

2022-2028年中国眼镜行业 分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国眼镜行业分析与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202205/297593.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

眼镜是镶嵌在框架内的透镜镜片，戴在眼睛前方，以改善视力、保护眼睛或作装饰用途。镜可矫正多种视力问题，包括近视、远视、散光、老花或斜视、弱视等。

眼镜由镜片、镜架组成。分近视眼镜、远视眼镜、老花镜及散光眼镜、平光眼镜、电脑护目镜、护目镜、泳镜、夜视镜、电竞游戏护目镜、电竞护目镜、风镜、墨镜、玩具眼镜、太阳眼镜15种。亦有特制眼镜供观看3D立体影像或虚拟真实影像。眼镜的其他种类包括护目镜，太阳镜，游泳镜等，为眼睛提供各种保护。现代的眼镜，通常在镜片中间设有鼻托，及在左右两臂搁在耳朵上的位置设有软垫。爱美或不习惯佩戴眼镜的人，可以选择以隐形眼镜矫正视力。虽然近年隐形眼镜及激光矫视手术越来越普及，但佩戴眼镜仍然是安全有效的矫正视力工具。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国眼镜行业分析与投资战略报告》共十一章。首先介绍了眼镜相关概念及发展环境，接着分析了中国眼镜规模及消费需求，然后对中国眼镜市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国眼镜面临的机遇及发展前景。您若想对中国眼镜有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 眼镜行业概述及环境分析

第一节 眼镜定义和分类

一、眼镜的定义

二、眼镜的分类

第二节 眼镜的起源和文化内涵

一、眼镜的起源和发展

二、眼镜文化内涵

第三节 眼镜的其他相关概念

一、眼镜的功能

二、眼镜按其功能分类

三、眼镜行业的定义

四、眼镜镜片的种类

第二章 世界眼镜行业发展分析

第一节 世界眼镜市场发展分析

一、世界眼镜发展史

二、全球眼镜品牌介绍

三、欧美儿童眼镜市场战略分析

四、3D打印眼镜进入定制化时代

第二节 世界部分地区和国家眼镜市场发展及动态

一、中东眼镜市场现状和发展趋势

二、印尼眼镜市场潜力分析

三、日本眼镜发展分析

四、美国眼镜发展分析

第三章 我国眼镜行业发展分析

第一节 我国眼镜行业的形成和发展历程

一、形成时期

二、顺起时期

三、变迁和飞跃时期

第二节 我国眼镜行业发展现状

一、正确认识我国眼镜行业发展的现状

二、2020年眼镜行业经济运行分析

三、2020年我国眼镜产量情况

四、2020年眼镜产品出口分析

五、我国戴眼镜人数规模

六、中国眼镜业务发展前景

第三节 2016-2020年全国及重点省市眼镜产量统计

第四节 我国眼镜行业利润分析

一、行业形势分析

二、成本分析

三、利润分析

四、眼镜业经营趋势

第五节 我国3D眼镜行业分析

一、3D眼镜技术简述

二、3D眼镜企业迅速壮大

三、价格战将成主旋律

第六节 我国智能眼镜市场分析

一、国内厂商开始布局

二、2020年智能眼镜竞争激烈

三、智能眼镜终将走上专注化道路

第七节 我国防护眼镜发展分析

第四章 我国眼镜市场发展分析

第一节 2020年我国眼镜市场存在的问题及监管法

一、眼镜市场存在的问题

二、2020年眼镜行业质量问题

三、眼镜市场存在问题的成因

四、眼镜市场监管立法的现状

五、眼镜市场监管法的立法思路

六、质量提升是眼镜行业健康发展的根本保障

第二节 我国眼镜零售业发展分析

一、我国眼镜零售业发展历程

二、中国眼镜零售业发展现状

三、眼镜零售业发展问题分析

四、中国眼镜零售行业现象分析与推广宣传策略思考

五、2020年眼镜零售行业的发展形势分析

第三节 我国眼镜批发市场发展分析

一、眼镜批发市场的意义

二、我国眼镜批发市场分布格局

三、我国眼镜批发市场发展现状及趋势

四、影响眼镜市场未来发展的因素分析

五、培育眼镜市场的若干经验和建议

第五节 2020年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分析

第六节 我国儿童眼镜市场分析

- 一、儿童眼镜市场消费调查分析
- 二、儿童眼镜市场发展前景分析
- 三、开创儿童眼镜的新“视”界
- 四、我国儿童眼镜消费趋势分析

第五章 我国眼镜主要产区发展分析

第一节 深圳

- 一、深圳企业占国际眼镜市场份额情况
- 二、2020年深圳眼镜企业发展情况
- 三、深圳横岗眼镜业发展分析

第二节 温州

- 一、温州眼镜行业总体概况
- 二、温州眼镜三十年发展概况
- 三、2020年温州眼镜行业分析
- 四、温州眼镜包装业发展分析

第三节 江苏丹阳

- 一、丹阳眼镜业发展现状
- 二、丹阳眼镜将全面建立召回制度

第四节 厦门

- 一、厦门眼镜行业的总体概述
- 二、厦门眼镜品牌发展分析
- 三、厦门眼镜发展的隐忧

第六章 相关产业发展分析

第一节 镜片分类以及产业发展现状

- 一、眼镜镜片常识与分类
- 二、我国pmma工业发展现状
- 三、树脂镜片的优缺点分析

四、镜片企业需要打造综合竞争力

五、2020年我国发布关于验光镜片的国家标准

第二节 眼镜架的构成以及工业发展现状

一、镜架结构

二、镜架材料

三、眼镜架的种类

四、目前钛镜架国家标准实施情况

五、金属眼镜材料发展趋势

第三节 眼科手术发展概况

一、中国眼科学发展简史

二、我国眼科学发展现状

三、眼科屈光手术的新发展

四、近视眼激光手术发展和应用分析

第四节 眼镜设备市场发展分析

第七章 眼镜业竞争分析

第一节 我国眼镜业竞争分析

一、国内外眼镜品牌竞争分析

二、眼镜零售业核心竞争力分析

三、中国眼镜制造优势竞争的关键分析

四、眼镜平价竞争趋势分析

五、南京眼镜店竞争分析

第二节 我国眼镜批发市场竞争分析

一、我国眼镜批发市场竞争现状

二、我国眼镜批发市场竞争风险分析

三、我国眼镜批发市场竞争趋势

第三节 我国眼镜业竞争策略分析

一、提高眼镜企业竞争力策略分析

二、眼镜企业的平价竞争策略分析

三、对眼镜企业网络营销竞争策略分析

四、眼镜业“精耕”竞争策略分析

第八章 眼镜优势企业分析

第一节 依视路集团

一、公司简介

二、豪雅在中国的发展

三、公司产品及其特点介绍

第二节 hoya（豪雅）集团

一、公司简介

二、豪雅在中国的发展

三、公司产品及其特点介绍

第三节 宝岛眼镜有限公司

一、公司概况

二、发展目标

三、公司发展战略

第四节 北京大明眼镜股份有限公司

一、公司简介

二、公司发展历程

第五节 广州明廊眼镜有限公司

一、公司简介

二、公司发展历程

第六节 江苏东方光学有限公司

一、公司简介

二、公司规模

第七节 上海野尻眼镜有限公司

一、公司简介

二、公司品牌介绍

三、公司产品材料介绍

第八节 镇江万新光学眼镜有限公司

一、公司简介

二、公司品牌介绍

三、公司产品材料介绍

第九节 北京博士伦眼睛护理产品有限公司

一、公司简介

二、公司品牌介绍

三、公司产品材料介绍

第十节 浙江大光明眼镜有限公司

一、公司简介

二、公司品牌介绍

三、公司产品材料介绍

第九章 2022-2028年眼镜行业发展趋势分析

第一节 我国经济环境分析

一、2020年中国宏观经济运行分析

二、2020年宏观经济形势分析及展望

三、“十三五”中后期我国经济增长潜力分析

第二节 2022-2028年眼镜业发展趋势和预测

一、未来眼镜行业的变化及发展

三、未来中国隐形眼镜市场前景预测

四、2022-2028年的智能眼镜出货量预测

第三节 2022-2028年我国眼镜市场发展变化趋势

一、成本变化趋势

二、话语权变化趋势

三、零售市场变化趋势

四、企业战略变化趋势

五、市场主流变化趋势

六、销售管理地位变化趋势

七、眼镜技术体系变化趋势

八、眼镜模具变化趋势

九、消费主流变化趋势

第十章 2022-2028年眼镜行业发展策略探讨

第一节 中小型眼镜企业发展的策略

一、中小眼镜企业生存困境

二、中小企业未来发展策略

三、中小型眼镜零售企业的有效管理

四、中小眼镜企业关于自主建站的博弈

五、中小眼镜企业如何应对品牌挑战

第二节 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、全球化战略目标的设计和制定

第四部分 眼镜行业发展趋势与战略

第十一章 2022-2028年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、中国眼镜零售业的进程

三、专注细分市场求效益探讨

四、学生眼镜的细分市场分析

五、细分市场与细分产品分析

第二节 我国眼镜业营销策略和战略研究

一、眼镜产业营销策略综述

二、把握眼镜营销中的价格攻略研究

三、眼镜企业公益营销战略研究

四、眼镜零售店圣诞、元旦双节 营销战略研究

五、中国眼镜企业的体验营销战略研究

六、眼镜市场的文化营销战略研究

第三节 我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 我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分析

部分图表目录：

图表 眼镜店产品构成表

图表 眼镜店的销售构成图

图表 眼镜产品单元及产品品种划分表

图表 企业生产眼镜产品的产品标准及相关标准

图表 手动扇形眼镜阀（盲板阀）结构图

图表 目前日本消费者眼镜的拥有数量

图表 目前日本消费者镜架的品牌选择

图表 目前日本消费者消费眼镜的关注因素

图表 2020年全国及各省市眼镜成镜产量统计

图表 2020年眼镜产品产量全国统计数据

图表 我国眼镜消费人口年龄结构图表

图表 目前眼镜产品的年需求量构成图表

图表 豪雅在中国发展分布图

图表 宝岛眼镜公司全国连锁分布图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/297593.html>