

欧美标准升级 企业雪上加霜

玩具企业直面生死考

多个国家出台新的安全标准对于中国玩具企业来说无疑是雪上加霜。一直饱受劳动力、原材料成本上涨之痛的玩具企业早已经伤痕累累。

作为世界玩具生产大国,中国玩具产业标准还有待提升,整个产业应由制造向创造转型升级。

■ 本报记者 郭玉志

楼其进最近有些高兴不起来。“出于保护儿童安全而出台新标准无可厚非,但是带有‘色彩’的标准难免被人所诟病。”楼其进接受《中国企业报》记者采访时表示。

楼其进所说的新标准是指欧盟和美国先后对我国玩具产业实施新的安全标准政策。“玩具生产周期短,面对新的标准,企业利润逐渐被压缩,若赔本的话,企业很有可能放弃欧美市场。”楼其进如是说,面对复杂的经济环境,国内玩具企业要迅速熟悉欧美新的标准,在做好原有市场的基础上,发力新的市场。

作为世界最大的玩具出口国,我国的玩具出口额约占全球玩具贸易额的70%,面对新的政策,我国玩具产业面临的挑战显而易见。

欧美新政灼伤企业

楼其进是义乌市玩具行业协会的副会长,而他的另一个身份是义乌市琪琳玩具有限公司总经理。早在2009年上半年,美国曾就相关标准在杭州萧山举行听证会,当时义乌玩具行业协会派出了5名代表参加。

两年之后,政策过渡期结束。8月14日,美国联邦政府机构消费品安全委员会开始对儿童玩具中的铅含量标准进行调整。输美儿童产品中的铅含量上限由原来的300PPM降低至100PPM,这是继2009年以来美国第三次加严儿童用品铅总量限制。

楼其进告诉记者,根据相关程序,美国提前通报了其八个州九项新标准,然后召集相关方举行听证会。“对于我们提出的要求,美国方面根本不采纳。”楼其进说。

而今年7月20日,被业界称为“史上最严苛”的欧盟玩具安全新指令正式开始实施,新标准对玩具的机械、物理、化学性能均提出了严格要求,重金属的限制由8种增加为19种,66种过敏性香料的使用明确限制。

然而,对于我国玩具企业来说,不止欧美提高了标准。广东美业电子科技有限公司(以下简称“广东美业”)副总经理吴迪飞在接受《中国企业报》记者采访时表示,加拿大、马来西亚等国也纷纷出台一系列新的保护措施,提高了玩具准入门槛。

吴迪飞说:“这些国家标准不同,对于我国玩具企业来说,根本没有话语权,企业大量利润就这样被消耗掉了。”

“出台新的标准无可厚非,但前提是标准是科学合理的。”楼其进同样认为,美国要求铅含量标准太高,应该按照溶解度来解释,即便儿童吃咬,不溶解的话就不会对儿童身体造成伤害。

据悉,我国目前执行的玩具标准是2004年10月正式实施的《国家玩具安全技术规范》,此标准与此前欧美标准在有害元素可迁移限量上的技术指标是等同的。

然而,标准实施后的影响显而易见。根据烟台出入境检验检疫局调查显示,按照新指令,烟台市仅有3家玩具企业符合标准能正常出口。

“《指令》的实施,对于国内玩具企业的影响不言自明。”吴迪飞认



面对新的政策,我国玩具产业面临的挑战显而易见 CNS 供图

为,就最简单的木质积木玩具而言,检测木质主体和表面漆即可,但是对于广东美业来说,由于企业生产的玩具种类繁多,工艺复杂,还需要检测纺织原料、假发、皮革等材料,检测成本将大大增加。

吴迪飞初步测算,企业成本至少增加17%。

多个国家出台新的安全标准对于中国玩具企业来说无疑是雪上加霜。一直饱受劳动力、原材料成本上涨之痛的玩具企业早已经伤痕累累。

7月,曾为世界第二大玩具品牌代工广东莞素玩具有限公司倒闭,坊间一片哗然。

针对玩具标准不断调高的大趋势,楼其进表示,企业可以选择符合欧美标准的第三方认证机构来作为合作方,使得企业产品顺利出口到欧美市场。

产业结构亟待升级

面对欧美等先后实施新的玩具指令,中国玩具产业面临的挑战无疑是空前的。

根据国家质量监督检验检疫总局就欧盟新规对国内2000家输欧玩具企业进行的调查显示,80%的企业认为新规会导致玩具出口的减少,仅有20%的大中型企业认为新规将带来新的机遇。

与此同时,对于以外销为主的玩具行业来说,可谓多事之秋。由于原材料、劳动力等成本上涨,人民币升值压力,导致我国玩具出口企业“两头受气”,利润空间大大被压缩。

业内人士认为,国内诸多行业一直以来以采用“三来一补”的OEM发展模式,自主品牌企业严重不足,在当前恶劣的生存环境下,玩具企业转型升级已刻不容缓。

更令国内玩具企业想不到的是,连续多个国家提高玩具行业标

准,矛头纷纷对准了中国玩具产业,令已经饱受成本之困的玩具企业再次陷入困境。

楼其进告诉记者,其实中国玩具的质量已经很高,标准也不比欧美的差,但是作为世界玩具生产大国,中国玩具产业标准还有待提升,整个产业应由制造向创造转型升级。

业内人士认为,此次欧美先后实施新规,对于国内玩具产业来说,可以是个千载难逢的机会,玩具企业应向高端、高附加值转型升级。

但是,楼其进告诉记者,“羊毛出在羊身上”,标准提升后的成本,企业将通过涨价的方式转嫁给欧美客户。

广东实丰玩具实业有限公司负责人表示在接受媒体采访时亦表示,欧美的新技术标准实施后,企业将会根据客户的要求来生产,而增加的成本也会有相当一部分转嫁到客户身上。

然而,不可否认的是,国内玩具产业升级已经箭在弦上。

琪琳玩具有限公司是一家集设计、研发、制造、销售为一体的中小企业,主要生产仿真娃娃、智能娃娃等,产品以外销为主,主要销往欧美、韩国、日本等国家。

企业创新求变

面对欧美新的政策,楼其进表示,公司也在外销市场做出了调整,企业将目光投向了南美等接受中国玩具标准的国家。

8月22日,商务部在其官方网站发布《关于建设珠江三角洲地区全国加工贸易转型升级示范区(以下简称“示范区”)的指导意见》(以下简称“意见”)。

“意见”指出,力争用3年左右的时间,使示范区初步实现传统产业升级,实现产品加工由低端向高

端、产业链由短向长、经营主体由单一向多元、营销市场由出口为主向国内外两个市场并举等四方面转变。

同时“意见”指出,鼓励加工贸易企业拓展内销市场,研究建立适合加工贸易的内销审价体系,构建加工贸易内销“快速通道”。在企业提供有效担保的情况下,在东莞将加工贸易内销集中办理征税手续模式扩大到非联网监管企业,视试点情况研究逐步扩大到示范区其他城市。

对此,业内人士表示,此次商务部联合相关部门出台“意见”,可见国家对于国内产业结构调整的重视,而玩具产业作为占据广东省出口中大份额的产业,可以借此机遇,利用好政策优势,以市场化为导向,充分发挥企业的主体作用,探索具有地方特点的加工贸易转型升级模式。

有关专家认为,玩具产业同样属于创意产业,玩具和创意相结合,市场前景广阔。上市公司奥飞动漫以“玩具+动漫”的创意模式,使玩具与动漫产业“联姻”实现了自身的转型升级。

楼其进告诉记者:“总的来说,玩具行业还是朝阳产业,应该和文化创意产业相结合,向动漫动画方面延伸,例如多做一些益智玩具、创意玩具等等。”

据介绍,目前义乌市玩具行业协会已与浙江大学建立合作,成立了玩具创新中心,设计出拥有自主知识产权的创意产品并同时实现成果的转化。

“创新中心虽然已经运行2年之久,前期投入的资金已经差不多用完,企业正在考虑追加资金投入。”楼其进表示,单靠企业的力量还是不够,希望相关部门能够出台政策,支持企业走出一条创新之路。

用相同质量的原料,并执行相同的检测标准。新工厂于2013年投产运营,将创造大约300人的就业岗位。新工厂地处嘉兴经济技术开发区,位于上海和杭州之间。

随着新营养品工厂的建立,雅培在过去3年中已在亚太地区共开设了6家营养品和药品制造工厂及研发中心,其中3家位于中国。

欧盟利剑频舞 企业断臂求生

■ 本报记者 郝帅

欧盟对华贸易保护的“利剑”开始“频舞”。8月1日,欧盟委员会向中方递交相关通知称,将对中国自行车继续征收48.5%的惩罚性关税。而此时距离“史上最严厉苛刻”的玩具安全新指令实施不过10余天。

据悉,自9月中旬起,欧盟将对从中国进口的瓷砖征收为期5年的惩罚性关税,税率最高为69.7%;另外,欧盟委员会还正在对从中国进口的玻璃纤维产品进行反倾销调查。

商务部相关负责人表示,“一旦调查结果确立,欧盟将于2012年3月底前对上述产品征收临时性关税,并可能于9月底前征收为期5年的正式关税。”

一波未平,一波又起。欧盟频繁祭出的贸易壁垒,将一些高耗能、高污染的中国企业逼到了断臂求生的十字路口。

出口企业遭遇壁垒

“欧盟提高关税,对我们的生意的确产生了影响。不少欧洲客户要求产品降价以应对关税上升。”广东佛山一家建筑陶瓷股份有限公司有关人士向《中国企业报》记者表示,“目前欧洲海关给我们的税率是32.3%,后续可能还会上升。其他一些瓷砖出口企业的税率可能还要高点,所受影响也会更大。”

中国产“BHC”牌摇铃将面临全部被迫退出波兰以及欧盟市场的悲惨命运。

“该摇铃为沙球形状,欧盟委员会提出,由于该摇铃的声级高达87.9分贝,存在致儿童听力受损的危险;同时,由于该摇铃极易裂开,其散落的小部件正好塞住试验用的小部件汽缸,一旦儿童吞食,存在致其窒息的危险。所以认定该产品不符合欧盟的玩具指令以及欧盟的相关标准EN71。”中国贸易救济信息网分析师告诉记者。

据记者了解,目前,波兰主管部门已下令对该商品采取撤回市场措施。“这也预示着,此种摇铃也将会被全部被迫退出整个欧盟成员国市场。”上述分析师说。

这无疑对于生产此种摇铃的国内出口企业来说是雪上加霜。

时隔数日,欧盟委员会非食品类快速预警系统对中国产“DHG”牌玩具娃娃发出消费者警告,此次通报的玩具娃娃套装每盒有2个穿有不同服装的娃娃,外包装上贴有“CE”标识,款式/型号编号为2002。

这次的通报国为西班牙,由于该玩具中邻苯二甲酸2-乙基己基酯超出欧盟限值,存在致人化学过敏或中毒的危险。该玩具不符合欧盟REACH指令的相关规定。西班牙海关已下令禁止进口该玩具。

在此之前,欧盟宣布对从中国进口的铜版纸同时征收反倾销税和反补贴税,这不仅开创了欧盟对华反补贴的先例,也是欧盟首次对中国同一产品动用双重贸易救济。

据欧盟新闻公报报道,欧盟对中国铜版纸征收的反补贴税率介于4%和12%之间,反倾销税率为8%到35.1%,两相叠加,对中国企业征收的总税率在20%到39%。APP(中国)、太阳纸业和晨鸣纸业等公司均陷入“双反”风暴之中。

“我们公司本来跟德国一家企业有合作,准备今年7月底上线,但‘双反’措施导致该项目被迫取消。”太阳纸业股份有限公司出口处处长孙大伟告诉记者。

孙大伟说,“除了德国,我们公司和欧盟其他成员国的生意合作往来也陆续受到了不同程度的影响,给我们公司对欧盟出口贸易造成了一定的损失。”

据孙大伟提供的数据,2010年太阳纸业铜版纸的全年出口总量约为10万吨,而出口到欧盟的铜版纸占出口总额的1/10左右。“欧盟双反税对我们公司影响不大。”

另一方面,这次涉案的中国铜版纸每年对欧出口量约为20万吨,在欧盟市场上所占份额不超过5%,也不可能对欧盟产业造成损害。

中国企业在海外经营,准备今年7月底上线,但“双反”措施导致该项目被迫取消。太阳纸业股份有限公司出口处处长孙大伟告诉记者。

孙大伟说,“除了德国,我们公司和欧盟其他成员国的生意合作往来也陆续受到了不同程度的影响,给我们公司对欧盟出口贸易造成了一定的损失。”

据孙大伟提供的数据,2010年太阳纸业铜版纸的全年出口总量约为10万吨,而出口到欧盟的铜版纸占出口总额的1/10左右。“欧盟双反税对我们公司影响不大。”

另一方面,这次涉案的中国铜版纸每年对欧出口量约为20万吨,在欧盟市场上所占份额不超过5%,也不可能对欧盟产业造成损害。

中国企业须转危为机

“此次欧盟对华瓷砖反倾销完全在我们的预料之中,其实我们已经早有准备。”中国建筑卫生陶瓷协会秘书长缪斌表示。

缪斌说,由于欧洲经济衰退、失业率上升、消费者购买力下降而购买相对廉价的瓷砖产品,“诸多因素最终导致中国瓷砖在欧洲销售不降反升,使欧洲瓷砖产业雪上加霜。在这种情况下,欧盟瓷砖制造商联合会为保卫自家市场,必然会对华提起反倾销。”

缪斌表示,这次欧盟对华瓷砖反倾销不会给中国陶瓷行业带来很大的冲击,因为中国向欧洲出口的瓷砖只占总产量的8%左右,在总瓷砖出口中的比重也不到10%。

此次欧盟“盛世空前”对华出口新制裁的举措,对于中国一些“高能耗、高污染、低效率、低利润”的企业来说,也是一次转变与提升的契机。

“这次欧盟通过对中国产品征收高关税的方式来对抗中国廉价出口商品的举措,是对中国出口商品质量的一次考验。”对外经济贸易大学国际经济贸易学院教授任国华指出。

“根据我们的出口计划,今后我们将加大向日本市场投放铜版纸的力度。”孙大伟说。

此前,韩国、印度等国也都曾对华瓷砖提起反倾销案,但此后中国瓷砖对这几个国家的出口不降反升。

“之所以会这样,是因为在反倾销中,一些依靠低价和无序竞争来争夺市场的企业被淘汰,市场环境更为健康有序,为那些规范的企业和好的产品提供了良好的发展环境,从长远来说,也有利于行业的长远发展,符合国家的长远利益。”缪斌表示。

任国华看来,虽然中欧贸易发展不会一帆风顺,但中国与欧盟同作为当今世界上具有广泛影响力的经济体,加强贸易合作、化解分歧和摩擦对双方都具有巨大的利益,中欧贸易发展前景值得期待。

商务部研究院欧洲所专家姚玲也表示,近年来,虽然欧盟针对中国出台的贸易制裁措施有逐渐增多的趋势,但还不至于引起中国贸易环境的严重恶化。

“我们现在要有应对贸易保护逐渐增多的准备,但总体看来,中欧双方的贸易往来还是呈现乐观的态势。”姚玲说。

尽管如此,以数量取代质量的中国出口企业依然面临着严峻挑战。

“中国目前一味追求出口量而无法得到更多品牌、技术溢价的出口现状,必须有所改变。企业家的思路要调整。如果中国出口企业能在品牌、技术、服务以及内贸上多做尝试与建设,或许因贸易壁垒而导致的出口下降、部分企业倒闭等‘危机’能成为企业提升自己的一个‘转机’。”姚玲表示。

雅培投资 2.3 亿美元中国建厂

2013 年投入运营,为雅培迄今为止在中国最大的投资项目

■ 李宁源

8月17日,全球领先的多元化医疗保健公司雅培宣布,将在浙江嘉兴投资2.3亿美元建立现代化营养品制造厂,这是雅培迄今为止在中国最大的投资项目。该工厂计划于2013年投入运营,将用于为中国的婴幼儿提供高端营养产品。

“新工厂在为中国婴幼儿提供以科学为基础的创新营养品的同时,也将为中国未来健康事业起到关键的推动作用。”雅培营养品部执行副总裁约翰·兰格拉夫(John Landgraf)说,“在中国本土建立一个强大的生产基地有助于我们更好、甚至更快地为中国消费者提供同样高品质的产品。”

中国每年有超过1700万名新生

儿,伴随着人均收入的日益增长,促使人们对高品质营养产品的需求不断扩大。雅培计划在未来3年内推出一系列覆盖儿科营养领域的创新产品,以满足中国市场不断增长的需求。

雅培中国新工厂竣工后将作为雅培在中国首个拥有全自动喷雾干燥、混合和包装设施的工厂。所生产的产品将与雅培在全球其它工厂所生产的产品使

用相同质量的原料,并执行相同的检测标准。新工厂于2013年投产运营,将创造大约300人的就业岗位。新工厂地处嘉兴经济技术开发区,位于上海和杭州之间。

随着新营养品工厂的建立,雅培在过去3年中已在亚太地区共开设了6家营养品和药品制造工厂及研发中心,其中3家位于中国。