

这家回答“总理之问”的单项冠军 正向自主品牌进军！

记者 严瑾

2015年，李克强总理在出席达沃斯论坛期间感叹：“中国何时才能制造出和德国一样的好笔？”一年后，国内制笔业龙头企业——宁波贝发集团用行动回答了“总理之问”，其自主研发的“元首笔”在杭州G20峰会亮相，彰显了“中国制造”的力量。

时隔五年，贝发集团的雄心壮志，早已不止步于“一支笔”，更要打通产业链、打造综合体，向国内外市场递出自主品牌Vanch的名片。12月25日，东南商报“寻找宁波最具代表性新国货”评选活动走进贝发，和30位粉丝一起领略“文器库”的魅力。



2020年12月25日，东南汇会员在贝发参观。

制造好产品的“硬实力”

走进贝发集团的展厅，一件黑色的样品箱映入观众眼帘。公司产品文化总监安江介绍道，它正是公司发展史上“第一桶金”的开端——

“早在1994年，贝发的总经理邱智铭就是带着它单枪匹马闯荡广交会，坚持数天数夜，终于从一位中东客商手中带回第一笔订单。现在，中国每出口100支笔，就有16.5只是贝发制造，包括沃尔玛在内的世界500强企业中，就有40多家是我们的客户。”

在中国的制笔行业，笔头和油墨的生产技术工艺，曾是“卡脖子”的软肋。2011年，贝发牵头“十二五”国家科技支撑计划项目，历时3年攻克核心技术难题。回望这段“铸国之重器”的历程，参观者们不禁“一阵自豪感涌上心头”。

如今的贝发，并没有沉醉于昨日之辉煌，而是开启面向明天的布局。安江相信，随着市场需求的变化，未来谁能在相同价格的情况下，提供“颜值更高、质量更好”的商品，谁就能夺得消费者的青睐。为此，公司开启了新一轮的转型升级：

“我们引入柔性生产、数字仿真技术，希望在控制生产成本的同时，用最快的速度形成定制化的响应；还专门引入咨询公司，让物流体系更适应C端配送的需求。再比如，最近动画电影《哪吒》《姜子牙》非常火爆，我们拿到了它们的文具IP授权……”

这种于变局中勇开新局的精神，为公司创下疫情期间逆势上扬的佳绩。今年前三季度，贝发集团销售收入同比增幅超过100%，以12.3亿元的进出口额跻身全市外贸第69位。

整合供应链的“软实力”

在“做好一支笔”之余，贝发还在把自身打造为平台，成为全国文创行业中，第一家创建文创产业创新服务综合体的企业，一边打通国内上下游供应商，一边让热爱文创的消费者加入到社群之中。这正是公司打造Vanch“文器库”背后的理念。

“比如，浙江武义有一家专注生产白板的工厂，我们把制造的经验告诉他们、帮他们做担保以扩充生产线。加入我们的供应链后，公司在3-4年内销售额增长了数倍，这就是发挥龙头效应、带动中小企业抱团生产的例子，而我们能整合的类似资源还有数百家。”

贝发2000平方米的样品间，令参观者们深切感受到公司强大的供应链整合能力。这里有数以万计的SKU，集结文创、音响、玩具、防护服、复学包等4000个品类。小清新的马卡龙色调、接地气的“宁波小知”周边、迷你的“网红”电熨斗……让几位参观者们高呼：“能否现场开放零售？”“是否有加盟开店的机会？”

在强烈的呼声下，公司临时放开了购买通道，一位看中硅胶卡通笔的女士立刻扫码下单。“Vanch的实体店已经遍布宁波东鼓道、鄞州万达、北仑银泰城等地，还把拓市范围延伸到河南，成为会员能在小程序里直接购买。”安江介绍道。

同时，公司“培养员工主人翁意识”的管理理念，也令参观者印象深刻。今年的疫情为经济带来冲击，而贝发以“全员营销”的方式，鼓励每一位流水线的员工发掘生意线索，通过绩效奖励调动大家的积极性。

粉丝留言板：

@阿敏：

作为一个土生土长的宁波人，我在2000年左右做外贸时就多次路过北仑，知道它在行业里的江湖地位，但从未认真地走近它、了解它。通过这次机会，看到贝发从一家单一制笔的企业，成长为中国制造的代表，深感背后的来之不易。

多年来，它沉下心来专注实业，在外贸领域挖掘到第一桶金后，选择把优质产品带给国内市场，更是一件回馈社会的好事。它的“全员营销”理念，意味着每一个员工都能用自己的力量为公司赋能，有助于培养员工的归属感和获得感。

@Miss Ye：

宁波有许多优秀的制造企业，但过去它们大多把眼光放在外销市场。如今，它们终于注意到国内市场的兴起，并开启自主品牌之路，贝发就是其中之一。作为热爱办公用品、时尚文创的消费者，我期盼能有更多类似的企业做内销转型，为我们带来多元的购买选择。

@William：

在我目前走过的几家工厂中，贝发是最时尚、最贴近消费者的企业之一。尽管是很小一支笔，却也做到细分领域的龙头，在疫情下同比翻倍增长，非常难能可贵。希望宁波有更多的传统企业能够向贝发看齐，让“新国货”走进大众视野。