中国眼镜市场行情动态与盈利战略分析报告（2013-2017）

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国眼镜市场行情动态与盈利战略分析报告（2013-2017）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/142492142492.html

报告价格：电子版: 7000元　纸介版：7200元　电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

随着信息技术的不断发展，眼镜零售行业也无一例外，也卷入这场变革洪流，并正在发生着前所未有的变革。未来八年我国眼镜行业将会有如下几方面的发展趋势：

一是大型眼镜连锁将进一步霸占街边店。以宝岛眼镜、博士眼镜、直通车等为代表的大型眼镜连锁已经深入每个街道，只要有眼镜店的地方，它就想方设法开一家，逐渐挤占中小型眼镜店的生存空间，中小型眼镜店生存面临着前所未有的困难。

二是“一店独大”和“百年老店”将失去昔日光彩。目前，每个大城市都有一家或几家在当地有名的老店，如“茂昌”、“吴良材”、“精益”“大明”等，这些眼镜店有明显的两个特征，一是品牌老，而品牌的保护意识不浓，有很多已经被占用或盗用。

三是成品眼镜网上销售渐成规模。隐形眼镜、太阳镜、眼镜架、镜片等这些成品商品，目前经营的网站越来越多，越来越专业。如可得、亿超、视客、艾视等眼镜网目前已经有一定规模。据资料显示，2011年，通过网络销售的眼镜产品已达眼镜零售总额的40.5%，直逼半壁江山。

四是眼科医院配镜模式逐步增多。借助专业设备、专家型人才优势，各地的眼科医院都在扩大眼镜市场的份额，他们在进行眼科治疗、激光治疗的同时，下大力加强眼镜的零售。

五是网络实体眼镜店模式悄然兴起。“网络实体眼镜店”概念由大学生眼镜网创始人唐林首次提出，其含义是网络与实体配合，通过网络宣传，达成顾客到店配镜的模式，这样的眼镜实体店可以设在写字楼里或深藏在小区的居民楼中，大大节约眼镜的销售成本，可以最大限度地让利于顾客。目前，在各大城市都在兴起，上海、北京、成都、武汉几个大城市已经有数家这样的眼镜店，店虽小，它却是一个新的潮流，成了眼镜行业进步的标志。

中国报告网发布的《中国眼镜市场行情动态与盈利战略分析报告（2013-2017）》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

目 录

第一章 眼镜业相关概述 1
第一节 镜片种类及其他相关介绍 1

一、镜片的种类 1
二、镜片的材料 2
三、树脂镜片的主要参数和术语 5
四、树脂镜片膜层特点解析 7
五、镜片的镀膜工艺介绍 9
第二节 镜片总体概况 15
一、眼镜镜片的发展历史 15
二、塑胶镜片的发展概况 16
三、尼龙镜片发展与特点 17
四、树脂镜片的发展及市场状况 18
第三节 眼镜主要原材料市场分析 21
一、聚碳酸酯（PC）市场分析 21
二、聚甲基丙烯酸甲酯（PMMA）市场分析 21
第四节 隐形眼镜及其材料的发展 24
一、隐形眼镜发展介绍 24
二、数字化角膜塑形隐形眼镜发展史 26
三、隐形眼镜材料的发展及特性介绍 29
第二章 2011-2012年全球眼镜行业运行态势分析 31
第一节 2011-2012年全球眼镜市场简述 31
一、全球眼镜品牌演进 31
二、欧美儿童眼镜市场战略分析 33
三、雅培完成收购美国眼力健公司 34
第二节 2011-2012年全球部分地区和国家眼镜市场发展及动态 34
一、美国 34
1、美国太阳眼镜消费市场分析 34
2、美国眼镜零售行业概况 35
3、美国已研制出变焦眼镜 37
二、法国 38
1、法国眼镜市场稳定增长 38
2、法国光学眼镜极具发展潜力 38
3、法国眼镜市场发展趋势 39
三、意大利 40
1、意大利眼镜工业发展状况 40
2、意大利眼镜产业发展迅速 41
3、意大利眼镜产业出现严重危机 42

四、其他国家和地区 42
1、中东地区眼镜市场现状 42
2、波兰眼镜市场前景看好 44
3、日本兴起廉价眼镜店 44
第三节 2013-2017年全球眼镜产业发展趋势分析 45
第三章 2011-2012年中国眼镜产业运行环境解析 47
第一节 2011年中国宏观经济环境分析 47
一、GDP历史变动轨迹分析 47
二、固定资产投资历史变动轨迹分析 54
三、2013年中国宏观经济发展预测分析 56
第二节 2011-2012年中国眼镜产业发展政策环境分析 59
一、中国目前正在实施的眼镜标准 59
二、产业政策分析 62
三、进出口政策分析 64
第三节 2011-2012年中国眼镜产业社会环境分析 65
第四章 2011-2012年中国眼镜产业运行形势透析 67
第一节 2011-2012年中国眼镜行业运行概况 67
一、中国眼镜行业向高端产品迈进 67
二、中国定配眼镜产品质量合格率情况 68
三、中国眼镜业热点聚焦 69
第二节 2011-2012年中国眼镜行业利润分析 70
一、眼镜行业的暴利与非暴利 70
二、眼镜行业成本解析 71
三、眼镜行业的暴利源于高销售成本 72
四、眼镜行业利润分析 74
第三节 2011-2012年中国眼镜产业热点问题探讨 75
一、眼镜制造凸显四大命门分析 75
二、眼镜业亟须抢占中高端市场 78
三、中国眼镜行业管理混乱 78
四、眼镜行业存在技术硬伤 82
第四节 2011-2012年中国眼镜行业发展策略分析 83
一、构建国际化眼镜市场的战略 83
二、实施多维资源整合战略 86
三、中国眼镜产业促产业升级走竞合之路 93
四、谋求稳步发展做好“五个”转变 97

第五章 2011-2012年中国眼镜品牌体系建设调研分析 99
第一节 2011-2012年中国眼镜品牌发展概况 99
一、研究眼镜品牌的意义 99
二、提高眼镜品牌深度的重要性 101
三、眼镜品牌发展的不同阶段 103
四、眼镜行业品牌现状 105
第二节 2011-2012年中国眼镜行业的品牌问题分析 107
一、中国眼镜行业的品牌危机 107
二、中国眼镜品牌陷入迷失困境 108
三、制约品牌发展的三大障碍 109
四、眼镜行业多品牌管理的误区 111
第三节 2011-2012年中国眼镜行业的品牌发展对策 112
一、中国眼镜行业创品牌才有出路 112
二、眼镜品牌建设的三层突破 114
三、提高人们对眼镜品牌的信任度 116
四、弱势品牌正确实施通路促销的建议 117
五、构建高端眼镜品牌价值的支点 123
六、眼镜品牌突破区域性局限的建议 124
第六章 2011-2012年中国眼镜产业市场运行动态分析 126
第一节 2011-2012年中国眼镜市场运行现状综述 126
一、中国已成为全球眼镜生产和消费大国 126
二、中国眼镜消费结构已发生变化 126
三、中国眼镜市场消费情况分析 127
三、眼镜消费存在四大误区 129
第二节 2011-2012年中国眼镜市场存在的问题及监管法 131
二、中国眼镜市场尚缺营销“营养大餐” 131
三、眼镜品牌混乱鱼目混珠 132
四、眼镜市场呼唤制度与诚信 133
三、眼镜市场监管法的立法思路 133
第三节 2011-2012年中国眼镜零售业发展分析 135
一、中国眼镜零售行业现象分析与推广宣传策略思考 135
二、眼镜零售业发展问题分析 136
三、眼镜零售行业的发展形势分析 138
第四节 2011-2012年中国眼镜批发市场发展分析 139
一、眼镜批发市场的意义 139

二、中国眼镜批发市场分布格局 140
三、中国眼镜批发市场发展现状及趋势 140
四、影响眼镜市场未来发展的因素分析 141
五、培育眼镜市场的若干经验和建议 142
第七章 2010-2012年中国眼镜制造行业数据监测分析 145
第一节 2010-2012年中国眼镜制造行业总体数据分析 145
一、2010年中国眼镜制造行业全部企业数据分析 145
二、2011年中国眼镜制造行业全部企业数据分析 147
三、2012年中国眼镜制造行业全部企业数据分析 148
第二节 2010-2012年中国眼镜制造行业不同规模企业数据分析 150
一、2010年中国眼镜制造行业不同规模企业数据分析 150
二、2011年中国眼镜制造行业不同规模企业数据分析 151
三、2012年中国眼镜制造行业不同规模企业数据分析 151
第三节 2010-2012年中国眼镜制造行业不同所有制企业数据分析 151
一、2010年中国眼镜制造行业不同所有制企业数据分析 151
二、2011年中国眼镜制造行业不同所有制企业数据分析 152
三、2012年中国眼镜制造行业不同所有制企业数据分析 152
第八章 2011-2012年中国眼镜细分领域剖析 154
第一节 太阳眼镜 154
一、中国太阳眼镜市场概况 154
二、中国太阳镜抢占德国市场 154
三、中国太阳眼镜的质量状况 154
四、太阳眼镜市场问题的原因分析及对策建议 155
第二节 老花镜 156
一、老花镜推出智能产品 156
二、老花镜的选择 157
三、老花镜市场潜力大 158
第三节 2011-2012年中国儿童眼镜市场分析 158
一、儿童眼镜市场消费调查分析 158
二、儿童眼镜市场发展前景分析 159
三、开创儿童眼镜的新“视”界 159
四、2013-2017年中国儿童眼镜消费趋势分析 160
第四节 眼镜仪器 160
一、眼镜行业中的仪器技术变革 160
二、眼镜业国产仪器产业现状分析 163

三、眼镜业国产仪器产业升级之路 164
第九章 2011-2012年中国隐形眼镜行业市场运行态势剖析 168
第一节 2011-2012年中国隐形眼镜产业动态分析 168
一、眼镜业：借“机”重整 168
二、产业集群历史悠久、基础厚实 169
三、隐形眼镜市场彰显“3法则” 170
四、暴利扰乱隐形眼镜市场 173
五、隐形眼镜市场遭遇信任危机 173
第二节 2011-2012年中国隐形眼镜市场现状综述 174
一、隐形眼镜市场发展特点分析 174
二、中国眼镜市场总体规模分析 175
三、隐形眼镜市场容量分析 175
四、隐形眼镜品牌市场份额 176
第三节 2011-2012年中国隐形眼镜新进展分析 176
一、更优化的全新材料 176
二、更改良的高新技术 177
三、更灵活多样的应用 177
第四节 2011-2012年中国隐形眼镜零售市场分析 178
一、我国眼镜零售市场发展局面分析 178
二、我国眼镜零售业若干现象分析 179
三、眼镜零售业从“服务”走向“体验” 183
第十章 2010-2012年中国眼镜产量数据统计分析 186
第一节 2010-2011年中国眼镜产量数据分析 186
一、2010-2011年眼镜产量数据分析 186
二、2010-2011年眼镜重点省市数据分析 186
第二节 2012年中国眼镜产量数据分析 187
一、2012年全国眼镜产量数据分析 187
二、2012年眼镜重点省市数据分析 187
第三节 2012年中国眼镜产量增长性分析 188
一、产量增长 188
二、集中度变化 189
第十一章 2011-2012年中国眼镜零售业运行态势探析 190
第一节 2011-2012年中国眼镜零售发展状况 190
一、世界眼镜零售史上的三次革命 190
二、中国眼镜零售行业现状 191

三、中国眼镜零售业正面临洗牌 192
第二节 2011-2012年中国眼镜零售市场运行分析 193
一、国内眼镜零售业的细分之路 193
二、中国眼镜零售业的链状成长 196
三、互联网上眼镜零售业的特点分析 198
第三节 2011-2012年中国眼镜零售企业分析 199
一、眼镜零售企业成长路径分析 199
二、眼镜零售业企业的十大促销误区 201
三、眼镜零售企业经营管理的基本法则 207
四、新兴眼镜零售企业投身眼镜市场的策略 210
五、眼镜零售店员工的激励措施 216
六、传统眼镜店突围建议 218
第四节 2011-2012年中国“眼镜直通车”发展模式分析 220
一、眼镜直通车经营模式探析 220
二、平价眼镜店生存状况分析 222
三、平价眼镜连锁加速行业变革 228
四、平价眼镜连锁还须市场检验 229
第十二章 2011-2012年中国眼镜业市场竞争格局透析 234
第一节 2011-2012年中国眼镜市场竞争总况 234
一、外资眼镜大鳄暗夺中国渠道 234
二、内外资争食搅热中国眼镜市场 235
三、中国眼镜制造优势竞争的关键分析 237
第二节 2011-2012年中国眼镜业竞争分析 239
一、国内外眼镜品牌竞争分析 239
二、眼镜零售业核心竞争力分析 240
三、中国眼镜批发市场逐鹿群雄 245
四、眼镜平价竞争趋势分析 253
五、南京眼镜店竞争分析 253
第三节 2011-2012年中国眼镜业竞争策略分析 254
一、提高眼镜企业竞争力策略分析 254
二、眼镜企业的平价竞争策略分析 255
三、对眼镜企业网络营销竞争策略分析 256
四、眼镜业“精耕”竞争策略分析 258
第十三章 2011-2012年中国眼镜主要产区竞争态势分析 262
第一节 深圳 262

一、深圳企业占国际眼镜市场份额情况 262
二、深圳眼镜企业自创品牌情况 262
三、深圳横岗眼镜业发展分析 262
第二节 温州 263
一、温州眼镜行业总体概况 263
二、温州眼镜三十年发展概况 263
三、温州眼镜行业质量分析 268
四、温州眼镜市场动态 269
五、温州眼镜包装业发展分析 269
六、温州眼镜业未来发展展望 271
七、温州眼镜外贸出口分析 272
第三节 江苏丹阳 274
一、丹阳眼镜业发展现状 274
二、丹阳眼镜销售情况 274
三、丹阳眼镜抽检情况 275
五、金融危机对丹阳眼镜发展的影响分析 275
第四节 厦门 277
一、厦门眼镜行业的总体概述 277
二、厦门眼镜品牌发展分析 277
三、厦门眼镜发展的隐忧 281
第十四章 2011-2012年国外眼镜重点企业经营情况分析 282
第一节 依视路集团 282
第二节 HOYA（豪雅）集团 282
第三节 苏拿光学集团 284
第四节 卡尔?蔡司公司 286
第五节 美国博士伦公司 287
第十五章 2011-2012年中国眼镜优势企业主要财务指标分析 288
第一节 上海卫康光学有限公司 288
一、企业概况 288
二、企业主要经济指标分析 289
三、企业盈利能力分析 289
四、企业偿债能力分析 290
五、企业运营能力分析 290
六、企业成长能力分析 290
第二节 北京博士伦眼睛护理产品有限公司 291

一、企业概况 291
二、企业主要经济指标分析 292
三、企业盈利能力分析 292
四、企业偿债能力分析 293
五、企业运营能力分析 293
六、企业成长能力分析 293
第三节 海昌隐形眼镜有限公司 294
一、企业概况 294
二、企业主要经济指标分析 295
三、企业盈利能力分析 295
四、企业偿债能力分析 296
五、企业运营能力分析 296
六、企业成长能力分析 296
第四节 陆逊梯卡华宏(东莞)眼镜有限公司 297
一、企业概况 297
二、企业主要经济指标分析 297
三、企业盈利能力分析 298
四、企业偿债能力分析 298
五、企业运营能力分析 299
六、企业成长能力分析 299
第五节 浙江泰恒光学有限公司 299
一、企业概况 299
二、企业主要经济指标分析 300
三、企业盈利能力分析 301
四、企业偿债能力分析 301
五、企业运营能力分析 302
六、企业成长能力分析 302
第六节 信泰光学(深圳)有限公司 303
一、企业概况 303
二、企业主要经济指标分析 303
三、企业盈利能力分析 304
四、企业偿债能力分析 304
五、企业运营能力分析 305
六、企业成长能力分析 305
第七节 浙江远洋眼镜有限公司 305

一、企业概况 305
二、企业主要经济指标分析 306
三、企业盈利能力分析 307
四、企业偿债能力分析 307
五、企业运营能力分析 308
六、企业成长能力分析 308
第八节 中西眼镜(大连双D港)有限公司 308
一、企业概况 308
二、企业主要经济指标分析 308
三、企业盈利能力分析 309
四、企业偿债能力分析 309
五、企业运营能力分析 310
六、企业成长能力分析 310
第九节 温州市顺威光学眼镜有限公司 311
一、企业概况 311
二、企业主要经济指标分析 311
三、企业盈利能力分析 312
四、企业偿债能力分析 312
五、企业运营能力分析 312
六、企业成长能力分析 313
第十节 温州市爱氏光学实业有限公司 313
一、企业概况 313
二、企业主要经济指标分析 313
三、企业盈利能力分析 314
四、企业偿债能力分析 314
五、企业运营能力分析 315
六、企业成长能力分析 315
第十六章 2011-2012年中国眼镜相关产业运行走势分析 316
第一节 2011-2012年中国镜片市场透析 316
一、眼镜镜片常识与分类 316
二、中国PMMA工业发展现状 318
三、树脂镜片的优缺点分析 318
四、镜片企业需要打造综合竞争力 319
五、中国发布关于验光镜片的国家标准 321
第二节 2011-2012年中国眼镜架市场分析 321

一、镜架结构 321
二、镜架材料 322
三、眼镜架的种类 323
四、目前钛镜架国家标准实施情况 324
五、金属眼镜材料发展趋势 325
六、2011-2012年深圳市场镜架质量情况 326
第三节 2011-2012年中国眼科手术发展概况 327
一、中国眼科学发展简史 327
二、中国眼科学发展现状 328
三、眼科屈光手术的新发展 330
四、近视眼激光手术发展和应用分析 332
第四节 2011-2012年中国眼镜设备市场发展分析 333
一、近几年我国眼镜设备市场的需求及变化情况 333
二、中国品牌眼镜设备市场份额 334
三、国产设备企业的竞争基本围绕在中端市场 334
第十七章 2013-2017年中国眼镜产业前景展望与趋势预测分析 335
第一节 2013-2017年中国眼镜业发展趋势分析 335
一、未来眼镜行业的变化及发展 335
二、亚太地区隐形眼镜市场发展预测 336
三、未来中国隐形眼镜B2C市场发展预测 337
四、网上购买眼镜发展趋势 337
第二节 2013-2017年中国眼镜市场流行分析 338
一、秋冬季节眼镜流行分析 338
二、太阳眼镜流行趋势 340
第三节 2013-2017年中国眼镜市场供需预测分析 341
一、眼镜产量预测分析 341
二、眼镜细分领域需求消费情况预测分析 342
1、花镜 342
2、近、远视等学生用镜 342
3、太阳镜 343
三、眼镜进出口贸易预测分析 343
第四节 2013-2017年中国眼镜产业市场盈利预测分析 344
第五节 2013-2017年中国眼眼镜行业营销策略探讨 345
一、眼镜企业营销的主流分析 345
二、中国眼镜业营销策略和战略研究 347

三、中国眼镜零售店营销分析 348
四、中国眼镜网络营销分析 349
第十八章 2013-2017年中国眼镜产业投资前景预测分析 354
第一节 2013-2017年中国眼镜产业投资环境分析 354
一、中国眼镜业投资环境分析 354
二、中国眼镜业投资周期 356
第二节 2013-2017年中国眼镜产业投资机会分析 356
一、风投淘金3D眼镜 356
二、中国学生用镜市场商机凸显 357
三、与产业链相关的投资机会分析 358
第三节 2013-2017年中国眼镜产业投资风险分析 358
一、市场竞争风险分析 358
二、原材料风险 358
三、政策风险 358
四、进入退出风险 359
第四节 专家投资建议 359

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/142492142492.html