

“中国文具之都”转型发展，路在何方？

记者 冯瑄 单玉紫枫

“你看，做了十多年的贴牌，一直是我们找外商，现在不一样了，他们都愿意主动找上门来了。”本周三，在宁波召开的第16届中国国际文具礼品博览会上，慈溪市秀比斯壮文具制造有限公司董事长韩建跃又迎来了他的老朋友——一名日本客商前来洽谈有关马克笔的合作事宜。展位旁，该公司的一位销售人员刚刚与三位中东欧客商谈妥了三种型号水彩的合作订单。

“我们要做大做强，就是要打造自主品牌，打破国外对部分文具产品的垄断。”韩建跃的感慨道出了宁波广大文具企业家的心声。

十多年来，我国文具产业完成了从贴牌到创牌、单一制造到产业链的延伸和完善，市场规模达到万亿级。文具产业是宁波工业发展的重要传统产业之一，在宁波经济快速发展的过程中扮演了重要角色。据不完全统计，作为“中国文具之都”，宁波文具制造业在国内占比达到33%，在国际市场达到25%。

新时代站在高质量发展的新航道上，“中国文具之都”宁波如何巩固、提升，有效转型升级，是行业发展的关键之举。

品牌是王道 技术创新直击痛点

经过十多年的发展，宁波的文具行业已经从传统手工操作向智能制造转变，由贴牌生产向自创品牌转变，创新、时尚、绿色、高端的文具新品层出不穷。目前宁波拥有全国最大的办公文具、美术用具、教学用品等制造企业，制笔、本册印刷等产量长期居全国首位。培育了一批得力、广博、贝发、康大美术等龙头企业，企业核心技术和品牌优势居国内行业前列。

成绩背后，宁波文具行业协会常务理事汪勇也坦言，宁波文具行业中不少“中小微”企业的创新能力、品牌意识、商业模式有待进一步提高与改变，产品同质化现象一定程度上还存在，“这些都是行业面临的痛点”。

针对痛点，文具业究竟该何去何从？“只有坚持创新，持续提升品牌竞争力，才能实现高质量的发展。”市文具行业协会会长、贝发集团董事长邱智铭表示，面对痛点，贝发从品牌建设入手，持续强化产品创新，摒弃量大、利微、质低的产品，经营策略从以量取胜转为以质取胜——即“精品战略”。“平均每三天研发一个新产品，申请专利2000多项，贝发制造实现从量到质的飞跃。”

不久前，贝发集团获得科技部有关“制笔行业关键材料及制备技术研发与产业化”国家科技支撑计划重点项目的首批科研经费支持1000多万元。贝发将与宁波和全国的企业、科研单位一起承担打破中国文具业“圆珠笔现象”的重任。



本届文博会上外商与宁波文具企业进行洽谈。(冯瑄 单玉紫枫 摄)

另一家行业龙头，以生产办公用品为主的得力集团正逐步利用互联网+，将新产品与智能化绑定，铺设高质量发展“快车道”。该集团办公用品市场部主管介绍，得力投入数亿元自主研发智能打印机，并于去年年底在北京召开了此项新品发布会，但得力并未立刻把新品投放市场，而是用了近半年时间进行各项检验，本月起，得力制造的三十多款打印机开始陆续上市，“今后这款打印机可以直接借助手机让‘打印更为安全和保密’”。

“通过技术创新，打破西方品牌在相关领域的垄断”，得力的努力，更让其新近成为联合国机构长期供应商。这意味着，得力已成功跻身与联合国机构合作的办公文具综合供应商行列，成为完全凭借自主品牌力量，走进国际公共采购领域的中国民族企业。

走访中记者也了解到，除了行业龙头，不少做贴牌的宁波企业正开足马力，走上创牌之路。韩建跃的企业是中国第一家做白板笔的企业，十多年来给欧美国家做贴牌生产。三年前，韩建跃开始实施差异化发展战略，瞄准国内专业人群，自主研发生产专业级绘画颜料。“我们第一年研发投入1000多万元，销售额只有100万元，去年达到了1000万元，今年销售额将达到3000万元，可以盈利了！”

传统产业如能突破传统发展思路、借力国内外优质创新资源、整合产业上下游各方优势，“以大带小”抱团发展，必能提升产业创新实力，实现突破性发展。

文具产业是宁波“246”万亿级产业集群培育工程的重要组成部分，宁波要大力扶持建设文创产业创新工程服务综合体，依托龙头企业的全球产业生态供应链，统筹文化创意创新、技术创新、产品创新、业态创新、组织创新和商业模式创新，从产业链源头到销售末端，从最初的创意设计、创业孵化到最终的市场营销、品牌经营，在公共平台打造相对应的完整服务链。

值得一提的是，协会正积极通过龙头企业的带动，发挥文具协会中小企业服务平台作用，引导中小企业合力创品牌，成功打造了“那一年”“优和”“登峰铅笔”“布兰迪”“听雨轩”等优秀自创品牌。

文具到文创 重塑行业新优势

最近《都挺好》成为热剧。热度背后，商机涌现——

“一开播，剧组就主动找到我们，希望推出联名款商务文具。”广博集团营销负责人林晓帆指着某文具套装说，这就是广博旗下的商务文具品牌fizz 和“都挺好”联名推出的伴手礼，配合剧情里的大女主人设，主打简洁时尚商务风，包含了一个记事本、中性笔、和风胶带以及一枚圆照纪念徽章。目前产品已经在京东等电商平台同步上线，反响不错。

而此前不久，广博的产品更是借助文创力量，在刚刚播完的热剧《知否知否应是绿肥红瘦》（下称《知否知否》）中火了一把。“这款日程本上线一分钟，就在天猫店卖出了600本！一小时内，5000本备货全部预售完，我们紧急通知工厂，加订2万本。”这个“抢货”速度，甚至“吓”到了设计师本人。据介绍，《知否知否》与广博的文创品牌Kinbor联名推出的手账，封面采用中国风传统绸缎布面刺绣，还附赠一枚古风的书签，直指追随受众和粉丝群体。

去年9月，在马云举办的淘宝造物节上，Kinbor作为唯一的综合文具店铺受邀参展。林晓帆坦言，《知否知否》衍生品在消费端的大获成功，让企业第一次正视了IP授权、品牌变现的巨大市场。去年，广博旗下的文具板块销售额同比增长了50%。目前，3月虽然还没结束，但数据显示，今年一季度延续了50%以上的增长。如今，广博已不满足于影视IP圈，开始跨界到二次元圈层。广博已与网易的手游《阴阳师》签约，准备推出联名文创。

从文具到文创，当前越来越多的文具企业正通过与文创端的跨界合作，在更大程度上赋能品牌和销售。

诸如，在影视IP、游戏IP的基础上，宁波文具企业瞄准了近年来的博物馆热。选取国宝文物、艺术藏品的标志性元素，用现代载体加以呈现，让传统的文具有了全新的活力。去年10月，得力集团携手颐和园，在京东推出的“得力+颐和园联名钢笔套装”“得力+颐和园联名手账套装”，就将颐和园的经典阁楼、山水等标志性元素，

融入手账本、纸胶带、中性笔、钢笔中，让整个套装充满中国古典风，令人眼前一亮。

数据显示，去年，我国文具行业IP产品销售规模达到了950亿元，同比增长50%以上。市贸促会相关负责人表示，随着市场认知度越来越高，IP商业运作模式也将越来越成熟。IP通过品牌授权，与文创产业研发设计端直接对接，实现IP与品牌的良性互动，进一步刺激消费端，实现双方互利共赢。

整合供应链 “以大带小”抱团发展

文具业如何向产业链高端迈

进？在汪勇看来，今年，受用工成本、原材料价格上涨及中美贸易摩擦影响，文具行业要通过加强资源整合、协同创新，实现抱团发展。

记者了解到，目前仍有部分中小文具企业没有专业的研发设计、市场推广、渠道建设、品牌运营团队，也没有足够的资金投入在生产之外的其他产业链上。得力通过强大的供应链整合能力，投资2.02亿元自建“办公用品供应链电子商务平台”，为企业及客户提供一站式办公用品线上交易撮合服务。目前该平台已整合14大类、620小类产品，共计6万余件单品，涉及得力、奥克斯、雅戈尔等国内外知名品牌，有效促进供应链上下游企业之间的交流与合作，大幅降低了上下游企业的交易成本。

无独有偶。贝发打造的“中国文具供应链运营服务平台”也让众多中小文具企业分享贝发集团现有的品牌、技术、管理和渠道等资源，在资源共享的基础上实现行业大合作，共同提升核心竞争力，增加产品利润。

该集团为上下游的供应链文具企业提供研发设计、开模铸造、产品检测、品牌提升等服务，协助一些自身设计研发能力不足的企业进行创意设计，仅2018年平台就服务中小企业288家。慈溪双爱制笔有限公司原来年销售额不到2000万元，与贝发合作两年间，年销售额增至6000万元。

“传统产业如能突破传统发展思路、借力国内外优质创新资源、整合产业上下游各方优势，‘以大带小’抱团发展，必能提升产业创新实力，实现突破性发展。”市经信局相关负责人表示，文具产业是宁波“246”万亿级产业集群培育工程的重要组成部分，宁波要大力扶持建设文创产业创新服务综合体，依托龙头企业的全球产业生态供应链，统筹文化创意创新、技术创新、产品创新、业态创新、组织创新和商业模式创新，从产业链源头到销售末端，从最初的创意设计、创业孵化到最终的市场营销、品牌经营，在公共平台打造相对应的完整服务链。

相关业内专家也表示，“文创产业创新服务综合体的建设，将进一步加速创意设计、科研创新等资源的集聚与共享，加大科技创新投入，扩大产业服务覆盖面，促进全产业链整体转型升级，推动价值链高端化。”

開放

新闻链接

推动制造业高质量发展 要在四个关键环节下功夫

从2010年起，我国就成为全球第一制造大国，但也要看到，我国还不是制造强国，面临着发达国家愈发明显的制约，以及发展中国家的低成本竞争挑战，传统的规模扩张、低质量增长道路已经难以为继，必须坚持创新驱动，以优胜劣汰提高效率，推动高质量发展。推动制造业高质量发展，需在四个关键环节下足功夫。

第一，打造奖优罚劣的市场机制，创造有利于高质量发展的外部环境。市场经济的核心在于以最有效率的方式提供人们所需的各种物品，而最有效率的方式就是竞争。应在明晰规则和监管的情况下，充分发挥市场的力量，让优秀者脱颖而出，让竞争促进优胜劣汰，促进企业不断进步。推进企业优胜劣汰，要加强监管和服务，特别是尽快完善企业诚信体系建设，加大对企业产品质量抽查的力度，并充分利用信息技术，让上下游和消费者能够便捷获取企业产品质量等相关信息；要完善市场环境，加大市场监管力度，打击假冒伪劣产品，尤其是要加强对电商等新兴商业领域的监管，保护消费者权益。

第二，支持研发创新，掌握核心技术。研发创新需要产、学、研、用各方发挥合力，其中企业是研发的主体，但政府的作用尤其重要。要增强制造业技术创新能力，构建开放、协同、高效的共性技术研发平台，健全以需求为导向、以企业为主体的产学研一体化创新机制。特别是要抓紧布局国家实验室，加大对中小企业创新的支持力度。

第三，鼓励数字化智能化改造，促进技术升级。目前，世界各国新一代智能制造技术发展迅速，随着信息技术和智能机器人成本不断降低，这些信息化、数字化和智能化技术，可以显著提高企业生产效率，降低生产成本，提高竞争力。应该看到，数字化智能化改造需要大量的资金投入和系统解决方案的完善，政府对此需提供有力的系统化的政策支持。

第四，降低实体经济成本。我国企业发展水平参差不齐，不少企业面临非常严峻的国际竞争，而制造业实现转型升级和高质量发展不可能一蹴而就，尤其是传统产业升级需要脚踏实地、认真真地做精做专。近年来，我国在劳动力、环保、质量和安全等方面的成本上升很快，不少企业受此影响无力参与国际竞争。国际市场一旦失去就很难再拿回来，因此，当前需要着力减税降费，多方面降低企业负担，让企业先保住市场份额，再进一步转型升级，提升自身竞争力。

(根据《经济日报》整理)



宁波文具企业借助文创力量赋能品牌和销售。(单玉紫枫 冯瑄 摄)