



目录

2021年第3期（总第63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

名誉副主编：徐燕、许观良

主编：汪勇、叶志刚、杨志超

副主编：俞勇锋、韩薇、闵芳、阮桑

彩页设计：陈启德

地址：宁波市江东北路 375 号和丰创意

广场丰庭楼 14 楼

联系电话：0574-56786777、87123208

邮政编码：315042

E-mail: wenjuxiehui@163.com

网 址：www.cnnbsa.com

发行：《中国文具之都》编辑部

发送对象：会员企业、相关协会、
政府相关部门

印刷单位：宁波宏景印刷有限公司

印刷数量：400

印刷日期：2021 年 10 月

协会动态

- 我市文具产业集群荣获全国轻工业先进产业集群.....1
- 展文创设计风采，铸宁波文具精品——协会举办文创设计赋能系列活动.....1
- 标准品牌赋能，产业质量提升——协会举办标准品牌赋能系列活动.....2
- 深化交流合作，助力拓链强链——协会组织推进企业交流合作活动.....3
- 抖音零售新格局 助推行业新发展——协会举办宁波文具行业抖音电商实训营.....4
- 协会传统活动日——企业家“健康日”活动陆续开展.....5
- “千名科技专家进千企”科技服务行动进行时.....6

行业交流

- 中国文教体育用品协会调研侧记.....7
- 中国制笔协会走访调研山东、东北制笔企业.....8

预警专栏

- 美国 ITC 发布对墨盒及其组件(II)的 337 部分终裁 10
- 越南对涉中国桌椅及配件启动反倾销立案调查.....10
- 乌克兰对进口 PVC 型材启动保障措施立案调查.....10
- 乌干达修订文件夹和纸夹的要求、取样和测试方法草案.....11

文具科普知识专栏

圆珠笔制造主要原材料之 HPb59-1 铅黄铜	12
童年回忆：会变色的水彩笔是用了什么“魔法”？	13

企业风采

文具企业荣获十三五先进等多项殊荣	14
自主开发设备的能力决定制造企业未来的发展高度——康大集团 2021 年年中工作总结会议成功召开	15
聚力同行 得力集团 2021 伙伴经销商大会盛大召开	16
贝发讲堂 新格局下民营企业的数字化转型及卓越运营	17
广博集团 2021 半年度经济工作会议顺利召开	18
宁波财政部、银保监局、经信局莅临美博集团调研指导	19
数字驱动·智能运营——记学泰运营管理体系分享	20

你点我讲

如何通过标准化建设促进企业品牌提升	22
-------------------	----

政策法规

2021 年度宁波市企业自主开展项目制培训资助	24
2021 年度第二批北仑区（开发区）引智创业项目扶持	24
宁波市鄞州区“中国制造”单项奖励资金使用管理办法	25

八面来风

开学季带火文具行业！2021 年中国文具行业发展现状分析	26
食链全环境综合服务平台及功能权限简介	28

品牌指导服务站

涉外定牌加工与商标侵权——以最高人民法院司法判例为视角	32
-----------------------------	----

协会动态

我市文具产业集群荣获全国轻工业先进产业集群

9月25日，全国轻工业科技创新与产业发展大会在北京召开。我市文具产业集群荣获“轻工业先进产业集群”称号，全国仅30席！“中国文具之都·宁波”通过复评，再次获中国轻工业联合会、中国文教体育用品协会和中国制笔协会联合授牌。这是对宁波文具制造强劲实力和行业地位的有力认可，给建设具有国际竞争力的千亿级文体用品产业集群注入强劲动力。

会上，国家发改委产业发展司一级巡视员夏农、科技部高新技术司一级调研员曹学军等有关部委领导致辞，中国轻工业联合会张崇和会长做大会主旨讲话。会议由中国轻工业联合会副会长何焯主持。来自全国各地的政府部门负责人、轻工业产业集群代表、行业协会代表、中国轻工业重点实验室或工程技术研究中心负责人、企业代表等近600人参会。宁波文具行业协会代表应邀参加会议并领取奖牌。

会上，宣布了第二批中国轻工业工程技术研究中心，表彰了“十三五”轻工业科技创新先进集体与先进个人，公布了轻工业先进产业集群和轻工业产业集群管理服务先

进单位，发布了《中国轻工业产业集群发展报告》。中国机械工程学会理事长李培根、工信部节能司副司长尤勇等嘉宾作轻工业数字化转型路径主题报告、典型经验分享和赋能平台宣传推介。

“十三五”以来，我市在市委市政府决策部署下、市经信局大力推动下，始终将深化“中国文具之都”建设作为加快推进“中国品牌之都”和“一带一路”重要节点城市建设的重要组成部分，坚持以科技创新、互联网+、创意融合为动力，着力调整优化产业结构，探索创新产业发展模式，强化提升产业核心竞争力和国际竞争力，着力提升产业规模质量效益，在高质量发展道路上刷新了“中国文具之都”风貌，书写了高质量发展的“宁波文具产业集群”答卷。

此次荣获轻工业先进产业集群授牌，既是荣誉也是激励。宁波文具行业协会将按照市经信局的工作部署，着力贯彻落实

“246”千亿级文体用品产业集群建设规划，助推“中国文具之都·宁波”向全球产业链中高端迈进，为宁波建设制造业强市、实现经济社会高质量发展提供支撑。

展文创设计风采 铸宁波文具精品

——协会举办文创设计赋能系列活动

为推动文化创意与文具产业、设计机构与制造企业深度融合，发挥文创设计对“246”千亿级文体用品产业集群建设促进

作用，宁波文具行业协会（文具行业窗口平台、中小企业公共服务示范平台）陆续举办了文创设计赋能系列活动。

——7月15日上午，“百家设计机构走进千家制造企业·慈溪文具产业集聚区设计对接会”在慈溪的花苑大酒店三楼会议室举办。市经信局消费品工业处二级调研员王延平出席并致辞，10家设计机构代表、金融机构代表和制造企业代表等近60人共聚一堂。

路演推介环节，协会理事宁波樱树文具有限公司罗旭栋总经理，协会监事宁波超时文具制造有限公司卞利锋总经理作为制造业企业代表发布对接需求，宁波木马工业设计有限公司、宁波格瑞工业设计有限公司作为设计机构代表路演推介。

对接会推介路演环节，与会代表踊跃上台自我介绍，获取关注。对接洽谈环节，企业与设计机构面对面坦诚洽谈，纷纷互建联系，为未来合作双赢布下先手棋。

——7月15日上午，协会举行了2021年宁波文具文创设计大赛颁奖仪式，政府部门领导、协会理事、监事为获奖设计师颁发证书和奖金。来自宁波格瑞工业设计有限公司合伙人、设计师余杰的《两用尺》斩获一等奖，现场分享设计思路。

宁波文具文创设计大赛至今已举办2届，是宁波文具行业协会为以大赛为纽带，汇聚中国“文器奖”、红点设计等文创设计资源，搭建文创设计平台，推进文创设计产业化、市场化，促进宁波文具产业升级发展

而精心筹措。在设计对接会同期举办大赛颁奖仪式不仅是借机鼓励、支持宁波本土文具设计人才，更是为让制造企业认识获奖设计师，促进文创设计成果转化落地。

——17-18日，协会在宁波凯洲皇冠假日酒店合作举办“2021创新设计交流会”。协会通过前期沟通+活动现场深度对接，与彩虹设计网达成合作意向，于17-18日在宁波凯洲皇冠假日酒店合作举办了“2021创新设计交流会”。活动邀请到彩虹设计网设计学院院长、爱原物趋势中心总经理杨桂榕，爱原物图新品创始人黄桃，分别针对流行趋势、产品设计作《国际文创文具生活用品趋势分享》、《图案驱动业绩》主题分享。同时给参会企业带来爱原物趋势中心、知识产权、图新品、设计运营以及IP授权五大专属服务，大受欢迎和好评。

设计对接会作为宁波“创新设计周”系列活动之一，是协会助力企业创新发展的重要举措，多年来协会不断创新活动形式，丰富活动内涵，融入最新需求，注重实际效果，将设计人才“引进来”，搭建平台“走出去”，为文具企业提升设计水平、提高客单价、增加附加值发挥了积极作用。

下一步，协会将继续牵线搭桥，汇聚新动能赋能企业创新发展，助力“246”千亿级文体用品产业集群建设。

标准品牌赋能 产业质量提升

——协会举办标准品牌赋能系列活动

标准，在企业迈向高质量发展、协会更好发挥行业作用中具有重要的引领性作用。一直以来，宁波文具行业协会（品牌指导服

务站、文具行业窗口平台、中小企业公共服务示范平台）坚持牵头制定推广先进团体标准，大力培育“品字标”，积极为行业标准



化工作建言献策，助力企业标准创新与质量品牌提升，为“246”千亿级文体用品产业集群建设贡献力量。

1. 牵头制定团标，提升质量水平

协会充分发挥市标院、市质检院、国家文教、龙头企业的协同作用，为行业标准制定提供有力的技术支撑和服务平台，促进产业质量提升。8月，协会牵头制定和推广《油性记号笔》团体标准顺利通过验收。2021年度市级标准化重点项目——制定和推广《笔记本》团体标准已召开启动会，正在有序制定中。

2. 培育“品字标”，打造高端品牌

三季度以来，为提高宁波文具品牌价值，协会在线上线下多次为企业提供专业技术指导的基础上。通过主办“品字标浙江制造”团体标准培育会议、答辩培训、模拟答辩会、答辩会审、“你点我讲”文具产业品牌建设培训会专题培训。助企了解“品字标”内涵外延、建设路径、关键环节、政策帮扶，帮助企业提炼申报产品的关键性指标和质

量特性，了解答辩流程、注意事项，掌握答辩技巧，强化宁波文具行业“品字标浙江制造”团体标准建设。目前，多家企业有望立项，宁波文具“浙江制造”强势领跑。

3. 积极建言献策，助力标准提升

为全面实施标准化战略，推动文具产业质量品牌建设，协会上门走访调研企业意见，并通过召开“标准联盟”工作会议等征集企业标准化建议，梳理形成《文具产业标准化工作建议》。9月2日，由协会常务理事汪勇通过浙江省标准化发展纲要实施意见调研座谈会积极为文具行业发声。围绕产业特点、协会举措、行业现状、企业需求等提出。重点针对打造全省重点产业技术标准体系、健全重点产业标准技术机构、加快对标准制修订工作的进度等提出建设性建议，获得与会省市领导的肯定。

下一步，协会将持续加强互相沟通、交流和技术指导，充分发挥标准对产业链协同发展的引领作用，推进宁波“246”千亿级文体用品产业集群建设。

深化交流合作 助力拓链强链

——协会组织推进企业交流合作活动

近年来，我市文具产业加快高质量发展步伐，涌现出得力集团、贝发集团、康大集团等具有引领示范带动作用的龙头骨干企业，为创办公设设备有限公司等具有发展潜力的成长型中小企业。搭建企业间交流合作平台，促进企业建立优势互补、资源共享、创新发展的产业链，始终是宁波文具行业协会（文具行业窗口平台、中小企业公共服务示范平台）推进宁波文具产业创新发展的重要

举措。

产业链大中小企业合作对接是中小企业发展的“助推器”，是大企业发展的“添加剂”，因此，协会积极推动龙头企业与中小企业对接。7月2日，为创办公等9家企业赴贝发集团，开展“产业链大中小企业合作对接”活动。在贝发集团董事长邱智铭亲自陪同下，大家参观了贝发“中国制笔城”精密制造加工区、模具中心、文器库展厅、

国际展厅、贝发知乐展厅和企业文化展厅。了解学习了贝发以“数字和科技”赋能，整合产业链、供应链，形成“一支笔、一条链、一个平台”的创新发展模式。通过大企业来催化和撬动小企业全方位提升和创新发展的。

座谈交流环节，企业通过介绍各自产品、优势、需求，深入交流了如何拉长产业链、产品线，深度探讨了产销对接、信息互通、品牌共建、研发设计、数字技术、知识产权和渠道共享等合作点和协同创新模式。为创办公等企业与贝发集团达成合作意向，并约定加强联系，尽早通过文创产业互联网平台实现贸易出海。

通过与企业对接合作，有利于中小企业解决自身产品研发、品牌建设、贸易服务等短板，实现“借梯登高”、“借船出海”，帮助龙头企业找到合作伙伴，延长产业链，丰富供应链，加快发展。

另一方面，平台型龙头企业之间的合作供应链效应可进一步推动宁波产业链拓链强链。贝发集团和康大集团同为宁波文具行业重点企业，贝发从一支笔、一条链向一个平台全产业链发展，促进了宁波文具行业中小企业协同发展。康大集团深耕美术，全力

打造全球美术用品领域独树一帜的品牌，与广大企业互相学习、共同进步，推动产业链企业对接合作。

8月4日，贝发集团与康大集团两家行业重点企业在贝发集团召开了“产业链发展对接交流会”。康大集团董事长许观良、贝发集团董事长邱智铭、协会副理事长汪勇、秘书长俞勇锋等20余人参会。交流会上，与会双方就企业文化、品牌建设、管理理念、智能制造、供应链整合等方面进行深入交流。双方初步就管理互学、业务互补、供应链互通、协同创新等方面合作达成共识，努力实现优势互补、合作共赢。

会议期间，康大集团高管团队参观了贝发展示及制造区，观摩了贝发标准化、流程化、模块化、信息化的制造流程，感受了创新性、个性化、文创化的设计实力，学习了先进高效的管理理念和战略规划。

下一步，协会将持续发挥平台作用，牵线搭桥为大中小企业交流合作搭建平台，促进更多大中小企业协同创新、融通发展，密切龙头企业与上下游企业联系，实现产业链整体效益做大做活，推动形成大中小企业互利共赢的新格局，推动打造先进产业集群。

抖音零售新格局 助推行业新发展

——协会举办宁波文具行业抖音电商实训营

火热的夏末，抖音电商实训营火热开班了！

为帮助文具企业利用当下最热门的抖音电商直播布局营销矩阵，构建流量池，扩大消费族群，9月10日，宁波文具行业协

会（文具行业窗口平台、中小企业公共服务示范平台、品牌指导服务站）在宁波办公文教抖音电商直播基地会议室举办了“宁波文具行业抖音电商实训营”。宁波文具行业协会副理事长汪勇，副理事长单位广博集团电



商业部总监周丕渊，直播基地经理王金洲、彭程出席活动，各文具企业代表30余人参加培训。

汪勇副理事长为培训活动致辞，她首先对各企业热情参与培训表达感谢，希望今天的培训能为企业带来新思路和新启发，深度挖掘消费潜力，开拓抖音直播带货新模式。

直播基地讲师王金洲作《商家自营如何玩转抖音电商》主题培训，介绍了抖音电商的平台优势、直播基地的功能和扶持政策，细致讲解了直播必备要素“人、货、场”的关键点，重点总结了视频优化要点和直播分享技巧。

广博集团周丕渊总监以“共创、联合、共赢”为主题作文具行业抖音电商经验分享，分析了文具行业抖音电商机遇和营销，提供了最热兴趣关键词，讲解了文具标品、爆款、非标品的营销策略，更通过丰富的实战经验总结了团队、品、运营、分销等环节

可以避免踩到的“坑”。

交流互动环节，两位讲师以实例和数据为企业详细解答了数据引流、账号定位、选品价值等一系列的运营问题，并现场建群便于后期探讨、交流、合作。

本次培训课程紧凑丰富，获得参会人员的高度评价，更有不少总经理亲自到场交流，定下合作意向。

引导帮助文具企业发展抖音“新零售”是协会推动行业创新发展的又一重要举措，有利于帮助企业扩大新增量客户，实现销售规模新增长，获取“品牌成长加速器”。同时抖音电商的零售优势能够聚集内需，帮助中小企业融入龙头企业平台供应链，提高产品品质和单价，激活发展后劲。

下步，协会将继续本着创新驱动、服务企业的宗旨，助力企业创新发展、高质量发展。

协会传统活动日——企业家“健康日”活动陆续开展

组织会员企业参加体检是协会历年坚持的五大传统活动之一，尤其在快节奏的生活中大家越来越重视身体素质。2021年企业家“健康日”考虑到企业家工作安排，将分三批次分别在明州医院和第一医院组织开展，协会秘书处全程服务，力争让会员体检优质、舒适、高效的健康体检服务。

9月23日，第一批体检活动在明州医院体检中心开展。协会秘书处工作人员早早到达，做好体检提醒、联系工作，企业家们纷纷有序排队。还有许多企业家为职工多考虑、谋健康，带着“得力助手”们参加体检。

健康的体魄是迎接工作挑战的重要基石，更是享受美好生活的前提条件。定期的健康体检是防患于未然的主要措施之一，让体检人人对身体状况有较为全面、清晰的了解，建立起自己的健康“参考值”，形成专属的健康档案，医生还会提供健康咨询和指导，这些对身体健康的维护至关重要。

宁波文具行业协会企业家“健康日”积极为企业发展创新服务，同时更注重企业家的身心健康，希望企业家能加强自我保健意识、提高健康水平，以更加健康的身心状态投入到工作中，为企业和行业发展创造更多

的价值。

目前，第二、三批次体检报名还在进行

中。

“千名科技专家进千企”科技服务行动进行时

“千名科技专家进千企”科技服务行动是在市科协的指导下，协会发挥桥梁纽带、引智聚力的优势，为科技、服务企业、而贯穿全年的重点工作。7-9月，协会一方面根据企业需求反馈邀请对口专家走访企业，另一方面联系专家主动走访调研企业，陆续实地走访了20余家企业。

聚焦需求，清单管理。为了解行业现况趋势，掌握企业问题需求，协会不仅在实地走访中了解企业情况，主动发现可对接技术问题，还利用线上群组收集一手资料，掌握企业诉求。而且企业在遇到问题时第一时间都想到协会，向协会提出需求。第三季度协会线上线下相结合，形成“需求清单”十余条，包括企业转型升级、提质增效、品牌标准、关键技术攻关、产业创新等难点、痛点问题，为专家开展精准服务打好基础。

务求实效，精准对接。为将企业需求与专家专长精准匹配，协会建有专家库，并不断引入新智力。根据专家库显示的研究所所长，协会能够快速帮助企业关联匹配对口专家，视频连线、现场指导、专家咨询等形式多措并举，为企业解决问题、技术创新等需

求提供解决方案。如一家企业提出外观专利相关需求，协会立即帮助对接专家库的律师，答疑解惑。

科创中国，线上引智。中国科协推出的“科创中国”平台具有发挥科学家品牌、多学科综合交叉、央地无缝对接、国际组织联系等优势，为有效利用“科创中国”创新资源共享平台，协会积极征集专家、项目和需求信息，及时将咨询、研发、人才、融资、配套等多样需求发布在“需求大厅”或“供需对接”等功能区，及时关注需求对接进度。同时引导和调动企业注册入驻平台，自主寻求资源。

完善制度，跟进结果。为提高“双千”行动实效，协会建立健全高要求、高满意度的工作制度，企业需求清单式管理，专人负责登记、分解办理、对接专家、入企服务，及时跟进回访，形成工作闭环，做到件件有着落，事事有回音。

2021年至今，宁波文具行业协会“千名科技专家进千企”科技服务行动服务次数达80余次，服务企业近百家，具有实效，广受好评。



行业交流

中国文教体育用品协会调研侧记

在武义

地处浙江中部的武义，拥有中国轻工联、中国文体用品协会联合授牌的“中国文教用品产业基地”和“中国扑克牌产业基地”两张国字号的名片。6月30日—7月2日，中国文教体育用品协会易晓俐理事长一行到武义进行实地调研。

调研中，围绕武义文教用品、扑克牌产业的发展现状、问题、对策及两个基地复评筹备等事宜，调研组走访了武义县新兴文教用品厂等七家文教用品、扑克牌生产企业，并召开座谈会。总体来讲，经过这几年的努力，武义的文教用品和扑克牌产业的发展水平和质量有了显著提升，体现出以下特点：

一是已从新冠疫情的影响中走出，文教用品生产逐步恢复，扑克牌由疫情后的逆势上扬逐步恢复到稳定发展；

二是产业发展越来越规范，产业链逐步完善，产业生态圈更加丰富，基本形成传统特色产品、大企业OEM产品及产业链延伸与配套产品共生共存、协同发展的格局；

三是大部分骨干企业自动化水平有了较大的提升，如高桥文教的自动化排线机、包装机、正点实业的“五加一”扑克牌印刷生产线、翔鹏文教的白板生产线等；

四是外包装、原材料加工等分包到周边乡村，对乡村经济以及劳动就业的带动作用显著。

但同时产业发展也遇到了一些问题和

瓶颈，如原材料、包装材料价格的大幅上涨或波动，挤压了有限的盈利空间，企业经营的风险加大；技术人才和劳动力短缺，制约了企业研发能力的提升以及产能的发挥；现有用地不能满足产业规模扩张的需求等。

在宁波

7月16日—18日，中国文教体育用品协会青年企业家创业联盟（CSSGA·YEAH）的青年企业家相聚于宁波，共同开启以“同心同行·智向未来”为主题的联盟年度活动。协会副理事长张培生出席活动并讲话，张培生嘱托并期待青创联盟今后有更多的“青新”创意，打造更加实在的合作“联盟”，为生活和事业创出更加宽广的新路。

座谈环节中，企业家围绕新工厂、行业新业态及企业管理等主题深入探讨，并就制造业应积极洞察消费趋势，在产品中融入新设计、新功能，拓宽新营销渠道、跨界创新打开增量市场，提升品牌认知；加强企业文化建设，构建企业完善的利益分配机制，从而为企业留住高端人才等方面进行了研讨。

在文港

江西进贤县文港镇有华夏笔都、中国毛笔之乡美誉，是江西省特色商贸小镇。7月19—21日易晓俐理事一行走进文港，就文港传统制笔产业融合创新发展进行调研。

通过走访、交流、座谈，调研组对文港传统和现代“两笔”产业的现状、政府和企业的发展思路等有了较为明晰具象的了解。

目前文港拥有各类制笔生产企业和小微企业 2200 家，从业人员 13000 多人，形成了配套完整的上下游产业链和产供运销一条龙经营体系。笔类产品中毛笔涵盖狼毫、羊毫、兼毫各大系列、各种规格，并拓展延伸到油画笔、化妆笔等，年产量达 8 亿支，产值 25.62 亿元；金属钢笔、塑料中性笔等生产企业及原材料、零配件加工单位 500 余家，年产量 10.5 亿支，产值 45.5 亿元。5100 个销售窗口遍布全国，文港毛笔、金属笔占到全国市场份额的 75% 和 30%。全镇共有电子商务企业 5000 家，年产值超过 15 亿元。文港制笔产业以其手工制作深植于民间，惠及城镇居民和周边地区农户，为地方就业和共同富裕做出巨大贡献，在长期的市场竞争中保持了传统、特色并稳步发展

为促进文港制笔行业的发展，文港镇政府采取了一系列引导、支持举措，如主导申请注册统一的地理标志——“进贤文笔”、开办文房四宝商场、设立文房四宝交易市

场、建设文房四宝电商基地、建立集中统一的电镀喷涂基地、资助开办书画培训班辅导班、支持企业组团参加全国性专业展会等。同时，文港越来越多的企业开始创新发展。如耀胜笔庄精心制作适合学生专用的毛笔，双维印泥在产品绿色环保和文化创意方面探索尝试，辉扬文化用品公司产销结合、连锁经营。这些新尝试、新努力将会带动更多的文港企业加入创新发展的行列。

调研组还与文港的行业协会、生产企业探讨、共商大文具融合发展之策，实现文港制笔与全国文教办公用品行业的有效对接，促进资源共享做大文具市场。协会调研组认为，文港文化产业发展走在可持续道路上，可喜可贺。但是在当前市场竞争状态下，还需更加注重在专业品牌培育、研发和设计以及检测和质量提升等方面发力，使文港制笔产业做大做强，使文港特色小镇更加光彩夺目。

中国制笔协会走访调研山东、东北制笔企业

在山东

7月13日-16日中国制笔协会理事长王淑琴、秘书长任秀英到山东制笔企业进行调研。在座谈中，企业提出了目前行业产能过剩、产品同质化严重、多种形式创业及网络销售挤压传统销售渠道，低价伪劣产品扰乱冲击市场等问题，行业面临重新洗牌，优胜劣汰，企业要重新规划经营方针，同时希望国家有关部门对线上假冒伪劣产品销售乱象加强监管。同时都表达研发生产出赶超日本、德国等国际知名品牌产品，让国产墨水

占领国内外市场的目标。

王淑琴理事长深入了解了行业目前存在的主要问题，分别对三家企业提出的包括产能过剩、线上线下销售市场混乱、知识产权保护、模仿抄袭等企业和企业的诉求逐条进行认真解答，并提出企业家要充分分析市场，在新变局、新业态的形势下，要转变经营理念，不要小而全，可灵活生产方式，提高经营效益。同时与大家共同探讨解决制约行业高质量发展的问题，并征求企业对行业高质量发展好的建议。希望企业充分利用政

府扶持政策，分析市场，不盲目扩张，将企业做精做专！

在东北

7月22日-26日中国制笔协会理事长王淑琴、秘书长任秀英、国家轻工业铅笔检验检测中心主任卢靖一行到哈尔滨市三家铅芯制造企业对其申请中国制笔协会授权使用的“CWIA”证明商标产品生产现场进行了实地考察和考评，并对东北多家制笔企业进行了调研。

企业反映：由于新冠疫情的爆发，公司出口业务受到一定影响，近期企业在产品溯源标记中也遇到了一些问题。同时反映了行业检测机构在产品检测方法上的不统一给企业带来了许多的困扰，共同探讨了行业检测机构的检测设备和检测方法的统一性方面存在的问题。王淑琴理事长表示要在行业内外开展检测方法的培训，为企业解决因检测的不均一性所带来的问题和困惑。

通过与多家企业走访考察，座谈交流，

调研组进一步了解到目前东北铅笔企业经营发展不均衡，在发展中有的企业以产品质量优势与行业龙头企业合作，年销售收入保持6000万元左右，在东北地区能够持续稳步发展。另有部分企业，受原材料和人工成本上涨、特别是受疫情影响，外销订单减少、加之市场的无序竞争等因素影响，企业面临经营的困难。东北企业与浙江等南方产业集群铅笔企业就政府政策支持等环境相比缺乏竞争优势。

王淑琴理事长一行对企业反映的问题十分重视，从行业角度进行了分析。希望企业要认清形势，不断创新发展理念，找准企业定位，加强自身建设，重视安全生产，在提高产品质量上下功夫，不断开拓新的市场，同时要求企业要加强行业自律，走差异化发展道路，开创新的局面。同时希望大家要放宽眼界，团结诚信，抱团发展，共度难关，为振兴东北铅笔企业做出努力和贡献。

预警专栏

美国 ITC 发布对墨盒及其组件(II)的 337 部分终裁

2021 年 9 月 7 日，美国国际贸易委员会（ITC）发布公告称，对特定墨盒及其组件(II)（Certain Toner Supply Containers and Components Thereof(II)，337-TA-1260）作出 337 部分终裁：对本案行政法官于 2021 年 8 月 4 日作出的初裁（No. 10、12）不予复审，即部分终止对美国注册专利号 8,565,649 第 2 项申诉，对美

国注册专利号 9,354,551 第 2、3、6、7 项申诉和对美国注册专利号 9,753,402 第 25-27、39-41、46 项申诉的调查；基于申请方撤回，终止对列名被告中国广东 Shenzhenshi Keluodeng Kejiyouxiangognsi of Shenzhen, Guangdong, China 深圳市可洛登科技有限公司的调查。

越南对涉中国桌椅及配件启动反倾销立案调查

2021 年 9 月 1 日，越南工贸部发布第 2091/QĐ-BCT 号决议，应越南企业于 2021 年 6 月 3 日提交的申请，对原产于中国和马来西亚的桌椅及配件启动反倾销立案调查。涉案产品的越南税号为 9401.30.00、9401.40.00、9401.61.00、9401.69.90、

9401.71.00、9401.79.90、9401.80.00、9401.90.40、9401.90.92、9401.90.99、9403.30.00、9403.60.90 及 9403.90.90。本案倾销调查期为 2020 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，损害调查期为 2018 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日。

乌克兰对进口 PVC 型材启动保障措施立案调查

9 月 1 日，乌克兰跨部门国际贸易委员会发布公告，应乌克兰国内企业申请，依据 2021 年 8 月 27 日第 SP-504/2021/4411-03 号决议，对进口 PVC 型材（乌克兰语：профіль з ПВХ）启动保障措施立案调查。涉案产品为制作门、窗或窗台带/不带密封条的 PVC 型材，涉及乌克兰税号 3916 20 00 90 和 3925 90 80 00 项下的产品。公告自发布之日起生效。

利益相关方应于公告发布 30 日内在乌克兰经济部进行应诉登记、提交听证会申请，45 日内提交本案书面评述意见及证据材料。

调查机关（乌克兰经济部）联系方式：

电话：+380 (044) 596-68-04/596-67-36

电子邮箱：tradedefence@me.gov.ua, meconomy@me.gov.ua

地址：вул. М. Грушевського, 12/2, м. Київ, 01008

来函联系电话：+380 (044) 200-47-53



乌干达修订文件夹和纸夹的要求、取样和测试方法草案

2021年9月7日，乌干达向WTO发布了指令草案G/TBT/N/UGA/1387，规定了文件夹和纸夹的要求、取样和测试方法。

文件夹和纸夹的设计应符合美国ISO 216规定的各种纸张尺寸要求。在目测检查中，新提供的文件夹和纸夹的沿褶皱处应无裂缝。夹板的两面应清洁，无零散的粘结纤维和污渍。文件夹和纸夹的饰面可以是金属、光面层压纸、PVC涂层、磨砂层、防静电层或压花。文件夹的边缘可能有一个可放入拇指的孔，以便于读取内容。写字夹板应足够坚固，以提供稳定的书写平面。其夹子的设计应确保纸张固定整齐，不会损坏其外观或产生孔洞。用于制造文件夹和纸夹的塑料材料，如聚乙烯和聚丙烯，不得产生任何异味。

文件夹和纸夹应由以下材料或其组合制成：

a) 纸或纸板；b) 塑料材料；c) 皮革；d) 纺织品；e) 金属

文件夹和纸夹应安全包装，以保持文件夹和纸夹在搬运、运输和储存期间的完整性。

每个散装包装应清楚地标明以下信息：

a) 制造商的名称和地址；b) 使用的材料类型，如“100%棉文件夹”、“PU皮革文件夹”；c) 件数；d) 毛重；e) 文件夹和纸夹的尺寸；f) 预定内容的纸张尺寸；g) 原产国。

每个文件夹或纸夹应清楚地标明以下信息和任何其他必要信息：a) 文件夹的尺寸；b) 预定内容的纸张尺寸；c) 使用的材料类型；d) 制造商名称、实际地址和/或注册商标；e) 原产国/制造国。

应根据美国ISO 186进行取样。

纸质文件夹和纸夹、塑料文件夹和纸夹、纺织文件夹和纸夹、皮革文件夹和纸夹的更多详情参见：

<http://tbtims.wto.org/en/RegularNotifications/View/174092?FromAllNotifications=True>。



圆珠笔制造主要原材料之 HPb59-1 铅黄铜

圆珠笔金属零件(各种切削件、电镀件)大都采用铅黄铜,且油性普通圆珠笔的笔头球座体亦基本上采用改性配方成分的铅黄铜。

HPb59-1 铅黄铜材料具有较好的切削加工性能,对圆珠笔芯各色油墨有较好的耐蚀性,同时具有一定的强度、硬度和耐磨性。

(一) 化学成分(见表 1-3-9)

表 1-3-9 铅黄铜化学成分 单位: %

化学成分	含量
Cu (铜)	57~60
Pb (铅)	0.8~1.9
Zn (锌)	36~40
Fe (铁)	<0.5
Sb (锑)	<0.01
Bi (铋)	<0.003
P (磷)	<0.02

(二) 机械性能

硬度: 硬性材料 HB=140

软性材料 HB=90

抗拉强度: 硬性材料 $\sigma_b=637 \times 106\text{Pa}$ (65kgf/mm²)

软性材料 $\sigma_b=392 \times 106\text{Pa}$ (40kgf/mm²)

延伸率: 硬性材料 $\delta < 16\%$ (冷镦用铜材 δ 最佳为 10% 以内)

软性材料 $\delta \geq 45\%$

(三) 金相组织

HPb59-1 铅黄铜的金相组织为: α 相+ β 相+少量游离铅。

(四) 改性后的铅黄铜

HPb9-1 铅黄铜具备了一定的切削性能和较好的耐蚀性能,但其冷加工性能较差,因此,这种材料就不太适应采用冷镦工艺制作球座体的要求,需进行改性处理。

(1) 严格控制含锌量,提高材质塑性: 将 HPb59-1 铅黄铜的含锌量严格控制 36% 左右,促使材质的金相组织成单相合金。

(2) 适当增加含铅量,提高冷加工性能: 铅元素加入黄铜合金里能有效地改善其切割性能。当铜材中铅的含量在 2%~3% 时,它具有足够的机械性能和耐蚀性,同时具有良好的冷加工性能。

(3) 在铜合金中加少量的其他元素,提高其机械性能: 可以用在铜基合金中加入少的 Sn、Si、Al、Mn、Ni 等元素的方法,以提高其强度、硬度、耐蚀性、耐磨性和自润滑性能。改性后铅黄铜的化学成分见表 1-3-10。

表 1-3-10 改性铅黄铜化学成分 单位: %

含量 / 元素 \ 编号	1	2
Cu (铜)	60	59
Zn (锌)	36~38	34
Pb (铅)	2	2
Mn (锰)	—	1
Si (硅)	—	<0.3
Ni (镍)	—	0.5
Ce (铈)	—	适量

(节选自《圆珠笔制作工(初级、中级、高级、技师)》)

童年回忆：会变色的水彩笔是用什么“魔法”？

“魔法变色笔”一种成套出售的特殊的水彩笔，其中包含一支专门用来变色的“魔法笔”。这支魔法笔本身没有颜色，但如果用它涂抹套装中其他的彩笔笔迹，就能看到笔迹颜色迅速地发生变化。每一种彩笔都能变成另外一种固定的颜色，如果一套中有8支彩色笔，就意味着你能拥有16种颜色。简单说，这里的变色“魔法”就是化学反应了。无色笔中的成分改变了颜料分子的化学结构，因此改变了它们的颜色。

例如，用无色的“魔法笔”，它的笔水含有两种关键的成分：一个是碱，另一个是亚硫酸盐。前者会改变pH来引发变色，后者则依靠氧化还原反应来引发变色。据说这个笔水溶液的pH大约为11。

然后是被“魔法笔”变色的那些彩色笔，它们的笔水成分也是经过特殊设计的。这些水彩笔中一般含有不止一种染料分子，最终呈现的变色效果是它们叠加产生的。

比如说，变色笔有一支原始颜色是绿色，变色后是紫色（场面十分EVA）。根据资料，这种彩笔含有两种染料成分，它们初始状态分别是黄色（brilliant yellow）和蓝色（brilliant blue FCF）。而在这其中，黄色的染料是一种酸碱指示剂，pH升高时会变成红色。因此，被碱性的“魔法笔”涂过之后，黄色就变成了红色，而蓝色的部分则不受影响，于是总体就会呈现紫色。

另外一支彩笔初始颜色是蓝色，变色后则是亮黄色。这支彩笔同样是混合了两种染料，它们初始状态分别是蓝色（methyl blue or water blue）和无色（pyranine）。这一次，涂上“魔法笔”之后，蓝色的部分会和亚硫酸根反应，变成无色状态，而原本无色的那部分则在碱性环境中变成明亮的荧光黄色。

说起来可能都是并不算特别复杂的化学反应，但第一个想到用它来做变色笔的人，肯定也是个很有创意的人了。（文章整合自网络）

企业风采

喜报！文具企业荣获十三五先进等多项殊荣

品牌价值是企业的无形资产。近期，宁波文具行业协会多家会员企业成功入选全国“十三五”文教体育用品行业科技创新先进集体、宁波企业百强、中国轻工业二百强等多项榜单，这是宁波文具行业协会（文具行业窗口平台、中小企业公共服务示范平

台、品牌指导服务站）助推企业重视品牌建设的成果，也是企业综合实力的体现，更是社会各界对企业品牌实力和业内地位的高度肯定。

序号	荣誉	企业名称
1	全国“十三五”文教体育用品行业科技创新先进集体名单 文教办公用品	得力集团有限公司 广博集团股份有限公司 贝发集团股份有限公司 宁波创源文化发展股份有限公司 宁波康大美术用品集团有限公司 宁波天虹文具有限公司 宁波兴伟刀具科技有限公司
2	全国“十三五”文教体育用品行业科技创新先进个人名单	龙水云 贝发集团股份有限公司
3	2021 宁波市综合企业百强	得力集团有限公司
4		广博控股集团有限公司
5	2021 宁波市制造业企业百强	得力集团有限公司
6		广博控股集团有限公司
7		贝发集团股份有限公司
8	2021 宁波市服务业企业百强	宁波美联外贸服务有限公司
9		宁波康大进出口有限公司
10	2021 宁波竞争力企业百强	广博集团股份有限公司
11		宁波康大美术用品集团有限公司



12	宁波市五星级绿色工厂	宁波得力集团有限公司
13	2021年浙江省AAA级“守合同重信用” 企业名单	宁波康大美术用品集团有限公司
14	2020中国轻工业二百强企业(制笔行业)	得力集团有限公司
15		贝发集团股份有限公司
16	2020中国轻工业制笔行业十强企业	贝发集团股份有限公司
17	2020中国轻工业笔类制备行业十强企业	江苏学泰印务有限公司
18	2021年浙江省民营企业100强	得力集团有限公司
19		广博控股集团有限公司
20	2021中国民营企业500强	得力集团有限公司
21	“十三五”轻工行业科技创新先进集体	贝发集团股份有限公司
(仅搜集到第三季度部分荣誉信息,内容不分先后,如有遗漏还请见谅!)		

自主开发设备的能力决定制造企业未来的发展高度

——康大集团2021年年中工作总结会议成功召开

7月17日,康大集团在总部公司研发中心召开了2021年年中工作总结会议,总结2021年上半年工作,强调部署下半年重点工作和任务。人力行政中心主任张丽主持会议,董事长许观良、副总裁涂萌、梅鋈及各事业部中高层管理40余人参加本次会议。

会议伊始,各部门新入职的中层干部首先做了自我介绍。会议第一项议程,由公司各事业部进行全面总结,剖析了上半年各项工作落地执行和推进情况,并对下半年目标任务及重要工作进行了汇报。

汇报结束后,涂总对上半年公司所取得的成绩及各位员工的付出给予肯定;同时,

围绕2021年整体经营目标任务,他对下半年重点工作进行部署并提出要求。他表示我们要及时调整工作思路,适应新形势,做出新的突破,以确保顺利完成2021年度经营目标任务。

简短的茶歇之后,许总发表了关于集团《自主开发设备的能力决定制造企业未来的发展高度》的主题讲话,许总主要针对“康大制造的定位”、“康大制造的目标”及“未来要怎么做”三个方面进行了剖析。许总认为今后制造企业的核心能力是自主开发设备的能力,这个能力是品牌与研发的基础,将决定企业的未来竞争力和发展高度。

下午 13:30，产业园与内外销售部、研发部门共同召开《产销会议》，在研发、生产、销售端进行下半年重点工作的讨论

与流程优化，确保集团年度工作目标任务落实到位，取得实效。

聚力同行 | 得力集团 2021 伙伴经销商大会盛大召开

近日，为期三天的“聚力同行”——2021 得力集团伙伴经销商大会盛大召开，来自全国各地的伙伴经销商代表相聚宁海，共襄盛会、共话情谊。本次大会议程丰富，包括表彰激励、新品订货、参观游学、赋能培训等环节，让我们一起来回味这些令人鼓舞和感动的时刻。

承载干钧 照耀前方

会上，得力集团总裁娄总指明了得力的战略发展方向，也深入强调得力将肩负“创造美好产品，服务全球用户”的伟大使命，在品牌力、产品力、销售力和服务力上倾情投入，助力学生用品事业再上新台阶，为伙伴经销商们创造多元价值。

分销公司总经理张总结合国家宏观政策及数字化经济时代消费趋势，分析国内文具行业现状，多维度讲述了得力学生项目发展成果，并阐述了下一阶段工作方针和策略，助力得力学生伙伴成为行业领导者，坚定了与学生伙伴开创大场面的信心。

山海虽远 幸有伙伴

全域营销，精准致胜，得力学生伙伴们于前行中育新机，于变革中开新局，以蓬勃强劲之势，为得力学生用品事业的发展贡献力量。在与得力共同成长的征程中，涌现出很多出类拔萃的经销商代表，他们也被授予荣誉奖项。

“新品推广奖”旨在激励伙伴积极推广，让学生新品的魅力更加闪耀；“市场建设奖”彰显出学生伙伴独辟蹊径，攻占了一个又一个学生用品市场高地的营销魅力；

“单项贡献奖”聚焦在品类领域上，学生伙伴在品类拓展上所取得的卓越成就；“销售贡献奖”作为本次会议最重要的奖项，旨在表彰在业绩上做出突出贡献的经销商，他们也被称为得力的“金牌伙伴”，代表了至臻、至诚、至高的无上荣耀。

得力的成功，离不开各位伙伴经销商的付出和努力，他们和得力相融相生。有的伙伴，在经营管理中有思想、有高度、有经验，在自己取得成绩的同时，也为得力学生用品事业的发展提供了强有力的战术反馈；有的伙伴，自创业起便与得力同行，从“营生”变成“赢生”，以辛勤努力实现事业的转型升级；有的伙伴，对产品线进行精准布局，满足客户一站式采购需求，促进实现利润最大化.....

一个个成长故事，一段段心路历程，折射出每一位得力学生伙伴的奋斗身影，他们的身影指引着我们前进的方向，映照着我们聚力同行的伟大征途！

并肩携手 聚力同行

得力过去的四十年，是一部用奋斗铸就的伟大征程，也创造了无数引领行业发展的



奇迹。得力集团副总裁陈总在“企业进化史”主题分享中，重点讲述了得力发展的持续战略转型之路，展示了我们在多工作场景整体解决方案的倡导者与领导者角色上的布局，让我们有信心和激情擘画更美好的发展前景。

此次大会，集团改变了以往四年一度聚集全渠道经销商的大会模式，开始分渠道、分类别召开经销商会议，今后将深入聚焦各个业务赛道，给予精细化和专业化的运作，

对各条赛道中的经销商进行精准赋能，强化与提升得力与经销商之间的合作关系和经营能力。

聚众人之力，同伙伴而行。随着得力学生用品事业的全面发力，得力又将进入一个全新的时代。我们期望，在和各位伙伴的共同努力、紧密配合下，得力必将达到新的高度。让我们并肩携手，聚力同行，一起奔赴更为广阔的山海！

贝发讲堂 | 新格局下民营企业的数字化转型及卓越运营

9月17日，江夏汇财经沙龙走进了贝发集团，共同探讨宁波制造业发展的新格局、新策略、新路径，解码新格局下民营企业数字化转型及运营的精益方法、卓越技术。贝发集团董事长邱智铭和国际供应链与运营管理专家、卓越运营管理专家、江夏智库研究院合伙人熊光宇博士分别作主题演讲，来自宁波的专家、企业家、创业者等近两百人参加了此次沙龙。

在致辞中，江夏智库经济研究院院长魏玉祺，发出了“英雄贴”，招募致力于区域经济研究、大数据分析、产业战略运营、科技创新发展、人力资源管理、品牌营销传播、供应链管理、投融资咨询等多方面的专业型专家，成为智库的战略性和实战性专家合伙人，共同构建新格局、发展新经济、创造新价值。他说：“研究宁波经济，就需要明白宁波民营企业在经历过‘野蛮生长’后，面临专业人才、资源要素、技术专利、贸易壁

垒、国际环境、产业迭代等众多发展瓶颈，这个时候我们就要开始从思想中寻求发展能量……”

讲座上半场《新格局下企业的数字化转型及卓越运营》的主题演讲就为在场的嘉宾们分析了新格局下企业的数字化转型及卓越运营中的痛点、机会与避免误区的实践方法及案例，系统解码卓越运营科学方法。

熊光宇教授提到在数字化时代，“四核一五步法”帮助制造企业通过系统化流程再造提升运营水平、赋能数字化转型。

四核：战略部署、流程改善、保障体系、绩效管理，每一个核心自成体系，又相互关联，在实践中缺一不可。

五步：

第一步：准备阶段。评估流程，项目设计、项目团队建立。

第二步：了解现状。了解现状定义、测量方法、以及必要数据收集。

第三步：问题分析。运营问题根源确认，如：产线效率不佳根源。

第四步：改善行动。问题解决方案及测试。

第五步：持续改善。测试成功的解决方案进一步固化（标准化、规范化）以及相关问题改善（劳动生产率、成本节约、客户满意度等）。

熊光宇教授认为数字化技术运营拥有兼容性、集成性、操作性、低成本，帮助企业资源的整合和优化利用，持续提升企业竞争力，践行卓越愿景。

讲座上半场，贝发集团邱智铭以“数字时代 何去何从”为主题展开演讲。邱董事长介绍了数字时代文创产业面对的时代趋势、市场趋势，从数字化角度分析了文创产业发展路径，他强调企业要转变战略思维，认知到数据思维的商业价值，基于数据调研

和分析，设定数据目标、数据清单，完成自己的数据字典和定义，建设标准化、模块化的数据模型，重视系统的数据沉淀，寻找到数字化业绩倍增的规律，以左型右色的数据运维构建数据生态、实现数据价值。

他着重向在场的成长型文化企业管理人员介绍了内生外长的合伙人机制。“为合伙人成长”是写在贝发公司使命中的。合伙人机制，是为了让公司平台的每个合伙人，都能创造价值、分享价值；是为了让每个合伙人，有秩序地按规则地为自己干，这样才能打造真正的团队，让合伙人机制从有形到有魂，从而达成内生外长的趋势。

沙龙讨论会后，与会来宾一行先后参观了贝发集团的企业文化展厅、文器库样品店、国际和国内业务展厅等，了解了贝发集团发展史和文器谷的生态构想，以及文创产业链的整合能力和数字化定制能力。

广博集团 2021 半年度经济工作会议顺利召开

8月27日，广博集团召开2021半年度经济工作会议，集团公司高层领导、中层管理干部等150余人齐聚，回顾总结半年度的工作，分析问题、找出不足，共同规划下半年及未来发展方向。集团公司党委书记、董事长王利平，党委副书记、总经理王君平出席会议并发表讲话。

会上，王君平总经理就上半年工作作了总结报告。他指出，上半年，公司在诸多外部不利经营环境的影响下，化危为机，克服各项困难，努力保持公司各项经营工作稳健发展，同时扎实推动成本优化及减员增效管

理，各部门都取得了长足的进步。尤其是在本次烟花台风期间，各级党团、管理干部、部分一线员工都充分发挥主人翁精神，上演了一幕幕动容的抗台事迹，为公司降低因台损失做出了巨大的贡献！

王君平表示，上半年公司在后疫情、中美摩擦和国内各项成本要素上升等复杂多变的外部因素影响下，直面挑战和困难，保持清醒头脑，各个击破问题，降本增效初显成效、经营管理工作也有所改善。

对于下半年的工作，集团公司要进一步有序推进，有计划有策略地逐步出击，寻找

客户、挖掘客户、培育客户，公司全员必须继续以全年预算目标为中心，卯足干劲，为公司高质量发展做出更大贡献。

随后，参会管理干部结合各自情况，分组就上半年的工作进行了深入的交流，对于存在的问题和下一步的发展规划给出了建设性的意见和建议。紧接着，分公司和模块负责人分别就各自分管工作向大会作了汇报。

最后，王利平董事长作重要讲话。首先他肯定了公司在 2021 年上半年度所取得的成绩，对广大奋战在生产一线，奋战在抗台一线，奋战在高温中的员工干部表示了感谢，同时通过“面对”、“坚守”、“信心”这三个关键词对在各项工作进行了总结分析，并对下一步的发展形势作出了清晰的规划。

他指出，海外疫情不断变化，全球产业链重塑，集团公司需要面对更加复杂的大环境，同时内部竞争压力与日俱增，全体干部更要审时度势，正视现状，积极应对。各部门一定要顶住压力，争先创优，保证完成数据业绩的目标。

“面对”

宁波财政部、银保监局、经信局莅临美博集团调研指导

7月8日下午，财政部政研室一级调研员张巍处长一行莅临我司开展关于“保市场主体”调研工作，市财政局宋伟官处长、北仑区财政局孙建荣书记等陪同调研。集团董事长梅飞珍女士携公司经理热情接待。

王利平强调，这是个竞争的世界，同为竞争者，强者不会同情弱者，我们面对困境只能咬紧牙关默默拼搏，无论做产品还是做市场，都要做到极致做到最好，只有这样才能跟强者平起平坐，才能赢得客户乃至对手的尊重，只有自身足够强大，才能让人肃然起敬，才能成为行业高山，让人仰望。

“坚守”

尽管前路慢慢，困境重重，但我们要牢牢坚守自己本职领域，彰显担当，坚持专业的人做专业的事，同时不断推陈出新。广博的品牌要在更多市场落地生根必须要有坚守且进取意识，全体管理干部要做到热爱坚守岗位，全力承担职责，努力完成任务，做出表率。

“信心”

最后，王利平董事长对全体与会人员提出了殷切希望，他希望大家应对新的挑战时，仍旧保有信心。信仰的力量可以让我们克服诸多困境，希望大家重拾最初的广博精神——敢闯、敢拼，拿出干劲，拿出闯劲，拿出拼劲，为实现广博的高质量发展贡献自己的力量。

梅总讲述了我司在减税降费、疫情期间相关扶持政策上切实的获得感，为解困上下游企业资金压力所做的工作，以及现行企业共同面对的难题：包括海运费、汇率波动、原材料、人工成本上涨等。调研组认真听取

了企业汇报，并针对需要解决的困难和问题给出意见建议。

7月21日下午，宁波银保监局严斌副局长一行莅临美博集团开展调研工作。

调研会上，美联负责人林银云介绍了美博集团的整体概况、企业文化与愿景。随后，梅飞珍董事长介绍了美联服务平台设立的初衷，主要是帮扶当地的中小微企业积极开拓海外市场提供一站式外贸服务。严斌副局长及各位领导给予了平台高度认可及肯定。此外，双方就外贸综合服务平台、跨境电商园区企业融资需求及金融优惠措施，后疫情时代国外生产能力恢复对国内外贸企业的影响等问题进行了深入探讨。

受邀参与此次调研会的还有美联平台的中小企业代表，他们提及现行企业共同面对的难题：原材料成本不断提高、海运费上涨、汇率下跌、收款账期长，企业的资金回笼慢等，双方就相关问题进行了沟通和探讨。严副局长表示，为了加强对中小企业的

扶持，现阶段出台了很多政策，比如逐步增加银行信用卡占比、推广无还本续贷、疫情期间展期、延期还款，减少企业资金压力。银保监局也会持续跟进，督导银行加强与企业之间的沟通，切实解决企业实际问题，更好的为企业服务。

8月3日上午，市经信局消费品工业处王延平副处长、宁波文具协会秘书长俞勇锋一行莅临美博集团以企业经营和外贸调研为核心深入调查。

宁波美联总经理林银云在会议开始介绍了美博集团发展历程、核心成员、集团规模、年度运营情况等相关企业情况。双方就今年集团经济运营中遇到的机遇与问题一一进行了深入的交流与探讨。

王处表示：走访企业、找出问题、上报领导，促进企业更好的发展进步是此行的目的。企业要在当前大环境下，抓牢国家政策，推动企业进步与发展。

数字驱动·智能运营——记学泰运营管理体系分享

江苏学泰印务有限公司为推进企业数字化、智能化、信息化的转型升级，在国家政策的引导下，2018年深入推进、全面开发数字化、智能化改进；智能化和数据化的管理给学泰创造价值带来效益的同时学泰不忘为行业同仁分享学泰的智能化改造进程，共同讨论数据化管理成效。

7月5日中国第一铅笔有限公司(上海和泗洪公司)来司参观指导，王勇总经理陪同参观，详细介绍了数字化、信息化和智能

化在生产现场的充分运用，介绍了现代化管理给公司品质和生产带来的方便和效益。

7月6日杭州悦木文具礼品有限公司来司参观指导，王总详细讲解制程信息查询、标准化运用、制程数据收集、智能操作、品质管控、异常处理、防呆防错、看板管理、交期管理等智能化管理细节。

7月7日至8日公司聘请台湾健峰集团彭少康老师赴江苏学泰进行《内部总经理级高阶人才培养-高阶领导赋能》为期两天的



培训,课程结合系统决策思维沙盘,愿景变革情境领导,管理与领导测评,高效自律的榜样精神,聚焦开发《复合型领导力》。积极的参与、认真的学习,两天的时间让学泰全体管理层收获颇多,激发了每位管理层的观念和意识。

7月9日,璜泾镇经发局组织工业园区内7家企业20余人来司参观学习,王总热情接待并带领参观,介绍了“以人为本”的独特的企业文化和行之有效的员工激励政策,以多个精彩案例分享了学泰十多年来的先进管理经验,并对学泰的数据化、智能化、管理特色进行了交流互动。

7月10日无锡华利特纸制品有限公司来参观学习,王总进行了《学泰运营管理体系》的课程分享,详细阐述了学泰运营体系

的ERP管理系统,讲解了学泰ERP系统的功能、作用、数据库、管理效果等内容,展示了ERP管理软件在各个作业环节的运用、演示了方便快捷的操作模式和各类报表,讲解了软件运用对品质稳定和生产效率的有效保障,讲述数据化运用、智能化运营对企业发展的重要性。

王勇总经理对各位在百忙之中前来学泰参观、指导工作的领导和企业家朋友表示衷心感谢,大家对学泰的先进运营管理体系和企业文化给予了充分的肯定和高度的赞扬,这是对学泰下一步发展的鞭策与鼓励,学泰将一直保持一个起跑的姿态,不断向前、再接再厉、为客户提供更优质的产品和更完善的服务努力奋斗。

你点我讲

如何通过标准化建设促进企业品牌提升

党的十九大报告明确指出，建设现代化经济体系，必须把发展经济的着力点放在实体经济上，把提高供给体系质量作为主攻方向，显著增强我国经济质量优势。“十四五”规划进一步提出，深入实施质量提升行动，推动制造业产品“增品种、提品质、创品牌”。“中国制造 2025”的战略任务和工作重点中，更是明确提出了“鼓励企业追求卓越品质，形成具有自主知识产权的品牌产品，不断提升企业品牌价值和“中国制造”整体形象”等关于加强企业品牌建设的论述。开展品牌质量提升行动，是我国在科学研判当前经济发展新趋势、准确把握经济发展规律的基础上，深思熟虑作出的重大战略部署。

如今，科技发展日新月异，企业创新层出不穷。标准化日益在企业的发展过程中发挥着越来越重要的作用，几乎已经成为提高企业管理水平，促进企业品牌提升的最有效途径。而标准决定质量，品牌引领发展。一个企业需要品牌，一个行业同样需要名片，没有好名声、好信誉的行业就不可能吸引更多更好的资源投入。相反，一个行业打响了自己的品牌知名度，就可以吸引到更多的投资和商机，形成更大的竞争力。创建品牌，既是行业竞争的战略需要，更是顺应时代的理性选择。品牌就是生产力、文化力、软实力，更是一种竞争力。品牌对行业与企业来说，

是市场竞争致胜的金钥匙；对城市来说，则是城市发展的标杆和旗帜。而具有“中国文具之都”之称的宁波正通过标准化实践，探索着通过标准化建设促进企业品牌提升。

近几年，随着人民物质生活水平的不断提高和对美好生活向往的需要，人们对精神文化需求越来越大，文具产品的消费主力不再仅限于儿童，需求范围呈逐年扩大趋势。同时，人们更加重视产品安全、绿色、环保、新颖、高端等质量方面要求。想要制造高质量的产品，提升宁波“中国文具之都”影响力、美誉度，建设“中国制造 2025”试点示范城市，必须有先进的标准作为支撑。宁波文具企业在标准化实践中不断丰富和发展标准化相关经验，通过自身发展总结出标准化推动品牌提升工作的四个特色：

以质量管理体系为基础，开展全过程的标准化研究；

以科技成果标准化为手段，推动行业及供应链的质量水平升级；

以团体标准制修订为载体，尽全力实现产业标准全面覆盖；

以顾客需求和产业引领为导向，确保标准的先进性，打造文具品牌。

“规模小、分布散、实力弱”，是目前宁波市部分文具企业面临的基本现状。突出表现在企业及员工的标准化意识较弱，企业



的产品市场品牌意识有待加强和建设。面对行业内偶有存在着的低品质、低利润及低端化运营等问题，宁波文具行业通过提升产业链的标准化水平，为规模不一的各类企业获得最大经济效益提供品质保障，实现整体品牌价值。

宁波文具行业协会先于 2018 年成立宁波文具产业标准联盟，发布了《宁波文具行业协会团体标准管理办法（试行）》，2021 年 8 月发布《宁波文具行业协会团体标准管理办法（更新版）》，紧跟国家和行业的团体标准发展步伐，先后制定、推广了《中性笔》、《水彩笔》、《油性记号笔》等多个团体标准，有力地促进了文具企业产品质量提升和企业品牌建设，为相关企业的标准化创新提供了强有力的支撑，为文具行业的产品升级作出了应有的贡献。

标准化建设的最终目的就是使企业能够更好地运用标准化手段，从而获得最大的经济效益及社会效益。近年来，文具企业通过国家、行业、及团体标准的有效实施，对产品零件和工艺进行合理地提升，控制零件和工艺的多样化，从而提高了产品的生产批量，为文具企业创造高效率的工艺设备和专

业化生产的条件，提高生产效率，减少消耗，降低成本，增加企业的经济效益。统计数据显示，仅 2020 年参与制定和推广《油性记号笔》团体标准的 13 家企业，自实施该团体标准半年来，直接产生经济效益近 9800 万，油性记号笔产品工业总产值同比增长 12%，销售收入同比增长 15%。只有严格按照标准实施，才能真正地达到降本增效的目的。在全面提升文具企业经济效益的同时，也进一步提升了企业的社会效益。最终做到以标准引领推动企业品牌提升，以品牌建设实现整个产业的跃升，在努力拼搏奋斗中创造美好的行业景象。

提升企业品牌建设是一项系统而复杂的工作，必须常抓不懈才能奏效。通过行业协会和企业共同努力，逐步形成以创新助推标准制定、以标准实施促进质量提升、以质量升级推动品牌建设的良性循环。科学地运用标准化手段，合理进行标准化建设，坚持高标准，保持高品质，塑造好品牌，必将为宁波文具产业的整体品牌形象和竞争力提升添砖加瓦。（作者：宁波市标准化研究院标准创新中心主任吴建港）

2021 年度宁波市企业自主开展项目制培训资助

一、享受对象及相关要求：

1. 享受对象：按规定自主开展培训的企业。
2. 企业组织开展项目制培训的员工，原则上要求处于劳动年龄段，超出劳动年龄段，可参加培训，但不得列入补贴名单。
3. 培训内容需与《中华人民共和国职业分类大典》中第 3-6 类小类或细类工种相匹配。一般由职业理论素养和岗位实操技能两部分组成，培训计划中需保证一定的实操培训课时。

二、企业项目制培训流程

申请备案→开展培训→申请补贴

1. 培训开展前在宁波市职业培训公共服务网开班备案相关培训方案和计划。
2. 备案审核通过后网站上发布企业公示名单，名单内企业需在备案时上报的培训时间完成培训。
3. 最后在宁波市职业培训公共服务网上申请培训补贴，并向属地人社部门提交纸质申报材料，包括补贴申请表原件、培训授课小视频（每半天 1 次，每次至少 5 分钟）、其他和培训相关的材料。班级平均出勤率（每半天出勤率和/累计半天次数）低于 70%（含）的，不予补贴。

2021 年度第二批北仑区（开发区）引智创业项目扶持

一、申请对象及条件

- （1）项目带头人为海外工程师，一般应取得硕士及以上学历学位，年龄一般不超过 60 周岁；
- （2）项目带头人须为企业创始人、法定代表人，且是第一大股东或最大自然人股东，其实际货币出资不少于 100 万元，申报企业注册时间不超过 2 年。

二、扶持政策

对符合条件的引智创业项目，一次性给予创业启动资金 30 万元扶持，其中项目带头人为博士学历学位的，按实际投入额给予 30%、最高 50 万元扶持。引智创业项目还可以继续申报区级人才计划，按照“就高不重复”原则扶持。

三、申请材料

- （1）《引智创业项目扶持申请表》（详见附件）；
- （2）项目带头人身份证明材料、学历学位证书；
- （3）创业项目计划书；
- （4）营业执照、股权证明、验资报告（项目带头人为博士学历学位的需提供审计报告）；
- （5）其他所需材料。

四、受理截止时间

截止时间：2021 年 10 月 29 日。联系人：周老师 86781508 政策咨询：胡老师 89384324

宁波市鄞州区"中国制造"单项奖励资金使用管理办法

(截取重点章节)

第二章 范围及对象

第四条 鄞州区行政区域内注册的具有法人资格，管理规范、信誉良好、社会责任感强的工业企业。

第三章 补助或奖励标准

第五条 加快培育“单项冠军”“隐形冠军”，对首次列入国家单项冠军示范企业（产品）、国家单项冠军培育企业、市级单项冠军示范企业的，分别给予最高 50 万元、20 万元、10 万元的补差奖励；对首次列入市单项冠军培育企业的，给予 3 万元的奖励。

第六条 对获得工信部专精特新“小巨人”企业的，给予 50 万元的奖励。

第七条 对新认定的省级隐形冠军企业，给予最高 20 万元的奖励；对首次列入省隐形冠军培育企业的，给予 3 万元的奖励。

第八条 培育技术创新型示范企业，对获得国家、省级、市级的技术创新示范企业，分别给予最高 50 万元、30 万元、10 万元的补差奖励。

第九条 鼓励建设制造业行业创新中心，对新建的国家、省、市级制造业行业创新中心，分别给予最高 100 万元、50 万元、30 万元的补差奖励。

第十条 对成功创建国家、省级、市级服务型制造示范企业，分别给予最高 50 万元、20 万元、10 万元的补差奖励。

第十一条 对被评为省创新型示范中小企业、列入市创新型示范中小企业培育梯队的，分别给予最高 20 万元、10 万元的补差奖励。

第四章 评选程序

第十二条 根据国家、省、市各类项目评选文件通知，通过镇（街、园区）发动，符合条件的企业向所在镇（街道、园区）发服办提交相关申报材料；申报材料经区经信局初步审核后，上报市经信局；由市经信局组织评审或再次审核后上报国家（省）相关部门进行最终审定并公布获评企业名单。

第五章 资金的审核及拨付

第十三条 享受扶持政策的工业企业或相关服务业企业原则上须有研发经费支出，具体按鄞政办发〔2019〕69 号文件执行。

第十四条 区经信局收到获评企业名单后，会同区财政局对企业进行核实，报区政府批准，并在局网站进行公示。公示无异议后，由区经信局、财政局联合发文，将奖励资金通过“甬易办”线上平台，企业直接在“甬易办”平台进行政策兑付。

开学季带火文具行业！2021年中国文具行业发展现状分析

随着暑假结束，全国各中小学校、幼儿园即将进入“开学季”，商场超市、学校周边的文具销售区、文具店和各大书店等“开学经济”相关产业，也逐渐进入销售旺季。

一、行业市场规模逐年增加

自2013年以来，我国文具行业市场规模逐年增长，2018年文具市场规模为700亿元，同比增长4.84%。到2019年，文具市场规模达726.1亿元，同比增长4.72%，增速渐缓，其中办公文具市场规模达到550.1亿元，较去年同期上升4.4%。随着学校数量的增加、各地区教学质量不断提升，预计2021年中国文具行业市场规模将达803亿元。



（数据来源：中商产业研究院整理）

从细分产品上来看，我国文具行业的产品主要有书写文具、纸质文具、教学用品以及墨水等。其中纸质文具的市场份额占比最高，占整体文具行业市场比重的44%；其次是书写文具，占比为32%；教学用品和墨水占比分别为12%、1%。



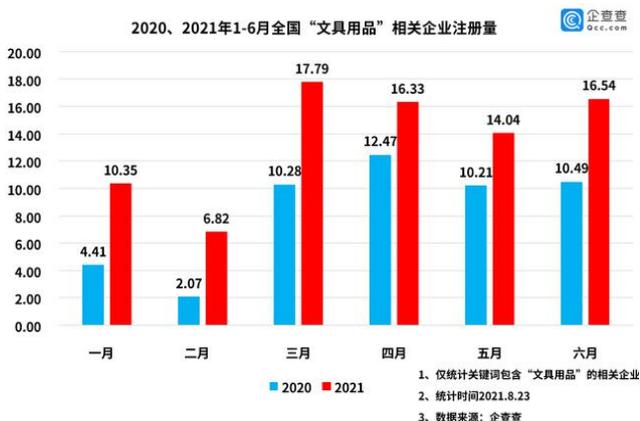
（数据来源：中商产业研究院整理）

二、行业不断发展扩大

企查查数据显示，我国目前共注册“文具用品”相关企业518.16万家，其中状态为存续、在业的有411.58万家，近10年来文具相关企业年注册量逐年攀升。2019年增速是近10年来最高的，同比增长94.2%。2020年是注册量最多的年份，共新增119.33万家，首次突破百万大关，同比增长51.1%。2021年上半年新注册企业81.87万家，同比增长64%。



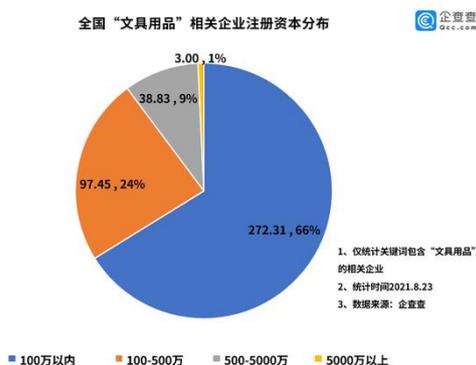
（数据来源：企查查、中商产业研究院整理）



企查查数据显示，今年上半年共新增81.87万家文具用品相关企业，去年同期数据为49.93万家，今年同比增长63.98%。其中1-6月的数据均大幅高于去年同期，3月份为今年上半年最高，单月注册量达到17.79万家。

从注册资本来看，企查查数据显示，我国近66%的文具用品相关企业注册资本在100万以内，另有24%的企业注册资本在100万-500万之间，9%的企业注册资本在500万-5000万，而注册资本在5000万以上的则占总量的1%。

从人均文具消费额来看，中国人均文具消费额约仅为105元/年，而全球平均人均消费水平约为240元/年，人均文具消费额还不到全球平均人均消费水平的一半。作为一个传统的文化大国，中国的文具市场需求依然有很大的发展空间。（本文整理自网络）



食链全环境综合服务平台简介

中国经济进入新常态发展的新时期，共享未来成为新趋势，需要建设与之匹配的社会生态运行体系和信息化服务平台”

但是，现存的电商平台，因国家引导机制和监管制度的缺失，导致两大问题的存在：1、缺乏商业道德，混业经营。现存的传统电商平台，都存在经营主体既是平台（市场）的运行和管理者，又是核心商品的经营者，通过制定不正当运行规则和人为地控制流量抢夺客户利益和公共经营资源；2、侵占公共权利，巧取豪夺。平台的大数据具有社会公共属性，但经营者在利益驱动下，巧妙利用互联网的智能化技术，轻而易举地实现圈羊、薅羊毛到宰羊的商业垄断模式，久而久之，将导致在其平台上的经营者无利可图，无法持续发展、消费者无从选择，只能被动接受其所垄断的高价商品。

有鉴于此，宝真股份有限公司，从2014年初开始，在法治和谐的思想指导下，致力于食链全环境综合服务平台，简称“食链平台”的研究、开发建设和试运行，并将于2021年正式全面运行。

一、食链的建设目标

食链平台，是社会生态运行体系，是人人皆可合伙参与的工具型服务平台。社会各方，均可参与平台的各项经营和共享创收活动，并分享相关权益。食链会员，分为具有购物消费功能的消费会员和具有经营服务功能的商户会员，会员可通过食链平台信息化系统的全程服务，采取自助运行、自我管理的方式进行供需对接，实现自我发展。食链平台主要经营功能均可实现线上线下联

动运营。

食链平台，实行全民合伙制。每个会员根据自身条件，可在生活馆、商品馆、生资馆、三农馆、创业馆等馆区结合自身运营需求开设店铺自主经营，对于特殊馆区会采取特色扶持政策，特别是创业馆，将可能获得投智和投资机构的帮助进行创、收同步的低风险“双创”活动；可在特价馆区，充分利用平台的信息化工具，自主开展促销活动实现客户开发和营收提升；可在车位共享模块，进行错时分享自有产权车位而创收，并缓解社会停车难问题；可在配送共享模块，进行在途顺带配送而增收，以减少通行资源浪费；而在民宿共享功能，则能让大量的农村民宿资源，进行错时分享而创收，同时带动农业观光业和农产品稳定的溢价收入，为农民增收创造新的造血功能。

二、食链的共享公约

食链平台，实行收益共享制。其中，平台收入的16%，用于需求侧消费的引导和促进消费增长；另有，平台收入的16%，用于帮助平台生产经营者增加客户数量和经营规模效益；更有，平台收入的16%的共济基金，用于帮助特定行业、馆区、业态或地区商户的协同发展，主要发放对象为三农、双创和中小企业。

三、食链的平台构成

食链平台，由以下各方组成，为食链会员提供全方位的服务：

- 1.发起单位：宝真股份有限公司，承担平台规划、开发建设和运行服务管理；
- 2.大区管理：全国31个省市级管理代

理，统筹协调管理大区的服务代理商；

3.区域服务：全国365个区域服务代理，为会员提供属地线下的服务和管理。

4.收单机构：拉卡拉支付股份有限公司，承担交易收单、清分和资金存管服务；

5.公证机构：宁波市鄞源公证处，为会员提供各类在线即时存证及公证服务；

6.共享管理：宝真商务管理有限公司，为会员共享创收，提供税务管理服务；

7.共享服务：为会员共享业务提供线下专业的咨询、协调和管理、配送服务。

四、食链会员的公共权益

食链会员，实行年度注册缴费制，年度缴费期内，均可享受以下权利：

- 1.享特价：可畅享各类特价商品和服务；
- 2.全域惠：可在食链全域享受VIP折扣；
- 3.找车位：可分享食链全域的共享车位；
- 4.人人送：可在食链全域派发送订单；
- 5.保存证：可在线进行即时的证据保存
- 6.一卡通：可实现资金的自由收付提现。

7.领礼品：可选领不小于400元礼品；

五、食链的经纪人制度

食链采取全员经纪人制度，每个会员都可获得以下收入：

- 1.推荐普奖：是会员推荐他人成为食链注册缴费会员的一次性奖励，每位58元；他人通过点击关注推荐的食链小程序，自动关联推荐会员，在其注册并缴纳年费后，系

统自动兑现入账到推荐会员的一卡通账户；

2.收益分成：所推荐会员发生订单并完成后，平台按订单额的技术服务费收入的各计提16%，分别给到消费和经营的推荐会员，系统自动分账入户；

3.平台分红：平台所有的技术服务费收益都将各计提8%，按一定规则奖励给优秀的消费和经营会员，平台根据运行情况提前发布实施细则。

六、食链运行活动费用

为保证平台有序的可持续发展，对相关项目进行收费如下：

1.**年度会员费**：是会员在年度内获得食链各种服务和经营活动资格的费用。每年交纳一次，年费金额为365元；

2.**技术服务费**：用于平台运行、经纪分成和共济奖励，按营业额一定比例收取；

3.**共享管理费**：是为共享业务提供管理服务的费用，按营业额的3%收取；

4.**共享服务费**：是专共享业务提供专业务服的费用，按营业额的3~5%收取；

5.**专项服务费**：对服务系统有特殊要求的经营会员收取的服务费用（另定）；

6.**风险保证金**：经认定有经营风险业务的入驻商户收取的保证款项（另定）；

7.**代扣缴税费**：食链平台的发起和共享管理公司，依法对会员所获得的奖励、经纪分成、共济奖励和共享业务收入，进行税费的代扣代缴。

特别告知：平台所有费用都实行在线缴纳或进行系统预设自动分账扣除！

食链功能权限简介					
功能分类	序号	模块名称	模块功能简介	参与方式	条件及标准
会员属性	1	个人会员	可全域消费。可在三农馆和创业馆经营	在线申请注册	实名制，自助注册
	2	机构会员	可全域消费。可全业态按资质经营经营		实名和二级授权，自助注册
	3	会员年费	年度权利认证	系统缴纳	365 元/每年
会员基本权限	4	一卡通帐户	支持会员充值、支付和提现	系统配给	会员自主操控
	5	资金管理	经营和消费资金进入第三方清管帐户	系统设置	按央行规定和标准
	6	消费购物	现场消费扫码结付和线上下单购物支付	自主选择	交易完成，即时支付
	7	交易收付	可选择微信、支出宝或食链一卡通支付	自主选择	对应标准
	8	配送服务	到店自提、送上门和快递三种配送方式	自主选择	商品馆只能快速
	9	推荐合伙	推荐他人成为食链会员，合伙经营平台	系统关联	分享小程序任一页面，共享收益。
	10	推荐奖励	平台对新推荐会员的奖励	系统关联	每位奖 58 元
	11	推荐分成	永久分享平台经营收益	系统分帐	平台收入的 16%
基本商务功能	12	生活馆	线上线下同步展卖	在线申请	有线下店铺的商户
	15	商品馆	线上展卖	在线申请	无线下店铺的规模生产经营企业
特色商务功能	16	生资馆	商家酌情选择生活馆或商品馆	在线申请	生资生产经营企业
	17	三农馆		在线申请	三农生产的个人或企业

	18	创业馆		在线申请	创新创业的个人或企业
共享创收功能	19	人人送	自助发布和承接配送订单	在线使用	明确商品、始终地址、时段和金额
	20	找车位	自助维护发布或分享错时共享车位	在线使用	明确车位位置、时间和价格信息
	21	保存证	平台提供	在线使用	平台接入公证处
会员增值活动	22	实物赠品	商家与食链签订合同, 按单发货	线下签约	市值合计大于 400 元市值, 分四档。
	23	代金券赠品	生活馆商户在线选择参与	在线操作	面值合计 400 元, 分四档。
	24	单品促销	商家自主决定, 自助参与	在线操作	按折扣大小自动单品排位
	25	整店促销	商家自主决定, 自助参与	在线操作	按折扣大小自动店铺排位
	26	日共济奖励	销售排名前 1%	平台发布	符合业态、品类和区域条件, 日、月奖励总额分别是平台收入的 8%。
	27	月共济奖励	销售排名前 1%	平台发布	
	28	网点建设	帮助企业建立全域零售终端网络	平台互动	快速建立产、供、销互促体系

涉外定牌加工与商标侵权

——以最高人民法院司法判例为视角

关于涉外定牌加工行为是否构成商标侵权，各级法院观点各异，且在各案中考量因素差异较大。多年来法院审理此类案件数量巨大，本文仅以最高人民法院（下称“最高院”）对于涉外定牌加工行为是否认定为商标侵权典型判例为视角，尝试探究最高院对于此类案件审判意见的动态变化及最新裁判观点，以期指导实务工作。

何为涉外定牌加工行为，(2014)民提字第38号判决中，一审法院认为：所谓涉外定牌加工，一般指国内加工方接受境外委托方的委托，按境外委托方指定的商标生产产品，并将产品全部交付境外委托方并由其在境外销售，境外委托方向境内加工方支付加工费的一种贸易方式，其性质实为承揽合同关系。

对于涉外定牌加工行为是否构成商标侵权，伴随着经济发展全球化程度不断加深，国际贸易分工与经贸合作日益复杂及我国经济情况的发展变化，最高院裁判观点经历了动态变化与发展：

2016年之前，最高院倾向于认定涉外定牌加工行为不构成商标侵权；

2016年至2019年之前，最高院倾向于充分考量国内加工企业是否对境外委托贴牌的商标本身已尽到合理的审查或注意义务及是否对国内加工企业造成实质性损害，以认定涉外定牌加工行为不构成商标侵权为原则；

2019年以来，最高院倾向于认定涉外定牌加工行为构成商标侵权。

一、2016年之前，最高院倾向于认定涉外定牌加工行为不构成商标侵权

(2014)民提字第38号民事判决书（浦江亚环锁业与莱斯防盗产品国际有限公司侵害商标权纠纷案）中，最高院认为：

1、储伯公司（境外委托方）系墨西哥“PRETUL”或“PRETUL及椭圆图形”注册商标权利人（第6类、第8类）。亚环公司（国内加工企业）受储伯公司委托，按照其要求生产挂锁，在挂锁上使用“PRETUL”相关标识并全部出口至墨西哥，该批挂锁并不在中国市场上销售，也就是该标识不会在我国领域内发挥商标的识别功能，不具有使我国的相关公众将贴附该标志的商品，与莱斯公司（国内商标权利人）生产的商品的来源产生混淆和误认的可性能。

2、商标作为区分商品或者服务来源的标识，其基本功能在于商标的识别性，亚环公司依据储伯公司的授权，上述使用相关“PRETUL”标志的行为，在中国境内仅属物理贴附行为，为储伯公司在其享有商标专用权的墨西哥国使用其商标提供了必要的技术性条件，在中国境内并不具有识别商品来源的功能。因此，亚环公司在委托加工产品上贴附的标志，既不具有区分所加工商品来源的意义，也不能实现识别该商品来源的功能，故其所贴附的标志不具有商标的属性，

在产品上贴附标志的行为亦不能被认定为商标意义上的使用行为。

3、在商标并不能发挥识别作用，并非商标法意义上的商标使用的情况下，判断是否在相同商品上使用相同的商标，或者判断在相同商品上使用近似的商标，或者判断在类似商品上使用相同或者近似的商标是否容易导致混淆，都不具实际意义。

综上，最高法院认为涉外定牌加工行为不构成商标权侵权。同类案件裁决如(2014)民申字第 669 号民事裁定书。

二、2016 年至 2019 年之间，最高法院倾向于充分考量国内加工企业是否对境外委托贴牌的商标本身已尽到合理的审查或注意义务及是否对国内加工企业造成实质性损害，以认定涉外定牌加工行为不构成商标侵权为原则

(2016)最高法民再 339 号民事判决书(江苏常佳金峰动力机械有限公司与上海柴油机股份有限公司商标侵权纠纷案)中，最高法院认为：

1、根据原审法院查明的事实，常佳公司(国内加工企业)与印尼 PTADI 公司(境外委托方)签订委托书接受该公司委托，依据印尼 PTADI 公司合法拥有的商标权生产柴油机及柴油机组件，并将产品完全出口至印度尼西亚销售。在常佳公司加工生产或出口过程中，相关标识指向的均是作为委托人的印尼 PTADI 公司，并未影响上柴公司(国内商标权利人)涉案注册商标在国内市场上的正常识别区分功能，不会导致相关公众的混淆误认。考虑到定牌加工是一种常见的、合法的国际贸易形式，除非有相反证据显示常佳公司接受委托未尽合理注意义务，其受托加工行为对上柴公司的商标权造成了实

质性的损害，一般情况下不应认定其上述行为侵害了上柴公司的商标权。

2、就本案而言，常佳公司作为定牌加工合同中的受托人，在接受印尼 PTADI 公司的委托加工业务时，已经审查了相关权利证书资料，充分关注了委托方的商标权利状态。

3、常佳公司从事本案所涉贴牌加工业务之时，上柴公司与印尼 PTADI 公司之间的商标争议已经印度尼西亚最高法院生效判决处理，印尼 PTADI 公司作为商标权人的资格已经司法程序确认。上柴公司自行使用相同商标生产相关或同类相关产品，实际已经无法合法出口至印度尼西亚销售。况且，根据再审查明及上柴公司提交的证据，自 2004-2007 年期间，上柴公司亦是受印度尼西亚被许可方的委托出口“东风及图”商标的相关产品。在此情况下，常佳公司根据印尼 PTADI 公司授权委托从事涉案定牌加工业务，对于上柴公司在印度尼西亚境内基于涉案商标争取竞争机会和市场利益，并不造成实质影响。

综上，最高法院认为，国内加工企业已经对境外委托贴牌的商标本身尽到合理的审查或注意义务，且国内加工企业的受托加工行为并未对国内商标权利人利益造成实质性损害，从而认定涉外定牌加工行为不构成商标权侵权。

当然，本案中，笔者认为，上柴公司与印尼 PTADI 公司的商标争议已在印尼最高法院有生效判决也是最高法院考虑的重要因素。

三、2019 年以来，最高法院倾向于认定涉外定牌加工行为构成商标权侵权

2019 年 9 月 23 日做出的(2019)最高法民再 138 号民事判决书(本田技研工业株式

会社与重庆恒胜鑫泰贸易有限公司、重庆恒胜集团有限公司商标侵权纠纷案)中, 最高法院认为:

1、商标使用行为是一种客观行为, 通常包括许多环节, 如物理贴附、市场流通等等, 是否构成商标法意义上的“商标的使用”应当依据商标法作出整体一致解释, 不应该割裂一个行为而只看某个环节, 要防止以单一环节遮蔽行为过程, 要克服以单一侧面代替行为整体。

2、在生产制造或加工的产品上以标注方式或其他方式使用了商标, 只要具备了区别商品来源的可能性, 就应当认定该使用状态属于商标法意义上的“商标的使用”。

3、相关公众除被诉侵权商品的消费者外, 还应该包括与被诉侵权商品的营销密切相关的经营者。被诉侵权商品运输等环节的经营者即存在接触的可能性。而且, 随着电子商务和互联网的发展, 即使被诉侵权商品出口至国外, 亦存在回流国内市场的可能。同时, 随着中国经济的不断发展, 中国消费者出国旅游和消费的人数众多, 对于“贴牌商品”也存在接触和混淆的可能性。

4、人民法院审理涉及涉外定牌加工的商标侵权纠纷案件, 应当充分考量国内和国际经济发展大局, 对特定时期、特定市场、特定交易形式的商标侵权纠纷进行具体分析, 准确适用法律, 正确反映“司法主导、严格保护、分类施策、比例协调”的知识产权司法政策导向, 强化知识产权创造、保护、运用, 积极营造良好的知识产权法治环境、市场环境、文化环境, 大幅度提升我国知识产权创造、运用、保护和管理能力。自改革开放以来, 涉外定牌加工贸易方式是我国对

外贸易的重要方式, 随着我国经济发展方式的转变, 人们对于在涉外定牌加工中产生的商标侵权问题的认识和纠纷解决, 也在不断变化和深化。

综上, 最高法院认为, 国内加工企业的涉外定牌加工行为构成商标侵权。

本案中, 笔者认为, 最高法院充分考虑了互联网时代, 相关公众接触到涉案产品的方式与此前大相径庭, 即使产品出口, 相关公众接触到的可能性已然大幅增加。

结语

随着经济全球化程度日益加深、互联网技术的飞速发展等, 最高法院对于涉外定牌加工行为的倾向性观点, 从不认定构成侵权到在国内加工企业已经尽到合理审慎的审查义务且未对国内商标权利人实际利益造成实质性损害的前提下, 以不认定侵权为原则, 再到目前倾向于认定涉外定牌加工行为构成商标侵权。

此外, 目前最高法院对于民事案件中涉外定牌加工行为倾向于认定构成商标权侵权的定性, 与目前商标撤销复审行政诉讼案件中, 法院倾向于认定国内注册商标在出口商品上的使用行为可被认定为构成商标性使用, 从而维持该类商标不被撤销的行政司法判决, 具有内在逻辑的一致性与统一性。

基于目前最高法院对此类案件的最新司法判决, 建议国内加工企业在从事涉外定牌加工业务前, 及时要求境外委托方在中国注册相应商标, 或采取商标许可等切实可行的措施避免构成商标侵权。同时, 建议国内商标权利人及时进行知识产权海关备案, 保护自己的合法权益。