



在今年的上海书展上,文具展区吸引了大量消费者。



一个男孩在试用文具。



孩子在家长陪同下选购文具。

开学季焕新指南： 如何让文具成为学习的“梦想合伙人”？

【文/青年报记者 唐骋华 图/青年报记者 常鑫】

八月申城,暑期临近尾声,开学季悄然拉开帷幕,文具采购清单再次成为焦点。如今的文具市场,早已不是简单的铅笔、橡皮、笔记本的天下,而是一个充满创意与情感的多元世界。文具不仅是学习的工具,更成为学生表达个性、获取情绪价值的重要载体。

的钱女士只能“投降”,乖乖付款。

同样,得力与电影《哪吒之魔童闹海》联名设计的新品也选在开学季重磅首发,成功“收割”一波粉丝。闵行万象城的“得力超级文具节”,吸引了大量年轻消费群体和亲子家庭,不少孩子拉着家长挑选得力与《哪吒之魔童闹海》联名的文具。“孩子从小就喜欢哪吒,这次看到有联名文具,兴奋得不行。”一位家长表示。

如今,结合影视IP、二次元IP推出的联名文具已成为市场新宠。除了《浪浪山小妖怪》《哪吒之魔童闹海》,还有众多热门IP纷纷与文具品牌携手,在市场上掀起一波又一波消费热潮。

以晨光文具为例,其与《浪浪山小妖怪》的联名系列产品涵盖自动铅笔、热可擦按动中性笔、修正带、转笔等多种品类。晨光还推出了与其他热门IP的联名文具,比如和宝可梦的联名,将皮卡丘等经典形象融入文具设计,无论是笔袋上活灵活现的皮卡丘图案,还是笔记本封面上憨态可掬的宝可梦角色,都精准击中了孩子们的心,市场反馈良好。

得力作为文具行业的另一巨头,在联名领域同样动作频频。除与《哪吒之魔童闹海》的合作,得力还联动蛋仔派对、守护甜心、全职高手等多圈层IP,构建庞大的IP矩阵。以与蛋仔派对联名的文具为例,色彩鲜艳的笔身、印有蛋仔形象的笔记本,充满了童趣与活力,让孩子仿佛置身于欢乐的蛋仔世界。与守护甜心

联名的文具则以粉色系为主色调,少女感爆棚,其中的笔袋、便签本等产品,凭借精致的设计成为众多女生的心头好。

精品文具店和文创品牌同样不甘示弱。九木杂物社与多个热门IP合作推出限量版文具,比如和知名动漫《夏目友人帐》的联名,将动漫中温暖治愈的元素融入文具之中。一款带有夏目形象的书签,不仅设计精美,还能让粉丝在阅读时感受到动漫带来的那份宁静与美好。一些小众文创品牌与独立插画师合作,推出具有独特艺术风格的联名文具,在社交媒体上引发广泛关注,吸引了不少追求个性的年轻人。

联名文具不仅在外观上融入IP角色的形象,更在设计上注入角色的性格与故事,主打让孩子在使用过程中获得情感共鸣,仿佛与自己喜爱的角色“并肩作战”,为学习增添了一份乐趣。对今天的学生来说,文具不再只是工具,更是一种情感寄托,能在紧张的学习之余带来片刻的愉悦与放松。

功能进化:打造全场景“学习搭子”

不过,再好看的文具,终究要回归“好用”的本质。如今的文具设计者很懂学生的需求,不必在“实用”和“好看”中做选择题,而是把两者都糅进细节里,从课堂笔记到考试刷题,从绘画创作到课后整理,总有一款文具能精准适配使用者。

徐汇区某中学的初二学生周同学,最近爱上了一套国誉的活页文具。“我每天要记好几科笔记,以前笔记本写满了就没法补充知识点,这套活页本可以按科目插页,特别方便。”她指着配套的活页纸说,“纸很厚实,用荧光笔画重点也不会透墨;笔袋是分层的,铅笔、尺子、橡皮各有各的位置,再也不用翻半天找东西了。”现在,周同学的笔记被老师当成了范本,她笑着说:“是文具帮我思路理清了。”

针对不同场景,文具的专属“技能”也分得越来越细。

晨光的“孔庙祈福”考试笔,笔身印着淡淡的孔庙纹样,藏着“金榜题名”的小祝福。在功能性上,它的油墨速干不晕染,0.5mm的笔尖写出来的字又顺滑又清晰,硅胶笔握久写不累,考试季时特别受学生欢迎。

得力的直立式丙烯马克笔,60种颜色像把彩虹装在了笔盒里,画手抄报时色彩鲜亮,还防水速干,不小心蹭到也不怕。

九木杂物社的护眼笔记本,封面设计紧跟潮流,或是清新的插画,或是简约的图案,让人一眼心动。内页选用淡淡的米黄色,长时间写作业眼睛也不酸;手账本里还印着月度计划和每日清单,帮助孩子安排学习节奏。

在细节上,不少文具也藏着“小心思”。比如一款热门的转转笔,笔杆设计了符合手指弧度的软胶凹槽,握笔时能自然矫正姿势,避免孩子形成勾腕、握笔过紧的习惯。笔尾的精密转轴支持360°持续旋转30秒,既能放松手腕又能解压。还有一款修正带,壳身采用动态光栅工艺,轻轻转动就能看到不同图案变换,趣味十足,而且内部齿轮咬合紧密,抽拉时膜带平整不易断,修正后的卷面干净整洁,深受学生喜欢。

随着科技浪潮席卷,电子文具、数字化文具也在学生学习生活中崭露头角。点读笔堪称外语学习“小导师”,哪里不会点哪里,标准发音、趣味讲解,让孩子轻松跨越语言障碍;学习平板更是集成海量学习资源,在

线课程涵盖各学科,电子教材可随时查阅,还能根据学习情况定制专属学习方案,实现个性化学习,让学习突破时空限制,更加高效便捷。

值得一提的是,少年儿童出版社的“顶流品牌”《十万个为什么》也推出了智能问答科普平台,依托专业科普积累,用AI对话的形式把硬核知识变得好懂好玩。比如解释“天空为什么是蓝色的”,它会吧可见光比作“小精灵”,把散射说成“玩碰碰车”,用孩子喜欢的方式化解知识难点,既降低了科学探索的门槛,也让每个孩子的好奇心都能被温柔地回应。

回归学习:文具不是“差生”的标签

过去,人们常常调侃“差生文具多”,仿佛文具的丰富多样与学习效果欠佳正相关。但时过境迁,当下,文具早已摆脱了这一刻板印象。如今,品类繁多、设计精妙的文具,正切实地成为学生学习的得力助手。

对文具的热爱也不再是女生的专属。在上海书展的文具展区,记者遇到初二男生林宇时,他正在认真比对手里的两款文具。他指尖捏着一支机械风中性笔,轻轻按下笔帽,“咔哒”一声清脆的声响在嘈杂的现场格外明显。

“你听这声音,超带感的!”林宇把笔递到记者面前,眼里满是兴奋,“金属笔身握在手里特别稳,不像塑料笔那样滑,写作业时手腕一点都不晃。之前用普通笔记物理笔记,总觉得握不住,现在用这个,连公式都写得比之前工整了。”他又从购物篮里拿出一个深灰色的大容量笔袋,展示其内部结构:“这里面分了好几个区域,左边能插6支常用的笔,中间放尺子和圆规,右边小格子还能装橡皮和修正带,再也不用像以前那样翻半天找一支笔了。”

林宇说,班里好几个男生都喜欢这类设计利落的文具。“之前有同学带了同款笔袋,大家都围着看,觉得比那些印满卡通图案的笔袋酷多了。”说话间,他又拿起一支黑色笔身的按动中性笔,反复按压着笔帽,一脸“十分解压”的样子。

不过,文具市场火热的背后,也藏着“文具变玩具”的隐忧。最近几年,媒体常报道类似的新闻:有些文具店售卖的“转转本”,封面能旋转,内页还夹着小机关,孩子上课时总忍不住玩,注意力都飘走了;还有些带弹射功能的文具,一不小心就会伤到同学。

中国青少年研究中心少年儿童研究所所长、研究员孙宏伟认为:“文具过度玩具化不利于孩子专注力的养成,容易让孩子养成攀比的消费习惯,有的还有安全隐患。”像一些带有尖锐部件或弹射功能的文具,学生

玩耍过程中极易引发意外伤害。此前就有新闻报道,一名小学生在课间玩一款带有弹射功能的文具时,不慎将零件弹出,打伤了同学的眼睛,造成了严重后果。

部分文具还存在低俗化倾向,如将圆珠笔制作成骷髅头形状,卷笔刀设计成鲜血淋漓的丧尸模样,这类隐含暴力、血腥元素的文具,披着个性化的外衣,实则会对学生的价值观观形成负面影响。

或许我们都该记得:一支笔最动人的时刻,是孩子用它写下第一个正确的公式;一本笔记本最珍贵的价值,是承载了课堂上一闪而过的灵感;一个笔袋最温暖的意义,是陪伴孩子度过无数个认真学习的夜晚。文具本该是成长路上温柔的同行者,而非分散注意力的“小干扰”。

让文具回归辅助学习的初心,不是要剥夺它的趣味,而是要让这份趣味与学习的需求相辅相成。家长挑选文具时多一份理性,是帮孩子建立“适合自己的才最好”的认知;学校引导文具使用规范,是为了守护课堂上那份纯粹的专注;企业在设计时多考量学习需求,是让产品真正成为孩子成长的助力。

文具既能带着可爱的图案、贴心的设计,给孩子带来片刻的愉悦,又能在书写、记录、学习中发挥实在作用,那么,这支小小的笔,这本薄薄的本子,就能真正成为陪伴孩子走过求学时光的温暖伙伴,见证他们笔下每一次的进步,守护他们心中每一份对知识的热爱。



上海书展文具展区的文创产品同样销售火爆。

联名当道:文具掀起跨界浪潮

家住静安的钱女士发现,上小学四年级的儿子对文具的要求突然变高了:“暑假里我们一起看了《浪浪山小妖怪》,孩子特别喜欢影片中的四个小妖怪,闹着要把文具都换成小妖怪的。”前一阵上海书展,钱女士特地带着儿子去书展的文具展区,买了晨光文具和《浪浪山小妖怪》的联名套装。

“我喜欢小猪妖勇敢追求梦想的故事,用这些文具,就觉得自己也能像小猪妖一样克服困难!”拿着一支印有小猪妖图案的萌粒笔,儿子说得振振有词,一旁



消费者在挑选文具。