

颜值经济 席卷文具赛道 网红产品背后的理性回归

新学期伊始,记者走访我市多家文具店发现,店中除基础样式的文具外,还有各类造型奇特、外观新颖、功能多样的文具用品,吸引了学生纷纷购买,成了文具用品中的“网红”产品。



为学生在选购文具 为网红文具

造型奇特花样多 理性购买很重要

9月9日,新华书店一楼文具店内,许多学生正在精心挑选心仪的文具。该店店长管美春告诉记者,受开学季影响,近两周店内生意火热,彩色马克笔、中性笔、橡皮、尺子是学生的刚需,销量较高。

记者注意到,店内中性笔款式多样,除造型朴素的基础款外,还有笔头处装有转筒的旋转笔,与动漫、游戏等热门IP联名的盲盒笔,头顶变色西瓜的扭扭笔。这些中性笔不仅外观花哨,而且趣味性、可玩性高。外观好看一些的文具比基础款的销量更好。管美春介绍,店内最受欢迎的中性笔莫属盲盒笔。这款产品迎合了不同年龄段学生的喜好,小学生喜欢有

哪吒、小马宝莉、火影忍者等元素的中性笔,初高中生喜欢有斩神、剑来等国漫元素的中性笔。管美春说。

记者了解到,盲盒笔平均每支售价10元,除IP联名外,其用途和用法与普通中性笔无区别。班里很多男生买了奥特曼盲盒笔,不管开出哪个奥特曼,它都是一支黑笔。三年级学生王梓霖说,现在班里还流行水枪笔。

随后,记者还走访了大司巷小学周边文具店集中区,发现了多款造型新奇、功能多样的其他文具,如汽水、冰淇淋、甜甜圈等食物造型的橡皮擦,外壳充气鼓胀的解压本,带有挂坠、内置流沙的直尺。其中一家文具店店长陈勇告诉记者,虽然这些新奇文具能吸引学生的

目光,但与家长一同前来选购的学生,购买基础款文具的偏多。她从多位前来选购的家长口中得知,部分学校对文具有要求,如橡皮擦需要购买方形的,铅笔和中性笔选择最基础的款式。

选购文具时,我们主要建议1-3年级的学生家长首先考虑功能性,外观朴素为佳。某小学三年级教师周慧告诉记者,低龄段孩子自控能力较弱,造型新奇、色彩鲜艳的文具容易在课堂上分散他们的注意力,影响听课效率。此外,这些精美文具一旦在学校不慎丢失,不仅孩子伤心,还可能引发同学间的纠纷。有些孩子看到别人拥有,甚至会回家跟父母索要,给家长带来不必要的困扰。

监管部门持续跟进 共守文具安全

日前,市市场监督管理局会同承检部门对全市文具商品开展了随机抽检,进一步规范学生文具市场秩序,维护消费者合法权益。

此次检查重点涵盖作业本、修改液、彩色颜料笔等产品。检查过程中,市市场监督管理局产品质量安全监管科工作人员章晋荣随机抽取了几款不同厂家、不同款式的文具,仔细查看产品标签是否标注了厂名厂址、产品型号、质量合格证明及中文标注的产品名称,对比其执行标准是否符合规范,并对部分样品予以封存送检,检测结果将

及时向社会公布。

挑选文具时应注重品牌和来源,优先选择正规厂家生产、标有“环保无毒”字样的产品,避免购买无厂名、无厂址、无合格证的“三无”商品。章晋荣提醒,在查看包装时要注意标签信息是否完整,包括产品名称、执行标准、厂名厂址、生产日期及使用注意事项等。

同时,家长在选购时还要格外留意文具的颜色和气味。一般来说,香味越浓往往意味着添加剂越多,可能含有甲醛、苯系物等有害物质,颜色过于鲜艳或纸张过白的产品,可能存在荧光增白

剂超标的问题。造型奇特或带有锐利边缘的文具不宜购买,以免孩子在使用过程中受到伤害。至于书包、书桌等大件用品,也要避免选择带有刺鼻气味或材质不明的产品。

此外,消费者最好在证照齐全、售后完善的正规商场和专卖店购买文具,如遇商品质量问题或权益受损,可凭购物凭证向相关部门投诉举报。市场监管部门也将继续加强监管,及时公布抽检结果,共同守护学生们新学期用品安全,为他们的健康成长营造更加安心的学习环境。

赛事流量变增量 浙BA 点燃 消费新活力

本报讯(融媒记者 王昊 徐婷婷)近日,浙BA城市争霸赛持续升温,赛场内球员奋勇拼搏,赛场外消费活力涌动,赛事+模式成功将体育流量转化为实实在在的经济增量。

随着永康队一路征战,永康肉麦饼香飘四方,销量暴涨。浙江伟丰肉食品有限公司负责人付美贞高兴地说:永康肉麦饼是家乡的味道,浙BA打到哪里,我们的饼就跟到哪里。令她欣喜的是,通过赛事宣传,肉麦饼线上线下销量大幅提升。

付美贞告诉记者,此前永康队在杭州市富阳区比赛时,赛前出摊仅3个小时,就卖出了六七百个肉麦饼,人气远超平日。最少的一单12个打包,上个月订单量有一万多单,销量增长非常明显。

永康肉麦饼的热销,是浙BA赛事+引擎发力的生动缩影。而这份来自线上线下的多维度关注,也让永康赛区总冠军商浙江飞剑工贸有限公司(以下简称“飞剑工贸”)旗下运动休闲杯壶品牌施密特脱颖而出。飞剑工贸市场部经理李俊手持一款喷雾杯介绍,除了日常饮水功能外,它还能实时补水,快速降低运动员体温,帮助运动员发挥最佳竞技状态。

通过浙BA赛事推广,这款产品的销量增长了50%以上。他说。

随着浙BA赛事的深入推进,飞剑工贸还推出了磁吸保温杯。这款保温杯杯盖的磁吸设计可以解放双手,方便用户将手机吸附在杯上观赛。通过与参赛城市联名定制,融入地方文化元素,这款保温杯成了连接比赛与城市文化的流动名片。

李俊告诉记者,在永康主场首战中,飞剑工贸推出了自主打造的IP施小特。通过浙BA赛事,我们对品牌与体育的结合有了更深刻理解,后续将结合篮球、足球、网球等体育项目,与北京体育大学等展开深度合作,精耕体育类产品。

设计驱动 市场引领 南龙公司研发 高智能保温杯

本报讯(融媒记者 刘仲明)日前,浙江南龙工贸有限公司(以下简称“南龙公司”)的高密封智能温控锁止保温杯入选2025年浙江制造精品名单。

在南龙公司,研发设计师夏守利向记者介绍了这款保温杯的亮点——智能化。这款保温杯配备了一个智能的温显内塞,轻轻触摸后可以快速了解杯内的热水是否适合饮用。夏守利说。

据了解,这款保温杯采用了镀铜工艺的内胆和先进的真空隔热技术,配备了大块体积型的吸气材质,可以有效清除真空层内的残余惰性气体,使极限真空度不低于0.001帕斯卡,大幅提升保温效能。夏守利介绍,24小时保温效果可以达到42摄氏度以上,使用寿命达到10年以上。

此外,这款保温杯外观设计很独特,杯体的线条不仅有装饰效果,还具有防滑功能,杯身表面应用了防指纹涂层工艺,触感细腻。以用户为中心,以市场为导向,研发新颖、时尚的产品是未来的发展趋势。夏守利说。

警惕相互攀比 回归功能本身

每年开学季,文具市场都会迎来一波流量高峰,庞大的市场潜藏着巨大的消费能力。生产厂家和商家们通过各种手段吸引学生,但也需要注意,回归文具本身的作用才是关键。

在采访过程中,记者看到文具商店内琳琅满目的文具商品,不乏有一些

挂羊头卖狗肉的文具,就像哪吒、奥特曼形象的盲盒笔,融入了游戏市场的抽卡机制,吸引了不谙世事的学生群体的注意力,抽到隐藏款便可作为同学之间炫耀的资本,间接养成学生之间攀比的心理。

记者采访了多名小学生,他们均一

致表示,自己买来并不是为了写字省力或写出更好看的字,只是因为这些文具好玩才愿意消费,且学习过程中会不自觉地被这些文具吸引,转移注意力。

将注意力还给学生,需要生产企业、学校、家长多方共同努力,让文具回归它应有的功能,让学生安心学习。