

深圳產業鏈完整「眼鏡城」火速冒起

從驗光到取鏡僅需一小時 吸引港人專程光顧

經濟透視

近日深圳暴雨如注，但深圳福田金中環國際商務大廈A座內卻熱度不減。這座看似普通的寫字樓，從6樓到46樓，密密麻麻分布着數十家眼鏡店，被港人戲稱為「豎起來的眼鏡城」。香港的鄭先生和鄭太太在位於大廈6樓的艾斯眼鏡超級工廠店內表示：「我在香港配了40年眼鏡，從來沒想過會專門為配眼鏡跑一趟深圳。」

業界分析指，從羅湖商業城的零散檔口，到如今集專業驗光、國際品牌與休閒娛樂於一體的「樓宇眼鏡城」，從驗光到取鏡，需時不足一小時，深圳的完整產業鏈已吸引愈來愈多港人北上配鏡（配眼鏡）。

大公報記者 石華（文、圖） 實習記者 黃穗（文）

鄭先生和鄭太太憶述，今年初第一次到店時已是晚上10點，提前預約的店員仍在店內等候，全程耐心講解產品細節。這份超出預期的服務直接打動了二老。「還沒看到眼鏡成品，我就知道這家店靠譜。」如今，夫妻倆今年已在這家店配了8副眼鏡。記者採訪當日店內也看到，逾百名港人手握着小籃筐挑選鏡架，從選架、驗光到取鏡，需時不足一小時。

經過近40年發展，深圳市龍崗區的中高端眼鏡產業年產量達1.25億副，年產值超100億元（人民幣，下同），佔據全球中高端眼鏡市場50%以上的份額。深圳市眼鏡行業協會秘書長蔡斌透露，目前港客配鏡營收在深圳各口岸、橫崗、東門核心商圈門店中佔總營收30%至80%不等，熱門專業店港客佔比更高。蔡斌認為，港人北上配眼鏡從「順便消費」演變為「專程行程」，這一趨勢並非短期現象，而是深港消費融合下的長期結構性變革。

從工廠店到精品店，從大眾路線到高端定製，金中環用一幢樓裝下了一條完整的眼鏡消費生態鏈。



▲為了提升顧客體驗，深圳眼鏡店會提供免費茶水。

位於46樓的拾度眼鏡工廠店面積達5000方呎，陳列超過5000款鏡框；27樓的李白，拾眸眼鏡工廠店同樣以寬敞空間吸引港客；34樓的一點零視光則走另一條路線，主打精品眼鏡及小眾設計師手工鏡框，提供全程一對一服務。

增設小食按摩 提升消費體驗

這類新一代眼鏡門店不再只滿足於「賣眼鏡」，而是把體驗感做到極致。以艾斯眼鏡為例：店內免費提供飲品小食，設置休閒按摩區，甚至專門開闢了香港消費者格外喜愛的夾公仔機區域，陪同前來的親友不用在一旁枯坐等待，逛店之餘就能打發時間。

「以前配眼鏡，驗光等半小時，選鏡架又耗半小時。現在兩個人一起來，一個人驗光，另一個人可以去夾公仔，時間一下子就過去了。」常來深圳配鏡的港人陳小姐說，這種一站式體驗，讓配鏡從一件「耗時間的瑣事」變成了可以輕鬆消磨一下午的休閒行程。

港人消費佔行業整體零售25%

從鏡片打磨、鏡框生產到整鏡組裝，整條產業鏈集中在深圳，門店直接對接工廠，省去層層中間商溢價。蔡斌認為，在價格鴻溝、消費習慣固化、香港租金高等因素下，港人來深圳配鏡已是結構性趨勢。他引述的數字顯示，深港同城常態化後，跨境配鏡客流同比增長約19%，港客複購率達35%，已成為深圳眼鏡零售的「核心增量引擎」。他估算，港客貢獻了深圳線下眼鏡零售整體約15%至25%的份額，核心門店佔比更超40%。

蔡斌預計，香港在眼鏡零售方面，高端漸進鏡片與複雜需求方面仍保有優勢，但普通單光鏡片外流將持續。



◀近年，港人北上配鏡的模式已從「順便消費」升級為「專程目的地」。

港人在深圳配鏡須知

認準正規資質

- 選擇持醫療器械驗光配鏡資質、執業視光師持證上崗門店，拒絕無資質小店、三無鏡片鏡架

嚴控正品保障

- 如蔡司、依視路、豪雅等國際品牌，務必查驗防偽碼、保留票據、原廠質保憑證，警惕高仿、水貨、翻新鏡片

規範驗光流程

- 拒絕快速簡易驗光，複雜散光、漸進多焦點，必須做醫學綜合驗光、瞳距精準測量、試戴適配，保障用眼健康

明確售後約定

- 提前談妥質保時長、度數偏差退換、鏡框維修、跨境郵寄售後，全部寫入單據，避免口頭承諾糾紛

權益維權渠道

- 保留消費憑證、驗光單、產品包裝，遇假貨、劣質服務，應向市場監管、行業協會、12315同步投訴維權

社交媒體助力 成消費「盲公竹」

訊息傳播

早年港人北上配眼鏡，信息來源大多是親友間的口耳相傳。如今，打開社交媒體，輸入「深圳配眼鏡」，便能彈出上百條港人自發分享的探店內容。有人拍下3500呎工廠店的全景，有人對比某品牌同款鏡片在港深兩地的價差，有人晒出一次配三四副眼鏡的開箱vlog，連從哪個口岸過關、坐哪條地鐵線、出關後走幾分鐘到店，都標註得清清楚楚。記者在金中環也看到不少港客手持手機對照攻略，逐層「掃樓」，在不同店鋪比價、看款式、驗光取鏡，正是這種「一樓即一城」的聚集效應吸引港人採購消費。香港的鄭先生和鄭太太也正是刷到了博主的推薦視頻，才特意將艾斯超級工廠店加入行程清單。據悉，艾斯平日到店客流有近100人，周末更突破200人。不少客人都是通過社交平台的種草內容專程前來。

迎合港客習慣 不作貼身推銷

為了適應港客消費習慣，門店也摸索出一套專屬服務邏輯：客人到店後不強行貼身推銷，需要講解就全程細緻介紹，喜歡自主逛店就主動保持距離。艾斯眼鏡負責人楊先生說：「把『哄好客人』當成日常運營的核心，本質上就是在做持續的市場調研——港客需要什麼服務，門店就第一時間補上。」

完善售後服務 提升消費信心

切合需求

深圳眼鏡店早年給人的印象是「驗光快、價格低，但售後沒保障」。現在，走進福田的大型眼鏡綜合體，可以看到全套進口驗光設備，驗光師持有國家認證的高級驗光師資格證。完整的驗光流程要走完視功能檢測、雙眼平衡調試、半小時試戴等多個環節，與香港專業視光中心的標準完全對齊。深圳市眼鏡行業協會秘書長蔡斌表示，港人的高要求正倒逼深圳眼鏡店提升服務標準化與專業化水平。

「同款鏡片價格比香港便宜七成」，價差幾乎是早年港人北上配鏡的核心驅動力。現在，港人到店，會主動了解驗光設備的專業度，詢問鏡片的品牌授權和售後保障。

深圳頭部眼鏡店已完成一輪服務升級，在不少細節上甚至已超出香港消費者的預期。

如針對港客的跨境售後需求，不少門店推出專屬便利服務：配好的眼鏡可

直接免費郵寄到香港，後續調校、更換鼻托、清洗保養等，客人都可以在下次北上時到店免費處理，哪怕隔了半年再來，店員也能從系統裏調出驗光記錄。這種「長期兜底」的服務，讓早年只敢配便宜眼鏡的港客，如今也願意嘗試高端定製鏡片，消費信心明顯增強。

建立原創品牌 提升毛利率

除服務的「軟實力」之外，深圳眼鏡產業還有深厚的製造「硬底子」。從傳統OEM毛利率僅8%至15%，到本土自主品牌躍升到30%至50%，深圳眼鏡產業從代工向品牌轉型，已孵化60餘個原創品牌。深圳市眼鏡行業協會秘書長蔡斌判斷，被視為下一增長極的AI眼鏡在2026至2027年將快速放量，2028年後成本下探、剛需爆發，預估2030年全球每年出貨量超1億台，深圳依託全產業鏈、AI科創、全球製造優勢，將佔據一半以上。



▼除了較平價的產品外，港客近年亦會選擇一些功能性鏡片和高端鏡框。

行業規模擴張 產品客群趨多元化

市場變化

艾斯眼鏡負責人楊先生在2000年前後於羅湖商業城做眼鏡生意，現時已進駐福田金中環，可謂見證了近年港人北上配鏡的消費變化。

隨着通關效率提升和高鐵網絡完善，港人北上的足跡早已不再局限於口岸周邊，楊先生也果斷地將店鋪拓展到了距離福田高鐵站僅兩站地鐵的金中環。門店規模也打破了傳統眼鏡店的空間局限，單店面積突破35000方呎。

早年港人北上配鏡，核心驅動力是價差，同款鏡片比香港便宜近七成。如今價格優勢依然明顯，香港配一副普通眼鏡約3000元，在深圳同等配置僅需1000元左右，但消費者的關注

點早已不再局限於「省錢」。楊先生表示，當時賣的眼鏡單價在200元左右，現在售賣的眼鏡從幾十元到三四萬元人民幣不等，大多數港人選擇的區間在300至400元左右。

港客偏好漸進鏡片

門店客群結構方面，早年到店的港人以中老年群體為主，大多配基礎款近視鏡；如今年輕港客佔比持續提升，不少人特意來挑選潮流鏡框、運動眼鏡，甚至嘗試功能性鏡片，購買高端鏡框等。楊先生透露，相比內地消費者，港客更偏好漸進鏡片，「這和香港職場人群長期高強度用眼、日常需要頻繁切換看遠看近場景的工作習慣直接相關。」



▲持有國家認證的驗光師有助提升深圳眼鏡店的服務標準化與專業化水平。

