

“眼镜王国 深圳制造”之三：

深圳眼镜的品牌之路

11月24日,20家深圳眼镜企业将组团亮相厦门国际眼镜展。0.1秒智能变光墨镜、榉卯结构儿童镜、绿色环保的醋酸纤维素胶板……各式各样的“深圳眼镜”将向国内外观众展示来自深圳的品牌风采。

眼镜行业是深圳的传统优势行业,年产量超1.25亿副,年生产总值100多亿元,出口总值比例占80%以上。

“每年生产那么多眼镜,却没有一副是自己的品牌。”近年来,深圳迎来一场对眼镜产业未来发展的集体思考。从传统代工到品牌运营,从订单生产到研发设计,其中的投入成倍增加,深圳眼镜何去何从?



深圳品牌眼镜。深圳市眼镜行业协会供图

转型发展之路 跃跃欲试

自诞生之初,深圳眼镜便主要以替海外品牌代工为主。随着土地成本、劳动力成本的不断攀升,深圳眼镜行业传统代工模式难以持续,产业转型势在必行。

“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。”面对深圳眼镜发展瓶颈,深圳市标诚眼镜有限公司创始人陈洪标感慨万千。

有同样感慨的,还有深圳市慧明眼镜有限公司创始人李照教。在一次意大利展会上,李照教目睹了一名参展商因产品抄袭被警察带走。这次难忘的经历,让他萌生了必须创办自主品牌的想法。

2004年,李照教注册“李白”商标,经过多年精心经营,该品牌系列的产品如今已远销海外多个国家,被越来越多人看见、知晓。“我们的品牌建设初见成效,但距离世界品牌还很遥远。”

“李白”的探索,只是众多深圳眼镜品牌建设之路的一个缩影。随着越来越多企业踏上品牌化的探索之路,作为深圳眼镜产业聚集地,龙岗区也同步通过行业引导、政策扶持,加速推进产业转型。

深圳市普莱斯科技有限公司抓住跨境电商兴起的风口,逐步完善自己的全球商标注册,迈出品牌建设的重要一步。

秉承“驾驭未来 佩戴舒适”的产品理念,深圳德嘉眼镜有限公司主打轻奢时尚商务风,致力于做亚洲人佩戴舒适的眼镜产品,获得全国市场4000多家客户的一致好评。

深圳市嘉骏眼镜有限公司在从事代工制造业多年后果断转型,凭借产品设计结构专利,推出工厂自营高端品牌,并结合互联网平台销售,走出一条独特的自主品牌道路。

深圳市眼镜行业协会秘书长蔡斌说,在政府的大力支持下,目前龙岗已经成功创建“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”,品牌建设之路已经起步。“但本土品牌的匮乏,仍然是深圳眼镜的最大痛点,也是我们接下来要重点努力的方向。”



深圳品牌眼镜。深圳市眼镜行业协会供图

跨界融合之路 求新求变

镜架以“骷髅头”点缀,搭配偏冷硬色调的黑、银、银白、金色为色彩基础,神秘而不张扬……这款极具个性化的眼镜来自深圳品牌 Human Skull,由知名眼镜设计师封波主理。

“深圳眼镜已经进入品牌化时代,纯靠代工没有竞争力,必须发展品牌,其中好的设计必不可少。”封波表示,差异化、个性化、高端化已经成为眼镜界时尚的标签,设计师需要紧握流行与时尚,设计出有生命力的产品。

深圳是中国眼镜设计师的摇篮,全国有90%的眼镜设计师聚集于此。为了推动深圳眼镜品牌化进程,2019年,深圳眼镜行业17个原创眼镜品牌发起成立“设计番”,整合深圳优质设计资源,扩大深圳眼镜品牌影响力。

近年来,推动生产制造高端化、智能化、艺术化、科学化,从代理品牌发展到自主品牌,已是深圳眼镜行业的共识。跨界融合也成为众多企业实现品牌化突围的求新求变之道。

例如,深圳市维酷光电有限公司将液晶膜明暗无级调光技术,与智能墨镜相结合,打造出“0.1秒变光黑科技”墨镜。

深圳市必爱智能生命科技有限公司自主研发增益脑功能的智能眼镜,结合生物智能和人工智能,开发眼脑一体工程,结合机器视觉智能,实现心脑慢检测,让消费者随时随地观测、调节自己的心、脑、眼健康。



深圳品牌眼镜。深圳市眼镜行业协会供图

品牌打造之路 攻坚克难

“掌握不了渠道就掌握不了话语权。”谈到深圳眼镜品牌化之路的困难,深圳市眼镜行业协会会长陈秋鹏认为,长久以来海外的渠道都被国外企业控制,深圳眼镜没有足够的议价权。“自己做品牌,自己掌握渠道,这才是真正的转型成功。”

在众多企业家眼里,打通渠道,是深圳眼镜从代工向自有品牌发展道路的关键。

“做品牌依赖别人的渠道很难。”深圳市普莱斯科技有限公司总经理康自成表示,将努力打造自有渠道,线上投广告、找资源提高品牌知名度,线下打通实体店,打造“万店联盟”,直接与消费端对接。

积极参展、办展,也是提高品牌认知度、拓展销售渠道的重要手段。蔡斌介绍,目前,深圳市眼镜行业协会正在筹建举办大型展会,进一步加强对深圳品牌的推介力度。

在打造品牌的同时,许多企业家也明确表示,不会脱实向虚,仍会加强制造实力。

“只有品牌,没有内核,品牌无法长久。”深圳柏琪眼镜制造有限公司创始人陈炳谦坚定地表示,品牌和制造实力是相辅相成的,品牌为制造实力做乘法。

康自成也认为,品牌建设不是一蹴而就的,必须在发挥现有产业优势的基础上发力。“我们要借互联网之风,发挥深圳制造的优势,不走产业转移的老路,而是将产业制造留在深圳的同时,放大自身的品牌价值。”

行业的发展离不开政府的支持。深圳眼镜品牌化道路,逐渐迎来政策的红利。今年10月,《龙岗区关于促进眼镜产业高质量发展若干措施(征求意见稿)》提出,支持品牌管理体系建设,按不超过企业品牌管理体系项目实际总投入的20%予以资助,单个项目资助金额最高100万元;鼓励企业建立线上线下融合的多元销售渠道,按不超过项目实际总投入的20%予以资助,单个项目资助金额最高100万元。

“独木不成林,一家品牌起来只是开始,还需要更多的品牌共同来打造‘深圳眼镜’这一名片。”陈秋鹏表示,品牌化任重道远,需要企业达成共识、政府加大支持,才能交上满意的答卷。(据人民网)

