

中国文具之都

THE CAPITAL OF CHINA STATIONERY

目 录

2026 年第 1 期

(总第 81 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、严继锋、韩薇

副主编: 闵芳、袁书凝

彩页设计: 陈启德

地址: 和丰创意广场丰庭楼 1401 室

(宁波市江东北路 375 号)

联系电话: 0574-56786777、87123208

邮政编码: 315000

邮箱: wenjuxiehui@163.com

网址: www.cnnbsa.com

发送对象:

会员企业、相关协会、政府相关部门

印刷单位: 宁波市益彩印刷有限公司

印刷数量: 400

印刷日期: 2026 年 4 月

一、协会动态

01 聚力破局启新程 奋楫扬帆谱新篇——协会五届十次理事会顺利召开

02 2026 宁波国际文具展圆满收官

03 深化产业对接 共探行业新篇——协会组织企业参加亚太文具协会联盟年会及赴温州考察活动

04 推进标准国际化 赋能文具产业提质升级

04 《笔记本》团体标准通过复审

05 凝聚片区合力 多维协同破局——余姚文具产业集聚区临山镇片区座谈交流会顺利召开

06 协会开展“新春访企行 助力开门红”活动

06 关于召开协会六届一次会员大会暨宁波文创制造业发展大会的预通知

07 关于组织企业赴中亚哈乌考察交流的预通知

二、党建专栏

08 协会党支部深学实干强党建

三、行业交流

09 共谋集群升级 共筑产业高地——2026年文体用品产业集群高质量发展研讨会在沪召开

10 中国制笔协会理事长杨承杰一行到访宁波文具行业协会

11 2026年4-12月部分国际文具展会

四、行业预警

12 一季度行业预警信息汇总

五、知识产权

15 宁波文具企业屡获荣誉 品牌价值持续提升（第一季度）

16 AI赋能设计创新 知识产权护航发展——协会品牌指导服务站举办“你点我讲”培训会

六、文具科普

17 包书皮邻苯超标147倍？国家文教中心紧急提醒：这样选才安全

七、企业风采

18 央视网《超级工厂》走进得力，揭秘“中国实力的得力答案”

19 广博集团：以“谷子经济”为支点，撬动品牌年轻化跃迁

21 筑梦非洲 | 贝发集团布局尼日利亚，开

启轻工出海新征程

21 康大美术公益行 | 陪星宝度过第19个世界孤独症日

22 美博集团与宁波工程学院共建实践教学基地

23 创源股份接待宁波文旅会展集团来访调研

23 赛龙小全全 | 赛龙集团IP形象正式上线

24 江苏学泰印务接待中国制笔协会任秀英副理事长一行调研

24 优和战略2.0 | 明确发展方向 推动战略落地

八、专家把脉

25 学生用文具中12种挥发性有机物的快速筛查与分析

九、政策法规

29 近期政策一览

十、八面来风

31 当文具行业撞上ESG，一场“既要活下去、又要可持续”的生死博弈

34 从“书写工具”到“时代图腾”——2025-2026年度产业深度转型与消费范式变革报告

36 中国经济再现回暖信号

聚力破局启新程 奋楫扬帆谱新篇

——协会五届十次理事会顺利召开

2026年1月15日，宁波文具行业协会五届十次理事会会议在宁波和丰花园酒店和欣厅圆满召开。协会理事、监事及相关代表齐聚一堂，共商年度发展大计，部署协会换届关键任务，为协会稳健运行、行业持续发展奠定坚实基础。

会议议程务实紧凑，各项审议逐项审议通过。会上，协会副理事长俞勇锋作《协会2025年工作总结和2026年工作思路》专项报告，全面回顾过去一年协会在企业赋能、政企沟通、平台搭建等领域丰硕成果，系统明确了2026年重点工作方向，为全年工作有序开展定下了基调。

本次理事会会议聚焦2026年协会换届工作，审议通过了《协会换届选举办法》《关于协会六届一次会员大会召开时间的议案》《关于协会第六届理事会理事、副理事长候选人、监事会监事候选人建议名单的议案》等，从规则构建、时间敲定到人选推荐形成了工作闭环，确保协会换届工作合法合规、平稳落实。

为加强行业自律管理、规范行业发展秩序，会议同步审议通过了《关于宁波文具行业精神的议案》《关于修改宁波文具行业自

律公约的议案》《关于修改宁波文具行业协会争议处理规则的议案》，进一步完善行业治理体系，健全经营行为守则，引导全行业守正创新、聚力共赢。

协会监事长王微波列席会议并讲话，她着重强调监事会监督职能的核心定位，将持续护航协会各项工作规范、高效推进提供坚实保障。

协会理事长许观良总结讲话，重点部署了组织会员企业参访国内外重点文具展会、开展中亚地区产业考察，积极参与亚太文具协会联盟20周年活动，持续推进“文具助学”公益捐赠等年度重点工作。许观良强调，协会将始终坚守“四个服务”初心使命，以精准化、专业化服务凝聚行业奋进合力，助力宁波文具行业在创新升级、提质增效赛道上行稳致远。

新年启新程，实干开新局。2026年，宁波文具行业协会将严格对标本次理事会会议部署要求，扎实推进各项重点工作，抓实抓细协会换届筹备全流程，凝聚全行业智慧与力量，全力助推宁波文具行业高质量发展。

2026 宁波国际文具展圆满收官

3月27日，由宁波中博国际展览公司主办、宁波文具行业协会承办的2026宁波国际文具展在宁波国际会展中心圆满收官。作为备受瞩目的全球文具行业盛会，本届展会一开馆便迎来客流高峰，64000平方米展会现场，H1-H8号馆、连廊及室外馆H9、H11、H16、H57号馆人气全线拉满，3200个展位前商贸对接热度飙升，用亮眼盛况书写了文具展的精彩答卷。仅展会首日入场展客商人数就高达26586人。

十二展馆人气拉满，全球文具人共赴行业盛会

来自马来西亚、印度、菲律宾、美国、孟加拉国、阿根廷等百余个国家和地区的境外采购商穿梭于各个展位，或驻足品鉴展品，或与展商深入洽谈合作，各国语言交织成曲。不少采购商提前规划逛展路线，直奔意向展商展位，不少展位在开展半天内就达成多项初步合作意向，现场商机涌动。

文具“破圈”焕新，数十万展品折射行业新风向

走进展馆，最直观的感受是“文具变了”。AI智能、IP联名、情绪价值、绿色环保成为首日高频词，文具行业的创新活力与产业底蕴尽显无余。

本届展会展品打破传统文具的单一属性，融合科技、文创、环保、实用等多元特质，细分书写工具、美术画材、文创礼品、办公好物、智能文具、益智DIY等十大板块，从日常学习办公的基础用品，到引领行业潮流的文创新品、智能文具，全方位覆盖文具消费全场景。

大量文创企业纷纷推出与热门动漫、博物馆联名的产品系列，搭配“造景贴纸”“解

压捏捏乐”“DIY胶带”等萌趣设计，让采购商直呼“现在的文具太懂年轻人了”。

对话文具未来，同期活动解码产业新赛道

除了火爆的商贸对接，本届展会的同期活动同样亮点纷呈，聚焦行业痛点与时代趋势，打造多场高规格论坛、发布会，为行业发展注入前瞻动能，场场人气爆棚，成为展会的核心亮点。

“硅基时代的图书文具业”主题活动围绕数据赋能制造、AI革新品牌运营、行业价值重构等核心议题深度剖析，直面产业变革难题，为文具行业智能化转型指明方向。

“首发 | 2026 宁波国际文具展创新产品发布会”同步启幕，贝发AI智能翻译笔、AI情感交互产品“小猫软软”等产品震撼发布，彰显宁波文具在AI领域的多元创新；天虹智能专注力训练机、游学巴士学习桌新品发布，揭秘宁波文具在电子教育与学习桌椅领域的创新突破；还有一众知名企业携硬核新品集中首发，打造2026文具行业潮流风向标。

中国文具产业标准化与亚太联盟标准实践培训会、《宁波文具行业对外贸易合规指引》发布会、中国标准《铅笔》英文版宣传推广接连开展，从产业标准国际化到外贸合规经营等多层面，助力企业夯实海外发展基础，引导行业规范有序发展，文具标准走向世界。

为期三天的2026宁波国际文具展搭建了海量优质展品、精准商贸对接、高能行业活动的平台。2027年宁波国际文具展将于3月25-27日举办，邀请全世界文具人共赏文具潮品、共觅合作商机、共筑产业未来！

深化产业对接 共探行业新篇

——协会组织企业参加亚太文具协会联盟年会及赴温州考察活动

为加强宁波与温州两地文具产业交流合作，对接供需资源、拓展市场订单、借鉴发展经验，共探行业高质量发展新路径，3月27-30日，宁波文具行业协会理事长许观良带队组织20余家产业链上下游企业代表赴温州开展考察交流活动。

一、亚太行业盛会，共话发展蓝图

3月28日，亚太文具协会联盟十五届三次联席会议暨联盟成立20周年高峰论坛在温州空港万豪酒店顺利召开。来自亚太文具协会联盟成员单位的会长、秘书长及相关企业代表等100余人参会。会议由联盟副主席、协会理事长许观良主持。协会作为亚太文具协会联盟常设秘书处承办会议。

会议审议通过了2027年联盟年会系列活动落地北京的方案，北京文化用品行业协会会长王东当选2027年度联盟轮值主席，为下一年度联盟工作锚定方向。经无记名投票选举，马来西亚文具进出口商总会总会长林昭何、宁波文具行业协会理事长许观良、北京文化用品行业协会会长王东、义乌市文化用品行业协会会长黄昌潮成为联盟十六届主席团副主席。

20家参会成员单位现场签署采用中国的团体标准T/NBWJ 04《笔记本》作为联盟标准执行合作协议，将组织所属会员企业加快落地实施，助力亚太地区文具行业国际交流与高质量协同发展。

交流环节，亚太各商协会代表结合本地产业特色，深度剖析区域行业发展态势，分享前沿趋势研判与实战案例经验，并围绕合作共赢模式创新等议题提出务实建议。联盟常设秘书处将系统梳理汇总会议意见，纳入

后续工作规划，推动行业共识转化为实际发展成果。

会上，各商协会代表立足各自区域市场特性，深度剖析本地行业发展态势，分享前沿趋势研判与实战案例，为宁波企业精准锚定亚太市场布局、把握出海机遇提供了极具价值的实践参考。

论坛举办了《笔记本》《水彩笔》联盟标准宣贯会、2026年度甄选品牌活动启动会等活动，通过标准互认、品牌引领、资源联动为文具行业加速全球市场布局构建了高效协同的交流生态。

二、探访标杆企业，汲取实践经验

在温州市制笔协会的安排下，考察团深入爱好笔业、天骄笔业、蓝图文具等标杆企业实地考察，直击生产一线、解码发展密码。

考察过程中，两地企业就6S生产管理、智能制造升级、海外市场布局等话题深度交流，部分企业当场达成了合作意向。

三、同贺周年盛典，共筑产业情谊

考察团受邀参加温州市制笔协会第十届一次会员大会暨换届大会，同步见证温州市制笔协会成立30周年庆典，参观了温州文具产品展示厅，与温州企业代表互动交流，加深了两地企业的相互了解与信任。

此次温州考察行程紧凑、内容充实、成果丰硕，不仅让宁波文具企业近距离学习了温州制笔在智能制造、标准建设、数字化管理、细分品类深耕等方面的优秀经验，更搭建了两地产业资源对接的坚实桥梁，为后续联动亚太市场、拓展内外贸一体化布局奠定了良好基础。

推进标准国际化 赋能文具产业提质升级

宁波是“中国文具之都”，文具产业是传统优势制造业，为紧扣产业高质量发展要求，以标准国际化为抓手，宁波文具行业协会积极发挥行业纽带作用，聚力推动文具行业标准提档、质量提升，助力产业转型升级。

3月25日至27日，宁波国际文具展顺利举办，1872家展商吸引100余个国家和地区5万余名观众。协会依托展会平台开展标准宣传工作，举办亚太文具协会联盟《水彩笔》联盟标准实践培训会，面向海内外客商宣讲标准要点，同时设置专题宣传展板，普及标准核心内容。该标准于2025年制定推广，目前已得到亚太地区21家商协会响应并组织会员企业实施，作为区域贸易互通互认的重要依据。

今年，宁波文具行业协会持续发力，将宁波团体标准《笔记本》采用推广为亚太文具协会联盟《笔记本》联盟标准，目前已有境内外20家商协会签署合作协议。3月28日，在温州召开的亚太文具协会联盟成立

20周年大会上，专项开展两项标准宣贯培训工作会议，联盟相关负责人、各成员单位及重点企业代表共100余人参会。国家文教用品质量检验检测中心主任马萍解读了标准技术指标，让国内外嘉宾精准把握标准精髓、吃透技术规范，为后续标准推广采用、企业合规生产筑牢基础。同时，结合政府监督抽查数据、国内外文具产品缺陷召回数据，为企业规范生产、提质增效提出质量管控要点、提出生产改进建议。会议现场同步推广中国《铅笔》国家标准外文版，发放联盟标准文本，推动标准精准落地、直达市场主体。

两项联盟标准的制定实施、国家标准外文版的推广宣传，填补了亚太地区文具细分领域国际协同标准的空白，推动“宁波标准”成为亚太文具产业高质量发展的重要参照，助力企业破除贸易壁垒、深化跨境商贸合作，为宁波文具产业迈向品质化、标准化、国际化发展筑牢根基。

《笔记本》团体标准通过复审

为对标市场发展新需求，夯实行业规范发展根基，筑牢标准国际化出海支撑，宁波文具行业协会开展《笔记本》团体标准修订研讨及复审审定等系列工作，历经多轮打磨完善，该标准于3月25日顺利通过复审，成为宁波文具标准国际化、产业高质量发展的又一重要成果。

2月27日，协会组织得力、广博、贝

发等重点企业及标准专家召开标准修订研讨会。会上逐条梳理技术指标、检测方法与文本规范，聚焦标龄较长、市场适配不足等痛点，明确修订方向，确立完善标准机制、构建“政产学研会”一体化体系、推进标准国际化三大核心思路。

同期召开的宁波文具产业标准联盟2025年度工作会议，进一步为标准工作锚

定方向。会议总结年度成效、部署 2026 年重点任务，围绕标准互认、检测技术、规范竞争等议题凝聚共识。业内提出以消费者认可为导向，推动“专利标准化、标准产业化、产业品牌化”，依托亚太文具协会联盟平台，加快国内标准走向国际。

3 月 25 日，《笔记本》团体标准复审会正式召开。由海内外行业专家、院校学者、企业代表组成的专家组，按照科学性、适用性、先进性原则开展全面评审，一致同意标准通过复审。此次复审特邀亚太文具协会联盟代表参与，为该标准升级为亚太联盟标准

筑牢基础。

标准是破局价格内卷、提升产品附加值的关键抓手。作为亚太文具协会联盟常设秘书处，宁波文具行业协会将以此次复审通过为契机，强化国际对标、引领绿色转型、深化区域协同，让文具标准成为国际贸易“通行证”，提升中国文具产业国际话语权。

下一步，协会将持续推进标准宣贯推广，以高水平标准赋能产品质量提升、规范行业竞争，助力宁波文具提质增效，推动产业高质量发展与国际化出海再上新台阶。

凝聚片区合力 多维协同破局

——余姚文具产业集聚区临山镇片区座谈交流会顺利召开

为精准掌握企业经营现状，激活区域发展动能，抢抓新一年发展机遇，1 月 8 日，宁波文具行业协会 2026 年第一场文具产业集聚区座谈交流会在余姚市临山镇顺利召开。华丰文具、亚世亚文具等多家骨干企业负责人参会。

协会首先代表协会向与会企业家致以诚挚的新年祝福，回顾了协会去年工作成果，重点阐述今年核心服务思路，强调余姚作为宁波文具产业聚集区，产业基础好、人才多，产业链条完备且配套能力突出，是区域产业高质量发展的核心支撑。协会希望通过调研精准发力，进一步释放这片产业沃土的发展潜力，为企业稳健经营与产业能级提升双向赋能。

交流中，与会企业家结合经营实践直指核心诉求，针对市场竞争白热化、产品价格

战突出、渠道拓展受阻等难题深入剖析，希望协会组织抱团参展、畅通惠企政策、推动建立行业公平竞争机制，并通过标准制定、品质认证、集体宣传等做强“宁波文具”区域品牌。

会议达成高度共识，面对严峻的市场环境，唯有坚持“品质为王”，方能行稳致远。企业家们也对协会工作给予了高度评价，协会活动务实高效，不仅帮助企业开阔了视野、拓展了市场，更实实在在解决了诸多实际困难，表示将动员更多同行加入，共建规范协同的产业生态。

下一步，协会将继续开展“会企同心”企业行、区域座谈会等活动深入了解企业需求，深化政企桥梁纽带作用，建好创新发展服务平台，为企业稳健经营赋能，助推宁波文具产业迈向高质量发展新阶段。

协会开展“新春访企行 助力开门红”活动

春启新程，实干开局。春节假期过后，为精准掌握宁波文具企业复工复产等情况，破解企业经营发展难题，助力行业实现新年“开门红”，宁波文具行业协会迅速行动，组织开展“新春访企行 助力开门红”专项走访活动，深入会员企业，与企业负责人面对面交流，倾听企业诉求、凝聚发展共识。

本次走访活动深入鄞州、北仑、慈溪、余姚等地重点企业，详细询问企业节后复工进度、产能恢复比例，了解企业内外销订单储备、原材料供应、物流运输等核心经营情况，摸排企业在生产经营中遇到的痛点、难点问题。

企业负责人围绕当前发展形势，分享了新年发展规划、订单对接情况，以及在人才引进、创新研发、跨境贸易、数字化转型等方面的需求与政策建议。

针对企业提出的诉求，协会认真记录、建立诉求清单，分享了近期关于电商发展、产学研合作、知识产权保护等相关扶持政策，协助企业梳理发展思路、对接资源渠道。同时，结合协会“会企同心”“会链创新”等服务品牌，向企业介绍了今年协会将开展的重点工作，为企业高质量发展注入信心与动力。

“新春访企行 助力开门红”活动，是协会践行服务宗旨、发挥桥梁纽带作用的具体举措，既是对企业复工复产情况的全面摸底，也是精准对接企业需求、优化服务举措的重要实践，有效拉近了协会与企业的距离，为后续精准服务、精准赋能奠定了坚实基础。目前，走访活动仍在持续推进中，后续将覆盖更多会员企业。

关于召开协会六届一次会员大会 暨宁波文创制造业发展大会的预通知

根据协会章程，宁波文具行业协会第五届理事会任期届满，协会拟于2026年5月12日13:30在宁波富邦大酒店召开六届一次会员大会。

为进一步推动我市文具及文创制造业高质量发展，强化产业链协同创新与升级，将同期举办宁波文创制造业发展大会。

请会员企业扫码报名：



关于组织企业赴中亚哈乌考察交流的预通知

哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦是“一带一路”重要节点，地处欧亚交汇枢纽，人口占中亚地区70%，人口年轻化、消费增长快、教育产业发展，办公、学生文具及文创产品需求旺盛、缺口明显，是宁波文具企业拓展外贸的蓝海市场。

为助力会员企业对接中亚新兴市场，拓展多元外贸渠道，协会拟于2026年6月组织企业赴两国开展商务考察与产业合作对接活动。预通知如下：

一、时间：6月16日-6月25日，为期10天

二、地点：阿拉木图（哈萨克斯坦最大的城市和主要商业、金融中心）、塔什干（乌兹别克斯坦的首都）、撒马尔罕（乌兹别克斯坦第二大城市）

三、参加对象：宁波文具企业家及相关负责人员。

四、活动初步安排

（一）商务安排

1. 乌兹别克斯坦·撒马尔罕：参访当地文具工贸企业，调研 Krytuy Market 等文具市场，了解主流产品与价格行情。

2. 乌兹别克斯坦·塔什干：参访 DESKFORM LLC 等当地大型文具生产、批发及连锁零售企业，对接工商会了解营商环境。

3. 哈萨克斯坦·阿拉木图：参加中亚

地区专业文具展会，拜访 ABDI 等当地头部文具分销、连锁品牌及教育相关部门，洽谈合作。

4. 同步安排当地特色文化与市场参观，深度了解中亚市场环境。

（二）时间安排

1. 6月16日晚西安报到，自行前往西安咸阳机场附近酒店报到（具体酒店待定）。住1晚。

2. 6月17日上午9:40--12:35（当地时间，时差3小时）飞乌兹别克斯坦·撒马尔罕。住2晚。

3. 6月19日上午汽车前往乌兹别克斯坦·塔什干。住2晚。

4. 6月21日晚飞哈萨克斯坦·阿拉木图。住3晚。

5. 6月24日晚20:50飞上海浦东。

6. 6月25日上午05:30到达浦东机场后，汽车返回宁波。（需参加26日上海CSF文化会的人员，可自行留沪）。

考察费用由企业自行承担。请有意向参加的企业向协会秘书处报名。会员企业限报20名，额满即止。

联系人：

韩薇 87123208, 18895685378;

闵芳 56786777, 13586693763。

邮箱: wenjuxiehui@163.com

协会党支部深学实干强党建

宁波文具行业协会党支部(和丰联合第一党支部)始终牢牢把握党建引领行业发展核心方向,严格落实“三会一课”等基本制度,持续实施轮值副书记制度,不断丰富活动形式、深化活动内涵,切实把党建工作与行业服务、企业发展深度融合,有效提升党组织凝聚力、战斗力和向心力,为宁波文具产业高质量发展注入红色动能。

1. 省、市社工部领导莅临调研,强化党建工作指导

3月31日下午,浙江省委社会工作部副部长、两新工委副书记王惠良一行莅临协会调研指导,宁波市委副秘书长、社会工作部部长、两新工委书记孙小雄,市委社会工作部副部长、市委两新工委副书记金燕陪同调研,党支部全程接待,详细汇报协会党建工作开展情况、特色做法及成效,认真听取领导指导意见,为后续党建工作提质增效明确方向。

2. 学习贯彻党的二十届四中全会精神

二十届四中全会是在“十五五”规划开局之年召开的一次重要会议。党支部积极开展专题学习活动,制定了学习计划并及时告知支部全体党员。

组织党员集中观看学习了《“十五五”时期经济社会发展的指导思想、重大原则和根本保证》《“十五五”时期经济社会发展

的重大战略任务》等视频课程,带领全体党员深刻领会全会关于全面深化改革、推进中国式现代化的战略部署。

3. 开展树立和践行正确政绩观学习教育

党支部紧扣学习教育要求,组织开展了树立和践行正确政绩观学习教育部署会议,传达学习了中共中央办公厅印发的《关于在全党开展树立和践行正确政绩观学习教育的通知》,制定学习教育安排。

组织党员集中学习《习近平关于树立和践行正确政绩观论述摘编》,并结合工作实际开展交流研讨,引导党员把握正确政绩观的核心要义,立足行业服务岗位,坚持实事求是、真抓实干,把为民服务、促进行业发展作为工作的出发点和落脚点,切实将学习成果转化为履职尽责、担当作为的实际行动。

4. 对标先进学经验 采摘拾趣凝合力

1月31日,党支部组织全体党员及家属赴鄞州区湾底村开展红色研学主题党日活动。走进湾底村党群服务中心幸福奋斗馆了解村党组织扎根基层、实干兴村的奋斗历程,感受到基层党建在凝聚发展合力、服务中心工作中的“领头雁”作用,为党支部推进“党建联建、资源共享”提供了宝贵实践参考。

共谋集群升级 共筑产业高地

——2026年文教体育用品产业集群高质量发展研讨会在沪召开

3月29日，中国文教体育用品协会在上海举办“2026年文教体育用品行业产业集群高质量发展研讨会”。本次会议的主题是贯彻今年全国人大和政协两会精神，落实习近平总书记在会议期间提出的以“四新”发展新质生产力的指示，集中讨论研究如何优化提升我国文教体育用品产业向先进制造业集群发展，建设现代化产业体系。

会上，易晓俐理事长介绍了文体用品产业集群发展情况和特点：我国文体用品产业集群以宁波“中国文具之都”为起点，多年来成功申报的有13个，文具集群有宁波、宁海、汕头、武义、腾蛟、来安等，健身器材集群有宁津、淄博等，钓具集群有威海、临湘、慈溪，还有肃宁、界首正在申报。扑克牌集群有武义，运动杖集群有宁海深甽镇，羽毛球原料集群有安徽无为。文体用品产业尤其是体育用品产业，近年来一直处于上升扩张阶段，产业集群发展方兴未艾，呈现出规模稳步扩大、创新能力提升、品牌竞争力增强、产业业态融合等特点。未来，协会将从培育集群做强品牌，推动科技创新和国行团标申报，组织国际交流合作，提供产业信息和资源对接等方面，全力支持产业集群升级发展，做大做强。

产业集群领军企业代表威海光威集团、广博集团、山东迈宝赫公司等领导发言。

广博集团党委书记舒跃平讲述了王利平董事长带领广博公司从文具到新材料，成就两家上市公司，扎根东南亚、深耕海外的事迹，为宁波“中国文具之都”产业集群作出突出贡献。

产业集群产区政府和协会代表，江西鄱阳工信局局长汪才合、河北肃宁政协副主席张会如、温州腾蛟常务副镇长郑祥壬、广东河源市商务局副局长陈德才等领导结合当地产业实际，围绕地方政策扶持、园区建设、产业培育及招商引智展开交流。

各专委会代表立足细分行业发展实际，围绕技术协同创新、区域市场联动、产业链配套升级、行业规范自律等发言交流。

会议期间，参会代表观摩了行业标杆企业晨光科力普智慧仓与制笔六厂和姚记科技上海国际短视频中心。

此次全国文体用品产业集群研讨会聚焦行业高质量发展，为行业集群升级提供了新思路，受到各与会地区代表欢迎。参会代表在会上群策群力、积极对接资源，力争建立“政府主导、市场运作、依法依规，兼顾各方、因地制宜、分类盘活”的工作机制，综合运用经济、市场等手段，围绕全产业链和产业园区化、现代化建设，因地制宜优化产业区域布局，提升产业能级，完善产业集群及骨干企业协同机制，结合地方特点探索和打造“制造+赛事服务、制造+文化活动”等产业延伸经济价值，推动跨产业链、跨界多元融合创新。通过规模效应、品牌影响力、性价比优势和技术领先扩散等在市场角逐中显著提升产业竞争力和行业影响力，使文体用品传统产业成为当地产业园区的主导产业、县域经济高质量发展的核心引擎和乡村建设的重要支撑。（节选自公众号：中国文教体育用品协会）

中国制笔协会理事长杨承杰一行到访宁波文具行业协会

3月23日下午，中国制笔协会理事长杨承杰，副理事长兼秘书长任秀英，副秘书长兼信息展览部主任冯兆雪一行到访宁波文具行业协会，协会理事长许观良、名誉副理事长汪勇、副理事长俞勇锋、秘书长严继峰以及秘书处全体人员与协会领导进行座谈交流。

交流会由宁波文具行业协会副理事长俞勇锋主持。

名誉副理事长汪勇首先致欢迎词，对中国制笔协会一行的到来表示热烈欢迎和衷心感谢。她表示，宁波作为“中国文具之都”，制笔产业是文具行业的重要组成部分，长期以来得到中国制笔协会的大力支持与指导，希望双方进一步深化交流、加强合作，共同推动制笔产业高质量发展。

协会代理执行秘书长韩薇汇报了宁波文具行业发展及协会工作情况，重点介绍了协会在走访服务企业、搭建交流平台、制定团体标准等方面的实践经验。

严继峰对中国制笔协会长期以来给予宁波文具行业的指导与支持表示衷心感谢，并结合行业发展新形势，系统介绍了未来协会在优化政企桥梁、推动技术攻关、拓展国内外市场、搭建人才交流平台以及提升企业数字化转型能力等方面的服务规划和发展方向。

中国制笔协会理事长杨承杰对宁波文具行业协会的工作成效给予高度评价。他表示，制笔与文具产业联系紧密、互补性强，双方协会长期保持良好合作关系。当前行业正处于转型升级关键阶段，希望进一步加强全国协会与地方协会的联动协作，在技术创新、品牌建设、绿色低碳、标准化建设、内外贸融合等方面凝聚合力，共同推动行业提质增效。

副理事长兼秘书长任秀英在交流中肯定了宁波文具行业协会多年来的扎实、优良工作作风的传承以及在行业服务中取得的突出成绩。她表示，宁波文具行业协会在凝聚企业、服务产业、搭建平台、推动创新等方面发挥了重要作用，值得各有关行业协会学习和借鉴。

许观良会长对杨理事长一行的到访表示欢迎，希望今后多给予支持，共同为行业企业高质量发展提供服务。

通过座谈交流，共同分析了行业发展趋势及存在问题，凝聚了行业协同发展的强大合力。双方将以此次交流为新起点，持续深化合作、互通有无、携手共进，共同服务行业企业、赋能产业升级，为推动我国制笔与文具行业持续健康发展作出新的更大贡献。

（选自公众号：中国制笔协会）

2026 年 4-12 月部分国际文具展会

序号	展会名称	展会时间	举办地点	展会范围
1	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	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
2	中国(深圳)国际礼品及家居用品展览会	4 月 25 日-28 日	深圳国际会展中心(宝安新馆)	礼品家用消费品, 百货
3	第 34 届德国国际教育科技及设备展览会 LEARNTEC、德国国际智慧办公展览会 New Work Evolution	5 月 5-7 日	德国卡尔斯鲁厄展览中心	教学设备、办公设备
4	英国伦敦国际高端文具设计展览会 LONDON STATIONERYSHOW	5 月 12-13 日	伦敦伊斯灵顿商务设计中心	办公用品、文具
5	2026 非洲肯尼亚造纸及包装展 同期展会: 玩具&游戏展、国际纸制品和办公用品展	5 月 22-24 日	亚萨里特展览中心	办公用品、文具
6	中国文化用品商品交易会 CSF	6 月 26-28 日	上海新国家博览中心	办公用品
7	中国(成都)礼品及家居用品展览会	6 月 25-27 日	成都世纪城新国际会展中心	礼品、家用消费品、百货
8	泰国曼谷国际办公与文具展	7 月 15-17 日	泰国诗丽吉王后国家会议中心	办公用品、文具
9	越南国际智能办公设备和文具展览会 Vietoffice	7 月 30 日-8 月 1 日	越南·胡志明西贡国际会展中心	办公用品、文具
10	日本文具办公用品展览会 ISOT	6 月 24-26 日	东京有明国际会展中心	办公用品、文具
11	巴西圣保罗文具及办公用品展览会 OFFICE BRASIL	8 月 2-5 日	巴西圣保罗北方会展中心	办公用品、文具
12	美国纽约礼品及家庭用品展览会	8 月 2-4 日	美国纽约贾维茨国际会展中心	礼品家用消费品、百货
13	印度孟买礼品及文具办公用品展	8 月 20-22 日	印度孟买展览中心	礼品、文具、家居用品
14	阿联酋迪拜文具及办公用品展览会 Paperworld	10 月 26-28 日	迪拜世界贸易中心	办公用品、文具
15	中东国际教育设备及培训博览会	10 月	沙特 吉达	教育设备
16	韩国首尔国际文具及办公用品展览会 SISO FALR	11 月	韩国-首尔	办公用品、文具
17	中国(上海)文具及办公用品展览会	11 月 20-22 日	上海世博展览馆	办公用品、文具
18	中国义乌文化用品秋季展览会	11 月 6-10 日	浙江义乌国际博览中心	办公用品

欧盟新版玩具标准 EN71-1:2026 正式发布

2026 年 1 月 28 日，欧洲标准化委员会（CEN）中央秘书处向各成员国标准化机构正式分发玩具安全标准 EN 71 第一部分的新版标准 EN71-1:2026，该标准聚焦玩具的机械与物理性能要求，是欧盟针对 14 岁以下儿童玩具的核心安全规范之一，标志着欧盟对儿童玩具机械安全的监管再度收紧，也为全球玩具出口企业带来了产品品质升级与合规适配的双重要求。

面对欧盟玩具安全标准的升级，文具企业中有玩具出口的需提前布局、主动适配，对现有产品设计，立即开展差距分析，识别潜在不符合项，从产品评估与供应链管理两大核心环节入手，筑牢合规防线，顺利对接欧盟市场。

及时关注新版标准的技术变更，需特别关注特定类型玩具要求的变更(如膨胀玩具、

乘骑玩具)，以及重点关注新增模拟食品的要求，审慎设计具有真实食品外观的玩具，如果有同类产品，可优先自查是否符合要求。

复核产品包装、标签及说明书内容，确保符合警告语、警告图标使用及针对乘骑玩具类的更新要求。特别要注意的是小部件警告语使用年龄图标的时候，要将“warning”直接放在图标前面，也就是图标并排跟随在信号词前面。

CEN成员国需在 2026 年 7 月 31 日前将 EN71-1:2026 转化为各自的国家标准，与该新版标准存在冲突的旧有国家标准，需在 2027 年 7 月 31 日前完成废止。同时，EN71-1:2026 预计在发布 12 个月后获得欧盟委员会的批准，获批后将成为欧盟玩具市场准入的重要依据。

来源：江苏省技术性贸易措施信息平台

墨西哥对华亚克力板启动反倾销调查

2025 年 12 月 26 日，墨西哥经济部发布公告称，应墨西哥生产商Plastiglas de México, S.A. de C.V. 申请，对原产于中国的亚克力板启动反倾销调查。本案倾销调查期为 2024 年 4 月 1 日~2025 年 3 月 31 日，

损害调查期为 2022 年 4 月 1 日~2025 年 3 月 31 日。涉案产品的 TIGIE 税号为 3920.51.01 和 3920.59.99。公告自发布之日起生效。

来源：厦门技术性贸易措施信息网

巴西对华铅笔发起反倾销日落复审调查

1 月 20 日，巴西工贸部外贸秘书处发布 2026 年第 4 号公告，应巴西国内企业A. W. FABER-CASTELL S.A. 于 2025 年 7 月 31 日提交的申请，对原产于中国的用于书写、绘画和/或着色的铅笔（葡萄牙语：lápiz de escrever, desenhare/ou colorir）发起第

一次反倾销日落复审调查。涉案产品的南共市税号为 9609.10.00。

本案倾销调查期为 2024 年 4 月至 2025 年 3 月，损害调查期为 2020 年 4 月至 2025 年 3 月。

来源：巴西政府网站

美国 ITC 发布对墨盒及其组件 II 的 337 部分终裁

2026 年 1 月 29 日，美国 CPSC 宣布对中国产涂色套装实施召回。

此次召回的产品为 Primark 的《圣诞夜惊魂》夜光涂色套装。产品内含五张涂色页和五支夜光蜡笔（紫色、黄色、粉色、蓝色及橙色）；蜡笔外层包裹黑色纸套，上面印有“GLOW IN THE DARK”字样，以及骷髅杰克（Jack Skellington）头像和雪花图案；产品代码“0309401”印在包装背面的价格标签上，包装正面左上角印有“Primark”字样，背面米老鼠（Mickey Mouse）标志上

方亦印有该品牌名；涂色本尺寸约为 11.5 x 8 英寸（约 29.2 x 20.3 厘米）。

产品中蜡笔的锑和铝含量超标，如果被幼儿摄入，有造成中毒的危险。

此次召回的产品于 2024 年 10 月-2025 年 7 月在美国销售，售出约 600 件，售价为 1.45-4.50 美元。截至目前，未有事故和人员伤亡报告。

CPSC 建议消费者立即停止使用该产品，并将其退回至 Primark 以获得全额退款。

来源：厦门技术性贸易措施信息网

美国对中国产涂色套装实施召回

2026 年 1 月 29 日，美国 CPSC 宣布对中国产涂色套装实施召回。

此次召回的产品为 Primark 的《圣诞夜惊魂》夜光涂色套装。产品内含五张涂色页和五支夜光蜡笔（紫色、黄色、粉色、蓝色及橙色）；蜡笔外层包裹黑色纸套，上面印有“GLOW IN THE DARK”字样，以及骷髅杰克（Jack Skellington）头像和雪花图案；产品代码“0309401”印在包装背面的价格标签上，包装正面左上角印有“Primark”字样，背面米老鼠（Mickey Mouse）标志上

方亦印有该品牌名；涂色本尺寸约为 11.5 x 8 英寸（约 29.2 x 20.3 厘米）。

产品中蜡笔的锑和铝含量超标，如果被幼儿摄入，有造成中毒的危险。

此次召回的产品于 2024 年 10 月-2025 年 7 月在美国销售，售出约 600 件，售价为 1.45-4.50 美元。截至目前，未有事故和人员伤亡报告。

CPSC 建议消费者立即停止使用该产品，并将其退回至 Primark 以获得全额退款。

来源：厦门 WTO 工作站

美国对皱纹纸发起第四次反倾销日落复审调查

2026 年 2 月 2 日，美国商务部发布公告，对进口自中国的皱纹纸发起第四次反倾销日落复审调查。与此同时，美国国际贸易委员会（ITC）对上述涉案产品发起第四次反倾销日落复审产业损害调查。

利益相关方应于本公告发布之日起 10

日内向美国商务部进行应诉登记。利益相关方应于 2026 年 3 月 4 日前向美国国际贸易委员会提交回复意见，并最晚于 2026 年 4 月 13 日就该案回复意见的充分性向美国国际贸易委员会提交评述意见。

来源：厦门技术性贸易措施信息网

巴基斯坦对华涂布白底漂白板/折叠箱板作出反规避终裁

2026 年 1 月 7 日，巴基斯坦国家关税委员会发布第 ADC44 号案件的最新公告，对原产于或进口自中国的涂布白底漂白板/折叠箱板作出反规避终裁，裁定涉案产品经过轻微改变出口至巴基斯坦以规避反倾销税，决定对改变后的涉案产品征收 29.02% 的反倾销税，改变后的产品为双面涂布漂白纸板，一面涂层为 20 克/平方米或以上，具有光面/哑光效果，以提高印刷性能，另一面涂层

为少于 20 克/平方米的任意物质，如淀粉、瓷土或碳酸钙等，轻度改性产品主要用于各种消费品和工业产品的折叠纸盒，如香烟、医药、化妆品、食品和香料等。涉案产品的巴基斯坦税号为 4810.9200 和 4810.9900。措施的有效期同现行反倾销税的有效期至 2027 年 2 月 27 日终止。措施自公告发布之日起生效。

来源：中国贸易救济信息网

巴西对涉华彩涂板作出反倾销终裁

2026 年 2 月 2 日，巴西外贸委员会管理执行委员会 (GECEX) 发布 2026 年第 849 号决议，对原产于中国和印度的彩涂板（葡萄牙语：aços pré-pintados）作出反倾销肯定性终裁，决定对上述国家的涉案产品征收为期 5 年的反倾销税，其中，中国为 329.27

—597.44 美元/吨，印度为 289.11 美元/吨，征税详情见附表。本案涉及南共市税号 7210.70.10、7210.70.20、7212.40.10、7212.40.21 和 7212.40.29 项下的产品。决议自发布之日起生效。

来源：中国贸易救济信息网

巴西对华装饰纸作出反倾销初裁

2026 年 3 月 27 日，巴西发展、工业、贸易和服务部外贸秘书处（Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços/Secretaria de Comércio Exterior）发布 2026 年第 22 号公告，对原产于中国的装饰纸[葡萄牙语：papel decorativo, não revestido, não impresso, não impregnado, apresentado em rolos de largura igual ou superior a 125 cm, normalmente com peso específico (gramatura) de 50g/m² a 150 g/m²]作出反倾销肯定性初裁，建议继续进行调查，不

实施临时反倾销措施，并将本案作出终裁时限延长至自立案起 18 个月内。本案涉及南共市税号 4805.91.00 项下的产品。

2025 年 6 月 30 日，巴西发展、工业、贸易和服务部外贸秘书处发布 2025 年第 51 号公告称，应巴西生产商 Munksjö Caieiras Ltda. 于 2024 年 10 月 31 日提交的申请，对原产于中国的装饰纸启动反倾销调查。案件倾销调查期为 2023 年 7 月～2024 年 6 月，损害调查期为 2019 年 7 月～2024 年 6 月。

来源：中国贸易救济信息网

宁波文具企业屡获荣誉 品牌价值持续提升（第一季度）

序号	荣誉	企业名称
1	工业和信息化部 2025 年度中国消费名品名单 时代优品：得力	得力集团有限公司
2	2025 年度中国轻工业联合会科学技术进步奖 《油墨圆珠笔和笔芯 GB/T 26714-2019》	贝发集团股份有限公司
3	2025 胡润中国品牌榜	得力集团有限公司
4	首批浙江消费名品名单 BEIFA 贝发	贝发集团股份有限公司
5	2025 年度浙江省外贸综合服务企业认定名单	骨干企业：宁波美联外贸服务有限公司
6		先行企业：宁波市鄞州美联国际贸易服务有限公司
7		先行企业：宁波市镇海美联国际贸易服务有限公司
8	宁波市制造业企业数字化等级评价结果（第十二批）	慈溪市吻朵文具有限公司
9		思客居（宁波）文化用品有限公司
10		慈溪市汪成文具有限公司
11		宁波华彩纳米科技有限公司
（仅收集汇总第一季度以来部分荣誉信息，内容不分先后，如有遗漏还请见谅！）		

AI 赋能设计创新 知识产权护航发展

——协会品牌指导服务站举办“你点我讲”培训会

1月15日，宁波文具行业协会品牌指导服务站2026年首次“你点我讲”培训会在宁波和丰花园酒店成功举办。本次培训紧扣AI技术应用与产品创新、知识产权保护融合发展主题，特邀浙江大学专家及行业技术精英授课，为会员企业创新发展注入新动能。得力、广博、贝发、康大等行业龙头及骨干企业近40位代表参会。

浙江大学国际设计研究院研究员李泽健以“大模型原理浅析和应用案例”为主题率先开讲，系统解析了AI大模型的核心逻辑，结合文具行业产品设计、研发、营销等实际场景，分享AI技术落地应用实例，为企业依托技术提升品牌竞争力提供了清晰可行的实践路径。

针对企业普遍关注的知识产权侵权、劳务用工争议等痛点，宁波益鸟信息科技有限公司总经理倪君兴带来“司法大数据风控赋能”专题分享，详细解读如何借助司法大数据精准识别合规红线、预判法律风险，为企业品牌运营和知识产权保护筑牢安全屏障。

参会企业代表纷纷表示，本次培训内容兼具专业性与实操性，不仅明晰了AI技术在企业创新发展中的应用方向，更强化了知识产权风险防控意识。

下一步，宁波文具行业协会品牌指导服务站将持续聚焦企业发展痛点，打造更多精准化、专业化的服务活动，以品牌赋能与技术支撑双轮驱动，助力宁波文具行业高质量创新发展。



包书皮邻苯超标 147 倍？ 国家文教中心紧急提醒：这样选才安全

3 月开学季，给孩子包书皮，本是保护课本的“小仪式”。但最近，一则热搜却让不少家长心头一紧：某新闻平台记者随机从网络上购买了三份“三无”包书皮送检，结果两件样品的邻苯二甲酸酯含量，远超《学生用品的安全通用要求》（GB 21027-2020）限值，最高超标 147 倍！这些劣质产品通过皮肤接触、呼吸道吸入，甚至孩子舔咬手指，悄悄威胁着健康。

包书皮分两类，材质大不同

市面上的包书皮（又叫包书膜）主要有两种：

自粘型：直接贴在封面，贴合牢固，但压敏胶可能带来额外风险。

书套型：像“外套”一样套在书上，方便拆卸，材质多为塑料或纺织布。

1 塑料包书膜：增塑剂是“头号元凶”



邻苯二甲酸酯（即新闻中超标的物质）：国际公认的“环境激素”，通过接触进入孩子体内，会干扰内分泌，诱发性早熟，损害肝肾功能，甚至增加患癌风险。

短链氯化石蜡：难以代谢，累积后影响免疫和生殖系统，部分不合格产品仍有检出。

多环芳烃：常见于回收塑料劣质品，部分有强致癌性，正规产品几乎不会检出。

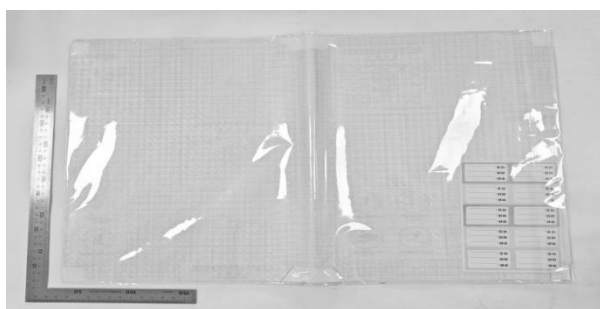
2 纺织包书套：甲醛、偶氮染料别忽视



甲醛：刺激呼吸道和皮肤，引发过敏、咳嗽。

偶氮染料：可分解出致癌芳香胺，深色、印花款风险更高。

3 自粘型包书膜：压敏胶隐患



劣质压敏胶可能释放甲醛、苯系物、TVOC 等，长期吸入损害造血和神经系统。

四步避坑指南：

1 选渠道，看报告：大型商超、品牌旗舰店优先，远离校园周边小摊。网购时主动索要产品检验报告，确认化学指标合格。

2 查标识，拒三无：包装必须有厂名、厂址、生产日期、合格证和执行标准（比如 QB/T 4782、T/CSSGA 1001）。信息不全直接淘汰。

3 闻气味，刺鼻别用：拆开后若有刺鼻、酸臭味，可能含甲醛等有害物，立刻扔掉。

4 留凭证，好维权：保留发票或订单截图，发现不合格可向市场监管部门举报。

（节选自公众：宁波市质检院）

央视网《超级工厂》走进得力，揭秘“中国实力的得力答案”

一支笔的精密制造藏着怎样的匠心？一台打印机的“中国芯”如何实现自主突围？2月27日，央视网《超级工厂》栏目将镜头对准深耕制造40余年的得力集团，通过近两小时的深度探访，系统解码这家全球化文创科技产业集团的立体化布局、研发底座与智造实力，全景呈现“中国实力的得力答案”，展现中国文具产业从“规模制造”向“科技智造”跃升的生动样本。

从超级工厂到超级门店，得力硬实力全景亮相

得力集团自1981年创立以来，持续深耕工作学习场景，现已发展为涵盖办公、文具、工具、家具、打印机、儿童益智、B2B等多业务板块的全球化文创科技产业集团。依托深厚的研发与制造基因，得力不断拓展产业边界，在多个细分领域保持领先，成为多工作学习场景整体解决方案的倡导者与引领者，畅销全球150多个国家和地区。

直播中，总台央视主持人朱广权与总台央视网主持人常婷共同走进得力，通过“企业馆—制笔工厂—本册工厂—胶粘工厂—打印机工厂—智能物流园—得力上海品牌旗舰店”的探访路径，完整揭秘得力从文具到文创再到科创的研发、制造与体验全链路，生动诠释“中国得力硬实力”的炼成密码。

文具文创之旅：小产品里藏大匠心

直播首站聚焦得力“中国文具品牌”的核心实力，带领观众走进书写研究所、制笔工厂等核心区域，揭秘“小文具背后的大制造”。得力企业已掌握行业领先的整笔制造技术，从笔头自研到墨水配方，将核心科技牢牢掌握在手中。

“得力把一支几块钱的笔，做出了高科

技芯片的严谨感。”朱广权在直播中由衷赞叹。年产能达50亿支的制笔超级工厂，更让观众直观感受“中国智造”的力量：一体化机床实现笔头24道工序微米级加工，行业首创AI质检机可检测笔芯14项指标，全自动产线将单支笔组装时间从30秒压缩至0.9秒，效率提升超30倍。此外，直播还展示了本册工厂“行纭纸”85度白护眼标准；探访胶粘工厂里专胶专用的得力细分方案等，全方位展现得力关注用户真实需求，在文具文创领域的深厚积淀与持续创新。得力用可量化、可感知的制造实力，诠释了“中国制造”背后的技术底气与品质标准，刷新着“中国智造”的记录。

科创之旅：打印机“中国芯”突围，实现全栈自研自产

作为直播最具技术含金量的环节，得力打印机工厂的探访，展现了企业在科创领域的突破性成就。自2015年进军打印机行业以来，得力历时十年深耕，已成为实现全栈自研自产的国产打印机品牌。

在洁净度堪比手术室的黄白光车间，朱广权全副武装，探秘MEMS喷墨芯片的“微米级雕刻艺术”。打印机工厂负责人吕厂解释，芯片通过光刻、蚀刻工艺在晶圆上雕刻出成千上万个墨水输送“河道”，其精度直接决定了打印文字的锐利与图像的逼真。而得力喷头与整机的自研自产，填补了喷墨打印机国产品牌的空白。

在软件研发实验室，全栈自研的打印引擎展现了对色彩的极致追求。更引人注目的是，得力激光打印机搭载国产龙芯处理器，适配多款国产系统，构建了从硬件到软件的自主可控技术生态。朱广权称赞道：不仅是硬件上的“中国芯”，更是软件生态上的“中

国魂”。得力这波操作把“打印机”变成了“争气机”。

从超级制造到超级体验：构建完整品牌生态

直播的后半程，镜头转向了位于上海静安大悦城的“得力上海品牌旗舰店”——DELI WORLD。这家面积达 1500 平方米的中国最大的文具综合体，汇聚了文具、IP 文创周边、时尚办公、生活好物等上万款好物，成为集学习、办公、生活于一体的灵感体验空间，展示了其覆盖全场景的超级产品矩阵。科技与设计之外，这些产品更承载着情绪价值与个性表达。

依托强大研发制造实力，得力构建起全场景超级产品矩阵，每年推出 5000 款新品，门店更推出专属“一站式购齐清单”。“如今的得力已构建起‘品质文具、潮流文创、智能科创’的庞大产业生态。”常婷逛店后表示，得力正打破传统文具边界，为各类用户提供一站式解决方案。

与此同时，得力的超级产品矩阵通过得力智能物流园——这个超级神经网络服务全球用户。遍布全国的三级仓储网络和和运配

体系，实现从生产制造、订单响应、仓储运配的自动化、智能化、可视化，满足得力全域业务需求。高速堆垛机搭档 AGV 机器人与无人驾驶货车，24 小时待命，日吞吐量超过 20 万箱，把“得力制造”的美好，快、准、稳地送到用户手中，这是得力应对海量订单的底气。

以民族品牌之力，书写中国智造新篇章

在央视网《超级工厂》的镜头下，得力的发展脉络被系统解码，在解答“得力如何炼成”的同时，也有力回应了“中国品牌如何向上”的时代命题。

作为全球化文创科技产业集团，得力始终坚守“创造美好产品 服务全球用户”的企业使命，以文创铸根基，以科创破壁垒，在深耕传统文具产业的同时，持续布局高附加值、高技术壁垒的科创领域，用自主创新推动产业升级，用优质产品服务全球用户，推动中国从“制造大国”向“品牌强国”迈进，引领行业向更高品质、更高价值的方向发展。

（节选自公众号：央视网超级工厂）

广博集团：以“谷子经济”为支点，撬动品牌年轻化跃迁

广博品牌价值的提升更多依赖于内生增长，它的深层密码与“谷子经济”浪潮形成共振，是传统制造业在文化消费时代转型的典型范式。

谷子经风口：重塑品牌增长逻辑

在“2025 宁波品牌百强榜”中，广博以第 33 位的排名和 39.2 亿元的品牌价值实现双提升，相较 2024 年排名提升 6 位、品牌价值增长 19.5%。这一成绩的取得，与其深度拥抱谷子经济、构建多元化 IP 矩阵的战略抉择密不可分。

2024 年中国谷子经济市场迅速增长，这个由二次元文化衍生出的经济形态，正以“IP 信仰实体化”为核心特征，重构消费市场的价值链条。广博敏锐捕捉到这一趋势，将业务重心从传统文具向 IP 衍生品延伸，其创意产品收入占比从 2023 年的 8.7% 跃升至 2024 年的 15.9%，毛利率提升至 43.3%，成为利润增长的核心引擎。

这种转型不是简单的品类扩展，而是对消费场景的深度重构。广博推出的 IP 衍生品已突破传统文具边界，形成覆盖“学习场

景+生活场景+社交场景”的立体化产品矩阵。场景延伸策略，使广博成功切入增速更快的潮玩赛道。

IP 矩阵构建：授权到自育的双向突破

广博的 IP 战略呈现“金字塔式”布局：底层是海量授权 IP 形成流量基础，中层通过精准运营实现价值转化，顶层以自有 IP 构建长期资产。

在授权 IP 层面，广博采取“国际头部 IP+国创精品”的组合策略。2024 年，企业相继拿下“初音未来”“名侦探柯南”“三丽鸥”等国际 IP 授权，同时布局“天官赐福”“魔道祖师”“盗墓笔记”等国漫 IP。这种跨次元布局既覆盖泛二次元用户的基本盘，又精准触达垂直圈层。

更具战略意义的是自有 IP 的培育。广博打造的“汐西酱”通过小红书平台的精细化运营，已积累 10 万核心粉丝；“MIMO”手账系列则通过 B 站 UP 主内容共创，形成“产品+UGC”的传播闭环。

同时，广博构建起“全域触达+精准转化”的渠道网络。线下通过“谷子店中店”模式，在名创优品、酷乐潮玩等终端设置 IP 专区，实现精准流量导入；线上则形成“直播带货+社群运营+私域沉淀”的立体打法。

在供应链端，广博建立“宁波总部研发+东南亚基地生产”的全球化布局。越南、柬埔寨基地支撑海外 IP 产品本地化生产，马来西亚新厂则通过关税对冲策略。这种“设计在中国，生产在全球”的柔性供应链模式，使产品交付周期缩短，快速响应市场变化。

创新论：文化赋值到情感共鸣

广博的品牌跃升，本质是 IP 经济时代

价值创造逻辑的转变。其通过三个维度实现品牌增值：文化赋值，将产品从“功能载体”升级为“情感容器”，IP 衍生品单价提升背后是文化认同的溢价；圈层渗透，通过精准的 IP 选择和渠道布局，深度渗透二次元核心圈层；生态构建，从单一产品向“IP 运营+内容创作+社群维护”的生态体系进化，2024 年其 IP 衍生品业务已形成独立利润中心。

广博通过“IP+产品+场景”的联动，将单一产品转化为文化体验载体。不仅具备实用功能，更通过 AR 技术实现角色互动，使产品成为连接虚拟与现实的入口。这种生态化运营，使 IP 价值得以持续释放。

广博的产品创新已突破物理属性，进入“文化赋值”阶段。其研发团队建立 IP 内核解构模型，通过“角色特质提取-场景需求映射-产品形态转化”的三维开发体系，实现 IP 价值的精准转化。这种创新方法论带来显著的回报，更值得关注的是，广博的产品创新已形成“飞轮效应”：爆款产品反哺 IP 热度，形成“产品热销-IP 破圈-授权价值提升”的正向循环。

更值得关注的是，广博通过产品创新构建起“文化符号体系”。“IP 日历”、“IP 手账本”等用符号化策略，使产品超越物质属性，成为用户身份认同的载体。

随着谷子经济市场规模持续扩张，广博需在 IP 深度运营、数字化营销、知识产权保护等领域持续深耕。而其在宁波品牌矩阵中的崛起轨迹，已然成为传统制造业向文化创造转型的经典样本。这场始于榜单排名的突破，终将指向产业生态的重构与品牌价值的质变。

（节选自公众号：宁波企业文化）

筑梦非洲 | 贝发集团布局尼日利亚，开启轻工出海新征程

2月26日，贝发旗鱼轻工产业综合体项目（尼日利亚）正式开工建设，这标志着贝发集团深耕全球市场、布局非洲制造的战略迈出关键一步，更成为中国轻工产业依托非洲市场实现高质量出海的重要实践。

贝发此次落子尼日利亚，并非简单的产业转移，而是立足西非核心区位，以“打造非洲增长新原点”为目标，构建辐射全非、联通欧美中东的现代化轻工产业生态，既助力贝发自身全球化布局的深化，也为更多中国轻工企业出海搭建起高效便捷的合作桥梁，共享非洲万亿市场新机遇。

依托贝发成熟的生产运营经验、强大的资源整合能力，以及金融机构的全方位支持，贝发旗鱼轻工产业综合体将成为西非轻工产业的核心枢纽，助力更多企业扎根非洲、走向全球。在此，贝发集团诚邀全球合作伙伴携手，无论是轻资产入驻、定制化开发还是共同开发园区，我们都将以开放共赢的理念，与各位共享非洲发展红利，共启轻工出海新征程，诚邀各界伙伴洽谈合作、共赴商机。

（来源公众号：贝发集团）

康大美术公益行 | 陪星宝度过第19个世界孤独症日

4月2日，第19个世界孤独症日。宁波康大美术画材集团的志愿者们，与宁波市江北区小海龟儿童成长发展中心的老师、15组星宝家庭一起，走进千年古刹保国寺，开启了“星宝触遗·江北印记”孤独症儿童城市文化游览项目的第一站。

世界孤独症日：让理解与接纳不再遥远

联合国设立世界孤独症日，旨在提高公众对孤独症的认识，呼吁社会给予星宝群体更多尊重、包容与支持。在这样的日子里，我们选择用一场低压力、低刺激、高陪伴的文化体验活动，告诉每一个星星的孩子：你们从不孤单。

古建导览：在斗拱与飞檐间，打开五感

上午，星宝家庭和志愿者们抵达保国寺。领取闯关游戏卡，江北区小海龟儿童成长发展中心的老师们给家长和孩子介绍游戏和导览的内容，也让孩子们在环境中慢慢适应。

在专业讲解员和志愿者的陪伴下，孩子们享受着山间的景色，观赏斗拱、飞檐、榫卯结构、对称布局……那些沉静了千年的木

构建筑，在星宝们的眼中，变成了线条、形状和光影的游戏。

古建主题绘画：画笔是他们的第二语言

康大美术的志愿者们为孩子们带来了画笔和画本，爱心人士带来了帆布画包，在家长、老师、志愿者的陪伴协助下，孩子们拿起画笔，用自己的方式与古建筑对话。

有的孩子专注地为飞檐涂上喜欢的蓝色，有的孩子在纸上画满了圆圈和线条那是他们眼中的斗拱与榫卯。他们不一定按照轮廓去描摹，但每一笔都是内心世界的真实投射。

志愿者们没有干预孩子的创作方向，而是蹲在身旁，轻声鼓励：“你画得真特别”，“这个颜色好漂亮”。重要的不是画得像不像，而是孩子们敢不敢、愿不愿意用画笔说出心里的话。在这里，绘画没有对错，只有独一无二的表达。

作品分享与证书颁发：每一份表达都值得掌声

孩子们轮流举起自己的画作，有的害羞

地笑，有的开心地高高举起双手欢呼。每一幅画都像一扇窗，让大人们看见了星宝们心中那个安静而丰富的世界。随后，每位孩子都获得了一张纪念证书。这不是比赛的奖状，而是对他们勇敢表达、快乐参与的温柔肯定。

康大美术：用色彩践行社会责任

本次活动，宁波康大美术画材集团不仅为孩子们提供了全套画笔与画本，更派出多名志愿者全程陪伴——从集合签到、爬山参观，到绘画互动、返程护送。我们深知，孤独症儿童不是“病人”，而是拥有独特认知方式的生命个体。艺术，恰好是跨越语言屏障、连接心灵的桥梁。一支画笔，可以比一千句话更靠近他们的世界。

作为一家具有强烈社会责任感的企业，康大美术一直默默关注着星宝群体。从 2025 年的农疗空间美化、物资捐助、公益座谈，

到 2026 年世界孤独症日的这场在建绘画之旅——我们从未停止行动。

未来展望：不止于一天的陪伴

“星宝触遗·江北印记”项目第一站圆满落幕，但这只是一个开始。接下来，我们还将陪伴星宝家庭走进江北大学堂、宁波博物馆、慈城古街等文化地标，用沉浸式导览与艺术创作，帮助星宝们更自信地融入公共空间。

每一个孩子都是一颗星星，只是有些星星发光的方式不一样。我们要做的，不是改变他们的轨道，而是抬头仰望，并为那片星空添上一抹属于康大的温暖色彩。

让艺术没有边界，让爱与包容同行。

世界孤独症日，我们不只点亮一天——我们愿点亮年年岁岁。

（来源公众号：宁波康大美术画材集团）

美博集团与宁波工程学院共建实践教学基地

为深入推进产教融合，拓宽人才培养与就业渠道，1 月 20 日上午，宁波美博进出口有限公司常务副总裁梅飞亚、人力资源部经理赵颢博等热情接待，宁波工程学院机器人学院副院长（主持工作）袁红星、副院长吴增文、机器人工程专业负责人郭建亮、就业辅导员王杉群一行。双方就校企合作、人才培养等议题进行深入交流，达成多项共识。

赵颢博陪同袁红星一行首先参观了产品展示中心。展厅内，文创文具、五金工具、家居用品、餐厨用品等各类展品丰富齐全，工作人员详细介绍了企业的产品体系、合作成果与市场布局，让一行人对企业的多元化经营格局与技术服务需求有了直观且全面的认识。

座谈会上，梅飞亚介绍了公司的发展历程，作为集进出口贸易、生产制造、供应链管理等于一体的多元化企业，已拥有 380 余

个自主品牌，产品远销 100 多个国家和地区，当前正聚焦智能装备领域拓展升级，亟需工科相关专业技术人才支撑。赵颢博结合企业岗位需求，具体阐述了对技术人才实操能力、创新思维的要求。

袁红星围绕学院学科建设、人才培养及科研成果展开介绍，强调学院始终坚持对接产业发展需求，精准布局学科方向，以培养兼具实操能力与创新思维的创新创业人才为核心目标，助力学生适配行业发展趋势。他表示，美博的产业优势与学院人才培养定位高度契合，期待以实践教学基地为载体，实现资源共享、优势互补。

双方举行共建实践教学基地协议书签署仪式，标志着双方校企合作迈入实质阶段，为后续深化协同育人、搭建实践平台奠定了坚实基础，为产业高质量发展注入新动能。

（改编自公众号：宁波工程学院机器人学院）

创源股份接待宁波文旅会展集团来访调研

3月17日，创源股份接待宁波文旅会展集团党委副书记、副董事长、总经理郑海江一行来访调研。

郑海江总经理对创源股份当前经营团队团结奋进的状态和近年来公司的发展给予了充分肯定。他表示，文旅会展集团将继续保持与创源股份的良好合作和战略协同，赋能创源股份加快发展。

郑海江总经理期待创源股份按照既定发展战略，坚定不移的强经营谋发展，切实

维护好广大投资者的利益。他强调，宁波文旅会展集团初心不变，将全力支持创源股份成为国内文创产业龙头，鼓励公司加快推进产业转型，稳固外贸基本盘，推动内贸全产业链布局，支持体育产业作为第二增长曲线稳步成长。

宁波文旅会展集团党委副书记、副总经理唐先达，党委委员、副总经理胡玉珍陪同调研。（来源：创源股份官网）

赛龙小全全 | 赛龙集团 IP 形象正式上线

“小全全”源自赛龙集团的文化基因，是品牌精神的具象化表达。



他承载着赛龙集团“服务全球时尚品牌和 IP 授权客户”的愿景，践行“PARTNERWAY, EASY WAY”的理念，致力于实现“为用户创造美好生活，为客户创造商业价值”的品牌使命。

“全全”之名源于他的“全知全能”，作为世界级的产品和服务专家，他以聪明的思维传递智慧，以靠谱的态度赢得信赖，以阳光的能量激发团队，以皮实的精神面对挑

战，成为每位赛龙人工作与成长的最佳榜样。他不仅是 IP 形象，更是集团文化的可感象征，也是赛龙团队真实写照。

“小全全”以诚信、专业、团结、创新的特质，助力赛龙集团打造时尚、新颖、实用、高性价比的产品，为客户提供集资源整合、产品开发、成本控制与专业服务于一体的解决方案。他以专业与热爱，赋能品牌使命，为用户创造精致、趣味、绿色、健康的美好生活方式，向客户传递超越期待的商业价值。让“Partner Way, Easy Way”不再只是一句口号，而是融入赛龙集团为全球品牌与 IP 客户服务的每个瞬间。

“小全全”是赛龙文化的人格化展现，是赛龙精神的生动延续。他聪明而真诚，专业而温暖，以团结与创新的力量，践行“为用户创造美好生活，为客户创造商业价值”的使命，他将陪伴赛龙集团走向世界，共赴卓越。

（节选自公众号：赛龙集团）

江苏学泰印务接待中国制笔协会任秀英副理事长一行调研

2026年1月20日，江苏学泰印务有限公司作为制笔配套企业，接待中国制笔协会副理事长兼秘书长任秀英及副秘书长兼信息展览部主任冯兆雪走访调研。国家级协会专家深入了解制笔及配套企业生产经营、技术创新、市场拓展等情况，倾听企业发展诉求，共商行业高质量发展路径。

江苏学泰印务有限公司总经理王勇热情接待并陪同任副理事长一行参观企业生产车间，详细介绍了公司的生产经营情况及取得的成绩，公司是国家高新技术企业、江苏省专精特新企业，专业从事热转印花膜研发生产，是晨光、得力等头部文具企业的核心供应商，先后多次获评中国制笔行业制备企业十强、全国轻工业卓越绩效先进企业等奖项。调研组深入生产一线，了解企业智能化生产、绿色制造、专利技术应用等成果，重点询问热转印膜新材料研发、工艺升级及

市场供需情况。

任秀英副理事长表示，学泰印务作为制笔配套领域的标杆企业，在技术创新、品质管控、品牌建设等方面成效显著，为行业高质量发展做出突出贡献，希望企业持续发挥示范引领作用，推动配套产业向高端化、绿色化、智能化升级。

任秀英介绍了当前制笔行业发展态势、政策导向与协会工作重点，就行业标准制定、产业链协同、品牌培育、市场开拓等议题与企业深入交流。

江苏学泰印务有限公司总经理王勇表示会紧扣行业发展趋势，加大研发投入，提升核心竞争力，积极融入全国制笔产业发展大局，为中国制笔行业提质增效、品牌升级贡献力量。

（节选自公众号：中国制笔协会）

优和战略 2.0 | 明确发展方向 推动战略落地

在身份管理、职业形象与安全信任成为企业基础设施的时代，卡套，正在从一个低关注配件，走向一个高标准用品。

2026年1月3日，优和正式对外发布《优和战略 2.0》，将继续以“守护职业尊严，保障身份安全”为使命，坚持长期主义，坚持标准与专业，致力于成为全球最值得信任的卡套领导品牌。

为进一步统一思想、明确方向，推动公司战略高效落地，2026年1月19日中午，公司召开“优和战略 2.0 内部讲解会”。公

司围绕下一阶段发展规划与核心战略目标展开会议。会上，蒋总解读了优和战略 2.0 的背景意义、总体思路和实施路径，重点阐述了公司在战略升级、执行落地和协同发展等方面的新要求、新方向。

战略 2.0 不仅是目标的升级，更是理念和行动的再出发。公司将以战略 2.0 为新起点，坚定信心、持续推进，向着更高质量、更稳健的发展目标阔步前行。

（节选自公众号：UH00 优和文具）

学生用文具中12种挥发性有机物的快速筛查与分析

刘春宏¹, 韩智峰¹, 贺祥珂¹, 胡彦龙², 高翠玲¹, 张智力^{1*}

(1. 山东省产品质量检验研究院, 山东 济南 250102; 2. 山东鲁东环保科技有限公司, 山东 济南 250100)

摘要: 研究针对文具中12种挥发性有机物建立了顶空/气相色谱-质谱法, 样品采用顶空进样, 以DB-624毛细管柱分离, 选择离子监测模式, 内标法定量, 对色谱柱、顶空条件的优化。结果显示: 文具中的12种挥发性有机物在20 min内分离出峰, 峰形对称性好, 12种挥发性有机物在配制的标准溶液系列范围内具有良好的线性关系(相关系数大于0.995 0), 方法检出限为0.02~0.15 mg/kg。在3种不同加标水平下, 12种挥发性有机物加标回收率范围为85.0%~113.0%, 相对标准偏差4.2%~9.3%。方法前处理操作简单, 灵敏度高, 重复性好, 适用于文具中12种挥发性有机物的快速筛查、确证和定性定量分析。

关键词: 文具; 挥发性有机物; 顶空/气相色谱-质谱法

中图分类号: O657.63

文献标识码: A

文章编号: 1005-3360(2025)05-0133-04

DOI: 10.15925/j.cnki.issn1005-3360.2025.05.026

Rapid Screening and Analysis of 12 Volatile Organic Compounds in Student Stationery

LIU Chunhong¹, HAN Zhifeng¹, HE Xiangke¹, HU Yanlong², GAO Cuiling¹, ZHANG Zhili^{1*}

(1. Shandong Institute for Product Quality Inspection, Ji'nan 250102, China; 2. Shandong Ludong

Environmental Protection Technology Co., Ltd., Ji'nan 250100, China)

Abstract: The study established a headspace/gas chromatography-mass spectrometry (HS/GC-MS) method for 12 volatile organic compounds (VOCs) in stationery. The samples were introduced using headspace injection, separated on a DB-624 capillary column, and detected in selected ion monitoring (SIM) mode with internal standard quantification. The optimization of the chromatographic column and headspace conditions was also carried out. The results showed that the 12 VOCs in stationery were separated and detected within 20 minutes, with good peak symmetry. The 12 VOCs exhibited good linear relationships within the range of the prepared standard solution series (the correlation coefficient was larger than 0.995 0), and the method detection limits were 0.02~0.15 mg/kg. The spike recoveries of the 12 VOCs at three different spiking levels ranged from 85.0% to 113.0%, with relative standard deviations of 4.2%~9.3%. The method is simple in sample preparation, highly sensitive, and reproducible, making it suitable for the rapid screening, confirmation, and qualitative and quantitative analysis of the 12 VOCs in stationery.

Key words: Stationery; Volatile organic compounds; HS/GC-MS

文具在学生的学习过程中扮演着不可或缺的角色, 其质量不仅关系到学习效率, 更在一定程度上影响学生的健康状况^[1-4]。随着文具市场的不断发展, 文具的产品种类日益丰富, 使用的原材料也愈发多样化, 这使文具中潜在的污染物种类变得复杂多样^[5-7]。根据产品原材料、生产工艺、产品危害性及暴露方式, 并结合相关标准、技术法规等确定三氯甲烷、1,1,1-三氯乙烷、环己烷、四氯化碳、苯、三氯乙烯、甲基环己烷、甲苯、乙苯、间-二甲苯、对-二甲苯、

邻-二甲苯12种挥发性有机物作为文具产品的检测项目。

目前, 消费品中挥发性有机物的分析主要采用气相色谱法和气相色谱质谱法^[8-15]。样品前处理方式主要包括顶空直接进样(HS)法^[16]、顶空-固相微萃取进样(HS-SPME)法^[17]、吹扫捕集法^[18]、固体吸附-热脱附法^[19]等。有研究人员使用溶剂萃取法, 该法对有机溶剂需求大, 实验流程复杂; 而固相微萃取法所用萃取头换新频繁且成本偏高, 并对分析环境有严格要求^[20]。本文采用顶空/气相色谱-质谱

收稿日期 Submitted date 2024-07-10; 修回日期 Revised date 2024-08-24; 录用日期 Accepted date 2024-10-12

基金项目: 国家重点研发计划项目(2022YFF0606203)

*联系人, zhili1008@163.com

引用本文: 刘春宏, 韩智峰, 贺祥珂, 等. 学生用文具中12种挥发性有机物的快速筛查与分析[J]. 塑料科技, 2025, 53(5): 133-136.

Citation: LIU C H, HAN Z F, HE X K, et al. Rapid screening and analysis of 12 volatile organic compounds in student stationery[J]. *Plastics Science and Technology*, 2025, 53(5): 133-136.

法对文具产品中12种挥发性有机物进行上机检测。顶空直接进样法的前处理操作简单,没有溶剂干扰,属于环境友好型的样品前处理方法,对样品中微量挥发性有机物具有较高的灵敏度和优势。本研究建立文具中多种挥发性有机物快速筛查筛选的分析方法,为文具中挥发性有机物的检测提供技术参考。

1 实验部分

1.1 仪器与试剂

气相色谱质谱联用仪,Agilent 7890B-5977A,美国安捷伦公司;顶空进样器,HS40,美国PE公司;分析天平,ME204,精度0.1 mg,瑞士METTLER TOLEDO公司。

内标标准溶液:甲醇中甲苯-d8标准溶液,2 000 mg/L;甲醇中6种苯系物混标(苯、甲苯、乙苯、邻-二甲苯、间-二甲苯、对-二甲苯),2 000 mg/L;甲醇中三氯甲烷、四氯化碳混合溶液标准品,1 000 mg/L;甲醇中三氯乙烯标准品,1 000 mg/L;甲醇中1,1,1-三氯乙烷标准品,1 000 mg/L;甲醇中环己烷标准品,1 000 mg/L;甲醇中甲基环己烷标准品,1 000 mg/L。以上标准品均购于上海安谱瑾世标准技术服务有限公司。甲醇,色谱纯,上海安谱瑾世标准技术服务有限公司。

1.2 标准工作溶液的配制

12种挥发性有机物混合标准储备液(100 mg/L):准确移取适量标准品于10 mL容量瓶中,用甲醇定容至刻度。

12种挥发性有机物混合标准工作溶液(20 mg/L):准确移取2 mL混合标准储备液至10 mL容量瓶中,用甲醇稀释定容至刻度,现配现用。

内标标准储备液(200 mg/L):准确移取1 mL内标标准溶液于10 mL容量瓶中,用甲醇定容至刻度。

内标标准工作溶液(20 mg/L):准确移取1 mL内标标准储备液至10 mL容量瓶中,用甲醇稀释定容至刻度,现配现用。

1.3 样品前处理

准确称取0.5 g(精确至0.1 mg)样品至经过干燥后洁净的20 mL顶空进样瓶中,迅速准确加入25 μ L内标标准工作溶液,立即压盖密封,制备好待测。同时做空白试验。

1.4 测定条件

1.4.1 顶空进样器条件

加热平衡温度:80 $^{\circ}$ C;取样针温度:80 $^{\circ}$ C;传输线温度:105 $^{\circ}$ C;加热平衡时间:40 min;进样体积:1.0 mL。

1.4.2 气相色谱仪条件

DB-624毛细管柱(60 m $\times$ 0.25 mm $\times$ 1.4 μ m);进样口温度:250 $^{\circ}$ C;升温程序:40 $^{\circ}$ C保持2 min,以8 $^{\circ}$ C/min的速率升温至120 $^{\circ}$ C,保持2 min,再以15 $^{\circ}$ C/min的速率升温至230 $^{\circ}$ C保持1 min。载气:氦气;进样模式:不分流进样;柱流量(恒流模式):1.0 mL/min。

1.4.3 质谱条件

离子源:电子轰击(EI)离子源,离子源温度:230 $^{\circ}$ C,接

口温度:280 $^{\circ}$ C,四极杆温度:150 $^{\circ}$ C,离子化能量:70 eV,扫描模式:选择离子扫描(SIM)。溶剂延迟:5 min。

2 结果与讨论

2.1 色谱柱的选择

试验选用DB-624毛细管柱(长度60 m,内径0.25 mm,膜厚1.4 μ m)和DB-5MS毛细管柱(柱长30 m,内径0.25 mm,膜厚0.25 μ m)。DB-5MS毛细管柱是经典通用型弱极性色谱柱。分析文具产品中低沸点的挥发性有机物会出现色谱峰分离效果不好和拖尾现象,而DB-624毛细管柱是强极性色谱柱,对挥发性有机物的分离效果好,峰形好,能够实现目标物的准确定性定量分析。

2.2 顶空条件的优化

本研究重点考察加热平衡温度和加热时间对峰面积的影响。样品的加热平衡温度影响蒸气压和分配系数。设置加热平衡温度分别为60、70、80、90、100 $^{\circ}$ C。图1为加热平衡温度对峰面积的影响。从图1可以看出,随着温度的升高,峰面积逐渐变大,当加热温度超过80 $^{\circ}$ C后,发现90、100 $^{\circ}$ C目标物峰面积基本无变化,如果加热温度过高可能会造成顶空进样瓶的气密性降低,随着加热平衡温度的提高,气相中水分含量也会升高,会影响色谱柱使用寿命。因此,选取顶空瓶加热平衡温度为80 $^{\circ}$ C。

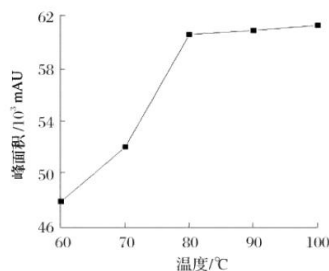


图1 加热平衡温度对峰面积的影响

Fig.1 Effect of heating equilibrium temperature on peak area

平衡时间本质上取决于被测组分分子从样品基质到气相的扩散速度。设定加热平衡温度为80 $^{\circ}$ C,加热时间分别为20、30、40、50、60 min。图2为加热时间对峰面积的影响。从图2可以看出,随着平衡时间的增加,峰面积不断增大,平衡时间40 min时达到最大值,50、60 min时峰面积变化不明显。因此,确定加热平衡时间为40 min。

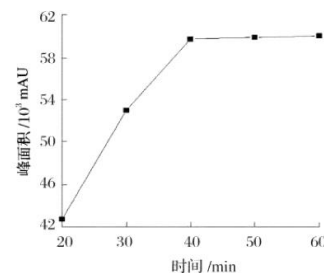
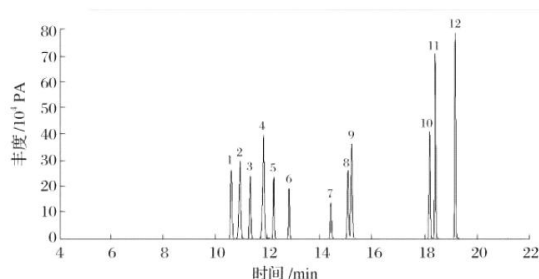


图2 加热时间对峰面积的影响

Fig.2 Effect of heating time on peak area

对12种挥发性有机物混合标准溶液进行上机分析,先选择全扫描模式,确定每种目标物的定性定量离子和保留时间。设置质谱参数,在选择离子模式下进样分析。图3为12种挥发性有机物气相色谱-质谱总离子流色谱图。



注:1-三氯甲烷;2-1,1,1-三氯乙烷;3-环己烷;4-四氯化碳;5-苯;
6-三氯乙烯;7-甲基环己烷;8-甲苯-d8(内标物);9-甲苯;
10-乙苯;11-间/对-二甲苯;12-邻-二甲苯。

图3 12种挥发性有机物气相色谱-质谱总离子流色谱图
Fig.3 Total ion chromatogram of 12 volatile organic compounds
by gas chromatography-mass spectrometry

2.3 方法学验证

2.3.1 工作曲线、检出限与定量限

准确移取标准工作溶液2、5、25、50、100、125、250 μL 于20 mL顶空瓶中,配制成含量为0.04、0.10、0.50、1.00、2.00、2.50、5.00 μg 的标准品系列,再分别加入25 μL 内标标准工作溶液,立即封盖,将顶空瓶放入自动顶空进样器中,加热平衡温度80 $^{\circ}\text{C}$,平衡40 min后进入气相色谱-质谱联用仪,以各组分的质量为横坐标、峰面积为纵坐标拟合线性方程,按3倍信噪比($S/N=3$)计算检出限。表1为12种挥发性有机物的线性方程、相关系数及检出限。

从表1可以看出,12种挥发性有机物的线性关系良好,相关系数均大于0.995 0,12种目标物的检出限在0.02~0.15 mg/kg 之间,能够满足实际样品的检测。

2.3.2 回收率试验及精密度

在阴性样品中添加混合标准工作溶液,在3种不同加标水平下,按照上述顶空/气相色谱-质谱条件对每个添加水平重复进行6次试验,取其平均值进行计算,并计算6次平行测定相对标准偏差(RSD)。表2为空白样品加标回收率及精密度。

表1 12种挥发性有机物的线性方程、相关系数及检出限

Tab.1 Linear equations, correlation coefficients and detection limits of 12 volatile organic compounds

挥发性有机物	保留时间/min	定量离子质荷比	其他定性离子质荷比	线性方程	相关系数	检出限/($\text{mg}\cdot\text{kg}^{-1}$)
三氯甲烷	10.654	83	85,47	$y=0.517\ 9x+0.075\ 6$	0.998 9	0.06
1,1,1-三氯乙烷	10.966	97	99,61	$y=0.466\ 5x+0.009\ 0$	0.997 2	0.04
环己烷	11.356	56	84,41	$y=0.797\ 5x-0.048\ 9$	0.996 8	0.02
四氯化碳	11.863	117	119,121	$y=0.887\ 6x-0.009\ 9$	0.997 5	0.15
苯	12.155	78	77,51	$y=0.800\ 3x+0.026\ 5$	0.999 5	0.03
三氯乙烯	12.825	130	95,132	$y=0.415\ 3x+0.010\ 5$	0.996 8	0.02
甲基环己烷	14.433	83	55,98	$y=1.107\ 8x-0.006\ 1$	0.998 2	0.03
甲苯	15.220	91	92,89	$y=1.062\ 5x+0.015\ 2$	0.998 7	0.02
乙苯	18.201	91	106,51	$y=1.045\ 8x-0.017\ 6$	0.996 2	0.02
间/对-二甲苯	18.407	106	91,105	$y=1.174\ 5x-0.023\ 8$	0.997 2	0.02
邻-二甲苯	19.178	106	91,105	$y=1.234\ 5x-0.032\ 1$	0.999 1	0.02

表2 空白样品加标回收率及精密度

Tab.2 Spike recovery and precision of blank sample

挥发性有机物	平均值/($\text{mg}\cdot\text{kg}^{-1}$)			回收率/%			RSD/%		
	1 mg/kg	5 mg/kg	10 mg/kg	1 mg/kg	5 mg/kg	10 mg/kg	1 mg/kg	5 mg/kg	10 mg/kg
三氯甲烷	1.12	4.77	9.65	112.0	95.4	96.5	4.8	5.2	5.5
1,1,1-三氯乙烷	0.87	4.26	9.72	87.0	85.2	97.2	7.5	6.9	5.6
环己烷	1.02	4.89	11.29	102.0	97.8	113.0	8.5	7.8	6.8
四氯化碳	0.92	5.01	8.97	92.0	100.0	89.7	7.2	6.7	7.0
苯	0.93	4.65	9.49	93.0	93.0	94.9	5.6	6.5	6.3
三氯乙烯	0.95	5.09	10.07	95.0	102.0	101.0	6.2	5.8	6.1
甲基环己烷	1.07	5.21	9.21	107.0	104.0	92.1	4.9	5.8	4.2
甲苯	0.97	4.43	10.22	97.0	88.6	102.0	7.9	7.2	6.0
乙苯	0.90	4.52	9.89	90.0	90.4	98.9	9.3	8.6	7.5
间/对-二甲苯	0.85	4.87	9.87	85.0	97.4	98.7	8.7	8.1	7.1
邻-二甲苯	0.92	5.11	10.36	92.0	102.0	104.0	9.1	7.8	7.2

从表2可以看出,3种不同添加水平下,12种目标物的回收率范围为85.0%~113.0%,RSD为4.2%~9.3%,均小于10%,重复性好,精密度高,可满足检测要求。

2.4 实际样品测定

依据建立的方法对15批次文具样品进行挥发性有机物的检测分析。表3为文具中挥发性有机物检测数据。

表3 文具中挥发性有机物检测数据
Tab.3 Summary of volatile organic compounds detection data in stationery 单位:mg/kg

序号	样品名称	含量										
		三氯甲烷	1,1,1-三氯乙烷	环己烷	四氯化碳	苯	三氯乙烯	甲基环己烷	甲苯	乙苯	间/对-二甲苯	邻-二甲苯
1	笔芯	—	—	10.10	—	—	—	4.56	—	—	—	—
2	笔芯	—	—	—	—	0.31	—	—	—	—	—	—
3	笔芯	—	—	—	0.91	—	—	—	—	—	—	—
4	圆珠笔	—	—	—	—	5.60	—	—	—	0.22	0.35	—
5	圆珠笔	—	—	3.52	—	—	—	—	—	—	—	—
6	圆珠笔	—	—	—	—	—	—	—	2.33	—	—	—
7	水彩笔	—	—	1.23	—	—	—	—	—	—	—	—
8	水彩笔	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.07
9	修正带	—	1.25	—	—	—	—	—	0.08	—	—	—
10	修正带	—	—	—	—	0.22	—	—	—	—	—	—
11	修正液	0.08	—	45.30	—	—	—	—	—	—	—	—
12	修正液	—	—	—	—	3.25	—	0.58	18.50	—	—	—
13	修正液	—	—	—	—	—	—	11.20	—	2.10	—	0.85
14	修正液	—	1.02	6.83	5.31	—	—	—	—	—	—	—
15	修正液	0.31	—	—	—	—	—	5.89	—	—	0.63	0.92

注:“—”表示未检出。

从表3可以看出,挥发性有机物均有不同程度的检出。文具中检出了环己烷、甲基环己烷常用溶剂,一些样品还含有苯系物、三氯甲烷、四氯化碳等有毒有害物质。其中三氯甲烷最大值为0.31 mg/kg,四氯化碳最大值为5.31 mg/kg,苯最大值为5.60 mg/kg,甲苯最大值为18.50 mg/kg,乙苯最大值为2.10 mg/kg。

3 结论

本研究建立顶空/气相色谱-质谱法,样品采用顶空进样和DB-624毛细管柱分离,选择离子监测模式,内标法定量。该方法具有简洁高效、灵敏度高和准确性高的优点,可应用于学生文具产品中12种挥发性有机物快速筛查和确证,可为学生文具产品的监管提供技术支持。

参考文献

[1] 马萍. 学生文具质量现状及安全风险[J]. 中国标准化,2018(4):148.
[2] 夏文岩. 关注和实施学生用品的安全[J]. 厦门科技,2020(5):27.
[3] 彭晓辉,熊大伟,李桂晓. 学生用品荧光笔、水彩笔质量安全风险监测分析[J]. 中国质量与标准导报,2020(1):68-70.
[4] 毛旭峰. 学生用笔产品质量安全风险[J]. 轻工标准与质量,2021(1):54-56.
[5] 宁云才,程楷文,侯家萍,等. 文具中化学质量安全问题及对策[J]. 化工管理,2021(28):39-42.
[6] 周呈,顾春思,钱敏. 气相色谱法测定涂改类文具中8种氯代烃[J]. 化学分析计量,2024,33(8):12-17.
[7] 尉立华,王明晃,刘中贤,等. 国内学生用品标准现状及质量分析[J]. 中国制笔,2023(2):42-45.

[8] 王丹丹,王莹,姚令文,等. 顶空-气相色谱法测定到手香提取物11种溶剂残留量[J]. 中国药物警戒,2024,21(3):295-299.
[9] 沈宏林,彭莺,陈纪文,等. 顶空气相色谱质谱法测定涂料中15种挥发性有机物的研究[J]. 涂料工业,2022,52(12):57-62.
[10] 崔进,赫云灿,崔立迁,等. 顶空/气相色谱-质谱法检测塑胶跑道面层中35种挥发性有机物[J]. 分析试验室,2019,38(7):839-843.
[11] 冯涛,陈姗姗,崔鹏. 气相色谱质谱法检测塑料包装材料中40种挥发性有机物[J]. 塑料科技,2022,50(1):87-92.
[12] 贾清清. 涂改制品中8种氯代烃的气相色谱-质谱仪测定方法研究[J]. 中国制笔,2022(4):8-13.
[13] 田姝,丁友超,蒋洁蓉,等. 彩色口罩中挥发性有机物的测定[J]. 印染助剂,2023,40(5):52-56.
[14] 李桂晓,尉立华,贺祥珂,等. 儿童地垫产品中5种VOCs暴露及健康风险评估[J]. 生态毒理学报,2024,19(4):360-367.
[15] 张亚威,代云祥,刘晴,等. 水性涂料VOC测试的影响因素及特征VOC的筛选研究[J]. 上海涂料,2024,62(3):52-58.
[16] 李长于,廖上富,胡丹,等. 顶空/气相色谱-质谱法测定圆珠笔中8种挥发性苯系物[J]. 分析测试学报,2019,38(6):739-743.
[17] 李俊,祝愿,周雪丽,等. 茶叶中29种挥发性有机物的固相微萃取-气相色谱-质谱法测定及其危害水平评估[J]. 理化检验-化学分册,2021(5):391-397.
[18] 方正杰,刘家荣,孙滕,等. 吹扫捕集-气相色谱-质谱法测定水上玩具中65种挥发性有机物的迁移量[J]. 化学分析计量,2022,31(11):52.
[19] 贾红丽,于富磊,张艳艳,等. 固体吸附-热脱附/气相色谱-质谱法测定室内木质门中挥发性有机化合物[J]. 标准科学,2023(5):117.
[20] 王旭东,王泽宇,魏义章. 气相色谱-质谱法检测土壤中挥发性有机物研究[J]. 实验室检测,2024,2(7):57.

近期政策一览

关于开展 2026 年度浙江省制造业单项冠军（隐形冠军）企业遴选认定工作的通知

内容摘要：省单项冠军、隐形冠军企业遴选，申报省单项冠军需为省培育企业，拟申报企业可登录“浙里雄鹰申报平台”完成线上申报，截止日期：4 月 20 日；首批省单项冠军及培育企业需于 5 月 30 日前进同

一平台更新 2025 年度数据。隐形冠军企业实行限额推荐，新申报及 2023 年认定和复核通过企业需登录浙江省企业之家网（<https://zj87.jxt.zj.gov.cn>）填报并上传佐证材料。



关于组织开展 2026 年度宁波市第一批专精特新中小企业申报认定及 2023 年度第一批到期复核工作的通知

内容摘要：有效期内市创新型中小企业可自愿申报认定，2023 年第一批认定的宁波市专精特新中小企业（不含已获单项冠军、小巨人、市级专精特新企业）参加复核。符

合条件的可登录全国优质中小企业梯度培育平台（<https://zjtx.miit.gov.cn>）填报并上传佐证材料，无需报送纸质件。截止日期：4 月 15 日。



关于开展 2026 年度浙江省未来工厂梯度培育相关工作的通知

内容摘要：2026 年度浙江省未来工厂梯度培育入库及项目申报的企业需于 2026 年 4 月 30 日前通过企业法人账号登陆“浙企智造在线”

（<https://xzz.jxt.zj.gov.cn>）进行申请，应完成企业数字化水平评估、智能制造能力成熟度评估、项目信息填报等工作。



2026 年度市甬江人才工程(引进类)

内容摘要：重点引进支持制造业项目、高校院所科研项目、现代服务业和现代农业项目。重点引进支持制造业项目、高校院所科研项目、现代服务业和现代农业项目。截

止 2026 年 6 月 15 日，符合条件的申报对象登录申报系统 (<http://rcgc.nbrc.com.cn>)，按要求填写申报表格、上传相关附件材料。



关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告

内容摘要：年应纳税所得额不超过 300 万元的小型微利企业，实际税负降至 5%。

该政策延续执行至 2027 年 12 月 31 日。



中华人民共和国海关注册登记和备案企业信用管理办法

内容摘要：《中华人民共和国海关注册登记和备案企业信用管理办法》（海关总署令第 282 号）自 2026 年 4 月 1 日起施行。为全面有效执行《信用管理办法》，细化执行标准、统一规范海关执法，保障管理相对

人合法权益，确保制度平稳落地实施，海关总署制定《关于执行〈中华人民共和国海关注册登记和备案企业信用管理办法〉有关事项的公告》，与《信用管理办法》同步实施。



当文具行业撞上 ESG，一场“既要活下去、又要可持续”的生死博弈

3月16日晚间，一纸公告在沉寂已久的文具股中激起波澜。晨光股份宣布拟筹划分拆控股子公司科力普科技集团股份有限公司赴港交所上市。公告发布时，晨光股价报26.20元，总市值241.29亿元。

这个消息乍看是一次资本运作的主动出击，细看之下，却折射出传统主业增长乏力的现实压力。分拆上市有一条不成文的前提：标的业务应当是母公司孵化出的“新物种”，与主业形成清晰边界，且剥离后母公司仍能独立健壮地运营。但翻开晨光近三年的财报，科力普的角色早已颠覆了这一逻辑——它是晨光营收大盘的核心支柱，且占比逐年扩大：2022年至2024年，科力普营收从109.3亿元狂飙至138.31亿元，占上市公司总营收的比例一路攀升至57.1%；2025年前三季度，其96.91亿元的营收依然稳占集团大盘的55%以上。

换句话说，晨光正在将自己身体里最重要的那个器官，单独拿出来上市。问题随之而来：拿走这个器官之后，剩下的晨光靠什么？而这个器官本身，又是否真的值得单独在资本市场上讲一个好故事？

这两个问题，牵引出的不仅是晨光一家企业的战略困境，更是整个文具行业在2026年所面临的深层结构性矛盾——在一个利润率本就稀薄、需求系统性萎缩的行业，ESG转型、可持续增长与财务现实，正在形成一组几乎无法同时满足的三元悖论。

三把刀同时落下

在讨论晨光的具体困境之前，有必要先来客观看下整个行业。文具行业的麻烦，从来不是单一的。

文具行业的传统增长逻辑建立在两个支柱上：庞大的在校学生群体，以及

线下实体办公的刚需消耗。而这两个支柱，正在以不同的速度崩塌。

人口数据最为直白。中国出生人口自2016年的约1786万人（七普修订口径为1883万）持续下滑，至2023年降至902万，九年间近乎腰斩。这意味着未来十年，文具行业的学生核心消费群体将大幅萎缩。与此同时，办公端的无纸化加速。传统书写类产品的复购频次大幅下滑。

中国文教体育用品协会数据显示，2025年上半年，文教办公用品行业利润总额同比下降超过24%，行业的整体盈利空间正遭受严峻挑战。

与需求萎缩同步发生的，是制造端成本的持续抬升。塑料粒子、特种纸张、油墨原料的价格受大宗商品周期影响波动剧烈，而文具企业凭借其在产业链中的议价能力，往往无法将成本上涨顺畅传导至下游。

更值得警惕的是新兴合规成本。欧盟CSRD已于2023年正式生效，但2025年2月，欧盟Omnibus方案将部分披露要求时间表延后至2028年，一定程度上缓解了短期合规压力。然而，这并未改变根本趋势：欧洲大客户正通过合同条款，将供应链碳数据要求前移至采购协议之中。监管的节奏可以调整，商业的压力已经在路上。

在国内，ESG信息披露要求也正在系统性升级。2024年发布的《上市公司可持续发展报告指引》明确了强制披露的范围边界，并预计逐步扩大强制披露主体。对于文具类上市公司而言，原本可以参考披露的空间正在收窄。披露质量低、数据无法验证、指标口径不统一，

这些问题将在未来的监管审查中付出代价。

需求、成本、监管，三把刀同时落下，而这背后是文具行业整体集中度偏低、竞争同质化严重的历史积病。文具行业 CR5 仅为 31.2%，大量中小企业在价格战中苦苦维持。在这样的土壤上叠加 ESG 转型成本，马太效应将进一步加剧：头部企业尚有资源吸收压力，腰部以下企业面临加速出清的风险。

为什么做了 ESG 用处好像不大？

如果把文具行业的 ESG 困局简化为“大家还没开始做”，那是一种过于乐观的误判。事实是，行业头部企业已经在做，有的做得相当认真。但即便如此，商业意义依然十分有限。这才是真正令人不安的结论。

原因指向三个结构性矛盾：绿色溢价失灵、供应链 Scope 3 黑洞、以及披露体系内外双轨。

而晨光的故事，把这三重矛盾演绎得格外清晰。在国内文具上市企业中，晨光的 ESG 建设成果堪称标杆。2021 年，它发布了行业首份 ESG 报告；2024 年，其 CDP 气候变化评级获得 B 级，并被列入国家级绿色工厂名单；2025 年，MSCI ESG 评级升至 AA 级。这组数字放在任何一个消费品赛道，都是令人艳羡的成绩单。

但以下这组数字，才是更接近商业现实的画像：书写工具、学生文具、办公文具毛利率分别为 44.12%、45.57%、26.55%。而科力普所主导的办公直销业务，毛利率仅为 6.78%，同比还下降了 0.34 个百分点。

一家 ESG 评级 AA 的企业，正在靠一项毛利率不足 7% 的业务撑起超过 55% 的营收大盘。这种结构性错位，赤裸裸地摊牌了晨光当前的困境。

绿色产品溢价失灵是最直接的症状。文具是一个典型的“功能优先”品类，

消费者的购买决策高度依赖价格与实用性，对可持续属性的支付溢价意愿极低。晨光推出的 PLA 可降解笔杆、碳中和系列、FSC 认证纸张——这些产品从技术和环保价值上毫无问题，但在终端零售端，它们很难以高出同类产品的价格实现规模化销售。在资本市场向来乐于展示 ESG 成果的语境下，绿色产品的营收占比，晨光至今未在财报中单独披露，这本身就是一个意味深长的空白。

供应链的 Scope 3 碳数据问题同样棘手。文具制造所涉及的塑料粒子、特种油墨、金属配件供应商高度碎片化，进行全链路碳核查的成本远超传统制造业，而这恰恰是 CSRD 合规和国际大客户 ESG 要求中核心的部分。晨光的绿色采购体系已初步建立，但其供应商碳数据的收集工作仍处于早期阶段。一旦欧洲分销商将 Scope 3 数据列为采购条件，晨光供应链端也将面临麻烦。

779 家直营及联营零售门店，则构成了另一重困境。品牌 ESG 战略在总部层面可以设计得足够精密，但在数百个分散门店的日常运营中，绿色标准的统一执行几乎是一个系统性难题。物料替换节奏不一致、员工执行缺乏监督、门店碳数据采集成本高……ESG 报告中的绿色承诺，在终端落地时往往被稀释为一种姿态。

回到此次分拆事件的核心。科力普的商业模式，本质上是一家以央国企、政府机构和大型企业为核心客户的办公用品 B2B 采购平台，同时通过“省心购”延伸覆盖中小企业市场。它依托晨光的品牌背书和供应链资源，试图在政企采购领域建立壁垒。但持续下滑的毛利率（从 2019 年的 13% 跌至 2025 年前三季度的 6.78%）表明，规模扩张并未带来相应的议价能力提升，壁垒的坚固程度，远比账面营收显示的要脆弱。

港股市场对于低毛利、低盈利、强周期的企业，估值向来十分谨慎。近百亿规模的营收，不到 7% 的毛利率，没有稳定的净利润表现和清晰的盈利改善路径——在港股，这样的财务画像很难获得理想的估值。更何况，科力普的主要客户是央国企，这类客户的采购账期长、议价能力强、忠诚度有限，一旦政策风向或竞争格局改变，客户切换成本并不高。

更值得注意的是来自竞争对手的夹击。在文具领域，得力集团对办公场景的渗透比晨光更深、更早。从文件柜、打印机耗材到全品类办公用品，得力在 B 端大客户采购中的布局早于晨光，且产品矩阵覆盖更宽。科力普若赴港上市，面临的核心问题不是 ESG 故事怎么讲，而是增量从哪里来。在国内 B2B 办公采购市场饱和度渐高、客户集中度已较高的背景下，科力普的高增速是否可持续，是资本市场最需要有一个清晰答案的问题。

从财务结构上观察，此次分拆的客观效果是：低毛利、高营收的科力普将独立面对港股市场的定价检验，而更高毛利的传统文具主业则留守 A 股体系。这一安排是否有利于上市公司全体股东，取决于科力普能否在港股讲出一个有别于“低利润分销平台”的估值故事。而这，恰恰是当前最大的未知数。

如果说晨光是“有体系、缺闭环”的困境，那 KACO 则代表着另一种更隐蔽的危机：高溢价与低透明度并存的脆弱性。

KACO 可以说是代表了国内文具新锐品牌中的产品力与设计感，凭借简约美学和高品质笔芯进入日本茑屋书店，多次荣获德国红点设计奖，在设计爱好者和职场白领群体中打响知名度。这种溢价能力，是国产文具品牌较为稀缺的。

然而，当我们把 KACO 的品牌形象与其 ESG 披露状况放在一起对比，落差令

人惊讶：没有独立的可持续发展报告，没有量化的碳排放数据，没有供应链环境管理体系。对于尚未上市、暂无强制披露义务的品牌而言，ESG 信息缺失并不构成合规违规。但对于正在打入欧日高端市场的品牌来说，这种缺失将带来商业风险。

谁能率先打通绿色商业闭环？

困境已经清晰，但困境本身并不能构成结论。真正的问题是：文具行业的 ESG 转型，有没有可能从成本项变成资产项？着陆 TouchBase 认为，答案是有，但路径比大多数企业目前所走的要更具体、也更艰难。

百乐的 FriXion 系列提供了一个值得参考的样本。这款可擦中性笔的核心卖点是书写体验，但百乐通过将“换芯使用三次可减少生命周期 CO₂ 排放 71%”这一数据清晰地标注在产品页面和包装上，让 ESG 属性成为功能属性的延伸，而非单独的道德主张。这条逻辑之所以能跑通，是因为换芯本身就节省了消费者的钱，所以 ESG 与消费者利益实现了对齐。

这是当前文具行业 ESG 产品化的正确方向：不是为环保而环保，而是把可持续属性嵌入产品的功能价值和成本节约逻辑之中。可降解笔杆如果比普通笔杆贵 30% 且用户感知不到差异，自然卖不动；但如果一支笔的墨水补充方案能帮助企业客户降低采购成本、同时满足绿色采购政策要求，那这就不是溢价，而是商业价值。

在 B 端采购市场，ESG 合规的竞争将在未来两到三年内从“加分项”变成“准入门槛”。这一转变已经在全球供应链中发生：苹果、宜家、微软等企业均已将供应商碳排放数据纳入采购评估体系，越来越多的中国企业也在“双碳”目标下逐步构建绿色采购标准。

对于文具企业而言，率先完成碳核查并建立可溯源的数据体系，不是为了 ESG 报告好看，而是在为未来的订单准入资格提前卡位。这是一项前期投入成本较高、但中期具有明确壁垒效应的战略性投资。晨光在这条路上已经走在前面，ESG 评级和绿色工厂认证是真实的基础建设成果；但若无法将这些数据体系向供应链延伸、无法在终端产品上形成可量化的商业转化，这些成果的竞争价值将大打折扣。

文具企业谈 B 端，最容易滑向两个误区：一是把“B 端”等同于“大客户分销”（科力普的模式），认为规模即护城河；二是把 ESG 简化为企业礼品定制或印有绿色 logo 的采购礼盒。

真正有价值的 B 端 ESG 机会，在于切入企业客户的绿色采购合规需求。谁能在产品端完成绿色认证体系建设、在数字化平台上提供碳核算服务、并帮助客户满足自身 ESG 报告的供应链披露要求，谁就在这场 B 端竞争中占据差异化位置。

得力在 B 端的渗透深度已构成对晨光的竞争压力，科力普如果要在港股市场讲出一个有说服力的增长故事，仅凭规模扩张是远远不够的，必须展示出可以提升毛利率的业务升级路径，这些才是低毛利分销平台实现估值重塑的可能方向，也是港股投资者会去审视的核心问题。

最后一个经常被制造业企业忽视的 ESG 商业价值，是融资成本的降低。ESG 挂钩贷款和绿色债券在国内资本市场正逐步从边缘走向主流，且利率优惠幅度真实存在。对于文具行业这种典型的重资产制造型企业，融资成本的降低，意味着相当可观的实际收益。

这不是情怀，是真实的财务收益，只是需要企业先把 ESG 数据体系建设到符合绿色债券认定标准的水平。

结语

晨光拟将科力普分拆赴港上市，这一事件的标志性意义，远不止于一家公司的资本运作策略。它预演了整个文具行业在 2026 年所处的位置：传统增长引擎熄火、ESG 转型成本上升、新增长曲线尚不明朗。压力重重，使得“既要活下去、又要可持续”变成了一道几乎没有标准答案的现实命题。

没有稳定的盈利能力和清晰可见的盈利改善路径，在港股获得理想估值将是一场艰难的说服。而留在 A 股的晨光主业，如果无法将 ESG 体系的投入真正转化为客户黏性和采购壁垒，那些亮眼的评级将只是一张证书，而非护城河。

当一支笔的碳足迹开始决定它能否出现在某个企业的采购名单上时，文具行业真正的分水岭，才刚刚开始。

先跑通绿色商业闭环的企业，ESG 是壁垒；跑不通的，只是一份成本更高的报告。（来源公众号：着陆 TOUCHBASE）

从“书写工具”到“时代图腾”

——2025-2026 年度产业深度转型与消费范式变革报告

在物质极大丰富的时代，人们最终消费的从来不只是产品本身，而是产品背后的意义世界。2026 年，这个世界的边界，将由那些懂得“为时代造像，予心灵以器”的创造者共同定义。

● 器物觉醒的时代已经到来

2025 年，文化用品产业完成了一场静默而深刻的本体论革命。国家统计局数据显示，前三季度全国规模以上文化企业营收达 10.96 万亿元，同比增长

7.9%，但数据背后隐藏着巨大的结构性变革：文化制造业增速仅为2.3%，而创意设计服务增速达13.2%，文化新业态营收增幅高达14.1%。这组数据揭示了一个核心趋势：产业价值正从“制造”向“创造”加速转移。器物觉醒的时代已经到来。当故宫博物院推出的“千里江山图”系列文创单品年销售额突破15亿元，当《黑神话：悟空》的周边产品在预售阶段即告罄，我们看到的不仅是商业成功，更是消费逻辑的根本转变——文化用品已从产业链末端的“工具”，跃升为价值创造中心的“文化本体”。

● Z世代重新定义产业逻辑

78.8%的Z世代将文创消费视为情感认同与身份宣言，这一数据正在重塑整个产业的底层逻辑。2025年“双十一”期间，文创类目同比增长达47.3%，远超传统文具品类。泡泡玛特与《中国诗词大会》联名推出的“诗词盲盒”系列，上市三天销量破百万，充分证明：产品的物理功能已退居次席，情感价值成为核心驱动力。

更值得关注的是Z世代消费的三大特征：62.4%的消费者认为消费是取悦自己，对抗压力的仪式。一个可爱的文创产品，功能是次要的，其首要职责是充当“情绪海绵”。67.2%的消费者将产品作为社交语言的视觉化符号，通过消费特定风格的产品，以此完成个人形象的塑造与圈层归属的确认。还有83.9%的消费者因热爱一个故事（IP）而购买，并乐于在社交媒体分享、改造甚至二次创作。他们不是被动的消费者，而是积极的参与者与共创者。

● AI重塑文创新范式

敦煌研究院×AI设计平台的跨界实验：2025年6月，敦煌研究院联合多家科技企业推出“敦煌数字文创实验室”，运用AIGC技术将莫高窟壁画元素进行现代化转译。短短三个月内，基于AI

生成的“飞天”系列文具销售额突破2亿元，印证了技术正成为传统文化现代转译的关键桥梁。

Agentic AI在设计领域的突破性应用：2025年10月，国内某头部文创企业推出首款由Agentic AI全流程主导设计的“故宫四季”系列，从纹样提取、设计优化到生产方案制定，全程由AI代理完成。这不仅意味着效率的百倍提升，更标志着产业运营范式正从“管理人”转向“协同智能体”。

● 2026文化用品五大趋势

基于当前的技术突破、消费行为数据及政策导向，行业专家普遍认为，2026年文化用品产业将沿以下五大方向深化发展：

I. AI-first：AI将更深层次地融入产业链各环节。多家领军企业已宣布将“AI-first”作为核心战略，预计未来一年，AI驱动型设计与管理将成为行业竞争力的分水岭。用户的情感与行为数据，正被视为驱动产品迭代的关键资产。

II. “场景即产品，空间即内容”：线上线下一体化的沉浸式体验将成为产品的重要构成部分。类似上海正在规划的“文创体验综合体”新模式，有望在多个城市落地，将购买行为转化为一场可传播的叙事体验。

III. 价值升华：在环保与社会责任议题上，行业共识正在形成。使用可再生、可降解材料已成为头部品牌的明确承诺，预计相关材料的应用比例将显著提升。同时，文化赋能乡村振兴等模式将得到更广泛探索。

IV. IP共生：IP合作模式预计将从静态授权升级为动态共创。已有头部IP方与品牌方探讨共同开发衍生品专属剧情，使产品本身成为IP故事的延展。

V. 数-实交融：区块链与AR技术的应用正在为高端文创产品提供价值保

障与体验延伸。为实体产品配备唯一数字身份（Digital Twin）的技术方案已进入商用测试阶段，有望在明年成为高价值产品的标配。

● 战略转折点：从“制造思维”到“意义思维”

2025-2026 年，文化用品产业正站在历史性的转折点上。产业竞争的焦点已从生产效率、成本控制，转向意义创造、情感连接和社群运营。

数据显示，情感附加值高的文创产品毛利率可达传统文具的 3-5 倍，这标志着价值创造逻辑的根本改变。对于从业者而言，战略思考必须回归本质：我们创造的器物，能否承载这个时代的情感？能否成为连接个体与社群的纽带？

● 未来已来：在器物中安放时代精神

从一支笔的书写功能，到一个本子的记录价值，再到如今成为情感容器、社群图腾、文化载体——文化用品产业的演变轨迹，映射着中国消费社会的深层变革。2025 年的结构性分化只是开始，2026 年将见证这场革命的全面深化。

产业的未来属于那些能够理解：最持久的商业价值，源于对人性最深切的体察；最动人的产品创新，始于对时代最温柔的造像。

当器物不再沉默，当消费成为宣言，文化用品产业正在书写的，不仅是一个行业的发展史，更是一个时代的精神史。（来源公众号：识具）

中国经济再现回暖信号



随着春节后复工复产加快、宏观政策持续落地见效，中国经济再现回暖信号。

国家统计局 3 月 31 日发布数据显示 3 月份，制造业采购经理指数（PMI）、非制造业商务活动指数和综合 PMI 产出指数均重返扩张区间，分别为 50.4%、50.1%和 50.5%，比上月上升 1.4 个、0.6 个和 1.0 个百分点，我国经济景气水平回升。

中国物流与采购联合会特约分析师张立群表示，3 月 PMI 指数明显回升，

既有季节性因素，也表明两会以后各方面对中国经济的信心明显增强。要持续加力落实两会相关部署，持续加大宏观经济政策逆周期调节力度，抓好抓实政府重大项目投资，持续带动企业订单增加，生产回暖，就业增加，消费需求扩大，确保“十五五”实现良好开局。

东方金诚首席宏观分析师王青对第一财经记者表示，3 月制造业 PMI 指数大幅升至扩张区间，宏观经济景气度呈现全面回升态势。这主要得益于节后企业全面复工、出口表现偏强、新动能行业保持较快发展势头，以及年初稳增长政策发力带动基建投资大幅加快。

制造业需求改善

3 月份春节影响基本消退，企业全面复工复产，经济活力回升，同时“十五五”规划以及全国“两会”相关部署逐步推进，制造业市场需求得到较好释放。

3月份制造业新订单指数为51.6%，较上月上升3个百分点，在连续2个月运行在50%以下后回到扩张区间，且环比升幅较为明显。外部需求也明显改善，3月新出口订单指数为49.1%，较上月上升4.1个百分点。

企业对市场需求不足的感受也明显减轻，数据显示，反映市场需求不足的制造业企业比重为48.5%，较上月下降6.6个百分点，自2022年7月份以来首次降至50%以下。

生产方面，随着春节结束，企业员工陆续返岗，市场需求端回升，制造业生产稳步回升，生产指数为51.4%，较上月上升1.8个百分点，在短暂降至50%以下后回到扩张区间。

分行业来看，新动能生产活动持续稳中有增，装备制造业生产指数较上月上升1.3个百分点至52%以上，且连续20个月运行在50%及以上；高技术制造业生产指数虽较上月下降1.7个百分点，但仍保持在接近53%的水平，同样连续20个月运行在50%及以上。

中国物流信息中心专家文韬表示，3月装备制造业和高技术制造业从业人员指数分别较上月上升1.7和1个百分点，都升至接近50%的水平，明显高于制造业整体，显示新动能从业人员趋稳回升，就业结构趋于优化。

分企业规模来看，大、中、小型企业PMI均有回升。大型企业PMI为51.6%，比上月上升0.1个百分点，景气水平稳中有升；中、小型企业PMI分别为49.0%和49.3%，比上月上升1.5个和4.5个百分点，景气水平明显改善。

3月份，生产经营活动预期指数为53.4%，比上月上升0.2个百分点，制造业企业对近期市场发展信心有所增强。从行业看，专用设备、汽车、铁路船舶航空航天设备等行业生产经营活动预期

指数位于56.0%以上较高景气区间，相关企业对未来行业发展更为乐观。

展望后市，王青预计4月制造业PMI指数将出现一定幅度回落。历史数据显示，剔除极端年份，过去十年4月制造业PMI指数平均较3月回落0.5个百分点。这主要是由于3月集中复工的短期效应消退后，4月制造业生产经营活动将逐步回归正常节奏。

原材料价格加快上升

3月份，随着节后市场需求较好释放，企业生产稳步回升，带动原材料采购活动扩张，进而强化了对原材料价格的支撑作用。采购量指数为50.9%，较上月上升2.7个百分点，在连续2个月运行在50%以下后回到扩张区间。购进价格指数为63.9%，较上月上升9.1个百分点，增幅明显，显示制造业原材料价格短期加快上升。

在终端需求释放与原材料价格上涨的共同推动下，制造业产成品价格也短期加快上升，出厂价格指数为55.4%，较上月上升4.8个百分点，连续3个月运行在扩张区间，创2022年4月以来新高。

文韬表示，3月份制造业市场供需回升和市场价格联动上升，体现出经济回升具有较好的协同性，向好基础有所巩固。值得注意的是，原材料价格在需求拉动的同时，也要注意成本推动的因素。3月份中东局势变化给全球能源供应链运行带来扰动，对我国制造业原材料价格的影响也有所显现，其中石油化工相关行业成本上升相对明显，并通过供应链向中下游传导。

数据显示，3月份基础原材料行业价格上涨较为显著，基础原材料行业购进价格指数较上月上升超过14个百分点至70%以上的高位，出厂价格指数也较上月上升12个百分点至接近64%的水平，基础原材料价格快速上涨，带动中

下游的装备制造、高技术制造和消费品制造业的原材料购进成本同步上升，并最终推高了其产成品价格。

国家统计局服务业调查中心首席统计师霍丽慧表示，受当前中东地区地缘政治冲突等因素影响，石油、化工等相关原材料价格大幅上涨，叠加物流运价抬升，3月反映原材料成本高和物流成本高的企业比重均较上月上升。

王青认为，中东局势演变对全球经济的冲击效应会在4月进一步向国内传导。数据显示，3月美国、欧洲、日本、英国等发达经济体的综合PMI指数都出现了不同程度的下行，这可能波及我国出口。另外，国内石油、石化等上游原材料价格大幅上涨后，在市场有效需求不足背景下，一些制造业企业会放缓生产节奏。

中国银河证券指出，如果中东局势持续紧张，油价、化工品价格和物流成本维持高位，输入型通胀压力可能进一步向PPI传导，并对企业利润修复和政策宽松空间形成一定掣肘；但若中东局势在短期内出现缓解，上游原材料价格冲击趋于收敛，而出厂价格因前期上行具备一定黏性，则企业利润有望阶段性改善，进而推动企业经营预期修复和生产意愿回升，这也有助于部分行业逐步走出低价竞争、利润持续压缩的“内卷式”恶性循环。

服务业结构性复苏

非制造业方面，3月份中国非制造业商务活动指数为50.1%，环比上升0.6个百分点。

分行业来看，建筑业商务活动指数为49.3%，环比上升1.1个百分点；服务业商务活动指数为50.2%，环比上升0.5个百分点。

中国物流信息中心专家武威表示，春节过后，基础建设投资及生产性服务业相关活动有所启动，带动非制造业整

体景气水平提升。消费相关服务业景气水平有所回落，中东地缘政治冲突给部分行业带来了成本上涨压力。

3月，建筑业商务活动指数为49.3%，较上月上升1.1个百分点，显示春节过后，建筑业景气水平较上月有所上升。铁路运输、电信广播电视及卫星传输服务、货币金融服务、保险等行业商务活动指数均位于55.0%以上较高景气区间，业务总量较快增长；春节后与居民出行消费相关的零售、住宿、餐饮等行业商务活动指数位于临界点以下，市场活跃度有所减弱。

王青分析，春节长假后，伴随企业全面复工，与生产相关的交通物流行业景气度大幅上行，这抵消了节后居民旅游出行、住宿餐饮等需求下降带来的影响。另外，当前数字经济和人工智能发展较快，信息服务业等新动能行业持续处于较高景气水平，对3月服务业PMI指数升至扩张区间有重要支撑作用。不过，年初房地产行业延续调整，居民消费有待进一步提振，对整体服务业景气度有一定拖累。

武威表示，非制造业整体景气水平有所趋升，同时也有两个重要领域需要进一步关注。一是，在春节消费高基数影响下，零售、住宿、餐饮以及文体娱乐等消费相关行业景气水平有所回落，商务活动指数水平较上月均有不同程度下降，关注后续消费需求释放给行业带来的回升力度如何。

二是，中东地缘政治冲突给土木工程建筑业、批发业和各类交通运输行业带来的成本上涨压力有所显现，上述行业的投入品价格指数较上月均有明显上升，关注相关行业投入品价格指数的后续走势。（来源公众号：第一财经）