

楼江伟：一根渔线拉动半个地球

10岁东阳女孩登上联合国气候大会 “最小观察员”发出中国声音

□记者 吴嘉沁

近日，10岁的东阳女孩吴紫骐邀请了云南省云龙县天灯完小的小朋友来杭州，一起为 Super x kids 品牌设计元素。“我希望大家都来关注濒危动物，让少数民族的同学们参与进来，一起为环保助力。”



2024年11月13日，第29届联合国气候变化大会（COP29）举行，来自歌山镇塘下村的吴紫骐和两位同伴，以观察员的身份参与其中，传递中国少年的环保声音。作为 Super x kids 品牌主理人，吴紫骐在 COP29 蓝区国家馆内介绍了团队开展的废旧衣物回收再设计项目。该项目打造出环保纱线袜子品牌，旨在替代传统快消品，减少资源浪费和环境污染。

吴紫骐是杭州一所国际小学五年级的学生，学校非常注重对学生能力的培养，鼓励孩子们参与社会实践。正是在社会实践中，吴紫骐关注到生态环保问题。做了大量调研的吴紫骐发现，时尚产业的碳排放量约占全球碳排放量的10%，这比整个航空业的总排放量还要多。生产新衣服需要消耗大量的能源和资源，扔掉的旧衣服很大一部分会被填埋或焚烧，释放甲烷等有害气体。

“我们想要改变这一切！”去年夏天，吴紫骐和同学推出了可持续时尚品牌“Super x kids”，并推出第一款产品——“Superkids x Animal”袜子。他们将那些被气候变化所影响的濒危野生动物图案印在袜子上，引起更多人关注气候变化和生态环境。这款袜子使用环保的天然材料，在联合国气候大会 COP29 上作了品牌展示。

“我和身边的小伙伴们一直在为环保行动努力。我们在学校组织了环保社团，还在校园里种下许多小树苗，希望这些小树苗能够茁壮成长，为地球增添一抹绿，吸收更多二氧化碳，减缓全球变暖的速度……虽然年纪小，但我们相信，每一个小小的行动，都能汇聚成巨大的力量……”在大会的多元议程与研讨环节中，吴紫骐现场全英文讲述中国孩子在日常生活中的低碳故事，分享了学校组织的环保活动。她还与团队伙伴自主向联合国秘书处申请并主导策划组织了“点亮北冰洋”国际会议，聚焦极地气候变化这一关键议题，呼吁全球共同关注北冰洋地区的生态环境变化，凝聚国际社会力量共同应对极地气候挑战。

吴紫骐和队员在大会上的出色表现吸引了全球媒体的广泛关注与报道。在与全球媒体及各界代表的交流互动中，他们以自信大方的姿态分享自己的理念与方案。面对“Where are you from?”的提问，吴紫骐始终坚定自豪地回答“From China”，将中国少年的自信与爱国情怀传递给世界。



10日，城东街道李宅社区的大堂灯流光溢彩，如梦如幻，慕名前来赏灯、游玩的市民络绎不绝。据了解，始于明嘉靖年间的李宅荷花灯距今已有400多年的历史，每年灯会数以万计的游客前来观赏。今年，李宅社区共展出了4盏大堂灯。

记者 胡扬



楼江伟夫妻热衷公益事业

人物名片

楼江伟，出生于1976年，歌山镇象塘夏楼村人，东阳市山野钓具有限公司创始人，杭州市东阳商会会员。

□记者 杜超君

“一根线径为0.24毫米的渔线，可以钓起起码15公斤重的鱼。”楼江伟拿出一圈渔线，用力拉了拉，胳膊上的肌肉骤然收紧，淡绿色的渔线毫不变形。

渔线是歌山镇的王牌产业。作为这个产业的“渔一代”，2008年，楼江伟创办了东阳市山野钓具有限公司（以下简称山野钓具），凭借不服输、不怕输的精神，将企业不断做大，成为歌山镇6家规上企业之一，在东阳、杭州、江苏等地都拥有生产基地，外贸业务覆盖全球40多个国家和地区。

“渔一代”的“野蛮”生长

“我是一个不安于现状的人。”快人快语的楼江伟这样评价自己。

1976年，楼江伟出生在歌山镇象塘夏楼村。13岁那年，只有初中学历的他就到杭州闯荡，28岁时因为装潢生意不景气回到家乡。对此，楼江伟说，他什么都不怕，创业失败了，大不了重新来过。

“我回到老家时，恰好叔叔

的渔具厂和其他工厂有一个渔线编织的合作项目，就让我过去工作。”为了多赚钱，他铆足了劲拼命干，很快就掌握了核心技术，一年之后成了车间主任。

“不安分”的楼江伟没有就此止步，他的目标很明确——自己创业。两年后，楼江伟创办了山野钓具。创办之初举步维艰，不仅资金缺乏，而且没有固定的厂址，时常带着机器搬迁。为尽

可能地减少开支，从渔线的销售、运输，甚至机器维修，楼江伟都自己上，很快，他变成了渔线产业的“杂家”“专家”。

幸运的是，2009年，深圳外贸线上平台发展迅速，渔线外贸处于空白，楼江伟和平台商家达成合作，快速打开了海外市场，获得了200万元的外贸第一桶金。做外贸生意，意味着要面对更大的环境波动，完善供应链

是增强出海抗风险能力的重要保障。2014年，已小有积蓄的楼江伟，在老家歌山镇象塘夏楼村建造了厂房，结束了多年的“草莽”生活，事业逐步进入正轨。

16年时间里，楼江伟的产业“版图”已经扩展到省外。仅在歌山镇的生产基地就有8条生产线，生产机器达到一千余台，年销售额突破5000万元。

以研发解锁高科技

“不甘平庸、永不屈服”已成为山野钓具的企业精神。在这家企业的外墙上，“一根渔线拉动地球”的标语彰显了楼江伟的雄心。

如何将雄心落地成实景？楼江伟认为不能仅仅依靠物美价廉，还要有强大的技术支持，才能实现“人无我有，人有我优”。

“国际贸易不是简单的商业交易，也是一场博弈。渔线虽然只是休闲产品，但是它所涉及的技术很广泛。”楼江伟介绍，用超高分子量聚乙烯制作的渔线，耐磨性好、拉力大、使用寿命

长。20世纪八九十年代，美国、日本等国家的不少企业都实现了该纤维的产业化生产，被广泛应用于军事装备、海洋产业等领域。由于存在较高的技术壁垒，楼江伟厂里的超高分子量聚乙烯原材料一直依赖进口，且经常断供。

“这种感觉就像时时被人扼着脖子，喘不过气来。”为了突破原料生产的技术壁垒，带动上下游全产业链技术升级，2019年，楼江伟投资上千万元，在杭州创办了生产超高分子量聚乙烯的企业，保障渔线生产的原材料

供应。

在楼江伟看来，打破原材料生产的技术壁垒，不仅是做大做强渔线产业的关键，还是扩大国际市场份额的钥匙。“有了完善的产业链，企业才能根据市场需求研发新产品，不仅提高产品竞争力，企业也有真正的话语权和决定权。”楼江伟说，除了原材料之外，渔线的编织技术、着色技术等，都决定着产品的品质。为此，除了购买先进设备，他还每年安排巨额的研发资金，近几年更是通过与C9高校建立深度合作，成立研发团队，推动产品

迭代升级。他坦言，这样做企业很累，“不像下游的加工企业，到我这里购买半成品，盘绕后重新包装，投资少、风险小。”

但也正是这种很“累”的方式，让楼江伟的渔线越“放”越长——渔线每月产量达1亿米，产品远销40多个国家和地区。

在楼江伟看来，全产业链发展不是简单的“物理组合”，而是催生更多“化学反应”。凭借成功解锁超高分子量聚乙烯生产技术，他已开始涉足生命健康产业的孵化项目，让这种产品在更多领域造福人类。

既要智造更要情感

所有的企业都渴望基业长青，但在全球化的浪潮下，企业的生存机遇与挑战并存。山野钓具从一家名不见经传的小作坊到如今的规上企业，还得益于楼江伟超前的企业发展规划。

“人无远虑，必有近忧”。为了不被时代浪潮淘汰，楼江伟总是锚定时代趋势，对接市场需求，提前布局谋划。“企业要时代接轨，才不会被淘汰。当下的趋势就是积极发展数字化生产和管理，从传统制

造迈向现代智造。”2022年，楼江伟引进ERP系统，开始数字化转型升级。

除此之外，楼江伟在公司实行车间承包制，对承包人员进行为期两年的考核，考核通过后才能承包，“我的任务是招聘人才、留住人才、培养人才，放手让他们干。”

“放手”是楼江伟管理的一大特色。他将自己定位为平台的搭建者，认为如何精彩演绎这场商业大戏，关键在于充分

激发员工的主观能动性。放手不是放任自流，而是要团结员工，让他们深切感受到公司的目标与自己息息相关。楼江伟坦言：“我的愿景是让每位员工都成为小老板。”为了实现这一目标，激励并约束企业中层管理人员，使他们的利益与企业的长远发展紧密相连，山野钓具采取了多项措施。公司不仅为全体员工缴纳各项社会保险，还推行了管理人员分红激励计划。员工购车购房时，楼江

伟也会慷慨解囊给予支持，因此大家都乐于与他并肩作战。

“办好企业最重要的是有道德、有良知、有责任。”楼江伟将这句话付诸行动。这些年来，公司收益主要用于产品研发、提升员工福利、购置先进设备等方面。员工们见证了公司的成长与付出，对公司的忠诚度极高。许多中层干部都是从创业初期便跟随楼江伟的老员工，他们与公司共同成长，见证了彼此的辉煌。

包容大气抱团发展

去年下半年，市渔具行业协会成立，楼江伟当选为常务副会长。为了协会的成立，他全程参与筹备，投入了大量精力。

在业界同仁心目中，楼江伟是出了名的热心肠。每次只要他回到东阳，他的办公室总是很热闹，锁上不少渔线老板会专程赶来和他探讨渔具产业的发展。为人大气豪爽的楼江伟也从从不吝啬与他人

分享销售和管理经验，他说：“开放、包容才能让企业发展得更好。”

行之力则知愈进，知之深则行愈达。这种开放包容来自楼江伟多年走南闯北、出海经商的经验，他认为仅靠一家企业单打独斗力量太小，要让行业稳健发展必须各家企业齐头并进。企业之间相互学习相互照应，不仅可以实现差异化发

展，还能放大“歌山渔具”区域品牌效应。“全国70%以上，全球近55%的渔线都来自歌山，象塘夏楼村有一千多人，有一半在从事渔线行业。我们有自己的品牌，也有自己的生产基地，完全可以发展得更好。”楼江伟自豪地说，如今歌山镇的营商环境越来越好，各级党委、政府和职能部门都在引导渔具企业向现有产

品上下游发展。



624