一副时尚眼镜 深圳龙岗是这样“智造”出来的

苏州的一家大型商场里，LOHO眼镜的柜台前，胡小姐为自己喜欢的眼镜买了单。随即，她在门店验光的数据和眼镜的款式型号信息通过数字化系统传送到了位于深圳市龙岗区的工厂。

工厂里，眼镜智能自动化产线上一片繁忙。通过智能化加工设备以及自主研发的供应链系统，胡小姐的眼镜当天便生产加工完成，而后通过快递迅速发出。仅仅时隔不到一天的时间，身在苏州的胡小姐戴上了产自深圳龙岗的时尚眼镜……

从以科技赋能创新零售模式，到搭建起“工业4.0超级加工中心”，时至今日，LOHO眼镜已成长为国内时尚眼镜的头部品牌。

眼下，眼镜的定义已经从功能性的配件更多地变为了日常穿搭不可或缺的潮流饰品。LOHO就是这样一位时尚“智造”者。

款式各样的眼镜。

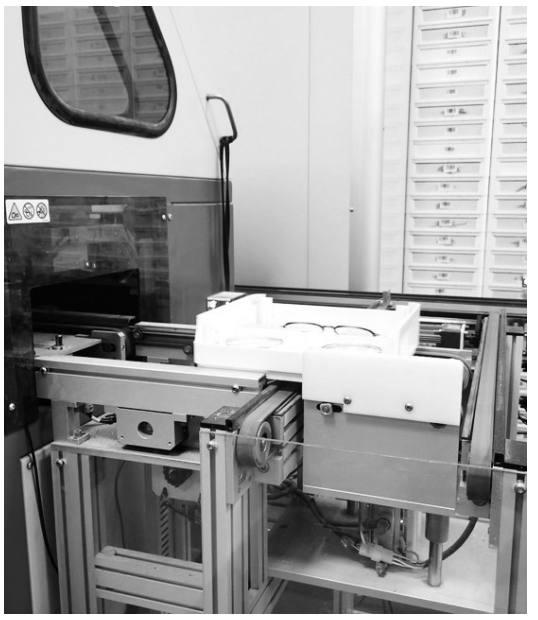
新定义：“一人四镜”的眼镜时尚

LOHO眼镜的配色室内，品牌设计总监黄进明正在和同事讨论，为最新的眼镜款式挑选搭配最流行的颜色。这家成立仅11年的企业，如今已成为国内知名的时尚眼镜品牌之一。他们把超过700家门店开进了北京、上海、广州、深圳、南京、重庆、成都、长沙等城市的核心商业综合体。

配色室一旁的产品展示墙上，摆放着百余种时下眼镜市场上最“潮”的款式，一副副眼镜颜色出挑、型材各异、风格多样，琳琅满目。“我们对于眼镜时尚的定义提出了‘一人四镜’。”LOHO眼镜联合创始人陈敏说，随着消费者对于眼镜的消费向审美性需求转变，一副眼镜已经从功能性的配件转变为表现个性时尚的配饰。“眼镜要跟衣服鞋子一样，根据不同场景，不同着装，搭配不同的款式。”陈敏表达着LOHO品牌对于时尚的态度。

如今，在全国LOHO眼镜的门店，上新的周期不到20天。这样的时尚理念也考验着品牌的设计能力以及敏锐的市场嗅觉。据悉，自成立之初，LOHO眼镜坚持建立起自己的设计团队，一方面，研发更适合亚洲人脸型的眼镜，让眼镜佩戴更加舒适；另一方面，设计团队定期到首尔、东京、米兰等地参加各类时尚发布会，对接世界最新鲜的时尚元素。

更为关键的是，他们以科技串联起前端销售和后端生产。“我们自主研发多个系统，能够实现迅速捕捉市场需求，并实时反馈到设计和加工制作环节，做出相应准确的调整。”陈敏说。



眼镜生产车间。

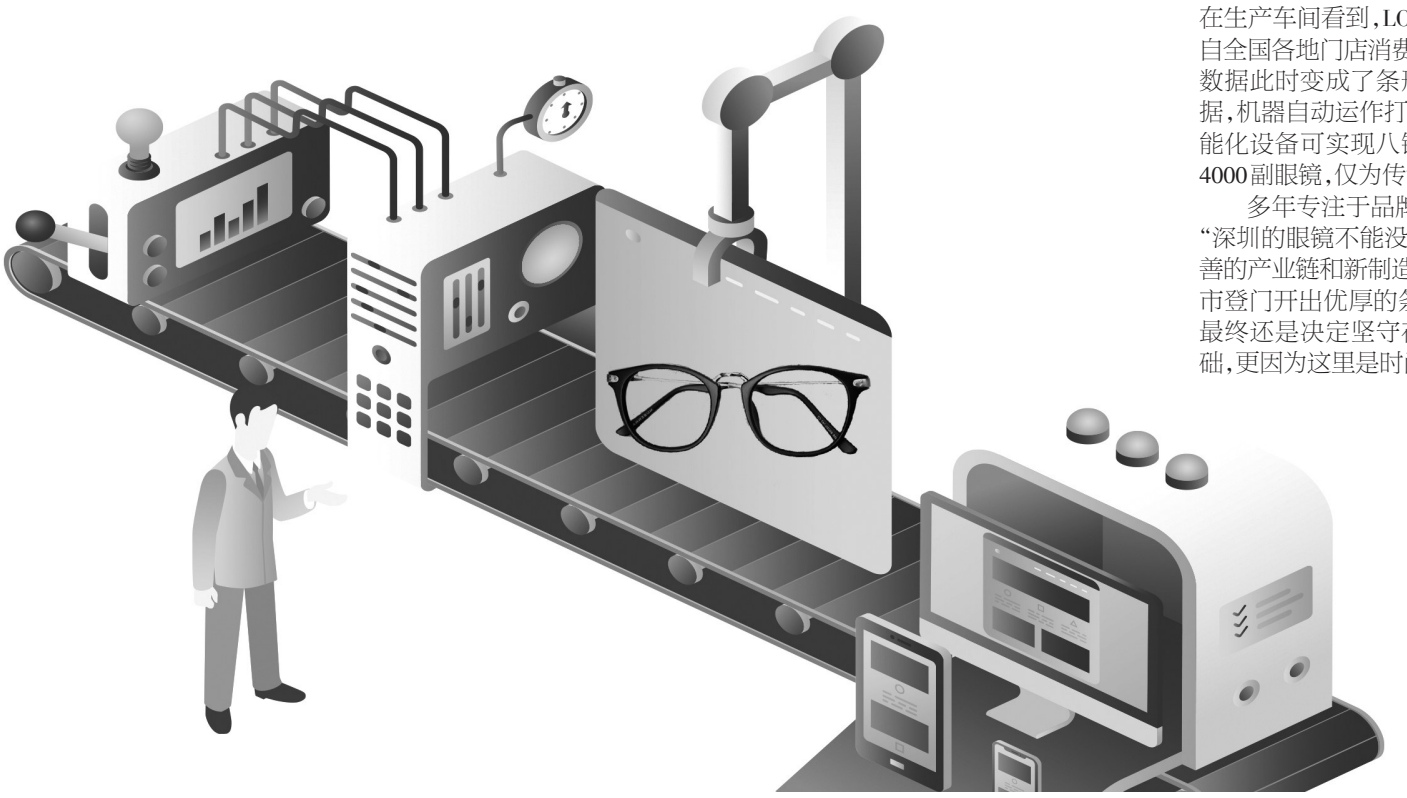
新智造：实现工业4.0自动智能化加工

走进园山街道大康社区，穿过并不宽敞的道路，社区文体广场旁的一栋橘色厂房格外醒目。这是LOHO眼镜的设计研发及供应链中心，每日从这里“智造”的眼镜时尚单品源源不断地发往全国。

“正是基于横岗眼镜强大的产业链基础，我们决定在这里落户。”陈敏说。三层的厂房，自上而下由设计研发、型材仓库和智能生产线组成，由此也形成了完整的“智造链”。据悉，LOHO眼镜采用DTC（供应链直达消费者）的模式，砍掉中间环节，让工厂制造直接对接消费终端，全国各地的消费者基本次日就可拿到购买的眼镜。

今年“双十一”当天，仅10分钟，LOHO眼镜线上渠道的客流量便瞬间达到峰值，成交额同比增长超两倍，实体店客流量同比增长120%。线上线下全渠道总成交同比去年增长率超120%。

庞大的订单量需要强大的生产制造及供应链来支撑。为此，多年前，LOHO就已开始布局智能制造，引进了多台全球领先的工业4.0自动智能化加工设备，同时搭载了自主研发的软件系统。记者在生产车间看到，LOHO眼镜智能产线上流动着来自全国各地门店消费者不同的配镜需求，个性化的数据此时变成了条形码，经过机器扫描后读取数据，机器自动运作打磨出相应的镜片。据介绍，智能化设备可实现八镜片同时生产，每日产能可达4000副眼镜，仅为传统生产时间的十分之一。

多年专注于品牌建设，陈敏分享了自己感悟：“深圳的眼镜不能没有品牌，而品牌的背后需要完善的产业链和新制造的支撑。”她坦言，曾有其他地市登门开出优厚的条件招引LOHO落户。“但我们最终还是决定坚守在深圳，不仅仅这里有产业基础，更因为这里是时尚前沿。”陈敏说。

（据人民网、龙岗融媒）