

2009 年河南省公务员考试《申论》真题

一、注意事项

1. 本考试包括给定材料和作答要求两部分。总时限是 150 分钟，建议阅读资料时间为 40 分钟，作答时间为 110 分钟，总分 100 分。
2. 本考试所有题目必须在答题纸上的指定位置作答，否则成绩无效。

二、给定资料

(1) 据《中国青年报》2009 年 3 月 23 日报道：2 月 1 日瑞典电视台 TV-4(冷酷的事实)播放的“活拔绒”电视节目有这样的画面：一个人顺手抓起一只鹅，从其脖子处开始往下拔毛，拔下的羽绒在阳光中飞舞，鹅的凄惨叫声令人心里直犯怵……突然，镜头切换至消费者身上暖烘烘的羽绒服，家里暖和舒适的羽绒被、睡袋等寝具用品。节目称，90% 的受访供应商承认生产或销售活拔绒产品，并推测羽绒制品中“50%~80% 的羽绒来自活拔”。该节目公布了 34 家“承认”生产或销售活拔绒的企业名单，有 16 家是中国企业。这家电视台还预告，将播出关于中国活拔绒的节目。

这期节目在当地掀起阵阵波澜，一些消费者则因活拔绒存在虐待动物的可能，开始抵制羽绒制品；瑞典部分商场售出的羽绒制品被要求退货；全球最大的家具家居用品商宜家公司对外宣布，近期从宜家全球连锁店中购买了羽绒制品的顾客均可退货；众多国际采购商和经营商都纷纷表示，要重新考虑未来的采购计划。

瑞典市场不期而遇的“寒流”让正在当地进行商务考察的四川广汉大群羽绒制品有限公司的吕朝霞一头雾水：以前钟爱“中国制造”的欧洲消费者怎么“变了脸”？与此同时，上海东隆羽绒制品有限公司负责人紧急向中国羽绒工业协会报告说，瑞典 TV-4 关于“活拔绒”报道已经产生连锁反应，行业内部分企业发往欧盟的羽绒制品被通知退货。

(2) 中国占国际羽绒市场 70% 份额，其他 30% 为法国、匈牙利、波兰等国家。根据海关统计，2008 年中国 1322 家羽绒企业对欧洲出口羽绒羽毛及其制品，共合 7.2 亿美元，占中国羽绒行业出口金额的 37%。2008 年中国羽绒企业出口瑞典产品价值 2200 万美元，包含所有羽毛及羽绒制品。在国际金融危机和近年来暖冬的不利因素影响下，中国羽绒行业近况不佳：原毛、寝具与服装出口量分别下降 4.3%、6.6% 和 9.2%。美国曾是中国羽绒及制品最大的进口国，而近来的进口额下降 22%，仅羽绒服就减少进口 464 万件。中国国内的羽绒原料价格也跌至历史最低点，不及往年的 1/3，羽绒企业库存陡增。

(3) 中国羽绒工业协会副理事长兼秘书长姚小蔓接到报告后表示：“再也不能让我们的行业受到新损害。”瑞典电视台报道涉及的 16 家羽绒企业中有 13 家是中国羽绒工业协会会员单位。协会秘书处挨家逐户打电话：“你们企业生产不生产活拔绒产品？”对方回答说：“不”。“销售不销售活拔绒？”“不”。“有没有向瑞典等国出售过活拔绒及其制品？”“没有”。紧接着，“不要继续宣传和生产活拔绒”的紧急通知挂在了中国羽绒信息网。2 月 6 日，中国羽绒工业协会致函瑞典电视台，并向中国驻瑞典大使馆经济商务参赞处寻求帮助。在给瑞典电视台的信中，中国羽绒工业协会负责人写道：“对于‘冷酷的事实’的播放初衷我们充分理解，但我们有必要向你们及广大消费者阐明事实的真相”。据调查结果显示，被报道的中国羽绒工业协会 13 家会员单位近年均未向瑞典等国出口活拔绒及其制品。此外，由于活拔绒价格较普通绒高，如果不是客户要求，中国企业是不会主动销售

活拔绒及其制品的。

可是两天之后，瑞典这家电视台还是播出了关于中国活拔绒的节目。中国驻瑞典大使馆经济商务参赞处就此报道致函中国羽绒工业协会。2月9日，中国羽绒工业协会召开新闻发布会，邀请国内主要媒体以及瑞典TV-4驻北京记者参加。次日，瑞典这家电视台播放了对中国羽绒行业真实情况的报道。

(4) 羽绒是“弃之为废，聚之为宝”。作为羽绒制品的填充料——羽绒原料，主要是指水禽中鸭和鹅身上的羽毛，是食品工业的副产品。中国鸭绒产量占羽绒总产量的90%，鹅绒产量只占10%。主要原因中国人喜欢吃鸭，且鸭的生长周期短，产量大，一般40天左右就可以屠宰，鸭绒价格相对鹅绒低廉，因此不存在活拔。在个别适合活拔的鹅种中(不是所有种类的鹅都适合活拔)，仅有1%~3%的鹅有可能存在活拔的现象。活拔绒的价格大约是普通鹅绒的1.5倍，主要制作销往日本市场的高档羽绒寝具。

中国畜产品加工研究会高级工程师王敦洲12岁开始从事羽绒行业，至今已有65年时间，亲自参与起草、制作羽绒及其制品的行业标准与国家标准。王敦洲在3月12日举行的全国行业大会上说：“‘活拔绒’不是中国首创，但中国羽绒企业因此次‘活拔绒’报道深受其害。”

目前，南斯拉夫、匈牙利、罗马尼亚等国家活拔绒现象比较普遍，由于活拔绒水洗耗水量与洗涤助剂均减少一半左右，所以有一定的经济效益。但中国羽绒工业协会的负责人表示，“活拔绒”其实在经济上是不合适的。以六安地区的皖西白鹅品种为例，一只鹅可活拔绒两三次，拔一次绒有11~13元的收入，最后宰杀大约能卖18元钱，前后拔绒与屠宰的经济收入40元左右。但没有进行过活拔取绒的鹅，宰杀后其绒羽丝长、蓬松度高，品质好，价格高，一只鹅的经济收入在30多元。若不小心把鹅的皮肤拔破、损伤或感染病菌的话，还要给鹅注射抗生素与喂食精饲料，除去这些附加成本，活拔绒是得不偿失的。

瑞典电视台TV-4最先报道的是匈牙利的“活拔羽绒”，并公布了16家生产“活拔羽绒”的中国企业名单。据欧洲羽绒协会和国际羽绒羽毛检测实验室提供的资料，瑞典电视台TV-4关于“活拔羽绒”的节目中存在错误。2月3日，匈牙利驻瑞典大使做客这家电视台Kalla Fakta节目时，对此报道作出了解释和回应。王敦洲高工反复观看节目画面后表示，这完全是一种炒作，不光拔绒的姿势与技艺不对，哪有把鹅拔光成“铁公鸡”的做法？

安徽鸿澜(集团)股份有限公司羽绒销售部经理何荆桥、安徽三祥羽毛有限公司董事长潘应武在接受《中国青年报》记者采访时说，活拔绒现象在当地早已不存在了。作为羽绒企业，他们不清楚瑞典电视台播放“活拔绒”节目的目的是什么。电视节目中公布的另一个企业——浙江三弘集团已就“活拔绒”的报道向瑞典电视台提交了律师函，希望用法律武器捍卫自己的清白。

中国羽绒行业协会有关负责人表示，在羽绒原料价格一落千丈的低谷期，瑞典电视台的“活拔绒”报道产生了“雪球”效应。欧洲羽绒及羽毛协会主席Hedderich女士透露，瑞典电视台TV-4播放“活拔绒”节目后，协会就接到了180多封信件，大家关心的问题包括：一是寝具用品用什么作填充材料，二是屠宰工业副产品有什么特点，三是他们饲养家禽为了什么。

(5) 据介绍，欧洲关于家养鹅的法律自1999年12月22日正式实施。该法律对家养

鹅(包括家养雁属、家养野生鸿雁属及其杂交种)的生物特性、饲养人和监督办法、鹅舍、鹅舍建筑和其他、屠宰等方面做出了严格的规定。“禁止任何会或者可能会给鹅带来痛苦的饲养方式或者饲养计划”，“不允许从活禽身上拔取羽绒、羽毛”。

中国羽绒工业协会向农业部、国家林业局咨询动物保护的法律法规后被告知，我国有一整套关于野生动物保护的法律、法规，但保护家禽方面的尚未出台。中国羽绒工业协会负责人说：“勿以善小而不为，我们只有尊重欧洲等国家或地区保护动物的法律与消费者需求，反对虐待动物的行为，才不至于失掉市场”。

(6) 中国食品土畜进出口商会羽毛羽绒制品分会秘书长李玉香说，这种国际贸易中的突发事件引起企业关注，瑞典这家电视台去年报道“活拔羊绒”，今年报道“活拔鹅绒”，每年都有不同的主题。中国羽绒工业协会秘书长说，瑞典电视台 TV~4 去年报道“活拔羊绒”节目，就导致整个欧洲市场羊绒销量下降 30%左右。

表面上看是动物保护主义的举措，但有一个动向颇为引人注目。据中国驻瑞典大使馆经商处提供的消息，瑞典电视台 2 月 8 日播放中国羽绒企业“活拔绒”的报道后，欧洲兽医联合会要求欧盟委员会作出决定，要求进口自欧盟以外的动物产品，须遵循与欧盟相同的规则，比如基本的动物保护规则等。其中瑞典的一名兽医称，这一提议得到批准的话就意味着欧盟将谢绝部分不符合要求的动物类产品。

据悉，欧盟委员会不久前在会议中讨论如何将动物保护纳入贸易规则中的问题。中国羽绒工业协会负责人表示：“这一旦成为现实，欧盟市场就有权拒绝来自中国羽绒企业的羽绒及其制品，并不是危言耸听。”日本市场也在关注“活拔绒”事件的进展，至于是否会树起类似的“旗帜”现在无法断定。这可以看作是一种国际贸易保护主义的趋势。河北雪驰集团有限公司的薛万涛建议，国内行业协会与企业要把真实的情况告诉欧洲消费者，还原事实真相，有利于中国企业产品出口国际市场。江苏开元畜产嘉友服装有限公司总经理倪荷英深有感触。去年，该公司出口美国一款服装是狗毛衣领。每批货物出港前都必须具备防疫、商检部门出具的来源于非疫区、不是非人道宰杀的报告，一道道环节下来把企业折腾得精疲力竭。其中有一批服装为了等这两个报告，足足在港口“趴”了一周才出海。这无形中增加了企业显性与隐性的成本。“国际动物保护主义可以上升成为一道贸易保护壁垒。”倪经理说，企业后来用化纤的仿真毛代替狗毛衣领。但对方要求必须提供一个小标志告知消费者。别看一个小标志几分钱成本，对于出口企业来说，本身利润空间狭小，不希望再增加什么成本。“现在一些订单都是毫厘必争”。

(7) 3 月 23 日搜狐博客载文说，“尽管‘活拔绒’事件带有明显的炒作嫌疑，从而凸显出国际动物保护主义可能上升成为一道贸易保护壁垒的现实，但是无风不起浪，我们也不能不承认我国羽绒企业中尚存在‘活拔绒’现象，中国羽绒信息网发出的‘不要继续宣传和生产活拔绒’的紧急通知，就是一个侧面的证明。”“中国羽绒工业协会秘书处那种经不起推敲的所谓调查结论，自然不能服众，更别说得到瑞典电视台的认可。我们要做的不是矢口否认，而是据实陈情，据理力争，尽可能减小负面影响和损失。”“‘活拔绒’事件在全球性经济危机的大背景下，不可避免地带有刻意炒作和贸易保护主义的色彩，但是，我们应该看到，它的本源是动物保护主义，这是发达国家普遍认同的社会良知和道德。”

“我们决不能仅仅将其看作是贸易上的自我保护策略，而应将其视为符合社会公共道德的贸易政策而理应予以尊重。”“活拔鹅绒等于虐待动物，通过虐待动物的方式获取更大利润

的企业是不道德的，自然应被消费者抵制、被采购拒绝、被政府部门和社会机构追究，从而为其不道德行为付出应有的代价。”

(8) 3月24日海峡都市报载文认为，“他们是在拿‘活拔绒’事件大做文章，企图以此将中国羽绒企业挤出欧洲市场。可以说，就算没有‘活拔绒’事件，欧洲一些国家也会想出其他招数，以达到他们贸易保护主义的目的。”“如今，一流企业定标准、二流企业做品牌、三流企业卖技术、四流企业做产品，我们要与世界接轨，就要懂得国际游戏规则，实行严格行业标准和管理，不让欧洲一些以文明自居的人找茬，被他们贴上‘虐待动物’、‘缺乏动物福利’等标签。”“做国际贸易，最终都要获得进口国民众的情感认同。在这方面，不能因小失大，我们企业需要多从人文角度去开拓市场，重视产品传播的人文理念。”

(9)《武汉晚报》3月24日载文指出，“如此经济气候下，恐怕‘活拔绒’还不会是仅此一例，其他领域其他产品都面临着同样的潜在危险。”“中国产品，连中国自己的老百姓都无法持信任态度。何止不保护动物？食品行业的信任度几乎降到冰点，药品化妆品事故频发，老百姓吃穿用都会对中国产品打问号，又怎么可能得到国际上的认同？经济气候好的时候，问题都被掩盖，一旦竞争刺刀见红，深层的问题就会暴露出来。而我们自己的问题是，中国的行业协会和管理部门于内对企业监管不力，于外应战时被动应付，如此尴尬，恐怕会在金融危机的逼仄之下不断重演。”“面对‘活拔绒’的疼痛，愤怒是无益的，自怨也是无益的，在我们的经济触角已伸向世界各地时，如何保护这些远征的产品才是当务之急。新闻里提到，有中国羽绒行业的监管人打电话给企业，你们用了‘活拔绒’吗？对方答‘没有’，而这居然成为行业与国际声音争辩的证据——这恐怕才是我们的最深之伤。

”“也许，与世界许多国家的发展轨迹类似，中国企业在成长的初级阶段会出现‘原罪’，比如‘活拔绒’，但这不能成为我们自欺欺人的理由。因为在经济舞台上与人同台竞技，别人可不会管你是否先来后到。”

(10) 3月24日，东北网评载文指出，首先，“活”事件的发生有其必然性，因为我们要面对竞争，无需大惊小怪；其次，“活”材料倒逼国内企业自省，“活拔”事件之所以能授人以柄，国内企业对利润的狂热追求急需自省。对企业来讲，追求利润是硬道理，但硬追求利润则没有道理。从中国羽绒信息网紧急挂出的“不要继续宣传和生产活拔绒”的通知到中国农业技术网介绍“活拔鹅绒应注意的问题”的技术文章，说明国内企业涉嫌部分程度上对动物的不人道行为。因此，理性生产是当前企业需要深刻自省的问题，海外羽绒企业出现的危机可能衍变到其他行业，当务之急，国内所有企业必须充分考虑到国外经营的困难和海外市场的险恶，强化危机意识，增强危机公关能力。外国人还要做什么，我们难以预测。当前中国企业能做的除了从容面对、冷静应答外，最重要的还是理性生产。印第安人有句谚语：“如果我们走的太快，停一停，让灵魂跟上来”，中国企业在“活拔绒”事件中尤其要做的，可能恰恰是让灵魂追上现实的步伐。

(11) 3月26日，环球博客载文认为“活”事件首先是“动物保护”，其次才是“贸易保护”，文章指出，目前世界上已经有许多国家制定了比较完善的动物福利法规，国际上普遍承认动物们享有不受饥渴的自由、生活舒适的自由、不受痛苦伤害和疾病威胁的自由、生活无恐惧和悲伤感的自由、表达天性的自由。认为“活”不仅见证了我国企业在生产中对动物福利保护措施的缺失，也解读了接轨国际动物保护理念的滞后，现行的野生动物保护法规过分强调了对野生动物的“资源性”利用，而在动物福利保护方面存在着法律责任不严格、缺乏可操作性的严重缺陷。甚至只对猎捕野生动物等相关行为规定了法律责任及

相关的惩罚措施，而对取熊胆等伤害、虐待野生动物的行为却找不到相关的处罚依据，至于保护家禽等方面的法规，更是空白。这也使生产企业无法可依，放任自流。文章指出，我们的生产企业直到今天也未能与国际接轨，对曝光“活拔绒”似乎还很委屈，更有网友对相关报道责难以至于叱骂。恰恰说明，中国公众以及商家动物福利保护意识仍然匮乏，而善待生命，尊重与人类一样有感知、有痛苦、有恐惧、有情感需求的动物们的权利，更未能成为生活方式和文明生产的程序设定。

(12) 3月27日，红网载文指出，“在金融危机下，各国贸易保护主义更是人为地设置贸易壁垒，在这种情况下，实现公平贸易，保护我国企业利益显得尤为重要。”“出口企业要遵守国际贸易游戏规则，尊重出口国的生活习惯和感情，认真研究出口国的相关法规。”“西方国家之所以对‘活拔绒’事件深信不疑，一个重要原因还在于国人的动物保护意识不强，只有当国人动物保护意识增强了，滥杀、捕食野生动物以及虐待动物的事情不再听闻，即使有‘活拔绒’事件的报道，人家也不一定相信！‘活拔绒’事件之所以在欧洲消费者心目中产生巨大影响，除了他们对动物保护高度重视外，还与我们宣传力度不够有关。”

今后我们的制品企业在不断提高质量的同时，有必要将产品的制作工艺向消费者公布，让消费者了解我们的产品，以避免陷入尴尬的境地。

(13) 4月3日《中国国门时报》载文指出，近年来世界上已经有100多个国家制定了比较完善的动物福利法规，除欧美这些发达国家外，亚洲的新、马、日等也完成了动物福利立法，开展动物福利工作、改善出口动物的福利状况、适应国际社会的通行规则是克服贸易壁垒的主要途径。我们只有尊重世界各国或地区保护动物的法律与消费者需求，反对虐待动物的行为，才不至于失掉市场。一方面，中国应提高全民的动物保护和动物福利的意识，逐步地、有重点地开展动物福利工作，不断缩小与发达国家的动物福利差距，构造和谐的人和动物环境；另一方面，也要阻止某些国家不顾发展中国家利益滥用动物福利进行贸易保护，维护国际农产品贸易的正常秩序。“活拔绒”报道对羽绒企业带来的痛苦是暂时的，但对于贸易高度国际化的中国来说，其作用是长远的，它告诫企业，谁违反“游戏规则”，谁就可能被淘汰出局。

三、作答要求

1、以(1)到(6)提示的信息，概括“活拔绒”事件相关报道的主要内容，不超过400字。(20分)

2、比较(7)到(13)的评论内容，简要分析他们在相关动物保护和贸易保护主义问题上看法的异同，300字左右。(15分)

3、针对给定资料的内容，就“羽绒企业怎样与国际接轨”问题向政府有关部门协会提出你的意见和建议。300字左右。(15分)

4、就材料中提到的“不要继续宣传和生产活拔绒的紧急通知”一事，写一篇议论文谈谈你的看法。1000~1200字。(50分)

2009 年河南省公务员考试《申论》真题

参考答案

一、材料概括

- (1) 瑞典电视台报道从鹅身上残忍地“活拔”绒毛作为羽绒制品的原料，使得当地消费者开始抵制羽绒制品。中国羽绒制品在瑞典受到冷遇。
- (2) 数据表明，金融危机和暖冬下，中国国内的羽绒企业出口锐减。
- (3) 中国羽绒工业协会草率向会员单位核实，会员单位否认生产和出口“活拔绒”产品，协会发布信息，要求“不要继续宣传和生产活拔绒”，反驳瑞典电视台的报道。
- (4) 依据养殖背景以及瑞典电视台节目中的内容纰漏，解释“活拔绒”得不偿失，质疑瑞典电视台制作节目的动机，拟起诉之。
- (5) 欧洲关于禁止虐待动物的相关规定，我们这方面工作薄弱。
- (6) 分析瑞典电视台做法的实质是贸易保护的需要，例举中国企业在贸易壁垒下的困境。
- (7) 引用博客载文，分析我国在面对该事件时不从自身出发，武断草率、不尊重国际相关法律和消费者文化倾向、不注重社会公德的错误做法。
- (8) 分析在当前国际贸易环境下，我国的企业应提高自身素养，尊重国际规则。
- (9) 揭露我国企业当前监管不力，问题严重，不利于国际贸易竞争。
- (10) 面对贸易壁垒，我们要遵守游戏规则，理性生产。
- (11) 分析动物保护的重要性，强调我国应当尊重和重视。
- (12) 分析瑞典电视台的节目之所以造成影响是由于我国自身对于产品生产宣传力度不够。
- (13) 我国应加强动物保护立法以及组织某些国家的贸易保护。

二、参考答案

1、瑞典电视台播放“活拔绒”节目，并公布了 16 家生产或销售活拔绒的中国企业名单，使得当地消费者开始抵制羽绒制品，中国羽绒制品在瑞典受到冷遇。除此之外，受金融危机和近年来暖冬的不利因素影响，我国羽绒制品的出口锐减、库存陡增。

中国羽绒工业协会为了保护羽绒行业免遭新的损害，针对瑞典电视台曝光的企业进行调查，并发出“不要继续宣传和生产活拔绒”的通知，反驳瑞典电视台的报道。根据养殖业的相关知识、活拔绒生产成本较高以及瑞典电视台节目中的内容纰漏，证实此次节目报道存在错误，瑞典电视台制作节目的动机遭到质疑。

“活拔绒”事件是一起国际贸易中的突发事件，节目的播出使我国羽绒企业深受其害。此次事件也暴露出我国羽绒制品行业面临的问题：欧洲有关于禁止虐待动物的相关规定，而我国保护家禽方面的法律缺失，只有被动接受国外的法律法规；国外动物保护主义实质是一道贸易壁垒，使我国出口企业的成本增加，面临困境。

- 2、材料(7)至(13)的评论中对动物保护和贸易保护主义看法的相同点是：我国目

前对动物福利保护的措施缺失，国人动物保护的理念滞后、保护意识不强。在国际贸易中，我国应该遵守国际游戏规则，尊重进口国的生活习惯和感情，重视产品的宣传和人文理念的传播。

不同点是：有观点认为，动物保护主义不仅是一种贸易保护策略，更是发达国家普遍认同的社会公德，企业虐待动物以赚取利润的做法是不道德的，理应被消费者抵制、被政府机构追究。另有观点认为，动物保护仅仅是国外贸易保护主义的一种方式，在国际贸易中保护我国的出口产品是当务之急，行业协会应加强监管力度，企业应理性生产、强化危机意识、提高产品质量、加大宣传力度。

3、

政府各有关部门：

我认为要实现羽绒企业与国际接轨可以从以下几个方面入手：

一是加强和完善动物保护方面的立法。羽绒企业在生产羽绒制品过程中出现虐待动物等行为，不符合进口国的贸易规定和生活习惯。应尽快完善相应法律，制止羽绒企业盲目追求利益而损害动物福利的做法。

二是加大宣传力度，引导企业树立正确意识。加大动物福利的宣传力度，特别是对从事动物源性产品生产加工的企业，引导企业树立动物福利意识。

三是加快羽绒行业标准的制定和施行。由相关政府部门牵头，制定详细的羽绒行业标准，对原材料的来源、生产、加工和产品质量等实行严格监管，保证出口羽绒制品的质量。

四是充分发挥羽绒行业协会的作用。羽绒行业协会应该强化对羽绒企业的监督管理，提升其处理和应对国际贸易中突发事件的能力。

五是密切关注羽绒制品国际贸易方面的最新动向，全面掌握各国的贸易动态，及时进行分析和研究，制定相应的应对措施。

建议人：×××

××××年××月××日

4、参考范文

标本兼治，打破国际贸易壁垒

瑞典电视台报道“活拔绒”事件并公布我国16家生产或者销售活拔绒企业的做法，让在金融危机和暖冬不利因素影响下艰难生存的我国羽绒企业面临更加严峻的考验。中国羽绒工业协会在接到报告后对此事作出反应，对其13家会员单位进行了简单的电话调查，并在网上发布了“不要继续宣传和生产活拔绒”的紧急通知。这一通知的发布一方面揭示了我国政府和羽绒行业协会的及时应对、坚决反对国外贸易保护主义的治标之策，同时也暴露出我国羽绒企业与国际贸易脱节等问题。打破国际贸易壁垒，维护国家利益，我国需要将反对贸易保护主义的治标之策与同国际贸易接轨的治本之策结合起来。

近年来，随着我国经济体制改革的深入和政府职能的转变，行业协会发展迅速，作用

也越来越大。我国加入WTO后，经济对外依存度增加，国际贸易活跃，贸易争端也频繁发生。近来，行业协会已开始积极行动，在破解贸易壁垒的过程中起到越来越显著的作用。事实上，行业协会作为市场主体应对贸易摩擦是一个国际惯例。按照世贸组织的规定，行业协会完全可以成为企业的代言人，利用世贸组织条款，依法维护国内本行业的利益。在此次“活拔绒”事件中，行业协会积极开展调查，并与瑞典电视台、中国驻瑞典大使馆商务参赞进行多方沟通，最终使瑞典电视台承认其报道不实，并对真实情况进行了报道，挽回了我国羽绒出口企业面临的更大损失，在反对国际贸易保护主义方面发挥了重要作用。

但是，“活拔绒”事件及其他类似贸易突发事件的解决，不仅要靠行业协会的积极行动，还需要我国羽绒行业停止“活拔绒”这种虐待动物的不道德行为，做到与国际接轨。在西方发达国家，有关动物福利保护的法律法规非常完备，动物保护是一种大家公认的社会公德，而在我国，仅有一部《野生动物保护法》，缺乏有关家禽保护和动物福利的法律法规。此外，我国多数企业和国民动物保护理念淡薄，保护措施滞后，还存在虐待动物和“活拔绒”的现象。这些都导致我国生产的羽绒制品遭到冷遇，出口额度下降明显。要打破国外设置的各种贸易壁垒，首先就要尊重国外有关动物保护的法律法规和消费者的需求，学会善待动物；其次，要充分了解他国对羽绒制品的相关规定，适应国际社会的通行规则，不断提高我国出口羽绒制品的质量，提升输出产品的顾客满意度。最后，行业协会除了积极应对突发事件之外，还应当发挥宣传动物保护、制定羽绒制品行业标准等作用。

在国际贸易摩擦不断加剧的今天，一方面我国政府和行业协会要积极反对贸易保护主义，针对贸易突发事件果断采取措施，减少经济损失；另一方面，我国应加快各个行业与国际贸易接轨，熟悉各行业的贸易规则和惯例，只有掌握各国有关的贸易政策和动向，尊重别国的道德准则和情感，才能真正打破他国的贸易壁垒，切实维护我国的国家利益。