

旅行景点排名第四位,上海眼镜城成为外国游客“新晋打卡地” 在这里,配镜只要“吃顿饭的工夫”

这段时间,走进上海国际眼镜城,你不仅能碰到熟门熟路、操着上海话讨价还价的本地客,还常会撞见一幅奇妙的图景:推着旅行箱的异国面孔三三两两穿梭在柜台间,拿着手机翻译软件连比带划。

不少商家都向记者提到,随着中国免签“朋友圈”的持续扩容,店里的外国顾客明显多了起来。在一些门店,外国游客销售额占比已达到一成,个别店铺甚至攀升至四成左右。越来越多入境游客的打卡地不再局限于外滩与豫园,配副眼镜也正在悄然成为他们行程单上的“可选项”。当欧美游客还在为长达数周、动辄数千元的配镜流程苦恼时,在上海,“吃顿饭的工夫”就能拿到一副高性价比的定制眼镜。一方小小的眼镜柜台,正成为外国游客体验“中国式便利”的窗口。

青年报见习记者 王馨怡

“体育老师”的英语笔记本

“子叶眼镜”的店主童庆英今年四十二岁,在上海国际眼镜城已经扎根了二十年。有些熟客还记得,她最早的铺面开在三楼。为了方便打交道,她给自己起了个英文名“Lucy”,印在双语名片上。如今,靠着口口相传,店里外国顾客的销售占比已悄然攀升至四成左右。她的手机相册里,存着几百张外国客人的合照。有些是在店门口戴着眼镜的留影,有些则是客人回国后从大洋彼岸发来的返图。

很难想象,二十年前刚入行前,童庆英是一名几乎零英语基础的体育老师。这些年,随着上海免签“朋友圈”的不断扩容,她敏锐地察觉到出现的异国面孔越来越多。为了接住这门生意,她特地买了一个硬皮笔记本。起初她只能靠翻译器和计算器辅助,每次有外国顾客进店,她竖着耳朵听,把听不懂的词偷偷记在本子上。回家查完字典,她用圆珠笔在英文旁边注上中文谐音当“音标”,反反复复地念。从最基本的问候,到镜片、镜框等名词,再到“渐进多焦镜片”“变色镜片”这样的行业术语,这些都不是在课堂上学的,而是在这方柜台前,一单一单“磨”出来的。

不只是语言上的精进,如今,她店里也随处可见小巧思。在验光区域,不仅有中国人熟悉的“E”字视力表,还专门备了一张西方人从小看到大的“斯内伦视力表”,让外国游客感到意外又亲切。柜台上还常年摆着一本英文印刷的《中国与非洲》杂志,专门在验光后给客人测试视力,模拟最真实的英文阅读场景。

在日复一日的接触中,她也彻底摸透了外国游客的审美与偏好。考虑到他们在不同场景下的佩戴需求和对某些款式的偏爱,店里专门进了一批造型独特的猫眼框,以及形如骑行护目镜的大弯弧度宽幅镜框。此外,考虑到欧美人群中浅色虹膜的比例远高于亚洲人,天生对光线更敏感,带度数的变色镜片和太阳镜成了这些外国客人的绝对刚需。为此,童庆英的货架上,永远为这些跨洋而来的客人备足了现货。

实现欧美游客的“配镜自由”

在海外旅行论坛上,常有人写“去中国配眼镜”的上千字精确攻略,将其形容为“上海最被低估的旅游体验”。在国际知名旅游社区“猫途鹰”上,上海国际眼镜城甚至跻身上海景点“旅行



①②外国顾客和童庆英的合影。
③外国顾客发给童庆英的邮件反馈。

本版摄影 青年报记者 常鑫

者排名”的第四位,仅次于南外滩轻纺市场等传统网红地标,热度高于不少外国人常去打卡的天安千树。

为什么游客会将一个眼镜市场视作旅游目的地?答案藏在这一副眼镜的购买过程里。在眼镜城的一个柜台前,记者遇到了来自美国旧金山的游客Willy和英国游客Chris。说起在本国配镜的经历,两人你一言我一语地“吐槽”起来,拼凑出一幅与上海截然不同的配镜生活图景。

据他们描述,在欧美配镜的第一步被卡在“预约验光”上。顾客不能直接走进眼镜店要求配镜,必须先拿到由持照验光师出具的处方。常规预约快则等几天,慢则等几周。此外,美国大部分州规定处方有效期为一到两年,一旦过期,必须重新花钱验光。

拿到处方、选好镜片后,等待才刚刚开始。Willy告诉记者,在美国,一副普通处方眼镜从下单到取件,平均就要近两周;如

果是更复杂的定制镜片,时间只会更长。Chris也提到,在英国,若配的是渐进镜片,等上两周甚至更久并不罕见。这意味着,从“需要眼镜”到“戴上眼镜”,动辄耗费三到四周。如果不幸遇到眼镜损坏的紧急情况,就意味着在接下来的几周里,往往只能靠胶水修修补补凑合用。Chris就是个典型例子,在几个月前,他的旧眼镜镜腿断了,硬是用胶水反复粘了几次,戴在脸上总是一高一低往下滑。价格方面,在美国,一副不含保险的普通处方眼镜平均花费200美元到600美元,渐进镜片单片就要175美元到250美元起步。英国的中端眼镜则在150英镑到400英镑之间。

而在上海,配镜的节奏则完全不同。免费验光、当场出报告,普通近视眼镜大多在一小时内“立等可取”。即便是散光200度以上或其他定制镜片,三天左右也能制作完毕,并能直接闪送到酒店,“一般就是喝杯咖啡、吃顿

饭的工夫,眼镜就好了”。

价格更让他们直观感受到差异。Willy在现场算了一笔账:他此前在美国医疗机构验光配镜,光镜片就要450美元;而在上海,验光、镜框、镜片、涂层全部加在一起只要200元人民币,还不到30美元。而被网上攻略“种草”寻来的Chris,面对这样的性价比,一口气挑了两副款式不同的镜架,全都配上了渐进加变色镜片。

跨越重洋的“中国体验”

实际上,把眼镜交到客人手里后,童庆英的工作并没有结束。在她的微信里,隔三岔五就会弹出一段来自大洋彼岸的视频。画面通常是这样的:一个欧美面孔对着镜头,戴上新眼镜,扬起一个灿烂的笑容,竖起大拇指。其中有人坐在自家沙发上,有人漫步在异乡街头,背景则是她从未去过的伦敦大本钟或悉尼海港。

童庆英的微信通讯录里,躺

着来自英国、美国、澳大利亚、新西兰等国家的几百名客户。除了常常在对话框里弹出的反馈与赞许,甚至发展出了“提前看款预订”和“跨国快递配镜”的新业务。

同在国际眼镜城的“视康眼镜”店主周梦冉,也见证了免签政策落地以来的客流变化。以前店里主要面向国内顾客,微信、支付宝和现金是唯三的支付渠道。但随着越来越多外国游客涌入,为了应对激增的刷卡需求,她专门去银行申请了一台能刷国际信用卡的外卡POS机。如今,她店里的外国游客销售占比也达到了10%。

“他们常常买两三副,而且已经把眼镜当成了快时尚配饰来消费。”周梦冉回忆起前几天接待的一名澳大利亚年轻女孩。女孩带着近视验光单,一口气挑了三副不同颜色、造型时髦的太阳镜,全都配上了带有度数的渐变镜片。那名顾客告诉周梦冉,在澳大利亚,配一副带度数的太阳镜非常昂贵,大家往往只敢挑最保守的款式。“但在这里,同样的预算足够我买三副不同风格的眼镜,这样每天穿搭都能找到更合适的搭配。”

而在人民广场等区域的许多连锁潮牌眼镜店,同样感受到了类似的变化。对于一些不愿意费心讨价还价、更偏爱商场明码标价的外国游客来说,国产连锁品牌也极具吸引力。“木九十”以标志性的原木材质拼接和新锐的设计感见长,透明的价格体系让不少外国年轻人觉得“买得省心且时髦”。

上海市统计局最新数据显示,今年1月至2月,上海国际旅游入境人数达114.86万人次,同比增长21.4%。这些数字背后,“China Travel”风潮也带来了持续的消费外溢。对越来越多外国游客来说,来中国不再只是逛外滩、吃小笼包,他们也开始把配眼镜、做美甲、买衣服这类更日常的消费,纳入行程之中。

宏观数据落到生活里,具象化成了这一方柜台前真实的迎来送往。傍晚五点,国际眼镜城的灯光开始暗下来,大部分店铺陆续打烊。童庆英的手机屏幕却又亮了起来,是来自伦敦的老顾客发来的微信。这次,他把朋友的验光度数也发了过来,托她再配一副寄过去。

童庆英点开图片,翻开那个旧笔记本,把数据工工整整地抄了进去。那本本子里,记下过她最早不会说的英文单词,如今也记下了越来越多跨越重洋而来的新订单。