

林慧锋

接班打拼“眼镜人” 创新创业“创二代”

■记者 杨微微 蔡伟

眼镜行业是许多瑞安人走南闯北、立足全国，构筑事业版图中格外醒目的赛道。一副小小的眼镜，承载着瑞安人的坚韧与精明，陪伴他们走遍大江南北，在异乡扎下根、闯出一片天地。

身兼西安瑞华视光医疗科技集团有限公司和陕西瑞华眼镜有限公司董事长的林慧锋，是众多陕西瑞商新生代的杰出代表之一，也是眼镜行业里的“二代”接班人。早年父辈下岗后，在改革开放的大潮中，来到西安做眼镜批发生意。大学毕业后的林慧锋，顺势打理自家的眼镜生意，从业务员干起，一步步接过父辈基业，并用自己的方式发展壮大。

林慧锋创新零售模式、自建生产线，向眼科医疗、视光服务升级，同时拿下多个国际品牌区域代理，丰富眼镜品类。他大胆创新，突破眼镜行业壁垒，将父辈打下的小小批发部发展成眼镜相关的集团企业。十多年来，每一步前行都见证着林慧锋的成长与收获。

初入生意场

揣着名片跑市场

1987年出生的林慧锋，童年时光是在瑞安陶山度过的，彼时父亲林国华在一家国有企业上班，一家人生活安稳。可在他小学毕业前后，下岗浪潮袭来，父亲失去稳定的工作，为养家糊口只能另谋出路，下海经商。自此，林慧锋便跟着父母辗转各地，一家人先到安徽打拼了几年，后在2001年经家乡的朋友介绍，父亲前往西安租下一个档口，做起镜片批发生意。

经营一年之后，眼镜档口生意稍有起色，林慧锋全家便迁到西安。那时林慧锋高中还没毕业，跟随父母四处转学，每隔一段时间换一个新环境。

等父亲的生意在西安站稳脚跟后，林慧锋高考时就就近报考了西

安本地高校，并选择了金融方向，也希望能通过大学阶段系统性学习，毕业后能对父亲的生意有所帮助。而这段学习经历，也确实帮他搭建起更完整的商业逻辑。

大四那年，当同学们忙着投简历、找实习时，林慧锋拿起一沓名片，以瑞华眼镜业务员的身份，奔走在西安周边各个县城，当起销售员推广自家的眼镜。此时的他没有选择捷径，而是从最苦最累的一线跑业务开始，用脚步丈量市场，精准摸清终端客户的真实需求。

“老爸的生意以传统档口经营为主，规模不大、利润不高，全靠勤跑市场、深耕人脉等方式一点点积累起来。”林慧锋说。

一辆车、一叠名片、一本眼镜

产品册，是林慧锋大学毕业后初入自家眼镜生意跑销售的全部装备。他独自一人，跑遍陕西、甘肃、宁夏、青海等地绝大多数县城，挨家挨户走访线下眼镜门店。凭着一股“初生牛犊不怕虎”的冲劲，一家家门店敲门、推介、洽谈。

当然，市场不会因为你年轻而格外包容。回忆起早年拓客的经历，林慧锋满是感慨：“刚进店时满怀热情、信心十足，可对方往往只看一眼名片，就转身忙自己的事，我就尴尬地站在原地。”早期跑业务，被拒绝是家常便饭。有的店主直接摆手：“不需要，别进来。”拒绝的次数多了，他甚至产生“进店恐惧”，站在门口犹豫许久，到底是先迈左脚还是右脚。

打破常规

跳出批发模式

大学刚毕业那几年，林慧锋做了两三年眼镜零售，一次次跑市场的经历，也让他慢慢摸清了西北眼镜市场的真实行情。市场信息相对不透明，尚待开发状态，机会比南方更多。但他也意识到，没有代理好的眼镜产品，店内产品结构有问题，只做传统批发、靠跑腿推销眼镜，永远做不大、走不远。想要在眼镜行业立足，必须突破品牌与供应链的双重瓶颈，走出一条属于自己的路。

林慧锋从父亲手中正式接班后，第一步就着手转型自家的眼镜生意，通过自建供应链，掌握货源主动权。他把目光投向江苏丹阳——中国眼镜生产的核心基地，并联合一批国内头部代理商，成立供应链公司，走OEM贴牌代工路线，直接包下眼镜工厂生产线，砍掉所有中间环节，把没有技术壁垒的基础镜片利润空间“挤干”，大幅降低成本。

“终端市场一旦出现问题，那

基本上会牵扯到代理和供应链。”林慧锋说，早期做眼镜生意是卖得便宜、服务好就行，但是要解决终端的问题，只能自己参与终端转型。这一步，让他彻底跳出“单纯代理”的被动局面，拥有了自主可控的货源，既能支撑大众“看得清、看得见”的基础视力需求，又让公司营业额稳步迈上新台阶，为后续拿下一线眼镜品牌代理权攒下了足够的底气。

在眼镜代理行业，能不能拿到一线品牌代理权，企业实力是核心准入门槛。林慧锋率先瞄准的是当时国内眼镜第一品牌“万新”。可这场合作，远比想象中艰难。从第一次上门拜访，到最终正式签约，前后耗时整整六年。

早期，“万新”以直营为主，根本没有区域代理的计划。等到公司开放代理权，林慧锋的团队还不是西北市场的头部，对方更倾向选择实力更强、覆盖更广的成熟代理商。

没能第一时间拿到代理权，林慧锋没有气馁，更没有放弃，而是选择默默深耕、蓄力等待。他持续扩大西北市场覆盖、打磨团队，依托自建供应链，把其他品牌类业务做稳做大，用持续增长的业绩证明实力。数年坚守，“万新”团队最终看到林慧锋团队的实力，林慧锋顺利拿到“万新”镜片在陕西的代理权。

拿下“万新”后，凭借成熟的团队、高密度的终端覆盖与出色的市场运营能力，林慧锋随后成功拿下法国“依视路”甘、青、宁区域代理权，同时代理“柯达”等多个优质品牌，丰富眼镜品类。



扫一扫看详情



【人物名片】

林慧锋，1987年出生，瑞安陶山人，现任西安瑞华视光医疗科技集团有限公司、陕西瑞华眼镜有限公司董事长，西安市眼镜行业协会副会长，西安市眼视光与眼镜行业协会会长，西安市瑞安商会新生代联合会会长，西安市新城区政协委员。

两年开百店

眼镜工厂店走出新模式

在西安二环内的益田假日世界购物中心，林慧锋在西安的眼镜“大本营”几乎集中在这一栋楼内，楼上是眼镜店的直播间，楼下就是眼镜工厂店、配镜中心以及公司办公区、货仓等。

“镜仓眼镜”是林慧锋2019年后开启的眼镜销售新模式——眼镜工厂店。记者走进“镜仓眼镜”西安益田假日世界店内，门店大且宽敞，货架上摆满各式各样的镜框，琳琅满目，让人“看花了眼”。

“这里有3000多款产品，眼镜工厂店均为自主品牌，都是江苏丹阳供应链自主生产的。”林慧锋介绍，这家门店后面就是公司办公区，还有配镜中心，有专业的配镜师和进口配镜设备，五六分钟即可完成一副眼镜配镜工序。主打快消、性价比高的眼镜工厂店，还布局了线上店铺、开通抖音直播，售卖镜框与配镜团购券，线下门店核销、验光、配

镜，形成“线上引流+线下体验”的完整闭环。仅在西安，他就布局了十几家直营门店，直面终端消费者。

“2019年之后，大家的消费越来越理性，对眼镜品牌的追求没有那么执着，而工厂店的产品主打高性价比，能解决大部分人对眼镜的需求，符合当下的消费观。”林慧锋说，两年多时间，由他牵头与客户、老乡合伙开出的100多家眼镜工厂店，遍布西安、成都、温州等地，均开在商超、商业综合体内部。

眼镜工厂店彻底打破传统眼镜销售格局，消费者可以买到性价比很高的镜框，可以选择在工厂店内配镜，也可以自己找门店配镜。林慧锋介绍，一开始他先在西安尝试眼镜工厂店，验证模式可行后，再向全国推广，眼镜工厂店的销售模式也带动了一批瑞安眼镜商走上这条赛道。

期待再转型

从卖产品向专业服务升级

“眼镜行业有专业溢价，理论上讲，该行业属于半医半商行业。”2019年，林慧锋除了开设眼镜工厂店，还做出了一个更大胆的转型方向，与两位瑞安老乡一起合作，创立眼科医院、视光中心，从卖产品向专业服务升级。

“目前，该模式还在摸索中，希望能做出一个可复制的商业模式出来。”林慧锋说，他希望视光中心或者眼科门诊，能做出一整套解决方案出来，比如针对近视、干眼症等问题，能从治疗到训练再到产品，能出一整套治疗、解决方案，还要给出相关的眼镜产品，形成一个眼镜行业的闭环。

这一转型走得格外艰难，民营机构在信任度上难敌公立医院，爱尔眼科、普瑞眼科等连锁巨头早已占据市场优势，林慧锋打造的可复制商业模式仍在打磨。但林慧锋始终坚持：眼镜是“半医半商”行业，未来一定属于专业者。

“我们非常希望家乡温州、瑞安能够充分发挥温州医科大学眼视光的专业优势，与在外浙商、瑞商的渠道优势紧密结合，搭建平台、整合资源，培育出真正走向全国的视光医疗品牌，从而改变‘代理商多、品牌少、医疗弱’的眼镜行业现状。”林慧锋说。

