

让学习更有趣

创新与个性化文具引领开学季新风尚



图为文具店推出的“开学必备礼包”。 黄芷凌 摄

9月1日，北京市中小学生迎来了新学期的第一天。随着新学期的开启，学习用品市场热度持续上升，文具迎来消费热潮。近日，记者在北京市走访发现，各大文具店不仅开启了一系列促销活动，还推出众多创新和个性化的文具产品，以更好满足家长和学生的多元化需求。

本报记者 赵 曜 □ 黄芷凌

一站式购齐省时省力 “开学必备礼包”热销

8月28日，记者来到北京市丰台区百荣世贸商城文具区，发现每家文具店内消费者络绎不绝，家长们带着孩子穿梭在各个货架之间，挑选新学期所需的文具。

“从8月初开始，店里的客流量一直很大。临近开学，笔、作业本、书皮、文具盒等商品的销量更是持续攀升。”百荣世贸商城爱好品牌的销售人员告诉记者。

为迎接开学消费热潮，多家文具店纷纷设置“开学季”专区，精选各类热销文具进行打折促销。值得注意的是，不少文具店还根据消费者的需

求推出了文具礼包。

“现在学校老师普遍会向低年级的学生统一发放学习用品清单，上面详细列出了必备的学习用品。许多家长拿着清单到店里让店员帮忙挑选。了解到这一需求后，门店特别推出了‘开学必备礼包’，其中包含洞洞笔、橡皮、图画本、水彩笔等，基本能够覆盖必备的学习用品。”百荣世贸商城晨光文具的销售人员介绍说。

正在了解礼包信息的刘女士告诉记者，“对着清单在货架上逐一挑选既费时又费力。这个礼包不仅配备了基本的文具，而且包装精美，价格也比单独购买便宜，所以我打算给女儿买一套。”

“除了这种涵盖各类文具的礼

包，单独的学科袋、作业本套装也很受家长欢迎。我们希望通过这些组合产品，让家长和孩子们能够更方便地为新学期做好准备。”上述晨光文具的销售人员补充道。

玩转“黑科技” 新型文具激发学习兴趣

2至3秒即可轻松削完一支铅笔，并可调节笔尖粗细程度的电动削笔机；转速高速旋转即可吸入碎屑的桌面吸尘器；通过振动擦除痕迹的电动橡皮擦；无线连接手机或电脑，帮助孩子整理、打印错题的迷你错题打印机……这些“黑科技”文具正逐渐成为学生们的文化标配。

记者在电商平台看到，电动文具套装位居文具销量排行榜首位。百荣世贸商城的文具店内也陈列着各款电动文具。

“电动文具不仅能激发学生的学习兴趣，还能提高学习效率。家长通常会根据孩子的具体情况购买特定的电动文具。”百荣世贸商城得力文具的销售人员向记者介绍。

“孩子马上要上一年级了，电动文具能帮她节省不少时间。特别是桌面吸尘器，以前她总是把橡皮屑弄得到处都是，甚至弄脏衣服，但用了吸尘器几秒钟就能吸干净。”家长李先生告诉记者。

随着经济的持续发展和社会对教育重视程度的提高，文具消费观念也在不断升级，消费者对智能化、趣味性、益智性新型文具的需求日益增长，因此文具厂商也不断推出创新产品。

在晨光文具店内，记者注意到，一些家长在一款智能大屏显微镜前驻足并询问相关信息。据销售人员介绍，这款显微镜配备高清屏幕，放大倍数可达400倍，使用时无需贴近观察，有助于保护学生视力。同时，其手掌大小的设计便于携带，方便学生随时进行实物观测。

“谷子”文化吹到了文具店 购买联名文具需理性

“低年级的学生大多由家长决定购买哪些文具，高年级的学生则更清楚自己的需求。他们不仅注重文具的实用性，还特别钟爱那些具有收藏价值的文具，尤其是‘谷子’。”百荣世

贸商城晨通文具店的店长告诉记者，“为此，门店专门订购了一批与热门二次元IP联名的文具。”

谷子是英文单词“goods”的音译，意为商品，指的是徽章、立牌、海报、挂件等一系列二次元周边产品。而二次元则指动漫、游戏等通过二维平面图像形式展现的虚拟世界。

记者在百荣世贸商城文具区看到，几乎每家店铺外都摆放着热门二次元角色立牌，店内也陈列出各类二次元联名款文具，吸引不少学生驻足挑选。

11岁的小方（化名）刚刚购买了某大热动漫IP的一款联名修正带。小方告诉记者，“马上要开学了，我和朋友约着一起来逛文具店，一下就看到了我超爱的动漫角色！之前我就买过好多它的周边。”

被父亲笑称“差生文具多”的蓓蓓（化名）则购买了一整套联名某动漫IP的中性笔。蓓蓓表示，“联名文具不仅实用，而且看着它们心情会变得很好，连写作业都没那么枯燥了。”

生长于物质生活和精神生活都更加丰富的时代中的“00后”和“10后”，注重在精神、社交、自我认同等方面寻求满足。对他们而言，文具不仅是学习的工具，更是他们表达个性、连接社交圈的重要载体。

正如小方（化名）对记者说，“当我在班里拿出这些联名文具时，总会引起同学们的关注，大家会一起讨论自己喜欢的动漫角色和新款周边，我们的关系也因此变得更加亲密。”

但是，记者注意到，这些与热门二次元IP联名的文具价格往往偏高，不少产品的售价甚至是普通文具的数倍。一些学生为了追求特定角色或限量款周边，不惜花费大量零用钱购买，而这些文具在短暂的新鲜感过后却被搁置一旁，最终沦为闲置品。蓓蓓的父亲说：“孩子经常因为喜欢某个动漫而买了很多文具。开学前夕，她又要买新的，但家里已经堆满了用不完的笔和文件夹。”

对此，专家指出，家长和学校应共同引导学生树立正确的消费观念，鼓励他们将兴趣与学习相结合。通过这种方式，学生既能享受二次元文化带来的乐趣，也能培养良好的消费习惯。

当消费者输入关键词为“学步鞋”的商品信息时，呈现出的商品描述主要涉及的是年龄和功能。比如，“1—3岁”“0—1岁”“0—3岁”等；还有一些头部品牌是以“月龄”进行分类，比如“8—15个月学步鞋”“16—36个月学步鞋”“7—16个月步前鞋”等。因为目前市场上关于学步鞋并没有统一的定义和分类，也缺乏突出学步鞋特点的产品标准，所以导致了产品特性指标宣传多样。但这样的情况有望改善，记者日前从中国皮革协会获悉，《学步鞋》团体标准已经形成征求意见稿并公开征求意见，征求意见稿明确，学步鞋也与婴幼儿奶粉一样分为“一、二、三段”，并根据不同阶段确定学步鞋的功能和指标，以此对消费者的选购进行有效指导。

资料显示，儿童足部的健康对儿童的健康发育起着至关重要的作用。然而，《中国少年儿童脚型数据库》的数据显示，我国已经成为足病的高发国家，其中健康的脚型在儿童中的比例不足20%。更令人惊讶的是，99%的新生婴儿的脚是健康的，而90%的足部问题都与儿童时期穿鞋不当有关。

随着儿童的成长，儿童足部发育特征、下站立位外观、步态规律等生理特点会随年龄增长而有所变化，每个阶段都呈现出相应的结构特征和规律。因此，不同年龄段的儿童所选用的鞋应与其足部结构和运动规律相匹配，这也加速催生出“分阶选鞋”的概念以及“学步鞋”产品的出现。据市场调研数据，学步/幼童鞋在童鞋品类中的占比达15.7%，作为童鞋前三类品种之一，学步鞋是行业的最大热点产品，在市场竞争白热化的背景下逆势增长，还将加速迎来新一轮爆发。

然而，尽管学步鞋的市场需求大，但市场上关于学步鞋并没有统一的定义和分类，学步鞋在标准方面尚缺乏相关术语和定义。国家标准GB/T 2703—2017《鞋类术语》中，婴幼儿鞋的定义为“鞋号不大于170，供3周岁及以下婴幼儿穿用的鞋”；儿童鞋的定义为“鞋号大于170但不大于250，供3周岁以上至14周岁儿童穿用的鞋”；儿童健康功能鞋的定义为“在儿童穿着过程中能够保护及促进儿童足部正常发育的鞋类”。这三个是相对接近的术语，但均并未体现“学步”这一关键应用场景。在市场流通方面，各品牌对于学步鞋的界定和分类有所不同。虽然大众已接纳了“分阶选鞋”的概念，市场也普及了学步鞋为学步阶段所穿用的鞋类，但到底如何分阶以及学步鞋适用于哪些年龄的儿童，各品牌之间有不同的理解。

因为没有统一的考核指标，商家宣称的功能无法有效检验和评判，使得真正具有相关性能的学步鞋产品被劣质和虚假宣传的商品打压。标准的缺失也导致企业之间的质量水平差异明显。因此，建立学步鞋产品标准，对学步鞋产品进行有效的评估和正确的引导，具有十分重要的意义。

记者在《学步鞋》征求意见稿中看到，标准给出了学步鞋、一阶段、二阶段、三阶段等4个专用术语，并根据这几个阶段的特点确定婴幼儿学步鞋需要的功能和达到的标准。标准明确，学步鞋：用于6个月至6岁婴幼儿发育过程中，学步穿用的鞋类产品；一阶段：婴幼儿爬行初期至学步初期的阶段，指6个月至18个月的婴幼儿时期；二阶段：婴幼儿学步并逐渐行走稳定的阶段，指18个月以上至3岁的婴幼儿时期；三阶段：儿童形成良好步态的阶段，指3岁以上至6岁的儿童时期。根据各阶段足部生长发育特征及学步鞋的产品特点，一阶段学步鞋、二阶段学步鞋关键特性为轻量化、足底感、易弯折、防滑和结构防护五个维度，对应8项指标；三阶段学步鞋关键特性为轻量化、足底感、易弯折、防滑、稳定和结构防护五个维度，对应9项指标。同时，根据验证数据确定指标要求。

中国皮革协会相关负责人表示，团体标准将填补行业空白，统一学步鞋的定义与分类，满足不同发育阶段儿童对学步鞋的特殊需求，规范学步鞋的质量特性宣传，使消费者能够清楚了解产品的质量状况，从而做出更明智的购买决策。通过标准实施，可以确保学步鞋产品的质量，保护消费者的权益，同时也有助于推动行业健康发展。该标准还可以帮助企业更准确地宣传其产品的质量特性，增强消费者对产品的信任感和满意度。

“增、扩、调、减” 湖北助力支持消费品以旧换新

本报讯（记者 黑晓龙）8月27日，湖北省人民政府新闻办召开新闻发布会，介绍湖北省“两新”工作，特别是大力支持消费品以旧换新措施总体情况。加力措施实施后，湖北支持消费品以旧换新资金由原来的约10亿元增加至66.66亿元，有利于进一步促消费、扩内需、增投资。

为抢抓国家“两新”加力措施政策机遇，湖北省委、省政府研究制定了《湖北省2024年超长期特别国债支持消费品以旧换新资金分配使用管理工作方案》，更大力度释放消费潜力、扩大有效需求、带动生产投资。

2024年上半年，湖北省以“两新”为重要动力引擎，助力推动全省经济稳健向好，全省GDP增长5.8%，增速居全国第4位。同前期消费品以旧换新相比，本次湖北省加力措施主要表现在“增、扩、调、减”四个方面。

增，就是增规模。加力措施前，湖北省共计安排约10亿元支持汽车报废更新、乘用车置换更新和家电以旧换新，还有一些专项资金支持农机报废更新。加力措施后，国家切块和湖北省配套共安排66.66亿元支持消费品以旧换新，是加力措施前资金规模的6倍多，将有利于进一步促消费、扩内需、增投资。

扩，就是扩范围。为充分满足群众多样化的消费需求，进一步扩大了群众消费意愿强、市场需求潜力大、社会预期效应好的消

费品范围，新增了老旧营运货车报废更新、新能源公交车及动力电池更新、电动自行车以旧换新、困难群体居家适老化改造、厨卫家装用品购置、电子产品购置等6个领域，家电补贴品种从5类拓展到8类，农业机械补贴品种从9类拓展到15类。

调，就是调标准。进一步加大了对重点领域更新换新的补贴力度，很多领域都增长了一倍以上。比如，在家电以旧换新方面，补贴标准从过去的10%提升至购买1级能效或水效标准的补贴20%，购买2级能效或水效标准的补贴15%。此外，农机报废更新补贴标准根据不同类别也进行了大幅提升。

减，就是减流程。为确保真金白银尽快直达消费者，并同步降低流通企业垫资压力，进一步优化了工作流程。比如，过去消费者领取家电补贴，既要“购新”，也要同步“交旧”；现在只“购新”同样享受补贴，同时鼓励大家按规范渠道“交旧”给有资质的回收企业，为共同构建绿色低碳美好家园贡献力量。

湖北省发改委相关负责人表示，将同省直相关部门加快线上线下审核进度，全力提升消费者的消费体验。据了解，本次湖北省加力支持消费品以旧换新措施实施时间到2024年12月31日，符合消费品以旧换新申报条件的消费者可根据自身需要前往相应平台申报。

本报讯（记者 刘晓磊）金秋送爽，瓜果飘香。“广西—东盟名优水果主题馆”人头攒动，黄金百香果、玫红火龙果、鲜黄芒果等优质“桂果”依次登场，亮相2024中国国际水果展。

8月28日至30日，上海全球水果行业年度庆典——2024中国国际水果展举办。据悉，2024中国国际水果展由中国食品土畜进出口商会、中国果品流通协会主办，展会面积超2.3万平方米，有来自30多个国家和地区的260家企业参展，超2.6万名专业人士齐聚展会交流合作。本次展会以“世界水果、中国市场”为主题，汇聚全球优质水果资源，促进水果产业发展与变革。

近年来，广西壮族自治区商务厅大力实施“桂品出乡”工程，推动广西名优特色产品不断拓宽销售渠道，提高知名度和销售量。本次广西壮族自治区商务厅与崇左市联合搭建400平方米的“广西—东盟名优水果主题馆”，龙眼、芒果、火龙果、百香果、柠檬、葡萄、冰激凌果、青柚等20多种广西水果和榴莲、山竹、菠萝蜜等10多种东盟水果

度，是全国水果种植优势区域，是全国亚热带水果的“果园子”，是全国最大的水果主产区，各类果树品种资源近300种，占全国果树种类的70%。2023年，广西全区园林水果种植面积超2000万亩，水果产量3200万吨，连续6年保持全国第一，生产总值超1800亿元。

近年来，广西壮族自治区商务厅大力实施“桂品出乡”工程，推动广西名优特色产品不断拓宽销售渠道，提高知名度和销售量。本次广西壮族自治区商务厅与崇左市联合搭建400平方米的“广西—东盟名优水果主题馆”，龙眼、芒果、火龙果、百香果、柠檬、葡萄、冰激凌果、青柚等20多种广西水果和榴莲、山竹、菠萝蜜等10多种东盟水果

集中亮相，向专业采购商和广大消费者呈现广西和东盟水果盛宴。

8月28日上午，广西壮族自治区商务厅举办了“广西—东盟名优水果主题馆”开馆仪式。中国土畜食品进出口商会、中国果品流通协会、上海市崇明区人民政府与上海锦江在线网络科技有限公司签署战略合作协议；8月29日上午举办中国—东盟（崇左）水果交易中心、中国—东盟（钦州）水果交易中心2场招商推介会。

展会上，广西酸嘢更是一举俘获人心。广西盛产水果，将丰富多样的水果制作成“酸嘢”就成为广西一道独特的风味小吃。广西酸嘢以“万物皆可酸”的特点吸引了各方食客，彰显广西酸嘢的独特魅力，展现了小酸嘢做成大产业的无限潜力。

据悉，除组团参展外，同期广西还在沪开展系列招商推介活动。8月28日下午，崇左市人民政府与上海锦江在线网络科技有限公司签署战略合作协议；8月29日上午举办中国—东盟（崇左）水果交易中心、中国—东盟（钦州）水果交易中心2场招商推介会。

本次展会为广西各类水果企业提供了良好的平台。借助展会平台，通过现场推介、采购说明和订购洽谈形式，提高了“桂字号”产品的知名度和影响力，进一步推动更多优质水果走向全国和全球市场。

本报讯（记者 刘晓磊）近日，第十届“中国博物馆及相关产品与技术博览会”（以下简称“博博会”）在内蒙古呼和浩特市举行。本届“博博会”展示了教育、文创、数字化创新等多个方面的研究成果，吸引众多同行和观众驻足参观。

江苏昆山戏曲百戏博物馆

借助展会平台 “桂字号”水果香飘海内外

用现代科技展现传统文化

博物馆的“亭台楼阁”中，沉浸式感受气韵生动的东方美学。展览选取《游园》“皂罗袍”和《惊梦》“山桃红”两个唱段作为互动体验内容，打造一场观众与“杜丽娘”“柳梦梅”的相遇。“金鱼池、池馆苔一片青”，展览还以新媒体艺术手法让金鱼悠游于博物馆空间中，营造出古典轻盈且悠远超然的美学意境。首席虚拟人推荐官“小小生”和“小花旦”也以博物馆全域游讲解员的身份闪亮登场。在数字技术的赋能下，戏曲不再局限于传统的舞台表现形式，昆山戏曲百戏博物馆

实现了以虚拟实境打造奇幻“戏台”以数字光影“入百戏”，拓展“元宇宙+戏剧”的新体验。

昆山戏曲百戏博物馆馆长费一鸣表示，作为一个开馆不到一年的年轻博物馆，昆山戏曲百戏博物馆运用新时代的手段更好地展现古老的传统文化。博物馆不仅推出了全国首个戏曲主题XR展，为观众打造沉浸式戏曲文化专题体验新空间，首席虚拟人推荐官“小小生”和“小花旦”的推出也开发了应用场馆讲解、演出互动等场景。”费一鸣说。

地方会展

江苏昆山戏曲百戏博物馆：

用现代科技展现传统文化

人次，开展“我们的节日”“博物馆公开课”“百戏研学”等社会教育活动百余家。入选中国艺术研究院戏曲研究基地、中国博物馆协会团体会员、江苏省史志馆联盟·苏州系列馆、2023苏州十大民心工程、昆山市未成年人新时代文明实践体验站、昆山市哲学社会科学普及基地。上榜2024年第一季度“百强热门博物馆新开展馆前30”榜单，位列第13名。

今年3月，昆山戏曲百戏博物馆发布全国首个戏曲主题XR展——“游园幻戏”，借助XR技术，观众们在

昆山戏曲百戏博物馆

实现了以虚拟实境打造奇幻“戏台”以数字光影“入百戏”，拓展“元宇宙+戏剧”的新体验。

昆山戏曲百戏博物馆馆长费一鸣表示，作为一个开馆不到一年的年轻博物馆，昆山戏曲百戏博物馆运用新时代的手段更好地展现古老的传统文化。博物馆不仅推出了全国首个戏曲主题XR展，为观众打造沉浸式戏曲文化专题体验新空间，首席虚拟人推荐官“小小生”和“小花旦”的推出也开发了应用场馆讲解、演出互动等场景。”费一鸣说。

昆山戏曲百戏博物馆

实现了以虚拟实境打造奇幻“戏台”以数字光影“入百戏”，拓展“元宇宙+戏剧”的新体验。

昆山戏曲百戏博物馆馆长费一鸣表示，作为一个开馆不到一年的年轻博物馆，昆山戏曲百戏博物馆运用新时代的手段更好地展现古老的传统文化。博物馆不仅推出了全国首个戏曲主题XR展，为观众打造沉浸式戏曲文化专题体验新空间，首席虚拟人推荐官“小小生”和“小花旦”的推出也开发了应用场馆讲解、演出互动等场景。”费一鸣说。

昆山戏曲百戏博物馆

实现了以虚拟实境打造奇幻“戏台”以数字光影“入百戏”，拓展“元宇宙+戏剧”的新体验。

昆山戏曲百戏博物馆馆长费一鸣表示，作为一个开馆不到一年的年轻博物馆，昆山戏曲百戏博物馆运用新时代的手段更好地展现古老的传统文化。博物馆不仅推出了全国首个戏曲主题XR展，为观众打造沉浸式戏曲文化专题体验新空间，首席虚拟人推荐官“小小生”和“小花旦”的推出也开发了应用场馆讲解、演出互动等场景。”费一鸣说。

昆山戏曲百戏博物馆

实现了以虚拟实境打造奇幻“戏台”以数字光影“入百戏”，拓展“元宇宙+戏剧”的新体验。

昆山戏曲百戏博物馆馆长费一鸣表示，作为一个开馆不到一年的年轻博物馆，昆山戏曲百戏博物馆运用新时代的手段更好地展现古老的传统文化。博物馆不仅推出了全国首个戏曲主题XR展，为观众打造沉浸式戏曲文化专题体验新空间，首席虚拟人推荐官“小小生”和“小花旦”的推出也开发了应用场馆讲解、演出互动等场景。”费一鸣说。