

# 销售全球回暖 钢笔为何能成功逆袭

■ 欣华

在这个键盘和word替代纸笔的年代,邻桌的同事却悄悄地用钢笔替换掉了中性笔,“朋友送的,还挺好的,就用了。”

周末随手刷着朋友圈,一个同学发的照片上,放在司法考试复习资料旁边的也是一根钢笔。巧的是,另一个同学在下面留言说:我有一根一样的钢笔!

不知不觉间,周围用钢笔的朋友越来越多,是什么理由,让他们放弃方便的中性笔和圆珠笔,用回还要吸墨水这么“麻烦”的钢笔呢?

## 趋势:钢笔销售全球回暖

就在几年前,我国的钢笔产业曾历经坎坷,一则“英雄牌钢笔,曾经资产超7亿,现250万贱卖49%股份”的消息引来无数70后、80后的唏嘘。

谁曾想,这个诞生于20世纪30年代的国民钢笔品牌于2015年开始逐步走出销售谷底,开始触底反弹,全年实现营收增长33%。

来自全球市场咨询公司欧睿国际的数据表明,2016年,全球钢笔销售额同比实现2.1%的增长,总量达10.46亿美元;2015年,全球钢笔销售额较2014年增长7%。预计2020年,这一数字能达到15亿美元。

更有意思的是,全球在2015年钢笔销售额前五名的国家分别为中国、韩国、巴西、美国和法国。2016年,中国市场钢笔销售额则多于整个欧洲的销量总和,占全球钢笔销售额的48%。

## 渠道: 由文具店转向商场和线上平台

如今,除三年级至六年级的小学生要求使用钢笔外,初高中学生则基本使用中性笔。在传统的文具店内,圆珠笔、水性笔和自动铅笔被摆在最显眼的位置,而钢笔和墨水则被放在收银台内。

不过,逐渐在文具店的小江湖里败下阵来的钢笔,却开始在“寸土寸金”的商场及线上购物平台扬起大旗。



以派克钢笔为例,记者调查发现,在线下,派克在北京的分店达到了34家,王府井百货、君太百货、汉光百货、金融街购物中心等大型商场都有派克的专柜。在线上,京东商城有5家派克专卖店;淘宝平台上更有包括官方旗舰店在内的十几家专卖店。

凌美钢笔的销售网点略少。记者在凌美钢笔官网查询到,该公司在北京共有6家分店,在上海有9家分店。线上市场,凌美在京东商城拥有两家专卖店;在淘宝上,凌美只有lamy旗舰店一家专卖店,其他店铺都是代购或者综合类的文具店。

售价更高的万宝龙钢笔在北京市场也拥有多家专卖店,国贸店、燕莎店等多个专卖店;电商平台,万宝龙在京东、淘宝都有店铺。

此外,英雄钢笔在京东和淘宝上也已经布局旗舰店。

## 设计感: 钢笔摇身变成时尚产品

不少消费者表示,从中性笔和电子键入的录入方式重新回归钢笔,是因为现在的钢笔具有其他录入方式没有的时尚性,不像中性笔一般个性化不明显,钢笔不管是外观还是内部的吸水设计,都进行了精心设计,吸引了不少年轻消费者。

无论是德国的凌美钢笔,还是英雄与施

华洛世奇品牌跨界合作的镶嵌宝石系列钢笔,售价均在100~500元不等。数百元的价格不算很高,对于当下的年轻人来说,购买起来没有压力。

此外,与过去没有独立包装,或最多一个简易纸盒或塑料盒包装相比,现如今逐渐抢占市场的中高端钢笔包装精美,在使用上,还强调必须配合使用品牌指定墨水或墨囊,以提升钢笔的书写体验。

用几百元的价格买到设计时尚、包装精美的钢笔,无论是买给自己,还是送给别人,都成为时下年轻白领的不二之选。

## 用户心理: 用钢笔写字更有“逼格”

键入代替书写的年代,手写体的文字反而显得格外珍贵起来。

“与其他国家的文字相比,硬笔书法是汉字独有的美,中国人爱用钢笔写字,这更因为只有钢笔才能完整地体现出汉字的美感,更好地传承独一无二的硬笔书法。”一位硬笔书法爱好者表示。

“用钢笔写字实际上最为环保,一支好钢笔能用很多年,算下来也比较省。”已经习惯了用钢笔写字的张同学表示。

从事电视媒体行业工作的唐女士直言,用钢笔写字更有“逼格”,“用久了钢笔能够督促你写好字,而且心情好的时候会写上瘾。”

## 价值:收藏功能兴起

上世纪90年代后期开始,钢笔的收藏功能显现。收藏界人士表示,钢笔的收藏价值和投资价值与钢笔的含金量、生产年代、存世量以及名人用笔密切相关。一些四五十年代生产并经过使用的博士、英雄等“古董”级金笔,目前市场成交价可高达数万元。

值得一提的就是万宝龙,这家起源于德国的制笔公司不仅独霸商场专柜,而且与奢侈品比肩,卖到了天价。一支万宝龙的钢笔,从设计、材料选择、切割、研磨、雕刻,直到最后的测试,需要一个经验丰富的工匠花费12个星期才能完成。一只18K金笔嘴,需要20余道工序。

除了万宝龙,派克钢笔的收藏功用可能要更早。早在1990年2月,一支1910年派克公司出品的“史蒂斯蒂卡”牌银色笔杆钢笔,就以8000美元在纽约拍卖成交。次年8月,该笔的主人又将此笔以2.8万美元的价格卖出,增值速度之快令人称奇。而在1998年10月英国伦敦的一次拍卖会上,一支产于20世纪初期的派克38型蛇形笔,以3.8万英镑成交。

## 探因: 钢笔缘何能够逆袭

实用性早已并非钢笔消费需求中的第一序列。在电子设备输入远远多于手写的年代,很多人甚至出现了“提笔忘字”的打字后遗症。那么,钢笔为何开始悄然逆袭?

不管是圆珠笔还是中性笔,从书写和便捷性能方面来说,确实更适合忙碌的学生和工薪阶层,但当书写这个需求都在被电子替代的时候,圆珠笔与中性笔其实和钢笔一样没有抗衡的能力。“但是钢笔由于其制作工艺精致,使用起来代表着身份,钢笔的新价值就被发掘出来,这就是钢笔装饰性的价值,还有高档钢笔收藏的价值,所以发现价值也就成为了钢笔起死回生的不二法门,这些价值其实是钢笔原先就有的,只是以前书写的附加值更大,这些都是附加值,也就没那么被重视,但是现在附加值成了主要价值,照样可以让钢笔生存得很好。”业内人士说。

在这个千篇一律的电子键入时代,偶尔享受一下书写的乐趣,也不挺好的吗?



●朱献福董事长(左)向韩俊(右)介绍公司转型升级发展情况

## 中央农村工作领导小组办公室副主任韩俊到河南鲜易控股调研

■ 本报记者 李代广

3月4日,中央财经工作领导小组办公室副主任、中央农村工作领导小组办公室副主任韩俊,中央农村工作领导小组办公室二局副处长陈春良到河南鲜易控股公司调研。河南省副省长王铁,省政府党组成员、省农村工作领导小组副组长赵顷霖,省委农村工作办公室常务副主任申延平,省委农村工作办公室副主任刘晓文,省委农办工作办公室秘书处处长夏西超;许昌市市长胡五岳,市委副书记王忠梅,副市长王志宏;长葛市市长尹俊营等陪同调研。

韩俊一行来到公司展厅,听取了鲜易控股集团董事长朱献福关于公司转型升级发展情况。众品起步于1993年,起步于县级肉联厂,通过实施创新驱动战略,先后经历了食品加工企业、生产性服务企业和平台型企业、生态型企业转型。目前,公司定位于生鲜产业互联网平台。线下,食品产业链众品,是生产性服务业,定位于中国生鲜食品产业链服务商,是中国生鲜食品的龙头企业。鲜易温控供应链是流通性服务业,定位于中国温控供应链集成服务商,是中国温控供应链的标杆企业。线上,包括全国最大B2B生鲜电商平台鲜易网和全国冷链信息公共服务平台和冷链资源交易中心。通过线上与线下、第一产业与第二产业、第三产业的融合,构建智慧生鲜供应链生态圈。

韩俊指出:“鲜易供应链的起点是高的,利用物联网技术、互联网技术整合冷藏车、冷藏库资源。冷链马甲平台在技术上、模式上是可行的,最大限度地发挥了冷链资源。”

在线上交易平台展示区,韩俊在听完朱献福董事长关于鲜易网和冷链马甲的基本情况后,对冷链马甲的商业模式非常感兴趣,详细询问了冷链马甲的运营情况。深入了解了冷链马甲的车辆加盟方式、服务内容、链接资源范围等问题。韩俊讲到:“目前,冷链在水产品、猪肉、禽肉、牛羊肉等动物蛋白的覆盖率比较高,但是整体覆盖率比较低,尤其是蔬菜、水果覆盖率不足5%,许多优秀的农产品,比如千岛湖的胖头鱼因为冷链的制约,无法走出去。今年国家的一号文件,就针对发展冷链做了专门的规划。目前,许多企业在搞冷链平台,但大多数是区域性的。鲜易的起点是高的,利用互联网、物联网技术,整合冷藏库、冷藏车资源,最大限度地发挥了冷链资源。”

韩俊指出:“鲜易基于数据发展金融、物流、技术等生产性服务业,这是真正的互联网+农业、互联网+食品制造业。”

在公司基地园区平台化展示图前,韩俊听取了公司在发展共享经济方面的探索。“公司在全国布局了8个生鲜加工制造业基地,并形成了大中原产业布局优势。在产能过剩和环保压力、食品安全压力、生产安全压力的大环境下,大而全浪费资源,小而全不现实。基于此,我们拆掉园区围墙,将内部资源社会化,无论是加工猪肉的、鸡肉的,都可以到园区平台上共享园区资源。不仅破解了企业征地难、建厂投资大等问题,而且我们更进一步,将一产、二产和三产融合,还提供检验检疫、流通加工、配送及我们的平台等一系列增值服务,降低了交易成本、管理成本,实现资源的集约化,更有利与政府的监管,实现食品安全社会共治。”

韩俊深入了解了公司基地园区平台化过程中,物联网技术的应用问题,并讲到:“你们的优势是数据,这是互联网+园区的一种探索。”

随后,朱献福董事长汇报了公司国际、国内贸易服务的情况。公司是河南省肉类进口口岸、许昌海关监管仓的运营单位,不仅仅是跨境贸易,更多地是利用自身的资源,为客户提供贸易信息、集采分销、保税服务、报关报检、标准认证、流通加工、冷链物流、金融服务等贸易服务,并在国内布局了覆盖360个城市的360个服务平台。

随后,韩俊一行了解了云仓网、城配网、运输网等多网融合、多式联运的基本情况。重点了解了供应链金融服务的发展,并了解了公司产品服务化、服务品牌化的探索实践,听取了公司新时期的资源配置情况介绍。

# 开辟农村电商新路径:构建生态电商平台

■ 凌纪伟

在供给侧结构性改革的宏观大背景下,如何让互联网、大数据等新兴生产力带动农村经济繁荣?

从2012年起就深耕农村电商的汇通达采取了一条“只做加法”的路径:打造农村生态电商平台,为乡镇夫妻店赋能,帮助其成为集“供销社+信用社+劳务站+邮局+网店”于一体的农村当地生态中心。

## 为乡镇夫妻店插上“互联网翅膀”

全国累计有42000多个乡镇,遍布各地的乡镇夫妻店,重构了当地的农村流通经

济。

在汇通达总裁徐秀贤看来,生态电商的本质是用互联网技术和思维,为乡镇夫妻店赋能,提升他们的线上经营能力、非商品经营能力、管理能力,让乡镇商铺成为电商旺铺,从而带动整个乡镇经济的活跃和发展。

在国家级贫困县——湖北麻城,2016年2月,汇通达在当地建立了“一镇一站、一村一点、一点一地推”的完整电商扶贫体系。通过这一体系,带动当地土特产,如老米酒等农产品的反向进城销售,单店年销售规模达20万元,为当地农户打通了一条创收渠道。

目前,汇通达累计覆盖了全国60000家这样的乡镇夫妻店,帮助会员店全年累计销售超过1000亿元。

徐秀贤认为,虽然乡村门店数量越来越少,但其重要性却越来越强,其功能越来越强大,逐渐扮演起一站式服务解决方案的角色。

## 以共创共享打造生态闭环

围绕乡镇夫妻店这个中心,汇通达自助开发和提供“超级经理人”、“超级老板”、“汇掌柜”3套系统,在上游供应链、“支点”乡镇会员店、C端农民用户之间建立了一个生态闭环。

基于这个闭环,不仅仅是实体商品流通,更多的信息服务、虚拟服务、就业创业……以共创共享的形式在这个平台上展开。

到目前为止,汇通达已成功孵化出“劳务进城”、“微物流”、“保险”、“旅游”等多种创新业务模式。

汇通达副总裁孙超介绍,生态电商的一个特点就是不需要每块业务都赚钱,比如培训、金融、保险等只是生态中的一环,作为服务提供给用户,生态电商平台把利益攸关方变成了利益共同体。

和京东、阿里这种以贸易流通为主要特征的电商平台不同,汇通达生态电商更侧重把服务当商品、把商品变成服务。

有分析说,生态型电商用互联网的方式带动传统产业升级,用科技为传统门店赋能,盘活了农村资源,体现了科技扶贫,成为繁荣农村经济的“造血机”。

牢牢地占据着支配地位。民企仍在融资、市场准入、税收以及其他方面遭受法律或行政意义上的歧视,一些关键行业仍未对民企开放。在此政策环境下,民企难以放开手脚,更多的是凭借自身努力拼搏,深化发展的压力较大。种衍民代表建议国家发改委及相关行业协会,在国家发电领域等竞争性行业营造宽松、公平的竞争环境,鼓励优秀的国企、民企同台竞争,以质优、高效为标准,引领国企、民企竞相发展。

参加全国人大会十年来,种衍民代表忠实履行职责,积极主动参加由国家、省市人大组织的各项调研活动,深入到群众、企业一线,了解群众疾苦,想群众所想,急群众所急,围绕省、市中心工作和人民群众普遍关心的热点、难点问题,积极做好调研工作。积极参与政、传递行业声音,为国家电力行业的发展、社会民生等献计献策,向全国人民代表大会提出涉及输变电、新能源、新材料、煤碳行业相关政策以及关系国际民生的各类提案和建议60余条,并积极推动有关问题的解决,

充分行使了一个人大代表的职责,发挥了党和政府与人民群众之间的桥梁纽带作用。种衍民代表所提的提案和建议得到了国家相关部门的高度重视和回复,有些提案和建议已经在国家相关领域得到了采纳和实施。种衍民同志的提案和建议为促进民生,保障人民权益,推动行业发展都起到了非常积极的作用。

# 种衍民代表出席两会建言献策



■ 本报记者 李凤发

通讯员 尹翔宇 马松伟

第十二届全国人大五次会议3月5日在北京人民大会堂隆重召开。特变电工衡阳变压器有限公司总经理种衍民再次满怀信心地赶赴这场春天的盛会,与来自全国各地的2900多名人大代表一同建言献策,共商发展。

今年是种衍民第十次参加全国人大会,他的心情依然激动和兴奋。今年全国两会期间,种衍民代表针对装备制造行业发展、大力

振兴国家实体经济、推动技术创新支持中国企业在走出去、引导行业良性竞争及推动大件运输改革减轻企业运输成本等方面提出了5个提案。这些提案实在中肯,受到了国家相关部门和媒体的高度重视和广泛关注。

重大装备制造业的发展水平是国家综合实力的重要体现,实体经济是国家经济发展,赢得国际竞争主动权的根基,为积极推进供给侧结构性改革,引导制造业高品质、高效率创新发展,大力振兴国家实体经济迫在眉睫。当前,制造业的发展虽然遇到了瓶颈,但是制造业在生产、制造、研发等方面均有了一定的沉淀。在这次会上,种衍民代表对大力振兴国家实体经济提出了真知灼见,以实现中高端的产品替代现有的中低端产品,以适应社会需求、振兴国家实体经济需要,实现由制造大国向制造强国的转变。种衍民代表建议国家发改委与相关部门在国家重点领域、重大项目中,由发改委优先采用质量优秀的企业参与建设,培育各行业的“百年老店”,以全面提升制造业各行业的产品质量。

作为一名企业家代表,种衍民对我国电力事业的发展寄予厚望。我国的特高压输电技术已经成为了继航天、高铁技术后的一张名片,骄傲地引领世界输变电行业的发展,也为国家的重大经济建设提供着强有力的服务。但在35kV、10kV以下的配网配电、供电环节,我国的电力效率低下。以2013年为例,全国年发电量为5.32万亿千瓦时,配电变压