

江苏玩具



团结 服务 创新 发展

贴近 行业 服务 会员



2017 双月刊

江苏玩具

第 3 期
总第 63 期

JIANGSU TOY INDUSTRIAL

- 政府应打好降低企业成本的组合拳
- “奈泰儿”杯篮球友谊赛圆满落下帷幕
- 第121届广交会玩具展区直击

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>



“亲泰儿”杯篮球友谊赛





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:王 杰 盐城奥凯工艺品有限公司

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

刘文波 连云港高华工艺品有限公司

汤建忠 苏州亲泰儿玩具有限公司

祁雪峰 必维申美商品检测(上海)有限公司南京分公司

张月勤 昆山市海进机械有限公司

陈长理 江苏弘业永恒进出口有限公司

林若庸 扬州雅伦玩具有限公司

高 领 扬州高新玩具配件有限公司

梅 萌 南通钰乐工艺玩具有限公司

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

编 委:

杜 平 东台同创玩具有限公司

陈爱和 扬州爱和工艺辅料有限公司

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 孔令华 汤福坤 朱卫峰

朱轶华 杨军勇 杨跃英 李国年 李建梅

张久强 陈德春 郑 春 郑红阳 沈长征

陆晓燕 尚启胜 胡 政 周智祥 俞 俭

赵逸丹 夏长林 常少东 蔡学成 郭立芳

姜岫焰 敬海平 许 震 朱定郎 颜晗超

Contents 目录

总第 63 期

2017/

3

卷 首 语

P3 政府应打好降低企业成本的组合拳

国家大事

P4 国务院再发大红包新一轮减税启动

形势分析

P5 降低制度性成本就是对企业最大的减负

行业资讯

P6 第九届行业大会在苏州隆重召开

P7 江苏首家多式联运海关监管中心揭牌运营

商会动态

P8 “亲泰儿”杯篮球友谊赛圆满落下帷幕

P9 全国玩具和婴童用品行业协会交流会议在苏州举行

P10 省工商联举办新一期“周末大讲堂”

P11 2017 年 ICTI“关爱”程序管理进阶课程培训在南京举办

精彩观点

P12 玩具出口法检取消后企业切勿忽视产品质量安全底线



正是初夏时节

荷叶如翡翠般晶莹剔透，
风吹过，跳起了独具风格的舞，
水下游得自在的鱼儿，
还有懒洋洋的趴在荷叶上晒太阳的乌龟，
真是让人满心欢喜。
这是个美丽又美好的季节，
有着明媚的阳光，
也有着清朗的风，
还有着丝丝淡淡的清香。

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

P14 “两大顽疾”羁绊玩具出口

P15 未来玩具展助力企业掘金俄罗斯

P17 来自中外行业领袖的观点碰撞,究竟谁更懂行业?

焦点热议

P20 为何有越来越多玩具厂商选择众筹自己的产品?

P23 2017 年玩具行业向何处去? 科技元素和性别包容或成亮点

P25 2017 年中国玩具和婴童用品行业发展报告

市场观察

P28 畅销欧洲市场必备的几个玩具等产品认证

P30 第 121 届广交会玩具展区直击

潮流新品

P32 黄辣椒也能改造成吹奏乐器

ICTI 园地

P33 介绍 ICTI CARE 工厂迎新手册

政策法规

P34 一大波玩具国际新规近日生效/实施

文化园地

P37 商会的力量大于企业的单打独斗

政府应打好 降低企业成本的组合拳

目前,企业负担居高不下,名目繁多的收费使许多企业不堪重负,必须多措并举打好“组合拳”,大幅降低企业非税负担。

降低企业成本、大力清理和规范涉企收费,是推进供给侧结构性改革的重要举措。近年来,由于多方面原因,不少企业经营困难、效益不好,国家也出台了很多含金量高、针对性强的政策举措,帮助企业减负,但是,目前收费名目较多、乱收费问题依然突出,制度性交易成本依然较高,如何进一步减轻企业负担,考验政府部门的真性决心。

对于政府繁多的非税收入项目,应从科学性与合理性的角度展开清理:一是要搞清当前非税收入

的基本结构,搞清哪些领域存在“多”和“乱”,涉企收费哪些合理、哪些不合理;二是搞清具体规范或取消中的难点是什么;三是搞清用什么方式和路径解决。

当前面对经济下行的压力形势,企业面临产能过剩、劳动力成本提高、附加值降低、利润变薄等诸多困难,承受税费负担的能力下降明显。只有让清费举措管长远、见实效,切实降低企业非税收入负担,降低企业制度性交易成本,把不该伸的手管住,让企业轻装上阵,是有关部门优化服务的应有举措。

新一轮减税启动 国务院再发大红包

4月19日召开的国务院常务会议决定,今年7月1日起营改增取消13%这一档税率,通过推出六方面减税措施,持续推动实体经济降成本增后劲。

会议决定,在一季度已出台降费2000亿元措施的基础上,继续推进营改增,简化增值税税率结构。从今年7月1日起,将增值税税率由四档减至17%、11%和6%三档,取消13%这一档税率;将农产品、天然气等增值税税率从13%降至11%。同时,对农产品深加工企业购入农产品维持原扣除力度不变,避免因进项抵扣减少而增加税负。

扩大享受企业所得税优惠的小型微利企业范围。自2017年1月1日至2019年12月31日,将小型微利企业年应纳税所得额上限由30万元提高到50万元,符合这一条件的小型微利企业所得税减半计算应纳税所得额并按20%优惠税率缴纳企业所得税。



提高科技型中小企业研发费用税前加计扣除比例。自2017年1月1日到2019年12月31日,将科技型中小企业开发新技术、新产品、新工艺实际发生的研发费用在企业所得税税前加计扣除的比例,由50%提高至75%。

在京津冀、上海、广东、安徽、四川、武汉、西安、沈阳8个全面改革创新试验地区和苏州工业园区开展试点,从今年1月1日起,对创投企业投资种子期、初创期科技型企业的,可享受按投资额70%抵扣应纳税所得额的优惠政策;自今年7月1日起,将享受这一优惠政策的投资主体由公司制和合伙制创投企业的法人合伙人扩大到个人投资者。政策生效前2年内发生的投资也可享受前述优惠。

从今年7月1日起,将商业健康保险个人所得税税前扣除试点政策推至全国,对个人购买符合条件的商业健康保险产品的支出,允许按每年最高2400元的限额予以税前扣除。

将2016年底到期的部分税收优惠政策延长至2019年底,包括对物流企业自有的大宗商品仓储设施用地减半计征城镇土地使用税等。

上述六方面措施全部到位后,加上全面推开营改增试点今年前4个月翘尾减收,预计全年将再减轻各类市场主体税负3800多亿元。

(新华社)



降低制度性成本 就是对企业最大的减负

近两年,企业(尤其是制造业企业)减负问题成为国内的热门话题。在中央确定的“三去一降一补”中,“降”就是专指降低成本。降成本除了降低税赋这些硬成本,还包括制度性成本,比如政府行政审批。

两会代表、娃哈哈集团董事长宗庆后最近表示,浙江的“最多跑一次”改革,是他欣赏的,可以改善企业跑断腿、磨破嘴,打不完电话、盖不尽公章的难题。具体而言,“最多跑一次”改革就是行政服务中心“一窗受理、集成服务”改革,探索将部门分设的办事窗口整合为“投资项目”、“不动产登记”、“商事登记”等综合窗口,实行前台综合受理、统一窗口出件,避免群众在不同部门之间来回奔波。对涉及多个部门的复杂事项,建立部门联办机制,探索推行全程代办制。据了解,目前,浙江省工商局已推出办事项目“最多跑一次”清单,台州市

已发出第一张“十一证合一”营业执照,到2017年底,浙江省“最多跑一次”改革将覆盖80%的行政事项。宗庆后对浙江省的这一改革评价颇高。他认为,首先,可以倒逼各级各部门减权、放权、治权,形成覆盖行政许可、行政处罚、行政征收、行政裁决、行政服务等领域的“一次办结”机制。其次,“最多跑一次”,也可以杜绝多头执法、重复检查,形成“部门联合、随机抽查、按标检查、一次到位”的监管机制。最后,可以全面推行“互联网+政务服务”,还能形成各项便民服务“在线咨询、网上办理、证照快递送达”的运行机制。如果政府通过改革降低上述成本,实际上也是在为企业减负。在政府提高效率之后,企业的经营效率也会提高,缴税也会增多,这对于政府来说同样也是收益。

第九届行业大会在苏州隆重召开

3月30-31日,全国两会闭幕不久,由中国玩具和婴童用品协会(简称:中玩协)主办的第九届中国玩具和婴童用品行业大会(简称:行业大会)在苏州太湖隆重召开。本届行业大会以“预见2017 思·变”为主题,聚焦“全球趋势”、共议“中国智造”、谋篇“中国布局”,旨在引领行业思考变革、创新智慧,进一步提高行业发展质量和效益。

中国轻工业联合会会长张崇和、工信部消费品司副司长汪敏燕、工信部消费品司处长邢涛、国家质检总局执法督查司召回处处长贾俊红、国家认监委认证监管部处长王昆、国家工商总局消费者权益保护局副局长王琪等领导出席会议。全国各省市玩具和婴童用品协会的领导和、国内外玩具和婴童用品生产销售的企业决策人以及来自授权业界的同仁等共计700余位共聚一堂,领悟政府领导政策解析,共享行业最新权威数据,洞察专家学者前瞻趋势,领略跨界精英发展路径,借鉴领军同行实战经验,相约行业大会生态圈,在行业“十三五”规划开局之年,共同谱写了“十三五”期间行业新篇章。

“十三五”行业规划发布

2020年总产值达9000亿占据国际市场优势地位

当前,世界经济在深度调整中曲折复苏,新一轮科技革命和产业变革正在加紧孕育兴起,随着国内消费环境的不断改善,全行业处于大有可为的战略机遇期,也面临诸多矛盾叠加的严峻挑战。为统筹谋划行业发展,中玩协根据我国“十三五”规划、中国制造2025、消费品标准和质量提升规划、轻工业发展规划和智能制造发展规划等,从2015年底启动编制《中国玩具和婴童用品协会“十三五”行业发展规划》(简称:“十三五”行业规划),并在本届行业大会同期审议发布。



作为指导行业工作的行动纲领,“十三五”行业规划共有四部分组成:发展环境,指导思想、基本原则和发展目标,重点任务和保障措施等。“十三五”行业规划在回顾“十二五”期间成就时指出,全球玩具和婴童用品总消费73%源于中国制造;“十二五”末,行业总产值超过6,000亿元,生产企业达12,966家,从业人员达600万,产业集群达20个,累计取得专利113,100项,其中行业发明和实用新型专利占20%,同时,出口贸易形式从纯加工贸易到一般贸易占比达到41%,成果可喜。



为实现全行业由中国制造向制造强国的跨越,“十三五”行业规划提出八项重要任务:大力实施“三品”战略、增强自主创新能力、积极推动智能化发展、全面推行绿色制造、积极推动以IP引导产业升级、加快培育“两个500强”、推动产区特色发展、统筹国内外市场等。同时,“十三五”行业规划还建立了切实可行的保障机制,预计2020年中国玩具和婴童用品行业总产值达9000亿元,在国际市场份额中占据优势地位。



江苏首家多式联运 海关监管中心揭牌运营

4月28日,连云港多式联运海关监管中心在中哈(连云港)物流合作基地正式揭牌运营。作为江苏首家多式联运海关监管中心,依托完备高效的监管资源、优化便捷的监管流程,最大限度的提升了物流周转速度,降低了企业成本。当日,连云港多式联运海关辅助管理系统正式上线运行。该系统是该关为实现多式联运全流程信息化监管而量身定制,首次实现了在一个平台内多式联运各环节角色电子信息互联互通、统一协作的目标,通过数据自动抓取实现快速申报、物流信息跟踪等功能,进一步压缩通关时间,提高通关效率。

“亲泰儿”杯篮球友谊赛 圆满落下帷幕

由省商会和国泰博创实业公司共同举办的“亲泰儿”杯篮球友谊赛，4月8日在连云港赣榆区举行并圆满落下帷幕。

本次比赛有“省商会联队”、“博创实业队”、“赣榆地税队”三支球队参加。各单位对此次活动都很重视，赛前挑选队员认真组队，并利用休息时间进行赛前训练，提高了整场比赛的专业性。

上午9点半，全体运动员入场，赣榆区地税局领导致开幕词，裁判员、运动员代表分别宣誓，在简短的开幕仪式后，比赛正式开始。赛场上，球员们快速跑动，奋力拼抢，运球、投篮……凭借巧妙的配合，队员们在赛场上留下了热情洋溢、激烈拼抢的身影。场下，队员们的精彩球技和完美配合让在场的观众们欢呼不断、热情高涨。

本次友谊赛，各队球员们在场上活力四射、积极投入，裁判员公正无私、严格执哨，各代表队本着“友谊第一、比赛第二、尊重裁判、尊重对手”的精神，在场上奋力拼搏，赛出了风格、赛出了水平、赛出了友谊，展现了江苏玩具企业和地税队伍的活力与风采。

经过激烈角逐，最终“博创实业队”以较大优势夺得本次比赛的冠军，“省商会联队”和“赣榆地税队”分获二、三名。

比赛结束，江苏省玩具和婴童用品商会王杰会长致闭幕辞并为冠军队颁发奖牌和奖金，江苏省玩具和婴童用品商会常务副会长、国泰博创实业有限公司董事长汤建忠和赣榆地税的领导分别为二、三名颁发奖牌和奖金。至此，本次“亲泰儿”杯篮球友谊赛圆满落幕。





全国玩具和婴童用品行业协会 交流会议在苏州举行

3月31日,本届行业大会期间,中玩协组织召开全国玩具和婴童用品行业协会会议,来自北京、上海、广东、浙江、江苏、山东、云南、湖南、湖北、四川等全国各地近40个地方协会负责人参会。

在行业协会会议上,中玩协会长梁梅主持了会议,梁会长介绍了“十三五”行业发展规划的工作目标和工作任务,同时就如何提高中国制造的含金量,如何规范和促进中国玩具和婴童用品行业的发展,与各地协会进行了讨论。

中玩协副秘书长王艳梅围绕“如何提高中国制造含金量”的具体落实工作,分享了中玩协打造中国制造500强和渠道500强的工作思路,并介

绍了中玩协自2013年来,“品牌自律中国行”工作开展的情况和取得的成绩,希望通过坚持不懈的努力,提高全行业产品质量,扩大“安全承诺品牌”在消费者群体中的影响力。

各省市协会分别就相关工作如何开展提出了建议,同时分享了2016年各自创新性工作的方法和思路。



省工商联举办新一期 “周末大讲堂”



4月21日下午,省工商联在省委统战部会议室举办了新一期的“周末大讲堂”。惠龙易通国际物流股份有限公司董事长施文进应邀作了题为《互联网+物流+金融与工业融合发展》的讲座。省委统战部常务副部

长、省工商联党组书记杨勇出席,省工商联党组成员、副主席姜成林主持。

讲座中,施文进董事长为大家介绍了惠龙易通历时十余年不跨界,专注于物流电商领域深耕细作,不断创新、不断寻找新的商机和发展新的商业模式的艰辛创业路。他说,我们惠龙首创了“无车无船主承运人的货物运输场内交易电商新模式”填补了国内智慧物流领域的空白,这对国家对人民都是有利的东西,我们会一直做下去。他还为大家深入剖析了国内物流行业的现状,结合惠龙易通的经营实践,阐述了自己对“互联网+物流+金融与工业融合发展”的理解和看法。

省委统战部、省工商联和南京市工商联机关干部,省直属行业商会工作人员参加了讲座。

内部征稿启事

各会员单位:

为接地气、扩大行业的影响力,办出有特色的《江苏玩具》杂志,《江苏玩具》杂志诚望各会员单位,特别是各会长单位,积极提供自己企业的信息(最新成就、重大事情、创新发明、先进管理经验、社会公益好人好事等)。一经录用,将提供稿酬。让我们一起搭建一个交流分享的信息平台,为促进行业的不断发展而努力。

《江苏玩具》编辑部

2017年5月

2017年ICTI『关爱』程序管理进阶课程培训在南京举办

3月29-30日,2017年ICTI“关爱”程序管理进阶课程培训班在南京——江苏省社会主义学院举办。来自长三角、北京、山东、安徽等多地企业的60余名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”程序进阶课程培训。

商会王根生秘书长在开班致辞中首先向参加ICTI“关爱”程序管理体系培训班的学员们表示欢迎,接着介绍了本次培训班的课程安排,并提出希望。他说,我们这个培训班不仅仅是学习培训,更是一个信息分享、沟通交流的平台,希望大家做好笔记、认真体会;将你们的疑问、与审核员的分歧及审核员的不规范行为及时与ICTI的专家进行咨询、投诉和请教,还可以直接向江苏省玩具和婴童用品商会提供你们的疑问、证据资料,由商会与ICTI进行沟通,商会将会以一个中间协调的形式提出商会的建议,为ICTI决策提供准确、及时、客观而科学的依据,使ICTI出台的有关政策能够不断适应出口企业的真实需要。

本次培训由新上任的ICTI“关爱”基金亚洲公司总经理江浩然先生亲率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。江先生在会前与大家见面并讲话。他希望大家在学习之余能多给ICTI提意见,让ICTI能与时俱进,不断进步。

授课过程中,ICP专家引导学员们更多的提出问题,并给予细致的解答,还邀请一些模范企业代表分享他们的经验。培训结束后学员们表示通过培训学习及与专家的沟通交流,把一些一直困扰他们的问题解决了,感觉豁然开朗。



玩具出口法检取消后企业切勿忽视产品质量安全底线

By:吃饭



近日，笔者在对一家毛绒玩具出口生产企业进行 ISO9001 质量管理体系现场监督审核时，发现该企业存在以下两个关键工序的严重失控。

一、金属探测设备形同虚设

在金属探测现场，发现企业金属探测人员正在对一批等待装箱的毛绒玩具进行金属探针检测时，发现该金属探测仪中张贴的法定检定标识显示“检定有效期至：2016 年 5 月 19 日”，已过期。待该批玩具金属探测结束后，要求该金属探测人员关机，然后再要求检测人员从开机开始按照作业流程要求进行其他批次玩具产品检针测试演示，看其是否按照“金属探测作业指导书”的要求进行开机、灵敏度测试、产品检测，再到检测结束后的灵敏度再测试，直到检测合格后装箱的全过程。令人意想不到的是，检测员开机后，直接将被测玩具送入探测仪中检测，而没有先做灵敏度测试，再对产品进行金属探测，于是要求测试员测试该检测仪灵敏度，检测员跑到其他地方花了很长时间（将近 15 分钟）才找来了规格直径为 1.5MM 的金属测试块，而且检测人员不知道应测“上、中、下和左、中、右”共 9 个测试点的灵敏度，而只测了 1 个点；更想不到的是，当要求测试人员用该测试块进行 9 个点的灵敏度测试时，竟然没有 1 个点是报警停止的，全部毫无反映地“合格”通过，于是要求企业专业人员对该检测设备进行灵敏度调试，但不论怎么调法都没见效，每次调试后用该测试块进行 9 个点的测试，都是一穿而过，丝毫没有报警声。于是再问测试员平时在检针前做不做灵敏度测试？有没有按作业指导书要求每隔 2 小时对金属探测设备进行一次 9 个点的灵敏度测试并记录？测试员摇了摇头，既没有做，更谈不上有测试记录。天哪，该企业就是这样一直是在这一基本上没有检针测试功能的这台金属探测设备上做无用探针

检测后成品装箱出口的,可以说,该金属探测设备已形同虚设,只能作为摆设。

二、开棉间安全卫生状况令人担忧

在 PP 棉开花充装现场,发现经开花加工的成品棉与原棉及室外没有用挡板隔断,为方便操作人员进出,原来为迎接出口玩具注册登记考核所配备的纱门纱窗都已拆掉,使蚊虫、老鼠随时可能很容易地进入开棉区,污染 PP 棉,更想象不到的是,在成品棉的充棉管道吸风口附近一米内的围板处开了一扇门,用于方便操作人员就近将成品棉送入吸风口处,但发现车间清洁工用扫把将车间的地面灰尘和杂物通过这扇门扫入该吸风口处,使这些灰尘和杂物随 PP 棉通过充棉机吸入毛绒玩具皮壳内,这种状况让人看了以后毛骨悚然。试问,用这样的 PP 棉充装后的毛绒玩具送给你家的小孩玩,你还敢要吗?更何况是用于外贸出口。

出口玩具质量安全行政许可和法定检验的先后取消,是党中央、国务院加大简政放权力度、简化出口流程、提高出口企业活力、减轻企业负担的重大举措之一,为出口玩具企业的生存和发展起到了扶持和助推作用,受到了出口企业的好评。但是,行政许可和检验监管的放开不等于企业可以放松对产品质量的要求、质量管理的要求。为此,检验检疫部门提醒相关企业一定要自立、自强,继续为出口玩具产业的良性发展而努力。

第一,感谢国家,严守底线。国家为我们玩具出口企业提供了这么好的便利环境和条件,作为企业一定要珍惜和感恩,过去一直以来由检验检疫部门、玩具行业协会、地方政府及企业自身共同努力、精心打造的出口玩具质量安全底线、社会责任底线绝不能打折,否则,仍将面临出口产品遭国外通报、召回、索赔和企业倒闭的风险。很多企业有过这样的深刻教训,安全底线绝不能松懈。

第二,科学管理,赢得市场。出口玩具质量许可和法定检验取消之后,企业靠什么来控制产品的质量和安全,靠的是科学的管理、完善有效的质量管理体系,很多企业通过质量管理体系第三方认证及其他专业性认证(如 ICTI 认证)向顾客和相关方证实其具有稳定地

提供顾客要求和适用的法律法规要求的产品和服务的能力,在国际市场竞争中取得主动、赢得优势,相反,没有通过认证的企业或者是已通过认证但为了眼前利益而放弃体系年度监审认证造成证书过期失效的企业,客户不会优先考虑提供合同订单,这样的企业在市场竞争中将处于劣势和面临淘汰的边缘。

第三,加强培训,提升能力。毛绒玩具属劳动密集型产业,人员素质普遍不高,工作责任心、质量安全意识、风险意识和能力参差不齐,通过培训,使各工序操作人员知道自己的职责和义务,清楚自己工作有哪些风险点,怎样预防控制,企业老总要想方设法留住人才,保持队伍稳定,以降低质量安全风险,本文中提到的两个关键工序的缺失,除了企业在安全质量管理的松懈原因以外,人的能力和素质也是因素之一。

第四,加强交流,合作共赢。任何个体不可能生活在真空中,玩具出口企业也是一样,面临着国际国内政治经济环境、技术和标准、市场需求、竞争对手的变化和更新,需要加强与地方政府、检验检疫部门、行业协会和同行的沟通和交流,获取产品质量安全标准要求的最新技术信息及市场需求信息,适时调整产品结构和企业自身发展战略,不断丰富自身的质量意识、风险意识和大局意识,从而不致于由于信息的闭塞造成由于单纯的玩具行政许可及法检的取消而引起安全责任的缺失、风险意识的淡薄,进而放松管理要求而引起的两个关键工序的重大缺失,通过多方交流与合作,有效地凝聚共识、防范风险,共同推动出口玩具产业的健康、安全和可持续发展。

(许大沪)



“两大顽疾”羁绊玩具出口

我国玩具产业是出口导向型产业，大部分玩具产品出口外销。自上世纪 80 年代起，我国成为世界上最大的玩具生产和出口国。据统计，我国玩具产品 2016 年出口金额超 180 亿美元，同比增长超 17%。欧美等发达市场儿童娱乐日益增多，中东、拉美等新兴市场人口增长、收入增加等原因，推动我国出口玩具产业发展强劲，并有望在未来几年保持稳定增长。与此同时，各国竞相提高标准，玩具出口门槛日渐提高。我出口玩具产品需改变技术含量和附加值低等现状，着力解决窒息和化学损伤等主要问题，切实提高产品质量安全。

国外技术性贸易措施增多趋严

普遍而言，玩具的使用者都是缺乏判断能力和自我保护的儿童，所以各国都会出台相关政策加以特别保护。仅 2016 年一年，WTO 成员新增通报玩具类技术性贸易措施 14 件，同比增加 75%，涉及 10 多个不同国家。可以说，玩具安全在世界各地越来越受到广泛关注，玩具安全的全球意识也有所提高。

今年 2 月 28 日，欧亚经济委员会执委会通过了一系列技术规范 and 标准清单，其中一项是修改《玩具安全技术规范》，禁止在玩具中使用超强力、非固定式磁铁和较小尺寸的磁铁组件。根据白俄罗斯的提议，计划制定 5 个新国际标准，对玩具表面涂色、整套玩具安全等要求进行规范。越来越多的发展中国家正在逐步效仿欧美等发达市场对玩具制定要求。今年 1 月 16 日，尼泊尔人口和环境部发布了儿童玩具标准，规定了儿童

玩具中 12 种有毒物质的限量，同时还阐明了儿童玩具的范围、测试程序及认证机制。与此同时，欧美等国正在逐步加严、提高玩具的各种要求，今年 3 月 27 日，欧盟理事会通过一项新指令，降低玩具的铅含量上限，原因是目前欧洲儿童血液中的平均含铅量水平已较可容忍量上限高出 4 倍，提升现有保护标准有助于减少儿童接触铅的机会。

窒息和化学损伤成为最常见问题

由于儿童安全是个相当敏感的问题，因此玩具成为国际市场上管制最严格、检查最仔细的消费品之一。以欧盟非食品类危险消费品快速预警系统（RAPEX）为例，近五年来，中国玩具不合格召回通报占总数 80% 以上。被召回通报的产品面临禁止销售、撤出市场、拒绝入境等惩罚措施，涉及企业也有可能被列入黑名单。从





未来玩具展助力企业掘金俄罗斯

8月16~18日,由俄罗斯VMC-EXPO公司主办的首届未来玩具展(Toys of the Future)将在莫斯科VDNH国民经济成就展览馆75号展馆举行。该展览以展出机械人、机械手、互动游戏、仿真和虚拟系统等创新智能玩具为特色,吸引来自中国内地、香港、台湾、哈萨克斯坦、新加坡、越南、日本等地展商参加,帮助企业开辟潜力巨大的俄罗斯玩具市场。展会第一天仅对专业人士开放,随后两天将对公众开放。主办方将邀请各地进口商经理、零售商、批发商,市政机构负责人、游乐园和大型购物中心的管理人员,以及儿童机构的教师和工作人员参加,预计观众将达到一万人。



俄高科技玩具市场潜力大

近16年来,俄罗斯出生率增加了一倍,儿童商品的需求随之提升。据近期进行的一项市场调查显示,儿童商品市场是俄罗斯国内增长最快的行业之一,年增长率

不合格的问题来看,小零件窒息和化学损伤是主要危险,占总数的75%以上。小零件窒息被列为玩具召回事件中最常见的危害/原因,是由于此类危害是造成呼吸道阻塞风险中最高致死率的罪魁祸首。由于存在强烈的口唇满足感,儿童尤其是婴幼儿会将任何物体放入口中。今年3月2日,美国消费者安全委员会(CPSC)、加拿大卫生部和Kids II Inc.联合宣布对中国产摇铃实施自愿性召回,召回原因为摇铃球外的透明塑料盘会断裂并释放出小球,对儿童构成窒息的危险,已有3起窒息事故发生。化学危害是产品召回的第二大原因,主要包括邻苯二甲酸盐等增塑剂和铅、铬、镍等重金属。化学物质具有毒性和危害性,会通过吸入、皮肤接触、摄入、粘液迁移等进入人体,从而对人体健康和成长发

育造成慢性或急性风险。今年4月7日,RAPEX对中国产玩具警察套装发出消费者警告,上述塑料吸盘中含有欧盟REACH法规禁止的邻苯二甲酸二(2-乙基己基)酯(DEHP)和邻苯二甲酸二丁酯(DBP),该类成分可能会危害儿童的健康,损害生殖系统。

为此,检验检疫部门提醒相关企业:一方面要提高产品的绿色设计意识,及时收集和掌握进口国最新标准要求,对于可能发生的潜在风险做好安全评估和分析,尽早实施安全措施,减少生产初期的后续工作或产品改进工作。另一方面要重点关注生产流程的安全运行,推广绿色制造理念,在生产过程中使用合格的材料进行生产,安检部门应通过常规和随机抽样等方式提高生产过程中的检验频率,避免出现不合格产品。

高达 30%。相对应的,目前俄罗斯国内产品远远未能满足需要,因而进口商品市场广阔。

就玩具行业而言,有着丰富专业展览经验的俄罗斯 VMC-EXPO 公司针对俄罗斯玩具和儿童商品进行市场调研发现:尽管俄罗斯的儿童商店基本被玩具占据,但都是传统洋娃娃和汽车玩具居多,那些运用了先进技术、具有突破创新的玩具在实体店内很少。俄罗斯市面上现有的传统玩具显然无法满足当今儿童及家长越来越高的要求,他们渴望更多的创新智能玩具。可见,这是一块尚待开发的大市场。

市场商机巨大,为何俄罗斯国内玩具同行错失如此良机?行内人士认为,主要有两方面的原因:一是近两年俄罗斯国内经济不佳;二是玩具采购商过于保守谨慎以及产品开发滞后。

令人高兴的是,俄罗斯官方报告数据证实:2016 年俄罗斯经济出现复苏迹象。由于俄罗斯本土生产的玩具数量不足,所以,在新的一年里,逐步复苏的俄罗斯市场需要更多新的模式、新的理念和技术,因而,玩具市场预计将会繁荣起来。



俄罗斯儿童对智能玩具有极大需求

展会搭建未来玩具新平台

针对目前这一市场情况,俄罗斯 VMC-EXPO 公司

为玩具业界的开发商、厂家、批发零售商以及儿童娱乐行业的相关人士搭建全新的贸易平台——莫斯科“未来玩具展”,这将是一个突出机器人、机械手、互动游戏、仿真和虚拟系统等创新智能玩具的国际展览。强调互动环节的全新展会形式是其魅力所在。展会现场将在 7000 平方的展馆中央特设 4 个 130 平方米的大型产品展示空间,免费供展商在预定的时间内进行现场产品展示,如可行走的机器人、无人机试玩、变形行驶的智能玩具等等。此外,主办方还特邀专业表演团队协助展商作宣传。

据悉,莫斯科州政府计划在今后一两年内新建过百个及翻新 1200 个大型露天儿童游乐场公园,同时俄罗斯各大城市将开展大型商场建设,也都需要大量的游乐设施和游乐场配套。主办方为此在展会上专门提供开放空间和室内儿童玩具游乐场。



会场将设游乐设施,顺应俄罗斯政府计划大规模修建翻新游乐设施的政策

展品品类众多

除了主打机器人、互动玩具、电子电脑玩具、无线电遥控模型等高科技智能玩具外,展览还涵盖了益智玩具、科教玩具、仿真玩具、积木拼装玩具、儿童游乐场设施、机械玩具、木制玩具、洋娃娃、运动产品、毛绒玩具、棋牌游戏、充气玩具等众多品种,以满足孩子们的各方面需求。

究竟谁更懂行业？ 来自中外行业领袖的观点碰撞，

3月30-31日，全国两会闭幕不久，由中国玩具和婴童用品协会主办的第九届中国玩具和婴童用品行业大会在江苏苏州隆重召开。本届行业大会以“预见2017 思·变”为主题，与会嘉宾聚焦“全球趋势”，思考行业变革，凝聚创新智慧。

以下为嘉宾精彩发言：



张崇和 中国轻工业联合会会长

当前，玩具和婴童用品产业自身发展主要面临四个方面的问题：1、创新能力不足。2、品牌优势比较弱。3、精细化的生产比较欠缺。4、出口转内销比较困难。我对玩具和婴童用品行业、产业的建设，提五点看法和建议：1、要准确把握行业发展趋势。2、要准确把握政府政策。3、要准确把握市场导向。4、要切实落实“三品战略”。5、要优化服务平台建设。



汪敏燕 工业和信息化部消费品司副司长

“十三五”时期，正是婴童和玩具用品行业实现转型升级的大好时期，我们要针对制约行业发展的突出问题，加快创新驱动，引领行业转型升级。在此，向行业协会和生产企业提出以下希望：1、大力增加产品品种，满足多样化消费新需求；2、提升产品品质，提高有效供给水平；3、创建知名品牌，树立

中国制造良好形象。



梁梅 中国玩具和婴童用品协会会长

梁梅会长发布了“2017中国玩具和婴童用品行业发展报告”，报告中分析了2016年中国玩具和婴童用品出口情况、2016年中国玩具和婴童用品进口情况、2016年消费者购买玩具和婴童用品的消费行为、2016年中国玩具和婴童用品市场零售规模、2016年中国出口美国和欧盟产品质量情况、2016年中国市场玩具和婴童用品产品质量情况这六大方面的相关数据。



姚景源 国务院参事室特约研究员、著名经济学家

1、我国经济增长下行趋势缓中趋稳,2016年前三季度增长均为6.7%,第四季度为6.8%,2017年这一数据将稳中求进。2、通货膨胀控制在3%以内。2016年通货膨胀为2%,既没有产生通胀,也没有产生通缩。3、工业两个重要指标由负转正。第一个为PPI(工业品出厂价格指数),自2016年9月扭转了连续54个月的负值。第二个为利润指标,2015年为负230,在2016年由负转正,给今年的经济工作带来良好的基础。4、就业指标上

升。2016年预计新增就业不低于1000万,实际完成1314万,其中玩具行业有600万从业人员,对中国就业是个了不起的贡献。



Tomek Micek 孩之宝亚太区高级副总裁兼总经理

对孩之宝来说,品牌是一切的中心。孩之宝的品牌结构包括:大IP品牌、合作伙伴品牌、游戏品牌、新兴品牌等。孩之宝通过对全球消费者的深入研究,充分了解消费者需求,并将这些洞见应用于产品研发,帮助企业制定战略、驱动创新,以此来加强品牌建设。而在营销方面,尤其注重电商,并且已经在电商销售上取得了很好的成绩,下一步还将着力电商,将更多内容转化成商业价值。



何汉林 三胞集团商业百货战略服务管理本部业务总监

视觉营销可以让顾客把钱放进你的柜台。视觉营销包括店面楼层布置、产品流动、产品摆放以及产品展示等活动。在视觉营销上,应该将玩具尽可能做到动态化展示,为孩子们营造出生动的游戏创作场景,鼓励孩

子尽情玩耍,使得购物体验轻松愉快,能够让顾客停留更长的时间,购买更多商品。视觉营销的目的是吸引并激励顾客购买产品,良好的视觉营销会刺激顾客选购本来没打算购买的产品。



黄汪 小米生态链企业·华米科技创始人兼 CEO

1、要在产品上做减法。集中资源做好一个爆品,胜过做十个普通产品。2、不断提升 ARPU 值。产品仅仅依靠性价比,是战略上的懒惰;增加价值是王道。3、爆品战略,参考互联网产品赢者通吃的法则。4、硬件与互联网服务融合。将互联网服务用到硬件的方方面面。5、高颜值及高品质的产品哲学。中国处于消费升级时代,消费者有能力、有意愿为高颜值及高品质产品买单。这些方法和战略都可以用在玩具行业。



朱家雄 中国教育学会学前教育专业委员会理事长

近年来,随着教玩具市场的飞速发展,教玩具企业数量不断增加,教玩具行业竞争日益加剧。我们常说的“教玩具”是指可以用于教学的玩具,通俗些说,就是幼

儿园教师可以以玩具为载体,实现教学目标,并能寓教于乐。玩具是玩具商制造的,但是孩子在玩的过程中,会对玩具的价值进行再创造。好的玩具,既要关注儿童兴趣与需要,又要关注教育目标的达成。玩具产品的开发,要注重玩具价值的再创造,才会有持久性。



金错刀 爆品战略研究中心创始人

流量是一切生意的本质,不管是线上还是线下。如今,移动互联网时代最大的趋势之一,就是传统吸客是光明森林,而互联网流量则成为黑暗森林。面对流量是黑暗森林这一现实,我们要做的,是不靠广告靠爆品来搞定流量。所谓爆品战略,就是一切以用户为中心的微创新,在 1 厘米宽的地方做出 1 公里深的产品,从而通过用户口碑引爆市场的一套策略方法,包含用户、产品、营销的整套组合策略。未来世界,要么打造爆品,要么被爆品颠覆。





为何有越来越多玩具厂商选择众筹自己的产品?

目前玩具厂商越来越向往更新的方式去寻找产品的推销道路,“众筹”这个名词在这两年逐渐进入人们的眼里,而多数人却没有真正理解到众筹究竟是什么,这也就导致了多数人只是谈起过,但不是真正的理解。

玩具与众筹确实是如今的风口,从各大众筹平台上也可以看到为数不多的玩具产品,但都获得相当高的点击量和完成进度

在国内的各大众筹平台你可以看到多种多样的产品,智能硬件、智能穿戴、文化、娱乐、科技更甚是成人

玩具,只要你想到的产品基本都能从众筹平台上看到他们的身影,玩具也不例外。

那究竟众筹是什么,为何有玩具厂商开始选择了众筹成为第一曝光的平台和发售的平台,众筹平台的流量(ps:流量可以理解为一个店里面每天经过的人,意思为潜在用户)究竟有多大,曝光率有多高,可以带来什么效益。

在我看来,众筹平台上面厂商关注的两个点就是,1 曝光产品 2 销售产品,而在这个流量为王的社会里,究

竟是需要先关注销售量还是关注流量,这或许需要厂商自己去衡量。

目前在国内的众筹平台已经看到一些新型的厂商选择了众筹为第一发售,而他们的众筹案例算不算上成功的众筹案例呢,这在下面玩具君会拿出几个进行分析。

传统的企业销售方式和预售方式是否会带来冲突,在新型的方式下是否会影响,对比新型的众筹方式,传统型的销售模式会出现哪些与众筹模式不相同。

选择众筹,厂商需要注意什么?

众筹是什么

相信很多人看到这篇文章都会问到这个问题,目前的众筹平台有奖励型众筹、股权型众筹、捐赠型众筹、借贷型众筹、混合型众筹等各种方式。最为大众所熟知的是奖励型众筹,包括Kickstarter、淘宝众筹、京东众筹等,都属于这个类型。

我记得互联网有位大咖说过:如今的众筹平台已经成为别人销售产品的一种模式了。

为什么这么说?在以前众筹其实很简单,没有所谓的回报或奖励,只是说有人有个想法但是没有资金,通过众筹形式集资到金钱完成他这个想法,有可能成功,有可能失败,成功的话哪些众筹的人也许可以获得回报,如果是失败便没有回报,包括资金也是没法取回,但是在以前是没有绝对的回报或奖励性质。

但是随着时间的推移,众筹改变了,变成参与众筹获得回报的模式,就是用户给你钱,你给用户产品或者是某样东西。

如今这种回报性质的众筹是众筹平台上面的热门的一种模式,也成就了各种各样的产品。

为何有玩具厂商选择众筹

在新型的模式下,少数厂商选择新的模式进行试水,这将会带来怎样的行业波动呢?

曝光与营销——用户与数据

1、曝光

(淘宝众筹官方数据)

当纯从淘宝提供的数据就可以看得出众筹平台所带来的曝光是不可估量的,最高单项支持人数为34.8w,假设10人观看这个链接后1人成功交易,那么这一款产品的等同于 $34.8w \times 10$ 等同于这条链接是曝光了348w次,这里面包含着许许多多的人,有潜在用户,有老用户,有新用户,但单从数据上看足以看出众筹平台的曝光是多么惊人

2、营销

为什么大品牌的产品很少选择众筹?但少部分产品会上众筹平台呢?那是因为大品牌发声有足够多的营销渠道与平台,这些往往是一些厂商缺少的,所以选择平台去肯定比自己搭建一个平台要容易得多。

众筹平台能一定程度减少产品的营销压力,为产品提供一个迅速走红的低成本平台。如果产品有足够吸引人的亮点相信是可以吸引到一些投资商的关注。而众筹平台的流量给这些厂商带来了无数潜在的客户,借一个平台造就我们的品牌和产品!

3、用户

一般来说,参与众筹的用户基本都是该产品的第一批用户。因此在众筹平台上许多厂商对第一批产品用户的反馈十分重视,因此如果这款产品首批用户中,表现良好,那就奠定了最深层的用户基础。如果首批产品,用户口碑不好,厂商便有机会可以对产品进行调整。明显优于传统渠道,厂商更直接能得到用户的反馈。

对于玩具厂商也一样,好的产品、好的品牌能够为他们奠定最初用户的基础,无论在后续的推广,或者是新的产品,都可以起到非常大的帮助

4、数据

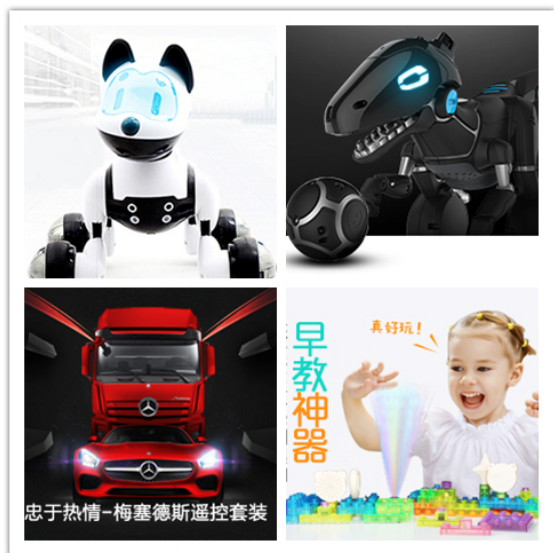
所谓的数据便是,淘宝众筹上提供的的数据资源,厂商可以从流量,成交数及消费者的区域进行划分,以便在传统的渠道进行好的管理,有了这些数据便可以对接下来的布产进行很好的规划。区别于传统渠道众筹的优势明显。

让你看到新奇的产品,带你了解玩具市场数据。所以,经过这样的解析,我们在分析问题,就可以参考下曝光,由众筹平台带来的曝光程度可以看得出,可以帮

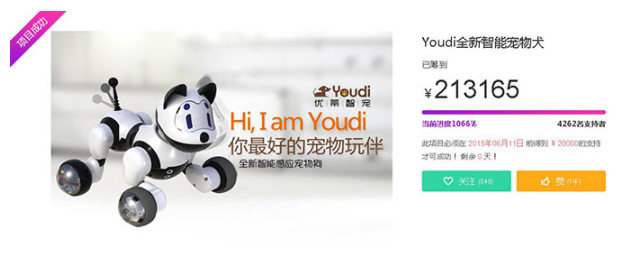


助厂商解决营销、积累用户方面的问题。随着玩具产品的更新迭代,未来将有更多玩具产品走向众筹平台,走入人们的视野中去。

京东众筹玩具案例



该项目是由 YSGO 艺盛厂商发起的,可见项目还在众筹中,不过项目以及筹到了 120918 元,达成率已经达到 121%,有 425 名支持者,可见该项目是非常有潜力的

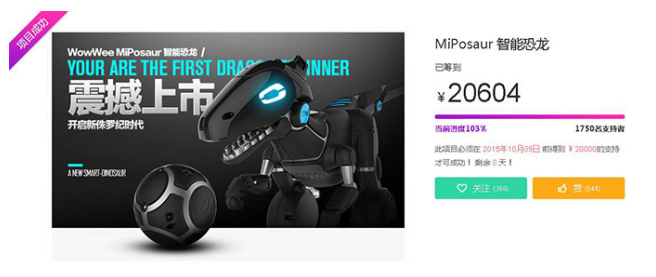


该项目是由飞翔达厂商发起的,项目从开始到众筹成功,筹到了 213165 元,达成率达到了 1066%,有 4262 名支持者

当然,众筹不是绝对的好,只是在于模式创新,如果对产品没有绝对的质量和绝对的信心,那就请不要抱着试试的心态。



该项目是由星辉互动娱乐发起,项目从发起到众筹成功筹到了 55315 元人民币,达成率达到 111%



该项目是由 takefans 厂商发起的,项目从发起到众筹成功,筹到了 20604 人民币,达成率达到 103%,有 1770 名支持者



2017 年玩具行业向何处去？ 科技元素和性别包容或成亮点

商场里的玩具专区，应该是零售界里最幸福的地方之一了。

最近几年，许多餐厅因为价格太高而门可罗雀，各大商超由于消费者购物习惯的变化而销量猛跌，服装行业也被廉价的快速时尚品牌占据了半壁江山，而孩之宝(Hasbro)、美泰儿(Mattel)和乐高(Lego)等玩具公司连续好几年销售额却都非常抢眼。专家们表示，大大小小的玩具公司对创新的适应速度极快，许多老品牌都推出了新卖点。与此同时，很多公司也推出了不少在儿童中大受欢迎的新产品。

本月，美国玩具行业在纽约市的贾维茨会展中心举办了一场盛大的玩具展览会，期间展出了各大厂商2017年的最新玩具创意。我们也得以一窥各大厂商今年将为玩具反斗城(Toys 'R' Us)和沃尔玛等零售企业供应哪些新品。通过此次展会，我们发现了四个值得孩子们以及他们的父母们注意的趋势。

好莱坞光环

好莱坞电影向来是吸引孩子和他们的家长走进玩具店的一个重要因素。近年来，光是沃尔特迪士尼稳步推出的几部《星战》电影，就令整个行业获益不小。归功于这个大IP，星战周边玩具也成了近年来热度回升最快的玩具系列之一。从电影的角度看，2017也将成为玩具行业大丰收的一年，今年有20部左右的电影都会涉及玩具元素。玩具评测网站TTPM.com的CEO吉姆·西尔弗表示：“今年的电影数量令人震惊。”

孩之宝今年计划将围绕六部电影推出周边玩具，而乐高则计划做10部电影的周边，玩具公司Jakks Pacific则更是瞄准了十几部电影。以上三家公司都拿到

了今年的好莱坞年度大戏《星战：最后的绝地武士》的授权，这部电影预计将于12月全球上映。孩之宝和乐高今年也将亲自操刀推出自己的电影。孩之宝自家的两个授权IP今年也将被搬上大屏幕，分别是《变形金刚：最后的骑士》和《小马宝莉大电影》。近日上映的《乐高蝙蝠侠大电影》已经取得了非常亮眼的票房成绩，而乐高的另一部电影《乐高幻影忍者大电影》也将于9月上映。

“这是一桌非常丰盛的电影盛宴。”孩之宝公司总裁约翰·弗拉斯科蒂表示，过去几年，与电影有关的玩具的销量明显好于那些并非基于热门电影的产品。“整个行业的玩具销量都在增长，但基于电影的玩具的增长速度相当稳健，而与电影无关的玩具则销量平平。”

性别包容

美泰儿、孩之宝和乐高等知名玩具公司都不约而同地将性别包容的理念融入到了他们的玩具战略中。尤其是在设计和推广玩具的时候，他们会同时考虑到两种性别，而不是将玩具专区分成男孩的蓝色区和女孩的粉色区。玩具行业的高管们表示，这也是一种时代的标志，因为“千禧一代”的家长们并不希望他们的孩子养成对性别的刻板印象。

前一段时间，乐高推出的一款名叫“乐高好朋友”的玩具一度受到不少非议。这个系列的玩具充斥着紫色和粉色的积木以及偏女性化的主题，有些博主和儿童成长专家批评它的性别暗示太过明显。不过乐高表示，这款产品恰恰是为了吸引更多女孩对乐高积木产生兴趣。而现在也果然有更多女孩开始购买一些原本只有男孩玩的玩具，比如《乐高蝙蝠侠大电影》的周边积木玩

具等等。

近年来,好莱坞也在电影里添加了更多的女性主角,而这也有助于促进性别包容。乐高系统(LEGO Systems)的负责人斯基普·科达克表示:“迪士尼在确定电影主角时,采用了性别包容性更高的搭配。而我们也有机会通过乐高玩具,将这一特点带入到现实生活中。”

玩偶历来是女孩的最爱,但这个领域也正在迎来一场革命。美泰儿的“美国女孩”品牌31年来首次增添了一个男孩角色。孩之宝最新款的“淘气宝贝”(Baby Alive)玩偶第一次有了“爸爸”的选项——此前它还只会说“妈妈”。美泰儿还在“风火轮小汽车”(Hot Wheels)系列最新推出DC超能美少女主题汽车玩具中,故意采用了性别色彩较为中立的红蓝配色。而以往这个系列基本上都是粉色系的。

孩之宝总裁弗拉斯科蒂表示:“我们想在性别和种族上采取比较包容的做法。在设计玩具时,我们不再纠结于它应该是一个男孩的品牌还是一个女孩的品牌,而是将它打造成一个男孩女孩都能玩的品牌。”他还表示,像星战、小马宝莉、变形金刚这些以往瞄准特定性别的玩具,如今在男孩和女孩中都很市场。“我们的做法是,品牌是为了消费者而构建的。”

科技元素

当玩具商们刚开始意识到移动设备已经成为一种威胁时,他们的做法是一窝蜂地把桌游、玩偶和各种能想象到的玩具都连接到平板电脑上。然而这些早期实践的反响大多并不好。

今年,玩具商们终于对应该如何将科技元素融入玩具中有了更清醒的认识。有些玩具在这方面做得相当不错,比如Spin Master玩具公司出品的互动式玩偶Luvabella,孩之宝的蓝牙电动宠物Furreal,芭比公司充满未来主义色彩的全息芭比娃娃,乐高出品的用APP控制的编程积木等等。美泰儿也在今年的消费电子展(CES)上展出了一款“智能”婴儿监控器。Wicked Toys公司也复活了80年代的经典玩具“小熊华斯比”——当年这只小熊可以通过磁带给孩子讲故事,现在它已经具备了通过APP讲故事的功能。

玩具行业出版物《Toy Insider》的玩具专家劳瑞·施

赫特认为:“全息芭比是虚拟家居助手领域的一个有趣的交互式产品。”她还表示,美泰尔最新推出的“亚里士多德”婴儿监测器,也将成为“智能家居”潮流中的一个优秀工具。

收藏性玩具

这些摆在收银台边上的小玩具通常只卖几块钱,但它们在行业内的表现却相当抢眼。去年,收藏性玩具的销售额跃升了33%,达到18亿美元,约占美国玩具行业总销售额的9%。尤为受欢迎的是所谓的“隐形包装”——这些小小的玩具被包装得颇为神秘,从外面根本看不见里面有什么。

在今年的纽约玩具展上,美泰儿、孩之宝、乐高、Jakks等各大厂商纷纷推出了自己的2017年主打的收藏性玩具。Spin Master公司的热门玩具品牌Hatchimal今年也将加入收藏性玩具的战团。不过西尔弗提醒道:“这个领域今年将是很拥挤的,有些品牌的努力可能会失败。”

不过各大厂商却普遍认为,收藏性玩具未来几年还会继续火下去。前几年凭借Shopkins品牌红极一时的澳大利亚玩具公司Moose Toys表示,事实已经证明,收藏性玩具是一个非常稳定的市场,孩子们玩这种玩具已经有几十年了。

Moose Toys公司联合CEO保罗·索罗门表示:“收藏性玩具对行业来说是一种很好的产品,因为它会吸引消费者回到零售店进行重复购买。关键问题是,如果我们要推出多款收藏性玩具,它们就必须做到差异化。”



在第九届中国玩具和婴童用品行业大会上,中玩协会长梁梅发布了《2017 年度中国玩具和婴童用品行业发展报告》,报告分析了当前海内外玩具和婴童用品行业市场现状,以及 2016 年进出口情况和消费行为,总结了目前出口和内销产品质量状况,梳理了国内外新的法律法规和安全标准,同时对未来各细分产品的市场规模进行了预测。



2017 年中国玩具和婴童用品行业 发 展 报 告

(报告节选如下)

一、2016 年中国玩具和婴童用品出口情况

1.1 2016 年玩具总体出口

2016 年,全国玩具(大口径)出口总额为 337.16 亿美元,同比 2015 年上升 9.46%;传统玩具出口总额为 183.93 亿美元,同比 2015 年增长 17.42%。

1.2 2016 年六大产区玩具出口

2016 年,广东省传统玩具出口总额为 114.09 亿美元,占我国玩具出口总额 62.03%,位居第一;浙江省传统玩具出口总额 27.37 亿美元,占我国出口额的 14.88%,位居第二;江苏省位居第三,上海位居第四。

1.3 2016 年玩具出口主要目标市场

2016 年,全国对美国、欧盟、日本、中国香港和中东地区玩具(大口径)出口总额为 232.09 亿美元,同比 2015 年增长 2.16%;传统玩具对上述地区出口总额 124.81 亿美元,同比 2015 年增长 15.73%。

1.4 2016 年玩具总体出口贸易形式

全国一般贸易项下的出口占玩具出口总额(大口径) 40.91%;福建省玩具(大口径)一般贸易项下出口占比最高,为 82.07%。

1.5 2016 年婴童用品总体出口

婴童用品出口总额为 196.44 亿美元,同比 2015 年降低 3.73%;安全座椅出口总额为 5.91 亿美元,同比

2015 年增长 7.85%; 童床出口总额 108.28 亿美元, 同比 2015 年下降 5.42%。

童车出口总额为 32.55 亿美元, 同比 2015 年增长 2.85%; 喂养用品出口总额为 47.74 亿美元, 同比 2015 年下降 7.39%; 婴儿服装出口总额为 29.5 亿美元, 同比 2015 年降低 8.67%。

二、2016 年中国玩具和婴童用品进口情况

2.1 2016 年玩具总体进口

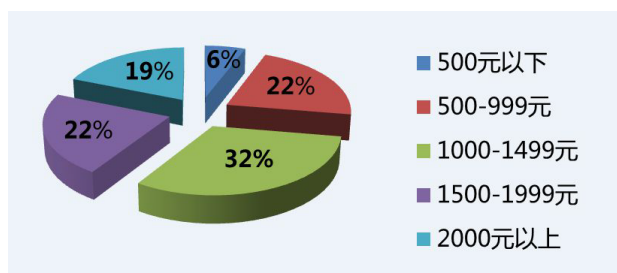
全国玩具(大口径)进口总额为 10.69 亿美元, 同比 2015 年上升 22.96%; 传统玩具进口总额为 4.95 亿美元, 同比 2015 年降低 0.36%。

2.2 2016 年婴童用品总体进口

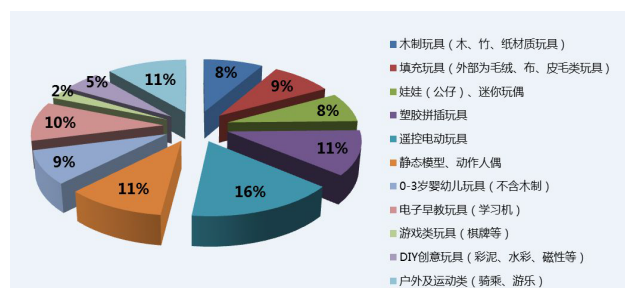
婴童用品进口总额为 4.85 亿美元, 同比 2015 年降低 0.49%; 安全座椅: 0.37 亿美元, 2015 年为 0.5 亿美元; 童床: 2.19 亿美元, 2015 年为 2.12 亿美元; 喂养用品: 2.12 亿美元, 2015 年为 1.96 亿美元; 婴儿服装: 1.45 亿美元, 2015 年为 1.36 亿美元。

三、2016 年消费者购买玩具和婴童用品的消费行为

3.1 2016 年购买儿童玩具年度总支出



3.2 2016 年购买玩具的品类选择



3.3 2016 年购买玩具的价位选择

购买玩具价格选择中, 更多受访者选择 100-199 元和 200-299 元两个价位; 同比 2015 年, 受访者在 2016 年最近购买儿童玩具花费在 100-199 元比例有大幅度提升。

3.4 2016 购买婴童耐用品年度总支出

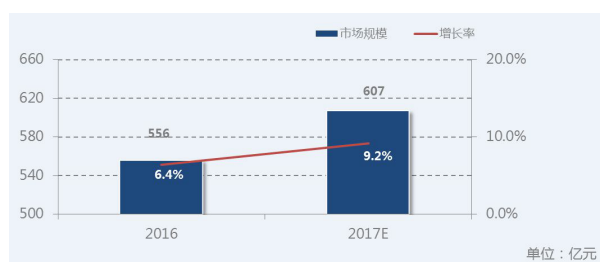


3.5 2016 年购买婴童易耗品年度总支出



四、2016 年中国玩具和婴童用品市场零售规模

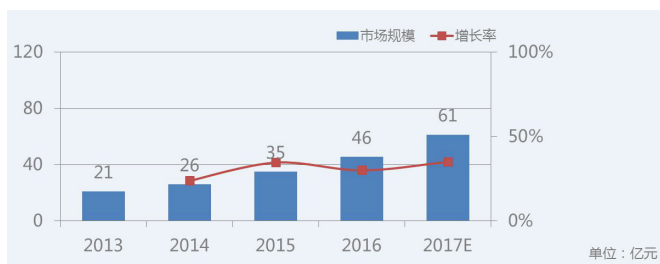
4.1 2016 年玩具市场规模与增长预测



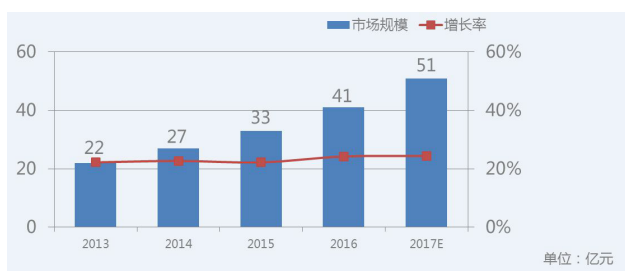
4.2 2016 年婴儿手推车市场规模与增长预测



4.3 2016 年安全座椅市场规模与增长预测



4.4 2016 年奶瓶市场规模与增长预测



五、2016 年中国出口美国和欧盟产品质量情况

5.1 2016 年欧盟对华通报召回玩具情况

对华通报召回玩具 404 款; 小零件问题占比 43.56%; 邻苯含量超标问题占比 35.15%。

5.2 2016 年欧盟对华通报召回婴童用品情况

对华通报召回婴童用品 90 款; 召回童装 47 款, 拉带和绳索过长问题占比 74.47%; 召回童车 18 款, 存在危险夹缝问题占比 27.78%; 召回童鞋 9 款, 小零件问题占比 88.89%。

5.3 2016 年美国对华通报召回玩具情况

对华通报召回玩具 12 款, 小零件问题占比 66.67%。

5.4 2016 年美国对华通报召回婴童用品情况

对华通报召回婴童用品 18 款; 召回童车 8 款, 折叠锁定装置不符合标准要求问题占比 50%; 召回童装 3 款, 小零件问题占比 66.67%。

六、2016 年中国市场玩具和婴童用品产品质量情况

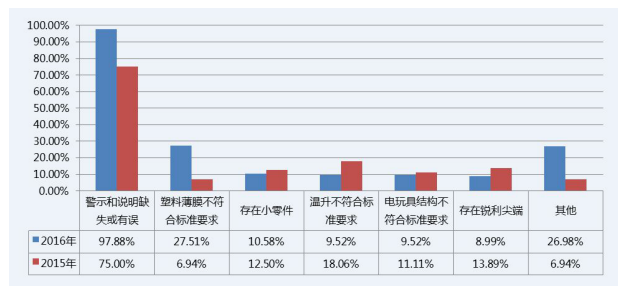
6.1 2016 年政府通报不合格玩具情况

通报不合格玩具产品 176 款; 警示和说明缺失或有

误问题占比 53.70%; 小零件问题占比 20.37%; 存在锐利尖端问题占比 12.96%。

6.2 2016 年政府通报不合格婴童用品情况

通报不合格婴童用品 525 款; 童装 290 款, 警示和说明缺失或有误问题占比 62.76%; 童车 133 款, 警示和说明缺失或有误问题占比 49.52%。



通报童鞋 70 款, 重金属含量超标问题占比 32.86%; 儿童家具 23 款, 警示和说明缺失或有误问题占比 43.48%。

6.3 2016 年中玩协玩具质量摸底调查情况

6.4 中玩协婴童用品质量摸底调查情况

童车: 警示和说明缺失或有误问题占比 72.50%, 存在危险夹缝问题占比 23.75%; 安全座椅: 头部位移超标问题占比 47.17%, 警示和说明缺失或有误问题占比 39.62%; 儿童家具: 警示和说明缺失或有误问题占比 86.96%, 机械装置中的孔、开口和间隙不符合标准问题占比 52.17%。

儿童护理用品: 抽样产品均合格; 童装: 存在的主要问题是拉带和绳索过长; 婴幼儿餐具: 存在的主要问题是警示和说明缺失或有误; 婴幼儿奶瓶: 存在的主要问题是警示和说明缺失或有误。

(中国玩具和婴童用品协会)



几个玩具等产品认证 畅销欧洲市场必备的



为保护国民安全 and 环境,全球大部分国家都根据本国国情制定产品标准。销往欧洲市场的产品,只有符合所在区域的安全认证标准才可在当地销售。权威、有效的第三方检测认证,可帮助企业化解产品销售中的贸易壁垒,使产品在较短时间内获得欧洲市场的认可。

检验检疫部门提醒:“中国制造”的优质产品只有通过第三方检测机构,获得相关产品检测认证,才能在欧洲市场上无往不利。

下面介绍几种欧洲市场主流认证标志和它们的含义:

1、CE:标志是一种安全认证标志,被视为制造商打开并进入欧洲市场的护照。CE 代表欧洲统一 (ConFORMITE EUROPEENNE)。凡是贴有“CE”标志的产品就可在欧盟各成员国内销售,无须符合每个成员国的要求,从而实现了商品在欧盟成员国范围内的自由流通。

2、ROHS:RoHS 是《电气、电子设备中限制使用某些有害物质指令》(the Restriction of the use of certain hazardous substances in electrical and electronic equipment) 的英文缩写。RoHS 一共列出六种有害物质,包括:铅 Pb, 镉 Cd, 汞 Hg, 六价铬 Cr6+, 多溴二苯醚 PBDE, 多溴联苯 PBB。欧盟在 2006 年 7 月 1 日开始实施 RoHS, 使用或含有重金属以及多溴二苯醚 PBDE, 多溴联苯 PBB 等阻燃剂的电气电子产品都不允许进入欧盟市场。

RoHS 针对所有生产过程中以及原材料中可能含有上述六种有害物质的电气电子产品,主要包括:白家电,如电冰

箱,洗衣机,微波炉,空调,吸尘器,热水器等,黑家电,如音频、视频产品,DVD,CD,电视接收机,IT产品,数码产品,通信产品等;电动工具,电动电子玩具,医疗电气设备。

3、REACH:REACH 是欧盟规章《化学品注册、评估、许可和限制》(REGULATION concerning the Registration, evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals)的简称,是欧盟建立并于 2007 年 6 月 1 日起实施的化学品监管体系。这是一个涉及化学品生产、贸易、使用安全的法规提案,旨在保护人类健康和环境安全,保持和提高欧盟化学工业的竞争力,以及研发无毒无害化合物的创新能力。

REACH 指令要求凡进口和在欧洲境内生产的化学品必须通过注册、评估、授权和限制等一组综合程序,以更好更简单地识别化学品的成分来达到确保环境和人体安全的目的。该指令主要有注册、评估、授权、限制等几大项内容。任何商品都必须有一个列明化学成分的登记档案,并说明制造商如何使用这些化学成分以及毒性评估报告。

4、GS:GS 标志是德国劳工部授权 TUV、VDE 等机构颁发的安全认证标志。GS 标志是被欧洲广大顾客接受的安全标志。通常 GS 认证产品销售单价更高而且更加畅销。

5、DIN:德国标准化学会 Deutsches Institut für Normung。DIN 是德国的标准化主管机关,作为全国性标准



化机构参加国际和区域的非政府性标准化机构。DIN 于 1951 年参加国际标准化组织。由 DIN 和德国电气工程师协会(VDE)联合组成的德国电工委员会(DKE)代表德国参加国际电工委员会。DIN 还是欧洲标准化委员会、欧洲电工标准。

6、BSI:英国标准学会 British Standards Institution 英国标准学会(BSI)是世界上最早的全国性标准化机构,它不受政府控制但得到了政府的大力支持。BSI 制定和修订英国标准,并促进其贯彻执行。

7、EMC:随着电气电子技术的发展,家用电器产品日益普及和电子化,广播电视、邮电通讯和计算机网络的日益发达,电磁环境日益复杂和恶化,使得电气电子产品的电磁兼容性(EMC 电磁干扰 EMI 与电磁抗 EMS)问题也受到各国政府和生产企业的日益重视。

电子、电器产品的电磁兼容性(EMC)是一项非常重要的质量指标,它不仅关系到产品本身的工作可靠性和使用安全性,而且还可能影响到其他设备和系统的正常工作,关系到电磁环境的保护问题。

欧共体政府规定,从 1996 年 1 月 1 起,所有电气电子产品必须通过 EMC 认证,加贴 CE 标志后才能在欧共体市场上销售。此举在世界上引起广泛影响,各国政府纷纷采取措施,对电气电子产品的 EMC 性能实行强制性管理。国际上比较有影响的,例如欧盟 89/336/EEC 等。



第 121 届广交会 玩具展区直击

4月15日~5月5日,第121届中国进出口商品交易会(广交会)分三期在广交会展馆举行。其中,以玩具、礼品等为主体的第二期于4月23~27日举行。广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵指出,受当前世界经济复苏乏力、“逆全球化”明显抬头的国际形势影响,加之我国国内综合要素成本不断上升,外贸传统优势不断弱化影响,外贸形势仍将复杂严峻。中外玩具网-《中外玩具制造》特派记者走访玩具展区发现,不少玩具企业增加产品研发投入、增强技术创新力度、加强产品质量控制力度,以优质创意产品赢得客户认可。





黄辣椒也能改造成吹奏乐器

除了中规中矩的乐器和音乐类玩具之外，我们可不可以通过别的方式让小朋友们的音乐体验变得更有趣一些？在中国设计师 Jia Wu 看来，生活中再平凡的物品也有着发声的潜力。为此她以几种笛子为原型，设计了这套名为 Player's Pflute 的模块化乐器组件，其中包括 4 种吹口、2 种打孔器和 1 个连接器。有了这些组件，小朋友们可以把胡萝卜、黄辣椒、水杯等日常物品改造成乐器，在进行发明创造的同时自由地探索音乐的世界。





ICTI CARE 工厂迎新手册是为协助玩具厂接触道德生产而设的新资源。

ICTI CARE 工厂迎新手册全面地介绍了 ICTI CARE 的审核程序,就项目提供清晰的入门指引,更列出了多个协助工厂充分利用 ICTI CARE 认证体系的建议和参考资料。

为 ICTI CARE 项目而首次推出的迎新手册将会在工厂申请认证时发送给工厂。手册内容确保参与工厂能充分利用 ICTI CARE 项目的功能,并体现道德生产所带来的多种效益。

品牌商与零售商亦可参考手册,以了解 ICTI CARE 认证对供应商的要求。

新手册包括什么内容?

首先,手册提供对 ICTI CARE 认证所覆盖之核心元素的概览,协助工厂深入了解这些要求。

其次,手册亦让工厂概括了解 ICTI CARE 认证所带来的多种业务效益。

另外,手册阐述了申请 ICTI CARE 认证的五个步骤,并就每个步骤提供超链接、参考资料和建议以作详细说明;当中论及认证的所有重要部分,如审核当日的流程、ICTI CARE 各证书等级的仔细解释、会导致严重违规与零度容忍的例子。

手册更介绍 ICTI CARE 为工厂提供的各类能力与建设活动,并提供报名方式。

最后,在手册全面的参考资料部分里可以找到所有重要文件、视频、简报与工人热线资讯的下载链接,以及 ICTI CARE 工厂咨询台的联络方式。

ICTI 的工厂咨询台团队随时准备就 ICTI CARE 项目的各方面提供更详尽的指引。工厂可以电邮至 info@icti-care.org 或致电(+852) 2111 2462 联络他们。

一大波玩具国际新规 近日生效 / 实施

澳大利亚 发布新版儿童睡衣安全标准



2017年4月18日,澳大利亚小企业部长批准了《消费产品(儿童睡衣,家居服和儿童睡衣纸样)安全标准 2017》(Consumer Goods (Children's Nightwear and Limited Daywear and Paper Patterns for Children's Nightwear) Safety Standard 2017),替代现有的安全标准《贸易实践(消费品安全标准-儿童睡衣和儿童睡衣纸样)法规 2007》。

新标准是基于标准 AS-NZ S 1249: 2014 建立的,且此将取代原有的标准 AS/NZS 1249: 2003,并于 2020 年 1 月 1 日起正式生效。

新标准正式生效之前为过渡期,过渡期内(即截至到 2019 年 12 月 31 日),产品供应商可以选择符合新版本或者旧版本。但是,自 2020 年 1 月 1 日起,所有供应商必须符合新版强制性标准的要求。

物质(CAS 号)	限量要求	实施时间
TCEP(115-96-8)	≤ 5 mg/kg	2017 年 4 月 4 日
TCP(13674-84-5)	≤ 5 mg/kg	
TDCP(13674-87-8)	≤ 5 mg/kg	
双酚 A(80-05-7)	≤ 0.1 mg/L(迁移量限值)	
甲酰胺(75-12-7)	≤ 200 mg/kg; 超过 200 mg/kg 时, 从测试日起不超过 28 天内, 甲酰胺排放量不得超过 $20\mu\text{g}/\text{m}^3$	2017 年 4 月 4 日
1,2-苯并异噻唑-3-酮(BIT)(2634-33-5)	≤ 5 mg/kg	
CMI 和 MI 3:1 的混合物(55965-84-9)	≤ 1 mg/kg	2017 年 11 月 24 日
甲基异噻唑啉酮(CMI, 26172-55-4)	≤ 0.75 mg/kg	
异噻唑啉酮(MI, 2682-20-4)	≤ 0.25 mg/kg	

土耳其 发布新的玩具限用物质要求

2017 年 4 月 1 日, 土耳其官方公报发布 2017/30025 号法规, 修订土耳其玩具安全法规中镍、阻燃剂、双酚 A、甲酰胺及四种防腐剂的使用要求。镍限量要求见《土耳其修订玩具安全法规》, 其他物质限量要求见上表。

瑞士 发布《玩具条例》修订法案

日前, 瑞士发布了《玩具条例》修订法案, 新《玩具条例》已于 2017 年 5 月 1 日正式生效, 但已上市的符合旧条例的产品可销售至 2018 年 4 月。

新版条例融合了欧盟《玩具安全指令》2009/48/EC 的部分最新内容。主要包括:

对部分玩具的特定安全要求的物理和机械性能要求及化学品的一般要求做了规定; 新增了对活动玩具和功能玩具的安全要求; 增加化学玩具、水上玩具、嗅觉板游戏、化妆品包和气味游戏的新定义; 在 36 个月以下儿童玩具或拟入口玩具的特定材料中, 限制甲酰胺、苄基异噻唑啉酮等物质的含量和比例等, 此次修订将使新条例与欧盟《玩具安全指令》的更新动态保持一致。

另一项重要变化是新版《玩具条例》还纳入了欧盟 REACH 法规附件 17 中的部分化学物质, 如苯、邻苯二甲酸酯及多环芳烃等物质。REACH 法规附件 17 是针对有害化学品使用的“限制物质清单”, 截至 2017 年 2 月, 清单中物质已达 67 种。

欧盟 玩具甲酰胺含量限制 5 月实施

欧盟玩具安全指令关于甲酰胺的限制将于 5 月 24



日开始实施,泡沫玩具材料中甲酰胺的含量不得超过 200mg/kg,否则需要进行为期 28 天的释放量测试,且甲酰胺释放量不得超过 20 μ g/m³。

该限制要求来源于 2015 年 11 月 25 日欧盟委员会在欧盟官方公报上发布的委员会玩具安全指令的修订案(EU)2015/2115,同期加入欧盟玩具安全指令的还有 4 项限制物质 CMI 和 MI3:1 的混合物、甲基异噻唑啉酮(CMI)、异噻唑啉酮(MI)以及 1,2-苯并异噻唑-3-酮(BIT)。其中 1,2-苯并异噻唑-3-酮(BIT)的限制要求也将于 5 月 24 日开始实施,水性玩具材料中 BIT 含量不得超过 5mg/kg,并指定测试方法为 EN 71-10:2005 或 EN 71-11:2005。

甲酰胺是一种溶剂,在泡沫塑料制品中加入甲酰胺,能够使塑料发泡、降低生产成本,增加塑料产品的柔韧性。

欧标委 发布橡胶奶嘴以及安抚奶嘴中 相关物质检测标准

欧洲标准化委员会(CEN)针对中弹性体或橡胶奶嘴及安抚奶嘴中释放的亚胺和亚硝基物质发布了 EN 12868:2017。与之冲突的国家标准将于 2017 年 7 月前撤销。

EN 12868:2017 对 1999 版进行了更改,主要体现在:重新定义了“正-亚硝胺”和“即用产品”;更改了“弹

性体”和“橡胶”的定义;要求进行两次迁移测试和两次测定;更改程序,包括亚硝化的温度,并规定了测试中弹性体样本和橡胶的最低样品量;将 N-亚硝基二异丁胺(NDiBA,CAS 号 997-95-5)归为奶嘴中的可识别的亚硝胺,这一规定与测试和校准标准相关;提供 n-亚硝胺校准液的气相色谱法(GC)以及用热能分析仪(TEA)检测仪分析得到的保留时间用于辅助分析;将液相色谱-质谱联用(LC-MSn)作为亚硝胺和亚硝基物质的替代性分析方法。

加拿大、欧盟 出台玩具等儿童用品铅含量新规

消费品中重金属铅含量一直是各国质量管理部门关注的重点,尤其是对于儿童用品,近年来各国对于玩具等儿童用品中重金属铅法规和标准一直更新频繁,日趋严格。近期,加拿大和欧盟又相继出台了儿童用品、玩具等铅含量新规,分别扩大了法规的适用范围、提高了对重金属铅限值。

2017 年 2 月 15 日,加拿大卫生部新的《消费品含铅法规》咨询期结束,该法规预计将在 2017 年第 4 季度生效,新法规扩大了涉及儿童用品所涵盖的产品范围。

2017 年 3 月 27 日,欧盟部长理事会也采纳关于玩具安全指令附件 II 的修订内容,将玩具中重金属铅的迁移量将进一步降低。该修订案在欧盟官方公报发布后 20 天开始生效,并自该指令发布 18 个月后开始实施。





商会的力量大于企业的单打独斗

从古至今,虽然有商帮更迭,商会易名,然而一种亘古不变的商道思想却生存下来,在经历了儒韵的陶冶之后,商帮与商会用一次次的蜕变和时代相融合,商道思想也被演绎、传承下来。

时至今日,古人难见,接轨世界,而新生代商人的血脉中却依然流淌着民族商业的血液使命,并给后代子孙以启示和荫庇。在科技力量日占上风的全球化经济中,我国的商帮与商会也将智慧、精神、道德打造成和谐统一的商帮文化,并为中华古老的商业文明注入新的活力,使其在世界的每个角落都能够开花结果。

从某种意义上来说,中国经济发展的脉络和走向被各派商帮代表体现得非常深刻,而各地商会的建立也与当地商帮的发展有着一定的关系。各商帮之所以能够对经济和商会产生重要影响力,是因为它们将中华传统文化的精髓与实际经营活动紧密地结合为一体,培育出源远流长的中华商帮文化,而商帮在历史上的更迭与嬗变中更是将“仁、德、礼、义”奉为至尊之旨。

正基于此,在当今商会仍然有着举足轻重的作用。商会是“互助性”的最大体现

著名地产商冯仑说:商会干了三件事情。第一件事情是结乡谊,第二件事是谋财,第三件事是沟通政商。

商会是通过“结乡谊”合成的“一把筷子”,比任何“一支筷子”的力量都要强,抱团“谋财”或者抱团“竞争”,声势要比单打独斗效果强。商会让企业抱团之后,不仅成为一个共同“御寒”、“御外”的社会组织,更成为一个互助性组织。

在经济形遭遇寒流的情况下,中小企业更需要抱团取暖,尤其是在资金严重缺乏的时候,为解决资金流动性的问题,以“互助”为主题的新型商会应运而生。

互助性、民间性、自由性、开放性、服务性是商会的五大特点。要运用互联网思维思考商会新的发展思路,让每一位企业家都能够共享商会的大资源,使每一位会员在此受益。为会员搭建切实便捷的金融服务平台,这是商会“互助性”的最大体现。

为了适应当今经济发展的需要,商会要将自身的金融服务和“互联网金融”这个新生事物结合起来。商会可与国内多家诚信互联网融资机构合作,依托商会平台所掌握的中小企业“大数据”,同互联网融资机构中的规范经营者建立战略合作关系。建立一条以商会为信息交换的平台,商会向专业融资机构推荐需要融资的企业,同时为融资机构、提供企业的民间借贷情况、诚信考核信息等,最后由专业融资机构进行快速审核落实,这是一条融资新通道。

企业诚信考核和监督工作也是一项重要的工作。作为一个民间组织,商会虽没有执法权,但却一直履行自己作为社会组织的监督责任。倡导公平竞争,维护市场秩序,严禁企业在经营中出现恶性竞争,相互诋毁,恶性杀价,道德败坏,违法违纪,不讲诚信,不负责任等行为。严厉打击违背诚实守信经营原则的会员。对于三次出现诚信问题的企业,我们会按照《商会自律公约》的规定,将其清除出会。

商会让企业拥有话语权

商会让企业结合在一起,形成不可忽视的招商平台,从而影响一些急于招商引资的地方政府的决策,商会代表企业拥有了与政府、市场、社会对话的重要话语权。

人们可以发现,当下各商会会长、秘书长已经成为各地政府的座上宾。商会到地方考察,可以直接见到书记、市长,受到极高的礼遇。很多县市甚至把招商专员派驻各异地商会,进行“贴身服务”。

在招商引资的过程中,政府通常会主动联系商会,将投资项目通过商会广为扩散,包括投资项目介绍及大约投资金额,当地政府项目联系负责人的电话等一目了然。这些信息由政府相关部门通过商协会的平台,向商会会员企业展示。

通过商会抱团进行“沟通政商”,企业话语权提高了很多。

商会是企业家的代言人

中国欧盟商会主席 Davide Cucino 直接将该商会定义为“一个游说机构”。该商会在中国有 6900 会员公

司。Davide Cucino 说,“商会从成立的第一天起,我们就开始了游说活动。”商会游说的主要目标,就是中国政府相关部门。

一些国际商会的公关活动能力非常强大,甚至会和中国政府高级别官员建立直接联系,或者通过各国大使馆将某个议题交到副总理级别甚至更高级别的官员手里。包括与所在国的经贸关系和一些产业政策,甚至涉及到的经济法律部分,商会在推动或者参与这些政策的出台前后,都会发挥重要的作用。尤其是中国政府对某些市场准入的开放,这些国外商会领袖的游说活动功不可没,影响力越来越大。中国商会领袖的影响力目前没有达到国外商会领袖那么大,但也在逐步影响中国政治、法律、经济、民生等各领域。

相关部门有一次修订某些行业标准,如果是个别企业自己反映意见和要求并不容易被接收到,但是当商会集中来反映旗下会员企业所提出的意见和要求则很容易被听取。也只有到这个时候,商会的力量能够真正体现出来,单凭一两家企业,不会得到重视。行业标准的出台,商会能很大程度地保障会员企业的意见得到尊重。

在全国各商会组织中,商会为企业争取利益有三种方式:一是向中小企业发展促进会的上级部门的领导定期或不定期汇报工作(每年三到四次),反映企业的呼声;二是通过人大代表和政协委员的身份参政议政,与政府相关部门进行沟通和交涉,对此,政府部门按规定是必须接待并予以答复的;三是通过商会的红头文件向相关主管领导打报告,反映问题。

有人曾将商会比喻为商帮的避风港,在漫长的经济发展史中,商会确实为商帮的发展提供了指南。从最初为方便商帮经商而建立,到后来发展到为商帮的利益而勇于斗争,甚至于为了给商帮铺平前行的道路而与政府、法律、势态相抗衡,为商人的权利义务明界限,为社会公益勤效力,可以商会在商帮的发展中所发挥的力量不可低估,并为我国的商道勾勒出一个大体的轮廓特征。正因为如此,我国传统商帮才能够在历经更迭后依然风华正茂。



“亲泰儿”杯篮球友谊赛





“亲泰儿”杯篮球友谊赛

