



本刊稿件除署名外均由秘书处撰编

- 刁仁勇 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 杰 盐城奥凯工艺品有限公司
 王金昌 扬州飞鸽工艺品有限公司
 孙 要 深圳市捷通语音电子有限公司
 朱文如 镇江市天元玩具制造有限责任公司
 刘 忠 扬州利达机动玩具有限公司
 刘文波 连云港高华工艺品有限公司
 朱定郎 南京海蓓玩具有限公司
 汤建忠 苏州亲泰儿玩具有限公司
 李新明 江苏悦达进出口有限公司
 张月勤 昆山市海进机械有限公司
 汪志勤 江苏汇鸿国际集团中鼎控股股份有限公司
 林若庸 扬州雅伦玩具有限公司
 柏云飞 江苏飞园未情科技发展有限公司
 高 领 扬州高新玩具配件有限公司
 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
 魏 泓 中国江苏国际经济技术合作集团有限公司海外发展分公司
- 编 委:
- 杜 平 东台同创玩具有限公司
 张久强 扬州磁扬工艺制品有限公司
 陈爱和 扬州爱和工艺辅料有限公司
 陆晓燕 上海咪啾智能科技有限公司
 黄茂荣 张家港市泾东针织毛绒有限公司
 黄春华 泰州金日工艺礼品有限公司

- 王方华 王正明 王 焱 王 颖 王淑梅
 孔令华 汤福坤 朱卫峰 杨军勇 杨跃英
 李国年 张蕴静 陈德春 郑 春 郑红阳
 沈长征 尚启胜 胡 政 俞 俭 赵逸丹
 夏长林 钱 锋 常少东 蔡学成 赖凌冷
 魏中原

Contents 目录

总第 50 期

2015/2

卷 首 语

P3 玩具业坚守之道:耐心、信心

国家大事

P4 二〇一五两会将这样影响我们的生活

行业动态

P7 江苏孕婴童市场“钱”景诱人

P7 江苏吴江玩具出口实施全程无纸化

新品速递

P8 2015 年新品抢“鲜”看

形势分析

P11 新常态 新责任

P12 2015 年玩具出口市场形势展望

商会动态

P14 省商会领导拜访南京、扬州地区会员企业

P15 香港贸发局江苏代表曾沂靖拜访省商会秘书处

P16 重要启事



幸福是什么？

一个悠闲的穷人说：“有钱就是幸福。”一个匆忙的富人说：“有闲就是幸福。”一个下岗工人说：“有工作就是幸福。”一个工作太忙的人说：“不上班就是幸福。”一个失去双亲的人说：“父母在就是幸福。”一个双目失明的姑娘说：“能看见东西就是幸福。”一个瘫痪在床上的人说：“站起来就是幸福。”一个捡破烂的人说：“多捡些破烂就是幸福。”一个小学生说：“星期天妈妈能带我上公园玩，星期天就是幸福。”原来，缺少什么，什么就是幸福。

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 2015 年 ICTI“关爱” 程序工厂体系管理课程培训

P20 ICTI“关爱”程序企业高管交流会 邀请函

标准法规

P21 美国 FDA 发布儿童激光产品指南

焦点热议

P22 外贸转入新常态 今年目标或 15 年最低

P24 中国在部分领域的创新正在崭露头角

P25 下一步地方改革可能拿“僵尸企业”开刀

P26 中国将再爆发新一轮破产潮？

行业资讯

P29 五亭龙玩具城成苏中最大市场类电商平台

P31 展会新起点 企业新机遇

P33 玩具出口风险日渐增高 义乌发展遭遇新挑战

商会管理

P34 高健淇：中小企业为什么要加入商会？

文化园地

P37 东莞怎么办？中国制造业怎么办？

玩具业坚守之道：

耐 心 、 信 心

2014年的脚步已渐行渐远,2015年的征程已经启航。

过去的一年,玩具行业经历了苦涩和艰辛,这昭示着,成功从来都不是容易的事!丰收的荣光,从来只属于历经万难不屈不挠的强者!

过去的一年,我们经历了一些困境与无奈,但玩具业的经营者们从来没有在困境中屈服的习惯,大环境是我们微小的个体无法改变的,但我们可以做一些力所能及的事,让每个人的身边都有信任、爱与温暖。我们相信,任何时候都会有各种各样的困难,我们不能让困难成为我们行进中的绊脚石,而应该让它成为我们攀登高峰的栈道石阶。

“冬天已去,春天就在眼前”,过去的一年,虽然国际国内环境复杂严峻,全球经济复苏曲折乏力,国内经济下行压力加大,多重困难和挑战相

互交织,但在经历变革的阵痛中,是否会明白,在这之后,我们将迎接一个新生命的到来!

2015年新的征程已经启航!国家正积极实施“一带一路”战略,将为我国玩具业对外贸易创造新的发展空间,加上美、英、澳、加等国基本摆脱了经济危机的影响,玩具出口的向好因素已初露曙光。

我们已经进入了一种新常态。两会之后,全面深化改革的关键之路由此展开。我们的玩具企业坚定不移地支持执行国家的发展战略;坚持我们多年来倡导的“坚守”之路,坚决地抱着耐心、信心之决心,抓住当前玩具出口的有利时机,积极调整、大胆布局,不断积攒企业实力,力求从竞争日益激烈的国际市场中取得更大的突破!美好地春天终将属于我们!

二〇一五两会

将这样影响我们的生活

近日,十二届全国人大三次会议在北京闭幕。至此,2015 全国两会正式落下帷幕。细数下来,政府工作报告、人大常委会工作报告、两高报告等多个工作报告,总理记者会、发改委记者会、人社部记者会等十几场记者会,两会的日程满满当当,两会的内容非常丰富。

或许你只是有空的时候看了一点儿两会新闻,或许你时间太忙根本没顾上关注两会的内容,但两会作为中国政治生活中的一件大事,它做出的每一项决策都将影响中国这艘“巨轮”的走向,也会改变着身处这艘“巨轮”上的每一位乘客。你想知道两会后哪些将继续影响、改变你的生活吗?看完下面六张图,你就全明白了。

人民日报客户端

两会闭幕 这些将改变你的生活

这些新词描绘新生活

- #### 1 统一社会信用代码

人人都将有唯一的信用代码,失信者将处处受限。
- #### 2 “互联网+”

互联网加上传统产业,衣食住行将有更多改变。
- #### 3 众创空间

国家鼓励大众创业,创业者迎来大好机遇。
- #### 4 三证合一

工商营业执照
组织机构代码证
税务登记证

“三合一”
- #### 5 临时救助制度

群众临时遇到急事、难事陷入生活困境,也可以找政府帮忙了。
- #### 6 深港通

继上海证券交易所后,内地股民又将多了一个买卖港股的地方。
- #### 7 普惠金融

小微企业、大学生、农民,人人都将能享受到便捷的金融服务。
- #### 8 智慧城市

交通、医疗、物流等城市公共服务将更智能更便捷。

人民日报客户端
PEOPLE'S DAILY

这些改革有了时间表

1 延迟退休方案
今年制定2017年正式推出



2 全国养老金统筹方案
力争在2015年出台



3 25个省份明年高考统一命题



4 2015年
将全部取消非行政许可审批



5 高速公路收费办法改革
2015年提上日程



6 存款利率上限或今年放开



7 存款保险制度
今年上半年出台



8 税收法定
2020年之前全面落实



9 出租车改革意见
有望今年上半年出台

人民日报客户端
PEOPLE'S DAILY

这些产业2015年钱景无限

1 民营银行



民营企业、民间资本办银行，未来不是新鲜事，成熟一家，批准一家。

2 铁路



铁路投资8000亿，政府欢迎社会资本参与，民间投资走向更大舞台。

3 水利



在建重大水利工程投资超8000亿，水利投资向民营资本敞开大门。

4 旅游



落实带薪休假，政策扶持旅游业，百姓称赞，行业迎来新的增长点。

5 养老健康



人口老龄化加速，医疗、保健、家政、护理等行业有广阔发展空间。

6 物流快递



网购越来越火，物流快递是保障，市场有需求，政策在扶持，怎会无钱景？

7 新能源汽车



推广新能源汽车，对消费者的补贴不断加码，新能源汽车增长可期。

8 互联网产业



互联网改变世界，“互联网+”推动互联网与传统行业融合。

9 高端装备制造



实施“中国制造2025”，向制造强国迈进，“Made in China”不再是低端商品的代名词。

10 节能环保产业



在加强环境保护的大背景下，节能环保产业大有可为。

人民日报客户端

这些指标2015年将完成

- 1 国内生产总值增长**7%**左右 
- 2 居民消费价格涨幅**3%**左右 
- 3 城镇登记失业率**4.5%**以内 
- 4 进出口增长**6%**左右 
- 5 拟安排财政赤字**1.62**万亿元 
- 6 广义货币M2预期增长**12%**左右 
- 7 中央预算内投资增加到**4776**亿元 
- 8 二氧化碳排放强度要降低**3.1%**以上 

人民日报客户端

这些法律将影响你的生活

1 经济 

修改 证券法、促进科技成果转化法、种子法、农村土地承包法、广告法

2 政治 

修改 选举法、地方组织法、代表法、行政复议法

推进 反腐败国家立法

研究修订 行政监察法

3 社会 

制定 社区矫正法、反家庭暴力法、中医药法、慈善事业法

修改 食品安全法、红十字会法

4 文化、教育、生态 

制定 公共文化服务保障法、国家勋章和国家荣誉称号法

修改 大气污染防治法

5 国家安全 

制定 国家安全法、反恐怖主义法、境外非政府组织管理法、网络安全法

人民日报客户端

这些民生“红包”为你解忧

- 1 城镇新增就业  **1000**万人以上
- 2 减少农村贫困人口  **1000**万人以上
- 3 改造农村危房  **366**万户
- 4 解决  **6000**万农村人口饮水安全问题
- 5 新安排保障性安居工程  **740**万套
- 6 城乡居民基本医保财政补助标准提高到  **380**元
- 7 城乡居民基础养老金标准由 **55**元提高到**70**元 
- 8 力争让最后  **20**多万无电人口都能用上电
- 9 企业退休人员基本养老金标准提高  **10%**

人民日报客户端出品

制图 陈泉伊

人民日报客户端
PEOPLE'S DAILY

江苏孕婴童市场“钱”景诱人

谁的钱最好赚？聪明的你一定知道，是女人和孩子。没错，孕婴童市场绝对是目前炙手可热的掘金宝地。江苏每月的孕婴童用品消费额就有90多亿元，全年则高达1000多亿。

“孕婴童行业是21世纪的朝阳行业，是目前乃至今后发展潜力最大、收益最为丰富的行业之一”。据了解，自2000年以来，中国孕婴童经济每年以超过30%的高速度在增长，中国已经成为仅次于美国的第二大孕婴童产品消费大国。“根据江苏省政府公布的数字，未来几年江苏省每年新生儿将保持在80万人左右，若按零售市场数据显示的孕婴童用品家庭月消费900多元这个数字来进行估算，江苏每月的孕婴童用品消费额就有90多亿元，而全年则高达1000多亿”。

另据报告显示，2013年中国孕婴童行业市场总体

规模已达到1.43万亿元，预计2015年将突破2万亿元，占社会消费品零售总额的6.8%。艾瑞咨询认为，随着单独二胎政策的放开，新生儿将迎来一次小高峰。而新生代父母的消费潜力大，消费意识与消费能力升级，这些都将促使孕婴童行业在接下来的五年迎来爆发。



江苏吴江玩具出口实施全程无纸化

为进一步提升吴江地区的贸易便利化水平，自2015年1月19日开始，江苏吴江检验检疫局对辖区内出口玩具全部实施全程无纸化，至2月底，共放行出口玩具49批，货值55.7万美金，迈开了检验检疫全程无纸化改革第一步。

检验检疫全程无纸化就是改变传统纸媒介流转传递的做法，运用互联网、移动通信等现代化手段，实现受理报检、检验检疫、出证放行等各环节电子化作业的工作方式。

吴江检验检疫局为实现玩具产品的全程无纸化，

先后多次召开出口玩具企业无纸化报检工作座谈会，并根据企业诚信、产品风险等级、检验检疫要求等监管指标科学设置电子数据预审规则及抽批规则。实施全程无纸化后，快速核放的每批货物报检、检验、出证仅需10分钟，与传统的检验检疫方式工作周期需要1-2天时间相比，时间大大缩短。全程无纸化检验检疫工作，通过报检的数据化、查验的网络化、放行的电子化，缩短了工作周期，提高了工作效率，促进了贸易便利化，企业得到了真正的实惠。

2015 年新品抢“鲜”看



中国玩具和婴童用品协会

孩之宝推出了售价 15 美元的扭腰移动跟踪器,可以用附带的肩带固定在孩子身上,可以跟踪孩子走,跑,跳,或者其他主动活动,而且它有几个内置的数字游戏,以帮助鼓励孩子们继续穿戴这款产品。



中国玩具和婴童用品协会

2015 年 3 月 3 日, mothercare 全球 CEO Mark Newton Jones、Tusk 非洲野生动物保护慈善机构 CEO Charlie Mayhew 亲临 mothercare 上海淮海路华狮旗舰店,在众媒体以及嘉宾共同见证下,正式在中国市场推出与 mothercare Tusk 野生动物系列,该系列以野生动物形象图案为主,旨在唤起人们对于野生动物保护意识,为濒临绝种的动物筹款。mothercare 此次推出的 Tusk 系列大量采用了赭石色和焦糖色,让人不禁联想起非洲充满原始野性诱惑的塞伦盖蒂平原,有趣的野生动物图案无处不在。该系列产品齐全,品种丰富,包含推车、喂养用品、家居用品、床品等。mothercare 全力支持关爱野生动物,承诺每售出一辆 Tusk 系列 Xpedior 推车将为 Tusk 慈善机构捐赠 300 元人民币。

分龄故事机

品牌:洪恩

连锁渠道:苏宁红孩子

价格:299 元



中国玩具和婴童用品协会

独特的分龄设计,从 0-8 岁每个年龄段都有不同的主题内容,使用时长长,针对性强。



中国玩具和婴童用品协会

全新的 Tusk Xpedior 婴儿推车秉承了实用灵活的功能特性及高性价比的产品优势,别具一格的创新双向座椅,能完全平躺下来,在宝宝出生时就能马上使用,待宝宝成长,即可方便地调整多重角度以提供给宝宝最舒适的坐姿弧度,座椅朝向的自由切换,也能让父母更好的观察宝宝并与之互动,只需一辆 Xpedior 就能完全满足 0-3 岁宝宝的外出需求,全国 29 家门店同步上市。

新款 Tusk 系列 Nanu 推车除了延续轻便舒适的特点外,在外观上又增加了新的尝试,无论是红色的大象款还是自然色的长颈鹿款都为宝宝的出行增加了趣味性。宝宝从出生后就可使用这款 Nanu 推车,多角度倾斜座位方便调节,宝宝打盹时可向后倾斜座位,平时则可以放正座位。为了确保宝宝在推车中的舒适度,5 点安全带可以调节三个位置,腿部高度也可调节。包含一个可调节兜帽可有效遮阳。推车的闭锁式旋转前轮方便推行,座位下方备有购物篮,可存放宝宝的必需品,顶篷也可保护宝宝不受天气影响。



中国玩具和婴童用品协会

该系列的围兜同样秉承着该系列的风格特色,野生动物元素的精心设计与合理布局应运而生了一件件美观兼实用的宝宝围兜,多款式多材质适合各年龄段宝宝的特质,多件装、时尚款、可擦洗功能款一应俱全,让宝宝的用餐时光更加美好。



中国玩具和婴童用品协会

Tusk 新款家居床品采用了野生动物元素,可爱生动的长颈鹿、大象、犀牛都是该系列的主角,跳脱的焦糖色使宝宝房充满了活力。该系列除了全套床品外,还有动物形状的相框,温暖的羊毛毯、舒适柔软的大象靠垫等,搭配起来使用,营造出阳光温馨的房间氛围。



中国玩具和婴童用品协会

羊羊智能学习故事机——贺年版

品牌:全美

适合年龄:3岁以上

上市时间:2015年1月

产品价格:298元

独家定制专属于宝宝的早教机,聪明,可爱,调皮的喜洋洋深受小朋友喜欢,也是孩子生日,节日送礼等的必备佳品,故事机具有163种不同的学习内容,满足宝宝各种启蒙教育。



中国玩具和婴童用品协会

亲子熊二代早教机

品牌:优彼

网络渠道:京东商城

价格:249元

独有感应互动,按压优彼脚掌即可播放故事,贴心设计童锁开关防止儿童误操作。



中国玩具和婴童用品协会

除了扭腰移动跟踪器,孩之宝还推出了Skip-it移动跟踪器,固定在孩子脚踝,专门跟踪孩子跳跃的幅度和次数,Skip-it移动跟踪器还可以将数据传输到智能手机和其他配件,所以价格要比腰移动跟踪器贵上5个美元,达到20美元。



中国玩具和婴童用品协会

米宝兔故事机

品牌:米宝兔

商场渠道:百盛购物中心(复兴门店)

价格:298元

拥有断电记忆功能和自动关机功能。



侦探办公室

品牌/企业:乐高

上市时间:2015年1月

参考售价:\$159.99

2015 乐高最新街景。乐高新推的侦探办公室继续沿袭街头一角设计,但具有两个独立建筑,共 2262 个颗粒。侦探的办公室、隔壁理发店、二楼厨房拥有各种家具摆件,华丽内饰将小细节发挥到了极致,用于解密的房间甚至配有暗道,深深契合侦探主题。整个玩具拼好后高 27 厘米,宽 25 厘米、长 25 厘米。套装含有 6 个人偶:王牌侦探、理发师、飞镖手、警察等。



情人节布景礼盒

品牌/企业:思乐(Schleich)

上市时间:2015年1月

参考售价:官网未标

情人节玩具。2015 年开年,思乐推出 Peanuts 布景系列新款情人节套装。玩具包括查理、史努比和伍德斯托克,布景中,查理和史努比收到情人节爱心,伍德斯托克则坐在邮箱上。2015 年 1 月,思乐同期上市的还有 Knights 系列六款恐龙仿真模型。



粉红猪小妹之医院

品牌/企业:仙霸-Peppa Pig

上市时间:2015年(未上市)

参考售价:49.95

粉红猪小妹拼插玩具。仙霸(Simba)公司 2015 年推出多款“粉红猪小妹”拼插玩具系列,包括医院、公寓、火车站等场景(火车站场景 1 月已上市)。本套产品共有 112 个颗粒,包括四个人偶:粉红猪小妹、乔治、爸爸和妈妈,以及一辆救护车。玩具适合 18 个月至 5 岁小朋友。



3D 儿童灯

品牌/企业:3dlightFX-JWP

上市时间:2015年1月

参考售价:官网未标

3D 趣味仿真灯。本款以 Olaf 形象打造的 3D 仿真壁灯,活灵活现,仿佛 Olaf 将头部卡在了墙面上。灯非常易于安装,可以装电池,因此不用插销。内部有 LED 灯管,可以定时开关,晚上不必自己关灯。继本款玩具后,还会陆续推出忍者神龟和变形金刚系列。

新常态 新责任

历史的时钟滴答滴答走进了 2015 年,处于破立之间的中国经济正在发生着深刻改变。

经济结构优化、创业创新驱动、反腐开启改革路径……而这诸多的改变,源于对中国经济形势的基本而深刻的判断,即中国经济进入“新常态”。自 2014 年 5 月习近平总书记首次提出“新常态”以来,这一热点关键词就成为了度量很多领域方向把握是否准确的试金石。

新常态之“新”,意味着不同以往;新常态之“常”,意味着相对稳定,主要表现为经济增长速度适宜、结构优化、社会和谐。既然“新常态”是一种趋势性、不可逆的发展态势,担当经济转型大任的企业界必当顺势而为。

当下“新常态”给企业提出的新命题是:增速放缓将考验企业的运营实力,优化结构意味着转型与被淘汰的压力,而新能源、新技术、新市场为方向的新兴产业将迎来更多市场机遇,创新驱动则要求企业以可持续发展的思路,结合社会需求改变旧有的商业模式和产品形态。

这一切的考验都意味着,企业需要把履行企业社会责任(Corporate Social Responsibility,简称 CSR)变成一种“新常态”。CSR,这个在西方国家 19 世纪中叶开始提倡的概念,在中国也已经得到广泛关注。当然,如果说过去发展的黄金十年,主要讲求速度和规模的企业界,把 CSR 当作门面口号或者装饰点缀的话,那么在经济步入白银十年,处于新常态之下,CSR 则将成为

企业发展的度量衡和定海神针。这一点,对深谙经济发展脉络的企业界人士来说,恐怕不难达成共识。

新常态下的新责任,这将引发更多企业界人士认真思考,这一新责任意味着什么?应该包含哪些内涵?与之前有哪些不同?我们如何更好地实践它?把它重新提到怎样一个新高度上?

虽然这些暂时没有确切的答案,但从 2014 年至 2015 年年初,不少优秀企业继续深耕 CSR,做出了很多有益的探索。比如 2014 年 10 月碧桂园进行的“同心共享”制度,面向所有员工,同股同权,合伙经营。“同心共享”机制加强了项目运营效率,提升职业经理人团队的稳定性和积极性,受到了集团内部及投资者的广泛欢迎。还有京东自 2013 年发布《企业社会责任报告(2004-2013)》之后,继续加大对电商企业社会责任的研究力度等等。

的确,这些案例都是“新常态?新责任”的有力注脚,这些新责任突出反映在社会环境责任、社会责任管理、社会公益及慈善活动、模式创新、企业市场责任等几个方面。另外,可以预见的是,随着经济形态的不断推陈出新,未来像“社会创新、共享价值、生态圈”这些词汇将更频繁地出现在企业 CSR 管理当中。

可见,未来,到底是新常态催生新责任,还是新责任变成新常态,这显然不是一个有标准答案的问题,而是一个互为因果的命题。对此,我们不纠结于答案本身,而是展望未来,展望一个更加和谐共生的未来。

2015年玩具出口市场形势展望

2015年我国玩具出口前景如何?我们的答案恐怕会与商务部预计今年我国外贸情况做的结论相似:“国际环境可能略有改善,但回升幅度有限,风险和不确定因素较为突出。”之所以这样说是基于对以下客观因素或原因的分析。

国际市场回暖迹象明显

一直以来,欧美国家和地区是中国玩具最大的出口市场。按海关总署统计,中国玩具出口美国和欧洲的金额比例占总额62%以上,因而,欧美玩具市场的一举一动,都会对中国玩具出口产生重大影响。按过往经验,欧美圣诞节玩具市场销售行情将直接影响来年行情,而从去年圣诞节市场销售情况看,世界玩具市场需求明显复苏。世界玩具销售巨头孩之宝、玩具反斗城、乐高等的季报业绩报告称:得益于市场需求旺盛公司产品销售畅顺盈利增加。则也从一个方面佐证玩具市场正在回暖。以下,我们广泛收集了世界市场情报和归纳各方信息,让读者一看究竟:

美国市场 美国玩具销售约占中国玩具出口总额35%左右,由于去年美国经济持续向好,消费者消费意欲大幅提高,2014年12月密歇根大学消费者信心初值上升至93.8,远超预期的89.5创近八年新高。美国消费者购物热情明显逐步回升,据美国全国零售商联合会(NRF)发布的调查报告显示,去年感恩节假期,进入商场或者在线购物的消费者达2.48亿人次,零售额574亿美元,每位购物者平均花费约407美元。美国市场研究公司(ComScore)发布研究报告称,“网购星期一”全美桌面网络购物额同比增长17%,达到创纪录的20.4亿美元。玩具销售也是一路高歌,路透社记者报道说:在圣诞节前的一个月,15类热门玩具像迪士尼冰雪奇缘城堡和冰宫玩具套装(Disney's "Frozen" Castle and Ice Palace Playset);彩虹小马(My Little Pony);淘气小亲亲(FurReal Friends);玩具拖车(Max Tow Truck)等数度在全国卖断货。所谓一滴水能折射出太阳的光芒,从市场卖断货的现象,我们可以看到2014年美国圣诞节玩具市场兴旺的一个方面。

欧洲市场 欧洲占中国玩具出口市场份额约26%。英国、法国、德国是欧洲中国玩具主要销售市场,去年欧洲圣诞节玩具市场销售也较为热火。英国《零售时报》报道:2014年1月到10月,英国玩具市场销售额与去年同期相比增长6%,这是自2010年以来,英国玩具业销售额最高的一年。此外,玩具产品的单位销售量也强势上涨,从年初算起已上涨17%,圣诞节的玩具热销将使英国2014年玩具总销售额超过30亿英镑。而按法国消费研究机构NPD(尼尔森)的调查:截至2014年11月初,法国玩具市场累计同比增长2.7%,全年增长可

望达到 3%，与整体经济 0.4% 的增长预测相比，可谓令人振奋的数字。德国市场玩具销售也相当理想，去年前三季度中国对德国玩具出口同比增长 13.6%。

新兴市场 与兴旺的欧美市场相比，新兴经济体玩具市场则相对较为平淡，虽然去年前三季度中国对亚洲、非洲、大洋洲新兴经济体国家玩具出口全面增长，对菲律宾玩具出口甚至同比增长 40.3%，不过后市变数极大。受世界石油价格大幅下跌影响，中东、南美、俄罗斯等国家和地区的经济增长正面临严峻考验，巴西、俄罗斯等新兴经济体国家经济增长已明显下滑，一些国家为应对困难将货币大幅贬值，这估计将使得人民生活水准受到一定影响，从而制约这些国家和地区的玩具市场需求。因此，2015 年中国玩具对一些新兴经济体的出口，恐怕难免会受一定影响。

总结起来，尽管石油价格大幅下跌对一些新兴经济体国家产生影响，但综合各方信息和总结 2014 年世界玩具市场销售情况，我们有理由相信：在占世界玩具消费 60% 以上欧美国家经济持续向好大背景下，如果没有出现大的突发事件如战争发生，2015 年世界玩具市场需求仍会平稳上升，这将有利中国玩具出口增长。

哪些产品会更好卖

在研究完中国玩具出口前景后，我们继续研判未来什么产品可能会更好卖。与两年前儿童 iPad 等电子玩具风靡一时不同，2014 年欧美圣诞节玩具市场最好卖的产品，是“冰雪奇缘”等动画片的衍生传统玩偶，仔细整理中国海关出口数据和去年欧美圣诞节市场情况，以下情况对玩具生产出口企业估计会有参考价值。

从出口数据分析 中国是世界最大的玩具出口国，按中国海关总署统计，去年最受市场欢迎的玩具产品，应当是“其他玩具，组装成套或全套的”（税则号 95030081），我国该类产品去年前三季度出口 12.55 亿美元，占玩具出口总额的 12.26%，同比增长高达 36.27%；排在第二位的，是“其他带动力装置的玩具及模型”（税则号 95030082），1-9 月出口 11.61 亿美元，占我国玩具出口总额的 11.34%，同比增长 21.58%；而单价增长最大的产品，则是“其他建筑套件

及建筑玩具”（税则号 95030040），2014 年 1-9 月出口单价为 13.25 美元，同比增长 112.63%。

从热销产品分析 仔细研究美国全国零售商联合会（NRF）发布的 2015 最热玩具评选名单，数十个备选产品大多数是传统的玩具产品，如“芭比无限创意卷发娃娃”（Barbie Endless Curls）、“魔法混搭烘焙套装”（Cool Baker Magic Mixer）、机械恐龙（Zoomer）等。而总结 2014 年圣诞节玩具销售情况，迪士尼的“冰雪奇缘”（Frozen）玩偶，Xbox One 游戏机和 Skylanders 智能玩具，名列最受消费者追捧玩具产品的前三名。

仔细浏览比较欧美各大玩具销售公司公布的“2014 最热玩具”名单，我们发现有以下两个较为显著特点：一是产品价格十分市民化，无论是 Hamleys 还是 eBay 公布的热门玩具，售价基本处于 100 美元以下；第二就是科技含量普遍提高，如儿童“手表”（Kid-dizoom Smart Watch）具有游戏、闹钟和摄影等功能；“我的朋友卡拉”娃娃（My Friend Cayla）带有智能语音识别系统等等。因此可以预见，2015 年玩具市场的主角，恐怕会是那些功能多多而价格相宜的产品。

产品技术发展趋势 随着互联网技术快速发展，联网智能玩具将会不断扩展新功能，从而令产品更加好玩和更受消费者青睐。美国一些玩具制造商甚至认为：由于数字玩具可能对教育方式带来革命性影响。像 Dash 机器人这样的玩具能够教给孩子们基础编程技巧，所以他们对此类产品未来市场前景充满期待。

实际上，2014 年，一些大厂已经推出传统玩具和数字技术结合的创新产品，如一款名为“Skylanders: Trap Team”游戏，在该游戏中，玩家的实际动作会转换到屏幕上，进而影响游戏结果；“AnkiDrive”则是一个带赛道的人工智能赛车套装，入门版售价为 149.99 美元；“Sphero 2.0”以及“Ollie”是通过应用控制的球以及会翻滚机器人，售价同为 99 美元。这些产品在 2014 年一经推出市场，立刻获得消费者关注而热销。也许，这些产品如两年前的儿童 iPad 一样，未来会在市场上风靡一时。

（摘自《中外玩具制造》）



省商会领导 拜访南京、扬州地区会员企业

春暖花开的3月,万物复苏,一切如新。11日上午,踏着明媚的阳光,省商会常务会长梅萌、林若庸、汤建忠、王杰等商会领导风尘仆仆从各地赶到南京,拜访参观南京、扬州地区会员企业。

为了更好地汇聚商会资源,搭建有效服务平台,形成促进玩具企业发展的合力,及时了解掌握玩具企业的经营情况,帮助协调解决玩具企业发展的困难和问题,推动玩具企业持续健康发展,刚过完年,省商会组织了这次拜访、学习交流活活动。

省商会领导一行首先来到南京朝晨纺织品实业有限公司,受到省商会副会长、朝晨纺织品公司董事长韩朝东的热烈欢迎。韩朝东董事长向省商会领导介绍了2014年企业生产情况,就2015年企业面临的经营情况和发展趋势与商会领导进行了交流和探讨。

下午,省商会领导一行拜访了省商会副会长单位、南京三角洲玩具有限公司、江苏汇鸿国际集团中鼎控股股份有限公司,并与副会长楚建平、朱定郎、汪志勤等就玩具行业今年的发展趋势、国际市场行情、汇率变动趋势、行业面临的困难以及如何运作企业生产经营进行了沟通和交流。

傍晚时分,省商会领导一行还拜访了省商会副会长、扬州利达机动玩具有限公司董事长刘忠,常务理事、扬州磁扬工艺制品有限公司总经理张久强,就企业发展中遇到的问题和困难进行了探讨和沟通。

企业家们普遍认为,经济下行态势下,企业生存压力加大,但与其他行业相比,玩具行业仍然具有一定的优势,企业目前遇到的困难,是要素驱动向创新驱动转变过程中的阵痛。企业转型升级虽然很艰难,但如果现在不做,今后承受的压力会更大,会付出更高的成本和代价。我们江苏的玩具企业应积极面对,迎难而上,积极转变思维,努力适应新常态下经济运行规律。

企业家们希望,政府引导企业转型发展,要给与一定的政策支持,给企业留有一定的时间和空间,对目前的扶持政策进一步细分并落实到位,政府部门还需要进一步加大简政放权的力度,给予企业更大政策扶持,更大的自主权。

晚上近9点,商会领导与企业家们的参观拜访活动结束。大家对商会领导的探望和慰问表示感谢。对有商会这个可供大家抱团取暖的平台感到欣慰,大家有耐心和信心就商会历年来提倡的“坚守”达成一致共识。

香港贸发局江苏代表

曾沂靖拜访省商会秘书处

3月10日,为促进香港地区与我省玩具行业产业集群的交流,香港贸发局江苏代表曾沂靖、香港贸发局展览事务部经理叶嘉琪等一行3人拜访了省商会秘书处。

香港贸发局江苏代表曾沂靖介绍了香港贸发局发展情况,主要工作和拓展与内地贸易渠道的方式,特别是助推市场国际化发展的基本构想和合作领域。省商会秘书长王根生向客人们介绍了近年来江苏玩具的发展情况,企业目前遇到的问题 and 困惑,双方就江苏玩具行业的现状与发展、贸易合作、展览合作进行了讨论。

在交流中,双方表示,将以共同构建多层次、宽领域的经贸合作为目标,建立合作关系,实现互利共赢。

据了解,香港贸发局自1966年成立以来,一直协助香港的贸易商、制造商和服务业者,向全球推广他们的业务。香港贸发局在世界各地设立了超过40个办事处,其中13个在中国内地,致力促进香港作为联系中国内地,以至亚洲的商贸平台。香港贸发局亦举办贸易展览会和商贸访问团,帮助企业把握香港和内地的商机,促进产品和服务贸易,并推动全球中小企业透过香港的商贸平台经商。

重 要 启 事



各玩具企业：

省商会主办的《东方玩具网》已成功改版升级。升级后的《东方玩具网》增加了“商会论坛”项目，为更好地为各玩具企业在资源配置、原材料、生产设备买卖中，得到更优质的服务，你可以把你所采购的产品使用情况及要求通报给商会秘书处，省商会秘书处将与供货厂家联络、接洽、商讨你所反映的问题，并督促供货商家为你解决问题，并将结果发布在《东方玩具网》上，予以警示。你也可以向大家推荐新兴的、可以节省劳动力的价格合适、耐用的生产设备，我们将在《东方玩具网》上大力推广。

《东方玩具网》“商会论坛”栏目将重点发布供应商供应情况不好、质量问题、面料数量短少、安全测试标准达不到、而又不给玩具企业解决问题的，将跟踪订单及交易情况，经协调后能帮你解决问题；售后服务好的，省商会将在网站上推荐，给予生产企业指导性采购意见；如果供应商屡次不能让你满意，将公布其诚信度，提出采购警示，提醒会员企业注意。

《东方玩具网》欢迎各供应企业发布你的产品，省商会将重点对玩具企业使用较多的激光裁剪机、下料机、充棉机、开棉机、电子 IC 芯片、印花企业、绣花企业、毛绒面料、辅料、PP 棉等展开体系评价，好的推荐，差的警示，力争做到玩具企业、供应商诚信经营、优质服务，达到双赢。

2015 年 ICTI “关爱”程序工厂体系管理课程培训

培训日期：2015 年 5 月 6-7 日（周三至周四）

培训地点：江苏省社会主义学院（同心园宾馆）二楼

培训讲师：ICP 技术团队

培训主办单位：ICTI “关爱”基金&江苏省玩具和婴童用品商会

致各企业：

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

一、培训目的

1. 通过体系管理课程培训，能全面系统的掌握 ICTI 体系的最新要求，同时也能得到 ICP 技术团队的亲自指导，帮助工厂进行更加有效的体系管理。
2. 通过体系管理课程培训，能对 ICTI 体系课程进一步加深学习，提升工厂 ICTI 体系负责人的专业水平，提高整个工厂员工培训效率及内部审核效率。
3. 通过体系管理课程培训，能对 ICTI 管理体系和工厂的自身实际情况有更加清晰的认识和了解，通过培训课程的不断深入强化，学员间的交流探讨，完善工厂内部体系管理小组的工作。

二、培训适合对象

1. 新申请或有意申请 ICTI 认证的工厂，帮助工厂全面了解 ICTI “关爱”程序的最新要求，指导工厂建立有效的内部审核机制；
2. 已有 ICTI 证书，由于人员变动原因需委派新人负责或者有意培养储备人员的工厂。帮助新的体系负责人或储备人员全面了解 ICTI “关爱”程序的要求，更好的应对审核要求及工厂内部体系的维护；
3. 已有 ICTI 证书，但是仍然希望进一步系统学习 2013 版本 ICTI “关爱”程序新内容要求的工厂体系负责人，加强工厂内部审核团队对 ICTI 体系的深入了解。

三、培训课程安排

1 培训时间：5 月 6-7 日

2 培训课程初步安排：

日期	时间	内容
5 月 6 日	09: 30-09: 45	第一部分 ICP 机构介绍

	09: 45-10: 30	第三部分 企业社会责任 (COC) 在提升工厂管理中的应用
	10: 30-10: 45	小休
	10: 45-12: 30	第三部分 ICP 重要政策和程序
	12: 30-13: 30	午餐
	13: 30-15: 30	第四部分 工作时间和工资 (审核清单 2-3)
	15: 30-15: 45	小休
	15: 45-17: 30	第四部分 工作时间和工资 (审核清单 2-3) (继续)
5月7日	09: 30-10: 30	第五部分 劳动用工 (审核清单 4-8)
	10: 30-10: 45	小休
	10: 45-12: 30	第六部分 环境健康安全 (审核清单 9-12)
	12: 30-13: 30	午餐
	13: 30-15: 30	第六部分 环境健康安全 (审核清单 9-12) (继续)
	15: 30-15: 45	小休
	15: 45-17: 30	第七部分 答疑指导环节

3 培训证书

参加培训的学员将颁发由江苏省玩具和婴童用品商会签发的, 与 ICTI “关爱” 基金共同举办的《2015 年 ICTI “关爱” 程序工厂体系管理课程》培训结业证书。

四 培训费用

- 1 培训费用: **¥1980 RMB/人, ¥1800 RMB/人** (江苏省玩具和婴童用品商会会员优惠价格)
(以上费用包含 6-7 日午餐费、资料费、证书费以及 2013 年 ICTI 新版行为守则及程序指引一套)
- 2 缴费方式: 本次培训将统一开具相关发票 (省内可开具免税收据), 仅接受转账缴费方式。
户 名: 朱 兰
开 户 行: 中国农业银行南京玄武支行营业部
卡 号: 622 8480 3996 8961 9274
- 3 备注: 缴费后请将底单传真至 025-84825593 并电话告知, [或发至邮箱 jsstoys@163.com](mailto:jsstoys@163.com)

五 报名方式

1. 请有意参加的工厂填写报名回执并 email 回复我们, 报名截止日期 4 月 30 日。相关培训费用请收到报名确认信息后于 4 月 30 日之前缴纳, 谢谢!
2. 报名咨询电话: 025-84826892, 18913929790 朱兰 15951919749 朱涛
报名传真: 025-84825593
E-mail: jsstoys@163.com, 550358006@qq.com
为保证本次培训的效果, 将实行小班制。名额有限, 欲报从速, 名额满即止。

六 备注

- 1 请各企业参加培训的学员务必填写清楚公司名称（中英文），ICTI 证书编号以及姓名（中英文），以便我们培训证书的制作。
- 2 本次培训费用已包含 2013 年 ICTI 新版行为守则及程序指引一套，如需要购买多套或单独购买请提前告诉我们，可在培训现场直接购买。

培训报名回执

公司名称	中文：			ICTI 证书编号	
	英文：				
参加培训学员 (中文)	参加培训学员 (英文)	部 门	手 机	电 话	Email
本次培训费用已包含《2013 年 ICTI 新版审核规章手册及程序指引》一套，如需额外购买《2013 年 ICTI 新版审核规章手册及程序指引》，请注明需额外购买的套数。（每套 120 元）				_____套	
是否需要住宿	<input type="radio"/> 5 日晚	<input type="radio"/> 6 日晚	<input type="radio"/> 7 日晚	共 _____ 晚	注：四星级标准间 328 元/间(含早)， 单间 198 元/间(含 早)

3、报到地点：江苏省社会主义学院（同心园宾馆）

酒店地址：南京市苜蓿园大街 51 号

酒店电话：025-85262266

报到时间：5 月 5 日下午 13:00-19:00（不需要住宿的 5 月 6 日 9:00 前）

报到地点：宾馆大厅

ICTI “关爱” 程序企业高管交流会 邀请函

会议日期：2015 年 5 月 8 日（周五）
 会议地点：江苏省社会主义学院（同心园宾馆）三楼会议室（南京市苜蓿园大街 51 号）
 会议主讲：ICTI “关爱” 基金营运总监叶宝华及 ICP 技术团队

致各企业：

自 2012 年以来，江苏省玩具和婴童用品商会与 ICTI “关爱” 基金已合作举办了 4 场公开答疑会，1 场体系管理培训，以及最新的工厂自我学习模式交流平台。200 多家工厂，500 多名代表参加了这些会议及培训。

ICTI 体系的提升管理离不开企业最高管理层的关注和支持。为了让企业高层进一步理解 ICTI “关爱” 程序行为守则，加强高层管理者之间的交流，我会特邀请到 ICTI “关爱” 基金营运总监叶宝华先生将于 5 月 8 日举办一场小型的高层管理者交流会议。会议相关事宜安排如下：

一、参加对象：企业老板或最高层管理者（董事长或总经理）

二、会议时间（5 月 8 日 星期五）

三、会议地点（江苏省社会主义学院（同心园宾馆三楼会议室）南京市苜蓿园大街 51 号）

注：计划在上午 10 点至下午 2 点（4 小时的交流及午餐会）。

四、会议内容

- 1、社会责任守则(COC)在提升管理中的应用：叶宝华先生将分享关于 COC 在工厂管理提升中的理念和经验
- 2、针对工厂在 ICTI 审核中遇到的问题及困难，以及对商业行为守则的理解进行交流探讨。
- 3、本次小型交流会参与者可自行决定是否在会上公开自己身份，所讨论的问题也不会对企业 ICTI 审核带来任何影响，会议重点在高层交流，大家可以畅所欲言。

四、会议费用

由于本次会议是小范围的高层交流会，包含中午用餐，我们只收取餐费及酒店场地费用：400 元/人
 可选择转账缴费也可选择现金支付。（开具相关发票（省内可开具免税收据））

户 名：朱 兰

开 户 行：中国农业银行南京玄武支行营业部

卡 号：622 8480 3996 8961 9274

五、报名方式

1、请有意参加的工厂填写报名回执并 email 回复我们，报名截止日期 4 月 30 日。相关费用请收到
 报名确认信息后于 4 月 30 日之前缴纳，谢谢！

2、报名咨询电话：025-84826892、18913929790 朱兰 15951919749 朱涛

报名传真：025-84825593

E-mail: jsstoys@163.com, 550358006@qq.com

交流会属于小规模范围，名额有限，请企业提前与协会联系并填写回执、

附表 1

参会回执

公司名称	手机	ICTI 证书编号	Email
参会嘉宾及职务			

是否懂广东话：是 否



美国FDA发布儿童激光产品指南



美国食品药品监督管理局(FDA)医疗器械和辐射健康中心(Center for Devices and Radiological Health, CDRH)近日发布了一份指导性文件,通知制造商、FDA工作人员以及公众CDRH目前正在考虑的用于儿童玩具激光产品的激光(和激光二极管)的安全性。

据悉,在美国销售的玩具受到众多安全标准的规管,包括与使用激光有关的FDA法规。市场上的大多数“类似激光”玩具都使用无害LED灯来模拟激光;任何使用了真实激光技术并归于目前FDA定义的激光产品的玩具都必须符合FDA有关低功率激光的规则。

目前,FDA的法规并没有强调玩具激光产品,特别是供14岁以下儿童使用而制造、设计或升级的产品。然而,正如此前的报道,2013年6月,CDRH拟议修订其激光法案,包括一项有关定义儿童玩具激光产品的规则草案并要求其符合国际电工委员会(IEC)一级排放限值。

虽然规则制定的过程仍在继续,但FDA指南建议制造商制造的儿童激光产品符合目前FDA一级或IEC一级排放限值,以使其在激光束范围内给使用者和/或其他人带来的风险“最小化”。虽然该指南不具有约束力,但FDA可对不符合这些建议的产品采取强制措施。

美国玩具行业协会(TIA)此前作为玩具行业代表提交了有关拟议规则的评论,支持FDA试图与EU和IEC限值结合的举动,但建议修订拟议的定义,并要求最新版本的IEC标准被用作范例。

TIA将继续跟踪该问题并安排专人获取有关事件的任何进展消息。

外贸转入新常态

今年目标或 15 年最低

“规模增长、增速放缓、质量提高”，中国连续多年高速增长的外贸逐步进入新常态。数据显示，2014年，我国进出口增长3.4%，大幅低于年初时提出的7.5%的目标。谈及今年的外贸形势，海关总署新闻发言人郑跃声表示，预计2015年我国外贸的总体增速将高于2014年，外贸发展的质量和效益也会进一步提高。

海关总署昨日发布的数据显示，2014年，我国进出口、出口和进口分别增长3.4%、6.1%和0.4%。其中，3.4%的进出口增速，大幅低于年初时提出的7.5%的目标。然而，增速放缓的背后是中国对外贸市场更加多元化、贸易方式更趋合理、内生动力进一步增强，外贸新常态逐步确立。

这样的“缓速高质”的状态今年或将延续。

记者了解到，2015年的外贸增长目标或将从去年的7.5%下调至6%左右。这将成为2001年中国加入

WTO以来，最低的外贸增长目标。“推进外贸稳增长调结构，培育竞争新优势”也成为今年外贸主管部门的主要工作。

进入中低速增长意料之中

在全年国际市场需求不振，国内经济下行压力增大的情形之下，3.4%的外贸增速似乎是意料之中的事情。连续多年高速增长的外贸增速逐步进入中低速增长通道，这也与整体经济走势不谋而合。

“随着我国经济发展进入新常态，我国的对外贸易也进入了稳增长、调结构、提质量为特征的新常态。”海关总署新闻发言人、综合统计司司长郑跃声说，外贸增速大幅低于预期，与贸易正处于增速的换挡期有关。贸易增速同整体经济增速一样，已经从高速增长阶段进入到中高速增长的区间。

除增速放缓外，质量提高也是外贸新常态的重要表现。郑跃声认为，2014年我国对外贸易在“提质量、提效益、优结构”方面均取得了积极的进展。

从贸易伙伴看，2014年我国与新兴市场双边贸易比重上升，表明市场多元化取得了积极的进展。2014年，在与欧美等传统市场双边贸易保持较好增长态势的基础上，我国对东盟、非洲、俄罗斯、印度等新兴市场双边贸易增速明显高于总值的增速，其进出口值合计占我国外贸总值的比重为20.2%，较2013年提升了0.8个百分点。



与此同时,一般贸易的比重在提升,显示出贸易方式更趋合理;外贸主体方面,民营企业比重在提升,说明外贸的内生动力在进一步增强;进出口的商品结构不断优化升级;贸易价格条件得到改善。

数据之外,贸易产品、贸易方式转型的例子也多了起来。义乌地区是全球最大的小商品市场,产品主要销往世界各地。随着跨境电子商务的发展,虽然出口产品没有改变,但航空小包、邮寄、快递贸易方式则成了新的贸易渠道和方式,增加了企业的出口数量。

在一个轻工产品展销会上,一家假发制品企业的老板对记者说,他们厂家的假发制品原来以出口北美和欧洲市场为主,2014年,他们逐渐开拓非洲市场,因为非洲人口基数大、渗透率低、消费刚性大,这一市场的消费潜力很大。在国内市场方面,随着人们消费理念的改变,不少购买假发的消费者从一定年龄或者因为脱发等有需求转变为追求时尚,出口转内销也是其企业的另一重要策略。

“2014年更多的企业已经适应了经济新常态下的外贸增长模式,企业已经不再期盼新的优惠政策和任何救市的政策,他们正在集中力量寻求新产品和新技术的突破,并把开拓市场提升竞争力作为企业发展的突破口。”商务部研究院院长霍建国表示。



目标下调至 6%左右

谈到今年的外贸形势,郑跃声表示,预计2015年我国外贸的总体增速将高于2014年。同时,我国对外贸易发展的质量和效益也会进一步提高。

郑跃声说,今年世界经济增速可能会略有回升,但全球经济总体复苏疲软的态势难以有明显的改观,国际金融市场波动加大,国际大宗商品价格波动、地缘政治等非经济因素的影响也在加大。由此,我们认为2014年抑制我国外贸负面因素仍将持续一段时间。

不过,也要看到一些积极的因素和变化。郑跃声说,就国际方面来讲,在我国的主要贸易伙伴中,美国经济已经显示出相对稳固的复苏态势,发展中经济体和新兴市场经济也将平稳增长,增速将略高于发达经济体。在市场多元化战略的引导下,这些对于稳定我国的外贸出口都将起到积极的作用。

从国内来看,我国经济发展仍处在大有可为的战略机遇期,经济发展总体向好的基本面没有改变,将继续保持稳定的增长。国家出台的促外贸稳增长系列措施,政策效应还将继续显现。

从2013年至今,中国已经连续两年下调外贸目标。综合考虑各种因素,记者了解到,2015年的外贸增长目标或将继续降低,从去年的7.5%下调至6%左右。

不少专家表示,国家正在积极推进的自由贸易园区战略和“一带一路”建设,有望成为我国外贸新常态的方向和驱动因素。商务部部长高虎城表示,2015年,商务部要加快培育外贸竞争新优势,落实加快自贸区建设的精神,谋划构筑立足周边、辐射“一带一路”、面向全球自由贸易区网络。

中国在部分领域的创新 正在崭露头角

长期以来,中国一直以“世界工厂”闻名于世,但部分中国行业也推出了一些惊人的创新服务和产品。《福布斯》列出了中国领先于世界其他国家的8大创新行业:微支付、电子商务、快递服务、在线投资产品、廉价智能机、高铁、水力发电、DNA 测序。

1. 微支付。中国科技公司免费提供游戏和网络服务,然后向个人内容的获取收取很低的费用,比如帮助游戏玩家达到下一个级别的虚拟宝剑。这种商业模式不仅帮助数字公司在盗版横行的条件下实现创收,也证明在低收入国家,这种模式更具吸引力。
2. 电子商务。中国电子商务最具创新的一面可能就是更为简化以及广阔的覆盖面:在中国,电子商务规模基本上已经超越了传统零售业,在实体店之前将现代消费主义带入了正在发展中的农村地区。
3. 快递服务。中国快递的低价、高质量得益于繁荣的电

商业引发的激烈竞争和较高的送货需求,以及低劳动力成本。随着更多中国人出国,中国快递公司异军突起,收取的国际包裹送货价远低于 UPS、DHL 等公司。

4. 在线投资产品。在中国,银行领域依旧被严格监管,但新的在线投资平台为众多没有得到传统银行系统服务的用户提供了投资选择。
5. 廉价智能机。对于很多中国用户来说,智能机是访问互联网的唯一方式。尽管苹果和三星在中国依旧十分受欢迎,但是很多人转而使用本国廉价智能机品牌,以远低于苹果三星手机的价格获取同等配置。
6. 高铁。中国铁路网络的长度以及通过补贴使得数亿人民支付得起高铁票价的方法让该系统实现了改变。
7. 水力发电。目前,中国的水力发电规模位居全球第一。
8. DNA 测序。如今,测序一套完整基因组的费用已经从 2003 年的 30 亿美元降至只需几千美元。

下一步地方改革 可能拿『僵尸企业』开刀

随着中国经济发展进入转型的“新常态”，各省市出现占据大量厂房、土地，却没有任何实际生产行为的“僵尸企业”有越来越多的态势，其中又以长三角、珠三角一带最严重。光是浙江省一地，近3年产生的“僵尸企业”就多达1542家。报导指出，由于这类企业已严重危害大陆的市场体系，已成为有关部门下一波“开刀”的对象。“僵尸企业”之所以存在，主要原因包括企业的发展遭遇瓶颈，企业经营赶不上市场变化，或是投资决策错误等。但令人惊讶的是，由于不少地方官员认为企业倒闭并不光彩、有损地方形象，反而对这些“僵尸企业”多所保护，从而导致这类企业不生产、不缴税，却坐拥大量厂房及土地资源，企业退场机制完全停摆。以浙江省为例，该省在2014年曾对“僵尸企业”进行普查，结果发现该省近3年没有缴税的“僵尸企业”多达1542家，占有土地2.57万亩。为此，浙江省全省法院在2014年11月扩大处理这些企业，不仅化解银行不良资产达785亿元人民币，更释出土地1.18万亩、厂房面积639万平方公尺。由于目前中国的《破产法》不够完备，加上地方及企业对于企业退场机制的观念不足，使得有关部门在处理“僵尸企业”时面临不少困难。因此，如何加速通过破产清算等法律手段进行处置，借此盘活土地、设施等资产，同时引导当地产业升级，将是成为中国未来清理“僵尸企业”的重要推动方向。在我们看来，对于债务压力很大、发展缺少突破的各级地方政府来说，盘活“僵尸企业”占有的资源将变得越来越有吸引力。如果地方政府的态度转变了，下一步整治“僵尸企业”、逼出它们占有的资源，可能成为地方政府热衷的行动。





中国将再爆发新一轮 破产潮？

“中国制造”曾是国人的骄傲,在国外逛街,随便拿起一件小商品,上面的产地肯定写着:Made in China。“Made in china”曾带领中国走在世界前沿,中国制造一度曾是中国经济发展引擎巨擘。而如今中国制造业又将面临着一波破产潮。

被称为制造业之都,以生产制造眼镜、鞋子、打火机文明世界的温州,现在正在经历着制造产业空心化,鞋子、打火机等引以为傲的产业正在失去光环。

去年是温州制造业艰难的一年,制造业利润薄,转投房地产又遭遇地产危机,温州制造业的日子正越来越难。

事实上,制造业的倒闭潮早已开始。据了解,2014年12月5日,知名手机零部件代工厂苏州联建科技宣布倒闭,随后联建的兄弟公司,位于东莞的万事达公司和联胜公司相继倒闭,三家公司累计员工人数近万人。

此外,几乎是同时期,位于苏州的诺基亚手机零部件供应商闳晖科技也宣布关门停产。

联建科技曾是苹果手机屏幕供应商,后来与小米也有过几年合作,闳晖科技主要生产各种手机按键、镁合金手机外壳、汽车音响及其他塑胶零件等。

1月,手机零件制造商东莞市奥思睿德世浦电子科技有限公司老板欠债1.35亿元跑路,400员工失业。从事杂牌手机制造的东莞兆信通讯因资金链断裂倒闭,1000多名员工失业,董事长高民自杀。

面临制造危机的还有制造业同样密集的广东。以东莞为例,据2014年10月份的统计数据,东莞大型工厂破产的有十多家,其中多为代工企业。业内人士估计,春节前东莞至少还有上百家大型工厂倒闭或停产。

业内人士分析,一方面,一些东南亚国家正在中低端制造业上发力,抢夺中国成本优势地位;另一方面,原

本在华生产的外资高端制造业回流发达国家,投资优势正在消失,“前后夹击”成为了当前中国制造的无奈现状。

春节前夕,日本知名钟表企业西铁城在华生产基地—西铁城精密(广州)有限公司宣布清算解散,千余名员工被解除劳动合同,限期离厂。

与此同时,微软则计划关停诺基亚东莞工厂和北京工厂,并加速将生产设备运往越南工厂。微软在东莞和北京两地的关厂,将总共裁员9000人。

其他一些知名外资企业,如松下、日本大金、夏普、TDK等均计划进一步推进制造基地回迁日本本土。优衣库、耐克、富士康、船井电机、歌乐、三星等世界知名企业则纷纷在东南亚和印度开设新厂,加快了撤离中国的步伐。

分析认为,外资生产企业大批迁离中国,上一次发生在2008年,主要原因是金融危机爆发。这一次,则更多基于企业自身战略决策。

数据显示,中国今年1月份的制造业PMI为49.7,与去年12月份的49.6相比几乎持平。截至1月份的三个月平均值为49.8,与截至2014年10月份的三个月平均值50.6以及截至2014年1月份的50.3相比均降幅明显。



汇丰日前发布2月制造业采购经理人指数(PMI),50.1的初值创下近4个月新高。有分析认为,尽管中国制造业有所好转,但在中国经济的换挡期,这种好转并不稳固。

此次各制造大省接连出现的企业倒闭却有别于以往,原因值得深思。

著名品牌战略专家李光斗表示,市场是在不断的供给与需求的循环中发展,对制造业也是如此。从供给角度来讲,支撑制造业发展的是劳动、资本和全要素生产率;从需求角度来讲,支撑制造业发展的是投资、消费和净出口拉动。现在制造业出现危机,很大情况就是供给与需求发生了变化。

从供给方面看,首先是劳动供给出现不足,如今中国劳动力人口已不能与前几年相比。目前中国劳动力人口正呈现出缩减趋势,15—59岁人口从2011年至2012年缩水66万到9.45亿人,而劳动年龄人口的数量到2014年已从2011年顶点下降了560万。

劳动力人口下降,就会影响劳动力供给,劳动力供给不足,用工成本就会上升。从上面企业倒闭的案例中,用工成本高已成为了影响企业发展的一个很大原因。

从需求方面看,中国过去宽松的货币政策带来了严重的投资比例过高问题。据统计,2012年中国固定资产投资占国内生产总值的比例达到46.1%,大大高于世界平均水平的23.8%。投资刺激了需求,也刺激了制造业的发展,但粗放式,只关注产品的量、规模,而忽视产品的质,生产中不注重技术、不注重创新的发展,反过来又会影响企业不能很好地满足需求。

中国制造产业发展了十几年,大部分仍然停留在产业链的最低端,利润微薄不说,产品技术还跟不上市场发展,这种情况下,如果市场一旦出现问题,企业就难以为继。供给方面要素已不能改变,如果满足需求方面要素再不做改变的话,中国制造过不了几年将会消失。中国制造,是时候做一下升级了。

李光斗说,中国向来被称为制造大国,品牌小国,以制造业闻名,却鲜有拿得出手的品牌,这对想长久发展的制造业可不是什么好事。纵观国外发展百年的企业,无一不是走品牌化路线。从产品生产、技术创新、提高

管理入手,将产品做到极致。

在现代,尤其是伴随着移动互联网时代的到来,人们的消费理念已经发生了变化,“简单粗暴”的产品已经不能适应市场发展需要,制造企业要想发展下去,就要走品牌化路线,将产品做到极致。如何做到极致?只有提升全要素生产效率。全要素生产效率包含技术进步、资源配置、技术效率以及体制和管理创新等方面内容,要求企业在发展过程中既要注重量,还要注重质。

提升全要素生产效率,也就是对制造业进行产业升级、让制造业进行品牌化的过程。中国制造要想化解目前的危机,唯有提升全要素生产效率,而未来的中国制造,其内涵应更多体现的将是品牌和创新,而不再只是简单地模仿和山寨。

而从宏观上来讲,中国制造业面临的问题是中国实业走向空心化之路,知名经济学家如松表示,任何一个通胀型经济体最终都是实业消失,经济金融化。

因为任何一个企业的综合成本都是由通胀决定的,而产品价格是有供需关系决定的,所以,产品价格永远跑不赢通胀,最后就会挤压实业的生存空间。中国持续用货币推动资产价格,无论形成的通胀是隐性的(用房地产涨幅表示)还是表现的,最终就要走向实业空心化之路。

但通过中国 CPI 看上去中国经济并不通胀,并且最近还有通缩的风险。如松说,CPI 并不能反应全部真实的通胀。有些国家不断调整一篮子商品结构,有美化 CPI 的嫌疑。

如松说,通胀的本质是生产要素价格不断上涨,超过了社会体制和文化决定的生产效率上涨。CPI 指数也是不断上涨(真实地反映生产要素价格的变化),是通胀,这点很容易看到;但如果生产要素价格不断上涨而 CPI 不能反映(或不能完全反映)哪?一样是通胀,只不过是一种隐性通胀。

如松表示用 M2 增长率减去 GDP 增长率的差额数字就是真实的通胀率。源于货币与社会的商品和服务是对应的,当 M2 增长大于 GDP 增长的时候,多余出来的货币就没有对应的商品和服务,自然转化成通胀,这种判断方法短期无效,长期是有效的。

年份	M2 增速	GDP 增速	差额
2010 年	19.7%	10.4%	9.3%
2011 年	13.6%	10.3%	3.3%
2012 年	13.8%	7.7%	6.1%
2013 年	13.6%	7.7%	5.9%
2014 年	12.2%	7.4%	4.8%

从上面数据可以看到,最近几年中国的通胀和巴西大体相当。

但这部分通胀是到哪去了呢?为什么我们没有感觉到呢?其实我们早已经感受到这部分通胀了。那就是房地产。

为了不让通胀数字恶化,管超发的货币被赶入一个特定的领域,免得生活必需品价格快速飙升。最典型的当然是房地产。所以,房地产在最近五年的变化就代表了真实的通胀率。

但是,无论将超发的货币赶入何处,都无法掩盖生产要素价格的上升,也就意味着实际通胀一样在发生。从 2008 年到现在,资本投资收益率快速下跌,就反应了这种生产要素价格不断上升的实际情形,也就反映了通胀的实际情形。

这是因为:房地产价格上涨,就会带来土地、租金、人工、利率、等等全社会所有生产要素价格的上涨,很多项目都没有进入 CPI,但都严重地推动企业的生产成本,形成实际通胀。

虽然最近数年,中国发布的 CPI 数字并不高,但隐性通胀带来的危害一样在展现。现在这种负面影响才刚刚拉开序幕,如果中国不自己主动捅破泡沫,给实业留出生存空间,让实业强大,那么泡沫只能被动破裂。



成苏中最大市场类电商平台 五亭龙玩具城

在纵横的光纤里,正诞生着一个个听不到机器轰鸣的工厂、一个个看不见现金往来的园区,一批电子商务园区正在邗江强势崛起。

在竹西百分百电子商务创意产业园,街道招商局副局长汪婕介绍,去年11月正式开园,已吸引20家企业进驻。“今年我们的目标是实现实打实的应税销售一个亿。”

百分百电商园向亿元冲刺的速度见证了邗江电子商务的爆发式增长。截至去年底,五亭龙玩具城成为苏中地区最大的市场类电商平台,蒋王、竹西电商园建成运营,金槐村创成全省首批、苏中首家电子商务示范村。市级以上现代服务业集聚区数量邗江区全市第一。全市唯一的汽车综合服务功能区已在邗江区启动建设。

电商风暴卷过邗江

电子商务作为现代服务业节拍的核心动力,能够衍生出迅速拉长的产业链条和高速增长的产业规模。以民营经济为基石的邗江经济与网络时代自由、创新和开放的文化天然契合,邗江机械装备制造、毛绒玩具等产业蓬勃发展,母婴玩具类产品电商企业数量排名全省第一。五亭龙市场交易额达55亿元,其中电子商务销售额突破10亿元。“笛莎公主”已成为国内电商行业的示范和标杆,销售超过3亿元。汇银乐虎网开通后半年实现销售8580万元。

邗江区委、区政府出台了扶持政策及行动计划,建立了政府主要领导挂帅的领导机构和工作机制,区内现代物流基础扎实,顺丰、申通等一批快递企业在邗江设立了区域性总部或分支机构。邗江拥有国家5A级资质物流企业1家、3A级4家、2A级1家,物流行业年吞吐总量达845万吨。

“雁阵式”梯队各具特色

邗江在发展中着力构建主次分明、各具特色的“雁阵式”产业梯队。

“领头雁”——重点支持扬州高新区和维扬开发区。高新区依托文创园、月城科技广场等创新载体，引进知名电商企业设立区域运营中心、结算中心等，加速发展技术服务、物流供应链、大数据等电商配套业态。维扬开发区依托五亭龙、汽车城及后市场、税友等平台载体，集聚发展玩具礼品、文化创意等关联产业。

“主引擎”——重点建设西区新城和城区街道，集中打造一批精品“电商社区”。新盛街道积极参与京华城的电商转型，依托商务中心、德馨大厦等高端楼宇，打造西区新城电商核心区。邗上街道加快推进“淘宝特色中国·扬州馆”开馆运营。双桥街道推进华懋、特易购等城市综合体建设。蒋王、甘泉、杨庙、槐泗等借助“道口”和近郊优势，打造电商配套产业园。竹西、蜀冈结合百分百、研祥等专业园区建设，打造研发、销售、服务一体化的电子商务生态区。

“新蓝海”——重点建设远郊乡镇和瓜洲旅游度假区，推动电商“进村入户”，促进电子商务与农业、旅游业融合发展。公道、方巷、杨寿依托沿湖资源和农产品加工特色，探索农副食品电商销售模式。瓜洲以省级旅游度假区建设为契机，探索建立集景区游览、宾馆酒店等旅游服务资源于一体的“在线旅行社”。



“网络化转身”并不容易

在邗江多地涌现电商园区的时候，不少业内人士指出，由工业园区向电商园区“网络化转身”并不容易。

物流、仓储等因素在电商园区的发展中正由“顶配”慢慢地变为“标配”。记者获悉，在外地的先进园区，还拥有诸如专业摄影队伍、电商网站设计等配套企业，有的电商园区直接由企业运作，集聚“电商散客”，与快递公司签订“团队服务”合同，形成发展的规模效应。

如何充分利用国内成熟电商平台的资源优势，探索 B2C、O2O 等电商交易模式，避免电商园区沦为“小作坊”，实现“网络化转身”，是一个需要时间去破解的命题。



展会新起点 企业新机遇

广州国际玩具及模型展、广州国际童车及 婴童用品展 4 月强势登场

国内玩具、童车展览会看哪家？广州国际玩具及模型展览会和广州国际童车及婴童用品展览会（以下简称广州展）当仁不让。为什么？主办方广东省玩具协会在成功举办大型玩具展 26 年的丰富经验基础上，2014 年，经政府外经贸部门批准，与全球最大的跨国展览公司——法兰克福展览有限公司合资成立“广州力通法兰克福展览有限公司”，双方结成实质性的合作伙伴，每年共同主办广州国际玩具及模型展、广州国际童车和婴童用品展。从 2015 年起，广州展将继续往开来，不仅规模继续壮大，国际化程度和国际知名度也将迅速提高，参展企业面向全球市场的贸易机会也会更多、更加广泛。

本刊记者从主办方处获悉，今年广州展将在 4 月 8~10 日在广州（琶洲）保利世贸博览馆开展，展馆面积由 2014 年的 47200 平方米增至 75000 平方米，大增 50%。目前，参展申报非常踊跃，预计将有近 1300 家参展商参加，展位逾 3300 个。主办方表示，单从目前参展商提交申请材料和展品简介资料看，今年参展商们定为广州展带来更多种类丰富、款式新颖、玩法创新、创意无限的新玩具，让买家们目不暇给。与此同时，为了适应玩具市场的不断变化，广州展也在不断进步，满足买家需求。继特设动漫品牌授权展区和幼教游乐设施展区后，今年看到国内早教市场的发展潜力，主办方加开电子早教玩具区，不仅丰富了展品种类，更通过类别划分务求让参展商和买家获得最好的展出效果。

知名企业众星云集

经过 27 年的积累和发展，广州展在玩具界极富盛名，因此每届展会都能够吸引众多国内外知名玩具企业参展。据主办方介绍，今年招展情况十分火热，一批深谙广州展成效的企业早早申报参展。包括奥飞、龙昌、高乐、可儿、蓝鹰、群兴、信宇、怡高、骅威、星辉、木玩世家、雅得、彩珀、伶俐宝、实丰、美致、美业、双鹰、星月、智乐堡、龙祥、澄星、嘉达、乐吉儿等。

此外，不少企业如优扬、咏声、大头儿子、深圳喜羊羊（电子早教）、早教通、宇达为、福豆、中科、贝乐高等在往届感受过广州展很好的效果后，扩大展位面积达 90 平方米或以上，选择更为“高大上”的特装展示。

目前，主办机构正紧锣密鼓进行组织买家观展的工作。通过多渠道全方位的宣传，吸引全国各地的采购团到会参观，此外还邀请了各地知名百货商场、超市的相关负责人及商户观展采购。

新平台高起点。今年主办方特别花大力气针对海外买家进行展会宣传工作，进一步推动展会的国际化进程。广州力通法兰克福展览有限公司的境外团队已全面拉开海外展会和媒体宣传推广的帷幕。团队充分利用海外商贸资源，积极与国外的潜在买家交流推介广州展；与此同时，该团队的特派推广小组已前往德国，专程参加 2015 年纽伦堡玩具展宣传推介广州展。此外，展会还在谷歌、美国《The Toy Book》、英国“ProgressivePreschool”、德国《DasSpielzeug》、日本

《Toy Journal》、韩国“YUA”、台湾《玩具通讯》等网站、杂志宣传推广。

在了解广州展的相关情况后，不少国外买家已经提前进行预登记，包括美国、德国、俄罗斯、英国、日本、韩国、新加坡、澳大利亚、意大利、比利时、印尼、印度、土耳其、以色列、沙特、香港、澳门、台湾等数十个国家和地区的商家预约报名观展，期待着4月份到广州展参观采购。

参展新品异彩纷呈

鉴于去年市场热点产品不多，买家希望能够看到更多玩具新品，找寻2015年的热销产品。今年广州展将一如既往地为广大买家展示种类齐全、款式新颖、创意无限的新玩具。

去年市场最热的产品有不少都是动漫衍生玩具，不少经销商预料2015年此类玩具的热度有望保持，淘米、华强、星原、虹猫蓝兔、幸星、方块、蓝弧、影舟子等企业将齐齐亮相。另外一些新的动漫授权商同样值得期待，咏声旗下的猪猪侠在经历了10年的发展后，开始实施品牌升级战略，计划在2015年推出2部大型动画系列片、1部动画大电影、1部动漫舞台剧等多个作品。另外，咏声还计划在全国开设30家猪猪侠主题乐园和各种周边产品开发授权业务。

早教产品市场在2014年延续火热趋势，而且品牌竞争更加激烈，所以今年电子早教益智类玩具参展企业异常踊跃，主办方也特意设立了电子早教区。博悦、迪宝乐、易读宝、早教通、启智、良兴、学立佳、勤得信、神童、仁顺、长江等品牌企业将带来系列新品。去年深圳市博悦生活用品有限公司的阿李罗火兔故事机系列在早教市场大受欢迎，至今已经推出多款不同样式的儿童故事机。优扬文化传媒股份有限公司在早教故事机市场展现了很强的实力，今年他们也会带来更多造型可爱、功能丰富的产品。

幼教游乐设施类新的品牌企业多、展出面积增大。包括：上海华森葳、梦乐。特别值得关注的是，由浙江中凯、巧巧、中山海基伦、凯奇、贝旺、华瓯等组成了温州游乐设施专区。

毛绒玩具方面，长亿、亲泰儿、澳捷尔、安泰新锐、凯

佩珑、吾卢拉等企业将齐聚展场。其中，新展商中有布桐布趣和去年刚登陆新三板的天衡值得买家关注。而木制玩具当然少不了我们国内知名的奥光、木玩、丹妮、宇强、贝乐多、恒兴、鑫胜、米乐等企业。

模型类品牌企业中美致将参展面积增加了两倍多，从去年的162平方米扩展至405平方米。恒祺届时会在展会现场摆放真实的直升机，这也是模型类产品中的一大亮点。当然也少不了彩珀、升辉、俊基、裕丰、威龙、文华、华一、威利等实力型企业。

婴童用品类参展企业品牌数量众多，包括INTEX、荣威、铎源、婴侍卫、吉龙、倍护、欧培、利鑫、华婴、婴歌、新意念、长联发、安贝尔等。观展商选择机会不少。

童车大展不容错过

作为广州国际童车及婴童用品展览会的一部分，童车展馆同样迎来新变化。首先从位置上看，童车展馆从广州(琶洲)保利世贸博览馆2楼的3号馆调整至1楼的1号馆；其次，河北平乡、山东滕州等童车产区的企业已组团参展。目前，主办方走访了山东、河北、浙江、江苏、广东等童车企业并得悉，企业纷纷看好广州童车展前景，已报名参展的童车企业包括广东乐美达、昆山荟智、山东好儿郎等300多家。(关于广州童车展的更多详情敬请关注本刊3月号报道)

此外，为了给广大玩具业同仁更丰富的市场资讯和探讨玩具发展的前景，展会同期将举办“2015中国玩具及童车营销论坛”、“玩具与童车海外买家采购说明会”、“2015幼儿游戏与玩教具产业高级论坛”，欢迎参展商和买家报名参加。

(摘自《中外玩具制造》)



玩具出口风险日渐增高 义乌发展遭遇新挑战

作为全球最大的小商品批发市场，义乌国际商贸城贩售 170 多万种商品，从全国各地进货，60% 卖到国外。其中，玩具是重要的类目之一。

据统计，2013 年义乌检验检疫局完成市场采购出口玩具检验 6253 批次，货值 1.11 亿美元，同比分别增长 34.56% 和 46.81%；2014 年第一季度，完成检验 1670 批，货值 0.35 亿美元，同比分别增长 96.24% 和 139.07%。在义乌，玩具企业大多是外贸型，只负责销售环节，而玩具的产地则在广东、浙江及其他区域。但不管产自何处，过去，义乌货总会被贴上廉价低质的标签，如今，升级也成了义乌商贸城的话题。

尽管随着很多业务已经或正在被转移到诸如阿里巴巴的电商平台上，义乌国际商贸城的鼎盛时期其实已经过去，但这里每天依然有不少来采购和洽谈业务的零售商买手，可以在这里找到全球 90% 的玩具。

公开资料显示，2014 年，中国主要玩具出口地中，广东和浙江的排位最靠前，其中在一季度的数据中分别占据 65.12% 和 12.26% 的市场份额。而浙江的玩具出口中，义乌占有一席之地。数据显示，2014 年前三季度，浙江总共出口玩具货值 12.65 亿美元，其中，义乌的出口货值是 3.69 亿美元，占比 29.17%。

不过，义乌出口的玩具中，很大一部分是广东制造。义乌销售的工艺玩具中，塑料工艺玩具约占 60%，这其中又有大约 90% 的塑料工艺玩具产自广东澄海。义乌的玩具市场中，广东玩具占三成，义乌本土生产的玩具占四成，其他地区分掉最后的三成。其中，义乌主要生产毛绒玩具、木制玩具、小塑料玩具等，而广东玩具则以电子电动玩具为主。

过去，义乌货在很多时候都被等同于廉价低质的商品，甚至 BBC 的一档节目曾说，中国是全球领先的塑

料垃圾商品制造商，义乌国际商贸城就是它的展示厅。事实上今天，至少在玩具行业，各种外部因素都在逼着义乌升级。譬如，玩具虽小，但事关儿童安全，美国、欧盟等发达国家和地区近年来或是出台了玩具的技术性贸易措施，或是提高了相关的要求。

2013 年 7 月，欧盟在其成员国实施欧盟史上最严苛的《玩具安全新指令》。类似《玩具安全新指令》的措施实施后，对于玩具企业来说，不仅仅是门槛问题，更多是带来了企业成本的上涨。对于那些低价跑量的企业来说，市场空间进一步缩小了。

事实上，随着国外市场提高对玩具的要求，义乌所有出口商品中，玩具一直是风险较高的品类。据义乌出入境检验检疫局介绍，每年收到的国外通报中，玩具的占比高达 23.3%。而在浙江范围内，义乌玩具也高居“被通报”之首。据报道，2014 年，浙江出入境检验检疫局对出口工业产品国外质量通报数据统计分析显示，玩具为通报的主要产品，被通报数量为 47 起，其中，义乌被通报的数量为 37 起，其他县(市、区)共计 10 起。目前，义乌玩具多以市场采购方式出口，代理环节多，出口主体复杂，一旦出现国外通报、国外退货等产品质量问题，产品追溯难度较大，质量主体责任难落实，检验监管难以实现闭环管理。

正因如此，2014 年 5 月，义乌市下发《义乌市场采购出口玩具质量安全示范区建设工作方案》，要求建设全国首个市场采购出口玩具质量安全示范区。而此举的根本目的在于提高义乌市场商品的质量水平，促进市场采购贸易便利化发展和可持续发展。

而根据上述方案，义乌会面向国际商贸城内的玩具商位，建立以义乌小商品码为核心的溯源机制，同时，加大事后追溯和违法违规处置力度，从而倒逼产业升级。

高健淇:中小企业为什么要加入商会?

中小企业为什么要加入商会?这不仅是未加入商会的企业思考的问题,也是众多商会组织关心的命题。只有真正搞明白大家的一些疑问,对企业和商会才具有现实的指导意义。

在计划经济体制下,公有制经济一统天下,企业不需要商会。依靠政府行政职能谋取生存的行业协会也不是真正的商会。中小企业不同于国有企业和大型民营集团公司,他们既对商会充满一定的“心理预期”,又非“刚性需求”,他们既是商会重点宣传和发展的对象,又是未来商会的中坚力量和希望所在。

商会是什么?

国内学者对商会的研究相对缺乏,不少商会也是“摸着石头过河”,甚至对商会究竟是什么也搞不清楚,但对商会不是什么却很明白,就是在“如果造成某某现象和局面,绝对不是商会”的假设情境下,通过“顶层设计”、风险控制和创新实践,创造了商会的历史。

商会作为企业和企业家的组织,是这个利益群体合法权益的“代言人”,它具有社会组织的共同性,就是合法性、自主性、自律性和服务性。合法性使商会身份“名正言顺”,商会活动“师出有名”,商会建设“有章可依”,发展会员“光明正大”;自主性使商会发展“机动灵活”;自律性使商会“规范化、制度化”并“自我约束”;服务性更使商会秘书处工作“八仙过海,各显神通”。

上联政府,下接企业,商会虽在政企之间“夹缝生存”,但通过密切分工与良性互动,恰恰能“左右逢源、长袖善舞”,以聚合的力量和社会的影响拓展了自己的话语空间,提供了新时期政商关系的解决方案。从单一企业的“政府主导、管理和企业依附”关系,到“合作、博弈和均衡”新型关系,商会起到了桥梁、纽带和智囊作用,成为企业的“娘家”、政府的助手。例如:温州商会在

全国的率先成立与发展后,在行业治理、社会管理、政府互动及至商会内部发展等多方面均有不俗绩效,成为国内诸多商会的仿效对象。

商会的地位也随着经济贡献、社会影响和会员质量而“有为有位”,不少商会会员在各级人大、政协、工商联、青联、民主党派中等兼任职务,会员企业自身发展也与商会知名度、相得益彰。同样,“声名鹊起”的商会也吸引了一些知名民营企业家为代表的新阶层人士参与商会建设。例如,北京陕西企业商会有:万通集团董事长冯仑、搜狐 CEO 张朝阳、爱国者总裁冯军等;北京湖北企业商会有:泰康人寿董事长陈东升、湘鄂情董事长孟凯、居然之家总裁汪林朋、小米科技董事长雷军、奇虎 360 董事长周鸿祎等;北京广西企业商会有:阳光 100 集团董事长易小迪、搜房董事长莫天全、纽曼公司总裁唐未德等;北京四川企业商会有:眉州东坡集团董事长王刚、好利来集团总裁罗红等;此外,中坤董事长黄怒波担任了北京宁夏企业商会会长;第十届全国工商联副主席、新华联集团总裁傅军担任了北京湖南企业商会会长等等。

“山不在高,有仙则名;会不在大,与谁同行?”榜样



的力量是无穷的。一些商会的“大老板”会影响到一批自己的“粉丝”(中小企业、小微企业业主)加入。在某种意义上,中小企业选择商会,获取是社会身份、成长环境和学习动力,等于过上了一一种“组织生活”。

商会有什么?

这里的有什么,应该包括两层含义,一是有什么样的商会?一是商会内部有什么?前者是类型,后者是内容。

世上先有的企业,企业和企业家多了,才有的商会。有什么样的企业和企业家,也会有什么样的商会。从商会类型上看,商会大致分为两类:一是行业性商会,一是地域性商会。行业性商会注重的是“业缘”,地域性商会注重的是“地缘”。地域性商会又分为本地商会和异地商会。比如“北京山西企业商会”、“北京安徽企业商会”等,就是那些远离故土在京创业的各地商人之家。

古有晋商“守信不欺”、徽商“信义为先”、鲁商“敦厚质朴”、粤商“冒险犯难”、闽商“积极进取”等商帮文化,如今地域性商会传承并革新了旧商帮文化,形成了新时代商帮文化。而行业商会会员在一起,具有价值“共识”和文化上的“认同”,黏性极高。不同的行业虽具有不同的特色和魅力,但行业文化延绵不绝、历久弥新。

行业性商会“重业不重籍(籍贯出身)”和地域性商会“重籍不重业(行业)”并不是一成不变的,如果“地缘”加上“业缘”,就会变成“合作伙伴”、“专业市场”、“产业集群”。例如:成立于1901年的温州商会(本地商会),成立了服装、眼镜、纺织品、家具、合成革等25个直属行业商会;北京福建总商会(异地商会)先后成立了茶业、纺织服饰、水产农特产、食品调味品、木业家具、文化创意产业等行业商会;一些全国行业性商会也在地方省市建有分会,使其成为行业商会的省市分会。无论是行业商会的“行业文化”,还是地域商会的“商帮文化”,三人行必有我师,一群志同道合的人走,注定会走得更远,无数个会员互动就会产生无数个1+1>2的效果。

那么,商会内一般有什么呢?一是商会的“有”是对应商会资产的“无”,商会的“无形资产”远远大于固定

资产,是商会最大的财富,有时要靠几届会员持续接力发展和不断积累,属于核心竞争力范畴。商会以“轻资产”生产智慧型服务型产品,产品具有公共产品和俱乐部产品的特征;二是商会的“有”是对应企业家的“需”,属于企业家“私人定制”的团体升级版,或会员心愿达成的“集中采购”,商会的机构设置、制度机制等出发点均源于企业家需求;三是商会的“有”是对应商会秘书处的“实”,秘书处是商会的执行机构、服务主体和策划运营中心。例如,北京浙江企业商会秘书处设有:办公室、宣传部、会员部、商务合作部、公关外联部、法律维权部、公益慈善部等七个部门,除了办公室外,部门设置完全按会员“需”处设、从“实”处做。商会因需而生、因需而变、因势而行,中小企业加入商会,具有认同和共识,选择的是一种“文化归属”和“集体定制”。

商会做什么?

企业是创造财富的主体,是国家名至实归的纳税人。政府是一个营造环境的主体,提供优质的公共服务,保证社会的公平正义。同样商会作为平台、阵地和窗口,服务功能远大于其经济功能。作为非营利组织,大多数商会存在主要靠会费,会费靠会员,取之于企,服务于企,服务是商会的“立身之基、发展之本、成事之道”。服务指标虽不可量化,会员的诉求却有迹可循。如何解决会员存在的普遍性、共性和差异性的问题,考验着商会的组织绩效。因入会自愿,退会自由。会员的“商会体验”,决定着会费收入和会员规模。商会是干出来的,口号再漂亮,抵不过会员“用脚投票”。

商会服务重点在“商”,有人说:企业不盈利就是“犯罪”,作为“非营利”的商会必须为会员企业“盈利”服务,让会员“尝甜头、有好处,多赚一分钱”,一个成熟的商会手中握有的“大数据”与“组织动员”两大王牌。“大数据”中仅社会资源一项,就汇聚着政府、企业、人力、信息、社团、金融、法律、媒体、艺术等各类“海量”资源,如何转化为生产力,如何改善资源配置效率,如何有效节约交易成本,取决于信息提供和协调“组织力量”集体行动,取决于商会会长、秘书长等商会决策者和执行团队,一个有作为的秘书长能把商会做好,一个有作为的会长能把商会做大。建会较早的商会已经从“联谊”的草根阶

段、“互助”的生存阶段,步入了“共赢”的成长阶段、“发展”的成熟阶段,从早期的互动互助(金融机构综合授信、互助基金),到后来的产业联盟,不少商会与地方政府“谈判”,已经着手打造“商会产业园”,成为地方政府招商引资的“香饽饽”。

商会服务核心在“人”,人都是有感情的,你对他好,他也会对你好。中小企业家是国内最累的一个群体。商会除了为会员企业“盈利”服务外,还应体现在金钱不能解决的问题上,在企业发展方面可以多“锦上添花”,在企业家层面一定要“雪中送炭”。思想上多关心、生活上多照顾、精神上多关怀。诸如在优秀企业家评选,各级党代表、人大代表、政协委员、劳动模范推荐上;住房、看病、入托、上学、就业、婚介、户籍、救急等社会问题解决上。成熟的商会往往经历从会员“被入会”、“被感动”到“被需求”的过程。

商会服务关键在“会”,亲戚要勤走动才叫亲,商会要多开会才叫会,否则就是死水一潭。动起来的组织才有力量。在各级商会内“文山会海”看不到,“会荒”却普遍存在。据了解,“铁打的商会,流水的会员”,活动太少,要么会员“流失退会”,要么成为“僵尸会员”,以至于出现“商会平时不联系,只是未到缴费时”现象。活动不仅体现商会的特点,更是实现商会服务功能的重要手段。北京山东企业商会自2011年10月份开始,举办了110多期周末沙龙活动,主题丰富、形式多样,满足不同企业需求,聚集了人气,发展了会员,凸显了商会活力。其中2014年1月14日,在北京国家会议中心举办的第104期沙龙主题为“北京山东企业展览会”,吸引了百余家山东籍企业千余人次参加了展会。中小企业业主加入商会,既可以聚力、融力和借力,又可以以主人翁精神参与,就等于签订了一份“服务约定”,拥有了一个“自我成就”的舞台。

商会想什么?

政府组织、社会组织和企业组织,是构成现代社会体系的三大支柱。商会作为社会组织不是生存在真空中,如果不去思考“想什么”的问题?就会影响到有什么?做什么?甚至混淆到自己是什么?

我们对商会自身的认识要具有辩证性,这对于增

强商会工作的创造性、预见性,更好地建设商会具有重要的意义。商会也有自己的生命周期:酝酿、筹备、成立、发展、成长、成熟、衰退、注销。从定位上看,不能越位、错位和失位,遵循有所为有所不为;商会既联系政府、建言献策,又贴近会员、反映诉求,做到“尊上不媚上、为下不愚下”;既自主自信,又自觉自律;做到让党和政府放心,让会员企业满意,让商会事业长青。

就个体企业而言,商会既不是万能的,一个商会综合不了所有商会的优点,放大“好处”或做出“承诺”都是草率的;商会也不是无用的,部分会员体会不到“价值”不代表商会就没有作用,看轻“自己”或遇到困难时“退缩”也是不可取的。

从服务理念上,商会既是在商言商,以商为本,为企业谋福利;又要在组织言组织,强调非营利性,不能与企争利、借企谋利,成为少数人牟利工具。商会既讲究“等级划分”,会费对应职务;又不是“贩卖职务的机构”,强调责权利三位一体,贡献越大、责任越大,付出和地位对等。商会既具有互惠性,不是公益慈善机构,有付出可以有回报;又提倡奉献精神、社会责任,不图索取、不计得失,作为会长、执行会长、副会长等要率先垂范、甘为人梯、助企成长。

强大的商会多是相似的,不足的商会各有各的不足。不要以商会的“个案”和“试错”来否定商会的成效。商会实际发展运行过程中,极易产生个人主义、小团体主义、拜金主义、官僚主义、形式主义、地方保护主义等。如何克服、纠正、避免各种不良思想和风气,巩固精神阵地,商会在弘扬爱国民族精神、建构商业道德体系、继承优秀商业文化、加强行业自律、传递正能量等方面责无旁贷、任重道远。

为此,不少商会成立了党组织、青联、顾问团、各类专业委员会、女企业家俱乐部、公益基金、红白理事会、读书会等,有的还举办总裁研修班、企业道德讲堂等,从而使商会成为企业家们积极向上、自我提升、彼此信任、产生共鸣的平台,让企业家身上流淌道德的血液,获取有尊严的财富。中小企业业主加入商会,赋予了使命感,用辩证的眼光参与商会,不患得患失,走进的是一个“精神家园”。

编者按:看到一篇好微信,拿出来与大家一道分享,仁者见仁智者见智,畅读自己的心得体会,虽然诸多微信圈好友没有发声,相信你的见识颇深,商会微信圈就是我们自己沟通、交流、学习的平台,传递正能量,沟通市场信息,大家一定会感谢你!



东莞怎么办? 中国制造业怎么办?

东莞为什么如此让人担心

东莞是中国的缩影,是大多数城市的镜像。

它的命运就是中国的命运,它的前途就代表着中国的前途,它的爱恨记载着这个国度的现实,它的血泪见证了民族的辛酸。它是“MADEINCHINA”的样本区域,但凡任何有关制造业的风吹草动,总能在东莞找到分析样本。

东莞的危机从没有消停过,6年前受2008年金融危机影响,2009年东莞制造业十停去了四停,产业工人一年中丧失150万,1600家台企、2000家港企从东莞撤离。但当时的金融危机其实与东莞自身危机关系并不大,真正令东莞企业难受的是现在,以及将病入膏肓的整个经济运作肌理,能及它的整个经济结构。这似乎是一种经济癌症,无法治愈,只能眼睁睁看着这座城市慢慢走向衰亡。

2015年1月10日,微软计划春节前关停诺基亚东莞工厂将生产设备运往越南。同时,位于北京微软诺基亚工厂也将同步关停。据悉,此次诺基亚东莞和北京工厂裁员共计9000人。

2014年12月,知名手机零部件代工厂苏州联建

科技宣布倒闭。接下来位于东莞的关联公司万事达和联胜相继倒闭。据了解,联建科技辉煌时有员工两万多人,2014年业务每况愈下,至倒闭前还有3000多名员工。万事达公司和联胜公司两家工厂倒闭时共拥有员工7000人。

2014年12月,手机零件制造商东莞市奥思睿德世浦电子科技有限公司老板欠债1.35亿元跑路,400员工失业。另外,还有东莞一家做杂牌手机的制造企业兆信通讯因资金链断裂倒闭,1000多名员工失业。

东莞发生这一切,都在意料之中,2008年拥有七八千名员工合俊集团的倒闭,早就揭开了企业倒闭的序幕,从2009年到2015年,据广东工业协会的一个内部统计,有超过4000家企业倒闭,而此时的媒体,只是将眼光盯在“东莞扫黄”的问题上。

东莞发展史:曾经的城市优等生

以三来一补,承接深圳升级的东莞,在2003年时号称“东莞塞车,世界感冒”,不必说东莞威名,就是一个小小长安与虎门,也已经让人咋舌惊叹。它一直被誉为珠三角的典型,利用国内外(主要是境外)资金,抓住国际产业转移的大趋势,积极招商引资,20年完成了从农

业县到工业大市的转变,2007年跻身中国城市“三千亿俱乐部”。从国家工业化和吸引外资的角度看,东莞作为一个地级市,创造了举世瞩目的奇迹,并且使本地户籍人口通过土地纽带直接获得改革开放利益,从这个意义上说,东莞是中国改革开放前三十年当之无愧的“优等生”。

在最顶峰的时候,2007年,东莞全市生产总值2151亿元,占全国的1.2%,占广东的10.2%;来源于东莞的财政收入529.5亿元,占全国的1.05%,占广东的7%;各项人民币存款余额2752亿元,占全国的1%,占广东的8.1%;全市22个镇街可支配财政收入总额159亿元,平均每个镇街4.97亿元;村组两级可支配收入总额182亿元,平均每个村(社区)2678万元;村区两级集体资产总值1041亿元,约占广东同级的28%,东莞综合实力位居国内大中城市第12位,全市22个镇街全部入选中国千强镇。

东莞发展到这样的地步一是紧抓和善抓机遇。东莞与香港的距离虽比深圳远,但比很多地方都要近,东莞人就盯住这个优势,大力吸引外资,首先是来自香港的资金。二是东莞人实在,我们对自己的要求是厚德务实,不与别人争论,扎扎实实做好自己的事情。各镇区和村级组织的干部群众都是埋头苦干的,正因为埋头工作,在全国第一个推出加工贸易服务办公室,对来东莞办企业的实行一条龙服务,各部门集中在一起解决企业和百姓办事难的问题。大大加速了外资进入东莞的速度。

其实东莞何曾只是存在这引动问题。它采取的市、镇、村“多轮驱动”为主的开发模式,虽然造就了今天的遍地工厂,同时造就了东莞缺乏核心区的弊端。今天,东莞面临制造业升级难题、社会管理难题、社会治安难题等等,广东其他地区(包括珠三角地区和欠发达地区)都正在或将会遇到,从典型的特征这一点来说,东莞未来能不能顺利实现经济社会转型,事实上也暗喻了广东能不能顺利实现超越亚洲四小龙的目标。同时还存在的问题有,由于东莞的富裕,本地人形成了庞大的食利阶层,他们已经失去了创造财富的动力,造成极严重的社会负效应?一旦村里的大企业经营不佳,劳动

力供给减少,出租收益就会受到沉重的打击,缺乏创业冲动的城市将无法面对这样的困境。而且东莞各镇经济割裂,“诸侯经济”在发展初期充满活动,但到了现在就是混乱无章,产业布局不合理。

东莞要转变发展模式,是何其艰难。东莞的弱点在于产业需要升级,但是更新换代不可能一蹴而就,所谓的“腾笼换鸟”只是一种美好愿景,但现在倒闭潮一浪接着一浪,如何在极短的时间内稳住这些企业,是中国现在面对的一个天大难题。

东莞失落史:“中国制造”的悲剧宿命

东莞走到今天这地步,并非中国经济“基因突变”,而是以投资为取向的经济模式的终结,是“畸形”经济增长的泡沫幻灭,是城市发展取向的“走火入魔”,是世界Economic结构的失衡、全球制度设计的纰漏的必然结果,一切都符合逻辑,不是偶然之中的必然,而是“沿着掌纹烙着宿命”,从上世纪90年代开始,东莞选择的就是一条“无解”的“中国式”发展模式……这种模式可能在短时间内能获得某种成功,但在经济风暴来临时,由于“内功”的不足,这个城市就会变成一片废墟。

东莞的隐患从2002年就种下——可以说2002—2008年的经济增长,很大程度上是工业产品“以出口为导向”(基本上与国内消费无关)和国内房地产“疯狂炒作”(官商默契配合)的结果。仅从城市普通市民的角度来看,这段时期是改革开放以来最不正常的、最畸形的经济增长时期——“风光无限”世界增长第一的中国经济,不是以投资,消费,出口“三驾马车”在拉动,而是以“房地产业”和“出口”的“虚晃两枪”所致,东莞之所以在这段时间如此疯狂,其风头直逼深圳,也正是顺应了国家“以出口为导向”的国家战略,但消费市场完全掌控在别人手里,自己家里人一穷二白,一旦外界风吹草动,那东莞这座“世界工厂”成为一片废墟就是理所当然。

东莞以“牺牲环境”、“榨取廉价劳动”这种“自断经脉”的方式换取表面光鲜的GDP,就像从身体上割肉来给脸上美容;而不是促进内需,增长国民财富,完善社会保障,以这样“修真守元”的模式来取得持续的发展,“走火入魔”是尽早的事,所以从2005年开始,东莞就

已经气喘吁吁了,在血汗工厂的烟熏火烤下,历经数年的勃起后,变得有点肾亏。

可东莞如果不走这条路,它又能走什么样的道路?那中国呢?又应该走怎样的一条道路,这是一个世纪性的话题,打工仔不能回答,企业主不能回答,东莞这个城市也不能回答。

东莞怎么办:曾经发展模式的命运猜想

1、制造业小微化将是未来趋势,3D打印和智能机器人将影响东莞制造。

制造业的门槛已经变得很低,尤其是劳动密集型以及技术门槛较低的领域。原先有规模的这种类型的制造业,将难以为继。知识产权受到空前重视,产品创新也被倒逼不得不提上日程。低端加工业的小微化将化解供应的矛盾。

2、外资将持续看空中国制造,规模化制造业将持续缩减规模及数量。

除了欧美资本的回流,台资及港资本就是低端制造的始作俑者,将会大批量倒闭。台资曾经在07年空前地达到60万家(全国),现在只剩35万家左右,未来或许10万,或许5万,台资在大陆的生存空间越来越小,港资更不用讲比台资更不如,管理能力低下同时制造水平更加低下,如合俊玩具的倒闭或者金卧牛的倒闭,都连带拖累数百家供应企业或倒闭或缩减规模。

3、出口受阻,中国制造已经失去了竞争优势



东莞最核心的是它的制造业,其实就是加工业,但由于现在人力成本上升,人民币升值没有价格优势,能维持到现在主要是因为产业链条的支持,但未来命运很难说。虽然国内需求上涨,与东莞制造无关。

4、企业转型难上加难,并不占据产品创新领先水平的东莞基本无法突围。

目前东莞仅有东莞控股、生益科技、粤宏远A等3家企业上市,为省内上市企业最少的一个地级市,上市公司的缺失不仅与东莞总体经济实力不相称,而且也影响了东莞产业强筋壮骨。

5、企业倒闭可能引发“多米诺骨牌效应”值得担心。

东莞联胜拖欠供应商2个多月货款共计1.2亿元。东莞奥思睿德老板跑路时欠供货商6000万元货款。兆信通讯老板高民自然谢罪时公司至少拖欠了供应商4000万元以上资金。2014年3月樱达电器突然倒闭时,拖欠一百多名供应商1.9亿元货款,欠供货商货款最多的一家达2000余万元。东莞该如何应对这些事。

东莞必须把所有的包袱都丢掉,像90年代那样第二次创业,“去黄”不是这个时候要做的事情,也是做不到的事情,当务之急要做的是如何让企业资产落地化,打工人员户籍化,财政税赋减轻化。其中最主要的是减轻企业负担,不要在企业倒闭之前赶紧去把没收的税收回来,人性化地处理现在企业所面监的难题,帮助企业度过这个萧瑟的冬天,而不是轻易再去花费巨资开拓所谓国内市场。

东莞为什么让人关注,因为它象征着这个国家。

虽然我们一直在谈创新,但除了北上广深,中国大部分城市学的还是东莞,因为在GDP至上的30年,它代表着一种成功。

2008年2月2日,“夜郎锅王”贴出《东莞:浮华的外表沉重的肉身》,点起东莞大讨论烽火狼烟;2008年11月8日,“我叫梁山伯”在“天涯社区”中发表《东莞:“风暴眼”中的世界工厂》,一石激起千层浪;2008年11月12日,“我不是祝英台”在东莞“阳光网”社区发表《拿什么拯救你,风暴中的东莞?》。为什么东莞能在全中国能引起如此轰动,引发一波又一波的骚动,主要原因在于,东莞不是珠三角的东莞,不是广东的东莞,东



莞是中国的东莞, 逆反命题就是: 东莞放大就是整个中国。东莞的发展模式就是中国大部分城市的发展模式。东莞从某种意义上说是“中国制造”的象征, 如果东莞这个标杆倒下了, 那不仅是对实体经济的伤害, 而且对这个国家的信心有很大的打击。

梅萌: 昨天商会领导集中拜访了南京、扬州的部分会员企业, 针对目前经济形势、行业所面临的困难和各家企业所遇到带共性的问题进行交流和探讨, 大家对商会领导此时的探望和慰问表示由衷的感谢, 对商会这么个可供大家抱团取暖的平台感到欣慰, 就商会历年来提倡“坚守”达成共识。半夜时分回到家中, 恰好看到此篇文章, 感觉笔者提出的“东莞怎么办?”也正是昨天大部分企业家、同仁们所提出的玩具行业怎么办? 玩具企业怎么办? 的翻版, 遇到的问题何其一致, 大家的想法何其一致, 强烈推荐大家好好读一读此篇文章, “坚守”还是“放弃”, 何去何从, 对于我们这帮做了一辈子玩具事业的玩具人来说, 真的到了该认真思考的时候了。

胡兴根: 该篇文章值得业界深思! 虽然这是畸形经济发展中的规律, 似无法躲避, 关键是我们的经济专家、学者及媒体为何不及早发声? 难道是各地为政债而“明知故为”? 如今是痛定思痛, 业界也要考虑该怎么办? 建议商会在微信上开展讨论, 希望大家群策群力, “天无绝人之路”! 拿出勇气, 积极自救。

梅萌: 在扬州, 有些老总们反映, 有些玩具厂老板放弃做玩具, 改把厂房出租, 年收入二、三百万, 轻轻松

松开上了奔驰, 叫他们羡慕不已, 这至少反应了部分实体企业家目前的心态, 一旦漫延, 前景堪忧啊!

梅萌: 玩具行业是劳动密集型产业, 很多企业家养活了成千上万个工人及其家庭的同时, 还给国家贡献了可观的税收, 现在却要为了区区一辆奔驰而放弃浸透自己血汗的坚守了几十年的事业, 离开饱经风霜和辛劳却充满希望和憧憬、十分留恋的熟悉的工厂, 难道不觉得可怜、可悲, 叫人心寒吗? 离开了实体经济, 国家经济不就成了镜中花水中月了吗?

陆晓燕: 中国制造业目前大部分还是以外贸为主, 销售模式还是以大客户为主, 很单一, 抗风险能力很差, 虽然是成千上万人的工厂, 可能就几个大客户, 所有的配套都围着大客户来, 大客户出问题了, 自然躲不过业务萎缩的结果, 所以开拓销售渠道是很关键的一步, 直接接触到终端客户, 研究市场需求, 为终端直接开发产品是很必要的

陆晓燕: 听说扬州安贝斯沈总买下了原来是客户的一家加拿大公司, 直接接触终端市场, 业务能力提高了, 自然订单会越来越

陆晓燕: 很认可现在中国制造业的优势在于产业链优势, 但随着越来越多的基础工业出口, 譬如纺织, 印染, 绣花等等, 再加上自动化加工设备的出口, 这种优势在被加速赶超

陆晓燕: 据我们孟加拉客户说那边缝纫工的工资在四五百元一个月, 产能相当于中国工人的一半, 就是这样, 算下来人工也是非常便宜, 他们目前就是原料都是从国内进口, 但今年开始他们引进了数码印花机器和绣花机器, 目前只剩下织布没法做, 还要从国内进口, 但按照这个趋势, 纺织配套也是迟早的事

梅萌: 这的确是我们正在面临的问题, 所以我们经常在谈还能做几年, 这叫苟延残喘, 我们已不能决定自己的命运, 特别是无自己品牌, 无自己设计, 命运完全掌控在别人手中的那类企业, 就更应尽早未雨绸缪, 谢谢小燕。

陆晓燕: 其实市场需求还非常多, 很多需求没有被开发出来, 多跑跑一线市场, 多投入研发去满足这些需求, 其实还是有很多机会的。