



本刊稿件除署名外均由秘书处撰编

主办单位:江苏省工商联玩具和婴童用品商会

编辑发送:商会秘书处

主 编:梅 萌 南通钰乐工艺玩具有限公司

副 主 编:(按姓氏笔画排序)

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 45 期
2014/3

卷 首 语

P3 民企将成国内投资主力军

行业动态

P4 苏州进口儿童玩具一成不合格 不容忽视

P5 江苏吴江检验检疫局助力玩具企业提升产品安全水平

P6 2014 年一季度上海玩具出口情况及特点分析

形势分析

P8 面对欧盟新规小型玩具企业开始谨慎接单

P9 广交会走访:出口还是内销 玩具厂商很纠结

商会动态

P11 ICTI“关爱”程序培训班在南京举办

P12 仪征市玩具商会成功进行换届

P13 仪征市玩具商会第三届第一次会员大会选举结果

P14 大丰白驹镇助力玩具产业转型升级

玩具行业研究和探讨

P15 正确认识劳动密集型产业的作用

ICTI 园地

P17 一个走在错误道路上的管理者代表对 ICTI 培训后的感想



在艰难时期，企业要想获得生存下去的机会，唯一的办法就是保持一种始终面向外界的姿态。若想长期生存，仅有的途径就是要使人人竭尽全力，千方百计让下一代产品进入用户家中。

在所有组织中，90%左右的问题是共同的，不同的只有10%。只有这10%需要适应这个组织特定的使命、特定的文化和特定语言。

人生自有其沉浮，每个人都应该学会忍受生活中属于自己的一份悲伤，只有这样，你才能体会到什么叫做成功，什么叫做真正的幸福。

——李嘉诚

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>

P19 参加 ICTI 培训心得

玩具安全性

P20 4 月美国 CPSC 召回中国玩具等产品总数上升 18.2%

P20 加拿大禁止部分儿童产品使用含 TCEP 的聚氨酯泡沫

标准法规

P21 美国 CPSC 颁布婴幼儿软体背带安全标准

P21 印尼玩具新标准即将实施

焦点热议

P22 国务院办公厅关于支持外贸稳定增长的若干意见

P24 工信部今年扶助小微企业专项行动

P25 中小企业决定投资前要考察什么？

行业资讯

P26 玩具出口数据显示市场走势复杂动漫玩具或成欧美明星

P27 出口玩具要求多 企业应对需谨慎

P28 如何才能开拓中国毛绒玩具市场的潜力

P29 中国玩具产业“夹缝”中谋转型盼望“玩得转”

微信教学

P30 微信入门简易教程

微信拔萃

P33 广交会感言之参展是个技术活儿

P35 做人，心大一点

P36 越反中暴动 台商遭殃灾情重

民企将成国内投资主力军

准入门槛高、税费高、融资难等一系列问题,一直是中国民营企业发展的阻碍,不公平的竞争环境也使它们背负着长久的负担。

十八届三中全会后,政策门槛被破除,是否意味着民营企业的春天到来?

2014年,对于民营企业来说,尽管这标志着其已经进入了制度平等的新时代,但是当市场向你敞开大门的时候,你真的有实力进来吗?毫无疑问,未来这对民营企业将是一个重大挑战。

过去民企发展一直是靠政策,由于政策变动频繁,导致发展曲折缓慢,民企怨声载道。

2013年,自改革新政推进以来,市场化倾向十分明显,而依靠市场内生的力量来调节,将会一改从前命运不济的现状,使民营企业的活力大大增强。

据一份权威报告分析,2014-2018民营企业将迎来一轮新的机遇。如果按照十八大提出的“到2020年GDP要比2010年翻一番,城乡居民人均收入亦翻一番”的目标,那就需要我国的GDP平均增长率达到7%-7.5%,固定资产投资至少年增18%,而现在,地方政府负债

数十万亿的巨大缺口由谁来填补?不可能是中央和地方政府。所以,投资主力将会落在民营企业的身上。

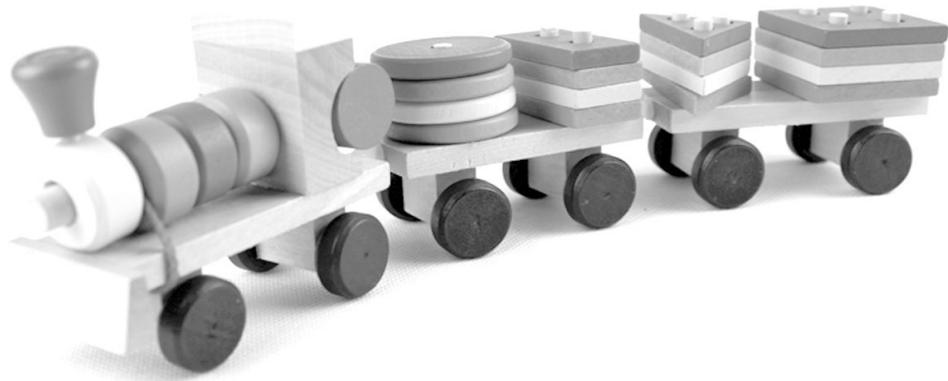
放宽入行门槛,创造公平的投资环境,促进民营经济发展,这些利好本应可以让民营企业大为欢喜。

但是,对于那些垄断行业,谁有实力进得去?况且,如果垄断行业法律法规不改,民营企业即使有机会也进不去,因为政策在相互“打架”。

这还不是最紧要的关口。虽说给你提供了参与竞争的机会,但你得掂量自己有“几斤几两”,而民营企业自身的薄弱正是一个内在“硬伤”。所以,即使市场放宽准入,但民营企业自身也要想办法创新。

正因为如此,在成本越来越高、融资越来越难的压力下,民营企业组成“联合舰队”,即资源整合、并购重组,才有可能挑战这个难关。这其中,以股权为纽带,组成股份公司,联合起来拿一个项目,进行项目合作制,将是一个很好的突破口。

苏州进口儿童玩具一成不合格 不容忽视



在近日出炉的《2013年苏州市产品质量分析报告》中,苏州出入境检验检疫局对进口产品质量状况进行了分析解读。对儿童玩具等产品可能存在的安全风险专门进行提醒。

关注:儿童玩具

进口货一成不合格,零件拉力不过关、无3C认证是主因

去年,苏州共检验出口玩具3273批、货值9695万美元,因检验检疫部门严格按照输入国技术法规对出口玩具实施合格评定,加强了玩具安全、卫生、环保等项目的检测,全年从苏州出口的玩具未遭到国外通报召回。

在全年检验的30批进口玩具中,有3批被检出有问题,不合格率为10%。玩具零件拉力不过关、进口电动玩具无3C认证等是主要问题。报告提出,进口玩具质量监管不容忽视,检验检疫部门应加快构建玩具技术性贸易措施体系,加强对进口玩具有毒有害物质的限制覆盖面。

据了解,2013年,在美国、欧盟等国家对外通报召回中,玩具类占到四成左右,主要问题涉及化学安全性、机械安全性不合格等。

关注:邮件违禁物

入境邮包快件同比增长近七成,水生动物等57种违禁物被截

苏州国际邮件口岸承担了苏州、无锡、常州、南通、泰州国际邮件的交换工作。近年来,随着电子商务的发展,出入境邮件呈现爆发式

增长的态势。

记者了解到,去年,苏州共检验检疫入境邮包快件65万件,同比增长69.5%。从中截获肉制品、水生动物产品、未经检疫审批的植物种苗、未备案的废旧电动工具等违禁物57种、1801个批次,同比增长30.3%;截获各类检疫性疫情及一般疫情71种241种次,其中包括从美国进境的邮包中截获多种菌种,国家质检总局为此发布了动植物疫情警示通报。

关注:危险化学品

包装和危险公示信息不合格,条例实施2年多仍有企业不重视

随着2011年《危险化学品安全管理条例》的正式实施,危化品逐步被纳入法检范围。2013年,苏州共检验进出口危险化学品3147批,不合格的有191批。其中,进口危化品有1886批,检出不合格185批。不合格的主要原因有包装不合格、危险公示信息不合格等,特别是包装不合格的产品容易在运输过程中造成危化品泄露,引发事故。

《条例》虽然已实施2年多,但实际检验中仍然发现个别生产企业及进出口代理商不重视,在危化品进出口过程中包装使用、危险公示标签等方面经常不符合要求。

报告中提出建议,危化品的进出口涉及检验检疫、工商、安监、环保、海关、海事、交通运输等多个部门,联动监管势在必行。

江苏吴江检验检疫局 助力玩具企业提升产品安全水平

“设计是产品质量安全的基石。”这是江苏吴江检验检疫局对辖区玩具出口企业一直灌输的理念。

通过加强对设计环节的监控管理，源头把关产品安全质量，从而提升产品的设计能力，提高产品附加值，扩大出口份额。今年一季度，吴江玩具产品共出口145批、货值206.6万美元，同比分别增长13.2%和16.7%。吴江玩具出口企业紧紧抓牢“设计”这根弦，提高产品竞争力，在激烈的市场竞争中走出了一条转型升级新路。

质量是设计出来的

“重客户要求，轻设计审查”是多年来玩具出口企业一直面临的问题。“以往我们的产品都是根据客户来样进行复样生产，对玩具的相关安全及环保要求并不了解，有些隐患问题通常要等到成品测试或消费者反馈时才发现。同时，客户在玩具设计中关注更多的往往是产品的外观、结构、功能性和可玩性，容易忽视产品的安全性。”苏州宝德隆实业有限公司是位于吴江的一家玩具出口企业，产品主要出口欧美地区。该公司副总经理沈岚告诉笔者，今年初，他们接到了一个美国客户的订单，产品为一只毛绒奶牛，但是在奶牛的颈部位置挂着一只小铃铛，当他们把设计样给吴江检验检疫局进行设计审查时，检验人员告知他们按照美国标准改铃铛属于小零件，存在被婴儿吞噬的风险，建议企业向客户提出修改或取消这个设计。

“当我们把这个情况告诉客户时，开始他们并不接受，认为这样会影响产品的功能和美观。后来，我们从产品使用的安全角度进行劝导，并告知了产品涉及的相关法律法规后，客户才同意修改，并对我们的专业精

神大加赞赏，决定更改产品的设计并在后续增加订单。”沈岚说。

今年以来，吴江检验检疫局在检验过程中一直给玩具出口企业灌输“设计是产品质量安全的基石”的理念，加强对玩具产品设计环节的监控管理，从源头上对安全质量进行把关，使得产品质量得到了保证。同时，此举也进一步加大了客户对玩具出口企业设计和制造能力的信任度，帮助企业赢得了更多订单。

安全是管理出来的

“人人都知道质量安全对于企业发展的重要性，许多人认为产品质量是靠检验出来的，但事实上，产品的设计追溯安全品质的基石保证。”这是吴江局轻纺科科长贺兰荣一直挂在嘴边的话，安全的设计是好质量的源头，如果设计产品时没有注意到安全环保，就算企业制造或检验能力再强，也无法生产出安全合格的产品。

正是遵循这一理念，吴江检验检疫局要求玩具企业从三个方面对产品进行风险评估：加强产品安全的管理





与控制。首先考虑玩具设计中的安全性,注意玩具使用材料的无毒性和适用性;其次是玩具外形结构要无尖锐形态;第三是玩具结构必须合理,没有易脱落的小部件、过长的绳索等。此外,该局还要求企业充分考虑玩

具产品的规划性、功能性、系列化等一系列问题。

对产品设计环节的重视不仅强化了设计人员的自主开发能力,同时也为企业的转型升级夯实了基础。沈岚最熟悉这方面的转变,“以前我们根据客户来样打样,客户不会根据企业的实际能力特点来开发产品。企业的人员、设备、原料、工艺就需要不断根据客户的要求调整,因此就存在原料采购时间紧、人员操作熟练度差、设备配置不合适、工艺成熟度低等问题,不仅给产品带来了安全隐患,还给企业质量管理带来了不少麻烦。”

随着企业自主设计能力和管理能力不断加强,他们可以针对自身特点开发玩具产品,然后再由客户对企业的开发样进行确认,这样既很好地解决了“麻烦”,同时也提升了产品附加值,进一步扩大了企业的利润。

2014 年一季度 上海玩具出口情况及特点分析

据上海海关统计,今年一季度,上海海关关区出口玩具 20.3 亿元人民币,同比由去年同期(下同)的下降 0.9% 逆转为增长 8.7%。

一、今年一季度上海海关关区玩具出口的主要特点

(一)3 月份出口值同比由降转增。今年 3 月份,上海海关关区出口玩具 6.3 亿元,同比由上月的下降 21.9% 逆转为增长 17.3%,环比增长 56.9%。

(二)一般贸易出口主导地位增强。今年一季度,上海海关关区以一般贸易方式出口玩具 17.5 亿元,增长 14.5%,占同期关区玩具出口总值的 86.2%,比重提高 4.4 个百分点。同期,以加工贸易方式出口玩具 2.3 亿元,下降 17.6%。



(三)6成以上出口至欧美市场。今年一季度,上海海关关区对对美国出口玩具7.3亿元,下降1.7%;对欧盟出口6.3亿元,增长22.3%;上述2者合计占同期关区玩具出口总值的64.2%。同期,对俄罗斯和日本分别出口1.4亿元和1亿元,分别增长6.6%和8.7%。

(四)民营企业 and 外商投资企业出口均保持增长。今年一季度,民营企业经上海海关关区出口玩具9.3亿元,增长11.6%,占同期关区玩具出口总值的45.6%;外商投资企业出口7.6亿元,增长12.1%,占37.3%。此外,国有企业出口3.5亿元,下降4.2%。

(五)动物玩具为第1大出口玩具类别。今年一季度,上海海关关区出口第1大玩具类别动物玩具8249.9万个,微增0.2%,平均价格为每个11.8元,上涨4.1%;出口带轮玩具1.9万吨,增加14.9%;出口智力玩具1080.4万套,增加5.9%,平均价格为每套11.3元,上涨9.3%。以上3种产品合计出口15.5亿美元,占同期关区玩具出口总值的76.3%。

二、今年一季度上海海关关区玩具出口值同比由降转增的主要原因

欧洲经济逐步复苏,需求回暖带动玩具出口增长。2014年以来,欧洲经济持续复苏,消费者信心有所恢复。数据显示,3月份,欧元区制造业采购经理人指数PMI终值为53,经济指数升至102.4,高于预期;消费者信心指数也由2月份的-12.7上升至-9.3。主要出口市场消费信心提振带动关区玩具出口增长。一季度,关区对欧盟出口玩具大幅增长22.3%,对同期关区玩具出口增长的贡献率达70.3%。

三、值得关注的问题及相关建议

(一)多国出台技术性贸易保护措施,我国玩具出口面临更大考验。近年来,主要出口市场针对玩具的技术性贸易措施不断出台。除影响较大的美国《消费者安全改进法案》HR4040、欧盟新《玩具安全指令》外,目前其他国家和地区也纷纷效仿欧美国家制定相类似的玩具安全技术法规要求。根据印尼工业部2013年第24号条例,印尼政府将于2014年4月30日起对儿童玩具实施印尼国家标准(SNI),产品标准须符合SNI,否则将强制从市场收回或禁止进口。另外,巴西近日对3类儿



童产品采取了新的进口管制措施,产品需符合新技术要求方可进口。作为全球最大的玩具生产和出口国,多国玩具安全新的技术法规相继出台和实施,我国玩具出口企业面临的压力和挑战与日俱增。

(二)产品频遭欧美通报召回,玩具出口质量安全亟待加强。欧美作为我国玩具的主要出口市场,近年来针对玩具的安全性要求不断提高。2014年一季度,欧盟非食品类快速预警系统(RAPEX)对中国大陆产品通报336项,占同期通报总数的63.8%。其中玩具类产品被通报的频率最高,共计134项,占比39.9%。2014年3月25日,美国消费者安全委员会、沃尔玛公司联合宣布对中国产玩具娃娃实施自愿性召回;4月3日,加拿大卫生部和OrkidToys公司联合宣布对中国产毛绒娃娃实施自愿性召回。产品屡遭欧美等国通报及召回,使我玩具产业形象大打折扣,对下一轮出口形成负面影响。

(三)低端产品为主要出口品种,玩具出口结构亟待优化升级。目前,国内玩具企业出口主要集中在低端产品,生产技术要求较低,较容易被新兴国家所取代,利润空间也较小;而在较为高端领域,例如全套模型组件,国内玩具企业则较少涉足。以上海关区为例,今年一季度,仅动物玩具及带轮玩具2类低端玩具出口值合计就占同期关区玩具出口总值的70.2%,而平均价格较高的全套模型组件出口金额仅占0.3%。

面对欧盟新规 小型玩具企业开始谨慎接单

为了降低生产成本,越来越多的玩具生产企业将低端产品生产线向东南亚转移。但以代工生产为主的小型玩具企业意识到,这种代工生产并非长久之计,注重研发设计,走品牌创新路才能保证持续发展。

质量不过关,监测成本高,利润出现下滑,我国小型玩具企业出口欧盟市场难度加大。面对欧盟新规,许多小型玩具出口企业开始谨慎接单。

接单变得很谨慎

从去年开始,欧盟抬高了玩具产品准入门槛,近期,欧盟委员会公布了一份“技术资料指导性文件”,这让我国小型玩具出口企业的产品进入欧盟市场变得更为严格。

“我们是一家小型玩具出口企业,去年7月20日,被称为“史上最严”玩具安全法规《欧盟玩具安全新指令》开始实施后,玩具产品出口质量标准变得更高,进入欧盟市场更难。今年的订单较往年有所减少,出口利润就更少了。”东莞一家小型玩具出口企业的负责人表示。

“欧美的订单我们是接不起啊!”杭州一家玩具出口企业的负责人说到:“由于欧盟抬高了玩具准入门槛,出口到欧盟市场的玩具产品都要通过质量安全监测,这种高额的监测费用减少了企业的出口利润。再加上近期人工成本、房租、水电价格不断上涨,企业的生产成本被不断抬高,接受欧美订单变得很谨慎。”

“受到国际经济环境的影响,欧美玩具市场需求不断萎缩,这使得欧美的采购商订单数量减少,直接影响了玩具出口企业的利润。”汕头市合兴塑胶玩具实业有限公司的负责人表示。“我们企业与大型玩具出口企业没办法相比,我们生产的产品利润是很低的,订单量也比较少。受到国际经济环境的影响,许多欧美采购商不

愿抬高价格购买产品,有的采购商将价格压得非常低,而且出口到欧盟市场的产品还要送到专门的监测机构进行质量监测,有些订单做了也没有利润可赚。”山东一家小型玩具出口企业的负责人王先生表示。

产品质量不过关

玩具企业出口订单减少,不仅仅是由于欧美市场需求的减少,更重要的是我国部分玩具出口产品质量不过关,难以达到欧盟玩具质量监测标准。

据中国玩具协会的调查显示,近年来玩具企业的生产成本普遍增加25%左右,但因需求不旺和竞争激烈,产品价格无法同步上升。记者了解到,许多小型玩具出口企业也想提高玩具产品的价格,但是这些企业做的都是低端产品,所用的材料不是环保材料,而且也没有创新设计,不断上涨的生产成本与检测费用让这些小型玩具出口企业没有办法生产高端产品,出口利润不断减少。

据WTO检验检疫总局消息,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。

一位不愿透露姓名的玩具贸易商表示,目前,我国一些小型玩具出口企业受到生产技术条件的限制,生产出来的产品不能达到欧盟对于玩具产品进口的要求,对于欧美订单,这些企业只能望而却步。

对于小型玩具出口企业面对的问题,业内人士指出,小型玩具出口企业应该提高生产技术,加快转型升级的步伐,提高研发新产品的能力,创立自主品牌。此外,开拓新兴市场将会成为小型玩具企业新的利润增长点。



“单独二胎”政策放开了,国内玩具产业正迎来一个新的发展机遇。对于深受人工成本上涨、人民币汇率波动等影响的出口型玩具企业,是坚守出口市场还是趁机转战国内市场?趁着第115届广交会二期开幕之际,昨日新快报记者走访了多家玩具参展企业。不少玩具厂商都看好国内市场的前景,部分公司已经开始试水内销业务,但也有不少还顾虑重重,处在观望中。

汇率波动阻碍出口报价

玩具是劳动密集型产业,近年来一直处在原材料、人工成本持续上涨、人民币长期处于上升通道三座大山的重压下。但今年2月份以来,人民币出现的一波贬值行情,让出口型企业身上的压力稍有缓解。

来自中国外汇交易中心的最新数据显示,4月22日人民币对美元汇率中间价报6.1610。这意味着,和今年中间价最低的1月14日(1美元对人民币6.0930元)比,广州玩具出口商接到100万美元的订单,兑成人民币可以多赚68000元。

“人民币贬值对提升企业利润确实有帮助,但却引来采购商要求降价的新问题。”义乌市超其特玩具工艺品有限公司副总经理洪成芳表示,采购商提出降价的理由是,在人民币升值之时卖家提价了,现在人民币贬值了,卖家降低价格是应该的。“这让很多出口企业感到很无奈,以往人民币升值这么多,很多汇率风险都是由出口商自行承担的,如今人民币稍微贬值了,他们就迫不及待地提出要降价,实在难做。”

如果说人民币贬值未能给出口商带来实际收益,那南美市场的汇率波动则更让玩具出口商难熬。马迅所在的菏泽威乐皮毛玩具有限公司近年来积极开拓新兴市场,如今南美市场收入已经占公司营收的60%以上。但他却为近期南美经济出现波动很多地方汇率贬值厉害而烦恼,“以哥伦比亚为例,前段时间该国货币贬值13%,无疑让该国采购商的采购力损失13%”。

广交会走访： 出口还是内销 玩具厂商很纠结

二胎政策吸引全球目光

从记者巡馆情况来看,随着国内放开“单独二胎”政策,不少在产品研发和设计上有优势的外贸型企业开始将目光投向国内市场。据洪成芳介绍,超其特玩具从去年8月起已经开始通过网购渠道建立内销渠道,未来将视发展情况决定是否加码内销。

调查机构尼尔森(Nielsen)的统计显示,以市场销售金额计算,目前中国是仅次于美国和日本的第二大玩具消费国。但以人均消费金额计算,中国只有美国的十分之一,日本的二十分之一。

广东省玩具协会会长崔辛湘此前接受新快报记者采访时表示,我国正在推行的“单独二胎”以及城镇化政策,将对我国玩具行业产生促进作用。据悉,本月初举行的第26届广州国际玩具及模型展吸引法兰克福展览公司加盟,联手广东省玩具协会合作举办。国际展览公司的介入意味着外国企业反过来开始关注中国的玩具市场。广东省玩具协会预测,明年外国玩具商可能会大量涌入中国。

出口企业转内销不容易

尽管都在观望内销前景,但记者发现大胆转型的企业不多。马迅坦言,国外采购商很注重信用,如果出口企业贸然转型内销,采购商可能会惯性思维地认为这家企业信用不好,这样就很难开拓新客户。

此外,出口产品和内销产品从定位到价格都有很大差别。广东飞轮科技实业有限公司企划部经理谢树峰指着他身前正在为采购商演示的一架玩具遥控直升飞机表示,“以这家直升飞机为例,它的定位是接近航模水平的玩具遥控飞机,是我们公司今年主推欧美市场的产品,由于做工和设计都是领先水平,这架飞机的出厂价就高达300多元人民币,而国内普通玩具遥控直升飞机的价格也就100元-200元,大部分国内消费者会更愿意选择便宜的玩具。”

据了解,飞轮科技目前出口和内销比例各占一半。谢树峰表示,飞轮科技内外兼顾的秘诀在于懂得区分市场。“像欧美这些经济发达国家,我们会主推高科技附加值的遥控系列产品,而在国内则可能主推普通电动玩具,这样两个市场的消费者都能以自己接受的价

格买到心仪的玩具。”

欧美采购商回流

尽管南美、东欧、亚洲等是近年来我国出口企业重点开拓的新兴市场,但从质量而言,欧美采购商仍是出口企业做翘首以盼的客人。回顾近几届广交会,“美国市场复苏、欧洲市场平稳”的声音屡有听到,但一直只闻雷声震天响,记者巡馆时很难发现黄头发白皮肤的欧美采购商。不过,昨日早晨记者刚进入地铁昌岗站时便发现有两位很像欧美采购商的在购票进站,而进入展馆后,欧美采购商也是明显增多。

“今年确实有很多欧美采购商回来了,但不代表外贸形势马上好转。”健威家具装饰有限公司外贸负责人余翔认为,前两年受经济危机影响,不少欧美采购商都没有参加广交会,随着全球经济有所复苏,加上他们也想看看中国供应商新什么变化,所以促使欧美采购商回流。

在随后记者采访过程中,认同余翔说法的参展商不在少数,参展商们普遍认为,今年欧美市场仍然维持平稳,欧美采购商回流所带来的市场增长也许要在今后一两年内体现。





ICTI“关爱”程序培训班在南京举办

2014年第一场 ICTI“关爱”程序工厂管理体系课程培训班在南京社会主义学院成功举行。4月10-11日,来自江苏、上海、山东、浙江、安徽等地50名 ICTI 工厂管理体系负责人参加了课程培训。

最近,国际玩具工业理事会 (ICTI) 发布了最新政策。为了让企业更深入、透明地了解 ICTI“关爱”程序最新政策,我商会与 ICTI“关爱”基金亚洲公司共同商定举办“关爱”程序最新政策培训班,让出口玩具企业全面系统的掌握 ICTI 体系的最新要求,帮助工厂进行更加有效地体系管理。

省商会秘书长王根生开班致辞中说,本次培训班搭建的信息交流平台,将进一步加深玩具企业与 ICTI“关爱”基金会之间的了解、理解和友谊,通过培训,玩具企业采取合法、安全和健康的运营方式,必将促进玩具制造业完善工厂内部体系的管理工作进一步的提升。

王根生向参加 ICTI“关爱”程序培训的负责人介绍

了本次培训班的课程安排。着重强调本次培训将收集玩具企业的疑问、投诉、与审核员的分歧等等,将汇总后的各玩具企业的疑问、证据、资料等企业意见反馈给 ICTI,江苏省玩具商会将会以一个沟通平台的形式协调解决问题。

ICTI“关爱”基金会亚洲营运总经理叶宝华先生亲率 ICTI“关爱”基金技术团队五名专家为培训班学员进行了授课、辅导。

据了解,ICTI“关爱”程序审核规章手册在申请程序、工时工资、劳动用工以及环境健康安全等方面做了全面的更新。还将根据形势的需要,进行必要的修正,为了让工厂 ICTI 体系负责人及相关操作人员更加全面系统的学习最新要求,江苏省玩具和婴童用品商会联合 ICTI“关爱”基金共同商定了 2014 年全年的培训计划。2014 年第二场 ICTI“关爱”程序工厂体系管理课程培训将于 9 月 16-18 日在南京举办。



仪征市玩具商会成功进行换届

4月8日,仪征市玩具商会举行第三届第一次会员大会,来自仪征市玩具企业的50多名会员代表出席仪征市第三届玩具商会的换届选举工作。经过选举,扬州飞鸽工艺品玩具有限公司总经理王金昌当选为新一届仪征市玩具商会会长。仪征市工商联党组书记王江河、江苏省玩具商会秘书长王根生等应邀出席会议。

仪征市玩具商会会长王金昌受商会第二届理事会委托,向大会作工作报告。王会长在报告中说,仪征市玩具商会自2009年5月换届以来,至今已5年届满。五年来,在市工商联的领导和指导下,在市政府相关部门的关心支持下,按照商会章程,紧紧围绕商会的宗旨开展工作,较好地完成了各项任务。

王会长说,五年来,玩具行业同其他行业一样,遭受到国际金融危机的重创,尤其是原材料、人工成本的持续攀升,欧美不断提高出口玩具安全标准和环保要求,企业的生存环境非常艰难。全市玩具行业团结和谐、艰苦奋斗、坚守产业、攻克时艰,展现了全市玩具人在逆境中顽强拼搏、搏击风浪的精神风貌。商会以维权、服务为中心,坚持“服务商会、活动兴会、创收办会”

的原则,在维护会员权益,反映企业诉求,组织集团采购,宣传政策法规,传递行业信息等方面做了一定的工作,得到了市工商联和会员单位的认可。2013年被扬州市工商联、扬州市总商会评为先进商会。

王会长在报告中回顾了商会五年来所做的工作和财务收支情况,指出了商会工作的不足之处,并表示将深入企业调查研究,努力发挥商会优势,积极开展多种形式的活动,增强商会的凝聚力,更好地为会员企业做好服务。

省商会秘书长王根生在致辞中说,商会组织要为企业发展多做实事,要成为连接企业与政府间桥梁、纽带,实现双赢;要创新商会发展模式,打造玩具企业形象,助力企业发展,学会跨界、学会相互渗透和相互交流,进一步提高商会的影响力和话语权,要研究形势,研究市场,整合力量,要通过仪征商会把企业家联系起来,把企业家的事业联系起来,促进非公经济发展,放大社会正能量。

仪征市工商联党组书记王江河在会上对仪征市玩具商会选举出的新一届领导班子表示了祝贺。

仪征市玩具商会 第三届第一次会员大会选举结果

会 长:王金昌

常务副会长:姚宽林、丁仁海、时在林、刘 群、张兆山

副 会 长:孙绳甫、李明朝、张富芳、陈定方、陈宏山、

李贵华、巫安林、徐义亮、王正明、范仁林、

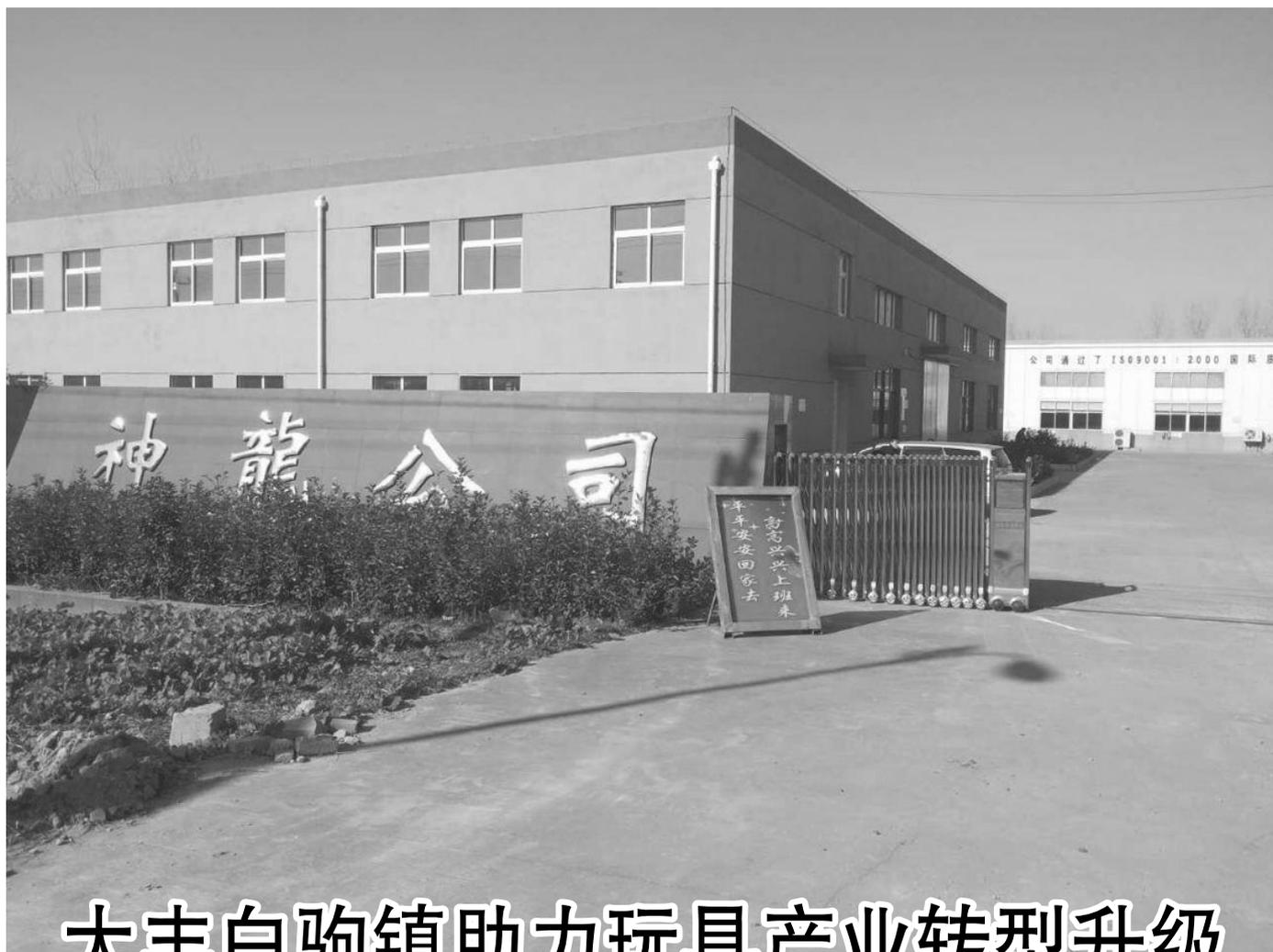
徐 军、龚文昌

秘 书 长:詹德智

副 秘 书 长:巫安林(兼)

免费刊登供求信息

凡我会会员单位、企业需刊登原材料、玩具辅料、配件及专用设备供求转让信息,请发往商会秘书处,《江苏玩具》将给予免费刊登。如需在《江苏玩具》封二、封三、封四上做广告,仅收取一定的成本费用。
(商会秘书处)



大丰白驹镇助力玩具产业转型升级

近日，大丰市白驹镇政府组织多部门深入玩具企业开展“转型升级促发展”活动，帮助镇所辖玩具企业牵线搭桥，提供技术和资金支持，全力推进玩具企业转型升级。

据了解，大丰市白驹镇有 60 多家玩具企业，一万二千多名从业人员，产品畅销 20 多个国家和地区，年销售额 10 亿多元，是盐城市规模较大的特色产业集群。白驹镇政府针对辖区玩具产业科技含量低、产品单一老化、企业管理滞后、市场份额逐年减少的实际情况，积极鼓励引导玩具企业采用先进生产技术，改造落后工艺，推进现代化管理，全面促进企业创新发展，并把发展动漫玩具、电动玩具、益智玩具、语言玩具作为主

攻目标，分别与南京师范大学、扬州职业大学等院校联姻成立产学研基地，培养玩具设计技术人员。镇政府充分发挥玩具行业商会的作用，在商会会长卞九龙的带领下，做好行业规划、设计研发、宣传推广、产品管理创新等工作。

据悉，盐城检验检疫部门积极帮助企业规范内部运行机制，建立健全质量安全体系，加大质检人员的培训力度，对生产流程和产品质量进行全方位监管和抽检，确保产品的质量安全，加快了传统玩具产业转型升级的步伐。目前，白驹镇生产的玩具产品受到客户的一致好评。

正确认识劳动密集型产业的作用

江苏省玩具和婴童用品商会常务副会长 徐雨祥

参加工作近三十年，一直就职于一家从事出口贸易的企业，前十五年从事财务管理，2001年领导一个子公司，主要业务是毛绒玩具、工艺鞋、服装、家纺等劳动密集型产品出口。十几年来，公司出口额有了数倍增长，但经营过程也是几经周折，倍感艰辛。见证了中国大陆劳动密集型产业的发端和兴盛，本人试图从宏观经济及产品特性等角度谈谈宏观经济对劳动密集型产品出口的影响。

一、劳动密集型产业转移规律研究

劳动密集型产品出口在中国改革开放进程中具有不可磨灭的贡献。2002年我前往美国新泽西州参观一家室内鞋工厂，该厂成立于1896年，创办者是一个犹太人，工厂所处的城市叫哈肯萨克，这个镇距纽约市约20公里，2001年911事件时，站在工厂二楼楼顶，就可以看到世贸大楼遭撞击后燃烧而产生的烟雾。这个小镇原来是一个服装、鞋、玩具等劳动密集产品的产业聚集地，到上世纪五、六十年代，许多工厂开始关闭，我所参观的这家工厂已是该镇劳动密集型产品工厂的最后坚守者了（注：2004年该厂也关闭了）。探究上世纪五、六十年代的美国本土劳动密集型产品工厂关闭的原因，不是因为美国人不需要穿衣、穿鞋、为儿童购买玩具，而是产业转移条件成熟，由于日本、韩国等劳动力价格低廉，美国人发现向日韩采购比在本土生产来的便宜，于是，许多原来从事生产销售的工厂主转而变成了贸易商，从事进口贸易，他们同样能获得利润。目前，我所认识的轻纺产品进口商多以犹太人为主，其祖上多为开工厂出身。

日本韩国能承接劳动密集型产品转移的条件是二战结束以后，人口大量出生，经济发展水平较低，到六、七十年代，大量农业人口需要向工业转移，价格低廉的劳动力成为该产业转移的最有利条件。经过近二十年的发展，日、韩、中国台湾及香港的劳动力价格逐步提高，此时恰逢中国大陆改革开放，大陆大力吸引外资，鼓励出口，加上六十年代人口生育高峰带来的富裕的廉价劳动力，使中国大陆成为承接产业转移的不二选择。

由于广东最先改革开放，广东人富有创新精神，又与香港相邻，与台湾相近，广东成为劳动密集型产品生产聚集地。随着改革开放的深入，劳动密集型产品生产 and 出口逐步向其他沿海地区扩散，近十年，由于劳动力价格逐步提升，劳动力数量供应逐步均衡，交通条件的改善，广东的工厂向湖南、湖北、江西等中部地区转移的迹象也越发明显。

江浙一带劳动密集型产品出口发端于上世纪八十年后期，到2005年基本上达到高峰，其时，劳动力供应充裕，成本也不是太高，企业也能赚钱，世界需求旺盛，可谓是欣欣向荣，然而，好景不长，随着2008年美国次贷危机的爆发，国内通货膨胀的到来，劳动密集型生产企业也是风雨欲来风满楼。

从日、韩、台等同类产品的兴衰，似乎可以得出这样一个结论，即：劳动密集型产业的生长周期约为20年，20年以后，将从顶点开始衰落，即使没有次贷危机也会如此！究其原因，劳动密集型产业技术含量低，进入门槛低，主要依赖于廉价劳动力，一个地区经过约二十年稳定发展后，生活水平提高，人均GDP都能从1000美

元左右达到 4000 美元左右,在这个点上,该产业的下坡路就成为了一种必然。

二、劳动密集型产业对中国经济发展的贡献

劳动密集型产业在中国大陆的存在和发展是历史的选择,也是一个历史的必然。这是因为,中国人口众多(八十年代初即达到十亿),生产力水平低,国门刚刚打开,劳动密集型产品的招商引资,生产和出口成为最佳的或者说最便捷的切入点,这个产业对国民经济的贡献表现在如下几个方面:

1、吸引了大量农业转移人口,所谓劳动密集型产品就是用人多,我们曾经测算,以长毛绒玩具为例,人工成本在产品总成本中占比近 50%。

2、许多原乡镇企业和私人企业通过生产劳动密集型产品而完成了原始积累。九十年代初,我公司一家供应商,通过五年左右的发展,就积累了三千万净资产。

3、发展了完整的供应链,九十年代,许多劳动密集型产品的原材料都依赖于进口。时至今日,在中国华南华东一带,轻纺产品的原、辅料产业链已相当成熟,几乎完全无需进口,甚至大量向东南亚国家出口。

4、对国家财政贡献巨大。

劳动密集型生产企业的税赋是较重的,增值税改革以后,由于工资占成本比重较大,故劳动密集型生产

企业所交增值税税额是很大的,假设一个企业产值 5000 万,工资占成本 40%,管理费按 8% 计算,则该企业仅增值税一项就须上交 408 万人民币,再加上企业所得税、各项附加税等地方税费,其税赋应在 600 万左右。

十年前,许多政府官员和学者都呼吁中国劳动密集型产业需要转型升级,其理由是,产品出口附加值低,不上档次,用工越来越紧张,一个著名的论断是中国出口一亿双鞋才能换回一架空客,在广东也提出了腾笼换鸟的口号。

三、大陆现有劳动密集型产业的政策取向及转型思考

我们认为,产业的转型升级是一个漫长的过程,是渐变而不是裂变,同时也是市场的自主选择,这是因为:

1、从劳动力方面看,九十年代进入该行业的工人目前平均年龄约为 40 岁,其中以女性居多,这批人让其转行,难度较大,原因是劳动技能和学习能力以及年龄等因素,然而他们的劳动力寿命仍然有十年以上。

2、中国大陆目前与该产业相关的服务业从业人员数量巨大,如从事出口贸易、设计、物流等,如果立即停止劳动密集型产品生产出口,与之相关的服务业必受打击。

3、目前仍有大量资本沉淀在该行业,没有劳动密集型产品生产、出口,这部分资本如何退出,又如何为社会发挥效用?

4、劳动密集型产业所贡献的财政收入有没有新兴产业替代?

所以,我们认为国家应适当保护劳动密集型产业的生存和发展,加强引导,而不是打压。应该让市场之手发挥作用,不能发生笼子空出来了,新鸟还不知在何方!要从实际出发,制定产业政策,允许不同层次的产业并存,逐渐向新兴产业过渡。

当然,对劳动密集型企业来说,刘易斯拐点已经来临,一方面产业向西部或东南亚甚至非洲转移已成必然,另一方面,加强技术和管理创新,创立自主品牌已成为十年以后现在的劳动密集型企业能否生存的关键所在。



一个走在错误道路上的管理者 代表对 ICTI 培训后的感想



ICTI,一个熟悉而陌生的名词,3年来我一直围绕它尝尽了酸甜苦辣,整个过程无疑是刻骨铭心的。对于了解 ICTI 并经常面对审核的人来说,应该可以理解我这种复杂的心情。

首次接到客户通知,要求工厂必须通过 ICTI 的审核是在 2012 年,当时我们对 ICTI 的了解几乎为零,通过网络查询到的资料相当有限,只是一些审核清单的大纲,对于一家没有经历过严格规范和系统化管理的小工厂来说,这无疑是一件非常棘手的事情,我们茫然不知所措。很快,我们惊喜的发现专门有专门为验厂提供专业咨询的公司和个人,在他们的指导下有很高的概率可以通过审核,这让我们很庆幸并坚定的认为咨询服

务就是工厂通过审核的唯一办法。我想很多工厂首次审核都经历过这样的阶段,大家应该都有相同的感受。

顺利的通过了首次审核,还没来得及高兴就很快发现种种问题接踵而至,用 Alex 老师的话说“一个谎言需要无数的谎言去掩盖”。每一次在审核将至时都有一种莫名的恐惧感和紧张感,原因很简单,展现工厂的实际情况将不能满足 ICTI 的所有要求,但工厂必须要拿到 ICTI 的证书才能维持工厂的运作和生存,我们无奈的选择继续掩盖事实,持续性的纠结在每一次的审核。俗话说“常在河边走,哪有不湿鞋”,现代语“不做死就不会死”,在专家团队面前我们很快被打入观察期。

一直以来我们都在寻求解决的办法,更希望能够得到一次全面、系统性的培训,能够对 ICTI 进行全面的了解,苦于没有机会。事实上 ICTI 每年都有培训,只是我们没有找到正确的途径。当接到江苏省玩具商会举办 ICTI 程序培训的通知时,我欣喜若狂,终于有机会可以和专家团队有一次近距离的接触。

期盼已久的培训在 14 年 4 月开展,整个过程给我留下了深刻的印象。我想我只能用受益匪浅这四个字来形容。培训让我的个人素质、能力又一次得到了提升。老师们的博文广识、生动讲解、精彩案例无不在我的脑海里留下了深刻的印象,我只恨自己才疏学浅,不能够将所有的感触都通过文字显然于纸上。但是我还是尽力绞尽脑汁,以祈求能将培训完后心中所想所获能表达出来。通过这次培训,有以下几点特别心得:



一、ICTI 的必要性。

ICTI 的目标是创造一个广泛被工厂采用的、被全球零售商和消费者认可的、有效的、一致的工厂道德标准和审核程序。这对于整个玩具行业起到了一个整合、规划的作用,能够为儿童提供安全健康的产品。设身处地的想一想,我们每个人都会接触玩具,玩具的安全性是至关重要的,关乎每个人的切身权益。一味的追求利益而忽略了健康是得不偿失的。虽然国家有法律上的规定,但是实际的操作与监管并没有达到最初期望的效果。一家规范的企业在追求利益的同时也应该对社会承担应有的责任。ICTI 对此给予严格的审核与监控对玩具行业健康发展起到关键作用。

二、ICTI 涉及到的范围很广,包括国家法律法规、人权、员工福利待遇,环境、职业健康、安全管理等多方面的内容。根据目前大多数企业的实际情况,把每项都做到位是非常不容易的。这也是很多小企业面临的重大难题。这就要求我们必须掌握更多的知识,学习更合理有效的管理方法。其实这些方面正是我们每天都面对的,只是工厂普遍关注的重心是生产效率,成本控制及利润的最大化,这本无可厚非,只是当我们追求这些的同时忽略了甚至违反了其它方面的要求。有难度并不代表无法做到,一个企业的发展终将面临这些因素,与其痛苦的应付审核,不如解决企业问题更直接有效。

三、取得 ICTI 的证书并不意味着一家工厂已经达到了一个新的层面,应该遵守 ICTI 政策要求为企业持续发展建立了良好平台。提供满足员工需求的工作环境及福利待遇,吸引更优秀的人员入职,从而降低人员流失率,生产效率和产品质量也将提高,对企业发展是一个良性循环。

四. 如何成为一家能够符合 ICTI 要求的合格的工厂?

我们已经全面了解了 ICTI 的要求,根据工厂的实际情况列出不符合项,针对不符合项指定合理的改善方案,逐步改进。这段话写起来非常轻松,但是实际的操作是无比困难的,我相信每个企业管理者都想拥有一家正规的企业,但结合现实情况,举步维艰。归根结底,整改面临的**最大阻力是利益,利益受到压缩意味着工厂是否能够继续生存。**就我们工厂而言,能够继续生存是至关重要的。一般情况,当利益受到影响的时候,大多数工厂会采用最小的成本解决最大的问题,针对 ICTI 审核来讲,咨询公司的出现正是迎合了这一需求。我们都深知这一做法是有悖 ICTI 的宗旨,对企业长远的发展也毫无利处,但这样能快速解决眼前的问题,因此很多工厂被迫陷入了这样一个恶性循环,而最终结果只有一个,势必会被市场淘汰。这一难题,在培训中我找到了想要的答案。方向决定未来,模式决定成败。与其煞费苦心的与 ICTI 审核员斗智斗勇,不如遵循 ICTI 的要求,找出企业的漏洞,重新制定发展方向,强大企业自身能力,才能摆脱这一困境。

这次培训的最大收获,感觉到 ICTI 并非传说中的遥不可及,而是我们一直走在一条错误的道路上,从来没有真正的了解过它。通过培训,对一直困扰的问题豁然开朗,虽然工厂还存在差距,但我相信我们一定能够走出一条属于我们企业的一条光明大道。最后再次感谢 ICTI 团队的精彩讲解,我也会追随 ICTI 逐渐成长。

(江阴市龙珂塑料电子有限公司 胡伟)



参加 ICTI 培训心得

早在多年以前，本人开始参与所在公司的 SA8000、COC 以及后来的 ICTI 的申报及认证的相关工作；那时的每次认证，我所在的公司都是请顾问公司帮助完成的；十多年过去了，我和大多数人一样，对 SA8000、COC、ICTI 等方面的了解依然有很大的局限性，甚至我们认为认证都只是形式上的东西，没有实际的意义，是一些组织和机构的谋利手段，是对中国玩具行业的一种不公平制衡。

今年三月，我们公司刚刚完成整合、重组。我们的一些重要客户要求我们必须在规定时间内通过 ICTI 认证，我们没有选择，只有硬着头皮答应客户的要求，因为我们不理解通过 ICTI 认证的真正意义，我们不信顾问公司也不想作假，我们心中有着太多的无奈与惆怅。

四月十日，我参加了江苏玩具商会主办的、由香港 ICTI 机构总裁及相关负责人主讲的 ICTI 培训；在为期两天的培训中，我与大多数学员一样，被老师所讲内容深深吸引，大家凝神听讲，主动提问；老师们耐心、详尽而不失风趣、幽默的讲解，给大家留下了深刻的印象。我对这样一群推广关爱的人充满崇敬之情的同时也对“企业应当担当相应的社会责任”的倡导表示完全认同。

如今的玩具制造业在用工荒、工资成本在不断攀升等不利条件下面临着巨大的挑战。行业间、企业间的各项竞争已呈白炽化。我们的管理如逆水行舟、

不进则退。怎样才能成为客户的首选合作伙伴？怎样才能成为员工的首选雇主？怎样才能永续经营？这些都是我们多年以来苦苦思考的问题。

通过 ICTI 培训老师的讲解与老师的直面交流，我对 ICTI 从感性认识上升到理性认识，我深刻的认识到，我们的玩具企业要做大做强，通过 ICTI 认证是一个最为基本的要素，企业通过了 ICTI 认证，可以展示良好的企业形象，减少管理的相关风险，改善企业守法表现，保护企业良好信誉，增强员工的归属感，提升客户对企业的信心，留住老客户，结识新客户。

这次 ICTI 培训，不仅给我们解惑，还给我们指明了方向！

(天长市天刚玩具厂 高德元)



4月美国 CPSC 召回中国玩具 等产品总数上升 18.2%

2014年4月,美国消费品安全委员会(CPSC)共发布召回通报与3月份相比上升15.8%。其中,涉及中国大陆产品的通报占本月通报总数的59.1%,与3月相比上升18.2%。本月通报产品涉及的其他国家(地区)为美国、加拿大、中国台湾、马来西亚、印度、立陶宛、越南。(注:1起产品召回通报可能涉及多个国家或地区)

在召回的中国产品中,位居首位的是工具和五金

产品,占美国CPSC召回中国产品通报总数的38.5%;其次为儿童产品、家居和园艺用品,各占比23.1%;运动休闲产品占比15.4%。

在召回中国产品的原因中,人身伤害位居首位,占召回中国产品通报总数的46.2%;其次为火灾危险,占比30.8%;儿童窒息危险占比23.1%。

(注:1起产品召回通报可能涉多项原因)

加拿大禁止部分儿童产品 使用含 TCEP 的聚氨酯泡沫



2014年4月23日,加拿大公报上发布了一项有关修订加拿大《消费者产品安全法案》附录2的法规,该法规已获得通过,并将于2014年10月24日生效。根据该法规的相关要求,加拿大将禁止生产、进口,宣传或销售供三岁以下儿童使用的,产品整体或部分由含磷酸三(2-氯乙基)酯(TCEP)的聚氨酯泡沫(PUF)制作而成的消费品。被禁止的消费品包括由含TCEP的PUF制作而成的玩具、睡姿固定垫,护理枕垫等。

TCEP具有阻燃的特性,通常用于聚氨酯、聚酯树脂,聚丙烯酸酯以及一些其他聚合物中的塑化剂和粘度调节剂,可能会致癌和影响生殖能力。

美国 CPSC 颁布婴幼儿软体背带安全标准

2014年3月28日,美国CPSC颁布了一项关于婴幼儿软体背安全标准的最终规则,并写入16 CFR 1112和1226条款中。该标准拟于9月29日起实施。

此次颁布的婴幼儿软体背安全标准是根据《ASTM F2236-14 消费品安全规范标准—软体婴幼儿背带》自愿性标准订立,并未作出修改。ASTM F2236-14对之前的标准作出多项修改,包括(1)第6.2.2、6.4.1及6.4.2条订明,在接受动态载荷、静态载荷以及紧固件强度测试时,肩带在放松情况下不得滑落超过1寸;(2)第6.4条注1指出,「睡眠兜帽」是非载重紧固件,可以豁免紧固件强度测试;以及(3)第9.2.2条指出,背带警告字样的高度规定与自愿性标准第8.3.1条内的警告字样高度规定相同。此外,ASTM F2236-14标准指出,用于调校背带头部的紧固件并非载重紧固件,因此豁免紧固件强度测试。

ASTM F 2236-14对软体婴幼儿背带(soft in-

fant and toddler carrier)的定义是:“是一款一般以布料缝制,可以容纳足月婴幼儿,通常为直立式,十分贴近看护者的产品”。在美国,通常将软体婴幼儿背带分为两大等级:结构和非结构式。结构式软体婴幼儿背带包含连接座位部分的肩带和腰带,以及其它部件如扣、带或其他机械性扣件。这些肩带、腰带及座位部分通常用软垫加固,并以较厚的纺织物覆盖。非结构式软体婴幼儿背带则包含以扁平纺织物为中心的腰带,及能环绕并于末端固定在看护者身上的较长的肩带(5-6英尺)。

此外ASTM F 2236-14还规定了产品必须符合的一般规定及特定的测试方法,包括:尖点及锐边的限制(16CFR 1500.48及1500.49)、小部件的限制(16CFR 1501)、含铅涂料的限制(16CFR 1303)、永久性警告标识、易燃性(16CFR 1610)等。

印尼玩具新标准即将实施

据印尼《商报》消息,旨在保护消费者权益的印尼工业部2013年第24号条例将于2014年4月30日起正式实施,届时凡市场流通的儿童玩具需符合实施印尼国家标准(SNI),取得印尼国家认可委员会(KAN)出具的产品质量符合证明书,否则将强制从市场收回或禁止进口。

据悉,印尼于2013年就将该条例上报世贸组织,主要为了保护分辨能力较弱的儿童,避免化学物超标玩具、尖锐型玩具、附电池玩具以及染色玩具等产生戳伤、电池污染以及化学物中毒等风险。

新的SNI玩具标准在机械、燃烧、元素迁移和电性能方面要求于ISO8124和IEC62115类似。此外,其强制性要求还新增了禁用偶氮染料、甲醛、邻苯等化学指

标,对产品包装及标识也作了具体的要求。

中国制造的玩具在印尼市场份额较重,同时印尼也是宁波玩具出口的新兴市场之一。据统计,2013年,宁波输印尼玩具共计153批,货值1002.42万美元,同比分别增长15.04%和27.98%。为此,检验检疫部门提醒相关出口企业:一是加强学习掌握印尼条例及SNI标准,树立印尼玩具标准与国际接轨的理念;二是主动迎合新标准,不管老产品还是新产品均按照新标准进行质量控制,如原料筛选、结构设计、工艺制定和品质检验等;三是加强同检验检疫部门、客户的沟通,了解产品认证及检测的流程及环节,避免因认证不到位造成的退运或召回风险。

编者按:5月4日,国务院办公厅发布【2014】19号《国务院办公厅关于支持外贸稳定增长的若干意见》,文中“进一步改善外贸环境”的意见,对玩具出口企业是一重大利好政策。据了解,南京海关、江苏省检验检疫局也出台了一系列务实举措力促江苏外贸稳定增长,《南京海关的若干措施》推出取消相关收费、继续推进分类通关、无纸通关、“属地申报、口岸验放”、企业分类管理等政策,进一步简化加工贸易内销手续和海关特殊监管区域和场所的货物进出境手续等。多途径多举措支持企业创新发展。各企业应结合当前形势、企业实际,仔细阅读、深刻领会,相信对你会有很大的帮助。

国务院办公厅关于支持 外贸稳定增长的若干意见

各省、自治区、直辖市人民政府,国务院各部委、各直属机构:

目前外贸形势复杂严峻,实现全年预期目标需要付出艰苦努力。为支持外贸稳定增长,经国务院批准,现提出如下意见:

一、着力优化外贸结构

(一)进一步加强进口。继续深化外贸管理体制改
革,进一步减少自动进口许可货物种类。加快培育国家进口贸易促进创新示范区,充分发挥进口贸易集聚区对扩大进口的示范和带动作用。积极支持数字化、智能化等先进设备、关键零部件进口。扩大国内短缺资源进口,合理增加与群众生活密切相关、必要的一般消费品进口。结合淘汰落后产能,赋予符合条件的原油加工企业原油进口和使用资质,扩大原油进口渠道。加快实施自贸区战略。

(二)保持货物贸易稳定增长。做强一般贸易,提高一般贸易在货物贸易中的比重,稳定传统优势产品出口,支持拥有知识产权、品牌、营销网络、高技术含量、高附加值、高效益的产品出口。提升加工贸易,修订加

工贸易禁止类和限制类商品目录,完善加工贸易政策,创新加工贸易模式,加大加工贸易梯度转移力度,形成沿海地区转型升级、内陆地区有序承接的新格局。发展其他贸易,扩大边境贸易。

(三)支持服务贸易发展。充分利用现有专项资金政策,加大对服务贸易发展的支持。逐步扩大服务进口。结合“营改增”改革范围的扩大,对服务出口实行零税率或免税,鼓励服务出口。鼓励政策性金融机构在业务范围内加大对服务贸易扶持力度,支持服务贸易重点项目建设。建立和完善与服务贸易特点相适应的口岸通关管理模式。

(四)发挥“走出去”的贸易促进作用。加快推进与周边国家互联互通基础设施建设。推动境外经贸合作区建设。鼓励企业采取绿地投资、企业并购等方式到境外投资,促进部分产业向境外转移。采取综合措施,支持企业开展重大项目国际合作和工程承包,带动中国装备、材料、产品、标准、技术、服务“走出去”。支持企业开展境外品牌、技术和生产线等并购,提高国际竞争力。

二、进一步改善外贸环境

(五)提高贸易便利化水平。进一步优化监管方式方法,提高海关查验的针对性和有效性,推动区域性通关一体化试点,推行通关作业无纸化,加快通关速度。加快电子口岸建设,实行国际贸易“单一窗口”受理,全面推进“一次申报、一次查验、一次放行”,实现口岸部门和地方政府信息共享。进一步减少行政审批项目,简化程序,减少出口商品检验的商品种类。整顿和规范进出口环节经营性服务和收费,减轻企业负担。

(六)规范进出口经营秩序。充分发挥行业协会的预警、组织、协调作用,加强行业自律,规范企业行为,防止恶性竞争,努力营造国际化、法治化的营商环境。建立外贸企业信用记录数据库,惩戒失信,打击欺诈,促进外贸企业诚信体系建设。

(七)加强贸易摩擦应对。积极支持企业应对反倾销、反补贴调查。加强贸易摩擦应对工作队伍建设,充分发挥经济贸易、国际法律专家的作用。加强贸易摩擦应对工作总体协调和部门合作,努力减轻贸易摩擦对我企业发展国际贸易的消极影响。完善贸易救济立法,依法开展贸易救济调查。

三、强化政策保障

(八)进一步完善人民币汇率市场化形成机制。进一步发挥市场在人民币汇率形成中的作用,增强人民币汇率双向浮动弹性,保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定,鼓励金融机构开发适应实体经济发展需要的避险产品,帮助企业有效规避汇率风险。

(九)推进跨境贸易人民币结算。扩大跨境人民币结算规模,加快推进人民币在跨境贸易和投资中的使用,推动人民币对其他货币直接交易市场发展,更好地为跨境贸易人民币结算服务。

(十)改善融资服务。进一步拓宽进出口企业融资渠道,鼓励商业银行开展进出口信贷业务。按照风险可控、商业可持续原则,积极创新金融产品和服务,继续开展出口信用保险保单融资,加大对有订单、有效益外贸企业的金融支持。积极发展融资租赁。完善中资金融机构全球授信管理,加强与重点行业出口企业合作,稳步将供应链融资延伸到境外。

(十一)加大出口信用保险支持。扩大出口信用保

险规模和覆盖面,加大对品牌产品、服务贸易、国际营销网络和小微企业的支持力度。鼓励保险公司扩大短期出口信用保险业务,进一步增加短期出口信用保险经营主体。在风险可控的前提下,对大型成套设备出口融资应保尽保;发挥外汇储备委托贷款平台等作用,采取有效措施降低大型成套设备出口融资成本。

(十二)完善出口退税政策。加大中央财政对出口退税负担较重地区的补助力度,进一步加快出口退税进度,确保及时足额退税。适时扩大融资租赁货物出口退税试点范围。同时,加大打击骗退税力度。

四、增强外贸企业竞争力

(十三)支持各类外贸企业发展。加快外贸生产基地建设,推动外贸发展方式的转变。支持外贸综合服务企业,为小微企业出口提供专业化服务。支持民营、中小外贸企业发展。引导外贸企业结构调整、兼并重组、提质增效,加快形成有核心竞争力的跨国企业集团。

(十四)创新和完善多种贸易平台。加快国际展会、电子商务、内外贸结合商品市场等贸易平台建设。扩大“市场采购”方式试点范围。出台跨境电子商务贸易便利化措施。鼓励企业在海外设立批发展示中心、商品市场、专卖店、“海外仓”等各类国际营销网络。

五、加强组织领导

(十五)进一步提高认识。外贸发展不仅对稳增长、保就业至关重要,而且有利于促进中国经济与世界经济深度融合。各地区、各部门要全面准确地把握外贸形势,兼顾当前和长远,采取果断有力措施,激发市场主体活力,提振外贸企业信心,促进进出口平稳增长。

(十六)抓好政策措施落实。地方各级人民政府、各部门要高度重视外贸工作,顾全大局,积极作为。坚持深化改革、扩大开放,进一步转变职能、简政放权,强化服务意识,提高对外贸企业特别是小微企业的服务水平。地方各级人民政府要根据形势需要和本地实际,出台有针对性的配套措施,形成政策合力。各相关部门要根据本意见抓紧制定具体工作方案,明确时限要求。商务部要派出工作组,宣讲政策,加强指导,督促检查,确保各项政策措施落实到位。

工信部今年扶助 小微企业专项行动

工业和信息化部中小企业司副司长许科敏今日在第二届中小企业服务创新大会暨首选服务商发布会上表示,2014年,工信部继续开展扶助小微企业专项行动,重点工作有六项:

一是推动各项政策的落实,充分发挥国务院促进中小企业发展工作领导小组办公室的作用,加强对国发【2012】14号文件贯彻落实情况的检查评估和政策协调。让小微企业切实感受到政策的效益。同时,加强政策宣传和咨询,让企业了解政策,营造有利于中小企业发展的社会氛围。

二是完善中小企业服务体系,继续实施中小企业公共服务平台网络建设工程,培育建设一批国家中小企业公共服务示范平台,不断完善服务功能,创新服务模式,扩大服务规模,提升服务质量,推动小企业创业基地的建设,加强创业的指导和培训服务。

三是推动企业创新发展,鼓励中小企业专精特新发展,加快推进在天津市开展的中小企业创新转型试点,继续实施中小企业信息化推进工

程,促进中小企业两化深度融合,总结中小企业知识产权战略推进工程的试点经验,推广试点的成果。

四是改善小微企业融资服务,深化工信部与工、农、中、建、交五大商业银行和国家开发银行的战略合作协议,推动金融机构加大对小微企业的信贷支持,运用税收减免、资金补助等方式鼓励担保机构提高小微企业的担保规模,降低担保收费。

五是提高中小企业的管理水平,建立和完善中小企业培训体系,继续实施国家中小企业银河培训工程和企业经营管理人才提升工程,支持企业提高职工素质,注重培养专业技能人才,组织开展管理咨询专家服务小微企业的活动。

六是减轻小微企业负担,继续开展清费减负工作,推动形成涉企收费清单管理模式,加强宣传培训,推动惠企政策的落实,完善企业负担调查评价体系。

中小企业决定投资前要考察什么？

一、首先要选择一个好的行业。

改革开放三十多年来，你一定看到过很多这样的例子：很多人没本事的时候发财了，有本事的时候却破产了；很多企业生产的商品粗制滥造时发财了，精工细作时却破产了。为什么会这样奇怪的现象呢？因为在市场经济条件下，赚钱主要不是靠本事赚钱，而主要是靠提供的商品和服务供不应求赚钱。就像当年山西的很多煤老板，他们本来起初多数是学历很低的农民，但因为他们的不小心进入了煤炭开采行业，而那几年中国的煤炭一直供不应求，所以他们很快暴富了。还有无锡尚德太阳能的老板施正荣，原来产品做得没这么好时在2006年成为中国首富，在2013年产品越做越好时却宣布破产了。

二、在你投资之前，一定要看自己是不是相关行业的行家，或者通过学习很快可以成为行家，或者可以找到一些值得信赖的相关行家成为合作伙伴。

俗话说，隔行如隔山。所以任何投资者不要轻易进入一个自己完全陌生的行业，否则是非常危险的。如果你还没有创业投资所需的相关专业技术和管理能力，我建议你先去打工学习，提前做好相关的知识准备再说。

三、进入投资领域，要对市场价值有一个明确的认知。具体至少包括以下3个要素：

1、这个行业在当地是否已经有人涉足，是否具有独创性，有多大的市场容量。有这么一个经典的故事：从前有两个鞋商到一个岛国去考察鞋的市场潜力。在

此之前，生活在那个岛上的人，谁也没有穿过真正像鞋这样的东西。两个鞋商看到这种情况后，一个琢磨着：“这里没人穿鞋，所以鞋肯定卖不掉。”而另一个却认为：“正因为没人穿鞋，市场是一个空白，潜力无穷，所以鞋一定会很好卖。”

我想说的是，作为一个商人，你要考虑的是这儿的人是否真的需要鞋？他们真的会接受这种从来没有接触过的套在脚上的东西吗？你的鞋会为你定位的顾客带来哪些精神和物质上的享受呢？

2、一定要预测项目的盈利能力。

有的项目盈利能力不强，但还是很适合一般的创业者去投资。相反，那些表面上价高利大，能迅速致富的项目反而会很快人满为患，竞争激烈，反倒更容易招致失败。

3、要考虑到行业的发展前景，主要是市场容量的成长性。比如，开普通的照相馆，十年前生意还不错，但近几年随着居民收入水平的不断提高，数码相机的逐渐普及，普通的照相馆的日子是越来越难过了，但数码彩扩的生意却日渐红火起来。

总之，做企业首先是要发现能盈利的市场机会，然后就是要做“优势”，在决定投资前一定要通过前期的市场考察发现市场机会，然后寻找和组合必要的“优势”，然后才开始行动。否则，你以为能赚钱的项目其实未必赚钱，人家去做能赚钱的项目你去做未必能赚钱，在甲地做能赚钱的生意到乙地做也未必赚钱。

玩具出口数据显示市场走势复杂 动漫玩具或成欧美明星

广东省玩具协会行业分析员 梁汉坤

近期海关出口统计和企业业绩季报陆续公布,盘点 2014 年第一季度玩具市场的表现,可谓“怎一个复杂两字了得”。一方面,尽管世界最大的玩具消费市场欧美经济复苏明显,但其玩具消费看来仍没有起色:世界两大玩具跨国公司“美泰”和“孩之宝”首季业绩报告均逊于市场预期;另一方面,1-3 月中国玩具出口金额同比增长高达 54%,但大部分玩具产品出口数量同比却出现不同程度的下降,下降最大的幅度高达 51%。综合海关出口数据以及各方信息仔细研究,以下情况颇值得业内人士关注:

数据亮丽背后有隐忧

据中国海关统计,今年一季度,中国玩具出口金额 41.5 亿美元,同比增长 54%,其中传统普通玩具出口 22.8 亿美元,同比上升 11.1%,成绩表面看相当不错。就此我们咨询海关出口数据统计人员,他们解释对去年数据作了调整,如果剔除去年同期对香港贸易数据异常增高的因素,则实际情况也许并不如此靓丽。

仔细研究统计报告我们发现:中国玩具出口在金额大幅上升的同时,大部分产品的出口数量却在萎缩。以玩具出口大省广东为例,今年一季度,广东玩具出口 17 亿美元,同比下降 16%,其中传统普通玩具出口 14.79 亿美元,增长 9.1%,占全国出口总额 64.86%。在纳入统计的商品编码 22 个税则号产品中,有 15 类产品出口数量出现不同程度的下降,其中“电动火车”下降幅度高达 51.35%。这种价量背离情况蕴含的信息是:中国玩具出口金额大幅上升的原因,很大程度上是产品价格上升所致,而如果仅靠产品价格上升令产品

出口金额增长,并不是产业可持续发展的健康之道。

另一个值得大家关注的情况是:电子产品对传统玩具的冲击不容忽视,世界玩具销售巨头孩之宝在解释首季业绩不如理想的原因时,认为很大程度上是由于现在的孩子越来越钟情电子产品,这对公司的业绩造成了影响。另一个世界玩具销售巨头美泰公司首季业绩也差强人意,芭比娃娃等传统产品销售也遭遇滑铁卢。按美国玩具协会统计,2013 年美国青少年电子产品销售同比增加 8600 万美元,而玩偶销售则同比减少 6700 万美元,这从一个方面反映出电子产品对传统普通玩具销售带来的影响。

市场哪些产品更热销?

许多人迫切想知道 2014 年哪些玩具会更好销?中国海关出口数据显示是积木类产品。今年一季度,商品税则号“其他建筑套件及建筑玩具”同比大幅增加 121.36%。实际上,积木类玩具(buildingsets)也是 2013 年欧美玩具市场最受欢迎的前三类产品之一,按世界著名调查公司尼尔森(Nielsen)的调查:2013 年积木在美国、欧洲的销售表现都相当出色,分别同比增加 1500 万和 7500 万美元。2013 年美国玩具市场销售增长最大的前三类产品是:青少年电子产品、礼品和积木;欧洲是青少年电子产品、积木和婴幼儿玩具。积木类等一些传统普通玩具之所以受欧美家长们喜爱,专家认为这些产品能培育孩子的动手能力和帮助孩子增加对物体形状的认知。专家们还发现一个有趣现象,那些钟情使用电子产品的家长,往往更注重给孩子购买能帮助认知物体形状和颜色、帮助孩子培养动手能力的

传统普通玩具产品。

既然电子产品大受孩子们欢迎,许多人以为当今最畅销的电子玩具产品恐怕是 iPad 等智能设备,但他们只猜对了一半,在美国确实如此。在欧洲,2013 年最畅销的电子玩具则是带有各种先进功能的“菲比”(Furby),尼尔森的调查显示,英国、德国、意大利和西班牙孩子更加喜欢“菲比”。实践证明,在传统普通玩具产品中植入新的科技元素,往往会受到消费者的热捧。

有一点需要提醒的是:许多人喜欢跟风,看到市场什么产品热销便生产什么产品,但仔细研究历年海关出口数据,有这样一个现象颇值得读者留意,那就是一个种类产品出口往往在大幅增长的次年随即会有所下降,而一些出口大幅下降的产品次年也可能出现报复性增长。就像许多人熟知国内的“猪周期”一样,价格在高峰过后跌入低谷又从低谷迈向高峰。因此,注意保留和研究《中外玩具制造》相关统计表,会对生意有帮助。

未来市场预测

综合研究市场各方信息,今年第一季度玩具市场似乎没有多少令人眼前一亮的闪光点,但孩之宝的业绩报告显示,得益于电视节目的推动,“我的小马驹

(MyLittlePony)”等女孩玩具销售业绩良好。据报道,今年欧美将有多部动漫电影故事片推出,他们预计受电影电视播出等的推动,变形金刚、星战人物等动漫衍生玩具将会热销。按尼尔森的市场报告,影视衍生玩具的比例去年已占欧美玩具销售的 31%,因而,今年欧美玩具市场也许会热点频发。

宏观经济市场方面:世界主要玩具消费市场欧美经济目前复苏明显,有市场分析师分析去年欧美玩具销售同比略有下降的原因时认为,去年圣诞节购物期比往年短是原因之一,因此,在欧美经济复苏大背景和今年圣诞节购物期正常情况支撑下,如果没有什么突发事件,预计今年世界玩具市场将会回暖。从第 115 届广交会相关信息看,玩具销售商对今年玩具市场均表示乐观。

国内市场方面,也许是“单独二孩”政策开放刺激,4 月在广州举行的第 26 届广州国际玩具展展商空前火爆,不仅国内采购商激增,国外买家也明显增加。按相关人士估计,在单独二孩政策推动下,到 2020 年我国将额外新增 2000 万儿童,因而,如何拓展国内玩具市场,是一个十分值得业界研究的话题。

(摘自《中外玩具制造》)

出口玩具要求多

企业应对需谨慎

欧盟非食品类快速预警系统针对中国产玩具发布了多起消费警告,昆山检验检疫局提醒玩具生产企业,应加强对国外技术法规的理解和研究,杜绝劣质产品,严把质量关。

近期,欧盟非食品类快速预警系统针对中国产玩具发布了多起消费警告,涉及邻苯二甲酸二异辛酯超标、电动玩具存在触电危险和毛绒玩具易造成儿童窒息等,相关产品受到撤出市场、召回、销毁等强制性措施。

据江苏昆山检验检疫局统计,作为江苏排名前三的玩具出口基地,2013 年昆山出口玩具(含童车)3.5 亿

美元,出口稳步增长,产品质量稳定,迄今尚未发生一例境外通报或召回。

针对国外通报,昆山检验检疫局提醒玩具生产企业,加强对国外技术法规的理解和研究,结合最新要求进行安全生产,杜绝劣质产品,严把质量关;严格供应商评审制度,明确物料风险,尤其是对于油漆、涂料、油墨等高风险原料,应按照“安全卫生环保”的要求评判原料风险程度,明确高风险原料检测项目,选用符合相关检测要求的安全产品;提高产品设计研发能力,尤其在开发新产品时要综合考虑各方面存在的风险,明确产品属性,做好产品定位。

如何才能开拓 中国毛绒玩具市场的潜力

由于国际市场需求不足,国内生产成本价格上涨,我国毛绒玩具企业面临着经营危机。为了让毛绒玩具企业摆脱经营困难,业内人士指出,毛绒玩具企业应加快转型升级步伐,发展专业顾问机构,促进玩具行业的有序发展。

据了解,目前,中国毛绒玩具产业基地主要集中在广州、扬州、义乌、青岛和白沟等,这些地区及周边分布着大大小小数以万计的毛绒生产企业,如扬州一地,就有超过 1200 家毛绒玩具企业。而在广东东莞,我们既可以看到数百上千人的大工厂,也随处可见建在居民楼里仅有几个人一两台机器的小作坊。这些大大小小的工厂,积聚着巨大的生产能力需要消化和释放。

尼尔森集团的市场报告显示,中国毛绒玩具市场仅次于美国、日本,是全球第三大毛绒玩具销售国,而人均年消费毛绒玩具仅为 23 美元,远远落后于美国的 284 美元和日本的 312 美元,中国毛绒玩具市场未来潜力惊人。

如何才能开拓中国毛绒玩具市场的潜力呢?对此,业内人士认为,我国毛绒玩具产业应加快转型升级步伐。毛绒玩具产业转型升级,除了政府搭建更多的公共服务平台,如通过融资平台为其担保,解决企业资金周转;依托职教资源为其定向培训,为企业员工充电进一步降低商务成本之外,毛绒玩具产业也需要更多的专业顾问机构,在市场配置中发挥更大的协调作用。

在毛绒玩具产业中,专业顾问机构可以帮助客户寻找到最佳合作伙伴,由于客户日常较少投入精力去了解毛绒行业,而毛绒生产企业成千上万家,加之人员流动、经营状况等因素,每家工厂情况都在不断变化,这使得客户对其了解更加困难。而简单的供求关系,缺少缓冲地带,又导致合作后供需双方的矛盾无法有效解决。

记者了解到,毛绒玩具顾问服务主要包括几个方面,如科学的供应商数据管理,精细的打样比价管理,以及放心的跟单验货管理。中介服务初期可以为客户筛选推荐合适工厂,在生产过程中,为客户跟进打样,比价,跟单,验货等服务,并作为缓冲环节,协调供需矛盾和摩擦,并通过紧贴沟通,有效传达信息,为客户保障质量,提高服务体验。而对于工厂,则同样需要提供有效的信息,对客户进行筛选,确保客户的优质性。



中国玩具产业“夹缝”中谋转型 盼望“玩得转”

一方面出口规模占据全球市场约七成，另一方面又处于市场链末端、利润微薄，中国玩具出口在维持繁荣的背后，也蕴藏着丝丝无奈。在成本优势渐失以及国际技术壁垒加剧、新兴市场崛起的当前，中国玩具产业还能“玩得转”、“玩得好”吗？

记者 26 日在第 115 届广交会二期上采访了解到，中国商家正通过将玩具与动漫、网游、中国文化等元素结合，进行转型升级、建立自主品牌，积极寻求突围。

自上世纪 80 年代起，中国就已成为了世界最大的玩具生产和出口国，2013 年中国玩具出口更是达 247.32 亿美元，约占世界玩具市场 70% 的份额。然而，光鲜亮丽的数据并不能遮掩中国玩具厂家“做得多赚越少”的困境。

事实上，大批中国玩具商都在为跨国公司代工生产，缺乏自主品牌和国际市场销售渠道，随着近年来国内用工成本和原材料价格上涨，身为劳动密集型产业的玩具出口利润持续下滑。

广交会上的多名中国玩具商表示，虽然这几年订单量有所回升，但利润越来越薄，如同在夹缝中生存一样。苏州亲泰儿玩具公司负责人蒋春安称，近年来玩具出口都在缓慢恢复中，但人工成本上涨使技术含量不高的玩具产品面临挑战，而遭逢“山寨”亦令情况更加严峻。

为玩具赋予意义和故事，将玩具与国际知名品牌、动漫、网游等元素结合，成为不少中国玩具商的转型新方向。广东星辉公司国际业务部经理林美儿称，除了传统优势车模产品外，“宝马 Mini 儿童自行车”是它们公

司本届广交会主推的最新产品，预计出口仍以传统的欧盟市场为主。

记者了解到，该公司最初主营电动玩具车和塑胶玩具，但 2005 年开始转型进入车模市场，并获授权生产“宝马”全系列汽车的玩具车；2013 年又寻求新转变，生产作为热门游戏衍生品的玩具，线上线下将游戏与玩具共同推广，获得了市场认可。

江苏中鼎公司此次带来了百余种毛绒玩具新品，造型新颖、做工精良。该公司玩具部部门经理刘自芹称，她们的玩具除了对面料进行升级换代外，还注重外观造型上要有新意和文化内涵。

刘自芹表示，目前在其公司产品系列中，欧美和日本动漫衍生产品占据八成以上，随着国产优秀动漫在市场上的成功，国产动漫玩具也会在国际市场上热销，下一步公司会打造一批中国文化特色鲜明的自主品牌产品。

广东是中国最大的玩具生产出口基地。“玩具业仍有较大的发展空间。”广东玩具协会有关负责人称，中国玩具出口企业必须抓紧时机加快转型升级，近年招工难、人民币汇率波动等对玩具生产企业造成很大压力，它们必须通过改造设备等方式，从 OEM(代工生产)向 OBM(自有品牌)转型升级，以及扩大内销，才能赢得生存发展。

不过，广交会上的多家玩具企业尤其是中小企业参展商坦言，目前国际市场竞争越来越激烈，出口利润越来越薄，但转型升级又需要足够的资金、技术和人才投入，且未必能成功，这让他们感到左右为难。

(续上期)

2、微信摇一摇功能

微信摇一摇功能带有一定的趣味性，是陌生人互相认识交友的利器，用户通过摇晃手机，来搜寻同一时间世界各地在摇晃手机的人，互相推送，根据个人选择将对方加为好友。



3、微信漂流瓶功能

“扔一个”，用户可以选择发布语音或者文字然后投入大海中，如果有其他用户“捞”到则可以展开对话；“捡一个”，顾名思义则是“捞”大海中无数个用户投放的漂流瓶，“捞”到后也可以和对方展开对话，但是每个用户每天只有20次捡漂流瓶的机会。



用户可以自定义自己的漂流瓶头像，地区，签名等信息，方便被其他用户搜索

4、查找附近的人

查找附近的人是一种通过地理位置加好友聊天的微信功能
查看的入口在找朋友页面，第一次使用时，会提示您需要同意微信使用地理位置信息和补充个人信息



进入到查看附近的人页面，可以查看到附近人的相关信息，包括性别、所在地区和个性签名；点击感兴趣的人，还可以给他打招呼并成为朋友。



如果您不想再被附近人查看到，可以点击列表右上角图标清除您的地理位置信息



5、微信朋友圈功能

该功能支持把照片分享到朋友圈，好友之间可以对照片“评论”和“赞”；支持图片、视频的转发；支持对微信朋友发送用户当前的地理位置等，最新版本的微信朋友圈可以长按右上角的照相功能发布纯文字状态。



如何关注公共账号

方法A账号搜索

打开手机微信客户端，点击最下面菜单中的朋友们，选择“添加朋友”进入搜索界面





■ 微信群特性分析——微信群特性

- 微信群中的任何成员都可直接添加自己的微信好友入群，不需对方同意。
- 微信群中的任何成员都可以修改群名称。
- 微信群不能通过搜索来找到，想加入的人可通过扫描群二维码直接入群，或者添加群中任一成员为好友，让其邀请你加入。
- 微信群的传播形式丰富（文字，图文，语音，视频，位置，名片，第三方应用等）。

■ 微信群特性分析——微信群特性

- 微信群比QQ群更具移动互联网的创新和有效性，好用，快用，操作简单。
- 微信群的到达率高，但容易骚扰到对方。
- 微信更多的使用者是在移动端，输入内容比较麻烦，所以成员发布内容不是很频繁。
- 微信群普遍人数上限为40人，也有100人群。

■ 建立微信群

1、登录微信后点击右上角按钮，选择【发起聊天】

2、选择联系人（至少选择3个人才能建立微信群），并确定

3、群成员浏览及群设置界面

群创建者可在此页面添加或删除群成员，设置群名，查看群二维码和详细的设置，也可以退群。



2

4、群二维码

4.5版本以上的微信可查看群二维码，其他用户可通过扫描二维码直接进入微信群



2

5、微信群名称的修改



2

6、微信群的详细设置



2

7、查看微信群人数上限

点击设置——群聊权限



2

■ 微信群的加入方法

1、扫描二维码直接进入微信群



例如：用微信扫一扫下面的二维码即可加入微信营销推广群

3

广交会感言之参展是个技术活儿

很多客户都知道，中国的参展商要拿到一个广交会摊位并非易事，每年的出口额必须要达到一定的数才能有资格申请。

因此如果一个企业能每次参展也是一种实力的体现，所以，去广交会不只是仅仅为了拿单，而是去会会老客户，show新的样品，顺便挖掘一些潜在的新客户。这也是为了给我们的老客户增强信心。

当然，维护老客户之余，拿单还是重中之重！

效果靠产品

广交会提供了一个和买家面对面交流的机会，以最直接的方式向客户展示我们的产品，相对来说比较容易取得客户的认可。

大家都感叹广交会的效果每况愈下，其实我认为效果的好坏与否最大程度还是取决于我们的产品。如果产品新颖，价格合理，适应一定的目标市场，再加上

运气好分到一个位置不太偏摊位，不会没有订单。

去展会里面转一圈，甚至还能看到都是7、8年前的老产品，几乎跟以前没什么变化，生意怎么会好呢？

如今竞争越来越激烈了，狼多肉少，如果自己不变，人家会把单子给你吗？很多工厂没有国际视野及判断力，不知真正国际市场上好卖及流行的是什么，只知道拼价格，生意不好，也是预料中的。

在产品更新换代比较快的行业，理想的展位只能展示20%的老款产品，其他全是新的，来适应季节及流行趋势。

其次，有舍才有得，要抓住重点，有些新手恨不得把每个询价的采购商都想发展为自己的客人，但慢慢要学会分清客户类型(刚开始可能困难)。

有些客人并不是做你这行的，不是很懂，可能只是当时凑热闹说感兴趣，你报给他价格，高或低他自己都

微信教学

2、群主或者群成员可以直接拉自己的微信好友进群



三点可以最大限度实现微信群价值

- 某几位核心讲专业或主题大家学习
- 大家就一个共同感兴趣的话题展开讨论
- 集体参与某一个商业或者公益活动

不知道,本能地一个劲压价,稍试探一下这样的客户,不行的话,就不要跟进了,说句夸大点的话,你就是把成本价给他,人家也不会下单。

要学会取舍,判断出做你这行的客人或真正有兴趣的,精力总是有限的,垃圾客人睬都不要睬他或把他的 PRIORITY 设为

最低,这样成功率才高,因为不可能每个人都是真心想买你东西的。

准备要充分

很多外贸新人第一次参加广交会不知如何准备,有些理不清头绪。其实就像平时我们逛商场遇到的一些推销员,只不过这次换我们推销,对象是老外而已,只要你的英语水平还可以,对产品又很熟悉的话,不是很难的事。

做好以下几个细节:

A、穿着得体一点,尽量让自己看起来更精神,脸带微笑,让自己帅/靓点,再帅/靓点,展会需要的就是注意力,而注意力就是金钱,各位都是研究眼球经济的高手,相信你们懂的肯定比我多!

B、自信一点,不要紧张,以免影响你的英文口语表达,碰到英语不是很好的日韩等国的客户时语速别太快,认真听客户的要求或是需要,碰到听不懂的或是听不清楚的时候别不好意思叫客户再说一遍,一句“PARDON”或叫客户解释得通俗一点,客户都会很乐意接受的,切不可不懂装懂!更不可信口开河,胡乱承诺!

你们公司能做什么,什么做不了要实事求是,坦白跟客户说,别承诺超出你们能力范围之外的事情,当然你们能做得到的能满足的尽量满足客户!!

C、碰到前来参观的客户可详细介绍自己的产品,与客户交换名片,需要进一步洽谈的请客户在你们展位的商谈桌上坐下仔细协商,拿本子单独登记每位客户的要求,各自的报价及相关的重要信息并钉上该客户相应的名片,分门别类,重点客户别忘了单独标记。交换名片时要有礼貌,碰到一些你明知是竞争对手的参观者并且想请对方惠赐名片时要有技巧。

D、送样品时要看客户,不要连竞争对手都给了那有时就麻烦了,碰到你判断得很有把握是竞争对手且

对方要求你给他样品的时候你可以委婉地表示你们这次带的样品不多,可否留张名片,回去后再寄给他。

E、有空的时候到你的竞争对手的展位上转转,了解一下对手的情况以及对手的最新产品,肯定有好处,做到知己知彼!

F、碰到人多得应付不太过来而且客人又需要你去招呼的时候,这时记得跟一个客户谈完再去招呼别的客人,切忌在跟一个客户谈话的当口把人家晾在一边转头去招呼另一个客户,可交代其他人员先跟客户打招呼稍等一下。

G、碰到参观的人少,很闲的时候切忌在展位上大声喧哗/说话或是吃口香糖之类的东西,以免影响公司形象。

H、跟客户洽谈的时候手机最好设成静音,这既是做人基本的礼貌也是对客户的尊重!注意各种礼貌的小细节。

I、可能的话准备些有中国特色的小纪念品送给国外客户,礼品不要太值钱,精致而又富有中国风情,这种不经意的小礼物往往会给客户留下很深刻的印象,而且也很温馨而又很有人情味。

适当使用营销技巧

我们公司这次将新近设计生产的 1000 余双“网式休闲鞋”作为礼品,免费赠给所有拜访展位的采购商。

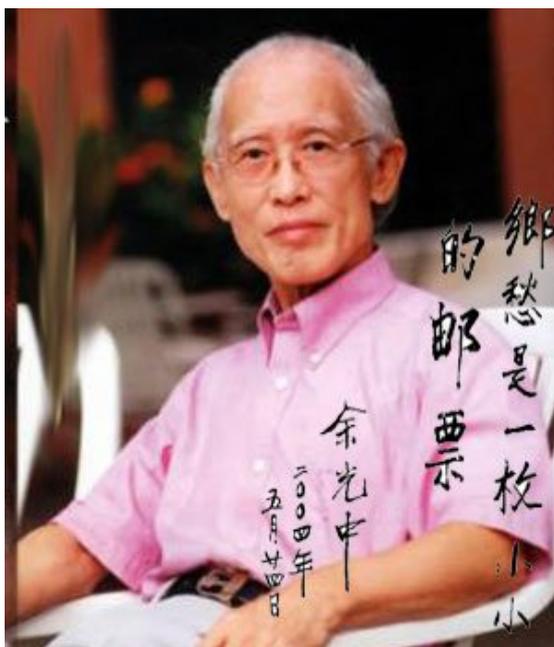
开幕那天,我们腾出三个人来,穿梭在楼下几个同行所在的展厅内,向从同行展厅出来的采购商分送卡片。好奇的人们纷纷涌上五楼展厅,因为卡片上说明,持有卡片者可以得到我们公司赠送的一双样品“网式休闲鞋”。

很多老外不适应这里的气候,穿着皮鞋来的,正想着换脚。一时间,我们的展位门庭若市,整天被挤得水泄不通。

这一招出奇制胜,吸引了不少客户前来洽谈,效果极好。短短几天,我们已接下超过 200 万元的订单。

所以,用心总会有收获,还在参展的朋友们,加油吧!

(梅萌转摘自微信)



做人,心大一点

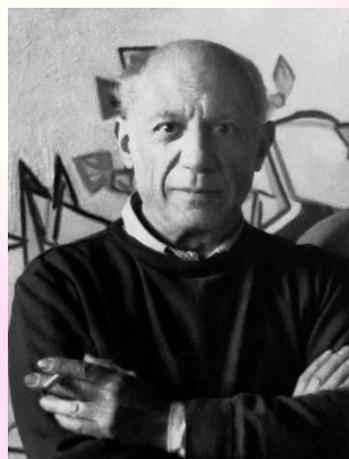
1.有人问余光中:李敖天天找你茬,你从不回应,这是为什么?余沉吟片刻答:“天天骂我,说明他生活不能没有我;而我不搭理,证明我的生活可以没有他。”

2.有人问毕加索:“你的画怎么看不懂啊?”毕加索说:“听过鸟叫吗?”“听过。”“好听吗?”“好听。”“你听得懂吗?”

3.心态不好,说穿了,就是心太小了。心态的“态”字,拆解开来,就是心大一点。心若每天大一点,心态还怎会不好。

4.你生气,是因为自己不够大度;你郁闷,是因为自己不够豁达;你焦虑,是因为自己不够从容;你悲伤,是因为自己不够坚强;你惆怅,是因为自己不够阳光;你嫉妒,是因为自己不够优秀……凡此种种,每一个烦恼的根源都在自己这里。所以,每一次烦恼的出现,都是一个给我们寻找自己缺点的机会。

5.人生的每个抉择都像是一个赌局,输赢都是自己的。不管你压的赌注大与小,选择了就没有反悔的机会。输不起的人,往往也赢不了。(林若庸转摘自微信)



重要提醒:近日,越南多地发生针对中资企业和人员的暴力打砸事件。中国驻越使馆已要求越南公安机关采取有效措施保护中国公民的人身安全和合法权益。特此提醒玩具企业转场应慎重。

越反中暴动 台商遭殃灾情重

越南和中国因南海纠纷,部分劳工反华游行脱序成暴动,台商企业工厂被砸破,甚至纵火烧工厂,台商损失难以估计。

根据台北驻胡志明市经济文化办事处处长陈柏秀表示,当地情况非常严重,治安有问题,当地警方向办事处表示,凭地方警力已无法平息暴动,必须籍由中央的力量才可以收到效果,已呈报总理,希望由中央出面平息暴动。

陈柏秀说,目前已知有4家台商遭到暴民纵火,未来暴动可能会波及越南南部第一大经济重镇胡志明市,一个小时车程外的平阳省情况十分严重。

记者目前所在的河内市,虽然人身安全没有问题,但是在外用餐就可以明显感到反华的现况,很多用餐民众在餐厅内,高谈阔论“要打倒中国”,“保卫主权”。

一些越南友人就表示,政府为平息众怒,不得不发表一些强硬文宣,以及放任民众上街游行,但是万万想

不到台商被波及,而且失控。

很多人是心知肚明的,越南目前是在发展经济的低档期,正准备复甦,没有本钱与中国大陆动武。

一位台商表示,越南政府长期的“一个中国”的政治教育氛围下,许多民众根本分不清台湾和中国,许多民众甚至认为可以搭火车到台湾,是导致台商今天在反中暴动中遭波及的原因之一。

越南本地媒体,不论是报纸或电视广播,每日都将焦点放在南海越中争端,也进一步激化了越南民众的态度和行为。

目前在平阳省已有4家台商工厂遭到暴民纵火,厂房付之一炬。台商在海外辛勤努力成果,瞬间化为灰烬,这是当初来到越南打拼所始料未及的。未来如何善后,有待越南政府拿出善意和有效的方法,避免事件重演,才能重拾包括台商在内所有外资企业对投资越南的信心和向心力。
(摘自网络)