

江苏杭集年产牙刷75亿支，年产值130多亿元——

## 牙刷“世界冠军”成长记

本报记者 彭训文



6月的江南，细雨蒙蒙，走进江苏省扬州市生态科技新城杭集镇，瞬间感受到与其他地方的不同——街边招牌大多与牙刷等日用品的制造、包装、物流有关，甚至可以闻到牙膏和洗护用品的那种熟悉味道。

杭集，这个面积只有40

平方公里、人口不足4万的小镇，却是全球最大的口腔护理用品和洗护用品产业基地。统计显示，当地年产牙刷75亿支，全球每3支牙刷就有一支是“杭集制造”。杭集人是如何将一支小小的牙刷，打成一个年产值130多亿元的大产业？



杭集高新技术开发区航拍图。

扬州生态科技新城管委会供图

## 一支牙刷是怎么制造出来的？

牙刷，被称为改变人类生活最伟大的发明之一，现代人无法想象不刷牙的生活。那么，一支牙刷是如何被制造出来的？

扬州朵爱酒店用品有限公司生产部部长嵇航带着记者走进该公司的牙刷生产车间。只见几名身穿工作服、头戴防尘帽的工人，正将一袋颗粒状的原材料倒入搅拌机。旁边架子上，摆着写明各种颜色的色粉。嵇航说，将原材料和色粉充分搅拌，是制造牙刷的第一步，“现在消费者更加注重环保，像生物可降解的秸秆材料被越来越多使用。”

穿过走廊，来到注塑车间，这是制造刷柄的地方。原料搅拌完成后，将被注入注塑机。机器的温度、压力等参数已经由工程师提前设置好。嵇航介绍，一台机器12小时能生产约3万支刷柄。

往上一层楼，是植毛车间。这里的工作主力依然是机器——全自动植毛机。通过它，刷毛被一根根“栽种”在刷柄圆孔里，经过固定和修剪，显得整齐而平整。之后进入包装车间，包装机将牙刷用塑料皮、纸壳包装好，一支成品牙刷便做成了。

嵇航说，一支牙刷从原材料到成品，大致要经过注塑、注塑、植毛、磨毛、包装等环节，相比以前家庭作坊式的纯手工生产，如今大部分环节由机器完成，提高了效率，提升了品质。“比如一支牙刷的刷毛能达到上万根，只有做到‘顶端磨圆、表面磨糙’，才能让消费者在使用时感到舒适，提升牙刷的清洁效率。”

“把牙刷等一次性的酒店用品做成客人想要买走的‘礼品’，是我们的重要目标。”扬州朵爱酒店用品有限公司总经理任善说。去年，公司预签销售订单1.7亿元。取得这样的成绩，得益于持续的技术创新、设计创新、管理创新。比如，通过与扬州老字号“谢馥春”的合作，加入非遗元素，提升产品附加值和颜值。

在杭集，像朵爱这样的企业有很多。目前，当地聚集了高露洁、三笑、倍加洁、两面针等牙刷品牌及配套企业100余家，产品出口80多个国家和地区，国内市场占有率

80%以上，国际市场占有率30%以上。

“杭集牙刷产业集聚，一方面靠百姓的吃苦耐劳和产业积累，以前我们这里每个村、庄、合都有牙刷作坊。另一方面靠不断转型发展，在市场竞争中走在前列。”杭集高新技术产业开发区经济发展局局长刘锐说。

## 杭集牙刷何以传承百年？

中国人何时开始使用牙刷？位于杭集的中国牙刷博物馆，记录着牙刷的前世今生。

“中国早在唐朝就出现了牙刷。到了清代，杭集牙刷开始登上历史舞台，极大推动了牙刷‘飞入寻常百姓家’。”中国牙刷博物馆负责人李松涛说，古代牙刷用牛骨和马尾毛制成，价格昂贵，主要在这官贵人间流行，老百姓只能用杨柳枝、清水等刷牙、洗牙。清道光年间，一个名叫刘万兴的杭集农民改用猪鬃制作牙刷，不仅极大降低了成本，还能更好清洁牙齿。随着刘万兴的后代和弟子在上海、苏州、浙江等地办厂，杭集牙刷开始在全国流行。

随后的岁月里，杭集牙刷的制作工艺在不断传承中保留下来。

杭集农民韩国平起先是一个做牙刷的学徒。1974年，21岁的韩国平远赴河南省民权县北关乡创建丁庄牙刷厂。制成第一批牙刷后，他用包袱装着，在回老家的途中售卖，没走多远就被人们买光。办厂第一年，他挣了5万元。之后，他在河南省兰陵县、山东省曹县等地办厂，有了一定的积累。

1989年，在外闯荡多年的韩国平响应家乡号召，带着80万元回乡，承包了村里一家资不抵债的小厂，创办了原三笑牙刷厂。通过引进国外先进技术和设备，加快产品更新速度，“三笑”迅速抢占全国牙刷市场。统计显示，1998年，“三笑”实现超15亿元的销售，产值翻了10番，成为全球规模最大的牙刷生产企业之一。

三笑牙刷厂和杭集牙刷产业为何在改革开放后迎来腾飞？韩国平这样总结：一是政府在政策、资金、人力方面给予了持续扶持。二是技术优势明显。1992年，三笑牙刷厂首次引入德国设备制作牙刷，这在全国尚属首

次；1996年至1997年，仅引进设备的花费就高达2万多元，吸引了大量人才聚集。三是销售网络优势，从上世纪70年代开始，“三笑”开始在全国“编织”销售网络，以确保“三笑”的新品在7天内销售到全国任何一个县级市场。四是品牌优势，“三笑”商标逐渐在市场竞争中被人们熟知，极大提升了企业形象。五是渠道优势，当时正处于经济转轨期，销售渠道主要是百货公司，杭集人另辟蹊径，转向浙江义乌、山东临沂等地的小商品市场，使产品流转周期变短，盘活了市场。

在“三笑”的带领下，“五爱”“劲松”“明星”“两面针”等一批牙刷企业在杭集涌现。牙刷企业聚集，也带动了相关产业发展。如今，杭集拥有牙刷、酒店用品生产及配套企业4000家，年销售300亿元以上。以上市公司鸿达兴业为代表，拥有新型高分子包装材料生产企业15家；拥有自动化装备制造企业20家，主要为牙刷及酒店日用品企业智能化改造、数字化改造提供技术保障。

“产业聚集的优势巨大。”江苏三笑集团有限公司副总经理沙继业说，悠久的传统让杭集每家每户都和牙刷产业有关联，形成了完整的上下游产业链，“从原材料、机器、模具到工人、销售人员，在这里你都能找到。”

## 传统产业如何焕发新活力？

“这是登上我国极地科考船‘雪龙号’的特殊牙刷。”在扬州三峰刷业有限公司的产品展示间，记者看到了一支特别的牙刷。相比普通牙刷，它的刷丝更细更密。工作人员介绍，“这样可以避免科考队员在极地低温环境下因牙龈脆弱而引发牙龈出血，而且刷柄采用聚乳酸材料，可实现生物降解，降低科考活动对极地生态环境的影响。”

在杭集镇，几乎每家牙刷企业都有遍布数十个国家的客户，但扬州三峰刷业有限公司董事长李杨“两条腿”走路，向国内市场寻找商机。李杨说：“我们打破传统思路，通过制造更多优质产品，降低市场风险。”

和中国多数制造业一样，杭集牙刷在全国市场一直以低成本优势闻名，曾一度陷入“几毛钱一支”的低价泥潭。随着绿色生产生活方式不断深入人心，牙刷产业的改造升级势在必行。

为适应市场新需求，杭集企业不断加强技术创新、设计创新力度。拥有40余年历史的曙光牙刷厂与纳米级技术及应用国家工程研究中心合作，研发出环保牙刷，成功打入德国、瑞典等国的牙科诊所，开辟了老企业走向高端化的新路。两面针（江苏）实业有限公司研发的新款牙刷，刷毛采用蓖麻油提取的物质生产，比传统的尼龙刷毛更加细密柔软；刷柄挑选生长期合适的竹子，更具韧性。凭借上述特性，这支牙刷敲开了迪拜各大酒店的“大门”。

“欢迎各位家人进入我们的直播间，我们的牙刷刷头柔软，可以深入到牙齿缝隙，且不伤牙龈。”在杭集电商产业园的电商直播间，威斯特法伦科技有限公司的主播正在介绍一款牙刷产品。在这个今年4月才成立的电商产业园里，已经聚集了30多家电商运营企业。

杭集电商产业园运营总监陈向荣说，未来电商园将用数字化手段，进一步整合杭集优势供应链产品，并从牙刷、酒店用品延伸至高端日化与大健康产业。

品牌化战略是实现牙刷这一传统产业焕发新活力的重要途径。如何将牙刷品牌做大做强？杭集人有长远考量。

刘锐说，接下来当地政府部门将继续推进创新驱动发展、数字赋能增效、先进制造业和现代服务业融合发展战略，实施“技术、节能、绿色、智能”四大改造工程，鼓励牙刷企业通过技术创新、数字化转型，进一步擦亮自主品牌，提升品牌附加值和影响力。

在三笑集团大楼对面，一座绿色新材料工厂拔地而起。这里将成为三笑未来进军新材料产品和智能制造的新基地。

“品质是打造品牌的前提。”沙继业说，如今国际经销商、消费者对产品品质、性能、服务等更看重，这启示企业必须沉下心来、练好内功，提升产品质量、推进科技创新，打造出经得起市场考验的品牌。



扫码观看视频



两面针（江苏）实业有限公司外景。



主播在杭集电子商务产业园的直播间介绍牙刷产品。本报记者 彭训文摄



江苏三笑集团有限公司生产车间。扬州生态科技新城管委会供图

牙刷产业是江苏省扬州市杭集高新技术产业开发区实体经济的重要组成部分，不仅与广大居民日常生活息息相关，也是

消费升级的重要方向。经过近40年的发展，杭集已形成比较完整的产业链体系，具备较好的行业发展基础，是目前全球最大的牙刷生产基地和酒店日用品生产出口基地。

从行业来看，虽然中国牙刷产量不断攀升，但是牙刷产业在技术开发、渠道终端等环节较为薄弱，大量企业集中在生产环节，导致低竞争力、低价值、低利润的现象。以杭集为例，牙刷产业发展面临产能有待提高、创新活力有待提升、市场竞争日益激烈等难题，亟待实现新的突破。

随着中国经济转型和消费结构升级，牙刷产业正在走绿色、可持续发展道路，呈现品类细分化、潮流科技化、产品功效化、品牌本土化等趋势，由此带来的产品高端化、精细化、个性化需求迅速发展。为此，牙刷产业必须精准把握

## 小牙刷拥抱大市场

刘锐

产业升级新方向，以构筑未来发展新优势。从杭集的自身发展定位看，必须抢抓风口机遇，坚持“创新驱动、高效转化、市场主导、精准施策、生态协同、集群发展”的基本思路，加快产业布局、企业培强和项目招引，提升产业集聚度，树立区域新标签，开拓产业“新蓝海”。

充分挖掘行业资源。依托现有基础，加大区域内产业升级改造力度，重点加强对人才、资本、技术、市场等资源的有效配置，扶优去劣。加强与国内口腔护理用品行业协会、中国日用化学工业研究院等机构合作，定期举办中国日化业高峰论坛、国际酒店用品交易会、国际创新设计大赛等系列活动，扩大影响力，提升知名度。

大力提升品牌价值。一方面，借助创建国家消费品标准化示

范区，加大知识产权保护力度，加强牙刷行业自律，积极参与行业产品标准制定，全方位提升本土企业素质，加快从代工、贴牌生产向自主品牌转型。另一方面，采取更加积极、开放、灵活、务实的招商引资政策，重点引进国内外知名及新锐企业来杭集投资兴业，发挥引领示范带动作用，树立集群标识和区域品牌形象。

全力打造平台载体。支持牙刷龙头企业与国内外大学、科研院所、专业服务机构等加强合作，鼓励企业自主开展技术创新，加快组建国家及省市工程中心、技术中心、成果转化平台、技术创新联盟，建设专业化众创空间、孵化基地，推动牙刷产业创新发展。

制定出台扶持政策。加大对牙刷产业工业技术改造、科技创新、

平台建设、标准制定、品牌战略等方面的资金奖励和政策支持，引导股权投资机构和创业投资基金参与牙刷产业发展。

加快构建营销平台。综合运用“互联网+”等新业态，依托线上渠道，鼓励企业创新商业模式，加强公共场景应用，大力发展工业旅游、会展经济、礼品经济，打造新零售全渠道营销平台。

杭集牙刷，百年传承。绿色消费新趋势为创新型经济发展提供了宝贵机遇，杭集牙刷产业将紧跟科技革命和产业变革的方向，以绿色发展理念引领企业走好转型升级、品牌化发展之路，让小牙刷拥抱国内外大市场。

（作者为杭集高新技术产业开发区经济发展局局长）



## 延伸阅读

## 牙刷的演变过程

在没有牙刷的时期，古人用水来进行漱口护齿，后来演变为用手指刷牙。在敦煌壁画中，能看到当时的僧人左手持漱口水瓶，右手指前齿刷牙。

随着布匹出现，古人用“揩齿巾”刷牙。在中国法门寺地宫出土的衣物帐中，就记载有这样的“揩齿巾”。

后来，人们用牙签、牙杖、齿木、杨枝等刷牙。以杨枝为例，将杨枝的一端或两端打扁成刷状，制成牙刷，形如扫帚，用来蘸药刷牙，是最原始的牙刷。

据有关记载，真正意义上的牙刷出现在唐朝。唐朝的牙刷主要为骨型，不分刷头和柄身，以牛骨做柄，毛端修剪整齐，毛束较短，蘸青盐牙膏入口刷牙。

到了宋元时期，牙刷已经清晰地分为刷头、颈部和柄身三段，趋向为工艺品。很多牙刷在柄身上会雕刻“牌花”图案。

明清时期，牙刷从简洁实用向工艺美学转化。牙刷曲线优美，造型简易，连接刷头和柄身的颈部过渡自然，线条流畅，技艺十分纯熟。

清道光年间，江苏扬州杭集乡民刘万兴参照旧时女子定型发式用的木柄牙刷，改用牛骨制作刷柄，手工穿植白马尾毛，制成牙刷，标注“三星牌”，为当年杭集首创，日后逐步成为朝廷贡品。他后来改用猪鬃毛制作，进一步降低了成本，其技术扩展到近代中国有关牙刷知名企业。

（资料来源：中国牙刷博物馆）