

商会如何快速发展



商会,是商人聚汇地,是商人在外打拼的“娘家”,也是商人与商人之间抱团取暖、共谋发展的地方。商会要做大做强,如何发挥平台作用,凝聚人心,传递正能量,从而取得快速发展呢?

办商会首先要有大局意识

虽说商会不具有政府的行政职能,也没有从政议政要务,但办商会首先要有大局意识。具体说来就是要讲政治,心中有大局,要自觉服从当地党委政府的领导,自觉接受有关职能部门监管,同时要站在经济发展全局去思考问题,站在扶持当地经济发展或行业发展的高度去更新商会发展理念,站在帮助会员用足用活政策的高度去探索为会员服务的新路子。

商会要牢固树立发展意识

发展是硬道理。商会要做大做强,发展是第一要务。那么,商会如何取得快速健康发展呢?首先是规划要先行。商会要根据自身工作实际,制定近、中、长期发展规划,切忌盲目发展,干到哪算到哪。其次是发展思路要清晰,商会要根据当地实际情况选定一条适合自身发展之路。再是发展要务实。商会发展有了明确目标和思路,着重在于抓实。商会秘书处要根据工作任务和规划要

求,分解责任,量化标准,限时落实。

商会决策机构要有民主意识

商会,是一个非盈利性的民间组织,而不是某一家企业,某一个企业家私人办公场所,更不是个人说了算的地方。因为在有的私营企业,老板一人说了算,自觉不自觉养成了老大意识,而办商会(协会)则有所不同,不能一人说了算,需要发扬民主,广集会员智慧、科学慎重决策。因此,事关商会工作的大事、难事都需要经过商会决策机构讨论决定。凡经过商会决策程序上所决定的事就一定要执行。

商会会员之间要有团结意识

商会,是商人聚汇地,是商人在外打拼的“娘家”,也是商人与商人之间抱团取暖、共谋发展的地方。商会会员来自五湖四海,大家从不同行业走到一起来了,长时间的相互接触了解,个人感情方面避免不了亲与疏,远与近,这些都很正常,但绝不允许受利



益驱使拉山头、搞小团体、拉帮结派,必须要有广纳百川、四海之内皆兄弟的情怀。事实上,也只有这种能容人容事的大胸怀、大格局,大家才心往一处想,为商会、行业的发展献计献策,尽心尽责。

商会负责人要有奉献意识

商会负责人往往是某一个行业的龙头、领航者,他们一旦当上商会负责人不仅要出钱,还要拿出时间来研究参与商会的各项工作。特别是事关商会发展的重要工作,更需

要细心谋划。与此同时,商会负责人要强化帮扶意识,大老板帮小老板,经济实力强的扶持经济实力弱的共同发展,再是老板之间的强强联合,实现双赢多赢,既是办商会的初衷和目的,也是贯穿商会发展始终的一项主要工作。

商会运作要有规范意识

新时期商会工作所发挥的作用愈来愈重要,商会工作涵盖面广,事情繁杂,有的还很特殊,处理起来涉及到许多方面。这就要求商会秘书处要按商会章程操作。会长、秘书长必须对商会章程熟悉,且在章程框架下行动。如商会选举、经营范围、会费的收缴等,必须遵循章程。在此基础上,不断完善内部管理制度,尤其是人事、财务管理,达到依靠制度管人管事的目的。

商会日常工作要强化宣传意识

商会成立的目的是什么?具体做了哪些事?会员必须知道。只有通过一定的宣传渠道,让会员了解你商会在踏踏实实做事、谋事,商会的工作才能得到会员认可。否则,宣传工作不到位,会员不了解实情,对商会工作不冷不热,甚至漠不关心,商会人气上不来,也就难以发展壮大。

商会自身发展要有品牌意识

商会既有共性的东西,如为全体会员服务好,维护行业合法权益等,又有个性的东西,要实行企业化运作,必须要有差异化,要有自己独特的东西,要围绕特色来打造属于自己的品牌。过去的晋商、徽商、闽商、浙商等久负盛名,如今驻长沙的邵阳、温州、福建等商会,均因有自己的品牌特色,才取得了良好发展。

商会办事机构要强化服务意识

为会员单位服务好是商会最基本的职

能。商会为会员服务要与时俱进,不断创新服务理念,拓宽服务范围,抓实服务内容,让全体会员感受到商会在政府与企业、企业与企业之间充分发挥了桥梁和纽带的作用,达到了资源共享,信息互通,大家抱团取暖,共同发展,真正有“娘家”的温暖,与此同时,商会对会员的合理诉求要积极向政府机关及职能部门及时反映,寻求解决办法,必要时



要借助法律顾问团队力量,切实维护好会员合法权益。

商会要有敢于担当的责任意识

随着政府管理职能不断转换,小政府大社会格局日趋显现,商会不仅要承担越来越多的社会管理职能,而且商会要担负起社会责任这个担子。大家知道,商会老板,是先富起来的改革者,也是时代受益者,他们随着自身企业不断发展壮大,强烈意识到要感恩时代,回报社会。商会组织要顺应他们的意愿和要求,引导他们积极投身社会公益事业,如在抢险救灾、捐资修桥铺路、扶困助学方面,让他们当好突击队,充分发挥主力军作用,做到上为政府解忧,下为百姓造福,从而不断提升商会社会形象以及知名度和美誉度。

来源:中华工商时报



5G 将改变互联网消费方式

年增长率继续领跑,但差距已收窄;此外,播客和电子竞技将出现强劲的增长势头,复合年增长率分别将达 34.6%和 21%。数据消耗量持续上升,将以 33%的速度快速增长。

普华永道全球、中国内地及香港科技、媒体和电讯行业主管合伙人周伟然表示:“5G 的出现优化视频体验,使消费者开始看到移动互联网速度与最快的固定宽带相当。对 5G 的大量投资将改变互联网的消費方式,推动视频在行业中占据的份额,刺激中国娱乐及媒体行业持续高速发展。”

值得一提的是,移动广告将成网络广告业增长最重要动力。而网络广告已经是最大的广告细分市场。到 2023 年,75%的营销预算将用于网络广告。2018 年,中国网络广告收入 567 亿美元,再次成为全球第二大市

场,预期未来五年将以 14%的复合年增长率发展,至 2023 年达到 1092 亿美元。

普华永道中国娱乐及媒体行业合伙人董朝晖指出,得益于不断增长智能手机普及率,2018 年移动广告的增速超越了有线显示广告。

宽带速度和普及率的不断提高,推动 OTT 视频需求快速增长。2018 年,中国 OTT 视频市场实现了显著增长,收入 58 亿美元,成为主要广告商最新且增长最快的平台。预计未来五年将保持 20%的复合年增长率,2021 年收入翻倍,至 2023 年达到 147 亿美元。

普华永道中国娱乐及媒体行业合伙人莫斌说:“5G 技术使 OTT 视频用户能够在移动设备上实现更多的消费和更高质量的视频娱乐,加速用户的个性化趋势。随着 OTT 视频企业试图扩大‘按需订阅’的用户基础,领先提供商之间的竞争日趋激烈,对

内容的投资呈现爆发式增长。”

同时,中国视频游戏与电子竞技快速增长,成为全球最大的视频游戏市场,预计这一趋势还将继续。

电子竞技是中国电子游戏市场增长最快的领域,2018 年创造了 1.51 亿美元的收入。预计中国将在 2020 年将超过韩国,成为继美国之后的全球第二大电竞市场,至 2023 年收入将达 3.92 亿美元。赞助收入和媒体收入将成为中国电竞市场增长的主要动力。

虚拟现实是中国媒体和娱乐行业增长最快的领域。2018 年,中国虚拟现实市场收入 3.64 亿,成为全球第二大市场。预计未来五年将达到 35.9%的复合年增长率,至 2023 年收入达到 11.4 亿美元。目前,中国拥有全球最多的虚拟现实设备,2018 年国内共有 2110 万台,到 2023 年将增至 3970 万台。

普华永道最新发布的《2019-2023 娱乐及媒体行业展望》指出,未来五年,我国娱乐及媒体行业市场将高速发展,至 2023 年,娱乐及媒体行业收入将达到 4347 亿美元,继续保持全球第二大市场。复合年增长率为 5.6%,增速位居全球第三。同时,数字化发展势头持续,2018 年数字收入已占行业总收入的 70%以上,预计 2023 年将达 75.4%,高于全球的 61.6%。

纵观各细分市场,由数字驱动的细分市场增长最为蓬勃,其中虚拟现实和 OTT 视频未来五年将分别以 35.9%和 20.5%的复合