

江苏玩具



2017 双月刊

团结 服务 创新 发展
贴近 行业 服务 会员

江苏玩具

第 5 期
总第 65 期

JIANGSU TOY INDUSTRIAL

- 企业不创新没有出路
- 商会的“关键人物”原来是这样培养出来的……
- ICTI“关爱”程序最新评级体系培训在南京举办

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: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

张棋景 李正彬

Contents 目录

总第 65 期

2017/5

卷 首 语

P3 企业不创新没有出路

国家大事

P04 推进制造业提质升级支撑中国经济迈向中高端

形势分析

P06 制度性成本已将国内企业利润空间挤压到极限

行业资讯

P07 江苏前 8 月外贸增长 20% 稳中向好势头延续

P08 海外商标抢注预警信息

P11 扬州毛绒玩具产业电商发展加速线上年交易额已达 70 亿元!

P13 未及时提供 CPC 证书输美儿童玩具遭退运

P14 今年上半年玩具成欧盟通报最多类别

商会动态

P15 商会的“关键人物”原来是这样培养出来的……

P18 ICTI“关爱”程序最新评级体系培训在南京举办

P19 关于扬州宇阳电子有限公司为省商会理事单位的决定



走过夏天

风,纷飞着叶
叶,缱绻成蝴蝶
轻轻洒洒
稻田,夹杂着火热的烈焰
燃烧,冲腾
菊花,露出点点的微黄色
装点了整个大地
原来
走过夏天
秋,又是一番
奇特的景象!

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>

精彩观点

P20 人工智能玩具路在何方?

P22 高科技育儿产品热销启发:选择就是源于生活的需要

P23 国外玩具技术性贸易壁垒持续升温

焦点热议

P25 儿童用品增塑剂禁令加严玩具出口面临考验

P26 玩具出口遇新规中企如何“总动员”

市场观察

P29 探秘沿线八大玩具出口市场潜力股

P33 同比增 154% 揭金砖国家偏爱哪类玩具

35 被忽视的中东电商市场:规模虽小,潜力很大

37 日本市场高位企稳热销品类此消彼长

ICTI 园地

P39 沃尔玛承诺继续使用 ICTI CARE 项目

P39 ICTI CARE 建立微信号 加强与中国内地工厂的沟通

政策法规

P17 玩具安全标准 ASTM F963-17 正式发布

P40 美国玩具邻苯新要求将于 10 月份表决



企业不创新没有出路

中国这几年兴起的创新创业或者说企业家精神的高潮是由形势决定的。北大教授,知名经济学家周其仁表示,以前,我们作为一个后发国家,不需要依靠自己去创新,直接模仿、拿来就可以,许多年来我们就是这样发展起来的,但经济增长的高速期过去之后,在原来的那种发展模式下,产能过剩就很容易出现了;目前,全球的贸易环境发生了变化,发达国家的贸易保护主义抬头,加上金融危机之后全球总需求萎缩,在2008年之后,我国的经济下行压力持续增大,2009年靠4万亿拉回来一些,但到2011年之后经济下行压力就非常明显了。以前不

用创新企业就能赚钱,人们也不会想着去创新。周其仁举例道,比如华为,一开始也是跟着跑,跑着跑着就跑到前面去了,就像任正非说的,华为已经身在“无人区”,往前没有可跟的对象了,这样一来就需要企业长年的独立研发的积累。这是一种情况,还有一种情况是,“跟着跑”的太多了,大家把路堵了,产能过剩了。这种情况下一一些地方,尤其是珠江三角洲,有一批不服输的人,总能找出新的路子来走,走出了一片新天地。时势造英雄,英雄造时势,两者互相作用。

李克强

在推动制造强国建设、持续推进经济结构转型升级座谈会上强调



推进制造业提质升级 支撑中国经济迈向中高端

8月25日,中共中央政治局常委、国务院总理李克强主持召开推动制造强国建设、持续推进经济结构转型升级座谈会,研究部署相关工作。国家制造强国建设领导小组成员单位、有关部门以及部分国有企业、民营企业和金融机构负责人参加会议。

会上,工业和信息化部、质检总局负责人分别汇报了制造业升级和工业产品许可证取消下放等情况,柳工集团、TCL集团、工商银行、海尔集团负责人围绕提升制造业竞争力、发展普惠金融服务实体经济等发了言。大家认为,今年我国经济稳中向好,营商环境不断改善,实



施“营改增”等减税降费措施又降低了企业成本，带动了企业生产经营和效益明显回升，制造业升级步伐加快。李克强与企业家们互动交流，询问企业发展面临的困难和对国家的建议，并要求有关部门根据发言中谈到的问题，就进一步降低市场准入门槛、强化工业产品质量管理等问题深入研究措施。

李克强说，制造业是经济发展的基础。中国经济要转型升级，要实现新型工业化，还是要靠做强中国制造。总体来看，目前我国制造业仍处在国际分工的中低端，大而不强等问题突出，推动制造业提质升级任务紧迫，这也是推进供给侧结构性改革的重要内容。必须认真贯彻以习近平同志为核心的党中央加快建设制造强国的战略部署，落实新发展理念，实施创新驱动发展战略，以“中国制造 2025”为抓手推动制造业提质升级，坚决淘汰落后产能和工艺，加快新旧动能转换，促进中国经济迈向中高端。

李克强指出，促进制造业提质升级要依靠创新发展。企业要发挥主体作用，抓住产品品种、品质、品牌等方面攻坚发力，积极开展国际对标，倒逼关键技术创新与突破，发展高端生产性服务业，加快中国制造从低成本竞争优势向高质量、高适用性优势转变，增强品牌意识，努力打造更多享誉全球的中国制造品牌。同时要高度重视管理体制

创新，各类企业都要在这方面下功夫，要依托工业互联网、大数据等平台，通过开展大众创业、万众创新和大中小企业融通发展，促进企业研发、生产、经营模式变革，形成能灵敏反映市场变化的触角，提高创新活力和资源配置效率，发展个性化定制生产，满足用户多样化需要。

李克强说，促进制造业提质升级要充分发挥我国人力人才资源丰富这个最大优势和潜力。根据国民经济发展和产业竞争需要，大力弘扬企业家精神和精益求精的工匠精神，加快培养各类专业技术人才、经营管理人才，改革完善职业教育育人方式，建立有利于吸引人才、激励人才的分配方式，为各类人才施展才干创造环境，造就高素质的产业工人大军和不断追求卓越的企业家队伍。

李克强指出，要着力营造有利于制造业提质升级的环境。持续深化简政放权、放管结合、优化服务改革，进一步削减不合理的前置审批和许可，降低制度性交易成本，完善市场监管，严厉打击生产销售假冒伪劣商品，加大知识产权保护，加快社会信用体系建设，形成鼓励创业创新的生态。在落实好已出台各项减税降费措施的同时，进一步研究促进制造业升级的财税政策。鼓励金融机构发展普惠金融、丰富金融产品，为企业特别是中小微企业提供更好融资、避险服务。



制度性成本已将国内企业利润空间挤压到极限



中国的企业运营成本过高,一直受到市场诟病。2017年3月-5月,中国财政科学研究院调研组分赴东北、东部、中部、西部等九省实地调研了解各地降成本工作的进展、成效及面临的困难。财政科学研究院8月1日发布了《降成本:2017年的调查与分析》报告。

报告调研了14709家样本企业,发现这些样本企业近三年的总成本费用占营业收入的比重均超过100%,西部和东北地区企业、国有企业情况堪忧。2014-2016年,样本企业总成本费用占营业收入的比重分别为101.47%、101.87%和101.44%,均大于100%,这表明企业成本水平已经超过收入,企业利润空间已经被挤压到极限。调研发现,近年来企业成本呈山洪爆发式上升,包括人工成本、环境成本、用地成本、原材料成本等增长速度极快。

在工资成本上,除了因劳动力短缺带来的工资增长外,《劳动合同法》实施后要求各地区的最低工资标准每两年至少要调整一次,也加快了工资成本持续上升。1995年至2015年,我国城镇

单位就业人员平均工资由1995年的5348元,提高到2015年的62029元,增加了10倍多,年均增长率为13.0%;

在环境成本上,以环境污染治理投资总额来代表企业的环境成本,从2000年的1014.90亿元到2014年的9575.50亿元,增加了8倍多,年均增长率为15.5%。其中2004年至2014年期间工业污染治理完成投资的年均增长率为12.5%。

在用地成本上,我国主要监测城市地价总体水平由2005年第一季度的1212元/平方米上升到2017年第一季度的3880元/平方米,年均增速为10.2%;商业(商服)、居住、工业地价水平也分别由2006元/平方米、1184元/平方米和482元/平方米上升到7017元/平方米、6040元/平方米和787元/平方米,商业地价年均增速为11.0%;工业地价年均增速为4.2%;

报告显示,下一步“降成本”应采取有效措施控制我国城市房价持续且大幅上涨的趋势,对实体经济企业的用地及房租成本给予关注。不过,降成本却有着有限性。在人工成本和资源环境成本的趋势性增长情况下,包括原材料和物流等属于由市场决定的原材料等要素成本,主要由市场供需决定,并不是想降就可以降低。企业成本中可以降低的主要是由政府决定的不合理成本,包括指政府不合理的制度制定、管制、行政审批和行业垄断等干预所形成的企业成本。

江苏前8月外贸增长20% 稳中向好势头延续

南京海关最新统计显示,1-8月,我省实现外贸进出口 25725 亿元人民币,比去年同期增长 20%。其中出口 15822.2 亿元,增长 17.2%;进口 9902.8 亿元,增长 24.6%。三项指标增幅分别高出全国 2.9、4.2、2.1 个百分点。8 月当月的增幅,分别高出全国 5.8、5 和 8.7 个百分点。稳中向好势头进一步延续。

一般贸易强势增长,占比提升。1-8 月,全省一般贸易进出口 12598.3 亿元,增长 22.7%,占全省同期进出口总值的 49%,占比比去年同期提升 2.1 个百分点。同期,加工贸易方式进出口 10550.5 亿元,增长 17.1%,占比 41%。

市场方面,美国、欧盟、东盟、韩国和日本居我省前八个月贸易规模前五位,贸易额分别为 4282.1 亿元、4198.1 亿元、2971.5 亿元、2767.7 亿元和 2460 亿元,同比增长 22.6%、19.1%、23.5%、20.7%和 16.8%。五大贸易伙伴进出口累计占同期我省进出口的 64.8%。与“一带一路”沿线国家的贸易往来也更为频繁。1—8 月,我省对印度、俄罗斯、阿联酋分别进出口 614.3 亿元、239.8 亿元和 233.3 亿元,分别增长 32.2%、23.5%和 33.3%。

产品出口方面。1—8 月,出口服装、纺织纱线织物及制品、鞋类、塑料制品、箱包、玩具、家具等 7 类传统劳动密集型产品 2788.8 亿元,增长 16.3%,占全省出口总值的 17.6%。医药品以同比 53.4%的增幅名列各类产品增幅之首,实现出口 116 亿元。机电产品出口 10196.9 亿元,增长 16.6%,占全省出口总值的 64.5%。

进口方面,受国际大宗商品市场价格回升和国内经济积极向好、质效提升影响,铁矿砂、煤等进口量增价扬,集成电路、二极管等部分机电产品进口较快增长。1-8 月,全省进口铁矿砂 385.9 亿元,增长 44.8%,进口均价同比上涨 41.9%。进口煤 52.5 亿元,增长 2.1 倍,均价上涨 1 倍。进口液化石油气 135.2 亿元,增长 1.2 倍,均价上涨 15.3%。进口大豆 281 亿元,增长 14.5%,均价上涨 12.5%。同期,我省进口机电产品 5813.9 亿元,增长 21.7%。

(新华日报)



海外商标抢注预警信息

近日国家工商总局商标局收到相关函件,称有一名外籍商人将120多个中国玩具企业的厂名及商标以个人名义在智利工业产权局(INAPI)申请注册,主要涉及第28类玩具相关产品(相关案件信息见附件)。据了解,目前其大部分商标注册申请已经进入公告程序,如无异议将可能在近日内获得批准。

鉴于该抢注行为一旦成功,可能阻碍我国相关厂商的产品进入智利及南美周边国家市场,直接影响相关企业利益,现提醒相关企业积极通过当地法律和行政程序依法主张自身权利。

国家工商总局商标局

2017年8月31日

Buscador					
Lista de Aciertos					
Solicitud	Registro	Clase	Signo	Titular	
1209009	1217400	28	GLORIA	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1253765	0	28	FINGER ROTATOR	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1253945	1255588	35	BOHUI TOYS	Manoj Kumar Gulrajani	
1255336	0	...	RONG KAI	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1256551	0	28	ILLUSION STATE	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1257815	0	28	EL DORADO	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1261775	0	28	D HUA DA	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1261933	0	28	H HONG SEN	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1130709	1159406	28	HONGXING TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1134329	1160803	28	STYLE GIRL	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1150544	1175808	28	YIHUITOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1151395	1177400	28	GOLDKIDS	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1252320	1255054	28	XINHANG TOYS	Manoj Kumar Gulrajani	
1254948	0	35	MEI SHENG	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1255258	0	...	SHOPKINS	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1255342	0	...	HAI TE	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1257498	0	28	PUMAKATARI	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1257814	0	28	Boliviana de aviación	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1257816	0	28	TRANS BOLIVIANA	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1259946	0	28	JIADA	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1255273	0	28	RALLY ANDINO DRIFT	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1256390	0	28	INDUSTRIAS CRIOLLO	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1256658	0	28	MQ	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1257495	0	28	COSMOS BUS TOURISM	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1257852	0	28	TIAN OU	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1130425	0	28	KWALITY TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1253796	1255587	35	K	Manoj Kumar Gulrajani	
1253940	0	35	X-GALLOP	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1255259	0	...	66 MING YING	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1258021	0	28	amaszonas	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1135147	1170824	28	MY FRIEND CAYLA	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1151401	1179604	28	GOLDKIDS	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1223297	1230879	28	GIRL'S Favourite	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1254621	0	35	CHEN LE	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1256836	0	...	CM	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1256840	0	28	MO FANG GE	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1257885	0	28	DREAM DAZZLERS	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1258113	0	28	THE STRONGEST	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1130707	1159404	28	X-GALLOP	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1254635	0	35	MEI BO KAI	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1259514	0	28	WY	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1130478	1158118	28	KARISHMA	MANOJ KUMAR GULRAJANI	
1130589	1192520	28	MT CHILE	MANOJ KUMAR GULRAJANI	

1223382	1230880	28	ROSE PALACE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253569	1255586	28	K	Manoj Kumar Gulrajani
1253762	0	...	FIDGET HAND SPINNER	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253946	1255589	35	STYLE GIRL	Manoj Kumar Gulrajani
1254980	0	...	R RONG LONG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255670	0	...	LCF	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256469	0	28	W WANDERLONG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256832	0	...	23 ZEJINTOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256838	0	28	XIN JI QI TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1258102	0	28	SARIRI	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1150349	1175807	28	XIAO BAI CAI	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253953	0	35	XIONG CHENG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1254617	0	35	GIRL'S FAVOURITE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256405	0	28	OF DONGFA TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257500	0	28	WAYNA BUS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130710	1158696	28	JARDLY EDUCATIONAL BLOCKS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130898	1166446	28	CY XIE CHENG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253763	0	28	HAND SPINNER	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253764	0	28	AMAZED GYRO	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255345	0	...	TONG HUI	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255662	0	28	SD SHENGDA TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256467	0	28	ARIANA	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257664	0	28	TIAN DU	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257813	0	28	BUS COSMOPOLITANA BOLIVIA	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1261393	0	28	ZC ZHICHENG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130497	1211416	28	MY HAPPY FAMILY	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130866	0	28	BOHUI TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1131928	1165648	30	MAVI Artisan Chocolates & Gourmet Cakes	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1212925	1222182	28	MAYMAY	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255865	0	28	555 HUAN LE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257830	0	28	M MEI ZHI	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257837	0	28	SY	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1259515	0	28	ZHONG MA	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130712	1159408	28	FACO BLOCKS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130887	1160031	28	BEISE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1132555	1160801	28	BOHUI TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1135146	1163695	28	MI AMIGA CAYLA	Manoj Kumar Gulrajani.
1255200	0	...	XO XU DA TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255333	0	...	PENG XIE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255668	0	28	L&J	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255864	0	28	PENG DA YU	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256407	0	28	YD TOY XIANG DA	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256827	0	28	HONG CHANG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256839	0	28	Q QIYI	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257505	0	28	SQ TOY	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1259499	0	28	DB	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1131056	1192521	28	MT CHILE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1151394	0	28	X-IMMORTAL	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1155859	0	28	L&J LING JUN TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257567	0	28	MILES ELECTRONIC KEYBOARD	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257829	0	28	SXY	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1259413	0	28	LIAN ZHEN	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1251162	0	28	IVANKA	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253701	0	35	JARDLY EDUCATIONAL BLOCKS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253947	1255590	35	GOLDKIOS	Manoj Kumar Gulrajani
1254624	0	35	BEISE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1254977	0	...	CF CHUANGFA TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI

Buscador				
Lista de Aciertos				
Solicitud	Registro	Clase	Signo	Titular
1254981	0	...	XD XUNDA TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255257	0	...	LA GUERRA DEL MAR	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255671	0	28	AOYUCHENG TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257502	0	28	TRANS COPACABANA	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257844	0	28	857	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1258099	0	28	TUTU LOVE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130512	0	28	MY FANCY LIFE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1150551	1181960	28	MEI SHENG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253694	0	35	KARISHMA	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253767	0	28	FINGERTIP TOP	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255260	0	28	BOA	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255341	0	...	MEIXING TOYS SUPER SET	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256841	0	28	MILITARY	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1259411	0	28	KS KUN SHENG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1261931	0	28	SEVEN STAR TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130708	1159405	28	THE MUSICAL KINGDOM	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130791	0	28	JURASSIC BUBBLE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130854	1160029	28	XIONG CHENG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130870	1160030	28	CHEN LE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130896	1160032	28	MEI BO KAI	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253711	0	35	HONGXING TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253766	0	28	FLIP SPINNER	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255660	0	28	BEL BO ER LE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256560	0	28	FIDGET CUBE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257503	0	28	BOLIVAR	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257834	0	28	Qml	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1130711	1159407	28	LQ LIQI TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1212906	1224217	28	FUNNY BLOCKS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253576	0	28	SM SHI MEI	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1253963	0	35	LQ LIQI TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1254613	0	35	MY HAPPY FAMILY	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1255323	0	...	K	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256659	0	28	BHL DAO HUA LONG	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1256661	0	28	XIN MING YUE	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1257832	0	28	CY CHAOYUE TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1258040	0	28	AMAZONAS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1259410	0	28	BEIYING TOYS	MANOJ KUMAR GULRAJANI
1259516	0	28	ZHEN RONG	MANOJ KUMAR GULRAJANI

扬州毛绒玩具产业电商发展加速 线上年交易额已达70亿元!



扬州毛绒玩具产业电商发展加速 线上年交易额已达70亿元!

7月13日,扬州市商务部门发布了关于扬州毛绒玩具产业电商发展的调研摸底情况。摸底显示,借助电子商务,扬州毛绒玩具产业规模加速扩张,产业链业态较过去更加丰富,目前仅毛绒玩具线上年交易额一项就已达到了70亿元的规模。

扬州邗江区是该市毛绒玩具企业最集中、市场交易量最大的区域,作为全国的“毛绒玩具之乡”,当地出产的毛绒玩具一直供应着全球市场,海外市场上95%的毛绒玩具一度是由扬州企业加工生产的。在2008年的金融危机中,扬州毛绒玩具产业也遭受到一定的冲击,但在全行业寻找市场突破口的背景下,当年却成为了扬州毛绒玩具产业进入互联网的元年。



扬州传统的毛绒玩具生产



笛莎玩具公司的线下体验店

以扬州五亭龙玩具城为中心、周边3公里半径范围,是当地毛绒玩具电商集聚度最高的区域。和2008年之前这里聚集的多是玩具生产加工厂不同的是,现在这里集聚了全市80%以上的毛绒玩具电商企业和60%以上的毛绒玩具生产企业,而且涵盖了以毛绒玩具销售为主的1个省级电商示范镇(西湖镇),4个省级电商示范村(金槐村、荷叶社区、朱塘社区、沈营村)、1个跨境电商园区(扬州邮政跨境电商产业园)和2个中国淘宝村(金槐村、酒甸村)。因为有一整套电商产业链作为支撑,五亭龙玩具城目前已成为华东地区规模最大的专业玩具电商集散中心,全国各大物流快递公司也基本都在这里设置了工作站,每天承揽着数万笔电商物流业务。

目前,扬州毛绒玩具的经营者们已习惯于利用互联网线上销售扩大市场覆盖范围。在全省首批电商示范村金槐村,这里四分之一以上的居民从事的是毛绒玩具电商交易,去年线上交易额已经突破2亿元,电商和相关配套产业就业人员达2000多人。

笛莎玩具公司是扬州毛绒玩具企业积极搭建“互联网+”发展架构的代表。企业从2010年切入电商领域,目前线上销售占比已经达85%,去年“双十一”实现线上销售近6000万元。今年,笛莎公司又启动建设了笛莎智慧大厦项目,将打造笛莎公主小镇,建设笛莎总

部基地、O2O体验展示中心、互联网众创空间、优势企业互联网产业平台和资源共享中心,从生产营销产品逐步跨入了搭建运营平台的新阶段,在自身不断转型的同时,也带动一批传统特色企业向互联网产业转型,预计三年内企业可通过互联网产业实现销售20亿元。

搭上互联网快车后,扬州毛绒玩具产业在富民方面的带动力空前加强。以一家年销售50万元的普通电商经营户为例,需要玩具辅料、面料、填充物、装饰品等生产配套,以及物流、摄影、设计、包装、运营、策划等电商配套,可以实现近150万元的全产业链产值。据不完全统计,邗江区近30%的返乡青年、返乡民工和低收入农户,目前正采用网销毛绒玩具或从事相关配套工作来自主创业,实现致富。

借互联网实现再次腾飞的扬州毛绒玩具产业正面临着又一次产业转型,随着价格优势弱化、成本持续增加,市场竞争加剧、电子产品冲击等,当地正积极筹划借力“特色小镇”实现产业的又一次升华。

有关方面计划,围绕毛绒玩具产业定位,打破行政区域界限,以五亭龙玩具城为中心建设玩具特色小镇。依托五亭龙电商资源、西湖镇生产优势、维扬开发区配套能力,进一步完善金融服务、创意设计、会展博览等业态,从而为开发文化旅游、商务商贸、休闲餐饮等周边产业提供基础。



扬州五亭龙玩具城的商户在发货



未及时提供 CPC 证书 输美儿童玩具遭退运

日前,江苏某企业出口美国的儿童玩具遭到退运,而通过企业自检,产品质量均未检出异常,因此,企业向江苏检验检疫部门求助,经过检验检疫部门调查,原来,该企业未能及时提供美国官方规定的《儿童产品证书》,导致产品被美方退运。

据介绍,美国消费品安全法案(CPSA)规定,儿童产品的制造商和进口商必须基于 CPSC 认可的实验室的测试结果,提供书面的儿童产品证书(Children's Product Certificate,CPC),以证明其产品满足相应的儿童产品安全条例,其认证主体为制造商或进口商。CPC 证书和支持的测试报告必须是英文版本,内容必须包括产品标识信息、引用的每项 CPSC 儿童产品安全条例、美国进口商或制造商符合性认证标识、测试数据维护人员的联系信息、产品生产日期和生产地址、符合性测试的日期和地址、CPC 测试项目等信息。

作为发放证书的一项重要条件,输美儿童产品必须通过经 CPSA 认可的第三方实验室进行符合性测试。该测试项目主要包括铅、邻苯-聚氯乙烯塑料增塑剂、含铅油漆等。

江苏检验检疫部门提醒,儿童产品输美遭拒,除产品质量规格问题外,也有可能是未能提供 CPC 证书,或者证书不合规。企业在向美国出口相关产品时,应注意按规定提供相应证明文件。



今年上半年玩具成 欧盟通报最多类别

今年上半年,欧盟和美国共计通报和召回我国不合格消费品 1153 起,其中,欧盟非食品类快速预警系统(RAPEX)共发布 1007 起产品通报,涉及我国出口不合格消费品 543 起,占欧盟通报总数的 53.92%;美国消费品安全委员会(CPSC)召回产品 146 起,其中召回我国产品 65 批,占其召回总量的 44.52%,我国生产的消费品成为欧美国家通报和召回的主流。

通报涉及产品类别更加广泛。今年上半年,我国出口欧美的玩具、电子电器、纺织服装、打火机、建筑产品和机动车辆等共计 31 种类别的产品被通报,与去年同期相比,通报产品类别增加了雷射指示器、燃气设备及配件和文具类等。其中,欧盟通报最多的是玩具,共计 278 起,占欧盟对我国通报总数的 51.20%,已连续 4 年居欧盟通报我国各产品之首。美国对我召回最多的是电子电器产品,共 22 起,占美国对我国召回总数的 33.84%。

各类技术法规对出口影响大。近年来,欧美国家和地区频频通过各类技术法规对我国产品出口设置障



碍,为此我国企业需支付高额检测费和认证费,并频频遭到通报。今年上半年,我国出口产品因违反欧盟 70 余项法规和指令被通报,其中共 213 批出口产品违反欧盟玩具安全指令,占欧盟通报我国产品总数的 39.23%;101 批出口产品违反欧盟低压电器指令,占比 18.6%。此外,欧盟化学品注册评估授权和限制法规(REACH)、个人防护用品指令、机械指令、欧盟物质和混合物分类、标签和包装法规(CLP)和电子电气设备中有害物质指令(ROHS)也对我国产品出口欧盟产生重要影响。我国输美产品因重金属、有毒有害物质、包装、标签等违反《美国消费品安全法》等相关法律法规遭通报情况较为突出。

人身安全隐患是欧美关注点。从欧盟通报情况分析,因出口产品可能对人体造成割伤、听力损伤、触电、窒息和烧伤等直接伤害引起的通报共 405 起,占比高达 74.58%,化学危害、环境污染及微生物危害等其他危害占比仅 25.42%。从美国召回情况来看,涉及中国的 65 起召回案例中,除 1 起因化学危害被召回外,其余 64 起均与人身直接伤害有关。

大多数产品被采取强制措施。针对被通报商品,欧盟一般采取风险警示、召回、强制撤出市场、禁止销售、拒绝入境和销毁等处理措施。从今年上半年对华通报情况来看,欧盟成员国主管机构采取强制措施 531 起,占比 97.8%,较去年同期提高 32 个百分点。其中,采取强制性撤出市场、召回、销毁等 485 起,占比 89.3%;欧盟海关拒绝入境 47 起,占比 8.66%。采取发布风险警示等其他措施的仅 9 起,占比 1.66%。美国对不合格产品则全部采取了强制召回措施。

商会的“关键人物” 原来是这样培养出来的.....

商会秘书长肩负商会的组织、统筹、服务、保障、创新等多项职责,是商会的关键人物之一,更是商会班子中的“关键少数”。为了提高各级商会秘书长的政治素质和履职能力,江苏省工商联日前在瑞金干部学院举办商会秘书长培训班,拉开了商会秘书长分批集中培训的序幕。

苏区洗礼,进一步坚定理想信念

行走在红色的沃土上,中央苏区的每一处旧址、每一个故事、每一件文物、每一缕气息,让参训的商会秘书长难以忘却,感悟颇多。



“此次追寻红色足迹,零距离接受红色历史的洗礼和苏区精神的熏陶,使我更加深刻体会了革命的艰辛,是思想与灵魂的又一次加钢淬火,有助于我进一步坚定对中国特色社会主义的信念、对党和政府的信任、对企业发展的信心、对社会的信誉。”

——省工商联玩具商会秘书长 王根生

“亲耳聆听、亲眼目睹、亲身感受,一路耳濡目染,激励我从苏区的历史中寻找人生的坐标,促使我强化了听党话、跟党走、走正道的内心追求。”

——连云港市新能源行业商会秘书长 陈双喜

“继承和弘扬伟大的苏区精神,关键在行动,一定要将苏区精神内化于心外践于行,认真做好商会的运行、管理和发 展等各个环节的工作,着力提升会员对商会的认同感归属感。”大家纷纷表示:苏区行是追寻理想之行,是坚定信念之行,是使命催征之行。

——清江浦区新生代企业家商会秘书长 庄严

传统教育,进一步明确职责定位

上海建党,开天辟地;南昌建军,惊天动地;瑞金建政,翻天覆地;北京建国,改天换地。授课老师声情并茂的精彩讲述,让参训的商会秘书长个个屏息静听。



“永世传承的优良传统是永恒的宝贵财富,是指导我们战胜一切困难的制胜法宝和做好工作的力量源泉。”

——海州工业园商会秘书长 朱文淑

“学习和发扬革命传统,首要的是要提高自己的思想政策水平,在统筹商会工作、处理具体事务、解决矛盾问题时,务必时时处处体现党和国家的方针政策。”

——镇江市温州商会秘书长 杨永伟



“我们还要牢固树立“四服务”的思想理念,端正服务态度,改进服务措施,不断搭建为会员服务的有效平台,让会员有困难有问题第一时间想到找商会。”

——淮安市酒店用品商会秘书长 单锦涛

“接受教育使我看到了自身的差距,今后一定要加强学习,努力弥补自身的短板,切实增强政策运用能力、调查研究能力、管理服务能力、沟通协调能力、开拓创新能力,真正适应新形势下商会工作的需要。”

——省工商联体育产业商会副秘书长 赵凯军

研讨交流,进一步促进自我提升

商会秘书长在商会内部承上启下、协调左右、联系内外,地位举足轻重,作用十分重要。研讨交流时,大家争先发言,在相互启发中形成了共识。



“商会在社群组织中具有较强的沟通优势和资源整合能力,能够在商人和政府之间起到桥梁作用,促进资源流动集聚,推动企业抱团发展,助力区域经济不断提升。我们一定要健全权责明确、协调运转、有效制衡的法人治理机构,健全以章程为核心的内部管理制度,形成民主选举、民主决策、民主管理、民主监督、规范有序的运作机制。”

——镇江市南通商会秘书长 罗登明

“下一步,要站在一线、干在一线,积极出谋划策,围绕班子建设、团结教育、服务发展、自律规范,大力推进‘四好’商会建设。”

——盱眙县新生代企业家商会秘书长 陈 诚



“商会秘书长要有负责意识、奉献意识,做工作要一丝不苟、百折不挠、不怕困难,认真履行对社会、对商

会、对他人的义务,自觉为社会、商会、他人多做贡献。”

——金湖县餐饮商会秘书长 刘 健

“面对经济发展新常态,我们要坚定信念、提振信心,积极引导企业转型升级、创新发展,同时在工作中要真正做到在商言商、为商而谋,引导商会充分发挥行业抱团优势、政企沟通优势、资源共享优势、党团服务优势、学习交流优势、组织服务优势、品牌推广优势、公益互助优势。”

——清江浦区工商联秘书长 王 飞

一石激起千层浪。商会秘书长集中培训让参训者思想受教育、内心受净化、灵魂受触动、工作受启迪,拓宽了思路,拓展了视野,拓张了智慧。这是江苏省工商联抓好商会班子“关键少数”的有效举措,也是加强“四好”商会建设的生动实践。

政策法规

玩具安全标准 ASTM F963-17 正式发布

2017年8月24日,美国材料和试验协会 ASTM 发布了消费者安全规范-玩具安全 ASTM F963-17。根据 CPSIA 的规定,如果在发布后 90 天内 CPSC 没有反对,ASTM F963-17 将在发布 180 天后成为强制标准。

最本质的更新就是针对如下标识的储能弹射玩具的要求:

根据 8.14.5 测试方法当弹射物测试产品弹射物



的动能大于 $0.08J^*$, 弹射物的单位面积的动能 KED 依照 8.14.6 的测试方法要求不能大于 $2500 J/m^2$

新增条件

最新版本 ASTM F963-17 的修订是由于 ASTM F 963-16 在最后投票中的失误导致版本中文字遗漏的修改。CPSC 已经意识到这个问题并对上面的信息执行自由裁量权。所以 ASTM F 963-17 并没有实质的影响内容。



ICTI“关爱”程序 最新评级体系培训在南京举办

9月6日,2017年ICTI“关爱”程序最新评级体系培训在南京古南都玉澜庭酒店举办。来自省内外多地的30多家企业40余名企业领导、ICTI工厂管理体系负责人参加了培训。

ICTI CARE 新评级体系即将于2018年推出,为了让企业ICTI CARE体系负责人及相关操作人员更加全面系统的了解新评级体系的要求,ICTI“关爱”基金联合江苏省玩具和婴童用品商会共同举办本次培训。

商会秘书长王根生主持培训,并向远道而来的ICP团队的培训老师 Alex Cheung、Sam He、Nancy Chen 表示欢迎。

上午的授课,ICP专家团队带领学员们全面系统的了解新评级体系的要求,讲授新评级体系与目前体系

的不同之处。学员专心地听讲、拍照,并在笔记上认真地记下知识点及问题。下午公开答疑时间,ICP专家不断引导学员们提出自己企业就新评级体系要求的问题,进行公开解答讨论。

培训结束前,培训老师说,希望各企业就审核问题多与ICP团队沟通,大家可以通过邮件的方式发送给ICTI或把问题报给江苏省玩具和婴童用品商会汇总转交。

学员们表示新的评级体系让我们企业更清楚各个违规问题点的严重程度,回到企业会抓紧组织学习新体系,争取在明年年初新评级体系实施前做好所有准备工作。

据悉,目前ICTI已开通了微信公众号,联络ICP团队更加方便快捷了。

江苏省玩具和婴童用品商会

关于扬州宇阳电子有限公司 为省商会理事单位的决定

各会员企业：

为壮大商会理事队伍,经考察摸底、本人申请,经 2017 年 8 月 24 日商会常务会长会议审核批准,决定吸收扬州宇阳电子有限公司为江苏省玩具和婴童用品商会理事单位,公司总经理李正彬为商会理事。

江苏省玩具和婴童用品商会

二〇一七年八月廿五日

人工智能玩具路在何方?

智能教育机器人 Aidam PK 高考状元、谷歌开发的人工智能围棋程序 AlphaGo 2.0 战胜世界排名第一的围棋高手柯洁……最近,人工智能与人之间的“战争”屡屡上演,人工智能技术也再次成为人们议论的焦点。其实,人工智能技术的应用早已融入到我们生活的方方面面,如语言识别、图像识别、自然语言处理等等。在玩具行业,不少厂商也看到了人工智能技术带来的巨大商机,纷纷将其应用到玩具制造上,研发出一个个搭载了人工智能技术的新型玩具。

将人工智能技术与玩具相结合似乎成为玩具业未来发展的一个方向,那么,人工智能技术将会应用到哪些玩具上?人工智能玩具未来的发展趋势是什么?为此,记者采访了科大讯飞股份有限公司消费者 BG 副总裁、合肥淘云科技有限公司董事长刘庆升。

人工智能融入传统玩具

从 2016 年起,市面上的人工智能玩具逐渐增多,但以“人工智能玩具”为关键词进行搜索时,结果几乎千篇一律,都是儿童机器人。人工智能与玩具的结合只能是机器人吗?对此,刘庆升认为,实现人工智能技术与玩具相结合,不一定非要追求出奇,将人工智能技术融入现有的、较好的玩具也是一个发展方向。人工智能玩具的样式可以很多,比如儿童手表,或者孩子日常穿戴的物品。“在原有的基础上进行微创新,通过搭载通讯、云计算等技术,使玩具的功能得以提升。”

玩具依托大数据学习

无论是阿尔法蛋机器人、小忆机器人,还是 AlphaGo 2.0,人工智能玩具要实现智能化,要具备交互、陪伴、教育等功能,都要依靠其后台大数据。刘庆升认为,人工智能玩具随着后台用户数据的积累,依托大

数据,一方面可以用人工智能算法优化来不断提升智能水平,另一方面可以精准了解用户,以设计出更多符合用户需求的功能。

“以前我们研发人工智能机器人,认为机器人能听会说就可以了。而现在,我们要求机器人必需具备能理解、会思考的能力。”而理解与思考的前提是学习。人工智能玩具的学习能力将表现在两方面:一方面,通过机器人日常与人的交流、互动的大数据,人工专家得知用户需求后逐渐补充新知识;另一方面,就是通过自主深度学习,提升自我,就像 AlphaGo 2.0 一样。

具备学习能力的人工智能玩具也将成为指导孩子学习的好帮手。现在,许多人工智能玩具已经可以通过语言交流、屏幕提示等方式,指导孩子学习。今后,可以在某些学科对孩子进行学习指导的人工智能玩具将更有市场竞争力。比如数学高考机器人 AI-MATHS,它最大的作用是能够总结、提炼学科上的知识点,帮助孩子提高学习效率。“就目前的技术而言,人工智能玩具对于有固定模式和较强思维逻辑的学科比较容易理解、思考,从而给予孩子指导,但对于没有固定模式或者固定答案的学科就会比较难。”

此外,人工智能玩具搭载的系统、软件最好能够进行不断升级,从而使玩具通过后台升级具备更多、更强大的功能。



阿尔法蛋机器人可以进行深度自主学习

语音操控成主要方式

现在,市场上人工智能玩具的操作方式一般为触屏操控、手机APP操控。刘庆升认为,未来人工智能玩具将主要采取语音智能操控,应用场景有三个:无屏、远场、移动。

触屏控制是现在很多人工智能玩具采取的操控方式,为的是满足孩子的动手需求。未来人工智能玩具搭载了语音技术后,孩子就可以仅凭语言来操控玩具,不需要屏幕。当然,现在有些人工智能机器人已经具备了语音控制功能,比如深圳市金刚蚁机器人公司的小忆机器人。

语音智能的应用还在于远场。目前,市场上采取了语音控制的人工智能玩具,在操控时也需要考虑距离,大部分都是近场操作。未来,人工智能玩具要突破距离的限制,即使人在远处对玩具说话或者大喊,人工智能玩具也可以识别、做出反应。

另外,在人移动过程中,比如走路、跑步,也可以通过语音操控人工智能玩具。



采用智能语音控制的小忆机器人

轻巧设计保安全

人工智能玩具的安全问题是消费者最关心的,其中包括隐私安全和人身安全。对于保护消费者隐私安全方面,刘庆升认为人工智能玩具吸收和上传的信息数据必须脱敏(去除家庭个人敏感信息)。“玩具是孩子予以学习、陪伴、娱乐的,吸纳和接受的数据应该只是孩子行为的某个方面,或者孩子感兴趣的事情,

不会涉及消费者的家庭信息、孩子的个人信息等内容。”

目前,人工智能玩具基本都比较小、比较轻,这样的设计也是考虑到孩子的人身安全。刘庆升建议,今后厂家在研发人工智能玩具时,应充分考虑使用者的情况,确保玩具的零件不会随意脱落,假如脱落了,也不会伤害到孩子。

市场发展空间大

对于人工智能玩具的市场,刘庆升表示超出想象。“2014年,我以为人工智能玩具就会获得市场认可,但直到两年后才获得认可。究其原因,主要是玩具的交互程度比较浅,效果不够,很多人觉得没有用。”然而,当交互能力提升到人们基本认可的水平后,市场增长会很快,人们更易接受这种新型的玩具。

目前,市场上的人工智能玩具品牌很多,价位从几百元到几千元不等,消费者的满意度如何呢?刘庆升表示,消费者对智能化程度达到基本预期的产品,比如阿尔法蛋机器人的满意度、接受度还算不错,特别是随着“80”后、“90”后父母的增多,他们会愿意让孩子提早接触新产品、体验新技术。“未来人工智能玩具还将继续以孩子和老人为对象。小孩、老人的交互需求比较单一,人工智能玩具比较容易满足。年轻人的需求多元化,目前的人工智能玩具的交互能力还没有达到通用的程度,没办法满足年轻人的需求。”

刘庆升认为,人工智能玩具的发展空间非常大,这就要求研发者要不断地创造,使玩具具有新的价值,能够应用于多个场景。



开心熊宝云电话手表采用“云端教育+语音通话”模式

(中外玩具制造)

高科技育儿产品热销启发： 选择就是源于生活的需要

科技让爸爸妈妈们的带娃生活变得轻松很多。英国 Bleep Bleeps 公司推出一系列高科技婴儿用品。

创始人兼 CEO Tom Evans 设计出这些产品，是因为在女儿生病的那天，他熬夜到凌晨 3 点。

“我量过她的体温，是 38.2 度，但是我不明白这是孩子的正常体温，还是有点偏高，”他说。“我像其他新手父母一样，拿出手机查询，随后我就在想为什么这两种设备不能连接起来呢？”

高科技育儿产品热销启发：选择就是源于生活的需要

Evans 当时从事数字化营销、设计和技术方面的工作，他认真考虑了自己的设计想法。

“市场上并没有太多设计思路是关于育儿设备，我想给父母的世界带来一些变化——你变成父亲或母亲，并不代表你要失去自己的生活。”

第一件产品是 Sammy Screamer，一个三角形报警器，可以固定在童车或书包上，当检测到移动时，会发出警报声。



这种报警设备有 6 种颜色可选，是在 Evans 妻子的

钱包被小偷从童车上拿走后推出的。

2017 年 1 月份推向市场的第二件产品是 Suzy Snooze，一款智能夜光灯、睡眠教练和婴儿检测器，能通过光和声音帮助孩子更快进入睡眠。设备可由智能手机控制。



Sammy Screamer 放在众筹平台 Kickstarter 的 24 小时内，筹集了 90000 英镑；随后 Suzy Snooze，又在 2016 年某一天内筹集了 70000 英镑。

Bleep Bleeps 公司在 Mumsnet 网站（一个建立于 2000 年的家庭育儿交流平台，目前已经成长为英国最大的家长社区）进行了产品调研，目前公司又有 5 款产品即将推向市场。

Lily Loco 是一个定位吊坠；David Camera 是一款婴儿监控器和体温器；Ultra Stan 是一款超声波监控器；Cecil G 是定位手镯；而 Tony Tempa 是耳温计。

“所有产品都是受现实生活中父母遇到的难题启发设计的，它们变成家庭生活中不可或缺的一部分，”Evans 称，他补充道，讲英语的国家和日本是目前主要市场。

国外玩具 技术性贸易壁垒持续升温



我国是世界最大的玩具生产国和出口国，全球市场上超过三分之二的玩具产品来自中国。今年以来，多个国家和地区密集发布玩具新规限制我国玩具出口。4月1日，土耳其强制实施新的玩具安全法；同日，出口海湾地区玩具必须加贴 GCTS (GSO Conformity Tracking Symbol) 标识；4月30日，美国玩具强制性标准《消费者安全规范-玩具安全》(ASTM F963-16) 正式生效；5月1日，瑞士新《玩具条例》正式生效；5月4日，欧盟修订玩具安全指令对3周岁以下儿童使用的或可被放入口中的玩具中的苯酚成分在迁移量和含量上均作出限制；5月24日，欧盟玩具安全指令

中关于甲酰胺的限制即将开始实施；5月25日，欧盟修订玩具安全指令，收紧对玩具中双酚A的限量。此外，今年一季度，欧盟非食品快速预警系统(RAPEX)对产自中国的非食品类消费品发布通报信息共计257例，其中玩具类产品116例，占比近45.14%。来自“一带一路”沿线国家玩具产品通报36例，占总玩具通报量的31.03%。其中，波兰、匈牙利和捷克是对我国玩具通报的主要国家，分别占13例、7例和7例。

尽管国外玩具标准频繁更新，我国玩具出口仍保持强势增长。据海关数据统计，我国玩具出口连续8年持



续增长,由2009年的77.8亿美元增长到2016年的183.8亿美元,年均增长率达到33.18%。今年1-5月,我国玩具出口金额累计75.88亿美元,同比增长45.8%,增幅明显。预计2017年我国玩具出口仍将保持强势增长态势,原因如下:

一是“一带一路”带动新兴市场。美国、欧盟一直是中国玩具出口的主要市场。随着“一带一路”倡议的实施,国内玩具外贸生意持续升温,中东、东南亚、东盟等新兴市场迅速崛起并高速增长,成为我国玩具产业发展的一个新契机。据海关数据统计,今年一季度,我国传统玩具出口38.81亿美元,同比增长33.45%,除欧美等传统市场保持稳定增长外,东南亚、中东等“一带一路”相关新兴市场出口实现大幅增长,其中出口额菲律宾排第一,新加坡次之,俄罗斯居第三,分别占总金额的4.10%、3.61%和2.77%。今年一季度,吉尔吉斯斯坦、哈萨克斯坦与去年同期相比增幅最为明显,分别为7643.33%和2986.5%。

二是企业意识逐步提高。主要表现为2个方面。一是品牌意识、自主研发意识逐步提高。长期以来,中国玩具企业都以OEM代加工为主,在国外缺乏知名度。近年来,国内玩具企业开始加大设计研发力度,力争从OEM(加工生产)转向ODM(设计生产),不断提高开拓创新能力,积极培育自主知识产权,加快发展自主品牌和拓展海外营销渠道,旨在不断提高自有品牌在国外的知名度。二是质量控制意识逐步提高。玩具企业在提高产品质量、提升产品档次的同时加大资金的投入,不断加大技术改造力度,加强新产品的设计研发,改进质量管理体系。与此同时,开展供方评价、原料检测验

证、产品型式试验等也已成为玩具企业主动开展的日常性质量控制行为。

三是自贸区挂牌发挥地域优势。自贸区的挂牌成立,或降低或取消货物贸易的进出口关税,从而促进我国和全球各地的进出口贸易,为玩具企业提供了良好的发展机遇。玩具企业可以利用自贸区协定,及时向检验检疫部门申领自贸区优惠原产地证书,享受进口国进口关税优惠。

四是“跨境电商+互联网”促进企业转型升级。随着电商对实体经济的影响进一步加大,玩具业也在经历着从产品研发、市场营销、销售渠道到终端消费的转型升级,他们或以优质的IP运营为载体,实施集动漫、网络游戏、周边衍生产品等为一体的多元互联娱乐的文化产业战略,或采用“互联网+玩具”联动模式,聚焦发展动漫、教育、影视,构建互动娱乐教育产业链。以金华地区为例,近年来,越来越多的金华玩具生产企业开始积极谋求新出路,一方面发展以原创影视加衍生产品、动漫产业与周边产品等文化融合模式拓展海外市场,以创新产品吸引消费者刺激市场需求;另一方面,研发运用智能、仿真等技术的新产品,着力提高产品价值,细分市场消费需求。玩具市场推广也已从原先单一的线下活动宣传推广转向线上多元化的互动推广和数字营销,通过互联网线上的网络社区、社交媒体、电视媒体、儿童综艺节目等渠道,特别是通过社交网络媒体让传统玩具品牌从行业品牌向消费者品牌转变。另外,跨境电商平台还可以即时收集反馈信息,为中国制造创立更多中国品牌提供了更便捷的路径。

儿童用品增塑剂禁令 加严玩具出口面临考验



据美国消费品安全委员会(CPSC)最新消息,CPSC将于近日确定有关限制儿童用品中增塑剂使用的最终规则,并于2017年10月18日进行表决。此次即将表决的新规主要依据是CPSC在2014年发布的专项调查报告和根据报告制定的法规草案。如最终规则与提案一致,美国玩具及儿童护理产品中实施强制性永久禁令的增塑剂将由现有的3种增加到8种,严厉程度将大幅增加,出口企业需密切关注。

美国2008年发布的消费品安全改进法案(CPSIA)规定,由于对儿童生殖系统和内分泌系统的危害,DEHP、DBP和BBP三类邻苯增塑剂被实施永久禁令,DINP、DIDP和DNOP三类邻苯增塑剂被实施暂时禁令。2014年7月18日,CPSC的慢性危害顾问小组(CHAP)经过四年的调查研究,正式发布了玩具和儿童护理产品中邻苯二甲酸酯及其替代物的危害分析报告,内容涵盖儿童用品中涉及的各类增塑剂(包括CPSIA没有列明的)。根据CHAP报告,CPSC于2014年底发布了《含特定增塑剂的玩具及儿童用品禁令》的法规提案。提案规定将维持对DEHP、DBP、BBP的永久禁令,将DINP暂时禁令升级为永久禁令,取消对DIDP和DNOP的暂时禁令。同时,增加对DIBP、DPENP、DHEXP和DCHP四种邻苯增塑剂实施永久禁令。CPSC本应在提案发布的次年确定最终规则并正式发布,但该新规迟迟未能出台。此次表决预计将使上述法规提案正式

生效。根据CPSIA规定,被纳入禁令就意味着该物质的含量不得超过0.1%,否则将被视为不合格。

玩具等儿童用品是我国的重要出口商品,仅宁波口岸今年1-7月出口额已超过54亿元,同比增长27%,其中美国市场占约三成。由于上述新规涉及的增塑剂众多,除了DEHP、DBP等比较常见外,企业对其他增塑剂相对陌生,风险需加以关注。特别需要注意的是,我国于2016年1月实施的强制性玩具标准GB6675-2014主要参照欧盟标准,限制对象包括DEHP等六类常见增塑剂,而美国将新增永久禁令的DIBP、DPENP等增塑剂,国标和欧盟标准尚未设定限制,相关提案通过后,将对我国玩具出口产业产生较大影响。

检验检疫专家提醒出口企业:一是高度重视欧美技术法规的动态。加强内容解读,并将技术壁垒应对工作纳入企业质量管控体系,提高风险防范能力。二是严格落实出口前的符合性测试。检测是确保产品质量的最后保障,出口儿童用品应严格按照相关标准和法规要求,进行增塑剂、重金属等高风险项目的符合性测试,并将报告作为随附文件提供给客户,降低被抽查概率。三是不断提升质量管理软实力。企业应以安全、环保为切入点,逐步建立完善的原辅料管理体系和产品设计审核机制,并加强生产环节的工艺管理,从源头防范质量风险,提高质量安全水平。



玩具出口遇新规 中企如何“总动员”？

作为玩具出口大国中国，玩具在国际市场份额占比不小。然而，中国玩具进入国际市场的“门槛”正在不断提高！

目前，欧盟、美国等我国玩具出口的主要市场对玩具产品的质量安全关注度极高，对玩具产品的安全标准和社会责任规范日趋严苛，各项技术性贸易措施增加了我国相关出口企业的检测成本和风险，使企业面临严峻挑战。

近期，欧美相继推出了玩具新规，涉及美国玩具强制性标准以及双酚 A、甲酰胺、苯酚和铅的限量，范围广、检测要求严、技术门槛高。



小知识

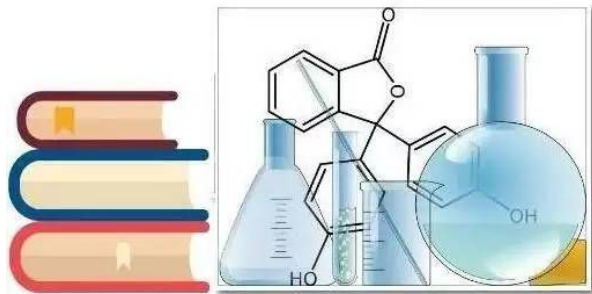
双酚 A：也称 BPA，在工业上被用来合成塑料，从矿泉水瓶、医疗器械到食品包装的内里都有它的身影。每

年，全世界生产 2700 万吨含有 BPA 的塑料，但 BPA 威胁着胎儿和儿童的健康，高发的癌症和新陈代谢紊乱导致的肥胖也被认为与此有关。欧盟认为含双酚 A 的奶瓶会诱发性早熟，从 2011 年 3 月 2 日起禁止生产含化学物质双酚 A 的婴儿奶瓶。

甲酰胺：无色透明液体，略有氨味，是合成医药、香料、染料等的原料，也可作为溶剂用于合成纤维的抽丝、塑料加工、木质酪素墨水的生产等。

苯酚：具有特殊气味的晶体，有毒，是生产某些树脂、杀菌剂、防腐剂以及药物的重要原料。

铅：柔软和延展性强的弱金属，有毒，也是重金属。儿童发生铅中毒的概率是成年人的 30 多倍，其原因与儿童正处在生长发育阶段，许多器官尚不成熟，解毒功能不完善，对铅较敏感，以及接触机会较多有关。

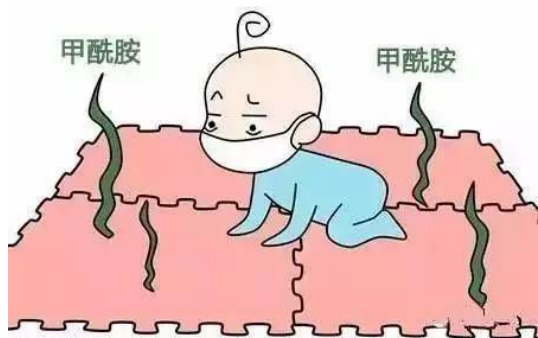


欧盟:修改双酚 A 限量

5月25日,欧盟官方公报发布欧盟玩具安全指令2009/48/EC的修订案(EU)2017/898,对36个月以下儿童使用的或可被放入口中的玩具,其双酚A的限量自0.1mg/L收紧至0.04mg/L。该指令于5月15日开始生效,2018年11月26日开始实施。

欧盟:修改 甲酰胺 限量

5月24日,欧盟玩具安全指令中关于甲酰胺的限制即将开始实施,其中泡沫玩具材料中甲酰胺的含量不得超过200mg/kg,否则必需实施为期28天的释放量测试。



欧盟:修改 苯酚限量

5月4日,欧盟官方发布针对现行玩具安全指令(2009/48/EC)的修订指令(EU)2017/774,对3周岁以下儿童使用的或可被放入口中的玩具,新增苯酚的迁移限制以及作为防腐剂的含量限制:针对聚合物材料,其迁移限量为5mg/l;作为防腐剂,其含量限制为10mg/kg。该指令发布后第20天开始生效,2018年11月4日起正式实施。

欧盟:修改 铅的迁移限值

4月27日,欧盟委员会发布指令(EU)2017/738,对玩具安全指令2009/48/EC附录II中关于铅的迁移限值进行了修订,对于各类玩具材料铅含量的要求加严了数倍:对于干燥、易碎、粉末状或柔软的玩

具材料,限量要求从13.5mg/kg降至2.0mg/kg;对于液态或黏稠的玩具材料,限量要求从3.4mg/kg降至0.5mg/kg;对于玩具表面可刮去的材料,限量要求从160mg/kg降至23mg/kg。该指令于5月17日开始生效,2018年10月28日开始实施。

美国:修改玩具强制性标准

4月30日,美国材料和试验协会ASTM制定的美国玩具强制性标准ASTM F963-16《消费者安全规范—玩具安全》正式生效,在生效日及其后生产的玩具的认证需按照ASTM F963-16的要求进行测试,不满足该要求的玩具将无法进入美国市场。

新标准涵盖所有在美国销售的玩具,总体要求较之前的ASTM F963-11标准更为严格,主要有:新修订弹射类玩具动能要求与国标标准一致;增加了对含可充电电池和电池组的玩具的测试要求、对膨胀玩具的测试要求、玩具箱测试要求、电压大于等于1.5V的纽扣电池增加警告标签的要求;修订重金属和微生物指标要求等。



对我国玩具出口有何影响?

中国是世界最大的玩具生产国和出口国,玩具产量约占全球总产量的70%左右,欧盟和美国是我国玩具的主要出口市场,约占出口总量的40%。因此,这些新法规的实施对我国玩具行业影响甚广,相关厂家将会受到很大冲击,出口面临更为严峻的考验。

经营成本上涨

欧盟出台的玩具新法规对材料的化学性能安全方

面有了更为苛刻的要求,如对于各类玩具材料铅含量的要求加严了数倍,尤其是对于可刮去的材料,限量要求陡然从 160mg/kg 降至 23mg/kg,因此对企业的原材料采购提出了更高的要求。由于目前符合要求的部分原材料很难在国内采购到,为满足新法规的要求,我国玩具生产企业不得不向欧盟、美国、日本等发达国家进口符合要求的更加安全无毒和环保型原材料,使原材料的采购成本不断增加。

此外,玩具出口企业要想达到法规中规定的限量要求和认证要求,或需引进更加精密的检测仪器设备,或需花费巨额的检测费用委托第三方检测机构进行检测,成本优势被削弱,这对利润小的企业无疑是雪上加霜。

被国外通报、退运风险加大

新出炉的玩具新法规生效时间急,化学成分限量严,将会给玩具出口产业带来不小影响。如果不积极应对,将会面临国外通报、退运或召回的风险。

据了解,2016 年我国被欧盟 RAPEX 通报的玩具产品有 400 多例,在我国被通报的产品中,玩具产品通报例数占了近 50%。

引起连锁反应

世界各国也纷纷效仿欧美,提高玩具的准入门槛,对我国玩具的出口带来一定冲击。

如 4 月 1 日土耳其海关及贸易部修订玩具法规,制订了新的玩具产品化学品限制清单,新增 9 项供 36 个月以下儿童使用的玩具及其他可被儿童放入口中的玩具的化学品限制及其限量,该法规向欧盟玩具指令 2009/48/EC 进一步靠拢。

同日,出口海湾地区玩具也被要求必须加贴 GSO 符合性追溯标识 GCTS(GSO Conformity Tracking Symbol)。

企业难以把握标准差异

与欧美相比,我国对玩具化学性能要求种类少(GB 6675 中仅对 8 种可迁移元素及增塑剂有要求),且具

体限量值与欧美相比也较为宽松。这些差异客观上会给我国玩具出口企业造成一定的困惑。

影响范围广

这次新法规不仅涵盖 3 周岁以下儿童使用的或可被放入口中的玩具,有些新法规涉及范围为 14 岁以下儿童。

这些法规怎么破?

1、密切关注法规标准新动向

在开拓国际市场的过程中,企业应全面、细致地了解目标国家或地区的法规标准、产品质量退赔等相关信息。可通过欧盟 RAPEX、美国 CPSC,以及中国的 WTO/TBT 等官方网站,收集玩具新法规,同时主动加强与政府职能部门、行业协会等各方合作,及时了解法规新动向。

同时,企业应严格按照标准要求进行生产加工,主动研判法律风险,主动采取针对性措施,提高自身应对风险的能力,做到有的放矢,避免受制于人。

2、加快转型升级,提高产品附加值

企业应加强产品质量把控,加快转型升级,做到“真金不怕火炼”。建议企业积极引进综合型人才,引入高新技术,建立自己的研发部门,通过技术改造提高开拓创新能力和管理水平,发展自主品牌和自主技术,提升产品附加值和国际竞争力,提升企业自身的产品检验检疫能力,完善质量管理,从源头上确保产品质量安全。避免被通报、退货等风险。

3、开拓多元化市场,分散出口风险

出口企业应适当转移出口阵地,开拓新兴出口市场,如向非洲、拉美、东盟等新兴市场寻找出路。

4、参与国际行业规则的制定

企业在积极应对不断变化的国外技术要求的同时,应积极参与国际行业规则的制定。“我的地盘我做主。”只有不断提升我国在国际质量检测标准领域的话语权和主动权,才能切实有效地维护中国玩具行业、企业的权益,促进中国玩具产业的健康发展。

“一带一路”战略沿线 60 多个国家,为我国玩具企业提供了众多可以开拓的海外市场,如此庞大的市场规模让广大玩具企业感觉到了机遇,但也如股市的众多个股一样,不免会有些眼花缭乱,究竟哪个才是适合的出口市场?



“一带一路”国际合作高峰论坛

东南亚

马来西亚

马来西亚位于东南亚核心地带,截至 2015 年,全国总人口约 3099.57 万,年增长率 1.3%,且人口素质较高。

2004 年以来,马来西亚经济保持平稳增长。2015 年,GDP 约为 2480 亿美元(按 2010 年不变价格计算),同比增长 5%,人均收入 7948.7 美元。同年,马来西亚消费总额达 1632.7 亿美元(按 2010 年不变价格计算),其中,私人消费总额为 1298.1 亿美元。

马来西亚统计局每五年进行一次家庭开支情况调查。2014 年统计数据显示,马来西亚每个家庭每月平均总开销约为 834.9 美元,其中,食物和软饮料约 157.7 美元,烟酒约 19.1 美元,服装、鞋类约 29.2 美元,水电、燃气等约 199.5 美元,家具及房屋维修约 31.7 美元,医疗约 13.3 美元,交通约 121.8 美元,通讯约 44.3 美元,文化休闲约 40.8 美元,教育约 9.1 美元,在外住宿用餐约 105.9 美元,其他花费约 61.6 美元。

马来西亚与中国实行中国—东盟自贸区的区域自由贸易协定框架下的进口税,绝大多数产品正常关税降为零。

贸易建议:1. 谨慎选择贸易伙伴,采用信用证交易适应当地支付条件;2. 采用本币结算,规避汇兑风险;3. 坚持以质取胜,提升产品质量。

探秘沿线八大玩具出口市场潜力股

印度尼西亚

尽管遭受了 2008 年国际金融危机,印度尼西亚经济依然保持了较高的增长率。2015 年,印度尼西亚名义 GDP 约为 8617 亿美元,增长率 4.8%;居民消费支出 5086 亿美元,占 GDP 的 60%左右。

印度尼西亚是世界第四人口大国,截至 2015 年,全国人口总数 2.56 亿人。虽然人口众多,但素质稍显不足。

在关税方面,自 2010 年初中国—东盟自贸区建成后,中国和印度尼西亚 90%以上的进出口产品实现零关税。

贸易建议:1.注意合作伙伴和中介问题,印度尼西亚华人众多,但华人中介良莠不齐,恶意欺诈等损害中国企业利益的行为时有发生,因此中国企业要广泛调查,认真研究,慎重选择;2.注重提升产品质量;3.注意言谈举止,讲究诚信、守法经营,共同维护企业和国家的形象。

西亚

土耳其

过去 10 年,土耳其 GDP 平均增长速度接近 5%,已成为全球第十八大经济体、中东第一大经济体。2015 年,土耳其 GDP 为 7199.7 亿美元,本币计算增长 4%,人均 GDP 为 9261 美元,民众消费能力很强,消费观念超前。但由于贫富差距较大,民众消费水平不一。以四口之家为例,平均消费水平为每月 1000 美元。



截至 2015 年底,土耳其人口达 7874 万人,同比增长 1.34%。其中,92.1%的人口生活在城市,仅有 7.9%的人口生活在农村。土耳其一半人口的年龄低于 31 岁,人口素质较好。

土耳其对进口产品征收海关关税、货物税、民众住宅基金税、特别消费税、增值税等 5 种税费;对所有贸易伙伴(包括非世贸组织成员)均采用最惠国税率,且不含季节性税率。自 2015 年 5 月起,土耳其对来自中国等非欧盟以及其他非自由贸易签订国的部分产品提高关税税率。

贸易建议:1.土耳其对中国产品采取了多项包括反倾销、保障措施和特保在内的贸易救济措施,对中国部分产品出口到土耳其造成了较大影响;2.根据土耳其商人资信情况,选择较为保险的收汇方式,比如信用证、预付+电汇、预付+托收;3.出口商应注意土耳其海关有关货物到港的相关规定,谨防被骗;4.土耳其政府规定来自远东国家(包括中国)进口货物,在进口商向海关申报时,均要求销售合同和出口报关单经土耳其驻中国使馆或领馆认证。



江苏赣榆县一毛绒玩具出口企业的生产车间

南亚

斯里兰卡

2015 年,斯里兰卡 GDP 总额为 823 亿美元,同比增长 4.8%;人均 GDP 为 3925 美元。根据斯里兰卡统计局 2012~2013 年度报告,斯里兰卡家庭生活消



费平均每月支出为 642.1 美元,其中,饮食支出为 242.5 美元,非饮食支出为 399.6 美元。在非饮食支出中,住房占 18.1%,交通占 13.3%,个人护理及卫生支出占 8.5%,水电燃料支出占 6.8%,教育占 5.6%,通信占 3.5%,休闲娱乐占 2%。

斯里兰卡 2015 年人口总数为 2096.6 万人,增长率为 0.9%。斯里兰卡民众的文化水平在南亚国家中名列前茅,个人素质较高。

斯里兰卡海关对进出境的货物实行关税计征制度。海关根据货物的种类,采用相应的关税税率进行征税。除关税外,还要征收增值税。

贸易建议:1.谨慎选择合作伙伴;2.在交易过程中,坚持正常的商业贸易准则,合理规避风险;3.交易前充分沟通,对交易合同内容理解准确,完善合同条款,减少漏洞和不必要的误解;4. 及时关注该国政治环境、税务政策的调整可能对贸易产生的不利影响。

中亚

哈萨克斯坦

哈萨克斯坦是中亚地区经济发展最快、政治局势比较稳定、社会秩序相对良好的国家。2015 年,哈萨克斯坦 GDP 约为 1838.3 亿美元,增速为 1.2%;人均工资 700 美元。截至 2016 年 1 月 1 日,全国人口 1767.09 万,同比增长 1.5%。哈萨克斯坦教育基础较好,全国基本无文盲。

2015 年 12 月,哈萨克斯坦最低生活成本为 60.6 美元,环比增长 1.6%,同比增长 5.6%。其中,食品类消费支出占比较大,为 36.4 美元;非食品类和服

务类支出为 24.3 美元。13 岁以下儿童最低生活标准为 49 美元。

2015 年 7 月,哈萨克斯坦加入世贸组织后,关税的平均税率为 7.147%。

贸易建议:1. 贸易谈判中,要建立平等的贸易关系,全面了解对方资信等情况,坦诚提出各自的要求和条件,实事求是地介绍自己的产品和服务,现场应配备熟悉外经贸业务的俄语或哈语翻译;2. 合同中要准确注明产品名称、型号、包装盒交货期等;避免出现“货到付款”的条款,防止欺诈;要求对方开具保兑信用证,保证安全收汇;明确违约时相应的补偿和惩罚条款、出现争议时的仲裁条款;3. 贯彻以质取胜战略,提升中国产品地位。

独联体

俄罗斯

俄罗斯是经济大国之一,国际金融危机后,经济复苏速度超过大多数发达国家。但是,受世界经济增长放缓、国际大宗商品价格持续走低的影响,加之乌克兰危机的国际政治干扰,2015 年,俄罗斯经济增长进一步放缓,按照现行价格计算 GDP 约 12930 亿美元,同比下降 3.8%;人均 GDP 约为 8447 美元。

2014 年,俄罗斯居民平均月收入 505.2 美元,同比增加 9.2%,平均月支出 354.4 美元,其中,用于购买商品和服务的消费支出约占收入总额的 75.1%。

俄罗斯地广人稀,截至 2016 年 1 月 1 日,人口为 1.46 亿,但国民受教育程度高。

根据 WTO 2013 年数据显示,俄罗斯对不同类型国家按不同税率征收进口关税,对 WTO 成员国承诺的最惠国平均税率为 9.7%。

贸易建议:1.进口货物属于自用还是用于销售,将面临不同的监管条件,对于货物进口的性质,应第一时间与当地报关机构进行明确;2. 进口货物如果种类繁杂,必须详细列明货物的名称、规格,甚至配上技术说明和图片,俄国海关编码层次非常多,只有详细的信息才能协助判断应该采用什么海关编码和监管条件。



2016 年正式开通的中欧班列
(南京-莫斯科)首趟列车

中东欧 波兰

自 1992 年以来,波兰经济始终保持正增长,2012 年和 2013 年,波兰经济增长率分别为 1.9%和 1.6%,为欧盟经济增长最快的国家之一。2015 年,GDP 约合 4518 亿美元,本币计算经济增长为 3.6%;人均 GDP 为 11890 美元。

2015 年,波兰社会消费总额 3609.1 亿美元,其中,家庭消费 2725.5 亿美元。家庭消费结构中,食品和非酒精饮料支出占 24.1%;住房、水、电、天然气及其他燃料为 20.2%;交通支出占 8.8%。

据波兰国家统计局 2015 年 6 月数据,波兰全国人口为 3845.5 万人,人力资源丰富且素质高,其大学生约占欧洲大学生人数的十分之一。

波兰适用欧盟共同体海关税制。税率表包括协议税率,适用于 WTO 成员或共同体签订最惠国协议的国家。部分产品在税率表中采用自主关税,不受最惠国待遇和世界贸易组织义务约束。

贸易建议:1.适应当地支付条件。波兰进口商通常向出口商开立信用证,但部分进口商在签订合同后先付 30%的定金,待收到发货通知单后由波兰银行为出口商提供担保,只有货到并验收合格后,出口商方可向开户银行提取货款;2.提高质量维护信誉;3.诚信经营依法履约;4.保持警惕防范风险,为确保交易安全,双方须在充分洽谈之后签订正式合同,以规避风险,另

外,须防范跨国网络诈骗;5.态度鲜明不失礼貌;6.着装得体注意形象。

罗马尼亚

受全球经济危机影响,罗马尼亚经济增长有所下降,但 2011 年之后,经济逐步走出衰退。到 2015 年,罗马尼亚 GDP 约 1776.5 亿美元,同比增长 3.7%。

2015 年第四季度,罗马尼亚家庭月平均可支配收入约为 718.4 美元,家庭平均月支出额为约合 636.8 美元,占总收入的 88.6%。从结构上看,在居民消费支出中,食品和非酒精饮料支出占 36.8%,住房、水、电、暖、气及燃料支出占 18.3%。

截至 2015 年 7 月 1 日,罗马尼亚全国人口为 2224 万人,其中,城市人口约占 56.4%。罗马尼亚实行 10 年义务教育,国民素质较高。

该国境内进出口货物统一执行欧盟操作标准,关税实行从价税。

贸易建议:1.签订合同前,应查询外方公司的成立时间、地点、业绩、诚信以及是否有不良信用记录等信息;2.正式合同中应详细规定商品的品质、规格,同时注明付款条件、付款时间,以防对方借故拖延;3.尽量采取信用证等较为安全的支付方式,严格审核开证行,并购买进出口信用保险;4.避免收单银行与汇款银行不是一家、收单银行与货物目的国不一致的情况;5.与外商交往及履行合同过程中应保持警惕,注意辨别其言行真伪,及时发现问题;6.罗方公司有关信息可以通过罗国家工商会查询确认。

(中外玩具制造)



同比增 154% 揭金砖国家 偏爱哪类玩具



9月5日,金砖国家领导人第九次会晤在厦门圆满落幕,金砖合作迎来第二个“金色十年”。金砖机制建立10年来,金砖五国在经济、贸易、投资、技术等方面取得了巨大进步。经济总量在全球经济中的比重从12%上升到23%,五国在过去十年对全球经济增长的贡献超过50%。

对于中国企业来说,在政策、市场的双向推动下,2017年1-7月,中国对其他金砖国家外贸出口整体增速已达28.7%。而对于中国玩具行业来说,以金砖国家为代表的发展中国家的市场机遇在哪里?外贸出口情况如何?什么样的玩具最受当地消费者欢迎?那些出口额高速增长的企业大卖的秘密是什么?

2017年,中国卖给金砖国家多少玩具?

2017年1-7月,我国对金砖国家出口传统玩具总额达8.37亿美元,同比2016年增长154.05%。这个增速对于全国整体贸易对金砖国家的出口增长为28.7%的速度来说,可谓涨势强劲。

细分到每个国家,其中:

对俄罗斯联邦出口额为3.49亿美元,同比上涨180.89%;

对印度出口2.80亿美元,同比上涨195.41%;

对巴西出口1.61亿美元,同比上涨91.07%;

对南非出口0.47亿美元,同比上涨79.65%;

这种高速增长除了与金砖五国之间的紧密合作有

关外,也得益于金砖国家自身经济的增长。俄罗斯、巴西经济开始复苏。根据俄罗斯经济发展部的数据显示,其今年1-5月,经济同比增长1.3%。巴西在今年一季度的国内生产总值比去年第四季度增长1%,创下2013年第二季度以来的最大涨幅;印度也正处于经济高速增长期,今年一季度GDP增长率达6.1%。这些国家的经济增长使得居民消费市场逐步打开,带动了我国玩具等相关行业的出口增长。

值得一提的是,2017年前半年,我国玩具产业对俄罗斯的出口额,已在全球主要出口市场中,排名第五(前四名分别为美国、英国、菲律宾、德国)。

虽然与欧美等成熟市场相比,金砖四国的出口额还是轻量级,但其增长的速度,却令人不能小觑。而以金砖国家为代表的发展中国家的玩具市场“蓝海”,或许是相关企业除了需要细耕欧美等成熟市场以外,可以深挖开拓的一个新方向。

金砖国家消费者都喜欢买什么玩具?

根据海关数据,中玩协对出口到其他金砖四国的传统玩具品类进行了统计分析,从数据中可以看出,“其他带动力装置的玩具及模型”、“其他玩具,组装成套或全套的”、“三轮车、踏板车和类似的带轮玩具;玩偶车”、“动物玩具”(与海关编码一致)是四国消费者比较偏爱采购的玩具品类。

值得注意的是,建筑类玩具出口额不论是对于金砖各国而言,还是对全球市场而言,虽然排名并不靠前,但其增速却是最大的。2017年前半年,建筑类玩具出口金砖国家同比增长高达103012.91%。建筑类玩具销售飞速增长的原因,与在全世界流行的STEM教育密不可分。

现身说法,企业出口额高速增长的秘密

广东美橙玩具科技有限公司在2017年1-7月份,对俄罗斯、印度、巴西等国家的出口贸易额,一直呈现快速增长趋势,我们采访了美橙玩具的总经理伊国斌。

伊总表示,以金砖国家为代表的发展中国家的市场,一直是其企业重点关注的领域。对于金砖国家为代表的这些发展中国家来说,中国企业会有更多的发展机会。比如俄罗斯在政策上鼓励生育,经济也在复苏;印度本身就是人口大国,出生率非常可观,经济发展也非常快;巴西在奥运会后,虽然经济有所衰退,但现在已进入复苏阶段,且巴西人有很强的消费意识。这些国家的消费者对玩具、婴童用品的购买力越来越强,而他们对品牌的认知和忠诚度还未定型,正是质量过硬、价格适中的中国产品去打造品牌、开拓市场的大好时机。

中玩协通过对2017年中国玩具展(CTE)、中国婴童展(CKE)的预登记统计数据分析发现,来自俄罗斯、印度、巴西、南非等国家的国际买家报名数字同比增长了35.6%,其中不乏一些资质优秀、潜力巨大的采购商,说明这些国家的市场对中国产品的需求量在快速增长。

就美橙玩具出口额快速增长的原因,伊总表示,除了刚才说的政策及市场的利好,还有就是企业自身定位的准确。美橙玩具主要出口娃娃类玩具,对于不同的市场,会有定制化的开发、推广计划。比如他们会专门针对俄罗斯消费者的喜好、价格接受能力,针对性地开发款式精美、质量过硬、价格适中的娃娃。而对于印度市场来说,其消费者更偏向于选择价格低廉、品类繁多的产品。在市场推广方面,他们会经常去这些国家进行市场调查,对销售渠道进行货品摆放、营销的培训。

哪些产区卖的最好?

那么,在行业企业都在开拓“金砖”市场的形势下,哪些产区赚的盆满钵满?哪些省份在异军突起?

广东省无疑仍稳坐出口第一的宝座,今年1-7月,广东省对俄罗斯出口传统玩具1.54亿美元,同比增长121.54%;出口印度1.18亿美元,同比增长362.13%;出口巴西0.73亿美元,同比增长23.19%;出口南非0.19亿美元,同比增长7.43%。

浙江省对俄罗斯出口传统玩具0.7亿美元,同比增长113.68%;出口印度0.62亿美元,同比增长41.56%;出口巴西0.31亿美元,同比增长171.78%;出口南非0.08亿美元,同比增长92.3%。

福建省对俄罗斯出口传统玩具0.52亿美元,同比增长1517.84%;出口印度0.21亿美元,同比增长356.84%;出口巴西0.24亿美元,同比增长1208.59%;出口南非0.09亿美元,同比增长1039.93%。

江苏省对俄罗斯出口传统玩具0.14亿美元,同比增长62.59%;出口印度0.11亿美元,同比增长229%;出口巴西0.06亿美元,同比增长111.48%;出口南非0.03亿美元,同比增长75.64%。

对于中国玩具和婴童用品企业来说,随着金砖国家合作第二个十年的开始,会有更多政策、市场的利好消息,以金砖国家为代表的发展中国家,对质优价廉的“中国制造”接受程度会越来越高,未来会有越来越多的玩具及婴童产品进入这些国家。相关行业企业可提高对国际市场的敏感度,抓住新兴市场的发展良机。

(中国玩具婴童用品网)





被忽视的中东电商市场： 规模虽小，潜力很大



“现在中东仅 15% 的企业经营电商业务,90% 的线上订单都是通过其它地区网站完成,”Gartner 常务副总裁 Gene Alvarez 称。“随着主流电商平台投资产品供

应、物流和支付、以及政府扶持政策,中东电商市场将在未来几年强劲发展。”

管理咨询公司 A.T. Kearney 在 2015 年预估中东电商市场交易额为 53 亿美元,阿联酋占据 44% 的份额。到 2020 年,沙特阿拉伯的电商市场交易额预计将超过阿联酋。

中东电商平台和网站

今年 7 月份,亚马逊完成收购迪拜电商平台 Souq.com。该中东平台原本的市场主要是海湾国家,现在有可能进一步扩大。亚马逊将在该地区推行



Prime 制度,还有可能增设仓库,以缩短配送时间。亚马逊配送速度将超过当地电商卖家,给他们带来更多挑战。

中东本土电商平台包括 Wadi.com,在阿联酋和沙特国家运营,主要销售电子产品、美容用品、珠宝、时装和家居厨房用品。Wadi 隶属于 Middle East Internet Group 旗下,2015 年成立,获 A 轮融资 6700 万美元。平台提供来自 2000 个国际品牌的 15 万种产品。

另一个本土平台是 Namshi.com,主要服务于沙特、卡塔尔、阿曼、巴林、科威特。该网站主要销售西欧品牌男女服装,以及鞋子和配饰。

这两个网站都使用阿拉伯语和英语,也销售大多数当地女性不会在公开场合穿的女装。

Noon.com 也是一个很有潜力的电商网站,在 2017 年 1 月进行了测试,原计划暑期正式推出。但因为 CEO 以及其它几个员工突然离职,网站推出时间延期。

Themodist.com 迎合那些因信仰和文化原因希望穿戴朴素的女性需求。该网站提供高档设计品牌服装和配饰,预计一半的销售额将来自中东。

电商发展的积极因素

中东智能手机普及率超过 65%。超过 2/3 的人使用互联网,阿联酋和卡塔尔的互联网渗透率高达 90%。

该地区有大量富裕人口,喜好奢华物品。很多精明的消费者更喜欢在中东之外的网站上购物,这样能有更多的选择。

防欺诈支付措施大范围实施,努力降低人们对网

购安全的担忧。

仅 15%的中东实体零售商进行线上销售,因此纯电商卖家的机遇非常多。

电商发展的阻碍

沙特仅 35%的互联网用户会网购,阿联酋互联网用户里只有 55%选择网购,A.T. Kearney 咨询公司称。

大部分消费者对网购信心不足,人们担心个人信息泄露以及欺诈。

物流基础缺乏

据 A.T. Kearney 公司称,人们网购时更喜欢货到付款,这一支付方式在沙特和阿联酋(两个比较先进的国家)的比例达 60%-70%。

如果男性不在家,中东女性不敢给陌生男子开门。因此,可能花费数月才抵达的产品,最后也许会因为无人付款而无法投递。

中东很多地区没有邮编,最后一公里投递系统因此大受影响。熟知路线的快递员数量有限,这导致最后一公里投递成本大大提高。

中东国家增收很高的贸易关税,产品清关很难。海外客户下的订单,可能需要几周才能投递。

想抓住中东市场的电商卖家,可以通过亚马逊、Noon 等大型平台。

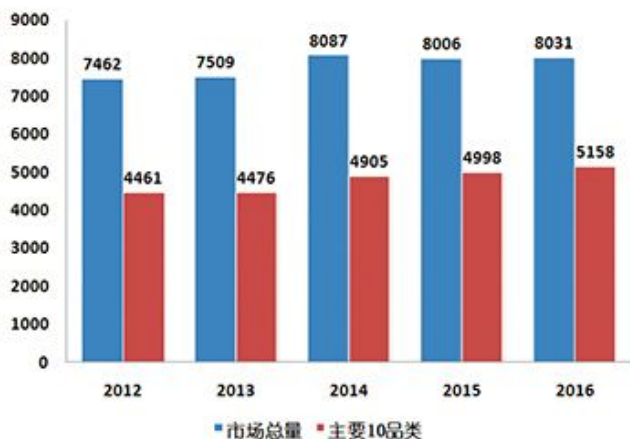


日本市场高位企稳 热销品类此消彼长

东京玩具展开幕之际,日本玩具协会公布2016财年(2016.4.1~2017.3.31)日本国内玩具市场报告。报告显示,日本玩具市场自2014年一举突破8000亿日元达到最近十年的最高水平之后,目前已经连续3年稳定在8000亿日元(约为491.63亿元人民币)以上。2016年整体市场规模达到8031亿日元,同比2015年轻微增长0.3%。其中,集换卡绝对金额增长最多,布毛绒类增长幅度最大,女孩产品发展势头优于男孩产品。传统玩具增长稳定,高科技潮玩出现大幅下跌。

近5年日本玩具市场规模统计

(单位:亿日元)



整体市场稳中有升

儿童娱乐大有可为

据日本玩具协会公布的数据,以产品零售价算,日本国内玩具市场规模在2016财年同比上年轻微上升0.3%,达到8031亿日元,稳中有升。日本玩具市场自2014年时隔10年再次一举冲破8000亿日元大关之后,目前已连续3年稳定在8000亿日元以上水平。虽然2015、2016年均未能突破2014年的成绩,但仍在稳定发展中。

回顾近3年来的热销品牌及商品:2014年,“妖怪手表”和“冰雪奇缘”两大超级IP的出现,引领日本市场一举突破久违10年的8000亿日元规模;2015年则是由传统优势玩具品牌——男孩玩具车品牌“多美卡”和女孩洋娃娃品牌“莉卡娃娃”引领市场;2016年除了常规的“莉卡娃娃”、“咪露娃娃”、“面包超人”、“多美卡”、“假面骑士”系列产品继续保持强势地位以外,值得一提的热销产品有“战斗陀螺”系列,以及同样在欧美爆红的“神奇宠物蛋”。综合以上可知,日本市场对本土品牌和产品有着极其明显的偏爱,但对欧美爆红产品的接受度也相当之高,这从2014年和2016年这两年的两大主要热销商品就可知,本土和欧美产品各占半壁江山。

此外,日本玩具协会还对扭蛋玩具、食玩这两个和玩具相关的领域进行了单独的调查统计。两者在2016财年的表现都不算理想,其日本国内市场规模分别为277亿日元和468亿日元,同比2015年分别大幅下跌10.9%和10%。

在报告中,日本玩具协会指出,玩具的周边市场还有电视游戏、各种儿童娱

乐相关产业,在目前日本少子化的社会现状下,这些关联产业和玩具业的结合还是有很大的空间,值得企业关注。

传统玩具实力雄厚 新兴潮玩后继乏力

纵观按类别细分的市场变化趋势,传统玩具增长稳定,而去年大增三成的高科技潮玩则增长势头乏力,掉头向下。

2016年同比前年有所增长的类别有:布毛绒玩具(+15.9%)、集换卡游戏(+8.8%)、女孩玩具(+6.8%)、游戏类(+5.5%)以及男孩授权玩具(+2.2%)。

在十大主要产品门类中,绝对金额增长额最多的门类和去年一样,仍然是集换卡游戏,归功于“决斗大师TCG”和“游戏王OCG”两大系列产品的热销,销售额增长高达84.97亿日元。而增长率最高的当属布毛绒产品,达到15.9%,卖得较火的是任天堂游戏角色、Mocchi Mocchi系列迪士尼动画角色造型的毛绒产品。热销男孩玩具是“战斗陀螺”和“假面骑士EX变身腰带”系列,而女孩方面,“莉卡娃娃”、“咪露娃娃”以及女孩嗜好类中世嘉玩具推出的首饰制作玩具系列,以及今年玩具大奖女孩玩具部门获奖作品“爱之编织”系列产品,吸引了大量市场人气。其中,换装娃娃同比增长37.4%,拥抱娃娃同比增长23.4%。益智类继续是老面孔“面包超人”系列支撑,外来新面孔“神奇宠物蛋”则在日本市场引起了一股旋风。

虽然日本玩具市场仍然保留着传统的非常明显的男女玩具分类界限,但也逐渐出现了欧美近年提倡的“去性别化”趋势。这一现象的重要证据就是,过家家玩具获得了两位数的增长,而近年过家家这一传统女孩游戏有了越来越多的男孩加入。

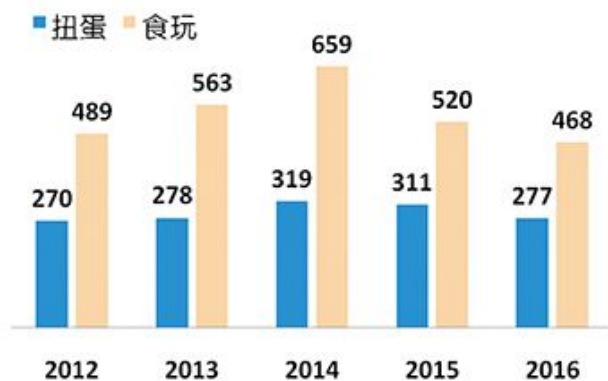
其他分类中增长率达到两位数以上的还有,面包超人等热卖的幼儿衍生产品;人生游戏、UNO等业绩良好的普通游戏产品。面包超人系列产品方面,“语言学习点读书DX”和“冰激凌屋”等销售良好。

而2015年的大热产品在去年的表现如何呢?2016年以机器人为代表的高科技潮玩整体回落,大幅跳水19.8%。在这么一片颓势当中,“神奇宠物蛋”无疑

是一抹亮色,吸引了市场的关注。遥控类玩具产品一改2015年大幅上升的强劲势头,颓势显现,只有多美卡旗下的迷你玩具车支撑。

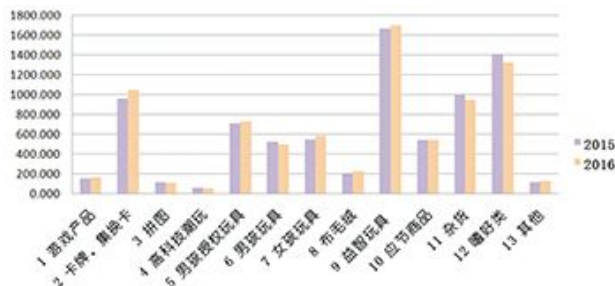
近5年扭蛋玩具及食玩市场规模

(单位:亿日元)



细分产品门类市场规模统计

(单位:亿日元)



(编者注:目前汇率约100日元兑6.14元人民币)

发展势头令人欣慰 暑期圣诞期待有加

经过2016年的努力,日本玩具市场稳在了8000亿日元的水平线上,发展势头令人欣慰。在早前刚过去的“五一”黄金周,玩具市场表现也超过了往年的成绩。因此,日本玩企以本次东京玩具展推出的新品为主打,对暑期销期到圣诞节销期的市场表现抱有极大的期待。

(张芷盈)

沃尔玛承诺继续 使用 ICTI CARE 项目



国际零售商沃尔玛确认全球玩具行业的道德生产管理项目 ICTI CARE 为其认可的第三方社会责任表现监督项目;同时,沃尔玛亦加入了 ICTI CARE 的承诺品牌卓越计划。

沃尔玛多年来一直接纳 ICTI CARE 的审核;现在, ICTI CARE 更成为获沃尔玛认可的审核小组内其中一个第三方社会责任项目。

ICTI CARE 是全球玩具行业的道德生产管理项目。ICTI CARE 项目结合专业而深远的审核、强而有力的道德标准认证体系、和针对工厂能力建设与工人福祉的项目,以改善全球玩具供应链的水平。

全球适用的 ICTI CARE 认证获千多家玩具品牌商和零售商认可,当中包括迪斯尼、美泰、绘儿乐、Vivid Imaginations 与玩具反斗城。获得 ICTI CARE 认证的玩具厂超过 1,100 家,所支持的工人约 750,000 名。

“我们很高兴看到 ICTI CARE 继续受任为沃尔玛认可的第三方社会责任项目。”ICTI CARE 的总裁兼首

席执行官 Carmel Giblin 接着说:“沃尔玛是最新一家继续承诺使用 ICTI CARE 项目以监督社会责任表现、并为玩具进行责任采购的企业。ICTI CARE 项目获得更强的国际认受性有助进一步实现我们的核心目标,以改善工人的生活,并减轻玩具厂的审核负担。”

除此之外,沃尔玛更加入成为 ICTI CARE 为玩具进行责任采购而设的项目——承诺品牌卓越计划的其中一员。ICTI CARE 的承诺品牌卓越计划为成员提供一系列的工具与支持,以协助玩具品牌和零售商管理供应链的风险、改善玩具厂的标准、并满足利益相关方的期望。

卓越计划的成员可获授权使用 ICTI CARE 的 ICPS 责任采购平台。平台让品牌能与其供货商联系起来,更可查阅和管理审核数据,并即时收取有关社会责任的更新和提醒。

(ICTI 官网)



ICTI CARE 建立微信号 加强与中国内地工厂的沟通

ICTI CARE 宣布,现已启用微信公众号,以加强与中国工厂的沟通及参与度。微信是中国最受欢迎的社交媒体,于全球拥有超过 9.38 亿活跃用户。

手机应用程序微信除了用以即时通讯之外,更包含其他功能。ICTI CARE 的微信公众号开放予所有玩具工厂管理层订阅;工厂只需扫描下面的二维码,或搜寻微信号 ICTI_EthicalToy 即可关注。

ICTI CARE 会透过微信与工厂管理层连系,并向他们分享学习资源、最新动态、活动详情、ICTI CARE 政策指引、符合审核要求的最佳实践例子、及即将举行的工厂培训,让工厂轻易获得最全面的支持。

ICTI CARE 的企业传讯与持份者关系事务总监 Mark Robertson 表示:“我们十分雀跃能够启用微信公众号,继 Twitter、YouTube、领英与优酷之后使用另一社交媒体。我们希望这个微信号能成为 ICTI CARE 与工厂管理层之间的有效沟通平台,故此我鼓励所有参与了 ICTI CARE 项目的工厂立即关注我们。”

ICTI CARE 的企业传讯经理 Sarah Ng 亦说:“工厂经常寻觅各种资源以提高社会责任标准,非常好学。有见及此,我们会在微信上向工厂分享最佳实践例子以及其他林林总总的实用信息,使他们能紧贴行业的最新动态。”

(ICTI 官网)



美国玩具邻苯新要求 将于 10 月份表决

8月18日,美国纽约南区联邦地区法院就美国消费品安全委员会(CPSC)被控诉失职一案作出判决,非政府组织认为CPSC未能及时发布关于限制玩具中5项邻苯使用的最终规则,目前,CPSC已同意将尽快敲定最终规则并于10月18日进行投票表决。

早在2014年底,美国消费品安全委员会就提议限制儿童玩具中的5种邻苯,邻苯二甲酸二异丁酯(DIBP)、二正戊基邻苯二甲酸酯(DNPP)、二正己基邻苯二甲酸酯(DnHP)、二环己基邻苯二甲酸酯(DCHP)和二异壬酯(DINP)分别不得超过0.1%。

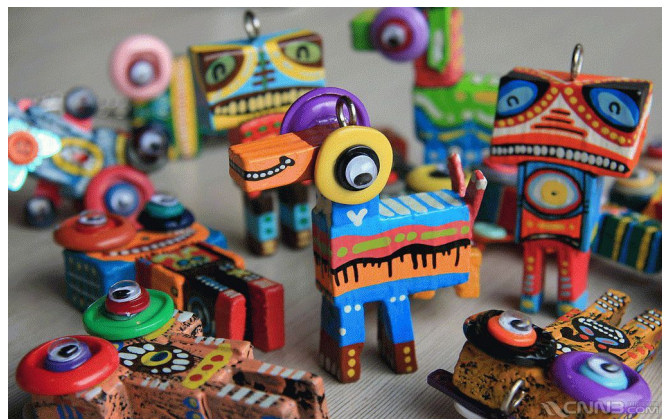
慢性危害物顾问小组(CHAP)基于对物质的健康危害研究,在2014年发布的报告中要求,CPSC需在2015年1月14日之前发布相关最终规则,然而CPSC迟迟未能履行。

直至今年年初,非政府组织因CPSC逾期两年多未能就该提案作出应有反应而对其提起诉讼,根据裁决结果,关于儿童玩具中5项邻苯的限制要求将于10月份尘埃落定,届时美国将强制性永久限制儿童玩具中含有8项邻苯:DEHP、DBP、BBP、DINP、DIBP、DPP、DnHP和DCHP。

根据消费品安全改进法案(CPSIA)中的相应要求,儿童玩具的制造商必须进行第三方检测以验证邻苯项目的合规性,这项要求也因增加了企业的负担而饱受

诟病。去年8月份,CPSC发布一项提案,豁免含有特定添加剂的4类塑料的邻苯测试,以减轻企业测试负担。昨日,CPSC就该提案发布了最终规则,并将于2017年9月29日生效,届时PP、PE、GPPS、MIPS、HIPS、SHIPS以及ABS塑料中如含有特定的添加剂,就可排除其含有限用邻苯,可以豁免第三方测试要求。

美国玩具安全标准ASTM F963中也对邻苯进行了限制,安抚奶嘴、摇铃和牙咬胶中的邻苯DEHP含量不得超过总固体含量的3%,指定测试标准为ASTM D3421,而笔者发现ASTM D3421已经废止,企业该采用何种方法进行符合性验证成为难题。现阶段,企业可以采用CPSC-CH-C?1001-09.3方法测定安抚奶嘴和牙咬胶中的邻苯DEHP。这也意味着CPSC的邻苯限制提案一旦敲定,ASTM F963或将随之更新。



ICTI关爱程序最新评级体系培训



ICTI关爱程序最新评级体系培训

