



本刊稿件除署名外均由秘书处撰编

主办单位:江苏省工商联玩具和婴童用品商会
 编辑发送:商会秘书处
 主 编:梅 萌 南通钰乐工艺玩具有限公司
 副 主 编:(按姓氏笔画排序)
 孙 忻 江苏省广播电视总台(集团)优漫卡通卫视
 王月才 南京可特玩具有限公司
 王 杰 盐城奥凯工艺品有限公司
 王金昌 扬州飞鸽工艺品有限公司
 孙 要 深圳市捷通语音电子有限公司
 朱文如 镇江市天元玩具制造有限责任公司
 刘 忠 扬州利达机动玩具有限公司
 刘文波 连云港高华工艺品有限公司
 朱定郎 南京海蓓玩具有限公司
 汤建忠 苏州亲泰儿玩具有限公司
 李新明 江苏悦达进出口有限公司
 张月勤 昆山市海进机械有限公司
 汪志勤 江苏汇鸿国际集团中鼎股份有限公司
 林若庸 扬州雅伦玩具有限公司
 柏云飞 江苏飞园未情科技发展有限公司
 高 领 扬州高新玩具配件有限公司
 徐雨祥 江苏弘业永恒进出口有限公司
 韩朝东 南京朝晨纺织品实业有限公司
 楚建平 南京三角洲玩具有限公司
 魏 泓 中国江苏国际经济技术合作集团有限公司海外发展分公司
 编 委:
 杜 平 东台同创玩具有限公司
 张久强 扬州磁扬工艺制品有限公司
 陈爱和 扬州爱和工艺辅料有限公司
 陆晓燕 上海咪咪智能科技有限公司
 黄茂荣 张家港市泾东针织毛绒有限公司
 黄春华 泰州金日工艺礼品有限公司

王方华 王正明 王 焱 王 颖 王淑梅
 孔令华 汤福坤 朱卫峰 杨军勇 杨跃英
 李国年 张蕴静 陈德春 郑 春 郑红阳
 沈长征 尚启胜 胡 政 俞 俭 赵逸丹
 夏长林 钱 锋 常少东 蔡学成 赖凌冷

Contents 目录

总第 51 期

2015/

3

卷 首 语

P3 跨境电商风渐起

国家大事

P4 罗志军:自觉践行“四个全面”奋发有为抓好落实

P6 商务部:中国外贸将出现中低速增长新常态

P6 中国近年制造业成本上升明显

行业动态

P7 广交会客商成交下滑但结构调整有亮点

P7 一季度浙江嘉兴输俄玩具遭遇“倒春寒”

P8 中国四月进出口贸易数据 六年同期最差

新品速递

P11 实时监控孩子健康状况的智能玩具:Doodle

形势分析

P12 玩具网销行情分析——玩具植入智能元素就有卖点

P13 国外儿童用品法规频繁修订

P15 玩具出口逆势上涨 前途在于积极创新和转型

商会动态

P16 2015 年 ICTI 与玩具企业高层交流会议在南京举行

P17 2015 年第一场 ICTI“关爱”程序培训班在南京举行



人生是一场自我完善的修行

走过春的繁荣,见过秋的萧瑟,便不再害怕季节的更替,而是更能以自然的心态来欣赏不同季节里特有的风景;享受过成功,遭遇过挫折,便不再害怕人世的沉浮不定,而是更能以从容的心态来对待不同经历所带来的悲喜;经历过繁华,品尝过落寞,便不再畏惧剧终人散的寂寞,而是更能以坦然的心态来面对缘聚缘散的结局。

责任编辑:王根生

文稿编辑:吴艳红

责任发行:朱 兰

热线电话:025-84826892

传 真:025-84825593

地 址:南京市中山东路 319 号

维景大酒店商务楼 A 座 201-202 室

电 话:025-84826890 84826892

传 真:025-84825593

邮 箱:jsstoys@163.com

网 址: <http://www.easttoys.com>

P18 苏浙沪青年企业家论坛暨江苏民营企业家高层论坛在南京成功举办

P20 重要启事

玩具安全性

P21 包装袋存隐患出口韩国玩具遭查获

P22 安全至上看三家玩具企业如何应对“质检大考”

P23 国务院关于税收等优惠政策相关事项的通知

焦点热议

P24 当传统玩具遇“互联网+”

P26 中国经济新常态:看不懂就别发财了!

行业资讯

P27 教育环保型玩具更受消费者青睐

P28 出口玩具产品无需再注册登记可直接办理出口报检

P28 宁波玩具婴童企业借创新设计“玩转”电商

经营之道

P29 跨境电商物流买全球卖全球的支撑

P32 传统中小企业如何互联网化

商会管理

P34 商会和互联网金融的强强联合

文化园地

P35 多部委回应:《做企业这么多年,我太憋屈了》公开信



跨境电商风渐起

近年来,随着国家对跨境电商的政策支持,跨境电商在各方面迎来利好,产业得到迅速发展,交易规模越来越大。据相关机构统计,2013年中国跨境电商市场交易额约为3.1万亿人民币,其中出口业务占比更是达到了80%以上,美国成为中国出口电商的主要目的国,占中国整体出口电商份额的16.6%,欧盟占15.3%东盟占11%,其他新兴市场如俄罗斯、巴西等也迅速发展和壮大。传统进出口企业纷纷利用各自固有的优势,开始大规模进入线上跨境电商市场,已经有越来越多的外贸专家从面向海外的TOB方式转向直接面对海外消费者的TOC方式。跨境电子商务交易平台也快速被企业家所认知,国内以阿里巴巴速卖通、敦煌网、兰亭集势等为代表,国际主要以亚马逊、EBAY等为代表。

据商务部数据显示,我国跨境电商平台企业超过5000家,境内通过各类平台开展跨境电子商务的企业已超过20万家。在众多国内国际跨境交易平台中,亚马逊、EBAY、速卖通、敦煌网这

四家的市场份额占到80%以上,同时新的一批跨境电商平台也陆续搭建中,最近,“印尼中国商品网”、“丹麦中国商品网”等精细化国家级的电子商务网站纷纷上线运行,想在跨境电子商务这块大蛋糕中占有一席之地,除了传统PC端购物模式外,随着移动互联网的迅速发展,移动购物也开始向传统跨境电商平台发起挑战,正在逐步改变人的生活方式和消费观念。

在经济全球化及电子商务快速发展的大趋势下,全球市场跨境网购需求空间巨大,国内跨境电商行业有望迎来新的发展契机。跨境电商行业成为整个电商行业追逐的热点,未来三年跨境电商规模增建有望超过30%。

2015年,跨境电商已被推到风口浪尖,经历了一个从量变到质变的过程,从消费者到电商及快递物流在经过了尝鲜的阶段之后,正在厉兵秣马,准备大展拳脚,向着卖全球、买全球、做全世界生意的目标迈进。

罗志军：

自觉践行“四个全面”奋发有为抓好落实



在十二届全国人大三次会议即将闭幕之际，江苏代表团团长、省委书记罗志军 14 日下午在北京就贯彻落实好今年全国两会精神，接受了省主要媒体集体采访。

罗志军说，这次全国两会，深入贯彻党的十八大和十八届三中、四中全会精神，贯彻落实习近平总书记系列重要讲话精神，对做好今年工作作出全面部署。会议充分反映了人民群众的期盼和心声，充满鲜明的改革意识和创新精神，接地气、聚民智、增信心、添动力，是一次催人奋进、务实创新、团结和谐的大会。两会期间，我们江苏的代表和委员受全省人民委托，以高度的政治责任感和饱满的政治热情，参政议政，履职尽责，及时传递了江苏人民的愿望和声音，展示了江苏的良好形象。

在谈到如何贯彻落实好这次全国两会精神时，罗志军说，这次两会是在“四个全面”战略布局推出的大背景下召开的。会议期间，中央政治局常委、国务院总理李克强同志亲临江苏代表团参加审议，对江苏工作给予充分肯定，并且提出了“通过改革开放率先在经济发展新常态下打造发展新动能”，“带头释放创新驱动新红利、促进经济迈上中高端”，“在长江经济带发展中起引领作用”这三项要求。这与省委、省政府对贯彻落实总书记“五个迈上新台阶”要求的部署是完全吻合的。今年是全面深化改革的关键之年，是全面推进依法治国的开局之年，也是稳增长调结构的紧要之年。我们要把两会精神学习好、贯彻好，牢牢把握“四个全面”战略布局，主动适应和引领经济发展新常态，坚持稳中求进工作总





基调,着力提高经济发展质量和效益,着力加强民生保障,狠抓改革攻坚,突出创新驱动,全面开创“迈上新台阶,建设新江苏”的新局面。

罗志军强调,贯彻落实两会精神,协调推进“四个全面”战略布局,在具体工作中要着力把握好以下五个方面:第一,要更加自觉地践行“四个全面”。“四个全面”是这次全国两会的主基调,也是广大代表委员热议的主话题。大家一致认为,这是新一届党中央治国理政的顶层设计,是实现“两个一百年”目标和中国梦的行动指南。江苏作为这个战略思想的最先提出地,应当成为率先践行者。全省各地各部门要认真学习、深刻领会,把握丰富内涵,自觉用“四个全面”来凝聚共识、统一思想、指导实践,在“五个迈上新台阶”的实践中贯彻落实好总书记视察江苏重要讲话精神。第二,要努力实现经济提质增效升级。按照总理提出的“两个必须”和对江苏发展的三项要求,我们要坚持以经济建设为中心,坚持依靠改革推动科学发展,加快转变经济发展方式,实现有质量有效益可持续的发展。坚持把创新驱动作为引领新常态的第一动力,把调结构转方式作为主攻方向,深入实施科技创新工程,鼓励大众创业、万众创新,在“中国制造2025”、“互联网+”行动中有更大作为,推动产业结构迈向中高端,实现发展调速不减势,量增质更优。第三,要更大力度推进改革开放。改革开放是推动发展的制胜法宝。要按照中央的部署,抓住改

革的时间窗口,重点在简政放权、财政税收改革、国企改革、医疗卫生改革等领域推出一批能够叫得响、立得住、群众得实惠的硬招实招,为改革发展加力,让人民群众得益。坚持改革与开放互动并进,抓住国家“一带一路”和长江经济带建设的重大机遇,主动对接,发挥优势,进一步拓展对外开放新空间。第四,要切实加快依法治省步伐。这次审议的《立法法》修正案,根据十八届四中全会精神,强调重大改革于法有据、改革与法治同步推进,还赋予设区的市地方立法权,对法治建设提出了新要求。我们要认真学习、全面贯彻,进一步提高科学立法、民主立法水平,同时切实抓好严格执法、公正司法、全民守法,在全社会牢固树立法治信仰,依法依规从严治党,大力推进党风廉政建设和反腐败工作,把法治江苏建设提高到一个新水平。第五,要积极回应民生需求和关切。始终坚持发展为民,按照民生“七个更”的要求,深入实施民生幸福工程,切实做好就业、医疗、教育、住房、社保等各项工作,持续加大民生投入,让人民群众在改革发展中有更多的获得感。要大力推进生态文明建设,坚持铁腕治污、科学治污,打好大气污染和水污染治理攻坚战,让碧水蓝天成为江苏环境的新常态。

罗志军强调,现在各项任务已经明确,关键在于狠抓落实。全省上下要以奋发有为的精神状态和良好的工作作风,一件一件抓好落实,一项一项扎实推进,一步一步把总书记为我们勾画的美好蓝图变为现实。



商务部:中国外贸将出现中低速增长新常态

商务部近日发布《中国对外贸易形势报告(2015年春季)》。《报告》指出,未来一段时期,中国外贸发展面临外部需求不振等诸多挑战,加上国际市场份额已处于较高水平,中国外贸可能保持中低速增长。

《报告》回顾了2014年及2015年一季度中国外贸运行情况。2014年,中国外贸总体保持平稳增长,国际市场份额进一步提高,贸易大国地位更加巩固,结构继续优化,质量和效益不断改善。2015年一季度,在全球贸易总体下滑的背景下,中国出口保持增长势头,但受进口价格大幅下降、部分重要产品进口数量减少影响,进口降幅较大。

《报告》认为,2015年,世界经济将延续温和复苏态势,不稳定不确定因素较多,国际竞争更加激烈。中国

经济开局平稳,结构调整稳步推进,新生动力加快孕育,但仍面临下行压力。中国外贸特别是出口具备增长的基础条件,但形势的严峻性、复杂性没有根本改变,不稳定不确定因素较多,挑战和压力还在增大。

《报告》指出,未来一段时期,中国外贸发展面临外部需求不振、传统竞争力有所弱化、外部限制措施增多等诸多挑战,加上国际市场份额已处于较高水平、进一步提高份额难度增大,中国外贸可能保持中低速增长。同时也要看到,中国外贸发展仍具备一系列有利因素和条件。中国政府将不断提高贸易便利化水平,积极培育外贸竞争新优势,改善财政和金融服务,帮助企业开拓国际市场,促进外贸发展。

中国近年制造业成本上升明显

“中国进出口企业年会2015暨中国对外贸易500强部年会”于4月26日到27日在北京举办。全国政协常委、工业和信息化部首任部长李毅中在会上称,近年来,我国制造业成本上升明显,能源、原材料、物流、土地和投融资成本,尤其是人工成本这几年不断地上升。十年来我们人工成本上升了2.7%倍,制造业成本不仅高于东南亚,东欧等地区,达到美国制造业成本的90%,珠三角、长三角更是达到美国制造业成本的95%,甚至有个别企业家到美国办纺织厂,因为成本比在国

内还低。这些因素确实引发了外资企业的外迁,不少订单转向更为廉价的东南亚、南亚、中国处在这样一个调整结构、转变方式的交替期。进出口数字出现了一些异常,是不难理解的,还要冷静地分析。不过,李毅中同时强调,虽然制造业成本在上升,但我国制造业综合优势依然明显。外商产品订单也有回潮。“我们劳动力价格高了,但是综合来看比其他的国家要强。我们有基础,有技术,有资金,有市场。所以经过比较,还是中国好”。

广交会客商成交下滑但结构调整有亮点

广交会被视作中国外贸的晴雨表和风向标，其成交情况被认为反映了未来六个月的出口状况。5月5日，第117届广交会闭幕，尽管与会采购商人数和成交数据仍未能摆脱颓势，采购商与会184,801人，比第116届减少0.7%；累计出口成交1720.96亿元人民币（折合280.56亿美元），比2014年春交会（同比）下降9.64%。但与此同时，产品成交结构和地区也呈现出一些亮点：一是机电产品依然是外贸增长亮点。机电产品在广交会开幕的前三天就累计成交73.7亿美元，而上届同期成交额为64.4亿美元。根据机电商会在参展企业中进行广泛调研后测算，第117届广交会机电产品出口景气指数为52.3，表明当前企业运行情况总体趋

好。二是机电产品主要市场中，“一带一路”沿线主要国家成交量显著增长，总计成交26.5亿美元，其中越南成交1.6亿美元，增长222.3%。沿线其他国家例如文莱、乌兹别克斯坦、叙利亚、塞尔维亚等增幅均超过100%。“一带一路”沿线国家采购商与会80,954人，比上届同期增长0.8%，占与会总人数的43.81%。三是已运行了两年的广交会电子商务平台发展态势良好。这届广交会将在电商平台上推出“广交会新品发布中心”，将中国企业的新产品、新技术、新设计，及时、精准、高效推送给全球采购商。展会期间，广交会电商网站新增注册采购商增长率超过15%。

一季度浙江嘉兴输俄玩具遭遇“倒春寒”

受俄罗斯经济持续疲软、卢布大幅贬值影响，嘉兴辖区玩具对俄出口感到“阵阵寒意”。据统计，今年一季度，我市出口俄罗斯的玩具产品批次为140批，金额为495.9万美元，批次、金额同比分别下降36.9%和53.4%，而前3个月嘉兴辖区出口玩具总批次为2259批，货值为5336.4万美元，同比分别增长20.2%和4.9%。

据悉，受国际原油价格暴跌的影响，俄罗斯经济持续疲软，国内通货膨胀率高企，民众消费水平降低。而对于俄进口商则意味着，在履行贸易合同时，需要支付更多的本币，因此俄进口商在双边贸易中取消、拖延订单甚至违约的情形也明显增多。

为此，嘉兴出入境检验检疫局提醒相关企业，在俄

罗斯经济未现平稳迹象的背景下，外贸企业应当提高风险管理意识，密切留意对俄出口形势变化，合理调整预付款比例，积极采用美元、人民币结算，或选择投保方式，降低对俄出口贸易结算风险。与此同时，外贸企业应积极拓展广阔的国际新兴市场，分散贸易风险。



中国四月进出口贸易数据 六年同期最差



据海关统计,今年前4个月,我国进出口总值7.5万亿元人民币,比去年同期(下同)下降7.3%。其中,出口4.23万亿元,增长1.8%;进口3.27万亿元,下降17%;贸易顺差9653.7亿元,扩大3.4倍。

4月份,我国进出口总值1.96万亿元,下降10.9%。其中,出口1.08万亿元,下降6.2%,降幅较3月份收窄8.4个百分点;进口8739亿元,下降16.1%;贸易顺差2162.1亿元,扩大85.2%。

值得注意的是,上次出口总值在四月份下降是2009年,降幅为22.76%。进口降幅为22.86%。今年4月外贸为2009年来同期最差表现。

外贸进出口主要呈现以下特点:

一、一般贸易进出口比重提升,出口增长。前4个月,我国一般贸易进出口4.14万亿元,下降7.1%,占我外贸总值的55.2%,较去年同期上升0.1个百分点。其中出口2.28万亿元,增长7.5%,占出口总值的53.9%;进口1.86万亿元,下降20.4%,占进口总值的57%;一般贸易项下顺差4208.8亿元,去年同期贸易逆差2151.9亿元。

同期,我国加工贸易进出口2.36万亿元,下降7.4%,占我外贸总值的31.5%,与去年同期持平。其中出口1.5万亿元,下降6.7%,占出口总值的35.5%;进口8566.3亿

元,下降 8.6%,占进口总值的 26.2%;加工贸易项下顺差 6473.7 亿元,收窄 4.1%。

此外,我国以海关特殊监管方式进出口 7690.8 亿元,下降 12.9%,占我外贸总值的 10.3%。其中出口 2763 亿元,下降 2.9%,占出口总值的 6.5%;进口 4927.8 亿元,下降 17.6%,占进口总值的 15.1%。

二、对美国、东盟出口增长,对欧盟、日本出口下降。

前 4 个月,中欧贸易总值 1.09 万亿元,下降 4.9%,占我外贸总值的 14.6%。其中,我对欧盟出口 6698.2 亿元,下降 0.7%;自欧盟进口 4239.1 亿元,下降 10.9%;对欧贸易顺差 2459.1 亿元,扩大 23.7%。中美贸易总值为 1.05 万亿元,增长 2.3%,占我外贸总值的 14%。其中,我对美国出口 7491.9 亿元,增长 9.2%;自美国进口 3031.8 亿元,下降 11.5%;对美贸易顺差 4460.1 亿元,扩大 29.8%。

前 4 个月,我与东盟贸易总值为 8951.2 亿元,增长 1.5%,占我外贸总值的 11.9%。其中,我对东盟出口 5442.4 亿元,增长 13.1%;自东盟进口 3508.8 亿元,下降 12.6%;对东盟贸易顺差 1933.6 亿元,扩大 1.4 倍。中日贸易总值为 5547.1 亿元,下降 11%,占我外贸总值的 7.4%。其中,对日本出口 2700.6 亿元,下降 12%;自日本进口 2846.5 亿元,下降 10%;对日贸易逆差 145.9 亿



元,扩大 55.4%。

前 4 个月,内地与香港贸易总值为 5663.6 亿元,下降 10.4%,占内地外贸总值的 7.6%。其中,对港出口 5499.8 亿元,下降 9.8%;自港进口 163.8 亿元,下降 26.7%;对港贸易顺差 5336 亿元,收窄 9.2%。

三、民营企业进出口比重提升。前 4 个月,民营企业进出口 2.61 万亿元,下降 1.3%,占我外贸总值的 34.8%,较去年同期提升 2.1 个百分点。其中,出口 1.82 万亿元,增长 7.3%,占出口总值的 43.1%;进口 7881.8 亿元,下降 16.7%,占进口总值的 24.1%。同期,外商投资企业进出口 3.58 万亿元,下降 3.8%,占我外贸总值的 47.8%。其中,出口 1.94 万亿元,下降 2.1%,占出口总值的 45.9%;进口 1.64 万亿元,下降 5.9%,占进口总值的 50.3%。

此外,国有企业进出口 1.3 万亿元,下降 15.1%,占我外贸总值的 17.4%。其中,出口 4678.9 亿元,下降 1%,占出口总值的 11.1%;进口 8367.3 亿元,下降 21.4%,占进口总值的 25.6%。

四、广东、江苏等 7 个省市合计进出口所占比重下降,部分中西部省份出口较快增长。前 4 个月,广东进出口总值 1.81 万亿元,下降 3.5%,占进出口总值的 24.2%。同期,江苏、上海和北京(含中央在京单位)进出口总值分别为 1.04 万亿、8784.4 亿和 6461 亿





元,分别下降 3.9%、3.5%和 27.4%。此外,浙江进出口总值为 6444.7 亿元,下降 1.2%;山东为 4538.1 亿元,下降 18.2%;福建为 3231.9 亿元,下降 0.8%。上述 7 省市进出口值合计占我进出口总值的 77.2%,较去年同期回落 0.5 个百分点。从出口方面来看,前 4 个月,广东出口 1.12 万亿元,增长 1.8%。江苏出口 6302.1 亿元,增长 0.4%;浙江 5033.8 亿元,增长 6.5%;上海 3821.2 亿元,下降 4.2%;山东 2588.1 亿元,下降 2.6%;福建 2085.5 亿元,增长 3.4%;北京 1042.6 亿元,下降 12.3%。同期,中西部地区的重庆、云南、河南和湖北等省份的出口增速分别为 31.8%、31%、19.7%和 18.1%。

五、机电产品和传统劳动密集型产品出口增长。前 4 个月,我国机电产品出口 2.45 万亿元,增长 3.9%,占出口总值的 57.9%。其中,电器及电子产品出口 1.06 万亿元,增长 5.8%;机械设备 7232.4 亿元,下降 4.1%。同期,服装出口 2835 亿元,下降 4%;纺织品 2048.4 亿元,下降 0.3%;家具 1071.7 亿元,增长 12.6%;鞋类 991 亿元,增长 0.8%;塑料制品 698 亿元,增长 2.7%;箱包 507.2 亿元,增长 7.8%;玩具 220.7 亿元,增长 11%;上述 7 大类劳动密集型产品合计出口 8372 亿元,增长 1%,占出口总值的 19.8%。此外,肥料出口 1092.8 万吨,增加 60.9%;钢材 3431.4 万吨,增加 32.7%;汽车 25 万辆,减少 8.8%。

六、铁矿砂、原油、粮食等主要大宗商品进口量增

加,煤、成品油进口量减少,主要进口商品价格普遍下跌。前 4 个月,我国进口铁矿砂 3.07 亿吨,增加 0.7%,进口均价为每吨 413 元,下跌 45.2%;原油 1.11 亿吨,增加 7.8%,进口均价为每吨 2536.9 元,下跌 47.2%;煤 6902.4 万吨,减少 37.7%,进口均价为每吨 397.3 元,下跌 19.3%;成品油 1036.9 万吨,减少 6.7%,进口均价为每吨 3020.5 元,下跌 38.2%;初级形状的塑料 892.7 万吨,增加 3.7%,进口均价为每吨 1.06 万元,下跌 14.5%;钢材 443.2 万吨,减少 9.5%,进口均价为每吨 7255.6 元,下跌 4.4%;未锻轧铜及铜材 153.3 万吨,减少 14%,进口均价为每吨 3.97 万元,下跌 12.8%。此外,进口粮食 3497.7 万吨,增加 6.2%;其中大豆 2094.2 万吨,下降 4.1%,进口均价为每吨 2838.3 元,下跌 20.9%。机电产品进口 1.53 万亿元,下降 4%;其中汽车 35.3 万辆,减少 19.4%。

七、中国外贸出口先导指数持续下滑。4 月份,中国外贸出口先导指数为 35.9,较 3 月下滑 2.3,连续 2 个月下滑,表明今年二季度我国出口好转势头并不稳固。其中,根据网络问卷调查数据显示,当月,我国出口经理人指数为 39.5,较上月回落 0.5;新增出口订单指数、出口经理人信心指数、出口企业综合成本指数分别回落 0.8、0.3、0.5 至 39.6、46、26.2。



专为儿童市场设计研发的智能硬件产品层出不穷,而智能玩具正在其中扮演着举足轻重的角色。日前,一款名为 Doodle 的智能玩具引发了业界与消费者的一致关注:它不仅可供孩子们玩耍,还可以追踪孩子们的健康状况。

实时监控孩子健康状况的智能玩具: D o o d l e



据悉,Doodle 内置传感器,用于追踪孩子的体温、心率、血压以及睡眠状态等健康数据,并将数据上传至平板电脑的 App 中。一旦数据发生异常,App 便会自动向父母发出警告。



Doodle 是萨凡纳设计艺术学院两名学生的毕业设计作品,目前尚无量产或商业计划。但这一 idea 或将为整个行业带来借鉴价值。



玩具网销行情分析

——玩具植入智能元素就有卖点

波澜不惊，是形容实体玩具市场在传统淡季中的平淡行情；多姿多彩，却是3月份电商玩具市场的真实写照。3月份电商榜单交替活跃，库摩“3D玉米粒”、玩具堡的“密码拼图”、仙霸的“私人航空飞机”、嘉嘉乐园“百变卡车”、喜之宝“智能娃娃”、孩之宝“激战摩天楼”与“小马宝莉”、美高“朵拉沐浴奇遇”、“朵拉校园奇遇”及“朵拉的卧室”、小皇帝的“八音小提琴”与欧培的“海洋球”共12款产品初登榜。

新奇智能玩具受欢迎

从电商的趋势或能把握时常潮流走向。相对于往期而言，本期榜单中遥控类玩具及婴童益智类玩具所占比列稍有减少，更多新奇的智能类玩具及场景类玩具荣登榜单，体现出新年后消费者对产品类别需求的

微妙变化：更多智能类玩具及以智能元素为特色的产品成为消费者的新宠儿。

智能类玩具，主要以计算机技术为核心，用程序模拟人或动物的感情、情绪、学习能力、行为特征，并能对操纵者的行为作出判断和响应的互动玩具。

记者调查得知，国内市场对智能类玩具并不陌生，早在十年前智能洋娃娃等智能产品开始在市场崭露头角，受制于当时单片机芯技术与制造成本，在市场未能形成规模效应。如今，智能产品的雄起，既有互联网化时代下信息技术跨界整合发展推动的原因，也与玩具消费市场需求升级息息相关。

年轻父母成消费主力军

据网上相关数据统计，目前智能玩具的购买者主要集中于25至35岁的父母，占购买人群70%以上；从终端市场上看，玩具行业消费购买习性已经发生变化，更渴望具有娱乐、情感互动能力的玩具，智能玩具的开发理念有效植入情感因素，具有娱乐、交互能力。“智能玩具相较传统产品而言，令消费者在情感交流、成长益智、亲子互动等需求获得更多满足。”问及智能玩具在当下电商渠道备受青睐的原因时，实丰文化发展股份有限公司品牌经理陈永东表示，除了消费需求产生，软件技术的推进同时是成就智能玩具的关键因素。

陈经理举例向记者说明：“发展实丰文化电商旗舰，



国外儿童用品法规频繁修订

据宁波检验检疫局统计,今年以来世界各国集中出台儿童用品安全法规,先后有欧盟、美国、韩国、加拿大、埃及等 10 余个国家和地区出台 13 部相关法规,对进口儿童用品加严管制措施。

法规频繁修订和实施呈现三大特点

从各国修订情况看,欧美国家以法规形式为主,比如欧盟修订《玩具安全指令》,美国华盛顿州修订《儿童产品安全法》;其他国家和地区以标准为主,比如韩国修订《儿童产品通用安全标准》,澳大利亚实施《机动车用儿童约束系统新强制性标准》等。这些法规呈现出三大特点:

一是聚焦产品安全。从法规内容上看,修订内容都集中在保护消费者安全使用上。比如美国出台通过框架式儿童背带强制性安全标准,涵盖的内容包括尖点、小部件、涂料含铅量、易燃性、开口、露出的螺旋弹簧、锁定装置(对可折叠收藏的背带)、无意折叠(对带有可以随时站立的单支撑背带)、标签、保护性部件、结构完整性、裁剪、剪切等。韩国修订的《儿童产品通用安全标准》提出儿童产品安全要求必须包含以下两个方面:一是危险材料安全要求,主要为禁用重金属、邻苯二甲酸酯类增塑剂、石棉等;二是物理安全要求,主要为小零件、

成为公司线上营销发展的重头戏,通过长期的技术攻关,实丰文化推出了新一代智能旺星人旺旺,软件创造性地升级 89 项技能,让旺旺具有华丽的感情与出众的才华:既能歌唱演说,也能互动聊天,更能做出卖萌搞怪等高难度动作。”诚然,全球互联网的发展,推进了信息的开放与技术跨界、文化创新。尤其是智能手机的兴起,令电子技术、APP 开发不断丰富,为玩具增添了魔幻的感觉和新的娱乐功能,产品具有更多高级功能与体验乐趣,技术的升级与消费需求吻合,有效带动现今智能玩具市场的聚焦升温。

产品设计将更人性化

对于智能玩具的后市发展预测,另一玩具品牌商,

深圳市德域创新科技有限公司电商负责人张凯璐认为,从销售端看,最初网上的图文并茂到现在的视频导购,消费者可以更直观地看到智能玩具的玩法介绍以及智能特点所在。如公司推出的“哈布早教机”通过演示完美阐释了产品具有中英文互动对话,智能触摸及重力感应与手机/平板 APP 智能软件互动应用的功能。从产品本身看,长远来说,智能玩具在产品的设计上可以更为低碳环保些,结合儿童人体工学特点将产品设计得更为人性化。从总体上说,产品会从功能形式、造型表达、材料技术、包装设计等方面全方位最大化地植入益智的元素。

(摘自《中外玩具制造》)



尖端、锐边、磁铁等。

二是抬高准入门槛。从法规要求上看,有害物质限量要求愈来愈严,产品进入市场的门槛不断抬升。比如:欧盟修订 REACH 法规关于儿童用品中重金属铅的限量要求,拟禁止将铅含量超过 0.05%(或迁移量超过 0.05 微克/平方厘米)的可以被儿童放入口中的物品投放市场销售。法国将玩具拼图垫中的甲酰胺禁令延长 12 个月,按照该禁令,进入法国市场的玩具拼图地垫,甲酰胺含量应在 200 毫克/千克以内。

三是加强产品监管。新法规实施后,各国均在口岸或者市场加强了对产品的监管,对不合法规的产品,实施禁止入境、强制下架、强制召回等措施。今年前 14 个星期,欧盟通过 REPAX 系统,共通报产品 345 批,其中儿童用品就有 116 批,占比 33.6%。其中由于有害化学物质和有害微生物造成的通报有 53 批,占有所有被通

报儿童用品 40%以上。今年一季度,美国通报我国出口产品 22 批,其中通报儿童用品 9 批,占比 40.9%。数据表明,儿童用品正在成为欧美主要监管对象。

应对法规生效,企业须“软硬兼施”

面对国外儿童用品法规频繁生效的严峻形势,宁波检验检疫局专家认为,出口企业既要从管理入手,加强风险管控,提升管理“软实力”,也需要加大检验检测的技术能力建设,做强质量控制技术“硬实力”:

在管理“软实力”方面,要加强国外最新法律法规和技术标准搜集,确保企业掌握最新产品要求;要加强供应商管理,对油漆、涂料、PVC 等高风险的原料供应商实施严格考核,重点考查其工艺中是否使用有害化学物质,产品一致性和稳定性是否符合技术要求;要加强过程管理,对各类危害展开溯源和分析,在生产过程中设计关键控制点,加强对各关键控制点监控力度,从源头上控制产品危害。

在技术“硬实力”方面,要加强技术研发,努力改造传统落后工艺,特别要加强研发新材料、研究新工艺,寻找可替代、可运用的原材料和工艺技术;要提升企业检验检测能力,改变之前单一加工制造模式,大型企业要加强企业实验室建设,加大资金投入和检验检测人才培养,促进实验室资质提档升级,中小型企业要积极筹建或合作共建企业实验室,提高自身检验检测能力,应对国外日新月异的产品技术要求。





在第117届广交会二期展会上,玩具企业呈现出冰火两重天的景象,传统玩具生产企业艰难转型,虽然也有花样翻新的产品推出,但人气却不高,反倒是以生产电动玩具、遥控模型等新型玩具为主的企业表现更抢眼。作为世界最大的玩具生产和出口国,中国玩具出口额去年逆势增长41.37%。

部分业内人士认为,玩具产业已进入红海:一面是越割越小的市场份额;另一面是玩具生产企业在“降价—偷工减料以降低成本—销路变窄—继续降价”的恶性循环中逼近死亡线。随着市场逐步饱和,传统玩具出口高速增长难以为继。自2010年以来,传统玩具出口速度持续放缓。此外,现在愿意从事这个工种的工人越来越少,工人老龄化严重,50%~60%的工人在40~50岁,甚至还有15%的工人年龄在60多岁。这已经不是成本的问题,而是招不到人。

“贴牌继续做,更重要的是要有自己的东西。”杭州环宇集团已花大量精力研发设计新产品,并推出了一些自主品牌,目的在于转变过去单纯贴牌、代工的路子,提升产品竞争力。不过,这些努力并不见得就能迎来发展的艳阳天。“创新设计的产品很容易被模仿,企业没有精力也来不及维权。”根本问题在于传统玩具行业技术含量不高,创新也仅是在形式上做变化,侵权的门槛和成本都很低。

在销售渠道上,很多企业通过电子商务和转销国内等方式来实现。不过,这也存在难度。一是在实体店层面,国内需要高昂的入场费,渠道费用高;二是淘宝等电商平台上已经有很多玩具企业入驻,竞争比较激烈;三是电商平台需要装饰、竞价排行等费用,成本也在上涨。传统玩具产业行路难,即便在转型升级的路上也充满艰辛,前途未卜,更多的玩具企业还处于探索之中。

相比于传统玩具,遥控模型、智能玩具等新型玩具更能吸引采购商的眼球。或许,这也是传统玩具企业走出困境的一个思路。值得注意的是,作为我国最重要的玩具生产和出口基地,广东已经开始推动更高层次的玩具产业转型升级。广东省玩具协会会长李卓明表示,玩具行业的前途在于积极创新和转型,并且继续深入挖掘新兴市场和国内市场。

玩具出口逆势上涨

前途在于积极创新和转型



2015 年 ICTI 与玩具企业高层 交流会议在南京举行

5月8日上午,江苏省玩具和婴童用品商会邀请 ICTI“关爱”基金亚洲公司总经理叶宝华先生及其技术团队专家们与部分玩具企业、出口企业的高层管理者举行了一场面对面的沟通与交流会议。希望通过这样的交流和沟通能让企业的管理者更透彻的理解 ICTI“关爱”体系,更有信心、更坦诚地面对的 ICTI 审核中的问题,商会秘书长王根生主持会议。

会议中叶先生与大家分享了一家工厂的成功经验。他说,玩具是让人“放松”和“开心”的东西,但如果在玩具厂的工人工作、生活环境和氛围都很差又如何能生产出让让人“放松”和“开心”东西呢?我认为 ICTI 的核心就是“以人为本”,而其实企业在这方面的管理和投资都是可以得到员工的回报并成倍的赚回投资的。

希望每个企业都能够承担起这种责任感和使命感。他还说,在 ICTI 的众多条款中,我认为透明度是非常重要的,因为我们希望了解到每个工厂真实的状况,以及它在生产过程中存在什么问题,有哪些提高等等。工厂应该积极配合审核,因为我们可以帮助他们全面了解如何达到符合性要求。

叶先生和他的团队用最现实的例子,最朴实的语言向在坐的企业家们阐述 ICTI“关爱”体系的意义和本质,详细讲解了提升工厂文化和管理技巧的有效手段,消除了大家对 ICTI 审核的一些误解。工作午餐时间企业家们还与叶先生和他的专家团队探讨了审核验厂中的许多细节



5月6-7日,2015年第一场 ICTI“关爱”程序工厂管理体系课程培训班在南京举行。来自长三角、北京、香港、安徽等多地企业的 50 多名 ICTI 工厂管理体系负责人参加了课程培训。

ICTI 作为中国玩具企业出口欧美的通行证,任何的技术条款变化都会对玩具企业外销带来影响。为了让玩具出口企业更深入、透明地了解 ICTI“关爱”程序最新动态与要求,江苏省玩具和婴童用品商会与 ICTI“关爱”基金亚洲公司共同举办了本次 ICTI“关爱”程序最新政策培训班。

商会王根生秘书长在开班致辞中向参加 ICTI“关爱”程序管理体系培训班的学员们介绍了本次培训班的课程安排。着重强调,在培训班的答疑环节,大家要抓住难得机会,把自己在验厂审核中的困难、疑虑、不解以及遇到的障碍等都可以开诚布公地与 ICTI 的专家

进行沟通与交流。

ICTI“关爱”基金亚洲公司总经理叶宝华先生亲率 ICTI“关爱”基金技术团队的专家为培训班学员进行了授课、辅导。通过 ICTI 标准条文讲解和实际案例学习,清楚了解 ICTI 的详细实施方法,本次培训内容重在实用,专家们用大量案例、图片直观说明容易犯错误和不易觉察的错误,以及如何用最经济实惠的方法达到验收标准,帮助工厂通过验厂获得竞争优势。

在培训现场专家们每讲完一大项内容,就会停下来与学员们就该内容热烈交流,答疑解惑。培训的间隙专家们身边总会围绕着一好几位学员咨询自己所在企业 ICTI 验厂的实际问题,专家们总是不厌其烦的、耐心的给出他们专业的建议。

5月7日下午为期两天的培训在紧张、愉快、收获的氛围中圆满结束。

苏浙沪青年企业家论坛暨江苏民营企业企业家高层论坛在南京成功举办



5月17日，由江苏省委统战部和江苏省工商联主办的苏浙沪青年企业家论坛暨江苏民营企业企业家高层论坛在南京举办，论坛以“一带一路，我们做什么”为主题，邀请众多专家学者论道，给到场的青年企业家以很重要的启迪。期间成立了江苏省青年企业家联合会并召开了第一次会员代表大会，发布了《守法诚信倡议书》，签署了《苏浙沪三地青年企业家联盟协议》。第十、十一届全国政协副主席、全国工商联名誉主席黄孟复，中共江苏省委常委、副省长徐鸣，全国政协委员、长江学者、国务院特殊津贴专家、教育部长江三角洲经济社会发展研究中心主任刘志彪教授，全国工商联副主席、红豆集团党委书记、总裁周海江等有关领导和嘉宾出

席了论坛。江苏省工商联副主席何昌林、秘书长胡冬陵，省委统战部和省工商联有关处室主要领导及上海、浙





江、安徽省工商联领导出席了论坛。江苏省工商联玩具和婴童用品商会秘书长王根生代表梅萌会长应邀出席了论坛。

在第一次会员代表大会上,江苏省人大常委会副主任、省工商联主席许仲梓发表了讲话,省委统战部副部长、省工商联党组书记杨勇颁发了会长证书。浙江、上海、安徽两省一市的青年企业家代表团参加了本次会议。

论坛上,第十、十一届全国政协副主席、全国工商联名誉主席黄孟复发表了讲话,鲜明地阐述了“新常态”的含义和一带一路战略谋划的深刻意义,对青年企业家提出了五点希望:一是要坚定理想信念,不断增强对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信,在实现中国梦的生动实践中放飞青春梦想,在为人民利益的不懈奋斗中书写人生华章;二是要夯实成长根基,把学习和实践作为首要任务,面向世界、面向未来,不断提高与时代发展和事业要求相适应的素质和能力;三是要勇于创新创业,在全面深化改革的伟大实践中,敢试、敢闯、敢拼,勇于扛起改革创新的大旗,切实依靠科技进步和自主创新转变发展方式,争做“大众创业、万众创新”的排头兵;四是要勇于“走出去”发展,要珍惜“一带一路”战略机遇,充分发掘和准确把握民营企业机制灵活、快速高效、勇于创新等方面的特点,推动自身优势与区域优势、资源要素的结合,通过调结构、促转型提升质量和效益,逐步提高企业的核心竞争力;五是要勇担社会责任,继承和发扬优良传统,秉承义利兼顾、以义为先理念,勇担社会责任,以实际行动

促进社会和谐进步。

中共江苏省委常委、副省长徐鸣在论坛上致辞,代表江苏省委、省政府向论坛的举办表示祝贺,希望江苏青年企业家积极响应习近平总书记视察江苏时提出的一系列指示要求,求真务实、开拓创新、艰苦创业、奋发进取,主动融入“一带一路”发展战略,在积极推动长江经济带建设、加快转型升级步伐中有更大作为,为建设经济强、百姓富、环境美、社会文明程度高的新江苏作出新的更大贡献。

在青年企业家联合会第一次会员代表大会上,江苏省人大常委会副主任、省工商联主席许仲梓对青年企业家联合会提出了四点要求。一是要真正做广大会员的娘家,努力为会员企业做好经济信息、法律咨询、人才信息、对外联络、维权等多方面的服务;二是要充分发挥好政企互动的纽带作用,努力形成“政府-企业-联合会”良性互动局面;三是要加强与其他商会的横向联系,加强相互间的学习、交流与合作,不断增强联合会的凝聚力和向心力;四是要加强自身建设,提高整体素质,为做好工作打下扎实的基础。

论坛上,全国政协委员、长江学者、国务院特殊津贴专家、教育部长江三角洲经济社会发展研究中心主任刘志彪教授发表了主旨演讲。全国工商联副主席、红豆集团党委书记、总裁周海江,全国政协委员、上海市工商联副主席、上海汇银(集团)有限公司董事长沃伟东,浙江杭宝集团有限公司总经理章国恩,金箔集团党委书记、总裁江楠分别发表了演讲。与会的青年企业家与经济学家、知名企业家进行了互动交流。

苏浙沪皖四地近 200 名青年企业家参加了本次会议。



重要启事



各玩具企业：

省商会主办的《东方玩具网》已成功改版升级。升级后的《东方玩具网》增加了“商会论坛”项目，为更好地为各玩具企业在资源配置、原材料、生产设备买卖中，得到更优质的服务，你可以把你所采购的产品使用情况及要求通报给商会秘书处，省商会秘书处将与供货厂家联络、接洽、商讨你所反映的问题，并督促供货商家为你解决问题，并将结果发布在《东方玩具网》上，予以警示。你也可以向大家推荐新兴的、可以节省劳动力的价格合适、耐用的生产设备，我们将在《东方玩具网》上大力推广。

《东方玩具网》“商会论坛”栏目将重点发布供应商供应情况不好、质量问题、面料数量短少、安全测试标准达不到、而又不给玩具企业解决问题的，将跟踪订单及交易情况，经协调后能帮你解决问题；售后服务好的，省商会将在网站上推荐，给予生产企业指导性采购意见；如果供应商屡次不能让你满意，将公布其诚信度，提出采购警示，提醒会员企业注意。

《东方玩具网》欢迎各供应企业发布你的产品，省商会将重点对玩具企业使用较多的激光裁剪机、下料机、充棉机、开棉机、电子 IC 芯片、印花企业、绣花企业、毛绒面料、辅料、PP 棉等展开体系评价，好的推荐，差的警示，力争做到玩具企业、供应商诚信经营、优质服务，达到双赢。

包装袋存隐患

出口韩国玩具遭查获

据天津空港检验检疫局消息,一批拟出口韩国的玩具产品因外包装存安全风险隐患,被下达出境货物不合格通知单,不准予出口。据统计,此次共涉及问题玩具 1010 套,货值 58580 美元,系该局今年首次查获。

检验检疫工作人员介绍,经查该批产品申报名称为儿童音乐玩具,标签说明适合 3 岁以上儿童使用。质检总局将玩具列入高风险产品目录,玩具产品出口前必须进行法定检验。

目前,国内外均对玩具使用的包装薄膜有严格规定。如欧盟要求内外包装的塑料薄膜和用柔软塑料制成的袋子,平均厚度应不小于 0.038 毫米。玩具产品包装袋过薄的风险不容忽视。国内就曾多次发生因过薄塑料包装粘附于儿童口鼻,而引起的窒息伤亡事件。



安全至上

看三家玩具企业如何应对“质检大考”

面对社会质量检测大考，玩具生产企业和经销商应全面了解玩具产品的法律法规，从生产源头抓起，精细设计、严格把关，防患于未然。不同的国家对玩具要求在细节上稍有不同，但大体都需要对玩具的机械和物理性能、燃烧性能、化学性能、电安全性能，甚至是电磁兼容等方面进行测试。

美泰——全面了解生产法律法规

美泰拥有一支专业的团队持续关注各国玩具产品的标准和相关规定，在此基础上，制定了适用于美泰全球生产厂商的统一标准，并与生产厂商积极沟通，从原材料开始进行源头控制，强化过程控制，确保各项标准的实施。所有美泰的产品都经过第三方或受美国 CPSC 认证的美泰玩具实验室的检测，确保其符合相关标准。

玩具的品质管理是美泰企业社会责任很重要的组成部分，美泰在全球有超过 1500 名的工程师专职负责产品的质量和安全管理，研发出一套成熟的闭环产品质量保障流程，从产品概念设计到成品检测，美泰产品质量和安全管理贯穿始终。同时，美泰还积极参与各国政府和行业组织的标准制定工作，分享美泰的实践经验，从标准制订之初就以保护消费者为核心。此外，持续关注消费者的反馈以及各国标准的相关变化，对于流程以及产品进行持续改善，确保为孩子提供最为安全的产品。

优贝——建立专业的检测实验室

北京优贝百祺儿童用品有限公司要求全部以欧美标准来设计生产优贝的产品，公司库存的内销产品都可以直接发往国际市场。优贝工厂建立了实验室，可以检测除化学成分以外的大部分儿童自行车检测项目。同时，每一款开发的新产品，优贝都会进行 CCC 和 CE

安全认证。

优贝童车零件采购入库前都要进行检验，并对供应商进行分级管理。生产前要对产前样和上线首件产品进行全面的检验，以确保符合质量标准。优贝在产品的设计过程中，安全是首要的考量。比如现在很多孩子体重比较大，优贝独创超强辅助轮杆，从结构上保证儿童使用这款辅助轮杆永不折弯，极大降低了因辅助轮杆折弯造成的侧摔风险。独家设计的小握距儿童专用刹把配合缩管车把设计，使儿童的小手能够更好的控制刹车，刹车用力小效果好，保证宝宝骑车更安全。

宇强——引入第三方权威审核

上海宇强贸易有限公司除了设有专业的队伍外，还聘请了德国国籍的品质顾问进行专业指导。此外，上海宇强贸易有限公司与各大检测机构保持合作，并在南方的工厂投资数百万人民币建立检测中心，从事物理机械性能以及化学元素迁移等测试，从源头以及制程上控制玩具的安全。丁总在接受本刊采访时表示：“企业的生命力在于品质、在于研发。即在产品开发初期，企业应当充分考虑产品的安全，研发脱离不了技术，技术则是由检测来确定，这二者密不可分。”

除第三方检测机构，上海宇强贸易有限公司同样是中国玩具和婴童用品协会“品牌自律中国行”承诺单位之一，接受政府、协会以及社会各界的监督，鞭策企业切实执行相关玩具安全标准。除上述成立检测中心，控制材料源头以及制程外，上海宇强还将完善研发中心，企业的生命力在于品质、在于研发。即在产品开发初期，充分考虑产品的安全，研发脱离不了技术，技术则是由检测来确定，这二者密不可分。

国务院关于税收等 优惠政策相关事项的通知

国发〔2015〕25 号

各省、自治区、直辖市人民政府,国务院各部委、各直属机构:

现就《国务院关于清理规范税收等优惠政策的通知》(国发〔2014〕62 号)中涉及的相关事项通知如下:

一、国家统一制定的税收等优惠政策,要逐项落实到位。

二、各地区、各部门已经出台的优惠政策,有规定期限的,按规定期限执行;没有规定期限又确需调整的,由地方政府和相关部门按照把握节奏、确保稳妥的原则设立过渡期,在过渡期内继续执行。

三、各地与企业已签订合同中的优惠政策,继续有效;对已兑现的部分,不溯及既往。

四、各地区、各部门今后制定出台新的优惠政策,除法律、行政法规已有规定事项外,涉及税收或中央批准设立的非税收入的,应报国务院批准后执行;其他由地方政府和相关部门批准后执行,其中安排支出一般不得与企业缴纳的税收或非税收入挂钩。

五、《国务院关于清理规范税收等优惠政策的通知》(国发〔2014〕62 号)规定的专项清理工作,待今后另行部署后再进行。

国务院

2015 年 5 月 10 日

当传统玩具遇『互联网+』



“互联网+”,已经成为一种全新的商业模式,并迅速成就越来越多的商业传奇。在3月5日召开的第十二届全国人民代表大会第三次会议开幕会上,李克强总理提出制定“互联网+”行动计划,更是令人倍感振奋。

传统的广告加上互联网成就了“百度”,传统集市加上互联网成就了“淘宝”,传统百货卖场加上互联网成就了“京东”,传统银行加上互联网成就了“支付宝”,传统的安保服务加上互联网成就了“360”。当传统玩具行业加上互联网,将会成就什么?宝奥城,给出了他们的解读。

在宝奥城,传统玩具行业加上互联网,等于全新的“玩具原产地电商体验”。

体验一:线上线下互联互通 极速融合无缝对接。

宝奥城,作为国内第一个玩具产业综合体,融合了玩具全产业链的各个重要环节,为传统玩具业跟互联网的快速融合,提供了全新的场景体验。宝奥城的主要股东,宝供物流和奥飞动漫,为物流行业和玩具行业的领军企业,因此,在构建场景体验模式方面,能充分利用股东资源优势。

宝奥城的货运超市园区,设有“电商楼”,公寓式的办公环境,满足中小微企业以及个人创业者的办公需求,宝奥城还密切跟政府相关部门接洽,为进驻“电商楼”的创业者提供创业基金、创业培训、租金补贴等优

惠政策。

“电商楼”下可供租赁的公共仓、立体仓,以及近200个货运档口,汇聚了近100条通往全国各地的货运专线,为电商企业的物流配送提供最高效便捷的服务体验。

体验二:平台交易 降低玩具原辅料交易成本

澄海玩具产业能量巨大,2014年产值超过351亿元,玩具原辅料交易,蕴藏巨大的商机。

互联网最大的优势就在于,打破信息不对称、降低交易成本、促进专业化分工和提升劳动生产率。为推动玩具原辅料交易平台的建设,2015年,宝奥城特意成立了“联购业务部”,全力加速平台开发应用。

宝奥城推出的“宝奥联购”项目,将现代电商技术和宝供领先物流技术相结合,网上网下联动,打造新型原辅料供销平台,提供通用性强、附加值高的原辅料产品交易,为玩具生产企业提供一站式原辅料采购、配送、结算、融资平台。

采购商和供应商将供需信息在平台发布,价格透明、质量互比,宝奥城作为平台交易商,进行撮合交易,并实施必要的审核监督,能切实保障各方利益。

目前,已经完成系统开发,并进入试运营。注册用户已经接近300家,有多家金融机构对此项目产生浓厚兴趣,愿意为注册企业提供一定额度的无抵押贷款。目前已经有一家金融机构签约,为注册企业提供最长24个月的贷款期限,最高50万元的无抵押贷款。



体验三:数据分析报告 为生意决策助力

宝奥城的电商项目,是国家发改委重点支持的试点项目。目前,正在开发和已经投入运行的电商模块包括:玩具商城、玩具原辅料交易、物流信息和动漫创作交易四大平台。

玩具商城首创“以图搜玩具”功能,方便采购商家搜索玩具,目前进驻商城的商户超过500家;物流信息平台汇聚了近100条货运专线信息,有70多家货运企业进驻;玩具原辅料交易平台注册用户接近300家。

随着这些模块运营的逐步深入,宝奥城将可以进一步完善用户数据库,进行深度的数据挖掘,从“平台交易商”逐步向“数据分析报告提供商”的角色转换,为玩具业的生产商、贸易商、采购商提供有关玩具价格、热销品、新品、用户采购习惯、供应商信用评估、产品质量评价等各类用户信息,充分利用互联网产生的“大数据”,为用户的生意决策提供最有价值的分析参考。

“互联网+”,具有无限的想象空间,宝奥城将密切关注互联网以及玩具行业的趋势变化,整合资源,实现传统玩具行业跟金融、信息、物流等现代服务业的跨界融合,产生更完美的商业体验,创造更大的商业价值,为澄海“玩具礼品之都”增添更多的时代光彩。





中国经济新常态： 看不懂就别发财了！

近日，中央商层解读新常态，凸显国家发展大战略，具体解读为：

- 1.把投资过剩的生产能力，透过“一带一路”释放到国外去。
- 2.把如饥似渴的消费能力，透过自贸区回吸到国内来。
- 3.把盲目乱窜滥发的巨量货币，透过股票市场转移到实体经济中去。
- 4.把无处可用的外汇储备，透过亚投行投资到国外去。
- 5.把十亿平方米的空闲商住楼，盘活成真金白银的 GDP。

教育环保型玩具更受消费者青睐

Mattel (美泰)、Hasbro (孩之宝) 和 Lego (乐高) 三大厂商占据全美玩具市场 40% 的份额。细分市场拥有巨大潜力, 小玩家得到很多私募基金的青睐, 活跃在玩具产业的私募投资公司有 Propel Equity Partners、Winona Capital、the Friend Group 和 Topspin Partners 等。

雨果网从外媒“Justmens”4月9日的报道中了解到, 虽然全球玩具销售额, 因为中国、印度和其他发展中国家的中产阶级消费者需求量迅速增加而呈上升趋势, 但福雷斯特研究公司却表示, 美国市场的销售额预计从 2014 的 226 亿美元小幅增至 2018 年的 239 美元。据悉, 美国玩具制造商将寻求扩大市场, 并将重点放在具有环保意识的消费者群体。

虽然 Mattel (美泰)、Hasbro (孩之宝) 和 Lego (乐高积木) 等全球玩具公司占领全美玩具市场 40% 的份额, 但是对那些销售教育类或环保型玩具的小型玩具公司来说, 仍存在巨大的市场潜力。这些公司正在招商引资, 吸引那些看好他们未来前景的私募投资公司。

自 2012 年起, 美国康州格林威治的私募投资公司 Propel Equity Partners 就着手打造自己的玩具帝国, 以 Alex Brands 的名义收购了至少 10 家公司, 这些公司主要有两类, 一类是老牌玩具, 另一类是“绿色”品牌。投资这个新兴领域的其他私募投资公司有 Winona Capital、the Friend Group 和 Topspin Partners。

Propel's Alex Brands 的产品系列代表了一种趋势, 既满足父母们对孩童时期玩具的怀念, 同时又具有环保意识。这种趋势有利于新的玩具公司削弱像



Mattel (美泰)、Hasbro (孩之宝) 玩具制造商的主流势力。

最近 Alex Brands 在美国新泽西州的费尔菲尔德新设一个总部, 并在伍德布里奇新开了一家分销中心。像这些小型玩具公司的目标就是发展壮大, 希望能实现约 2 亿美元的销售额, 从而被大公司收购或者自己独立上市。

为了响应消费者对教育类玩具日益增长的需求, 亚马逊最近专门针对中小型企业销售的玩具和游戏产品成立一个玩具类销售部门。在这里, 数学和科技类玩具备受推崇, 还有很多私人品牌入驻, 比如 Milton Industries 和 Melissa & Doug。Melissa & Doug 将大部分股权出售给私募投资集团 Berkshire Partners

另外一家创新玩具公司 Green Toys Green Toys 利用回收的牛奶包装盒制作各种各样的玩具。Green Toys 拒绝了入驻沃尔玛的邀请, 联合创始人 Robert von Goeben 表示, 这是因为品牌的主要目标消费者并不是沃尔玛的常客。2014 年, Green Toys 获得了私募投资公司 The Friend Group 的投资, 当年的销售额增长 30%。Green Toys 的销售渠道包括线上、玩具专卖店、家具店 Pottery Barn 和有机商品超市 Whole Foods Market。

出口玩具产品无需再注册登记 可直接办理出口报检

根据《国务院关于取消和调整一批行政审批项目等事项的决定》，质检总局决定从3月13日起，取消涉及人身财产安全健康的重要出口商品注册登记，停止出口玩具等产品的质量许可(注册登记)工作。

中外玩具网据悉，该决定实施前，出口玩具产品生产企业需经过评审并获得质量许可(注册登记)证后，方能出口。据《中外玩具制造》报道，2007年8月下旬，国家认监委还曾紧急出台《出口玩具质量许可(注册登

记)工作实施细则》，要求地方认监部门加强出口玩具质量许可管理，并对照新发布的相关规定，对已经取证的玩具生产加工企业、经营公司进行一次全面清查。

按照新的规定，3月13日起，所有出口玩具产品生产企业，无需再办理出口玩具产品注册登记，直接到检验检疫部门办理出口玩具报检业务即可。各玩具企业欲了解详情，可致电各市检验检疫局咨询。

宁波玩具婴童企业借创新设计“玩转”电商

去年以来，宁波玩具和婴童用品产业发展势头勇猛。日前，在和丰创意广场和丰花园酒店举行的宁波玩具和婴童用品设计专场对接会上，来自甬城的36家制造企业和12家工业设计企业首次相聚。记者从现场获悉，近10家制造业企业与工业设计公司达成初步意向。

据了解，玩具和婴童用品行业去年实现了总产值87亿元，增长8.2%。玩具和婴童用品产业的迅猛发展主要得益于玩具和婴童用品产业的优化升级，提高整体制造水平走“产品+创意设计”的新型发展道路成为行业转型升级的重要突破口。数据显示，目前，宁波的玩具和婴童用品企业有50%以上的企业实现了传统代工向“产品+创意设计”的转变。



跨境电商物流 买全球卖全球的支撑



曾经门庭若市的雅宝路市场今非昔比，这里曾是我国最大的服装专营涉外窗口，但受乌克兰危机、卢布贬值等因素影响，地处北京市朝阳区的这里如今冷清了许多。而在距离北京 2000 多公里的广州，比雅宝路市场年头更久的广交会去年参会人数和成交额创下了 5 年来同期最低纪录。但与出口增速逐渐趋缓、有些寒冷的线下相比，线上外贸却日趋火爆，跨境电商交易额增长势头强劲。随着互联网特别是移动互联网技术以及终端设备的进步，越来越多的商品正通过物流实现跨国传递，网络上的“丝绸之路”正在搭建。

电商布局：手快有手慢无

2014 年 5 月 10 日上午，习近平总书记考察了郑州市跨境贸易电子商务服务试点项目，详细察看货物配货、包装、过关查验流程。他了解到郑州市跨境贸易电子商务服务试点项目运营不到一年，就取得直通世界 13 个城市、贸易进出口货值 130 多亿元、为 100 余家商户提供实货测试服务的成绩，勉励他们朝着“买全球卖全球”的目标迈进。看到郑州国际陆港集铁路港、公路港、空港、海港于一体，正在打造国家铁路一类口岸、多式联运服务中心、中欧班列货运中心、智慧物流信息中心，习近平希望他们建成连通境内外、辐射东中西的物流通道枢纽，为丝绸之路经济带建设多作贡献。去年全国“两会”期间，李克强总理也特别提到，要从战略高度推动出口升级，扩大跨境电子商务试点。

从代购、海淘再到跨境电商，名字的变换不仅见证着海淘逐渐阳光化，也给电商、物流带来了巨大的发展机遇，为曾经饱受全球经济波动影响的出口企业开辟了一条能直面全球买家的新渠道，让包括假发、汽车配件、园艺产品、奢侈品在内的产品通过物流通道送达全球。如今，有越来越多的国内企业做起全世界的生意。数据显示，2011 年，中国跨境电商交易额达到 1.6 万亿元，同比增长 33%；2012 年，跨境电商交易额达 2 万亿元；2013



年,跨境电商交易额突破 3.1 万亿元;而去年仅上半年跨境电商交易额就达到 3 万亿元左右。面对火爆的发展趋势,越来越多的企业进入这一领域,纷纷开始布局跨境电商,让人产生手快有、手慢无的感觉。

阿里系、京东和其他垂直类电商动作不断。去年 7 月,中海宣布携手阿里巴巴打造跨境电商物流平台,并在不久后推出“一海通”;去年 11 月,阿里旗下的速卖通、天猫国际首次参加“双 11”大促;“双 11”刚过,中远集团即对外透露,将与阿里巴巴强强联合打造跨境电商业务。面对老对手阿里,2014 年初刘强东表示:“京东国际化将采用自营,而非纯平台的方式,京东控制所有的产品品质,确保发出的包裹能够得到消费者的信赖。”进入中国市场 10 年的亚马逊则在去年 11 月初宣布开通海外六大站点直邮中国的服务,中国的消费者可通过亚马逊(中国)直接购买到美国、英国、法国、德国、西班牙、意大利六大海外站点的 8000 多万种国际商品,去年亚马逊直邮也加入了“双 11”大促。

物流跟进:各家初试身手

对于整个跨境电商行业而言,目前最重要的一个问题还是物流。调查发现,客户最大的抱怨基本都是物流:一方面是配送时间长,另一方面是时效不稳定。跨境电商未来亟待解决的还是物流问题。

在跨境电商加速布局的同时,物流业也在迅速跟

进。就在亚马逊宣布开通海外六大站点直邮中国服务之后不到一个月,去年 12 月的第一天,中国邮政速递物流股份有限公司与亚马逊(中国)在京举行签约仪式,双方正式启动全面战略合作。合作主要是以惠民共赢为基础,充分发挥各自行业优势和资源优势,共享各自的主渠道与资源,在电子商务、快递物流等领域深化合作,建立长期、稳定、共赢的战略合作机制。本次战略合作共确定了五个领域的合作内容,包括上门揽收服务、门到门投递服务、落地配配送业务等。

据悉,2013 年国内跨境电商出口额达 2.7 万亿元,占跨境电商进出口额的 88.2%,其中 50%以上包裹通过中国邮政渠道发到国外,中国邮政渠道变成出口包裹的主要通道,为 1 万家典型电商企业提供商品出口寄递服务。在进口方面,2014 年 4 月,通过中国邮政渠道进口的包裹达 200 万件,同比增长 110%。占据如此多份额的原因有很多。邮政速递物流相关负责人表示,该公司服务跨境电商的优势综合起来包括四个方面:可以提供物流服务定制、强调供应链管理体系、信息系统的支撑以及成熟完善的配套资源。

面对跨境电商物流这块大蛋糕,民营快递企业也没有闲着。继顺丰优选试水后,顺丰速运旗下顺丰海淘在 2014 年底试运营,并于今年 1 月 9 日正式上线,商品锁定母婴、食品和美妆个护 3 个品类。相比电商而言,顺丰的优势在于物流;而相比物流领域的竞争对手,顺丰的优势在于更好的服务体验。去年 4 月,圆通速递与



CJ 大韩通运签署战略合作协议,推出中国大陆至韩国全境统一收费的快件服务。该项目将实现 72 小时内的门到门服务,并提供一站式官网信息查询以及自主报关、订舱等相关业务。据悉,圆通速递已将全球化战略作为公司的重点发展方向之一,此前已开通了东南亚、中亚、欧美及澳洲等路向的国际快递。

客户体验:优质服务为王

跨境电商的迅速崛起,给跨境电商物流带来了发展契机,也倒逼物流服务的变革升级,同时产生了多种模式共同发展的多元化业态。随着国家对跨境电商各项政策的逐一落地,跨境电商的管理者、运营者、参与者和消费者正在迎来一个春天。

各方通过一段时间的运营发现,像国内电商大战、快递大战一样打价格战并非跨境电商的生存之道,物流、通关、支付、售后等方方面面都需要更加专业且优质的服务,在跨境电商这一广阔的市场,优质服务为王仍是不二法则。相比信息流受限于各国国情和买家习惯的不同,物流是最有效提升客户体验的渠道。有业内人士表示,物流仍是制约跨境电商快速发展的主要瓶颈,物流成本高、配送时间长、遭遇清关障碍、包裹无法全程追踪及出现破损、不支持退换货等问题阻碍了跨境电商的进一步发展。

目前,邮政速递物流针对跨境电商提供 e 速宝、e



包裹、海外仓等多个产品及服务。在深圳华强北从事小电器电商业务的孙小姐的大部分客户都在澳大利亚,她发现,过去用 e 邮宝通常要 10 个工作日以上,现在最快 5 天即可到达澳大利亚,通常也不超过 8 天。对于海外仓,有客户表示使用海外仓可以让物流变得更快、可售品类更多,同时退换货、客服等服务更加本地化,更加方便。而近日浮出水面的中国邮政跨境电商综合服务平台也得到了业界的肯定。该平台实现了与电商企业、海关商检、个人备案、境外配送渠道及海外仓储等环节的信息对接和整合,全面集成国际 e 邮宝、中邮海外仓等多种进出口物流产品与服务,为外贸零售进出口企业以及国内海淘客户提供一站式操作和便利服务。

进入 2015 年,电商马不停蹄继续布局。1 月 9 日,网易旗下跨境电商平台考拉海购进行公测,该网站设置了母婴、美食保健、美妆个护及海外直邮 4 个商品类别。考拉海购还推出了“保税区发货”和“海外直邮”两种模式,前者通过平台集中采购将货提前发到国内的保税仓,客户下单后 1~3 天即可收货,后者由海外认证商家发货,到货时间在 7~30 天不等。

2014 年,跨境电商被推到了风口浪尖。这一年跨境电商的发展经历了一个从量变到质变的过程。2015 年,从消费者到电商以及快递物流在经过了尝鲜的阶段之后,正在厉兵秣马、准备大展拳脚,向着卖全球、买全球、做全世界生意的目标迈进。在跨境电商领域占有优势、起步较早的邮政速递物流必须紧抓机遇,加快发展步伐,在风起云涌的市场中勇当领头羊。



传统中小企业如何互联网化

2014 年最引大家关注的事件是双十一淘宝的业绩和阿里的上市,马云预言未来大批实体店要倒闭,很多人以为那都是日用消费品,和我们传统工业没关系,那就错了!互联网时代已经来了,对于传统行业来讲,与互联网结合不是你想不想、用不用的问题,而是不得不做的问题。

很多传统行业已经进入互联网,2014 年“远东电缆”更名“智慧能源”,电商平台--电缆买卖宝,销售突破 30 亿,未来估计每年以超过 60%速度增长;苏宁重金打造了苏宁云商、国家电网公司建设开通了电气设备的电商平台……;李克强总理对网购的支持,再一次暗示了实体企业互联网转型的必要性和重要性。今后几年,传统工业产品、大宗商品都将互联网化,未来无商不电商,在新常态下中小民营企业,不要墨守成规,要尽快向互联网迈进。

转型是个过程,不是立即改方向,不是简单的换行业,企业要积极试探,学习互联网思维、尝试互联网化,中小企业没有实力去建一个平台,但一定要紧跟其后。怎么打造“互联化企业”?

首先,企业领导人要有互联网思维及意识,重构经营理念。

尤其对于传统企业来说,曾经的成功经验更是会成为其向互联网思维转型的最大障碍。理念的提升上下要一致。企业董事长、总经理很想推进互联网思维,但是主管、主任、员工是不是有这个概念。作为上层来讲是加强管理、有效结合数据的表现,能马上采取措施解决问题,但是下面的员工会顾虑以后什么都会通过大数据传递给上层,担心时时处于一种监控的状态。所以这项工作一定要做到上下理念的一致,才能把这项工作推动起来。互联网经济是以用户为中心的交互性的社群经济。因此,传统企业要转变的思维是,如何建立以用户为中心的社群化的产品创新和营销体系,由产品经营走向用户经营,但是这并不代表对于传统营销体系的全盘否定。

其次,可以从简单的互联网应用做起。

从传播层面、再到渠道层面、供应链层面,到经营逻辑层面逐步尝试应用。先接触互联网。最简单的先开个网店做起来,互联网多是轻资产的,投入不大,很多大学生创业都能成功,实体企业可以线上和线下结合起来做,。当然,电商绝不仅仅是淘宝、天猫,理想状态应该是一种全渠道电商。所谓全渠道,就是利用所有的销售渠道,将消费者在各种不同渠道的购物体验无缝联结,最大化消费过程的愉悦性。它既有电子商务固有的优势,如丰富的产品、搜索、比价、社群互动、顾客评价等,也有线下实体门店的优势,体验、面对面的咨询沟通、更佳的环境氛围。也就意味着,品牌商应该在各个渠道、各个终端,给消费者提供一致的消费体验。





在互联网深度影响了传播和渠道环节之后，产品和供应链环节也开始被重构。

对于制造行业，用户通过互联网会越来越多地参与到企业产品研发和设计环节，为企业决策做支撑，典型的就小米手机。对于服务行业，用户通过互联网会将用户体验的建议反馈到服务提供方，为服务优化提供支撑，通过大众点评给餐饮店的菜品提建议促其改进。这两种模式，就是典型的 C2B 模式。其模式是典型的消费者驱动模式。（去中心化）；工业时代的商业模式是广义上的 B2C 模式——以厂商为中心，而信息时代的商业模式则是 C2B——以消费者为中心。数字化、信息化，是未来互联网化的基础信息化与工业化的深度融合，信息化是一种企业的内部行为。互联网化主要企业的外部行为，就是在企业经营过程当中更加注重人的作用，让企业员工和企业用户互联网化，这是外部互联网化。在互联网化阶段，企业要认识到员工在生产过程中的作用必须要重视消费者的反馈。

传统企业互联网化的最高境界，就是用互联网思维去重构企业经营的价值链。

绝不是你的产品连上网、具有网络功能就代表你有互联网思维，也不是你的产品通过互联网渠道销售就代表你有互联网思维。互联网思维是一个体系，是一整套的思考方式。企业在整个价值链各个环节中，都要以用户为中心去思考问题，建立起“以用户为中心”的

运行机制和企业文化，只有深度理解并满足用户，才能最终生存下来。互联网思维一定要结合企业实际情况，立足企业自身特点，建立互联网平台菜单。使用互联网软件要结合企业的特点，企业互联网化要务实，软件要简单好操作。在大数据时代，要有大数据思维，企业一定要多采集数据，通过数据反映问题，从而来迎合市场。更好地实施定制化服务，实现从工业时代的大规模制造转变到大规模的定制化服务。企业互联网不是“花架子”，目的是提升效率、降低成本。企业只有务实，并加强“两化融合”，才能更好地实现转型升级。企业应该重构自己的资产，增加网络资产，网络资产最重要的就是掌握数据，拍脑袋的决策是不精准的，网络资产还包括你建一个 PC 平台、微信公众号、微博公众号、APP、二维码……今后网络资产将超过我们实体资产的价值，并引导实体资产创造价值。企业要将网络资产管理起来，现在我们很多企业的实体资产有人管，但是网络资产无人管，特别是数据资产，企业应该将这两个资产配套起来。

互联网时代，企业的组织架构和以前是不一样的，以前的组织架构是纵向的，但是互联网时代是横向的，管理要扁平化，大平台发展，小团伙经营，大平台是为小团伙服务的，通过网络对他们实现监控，把企业内部搞活，让他们直接面向用户，需要调整组织再造，流程再造。

互联网化也不是一蹴而就的，需要一个过程。但这是时代发展的大趋势大方向，我们必须努力学习，跟上时代的要求，切实做好整体规划，问题导向，分步实施。

（梅萌转自微信）



商会和互联网金融的强强联合

一、在“互联网+”的大环境下,商会与互联网金融携手合作是大势所趋。

互联网金融的产生是中国金融体系进步与发展的显著标志。小微企业融资难问题有了新的解决途径,投资者理财也有了新的方式,这一切都凸显了互联网金融的“神奇力量”。

我国互联网金融发展的时间不长,但发展迅猛,原因在于传统的金融行业难以满足企业的融资需求,而互联网金融的低成本、高效率的特性,恰恰弥补了传统金融的短板。在互联网金融大潮的裹挟下,许多商会会员企业的发展都在纷纷借助互联网金融的力量,并呈现出当下传统企业与互联网金融的合作与发展趋势。

二、企业如何发挥商会与互联网金融双引擎优势,助力实体经济发展?

商会作为企业拓宽人脉、扩大渠道、沟通政企、合力共赢的平台,在市场经济中扮演着重要角色,引入互联网金融服务能够更好发挥商会本身软信息聚集优势,筛选出优质项目,既帮助商会内部企业解决融资难题,同时也帮助了平台更全面的了解企业。

商会与互联网金融的合作可以做到信息互通,资源整合,在助力中小微企业发展的同时,保障了投资人的资金安全,也能引导和规范民间借贷行为,为普罗大众增加投资和理财渠道,为众多中小微企业解决资金难题探索新途径。

三、商会与互联网金融的强强联手。

随着互联网技术的发展,以及商协会为代

表的社会组织逐步参与到信用体系的建设中来,中国社会信用体系的完善进程将显著加快,为百姓寻找好的理财产品难、中小企业融资难的局面将逐步缓解。

另外,商会的整合与规范的作用,提升了商会的社会组织信用价值。充分发挥商会对会员企业的社会信用管理、社会资源整合以及多方面的服务效能,并通过互联网金融支持和提升企业的社会信用,扶持商会会员企业快速发展。从互联网金融平台的角度上看,互联网金融平台通过第三方资金的托管和程序的规范化操作,建立一个安全、高效、诚信、透明的融资平台为企业提供高效低成本的服务。





多部委回应

《做企业这么多年,我太憋屈了》公开信

5月14日,在桔子水晶酒店 CEO 吴海发出致李克强总理公开信后的第54天,国务院办公厅信息公开办公室、中国政府网、公安部、税务总局、工商总局、卫生部等多个部委相关负责人,以及北京市相关负责人,在中南海召开研讨会,吴海坐在了最中间主持人的旁边。

3月23日,吴海发出一封题为《做企业这么多年,我太憋屈了》的公开信。

近日,吴海称,这封信国务院领导已经阅读,中央编制办公室(下称“中编办”)及国家多部委、北京市、区领导都专门就吴海提出的问题,以及如何推进简政放权向他征求意见。国务院职能部门的负责人随后也开始向其征询简政放权的意见和建议。

吴海的经历其实也并非偶然遭遇,在当前国家全力推进简政放权,提高市场经济效率,促进企业健康发展的时期,吴海敢于发自肺腑地建议,虽然犀利,但客观中肯,这恰恰是当前痛下改革决心的政府所希望倾听的。

自上而下积极听取

3月23日,凌晨3点15分,桔子水晶酒店的CEO吴海在他的微信朋友圈更新了一条消息:“半夜写了篇文章,趁着没后悔发出来了。”消息附了一篇来自“桔子水晶吴海”公众号的文章《做企业这么多年,我太憋屈了》。

他这篇文章的内容实际上是一封致李克强总理的公开信,“对李克强总理说句话,对企业好才能真的对人





民好。一个政府如果对企业(指守法企业)不好,实际上就是对人民不好。”他在文中以亲身体会和所见实例,坦陈了许多政府在实际工作中的“庸政、懒政、政策陈旧、不清晰、滥用”等问题,并提出了自己的改进建议。

让吴海意外的是,这篇半夜发出的致总理的公开信,从第二天的清晨开始,几乎以风一样的速度在微信朋友圈、各大网站转载,许多人纷纷点赞,认为讲出了他们的心声。

一周之后,吴海听说北京市领导非常重视,北京市委书记郭金龙书记已经批复了他的公开信内容,并转给市长、市政协、区长,而当东城区政协直接找到他了解情况,此刻他才有些担心,没想到政府如此重视此事,而由于自己的公司注册在东城区,在看到 he 发出公开信的第一时间,东城区领导以及政协就对他的文章表示了赞同,称“说得好!”

吴海说,紧接着国办相关部门领导找他了解情况,按照他们的建议,吴海将他的意见和建议重新整理装进信封,收件人上端端正正写着“国务院总理李克强”。

吴海说,5月7日,负责国家行政审批改革的中编办体制改革司的几位司长一同探讨了如何简政放权,以及在政策审批权下放中,避免庸政懒政以及标准不统一的问题。

公开信全文:我是桔子水晶酒店集团的CEO吴海,没有根基的做企业的公民,也是北京东城区政协委员。今天,我想对李克强总理说句话,对企业好才能真的对人民好。一个政府如果对企业(指守法企业)不好,实际上就是对人民不好。

对企业不好就是对人民不好

我觉得一个政府如果对企业(指守法企业)不好,实际上就是对人民不好,先拿我们企业举个例子:

1)我和我几千名同事都是人民,如果政府对我们不好,我就没法照顾好我的几千同事以及他们的父母、子女,换句话说加上员工家属就是对几万人民不好;

2)我的企业服务于人民,如果政府对我们不好,我们的成本就会变相地增加,我们就会把成本转嫁给客户,每年有上百万的人住我们酒店,他们和他们家里人可能上千万,他们家里的可支配收入就会减少,就是对上千万人民不好;

我觉得政府对企业不够好

原因如下:

1)地位问题:企业是个不敢反抗的奴才,公仆是爷不是仆

如果按地位排的话,政府管理人员是大太太的孩子,国企是偏房生的,而私营企业则是婊子生的,虽然都是国家的亲骨肉,但是大太太的孩子管着我们,偏房生的也怕大太太生的,但是他们敢找亲爹撑腰,而我们这群婊子样的只能被大哥打完左脸再主动地把右脸转过来让打。

我们不敢说,是因为我们还要活着,我们说了,可能让大太太的一个孩子感觉不爽、或者受了批评、或者进了牢房,大太太其他的孩子会整死我们。

现在我们国家正在抓家法—反腐,我们切实体会到了大太太的孩子们规矩多了,但是,您相信吗,就在习大大前年抓腐败的之时,在我们行业俗称的“三节”的时候,某城市所有下属机构几乎倾巢出动,只要属于他们管理的行业他们都会照顾检查到,并且主动按企业规模排名来做某种要求,当然,关系好的企业可以讨价还价,“特种税”也有减免的时候。

为什么那个城市几千家企业没人敢做声,因为他们都知道,一旦出声他们的企业就会遭到灭顶之灾,我记得4、5年前,那个城市的某经济型酒店的加盟商举报了某政府部门下属机构,从此之后这个品牌的酒店在那个城市就没法获得某种批文而没法开业,直到某个

品牌集团老总到这个城市来赔罪才解决这个问题。

我们是全球最大的私募基金“凯雷”投资的企业，有时候跟投资人聊起这些事情的时候，我很淡然地告诉他们腐败任何国家都有，只是形式不一样，这种极端的规模化的腐败行为不多，就算有我也看成是“特种税”，至少还有个标准，对谁都一样，也很公平，无非是我们把这个税负转嫁给成千上万的住酒店的客人。

对了，我们行业很怕“三节”：端午、中秋、春节，那是我们缴纳“特种税”的时段，在我说的那个城市的酒店等行业都会哆嗦

2) 家规不清楚

我是中财毕业的，做会计师事务所的同学多，有一次税法专家给一群会计师事务所的老板讲课，被一些问题问急了，他公开说：“税法本来就不是给企业定清楚的，是给税务局定的，说清楚了执行时我们怎么再来灵活解释”

记得有一次我们一家酒店客房里的一盒薯片过期了几天(辩解一下，我们都是快过期时拿出来同事们分着吃了，可能漏了一间房，我绝对认罚)，结果被客人举报查了，最后一盒过期几天的薯片罚了我们三万，因为规定是“金额不足一万的，处以两千以上五万以下罚款”，刚开始要罚五万，后来找人说情罚了个中间值。我想问的是，什么情况罚两千，什么时候罚五万？为什么不能够清楚地说十倍、二十倍产品销售额的金额罚？如果我们认识人管用的话，我一定只会被罚2千。

还记得有一条规定是“外商投资企业租用厂房等



需要交纳土地使用费”，这是在改革开放初期引进外资给了各种优惠和减免，国有、集体土地经常免费给他们用，后来就开始征收了土地使用费，而当所有的房屋租赁都面向市场尤其是有了土地使用税之后，这条规定忘记取消，换句话说，内资和外资企业一样的价格租的办公室，外资就需要交纳土地使用费，而内资则不需要。我就这个问题咨询过税务总局，他们的答复是几十年前国土资源部前身(国土部?)定的，由税务局代收，后来转到地方财政还是那个部门，国土资源部也不管了，忘记改了。

这条规定虽然国家忘了取消，但只有几个城市已经取消了，绝大部分城市每年还会做要求，大太太的孩子收税完不成任务时就会来收。

3) 家规为一些中间机构提供敛财机会

建委要求投资金额30万以上或面积300平米以上的装修或建设需办理开工证(注意了，家里装修花30万可能要开工证吗？没有的可能违法哦！)，为了保证工程建设安全，我觉得建委审查办开工证是合理的要求，可是，为了取得开工证必须有工程队伍招投标，而招投标需要招标公司来进行。

如果是国家的项目，通过招标公司来进行是合理的，因为可能有人在报价里做手脚贪污问题，而我们作为私营企业，我为什么不能指定自己习惯使用的工程队，只要建委认定我指定的工程队和设计图纸取得有



相应的资质认可就一样保证安全了。

说白了,建委怎么会去掉这个要求?要不然招投标公司没饭吃了!所以,我们最后都是由招投标公司操作,最后选定我们指定的工程队,我们多浪费几十几天时间等待招投标,多花几十万罢了。

4)家规被滥用

为了保证治安,各级公安部门都有个特行管理部门,其中要求酒店客人必须持有效证件实名登记,访客也必须持证件实名登记

我觉得酒店是有可能成为犯罪分子临时落脚地,严格要求是合理的,对国家安全绝对有好处,连原来不管的美国现在也这样做了。

但问题就出在没有严格规定如何保证每个客人、访客实名登记,于是,全国各地派出所(除浙江省之外,好像是因为当年查房老外不开门,踹开了老外的门造成外交事件)都可以敲开客人房门进行核查,首先,是不是需要正当理由来敲门、是否侵犯隐私我不讨论,但至少得规定什么情况下可以查吧?于是,关系处不好的派出所半夜到酒店挨个房门敲门,酒店要做生意,那怎么受得了,于是,寻租空间自然出来了。

另外,酒店员工没有派出所干警的慧眼,有时候两个客人住,一个客人没登记悄悄溜上去了,一旦被查出,从几百元到几千元罚款他们随便定(为什么不是几倍房费罚款呢?),自然,最厉害的就是说停业整顿!

对了,还有,什么叫有效证件?有的城市护照可以,



有的城市必须身份证?不规定清楚,我们只能挨客人骂。

其实我认识公安部的朋友,有一次专门讨教了他们这个问题,他们很吃惊,因为不允许这样敲门的。不管怎样,我们没办法,规定不清楚,我们只能摸着石头过河了,搞好和每一个相关部门的关系,颤颤惊惊地看着路过的每一个穿官衣的人。

5)各自为政,自建家规,政出多门

我们这类设计师酒店经常把一些有特点的老旧建筑投巨资改造成酒店,老实说我们到今天不知道什么建筑可以做酒店,什么不可以做酒店。理论上只要符合建筑、消防安全,只要工商允许做企业的楼我们都可以做。可是,问题出在每个部门对什么楼可以做的解释不一样。

举个例子吧,酒店开业需要有如下部门的批文:工商、建委、消防、公安、卫生、税务等,但是,经常有每个部门之间互相不认对方的规定的情况。

比如说,国家一般会把一些城里的老旧厂房集中的地区改成高科技园区,按照一般合理的工作逻辑应该是这样的:

工商:工商部门按照规定认定是否可以登记注册。工商部门相关法规明确了什么不可以用于商业注册,所以,理论上除此之外的这些地方一般是可以做的,其中,由于历史原因没有房产证的老楼由开发区管委会出具证明,为了建设科技园区配套设施,同意将老旧厂房作为配套酒店改造。



建委:符合建筑设计安全,施工队伍符合资质要求,办理开工证

消防:审核消防图纸是否符合规定,检查是否按消防图纸施工,发放消防开业检证书

公安:要求在取得消防证书的前提下,检查是否酒店按照要求安装了监控和住客登记系统,发放特行证

卫生:按照图纸要求,进行相关环评等,发放环评证书;

税务:按照要求,办理税务登记手续。

而实际操作过程中是:每个部门都规定什么样的建筑可以用于商业,本来属于工商部门的事情变成了每个部门的事情,而每个部门的规定不一样,经常会造成许多企业在一些开发区里开公司颤颤惊惊,不知道是否他的行业能够取得一些相关部门的批文,这实际形成了每个部门可以就同一件事情用不同的尺度卡你一道。

这件事情说明了各个部门各自为政,职责不清,或者是为了不给自己惹麻烦,或者是为了揽权,造成了许多规定形成了没有规定,企业无可适从。

解决方案

为什么现在的各级政府能够更加关注民生,关注老百姓的声音?是因为老百姓满意的政府才是好政府,而满不满意老百姓可以用各种形式表达出来(包括上网和堵高速路),老百姓说了算。而对于企业,各级政府除了关心企业的税收贡献外,为什么可以不去真正地

关注企业、甚至可以去蹂躏企业?最主要这是因为企业不敢说,说了会被整死,没有有效的制衡系统(Check and Balance),对此,我提出如下建议:

针对问题一:

明确要求面对企业的政府机关、部门的服务意识,就算是监督、管理企业的部门在守法企业面前就是公仆,就像是站在守法公民前面的警察。对于不满意的警察,守法公民可以投诉,同样,我希望对于不满意的管理部门企业可以投诉,对于基层管理人员可以像小区居民可以给社区警察一样进行打分,并且要建立保护机制,以确保企业不被报复,因为,企业不敢说的原因就是怕报复,在针对企业的管理法规不明确或者不合理的情况下,举报了相关部门的一个人,剩下的人可以用合法的手段整死你。

针对问题二:

明确各种监管措施,尤其是处罚措施,明确规定如何罚款,让企业明确知道违法的代价而不去违法;对于所有的和企业相关的法规、规定进行一次自查,不合理的废除,不明确的明确,尤其是处罚部分。

针对问题三:

对于可能涉及官商勾结的中介机构进行梳理分析,部分中介机构有其合理性,但是是否必须使用应该明确。

针对问题四:

将一部分可以由各地方、各部门、甚至基层单位制定的对企业进行监管的规定进行整理分析,如果这些监管属于全国范围,则尽量由中央相关部委制定比较详细的规定、法规而不是过去的粗线条,由各地方自己制定的细则需在中央部委制定的规定、法规之内,并报中央相关部委审批,尤其要确保没有被无限地解释或者权利扩大,因为地方有冲动将相关中央规定的解释制定的更死,以确保自己的安全。

针对问题五:

明确各企业监管相关部门的职责,对于同一件事情必须有一个主导部门,不能对同一件事情各部门有不同的规定,造成各自揽权或者不同部门政策不一。

做企业十几年,太憋屈了!





正文到此结束，也不知道写完这篇文章会不会给企业带来灭顶之灾，也不知道我说的南方的某个城市我是否还能获得那个部门的批文，但是不管怎样，我还是想说出来，做企业十几年了，太憋屈了！

我还是想做点事的

我非常热爱我的国家，当凯雷这些投资人给我投上亿美金的时候，一些投资人提出让我移民，我拒绝了，因为，我看到了国家的不好，也看到了国家的好，我看到了我外公被打成右派住牛棚，也看到了我们这些努力的外公的子女们都过上了更好的生活，尤其是这届政府给我更大的信心。我不在政府干，也没做官商，我没有贪污，我也没什么好怕的。

我是东城区的政协委员，而且连续三届是优秀政协委员，我没有写过一篇为自己企业说话的政协提案，没有求政协领导、区领导为我们企业办一件事，是因为我觉得我如果这么干了，我就是一个不正直的人。

我在政协也写过提案、写过文章，虽然确实写的水平比全国政协的有些无聊低智商提案高明多少倍，但是涉及面都太大了，估计也到不了中央的耳朵，拿其中两篇做个例子：

其中一篇实际上中心思想是“如何建立中国国家品牌”，因为我对营销比较在行，政府宣传部门可能这方面比较弱，同时我也看到一些精通营销的互联网大V为自己扬名而造谣损害中国品牌，因此我写了篇文章，并且找机会给了当时还在北京市政府任职的鲁伟，不

知道现在是不是用上了里面的一些建立国家品牌相关的策略。

另外一篇实际上是讲“如何促进文化繁荣”，其实里面首先指出大家不懂什么叫做文化（请翻阅联合国教科文组织对“文化”的定义），然后才讲如何建设，其实写这篇文章的初衷是因为不忍国家把钱花到错误的地方，另外是因为，一些无良企业借“文化”之名，赚地产钱，或者减免税之实。

写太多了，仔细想想自己确实算有良心的商人，前年凯雷投资到我们的境外公司，部分股东转让了股份，我们居然主动要求老老实实在地交了上千万的所得税，据说这是北京市第一个交这种税的企业，当时还报到了国家税务总局，因为北京市不知道该怎么收，实际上所有在境外进行企业买卖的人都应该交，比如说一些国内地产大佬在境外公司的买卖、当然包括互联网境外股份转让的公司。

还有啊，本来因为自己积极交税，区里说奖励一些给我们，当时我就跟街道说：一半的钱我捐给街道，用来帮助孤寡老人，另外一半用于扩大我们为员工子女设立的教育基金。结果去年政府财政吃紧政策变化，奖励没了，对不住了街道的马主任、还有老的白书记，我的承诺没兑现。

夜深人静该睡了，晚安东城，晚安中国。

（王根生转自微信）

