

上海市丹阳商会成立 90 余家企业已入会



▲ 上海市丹阳商会成立庆典

北环东、S357、S122等一批交通要道,推进丹阳中、吕叔初中学、中医院异地新建等一批民生工程;今年更拟“领跑新征程、争得新荣光”为目标,奋力开掘“十四五”,多项指标增幅跻身全省前列。上海是国家历史文化名城,有“吴越文化”深厚积淀,也是国家中心城市、长三角经济带龙头城市,更是魅力四射、活力无限的国际化大都市。丹阳与上海同属吴文化方言区,自古以来人缘相亲,乡缘相联,渊源尤其深厚。

黄春年指出,岁月流转,乡音难改,地域移民,故土难舍,乡情乡思中蕴含着无限可能,期盼千万方的乡情乡思,能够汇聚成丹阳发展的磅礴力量,期待上海市丹阳商会能够成为在沪丹阳人共话乡音、共叙乡情的大家庭,创业拼搏,驰骋商海的大舞台,为丹阳融入长三角,实现新崛起,争得新荣光注入更多智慧,凝聚更大力量。

黄春年表示,当前正处在构建新发展格局的窗口期,“长三角一体化”上升为国家战略的机遇期,开放的丹阳正孕育着创新创业的巨大商机和无限可能,希望大家企业先声夺不减、合作共赢理念不改、造福桑梓情怀不变,多做牵线搭桥的工作,多谋支持家乡的良策,把更多丹阳人凝聚在一起,形成支持家乡发展的强大合力,共同奋进新時代,共同建设新丹阳。

上海市丹阳商会会长朱江声在庆典上致辞致意。

当天还举行了圆桌论坛,来自上海、丹阳各企业、高校及相关部門的企业家、专家学者及负责人等,围绕“新形势下机遇下的企业创新发展”和“乡情文化”主题进行思想碰撞,频出真知灼见,现场掌声不断。

(据丹阳日报)



▲ 中非民间商会中非物流合作工作委员会成立大会(图片由受访者提供)

中非民间商会副会长:期待后疫情时代中非物流互联互通打开新局面

“中国有完整高效的产业链和供应链体系,而非洲有庞大的消费市场,正在加速推进工业化进程,在国内国际双循环相互促进的新发展格局引领下,中非物流合作必将迈向新的历史高度。”

中非民间商会副会长吴国飞3月9日在接受新华社记者采访时作出上述表述。中非民间商会是由联合国开发计划署、商务部中国国际经济技术交流中心和光彩事业促进会共同发起成立的全国性非营利商会组织,于2006年成立,致力于促进中非经贸投资合作的良好环境。

2月27日,中非民间商会在广州正式成立中非物流合作工作委员会,旨在促进供应链畅通,协调保障运输,推进物流操作标准,完善物流统计和指标体系,充分发挥中国物流业优势,解决企业在非非洲疫情、物流成本等问题。

作为中非物流合作工作委员会执行会长,吴国飞表示,在中非合作中,物流领域的发展空间还很大。

自2000年中非合作启动以来,中非贸易额和中国对非直接投资分别增长了20倍和100倍。中国帮助非洲修建了超过6000公里铁路、6000公里公路,新建了20个港口和80多个大型电力设施,为中非物产的发掘下了坚实基础。

吴国飞介绍,在全球新冠肺炎疫情持续蔓延的情况下,许多国家采取封城、停航等措施,企业由此承受巨大经济损失,保证国际物流运输的畅通变得尤为重要。

目前,我国已向非洲提供近120批紧急抗疫物资,向15个国家派出抗疫医疗专家组,已经并将向35个非洲国家及非盟委员会提供疫苗。中非民间商会会员企业曾协助向非洲物资援助,并参与中国援非向非洲捐赠疫苗航空冷链运输。

吴国飞表示,未来,希望非洲的农产品,可以更多地进入中国。期待通过对于今年举行的新一轮中非合作论坛,创新后疫情时代合作模式,加大支持非洲自主发展和工业化进程力度,开创中非物流合作新局面。

西软商会组织 开展智慧城市英雄帖——商机精准对接会

3月17日,西软商会组织开展智慧城市英雄帖——商机精准对接会,卓越软件、宁工集团、赛斯柯物联网、水牛能源、赛普尔智能科技、萤火虫软件、玖邦科技、恒生电子、小八伙伴网络科技等10家企业参加。

此次会议在西安高新区网协的指导下开展,召集数字经济建设领域的会员企业,利用智慧城市建设搭建平台,将运营者的资源和企业的技术相互对接,展开交流,让渠道与技术的结合形成优势互补,旨在探索行业发展振兴之路,将有限资源有效利用,精准服务于各商会会员。

据了解,目前,西软商会已基本形成以资源整合+业务合作+产业投资+企业服务为主的行业商会,以“项目+合作”作为主线,以数字化作为抓手,创新思维,开拓进取,打造了数字联盟专委会、AI专委会、VR专委会、系统集成专委会、法务专委会、金融专委会、人才专委会以及企业服务8大分支机构。同时,商会还不断壮大朋友圈,做到每月都有活动,每周都有新的商机和内容,为企业创造更多的商业价值,为企业带来更多的效益。

(西商)

中国华融资产管理股份有限公司陕西省分公司 资产处置公告					
中国华融资产管理股份有限公司陕西省分公司对其拥有的江西永业实业有限公司等10户债权资产有关情况公告如下:					
一、债权资产情况					
债权资产概况如下表:					
序号	债务人名称	本金	利息	小计	债权形成日期
1	江西永业实业有限公司	580	115.51	1121.51	2021年3月19日
2	南昌江隆汽车销售有限公司	139.88	54.79	236.77	2021年3月19日
3	江西瑞通实业有限公司	90.0	76.74	166.74	2021年3月19日
4	南昌市东郊区政府行	200	132.46	332.46	2021年3月19日
5	松滋县永源印刷有限公司	442.01	37.21	814.11	2021年3月19日
6	南昌红都实业有限公司	0	2326.24	2326.24	2021年3月19日
7	南昌余星贸易有限公司	700	369.67	1159.67	2021年3月19日
8	南昌市生物资源贸易有限公司	644	286.22	953.62	2021年3月19日
9	江西宇宇网络科技有限公司	164.584	133.039	294.93	2021年3月19日
10	萍乡德商贸易有限公司	905.97	478.63	1654.6	2021年3月19日
合计		4327.8	2943.15	12321.95	

中国华融资产管理股份有限公司陕西省分公司 发布日期:2021年3月25日

苏宁以“互联网+”思维创新党建路径



▲ 苏宁集团互联网党建工作会议

苏宁集团近年来针对互联网经营业务发展覆盖的重点人群,立足业缘纽带功能,探索创新苏宁网商党委、苏宁快递小哥党支部、苏宁零售云党支部,促进党建工作与工作的融合提升。

网商党组织 激励网商建设可信商户

网商党员管理一直是互联网党建工作一大难点。2018年6月,苏宁党委创新组织形式,成立了全国首家由民营企业党委发起的网商党组织——苏宁网商党委。

据苏宁网商党委副书记陈凤波介绍,网商党委发挥党组织引领作用和党员示范作用,提高党员商户依法经营、优质服务水平,带动全平台营造良好的网络氛围,提升消费服务水平。

陈凤波举例说,网商党委对于表现优秀的党员商户,在其店铺首页置顶亮出“党员示范户”标志,公开优质服务承诺,同时给予“党员示范店”产品搜索加权30%。在服务商货源、金融和物流服务等方面收取费用予最高折扣,以提升商户党员加入网商党委的积极性和主动性。

据介绍,网商党委成立以来在思想教育培训教育效果、服务和业绩提升、党员和商户规范等方面均取得较大提升。苏宁党委向网商党委为重要案例的思想教育活动纳入党建列入《中宣部主创的《新时代文明实践思想建设》教材》。

在党员示范作用带动下,党员商户依法经营、服务意识显著增强。亮标一年以来,“党员示范店”访客量同比提升了55.3%,客户提升了171.6%,销售规模增长与苏宁易购平台平均水平之4倍以上,党建引领业务发展成效显著。

针对快递小哥党支部的问题,快递小哥党支部充分发挥服务型党组织功能,在精神上和物质上强化双重关爱。包括通过推优提升荣誉感、通过书信提升融入感、通过服务提升归属感。在物质方面,提升收入水平、加强物质奖励,切实提升获得感。

针对快递小哥培养不足问题,快递小哥党支部联合集团党委和物流集团启动多资源,在能力和职业上强化双重培养。包括提升专业技能,拓展通用技能,强化政治技能,创造学历提升机会,提供职涯上升通道等。

苏宁快递小哥党支部书记林兴东说,苏宁党委带领支部积极协调物流集团、工会等部门,深入探索快递小哥群体工作开展路径,创新“引关培”三合一工作法,实施“引导、关爱、培养”三大举措。

针对快递小哥组织薄弱的问题,快递小哥党支部充分发挥党组织功能,提升组织效能,在政治上强化引领,包括强化日常引领、加强主题活动、突出示范效应等。在经济上强化引导,包括服务赢得信任、提供获得加权、信件得到加成本等。支部成立后,南京快递服务质量有了明显提高,按时配送完成率达到全国前20%优等水平,投诉率仅为平均水平一半。

针对快递小哥关爱缺失的问题,快递小哥党支部充分发挥党组织功能,在精神上和物质上强化双重关爱。包括通过推优提升荣誉感、通过书信提升融入感、通过服务提升归属感。在物质方面,提升收入水平、加强物质奖励,切实提升获得感。

苏宁集团党委书记王哲说,苏宁一直以来着眼助力发展,不断通过党建与业务的融合创新,力争形成特色,取得新成效,提升党建服务发展的实效,全面对标、勇争一流,进一步开拓“党建强、发展强”的新局面。

“国稀堂”品牌推介会在鞍山举行

为了更好地宣传展示集团旗下产品,提升品牌知名度和美誉度,日前,由国稀堂集团主办的“国稀堂”品牌推介会在辽宁鞍山总部销售中心举行。

据了解,国稀堂创立于1996年,隶属于国稀堂集团。此次推介会,旨在全面展示国稀堂野生海参、溯源燕窝、西藏虫草、深海鱼胶、野山参等产品,宣传提升国稀堂产品知名度与竞争力,积极引导消费者选购优质产品和接受优质服务。

活动现场,国稀堂创始人张福平就品牌旗下海参、燕窝等产品的质量及食用方法进行了重点介绍,营养师结合专家解读了相关产品的营养价值,多家合作企业全方位展现了相关产品生产流程、生产工艺、加工工厂,同时,现场还准备了各种海鲜即食产品,邀请与会嘉宾共同品鉴。

“国稀堂野生海参滋补、希望联合各地有道德品质优秀产品科技公司,张福平表示,国稀堂依托珍稀野生生物科技产品,燕窝高纯、野山参科技、晚膳鲜生海参基地、世博堂珠宝公司等多家企业共同打造了百万亩天然燕窝、千亩山参基地以及燕窝加工基地,致力于让消费者能够购买到原产地、道地优质的产品。

张福平表示,希望以此推介会为契机,大胆创新,锐意进取,努力打造一流品牌。

活动现场,张福平就品牌旗下海参、燕窝等产品的质量及食用方法进行了重点介绍,营养师结合专家解读了相关产品的营养价值,多家合作企业全方位展现了相关产品生产流程、生产工艺、加工工厂,同时,现场还准备了各种海鲜即食产品,邀请与会嘉宾共同品鉴。

“国稀堂野生海参滋补、希望联合各地有道德品质优秀产品科技公司,张福平表示,国稀堂依托珍稀野生生物科技产品,燕窝高纯、野山参科技、晚膳鲜生海参基地、世博堂珠宝公司等多家企业共同打造了百万亩天然燕窝、千亩山参基地以及燕窝加工基地,致力于让消费者能够购买到原产地、道地优质的产品。

张福平表示,希望以此推介会为契机,大胆创新,锐意进取,努力打造一流品牌。

活动现场,张福平就品牌旗下海参、燕窝等产品的质量及食用方法进行了重点介绍,营养师结合专家解读了相关产品的营养价值,多家合作企业全方位展现了相关产品生产流程、生产工艺、加工工厂,同时,现场还准备了各种海鲜即食产品,邀请与会嘉宾共同品鉴。

“国稀堂野生海参滋补、希望联合各地有道德品质优秀产品科技公司,张福平表示,国稀堂依托珍稀野生生物科技产品,燕窝高纯、野山参科技、晚膳鲜生海参基地、世博堂珠宝公司等多家企业共同打造了百万亩天然燕窝、千亩山参基地以及燕窝加工基地,致力于让消费者能够购买到原产地、道地优质的产品。

张福平表示,希望以此推介会为契机,大胆创新,锐意进取,努力打造一流品牌。

活动现场,张福平就品牌旗下海参、燕窝等产品的质量及食用方法进行了重点介绍,营养师结合专家解读了相关产品的营养价值,多家合作企业全方位展现了相关产品生产流程、生产工艺、加工工厂,同时,现场还准备了各种海鲜即食产品,邀请与会嘉宾共同品鉴。

“国稀堂野生海参滋补、希望联合各地有道德品质优秀产品科技公司,张福平表示,国稀堂依托珍稀野生生物科技产品,燕窝高纯、野山参科技、晚膳鲜生海参基地、世博堂珠宝公司等多家企业共同打造了百万亩天然燕窝、千亩山参基地以及燕窝加工基地,致力于让消费者能够购买到原产地、道地优质的产品。

张福平表示,希望以此推介会为契机,大胆创新,锐意进取,努力打造一流品牌。

活动现场,张福平就品牌旗下海参、燕窝等产品的质量及食用方法进行了重点介绍,营养师结合专家解读了相关产品的营养价值,多家合作企业全方位展现了相关产品生产流程、生产工艺、加工工厂,同时,现场还准备了各种海鲜即食产品,邀请与会嘉宾共同品鉴。

“国稀堂野生海参滋补、希望联合各地有道德品质优秀产品科技公司,张福平表示,国稀堂依托珍稀野生生物科技产品,燕窝高纯、野山参科技、晚膳鲜生海参基地、世博堂珠宝公司等多家企业共同打造了百万亩天然燕窝、千亩山参基地以及燕窝加工基地,致力于让消费者能够购买到原产地、道地优质的产品。

张福平表示,希望以此推介会为契机,大胆创新,锐意进取,努力打造一流品牌。

活动现场,张福平就品牌旗下海参、燕窝等产品的质量及食用方法进行了重点介绍,营养师结合专家解读了相关产品的营养价值,多家合作企业全方位展现了相关产品生产流程、生产工艺、加工工厂,同时,现场还准备了各种海鲜即食产品,邀请与会嘉宾共同品鉴。

“国稀堂野生海参滋补、希望联合各地有道德品质优秀产品科技公司,张福平表示,国稀堂依托珍稀野生生物科技产品,燕窝高纯、野山参科技、晚膳鲜生海参基地、世博堂珠宝公司等多家企业共同打造了百万亩天然燕窝、千亩山参基地以及燕窝加工基地,致力于让消费者能够购买到原产地、道地优质的产品。

张福平表示,希望以此推介会为契机,大胆创新,锐意进取,努力打造一流品牌。

活动现场,张福平就品牌旗下海参、燕窝等产品的质量及食用方法进行了重点介绍,营养师结合专家解读了相关产品的营养价值,多家合作企业全方位展现了相关产品生产流程、生产工艺、加工工厂,同时,现场还准备了各种海鲜即食产品,邀请与会嘉宾共同品鉴。

“国稀堂野生海参滋补、希望联合各地有道德品质优秀产品科技公司,张福平表示,国稀堂依托珍稀野生生物科技产品,燕窝高纯、野山参科技、晚膳鲜生海参基地、世博堂珠宝公司等多家企业共同打造了百万亩天然燕窝、千亩山参基地以及燕窝加工基地,致力于让消费者能够购买到原产地、道地优质的产品。

张福平表示,希望以此推介会为契机,大胆创新,锐意进取,努力打造一流品牌。

活动现场,张福平就品牌旗下海参、燕窝等产品的质量及食用方法进行了重点介绍,营养师结合专家解读了相关产品的营养价值,多家合作企业全方位展现了相关产品生产流程、生产工艺、加工工厂,同时,现场还准备了各种海鲜即食产品,邀请与会嘉宾共同品鉴。

“国稀堂野生海参滋补、希望联合各地有道德品质优秀产品科技公司,张福平表示,国稀堂依托珍稀野生生物科技产品,燕窝高纯、野山参科技、晚膳鲜生海参基地、世博堂珠宝公司等多家企业共同打造了百万亩天然燕窝、千亩山参基地以及燕窝加工基地,致力于让消费者能够购买到原产地、道地优质的产品。

张福平表示,希望以此推介会为契机,大胆创新,锐意进取,努力打造一流品牌。

活动现场,张福平就品牌旗下海参、燕窝等产品的质量及食用方法进行了重点介绍,营养师结合专家解读了相关产品的营养价值,多家合作企业全方位展现了相关产品生产流程、生产工艺、加工工厂,同时,现场还准备了各种海鲜即食产品,邀请与会嘉宾共同品鉴。

活动是商会生存发展的灵魂 新形势下商会如何组织开展活动

成都聚丰商会秘书长 梁玉明

活动是商会工作的重要抓手,活动是兴会强会的关键,是维系商会生存发展的生命线,是商会品牌的重要载体,是会员交流的平台,也是商会发展的基石。活动能够增强生命力,富有活力和凝聚力,维持生存和发展,应该怎样操作?笔者以为:要常抓活动多开会,用形式多样,内容丰富,具有特色的活动和会议,贯穿商会工作的始终。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。

商会组织开展活动,一方面是为企业牵线搭桥,交流沟通,寻找商机,开拓市场,整合资源,传递信息,搭建共享平台;另一方面是借助这些活动扩大服务面,聚人、聚心、聚力、聚情,增强商会的凝聚力,提升商会外部的影响力,知名度,提升商会会员的满意度。为此,商会应根据本会实际情况,因地制宜地开展会员应积极参与、理论培训,举办论坛、讲座沙龙活动,组织考察、走访、游学活动,开展招商对接、产品展览展示、文体活动等,不断提升商会品牌影响力。只有通过开展丰富多彩、有效高质量的,才能增强商会的活力、凝聚力和吸引力,才能团结、吸引会员,进而发展、壮大商会。

目前,商会的活动大致分为三类:“三分之一”活动频率,三分之一时有而来更多的效益。