

2025 年第 2 期

(总第 78 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

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：2025 年 7 月

# 目录



## 协会动态

01 色彩觉醒 艺启未来——协会联合举办流行色与美术画材的革新对话发布会

01 红心向党展风采 联络交流增才干——2025 年宁波文具行业协会“联络员活动日”系列活动成功举办

02 协会开展“会链创新”对接系列活动

03 宁波文具菁英联盟主席团一届四次会议顺利召开

04 爱心跨越千里 携手圆梦“六一”——宁波文具行业协会 2025 首批爱心文具抵达凉山

04 携手深化山海协作 共绘文具产业蓝图

05 协会组织企业亮相第 119 届中国文化用品商品交易会

06 设计赋能智造 企业提速向新——协会举办设计师走进企业样品间活动暨科技志愿服务行

07 关于组织企业赴日本观展考察的通知

08 关于组织企业赴广东深圳、汕头观展考察的通知

09 协会联合主办“天文杯”宁波市青少年硬笔书法作品大赛



## 党建专栏

10 红领甬社 点亮公益之光——宁波文具行业协会开展社会组织“党员公益日”活动

10 清风廉脉铸党魂 青山艾草迎端午——宁波文具行业协会党支部举办 5 月主题党日活动

11 宁波文具行业协会党支部召开 2025 半年度党员大会暨组织生活会



## 行业交流

- 12 《文具用品术语及分类》国家标准立项启动会在宁波顺利召开
- 12 中国制笔协会绘画用笔专业委员会成立大会在义乌召开
- 13 在宁波，看见文具行业未来



## 行业预警

- 14 欧盟发布有关微塑料限令的指引文件
- 14 欧盟根据持久性有机污染物法规对两项物质实施新的限制
- 15 CEN 发布塑料回收标准
- 15 韩国发布 K-REACH 下化学危害评估的修订
- 16 瑞士修订化学品法规以提升健康与安全标准



## 知识产权专栏

- 17 宁波文具企业屡获荣誉 品牌价值持续提升（第二季度）
- 18 协会品牌指导服务站开展“2025 年全国知识产权宣传周”活动
- 18 市场监管总局公布八起侵犯商业秘密典型案例（节选）



## 文具科普

- 21 中性笔的“中性”是什么意思？末端的油状物又是什么？



## 企业风采

- 22 脱胎换骨的得力，如何带动文具行业的新风向？
- 23 浙江两会 | 广博集团总经理王君平：创新服务 发力外贸
- 24 压力之下，贝发集团的全球化布局
- 26 康大美术画材集团：与宁波市江北区小海龟教育培训学校的星宝们共度这特别的一天
- 27 美博“牵手”卡赫，全球清洗巨头落地宁波
- 28 三 A：技能认定展风采，人才强企启新篇
- 28 英莱达集团：跨越山海送温暖 爱心共筑教育梦
- 29 天文品牌 2025 营销战略暨新品发布会圆满举行
- 30 江苏学泰转印膜跟踪万里行第一阶段圆满完成
- 31 金融赋能，共促发展 | 浙江省人民银行调研团走进赛龙



## 专家把脉

- 32 自来水笔抗漏性检测要点解读



## 政策法规

- 34 近期政策一览



## 八面来风

- 36 2025 下半年中国经济走势如何？
- 39 晨光、广博、齐心 2024 财报启示：文具行业的变与进

## 协会动态

## 色彩觉醒 艺启未来

## ——协会联合举办流行色与美术画材的革新对话发布会

6月11日，中国文化用品商品交易会（CSF文化会）首日，宁波文具行业协会（中国流行色协会宁波服务站）携手理事长单位宁波康大美术画材集团股份有限公司、中国流行色协会、在上海新国际博览中心隆重E2馆举办“色彩觉醒 艺启未来”流行色与美术画材的革新对话发布会。

中国制笔协会副理事长任秀英、宁波文具行业协会副理事长俞勇锋和来自德国、法国等国际知名画材品牌代表、国内美术院校老师、艺考培训机构负责人等嘉宾共同探讨色彩科学与美术画材的深度融合。

会上，中国流行色协会色彩专家林玲女士，发布了《2026中国艺考画材色彩趋势报告》。报告基于大量调研数据，从流行色驱动因素、消费者与产品策略、流行色趋势与产品三个方面，系统分析了未来艺考领域的色彩应用趋势。报告深入解析了“自然静谧”“微光时刻”“虚拟共生”等2026年度流行色在产品中的应用价值。同时，结合色彩心理学，揭示了不同色系对包括艺

术生在内的艺术创作者创作效率与情感表达的深远影响，为画材领域的产品设计与市场发展提供了极具价值的参考。

基于趋势研究成果，协会理事长单位宁波康大美术画材集团旗下专业艺考品牌欧丝丹推出“共生体系列”产品，深度融合色彩科学与艺术教育需求，通过创新性的“色彩+功能”双维设计理念，实现了美学价值与实用性能的完美统一。

俞勇锋表示此次发布会是协会助力康大美术画材集团与中国流行色协会建成“中国流行色协会儿童色彩研发基地”以来的又一成果展现，为美术行业升级注入科技与美学双重动力，为文具行业“新质生产力”发展提供了范本。

作为中国流行色协会宁波服务站，协会将持续发挥平台赋能作用，深耕色彩技术创新路径与多元应用场景探索。助力企业以色彩美学为价值纽带，着力提升文具产品的艺术附加值与功能体验感，以新质生产力驱动宁波文具产业集群转型升级。

## 红心向党展风采 联络交流增才干

## ——2025年宁波文具行业协会“联络员活动日”系列活动成功举办

烟雨蒙蒙，如诗如画。4月23日，宁波文具行业协会（和丰联合第一党支部）组织30余名企业联络员、党员代表赴浙江省台州市开展了以“红心向党展风采 联络交流增才干”为主题的2025年“联络员活动日”系列活动。

活动在趣味互动中开启。车上破冰小游戏，联络员们热情参与，现场欢笑不断，你来我往中迅速拉近了彼此距离。

联络员们走进仙居县高迁古村，这是首批中国传统古村落、中国历史文化名村，通过党建赋能让古村重生历久弥新。大家参观

## 协会动态

了新德堂、思慎堂、慎德堂等众多明清时期传统建筑，欣赏了仙居无骨花灯、墙绘等精湛的文化艺术，进一步了解“千万工程”对乡村振兴的积极作用。

协会召开了 2025 年联络员工作会议。会议伊始，党支部党务干事、协会代理执行秘书长韩薇传达了协会党支部开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育工作计划，希望联动企业以学习教育为指引，进一步坚定干事业、谋发展的信心和决心，加强党员的党性修养和纪律意识，努力推动企业和协会健康发展。副秘书长闵芳总结了 2024 年联络员工作，部署了今年主要工作，强调信息共享与企业合作的重要性。会议表彰了 2024 年度联络工作突出个人、先进个人，激励企业联络员履职尽责、团结一心，为企业和行业高质量发展贡献力量。

针对近期美国加征关税、中美贸易脱钩、

市场竞争加剧等热点问题，协会同期举办了“企情聚焦 行情思辨”多岗联合交流会，联络员们结合岗位工作情况和企业发展情况，分享经验建言献策。面对复杂多变的形势，企业纷纷主动作为，积极探寻整合稳定供应链、转移电商销售链、创新产品研发、加强标准制定等应对之策。

恰逢知识产权宣传周，协会还发放宣读了知识产权保护材料和宁波市相关扶持政策，围绕“知识产权与人工智能”议题，联络员积极分享 AI 技术在生产实践中的应用和知识产权保护问题。

2025 年“联络员活动日”系列活动作为协会五大传统活动之一，将党建与业务深度融合、企业交流与强健体魄有机结合，既是协会服务企业的暖心举措，也是企业交流互动的有效平台，更是行业凝聚共识的坚实纽带，为行业高质量发展注入新动力。

## 协会开展“会链创新”对接系列活动

为助力企业向“新”提“质”，以“新”致远，宁波文具行业协会围绕企业发展核心需求，开展“会链创新”对接系列活动，在 AI 技术应用、新材料开发、产品创新等领域精准发力，为企业高质量发展注入新动能。

### 新材料赋能企业降本增效

4 月 1 日，宁波文具行业协会联合中石化宁波新材料研究院、中国石化镇海炼化公司在宁波康大美术画材集团股份有限公司举办新材料开发应用研讨会。中石化宁波新材料研究院、镇海炼化公司相关负责人，以及康大美术画材集团、穿越时空文具有限公司等企业代表 10 余人参会。会上，康大美术画材集团介绍了自身发展与新材料应用

需求，研究院郭晓帅博士展示了镇海炼化最新聚丙烯产品优势。针对企业提出的材料性能等核心问题，双方深入研讨，达成初步合作意向。本次邀请“科技专家进千企”，构建企业出题、协会搭台、院所解题的产学研用协同机制，重点突破关键材料技术，将推动行业向高附加值、绿色低碳转型。

### 产学研赋能企业科技创新

经前期协会理事长许观良带领宁波文具考察团入校实地考察交流后，协会持续跟进，4 月 9 日，邀请浙江工业大学工业设计研究院副院长陈龙一行 5 位专家，走进宁波康大美术画材集团股份有限公司、宁波英莱达集团有限公司召开合作对接会。在英莱达

集团，企业分析了发展战略与合作需求，浙工大教授介绍了校企合作模式，集团董事长希望借此提升产品设计与创新能力；在康大美术画材集团，专家参观样品间后，双方围绕行业趋势与合作需求展开交流，企业期望共建联合研发中心，推动产品升级。同期协会还邀请陈龙院长一行莅临协会召开“聚焦 AI 趋势 智造文具未来”产学研对接会。

目前，协会已经成功推动浙江工业大学分别与康大美术画材集团、英莱达集团召开校企联合研发中心项目开题会议，标志着校企合作从战略共识迈向研发落地阶段。这是协会作为校企合作工作站开展宁波文具创新生态计划的重要落地成果，依托高校智库优势和“一企一策”定制化合作路径，有利于个性化精准化服务企业技术创新与产品

升级，助力行业创新发展。

### “AI+” 赋能企业数智转型

为帮助企业应用人工智能工具、增强管理创新效能，协会开展了“AI+”两场培训活动。4月1日，协会在和丰花园酒店举办“AI+财务”企业数字化人才培训班，邀请宁波财经学院资深导师金致远授课，通过引入案例、实操演示，帮助企业人才探索 AI 与财务融合新场景，助力企业数字化转型与财务管理效能提升，30余位行业骨干企业负责人和财务负责人参加培训。4月22日-23日，协会联合专业机构在维也纳国际酒店举办“AI+营销”赋能企业增长培训班，通过 AI 技术驱动营销模式创新，帮助企业抢占市场发展先机、实现降本增效，提升企业竞争力。

## 宁波文具菁英联盟主席团一届四次会议顺利召开

6月4日，“中国文具之都·宁波”创二代菁英联盟主席团一届四次会议在天文文具顺利召开，主席团成员贝发集团股份有限公司副总裁邱博京、宁波云峰文具有限公司总经理高云峰、宁波天虹文具有限公司副总经理管敏贤、余姚市亚世亚文具制造有限公司总经理吴森等参会，协会副理事长俞勇锋等秘书处人员列席，2025年联盟主席轮值主席管敏贤主持会议。

会议审议通过了联盟更名议案，联盟更名为“宁波文具菁英联盟”。联盟更名不仅是名称的迭代，更是发展战略的升级：从聚焦“创二代”群体到面向全行业青年企业家，体现出宁波文具行业“开放包容、多元共生”的人才培育生态。

会议还审议通过了去年总结、今年工作计划，谋划了近期活动方案。

会议同期举办“以新提质 对话未来”宁波文具青年企业家沙龙，围绕行业发展热点议题展开深入交流。在消费升级和技术变革的浪潮中，年轻一代企业家既传承工匠精神，又勇于突破传统框架，他们带着互联网思维和全球化视野结合企业实践在创新驱动领域、品牌建设战场、市场拓展前沿等提出突破性观点，引发了大家强烈共鸣。

下一步，联盟将按照工作计划逐一落实，带领行业青年以饱满的热情投入企业发展和行业创新实践，为“中国文具之都”产业集群注入澎湃的青春动力。

## 爱心跨越千里 携手圆梦“六一”

### ——宁波文具行业协会 2025 首批爱心文具抵达凉山

在 2025 年“六一”国际儿童节到来之际，一份份承载着宁波文具行业拳拳爱心的礼物，跨越千里，抵达四川省凉山州雷波县孩子们的手中。

“我有新的笔记本啦！”“这个水彩笔的颜色真好看啊！”在儿童节到来之际，四川省凉山州雷波县黄琅镇中心学校的孩子们收到了一批来自宁波的文具，这也是许多孩子首次了解到宁波这座城市。

作为“中国文具之都”，宁波文具行业协会（和丰联合第一党支部）始终在党的带领下将履行社会责任与产业发展深度融合、紧密结合。为积极落实宁波市民政局、市经信局、明楼街道等部门对口协作工作部署，协会年初就发起《2025 年宁波文具行业爱心助学倡议书》，号召会员企业用爱心点燃希望，用责任传递温暖。多家企业积极响应，协会理事单位宁波兆生文具有限公司首发完成 425 箱爱心文具助学，涵盖笔记本、铅笔、彩笔、书包等实用学习用品。

在雷波县东西部协作办公室的高效协

调下，这批带着宁波温度的爱心文具于儿童节前精准发到凉山州，为当地黄琅小学、马湖小学等 5 所高原山区小学孩子们送上了节日关怀。

“教育是民族振兴的基石，关注凉山山区儿童就是守护国家未来。”和丰联合第一党支部书记、宁波文具行业协会副理事长俞勇锋表示，希望通过“文具助学”活动切实缓解山区家庭教育的支出压力，通过“小文具”帮扶传递“大关爱”，为孩子们成长注入精神动力。

此次跨越千里的爱心行动，是宁波文具行业协会积极响应东西部协作号召、助力乡村振兴的生动实践，彰显了新时代宁波文具企业、社会组织责任担当。

近年来，宁波文具行业协会累计向中西部地区捐赠物资 200 余万元，帮助上万名困难学子。今年协会将继续发挥产业优势，凝聚行业力量，探索务实举措，以更多“宁波文具力量”助力区域合作共赢发展。

## 携手深化山海协作 共绘文具产业蓝图

为积极贯彻落实宁波市经济和信息化局“山海协作”工作部署，深化区域产业协同、推动时尚轻工行业高质量发展，5 月 16 日，丽水市莲都区经济和信息化局主办、宁波文具行业协会等单位协办的“轻工优级‘莲’质造未来”莲都区时尚轻工业产销对接会在莲都区绿谷信息产业园召开，20 余家企业代表参会。

活动邀请了阿里巴巴和中国制造网两大电商平台，其代表分享了行业趋势与平台优势，为企业升级转型提供新思路。通过多媒体展示全方位呈现企业的优质产品与服务。

宁波作为“中国文具之都”，始终以创新为引擎助行业发展。对接会上，协会副理事长俞勇锋重点推介了宁波文具产业 AI 赋

能、时尚设计和数字化解决方案，充分彰显了宁波文具产业在智能制造、绿色转型领域的领先优势。并与丽水市蓝天制笔有限公司、浙江中彩文教用品制造有限公司等丽水文具企业开展精准对接，共探合作机遇，为两

地产业链融合绘就新蓝图。

宁波文具行业协会将以此次会议为契机，持续发挥平台作用，继续推动宁波文具企业融入“山海协作”产业链、创新链，为甬丽两地经济协同发展贡献“文具力量”。

## 协会组织企业亮相第 119 届中国文化用品商品交易会

6月11日-13日，第119届中国文化用品商品交易会（CSF文化会）在上海新国际博览中心举办。本届展会吸引超1000家国内外品牌参展，覆盖8万平方米展区，汇聚智能办公、创意文具、环保纸品等前沿趋势，为行业人士与爱好者呈现一场集商贸、创新与文化交流于一体的盛会。

### 宁波文具企业参展，彰显产业硬核实力

展前，宁波文具行业协会积极组织企业参展，助力企业拓展市场、塑造品牌。展会期间，协会组织企业观展，副理事长俞勇锋也带领秘书处赴沪观展，调研行业发展趋势、市场热点，了解最新产品与前沿技术，汲取创新经验，以期更好服务宁波文具企业拓市场、创品牌、稳经营。

得力、广博、康大美术、云峰、天虹等20余家宁波文具企业携创新产品参展，通过智能化、文创化、IP化、专业化的产品矩阵，全方位展现宁波文具产业的强劲实力与创新活力。其中，得力、广博、天文等展区的打卡互动活动吸引大量观众驻足体验，展位前人流络绎不绝，成为展会焦点之一。

### 多元活动精彩纷呈，引领行业创新风向

为利用展会平台宣传，宁波文具行业协会积极策划并携手企业举办系列重磅同期活动。6月11日，协会联合理事长单位宁波康大美术画材集团股份有限公司、中国流行色协会主办的“色彩觉醒 艺启未来”流行色与美术画材革新对话发布会，协会副理事长单位天虹文具举办“天生智能 引领未来”天文2025营销战略暨新品发布会。

### 深度调研精准对接，拓展产业发展空间

展会期间，协会深入各展区系统考察企业展品与技术，把握行业发展动态与市场需求趋势。俞勇锋表示，此次观展为协会提供了宝贵的学习交流契机，下步将结合考察经验助力企业锚定市场方向，加速产品迭代升级与产业创新转型。

同时，协会与各地行业专家、企业代表交流对话，共话行业脉动，在分享经验中碰撞智慧火花，在沟通洽谈中挖掘合作机遇。

未来，宁波文具行业协会将持续发挥桥梁纽带作用，整合行业资源，搭建多元平台，推动产业创新升级与规范发展，助力宁波文具产业高质量发展。

# 设计赋能智造 企业提速向新

## ——协会举办设计师走进企业样品间活动暨科技志愿服务行

为积极响应落实宁波市科学技术协会号召，在“5·30”全国科技工作者日临近之际，为赋能企业以设计创新激发内生裂变动力，培育发展新质生产力，着力破解市场内卷难题，5月，宁波文具行业协会（品牌指导服务站）分别在慈溪和宁海举办2场2025年“设计师走进企业样品间”活动暨科技志愿服务行。

作为和丰联合第一党支部“联动领航”党建联建品牌的持续性实践，两场活动聚焦文具细分领域优秀企业，对接和丰创意广场入驻的设计机构：宁波摩根工业设计有限公司、宁波黑蚁工业设计有限公司和宁波可点工业设计有限公司等公司，邀请党员骨干带头参加，实现专业设计力量精准对接赋能企业创新需求。

协会会员单位慈溪市晓逸文具有限公司是专营马克笔等美术类产品的工贸企业，聚焦自有品牌“晓意”致力于通过技术革新拓展产品边界，提升品牌价值。翁逸宁总经理热情地带领设计师们参观样品间并开展座谈，详细介绍了企业的业务模式、产品特色以及市场需求。双方围绕设计方向、合作模式展开深入探讨，达成了初步合作意向，为后续合作奠定了坚实基础。

协会副理事长单位慈溪市爱可制笔有限公司是集研发、生产、营销、品牌为一体的品牌企业，拥有“听雨轩”“歌之美”“爱可体育”等独立子品牌，产品畅销国内外。爱可制笔高度重视本次设计对接，设计、生产、营销相关负责人均陪同参观样品间并交流需求。宓恩波副总经理表示，希望通过与

专业设计企业的交流合作，以创新设计增加产品附加值，助力产品在竞争激烈的市场中脱颖而出，开拓发展空间。

协会监事单位宁波赞扬文具有限公司是一家集“开发、生产、销售”于一体的内外贸一体化专业公司，国内自有“赞扬”品牌稳健发展，是宁海县“规模型”企业和外贸出口骨干企业。胡赞总经理热情欢迎设计师团队，详细介绍了企业市场布局及收纳产品系列，引导参观样品间。双方围绕产品调性、迭代策略和营销方式等方向展开头脑风暴，现场达成合作共识。

协会理事单位爱文易成文具有限公司是一家综合型的成熟外向型制造及加工企业，产品以长尾票夹为主导，塑料类、胸卡类等文具为辅助，是全球长尾票夹出口量最大的生产厂家之一，具备良好的市场口碑。胡佩瑾副总经理和曾伟文副总经理在样品间介绍了产品特点和市场目标，逐一分享了2025年新产品开发方案，请设计师精准锚定设计方向，增强双方设计合作可行性。

活动中，设计师们与企业负责人深度交流探讨，碰撞出设计灵感火花，将为企业产品焕新升级注入动能，协会也将持续跟进服务，助力合作落地。

下一步，协会将持续深化宁波文具创新生态计划，进一步拓展“党建+产业”服务模式，汇聚专业力量推动宁波文具产品向智能交互化、文化叙事化、场景定制化、品类专业化升级，为培育具有国际竞争力的产业集群注入动能。

## 关于组织企业赴日本观展考察的通知

为精准服务企业“走出去、跑起来”抢抓订单、开拓市场，促进宁波文具产业外贸保稳提质，协会举办品牌活动“会链市场”境外行活动，组织企业赴日本考察展会、参观交流、市场调研和商务洽谈。具体如下：

一、**时间**：9月23-29日，来回7天

二、**地点**：日本大阪、东京等

三、**参加对象**：宁波文具产业链企业

四、**活动亮点**：

1. 考察展会。大阪2025年日本大阪国际日用杂货及礼品展览会（9月24-26日），深入了解日本文具市场发展趋势，捕捉商机，拓展市场。

2. 参观交流。实地考察参观日本文具企业，商务洽谈，产销对接。

3. 市场调研。实地调研日本文具市场，探店考察文创商品，考察市场需求、竞争态势和消费偏好。

五、**考察费用**

1. 考察费用由企业自行承担，考察费用每人21000元（20人团组报价，最终以报

名人数、机票价格等实际支出为准，多退少补）。

考察费包含：机票费、公务费、餐饮费、参观费、领队费、翻译费、场地费和物料费等各项参观学习费用；住宿费（默认双人合住当地三星级商务酒店标准间，单间需另补差价）；当地集体出行交通费；个人海外人身意外保险费；税费等。考察费不包含：国内个人往返机场的交通费、个人护照办理费、单人间房差费、加餐餐饮费、个人消费和自选活动费用及行程计划外司机导游加班服务的超时费用。

2. 协会将统一安排行程和费用支付，由宁波长城旅行社有限公司收取考察费21000元/人。因个人原因退改机票和住宿而产生的费用，需另行结算，谢谢大家配合！

六、**报名须知**

报名截止7月31日，限报20名，额满即止，请有意向参加的企业联系协会秘书处。

行程安排如下：

日期	主要活动
9月23日星期二	13:15-16:45 春秋航空 宁波栎社 T2-大阪关西 T2
9月24日星期三	参观大阪国际日用杂货及礼品展览会，考察大阪市场
9月25日星期四	参观日本2025年大阪世界博览会
9月26日星期五	大阪飞东京，参观日本企业
9月27日星期六	自由活动
9月28日星期日	考察横滨文具市场
9月29日星期一	12:40-15:10 春秋航空日本 东京成田 T3-宁波栎社 T2

## 关于组织企业赴广东深圳、汕头观展考察的通知

为助力企业开拓市场商机，了解行业动态，观摩先进企业，拓展产业链，协会计划于文具展会期间组织企业赴广东深圳、汕头观展考察。具体如下：

**一、时间：**10月21日-10月25日（周二至周六），共5天

**二、地点：**广东深圳、汕头

**三、参加对象：**宁波文具产业链企业

**四、活动亮点：**

1. 参观 2025 第 11 届深圳礼品、消费品包装及印刷展（10月20-23日）、2025 汕头国际文具礼品展览会（10月23-26日）。

2. 考察当地文具市场。

3. 参观文具企业、对接经销商，交流合作。

### 五、考察费用

1. 考察费用 3800 元/人，按实结算，多退少补，住宿单间需补差价。包括吃、住、行（含交通费、住宿费、参观费用、保险费、餐费等），全部由团组成员单位自理，因航班固定，请提前确定时间安排，取消行程将扣除相关费用。

由协会带队统一组团、统一活动，统一负责后勤保障。本次考察活动路程较远、行程紧密，请报名企业知悉并听从协会行程安排。

### 六、报名须知

报名截止 8 月 29 日，限报 30 名，额满即止，请有意向参加的企业联系协会秘书处。

行程安排如下：

日期	主要活动	住宿
10月21日星期二	6:00 宁波栎社机场 T1 集合 7:40-9:55 南航 CZ8738 宁波栎社 T1-深圳宝安 T3 下午参观深圳礼品展	深圳酒店
10月22日星期三	上午参观深圳齐心集团股份有限公司 下午大巴车赴汕头	汕头酒店
10月23日星期四	上午参观 2025 汕头国际文具礼品展 下午参加亚太文具协会联盟第十五届二次年会 晚上参加 2025 汕头国际文具礼品展览会招待晚宴	（汕头文具协会免费提供）
10月24日星期五	参观广东乐普升文具等汕头文具企业	汕头酒店
10月25日星期六	上午自由活动 15:50-17:30 春秋 9C6370 揭阳潮汕-宁波栎社	/

## 协会联合主办“天文杯”宁波市青少年硬笔书法作品大赛

为弘扬中华优秀传统文化，发掘并培育青少年硬笔书法优秀人才，促进硬笔书法艺术的传承和发展，并践行天文文具倡导的“轻松学习”理念，6月30日，宁波文具行业协会、宁波市硬笔书法家协会联合启动“天文杯”宁波市青少年硬笔书法作品大赛，协会副理事长单位宁波天虹文具有限公司旗下的“天文文具”品牌冠名本次大赛。

赛事面向宁波全大市范围内在校小学生中的书法爱好者，设置小学3年级（含）以下为低段组、4年级（含）以上为高段组共两个组别，征稿截止8月15日。

下步，宁波文具行业协会将全力推进赛事宣传组织工作，借助赛事影响力，赋能企业提升品牌价值，助力企业高质量发展。





## 红领甬社 点亮公益之光

### ——宁波文具行业协会开展社会组织“党员公益日”活动

为凝聚公益力量、彰显社会组织担当，根据《宁波市民政局关于组织开展2025年社会组织“党员公益日”活动的通知》（甬民发〔2025〕54号）精神，宁波文具行业协会（和丰联合第一党支部）积极响应开展“社会组织党员公益日”活动。

6月14日，由宁波市民政局主办的“红领甬社·益享城市温情”2025年宁波市社会组织党员公益日活动在海曙鼓楼甬城惠客厅举办，此次活动通过创新公益形式，将党建工作与社会服务深度融合，吸引了众多市民热情参与。

“公益盲盒”活动现场，宁波文具行业协会代理执行秘书长韩薇，项目部部长袁书凝身着“红马甲”，带着广博、海雯等爱心文具企业捐赠的文具物资，引导市民参与互动游戏，在趣味中展现善意，让“做公益”

变得好玩、有温度、可持续。市民捐赠任意金额，即可参与套圈、跳房子等怀旧趣味游戏，完成打卡后可抽奖“公益盲盒”，包括但不限于笔盒、尺子、文创套装等物品。

本次活动将文具捐赠与趣味游戏结合，以“盲盒”形式提升参与感，让公益从单向付出变为双向互动，极大地激发了公众参与热情。“这种边玩游戏边做公益的方式很新颖，孩子玩得开心，还能理解帮助他人的意义。”一位参与活动的家长表示。还有老党员咨询捐赠后悄悄离开，希望为困难儿童多献一份爱心。

未来，协会将持续开展公益活动，让党建红色力量与文具行业资源持续赋能公益事业，让文具温情持续传递，为建设更加美好的社会贡献力量。

## 清风廉脉铸党魂 青山艾草迎端午

### ——宁波文具行业协会党支部举办5月主题党日活动

为深入贯彻中央八项规定精神学习教育，厚植清廉文化根基，践行生态文明理念，5月25日，宁波文具行业协会党支部开展了“清风廉脉铸党魂 青山艾草迎端午”5月主题党日活动，党支部书记、宁波文具行业协会副理事长俞勇锋带队，组织全体党员及家属前往宁波东钱湖下水湿地公园党建教育基地研学。

活动伊始，在鲜红的党旗下，俞勇锋带

领全体党员重温入党誓词。党员们以洪亮坚定的誓言，汲取砥砺奋进的磅礴力量，进一步坚定理想信念，强化了党性修养。

在“红湾驿站”，支部书记上党课，俞勇锋以“学习‘两山’理论 传承红色与廉洁精神”为主题，阐述了习近平总书记提出的“两山”理论的科学内涵，希望大家进一步感悟红色精神和清正廉洁精神，进一步认识中央八项规定精神学习教育重大意义，自

觉做到心有所畏、言有所戒、行有所止。交流分享中，每位党员围绕近期学习中央八项规定精神交流了学习体会。

下水湿地公园是自然之美与红色文化融合的党建教育基地，党员们在这里学习党的发展历程和伟大成就，深刻体会绿水青山就是金山银山的发展理念。

端午节来临之际，党支部组织党员及家属一起手工制作端午艾草花束、夏日蒲扇，向孩子们讲述端午节的起源和挂艾草等传

统习俗的寓意。在欢声笑语中，大家共同感受传统文化的独特魅力。

此次主题党日活动将深入贯彻中央八项规定精神学习教育与中华传统节日有机结合，综合运用实地研学、书记上党课、手工体验和互动交流等创新活动形式，丰富红色内涵，引导党员沉浸式筑牢思想根基，提升了党员的作风素养，增强了党组织的凝聚力和战斗力。

## 宁波文具行业协会党支部召开 2025 半年度党员大会暨组织生活会

为总结回顾党支部上半年工作，全面谋划下半年重点工作，推进深入贯彻中央八项规定精神学习教育走深走实，6月23日，宁波文具行业协会党支部在宁波文具行业协会会议室召开2025半年度党员大会暨组织生活会，党支部书记俞勇锋主持，全体党员共11人参加。

会议在庄严的国歌声中拉开序幕。支部大会审议了党支部2025年上半年的工作总结、下半年工作计划，公示了党费收支情况。

会上，俞勇锋结合近期时事热点领学了《习近平关于加强党的作风建设论述摘编》，分享了学习感悟，为全体党员上了一堂生动的党课。

全体党员集中观看了《八项规定改变中国》党纪学习教育视频，努力领会八项规定对推动高质量发展的重要意义。6月是安全

生产月，同期观看视频学习夏季中暑等事故应急演练，强化了“人人讲安全、个个会应急”的安全意识。

围绕中央八项规定精神一体推进“学查改促”，每位党员结合自身工作实际，对照检查学习教育情况，开展了批评与自我批评，查找了自身存在问题，提出了整改措施。

会后利用学习强国平台，党员继续深入学习全省警示教育会精神、沈敏关于开展学习教育工作的专题调研内容等，不断提升自身的政治素养。

此次党员大会，不仅使每位党员清晰认识自身存在问题，还加深了对中央八项规定及实施细则精神的思想认识，坚定信念、增强定力、养成习惯，以优良作风凝心聚力、干事创业。

## 《文具用品术语及分类》国家标准立项启动会在宁波顺利召开

4月24日，全国文具运动器材标准化技术委员会文具分技术委员会在宁波富邦大酒店召开《文具用品术语及分类》国家标准立项启动会暨工作组第一次会议。

国家标准《文具用品术语及分类》是文具行业基础性标准，直接影响产品质量管控、市场交易及贸易合规。近5年来，我国文具产业规模持续扩大，创新产品不断涌现，使得原有分类体系难以满足行业发展需求。

会议讨论标准草案框架及技术指标，就标准应兼具前瞻性和可操作性达成一致，成

立了标准起草工作组，明确了各成员单位的职责分工，审议通过了标准修订工作计划等。

来自龙头企业、行业协会和检测机构的30余名专家参加会议，全国文具运动器材标准化技术委员会文具分标委秘书长马萍博士主持会议，宁波文具行业协会副理事长俞勇锋应邀参加会议。

下一步，宁波文具行业协会将组织会员企业参与调研，广泛征求意见，积极发挥作用，助力工作组圆满完成《文具用品术语及分类》国家标准修订工作。

## 中国制笔协会绘画用笔专业委员会成立大会在义乌召开

6月2日，“匠心绘未来 共画新彩虹”中国制笔协会绘画用笔专业委员会成立大会在义乌市雅悦酒店隆重召开。本次会议由中国制笔协会主办，义乌市文化用品行业协会承办，地方协会代表、行业技术专家、艺术教育专家等90余人出席了会议。

中国制笔协会理事长杨承杰作重要讲话，为更好地融合企业资源，搭建绘画用笔行业交流平台，规范发展壮大绘画用笔行业，绘画用笔专业委员会成立后，要做好以下几方面工作：一是推动行业标准化与技术升级，二是加强产业融合与行业自律，三是培养专业化人才与艺术引领，四是助力文化战略与经济发展。

会上，任秀英副理事长宣布首届绘画用笔专业委员会负责人建议名单，现场进行了投票选举、公布选举结果并颁发负责人证书。

新当选的绘画用笔专业委员会主任王立武做工作计划报告，提出绘画用笔专业委员会的愿景是做“全球艺术工具技术标准制定者”，目标是“让中国绘画笔成为世界艺术家创作工具箱中的必选项！”。绘画用笔专业委员会的工作计划将围绕行业规范、技术创新、市场拓展、标准制定、国际合作、行业交流、跨界融合等核心方向展开。

大会取得了圆满成功，标志着中国绘画用笔行业在规范化、专业化发展道路上迈出了重要一步。专业委员会将按照既定的工作计划，一步一个脚印地推进各项工作。加强行业自律，共同制定和完善绘画用笔的标准，提升产品品质；加大品牌建设力度，让中国的绘画用笔品牌在国际市场上崭露头角；积极开拓市场，寻找新的增长点，推动行业的持续发展。（节选自公众号：中国制笔协会）

## 在宁波，看见文具行业未来

2026 宁波国际文具展，已定于 2026 年 3 月 25-27 日在宁波国际会展中心举办。作为一年一度的文具业界盛事，宁波国际文具展进一步扩容升级，展览面积超 60000 平方米，以“中国文具之都”为锚点，助力企业驶入全球文具贸易新航道。

### 产业依托 全球文具的“宁波坐标”

宁波，这座城市与文具产业紧密相连。作为全国最大的文具产业集聚地，宁波拥有 1000 余家文具企业，年产值近 600 亿元，得力、贝发、广博等行业领军者均在此扎根。宁波完备的产业链涵盖原材料供应、产品设计研发、生产制造、包装运输等各个环节，为宁波国际文具展提供了强大产业支撑。

目前，2026 年国际文具展 1-8 号馆全馆及户外的近 3000 个展位已基本售罄，汇聚了文具行业知名企业。（详细名录见公众号）

### 出口导向 领航全球文具贸易航线

坐拥世界第一大港的宁波，外贸是其一大“金字招牌”。近年来，这座港口城市在巩固传统外贸优势的同时，以跨境电商为新引擎，持续提升“外贸之城”能级，2024 年宁波民营企业进出口额突破 1.09 万亿元大关，晋升“民营外贸万亿之城”。

在此背景下，宁波文具展天然具备“出口基因”，2025 年宁波文具展吸引美国、英国、马来西亚、韩国、俄罗斯、印度、阿联酋等 81 个国家和地区的境外买家，包括多个境外采购团及全球文具礼品行业渠道巨头。展会期间，许多企业借助宁波文具展成功开拓国际市场，据不完全统计，众多参展企业在展会后订单量显著增长，外贸业务实现跨越式发展。

深耕文具行业二十余载，宁波国际文具展已与数十家境内外文具行业协会、组织机构、生产基地达成紧密合作，定向邀约全球优质买家。展会还将举办新品发布、跨境电商、品牌出海等多元论坛活动，深化行业交流，提供技术指导及战略支持。

### 文具创新 从“笔尖”到“潮玩生态”

在文具行业竞争日益激烈的今天，创新成为推动行业发展的核心动力，在宁波国际文具展，众多参展企业正打破“文具”的固有边界，将产品线向文创潮玩与情绪疗愈领域延伸，以“情绪价值拉满”的设计理念俘获新一代消费者。

设计成面包、汉堡样式的减压捏捏乐，联合哪吒、卡皮巴拉等热门IP的文具产品，“万物皆可盲盒”的潮玩新品，各大景区博物馆“一贴难求”的文创产品……本届展会，各类文创、潮玩、IP联名等创新文具产品数量大幅增加，其中“解压”“治愈”“陪伴”等成为热门关键词。

近年来，宁波国际文具展先后通过打造“美术画材、益智玩具展区”，举办首发新品发布会等形式，汇聚全球文具行业的最新科技成果与创意设计，为参展商和观众呈现一场文具创新的盛宴。此外，展会还特别邀请了行业专家、设计师、学者等，就文具行业的创新趋势、设计理念、市场前景等话题进行深入探讨与交流，为参展商提供行业洞察与战略指导。

每一个展台都是通向世界的起点，每一次展示都蕴含无限商机。明年三月，2026 宁波国际文具展将以更盛大的规模亮相，让我们共同期待。（节选自公众号：宁波文具展）

## 欧盟发布有关微塑料限令的指引文件

2025年3月31日，欧盟委员会技术服务部发布了一份关于欧盟REACH法规(EC) No 1907/2006 附录XVII第78项有关合成聚合物微颗粒(SPM、微塑料)的实施指引文件。

指引文件的重点如下：

1. 第78项中的微塑料限制旨在应对有意使用SPM带来的风险。若SPM是无意中存在的（例如，塑料包装或较大的塑料/聚合物物体的破裂产生），则第78项限制不适用。

2. 连续覆盖固体聚合物涂层的颗粒视为SPM，即使固体聚合物占该颗粒重量小于1%。

3. 由于技术手段限制，微塑料限值的执法尺寸下限定为临时性的0.1 μm（纤维状颗粒为0.3 μm）。不过，在技术发展之后，未来有可能会降低执法尺寸下限。

4. 强调豁免5(b)和豁免5(c)中的“永久性”条件。若要应用豁免，聚合物状况的改变应是永久性的，直至产品被处置。

5. 强调豁免5(a)中有关“使用和处置说明(IFUD)”的条件。使用和处置说明(IFUD)

应切实可行，并在目标用户的实际能力范围内（尤其是针对消费者和专业用户）。若只能通过复杂/严格的说明，才能防止SPM的释放，使得目标用户无法在实践中执行，则不能应用该豁免。

6. 表面附有闪粉的物品(articles with glitter affixed)不落入限制的范围，无论闪粉是否在正常使用过程中因磨损而脱落。

7. 如果含有聚合物颗粒的测试材料符合降解合格标准，则可以认为含有相同化学成分的较小聚合物颗粒（即面积-体积-比更大的颗粒）的测试材料也符合合格标准，而无需单独（再次）测试。

指引文件强调，各欧盟成员国的国内执法机构为微塑料法规执法的主体，负责评估限制是否适用于某一产品，以及评估产品所标示的使用和处置说明(IFUD)是否足够和有效。目前，欧洲化学品管理局(ECHA)正在对某些边界产品进行判定，结论将适时公布。最后，只有欧盟法院才可对法规给出具有裁决性的解释。（来源：中国贸易救济信息网）

## 欧盟根据持久性有机污染物法规对两项物质实施新的限制

2025年5月，欧盟委员会通过了两项授权条例，根据关于持久性有机污染物的法规(EU) 2019/1021 针对两种有害物质引入了新的限制。

2025年5月5日，委员会通过了一项

授权法规，在持久性有机污染物法规附件一中增加了UV-328（CAS号25973-55-1）。

关键条款：

禁止制造、使用和投放市场UV-328。

当UV-328作为物质、混合物或物品中

的无意痕量污染物存在时，其最大浓度限制为 1 mg/kg。

有时限的豁免（5 年）适用于特定用途，例如：液晶显示器偏振器中的三乙酰纤维素薄膜、相纸和成像产品、采血管中的机械分离器、陆基机动车辆中使用的某些物品。

在相关豁免到期之前或到期之日已在欧盟使用的含有UV-328 的物品可以继续使用。

2025 年 5 月 15 日，根据持久性有机污染物法规，得克隆（CAS号 13560-89-9）受到限制。

关键条款：

禁止生产、使用和投放市场得克隆。

允许对痕量污染设定 1000 mg/kg 的临时上限，30 个月后降至 1 mg/kg，以便实验室适应。

豁免（5 年，可延长 5 年）适用于：

陆基机动车辆和室外动力设备的备件、医疗器械和体外诊断设备、用于测试、监测和生产的分析仪器。

在相关豁免到期之前或当日已在欧盟使用的含有得克隆的物品可以继续使用。

（来源：tbtguide）

## CEN 发布塑料回收标准

2025 年 4 月 16 日，欧洲标准化委员会（CEN）正式发布技术报告 CEN/TR 18160:2025《塑料回收——消费后回收料（PCR）与工业后回收料（PIR）的分类》，为塑料回收行业提供统一分类标准，旨在提升回收材料质量、促进循环利用，推动欧盟“循环经济行动计划”落地。

塑料回收行业在全球范围内面临着诸多挑战，如何准确区分适合生产塑料再生料的废物材料与不可用于回收的材料一直是行业亟待解决的问题。CEN/TR 18160:2025 标准的发布为这一难题提供了明确的指导方向。

通过严谨的定义和分类方法，该标准将塑料再生料清晰地分为消费后再生塑料（PCR）和工业后再生塑料（PIR）两大类。这一分类体系的建立，有助于消费者和企业 在购买和使用塑料制品时，更精准地识别产品中所含再生塑料的来源和类型，从而增强市场对再生塑料产品的信任度。

对于塑料回收企业而言，该标准的实施将优化其生产流程和原料采购决策，提高再生塑料的生产效率和质量稳定性。同时，也有利于企业满足不同客户对再生塑料特定类型的需求，拓展市场空间。（来源：tbtguide）

## 韩国发布 K-REACH 下化学危害评估的修订

2025 年 4 月 8 日，韩国发布了关于对化学危害评价结果进行部分修订的行政公告。本次修订是在完成K-REACH法案下现有化学品的毒性评估的基础上进行的。修订后

的通知包括化学物质名称、危害信息、物质是否有害以及其他相关结果的详细信息。此外，该通知还包括在数据保护期届满后公布新评估的化学物质的名称。

## 行业预警

### 关键变化

**数据保护到期：**在数据保护期满后，以前受保护的化学物质名称现在将公开。包括四种物质，对一项进行了更正。

**现有物质的危害评估：**2024年2月至6月期间对29种物质进行的危害评估结果将列入附件2。

**先前公布的化学品的附加数据：**另外四

种物质的数据将得到更新，20种物质将根据毒性状态被分配唯一的标识符。

**化学物质详细信息：**通知将包括全面的细节，如CAS编号、危险状态和已评估物质的关键危险特性。

评议截止日期为2025年4月28日。（来源：tbtguide）

## 瑞士修订化学品法规以提升健康与安全标准

2025年4月14日，瑞士联邦公共卫生局（BAG）依据《技术性贸易壁垒协定》第10.6条，正式提交了一项关于修订《危险物质和制剂防护条例》（简称《化学品条例》ChemO）附件2和3的通报（编号G/TBT/N/CHE/293）。这一修订旨在更新化学品分类、标签、测试方法，以及增加高度关注物质清单（SVHC）的候选物质。修订后的法规预计于2025年7月1日通过，并于同年8月1日生效，过渡期至2026年4月30日。修订内容包括以下几个方面：

### 1. 附件2更新：

——根据欧盟《分类、标签和包装法规》（CLP）第22次适应性修订（ATP），新增27种物质或物质组的分类及标签要求，并修改了16项现有条目。

——根据欧盟CLP第23次适应性修订，新增22种物质或物质组，修改了10项现有条目。

——将欧盟、经合组织（OECD）和联合国测试手册中的最新测试方法纳入瑞士法

规体系。

### 2. 附件3更新：

——遵循欧盟高度关注物质识别发展的步伐，向ChemO附件3（候选物质清单）新增7种物质，并更新了1项现有条目。

### 3. 修订目标与意义：

——保护人类健康与环境：通过更新危险物质分类和标签要求，确保公众能够更准确地识别化学品的潜在危害。

——法规协调：使瑞士化学品法规与欧盟、OECD和联合国的最新标准保持一致，减少技术性贸易壁垒，促进国际贸易。

——提升安全标准：将最新测试方法纳入瑞士法规，提高化学品评估的科学性与准确性。

### 4. 评论与意见反馈：

各相关方可在通报发布后60天内向瑞士国家经济事务秘书处（SECO）提交评论意见。相关文件可从瑞士联邦法律信息平台（Fedlex）和化学品注册处官网获取。（来源：tbtguide）



## 宁波文具企业屡获荣誉 品牌价值持续提升（第二季度）

序号	荣誉	企业名称
1	中国民营企业 500 强	得力集团有限公司（第 303 位）
2	第十五届全国运动会及全国第十二届残疾人运动会暨第九届特殊奥林匹克运动会特许零售商	贝发集团股份有限公司
3	2025-2026 年度国家文化出口重点企业	宁波康大美术画材集团股份有限公司
4		宁波美博进出口有限公司
5		宁波创源文化发展股份有限公司
6	第三批浙江省数字文化梯度培育企业名单	宁波咕咚创意科技有限公司（骨干型企业）
7	2025 年度浙江省科技型企业企业家	贝发集团股份有限公司董事长邱智铭
8	2025 宁波品牌百强榜	得力集团有限公司
9		贝发集团股份有限公司
10		广博集团股份有限公司
11	第十四届宁波品牌双评选：年度影响力品牌	康大 CONDA
12	第十四届宁波品牌双评选：金口碑品牌	贝发集团股份有限公司
13	2024 年度宁波市企业纳税 20 强拟入围名单	得力集团有限公司
14	2024 年度宁波市内外贸一体化发展 10 强企业名单	得力集团有限公司
15		广博集团股份有限公司
16		宁波康大美术画材集团股份有限公司
17	2024 年度宁波市文化旅游创新提质双“十佳”企业名单： 文化制造业创新提质“十佳”企业	得力集团有限公司
18		贝发集团股份有限公司
19		宁波创源文化发展股份有限公司
20		广博集团股份有限公司
21		宁波康大美术画材集团股份有限公司
22	2024 年度宁波市文化旅游创新提质双“十佳”企业名单： 文化和旅游服务业创新提质“十佳”企业	宁波美博进出口有限公司
23	2024 年度宁波市十大“品质标”消费品品牌	得力
24	2024 年度宁波市生态环境绿色友好双“十佳”企业名单	爱文易成文具有限公司
（仅收集汇总第二季度部分荣誉信息，内容不分先后，如有遗漏还请见谅！）		

## 宁波文具行业协会品牌指导服务站开展 “2025年全国知识产权宣传周”活动

为提高企业对知识产权保护的重视度，激发创新活力，提升市场竞争力，4月20日-26日，宁波文具行业协会在“2025年全国知识产权宣传周”期间，通过多种形式开展知识产权主题宣传活动。

**座谈交流明方向。**4月23日，协会召开企业联络员多岗联合交流会。协会发放了知识产权保护材料、宣贯宁波市相关扶持政策，联络员围绕今年主题“知识产权与人工智能”分别结合企业实际分享知识产权应用案例，探讨AI生成内容的版权归属、专利保护等问题，大家畅所欲言，思想碰撞出创新火花。

**走访宣贯解难题。**协会持续开展“会企同心”企业行走访活动，宣贯海外商标监测预警公益服务等知识产权保护政策。协会与企业负责人、研发人员面对面交流，详细了解企业在知识产权创造、运用、保护过程中遇到的问题，为企业提出的商标、专利问题给予答复。并收集企业关于知识产权保护培训需求和服务建议，为后续精准服务奠定基础。

础。

**线上推送广宣传。**协会充分利用微信公众号、官网、会员群等多媒体平台，打造全方位宣传矩阵：会员群实时分享资讯和知识产权直播培训，公众号和官网积极推送知识产权科普文章、典型案例分析，整合相关政策法规、活动动态，将知识产权保护理念渗透到每一位企业家心中，提升宣传力度。

**内部培训强服务。**针对今年宣传周主题，人工智能技术给知识产权的保护、管理等带来了新机遇和挑战，协会秘书处也开展了专题学习活动。通过内部研讨、案例分析等方式，提升工作人员的专业素养，为企业提供更专业的服务。

此次知识产权宣传周系列活动进一步增强了宁波文具企业尊重知识、崇尚科学和保护知识产权的意识，为行业创新发展营造了良好行业氛围。这也是宁波文具行业协会作为宁波市三星级品牌指导服务站持续发力的工作之一，推动知识产权工作与行业创新发展深度融合，助力行业高质量发展。

## 市场监管总局公布八起侵犯商业秘密典型案例（节选）

市场监管总局高度重视商业秘密保护工作，连续多年部署开展重点领域反不正当竞争专项执法行动，加大对侵犯商业秘密违法行为的执法力度，保护企业合法权益。2024年，全国各级市场监管部门共查办不正当竞争案件14188件，其中查办侵犯商业秘密案件143件。现选取8起典型案例予以

公布。

**江苏省无锡市惠山区市场监督管理局  
查处无锡市亚赛德机床附件有限公司侵犯  
商业秘密案**

### 1 案情介绍

无锡市亚赛德机床附件有限公司（以下简称亚赛德公司）的法定代表人桑某曾在无

锡某机床附件有限公司（以下简称权利人）任职，与权利人签订有商业秘密保密协议和电脑使用规定。经最高人民法院民事判决认定，桑某在就职期间通过手机非法拍摄获取图纸。另发现亚赛德公司从权利人供应商处非法获取产品图纸，并且亚赛德公司自有网站部分内容亦完全抄袭权利人。上述内容均属于权利人的商业秘密。

### 2 法律依据及处罚

亚赛德公司的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第一款第（一）项的规定，依据该法第二十一条的规定，责令亚赛德公司改正违法行为，并结合亚赛德公司已被法院判赔给权利人 1000000 元的情况和自由裁量意见，对亚赛德公司作出罚款 100000 元的行政处罚。

### 3 案情评析

商业秘密是企业的核心竞争力。本案经历史诉讼和行政执法，执法人员在现场检查时固定的相关证据，为权利人在民事诉讼中争取相关权利提供了有力支撑，而法院判决书所确认的事实亦为行政处罚的实施提供了有力证据。案件的成功办理体现了行政保护与司法保护的协同效应，为推动建立健全自我保护、行政保护、司法保护“三位一体”的商业秘密保护体系提供了实践范例。

## 上海市奉贤区市场监督管理局查处张某某等三人侵犯商业秘密案

### 1 案情介绍

张某某系上海某科技有限公司（以下简称权利人）的高级产品总监，与公司签订了保密协议。张某某违反保密协议，在费某某、苏某某的要求与指导下，通过权利人钉钉项目群获取权利人可调弯导管相关技术文件后发送至微信聊天群。经委托鉴定，权利人的技术文件不为公众所知悉，属于商业秘密。截至案发，未发现张某某、费某某、苏某某等

三人使用权利人技术信息获利，故认定无违法所得。

### 2 法律依据及处罚

张某某的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第一款第（一）项、第九条第二款的规定，费某某、苏某某教唆他人披露并获取商业秘密行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第一款第（四）项、第九条第二款、第三款的规定，依据该法第二十一条的规定，责令张某某等三人停止违法行为，并结合自由裁量意见，对张某某、费某某、苏某某分别作出罚款 100000 元、100000 元、10000 元的行政处罚。

### 3 案情评析

商业秘密是企业的核心竞争力，本案凸显社交软件正成为商业秘密泄露的新型风险点，一方面警示企业员工“微信群”不是法外之地，使用社交软件同样需要严守法律底线；另一方面也促使执法机关进一步加强对互联网新型侵犯商业秘密案件的研究，推动形成“尊重商业秘密、守护创新成果”的市场竞争环境，对遏制利用互联网工具实施的新型侵权行为具有示范意义。

## 浙江省杭州市临安区市场监督管理局查处肖某某及杭州艾葭科技有限公司等主体侵犯商业秘密案

### 1 案情介绍

徐某、肖某某系杭州某公司（以下简称权利人）销售经理和业务员，2024 年 3 月，徐某从公司离职后成立杭州艾葭科技有限公司（以下简称杭州艾葭公司），以非法使用原同事账号等不正当手段登录权利人的 ERP 数据系统，截取并使用系统内的成本数据、订单分析等信息；肖某某离职后加入杭州艾葭公司，并将在权利人处工作时使用的报价信息向公司披露并被使用。上述成本数据、订单分析、报价等信息经鉴定具备不为公众

## 知识产权专栏

所知悉性、具有商业价值并采取了相应的保护措施，属于商业秘密。

### 2 法律依据及处罚

杭州艾葭公司的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第一款第（一）项、第（二）项和第三款的规定，肖某的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第二款的规定，依据该法第二十一条的规定，责令杭州艾葭公司、肖某停止违法行为，分别对杭州艾葭公司、肖某作出罚款 350000 元、100000 元的行政处罚。

### 3 案情评析

商业秘密是企业核心竞争力的“隐形护城河”。本案涉及的成本数据、订单分析、报价信息等经营信息来自权利人经营积累，是分析客户交易习惯、制定销售政策的重要依据，更是权利人获取竞争优势的核心要素。本案的办理有效打击了侵犯商业秘密的违法行为，既保护了权利人的合法权益，也教育了双方更加重视商业秘密的保护，在本地外贸行业中形成主动遵守商业秘密保护法律法规的良好氛围。

## 浙江省温州市龙湾区市场监督管理局查处温州欧吉龙智能科技有限公司侵犯商业秘密案

### 1 案情介绍

温州欧吉龙智能科技有限公司（以下简称欧吉龙公司）为获取竞争公司浙江某智能

装备科技有限公司（以下简称权利人）的商业秘密，先后招揽权利人公司员工朱某、郑某到欧吉龙公司任职，郑某根据在权利人处工作掌握的权利人已经采取相应保密措施保护的涉及技术参数的电子图纸，为欧吉龙公司绘制机械图纸，李某、朱某、郑某等人经开会讨论，明知郑某所绘制的图纸运用了权利人的技术，仍共同决定将属于权利人商业秘密的图纸用于欧吉龙公司生产经营。

### 2 法律依据及处罚

欧吉龙公司的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第三款的规定，依据该法第二十一条的规定，责令欧吉龙公司停止违法行为，对欧吉龙公司作出罚款 200000 元的行政处罚。

### 3 案情评析

商业秘密既是企业技术创新的结晶，也是其市场优势的基石。本案中，欧吉龙公司通过招揽竞争对手员工“带密入职”，利用职务便利非法获取核心技术，不仅直接侵害了企业核心资产，更是对行业创新机制造成严重损害。本案的办理，既惩治了企业以“挖人”为名行“盗密”之实的不正当竞争行为，警示各经营主体须严守保密义务与合规边界，筑牢商业秘密防火墙，更有助于推动市场形成尊重知识产权、崇尚自主创新的优良营商环境。

更多案例请扫码查看原文：



## 中性笔的“中性”是什么意思？末端的油状物又是什么？

### “中性”的含义

中性笔之所以被称为“中性”，是因为它既不是油性笔，又不是水性笔。油墨性质介于水性和油性之间，故被称为中性笔。中性笔起源于日本，兼具水笔和圆珠笔的优点，油墨粘度较低，墨水呈啫喱状，且因增加了润滑物质，书写起来会更加顺滑，是油性圆珠笔的升级换代产品。

那么，水性笔、油性笔、中性笔这三者之间究竟有什么区别呢？首先，水性笔，顾名思义，它所使用的油墨为纯水性的。优点是书写手感与书写质量好，缺点是墨水粘度小，同样出墨量下能写出的字较少。遇水会渲染开来，不慎摔过就很容易断水；而油性笔所使用的油墨为油性，难溶于水，不易褪色和化开。优点是墨水粘度大，同样出墨量下能写出更多字，缺点则是书写手感与书写质量不佳。中性笔则兼具了水笔和圆珠笔的优点，因此在我们生活中应用广泛。

### 神秘液体是什么？

这段神秘液体正式的名字叫“随动密封剂”（ink follower），也叫作浮塞酯、锂基酯。它其实就是一个堵在墨水后端的凝胶状“塞子”，它本身具有一定的黏稠度，而且也有很好的耐挥发性，主要作用就是放置在笔管中油墨的末端，为笔芯提供良好的保湿、密封功能，同时防止墨水倒流或者蒸发。另外，随着笔芯的使用，笔管里的墨水量会逐渐减少，这时候在外界大气压的作用下，随动密封剂会往前移动，相当于往前压油墨以保证书写的顺畅，这也就是“随动”的意

思，这样可以避免密封的部分形成负压，影响正常使用。

### 圆珠笔里怎么没有？

这主要和两种墨水的性质差异有关，正如我们前面介绍的，中性墨水与圆珠油墨的粘度差别很大，前者要比后者“稀”得多。中性笔墨水的粘度通常在  $0.05\sim 3$  帕斯卡·秒，油性圆珠笔墨水粘度则高达  $3\sim 20$  帕斯卡·秒。低粘度的中性笔墨水必须加额外的“塞子”来防止渗漏，而圆珠笔油墨自身就已经非常粘稠、很难洒出来。另一方面，圆珠笔油墨也不像含水的中性笔墨水那样容易挥发变干，因此也不需要加“塞子”来预防墨水蒸发。

### 随动密封剂的组成

随动密封剂主要是由基础油、稠化剂和添加剂组成。基础油指本身就有一定粘度、难挥发同时也不会与中性笔墨水混溶的液体，比如硅油、聚丁烯、液体石蜡等。稠化剂的加入可以让基础油变得更稠，并且可以通过分子内或分子间的作用形成类似凝胶的结构，比如增稠剂可以是纳米级二氧化硅。其他添加剂则指表面活性剂等调整流动性和混合状态的添加剂。随动密封剂还得具有抗冻的特点，凝固点小于  $-40^{\circ}\text{C}$ ，就算跑到南北极，也保证不成为你不写作业的借口。

从上文可以看出，随动密封剂的基础成分都是一些化学性质比较稳定的油类，因此小朋友在误食少量的情况下通常也没有明显的毒性。当然，小朋友们还是不要尝试为好。（来自公众号：力学科普）

## 脱胎换骨的得力，如何带动文具行业的新风向？

这个6月，得力用B端、C端两大活动赚足了行业和消费者的眼球。在第119届CSF文化会上，得力携九大IP+全线自研文具系列集体亮相。面向C端人群的守护甜心快闪，也在北京、上海双城登场，成为二次元的热门打卡地。端午期间，进店客流超10万，更引发全网霸屏热议，曝光突破5000w+。

就这样，得力从黑科技、色彩美学和情绪价值这三个热门维度切入消费市场，通过面向B端（如CSF文化会）、C端（如守护甜心快闪）两类人群的双线渠道，实现“三维驱动，双线落地”的战略部署，引领品牌全链路变革，重构文具行业价值标准。

这份令全行业惊叹的品牌转型“高分作业”，值得借鉴。

### 01 “此消彼长”的文具市场，巨头转身有多难？

文具行业的存量竞争愈发激烈。2024年，文教办公用品制造业的整体营收同比下降1.6%，主要受到产品同质化、价格竞争激烈和市场需求放缓的影响。晨光、广博、齐心三家上市文具企业的2024年财报数据为例，办公直销等核心业务毛利率持续下滑。

以学生文具、办公用品为主的消费市场持续收缩，传统文具企业核心业务遭受巨大冲击，面对无法做大的蛋糕，寻求增量市场，吸引新用户成为全行业的共同课题。“情绪经济”的兴起让萎靡不振的消费市场看到了逆袭翻盘的希望，以Z世代年轻人为主的消费群体成为行业争相抢夺的增长点。2013

年以来，情绪消费相关产业年均复合增长率12%，预计2025年中国情绪消费市场规模将突破2万亿。

### 市场规模与增长趋势

01

#### 情绪消费市场增长

全球疗愈经济2025年规模预计达7万亿美金。情绪消费作为关键部分，将迎来广阔空间。



02

#### 产业年均复合增长率

2013年以来，情绪消费相关产业年均复合增长率12%，文化、影视、游戏产业快速扩张。



03

#### 中国情绪消费市场

预计2025年中国情绪消费市场规模将突破2万亿。潮流玩具、解压玩具市场发展迅猛。



04

#### 线上情感服务市场

线上情感服务如“AI虚拟恋人”市场增长快速，用户付费意愿增强，发展潜力巨大。



将难以名状的情绪价值落地成产品，IP联名是已被实证为有效的桥梁。自带的忠实消费群体、强可塑性让IP成为了为传统产品赋能、新增消费人群的万金油。除了产品，IP联名常态化、零售体验场景化的趋势都成为寻求增量市场的普遍打法，产品的边界也随之拓宽，文创、潮玩等新兴品类也在“老派”文具行业“上桌”，分得一杯羹。

只是，即便知晓“公式”，如何具体问题具体分析地套入实践，这对家喻户晓的文具巨头得力而言，巨轮转舵绝非易事。已然成熟的产品线和经销渠道，品牌运营多年的国民印象，这些得力的强势标签似乎成为一把双刃剑。

只是新需求的诞生必然伴随新竞争对手的兴起，同样目标为Z世代年轻消费群体的新锐文创、文具品牌，独立设计师品牌等竞争对手也投入到行业革新的角斗场中。

### 02 兼顾传统 玩转创新

相对传统的B端渠道，得力轻车熟路地利用文具行业全球聚焦的盛会CSF文化会，

完整呈现“黑科技+色彩+情绪价值”三位一体的专业叙事，打造出一条 DELI 次元街区，展示黑科技、色彩与情绪价值三大战线，完整呈现文具&文创的 DELI WORLD，规模之大，产品之全面使其成为当之无愧的“显眼包”。

C 端快闪这一颠覆传统的“新渠道”也被得力狠狠拿捏。守护甜心快闪 6 月在北京、上海双城亮相，得力在年初的“得力超级文具节”之后，与大悦城达成深度合作，最大化、集中式触及目标人群，将“IP+产品+场景”深度融合，创造完整的沉浸式体验和情感代入，充分发挥 IP 的魅力和影响力。

### 03 这份“行业样本”得力来之不易

行业上升阻力增大的“困境”，同时也是企业转型进化的“机会”。得力在固本和创新两条路上平衡布局，不仅夯实基础和领先地位，也扩大了商业版图。

得力以黑科技巩固专业文具的领先实力，深入开发、赋能传统文具；也通过色彩与 IP 合作都专注于文具的情绪价值，在使用场景、情感价值共鸣等方面完成品类升级。三大产品创新方向，让得力正引领行业从单一的“办公学习工具”向集“实用功能+美学表达+情感连接+文化承载+社交互动”于一体的生活方式载体跃迁，让消费不止于工具和实用，实现消费升级的真正含义。

渠道更新是在产品迭代和拓宽后尤为重要的下一步，通过上文可见，得力根据新

兴消费人群画像，进行全链路整合营销升级，形成线上线下、B 端和 C 端的立体化传播矩阵。

另一方面，得力的 IP 战略也持续深化，用热门 IP 和精品 IP 并行，海外 IP 与本土 IP 结合的方式，深度与广度并行，满足多元化用户需求。在文具出海成为行业趋势的当下，IP 联名产品也有利于文具企业突破制造出海的阶段，向利润更高的品牌出海进发。之后，得力也将布局 IP 衍生品的东南亚出海战略与本地化渠道，让中国文具逐渐以完整、先进、有特色的品牌形象提升全球市场渗透率。

在面向全行业的 CSF 文化会上亮相，通过精准触达 C 端的快闪店放大声量，创新渠道，得力品牌年轻化战略里程碑得以稳稳落地，从“工具制造”到“情感共创”，以创新 IP 与科技重塑年轻消费生态，得力全都做到了。

“以用户为中心，以科技和情感驱动创新”这一基础战略的背后，是得力深入行业趋势的前瞻洞察，同时也是大刀阔斧的变革决心。得力在产品、渠道、战略三大方向破局，带领自身乃至行业，从单一工具生产跨步至功能、情感、生活，乃至文化共振的行业发展新时代。（节选自公众号：识具）

## 浙江两会|广博集团总经理王君平：创新服务 发力外贸

在今年的浙江省两会上，省人大代表、广博集团总经理王君平带来了“关于强化服务创新，推动跨境电商海外仓高质量发展的建议”。

跨境电商海外仓作为外贸新业态新模

式的重要组成部分，是跨境电商供应链的关键境外节点。近期，国家与浙江省级层面高度重视，相继出台了一系列指导性文件。但当前海外仓发展仍面临着融资难题亟待破解、信息服务亟需强化、监管服务尚需优化

## 企业风采

等问题。

为此，王君平建议，一是创新融资产品，解决融资难题。加强对金融机构的引导与协调，促进海外仓融资环境持续优化。鼓励金融机构创新融资模式，如跨境供应链金融、区块链融资等，为海外仓企业提供更多元化、更便捷的融资选择。加大政策支持力度，降低企业融资成本，推动海外仓建设及运营的可持续发展。建立金融机构与海外仓企业的长期合作关系，提供稳定、持续的金融支持，助力供应链降本增效。二是完善平台功能，升级服务体系。持续推进海外智

慧物流平台建设与优化，不断丰富平台功能，如增加法律咨询、税务筹划、市场分析等服务，鼓励企业利用该平台实现资源的高效整合与供需精准对接。三是优化监管流程，强化合规指引。进一步优化退税服务，提高退税办理效率，减轻企业负担。加强对海外仓企业的合规监管，建立健全海外仓运营标准体系，保障市场秩序健康稳定发展。加强数据安全防护，建立健全数据加密、网络安全防护体系，确保海外仓业务数据的安全传输、存储及处理。（来自：央视网）

## 压力之下，贝发集团的全球化布局

《中美日内瓦经贸会谈联合声明》正式发布后，宁波最大文具出口企业的掌舵人邱智铭终于能喘口气了。一个月多来，身为贝发集团股份有限公司董事长，已过耳顺之年的他经历了从业 32 年来最严峻的考验。企业外贸占比高达 85%，其中对美出口占 35%；美国挑起的关税战造成 1750 万美元库存积压、6000 万美元订单搁浅，这让他压力陡增。

当同行还在观望之际，一生从不服输的老邱悄然启动了全球生存战略。他化身突击队长，南下深圳锚定智能产品研发，北上北京开拓内销通路，西进埃及搭建海外产能，再入广交会抢抓订单——其冲锋节奏之快，令年轻团队惊叹不已。

回望这场挑战，老邱展现的三个特质：果断、远见、专注，正是这一代浙商最宝贵的精神财富。

### 果断调整产能布局

愿意纵身一跃迎接未知，是老邱身上最大的魅力。4 月，美国挑起关税战，宣布对

多国加征所谓“对等关税”。数个小时后，大洋彼岸的宁波，一家文具出口企业的高层彻底坐不住了。获知消息后，老邱立即召集公司高管团队召开紧急会议，商讨应对措施，“这是前所未有的挑战，尤其像我们这样对美出口占比极高的企业，承受的压力之大可想而知。”面对逆境，快速决策，果断行动。

第一步棋，落在越南。早在两年前，贝发便在越南建厂，去年正式投产。当时，老邱内心颇为犹豫，近年来越南的土地、人力、租金等成本持续上涨，让他不敢贸然追加投资。关税政策突变后，贝发果断加快越南生产基地的产能扩产，将 22 款主力产品紧急转移至越南生产，同时从集团抽调三支“出海铁军”驻厂督导，从生产到品控全程把关，争取多生产多交付少损失。“这是缓解短期压力的权宜之计。”老邱说。

第二步棋，落在非洲。数天后，老邱率团队飞往埃及，全面考察当地制造体系以及政策环境，尽管跨洲布局会推高运输成本、拉长交货周期，但新兴市场的庞大需求足以

弥补这些劣势。老邱计划，贝发在埃及不仅要建设制造基地，更需打造区域供应链中心和区域营销中心，通过本土化战略从中长期化解关税问题。

此外，老邱另辟蹊径：针对部分在美国有工厂的客户，贝发准备将最先进的产线搬到客户工厂，以非单独设厂的方式与美国客户展开合作。尽管一个多月来睡眠不足，老邱始终斗志昂扬。他说：“当人面临巨大压力或追逐远大梦想时，迸发的能量足以超越生理极限。”

如今，老邱每日早起必看两件事：美国关税政策动向和人工智能前沿进展，并据此动态调整战略、规划、目标和打法。不论外部环境如何动荡，始终坚信办法总比困难多。

### 把劲使在更多地方

远见和洞察力，是老邱敢于迎接挑战的底气。这段时间，贝发加快海外布局：4月19日，贝发与加纳签署项目合作协议，双方将在文具研发制造、供应链建设及文创产业协同发展等领域展开深度合作；4月28日，贝发与坦桑尼亚合作伙伴达成战略合作，将在非洲设立第五个品牌中心。

显然，面对海外市场波动，贝发快速调整了业务重心。“当前策略是在欧美市场稳守阵地，同时全力开拓发展中国家市场。”在老邱看来，越是形势复杂，越要放眼全球，而非局限于美国市场。这个布局早两年已经启动。2023年，贝发成立了国际品牌中心，将新兴市场划分为拉丁美洲、亚洲、中亚、中东和非洲五大区域，计划5年内在全球建设60个品牌中心，培育3000个品牌承销商，惠及30亿消费人群。

贝发内部有一个很有趣的现象：基础薄弱、利润微薄的新兴市场由老邱亲自带队；

利润丰厚、份额稳定的欧美市场则交给老团队负责。“每个国家的市场考察、合作伙伴洽谈、品牌中心筹建，我都参与其中。”老邱说。唯有深入洞察，方能破局新市场。

老邱清楚，不能以美国市场的情况来判断新兴市场，而是要研究每个发展中国家的市场特点、需求和营销渠道。例如，产品设计需贴合地域文化，尼日利亚喜欢火焰图腾，越南喜欢紫色，加纳把凳子视作吉祥物；渠道策略也需因地制宜，墨西哥与东南亚电商渠道不可忽视，而非洲仍以批发市场为核心。当时，在外界看来，从美国市场转向新兴市场，贝发此举相当于“从吃肉转向啃骨头”。老邱坦言，做生意要考虑长远，很多新兴市场的人口优势注定了市场潜力。如今看来，这份远见越发让人佩服。

为支撑这一战略，贝发国际品牌团队从最初的30人扩编到100人，仅缅甸品牌中心就有40多项业务同时推进，涵盖销售、经营、人事培训等全链条。截至目前，贝发已完成印尼、马来西亚、缅甸、巴拿马、智利、墨西哥等15个国家的品牌中心建设。前不久，老邱飞赴墨西哥考察，计划今年在拉美、东南亚等地区新增10至15个品牌中心。

### 产品迭代激发需求

专注产品创新，是老邱能够战胜挑战的最大法宝。5月1日，第137届广交会第三期开幕，老邱如约而至。32年前，初出茅庐的他，曾从黄牛手中购得临时参观证，在广交会上暗递名片，斩获了人生首笔国际订单。此后，他每年必赴广交会，将新品首发列为固定议程。

与往年聚焦办公文具不同，本届广交会，老邱带来两款智能翻译机，并在现场亲自演

示——将卡片式移动翻译机吸附于手机背面，蓝牙配对后，即可在任意聊天软件中使用，138种语言实现双屏互译。该设备以0.3秒延时实现精准翻译，能识别“FOB条款”“背对背信用证”等商务术语。“你说母语，对方接收的信息自动转为其母语，交流就这么简单。”老邱边演示边解说。

从传统文具商转型内容与场景服务商，贝发绝非心血来潮。全球贸易变局之下，客户群体从单一的欧美市场扩展至百余国家和地区，跨国交流障碍始终是痛点，常年奔波海外的老邱由此萌发了开发智能翻译设备的构想。“近年来人工智能迅猛发展，我们在思考如何借助人工智能、大数据去探索新市场，通过技术创新突破跨境贸易中的文化与语言障碍。”老邱坦言，此番转型旨在为传统制造业探路。老邱不仅自己学习人工智能，还参与行业峰会吸纳前沿技术，更在深圳设立自创研发中心、在杭州成立联合实验室，联合高校共同研究解决大语言模型、

大数据模型、大音频模型多模态的本地化部署。市场反响印证了老邱的战略眼光。在广交会上，这款智能翻译机受到外商青睐，参展期间收到了27个国家的代理申请，预订量突破了5万台。

老邱坚信，逆境中开拓市场固然关键，但产品力才是根本。从去年颠覆性的秒干中性笔，到今年的智能翻译机，保持产品创新才是企业长青之道。

这边广交会余热未散，大洋彼岸的好消息接踵而来：5月初，老邱接到美国零售巨头恢复出货的通知，对方愿意承担关税成本；5月中旬，中美同时调整关税，美方客户电话不断，要求贝发加快交货，目前贝发已基本恢复正常出货。

稻盛和夫曾言：“当遇上难以克服的困难，认为‘已经不行了’的时候，其实并不是终点，而恰恰是重新开始的起点。”

当下的贝发转型之路，正立于这破局重生的临界点。（来自：浙江日报）

## 康大美术画材集团：与宁波市江北区小海龟教育培训学校的星宝们共度这特别的一天

2025年4月2日，正值第十一个世界自闭症关注日，康大美术画材集团携手宁波市江北区小海龟教育培训学校，举办了一场温馨而充满爱意的慰问活动。此次活动旨在为这些特殊的孩子们送去关爱和支持，同时也希望提高公众对自闭症的认识。

画笔捐赠，点亮星宝们的艺术梦想。当天下午2时，康大美术画材集团一行带着精心准备的画笔和绘本来到小海龟培训学校，学校领导首先向康大一行介绍了目前学校自闭症儿童的基本情况以及他们的学习生活状况，并对康大美术画材集团一行的到来

表示热烈欢迎和衷心感谢。康大内销部总监钱进先生表示：“我们希望通过这些画笔，能让孩子们能够更好地表达自己内心的世界，用色彩描绘出属于他们的美好梦想。”

随后，康大的工作人员与孩子们一起参与了创意绘画课程。在专业教师的指导下，孩子们用五彩斑斓的颜色表达自己的内心世界，每一张画纸都成为了他们展示自我、沟通外界的桥梁。康大团队则耐心陪伴在旁，鼓励孩子们发挥想象，勇敢尝试。通过这次互动，不仅让孩子们感受到了艺术的乐趣，也让康大团队更加深刻地理解了自闭症群

体的需求。集团承诺将持续关注和支持小海龟培训学校的发展，并计划未来开展更多类似公益活动，呼吁社会各界共同参与到关爱自闭症儿童的行列中来。

一直以来，康大美术画材集团都积极履行社会责任，关注社会公益事业。此次在自闭症日看望小海龟学校自闭症儿童的活动，再次展现了企业的爱心与担当。同时，也希望通过此次慰问活动，能够让更多的人了解并接纳自闭症群体，给予他们更多的理解、

尊重和帮助，同时也激励每一位参与者成为传播爱心和社会正能量的使者。

在这个特殊的日子，或许我们每个人都应该意识到，每一个孩子都是独一无二的星星，即使有的星星看似孤独，但依然散发着属于自己的光芒。让我们携手努力，为自闭症儿童创造一个更加包容和友好的社会环境，用实际行动为自闭症儿童的成长贡献自己的一份力量。（来自公众号：宁波康大美术画材集团）

## 美博“牵手”卡赫，全球清洗巨头落地宁波

美博“牵手”全球领先的清洁品牌卡赫，在甬江大道1号成立宁波卡赫中心。这是卡赫在中国级别最高的经销中心，将立足宁波辐射长三角，为工业、商业、家庭等场景提供高端清洁设备的展销和售后服务，推动宁波的工业服务业蓬勃发展。

据悉，卡赫于1935年成立于德国，是欧洲第一台热水高压清洗机的发明者，在全球拥有300多家经销商，拥有AI智能清洁机器人、高压清洗机、真空吸尘器等多款产品线。卡赫已连续7年在进博会亮相，吸引央视记者王冰冰等众多媒体人赴展位“打卡”，让产品在国内“破圈”。

这家国际巨头，为何会选择宁波？卡赫大中华区总裁唐晓东告诉记者，他们正是看中宁波“港通天下”的地利优势、雄厚的制造业基础，以及良好的营商环境。同时，宁波也是一座经济强市，无论是消费者还是工业企业，都有可观的消费能力，有利于卡赫的清洁设备在此开拓市场。更能打动卡赫的是，作为公司多年的合作伙伴，美博凭借强大的资源整合能力，为海外品牌进入中国贡献宁波智慧。

美博董事长梅飞珍道出宁波卡赫中心成立的渊源，“多年以来，我们一直在帮助卡赫在宁波北仑采购零部件，让本地的模具、铝铸件等工业品销往欧洲，一年的出口规模达6500万美元。近年来，宁波本地企业向绿色制造转型，带动对清洁设备的需求，我们想到将‘一条黄鱼从头吃到尾’，把卡赫的产品反向销售给工厂、企事业单位和消费者。”

在梅飞珍看来，运营宁波卡赫中心，对拥有26年历史的美博来说也是一条模式创新的转型之路，标志着公司向工业服务业迈出重要一步，实现内外贸“两条腿走路”。目前，在美博的“牵线”下，卡赫的产品已进入浙江海港集团，助力世界第一大港宁波舟山港打造绿色港口。

梅飞珍表示，“今后，我们将助力卡赫的产品进入城市绿化、工厂清洁、居民生活、文物保护等多个场景，搭建集技术研发、设备维护、人员培训、咨询服务于一体的综合性服务平台。”（来自公众号：时代甬商）

### 三 A：技能认定展风采，人才强企启新篇

在企业发展的征程中，人才始终是核心驱动力。近日，宁波三 A 集团有限公司技能等级认定工作顺利开展，这不仅是对员工专业技能的一次深度检验，更是集团深耕“人才强企”战略的生动实践。

#### 理论实操双检验，技能比拼展风采

认定工作分为理论考核与实操检验两大环节。理论考场上，员工们专注答题，将知识储备转化为智慧，展现对专业理论的深刻理解；实操车间内，大家熟练操作设备，精准完成工序，把技能功底融入每一个动作。从设备调试到产品检验，从零件装配到质量检测，各环节都彰显着三 A 人严谨专业的态度，这是日常积累的成果，更是对“工匠精神”的生动诠释。

#### 以认定促成长，为发展蓄动能

技能等级认定，是集团搭建人才成长阶梯的重要举措。通过规范、专业的认定流程，

员工清晰知晓自身技能水平，明确成长方向；集团也借此挖掘、储备优秀技能人才，为技术创新、生产提效注入活力。一张张职业技能等级证书，不仅是员工能力的“官方认证”，更是企业高质量发展的“人才基石”，激励更多人走技能成才、技能报国之路。

#### 人才强企在路上，共赴美好新征程

此次技能等级认定的圆满完成，是宁波三 A 集团人才建设的一个新节点。未来，集团将持续完善技能人才培养、评价、激励体系，为员工打造更广阔的成长平台，让“技能成才”在企业蔚然成风。因为我们深知，只有人才“枝繁叶茂”，企业发展才能“根深蒂固”，才能在激烈市场竞争中乘风破浪，驶向高质量发展的更远彼岸！（来自公众号：三 A 扑克）

### 英莱达集团：跨越山海送温暖 爱心共筑教育梦

6月10日上午，西昌星河学校暖意融融，宁波英莱达集团、农行宁波鄞州分行教学物资捐赠仪式在此温情启幕，全校师生共同见证了这场用爱编织的温暖盛会。

宁波英莱达集团联合中国农业银行宁波市分行为学校捐赠了专业足球、训练器材等价值7万元的体育物资。据悉，这些装备将直接用于学校足球队的日常训练和体育课程教学。

为表达对爱心企业的诚挚谢意，星河学校向英莱达集团及农情甬爱基金会赠送感谢锦旗，感谢这份跨越山海的情谊！

在捐赠仪式上，宁波英莱达集团有限公司总经理楼诸国同志讲话，他提到在捐赠物资的基础上，未来愿与学校携手，开放企业资源，为星河学校的同学们提供研学参访、科技课堂等机会，让同学们亲身感受人工智能、新能源等前沿技术如何改变世界，为同学们的全面发展搭建更广阔的舞台。学校足球队队长黄西源同学则用稚嫩而坚定的声音表达了感激，并表示将用优异的成绩回报这份关爱。（节选自公众号：西昌星河学校）

## 天文品牌 2025 营销战略暨新品发布会圆满举行

近年来，随着教育智能化与学习场景升级，智能文具行业迎来爆发式增长。消费者需求从产品的“基础功能”向“高效、安全、智能”等更高层次跃迁，推动品牌加速技术迭代与生态布局。

作为行业领军者，天文品牌以“全自动削笔机首创者”身份持续领跑，凭借技术专利与产品创新，稳居智能文具品类市场占有率前列。

6月11日，天文品牌在第119届中国文具及文化用品展览会上海新国际博览中心E2馆隆重召开了“天生智能——天文2025营销战略暨新品发布会”。活动现场汇聚行业专家、合作伙伴、媒体代表及公益组织，共同见证天文品牌在智能文具领域的又一次革新突破。

### 行业趋势洞察，预见未来增长

发布会伊始，CSF文化会代表以全球文具行业趋势为切入点，剖析智能化转型对教育场景的重塑。其指出，随着“互联网+教育”政策深化，电动削笔机、智能学习桌椅等品类已成为市场增长核心，技术驱动下的用户体验升级将成为市场竞争的关键。

### 新品矩阵揭幕，重新定义智能文具

作为本次发布会的重头好戏，宁波天虹文具有限公司总经理郑高伟登台发布天文2025年战略蓝图及重磅新品。

作为削笔机品类专家，天文在本次发布会上重磅推出全新轻音智能全自动削笔机，增加“轻音削笔”+“智能互动”两大升级功能，实现“静音削笔不扰人、故障自检更省心”的极致体验。

天文明星产品——天文智能时间管理器3.0版本首次惊艳亮相，AI语音交互系统全新升级，实现百度/Deepseek/豆包等多模型切换功能，同时新增个性化AI角色配置，从时间管理工具进化成为陪伴孩子学习、生活的好伙伴。

在品类拓展方面，天文游学巴士MAX一体式学习桌椅全新升级马鞍形座椅，创新实现一椅正反两坐，座椅旋转/固定随心调等功能，直击传统分体式桌椅痛点，抢占一体式学习桌椅蓝海市场。

智能教育生态领域，天文推出“智能AI探索仪”，集成AI识图解析、百科同步科普、显微镜观察与中英文学习功能，助力孩子从认知力到创造力的全维度提升。

### 渠道赋能新政，共享蓝海机遇

为加速市场布局，天文品牌运营总经理管敏贤在会上公布了2025年分销扶持政策，从品牌建设、渠道建设、支持政策等三方面阐述了天文品牌方将给予各渠道及分销商的扶持与补贴策略，并联合优秀客户代表——来自深圳楚尧供应链管理有限公司的程文鹏先生，分享成功合作案例。管敏贤强调，天文将创新渠道合作模式，加大补贴力度，通过“品牌战略+渠道创新”双轮驱动，与合作伙伴共享智能文具千亿蓝海红利。

### 权威机构认证，首发行行业白皮书

在同质化严重的文具行业，天文成功开辟出智能化文具这个崭新赛道，借由差异化的产品定位，打造出品牌在市场中的强劲竞争力。

## 企业风采

作为削笔机品类专家，天文本次特别邀请到了尚普咨询集团项目总监胡庆榜，在会上联合发布了《中国电动削笔机行业白皮书》，深度解读行业技术演进与竞争格局。白皮书指出，天文品牌凭借全自动削笔机领域的持续创新，已占据超 38% 市场份额，获授“全自动削笔机品类首创者”市场地位权威认证。

### 践行暖心公益，彰显品牌责任

多年来，天文积极践行公益理念，持续在全国各地开展助学行动，致力于成为一个有温度、有担当的文具品牌。

本次发布会现场，天文联合中国儿童少年基金会正式启动“校园公共削铅笔角计划”，计划向百所贫困乡村学校捐赠千余台全自动削笔机，建立校园公共削笔角，赋能偏远地区教育公平，彰显品牌社会责任。

智能文具的黄金时代已然开启，天文品牌以创新为矛、以用户需求为盾，正引领行业迈向“重新定义智能文具”的新纪元。未来，天文将持续践行“创造轻松的学习时光”的品牌使命，以科技之力温暖全球亿万家庭，书写智能文具行业的崭新篇章。（来自公众号：天文文具）

## 江苏学泰转印膜跟踪万里行第一阶段圆满完成

江苏学泰印务有限公司于 2025 年 4 月 26 日圆满完成转印膜跟踪万里行第一阶段的走访活动。万里行小组在总经理王勇的带领下历时 16 天，行程 3000 多公里，走访客户 60 多家，收集合计 170 多项问题及建议点。

此次质量万里行活动以现场交流和实地查看的形式展开。现场交流，了解学泰转印膜使用过程中遇到的各种问题、倾听现场的声音，了解现场对转印膜的需求；实地查看，解决他们的痛点，了解产品的不足。

总经理王勇为杭州千言文具有限公司管理层进行题为《数字化转型与精益化生产》的专题分享。

所到之处感谢大家的热情接待并组织相关人员进行分析讨论，到车间进行现场指导交流，认真记录问题点和要求，及时解答客户提出的疑问和期望，共同讨论行业发展和企业规划，互相得到启发和学习；本阶段质量跟踪万里行活动，受益匪浅、收获颇多。

本阶段质量万里行共收集了 170 多项问题及建议点，总经理王勇牵头组织公司各部门相关人员召开总结会议，认真分析问题原因、形成改善计划、制定改善措施、落实改善时间和责任人。

万里行对学泰的发展提高起到推动作用，对学泰的品质改善和服务提升提供依据，对学泰的管理优化和技术创新有促进作用。

（节选自公众号：江苏学泰印务有限公司）

## 金融赋能，共促发展|浙江省人民银行调研团走进赛龙

5月20日，《中华人民共和国民营经济促进法》的正式施行，标志着我国民营经济发展迈入法治化新阶段。随着一系列利好政策的发布，如何让更多“敢干、敢闯、敢投”的民营企业脱颖而出，成为社会各界关注的焦点。

5月27日，由浙江省人民银行牵头的调研团，带领中国网、央视网、中国新闻社浙江分社、浙江经视、浙江之声、浙江在线、宁波晚报、科技金融时报、21世纪经济报道等19家媒体走进宁波赛龙，围绕“金融助力民营经济发展”主题展开深入调研，实地倾听企业声音，精准对接民营企业实际需求，共同探寻政策落地的“最后一公里”。宁波赛龙总经理章吉龙带领财务部戚经理、市场部姚经理、产品开发部颜经理、业务九部邓经理、行政部陈经理等热情接待。

### 构筑稳固战略合作关系：服务有温度，更有力度

作为扎根宁波的外贸行业龙头企业之一，赛龙专注于多场景、多业态、多元化的时尚文具、家具用品等产品的开发制造，与供应链服务，始终以“为用户创造美好生活、为客户创造商业价值”为使命。近年来，随着赛龙持续加快全球化发展、数字化建设、智能制造升级与ESG体系完善，对中长期金融支持的需求日益提升。

在省人行、宁波银行等多部门协同推动下，赛龙与多家银行建立了长期、稳固的战略合作关系，为绿色工厂建设、数智化产线升级、IP授权开发、海外市场拓展等关键项目的顺利推进保驾护航。对此，章总对浙江省人民银行、宁波银行等金融机构多年来的关心和支持表示感谢。面对全球贸易市场

中的汇率、关税等多重挑战，这些金融机构所提供的风险防控、跨境结算、出口信保等综合保障服务，也为赛龙稳健前行提供重要支撑。

### 同赴发展之约：省人行调研团走进赛龙

浙江省人民银行、宁波银行等金融机构负责人深入了解赛龙的发展历程、战略布局、核心竞争力，与章吉龙总经理带领的赛龙管理团队，围绕“民营经济促进法”实施背景下的金融支持路径展开交流。

赛龙详细介绍了在出海布局、品牌升级、智能制造、产品创新等方面的战略规划与实践案例，反馈了金融服务在覆盖面等方面的现实挑战以及赛龙在深化高质量发展战略过程中所需的金融支持。针对企业的核心诉求，调研团回应积极，表示将推动金融政策工具更精细、更精准服务，以更好满足民营企业多元化、个性化的需求，并表示将强化银政企联动机制，从而提升服务的可及性和温度感。

### 机制协同发力：打造金融支持长效体系

赛龙的发展，是浙江民营经济韧性强、活力足的缩影。随着《民营经济促进法》深入实施，金融对民营经济的支持不再是短期“输血”，而是机制性、制度化的系统保障。

未来，赛龙将继续深化与金融机构的战略协作，精准把握政策机遇，围绕“产品创新 + 品牌升级 + ESG建设的”协同发展之路，打造世界级的产品与服务专家。在多部门协同发力、制度机制不断完善的政策生态中，宁波赛龙也将坚定不移地走高质量发展之路，携手更多伙伴共绘民营经济美好图景。好图景。（来自公众号：宁波赛龙）

# 自来水笔抗漏性检测要点解读

上海制笔技术服务有限公司检测实验室 国家轻工业自来水笔圆珠笔质量监督检测中心

文/蔡玉佳

自来水笔，又称钢笔，是当下广泛使用的书写工具之一。自来水笔的发展史可追溯至19世纪，随着人类文明的进步和技术革新，自来水笔经历了由简至繁、由粗至精的演变。

自来水笔的核心在于笔尖、笔舌、内项与吸水器之间的协同工作。笔舌通过毛细原理设计，与笔尖紧密配合，利用毛细引力引导墨水自动流向笔尖，确保书写的流畅。笔舌的设计对墨水的流动和书写体验至关重要。

为确保自来水笔在特定环境下不发生墨水滴漏，标准中规定了吸墨器内外气压差值以衡量抗漏性能，抗漏性是自来水笔标准中的一项重要技术指标。在GB/T 26717—2011《自来水笔及其笔尖》失效标准中，抗漏性参数依据储墨方式制定。随着市场需求的变化，现行GB/T 26717—2024《自来水笔及其笔尖》标准根据笔舌类型分别提出要求，并增加了对引水芯式笔舌的规定。以下是对抗漏性能的详细解读。

## 一、自来水笔抗漏性测试原理

抗漏性是指自来水笔在贮存一定量墨水后，即使外界气压从常压降低至某一特定值，仍能保持不漏水的性能，这一性能主要依赖于自来水笔的内部设计和结构。自来水笔中还巧妙运用了大气压差原理，有效防止墨水泄漏（见图1）。

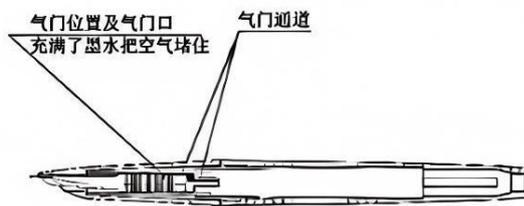


图1 抗漏过程示意图

## 二、自来水笔抗漏性测试方法及要点

### (一) 仪器与耗材

1. 微型注射器或直形点滴管；
2. 离心机，最高转速不低于4 000 r/min；
3. 减压仪，真空表分辨力不低于0.1 kPa。

### (二) 方法与步骤

#### 1. 前处理

##### (1) 细直槽式笔舌：吸入式和墨水囊式

在-9.3 kPa的气压下，确保不滴漏墨水。使用微型注射器或直形点滴管向试笔内注入其储水容量一半的墨水。随后，将笔尖朝上的试笔放入离心机中甩动，使墨水充分进入吸水器或墨水囊。取出试笔后，将笔尖朝下，用手指轻轻弹击，使墨水流至吸水器或墨水囊的接口处。

##### (2) 引水芯式笔舌：笔杆储水式

在-10 kPa的气压下，确保不滴漏墨水。试笔需先经过钛粒牢固度测试，持续100 min。之后，按照书写性能的方法继续书写100 min，累计书写时间达到200 min。

#### 2. 测试步骤

- (1) 将减压仪减压速度调至-12.0~-10.7 kPa/min；
- (2) 将试笔笔尖朝下，垂直插入笔架，并置于减压仪真空罩内，随后封闭真空罩；
- (3) 启动减压仪，待真空表的示值达到规定要求后，检查试笔是否有墨水滴漏现象。

### (三) 注意事项

#### 1. 墨水要求

本实验室采用标准中规定的试验用墨水，其参数具体如下：

- (1) 表面张力(25℃)：35~60 mN/m；
- (2) 相对黏度(25℃)：1.05~2.09；
- (3) 颜色：蓝色。

注：如需自行配制，请参照标准附录B进行。

## 2. 细直槽式笔舌墨水量的计算

对于细直槽式笔舌,要获取其储水容量1/2的墨水,通常先测试试笔的吸水量或储墨量,然后计算出该容量的1/2,即可迅速达到标准中规定的储水容量要求。

## 3. 离心后检查

离心处理后,需拧开笔杆,仔细检查吸墨器或墨囊是否与笔项发生分离。

## 4. 密封圈密闭性检查

在封闭真空罩之前,需检查仪器的密封圈是否密闭良好,确保一切正常后方可开始测试。

这一疑问,实验室设计了两组对比试验,探究不同吸水量试笔在同等压力条件下的抗漏性能。

试验中,我们选取了同批次吸入式(活塞式吸水器)自来水笔共10支,分为两组进行测试:一组注入1/2墨水,共5支;另一组注满墨水(连续吸水两次),同样5支。测试结果如表1所示。

从测试结果可以看出,当测试压力值从标准规定的-9.3 kPa逐渐降低时,在-18.6 kPa以内,两种吸水量的试笔均未出现漏墨现象。这表明在-18.6 kPa的压力范围内,1/2墨试笔和满墨试笔的抗漏性能相当。然而,当压力值达到-20.9 kPa时,1/2墨的试笔开始出现漏墨;而当压力值达到-34.8 kPa时,满墨的试笔才开始出现漏墨。由此可见,1/2墨的试笔相比满墨的试笔更易漏墨。

1987年,中国轻工业出版社出版的《自来水笔制造工艺》一书中,对抗漏性能进行了具体的检测计算分析,其结论与我们的测试结果相吻合。因此,我们初步认为:在同等压力下,采用吸水量1/2的墨水进行抗漏性测试,更能反映产品的质量水平。

## 三、不同吸水量试笔在同等压力条件下的抗漏性能测试

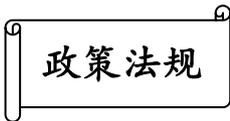
在上述测试方法中,我们采用了注入1/2墨水或连续书写一段时间后再进行抗漏性测试。为何做出这样的选择?哪种条件更能准确检验自来水笔的抗漏性能?针对

表1 不同吸水量试笔的抗漏性能测试结果

压力值 /kPa 吸水量	- 9.3	- 18.6	- 20.9	- 23.2	- 25.6	- 27.9	- 32.5	- 34.8	- 37.2
1/2 墨水	不漏	不漏	漏 1 支	漏 2 支	漏 2 支	漏 2 支	漏 2 支	漏 3 支	漏 3 支
注满墨水	不漏	不漏	不漏	不漏	不漏	不漏	不漏	漏 1 支	漏 1 支

上海制笔技术服务有限公司检测实验室为国家轻工业自来水笔圆珠笔质量监督检测中心,是专注于制笔文具行业的第三方检测机构。实验室拥有国家认证认可监督管理委员会颁发的CMA证书,并通过中国合格评定国家认可委员会CNAS认可。同时,实验室具备自来水笔、圆珠笔、记号笔、铅笔、活动铅笔、毛笔及其墨水和零部件,以及画材类、修正类、簿册、书包、橡皮擦、直角、三角尺、量角器等文具产品的检测许可,并具有笔套安全、可迁移元素、邻苯、氯代烃、芳香胺、苯、甲苯、二甲苯等安全项目的检测能力。

(来自: 超星·期刊)



## 近期政策一览

### 《中华人民共和国反不正当竞争法》

内容摘要：6月27日，十四届全国人大常委会第十六次会议表决通过新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》，将于今年10月15日起施行。



### 国家税务总局发布《纳税缴费信用管理办法》

内容摘要：《纳税缴费信用管理办法》自2025年7月1日起施行，首次将社保纳入了纳税系统统一管理，新政不仅重构纳税人信用评价体系，更将信用管理延伸至社保缴费和非税收入领域，标志着我国税费信用管理正式迈入“税费皆重、税费一体、税费协同”时代。  
详见原文、图解；



### 宁波市发改委发布《关于〈宁波市进一步推动经济高质量发展若干政策〉》

内容摘要：为增强宏观政策取向一致性和提振市场信心，推动经济规模和质量迈上新的台阶，特制定八项政策，且不重复享受；除标明具体实施期限外，均为2025年全年实施有效。



## 2025 年度宁波市重点企业研究院和企业技术研发中心申报通知

内容摘要：符合条件的市重点企业研究院、市企业技术研发中心可在 6 月 30 日 9:00 至 7 月 31 日 23:59 网上申报。需要填报的专职研发人员、研发场地面

积、科研设备原值、拥有自主知识产权等可截至 2025 年 6 月底，相关数据须在专项审计报告中体现。其他申报数据截至 2024 年底。



## 市经信局启动 2025 年度市级绿色制造名单申报工作

内容摘要：为贯彻落实国家、省、市关于新型工业化以及碳达峰碳中和工作部署，深入推进绿色制造体系建设，推动我市制造业绿色低碳发展，宁波市经信

局组织开展 2025 年度市级绿色制造名单申报工作。符合条件的园区及三星级绿色工厂，于 8 月 7 日前在宁波企业综合服务大平台完成申报并提交材料。



## 《海关总署关于明确跨境电商销毁退运有关事项的公告》

内容摘要：为进一步规范跨境电子商务网购保税进口库存商品销毁和进出口商品退运监管，促进跨境电子商务健康发展，有效防止不合格商品流入国内市场，更好保护消费者权益，2025 年 4 月 29 日，海关总署发布公告 2025 年第

79 号《海关总署关于明确跨境电商销毁退运有关事项的公告》，对网购保税进口库存商品销毁业务、进出口商品退运申报适用的海关监管方式代码等事宜进行了明确。





# 2025 下半年中国经济走势如何？

2025 年，中国经济规模的稳定增长和质量的有效提升依旧展现出较强的惯性和韧性。在内外部压力交织的背景下，宏观政策主动作为、进行调控，推动内需回暖、产业升级和结构优化，助力经济向更可持续的方向迈进。

消费作为经济恢复的关键引擎，在政策扶持和结构升级的共同推动下持续改善，服务消费增长强劲，消费对 GDP 增长的贡献率有望上升。与此同时，以科技制造为代表的新质生产力加快形成，高技术产业投资快速增长，成为拉动投资的核心力量。

出口方面，结构多元化趋势显现，企业加快向中高端市场迈进，“一带一路”沿线及东盟等新兴市场的重要性日益提升，有效对冲传统市场波动带来的不确定性。

在宏观政策层面，财政政策注重统筹效率，赤字空间被用于托底增长和保障重点支出，货币政策则保持灵活适度，年内仍存在降息、降准的可能，以进一步释放流动性、稳定市场预期。整体来看，中国经济在多重动能支撑下展现出良好态势，内生动力持续积蓄，为实现高质量发展夯实基础。

## 1 消费为基，复苏渐稳，政策接力托底内需

内需端消费仍是中国经济“顶住压力”的关键支撑。2025 年初，围绕稳定和扩大消费，相关部门密集出台促消费专项行动，重点覆盖汽车、家电、电子产品、旅游等重点领域。例如，多地加

快推进消费品以旧换新补贴政策，积极引导汽车、家电等耐用品更新换代。在政策推动下，消费市场整体呈现稳步回升态势。2025 年 1 月—5 月，社会消费品零售总额同比增长 5%，较前 4 个月加快 0.3 个百分点，服务零售额亦保持 5% 以上的同比增速，延续了持续改善的趋势。节假日经济与春季出游热潮带动旅游、出行等服务消费快速增长，体育娱乐、金银珠宝等升级类商品销售 5 月同比增长达到 20% 以上，表现尤为亮眼。

从结构来看，消费结构升级趋势更加明显，新模式、新场景的不断涌现增强了消费市场的活力和韧性。一方面，居民消费偏好日益趋向品质化和多元化，带动高附加值商品快速增长；另一方面，新兴消费模式蓬勃发展，实物商品网上零售额前 5 个月累计同比增长 6.3%，高于社会消费品零售总额平均水平。不仅如此，政策层面已明确提出将继续通过多维度发力释放消费潜能，下阶段，要实施好提振消费专项行动，继续提升居民消费能力，增加优质供给，改善消费环境，更好释放消费潜力，促进经济健康发展和民生持续改善。可以预见，随着稳就业、增收政策逐步落地，社会保障托底功能不断完善，居民消费信心有望持续恢复，消费对经济增长的支撑作用将进一步巩固，成为对冲外部不确定性的“压舱石”。

展望未来，内需消费有望在 2025 年下半年迎来更稳健的增长。随着就业形势保持总体稳定，居民收入稳步提升，

预计 2025 年社会消费品零售总额同比增速将高于 2024 年。服务消费方面，教育、医疗、文化娱乐等领域的升级型需求将持续释放，成为消费增长的新引擎。随着一揽子增收惠民举措，如提高养老金水平、加强对低收入群体的补贴支持，将有助于促进中等收入群体的稳步扩大，增强消费能力的后劲。同时，围绕住房、医疗、教育等领域的体制改革也将有效降低家庭大额支出负担，从而间接提升居民的消费意愿与信心。可以预期，2025 年消费对 GDP 增长的贡献率有望达到 60% 以上，稳居经济增长的主引擎地位。消费潜力的释放将呈现一个“政策引导、信心修复、内生增长”相互接续的渐进过程。短期政策刺激见效迅速，中长期居民收入改善与结构性改革有望推动消费由被动反弹向主动扩张转变，推动内需在中国经济新一轮高质量发展中发挥更加关键的战略作用。

### **2 创新为核，产业跃迁，动能转换厚植优势**

在外需波动和传统动能趋缓的背景下，中国加快培育新质生产力，结构优化、科技引领、实效提升的特点在 5 月数据中多维展现。2025 年 5 月，规模以上工业增加值同比增长 5.8%，其中，装备制造业增加值大幅增长 9.0%，高技术制造业增加值增长 8.6%，充分体现了以高端装备、智能制造为代表的新兴产业保持快速扩张，正在接棒传统动能，成为中国工业增长的新引擎。

随着“两重”“两新”政策持续推进，企业加快推进技术改造和设备更新。1 月—5 月，全国固定资产投资同比增长 3.7%，其中设备工器具购置投资大增

17.3%，高技术制造业中的计算机及办公设备制造、航空、航天器及设备制造等同比增速都超过 20%。这一系列数据表明，尽管房地产等传统领域仍处于调整期，但以制造业升级和新兴产业扩张为代表的新的质生产力，正有力对冲旧动能下行压力，为中国经济注入持续活力。

展望未来，投资领域有望呈现出更为积极的结构性再平衡。制造业及科技创新相关投资将成为拉动未来增长的主力。2025 年，超长期特别国债重点支持“两重”建设，并加力扩围实施“两新”政策，为制造业技术改造和高技术产业投资提供政策保障。预计 2025 年制造业投资、高技术产业投资增速仍将显著快于整体投资水平。基础设施投资在财政政策引导下亦将保持 5%—6% 的中速增长。其中，制造业与科技领域比重显著提升，房地产占比则稳步回落。这种再平衡不仅有助于降低对房地产的结构性依赖，更将增强中国经济的内生动力和长期韧性，为实现高质量发展注入源源不断的新动能。

### **3 出口提质，布局优化，结构升级塑造韧性**

一方面，新质生产力的加快形成为出口注入坚实支撑，也引导资本加速流向高技术制造和绿色低碳产业，推动出口结构和经济结构同步优化。中国企业依托自主创新与品牌国际化战略，持续拓展全球中高端市场份额。例如，中国不仅在新能源汽车整车出口方面稳居全球前列，在电池、光伏逆变器、储能设备等关键零部件领域也实现了大规模出口，广泛进入欧美及新兴市场。

## 八面来风

与此同时，一批中国装备制造龙头企业，如工程机械、轨道交通、电力设备等，凭借出色的性价比在“一带一路”沿线国家重大项目中频频中标，海外版图不断扩展。从市场结构来看，中国对新兴市场和发展中经济体的出口依赖日益上升，对欧美等传统市场的占比逐步下降。这不仅是对全球贸易摩擦环境的积极适应，更是中国外贸多元化战略取得阶段性成效的体现。

海关数据显示，美国在中国出口中的占比降至约12%，较2018年时的19.3%下降逾7个百分点。同期，东盟已超越欧美，成为中国第一大贸易伙伴。多元化的市场分布有利于提升中国出口的抗风险能力与韧性。

尽管外部环境仍面临不确定性，中国制造业依靠全产业链优势、持续的技术进步以及产品和市场结构的优化升级，努力在全球出口格局中保持坚实地位，并探索塑造新的比较优势与增长空间。

展望未来，2025年下半年中国出口有望在短期因素支撑下保持一定韧性。一方面，若美国维持现行的关税减让安排，将有助于中国对美出口逐步企稳。另一方面，在关税暂缓期结束前，“抢出口”现象可能持续发酵，为第三季度出口表现提供支撑。但从中长期看，出口增速或将逐步回落。

在2024年实现5.8%货值增长的高基数基础上，预计2025年出口增速或将降至2%—3%左右。尽管总量增速趋缓，中国出口结构将持续优化。在区域布局上，更多面向东盟、南亚、中东、拉美等新兴市场。在产品结构上，机电产品、高新技术产品和品牌消费品将成为亮点，

传统劳动密集型产品出口比重或将逐步下降。即便出口总量放缓，中国出口在全球价值链中的地位和附加值含量将稳步提升，为外贸稳中提质、经济高质量发展提供坚强支撑。

### 4 政策为纲，定力显韧，多措并举稳定预期

面对内外部环境的深刻演变，中国宏观政策在稳增长与防风险之间有序平衡，为经济发展注入更多确定性与信心。财政政策方面，2025年全国两会将赤字率目标上调至4.0%，在全面评估经济形势的基础上，释放出稳预期、强信心的政策信号。政策制定保持克制与灵活并重，注重节奏掌控与工具组合，推动财政资源高效配置。

财政部数据显示，4月全国税收同比增长1.9%，反映出经济活动持续回暖，也印证前期财政政策逐步显效。政策强调加快专项债发行、推动在建项目加快落地，同时预留政策空间，以实现有效靠前发力与政策空间托底的平衡思路，为当前稳增长与中长期发展夯实基础。面对财政收入增长承压的现实，财政政策更加注重“优化支出结构，精打细算、有保有压”，确保有限资源精准投向民生保障、基础设施补短板、绿色转型等关键领域，推动财政政策兼顾总量支持与结构优化，在有效增强政策持续性与抗风险能力的同时，也为未来发展积蓄了更多潜力。

货币政策方面，央行坚持适度宽松的主基调，注重在短期调控与长期平衡之间把握节奏。年初以来，央行已通过降准、结构性工具投放及灵活调节流动性等手段，精准支持实体经济，重点聚

焦科技创新、绿色发展及中小企业融资等关键领域。同时，执行层面展现出较强的政策定力，未因短期波动频换变向，而是根据财政政策节奏和外部环境变化灵活调整操作路径。

在汇率管理方面，央行坚持市场化导向，合理引导人民币汇率双向波动，强化跨境资本流动稳定性。同时，结构性货币政策工具继续加大投放力度，确保金融资源精准流向高质量发展领域。

展望 2025 年下半年，在美联储可能进一步降息、国内通胀保持温和的背景下，中国货币政策有望保持宽松取向，预期年内仍存在一次降息的可能，幅度或在 10—20 个基点，另可能实施一次 25—50 个基点的定向或全面降准，以推

动信用扩张、降低融资成本、稳定市场预期。政策目标不仅在于托底内需，更着眼于提升资金配置效率，引导资源流向新质生产力领域。

下半年，中国经济将在外部压力与内部动能的交织中延续温和复苏态势，实现稳中有进。尽管外部不确定性犹存，但国内政策预计将保持战略定力，适时加力，确保经济运行保持在合理区间内。随着政策效应逐步显现，经济运行有望在更均衡、更可持续的轨道上稳步前行。在基数效应减弱与内需持续修复的共同作用下，预计 2025 年全年 GDP 增速有望达到 5% 左右，基本实现预设目标。（来自公众号：财经杂志）

## 晨光、广博、齐心 2024 财报启示：文具行业的变与进

核心业务的下滑不仅是企业的阶段性挑战，更是行业转型升级的必然过程。当规模化红利消退，精细化运营与价值重构成为企业生存的关键。

2024 年，文具行业在“核心业务收缩”与“新兴赛道爆发”的此消彼长中寻找平衡。根据晨光、广博、齐心三家头部企业的 2024 年财报数据显示，行业正经历“加减法”的战略重构：一方面，办公直销等核心业务毛利率持续下滑，成为拖累业绩的“减法”；另一方面，IP 联名、可持续产品、海外市场等新领域增长迅猛，构成行业突围的“加法”。

### 01 业务整体承压 创新赛道崛起

从晨光、广博、齐心三家头部企业 2024 年的财报数据来看，“核心业务增速放缓、创新业务亮点频现”的特征更加显著，也勾勒出行业发展的复杂图景。核心业务承压，毛利率下滑与盈利压力凸显。2024 年，三家企业的核心业务均面临增长瓶颈。

晨光的办公直销业务营收虽达到 138.31 亿元，占总营收的 57.09%，虽然同比增长 4%，但毛利率下滑至 6.94%，成为利润下滑的主要因素（晨光股份 2024 年年报）；

单位：万元

晨光科力普	2024 年	2023 年	2022 年	三年平均
营业收入	1,383,143.57	1,330,699.41	1,092,965.31	1,268,936.09
净利润	32,178.31	40,120.65	37,156.87	36,485.28

## 八面来风

广博集团 24 年全年营收 27.78 亿元，同比增长 3.26%，但净利润仅 1.52 亿元，同比下降 10.08%（广博股份 2024 年年报）；

齐心集团的 B2B 办公物资集采及品牌新文具业务营收 113.52 亿元，但全年净利润却同比下降 18.32%至 6282 万元（齐心集团 2024 年年度报告）。

单位：元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	2,260,189,759.75	2,150,680,198.54	5.09%	2,020,849,204.79
归属于上市公司股东的净资产	1,054,640,252.80	943,192,128.32	11.82%	774,582,371.79
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	2,778,018,241.23	2,690,383,724.99	3.26%	2,486,410,822.61
归属于上市公司股东的净利润	152,191,071.53	169,249,169.82	-10.08%	-36,217,470.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	144,133,402.15	130,435,336.47	10.50%	-35,059,794.10
经营活动产生的现金流量净额	216,543,118.68	459,517,351.40	-52.88%	254,791,441.27
基本每股收益（元/股）	0.29	0.32	-9.38%	-0.07
稀释每股收益（元/股）	0.29	0.32	-9.38%	-0.07
加权平均净资产收益率	15.26%	19.71%	-4.45%	-4.58%

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
B2B	11,352,021,203.03	10,377,945,201.05	8.58%	3.00%	2.57%	0.38%
SaaS 软件服务	44,872,239.71	40,206,727.45	10.40%	-41.93%	-20.89%	-23.83%
分产品						
办公物资	11,313,798,593.51	10,365,617,946.64	8.38%	2.94%	2.60%	0.30%
企业级 SaaS 服务	44,872,239.71	40,206,727.45	10.40%	-41.93%	-20.89%	-23.83%
其他业务	38,222,609.52	12,327,254.41	67.75%	24.06%	-20.89%	18.33%
分地区						
中国	10,739,812,480.19	9,998,223,444.63	6.91%	1.64%	1.92%	-0.25%
亚洲（不含中国）	148,434,900.35	134,683,782.88	9.26%	15.13%	48.48%	-20.38%
欧美	496,083,325.48	273,884,855.21	44.79%	26.01%	5.37%	10.81%
其他	12,562,736.72	11,359,845.78	9.58%	32.09%	39.25%	-4.65%
分销售模式						
直销	10,643,866,694.92	9,795,274,883.95	7.97%	2.75%	2.48%	0.24%
分销	753,026,747.82	622,877,044.55	17.28%	1.76%	2.04%	-0.23%

这些数据表明，核心业务的下滑不仅是企业的阶段性挑战，更是行业转型升级的必然过程。当规模化红利消退，精细化运营与价值重构成为企业生存的关键，这也促使企业不得不将目光投向创新赛道。

创新赛道崛起，从“功能工具”到“价值创造”。在传统业务承压的同时，三家企业正通过差异化创新开辟第二增长曲线，为自身发展注入新活力。

晨光以零售大店与 IP 战略驱动增长。比如，主打中高端文创文具的九木杂物社与晨光生活馆强调渠道升级与产品升级结合，整合更新零售渠道。店内不仅售卖晨光自有品牌产品，也会定期举办其他快闪活动，是一个综合的零售空间；

广博注重研发投入，文创业务成为重要增长点。通过“三丽鸥”“初音未来”等热门 IP 资源布局二次元赛道，2024 年实现创意产品类收入达 1.87 亿元，同比增长 15.95%，毛利率 43.29%，同增 8.92%。

齐心聚焦 B 端服务深化与供应链整合，推动数字化采购全链路智能化升级，让 AI 技术向采购决策、库存管理等更深层领域渗透，推动集采业务进入战略新赛道。

### 02 从“红海厮杀”到“蓝海开拓”

三家行业龙头企业的创新实践不仅缓解了传统业务的压力，更勾勒出未来行业的发展方向：聚焦于“年轻化、绿色化、全球化”三大维度，推动行业进入全面价值升维。

**年轻化，捕捉个性化需求，重构产品逻辑。**随着 Z 世代成为消费主力，文具企业纷纷围绕其个性化需求重塑产品定位。

晨光通过九木杂物社打造“文具 + 潮玩”的沉浸式体验空间，奇只好玩成为国内最早做谷子的文具品牌之一，谷子经济上行阶段，相关产品收入占比大幅提升；

十多年前就在文创领域深耕的广博对现在的 IP 联名产业成竹在胸，从最初的盗墓笔记，到产品成熟的三丽鸥授权，以及近期合作的猫福珊迪，大热 IP 的联名合作广博均有涉及，并表示能够与 IP 一起成长；

齐心则通过与“吾皇猫”“山海经”等优质文化 IP 合作，推出了一系列深受年轻人喜爱的“国潮文创”产品。今年正值蛇年，齐心与热门 IP“小狗蛇”联名推出了多款新年专属文创产品。

**绿色化，从政策倒逼到价值引领，可持续发展成果已显。**在“双碳”目标与全球环保政策的倒逼下，绿色化已从“可选动作”变为“必答题”，可持续产品开发与低碳供应链成为企业战略重点。

晨光入选国家级绿色工厂，创新推出碳中和文具系列等多款可持续产品，溢价率显著。广博大力发展创意、低碳、多元化办公文化产业，适应全球化竞争需要。齐心整合绿色供应链并参与政府采购标准制定，将 ESG 优势转化为市场竞争力，提升政府采购竞争力。

## 八面来风

可持续发展不仅是企业响应政策的要求，更成为提升品牌竞争力、开拓市场的重要手段。随着消费者环保意识增强，行业向绿色低碳转型将成为大方向。

**全球化，从本土到世界，国际竞争力正提升。**当晨光走进日本葛屋、广博扎根东南亚、齐心深耕海外政企市场，中国文具品牌正展现“技术+品牌”双驱动的出海模式，从“产品出海”迈向“品牌出海”。

2024年，晨光海外市场收入10.38亿元，同比增长21%，虽占总营收不足5%，但增速显著高于国内业务；广博的越南、柬埔寨两个生产基地营收4.5亿元，占公司文教办公用品业务境外收入63.97%；齐心上半年海外营收3.3亿元，同比增长40%，尽管全年财报未单独列出海外业务收入，但结合行业趋势和公

司战略布局，可以推断海外市场对整体营收的贡献或有进一步提升。

### 03 结语

2024年的财报数据，犹如一面镜子，映照出文具行业的“变”与“不变”：变的是消费需求的迭代、技术手段的革新、市场格局的重构；不变的是对品质的坚守、对创新的追求、对责任的担当。

当晨光用IP联名打破次元壁，当广博用研发与创意大吃“谷子经济”，当齐心用生态思维重构B端服务，我们看到的不仅是企业的战略选择，更是整个行业正在转型演进的未来方向。

在传统与创新的碰撞中，文具行业的转型之路虽然充满挑战，但那些能够坚守匠心、拥抱变革的企业，终将在行业进化中占据先机。（来自公众号：识具）