



2024年第4期

(总第76期 季刊)

准印证号：(浙)内准字第B178号

(内部资料 免费交流)

主办：宁波文具行业协会

出版：《中国文具之都》编辑部

名誉主编：邱智铭、许观良、汪勇

名誉副主编：徐燕、杨志超

主编：俞勇锋、韩薇

副主编：闵芳、袁书凝

彩页设计：陈启德

地址：宁波市江东北路375号和丰创

意广场丰庭楼1401室

联系电话：0574-56786777、87123208

邮政编码：315042

邮箱：wenjuxiehui@163.com

网址：www.cnnbsa.com

发行：《中国文具之都》编辑部

发送对象：会员企业、相关协会、政府相关部门

印刷单位：宁波宏景印刷有限公司

印刷数量：400

印刷日期：2024年12月

目录



新年致辞

封里 协会理事长 许观良



协会动态

01 慰问信

02 坚韧不拔 砥砺前行——宁波文具行业协会
2024年度工作总结

06 携手共进 同心致远——宁波文具行业协会
2025年工作要点

09 宁波文具行业协会组团赴马来西亚、泰国考察
拓展国际市场新征程

10 协会被评为宁波市社会组织标志性阵地窗口

11 协会制定和推广《电动橡皮擦》团体标准项目
高分通过验收

12 协会制定发布《文具企业商业秘密保护规范》
团体标准

13 广交会观察：宁波文具外贸企业“新”发展趋
势

14 协会学会服务站三年绩效考核获优秀

14 协会举办2024年“企业家健康日”体检活动

15 关于强化冬季安全生产管理的温馨提醒



党建专栏

16 协会党支部建成明楼街道行业协会商会党群
驿站示范窗口

16 和丰联合第一党支部召开2024年度党员大会



行业交流

- 17 全国文具运动器材标准化技术委员会年会、中国文教体育用品行业标准化研讨会在温州顺利召开
- 18 中国制笔行业十强企业高峰论坛在上海召开
- 19 2025 宁波国际文具展 3 月 19 日开展，免费登记全面开启
- 20 2025 年文具相关展会一览（部分）



行业预警

- 22 新西兰发布涂料中的铅限量要求
- 22 欧盟发布玩具安全新标准
- 23 ISO 发布《玩具安全：年龄确定指南-适合玩玩具的第一个年龄等级》
- 23 哥伦比亚对华亚克力板启动反倾销日落复审调查
- 23 印度对涉华数字胶印印版作出第一次反倾销日落复审终裁



知识产权专栏

- 24 宁波文具企业屡获荣誉 品牌价值持续提升（第 4 季度）
- 25 商业秘密的“价值性”如何认定？



文具科普

- 27 做好产品碳足迹标识认证，有何重要性？



企业风采

- 28 得力集团亮相第二十九届联合国气候变化大会（COP29）
- 29 广博集团再次扬帆越南，全新工业园蓄势起航

- 29 贝发集团“绿色低碳发展”入选国家级典型案例
- 30 康大美术画材集团获“宁波老字号”荣誉资质认定
- 30 北仑区委副书记、区长王程一行莅临美博调研指导
- 31 创源股份手提纸袋产品设计斩获 2024 红点奖
- 31 宁波赛龙与汇成企管达成战略合作，制造工厂整体运营能力提升项目正式启动
- 32 兴伟刀具、赞扬文具接待第 13 届中国（宁海）文具产业博览会与会代表
- 33 学泰印务接待中国塑协塑料家居用品专委会一行



专家把脉

- 34 浅谈马克笔在欧美及国内的安全标准



政策法规

- 38 海关总署《进一步优化口岸营商环境 促进企业通关便利十六条措施》



八面来风

- 39 2024 年，出海东南亚仍未露出上限？
- 41 美国对外贸易战略重大调整，中美关系“稳定之锚”变为“动荡之源”



新年贺词

封底 宁波文具行业协会

慰问信

致全体会员单位和社会各界人士：

时序更替，华章日新。值此元旦、新春佳节来临之际，宁波文具行业协会向所有会员单位以及长期以来关心、支持协会发展的各界朋友，致以最崇高的敬意和最诚挚的祝福，衷心祝愿各位在新的一年里蛇舞虺虺、巳巳如意！

刚刚过去的2024年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，宁波文具行业协会紧紧围绕着“新质生产力”的时代使命，坚决落实各级党委、政府决策部署，始终秉持稳中求进、以进促稳、守正创新、综合施策的工作方针，助力宁波文具产业开拓市场、逆势行稳。协会是宁波文具人共同的家，这一年成绩的取得离不开全体文具人的努力，让我们一起为全年宁波文具取得的佳绩而欢欣鼓舞。

展望新的一年，面对复杂多变的国内外环境，宁波文具人需以开放的姿态、昂扬的斗志，纾发展之困、聚创新之势、汇合作之力，着眼开创宁波文具行业发展的新局面。

承继辉煌辞旧岁，锐意进取谱新篇。2025年我们满怀信心与决心、并肩同行、砥砺前行，以创新实干的精神，为宁波现代化滨海大都市建设贡献我们的磅礴力量。

再次感谢全体会员单位和社会各界人士对协会的大力支持，祝愿大家身体健康、前程似锦、万事顺意！

宁波文具行业协会

2025年1月1日



协会动态

坚韧不拔 砥砺前行

——宁波文具行业协会 2024 年度工作总结

2024 年，百年变局加速演进，世界经济复苏乏力，国内市场消费降级，全国文具行业产能过剩、量价背离，生产经营持续承压。宁波文具行业协会在市区两级政府部门指导下、协会理事会领导下、全体会员企业努力下，牢牢贯彻新发展理念，始终坚持稳中求进、以进促稳，以创新引领力、新质生产力、产业协同力、品质提升力和协会凝聚力等“五力协同”，助力宁波文具产业开拓市场、逆势行稳。

据统计数据预测，2024 年全行业规模以上企业工业总产值、产品销售收入两项主要指标下滑，但出口交货值、利税总额和利润总额等 3 项主要指标则同比增长，为全市消费品行业稳中求进作出了一定贡献。

全年主要工作如下：

一、聚焦党建引领，提高思想认识

协会（和丰联合第一党支部）本着“党建带会建、会建促党建”原则，发布了“联动领航”党建联建服务品牌，建成了明楼街道行业协会商会党群驿站示范窗口。立足“学”，充分利用“三会一课”、主题党日、知识竞赛等形式，组织党员集中学、引导党员自我学、带领秘书处成员定期学，开展党纪学习教育和政治时事学习；开好“会”，按时召开党员大会、组织生活会等；积极“做”，组织党员开展多次公益志愿服务活动；

用心“工”，按规定开展锋领考评、讨论党员发展、按月收缴党费等工作；上足“课”，每月组织上党课。全年举办活动 25 次，参加上级党委活动 10 次，形成学习日志 20 余篇。

二、聚焦服务企业，助企砥砺前行

协会始终牢记服务企业使命，持续创新服务方法、丰富服务内容、提高服务质量。

1. 走访企业“听心声”。协会通过“科技专家进千企、专家问诊、暖春行动、全国科技工作者日”等活动，全年实地走访服务企业 80 余家次，线上线下解决企业提出的个性化需求。同时注重行业调研、反映行业诉求，向各级部门编制上报《RCEP落地两周年对外贸企业的影响及建议》等调研报告 10 余份。

2. 服务发展“零距离”。协会举办了宁波文具产业“三化”战略论坛、全球文具商协会商链市场品牌出海活动、赴山东、安徽、四川、浙江和东南亚考察交流等活动 40 余场。

3. 传统活动“心连心”。协会发扬优良传统，举办了五届二次会员大会暨 2024 年新春联谊答谢晚会（感恩日）、2024 年“联络员活动日”暨红色研学之旅、2024 年“企业家健康日”体检活动，开展了“会员服务日”工作。协会坚持规范办会，召开了五届



六次、七次理事会会议、五届五次监事会会议等，加强交流互动，增强会员凝聚力。

4. 助企纾困“激活力”。9月，在市经信局指导下，协会与宁波市玩具和婴童用品行业协会共同争取了100万元宁波市优品消费活动项下文体、玩具消费券额度，组织发动了符合条件的得力集团、天虹集团等企业参加活动，撬动了消费效应3.54倍，打造了宁波文具行业消费展示窗、潮流风向标，提高了宁波文具品牌影响力，受到企业和消费者多方好评。12月，组织发动企业申报2025年消费品以旧换新活动，助企用好政策红利拓展市场。

三、聚焦产业协作，创新驱动发展

1. 产业协同创新。协会发挥18个服务平台作用，促进四链融合，做大做强产业集群。依托龙头骨干带动，助力大中小企业协作发展，强化上下游衔接的产业链体系；带动企业与高校、科研院等广泛合作，促进产业链与创新链融合，向高技术、高价值环节攀升。例如，协会参加宁波城市职业技术学院《智能办公软硬件跨平台移植关键技术及产业应用》项目攻关，得力集团发布东方文彩和墨青言两大品牌，广博集团与中科院宁波材料所联合开发纳米硅，贝发集团构建全球品牌供应链中心，康大集团建设“中国流行色协会儿童色彩研发基地”，美博集团荣获“国际人才创业创新俱乐部”，创源文化建设数字文化产业园等。

2. 保护知识产权。协会依托宁波市品牌

指导服务站、宁波文具行业商业秘密保护联盟、浙江省商业秘密保护示范指导站等开展行业知识产权保护工作，协会官网公布更新商标信息333条、专利信息193条。重点发布了《文具企业商业秘密保护规范》团体标准，举办4场商业秘密等知识产权保护培训会，共筑公平竞争、合作共赢的产业生态。

四、聚焦内外合作，开拓市场商机

1. 主动出击参展观展。协会承办了第21届宁波国际文具展，1610余家展商展出数十万款展品，入场专业买家人数超过29640人，彰显了强大的专业展会号召力。同时，协会发布展会资讯，组团参展、观展第十届临沂文具博览会、第二届西北文化用品暨办公用品展览会、沙巴-中国博览会等境内外文具展会近10次，主动出击开拓国内国际市场，抢抓商机。

2. 亚太联盟加强互动。协会发挥亚太文具协会联盟常设秘书处作用，在宁波文具展期间举办联盟碰头会、产业链对接交流会；在西安协助做好亚太文具协会联盟十五届三次主席团会议、联盟十五届一次联席会议会务工作，拜访马来西亚文具书业联合总会、泰国文具办公仪器公会，组织联盟成员代表参观展会、考察境内外市场，助力企业境外投资和市场开拓，有效应对中美贸易摩擦。

3. 集聚资源借力发展。一年来，协会与明楼街道商会党委、浙大宁波理工学院设计学院和商学院、宁波城市职业技术学院、中

欧消费品安全提升项目专家组、和丰科技创新发展研究院、墨西哥长江国际商会等数十家单位交流合作，进一步整合资源、优势互补，为企业发展赋能。

五、聚焦标准引领，激发新质动能

协会发挥“宁波文具产业标准联盟”作用，以标准化驱动新质生产力发展。

1. 着力加强团体标准建设。协会制定和推广实施的《电动橡皮擦》团体标准高分通过项目验收；调研起草了《丙烯马克笔》团体标准草案；按照国家标准委《团体标准组织综合绩效评价指标体系》要求完成自我评价，保留团体标准制定工作资质。

2. 承担市标准国际化试点工作。协会成功申报 2024 年度市级标准化试点示范项目，推动亚太文具协会联盟学生文具标准工作，翻译推广协会制定的团体标准手册，培养宁波文具行业国际化标准人才。

3. 积极参与国标、行标制修订。协会专家作为全国文标委委员参与了数十个标准的审查工作，带动会员企业的标准专家积极参与国家标准、行业标准制修订，制定企业标准，提升宁波文具话语权和影响力。

六、聚焦品牌培育，增强竞争实力

1. 品牌与实力同步增长。2024 年宁波文具企业更加注重品牌形象，聚焦产品优化深耕细作，明确差异化策略，强化宣传手段，在线下、电商和荣誉、获奖等全面开花。据不完全统计，协会会员企业获得各项荣誉 100 余项以上，参与市级以上宣传活动超百

次。

2. 助力儿童友好城市建设。在贝发、康大等儿童友好示范企业和天虹等爱心企业的支持下，协会组织举办了“关注文具安全助力儿童友好 激发消费活力”鄞州区青少年消费维权系列活动、宁波儿童友好企业之旅走进中国制笔城贝发集团等活动，组织企业参加了世界儿童日“小宁奇妙快闪乐园”活动、捐赠宁波慈善商店等，协会被授予“明楼街道儿童友好产业联盟单位”。

3. 挖掘培育“浙江制造”标准。协会组织行业标准专家走访企业，挖掘培育潜力、研究申报优势、体现创新水平，力争更多宁波文具产品申报浙江制造。

七、聚焦强化预警，护航产业发展

1. 发布预警信息。协会以“对外贸易预警点、经贸预警点、涉外商事法律服务工作站”等平台为抓手，网站和公众号每日推送最新预警通报和各类分析报告，每月发布《预警专刊》，帮助企业做好识别防范。向相关部门上报《出口统计分析报告》《综合性预警分析报告》各 4 期，应邀调研报送《关于做大培强宁波文具行业外贸龙头企业的报告》等材料 4 份，强化预警服务，反映行业情况，争取政策支持。

2. 应对贸易摩擦。在市商务局、贸促会等部门指导下，协会积极配合做好美国纸盘双反调查、墨西哥铅笔反倾销第二次日落复审调查等近十次排查和应对工作。组织企业参加相关部门举办的美国纸盘“双反”调查



应诉会等，组织开展外贸形势调研问卷、企业海外专利风险合规排查等，帮助外贸企业增强贸易摩擦风险识别和应对能力。

八、聚焦政府助手，积极建言献策

1. 积极建言献策。协会迎接各级政府部门和国家级协会莅临协会调研指导 10 余次，受邀参加了国家《行业协会商会法》立法调研座谈会、《宁波市会展业促进条例》立法调研会等会议，协助调研上报了《关于高新产业园区向全市文具等传统优势产业开放的建议》等市两会提案，积极履行行业协会职责，为助企纾困、行业发展建言献策。

2. 承担服务项目。协会承担并实施完成了市经信局、市民政局等各级政府部门的《宁波文具行业产业链、供应链和销售链三链协同建设》等 10 余个政府购买服务项目，履行好政府助手、行业推手、企业帮手职责。

九、聚焦对口协作，参与公益慈善

协会按照市经信局、市民政局、市发改委、两新党委等政府部门要求，组织得力、赛龙、爱文易成、兆生、五云、穿越时空、樱树、奥鑫、新思格、荣华、晓逸等企业捐赠 34.14 万元爱心文具给凉山州数千名困难学子；组织穿越时空、樱树等企业向宁波

市特殊教育中心学校捐赠 2 万多元爱心文具；组织康大、赛龙、兆生、秀比斯壮、辅乐德、海雯等企业捐赠文具助力“社会组织党员公益日”活动；组织贝发等企业捐赠文具助力明楼街道建设“共富工坊”……此外，得力、广博、康大、美博等企业还通过自身渠道积极承担社会责任，大力弘扬企业爱心。

十、聚焦行业资讯，强化行业宣传

信息宣传工作是协会对外工作的重点，协会充分发挥产业信息交互平台作用，共发布行业资讯、政策法规等信息 2400 余条，其中协会动态 155 条、企业新闻 142 条、行业资讯 673 条、会员动态 187 条、展会信息 40 条、预警信息 240 条、通知公告 74 条、文具科普知识 20 条、工作周报 47 期。

回望 2024 协会取得了一定的工作成效，主要得益于各级政府部门帮助指导、协会理事会正确领导、会员企业大力支持，在此表示诚挚感谢！

宁波文具行业协会

2024 年 12 月 31 日

携手共进 同心致远

——宁波文具行业协会 2025 年工作要点

序号	重点任务	工作要点	具体措施	时间安排
1	注重政治引领	加强深学笃行	1. 深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神等，认真贯彻落实中央和省委、市委系列部署要求，统一思想。	全年
2			2. 建设五星级党支部，落实“三会一课”、组织生活会、锋领考评等制度，开展支部特色主题党日活动，发挥党员先锋模范作用。	全年
3		以党建带会建	发挥“联动领航”党建品牌作用，举办红色互动、支部进企业等活动，加强协会党支部与企业党支部联动，推动党建与业务深度融合、双向推进。	全年
4	注重会员服务	加强走访调研	定期走访企业，倾听呼声、需求调研、宣贯政策、科技服务等，确保会员走访率超 70%。	全年
5		及时宣贯政策	及时推送宣贯各级政策助企纾困政策，帮助企业用足用活政府帮扶政策。	全年
6		加强会员建设	1. 坚持精准服务，增强协会吸引力。	全年
7			2. 坚持发展会员，补充新鲜血液。	全年
8			3. 坚持收缴会费，保持持续发展，收缴率达 70%及以上。	全年
9	加强运行分析	加强运行分析	1. 每季度定期调研会员企业经济运行情况。	每季度
10			2. 每季定期调研编报《宁波文具行业经济运行统计分析报告》。	每季度
11	注重行业发展	建设集群品牌	建设服务“中国文具之都”产业集群。	10月前
12		注重建言献策	1. 围绕行业发展痛点难点堵点，调研编制报告，反映行业呼声、诉求、建议。	全年
13			2. 根据市经信局等部门要求，参加或组织企业参加座谈会，为政府科学决策、精准施策建言献策。	全年
14		承接政府项目	围绕行业发展和企业实际，承接实施政府购买服务项目，助力行业新质生产力发展。	1-11月
15		汇集社会资源	以赋能企业发展为导向，加强与社会各界战略合作，汇聚社会资源，助推行业发展。	全年
16		强化人才支撑	1. 充实优化数字化、文创化、标准化和品牌化专家库，强化平台人才支撑。	全年
17			2. 发挥菁英联盟作用，组织两次企业管理沙龙活动。	全年
18			3. 发挥校企合作工作站作用，为高校毕业生搭建就业平台，为企业搭建人才和技术合作平台。	全年
19		协同发展	1. 举办产业链对接活动，助力龙头企业产业链、供应链建设，	3月



20	注重 拓链 强链	延链	引导中小企业融入龙头企业产业链、供应链，携手共赢。	2-8月
21			2. 召开行业交流会、研讨会等，加强交流合作，实现资源共享、优势互补和互利共赢。	
22			3. 加强与高等院校、设计机构、第三方服务机构对接合作，提高产业链新品开发水平，增加竞争实力。	
23		产销联动 拓链	1. 承办 2025 宁波国际文具展，组织举办同期活动。	3月
24			2. 组织企业外出考察交流，组团赴境内外参展、观展。	全年
25			3. 举办亚太文具协会联盟活动，拓展企业外贸渠道。	上半年
26			4. 举办产销对接活动或服务，协助企业举办年度（季度）采购商大会，加强供应链建设。	全年
27	创新发展 强链	1. 推进跨界合作交流，深化聚烯烃等新材料、再生塑料开发应用，助企降本增效。	全年	
27		2. 举办数字化、精益管理、新零售、文创设计、跨界融合等活动。	前三季度	
28	注重 平台 建设	激发平台 动能	激发协会 18 个服务平台赋能作用，结合企业需求和相关考评要求开展服务活动，助力产业发展。	全年
29		加强院校 合作	进一步深化与城市职业技术学院、中石化新材料研究院合作，着力健全打造产学研合作机制。	全年
30	注重 数字 建设	数字化产 业	推动企业数字化改造，运用数字化生产，帮助企业申报相关部门政策补贴。	全年
31		数字化产 品	引导企业专注细分赛道，开发高端、智能、绿色、创意、时尚的办公、学习和美术用品。	全年
32		数字化营 销	举办数字化营销培训班或沙龙，助企参加跨境电商、直播电商，拓展销售渠道，建立数字化营销体系和数字化供应链管理系统。	全年
33	注重 标准 建设	制定团体 标准	1. 完成标准国际化试点项目。	10月前
34			2. 争创国家工信部百项团体标准应用示范项目。	10月前
35			3. 培育“浙江标准”团体标准，完善文具产业框架指南。	全年
36		修订国标 行标	会同市质检院、市标院和国家文教中心，发挥标准联盟作用，组织做好文具行业国家标准、行业标准制修订工作，争取推动团标转化为行标国标。	全年
37		质量品牌 提升	1. 举办质量标准品牌相关培训班，开展专家进企业活动，宣贯先进标准及质量体系，协调解决企业质量标准需求。	全年
38			2. 发挥品牌指导服务站作用。实施“千企创牌”计划，积极选树质量品牌标杆，通过标杆带动促进全市消费品企业质量提升。	全年
39	注重 外贸 预警	发布预警 信息	定期做好专利、商标库更新，编发《中国文具之都预警信息专刊》、《文具商标预警提示》。	每月
40		加强预警 分析	1. 调研编发《宁波文具行业综合性预警分析报告》、《宁波文具行业出口统计分析报告》。	每季



41			2. 监测、统计、分析、研究行业进出口情况，及时向市商务主管部门报送重要预警信息、应对贸易摩擦案例，完成交办工作。	及时	
42			3. 根据宁波市贸促会约稿，调研编发相关报告 4 篇及以上。	全年	
43		强化案件应对	1. 发挥协会“对外贸易预警点、经贸预警点、涉外商事法律服务工作站”作用，协助企业应对贸易摩擦和知识产权纠纷，做好案件应对预案、总结、评价与回顾。	全年	
44			2. 举办或组织企业参加贸易摩擦、合规排查等培训，增强风险识别控制能力。	全年	
45	注重 资讯 服务	当好企业 代言人	1. 发挥全媒体中心（协会网站、微信公众号、市经信局、市民政局等投稿平台）、群组矩阵（二群）、纸媒体（二刊二报）作用，报道企业新风貌、行业新成就、协会新亮点。	全年	
46				2. 全力争取在市经信、民政、贸促、科协等部门的资讯、案例、预警等信息工作中名列前茅。	全年
47		当好行业 守门人	发挥协会“中国文具之都”网站作用，利用“行业举报中心”保护企业权益，根据时事新闻及时发布行业自律书、倡议书、预警信息及安全生产提醒。	全年	
48	注重	对口协作	配合相关政府部门，组织实施对口协作相关工作。	1-11 月	
49	社会 责任	社会公益	组织捐赠爱心文具至四川省凉山州和宁波等地，组织系列活动，打响协会公益品牌。	9 月底 前	
50	注重 自身 建设	坚持规范 办会	1. 按期召开协会理事会会议、监事会会议等会议，规划协会发展。	全年	
51				2. 启动协会到期换届筹备工作，广听意见、集思广益、系统策划。	4-12 月
52				3. 协会秘书处坚持健全周工作例会、月绩效考核、年度总结评比、重大活动复盘反思等机制，践行精细规范管理。	全年
53				4. 履行“宁波市行业协会示范基地、宁波市社会组织阵地窗口、明楼街道行业协会商会党群驿站示范窗口”职责，与社会各界开展交流学习。	全年
54				5. 推进人才强会，培养秘书处“双证”人才，鼓励引导参加继续教育和职业技能培训。	全年
55				6. 做好 2024 年所有档案整理、归档及自查工作。	6 月前
56		赓续传统 活动	举办协会“感恩日（年会）”、“会员服务日”、联络员活动日、企业家“健康日”“运动日”等传统活动，增强协会吸引力、凝聚力。	1-11 月	

注：本计划要点将随着政府、行业和企业需要，及时调整完善。

宁波文具行业协会

2024 年 12 月 31 日



宁波文具行业协会组团赴马来西亚、泰国考察 拓展国际市场新征程

11月20日至29日，为积极响应“一带一路”倡议，探寻文具行业海外发展新机遇，宁波文具行业协会理事长许观良率队，联合温州市制笔协会，组织20余位宁波、温州两地文具企业家及标准专家，赴马来西亚沙巴州、泰国进行了为期10天的投资考察、市场拓展、标准调研等活动，深入了解马来西亚、泰国市场潜力，加强双边经贸合作与交流，进一步推动宁波文具行业的国际化进程。

一、赴马考察，拓展国际市场新征程

作为东南亚的重要枢纽，马来西亚凭借其独特的地理位置和多元文化环境，成为了中国企业走出国门的重要选择。

考察团一行在马来西亚受到了沙巴州政府部门、马来西亚文具书业联合总会的热烈欢迎与高度重视。期间，代表团与沙巴州投资局联合召开了投资交流会，考察了KKIP亚庇工业园，拜访了沙巴文具书业公会，走访了首都联合(沙)有限公司文具制造企业、友利贸易有限公司等文具批发公司、正东文具有限公司等文具市场，参加了沙巴-中国经济论坛，参观了沙巴-中国博览会，详细了解马来西亚投资环境、文具市场消费习惯、销售渠道、执行标准、竞争态势以及相关法规。

通过与当地企业面对面交流洽谈，宁波文具企业充分展示了自身的产品优势与创

新能力，多家企业与马来西亚文具企业达成了初步合作意向，涉及文具产品的进出口贸易、联合品牌推广以及在马投资意向多个领域。为未来两地文具乃至更多行业的长期稳定合作奠定了坚实基础。

许观良表示：“马来西亚作为东南亚地区重要的经济体，拥有成熟的工业园区、稳定的营商环境和便捷的港口资源，与宁波文具行业的优势互补性极强。通过此次考察，我们深刻感受到马来西亚工业园区的巨大潜力和投资机遇，也更加坚定了宁波文具企业‘走出去’的信心与决心。协会将继续发挥桥梁纽带作用，积极为企业搭建对外投资、市场拓展平台，推动更多宁波文具企业拓展海外市场，实现互利共赢发展。”

二、赴泰考察，深化中泰合作新篇章

泰国作为东南亚地区的重要经济体，近年来在制造业和国际贸易领域展现出了巨大的发展潜力。宁波文具行业一直以高品质的产品和创新的设计在国内外市场上占据着重要地位，此次赴泰国考察，正是宁波文具企业积极寻求投资机会、拓展市场空间的重要举措。

许观良、陈俊及考察团成员拜访了泰国浙江商会，并与商会会长祁晓云、执行副会长兼商务发展委员会主任邱小海等进行了深入座谈交流。三方各自通报了商(协)会发展情况，分享了当地的社会经济环境信

息，并对东南亚及泰国的投资环境进行了全面剖析。祁晓云、邱小海分别介绍了泰国政治特点、华人地位、投资政策、营商环境等。

考察团一行拜访了泰国文具办公仪器公会，三方成员交流了生产经营信息，探讨了贸易合作商机，考察了泰国文具行业执行标准。在公会陪同下，考察团还考察了泰国最大的文具零售市场 BETREND、泰国最大商场广场暹罗广场的文具专柜和樱花产品（泰国）有限公司等制造企业。

考察团一行还驱车先后赴春武里府、罗勇府等城市，现场详细考察泰国温商产业园、甬泰丰工业园地形地貌、八通一平、生产配套等投资环境；举办了甬泰丰工业园泰中（宁波、温州）双边企业对接交流会，与园区投资企业、泰国律师事务所探讨交流了投资建厂申报条件、审批流程、选址因素和成本要素；研讨考察了工业园区和长祺发展（泰国）有限公司等园区中资企业。

考察中，双方就产品研发、市场推广、标准应用、贸易合作和投资建厂方面进行了深入探讨，达成了初步合作。

泰国稳定的社会结构、完善的基础设施、丰富的用工资源、优惠的税收政策以及相应的建设成本要素，对宁波文具企业投资建厂具有一定吸引力。同时，考察团发现，随着泰国经济的不断发展和教育水平的提高，对文具尤其是文创文具的需求也在日益增长。宁波文具以其多样化的产品类型、精湛的制作工艺和合理的价格，在泰国市场具有较大的竞争优势。

此次考察不仅为宁波文具企业拓展东南亚市场提供了新的机遇，也为加强宁波与马来西亚、泰国之间的经贸合作搭建了桥梁。许观良表示，宁波文具行业协会将继续秉持开放合作的态度，积极寻求东南亚地区的合作伙伴，共同开创互利共赢的新局面。

协会被评为宁波市社会组织标志性阵地窗口

近日，宁波文具行业协会承担的宁波市首批社会组织标志性阵地窗口建设项目通过市民政局验收，成为 2024 年度市首批 9 个社会组织标志性阵地窗口之一，打造了具有宁波辨识度的社会组织阵地品牌，提升了协会社会影响力。

阵地窗口建设融合了协会“党建强会、精细办会、服务立会、创新兴会和文化促会‘五会’行业协会品牌”，打造了具有服务、

展示、学习、洽谈和会议等五位为一体的社会组织展示窗口，彰显了宁波社会组织风貌。

下步，协会将发挥社会组织标志性阵地窗口作用，加强与社会各界的互动和合作，进一步提升具有宁波辨识度的社会组织阵地品牌形象与影响力，为宁波社会组织规范化建设和高质量发展贡献宁波文具行业协会力量。



协会制定和推广《电动橡皮擦》团体标准项目高分通过验收

12月4日，按照《宁波市标准化试点示范项目管理办​​法》规定，宁波市市场监督管理局标准化处副处长王琪娟主持团标项目验收会，推选宁波市标准化研究院标准创新中心主任吴建港担任组长，宁波市鄞州区质量检测中心林财荣、中国兵器科学​​研究院宁波分院郭智敏等专家组成项目验收小组。

项目验收小组经实地查​​验、听取汇报、审核资料 and 质询讨论，一致认定宁波文具行业协会组织实施的“制定和推广《电动橡皮擦》团体标准”项目高分通过验收。

验收中，验收小组赴宁海现场抽查验证了宁波云峰文具有限公司和宁波天虹文具有限公司的产品研发、生产组装、技术指标、检验检测和产品包装等一系列生产检测销售环节。

验收小组在宁波天虹文具有限公司召开了项目验收会，听取了天虹文具行政管理部部长封谦、协会副秘书长闵芳的工作汇报，经查证、质询、讨论，认为项目报告完整、实施程序严谨，有经济、社会效益，可助推电动橡皮擦产品实现有标可依、高质量发展，一致同意通过验收。

会上，王琪娟充分肯定了协会牵头制定和推广实施团体标准成效，希望协会进一步加强标准推广应用、强化标准实施监督、提

高标准管理水平，重点完善产业链配套标准链，积极推进标准国际化工作，引领文具产业链优化升级。

协会副理事长俞勇锋对项目验收工作表示感谢，通过经本次项目验收，强化了标准化意识，开拓了标准化视野，提高了标准化站位。

《电动橡皮擦》团体标准是宁波文具行业协会牵头组织制定的第6个团体标准，自2023年立项以来，在宁波市市场监督管理局的帮助指导下，天虹、得力、云峰和广博等企业的大力支持下，协会本着先进性、合规性、可操作性和经济性的原则，历经2年完成了标准的制定和推广任务，有效填补了我国电动橡皮擦类新兴电动文具产品质量标准的空白，切实帮助企业有标可依、合规生产，为规范市场秩序、保障产品质量提供了有效技术支撑，标志着电动橡皮擦在标准化发展进程中迈出了重要的一步，也是协会在推动行业标准化建设方面取得的又一重要成果。

未来，宁波文具行业协会将继续关注电动橡皮擦的市场变化和发展趋势，适时对标准进行修订和完善。同时，协会还将加大对标准宣传推广力度，引导企业积极采用和执行标准，推动行业健康发展。

协会制定发布《文具企业商业秘密保护规范》团体标准

做好商业秘密保护工作，对发展新质生产力、优化营商环境、激发企业活力和创造力及推动宁波文具行业创新发展具有十分重大的意义。

为加强文具行业商业秘密保护，12月4日，协会组织制定的《文具企业商业秘密保护规范》团体标准已正式发布。

自2018年以来，宁波文具行业协会在政府部门指导支持下，组织制定和推广实施

了《电动橡皮擦》等6个团体标准，《文具企业商业秘密保护规范》团体标准是协会组织制定的第7个团体标准，更是在知识产权保护方面的第1个团体标准，可帮助企业建立科学、规范、可操作的商业秘密保护体系。

协会作为省、市两级商业秘密保护指导站，将加强标准的宣传和推广，推动标准落地实施，帮助企业在商业秘密保护方面取得实效，推动行业健康有序发展。

ICS 03.100.01
CCS A 01

T/NBWJ 07—2024

目 次

团 体 标 准

T/NBWJ 07—2024

文具企业商业秘密保护规范

Specifications of trade secret protection for stationery enterprises

2024-12-2 发布

2024-12-10 实施

宁波文具行业协会 发布

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本要求	1
4.1 管理职责	1
4.2 管理制度	2
4.3 管理人员	2
5 商业秘密保护范围	3
6 定密与解密	3
6.1 定密	3
6.2 解密	3
7 商业秘密管理	3
7.1 人员管理	3
7.2 生产经营过程管理	5
7.3 涉密区域管理	6
7.4 涉密信息管理	6
7.5 涉密载体、物品管理	7
7.6 商业秘密存证管理	8
7.7 商业秘密保护保险	8
7.8 商业秘密风险管理	8
8 商业秘密维权	8
8.1 应急处置	8
8.2 证据搜集	8
8.3 维权途径	8
9 监督检查和改进	9
附录 A (资料性) 企业商业秘密保护范围	10
附录 B (资料性) 保密协议示例	11
附录 C (资料性) 竞业限制协议示例	14



扫码查阅标准原文



广交会观察：宁波文具外贸企业“新”发展趋势

被誉为“中国第一展”的广交会，是中国外贸“晴雨表”“风向标”。根据中国轻工商会的第136届广交会第三期调查问卷显示，到会采购商，49.1%的企业与去年同期持平，20.5%的企业增长10%以上；成交订单金额，60.3%企业与去年同期持平，14.6%的企业增长10%以上。并显示俄罗斯、中亚等俄语国家采购商增多，南美、中东的采购商订单有所增加。

本期广交会文具板块展览面积3.6万平方米，展位1717个、参展企业829家，发挥了行业协同效应，促进了行业交流，创造了市场商机，提升了展览效果。

经协会跟踪调查，本次广交会宁波文具外贸发展展现出三大流行趋势：

一是向新发力，大力发挥新质生产力。宁波文具企业凭借其优质的产品和良好的声誉，在市场竞争中占据优势。在保证质量的同时，拥有市场需求的精准把握和深度挖掘，打造专属细分新款式、新造型的产品能够进一步提升海外市场占有率。

二是时尚环保，引领全球消费新潮流。展会上，绿色产品以及自主知识产权产品均比上届明显增长。为了顺应国际环保理念在时尚领域的渗透，“时尚、科技、绿色、人文”的可持续发展趋势愈发明显，从材料创新到设计创新，文具行业未来的消费市场将更重视重构型的美学风尚。

三是跨境电商，成为外贸增长新动能。据海关总署最新发布的数据显示，今年前三季度，我国跨境电商进出口1.88万亿元，

同比增长11.5%，高于同期我国外贸整体增速6.2个百分点，正成为我国品牌出海、外贸增长的新动能，文具产业需紧抓发展势能，进一步促进传统贸易业态与外贸新业态融合。

同时，本期广交会也表明宁波文具行业外贸形势严峻。

一是国际市场波动。近期，一些国家央行采取了紧缩货币政策，导致市场流动性收紧。投资者对未来经济增长的预期下调，引发了资产价格的下跌，影响了整体市场需求。

二是价格竞争激烈。文具行业由于进入门槛较低，企业数量众多，市场竞争激烈。销售利润率普遍较低，同时面临产能过剩、传统需求萎缩和企业成本增加等问题，进一步压缩了企业利润空间。

三是贸易壁垒增加。为了保护本国产业，一些国家增加了贸易壁垒，使得国际贸易成本不断攀升。这些贸易壁垒包括关税提高、“双反”调查和技术性贸易壁垒等，导致贸易量下降。

四是政治因素影响。中美政治不稳定性和政策不确定性使许多客户持观望态度，减少了订单量。

综上所述，宁波文具行业面临的外贸形势复杂多变，需要通过增强创新能力、拓展电商渠道和绿色时尚发展来应对挑战，助力新质生产力发展，以应对当前复杂多变的市场环境，扬帆出海。

协会学会服务站三年绩效考核获优秀

12月5日，根据宁波市科学技术协会《关于公布2024年度学会服务站绩效考评结果的通知》，宁波文具行业协会与中国流行色协会共建的学会服务站（中国流行色协会宁波服务站）三年绩效考核结果为优秀！仅为两家之一。

中国流行色协会宁波服务站自2021年建站以来，每年顺利通过绩效考评，这次三年考评成绩优秀，是对宁波服务站近年来在推动流行色彩普及、促进产业创新方面所做工作的高度肯定。服务站积极开展与流行色相关的讲座、研讨会、培训班、走访对

接等推广活动和项目合作，为宁波的时尚产业、文具行业等注入了流行色的创新理念，提高了相关产品市场竞争力，培育了社会人才审美水平，提升了宁波在色彩领域的影响力。

此次成绩将激励中国流行色协会宁波服务站继续发挥作用，持续为企业与国家级学会合作搭好平台，助推文具产业新质生产力发展，促进科技成果落地转化，为“科创中国”宁波、宁波“两个先行”建设作出更大贡献。

协会举办2024年“企业家健康日”体检活动

为关心和保障企业家身体健康，增强企业经营经营者健康意识，9月13日、11月25-29日，宁波文具行业协会开展了两场“企业家健康日”体检活动，得到广大会员企业积极响应。

本次“企业家健康日”活动，从筹备调研、意见征询、项目筛选到落地实施，精心挑选了鄞州与宁海两地的3家专业体检机构，简化出行安排，确保便捷检查。

早上7点前，协会秘书处工作人员到岗，全程提供陪同与指引服务，细致周到。体检现场秩序井然有序，各位企业家均准时到达，自觉地排队、登记、候检，充分体现

了宁波文具企业家素养。

两家医院不仅全面检查了企业家们的身体状况，还提供了细致周到的健康咨询服务，深受企业家好评，纷纷表示：“每年一次的体检非常及时和必要，不仅让我们了解自身状况，还提醒我们关注健康，感谢协会为我们提供的贴心服务。”

协会一直致力于提升会员企业的身体素质 and 心理健康，“企业家健康日”活动是协会持之以衡的“传统活动日”。协会将继续秉承服务会员的宗旨，关注会员企业需求，提供会员企业服务，为宁波文具行业企业家队伍健康发展贡献力量。

宁波文具行业协会

关于强化冬季安全生产管理的温馨提醒

各文具企业：

冬季为事故多发季节。为防范各类安全事故，确保冬季安全生产，保障职工健康、财产安全，宁波文具行业协会温馨提醒如下：

1. 强化安全意识，始终绷紧安全之弦。冬季室内外温差较大，减少员工长时间在室外作业，注意采取保暖措施，防止冻伤滑倒。及时组织企业全员学习安全生产知识，警钟长鸣、严守红线、敬畏生命！

2. 压实安全责任，夯实安全管理基础。企业严格按照安全第一、预防为主的安全生产原则，健全责任制度，落实主体责任，加强风险识别，健全应急预案，做到“责任到人、信息畅通、处置及时”，杜绝松懈麻痹侥幸心理，确保各项措施落地压实。

3. 做好风险识别，及时消除安全隐患。冬季天干物燥，风险加剧。企业应坚持防范在先、源头管控，聚焦安全生产事故易发高发领域，组织做好设备防冻措施，排查、处置安全隐患，从源头上消除事故隐患，严防事故发生。

4. 注意节庆安全，谨慎平安度过佳节。放假前，确保工厂总电源、水源、气源关闭，检查仓库物资存放安全和消防设施齐全有效。做好工作交接，安排专人巡逻，确保停工期间安全。

宁波文具行业协会

2024年12月16日

党建专栏

协会党支部建成明楼街道行业协会商会 党群驿站示范窗口

在明楼街道党工委的指导下，宁波文具行业协会党支部建成明楼街道行业协会商会党群驿站示范窗口，成为服务辖区行业协会、商会、企业的党建展示、党员活动、商务交流等功能的综合性阵地。

作为示范窗口，协会已迎接各级部门考察调研。10月30日，由协会副理事长、广博集团股份有限公司党委副书记、行政总裁舒跃平携秘书处团队，为市、区两组党委社会工作部、两新党组织和产业型社区党组织代表约70位嘉宾，展示了协会党支部“联

动领航”党建联建服务品牌和党建强会、精细办会、服务立会、创新兴会、文化促会“五会”行业协会品牌。11月18日，鄞州区委副书记、社会工作部部长余宁等领导一行莅临指导，高度肯定了协会工作，并就如何进一步发挥党建引领作用、提升组织凝聚力、协会服务能力提升和业务拓展提出了指导意见。

协会将以建设示范窗口为抓手，进一步加强自身建设，提升服务水平，为推动社会组织高质量发展贡献更大的力量。

和丰联合第一党支部召开2024年度党员大会

12月13日，和丰联合第一党支部在协会会议室召开了2024年度党员大会暨组织生活会、锋领考评会，全体党员参加。

大会在庄严的国歌中拉开序幕。全体党员重温入党誓词，不忘初心使命。

会议审议通过了党支部2024年度工作总结、2025年主要工作计划，收缴了当月党费，公示了党费收支情况。

组织生活会上，支部书记俞勇锋报告了一年来党支部工作情况、检查了党支部建设存在的问题，全体党员通过自我剖析、相互批评，敞开心扉、说出真话、亮出问题、明确方向，达到了凝聚共识、改进提高的效果。结合党员日常表现，会上民主评议推选了俞勇锋、韩薇、袁书凝三位同志为“优秀党员”。

为进一步强化党员队伍管理，激励党员发挥先锋模范作用，会议开展了2024年度

锋领考评，最终评定俞勇锋、韩薇两位同志为2024年度“锋领党员”。

会上，俞勇锋书记上党课，领学了习近平对新时代马克思主义理论研究和建设工程作出重要指示。围绕12日全体党员线上共同学习“深入学习贯彻习近平总书记关于全面深化改革的一系列新思想、新观点、新论断和党的二十届三中全会精神”，每位党员发言分享学习感悟。并安排了会后继续学习任务，推动党员自主学习常态化，提高了党员学习活跃度、积极性。

会议使全体党员同志经历了一次思想净化和自我革新，明确了前进方向，加强了相互支持，营造了组织氛围。大家将以更加饱满的热情、更加扎实的作风，积极投身到各自单位本职工作中，大力发挥党员的先锋模范作用。



行业交流

全国文具运动器材标准化技术委员会年会、中国文教体育用品行业标准化研讨会在温州顺利召开

2024年12月5日，2024年全国文具运动器材标准化技术委员会（SAC/TC 514）年会在浙江温州召开，文运标委会委员、文具分标委会委员和观察员共70余人参加了会议。会议由文运标委会副秘书长马萍主持。

全国文具运动器材标委会副主任委员兼秘书长易晓俐作标委会年报，全国文具运动器材标委会副主任委员应立峰宣读标委会委员调整方案，全国文具运动器材标委会秘书处郝鹏高级工程师作标委会财务报告，全国文具运动器材标委会副秘书长马萍针对7项国家标准作复审说明，并作2025年文运领域国家标准、行业标准计划项目议案说明。会议审议通过了以上五项议案。

中国文教体育用品行业标准化培训会

中国文教体育用品行业标准化培训会下午场平行论坛——中国文教体育用品行业标准化研讨会同步在温州大学召开。来自文具、美术颜料、健身器材、护具、钓具、气枪（弹）等领域的企业代表、检测机构专家以及温州大学化学与材料工程学院教师等三十余位代表参加会议，会议围绕行业标准化建设的现状、挑战及未来发展方向展开了深入交流。文体协会张培生副理事长、宋永波秘书长等出席会议，会议由综合业务部吴智鹏主持。来自企业和院校的专家作了标准分享与交流。

与会专家呼吁，协会和标委会应更加重视方法标准的研究与制定，并积极推动相关

科研立项，为行业提供科学依据和技术支撑。陈建明主任强调，企业在重视标准化工作的同时，更应加大科技投入，通过技术创新来推动标准的完善。他指出，科技是标准化的核心驱动力，只有将科研成果转化为实际标准，才能真正助力行业的高质量发展。

张培生副理事长感谢各位专家和企业代表的积极参与。他表示，协会在标准化工作中将进一步促进产学研合作，加强检测机构之间的协作，确保标准的统一性与可执行性。

参观温州爱好笔业公司

12月6日，培训班组织学员前往温州空港经济开发区参观温州爱好笔业公司，爱好公司董事长兼总经理张恩敏、副总经理吕建桥陪同李玉中副会长和参观代表观看了模具车间、注塑车间、检测中心和加工、包装等车间，爱好笔业的漂亮厂区、现代化车间、精细生产管理现场和温馨后勤服务等给大家留下深刻的印象，获得高度好评。

此次培训除安排了以上环节，还特别为每位参与者发放了标准编制专业书籍和培训考试试卷，使大家在学习上更加深入扎实。

协会将围绕行业标准化工作要求、企业生产经营发展需求、行业标准化工作人员诉求，认真贯彻落实五部委《标准化人才培养专项行动计划》，深化标准化人才培养培训服务，积极依托行业标准化专家库、企业、



院校、检测机构等各方资源，建立优势互补、资源共享的标准化人才培养培训机制，培养标准化科研、管理、应用和国际标准化多层

次人才，夯实行业标准化工作的人才基础。
(节选自公众号：中国文教体育用品协会)

中国制笔行业十强企业高峰论坛在上海召开

2024年11月26日，由中国制笔协会主办、上海英雄(集团)有限公司承办，以“守正创新 行稳致远”为主题的“中国制笔行业十强企业高峰论坛”在上海中环国际酒店成功召开。工业和信息化部消费品工业司原二级巡视员谢立安，中国制笔协会理事长杨承杰、顾问王淑琴、副理事长兼秘书长任秀英、副秘书长冯兆雪、中国制笔十强企业家和部分特邀代表出席了会议。行业龙头企业汇聚上海，研讨我国制笔行业现状，分析研究行业发展趋势，分享先进经验，探讨行业突围良策，为我国制笔行业高质量发展献策献力。

中国制笔协会理事长杨承杰主持上午会议，分析了当前国际国内政治经济形势，提出了会议要达到的目的。

上海英雄(集团)有限公司董事长李立力致欢迎词，热烈欢迎各位领导和企业家的到来。

工业和信息化部消费品工业司原二级巡视员谢立安先生作报告，他从信息工业化，品牌战略、产业转移三个方面做了分享，指导企业创新发展，在新形势下，适应国内和国际的发展，增强企业核心竞争力，做到中国制笔行业可持续发展；

上海晨光文具股份有限公司总裁陈湖雄作“坚持长期主义，让品牌穿越周期”报告；上海英雄(集团)有限公司党委书记、董事长李立力作“传承+创新”，英雄焕新之路报告；

贝发集团股份有限公司董事长邱智铭先生作“代破认知 品类创新破内卷”报告，邱董事长通过百年不遇新经济时代，百年未有之大变局、未来挑战立业发展四大差别以、破局企业发展三大思考方向及贝发战略发展路径五个方面做了分享，介绍国际市场情况，消费需求，品牌培育，差异化发展，科技结合，绿色环保等相关情况，同时邱董事长说贝发将延续着一只笔，一条链，一个平台的发展路径。

下午会议为代表交流讨论，由协会副理事长兼秘书长任秀英主持。

会议围绕以下四个议题进行交流讨论：1、面对新出生人口大幅下降的现实，如何做好制笔行业的国内大循环？2、面对美国很有可能大幅增加关税，如何保持我国笔类出口的稳定增长？3、根据网络数据，我国贫困和相对贫困的人群达到7.21亿人，占比51.2%。如何在这部分人群中普及使用优质笔？4、我国制笔生产能力闲置率达到40%左右，如何消化过剩产能？

交流讨论中，大家各抒己见，分析国内外形势，纷纷建言献策，大家一致认为面对当前复杂的经济形势，企业要改变自己，主动适应市场，创新发展，技术升级，



走差异化之路，做好产品，做好服务，呼吁良性竞争，优化市场环境，虽然形势很严峻，但是大家有信心也有能力应对困境，未来制笔行业还会持续向好发展。

会议还讨论了中国制笔行业“十五五”发展规划纲要。

中国制笔协会理事长杨承杰作了讲话，他说大家分析了国内外经济形势和遇到的问题及挑战，对制笔行业未来发展路径提出了各自的见解和解决问题的建议，协会将认真整理并积极寻求解决方案，为行业做更多有实效落地的服务。

副理事长兼秘书长任秀英对会议做

了总结发言，会议围绕主题分享和交流探讨，完成了会议议程，并对各位的分享做了一一点评，肯定了各龙头企业为行业发展做出的贡献，感谢大家出席会议，积极建言献策，会议达到预期效果。

通过本次行业龙头企业将持续发挥引领行业转型升级发展，扛起龙头企业勇挑大梁责任担当，继续携手并进，新发展格局下，科技引领，数字化赋能，创新产品，优化服务，关注终端消费者需求，差异化发展，以新质生产力推动行业高质量发展，真正做到守正创新，行稳致远。

（节选自公众号：中国制笔协会）

2025 宁波国际文具展 3 月 19 日开展，免费登记全面开启

宁波国际文具展，是一年一度的全球文具业界盛事，已连续成功举办 21 届，参展规模连续多年稳居全球文具行业展览会首位，展品覆盖办公、学习、艺术、生活四大领域，是文具行业重要的集展示、交流、贸易和创新服务于一体化的国际化商展平台。

时间定格。2025 年 3 月 19-21 日，阳春三月，正是全球进出口商、大型渠道商、品牌文具 OEM 部门暑期学讯采购的最佳时节。

地点锁定。宁波国际会展中心 1-8 号馆八馆全开，并增加户外展馆，更首次启用一号馆二楼，展会规模扩容至 6 万平方米。

亮点纷呈。大牌展商，新品如云：预计将有 1700 家展商，将携最新产品和技术齐聚一堂，展品涵盖书写工具、办公用

品、纸品本册、美术画材、学习及教学、办公生活、设备及配件、文创及授权、益智及 DIY、礼品杂货等十大板块，覆盖文具全产业链，无论你是专业采购商，还是文具加工厂家，都能在这里找到心仪的那一款。

好评如潮。上届展会首次推出「美术画材、益智玩具特色展区」，聚焦美术画材、益智玩具类产品，获得参展商及专业观众的一致好评。本届展会将延续并优化该特色展区，并对其扩大招新，致力于提供更加丰富多元、高品质的展示内容与互动体验。

精准对接。展会仅对专业观众开放，预计吸引 40000 位来自全球的文具礼品行业渠道巨头、境外买家、境外采购团、外贸公司、头部文具办公用品企业、电商公司、国内大型零售商采购员、文具商协

会等观众买家,为参展商提供直面市场前沿需求、洞悉行业发展趋势的契机,促进业界深度合作与资源共享。

商机无限。作为国际化的全球文具行业盛会,2025 宁波国际文具展将吸引众多进出口商、境外采购办、跨境电商人员参与,依托宁波强大的外贸背景与地理优势,搭建起一座连接全球文具市场的桥梁,让参展企业的文具产品走向世界,推动文具产业的国际化进程。

立即行动。

方法一:扫描下方二维码,进行观众预登记,即可享VIP服务。



2025 年 3 月 18 日 24:00 前完成预登记免费参观。(现场登记参观需收费 50 元/人)

方法二:关注宁波文具展微信公众号,点击右下角:“参观登记”→“注册参观”,点击“立即登记参观”,注册完成后可刷身份证入场,也可点击“提取确认函”,获取二维码后扫码入场。

方法三:访问宁波国际文具展线上展贸平台<https://antway.cn/>,点击“参观登记”→“立即登记参观”,即可完成登记。

完成登记后,可通过“已预约/系统匹配”查看系统根据登记信息智能匹配的展商,也可点击“更多展商”,查找心仪的参展商,了解企业信息及展品介绍。(节选自公众号:宁波文具展)

2025 年文具相关展会一览(部分)

序号	展会名称	展会时间	境内 境外	专业展、 综合展	举办地点	展会范围
1	香港文具展览会 Stationery	2025 年 01 月 06 日~01 月 09 日	境内	专业展	香港会展中心	办公用品,文具
2	印度孟买文具及办公用品展览会 Paperworld India	2025 年 01 月 23 日~01 月 25 日	境外	专业展	孟买展览中心	办公用品,文具
3	德国法兰克福办公用品文具展览会 Paperworld	2025 年 02 月 07 日~02 月 10 日	境外	专业展	法兰克福会展中心	办公用品,文具
4	俄罗斯莫斯科文具及办公设备展览会 Skrepka Expo	2025 年 02 月 11 日~02 月 13 日	境外	专业展	莫斯科克洛库斯国际会议中心	办公用品,文具
5	土耳其伊斯坦布尔文具及办公用品展览会 Stationery Office	2025 年 02 月 19 日~02 月 22 日	境外	专业展	土耳其 - 伊斯坦布尔	办公用品,文具
6	新加坡国际文具与办	2025 年 3 月	境外	专业展	新加坡城	办公用品,文具



	公用品展览会					
7	北京国际礼品赠品及家庭用品展览会	2025年03月20日~03月22日	境内	专业展	中国国际展览中心(朝阳馆)	礼品家用消费品, 百货玩具
8	2024 宁波国际文具展	2024年03月19日-03月21日	境内	专业展	宁波国际会展中心 1-8 号馆	办公用品, 文具
9	中国进出口商品交易会 (广交会)	第一期(4月15~19日) 第二期(4月23~27日) 第三期(5月1~5日)	境内	综合展	广州广交会展馆	第一期: 电子及家电、照明、车辆及配件、机械、五金工具、建材、化工产品、新能源 第二期: 日用消费品、礼品、家居装饰品 第三期: 纺织服装、鞋、办公箱包及休闲用品、医药及医疗保健、食品
10	中国(深圳)国际礼品及家居用品展览会	2025年04月25日~04月28日	境内	综合展	深圳国际会展中心(宝安新馆)	礼品家用消费品, 百货
11	2025 中国制笔及文具博览会	2025年4月9日~11日	境内	专业展	杭州国际博览中心	各类成品笔、制笔行业零部件、机械设备、原材料等
12	中国文化用品商品交易会 CSF	2025年06月11日~06月13日	境内	专业展	上海新国家博览中心	办公用品
13	中国(成都)礼品及家居用品展览会	2025年06月19日~06月20日	境内	综合展	成都世纪城新国际会展中心	礼品家用消费品, 百货
14	日本文具办公用品展览会 ISOT	2025年07月02日~07月04日	境外	专业展	日本 - 东京	办公用品, 文具
15	巴西圣保罗国际文具、办公用品及电脑产品展览会	2024年08月03日~08月06日	境外	专业展	巴西 - 圣保罗	办公用品, 文具
16	美国纽约礼品及家庭用品展览会	2025年02月02日~02月04日 2025年08月03日~08月05日	境外	综合展	美国 - 贾维茨会展中心	礼品家用消费品, 百货
17	阿联酋迪拜文具及办公用品展览会 Paperworld	2025年11月11日~11月13日	境外	专业展	阿联酋 - 迪拜	办公用品, 文具
18	中国(上海)文具及办公用品展览会	2025年11月15日~11月17日	境内	专业展	上海世博展览馆	办公用品, 文具
19	中国义乌文化用品秋季展览会	11月8~10日	境内	专业展	浙江义乌国际博览中心	办公用品

行业预警

新西兰发布涂料中的铅限量要求

2024年8月19日，新西兰环境保护局提议通过修改以下产品相关标准来降低油漆中铅限量要求：表面涂层和着色剂；气溶胶；防腐剂；图形材料。

以下是新标准的重点内容：

1. 铅含量限制大幅收紧：所有表面涂料和着色剂组标准、气溶胶组标准覆盖的涂料，铅杂质含量不得超过90ppm。

2. 防锈漆铅含量达标：使用缓蚀剂组标准的防锈漆，铅杂质限值同样不得超过90ppm。

3. 进口商和制造商需提供合规证明：必须具备符合铅限值的测试结果（或其他证据）。

4. 玩具和婴儿床上油漆安全升级：必须符合EN71-3:2019+A1:2021标准，不符合要求的产品需在标签上明确提示“不适合在儿

童玩具或婴儿床上使用”。

5. 艺术材料纳入监管：所有销售给儿童的艺术材料，仅包括在图形材料组标准范围内。

6. 材料达标要求提高：使用图形材料组标准的艺术材料，需满足EN71-3:2019+A1:2021标准中较低的元素迁移水平。

7. 材料组标准简化：取消可触及元素通知要求（2024年9月19日生效）。

重要时间节点提醒：

2025年3月1日：不再允许进口或制造不符合经修订的集团标准的产品或物质。已在国内的产品仍可出售或使用。

2025年9月1日：所有不符合新规的存货必须进行处理。（来源：tbtguide）

欧盟发布玩具安全新标准

2024年11月，欧洲标准化委员会(CEN)正式发布了新的玩具安全标准EN71-13:2021+A2:2024，专门针对嗅觉桌游、化妆品套件以及品味游戏的安全进行了规范。

新标准详细规定了玩具中可使用的物质和混合物的要求，特别关注以下几方面：

1. 对于嗅觉棋盘游戏、化妆品套装、味觉游戏及其补充套装中的物质和混合物的使用量和浓度，确保儿童使用安全。

2. 明确禁止在玩具中使用可能对儿童

健康造成危害的过敏性香料，并对玩具的标识要求进行了规定，特别是关于过敏性香料的标识。

3. 对于产品内容清单、使用说明、活动中使用的设备以及高易燃液体的使用提出了具体要求。

值得注意的是，该标准不适用于作为玩偶化妆品的化妆品玩具。此外，新标准中“物质”和“混合物”的定义参考了REACH法规(EC) No. 1907/2006 和 CLP 法规 (EC) No. 1272/2008。



据悉，这项新标准已于 2024 年 11 月 20 日生效。它的实施将为消费者提供更安全的玩具选择，体现了欧盟对消费者权益保护的持续承诺；同时也将促使制造商更加注

重产品的质量和安全性。我们期待着这一标准的实施能够为孩子们创造一个更安全的成长环境。（来源：tbtguide）

ISO 发布《玩具安全：年龄确定指南-适合玩玩具的第一个年龄等级》

2024 年 9 月 30 日，国际标准化组织（ISO）发布《玩具安全：年龄确定指南 - 适合玩玩具的第一个年龄等级》（ISO/TR 8124 - 8:2024）。

该指南明确了儿童开始玩特定玩具的最低年龄，可为玩具制造商和相关评估机构评估玩具是否符合安全标准。该文件的使用

者范围包括分销商、参与儿童游戏的机构和组织、儿科机构、教师、在日常活动中使用玩具的其他专业人员以及消费者等。

指南仅涉及年龄分级；具体安全要求（例如，由于窒息危险，限制某些年龄组的玩具中存在小零件和小球）见 ISO 8124 系列玩具安全其他标准。（来源：tbtguide）

哥伦比亚对华亚克力板启动反倾销日落复审调查

2024 年 10 月 31 日，哥伦比亚贸工旅游部在官方日报发布 2024 年 10 月 30 日第 325 号公告称，应哥伦比亚企业 FORMAPLAX S. A. S. 和 METAL ACRILATO S. A. 申请，对原产于中国的亚克力板（西班牙语：láminas

de acrílico）启动反倾销第一次日落复审调查。涉案产品的哥伦比亚税号为 3920.51.00.00。案件调查期间，现行反倾销税持续有效。公告自发布于官方公报次日起生效。（来源：中国贸易救济信息网）

印度对涉华数字胶印印版作出第一次反倾销日落复审终裁

2024 年 9 月 28 日，印度商工部发布公告，对原产于或进口自中国大陆、日本、韩国、越南以及台湾地区的数字胶印印版（Digital Offset Printing Plates）作出第一次反倾销日落复审肯定性终裁，建议继续对上述国家和地区的涉案产品征收为期 5 年的反倾销税，具体如下：中国大陆为 0—0.77 美元/平方米、韩国为 0.15—0.37 美元/平方米、日本为 0.13—0.27 美元/平方

米、越南为 0.60 美元/平方米、台湾地区为 0.41 美元/平方米，征税详情见附表。用于特殊材料（例如信用卡，安全卡等）上及非纸上印刷的无水胶印 CTP 版不在本案征税范围。本案涉及印度海关编码 8442.50、3701.3000、3704.0090、3705.1000、7606.1190、7606.9190 和 7606.9290 项下的产品。（来源：Intertek 轻工产品）

知识产权专栏

宁波文具企业屡获荣誉 品牌价值持续提升（第四季度）

序号	荣誉	企业名称	
1	工信部 2024 年度绿色制造名单 绿色工厂	贝发集团股份有限公司	
2	“绿色低碳发展”入选国家级典型案例	贝发集团股份有限公司	
3	中国文教体育用品行业科技创新先进单位	得力集团有限公司	
4		广博集团股份有限公司	
5		贝发集团股份有限公司	
6		宁波康大美术画材集团股份有限公司	
7		宁波兴伟刀具科技有限公司	
8		宁波三 A 集团有限公司	
9		宁波市秀普画材有限公司	
10		中国文教体育用品行业科技创新先进个人	广博集团股份有限公司 舒跃平
11			宁波康大美术画材集团股份有限公司 朱清
12	中国文教体育用品行业标准化工作先进单位	宁波文具行业协会	
13		得力集团有限公司	
14		广博集团股份有限公司	
15		贝发集团股份有限公司	
16		宁波康大美术画材集团股份有限公司	
17		中国文教体育用品行业标准化工作先进个人	宁波文具行业协会名誉副理事长汪勇
18	国家文教用品质量监督检验中心主任 马萍		
19	贝发集团股份有限公司检测中心主任 龙水云		
20	宁波康大美术画材集团股份有限公司 工程师吴欢		

21	全国模范职工之家	贝发集团工会委员会
22	2024年制造业“大优强”培育企业 年度评价前30名	得力集团有限公司
23	2024年度宁波市市级工业设计中心 (直接认定名单)	贝发集团股份有限公司工业设计中心
24		得力集团工业设计中心
25		宁波三A集团电器有限公司 咖啡机工业设计中心
26		广博集团股份有限公司 广博文具设计中心
27		宁波创源文化发展股份有限公司 纸文化产品工业设计中心
28	宁波市2024年第2批入库科技型中小企业	宁波美乐童年玩具有限公司
29		宁波市镇海承迪文具有限公司
30	2024年第二批宁波市创新型中小企业	宁波海雯文具有限公司
31	2024年宁波“绿色直播间”	宁波咕咚创意科技有限公司 抖音“美乐童年官方旗舰店”
32	2024德国红点奖 (Red Dot Winner 2024)	宁波创源文化发展股份有限公司 手提纸袋产品设计
33	“宁波老字号”荣誉资质认定	宁波康大美术画材集团股份有限公司
34	能源管理体系认证	康大美术画材集团
35	QTL认可资质	宁波赛龙测试实验室
(仅收集汇总第四季度以来部分荣誉信息,内容不分先后,如有遗漏还请见谅!)		

商业秘密的“价值性”如何认定？

一、案例简述

A公司是一家房地产公司，对某省的房地产市场做了大量调查研究。A公司与某县政府签订了《开发项目协议书》，为尽快启动项目，A公司在报纸刊登广告寻找合作伙伴。B公司的法人吴某看到广告后与A公司电话联系，希望A公司提供项目的详细资料来商谈合作事宜，后A公司将两份《项目利

润分析报告》（下称“《报告》”）及《合作意向书》等材料发送给吴某，B公司将《合作意向书》盖章后传真给A公司。几天后，A公司发现，B公司已独自与某县政府签订了《项目开发合同》，拿下了开发项目。A公司认为，B公司通过假意磋商等不正当手段获取其商业秘密，并赚取巨额利润，造成A公司可得利益重大经济损失，该行为构成

商业秘密侵权，遂诉至法院。

法院认为，《报告》所承载的“某地区具体土地价格及利润分析情况等信息”，是A公司从海量房地产开发信息中筛选，并通过与政府磋商等特定经营活动获得，具有“非公知性”；《报告》能够为房地产企业做出投资决策提供帮助，为其带来经济利益，具有“价值性”；A公司采取在《合作意向书》中明确保密要求，并用隐去《报告》项目地点等方式保护相关信息，故《报告》具有保密性。因此《报告》应认定构成商业秘密。B公司在获知A公司商业秘密后，违反《合作意向书》中保守商业秘密的要求，构成商业秘密侵权，遂判决B公司赔偿A公司损失100万元。

二、“价值性”认定

“价值性”是商业秘密能够获得法律保护的本质属性，同时也是商业秘密权利人追求商业秘密保护的目的是。《反不正当竞争法》中对商业秘密“价值性”的描述是“具有商业价值”。此处商业价值指的是具有现实的或者潜在的商业价值，能为权利人带来商业利益或竞争优势。商业秘密的商业价值并不限于其已经实际产生的价值，还包括其可能带来的价值，既包括使用该商业秘密给权利人带来的价值增长，也包括使用该商业秘密为权利人避免的价值减损或者成本付出。本案中的《报告》能够为房地产开发企业的投资决策提供帮助，很明显对报告所有人而言具有现实的或者潜在的商业价值。

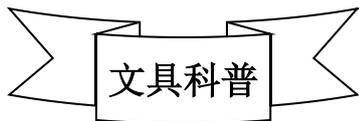
商业秘密的价值性是相对的，通常而言是对于权利人有应用价值，但并不排除一些

信息对于权利人已无应用价值，而对于其竞争对手仍然有应用价值，比如一些失败的实验数据，若被其竞争对手获得则有可能帮助其少走弯路，减少损失，因此这些信息对于竞争对手来说具有应用价值，权利人保守商业秘密能够维持竞争优势。无论是积极信息还是消极信息，只要具有维持竞争优势的意义，都可以按照商业秘密进行保护，比如在研发过程中产生的大量失败实验资料或数据也可以作为商业秘密进行保护，在《最高人民法院关于审理侵犯商业秘密民事案件适用法律若干问题的规定》中便提出对因不为公众所知悉而具有现实的或者潜在的商业价值的阶段性成果的保护。

三、工作建议

为了帮助企业更好保护商业秘密，在商业秘密侵权案件中，我们建议企业可通过如下方法予以证明商业秘密的价值性：

1. 该信息是否给权利人带来经济收益；
2. 该信息是否对权利人生产经营产生重大影响；
3. 权利人为了获得该信息，是否付出了相应的价款、研发成本或者经营成本以及其他物质投入；
4. 涉嫌侵权人是否以不正当手段获取或者试图获取权利人的商业秘密；
5. 其他能证明该信息能为权利人带来商业利益或竞争优势的情形。（来源公众号：商业秘密保护站）



做好产品碳足迹标识认证，有何重要性？

产品碳足迹标识认证是用以证明产品在其生命周期过程中，产品碳足迹量化结果及产品一致性符合认证要求，并能够实现持续的自主温室气体减排和/或清除增加的产品碳标识认证制度。企业是进行产品碳足迹标识认证的主要力量开展产品碳足迹标识认证有着多方面的驱动力。

开展产品碳足迹标识认证有助于企业更好地适应温室气体减排政策要求。在全球“碳中和”背景下，各国政府纷纷出台一系列限制温室气体排放与减排政策，产品碳足迹量化与认证已逐渐纳入社会自治组织或监管考量。如欧盟最新颁布的《电池与废电池法》对投入欧盟市场的各类电池提出了产品碳足迹量化与认证的要求，美国、英国、日本等十多个国家/地区也已建立并实施了产品碳足迹标识制度。开展产品碳足迹标识认证有助于企业更好地满足产业链绿色转型需要。当前，越来越多的跨国公司将在产品碳足迹量化与认证要求纳入可持续供应链管理要求。如宝马宣布到2030年单车全生命周期碳排放较2019年降低40%，据此对原材料采购、部件生产乃至回收环节提出了要求。开展产品碳足迹标识认证，有助于企业按照统一的标准进行产品碳足迹量化，指导企业持续实现自主温室气体减排和/或清除增加，助力产业链上下游加速实现绿色低碳转型。开展产品碳足迹标识认证有助于企业更好地提升产品附加值与市场竞争力。产

品碳足迹标识认证能够通过清晰直观地披露产品的碳排放数据，帮助消费者准确认知产品的低碳属性，积极引导绿色低碳消费，提升产品附加值。另外，产品碳足迹标识认证能够助力绿色金融、碳普惠、绿色消费等政策工具更好发挥作用，实现更为精准有效的金融支持和政策激励，提升企业的市场竞争力。

从国家层面看，在中国，加快产品碳标识认证制度建设已上升到国家战略高度。

《2030年前碳达峰行动方案》中提出鼓励采用认证手段提升节能管理水平，完善绿色低碳技术和产品检测、评估、认证体系等一系列重点任务。2023年10月，国家市场监督管理总局发布《关于统筹运用质量认证服务碳达峰碳中和工作的实施意见》，提出在产品层面有序建立国家统一推行的产品碳标识认证制度，统一制定认证目录、认证实施规则和认证标识。2023年11月，国家发展改革委等5部门发布《关于加快建立产品碳足迹管理体系的意见》，提出在制定产品碳足迹核算规则 and 标准、建立相关背景数据库的基础上，国家层面建立统一规范的产品碳标识认证制度。预计到2025年，中国将建立实施统一的产品碳足迹标识认证制度，并在生产、消费、贸易、金融等领域广泛应用，若干重点产品碳足迹核算规则、标准与产品碳标识认证实现国际互认。（来源：国际商报）

企业风采

得力集团亮相第二十九届联合国气候变化大会（COP29）

11月11日至22日，《联合国气候变化框架公约》第二十九次缔约方大会（COP29）在阿塞拜疆首都巴库举办，来自约200个《公约》缔约方国家代表及各界气候领域专家齐聚阿塞拜疆，携手应对气候变化挑战。

会议期间，《2024“美丽中国，我是行动者”企业气候行动案例集》新闻发布会在COP29的“中国角”举行，得力作为文创行业唯一一个入选该案例集的企业亮相。

得力集团“赋能绿色未来：得力集团的数字碳核算与可持续供应链转型”项目入选《2024“美丽中国，我是行动者”企业气候行动案例集》，并在COP29成功发布，展示了中国企业在生态文明建设中的积极角色和创新实践。得力作为行业唯一一个入选“中国企业优秀案例”，在现场进行国际交流，赢得了与会嘉宾的关注和点赞，向世界分享中国的减碳经验和实践。

绿色、创新始终贯穿得力发展的每一步。得力坚定推进绿色低碳转型，通过引入尖端数字化工具和实施自上而下的管理架构，在旗下10余家核心工厂、仓储基地建立了50多个关键碳排放监测点，收集并分析了超过100条数据记录，实现了对核心业务的范围一、二、三的全面盘查。

此外，为了快速响应市场变化与内部管理需求，得力突破了传统年度碳排放统计的局限，借助先进的数字化工具，将统计周期

缩短至季度，使得集团能够更及时地发现碳排放问题和改善机会。截至2024年11月，得力在旗下核心工厂挖掘出近100个改善项目，通过各种改善项目和光伏利用，减碳5000余吨，显著体现了碳核算的意义，实现了减碳降耗增效的效果，充分展示了数字化技术在节能减排中的巨大潜力。

美好产品，绿色创新，持续提升绿色制造水平，提高生产流程能效和原辅料的可持续性。原材料来自消费后再循环材料的PCR系列、来自生物友好型资源的生物基（Bio-Based）系列、来自建筑或废弃木材经FSC认证的木材系列，引领行业向更环保、更安全、更可持续的方向转型，为客户提供更多绿色消费选择。

以人为本，向善而行。得力集团将“责任”写入企业价值观。多年来，坚持履行社会责任，积极支持国家脱贫攻坚、教育奖助、孤老关爱、乡村振兴以及社会应急基础建设等工作。此外，得力荣获了“全国慈善爱心企业”“浙江省慈善奖”“浙江省大爱浙商抗疫英雄”“宁波市无偿献血爱心单位”等诸多荣誉。

构建美好家园，共筑绿色未来。得力集团将继续秉持可持续发展理念，积极参与全球气候治理，加强与全球伙伴的合作与交流，与大家一同，共建零碳中国，向着“成为一家值得信赖且受人尊敬的企业”的愿景稳步迈进！（来源官网：Deli）



广博集团再次扬帆越南，全新工业园蓄势起航

10月11日，广博集团与黄福龙公司在位于越南北宁的广博集团（越南）新工业园举行了签约仪式，这标志着集团公司在全球化战略上再一次迈出了坚实的一步。

自2019年设立广博（越南）实业有限公司以来，集团公司充分利用越南当地丰富的资源和良好的投资环境，生产规模逐年稳步扩大。通过海外生产基地建设不仅提升了公司的生产效率，还有效增强了广博集团在国际市场上的核心竞争能力，为更好地满足公司业务快速发展需求，广博集团决定加大在越南的投资力度，在越南北宁建设新的

生产基地。

签约过程中，双方进行了亲切沟通与交谈。公司对越南北宁工业园区所处的地理环境、交通条件、投资支持等表示认可，认为这里将是广博未来发展的重要基地，也是实现业务持续增长的重要保障。

新工业区建设将按照国际标准进行，确保生产环境、设备和技术均达到先进水平，不断提升自身的核心竞争力，为客户提供更加优质的产品和服务，助力广博集团在全球市场上取得更高的成就。（来源官网：广博股份）

贝发集团“绿色低碳发展”入选国家级典型案例

顺应绿色低碳发展趋势，可持续性和环保成为消费者和企业文具采购决策的重要因素。近日，贝发集团“绿色低碳发展典型案例”已被收录在商务部绿色发展平台。

贝发集团以贸易绿色发展为驱动力，以构建产业绿色生态为己任，着力打造绿色智造、坚持绿色生产、提升低碳意识、专注绿色创新，推动中国自主品牌出海拓市，并不断传播绿色贸易发展理念。

创新链条赋能，“绿新高”增速猛。

“全国发力贸易绿色化的企业这么多，贝发为什么能脱颖而出，一个重要原因就是绿色生态、产业共生。”贝发董事长邱智铭说，作为全国供应链创新与应用示范企业、全国绿色供应链管理示范企业，贝发积极发挥“链主效应”带动行业3000多家企业绿色变革，有效实施可使企业总成本下降20%左右。贝发致力于打造绿色供应链，将绿色设计、绿色采购、绿色制造等理念融入企业

运营的每一个环节。

绿色低碳，践行环保。贝发积极开展SBTI科学碳目标倡议，完成组织碳足迹与产品碳足迹认证，在浙江省绿色工厂的基础上全力创建国家级绿色工厂，形成科技化、数字化的绿色制造体系。

绿色赋能，品牌出海。贝发拥有国家级工业设计中心、国家知识产权示范企业，贝发以绿色设计为导向的产品深受欧美消费者青睐，贝发研发产品以“四化”为理念，坚持环境友好化、绿色低碳化、技术标准、用户心理化，打造以“GOGREEN”为核心多品类的绿色品牌矩阵。依靠积极开发绿色新品实现营收稳中有升，海外订单量同比上升11%。

绿色生态，产业共生。贝发不仅是全国供应链创新与应用示范企业，也是全国绿色供应链管理示范企业，积极发挥“链主效应”带动行业3000多家企业绿色变革，有效实

施可以使企业总成本下降 20%左右，供应链上的节点企业按时交货率提高 15%以上，订货到生产的周期时间缩短 20%-30%，供应链

上的节点企业生产率增值提高 15%以上。(节选自公众号：贝发集团)

康大美术画材集团获“宁波老字号”荣誉资质认定

12月2日，在宁波市商务局公布的第四批“宁波老字号”的企业认定名单中，康大美术画材集团凭借其深厚的历史底蕴、卓越的品牌影响力和持续的创新发展，成功荣获“宁波老字号”企业荣誉资质认定，这是对康大美术长期在美术画材领域深耕细作、品质坚守以及文化传承的高度认可，更是对公司未来发展的激励和肯定！

康大美术画材集团作为宁波文具行业的佼佼者，自成立以来，始终秉持“让更多的人享受绘画的乐趣”为企业使命，专注于美术画材的研发、生产和销售。经过数十年的发展，公司不仅在国内建立了良好的品牌形象，其产品还远销至全球多个国家和地区，成为国际市场上知名的美术画材供应商之一，产品种类丰富，品质卓越，深受国内外消费者的喜爱。

此次被评为“宁波老字号”企业，是康大美术发展历程中的一个重要里程碑。这代表了康大在品牌建设和文化传承方面的杰出表现，也彰显了康大在行业内的领先地位和广泛影响力，是对康大美术产品质量和服

务水平的认定，更是对其在传承和发展中华优秀传统文化方面所做贡献的认可。

康大美术画材集团董事长许观良先生表示：“荣获‘宁波老字号’企业，是对康大美术全体员工辛勤付出的最好回报，我们将以此为契机，继续坚持品质至上、创新驱动的发展理念，不断提升品牌竞争力和市场影响力，同时，我们也将积极履行社会责任，为推动宁波文具行业的持续发展和繁荣做出更大的贡献。”

未来，康大美术将继续秉承“传承经典、创新发展”的企业精神，更加注重品牌文化的建设和传播，积极推广中华传统艺术文化，让世界更好地了解和欣赏中国的艺术之美，相信在全体员工的共同努力下，康大美术将继续书写更加辉煌的篇章，为宁波乃至全球的美术画材行业树立新的标杆，与此同时，康大也将继续加强与行业内外各方的合作与交流，共同推动宁波文具行业的繁荣发展，为“中国文具之都”的建设贡献自己的力量。(来源公众号：宁波康大美术画材集团)

北仑区委副书记、区长王程一行莅临美博调研指导

12月17日上午，北仑区委副书记、区长王程莅临美博调研指导，北仑区委常委、新碶街道党工委书记金昕，北仑区政府办公室，发展和改革局、商务局、大碶街道主要领导人等出席。美博集团董事长梅飞珍携团

队陪同调研。

王程区长参观了美联一站式外贸综合服务平台，深入了解美博跨境电商服务平台建设发展，园区跨境电商企业经营现状、产品品类、市场渠道布局、面临的困难与挑战



等情况。精准把脉市场发展需求，推动传统贸易与工业新型服务融合创新，塑造北仑发展新优势。

在座谈会上，美博集团董事长梅飞珍对王程区长一行的来访指导表示欢迎和感谢，并介绍了美博集团新质外贸与工业服务相关情况。与会领导就进一步明确跨境电商产业发展定位、推动体制机制创新，科技赋能引领人才集聚和工业服务产业落地等方面展开了充分的交流探讨。

王程区长对美博集团“一条鱼从头吃到

尾”内外贸一体化发展，从零部件到市场营销的全链条上下游联动模式给予充分肯定。

向“新”而进，以“质”有为。未来，美博将以外贸业务为支点，围绕新质生产力，瞄准“高质量”，打出“加速度”，深度融合发展工业服务 4.0。当下美博与全球最大的清洁设备和清洗方案提供商德国卡赫建立战略合作，为宁波打造洁净安全的世界一流空间科技服务港口城市不懈努力。

（来源公众号：美博家）

创源股份手提纸袋产品设计斩获 2024 红点奖

近期，宁波创源文化发展股份有限公司（简称“创源股份”，股票代码 300703）凭借全资子公司杭州创源文创文化发展有限公司手提纸袋产品设计斩获设计大奖“2024 德国红点奖（Red Dot Winner 2024）”，这不仅彰显了创源股份对时尚文化用品研发设计和创新理念上的重视，也与企业经营理念“海量化创新，标准化运作，生态化整合”不谋而合。

红点产品设计奖（Red Dot Award: Product Design）1955 年创建于德国埃森市，是国际公认的全球工业设计奖项，旨在发现并表彰新的设计概念和创新成果，有着设计界“奥斯卡”之称，其评审要求极为严苛，对产品的创新度要求极高。此款手提纸袋的产品设计与传统的纸袋不同，其使用绳索穿过底部的硬板来加固袋子，解决了纸袋

泄露和易损坏的常见问题，提高了纸袋的承载能力和使用寿命，使其更加环保。此设计斩获该奖项意味着创源股份手提纸袋产品在设计原创性与美学前瞻性上均获得了认可。

宁波创源文化发展股份有限公司成立于 2001 年，总部位于“书藏古今、港通天下”的浙江省宁波市。公司集研发设计、生产制造、销售于一体，通过 20 多年来持续不断地努力，全球雇员超 2000 名，旗下拥有 20 多家子公司。杭州创源文创文化发展有限公司是创源股份的全资子公司之一，是一家拥有自主研发设计的文化创意公司，作为国内营销平台与研发设计中心，立足电商和文创产业高地，以“恋屿”品牌运营“强功能+减压+简约”的文创产品。（来源公众号：创源文化）

宁波赛龙与汇成企管达成战略合作，制造工厂整体运营能力提升项目正式启动

为了更好地为全球时尚品牌和 IP 类客户提供服务及产品解决方案，10 月 22 日，



宁波赛龙与宁波市汇成企业管理咨询有限公司于北仑小港达成战略合作，并成功举办宁波赛龙制造工厂整体运营能力提升项目启动仪式。此次会议汇聚了宁波赛龙总经理章吉龙、汇成企管创始人任鑫苗、汇成企管驻赛龙项目组高级咨询师沈斌等双方代表及项目核心团队 40 余人，议程包含项目小组第一次会议及实施内容解读、双方授牌仪式、全体宣誓及签名。

在激烈的市场竞争中，高效的生产计划管理是企业占得先机的关键一环。会议上，双方就提质降本增效、赋能企业转型升级进行了深入讨论，涉及制造工厂整体运营能力提升项目的启动背景、具体目标及实施策略等。该项目以优化生产计划管理与实现成本效益最大化为核心，从“车间-工厂-集团”三重维度进行总体规划，涵盖经营模式、行动方案、策略方法、具体分配等核心内容，助力宁波赛龙朝着更高质高效、可持续的发展方向前进，为进而提升企业的整体竞争力与可持续发展能力打开新篇章。

会议上，章总锚定为成为全球品牌及 IP 类专业客户时尚文具和家居生活产品的

世界级头部供应商的转型升级战略目标，就赛龙的制造工厂整体运营能力提升项目进一步提出了走出去、做起来，发现问题，思考如何提升等一系列激发工厂和企业发展的内生动力的具体要求。

汇成企管的创始人任鑫苗就该项目表示，生产计划管理是工厂内部运营的核心环节，它既是订单生产交付的核心，也是保障产品销售顺利进行的基础。市场就是最好的检测表。他表示，像赛龙这样聚焦于品牌客户、专注于品质和核心竞争力提升的企业，只有尝试、改变、创新，并形成具有赛龙特色的标准化生产计划管理流程，才能确保工厂的高效运营，从而赋能企业发展。

双方举行了庄重的授牌仪式，象征着战略合作关系的进一步深化。

启动仪式在双方团队的宣誓和签名仪式中圆满落幕，但这只是一个开始，相信赛龙和汇成企管将以此为契机，充分发挥各自优势，为赛龙成为全球办公和生活新时尚的世界级头部供应商注入新的活力。（节选自公众号：宁波赛龙）

兴伟刀具、赞扬文具接待第 13 届宁海文具展与会代表

第 13 届中国（宁海）文具产业博览会暨户外用品展于 11 月 11 日至 13 日在宁海国际会展中心盛大举行。11 月 12 日，展会期间，宁波兴伟刀具科技有限公司、赞扬文具有限公司依次接待北京文化用品行业协会代表团、兰州商会成员及内蒙古协会等兄弟协会代表团来访。

兴伟公司尤忠光总经理带领访团，参观兴伟公司的样品间，这里陈列着各式各样的美工刀及其相关产品，不仅展示了兴伟公司

在设计上的创新思维，也反映了其在制造工艺上的精湛技艺，每一款都体现了公司对细节与品质的极致追求。在车间，展示了从原材料到成品的全过程，高效的生产线、严谨的质量控制体系以及员工们专注的工作态度，共同构成了兴伟公司产品质量的坚实保障。党建活动室作为企业文化和精神风貌的缩影，不仅展示了公司党组织的建设成果，还体现了兴伟公司将党建工作与企业发展紧密结合，以党建引领企业高质量发展的理



念。

座谈交流环节，尤总全面而深入地介绍了兴伟公司的基本情况、发展历程以及未来规划。他提到，尽管是一把看似不起眼的美工刀，但通过持续的技术创新、市场拓展和品牌塑造，兴伟公司已将其打造成为年产值高达 3.5 亿的明星产品，产品远销全球，市场占有率在中国更是独占鳌头。这一成绩不仅是对公司实力的最好证明，也是对每一位员工辛勤付出的最高赞誉。收到了团组对于兴伟公司所取得的成就表示由衷的震惊与敬佩。

下午宁波赞扬文具有限公司接待团组

并开展了行业交流座谈会，总经理胡赞发表了充满激情的欢迎辞。

随后的议程中，各协会的参会代表逐一发言，详细介绍了各自企业的概况、发展成就以及在行业内的实践经验与宝贵心得。这一环节不仅促进了信息的透明共享，也为与会者提供了一个相互学习、借鉴的平台。

在此基础上，双方聚焦于合作的广阔前景，就潜在的合作领域、合作模式等核心议题展开了细致而深入的探讨。经过充分的交流与协商，双方初步达成了合作意向，为未来可能的合作描绘了蓝图。（节选自公众号：宁海文教体育用品协会）

学泰印务接待中国塑协塑料家居用品专委会一行

2024 年 11 月 4 日，中国塑协塑料家居用品专委会梁家杰常务副理事长兼秘书长带领新生代企业家一行莅临江苏学泰印务有限公司参观指导，总经理王勇对中国塑协塑料家居用品专委会一行赴江苏学泰参观指导表示热烈欢迎。

总经理王勇说“真正的企业文化远它不仅仅是使命、愿景、价值观等理念的集合，更是企业日常运营中员工行为准则、决策逻辑、沟通方式的全面展现，它是企业精神风貌和价值的集中体现，更是企业的灵魂、是企业持续发展的不竭动力”

总经理王勇详细介绍了数字化、信息化和智能化的运用以及给公司管理带来的方便和效益，同时对员工管理、标准完善、生产流程、工作效率、绩效激励等方面进行详细的讲解。

中国塑协塑料家具用品专委会秘书长为江苏学泰印务有限公司颁发《中国塑料家居用品行业“最佳服务商”》和《中国塑协塑料家居专委会“会员单位”》等荣誉

总经理王勇在会议室进行了为时 1.5 小时《数字化转型及高质量发展》为主题的交流分享，详细阐述企业生产经营中普遍存在问题、针对问题改进所运用和管理工具和方法，详细讲解了管理过程中如何运用体系流程、标准制度和绩效激励，展示了学泰多年来运用管理而创造的效益和成绩。

随后，总经理王勇与新生代企业家们展开了互动交流，新生代企业家们提出了在企业管理过程中的困惑，针对提出的问题，总经理王勇结合学泰管理经验一一作了解答，现场气氛热烈。（来源公众号：江苏学泰印务有限公司）

专家把脉

标准解读 STANDARD INTERPRETATION

2ND QUARTER 2024 — ISSUE 173

浅谈马克笔在欧美及国内的安全标准

赵立那

肇庆斯塔文化用品有限公司, 广东 肇庆 526000

摘要:近年来,我国马克笔总的出口量和出口创汇值继续呈一定幅度的增长态势,但在出口过程中,因国内的安全标准与国外的安全标准差异较大,我国笔类企业遭受到越来越多的技术性贸易壁垒。安全标准是技术性贸易措施的主要内容之一,加强对笔类产品安全标准的研究,对解决国外技术贸易壁垒问题具有重要意义。

关键词:马克笔; 欧美; 安全标准

A Brief Overview of Safety Standards for Markers in Europe, America, and China

ZHAO Lina

Zhaoqing STA Stationery Co., Ltd., Zhaoqing 526000, Guangdong, China

Abstract: In recent years, China's total export volume of markers and the value of foreign exchange earned by export continue to show a certain growth trend. However, in the process of export, because of difference of safety standards between foreign countries and China, more and more Chinese marker enterprises have suffered from technical barriers to trade. As one of the main contents of technical trade measures, it is of great significance to strengthen the research on safety standards of markers to deal with foreign technical trade barriers.

Key words: markers; Europe; America; safety standards

中国是笔具的生产基地,同时也是笔具出口大国,并在全国范围内形成了以上海、宁波、温州为代表的长三角地区和以汕头、深圳为代表的珠三角地区两大制笔及相关文具产业集群,其间生产的水彩笔、活动铅笔、圆珠笔、自来水笔、中性笔等产品畅销全球^[1]。近年来,我国马克笔总的出口量和出口创汇值继续呈一定幅度的增长态势。但在出口过程中,因国内的安全标准与国外的安全标准差异较大,我国笔类企业遭受到越来越多的技术性贸易壁垒。安全标准是技术性贸易措施的主要内容之一,加强对笔类产品安全标准的研究,对解决国外技术贸易壁垒问题具有重要意义。以下就以国内马克笔需要符合的国内安全标准与欧美安全标准进行对比。

我国对马克笔产品的安全管控主要参照国家强制性标准GB 21027《学生用品的安全通用要求》中的相关规定,尤其是针对供儿童使用的马克笔,要求特别严格。

(1) 可迁移元素的限量,包括笔杆或笔套上的涂层以及墨水,限值见表1。

(2) 可触及的塑料件中邻苯二甲酸二己酯(DEHP)、邻苯二甲酸二丁酯(DBP)、邻苯二甲酸丁苄酯(BBP)三种邻苯二甲酸酯总含量应不超过1000 mg/kg。对于单一产品的单一材料的取样量不足10 mg 时予以豁免。

(3) 笔套安全需要满足大于16.05 mm的部分长于5 mm,或者在室温下最大压差为1.33 kPa 时,流经笔套的空气流量应至少为8 L/min^[2]。

1 国内马克笔的安全标准

表1 可迁移元素的最大限量

产品名称	元素的最大限量/(mg/kg)							
	锑 Sb	砷 As	钡 Ba	镉 Cd	铬 Cr	铅 Pb	汞 Hg	硒 Se
油画棒、蜡笔、水彩画颜料、橡皮擦、修正液、修正带、修正贴、修正笔;水彩笔、自来水笔、油墨圆珠笔、中性墨水圆珠笔、水性墨水圆珠笔、记号笔、白板笔、荧光笔、铅笔、油墨/墨水、铅芯;可触及的学生用品的印、刷、涂部分	60	25	1000	75	60	90	60	500
彩泥	10	10	350	15	25	25	10	50

2 欧盟马克笔的安全标准

欧盟在确保儿童产品安全方面采取了极为严格的标准,其中对于马克笔这类常见的艺术与学习用品更是制定了详细的规范。作为玩具和儿童用品的一种,马克笔必须遵循欧洲标准化委员会(CEN)制定的一系列标准,特别是与EN 71系列相关的法规要求,以及其他相关化学用品和有害物质控制的指令。

2.1 EN 71 系列相关的法规要求

2.1.1 EN 71-1:物理和机械性能

(1)马克笔的设计和构造必须保证不会造成物理伤害,如尖锐边缘、小部件脱落等。

(2)笔帽设计要符合防止窒息危险的要求,通常要求是能够通过一个小直径测试器或具备透气功能,这一点与国内的GB 21027关于笔帽的设计是相同的。

2.1.2 EN 71-2:易燃性

马克笔的墨水和其他材料应具有足够的阻燃性,以减少儿童接触火源时的火灾风险。

2.1.3 EN 71-3^[3]:特定元素的迁移

这部分规定了马克笔在正常使用和可预见误用情况下,可能从产品迁移到人体(特别是儿童)的风险物质,如重金属(铅、镉、汞、铬、钡、锑、砷、硒、六价铬等)的最大允许迁移量限值。液体颜料,包括指画颜料、清漆、生漆、笔中的液体墨水及玩具中以液体形式存在的类似材料属于第II类,具体要求见表2。

2.1.4 EN 71-9^[4]:有机化学化合物

规定了玩具材料中某些有机化学物质的含量限制,确保它们不会超过对人体健康有害的水平。对于马克笔中的液体需要符合的条款为2B、2C及2H,具体要求见表3~5。

2.1.5 EN 71-10 & EN 71-11:化学品迁移试验

包含了用于评估玩具材料中重金属及其他有害物质迁移的化学分析方法和实验条件。

2.1.6 标签和说明书

标签需清晰标注产品的适用年龄、使用说明以及必要的安全警示信息。

表2 EN 71-3中关于马克笔可迁移元素的限值

元素	迁移限量/(mg/kg)		
	第I类	第II类	第III类
铝	5625	1406	70000
锑	45	11.3	7560
砷	3.8	0.9	47
钡	1500	375	18750
硼	1200	300	15000
镉	1.3	0.3	17
三价铬	37.5	9.4	460
六价铬	0.02	0.005	0.2/0.053
钴	10.5	2.6	130
铜	622.5	156	7700
铅	2.0	0.5	23
锰	1200	300	15000
汞	7.5	1.9	94
镍	75	18.8	930
硒	37.5	9.4	460
锶	4500	1125	56000
锡	15000	3750	180000
有机锡	0.9	0.2	12
锌	3750	938	46000

表3 EN 71-9关于着色剂的限制清单

着色剂	限值/(mg/kg)
分散蓝 1	10
分散蓝 3	10
分散蓝 106	10
分散蓝 124	10
分散黄 3	10
分散橙 3	10
分散橙 37/76	10
分散红 1	10
溶剂黄 1	10
溶剂黄 2	10
溶剂黄 3	10
基础红 9	10
基础紫 1	10
基础紫 3	10
酸性红 26	10
酸性紫 49	10

表4 EN 71-9关于初级芳香胺的限制清单

初级芳香胺	限值/(mg/kg)
联苯胺	5
苯胺	5
2-萘胺	5
3,3'-二氯联苯胺	5
3,3'-二甲氧基联苯胺	5
3,3'-二甲基联苯胺	5
2-甲氧基苯胺	5
邻甲苯胺	5
4-氯苯胺	5

表5 EN 71-9关于防腐剂的限制清单

初级芳香胺	限值/(mg/kg)
苯酚	10
1,2-苄基异噻唑啉-3-酮 (BIT)	5
2-甲基-4-异噻唑啉-3-酮 (MI)	10
5-氯代-2-甲基-4-异噻唑啉-3-酮 (CMI)	10
5-氯代-2-甲基-4-异噻唑啉-3-酮 (CMI)+ 2-甲基-4-异噻唑啉-3-酮 (MI)	15
甲醛(游离)	500

2.2 REACH 法规

此外,除了EN 71系列标准外,马克笔还需符合以下REACH法规:REACH法规(Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals)——一项全面管理化学品的法规,要求生产商对其投放市场的所有化学品进行注册、评估并提供安全信息。对于马克笔,这意味着所有的成分都需要被审查,确保它们不在高度关注物质(SVHC)清单上,或者如果在清单上,也要遵守相应的通报和使用限制规定。

针对马克笔这类消费品,REACH法规主要体现在以下几个方面^[5]:

2.2.1 物质注册

马克笔生产所涉及的所有化学物质,如果年产量或进口量达到一定阈值,必须在欧洲化学品管理局(ECHA)进行注册,并提供相关的安全数据表(SDS),详细说明物质的危害特性和安全使用信息。

2.2.2 物质评估

制造商和进口商有责任评估他们使用的化学物质是否对人体健康和环境构成风险。对于潜在有害物质,需要进一步开展毒理学和生态毒理学测试。

2.2.3 限制规定

REACH法规列有一份高度关注物质(SVHC)清单,清单上的物质在其含量超过一定阈值时,必须通知供应链下游用户并在物品到达消费者之前传达相关信息。马克笔在生产中应避免使用受限物质或确保其含量在允许范围内。

2.2.4 授权程序

对于极危险且无法用替代品取代的物质,企业需通过特定的授权程序才能继续使用。若马克笔中含有此类物质,则需要获得相应授权。

2.2.5 标签与信息公开

马克笔作为商品在投放市场时,应当按照CLP(Classification, Labelling and Packaging of Substances and Mixtures)分类、标签和包装法规的要求,清晰标注其化学成分及潜在危害,以便于使用者了解和采取适当的安全措施。

因此,为了符合REACH法规,马克笔生产企业需要



确保从原材料采购、配方设计、生产工艺到最终产品的各个环节均严格控制化学物质的使用和排放,从而保障产品的安全性并符合进入欧盟市场的法律要求。

3 美国马克笔的安全标准

美国对于马克笔的安全要求十分严格,以确保产品符合国家的健康和国家安全标准,保护消费者特别是儿童免受潜在风险。以下是几个主要的法规和标准:

3.1 消费品安全改进法案

(Consumer Product Safety Improvement Act, CPSIA)

CPSIA规定了对铅、邻苯二甲酸盐和其他有害物质在儿童产品中的含量限制。例如,马克笔等艺术材料不得含有超过法定限值的铅。

3.2 艺术材料毒性标识法案

(Labeling of Hazardous Art Materials Act, LHAMA)

所有在美国销售的艺术材料,包括马克笔,必须按照ASTM D4236标准进行毒理学评估,并在包装上标注“适用年龄”或“警示信息”,告知消费者产品的安全性。

3.3 重金属和其他有害化学物质迁移限值

马克笔中使用的颜料和墨水应遵循相关法规限制其重金属如铅、镉、汞等元素的可迁移量。

3.4 加州 65 提案

(Proposition 65)

加州65要求制造商对含有已知致癌物或生殖毒素的消费品进行清晰标识。如果马克笔的某些成分有可能导致此类风险,那么产品标签上应有相应的警告。

3.5 美国消费品安全委员会

(Consumer Product Safety Commission, CPSC)的规定

CPSC负责制定并执行一系列针对玩具和学生用品的安全标准,这些标准同样适用于马克笔,包括但不限于物理安全性、机械性能以及化学安全性的检测。

为了确保符合以上法规,进口到美国或在美国生产的马克笔必须经过必要的第三方实验室测试,并且持有相应的产品证书,如儿童产品证书(Children's Product Certificate, CPC),证明产品已经过测试并且符合所有适用的联邦法规。

在全球化背景下,面对不断发展的科技水平与日新月异的市场需求,未来无论是欧美还是中国,都将持续关注并更新马克笔安全标准,强化源头控制,提倡绿色制造,提升消费者特别是青少年群体的产品安全意识,并推动企业界不断进行技术创新和工艺改进,从而共同构建一个更为安全、健康的全球马克笔产业环境。只有这样,才能真正意义上实现从生产、销售到使用的全链条安全保障,让孩子们能够在一个无忧无虑的环境中自由创作与学习,同时也推动了马克笔行业的可持续发展和社会责任的履行。

参考文献

- [1]沈双青,缪聪颖. 浅谈笔具国外技术法规标准要求及应对建议[J]. 学术研讨, 2015(4): 108-111.
- [2]中华人民共和国工业和信息化部. 学生用品的安全通用要求: GB 21027—2020 [S]. 北京: 中国标准出版社, 2020.
- [3]European Committee for Standardization. Safety of toys: Part 3, Migration of certain elements: EN 71-3[S]. Brussels, Belgium: CEN, 2014.
- [4]European Committee for Standardization. Safety of toys: Part 9, Organic chemical compounds: EN 71-9[S]. Brussels, Belgium: CEN, 2014.
- [5]European Parliament, Council of the European Union. Regulation no 1907/2006 concerning the registration, evaluation, authorisation and restriction of chemicals [J]. Official Journal of the European Union, 2006, L 396.: 1-849.

作者简介: 赵立那(1985—), 女, 毕业于广东工业大学化学工程与技术专业, 任职于肇庆斯塔文化用品有限公司, 负责马克笔产品开发及产品安全的统筹。E-mail: 781208504@qq.com

(来源: 中国制笔 2024 年 02 期)

政策法规

海关总署《进一步优化口岸营商环境 促进企业通关便利十六条措施》

今年以来，中国外贸发展整体保持了质量提升、数量稳定的良好发展势头。近日，海关总署围绕当前外贸企业普遍关注的焦点、堵点、痛点问题，推出了《进一步优化口岸营商环境 促进企业通关便利十六条措施》。

在12月5日举行的吹风会上，海关总署综合业务司副司长林少滨介绍，这16条措施可以概括为“四个聚焦”：

聚焦培育外贸新动能拓增量。这方面的措施主要是支持新业态新模式发展。如，扩大跨境电商零售出口、网购保税零售进口跨关区退货试点范围；全面推广跨境电商税款担保电子化。同时，推动保税维修、保税再制造、保税供油等“保税+”新业态发展，如，支持扩大综合保税区和自贸试验区外“两头在外”保税维修试点。这些措施目的就是进一步挖掘外贸增量，做大外贸总盘子。

聚焦外贸优进优出稳存量。在优进方面，重点是保障能矿产品和农食产品进口。如，持续深化能源资源商品检验模式改革，稳步扩大进口矿产品目的地检验范围；推动肉类、水产品、乳品等民生产品准入进程。在优出方面，主要是进一步便利汽车出口，助推地方特色农食产品扩大出口等。如，在出口农食产品等领域探索开展“批次检验”试点工作，加大对外磋商和出口企业对外注册推荐力度，助推地方特色农食产品扩大出口。这些对稳住外贸基本盘具有重要意义。

聚焦企业降本提效激活力。如，促进高级认证企业享惠升级，强化海关“经认证的经营者”（AEO）企业便利措施落实，持续提升AEO企业获得感；建设中国海关优惠原产地服务平台，助力企业提升《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）等自贸协定利用水平；落实重大技术装备等进口税收优惠政策，支持先进设备进口。同时，在优化海关展会监管模式、便利企业商务人员跨境往来方面也进一步加大支持力度。

聚焦跨境贸易便利提效能。这次出台的16条措施中，包括优化通关作业流程、提升跨境物流效率等方面措施。如开展进口货物通关模式改革优化，深入推进铁路快速通关模式应用，加快推进“组合港”业务模式优化，扩大“离港确认”适用范围和应用规模，支持符合条件的口岸开展“联动接卸”；深化进出口货物“远程属地查检”和“批次检验”监管模式改革，不断扩大“远程属地查检”试点产品范围，提升查检效能。同时，加快推进智慧口岸建设，深化国际贸易“单一窗口”跨境贸易一站式综合服务平台建设，持续提升跨境贸易便利化水平。

“这次出台16条措施，一个重要考虑就是进一步提升企业通关便利化水平，具体措施概括起来就是九个字‘优流程、简手续、提效能’。”林少滨说，目前，有进出口经营实绩的企业超过63万家，这次出台的16条措施中专门围绕支持企业拓展国际市场做了相应安排。（来源：人民日报）



八面来风

2024年，出海东南亚仍未露出上限？

今年，是新兴市场出海“遍地开花”的一年。在欧美市场的红利见顶和非洲百业待兴的基建之间，走向东南亚和拉美，成为了中国企业“生逢其时”的掘金之路。

其中，东南亚市场的特点不仅体现为电商、新消费等领域的增速方兴未艾，还有一个关键因素：在各大平台的激烈竞争中，品牌和卖家能够更直观地判断出有能力为他们提供长期、稳定、可持续价值的市场领航者，也因此，东南亚成为了当下的全球化浪潮中对跨境卖家最友好的市场之一。

就在前两周，在东南亚头部电商平台Shopee的11.11大促中，国货又迎来了一波狂潮：据Shopee相关数据显示，在开场2分钟售出1100万件商品的年末电商盛事中，跨境新入驻卖家的单量增至平日的10倍。

东南亚，仍然是出海始发站？

毫无疑问，对于中国企业来说，东南亚仍然是一块明珠般的丰饶土壤。从地缘和文化上的接近，到供应链体系和跨境服务方面的日渐成熟，分散而紧密连接的东南亚就像中国企业出海的“新手村”，以稳定友好、低成本、低风险的姿态在迎接中国基因。

尤其是今年以来，出海已经从备选项成为了国内企业的必由之路。越来越“中国化”的跨境电商在东南亚消费变革中占据了得天独厚的位置，基于供应链快速崛起的优势，跨境电商也就成为了各行各业寻找第二增长曲线的不二选择。

无论是作为着陆点，还是为下一步的全球化布局开路，东南亚是多数中国跨境电商

卖家的始发站。那么，中国跨境卖家对于东南亚市场的需求为什么还在持续增长？

首先，东南亚大多数平台和零售品类的流量红利还没有见顶，获客成本较低，有充足的掘金空间。

其次，东南亚的电商平台相比其他主要市场更“卷”，更懂中国卖家的需求变化。

所以，东南亚市场的“电商变革”尤为明显。中国外贸和供应链不再是像以前一样“从国内寻找适合东南亚的产品”，而是开始集体主动拥抱出海。

然而，需求增长的同时，解决需求的难度也在增加。如今，中国企业的出海需求基于流量，却不止于电商平台的流量，而是要靠全渠道、多元化服务渗透和影响消费者决策，争得品牌的一席之地。

无论是跨境卖家还是消费者，对于平台的根本信任点在于其服务的辐射范围、速度和稳定性。墨腾创投《2024年东南亚电商报告》数据显示，去年，Shopee以48%的市场份额蝉联东南亚地区电商平台第一。

着力本土化，还要拼什么？

做全球化就是做本土化，是这个出海时代中为数不多的“真理”。

在Shopee大放异彩的新兴跨境品牌中，泡泡玛特（POP MART）作为电商起家、具有强文化IP属性、产品看起来没那么“本土化”的品牌，却为消费出海开拓了更广阔的思路。

Shopee跨境业务总经理刘江宏观察到，越来越多此前并不涉及到外贸的内贸消费品，也在通过Shopee提供的供应链便利积

极匹配市场；而纯工厂型的卖家则是比以前更擅长与平台合作来减少运营环节，发挥长板。

这三个方向，也是当下中国企业出海东南亚的三点需求。它们都直指一个趋势：生产端和消费端的连接更加紧密而直接了。

贝恩公司数据显示，东南亚电商 GMV 有望在 2025 年达到 2110 亿，三年复合增长率 17%，数据表现无异于是走了一遍中国电商崛起时的路。而泡泡玛特不用为本土化做太多产品改造，出海也能如此成功，也是抓住了电商营销的本质：不是去一味地迎合本土化中已经存在的喜好，而是要通过本土化理解来体现自身的创新和优势。

其实，在数字端和消费者心智的一侧，很多不同市场的规律和逻辑都是共通的，以中国电商卖家的经验，完全有可能突出重围。但真正的价值洼地和差异化优势，更多地体现在如何借助平台的布局，长期为消费者创造减少决策成本的体验。

平台有意识地摆脱和商家、消费者之间的信息差，中国卖家需要做的事亦是如此。理解消费者，才是帮助中国卖家出海展业的稳健台阶。

物流和支付体系提升的长期价值，是从规模化效率收益的层面帮助卖家减少筛选和搭建成本，提升价格竞争力。当不需要自力更生地去拼物流，跨境卖家才能将更多精力用于国内电商熟悉的全渠道营销、内容生态玩法等。

由此可见，未来，本地化体验优势会成为中国企业跨境电商增长的关键。

从粗放式运营，到高质量出海

跨境出海的另一个核心竞争力，在于人和团队。

Shopee 自身的增长模式是，成立于新加坡，并且在每进入一个新的市场都会组建新的本土化团队，培养本土化人才，以更快的市场理解、营销打法等来稳固头部位置。值得借鉴的是，这样的团队策略，会使得市场开拓速度和本地化经验非常可观。

事实上，随着粗放式运营阶段的正式结束，消费者和卖家的需求都在变得多元，电商平台早就已经担起了帮跨境卖家降低学习门槛的责任。如果说传统电商平台就是抽佣的渠道和中介，如今的电商平台则更加看重生态卖家们自身的质量和增长效果。因此，服务好消费者的最终目的也是解决跨境身后的困难，推着出海企业向前走。

本土化理解是核心，流量则是另一罐“燃油”。Shopee 在各个市场根据习俗制定了丰富密集的全年大促活动。尽管更大的流量池子和 GMV 规模，必然意味着东南亚跨境电商像国内一样竞争白热化、产品同质化的时代也终将到来，但竞争本身并不是高质量出海的阻力。

刘江宏认为，激烈的竞争反而是积极信号，需要做的就是坚定地避免原地踏步。

接下来，Shopee 还打算把本土化团队建设上的打法和需求端的流量策略，复制到更多场景和市场中去，带领跨境卖家由点及面地走向全球化。

“竞争的焦虑是肯定存在的，但焦虑不应该是情绪的终点，应该是情绪的开始。”

无论多元化的消费环境和电商形式如何变迁，只有以坚定的选择、稳健的心态、精细而高效的运营手段躬身入局，才是中国卖家高质量出海的“不败之道”。（节选自公众号：36 氪）



美国对外贸易战略重大调整，中美关系“稳定之锚”变为“动荡之源”

导读美国对外贸易战略正经历重大调整：自由开放主义逐渐让位于保护主义，传统非贸易部门更多参与对外贸易政策决策，不同地区和行业的经济利益分配格局出现调整，“安全优先”成为其对外贸易战略的出发点。新形势下，美国对外贸易战略变成了地缘政治手段和大国竞争工具，不仅令中美经贸关系遭遇冲击，也扰乱了全球贸易格局，导致世界经济体系日益割裂。

随着国际秩序深刻演变，美国对外贸易战略出现了重大调整。特朗普政府时期推行的贸易保护主义并没有随其离任而消散，而是日益成为美国政府对外贸易战略的核心内容。以“华盛顿共识”为主导的自由主义和开放主义，逐渐让位于以“新华盛顿共识”为主导的现实主义和保护主义。新形势下，对外贸易战略不仅仅服务于美国的经济利益，还变成地缘政治手段和大国竞争工具，服务于维护美国的霸权利益。作为全球贸易大国和经济大国，美国对外贸易战略调整不仅重塑了全球经济和政治格局，而且对美国自身、国际贸易、地缘政治和国际关系都产生了深远影响。

一是促使美国国内贸易政策决策机制进行调整。在原先以扩大贸易自由化为特征的美国对外贸易战略中，美国贸易代表发挥了重要作用。推进双边或多边贸易协定谈判、推动外国市场开放、加强与世界贸易组织的协调等，都是美国贸易代表的重要工作内容。但当前世贸组织日益被美国边缘化，美国贸易代表不仅无法成为美国贸易议程和世贸组织之间的沟通者，反而成为破坏

者。

与美国贸易代表的功能遭到削减相反，美国商务部在对外贸易战略调整中拥有了更大职权。在出口控制审查领域，商务部因负责审批企业出口产品而发挥了更大的作用。在补贴领域，美国通过政府补贴发展产业，而对企业项目进行筛选和发放补贴正是由商务部负责。拜登执政期间，商务部为半导体行业发放了数百亿美元补贴，商务部地位也由此上升。同时，美国财政部在涉及贸易议题上的作用也得到提升，《通胀削减法案》规定的清洁能源企业税收减免由财政部负责。

由此可见，在对外贸易战略服务于国家安全和大国竞争背景下，传统上的非贸易部门更多地参与到美国对外贸易政策决策过程中。

二是推动美国国内经济利益分配格局产生变化。美国制造业是美国贸易战略调整的最大受益者。此轮美国对外贸易战略调整的国内动因，是通过重振日益空心化的制造业以提升国际竞争力。虽然美国制造业远未恢复至历史高峰水平，但在美国政府的政策扶持下，制造业发展颓势在一定程度上得到遏制，并显现出企稳回升的态势，就业人数和薪资水平均有所上升。

美国部分区域也因吸引了大量制造业投资而成为获益方。例如，印第安纳州和威斯康星州等五大湖区传统“铁锈带”衰落程度得到一定控制，得克萨斯州和路易斯安纳州等南部“阳光地带”的制造业获得了更好发展。

相比之下，跨国公司，尤其是大型科技公司则是美国对外贸易战略调整的利益受损者。在贸易保护主义影响下，美国政府不再全力支持国内高科技公司全球扩张的诉求，导致美国跨国公司获取的政府资源有所下降。与此同时，部分跨国公司还要服从于美国对俄罗斯经济制裁和对华战略竞争，被迫减少甚至停止了对相关国家的出口，削减在相关国家的业务，利益受损更为明显。例如，高通和英特尔就因为美国政府取消其对于华为公司的出口许可，遭受了巨大的经济损失。

三是导致地缘和全球经济竞争加剧，世界经济体系日益割裂。当前美国对外贸易战略的调整，超过传统意义上关于贸易政策是要“公平”还是要“自由”的权衡，“安全优先”成为美国对外贸易战略的出发点。正常的贸易和经济合作被泛安全化的贸易战略打断，全球层面的生产和贸易网络也遭遇重组压力，不同国家不得不选择对本国最为有益的分工网络。

美国对外贸易战略试图孤立中国，让更多国家加入美国及其盟友的贸易和经济体系，但由于美国无法为新的盟友经贸体系提供更多公共产品，相关国家和地区不仅不能提升收益，反而为了做出调整和转向，必须付出额外的经济成本。

美国破坏性而非建设性的对外贸易战略调整，给全球经济体系的健康发展带来巨大的负面影响。根据国际货币基金组织的数据，全球正在形成以美国及其盟友为中心、以中国等金砖国家为中心，和以不结盟国家为中心的三大贸易集团。不同集团国家之间的贸易额比同一集团内部国家之间的贸易额低 12%，其贸易额下降速度甚至超过了冷

战开始之初的水平。

四是中美经贸关系遭遇冲击，面临系统性重构压力。拜登政府执政以来，美国从中国进口占其进口总额的比重下降了 4%。2023 年中美货物贸易总额为 6645 亿美元，同比下降 11.6%，创下了两国正式建交以来贸易额最大降幅。尽管美国政府用所谓“去风险”取代了原有的“脱钩断链”，但其对华贸易本质上仍以遏制打压为主，中美双边贸易非但难以保持原有规模，还将在下行趋势中面临系统性重构。

首先是利益重构。中美在原先贸易关系中所形成的经济利益将随着美国贸易战略调整而重新分配，能否形成新的利益均衡点，需要看中美两国未来的战略走向。

其次是规则重构。美国政府通过调整内外政策，为其重构对外贸易战略寻求正当性。中美将就新的经贸规则展开博弈，至于规则重构是否以中美共同承认的方式达成，目前尚难确定。

最后是空间重构。以往贸易所形成的生产地理分工因为主要大国的对外贸易战略调整而出现新的重大变化，美国、中国等都将谋划新的地缘生产格局，产业链空间重构不可避免。

贸易相互依赖是中美关系能够保持长期稳定的重要基石，但由于美国不断在相关领域限制打压中国，中美贸易正从原先的中美关系“稳定之锚”蜕化为“动荡之源”。美国围绕贸易及其相关领域发起针对中国的遏制战略，不仅势必会损害中美整体关系，还会扰乱全球贸易格局，给世界经济发展带来诸多不确定性。（来源：中国日报）