

# 中国玩具和婴童用品协会 第八届理事会工作报告

会长 梁梅

(2021年4月9日)

各位理事：

现在，我代表第八届理事会向大会报告工作，请予以审议，并请提出意见。

## 一、过去一年工作回顾

2020年是新中国历史上极不平凡的一年，是我国“十三五”规划收官和“十四五”规划开启之年，是全面建成小康社会取得伟大历史性成就和脱贫攻坚取得决定性胜利之年。中国玩具和婴童用品协会（简称“中国玩协”）在相关政府部门指导下，在全体会员尤其是各理事单位的支持下，面对突如其来的新冠肺炎疫情，认真贯彻党中央、国务院决策部署，主动调整为会员服务的工作重点和方式，引导全行业砥砺前行，开拓创新，准确判断形势，提高发展质量和效益，促进国际合作与融合发展，开启以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，发挥了政府助手、行业抓手、企业帮手的作用，各项工作取得了新的进展。主要开展工作如下：

**（一）参与政府相关产业政策、行业规划的研究和制定，承担政府委托的工作，并向政府提出建议和反映行业诉求**

受国家市场监督管理总局质量监督司委托，承办“儿童和学生用品安全守护行动之质量提升进产区系列活动启动仪式”。按照《市场监督管理总局办公厅关于开展2020年儿童和学生用品安全守护行动的通知》精神，受国家市场监督管理总局质量监督司的委托，参与“儿童和学生用品安全守护行动相关工作项目”，并承办11月19日在广东汕头市澄海区举行的“儿童和学生用品安全守护行动之质量提升进产区系列活动启动仪式”，质量监督司刘敏司长、广东省、汕头市、澄海区政府及有关部门领导，及行业龙头企业、检测机构代表近100人参加。

受国家市场监督管理总局执法稽查局委托，研判玩具和婴童用品重点产品质量问题、梳理玩具和婴童用品行业热点产品技术标准和部门分工建议、开展产区质量问题调研和摸排重大质量违法线索等工作，并将相关报告上报执法稽查局。

受文旅部产业发展司委托，举办第十二届中国品牌授权高峰论坛和文旅融合对接会。10月，举办以“新国潮时代”为主题第十二届中国品牌授权高峰论坛，深度探讨中国原创IP在新冠肺炎疫情后的发展和机遇，助力中国原创IP迎接新国潮时代的来临，400余位行业人士参会，从国风大电影、动画片、国货品牌、新综艺、新平台等多个维度分享新国潮时代的机会与趋势。

受文物局委托，举办“授权让文博资源‘活’起来”2020交流对接会、设立“文博授权展示专区”和举办“IP无界 授罗万象”T台秀。

完成工信部《智能化玩具产业发展现状、存在问题和措施建议》。受工信部消费品工业司委托，组织起草了《智能化玩具产业发展现状、存在问题和措施建议》，分析了“十三五”期间智能化玩具国内外市场需求和“十四五”期间智能化玩具产业发展趋势，阐述了智能化玩具在发展儿童智力和在科普教育产业中的作用，指出了产业发展面临的问题，提出了规划建立智能玩具产业园区、鼓励企业将传统玩具嵌入智能技术、加强人才培养、制定智能玩具标准等促进产业加快发展的措施建议。

参与《轻工业“十四五”高质量发展指导意见》的制定。4-6月，参与中国轻工业联合会起草《轻工业“十四五”高质量发展指导意见》，明确到2025年，中国玩具要实现制造强国目标。初步研究确定了玩具和婴童用品行业产业发展、产品发展、技术发展主要方向，确定了技术攻关、智能制造、技术改造、绿色制造、“三品”战略等具体目标。提出了减费降税、科技进步、营商环境改善、知识产权保护、完善标准体系、国家涉及本行业统计数据共享等方面措施建议，确保中国玩具和婴童用品制造强国目标的实现。

**（二）向政府或有关部门反映行业意见和诉求，维护行业和企业合法权益，争取各级政府对行业发展的关注和支持**

**提出帮助企业尽快复工复产行业建议。**突如其来的新冠肺炎疫情，造成行业企业延迟复工、外地员工复工率低、内外销订单减少等一系列问题，对行业发展带来巨大冲击。为落实党中央国

务院抗击新冠肺炎疫情的决策部署，及时分析行业受影响情况，2月3日，中国玩协向会员单位和相关企业一对一进行疫情对行业影响情况的调研，得到有效反馈问卷400多份，经过统计梳理，及时将行业情况上报政府有关部门。4月和5月，针对因疫情影响，企业外销基本情况，以及企业复工后存在用工困难、资金困难、防疫物料供给不足、物流等产业链跟不上等问题，向工信部消费品工业司提出支持企业扩大国内市场销售、减轻企业用工成本压力、加强产品消费引导等建议。

### **（三）调整工作重心，多措并举应对疫情冲击**

新冠肺炎疫情期间，中国玩协主动调整工作重心，创新服务形式，积极应对疫情冲击。一是通过中国玩协官方平台推出“凝心聚力，共克时艰”系列，倡议科学、积极面对疫情，对产区政府发布的鼓励企业复工复产政策、行业企业跨界生产防疫物资、母婴连锁店疫情期间坚守一线正常营业，会员企业捐款捐物进行集中宣传；二是在2月2日美国总统颁布对中国公民的旅行禁令后，积极联系美国玩具协会，妥善处理中国展团退出纽约玩具展事宜，全力帮助参展企业减少损失；三是疫情全球大流行时，多次联系了美国、英国、德国、意大利、西班牙、巴西、墨西哥等国的玩具、婴童用品协会和授权业协会，表示慰问并向部分海外同仁邮寄了口罩；四是推出“365云展会”在线对接平台，利用积累的30多万国内买家资源，为企业提供一对一精准对接服务；五是推进“CSI认证供应商体系”，依托积累的20万海外买家资源，实现优秀供应商与海外买家高效对接；六是每周举办CTJPA精英学院

在线培训，邀请本行业和跨行业嘉宾，讲授品牌授权、渠道管理、门店运营、新媒体营销和传统营销等内容，助力企业持续发展；六是向湖北省汉川市中医医院捐赠 1 万个医用外科口罩，并组织全体员工开展抗击疫情自愿爱心捐款活动。

#### **（四）参与制修订国家标准，推进团体标准制定和贯彻**

发布了《儿童推车性能评价规范》团体标准，这一标准弥补了儿童推车在易用性、舒适性等性能指标上的空白，为家长选购相关产品提供了有力参考。以安全性、易用性、功能性、舒适性和耐用性 5 个维度 36 项指标为重点，通过自愿性认证保证企业相关产品符合标准要求，11 家儿童推车龙头生产企业的 20 款产品参与了“儿童推车性能认证”。通过儿童推车综合评价团体标准的制定，形成优质优价、优胜劣汰、公平竞争的良性市场竞争格局，通过企业产品标准自我声明的方式，倡导企业根据自身能力水平，自我声明执行更高的标准。用标准引领企业产品持续创新发展，使得“良币驱逐劣币”，让品质高的产品成为市场上的优先选择。

#### **（五）健全行业自律机制，组织行业自律活动，配合政府对行业产品质量进行摸底调查和监督管理**

宣传做出“安全承诺”的企业。按照品质育儿行动计划，进行消费者教育，帮助新生代父母轻松正确选购和使用育儿产品，建立起科学的品质育儿知识体系，在寓教于乐的互动体验中陪伴孩子健康成长。与京东母婴联合开设玩博会旗舰店，集中呈现做出“安全承诺”的品牌产品，增强消费者的购买优质产品的信心；

开展玩博会心主播，心主播账号直播 25 场，观看消费者达到 10 万人次，展期的 15 场也达到 10 万人次；联合企业和达人展期直播，宣传推广优质品牌。

**行业自律监督。**2020 年，总计摸底调查产品 351 批次，重点针对澄海、平乡、广宗、汉川、平湖等进行了摸底调查，包括对自律品牌、授权企业进行专项摸底抽查。组织网红玩具调查，在京东、天猫、拼多多等线上渠道买样 30 批次销量 TOP10 玩具产品，向国家市场监督管理总局提交了网红玩具质量调查报告。

**产品质量提升。**将检测报告发给被摸底调查企业，就产品质量问题一对一与企业沟通，提出整改建议；针对各产区产品质量问题组织企业进行诊断，提出分析报告和提供针对性解决方案。

#### **（六）整合与对接设计资源，组织开展产品创意设计竞赛和创新成果推广，推动行业产品创新**

**举办中国玩具和婴童用品升级和创新产品评选活动。**国家工业和信息化部消费品工业司作为评选活动指导单位，总计 143 家企业的 441 款产品参与了评选活动，涉及 172 个品牌，其中，106 款升级和创新产品入选行业展会现场展示产品名单，在 10 月份行业展会期间设置的“CTJPA 升级和创新产品展示区”进行了展示。同时，编制和发布《玩具和婴童用品行业升级和创新产品手册》。

**举办以“科教娱乐玩具设计”为主题的第十一届中国玩具和婴童用品创意设计大赛——科教娱乐玩具创意设计大赛。**本届大赛，由中国玩具和婴童用品协会、汕头市澄海区人民政府共同主

办。经过近 4 个月作品征集，共吸引海内外 474 所院校、设计公司 and 设计爱好者 5990 人参赛，收到有效作品 3120 份。中国美术学院、北京航空航天大学、广州美术学院、鲁迅美术学院、北京服装学院、江南大学等 86 所重点院校，均由专业教师指导并集中组织参赛。

**举办 2021 年趋势产品展示与发布活动。**总计 85 家企业的 191 款产品进行申报，58 家企业的 78 款产品入围展会现场趋势产品展示。这些趋势产品，在创意、外观、功能、工艺、材料等各方面均有突出表现。

**举办“设计新势力”院校和产品展示活动。**10 月 21 日~23 日，在行业展会期间，组织广州美术学院、北京航空航天大学、广州美术学院、鲁迅美术学院、北京服装学院、江南大学等 20 所重点工业设计院校参与集中展示，搭建校企合作平台，实现院校与企业的对接。同时，设专区专门展示了 2012 年~2018 年各届 73 个代表性获奖作品。

**（七）组织开展行业统计，收集、分析、研究和发布行业信息，为会员、政府和社会各界提供数据支持**

**发布玩具和婴童用品行业发展白皮书。**依据国家统计局、海关总署、商务部、国家市场监督管理总局发布的数据，行业骨干企业和集群化产区的专项调研数据、百货商场和连锁店以及批发市场调研数据和淘宝、天猫、京东等销售数据，消费者调查、有关政府机构通报产品质量信息和中国玩协产品质量市场摸底调查

数据，进行了汇总、梳理和分析，编制发布了《2020年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》。

**发布品牌授权行业发展白皮书。**对中国品牌授权行业的发展现状、趋势等方面进行调研，并对企业高层专访和消费者调研，编制发布了《2020年中国品牌授权行业发展白皮书》。

**发布月度电商数据分析报告。**根据玩具和婴童用品重点品类的销售额、销量、TOP5品牌排名、TOP20品牌占比、畅销价格区间占比、各主要畅销价格区间的畅销单品等数据，每月发布天猫平台玩具和婴童用品数据分析报告。

**发布月度出口数据分析报告。**根据海关总署发布的数据，每月发布玩具、童车和儿童推车相关出口数据分析报告。

#### **(八) 召开会员代表大会和理事会，圆满完成换届任务**

**组织召开第八次全国会员代表大会暨第八届理事会第一次会议。**9月11日，中国玩协在北京隆重召开了第八次全国会员代表大会暨第八届理事会第一次会议。来自全国337家会员代表代表中国玩协2058家会员出席大会。第十届全国人大常委会副委员长、中国关心下一代工作委员会主任顾秀莲和中国轻工业联合会会长张崇和出席会议并讲话。

大会听取并审议通过了梁梅会长所做的第七届理事会工作报告、张瀛秘书长所做的第七届理事会财务工作报告，审议通过章程修订案、会员管理办法(草案)、会费标准与管理办法(修订案)。

大会以无记名投票的形式选举产生了新一届理事会、监事会，

表决通过了会费标准。第八届理事会第一次会议以无记名投票的形式选举产生了常务理事会和会长、副会长、秘书长，第八届监事会选举产生了监事长、副监事长。

大会号召全行业团结一致，以新思维、新模式、新举措，积极作为，适应百年大变局，勇于担当，发力双循环新格局，为实现玩具和婴童用品制造强国的伟大目标而努力奋斗。

**组织召开第七届理事会第六次会议。**4月21日~29日，中国玩协以通讯形式召开了第七届理事会第六次会议，会议审议通过了2019年工作报告、2019年财务工作报告、召开第八次会员代表大会决议案、成立第八次会员代表大会筹备工作领导小组决议案、章程修改说明案、第八次会员代表大会代表产生办法、第八届理事会理事常务理事副会长候选人推荐办法、第八届监事会监事监事长候选人推荐办法。

### **（九）组织本行业和相关行业间的沟通和交流，助力行业协同发展，促进跨界融合**

**举办中国品牌授权系列活动。**为促进中国品牌授权发展，在10月份行业展会期间中国玩协连续举办一系列活动：一是举办第十二届中国品牌授权高峰论坛；二是举办第二届品牌授权学院校友交流会，近100名校友出席交流会，促进校友和行业间的交流；三是首次举办“IP无界 授罗万象”T台秀活动，第一次在展会现场进行IP跨界时尚生动展示，启发行业新创意，并吸引很多被授权商到企业展位深度沟通。

举办中国学前教育发展大会。在行业展会期间，由中国玩协主办，AIMKIDS、ExpEarly 幼儿教育家、哈灵教育、华森葳教育、极客爸爸、美国载格勒国际儿童发展协会、欧蒙教育、苹果树教育、拼图资本、桐创控股、校外宝、育童教育协办的中国学前教育发展大会同期开幕。大会以“重构边界，共创幼教新生态”为主题，设 12 个大分论坛，邀请了 100 位嘉宾，聚焦政策解读、园长领导力、STEAM 教育、国际幼教社区、陈鹤琴“活教育”理念、特色创新课程、户外教室、自然教育文旅场景下的儿童教育、资本+科技赋能幼教等最新的课题，讨论学前教育新的发展问题。同期还组织了特色幼儿园和托育机构参观，2000 多名幼儿园和幼教机构负责人参加大会。今年的 GEC 全球托幼大会，国内外近百名早幼托育领域专家齐聚上海，通过八大论坛，探讨品牌、教育、服务、运营、产品、技术、投融资等八大主题，覆盖国内 0-3 托幼全产业链。

#### **（十）组织国内外展览、展销活动，借力数字化平台精准有效地帮助企业开拓国内外市场**

CTE 中国玩具展、CLE 中国授权展、CKE 中国婴童展和 CPE 中国幼教展，老时间老地点成功举办。10 月 21~23 日，在上海新国际博览中心，四展同台，整体规模 220000 平米。国内观众到场 81268 人，较去年同期略有增长；海外观众到场 813 人。透过展会，行业呈现四大趋势：一是亲子陪伴+寓教于乐，互动性成为研发重点；二是高科技打破行业壁垒，玩具、婴童、幼教产品互通融合；三是发掘天然新材质，让孩子在玩耍中培养环保理念；四是迎合 Z

世代父母需求，适合多场景的多功能设计。

**第十一届中国玩博会·上海站成功举办。**10月24日~25日，以“孕育未来·玩创世界”为主题的中国玩博会·上海站在上海新国际博览中心举办，2天到场观众总数突破60000人次，其中孕妇3105人，90厘米以下幼童12116人。

### **（十一）倡导企业履行社会责任，参与行业公益活动**

11月，“B&U 陪伴计划”走进贵州省从江县，全国最后一批脱贫的国家级贫困县。中国玩协联合22家爱心企业，为22所幼儿园的2069名儿童捐赠了课桌、黑板、组合滑梯、蹦床、书架、积木、平衡车、自行车和绘本等幼教用品和玩具，成本约120万元。参与捐赠的企业数量和捐赠的产品价值，是“B&U 陪伴计划”活动开展以来最多的一次。

除了捐赠物资，“B&U 陪伴计划”今年增加了“定向结对帮扶”和“同读一本书”环节，定向结对环节，爱心企业以一对一的方式结对帮扶儿童，每年定期与结对儿童进行互动，对所结对的儿童给予情感上的关怀和物质上的帮助。爱心企业代表在银潭幼儿园与近百名孩子们，通过“定向结对帮扶”、“同读一本书”和“玩具大闯关”三个环节，陪伴孩子们读书、玩玩具，共同度过了半天的美好时光。

### **（十二）加强协会自身建设，提高服务能力**

**加强党组织建设。**中国玩协党支部认真落实《中国共产党支部工作条例》和国资委、中轻联党委要求，加强党员教育，牢固

树立“四个意识”，增强“四个自信”，做到“两个维护”，支部的战斗堡垒作用、党员的先锋模范作用明显增强。在新冠肺炎疫情期间，党支部号召全体党员和员工积极配合防控，参与抗击疫情，并组织党员和员工捐款。发展预备党员一名。落实标准化、规范化建设，组织召开了民主生活会，不断提升组织领导能力，为服务行业、企业和会员单位提供保证。

**组织秘书处工作人员培训。**按照中国玩协秘书处团队培养建设计划和目标，组织全体工作人员业务培训。通过培训，秘书处工作的预见性、科学性、精准性和有效性不断提升，协会当好政府的参谋助手和服务行业能力不断增强。

## **二、2021年主要工作**

2021年是落实“十四五”规划和二〇三五年远景目标的开局之年，是开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一年，也是玩具和婴童用品行业把高质量发展同满足人民美好生活需要紧密结合起来，在疫情后全面恢复与升级、实现制造强国的目标的重要一年。全行业依然面临新冠肺炎疫情不确定影响，同时，有国内高质量发展和需求侧改革消费升级推进的良好环境，挑战和机遇并存。全行业要积极应对挑战、抓住机遇，补短板、锻长板、强企业，聚焦重点领域、关键环节，积极探索新路径、新业态、新模式发展，逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，提升产业链、供应链现代化水平，促进科技创新，打造未来发展新优势，进而

推动行业向更高质量发展，为 2025 年实现玩具和婴童用品制造强国的目标打下坚实基础。重点做好以下工作：

### **（一）做好服务工作，发挥桥梁和纽带作用**

开展调查研究，贴近会员，倾听意见，掌握行业情况，主动为会员企业发展提供所需的服务。下沉产区，联合产区政府、地方行业协会共同解决行业企业发展中的实际问题。根据会员诉求和行业发展需要，及时向政府提出有利于行业发展的建议。推进政府惠企政策在行业企业中转化落实，接受政府委托，完成政府交办的各项工作。根据政府需要，承接政府服务。

### **（二）强化创新引领，为“十四五”发展开好局**

深入分析产业发展面临的瓶颈和短板问题，分析行业面临的机遇和挑战，根据国家“十四五”发展规划和轻工业“十四五”高质量发展意见，结合行业实际，务实、有效、高起点的编制好“十四五”发展规划，体现前瞻性、引领性、服务性，从企业内在需求中引领行业向制造强国迈进。广聚有用之才，继续建设智能车间、智慧工厂，实施新一轮设计、制造、工艺、物流、库存和渠道优化升级。组织升级和创新产品评选工作，举办第十二届（2021）中国玩具和婴童用品创意设计大赛，组织趋势产品展示和发布。

### **（三）拓展两个市场，加快形成双循环新发展格局**

抓住扩大内需战略基点，发挥国内市场优势，挖掘内需潜力，促进国内市场需求持续升级，扩大国内市场销售。稳住外贸基

本盘，巩固欧美出口市场，开拓“一带一路”市场，抓住东盟十国、中国、日本、韩国、澳大利亚和新西兰《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）利好市场，努力扩大产品出口。针对境外展会因疫情推迟或取消，抓住国际化发展机会，高质量办好 CLE 中国授权展、CKE 中国婴童展、CTE 中国玩具展和 CPE 中国幼教展，全年度利用数字化平台举办 360 云展会，帮助企业精准拓展国内外市场，促进国内市场和国际市场更好联通，更好利用国际国内两个市场、两种资源，实现行业可持续发展。

#### **（四）深耕两个领域，推动产业融合发展**

以市场为导向，大力推进品牌授权和学前教育两个领域产业深度融合发展。赋能授权行业，做好线上 IP365X 商贸平台，为授权商和被授权商搭建精准实时高效商贸对接，帮助被授权商借力品牌授权，提升产品附加值，促进销售，增加利润；举办品牌授权论坛、培训、CLE 授权之夜、IP 形象展示、IP 交流对接等活动，维护好 IP 授权生态圈，增强授权商和被授权商的沟通合作，有效地促进授权业更加强劲可持续发展。以寓教于乐教学实践和幼教装备认证为主线，树立在幼教行业的核心价值，推进玩具和婴童用品行业与学前教育产业融合发展。针对学前教育功能玩具需求，调整优化产品结构，适应学前教育发展需要；研究现代教育特点，拓宽研发思路，引导行业制造更多具有寓教于乐、亲子交流学前教育功能的玩具。举办 2021 年中国学前教育发展大会，全面解读中国学前教育发展方向和热点问题，传播先进幼教理念，

推动幼教全产业链做大做优做强。

### **（五）引导品质育儿，促进消费进一步升级**

构建高质量的品质育儿知识体系，编制品质育儿 1000 问答，内容覆盖哺育、出行、玩耍、教育等各类别产品，选题取自用户，答题诠释法规标准，融入做出“安全承诺”品牌产品案例，以故事、图画、视频、动画的形式呈现，浅显易懂，引导消费者正确选购并正确使用玩具和婴童用品，认知寓教于乐和亲子陪伴的价值，促进消费市场的规模增长和消费升级。举办中国玩博会和 MINI 玩博会，通过“亲子全家欢”的线上新媒体宣传和线下沉浸式体验活动，有效促进品牌宣传和带动销售。

### **（六）加强行业自律，提升标准化建设水平**

继续深入开展“品牌自律中国行”活动，鼓励更多企业对产品质量做出“安全承诺”，利用多种渠道宣传推广做出“安全承诺”的品牌，配合政府进行产品质量市场监管，打击假冒伪劣产品和侵犯知识产权行为，营造和维护公平竞争的市场秩序。参与国家相关标准的制修订，组织制定团体标准。密切关注国际标准，掌握美国、欧盟等产品重点出口目的地的产品标准动态，加大标准宣贯力度，以行业自律和标准化建设促进行业高质量发展。

### **（七）发布行业信息，为提供行业企业发展所需要的数据和市场解读**

认真做好行业统计工作，发布《2021 年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》、《2021 年中国品牌授权行业发展白皮书》，发布

月度、季度、年度行业出口报告和发布电商报告以及产品质量市场摸底调查报告，对行业市场现状、发展趋势进行分析和解读，为行业企业提供经营决策依据。

### **（八）组织行业交流，促进行业多维合作**

召开第八届理事会第二次会议，举办 2021 年中国儿童产业发展大会、2021 中国学前教育发展大会、中国品牌授权高峰论坛，举办 2021 年度行业晚会，组织 CTJPA 生态圈-国内产区参访；举办“CLE 授权之夜”、VIP 海外买家和 VIP 国内买家对接会，分享行业前沿理论，交流成功经验和行业发展信息，促进国内国际生产商、品牌商、渠道商、零售商、授权商之间的交流合作。加强与产品出口目的地政府机构、行业组织的沟通，及时了解相关法律法规的进展和缺陷产品召回的通报，以及国际贸易、双边贸易摩擦动态，帮助企业有效应对。加强与国外行业协会的合作，充分发挥中国玩协在 ICTI 组织中的重要作用，促进参与“CSI 认证供应商体系”企业与国外玩具和婴童用品协会会员的对接，增强贸易合作的可靠性和稳定性。

### **（九）加强自身建设，增强团队服务能力**

落实会长办公会、常务理事会、理事会、监事会会议制度，发挥会长办公会核心领导作用，发挥常务理事、理事会的建言、献策和民主决策作用；加强中国玩协分支机构建设，发挥品牌授权专业委员对 IP 授权市场引领作用；拟成立学前和 STEAM 教育专业委员会，筹备成立潮流和收藏玩具专业委员会。

抓好秘书处党的政治建设，组织学习十九届五中全会精

神和“十四五”规划和二〇三五年远景目标，明确重大意义、艰巨任务和光明前景；开展党史学习教育，做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行，学党史、悟思想、办实事、开新局。牢固树立“四个意识”，增强“四个自信”，做到“两个维护”。加强党组织的“两化”建设，坚持党支部学习工作制度，加强党员经常性教育和管理，发挥好党支部的政治核心作用和战斗堡垒作用。

完善秘书处管理机制，增强团队工作的主动性、预见性和有效性，努力把秘书处建成思想先进、结构合理、业务胜任、素质较高的工作团队，提升为会员、为行业服务的综合能力。

各位理事：

征途漫漫，惟有奋斗。做好2021年的工作，任务艰巨而繁重，面临的困难和不确定的因素很多，同时行业发展机遇也很多。我们要在党和政府的正确领导下，在大变局中掌握战略主动，在大挑战中用好战略机遇，瞄准行业制造强国目标，团结一致，克难攻坚，谋新篇、开新局，努力推动行业高质量发展，在新征程中迈好第一步、见到新气象，以优异成绩庆祝中国共产党建党一百周年。