# 儿童家具通用技术条件5则范文

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-10-17

*第一篇：儿童家具通用技术条件儿童家具通用技术条件编辑目录1简介2前言3儿童家具通用技术条件3.1 范围3.2 规范性引用文件3.3 术语和定义3.4 一般要求3.5 安全要求3.6 警示标识3.7 试验方法3.8 检验规则3.9 附录1简...*

**第一篇：儿童家具通用技术条件**

儿童家具通用技术条件

编辑

目录

1简介

2前言

3儿童家具通用技术条件

3.1 范围

3.2 规范性引用文件

3.3 术语和定义

3.4 一般要求

3.5 安全要求

3.6 警示标识

3.7 试验方法

3.8 检验规则

3.9 附录

1简介

我国首个儿童家具强制性国家标准《儿童家具通用技术条件》（以下简称《条件》）在酝酿多时之后终于“一锤定音”，确定将于2024年8月1日起正式实施。

2前言

本标准中第5、6章为强制性，其余为推荐性。

本标准按照GB/T 1.1-2024给出的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别这些专利的责任。本标准由中国轻工业联合会提出。

本标准由全国家具标准化技术委员会（SAC/TC 480）归口。

本标准主要起草单位：深圳市计量质量检测研究院、上海市质量监督检验技术研究院、深圳市七彩人生家具有限公司、深圳兴利尊典家具有限公司、成都市产品质量监督检验院、浙江省家具与五金研究所、国家家具及室内环境质量监督检验中心。

本标准参加起草单位：浙江加璐家居有限公司、好孩子儿童用品有限公司、上海托达家具有限公司。

本标准主要起草人：张淑艳、吴海涛、罗菊芬、郭洪智、梁昶、姚婷婷、黄锦标、黄伟业、李隆平、梁米加、罗炘、凌勇、苏毅、郑乐彬、雷再明。

3儿童家具通用技术条件

范围

本标准规定了儿童家具的术语和定义、一般要求、安全要求、警示标识、试验方法、检验规则及标志、使用说明、包装、运输贮存。

本标准适用于设计或预定供3~14岁儿童使用的家具产品。

规范性引用文件

下列文件对本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本

文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。GB/T 1931 木材含水率测定方法

GB/T 2828.1-2024 计数抽样检验程序第1部分：按接收质量限(AQL)检索的逐批检验抽样计划

GB/T 2912.1 纺织品甲醛的测定第1部分：游离和水解的甲醛（水萃取法）

GB/T 3920 纺织品色牢度试验耐摩擦色牢度

GB/T 4893.1 家具表面耐冷液测定法

GB/T 4893.2 家具表面耐湿热测定法

GB/T 4893.3 家具表面耐干热测定法

GB/T 4893.4 家具表面漆膜附着力交叉切割测定法

GB/T 4893.7 家具表面漆膜耐冷热温差测定法

GB/T 4893.8 家具表面漆膜耐磨性测定法

GB/T 4893.9 家具表面漆膜抗冲击测定法

GB 5296.6 消费品使用说明第6部分：家具

GB/T 6669-2024 软质泡沫聚合材料压缩永久变形的测定

GB 6675-2024 国家玩具安全技术规范

GB/T 6739 色漆和清漆铅笔法测定漆膜硬度

GB/T 7573 纺织品水萃取液pH值的测定

GB/T 10357.1 家具力学性能试验桌类强度和耐久性

GB/T 10357.2 家具力学性能试验椅凳类稳定性

GB/T 10357.3 家具力学性能试验椅凳类强度和耐久性

GB/T 10357.5 家具力学性能试验柜类强度及耐久性

GB/T 10357.7 家具力学性能试验桌类稳定性

GB/T 13667.1-2024 钢制书架通用技术条件

GB/T 17592 纺织品禁用偶氮染料的测定

GB/T 17657-1999 人造板及饰面人造板理化性能试验方法

GB 17927（所有部分）软体家具床垫和沙发抗引燃特性的评定

GB 18580 室内装饰装修材料人造板及其制品中甲醛释放限量

GB/T 19941 皮革和毛皮化学试验甲醛含量的测定

GB/T 19942 皮革和毛皮化学试验禁用偶氮染料的测定

GB/T 22048 玩具及儿童用品聚氯乙烯塑料中邻苯二甲酸酯增塑剂的测定

GB/T 24430.2 家用双层床安全第2部分：试验

QB/T 1952.1 软体家具沙发

QB 1952.2 软体家具弹簧软床垫

QB/T 2280 办公椅

QB/T 2537 皮革色牢度试验往复式摩擦色牢度

QB/T 2724 皮革化学试验pH的测定

QB/T 3826 轻工产品金属镀层和化学处理层的耐腐蚀试验方法中性盐雾试验（NSS）法

**第二篇：选购儿童家具**

选购儿童家具

目前，不少的儿童家具是由中密度板和刨花板制作的板式家具，由于中密度板和刨花板中黏合剂使用量非常大，导致儿童家具中甲醛等有害物质超标导致的健康问题比其他家具要严重。另外，家具设计的不合理也会给孩子带来不必要的伤害，严重的更会威胁孩子的生命安全。而好的儿童家具也会将能有益于儿童的健康成长，因此，怎么选家具也成了家长们必须考虑的问题。

选购专属孩子的家具 有利于孩子成长

据心理专家分析，在家庭生活中，如果能给孩子一个自主的空间，将更利于孩子人格的养成。就算没有独立儿童房，在有限的生活空间，除了玩具，给予孩子一些专属的东西，孩子有被认可的存在感，就容易培养出在群体里的自我意识。稍微大一点的孩子，会知道那是我的床，我的桌子，我的书架，是我看上的，专门为我而设置的。伴随着自我存在感增强的是潜意识里的责任感，这些非显性的东西，潜伏在孩子的思想里，对以后的成长也是非常有利。

很多人认为，所谓的儿童家具其实就是成人家具的缩小版，甚至不少儿童家具企业也一直在执行这样的生产标准。很多家长在孩子很小的时候，随便挑一个婴儿床，等大一点，就使用成人家具，想着等孩子再长大也不用换。然而，实际上，成人家具在设计上是不适合孩子的。童年是生长发育最重要的阶段，完全没有自我保护意识。除了饮食的供应，家长更要考虑家具的因素。好的儿童家具，是专业的设计师根据儿童的特点打造的，他们熟知儿童的生活习惯、活动方式、身体构造，他们知道什么样的床什么样的桌子最适合孩子。

因此，为了孩子的健康成长，家长有必要用心为孩子挑选真正适合他们的家具。同时，随着2024年8月1日，儿童家具新国标的出台，儿童家具产品将越来越规范，也会更加有利于孩子的健康成长。

家具颜色鲜艳需警惕 油漆可能含铅

目前儿童家具颜色多偏鲜艳，也有不少人觉得，鲜艳、明亮的颜色有助于宝宝形成乐观、活泼的性格，因此，在购买儿童家具时，也会有意识地挑选那些颜色鲜艳的的家具。然而，家具颜色来源于油漆，有机构测试显示，油漆颜色越鲜艳，其含有的铅等重金属越多，这主要是由油漆颜料中含有的铅化合物造成的。测试表明，23个含铅油漆的样本中，橙色油漆的含铅量最高，剩下依次为黄、绿、棕色等。因此，家长们最好不要选择颜色过于鲜艳的家具。

专家提醒家长，在购买儿童家具时，首先要查看家具的出厂检测报告和环保证书。由于家具专业性很强，消费者仅凭闻味、辨色、听声等方法来判断，是难以辨别的。建议消费者尽量选择大型商场的知名品牌，这样才能保证家具质量，发生纠纷时可以维权。如果消费者怀疑有质量问题，可向质检、工商部门进行投诉。

另外一个需要注意的问题是：市场上的儿童家具大多数只标明了甲醛的含量，而对于苯、重金属方面的检测数字几乎没有。一些检测报告只包含了板材的有害物质含量，而不包含油漆等的有害物质含量。因此，购买儿童家具真的不是一件简单的事，家长需要拿出更多的精力和智慧。

**第三篇：一般焊接件技术要求**

1.本件的焊接应符合JB/T5000.3-1998>的规定.2.本件加工后的尺寸及形位公差应符合JB/T5000.9-1998>的规定.3.除注明者外,均采用E4303焊条进行连续焊缝焊接.4.图中未注明的角焊缝,其高度分别为两连接件中最薄者厚度的0.8倍(单面焊)和0.4倍(双面焊).5.焊缝需经消除残余应力处理,校平矫直后再进行机加工.6.本件涂装前非加工表面应进行除锈处理,除锈等级达到Sa2 1/2或SP.10.7.锐角倒钝。

**第四篇：儿童家具营销策略**

儿童家具绿色营销策

班级：41102学号：201004102024姓名：周佳

摘要：儿童家具现在还是一个并不成熟的市场，发展空间十分广阔。由于儿童家具产品及消费者的特殊性，要求儿童家具企业把产品的环保和健康意识运用于营销决策之中，开展以绿色营销中心的营销活动，目的是要在满足消费者需求的基础上获得利润，达到儿童家具企业与社会、生态环境协调发展的目标。

关键词：儿童家具；绿色营销；家具企业

一、引言

绿色营销，是指企业以环境保护观念作为其经营哲学思想，以绿色文化为其价值观念，以消费者的绿色消费为中心和出发点，力求满足消费者绿色消费需求的营销策略。社会经济的发展，使广大居民个人收入迅速提高，他们迫切要求高质量的生活环境及高质量的消费，亦即要求绿色消费[3]。人们越来越注重生活质量，注重身体健康，对消费品的要求越来越高，不但要求产品的消费对身体健康有保证，还要求产品的消费不会对环境造成破坏。儿童家具企业经营者不仅应顺应消费者的这种需求，研究消费者对绿色产品的消费心理，而且还要引导消费者强化绿色时代的观念。加入WTO以后，国际市场对于儿童家具的要求也进一步提高。儿童家具产品只有适应绿色消费浪潮的要求，才能被市场所接受。

二、儿童家具进行绿色营销策略的必要性

我国现有儿童两亿多，国内儿童家具市场空间广阔。现代中国家庭多为两代、三口之家或者三代、五口之家，孩子成为家庭物质生活和精神生活的重要消费者，孩子的健康牵动着全家人的心。所以，儿童家具消费者对商品的要求越来越高，不仅仅考虑物质方面，还要考虑美学方面、健康方面等等。儿童家具企业只有顺应绿色消费需求的变化，才可求得自身的生存与发展。

1、绿色营销是儿童家具新时代市场的要求

二十一世纪是一个崇尚自然、注重健康和生存质量的环保时代。随着消费者绿色消费意识的觉醒，要求儿童家具生产者提供的产品必须符合绿色产品的要求，即在消费过程中不会给消费者身心造成危害，这是最基本的要求。同时，要求儿童家具企业在生产过程中要尽量节约资源、减少对环境的破坏。在消费者环保意识越来越强的今天，市场经济下的消费者可选择性增强，消费者完全可以优先选择那些环境友好型企业产品，而那些非环境友好型企业就会在市场竞争中失利。因此儿童家具企业要想可持续发展，就必须走绿色之路。

2、绿色营销有利于提升儿童家具企业竞争力，提高企业自身经济效益

绿色营销是２１世纪儿童家具企业兴衰的根本。广大儿童家具消费者对绿色消费的需求剧增，儿童家具企业必须顺应消费者的绿色消费需求才能赢得顾客。同时，市场竞争优胜劣汰规律的作用，迫使企业改变经营观念，开展绿色营销，才能有力地对付竞争对手，不断地提高市场占有率，提高自身的经济效益。

3、有利于建立儿童家具企业正确的企业文化，树立良好的企业形象

儿童家具企业的“绿色文化”主要是在儿童家具企业文化中融入了环境保护与健康观念，以绿色意识贯穿企业文化的各个方面。绿色理念正在从各个方面影响着企业生存和发展的社会环境。随着儿童家具企业以绿色文化的建立，必将影响和带动消费者和广大公众推行绿色消费，最终树立良好的企业形象。

4、绿色营销是儿童家具企业进入国际市场的必然要求

尽管当前国际贸易正向自由化发展，以关税壁垒为特征的传统贸易保护主义相对削弱，但一种新型的非关税壁垒——“绿色壁垒”却在国际贸易中突起[4]。目前发展中国家普遍生产的是环保水平比较低的产品，这些产品很难达到发达国家的环保技术标准，因此随着绿色壁垒的发展，发展中国家的出口将会受到很大冲击。随着市场经济全球化推进，儿童家具企业要想参与国际竞争，扩大出口，必须参照越来越严格的世界公认的环保标准去规范自己的生产和产品，不达到规定的环境标准是无法参与国际竞争的。

三、儿童家具绿色营销的现状和问题

目前，很多儿童家具企业都提出了绿色营销的理念。绿色营销推动了绿色技术、绿色产业的相应发展。但由于儿童家具企业内外部各方面原因，绿色营销还只是一句口号。也有一些企业过分注重近期利益和微观利益，忽视社会的、整体的长远利益，这在一定程度上影响了绿色营销的发展。整体而言，儿童家具的绿色营销还普遍存在一些问题。

1、有些儿童家具企业还未意识到绿色营销对企业经营的重要性

由于受到传统的生产和经营模式的影响，儿童家具企业的经营观念受到传统模式的严重束缚，很多企业对绿色营销知之甚少。少数儿童家具企业尽管意识到绿色营销的作用，但由于需花费较大成本，存在风险而不敢愿意去付出这部分成本，直接影响企业的生存和发展。现在有些所谓的“绿色儿童家具”只是虚有其名，是儿童家具企业打出的宣传口号，其目的仅仅是为了实现企业的短期经济效益。

2、宣传力度不够，消费者的绿色意识尚未形成只有当大多数儿童家具消费者形成绿色意识，从而对绿色儿童家具产生了现实的需求，才会有绿色需求的兴起和发展。从目前的情况看，消费者易于接受绿色家具产品，是因为绿色营销是从考虑消费者利益角度出发的，它关系到消费者的切身利益。很多消费者并不知道

什么是“绿色儿童家具”，绿色意识的形成需要采用得力的宣传手段，才能使消费者普遍接受。因此，家具市场营销宣传力度不够，构成影响儿童家具消费者绿色消费需求的一个因素。

3、现行的儿童家具企业管理体制阻碍绿色营销的发展

中国现有的市场主体过分注重近期和微观利益，加之法制不健全、制度不完善，也使得使我国的绿色营销客观上面临着不少问题和障碍。儿童家具企业的生产管理方式滞后，绿色营销的前提是要生产出绿色产品，根本方法需要通过改善生产环节来实现。我国儿童家具企业由于生产方式滞后，投入高、产出低，不仅浪费能源，同时还产生大量的工业“三废”。没有健全的企业绿色营销文化的内部环境，就不能保证儿童家具企业绿色营销的健康发展。

4、儿童家具的营销组合策略与绿色营销不相适应

绿色营销对我国儿童家具企业的营销组合策略提出了挑战，首先绿色产品必将取代非绿色产品逐步成为市场营销活动的中心，而儿童家具企业却普遍缺乏开发过硬的绿色产品的紧迫感，现有绿色产品的绿色含量也有待提高；其次，木制家具产品对森林等自然资源破坏严重。再次，一般的儿童家具企业缺少绿色会计和绿色审计制度，用于环境保护方面的费用没有科学地计入成本而制定出绿色产品价格；四是在销售渠道的选择上，仍是沿用传统的方式，还没有从产品的绿色特征出发来考虑怎样简化分销环节，如何防止绿色产品在分销过程中的二次污染；五是促销方式陈旧，特别是一些先行生产绿色儿童家具产品的企业，还没有负担起绿色信息的传播者、宣传者的责任，缺乏引导绿色消费，开辟绿色市场的时代创意。

四、儿童家具绿色营销策略的实施办法

儿童家具企业要想求得可持续发展，必须研究绿色营销的全过程，采用清洁生产工艺、技术，注重资源的节约和利用，向消费者提供安全、健康的绿色儿童家具产品。把绿色文化渗透到企业文化中去，引导消费者树立正确的绿色消费观，使绿色消费健康发展。

1、把“绿色文化”渗透到企业文化中去，形成绿色品牌

绿色企业文化的形成能将企业员工的思想行为统一到企业发展的目标上来，充分认识到环保的重要性。人是文化的主体，一切绿色文化的建设都要立足于人。因此，必须注重对家具企业员工的绿色教育和培训，积极参与社区的环境整治，引导员工树立为消费者提供绿色消费的企业精神，形成与绿色营销相适应的企业文化，并将其体现在企业的绿色形象上。儿童家具企业应当积极采用绿色营销理念和手段，树立绿色企业形象、提供绿色服务和绿色信誉等，最终树立绿色品牌。

2、实行绿色的营销组合策略

应用绿色技术、开发绿色产品。开发绿色儿童家具产品，要从产品设计开始，包括材料的选择，产品结构、功能、制造过程的确定，包装与运输方式，产品的使用及产品废弃物的处理等都要考虑环境的影响。在儿童家具产品制造中，所用的材料大多有木材、各类板材、胶、油漆及五金件等，其中胶、油漆的污染最为严重。儿童家具企业应倡导使用合格的材料，选择既有良好使用性能又与环境有良好协调性的绿色材料，采用清洁的生产工艺技术、清洁的能源、清洁的生产过程，向市场提供环保型家具。

根据市场需求、制定绿色价格。由于影响绿色价格的因素较多，因此，制定绿色价格时应遵循以下宗旨：使产品的价格既能为顾客所乐意接受，又能为企业带来较多的利润，并能占有较大的市场份额，有利于促进经济结构调整与优化。

树立企业形象、进行渠道创新。在采用间接分销时，应确定好分销渠道的长度和宽度，精心挑选有信誉、有良好公众形象、对绿色产品有认识的代理商、批发商品、零售商。利用中间商的销售网络，迅速将绿色产品推广，采取设立绿色系列连锁销售店、绿色儿童家具产品专卖店，在大商场设立专卖柜台等形式，提高销售覆盖面。

实施绿色促销、引导绿色需求。儿童家具企业要通过宣传自身的绿色营销宗旨，在公众中树立良好的绿色形象。儿童家具企业可以利用各种传媒宣传自己在绿色领域的所作所为，并积极参与各种与环保有关的事务，以实际行动来强化企业在公众心目中的印象。企业还应大力宣传绿色消费时尚，告诫人们使用绿色产品，引导绿色消费需求。

3、提供绿色服务

儿童家具服务人员可直接向消费者宣传产品的功能、保养使用方法及其绿色性能等，并能当场回答消费者的有关提问，同时能够协调消费者与儿童家具企业关系，能将绿色产品的有关信息及时地反馈给儿童家具企业，以利于儿童家具企业为消费者提供更完美的绿色产品。除此之外，还应做好售后服务标准化工作，尽量提供优质的售后服务质量，并做好报废家具的回收处理工作，以进一步改善绿色服务质量，提高绿色服务水平。

[参考文献]

[1]王明星.绿色市场营销研究发展走向[J].山西财经大学学报,2024,3：78-80.[2]何璧清.绿色营销理论分析[J].营销管理,1997,2:35-37.[3]王丽梅.关于绿色营销问题的探究[J].吉林高等商业学校学报,2024,3:44-46.[4]万为国.国际贸易中技术壁垒及其对我国企业的影响[J].企业管理,2024,31:29-31

**第五篇：儿童家具市场调研**

儿童家具市场调研

其内容如下:

其分布按商场序号为序，3010王子公主，3012智和力，3016芙莱莎，3017家又一宝，3018卡乐屋，3019沃克，3020星星索，3021梦幻年华，3022至白小屋，3038新干线。

从业主口中得知，目前儿童家具区只有3011位空缺（与其他相比，位置稍逊，不惹眼），3015位置不错，但已被“松堡王国’预订,业主表示想规范儿童家具区，其中3013为朵米店面五月到期，位置与松堡王国相邻，但未确定是否与其续签，待定。

首先以单品母子床为主要参考点，对每个品牌进行单独报告与分析

王子公主

价格4000 粉色调 设计工艺大众 无突出特点 导购素质一般

智和力

价格5000 原木色 设计简单明了 质量一般 用力摇晃 有浮动 导购服务态度好 知识熟练 喜多爱

价格1300（单床1.2M），其他资料丢失

梦幻年华

价位中档 设计时尚 分现代 欧式 韩式 三种 走进店面 感觉清爽 确实有梦幻感 导购表达能力强 对产品分析到位 礼貌

星星索

高低价位均有 设计 朴实 简约 大方(业主表示销售很好)导购警惕性高 无过多交流 卡乐屋

实木6000 板材3000 设计大众 无欣赏性 导购主动性不强

芙莱莎

价格13000 可自由多样式组合 做工精细 设计理念 可根据不同需要 拆卸组合 达到一床多用效果 性价比较强 导购服务态度好 专业熟练 能锁定客户购买意向

沃克

价格12000 设计 简介 自然（业主表示销售良好）导购专业 积极

新干线

价格9000 浅色 白色惹眼 性价一般 导购服务意识不佳

直白小屋

导购表示销售淡季 十五日有十万营业额（未核实）

以上观点均为个人看法，以共参考

经过今天走访对市场表面有简单了解，从业主处了解该商场目前销售尚好的品牌有星星索和沃克，其他销量一般，两品牌销售良好，个人认为与产品设计风格，产品质量，服务态度及其店面位置有很大关系。两者设计均有简单，自然，实用的优点。经考察，3013位置尚佳，若松果能占其位置将与松堡王国，芙莱莎相邻，三者均是目前实木儿童家具强势产品，若松果与其相比有性价优势，货比三家能占据销售优势。此外经消费者角色扮演感受到导购是否经过培训，业务能力强弱，自身素质高低，对顾客心理影响很大。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找