

新消费浪潮下，一支笔从写字工具变成“情绪搭子”

文具产业“变形记”

大众观察

□ 大众新闻记者 费瑞君 宋明君
本报通讯员 王馨 石漫宇

让文具店“甜丝丝、毛茸茸、亮晶晶”起来。

2014年，首家美博文具体验馆在淄博开业，打造文具、生活、创意、阅读为一体的文具购物新体验，主要贩卖生活周边商品，开始了高端文化用品店的衍生。

这种“文具+生活”业态，与日本的杂货店模式颇为相似：弱化购买的目的性，强调选购过程的乐趣，让文具店成为一个可以“逛”的地方。

如今，嘉汇文具已在淄博开设24家门店，在青岛开设3家门店。

然而，随着传统渠道的持续萎缩，下一步，该往哪儿走？

耿嘉鹏的选择是——开茶馆。

2月10日，聊斋茶馆试运营。“我们学习迪士尼，讲故事。”耿嘉鹏认为，当物质供给极大丰富，消费者愿意为之买单的，不再是商品本身，而是商品背后的故事、场景与情感。

茶馆与隔壁的嘉汇文具生活店，约占了张店金带公园下沉广场的一半，共同构成了2500平方米集相声、曲艺、儿童剧、流行音乐、餐饮于一体的复合消费空间。这里不仅卖茶，还“卖”消费者愿意为之付费的“氛围感”。

茶馆舞台上，正在为淄博首部场景沉浸式话剧《聊斋之小翠》演员海选进行相关布置。耿嘉鹏首批筹备了三出聊斋戏，最终打造属于自己的IP。

“留下IP，做文化衍生，最终在场景里转化为时间消费。”他说。

“IP打法”让一支笔身价倍增

耿嘉鹏的这套“IP打法”，在行业内并非孤例。

从聊斋茶馆的戏剧IP，到各大文具品牌的联名IP，文具行业正在经历一场以IP为核心的集体转向。

2025年2月，得力在上海推出首个“超级文具节”，1000多平方米的空间里，黄油小熊、全职高手等十大IP首次同时出现在办公用品品牌店里，开放首周末客流量突破10万人次。

得力潍坊分公司城市经理李本兵告诉记者，去年暑假期间，得力超级文具节扩展到全国26城28场，“捧出12个合作IP，除了常规文具产品，还有色纸、镭射票、徽章、亚克力立牌等经典‘谷子’，深受年轻用户喜爱。”

“得力每个月都会推出新品，有时一个月能推出一千多款新品。”李本兵指着货架上最显眼的“六边形战士”系列中性笔告诉记者，“这一支笔上，加载了好几项‘文具界黑科技’，机甲风设计击中当下学生审美。截至今年2月底，淄博地区销量已突破10万支。”

《2024中国品牌授权行业发展白皮书》显示，18-40岁青年占到IP消费的55%。这些消费群体不再满足于普通的中性笔、笔记本，转而寻求盲盒笔、毛绒笔、可以DIY的笔袋等更具个性的文创产品。

据角研社统计，仅2025年上半年，文具品牌就推出约70起IP联动，平均一个月就有11起IP产品面世。

IP大戶晨光文具从2005年与荷兰国宝级IP“米菲”兔合作至今，已走过20年，这个有着“X”嘴的小兔子，一度成为晨光的代名词。去年，晨光与腾讯视频达成战略合作，先后推出《剑来》《仙逆》



□ 大众新闻记者 宋明君 报道
近日，淄博小学生在文具店挑选文具。

《斩神》等国漫IP联名产品。IP赋能让文具价值倍增，这种创新重构了消费逻辑——新一代购买文具时，看重的不仅是书写功能，更是IP带来的文化共鸣和社交属性。

“工位经济学”带火办公文具市场

还有一个有意思的现象：学习文具市场在收缩，办公用品市场却在扩张。

数据显示，2025年上半年，中国文化办公用品类商品零售累计值达2406.2亿元，同比暴涨25.4%。

一支会发光的中性笔、一个会摇头的盲盒手办、一本带锁的手账本……这些看似没啥用的小玩意，背后藏着一套“工位经济学”：当工作无法给你提供掌控感，你就得在工位上找点“我说了算”的东西。

产业调研网的《2026-2032年全球与中国办公用品市场现状研究分析及发展前景预测报告》提出了一个全新的观点：办公用品正在从“消耗品”转型为“智能办公生态中的情感化、可持续交互节点”。在这一过程中，文具产业开始把功能需求和情绪价值捆绑销售。

罗笑对此感受明显：“相较于20年前买文具‘能用就行’，现在的年轻人更看重颜值、舒适度、时尚度。”

消费者的选择，正在重塑一个庞大的市场。

艾媒咨询《2025-2029年中国情绪经济消费趋势洞察报告》数据显示，2024年中国情绪经济市场规模达2.3万亿元，预计2029年将突破4.5万亿元。其中，超过90%的年轻人认可情绪价值的存在，56.3%的人在2025年选择“为情绪价值买单”，这个比例较2024年上升了16%以上。

在得力集团副总裁王玉静看来，情绪消费极大地拓展了行业边界，“文具不再局限于传统笔本，而是延伸到生活周边、毛绒玩具等更多品类，产品品类得到大幅丰富。”

消费者手中的一支笔，早已不是单纯写字的工具；街角的文具店，也不再只是卖货的地方。随着消费群体年轻化、产品功能情感化、IP合作常态化、零售体验场景化，文具行业的这场“折腾”，还将持续下去。

国内云计算市场掀起涨价潮，算力产业链加速兑现收益

山东哪些“卖铲人”受益？

财明白

□ 本报记者 郝亚男

近日，光模块、算力硬件概念股逆势大涨。

这背后是今年OpenClaw（国内常称“龙虾”）狂潮从国外席卷至国内，Token调用量暴增，直接拉动算力需求，Token产业链兑现成为新的核心关注点。近日，百度、阿里云等宣布AI算力、存储等产品涨价。算力产业链加速兑现收益，哪些企业直接受益？

算力硬件股逆势大涨

近日，国内云计算市场掀起涨价潮。阿里云、百度智能云先后官宣上调AI算力相关产品价格。阿里云官网公告称，因全球AI需求爆发、供应链涨价，阿里云AI算力、存储等产品最高涨价34%。据知情人士透露，阿里云旗下MaaS业务平台百炼在今年1月至3月创下历史最高增速。

百度智能云称，受全球人工智能应用快速发展影响，算力需求持续攀升，核心硬件及相关基础设施成本出现显著上涨，因此决定将AI算力相关产品服务价格上调5%至30%，并行文件存储等上调约30%。

今年以来，全球云计算厂商已相继释放涨价信号。

年初，亚马逊AWS、谷歌云相继公布部分服务涨价。1月22日，AWS宣布对用于大模型训练的EC2实施15%的价格上调。1月27日，谷歌云对CDN Interconnect、Direct Peering、Carrier Peering等数据传输服务价格进行了大幅调整，北美地区涨幅达到100%。

国内方面，腾讯云3月11日宣布大模型服务涨价，对部分模型的计费策略进行了调整。以Tencent HY2.0 Instruct模型为例，其输入价格由原先的0.0008元/千Tokens大幅上调至0.004505元/千Tokens，涨幅高达463.13%。

3月16日，智谱宣布推出面向开源智能体框架OpenClaw场景的底座模型GLM-5-Turbo，同时上调新模型API价格20%，这也是智谱近期第二次涨价。

多家云厂商均表示，核心硬件及基础设施成本的显著上涨是调价的重要原因，而AI应用带来的“Token调用量暴增”更是关键推手。

哪些鲁企受益

本轮市场行情下，算力基础设施相关领域内，多家鲁企股价持续拉升，表现亮眼。

中际旭创近期涨势持续上扬，近一月股价累计涨幅超15%。截至3月20日收盘，报收612元/股，较前一交易日上涨6.4%，总市值6800亿元，稳居山东上市公司市值第一。

中际旭创作为全球光模块龙头企业，直接服务于英伟达GPU集群、谷歌数据中心等AI算力基础设施，成为这波需求增长的最大受益者之一。近一年时间，中际旭创股价累计涨幅超485%。

2月27日，中际旭创公告称，2025年营收382.4亿元，同比增长60.25%；归母净利润107.99亿元，同比增长108.81%。对于业绩大幅增长，中际旭创指出，主要受益于终端客户对算力基础设施的强劲投入，产品出货快速增长，其中高速光模块占比持续提升。

此外，全球重卡发动机龙头企业潍柴集团，可以说是AI算力时代的隐形“卖铲人”之一。“卖铲人”这一商业比喻，源自美国西部淘金热，指在热门趋势中为参与者提供必需工具、服务或基础设施，从而规避风险并稳定盈利的商业模式或企业。

AI技术迭代带来的算力基建热潮，AI数据中心电力设备市场的快速扩容，带动高端发动机需求井喷，带动潍柴动力业绩增长。

年初，潍柴动力接受了包括中信证券、中金等20余家机构调研。潍柴动力相关负责人表示，2025年M系列大缸径发动机出货量突破一万台。其中，数据中心用发电机组交付量超过1400台，较上年增长约260%。

据中金公司预测，2025年中国数据中心用大缸径柴油发动机市场规模有望接近百亿元，2026年全球数据中心用大缸径柴油发动机市场规模达411亿元。

今年以来，“潍柴系”股价“涨”声一

片。年初，潍柴动力（000338.SZ）股价快速拉升，2月25日创下历史新高30.19元/股，后续股价震荡下滑，但至今累计涨幅35.81%。

AI需求推动下，近期市场对光纤光缆颇为关注。汉缆股份进入2026年以来股价持续上涨，3月13日创下上市以来的历史新高10.95元/股，今年累计涨幅超117%。

此外，AI狂飙之下，算力集群密集落地，电力需求快速增长，被称为装备制造业“皇冠上的明珠”的燃气轮机，由此成为刚需。全球燃气轮机市场“一机难求”，据财通证券测算，2025年全球重型燃气轮机意向订单超80GW，但实际可交付产能仅约50GW，供需缺口高达30GW以上，尽管部分机型价格暴涨超20%，全球客户仍在疯狂抢单产能。

受此影响，豪迈科技、杰瑞股份燃气轮机概念股持续走强。今年，豪迈科技累计上涨1.87%，杰瑞股份累计上涨35.76%。

全球轮胎模具龙头豪迈科技，主要业务包括子午线轮胎活络模具、大型零部件机械、机床三大业务板块。其中，大型零部件机械产品下游主要以风电、燃气轮机为主。

油服装备龙头杰瑞股份自2018年布局燃气轮机发电业务，目前已与西门子能源、贝克休斯和川崎重工达成燃气轮机合作协议。近期，杰瑞股份与全球AI行业巨头及另一北美重要客户，签署两笔金额均超1亿美元的发电机组销售大单，确立公司新的业务增长极。

山东3案例入选全国跨境电商优秀实践案例

□ 大众新闻·经济导报记者 杜杨 报道

本报济南讯 近日，商务部正式印发2025年全国跨境电商优秀实践案例，山东省有“潍坊农创港锚定‘线上服务+线下开拓’助推中国品牌走出去”、“威海聚焦产业优势推动‘跨境电商+渔具产业带’融合发展”、“烟台推行日韩跨境电商出口货物‘陆空联运’新模式”，总计3个典型案例入选。

经济导报特约评论员、中国互联网协会专家委员郭涛认为，这几个人选案例立足当地特色产业，整合产业链上下游资源，形成产业集群效应，并且积极开拓国际市场，注重品牌建设，以抱团出海等方式提升品牌国际影响力，形成了一系列可复制的跨境电商“山东实践”。

潍坊国家农业开放发展综合试验区集合安丘地方特色产业带的农产品，打造专注于农产品的跨境电商B2B交易平台和外贸综合服务平台UnionPort，构建了线上服务体系，推动中国农创港跨境电商产业园有限公司利用UnionPort海外资源优势，实现跨地区合作，同时借助境外线下展会、样品体验吸引海外采购商，同步引导至UnionPort选品、交易，实现了线上线下融合交易的采购链路，积极开拓海外市场。

威海市则依托环翠区国家级外贸转型基地（渔具）基地优势资源，培育龙头企业，打造共享生态：加速渔具产业链重构升级，形成了以碳布等原材料生产为上游，钓具及配套产品生产为中游，线下实体、线上电商销售为下游的一体化链式发展格局；推动82%的钓具企业建立质量管理体系；建设钓具共享平台基地，打造钓具产业喷涂中心等，抢抓共享生态培育，建设共享平台降本增效；构建“集体商标+个体商标”的矩阵式品牌推广模式。

烟台市发挥毗邻日韩优势，聚焦“仓储—运输—通关”等跨境电商出口链条中的关键环节，推出日韩跨境电商出口货物“陆空联运”新模式：在机场引入集货仓库，再利用机场密集的日韩货运航班和包机模式，叠加“最优通关方案”出口至日韩，实现出口日韩货物“当日达”或“次日达”。

郭涛认为，跨境电商并非简单的“卖货”，而是推动地方产业转型升级的重要工具与抓手，“比如潍坊的相关实践，就借助了跨境电商平台的建设，提升了农产品品质；威海通过实践提升了钓具的行业标准，实现了整个行业的升级；而烟台也提升了物流效率与标准。可以说跨境电商的成功实践，也为地方产业升级提供了全新思路。”

我国一系法杂交稻单产实现超亲本杂交稻水平

新华社海口3月22日电（记者 罗江）记者22日从崖州湾国家实验室获悉，该实验室联合中国水稻研究所等多家单位组成的研究团队成功创制新型合成无融合生殖杂交稻（一系法杂交稻），在多地标准化大田试验中表现出优异的遗传稳定性与高产潜力，其单产达到甚至超过其亲本杂交稻水平。这一成果为破解杂交稻制种难、成本高的世界性难题提供了新路径。相关研究成果已于近日在国际学术期刊《分子植物》上发表。

杂交稻的大面积推广显著提升了水稻产量，但其生产长期依赖程序复杂、成本高昂且需年年重配的杂交制种过程。“杂交水稻之父”袁隆平曾提出杂交水稻育种战略：由三系法向两系法，再到一系法，即在程序上朝着由繁到简但效率更高的方向发展。其中一系法旨在通过无融合生殖技术固定杂种优势，实现“一次杂交，代代可用”。

对此，相关研究团队通过整合前沿的分子设计与精准的基因编辑技术，成功在优良杂交稻品种“嘉丰优3号”背景中创制出新型无融合生殖材料L3。研究结果显示，该材料在连续五代繁殖中能稳定保持杂合性，克隆种子率达到理想水平，结实率与野生型杂交稻相当，从材料基础上证实了技术路线的可行性。

研究团队还发现，无融合生殖诱导在单株层面存在概率性，可能导致群体中混有非目标植株，影响最终产量。面对这一从实验室走向田间的关键障碍，研究团队创新性地提出了“密植栽培”策略。该策略通过增加单位面积内的基本苗数，将单株的概率性事件转化为群体的稳定性表现，在多地试验中实现了近乎完全的群体二倍体化，确保了高产潜力的稳定发挥。

中国科学院院士、崖州湾国家实验室副主任钱前表示，这项研究首次在标准化大田条件下，系统验证了一系法杂交稻在群体层面的稳定性与产量优势，推动了该技术从“可构建”到“可应用”的跨越。未来，团队将继续优化无融合生殖体系，进一步提高克隆种子诱导效率，并结合分子设计和精准栽培管理，加快推动无融合杂交水稻的产业化应用进程。

儿童过敏能“长大自愈”？医生提醒不宜“等等看”

据新华社银川3月22日电（记者 邹欣媛）春风送暖，草木萌发，儿童外出踏青增多，过敏性疾病也随之进入高发期。面对孩子的过敏症状，不少家长容易陷入“长大就会好转”的误区，往往错过早期干预的最佳时机。医生提醒，儿童过敏的早期信号容易被忽视，需要科学应对。

银川市妇幼保健院儿科副主任医师王爱萍说，每年3至5月是春季儿童过敏的高发时段，花粉、柳絮、尘螨、霉菌等都是常见致敏原，而儿童过敏的信号，大多藏在五官、睡眠的细微表现里，极易被误判。比如，孩子反复揉鼻子、做“鬼脸”，伴随不明原因的眼周青紫；晨起或睡前高频清嗓子，但无咽痛咳嗽；长期鼻塞导致孩子被迫张口呼吸，出现上唇上翘、牙齿排列不齐；晚上入睡后多汗、打鼾甚至憋醒，经常跪姿趴睡、仰头睡等，这些细节都是身体发出的过敏信号。

除此之外，反复出现的内耳炎、抗生药治疗无效的慢性咳嗽，反复发作的流鼻涕、打喷嚏，乃至身体体重增长缓慢，都可能与过敏相关，家长切勿当成普通病盲目处理。为什么儿童过敏不宜“等等看”？王爱萍说，儿童免疫系统尚未发育成熟，如果婴幼儿期的湿疹、食物过敏未得到良好控制，未来发生过敏性鼻炎、哮喘的风险会显著增加。而且长期未控制的过敏反应，还会诱发鼻窦炎、腺样体肥大等问题。积极干预可有效控制症状，避免疾病进展对孩子睡眠质量、生长发育的长期影响。

走出过敏自愈误区，科学防控是核心。医生建议，外出尽量避开上午10点至下午5点的花粉高峰时段，佩戴口罩专用口罩、护目镜，回家后及时清洁鼻腔、更换衣物；定期清洗床品，借助空气净化器降低室内致敏原浓度。严格遵医嘱，切勿擅自停药或停药。医生提醒，出现季节性过敏症状的儿童，可在花粉季来临前1周至2周遵医嘱提前干预，发作期选用儿童专用抗组胺药，这类药物安全性较高、副作用小，全程用药需覆盖花粉季，避免症状反复。若孩子过敏症状反复、咳嗽超4周，或有过敏家族史，务必尽早到医院就诊，明确过敏原，制订治疗方案。