

“中国市场带给我们无限灵感”

在一栋百年历史的西关古楼中，辉柏嘉CEO Stefan Leitz 如是分享

文/图 孙绮曼 严锦程

“中国市场无时无刻不在带给我们灵感。”辉柏嘉CEO Stefan Leitz如是说。

这是担任辉柏嘉CEO后，Stefan Leitz首次到访中国，参加Faber-Castell #Colour4Life 辉柏嘉·色彩人生艺术活动，并与众多青年艺术家进行交流，以了解中国最近的艺术趋势。这趟中国之旅，他既兴奋又充满期待：“正如这次广州、深圳之行给我的感受，在中国，变化无时无刻不在发生，在这里能感受到快节奏，让我喜欢和印象深刻的是，在这里感受到的灵活度，我们的团队也是如此。他们总是热衷于学习，以所做的事情为荣，并追求进步提升。”

一支有着262年历史的德国铅笔

铅笔这样一个平平无奇的文具，却能够成为一家德国企业的支柱——辉柏嘉凭借它发展成为拥有数千名员工的跨国公司，每年铅笔和彩铅的产量达到20多亿支。

1761年，文具生产商辉柏嘉在德国巴伐利亚州施泰因小镇创立，是欧洲最古老的工业企业之一，至今已传承九代。辉柏嘉是世界领先的高品质画材和书写工具制造商，其中生产的高端画材系列在艺术家及爱好者中享有盛名，受到包括梵高以及著名设计师卡尔·拉格斐“老佛爷”在内的众多艺术家的认可。

公开资料显示，其第八代传承人Count A.W. Faber-Castell曾经做过一个测试，用于验证自家铅笔质量：他从城堡塔楼上将铅笔扔到庭院的石质地面上后，铅笔笔芯也不曾断裂，依然能流畅书写。

如今，铅笔是日常生活中再普通不过的产品，许多人不知道

的是，第一支有品牌的铅笔，就来自辉柏嘉。

19世纪，辉柏嘉第四代传承人Lothar von Faber提出将质量作为产品生存的根本，其改进石墨与黏土配方，引进蒸汽机，提高笔芯的质量与生产效率。作为首家在德国和国外推销产品的铅笔制造商，辉柏嘉在铅笔上标记品牌，创立了世界上第一件具有商标的书写工具。

近日，Faber-Castell #Colour4Life 辉柏嘉·色彩人生艺术活动在广州落地。这是自2019年起辉柏嘉发起的亚太区主题活动，意在激发广大艺术爱好者的艺术创意和个性表达，包括绘画比赛、工作坊等内容，目前正在亚太地区陆续开展，中国是其中的重要一站。本次中国主题活动与沙面李伟广美术馆联手合作，展出了大量运用辉柏嘉专业画材创作的艺术作品，使用者包括澳洲绘画比赛的得奖者、中国年轻艺术家和大众爱好者。

辉柏嘉城堡
位于德国的辉柏嘉城堡

位于巴西的辉柏嘉FSC认证森林
位于巴西的辉柏嘉FSC认证森林

中国作为战略性市场十分重要

这次抵达中国，Stefan Leitz来到广州沙面李伟广美术馆中与青年艺术家们进行了交流。

这栋建于1924年的古香古色的小楼令Stefan Leitz感到印象深刻，它沧桑斑驳的外表透露着深厚的故事，“这栋历史悠久的建筑，也让我不禁想起了辉柏嘉城堡，它是我们的核心起源地，在组伦堡附近的施泰因。”

Stefan Leitz分享了他出席Faber-Castell #Colour4Life 辉柏嘉·色彩人生艺术活动与众多中国青年艺术家代表进行对话的感受：“我们进行了很好的交流，也充满了灵感启发，我也看到了巨大潜力——中国以精湛和悠久的艺术发展誉满全球，艺术也是我们作为辉柏嘉品牌及生产商的核心优势领域，这是非常匹配的。我们期待着向艺术家社群学习，关于他们如何看待我们的产品，从中我们可以加强合作，共创特定的事物，让更多艺术家能接触并使用我们的产品。”

他继续指出：“中国是一个战略性市场且十分重要，当然特别是在我以上提到的高端画材领域，同时在学校和教育体系里同样重要。辉柏嘉的一切都是围绕创意的，所以，我们的公司使命是‘激发创意潜能’。创意当然和艺术有关，又远比艺术更多。创意是要无处不在的，孩子是最具有创意的一群人，因为他们非常天真且比成人更热衷于学习。我们在全球的学校品类，都有强劲的生意表现，在亚洲也是的，而在中国需要快速发展，这是我们需要学习的领域，我们能更好发挥潜力。我们需要中国消费者的视角，我们知道他们非常推崇品质，而我们的品牌就是高端品质的代表。”

他也表示：“对我们来说，理解消费者未被满足的需求，以及

我们的产品组合如何满足这些需求是非常重要的，同时我们在这里有一个很好的工厂，这也是我们的优势。我们的团队非常贴近市场发展。”他列举了最近的产品创新活动，“我们当然有许多创新，其中两款值得关注，一款是从中国市场洞察而来的创新——辉柏嘉哑光素描铅笔(Pitt Graphite Matt)，我们团队辨识出中国市场的学生需求，在一些考试里需要用素描铅笔进行创作，而现在数字化发展很迅猛，所以每个人都会拍照片发布在社交媒体，而他们的作品经常会反光。基于这个洞察，我们的德国研发团队和中国同事通力合作，提供了特别黑度且零反光的体验，这是我们一年半前推出市场的产品，获得了巨大的成功。

“另一款创新产品就是辉柏嘉黑杆彩铅(Black Edition)。这款彩铅最大的亮点是铅芯非常柔软，尤其在黑纸上能呈现卓越的色彩表现力，当然在白纸上也很显著。它的杆是黑色的，它的概念很适合送礼，而且对青少年很有吸引力，素描或者创作的人群都会选择这款产品。这是在校之外可以使用的，也是他们会用来发展爱好的产品，这就是辉柏嘉黑杆彩铅的定位。”

“我们还有其他的产品创新，比如在中国工厂生产的笔刨。我们同时也想更多了解和借助艺术社群的力量，这也是我们在这里的其中一个原因，可以与艺术专业人士交流和互动。我们也有高端书写系列，包括了辉柏嘉伯爵系列和品质书写系列。我们和中国广州的团队合作非常紧密，了解到更多中国消费者的需求。因为我们理解到有些关于品质、创意和设计的需求是共同的，但是也会有不一样的地方。”



辉柏嘉 CEO Mr. Stefan Leitz



辉柏嘉哑光素描铅笔 Pitt Graphite Matt 及
辉柏嘉黑杆彩铅 Black Edition



辉柏嘉 Art & Graphic 260周年限量纪念套装

参与一场全球的“绿色行动”

随着“双碳”进程的不断推进，绿色低碳也成了国内外企业十分关注的话题。

Stefan Leitz上一次来到中国已经是4年前。他谈道，那时的他来到中国，路上还没有那么多的新能源汽车，“在中国，新能源汽车的增速远远超过了这四年来自世界上的任何地方，可以看到，这也是中国坚定推进低碳化的印证”。

与此同时，Stefan Leitz也谈到，可持续发展也是贯穿辉柏嘉从诞生至今两百多年来发展的基因，“甚至在‘可持续性’这个词还没广泛使用之前，我们就已经这样做了”。

“我非常骄傲的一点是，让我们能在行业中彰显独特性的是，辉柏嘉常被认为是否可持续性的先行者。”Stefan Leitz介绍，在上世纪80年代，辉柏嘉在巴西获得了1万公顷的农田，希望种植树林。

今天我们有1万公顷树林，等于11000个足球场，其中将7000公顷的树木作为辉柏嘉各类木杆铅笔笔杆原料，同时保留3000公顷树林作为动物保护区，这在拉美地区十分罕见，这也是辉柏嘉品史上浓墨重彩的一笔。

Stefan Leitz指出，到2029/2030财年，辉柏嘉致力将55%的塑料原料替换为可再生塑

料。“我们希望主动使用清洁能源。从能源消耗的角度，让工厂更高效，减少能源的消耗。第一个重点是减少能耗，第二个则是利用可再生能源。”

当提到对中国企业践行可持续发展的建议时，他表示：“我很高兴看到同行们都能参与到这样的行动来，而事实上他们也的确在积极推进，因为这对整体环境保护都有好处。公司对可再生能源的投资越多、减少能源消耗越多，这对地球来说就越环保。这对我们和下一代都是很有好处的贡献，充满活力的市场让我们保持清醒，去实现更好更快的发展。”

财经·视野 A11

慢充、缺电、易借难还等现象频现

来电充电宝竟成“还不掉的烫手山芋”？

文/羊城晚报记者 黄颖琳 实习生 杨晓岚

“借充电宝，给你一次‘定向越野’的体验。”11月24日，市民马小姐在广州南站一楼出站口租借了来电共享充电宝，不料陷入了归还“囧途”：跑了五六个小时，足足花了大半个小时，才在一家位于26楼的美甲店将其顺利插回充电仓。

诸如此类的来电充电宝易借难还的情况并不少见。近日，羊城晚报记者从多起消费者的投诉中获悉，作为国内共享充电宝行业首创者，来电共享充电宝被指不仅未能缓解“电量焦虑”，还屡屡出现找不到实际归还点、已归还仍持续扣费等现象，被消费者吐槽成为“还不掉的烫手山芋”。

易借难还持续扣费

大街小巷随处可见的共享充电宝，本应是解决燃眉之急，很多时候却给消费者制造了另一种“充电焦虑”。

马小姐因为将充电宝借出后只给手机充了5%的电量，充电宝就一直闪红灯，她不得不寻找归还点，以避免被多余扣费。

“当时附近显示能归还的点并不多，而且地址很偏僻隐蔽，位置还和地图导航显示的不太一致。最后还是借助高德地图，询问商铺店家，才找到了一家楼层高又不显眼的美甲店还掉的。”马小姐调侃，这好比“借充电宝，给你一次‘定向越野’的体验。”

无独有偶。小红书用户“miumiu酱”(昵称)告诉记者，11月8日21:40，她在深圳南山山区的万象天地租借来电共享充电宝，一个小时后在龙华区民治地铁站下车，打算在附近还充电宝。

当她在来电小程序上点开附近“可还门店”，显示1公里内有一家店铺可归还，但跟着导航到达后，竟然发现那里是两栋居民楼之间的巷子。

“miumiu酱”回忆：“1公里内的四五个点都找了，都是错误的(定位)，当时都快凌晨了。其间我也一直在小程序上联系客服，也打了客服热线，希望能够暂时终止计费，但一

直没有回应。直到第二天晚上，我才在办公楼附近还了，但其实已按照一天封顶费用扣了40元。”

刘先生的经历同样称得上“一波三折”。11月21日，他在成都西站租借来电充电宝，本想趁着在湖北襄阳站中转时归还，便按照导航前往名为“方圆酒店”的归还点。但到了所在地后，附近商户却称：“都没听说过有这个酒店。”随后，他又搜索了几个可还门店的地址，但距离都非常远。

“(充电宝)就像块烫手山芋。”为了赶上一趟车，刘先生只得暂时放弃，最终到达安徽芜湖站下车后找到了归还点。订单页面显示，使用时长为34小时59分钟，应付费用120元。

记者还了解到，除了“虚假归还点，机柜卡槽已满、机柜无法扫码使用、可还门店暂停营业等，同样导致了共享充电宝“易借难还”。

比充电宝易借难还更令人无奈的，是被无端扣费。从网友“灿烂”(昵称)提供的订单截图看，今年8月，他在浙江宁波火车站租借来电共享充电宝，租借时间和归还时间仅相差21分钟，按照正常标准应该只需要扣4元，但应付费用却显示为199元(总封顶)。经过多个第三方渠道和平台的协调投诉，问题才得以解决。



来电共享充电宝
广州东站一楼租借点
计费规则(小程序截图)



广州东站一楼来电共享充电宝租借点
黄颖琳 摄



使用时长21分钟却被扣除199元
受访者提供

制造新的“充电焦虑”

除了“易借难还”、“慢充”、“缺电”也成为消费者经常被吐槽的槽点。

10月14日下午，市民温小姐(化名)在广州时尚天河商圈逛街，手机电量仅剩下15%左右，由于没有随身携带移动充电宝，在路过一家茶饮店门口时看到有来电科技的机柜，便租借了一块共享充电宝。

在接受记者采访时，她用“一言难尽”形容了此次经历，“这些充电宝跟自己买的不太一样，感觉充电速度很慢，半个小时才充了10%的电量。后来，我打开地图App导航去其他地方，充电似乎变得更新慢了。过好久电量才勉强超过50%，最后扣了12元费用。”

为了进一步查看电量问题，11月29日下午，记者在广州东站附近

的陈先生(化名)面临的不仅是手机没电，还有共享充电宝的“缺电”。他向记者回忆，“插进手机充了5分钟，充电宝就开始闪红灯没电了。租借时长又刚好超过了免费额度，最后扣了我半小时的费用。”

后续，他在来电小程序上向在线客服反馈并要求退款，结果收到的答复是：“如您租借的充电宝不充电了，需要您第一时间归还，未及时归还，您的订单问题需按照实际情况收费。”对此，陈先生表示无奈：一是这么短的时间其实未给手机充上多少电量，二是当时已经离开租借点怎么做到随借随还呢？

更令人感到无解的是，来自湖北

的机柜扫码租借了一块来电共享充电宝，其侧边标注输出功率为10.5W (5V × 2.1A)。经测试，在关掉手机当前运行应用的情况下，充10%的电量需要16分钟，充20%的电量则耗时40分钟。在此过程中，充电宝始终保持绿灯，并未出现如陈先生所言的情况；但随着时间越长，充电效率似乎呈下行趋势。

在保持同部手机和相同运行条件下，当天，记者还使用了此前网购多年的荣耀移动充电宝，其输出功率为10W (5V × 2A)，充10%和20%的电量则分别花费了12分钟和25分钟。可见，两者规格类似，但前者充电速度相对较慢，这也意味着用户的租借费用或许更高，较难满足消费者的实际需求。

相关链接

来电科技成“老赖”，涉案金额超800万元

2014年，乘着共享经济的风口和手机充电的刚性需求，来电科技推出全行业第一台共享充电宝设备。其官网显示，深圳来电科技有限公司是共享充电宝行业开创企业，目前，在全国超过90%的城市实现业务服务落地，注册用户超两亿人。

曾经“红极一时”的来电科技，与小电科技、街电科技和怪兽充电合称行业的“三电一兽”，并在A轮融资中获得了2000万美元的融资，但如今却略显落寞，同行竞品纷纷赶超。2021年，怪兽登陆纳斯达克，街电和搜电合并为竹芒科技，行业格局也从“三电一兽”变更为“小竹兽”。

企查查显示，2023年5月，因“有履行能力而拒不履行生效法律文书确定义务”，深圳来电科技有限公司被深圳前海合作区人民法院列为失信被执行人，涉案总金额高达809.86万元。另外，来电科技于2022年曾多次被列为被执行人，当前被执行总金额为9570.63万元。