

2021-2027年中国眼镜市场 发展趋势与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国眼镜市场发展趋势与投资方向研究报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/114382V1DM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、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。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国眼镜市场发展趋势与投资方向研究报告》共十二章。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 眼镜相关概述

1.1 眼镜

1.1.1 眼镜简介

1.1.2 眼镜的分类

1.2 眼镜架

1.2.1 眼镜架的定义

1.2.2 镜架结构

1.2.3 镜架材料

1.2.4 影响镜架价格的因素

1.3 各种类型眼镜介绍

1.3.1 太阳镜的概念及分类

1.3.2 老花镜的种类

1.3.3 防辐射眼镜的概念与作用

1.3.4 防护眼镜的选择与分类

1.3.5 运动眼镜的介绍

第二章 2015-2019年世界眼镜行业分析

2.1 意大利

2.1.1 意大利眼镜行业发展概况

2.1.2 意大利主要眼镜生产集团概况

2.1.3 意大利眼镜制造商发展现状

2.1.4 意大利眼镜企业发展新动态

2.2 美国

2.2.1 美国眼镜行业B2C发展状况分析

2.2.2 美国眼镜零售业辅助销售系统的应用

2.2.3 2019年美国推出电子调焦眼镜

2.2.4 2015-2019年美国眼镜行业研发新动态

2.3 其它国家或地区

2.3.1 俄罗斯眼镜市场发展浅析

2.3.2 泰国眼镜市场发展形势分析

2.3.3 英国眼镜行业研发新进展

2.3.4 德国开发出新眼镜技术

2.3.5 日本眼镜研发新动态

第三章 2015-2019年中国眼镜行业分析

3.1 2015-2019年中国眼镜行业发展概况

3.1.1 中国眼镜行业发展回顾

3.1.2 中国眼镜行业运行现状

3.1.3 中国眼镜行业的发展特征透析

3.1.4 中国眼镜业新规促行业健康发展

3.1.5 中国试行眼镜行业劳动定额新标准

3.2 2015-2019年眼镜行业的成本利润分析

3.2.1 中国眼镜企业利润现状

- 3.2.2 眼镜行业的暴利与非暴利
- 3.2.3 眼镜行业的费用和利润分析
- 3.2.4 眼镜行业的暴利源于高销售成本
- 3.3 中国眼镜行业发展中的问题分析
 - 3.3.1 中国眼镜行业发展存在的问题
 - 3.3.2 中国眼镜行业发展遇到的困境
 - 3.3.3 中国眼镜行业的价格乱象分析
 - 3.3.4 外销眼镜企业做内销遭遇的五大挑战
- 3.4 中国眼镜行业发展的策略探讨
 - 3.4.1 眼镜企业的全球化发展战略分析
 - 3.4.2 促进眼镜行业加速发展的政策建议
 - 3.4.3 中小型眼镜企业的发展战略探究
 - 3.4.4 中国眼镜批发企业的发展建议

第四章 中国眼镜制造行业财务状况

- 4.1 中国眼镜制造行业经济规模
 - 4.1.1 2015-2019年眼镜制造业销售规模
 - 4.1.2 2015-2019年眼镜制造业利润规模
 - 4.1.3 2015-2019年眼镜制造业资产规模
- 4.2 中国眼镜制造行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2015-2019年眼镜制造业亏损面
 - 4.2.2 2015-2019年眼镜制造业销售毛利率
 - 4.2.3 2015-2019年眼镜制造业成本费用利润率
 - 4.2.4 2015-2019年眼镜制造业销售利润率
- 4.3 中国眼镜制造行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2015-2019年眼镜制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2015-2019年眼镜制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2015-2019年眼镜制造业总资产周转率
- 4.4 中国眼镜制造行业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2015-2019年眼镜制造业资产负债率
 - 4.4.2 2015-2019年眼镜制造业利息保障倍数
- 4.5 中国眼镜制造行业财务状况综合评价

4.5.1 眼镜制造业财务状况综合评价

4.5.2 影响眼镜制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2015-2019年中国眼镜市场分析

5.1 2015-2019年中国眼镜市场发展概况

5.1.1 中国眼镜批发市场发展探析

5.1.2 中国眼镜内销市场发展回顾

5.1.3 中国眼镜细分市场发展现状

5.1.4 中国眼镜市场正向高端迈进

5.1.5 从展会透视中国眼镜市场的流行趋势

5.2 2015-2019年眼镜市场消费分析

5.2.1 中国眼镜市场主流消费群体分析

5.2.2 中国眼镜消费者认知存在的问题

5.2.3 中国眼镜市场的消费误区分析

5.2.4 眼镜行业顾客身份的重新认识

5.2.5 中国眼镜市场的消费欺诈问题

5.2.6 中国眼镜市场消费的发展趋势

5.3 2015-2019年眼镜市场竞争分析

5.3.1 中国眼镜市场的竞争现状

5.3.3 眼镜企业竞争情报网络收集策略

5.3.4 眼镜行业的“竞合”发展

5.3.5 针对青少年眼镜市场的竞争策略探索

5.4 眼镜市场存在的问题及发展对策

5.4.1 中国眼镜市场存在的几大乱象

5.4.2 中国眼镜市场存在的问题及其原因

5.4.3 中国眼镜市场的变革策略分析

5.4.4 眼镜市场监管立法的现状及发展思路

5.4.5 中国眼镜行业内销的发展要点

第六章 2015-2019年眼镜细分市场及相关产品状况

6.1 隐形眼镜概述

6.1.1 隐形眼镜的基本概念

- 6.1.2 隐形眼镜的分类
- 6.1.3 隐形眼镜的优缺点
- 6.1.4 软性隐形眼镜的生产工艺及特点
- 6.1.5 隐形眼镜的发展历程
- 6.2 2015-2019年隐形眼镜市场分析
 - 6.2.1 全球隐形眼镜的发展趋势简析
 - 6.2.2 亚洲隐形眼镜市场发展状况分析
 - 6.2.3 中国隐形眼镜市场发展状况分析
 - 6.2.4 中国隐形眼镜行业存在的主要问题
 - 6.2.5 中国彩色隐形眼镜市场发展的隐忧
 - 6.2.6 隐形眼镜市场监管对策分析
 - 6.2.7 未来隐形眼镜发展的新方向
- 6.3 其他类型眼镜
 - 6.3.1 全球智能眼镜市场的发展分析
 - 6.3.2 中国太阳眼镜的发展状况分析
 - 6.3.3 太阳镜市场存在的问题及发展建议
 - 6.3.4 中国老花镜市场发展潜力大
 - 6.3.5 中国防护眼镜发展状况分析
 - 6.3.6 中国3D眼镜市场发展趋势分析
 - 6.3.7 中国运动眼镜成为市场新宠
- 6.4 镜片市场
 - 6.4.1 镜片概述
 - 6.4.2 四大近视镜片品牌的比较
 - 6.4.3 镜片的品牌与创新的发展
 - 6.4.4 镜片市场面临的售后问题
 - 6.4.5 镜片企业竞争力分析
- 6.5 眼镜仪器
 - 6.5.1 国产眼镜仪器发展概况
 - 6.5.2 国产眼镜仪器的优劣势
 - 6.5.3 中国眼镜仪器市场特点综述
 - 6.5.4 国产眼镜仪器的发展对策

第七章 2015-2019年部分地区眼镜行业发展状况

7.1 广东深圳

7.1.1 深圳龙岗眼镜行业迅速崛起

7.1.2 深圳眼镜业开始谋求整合发展

7.1.3 深圳横岗眼镜业推进商务诚信建设

7.1.4 深圳横岗眼镜业的转型升级分析

7.2 浙江省整体状况

7.2.1 浙江眼镜行业发展回顾

7.2.2 浙江眼镜制造企业集群发展分析

7.2.3 浙江眼镜行业品牌塑造对策分析

7.2.4 浙江3D眼镜行业发展前景广阔

7.3 浙江温州

7.3.1 温州眼镜行业发展状况综述

7.3.2 温州眼镜行业启动内销策略

7.3.3 温州眼镜行业呼吁国家再减负

7.3.4 温州眼镜企业扩大产业领域现象分析

7.4 江苏丹阳

7.4.1 丹阳眼镜产业发展概况

7.4.2 丹阳眼镜产业集群的形成原因

7.4.3 丹阳眼镜城打造旅游服务商业区

7.4.4 丹阳眼镜业发展面临的问题

7.4.5 “十三五”时期丹阳眼镜业发展目标

7.5 其它地区

7.5.1 台州杜桥眼镜业的发展现状及出路

7.5.2 辽宁眼镜产品质量合格率稳步上升

7.5.3 江西余江眼镜行业步入快速发展轨道

7.5.4 鞍山眼镜行业面临的发展瓶颈分析

7.5.5 上海制定地方标准规范眼镜行业发展

7.5.6 中国澳门消费者委员会制定眼镜零售行业守则

第八章 2015-2019年眼镜进出口及产品产量分析

8.1 眼镜国际贸易概述

- 8.1.1 眼镜国际贸易流程
- 8.1.2 眼镜进口及经营的相关法规
- 8.1.3 中国进口时尚奢侈眼镜品牌概述
- 8.1.4 眼镜行业应对技术性贸易壁垒的策略
- 8.2 2015-2019年中国眼镜进出口状况
 - 8.2.1 2019年中国眼镜产品进出口贸易状况
 - 8.2.2 2019年中国眼镜产品进出口分析
 - 8.2.3 2019年中国眼镜产品进出口现状
- 8.3 2015-2019年全国及主要省份眼镜成镜产量分析

第九章 2015-2019年眼镜零售业分析

- 9.1 2015-2019年眼镜零售业发展概况
 - 9.1.1 中国眼镜零售业的现状浅析
 - 9.1.2 2015-2019年中国眼镜零售业发展状况
 - 9.1.3 眼镜零售业从“服务”走向“体验”
 - 9.1.4 眼镜零售业的发展趋势分析
- 9.2 眼镜零售行业的波特五力分析
 - 9.2.1 供应商的讨价还价能力
 - 9.2.2 购买者的讨价还价能力
 - 9.2.3 新进入者面临的障碍力
 - 9.2.4 由替代品造成的威胁力
 - 9.2.5 行业内现有竞争者的竞争力
- 9.3 2015-2019年部分城市眼镜零售业发展状况
 - 9.3.1 广州市
 - 9.3.2 温州市
 - 9.3.3 武汉市
 - 9.3.4 青岛市
- 9.4 2015-2019年眼镜连锁发展分析
 - 9.4.1 眼镜连锁的定义
 - 9.4.2 眼镜连锁店的主要优势
 - 9.4.3 连锁模式逐渐主导中国眼镜市场
 - 9.4.4 眼镜连锁店成功的重要因素

9.5 眼镜零售业发展策略

9.5.1 眼镜零售企业的发展战略剖析

9.5.2 眼镜零售业的竞争策略

9.5.3 打造眼镜零售行业的核心竞争力

9.5.4 眼镜零售门市的内外营销策略分析

第十章 2015-2019年眼镜行业营销分析

10.1 营销动态

10.1.1 美国眼镜电商的创新营销模式

10.1.2 上海出现免费配镜体验营销模式

10.1.3 “圣捷罗模式”开创眼镜行业新模式

10.1.4 眼镜市场“一元营销”模式横空出世

10.1.5 宝岛眼镜实行多元化营销模式

10.2 营销策略

10.2.1 眼镜的销售渠道和发展策略

10.2.2 眼镜行业渠道终端销售策略

10.2.3 眼镜企业淡季的营销策略分析

10.2.4 眼镜企业实施通路促销政策的发展策略

10.2.5 中小型眼镜企业聚焦营销发展策略探析

10.2.6 眼镜营销的价格策略分析

10.3 网络营销

10.3.1 眼镜企业实施网络营销的作用

10.3.2 中国眼镜市场开始盛行网络营销

10.3.3 眼镜行业的网络营销方式分析

10.3.4 眼镜企业的网络营销策略分析

10.3.5 外贸型眼镜企业网络推广存在的问题

10.3.6 眼镜企业实施网络营销的关键

10.4 眼镜行业电子商务发展分析

10.4.1 眼镜行业电子商务发展态势分析

10.4.2 眼镜行业电子商务的发展特点分析

10.4.3 眼镜行业B2C电子商务发展分析

10.4.4 眼镜行业B2B电子商务的五个发展趋势

10.4.5 隐形眼镜B2C市场的发展前景分析

第十一章 2015-2019年中国眼镜行业品牌分析

11.1 2015-2019年中国眼镜行业品牌发展状况

11.1.1 中国市场眼镜品牌排行情况

11.1.2 中国眼镜行业品牌缺失

11.1.3 创品牌是中国眼镜行业的发展出路

11.1.4 眼镜品牌的独特性探析

11.2 中国眼镜行业品牌发展存在的问题

11.2.1 眼镜企业不注重品牌观念的不利影响

11.2.2 制约眼镜品牌发展的三大障碍

11.2.3 眼镜行业多品牌管理的误区

11.3 眼镜行业的品牌发展策略

11.3.1 从“山寨风行”看眼镜的品牌塑造和维权

11.3.2 眼镜行业原创品牌的发展与创新策略

11.3.3 眼镜企业品牌快速成长策略分析

11.3.4 利用网络营销提升眼镜品牌知名度

11.3.5 眼镜零售企业的品牌塑造路径探究

第十二章 眼镜行业投资分析及前景预测

12.1 眼镜行业投资分析

12.1.1 眼镜制造行业投资机会

12.1.2 眼镜行业的投资风险分析

12.1.3 眼镜制造行业投资建议

12.2 眼镜行业发展趋势及预测

12.2.1 中国眼镜行业未来增长前景看好

12.2.2 未来眼镜业的发展变化展望

12.2.3 中国眼镜行业的技术发展趋势

12.3 2021-2027年中国眼镜制造业预测分析

12.3.1 2021-2027年中国眼镜制造行业产品销售收入预测

12.3.2 2021-2027年中国眼镜制造行业利润预测

12.3.3 2021-2027年中国眼镜制造行业产值预测

12.3.4 2021-2027年中国眼镜制造行业产量预测

12.3.5 2021-2027年中国眼镜制造行业市场需求预测

附录：

附录一：眼镜产品生产许可证实施细则

附录二：眼镜制配计量监督管理办法

图表目录：

图表 镜架材料价格比较

图表 2015-2019年眼镜制造业销售收入

图表 2015-2019年眼镜制造业销售收入增长趋势图

图表 2015-2019年眼镜制造业不同规模企业销售额

图表 2019年眼镜制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2019年眼镜制造业不同规模企业销售额

图表 2019年眼镜制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2015-2019年眼镜制造业不同所有制企业销售额

图表 2019年眼镜制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2019年眼镜制造业不同所有制企业销售额

图表 2019年眼镜制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2015-2019年眼镜制造业利润总额

图表 2015-2019年眼镜制造业利润总额增长趋势图

图表 2015-2019年眼镜制造业不同规模企业利润总额

图表 2019年眼镜制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2019年眼镜制造业不同规模企业利润总额

图表 2019年眼镜制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2015-2019年眼镜制造业不同所有制企业利润总额

图表 2019年眼镜制造业不同所有制企业利润总额

图表 2019年眼镜制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2015-2019年眼镜制造业资产总额

图表 2015-2019年眼镜制造业总资产增长趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/114382V1DM.html>