

本版撰稿 本报记者 黄 维 汤怡虹 应宇康

缙云：全产业链驱动，发挥体育多元价值



缙云区域优势明显。北接永康、武义，南与丽水市区接壤，高铁、高速网纵横交错。既有山水资源优势，又有产业基础，这是缙云发展体育产业得天独厚的优势。

“体育产业作为国民经济的新增长点，直接助推地方经济发展，也是‘共同富裕’建设的直接动能。”缙云县文化与广电旅游体育局副局长陈炳相告诉记者。在缙云，运动休闲制造业在工业企业中占重要比例；运动休闲旅游业，既顺应了人民群众休闲健身、健康生活的时尚追求和向往，也为周边群众带来了经济收益。

2020年丽水的文化产业增加值约为95亿元，其中缙云体育用品产业成为增长主力。记者了解到，缙云体育用品制造企业主要分布在新碧街道、壶镇镇两个区块，集聚了金棒运动器材、华洋赛车、涛涛车业、欧凯车业、嘉宏运动器材等龙头企业，打造了滑板车、运动摩托车、全地形车、运动自行车等品牌核心产品。

体育用品制造业是缙云体育产业的独特优势。浙江华洋赛车股份有限公司在国内运

动摩托车领域综合实力排名第一，是该领域的首家新三板上市企业，旗下赛车是全国越野锦标赛唯一指定竞赛用车，2020年实现销售收入3.2亿；浙江金棒运动器材有限公司，从事滑板车、滑板、滑冰鞋、电动车、家用健身车等青少年运动健身相关产品的研发、生产、销售，2020年实现销售收入6.32亿元。

良好的生态资源与体育制造业传统，让缙云发展运动休闲产业更有优势。“融合是一个时代的命题。”陈炳相直言，目前缙云已经出台鼓励社会力量兴办户外运动赛事和运行休闲制造产业发展的奖励办法，形成了良好的政策导向，如对在本县社会力量举办的山地越野比赛、滑翔伞比赛、摩托车比赛和体育运动休闲制造产业进行支持，进一步激发了社会各界办赛事、强企业的热情，共

建共享体育成果。

政府主导、政策引导，立竿见影。缙云有效激发社会力量，兴建越野车体验基地，把青山绿水的生态和新鲜精彩的赛车体验结合起来。当地还推出具有缙云风格的体育主题旅游优秀项目、精品线路、示范基地和运动休闲圈，开发多元化、个性化的健身休闲项目，成功打造了羊上滑翔伞、普化源高山滑漂、天门坪漂流、猛峰尖汽车越野、大脚户外拓展等一大批运动休闲项目，初步形成涵盖水陆空、立体式的运动休闲体系，以吸引八方来客。

陈炳相认为，必须顺应体育产业和现代旅游发展的新趋势，大力推动体育与文化、旅游、康养等产业融合发展，才能在提升核心竞争力的同时掌握市场话语权，全力推进运动休闲产业强势发展。



缙云羊上飞行营地

从“烧饼村”摇身一变为“户外用品中国淘宝第一村” 吕振鸿：“狼王”带领乡亲走上共富路

距离缙云县城半小时车程，壶镇镇的北山村名不见经传。互联网却让这个普通村子，与世界紧密地联系在一起。记者访问北山村时，在斑驳的老墙上，赫然有这么一句宣传标语：东奔西跑，不如在家做淘宝。没错，这个小山村插上了互联网的翅膀后，成了远近闻名的淘宝村。户外用品则是北山电商唯一“专注”的产品。提到北山村的“淘宝热”，不得不提吕振鸿，以及他创办的“北山狼”户外运动品牌！

从“烧饼郎”到“北山狼”

在北山村，吕振鸿算是个传奇式的人物，16岁开始做“缙云烧饼”，祖祖辈辈传下来的谋生行当，后来，开过店、办过厂，没想到2006年，一个农民触了“网”，从此一“网”情深。如今不仅是缙云县北山狼户外用品有限公司总经理，更成为农村电子商务的领头人。

“4000元启动资金，一台电脑，一台数码相机，在15平方米的客厅办公，员工就是我和弟弟两个人，每次发货都要开摩托到三公里外的镇上。”回忆往事，吕振鸿感慨良多。

吕振鸿对户外运动情有独钟，他认定这将是潜力无限的朝阳产业。也因为如此，吕振鸿将帐篷、睡袋、烧烤架等户外用品，作为淘宝店的主要产品。

半年之后，淘宝店打开了销量，势头良好。2008年，在积攒了十几万元后，吕振鸿直接找到了生产厂家，2009年，北山狼团队正式成军，“北山狼旗舰店”入驻天猫。十余年后，一组数据证明了“北山狼”在垂直领域中江湖地位：年销售额突破6000万元，最多时一天可以销售四五万单，全国各地分销商400多家，睡袋销量排行全网第一、成交金额排行第一。

一人的点子全村人共享

“自主品牌+生产外包+网上分销”，吕振鸿蹚出一条农民致富的新路子。

吕振鸿成功了，他也没有忘记乡里乡亲。村民们不需押金就能直接拿货，这种几乎零成本的分销模式，让村民开网店的门槛和风险大大降低。赵礼勇是吕振鸿带出来的第一个徒弟，主要是销售烧烤炉和户外座椅，五十多岁的他做梦也没想到，体育与互联网让自己走上了小康之路。原先在永康卖烧饼，现在自创品牌“狂野者”，“两年赚了一百多万”，建起新房，买了SUV越野车。

“驴戏江湖”的老板吕洪峰原本在外打工做服装生意，他目睹了吕振鸿电商生意的“红火”，跟着尝试当起了分销商。“对我来说，做电商除了赚钱，还能照顾家庭。”吕洪峰说，这几年还尝试在拼多多、抖音等热门平台开设网店。“我这里就是夫妻店。一年营业额能达到200万左右。”

互联网的通达，让这个曾经的“空心村”，在电商鼎盛时期同时开出几十家网店，“网罗”两三百位村民，开创了农村电商中的“北山模式”。从顾客下单到打印订单，再到包装货品，整个过程平均只需3分钟。这条已然成熟的电商流水线，让村民实现了在家门口赚钱的愿望。

理念不断创新，重构乡土社会

随着市场竞争越发激烈，竞相涌入、粗放式的增长也带来了一定的隐患。关于这一点，吕振鸿直言不讳：“大家都卖户外用品，市场很快就饱和了。”犹如大浪淘沙，猛然生长出来的北山村，也历经着市场的洗涤。

吕振鸿一直在关注市场的变化，并及时调整产品路线和经营策略，如今还培养了研发团队，每年都有创新。“以往大家都倾向于登山、徒步，选的都是轻便的用品，但是这两年不一样了，自驾游、露营，户外游的方式越来越精致，大帐篷、炊具、桌椅销量也逐渐上升。消费人群的变化，直接导致了消费方式的变化，这跟十五年前完全不一样。”

吕振鸿俨然也是个专业的户外运动行家，这两年虽然受到疫情的影响，但眼下已经出现的“进阶版”消费，让吕振鸿看到“户外用品产业的行情越来越好”，前段时间，吕振鸿已经逐步谋划着“北山狼”的“留洋”之路，在强化新加坡等东南亚市场的基础上，准备进军欧美市场。

从小打小闹，到渐成气候，在户外用品的电商销售领域，吕振鸿不断地探索与创新。目前，占地28.6亩的北山电子商务园基本建成，即将交付使用，包括仓储物流区、产品展示区，主要涉及电子商务培训、帐篷创业孵化器、户外俱乐部活动基地等板块。

体育记者走遍山区26县

