广东省门窗协会2022年度工作总结

及2023年度工作规划

**第一部分 2022年度总结**

2022年是不寻常的一年。一方面新冠疫情仍然肆虐，各行各业深受影响。另一方面党的二十大胜利召开，描绘了全面建设社会主义现代化国家的宏伟蓝图。广东省门窗协会（简称协会）坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大会议精神，在广东省民政厅、广东省工商联的指导下，秉承“共创、共享、共赢”的核心价值观，攻坚克难、砥砺前行，各项事业发展取得新成效，取得来之不易的新成就。

现将2022年度秘书处工作总结如下：

**一、坚持党建带会建，会建促党建。**

协会坚持党建引领会务发展，同时积极加强与商协会党组织、会员企业党组织之间的互动交流，共建共融聚合力，打造红色公益共同体。2022年3月3日召开了2021年度组织生活会暨民主评议会，总结回顾并开展批评与自我批评。6月30日组织了8名党员、积极分子、预备党员前往顺德区北滘镇黄龙“忆初心强党性，喜迎二十大”主题教育活动。2022年内协会党支部开展线上、线下党课习总书记重要讲话及二十大精神的学习与传达，累计10余场次。

2022年3月3日，广东省社会组织党委专职副书记周惠明调研组莅临协会参观指导。协会党支部积极加入省社会组织党委011号党建工作站。协会党支部书记彭思娜因党务工作突出，被聘为全省性社会组织党建指导员，为其他14家社会组织提供党建工作指导。

在2022年内，协会党支部力量得到了发展。经过三年的培养，协会秘书处范小艳同志正式成为中共党员。

**二、会员队伍良性发展，全年新加入成员83家。**

2022协会会员群体取得较大发展，全年新加入（常务）副会长5家、理事13家、门窗理事21家、会员58家、第三方战略伙伴4家。

现协会累计在册会员逾640家。会员队伍越来越壮大，理事会越来越强，协会整体实力得到了进一步增强。广东省门窗协会目前已成为中国门窗行业比较有影响力、比较活跃的行业组织。

**三、全年召开会务会议6次，600多人次参会。**

协会按照章程办会，领导层为协会发展尽心尽力。协会全年举行常委办公会议4次，常委扩大会议（理事会）1次，全体会员大会1次。

8月8日，广东省门窗协会第二届第二次会员大会在佛山罗浮宫索菲特酒店隆重召开，500人共聚一堂。大会以“窗造时代•聚势而生”为主题，安排了主题演讲和发展论坛、颁奖表彰等多个环节。佛山市工商联主办的《佛山商道讲堂》走进协会与大会穿插举行，刘胜军博士作了《世界大变局与中国新格局下的企业高质量发展之路》主题演讲，举行了“第二届门窗行业高质量发展论坛”。会员大会的隆重举办，彰显了领导层的团结，展现了协会的精神风貌，提高了协会凝聚力。

**四、多形式举办交流活动，参加人员达300人次。**

2022全年组织大规模会员走访三次，先后走访了斯贝迪玻璃、亮话天窗、欧派克滑轮、威亚森门窗、欧迪克门窗、创明遮阳六家企业，参加走访人员达到150人。秘书处零星走访30多次，走访企业达到50家。

5月30日，由中国建博会（广州）、三维家、广东省门窗协会联合主办的“大门窗·新生态”2022中国家居星青年暨门窗产业创新发展论坛于佛山南海TIC时代全球创客小镇举行，近30名行业青年参加交流。

协会还创新形式，以球会友，促进行业交流。9月23日，举行了“广东省门窗协会第一届高尔夫球联谊赛暨“谋与变”门窗行业高质量发展论坛”，29位行业高尔夫球爱好者参加了活动。当天晚上，由广东省门窗协会和新浪家居主办的“【谋与变】门窗行业高质量发展论坛”正式举行。10家知名门窗企业和供应链“掌舵人”，真心话献行业，共探高质量发展路径，凝聚更多同向而行的力量。

**五、为会员提供服务一百多次。**

我协会目前在广东省门窗行业具有较高的影响力，协会出具的报告证明受到政府有关部门的信赖，2022年内为14家企业出具行业占有率或资质证明，协助他们申报省级专精特新企业、行业隐形冠军、龙头企业等。

随着“5G+AI”时代的到来，短视频逐渐成为未来的主流趋势，为进一步扩大会员企业品牌宣传的广度及维度，协会秘书处积极开拓短视频服务，针对企业的品牌、人物、产品、展会等多方面进行挖掘，先后给亿合门窗、英辉铝业、博仕门窗、美沃门窗、斯贝迪玻璃、伊盾门窗、欧迪克门窗、ALLSUN澳顺、瑞纳斯、安柏瑞门窗、艾尚美门窗、正派门窗、保罗汉纱、德国库勒五金、亮话门窗、乐奇门窗、德国宾克门窗五金、杜格铝业等一百多家会员企业赋能品牌。

**六、启动团体标准编写工作，占领行业高地。**

团体标准的制定可以迅速提高企业的知名度和影响力，是对协会、企业实力的最好背书。市场上有很多新产品、新技术、新服务都还没有相关标准可以使用，团体标准的制定可以解决当下标准缺失的问题，促进行业健康可持续发展。团体标准在广泛实施后，有机会升级为国家标准，为国家标准的制定提供基本的应用数据支持。

2022年内，全面启动广东省门窗协会标准化工作，已成立协会标准化管理委员会，并发布第一批标准制定计划，邀请优秀门窗企业参编协会标准《系统门窗应用技术规程》、图集《系统门窗建筑构造》和工法《系统门窗安装工法》。

**七、维护公平竞争，促进行业和谐。**

广东省门窗协会人民调解委员会坚持为行业服务，积极发挥人民调解作用，为稳定门窗行业市场秩序，推动门窗行业规范和谐发展做出积极贡献，成立以来已为5家企业进行调解。2022年被佛山市调解协会授予“优秀调解组织”，给予通报表扬。

11月8日，针对佛山市\*\*门窗公司涉嫌恶意抢注94家门窗家居行业企业商标类别一事，秘书处通过协会公众号发出《关于坚决反对恶意抢注商标类别行为的通告》，公开表明立场，谴责这种不良行为。

同时提醒会员企业进行检查，提前保护企业品牌，以防被侵权。如有发现被侵权可寻求秘书处协助维权。

**八、受到领导肯定，多部门莅临指导交流。**

协会的发展受到各级部门和领导肯定，2022年2月21日，广东省工商联党组成员、副主席冯日光带领调研组成员莅临协会及会长单位亿合门窗开展暖企专题调研。6月13日佛山市工商联秘书长俞红平、贺州市工商联主席赖芳莅临协会交流，此外还有荆门市人民政府驻广州佛山招商专班、广西大化副县长蓝艳宇、广东东软学院、顺德职业技术学院等地政府、高校莅临协会交流。

2022年到协会交流的兄弟协会和机构有：中国建筑金属结构协会监事长宋波、中国建材流通协会副会长罗青、中国有色金属加工业协会副秘书长卢建、重庆市九龙坡区门窗商会、羊城设计联盟彭涛会长、浙江永康中国科技五金城会展有限公司胡新好、山东华建铝业集团、知乎城市业务负责人杨秀峰等。

**第二部分 存在问题和不足**

在看到成绩的同时，我们要清醒地认识到，广东省门窗协会工作中还存在一些不足，面临不少困难和挑战。比如，会员群体体量偏小，规上企业不多。会员企业中高新技术企业不多，知名的企业不够多。协会的凝聚力需要进一步加强。协会在承接政府职能转移、接受政府委托方面尚未有突破。

2023年新年后，协会已加大了秘书处人员配置，聘请的两名职业化秘书长已到位，引入社会组织运营专业智慧，相信他们的加入将令协会今后的发展进入快车道。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **2022年不足之处** | **2023年提升措施** |
| 1 | 疫情反复，计划内活动临时变动大，活动开展形式不够丰富 | 2023年全面做好协会活动规划并按计划执行，进一步丰富协会活动开展形式。 |
| 2 | 会员服务夯实度不够 | 深入调研会员需求，做深协会会员服务，搭建会员服务反馈机制。 |
| 3 | 门窗会员吸纳度不够 | 积极了解门窗会员服务需求，打造协会特色活动，赋能门窗企业发展。 |
| 4 | 走访成果不够凸显 | 让参访人员有更多获得感，在走访中加入法律、财务、生产管理、营销等课程，让走访者更加充实，让被走访企业找到更优秀供应商和收获更多实质性建议。 |
| 5 | 常委会议执行率不够 | 全面加强常委会开会纪律，丰富会议形式，充分发挥常委能动性，集思广益，广纳贤策，做到会前有准备，会中有决议，会后有落实。 |
| 6 | 秘书处团队建设亟需加强 | 1.进一步梳理秘书处工作及组织架构，明确岗位职责及绩效考核机制，增强内部团队凝聚力和向心力；2.引进更优秀的秘书处管理人员，与内部人员竞争，更好地服务各位领导和会员单位。 |
| 7 | 秘书处内部制度建设需进一步提升 | 1.严格制定各项内部管理制度，秘书处团队从考勤到绩效考核都要从严管理，严禁秘书处员工不作为；2.改进秘书处财务管理制度、报销标准和审批流程，让协会财务工作更加透明；3.对照5A协会制度标准要求，逐步完善内部制度。 |

**第三部分 2023年度工作计划**

2023年在协会的发展史上定义为变革的一年，协会已加大秘书处人员配置，建立职业化的运营团队。所有人员要高效工作，把疫情造成的损失补回来，2023年秘书处计划围绕以下12项重点工作全面展开。

1、**发挥党组织核心作用，党建指导会建。**党支部要与会员单位党支部、合作单位党支部、有关政府部门开展共建活动，协会保证党建工作经费。要指导会员单位中条件满足的企业建设党支部。

**数字目标：**召开党支部会议6次，举办党建主题活动3次。

2、**积极发展会员，稳步壮大队伍。**增加秘书处人员配置，使协会秘书处专职团队达到8-10人。所有人员要大力发展新会员以及战略合作伙伴，实现会员群体比2022年净增长30%。

3、**建好宣传阵地，树立协会形象。**协会的形象要树立，必须通过持续的宣传，高质量形象输出。2023年继续稳固已有的网站、公众号、抖音号等宣传渠道，同时加强与外部媒体、专业媒体的链接关系，探索其他媒体宣传渠道。

**数字目标：**出版《广东门窗》内刊3-4期，公众号发布200条信息，抖音发布300条。全年实现报纸、杂志纸媒类媒体报道20篇·次，电视类报道10次，网络、视频等媒体报道或转载100次。

4、**加强品牌建设，争取省级荣誉。**今年9月份，申报广东省工商联系统“全省四好商会”，目标是确保完成。同时对照全省社会组织评估指标体系，查漏补缺，逐步完善短缺的项目，争取早日创建成为5A级社会组织。

**目标：**2023获得广东省工商联系统“广东省四好商会”。

**5、隆重举办活动，开好会员大会。**按照惯例在8月8日继续举行“广东省门窗协会第二届第三次会员大会”，计划与有关家居建材类研究机构合作，在大会上发布《2023广东门窗行业高质量发展报告》。

**数字目标：**参会人数达到500人。

**6、组织商务活动，参加各类展会。**疫情已过，各行业加大马力抢市场。门窗协会要积极组织会员到国内外抢市场、找订单。组织参加国内大型行业展会。

**数字目标：**组织参加广州、深圳、上海等地行业展会3-5次（仅组织观展发放门票，不含组织展位），观展人数合计500人次。

**7、重启商学院，建立专家库。**商学院是建设学习型组织的有效手段，对推动会员企业的发展，扩大协会知名度，提升协会影响力等方面占据着重要的作用。2023年内要重启商学院，引进有关机构、智库等，举办多种形式的营销、技术讲座、论坛，计划每两个月至少一次。与走访活动结合，到会员企业中去办，到知名企业中去办，公益性为主。同时协会着手成立广东门窗产业技术专家委员会，让更多的会外专家为协会所用、为企业所用。

**数字目标：**商学院全年组织5-6次，参会人数超300人。

**8、制定团体标准，提高行业影响力。**协会的团体标准制定工作去年已经启动，今年要高效推进，争取顺利完成，同时探索启动第二个标准的编制启动。

9、**探索创收项目，增加造血功能。**秘书处继续做好服务工作，为符合条件的会员出具各种证明，助力企业成长，协会的会刊、网站作为会员宣传、开拓的有效渠道，分摊印刷费。

**10、主动对接政府，服务当地经济。**协会要发挥政府与企业的桥梁纽带作用，积极与广东省、佛山市、南海区、大沥镇有关的政府部门对接，取得联系和建立信任，积极服务当地经济建设，争取一些政府委托事项。比如：会议承办、行业调研、人才培养、职称评审等。

**数字目标：**拜访、联系政府部门20家。争取委托事项收入20万元。

**11、开展体育活动，丰富业务生活。**协会要策划体育活动，丰富会员们业余生活。以球会友、以舞会友，在旅途中学习，在户外运动中交友。既能锻炼身体，陶冶情操，又能增强协会凝聚力。

**目标：**组织第二届高尔夫球联谊赛，尝试组织门窗协会企业家沙漠戈壁徒步。

**12、深入研究政策，提供深度服务。**深入研究广东省、佛山市、南海区相关工业信息化、外贸商务、科技创新、创业政策，分类筛选，定向会员们宣讲。对于会员符合政策的项目协助申报，包括但不限于：创新型中小企业申报、专精特新企业申报、工程技术研发中心申报、公共技术服务平台申报、数字化智能化改造、知识产权、融资服务等。

**目标：**全年发布政策信息30条，协助10家企业申报。