

2021年中国美瞳市场分析报告- 市场运营态势与发展动向前瞻

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《2021年中国美瞳市场分析报告-市场运营态势与发展动向前瞻》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajfw/553662553662.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

当年爱戴美瞳的女孩一度被打上“非主流”的印记，当新一代消费者成长起来，“非主流”逐渐成为主流，撑起了一个百亿级的市场。CoFANCY可糖做了一次品牌调整，将自身定位升级为“科学&美学”，强调品牌制作工艺上的“一模一片”：因为模具的厚度会影响美瞳度数的精准度，不做二次利用，就能杜绝因反复使用而产生的磨损和变形。情绪之外，他们试图在工艺精细度上打出差异点。无良瞳代和仿品杂牌消耗了市场对国产美瞳的耐心。曾经美瞳的购买渠道单一，基本都是靠代购和微商。强生、博士伦、海昌都是在16年左右才正式入驻天猫。

美瞳是一种可以改变眼睛颜色的镜片,又称彩色隐形眼镜。美瞳一般可分为日抛、月抛、半年抛以及年抛四大类型。一般而言，抛弃周期越短，价格相对越高，品质越好，越干净卫生。

美瞳分类资料来源：观研天下整理

根据观研报告网发布的《2021年中国美瞳市场分析报告-市场运营态势与发展动向前瞻》显示。在“颜值即正义”的时代，美瞳作为美妆的重要分支之一，深受广大消费者的喜爱，行业发展潜力较大。根据数据显示，2015年我国美瞳行业市场规模为7.38亿元，2019年我国美瞳行业市场规模为15.88亿元，年复合增长率为21.12%；预计2020年我国美瞳行业市场规模可达17.50亿元。

2015-2020年我国美瞳行业市场规模、增速及预测数据来源：观研天下整理

由于我国政府对线上销售美瞳类医疗器械的严格监管，海外品牌面对不熟悉的审批流程,进入壁垒高。而大陆本土品牌抓住发展机遇,在美瞳市场中占有较高比例。更多深度内容，请查阅观研报告网：《2021年中国美瞳市场分析报告-市场运营态势与发展动向前瞻》。2019年11月-2020年10月，天猫淘宝美瞳品牌中，中国大陆本土品牌销售额占比达18.8%。其次是台湾品牌和欧美品牌，占比分别为16.9%、11.1%。

2019年11月-2020年10月天猫淘宝美瞳品牌销售额占比情况数据来源：观研天下整理

从具体品牌来看，2019年11月-2020年10月，天猫淘宝美瞳品牌中，海昌销售额位居第一位，占比达8.6%。其次是安视优和可拉拉，占比均为5.8%。

2019年11月-2020年10月天猫淘宝美瞳具体品牌销售额占比情况数据来源：观研天下整理

通过调查用户购买使用美瞳的原因可知，提升颜值是用户佩戴美瞳的最主要原因；其次是近视以及重要场合的需要；还有部分用户是为了紧跟潮流的发展。因而，企业在设计开发美瞳时，应该着重考虑美瞳佩戴是否美观、是否能制作近视的美瞳。

用户佩戴美瞳的原因调查数据来源：观研天下整理

美业服务包括减肥瘦身、美发、美妆、美甲、美体、美容以及整容/整形行业。观研报告网发布的资料显示，2019年中国美业行业融资情况较好，融资笔数高达62项，融资金额高达57.24亿元。在2020年初新型冠状病毒疫情的影响下，宏观经济稍有下滑，但美业服务行业

融资规模依然不小，融资笔数有34项，融资金额有31.55亿元。

2016-2020年1-11月我国美业服务行业投融资情况数据来源：观研天下整理

2020年美瞳行业频频融资。2020年1月4iNLOOK完成2亿元的A+轮融资，2020年4月，美瞳垂直电商平台美瞳汇完成战略融资；2020年6月，MOODY完成6000万元的A轮融资。

2020年美瞳行业投融资情况

时间

公司名称

轮次

融资金额

2020年6月

MOODY

A轮

6000万元

2020年4月

美瞳垂直电商平台

战略融资

未揭露

2020年1月

4iNLOOK

A+轮

2亿元数据来源：观研天下整理（TJL）

观研报告网发布的《2021年中国美瞳市场分析报告-市场运营态势与发展动向前瞻》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国美瞳行业发展概述

第一节 美瞳行业发展情况概述

- 一、美瞳行业相关定义
- 二、美瞳行业基本情况介绍
- 三、美瞳行业发展特点分析
- 四、美瞳行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、美瞳行业需求主体分析

第二节 中国美瞳行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、美瞳行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国美瞳行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国美瞳行业生命周期分析

- 一、美瞳行业生命周期理论概述
- 二、美瞳行业所属的生命周期分析

第四节 美瞳行业经济指标分析

- 一、美瞳行业的赢利性分析
- 二、美瞳行业的经济周期分析
- 三、美瞳行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国美瞳行业进入壁垒分析
 - 一、美瞳行业资金壁垒分析
 - 二、美瞳行业技术壁垒分析
 - 三、美瞳行业人才壁垒分析
 - 四、美瞳行业品牌壁垒分析
 - 五、美瞳行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球美瞳行业市场发展现状分析

- 第一节 全球美瞳行业发展历程回顾
- 第二节 全球美瞳行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲美瞳行业地区市场分析
 - 一、亚洲美瞳行业市场现状分析
 - 二、亚洲美瞳行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲美瞳行业市场前景分析
- 第四节 北美美瞳行业地区市场分析
 - 一、北美美瞳行业市场现状分析
 - 二、北美美瞳行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美美瞳行业市场前景分析
- 第五节 欧洲美瞳行业地区市场分析
 - 一、欧洲美瞳行业市场现状分析
 - 二、欧洲美瞳行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲美瞳行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界美瞳行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球美瞳行业市场规模预测

第三章 中国美瞳产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品零售总额
 - 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国美瞳行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国美瞳产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国美瞳行业运行情况

第一节 中国美瞳行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国美瞳行业市场规模分析

第三节 中国美瞳行业供应情况分析

第四节 中国美瞳行业需求情况分析

第五节 我国美瞳行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国美瞳行业供需平衡分析

第七节 中国美瞳行业发展趋势分析

第五章 中国美瞳所属行业运行数据监测

第一节 中国美瞳所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国美瞳所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国美瞳所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国美瞳市场格局分析

第一节 中国美瞳行业竞争现状分析

一、中国美瞳行业竞争情况分析

二、中国美瞳行业主要品牌分析

第二节 中国美瞳行业集中度分析

一、中国美瞳行业市场集中度影响因素分析

二、中国美瞳行业市场集中度分析

第三节 中国美瞳行业存在的问题

第四节 中国美瞳行业解决问题的策略分析

第五节 中国美瞳行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国美瞳行业需求特点与动态分析

第一节 中国美瞳行业消费市场动态情况

第二节 中国美瞳行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 美瞳行业成本结构分析

第四节 美瞳行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国美瞳行业价格现状分析

第六节 中国美瞳行业平均价格走势预测

- 一、中国美瞳行业价格影响因素
- 二、中国美瞳行业平均价格走势预测
- 三、中国美瞳行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国美瞳行业区域市场现状分析

第一节 中国美瞳行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区美瞳市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区美瞳市场规模分析
- 四、华东地区美瞳市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区美瞳市场规模分析
- 四、华中地区美瞳市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区美瞳市场规模分析
- 四、华南地区美瞳市场规模预测

第九章 2017-2021年中国美瞳行业竞争情况

第一节 中国美瞳行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国美瞳行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国美瞳行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 美瞳行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国美瞳行业发展前景分析与预测

第一节 中国美瞳行业未来发展前景分析

一、美瞳行业国内投资环境分析

二、中国美瞳行业市场机会分析

三、中国美瞳行业投资增速预测

第二节 中国美瞳行业未来发展趋势预测

第三节 中国美瞳行业市场发展预测

一、中国美瞳行业市场规模预测

二、中国美瞳行业市场规模增速预测

三、中国美瞳行业产值规模预测

四、中国美瞳行业产值增速预测

五、中国美瞳行业供需情况预测

第四节 中国美瞳行业盈利走势预测

一、中国美瞳行业毛利润同比增速预测

二、中国美瞳行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国美瞳行业投资风险与营销分析

第一节 美瞳行业投资风险分析

一、美瞳行业政策风险分析

二、美瞳行业技术风险分析

三、美瞳行业竞争风险分析

四、美瞳行业其他风险分析

第二节 美瞳行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国美瞳行业发展战略及规划建议

第一节 中国美瞳行业品牌战略分析

- 一、美瞳企业品牌的重要性
- 二、美瞳企业实施品牌战略的意义
- 三、美瞳企业品牌的现状分析
- 四、美瞳企业的品牌战略
- 五、美瞳品牌战略管理的策略

第二节 中国美瞳行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国美瞳行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国美瞳行业发展策略及投资建议

第一节 中国美瞳行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国美瞳行业营销渠道策略

- 一、美瞳行业渠道选择策略
- 二、美瞳行业营销策略

第三节 中国美瞳行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国美瞳行业重点投资区域分析
- 二、中国美瞳行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajfw/553662553662.html>