

中国塑料玩具出口解析

来源:中国玩具网

国际市场也是不少中国玩具企业的目标市场,特别是美国、欧盟和日本。美国是世界最大的玩具消费市场,人均玩具消费达340美元,玩具销量占世界总销量的30%。而欧盟每年进口玩具60~90亿欧元,其中从中国进口的占66%~80%,也是中国的重要玩具出口市场。预计今年中国对德国的玩具出口额将超过14亿欧元。

据统计,中国拥有玩具生产企业8000多家,其中多以塑料玩具为主,年产值500亿元。全球近75%的玩具是由中国厂家制造的,产品远销欧、美、日等多个国家和地区,其中对美出口占出口总量的60%以上。广东是中国玩具出口最多的省,出口额占全国的60%以上,其主要生产基地在深圳、东莞以及澄海地区。

市场潜力巨大

目前中国人均玩具消费水平偏低,但随着经济持续增长和城乡居民收入显着提高,中国玩具市场惊人的潜力将逐步展现。

中国玩具协会和中国社会调查事务所的调查显示,中国现有2亿8600万名14岁以下的儿童和青少年。他们的人均年玩具消费仅20元(2.4美元)到30元(3.6美元)人民币,远低于亚洲儿童人均年玩具消费13美元和全世界儿童人均年玩具消费34美元的水平。如果中国玩具消费达到亚洲平均水平,市场



规模预计将突破300亿元人民币。另外,香港贸易发展局发表的《中国玩具市场》综合调查报告预计,内地玩具市场未来将以每年40%的速度增长,到2010年,销售额将超过1000亿元人民币。这块巨大的蛋糕不但使国内玩具生产企业异常兴奋,而且国外同行也跃跃欲试。

遭遇“绊脚石”

玩具市场这块蛋糕确实很大,但是并非人人可以分一杯羹。生产企业必须跨越原料价格高涨、贸易壁垒和3C认证等重重障碍,才可以尝到甜头。

今年以来,国际油价持续高企,与石油相关的原材料价格亦随之上扬,塑料价格较年前上涨30%~40%。而一件玩具中,塑料成本大概占据总成本的60%~70%,这大大增加了塑料玩具的生产成本。

尽管成本提高,但是为了维系买家,玩具生产厂家不敢轻易提高产品的定价。例如,今年广交会上玩具报价上涨幅度仅在5%以内,生产商无法转嫁成本,利润受压。据悉,这一行业的利润已经很薄,普遍只有5%~8%左右的利润率。

而在玩具出口中,采购商与企业签订的往往是固定价格合同。目前原料报价较高且不稳定,国内企业接单后将要承担原材料价格风险,一旦原料价格涨幅超过合同预期,就意味着企业做的订单越多亏损越大。中小企业抵御能力较弱,最终只好放弃大订单以规避价格风险。更有部分企业转而生产童车或童车的塑料配件、毛绒玩具及塑料包装品等。

出口门槛提高

随着对于玩具的安全意识日益提高,欧盟、美国、日本和俄罗斯等并不断修改玩具安全标准以及相关法律。

2004年11月10日,俄罗斯维护消费者权益和福利联邦监督局宣布,由于某些中国塑料玩具商品中有毒物质含量超标,决定禁止在俄罗斯市场上出售。据称,这些玩具制品中酚的含量超标23倍,甲醇的含量也超过了标准,而且玩具本身散发的气味很浓。

2005年5月28日,德国联邦消费者保护与食品安全局向欧盟通报,原产于中国的塑料及橡胶玩具蛇含禁用的有害物质:40.3%的塑化剂邻苯二甲酸二乙基酯(DEHP)和1.5%的邻苯二甲酸二异壬酯(DINP)。而欧洲议会和理事会指令议案规定在所有玩具中,三种邻苯二甲酸酯类的含量不得超过其塑料部件的0.1%。德国已从2005年5月起禁止销售该产品。

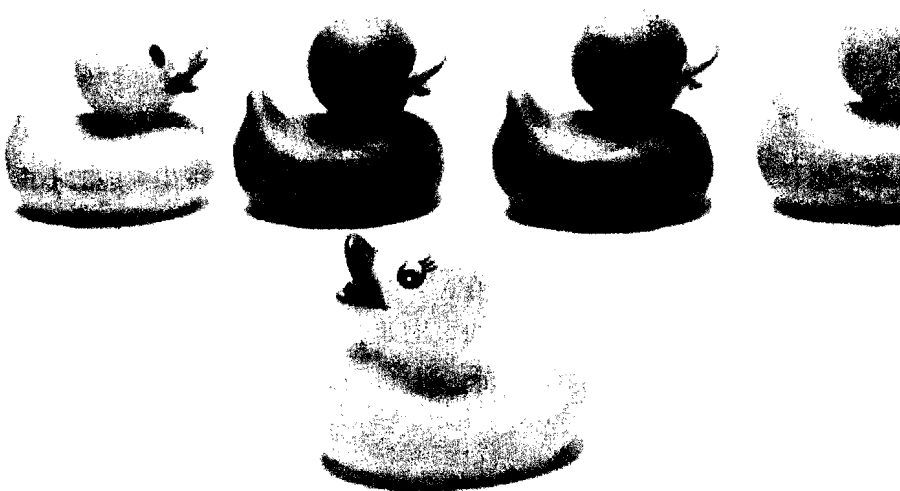
欧盟有关指令表明,从2005年8月13日起,包括玩具在内的电子垃圾回收费用必须由生产方承担;2006年7月1日起所有在欧盟市场上出售的玩具不得使用6种有害物质,即铅、汞、镉、六价铬、聚溴二苯醚(PBDE)和聚溴联苯(PBB)。符合环保和无害的物质才可以用于生产,有业内人士预估为此每吨原料成本要增加3000多元,无疑将大大提高中国玩具出口的成本。

3C认证加速行业洗牌

据悉,酝酿已久的玩具产品国家强制性认证制度(3C)目前正在加紧制定,最迟将在明年正式实施,包括塑料玩具在内的国内玩具市场将面临一次大洗牌。

玩具产品主要的消费对象为儿童,其安全卫生性备受关注。而玩具的主要材料涉及塑料与金属等,塑料原料中使用的各种助剂极易引入不安全因素。为保障玩具的安全性和减少中国出口玩具被美国、欧盟等要求强制召回事件的发生,玩具产品国家强制性认证制度势在必行。

但不可否认的是,一旦玩具纳入3C认证,会给



国内玩具业带来不小冲击。今后未经认证的玩具不得在市面上销售，对于受原材料涨价、电力不足、成本上升等因素冲击而处于亏损状态的玩具企业特别是塑料玩具企业来说，可能会雪上加霜。在强制性认证制度实施后，玩具生产商要为每件玩具额外支付检测费用，将使一些产品附加值本来就不高的生产商面临更加困难的局面，行业内部的大洗牌在所难免。

何处是出路

国内玩具企业面临着如此多的困难，制约其走出困境的因素主要可以归结为质量不高和技术含量低。据此，我们不难找到解决难题的路径：研发符合安全和环保要求的产品；利用科技创新出附加值高的产品。

研发安全及环保的塑料玩具由于目前塑料玩具的主要对象是儿童，特别是婴幼儿常常会舔、咬玩具，因此对玩具材料中铅、镉、砷、钡、铬、镉、汞等重金属元素及其他有害于健康的物质非常忌讳。

从质检部门公布的玩具质量抽查结果中可以发现，玩具产品的合格率较低，已经对儿童的身体健康造成很大威胁，严重影响玩具的出口。中国出口欧盟的玩具大部分采用PVC，其中供3岁以下儿童使用的占50%。因此，欧盟出台的关于禁止经销三岁以下儿童使用的PVC塑料玩具的“禁令”直接影响了中国4亿多美元的玩具出口。

世界上主要的玩具进口国对于玩具的安全都有着严格的规范。其中欧盟的EN71是最严格的标准，还有电动玩具安全标准EN50088和电磁兼容EMC标准；而美国则有ASTM F 963标准和CPSC、FDA相关规定。

面对国际上不断提高的玩具安全、技术、检测要求，根据中国玩具行业发展现状、趋势和企业承受能力，《国家玩具安全技术规范》强制性国家标

准已从2004年10月1日起实施。该标准技术指标与国际接轨，比旧标准系统、科学、先进、严格，更具可操作性。该标准的发布实施，将促使中国玩具产品进一步提升安全质量，与国际先进标准的要求更加靠近。

事实证明，面对新的贸易壁垒，中国玩具出口企业仅靠低成本是不可行的，如何利用国际标准和先进技术来提高产品的技术含量，借鉴国际公认的管理体系和先进经验来改善企业的管理，加强企业“内功”的修炼，是这些技术壁垒带给中国玩具企业更深层的思考。

在符合国家安全标准的基础上，现今人们也在追求更加安全的、有利于儿童健康的产品，从这一点而言，新出现的抗菌材质的塑料玩具前景看好。据调查：玩具被儿童玩耍24小时后，塑料玩具表面平均每平方米有35个菌落，每个菌落细菌数可达上万，其中包括痢疾杆菌、伤寒杆菌、流感病毒、乙型肝炎病毒等传染病的病原体。这些病原微生物，往往使儿童罹患相应的传染病。采用抗菌塑料制成的玩具，可有效抑制多种细菌的滋生，优质的抗菌塑料甚至可达到20年的有较抗菌期，能更加安全地保护儿童的健康。但是，目前占国内塑料玩具生产企业九成以上的小厂家鲜有采用抗菌塑料进行生产，而一些大的玩具厂家虽然生产抗菌塑料玩具，但他们瞄准的是国际市场。厂家对于塑料玩具安全卫生性能的不重视和产品鱼龙混杂造成消费者对于产品抗菌功能的质疑，阻碍了抗菌塑料玩具的进一步推广。要形成一个健康的、值得消费者信赖的玩具市场，还有赖于各生产厂家的共同关注和努力。

研发附加值高的产品

国内玩具业产品设计、技术及市场开发落后，正成为影响其发展的一大障碍。更多的玩具企业已普遍意识到，传统造型和品种的儿童塑料玩具已经不是当今市场的唯一需求了，而高科技电动玩具、



智力开发类教育类玩具和成人玩具将更受青睐。

从玩具类型上看,目前大致可以分为棋类、拼拆类、智力类和游戏类四项。这些玩具的共同特点是,在没有掌握技巧时,非常吸引人,但是一旦玩会了,大多数人就不愿意再动。因此,玩具市场极待高科技的介入。发展科技型玩具是必然趋势,不仅世界大玩具公司争相开发,世界电脑巨头微软、英特尔、IBM等,世界电器霸主松下、东芝、索尼也都垂青电子玩具,自己或与玩具厂商合作应用半导体技术、数码技术于玩具开发。科技、教育与玩具制造业的结合,将会是玩具业在技术上的又一次革命,将使玩具更可爱,更吸引人。

成人玩具也应该成为一个新的发展点。目前在发达国家,玩具市场50%左右是销售给非儿童消费者,而且这一比例还在不断上升。据中国玩具协会统计,约64%的成人消费者表示有兴趣购买适合自己的玩具,估计成年休闲益智玩具市场每年约值500亿元人民币。成人玩具中既应当有那些像孔明锁、九连环之类的传统玩具,也应该发展一些高科

技的电子产品,满足成人更理智的需求。一个好的创意往往能够带来意想不到的丰厚回报,成人玩具业的利润可高达100%-400%。

国内,尤其是作为中国玩具产品制造基地之一的广东地区,以往形成的为国际品牌“贴牌”生产、赚取加工费的发展模式的弊端已经显现。有实力的一些企业应该尝试打造自主品牌并建立销售渠道,提

高产品附加值,并向高档化迈进。事实上,有些地区也已经正在走上利用科技“振兴”玩具业的路子。

最近,以玩具礼品业为支柱产业之一的广东澄海区与广东商学院签订技术合作合约。广东商学院首创了全国第一个高校游戏玩具专业,聚集了来自全国的一批高层次人才;澄海区正是计划借用该高校的人才资源提高企业的自主创新能力,促进企业工艺流程、品种的创新,提高企业管理档次和产品的科技含量。

尽管塑料玩具业暂时面临着重重困难,但是国内部分厂家并未对玩具出口前景失去信心。有厂家表示:“欧盟连续出台一系列的环保、安全法规虽然对中国玩具业带来了一定的负面影响,但随着科技的发展,新型环保材料的开发应用以及中国出口检测手段的提高,已占据的欧盟80%的市场我们不会丢。”我们也有理由相信,做了充分的准备工作,有了科技的介入,中国玩具企业肯定能一路走好。