

中国文具之都

THE CAPITAL OF CHINA STATIONERY

2026 年第 2 期

（总第 82 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

总编：梅飞珍

主编：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：宁波欣欣合力印务有限公司

印刷数量：400

印刷日期：2026 年 7 月

目 录

一、协会动态

01 宁波文具行业协会六届一次会员大会
圆满换届

01 聚焦标准化与数智化 宁波文创制造业
发展大会举行

03 梅飞珍执行理事长带队密集走访调研
企业

03 甬庆山海携手 文具文创共赢

05 研学交流强本领 红韵领航促联络 ——
协会 2026 年“联络员活动日”成功举办

06 梅飞珍执行理事长带队参访 2026 中国
义乌文具礼品展览会

06 参展拓市场 标准引发展——协会组团
亮相第 120 届 CSF 文化会

07 深化产业链对接 共探内外贸融合——
协会与杭州市（桐庐县）制笔行业协会开展
产业对接

08 爱心文具抵达凉山

09 多个平台签约落地 筑牢服务坚实抓手

二、党建专栏

10 深学实干强党建（第二季度）

三、行业交流

- 11 文教体育用品行业高质量发展宁波行
- 13 中国制笔行业笔类产品供需对接交流会在义乌成功举办
- 14 规模极限升级+新设国际展区——宁波文具展构建联通世界的产业平台
- 15 近期文具展会一览

四、行业预警

- 16 最新文具行业预警信息

五、知识产权

- 19 宁波文具企业屡获荣誉 品牌价值持续提升（第二季度）——宁波文具行业协会品牌指导服务站工作成效
- 20 签订保密协议的员工离职，利用原企业信息获利，是否构成侵犯商业秘密？

六、文具科普

- 22 关于网红拼豆

七、企业风采

- 24 美博 BL •OPC 社区 瞄准一人公司新赛道
- 25 康大美术接待宁波市委宣传部、北仑区委宣传部领导考察指导
- 25 文化赋能企业高质量出海交流研讨活

动走进贝发

- 26 启梦滕王阁 得力举办状元文化盛典暨新品发布会
- 27 广博集团召开庆祝中国共产党成立 105 周年暨七一表彰会议
- 27 宁波创源文化：用 AI 跑出中国创意新速度
- 29 天虹文具：设立 20 万元专项基金，资助员工学 AI！
- 30 以教促学，以学促长 | 首期赛龙内训师成长训练营圆满结束
- 30 学泰万里行 2026 年度第二阶段“质量跟踪万里行”凯旋而归！
- 31 全市唯一！市质检院荣获浙江省政府质量奖标准创新组织奖

八、专家把脉

- 32 神笔 AI——AIGC 辅助文具用品创新设计

九、政策法规

- 38 近期政策一览

十、八面来风

- 39 文创如何渗透进所有行业？
- 40 2026 年国内直播电商发展现状全景洞察与战略研判

宁波文具行业协会六届一次会员大会圆满换届

5月12日下午，宁波文具行业协会六届一次会员大会在宁波富邦大酒店隆重召开。

宁波市社会组织管理局局长顾静芳致辞并宣读关于宁波文具行业协会换届的复函。宁波市委社会工作部等相关处室领导出席会议。

会议听取并审议通过了协会第五届理事会工作报告、财务工作报告、监事会工作报告、换届工作报告、章程（草案）、六届一次会员大会选举办法等重要议题，大会以无记名投票方式选举产生协会第六届理事会理事、监事会监事。

同期，协会召开六届一次理事会会议，无记名投票选举产生协会新一届负责人。宁波美联外贸服务有限公司总经理林银云当选协会第六届理事长，宁波美博进出口有限公司董事长梅飞珍任协会执行理事长。理事会决定聘任韩薇同志为协会秘书长。

大会举行理事会授牌仪式与会旗交接

仪式，第五届理事会理事长许观良郑重将会旗交予第六届执行理事长梅飞珍。会旗挥舞间，初心与担当传承，使命与责任接力，彰显薪火相传、使命在肩的信念。

宁波市经济和信息化局党组成员、总经济师杨倩红出席大会并讲话，对协会圆满换届、新班子顺利当选表示热烈祝贺，高度肯定了协会过往的成绩和贡献，并对新班子提出坚持创新驱动、畅通内外循环、深耕产业服务等期望。

会上，全体参会会员共同签署响应宁波文具行业精神承诺书，共筑行业诚信基石；协会正式发起2026年“文具助学”公益活动，彰显行业责任担当。

本次换届大会标志着宁波文具行业协会迈入全新发展阶段。协会将以此为契机，牢记使命、勇担重任，持续推动宁波文具行业高质量发展，为宁波经济社会发展贡献文具行业力量！

聚焦标准化与数智化 宁波文创制造业发展大会举行

5月12日，由宁波文具行业协会主办的宁波文创制造业发展大会在宁波富邦大酒店举行。来自政府部门、行业协会、企业等单位的200多位代表齐聚一堂，围绕标准化、数字化、智能化等方向，共同探讨文创制造业如何实现迭代升级，为宁波建设文化强市、打造现代化滨海大都市提供产业支撑。

目前，宁波正深入推进文化建设“八项

工程”，通过“文化+”战略推动文化与科技、制造深度融合，加快培育文化产业新质生产力，着力打造文化新消费、新业态、新服务增长极。

作为“中国文具之都”，宁波拥有超过1000家文具企业，培育了得力、广博等龙头企业，还有数千家文创制造企业。依靠扎实的制造基础和“文化+”融合动力，宁波

协会动态

文创制造业已经突破了传统边界，在文化装备制造、数字文创、工艺品等领域多点开花，一批“专精特新”企业崭露头角，产业正从规模扩张转向质量效益驱动。这次大会的举办，正是宁波推动文创制造业高质量发展、夯实文化强市产业支撑的重要举措。

会上，全国文运标委会文具分标委秘书长、国家文教用品质量监督检验中心主任马萍博士以《“守标准提质量”文创产业标准化与亚太联盟标准实践》为题作了分享。她指出，标准化是文创产业高质量发展的“通用语言”，覆盖产品、管理、服务等全链条，能够有效解决质量参差不齐、协同不足、贸易壁垒等问题。宁波文具行业协会在标准国际化方面率先探索，推动《笔记本》《水彩笔》两项团体标准成为亚太文具协会联盟标准，并同步推广国家标准《铅笔》英文版，实现了从“跟跑”到“并跑”“领跑”的跨越，为中国文具标准走向全球提供了宁波经验。协会还构建了“标准+出海、标准+展会、标准+宣传、标准+峰会”的四维驱动模式，编制英文版标准手册、搭建国际交流平台，用标准助力企业开拓海外市场。

行业龙头和科技企业也带来了实践分享。宁波创源文化发展股份有限公司产品研究院院长柯宁介绍了《AIGC赋能文创企业海量创新》，他展示了创源自研的AI设计平台，通过文生图、精细化抠图、3D渲染、矢

量转换等功能，大幅缩短设计周期、降低打样成本，实现创意的高效批量产出，为行业提供了一套可复制的AI创新方案。

华为云AI解决方案首席架构师陈亮辉围绕《重构生产逻辑 打造文创企业“第二增长曲线”》，解读了AI如何改变文创制造的基本逻辑。他结合工业智造案例，讲解了大模型在工艺优化、产线调优、智能营销等场景中的实际应用，展示了AI如何将产线调优时间从几天缩短到几小时，帮助企业找到新的增长空间。

大会发出倡议，一是坚守文化根脉，融入海丝、宋韵等本土元素，打造具有辨识度的文创品牌；二是坚持创新驱动，深化AI等技术应用，推动“制造”向“智造”“创造”升级；三是深化协同发展，由协会搭台、企业聚力、政府赋能，共同构建良好的产业生态。

这次大会为宁波文创制造业搭建了一个交流合作的平台，进一步强化了标准筑基、数智赋能的发展共识，也激发了“文化+科技+制造”的融合活力。

宁波将继续完善文创标准体系，加快技术融合步伐，拓宽市场渠道，推动文创制造业向高端化、智能化、国际化迈进，为高水平文化强市和现代化滨海大都市建设注入强劲的产业动能。

梅飞珍执行理事长带队密集走访调研企业

为持续深化协会服务职能，精准摸排企业经营现状和需求，宁波文具行业协会完成换届工作后，执行理事长梅飞珍迅速启动“会企同心”企业行走访调研工作，带队密集走访调研了贝发、康大、成路、兴伟、华丰、赛龙、天虹、成功等重点企业及供应链代表企业，并组织举办余姚区域经济交流会。

走访期间，梅飞珍理事长深入生产车间与各企业负责人面对面交流，细致询问企业当前生产经营态势，重点了解企业技术创新突破、海内外市场拓展、数字化转型落地成效，精准收集企业在转型升级、资源对接、行业协作等方面的实际需求，为协会精准建言献策、落地精细化服务筑牢坚实基础。

5月27日，协会在余姚举办区域经济交流会。梅飞珍执行理事长分享了30多年前在余姚开展文具业务的经历，共话行业趋势、共谋发展路径、共商破局之策。

协会首任会长、贝发集团董事长邱智铭受邀出席，华丰、成功、亚世亚、五云、创

辉、江文、亿利达、艺泰、力松、永峰等10余家余姚本地骨干文具企业负责人、协会菁英联盟代表参加座谈。

协会副理事长、宁波华丰文具有限公司董事长李雄江代表在座的余姚文具企业致欢迎辞。他介绍了余姚文具产业的区位优势、产业特色及发展现状，对协会长期深耕产业、助力余姚文具发展的务实服务表示感谢，期待协会新一届领导班子助力区域文具产业迈向更高质量发展。

邱智铭董事长围绕行业长远发展提出三点核心建议：做强核心优势、深耕主业提质；抢抓出海机遇、拓展海外市场；坚持跨界创新、激活产业新动能。

梅飞珍执行理事长带队接连走访调研、组织专题交流，彰显了新一届班子深耕行业、用心服务的责任担当。后续协会将常态化走访对接、搭建协作平台，摸清实情、倾听心声、汇聚合力，切实为企业排忧解难，为产业升级赋能增效。

甬庆山海携手

6月10日-12日，宁波文具行业协会牵头组织美博、广博、赛龙、天文等近20位宁波外贸、生产制造及供应链企业代表，赴丽水庆元开展文具文创产业对接活动。本次活动协会积极响应宁波市经信局山海协作工作部署，在庆元县经济商务局、庆元县铅笔行业协会的大力支持下，以精准产业对接为两地“山海协作”赋能提质。

对接务实高效 合作落地有声

文具文创共赢

6月11日，宁波与庆元文具文创创新设计培训暨产销对接会在庆元经开区企业服务中心顺利举办。庆元县经济商务局局长叶昌平、庆元县铅笔行业协会会长沈世正出席活动并致辞。

叶昌平局长表示甬庆两地情谊深厚，介绍了庆元文具产业的发展根基、产业链配套产能优势与规模化未来布局，强调期待与宁波深化跨域联动，依托双方差异化优势，共

协会动态

拓市场蓝海、共谋产业升级。

宁波团组立足“中国文具之都”的产业优势，企业代表依次上台发布采购需求。产销对接中，供需双方面对面坦诚交流、点对点精准匹配，围绕产品定制、订单合作等内容深入磋商，达成多项务实合作共识。

签约仪式上，宁波文具行业协会与庆元县铅笔行业协会正式签订产销合作框架协议，标志着两地建立长期稳定、深度联动的产业协作长效机制。协会执行理事长单位宁波美博进出口有限公司牵手浙江鸿星文具有限公司、宁波德乐供应链管理有限公司牵手浙江美誉文具有限公司，分别签订采购意向书，以点对点精准合作夯实协作根基。

“宁波企业拥有成熟的市场和外销渠道，希望借着两地协作的东风，学习先进设计理念与行业经验，把铅笔产品做出新意、走向更广阔的市场。”浙江鸿星文具有限公司总经理叶明上说。

培训赋能提质 助力创新发展

产业提质升级，专业赋能先行。宁波文具行业协会邀请宁波职业技术大学特聘教师孙瑜带来文具文创创新设计专题培训，她紧扣当下文创消费新风向，从创意孵化、潮流元素融合、产品迭代升级、差异化创新打造等维度展开系统讲解，结合行业标杆案例拆解创新路径，助力企业破解产品同质化难题，精准深耕文创细分赛道。

活动同步开展《守标准 提质量——文具标准国际化与亚太联盟标准实践》主题分享，宁波文具产业标准联盟秘书长闵芳对采纳推广为亚太文具协会联盟标准的《水彩笔》《笔记本》两项标准进行全面解读，分享标准出海的成熟经验，引导企业严守质量标准，

助力本土文具品牌走向国际市场。

本次培训聚焦AI设计应用、文创产品升级、文具行业标准国际化等前沿方向，以精准化、专业化服务为两地从业者输送全新发展思路。

企业实地走访 摸清合作底气

为推动合作走深走实，宁波团组走进庆元产业创新服务综合体，了解庆元“一根竹、一支笔、一朵菇”特色产业，参观产品展厅、企服中心、检测实验室等功能区块。走访了浙江久灵笔刷有限公司、浙江学泰文具有限公司、浙江庆元欧迪实业有限公司等重点企业，深入生产一线考察生产工艺、产能规模与配套能力，直观掌握庆元文具硬实力。

浙江久灵笔刷有限公司党支部书记、董事长沈世正表示，庆元文具产业的发展离不开宁波的鼎力支持，久灵也是从一支铅笔起步，如今年产值超过2亿元，这份成长离不开与宁波企业的深度携手、通力合作，尤其与美博进出口拥有多年深厚的合作根基。目前企业正大力布局美妆文具新品赛道，期待依托本次对接深化双向合作、拓展全新业务版图。宁波美博进出口有限公司经理张益荣对企业眉笔、口红、眼影等彩妆产品表现出浓厚兴趣，现场达成合作意向。

此次产业对接是甬丽深化山海协作、联动培育特色优势产业的生动实践，有效畅通了两地文具文创产业产销链路，实现资源互通、优势互补、发展互促。下一步，宁波文具行业协会将常态化搭建跨区域交流对接合作平台，持续深化甬丽山海产业协作，全力推动两地文具文创产业集聚升级、协同进阶，携手打造区域产业合作新样板。

研学交流强本领 红韵领航促联络

——协会 2026 年“联络员活动日”成功举办

为进一步提升企业联络员履职能力，搭建行业沟通协作平台，凝聚行业发展合力，4月9日，宁波文具行业协会组织企业联络员和党员代表约40人赴杭州市开展2026年“联络员活动日”活动。

为增进联络员之间的相互了解、拉近彼此距离，活动途中开展了轻松有趣的破冰小游戏。大家积极参与、踊跃互动、增进默契，为活动筑牢了良好的沟通基础。

活动期间，协会召开了2026年联络员工作会议，协会项目部部长、党务干事袁书凝主持。本次活动既是联络员能力提升交流活动，也是协会“联动领航”党建活动，推动党建工作与行业服务深度融合。会上传达学习了关于学习党的二十届四中全会精神、树立和践行正确政绩观学习教育等相关通知要求，希望联络员们做好宣传引导，切实把学习成效转化为履职实效。

副秘书长闵芳全面总结2025年联络员工作成效，明确今年重点任务，重点对2026年度文具行业研究分析、行业统计与数据报送、“宁波·中国文具之都”产业集群“十五五”规划编制等重点工作进行部署，强调信息共享互通、企业协同联动对行业发展的重要意义。

代理执行秘书长韩薇对2025年度联络工作表现突出的先进个人予以通报表扬。协

会名誉副理事长汪勇等领导为获奖联络员颁发证书，激励全体联络员履职尽责、团结一心，为企业与行业高质量发展注入动力。

聚焦行业动态与企业发展实际，协会举办“企情聚焦 行情思辨”多岗联合交流会。联络员们结合自身岗位职责与企业运营现状，围绕当前国际局势变化、石油等原材料价格上涨、市场竞争日趋激烈等外部环境带来的机遇与挑战展开深入交流，分享实战经验、碰撞思维火花，积极建言献策。大家一致认为，面对复杂发展形势，企业需主动作为，通过稳定优化供应链、加大产品创新研发、参与标准制定等举措，沉着应对挑战、抢抓发展机遇。

会后，联络员们走进宋城，体验宋代都市的繁华与现代科技的完美融合，深度领略南宋风华与中华优秀传统文化的魅力，在文化浸润中舒缓身心、凝聚共识。

联络员活动作为协会的五大传统活动日之一，以“红韵”为引领、以“联络”为纽带，既强化了工作部署落实、助力破解行业发展难题，又深化了企业间情谊联结。

下一步，协会将持续深化政企、企企交流合作，充分发挥桥梁纽带作用，助力企业携手共进、共赢发展，推动宁波文具行业持续健康稳定发展。

梅飞珍执行理事长带队参访 2026 中国义乌文具礼品展览会

6月3-4日，宁波文具行业协会执行理事长梅飞珍带队参观 2026 中国义乌文具礼品展览会，深度走访调研、参与行业论坛、开展文具标准国际化宣讲，全方位对接全国产业链资源，助力企业抢抓行业新机、拓宽国内外市场赛道、赋能产业高质量发展。

据悉，第十届义乌文具展设 4000 余个标准展位、8.5 万 m² 展览面积，汇集全国 1000 余家源头工厂、22 万款文具新品，首日即迎来 4.5 万人次采购商、超千名境外客商。

展会期间，梅飞珍理事长一行深入文创精品馆、潮玩展区、联合 IP 馆等各大展馆，实地走访了三叶、松立、都荣、大硕等宁波会员企业展位，对接了各地优秀文具工厂。

在展会系列商贸论坛中，宁波文具行业协会深度参与中国制笔行业笔类产品供需对接研讨会，受邀登台开展文具标准国际化与亚太联盟标准实践宣讲。依托协会作为亚太文具协会联盟常设秘书处的身份优势，重点解读由宁波牵头制定、已采用推广为亚太文具协会联盟《水彩笔》《笔记本》两项联

盟标准，分享文具标准国际化在跨国采购对接、贸易壁垒破除、品牌出海赋能等方面的实践经验，助力国内文具企业合规高效开拓海外亚太市场。

4 日上午，梅飞珍理事长带领秘书处出席亚太地区 and 国内主要文具行业商协会会长秘书长对接交流会，介绍了宁波文具产业发展现状与合作期望。梅飞珍表示，宁波作为“中国文具之都”，拥有全产业链制造优势，未来希望充分借鉴义乌等兄弟协会在展会商贸对接、市场渠道拓展、文创 IP 共创共享等方面的成熟经验，深化各地文具产业联动，推动优质资源互通共享、互补共赢。

本次展会，协会通过组织企业参展、带队专业观展、参与展会同期活动等举措，实现与各地文具行业、展会平台的深层次互动交流，是协会落实产业服务、链接内外贸资源的关键落地动作。未来，协会持续以国内外优质展会为抓手，用好亚太文具协会联盟平台优势，持续擦亮“中国文具之都”名片，助力宁波文具产业高质量发展

参展拓市场 标准引发展

——协会组团亮相第 120 届 CSF 文化会

为拓宽海内外市场渠道、助推品牌出海发展，以标准化建设赋能产业提质增效，2026 年 6 月 26 日-28 日，宁波文具行业协会组织企业参加第 120 届 CSF 中国文化用品商品交易会，并同步举办标准国际化宣贯活动，全方位助力宁波文具企业对接前沿资源、抢抓市场机遇、夯实发展底气。

抱团参展拓渠道，助力企业抢抓海内外商机

作为全球文化和办公用品行业的年度标杆盛会，本届 CSF 文化会商贸对接资源雄厚，集聚了俄罗斯、巴基斯坦、乌兹别克斯坦、保加利亚、孟加拉、缅甸、伊朗等多个国家和地区的采购商到场对接，为企业开拓

海外市场搭建了高效桥梁。

协会积极组织得力、广博、康大等 20 余家宁波优质文具企业携多款创新产品、智造新品重磅亮相，展示宁波文具产业创新研发与智能制造实力，有效对接上下游供应链、拓宽国内外订单渠道，进一步提升宁波文具区域品牌知名度与行业影响力。

标准赋能强内核，专题宣贯助力品牌合规出海

立足企业品牌出海、合规经营、提质升级的核心需求，展会第二日上午，协会举办展会同期活动文化消费品全球化发展与品牌出海论坛——“守标准 提质量”文创产业标准化与亚太联盟标准实践专题宣贯会。

活动特邀全国文运标委会文具分标委秘书长、国家文教用品质量检验检测中心主任马萍博士，深度解读文创产业标准体系建设与亚太联盟实践经验，重点宣贯《水彩笔》《笔记本》两个亚太文具协会联盟标准，聚

焦文创文具行业标准化建设、质量提升与全球化互通发展痛点难点，精准为企业出海经营、合规生产答疑赋能。

深耕调研察行情，精准摸排行业发展新趋势

展会期间，协会秘书处深入展会一线走访调研，通过实地观摩展会整体布局、行业新品迭代趋势、市场消费新风向，细致了解同行企业创新产品、经营模式与发展优势。

同时协会重点关注展会直播带货、线上展销等数字化营销新模式，收集行业前沿信息，为后续精准服务企业、推动产业创新升级积累参考依据。

本次组团参展、标准宣贯、行业调研系列举措，是协会深耕企业服务、赋能产业发展的重要举措。下一步，宁波文具行业协会将持续以市场拓展为核心、标准建设为抓手，持续赋能企业提质增效、品牌升级、稳步出海，推动宁波文具产业高质量、国际化发展。

深化产业链对接 共探内外贸融合

——协会与杭州市（桐庐县）制笔行业协会召开对接会

为强化区域文具产业联动，探索内外贸一体化发展，推动产业链协同升级，4月22日，宁波文具行业协会热情接待杭州市（桐庐县）制笔行业协会汪敏秘书长一行来访，并召开座谈交流会。

协会秘书处首先介绍了“五会”品牌建设情况，分享了宁波文具产业概况和协会服务举措，获得来访团高度认可。

宁波是“中国文具之都”，龙头企业集聚，贸易布局完善，发展底蕴深厚；桐庐县

分水镇是“中国制笔之乡”，拥有制笔及配套企业 886 家，年产笔超过 85 亿支，在制笔产业链细分领域优势突出，双方产业互补性极强，为本次产业链对接交流奠定了坚实基础。

此前，4月16日，协会已经在浙江省经信厅、宁波市经信局的指导下组织贝发、广博、美博、创源、超时、优和等会员企业赴分水镇参加“机关党建直通车——产业链对接”活动，促成多家企业初步合作意向。

协会动态

交流会上，协会反馈了会员企业主动咨询产业链对接诉求，表达了深化合作的意愿。双方围绕两地文具产业发展现状、产业链布局差异、内外贸融合实践等内容进一步深入研讨，通过对比行业数据、分析产业优势，进一步凝聚协同发展共识。

为提升协会服务效能，双方还就协会内部管理优化、造血能力提升、法律服务供给、

知识产权保护、党建工作创新、品牌策划推广等工作交流经验、交换思路，在思维碰撞中为协会工作提质增效拓宽了路径。

宁波文具行业协会希望以此次交流为契机，进一步加深两地协会友谊，构建常态化沟通机制，搭建企业精准对接平台，助力区域产业协调发展与产业链优化升级。

爱心文具抵达凉山

“这些文具真的是太好看了，谢谢宁波的叔叔阿姨给我们捐赠文具”，收到礼物的孩子们脸上洋溢着灿烂的笑容，稚嫩的感谢声中满是对远方关爱的珍视与感激。

六一童趣至，山海传温情。在“六一”国际儿童节前后，宁波文具行业协会（明楼街道和丰联合第一党支部）依托明楼街道“明新行动”平台，与雷波县东西部协作办公室精心对接。由会员单位广博集团、秀比斯壮文具捐赠的总价值12万余元的爱心文具等物资，跨越千里山海，顺利送达四川省凉山州雷波县金沙中学、香樟小学、永盛小学和永盛幼儿园等多所学校。这份跨越山海的特殊礼物，为高原山区的孩子们送上了温馨的节日祝福。

本次捐赠物资品类丰富、实用性强，涵盖削笔机、笔袋、专业美术用品等优质文具与趣味食玩等物资，既能满足山区学子日常学习需求，助力孩子们深耕学业、探索新知，也为山区孩童的童年生活增添缤纷乐趣，进

一步丰富了校园文化生活。一箱箱爱心物资承载着宁波文具企业的社会责任与温暖善意，更凝结着甬凉两地携手助学、共护孩童成长的深厚情谊。

在宁波市民政局、经信局的统筹引领下，在鄞州区明楼街道党工委的协助下，宁波文具行业协会党支部充分发挥战斗堡垒作用，深耕东西部协作帮扶，践行社会责任，汇聚行业爱心力量赋能中西部教育振兴、乡村振兴。截至目前，已累计向中西部地区捐赠价值230余万元爱心文具，惠及上万名学子。

今年，协会多次发出爱心助学倡议，举办爱心助学动员会，得到兆生文具、广博集团、秀比斯壮、甬峰文具等企业大力支持，助学物资正有序筹备启运。宁波文具行业协会党支部书记、秘书长韩薇表示，我们始终关注关心对口帮扶地区学子成长，后续将久久为功、持续发力，做强做优“文具助学”公益品牌，凝聚行业爱心力量，以实际行动彰显党建担当与行业温度。

多个平台签约落地 筑牢服务坚实抓手

为持续强化服务效能，对接企业发展需求，近期，宁波文具行业协会主动作为落地校企育才等多项重点合作项目，切实以多元合作抓手夯实服务根基，赋能宁波文具产业转型升级、高质量发展。

1. 校企携手共建人才基地 精准培育产业技能人才

人才是产业发展的核心动力。协会深耕产教融合，5月15日，宁波职业技术大学“链创未来·共生致远”创新生态发展大会上举行“多产共建”行业产业人才培养基地授牌仪式，宁波文具行业产业人才培养基地正式授牌。该基地由宁波文具行业协会牵头，联动宁职大优势专业与行业优质资源共建，将精准对接文具产业在设计研发、智能制造、商务贸易、品牌营销等领域的人才缺口，构建“产业出题、高校育才、行业赋能”的闭环培养体系，推动专业教育与产业需求有效衔接，为宁波文具产业培育兼具实操能力与创新思维的高素质技能人才。

在“匠星启程”企业冠名班揭牌仪式上，美博班正式揭牌成立。协会执行理事长单位宁波美博进出口有限公司与宁职大联合共建，助力学生快速成长为适配企业岗位、契合行业发展的应用型人才，实现校企育人、就业双赢。同时荣获国家级市域产教联合体——宁波经济技术开发区产教联合体产学研突出贡献奖！

2. 多方协会签约联建 搭建协同高效企业服务生态圈

为升级企业服务、聚合行业资源，5月

28日，协会与宁波市中小企业服务联合会签署战略合作协议并完成授牌。合作以党建共建为纽带，以资源共享、活动联办、服务协同为核心，聚力打造开放共赢、协同高效的中小企业服务生态圈，凝聚多方服务力量，健全企业服务体系。

3. 启动党建联建项目 以党建引领产业高质量发展

6月24日，协会作为鄞州区新兴领域党组织代表，参与鄞州区政务服务中心迎“七一”主题党日活动，现场参与启动“益企共鄞·党建联建”项目。该项目整合街道、社区、行业协会多方党建资源，聚焦企业发展需求，下沉精准服务、优化产业生态。

4. 牵手168电商平台 助力企业数字化转型拓市场

为助力企业数字化转型、拓宽市场渠道，6月26日，协会与1688平台签订战略合作框架协议。依托该头部电商的流量、渠道及数字化工具优势，协会将赋能本地文具企业布局线上市场、升级数字化运营模式，破解企业线下渠道单一、数字化能力不足等发展痛点，帮助企业抢抓数字经济机遇，拓宽产销路径。

此次系列合作落地，完善了人才培养、企业赋能、政务服务、数字拓市等服务体系。下一步，宁波文具行业协会将持续整合各方资源，深化合作实效，精准对接企业发展需求，持续激活宁波文具产业创新活力，推动区域文具产业提质增效、稳步发展。

深学实干强党建（第二季度）

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,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. 深学领悟党的二十届四中全会精神

党的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。4月,党支部积极开展专题学习活动,党员交流自学心得,对照岗位复盘短板、谋划实干举措。

同时结合全国知识产权宣传周,党员围绕新兴领域知识产权保护、知识产权保险开展研讨,明确立足岗位服务产业创新的工作方向,推动理论学习对接实业发展需求。

2. 开展树立和践行正确政绩观学习教育

5月25日,党支部开展“悟全会精神 树正确政绩观”主题党日,推进树立和践行正确政绩观学习教育。通过专题学习让全体党员认识到,政绩观是关乎立党为公、执政为民的根本性问题,进一步明晰“政绩为谁而树、树什么样的政绩、靠什么树政绩”的根本问题,坚决杜绝形式主义、官僚主义,自觉摒弃急功近利的错误倾向。

同步依托线上视频、党报刊物、科普素

材搭建碎片化自学体系,引导党员利用课余时间常态化研读理论内容。

3. 回望百年党史 凝聚实干奋进力量

6月23日,支部举办“铭记来时路,奋进新征程”主题党日。集中观看红色教育视频《共产党人的精神密码》红色教育视频,回望百年党史征程,感悟共产党人初心使命与精神内核。集中学习政绩观系列会议精神,让全体党员以党史淬炼初心,把政绩观学习成效转化为岗位履职动力,以实干姿态推进各项工作落地。

4. 接待福明街道社会组织考察交流

4月23日下午,协会作为宁波市“社会组织标志性阵地窗口”、明楼街道行业协会商会党群驿站,热情接待了福明街道各社会组织党支部书记、秘书长,各城市社区副书记,本市优秀社会组织代表及街道党建工作指导相关人员等30余人来访交流。

此次交流分享以党建促会建为核心主线,以服务经济、服务社会、服务民生为切入点,协会因此精心准备,安排专员依次讲解了“党建强会、精细办会、服务立会、创新兴会、文化促会”的五会品牌建设情况,考察团实地参观了协会党建阵地、服务平台、企业产品展示区、精细化工作台账以及党群驿站活动共享空间——宁波市创新设计众创空间,并就相关工作提问交流。

文教体育用品行业高质量发展宁波行

为贯彻落实 2026 年全国两会精神，聚焦优化升级传统产业和“十五五”行业高质量发展，中国文教体育用品协会易晓俐理事长、张培生副理事长、徐燕青副秘书长一行，于 4 月 7-10 日赴宁波走访调研部分行业龙头企业、骨干企业。

调研围绕科技创新、绿色转型、数字赋能、品牌建设、出海和产业链安全等转型升级方向开展，听取企业领导有关未来企业发展思路和行业建设意见，为协会后续优化行业服务、凝聚产业合力、推动政策协同、促进文教体育用品行业持续健康发展，提供实践依据与决策支撑。

高效能创新驱动高质量发展



广博集团作为文具与新材料双轮驱动的行业头部企业之一，2025 年顶住市场压力实现稳健经营，文具文创、新材料、海外业务协同推进，顺利完成年度目标。公司积极推进生产基地智能化升级，强化海内外基地协同联动，持续优化全球供应链体系，稳步拓展越南、马来西亚、印尼等海外市场与产能布局，以数字化转型与全球化布局夯实发展根基。王利平董事长表示，集团将以科技创新为引擎，紧扣“市场为导向，强效能促发展”的核心战略，大胆培养和起用年轻人队伍，争取上市H股优化海外布局，做大做强，实现企业可持续发展。

全球布局提质增效新质动能促发展



贝发集团坚持稳外贸、强链条、拓品牌并举，持续完善全球化布局与产业链安全体系，在巩固海外成熟市场、力争实现 25%增长的同时，积极开拓非洲等新兴市场，加快品牌中心与渠道网络建设。邱智铭董事长介绍说，公司采用“1+4+N”模式在东南亚、尼日利亚等地布局生产基地，以轻资产模式优化跨境产能配置，高效承接供应链转移。他希望有意愿的企业也能参与进来，共同提高海外抗风险能力。与此同时，贝发积极探索AI发展新路径，已开发套装智能眼镜、手表和笔等新产品，培育多元业务增长点，为企业持续发展拓展新空间。

内外双循环稳健增长文体双主业协同升级



创源股份近三年坚持“稳中求变”，聚焦文化创意、运动健康双主业，构建“国内双基地+东南亚产能”全球供应链，海外多国布局，形成“在地化设计+全球供应+

行业交流

全球销售”国际化格局。总裁叶晋盛介绍了该公司运动健康板块的异军突起，线上线下一体化拓展，以自主品牌力耕健身器材海外市场年营收保持较快增长。同时，公司以“IP+科技”为核心，设立产品研究院，搭建AIGC技术平台，推动AI全链条应用实现数字化转型，以科技创新赋能研产销全流程。

优化品牌全球布局探索治理新模式稳健开拓新市场



康大美术立足美术画材主业，积极推进品牌全球化布局、新市场拓展与经营管理机制创新。董事长许观良就企业发展和所遇到的一系列问题详细地阐述了自己的观点。面对外部环境变化和材料成本上涨等挑战，公司积极优化海外资源配置，聚焦印尼市场，统筹风险与发展；在经营管理上创新推行轮值总裁制，探索现代化企业治理机制，为长期稳健发展夯实组织基础。品牌布局坚持差异化路线，在亚洲市场做强自有品牌，在欧美市场深耕ODM和品牌打造，持续提升品牌影响力。同时深化校企合作研发，大力发展“大美术”领域产品和场景化营销，坚守合规经营与品牌保护，积极应对行业共性难题，以稳健务实的经营策略推动高质量发展。



调研组同时还走访了杰丽斯文具，主要深耕切纸刀、矫姿产品等文具市场，已经接班的二代总经理张春雷热情地带领调研组参观了改造中的生产车间和样品室，他详尽地介绍了公司以“打造文具领域一站式解决方案服务商”为发展目标，聚焦产品设计、精准定位、研发赋能市场核心方向；持续推进生产数字化、半自动化升级，优化能效与成本管控，夯实生产运营根基；精准对接国内外客户核心需求，与行业龙头深度合作，同步提供优质产品供应与专业战略支撑服务；立足细分市场痛点，凭借精准的产品设计与扎实的研发实力，在细分领域筑牢核心竞争力的企业发展思路，展现了年轻一代企业家的生动活力与国际视野。

此次企业调研展现出行业龙头和骨干企业稳经营、强创新、促转型、拓全球的强劲韧性，企业战略与两会精神高度同频，新质生产力加速落地。高质量发展全国行活动是协会立足行业发展新阶段、服务产业转型升级的重要举措。协会将以此活动为抓手，统筹各方资源、凝聚行业共识、引领全行业提质增效、开放共赢，努力推动文教体育用品行业坚持高质量可持续发展，为国家文化繁荣和体育强国战略贡献行业力量。（节选自公众号：中国文教体育用品协会）

中国制笔行业笔类产品供需对接交流会在义乌成功举办

6月3日下午，中国制笔行业笔类产品供需对接交流会在义乌国际博览中心D2馆论坛区圆满举行。本次会议由中国制笔协会主办，旨在搭建笔类产品上下游企业高效对接、深度交流的平台，推动产业链协同创新与高质量发展。中国制笔协会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、义乌市制笔行业协会会长陈晓毅、洛宁县副县长阎志军出席会议。来自全国各地有关政府领导、地方协会负责人以及制笔文具行业的企业代表、专家学者齐聚一堂，共探行业发展新路径。



会议由中国制笔协会副秘书长兼信息部主任冯兆雪主持。中国制笔协会副理事长兼秘书长任秀英、义乌市制笔行业协会会长陈晓毅分别致辞。

任秀英副理事长在致辞中首先对前来参会的地方政府领导、地方协会负责人以及各企业采购负责人、参展商代表表示热烈欢迎和衷心感谢！她表示，当前制笔行业正处于转型升级的关键阶段，加强供需对接、深化产业链协同是推动行业破局发展的重要举措。中国制笔协会将持续发挥桥梁纽带作用，搭建更多精准高效的交流合作平台，助力企业打通产业链堵点、实现优势互补。

在主题演讲环节，多位行业专家与企业代表带来了精彩分享：

上海文采实业有限公司CEO颜语以《深耕设计美学，打造精品品牌——新消费下精品文具的发展与链上协同》为题，探讨了设计创新与品牌建设在新消费趋势下的重要价值，为企业打造差异化竞争优势提供了思路。

浙江纵腾智能科技有限公司首席信息官、浙江省智能制造专家委员会江山组副组长曹安维分享了《新业态，新智造》，解读了智能制造技术如何赋能制笔产业转型升级，推动生产效率与产品品质双提升。

无锡盛烨特邦新材料科技有限公司董事长赵进东聚焦无胶纤维笔头技术突破，阐述了环保材料与品质协同对制笔供应链升级的推动作用。

温州大学制笔行业重点实验室高级工程师、制笔标委会副主任潘明初围绕《笔用墨水制造与供应链相关问题》，深入分析了墨水研发、生产及供应链管理中的关键点，为企业优化产品性能提供了技术参考。

圆桌沙龙环节以“新形势下制笔产业供需双方如何加强密切合作，开创共生共赢协同发展新格局”为主题，由深圳齐心集团股份有限公司品牌市场部总经理杨俊主持。贝发集团副总经理邱博京、得力集团采购经理葛景涛、苏州雄鹰笔墨新材料有限公司副总经理张胜红、浙江久灵笔刷有限公司总经理沈从仁、上海英雄金笔厂丽水有限公司原董事长、丽水市文具协会会长陈增乐等嘉宾，围绕供需对接痛点、产业链合作模式、市场趋势研判等话题展开深入交流，共同探讨构建长期稳定、互利共赢的产业合作生态。



会议尾声，宁波文具产业标准联盟秘书长闵芳以《守标准提质量——文具标准国际化与亚太联盟标准实践》为题，分享了文具标准建设的重要性及国际化实践经验，强调以标准引领产业高质量发展。

最后，副秘书长冯兆雪对本次会议进行

小结，她表示，本次交流会内容丰富、务实高效，既搭建了供需对接的桥梁，也为行业创新发展提供了新思路。未来，中国制笔协会将持续聚焦行业需求，举办更多精准化、专业化的交流活动，推动制笔产业在协同创新中实现新突破。

本次供需交流对接会为制笔行业上下游企业搭建了高效沟通的平台，促进了信息共享、资源对接与经验交流，以会议为契机，将进一步推动制笔产业协同创新、提质升级，助力行业在新消费、新智造的浪潮中稳步前行。（节选自公众号：中国制笔协会）

规模极限升级+新设国际展区

——宁波文具展构建联通世界的产业平台

2027 宁波国际文具展将于 2027 年 3 月 25-27 日在宁波国际会展中心举办，作为全球领先的文具及办公用品B2B专业盛会，展会汇聚全球优质行业资源，扎根“中国文具

之都”宁波，凭借超大规模、全品类覆盖、全产业链优势，持续引领行业创新探索，精准赋能全球商贸对接与合作。

Floor Plan
展馆平面图



近期文具展会一览

序号	展会名称	展会时间	举办地点	展会范围
1	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
2	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
3	2026 印尼东盟文具礼品博览会 IASGE	8 月 20-22 日	印度孟买展览 中心	礼品、文具、家居用品
4	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
5	第 8 届中东国际教育设备及培训博 览会	10 月 5-7 日	沙特阿拉伯-吉达	教育设备
6	韩国首尔办公文具展览会 SISOFAIR	10 月 22-24 日	首尔 COEX 会 展中心	办公用品、文具
7	广州国际礼品文创及生活方式展览会	9 月 11-13 日	广州保利世贸博 览馆	文创礼品
8	沙特文具及纸制品展览会 Stationery & Paper Expo	9 月 27-29 日	沙特利雅得前沿 会展中心	文具
9	2026 中国义乌文化用品秋季展览会	11 月 6-8 日	浙江义乌国际博 览中心	文具、文化产品
10	2026 中国（宁海）国际文具博览会	11 月 10-12 日	宁海会展中心	文具
11	2026 第 20 届中国国际文具及办公用品 展览会 Paperworld China	12 月 4-6 日	上海世博展览馆	文具及办公、潮流文化 生活
12	巴基斯坦文具及教育装备展览会 Stationery Education Asia	12 月 24-27 日	巴基斯坦卡拉奇 展览中心	文具、教具
13	香港文具展览会 Stationery	2027 年 1 月 11-14 日	香港会展中心	文具,办公用品
14	德国法兰克福办公用品文具展览会 Paperworld	2027 年 1 月 29 日-2 月 2 日	德国法兰克福国 际会展中心	文具,办公用品
15	印度孟买文具及办公用品展览会 Paperworld India	2027 年 2 月 26-28 日	印度孟买会展中 心	文具,办公用品
16	土耳其伊斯坦布尔文具及办公用品展 览会 İstanbul Kırtasiye Fuarı	2027 年 3 月 24-27 日	土耳其伊斯坦布 尔	文具,办公用品
17	2027 宁波国际文具展 CNISE（中国国 际文具礼品博览会）	2027 年 3 月 25 - 27 日	宁波国际会展中 心	文具
18	第 121 届中国文化用品商品交易会 CSF（上海文具展）	2027 年 6 月 10 - 12 日	上海新国际博览 馆	文化产品

美国对皱纹纸作出第四次反倾销日落复审终裁

2026年5月20日，美国商务部发布公告称，对进口自中国的皱纹纸（Crepe Paper）作出第四次反倾销快速日落复审终裁：若取消现行反倾销措施，将会导致中国涉案产品以266.83%的倾销幅度继续或再度发生。

来源：中国贸易救济信息网

墨西哥对华热敏纸卷启动反倾销调查

2026年4月20日，墨西哥经济部发布公告，应墨西哥生产商Papeles y Conversiones de México, S.A. de C.V. 申请，对原产于中国的热敏纸卷（西班牙语：rollos de papel térmico convertidos）启动反倾销调查。本案倾销调查期为2024年8月1日至2025年7月31日，损害调查期为2022年8月1日至2025年7月31日。涉案产品的TIGIE税号为4809.90.99和4811.90.99。公告自发布次日起生效。

来源：中国贸易救济信息网

巴基斯坦对华彩涂板启动反倾销调查

2025年4月25日，巴基斯坦国家关税委员会发布第73/2026/NTC/CCCS号公告称，应巴基斯坦生产商International Steels Limited于2026年3月16日提交的申请，对原产于中国的彩涂板（Color Coated Cold Rolled Steel Coils / Sheets）启动反倾销调查。本案倾销调查期为2025年1月1日至2025年12月31日，损害调查期为2023年1月1日至2025年12月31日。涉案产品的巴基斯坦税号为7210.7010、7210.7020、7210.7090、7210.9010、7210.9090、7212.4010、7212.4090和7225.9900。预计初裁将于立案之日起60至180日内作出。

利益相关方应于公告发布之日起10日内进行应诉登记、45日内提交案件评述意见及证据材料。

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。

来源：中国贸易救济信息网

美国对呋唑紫颜料发起第四次双反日落复审调查

2026 年 5 月 1 日，美国商务部发布公告，对进口自印度和中国的呋唑紫颜料（Carbazole Violet Pigment 23）发起第四次反倾销日落复审调查，对进口自印度的涉案产品发起第四次反补贴日落复审调查。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和反补贴日落复审产业损害调查，审查若取消现行反倾销和反补贴措施，在合理可预见期间内，涉案产品的进口对美国国内产业构成的实质性损害是否将继续或再度发生。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 6 月 1 日前向美国国际贸易委员会提交回复意见，并最晚于 2026 年 7 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：中国贸易救济信息网

哥伦比亚对华亚克力板作出反倾销日落复审终裁

2026 年 4 月 28 日，哥伦比亚贸工旅游部在官方公报发布第 148 号公告，对原产于中国的亚克力板（西班牙语：láminas de acrílico）作出反倾销第一次日落复审肯定性终裁，维持 2021 年 10 月 29 日第 281 号公告确定的反倾销措施的有效性，继续对涉案产品以离岸价（FOB）征收 52.51% 的反倾销税。涉案产品的哥伦比亚税号为 3920.51.00.00。措施自公告发布之日起生效，有效期为五年。

来源：中国贸易救济信息网

加拿大对进口木制品发起保障措施调查

2026 年 4 月 21 日，加拿大国际贸易法庭（CITT）发布公告称，对进口木制品（Certain Wood Goods）发起保障措施调查。涉案产品的加拿大海关编码为 9403.40.00.10、9403.60.10.31、9403.60.10.39、4409.29.10.00、4409.29.90.41、4409.29.90.49、4418.74.00.00、4418.75.00.10、4418.75.00.90、4418.79.00.00、9403.50.00.90、9403.60.10.10、9403.60.10.60 和 9403.60.10.91。涉案产品包括：实木及工程木制橱柜和盥洗柜；实木及工程硬木地板；工程木制储物家具。

利益相关方应于 2026 年 5 月 15 日前向加拿大国际贸易法庭进行应诉登记。

来源：中国贸易救济信息网

法国就含砂玩具中的石棉发出警示

2026 年 2 月 26 日，法国竞争、消费者事务和反欺诈总局（DGCCRF）就含砂玩具中的石棉（asbestos）发出警示。

法国 DGCCRF 已通知法国零售商，其须暂停销售所有含砂玩具，确保其不含石棉后方可重新上架销售。法国 DGCCRF 还建议家长在含砂玩具的制造商完成必要检测前，近期内不要购买或让孩子玩耍含砂玩具。若出现召回情况，家长可将玩具退回购买处办理退款。

自 2026 年 2 月以来，法国 DGCCRF 已公布了多起涉及含石棉玩具的召回案例：召回范围还

行业预警

逐渐扩大至其他可能含有石棉的玩具，例如含有软塑料（俗称软胶）玩具和减压玩具。

<https://rappel.conso.gouv.fr/categorie/0/2/amiante>

在欧盟，根据欧盟REACH法规(EC) No 1907/2006 附录XVII第 6 项，禁止在欧盟内制造、投放欧盟市场和使用石棉纤维(asbestos fibres)，以及含有故意添加的石棉纤维的物品和混合物。在法国，根据法国法令No. 96-1133，禁止制造、进口、投放法国市场、出口、为后续销售而持有、要约销售、销售，以及出于任何目的转让所有类型的石棉纤维及任何含有石棉纤维的产品。

来源：Intertek天祥集团

越南更新认证流程法规

2026 年 4 月 9 日，越南科学技术部已发布第 14/2026/TT-BKHCN号通告，建立了新的认证流程框架。该通告将于 2026 年 5 月 25 日生效，并取代第 28/2012/TT-BKHCN号通告。

主要内容如下：

1. 在新通告生效日期之前签发的证书，可继续使用至其原有效期届满。
2. 对于认证方案（方案 2、3、4、5 和 6），在满足定期监督要求的前提下，证书有效期由原 3 年延长至最长 5 年。但认证方案 1（测试特定样机）不适用于该延长期限。
3. 现已允许采用电子标签（即实际进口商的ICT标签）。对于采用电子标签的产品，CR 标志须强制性整合于电子界面中，产品本体、包装或技术文件上不再强制要求实体标签。

针对有无线功能产品（如移动计算设备、平板电脑等）的具体影响，越南科学技术部后续可能发布进一步法规，以提供更详细的实施规则与指导。

来源：曼瑞检测

美国对中国产减压玩具实施召回

2026 年 5 月 21 日，美国CPSC宣布对中国产减压玩具实施召回。

此次召回产品为Orb Funkee的两款减压玩具。产品日期代码为 3102491A，采用柔软弹性材料制成，内部填充沙子；型号 17451 为小号金色猴子玩偶，型号 41929 为橙色、紫色、绿色等多色小号猴子玩偶套装；日期代码标注于金色猴子玩偶手部或小号猴子玩偶背部。

该玩具填充沙中可能含有透闪石纤维（石棉），吸入后会危害健康，存在致命风险。

此次召回产品于 2025 年 2 月-2026 年 4 月在美国沃尔玛、奥利斯折扣店销售，共售出约 121340 件，售价 5-40 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，并联系 The Orb Factory以获得全额退款。更多详情参见：

<https://www.cpsc.gov/Recalls/2026/Orb-Funkee-Squeeze-Toys-Recalled-Due-to-Risk-of-Serious-Injury-or-Death-from-Asbestos-Exposure-Imported-by-The-Orb-Factory>

来源：厦门JWT0工作站

宁波文具企业屡获荣誉 品牌价值持续提升（第二季度）

——宁波文具行业协会品牌指导服务站工作成效

序号	荣誉	企业名称
1	工业和信息化部《2025 年 5G 工厂典型应用实践》	得力集团有限公司 5G 智能工厂
2	2025 年度中国轻工业联合会科学技术进步奖	贝发集团股份有限公司
3	国家级企业技术中心（复核）	贝发集团股份有限公司
4	浙江省政府质量奖标准创新组织奖	宁波市产品食品质量检验研究院（宁波市纤维检验所）
5	宁波品牌百强榜	得力集团有限公司
6		贝发集团股份有限公司
7		广博集团股份有限公司
8	2025 年宁波市质量品牌故事演讲	二等奖：贝发集团股份有限公司 单震宇《中国好笔画出世界同心圆——致敬永不褪色的匠心精神》
9		优秀奖：宁波康大美术画材集团股份有限公司 蔡雅婷《康大之路：以匠心绘就质量品牌华章》
10	“品字标”品牌建设典型案例	优秀案例：宁波康大美术画材集团股份有限公司 何守峰《以 “品字标” 为翼，绘就康大美术画材辉煌篇章》
11		入围案例：宁波云峰文具有限公司 林静桂《宁波云峰文具有限公司“品字标”企业典型案例》
12	北仑区开放引领示范企业	宁波美博进出口有限公司
13	宁波经济技术开发区产教联合体产学研突出贡献奖	宁波美博进出口有限公司
14	北仑区 2025 年度优秀环保科技创新企业	贝发集团股份有限公司
15	北仑区产业创新引领示范企业	宁波赛龙文具有限公司
16	2025 年度慈溪市百强企业	宁波三 A 集团有限公司
（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！）		

签订保密协议的员工离职，利用原企业信息获利，是否构成侵犯商业秘密？

一、案情介绍

甲公司成立于 2011 年 1 月 6 日，经营范围包括研发、设计、生产、销售、安装、维修电子衡器及配件等。



2018 年 6 月 22 日，甲公司与唐某签订《营销总监聘用合同》，约定甲公司聘任唐某为营销总监，唐某对公司产品、品牌、渠道、利润率、应收账款、库存及销售人才储备等全权负责，唐某必须对任何有关甲公司业务的信息保密，决不泄露给第三者，合同有效期自 2018 年 6 月 1 日至 2019 年 5 月 31 日。

2019 年 5 月 4 日唐某从甲公司离职，于 2019 年 5 月 20 日成立乙公司，并任法定代表人，该公司经营范围与甲公司相一致。

甲公司发现，自 2019 年起，唐某违反约定披露并允许乙公司使用甲公司的客户信息，与甲公司原客户签订甲公司原提供产品及服务的相同合同，窃取甲公司 3000 多条客户信息并披露允许乙公司使用，使用从甲公司处获取的产品设计图纸、参数、说明书用于生产、销售。

01 甲公司认为：客户信息及产品设计

图纸、产品说明书等均属于企业商业秘密，乙公司未经甲公司同意窃取其客户信息及产品设计图纸等，已构成侵犯商业秘密，应当承担赔偿责任。

2021 年 1 月 19 日，甲公司向一审法院起诉请求：1. 判令乙公司、唐某立即停止利用甲公司的商业秘密，销毁乙公司的客户名单、产品说明书、产品设计图纸；2. 判令乙公司、唐某共同赔偿甲公司损失 50 万元。

02 乙公司及唐某辩称：客户资料是公开的，报价资料也是自己可以制作的，相关图纸的数据是公开渠道可以获取的，不具有秘密性，这些均不能被认定为商业秘密，且甲公司记录的客户信息并没有进行更新，可以反映甲公司并没有及时维护客户，导致了客户流失。因此，被告没有侵犯原告的商业秘密，不必承担赔偿责任。

03 一审法院认定：甲公司的客户信息中有登记报价方案、客户需求的部分，系甲公司经过自身努力，投入人力、财力开拓市场，争取客户而取得的商业信息，该部分特定的经营信息不为其他同行业竞争者所熟知，具有秘密性。

甲公司对该部分信息的掌握，使其占据市场先机，具有竞争优势，并为后续的交易节约成本，具有价值性。

此外，甲公司使用加密系统储存该信息，公司人员需特定的账号密码才可录入、查看对应权限的内容，甲公司亦与公司人员签订合同约定保密义务，甲公司已对该部分信息

采取保密措施，具有保密性。

综上，甲公司客户信息中记录报价方案、客户需求的内容，属于《中华人民共和国反不正当竞争法》保护的商业秘密。唐某在甲公司任职可接触到客户信息，乙公司以低于甲公司价格的方式与甲公司的原客户达成交易，唐某掌握有甲公司的客户信息并向乙公司披露、使用，唐某、乙公司构成对甲公司商业秘密的侵犯。

因此，经综合考虑甲公司客户信息中构成商业秘密部分的商业价值，甲公司的投入，唐某、乙公司的主观过错程度、不正当竞争行为性质、情节、持续时间、造成后果的严重程度等因素，判决：一、乙公司、唐某立即停止侵犯甲公司商业秘密的行为，销毁有报价方案、客户需求内容的客户信息；二、乙公司、唐某于判决发生法律效力之日起七日内赔偿甲公司经济损失 20 万元。

一审判决后，乙公司、唐某不服该判决提出上诉。二审判决驳回上诉维持原判。

二、法律解析

《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第四款规定：“本法所称的商业秘密，是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。”

作为甲公司业务人员的唐某能接触到报价方案、客户需求等客户信息，而该信息属于不为公众所知悉的信息，且对促成交易具有重要的商业价值，具有秘密性和价值性。

01 关于保密措施

甲公司与员工签订的劳动合同包含保密条款，对员工提出了保密要求，并采用CRM

管理系统对其客户信息进行管理，只有享有相应权限的人员才可以凭借账号、密码登陆该系统进行查看。

根据《最高人民法院关于审理侵犯商业秘密民事案件适用法律若干问题的规定》第六条“具有下列情形之一，在正常情况下足以防止商业秘密泄露的，人民法院应当认定权利人采取了相应保密措施：（一）签订保密协议或者在合同中约定保密义务的；……（五）对能够接触、获取商业秘密的计算机设备、电子设备、网络设备、存储设备、软件等，采取禁止或者限制使用、访问、存储、复制等措施的；……”的规定，法院认定甲公司对其客户信息采取了保密措施。

因此，甲公司主张的含有报价方案、客户需求的客户信息属于商业秘密。

02 关于产品设计图纸

属于不为公众所知悉、可为企业创造商业价值的信息，甲公司只有技术人员及相关销售人员才有机会接触到该秘密信息，故可认定甲公司为了保护产品设计图纸采取了保密措施，因此甲公司主张其公司的技术图纸亦属于商业秘密。

03 作为甲公司的原职工

唐某有机会接触到企业的商业秘密，在其已签订保密条款的情形下，却又违背诚信原则将原企业的商业秘密用于自己设立的公司牟利，应当依法承担赔偿责任。

04 作为其设立的公司

乙公司具有明显共同侵权故意，并获得非法利益，应当与其共同承担赔偿责任。（来自公众号：厦门科协）

关于网红拼豆

1 一拼一整天？你的大脑在“偷着乐”

本来只想拼个小企鹅放松一下，结果回过神来，窗外天都黑了？

别急着怪自己没自制力。心理学上管这种状态叫心流。简单说，就是你的大脑完全沉浸在一件事里，忘了时间、忘了吃饭、甚至忘了刷手机。

想进入心流，需要几个条件：目标明确、规则清晰、反馈即时、难度刚好。

巧了，拼豆每一条都踩得死死的。

目标明确：图纸上每个格子对应一颗豆子，拼完就是胜利。没什么“差不多就行”，格子就在那里。

反馈即时：每放一颗豆，图案就清晰一点。那种“我又前进了一步”的感觉，比刷短视频的即时满足还上瘾。

挑战适度：你想简单？几分钟搞定一个小钥匙扣。你想挑战？整一幅大作品，够你玩一个下午。难度自己说了算，永远不会太难让你放弃，也不会太简单让你无聊。

当你一颗一颗排列那些小豆子时，大脑会暂时屏蔽掉工作上的 Deadline、生活中的鸡毛蒜皮。这种体验有点像正念冥想，但又多了几分“手上有活”的踏实——毕竟你手里实实在在地做着东西。

更重要的是，拼豆还给了一个这个时代特别稀缺的东西：掌控感。

摆得齐、烫得匀，成品就漂亮；偷懒或着急，歪了也能复盘重来。在这个努力未必有回报的时代，拼豆这种“你的每一步都算数”的体验，本身就是奢侈品。

而当你把作品分享出去，拼豆的另一重魔力就显现了——社交。当你把作品发到网上、送给朋友，它就成了你的“社交硬通货”。你拼一个喜欢的角色，我拼一个搞怪的表情包，互相送一送，这就是“豆友”们的专属仪式感。

2 聊完“解药”我们来说说“毒药”

关于拼豆，网上流传着一种说法：“拼豆有毒！”这到底是真是假？

结论是：“有毒”这个说法是真的。但关键是，毒不毒，全看你买的是啥、在哪儿玩、怎么玩。

（一）高温一烫，劣质拼豆真的会“放毒”

拼豆需要用熨斗烫定型。你知道家用电熨斗有多猛吗？轻轻松松就能飙到 200℃ 以上。问题就从这儿开始。

正规拼豆用的是 PE 或 EVA 材质，热稳定性比较好，相对安全。

但市面上大量廉价拼豆，用的是 ABS 塑料，甚至成分不明的回收废塑料。ABS 在 200~300℃ 的高温下，会分解出苯乙烯单体、氰化氢等有毒气体。

更别说那个辅助熨烫的烘焙布了——表面常有特氟龙涂层。一旦温度超过 200℃，涂层分解会释放全氟异丁烯，这可是剧毒物质。

在居民楼、地下商场那些通风极差的密闭空间里，一群人长时间玩拼豆，有害气体会越积越多。短时间你可能觉得咳嗽、喉咙不舒服、头晕、眼睛刺痛；长期吸进去，呼吸道和免疫系统都可能受损。

所以，下次如果你走进一家拼豆体验店，闻到一股奇怪的塑料味，别犹豫，扭头就走。

（二）不止化学毒，你的身体也在悄悄抗议

就算买到了正规拼豆，还有另外三个“隐形杀手”等着你。

颈椎腰椎：一低头就是几小时，脖子硬得像石头，腰酸背痛是常态。

视力：拼豆那么小一颗，长时间盯着看，眼睛干涩、视力模糊，感觉度数都要涨了。

手指：反复用镊子夹豆、按压，手指关节酸胀疼痛，严重的连拧毛巾都费劲。

（三）比“毒”更可怕的是安全事故

前面说的还都是慢性伤害，日积月累才会显现。而安全事故，可能在一瞬间就会造成严重的后果。

触电身亡：有媒体报道，贵阳一个女孩在使用拼豆配套的小电熨斗时，因为漏电不幸去世。后来一查，很多廉价熨斗电压超标、没有 3C 认证、温控功能都没有。

起火烧伤：山西运城一个女孩的拼豆熨斗突然起火，火花四溅，手被严重烧伤。

3 别怕，这样玩拼豆安全又解压

☒ 购买时看清楚这几点

认准 3C 认证，别买那种连牌子都没有的“三无产品”。

优先选标注了 PE 或 EVA 材质的拼豆，避开 ABS 或者啥标识都没有的便宜货。

配套的熨斗，最好用正规品牌、带控温功能的家用熨斗。别贪便宜买那种来路不明的小熨斗。

☒ 玩的时候选对地方

保持通风！在家玩：去阳台、窗边、客厅这种空气流通的地方。在外玩：千万别去那种藏在居民楼地下室里、又闷又小的体验店。

☒ 控制时间和姿势

单次最好别超过 1 小时，每 20~30 分钟就起来活动一下、看看窗外。

记得坐直！腰背挺直，眼睛离拼豆板保持一臂距离，光线要充足。

如果打算长时间玩，可以戴个活性炭口罩，多少能挡一挡。

如果是给孩子玩，大人一定在旁边看着，防止小家伙把豆子吞下去。

☒ 用电安全不能忘

使用熨斗时人不要离开，用完后及时拔掉电源。

切勿在拼豆板上长时间空烧熨斗，周围不要堆放纸张、布料等易燃物。



（节选自公众：科普广州）

美博 BL · OPC 社区

近日，宁波美博进出口集团打造的 BL · OPC 社区正式发布，凭借真实外贸订单赋能、全链条供应链支撑的特色，成为跨境赛道单人创业的核心孵化平台。

作为宁波老牌外贸龙头，美博集团积淀了深厚的产业资源，集自营进出口、外贸孵化、生产制造、品牌设计、供应链管理等于一体，手握 12000 家国内合作工厂资源，客户遍布全球 100 多个国家和地区，年出口超 12 亿美金，搭建了覆盖全球百余个国家的跨境物流、海外仓、报关报检全链条体系。

美博集团董事长梅飞珍敏锐发现传统外贸行业痛点，大额订单适配规模化企业，而小额定制、文创设计、跨境运营、数字外包等碎片化业务面临“大企业不愿做、小企业做不了”困境。她精准把握 AI 时代“一人成军”的创业浪潮，打造 BL · OPC（Beilun · One Person Company，北仑 · 一人公司）社区，打算孵化一批 AI 与内外贸一体化、跨境电商、工业设计、数字化服务等领域的 OPC 项目，助力青年创客低成本、高效率开展创业。

梅飞珍让美博行政总监林志超负责社区的运营，支持他率先“吃螃蟹”为其他创业者树立榜样。“她认为 OPC 是一面镜子——照见大企业组织庞大、决策链长、不够灵活的缺点。而 OPC 让一个人成为一支队伍，正是高效配置资源的一条新路径，将一个人的认知快速转化为产出。”林志超表示。就这样，“一人公司”恰哈科技正式成立，背后由美博全资控股。这个名字既是宁波话“呛蟹”的谐音，带着几分生猛和敢闯的劲头，又保留乐观向上的底色。

瞄准一人公司新赛道

美博 BL · OPC 社区一期拥有 2000 m² 以上创业空间，可容纳 120 家 OPC 一人公司入驻，配备独立办公隔间、开放式工位、专属 AI 技术赋能中心，全屋高速网络、全套办公家具配齐，实现创业者拎包入住。园区重点招引内外贸一体化、AI 内容创作、智能体应用、跨境电商、数字营销、品牌设计等赛道项目。依托美博集团自有业务，为创业者提供多重硬核支撑。共享集团成熟的工厂、物流、出海配套资源；提供工商注册、财税代办、AI 模型微调、场景适配等赋能服务；定向开放产品设计、跨境运营、品牌推广等内部外包订单，让入驻创业者入园即可对接业务资源，无需从零开拓市场。

借助美博供应链与 AI 工具赋能，恰哈科技成功承接宁波大学校庆文创定制订单，单人完成设计、对接、交付全流程，切实验证了梅飞珍提出的“大平台赋能小个体”模式的可行性，有效缩短外贸业务决策链路，提升市场响应效率。

美博打造专属 OPC 社区，旨在开放企业三十年积累的产业资源，激活个体创业活力，让超级个体承接细分市场需求，形成平台与创业者双向赋能的生态，推动宁波传统外贸向数字化、柔性化转型。

OPC 对宁波外贸行业而言，还可能催生“大平台+小个体”的全新组织形态：大平台专注生态建设和供应链打造，小个体负责具体的创意落地和执行，两者各司其职、互相赋能，将决策链路从“层层沟通”缩短为“即想即做”，大幅提升市场响应速度。

（改编自东南财经等公众号文章）

康大美术接待宁波市委宣传部、北仑区委宣传部领导考察指导

4月22日下午，宁波市委宣传部、北仑区委宣传部相关领导一行莅临宁波康大美术画材集团股份有限公司考察调研。本次调研旨在深入了解北仑区2026年文化产业发展新举措，重点调研科技如何赋能助力传统文化制造业焕发新生相关工作。

康大集团董事长许观良携公司核心管理团队、新项目发展部相关负责人热情接待并陪同调研。

座谈会上，集团董事长秘书徐赫卿向到访领导详细介绍了康大美术的发展历程、产品体系、品牌布局及市场布局。作为国内美术画材行业的龙头企业与国家文化出口重点企业，康大美术深耕行业三十余年，已构建起覆盖专业画材、少儿美术、儿童艺智用品的全品类产品矩阵，形成以宁波为总部、海内外协同发展的产业格局，产品远销全球70多个国家和地区，持续以高品质美术用品服务国内外市场。

调研中，领导一行重点听取了康大美术在产学研创新与AI智能产品研发方面的工作汇报，并围绕企业与浙江工业大学共建联合研发中心、推进AI技术与美术画材融合创新等议题展开深入交流。

领导对康大美术坚持科技创新、推动传统文创产业数字化升级的做法给予充分肯定，认为企业立足自身产业优势，携手高校搭建科研平台，既强化了核心技术竞争力，也为文创产业高质量发展探索了新路径。同时，鼓励企业持续加大研发投入，加快AI创新产品落地，以技术赋能产品升级、品牌升级与市场升级。

随后，在许观良董事长陪同下，领导一行实地参观了康大美术样品展示间，近距离查看画笔、颜料、画框、少儿艺智产品及AI创新展品，详细了解产品设计理念、工艺技术与市场应用情况。公司丰富的产品体系、严谨的品质管控和持续的创新力受到了高度评价。

许观良董事长对市委宣传部、区委宣传部长期以来给予康大美术的关心与支持表示感谢。他表示，公司将以此次调研为契机，认真落实指导意见，持续深化产学研合作，加快AI产品创新迭代，扎实推进内外贸一体化发展，不断提升企业核心竞争力与品牌影响力，努力打造全球领先的美术画材品牌，为宁波文化产业高质量发展添砖加瓦。（节选自公众号：宁波康大美术画材集团）

文化赋能企业高质量出海交流研讨活动走进贝发

5月20日-21日，由浙江省委宣传部牵头组织的文化赋能企业高质量出海系列活动在宁波举办。活动首日，参会嘉宾一行实地走访宁波制造业、文化出海标杆企业贝发集团，实地探寻文化赋能实体经济、助力企业扬帆出海的实践路径与发展方向。

活动期间，到访嘉宾走进贝发展厅，沉浸式探访贝发出海发展成果，近距离感受中国制造向中国文创智造升级的蜕变魅力。

参观过程中，嘉宾们详细了解了贝发发展历程、产品迭代、文创研发以及全球化布局成果。同时，展厅内展示的原创研发成果、

全球市场布局版图，清晰呈现出贝发从单一文具制造企业，逐步转型为集研发、生产、贸易、文创于一体的综合性全球化企业的发展轨迹，彰显贝发深耕海外市场、打造国际化自主品牌的硬核实力。

在 Beifa AI 展厅，嘉宾们近距离见证贝发数字化、智能化变革。展厅展示的 AI 智能笔、智能翻译眼镜、AI 萌宠等创新产品，依托 AI 文创、AI 沟通、AI 陪伴、AI 健康四大体验矩阵，清晰呈现贝发从传统文具制造，向 AI 文创企业的战略转型。贝发

跳出传统制造思维，用科技破解外贸同质化难题，为出海产品注入智能附加值，构筑差异化国际竞争优势。

本次活动为行业搭建了优质交流平台，也是业界对贝发出海成果的高度肯定。未来，贝发将持续依托文创智造优势，深挖文化价值，强化自主创新。同时联动行业伙伴，探索出海新模式，以笔墨为桥，讲好中国品牌故事，助力中国制造扬帆远航，奔赴高质量全球化新征程。（来源公众号：贝发集团）

启梦滕王阁 得力举办状元文化盛典暨新品发布会

5月16日，得力择址滕王阁，盛大举办得力状元文化盛典暨考试季新品发布会。

得力集团副总裁兼文具事业群总裁王玉静表示，得力始终坚持“以人为本”的产品开发理念，希望通过本次活动唤起社会对青少年成长教育的关注，以感恩之心深耕教育公益，护航每一位孩子健康成长。

妙笔助青云 得力新品重磅亮相

“将持五色笔，夺取锦标名。”自2011年起，得力持续深耕考试季场景，打造专业考试文具，以过硬品质陪伴万千考生从容应考。此次推出的四款新品各有特色，精准覆盖不同备考场景与考生需求。“得力×央视网联名考试套装”一经亮相便成为全场焦点，该套装由央视主持人亲荐，采用全透明收纳设计，严格贴合考场规范，一站式覆盖书写、涂卡、作图、修改等全场景需求，从细节为考生消除顾虑，筑牢满分应考底气。

现场学生代表体验过新品后，对其流畅的书写感、轻松的握感与贴心的设计点赞。

文具护航+出行守护 跨界公益温暖应

考路

借由活动契机，得力与吉利以教育公益为纽带达成深度合作，双方联合启动“考试加油站”公益助考活动，将在今年高考期间于上海、南京、郑州等全国9大城市布设公益点位，组建应急巡游送考车队，为考生免费提供应急文具、爱心送考及便民服务，以“文具保障+出行守护”为考生筑牢“考试安全”双防线。

此外，双方达成共识，将持续深化教育公益长效合作，从应急助考延伸至长期助学，探索更多场景化、可持续的公益模式。此次跨界联手，不仅为考生提供更全面的护航服务，更为行业树立了跨界公益新标杆，以企业责任助力教育事业，用实际行动守护少年逐梦之路。

聚力教育公平 温情书写大山的答卷

得力将公益触角延伸至乡村教育一线，联合中国儿童少年基金会正式发起“梦想守护计划”公益行动。本次行动计划捐赠价值500万元学习文具，覆盖小学至高中全学段

学子，将切实改善乡村学子学习条件。同时，得力联动全国上百家线下门店，推出“消费者买1套得力捐赠10元文具”的公益举措，以全民参与的方式汇聚爱心力量。

中国儿童少年基金会秘书长李忠明表示，作为长期深耕教育领域的民族品牌，得力多年来始终心系教育发展，持续践行教育公益，以实际行动缩小城乡教育资源差距，助力教育均衡落地。双方将继续深化合作，凝聚更多社会力量，织密儿童关爱保护网。

沉浸式状元盛典 活化千年科举文脉

为迎接本次盛典，得力联动滕王阁景区精心布置，以浓郁的书院文化氛围迎接八方来客。千年科举文脉与现代活动场景完美融合，游客们仿佛穿越至古代状元登科的盛景之中。

以文化赋能成长 以专业践行责任

得力以长期主义持续构建正向的教育发展观和社会责任担当，用持续的产品创新、文化传播与公益行动，为教育事业注入企业力量。（节选自：北青网）

广博集团召开庆祝中国共产党成立105周年暨七一表彰会议

在中国共产党成立105周年纪念日来临之际，6月25日广博集团党委召开“庆祝建党105周年暨七一表彰会”，党员代表们汇聚一堂共忆奋斗初心，激发向上热情。

大会在庄严的《国歌》声中拉开帷幕，先后完成预备党员宣誓、先进表彰和代表发言环节。集团公司党委委员为优秀共产党员、优秀党务工作者和先进党支部颁奖。新材料公司党支部被评为先进党支部，周依波被评为优秀党务工作者，朱斌、盛德洋、徐小飞、曹璐、华姜瑜等被评为优秀共产党员。优秀共产党员代表徐小飞、新党员代表洪好好先后发言，分享担当奉献的工作感悟，表达党员使

命的奋进决心。

党委副书记舒跃平为党员们讲授专题党课，他围绕习近平党建思想，结合广博集团自身发展实际，面向全体党员提出新的要求。他希望每一个共产党员都要坚定理想信念，牢记入党初心，各级党组织要坚持党建引领，把党员的先锋模范作用融入生产经营的每一个环节。他号召党员骨干要围绕党委工作中心，在奉献岗位上下功夫、在创新革新上下功夫、在青年人才培养上下功夫、在企业文化推进中下功夫，共同推动集团高质量发展再上新台阶。

创源文化：用AI跑出中国创意新速度

5秒生成设计稿，1分钟迸发数十套创意方案，从灵感闪现到想法落地，在宁波创源文化发展股份有限公司，这场文创革新，早已从技术概念变为日常实践。

匠心深耕 守住文创根本

创源展厅既有东方文化的温润雅致，也契合全球消费者对仪式感、情绪价值与健康生活的向往。

作为国家高新技术企业、国家文化出口重点企业，创源从2001年起步，2017年登

陆深交所，2022 年引入国有资本，如今已是宁波文创领域的标杆企业。依托宁波、安徽、越南等生产基地，以及宁波、杭州、美国三大研发中心，公司形成文化创意+运动健康双主业格局。文化创意是基本盘，深耕国际市场的同时，国内市场聚焦 IP 文创、祈福文创，打造自有品牌，拿下敦煌、峨眉山等知名 IP 授权；运动健康板块历经十年发展，已进入高速增长期，成为企业第二增长曲线。

在行业价格战内卷加剧时，创源坚持差异化，不拼低价，靠的是设计研发、快速响应和柔性生产能力。凭借 10 天快速打样、批量定制能力，产品远销全球 20 多个国家，稳居宁波出口百强、跨国经营 20 强。

AI 智破 打通创新堵点

2024 年 9 月，创源股份与中国联通宁波分公司开启一期战略合作，打造浙江省首个文创领域 AIGC 设计平台，让 AI 深度融入文创创作全链路。平台打通设计、打样、输出全流程，构建“人+AI 协同创作”新模式。

依托中国联通格物 Unilink 工业互联网平台及元景大模型技术优势，创源股份成功打造了“数据炼丹炉”，实现了 5 秒快速生成设计稿、1 分钟高效产出备选方案，使整体工作效率提升 300% 以上。2024 年 12 月，该项目成功斩获浙江文创行业首个 AI 人工智能典型案例。

如今在创源研发部，AI 已成为设计师的“创意合伙人”。该项目还获评浙江省人工智能赋能制造业典型案例。

跨界共生 让创意走向开放

2026 年 4 月，创源股份与中国联通宁波分公司签署二期战略合作协议，从“工具

提效”迈向“生态共建”。

二期合作双方将重点打造虚拟打样间、智能体矩阵、优化 AI 设计平台、搭建多租户体系四大核心板块。虚拟打样间将实现从设计、3D 建模到虚拟打样、客户反馈的全流程数字化，大幅降低打样与营销成本；智能体矩阵将围绕研发、营销、财务等五大职能，打造“数字员工”，驱动管理与业务全流程提质增效。

平台将分阶段开放，搭建多租户体系，计划吸引 10 家以上企业入驻，积累行业数据池，推动技术商业化复用。“我们要打造一个开放的文创生态平台，让民间创意力量通过 AI 工具落地，共享供应链与渠道资源。”创源股份总裁叶晋盛表示，AI 打破了创意门槛，无论是设计师还是普通创作者，都能借助平台将想法变为产品，不受限制，真正实现“众创、众包、众销”。

借助 AI，企业可快速生成国潮文创设计，自动产出文案、短视频脚本，用现代语言讲述传统故事，让敦煌飞天等 IP，走进年轻消费群体，推动中国文化出海，让传统文化以更年轻、更潮流的方式活起来。

5 月 21 日至 25 日，创源股份携潮玩 IP 亮相第二十二届中国（深圳）国际文化产业博览交易会，登上国家级文化舞台。

如今，创源正逐步布局宁波数字文化产业园，引进数字创作、内容运营、潮玩零售等上下游企业，通过技术共享、生态共建，孵化文创生态伙伴。同时，公司持续加码创新，设立产品研究院，布局国潮文创赛道，2026 年将推出自研桌面宠物等情绪小玩具，进一步丰富产品矩阵。（节选自：凤凰新闻）

天虹文具：设立 20 万元专项基金，资助员工学 AI！

宁波天虹文具有限公司工会主席封谦作为工会主席，常被问到一个问题：“现在机器越来越聪明，我们工人的价值在哪里？”他的回答始终是：在咱们不断成长的手艺和头脑里。为了技能人才的培养，天虹文具从 2021 年开始做了个决定：把薪酬和技能、创新直接挂钩。

“能级工资”让每一次进步都被看见

2021 年，启动了“能级工资”集体协商，核心很简单——建立起一个“技能提升—薪酬增长—职业发展”的良性循环。

制度设计员工考取与岗位相关的证书，每月最高能领到 1000 元津贴；获得正高级职称，每月补贴 800 元；要是有了发明专利，一次性奖励 5000 元。还时常举办品质、安全、生产等方面的技能竞赛，对获奖者给予最高 8000 元的奖励。每年补贴和奖励，公司就要花出大概 15 万元。

AI 是“新同事”和“新工具”

2024 年 10 月，天虹正式推出了“AI 高效赋能计划”。搭建了“AI 达人”学习平台，开设了数据分析、智能设计等课程，员工通过培训获得“AI 技能认证”后可享受额外津贴。同时，公司还设立了 20 万元的专项教育基金，专门资助员工去学习 AI、数字化管理这些新知识。

天虹在集体合同里白纸黑字地写下承

诺：“AI 技术应用不替代核心岗位员工，仅用于优化辅助性工作。”这份合同，经过了职工代表大会的审议，成了所有职工的“定心丸”。

路还长，但方向很清晰

技术序列从助理工程师到首席工程师，有 10 个台阶；操作序列从初级工到高级技师，有 7 个层级，每个层级都对应着明确的薪酬标准。这意味着职工不需要挤破脑袋去争一个管理岗，只需要在自己的专业领域深耕成“大师”，同样能获得高收入和尊重。“师带徒”机制里也充满了温情。

数据是冰冷的，但它诉说着温暖的变化：公司高技能人才占比在两年间从 25%升到了 38%，员工流失率下降了四分之一；2024 年，因为“AI+生产”优化，提案采纳量增长了 20%，公司直接降本增效超过 50 万元。其中，一款获得德国红点奖的电动削笔器，更是推动公司海外市场营收增长 15%，闯出了更广阔的海外市场。

未来，我们还想做得更多——探索 AI 个性化定制、供应链智能调度等领域的应用；设立“AI 专项职级”，让驾驭新科技的人才得到更多认可；我们还想构建“AI+人才”生态，与头部科技企业共建 AI 实训中心，每年培养 100 名复合型技能人才。（节选自公众号：甬工惠）

以教促学，以学促长 | 首期赛龙内训师成长训练营圆满结束

对于外贸企业而言，市场变化、客户需求、产品迭代和合规要求都在不断更新。相比通用化的外部课程，企业更需要将自身在客户开发、产品管理、供应链协同、项目运营等方面积累的实践经验沉淀下来，形成真正适用于组织发展的知识体系。

多年来，赛龙在服务全球客户的过程中积累了丰富的实践经验，而这些宝贵经验往往掌握在业务骨干和资深员工手中。如何让经验实现传承，让知识创造更大价值，成为了组织能力建设的的重要课题。

基于这一需求，赛龙正式启动内训师成长训练营项目，帮助内训师掌握课程开发与授课技巧，将个人经验转化为可复制、可传承的组织资产。

本次训练营围绕课程开发与教学设计

展开，通过教学目标设计、课程大纲拆解、教学对象分析、重难点提炼、课堂表达技巧以及实战演练等模块，帮助内训师系统掌握课程设计与授课的方法论。

从结构搭建到实战演练，从知识传递到价值创造，赛龙内训师们在学习交流中、团队协作中不断完善自己的教学思维。

未来，赛龙将持续完善内训师培养体系，鼓励更多优秀伙伴将实践经验转化为优质课程，将个人智慧沉淀为组织资产。

期待越来越多的赛龙内训师走上讲台，在分享中成长，在教学中精进，让知识流动起来，让经验传承下去。以教促学，以学促长，让学习成为组织持续成长的力量。（节选自公众号：赛龙集团）

学泰万里行：2026 年度第二阶段“质量跟踪万里行”凯旋而归！

5月23日，“学泰转印膜质量跟踪万里行”第二阶段行程凯旋而归，历时十三天，行程5000多公里，跨越宁波、福建、广东等多地，走访40多家新老客户，收集100多个反馈和建议。为本阶段活动画上了一个圆满的句号！

万里行小组秉承“用心做品质、真诚做服务”的理念，深入客户现场车间，详细跟一线员工沟通交流，认真聆听客户反馈和建议。从宁波的文具产业集群到广东、福建的制笔基地，处处留下了学泰万里行小组的身影。

“坐下来、聊一聊”：万里行小组每到一处坐下来深度交流；不仅关注转印膜的使用情况，更关心客户的需求和建议。

“走进去，看一看”：万里行小组深入车间现场，针对转印使用过程中的痛点与难点进行分析诊断、设备调整和现场处理。技术人员当场讲解工艺性能、设备参数和异常处理等经验分享；对于当场不能处理的反馈和建议，做详细记录回公司组织讨论分析和研究改善，确保“事事有回应，件件有着落”。

面对市场竞争日益激烈和对转印膜的要求不断提高的市场趋势，学泰不仅要帮客户做好每张转印膜，更要为客户提供前沿的工艺和高端的产品，真正做到帮客户提升产品附加值和市场竞争力；学泰团队再次以“用心做品质，真诚做服务”的经营理念诠释转印膜质量跟踪万里行的初衷和使命。

（节选自公众号：学泰印务）

全市唯一！市质检院荣获浙江省政府质量奖标准创新组织奖

近日，浙江省政府质量奖获奖名单正式公布，宁波文具行业协会理事单位宁波市产品质量检验研究院（宁波市纤维检验所）荣获浙江省“标准创新组织奖”，是全市唯一获此殊荣单位！这份荣誉是对市质检院多年来坚持标准化核心战略、深耕技术创新的最高肯定。

近年来，市质检院累计主导参与制修订各级标准 160 余项，其中主导制修订国家标准 26 项，参与国际标准 3 项、国家标准 37 项、行业/团体标准 90 余项，为产业提供从基础通用到产品安全、绿色评价的完整技术规范。

亮点一：高能级标准化组织体系形成新优势

市质检院建立“四梁八柱”标准化工作保障体系，拥有国家级标准化人才 27 人次（含 ISO 技术委员会专家、全国标委会副主任委员 3 名、秘书长 1 名）。承担全国文具运动器材标委会文具分技术委员会秘书处等核心职责，深度参与国家标准化顶层设计。联合建设的“稀土磁性与先进碳材料国家质量标准实验室”为全省唯一首批入选单位。打造智能制造装备产业质量基础设施“一站式”服务 2.0 省级重点平台，构建起“检测、

科研、标准”三位一体的高能级创新矩阵。

亮点二：关键领域标准创新实现新跨越

坚持科技研发与标准研制深度融合，标准体系覆盖绿色文具、液压传动、纺织服装、机械安全、食品等全行业技术规范。

◆ 绿色文具领域：主持制定我国首个系统性绿色产品评价国家标准（GB/T 44837-2024），首次将产品碳足迹核算纳入国标，引领文具产业全生命周期绿色转型。

亮点三：标准赋能产业发展取得新实效

坚持“中心建在产业上、标准跟着需求走”，推动标准成果从实验室加速走向生产线。液压马达关键标准的产业化应用，近三年直接带动合作企业新增销售 17 亿元，产品广泛应用于京雄城际铁路、雪龙号科考船等国家重大工程；软管清洁度标准（GB/Z 43482）实施后，企业一次验收合格率从 75% 跃升至 98%。连续三年牵头承担浙江省重大标准化专项，为 12 家重点企业量身定制“一对一”帮扶方案，完成 32 项“两新”重点标准宣贯，累计推动合作项目新增销售超 24 亿元，形成可复制、可推广的标准化赋能产业发展“宁波样本”。（改写自公众号：宁波市质检院）

神笔 AI——AIGC 辅助文具用品创新设计

文/ 同济大学 范凌
中国美术学院 范凯熹

特约作者简介: 范凌, 毕业于同济大学建筑系, 获美国普林斯顿大学建筑学硕士, 美国哈佛大学设计学博士, 曾在中央美术学院和美国加州大学伯克利分校任教。2015年创立了AIGC 内容科技独角兽“特赞Tezign”(www.tezign.com), 并加入同济大学任教授、博士生导师, 成立国内第一个“设计与人工智能实验室”, 致力于数据、计算、网络 and 人工智能与设计学的交叉学科应用研究。

一、作为“辅助设计工具”的 AIGC

西方世界对工具的研究和重视有着悠久的历史。从古希腊时期开始, 工具理论的演变经历了多个阶段, 从亚里士多德的“工具论”到拉图尔的“新工具论”, 这些理论都将工具视为推动人类思维发展的关键媒介, 强调了人类在智慧和文明上的双重进步。

古希腊哲学家亚里士多德在《工具论》中探讨了工具的本质、作用和使用方法。这些观点对现代AIGC辅助设计领域具有指导意义。亚里士多德的手工劳动工具造物理论为现代设计提供了理论基础, 有助于设计师理解和运用工具创新设计; 文艺复兴时期的英国哲学家培根是现代科学方法的先驱, 他主张通过实际观察自然界来了解世界。但他也提出了感知可能具有欺骗性, 例如互联网时代的图片常存在雷同现象, 这正是感知偏差的同质化现象。培根的这些观点对理解现代信息社会中的感知问题有重要启示。现代美国哲学家凡勃伦是技治主义代表人物之一, 主张技术在社会发展中起决定性作用, 在其著作《科学在现代文明中的地位》中, 他提出技术工具论的价值与体系, 认为抑制技术工具应用会打断人类生命的延续性, 凡勃伦思想对理解技术在现代社会中的重要性有深远影响。当代法国哲学家拉图尔(1947—2022年)提出了网络工具论的理论, 他认为行动者应该进一步将工具视为人类和非人类行动者相互作用的媒介, 拉图尔的理论为我们理解现代社会中人与技术之间的复杂关系提供了新的视角。美国MIT媒体实验室创始人尼古拉斯·尼葛洛庞帝的“智能工具论”强调工具在推动思维发展中的重要性, 他认为智能工具是技术产物, 也是推动文明进步的重要媒介, 这一观点对理解数字化时代工具与人类智慧关系有启示作用, 为探索智能技术在现代社会中的应用提供理论支持。

因此, 工具论从传统工具论到新工具论、技术工具

论、网络工具论, 再到智能工具论, 都为文具设计界带来了深刻思考。随着AIGC技术的发展, 文具设计领域正面临新的变革和可能性。AIGC将如何影响文具设计的发展前景和机遇? 在AIGC时代, 文具设计方法和流程将如何变化? 设计师如何适应并调整? 文具设计与管理领域对AIGC有何期待和要求? 如何攻克开发难点, 实现技术应用和推广? AIGC在文具创新设计中的应用前景如何? 这些问题都值得探讨。

人工智能生成内容(AIGC), 利用AI技术自动生成文本、图像、音频等多种形式的內容。基于机器学习和深度学习算法, AIGC可模仿人类创作, 生成原创或优化后的作品, 并广泛应用于新闻报道、艺术创作、产品设计等多个领域。随着技术发展, AIGC已日益成为内容创作和信息传播的重要工具。

数字化的计算力就是生产力, 当下在文本、图像、音频、视频、编程、多模态转译等领域均有人工智能的应用。在设计方面, 从开始的图形图像设计、抠图与放图制作、图表设计制作, 已经延展到平面媒体设计、造型艺术设计、三维立体设计、动态空间设计, 以及体验设计、服务设计等领域。2022—2024年Gartner技术曲线显示并预测: 到2026年, 全民化生成式AI&AI增强开发应用将增强加速多领域设计, 或发明人类未想到的新颖设计(见图1)。

AI从GAI-GDAI-AIGC-AGI (GenAI) 的进化

2022/2023年 Gartner 技术曲线
中AIGC的两个重要主题:
主题1: 发展/扩展沉浸式体验:
1. 元宇宙; 2. 数字人类; 3. 去中心化身份; 4. NFT; 5. Web3等。
主题2: 加速AIGC (AI Generated Content, 即内容生成人工智能):
1. 生成式设计人工智能(Generative Design AI); 2. AIGC识别;
3. ChatGPT; 4. 机器学习代码生成工具等。
主题3: 通用生成式人工智能
GAI(Generative AI): 强大的新兴技术。
Gartner预测到2025-2026年, 生成式人工智能将增强和加速许多领域的设计, 它还可能发明人类可能想不到的新设计。



图1 Gartner 新兴技术曲线图对AIGC技术的研判

AIGC对传统美术设计师的文具设计职业构成冲击。GAI成为热门新兴技术,预示“人人设计师”时代的到来。生成式设计人工智能结合生成设计方法论和AI技术,用于自动产生、优化和测试设计方案,替代多种设计任务。它基于参数和规则,模拟人类设计智能,提供多样化的设计选择和灵感,既能克服主观偏见,又能加速设计过程,以解决复杂问题。其对文具设计创新发展的影响如下:

1. 设计灵感与创意深化:AI技术深度剖析文具设计案例,为设计师注入新颖灵感,突破传统框架,创造独特设计。AI具备模仿、融合及创新设计风格的能力,助力设计师开辟独特路径(见图2)。



图2 AIGC设计灵感与创意的深化 (MuseAI生成)

2. 个性化定制服务优化:AI算法协助文具设计师精准预测消费者偏好,提供贴合需求的定制服务。消费者可参与设计,分析购买历史提升定制准确性,让消费者直接参与设计,自由挑选元素与样式,共塑个性化文具(见图3)。



图3 个性化定制服务 (Muse AI生成)

3. 设计效率提升:AI加速了设计方案的生成,文具设计师可快速获多个选项,减轻压力,降低成本。同时,AI制作原型,加速创意转化为实物。

4. 新材料与技术的探索:AI在材料科学与制造技术领域为文具设计师带来新机遇。AI助力探索新型材料,推动制造技术革新,结合先进技术,实现复杂精细文具设计,拓展设计边界(见图4)。

5. 市场分析与趋势预测精准化:AI帮助剖析市场数据与消费者行为,提供流行趋势洞察,帮助设计师创作出更符合市场需求的产品。AI还能预测模型、识别潜在问题,避免错误。

6. 虚拟与增强现实革新:VR/AR结合AI,使文具设计与购买体验沉浸化。消费者可试用并定制文具,提升购买信心。AR应用让消费者在生活环境中预览文具,增强了购物的个性化与沉浸感(见图5)。



图4 AIGC辅助制笔设计的新材料与技术的探索 (智谱清言生成)



图5 AIGC辅助制笔设计的虚拟与增强现实体验 (智谱清言生成)

AIGC在文具设计领域的优势显著——如便捷性,无需传统工具,口头描述即可设计;出图快,一键生成设计图,缩短周期;成本低,低成本生成大量设计图,部分免费;风格多样,模拟各种设计风格,激发创意;数据驱动,分析数据,提供灵感来源(见图6)。



图6 AIGC辅助设计笔的四大优势 (MuseAI生成)

当前AIGC+ID面临的主要问题包括设计目标与材料参数仍需人类设定，未全面考虑关键因素，细节表现有局限，需开发新一代集成工具。AI辅助设计和人机融合是发展方向。AIGC在电子文化产品设计中有应用，但面临同质化挑战和知识产权问题。解决方案包括提升AI创作的多样性、鼓励工具融合、建立伦理准则和法律法规、依赖技术进步与教育培训。对AIGC影响应持谨慎乐观态度，既不过度高估短期效应，也不低估长期潜力。总的来说，AIGC为设计师带来机遇，催生了新兴专业，逐步解放了设计劳动力和生产力。

展望未来，设计人工智能将加速发展，文具设计师虽不会被AI完全取代，但拒绝采用AIGC的设计师将面临被淘汰的风险。取代传统设计师的并非机器本身，而是那些能够人机融合、掌握先进技术的人。未来文具设计师的角色将更加多元化，包括设计创意的决策者、设计目标的设定者、设计任务的制定者、设计项目的沟通者、设计机器的管理者、设计服务的营销者、设计学习的指导者以及设计新潮的引导者。

文具设计师未来的发展方向包括具备卓越的设计思维与方案能力、精通设计机器及训练管理技术、提高商务沟通技巧、增强分析客户需求能力，以及培养个人魅力和客户关系的管理能力。

二、AIGC 生成式设计的新工具与新方法

(一) ChatGPT 及 DALL-E3

ChatGPT、OpenAI研发的聊天机器人，该技术通过理解和学习人类语言进行对话，根据上下文互动，完成多种任务如邮件撰写、视频脚本、文案等，使用时需完善角色、任务、要求和插件。AIGC技术使设计思维进一步表现、训练、延展和进化（见图7~图9）。

国外代表性工具：DALL-E3生成的设计与设计说明



图7 DALL-E3生成的文具盒 (Dall-E3生成)



图8 AIGC生成的儿童手表和诗歌形式的设计说明 (Dall-E3生成)



图9 AI概念笔效果图 (DALL-E3生成)

(二) NVIDIA-GET3D

在三维建模领域，英伟达GET3D是领先的三维生成

模型。该模型能直接为3D渲染引擎提供纹理网格，它结合了可微表面建模、可微渲染和3D生成对抗网络，从3D图像集合中训练等功能。GET3D可生成高质量的3D纹理网格，涵盖汽车、椅子、动物、摩托车、人类角色和建筑物，与之前的方法比较有显著提升(见图10)。

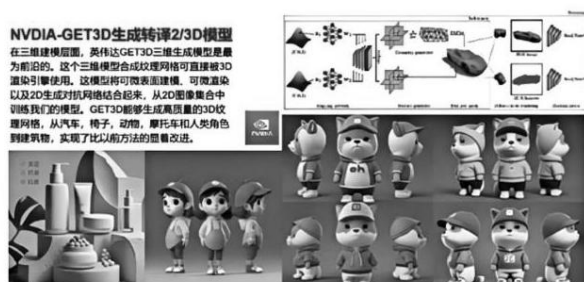


图10 NVIDIA-GET3D生成转译2/3D模型

(三) 智谱清言

智谱AI与清华大学KEG实验室开发的“智谱清言”(GLM3)，有PC端和手机端，界面纯中文，含对话、文档、代码选项，对话支持文字或图片，灵感丰富、内容全面，适配中国人。文档支持PDF上传，具文档提问、总结和翻译功能，能提升办公效率。绘画与文案写作时支持提示词和参考图片上传，可自动生成绘图任务及设计说明文案(见图11)。



图11 文具笔(智谱清言生成)

(四) MuseAI

MuseDAM是“特赞Tezign”开发的云端资产管理器，它支持灵感采集、素材管理、文件生成和团队协作，通过插件收集灵感，可视化并管理设计内容，广泛应用于艺术创作、工业设计等领域。它支持多渠道采集图片、视频、音频等素材，支持拖拽、收藏、截图等采集方式，并支持批量采集，过滤器和智能分组功能助力用户快速定位所需内容，高效保存多个素材到MuseDAM中(见图12)。



图12 MuseAI在文具产品设计中的应用(MuseAI生成)

(五) AIGC 辅助设计推荐工具链接

1. 国际设计/文案工具

<https://chat.openai.com/chat>
<https://openai.com/DALL-E3->
<https://gemini.google.com>
<https://claude.ai/login?returnTo=%F>

2. 国内设计/文案工具

智谱清言：www.chatglm.cn
 特赞：<https://musedam.cc/>
 讯飞星火：<https://xinghuo.xfyun.cn/>
 文心一言：<https://yiyan.baidu.com/welcome>
 通义万象：<https://tongyi.aliyun.com/wanxiang/>

三、AIGC 文具设计新设计思维与方法

(一) AIGC 辅助文具设计的提示词设计思维

AIGC生成式设计本身就是以创新为基调的创意思维工具性质,文具设计师应掌握AIGC的提示词创新思维方法,养成新思维的习惯,AIGC生成式设计构思中的思维活动的关键是培育提示词思维。提示词设计思维训练的任务是:传统设计思维主要是教会学生怎样看、怎样画、怎样设计,AIGC设计思维最重要的是要教会他们怎样想。AIGC技术使设计思维可以表现(如文生图)、可以训练(如自定义模型)、可以延展(如反复拓展)、可以进化(如未来概念实现)。

人工智能提示词思维(prompt)是一种利用自然语言来指导或激发人工智能思维模型完成特定任务的方法,也被称为“预训练-提示-预测”。提示词思维的核心思想是利用预训练模型已经学习到的大量知识和语言规律,通过设计合适的文本形式和内容,将下游任务的输入输出转化为预训练模型期望和擅长的形式,从而达到最佳的效果。

(二) AIGC 在文具产品研发设计中的工作流(以制笔设计为例)

(1)市场调研:分析市场需求,收集用户习惯和偏好,确保设计满足市场需求;(2)创意构思:利用AI工具生成创意,结合用户需求,提出创新设计点;(3)设计草图:根据AI数据和趋势,绘制初步设计草图;(4)数字建模:将草图转化为精确的三维数字模型;(5)材料选择:AI分析材料性能,推荐适合材料;(6)结构优化:AI模拟优化结构设计,确保耐用性和舒适度;(7)功能集成:集成AI技术,如智能感应、数据存储等;(8)原型制作:利用3D打印技术制作设计原型;(9)用户测试:收集用户反馈,迭代改进设计;(10)生产准备:准备生产工具和流程;(11)批量生产:应用AI技术进行质量控制和效率优化;(12)市场推广:利用AI分析市场数据,制定推广策略。

(三) 盲人智能笔设计思维案例(见图 13~ 图 14)

(1)效果图描述。AI笔外观现代简洁,金属材质,配触

摸屏或智能按钮,彰显高科技。顶端可替换,周围环绕光线或动态元素,展现未来感,强调智能高效。

(2)三视图描述。①俯视图:流线型设计,中心为笔体,周围有指示灯或按钮,笔尖略突出;②正视图:突出触摸屏或智能按钮,增加手写舒适度,设有斜面或突起;③侧视图:展示厚度、长度及笔尖细节,设可充电电池舱门和笔尖更换机制开启处。



图13 盲人智能笔多种设计方案 (MuseAI 生成)



图14 盲人智能笔设计方案的优化设计与设计说明 (MuseAI 生成)

(四) 某品牌金笔 × 某美院联名纪念笔 AIGC 生成式设计案例(见图 15~ 图 19)

文具设计师需精通AIGC提示词的创新方法,培养新思维习惯。AIGC生成式设计构思中,核心在于培育提示词思维,提示词设计思维训练目标是教导学生如何思考,而非仅限于观察、绘制和设计。训练提示词思维至关重要,运用AIGC工具能展现其更大潜能,锁定提示词是关键。

某品牌金笔与某美术学院合作推出百年校庆纪念金笔,设计融合双方标志与校徽,展现现代国潮美学。设计尊重双方品牌身份,结合传统与现代、力量与优雅、艺术

某品牌金笔设计的提示思维

AIGC生成式设计本身就是一种以创新的思维工具性质，文具设计师应掌握AIGC的提示思维创新方法，养成新思维的习惯。AIGC生成式设计结构中的思维活动的关键是提示思维。

提示思维的训练

提示思维是一种创意，一种思维，使用好AIGC工具，让AIGC发挥出更大的威力，提示思维是关键。

- 1.指令要清晰：即清晰地表达你想要什么，不要让AIGC猜你想要什么。
- 2.提供参考资料：命令模型时提供参考资料文本回答问题。
- 3.将复杂任务拆分为更简单的子任务：把它分解成多少的、简单的任务，这样更方便操作。
- 4.给AIGC工具时间“思考”：引导AIGC生成自己的答案，并明确地告诉模型，在得出结论之前，先按照基本原理进行推理，可能会得到更好的结果。
- 5.使用外部工具（如 输入、输出）：使用基于输入的搜索来实现高效的和知识性。
- 6.定期测试评估验证：这种做法可以验证模型输入的性能和效果，验证其准确性。

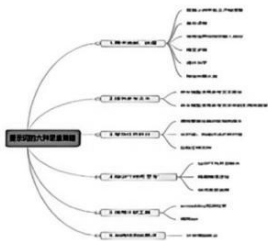


图15 ChatGPT的设计提示思维导图(以某品牌金笔×某美术学院品牌国潮风产品设计为例)

与学术。黑金色彩方案象征大学社区的活力、激情与和谐。标志与校徽布局彰显金属质感的自豪感，现代化造型与材料确保时尚与实用。国潮风元素的体现包括：融入龙凤图腾、云纹、波浪纹、古典花卉和剪纸艺术等中国传统图案；采用大红、墨黑、玉白等中国传统色彩；包装盒上文字采用仿宋体或楷书等传统中国书法字体，展现书法艺术之美；选用丝绸质感纸张或竹纤维材料，增强国风设计感；结构借鉴中国传统收纳盒或首饰盒造型，结合现代简洁线条，体现传统与现代美学；融入品牌故事或中国传统文化故事，如神话传说、历史典故，增加文化深度和吸引力。

某品牌金笔×某美术学院品牌国潮风产品设计提示思维导图



图16 某品牌金笔×某美术学院联名款百年校庆纪念金笔的设计思维导图(ChatGPT生成)



图17 某品牌金笔×某美术学院联名款百年校庆纪念金笔设计与包装盒的生成式设计(Dall-E3生成)



图18 某品牌金笔×某美术学院联名款百年校庆纪念金笔设计与包装盒的生成式设计(智谱清言生成)



图19 某品牌金笔×某美术学院联名款百年校庆纪念金笔设计与包装盒的生成式设计(MuseAI生成)

在人工智能生成内容(AIGC)时代，文具产品的创新开发是否仍需经历传统的创意构思、绘制效果图、建立模型、渲染、裁剪和打板等环节？事实上，诸如笔筒笔架、书插书架、笔盒挂件、书包背包、家具台灯等小型文具产品的设计工作已被人工智能技术所取代。然而，对于大型工业设计和装备设计等领域，建模工作依然不可或缺。尽管如此，AIGC技术确实为设计师在设计流程的各个阶段提供了加速和优化的可能性。

在智能创意与设计生成方面，设计师可以向AI指定特定的设计参数（包括颜色、风格、图案、场景、效果图、三视图等），AI进而能够生成数百个设计草图供设计师选择和进一步修改。在智能设计研究与流行趋势预测方面，AI能够通过分析海量的社交媒体数据、销售数据以及其他相关数据，预测未来的流行趋势。至于智能虚拟展示和体验则是让设计师利用建模和AI增强的虚拟现实技术，实现在虚拟环境中观察设计的服装在模特或真实人体上的呈现效果，并据此进行相应的调整。

国务院关于对外投资的规定

内容摘要：为了推进高水平对外开放，促进对外投资高质量发展，有效实施对外投资管理，保护投资者及其对外投资合法权益，维护国家主权、安全、发展利益，根据《中华人民共和国对外关系法》、《中华人民共和国对外贸易法》等法律，制定《国务院关于对外投资的规定》自 2026 年 7 月 1 日起施行。



关于组织开展 2026 年度市级绿色制造名单申报工作的通知

内容摘要：满足《宁波市星级绿色工厂评价办法》（甬经信绿制〔2024〕60 号）基本条件，且综合得分高于 85 分的三星级绿色工厂。可登录宁波市企业之家网政策服务板块（网址：<https://qyfw.jxj.ningbo.gov.cn/#/index/enter>，浙里办企业账号登录），根据要求填报申报表，并上传申报书等相关材料。申报截止于 7 月 23 日。



关于开展 2026 年度工程师（助理工程师）职务任职资格评审工作的通知

内容摘要：企业的专业技术人员中，现职从事工程技术、工程技术管理工作，且满足申报条件的，可以申报工程师（助理工程师）职务任职资格。申报人员登录“浙江省专业技术职务任职资格申报与评审管理服

务系统”（<http://zcps.rlsbt.zj.gov.cn>）进行申报。个人申报时间为 2026 年 6 月 25 日至 7 月 19 日，所在单位推荐截止时间为 7 月 31 日。



文创如何渗透进所有行业？

“所有行业都将是文创行业”，并不是一个浪漫的判断，而是正在发生的现实。就像水和电之于工业社会，文创思维，正在成为未来产业的基础设施。

谁能更早理解、布局并真正用好它，谁就更有可能，掌握价值增长的新引擎。

这并不是让所有企业都去做艺术品，而是一种更深层的转变——文化、情绪、叙事与体验，正在成为产品和服务的“基础配置”。

1 当“文创思维”开始破圈

日前我国非遗相关市场规模已突破1.1万亿元，年增速超过20%，文创消费呈现明显的全龄化、日常化、场景化趋势。如果回看近几年的产业变化，会发现一个共同点：

文创，早已不只存在于文化产业内部。它正在以“润物细无声”的方式，重塑多个看似不相关的行业。

从茅台推出吉祥物“小茅”，到新茶饮、新消费品牌强调视觉体系与文化叙事，产品本身正在承载情绪价值与身份表达。

再到风起洛阳至开封万岁山，游览本身即是一场持续发生的文化内容消费，演艺、空间、人物与文创产品相互联动，使景区从一次性打卡地，转变为可反复体验、可持续传播的文创场景。

看似分散的案例，背后却指向同一个事实：文创，正在成为各行业的通用能力。

2 为什么“文创+”成为必然？

文创的崛起，并非偶然，而是多重变化叠加的结果。

I. 消费逻辑的改变

从“买功能”，转向“买体验、买情绪、买认同”。一张卡牌、一个盲盒，背后是情感与社交价值。

II. 技术门槛的降低

AI、AIGC、AR/VR让创意表达不再专属于专业机构，个性化与沉浸式体验开始规模化出现。

III. 文化自信的增强

国潮兴起，本土文化成为品牌差异化的重要源泉。

IV. 产业升级的压力

当功能趋同，文化、设计与品牌叙事，成为突破内卷的关键变量。

3 未来的“文创+”，会走向哪里？

站在新的产业周期起点，文创的形态还将继续演进。

• 无边界融合将成为常态

“文旅+百业”持续扩展，与农业、体育、康养等深度交织，催生全新业态。

• AI 共创时代加速到来

每个人都可能成为创意生产者，用户从“消费者”转向“共创者”。

• 虚实融合的场景革命

文化体验不再局限于实体空间，虚拟与现实将持续叠加。

• 叙事与数据双轮驱动

文化故事与用户数据结合，推动品牌从“资源驱动”走向“数据驱动”。

当文创从“创意表达”走向“产业能力”，真正关键的不再只是灵感本身，而是创意如何被系统化地转化为产品、品牌与市场价值。（来源公众号：识具）

2026 年国内直播电商发展现状全景洞察与战略研判

2026 年，中国直播电商行业站在了一个关键的历史节点上。

1 市场规模与增长态势 6 万亿底座之上的结构性换挡

(1) 总体规模突破 6 万亿，增速换挡但动能充沛

2026 年，中国直播电商行业交出了一份“稳中求进”的成绩单。根据《中国直播电商发展报告（2026）》披露的核心数据，2025 年中国直播电商交易规模已成功突破 6 万亿元大关，同比增长 20%。尽管这一增速相较于 2023 年及以前超 40% 的爆发式增长有所放缓，但这恰恰标志着行业正式告别“跑马圈地”的青春期，步入“精耕细作”的成熟期。

更为关键的是，行业增长动能依然充沛。报告预测，2027 年市场规模将突破 9 万亿元，2024 至 2027 年的复合年增长率（CAGR）预估将达 16.8%。这意味着，在未来两年内，行业仍将保持双位数的中高速增长，绝对增量空间巨大。

(2) 在消费大盘中的核心地位，线上增长的主引擎

直播电商已从电商的“补充渠道”跃升为“核心引擎”。以年度最大促销节点“双 11”为例，2023 至 2025 年间，直播电商成交额从 4480 亿元增长至 7250 亿元，CAGR 高达 27.3%。2025 年，直播电商成交额增速（37.1%）远超全网成交总额增速（12.6%），直播电商成交额占全网累计成交额的比重已达 44.7%。这一数据具有极强的指导意义：直播不再是“可选项”，而是“必选项”；不再是“清库存的渠道”，而是“品牌建设与销售增长的主阵地”。

2 用户行为与消费心理 从“冲动剁手”到“理性信任”

(1) 用户规模与渗透率，全民直播购物时代到来

直播电商的用户基本盘已极其庞大。数据显示，直播电商用户规模已从 2020 年的 3.9 亿人快速增长至 2025 年的 6.6 亿人，用户渗透率高达 58.7%。而根据最新消费者满意度调查报告，超过 99% 的网民都有过直播购物经历，其中近八成（76.19%）的消费者每月数次在直播间下单。

在用户画像上，18 至 45 岁的中青年群体是绝对主力，占比接近九成，其中企业职员、机关事业单位人员等在职人群是消费的中坚力量。值得关注的是，Z 世代与银发族正成为两大极具潜力的增长极，前者追求“兴趣驱动”与“情绪价值”，后者则看重直观体验与信任背书。

(2) 消费决策因子巨变，信任权重首超价格

2026 年消费者最显著的变化，是决策逻辑的根本性重塑。在决策因子排名中，“主播专业性和可信度”已跃升为第三大因素，其权重超过了“互动氛围”和“促销形式”。

消费者变得更“聪明”了，他们不再轻易被“321 上链接”的情绪煽动，而是更看重主播是否靠谱、是否专业、是否瞎吹。消费者心态变化的另一面，是对虚假宣传的零容忍。调查显示，49.27% 的消费者认为“假冒伪劣或以次充好”是最大问题，35.8% 的人遭遇过虚假宣传或夸大功效。这意味着：必须从“叫卖型主播”向“顾问型主播”转型，专业度和诚信度将是 2026 年留存用户的核心资产。

3 监管政策 从“灰色地带”到“阳光地带”

(1) 《直播电商监督管理办法》正式实施：划清红线

2026年2月1日，市场监管总局联合国家网信办制定的《直播电商监督管理办法》正式施行，这是行业里程碑式的事件。该办法直击直播电商“责任主体多元、责任界限模糊”的死穴，构建了覆盖平台、直播间运营者、主播、MCN机构的全链条责任体系。

- 压实平台责任：要求平台建立“先行赔付”和“首问负责”制度。简单说，消费者在直播间买到问题商品，平台不能当甩手掌柜，谁开的门谁负责。

- 引入流量管控手段：监管部门可将违规直播间信息通报平台，平台有权采取限流、暂停直播、列入黑名单等处置措施。这对以流量为核心资产的MCN机构而言，威慑力远超传统罚款。

- 规范AI数字人：要求AI虚拟主播必须进行显著标识，保障消费者知情权，杜绝“假明星带货”等乱象。

(2) 治理成效初显：消费者信心回升

调查数据显示，83.63%的消费者对平台的“先行赔付”制度有信心，80.51%的人认为平台治理“比较有成效”。同时，61.42%的消费者“经常看到”直播间公示商家营业执照、主播身份等信息。当然，仍有近20%的消费者持观望态度，认为公示信息不够显眼、平台处理效率有待提升。这提醒我们，合规不是“做完”，而是要“做好”。

(3) 反内卷政策出台：告别低价厮杀

2026年6月，工信部等七部门联合印发《促进平台经济大中小企业协同发展行动方案（2026—2028年）》，明确提出规范“内卷式”竞争，净化直播电商等行业生态。

同时，《互联网平台价格行为规则》已明确禁止平台强制要求“全网最低价”，将其列为新型垄断风险。

这对长期被困在“低价螺旋”中的产业带商家是重大利好。竞争维度将从单一的价格战，被迫转向产品力、品牌力和服务力的综合比拼。

4 技术变革 AI全面接管直播间从“人海战术”到“人机协同”

(1) 数字人直播从“能用”到“好用”

2026年618期间，AI数字人不再是“念稿机器”，而是具备了经营能力。以京东数字人JoyStreamer为例，其已服务超7万个商家，2026年一季度开播量同比激增10倍。今年618开场仅4小时，京东数字人带货成交额就突破了7000万元。标志着数字人直播已经从“替代人力”进化到“创造价值”阶段。

(2) AI赋能全链路，大幅提升人效

AI的价值远不止于“虚拟主播”。头部MCN机构遥望科技的实践展示了AI对行业效率的革命性提升：

- 直播前：AI应用于选品推荐、品控质检，选品周期从7至10天缩短至1至2天，商品信息整理效率提升70%。

- 直播中：AI实时场控、弹幕互动分析、智能投流，投流运营工作量减少80%。

- 直播后：AI自动完成复盘、切片分发、舆情监测、财务结算，复盘周期从3天缩短至4小时，人效提升50%。

(3) 超头主播与AI的分工：效率与信任并行

值得注意的是，头部大主播对AI的运用更为克制且精准。这给行业一个重要启示：AI负责提效，人负责信任。两者缺一不可。

5 商业模式与竞争格局 从“去中心化”到“多极化”

(1) 超头地位松动，品牌自播与中腰部崛起

2026 年的竞争格局最显著特征是“去中心化”乃至“多极化”。平台在有意无意地降低对单一超头主播的依赖，将流量向品牌店播和中腰部达人倾斜。

抖音数据显示，2026 年 618 大促前三日，粉丝量低于 100 万的中小达人贡献了达人带货总成交额的近 80%。与此同时，品牌方的诉求也在变化。遥望科技观察到，品牌需求正从“单场 GMV 爆发”转向“短期增长加长期资产沉淀”。越来越多的品牌意识到，与其烧钱请超头冲单场销量，不如通过中小主播矩阵和自播间构建稳定的日销体系和品牌私域资产。

(2) 消费理性化，倒逼行业回归“价值”

埃森哲调研数据显示，主播推荐和明星代言的影响力较 2021 年分别下降了 3 个百分点和 4 个百分点；而产品力、价格力、营销方式等影响消费者尝试新品牌的因素明显增强。消费者进直播间第一件事不再是听主播喊“家人们”，而是先去货架搜索同款日常价格进行比价。只要产品过硬、价格合理，即使没有超头加持，品牌自播间同样能获得增长。

(3) 上海样本的启示，生态完整性决定竞争力

2026 年的竞争，是“供应链效率+内容创造力+用户运营深度”的复合竞争。报告特别提到了“上海样本”：抖音电商、小红书、哔哩哔哩、拼多多等头部平台集聚，知名品牌与长三角制造业集群联动，直播电商零售额连续四年位居全国城市首位。其竞争力核心在于生态的完整性——平台、品牌、人才、技术、政策形成高效协同的闭环。

6 存在的“灰犀牛”问题与风险不容回避

(1) “货不对板”仍是最大顽疾

调查显示，仅 51.35% 的消费者对“商品描述与实际收到商品的一致性”表示非常满意，比例在七个满意度指标中垫底。近一半的消费者觉得“假冒伪劣或以次充好”是直播购物最大的痛点。

(2) 维权难依然存在

62.39% 的人遭遇过“各方责任不清，互相推诿”，43.21% 的人觉得“证据固定难”。虽然新规已出，但落地到每一次消费纠纷中，依然存在“最后一公里”的梗阻。

(3) 虚假宣传屡禁不止

体验调查中，“吹牛不上税”的行为正在透支整个行业的公信力。

7 总结与前瞻

站在 2026 年中，回望过去，直播电商已是消费主渠道；展望未来，前路依然充满结构性机会。

(1) 立即拥抱 AI，但别丢了“人味儿”。AI 选品、AI 投流、AI 复盘是 2026 年的标配能力，能极大降本增效。但消费者的信任最终锚定在“专业、靠谱、有温度”的主播身上。

(2) 从“价格战”转向“信任战”。随着反内卷政策落地和消费者理性回归，单纯依赖低价的时代结束了。应充分发挥“质价比”优势，用过硬的产品力和真实的直播内容建立用户信任壁垒。

(3) 合规是底线，更是护城河。《直播电商监督管理办法》不是束缚，而是对合规经营者的保护。尽快建立选品 SOP、售后先行赔付机制、直播内容存证制度（自动保存不少于三年），将合规成本转化为品牌资产。

(4) 重视全域经营，构建私域护城河。公域流量越来越贵，必须通过直播引流至私域进行精细化运营，实现“公域扩盘，私域收割”的双轮驱动。（来源公众号：广东省直播电商产业联盟）