

# 杭集牙刷,何以“刷”遍全球?



从江苏扬州东站出发,驱车向南行驶约3公里,当一块印有“中国牙刷之都”的指示牌映入眼帘,就到了扬州杭集镇。

这个面积仅40多平方公里的小镇,年生产牙刷75亿支,出口80多个国家和地区,占中国牙刷总出口量的90%左右,成为全球最大的牙刷生产基地,被中国轻工业联合会授予“中国牙刷之都”称号。今年初,工业和信息化部公布2025年度“中国消费名品”名单,“杭集牙刷”作为区域品牌入选。

据扬州海关统计,2025年,扬州地区口腔清洁产品出口总额超30亿元,其中仅牙刷出口就超过了22亿元,同比增长3.5%。

为什么是杭集?为什么是牙刷?记者实地探访扬州杭集镇,采访当地企业、相关部门,找寻背后的历史成因、产业实践。

## 匠心传承——

中国人从何时开始使用牙刷?中国(扬州)口腔健康科技馆记录了中国牙刷的前世今生。

“中国早在唐代就出现了牙刷,到了1826年,杭集牙刷开始登上历史舞台。”科技馆工作人员介绍,当时,一个名叫刘万兴的杭集农民以牛骨制作刷柄,手工穿植白马尾毛,制成“三星牌”牙刷,此后又用更经济实惠的猪鬃代替马尾毛,大幅降低了生产成本,推动牙刷成为生活必需品。

自此,刘氏弟子传承牙刷制作技艺,“身背牙刷箱,叫卖走四方”。历经背包客起家、小作坊制造、工厂化生产、公司制发展、集

群式突围,200年间,杭集牙刷从养家糊口的“小手艺”长成了撬动区域发展的大产业,传承与创新从未间断。

被中国日用杂品工业协会授予“牙刷世家”的韩国平家族,便是个鲜活例证。

1989年,返乡创业的韩国平回乡承包了濒临倒闭的杭集日化厂,成立了扬州市大桥牙刷厂,1996年改制成为江苏三笑集团有限公司。

30多年间,三笑集团几经沉浮。有过辉煌,2000年“三笑”牌牙刷遍布国内主要商超,占当时国内市场份额的一半以上,产品远销全

## “齿间方寸,不可欺心”

球56个国家和地区;有过沉寂,21世纪的第一个10年,“三笑”牌牙刷的身影逐渐变淡。

但“做好一支牙刷”的心始终火热,2010年,三笑集团以“可洁可净”品牌重新出发,2013年再次开拓海外市场,外贸出口年均增速约50%,2025年牙刷出口额达3.5亿元,主要贸易伙伴遍布欧美、日韩等传统市场,印尼、越南等新兴市场占比也超三成。

为什么始终扎根牙刷产业?三笑集团的发展历程,浸润着三代人的心血和坚守。

韩国平的父亲韩永明,早在1936年就于安徽开办牙刷手工作

坊,生产骨柄猪鬃牙刷;韩国平承继“齿间方寸,不可欺心”的初心,创立三笑集团;2015年,第三代韩笑添大学刚毕业就投身牙刷产业,推动三笑集团向智能化、绿色化生产转型。

一支牙刷,百年传统;一方水土,数代传承。在杭集,几代人同做一支牙刷的例子还有很多。

几年前,探索出口转内销的曙光牙刷厂以“祖孙三代厂长上直播”一举打开国内市场,如今国内国际两个市场“两条腿走路”,日均生产牙刷120万支左右,年产值约2亿元。

这家自1976年建成的老牙

刷厂,从依靠供销社渠道售卖起步,到参加广交会自主开拓国际市场,再到如今内外贸一体化发展,历经屠永桃、屠金祥、屠新业三代人接力传承,在改革开放的浪潮中,坚守着“做好一支牙刷”的主业。

已经60多岁的屠金祥讲起杭集牙刷的渊源时,依然能回忆起儿时,“我爷爷那时候就会自己做牙刷,用锯子锯、用锉刀锉,打磨牛骨,再用手穿猪鬃,用竹篾挂在身上带出去卖。”这是中国牙刷手工业发展时代的朴素剪影,也是杭集牙刷匠心传承的一抹印记。

## 矢志创新——

从牛骨做刷柄,到猪鬃做刷毛,杭集牙刷的血脉基因中就写着创新。

说起创新,韩笑添想起父亲韩国平时常挂在嘴边的一句话,“人无我有,人有我优”。

“从上世纪90年代起步,三笑就围绕牙刷生产经营的需要投资创新,不断引进国外的技术和设备,加快产品创新和规模化生产。”韩笑添回忆,企业早在1993年就进口牙刷包装机,1999年引进德国全自动牙刷生产包装流水线,注塑

车间配备超200套电脑程序控制注塑机。通过技术革新,企业从手工作坊转型为现代化工厂。

2015年,当韩笑添进入三笑时,牙刷市场环境已经有了很大变化,消费者更加重视口腔健康,市场上的牙刷品牌更加丰富多元,这意味着市场竞争更加充分。

“创新必须紧跟时代发展。”韩笑添通过客户调研和市场分析,不断洞察行业前沿趋势。

2023年,顺应“智改数转”新趋势,三笑投资10亿元,新建12万方

## “人无我有,人有我优”

米智能化、绿色化厂区,产能从日均80万件提升至最高200万件、日均150万件。

走进三笑智能工厂,四轴机器人自动抓取材料放入注塑机,不一会儿,连排的牙刷柄就已注塑成型。植毛工序上,机械臂和传送带相互配合,一丛丛刷毛迅速被密植在了小小的刷头上。

“在前期设计阶段,我们就锚定全自动化生产做布局,将刷柄、刷毛、模具等分类模块化生产,改变流水线操作模式,这样不仅更方

便实现智能改造,同时也可满足柔性生产的需要。”韩笑添说,现在客户的需求更加多元,每年光新开模具就超过100套。目前,从注塑、植毛到磨毛,产线全流程已基本实现全自动生产。

近年来,杭集镇以智能化改造推动牙刷产业集群转型升级。“牙刷是传统产业,但传统产业并非‘夕阳产业’,只要敢闯敢试,一样能焕发新生。”杭集高新技术开发区管理委员会主任王晓尊说,“智能化改造,最忌

讳‘一刀切’。要针对不同企业不同发展阶段,分类施策、梯度培育,不搞‘贪大求全’。”

王晓尊举例,就比如三笑、两面针等龙头企业,鼓励其率先建设智能工厂,对于“不敢转、不会转、没钱转”的中小企业,就需要探索工业互联网平台的轻量化应用,降低转型门槛,让企业花小钱也能搭上数字化、智能化的快车。目前,杭集镇已经培育省级以上智能工厂(车间)11个、省级以上专精特新企业23家、省级绿色工厂5家。

## 锐意开拓——

杭集牙刷始终保有旺盛生命力的背后,除了埋头苦干、向内创新,还有抬头看路、向外开拓。

“市场在变化,必须保持敏锐,要看得长远,走得扎实。”韩笑添说。

具体怎么干?韩笑添认为,传统外贸底盘不能丢,坚守制造优势,做好代工订单,逐步拓展增量。“现在的外贸形势和上世纪90年代有了很大不同,国家提供了很多助力,就比如提出共建‘一带一路’倡议,签订了许多自贸协定,这些都是我们可以抓住的新机会。”韩笑添说。

融入“一带一路”建设,三笑集

团深度走访东盟、中东等新兴市场,找寻潜在客户。“在这些新市场,我们会寻找当地优质经销商,探索以自有品牌形式出口。”韩笑添介绍,在菲律宾市场,三笑集团培育了一个原本做纸张生意的经销商。纸张生意量大,占商超百货份额高,这意味着这个经销商和当地的零售渠道合作更深入,更具有话语权。

“有没有考虑过在当地建设自营团队、投入建设海外仓?”记者问。

“要具体问题具体分析,选择适合自己的路。”韩笑添说,“牙刷

## “看得长远,走得扎实”

不属于消费者品牌忠诚度高的产品,也不存在太多的售后服务,在海外投入过多未必能得到很好的投入产出比。我们希望通过分工合作,实现互利共赢。当地的经销商有成熟的销售渠道、维护经验,只是缺了生产,我们的优势恰在于此,为什么不借力打力呢?”

为了充分享受通关便利等优惠措施,三笑集团主动申请海关AEO(经认证的经营者)高级认证。

见到扬州海关企业管理二科四级高级主办钱晴亚时,她带着厚厚一本笔记,这是服务三笑集团申请AEO认证时做的功课。“印象最

深的就是三笑集团的高效反馈,这说明企业对经营规范的自我要求很高。”钱晴亚说,申请AEO认证,需要符合内部控制、财务状况、守法规范、贸易安全四大块60多项标准,对企业从人员到场地等各个方面提出了更高要求,这对企业来说是一笔不小的合规投入,不仅是单次投入,更是在日常运营中需要持续投入。获得AEO认证后,企业在日常查验、通关便利、自贸协定享惠等方面享有更优、更便捷的管理举措。

“目前我国的海关AEO认证已经和许多国家实现了互认,为我

们开拓优质客户提供了一张信用凭证。”韩笑添说。

尝到国内电商甜头的曙光牙刷厂,正探索更好统筹国内国际两个市场、两种资源。“过去做外贸,主要是代工生产,对企业开发新品的能力要求不高。现在为了面向国内市场,我们专门成立了电商事业部,不断研判消费新需求、新潮流,提升新品开发的响应效能,目前在传统OEM(代工生产)基础上,我们正向ODM(自主研发设计)延伸,不断提升参与国际竞争的优势。”屠新业说。

据《人民日报》