# 2016-2022年中国眼镜行业市场动态及发展前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

# 一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国眼镜行业市场动态及发展前景预测报告》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://www.chyxx.com/research/201601/384901.html

**报告价格：**电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

**订购电话:** 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

**电子邮箱:** sales@chyxx.com

**联 系 人:** 刘老师

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

我国经济的快速发展、人民收入和消费水平的提高，近视低龄化、近视人口的增加，社会老龄化程度的提高以及国内消费者保健意识的增强，催生了中国庞大的眼镜市场。

经过多年的奋斗，我国眼镜行业形成了国有、集体、私营、合资、独资等多种所有制并存的局面，企业充满活力。我国已发展成为世界主要眼镜消费国和生产国，并已形成广东东莞、福建厦门、浙江温州、江苏丹阳、上海、北京等主要的生产基地。

“十二五”期间，我国眼镜行业将迎来许多新的战略发展机遇：全球经济复苏对外贸型眼镜产业提供了巨大的市场舞台；国民经济快速发展，城市化进程加速，消费升级，眼镜已成为人们提升生活质量的一个重要载体，为眼镜行业提供了一个巨大的国内发展潜力和空间。

《2016-2022年中国眼镜行业市场动态及发展前景预测报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了眼镜行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国眼镜做了重点企业经营状况分析，并分析了中国眼镜行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 眼镜行业的相关概述
第一节 眼镜的相关概述
(一) 眼镜的定义
(二) 眼镜的种类
(三) 眼镜的作用
第二节 眼镜的起源和文化内涵
(一) 眼镜起源与发展
(二) 眼镜文化的内涵
第三节 眼镜行业的概况
(一) 行业界定及主要产品
(二) 眼镜行业生命周期分析
第二章 2014-2015年世界眼镜行业发展分析
第一节 世界眼镜行业发展概述
(一) 世界眼镜行业发展历史
(二) 世界主要品牌眼镜简介

(三) 欧美儿童眼镜市场战略分析
(四) 雅培完成收购美国眼力健公司
第二节 意大利眼镜行业发展分析
(一) 意大利眼镜工业发展历程
(二) 意大利眼镜工业发展状况
(三) 意大利眼镜出口状况分析
(四) 意大利眼镜产业发展前景
第三节 美国眼镜行业发展分析
(一) 美国网上眼镜消费市场分析
(二) 美国眼镜零售行业发展概况
(三) 美国研发电子隐形眼镜
第四节 俄罗斯眼镜行业市场分析
(一) 俄罗斯眼镜销售市场增长迅速
(二) 俄罗斯眼镜市场非常具有投资前景
(三) 俄罗斯隐形眼镜市场具有发展潜力
第五节 其他国家和地区眼镜市场
(一) 波兰优质眼镜市场前景看好
(二) 日本眼镜消费的特点
(三) 中东地区眼镜市场现状
(四) 瑞士风靡手工定制眼镜
第三章 中国眼镜行业发展概况
第一节 中国眼镜行业发展综述
(一) 中国眼镜行业发展总体情况
(二) 中国眼镜行业发展特征分析
(三) 中国目前正在实施的眼镜标准
(四) 中国眼镜产品生产许可实施情况
第二节 眼镜行业成本利润分析
(一) 眼镜行业形势分析
(二) 眼镜产品成本分析
(三) 眼镜行业利润分析
(四) 眼镜行业经营趋势
第三节 中国眼镜生产情况
(一) 中国眼镜产量总体情况
(二) 中国眼镜区域产量情况分析
(三) 中国主要省区眼镜产量分析

第四节 2014-2015年眼镜行业发展状况
(一) 中国眼镜行业发展情况
(二) 中国眼镜行业十大新闻事件
(三) 眼镜行业经济运行情况
第五节 中国眼镜行业存在的问题
(一) 产品档次不高品牌建设滞后
(二) 成本不断攀升渠道压力升级
(三) 行业标准缺失生产经营无序
(四) 中国眼镜市场质量良莠不齐
(五) 专业服务匮乏消费信任难再
第六节 中国眼睛行业发展对策分析
(一) 眼镜企业实施反倾销规避战略
(二) 眼镜行业谋求稳步发展的策略
(三) 眼镜产业促产业升级走竞合之路
第四章 2014-2015年中国眼镜行业发展分析
第一节 2014-2015年中国眼镜行业发展概况
(一) 中国眼镜制造行业发展概况
(二) 中国眼镜制造行业发展概况
第二节 2014-2015年中国眼镜总体运行情况
(一) 中国眼镜行业企业数量统计
(二) 中国眼镜行业从业人员统计
(三) 中国眼镜行业产值增长情况
(四) 中国眼镜行业资产负债状况
第三节 2014-2015年眼镜行业销售及利润分析
(一) 中国眼镜行业产品销售收入分析
(二) 中国眼镜行业产品销售税金统计
(三) 中国眼镜行业利润总额增长情况
(四) 中国眼镜行业行业亏损情况分析
第四节 2014-2015年中国眼镜行业经营效益
(一) 中国眼镜行业偿债能力分析
(二) 中国眼镜行业盈利能力分析
(三) 中国眼镜行业总体营运能力分析
第五节 2014-2015年中国眼镜行业成本费用分析
(一) 中国眼镜行业销售成本分析
(二) 中国眼镜行业销售费用分析

(三) 中国眼镜行业管理费用统计
(四) 中国眼镜行业财务费用统计
第五章 2014-2015年中国眼镜市场分析
第一节 中国眼镜市场消费现状
(一) 中国眼镜消费市场调查情况
(二) 中国眼镜消费结构发生变化
(三) 眼镜消费市场的多元化发展
第二节 中国眼镜市场需求分析
(一) 眼镜需求人数规模与结构
(二) 眼镜需求市场规模与品种
(三) 青少年眼镜市场需求分析
第三节 眼镜行业市场竞争分析
(一) 国外大型眼镜企业争夺中国市场
(二) 内资眼镜企业争食搅热眼镜市场
(三) 眼镜行业价格竞争走向品牌竞争
(四) 眼镜批发市场呈现群雄逐鹿局面
第四节 眼镜零售市场状况分析
(一) 中国眼镜零售市场发展历程
(二) 中国眼镜零售业发展的概述
(三) 中国眼镜零售市场发展现状
(四) 影响眼镜零售市场发展因素分析
(五) 新商家如何跻身于眼镜零售市场
第五节 眼镜批发市场发展分析
(一) 中国眼镜批发市场分布格局
(二) 中国眼镜批发市场发展现状及趋势
(三) 影响眼镜批发市场发展的因素分析
(四) 培育眼镜批发市场若干经验和建议
第六节 眼镜市场存在的问题及法律对策
(一) 中国眼镜市场存在的主要问题
(二) 眼镜市场存在问题的成因分析
(三) 中国眼镜市场监管立法的现状
(四) 眼镜市场监管法的立法思路
第六章 2014-2015年中国眼镜进出口分析
第一节 2014-2015年中国眼镜产品进口情况
(一) 中国眼镜产品进口总体情况

(二) 中国眼镜产品进口分地区情况
(三) 中国眼镜产品进口分国家情况
(四) 中国眼镜产品进口价格分析
第二节 2014-2015年中国眼镜产品出口情况
(一) 中国眼镜产品出口总体情况
(二) 中国眼镜产品出口分地区情况
(三) 中国眼镜产品出口分国家情况
(四) 中国眼镜产品出口价格分析
(五) 一季度中国眼镜产品出口下降明显
第三节 2014-2015年主要地区眼镜出口分析
(一) 江苏丹阳成为中国眼镜出口基地
(二) 浙江眼镜出口情况及对策
(三) 浙江台州太阳镜出口情况
(四) 温州市温州眼镜出口情况
第七章 2014-2015年眼镜产品细分市场状况
第一节 隐形眼镜市场
(一) 隐形眼镜的相关概述
(二) 全球隐形眼镜市场状况分析
(三) 中国隐形眼镜销售市场分析
(四) 国内隐形眼镜B2C市场分析
第二节 太阳眼镜市场
(一) 中国太阳镜质量状况不容乐观
(二) 中国太阳镜市场状况分析
(三) 太阳镜消费待解价格迷局
(四) 太阳镜流行新趋势分析
第三节 儿童眼镜市场消费
(一) 儿童眼镜市场需求分析
(二) 儿童眼镜市场消费调查分析
(三) 儿童眼镜市场提升空间很大
(四) 儿童眼镜产品未来发展趋势
第四节 老花镜市场
(一) 老花镜市场需求分析
(二) 老花镜市场消费情况
(三) 中国老花镜市场前景
第八章 眼镜相关产业发展现状分析

第一节 镜片市场发展现状
(一) 镜片的种类及材料相关概述
(二) 树脂镜片的产品和趋势分析
(三) 树脂眼片市场竞争状况分析
(四) 树脂镜片的消费者需求分析
(五) 镜片企业需打造综合竞争力
第二节 眼镜架发展现状
(一) 眼镜架的种类
(二) 眼镜架的材料
(三) 中国钛镜架市场状况分析
(四) 金属眼镜材料的发展趋势
第三节 眼镜配件及设备市场
(一) 河北省新河眼镜盒产业发展迅速
(二) 中国眼镜制造设备市场发展状况
第九章 2014-2015年中国眼镜行业品牌发展分析
第一节 眼镜品牌发展概况
(一) 研究眼镜品牌学的意义
(二) 眼镜品牌深度的重要性
(三) 眼镜品牌的不同发展阶段
第二节 中国眼镜行业品牌发展概况
(一) 中国眼镜行业品牌发展现状
(二) 眼镜企业品牌建设重要性分析
(三) 中国眼镜行业将迈向品牌时代
(四) 品牌建设成眼镜行业业发展必由之路
(五) 中国眼镜行业进入品牌竞争初级阶段
第三节 走出眼镜品牌建设的误区
(一) 走出眼镜品牌超生的误区
(二) 走出品牌靠广告轰炸的误区
(三) 走出眼镜无主导品牌的误区
(四) 走出眼镜品牌文化缺乏的误区
(五) 走出眼镜品牌概念玩家的误区
第四节 打造中国眼镜自主品牌的对策
(一) 眼镜品牌应注入高品味的文化含量
(二) 眼镜品牌应该注入多彩的时尚元素
(三) 眼镜品牌应该具有明确的时尚定位

(四) 眼镜品牌应该在文化营销中锻造和提升
(五) 眼镜品牌价值应该在服务中扩展和延伸
第十章 2014-2015年主要地区眼镜行业发展分析
第一节 浙江省眼镜行业发展分析
(一) 浙江省眼镜行业发展状况
(二) 浙江温州眼镜行业发展总体概况
(三) 改革开放温州眼镜产业发展回顾
(四) 温州市眼镜行业质量状况
(五) 温州市眼镜行业市场动态
(六) 温州眼镜企业品牌建设情况
第二节 广东省眼镜行业发展分析
(一) 广东省眼镜行业发展状况
(二) 广东深圳眼镜行业发展总体情况分析
(三) 深圳市眼镜企业自创品牌情况
(四) 广州眼镜店的数量与管理状况
第三节 江苏省眼镜行业发展分析
(一) 江苏省眼镜行业发展状况
(二) 江苏丹阳市眼镜产业发展基本情况
(三) 丹阳市眼镜产业发展的特征与优势
(四) 丹阳眼镜行业销售情况分析
(五) 丹阳眼镜质量抽检情况分析
第四节 福建省眼镜行业发展分析
(一) 福建省眼镜行业发展状况
(二) 厦门市眼镜行业发展总体情况概述
(三) 福建厦门市整治隐形眼镜市场秩序
(四) 厦门市眼镜行业品牌发展情况分析
第十一章 2014-2015年国内外眼镜企业分析
第一节 依视路（Essilor）
(一) 依视路集团简介
(二) 依视路集团经营状况
(三) 依视路集团经营状况
(四) 依视路集团发展策略分析
第二节 豪雅集团（HOYA）
(一) 豪雅集团简介
(二) 眼镜产品及其特点介绍

(三) 豪雅集团经营状况
(四) 豪雅集团经营状况
第三节 卡尔蔡司（Carl Zeiss）
(一) 卡尔蔡司公司简介
(二) 卡尔蔡司光学发展状况
(三) 卡尔蔡司光学业务状况
(四) 卡尔蔡司光学在中国发展状况
第四节 宝岛眼镜有限公司
(一) 宝岛眼镜公司简介
(二) 宝岛眼镜经营理念
(三) 宝岛眼镜发展目标
(四) 宝岛眼镜发展战略
第五节 陆逊梯卡华宏(东莞)眼镜有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
(五) 企业发展动态
第六节 上海依视路光学有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
(五) 企业发展动态
第七节 新基眼镜五金配件有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
第八节 诚益光学（厦门）有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
第九节 凯米光学（嘉兴）有限公司

(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
(五) 企业发展动态
第十节 北京博士伦眼睛护理产品有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
(五) 企业发展动态
第十一节 浙江泰恒光学有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
(五) 企业发展动态
第十二节 中西眼镜（大连出口加工区）有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
第十三节 来明工业(厦门)有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
第十四节 镇江万新光学眼镜有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
(五) 企业发展动态
第十五节 华茂光学工业（厦门）有限公司
(一) 企业基本情况

(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
第十六节 富华（漳州）光学工业有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
第十七节 先科眼镜加工厂（河源）有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
第十八节 豪雅（广州）光学有限公司
(一) 企业基本情况
(二) 企业偿债能力分析
(三) 企业盈利能力分析
(四) 企业成本费用分析
第十二章 2014-2015年中国眼镜行业营销策略探讨
第一节 未来眼镜企业营销的主流分析
(一) 利基化生存法则分析
(二) 专注细分市场求效益探讨
(三) 学生眼镜的细分市场分析
(四) 细分市场与细分产品分析
第二节 中国眼镜业营销策略和战略研究
(一) 把握眼镜营销中的价格攻略研究
(二) 眼镜企业进行公益营销战略研究
(三) 中国眼镜企业体验营销战略研究
(四) 中国眼镜市场文化营销战略研究
第三节 中国眼镜零售店营销分析
(一) 眼镜零售店的拉客式营销分析
(二) 眼镜零售店组合式营销策略探讨
(三) 眼镜零售店常用的宣传方式
第四节 中国眼镜网络营销分析
(一) 眼镜企业实施网络营销的核心

(二) 大型眼镜企业的网络营销问题
(三) 眼镜企业如何认清网络营销环境
(四) 传统眼镜企业如何整合网络营销
第十三章 2014-2015年中国眼镜企业发展策略分析
第一节 金融危机下眼镜企业战略选择
(一) 金融危机对中国眼镜业的影响
(二) 金融危机下眼镜企业应对策略
(三) 金融危机下眼镜企业发展出路
(四) 金融危机下眼镜企业生存之道
第二节 中小型眼镜企业发展的策略
(一) 中小眼镜企业生存现状分析
(二) 中小眼镜企业未来发展策略
(三) 中小型眼镜零售企业的有效管理
(四) 中小眼镜企业电子商务效益分析
(五) 中小眼镜企业如何应对品牌挑战
第三节 眼镜企业多元化经营发展分析
(一) 眼镜企业多元化经营概述
(二) 眼镜企业多元化经营趋势原因
(三) 眼镜企业多元化经营注意事项
(四) 眼镜企业如何实现多元化经营
第四节 中国眼镜企业的国际化发展战略
(一) 中国眼镜企业国际化发展战略意义
(二) 眼镜企业进入国际市场的捷径选择
(三) 眼镜企业全球化战略目标设计和制定
第十四章 中国眼镜行业发展趋势分析
(一) 眼镜行业经济环境分析
(一) 中国宏观经济总体运行情况
(二) 金融危机对中国经济影响分析
(三) 一季度经济运行出现积极变化
(四) 中国宏观经济总体发展形势
第二节 眼镜行业多元化趋势分析
(一) 眼镜品种多元化趋势
(二) 眼镜材质多元化趋势
(三) 眼镜功能多元化趋势
(四) 眼镜批销渠道多元化

(五) 眼镜经营理念多元化
第三节 眼镜行业变化趋势分析
(一) 眼镜行业竞争加剧面临洗牌
(二) 塑料眼镜模具将会异军突起
(三) 眼镜标准技术体系将得到规范
(四) 眼镜零售市场细分化将更加明显
(五) 眼镜批发市场逐步淡出主流舞台
(六) 眼镜消费者将掌握绝对话语权
(七) 时尚化将成为眼镜消费的主流
第十五章 2014-2015年眼镜行业投资前景分析
第一节 中国眼镜行业进入壁垒
(一) 眼镜零售业的资金壁垒
(二) 眼镜行业技术与人才壁垒
(三) 眼镜行业管理与品牌壁垒
第二节 眼镜企业经营风险分析
(一) 眼镜行业市场竞争的风险
(一) 独立开设眼镜零售店的风险
(二) 经营大型眼镜连锁企业风险
第三节 2016-2022年中国眼镜行业发展预测
(一) 中国眼镜行业产值预测
(二) 中国眼镜行业收入预测

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201601/384901.html