

从分厘之间谋利润到抢滩入局新赛道 台州眼镜,看见新世界

本报记者 金晨 通讯员 卢靖愉 张馨苑

开学前后,眼镜市场掀起配镜热。在这场热潮中,台州也在分一杯羹。

眼镜,是台州的一个特色块状产业。台州眼镜生产及相关企业有1800多家,去年产值达148.73亿元,是全国乃至全球眼镜产业链中一个重要的生产基地。

临海有集研发、设计、生产、销售于一体的完整产业链,坐拥国家级眼镜产业质量提升示范区这一金名片;玉环主攻眼镜配件,将单价几角的弹簧、铰链、插针等不起眼的小配件,做成了年产值20亿元的大生意;椒江在外贸渠道开拓上兼具活力与韧性,勇拓“一带一路”沿线市场。

将时间倒回5年前,受多种因素影响,需求大幅减弱,由于众多小微企业停留在劳动密集型、低附加值阶段,缺乏自主创新能力,行业经历着前所未有的大洗牌。历经阵痛,拥抱变革。随着《台州市区域块状产业产品质量阶梯攀登行动三年计划》出台,不少眼镜企业纷纷走标准化之路,加快数字化、智能化、绿色化、融合化转型。2024年,台州眼镜及配件产值同比增长10.5%,在激烈的市场竞争中展现特有的生命力。



工人在操控眼镜智能制造设备。



工匠导师给工人现场授课。

“矫正”行业眼光

撕掉“低端”标签

走进当地龙头企业——盈昌集团眼镜制造车间,机械手臂来回移动,数控花式机将切割效率提升8倍,工人忙着组装、抽检,经过100多道工序,眼镜源源不断产出。

“现在生产热火朝天,但5年前市场下行时行业‘卷’得不行。”董事长李岳生回忆说,当时台州太阳镜成镜生产企业里,六成以上产品出厂价仅在5元左右,利润只有4%。李岳生还是台州市眼镜商会会长,“当时为了留住工人,许多企业亏本都在接单”。

在配镜店里,动辄几百上千元的商品,为何在生产端却如此薄利?“技术含量低、分销渠道复杂、竞争激烈。”李岳生入行50多年,去过无数个展会,常听到“低端眼镜看台州”的评价,难听,但是现实。台州眼镜,起步于上世纪70年代。从走街串巷卖眼镜到从事眼镜批发,再到后来家庭作坊林立。产业发端之际,产品便定位中低端,多为太阳镜。低质、低价竞争,使得台州眼镜利润压缩到以分、厘为单位。

台州百源眼镜有限公司负责人黄荣华曾经历过无利可图的至暗时刻。2018年,有着10多年眼镜设计经验的黄荣华决定自立门户,主做太阳镜。“眼镜,不就两个镜片、一个镜架嘛。”

黄荣华们纷纷入局,生产企业在当地快速繁殖,高峰期仅临海杜桥镇就有1000多家企业,大家很快陷入价格战。黄荣华创业第二年遭遇订单骤减,硬着头皮做出来的产品都变成了库存。“没办法,工人要是丢了,明年更难招。”黄荣华说,比起很多同行向内转移动或关停,自己勉强生存下来。

价格战背后,更多的企业在寻求突围。纵观全国眼镜行业,主要有四大基地:江苏丹阳主攻镜片,是妥妥的全球销冠;深圳则是高端品质眼镜代名词;厦门深度融合科技与创新;邻居温州则主打外贸眼镜出口。台州眼镜该何去何从?

直面“低散乱”现实以及绿色发展要求,台州眼镜亟需撕掉低端标签,重塑产业格局,向市场重新介绍自己。“完整的上下游产业链是我们的优势。”台州市市场监督管理局相关负责人分析说,一流企业做标准。他们也要调整发展规划,推动建立并执行行业标准。

以临海为例,作为台州眼镜的核心产区,当地出台全省首个眼镜及眼镜配件行业行政合规指引,联合行业协会发布太阳镜质量分级团体标准,一手建起了中国杜桥眼镜城、杜桥眼镜创业园,高标准制定小微企业入园条件。

2021年4月,百源眼镜搬入杜桥眼镜创业园。入园对于黄荣华而言,是一笔算得清的实惠账。“如果生产线上缺一颗螺丝,多久可以配齐?”“几分钟,螺丝厂就在前后幢,两趟电梯的事。”目前,从原料、配件再到电镀、包装环节,共计百余家眼镜企业入园,上下楼就是上下游,供应链也更稳定。黄荣华表示,客户下单到出货最快只要一周,更关键的是,园区内企业共享环保处理设备,节省了一大笔支出。

“共享经济”的巧思,在台州发挥到极致。为弥补设计、研发短板,杜桥镇落地“镜享未来”综合服务平台,36位“共享人才官”远程入驻,让镇域链接北上广创意和科研成果;临海、椒江多家企业联合开展水性涂料攻关,让眼镜喷涂环节更绿色;东华大学检测实验室与台州市眼镜商会联合设立台州办事处,本土企业产品经办事处集中送检,既提升效率又降低送检成本约五成……



临海镜客眼镜有限公司推出的羽毛钛眼镜。

“你掂掂,这羽毛钛的镜架不过一张A4纸重。”在临海市镜客眼镜有限公司,来参观的海内外客户一波接着一波,负责人蒋兆兵展示着拳头产品。眼前这轻如羽毛的光学镜架魅力十足,引得大家纷纷下单。一年前,企业谋划转型,跟新材料“死磕”上了,关键原材料“钛”属于贵金属,加工难度大、技术门槛高。为了追求极致的“轻”,企业投入200万元,创新研发出全新的生产工艺,突破羽毛钛焊接品质不稳定等难点,眼镜身价涨了6倍。

声势浩大的转型浪潮席卷行业,结果是几家欢喜几家愁。“一旦转型的方向走错,投入都打了水漂。”有一家企业决心向高端太阳镜转型,斥资600万元购买原料、设备,花大力气改进工艺,出厂价翻了3倍的产品却无人问津。“没有高端客户基础,开拓新市场很难,兜兜转转又回到老路。”企业主感慨道。

镜片是眼镜行业中技术含量最高的部分,“家底厚实”的伟星光学,早在2015年就将目光聚焦青少年近视控制镜片这一蓝海市场。企业研发中心负责人汪麒松博士告诉记者:“当时近视控制产品效果较好的仅有OK镜,但因直接接触眼球,存在感染风险,且价格昂贵,亟需一款新品突破行业痛点。”

汪博士从展厅取下一枚青少年近视防控镜片,在灯光下转动,折射出丰富的光线,呈波棱状。“这就是我们历时5年自主研发的微结构镜片,它的微观结构达到纳米级别,精度约为头发丝的千分之一,产品性能通过严格的多中心临床验证,使用后青少年的近视延缓率(眼轴)能够达到64%。”新产品被命名为“星优学”,2019年面世后迅速成为爆款。近两年青少年近视防控系列产品销售额复合增长率超过30%,产品利润率显著提升。伟星光学也成为光学和光子学微透镜阵列的多项国家标准制定企业之一。

从标准践行者到引领者,台州企业走出了产业转型升级的一大步,也创造了前所未有的附加值。利润令人心动,但动辄上千万元的研发投入,让大多数小微企业望尘莫及。

深耕细分领域,成了更多人的选择。大光明眼镜盯上了老年光学眼镜这一赛道,打破“成品老花镜没有左右眼度数区分,也没有散光度数”这一痛点,积极进行产品研发和技术改造,产

能提升了50%;展生眼镜大胆试水宠物眼镜这一小众市场,以“宠物经济”为切入点寻求新增长;天和光学则从需求端突破,深耕变色镜片,通过表面涂膜技术让镜片变色效果更快更持久,深受赤道、高原消费者喜爱……

对比自身,成长不断,但对标行业头部,成绩如何?哪怕对于占据首发优势的星优学而言,耕耘5年,伟星光学在青少年近视防控领域的供应商排名中也仅排在第四名,前三名被国外品牌长期垄断。原来,此前高端镜片的桂冠一直戴在依视路、蔡司等国外品牌头上,它们在青少年近视防控赛道也后来居上,快速占据市场份额和定价权。“广告的高额投入,我们跟国际大品牌没法比。”汪博士摊了摊手,“明年我们打算研发、品牌两条腿走路。”

说起国产品牌经营,深圳更有发言权。“企业每生产一个产品,机器都在折旧,而品牌每销售一个产品,品牌都在增值。”深圳市标诚眼镜有限公司创始人陈洪标此前接受媒体采

访时表示。近年来,打响自主品牌已成为深圳眼镜行业的共识。“李白”眼镜从代工转型为自主研发,国内年销量达15万副。还有如司徕柏、木九十等在国内外市场崭露头角。目前,深圳龙岗已经成功创建全国时尚眼镜产业知名品牌示范区、全国产业集群区域品牌建设(眼镜)产业试点地区。

回忆台州眼镜发家史,从代工起步,不仅品牌寥寥,销售端的主命脉也一直掐在别人手里,出口一贯依赖温州等地“代下单”模式,只能赚取眼镜产业链“微笑曲线”的底端利润。2022年12月,台州市眼镜商会成立,协商共建区域公共品牌,携手在家门口办展会。去年10月,第二届台州(杜桥)国际眼镜展吸引了50多个国家和地区的7300多名海内外品牌贸易商、专业市场批发商到访,当地通过开放源头工厂、“去中间化”的B2B营销模式促成采购商与厂商面对面下单,将展会功能定位从信息平台向交易平台进阶,展会期间成交量突破1亿元。

升级新鲜“打法”

点点镜腿,便能实现语音通话;轻敲微型音响,即可播放歌曲;磁吸充电方便高效……社交平台上,一款颇受年轻人喜爱的蓝牙耳机最近风靡全网。这是浙江雅迅眼镜科技有限公司的产品。这家位于玉环的眼镜企业自主研发了智能铝镁磁吸蓝牙耳机,打开了眼镜消费新空间。

眼下,眼镜消费正从单纯的功能性,向时尚、舒适、个性化的复合属性转移,随着“镜二代”们纷纷接力走到台前,他们创新了更多的使用场景和打法。直击近视群体对于开车戴墨镜的需求,“90后”李林波研发出“折叠夹片”,不到20克的重量让佩戴更轻盈,折叠后只有半个手掌大小,克服传统套镜笨重难收纳的痛点。尚俊眼镜接班人杨晨宇利用3D打印技术制作样品。“过去得先去模具厂开模,成本在几千上万元不等,如今一副眼镜的建模费用仅需500元。”杨晨宇介绍,现在还能按脸型定制产品,即时生产,消除库存风险。

2024年,组团出海、电商直播势头正猛,台州眼镜也积极抢抓风口,不断升级自己的营销“打法”。依托台州市商务局推出的“百展千企”拓市场增订单行动,亚峰、宏大、法雷奥等眼镜企业组团出击,在香港国际眼镜展达成意向订单约2000万元;展生眼镜则抢滩“首发经济”,推出了首个内销品牌“温柔小鹿”,入驻北京、深圳等地零售店,一举创造年销20多万副的佳绩;康波眼镜走进各大平台直播间,摘得同类产品带货榜首……

这些新产品、新应用、新营销,反过来又推动整个产业链迭代升级。电镀,堪称包材表面处理的“美容师”,是眼镜制造中的关键一环,原本台州眼镜只能送至深圳进行高端电镀,如今,台州金泽金属表面处理公司花大力气引进设备、提升工艺,实现新材料超细电镀不掉色;还有台州魔盒智能科技有限公司转型AI赛道,研发推出大师魔盒App,成为眼镜生产企业的智慧大脑。

打开软件,输入需求,短短1分钟设计稿便新鲜出炉。大师魔盒推出仅两个月时间,客户已覆盖至深圳、丹阳等地。AI眼镜如今炙手可热,台州眼镜如何乘风而上?跨界融合、人才招引成了必由之路。前段时间,一场眼镜产业人才创新创业大赛在台州杜桥举行,吸引了来自全国的20多名高精尖人才来此路演。哈工大硕士团队携“全域一度精准动态离焦光学”项目在比赛中精彩亮相,客户通过自助验光大屏,与人工智能交互配合,生成一度精准验光数据,系统云端下单,工厂远程定制眼镜,即可实现发货到家。目前项目团队已与杜桥镇就项目产业化开展洽谈。

当大多数人把目光更多放在产品上时,江苏丹阳则另辟蹊径。一到假期,丹阳眼镜城的几千个车位被全面占领,这里延伸出了一个新的旅游产业链——配镜游。早在2010年,丹阳眼镜城就已成功创建国家3A级旅游景区,近年来,丹阳着手打造“升级版”眼镜风尚小镇,为眼镜产业植入历史元素、商贸旅游、文化内核,走出一条产业和文旅双向赋能的路子。

这也为台州眼镜产业发展打开了新思路。工业旅游,台州也在发力追赶。在浙江玉环漩门湾国家湿地公园,2023年,玉环漩门湾元宇宙(AR眼镜)赋能创新中心成立,与北京数字经济创新中心合作,整合清华网络行为研究所等专家资源以及企业资源共同推进,研发和生产标杆性AR眼镜产品,推动“眼镜+AR+旅游”的融合;杜桥眼镜博物馆登上2024年浙江省第三批乡村博物馆榜单,该镇联合台州学院推出多维度研学活动,上新眼镜文创伴手礼;杜桥眼镜城也迈开争创3A级旅游景区的步伐,最近,杜桥镇眼镜城配镜攻略在小红书等社交媒体掀起热潮。

台州眼镜,正从单一制造向着提供时尚穿戴和用眼健康解决方案服务模式转变,看待世界的全新视角正徐徐打开。



台州眼镜企业生产的各类镜片。

链接

“镜二代”李林波:小眼镜也能挑大梁

又到上新季,今年,我们不再高价聘请摄影师、模特去三亚拍新品了,上百张新品海报依托AI团队完成。

我是一名标准的“镜二代”,2014年大学毕业,从父辈手里接过担子,每天都在想怎么“卷”出一番新成就。

回顾创业初期,柔软且耐高温的软胶TPEE(热塑性聚酯弹性体)被运用到注塑儿童眼镜工艺。当我第一次接触到这种新材料时,觉得自己像是触碰到了那片新蓝海。我特地前往广州购买原材料,并拜师学艺,新产品创下30%至40%的利润。现在,随着技术扁平化,利润已缩减至8%至10%,但是新市场、新机遇永远存在,缺少的是敏锐的嗅觉。

这让我领会到,永远先人一步,就不怕被卷。这几年,我专注儿童眼镜赛道,逐渐摸索出了自己的差异化打法。我们制作出舒适、安全“外柔内刚”的眼镜产品,在新结构、新材料上下功夫,让镜腿随意弯折,在折叠镜上闯出新路。产品有了专利加持和电商拓销,与波司登、丰田等行业龙头“破壁”合作,小眼镜挺进了母婴圈、汽车圈。

2025年,我们布局了新厂区,对于我意味着新起点。眼下,台州眼镜行业已经进入前浪后浪交接的关键时期,我们“镜二代”有能力、有责任带领行业再出发。再创新经营新辉煌,小眼镜也能挑大梁。



杜桥眼镜创业园。本版图片均由受访者提供