

2017年第1期

中国玩具行业研究月报

2017年1月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.

www.unbank.info



北京银联信科技股份有限公司
Beijing Unbank Technology Co., Ltd.



目录

I 宏观经济	5
一、本月宏观经济运行及影响	5
(一) 中国制造业经理采购指数	5
(二) 工业生产者价格变动情况	8
(三) 居民消费价格变动情况	10
(四) 进出口情况分析	11
二、财政货币政策	13
(一) 财政政策	13
(二) 货币政策	15
II 本月关注	17
一、全国首家玩具知识产权快维中心在汕头澄海区揭牌	17
二、电动平衡车标准正式出台：最高车速不大于每小时 20 公里	17
三、玩具产品接连成为欧洲通报“重灾区”	18
III 本月行业运行分析	20
一、2016 年 1-11 月全国玩具行业出口运行分析	20
二、国内部分玩具批发市场 11 月行情一览	20
IV 上下游市场分析	25
一、产业链上游分析	25
(一) 塑料行业分析	25
(二) 纺织行业分析	25
二、产业链下游分析	26
(一) 玩具消费市场	26



V 本月行业快讯	29
一、行业要闻	29
(一) 欧盟为圣诞节庆活动用品订立海关分类指引并对其他进口货品分类	29
(二) 全国首家玩具知识产权快维中心在汕头澄海区揭牌	31
(三) 欧盟新安全法案建议若干类玩具禁用双酚 A	31
二、全国区域动态	33
(一) 东莞打造出口玩具和婴童用品质量安全示范区	33
(二) 福建晋江玩具玩转海外	36
(三) 澄海区政府拿出真金白银扶持宝奥城进驻玩具商户	38
VI 本月海外市场扫描	40
一、阿联酋授权及遥控玩具销售领先 2020 年市场规模将达 11 亿美元	40
二、美企涉嫌生产“间谍玩具”遭欧美消费者监督机构投诉	41
三、哥斯达黎加玩具进口保持连续增长	42
VII 重点企业追踪	43
一、崇德动漫拟募集资金 1.25 亿 弥补动画早教业务亏损	43
二、海航文化与奥飞娱乐签署战略合作协议	43
三、群兴玩具又有新动态：转让新成立子公司	44
四、咏声动漫新三板募资 6000 万	46
VIII 玩具行业机会风险分析	47



图表目录

图表 1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整.....	5
图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）	7
图表 3：2016 年 11 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势	8
图表 4：2016 年 11 月工业生产者购进价格涨跌幅走势	9
图表 5：2016 年 11 月全国居民消费价格涨跌幅	10
图表 6：2016 年 1-11 月全国玩具出口金额统计数据	20
图表 7：2016 年 1-11 月我国塑料制品产量数据统计表	25
图表 8：2017 年 1 月中国玩具行业机会、风险分析	47



I 宏观经济

一、本月宏观经济运行及影响

(一) 中国制造业经理采购指数

1. 2016年11月中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%

2016年11月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%，比上月上升0.5个百分点，延续上行走势。

图表1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整



数据来源：中国政府网 银联信

分企业规模看，大、中型企业 PMI 为 53.4%和 50.1%，分别比上月上升 0.9 和 0.2 个百分点，均高于临界点；小型企业 PMI 为 47.4%，低于上月 0.9 个百分点，继续位于收缩区间，降幅有所加大。



从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数、新订单指数高于临界点，从业人员指数、原材料库存指数、供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 53.9%，比上月上升 0.6 个百分点，连续 4 个月上升，继续位于临界点之上，表明制造业生产持续加快。

新订单指数为 53.2%，比上月上升 0.4 个百分点，连续两个月上升，高于临界点，表明制造业市场需求保持增长态势。

从业人员指数为 49.2%，比上月回升 0.4 个百分点，仍低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少，但降幅继续收窄。

原材料库存指数为 48.4%，比上月回升 0.3 个百分点，仍位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量降幅小幅收窄。

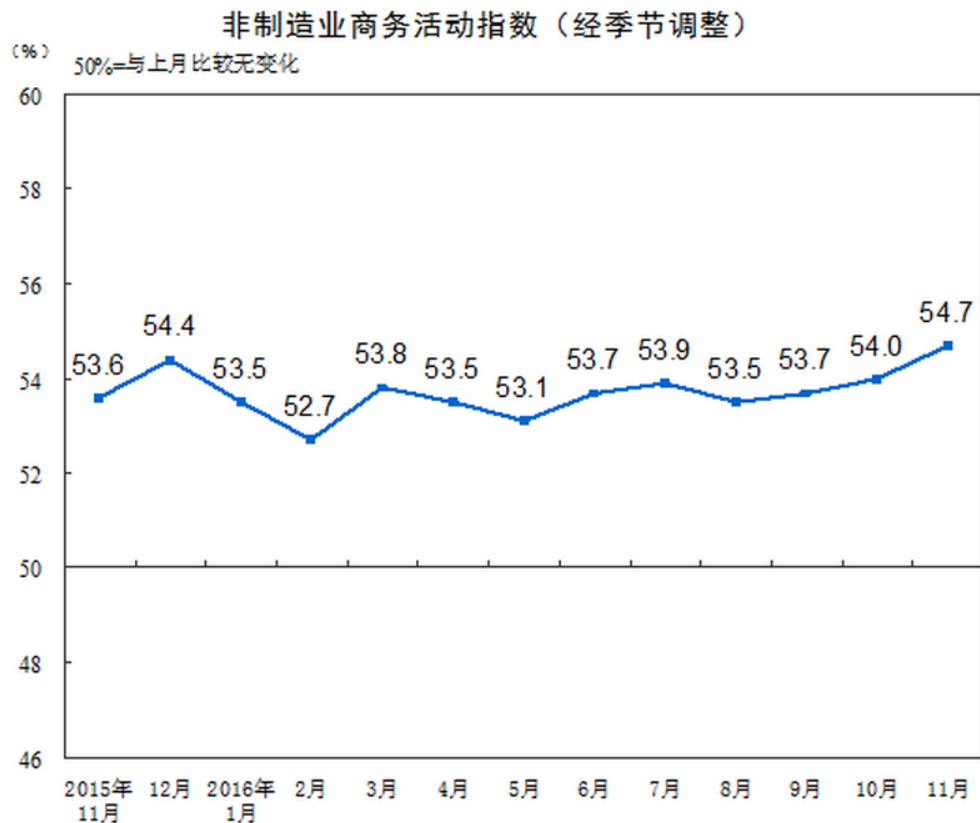
供应商配送时间指数为 49.7%，比上月下降 0.5 个百分点，落至临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间有所放慢。

2. 2016 年 11 月中国非制造业商务活动指数为 54.7%

2016 年 11 月份，中国非制造业商务活动指数为 54.7%，比上月上升 0.7 个百分点，连续三个月上升，为 2014 年 7 月以来的高点，非制造业延续了平稳较快的增长势头，增速进一步加快。



图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：中国政府网 银联信

分行业看，服务业商务活动指数为 53.7%，比上月上升 1.1 个百分点，为年内高点，表明服务业稳中向好。其中零售业、铁路运输业、水上运输业、邮政业、装卸搬运及仓储业、互联网及软件信息技术服务业、货币金融服务业、资本市场服务业、保险业等行业商务活动指数均位于较高景气区间，业务总量实现较快增长。航空运输业、餐饮业、房地产业等行业商务活动指数位于临界点以下，业务总量有所减少。受气候逐渐转冷的影响，建筑业商务活动指数为 60.4%，比上月回落 1.4 个百分点，但仍位于高位景气区间。

新订单指数为 51.8%，比上月上升 0.9 个百分点，连续三个月高于临界点，为近两年高点，表明非制造业市场需求稳步增长。分行业看，服务业新订单指数为 51.2%，比上月上升 0.8 个百分点，继续位于临界点以上。建筑业新订单指数为 55.1%，比上月上升 0.9 个百分点，高于临界点。

投入品价格指数为 53.5%，比上月小幅回落 0.2 个百分点，仍为 2016 年以来的次



高点，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平继续上涨，但涨幅略有收窄。分行业看，服务业投入品价格指数为 52.5%，比上月回落 0.7 个百分点，建筑业投入品价格指数为 58.8%，比上月上升 2.3 个百分点。

销售价格指数为 51.4%，比上月微落 0.1 个百分点，连续 4 个月高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平连续上涨。分行业看，服务业销售价格指数为 51.1%，比上月回落 0.2 个百分点。建筑业销售价格指数为 53.1%，比上月上升 0.7 个百分点。

从业人员指数为 50.6%，比上月上升 0.6 个百分点，2016 年以来首次升至扩张区间，表明非制造业企业用工量有所增加。分行业看，服务业从业人员指数为 49.6%，比上月回升 0.3 个百分点。建筑业从业人员指数为 55.9%，比上月上升 2.0 个百分点，创年内新高。

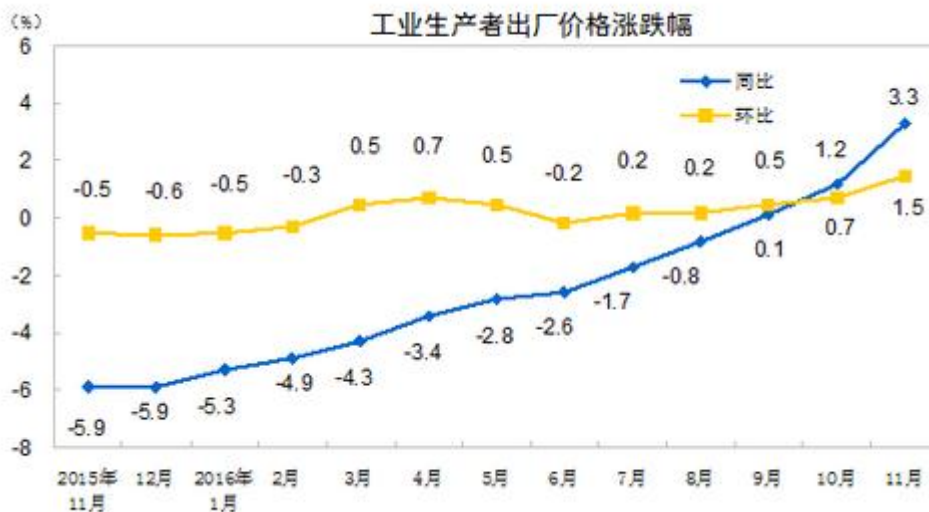
业务活动预期指数为 60.7%，比上月微升 0.1 个百分点，位于高位景气区间。

（二）工业生产者价格变动情况

2016 年 11 月份，全国工业生产者出厂价格环比上涨 1.5%，同比上涨 3.3%。工业生产者购进价格环比上涨 1.8%，同比上涨 3.5%。1-11 月平均，工业生产者出厂价格同比下降 2.0%，工业生产者购进价格同比下降 2.7%。

图表 3：2016 年 11 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势

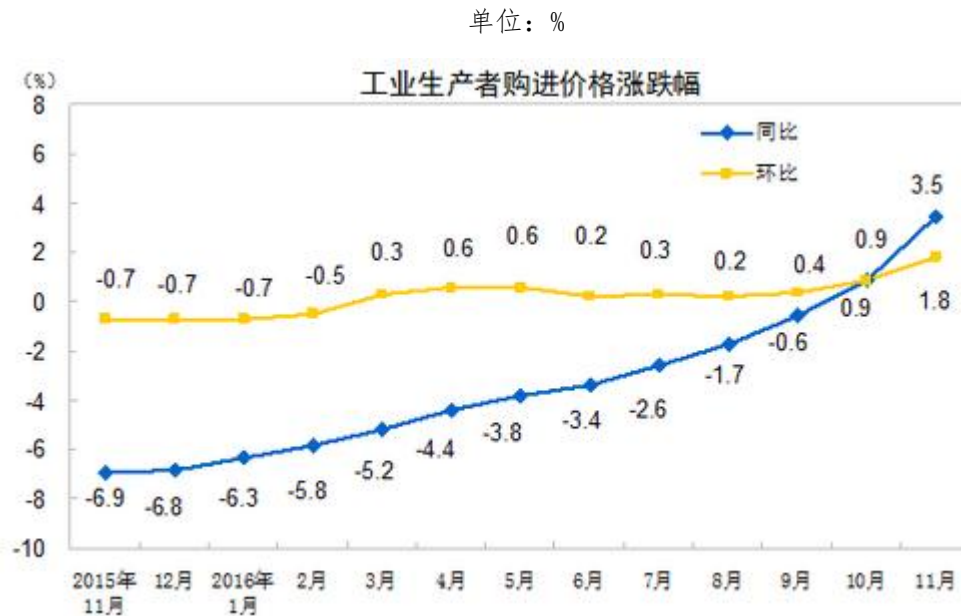
单位：%





数据来源：国家统计局 银联信

图表 4：2016 年 11 月工业生产者购进价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

1. 工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 4.3%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 3.2 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 14.8%，原材料工业价格上涨 5.8%，加工工业价格上涨 2.9%。生活资料价格同比上涨 0.4%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.1 个百分点。其中，食品价格上涨 0.9%，衣着价格上涨 1.1%，一般日用品价格上涨 0.7%，耐用消费品价格下降 1.0%。

据测算，在 11 月份 3.3% 的全 国工业生产者出厂价格总水平同比涨幅中，去年价格变动的翘尾因素约为 -0.6 个百分点，新涨价因素约为 3.9 个百分点。

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格同比上涨 9.5%，黑色金属材料类价格上涨 8.7%，燃料动力类价格上涨 6.0%。

2. 工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨 2.0%。



影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 1.5 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 5.2%，原材料工业价格上涨 2.7%，加工工业价格上涨 1.4%。生活资料价格环比上涨 0.2%。其中，食品价格上涨 0.3%，衣着价格上涨 0.2%，一般日用品价格上涨 0.4%，耐用消费品价格持平（涨跌幅度为 0）。

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格环比上涨 4.4%，燃料动力类价格上涨 3.7%，黑色金属材料类价格上涨 3.1%。

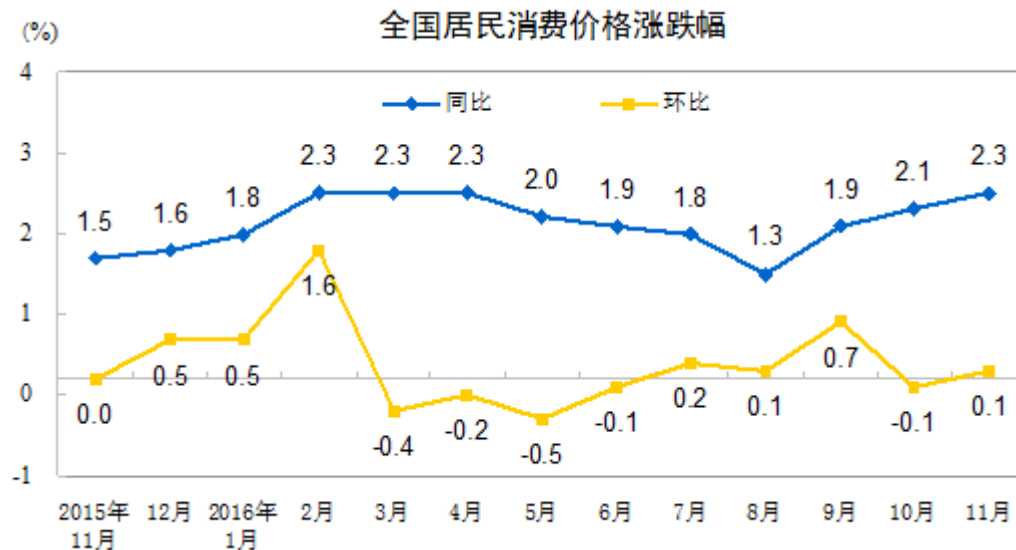
（三）居民消费价格变动情况

2016 年 11 月份，全国居民消费价格总水平同比上涨 2.3%。其中，城市上涨 2.3%，农村上涨 2.0%；食品价格上涨 4.0%，非食品价格上涨 1.8%；消费品价格上涨 2.1%，服务价格上涨 2.4%。1-11 月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 2.0%。

11 月份，全国居民消费价格总水平环比上涨 0.1%。其中，城市上涨 0.1%，农村上涨 0.2%；食品价格上涨 0.2%，非食品价格上涨 0.1%；消费品价格上涨 0.3%，服务价格下降 0.1%。

图表 5：2016 年 11 月全国居民消费价格涨跌幅

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

1. 各类商品及服务价格同比变动情况



11 月份，食品烟酒价格同比上涨 3.2%，影响 CPI 同比上涨约 0.96 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 15.8%，影响 CPI 上涨约 0.37 个百分点；水产品价格上涨 5.0%，影响 CPI 上涨约 0.09 个百分点；畜肉类价格上涨 4.3%，影响 CPI 上涨约 0.20 个百分点（猪肉价格上涨 5.6%，影响 CPI 上涨约 0.15 个百分点）；鲜果价格上涨 2.8%，影响 CPI 上涨约 0.04 个百分点；粮食价格上涨 0.7%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点；蛋价格下降 2.2%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。

11 月份，其他七大类价格同比六涨一平。其中，医疗保健、其他用品和服务、教育文化和娱乐、居住、衣着、生活用品及服务价格分别上涨 4.4%、4.2%、2.2%、2.0%、1.4%、0.3%；交通和通信价格持平。

2. 各类商品及服务价格环比变动情况

11 月份，食品烟酒价格环比上涨 0.2%，影响 CPI 环比上涨约 0.05 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 5.5%，影响 CPI 上涨约 0.14 个百分点；鲜果价格下降 2.2%，影响 CPI 下降约 0.04 个百分点；畜肉类价格下降 1.2%，影响 CPI 下降约 0.06 个百分点（猪肉价格下降 1.9%，影响 CPI 下降约 0.05 个百分点）；水产品价格下降 0.7%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。

11 月份，其他七大类价格环比三涨一降三平。其中，衣着、医疗保健、居住价格分别上涨 0.6%、0.4%、0.2%；教育文化和娱乐价格下降 0.3%；生活用品及服务、交通和通信、其他用品和服务价格均持平。

（四）进出口情况分析

据海关统计，2016 年前 11 个月，我国进出口总值 21.83 万亿元人民币，比去年同期下降 1.2%。其中，出口 12.47 万亿元，下降 1.8%；进口 9.36 万亿元，下降 0.3%；贸易顺差 3.11 万亿元，缩小 5.8%。

11 月份，我国进出口总值 2.35 万亿元，增长 8.9%。其中，出口 1.32 万亿元，增长 5.9%；进口 1.03 万亿元，增长 13%；贸易顺差 2981.1 亿元，收窄 12.9%。

前 11 个月，我国外贸进出口主要呈现以下特点：

1. 一般贸易进出口小幅增长、比重提升，加工贸易进出口下降。前 11 个月，我国一般贸易进出口 12.02 万亿元，增长 0.5%，占我国外贸总值的 55.1%，较去年同期提升 0.9 个百分点。其中出口 6.72 万亿元，下降 1.1%，占出口总值的 53.9%；进口



5.3 万亿元，增长 2.7%，占进口总值的 56.6%；一般贸易项下顺差 1.42 万亿元，收窄 13.1%。同期，我国加工贸易进出口 6.57 万亿元，下降 5.7%，占我国外贸总值的 30.1%，比去年同期回落 1.4 个百分点。其中出口 4.23 万亿元，下降 5.2%，占出口总值的 33.9%；进口 2.34 万亿元，下降 6.7%，占进口总值的 25%；加工贸易项下顺差 1.89 万亿元，收窄 3.3%。

此外，我国以海关特殊监管方式进出口 2.34 万亿元，下降 2.4%，占我国外贸总值的 10.7%。其中出口 8101.4 亿元，下降 7%，占出口总值的 6.5%；进口 1.53 万亿元，增长 0.2%，占进口总值的 16.4%。

2. 对欧盟、东盟、日本等贸易伙伴进出口增长，对美国进出口下降。前 11 个月，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值 3.26 万亿元，增长 3.1%，占我国外贸总值的 14.9%。其中，我国对欧盟出口 2.02 万亿元，增长 1.5%；自欧盟进口 1.24 万亿元，增长 5.8%；对欧贸易顺差 7742.7 亿元，收窄 4.7%。美国为我国第二大贸易伙伴，中美贸易总值为 3.08 万亿元，下降 1.7%，占我国外贸总值的 14.1%。其中，我国对美国出口 2.3 万亿元，下降 0.9%；自美国进口 7839.3 亿元，下降 4.2%；对美贸易顺差 1.51 万亿元，扩大 0.9%。

前 11 个月，东盟为我国第三大贸易伙伴，与东盟贸易总值为 2.66 万亿元，增长 0.8%，占我国外贸总值的 12.2%。其中，我国对东盟出口 1.52 万亿元，下降 2.3%；自东盟进口 1.14 万亿元，增长 5.2%；对东盟贸易顺差 3674.4 亿元，收窄 20.1%。日本为我国第五大贸易伙伴，中日贸易总值为 1.64 万亿元，增长 4.4%，占我国外贸总值的 7.5%。其中，对日本出口 7760.3 亿元，增长 1.3%；自日本进口 8605.8 亿元，增长 7.4%；对日贸易逆差 845.5 亿元，扩大 1.4 倍。

3. 民营企业进出口增长，比重提升。前 11 个月，民营企业进出口 8.37 万亿元，增长 3.5%，占我国外贸总值的 38.3%，较去年同期提升 1.7 个百分点。其中，出口 5.74 万亿元，增长 0.8%，占出口总值的 46%；进口 2.63 万亿元，增长 9.8%，占进口总值的 28.1%。同期，外商投资企业进出口 10 万亿元，下降 3%，占我国外贸总值的 45.8%。其中，出口 5.45 万亿元，下降 3.4%，占出口总值的 43.7%；进口 4.55 万亿元，下降 2.5%，占进口总值的 48.6%。

此外，国有企业进出口 3.37 万亿元，下降 7.4%，占我国外贸总值的 15.4%。其中，出口 1.27 万亿元，下降 6.3%，占出口总值的 10.2%；进口 2.1 万亿元，下降 8.1%，占进口总值的 22.4%。



4. 机电产品和服装等部分传统劳动密集型产品出口下降。前 11 个月，我国机电产品出口 7.18 万亿元，下降 1.8%，占出口总值的 57.6%。其中，电器及电子产品出口 3.28 万亿元，下降 0.5%；机械设备 2.04 万亿元，下降 0.3%。同期，服装出口 9437.9 亿元，下降 3%；纺织品 6306.4 亿元，增长 2.2%；家具 2823.4 亿元，下降 3.8%；鞋类 2759.2 亿元，下降 7.5%；塑料制品 2133.7 亿元，增长 1.3%；箱包 1466.3 亿元，下降 7.2%；玩具 1085 亿元，增长 21.6%；上述 7 大类劳动密集型产品合计出口 2.6 万亿元，下降 1.5%，占出口总值的 20.9%。此外，肥料出口 2503 万吨，减少 20.5%；钢材 1 亿吨，减少 1%；汽车 72 万辆，增加 7.1%。

5. 铁矿砂、原油、煤等大宗商品进口量增加，主要进口商品价格普遍下跌。前 11 个月，我国进口铁矿砂 9.35 亿吨，增加 9.2%，进口均价为每吨 362 元，下跌 4.7%；原油 3.45 亿吨，增加 14%，进口均价为每吨 1985.8 元，下跌 21.6%；煤 2.29 亿吨，增加 22.7%，进口均价为每吨 343.2 元，下跌 7.7%；成品油 2526 万吨，减少 6.6%，进口均价为每吨 2595.9 元，下跌 13.4%；初级形状的塑料 2306 万吨，减少 3.1%，进口均价为每吨 1.06 万元，下跌 1.4%；钢材 1202 万吨，增加 3.6%，进口均价为每吨 6551.1 元，下跌 6.4%；未锻轧铜及铜材 446 万吨，增加 4.3%，进口均价为每吨 3.45 万元，下跌 9.1%。此外，机电产品进口 4.57 万亿元，增长 1.9%；其中汽车 95 万辆，减少 3.5%。

6. 11 月中国外贸出口先导指数回升。11 月，中国外贸出口先导指数为 36.9，较上月回升 1.3，表明 2017 年年初我国外贸出口压力有望减轻。其中，根据网络问卷调查数据显示，当月，我国出口经理人指数回升 0.8 至 40；新增出口订单指数、经理人心心指数分别回升 1.8、0.7 至 41.3、45.5，企业综合成本指数回落 1.9 至 25.5。

二、财政货币政策

（一）财政政策

1、一般公共预算收入情况

11 月份，全国一般公共预算收入 11491 亿元，同比增长 3.1%。其中，中央一般公共预算收入 5672 亿元，同比增长 8.2%，同口径增长 4%；地方一般公共预算本级收入 5819 亿元，同比下降 1.4%，同口径增长 2.3%。全国一般公共预算收入中的税收收入 8554 亿元，同比下降 2.5%，剔除不可比退税因素后增长 3.3%。



11月主要收入项目情况如下：

(1) 国内增值税 3787 亿元，同比增长 46.4%；营业税 45 亿元（为清理补缴的尾款），同比下降 96.6%。主要是全面推开营改增试点后，原营业税纳税人改缴增值税体现增值税增收、营业税减收。

(2) 国内消费税 717 亿元，同比下降 6%。其中，受去年同期基数较高等影响，成品油消费税下降 17.8%。

(3) 企业所得税 601 亿元，同比下降 17%，剔除 2016 年退税不可比因素后下降 2.5%。

(4) 个人所得税 712 亿元，同比增长 22.1%。其中，财产转让所得税增长 53.6%，主要受二手房交易活跃等带动。

(5) 进口货物增值税、消费税 1276 亿元，同比增长 20.7%；关税 248 亿元，同比增长 22%。进口环节税收达到 2016 年以来最高增幅，主要受部分大宗商品进口价格回升带动一般贸易进口增长以及本月同比多 1 个工作日等影响。

(6) 出口退税 951 亿元，同比增长 1.7%。

(7) 城市维护建设税 302 亿元，同比增长 0.2%。

(8) 车辆购置税 260 亿元，同比增长 28.8%，主要是近期汽车销量较快增长的拉动。

(9) 印花税 177 亿元，同比下降 38.4%。其中，证券交易印花税 105 亿元，同比下降 51.2%。

(10) 资源税 99 亿元，同比增长 17.1%。

(11) 土地和房地产相关税收中，契税 400 亿元，同比增长 10.2%；土地增值税 313 亿元，同比增长 7.2%；房产税 170 亿元，同比增长 12.5%；耕地占用税 157 亿元，同比下降 22.7%；城镇土地使用税 153 亿元，同比增长 19.8%。

(12) 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入 88 亿元，同比增长 8.4%。

(13) 非税收入 2937 亿元，同比增长 24%，主要是相关金融机构等专项上缴利润较多。

1-11 月累计，全国一般公共预算收入 148250 亿元，同比增长 5.7%，为年初预算



的 94.3%。其中，中央一般公共预算收入 68263 亿元，同比增长 5.3%，同口径增长 2%；地方一般公共预算本级收入 79987 亿元，同比增长 6%，同口径增长 9.1%。全国一般公共预算收入中的税收收入 122326 亿元，同比增长 6%；非税收入 25924 亿元，同比增长 4.5%。

（二）货币政策

1. 广义货币增长 11.4%，狭义货币增长 22.7%

11 月末，广义货币余额 153.04 万亿元，同比增长 11.4%，增速分别比上月末和去年同期低 0.2 个和 2.3 个百分点；狭义货币余额 47.54 万亿元，同比增长 22.7%，增速比上月末低 1.2 个百分点，比去年同期高 7 个百分点；流通中货币余额 6.49 万亿元，同比增长 7.6%。当月净投放现金 689 亿元。

2. 当月人民币贷款增加 7946 亿元，外币贷款增加 20 亿美元

11 月末，本外币贷款余额 111.09 万亿元，同比增长 12.5%。月末人民币贷款余额 105.56 万亿元，同比增长 13.1%，增速与上月持平，比去年同期低 1.8 个百分点。当月人民币贷款增加 7946 亿元，同比多增 857 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 6796 亿元，其中，短期贷款增加 1104 亿元，中长期贷款增加 5692 亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 1656 亿元，其中，短期贷款增加 428 亿元，中长期贷款增加 2018 亿元，票据融资减少 1009 亿元；非银行业金融机构贷款减少 938 亿元。月末外币贷款余额 8024 亿美元，同比下降 4.6%，当月外币贷款增加 20 亿美元。

3. 当月人民币存款增加 6875 亿元，外币存款增加 204 亿美元

11 月末，本外币存款余额 155.26 万亿元，同比增长 11.1%。月末人民币存款余额 150.42 万亿元，同比增长 10.8%，增速分别比上月末和去年同期低 0.7 个和 2.3 个百分点。当月人民币存款增加 6875 亿元，同比少增 7393 亿元。其中，住户存款增加 3271 亿元，非金融企业存款增加 8356 亿元，财政性存款减少 2876 亿元，非银行业金融机构存款减少 3304 亿元。月末外币存款余额 7026 亿美元，同比增长 11.4%，当月外币存款增加 204 亿美元。

4. 11 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.33%，质押式债券回购月加权平均利率为 2.38%

11 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 71.02 万亿元，日均



成交 3.23 万亿元，日均成交比去年同期下降 8.2%。其中，同业拆借日均成交同比下降 7.8%；现券日均成交同比增长 14.2%；质押式回购日均成交同比下降 12%。

当月同业拆借加权平均利率为 2.33%，分别比上月和去年同期高 0.03 个和 0.43 个百分点；质押式回购加权平均利率为 2.38%，分别比上月和去年同期高 0.03 个和 0.53 个百分点。

5.11 月份跨境贸易人民币结算业务发生 4572 亿元，直接投资人民币结算业务发生 2428 亿元

11 月份，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生 3583 亿元、989 亿元、1006 亿元、1421 亿元。



II 本月关注

一、全国首家玩具知识产权快维中心在汕头澄海区揭牌

12月27日，中国汕头(玩具)知识产权快速维权中心(以下简称“玩具快维中心”) 在汕头澄海区举行揭牌仪式。据介绍，这是全国目前唯一一家玩具知识产权快维中心。

玩具快维中心投入运作后，将构建起汕头市玩具行业知识产权授权、确权、维权的一站式服务快速通道。此外，汕头市知识产权局还争取了广州知识产权法院在玩具快维中心设立了汕头诉讼服务处，进一步扩展了玩具快维中心的快速维权服务功能。

玩具行业是汕头特色支柱产业之一，澄海区是首个国家级玩具礼品出口基地，也是“中国玩具礼品之都”。10月11日，国家知识产权局正式批复同意在汕头设立中国汕头(玩具)知识产权快速维权中心，这是今年广东省范围内唯一一家国家知识产权局正式批复设立快速维权中心。

二、电动平衡车标准正式出台：最高车速不大于每小时20公里

12月20日，“新兴商品产业标准联盟”在广州成立，首批“联盟级标准”覆盖数据线、电动平衡车和行车记录仪。其中，因安全问题备受争议的电动平衡车在此项标准中被规定，最高车速应不大于20km/h。

近年来，随着技术的发展，新兴商品如雨后春笋一般冒出来，譬如数据线、电动平衡车、行车记录仪、儿童智能手表、护眼灯等。但这些商品既没有国家标准，也没有行业标准，一直处于“裸奔”的野蛮生长状态。在满足需求的同时也暗藏一些隐患，数据线自燃、平衡车酿车祸的问题时有发生。

在国家质检总局监督司、国家标准化管理委员会(简称“国标委”)和国家认证认可监督管理委员会(简称“认监委”)的支持下，阿里巴巴联合苏宁易购、品牌方以及中国电器科学研究院等国内权威第三方认证机构成立“新兴商品产业标准联盟”，率先推出“联盟级标准”，加强行业自律。

该项标准由广东产品质量监督检验研究院、阿里巴巴(中国)有限公司、广东省电



动车商会、深圳乐行天下科技有限公司为主要起草单位，规定了电动平衡车最高车速应不大于 20km/h。

《数据线及接口技术规范》、《行车记录仪技术规范》由广东威凯认证检测有限公司、阿里巴巴共同起草，《数据线及接口技术规范》规定了数据线及接口的外观和结构、电气性能、机械性能等技术要求；《行车记录仪技术规范》规定了行车记录仪的通用技术要求、试验方法和评价准则。

目前全国社会团体公开了团体标准有 365 项。“新兴商品的出现和迭代往往快于国家和行业标准的更新。”阿里巴巴集团副总裁周升和介绍，接下来还会陆续覆盖儿童智能手表、护眼灯等“待垦区”。同时推动“联盟级标准”上升为国家标准或行业标准。联盟标准在电商平台的落地不仅有助于提升平台的产品质量，也将倒逼行业企业转型升级。

三、玩具产品接连成为欧洲通报“重灾区”

据江苏南通出入境检验检疫局统计,12月第一周,欧盟非食品快速预警系统 RAPEX 通报 28 批产品,其中玩具不合格案例 20 批,占比达 71.43%,玩具已成欧盟 RAPEX 通报的“重灾区”。国检局提醒我市相关企业,应进一步提高风险防范意识和质量安全意识,严把原辅材料入厂关,避免不必要的出口风险。

江苏是出口玩具的大省,2015 年出口玩具约 15.16 亿美元,欧盟是我省出口的最主要的地区之一。出口玩具的品种以填充玩具为主,童车、塑料玩具、其他玩具等品种的出口量也逐年增加。一旦被欧盟 RAPEX 通报,不仅出口的玩具被下架、退运,出口企业被索赔,还严重影响出口玩具生产企业的声誉。

今年以来,我国被欧盟 RAPEX 通报玩具产品 325 批,涉及 6 种安全缺陷。

化学性能缺陷(绝大部分为邻苯二甲酸盐含量超标)成为 2016 年我国玩具被欧盟通报的最主要原因。邻苯二甲酸盐通常作为塑料玩具的增塑剂使用,它可能危害儿童健康,导致生殖系统损坏。

其次,小部件脱落导致的窒息风险也是通报频率较高的安全缺陷之一。例如木制动物玩具的耳朵、毛绒玩具上的项链珠子、电动玩具的纽扣电池等。还有少数玩具批次因伤害、电击、听力损伤、微生物污染被通报。比如折叠式婴儿车,座椅靠背顶端存在间隙,可能导致小孩手被夹住受伤;声电玩具响声过大易对儿童造成听力损伤;填



充薰衣草玩具含微生物超标等。

为此，企业应进一步提高风险防范意识和质量安全意识，将设计、采购、生产、质检和销售人均纳入玩具安全法规培训，形成全员重视玩具安全的氛围。

应严把原辅材料入厂关，关注欧盟等出口国家或地区玩具新指令内容的变化，制定合格供应商制度和严格的原辅材料验收程序，并在合同中约定原辅材料中的增塑剂、重金属符合 REACH 法规。投产前，企业还要通过自建实验室或第三方检测机构，对原辅材料进行检测，避免不合规原辅材料盲目投产，避免不必要的出口风险。

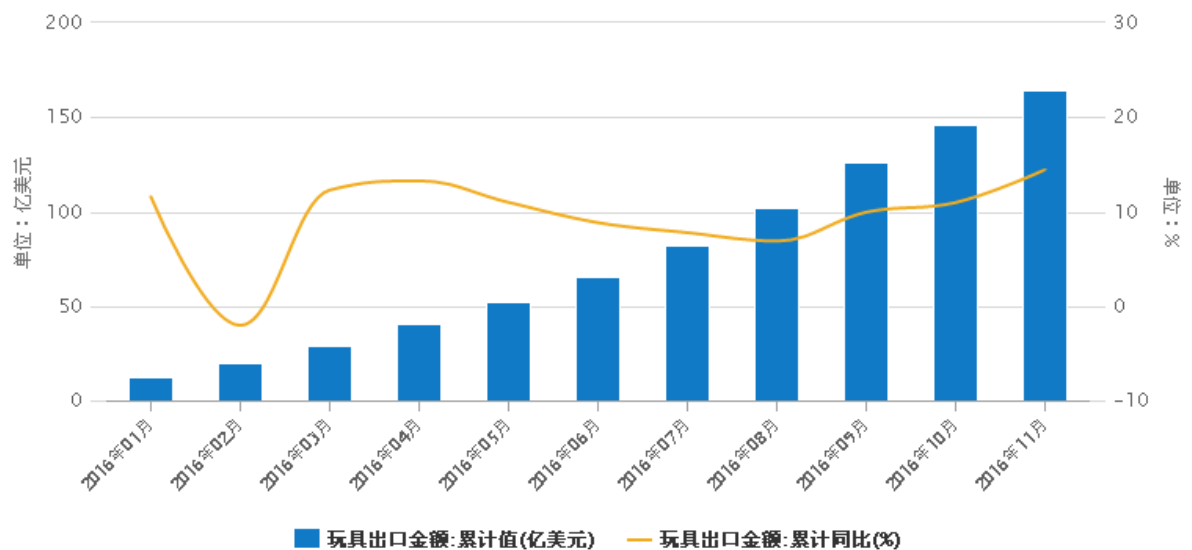


III 本月行业运行分析

一、2016年1-11月全国玩具行业出口运行分析

2016年11月我国玩具出口金额18.5亿美元，同比增长53.89%。

图表 6：2016年1-11月全国玩具出口金额统计数据



资料来源：银联信整理

二、国内部分玩具批发市场11月行情一览

11月毛绒玩具式进入销售旺季，下半年动漫玩具扎堆上市，商家对后世抱有期待。12月有商家看好适合应节的礼品玩具。以下是部分玩具批发市场11月行情一览。

北京

毛绒玩具进入旺季

生肖小鸡成为亮点

尽管北京11月份并不太冷，但已然进入冬季。由于2017年农历春节比往提前(1月27日为除夕)，因此玩具的销售旺季也提前到来。



11月毛绒玩具已正式进入销售旺季。百荣华北玩具采购中心生肖鸡已全面上架，各种造型、不同风格的鸡造型吸引了大家的眼球，成了一大亮点，对整体销售起到积极的作用。但生肖鸡在十二生肖中并不属于畅销款，故商家在备货时都会谨慎一些。

INTEX作为充气产品的龙头，在充气产品的淡季凭借去年的经验逆流而上进行反季节销售。商家在商城二期一层南中厅开展了为期一个月的体验展销售活动，强调的是体验产品以及特价，借机减轻了库存压力，回笼了资金，起到了较好效果。

在十一月份“双11购物狂欢节”成了商界、生活甚至是社会不可不说的一件事，它成功地被打造成网络销售的饕餮盛宴，成为网销的典范。今年“双11”电商的销售再一次创造了新高，对实体店行情也有拉动。“双11”前夕，下游客户积极备货，其中销售较好的品类包括益智类产品、电子电动类产品等。

“双11”当天，百荣商户网店的销售数据也十分亮丽，当日的销售额是平时的13倍。尽管销售数量上升，但是商家为了吸引顾客下单提高业绩，商品全部降价销售，导致商家利润下降。总之“双11”的影响十分广泛，可谓几家欢喜几家愁。谭京

河北 石家庄

合金轨道车出新品

拆装工程车受欢迎

11月，石家庄南三条玩具批发市场整体销量较为平稳。毛绒类玩具作为目前的时令商品，保持着良好的销售势头。

在新品方面，广州澄海越诚实业有限公司推出的“托马斯”轨道车采用合金材料，车头可装一节5号电池，后面的小合金车可将车体上的小钩挂在一起开动，也可每个小车单独玩耍，并有回头功能。玩耍的场景可随意摆放，合金箱坚硬耐摔，很是有趣，价位适中。

另外，由汕头市乐飞科技有限公司推出的工程车系列车，分别有：起重机、泥罐车、翻斗车、挖掘机。可拆装工程车，每款包装中都随机配备了拆装工具，有扳手、改锥等。可自由拆装，且零件互换，无毒、无味，采用的是环保材料，耐摔，是一款激发孩子潜能，在市场受欢迎的益智玩具。

另外，动漫类玩具方面，“熊出没”变形车单品装和组合装，“熊大战车”、“光头强战车”、“熊二战车”。赛尔号、蛋爆精灵，斗龙战士4的斗龙手环、斗龙号角



仍在热销中。

河南 郑州

批发渠道稍有起色

后市看好遥控新品

郑州 10 月冲刺未果，踏入 11 月市场行情表现疲软，直到下旬批发渠道才有所起色。

在批发渠道上表现良好的新品集中在遥控车品类上，双鹰的遥控高铁动车以“和谐号”为原型，具有三节卡槽车厢，一键开车门及报站声音，售价 158 元；双烽的“陆战霸王”遥控坦克适合在山地、沙地行走，炮塔可 360 度自由旋转，售价 48 元；胜雄威腾遥控车售价 70 元。婴童类玩具上，五星“故事琴”融合了钢琴、拍鼓面、故事机等功能用途，售价 34 元，性价比高。以上 4 款产品包装精美，适合节日送礼需求，因此受到批发商青睐。

对于未来行情预测，有业内人士表示，年末的数个电商大节，已经逐渐有发展成全民消费日的趋势，玩具业内无论线上线下都推出了打折促销活动刺激消费，所以实体市场在某种意义上也有受益。12 月看好的是适合应节的礼品玩具，预计新款遥控玩具会有不俗销量。

云南 昆明

遥控飞车销售缓慢

场景积木表现略强

各玩具品类平稳出货，市场暂无领跑产品出现，这是 11 月昆明市场的总体销售特点。

要说具体有所表现的产品，11 月多集中在具有场景系列的积木品类：积木类玩具木玩世家“森林动物积木”售价 69 元；铭塔 200 件套装拓展系列磁力积木，结合磁力片玩法，推出创新零部件，打造以工程、军事、雪橇、摩天轮四合一的场景类磁力玩具。相对而言，磁力片、遥控飞车等玩具销售较为缓慢。

有业内人士表示，即使 2016 年销售环境未如理想，业内爆款产品数量减少，但 12 月作为全年冲刺的传统旺季，商家依然做好备货工作，力争在 12 月冲刺为年度划上一个圆满的结尾。



新疆 乌鲁木齐

婴童产品买赠促销

孕婴渠道走货顺畅

进入寒冬的乌鲁木齐，送货上门的方式对消费者更显吸引力，加上商品单价优惠可观，“双十一”电商活动令当地零售市场数据普遍有所下降。实体市场上，相对来说积木类及低幼婴童类玩具比较走货。

在批发渠道上畅销的玩具主要集中在婴童玩具系列上，如谷雨的“叮咚球”，这款产品以球中球的造型设计，满足摇铃、抓球、健身球的玩法，售价 20 元；汇乐的“宝宝摇铃 10 只装”包括手机、彩球形象等摇铃，零售价 59 元，商家买赠活动常会搭配此单个摇铃等小玩具进行捆绑销售，获得不俗的市场反应。

对于后市预测，业内人士表示，尽管“双十一”对商超渠道有所冲击，但孕婴渠道并没受到影响，究其原因孕婴产品多以微信促销等其他线上手段对客户进行维护。另外，相比于“双十一”，触网的业内人士更加看重年末“双十二”的最后冲击，所以对后市保持乐观态度。

辽宁 沈阳

电商冲击零售市场

年末应有反弹行情

电商大战对沈阳当地众多没有成功触网的实体企业造成影响，尤其是商超百货玩具销售出现明显的下跌。

11 月相对稳定走量的品类为婴童类玩具。五星售价 65 元的“超级青蛙游戏机”，产品特点在于击打小青蛙时会发出叫声，有 led 屏幕进行分数统计显示，可容纳多人共同进行游戏；汇乐售价 45 元的“手指启蒙学习琴”具有音乐、语音模式，实惠的价格吸引众多消费者；谷雨售价 169 元的“脚踏钢琴健身架”适合室内低幼婴童使用，满足运动的需要。三款产品在批发零售渠道都有稳定的表现，销量增长。

对 12 月的市场预测，有业内人士认为，虽然第四季度开局行情未如理想，但 12 月迎来圣诞、元旦行情，估计在零售市场上有一定的反弹。

广东 广州



动漫新品扎堆上市

圣诞玩具成为热点

11 月份，广州实体市场上以备战圣诞主题玩具为主，众多商家推出了圣诞树、圣诞贺卡等节庆礼品，圣诞摆设价格在 300 元以下的产品较为热销。除 10 月提及的星杰“元气拯救队”与咏声的“猪猪侠”外，中影推出的动漫形象新品于中旬正式推出市面。下半年动漫玩具扎堆上市，商家对新品采购铺货较为积极，对后世抱有期待。

近年电商市场一直传出生意火爆的新闻，触网的玩企电商更凭借“双十一”冲刺达到翻倍的销量，利好消息不绝于耳，但大部分商家主要靠刷单手法及接近成本价格的促销来换取流量与销量，利润微薄，电商促销变味成为了一场清库存的促销大行动。



IV 上下游市场分析

一、产业链上游分析

(一) 塑料行业分析

塑料制品业是我国轻工业的支柱产业，我国已步入世界塑料大国行列，生产大国、消费大国、进出口大国。据国家统计局最新数据显示，2016年11月，我国塑料制品产量为704.7万吨，同比增长2.5%；1-11月累计产量为6989.5万吨，同比增长3.9%。

2016年11月我国初级形态塑料为725.7万吨，同比增长6.4%；1-11月初级形状塑料累计产量为7469.9万吨，同比增长6.5%。

图表 7：2016 年 1-11 月我国塑料制品产量数据统计表

时间	当期值(万吨)	累计值(万吨)	同比增长(%)	累计增长(%)
2016年10月	671.8	6264.8	-0.3	3.3
2016年9月	683.7	5678	1.4	4.7
2016年8月	652.3	4974.8	1.8	5.1
2016年7月	670	4393.5	0.4	6
2016年6月	727.1	3688.7	6.3	5.8
2016年5月	651.3	2936.7	5.5	6.5
2016年4月	636.6	2285.3	5.1	4.9
2016年3月	642.6	1665.2	8.4	6.1
2016年2月		1016.3		6.9

(二) 纺织行业分析

2016年11月份，规模以上工业增加值同比实际增长6.2%（下同，增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），较10月份加快0.1个百分点。从环比看，11月份，



规模以上工业增加值比上月增长 0.51%。1-11 月份，规模以上工业增加值同比增长 6.0%。分行业看，11 月份，41 个大类行业中有 30 个行业增加值保持同比增长。其中，纺织业增长 4.1%。

我国 11 月棉花进口量和进口单价均有所回升，当月进口 5.5 万吨，同比下降 34.9%，环比增长 34.1%，进口单价提升 1.8%。1 月~11 月累计进口 75.3 万吨，下降 41.5%，进口单价下跌 1%。

11 月，我国纺织品服装对外贸易额 236.2 亿美元，同比下降 1.3%，其中出口 215.3 亿美元，下降 2%，进口 20.9 亿美元，增长 6.4%，当月贸易顺差 194.4 亿美元，下降 2.8%。1 月~11 月纺织品服装贸易额 2649.8 亿美元，同比下降 5.5%，其中出口 2438.2 亿美元，下降 5.1%，进口 211.6 亿美元，下降 9.4%，累计贸易顺差 2226.6 亿美元，下降 4.7%。

二、产业链下游分析

（一）玩具消费市场

圣诞节历来是西方国家玩具销售的传统旺季，早在今年 6 月开始，欧美国家大商场尤其是玩具专卖公司为争夺市场，各种各样的促销宣传活动已是此起彼伏，你方唱罢我登场。玩具反斗城、哈姆雷斯 (Hamleys)、欧尚等纷纷向消费者推出“2016 年圣诞节最热玩具”名单，产品从星球大战电影衍生玩具、冰雪奇缘娃娃、遥控飞机到电子狗等，都被列为圣诞节小朋友应当拥有的玩具而向家长们积极推荐。从目前情况看，各大公司的销售均取得了良好成绩，即使是业绩远逊色于孩之宝的美泰，前三季度业绩报告也表明，其明星产品之一芭比娃娃全球销售额按固定汇率计算同比上升 17%，美国女孩玩偶 (American Girl) 销售额上升 15%。

中国海关总署的玩具出口数据对世界玩具市场走好提供了佐证：作为世界最大的玩具生产和出口国，中国玩具今年前三季度出口金额达到 247.99 亿美元，同比增长 9.62%，情况较为理想。国家工信部发布的统计数据也从另一个方面引证了这点：2016 年 1~7 月，全国玩具行业产销率 97.5%，较 2015 年同期下降 0.1 个百分点；累计出口交货值 503.6 亿元，累计同比增长 5.5%。

在欧美经济复苏迟缓情况下，为什么玩具市场会先行出现兴旺的市况，这一方面要归功于《星球大战》等影视作品的热播带动相关衍生产品热销，同时也要归功于玩



具企业的积极营销，美泰针对去年芭比娃娃销售下滑，痛失世界玩偶娃娃销售冠军宝座后，今年推出一系列营销活动，从而令芭比娃娃的销售止跌回升并取得理想业绩。实际上，多部影视作品的热播，其身后都有玩具公司在助推，今年5月《美国队长3》在北美上映前，多个模玩制造商即推出了多种周边产品，孩之宝专门发布相关玩具广告。

传统玩具得宠电游市淡

市场竞争历来是“有人欢笑有人愁”，尽管2016年世界玩具市场需求开始旺盛，但一些做电子玩具产品的商家则恐怕无缘分享。实际上，目前兴旺的玩具市场需求，基本是传统玩具销售的天下，“其他电子游戏机”、“其他视频游戏控制器及设备”等电子玩具行情仍然清淡。

从中国海关的出口统计我们看到：1-9月，传统普通玩具出口继续保持良好态势，出口金额126.4亿美元，同比增长9.98%。这其中，最好卖的产品是深受家长和孩子喜爱的传统产品积木，前三季度，“其他建筑套件及建筑玩具”出口数量同比激增75.9%。但生产厂家应关注的是：在产品出口数量上升如此强劲的情况下，产品出口金额同比增长却只有5.09%，这表明尽管此类产品一方面市场需求强劲，但另一方面市场竞争也十分激烈，为什么会出现这种价量严重背离的情况，其后面极可能是企业之间互相杀价争市场而造成。

与兴旺的传统玩具市场需求截然不同，电子游戏机玩具类产品出现了两极分化现象。在海关商品编码9504项下的电子玩具产品中，“与电视接收机配套使用的视频游戏机及设备”出口情况理想，1~9月，产品出口金额同比增长28.5%，但“其他电子游戏机”类别产品市道仍然冷淡。前三季度产品出口价量齐跌，“其他电子游戏机”产品出口数量同比下降12.04%，出口金额同比更大幅下降40.26%。之所以产品出口金额降幅远远高于产品数量，估计是企业争相降价抛售产品造成的结果。

部分进口玩具增长放缓

对于从事国内玩具销售的商家来说，前三季度还有一个十分引人注意的情况：是进口玩具经过前段时间大幅度增长后，一些产品的进口增长率已明显放缓，这是否是市场产品趋于饱和的信号，实在值得商家们警惕。

由于中国二胎政策的实施，业界对内地玩具市场都有良好憧憬，一些国外玩具销售巨头更是加速在华争抢市场。玩具反斗城持续开新店目前在中国已超过100家，哈



姆雷斯 (Hamleys) 专卖店 10 月也在南京开张, 高调进军中国市场, 并称未来要在各大城市陆续开分店。按海关统计, 今年 1~9 月全国玩具进口 9.94 亿美元, 同比上升 99.01%, 不少产品持续以两位数字甚至是三位数字的幅度提升, 如“电动火车”, 今年前三季度产品进口数量同比增长 87.6%, 金额增长 175.6%, 市场热度由此可以略见一斑。

不过, 一些市场热销品进口在经过井喷式增长后, 目前已明显出现增长乏力态势。如“智力玩具”, 经过 2014 年和 2015 年连续两年产品进口大幅增长后, 今年前三季度产品进口数量同比增长尽管仍达 148%, 但产品进口金额同比却大幅下降 30.42%, 这表明产品单价下降相当严重。而“16 英寸 (40.64 厘米) 及以下的未列名自行车”更是价量齐跌, 同比分别下降 37.04% 和 45.46%。

中国作为世界最大的玩具生产国, 国内玩具市场销售本已群雄混战, 现在再加上外国玩具销售巨头竞争和不断增加的进口产品, 令内销市场竞争压力日益加剧。也许就是这样的原因, 虽然得益于人们生活水平提高和二孩政策对玩具市场需求的刺激, 但仍有不少企业感觉内销市场生意难。因此, 企业如何进行差异化发展, 避免同业过度竞争, 是中国玩具企业家们必须要考虑和面对的事情。



V 本月行业快讯

一、行业要闻

(一) 欧盟为圣诞节庆活动用品订立海关分类指引并对其他进口货品分类

2016年12月10日，欧盟《官方公报》刊登了5项新规例，分别就无线扬声器适配器、多用途(包括医疗用途)塑胶管以及归类为电视摄影机的物品进行关税分类。此外，其中一项规例为「圣诞节庆活动用品」的海关分类提供指引。

首先，欧委会第2016/2222号实施规例澄清了欧盟合并名目(CN)编号9505 10分项的内容。该分项载于订立货物名目的第2658/87号框架规例附件I。第9505 10分项包含进口到欧盟28国的圣诞节庆活动用品。

第2016/2222号实施规例订明，虽然当局已为「圣诞节用的制品」的定义制订指引，但外界对9505 10分项的涵盖范围仍莫衷一是。因此，在法律层面上，当局必须为成员国及贸易商进一步澄清分项的涵盖范围，区分在圣诞节庆活动使用的传统制品与款式时尚的一般冬季装饰品。

9505 10分项包含广泛认为是传统上在圣诞节庆活动使用的制品，以及专门为圣诞节庆活动而制造和设计的制品。

这些制品与耶稣降生的主题有关(如传统的马槽制品)，如耶稣降生的人形玩偶、耶稣降生时的周边动物、伯利恒之星、东方三博士、耶稣降生场景以及由于各国的悠久传统而认定为在圣诞节庆活动使用的制品。后者包括人造圣诞树、圣诞袜、仿圣诞树木材、圣诞糖果纸筒、乘坐雪橇或没有乘坐雪橇的圣诞老人，以及圣诞天使。

9505 10分项不包含一般冬季装饰品，原因是装饰品并非专门用于圣诞节庆活动，而是用作冬季装饰，不论其颜色或装扮是否与圣诞节相关，包括冰柱、雪晶体、星、驯鹿、知更鸟、雪人以及其他冬季图像。

9505 10分项亦包含圣诞树的装饰制品，这些制品可以挂在圣诞树上(如以非耐用物料制成的圣诞树小巧装饰)。不过，这些制品必须与圣诞节有关。

最后，在9505 10分项下，玻璃制的「圣诞节用的制品」(CN编号9505 10 10)



可免缴关税，而以「其他材料制成」(CN 编号 9505 10 90)的「圣诞节用的制品」，关税率为 2.7%。

第 2016/2222 号实施规例在欧盟《官方公报》刊登后的第 20 天生效。

欧委会第 2016/2224 号实施规例涉及一种电力器具即「无线扬声器适配器」的关税分类。无线扬声器适配器包含内置充电电池、使用蓝芽技术的发射器和接收器、用于充电的通用串联汇流排连接埠(USB)，以及供连接扬声器系统的 3.5 毫米音频端口。用家可以利用这种无线扬声器适配器收听从智能手机、家用音频系统的同类型便携式设备或独立扩音器传出的音乐。由于这种无线扬声器适配器只可通过蓝芽技术传送及接收音频讯号，不能自行发出音频讯号或产生音量，因此不应视为声音重播器具。所以，这种无线扬声器适配器不纳入 8519 项，而是归入 CN 编号 8517 62 00 下的接收、转换及传送声音或其他数据的机器，关税率为 0%。

欧委会第 2016/2223 号实施规例涉及一种「数码显微镜」的关税分类。这种数码显微镜配备 4 个发光二极体(LED)、互补式金属氧化物半导体(CMOS)传感器以及附有 USB 连接器的电线。这种数码显微镜必须连接自动数据处理器使用，不设内置录影功能。这种数码显微镜可以利用光学镜片把物件放大 10 至 200 倍，拍下静态和视频图像，并使用指定软件把图像储存到自动数据处理器内。由于这种数码显微镜有多种特性，因此归入 CN 编号 8525 80 19 下的电视摄影机，关税率为 4.1%(根据 2016 年 10 月 28 日刊登的合并名目附件 I，由 7 月 1 日至 12 月 31 日，关税率为 3.3%)。

欧委会第 2016/2221 号实施规例涉及一种以 Y 型连接件连接 3 条软管的制品。这种制品以不同塑料制成，如聚氯乙烯和丙烯酸聚合物，并可使用一个连接器连接其他软管及/或设备(如注射器)，并有防止渗漏功能。这种制品可用于多种环境，如医疗、实验室工作、研究以及设备连接时须防止渗漏的环境。实施规例指出，这种制品并非医疗器具，因此不归入 9018 项之下，而是归入 CN 编号 3917 33 00 之下的其他软管(未有加强或与其他材料结合，未装有配件)。一般关税率为 6.5%。

最后，欧委会第 2016/2225 号实施规例涉及一种钢制产品的关税分类。这种制品专门设计用于履带式挖掘机的履带链，归入 CN 编号 8431 49 80。

上述新规例均于欧盟《官方公报》刊登后的第 20 天生效。不过，具法律约束力的关税资料，即使与上述 4 项规例不符，仍可在每项规例生效后 3 个月内继续引用。



（二）全国首家玩具知识产权快维中心在汕头澄海区揭牌

12月27日，中国汕头(玩具)知识产权快速维权中心(以下简称“玩具快维中心”)在汕头澄海区举行揭牌仪式。据介绍，这是全国目前唯一一家玩具知识产权快维中心。

玩具快维中心投入运作后，将构建起汕头市玩具行业知识产权授权、确权、维权的一站式服务快速通道。此外，汕头市知识产权局还争取了广州知识产权法院在玩具快维中心设立了汕头诉讼服务处，进一步扩展了玩具快维中心的快速维权服务功能。

玩具行业是汕头特色支柱产业之一，澄海区是首个国家级玩具礼品出口基地，也是“中国玩具礼品之都”。10月11日，国家知识产权局正式批复同意在汕头设立中国汕头(玩具)知识产权快速维权中心，这是今年广东省范围内唯一一家国家知识产权局正式批复设立快速维权中心。

（三）欧盟新安全法案建议若干类玩具禁用双酚 A

近日，欧洲委员会公布新指令草案，目的是降低可被3岁以下幼儿放入口中或使用的玩具的双酚 A(Bisphenol A)含量。

该项新法例将影响向欧盟出口该类玩具的香港贸易商，因此，他们应密切留意法例在欧盟立法程序中的进展，直到其最终通过和实施为止。

目前，关于玩具安全的第2009/48/EC指令，在附件II附录C中的列表中，就拟供不足36个月大幼儿使用的玩具或其他可放入口中的玩具，对其化学品的特定迁移限值作出规定。目前这些化学品为双酚 A、磷酸三(2-氯乙基)酯(TCEP)、磷酸三(2-氯丙基)酯(TCPP)和磷酸三(2,3-二氯丙基)酯(TDCP)。

双酚 A 是一种化学品，与其他化学品混合，用以制造塑料和树脂。双酚 A 通常存在于聚碳酸酯(一种高性能刚性塑料)中，有时亦以添加剂的形式存在于某些 PVC 材料中。

令人关注的是，人类接触双酚 A 可能对大脑，以及内分泌和生殖系统造成不良影响。普遍认为，与成人相比，幼童和胎儿更易因接触双酚 A 而受损害。

为防范这些不良影响，自2015年12月21日起，附件II附录C规定，按照欧洲标准 EN 71-10:2005 及 EN 71-11:2005 订明的特定测试方法评定，双酚 A 的特定迁移限值为 0.1 毫克/升(mg/l)。这些欧洲标准规定了样品准备及提取的程序，以确定有



机化合物从玩具的释出量。

EN 71-10:2005 标准要求 在 1 小时内，连同 100 毫升的水提取出 10 平方厘米的玩具材料。换言之，若要符合 0.1 毫克/升的特定限值，在提取期间最多只能有 0.01 毫克的双酚 A 从玩具材料中迁移出来。

然而，欧委会表示，考虑到现有的科学证据，上述双酚 A 限值不足以提供足够保护。欧委会发现，以 10 公斤重的幼儿每天吮吸玩具 3 小时来计算，若采用现行的接触限值，每公斤体重就会接触 3 微克，这一比率实在太高。

为给幼儿提供更大保护，欧委会建议，根据上述欧洲标准进一步把双酚 A 的特定限值降低至 0.04 毫克/升。

欧委会决定修改玩具所含双酚 A 的迁移限值，与玩具安全专家组化学品小组于 2015 年 10 月 1 日商定的建议有关。该小组负责就可能用于玩具的化学物质提供意见。2016 年 1 月 14 日，玩具安全专家组投票支持该项建议。

欧盟已禁止在制造婴儿奶瓶的过程中添加双酚 A，而某些食品接触材料也受双酚 A 特定迁移限值的限制。最近数月，关于管制双酚 A 的争议又起。2016 年 10 月 6 日，欧洲议会绝大多数议员呼吁欧盟实施禁令，所有食品接触材料一概不得添加双酚 A。

2015 年，欧洲食品安全局食品接触材料专家组建议，每公斤体重每日的双酚 A「临时」可容许摄入量为 4 微克。不过，欧委会在现时的草案中指出，玩具和与食品接触的材料所得出的接触限值，其基本假设有所不同。

因此，欧盟收紧玩具所含双酚 A 的迁移限值，可能是由于欧洲对敏感类产品所含化学物质的担忧和反对情绪正在上升。此举还可能为欧盟开路，把使用双酚 A 的限制扩展至玩具以外的产品。

新建议引入的具体改变方面，对拟供未满 3 岁幼儿放入口中或使用的玩具，现时在关于玩具安全的第 2009/48/EC 号指令附件 II 附录 C 中，只用一行订明双酚 A 的迁移限值。因此，修订就是以新的迁移限值替换现行的迁移限值。各成员国实施的法例亦要作出同样修订。简而言之：

指令草案第 1 条将现时的迁移速率 0.1 毫克/升替换为新速率 0.04 毫克/升。

指令草案第 2 条规定，各成员国有义务在欧盟官方公报公布修订后的迁移限值之日起的 18 个月内置换其法例，从公布之日的 18 个月起生效，并将转置措施通知



欧委会。

欧盟成员国理事会有两个月时间批准或拒绝修订的迁移限值。若理事会通过建议措施，或理事会不采取行动，建议措施将提交欧洲议会。如果欧洲议会在建议措施提交理事会之日起 4 个月内没有反对，则建议措施就会通过。

二、全国区域动态

（一）东莞打造出口玩具和婴童用品质量安全示范区

世界玩具看中国，中国玩具看东莞。玩具产业是东莞八大支柱产业之一，全球 30% 的玩具都产于此，因而东莞也是国内外玩具原辅料最大的集散地之一。

基于复杂的市场环境与良好的产业基础，东莞选取出口玩具和婴童用品作为东莞建设质量安全示范区的重点。2014 年，东莞正式启动“出口玩具和婴童用品质量安全示范区”（以下简称“示范区”）建设工作，建立起了由东莞市政府协调，检验检疫部门牵头，商务、质检、财政、海关等部门及行业协会共同参与的共推共建机制。示范区建设联席会议和示范区建设办公室指导玩具和婴童用品出口企业主动应对，不仅止住下滑的颓势，还实现了玩具和婴童用品出口逆势稳步增长的良好局面，实现了同比、环比高幅增长，行业竞争力全面提升。

建立全流程的质量把控体系

在东莞银辉玩具有限公司办公楼里，有一片约 500 平方米的区域，那是公司的试验室。负责人何敏告诉笔者，试验室每年仅在原材料上的花费就超过 300 万元，对于每一件出厂的玩具，银辉首先从原材料的采购上进行把控，每一件产品从设计样品到大批量生产的产品，就需要经过 3 道检验关，产品大批量生产出来后，还要抽检。

同样从事玩具生产的东莞龙昌数码科技有限公司则是在公司形成了品质文化。公司负责把控品质的张国文告诉笔者，龙昌早在 1996 年就开始从国外导入 ISO9001 质量管理体系，那时该体系刚刚出现，龙昌仅用于购买 ISO9001 认证体系资料的资金就达几十万元。可以说，追求产品质量已经融入到企业的文化中。

张国文透露，龙昌有一套专门的质量管理体系简图，建立起了一套包括新产品设计、原材料采购、制造、成品在内的全流程质量把控体系。

正是由于银辉和龙昌对玩具质量近乎苛刻的要求，使这两家企业均进入了国家质



检总局今年公布的第二批“中国出口质量安全示范企业”名单。该名单共有3家东莞辖区的玩具企业榜上有名。除银辉和龙昌外，另一家是东莞美驰图实业有限公司。

其实在2015年国家质检总局公布的第一批名单中，东莞的明门(中国)婴童用品有限公司就已经上榜。该公司还是广东首家获得“出口免验”资格的外资企业。在美国市场，明门婴童生产的婴儿床和汽车座椅分别占据了70%和40%的市场份额。已经成为世界婴童用品行业的龙头企业。

该公司执行副总经理宋志钊告诉笔者，要想成为行业领导品牌，除了市场策略，产品质量是必不可少的一个方面，尤其是做出口的企业。

在业界，明门车用儿童安全座椅测试实验室可谓声名显赫。该实验室不仅通过了中国合格评定国家认可委员会(CNAS)认可，而且是目前国内惟一同时获得美国消费品安全委员会(CPSC)和英国车辆管理局(VCA)认可的实验室。据统计，自从2004年建立运营以来，明门实验室共计检验了上万台儿童安全座椅，检测过的零部件就更是不计其数。

多项政策支持示范区建设

上述企业的发展，得益于东莞从2014年开始启动的示范区建设工作。

作为东莞的支柱产业，东莞现有玩具及婴童用品生产企业533家，知名品牌云集。出口总额近几年来一直在增长。

但来自市场的考验依然严峻。“玩具和婴童用品出口先后遭遇了出口增幅放缓，欧盟新玩具安全指令生效，美国实施新版玩具标准等贸易和技术壁垒，外贸形势不容乐观。”东莞出入境检验检疫局负责人说。

于是从2014年开始，由多个部门参与的示范区正式建设。上述负责人告诉笔者，示范区是覆盖东莞市行政区域，选取玩具和婴童用品作为主要产品建立的出口质量安全示范区，力争推动东莞出口玩具和婴童用品产业加快形成以技术、品牌、质量、服务为核心的出口竞争优势，积极打造国家级质量安全示范区，推动东莞玩具继续“以质取胜”。

在建设过程中，东莞市财政每年安排200万元奖励资金，作为对典型示范企业的激励支持，对获得国家质检总局“出口免验企业”和“中国出口质量安全示范企业”称号的区内企业，给予一次性50万元的奖励标准。东莞出入境检验检疫局工作人员告诉笔者，这一政策大大提高了企业参与的积极性。



此外，检验检疫部门还深化“放管服”改革，对示范区企业全面采用“合格假定”检验监管模式；减免检测业务收费，并以最短的周期出具检测报告。利用检验检疫人才和政策优势，组织面向出口企业实验室的培训，帮助示范区企业提升实验室检测能力，服务企业用足用好原产地证优惠关税政策；大力培育出口免验企业，采信具备资质的第三方检测报告，对示范区企业实施验证监管。

为促进示范区内企业、行业质量技术提升、完善质量标准，有效应对技术性贸易措施，示范区专门成立质量技术促进委员会，帮助企业深入了解国外的最新标准动态，有效突破国外技术性贸易壁垒，出口玩具和婴童用品抽(送)检合格率由建区前的92.2%提高到现在的96.8%，竞争力明显提升。

对此，东莞玩具企业美驰图公司负责人表示，近年来欧盟对于玩具的质量要求越来越高，高标准虽然提高了市场的准入门槛，但对质量过硬的企业来说是一种保护。也正是如此，像美驰图一样的东莞玩具企业产品在欧盟国家获得了很大的市场认同。

推进其它优势产业进行创建

东莞出口玩具和婴童用品质量安全示范区创建以来，建设保障体系、质量安全监管体系、风险预警和应急处置体系以及公共服务体系已建成，并取得了很好的成效。

上述负责人透露，2015年至今，东莞出入境检验检疫局根据广东出入境检验检疫局的规范及要求，对东莞出口玩具和婴童用品质量安全示范区内企业的出口产品组织了3次监督抽测，经分析，检测结果全部合格。

目前，东莞的玩具及婴童用品以产品质量稳定、生产技术领先、知名品牌集中、产业配套完善等优势享誉海外，产业向电子化、智能化、仿生化等高科技方向发展。集成芯片、程序设计和蓝牙控制等IT技术在玩具产业的大量渗透以及与动漫产业等新兴元素的紧密结合，显著提升了玩具产业的科技水平和附加值含量。

目前，示范区企业拥有自主品牌347个，中国出口质量安全示范企业、出口免验企业2家，2家企业被评定为“中国质量诚信企业”。这些示范区龙头企业和示范企业有力带动了行业整体竞争实力的全面提升。

10月14日，就示范区建设情况，东莞由相关领导带队赴国家质检总局进行了交流，得到质检总局检验监管司的肯定，并计划于年底对东莞示范区进行考核验收。

上述负责人表示，接下来，检验检疫部门将高效运用东莞对示范区公共技术服务平台的财政资助，每年拟对示范区企业开展200次以上的质量监测、产品检测、技术



帮扶和培训等服务，推进示范区信息发布与共享。

为了加强行业整体的检测和质量把控能力，检验检疫部门将通过组织联合检查和开展实验室比对试验等活动，提升出口玩具和婴童用品企业不断提升质量管控能力和自律水平。完善示范区质量安全技术促进委员会的工作模式，加强产业共性问题的研究和帮扶，加大技术促进工作的成果输出。

该负责人透露，检验检疫部门将总结推广玩具和婴童用品示范区建设经验，发挥示范区建设优势，促进东莞其它优势产业创建质量安全示范区。

据了解，今年6月，东莞检验检疫局已经与大朗镇政府签订《大朗镇人民政府、东莞检验检疫局共建东莞出口毛织产品质量安全示范区合作协议》，正式启动东莞出口毛织产品质量安全示范区创建工作。目前各项建设工作正在稳步推进。

（二）福建晋江玩具玩转海外

福建历来是玩具出口大省，出口品种以毛绒玩具、塑料玩具、电动玩具为主，主要输往欧盟、美国、澳大利亚等，玩具出口量稳步增长。今年以来，一些出口企业积极对接海外项目，提升自身质量，促进玩具出口。

追求国际化的品质

在外贸业绩普遍下滑的日子里，玩具行业却难得守住了自己的好光景。今年1~8月份，泉州检验检疫局晋江办事处共检验监管出口玩具及礼品1951批，金额4400.21万美元，同比分别增长10.35%、4.78%；其中，出口美国产品货值1076.21万美元，同比增长61.75%；出口新兴市场印度产品货值70.70万美元，增长1146.05%。

据了解，上世纪90年代初，部分晋江人开始从手工作坊起步，大力发展玩具制造业，并且形成一个规模不小的玩具产业基地。2012年前后，不甘现状的部分晋江玩具企业，开始自主创牌，谋求突围，晋江玩具业也开始兴起商标注册热。数据显示，3年多来，晋江玩具企业注册各类商标104枚，其中，2枚获中国驰名商标。

在晋江隆龙玩具公司展厅，各类印有“隆龙”商标的玩具布满了整个展厅的柜台。该企业超过八成产品出口欧美，过去均是以贴牌和代工模式进行生产，但从2013年年底开始，公司开始以自有品牌“隆龙”出口。2年多来，自主品牌产品出口额持续攀升，去年已达200多万美元，今年则有望突破300万美元。

晋江力利玩具有限公司生产的DIY玩具，让小朋友自己动手拼装，把玩具与教育



相结合，受到消费者的欢迎。为了追求国际化的品质，晋江力利玩具有限公司在多年前就花费重金在香港成立了分公司，主要负责产品创新和开发。从刚开始的一个人奋斗到现在拥有二十几个人的团队，董事长许永定回忆起来颇为感慨，“想当年，那时候有将近八个月开发出来的产品没有订单。很多人都劝我放弃，可在我看来，玩具企业要想获取利润和订单，自主创新显然是关键。如今我们自主研发的产品已经达到90%。”

通过抱团实现产品输出

在与奔驰、兰博基尼等世界知名品牌汽车公司进行多年的品牌授权合作后，泉州嘉利儿童用品公司已成为国内拥有授权款式最多的名牌童车生产企业。今年泉州嘉利儿童用品公司又迎来了新伙伴特斯拉的身影。市场零售价高达500美元的特斯拉儿童玩具车，订单却源源不断。

2009年的香港国际玩具展上，当大部分参展商还按照传统展出一两个新品时，拿到品牌授权的泉州嘉利儿童用品公司一口气推出7个品牌授权新款，成为当年展会的黑马。以此为起点，嘉利逐渐成为国内拥有授权、款式最多的名牌童车生产企业，并成为全球五大儿童电动车制造商之一。

选择以动漫营销撬动玩具市场的福建恒盛玩具有限公司同样迎来了自己的春天。通过“爵士兔”品牌的运营，加入文化创意元素，福建恒盛玩具深受国外客户好评，今年出口大幅增长超五成。

在过去的20年里，晋江玩具出口大多依托传统的对外贸易方式。近年来，随着电商全球化，跨境电商渠道的兴起，晋江玩具企业逐渐通过抱团的方式实现产品输出。

晋江婴童产业文创园跨境电商事业部也成为新的潮流中的受益者。该项目负责人陈建佳表示，目前已经有近20家晋江玩具企业与他们合作，有意向参与、还在洽谈的有二三十家。另外，晋江婴童产业文创园跨境电商事业部也在整合潮汕、义乌、广东等地的婴童产品，力求把这个平台打造成国内第一个也是最大的跨境婴童电商平台，在此基础上向海外第三方平台获取更多的资源，打造区域品牌影响力。

今年9月起，玩具、童车、儿童用安全座椅等15个商品类别将无需法定检验检疫即可出口。业内人士认为，这一消息对于我国玩具、童车、儿童用安全座椅等相关生产企业而言是重磅利好，将刺激产量提升。



（三）澄海区政府拿出真金白银扶持宝奥城进驻玩具商户

12月16日上午，澄海区委区政府在宝奥国际玩具城召开新闻发布会，向媒体通报有关扶持入驻宝奥城企业、促进玩具商贸物流业集聚发展的有关情况。澄海区委常委、常务副区长尤朝东、澄海区财政局局长陈泽标、澄海区经济和信息化局局长许俊英、澄海区商务局局长陈斯忠、澄海区政府办公室副主任徐荣哲、澄海玩具协会副会长杜瑞生、广东宝奥现代物流投资有限公司副总经理徐燕华等相关领导出席发布会，澄海区委宣传部副部长陈斯涛主持会议。

会上，尤朝东介绍了区委区政府近期出台《关于加大宝奥城入驻企业扶持力度、促进玩具商贸物流业集聚发展的工作意见》相关扶持政策。2016年区财政安排600万元作为宝奥城入驻商户开业扶持资金；2016年至2018年，区财政每年安排800万元作为宝奥城入驻商户经营扶持金、每年安排1300万元作为宝奥城入驻商户发展扶持资金等一系列措施。同时要求各级部门协调配合，及时解决宝奥城建设、运营中碰到的问题；加大财政扶持力度，力促宝奥城入驻企业健康发展，尽快发挥效益，发挥宝奥城在开拓玩具业国内外市场中的引领作用。

玩具产业是澄海区重要支柱产业，区委区政府高度重视澄海玩具产业的健康发展，大力推动玩具产业转型升级，促进玩具产业高端发展。宝奥城是省、市、区的重点建设项目，各级党政对宝奥城的建设和运营给予了高度的重视和扶持。区委区政府出台有关入驻宝奥城企业的扶持措施，目的是发挥宝奥城在开拓玩具业国内外市场中的引领作用，强化知识产权维权保护，为打造国家级玩具区域品牌示范区提供重要支撑。

在各级政府部门的关心和支持下，宝奥公司为进一步加快并发挥“宝奥城”平台作用，切实为入驻企业减负。徐燕华副总经理为大家详细介绍了宝奥城项目建设进度及针对宝奥城入驻商户出台的免租金等一系列优惠政策。

徐燕华表示，宝奥城将重点从加强自身软实力方面建设，对入驻的企业采取一系列的措施留住企业长期在宝奥城经营，做强带旺宝奥城。具体办法为：加强团队的建设，进一步提高团队的服务意识和水平，不断提升入驻企业的满意度；持续坚持“走出去，请进来”的营销策略，通过举办玩具博览会，举办专场采购对接会，组团参加国内外知名玩具展会等形式推广宝奥城，提升宝奥城的品牌效应，从而吸引更多的国内外客商云集宝奥城；不断强化宝奥城的服务功能，通过引进海关、商检、玩具检测机构、玩具认证机构以及金融机构等入驻“宝奥城”，为商户提供商务及政务一站式



服务窗口，创造更多的商业机会。

据悉，“宝奥城”首期投资 30 亿元打造 100 万平方米的“产业综合体”，是立足于澄海玩具优势产业基础，为澄海玩具建设集设计研发、原料采购、展览贸易、电商交易、仓储运输、海关商检、商务办公、休闲娱乐为一体的产业链服务平台。项目自 2011 年开工建设以来，正大集团卜蜂莲花粤东配送中心、货运超市、京东汕头大件运营中心、宝奥电商创业园、宝奥国际玩具城共 30 万平建设单体均相继建成并投入运营，玩具 B2B2C 电商平台——“玩聚城”上线运营实现交易，第 18 届中国澄海国际玩具礼品博览会成功举办，中国汕头(玩具)知识产权快速维权中心也于今年 11 月份正式落户宝奥国际玩具城。

“宝奥城”的建设将继续推进，配套服务功能将进一步完善，澄海进出境货运车辆检查场、出口监管仓、管理大楼、新立体仓等项目的建设正按计划顺利推进。积极引进海关、商检、玩具检测机构、玩具认证及金融机构入驻宝奥城，为商户提供商务与政务一站式服务窗口，用好互联网工具为商户实现线上、线下交易与信息共享同步，归集大数据为政府、产业、商户做精准行业分析。

2017 年的第 19 届中国澄海国际玩具礼品博览会、中欧玩具博览会、旅游定点采购、各地区专场采购对接会、儿童体验活动都将陆续开展，将持续为商户带来客流，创造商业机会。

“宝奥城”的运营宗旨是：为玩具产业链各环节商家提供完善、便利、高效营商环境和条件，创造商业机会，为国内众多产业集群地区经济转型带来良好示范效应，为地区经济结构战略性调整作贡献。“宝奥城”的建设一直以来获得各级政府领导、行业朋友及合作伙伴们的认可。在区委区政府的大力支持下，在行业朋友、宝奥公司和全体商户的共同努力下，“宝奥城”必将做强、做旺。



VI 本月海外市场扫描

一、阿联酋授权及遥控玩具销售领先 2020 年市场规模将达 11 亿美元

最新市场调研报告显示，阿联酋是中东儿童玩具市场的领头羊，到 2020 年，该国玩具及游戏产品零售额将占整个中东地区的 28%。

根据咨询公司欧睿国际分析师预计，2015 年阿联酋消费者在玩具、游戏、电子游戏相关产品上花费 8.69 亿美元，占了整个中东地区总零售额(29 亿美元)近 1/3。

到 2020 年，阿联酋消费者在玩具等产品上的花费将达 11 亿美元，年增长率达 6.2%，同年，整个中东市场玩具产品价值将达 40 亿美元。

据欧睿国际表示，阿联酋玩具产品市场将继续保持健康增长，人均消费额达 101 美元，让阿联酋成了世界上玩具、游戏及电子游戏产品人均消费最高的国家之一。

这对国际制造商和供应商来说是个好消息，它们着眼 2017 年中东(迪拜)国际游乐世界展览会(Playworld Middle East 2017)，想出口产品到这一新兴市场中。该展会将于 2017 年 3 月 14 日-3 月 16 日在迪拜国际会展中心举行，展商能接触来自中东和非洲地区的 6500 位买家。

来自香港的 New Capable 就是参加此次展会的制造商之一，它将利用此次展会展示各种玩具、竞技游戏、教育类游戏和儿童派对用品。

New Capable 销售经理 Robin Joe 表示，该公司计划在中东市场推出一些新产品，包括磁力积木和遥控无人机。Joe 表示：“我们希望在展会上跟更多中东买家建立业务关系，因此我们推出了一些最近市场上需求比较高的科技产品，这些产品性能很好同时价格又很有竞争力。目前，我们在中东地区的销售额达 100 万美元，我们认为，随着不断扩张到中东主要的新兴市场中，我们 2017 年营收预计增长 50%-100%。”

同样参加展会的还有乌克兰儿童玩具、床上用品及服装制造及分销商 Tigres，该公司所有人之一 DubchukIryna 表示：“全球对多功能玩具、授权玩具、休闲及建筑玩具、户外及运动玩具和远程遥控玩具的需求不断增长，目前我们在中东地区没有运营业务，但是我们计划 2017 年开始进军该市场。这也就是我们参加展会的原因，我



们相信我们的玩具未来将给中东的消费者带来更多乐趣。”

展会主办方德国法兰克福展览公司(Messe Frankfurt Middle East)首席执行官 Ahmed Pauwels 表示：“像中东这样的新兴区域促进了全球传统玩具和游戏产品销售额的增长，阿联酋和海湾国家引领着整个地区不断前进。

有研究显示，授权产品和远程遥控玩具在中东玩具市场中销售额领先，而在阿联酋，外地游客对儿童建筑玩具的需求很高，特别是当地著名的景点，如世界第一高楼哈里发塔(BurjKhalifa)等。”

中东地区销售的儿童玩具和游戏产品包括：传统的玩具和游戏(毛绒玩具、玩偶及相关、远程遥控玩具、智力拼图和儿童派对用品)，还有电子游戏相关的硬件和软件。

根据欧睿国际的数据显示，阿联酋人会给自己的孩子零花钱，让他们学习金钱的价值并自己做购买决策。一般 9-15 岁的儿童每月零花钱有 15-70 美元，超过 15 岁的每月零花钱有 70-220 美元。

零售商们也都在努力创造氛围，让儿童能与玩具互动，促使他们做出购买决策。这些零售商销售的产品价格范围从 3 美元到 1000 美元，让儿童能用零花钱购买便宜的玩具，同时又能让家长自己决定是否购买昂贵的玩具给孩子。

二、美企涉嫌生产“间谍玩具”遭欧美消费者监管机构投诉

欧盟和美国消费者监察机构 12 月 6 日宣布投诉一些品牌的智能玩具，因其“监视”儿童和他们的家庭，涉嫌违反隐私和数据保护法律。

欧洲消费者组织和包括美国电子隐私信息中心(EPIC)在内的美国组织表示，投诉的目标玩具是“我的朋友凯拉(My Friend Cayla)”，“i 型智能机器人(i-QUE Intelligent Robot)”和“你好芭比>Hello Barbie)”。他们向法国和其他欧洲当局以及美国联邦贸易委员会提出了关于“玩具间谍”的投诉。

咨询公司布维(Bouvet)代表挪威消费者理事会表示，可联网的“Cayla”和“i-QUE”玩具由洛杉矶玩具公司 Genesis Toys 制造，可通过手机或平板电脑与用户连接，而“你好芭比”则通过 Wi-Fi 连接到互联网。“你好芭比”不在欧洲销售。

电子隐私信息中心和其他美国监察机构在投诉中表示，儿童在使用此类玩具时受



到持续监视，玩具可以记录并收集儿童的私人谈话，并无限制地收集、使用和披露此类个人信息。此类玩具对美国儿童的安全和保障构成了直接紧迫的威胁。

欧洲消费者组织引用挪威消费者委员会委托进行的研究表示了对安全的担忧，并补充道，任何人都可以通过简单的步骤用手机控制玩具，这使得不接近玩具但通过玩具说话和倾听成为可能，此类玩具违反了欧盟《不公平合同条款指令》和欧盟《个人数据保护指令》，可能还违反了《玩具安全指令》。

欧洲消费者组织表示，儿童告诉玩具的任何东西都会被传送到美国的纽昂斯通讯公司，该公司专门从事语音识别技术，保留了与其他第三方共享信息的权利，并将语音数据用于各种目的。欧洲消费者组织补充道，玩具内潜入了预编程语言，支持不同的商业产品。

欧洲消费者组织和包括“无商业化童年时期活动”在内的美国团体敦促贸易委员会调查数据的收集、使用和披露，并呼吁该机构停止保留和使用儿童的个人信息，还敦促该机构调查并防止美国纽昂斯通讯公司使用儿童语音数据来改进销售给军方、政府和执法机构的产品和服务。

三、哥斯达黎加玩具进口保持连续增长

据哥贸促会(Procomer)统计，自2010年以来，哥斯达黎加玩具进口额逐年递增，年平均增长率为12%。与2010年相比，2016年进口额增长94%，从1600万美元增长到3100万美元。(以上数字仅统计2010-2016年前十个月数据)。

哥主要进口商认为市场需求不断增长且要求越来越高，消费者认准品牌、质量，偏好新品，市场销售额与广告宣传和促销息息相关。98%的玩具是中国制造，其中很多都是欧美标准。除中国之外，哥还从欧洲和中东进口。

沃尔玛最畅销的玩具是无线电控制类，附加值较高，适合学龄前儿童。销售最好的是小汽车、玩偶等玩具。Juguetería销售最好的是电子游戏类、互动类(手机控制机器人)、桌游等各个年龄段适合的玩具。除此之外，自行车、溜冰鞋、助力车、积木、电子宠物同样销量喜人。



VII 重点企业追踪

一、崇德动漫拟募集资金 1.25 亿 弥补动画早教业务亏损

崇德动漫发布公告，拟以 20-25 元/股的价格，发行股票不超过 500 万股，募集资金总额不超过 1.25 亿元。本次募集资金为了补充公司流动资金，优化公司财务结构，确保公司后续影视项目开发获得足够资金支持。

根据公告显示，其中 2000 万用于补充流动资金，4000 万用于《巧手鲁班之妈妈在家》动画电影项目，3000 万用于《巧手鲁班之妈妈在家》动画电影项目，1500 万用于乐学乐园品牌加盟营销推广及服务体系建设，1000 万用于智慧宝箱设计研发及推广以及 1000 万山东泰安产业园项目。

崇德动漫是一家从事原创动漫及儿童早教产品等动漫衍生产品业务的公司，主要作品为原创大型动画《福娃》和《孔子》。据公告透露，2016 年上半年，崇德动漫营业收入 1309.35 万元，同比增长 407.22%；上半年公司亏损 716.76 万元，同比下降 184.62%。

此前，为补充流动资金，崇德动漫拟以 15 元/股的价格，发行了股票 44 万股，募集资金总额为 660 万元，且将于 2016 年 12 月 30 日在新三板挂牌并公开转让。

二、海航文化与奥飞娱乐签署战略合作协议

近日，海航文化控股集团有限公司与奥飞娱乐股份有限公司在海口签署《战略合作框架协议》。

海航文化首席执行官魏霆表示，海航文化是海航集团下属旅业集团进行文化娱乐产业投资、运营的核心企业。现有业务涉及媒体运营、品牌营销、影视投资、影院投资、戏剧制作和场地运营等，并建立布局以 IP 为核心的，涵盖影视、演艺、体育和游戏等业务的泛娱乐产业，逐步成为多种文化业态为一体的大型综合性文化娱乐投资集团。他表示，海航文化背靠世界 500 强海航集团的优质国内外资源，同时与以奥飞娱乐为代表的民族文化企业携手合作，将会实现 1+1 大于 2 的协同合作效果，为文化



娱乐产业发展做出贡献。

奥飞娱乐总裁蔡晓东表示，奥飞娱乐与海航文化拥有共同的企业价值观，双方将共同挖掘和整合所拥有的丰富资源和专业优势，在股权投资、项目投资、国际化合作等方面建立多元化合作关系，开展包括发起文化产业投资基金、资源授权、产品开发运营、内容制作、跨界合作、国际业务等具体业务。

奥飞娱乐成立于 1993 年，2009 年在深交所挂牌上市，是中国第一家动漫上市公司。包括“喜羊羊与灰太狼、超级飞侠、巴啦啦小魔仙”在内，奥飞娱乐拥有国内数量最多、知名度最高的 IP 群，已经形成了以 IP 为核心，集动漫、玩具、婴童、游戏、授权、媒体、电影等一体的泛娱乐生态系统。

三、群兴玩具又有新动态：转让新成立子公司

12 月 9 日，群兴玩具发布公告称，为盘活存量资产、优化资产结构，公司拟以 2206.79 万元的价格转让其持有的全资子公司广东万丰润文化发展有限公司(以下简称万丰润)100%股权，受让方为汕头市毅博玩具科技实业有限公司(以下简称汕头毅博)。

群兴玩具在上述公告中表示，转让其全资子公司万丰润 100%股权，是基于公司原主业升级转型和新主业拓展的战略发展需要，为盘活存量资产、优化资产结构。

根据公告，截至 2016 年 11 月 30 日，万丰润经审计后的总资产为 8978.61 万元，总负债为 7981.17 万元，净资产为 997.44 万元；2016 年 1 月~11 月份经审计后的营业收入为 0 万元，净利润为-2.56 万元。

值得注意的是，资料显示，万丰润成立于今年 10 月，公司成立后并未展开经营，11 月，群兴玩具将其部分资产划转至万丰润，包括四处房地产及一处土地使用权，账面价值约为 6351.45 万元。

子公司成立不到两个月

根据初步测算，本次交易完成后预计群兴玩具将产生税前利润约为 1209.35 万元。今年 5 月初，群兴玩具也曾出售土地使用权及建筑物资产，当时公告称预计产生的利润将超过 1500 万元。也就是说，群兴玩具今年转让资产实现利润已经超过 2700 万元。这一数据，已经超过群兴玩具去年全年净利润——据群兴玩具 2015 年年报披露，2015



年，公司实现净利润 1818.64 万元。

工商资料显示，今年 10 月 18 日，万丰润成立，注册资本为 1000 万元。

11 月 10 日，群兴玩具经董事会审议通过，将公司持有的位于汕头市澄海区莱美工业园区四处房地产及一处土地使用权划转至万丰润作为生产经营使用，划转资产截至 2016 年 10 月 31 日账面价值为 6351.45 万元。

此外，群兴玩具在日前公告中披露，截至公告日，群兴玩具对万丰润享有债权 7981.17 万元，即万丰润应付群兴玩具的款项为 7981.17 万元。

公告显示，欠款来源为关联方往来。群兴玩具称，该项欠款不会对公司正常生产经营产生影响，公司将逐步收回上述欠款，待上述款项收回后实施标的股权过户，减少公司风险。

两次出售资产增值率差 2 倍

在此次万丰润的股权受让中，根据银信资产评估有限公司出具的评估报告，采用资产基础法评估后，截至 2016 年 11 月 30 日，万丰润 100% 股权的账面价值为 997.44 万元，评估价值为 2206.79 万元，净资产增值 1209.35 万元，净资产增值率 121.25%。

今年 5 月份，群兴玩具曾出售过一次土地使用权及建筑物资产。当时，群兴玩具发布出售资产公告，称拟将公司部分土地使用权及地上建筑物转让给非关联方广东五星玩具有限公司。

根据当时的公告，群兴玩具出售给五星玩具的地块坐落在汕头市澄海区莱美工业区兴业东路西侧，土地使用权面积为 5068.83 平方米，地上建筑物建筑面积为 17700.59 平方米，转让总价为 2050 万元。

在 5 月初的这次资产出售中，交易标的由广东联信资产评估土地房地产估价有限公司进行评估，采用的评估方法为重置成本法和市场比较法，估价时点为今年 2 月 29 日。评估结论显示，委托评估资产价值为 2048.589 万元，与账面净值 431.75 万元比较，增值 1616.84 万元，增值率 374.49%，与此次对于万丰润的交易增值率对比，相差约 2 倍。

对比可见，两次出售的资产中，地块均位于汕头市澄海区莱美工业区，但评估增值率相差不小，对此，群兴玩具证券事务代表表示，两次转让资产，均有相关评估机构评估，“具体为什么，这个我真的不太清楚。”



四、咏声动漫新三板募资 6000 万

2017 年 1 月 3 日,广东咏声动漫股份有限公司正式在新三板公开发行股票 245.60 万股(全部为不予限售股份),募集资金 6000 万元。股票发行募集资金用于补充公司流动资金。

本次股票发行数量为 245.60 万股,发行价格为每股 24.43 元,募集资金 6000 万元。发行对象为 4 名,中小企业发展基金(深圳有限合伙)认购 4000 万元;广州红土科信创业投资有限公司认购 1000 万元;厦门七匹狼节能环保产业创业投资基金合伙企业(有限合伙)、厦门七匹狼节能环保产业创业投资管理有限公司两家分别认购 984.04 万元、15.96 万元。

挖贝新三板研究院资料显示,咏声动漫主要从事的业务为动漫电视剧、动漫电影、动漫舞台剧等内容产品的制作、发行和基于动漫内容产品的动漫衍生产品和服务的经营。

咏声动漫本次发行主办券商为广发证券,法律顾问为北京市君合(广州)律师事务所。



VIII 玩具行业机会风险分析

图表 8：2017 年 1 月中国玩具行业机会、风险分析

序号	影响因素	风险	机会
1	行业环境	一方面外需市场回落、国内生产成本上升，中国玩具出口面临诸多压力；另一方面，海外品牌大举进入，令得本土品牌压力倍增，玩具企业不得不重视并积极调整经营策略。	随着国内二胎政策的放开，婴童市场的巨大潜力被广泛看好，也促成了这一“玩具博物馆+游乐场”的落地。而 9 月玩具出口取消法检，我国玩具、童车、儿童用安全座椅等相关生产企业而言是重磅利好。
2	经营情况	产品出口价格存在普遍下调的状况，其中较为明显的是“玩具乐器”，在产品出口数量同比大幅增长 15.2% 的情况下，出口金额反而下降 3.3%，产品出口量价严重背离。	尽管中国外贸形势仍然严峻，多个劳动密集型产业如鞋、箱包等的产品出口继续负增长，但玩具行业依然保持去年以来的出口强势。
3	产业链	塑料制品行业产量虽然在不断发展增长，但其增长态势逐步减弱。	2017 年玩具行业将延续发展垂直产品线和垂直店铺，打造专业商品供应关系，提升各分类的专业度。

贷款建议：传统玩具类型的产品增长表现突出的产品类型集中在：积木组装，迷你积木人仔，新奇特玩具，智力玩具，动物玩具。建议银行可以重点关注具有创新性的行业龙头企业。

数据来源：银联信



免责声明

本报告采用公开、合法的信息，由北京银联信科技股份有限公司（简称银联信）的研究人员运用相应的研究方法，对所研究的对象做出相应的评判，代表银联信观点，仅供用户参考，并不构成任何投资建议。投资者须根据情况自行判断，银联信对投资者的投资行为不负任何责任。

银联信力求信息的完整和准确，但是并不保证信息的完整性和准确性；报告中提供的包括但不限于数据、观点、文字等信息不构成任何法律证据。如果报告中的研究对象发生变化，我们将不另行通知。

未获得银联信的书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“北京银联信科技股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。