



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 南通轻乐工艺玩具有限公司
副 主 编:(按姓氏笔画排序)

刁仁勇 江苏省广播电视总台(集团)优漫卡通卫视
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
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
刘自芹 江苏汇鸿国际集团中鼎控股股份有限公司
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
林若庸 扬州雅伦玩具有限公司
柏云飞 江苏飞园未情科技发展有限公司
高 领 扬州高新玩具配件有限公司
徐雨祥 江苏弘业永恒进出口有限公司
韩朝东 南京朝晨纺织品实业有限公司
楚建平 南京三角洲玩具有限公司

编 委:

孙 要 深圳市捷通语音电子有限公司
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
周兴玉 扬州嘉瑞琪工艺品有限公司
徐 军 扬州广泰化纤有限公司
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

王正明 王 焱 王 颖 孔令华 汤福坤
朱卫峰 杨军勇 杨跃英 李国年 李剑威
陈德春 郑 春 沈长征 尚启胜 胡 政
俞 俭 赵逸丹 徐福连 徐李华 夏长林
钱 锋 常少东 蔡学成 赖凌冷

Contents 目录

总第 48 期
2014/6

卷 首 语

P3 四中全会“法治体系”折射全面推进依法治国新思路

四中全会公报

P4 十八届四中全会要点

行业动态

P6 玩具出口迎来旺季 玩具企业应加快转型升级
P6 江苏扬州地区今年前三季度玩具出口稳中有升
P7 安徽前 9 月玩具出口增长 7.6% 欧美仍为最大市场
P7 浙江湖州前 10 月出口玩具童车货值翻一番

商会动态

P8 年度行业晚会完美启幕千人交流盛况空前
P9 2014 中国玩具展、中国婴童展、中国授权展首日买家爆棚
P10 第四届中国品牌授权高峰论坛召开推动上下游企业无缝对接
P10 国际品牌高层圆桌会议召开助力精准布局中国市场
P11 全省工商联系统信息员培训班在南京举行
P12 商会副会长单位“优漫卡通”成功亮相 13 届中国婴童用品展
P13 会长梅萌、副会长汤建忠考察俄罗斯毛绒玩具市场
P15 连云港亲泰儿玩具公司十周年厂庆隆重举行
P16 关于做好秋冬季防火工作的通知
P17 关于收缴 2015 年会费的通知



养生一字诀

早晚一杯水,到老不后悔。
常吃一点蒜,清毒又保健。
多食一点醋,不用上药铺。
多吃一点姜,益寿保健康。
每天一只果,老汉赛小伙。
乱吃一顿伤,会吃千顿香。
饭前一碗汤,胜开好药方。
饭后一支烟,损胃又伤肝。
多练一身功,无病老轻松。
练出一身汗,小病不用看。

责任编辑:王根生

文稿编辑:朱 涛

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

ICTI 园地

P17 政书等级政策更新通知

玩具安全性

P18 质检总局:儿童玩具等 14 种电子商务产品质量总体抽查合格率 73.9%

标准法规

P20 欧盟发布新标准玩具企业引起重视

P21 玩具出口须防增塑剂超标

焦点热议

P22 竞争优势下降产业模式落后我国玩具出口困难重重

P23 玩具企业如何面对困难,拓市场、调结构,打造出口新优势

P24 专柜搬上网带给玩企新考验

P26 稳外贸政策效果落实难

P27 劳动力不足、出口标准严苛玩具企业深陷窘境

行业资讯

P28 中国 9 月出口形势逐渐好转但风险仍存

P29 三大现象显示我儿童用品输欧形势严峻

P30 宁波:欧美经济回暖带动玩具出口

文化园地

P31 另一种解读:淘宝不死,中国不富。

P38 从女护士到亿万身家的董事长——史晓燕打造跳跃人生

四中全会“法治体系”折射 全面推进依法治国新思路

“建设中国特色社会主义法治体系，建设社会主义法治国家”——最近闭幕的党的十八届四中全会明确提出了全面推进依法治国的总目标，从顶层设计为法制国家建设指明了方向。

“中央第一次提出‘建设中国特色社会主义法治体系’的论断，意味着中国在法制建设过程中，没有任何一个模式可以照抄。”中国政法大学法学院副院长焦洪昌说。

社会主义法治体系的提出，标致着我们党在推进国家治理体系和治理能力现代化的道路上迈出了实质步伐。建设社会主义法治体系目标的提出，要求我们要践行新方略、新部署、新要求，树立法治观念，实现国家与社会治理模式的转型。中南财经大学法治发展与司法改革研究中心主任徐汉明认为，法制建设的动力要实现“计划型、强力推动型”向国家主导、政

府推动、社会参与三方合力推进转变；法制建设的主体要由单一的国家公共权力主力向党委、政府、社会组织、居民自治组织、公民的多元主体合作共治转变；法治规范体系由单一“国家硬法”体系向“国家硬法”与社会组织自治规范、乡规民约、社会道德习俗等“软法”规范体系共治协调体系转变。

专家指出，中国特色社会主义法治体系的构建，既是新中国成立以来法治建设实践教训与经验的总结升华，是改革开放的时代产物，也是党率领亿万人民推进社会主义建设的重大实践。相信在这一总目标的指引下，必将推动经济法治化、政治法治化、文化法治化、生态文明法治化，实现富强中国、民主中国、文明中国、和谐中国、美丽中国、法治中国的“中国梦”。

十八届四中全会 ★要点



编者按：中国共产党第十八届中央委员会第四次全体会议，于2014年10月20日至23日在北京举行。出席这次全会的有，中央委员199人，候补中央委员164人。

全会听取和讨论了习近平受中央政治局委托作的工作报告，审议通过了《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》。习近平就《决定（讨论稿）》向全会作了说明。

《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》

全面推进依法治国的总目标

- 建设中国特色社会主义法治体系，建设社会主义法治国家。

全面推进依法治国的5个体系

完备的
法律规范体系

高效的
法治实施体系

严密的
法治监督体系



有力的
法治保障体系

完善的
党内法规体系

全面推进依法治国的6大任务

1 完善以宪法为核心的中国特色社会主义法律体系，加强宪法实施

2 深入推进依法行政，加快建设法治政府

3 保证公正司法，提高司法公信力

4 增强全民法治观念，推进法治社会建设

5 加强法治工作队伍建设

6 加强和改进党对全面推进依法治国的领导

关于全面推进依法治国其他重要内容

- ★建设中国特色社会主义法治体系，必须坚持立法先行，发挥立法的引领和推动作用，抓住提高立法质量这个关键。
- ★健全宪法实施和监督制度，完善全国人大及其常委会宪法监督制度，健全宪法解释程序机制。
- ★健全依法决策机制，把公众参与、专家论证、风险评估、合法性审查、集体讨论决定确定为重大行政决策法定程序，建立行政机关内部重大决策合法性审查机制，建立重大决策终身责任追究制度及责任倒查机制。
- ★完善确保依法独立公正行使审判权和检察权的制度，建立领导干部干预司法活动、插手具体案件处理的记录、通报和责任追究制度，建立健全司法人员履行法定职责保护机制。
- ★优化司法职权配置，推动实行审判权和执行权相分离的体制改革试点，最高人民法院设立巡回法庭，探索设立跨行政区划的人民法院和人民检察院，探索建立检察机关提起公益诉讼制度。
- ★法律的权威源自人民内心拥护和真诚信仰。人民权益要靠法律保障，法律权威要靠人民维护。
- ★推进法治专门队伍正规化、专业化、职业化，完善法律职业准入制度，建立从符合条件的律师、法学专家中招录立法工作者、法官、检察官制度，健全从政法专业毕业生中招录人才的规范便捷机制，完善职业保障体系。
- ★提高党员干部法治思维和依法办事能力，把法治建设成效作为衡量各级领导班子和领导干部工作实绩重要内容、纳入政绩考核指标体系，把能不能遵守法律、依法办事作为考察干部重要内容。

玩具企业应加快转型升级 玩具出口迎来旺季

2014年三季度,我国玩具出口量大幅增长。对此,业内人士表示,欧美国家经济状况回升、消费动力增强成为我国玩具出口增长的主要原因。

据海关统计的数据显示,2014年前三季度,和机电产品出口增幅为0.4%相比,占中国外贸出口总额20%的服装、纺织品、鞋类、家具、塑料制品、箱包和玩具等七大类劳动密集型产品合计出口2.21万亿,增长4.9%,超出了外贸出口的总体增幅。随着年底万圣节、圣诞节等洋节的到来,玩具的消费旺季已开始了。

尽管我国玩具出口总体情况良好,但随着欧美玩具技术标准日趋严格,还是有一些玩具出口企业疲于应对,存在玩具安全控制意识不强、对标准条款了解不够深入等问题。对此,有业内人士建议,我国玩具生产企业在出口玩具时,要加快转型升级,从OEM(贴牌生产)向ODM(自主设计加工)、OBM(自主品牌生产)转变,进一步

提升产品竞争力。同时要加快区域合作,以规避技术壁垒,实施“走出去”战略,通过合资、对外投资、并购等手段,进行企业的跨国经营,利用外商的技术、生产标准、品牌和营销渠道,扩大玩具的国际市场。此外,还要进一步完善质量管理,以提升管控水平,确保玩具产品符合相关标准要求。



江苏扬州地区 今年前三季度玩具出口稳中有升

据扬州检验检疫局消息,今年以来,扬州地区玩具出口克服经济下行压力,稳中有升,1至9月共出口2.08亿美元,同比增长15.9%。

据介绍,玩具是扬州大宗出口产品之一,但随着欧美玩具技术标准日趋严格,一些玩具出口企业疲于应对,亟须技术支持。为帮助玩具出口企业提

高应对技术壁垒能力,增强国际竞争力,该局通过为企业提供技术支持、创新检验监管和助推玩具出口企业转型发展,主动帮助企业加强市场拓展人员的培养。并通过网络、海外展、上门送产品等方式,加大与国外企业的“面对面、门对门”交易,推进企业逐步由单一生产型向市场贸易型转变。

安徽前9月玩具出口增长7.6% 欧美仍为最大市场

合肥海关消息,今年前9月,安徽省玩具出口7.1亿元人民币,比上年同期增长7.6%。其中,8月单月玩具出口1.1亿元人民币,同比增长25.1%,出口值和增幅均创今年新高,自5月起,实现连续5个单月出口同比增长。

数据显示,欧美仍是出口最大市场。前9月,全省对美国出口玩具2.5亿元人民币,增长6.3%;对欧盟28国出口玩具1.8亿元人民币,增长31.5%。合计占同期玩具出口总值的60.6%。

民营企业与外资企业较去年同期微幅上升,国有企业增长明显。玩具出口最集中地区是合肥、滁州两

市,其中合肥市1月至9月出口玩具3.6亿元人民币,增长6.8%,占同期全省玩具出口总值的50.7%;滁州市玩具出口1.5亿元人民币,虽下降7.6%,但仍占同期全省玩具出口总值的21.1%。

海关人士表示,玩具产业发展存在巨大潜力,我国14岁以下的儿童和青少年的人均年玩具消费仅20至30元人民币,远低于亚洲儿童人均年玩具消费13美元和全世界儿童人均年玩具消费34美元的水平。建议合理利用技术壁垒下的“倒逼”效应,引导玩具企业积极运用玩具新规则,提高应对国外技术壁垒的能力,加快推动玩具企业转型升级,增强外贸发展新优势。

浙江湖州前10月出口玩具童车货值翻一番

从湖州出入境检验检疫局获悉,今年1至10月份,湖州市出口童车玩具209批、货值576万美元,同比分别增长45.1%、110%,增幅明显。主要出口国家为美国、德国、澳大利亚、新西兰、智利等。

近年来,随着国际市场竞争日趋激烈、出口自行车企业门槛进一步降低等,湖州市传统儿童自行车出口企业加快产品结构调整步伐,相继开发出儿童滑板车、学步车等一批新的玩具童车产品,并且产品不断推陈出新,受到国外消费者欢迎。

同时,该市检验检疫部门采取多项措施切实提高监管实效,确保出口玩具童车产品质量安全。一方面健

全企业质量管理体系,从生产全过程管理入手,针对产品开发、原材料控制、现场管理、成品检验等方面进行深入分析和持续改进,提升企业对关键控制点的监管能力,切实提高检验监管的有效性;另一方面创新检验检疫监管模式,以风险管理为基础,弱化批次检验,实现管检分离,在有效提高产品通关效率的同时,推进企业风险防控能力、诚信体系的建设。

此外,该市检验检疫部门还通过信息共享,定向推送贸易技术壁垒信息等方式,帮助企业提升贸易技术壁垒应对能力。





年度行业晚会完美启幕 千人交流盛况空前

10月14日,2014年中国玩具和婴童用品行业年度晚会在上海举办,工信部、商务部、国资委、国家工商总局、国家质检总局、国家认监委、上海市出入境检验检疫局等国家和地方有关政府部门领导;各主管和相关国家行业协会领导;各玩具产区地方政府领导;国际玩具工业理事会、国际授权业协会、美国、巴西、中国香港、台北等国家和地区的同业协会领导;中国玩具和婴童用品协会会长及副会长;各省市玩具和婴童用品协会的领导、各国内外知名玩具和婴童用品企业的领导、玩具和婴童用品特邀渠道商,以及来自产业各界的朋友等近千人出席。

本届晚会主要包含领导和嘉宾致辞、世界趋势在

中国-2015全球创新产品发布、2014年度行业创新颁奖典礼、行业责任——慈善表彰和行业交流等环节,尤其是行业交流环节,今年形式新颖,协会将嘉宾按行业领域,即国内外有关政府部门/行业组织和特邀嘉宾、玩具企业、婴童企业、授权企业、配套服务企业等划分为五类,在每位嘉宾证件底部标注不同颜色和文字,渠道商嘉宾还标注了所属省份,确保现场嘉宾了解对方所属的行业领域,同时,晚会现场交流区分玩具企业交流区、婴童用品企业交流区、授权企业交流区及嘉宾区,方便开展有针对性的交流,广受与会嘉宾好评。

省商会会长梅萌,副会长柏云飞,常务理事孙要及商会秘书处等应邀出席。



2014 中国玩具展、中国婴童展、 中国授权展首日买家爆棚



10月14日,亚洲规模最大的专业贸易展——2014中国玩具展、中国婴童展、中国授权展于上海新国际博览中心盛大开幕,本届展会共有10个展馆,展览面积超过12万平方米,展商1,364家,展示新品特色鲜明,洽谈气氛浓厚,现场活动精彩纷呈,强势引领亚洲乃至全球玩具、婴童用品和品牌授权行业发展新潮流。

今年参展商,国际品牌来自全球20多个国家和地区,LEGO、Barbie、Chicco等无一缺席,国内企业更是覆盖玩具和婴童用品各主产区,齐聚好孩子、奥飞、龙昌等各品类领军企业。首日参观展会的买家同比增长30%,来自全球超百个国家和地区,国内买家覆盖各级城市,百货商场、大型母婴连锁、省市级品牌代理商、批发商等均增长显著,授权展的观众囊括食品、图书、服装及家纺等各领域。

第四届中国品牌授权高峰论坛召开 推动上下游企业无缝对接

为了加速推动被授权企业与品牌授权企业的深度融合,借力拓展市场,由文化部文化产业司指导、中国玩具和婴童用品协会主办、广州艺洲人协办的"第四届中国品牌授权高峰论坛"于10月13日下午在上海成功召开,文化部产业司动漫处处长宋奇慧、国际授权业协会主席 Charles M. Riotto 等嘉宾出席。

本届论坛率先聚焦全领域的互联网思维, Charles M. Riotto 现场分享了全球授权产业发展趋势,艺洲人、依爱夫、酷漫居、绿盒子及腾讯互动娱乐等企业高层,分别就动漫衍生产品营销活动中的互联网思维、利用授权提升品牌价值及授权产品的市场营

销等议题展开深入讨论。论坛结束后,与会企业听众赞叹不已,每年的高峰论坛都非常期待,今年演讲嘉宾行业代表性更加显著,在通过授权开拓市场方面积累了成熟的经验,其对互联网时代的授权产业发展的见解深刻,值得借鉴,收获颇丰。



国际品牌高层圆桌会议召开 助力精准布局中国市场

10月15日上午,“国内外品牌商与渠道商高层圆桌会议”在中国玩具展和中国婴童展同期召开, PICCI、TAKATA、BRITAX、Inglesina、MAM 等国际品牌,以及相关国际品牌的知名代理商、渠道商等出席交流。

中国玩具和婴童用品协会常务副会长梁梅现场致欢迎辞,玩具反斗城中国区总经理 Mark Murphy、妈妈好孩子副总裁蔡荣鸿、康贝中国区总监 Max Wong 及 Bloom & Grow 总裁 Alex Dickson Leach 等嘉宾,分别针对中国消费者在连锁店购买玩具和婴童用品的行为特点与趋势、国际品牌销售渠道选择标准、国际品牌推广品牌方式等话题各抒己见,现场反响强烈,与会代表表示,此类对接的平台高端、高效,绝无仅有,对其真实了解中国玩具和婴童用品消费现状,精准布局中国市场意义重大。





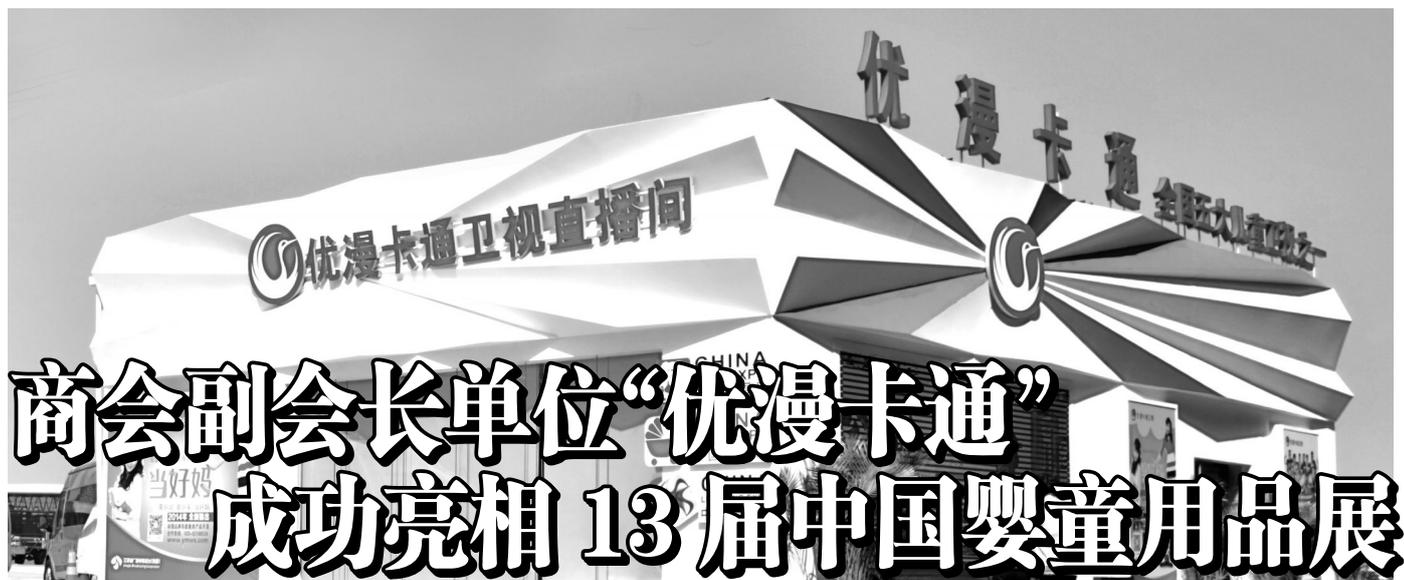
全省工商联系统信息员培训班在 南京举行

为贯彻落实《关于加强工商联信息化建设的意见》和《全国工商联政务信息工作制度》精神,加强工商联信息化建设能力,提升工商联系统信息工作水平,10月13日~14日,江苏省工商联在南京举办了全省工商联系统信息员培训班,来自各省辖市工商联、省直属行业协会、省工商联机关各处室的信息员 50 余人参加了培训。全国工商联信息中心顾问张尚东,信息中心副处长关洁就工商联信息化建设情况、如何做好信息的编报工作进行授课和具体指导;省委统战部办公室鞠华同志就如何做好统战信息工作为学员授课。

省工商联副主席何昌林出席了培训班并讲话。他指出,信息工作是工商联贯彻党的方针政策,履行参政议政职能,推动“两个健康发展”,促进党和政府决策民主化、科学化的一项基础性工作,是商会组织为会员服

务的基本职能之一。他强调,要不断提高对做好信息工作重要性的认识,进一步增强使命感和责任感,站在全局的高度,认真研究、精心谋划、扎实工作,不断提高信息工作的质量和水平。





10月14-16日,第13届中国婴童用品展览会在上海新国际博览中心盛大举行,江苏省玩具和婴童用品商会副会长单位优漫卡通卫视频道在现场搭建演播室并设置专业展位,成功进行了4小时不间断的直播,且有效推广了频道自身专业价值,受到观众和婴童用品行业内人士的好评。

本次展会吸引了全球20多个国家和地区、上千家的婴童用品企业参展,展出总面积达12万平方米,创下了历届展会的最高纪录。14日开展当天,上午10时起连续4小时的特别“直击2014中国婴童用品展”如期推出。节目围绕“新、奇、特”的看点,首先搜寻式报道展会上“最新、最潮、最科技”的婴童用品;然后邀请婴童协会的负责人和资深专家走进演播室,描述婴童用品的未来趋势及对我们生活的改变;“康贝、好孩子、孩思乐、奥飞”等众多婴童知名企业的负责人亲自上阵,结合科学育儿要领,在镜头前绘声绘色地讲解产品使用要领和独特之处。频道官方微信、微博也全程介入,开展微博直播互动。很多观看直播的观众纷纷拨打热线或通过微信咨询节目中推荐的新产品并与嘉宾进行了互动交流。本次直播,让观众第一时间获得了母婴用品的前沿资讯,并提升了育儿理念;让参展企业发现了新品发布的优质平台,并找到了与消费者沟通的有效渠道;对中国婴童产业的发展应该是一次有益的探索和促进。为完成本次任务,频道抽调精兵强将与电视技

术部组成50多人的直播项目组,并多次召开专题会,协调资源,分解任务,在较短时间内完成了30多个视频短片的拍摄和数十个道具制作。项目组赶赴上海后更是加班加点,在展会现场搭建了200多平米的演播室,紧锣密鼓地进行场地勘察、对外联络、直播硬件准备等相关工作,做到万无一失。总台技术部密切配合,提供强大技术支持,确保了任务的圆满完成。

据了解,本次活动除了节目外,优漫卡通频道还作为参展商在E3馆搭建了100平米的炫酷展位,向婴童用品行业推介自身平台的专业价值,并重点推广了新筹备的“当好妈OTO母婴营销平台”、“小微企业广告定制”等多个商业项目,吸引了众多企业的关注。广东一家大型企业的负责人说:“过去只认为你们是推广平台,没想到你们自身也建设了产品销售渠道”。浙江一家小型企业的负责人说:“总认为你们是‘高大上’,我们这些小型企业高攀不上,原来我们也有机会合作”。国际玩具工业理事会的董事会主席AlanHassenfeld先生非常赞赏优漫卡通向婴童行业的深度融入,他说“此举有着非同寻常的意义,不仅让电视机前的观众认识到新技术、新发明、新创造带来的新奇特产品,优漫卡通也借机塑造专业的品牌形象,让国内外知名母婴、玩具厂商深入了解频道全媒体产业平台的运作,奠定未来合作的基础。”

(尤曼)



会长梅萌、副会长汤建忠 考察俄罗斯毛绒玩具市场

9月中旬,利用参展的机会,会长梅萌、副会长汤建忠带领有关人员,对俄罗斯毛绒市场进行了考察、走访,并参加了莫斯科玩具展。

俄罗斯拥有 1.45 亿人口,根据有关部门对俄罗斯儿童用品市场结构调查显示,截止 2013 年底,俄罗斯儿童用品市场规模几乎达到了 150 亿美元。在俄罗斯儿童用品领域,婴儿食品、服装鞋等刚需性产品占大头,儿童玩具所占比例较小,只有 15% 左右。从市场规模来看,玩具市场是俄罗斯儿童用品市场的第二大门类,最新的市场报告也表明,玩具市场受到欧债危机的影响并没有其他市场大。玩具市场增

长的因素是出生率和不断提高的福利水平,让家长有余力为孩子购买更多的玩具。专家表示,新生儿玩具类目最具潜力,每年的增长率高达 25%。

目前,正值中俄关系最好时期,双边贸易额不断增长,在俄乌边境冲突和美欧等西方对俄大力制裁的新形势下,研究如何进一步将中国玩具更多地输入俄罗斯市场对中国企业来说,显得非常重要。

会长梅萌在对俄罗斯毛绒玩具市场的调研中认识到,前二年,在欧洲市场受欧债危机影响不景气的情况下,俄罗斯新兴市场的确吸引了很多国内玩具企业,也为国内玩具企业产品提供了很好的销路。但



今年由于乌克兰危机、受西方的打压,俄罗斯的经济面临崩溃的边缘。去年美元兑换卢布比是 32 卢布/1 美元,目前是 48 卢布/1 美元,卢布贬值严重。在大多数国人眼中,俄罗斯市场虽然被看好,但印象中依然觉得混乱无序,尤其是目前俄罗斯经济受欧美的制裁,俄罗斯人的钱袋子严重缩水,对购买力和订单支付有很大影响,不少玩具企业对于进一步深层次开发俄罗斯市场缺乏动力和积极性。

9 月 16 日,汤建忠副会长一行考察了叶卡捷琳堡、萨拉托夫和莫斯科毛绒玩具市场,拜访了当地客户,就如何面对当前形势,进一步加强双方合作广泛深入的交换了意见,并达成许多共识和很多战略合作意向。

据俄罗斯商务咨

询网站最新消息,俄罗斯儿童玩具市场在不断发展的同时,也在吸纳更新的创新产品,并将自己定位于具有前景的市场。家长们愿意购买制造商为其提供的所有新产品,俄罗斯玩具市场是一个活力十足的消费市场。据其分析预测,2015 年俄罗斯儿童玩具市场的增长速度将超过 22%,并将继续增长若干年。

据了解,俄罗斯玩具市场的主要趋势是:玩具市场已跨过经济危机,有大幅增长,同时在中期的未来,会有持续增长;消费者对玩具质量的要求日益提高;安全性是俄罗斯人选购玩具的主要因素;玩具市场结构改变,互动游戏的市场份额持续扩大,正逐步取代传统玩具的地位;追逐名牌,名牌产品逐渐引领市场,授权产品销售额也在增长。

据悉,考察团一行还应萨拉托夫大学社会与经济学院邀请,与该学院百余名师生举办了《中国文化》、《江苏玩具》、《国泰企业文化》等讲座,并现场回答了师生关于中国企业、社会生活等方面的话题。现场气氛活跃,反响强烈。

(张富民、秘书处)





连云港亲泰儿玩具公司 十周年厂庆隆重举行

11月8日，连云港亲泰儿玩具有限公司在赣榆塔山镇厂区隆重举行十周年庆典活动。来自扬州高新、爱和、张家港泾东、扬州常吉、超越、常熟东鑫、美锦绣品、宝利德、塔山镇的领导、省商会秘书处及厂内600多名员工出席庆典仪式。

十年前，为完善技工贸一体化企业发展格局，经过多方调研，省商会副会长、连泰董事长汤建忠先生决定在江苏最北的贫困县赣榆塔山镇筹资建厂，从那时起，连泰的创业者们在汤建忠董事长的带领下，秉承“团队、创新、超越”的国泰精神，开始了艰难曲折、大胆开拓的创业脚步。公司历经十年发展，从无到有，从弱到强，一步一个脚印，积极探索创新企业管理，不断克服技术屏障，取得了令人瞩目的非凡业绩。员工从最初的180人发展到如今包括各类技术人才在内的600多人；年产值从开始的220万元，增长到目前的6500万元；

占地面积也从当初的1万平方米，发展到现在的3.5万平方米。公司实力得到进一步增强，为连云港市经济发展做出了突出贡献。

在庆典会上，连泰董事长汤建忠回顾了连泰十年发展历程。汤建忠说，连泰的十年是一部充满艰辛与挑战、拼搏与奉献的创业史，连泰的今天，是全体员工精诚合作、顽强拼搏得来的成果，在困难的时候，我们应信心倍增，不气馁；在取得成绩时，我们不应得意忘形，要始终保持清醒的头脑，商场如战场，在任何时候，要有坚守的力量和不懈的追求，灵活运用企业发展中的战略战术，把握机遇，克敌制胜。

汤建忠还对连泰下一个十年发展规划了路径。为促进连泰创新科学管理，打造一流技术团队作了全面的部署，对完成下一个十年目标提出了明确要求。

(张富民)

关于做好秋冬季防火工作的通知

各玩具企业：

随着秋冬季节来临，风干物燥，加之用电、用气、用火现象明显增多，若操作不慎或使用不当，极易引发火灾事故。为确保秋冬季消防安全，坚决遏制重特大火灾事故的发生，省商会建议各企业注意以下事项：

一、加强工厂生产区、仓库、宿舍生活区等防火安全。应认真落实防火责任制，开展内部防火检查，排除安全隐患，妥善保管易燃易爆危险物品；严禁在生产厂区、仓库、宿舍生活区等区域违章拉线，乱堆乱放易燃物品、使用大功率电器等。各部门工作人员离开工作区域时，一定要关闭室内电源，关好门窗，不随意焚烧垃圾。

二、各企业应加强工人的防火安全教育，提高防火安全意识。在生产区、仓库等工作重地，严禁吸烟用火，积极加强自我安全防范，提高防火安全意识。

三、制定安全防火制度，做到消防器材安放到位。巡查、消防演习、安全会议等记录完整，同时，在场内停车时，要注意保持消防通道通畅，禁止乱停乱放。

四、发现火情后迅速拨打火警电话 119，讲明详细地址、起火部位、着火物资、火势大小，留下姓名及电话号码，并派人到路口迎候消防车。

江苏省玩具和婴童用品商会

二〇一四年十一月四日



政书等级政策更新通知

更新的政书等级政策将于 2014 年 12 月 1 日推出

自 2012 年 4 月 1 日 ICTI“关爱”程序发布的工时和工资持续改善计划以及相关指引和执行计划实施起至今的两年多时间里,我们观察到因受国际、国内形势等诸多方面的影响,玩具制造企业的社会责任履行现状正经历着持续的变革。

本次证书等级政策的更新,主要在 2012 年 4 月 1 日发布的工时计划基础上对 B 级证书、C 级证书的要求做出了更新;并且包含了 2013 年 4 月 1 日起生效的 A60 等级证书的细则。

更新后的 A60/A/B/C 等级证书标准,旨在鼓励工厂在提高透明度和遵守合规状态的前提下做出调整。通过对工时要求的阶梯式分级,工厂可以结合自身实际情况,从而建立具有可操作性及可持续发展的社会责任体系。

同时,ICTI“关爱”程序仍在不断开发和实践以提升工厂的能力建设和管理水平为目标的培训项目,以期更加有效地帮助工厂提高对于本项目政策要求的理解和自我能力水平的认知。

关于收缴 2015 年会费的通知

理事会各位领导:

省商会 2015 年会费收缴工作已经开始。考虑到社会物价上涨因素和商会自身缺乏经营性收入的实际,为保持商会工作的稳定,会费标准仍保持不变,继续维持往年的水平。

即:会长 30000 元/年,常务副会长 15000 元/年,副会长 13000 元/年,常务理事:7000 元/年,理事:2500 元/年)。

请理事会各位领导积极按时做好会费收缴工作,为共建全省玩具行业平台做一份贡献。

会费收缴的银行账号是:

户名:江苏省工商业联合会
账号:099 0222 0020 1000 505
开户行:民生银行北京西路支行

户名:朱 兰
卡号:622 8480 3996 8961 9274
开户行:中国农业银行南京玄武支行营业部

请各位领导于 2014 年 12 月底之前缴纳会费,并将银行回执及时传真给省商会秘书处(传真:025-84825593),以示缴费凭据,秘书处有专人负责,按会费金额提供省工商联监制的会费收据。

以上情况,特此通知,敬请办理。

(商会秘书处)

质检总局：儿童玩具等14种电子商务产品质量总体抽查合格率73.9%



国家质检总局公布了2014年儿童玩具等14种电子商务产品质量国家监督专项抽查结果。抽查结果显示,我国电子商务产品质量亟待提高,总体抽查合格率仅为73.9%。14种产品中,有7种产品不合格产品检出率超过了30%。

据悉,2014年,质检总局针对网络销售的儿童玩具、服装、鞋类、背提包和小家电5大类14种电子商务产品组织开展了产品质量国家监督专项抽查。

本次抽查采取“神秘买家”从电商平台买样或从物流仓库集中抽样的方式,从京东、天猫、亚马逊、当当、1号店等8家主流电商平台企业上,抽取了359家企业生产的502批次电子商务产品。经检验,268家企业生产的371批次产品合格,抽查合格率为73.9%;检出110家企业生产的131批次产品不合格,不合格产品检出率为26.1%。

质检总局产品质量监督司有关负责人表示,此次抽查有4个主要特点。

一是突出抽查B2C模式(即由电商企业直接面向消费者销售产品)的电商企业。涉及的8家电商平台企业,其经营模式均以B2C为主。

二是突出抽查电商企业的自营产品。共从电商平台企业的自营仓库采样343批次,从电商平台上的品牌旗舰店采样159批次。

三是突出源头追溯。通过电商平台企业,联系生产企业对样品和检验结果进行确认,探索建立电子商务产品质量源头追溯机制。

四是突出监管联动。质检部门已及时将检验结果反馈给电商平台企业，督促电商平台企业对不合格产品采取处置措施，加强对供应商的管理。

从抽查结果来看，按产品划分，不合格产品检出率在30%以上的有7种，包括皮鞋56.3%，毛绒布制玩具40%，羊绒针织服装35.6%，背提包34.3%，休闲服装（机织）33.7%，移动式插座33.3%，室内加热器30.4%；不合格产品检出率在10%至21%之间的有5种，包括羽绒服20.5%，针织内衣17.1%，电吹风14.8%，弹射玩具12.5%，旅游鞋10%；不合格产品检出率在10%以下的有2种，其中电水壶为3.6%，塑胶玩具未检出不合格产品。

中国经济网记者了解到，通过此次抽查发现主要存在五个方面的质量问题，分别是：

一是，小家电、毛绒布制玩具产品安全隐患多。移动式插座、电水壶、电吹风、室内加热器等4种小家电产品共有21批次不合格，不合格率为20%，其中95.2%的不合格产品存在质量安全隐患。毛绒布制玩具产品不合格率达40%，其产品质量问题集中在塑料袋或塑料薄膜、小零件、毛球、小球、刚性材料上的圆孔等涉及安全的项目。

二是，服装类产品成分含量不实情况严重。本次抽查服装类产品213批次，检测发现不合格产品61批次，其中43批次存在成分含量不实情况。如羊绒针织服装不合格的16批次产品均存在此问题，其中11批



次甚至未检出羊绒成分；羽绒服装不合格的9批次产品中，有8批次存在此问题，其中3批次未检出羽绒成分。

三是，鞋类产品和背提包物理机械性能不合格现象突出。鞋类产品主要检测了物理机械性能指标，共抽查46批次产品，12批次不合格，主要问题集中在耐折性能。背提包共抽查了70批次产品，24批次不合格，主要问题集中在缝合强度和振荡冲击性能2项耐用性能指标上。

四是，产品标识标注不规范。在产品追溯过程中，发现25家企业实际地址与标注的地址不一致，13家企业实际名称与标注名称不一致，16家企业标注的联系方式不存在，给样品和结果确认工作带来了很大影响。

五是，在追溯过程中，有3家企业声称产品被假冒，6家企业生产的7批次产品涉嫌无强制性认证（CCC）证书。

中国经济网记者了解到，质检总局已经要求，各省（区、市）质量技术监督部门要将此次抽查不合格产品情况通报地方政府及相关部门，对于抽查中产品质量不合格的生产企业，依法严肃处理。特别是对抽查中发现产品质量不符合国家强制标准要求的，应依法责令企业停止生产销售不合格产品，按照有关规定监督销毁或者作必要的技术处理。

与此同时，质检总局还提出，要针对此次抽查中反映出的突出质量问题，加大后续跟踪监督检查力度，并加强对CCC认证目录内玩具、小家电等产品的监督检查，加大获证企业后续监管力度。



欧盟发布新标准 玩具企业引起重视

作为与儿童频繁接触的产品，滑板车等玩具一直是欧盟等发达国家设置技术壁垒的主要对象。为完善补充欧盟玩具指令中的具体细则，近日，欧盟接连发布指令 2014/79/eu 和 2014/81/eu，对玩具安全指令 (2009/48/ec) 的部分化学物要求进行了修订。各成员国需在 2015 年 12 月 21 日之前将指令转化为本国法规，并符合指令要求。

记者了解到，修订指令具体概括如下：一是规定了 tcep [磷酸三 (2-氯乙基) 酯]、tcpp [磷酸三 (2-氯丙基) 酯]、tdcp [磷酸三 (1,3-二氯-丙基) 酯] 这 3 种物质的限量要求，限量值均为 5 毫克/千克。二是将指令 2014/81/eu 添入新玩具指令附录二中关于双酚 a (bpa) 的限量要求。

据悉，滑板车等玩具因化学物超标引发的安全问题屡见不鲜。今年以来，仅欧美

国家就我国玩具化学物超标引发的通报已有 110 余起。我国相关部门也在不断升级国家玩具质量安全监管体系。就在近日，质检总局、国家标准委批准发布了 gb6675-2014《玩具安全第 3 部分：易燃性能》、《玩具安全第 4 部分：特定元素的迁移》等 4 项强制性国家标准，并计划于 2016 年 1 月 1 日起实施。

欧盟是永康地区滑板车类玩具产品的主要出口地之一，对于实力较为薄弱的中小企业来说，将面临更为紧迫的出口环境。因此，金华出入境检验检疫局永康办事处提醒滑板车生产企业：要密切关注欧盟玩具指令修订的新动向，提前做好各项应对工作，进一步保障玩具的质量，降低出口风险。



玩具出口须防增塑剂超标

日前,国际标准化组织 ISO 发布了《玩具安全第 6 部分玩具和儿童用品中某些邻苯二甲酸酯》(ISO8124-6:2014)适用于玩具和儿童用品中塑料、纺织品及涂层部件中的邻苯二甲酸酯含量的检测。本次 ISO 新标准,将对我市玩具和儿童用品出口企业带来新的挑战。

限塑令延伸到新兴市场

据了解,邻苯二甲酸酯是邻苯二甲酸形成的酯的统称,常被用作塑料增塑剂来使用,广泛存在于玩具、儿童用品等塑料制品中。由于其潜在的危害性,该物质被欧美日本等发达国家市场高度关注。美国消费者安全委员会慢性危害顾问小组(CHAP)经过长达四年的研究调查,于今年 7 月发布该类物质及其替代物的危害分析报告。鉴于其对儿童生殖系统和内分泌系统的危害,建议将进一步加强监管。

当前,只有欧美日等少数国家建立了玩具和儿童产品中的邻苯二甲酸酯的监控体系,该国际标准的发布,对一些新兴市场国家建立相关监控体系提供了重要技术参考,将加快邻苯二甲酸酯限令的国际化趋势。

业内人士表示,“邻苯二甲酸酯的含量检测已成为近年来我国玩具出口到欧美日等发达国家新增的必测项目,而邻苯二甲酸酯超标也是近年来国外对我国出口玩具通报召回的主要原因。”

玩具出口成本将有所提升

据了解,增塑剂主要用于玩具车、婴儿围嘴、儿童雨衣等产品上,作用是增加塑料的软度,“近两年,我市大部分玩具企业已经减少了在玩具中使用增塑剂,比如将玩具包装的材料从 PVC 改为 PET,PVC 在生产中

一定会用到增塑剂,但是 PET 属于软性塑料,不需要再添加增塑剂。”泉州锦信玩具总经理徐长生告诉记者。

不过,徐长生表示,PET 的成本会比 PVC 高出 20% 左右,对于一些以塑料为主要材料的企业来说,影响会比较大,大部分玩具企业如果只是在某个部位使用塑料,或者是在包装上使用的话,对总成本的影响并不会太大,估计总成本上升比例在百分之 1—2 个点。

对此,泉州检验检疫部门的相关人士提醒儿童产品出口企业,要加强对原辅料的源头控制,实行关键原辅材料的入厂检验,从源头保证产品质量安全;其次,要提高儿童产品的质量,各标准尽早向发达国家看齐,通过替代物的使用或者产品升级,避免邻苯二甲酸酯在生产中的使用;此外,要重视出货前的最后一道检测关,将出口风险降至最低。



竞争优势下降 产业模式落后 我国玩具出口困难重重

近几年,欧盟、美国等我国玩具出口主要市场国的技术性贸易措施不断出台,我国玩具出口企业竞争优势下降,产业模式落后等问题,使我国玩具出口越来越难。对此,业内人士表示,玩具出口企业应通过改进生产方法和制造工艺,完善全过程质量控制体系,确保产品符合进口国标准。

记者了解到,我国是全球最大的玩具生产国和出口国。2014年1~4月份,我国共出口玩具22.8亿美元,较2013年同期增长11.1%。虽然,我国玩具出口额有所增长,但是玩具出口企业仍面临许多困难。

技术性贸易措施不断出台

近年来,欧盟、美国等我国玩具出口主要市场国的技术性贸易措施不断出台。据了解,近期,欧盟委员会公布了一份“技术资料指导性文件”,以帮助欧盟本地及进口玩具的制造商和进口商提交综合性技术资料来证明其每种玩具都符合欧盟玩具安全指令。新法规将于2015年12月27日生效,企业出口至欧盟的玩具都需要提供技术档案。同时欧盟连续发布新修订的玩具安全指令,新增多项限定内容,涉及物理机械特性、化学特性等多方面。

此外,据媒体报道,韩国化学品注册与评估法案(K-REACH)要求玩具、纺织、轮胎等相关企业也需履行备案、登记及风险评估等义务,该法案将于2015年初实施;台湾地区标准检验局于3月起增列儿童玩具中“甲酰胺残留量”的强制检验项目。据统计,2014年1~4月份,欧盟共通报我国出口玩具产品161起,同比增长87.21%,占通报总数的40.35%;美国CPSC通报我国玩具产品11起,主要原因是玩具小零件易脱落,存在窒息危害。

竞争优势下降 产业模式落后

近几年,我国劳动力成本不断上涨,玩

具生产材料价格居高不下,增加了玩具生产企业的生产成本。此外,欧盟对于玩具质量要求标准越来越严格,我国玩具出口企业的检测成本也随之升高。据统计,2013年欧盟玩具安全新指令实施后,出口玩具的部分重金属检测项目增至19项,导致企业的检测成本增加将近2成,以电动玩具为例,仅测试费用就高达上万元,大大压缩利润空间。为了避免经营损失,许多玩具出口企业相继抬高了产品的定价,这样一来,我国玩具产品的低价优势明显下降。

业内人士表示,玩具产业模式落后,制约着玩具产品的出口。记者了解到,虽然我国玩具出口量大,但大多处于价格低端或是贴牌生产,在内容设计、品牌塑造等高附加值环节竞争力较弱,缺乏自主知识产权和核心技术。从玩具进出口的单价来看,2014年1~4月份我国进口玩具平均单价为1.29美元,出口玩具平均单价为0.31美元,仅为进口玩具的1/4。目前,我国玩具出口的主要市场仍是欧盟和美国,一季度我国共出口欧盟、美国玩具产品货值13.3亿美元,占出口总量的58.1%。此外,我国玩具出口产品的种类比较单一,主要是以填充玩具和塑料玩具等缺乏创新性的传统玩具为主,这种传统玩具已经不能够满足国外市场的需求,新型电子玩具产品销量要明显高于传统玩具产品。

业内人士表示,为了突破玩具出口的重重困难,玩具出口企业应做好国外法规的收集和技术储备,通过改进生产方法和制造工艺,完善全过程质量控制体系,确保产品符合进口国标准。通过提升核心技术水平,塑造自主品牌,提高玩具产品的附加值和市场认可度。此外,还应加大对东盟、俄罗斯等新兴市场的开拓力度,实现多元化发展,避免单一市场风险。

玩具企业如何面对困难， 拓市场、调结构，打造出口新优势

今年的玩具行业仍面临以下几个方面困难：

一是招工难且工人年龄普遍偏大，缺少后备力量。以毛绒行业为例，毛绒玩具企业主要需要缝制工人，目前工人的年龄多在35-50岁之间，这一工种简单枯燥，对人工需求量大，但目前90后的年轻人多已不愿意从事该行业，用工难问题尤其严重。目前一些毛绒玩具企业的后备工人缺口已经达到30-40%。且仍有上升趋势。

二是人民币汇率不稳，使得企业不敢接长期订单。2013年全年人民币升值达3%，2014年人民币汇率又有所下降，汇率的波动使得部分企业蒙受损失，尤其是曾与客户协调锁定汇率的企业。

三是传统电动玩具受到手机、IPAD等电子产品的冲击严重。许多父母已将电子产品作为孩子的玩具，传统玩具特别是电动玩具面临较大挑战。

虽然有上述困难，但玩具企业积极调整结构，为出口业务保质增量奠定良好基础，主要由以下几个方面。

一是加强运营管理。好孩子集团有限公司与知名国际品牌建立合作关系，搭建O2O电商服务平

台，并积极参与纯公益性事业，力推干净无污染、全部可回收的新材料产品，取得了良好效果。该企业苦练内功，提升竞争实力，创新产品，以用户为中心，加强研发及营销投入，向“微笑曲线”的两端延伸；提高生产效率，改造传统流水线，引进汽车吊挂生产线，用设备代替人工，并成立专门的设备研究部门，对设备进行改造；执行战略性转移，加强员工管理，推动自主管理、自主激励。在对外营销中，好孩子集团与各大知名品牌合作，打造“好孩子星钻”，提供多元化产品。

二是做好市场定位。温州市永嘉地区以生产户外无动力玩具为主，并成立了教玩具行业协会，拥有500家会员。面对新的经济形势，各企业积极调整思路和产业结构，改变之前主要面对欧美高端市场的产品定位，积极开拓中东、南美、非洲等中低端新兴市场，同时拓宽品种系列，适应各国政府采购体制，将该地区打造为一站式采购站。

三是推动转型升级。广东汕头澄海地区是我国玩具外贸转型升级示范基地，拥有骅威、星辉车模、奥飞、群兴等知名企业。他们注重

品质、提升产品工艺，力争打造高附加值、科技含量高的产品，同时加大信息采集力度，严格按照国际标准开发新产品，保证其安全性。澄海玩具基地各企业积极开拓转型升级新方向，推动衍生产品开发，延伸产业链，形成“玩具→动漫→手游”等产品链条。此外，澄海玩具企业推动企业上市，积极迈进国际资本市场，已有五家公司成功上市，打造了中国资本市场的澄海板块。

四是开发适销产品。青岛金田纺织有限公司认真分析各国风俗文化，针对市场不同需求，对产品造型、颜色等进行精心设计，国际国内市场销量均有所增加。同时，该公司加大力度探索传统产品的跨界合作，与英国BBC公司合力打造了天线宝宝早教中心，作为长江以北地区总代理，第一家旗舰店已在青岛市挂牌营业，收效甚好。

摘自《协调与服务》





专柜搬上网 带给玩企新考验

核心提示:近年,百货行业增速放缓,门店关闭的消息不时袭来,如知名百货百盛集团一门店突然闭门谢客。众多媒体称今年“行业遭遇寒冬”、“经营前景难料”。为了应对电商等新兴购物渠道崛起带来的竞争压力,百货行业亦积极求变,这也使得原来就和百货渠道关系错综复杂的进场玩企的发展前景有点扑朔迷离,从而引发玩具在该渠道的再度三思考。进场玩企与百货公司的关系如何?百货经营手法有何变化?针对百货经营的调整进场玩企要变什么?怎么变?

传统百货业尽管面临着各种经营困局,但仍积极求变求存迎合新形势:在9月初,万达宣布与腾讯、百度合作投资50亿元打造O2O平台万达电商;9月19日,银泰商业集团获新晋上市公司阿里巴巴的投资,共建O2O商业生态圈。传统的大型百货平台纷纷尝试与互联网巨头合作,而从目前一些百货公司公布的发展计划中,向电商渠道扩张正不断探索和实施中。

然而,百货行业尝试加入电商大军已经不是近一

两年的事情。业内人士指出,在前期的探索中,其运营始终面临困难,尤其是一些实体百货商店的自建平台,无论从浏览量还是销售额来看,都无法与专业电商抗衡。专柜搬到网上,特别是一直被指平效低的玩具商品,这一尝试能否成功也让进场玩企感到疑惑。但有部分玩企根据他们自己过去开拓电商渠道的经验,认为将玩具专柜搬上互联网会带来一些新的考验。

电商领域拓展之路难走也要走?

中国百货商业协会办公室一位人士接受记者采访时指出,传统零售百货行业开展网络零售是毋庸置疑的发展趋势,但又不得不面对低毛利等问题。从目前情况看,一些企业陷入进退两难的尴尬境地。“一些商场在做好实体店购物体验的同时,纷纷投入巨资开设网上平台,但这些网站人气却明显不足。这当中既有心态的影响,也有发展思路上的影响。要么是不敢做,要么是不知道怎么做。这是国内多数实体零售企业在发展线上商城时所面对的困局。”

中国百货商业协会方面补充:“中国的零售业都是轻资产,触网投资需要3-5年才能见效,这对于零售企业来说,资金压力会比较大。尽管开拓电商领域过程存在不少困难,但是电子商务的快速发展,人们的消费习惯正在改变,客观上推动百货商场在这一领域继续前行。”

从目前百货公司公布的发展策略中,电商领域的拓展工作都是当中的重要一环,特别是万达、银泰着手O2O领域也为其他百货公司起到了示范作用。深圳市东大门商业百货有限公司的陈智告诉记者:“O2O模式



企业	主要探索模式
王府井百货	与微信达成战略合作,推动微信购物及微信公众平台。
苏宁云商	线上线下同价。未来实体店实现虚拟出洋,线下可购买与线上同样的商品
友阿股份	建设“友阿微购”微信公众平台,可实现移动在线支付/线上线下信息共享/会员卡绑定等功能
银泰商业	“双11”与天猫商城达成战略合作,开启O2O购物订单新模式。银泰百货和银泰网进行融合,实体店铺设自动识别移动终端,支持“声波”支付。
上品折扣	国内首家微信O2O,通过扫描导购员PAD中的商品二维码,完成支付
天虹商场	联手腾讯微生活打造天虹应用平台,微信可充当会员卡享受线下优惠活动。
汉光百货	推出“买乐网”官方购买商城。
红旗连锁	携手微信打造便利生活平台,开通支付宝钱包条码支付功能,还推出“电子货架”,消费者可通过“电子货架”了解红旗连锁在售上万种产品信息,以此作出购买决策。
步步高	上线步步高电子商务平台,力图整合PC+手机APP+微信购物+线下渠道,打通各个业态。

的探索,或会给线下的这些传统企业一些弯道超车的机会。”

据了解,在已经踏出第一步的包括武汉中商集团股份有限公司推出O2O平台中天慧购;友阿股份的O2O平台“友阿特品汇”确定上线时间;银泰商业与天猫商城达成战略合作,开启O2O订单新模式。此外,在百货企业在电商领域的探索还包括,支付方式、商品优惠等。(详见下表)

高档玩具是否适合走电商平台?

百货行业踏足电商领域已经成为时下的一个大趋势,玩具专柜作为百货商场中的一个部分,当然也要随之配合。但是不少玩企很早之前已经开始在电商渠道发展了。据记者采访了解,不少玩企都认为想通过电商平台获得成功需要花费很大的精力,如今玩具专柜放到网上需要解决的问题就更多了,特别专柜销售的都是高档玩具。

启智玩具陈凯雄认为:“高档玩具具有礼品属性,强调产品包装,然而电商渠道产品多经快递运输,过程中可能会造成损耗,破坏产品包装。”他补充,除了运输损耗之外,本来物流的费用也会很高,“玩具的物流成本很高,轻的很大件(如毛绒玩具),小件的很重(如搪胶玩具),不大不小的很易碎(如限量版的)。所以,包装、物流费叠加之下,利润很小很不划算。”

西宁玩具终端零售商邱建宁则认为,售后服务本来是玩具专柜的一个优势,但是进入电商平台后,这个

优势也随之而消失。“买了不合适怎么办?买了不想要怎么办?就目前的玩具成本和物流成本接近2:1的情况下,退回再返回一次,还不如直接给客户送个新的。”

“最重要的还是利润问题。”猜猜玩具的李红滨说:“玩具产品很难在短时间内把业绩做到跟服装等同的比例范围。所以,与其花同样的时间做一个花费大量人力物力的事情,还不如做利润大回报快的商品。另外,目前百货公司做的电商平台大多要求经销商在其他电商作同样的价格控制,但这样的做法实际上也会影响到经销商的利益,我们很难与他们配合。”



O2O 或更适合玩具专柜“触网”?

玩企对于专柜进入电商领域还是较为谨慎的,上海一百货公司的吴先生认为,这种心态反映出来的结果是,玩企被迫参与网络零售方面的建设和投入,但在资金和资源配置上又相对谨慎,执行过程中整体配合度不高。但是,如今百货业更多地尝试探索O2O模式,他相信可以提高玩企参与的积极性。

银泰百货的张小姐指出O2O模式可以给线下商场带来大量的客流,解决了店铺的客流需求;同时,通过移动互联网大大地提升了品牌的传播力度和品牌知名度。这是百货公司和进场玩企都希望达到的目标。

对于百货公司探索O2O模式之际,玩企需要如何协助,张小姐说:“玩企需要给予百货公司产品上架的选择权,以及线上线下尽可能相同的价格,即使价格不能一致也需要提供一些补足差额的优惠手段。我们过去拓展电商领域的其中一个困难就是产品放哪里卖需要进场商家来决定,我们管理电商平台的时候甚至搞优惠活动的时候都会很被动。其次与玩企间达成相关的定价机制,线上线下统一价格才能面对其他电商平台的竞争,相互融合的目标就有可能实现。”

摘自《中外玩具制造》

稳外贸政策效果落实难

国务院5月发布的《关于支持外贸稳定增长的若干意见》提出多项贸易便利化要求。尽管相关部门正加快推进这些措施落实,但接受中国证券报记者采访的一些外贸企业人士表示,从《意见》出台到现在,这些企业并未感到上述措施为其经营状况带来实质性改变。

有外贸企业人士坦言,在稳外贸政策出台后,一些地方涌现出很多贸易代理商。这些贸易代理商注册外贸公司,伪造出口数据,骗取出口退税。这些被伪造的出口数据统计到出口项目下,抬高当地出口水平。

企业未感受到政策效应

其实,相关部门已在加快推进稳外贸措施的落实。从已公布的措施看,国家质检总局取消200多个编码商品的出口检验,商务部取消了近百个编码商品自动进口许可管理,海关总署、质检总局全面推进关检合作“三个一”:一次申报、一次查验、一次放行。商务部取消出口许可证收费项目,降低第116届广交会出口展位的展位费和加工贸易联网企业增值服务收费标准。进出口环节经营性质服务和收费得到了清理,国家发改委、财政部、商务部、交通运输部、海关总署、质检总局六部门已部署在全国开展整顿规范进出口环节经营性的服务和收费的专项工作,计划10月底前完成。

海关总署最新发布通知称,自9月22日起,首先在上海、南京、杭州、宁波、合肥海关启用区域通关一体化通关方式。在总结评估的基础上,适时在南昌、武汉、长沙、重庆、成都、贵阳、昆明海关启用该通关方式。

在上述措施中有不少已落地,但接受中国证券报记者采访的一些企业人士表示,这些企业并未真正感觉到这些措施带来的政策效应。以永正裁缝为例,这家位于天津的服装出口企业董事长王永正坦言,3个月来,不论通关时间还是物流成本仍跟以前一样,经营成本也没有变化。

出口骗税乱象

加快出口退税进度,确保及时足额退税是为尽可能解决企业资金周转问题。然而,一直以来都存在少数企业利用监管漏洞进行骗取出口退税行为。

上述义乌圣诞用品企业人士坦言,稳外贸政策出台后,南方一些沿海省份一下涌现出很多贸易代理商。这些贸易代理商注册多个外贸公司,伪造出口数据,骗取出口退税。这位企业负责人透露,今年外贸代理商乱象丛生。一些贸易代理商除进行出口骗税外,还以回扣方式暗自吃掉出口企业很多利润。“例如,一个订单能赚30个点的利润,其中,25个点被贸易代理商拿去,企业只能得到5个点。”

一位业内人士表示,在加大打击骗取出口退税力度高压下,骗取出口退税行为在一定程度上反映出一些地方存在监管疏漏。

加大对中小企业定向支持

接受中国证券报记者采访的不少企业人士表示,税收及融资难依旧是外贸企业面临的主要问题,也是其最关心的问题。

浙江省湖州市一位商务系统人士告诉中国证券报记者,同样是对出口企业放贷,有些银行会把同样规模的县级市出口企业作为小微企业,而把地级市出口企业作为中型或大型企业,从而发放不同的贷款额度。“这种以不同标准发放不同贷款金额的情况,导致融资难的企业更难融资。”

与大型企业相比,中小企业很难或很少感受到政策效应。这位人士表示,包括央企在内的大型企业具有多种优势,相对于中小企业,它们更容易在政策中受益。“在外贸企业中有相当一部分企业是中小企业和小微企业,定向加大对这些企业的支持是政策支持的重点和关键。”



劳动力不足、 出口标准严苛 玩具企业深陷窘境

劳动力不足、出口标准严苛等因素依然困扰着劳动密集型玩具行业。虽然我国具备较强的产业集群，企业也在不断加强对产品的设计，但主流做OEM(代工生产)的微利状态短时间内难以改变。面对不确定的国际经济形势，企业的信心往往源自“较稳定的老客户”和“较充足的订单量”。他们会开发新产品，却不会选择“陌生”的内销之路，销售渠道、供货支付方式、国内市场低廉的价格、利好政策的缺乏等都对其构成了阻碍。

行业优势减弱

现在工厂的工人分为机工和手工，与其他行业所不同，新工人上岗前一般要培训6个月，这也抬高了进入门槛，为劳动力新鲜血液的注入增加了难度。对此，江苏汇鸿国际集团玩具部表示，现在的行业优势的确在减弱，由于没有新工人，企业做得非常辛苦。做OEM的利润很低。去年国内很多工厂都转移到北方，这就更加剧了本地企业生产力不足的情况，出现交期延后客户索赔的情况。如今对欧美等地出口愈发难做。因为欧洲标准年年提高，产品做一个测试就好几千元，还要应付客商的各种突击

验厂，要求提供各种认证。比如沃尔玛就有社会福利方面的要求：不允许加班，不给工人计件，企业提供饮用水安全资质等。劳动密集型的玩具企业很难做到不给工人计件，作为中小型外贸企业，觉得压力比较大的还是国内税收，今年新增了土地税，各种税收一年好几十万元，是个较为沉重的负担。

如何转变新思路

“这一届(广交会)的客户比上届要多。以前是标摊，可能因为今年做的是特装，客户多了20%~30%。”宁波工艺品有限公司总经表示，公司是第一年尝试在广交会上这种节日与化装舞会服饰，反响很不错。无论是产品已经打开国际市场，还是正在出口这条路上挣扎的企业，当被问到是否考虑“内销”时，他们的答案出奇地一致：不考虑。“我们一是没有内销权，二是做内销就享受不到出口退税了。”目前出口退税也是企业一项重要的经济来源。国内需求量也达不到，一个设计方案出来，如果只有几百件的订单量，企业明显无利润可言。我们主要针对沃尔玛、塔吉特这些国外大型超市，他们有几千家分店，订单量可以保证。”

中国 9 月出口形势 逐渐好转但风险仍存



中国海关总署 13 日发布的 2014 年前三季度中国进出口数据显示,今年前三季度,我国进出口总值 19.4 万亿元人民币,比去年同期增长 1.8%。其中,出口 10.4 万亿元,增长 3.6%,进口 9 万亿元,下降 0.1%。贸易顺差 1.4 万亿元,扩大 35.3%。按照美元计价,前三季度的进出口,出口和进口值分别同比增长 3.3%、5.1%和 1.3%。贸易顺差 2316 亿美元,扩大 37.8%。海关总署的数据还显示,9 月当月中国进出口总值 3964 亿美元,增长 11.3%。其中,出口 2137 亿美元,增长 15.3%;进口 1827 亿美元,增长 7%;贸易顺差 310 亿美元,扩大 1.1 倍。在进口方面,能源资源性产品进口量增价跌。今年的前三季度,我国进口铁矿石 7 亿吨,增长 16.5%;原油 2.3 亿吨、增长 8.3%;大豆 5274 万吨,增长 15.3%;进口铜 359 万吨,增长 10.5%。上述商品的进口均价普遍下跌,其中铁矿石进口均价下跌了 17.9%,原油下跌了 1.4%,大豆下跌了 4.6%,铜下跌 6.3%。

从前三季度外贸数据变化情况来看,我国的进出口形势逐季好转。一季度我国进出口同比下降 3.8%,二季度增长 1.8%,三季度增长 7.2%。其中,出口一季度下降 6.1%,二、三季度分别增长了 3.4%和 12.8%。进口一季度下降 1.2%,二季度基本持平,三季度增长 0.9%。海关总署新闻发言人、综合统计司司长郑跃声表示,企业信心的增强、国际市场需求改善和改革红利对促进外贸稳定增长的作用的增强,特别是外贸稳增长的政策引导,是我国外贸呈现逐季好转态势的主要原因。但我们认为,风险仍然不容忽视。虽然美国经济复苏较为强劲,但作为我国第一大贸易伙伴的欧洲特别是欧元区经济下行的风险在加大,且近期 IMF、世行等组织也将 2014 年的经济增长预期下调,特别对欧元区及日本经济提出风险警告,此外,世界贸易组织近期将 2014 年全球贸易增长预期由 4 月份的 4.7%下调至 3.1%,这表明我国出口面临的风险依然不容小觑。

三大现象显示 我儿童用品输欧形势严峻

我国是欧盟第一大进口来源地,2013年中国出口欧盟总额达3702.7亿美元,其中儿童用品是重要拳头产品,主要包括童装、玩具、童车等。但近年来我国输欧儿童用品频因不同形式的贸易保护措施而受限,产业安全已遭受不利影响,三大现象须引起高度重视。

频繁通报影响中国制造形象

2014年1-7月,欧盟非食品类消费品快速预警系统(RAPEX)对我国儿童用品共发起通报449起,同比增加50.2%，“劣质商品中国造”等媒体炒作极易影响消费倾向。通报原因包括化学风险、窒息风险、结构设计安全、微生物风险及易燃性等,其中三方面“顽疾”问题较为严重。首先是化学风险,共涉及168起通报,其中邻苯二甲酸酯含量超标因占81.5%已成首要“毒瘤”,涉及通报达137起,同比剧增121.0%;其次是小部件脱落引起的窒息风险,如童鞋上的装饰件不牢固等,共涉及通报达110起,同比增长13.4%;还有儿童服装的绳带安全问题,涉及通报达96起,同比增长12.9%,小部件与绳带问题是企业在产品设计中容易忽视的细节。

安全评估增多隐含后续风险

欧盟通过数据采集、危险评估、风险表征等步骤对特定化学物质进行安全风险评估,基于上述安全评估的科学性,欧盟往往鉴此直接更新技术法规壁垒,或是修订REACH等法规,提高我儿童用品出口风险。今年欧盟已陆续发布多项高风险因子安全评估报告,如年初的儿童玩具中双酚A安全风险评估报告,提示该物质对儿童内分泌调节活动的影响,欧盟委员会随即修订儿童玩具指令,将双酚A的迁移限量设定为0.1毫克/升,此前该限量仅由欧洲玩具产业自愿执行,并非

强制规定;8月4日,欧盟委员会健康及环境风险评估中心(SCHER)发布报告,认为六价铬存在潜在的致癌性,并建议大幅提升玩具安全指令中六价铬的迁移限量要求。

技术壁垒升级增加产品成本

欧盟作为全球技术法规的风向标,儿童用品相关的技术壁垒始终走在前列。如被称为“史上最严格”的玩具标准已正式开始全面实施,对我国儿童用品出口产业带来的冲击正逐步显现。今年年初以来欧盟对多项技术法规进行更新,如4月修订的玩具标准EN71-1,全面加强产品的物理及机械要求,6月又连续发布指令2014/79/EU和2014/81/EU,将双酚A及磷酸三(2-氯乙基)酯(TCEP)、磷酸三(2-氯丙基)酯(TCPP)和磷酸三(1,3-二氯-2-丙基)酯(TDCP)等三种阻燃剂列入限制范围,此外儿童易接触类消费品的铅含量也将被限制。

儿童用品是我国重要的出口产品,多属劳动密集型产业,仅宁波地区涉及生产企业600多家,年出口额超过5亿美元。我国作为全球最大出口国,将长期遭受国际贸易摩擦等影响,为此,检验检疫部门提醒相关企业:

首先应提高质量安全意识以“自保”。积极向检验检疫、行业协会等部门寻求技术、政策帮助,合理规避风险。严格审查产品设计等方面安全,提前发现问题,依外方订单设计出口不可盲目满足客户要求,针对外方设计中存在缺陷,或是客户出于成本考虑而指定强度等物理指标不符的面辅料等,加强沟通,并在合同中对产品设计的符合性等作出规定,维护自身正当利益。

其次要积极应对技术壁垒以“自强”。要及时掌握出口市场技术、质量、安全、环保、包装和标签的相应技术

法规,准确把握设计风险,并且加强对标签信息、包装材料、外观卫生等产品细节的监控,并及时关注欧盟通报信息,动态掌握市场关注热点。同时要加强对设计、质量检验等关键岗位人员培训,不断完善质量管理体系,结合技术进步等从源头上确保产品质量。

同时需提升质量控制能力以“自律”。严格把控原辅料的质量安全,切勿为降低成本、缩短工期等原因而盲目使用劣质原料或降低生产工序标准。通过提升自身的检测能力、委托第三方检测机构等方式加强成品质量把关,根据进口国或地区的相关法律法规、产品的原材料构成、产品的生产工艺、产品的用途和市场定位、买家的要求等多方面的因素,科学确定产品的检测项目。



宁波:欧美经济回暖带动玩具出口

今年前三季度,在欧美经济回暖的利势带动下,鄞州区玩具出口快速增长。记者昨天从宁波海关驻鄞州办事处获悉,前三季度全区出口玩具4.9亿元人民币,较去年同期增长32.1%,占同期宁波市玩具出口总值的17.3%,已实现了月度出口值连续7个月同比增长。

随着年底万圣节、圣诞节等洋节的到来,又一季玩具消费热潮掀起。姜山镇的小星星车业有限公司,生产的玩具童车主要出口欧美地区。该公司外贸部负责人艾女士告诉记者,一年当中第三季度是玩具出口量最大的时段。

我区玩具出口以木制玩具、塑料玩具和童车为主,主要出口美国、欧盟等发达国家和地区。欧美国家经济复苏,对玩具产品需求量回升,是出口增长的主要原因之一。统计数据显示,前三季度,鄞州区对美国和欧盟出口达2亿元和1.7亿元,分别增长27%和83.3%,两者合计占同期鄞州区玩具出口总值的75.5%。鄞州出入境检验检疫局相关检验科室

工作人员陈佳亮介绍,这几年,尽管针对玩具出口产业的国外技术贸易壁垒不断增加,但玩具生产企业应对明显增强,有效增加了出口。

玩具作为敏感儿童用品,国际市场针对其技术壁垒不断。前几年,由于企业自身准备不足,对政策理解也不够深入,导致许多企业对高风险产品不敢接单,或是生产之后无法顺利出口交货。而现在,很多企业已经有了健全的质量管理体系,从产品首件鉴定、高风险物料控制、溯源管理建设等全过程按进口国标准要求进行管理,产品质量有了质的提高。在10月23日开展的116届广交会二期展会上,鄞州的玩具生产企业也感受到了暖意。宁波隆凯进出口有限公司的摊位前,欧美客人络绎不绝。企业负责人张姣红表示,今年以来,德国、英国市场的增长最为明显,企业特地调整了销售定位,主攻精品婴儿玩具系列,希望以中高端定位吸引欧洲市场。

编者按:“双十一”引爆的购物狂欢,让很多玩具企业也忍不住凑个热闹借势营销。但在不断尝鲜后,很多企业有识之士意识到这中间潜伏着危机,也从此前的激动、狂热变得更加淡定和理智。转发这篇文章,是希望在下一个“双十一”全民狂欢来临之际,提醒大家思考一下:“双十一”这样的狂热是否合理?电商未来之路如何走?
(秘书处)

一淘网的推出无异于扼杀中国很多产业的创新力,所有的商品想参与竞争只有打价格战了,一淘这样一来,原本就假货横行的中国市场将失去原创的动力,“中国创造”之路或许将从此步履蹒跚,自甘堕落,沦为世界分工中最没有价值的一环!

淘宝为了一己私利利用其在网购市场的垄断地位,引爆各大商家进行价格大战,从而坐收渔翁之利。从表面上看,是为了网购买家着想,实际上受伤害的还是买家!

本人也是从事电商生意,并非生意做不下去来此抱怨,我只是从火热的网购中看到了很多可怕的东西即将出现。

看着那些销量几万的产品,着快递公司堆积如山的快件,感觉到的反而是一种风雨欲来的感觉。



1、未来的人们购物方式会如何?

绝大多数人会使用网络购物的方式来购物。当中也包括我,我现在所有的衣服裤子和很多工具都是网购,又好又便宜,又方便。的确很好。

不良影响①:大批的商店、服装店、工具店、数码城、商场、将会关门歇业,即使留下的也是苦苦支撑,难以有富余的利润。网上经常有看到北京中关村(行情,问诊),深圳华强(行情,问诊)北等一些以前举足轻重的大市场已经陷入了萧条。

②:很多零售店主失业,很多营业员,促销员将会失业。很多房东老板的店铺将会租不出去。这一部分人是最先受到淘宝影响的,且影响是最大最直接的。

2、淘宝网将如何发展?

小商家将会全部死光,至少百分之90的淘宝小店将会死光,剩下百分之10的淘宝大商家出现绝对的超级价格战。恶性循环。

今天和一个淘宝月销量两万件的老板聊天,表面巨大的成交量和风光无限的背后其实都是心酸和血泪,月销量两万件几乎不挣钱,比如我们织里的童装卫衣三件套出厂价也要80多元的现在几乎都是80多元还包邮。甚至还有60-70元在包邮卖的。

另一种解读:淘宝不死,中国不富。

自己是厂家的兴许还能保本，拿货的根本就是亏钱在做的，厂家呢也没办法厂子开起来了，工人要工作，员工要吃饭，迫不得已出此下策在做，你不卖人家会卖。平摊下来月销量两万件居然是保本，甚至是亏本的你相信吗？

我信了。

淘宝的成立初衷就是让所有卖家直接面对消费者，减少中间环节，让消费者得到好处。这个成立初衷也许是好的，但是淘宝演变到今天他自己也没有想到会发展成这样。会发展成为消灭了实体中间商，最后连厂家都不得不为了生存大量竞争起来。将中国的很多产品几乎变成了没有利润而又不得不做，且又产品出现在各地的虚假繁荣的境地，即便卖的大街小巷到处都是，然而没有人从中获利。

即便是厂家也不能获利，顶多能赚点小钱，因为卖的实在太便宜了。到处都是9块9包邮的商品

一个产品卖的太便宜没有赢家。卖的多而又不赚钱的企业是不道德的企业。

当所有的商家被摆在同一个平台上面时，就会出现竞争过于残酷的境地，就如同在一个镇上只适合开一个超市，而你非要开两个，三个，四五个超市一样的道理，开一个超市能挣钱，开两个能保本，开三个只能大家都亏本，更何况淘宝上开了何止几万个一样。



角角落落里都是做淘宝网店的。淘宝就是利用人性的弱点和贪婪，让我们把原本合理的行业搞成了恶性竞争，无休止的恶性竞争。最终影响整个中国的各个行业。

3、各个年龄的人都会网购了

网购发展的如此之快是我没有想到的，那天一个顾客来我店里买衣服，总共也就是十五块，成本11块，他居然说这么贵淘宝上其他家才8.9元包邮，我惊呆了，全国平均运费最少7块钱，这都什么世道，淘宝要把天下所有的生意做光吗？

我绝对相信他说的，淘宝上敢亏本卖东西的人，大有人在，他们以为冲上了皇冠就无忧了吗？

错了，我想告诉他，从今以后这个款式的衣服在淘宝上将永远不会出现高于9块钱的价格了。永远有人敢比你卖的更低。

因为他也是想着靠卖8块来冲销量，然后就无忧了，殊不知等几天还会有人想靠着这款卖7块钱冲销量引流，因为淘宝的卖家太多了，殊不知他们冲销量的同时伴随着他们每月几万的销量自己荷包在缩水，以及很多人卖不掉，而导致整个行业都处于亏损的虚假繁荣状态中。

4、不可一世的马云

从目前来看，我认为淘宝的势头会继续发展，无可抵挡的发展，马云是一个很可怕的人，曾经我很崇拜他，但是以后不会了，马云曾经说过一句话将来要么电子商

务,要么无商可务。”

2013年万达老总王建林不服气还跟他打了一个赌,赌注一亿元说是几年以后如果电子商务超过零售业的百分之五十,他输一个亿,没有超过马云输他一个亿。

天啊,这个赌局太可怕了,他都百分之五十了,整个中国百分之五十的零售都归淘宝卖了,而且还是很低或者没有利润的卖的,而且还会影响本来实体店卖的价格,大家想一想中国会怎样,中国的经济会怎样。原本从中能够获得利润而养家糊口的有多少人,多少家庭。我不敢想,没有利润的中国将会发生什么。

5、淘宝网的继续壮大

说真的我也无法抗拒淘宝购物,即便我很恨他,但是它的实惠确实太大。随着淘宝的继续扩大,我认为如果国家如果不控制淘宝,淘宝的营业额将会以每年数倍的趋势上涨,没办法人性的弱点和贪婪促使我们自己走上不归路。

随着快递每天的包裹越堆越高,以前每天拉一车包裹回来,现在每天拉三车了,每天要派几千个包裹,而且势头还在增长,看着他门口堆积如山的包裹,我隐约感到了什么。

马云如同一个专家,但是他也是一个毁灭家,他利用人类的贪婪(让买家贪图便宜,让卖家贪图卖得多,让普通人都贪婪的想进来竞争分一杯羹)结果搞得我们原本健康的经济变成了,他淘宝一家独大,很高明,非常高明,原子弹也是这种人造出来的,将来的毁灭必将出现。

淘宝如同吸毒让人无法抗拒,淘宝如同雪球让卖家无法自拔,无利润的雪球将越滚越大,恶性竞争已经无法避免。2008年马云曾经豪言超过沃尔玛,当年他的淘宝营业额才1000亿。而沃尔玛当年3.5万亿、淘宝绝对能超过沃尔玛,甚至十倍于沃尔玛,因为它的商业模式是天衣无缝的。

只是后果太严重。可能马云自己都没有预料到淘宝会变成这样。小商家现在快死光了几乎是事实,剩下的厂家大商家们,还在血拼,没办法,不拼就得死,谁都不肯退出,尽管现在已经非常低的利润了。

6、淘宝的慢性影响

我认为随着各行各业的零售业关门歇业,很多行业会跟着受到影响,现在受到影响的第一批人就是我们这种零售企业。虽然还没有到彻底死绝的地步,但是随着时间的推移生意必将是越来越难。个体户会挣不到钱进而影响其它行业,比如(一下随便打几个比方)。

1)影响餐饮业:

随着很多零售店主关门没饭吃,他们一定会想办法生存,或许开个餐厅倒是不错的选择,紧接着餐厅会更多竞争会更大,本来就苦于现在的个体户老板没怎么赚钱而导致食客减少了,你倒好还来和我竞争了。

2)影响娱乐消遣消费业:比如KTV

如今每个城市的KTV越开越多,本市的好些老板因为生意不好做,而进军KTV导致本市的KTV严重过剩,如今的KTV已经无利润可图了,包厢好多都空置一晚上没几个人去唱。

3)影响宾馆住宿业:

个个城市的住宿有多少,入住率有几何不必我多说了吧,各位千万别拿你们当地的有些火爆的住宿或者KTV来反驳我哈,我说的是大部分地区的情况。

好吧说了几个你们可能不理解或者不信的受影响的行业,我就来说说直接的行业吧。今天看到有些网友





傻得可笑,呵呵。

说什么淘宝只是影响了开零售店和商铺老板收租的利益,与其他人无关。说什么会促进制造业的发展,真可笑。我看他完全就是外行,小弟经商十年了,深知零售业与各个行业的紧密联系,各个行业都是紧密联系的,缺一不可,一处受损,接连受害。

我们现在说说制造业的损害好吧,比如我们织里服装厂,你认为没有受害?

在淘宝残酷的竞争中缔造了一个又一个的销售神话,月销量几十万件的衣服多了去了,你可知道近年来有多少服装厂被这种恶性竞争搞得关门倒闭,搞的多少工人下岗失业?

然而那些销售几十万件的服装厂你以为他们真的发展起来了?大错特错,他们只能勉强维持你信不?每件衣服就挣几块钱压根没有得到发展,根本就是服装制造业的悲剧,无赢家。

我们再说说其它厂家,比如节能灯厂,请原谅我爆粗口“妈的一块多一个的节能灯还包邮”不为赚钱只为赚销量冲皇冠。每月销售几万个。你以为是玩游戏升级啊?真不知这种不道德的企业这么做到底对谁有好处。

一块多包邮,中通快递寄一封信都要5块钱。他亏本是他的事,但是你扰乱了整个行业害的其它厂家卖不掉关门就是你的不对了。他以为他冲上皇冠就可以高枕无忧了?

殊不知此行业已经被严重扰乱,就此节能灯行业

已经被彻底毁掉,即使将来有幸卖上三块一个都已经是鸡肋产业了。

每个行业的制造业已经被严重损害了,而并非大家看到的,制造业发展得很好。财富即将掌握在极少数极少数人的手里,随着更多的厂家倒闭,失业率会更多,更多的人买不起衣服,下不起馆子做不起美容,看不起电影,买不起房子,做不起按摩,唱不起KTV。进而导致以上个个行业慢慢得变得低迷,而愈演愈烈。导致整个国家的经济危机。人们将无商可务,这个是马云自己说的。

4)淘宝上的低价竞争,是大量的垃圾商品盛行:

企业只追求价格,不追求品质。以后想从网上购买一些正品越来越难,想做品质产品的商家越来越难以生存,不信你看看以前那些淘品牌吧。现在都已经在艰难度日。

不信的话你可以看看这几年买过的天猫店倒闭了多少,或者你看看以前那些几皇冠,几金冠的店铺,现在的月销量多少?曾经牛逼的女装店“我的百分之一”前几天我看了最好的款月销量才一百多件。

7、反驳的声音给我闭了

类似的帖子反驳的人我想抽你。

1)有人说什么我是开餐厅的又不会受影响,我问你如果零售店死光了,店铺关门请问个体户没钱了还会不会来吃你的菜吗,房东老板没有房租收了,还会不会经





常来光顾你的餐厅？

2)我是做美容的工资不高,淘宝好了让人民币增值,可以多买东西了。

我问你个体户老板,和房东老板,现在还有餐厅老板都减少收入了不来做美容了。你是不是也会减少客人和收入吗?你老板生意差你不会失业?

3)我是卖房子的不会关我什么事。好吧我问你,个体户、房东老板、餐厅老板、美容院老板生意都受到影响了你的房子会不会卖不掉了?(今房子如此难卖估计已经是一个预兆了。)

4)还有的人是这么说的,制造业发展得好,空余的劳动力可以全部去生产和发展新行业嘛,这个是时代的必然结果。淘宝存在必是原因。听起来好像不错哦。说的轻巧,全部的空余劳动力都去生产,都去发展新行业?

你来,你来指一条明路开个什么样的工厂?生产什么?发展什么样的新行业?

你想好了吗?

跪求指点啊。你可知道一个工厂就可以供应全中国的道理吗?理论上一个行业只需要一个工厂就够了。

国家千方百计解决就业问题就是想把人力用各种小企业,小工厂塞进去。你倒好,鼓励更多的人另谋出路。出路在哪啊。你指路啊。站着说话不腰疼。

5)还有更搞笑的,不卖东西了可以来送快递嘛,要

不开个淘宝店,我抽死你你可知道一个快递员一天能送多少个包裹?全部失业的人你都让他们有快递送?还开淘宝店呢,小淘宝店都快死光了还开淘宝店。

各位我们国家人口太多,我们国家人多地少,我们国家的绝大部分人都需要从商品流通中获得一些利润来养活自己以及家人。而其它行业也息息相关,这下好了淘宝把这些人的饭碗直接端掉,饿死你。各行各业的连锁反应出现,时间一久中国经济必然出问题。

8、国外的经验

反倾销。

产品卖的太低是犯罪。如果一个商品真的是便宜得卖给消费者,让消费者得到实惠,那为什么发达国家的政府要反对呢?他国政府要保证某些环节的利益,不能让你坏了规矩。不能把商品卖的太便宜。

任何一个事物都应该合理才行,合理的利润、合理的竞争、合理的销售额、然而淘宝网的搜索规则让这些变得不合理了。

1)淘宝的大部分商品都没有合理的利润了,很多不挣钱或者亏本卖。显然不对。

2)合理的竞争我完全没有看到,小商家已经被洗牌出局了,大商家才刚刚开始恶性竞争,显然这是不合理的。

3)合理的销售额,也不正常,每种产品通常现在只有几家或者十来家出现巨量,其他人没有销量,全中国的生意让很少的一部分人包揽了,显然不合理。

总结一下:

期待未来,也许目前上述的某些恶果还未到来,如果淘宝制度不变,销量为王的搜索一淘比价,以及各种促销网站的肆虐出现重大问题只是时间问题。至少实体零售业快要倒闭了,还有店铺租不出去已经出现了。

淘宝愈演愈烈的火爆会慢慢吞噬所有行业,让更多人失业,让更多工厂关闭,营业员下岗,工人失业,让财富越来越集中在更少的人的手里。政府该管一管了,请诸位网友别用你们当地某些红火的零售店来反驳我,或者说其它出路,我今天想说的是,我们当中大部分人,那些没有技术,没有能力的这一大部分人将来怎么



办。

或许有些人有办法能找到出路,抓住机会,但是这些人怎么办?饿死吗?毕竟不是少数,是很大一部分。

对于很多反对意见,我只能说我们的视角不一样,我们中很多人都是要在商品的流通中产生收益,淘宝直接从厂家到消费者中间有多少人要失业?虽然我们暂时是得到了好处,但是你想想这种亏本卖的模式能长久吗?

不要想着以后还能长工资,物价低,等企业都难以赚钱的时候都没有生产高附加值的商品的时候长工资完全是个美好的梦想。它是牵一发而动全身的。

电子商务是产生于西方。而西方国家为什么没有淘宝这样的模式产生?源于西方制度的规范,绝对不允许这种以次充好,低价竞争的状态产生,更不允许假货泛滥。

淘宝现在所做这些事,有哪些危害大致如下:

一、让不诚信的行业疯狂生长。

为了一己私利,任由淘宝集市卖家刷信用。难道这事淘宝管不了?

不然,淘宝如果真的想打造诚信的购物平台,其实想有所作为是不难的。但宁愿选择不作为!为什么呢?免费是淘宝获得今天市场地位的杀手锏,对免费的杀

伤力那是非常清楚的!

如果不给刷信用了,很多新进买家在淘宝现行规则下根本没办法在激烈的竞争中占得一席之地,当然也不会进淘宝开店了。没人新的人来开店,淘宝的平台靠什么发展呢?

二、误导年轻人。

鼓吹人人创业!淘宝集市已经死了,任由C店胡来,无非就是想引来更多的流量,达到打造淘宝商城的目的。淘宝集市其实已经死了,笔者认识一些淘宝小卖家,其实能成交的是寥寥无几。

据粗略统计,淘宝集市的实际成交金额,恐怕达不到支付宝支付金额的三成,这是为什么呢?支付宝的交易支付实际上大部分是C店卖家刷钻时进行的支付。淘宝集市大多数买家起早摸黑,实际上收益少得可怜,淘宝划了一个饼让他们争食,而食物其实少得可怜。

三、引爆市场竞争的价格大战。

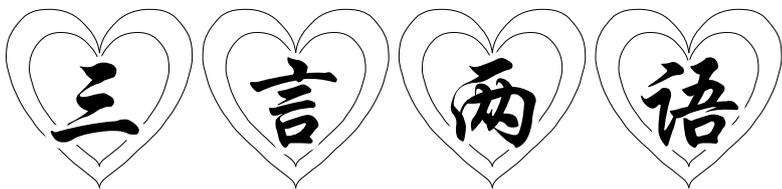
以价格为标准的一淘,将成为扼杀企业创造力的毒瘤!

四、国税枯竭。

因淘宝引发的各行各业衰弱随着国家管制行业的放开不仅让其一家独大,各行各业没落,更可怕的是各种税源会随之枯竭。民生、国家前途可想而知。

(朱兰摘自微信)





笔者偶而读了北京电视台《财智人物》频道有关《从女护士到亿万身

家的董事长——史晓燕打造跳跃人生》这篇文章后,似有一种“于无声处听惊雷”的感觉,纵观史晓燕的人生经历、创业历程、以及事业发展直至获得成功的全过程,我们不难发现;这其实就是她人生奋斗的经过。归纳起来无非如下:

1、追求完美的精神,丰富的人生阅历,博学多才、远见卓识,聪明睿智、胆识过人,能干自信、特立独行,这些都是她的“底气”!因此,她是一位时尚而典型的知识女性,喜欢迎接挑战,乐于追求梦想,具备“猎豹”的性格,一旦认准了目标,会锲而不舍地执著博击;真如她所说:“企业家在赚钱的同时,也在实现着人生价值”。

2、天生具有远大理想、决不安于现状,树立必成大事的理念。她似乎具备某种得天独厚的潜意识,且敢想敢干、敢作敢为,有非凡的超前意识和判断能力,凡事不辞劳苦、顽强执着,不厌其烦、亲力亲为,甚至感觉竞争是一种鞭策,是一种快乐,唯此不断激励她、引导她去迎接一个个竞争对手、克服一个个艰难险阻,依靠十分的坚守、百倍的勇气。终于绘制出最美的蓝图。

3、冒险中透着自信,倔强中显出智慧,常言道:知己知彼、百战不殆,“我行什么,我就去做什么。舍弃我不行的,干我行的”。这句话挺有深意,所谓扬长避短,但自己什么是行与不行的?却是至关重要。对此史晓燕能够恰如其分、掌控得当,不随意跟风模仿,不轻易决策,依靠敏锐的嗅觉,来及时捕捉商机,领先对手、抢占市场。

4、“做别人没有的,或新颖、别致的”家具,“新古典、后时代”的家居产品,引领潮流,引导消费,这是史晓燕

所天生具备一种驾驭消费群体、主导消费意识的“赌博”,因她紧跟时代潮流、追求新颖时尚、不断创新理念,不懈努力锁定目的“猎物”,这就是为什么来自美国迈阿密一家五星级酒店的经理们逛遍整个广州国际家具博览会,最终只和她签下了几百万美元的订单的缘故。

5、胜不骄、败不馁,“人非圣贤、孰能无过”?办企业因误判、误导致使经营遭受挫折、乃至失败,付点“学费”亦情有可原,关键是要总结失败的经验教训,具备忧患意识;“吃着碗里、看着锅里,同时想着缸里”,体现在不停“折腾”自己、否定自己,尤其对客户提出的意见,无数次不厌其烦的改进,以百倍的诚恳和千倍的耐心等待客户,以她的真诚、执着感动并赢得了客户。

6、找着“感觉”的史晓燕了解了发达国家对“家”的概念,看过了有品位的、精心设计的“家”,她迫不及待地要在一个高起点上开始自己的事业。对于一个有家庭、且有三个孩子的母亲,要想白手起家、独创一份事业谈何容易?要独具慧眼,善于发现正确的商机、善于选择正确的时间点,善于选择正确的地方,善于进行正确的投资,实在是难能可贵!

7、学历、经历都强于史晓燕的丈夫叶先生说:“我们俩的结合是狼狈为奸,她是狼,我是狈。我是修铁路的,她是火车头,她带着企业向前走”。这就是叶明钦先生对妻子的总体评价。有条谚语形容:“一头狮子率领的一群羊,完全可以打败一只羊所率领的一群狮子”。无疑史晓燕就是一头强悍的狮子,她考虑的只是如何进攻(胜出)?不去想如何防御(失败)?这里还需要强调:“二人同心、其利断金”,更何况是史晓燕与叶先生的夫妻档合作呢?

——胡兴根

从女护士到亿万身家的董事长 ——史晓燕打造跳跃人生

从协和医院的白衣天使到大洋彼岸的海外学子，从相夫教子的全职太太到资产过亿的“伊利诺依”老板，从只有几张沙发的一间小店到规模宏大的汽车公园，从女护士到董事长。史晓燕仅用七年时间完成了跳跃人生，终究打造了自己的诺亚方舟。

史晓燕于2000年投资5000万元、中国北方唯一的短道赛车城在当年6月9日启动。亚运村汽车市场分市场同时也在这里悄然开张。就此，一个宏伟的计划——金港汽车公园将在机场高速路边拉开序幕。卖车、买车、飚车、赛车都将在这里如火如荼的进行。三年后，这里又先后建起了大型购物中心、酒店公寓和高尔夫球场。

有谁能相信：这份诺大的产业的背后竟是一个女人！或许是她的个性决定了她的成就，曾经一起在协和医院工作的同事这样评价：她适合开创，到前线打仗。对此，她并不回避自己的个性，她坦言：我这人太好强了，争强好胜，容忍不了别人比我好。即便是在茫茫人海当中，另类的发型、新潮的装扮也能突显出她的“前卫”。你猜不出她的年龄、她的职业和她的一切！为什么

几位来自美国迈阿密一家五星级酒店的经理们逛遍整个广州国际家具博览会，最终只和她签下了几百万美元的订单。不管她的英语说的是否准确地道，但每次家具展她都能满载而归。对这样的情况，她的解释是：并不是我不谦虚，我就在引领潮流，我们产品的风格就是：新古典、后现代。

也许你不相信：她拥有500名员工，对于她出了名的坏脾气，员工们可真是“悲喜交加”。一位员工这样告

诉我们：她凡事太要求完美了，我们如果做不好，她就要骂人，但同时我又真的很佩服她。在她身边工作，能学到很多东西。

她的经历开始被媒体关注，她的成功不同寻常，她曾经是北京协和医院的护士，她是三个可爱孩子的母亲，她的丈夫曾经是中国最早一批从海外归来的学子。今天是她40岁的生日，这位33岁走出家门的全职太太，仅仅用了七年时间，现在已拥有4亿身价，是占地近千亩的金港汽车公园的总策划、总导演，她更是在成功导演着她的“伊利诺依”王国。同很多成功人士一样，她成功的背后也有许许多多的“小插曲”：譬如：“我5岁去体校，游泳、排球，一直玩到了高中毕业，开始说免试，清华、北大，抢的我这得意啊，后来又变了，我属于小聪明型的，差了25分，最后协和医院护校的录取通知书来了。”

毕业后史晓燕被分配到了又脏又累的骨科病房。打针送药、端屎端尿，周而复始，工作的艰辛和压力她倒能应付自如，但是每月70块钱的薪水、六毛钱的夜班的补助却让她忍受不了。当时史晓燕就暗想：我的理想可大了，我的志愿可大了，怎么能在这儿呢？那时的史晓燕，下了夜班，还在拼命学外语。1984年，史晓燕没有和任何人商量，从协和医院停薪留职，应聘到一家外企公司作了前台接待。在1984年，跳槽对于许多人来说是一件不可思议的事，事至今日，她当年的同事回忆说：“她给我的第一印象：精明、能干、聪明，对任何事反应都很快。她跳槽大家一点都不惊讶，她那时就不甘于寂寞，不合作护士。”

在这个外企这样的位置上,令人不解的是:她居然没有学会打字和电脑,但却还是得到了上司的赏识。史晓燕坦言:“到今天我也不会用电脑,我就是愿意和人打交道,我行什么,我就去做什么。舍弃我不行的,干我行的。”

一位叶先生曾经一度是史晓燕的上司,后来成了她的先生。和叶先生的结合改变了史晓燕的人生命运。叶先生提起当年津津乐道的说:“她当时给我的第一印象:精明、能干、果断,没她做不成的事,只要她一露面,总能搞定。”而史也对自己的老公称赞有加:“选老公也跟投资一样,那时候的叶先生够聪明、肯干、能吃苦、勤奋。”

叶先生先后从几家大公司跳槽,最终作了IBM中国区的总裁。可是,自己老公这份年薪几十万美金的职位却丝毫没有给史晓燕带来安全感。那时从加拿大留学归来的叶明钦是外企公司的“宠儿”。1989年,史晓燕的丈夫叶明钦到新加坡工作,她再也不甘心做相夫教子的全职太太,先是做起了导游,后来就开始自作主张,在新加坡买房子、卖房子。她说:“当时没有和先生商量,第一次买房子买到了红灯区,第二次卖了房子,我赚了8万新加坡币,我感觉终于找着北了,我觉得我适合做贸易。”

找着“感觉”的史晓燕了解了发达国家对家的概念,看过了有品位的、精心设计的家,她迫不及待地要在一个高起点上开始自己的事业。于是,在1993年她支付了每年7万美金的学费,到美国芝加哥惠灵顿学习室内设计。史晓燕已经看中了国内方兴未艾的家具业。史晓燕是个急性子,她的第一单家具生意是为一个别墅区200多套房子提供所有家具。为了这单300万美元的生意,她放弃了学业,不计成本的直接从美国进口家具。也就是这单生意,使史晓燕第一年全军覆没。她说:没计算成本,全交了学费了。

但是史晓燕并没有为此一蹶不振,史晓燕利用手中留下的一点原始积累。同叶先生一起在机场高速路建起了一座家具厂,起初只是干些修修改改的活。就是这间占地50余亩、仅仅投资150万元的工厂,最终成为史晓燕起飞的原动力。

一次的失败不但没有让史晓燕的胆子变小,她反而更“不知深浅”。当时,她认为自己不仅能从国外进口家具,又有相当规模的生产能力,便义无反顾地在有家具“鼎级”品牌荟萃美誉的(北京)中粮广场租下了百余平米的卖场。史晓燕在这里连连创下了每月零售100万元的销售额,但是却好景不长,遭遇了第二次“滑铁卢”之役。她说:“商场上就是你死我活。我这人太好强了争强好胜,骨子里不希望别人比我好。在中粮广场其实我已经卖的很好了,但是我还是不能忍受别人比我卖的更好。于是我就开始仿别人家的一张床,他卖13万,我装作顾客量家具,做好后卖1万8,这张床我卖了100多套,一直卖到今天,这张床给我创造了无数的利润。结果其他17家店把我告到了海关、工商,最后我不得不从中粮退出。但是我觉得竞争是一种鞭策,我喜欢商场的挑战。”

不错,史晓燕确实“果敢”,胆是够大的。从中粮广场出来,她并没有再进其他的家具城。她在(朝阳区)光华路花400万租下了一座破旧的工厂,改造成1万平米的卖场,开始打造自己的伊利诺依王国。一个不可小视的1万平米的卖场,史晓燕开始全方位的“国际化”打造她的伊利诺依。她不仅坚持每月出国看世界各国的家具展,同时也从台湾请来了的兼有资深家具设计师和资深管理人头衔的李先生。远见的目光永远都让史晓燕站在前峰,她说:“现在大部分时间在工厂,每月一半时间出国看展览、采购、看东西,周末在一线,了解一下





市场。虽然工厂的规模不断扩大，但是有专业人士管理，工厂才逐渐走上正轨。”

进入2000年以来，看遍世界家具市场“繁华”的史晓燕确立了伊利诺依新的家具风格——新古典、后现代。这说土不土、说洋不洋的式样，不仅许多国人喜欢，就连不少老外也舍近求远，从她这买家具。声名鹊起的伊利诺依也打开了国际市场的大门，同时代理世界十大品牌的家具。史晓燕并没有把这些殊荣放在心上，她又急不可耐的在北京机场高速路边建起了1万平米的家具清仓中心，实际上，伊利诺依并不都是车水马龙，风风火火的史晓燕也曾遭遇过门前冷落鞍马稀的“冰冻期”，她也曾一度一味“崇洋媚外”，崇尚欧式风格。她的员工告诉我们：“她越遇到困难，她越有办法。我们的风格不停得在变，用她自己的话说，就是不停的在折腾。不断地否定自己，改变过去。她对时尚的东西有敏锐的嗅觉，天生的，很奇怪。她能预测要流行什么，很适宜的改变产品结构。我们的风格不停的在变。”

据史晓燕讲，而今每天都有她的竞争对手到店里像她当年那样扮做顾客，量家具、仿家具。史晓燕对待竞争对手从来都是硬碰硬，从小打排球出身的她喜欢力量的对抗。但是，有时候，她的这种强势力量也让员工感到了压力。员工们也委屈的报怨：“她大部分骂人都在工作当中，我们哪做错了她就骂人。如果你确实做错了还狡辩，她就会越骂越厉害。她做事情太要求完美”。对这个问题，史晓燕的解释是这样的：“我经常对员工说不要受我情绪的影响，不要介意今天我是哭着来的，还是笑着来的。企业发展太快，感觉控制不了的

话，我就特别情绪化。现在发疯的机会少了，但是我的嗓子也喊哑了。我觉得他们比较怕我，这一点我不是很成功。作为上层，确实不能让员工感觉什么都不敢说，都说你爱听的，有什么用。”

学历、经历都强于史晓燕的叶先生而今已经辞去了外企的工作，专心致志地帮太太打工。他的心里能平衡吗？叶先生说：“我们俩的结合是狼狈为奸，她是狼，我是狈。我是修铁路的，她是火车头，她带着企业向前走”。

其实，史晓燕也有温柔脆弱的时候。那就是面对她的孩子们，最近听说大孩子成绩有波动，她流泪了。就是在企业最困难的时候，她都没有流过泪。在这一刻，母性的关爱在她身上展现的淋漓尽致。

史晓燕现在是伊利诺伊集团投资集团的董事长，旗下有七、八个子公司，而今的伊利诺伊已经不仅仅包括家具，汽车、酒店甚至服装都将被涵盖进来。当年的全职太太以及和她当年的高薪老公完全换位了。对这种戏剧性的变动，史晓燕和她的先生调侃说：“我喜欢别人叫我史小姐，这样特别职业”。

叶：现在都有人叫我史先生。

史：我怎么不知道，那你完了。

史晓燕信条：

我最大的财富：是我的品牌、公司的人才和团队精神。

对钱的概念：有人说是我真的爱钱。满眼都是钱。

当然企业家就是要赚钱，其实我追求的就是成就感。

生命目标：没有家族遗产的世界女富豪——

PRADE。

子女：女儿继承我的事业，小儿子有我的影子，不会一帆风顺。
(胡兴根摘自微信)

