动,制定了在沐浴行业授予“扬州师傅”称号的方案,这一活动

从2005年8月启动至今,得到了扬州市内外沐浴技术人员的高调回应和积极参与。已先后授予“扬州师傅”600多名,为沐浴技术人才的培养、考核和认定,开辟了全国独有、地方特色鲜明的新途径。

一个网站:中国扬州沐浴网站。宣传扬州沐浴,协会重视与媒体充分合作,热忱接待中央、省、市各级媒体记者,为他们采访、拍摄、制作专辑提供各种方便,鼓励他们向全国、向世界全面介绍扬州沐浴文化。

另外,大力推进连锁经营,是做大做强扬州沐浴业的必由之路。协会成立以后,着力引导企业组织创新,指导一些企业以名店为依托,以资产、品牌、特色技艺等资源为纽带,通过资产重组、资本运营,将优质资产、优势资源集中到优秀企业家手中,实施规模化、规范化的经营管理,推进连锁化进程。一方面,立足扬州,巩固当地市场;另一方面,走出扬州,拓展全国市场。从天山脚下到黄浦江畔,从长城内外到珠江两岸,都活跃着扬州沐浴企业的身影,开出连锁店百余家。会员许春虎在江西南昌开了3家浴城,家家澡堂盈门;会员苏扬在全国开出60多家连锁加盟店,个个生意兴隆。协会一方面一视同仁地为外地会员服务,及时通报扬州市场信息;另一方面,也要求外地会员及时向协会报告当地沐浴市场动态,编织起一张遍布全国的信息网络,既为广大会员经营提供市场信息,也为政府决策提供了科学依据。

## 上海市烹饪协会： 推进上海餐饮业创新发展



改革开放三十年来,在党的路线方针正确指引下,上海餐饮业从当时的困境走向了今日的辉煌。这其中,上海市烹饪协会为推动行业的改革开放,促进上海餐饮业创新发展做出了卓越的贡献。

上海市烹饪协会成立于1986年2月,是上海乃至全国餐饮行业中最早成立的协会组织之一。上海菜协成立之初便积极投身改革开放大潮,从广泛开展餐饮业人才技术培训入手,主动引进国内外新技术新原料,介绍企业改革新模式和新经验,推动行业不断创新发展,为上海餐饮业焕发活力走向辉煌发挥了重要作用。

近年来,上海市烹饪协会以推进发展上海菜为重点工作,以服务和负责的精神,不断组织举办各类相关主题活动,为弘扬中华饮食文化,繁荣上海餐饮市场,提升上海烹饪技艺水平、发展上海烹饪餐饮业均做出了显著贡献。

上海菜是中国的一个主要的地方风味菜,随着上海

的政治、经济和文化的发展而发展。为了使上海菜与市政府提出的“把上海建成社会主义现代化国际中心城市”的目标相匹配,上海市烹饪协会坚持把“推进上海菜发展”作为最重要的工作。在会长亲自挂帅、出谋划策下,协会秘书处组织和发动了多项工作,并取得了突破瓶颈的里程碑式发展实效。先是成立了上海菜专业委员会,从而为推动上海菜提供了组织保障。而后又确定上海菜发展的总体原则,还提出了2006-2010年上海菜发展的战略目标。即通过近五年的努力,使上海菜从全国风味帮别中脱颖而出,形成响当当的独具特色的一个中国地方菜系,使上海餐饮业成为与国内外同行沟通交流烹饪技艺和餐饮文化的一个平台。

随着上海城市生活水平不断提高,世界各国餐饮风味纷纷登陆上海,广大消费者对餐饮需求也相应提高,既要美味又要营养,根据餐饮市场发展的需要,上海市烹饪协会坚持面向市场,推动上海餐饮业走向国

际化。

首先成立了名厨、西餐和美食营养专业委员会。旨在研究上海餐饮市场消费需求变化、各国风味特色和菜点的营养搭配,及时引进国内外烹饪烹饪的新观念、新工艺。这些专业委员会通过经常开展相关研讨交流活动,对行业发展起了引导推进作用。

其次,积极引进国内外新原料和新调料。协会把引进国内外新原料和新调料等作为发展上海餐饮业的重要一环,并注意结合发挥中国烹饪技术的优势,推出应用国内外新原料和新调料的中西式创新品种。比如在引进挪威三文鱼时,经过协会多次推广,已使三文鱼的中西式烹饪技术在沪上十分普及,并且能融入上海风味,深受消费者欢迎。通过组织对美国冷冻马铃薯的研发和比赛活动,上海餐饮业已用该原料制成中式各种地方风味的菜肴上百种,受到美领馆西餐处的赞扬。协会还先后为上海餐饮业引进了美国西部农业协会的牛肉、猪肉、蟹肉、水果、蔬菜等,阿拉斯加海产品协会的海鲜等,加拿大驻沪领事馆商务处和农贸处的猪肉、龙虾等农产品及海产品,并多次组织上海名厨开展研制和比赛活动,应用这些国外原料制作出的许多菜肴已成为不少餐饮企业的招牌菜。所有这些,对丰富上海餐饮市场,增添国际化风味特色,提供消费多样化选择,提高企业经济效益均产生了显著作用。

再者,组织现场交流和国内外考察,推动上海餐饮业走向市场化、国际化。比如:为适应上海餐饮业国际化进程中的西式冷餐业务发展的需要,协会特举办了《上海高级厨艺展示研讨会》,共邀请11位大师名厨精心设计了23平方米的大展台,展示经典美味的中西式菜肴和点心,饰以立式大型冰雕和果蔬雕,形态各异、色彩艳丽,成为上海冷餐会展台之最。

此外,上海市烹饪协会还十分重视育人工程,充分发挥烹饪技术人才济济的优势,积极强化人才培训工作,努力扩大行业人才队伍办实事,长年举办技术培训班,在最近6年里共举办了近百期各类技术培训班,有2100多人次参加,还编制了中式高级烹调师的课堂教学脚本和补充讲义,选派烹饪大师、名师任授课老师,利用现代互联网技术远程直播教学,为市郊和边远地区培训中式高级烹调师提供了极大的便利,从而使本市烹饪行业的整体技术水平有了很大的提升。

近年来,上海市烹饪协会与上海自学考试院、上海师范大学等单位联合举办上海地区的“中国餐饮业职业经理人资格证书考试”和“餐饮管理专业(大专、本科独立段)自学考试”,先后有1228人次参加考试,已有23人取得高级资格证书,111人取得中级资格证书,为餐饮从业人员提高学历水准做出了贡献。