

# 第六届理事会工作报告

东莞名家具俱乐部第六届三次会员大会

(2019年5月30日)

各位会员，大家下午好：

今天，召开俱乐部第六届第三次会员大会，以共商协会发展。首先，我对大家的到来和支持，表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

受俱乐部六届理事会的委托，我在此向大家作工作报告，请各位会员审议。

自2016年7月换届以来，俱乐部第六届理事会团结一心、锐意进取，在往届班子打下的良好基础上，坚持“服务会员”的协会宗旨，“承匠心，创生态”，积极“走出去，请进来”，取得了一定的成绩。

作为行业协会，俱乐部持续在行业积极倡导工匠精神，特别是在会员企业中，积极推动工匠品质、匠心服务，以擦亮东莞家具金字招牌；同时，继续深入推动行业的垂直整合和产业链横向融合，以积极构建健康的家居生态系统。

## （一）就会员服务工作方面：

1、建立了务实、高效、专业的秘书处服务团队。

俱乐部本届秘书处自组建以来，工作积极、务实、仔细、认真，能够良好地完成协会的各类组织、

活动及日常事务，也获得了大家的认可。为了更好地服务会员，秘书处也经常拜访会员，深入会员企业，以了解会员需求，加深协会与会员的互动。

2、升级协会网站、自媒体等，并形成俱乐部的宣传平台。

为了更好地、更多地宣传会员企业，我们不断优化网站、公众号，以用好俱乐部自媒体，更多更有效宣传会员企业产品及信息，并建立会员、客户数据库系统。大家以后如有消息发布，请安排人员联系秘书处，通过俱乐部平台进行宣传推广。

## **（二）就市场拓展服务方面：**

为了帮助会员更好地开拓市场，俱乐部组建了专门的市场服务部，深入市场，与全国大型连锁或地方有影响力的家具家居商场建立良好关系，将会员企业的产品分类别的推荐到各大商场，以帮助会员更好地拓展全渠道。

1、在每届展会期间，俱乐部都组织了与中国家居诚信联盟俱乐部的联谊活动，以及专门的以“共建·共享·共体”为主题的厂商洽谈会，取得了良好的效果。

2、每年，俱乐部都组织多次的会员企业市场考察团，赴全国各地的家居商场、行业协会、家居企

业进行市场考察与交流学习，并签订战略合作协议。2017年，走访了浙江、河南、陕西、湖北等地。2018年，走访了南京、宁波、上海、杭州、苏州、昆明、重庆、成都等地。

3、平时，市场服务部人员也经常走访市场，了解市场动态的同时也传达了东莞名家具俱乐部所搭建的服务平台作用。并不定期组织会员企业的营销总监进行交流座谈，实时掌握市场一线动态信息。

### **（三）就青企会和名设会的工作：**

过去两年多，青企会和名设会的各项工作也在积极推进中，得到了更大的成长，取得了不错的成绩。并相继完成了新一届的换届工作，在两位新会长的带领下，青企会和名设会取得了进一步的发展。

在俱乐部第六届理事会的关怀指导下，青企会已经发展有70多人，汇集了大批家具行业的青年才俊，已经成为“创二代”快速成长、传承企业、融入行业的重要平台。

为适应行业发展的新形势，在推动行业发展、服务企业改革发展、服务青年企业家成长成才等方面做了大量工作，青企会日益成为行业高质量发展中的一支生力军。

青企会围绕“传承·创新·团结·共赢”，年均

开展活动十余次。青企会砥砺前行，满怀激情，紧跟俱乐部步伐，积极参与走访参观市场；虚怀若谷，热心学习，积极举办行业技能培训活动；热情洋溢，开放包容，先后与阳江青企、越南青企 HAWA F1 进行友好交流，并在 18 年 11 月成功举办首届亚洲家居青年企业家高峰论坛，向世界发出中国家具青春之声。并多次组团深入考察东南亚市场，并落实项目合作。

与此同时，名设会团结、发挥和调动了不同领域的设计资源力量，逐步搭建一个团结和凝聚广大设计师的重要平台。进一步带动和活跃东莞设计气氛，为设计驱动行业发展做出重要贡献。

在加强人才培养，积极创新活动模式，延伸交流平台方面，名设会组织米兰考察学习团，深入学习意大利家具设计；在活跃设计氛围，落地家具设计方面，名设会组团参加“在地设计”设计展，极力促合“前沿设计+东莞制造”。

#### **（四）就协会的桥梁和纽带作用方面：**

1、我们更加注重名家具展平台建设，积极推动了各届名家具展。平时，我们也积极宣传名家具展，也有不少企业通过我们选择参展。

2、积极传递政府政策与行业规范。我们通过名

家具官网和微信自媒体，即时向会员传递相关的政策和信息。

### 3、积极搭建企业与政府沟通的平台。

为了让会员企业更多地了解政策法规等，我们邀请并组织了与厚街镇环保局的环保座谈会、与厚街国税局的税务座谈会、与法院的企业法律座谈会等，拉近了企业与政府的距离，增强了互信。期间，举办了《2018年稽查重点与税务危机防范》培训。

为了贯彻国家扶持小微企业的政策，中国银行厚街支行向名家具俱乐部所有东莞区域成员举办厚街家具制造行业贷款专场，推出几大优惠政策：利率低、时效快、额度高。

面对家具行业被拒保或限额承保的保险现状，俱乐部携手东莞人保财险分公司进行实地调研。调研发现，传统的监控手段越来越难以满足企业日益旺盛的生产增长，保险公司也越来越难以覆盖中小家具企业的保险需求。

面对买保险难、买保险贵的行业痛点，俱乐部邀请东莞人保与会员单位举行了座谈会，东莞人保提出了通过保险+科技+服务的手段，借助物联网、大数据和人工智能技术，研发了一个家具企业一体化智能风险管理系统，并在会员企业率先进行试点实

践。根据试点效果优化系统，继续将智能风控项目推向深入，将企业面临的风险防范于未然，从而可以降低整个家具行业的风险。

当下，环保是家具行业转型升级的大事，为了群策群力，俱乐部举办了绿色清洁生产与挥发性有机污染物（VOCs）减排技术交流会；同时，为了更彻底地解决问题，我们组织会员赴大岭山、中山、顺德考察学习 VOCs 产业环保治理，并积极向政府申请“共享环保”喷油房项目的立项和建设。

另外，在过去的两年多，俱乐部举办了诸如“软装风格与色彩&行业趋势分析”等各类专业知识与技能培训，提升企业经营素质与核心竞争力。

4、积极与全国其它相关协会进行互动交流。在每次展会期间，以及通过平时直接走出去，秘书处与全国其它省市家具协会保持了紧密的交流、沟通，有效地链接了相关的行业资源及企业资源。

#### **（五）发展新会员方面：**

自第六届理事会上任以来，很多家具企业持续积极申请加入俱乐部。俱乐部共发展新会员有 61 家，青企会有 27 人。

#### **（六）党建方面：**

俱乐部党支部积极参加东莞市社会组织管理局党委领导的党建工作，参加东莞市社会组织管理局党委组织的多次党建工作培训班、新闻发言人培训班、财务培训班等。俱乐部党支部还举行了多次党建活动，如“七一党建活动”、“参观广东东江纵队纪念馆的党支部活动”。

以上等等工作富有成效的开展，有赖于我们所有会员的共同努力，在此，我对大家的支持表示最衷心的感谢！

综上所述，在“承匠心，创生态”的主题目标下，俱乐部坚守初心，再接再厉，以求更好地做好行业协会的工作，2019年的工作思路可以概括为“1+N”。

“1”，就是以家具制造为本，以会员企业的发展为本。

“N”，就是“多职能”、“多渠道”地服务会员企业，具体如下：

关于“多职能”：即从俱乐部的职能架构设计开始，就体现了为会员服务的思路。我们在原有青企会、名设会等专业委员会的基础上，增加有关乎卖场和大连锁经销商的服务项目，以吸纳全国连锁卖场、当地优秀卖场、以及全国优秀的连锁经销商，与俱乐部共同构建完整的市场链组织。俱乐部已联

合名家居世博园，着手进行“名商之家”服务项目，旨在打造赋能家居行业优质大经销商的平台，为会员企业和大经销商发展提供精准的服务。

同时，随着定制家居风潮的兴起，消费群体对于高品质整体装修解决方案的需求日益旺盛，为了突破企业闭门造车、我行我素的局限，实现协同发展，俱乐部积极发挥协会平台优势，以合作共享为理念，以互利共赢为目标，整合企业差异化的发展优势与资源，积极推动对全屋定制工业化生产的发展模式的探索。先后联合会员企业、名家具展进行“MINI（迷你）花园”、“无边居所”、“大宅”等全屋定制项目实践。

关于“多渠道”：我们知道，当下市场更加多元化，传统的家具卖场专卖店销售渠道遇到前所未有的冲击，主要体现在以下几个方面：地产商的精装房截流、家装公司的整装截流、定制企业的全屋化截流、软装企业的配套截流、电商的截流，等等。就现状和发展来说，我们可以在以下三个方面做出努力：

一是继续加强与全国优秀卖场的深入合作，为会员企业专卖店的发展创造更好的机会。

二是积极探索与物业卖场的新型合作关系，尝试



以整体抱团等形式，以更灵活的方式，更优惠的条件，更有效的推广，取得更好的销售业绩。

三是创新经营模式，积极拥抱新渠道，对内引导企业转型升级，对外积极为会员企业搭建住宅工程配套平台，以期在传统家居商场渠道之外扩大新的销售渠道。

总之，俱乐部将通过“1+N”的方式，“承匠心，创生态”，多职能、多渠道地推进工作，以更好的为会员服务。

我的报告完毕。谢谢大家！