

2026年
7月12日

神州行走

編輯：陳思夢
設計：米子

文：李望賢
圖：李望賢、香港文匯報深圳傳真

「以前來東門是來買衣服砍價，現在是直接穿越進了動漫現場！」走進東門的新晉潮流地標之一——「新白馬·次元9號」，港人Alice驚呼。面對滿牆的吧唧（徽章）、娃娃、盲盒、掛件、模型、卡片，跟着熱鬧的角色巡遊狂歡，她驚嘆，一腳踏入了次元壁破裂的現場。

服裝批發市場晉身「二次元痛樓」

這裏是曾陪伴深圳人超過20年的新白馬服裝批發市場，深圳老一輩人最為熟悉的逛街去處，如今「改頭換面」成為Z世代的潮流打卡地。門口巨大的電子屏輪番播着國漫角色，走進大樓，藍白色的燈光營造出滿滿的科技感。整整7層、1.7萬平方米的二次元文化空間，匯聚了40多家品牌，集結動漫、國風、潮玩、文創，打造大灣區首個以「動漫+遊戲+虛擬偶像」為核心的潮玩商業綜合體，「三月獸」、「模玩熊」、「次元GO」、「潮玩星球」等圈內知名品牌悉數集聚。

在熊之工作室深圳首家線下店挑選一套甜酷的服裝，在商場的換裝間和化妝枱裝扮完畢，就可以開啟一場屬於Z世代的周末之旅。來一杯「三月獸」主題咖啡，走進「潮玩星球」、「鹿鳴世界」等門店一覽眾多IP周邊與文創產品；在賽博朋克風走廊、國風次元牆盡情拍照打卡，或者在中庭宅舞比拚；累了到二次元漫畫咖啡廳「漫研社」休息，享受美食的同時，還可以在店內精心布置的微型拍攝區為心愛的「谷子」拍幾張大片，或者安靜地欣賞漫畫。

「新白馬·次元9號」項目負責人顏佳欽介紹，項目構建了從首店標杆、頭部零售到多元體驗的完整生態圈，在體驗業態上也做了相應布局，加入包括射擊館、VR體驗、桌面社交等沉浸式業態。項目運營以來成績亮眼，春節假期項目銷售額突破400萬元（人民幣，下同），「次元GO」門店單日銷售額刷新紀錄。

年輕客群佔比超七成

東門成為潮玩勝地並非依賴單一棟的「高光」。事實上，相當長一段時間內，東門一直試圖扭轉以服裝、小商品為主的傳統商業格局，尋求老商圈的破圈之路，而經過數年的探索，這裏已經完成了由「二次元」「國風」「潮玩」引領的年輕消費業態布局。據悉，東門累計引育了252家優質品牌門店，其中不乏全國首店、華南首店、深圳首店，並將新消費業態首店與周邊的場景深度融合，形成類似逛「首店集合超市」的聚合效應，年輕客群佔比超過70%。

除了「新白馬·次元9號」外，補齊了東門IP主題首店空白的MINISO LAND，為華南規模最大的沉浸式IP體驗類複合店，總面積高達1,500平方米，聚集了包括迪士尼、三麗鷗、哈利·波特、故宮宮廷文化等超100個潮流IP以及5,500多款單品。除了各種潮玩之外，還有美妝護膚、帽子配飾、文創文具和各種生活好物。開業前三天每日銷售均排名內地門店前列，熱度可見一斑。

不少品牌也在東門完成了自身的「煥新升級」嘗試，華南地區最大H&M旗艦店在1234space重啟，在超過1,700平方米的空間裏，可持續材料與數字化工具融合共



東門商圈新晉潮流地標之一——「新白馬·次元9號」吸引眾多年輕人。

聯動港澳增熱度 港青開店尋新機

東門的改造升級，不僅在業態上尋求破圈，更主動打破地域界限探索與港澳的聯動合作，目前東門已分別和香港廟街和澳門官也街結對共建，探索區域合作機制化與常態化。此前，深圳東門、香港廟街與澳門官也街共同舉行的「深港澳步行街中秋美食薈」熱烈上演，活動期間，深港澳三地還聯合推出「暢遊深港澳通行證」，發動數百個商家在線發放專屬消費優惠券，日均吸引客流超百萬人次，成為大灣區商業文化聯動的絕佳案例。香港文匯報記者注意到，東門也在不斷升級其針對港澳和海外遊客的服務配套，步行街內啟用的離境退稅「即買即退」集中退服點，為港澳及國際遊客提供了無縫銜接的購物便利。

改造後的東門吸引越來越多年輕港人，港人佔比高達40%。東門商會常務副會長李江寧表示，



位於東門的MINISO LAND，為華南規模最大的沉浸式IP體驗類複合店。

生。該店以「智能試衣間+虛擬試衣鏡」的沉浸式購物體驗，實現了開業首日8.5萬元的銷售額，較改造前增長180%。特步東門品牌中心店以「運動科技+時尚融合」為核心定位，在1,000餘平方米的營業面積內，將智能科技深度融入零售運營，搭載智能照明系統，通過移動設備遠程調控店內光線明暗，動態營造契合不同時段的購物氛圍。海底撈大排檔深圳首店則打破傳統火鍋經營模式，採用市集式自選動線，營造市井煙火氣息。

在社交媒體上，有關東門的諸多消息下許多年輕人留

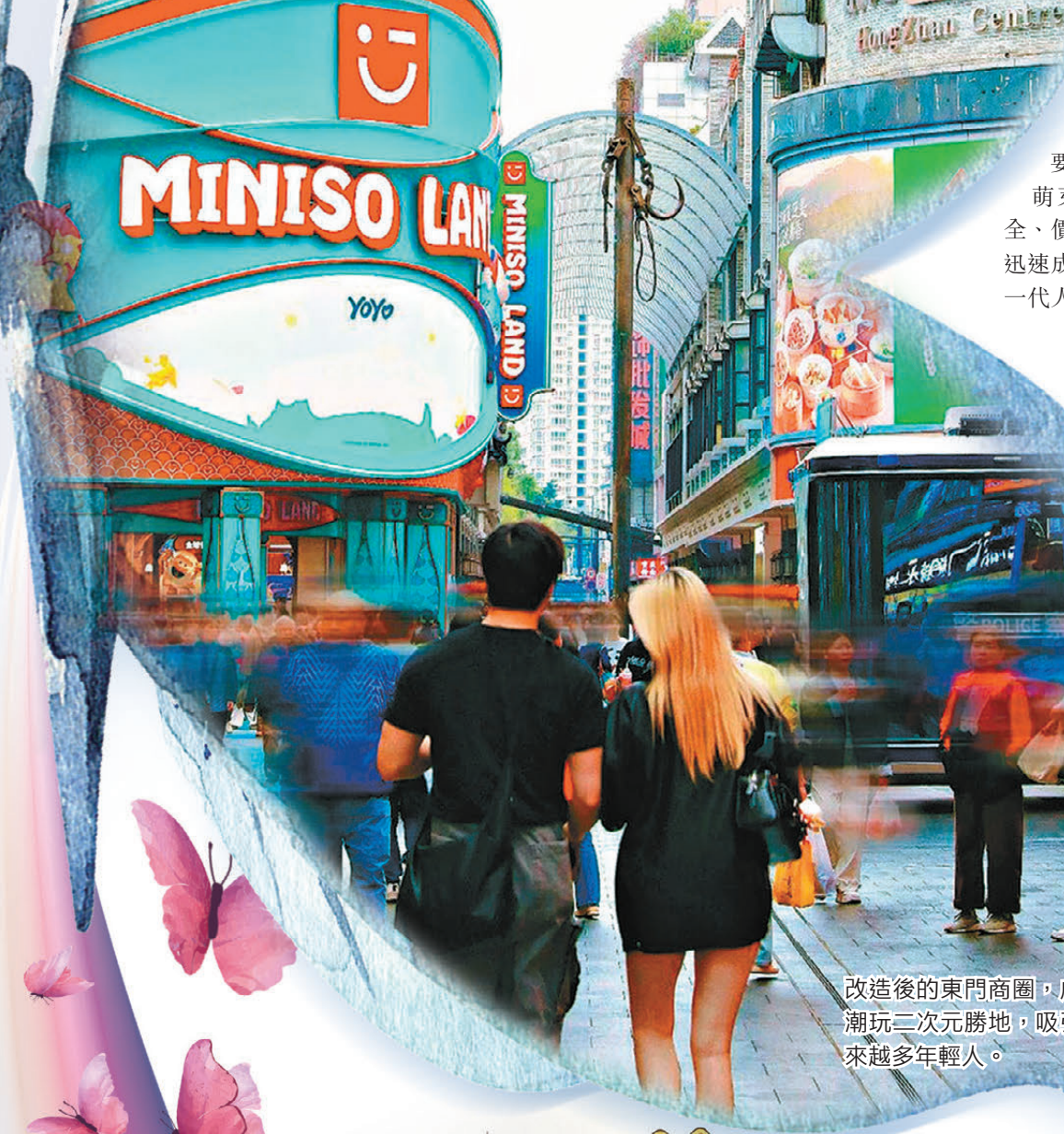


「新白馬·次元9號」雲集各種最新動漫IP周邊。

言：「東門真的不一樣了。」客流數據也成為東門「出圈」的最佳佐證，2025年全年，東門步行街累計客流量8,070萬人次，比改造前增長了133%。今年「五一」假期，東門步行街人流量達到160萬人次，同比猛漲超60%。

深圳東門步行街，深圳最古老的商業街區，從明清時期的「深圳墟」，到改革開放後的小商品天堂、服裝批發基地，是港人北上最為熟悉的商圈之一。內地第一家麥當勞、第一家沃爾瑪、第一家新華書城……均坐落於此。此前，這條老街也面臨所有老商圈都會遇到的難題：空間擁擠、設施老化、業態單一。

經過歷時2年多的改造，東門商圈如今煥新出圈，告別以往以服裝、小商品為主的模式，成為「谷子店」扎堆的「二次元主題聚集地」，可以盡情解鎖電玩、宅舞、VR遊戲和桌遊等各種新的玩法。「新東門」也再度成為年輕港人熱衷的潮流勝地，據統計，目前東門港客佔比高達40%左右。



改造後的東門商圈，成為潮玩二次元勝地，吸引越來越多年輕人。



新舊共生 一半歷史一半潮流

東門步行街的歷史，可追溯至明代中期的「深圳舊墟」。彼時，這裏已是周邊村落貨物集散之地，商賈往來，煙火初興。清末民初，廣九鐵路通車，東門成為深港兩地物資流通的重要樞紐。隨着深圳經濟特區成立，作為市場經濟最早萌芽的區域之一，憑藉着獨特的地理優勢與種類齊全、價格親民的商品，東門步行街迎來了「黃金時代」，迅速成為個體經濟的搖籃和聞名全國的商業集散地，成為一代人感知中國改革開放脈搏的窗口。

不封街不歇業 立面改造精雕細琢

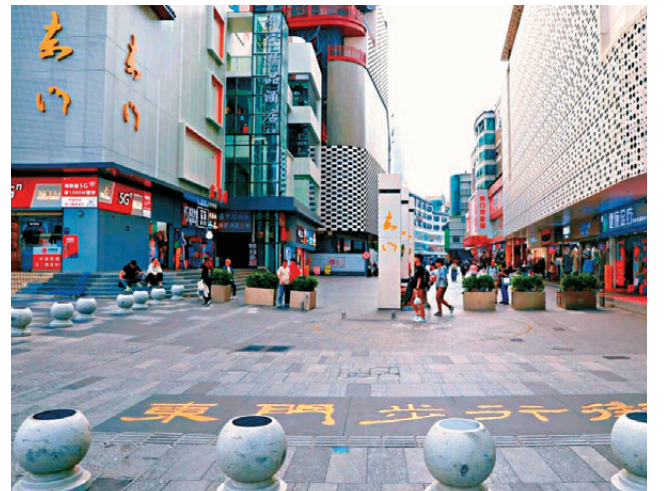
作為第二批全國步行街升級改造試點之一，東門步行街的改造於2024年3月啟動，以不封街、不歇業的方式，啟動了覆蓋27萬平方米的系統提升工程。以「兩主街、四聚場、八支巷」的格局，對21棟樓宇進行立面改造、5條街巷精雕細琢，令街道更整潔、空間更開闊。

在改造升級中，東門沒有推進傳統的大拆大改，而是保留許多承載着歷史記憶的老式建築，只進行外立面修繕。走在東門的街頭，一邊是西華宮、文山樓、思月書院、東江游擊隊指揮部舊址，滿滿的嶺南風情歷史感，另一邊則是次元業態主題樓宇，琳瑯滿目的潮玩IP，新舊共生。30棟主要建築的燈光系統改造，讓歷史和潮流在這裏切換更加自如，白天，這裏是流動的嶺南風情畫卷，夜晚，30棟建築燈光同時點亮，整條街瞬間化身賽博朋克舞台，別有一番韻味。

打造智慧街區 貼心服務一鍵搞定

這場歷時2年多，總投資超5億元人民幣的改造，除了立面翻新，還涵蓋樓宇改造、地下管網升級、智慧商圈建設等五大維度的系統升級。「我們首先要解決的是街區『血管』的問題。」項目工程負責人形容，地下管網如同東門的生命線。工程團隊採用「微創手術」式作業，在確保商戶正常經營的前提下，對1.23萬平方米區域內的電力、通信、給排水系統進行全面更新。

而整個街區的煥新，還有着諸多科技元素的支撐，78根多功能智慧燈杆逐步取代傳統路燈，AI攝像頭、應急廣播、5G基站悄然融入街景，智慧運營系統高效運轉。與此同時，東門步行街小程序正式上線，找廁所、找車位、查活動，一鍵就能搞定；「一碼當先」消費投訴系統同步落地，掃碼就能快速處理消費訴求，讓逛街更省心。



東門老商圈經過改造，面貌一新，街道寬敞明亮。