



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 上海咪咻智能科技有限公司
 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 52 期

2015/

4

卷 首 语

P3 玩具企业如何借力创新

国家大事

P4 中国制造业升级将着力发挥四大优势

P5 “万众创业 大众创新”应注重创新产业链的培育

行业动态

P6 东莞代工企业转型玩具厂商投千万拍动画片

形势分析

P8 “五个转变”培育外贸新优势:电商和“一带一路”结合

P10 股权众筹或解中小微企业融资难

商会动态

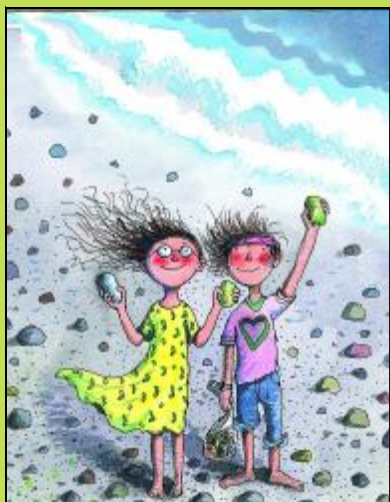
P12 省商会组织企业东赴日本考察

P13 省工商联举办第五期“周末大讲堂”

P14 商会秘书处走访梦宝贝、万祥、龙珂等会员企业

P15 日本游览记

P20 这么看来,日本真的非常可怕!



在夏季将热情释放

夏季总能将热情释放
孩童在水中凉爽
人们都换上了裸露的衣裳
太阳为何会炽热异常
好像有种莫名的渴望
春天的播种会在夏天生长
一切都是大地与太阳奖赏
炎炎的烈日下一切都兴旺
夏季请将热情释放
会有快乐之花悄然绽放

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>

标准法规

P23 检验检测市场 8 月起开放

焦点热议

P24 中小企业要避免陷入“非创新性”转型陷阱

P25 中国制造走出去应形成“产品+服务”模式

市场观察

P26 下半年玩具市场展望 低开高走迎接多节点销售

行业资讯

P28 玩具进入幼儿园的秘诀

P30 2015 上半年玩具出口增速超过 10%

P32 澳大利亚对华产品将零关税玩具行业或受益

商会管理

P34 协会商会不能再是行政机关“自留地”

ICTI 园地

P35 工厂申诉流程

文化园地

P38 玩具企业登陆新三板意义何在?

玩具企业如何借力创新

经济新常态成了时下最新最热的经济名词。经济调整之后出现的过渡阶段经济运行态势称之为经济新常态。粗放型、数量型、快速扩张的状态是旧常态。新常态就是要转到一个集约型、质量型来进行发展。传统玩具企业以创新谋求产业进步,应是现今玩具企业探寻的路子。

在同业竞争激烈,产品同质化严重的市场环境中如何让企业的产品脱颖而出?如何迅速赢得客户和消费者的青睐?如何获得比竞争对手更丰厚的利润?答案是:品牌。品牌打造非一时一日能完成,而借力品牌授权,是企业创新的捷径。

品牌授权被称为当今最有前途的商业经营模式。品牌授权作为市场营销主要工具在欧美日韩广泛开展。美国品牌授权最为发达,占据世界品牌授权业的 65% 左右的市场份额,中国占比不

足 1%。现阶段,中国正引进品牌授权经营,大力发展相关产业,尤其是在动漫品牌授权方面。

品牌授权主要包括企业品牌授权、卡通形象授权、影片娱乐授权、艺术授权、时尚品牌授权、运动品牌授权、学院品牌授权等等。在玩具企业中,主要是卡通形象授权、影片娱乐授权和运动品牌授权。

过去经济高速发展的 30 年,以产品为中心的市场模式满足了企业资本积累的需要。随着“新常态”市场环境的调整,企业的营销环境进入了由产品价格比拼转入品牌价值竞争的新时期,品牌创新成为这个阶段企业战略转型的重要要素。特别是在产品极其丰富,同质化越来越严重的环境下,客户和消费者“指牌”购买成为一种趋势。



中国制造业 升级将着力发挥四大优势

中共中央政治局常委、国务院总理李克强先后来到中国核电工程有限公司、工业和信息化部考察并主持召开座谈会。在座谈会上,工业和信息化部负责人作了汇报。李克强说,要看到,我们在国际产业分工中总体还处于中低端水平。新形势下,实施“中国制造 2025”,推动制造业由大变强,不仅在一般消费品领域,更要在技术含量高的重大装备等先进制造领域勇于争先。一要打造创新驱动新优势,通过大众创业、万众创新,充分释放从创意设计到生产制造的巨大创造潜能,推动更多企业由产品代工向品牌塑造跃升,促进制造业和现代服务业深度融合。二要打造智能发展新优势,抓住互联网跨界融合机遇,促进大数据、云计算、物联网和 3D 打印技术、个性化定制等在制造业全产业链集成运用,推动制造模式变革。三要打造质量成本新优势,增强工业基础能力,攻克一批先进基础工艺,提高核心基础零部件的质量性能和关键基础材料的制备水平,提升产业配套能力和劳动生产率。强化人才支撑,培育更多大国工匠。四要打造绿色制造新优势,推动传统制造业绿色改造,大力发展节能环保产业,提升工业效能和清洁生产水平。同时还要积极开展国际产能合作,主动对接相关国家需求,通过对外工程承包和投资等,带动中国装备协作配套“走出去”,在国际市场竞争中促进中国制造升级。

『万众创业 大众创新』

应注重创新产业链的培育

近期,李克强总理强调“万众创业,大众创新”,这对于中国转向基于创新的发展无疑会起到非常积极的作用。不过,创新想要真正成功,必须有一种从思想创造到产业成功的完整链条。海银资本合伙人王煜全日前在一个论坛上表示,创新不等同于创意,而是一个产业链,这个产业链里有分工。比如,一项创新产品,首先由一名大学教授拿出单项的领先科技成果;若干个单项成果集合到一起变成一个产品,满足了一个新的需求,这一步由企业家完成;满足需求之后要放量生产,这由很多相互协作的生产型企业或者代工厂完成;之后是全球销售,这由全球的市场渠道来完成。一项创新的成功不是靠仅仅一个创意,需要有一个生态系统的协作。中国的传统教育对创新的鼓励不够,在当前中国创新产业链还不够完善的情况下,如果片面鼓励人人创新,特别是缺乏商业历练和社会经验积累的大学生创业,失败的可能性很大,不仅会造成巨大的资源浪费,而且也无助于解决就业问题。因此,中国更应该注重的是创新产业链培育,不仅要有创意的想法,还要有能让想法变成市场需要的产品的一整套机制,才能真正实现“万众创业,大众创新”的梦想。

东莞代工企业转型 玩具厂商投千万拍动画片

东莞龙昌玩具是一家有 50 年历史的玩具厂商。当传统的代工生产利润愈加稀薄之时，他们做了件大胆的事——拍动画片。

转型升级正成为东莞制造类企业的“新常态”，规模不一、产业各异的这些企业新的经济形势下各显神通，奋力渡海。

触电文化产业

在 2015 中国加工贸易产品博览会（东莞）（下称“加博会”）现场，龙昌玩具的展位摆在显眼位置，现场不时有人过来试玩遥控汽车，还有很多人被摆在展位最前面的高铁机器人吸引。这两架一黑一白散发金属光泽的机器人就是龙昌玩具所拍动画片《高铁英雄》的衍生产品。

拍动画片可比生产一件玩具难度高多了。龙昌玩具负责国内销售的负责人告诉《第一财经日报》记者，从立项到完工，拍摄《高铁英雄》耗时近两年。现在这部耗费了大量心血和资金的动画片正在炫动、金鹰、卡酷、优漫、嘉佳等五大卡通卫视播出。

为何一家玩具厂要耗资近千万拍摄一部动画片？初看起来，这并不是件赚钱的事。上述负责人透露，他们已经花 2000 万元备好一批《高铁英雄》的玩具产品，希望随着动画片的播放而大卖，目标是卖出 5000 万元。1000 万元拍摄，2000 万元生产，卖出 5000 万元，仅赚 2000 万元？这还没刨去电视台播放的费用。显然





投资回报的账不是这么算的，龙昌玩具已经摸清了文化产业的道道，他们要赚的是版权费用。“你知道喜洋洋灰太狼吧？你看到的每一只灰太狼都要给他们的制作方付费。我们赚的是这个钱。”上述负责人说。

这是东莞制造企业转型的一个典型。经济环境迫使这些传统的生产企业发生改变，他们或者调整市场，从外销转为内销，以龙昌游戏为例，尽管他们的外销依然占据总销售额的8成，但内销也已成长到2成；或者削减成本，龙昌游戏最多时拥有8000名员工，现在削减为不到5000人，那3000人的工作量被机械手臂和自动化取代；或者往上下游产业链或相关产业发展。

电商助力中小企业

拓展内销最关键的一是品牌，二是渠道。这是这些曾经专注于加工贸易的企业们的短板。另一些致力于弥补这些短板的企业应运而生，比如各类电商平台。

加博汇电商平台就是这样的产物。东莞市副市长贺宇曾如此介绍加博汇的诞生：由于东莞的加工贸易企业大多数是中小型的，资金实力不足，很多也不愿意在电子商务上投入太多，因此东莞市政府打算办一个网上加博会，目前已有几百家企业加入这个线上平台。

东莞市电子商务协会会长修细毅曾表示，尽管东莞企业在电子商务方面的应用比例较高，估计达到八成，有很多企业在淘宝等平台开了店，但整体营销水平不高。

加博汇电商平台自前年开始运作。他们开发了一个名为“加盈掌柜”的电商分销平台。这个电商平台依托加博会聚集的加贸企业优质货源，专门面向高小学生用户群体，通过移动网络、手机客户端及微信朋友圈社交分享功能而实现销售。

目前，加盈掌柜已经拥有28万注册掌柜，日均销售额接近50万元，供应商数量达到375家，产品数量达到10259款。为了做大平台，加盈掌柜尽可能让利给注册的掌柜们，目前还未实现盈利。

来自广东科技学院的周惠鸿是掌柜之一。他们通过各种营销活动使周边同学成为他们的客户，比如前段时间柴静的《穹顶之下》纪录片被朋友圈刷屏之时，他们适时推出了空气净化器的销售。他们并不需要担心货源，因为各类供应商已经在加博汇平台上等候。他们仅仅需要将这些质量不错但品牌尚待推广的产品推送给身边的同学。

这对于广东许多中小型的制造企业来说也是个不错的平台。前段时间的明星产品是“张小盒”的杯子和“雅丽洁”的面膜，这两个来自广州的品牌或许不算有名，但4月份在加盈掌柜的销量已经分别达到82万和102万。



“五个转变”培育外贸新优势： 电商和“一带一路”结合

对于外贸从业者来说,2015年的春天是寒冷的。

刚刚公布的外贸数据显示,4月份我国进出口总值1.96万亿元人民币,下降10.9%。其中,出口为1.08万亿元,同比下降6.2%,虽然降幅较3月份收窄8.4个百分点,但仍低于预期;进口8739亿元,下降16.1%。

针对外贸形势的重重压力,5月12日,国务院印发《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》(以下简称《意见》)提出,我国将通过大力推动外贸结构调整、加快提升对外贸易国际竞争力、全面提升与“一带一路”沿线国家经贸合作水平,努力构建互利共赢的国际合作新格局。

商务部研究院专家在接受《每日经济新闻》记者采访时表示,《意见》从国家层面指出方向,因势利导地对

企业给予鼓励,也是对各地政府外贸工作的一种督促。

“五个转变”培育“新优势”

自2012年起,我国外贸数据已经连续三年未能达到年初目标。在中国经济步入“三期叠加”的新常态后,经济增长动能的青黄不接,在外贸领域表现尤其明显。

为了在激烈的竞争中保持领先地位,《意见》认为必须适应新形势新要求,努力巩固外贸传统优势,加快培育竞争新优势,继续发挥出口对经济发展的重要作用。“新优势”是什么呢?《意见》认为,推动我国外贸转变,需要实现“五个转变”:一是推动出口由货物为主向货物、服务、技术、资本输出相结合转变;二是推动竞争优势由价格优势为主向技术、品牌、质量、服务为核心的综合竞争优势转变;三是推动增长动力由要素驱动为主向创新驱动转变;四是推动营商环境由政策引导为主向制度规范和营造法治化国际化营商环境转变;五是推动全球经济治理地位由遵守、适应国际经贸规则为主向主动参与国际经贸规则制订转变。

《意见》指出,今后一段时期,外贸发展既面临重要机遇期,出口竞争优势依然存在,也面临严峻挑战,传统竞争优势明显削弱,新的竞争优势尚未形成。

“一带一路”促市场多元化

在全球经济增长放缓的大背景下,欧、美、日等中国的传统贸易伙伴需求不旺,成为掣肘我国外贸快速增长





的重要因素。《意见》提出,在深耕美、欧、日等传统市场的同时,还将加大拉美、非洲等新兴市场开拓力度,综合考虑经济规模、发展速度、资源禀赋、风险程度等因素,选择若干个新兴市场重点开拓,逐步提高新兴市场在我国外贸中的比重。

数据显示,今年一季度我国进出口总值同比下降6%,但值得注意的是,我国与“一带一路”沿线国家和地区的出口总量增长速度超过10%,高出同期出口总体增速5.5个百分点,成为外贸整体下行中的亮点。

在丰富出口市场的过程中,“一带一路”沿线国家也将成为重点。《意见》明确,要全面提升与“一带一路”沿线国家经贸合作水平,首先将深化贸易合作。

针对“一带一路”沿线国家基础设施较为落后的现状,《意见》提出,在稳定劳动密集型产品等优势产品对沿线国家出口的同时,抓住沿线国家基础设施建设机遇,带动大型成套设备及技术、标准、服务出口,同时顺应沿线国家产业转型升级趋势,加快机电产品和高技术产品出口。

李健分析,“一带一路”沿线的大多数国家经济发展水平较为落后,对基础设施建设需求很大,而我国在基建领域优势明显,在国家及大型项目的推动下,对国内产能可以形成疏导。

李健特别提醒国内的企业家们需要特别注意的

是,企业需要积极地了解这些市场,主动适应对方市场需求,调整自身产能,才能在“一带一路”建设中分到一杯羹。“过去我们利用外资,现在我们成了外资。”李健认为,中国在货物贸易领域积累了大量经验,在轻工纺织、食品加工等行业具备比较优势。在国内要素优势逐渐削弱的情况下,向“一带一路”沿线国家转移,不仅可以重新获得发展机遇,也可以带动当地经济发展,实现共赢。

2020 年形成外贸新优势

《意见》提出,我国要推进贸易强国进程,力争到2020年,外贸传统优势进一步巩固,竞争新优势培育取得实质性进展。

专家认为,《意见》是指导今后一段时期我国外贸稳增长、转方式、调结构的纲领性文件,表明我国正在推动外贸竞争优势由价格优势为主向技术、品牌、质量、服务为核心的综合竞争优势转变。

“中国曾是‘世界工厂’‘制造大国’,但是在新的国际环境和国内发展条件发生重大变化的背景下,我国的价格竞争优势正在弱化,低档产品订单向外转移。”商务部国际贸易经济合作研究院研究员李健说。总体上,未来我国外贸的价格竞争优势将继续存在,但以技术、品牌、质量、服务为核心的综合竞争新优势将成为我国外贸增量部分的重要增长点。

根据《意见》,我国要大力推动外贸由规模速度型向质量效益型转变,推动出口由货物为主向货物、服务、技术、资本输出相结合转变。

与此同时,中国政府也在鼓励电商走出去。在“一带一路”战略构想中占有重要地位的东南亚,很多人已经使用淘宝网从中国购买各种商品;反过来,也有很多人通过电子商务平台把各种东南亚的商品销售到中国市场。这样的买卖达到了双赢的结果,也促进物流等服务业的发展。

电商促进跨境贸易,也给东南亚的农户带来显而易见的改变。在缅甸,许多农户通过与中国电商进行合作,很多人把草房换成了砖房,摩托车和拖拉机也越来越多,新颖的边贸方式加快了他们脱贫致富的脚步。

股权众筹或解中小微企业融资难



由于融资渠道狭窄,我国中小微企业“融资难”问题一直难以解决。目前,在我国现在的金融体制下,通过银行间接融资依然是中小企业融资的主要途径,尽管自去年以来,央行两次降准,三次降息,但注入中小企业的资金还是有限,中小企业很难受益。

“中小微企业‘融资难、融资贵’的问题由来已久,很难解决,高大上的金融机构融资方式一直也没有解决。”在近日举行的股权众筹实务研讨会暨《股权众筹实务指南》新书发布会上,中国证券业协会原会长黄湘平这样说到。

“尽管过去半年,央行两次降准,三次降息,但是对于实体经济来说,企业所承受的资金利率已经上升到金融危机以来的最高点。”国务院发展研究中心金融研究所所长、研究员、中国证券投资基金年鉴编委会主任张承惠说,这种利率负担的加重,对于工业企业、制造业应该说构成了极大的压力。“随着经济增速的下行,企业经营环境在相当程度上是恶化的。一方面企业利润下滑,另一方面,利息负担上升,对企业来说构成了分红压力。”



有这样一组数据,今年一季度工业企业利润下降了2.7%。张承惠认为,按照平均贷款利率6.56来计算,企业今年需要支付大约5万亿元的利息。如果说按照实际利率水平来算可能要达到8万亿元,在2014年全年中国工业企业利润不到6.5万亿元。

“尽管中央政府采取了各种各样的措施。地方政府在解决企业“融资难、融资贵”,尤其是在前一段时期企业担保圈断裂所造成危机,政府做了很多努力。但是从现实情况来看,恐怕离问题的解决还有很远的距离。”张承惠说。

如何破解“融资难、融资贵”这一桎梏?在不少业内人士看来,股权众筹结合“互联网+”,或许是解决中小企业融资难的新途径。

在黄湘平看来,“股权众筹是解决中小微企业‘融



资难、融资贵’的最有效途径和方式。”股权众筹一是门槛低,二是效率高,三是形式多样,四是参与性广。并且能够突破地域与渠道的融资限制,为中小微企业和自主创业者提供了一种便捷高效的全新融资模式。

华融证券场外市场部总经理邱平也表示,私募股权众筹契合中国经济转型的发展需要,有利于集中解决中小企业“融资难、融资贵”的问题。通过众筹,企业一方面可以解决资金,另外一方面也可以推广品牌。

股权众筹发展迅速的同时,也面临着行业中出现的种种问题,比如法律风险、信用风险、操作风险、流动性风险、知识产权受侵害的风险等等。同时,还很容易踩到法律红线而被扣上“非法集资”的帽子。



如何破解这一系列难题?东吴证券高级经济学家黄琳告诉中华工商时报记者,《股权众筹实务指南》一书中也提出了六条监管的政策建议:一是要做好现有法律法规的修订;二是明确股权众筹的市场定位;三是要坚持适度监管和创新监管两边的平衡,探索负面清单的制度来守住底线;四是要加强投资者的保护,适度放款准入门槛;五是研究探索股权众筹的退出机制,提高流动性;六是政策要引导股权众筹平台向融资企业提供更多的服务。

黄湘平则建议,一是要加强股权众筹这一新生事物的理论研究,特别是我国诚信缺失下众筹模式的特点、特色;二是要严格自律;三是要坚决打击违法违规行为。

而在邱平看来,应进一步探讨或者明确股权众筹业务发展的方向,同时配套相应的股权众筹领域相关的法律法规,包括登记托管和交易基础性的制度,并加快诚信体系建设,加强项目投后的管理。

“有人说2015年是股权众筹的元年,我们不能输在起跑线上,让那些在众筹行业的害群之马必须严查严惩,为股权众筹行业规范发展创造一个良好的生态环境。”黄湘平说。



省商会组织企业东赴日本考察



以省玩具和婴童用品商会常务副会长王杰为领队，秘书长王根生为副领队的赴日旅游考察团一行 22 人，7 月 3 日—9 日，在日本大阪、名古屋—伊豆半岛、富士山、京都、东京等地进行了为期 7 天的旅游考察活动。

在日本旅游考察期间，旅游考察团一行浏览了大阪城公园、金阁寺、名古屋—伊豆半岛的修善寺、净莲瀑布、大室山、富士山、忍野八海、皇居广场·二重桥、浅草观音寺等日本著名景点，并与正在日本参加东京玩具婴童展的省商会会长梅萌会合，考察了东京玩具婴童展览会。

在日本旅游考察期间，大家收获满满。不尽是去日本扫货，更是体验了一回日本人的文明素质和日本的国民文化。大家感受最深的还是日本人的精明和能干：工作时的玩命和工作之余的放纵；各家各户精心培育的庭院花园；待人接客时的热心、细心、耐心等等，在工作、生活细节中无处不在，充分体现了日本人的文明、精明。

大家印象最深的是还是日本人的立体绿化。在日

本，环保概念深入每个人的脑海，营造环境、美化环境、维护环境成为每个人心中必须遵守的潜规则，不需要政府监督。据了解，日本国家没有统一的绿化政策法规，都是各县市自行制定政策法规，但新建建筑必须实行立体绿化，不分建筑面积大小。我们旅游考察团所到之处看到的新老建筑，家家都是庭院式花园住宅，处处都是绿山清水，城市绿化没有空白。

在日本考察期间，考察团成员尊老爱幼，相互关心，互相帮助，时时提醒注意事项。为方便联络和管理，还建立了所有成员的微信群。副会长昆山海进机械有限公司总经理张月勤看到大家旅途劳顿，十分辛苦，主动邀请大家聚餐，常务理事张家港市泾东针织毛绒有限公司总经理黄茂荣主动为大家最后一顿自理买单，让所有旅游考察团成员感受到商会大家庭的温暖。

7 月 9 日，在商会各位领导的关心、关注下，省商会日本旅游考察团一行圆满结束了在日本的行程，顺利、平安、高兴地回到了祖国。省商会日本旅游考察活动取得圆满成功。



省工商联举办第五期“周末大讲堂”

5月29日下午,省工商联在省委统战部会议室举办了第五期“周末大讲堂”。由省工商联副主席、苏宁云商集团有限公司副董事长孙为民为省委统战部机关、省工商联各处室和省直属行业商会人员40余人作了题为《深度融合创新发展 打造互联网零售新模式》的讲座。省工商联党组书记、副主席桂德祥主持,省委统战部副部长、省工商联党组书记杨勇参加了讲座。

孙为民和大家分享了苏宁公司从1990年成立至今25年来所经历的两次大转型的经历,并重点介绍了第二次转型——苏宁互联网转型攻坚战的历程。

他说,1999年,苏宁毅然决然的砍掉了占苏宁90%业绩的空调批发业务,转向全国连锁经营,迎来了纵横捭阖的新时代;十年之后的2009年,苏宁易购上线,开启了O2O变革之路,苏宁转型为互联网零售商,成为传统企业转型互联网的标杆。我们从来就是在走自己的路,苏宁的定位就是零售商,在90年代我们是专业零售商,在过去的十几年我们是综合连锁零售商,

现在我们是互联网零售商,在未来我们可能还会是某某零售商。在苏宁整个成长、发展的历程中,始终坚持创新发展,当互联网时代来临时,苏宁顺势而为,积极拥抱互联网。

孙为民还谈了自己对互联网的理解,他说,在我们看来,互联网就是技术,就是工具,互联网和零售业不是替代关系,而是深度整合关系。经过六年的探索,苏宁运用互联网工具,改造实体零售,打造互联网新苏宁,成功打造出了“一体、两翼、三云、四端”的互联网零售模式。讲到这里孙为民感叹道,回望苏宁的转型之路,变革不仅需要勇气,还需要坚定地意志,在转型的关键时刻,还需要独断专行的气魄和壮士断腕的决心。

持续了2个多小时的讲座,在大家热烈的掌声中结束。参会人员认为这次“周末大讲堂”活动为大家提供了一个民营企业转型升级的样本,苏宁作为我省龙头型的民营企业,取得的经验和面临的问题使大家深受教育。

商会秘书处走访 梦宝贝、万祥、龙珂等会员企业



走访梦宝贝



走访万祥



走访龙珂

7月15日,正值入伏。冒着高温,商会秘书长王根生带领办公室主任朱兰和秘书吴艳红前往江阴实地考察,走访了无锡梦宝贝儿童用品有限公司、江阴万祥工艺制品有限公司和江阴市龙珂塑料电子有限公司等会员企业。

上午,秘书处一行首先来到了商会理事单位——无锡梦宝贝儿童用品有限公司(该企业专业设计、生产童床、童车),受到了“梦宝贝”总经理钱峰的热烈欢迎。在钱总的办公室里,商会秘书长王根生与钱总就企业生产经营情况、ICTI验厂等进行了沟通交流。钱总介绍说,今年的订单不尽如人意。今年是梦宝贝转型升级关键的一年,我们通过引进经营管理人才、开发新产品、开拓新市场努力给企业注入新的活力和创新能力;同时我们拒绝了不少低端产品的订单,希望提高自主创新和培育自主品牌、替代低端产能、实现产品档次升级换代。钱总说,将努力加快电商销售,争取内外销二条腿走路,实现产品产能的转型升级。

下午,钱总还随秘书处一行先后拜访了同在江阴的另外两家入会不久的理事单位——江阴万祥工艺制品有限公司和江阴市龙珂塑料电子有限公司。在这两家企业负责人的陪同下,参观了企业的生产线。在江阴龙珂王方华总经理宽敞整洁的办公室里,商会江阴地区的三家企业的负责人和秘书处人员进行了亲切座谈,企业家们就各自企业的实际情况和对国际市场行情的看法、企业在转型升级过程中遇到的问题、ICTI验厂及电商的运营管理等方面进行了深入的交流。大家普遍认为减少或拒绝低端产能订单,提高企业自主创新能力,培育自主品牌,提高产品的质量和附加值,应该是企业转型升级的出路。

座谈会气氛融洽,企业家们感谢省商会把本来同在一个地区却互不相识的同会企业召集到了一起交流、学习,取长补短,并希望商会领导多到企业走走,多做沟通交流,提升商会影响力和相互合作的空间。



日本位于亚洲大陆东边的太平洋上。整个国家由四个主要岛屿组成,在这四个岛屿的周围还分布着 4000 多个小岛。日本的国土面积大致相当于德国和瑞士两个国家面积的总和。日本海岸线复杂多变、火山众多峡谷深邃。境内山地崎岖、河谷交错,山地面积占 80%,全国森林覆盖率达 66%。地热和渔业资源丰富。日本矿藏资源极为匮乏,绝大部分工业原料和燃料都依赖进口,但它却是世界经济大国,其工业和国民经济生产总值均居世界前列,农业单位面积产量很高。日本是一个地势多变、水力资源丰富的国家,那里有山中积雪的湖泊、怪石嶙峋的峡谷、湍急的河流、峻峭的山峰、雄伟的瀑布以及大大小小的温泉,由此构成了优美壮丽的景色。按照年度计划 7 月 3 日-9 日省商会组织部分玩具企业赴日本旅游考察,饱览日本美丽风景,领略日本人文地理,考察日本东京玩具婴童展。

7 月 3 日下午 5:30,旅游考察团一行踏上日本国土,来到日本第二大城市——大阪的关西国际机场。机场是以人工填海构筑完成,在海中突出如孤岛,其超现实的建筑如机翼轻飘的形状。在关西机场附近的一家旅馆安顿好,已是晚上 9 点多了。



7月4日早晨8:00, 旅游考察团一行驱车浏览日本的第一站大阪城公园。大阪城公园是日本名将丰臣秀吉1586年所建, 整个城堡围墙由雄伟的石墙砌造而成, 大阪城公园内城中央耸立着大阪城的主体建筑天守阁, 巍峨宏伟, 镶铜镀金, 十分壮观。是大阪的代表性建筑。



这是本日的又一著名景点金阁寺。金阁寺建于公元1397年, 原为幕府将军足利义满的别墅, 称为北山殿, 后改为佛寺, 初名鹿苑寺。由于外表贴金, 故又称金阁寺。金阁寺1950年遭火灾, 几近焚毁。后于1955年重修。金阁寺耸立在镜湖池水之中, 呈四方形, 红枫与金阁合为一体, 堪称一绝。



祇园·花见小路, 是日本艺妓风情一条街, 在这里看到了各式各样的艺妓, 它还是电影《艺妓回忆录》的拍摄场景, 街道两边还有各国风味的餐厅。



八坂神社, 位于京都的八坂神社是全日本三千八坂神社之总社。日本三大节庆之一的祇国祭, 每年七月在这里举行, 境内建筑物有本殿、舞殿、石鸟居、美御前社、楼门等, 因民间传统八坂神社能解除灾厄, 很受众人的信仰。



7月5日一大早,旅游考察团一行马不停蹄,继续在日本的游览行程。濛濛细雨中旅游大巴经过数个小时的行程,来到了名古屋·伊豆半岛。

这是修善寺。相传807年(大同2年)空海和尚创建的寺庙,8世纪的高僧弘法大师用佛锥敲打岩石时温泉水从岩石中涌出而得其名,它也是修善寺温泉的发祥地。



净莲瀑布,是河津川的七个瀑布的总称,在日本堪称最大,最雄伟的瀑布,被日本立为文化遗产。想想中国的壶口瀑布、庐山瀑布、这里的瀑布简直是小巫见大巫。



大室山,坐缆车上大室山。静冈县伊东市标高580米,被指定为国天然纪念物。伊豆半岛东侧的大室山,与富士山有着异曲同工之妙,两者都是圆锥型体,从外观看去像是画里才会出现的奇妙山丘。它是火山喷发后的碎屑物堆积而成,是日本火山碎石丘的代表。山顶中央是凹陷30米深的火山口,山型优美。可惜正值雨季,大室山封山,我们只能在山脚下一览她的美姿了。



7月6日晨8:00,在叫醒了仍在睡梦中的几名幼儿之后,我们向着日本最著名的景点富士山进发。在瓢泼的大雨中,旅游大巴前行了三个多小时,赶到了仍在大雨中的富士山五合目(半山腰)。



忍野八海,是日本山梨县山中湖和河口湖之间忍野村的涌泉群。因为错落有致地散布着八个清泉,“忍野八海”故而得名且名扬四方。据说忍野八海在 1200 年前就有了,是富士山融化的雪水流经地层过滤而成的八个清澈的淡泉水,忍野八海的平均水温约 13 度,水质清冽甘甜,被誉为日本“九寨沟”,是国家指定的自然风景区,1985 年入选“日本名水百选”,新富岳百景之一。



7月7日,从富士山到东京,大约需要4个小时的路程,整个上午我们都是在大巴上度过的。时间太长,没办法,只好在车上玩起了攒蛋。



下午二点多钟,终于到达了东京,我们来到了久负盛名的日本皇居—皇居广场。二重桥,只能在外围看看,皇宫肯定是进不去的。

现在的皇居,据说最早为太田道灌始建于 1457 年的江户城,充满江户遗风。现在是日本裕仁天皇的官邸,游客们只能在外苑拍照留念。虽历史沉浮,但绿阴簇拥,城墙与护城河围绕的皇居,往昔风貌依旧。



7月8日,实际上是我们日本的最后一天的行程,一整天,我们都在东京城的景点游览。

这是浅草观音寺,为日本观音寺总堂,相传在古天皇36年3月18日,SUMIDA川的三位渔民在出海捕鱼时,看到观音显现,并建立浅草寺来供奉观音。



这是晴空塔,在浅草寺观看天空树是最佳位置。此塔由著名设计师安藤忠雄同雕刻家澄川喜一联袂设计,其高度为634米,于2011年11月17日获得吉尼斯世界纪录认证为“世界第一高塔”,成为全世界最高的自立式电波塔。



东京玩具婴童展是我们此行的最后一站。世界各地的婴童用品精品荟萃一堂。考察团一行在繁华热闹的展厅学习参观。



坐上返回祖国的班机,省商会日本旅游考察的行程结束了。在此次旅游考察活动中,大家心中感受连连:号称四星级的酒店让我们领略到的房间是小到逼仄的鸡笼子,真心“豪华”的让人流泪啊;日本的饮食文化看似丰富多彩,但还是让我们这帮大老爷们吃不饱、不过瘾,乃至于仍要自己加餐;日本的汽车保有量世界最密集,井然有序的交通让我们没有看到一次堵车;日本的温泉浴已经没有日本味了,好像专为中国人设计,全转为室内的了;日本的高速公路没有水泥沙石,全部是钢柱、钢板,只需要用螺丝上上就可以了,高速公路不仅全封闭,上面还架着吸收车尾气的吸烟器;所经之处,处处绿水青山,风景如画;被绿色的方块稻田包围着的别具风格的农家小楼让人感觉到日本人的富有;每次看到抽烟的日本人手上拿着小瓶子装着烟灰、烟蒂时,感觉到日本人真的很自觉;在日本游玩你不用担心语言不通,不管是奥特莱斯,还是银座,服务员中都有中国人为你服务,让我们以为自己是到了中国的另一个城市,偶尔碰到一个日本服务员,她也会不厌其烦地为你指引、介绍或者帮你打电话、带路,热心地让你感激涕淋;在日本你最好不要吃饭,否则,二天的工资就没有了;在日本你不用担心买到假货,不要说卖假货,就是用假货都违法,所有的商品都有品牌,尽管很多商品都是中国制造。还有……还有……就不一一细说了,国人最好自己体验一把,不一样的异国风情。

这么看来,日本真的非常可怕!

地理距离上,我们离日本很近。但在内心,却无限遥远。

虽然你在日本的大街上可以看懂很多汉字,但你根本听不懂日本人在讲什么,他也听不懂你讲什么,所以我们交流还得用英文,一个中国人和一个日本人在日本土地上讲英文,就像鸡同鸭讲,很滑稽的一个场面。

为什么中日民众的心理具体比美国还要遥远?因为他们在心理上已经脱亚入欧,而我们在和日本人交往时,因为两国的特殊的历史和恩怨,交往比和美国人交往还要有障碍。

真是一声叹息!

干净背后的力量

去日本最大的感受就是两个字:干净!比美国还要干净!花儿朵朵软件的马总去过基本所有的欧美的唐人街,发现日本的唐人街最干净。

日本不仅仅是大城市的主干道干净,连小街小巷都特别干净。

在日本,你看不到有人砍树,他们国内的树是绝对不能砍的。我在日本就没有看见裸露的土地,全部要么是柏油路,要么是草地。

你在大城市最大的感受就是,空气中没有灰尘,连他们的墙面和玻璃都是特别干净,汽车也很多,但是没有尾气,更见不到冒黑烟的车。

在东京三天,我们基本没有遇到塞车,我问导游为什么?导游说:在日本周一到周五,一般的人甚至是老板,都不开私家车上班,全部坐铁路和地铁上班,因为

时间绝对有保证。在街上跑的基本都是营业用车。

日本的公共交通极其发达,日本的第一条新干线建成于1964年东京奥运会,到今天都运行得非常好,今天日本全国建成了覆盖全国的铁路新干线系统,效率非常高,他们的铁路像公交一样运行,和地铁、公交接剥得非常好,转车很方便。

所以像中国这么一个国家发展私家车是非常坏的国策,你看像香港、新加坡都限制私家车,而中国却对私家车没有任何限制,为了一点眼前的GDP,牺牲中国的长期发展潜力。

难道日本仅仅就是比较干净吗?这干净背后难道真就那么容易吗?为什么我们做不到?因为我们没有公德心,所以我们乱扔垃圾。为什么我们乱扔垃圾?因为我们的眼睛里能容忍脏,为什么我们的眼睛能容忍脏,因为我们的灵魂能容忍脏。

干净代表一个习惯,一种追求。广岛亚运会,开幕式结束时,全世界的人发现,几十万人日本人退场后,在体育场里,居然没有发现一张丢掉的废纸!是不是可怕的日本人?

再给你们讲一个朋友的故事,他在日本三菱重工工作,卖印刷机给大陆的印刷厂,他有一次带一个国内一个印刷做的比较大的老板去日本参观,这个老板也做得比较大,发展得很快,有点志得意满。

参观时,日本人让这个老板进印刷厂前把鞋脱了,当 he 从印刷厂出来,发现白色的袜子居然还是白色的,整个印刷厂全部是自动化生产,就没有几个工人。这和国内印刷厂环境是天壤之别。当这个老板回国后,到处

都在讲这个故事,这件事给他极大的震撼。

我就在想:为什么干净这么简单的事我们都做不好?

后来我终于明白了:

我们的幼儿园不干净,小学肯定干净不了,小学不干净,中学干净不了,中学不干净,大学干净不了。宿舍之脏、之臭,实在是让人至今难忘,我就明白:我们这些人走上社会,社会也干净不了。

地铁里可怕的皮鞋声

我们住在东京厅附近的京王酒店,附近就有一个很大的地铁交换站,你早上来到这个地铁站,你看见洪水般的但有序的人流,但是基本没有人讲话,更没有人高声讲手机,你只能听见可怕的皮鞋声。

日本人做事是以不给别人添麻烦、不影响别人为原则,这已经成为他们灵魂深处的东西,已经完全内化了。

我们的孔子所讲的“己所不欲勿施于人”,也仅仅是在嘴上讲讲而已,我们的五讲四美三热爱,也不过是写在墙上而已。我们都是一群只会说,不会做的人,或者做也是做不到位的人,或做事打折扣的人,或者“说”是专门用来骗人的。

日本的教育和我们有什么区别?

日本人特别重视幼儿期的教育,所以很多母亲生了孩子之后辞掉工作全职带孩子,为什么?因为他们认为孩子三岁前是幼苗期,特别重要(中国也有一句古话:三岁看大,七岁看老),一旦孩子的成长出现问题,特别难修正。

而且日本人认为:让男人工作更勤勉一些,强度更大一些,收入更高一些,让母亲回归家庭,等孩子3岁后再上班,对社会效率没有任何影响,但对下一代的成长特别有利。

另外他们对孩子培养的一个原则就是:七分饱、七分暖。他们基本不让孩子吃得太饱,也不怕孩子穿得太少,秋天孩子穿个单衣在外面玩水他们也不怕孩子受凉,所以你在日本基本看不到胖子。

另外,孩子生病一般不像中国一样动不动打吊针,他们认为孩子有很强的自愈能力。

日本人均寿命是全世界第一,这也说明日本人卫生条件、医疗条件、生态环境、饮食习惯、体育运动都做的很好。

另外,我感觉日本的学校特别重视校服,他们的校服也特别漂亮,式样很多,做工很好,我问他们为什么这么重视校服?他们的回答让你耳目一新:

一个人穿上制服,就是要告诉它:永远不要忘记自己的身份。任何一个人穿制服干坏事内心总有一种不安。

另外,日本人让人吃惊得就是,每个家庭都有家庭记账本,家庭主妇不记账是不可想象的事。

我记得在超市买东西,收银员一定问的一个问题是:是打印一张单吗?因为日本家庭主妇很多时候在超市买东西是分单打印的,以方便记账。

比如文具归文具、书籍归书籍、食品归食品,这样她们每个月就能做统计,家庭理财的概念在他们很小的时候就在培养。

另外,日本还有一个有趣的现象就是,女人回归家庭,但是男人的钱袋却归女人掌控。每个月,女人给男人一些零花钱,但男人还有一些加班费可以做私房钱。

没有比敬业更好的爱国主义

在日本接受日本人最多的就是日本人的鞠躬,据统计,一个日本百货公司的电梯口的迎宾员,一天要鞠2500个恭。

我作为一个企业的管理者,就非常明白,要天天这么鞠躬多么不容易,支撑他们这么常年累月做的是他们视敬业为天职的理念。

比如我明天下一个命令,公司的保安明天开始给上班的客户鞠躬,明天他们可能能做到100%,后天他们可能就打95折,大后天他们打90折,最后不了了之。

我有一句口头禅:没有比敬业更好的爱国主义。

一个老师,爱你的学生,这就是爱国;

一个编辑,出没有校对差错的书籍,这就是爱国;

一个警察,保一方平安,把本职工作做好,这就是爱国。

我最反对的一句口号就是:有困难找警察。这其实是一句很不负责任、也做不到的话,这话是一些政客做

宣传用，给一线警察添了无数的和本职工作无关的麻烦；

一个清洁工，把它负责的地方搞得干干净净，就是爱国。

在网上做一个爱国主义者，不用付出成本和代价，太容易了。我要问他一句：你本职工作怎么样？这是分辨一个真正爱国主义者的放大镜。

我们离日本有多远？

很多没有去过日本的朋友问我：我们的经济发展水平到底离日本有多远？

我就反问他：中国足球队离欧美强队有多远？

他就说：就单个队员技战术水平、体能来讲，好像水平很近，但整个队一旦上场打起来又好像差很远。因为：你根本就没有赢的机会。

我说：你这就讲对了，中国和欧美、日本等发达国家的发展水平差距，就好像中国足球队和欧美强队的距离，感觉差不远，但实际差很远。因为人家已经霸住位了，你要接近还容易，你要超越很难。

我们的生活水平上去了，生活品质没有上去，我们的生活品质上去了，生活品位没有上去。

我当时就讲了一个例子：中国很多老板也能买奔驰车当座驾，但是永远不要忘了，坐奔驰的民族和造奔驰的民族绝对是两个完全不同的民族。

你有 100 多万人民币你就能买一架奔驰 S320，但你要造出同样价格性能比的奔驰车来，投资 100 亿下去，却未必能。

我这次也特意参观松下研究院，发现中国制造的一些幻觉。

很多商品背后印有 Made in

China，但其实是很多是组装在中国，设计不在中国，品牌不在中国、核心元器件不在中国、制造工具、机床不在中国，市场渠道不控制在中国，还有，很多精密制造也不在中国，更不控制在中国人手上。

我参观了日本出版业最大的一家中盘，东贩的物流中心，他们的配货差错率居然控制在万分之二以内，这个差错率相当于：你在一本新华字典里找到一个错字。

日本真正强大不在于我们前台所看到的東西，而在于他们的后台，以及这些能设计这些后台的高素质的人才！

心态决定未来

你要知道，日本的人口是 1.28 亿，中国是 13 亿，中国是日本的 10 倍，而国土面积，中国是日本的 26 倍。但是中国的国土有 40% 是不可用国土，而日本就没有沙漠，而且海岸线很长，海洋经济区域大，海产品极其丰富。所以从人均占有资源上来讲，我们并不比日本有优势。

我这篇文章写得特别艰难，因为你要写日本民族很多值得我们学习的地方，要说很多我们民族的很多劣根性，而且这些劣根性存在我们任何一个人包括我自己的灵魂深处和下意识的思维中。

我曾在我公司内部就这个题目作过一次演讲，已经引起抗日青年的激动，而后又在一家教育出版社做过一次，他们脸上好像没有什么反应（你这不是长敌人的威风灭自己的志气？）让我不敢深入讲下去而转向企业敬业精神，结果让我这次演讲有些逻辑混乱，主题不突出。

一个人要否定自己而后自新自强都很难，何况一个有着 5000 年历史一直以大中华自居的民族。强者永远是霸道的，你为了超越他们，你就不得不忍受他们的霸道，就像韩信要受胯下之辱一样。

我们一定要虚心，我们曾经是日本的老师，但今天他们是我们的老师，所以我们的态度要归零，一定要把大中华、小日本两个概念先去掉，这样才学的快，超越的快。

我们在说别人长处和我们短处的时候，并不表示我们自卑，而是表达我们的自信和自强。

祖上的光荣不讲或少讲一些也并不表示它不存在，而且一个民族的自信也不能建立在祖上的光荣上。

我们不自卑，也不自负，我们脚踏实地，虚心学习，勇于创新。

我们今天的心态决定我们的未来。

刚刚从日本回来，同样的遭遇，同样的见闻，同样的感觉，元芳，你怎么看？

（梅萌转摘）

检验检测市场 8 月起开放

近日,国家质检总局、国家认监委正式公布了新修订的《检验检测机构资质认定管理办法》(下简称《办法》),并定于今年8月1日起正式实施,现行的《实验室和检查机构资质认定管理办法》同时予以废止。

由于玩具的消费群体主要是缺乏自我保护能力的儿童,所以产品质量与安全问题尤其重要。为此,各国都制定了严格的玩具安全法规及配套测试方式。例如我国的GB6675和玩具3C、欧盟的EN71、美国的ASTMF963、日本的ST等。可以说,检验检测是玩具厂商必经的一个门槛,检验检测费用、服务水平与玩具厂商息息相关。

与之前的管理条例相比,《办法》最大的亮点是“开放”。这顺应了中共十八大以来国家行政体制改革、向服务型政府转变的大方向。简政放权,积极依靠市场机制调节经济活动。例如,其中明确规定,凡是依法成立并能够承担相应法律责任的法人或其他组织,包括合法的企业法人分支机构、特殊普通合伙企业、民办非企业单位等,均可申请资质认定。取消了在华设立外资检验检测机构的外方投资者应当具有3年以上检验检测从业经历的限制,鼓励社会力量进入检验检测市场参与竞争,打破部门、行业和地域的垄断。在此新规下,有实力的大型玩具企业的产品质量检验室也可升级为检测机构,节省产品开发时间及降低检测成本。

《办法》还明确了要简化资质许可评审环节和内

容,减轻检验检测机构负担。对于不同类型的资质许可项目将进行优化整合,实行“一次受理,一次评审、一次许可决定”。原有资质认定证书有效期由之前的3年延长为6年,合理减少评审频次。

笔者认为,检验检测市场放宽准入限制,令更多的主体有机会参与公平竞争,有着十分积极的意义。因为良性竞争能激发活力,促进发展。借用著名的“鲶鱼效应”概念——将一条以鱼为主要食物的鲶鱼放入装满沙丁鱼的鱼舱中,逼得沙丁鱼四处躲避,加速游动,从而改变了运输途中沉闷、窒息、死亡的结局。

据权威部门有关人士透露,检验检测市场准入限制放宽后,下一步将会开放价格,“去行政化”、“让市场说话”。

市场全面开放后,政府有关部门面临的最大挑战将是如何加强事中事后监管,促使市场真正朝着良性而非恶性竞争的方面发展。这有多种办法,例如建立检验检测机构诚信档案,实施分类监管制度;建立资质认定信息公开制度,方便公众查询和社会监督;建立告诫制度,及时发现问题、纠正问题;强化检验检测活动主体的法律责任制度,等等。

作为检验检测机构的服务对象,相信企业乐见检验检测市场的改革,期盼能享受到更优的价格、更好的服务、更可靠的结果。



陷入“非创新性”转型陷阱

中国在过去 20 年崛起为世界工厂在很大程度上有赖于其小型制造业城镇,在这些城镇有数百家、甚至数千家专门生产某种产品的中小企业,同时源源不断的廉价农民工也为这些工厂提供了支持。在中国制造业转型升级的过程中,这些中小企业首当其冲。随着需求放缓、劳动力成本日益上升和产能过剩,经营面临巨大压力。根据外媒最近对中国 13 个城镇的 48 位中小工厂企业主展开调查,其中一半以上(55.6%)的工厂企业主表示他们今年第一季度收入没有增长或者出现下滑。利润增长也出现停滞。这使得工厂企业主们将调整业务作为重中之重,四分之三的受访者(7.8%)在过去两年里进入了新的业务领域。尽管一些工厂将业务延伸至本行业的上下游,但其他工厂则进入了全新的领域。近三分之一的受访者(28.9%)投资于其核心业务以外的新领域,还有 4.4%的受访者完全退出过去的业务,

转向新的行业。但是问题在于虽然进入到新的领域,但是一系列因素导致企业老板不愿投资于研发。技术工人短缺、借贷成本高企再加上知识产权保护不力让转型变得很艰难。40.5%的工厂企业主表示,知识产权保护不力是阻碍创新的头号因素,而认为获取信贷和技术工人短缺是阻碍创新头号因素的企业主比例均是 35.7%。从上述调查可以看出,尽管中国制造业中小企业已经认识到创新对他们的生存至关重要,并在行动中开始转型。但是受自身实力限制以及环境制约,这些中小企业在研发投入方面却“有心无力”。长此以往将陷入一种“非创新式”的转型陷阱,在进入新的领域后仍然难以获得竞争力。因为,为了切实推动转型,政府需要为中小企业创造更加良好的转型环境,加强人才培养、强化知识产权制度、打造开放性的公共研发平台等,提升中小企业的研发竞争力。

中国制造

走出去应形成“产品+服务”模式

工信部副部长刘利华在《求是》2015年第10期发表了题为《构筑中国制造走出去的新优势》的署名文章。文章称,新时期推进中国制造走出去,必须贯彻落实中央关于构建全方位对外开放新格局的总体部署,加快从低附加值产品出口向高附加值产品及配套零部件出口转变,从出口产品向输出“产品+服务”转变,从注重能源矿产领域投资向制造与能源资源并重转变,从企业单打独斗向战略协同转变,从企业“扎堆”竞争向拓展多元化市场转变,努力形成产品出口、对外投资和产能合作“三位一体”协同走出去的新格局。更加注重“产品+服务”走出去。围绕国内经济结构战略性调整,不断优化出口结构,提高与出口产品相关的技术指导、维修保养、性能升级等增值服务比重,由大量出口工业制成品向输出高附加值“产品+服务”转变。大力发展众创空间、互联网+金融、跨境电子商务等新业态,推动中国制造从低附加值的加工制造环节向高附加值的产品设计、仓储物流、融资服务等“微笑曲线”两端延伸,增强中国制造走出去的核心竞争力和抗风险能力。加快物联网、云计算、大数据等在制造企业

研发设计、生产制造、经营管理、销售服务等全流程的集成应用,发展基于互联网+的个性化定制、云制造等新型制造模式,促进从产品贸易向服务贸易的转变。加快建设标准统一、开放共享的海外售后服务体系,确保为全球客户提供便捷、完善的就近服务,提升“中国制造+中国服务”的国际竞争力。



下半年玩具市场展望 低开高走迎接多节点销售



今年上半年，玩具市场经历了一段淡静期后在六一儿童节期间迎来一波反弹，但是有业界人士指出，这波反弹不会马上拉动整体玩具市场回归上升趋势，他们认为下半年的市场行情或复制上半年的走势。北京永华嘉业科贸有限公司总经理马龙认为，7月过后市场会进入2个月左右的淡静期，到“十一”和“双十一”这两个节点，线下线上都将迎来销售高峰。记者采访发现，不同渠道的商家都已经谋划好下半年的发展大计，希望在淡静期做好铺垫夯实基础，为下一次玩具市场爆发做准备。

下半年业绩 还看“十一”“双十一”

进入下半年，法定假期相对上半年要少，但是从消费热点来看，“十一”黄金周和“双十一”这个电商购物节都不容忽视。不少商家预计，下半年的主要销售业绩会由这两个节点贡献。南京卫龙玩具商行总经理谢卫龙说：“去年的‘十一’黄金周，是线下渠道的销售最火





的时候,大型商业广场吸引大批消费者进场消费,也带动了进驻的玩具专柜和专卖店的销售。预计今年情况会比去年更好,因为商家组织线下活动的经验越来越丰富,形式更多样,刺激消费者购买的效果越来越好。在下半年消费热点减少的情况下,‘十一’黄金周会是实体商家们的主战场。”

线下看“十一”,线上则要看“双十一”。过去几年,由于电商平台集中发力促销,“双十一”从一个普通的日子演变成全民消费的购物节,淘宝、天猫每年在11月11日当天的销售额都在刷新纪录。陕西玩具魔方负责人杜俊涛告诉记者,作为电商平台销量最大的一天,“双十一”几乎所有电商的经销商都会参与。“尽管这一天的竞争非常激烈,大家都在拼低价,利润也越来越低甚至要亏本做买卖,但是由于销量情况影响商家在电商平台上的排名,我们必须得跟上。”值得庆幸的是,现在电商平台把一些集中优惠活动逐步分散。“下半年还有几个西方节日,如万圣节、感恩节、圣诞节等,预料电



商平台也会抓住这些节点组织促销优惠活动,给经销商更多赚钱的机会。”

各渠道商抓紧时机布新局

对于百货商超渠道的商家来说,今年市场情况出现好转,给予他们更大的信心。马龙告诉记者,下半年他们公司除继续做好目前代理的品牌外,自家打造的“旺旺龙”品牌产品将在8月左右推出市场,将进一步丰富产品线。也有一些经销商则希望通过品类合并,将玩具和其他婴童用品结合,提升整体平效。湖北富迪实业有限公司百货经营中心副总经理郭彩云认为,婴童用品目前的吸引力比玩具高,通过品类合并可以带动玩具专柜的人流,对提升玩具销量有一定帮助。

对于批发渠道的商家来说,经营的变化相对较小,



平时的工作也比较固定,因为看好下半年市场行情,有商家尝试开设更多零售店。深圳恒鑫达玩具有限公司总经理牛忠林告诉记者:“下半年会再开几家店,多做不同的产品。”尽管线下渠道目前行情还是一般,但牛忠林认为在市场没有显现太大风险的时候不能犹豫。“如果在实体店和网店的价格相差不多情况下,我想消费者还是愿意来实体店购买玩具,因为从消费者的角度看,实体店的产品更有保障。”

对于走电商渠道的经销商来说,目前,所花的费用未必比实体店低多少。广东华侨欧胜企业有限公司副总经理秦元春表示,玩具产品在网上已经饱和,不仅竞争激烈而且“潜规则”更多。因此,他认为经销商应该积极开拓移动端与O2O营销,在品牌及产品品质上更加严格地把控,这样才能在这渠道突出重围。

转自《中外玩具制造》



玩具进入幼儿园的秘诀

幼儿园是玩具渠道商重要的销售市场之一。通过探讨幼儿园玩教具的选择要求，帮助渠道商引进符合幼教市场需求的玩教具。

一线城市：玩教具功能性仍需提升

一线城市经济相对发达，玩教具的选择范围在品质、数量都占有很大优势。经调查，多家园长表示目前玩具市场基本能够满足办园采购需求，但功能开发上仍有欠缺，有待进一步提升。



1.提升户外玩具“一物多玩”功能。

“一物多玩”是指鼓励幼儿对同一种运动材料或运动器械进行材料组合、方位变换,创新丰富物品的不同玩法。很多幼儿园早已将“一物多玩”开发与设计作为阶段性研究重点,幼儿园园长也希望能够引进更多“一物多玩”的玩教具。

2.依照大中小班、细化玩教具适用年龄。

目前,市场上的玩教具年龄分类多为0-3岁、3-6岁、6-12岁,但是幼儿园是按照大班、中班、小班来进行划分(大班5-6岁、中班4-5岁、小班3-4岁),有些幼儿园在采购时很难区分玩具层次性,导致各年龄班的玩具无论在数量、种类还是结构上都大同小异。因此幼儿园希望玩具企业能够将玩教具针对幼儿园年龄进一步细分,不同玩教具适用年龄的差别更明确一些。

3.完善玩教具配套装备,便于拿取存放。

玩教具与玩具的差别不仅在于“教具”带有“教育”功能,还在于玩教具适用于教育机构。普通的玩具只需要包装盒或塑料包装即可,但玩教具会涉及存取和拿放,因此最好设计一款配套的存放盒,因此建议玩教具在设计时考虑这一点,方便幼儿园使用”。

4.开发多语种,适用于不同教育体系。

玩教具的配备多与幼儿园的教学体系相呼应。面对不同级别的幼儿园,玩教具应有针对性的开发设计。上海海富虹桥幼儿园表示,幼儿园在国内采购玩具并不多,部分玩具会从国外引进,主要因为幼儿园采用日语和英语教学,国内的益智玩具、语言类玩具不能满足幼儿园教育的需求。

二三线城市:注重安全“低结构”的玩教具

本次调查二三线城市幼儿园共五家,当问及市场

上已有的玩教具总体上能否满足幼儿园的需求时,无论是品质,还是选择范围,二线、三线城市多数幼儿园园长表示一般满足,有的甚至表示很难满足。

1.加强地方玩教具的安全性。

目前,二三线城市幼儿园多会面对资金有限、玩教具数量不足的问题。江苏省溧阳市书院巷幼儿园每年在玩具方面的投入大概在5万元,但其园长认为玩具市场不能充分满足自己需求,难以找到理想的玩教具。她表示,市场上一些玩教具很精美,但单价高,单价低

的玩具又会存在质量安全的问题。宁波市北仑区大碶街道中心幼儿园也表示幼儿园在玩具配备时最注重卫生、安全。

2.倾向选择“低结构”玩具。

据园长介绍,从构造复杂程度和使用功能大小的角度,幼儿园玩教具常被分成高结构玩具和低结构玩具两种。低结构玩具就是指结构简单、功能多元、可变性大、可操作性强,可以不断激发和保持幼儿探究的兴趣,满足幼儿采用多种玩法的需要。

3.科教类、角色扮演类需求紧俏。

幼儿园较为丰富和缺乏的玩教具调查结果显示,二、三线幼儿园玩教具配备较为丰富的玩教具是体育类、益智类、音乐类、建构类、沙水类和阅读类;而较为缺乏的玩教具则是科学类、数学类、语言类、角色/表演类。其中,科学类和角色/表演类呼声更高。

总结

无论是一线城市,抑或二三线城市,幼儿园园长认为好的玩具不在于外观有多精美,而是一种玩具最好能够有多种玩法,变化多样、耐玩,这样才能激发孩子的兴趣,充分发挥玩教具的价值。



2015 上半年 玩具出口增速超过 10%



据海关统计,2015 年上半年,我国进出口总值 11.53 万亿元人民币,比去年同期下降 6.9%。其中,出口 6.57 万亿元,增长 0.9%;进口 4.96 万亿元,下降 15.5%;贸易顺差 1.61 万亿元,扩大 1.5 倍。

具体情况有以下几个方面

1. 贸易方式结构不断优化:一般贸易出口显著增长。

上半年,我国一般贸易进出口 6.38 万亿元,下降 6.3%,占进出口总值的 55.3%,较去年同期提升 0.4 个

百分点。其中,一般贸易出口增长 6.3%,快于总体出口增速 5.4 个百分点。

2. 贸易伙伴多元化取得明显成效:对新兴市场和部分“一带一路”沿线国家出口增势良好。

上半年,我国对美国、东盟、印度双边贸易分别为 1.64 万亿元、1.38 万亿元和 2096 亿元,分别增长 4%、1.6%和 1.1%。其中,对东盟、印度、拉美、非洲等新兴市场出口分别增长 9.5%、10.7%、3.7%和 12.9%,出口值合计占我出口总值的 26%,较去年同期提升了 1.9 个百分点。此外,对孟加拉国、巴基斯坦、以色列、沙特阿拉伯和埃及等“一带一路”沿线国家出口均超过 17%。

3. 主要外贸省市优势更加明显:广东等外贸大省市表现好于总体。

上半年,广东、江苏、上海、浙江和福建等省市进出口虽然分别下降 1.8%、3.9%、3.3%、2.5%和 0.5%,但优于 6.9%的总体进出口降幅。同期,河南出口增长 19.4%,明显高于同期出口总体增速。

4. 外贸内生动力进一步增强:民营企业比重显著提升。

上半年,我国民营企业进出口 4.14 万亿元,下降 0.5%,占我进出口总值的 35.9%,较去年同期提升 2.3





个百分点,表明我国外贸自主发展能力在逐步增强。

5.出口产品结构持续优化:机电产品、传统劳动密集型产品出口增长,部分高端产品出口增速较快。

上半年,我国出口机电产品 3.78 万亿元,增长 3%,占同期我国出口总值的 57.6%;其中,手机、轨道交通设备、金属加工机床、医疗仪器及器械、纺织机械等产品出口增速较快。同期,出口纺织品、服装、箱包、鞋类、玩具、家具、塑料制品等 7 大类劳动密集型产品 1.34 万亿元,增长 0.7%,占同期我国出口总值的 20.4%;其中,玩具、家具、箱包出口增速超过 10%。

6.贸易价格条件明显改善:部分大宗商品进口量增价跌,对外贸易效益提升。

上半年,我国部分大宗商品进口量保持增加。其中,进口原油 1.63 亿吨,增长 7.5%;成品油 1579 万吨,增长 3.3%;大豆 3516 万吨,增长 2.8%。同期,我国进口价格总体下跌 10.9%。其中,铁矿砂、原油、成品油、大豆、煤炭和铜等大宗商品

价格跌幅较深。上半年,我国出口价格总体下跌 1.3%,跌幅明显小于同期进口价格总体下跌幅度。由此测算,上半年我国贸易价格条件指数为 110.8%,也就是说,我国出口一定数量的商品可以多换回 10.8%的进口商品,意味着我国贸易价格条件明显改善,对外贸易效益有所提升。

以上情况表明

今年上半年我国对外贸市场多元化取得新进展,区域布局趋向合理,贸易条件有所改善,贸易方式、贸易主体和进出口商品结构得到优化。与此同时,我们也必须看到,当前我国外贸发展中依然存在一些困难。例如,上半年,我国与欧盟、日本双边贸易分别下降 6.8%和 10.6%。外商投资企业、国有企业进出口分别下降 4.8%和 14%。加工贸易进出口下降 8.6%。此外,今年 6 月,中国外贸出口先导指数为 34.8,较 5 月回落 0.2,表明未来两三个月对外贸易出口压力依然较大。



澳大利亚对华产品将零关税 玩具行业或受益



2014年11月17日，国家主席习近平与澳大利亚总理阿博特在堪培拉举行会谈，双方宣布实质性结束长达9年的自由贸易协定谈判。《每日经济新闻》记者获得消息称，商务部部长高虎城将于近日赴澳大利亚，最快将于本周内签署中澳自贸协定。作为全球第12大经济体，澳大利亚将成为与中国签订自贸协定的最大发达经济体。根据协定，到2019年，占中国向澳大利亚进口总额93%的商品将实行零关税。

历经9年谈判的中澳自贸协定，将于近期落地。

2014年11月17日，国家主席习近平与澳大利亚总理阿博特在堪培拉举行会谈，双方宣布实质性结束长达9年的自由贸易协定谈判。《每日经济新闻》记者获得消息称，商务部部长高虎城将于近日赴澳大利亚，最快将于本周内签署中澳自贸协定。作为全球第12大经济体，澳大利亚将成为与中国签订自贸协定的最大发达经济体。根据协定，到2019年，占中国向澳大利亚进口总额93%的商品将实行零关税。

而澳大利亚驻华大使孙芳安此前接受媒体采访时表示，中澳自贸协定有望在今年6月底前正式签署，并于今年年底前开始生效。

澳对华产品将实现零关税

伴随中澳自贸协定的签署，诸多澳大利亚本土产业将获得直接利好。

根据此前谈判结果，澳大利亚对中国所有产品关税最终均降为零，中国对澳大利亚绝大多数产品关税最终降为零；在服务领域，彼此向对方作出涵盖众多部门、高质量的开放承诺；在投资领域，双方在协定生效



日起相互给予最惠国待遇，同时大幅降低企业投资审查门槛，增加企业投资的市场准入机会、可预见性和透明度。协定范围涵盖货物贸易、服务贸易、投资和规则等十多个领域，包含了电子商务、政府采购等“21 世纪经贸议题”。

澳大利亚维多利亚州奶农联盟主席泰伦·琼斯此前接受新华社采访时介绍，中澳自贸协定可帮助该行业在未来 10 年节省超过 6.3 亿澳元（约合 33.9 亿元人民币）关税额。而除了奶制品，协议还将给予澳大利亚大米、小麦、羊毛和棉花等农作物零关税的优惠。

而对澳大利亚酿酒业而言，协议一样给予了想象空间。一位刚刚结束在悉尼的学业的中国留学生告诉《每日经济新闻》记者，因为中澳自贸协定带来的美好预期，她将留在澳洲，与家人一起创业将澳大利亚红酒出口中国。数据显示，尽管目前关税高达 14%~30%，但中国每年从澳大利亚进口的酒类产品价值仍然超过 2 亿澳元，而此类关税同样在未来 4 年将会逐步取消。

此外，目前对焦煤征收 3% 的关税将被即刻免除，对热能煤征收 6% 的关税将在未来 2 年内豁免，而近来对澳大利亚征收的煤炭进口税也将未来两年内得到豁免。

中国制造业或受益最大

中澳两国经济结构上的互补性，给双方经贸合作提供了巨大空间。

中国驻澳大利亚大使马朝旭近日发表署名文章，指出双边自贸协定即将正式签署、批准、实施，这将为

提升中澳经贸关系水平注入新的动力。以 2013 年预测数据显示，中澳自贸协定实施后，两国贸易增量可超过 160 亿美元，约占 2013 年双边贸易额的 10%。

马朝旭认为，虽然中国经济增速放缓、全球初级产品价格下跌等因素对澳大利亚经济带来了挑战，但中国工业化、城镇化进程是长期的，对钢铁的需求是刚性的，澳铁矿石在中国仍有巨大的市场潜力。2014 年，澳铁矿石对华出口达创纪录的 5.48 亿吨，同比增长 31.6%。目前，澳也在推进经济转型。随着中国经济结构调整，对服务业、农业、金融、新技术等领域需求将大幅上升，澳在这些领域拥有优势。

事实上，以“一带一路”的战略眼光向南看，“21 世纪海上丝绸之路”的重点方向之一，即是从中国沿海港口过南海到南太平洋。而澳大利亚是“21 世纪海上丝绸之路”沿线重要国家，在经济、技术、资金、基础设施建设等方面，中澳两国的互补优势空间十分巨大。

有研究报告指出，相比澳大利亚在自贸协定中获得的原料、农产品和服务业输出的关税优惠，中国从协定中获利最多的将是制造业，尤其是纺织、服装、玩具和运动器材等制造行业。而这些利好会在 10 年内逐步实现。

协定内容包含啥？

澳大利亚对中国所有产品关税最终均降为零，中国对澳大利亚绝大多数产品关税最终降为零；在服务领域，彼此向对方作出涵盖众多部门、高质量的开放承诺；在投资领域，双方在协定生效日起相互给予最惠国待遇，同时大幅降低企业投资审查门槛，增加企业投资的市场准入机会、可预见性和透明度。



协会商会不能再是行政机关“自留地”

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发了《行业协会商会与行政机关脱钩总体方案》(以下简称“方案”)。“方案”出台的主要目的,是为了解决目前一些行业协会商会还存在的政会不分、管办一体等问题,从而厘清行政机关与行业协会商会的职能边界,促进行业协会商会成为依法设立、自主办会、行为自律的社会组织。

为实现这一目的,“方案”首先提出机构分离,即取消行政机关(包括下属单位)与行业协会商会的主办、主管、联系和挂靠关系,并剥离行业协会商会现有的行政职能。“方案”还特别强调,要实现资产财务分离,自2018年起,取消全国性行业协会商会的财政直接拨款。此外,“方案”还提出,行业协会商会具有人事自主权,逐步实行依章程自主选人用人,行业协会商会与行政机关脱钩后,使用的事业编制相应核销。

目前,调整行业协会商会与行政机关之间关系的立法,主要是国务院1998年颁布的《社会团体登记管理条例》(以下简称“条例”)。根据“条例”,行业协会商会属于社会团体法人,行政机关对其实行双重管理。各级人民政府民政部门是本级人民政府的社会团体登记管理机关;各级人民政府有关部门或者各级人民政府授权的组织,是相关社会团体的业务主管单位。

根据“条例”第28条的规定,业务主管单位对行业协会商会并没有人事和财务上的介入权。但目前的现状是,业务主管单位通常逾越“条例”规定的权限,通过人事推荐、财政支持等手段将行业协会商会变成自己的“下属单位”,有的甚至与行业协会商会“合署办公”。比如国家体育总局足球运动管理中心和中国足协长期“一套人马、两块牌子”。

这种政会不分的做法不仅损害了行业协会商会作为私法人的独立自主性,而且使得行业协会商会丧失了中立性,完全变成行政机关的附庸,无法发挥社会中

介组织应有的作用。因此,就笔者看来,这次“方案”提出的改革措施实际上是在回归“条例”的规定,纠正目前业务主管单位在处理与行业协会商会关系中的种种违法做法。

但“方案”要想落实尚有不少问题需要解决。如“方案”提出,要“取消行政机关(包括下属单位)与行业协会商会的主办、主管、联系和挂靠关系”,这是否意味着以后行业协会商会不再有业务主管单位?

当然,笔者也认为业务主管单位没有存在的必要,因为行业协会商会作为私法人,同其他私法人,如企业一样,接受所有行政机关在其职权范围内的管理,不限于业务主管单位的业务管理,“条例”也规定了财政部门和审计部门对行业协会商会的管理。

因此,单独强调行业协会商会“业务主管单位”的必要性不大,反而容易给人留下行业协会商会是业务主管单位“自留地”的印象。但是,这一改变实际上需要对“条例”启动修改,按照中央“重大改革必须于法有据”的精神,“方案”要想落实必须马上启动对“条例”的修改。

其次,“方案”提出要“剥离行业协会商会现有的行政职能”,但实际上,行业协会商会作为一个私法人,本身是不享有行政权的,其行使的行政权主要来自于法律法规规章的授权和行政机关的委托。因此,要剥离的主要是行政机关委托给行业协会商会的行政职权。所以当务之急是要对行政委托的事项进行立法明确,而非简单地由行政机关自己来制定委托清单目录。

在行业协会商会与行政机关脱钩之后,其内部实行自治管理,包括存废、人事、财务都由成员自主决定。但长期以来,很多行业协会商会是自上而下地由国家或某个行政机关设立,采取强制入会的方式。那么改革之后,这些行业协会商会就要重新召开成员大会,议决其章程、人事、财务制度,从而落实行业协会商会的独立平等法人地位。



ICTI CARE Foundation

工厂申诉流程

生效日:2015 年 7 月 1 日

ICP-OP06 Ver.03 (C)

1. 简介

此章将阐述 ICTI “关爱”程序（简称“ICP”）注册工厂针对审核公司行为及 ICP 的决定提出申诉的程序。

2. 申诉范围

2.1 任何申诉必须由 ICP 注册工厂或由其书面授权的第三方提出。任何未经工厂授权的申诉将不予受理。

2.2 工厂可对以下事项提出申诉：

- ICP 认可的审核员之诚信或其它不恰当行为。
- 审核公司的审核报告/违规项的判断/或处理流程。
- ICP 的判定及/或处理流程。
- TAC（技术指导委员会，简称 TAC）的判定。

3. 流程

3.1 申诉渠道

3.1.1 申诉方须以书面形式提出申诉，并递交申诉表格。相关申诉表可于 ICFAL 官网

www.icti-care.org 下载。

3.1.2 申诉/上诉须说明具体及真实的情况，也须引述 ICP 相关要求条文以供参考；如未引述 ICP 相关要求条文以供参考，该申诉将予书面回复不被受理。

3.1.3 申诉表填写完成后，须邮寄或电邮给 ICFAL，地址及邮箱地址如下：

香港尖沙咀梳士巴利道3号
星光行5楼518室
ICTI “关爱”基金 亚洲
邮箱: tac-appeal@icti-care.org

3.2 对以下某种或多种情况的申诉须遵循如下流程：

- a) ICP 认可的审核员
- b) ICP 委托的审核公司
- c) ICP 的判定
- d) ICP 的处理流程
- e) 技术咨询委员会 (TAC) 的判定



ICTI CARE Foundation

工厂申诉流程

生效日:2015 年 7 月 1 日

ICP-OP06 Ver.03 (C)

若申诉方针对以上 a) 至 d) 的情况提出申诉, 该申诉将由 TAC 处理。(TAC 是一个独立并国际性的技术指导委员会, 其代表主要来自制造商、玩具品牌、零售商和授权商。)

申诉将直接由 TAC 接收, 同时自动抄送致 ICFAL。ICFAL 将在收到申诉后 5 个工作日内回复确认。TAC 将主导申诉事件的调查方向, 并指示 ICFAL 准备及提交相关文件以及申诉资料予 TAC 审阅。TAC 将依据所收到的证据作出判定。

- 3.2.1 若申诉方不同意 TAC 的判定, 可进一步向管治委员会的监督及申诉委员会提出申诉。申诉方可将申诉表以邮寄或电邮方式发送至以上提及的地址并注明 ICFAL 首席执行官收。ICFAL 将代表管治委员会监督及申诉委员会在收到申诉后 5 个工作日内向申诉方确认已获悉有关申诉, 并按照 TAC 的指引, 在 10 个工作日内准备相关数据及整份申诉档案和调查报告予管治委员会监督及申诉委员会审阅。
- 3.2.2 管治委员会监督及申诉委员会将审阅申诉方对判决的意见, 再依据所提文件做出判定后通知申诉方。
- 3.2.3 管治委员会监督及申诉委员会有权拒绝任何被认为无实质证据之无效申诉。
- 3.2.4 管治委员会监督及申诉委员会所作之判定将为最终判决。

3.3 TAC 或管治委员会监督及申诉委员会之判决将由 ICFAL 通知所有相关方。



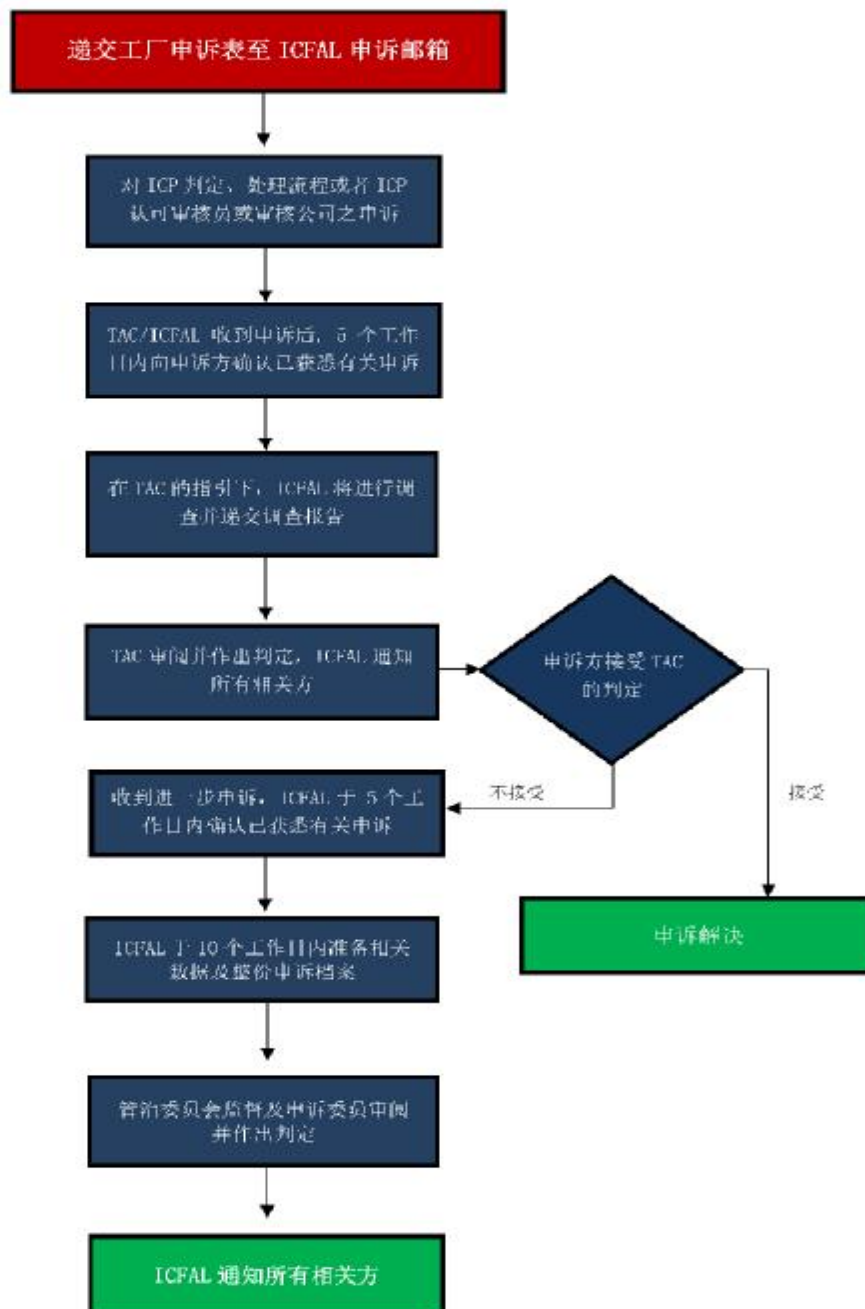
ICTI CARE Foundation

工厂申诉流程

生效日: 2015 年 7 月 1 日

ICP-OP06 Ver.03 (C)

附: 申诉程序流程图



玩具企业登陆新三板意义何在?

广州迪宝乐电子有限公司与国元证券股份有限公司

新三板挂牌签约仪式

2015年4月7日

广州迪宝乐电子有限公司与国元证券股份有限公司新三板挂牌签约

随着国家对中小微企业融资问题越来越重视,新三板(全国中小企业股份转让系统)逐渐成为继沪市、深市后又一个重要的资本交易平台。就玩具业看,自2014年起,广东嘉达早教科技股份有限公司、广东小白龙动漫文化股份有限公司、湖南天衡儿童用品股份有限公司、广东澄星航模科技股份有限公司先后登陆新三板,广州迪宝乐电子有限公司也正在筹备挂牌。据了解,玩企纷纷选择登陆新三板不仅因为对这个平台的看好,也因为这个平台与玩企的创新发展思路十分吻合。

新三板优势逐步显现

5月24日,全国中小企业股份转让系统董事长杨晓嘉在清华五道口全球金融论坛上指出,“截至5月22日,新三板挂牌公司总数达到2452家,比去年净增900家,总市值达到12545亿元,而且实现了对31个省市自治区、包括新疆生产建设兵团的全覆盖。”据介绍,自2014年初新三板开放至全国以来,挂牌企业数量飞速发展。

杨晓嘉表示,在扩容至全国前,新三板的挂牌公司

仅为356家,全年融资是10亿元;扩大试点的2014年年底,挂牌公司数达到1572家,融资额132亿元。与此同时,随着国家对中小微企业融资难问题的重视,各级政府对在新三板挂牌上市的企业有政策性的倾斜,随着新三板的进一步规范和发展,这个趋势和优势将更加明显。

广东澄星航模科技股份有限公司在今年初成功登陆新三板,该公司董事兼财务总监方奕松表示:“从新三板扩容至全国范围之初,我们公司就意识到这正是中国中小企业春天的到来。从国家层面看,新三板的扩容,解决中小企业融资问题,有其深远的政治意义和经济意义。此外,从各中小企业的生存和发展层面看,新三板将给众多企业带来源源不断的资金血液,帮助企业冲破发展瓶颈。”据了解,新三板上市不设业绩门槛,使许多原本不可能上市(创业板或主板)的中小企业有了上市可能。方奕松说,澄星航模抓住新三板全国扩容的时机,适时登陆新三板,也是应势而为之。

正在为登陆新三板做准备的广州迪宝乐电子有限公司办公室主任蒋江认为,在未来几年,随着该平台的

发展,北京的新三板市场将成为继沪市、深市后又一个重要的资本交易平台。“新三板对机构投资者有很高的财务及资质要求,能在新三板被投资者认可的企业,其实力与发展的可持续性是可以预见的。而新三板对挂牌企业的要求也非常严格,尤其是持续经营能力、公司治理机制、股权制度、券商持续指导等方面都有硬性要求,这对于我公司借机发展改革是非常重要的。”

让企业更富生命力

据方奕松说,企业从筹备登陆新三板就是希望充分利用各种融资平台,将公司做强做大。因为好的项目、好的企业,通过上市能够更加快速得到壮大和持久经营。另一方面,通过上市,企业价值更能得到市场的认可,对企业品牌的提升也有很大的帮助。“对公司而言,公司股权明确,更有利于企业实施股权激励机制,更利于人才的引进,让企业更富生命力。”

方奕松补充指出,登陆新三板对于企业的意义在于:一是拓宽了企业融资渠道,能直接或间接融资,获取企业生产资金;二是提高企业品牌影响力,提升企业知名度,拓展企业产品市场占有空间;三是规范企业运作体系,为企业健康发展保驾护航;四是提高企业投资价值,保障股东投资收益;五是享受一定的税收优惠;最后是吸引并激励优秀人才。

蒋江认为,对于准备登陆新三板的企业来说,赢取

外界资本的青睐,对企业深耕销售渠道,加强产品研发与创新投入意义重大。此外,挂牌上市也标志着企业进入新的发展轨道,企业的信息披露更加详尽完备,转型为真正意义上的公众公司,对日后发展更有帮助。

抢滩新三板正当时

方奕松指出,目前与登陆主板和创业板相比,新三板没有业绩要求,这是最大的优势。另外,运作上市的中介费用较少,成本较低。就目前而言,我们国内的玩具企业都以民营中小微企业为主,资金周转和对外融资相信对多数企业都是一个大考验,新三板正是国家扶持中小微企业发展的一个重要融资平台,同时新三板市场正处于迅猛发展期,抢滩新三板正当时。“企业进入新三板后,通过主办券商指导、自身的不断完善,可以进入向主板、创业板转板的‘绿色通道’。由于国家对中小微企业融资难问题的重视,各级政府对在新三板挂牌上市的企业有政策性的倾斜,随着新三板的进一步规范和发展,这个趋势和优势将更加明显。但是对于玩企来说,不管是登陆主板还是新三板,抓好产品质量,遵守国家法律法规,拿出持续稳定增长的经营业绩,才是对消费者和投资者最好的担当。”蒋江称。

对于未来成功上市后的发展计划,蒋江说:“我们公司将研发方面,加强与高校,科研院所、专业技术供应商的合作,推出更多设计新颖、性价比高的产品投放市

场,不断提升自身产品的技术竞争力;在生产方面,引进更环保、更先进的生产设备,同时加强生产各环节控制,降低生产成本,提升生产效率;在营销方面,加大线上广告、媒体宣传力度,线下做好产品铺市,渠道推广,进一步强化迪宝乐作为面向0~15岁儿童的电子益智玩具专家的形象;在履行企业公民职责方面,继续加强与各级管理部门的合作,在安全生产、节能环保、安置就业、慈善公益等各方面做好表率。”

(梅苑摘自微信)





秘书处走访无锡梦宝贝



秘书处参观江阴万祥并座谈



秘书处走访江阴龙珂,并与三家企业负责人座谈