

中国玩具和婴童用品协会

第八届理事会第七次会议工作报告

(2024年3月29日)

各位理事：

现在，我代表第八届理事会向大会报告工作，请予以审议，并请提出意见。

一、过去一年工作回顾

2023年，中国经济在持续承压中走出一条回升向好的复苏曲线，取得殊为不易的发展成绩。玩具和婴童用品行业发展的韧性进一步增强，制造业高端化、智能化、绿色化发展步伐加快。中国玩具和婴童用品协会（简称中国玩协）在全体会员的积极配合和共同努力下，认真贯彻党中央和国务院决策部署，坚持稳中求进工作总基调，团结带领广大会员行远自迩、赓续前行，各项工作取得了较好的成绩。主要开展的工作如下：

（一）接受政府委托，建言维护行业利益

参加工信部消费品工业司组织召开的《关于召开轻工部分领域质量提升交流座谈会》，并代表行业发言。2月3日，参加工信部消费品工业司组织召开的《关于召开轻工部分领域质量提升交流座谈会》，分别从行业质量和品牌建设现状、存在问题、开展的相关工作和下一步规划等方面进行了详细汇报。参加工信部装备工业二司组织召开的自备动力系统的飞行玩具调研会和收到工信

部消费品工业司调研函，代表企业反馈《无人驾驶航空器飞行管理暂行条例》意见。7月，参加工信部装备工业二司《民用无人机生产制造若干规定（暂行）》讨论会，介绍行业相关产品情况；8月，收到工信部消费品工业司《关于自备动力系统的飞行玩具有关工作的函》（工消费函[2023]490号）后，中国玩协在行业开展调研并回函工业和信息化部消费品工业司，建议将“自备动力系统的飞行玩具”“最大飞行水平距离不超过30米”修改为“最大飞行水平距离不超过100米”，最终发布的《民用无人驾驶航空器生产管理若干规定（征求意见稿）》中采纳了中国玩协提出的意见。

（二）以自律为主线，推动产品质量提升

参与国家标准制修订，组织制订团体标准。参加TC253标委会以及SWG18标准化工作组共计17项标准评审，提出了相关意见。发布实施《室内外学前教育装备和活动玩具生产企业评价规范》、《机动车儿童乘员用约束系统评价规范》、《“领跑者”标准评价要求机动车儿童乘员用约束系统》三项团体标准。

推行自愿性产品认证，以创新供给引领消费需求。

中国玩具和婴童用品协会和中国民办教育协会学前教育专业委员会牵头起草并编制《室内外学前教育装备和活动玩具生产企业评价规范》，制定了具有科学性和普遍适用性的评价依据，建立了一套方便、可靠的室内外学前教育装备和活动玩具生产企业评价体系。经中国玩协评估、企业认证申请、德国莱茵集团审核参

与认证企业提交的认证材料、评价生产体系和现场检测产品等环节，通过综合评定，首批 15 家行业骨干企业通过认证。持续推进 STEAM 玩具认证，企业产品依据《STEAM 玩具评价规范》团体标准进行检测，认证机构对企业认证申请材料、检测机构出具的检测报告等进行综合评定，评定合格的颁发 STEAM 玩具认证证书。2023 年，新增 22 家企业的 103 款产品完成 STEAM 玩具认证，并在中国玩协四展现场集中展示，累计 38 家企业的 140 款产品完成 STEAM 玩具认证。

紧盯行业热点产品，开展专项产品质量摸底调查并形成专项质量报告。根据社会热点产品和摸底调查时不合格发现率比较高的产品，将“儿童厨房玩具”、遛娃车和儿童自行车作为专项摸底调查产品，样品委托取得 CMA 资质认定和 CNAS 认可，承接国家产品质量监督抽查任务的实验室进行检测，根据检测结果出具专项质量报告，并将专项质量报告上报国家工信部消费品工业司和国家市场监管总局相关司局。9 月，中国玩协就某平台儿童安全座椅等约束装置销 TOP100 畅销单品开展产品质量专项调查，样品委托检测机构分别依据 GB 27887-2011《机动车儿童乘员用约束系统》和 T/CTJPA 009-2023《机动车儿童乘员用约束系统评价规范》进行检测，对冒用 CCC 产品认证编码的“儿童安全座垫”以及按国家标准抽测不合格的产品，上报国家市场监管总局质量监督司、认证监管司和执法稽查局，并督促平台落实相关产品下架，平台对冒用 CCC 产品认证编码的“儿童安全座垫”给予下

架处理；对依据团体标准检测综合得分获得“优秀”评价的 8 款产品，通过多渠道进行宣传，帮助消费者正确选购和使用儿童安全座椅，有效满足消费者个性化、多元化、高品质的消费需求。

每月定期完成并发布质量报告，帮助企业了解国内外产品质量和标准法规情况。每月定期搜集国家市场监督管理总局和各省市场监督管理局发布的抽查信息，分析出现的质量问题，定期搜集美国“消费品安全委员会”和欧盟“安全门：非食品商品快速报警系统”发布的相关产品召回信息，分析召回的产品品类和出现的质量问题，以及定期查询国内外标准和法律法规更新情况，完成月度质量报告并发布。

（三）开展创新活动，促进产品升级换代

举办风车杯·升级和创新产品评选活动。针对 2022 年 6 月 1 日至 2023 年 5 月 31 日期间在中国大陆市场上市的产品，开展评选活动，评选活动由工信部消费品工业司指导，269 家企业的 683 款产品参与申报，涉及 317 个国内外品牌。经过综合评审，乐高、贝亲和泡泡玛特等品牌的 137 款产品入围。入围产品在 10 月 17 日至 19 日中国玩协四展现场展示，同时编制和发布《玩具和婴童用品行业升级和创新产品手册》。风车杯·升级和创新产品是市场销售的热点，也是每年中国玩协四展上一大亮点。

举办风车杯·2024 年趋势产品展示与发布。针对 2024 年计划在中国大陆市场上市的产品，开展趋势产品展示与发布活动。10 月 17 日至 19 日，2024 年趋势产品在中国玩协四展现场集

中亮相。总计 154 家企业、184 个品牌的 352 款产品申报。通过综合评审，gb 好孩子、Hape 和 52TOYS 等品牌 72 款产品入围 2024 年趋势产品，这些产品在创意、外观、功能、工艺、材料等各方面均有突出表现，引领行业年度产品创新发展方向。

组织 IP 授权活动。3 月，中国玩协授权行业分会组织召开了第十五届中国品牌授权高峰论坛、CTJPA 品牌授权生态圈交流对接会。10 月，召开第十六届中国品牌授权高峰论坛、中国品牌授权精英研修社初阶经理人培训、中国轻工业联合会品牌授权工作交流会、2023 Web3.0 AIGC 高峰论坛、“跨界新生态让文博资源‘活’起来”交流对接会。12 月，举办“2024 CLE 跨界生态圈 City Walk”东莞站等 IP 授权活动，为授权企业和被授权企业提供了交流对接平台，进一步促进 IP 授权行业的高质量发展，同时也推动文化和创意产业的可持续发展。

（四）促进消费升级，引领品牌高质量发展

深入开展“品质育儿 365 工程”自律活动。携手中国妇幼保健协会开展“品质育儿 365 宝妈实验室”活动，传播产品安全、寓教于乐和亲子陪伴的品质育儿理念，面向孕妈家庭，通过正确选品维度知识讲解、品质育儿 365 推荐产品目录、产品体验测评三个方面，一站式解决育儿产品选用困惑。全年在北京、上海、长沙共举办 7 场活动，吸引了 4311 组孕妈家庭到场。

编发品质育儿 1000 问。为了向消费者全面系统地宣传、普及安全消费理念与科学的产品选购知识，引导消费者购买安全优

质的产品，中国玩协联合企业专家、孕产专家、育儿专家、技术专家等，共同打造品质育儿标准化内容《品质育儿 1000 问》，截至 2023 年 12 月，共完成儿童安全座椅、儿童推车、婴幼儿奶瓶奶嘴、婴幼儿服装、童床、婴幼儿睡袋 6 个婴童用品品类以及儿童三轮车、儿童自行车、0-3 岁婴幼儿玩具 3 个玩具品类的内容编制和手册制作。

举办儿童乘车出行安全讲座。为了促进公众重视儿童乘车安全，引导消费者正确选购和使用儿童安全座椅，保护儿童乘车出行安全。中国玩协与奇瑞汽车携手，联动 gb 好孩子、Joie 巧儿宜等在儿童安全座椅产品质量专项调查中获得“优秀”评价的品牌，举办了一场儿童乘行安全讲座活动，分享儿童安全座椅的正确使用知识，引导消费者科学选购。

举办 CLE 创意品质生活节。以“IP 无界 授罗万象”为主题，中国玩协联合会员企业环球影业、泡泡玛特、奥飞娱乐在上海浦东嘉里城打造文化创意沉浸式消费新场景，联动有文化创意的衣食住行游 IP 主题消费场景，丰富消费体验活动。创新消费场景，拓展消费新空间，打造消费新场景，丰富消费体验，以高质量供给引领和创造市场新需求。

（五）构建高效平台，推动内外供需对接

举办第二十一届 CTE 中国玩具展、CLE 中国授权展、CKE 中国婴童用品展、CPE 中国幼教展。10 月 17 日至 19 日，在上海新国际博览中心，四展同台，保持“共享跨界资源 引领创新趋势”

的主题，汇集全球 30 多个国家和地区以及国内 20 大玩具、婴童用品主产区 2503 家展商，携 5212 个品牌、2240 个全球正版 IP 参展，展览规模 23 万平米。展期共举办 165 场行业活动，涵盖品牌授权、文博、潮玩、母婴零售、学前教育以及 AIGC 等多个领域和板块，探讨产业如何实现科技创新、以新发展理念引领高质量发展。

举办中国玩博会·上海站。10 月 20 日至 21 日，以“玩创世界 孕育未来”为主题的中国玩博会·上海站在上海新国际博览中心举办，两天到场消费者突破 6.3 万人次，两天累计到场孕妇 4119 人。

组织企业参加美国纽约国际玩具博览会。9 月 30 日到 10 月 3 日，组织 21 家企业参加美国纽约国际玩具博览会，展出面积 300 m²。展品品类涵盖毛绒、木制、户外用品、塑胶、益智玩具、节日用品等玩具全部领域。

持续开展“中国玩协 365 云展会”在线商贸对接活动。截至 2023 年 12 月，“365 云展会”入驻 5200+品牌、25,249 款产品，全年组织 18 场玩具、婴童用品和幼教用品不同主题的云贸主题周活动，约见达 35,041 次，平台曝光量超过 274 万次，365 天为供需双方搭建精准对接、高效合作平台。全方位宣传 CSI 认证供应商。在外贸形势日益严峻的情况下，中国玩协以非营利性全国行业组织身份，针对性的采取多渠道多方式推广优秀外贸企业，促进外贸企业与专业国际买家实现 365 天线上精准对接。

2023 年新增 340 余家玩具、婴童用品、户外游乐设备企业入驻，累计超过 1400 家，均为具备出口欧美资质的外销型企业，涵盖广东、浙江、江苏、山东、河北等特色产区。2023 年针对 CSI 认证供应商共举办 8 场线上展会，累计访问人数超过 60,000 人，达成询盘近 2000 个。中国玩协组织近百家 CSI 认证供应商集中亮相 2024 年香港玩具及婴童用品展览会，为帮助企业吸引更多海外买家到场对接，在展前专门收集了展商年度首发新品并制作成图册发送给所有买家，同时邀约超过 30 位海外大买家在展会期间与展商对接。

IP365X 小程序线上平台上线。截至 2023 年 12 月，IP365X 涵盖 2500+国内国际知名 IP，1000+版权方，汇聚了 23 个行业的优质被授权商资源。开展多场线上展，为 KOCCA、CBLA 等国际展团提供线上展示和对接。为方便 IP 方和被授权商线上对接，IP365X 小程序于 2023 年 9 月正式上线，截至 2023 年 12 月，小程序累计浏览用户达 3680 人，有效促进了 IP 方与被授权商的精准对接。

跨界合作，共塑成都大运会吉祥物“蓉宝”。5 月，中国玩协在第 31 届世界大学生夏季运动会特许经营生态产业链发展论坛现场，被成都大运会执委会宣传部授予“成都大运会特许经营产品研发首席顾问团队”荣誉，表彰中国玩协在时间紧、任务重的情况下，组织多家国内知名玩具企业、设计公司和院校完成“蓉宝”实物样品落地的支持。

（六）开展行业统计，提供发展信息支持

发布中国玩具和婴童用品行业发展白皮书。编制发布了《2023 年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》，分别对行业发展环境、出口贸易、国内市场、产品质量情况和国内外标准法规情况进行分析，并在原有基础上新增了不同出口目的地玩具出口分析、天猫平台不同品类重点品牌畅销单品分析、抖音平台不同品类销售分析。通过不同维度的调研和数据分析，系统地呈现上一年度行业发展状况。

发布中国品牌授权行业发展白皮书。编制发布了《2023 年中国品牌授权行业发展白皮书》，聚焦中国品牌授权行业整体发展情况，围绕中国品牌授权商总体状况、被授权商总体状况、品牌授权生态圈总体状况、授权产品消费市场状况和行业发展趋势 5 个方面，通过多样化的手段，多维度地呈现品牌授权行业最新态势，并从政策引导、市场环境等方面论述中国品牌授权行业的发展机遇。

发布月度电商数据分析报告。分析玩具和婴童用品重点品类的销售额、销量、TOP5 品牌排名、TOP20 品牌占比和品牌变化、畅销价格区间占比、各主要畅销价格区间的畅销单品等数据，每月发布天猫平台玩具和婴童用品销售分析报告，涵盖 11 个玩具重点品类和 7 个婴童用品重点品类，为企业分析销售形势提供参考。

发布月度出口数据分析报告。根据海关总署发布的数据，每

月发布玩具、童车和儿童推车出口报告，对玩具、童车和 儿童推车相关出口数据进行分析，涵盖不同出口目的出口变 化情况、一般贸易和加工贸易情况，以及不同省市出口变化 情况，为企业了解出口形势提供依据。

（七）组织学习交流，着力提升企业软实力

举办第十三届中国儿童产业发展大会暨中国品牌授权年会。位专家围绕“ 新经济 ” “新趋势” “新消费” “品牌创新” “品牌定位” “品牌年轻化” “IP 赋能品牌增 长” “声量+销量”等议题，分享前瞻见解和成功经验，引发参会者思考和共鸣，推动行业企业在不确定的市场找到确定性的增长。

举办 2 届中国品牌授权高峰论坛。3 月 30 日，第十五届 中国品牌授权高峰论坛在苏州召开，本届论坛聚焦“后疫情 时代，企业如何抓住机遇快速发展”，集合腾讯视频以及《中 国奇谭》《英雄联盟》《三体》等热门 IP 操盘手，分享 IP 破 圈运营经验，共同研讨后疫情时代下，品牌授权行业发展新 风向，助力品牌授权行业高质量发展。10 月 16 日，第十六 届中国国际品牌授权高峰论坛于 CLE 中国授权展期间在上海 召开。本届论坛以“文化消费时代，IP 引领品质生活”为主 题，来自国际授权业协会 LICENSING INTERNATIONAL、沃贝 CPLG、LINE FRIENDS、中国航天太空创想、元气森林、月星 集团环球港等单位的嘉宾发表主题演讲，分享经验观点，有力地推动品牌授权行业高质量发展，

释放更多消费潜力。

举办 2 届潮流和收藏玩具创新发展高峰论坛。3 月 31 日，第二届潮流和收藏玩具创新发展高峰论坛在苏州召开，论坛以“从新兴到沉淀，共创长青发展生态”为主题，齐聚泡泡玛特、52TOYS、GOOD SMILE 等潮玩头部企业，天猫、摩点两大平台高层，独家分享潮玩消费者画像和最新趋势，探寻行业长期健康发展之道。10 月 18 日，中国玩协携手东莞 市委宣传部和文创潮在上海举办第三届潮流和收藏玩具创新发展高峰论坛，论坛以“争流拓新，重拾增长”为主题，众多国际国内头部玩具品牌、IP 衍生、零售渠道与在线社区 等方面的嘉宾，分享了他们对当下玩具市场时代脉搏的真知灼见。

解读学前教育政策，共享托幼前沿理念。10 月 17 日至 19 日 CPE 中国幼教期间，连续举办了 2023 年新时期学前教育发展大会、2023 托幼服务力年会、问道自然·多元发展：2023 年基于自然的早期保育与教育国际论坛、2023 儿童友好社区建设创新发展大会、幼儿园“2 小时”户外活动质量提升专题研讨会园长交流会等活动，共享托幼前沿理念，助力行业企业布局新赛道、把握新机会，为行业未来高质量发展新格局奠定基础。

举办中国教玩具之都品牌发展大会。6 月 13 日至 15 日，由中国玩协担任联合主办单位的中国教玩具之都品牌发展大会在浙江省温州市永嘉县桥下镇召开，中国玩协组织 200 余位国内

外教玩具渠道商与永嘉产区企业现场对接，同期举办中国教玩具创新发展论坛，论坛邀请中国社区发展协会领导以及产学研不同领域的专家到场，以前沿理念结合成功经验分享最新趋势，助力永嘉教玩具产业迈向高端化、智能化、绿色化。

与汕头市澄海区人民政府共同主办 2023 年度行业晚会。10 月 17 日，工信部消费品工业司、中宣部版权管理局、国家市场监督管理总局认证监管司、海关总署商品检验司、中国文物交流中心等有关政府部门领导，20 多个玩具和婴童用品产区地方政府和行业协会领导，阿根廷、韩国、印度尼西亚、马来西亚、中国香港、中国台湾等国家和地区的同业协会领导，以及国内外玩具和婴童用品生产商、品牌商、渠道商、授权商，总计近 800 位嘉宾出席晚会。晚会期间，发布了 2024 年全球趋势产品，组织了行业交流。

组织开展年度行业表彰。为鼓励行业企业不断改革创新，把推动发展的立足点转到提高质量和效益上来，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变，3 月 30 日，在苏州太湖国际会议中心召开第十三届中国儿童产业发展大会暨中国品牌授权年会期间，隆重表彰 2021-2022 年期间做出突出成绩的先进会员企业和先进个人。

（八）履行社会责任，持续开展公益活动

4 月 13 日至 14 日，中国玩协梁梅会长与 10 家爱心企业

代表走进江西省抚州市宜黄县，在宜黄县梨溪中心幼儿园陪伴孩子同读一本书，让孩子体验阅读的快乐，感受陪伴的温暖。以一对一方式定向结对帮扶 55 名儿童，让温暖点对点送达，让陪伴计划有行动、有结果、有价值、有持续。2016 年以来，“B&U 陪伴计划”已经分别走进了河北涞源县、河南民权县、宁夏西吉县（回族）、内蒙古太仆寺旗（蒙古族）、贵州从江县（苗族、侗族）、四川凉山州昭觉县（彝族）、江西抚州市宜黄县，为乡村振兴尽一份行业责任，贡献一份行业力量。

（九）开展国际交流，中国优势仍被看好

国际玩具工业理事会年会召开。6 月，国际玩具工业理事会（International Council of Toy Industries, 简称 ICTI）2023 年会在比利时布鲁塞尔召开，中国玩协作为中国在 ICTI 的唯一合法代表参加会议。会议邀请知名咨询公司就全球行业趋势进行分析，中国在全球玩具制造业未来发展中的优势地位得到充分肯定。

（十）强化媒体运营，提升行业宣传质量

加强自媒体矩阵建设。中国玩协官网和官微实时更新，发布最新行业资讯、产品新势力和品牌动态等内容，2023 年中国玩协官网发稿 600 条内容，阅读量持平，中国玩协官微头条发稿 185 条内容，阅读量同比增加 2%；品质育儿微信和微博全年发布 528 条内容，阅读量达到 850,652 人次。这些自媒体，贴近政府、贴近行业、贴近企业、贴近国内外市场，解读国家政策，宣传优

秀企业、品牌和新产品，及时为行业企业提供国内外行业市场信息，以及引导消费者正确消费。

（十一）抓好自身建设，增强团队综合能力

组织召开第八届理事会第五次、第六次会议。3月31日，在苏州太湖国际会议中心召开了中国玩协第八届理事会第五次会议，审议通过理事会2022年工作报告、2022年会费收支情况报告，以及《关于增补中国玩具和婴童用品协会副会长单位常务理事单位理事单位及免去理事单位的议案》。9月，以通讯形式组织召开了中国玩协第八届理事会第六次会议，审议通过《关于成立中国玩具和婴童用品协会桌游和卡牌专业委员会及第一届联席理事长、秘书处主任人选的议案》。

组织召开第八届理事会第二次会长会议。5月17日至18日，在浙江省平湖市召开第八届理事会第二次会长会议。中国玩协会长梁梅、20家副会长单位和1家观察员单位负责人出席会议。会上，全体参会代表共同回顾了中国玩协2022年工作落实情况，讨论2023年重点工作实施方案，围绕“新动能、新消费、新制造”分享成功经验，对于新格局下的2023年形势做出预判、提出应对策略。

加强党组织建设。中国玩协党支部认真落实党中央、国资委、中轻联党委的部署要求，加强支部政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设。参加中国轻工业联合会党委组织的党

委书记主题教育专题党课、学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育总结会等活动，以及参加中央社会工作部举办的全国性行业协会商会主题教育推进会暨党风廉政警示教育课。全体党员积极学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，在学习教育中联系个人思想和工作实际，谈认识、谈体会，自觉从习近平新时代中国特色社会主义思想中汲取奋发前进的智慧和力量，做好本职工作。

提升团队业务能力。按照中国玩协秘书处团队培养建设计划和目标，组织秘书处全体工作人员开展爱岗敬业教育，开展线上、线下培训，共组织12期业务培训，提升秘书处工作人员的为会员、为行业的服务意识和专业技能，整个团队工作的预见性、科学性、精准性和有效性有了一定提升。

二、2024年工作要点

2024年是新中国成立75周年，也是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。中央经济会议提出，把坚持高质量发展作为新时代的硬道理，完整、准确、全面贯彻新发展理念，推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。全行业要贯彻新发展理念，着力推进高质量发展，推动构建新发展格局，积极创建新模式、制造新产品、引导新消费，坚持扩大内需这个战略基点，着力推动产业结构优化升级，努力满足人民群众个性化、多样化、不断升级的需求，加快形成新质生产力。在党和政府的领导下，中国

玩协将继续团结行业同仁，凝聚行业力量，共同推动行业可持续高质量发展。重点 做好以下几方面工作：

（一）发挥桥梁作用，维护行业利益

深入会员和行业，倾听意见，掌握情况，提供会员企业发展所需的服务。向政府反映企业和行业诉求，帮助企业解决经营中遇到困难和问题。宣贯政府政策，推动政府惠企政策落地。针对行业实际，适时向政府提出促进行业发展的政策建议。接受政府委托，完成政府相关部门委托的各项工作。

（二）消费引导，开展“良币驱逐劣币”自律活动

以“品质育儿 365 工程”自律活动为主线，通过品质育儿内容引导消费者正确选购和使用产品，提升消费者对“安全承诺”彩虹标品牌的差异化价值认知，以及继续推行自愿性产品认证，以差异化产品，满足消费者对美好生活的需求。继续打造品质育儿标准化内容《品质育儿 1000 问》，以实用、易懂、图文并茂的形式和短视频展现给消费者。举办中国玩博会·上海站，为亲子家庭提供产品沉浸式体验。

（三）多措并举，提升“中国制造”品质

一是加强行业标准化建设，积极参与国家标准的制修订，提出团体标准制订计划，组织国家标准、团体标准宣贯实施；二是承担产品质量监督任务，协助政府加强产品质量管理；三是开展产品质量专项摸底调查，抵制假冒伪劣产品销售，维护公平市场

竞争；四是组织产品质量认证、测评，宣传推广达到更高标准的产品；五是组织产区产品质量提升培训。多措并举，推动中国制造玩具和婴童用品品质的提升。

（四）依靠创新，提升产品品种丰富度

举办风车杯·第十五届中国玩具和婴童用品创意设计大赛，继续组织风车杯·中国玩具和婴童用品升级和创新产品评选工作，组织风车杯·中国玩具和婴童用品趋势产品发布和展示。办好不同产区的产学研共创社，粘接学校、工厂、市场，形成新品种开发链。大力推进 IP 品牌授权赋能工作，增加玩具和婴童用品被授权产品占比。

（五）拓展两个市场，继续扩大内需和促进出口

充分发挥国内市场优势，挖掘内需潜力，升级一、二线市场，拓展三、四线市场，创造内需条件，促进传统消费持续升级、新型消费较快发展，不断扩大国内销售。推动政府优化对外营商环境，深耕传统出口市场，推进“一带一路”市场，拓展《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）新兴市场，深入开展 CSI 认证供应商计划，保持出口稳定增长。

（六）搭建高质量贸易平台，促进展商采购商交易合作

高质量办好 10 月份 CTE 中国玩具展、CLE 中国授权展、CKE 中国婴童用品展和 CPE 中国幼教展，促进与合作。继续以“365 云展会”、“IP365X”与“CSI 认证供应商网站”数字化平台为组

带，帮助不同采购需求的国内外买家快速了解企业产品和资质，有效促进双方互信合作，促进参展商与国内外采购商365天线上精准对接。持续在不同城市举办CTJPA精英私享会、CLE跨界生态圈City Walk，为参展商和采购商提供交流对接渠道。

（七）加强产区共建，推动产区特色发展

联合产区政府开展产区共建工作，办好不同产区特色品类的品牌发展大会，在思维创新、产品创新、渠道拓展、品牌推广四个维度形成一体化共商共建模式，引导和促进产业集群增强品牌影响力和竞争力，壮大优质企业群体，从而助推整个特色产区的高质量发展。

（八）开展行业统计，为行业提供信息支持

做好行业统计工作，深度分析行业发展内外环境、现状和趋势，编制发布《2024年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》《2024年中国品牌授权行业发展白皮书》。定时发布月度、年度行业出口报告和电商报告，及时发布产品质量市场摸底调查报告。利用会议、论坛、网络平台对行业市场现状、发展趋势进行分析和解读，为行业企业提供经营决策依据。

（九）组织行业学习交流活动，提升企业软实力

举办第十四届中国儿童产业发展大会暨中国品牌授权年会、第十七届中国品牌授权高峰论坛、2024中国学前教育发展大会、CTJPA研修社在线培训、2024年行业晚会、“CLE授权之夜”、VIP国

内外买家对接会等活动，分享行业前沿理论，交流成功经验和行业发展信息，促进国内外生产商、品牌商、采购商、授权商之间的交流合作。加强与产品出口目的地的政府机构、行业组织沟通，及时了解相关法律法规的进展和缺陷产品召回的通报，以及国际贸易摩擦动态，帮助企业有效应对。加强与国外行业协会的合作，充分发挥中国玩协在 ICTI 组织中的重要作用。办好微信、网站、杂志等自媒体，及时提供国内外行业资讯，宣传推广新产品、新模式和优秀企业。

（十）履行社会责任，持续开展公益活动

在西藏自治区日喀则市举办 2024 年“B&U 陪伴计划”，根据日喀则市幼儿园需求，在全行业征集图书、绘本、玩具和教玩具等产品，并组织家爱心企业代表走进日喀则市，陪伴孩子同读一本书和玩玩具，让孩子感受陪伴的温暖。以一对一方式定向结对帮扶当地幼儿园儿童，让温暖点对点送达，让陪伴计划有行动、有结果、有价值、有持续。

（十一）开展国际交流，主办 ICTI 年会

中国玩协作为中国在国际玩具工业理事会（International Council of Toy Industries, 简称 ICTI）的唯一合法代表，将于 6 月在北京全程主办国际玩具工业理事会年会。

（十二）加强自身建设，增强团队服务能力

召开中国玩协第八届理事会第七次会议审议工作报告，决

定重要事项。加强党的建设，持续组织学习党的组织生活会；加强支部的“两化”建设，落实党支部工作制度，发挥好党支部的政治核心作用和战斗堡垒作用。加强秘书处能力建设，定期组织业务学习、培训和考核，促进团队以更宽视野谋划布局、更高站位统筹协调、更强意识责任担当，进一步完善管理机制，增强团队工作的主动性、预见性、有效性，努力把秘书处建设成高素质工作团队，提升为会员、为行业服务的综合能力。

各位理事：

心之所向，素履以往。在稳中求进、以进促稳、先立后破的经济总基调下，做好 2024 年的工作，任务依然艰巨繁重，面临不少困难和挑战。与此同时，行业自主设计创新能力大幅增强，制造工艺显著提升，中高端产品供给明显改善，产业链供应链韧性稳步发展；技术创新、新质发展、数字赋能，为行业发展带来新动力；“三孩”政策、消费升级、IP授权，为行业市场打开新空间。站在新的起点上，让我们以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，在“向新共生”中开拓前行，在“新质发展”中拼搏奋进，锚定行业制造强国目标，引导和促进行业可持续发展。