

# 规模再创历史新高 第18届宁波文具闭幕 宁波文具业寻觅新商机

记者 谢斌

## 核心提示

由宁波市人民政府主办，中国国际贸易促进委员会宁波市委员会和宁海县人民政府等承办的第18届宁波文具展暨宁波杂货展于4月17日完美收官。据承办方统计，3天时间里，共吸引了近3万名专业观众参展。

## 展商规模再创纪录

今年文具展双展齐发，为外贸企业及制造企业搭建了洽谈与合作的平台，吸引近1600家参展商参展，在规模上再创纪录，领先亚太同行业展览会。展会启用宁波国际会展中心全部展馆（1-8号馆），面积达51700平方米，设展位2415个。其中，境内参展商分别来自浙江、广东、江苏、上海等18个省市，境外参展商来自德国、美国等国家。参展展品从传统的学生文具及办公用品延伸到家居用品、礼品杂货，覆盖办公、学习、艺术、生活4大领域。

作为长三角极具盛名的文具展，本届展会既有来自温州、宁海、分水、庆元、武义、义乌等主要产业集群的团组；也有如新秀丽、格力、康大等首次亮相的行业龙头；更有贝发、秀比斯壮、昌隆、可奇、青岛亚坦、肇庆斯塔、天好笔业、天虹文具、上海樱晨、杭州品目、凯俐画材、金丝猴等展会的“老朋友”。

数据显示，本次参展企业中，产品涵盖办公用品的有近400家；礼品杂货、书写工具、纸品本册、学生及教学用品的近300家；美术画材、益智及DIY的超100家；办公生活、文创及授权、设备及配件的有近百家；已登记的买家超过25000名，涵盖海外采购代理、外贸公司、OEM/ODM品牌商、内贸渠道商、跨境电商/电商、生活馆、集团采购商、终端零售商等，再创历史记录。

“在全产业链呈现的基础上，每一细分类目的产品都有相当多的同类企业参展，大家同台‘竞技’，买家选择对比、企业交流学习空间更大，创意产品、首发新品、核心科技也将无处不在。”承办方相关负责人说，随着各地区专业采购团组不断逐年增加，预示着宁波文具展暨杂货展形成的贸易带动，已不局限于宁波周边，而是面向更广阔的国内市场。展会提升外贸的作用在强化提升，助推内贸发展的价值也正在同步释放。

针对后疫情时代市场特点，除了传统外贸公司渠道外，本届展会还云集了eBay、亚马逊、敦煌网等知名跨境电商平台，以及来自东南亚、欧洲、中东等境外客商，有了他们的保障，企业走出去的道路依然畅通。

## 后疫情时代寻觅新商机

展商数量多、展品品类丰富、买家覆盖渠道广且数量多，展会期间人流涌动、各展位洽谈交流火热，展商对展会成效的给予高度肯定与赞赏。

“今年首次参展，我们与来自国内的几十名采购商进行了交流，彼此留下了联系方式，计划展后深入洽谈。”以往以介绍箱包为主的董磊今年介绍起书包也显得“熟门熟路”。作为新秀丽现代渠道营销总监，董磊表示，今年展会人流非常畅旺，参展效果不错，对提升公司品牌起到了很大的帮助。

作为“老朋友”，以造型笔出名的可奇，今年在展会上推出了速干走珠笔。“对于学生来说，不少人都遇到过在写试卷或写作业时不小心把字迹擦花的情况，不仅影响卷面或作业整洁，还把手弄得黑乎乎的。这种笔的特点就是速干，彻底和小黑手说拜拜。”可奇外贸连锁总监魏绣文告诉记者，本届展会可以帮助可奇获得更多接触潜在客户的机会，造型笔是可奇的重要品类，展会让公司更有针对性地把握市场风向、获取资讯。

在宁波本土文具“龙头”贝发展位上，不少新品吸引了不少采购商驻足。“N9名鼎系列笔头为四方鼎造型，中圈采用铭文；书卷系列外形呈书卷状，笔尖轻翘，方便书写，每款钢笔的笔尖均有不同的暗纹。”贝发相关负责人说，参展收获了很多新老朋友对品牌建设和渠道上的一些真知灼见，公司也能从中看到市场焕发出的新生机。

作为全球一站式专业美术用品集团，康大已深耕美术行业30年，首次参展，康大就带来了十余种重磅新品。“这是我们新推出的造型蜡笔，小朋友可以直接把握，还不会弄脏小手。”现场工作人员表示，从展会上不难看出各家都在铆足干劲拼设计、拼原创，这也更加坚定了康大自主设计研发的信心。

值得注意的是，疫情影响下，外贸采购更集中于外贸公司和跨境电商，本届展会特针对时下市场特点举办主题论坛。采购商李女士坦言，“课题内容贴合发展需要，可操作性强。不管是展商还是观众，都能各取所需，现场听后十分受用。而且主办方竭力邀请专业观众，大家在一个平台上，交流、学习，让资源的价值最大化发挥，这种机会太珍贵了。”

