

## 新企点

责编 闵佳 美编 李红芬 审读 侯玉娟

在中国高端文具市场上，进口文具品牌占据着主流地位，青岛文具企业点石制笔正在改变着这样的局面，用科技创新和产品创新实现了国产品牌在中高端文具市场的硬核突围。

3月21日，一场名为“星辰大海4”的发布会在青岛凤凰之声大剧院举办。发布会现场，点石制笔共发布12款新产品，其中最受关注的是一枚小小的笔头，点石全球首款自主研发的原创“针葫芦头”笔头正式亮相，它解决了书写的痛点，开创了全新的书写体验。在中国文具发展史上，这无疑又是一次新的突破；但对于点石制笔来说，这是企业创新之路上的一次常规操作。



点石制笔生产车间。

# 点石制笔： 国产文具品牌“硬核”突围

## 用一支笔探寻文具产业的星辰大海 爆款产品源自科技创新和用户吐槽

### 科技创新驱动产品迭代

时光退回到十年前，中高端文具市场一直是进口品牌的天下，进口品牌圆珠笔一支能卖到十元以上，而国产圆珠笔价格只有进口品牌的三分之一。价格差距的背后，是技术实力的差距。伴随着中国文具企业持续不断地技术创新，如今，越来越多的中国品牌出现在中高端文具市场上，点石制笔正是其中之一。

在3月21日举办的“星辰大海4”发布会上，点石全球首款自主研发的原创“针葫芦头”笔头正式亮相。它以中国传统文化中的“葫芦”为造型灵感，融合了各类笔头的结构优势，既解决了书写痛点，也寄托了“福禄”的美好寓意。记者在现场体验发现，“针葫芦头”笔头有着更加丝滑的书写体验。

青岛点石文具用品有限公司董事长王元鸿说：“我们每一次迭代，背后都是材料学和精密制造的技术突破，核心零部件实现突破，以中国原创笔头，重新定义了书写体验，彰显了中国智造的硬实力。”

点石制笔自2000年在青岛创立以来，始终将研发创新作为企业发展的核心动力。经过25年的持

续深耕，企业已建立起完整的研发体系和创新机制。点石制笔凭借持续的研发投入与技术创新，荣获中国制笔十强、中国轻工业联合科技进步奖二等奖、中国高新技术企业、山东省瞪羚企业等多个称号和奖项，并成为山东省高端品牌培育企业及青岛市专精特新示范企业。在工业设计领域，点石屡获国际设计大奖（如iF设计奖、红点奖、美国IDA设计奖）及中国轻工业优秀设计金奖，拥有中国发明专利39项、实用新型专利58项、外观设计专利149项，是国内少数具备原创设计与核心技术的制笔企业之一。

### 用户为王创新产品体验

在文具行业，新品发布活动通常会请来全国各地的经销商、渠道商，然而，在3月21日举办的新品发布会上，唱主角的是3000名点石制笔的消费者。为何敢“冒险”举办一场不请经销商的发布会？王元鸿坦陈：“我们每天都在说‘用户至上’，但如果连最重要的新品发布会都不让他们进来，那‘用户至上’不就成了一句空话吗？”但这场“反常规”的发布会背后，绝不仅仅是情怀，它更像是一次中国文具品牌的升级跃迁。”

用户至上一直是点石的经营理念。从柔绘笔、太空舱、时空舱到最新发布的深海舱系列，点石一直持续关注用户的书写体验。本次发布的全新“芯跳笔”的“一键弹盖”设计。三秒换芯看似是微小的结构创新，背后却是对用户日常痛点的长期洞察。而深海舱系列的“企鹅正姿钢笔”，将企鹅育儿的自然灵感融入三指定位的人体工学设计，让孩子在书写时感受到来自产品设计的温柔承托。

“如果产品只是换个壳、换个颜色，那确实没办法做一场面对用户的发布会，因为你没有内容可讲。”王元鸿说，“但点石制笔不一样，我们每一次迭代，背后都是材料学和精密制造的技术突破；我们每一款爆品的诞生，都深入研究了当代青少年的书写习惯和审美偏好。”

### 爆款灵感来源于粉丝吐槽

如果说“科创+文创”是点石制笔的硬实力，那与粉丝的关系，则是点石制笔敢直面消费者更坚实的底气。点石制笔将本次发布会打造成一场沉浸式的“科技春晚”——AI主持人与真人跨次元对话，机甲与观众趣味互动，创意走秀与唱跳秀将产品卖点转化为视听语言。这种融合科技、艺术与娱乐的表达方式，打破了传统制造业发布会“讲参数、说卖点”的固有印象。它不仅让现场粉丝大呼过瘾，更通过全网直播，吸引了大量原本对文具行业并不关注的年轻观众、亲子家庭甚至科技爱好者。一场与文具相关的发布会，就这样走进了大众文化的讨论场域。

在采访中，王元鸿多次提到“共创”。“我们很多爆款的灵感，其实来自于粉丝的吐槽和建议。”他说，“现在的年轻人很有主见，他们知道自己要什么。你要做的不是高高在上地教他们，而是蹲下来，和他们玩在一起，听懂他们的语言。”

这种“玩在一起”，不是说说而已。从全球首创的“制笔节”吸引数十万人参与体验，到各大城市快闪

店前排起的长队，再到每一次发布会新品直播时数百万粉丝的在线互动，点石制笔用行动证明了什么叫“用户黏度”。

2025年10月，点石制笔曾在奥帆中心举办“星辰大海3”2025秋季新品发布会，引发全城关注。时空舱系列以航天科技为灵感，DS-7159发射号时空舱钢笔融入可返回火箭技术概念，马年生肖限定款设计令现场观众赞叹不已。深海舱系列则从海洋探索中汲取创意，海豚造型的DS-790海豚钢笔以其符合人体工学的握感和流畅的出墨系统，成为现场最受欢迎的产品之一。时空舱行星系列手办盲盒及毛绒挂件的破圈登场，标志着点石完成了一次从“产品品牌”到“文化符号”的战略跨越。

### 用笔书写文具业星辰大海

本次发布会的创新不止于舞台之上。场外的互动体验区，点石制笔将制笔科技与文创创意深度融合，让观众在动手实践中感受笔尖背后的科技魅力。发布会结束后，观众从嘉宾秒变消费者，涌入快闪店抢先体验新品。这种“即看即触即购”的模式，让新品首发成为一场可参与、可感知的品牌嘉年华，也为行业提供了一种“产品+体验+情感”融合创新的新思路。

王元鸿说：“中国是全球最大的文具生产和消费国，但很长一段时间里，我们都是在做‘跟随’。但今天，当我们的年轻消费者越来越自信，越来越喜欢有设计感、有科技感、有文化内涵的国货时，中国文具的集体跃迁就开始了。”

点石制笔在国内市场销量稳居行业前茅，线下零售终端上万家，线上合作店铺上千家。更值得骄傲的是，点石自有品牌产品已出口至全球60多个国家和地区，成为中国品牌出海的重要力量和中国智造与文化输出的闪亮名片。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 李沛 企业供图



点石制笔用产品创新实现高端文具市场的突围。