



团结 服务 创新 发展
贴近 行业 服务 会员



2016 双月刊

江苏玩具

第2期
总第56期

JIANGSU TOY INDUSTRIAL



● 工匠精神是 中国制造要补的“精神之钙”

● 中玩协召开商协会工作交流会议

● 国泰玩具业务质量分析交流会在扬州召开

● 商会带你走向更广阔的世界

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>





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 江苏省广播电视台总台(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控股股份有限公司

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

陈长理 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

陆周生 江苏小小恐龙儿童用品有限公司

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

周智祥 郭立芳 姜岫焰 敬海平

Contents 目录

总第 56 期

2016/2

卷 首 语

P3 工匠精神是 中国制造要补的“精神之钙”

国家大事

P4 16 页 PPT 看完李克强工作报告

形势分析

P6 2016 年亚太区经济面临四大因素“威胁”

P6 多国出口贸易大幅放缓加剧市场担忧

行业资讯

P7 南京出口玩具企业赢得外商认可

P7 江苏淮安玩具出口回归上升趋势

P8 精益生产和成本控制培训班顺利结业

P9 “小小恐龙”冲刺新三板

P10 安全第一的玩具选择实用手册

潮流新品

P12 创意产品:音乐组合器

商会动态

P13 中玩协召开商协会工作交流会议

P14 省工商联召开直属商会秘书长会议



春天

风起绿了风
雨飘绿了雨
春天一觉醒来
扑进我们怀里
春天尽管有时
仍会让你感到有些寒意
可性急如火的春天
毕竟把一个沮丧的冬天
带出灰蒙蒙的记忆……

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

P15 国泰玩具业务质量分析交流会在扬州召开

精彩观点

P16 猴年玩具市场前瞻

焦点热议

P18 习近平总书记在民建、工商联界联组会上的讲话

P22 “澄海玩具”大佬们纷纷转型 多方投资另谋出路

P24 为什么舆论如此关注重庆市长黄奇帆

市场观察

P25 哈姆雷斯玩具店 9 月落户南京新街口商圈

P26 虚拟玩具或领跑猴年

P28 颠覆传统:互动玩具开拓市场新商机

ICTI 园地

P30 2016 年 ICTI“关爱”程序管理培训——基础课程

商会管理

P33 商会带你走向更广阔的世界

文化园地

P34 杰出企业家的创新之道

P36 大象做错了什么才会倒下?

P38 不负春光——看三月江苏十三市颜值担当!



工匠精神是 中国制造要补的“精神之钙”

“鼓励企业开展个性化定制、柔性化生产,培育精益求精的工匠精神,增品种、提品质、创品牌。”工匠精神出现在今年的政府工作报告中,让人耳目一新。经过 30 多年的发展,我国经济正摆脱低端竞争格局,中国制造正在向中高端迈进,“工匠精神”正是中国制造亟待补上的“精神之钙”。

工匠精神,是生产、设计者在技艺和流程上精益求精,追求完美和极致,以质量和品质赢得行业领先和消费者信赖的精神。工匠精神体现了一种踏实专注的气质,在如切如磋、如琢如磨的钻劲背后,是对品牌和口碑的敬畏之心。

改造提升传统产业离不开工匠精神。大到汽车、电器制造,小到制笔、制鞋,国内许多产业的

规模居于世界前列,使用的也是一流的机器设备,然而,这些产业长期大而不强,产品档次整体不高,自主创新能力偏弱。究其原因,工匠精神的缺失不可忽视。

升级的消费需求在呼唤工匠精神。消费正在成为支撑国内经济增长的重要力量。解决温饱之后,市场面对的是一群越来越“挑剔”的消费者,他们固然喜欢物美价廉,但同时也愿意为新技术和高品质体验“埋单”。近年来,中国游客在海外抢购一些小家电、化妆品等,一方面反映出国内制造业品质的短板,一方面证明国内消费需求正在升级。在这种背景下,企业必须发扬工匠精神,善于从细节发现需求,臻于至善地追求品质,以赢得消费者的青睐。

16 页 PPT 看完李克强工作报告



2016年工作计划

——我们的优势——

- ▶ 物质基础雄厚
- ▶ 经济韧性强、潜力足、回旋余地大
- ▶ 改革开放不断注入新动力
- ▶ 创新宏观调控积累了丰富经验
- ▶ 特别是：中国共产党坚强领导+中国特色社会主义制度+中国人民勤劳智慧

2016年工作计划

- ▶ 高水平对外开放
 - 扩大自贸试验区试点
 - 加快中日韩自贸区等谈判
- ▶ 重拳治理大气雾霾和水污染
- ▶ 全面推广车用燃油国五标准



2016年工作计划

——KPI计划——

- ▶ GDP 增长 6.5%—7% 居民收入增长和经济增长基本同步
- ▶ 居民消费价格指数 3% 左右
- ▶ 城镇新增就业 1000 万人以上
- ▶ 进出口回稳向好，国际收支基本平衡



2016年工作计划

- ▶ 高水平对外开放
 - 扩大自贸试验区试点
 - 加快中日韩自贸区等谈判
- ▶ 重拳治理大气雾霾和水污染
- ▶ 全面推广车用燃油国五标准



2016年工作计划

- ▶ 宏观政策层面
 - 财政政策：拟安排财政赤字 2.18 万亿
 - 货币政策：广义货币 M2 预期增长 13% 左右
 - 股市：适时启动“深港通”
- ▶ 化解供给侧结构性改革
 - 钢铁、煤炭去产能，中央安排 1000 亿用于职工安置

2016年工作计划

——其他事项——

- 民族：推动建立各民族相互嵌入式社会结构和社区环境
- 宗教：坚持依法管理宗教事务
- 债务：依法维护的外债和明偿债券合法权益
- 军队：推进政治建军、改革强军、依法治军
- 港澳：提升港澳在国家经济发展和对外开放中的地位 and 功能
- 台湾：坚决反对“台独”分裂活动
- 外交：办好 G20 峰会

2016年工作计划

- ▶ 深挖需求潜力
 - 支持居民住房合理消费
 - 出台促进中部地区崛起新十年规划
 - 开展消费金融公司试点：降关税、增设免税店
- ▶ 农村升级
 - 今年完成 1000 万以上农村贫困人口脱贫任务
 - 新建改建农村公路 20 万公里，推动电子商务进农村

2016
两会
前瞻

奋斗才能赢得未来！
谢谢

再看一遍

我在两会专题

2016 年亚太区经济面临四大因素“威胁”



IHS 全球透视公司日前发表 2016 年亚太区经济展望指出,亚太区 2016 年仍然是全球经济增长最快的地区,预计增长率为 4.6%,与 2015 年大致相同。支持亚太区经济的主力源自地区性及双边自由贸易协定,以及亚投行的发展计划等。不过,也有多股“逆风”威胁到亚太区的经济展望。第一,中国经济转型引发骨牌效应。大部分经济学者都预测,由于中国经济正在转型,今年及未来中国的增长率将低于 7%。IHS 预测,2016 年中国经济增长率可能只有 6.3%,消费将成为带动成长的主要引擎。未来二、三年,中国经济“硬着陆”的机率为 25%,而长期性的挑战是人口老化,劳动力短缺将拖累经济增长。第二,亚洲企业负债效应扩散。在美元强势

之际,承担巨额外币负债的企业将面临压力。2015 年年中时,中国企业的外币负债估计达 1.2 万亿美元;印尼企业的外币负债也达 1500 亿美元,远超过印尼的外汇存底额,而且印尼还受到大宗商品价格重挫及印尼盾贬值的打击。第三,资金流出亚洲新兴市场。IHS 预测,2016 年美国将升息四次,这将加剧资金持续撤出新兴市场股市及债市,流向美国及欧盟。第四,伊朗成为主要的石油出口国。这将使油市的供应更加过剩,油价及商品价格疲软,而亚洲一些依赖石油及商品出口的国家将遭受更大的冲击,特别是印尼。IHS 估计,2016 年印尼经济增长率将从 2015 年的 6%下降到 4.5%。



多国出口贸易大幅放缓加剧市场担忧

2 月 21 日公布的数据显示,截止 2 月 20 日,韩国 2 月份出口较去年同期下降了六分之一,尽管工作日延长,这增加了市场对全球经济增长放缓的担忧。

据韩国海关公布的数据,韩国 1 月份前 20 天出口总额为 221.6 亿美元,较 2015 年同期下降了 17.3%,进口总额下降了 17.4%至 201.9 亿美元。据数据显示,2 月份前 20 天出口和进口均比去年同期下降 20%左右。韩国海关在其官方网站上仅公布了出口和进口总量,并没有提供更多的细节。

韩国是世界上第六大出口国,周日公布的贸易数据是本月贸易大国中最早公布的一个指标。韩国已公布的 1 月份进出口数据大幅下滑,以美元计算的 1 月份出口总额修正后同比下降了 18.8%,是六年多来表现最差的一个月。

更令人担忧的是,多个亚洲出口国贸易都在大幅放缓。今年 1 月,包括中国、日本、印度、新加坡在内的亚洲主要经济体都出现出口大幅下滑的局面。

南京出口玩具企业赢得外商认可

自去年专项整治以来,我国玩具行业已经历了一番洗牌。以南京为例,该地区的出口玩具企业从几年前的 40 多家到专项整治后的 21 家。记者近日获悉,不少南京出口玩具企业以“质量好,有创新”赢得外商认可,其订单不仅没有减少,报价还比去年普涨了两到三成。图为该局检验人员正在对出口玩具进行安全性能检测。



江苏淮安玩具出口回归上升趋势

2015 年淮安市共计出口玩具 1196.4 万美元,较之上一年度增幅为 15.3%,实现了 2012 年以来年出口额的首度增长。

玩具是淮安市轻工品出口的重要品类,近年受人

民币升值、劳动力成本上涨、技术性贸易壁垒高筑等因素影响,布绒类玩具、木制、塑料玩具等传统类玩具出口年年受挫。

为扭转颓势,出口玩具行业加快产线调整,主动向附加值更高的儿童玩具乐器和智力玩具领域转型。其中,东方乐器有限公司迅速成长为全世界最大的口琴生产商和专业乐器生产龙头企业。在服务玩具出口止跌回升的过程中,淮安出入境检验检疫局积极发挥信息优势,收集、汇总、研判各类国外产业质量通报,帮助企业回避出口风险,同时促进企业深化合作、增加技术投入、加强质量安全控制,玩具出口未发生被国外警示通报和产品退运情况。



江苏玩具网



精益生产和成本控制培训班 顺利结业



“有梦最美,希望相随,企业有制度固然重要,但更重要的是让每个员工都有希望”。这是中国精益生产创始人之一、北京大学华商学院 EMBA 客座教授孙亚彬老师给前来参加听课学员的寄语。

3月3日-5日,由中国玩具和婴童用品行业协会精英学院与温州市教玩具行业协会联合举办的第三期《精益生产之生产计划和成本控制》培训班在永嘉举行,来自江苏、广州、浙江等地从事教玩具行业的50多人参加培训。中国玩具和婴童用品行业协会在充分征求会员企业的基础上,确定精益生产和成本控制这两大课题,邀请了中国精益生产创始人之一、北京大学华商学院 EMBA 客座教授孙亚彬,高级工商管理硕士陈怀孝两位老师进行授课。

在经济上行压力过重,经济增长放缓,劳动力成本

不断提高的情况,制造业如何转型?只有做到精益生产,做好成本控制,才能使企业保持良好赢利。

这期培训改以往只注重理论,不注重实践的授课形式,采用课堂传授和企业车间现场实践相结合的方法。分为两个班,每班分为4个组,布置不同问题,由主讲老师带队分别到永浪集团和立本集团两公司生产车间现场考察,完成相关作业。

知识不但可以改变人的命运,同样可以改变企业命运,全体学员本着对知识的渴望,自始至终以高涨的热情参加学习,认真反思自己企业发展的瓶颈和短板。经过三天两夜的培训,通过考试和答辩,全体学员都顺利结业并拿到结业书。

精英学院第三期,虽然不能使参加企业的老总脱胎换骨,但一定能使所有企业收获不少。

“小小恐龙”冲刺新三板

刚刚进入2016年,A股市场大幅波动,短短一周就发生了4次指数大跌的熔断(指当股指波幅达到规定的熔断点时,交易所为控制风险采取的暂停交易措施),让市场哗然。这使投资者对国内证券市场的信心受到影响。但是对于很多企业来说,上市依然是他们的目标,特别是准入门槛相对更低的新三板。

至2015年12月末,全国中小企业股份转让系统(新三板市场)挂牌公司累计突破5000家,其中,于2015年挂牌的就有3400多家。在玩具业内已有如嘉达、小白龙、天衡、澄星、麦凯、佳奇等企业先后登陆新三板,后面还有一批玩企正密锣紧鼓地筹备相关事宜。进入21世纪先后历经3次提速发展,刚刚举办完15周年庆典的江苏省昆山市小小恐龙集团也是冲刺新三板的新军之一。

2000年首次提速

小小恐龙集团董事长陆周生回忆:“2000年初,国内童车市场发展趋于成熟,各种品牌林立,竞争日趋激烈,很多童车公司的经营和用人成本居高不下,利润空间不断被压缩,需要寻找一种新的经营模式来缓解压力。”接手小小恐龙集团后的陆周生进行了大刀阔斧的改革,引进设备,扩建厂房。2000年的小小恐龙只有一条自行车装配线,员工120人左右,到了2008年,发展到1200多名员工,产值近2个亿。至2013年,小小恐龙也从一个单纯的组装工厂发展成包含金工、塑胶、钢管、布套、喷涂和组装的综合型生产企业。

发展到今天,小小恐龙集团已拥有十多万平方米的标准厂房,50多条涵盖童车制造主要过程的生产线,1500多名员工,年产各类童车400多万辆,年销售额超6亿元。

携手大牌二次提速

过去,小小恐龙集团的业务主要为国内某知名品

牌做代工,抗风险能力较弱,所以陆周生希望通过与国外的客户合作,保持企业的活力。“美国童车品牌锐哲找到了我们,并开始了合作。第一批合作产品是大三轮,该款产品在美国做了一个电视广告,一下子就收到了2万台的订单。要完成这样的量,一套模具没有办法完成,为了做好与锐哲的合作,所以我们决定自己掏钱开发另外一套模具,并顺利在圣诞前完成订单,赢得了国外客户的信赖。”

陆周生强调,和国际品牌的合作改变了小小恐龙旧有的管理模式,从人员思维、生产管理,到公司的经营理念都有很大的提升。近年,小小恐龙投入5000多万元,用于技改、研发,与哈尔滨工业大学、江南大学、东南大学等高校保持长期合作,研制冲压机器人、焊接机器人以及童车数字化设计、制造集成系统开发等项目。目前小小恐龙已拥有35台机器人,基本实现了焊接自动化。

自主品牌启第三次提速

“没有自己的品牌,潜藏很大风险,我们认识到只有发展自主品牌,营造自身核心竞争力,才是根本出路。”陆周生说。于是,小小恐龙集团决定从产品经济向品牌经济转型,创建了“荟智”品牌,并定位中高档产品市场。为了打开自有品牌的销售市场,小小恐龙在加强品牌建设的同时,创新营销模式,把母婴连锁店销售作为突破口,同时成立网络科技有限公司,用电子商务新模式开展线上销售、服务。

陆周生展望道:“2015年至2020年是小小恐龙集团的第四个五年发展计划。我们希望在之前打好的基础上,通过改组、上市、打造‘321’(指3个自主品牌,2个专业制造的生产基地和1个现代化的物流配送仓)平台,把婴童护理,服饰和少儿用品纳入经营范围,实现多品牌、全品类、专业制造的目标,力争到2020年实现销售20亿元。”

(卢智毅)



安全第一的玩具选择实用手册

美好的童年离不开玩具的陪伴，可是不安全的玩具给宝宝带来的伤害却是无法忽视的。美国仅在 2006 年，就有 22 例玩具相关的儿童死亡事件，还有约 220500 儿童因玩具造成的伤害被送进急诊室。我国市场的玩具安全情况缺乏统计数据，但是不代表现状就比美国好，所以父母更需要注意如何给孩子挑选安全的玩具，保护孩子远离隐患。

今天关于玩具的安全会分为两篇文章，这篇介绍一下作为玩具测试人员，我们是如何在测试过程中虐待玩具的，另外一篇是按照年龄介绍如何选择更安全的玩具给宝宝，点播方式见文末。

选择安全的玩具，首先要认清三个标记：CE (Communauté Européenne), ISO (International Organization for Standardization) 和 3C (China Compulsory Certificate)。这是不同的安全测试标准。此外，父母还需要注意尽量从正规渠道购买知名厂商出品的玩具，并且严格按照玩具的年龄限制给孩子挑选玩具，在把玩具交给孩子之前认真的阅读玩具说明书和安全警告。

对于那些希望能自己更了解孩子玩具安全性的父母，我们在这里教大家一些为不同年龄宝宝挑选放心玩具的技巧。

三岁以下宝宝篇

注：本文作者为玩具测试工程师，就职于某参与欧盟标准制定的第三方实验室。有机化学硕士学历，7 个半月宝宝的妈妈。

设计给 3 岁以下宝宝的玩具的基本安全要求是无小物件，边缘光滑无毛边无锐利的尖，不包含玻璃的材质。这些玩具除了需要满足以上要求外，还要经过非常苛刻的测试，以保证在被压-摔-砸-扭-拉扯之后不会产生小物件。

小物件这个词经常在玩具安全中被提及，因为如果孩子吞咽小物件下去有可能卡在喉咙里造成窒息，从而威胁到孩子的生命。小物件的大小定义太过抽象，这里就不细说。做父母的需要大概有的概念就是：有可能被宝宝吞进肚子里且有可以卡在宝宝喉咙中大小的物件就算是小物件。比如说一颗纽扣，一个小轮子，一枚硬币，一小截铅笔都可以算是一个小物件。

下边给大家逐一列举一下对 3 岁以下宝宝可能存在隐患的常见玩具：

毛绒玩具

并不是所有的毛绒玩具都适合 3 岁以下的宝宝。尤其要检查的是缝线够不够结实，是不是有小物件。有些毛绒玩具的眼睛，鼻子是塑料或者玻璃做的，在经过约 9kg 拉力测试后，就有可能脱离毛绒玩具成为小物件。所以选毛绒玩具给 3 岁以下的宝宝要选眼睛鼻子都是刺绣上去的，而不是玻璃或塑料珠粘上去的。

缝线是否结实也是很重要的，因为如果缝线不够结实，在玩具被孩子拉扯之后开裂，填充物掉出后被孩子吃进嘴里也有可能造成窒息。有些妈妈会从淘宝上买材料自己还孩子手工缝制毛绒玩具，其实我们是不建议的。因为安全的毛绒玩具的缝线处需要经受住约 7kg 的拉力，而这个强度是手工缝制无法达到的。



3岁以下宝宝的毛绒玩具上最好没有这些小部件。

拉绳玩具

长绳子对于3岁以下的宝宝是很危险的，因为宝宝有可能会把自己缠住，如果不幸缠到了脖子就危险了。对于一岁半以下的宝宝，玩具带的绳子长度最好不要超过22厘米，对于1岁半到3岁的宝宝，绳子的长度最好不要超过30厘米。聪明的读者一定已经猜到了，这两个长度分别是这两个年龄组的孩子脖子的大概周长。

比如说有些家长会选购拉绳音乐盒挂在婴儿床边，音乐盒叮叮咚咚的声音很柔和，适合哄宝宝睡觉。但是要注意的是，当音乐盒的绳子被全部拉出后，长度不可以超过22厘米。

小球体和带吸盘的玩具

给3岁以下宝宝选购玩具时需要注意，不要买包含独立的或者是有可能脱落的，且直径小于4.5厘米的小球体的玩具。如果小球体是有绳子拴着的，绳子的长度最好也不要超过1厘米。举个例子，我们小的时候玩过的波浪鼓，鼓槌就是拴着绳子的小球体。其实也是有造成宝宝窒息的风险的不安全玩具。如果玩具上有吸盘的话，吸盘的直径也要大于4.5厘米。



波浪鼓的鼓槌虽然被拴住，但仍可能会被孩子吞咽而造成窒息。

形状突兀的玩具

玩具的形状的要求是特别针对还无法自己坐住的宝宝的。硬质的细长形状的玩具是不适合10个月以下的宝宝的。比如说直升机玩具的螺旋桨，或者长柄玩具调羹。突出的部分被宝宝吃进嘴里后有可能伤到宝宝的口腔。所以给10个月以下的宝宝应该尽量选形状圆滑无突出的玩具。

空的半球形玩具

常见的此类玩具是套杯，如果半球内部直径在6.4厘米和10厘米之间，底端最好有两个以上的孔。防止宝宝把玩具扣在口鼻部而引起窒息。

发声玩具

给3岁以下宝宝的玩具经常是有声音的。我们在购买这类玩具之前，要尽量挑选音量适中音质柔和不刺耳的。此类玩具比较容易出问题的是玩具手机。这些靠近耳朵使用的玩具，音量尤其不可以太大，不然会损伤孩子的听力。购买之前我们可以把玩具手机调到最大音量，音量需要靠近耳朵才能听清楚算是合格。

三岁以上儿童

为三岁以上儿童设计的玩具基本要求是边缘光滑无毛边无锐利的尖。容易造成伤害的是一些有特别功能的玩具，比如说童车，空气枪，飞镖弓箭类和带磁铁的玩具。

1)有关儿童自行车，踏板车之类的玩具，相关的安全标准很复杂，就不详细解释了。购买时一定要选择有CE、ISO、3C标识的产品。家长还可以做一些简单的筛选。比如说儿童自行车的链条一定要有链条盒封住，并且最好不要有大于5mm的缝隙；再比如说可以调节的部位（车把手，车坐包）最好是只能使用工具调节，或者有两个以上的安全锁，以保证以上部位不会轻易松动。



链条盒是儿童自行车和青少年自行车的主要安全

创意产品 音乐组合器



这款 AMK 音乐组合器。不同的音乐小节组合在一起就会产生音乐。组合不同,音乐就不相同,特别适合学龄前儿童玩耍。

区别之一

不过此类玩具即使完全符合要求,事故率也比较高,谁骑自行车没摔过呢? 所以孩子在使用此类玩具时最好带上护具并且有家长的陪同。美国就有孩子从童车上跌落后掉进了游泳池而溺亡的事故。

2)空气枪一般是设计给8岁以上孩子的玩具。这类玩具的潜在危险是不恰当使用时有可能会伤到孩子的眼睛。购买此类玩具需要注意两点,一个是空气枪一定要只能弹射玩具所带的子弹(空心的泡沫塑料子弹而不是实心的小弹珠);一个是空气枪的子弹动能值不可以超过0.5焦耳,计算下来如果空气枪射程超过25米就有超过标准的风险,要谨慎购买。家长还需要告诉孩子不要近距离对着眼睛发射。

3)飞镖弓箭类玩具的箭头不允许是金属的,而且箭头的要圆滑且面积要大于3平方厘米。

4)带磁铁的玩具看上去似乎是没有安全隐患的人畜无害,实际上此类玩具是有可能致命的。因为如果孩子不慎先后吞下两块磁力够强的磁铁,两块磁铁有可能在隔着肠壁在肠道中互相吸引,而导致肠道穿孔。带磁力的玩具,比如说磁力拼图,如果是孩子可以吞下去的大小,磁力要小于0.5 T2mm2(大概比那种磁

力很弱的冰箱贴还要弱)。



磁力产品的安全,是很多爸爸妈妈会忽视的部分。

5)充气式游泳圈不是救生用品,只供孩子在浅水区并且在家长陪同下使用。游泳圈的充气口要能按入游泳圈内才算安全,因为如果突出的话,充气口的塞子有可能会被无意碰开而导致漏气。

最后,给孩子安全的玩具只是第一步,父母在玩耍中的陪伴也同样重要。不论给孩子挑选什么样的玩具,我们都不应该忘了让孩子开心的玩耍的初衷,尽自己最大努力给孩子营造一个安全快乐的童年。

除了这些方法,专业的测试工程师是如何判定玩具安全呢? 怎样才是符合安全标准的玩具呢?,限于篇幅,这些放在另外一篇文章里面的,想了解的爸爸妈妈可以发“玩具”到微信公众号“一小时爸爸”来看。



中玩协召开商协会工作交流会议

1月20日，中国玩具和婴童用品行业协会工作交流会在北京召开，各省市玩具行业商协会负责人出席会议。会议由中国玩具和婴童用品行业协会副秘书长王艳梅主持，中国玩具和婴童用品行业协会会长梁梅出席并讲话。

会议分三个阶段进行。第一阶段由各省市商协会介绍2015年工作经验及2016年工作计划，北京市玩具协会、上海市玩具协会等17家商协参与分享，江苏省玩具和婴童用品商会秘书长王根生在会上就2015年工作、2016年工作计划作重点介绍。

第二阶段由中国玩具和婴童用品行业协会副秘书长王艳梅作中玩协2016年工作重点和思路介绍，并就培训、展会、行业大会等相关重点工作作深入讨论并具体落实安排。

第三阶段围绕玩具行业发展的关键问题，探讨行业管理思路及合作路径，重点对“品牌自律中国行”、

“星级供应商评定”、“安全座椅生产企业自我声明公开试点和监督制度建设”等工作进行了安排。

中国玩具和婴童用品行业协会会长梁梅在会上讲话。梁梅表示，中国已不是传统意义上首选的玩具制造基地，玩具行业的可持续发展问题亟待被重视。作为行业商协会，要明确定位，商协会不仅是政府的谏言者、行业的代言人、引领者，更应该是玩具发展标准的制定者、平衡者和管理者，不仅是行业个性问题的娘家人，更是共性问题的代言人；商协会的负责人必须要做到专业化、市场化，有自我造血功能，如果光靠政府经费、会员会费生存是很难开展工作的；要重点解决企业做不了的事情，做好会员的贴心服务方能赢得支持。梁会长认为，各商协会应沉下心来，用一份热情、责任服务企业、社会，加强针对性、时效性，积极引导玩具行业正确发展，商协会的价值才能得到体现。



省工商联召开直属商会秘书长会议

1月27日,江苏省工商联直属行业商会秘书长会议在江苏省社会主义学院举行。会员处李晓东处长主持会议。会上,江苏省玩具和婴童用品商会秘书长王根生和其他14家商会秘书长进行了述职,并对2015年商会工作和2016年工作计划进行了汇报。

李晓东处长在总结中说,听了各位秘书长的发言很兴奋,各家商会为会员做了大量工作,取得了很大成绩,应当给予充分肯定。省联2015年组建成立了3家行业商会,顺利完成了2家商会换届工作,还实现了2家商会在民政部门的登记注册,使省工商联直属行业商会设立法人登记注册工作向前推进了一大步。

李晓东处长结合深入学习贯彻党的十八届五中全会、中央统战工作会议精神,贯彻落实省联执委会议精神,对直属行业商会下步工作提出四点要求:一是要围绕党的中心工作、围绕行业发展的特点和规律,深入开展以“守法诚信、增强发展信心”为重点的理想信念教育实践活动。商会是开展活动的主要阵地,商会领导班

子的政治素质非常重要,要有政治敏感性、要保证政治方向不变。省工商联要求,商会工作应从影响力、凝聚力和向心力出发,对商会进行整顿、巩固、提高。加强商会的管理,将重点出台对商会会长和秘书长的考核办法。二是选好配强会长班子成员,注重人选代表性、广泛性,把好主要负责人的政治关,各商会今后提名商会副会长以上候选人名单,要提前一个月报省联,提交省联考核调查,进行综合评价,再报省联党组讨论,最后报省委统战部备案。三是要积极树立先进典型,推动党建工作,商会应设立党支部,2016年省联将对会长、秘书长和党支部负责人进行重点培训。四是加强自身建设,坚持依法办会。针对工作中出现的问题,强化制度意识、规则意识,严格执行有关法律法规,在当前经济下行压力加大的情况下,商会要深入会员企业调查研究,积极反映本行业面临的问题,关心企业家的身体健康,对管理工作提出建设性意见建议,调研要深、建言要准、献策要实。



2月26日, 国泰玩具业务质量分析交流会议在扬州召开, 国泰旗下来自全省各地的工厂负责人、业务代表及个检代表就玩具生产质量工作进行了交流。会议由国泰玩具分公司副总经理徐红主持, 江苏省玩具和婴童用品商会秘书长王根生应邀参加会议并讲话。省商会常务副会长、国泰玩具分公司总经理汤建忠作最后总结。

会议首先由扬州玩具检测所工程师对玩具新国标(GB6675)及欧美玩具技术法规标准(CPSIA、EN)进行了介绍。二位工程师逐条讲解法规条款, 并把针对毛绒玩具的条款拎出来重点解读, 再通过实际案例来分析和提醒各位工厂负责人在生产中要注意的问题, 同时提出了应对的建议, 力求让相关人员直观的理解、吃透相关法规。

国泰玩具分公司总检陈险峰作2015年质量投诉案例分析。陈险峰把最近一年发生投诉的案例一一进行了分析并提出应对建议。随后, 个检代表、业务代表和各工厂负责人就生产质量工作进行深入交流与分享。

省商会秘书长王根生在会上讲话, 对个检及业务代表们的工作表示肯定。王秘书长希望通过这次会议, 各企业紧紧抓住标准、品牌和技术支撑三个重点, 更加全面的了解质量工作和经营工作形势, 在融会贯通中

按照“问题零容忍, 服务零距离, 监管全覆盖, 提升全方位”的要求, 强化玩具产品的质量管理, 进一步抓好毛绒玩具产品的质量提升工作。

省商会常务副会长、国泰玩具分公司总经理汤建忠作最后总结。汤总以TPZ质量问题解决的启示, 与参会各工厂负责人进行了分享。汤总说: 质量问题并不可怕, 只要我们认识问题, 解决问题, 让客人看到希望, 不仅能避免索赔, 还有可能增加客人的信心, 可怕的是发生质量问题后我们错误的处置态度和方法。汤总肯定了2015年国泰旗下大部分工厂在质量上的表现, 也对现存的不足提出了批评。他说, 质量是个系统工程, 关系到方方面面, 每个环节都不能出错, 工厂承担了很多压力, 因为你们在最前线, 所以要有责任心, 有了问题要及时发现, 及时解决, 我们的目标是在出货之前解决问题。2015年我们虽然遇到了世界经济低迷、国内经济低增长、苏泰搬厂、连泰仓库大雪压塌、高费用等前所未有的困难, 但我们有在研发、资金、质量体系、服务体系、企业文化等多方面的优势。2016年只要我们认真做到, 及时沟通, 及时反映解决问题, 实事求是地接单, 做到诚信为本, 按玩具质量规程操作, 相信我们国泰玩具一定会更好! 博学, 创新, 2016让我们越努力、越幸运、越快乐!

猴年玩具市场前景



羊年欧美圣诞节玩具市场一如我们预料那样,出现了红红火火的销售市况。玩具销售巨头孩之宝公布圣诞节5周(去年11月29日始到今年1月2日结束)销售战绩说:销售金额同比增长2.9%。在美国,一些热门产品如“Pie Face”甚至卖断货。

“Pie Face”玩具奶油打脸砸派机

正是得益于欧美玩具市场的红火复苏,2015年尽管我国外贸情况不尽如人意,全年进出口总值同比下降7%,但玩具行业仍然交出颇为亮丽的成绩单:产品出口金额308.03亿美元,同比增长16.96%!那么羊年喜气在猴年能否延续下去?以下是归纳世界市场信息和专家意见进行的综合分析,希望能给读者一些有益的参考:

世界玩具需求仍会增长

从世界市场经济环境看,2016年我国外贸情况仍然不太乐观,商务部副部长钟山在全国进出口工作会议上强调:今年我国外贸发展面临的国际国内形势依然复杂严峻,受国际市场需求增长乏力、要素成本持续

上升等因素影响,下行压力仍然非常大。如此不利的大环境,中国玩具出口自然或多或少也会受到影响,不过玩具行业自身有些特殊——企业能够通过产品创意去刺激市场需求。实际上,2015年欧美玩具市场之所以能在全球经济复苏缓慢的情况下出现产品热销行情,很大程度上得益于以下两方面原因:

原因之一 是创新产品极大刺激了市场需求。2015年世界玩具市场可谓创新产品频出,无论是传统普通玩具还是与网络游戏联通的互动实体玩具(toys-to-life),都相继有令人眼前一新新品推出。如芭比娃娃在2014年被冰雪奇缘娃娃侵袭痛失市场销量冠军后,2015年加大了产品创新和宣传力度,在强大的宣传攻势下,“芭比梦幻小屋”一举抢回圣诞节热门娃娃受消费者青睐榜首,而一款“超市小精灵”新品(Shopkins)也不遑多让,继续大受小朋友们欢迎,销量超过1亿美元。

原因之二 是影视作品有效刺激了衍生玩具的市场消费热情。2015年欧美玩具市场红火也归功于多部动漫影视作品的热播,有媒体甚至以大标题称“《星球大战7》拯救了中国玩具制造商”,因为仅是《星球大战》电影周边产品就给玩具业带来30亿美元的销售额。在经销商积极运作下,消费者对影视衍生玩具的喜好极其高涨,乘《星球大战》播映之际,迪士尼2015年9月4日举行“原力星期五”促销活动,在世界各地推出最新的《星球大战》周边产品如激光剑、BB-8型机器人模型等,令美国顾客一大早就在商店门口排起了长队。

西方人历来把圣诞节销售行情作为来年参考,就像中国俗语“瑞雪兆丰年”一样。纵观2016年世界玩具市



场,去年刺激玩具消费的两大动力仍会持续,跨国玩具公司如乐高、美泰、孩之宝等均表示会继续加大产品创新如“toys-to-life”的研发力度。影视作品方面,深受小孩子喜爱的动画片《功夫熊猫》、《莫阿娜》等预计今年也会继续有新片推出,而中国“二孩政策”全面实施,对玩具市场需求来说更是重大利好,市场人士预计这将每年为中国增加 1500 万~2000 万婴孩。即使这些新增儿童玩具消费平均仅 100 元人民币,也将会为市场增加超过 10 亿元的玩具消费额。因而,只要不发生意外,2016 年世界玩具市场需求相信仍会沿续去年的热闹市况。

经营环境悄然改善

考察完市场需求后我们再看看行业经营环境。作为劳动密集型和以出口为导向的中国玩具产业,过去数年劳动成本持续增加和招工难、人民币兑美元升值以及原材料价格上升等,一直是制约行业发展的几只拦路虎,综观 2016 年,上述困扰产业发展的一些情况已悄然起了变化。

首先是人民币兑美元长期升值问题:2016 新年伊始,国际炒家连续做空人民币,一度令人民币兑美元急剧贬值,但在国家央行连续三天上调人民币对美元中间价后,局面立刻扭转,到 1 月 15 日,CFETS(中国外汇交易系统)人民币汇率指数为 100.39,反而较 2014 年底升值 0.39%。由于新年伊始即经历这次惊心动魄的人民币汇率保卫战,各大金融机构一般认为:在各国货币争先恐后贬值和外贸出口下降等多重压力下,2016 年人民币将呈现贬值趋势。瑞银证券亚洲经济研究联席主管汪涛预计,到 2016 年末,在岸人民币对美元汇率会贬值 5%,到达 1 美元兑 6.8 元人民币。我们不管这些金融机构的预测是否准确,对于玩具出口企业来说,2016 年看来已不需要再担心人民币兑美元会大幅升值。

产品原材料价格方面:2014 年国际石油价格跌跌不休,到今年 1 月 15 日,美国原油期货跌破心理价位 30 美元大关,因担心伊朗石油出口解禁后大量涌入,市场分析师大多预计油价会持续走低,从而拖累各种大宗商品铝、铜、棉花等的价格。世界银行发表年度大宗



商品市场展望报告称,由于供应过剩及新兴市场需求低迷,2016 年国际大宗商品价格会持续低迷,并下调了 2016 年 46 种大宗商品中 37 种的价格预期;印尼央行则预计 2016 年大宗商品价格会下跌 10%。尽管这些仅仅是预期,但受世界经济复苏乏力,世界最大原材料需求国中国经济处于转型时期,对石油、铜、棉花等的需求不再迫切则是不争的现实。因而预计 2016 年大宗商品价格将难有起色,玩具企业也就无需担心塑料等主要产品原材料价格会大幅涨价。

对于已数年困扰许多企业的招工难问题,2016 年看来也会有所缓解。综合全国各地相关新闻信息,2016 年招工难主要集中在餐饮、保姆等工作,过往东莞深圳企业春节期间争抢工人的盛况恍如明日黄花。更有媒体称:在东莞、中山等地,厂房招租广告恐怕比招工要多。实际上,近年各行各业争相转型升级,企业积极技术改造,再加上产业迁移,在各种因素的作用下企业用工数量持续减少,因而企业招工难的情况正在悄悄改变。不过,在建设全面小康社会预期和全国各地最低工资依然大幅提高等因素催谷下,劳动成本上升恐怕仍会继续。

看好今年玩具市场

综合以上信息:2016 年由于欧美国家玩具市场需求有望保持强劲,而玩具企业的生产经营环境正向有利方面转化发展,所以尽管 2016 年我国外贸形势仍然相当严峻,但对于以出口为导向的中国玩具产业来说,如果企业能积极创新产品刺激消费,猴年的市场销售行情相信仍然会极有盼头。(摘自《中外玩具制造》)



习近平总书记 在民建、工商联界联组会上的讲话

大家好！今天，我和俞正声同志来看望全国政协民建、工商联界委员，同大家一起讨论交流，感到非常高兴。首先，我代表中共中央，向在座各位委员，并通过你们向广大民建、工商联成员和非公有制经济人士，向广大政协委员，致以诚挚的问候！

刚才，大家就保持经济持续健康发展、推进供给侧结构性改革、促进非公有制经济健康发展等问题作了很好的发言，提出了有价值、有分量的意见和建议，有关部门要认真研究吸收。

过去的一年，面对错综复杂的国际形势和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，我们按照协调推进“四个全面”战略布局的要求，坚持稳中求进工作总基调，牢牢把握经济社会发展主动权，主动适应经济发展新常态，妥善应对重大风险挑战，经济增长继续居于世界前列，改革全面发力、纵深推进，经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设取得新的重大进展，全年主要目标任务顺利完成，“十二五”规划圆满收官。

这些成绩来之不易，是中共中央坚强领导的结果，是全国各族人民团结奋斗的结果，也凝结着各民主党

派、全国工商联和在座各位委员的心血和智慧。去年，民建中央、全国工商联发挥自身优势，围绕推动长江经济带发展、落实精准扶贫、加快科技成果转化、营造良好创新环境、民营企业参与“一带一路”建设、支持小微企业发展等课题，深入调查研究，提出了不少好的意见和建议，对我们的工作给予很大促进。我向大家表示衷心的感谢！

下面，结合大家发言和关心的问题，我讲几点意见。

一、坚持和完善社会主义基本经济制度

实行公有制为主体、多种所有制经济共同发展的基本经济制度，是中国共产党确立的一项大政方针，是中国特色社会主义制度的重要组成部分，也是完善社会主义市场经济体制的必然要求。

我国非公有制经济，是改革开放以来在中国共产党的方针政策指引下发展起来的，是在中国共产党领导下开辟出来的一条道路。中共十五大把“公有制为主体、多种所有制经济共同发展”确立为我国的基本经济制度，明确提出“非公有制经济是我国社会主义市场经济的重要组成部分”。中共十六大提出“毫不动摇地巩固

和发展公有制经济”，“毫不动摇地鼓励、支持和引导非公有制经济发展”。中共十八大进一步提出“毫不动摇鼓励、支持、引导非公有制经济发展，保证各种所有制经济依法平等使用生产要素、公平参与市场竞争、同等受到法律保护”。中共十八届三中全会提出，公有制经济和非公有制经济都是社会主义市场经济的重要组成部分，都是我国经济社会发展的重要基础；公有制经济财产权不可侵犯，非公有制经济财产权同样不可侵犯；国家保护各种所有制经济产权和合法利益，坚持权利平等、机会平等、规则平等，废除对非公有制经济各种形式的不合理规定，消除各种隐性壁垒，激发非公有制经济活力和创造力。中共十八届四中全会提出要“健全以公平为核心原则的产权保护制度，加强对各种所有制经济组织和自然人财产权的保护，清理有违公平的法律法规条款”。中共十八届五中全会强调要“鼓励民营企业依法进入更多领域，引入非国有资本参与国有企业改革，更好激发非公有制经济活力和创造力”。

我之所以在这里点一点这些重要政策原则，是要说明，我们党在坚持基本经济制度上的观点是明确的、一贯的，而且是不断深化的，从来没有动摇。中国共产党党章都写明了这一点，这是不会变的，也是不能变的。

我在这里重申，非公有制经济在我国经济社会发展中的地位和作用没有变，我们毫不动摇鼓励、支持、引导非公有制经济发展的方针政策没有变，我们致力于为非公有制经济发展营造良好环境和提供更多机会的方针政策没有变。

我国是中国共产党领导的社会主义国家，公有制经济是长期以来在国家发展历程中形成的，为国家建设、国防安全、人民生活改善作出了突出贡献，是全体人民的宝贵财富，当然要让它发展好，继续为改革开放和现代化建设作出贡献。我们强调把公有制经济巩固好、发展好，同鼓励、支持、引导非公有制经济发展不是对立的，而是有机统一的。我们国家这么大、人口这么多，又处于并将长期处于社会主义初级阶段，要把经济社会发展搞上去，就要各方面齐心协力来干，众人拾柴火焰高。公有制经济、非公有制经济应该相辅相成、相

得益彰，而不是相互排斥、相互抵消。我国非公有制经济从小到大、由弱变强，是在我们党和国家方针政策指引下实现的。长期以来，我国非公有制经济快速发展，在稳定增长、促进创新、增加就业、改善民生等方面发挥了重要作用。非公有制经济是稳定经济的重要基础，是国家税收的重要来源，是技术创新的重要主体，是金融发展的重要依托，是经济持续健康发展的重要力量。

当然，公有制经济也好，非公有制经济也好，在发展过程中都有一些矛盾和问题，也面临着一些困难和挑战，需要我们一起来想办法解决。但是，不能一叶障目、不见泰山，攻其一点、不及其余。任何想把公有制经济否定掉或者想把非公有制经济否定掉的观点，都是不符合最广大人民根本利益的，都是不符合我国改革发展要求的，因此也都是错误的。

二、贯彻落实促进非公有制经济健康发展的政策措施

改革开放以来，党和国家出台了一系列关于非公有制经济发展的政策措施。特别是中共十八大以来，随着全面深化改革不断推进，关于非公有制经济发展的政策措施更加完善。

中共十八届三中、四中、五中全会推出了一系列扩大非公有制企业市场准入、平等发展的改革举措。主要有：鼓励非公有制企业参与国有企业改革，鼓励发展非公有资本控股的混合所有制企业，各类市场主体可依法平等进入负面清单之外领域，允许更多国有经济和其他所有制经济发展成为混合所有制经济，国有资本投资项目允许非国有资本参股，允许具备条件的民间资本依法发起设立中小型银行等金融机构，允许社会资本通过特许经营等方式参与城市基础设施投资和运营，鼓励社会资本投向农村建设，允许企业和社会组织在农村兴办各类事业，等等。

为贯彻落实中共十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，我们接续出台了一大批相关政策措施，可以说，已经形成了鼓励、支持、引导非公有制经济发展的政策体系，非公有制经济发展面临前所未有的良好政策环境和社会氛围。

由于一些原因，这些政策的配套措施还不是很实，

政策落地效果还不是很好,主要问题是:市场准入限制仍然较多;政策执行中“玻璃门”、“弹簧门”、“旋转门”现象大量存在;一些政府部门为民营企业办事效率仍然不高;民营企业特别是中小企业、小微企业融资渠道狭窄,民营企业资金链紧张,等等。对目前遇到的困难,有的民营企业家形容为遇到了“三座大山”:市场的冰山、融资的高山、转型的火山。

尽管这些问题大多处在政策执行层面,是政策执行落实不到位形成的,但影响了政策的有效性,必须下决心解决。一方面要完善政策,增强政策含金量和可操作性;另一方面要加大政策落地力度,确保各项政策百分之百落到实处。政策不落实或落实不到位、落实走样等问题,主要是“最后一公里”问题。我还是那句话,一分部署,九分落实。各地区各部门要从实际出发,细化、量化政策措施,制定相关配套举措,推动各项政策落地、落细、落实,让民营企业真正从政策中增强获得感。

当前,重点要解决好以下问题。一是要着力解决中小企业融资难问题,健全完善金融体系,为中小企业融资提供可靠、高效、便捷的服务。二是要着力放开市场准入,凡是法律法规未明确禁入的行业和领域都应该鼓励民间资本进入,凡是我国政府已向外资开放或承诺开放的领域都应该向国内民间资本开放。三是要着力加快公共服务体系建设,支持建立面向民营企业的共性技术服务平台,积极发展技术市场,为民营企业自主创新提供技术支持和专业化服务。四是要着力引导民营企业利用产权市场组合民间资本,开展跨地区、跨行业兼并重组,培育一批特色突出、市场竞争力强的大企业集团。五是要进一步清理、精简涉及民间投资管理的行政审批事项和涉企收费,规范中间环节、中介组织行为,减轻企业负担,降低企业成本。

“十三五”时期,我国经济发展的显著特征就是进入新常态。新常态既是挑战,也是机遇,关键看怎样认识和把握,认识到位、把握得好、工作得力,就能把挑战变成机遇。民营企业应该发挥主观能动性和创新创造精神,正确认识、积极适应新常态,争取新常态下的新作为、新提升、新发展。比如,实施“一带一路”建设、京津冀协同发展、长江经济带发展三大战略,带来了许多

难得的重大机遇,民营企业完全可以深度参与其中,推动装备、技术、标准、服务的联合重组,实现产业优化升级。还比如,“十三五”规划建议提出了50项重大举措和300多项具体措施,这些也都为非公有制经济发展提供了重大机遇。

我国经济发展韧性强、潜力足、回旋余地大的优势凸显,我国仍然是全球投资机会最好的国家,非公有制经济发展、非公有制经济人士施展才华面临的空间更加广阔、机遇更加充分、前景更加美好,完全可以有更大作为。信心很重要。我国发展一时一事会有波动,但长远看还是东风浩荡。广大非公有制经济人士要准确把握我国经济发展大势,提振发展信心,提升自身综合素质,完善企业经营管理体制,激发企业家精神,发挥企业家才能,增强企业内在活力和创造力,推动企业不断取得更新更好发展。

三、推动广大非公有制经济人士做合格的中国特色社会主义事业建设者

我在去年的中央统战工作会议上强调,非公有制经济要健康发展,前提是非公有制经济人士要健康成长。广大非公有制经济人士也要认识到这一点,加强自我学习、自我教育、自我提升。不要听到这个要求就感到不舒服,我们共产党内对领导干部也是这样要求的,而且要求得更严,正所谓“金无足赤,人无完人”。我们都要“自强不息,止于至善”。

许多民营企业家都是创业成功人士,是社会公众人物。用一句土话讲,大家都是有头有脸的人物。你们的举手投足、一言一行,对社会有很强的示范效应,要十分珍视和维护好自身社会形象。要深入开展以“守法诚信、坚定信心”为重点的理想信念教育实践活动,始终热爱祖国、热爱人民、热爱中国共产党,积极践行社会主义核心价值观,做爱国敬业、守法经营、创业创新、回报社会的典范,在推动实现中华民族伟大复兴中国梦的实践中谱写人生事业的华彩篇章。要注重对年轻一代非公有制经济人士的教育培养,引导他们继承发扬老一代企业家的创业精神和听党话、跟党走的光荣传统。广大民营企业要积极投身光彩事业和公益慈善事业,致富思源,义利兼顾,自觉履行社会责任。工商联开展的“万



企帮万村”精准扶贫行动很好,要抓好落实、抓出成效。

我们要求领导干部同民营企业家打交道要守住底线、把好分寸,并不意味着领导干部可以对民营企业家不理不睬,对他们的正当要求置若罔闻,对他们的合法权益不予保护。为了推动经济社会发展,领导干部同非公有制经济人士的交往是经常的、必然的,也是必须的。这种交往应该为君子之交,要亲商、安商、富商,但不能搞成封建官僚和“红顶商人”之间的那种关系,也不能搞成西方国家大财团和政界之间的那种关系,更不能搞成吃吃喝喝、酒肉朋友的那种关系。

我常在想,新型政商关系应该是什么样的?概括起来说,我看就是“亲”、“清”两个字。

对领导干部而言,所谓“亲”,就是要坦荡真诚同民营企业接触交往,特别是在民营企业遇到困难和问题情况下更要积极作为、靠前服务,对非公有制经济人士多关注、多谈心、多引导,帮助解决实际困难,真心实意支持民营经济发展。所谓“清”,就是同民营企业家的关系要清白、纯洁,不能有贪心私心,不能以权谋私,不能搞权钱交易。

对民营企业而言,所谓“亲”,就是积极主动同各级党委和政府及部门多沟通多交流,讲真话,说实情,建诤言,满腔热情支持地方发展。所谓“清”,就是要洁身自好、走正道,做到遵纪守法办企业、光明正大搞经营。企业经营遇到困难和问题时,要通过正常渠道反映

和解决,如果遇到政府工作人员故意刁难和不作为,可以向有关部门举报,运用法律武器维护自身合法权益。靠旁门左道、歪门邪道搞企业是不可能成功的,不仅败坏了社会风气,做这种事心里也不踏实。

守法经营,这是任何企业都必须遵守的一个大原则。公有制企业也好,非公有制企业也好,各类企业都要把守法诚信作为安身立命之本,依法经营、依法治企、依法维权。法律底线不能破,偷税漏税、走私贩私、制假贩假等违法的事情坚决不做,偷工减料、缺斤短两、质次价高的亏心事坚决不做。

中共十八大以来,我们党加大反腐败斗争力度,坚持“老虎”、“苍蝇”一起打,坚持无禁区、全覆盖、零容忍,查处了一大批违纪违法案件。反腐败斗争有利于净化政治生态,也有利于净化经济生态,有利于理顺市场秩序、还市场以本来的面目,把被扭曲了的东西扭回来。如果很多有大大小小权力的人都在吃拿卡要,为个人利益人为制造障碍,或者搞利益输送、暗箱操作,怎么会经济发展有利呢?这一点,相信广大正直的民营企业家都有切身感受。同时,我也要说,查处的有些腐败案件涉及民营企业,有些是涉案领导干部主动索贿,有些是企业经营者主动行贿。如果是主动索贿,那是我们没有管教好,要加大管教力度。如果是企业经营者主动行贿,那就要引以为戒,千万不能干这种事!

今明两年,民主党派、工商联将陆续换届,地方人大、政协也面临换届,对有贡献的非公有制经济人士做适当政治安排是一项重要工作。要坚持标准、严格程序、认真考察,做好综合评价,真正把那些思想政治强、行业代表性强、参政议政能力强、社会信誉好的非公有制经济代表人士推荐出来。要积极支持包括中国民主建国会在内的各民主党派加强思想、组织、制度特别是领导班子建设,提高政治把握能力、参政议政能力、组织领导能力、合作共事能力、解决自身问题能力。对民主党派反映的履行职能等方面遇到的一些问题,要积极创造条件,帮助研究解决。工商联要加强自身建设,增强工商联组织的凝聚力、影响力、执行力,推动工商联所属商会改革,切实担负起指导、引导、服务职责。



玩具制造曾经是汕头澄海的一张名片,378平方公里的地方,聚集着2/3的玩具上市公司。

在“互联网+”这一影响力覆盖全行业的产业升级浪潮中,发展带有明显区域特色的玩具业也正在寻找着转型的出路,IP、动漫、游戏、智造等热点领域逐渐成为玩具上市公司的标配。



从新闻记者掌握的数据来看,A股上市公司中的六家玩具制造企业全部位于广东省,除了高乐股份(C02348)是普宁市的企业之外,其余五家公司的注册地均为汕头,其中奥飞动漫、骅威股份、群兴玩具、互动娱乐这四家老牌玩具生产商更是都位于汕头市澄海区,另一家邦宝益智于2015年底才刚刚上市。

这些来自潮汕地区的公司,形成A股细分行业垄断有着历史原因。

1980年代中期,从家庭作坊式生产起步的传统玩具制造业在广东省汕头市澄海区发迹,随后文化相近的其他临近潮汕市镇也纷纷涉足玩具制造业。

随着全自动注塑机的大量引进和组合式动态玩具生产,玩具制造老大哥汕头澄海在2003年成为国内唯一的“中国玩具礼品城”。到了近几年,走向世界的“澄海玩具”已经成为独立词条,作为“集体商标”发挥品牌效应。



然而,作为“澄海玩具”之光、以奥飞动漫为首的当地四家同行业上市公司,目前都不约而同卸下它们曾共同打造的品牌光环,纷纷转型。原先的“星辉车模”于2014年3月更名“互动娱乐”,奥飞动漫集团公关总监曾蔚彬在受访时也向新闻记者表示,公司在2003年已确定了“动漫+玩具”的转型发展之路,现在更愿意被定位为“泛娱乐”公司。

作为最早上市的玩具公司,奥飞动漫在“去传统玩具”的路上一骑绝尘。

今年1月19日,公司公告称将以自有资金5000万元投资北京光年无限科技有限公司以获得其5%股权,合作生产为12岁以下儿童使用的人工智能机器人。1月20日,奥飞动漫又公布了最新的战略计划:启动智能S计划,未来在该领域持续投入20亿元资金,研发包括智能机器人、可穿戴手表等智能终端,同时战略投资法国蓝蛙、图灵机器人等机器人科技公司。

对于业务上的大跨度,曾蔚彬解释:“从奥飞过去发展路径的来看,‘玩具制造’‘动漫+玩具’均是为了实现孩子与IP之间的虚拟交互。现在技术的提升,智能机器人业务的拓展可支持孩子与IP间进行现实、真实的交互,这也是奥飞往这个领域发展的主要原因。”

从玩具制造到机器人开发,在此期间,奥飞动漫经历了不下10次融资、入股和收购,以实现其转型目标。

2013年9月,奥飞动漫收购原创动力100%股权,取得喜羊羊和灰太狼独家运营权;同年10月,又以6.92亿元收购方寸科技100%股权和爱乐游100%股权。2014年4月,奥飞动漫及奥飞香港以1.18亿元,分别受让客户端游戏开发商三乐公司40%股权和

Waystar公司40%股权。2015年8月,公司宣布以9.04亿元购买北京四月星空公司100%股权,其核心品牌为“有妖气”。

据统计,2010年过后,奥飞动漫每年投资的项目在两个以上,这个趋势在2015年达到峰值。公司董事长蔡东青曾公开透露其野心——将奥飞动漫打造成“中国迪士尼”,目标形成“从上游内容、IP孵化端到影视、游戏、电视、互联网等各类媒体终端以及衍生产业端逐步形成网状布局”的全产业链覆盖。这一口号与愿景,和中国首富王健林带领的万达不谋而合。

按照王健林的转型计划,旅游文化地产将是万达集团未来主攻的一条业务线,他也在公开场合表示,万达要做“中国的迪士尼”。

当机会被业内一直看好的时候,蓝海就成了红海,蛋糕不能用分的,只能用抢的。

因此尽管远大的愿景和此起彼伏的收购消息,让奥飞动漫成为A股市场中主打基本面的热门标的。但实际从当前业绩贡献来看,奥飞动漫仍较大程度地仰赖着发家的“玩具制造”业务。该公司2015年中报显示,动漫玩具类产品的营业收入为6.57亿元,非动漫玩具类产品的营业收入为1.48亿元,两者合计占总营收的比例为63.89%。动漫影视类、游戏类产品则以16.92%、9.66%的占比大幅落后。

首创证券分析师张炬华认为,除了宏观经济形势的影响,该公司作为国内动漫产业龙头企业,其玩具业务占总营收超过七成,其中大部分仍为传统的、科技含量较低的动漫玩具和非动漫玩具,而在市场占有率已较大的情况下,玩具业务的增长已经明显放缓。

奥飞动漫对于玩具制造业务的发展前景则有不同看法。曾蔚彬向新闻记者表示,随着“二胎全面放开”政策的落地,以及中产消费的升级,动漫玩具等衍生品行业仍有很大发展空间。奥飞会以IP为核心,将人工智能、VR等前沿技术与传统玩具业务相结合,实现对传统玩具业务的升级换代。未来几年,动漫衍生品板块依然会是奥飞的主营业务之一。

值得注意的是,将“IP”等热词一提再提作为转型核心道路的并不只有奥飞动漫。



为什么舆论如此关注重庆市长黄奇帆

重庆市长黄奇帆近期受到媒体关注。重庆市“十二五”期间年均 12.8% 的经济增速,在“十三五”稳增长背景下显得尤为突出。从媒体梳理的重庆经验看,主要表现在如下几点:一是坚决不碰产能过剩行业。黄奇帆曾表示,产能过剩的风险是经济中最重要的风险,如果“全行业过剩 30%、40% 甚至 50%,几乎所有企业,都会泥沙俱下,大家通通赔本,形成行业性亏损……更严重的是,实体经济产能过剩还会连累金融业,造成银行坏账,增加诱发金融危机甚至经济危机的风险。”因此,过去的这些年,重庆坚决不碰产能过剩行业,如煤炭、钢铁、光伏电池等。二是控制房地产的发展规模。在房地

产领域,重庆也一直注意谨防过剩,控制每年房地产的总投资不要超过全社会固定资产投资的 25%。他解释:超过 25% 一定供过于求,低于 25% 又供应不足,不适应城市化。如果一个地方基础设施投资中,房地产占了百分之七八十,长远看没后劲。黄奇帆认为:“调控地价十分重要,别以为地价高了赚钱,政府收入高了就是好事,它是个好事,但如果唯利是图,一根筋把地价推高,长远就使得房地产价格过高,工商企业房产资源成本过高,最后使得这个地方工商经济萧条,无法良性运作,这地方的人气都转到了泡沫房产,而不务实业,最后毁坏了整个城市发展的方向,后果就很严重。”他因此强调,楼面地价拍卖,不要超过当期房价的三分之一,是很重要的游戏规则。三是控制金融业风险。在重庆,黄奇帆力推直接融资市场,通过股票市场、银行间市场、企业债券等从资本市场为企业直接融资。据他透露,2014 年,重庆市政府帮助企业筹集到一千四五百亿的低利息、低成本的资金,都是从资本市场直接融资得来。但他并不看好 P2P 互联网金融,曾多次公开批评,而且早于 2014 年就暂停了 P2P 网贷公司的审批。四是控制较低的营商成本。重庆市一直努力营造“五低”环境。所谓“五低”,就是低税费成本、低融资成本、低要素成本、低物流成本、低土地房产成本。黄奇帆曾说,他理解供应学派理论几个重要特点:政府要保持较低成本的投资环境,促进企业较好地发展;放宽市场准入门槛,让各类大中小微企业竞相发展;形成同等国民待遇的市场,使各类所有制企业共同发展;必要的时候,政府出资补助可增加就业的企业来稳定就业。为什么现在舆论关注黄奇帆?可能有以下原因:一是现在经济不好,产业低迷,中国亟需有能耐的经济官员。这是黄奇帆受关注的最重要原因。二是中国经济的粗放发展时代已到头了,粗放发展导致了多种问题。现有体制下,地方发展与当政者的发展思路有很大关系,需要相对精细的发展思路和规划。重庆的发展显示出类似特点。三是地方发展要管控风险。这是国内地方政府常常忽略的,重庆在这方面把握得比较好,不像其他地方债务成堆、经济风险问题丛生。说白了,中国现在亟需懂经济、会搞经济的官员。



哈姆雷斯玩具店 9 月 落户南京新街口商圈

再过半年，到南京新街口逛英国百货和全球最大玩具店

都说节后市场“冷似铁”，可是上个双休日，南京新街口挤爆了，吃饭、停车人满为患，原因是东方商城宣布“闭店转型大清仓”。闭店？这在新街口商圈恐怕是头一遭！记者昨天了解到，今年 9 月英国老牌百货 House of Fraser（东方福来德）要来了。

东方福来德中国公司 CEO 孔军表示，在长达半年的改造中，将把原东方商城和国际金融中心打通，引入英国有 255 年历史的哈姆雷斯（HAMLEYS）玩具店等业态，计划打造全球最大的场景式玩具店。商店的特色是“场景化销售”，为孩子们营造出一个个生动的游戏场景，孩子们可以在里面互动试玩，就像进入了游乐园。

自有品牌+买手+场景销售模式，3.0 版商业模式南京试水

新街口弹丸之地，聚集着德基、金鹰这样的高档商场，也盘踞着对商品不断升级的新百、中央。在中高端商场竞争激烈的情况下，新商场要怎样冲出重围？

孔军透露，新商场定位中高端，预计有 300 多个国际品牌将在此汇聚。其中，首批引进自有品牌近 20 个，品类囊括男女装、配饰以及家居等。在服务上则保持“英国的 DNA”，设有多项贵宾专属服务，如私人购物及造型顾问、专业美容顾问、英国特色“下午茶”以及英式“VIP”休息区等。

未来，商场还将打通线上线下，实现跨境电商业

务，为顾客提供更多的选择。

“我们将打造的是百货业 3.0 版本，即自有品牌+买手品牌+场景化销售的全新商业模式。”三胞集团新闻发言人邹衍说，东方福来德最大的优势是让顾客“不撞衫”，引进的品牌中，近一半是东方福来德这些年培育的自有品牌，以及买手从全球各地精选而来的品牌，确保和其他商场差异化竞争。“3.0 版本将打破传统百货业模式，引领中国的传统百货向新型百货转型。”

摆脱同质化竞争，新街口商圈下半年变脸

过去商场转型大多基于自身的品牌升级、业态调整。而像东方商城这样，通过“海外并购”、引进海外团队，直接给本土商场更换“洋基因”，在国内相当少见。

东方商城的这次转型，还将对新街口商圈的商业格局产生巨大的影响。

三胞集团通过过去几年的资产并购，目前已将国际金融中心大厦、新百、东方商城全部收归麾下。从面积上看，半个新街口核心商圈都烙上“三胞印记”。

手握半个新街口核心商圈的资源，三胞集团有了打破新街口商圈同质化竞争的机会。新百和中央商场的业态很相近，而东方商城定位高端，和金鹰、德基业态有所重合。这一番转型改造，是一个开始，将助力原东方商城摆脱同质化竞争，迈出差异化发展的一大步。而新街口商圈的变脸，也将给逛新街口的市民带来更多新鲜感。



虚拟玩具或领跑猴年

万紫千红的玩具货架上,智能玩具总是能够以新奇的创意和技术吸引家长和孩子的关注。为了刺激需求,争夺更大的市场份额,各个厂家也在不断加快新功能、新技术的研发和应用。去年的AR技术可谓给国内虚拟玩具市场做了一个很好的铺垫,今年玩具业内更迎来了可用范围更广的VR(Virtual Reality,即虚拟现实)和全息投影技术。在1月份香港玩具展期间举办的一场题为《虚拟玩具市场的发展潜力》的研讨会上,有业内专家表示,更多视觉增强技术将引爆今年的虚拟玩具市场。

软件研发企业争当主导

美国知名玩具杂志“Time to Play Magazine”执行副总裁兼内容总监 Christopher Byrne 在研讨会上指,虚拟玩具是以应用程序作为主导或辅助平台,玩家必须依赖智能手机、平板电脑等电子产品,而传统的实体玩具反而是其次。“随着应用程序及虚拟技术渗进各行各业,全球玩具商也在过去数年争相开发智能玩具。”据记者了解,目前在虚拟玩具上使用率更高的技术包括AR、VR和全息投影技术等。(上述三项技术均为视觉增强技术,AR技术能在电子设备荧屏上把虚拟世界套在现实世界并进行互动;VR技术则是在多维信息空间上创建一个虚拟信息环境,能使用户具有身临其境的沉浸感,具有与环境完善的交互作用能力;全息投影技术就利用干涉和衍射原理记录并再现物体真实的三维图像,不仅可以产生立体的空中幻像,还可以使幻像与表演者产生互动。)

回看2015年,国内市场上与各种应用程序结合的玩具比比皆是,如应用AR技术的学习卡、布书、积木和应用蓝牙技术的遥控车、无人机等。这些产品都有一个共同的特点,研发的主导是玩具企业,配套使用的应用要么是玩企自主研发,要么是外包软件、游戏公司完成。而今年,记者发现软件、游戏公司抢当主导虚拟玩具研发的趋势逐渐显现——台湾奇锐科技股份有限公司正是其一。

奇锐科技原来是专注于游戏和动画等制作的企业,近年上述领域的开发成绩吸引了台湾当地的动漫企业关注,邀请合作生产衍生玩具。奇锐科技根据开发应用的技术优势,打造了一款应用全息投影技术的桌游,在香港玩具展上首度亮相即吸引很多买家的关注。而在内地强大的玩具产业链支撑下,类似的以软件开发企业主导玩具研发的模式也很有看头,去年在多个众筹平台发布的故事机也有不少由软



件和游戏公司主导,推出一系列的技术应用概念,众筹成功后再开展大批量生产。不少成功案例给很多软件和游戏公司进入玩具业注入了一剂强心针。

尽管如今市场上虚拟玩具多如繁星,但这类产品要实现更高的盈利目标也并不容易。知名设计公司 JMP Creative 总裁 Jim McCafferty 在研讨会上指出,在欧美和日本市场,智能玩具已不算新鲜,玩企不能再单单以新技术做噱头:“如要承接智能玩具的热潮,研发方必须结合现实及数字世界,在以数字技术支持实体玩具的同时,玩具实物亦能提升玩家在虚拟世界的体验,两者必须相辅相成。”他希望,各企业必须紧贴潮流,灵活调整发展策略,虚拟类产品才能在智能玩具市场分一杯羹。

智能设备促虚拟玩具发展

美国玩具品牌 zing 的销售及市场推广副总裁 Josh Loerzel 认为,智能产品和网上社交平台的普及推动了虚拟玩具的发展。“以美国为例,88%的十八岁以下人士,拥有至少一部智能手机,近 90%经常浏览及利用 Facebook 和 Instagram 等网上社交平台,并分享个人状况及资讯。年轻一代喜欢通过智能设备沟通,活跃于各个网上社交平台。”Josh Loerzel 展望,由于虚拟世界不受地域界限,智能玩具可有效把世界各地的青少年和儿童直接联系,凝聚一个前所未有的全球年轻群组。

和美国的虚拟玩具透过社交媒体推动发展有点不同,我们国内的虚拟玩具则更多是通过智能设备的普及来推动。就目前情况看,智能设备的普及使“低头族”的数量不断增加,当中儿童、青少年一代在当中的占比让人担忧。我们在地铁上、饭店里都能经常看到拿着手机或者平板电脑在玩游戏的小孩。更值得关注的是如今部分儿童、青少年甚至玩游戏的动力都没有了,反而通过一些网络直播平台看别人玩游戏,这是一个很值得家长们注意的问题。因此 Josh Loerzel 也认为,虚拟玩具的出现能够让青少年用好这些智能设备,给他们一个新的平台、媒介和身边的朋友、家长一起互动,而不是一味地对显示屏幕比比划划。

于 2014 年创立的上海葡萄纬度科技有限公司是

国内推出“虚拟+现实”儿童玩具的代表之一,这家公司已推出的其中一款玩具——魔方,结合平板电脑一起玩,透过计算机视觉技术,实现实体魔方玩具的所有面和颜色的精确识别,实时生成魔方还原步骤,让孩子可以无师自通学会还原魔方,体验魔方的魅力。葡萄科技希望能让儿童的娱乐内容变得科学有序、寓教于乐,且增进亲子关系,教会孩子独立思考、正确地使用适合于儿童的智能终端设备,传达有助于提升儿童身心健康的互动信息内容。

虚拟玩具该如何抢占市场

时移势易,当下的儿童和青少年对采用虚拟技术的智能玩具兴致日增。美国大型媒体集团 NBC 环球的高级副总裁 Cindy Chang 在研讨会上表示,现在的儿童和青少年比以往早熟,对个性化设计和体验的渴求更大,虚拟玩具必须要给孩子们更多代入感。“正如现在很多电影或动画的主角等虚拟人物常常能引起风潮,但必须使用与过去截然不同的市场策略才能实现成功。以往我们推销芭比娃娃时着重鲜明的包装,刻意删去人物或角色背后的故事。反观现在《小黄人》和《侏罗纪公园》等衍生出来的虚拟玩具或应用,均会加入引人入胜的情节,令小玩家能以此作为发挥创意的平台,代入并发展出属于自己的故事。”春节期间,记者看了一部动画《玩具总动员:遗忘的时光》,该片讲述了孩子们在玩玩具过程中是如何发挥想象,构造各种属于自己的奇妙世界,同时玩具也可以把孩子们引入创造性更广的玩乐空间。随着虚拟玩具的种类不断丰富,记者相信未来的玩具能够解放孩子“束缚”在游戏手柄或智能设备上的双手,回归到用玩具建造属于自己的童话世界。

除了加强产品的代入感,选择抢占成年人市场也是虚拟玩具的发展方向之一。香港智能玩具企业 Soap Studio 总经理陈颂恩在研讨会上表示,玩具当然不只是小朋友的专利,成年人的智能玩具市场同样不容忽视。“成年人的消费能力更强,他们更乐意不计较价钱地获取高质素的虚拟世界玩乐体验。如今,我们公司就已经推出了感应脑电波的虚拟玩具,预计在未来五年内,成年人的虚拟玩具市场将继续引入各项高端技术,带领玩具业步入另一个黄金时期。” (卢子铭)

颠覆传统 互动玩具开拓市场新商机

智能发声、走路、唱歌、跳舞、对话、做游戏……增加玩具的互动性早已不是一件新鲜事。事实上,“互动玩具”这一分类在中国市场出现却是近两年的事情。互动玩具是近几年全球玩具行业的一大热点,本刊结合互动玩具诞生和发展背景,剖析互动玩具市场的发展前景。

国外巨头开挖互动玩具金矿

5年前,“互动玩具”这个市场还未存在。2011年,动视公司(Activision, Inc.)正式提出“Toys-to-life”这个概念,并付诸现实和商业化。互动玩具市场从此开始逐渐形成。

动视公司的创举要从一只紫色的小龙说起。1998年,游戏开发商 Toys For Bob 设计出一款名为“小龙斯派罗”的游戏。2005年,Toys For Bob 被动视公司收购。动视公司当时正在寻找新的业务增长点,Toys For Bob 想到了将玩具直接带入进游戏的玩法,经6年研发创造了《小龙斯派罗:斯派罗的冒险》。“小龙斯派罗”将现实中的玩具真正与游戏结合,通过 NFC 等无线技术,手里玩偶的形象就像通过传送门一样进入到了游戏中,会动、会说话,真正“活了起来”。随后,动视公司的“斯派罗大冒险”电闪雷鸣般席卷美国玩具领域。

为了跟上互联网以及视频游戏的趋势,迪士尼7年前成立了互动娱乐部门。2013年8月,互动娱乐部门推出《迪士尼无限》游戏,融合了建造、RPG、动作等众多元素,并引入了迪士尼旗下众多人物。《迪士尼无限》系列畅销全球,该系列首部和第二部作品分别于2013年和2014年下半年开始发售,融合了游戏与互动玩具的玩法。

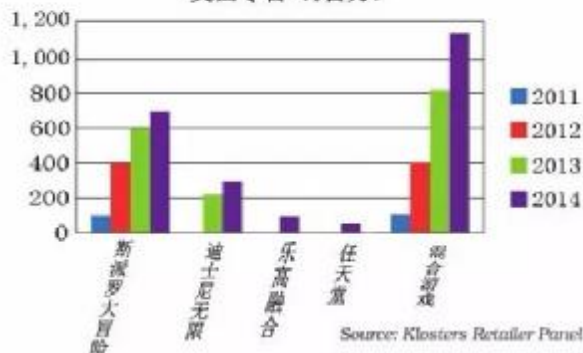
伴随互动玩具愈演愈热,另外两家企业也加入这一行列的开发:乐高(LEGO)和任天堂(Nintendo)。乐高推出的乐高融合(Lego Fusion)并不局限于游戏机上玩,还可以应用于智能手机和平板电脑,其余玩法和“斯派罗大冒险”相同。任天堂(Nintendo)也推出了 amiibo,同步玩具和游戏内的角色。

自2014年起,互动玩具在美国的呼声越来越高。虽然其影响力并没有被普遍认可(NPD为其评估竞争对手是视频游戏,而非玩具),但2014年“斯派罗大冒险”和“迪士尼无限”催生的玩具人偶销量已经占到总销量的85%。2014年 Klostors Retailer Pancel 调查数据显示,2014年这类将玩具与视频游戏结合的混合游戏大幅攀升,2011这类游戏市场仅占100万美元左右销售额,2014年已经超过1500万美元。而从另一方面沃尔玛、玩具“反”斗城和塔吉特的货架面积对比图可以看出,美国零售商动作人偶玩具货架面积也相比2013年有所增长。从美国的案例可以窥见,互动玩具存在销售市场。

中国市场互动玩具兴起

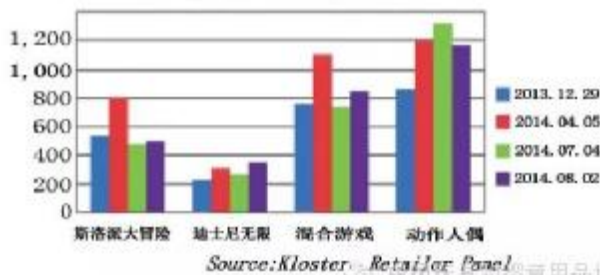
美国混合游戏销售

美国零售 (\$百万)



货架面积对比

沃尔玛、塔吉特和玩具“反”斗城



在几大巨头厮杀于大洋彼岸的高地之时，中国的互动玩具还未诞生。时至2015年，腾讯率先于去年9月推出“微宝”。拥有京东电商入口及微信社交入口的腾讯，进入互动玩具领域非常便捷。根据游戏基因，腾讯“微宝”还开发了“微宝大冒险”游戏。2016年4月，腾讯还将推出一款新的互动玩具，目前正在研发中。

2016年年初，奥飞动漫授权众玩网络科技有限公司开发了《铠甲勇士捕将》，这是一款结合了玩具和游戏为一体的互动玩具。为了实现这个功能，《铠甲勇士捕将》角色玩偶中内置了特殊芯片，在电视端，玩家配合控制手柄和TV感应器，游戏玩偶就可以出现在兼容的游戏里面，可以通过解锁或者联动后获得新的技能和内容。而在手机端，玩家将智能玩偶配合手机感应器使用，同样可以让游戏玩偶穿越到游戏中，实现游戏和现实的交互体验。这款玩具将会在京东线上销售。

互动玩具能否在中国站稳脚跟尚未可知

在海外市场风生水起的互动玩具能否适应中国大陆？本刊就此问题采访了香港刺猬设计公司的高级设计师 Gary Man 和京东商城玩具负责人王经理。

Gary 表示，互动玩具目前在香港地区并没有特别流行，因为出现的时间并不是很长，所以很难判断未来的发展。但是互动玩具自身存在一些弊端，其一，儿童的年龄定位偏大，很难覆盖0-3岁婴幼儿；其二，角色形象也存在生命周期，这点对于玩具企业来说也很具有挑战，只有不断更新形象才能维持市场热度。

京东商城王经理持相反观点。2016年京东商城会大力推广互动玩具。4月，京东商城将携手腾讯售卖新的互动玩具。经过去年9月推出“微宝”的第一轮试水，腾讯在新的互动玩具推广上会更加成熟。由于线下渠道是腾讯的弱势，京东商城会是这次玩具的核心销售渠道。

互动玩具在中国还是一个刚起步的阶段。中国玩具市场具有特有的市场特点。在北京渠道走访中，玩具“反”斗城的“微宝”销量一般。“微宝”市场定价近600元，尽管在王府井商圈，600元上下的玩具不算贵，但是消费者会倾向于买大件玩具，因为这样的玩具送礼更为体面。在中国地域差异使得消费者对玩具的认知存在差别。此外，中国消费者非常重视孩子的教育，互动玩具与游戏结合容易让消费者担忧影响幼儿学习。

正所谓罗马并非一日建成，笔者认为，玩具行业与游戏行业一直都具有天然相关的娱乐属性，网络游戏中的形象和道具可以被开发出具有故事内涵的玩具产品，引领玩具市场潮流。无疑，游戏互动玩具会是玩具行业的新商机，但是这种商机能否在中国站稳脚跟还需要长期观察。





ICTI CARE Foundation



江苏省玩具和婴童用品商会

2016 年 ICTI “关爱” 程序管理培训——基础课程

培训日期：2016 年 4 月 27-28 日（周三至周四）

培训地点：南京市同心圆宾馆（江苏省社会主义学院）

培训讲师：ICTI CARE 技术团队

培训主办单位：ICTI “关爱” 基金会&江苏省玩具和婴童用品商会

致各企业：

2013 年 ICTI “关爱” 程序新版行为守则程序指引丛书已正式出版，并在申请程序、工时工资、劳动用工以及环境健康安全等方面都做了全面的更新。2015 年，为了让工厂 ICTI CARE 体系负责人及相关操作人员继续更加全面系统的学习新版要求，及时了解 ICTI “关爱” 程序最新要求。江苏省玩具和婴童用品商会将联合 ICTI “关爱” 基金共同举办 2016 年第一场 ICTI “关爱” 程序工厂体系管理课程培训。

一、培训目的

1. 通过体系管理课程培训，能全面系统的掌握 ICTI CARE 体系的最新要求，同时也能得到 ICTI CARE 技术团队的亲自指导，帮助工厂进行更加有效的体系管理；

2. 通过体系管理课程培训，能对 ICTI CARE 体系课程进一步加深学习，提升工厂 ICTI CARE 体系负责人的专业水平，提高整个工厂员工培训效率及内部审核效率；

3. 通过体系管理课程培训，能对 ICTI CARE 管理体系和工厂的自身实际情况有更加清晰的认识和了解，通过培训课程的不断深入强化，学员间的交流探讨，完善工厂内部体系管理小组的工作。

二、培训适合对象

1. 新申请或有意申请 ICTI CARE 认证的工厂，帮助工厂全面了解 ICTI “关爱” 程序的最新要求，指导工厂建立有效的内部审核机制；

2. 已有 ICTI CARE 证书，由于人员变动原因需委派新人负责或者有意培养储备人员的工厂。帮助新的体系负责人或储备人员全面了解 ICTI “关爱” 程序的要求，更好的应对审核要求及工厂内部体系的维护。

三、培训课程安排

1 培训时间：2016 年 4 月 27-28 日

2 培训课程初步安排：



ICTI CARE Foundation



江苏省玩具和婴童用品商会

日期	时间	内容
4月27日	09:30-09:45	第一部分 ICTI CARE 机构介绍
	09:45-10:15	第二部分 企业社会责任 (COC) 在提升工厂管理中的应用
	10:15-11:15	第三部分 ICTI CARE 重要政策和程序
	11:15-11:30	小休
	11:30-12:30	第四部分 工作时间和工资 (审核清单 2-3)
	12:30-13:30	午餐
	13:30-15:30	第四部分 工作时间和工资 (审核清单 2-3) (继续)
	15:30-15:45	小休
	15:45-17:30	第五部分 劳动用工 (审核清单 4-8)
4月28日	09:30-10:30	第六部分 环境健康安全 (审核清单 9-12)
	10:30-10:45	小休
	10:45-12:30	第六部分 环境健康安全 (审核清单 9-12) (继续)
	12:30-13:30	午餐
	13:30-15:30	第六部分 环境健康安全 (审核清单 9-12) (继续)
	15:30-15:45	小休
	15:45-17:30	第七部分 答疑指导环节

3 培训证书

参加培训的学员将颁发由江苏省玩具和婴童用品商会签发的, 与 ICTI “关爱” 基金共同举办的《2016 年 ICTI “关爱” 程序管理培训——基础课程》培训结业证书。

四 培训费用

- 1 培训费用: ¥1980 RMB/人, ¥1800 RMB/人 (江苏省玩具和婴童用品商会会员优惠价格)
(以上费用包含 27-28 日午餐费、资料费、证书费以及 2013 年 ICTI CARE 新版行为守则及程序指引一套)
- 2 缴费方式: 本次培训将统一开具相关发票, 接受转账缴费方式。
户 名: 朱 兰
开 户 行: 中国农业银行南京玄武支行营业部
卡 号: 622 8480 3996 8961 9274
- 3 备注: 缴费后请将底单传真至 025-84825593 并电话告知, 或扫描附件发至邮箱 jsstoy@163.com



ICTI CARE Foundation



江苏省玩具和婴童用品商会

五 报名方式

1. 请有意参加的工厂填写报名回执并 email 回复我们，报名截止日期 4 月 22 日。相关培训费用及住宿费请在收到我们的报名确认信息后再缴纳。为保证本次培训的效果，将实行小班制。名额有限，欲报从速，名额满即止，谢谢！

2. 报名咨询电话：025-84826892， 18913929790 朱兰
 报名传真：025-84825593
 E-mail: jsstovs@163.com, 550358006@QQ.com

六 备注

1 请各企业参加培训的学员务必填写清楚公司名称（中英文），ICTI CARE 证书编号以及姓名（中英文），以便我们培训证书的制作。

2 本次培训费用已包含 2013 年 ICTI CARE 新版行为守则及程序指引一套，如需要购买多套或单独购买请先提前告诉我们，可在培训现场直接购买。

培训报名回执

公司名称	中文：			ICTI CARE 证书编号	
	英文：				
参加培训学员 (中文)	参加培训学员 (英文)	部 门	手 机	电 话	Email
本次培训费用已包含《2013 年 ICTI CARE 新版审核规章手册及程序指引》一套，如需额外购买《2013 年 ICTI CARE 新版审核规章手册及程序指引》，请注明需额外购买的套数。（每套 120 元）				_____套	
是否需要住宿	☐ 26 日晚	☐ 27 日晚	☐ 28 日晚	标准间_____晚 单间_____晚	注：四星级标准间 328 元/间（含早）， 单间 228 元/间（含 早）

3、报到地点：江苏省社会主义学院（同心园宾馆）

酒店地址：南京市苜蓿园大街 51 号

酒店电话：025-85262266

报到时间：4 月 26 日下午 13:00-19:00（不需要住宿的 4 月 27 日 9:00 前）

报到地点：宾馆大厅



商会带你走向更广阔的世界

在国外,凡华商集聚的地方,都有商会。大多数国外和境外的商会成立时间比较早,规模较大,实力较强,运作模式比较成功,社会辐射力和影响力与日俱增。市场经济越发展、越成熟,商人们越会意识到成立商会的必要。

一、人脉就是最大的财富。凡成功的企业家都懂得人脉比金钱更重要,因此他会把参加社会活动,结识更多的人,当做一项极其重要的工作,并且从结识的人中选定少数人进行长时间的感情投资,最终成为好朋友。有一项研究证明,你只要有6个朋友,你就有办法同世界取得联系。朋友的朋友,就是你的朋友,参加商会等于打开一扇门,让你走向广阔的社会,融入集体的行列。

二、拓宽信息渠道。做生意需要及时掌握政策信息、投资信息、项目信息、产销信息、价格信息等。商会作为一个商人的团体组织,它所拥有的平台成为沟通渠道和信息的汇聚地,其信息量远比个别商家多得多。如你能提前把握宏观经济走势,宏观调控政策的变化,市场的走向,以及投资风险的警示,至少你会增加投资兴业的保险系数,更何况也许一个有用的商业信息,或偶遇的商机,往往产生于众人不经意的交谈之中。

三、强化宣传窗口。生意做到一定的程度,要想扩大产品的影响和提高企业的知名度,对外宣传就显得尤为重要。一个人在社会上必须有声誉;一个企业在社会上必须有个信誉。而这声誉和信誉的获得,除依靠个人日积月累的为人行事,靠企业自身的宣传和产品质量、售后服务等赢取外,还可以依托商会的网站、刊物和会议、活动场合的宣传,取得花钱少收效大的宣传效果。

四、搭建求助平台。一个人不管多么成功,也都会有求人的时刻;

一个企业不管运营多么顺畅,也会遇到突发事件或靠自身能力无法排解的难题,需要借助外脑、外力。商会就是一个诉求平台,可以借助商会业已建立起来的各种渠道和商会内其他企业界人士拥有的公共关系资源,帮你协调,甚至解决你在经商过程中遇到的寻求土地、项目、资金、产品销路、乃至种种维权事项。

五、加重话语权。企业在发展中难免会遇到制约瓶颈,遇到问题一旦通过商会,有商会出面,其话语的分量,就与你单体奔走呼吁大不一样。





杰出企业家的创新之道

在激烈的市场竞争条件下,对于企业来说持续创新是必须的,然而,现实中许多企业不是不敢创新,而是创新结果往往不仅没能带来预期的效益,反而使企业过早地走向衰败。那么,那些杰出的企业家是如何不断实现成功创新的呢?

一、自省内心对美好事物、美好生活是如何评价,然后再根据自己心目中的评价标准来组织研发和创新

获利机会的存在是创新成功的重要前提。机会有多种多样,有些机会是显而易见的,一般人也能发现;有些机会虽然不是显而易见的,但如果借助市场调研之类的手段也能发现;而有些机会除非具有敏感的警觉,否则根本无从发现。不论何种机会,机会可遇而不可求,甚至稍纵即逝,所以要能发现并抓住机会,一定程度上的警觉是必要的。从这个意义上讲,任何能够发现并抓住机会的人都是企业家。机会源自非均衡。从需求方面来看,非均衡有两类:一是经济学意义上的非均衡,即市场总体或是局部还存在尚未饱和的需求(严格讲还包含供过于求的情形);二是隐藏在均衡市场背后的非均衡,亦即那种消费者自己都不明白的需求。由于对于第一类非均衡一般人也能通过市场调研而获知,所以从某种意义上说,企业家的职能是发现第二类非

均衡,然后创造第一类非均衡。说得浅白一点,就是发现那种隐而不彰的需求,然后通过创新激发市场新需求。

张维迎教授曾指出,“伟大的企业家能够看到消费者自己都不明白的需求”,“他们不仅创造产品,其实也是创造产业”。试图通过市场调研而获知这种需求对象的产品具体是什么样必然是不可能的。譬如,在汽车发明以前,通过市场调研所能获得的信息最多不过是大众喜欢比马车便利的交通工具,大众不可能明白对像汽车一样的交通工具存在需求。那么,杰出的企业家又是如何洞察这种潜在的需求呢?

亚当·斯密说过:“由于我们没有直接体验到他人的感受,我们不可能知道他们有什么样的感受,除非我们设想在相同的处境下我们自己会有什么样的感受。”乔布斯有句名言:“我们没有走出去进行市场调查,我们为自己生产。我们就是判定它是好是坏的一群人。我们只是想尽我们的所能生产我们认为最完美的产品。”杰出企业家的睿智之处就在于他们会反问自己,自省内心对美好事物、美好生活是如何评价,然后再根据自己心目中的评价标准来组织研发和创新。他们相信自己的眼光和判断,不断发挥想象和反问自己:根据自己的消

费需求和审美眼光,对现有产品和服务还会有什么样的改进要求?如果某个技术问题能够攻克,生产出来的新产品能不能激发人们的消费欲望?如果收入水平提高了或生活条件改善了,人们的偏好会发生怎样的改变,抑或产生什么样的新欲望?如果人处于某种窘境中或是遇到某种不便,会需要什么样的便利工具或适用物品,以及现实生活中遇到类似不便和困难的情况是经常性的还是偶然性的,是普通大众还是某些特殊人群才会遇到等等。从“将心比心”、“推心置腹”、“设身处地”中,感知或揣测那种消费者自己都不明白、不自觉的需求,然后大胆进行创新和创造产业,将其激发为实际的需求,获取垄断性利润。

二、关注那种起初不太起眼的边缘性技术,并大胆率先运用创新

克莱顿·克里斯坦森指出,成功的企业往往过于专注在产品质量的不断改进上,在延续性创新方向投入过多,而对破坏性创新技术(边缘性技术)的出现麻痹大意、掉以轻心,以致遭致灭顶之灾。在现实中,破坏性创新技术或产品屡见不鲜,如半导体元件之于电子管元件,移动电话之于有线电话,数字印刷之于平板印刷,傻瓜相机之于专业相机等等。如今,即使黑白电视机的显像管再怎么经久耐用,又有谁会对这种电视机感兴趣呢?

考察中外杰出企业家的创业史,不难发现他们往往是破坏性技术的开发和运用创新的领先者,这种技术的创新产品起初往往被行业中的大企业视为“小打小闹”、“成不了气候”,却不曾料到日后会攻城略地,颠覆原来的产品市场。当然,科学技术在不断进步,这种破坏性技术有朝一日也可能被更具破坏性的技术所取代。

三、专业主义

杰出的企业家是专业主义者和完美主义者,他们不论涉足哪一个行业,不做则已,做则一心一意,力求尽善尽美。他们不是技术专家,但他们见多识广,知道从哪里获得知识和如何有效地利用知识。他们首先考虑的不是利润,而是如何通过不断改进和创新创造超级产品。大前研一则强调,细节决定成败,专业主义是

竞争的重要工具。专业主义者如“褚橙”老总褚时健,即便是年过花甲再度创业,仍然充满敬业精神和创新精神,生产出来的橙子肉多皮薄、酸甜可口、供不应求,令多少果农惊叹不已。

因为专业主义,他们比别人更了解产品存在的缺陷或不完美之处,进而能够制定正确的改进创新的方向和目标;因为专业主义,他们对所涉足行业领域的技术突破更具警觉,从而能率先运用创新;因为专业主义,他们甚至具有组织有关专业技术人员进行研究开发的能力,从而为创新获得技术支持;因为专业主义,他们勇于开展探索和试验,且不是没有经受过失败,但最终大获成功。总之,专业主义使他们较之他人更具创新能力。

四、注重增强紧迫感和创新愿景的传播,为创新项目的顺利实施提供保障

发现机会的目的是利用机会。创新意味着将发现变为行动,将想法变为市场。许多企业创新失败的原因常常不是因为创新的方向不对、点子不好,而是由于执行力不足,行动迟缓,被他人抢占了先机,或是创新项目的实施得不到上司和下级的理解、重视和支持,致使创新项目半途而废。说到底,失败的根本原因在于公司上下缺乏一种紧迫感,加之创新愿景的传播不足,经理、员工甚至上司对行动的目标和意义的理解存在偏差。紧迫感源自于对面临的危机的充分认知和对于现状的不满。紧迫感的作用在于推动创新,而愿景的作用在于拉动创新,两方面缺一不可。

约翰·科特总结道,组织变革失败的原因往往是因为过于自满、独木难支、低估了愿景的力量、对变革的愿景传播不足、没有扫清变革的障碍、没有步步为营、过早地宣告胜利、忽略了将变革融入企业文化等。其中过于自满和低估愿景的力量更是要害,因为其它错误很大程度上是由这两个错误衍生而来。杰出的企业家会设法改变职工的自满状态,增强紧迫感,同时重视愿景的作用和力量,将创新的愿景传播到企业的每一个部门和每一个职工,统一思想认识和行动目标,为创新项目的顺利实施提供保障。

大象做错了什么才会倒下？

与其问大象做错了什么,还不如问蚂蚁做对了什么

大象的不断倒下和蚂蚁的快速崛起,正在成为这个时代的标签,甚至成为一种常态。

柯达、摩托罗拉、诺基亚,这些大象级企业的倒下,不会是这个时代的终结,而是刚刚开始。

像小米这样的企业,快速从蚂蚁成为大象,几年时间走过了传统企业几十年的路子,也不会是个案,而是一种典型现象。

“我们做错了什么?”当诺基亚发出这样的疑问时,说明他们死得不甘。这样的声音,相信很多大象倒下时,都曾经自问过,只不过诺基亚公诸媒体了。

那些倒下的大象,“他们做错了什么?”那些崛起的新贵,“他们做对了什么?”这就是我们想回答的问题。

这是一个时代的问题。时代的问题,要获得划时代的答案。

在企业界,实践总是超前于认知。上述案例,就指明了实践的价值,而对它的认知,我们才刚刚开始。

先让我们从一些典型案例中寻找踪迹吧!

案例 1: 华为

华为的任正非谈到“未来的战争是‘班长战争’”。

华为过去二十几年,一直采取中央集权的管理方式。为什么要中央集权呢?就是要组织集团冲锋。为什么要集团冲锋?因为我们火力不强,所以要集团冲锋,搞人海战术,近距离地集中火力。

而今天,我们的作战方式已经改变了。

这二十几年来,我们向西方公司学习已经有了很大的进步,有可能一线作战部队不需要这么庞大了。IT 流程的支持,以及战略机动部门的建立,未来有可能通过现代化的小单位作战部队在前方发现战略机会,迅速向后方请求强大火力,用现代化手段实施精准打击。

请注意,华为任正非的上述讲话中,关键词是“班长的战争”,这是对传统组织和决策体系的颠覆性认识。过去讲“班长”,指的是最小的作战单元,现在讲“班长”,指的是最小的战略单元。

案例 2: 海尔

海尔的张瑞敏一直在坚定地推进“内部 SBU”,强调每个人都是一个 SBU(战略经营单元),后来又提出“人单合一”。

2014 年,张瑞敏在海尔内部年会上,首次对外界宣布,海尔基于互联网思维下的“三化改革”——即“企业平台化、员工创客化、用户个性化”改革启动以来,海尔旗下近千个小微组织,就开始了一场内部“竞赛运动”。“半年之内,必须有新项目冒出来!”





最先涌现出来的似乎是一个当初并不起眼的“小微”——“雷神”。这个由三位“85后”男生——李宁、李艳兵和李欣,发起的海尔内部创业组织,主攻产品是游戏笔记本电脑。

请注意,张瑞敏最初强调的是不脱离正常经营的内部SBU,现在强调的是可以脱离现有经营的创业型的SBU。

华为和海尔的案例强调一点,公司未来只是员工创业的平台,是内部诞生新战略单元的孵化器。

案例3:苹果

在组织架构上,苹果可以看作三家公司。

在最上层,苹果是一家小公司、一个决策和创新团体。这一团体由多名具备专业知识的高管组成,负责苹果的产品和职能。他们在加州Cupertino市生活和工作的,围绕在乔布斯和库克身边。这一团体的成员负责不同的事务,如果表现不佳有可能被解雇。他们之间的级别体系已经扁平化,但是当他们做出决策并发布命令时,他们希望命令被不加怀疑地完全执行。

他们没有兴趣在公司内看到许多不同的创新,而员工也不被允许采取不同的做法。在这一小团体中,“人才密集”原则发挥作用。通过使一些充满才华的人努力工作,你不仅可以出色地完成工作,也可以减少因为办公室政治带来的内耗。

苹果内部的第二家公司包括了4.6万名其他全职员工,其中大部分人负责营销和销售。

第三家公司则包括苹果位于亚洲的许多代工商,例如富士康。这家公司基本上是由库克创造的。作为一

名供应链专家,他于20世纪90年代末推动了苹果的制造外包,并与许多代工商建立了良好的关系。这使苹果避免了库存方面的成本。不过,在这一方面的管理与苹果第一和第二家公司完全不同。

请注意,苹果创造力的核心在最上层,由于IT业产品生命周期很短,所以,最高管理者直接参与技术与产品研发,并允许技术人员独立的创意,这些对于技术和产品创新,非常重要。

案例4:谷歌

谷歌最神秘的是它的“X实验室”,是谷歌公司最神秘的一个部门,位于美国旧金山的一处秘密地点,该实验室的机密程度堪比CIA,仅少数几位谷歌高层掌握情况,在其中工作的人,都是谷歌从其他高科技公司、各大高校和科研院所挖过来的顶级专家。Google的X实验室在联合创始人布林的带领下开发过谷歌眼镜和无人驾驶汽车等项目。

“X实验室”有一份列举了100项未来高科技创意的清单,多数与现有主业无关。部分项目包括太空电梯、物联网、机器人等。

谷歌技术人员有一项特权,所谓“20%项目”,就是指谷歌公司允许员工拿出20%的工作时间,用来做本职工作以外的项目,这样就能开发出更多种类的产品。对于这些准意义上的“额外产品”,谷歌一般是在公司内部使用,但少数“20%项目”已被谷歌对外发布,并受到了用户的热烈追捧,其中就包括Gmail、谷歌新闻服务、GoogleTalk和社交网站Orkut等。

谷歌“20%项目”就是确保谷歌能够在公司选定的技术方向之外,发现新的技术方向。

颠覆与突变的时代

从结果看,大象级的企业纷纷倒下,如柯达、摩托罗拉、诺基亚等;或者陷入与过去巨大反差的经营状况,如微软、英特尔、HP、P&G、索尼及日本家电企业。同时,一些创业小企业快速崛起,蚂蚁迅速成长为大象,如小米,中国IT业的BAT。

大象级的企业做错了什么?它们甚至比以前更优秀,但它们没有认识到所处的时代变了。



如果时代变了,那么一切都得变!这是一个抬头看路比埋头拉车更关键的时代。

大约 150 年前,作家凡尔纳在《海底两万里》里做出大量不可思议的惊人预言,后来基本上都实现了,但花了很长时间。现在,就连最大胆的预言家都不敢轻易做出预言,因为现实比预言来得更快。真的是没有做不到,只有想不到。

这是一个技术颠覆和迭代的时代,一个行业突变的时代。一切变化太突然,甚至来不及反应。等到反应过来,可能已经晚了。或许再过一段时间,现在的世界 500 强的多数企业,都会成为商业历史上的遗迹。

变,完全可以与前三次工业革命相媲美。用 IT 界人士的说法:只有想不到,没有做不到。谷歌的“X 实验室”,正在逐步把人类的梦想变成现实。

第二,PE、VC 和众筹、IPO 的出现,直接跨越资金原始积累。

可以说,没有 PE 和 VC,就没有硅谷。硅谷是技术与金融的完美结合。

企业的发展,从资金来源讲有原始积累和资本聚集两种方式。原始积累就是滚动发展,经济学家讲,利润是未来的成本。这就是资本原始积累。

资本聚集就是外来资本支持企业快速发展。在传统行业,资本聚集的前提条件是赢利能力。

硅谷则更进一步,PE、VC 和众筹的出现,根本不需要赢利能力,只要有一个好故事,就有人愿意投资。过去,创业至少需要种子,现在连种子也不需要了。由于

金融的参与,蚂蚁变大象不再是奇迹。

格力的发展,用了 20 多年,走的是原始积累的路子。小米用了几年时间,就敢与格力“打赌”,走的是技术与金融结合的路子。

第三,网络 and 现代技术所创造的新生活方式。

10 年前,迷恋电视的学生会遭到家长的呵斥。现在,这种现象已经很少,取而代之的是手机刷屏。不是有人说:世界上最远的距离是我在你身边,你却在玩手机。

一个产品可能是产品,一系列产品形成了新的生活方式。年轻的一代,就生活在网络化的生活方式里。

新的生活方式会产生新的需求。所以,那些即使与 IT 无关的行业,同样会受到 IT 的影响。比如,宝洁最近就很苦恼,因为年轻一代认为宝洁落伍了。企业如何从全新的生活方式中发现战略机会,这是所有企业的问题。

第四,全新传播方式出现了。

以往商业的传播,多数是基于付费的大众传播。然而,现在大众传播越来越无效,社会化媒体的盛行,既为传播带来了挑战,也为传播带来了机会。比如,小米所做的传播,几乎是免费的传播,苹果更是这方面的先驱。每个时期都有一些新企业利用社交化迅速上位。

上述四项因素组合,决定了我们所处时代的两大特征:

一是在技术和生活方式方面的颠覆和迭代,这个特征决定了原来的巨型企业可能迅速丧失价值,可能连反思的机会都没有。大象的倒下,就是这方面的原因;

二是新技术和产品,利用“创意+金融”或“技术+金融”,能够快速崛起,蚂蚁迅速成为新的大象。





南京鸡鸣寺路樱花

不负春光

——看三月江苏十三市颜值担当！



无锡鼋头渚



苏州香雪海



宿迁三台山



盐城荷兰花海



泰州兴化千垛



常州金坛东方盐湖城



扬州瘦西湖



镇江句容天王浮山樱花园



徐州汉文化景区



连云港千年玉兰树



淮安里运河



南通狼山

国泰玩具业务质量分析交流会

图片集锦



2016 国泰玩具业务质量交流会

