

# “疫”外崛起！ 这些宁波企业逆势增长秘诀在哪？

记者 乐晓立 史旻

核心提示

在慈溪，国内健身器材制造业龙头浙江力玄运动科技股份有限公司每天在加班加点赶订单。

“目前7月的订单已经排满，工厂的产能已经趋于饱和。预计上半年的销售额较去年同期将增长30%左右。”公司董事长吴银昌说。

当前全球蔓延的疫情，给制造业造成了巨大冲击，但在宁波，有不少像力玄运动这样的老牌制造业企业凭借多年的经验积累和应变能力，抓住市场变化的机遇，或求新求变或转型升级，努力开拓新的发展局面，实现逆势增长。

自3月份全面复工复产以来，宁波外贸连续3个月实现逆势增长。这背后既有宁波外贸人的顽强拼劲，更体现了宁波先进制造的深厚底蕴和强大的韧性。



A

保持领先，  
增强「免疫力」

力玄运动是慈溪市“十强工业企业”之一，从上世纪90年代开始生产健身器材核心零部件，后进入整机生产领域。

凭借着多年积累的设计研发、生产制造和供应链优势，逐渐成为出口健身器材制造龙头，产品远销欧美20多个国家和地区，同时与世界一流的健身器材品牌建立了紧密的合作关系。

这些年，尽管受中美贸易摩擦影响，但力玄运动依旧稳步发展，最近三年产值更是以每年30%的速度快速增长，去年产值近16亿元。

今年疫情爆发后，人们的社交空间被大大压缩，不少人开始在家运动健身，健身器材因此迎来了一轮小爆发，力玄更是强势崛起，订单纷至沓来。

力玄并没有满足于现状，而是着眼未来开启了新一轮的发展规划——

与法国某知名运动连锁品牌成为战略合作伙伴，并一起新建的全新生产基地。目前已经完工，下半年便可投产。随着这个新工厂产能的逐步加入，吴银昌估计今年力玄的销售有望突破20亿元。

20亿元的销售在别的行业可能并不算突出，但在国内健身器材领域，力玄已成为生产制造端的“单项冠军”。要知道，目前国内健身器材唯一的A股上市公司英派斯2019年营业收入也只有9亿余元。

力玄能够取得这样的行业地位，与其坚持主业、深耕制造密不可分。

健身器材行业看似门槛不高，其实并不好做。在外行人看来，健身器材无非是跑步机、动感单车、划船机等品类，其实细分起来有800多个品种。而且每一个品牌、品类的生产工艺都不尽相同，因此力玄搭建了包括产品研发、模具设计、电子设计、焊接、喷涂、装配、检测试验等一整套产业体系。

现阶段，对于OEM企业来说，接单生产的模式遭遇订单、物流停滞，就会对企业产生巨大影响，且风险无法转移。而力玄的ODM模式，与客户一同开发、设计，即保证了订单，又能提高产品核心竞争力，为企业留出支持发展的利润空间。

目前，力玄拥有研发设计团队200余人，每年都会开发30款至50款新品，获得国家实用新型专利100多项，外观专利200多项，还有多款产品在国际获得工业设计大奖。

下一步，力玄准备逐步在新工厂实施智能化技术改造，开发更多智能化健身器材，并进一步提高品控能力，同时还准备借助资本的力量，不断做大做强，向全球健身器材制造龙头看齐。

除了力玄这样的外向型健身器材企业，专注国内市场的健身企业，今年上半年也取得了不错的发展，宁波海德健身就是典型。该公司总经理陆畅介绍，1~5月，海德的销售收入增长率在80%以上。

这得益于其在电商渠道的全面发力。前几年，海德就在天猫、京东等电商渠道提前布局和建设，疫情期间其部分线下实体渠道得以顺利转移到线上，从而保证了市场份额不断增长。

“我们也将积极研究如何用大数据、物联网等智能技术，让用户健身的体验感、专业性和黏性更强，避免以往跑步机买到家里一个月就沦为晾衣架的窘境。”陆畅说。

据华商情报网分析，中国目前健身器材的消费主力年龄分布集中于20~35岁，这个年龄段的占比达到88%左右。2019年，国内健身器材销售额在400亿元左右。机构预测未来5年，将实现一倍以上的增长。