

2012-2016年中国眼镜市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国眼镜市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1211/B33827CJVP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-11-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国眼镜市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国眼镜行业的概念，接着分析了中国眼镜行业发展环境，然后对中国眼镜行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国眼镜行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国眼镜行业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。

通过《2012-2016年中国眼镜市场竞争力分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

目前，中国眼镜行业市场容量达400亿人民币。近几年来，中国眼镜产业年均增幅达17%。中国不仅已经成为世界潜力最大的眼镜消费大国，而且已成为世界领先的眼镜生产大国，眼镜产量已经占到企业界70%。我国眼镜市场潜力巨大：在全国，老年人已超过了1.3亿，这些人中90%都需要眼镜。全国的在校大学生为2000多万人，其中至少60%的人需要眼镜。中国儿童近视率自小城镇、中等城市到大城市都有逐步上升的趋势，并且明显从儿童高龄组向低龄组发展。在目前的全球经济形势下，出口增幅下降是必然的。随着经济成本不可逆转的上升，市场竞争将开始从价格战向价值战升级。未来两年，我国眼镜企业将转练内功提升内涵，步入企业成熟发展期。

纵观近几年我国眼镜业的发展，从发展局面来看，我国眼镜行业形成了国有、集体、私营、合资、独资等多种所有制企业；从分布格局来看，中国眼镜企业主要分布在华东地，现已形成广东东莞、福建厦门、浙江温州、江苏丹阳、上海、北京等主要的生产基地，眼镜业出口主要集中在浙江温州、江苏丹阳和广东深圳，其中江苏丹阳已成为世界上最大的镜片生产基地和亚洲最大的眼镜产品集散地，镜架产量占国内三分之一，镜片产量占国内70%、占全球50%；总企业性质来看，外商和港澳台投资企业所占比重最大，其次是股份制企业。小型企业较多，大中型企业较少，且多为外商和港澳台投资企业或是股份制企业。

未来的眼镜行业，将有可能主动或被动地产生一些变化，这些变化的动力，源自消费者的需求以及行业自身健康成长的需要，变化的影响面则是中国以及世界的眼镜行业。随着行业不断成熟的发展，我国眼镜批发市场逐步淡出主流舞台，很多产品供应商将成立自己的销售团队来市场推广；眼镜技术体系将得到更全面的规范；消费者将掌握绝对话语权；眼镜生

产成本将逐渐出现转型。随着眼镜在人们日常生活中的多面应用，时尚化将成未来眼镜消费的必然趋势，也是行业调整和提升的重要环节这进一步催生了中国眼镜市场新的商机。

报告目录

第一章 眼镜行业发展概述

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、2011年雅培完成收购美国眼力健公司

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、2011年日本眼镜发展动态

四、2011年美国眼镜发展动态

五、俄罗斯眼镜市场销售情况

六、意大利眼镜业出口分析

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、2011-2012年我国眼镜产量情况

二、2012年我国眼镜行业整体发展情况

三、2012年我国定配眼镜产品质量合格率情况

四、我国目前正在实施的眼镜标准

五、2011年中国眼镜行业十大新闻

六、我国戴眼镜人数规模

七、中国眼镜业务发展前景

第三节 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

第四节 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 2012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、2012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

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、2012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

第四节 我国眼镜市场流行分析

- 一、秋冬季节眼镜流行分析
- 二、2012秋冬眼镜流行趋势
- 三、太阳眼镜流行趋势
- 四、全球太阳镜流行趋势

第五节 2012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、2012年我国儿童眼镜消费趋势分析

第五章 2009-2011我国眼镜行业经济运行分析

第一节 2009-2011年中国眼镜行业总体数据分析

- 一、2009年中国眼镜行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国眼镜行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国眼镜行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国眼镜行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国眼镜行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国眼镜行业不同规模企业数据分析
- 三、2011年中国眼镜行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国眼镜行业不同所有制企业数据分析

- 一、2009年中国眼镜行业不同所有制企业数据分析
- 二、2010年中国眼镜行业不同所有制企业数据分析
- 三、2011年中国眼镜行业不同所有制企业数据分析

第六章 中国眼镜出口统计分析

第一节 我国眼镜出口分析

- 一、2011年全年我国眼镜出口情况
- 二、2012年我国眼镜出口情况及预测
- 三、2012年中国眼镜出口企业挑战与机遇

第二节 我国部分地区眼镜出口分析

- 一、广东
- 二、温州
- 三、丹阳
- 四、厦门

第七章 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、2011年深圳眼镜企业自创品牌情况
- 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、2011年温州眼镜行业质量分析
- 四、2012年温州眼镜市场动态
- 五、温州眼镜包装业发展分析
- 六、温州眼镜业未来发展展望
- 七、2012年温州眼镜外贸出口分析

第三节 江苏丹阳

- 一、丹阳眼镜业发展现状
- 二、2011年丹阳眼镜销售情况
- 三、2012年丹阳眼镜市场分析

四、2011年丹阳眼镜抽检情况

五、金融危机对丹阳眼镜发展的影响分析

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

第八章 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、2012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

六、2011年深圳市场镜架质量情况

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

第九章 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

第十章 眼镜优势企业分析

第一节 依视路集团

一、公司简介

二、依视路在中国的发展

三、公司策略分析

四、公司最新动态

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

四、2012年豪雅加大研发投入

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 眼镜业其他优势企业分析

一、镇江万新光学眼镜有限公司

二、北京博士伦眼睛护理产品有限公司

三、浙江大光明眼镜有限公司

第十一章 2012-2016年眼镜行业发展趋势分析

第一节 我国经济环境分析

一、2012年国民经济发展状况

二、2012年我国工业生产情况

三、2012年我国产品进出口情况

四、2012年中国经济增长分析预测

第二节 2012-2016年眼镜业发展趋势和预测

一、2012-2016年眼镜行业的变化及发展

二、2012-2016年亚太地区隐形眼镜市场发展预测

三、2012-2016年我国隐形眼镜B2C市场发展预测

四、网上购买眼镜发展趋势

第三节 2012-2016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

第十二章 2012-2016年眼镜行业发展策略探讨

第一节 金融危机下眼镜企业战略选择

一、金融危机对我国眼镜业的影响

二、金融危机下眼镜企业应对策略

三、金融危机下中小眼镜企业生存之道

四、金融危机下中国企业的发展瓶颈与出路

第二节 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、全球化战略目标的设计和制定

第十三章 2012-2016年眼镜行业营销策略探讨

第一节 2012-2016年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

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1211/B33827CJVP.html>