从“贴牌代工”到打造自主品牌

深圳横岗：眼镜基地“放眼”转型

经济日报·中国经济网记者　杨阳腾

透视

深圳横岗是我国八大眼镜生产基地之一，形成了完整的产业集群，占据了全球高端镜架大部分市场；但也存在着自主品牌少、高端品牌知名度低等短板，处在全球产业链的中低端。近年来，横岗眼镜产业开始转型，从“贴牌代工”到打造自主品牌，不断向产业链“微笑曲线”两端延伸——

今年3月份，深圳横岗眼镜亮相第十八届中国（上海）国际眼镜业展览会，受到广泛关注。（资料图片）

世界卫生组织2017年发布的研究报告称，目前中国近视人数多达6亿，几乎占中国人口总数的一半。在这个庞大的市场里，深圳横岗眼镜悄然成为了中国眼镜产业的“隐形冠军”。目前，深圳横岗正在打造“全国时尚眼镜产业知名品牌示范区”，拥有自主品牌眼镜生产企业52家，自主品牌近63个；“横岗眼镜”已注册为集体商标。

眼镜产业“隐形冠军”

国际市场研究机构捷孚凯（GfK中国）今年1月份发布的数据显示，2017年，中国光学眼镜市场整体规模达505亿元，同比增长11%。从2008年至今，全球眼镜产业的产品结构发生了变化，光学眼镜一直保持增长；随着消费者年龄层次发生变化，特别是消费升级，框架眼镜和太阳镜等中高端品类的消费人群越来越庞大。

我国有八大眼镜生产基地，深圳横岗就是其中之一，这里也是全球中高档品牌眼镜镜架的最大生产基地，得到了国际市场的广泛认可。数据显示，横岗眼镜占据全球高端镜架80%的市场。目前，横岗拥有眼镜企业495家，其中生产企业475家，年产值超1亿元的企业8家；年产眼镜超过1.25亿副，年销售额136亿元，提供10万余个就业岗位。出口总值超百亿元，85%的产品出口到全球120多个国家和地区。

横岗眼镜产业具备规模大、集聚度高、产品高端、生产配套完善等特点。这里聚集着镜架生产企业342家，年产值达91亿元；板胶料生产企业17家，年产值达7.5亿元；自动化设备生产企业22家，年产值达7.1亿元；眼镜配件生产企业53家，年产值达18.82亿元。此外，还有电镀企业24家，年产值达4.98亿元；辅料生产企业17家，年产值3.9亿元。

横岗眼镜产业从上世纪80年代发展来料加工开始起步，经过30多年锤炼，形成了完整的产业集群，占据了全球高端镜架大部分市场。尽管如此，横岗眼镜也存在着自主品牌少、高端品牌知名度低等短板，处在全球产业链的中低端，利润率较低。在劳动力价格、厂房租金和原材料价格等刚性成本持续上升的情况下，提升赢利能力成为横岗眼镜可持续发展的关键。

向“微笑曲线”两端延伸

从2014年开始，横岗眼镜寻求转型，从“贴牌代工”到打造自主品牌，以期走上高端化、品牌化、时尚化之路。

深圳龙岗区先后出台文件，通过加强载体建设、加大优秀人才引进力度，引导眼镜企业向产业链“微笑曲线”两端延伸，向时尚创意设计和品牌策划营销方向发展。“眼镜产业是永远的朝阳产业。”横岗街道党工委委员、办事处副主任廖少达表示，横岗要把品牌打造好，争创百年老店。

“眼镜时尚协会于2014年成立，已发展会员单位300多家，覆盖了深圳市主要眼镜生产和商贸企业。”深圳市龙岗区横岗眼镜时尚协会秘书长徐明俊告诉经济日报记者，协会组织横岗眼镜企业先后赴北京、上海、广州、香港、米兰等地参加国内外展会，并与国内外眼镜设计师开展交流合作，全方位提高横岗眼镜自主品牌的知名度和曝光度。

2014年5月份，深圳市眼镜产业标准联盟在横岗成立，先后编制各类标准13个，完成了龙岗区眼镜产业质量信用体系、质量信用信息平台、龙岗区眼镜产品质量安全综合评价和考核体系、眼镜产业标准体系建设等。

目前，柏琪、华强眼镜P+US、施洛华、狄米特等逐步显现出品牌价值。横岗眼镜设计师团队也已日趋成熟，他们从项链、鱼钩、书卷中挖掘设计灵感，巧用冷门材料、钛合金材料、航空材料研发的艺术眼镜受到时尚人群欢迎。

随着科技进步日新月异，人们对不同功能眼镜的需求持续高涨，眼镜也成为了智能可穿戴设备等新兴技术产品的“宠儿”。“技术创新与成本控制始终是眼镜产业发展的关键词。”深圳市观达眼镜有限公司董事长何世语表示，横岗眼镜产业发展到现在，技术创新层出不穷，创新元素也百花齐放。

“横岗将打造成为眼镜特色小镇。”廖少达说，未来横岗将打造集设计、加工、展示、体验、销售一条龙的眼镜产业链，结合横岗眼镜的发展历史及周边地区的山水资源，形成特色小镇。同时，横岗将大力发展总部经济，未来把低端制造环节逐步转移出去，保留并加强接单、设计、研发、品牌运营、销售等环节，推动横岗眼镜产业走向高端。

“我们始终看好横岗眼镜的发展，相信随着技术进步、产业提升，横岗眼镜产业将保持稳定增长。”徐明俊说，眼镜企业将主要比拼技术、品质和设计，在力争降低成本的同时，不断提升品牌含金量和国际影响力。

市场瞭望

《2017年民宿短租发展报告》显示

“说走就走”短途游带火民宿

本报记者　黄　鑫

近日，民宿短租预订平台途家发布的《2017年民宿短租发展报告》显示，由于资本市场青睐以及民众接受度提高，2017年民宿行业呈持续增长态势；与2016年相比，途家民宿2017年成交额增长超过3倍，进入快速增长期。

途家大数据显示，“说走就走”的短期旅游和出行成为民宿主流，41%的游客当天预订当天入住，提前1天预订的游客占比16%，其中主要以“90后”人群为主。2017年，八成左右游客的出行时间为1天至2天。一是由于游客对于民宿的接受度逐渐提高；二是由于周末出行增多。以往游客短途出行多选择酒店，随着民宿的推广和设施不断健全，游客开始逐渐接受民宿这种出行方式。

统计数据还显示，500元以上的民宿逐渐成为主流，“多人多天”的住宿场景更加普及。人均价格百元起的“豪宅”产品，使得民宿的性价比远超酒店。2017年9月份，途家推出“途家豪宅”这一民宿分级产品，市场反响很好；2017年“十一”黄金周期间，别墅类民宿的节前预订量更是同比增长了近500%，交易额同比增长了近600%。

据介绍，今年途家还将推出首个民宿分级标准，助力提升民宿短租的用户体验与服务质量，并加快标准化探索。

ARJ21喷气客机冰岛试飞凯旋

本报讯　记者李治国报道：4月8日，我国自主研制的ARJ21—700试飞飞机在“离家”41天、往返2万多公里航程后，平稳降落在西安阎良机场，为ARJ21—700飞机欧洲冰岛大侧风试飞之旅画上圆满句号。

抗侧风能力是飞机一项非常重要的性能。此次冰岛大侧风试飞是ARJ21—700飞机继2014年北美五大湖地区自然结冰试飞之后，第二次飞出国门开展特殊气象环境下的试验试飞。本次试飞填补了我国运输类飞机30节以上大侧风试飞的空白，为后续机型提供了宝贵经验。

作为我国首款投入商业运营的喷气客机，ARJ21—700飞机于2014年12月30日取得型号合格证，2016年6月28日首航，2017年9月份获得生产许可证，正式进入批量生产交付阶段。现有国内外客户21家，订单453架。

冰岛大侧风试飞成功，标志着ARJ21—700飞机具备适航规章要求的全部气象条件下的安全运营能力，对拓展飞机的运营环境、提高飞机的市场运营效率具有重要意义。

本版编辑　杜　铭