

# 潮玩行业迎来首个自律团体标准

专家:仍需针对性法律法规进行约束



□ 本报实习记者 暴梦川 文/摄

近日,《鉴赏收藏用潮流玩偶及类似用途产品》团体标准经中国消费品质量安全促进会审核通过正式发布。该标准是我国首个潮玩行业自律团体标准。

二次销售、虚假宣传  
潮玩行业乱象频出

近年来,以盲盒为代表的潮玩行

业实现了快速发展。中国社会科学院《2021年中国潮流玩具市场发展报告》数据显示,2015—2020年我国潮玩产业复合年增长率高达36%,预计2022年市场规模将达478亿元,产业进入高速发展阶段。

在潮玩行业大踏步向迈进的同时,各种乱象也随之产生。就在近日,潮玩领域的排头兵泡泡玛特,因在销售过程中没有公示奖品的获得概率和

奖品数量,被监管部门罚款5万元。而这并不是泡泡玛特第一次被罚,早在2020年12月,泡泡玛特就曾陷入“二次销售”风波,有消费者在济南泡泡玛特门店购买盲盒产品发现被拆封痕迹,此后泡泡玛特为此进行了调查并开除了5名涉事员工。而在2021年12月,泡泡玛特又因其销售的“熊喵热潮”系列潮流袜个性长袜盲盒,实际面料成分含量并未达到其宣传标准被罚20万元……

一位业内人士在接受消费日报记者采访时表示,由于缺乏具有针对性的法律法规和行业规范,诸如侵犯消费者权益、产品质量低、售后服务保障不完善等问题逐渐暴露出来,引起了社会的广泛关注,也让潮玩行业被戴上了“智商税”“割韭菜”的帽子。所以急需要相关标准和规范来保障潮玩行业的良性循环和可持续发展。

提出倡导性规范  
多层次区分潮玩界限

记者注意到,此次发布的首个潮玩行业自律团体标准,就从维护消费者合法权益、产品质量安全和市场监管三个层面促进潮玩行业规范化发展。

标准在保护消费者权益方面提出

了倡导性规范:盲盒内在物品的商品价值、出现概率、分布方式等关键信息应真实、透明,生产制造方及品牌方须向消费者明示隐藏版、限量版等特定版本潮玩的抽中概率,产品包装或广告语不能有夸大或者误导消费者的宣传。

在质量安全方面,设定了对儿童健康有严重伤害风险的可迁移元素及增塑剂限量要求,并在带电产品方面对电池、温升、电压、电线、变压器、石棉等均做出详细安全要求,全面保障人身健康安全。

在市场监管方面,为了厘清潮玩与一般传统玩具的界限,该标准参照欧盟标准及做法,制定了“潮玩与玩具区分指引”,从产品设计意图、精细程度、陈列区域、产品编号等多方面进行区分,为执法人员提供产品类别识别依据,能有效突破“模糊地带”,提高执法精准度。

独立财经评论员张雪峰在接受消费日报记者时表示,自律团体标准的出台对于潮玩行业的发展具有一定促进作用。“团体标准的制定对行业中的乱象会起到一定的规范作用,但是想要潮玩行业良性发展,还需要制定相关的法律法规来约束潮玩企业的经营行为。”张雪峰说。

溜冰、冰壶渐热

## 冰上运动抓住冬奥“长尾”

□ 本报记者 王洋 文/摄

记者了解到,随着北京雪季结束,溜冰、冰壶等冰上运动接棒后冬奥经济,受到越来越多消费者的喜爱。

“比赛用的标准冰壶是由苏格兰艾尔萨克雷格岛的不含云母的花岗岩石磨琢而成,重量约为20公斤。运动员穿的比赛鞋两脚底部不同,蹬冰鞋脚的底部是橡胶,而滑动脚鞋的底部则为塑料……”4月7日,在奥悦国际冰壶馆内,一位教练正在给前来体验冰壶运动的消费者科普相关知识和规则。在这里,消费者有关“为什么冰壶鞋的两只鞋底不一样?”“如何通过刷冰控制滑行

方向?”“怎么判断冰壶撞击后的距离?”的问题都能够得到专业解答。

“我之前把冰壶运动想得太简单了。”一位正在现场体验的消费者对记者说道。她表示,通过冰上适应性训练,垫手标准持壶推壶训练,进行动作结合后,她才发现“太难了!”

记者了解到,受到北京冬奥会影响,更多的消费者关注到冰壶这一原本小众的冰上运动。据中体奥冰壶运动中心的工作人员介绍,最近前来体验的消费者不少,有时候周末更是一票难求,需要消费者提前预约场地。

除了冰壶,滑冰也成为了不少消费者的新选择。以某室内滑冰场为例,近

半年的90分钟全天通票销量已达到6000余张。“我周末来过一次,冰场和‘煮饺子’似的,有点滑不开。所以我选择在工作日带孩子来体验。”4月8日,一位在“冰世界”冰场消费的家长对记者说道。

此外,据马蜂窝相关人士透露,此前马蜂窝“周末请上车”社群曾开展冰壶、飞盘、水下曲棍球等不同主题周末活动,付费用户多为年轻人。此前,国家游泳中心总经理杨奇勇在接受媒体采访时曾表示,今年4月至5月中旬,冬奥赛场原貌参观旅游项目将为广大消费者提供一次难得的冬奥赛场沉浸式体验机会。消费者能在冰场上组队玩



冰壶,触摸来自苏格兰原产地的冰壶,体验制冰师和科研团队打造出的高水准冰壶赛道。

RCEP生效百日

## 广西加快构建跨境供应链产业链

(南宁一万象)国际货运列车。

杨春庭介绍,1—3月,陆海贸易新通道海铁联运班列累计开行1736列,同比增长31%;南宁空港口岸对RCEP成员国进出口货运量6475吨,同比增长358.67%;中越跨境班列(经凭祥口岸)开行682列,同比增长74.87%。

园区创新发展 加快构建跨境产业链

高质量对接实施RCEP,需要产业链的形成和新市场的培育。广西推动园区合作创新发展,全面对接RCEP合作及粤港澳大湾区、长江经济带,加快构建汽车、电子信息材料、绿色化工新材料等跨境产业链。

在中(中国)马(马来西亚)“两国双园”,广西建成首条中国—东盟燕窝跨境电商产业链,初步构建跨境金融链。350万吨联合钢铁项目成为马来西亚最大最先进的钢铁厂,年产650万套的新油轮胎项目加快推进,未来将成为马来西亚最大轮胎生产基地。

同时,广西推动文莱—广西经济走廊加快参与中国—东盟东部增长区合作,初步形成高逸文莱“一滴油”和相拥钦州“一根丝”上下游绿色化工跨境产业链。

在中国—印尼经贸合作区,上汽通用五菱年产12万辆整车印尼产业园等标志性对外合作项目建成投产。

广西对接实施RCEP的优势在“一湾相挽十一国,良性互动东中西”的独特区位。在服务共建国际陆海贸易新通道过程中,广西加快推动构建以北部湾国际门户港为核心,连接东盟,RCEP和中国国内市场的国际物流枢纽,通过设立集装箱箱点、建设海外仓、边境仓等物流驿站等方式,完善以东盟为重点的国际跨境电商物流节点。

今年以来,广西北部湾港获批实施中国首个陆路启运港退税试点政策;南宁空港新增南宁—河内等国际全货机航线;南宁国际铁路港开行首趟中老铁路

江苏省茶区碧螺春3月12日开采,浙江杭州西湖龙井3月20日开采,安徽黄山毛峰3月24日左右开采,河南信阳毛尖3月28日正式开采……采茶早谷雨,雨前好茶香。3月以来,又到了采茶、制茶和品茗的好时节,各类茗茶也开始进入预售和销售旺季。

中国茶叶流通协会统计显示,春季是中国茶叶生产最重要的季节。全国春茶产量约占全年茶叶总产量的40%—45%,产值约占全年茶叶总产量的70%以上。今年全国春茶持续稳定在130万吨以上,随着贵州、四川、云南、河南等地大批新茶园进入可采摘期,预计2022年全国春茶总产量在140万吨以上。

充足、优质的茶叶供给,持续为消费市场的稳步增长提供有力支撑,而随着线上销售等新销售渠道的涌现和物流基建等供应链体系的完善,茶叶消费多元化趋势明显,区域特色茶品也越来越多地走出深山,销往全国各地,逐步形成了地方茶系的“出圈效应”。

茶叶消费更趋多元化

京东消费及产业发展研究院近日发布的《2022春季饮茶消费趋势报告》显示,3月以来,成交额占比排名前五的茶品分别是花草茶、绿茶、普洱茶、红茶和乌龙茶。从消费者特征来看,26岁至45岁消费者占比达到全部消费者的68%。但不同年龄段的消费者对茶的偏好有所不同。

“36岁至45岁成熟消费群体注重调



理养生,偏爱购买黑茶;26岁至35岁的消费者更注重身材管理,偏爱购买乌龙茶;而16岁至25岁的年轻消费群体则更加注重美容养颜功效,选购了更多的花果茶。值得关注的是,今年3月销售增长最快的茶类也正是年轻一代更为喜爱的花果茶。”京东消费及产业发展研究院高级研究员董菲说。

从地域茶消费的特征来看,南北方的饮茶偏好也大有不同。南方省份依然还是饮茶大省,广东、福建、江苏、四川等许多南方省份茶品成交额占比名列前茅,这些地区的消费者更偏爱花草茶、普洱茶等;北方省份的消费者则更喜爱乌龙茶和龙井茶。

“36岁至45岁成熟消费群体注重调

近日,山西省文化和旅游厅发布《关于公布山西省省级夜间文化和旅游消费集聚区名单的通知》,太原古县城等15家单位入选首批省级夜间文化和旅游消费集聚区,静乐生活·夜鹅城街区入选省级夜间文化和旅游消费集聚区创建单位。

15家入选单位分别为太原古县城、太原市迎泽区钟楼步行街、太原方特东方神画、大同开源一号文化创意产业园、应县木塔夜间文化和旅游消费集聚区、忻州古城、平遥古城景区、潞州城区

(市、区)政府将作为集聚区的责任主体,进一步加强对集聚区建设的统筹规划,推动集聚区提质升级,不断提升集聚区的带动引领作用,促进夜间文化和旅游经济发展。

据介绍,下一步,各集聚区所在具

## 山西首批省级夜间文旅消费集聚区出炉

### 声音

#### □ 泳 鱼

近日,一则关于东莞虎门南栅国际文具制造有限公司结业的消息在网上流传。据消息称,由于全球疫情等原因,该公司资金链断裂,供应商停供,不得不宣告结业。4月7日,笔者通过天眼查搜索发现,东莞虎门南栅国际文具厂经营状态为已注销。

毫无疑问,全球疫情增加了制造业出口的各项成本,近年来逐渐推行的无纸化办公给传统文具业带来很大冲击。海关数据显示,2020年中国文具进口额为29.57亿元,出口额达到350.8亿元,同比下降14.34%。外贸出口量的下降导致产品库存积压,直接冲击了文具企业的资金链。疫情期间网课的增加也直接导致国内文具需求一定程度的下降。但从人均文具消费额上看,我国文具产业仍有较大发展空间。《中国文具行业竞争态势分析》显示,目前我国文具市场规模超过1500亿元。我国人均文具消费额约为105元/年,而全球平均人均消费水平约为240元/年。

文具产业如何合理激发文具消费潜力,突破疫情与无纸化办公的“围困”是每个从业者必须思考的问题。笔者认为,掌握关键技术,推动产品高端化、定制化、个性化发展是文具产业破局的有力抓手。

从长远看,掌握关键技术,是文具产业实现高质量可持续发展的必经之路。文具产品虽然体积小且结构较为简单,但部分配件涉及精密制造,研发难度较高,且这类部件往往能较大提升消费者使用体验与产品质量。此前,一支国产中性圆珠笔可能笔头是瑞士的,墨水是日本的,外观专利是德国的,与其说国产,不如说是代工装配。笔者了解到,在我国具有完全自主知识产权的中性笔墨水世后,日本墨水的价格从每吨17.5万元下降到每吨5.5万元,显著降低了生产成本,提供了更多利润,为企业进一步发展打下基础。

同时,国产文具品牌也应打造定制化、个性化产品,发挥联名优势,以流行文化、经典IP打造爆款产品,激发潜在消费者的购买意愿。随着消费者对文具附加值的需求连年增长,文具已经成为创意、个性及流行文化传达的重要载体。在某知名文具品牌官网可以看到,该品牌提供激光雕刻等定制化服务,曾与故宫、大英博物馆、海贼王等数十个知名IP推出联名产品。据不完全统计,仅故宫联名笔在单一平台上月销量已超7000支。

此外,塑造更强的品牌力也不失为一股“巧劲”。在知乎上的“有哪些堪称神器的文具推荐”讨论中,部分日本品牌的身影频频出现。不难看出,相比国产品牌,日本品牌更加注重品牌力的塑造,也因此对消费者有更大的吸引力。新兴品牌通过合理的定位与营销推广,提升品牌认知度,塑造品牌锦上添花。

当然,定制化发展或塑造品牌力都只是一种“突围”手段,不能将此作为王牌。定制化、个性化发展的最终目的是提高产品使用体验,更好地满足消费者需求,这一切都建立在“绝对硬核”的产品质量上。

## 文具产业如何突破无纸办公困局

据笔者了解,文具行业存在生产成本高企、利润率低、现金流不足、融资困难、市场竞争激烈等问题。对此,文具企业应从以下几方面入手:一是加强技术创新,掌握关键技术,推动产品高端化、定制化、个性化发展;二是拓展销售渠道,打造自主品牌,提升品牌影响力;三是优化生产流程,降低成本,提高生产效率;四是加强品牌建设,提升品牌知名度;五是开拓国际市场,寻求国际合作。

李强:本院受原告中国建设银行股份有限公司淮安分行委托,提起诉讼,请求法院判令被告归还借款本金100000元及利息、罚息、复利,并承担律师费10000元。本院于2021年6月28日作出判决,驳回原告全部诉讼请求。原告不服,提起上诉。二审法院于2022年1月10日作出判决,维持原判。原告申请再审,本院于2022年3月22日作出裁定,驳回再审申请。

夏玉杰:本院受原告中国建设银行股份有限公司淮安分行委托,提起诉讼,请求法院判令被告归还借款本金100000元及利息、罚息、复利,并承担律师费10000元。本院于2021年6月28日作出判决,驳回原告全部诉讼请求。原告不服,提起上诉。二审法院于2022年1月10日作出判决,维持原判。原告申请再审,本院于2022年3月22日作出裁定,驳回再审申请。

江苏淮安市淮阴区人民法院

李强:本院受原告中国建设银行股份有限公司淮安分行委托,提起诉讼,请求法院判令被告归还借款本金100000元及利息、罚息、复利,并承担律师费10000元。本院于2021年6月28日作出判决,驳回原告全部诉讼请求。原告不服,提起上诉。二审法院于2022年1月10日作出判决,维持原判。原告申请再审,本院于2022年3月22日作出裁定,驳回再审申请。

河南商水县人民法院

李强:本院受原告中国建设银行股份有限公司商水支行委托,提起诉讼,请求法院判令被告归还借款本金100000元及利息、罚息、复利,并承担律师费10000元。本院于2021年6月28日作出判决,驳回原告全部诉讼请求。原告不服,提起上诉。二审法院于2022年1月10日作出判决,维持原判。原告申请再审,本院于2022年3月22日作出裁定,驳回再审申请。

河南商水县人民法院

李强:本院受原告中国建设银行股份有限公司商水支行委托,提起诉讼,请求法院判令被告归还借款本金100000元及利息、罚息、复利,并承担律师费10000元。本院于2021年6月28日作出判决,驳回原告全部诉讼请求。原告不服,提起上诉。二审法院于2022年1月10日作出判决,维持原判。原告申请再审,本院于2022年3月