

2014-2018年中国眼镜市场 现状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

《2014-2018年中国眼镜市场现状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/qitaqinggong1401/D5719880H2.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】2014-01-13

【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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国眼镜市场现状分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了眼镜相关概述、中国眼镜市场运行环境等，接着分析了中国眼镜市场发展的现状，然后介绍了中国眼镜重点区域市场运行形势。随后，报告对中国眼镜重点企业经营状况分析，最后分析了中国眼镜行业发展趋势与投资预测。您若想对眼镜产业有个系统的了解或者想投资眼镜行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国的眼镜行业目前仍然处在国际产业链的下游，眼镜生产企业多以劳动密集型、低附加值产品生产为主。整个行业发展尚未规范、成熟。目前，中国眼镜超过60%产品出口，并占领世界低端市场80%的份额。但品牌的缺失使得中国的眼镜行业只能充当国外品牌的“打工仔”，赚取不多的加工费。由品牌带来的高附加值全部被外国公司获得。这种低成本、低价格的生产经营方式面对越来越多的反倾销调查，生存境况日益举步维艰。加之，国内市场竞相压价，无序竞争的境况，使得在出口中仅能获得微利的中国眼镜制造商的利润越来越少，以前能有20%左右的利润率，现在也只剩下5%—10%。

业内人士指出，要想摆脱行业困局，企业必须要有依托核心竞争力形成的品牌。拥有“品牌”的企业将会拥有更大的发展空间。真正的品牌能够完整地表达属性、利益、价值、文化、个性和使用者(身份)等内涵，拥有了品牌就拥有了区别于其他的核心竞争力。品牌带来的高附加值将为企业拓展更大的利润空间，获得更多的资源。为此，眼镜制造企业要实现突破性发展，就必须坚持独立研发设计，开创自主品牌之路。

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 2013年世界眼镜行业分析

2.1 意大利

2.2 美国

2.3 其它国家或地区

2.3.1 俄罗斯

2.3.2 泰国

2.3.3 英国

2.3.4 德国

2.3.5 日本

第三章 2013年中国眼镜行业分析

3.1 2013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分析

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 2013年眼镜行业的成本利润分析

3.3 中国眼镜行业发展中的问题及建议

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 2010-2013年12月眼镜制造业销售规模

4.1.2 2010-2013年12月眼镜制造业利润规模

4.1.3 2010-2013年12月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 2010-2013年12月眼镜制造业亏损面

4.2.2 2010-2013年12月眼镜制造业销售毛利率

- 4.2.3 2010-2013年12月眼镜制造业成本费用利润率
- 4.2.4 2010-2013年12月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 2010-2013年12月眼镜制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2010-2013年12月眼镜制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2010-2013年12月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 2010-2013年12月眼镜制造业资产负债率
 - 4.4.2 2010-2013年12月眼镜制造业利息保障倍数

第五章 2013年中国眼镜市场分析

- 5.1 2013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 2013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 2013年眼镜市场竞争分析
 - 5.3.1 中国眼镜市场的竞争现状
 - 5.3.2 中国眼镜业缺乏核心竞争力
 - 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

第六章 2013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 2013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 镜片的品牌与创新发展的

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 2013年部分地区眼镜行业发展状况

7.1 广东深圳

7.2 浙江省整体状况

7.3 浙江温州

7.4 江苏丹阳

7.5 其它地区

第八章 2013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 2011-2013年中国眼镜进出口状况

8.2.1 2011年中国眼镜产品进出口贸易状况

8.2.2 2012年中国眼镜产品进出口分析

8.2.3 2013年中国眼镜产品进出口现状

8.3 2011-2013年全国及主要省份眼镜成镜产量分析

8.3.1 2011年1-12月全国及主要省份眼镜成镜产量分析

8.3.2 2012年1-12月全国及主要省份眼镜成镜产量分析

8.3.3 2013年1-12月全国及主要省份眼镜成镜产量分析

第九章 2013年眼镜零售业分析

9.1 2013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 2013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 2013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 2013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分析
 - 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 2013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 2013年中国眼镜行业品牌分析

11.1 2013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 2014-2018年中国眼镜制造业预测分析

12.3.1 2014-2018年中国眼镜制造行业产品销售收入预测

12.3.2 2014-2018年中国眼镜制造行业利润预测

12.3.3 2014-2018年中国眼镜制造行业产值预测

12.3.4 2014-2018年中国眼镜制造行业产量预测

12.3.5 2014-2018年中国眼镜制造行业市场需求预测

第十三章 眼镜行业重点企业分析

13.1 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司

13.1.1 公司简介

13.1.2 公司总体规模与盈利状况

13.1.3 公司偿债能力分析

13.1.4 公司营运能力分析

13.1.5 公司获利能力分析

13.1.6 公司成长能力分析

13.2 上海依视路光学有限公司

13.2.1 公司简介

13.2.2 公司总体规模与盈利状况

13.2.3 公司偿债能力分析

13.2.4 公司营运能力分析

13.2.5 公司获利能力分析

13.2.6 公司成长能力分析

13.3 北京博士伦眼睛护理产品有限公司

- 13.3.1 公司简介
- 13.3.2 公司总体规模与盈利状况
- 13.3.3 公司偿债能力分析
- 13.3.4 公司营运能力分析
- 13.3.5 公司获利能力分析
- 13.3.6 公司成长能力分析
- 13.4 凯米光学（嘉兴）有限公司
- 13.4.1 公司简介
- 13.4.2 公司总体规模与盈利状况
- 13.4.3 公司偿债能力分析
- 13.4.4 公司营运能力分析
- 13.4.5 公司获利能力分析
- 13.4.6 公司成长能力分析
- 13.5 诚益光学（厦门）有限公司
- 13.5.1 公司简介
- 13.5.2 公司总体规模与盈利状况
- 13.5.3 公司偿债能力分析
- 13.5.4 公司营运能力分析
- 13.5.5 公司获利能力分析
- 13.5.6 公司成长能力分析
- 13.6 浙江泰恒光学有限公司
- 13.6.1 公司简介
- 13.6.2 公司总体规模与盈利状况
- 13.6.3 公司偿债能力分析
- 13.6.4 公司营运能力分析
- 13.6.5 公司获利能力分析
- 13.6.6 公司成长能力分析
- 13.7 镇江万新光学眼镜有限公司
- 13.7.1 公司简介
- 13.7.2 公司总体规模与盈利状况
- 13.7.3 公司偿债能力分析
- 13.7.4 公司营运能力分析

- 13.7.5 公司获利能力分析
- 13.7.6 公司成长能力分析
- 13.8 卡尔蔡司光学（中国）有限公司
 - 13.8.1 公司简介
 - 13.8.2 公司总体规模与盈利状况
 - 13.8.3 公司偿债能力分析
 - 13.8.4 公司营运能力分析
 - 13.8.5 公司获利能力分析
 - 13.8.6 公司成长能力分析
- 13.9 许昌县天和焊接器材有限公司
 - 13.9.1 公司简介
 - 13.9.2 公司总体规模与盈利状况
 - 13.9.3 公司偿债能力分析
 - 13.9.4 公司营运能力分析
 - 13.9.5 公司获利能力分析
 - 13.9.6 公司成长能力分析
- 13.10 华茂光学工业（厦门）有限公司
 - 13.10.1 公司简介
 - 13.10.2 公司总体规模与盈利状况
 - 13.10.3 公司偿债能力分析
 - 13.10.4 公司营运能力分析
 - 13.10.5 公司获利能力分析
 - 13.10.6 公司成长能力分析
- 13.11 温州市鹿城新兴实业有限公司
 - 13.11.1 公司简介
 - 13.11.2 公司总体规模与盈利状况
 - 13.11.3 公司偿债能力分析
 - 13.11.4 公司营运能力分析
 - 13.11.5 公司获利能力分析
 - 13.11.6 公司成长能力分析
- 13.12 浙江盈昌眼镜实业有限公司
 - 13.12.1 公司简介

13.12.2 公司总体规模与盈利状况

13.12.3 公司偿债能力分析

13.12.4 公司营运能力分析

13.12.5 公司获利能力分析

13.12.6 公司成长能力分析

13.13 温州市瓯海眼镜有限公司

13.13.1 公司简介

13.13.2 公司总体规模与盈利状况

13.13.3 公司偿债能力分析

13.13.4 公司营运能力分析

13.13.5 公司获利能力分析

13.13.6 公司成长能力分析

13.14 温州三杉光学有限公司

13.14.1 公司简介

13.14.2 公司总体规模与盈利状况

13.14.3 公司偿债能力分析

13.14.4 公司营运能力分析

13.14.5 公司获利能力分析

13.14.6 公司成长能力分析

13.15 新丰县永强五金制品公司

13.15.1 公司简介

13.15.2 公司总体规模与盈利状况

13.15.3 公司偿债能力分析

13.15.4 公司营运能力分析

13.15.5 公司获利能力分析

13.15.6 公司成长能力分析

13.16 江苏东方光学有限公司

13.16.1 公司简介

13.16.2 公司总体规模与盈利状况

13.16.3 公司偿债能力分析

13.16.4 公司营运能力分析

13.16.5 公司获利能力分析

- 13.16.6 公司成长能力分析
- 13.17 中山拓开光学有限公司
 - 13.17.1 公司简介
 - 13.17.2 公司总体规模与盈利状况
 - 13.17.3 公司偿债能力分析
 - 13.17.4 公司营运能力分析
 - 13.17.5 公司获利能力分析
 - 13.17.6 公司成长能力分析
- 13.18 青岛宝库光学有限公司
 - 13.18.1 公司简介
 - 13.18.2 公司总体规模与盈利状况
 - 13.18.3 公司偿债能力分析
 - 13.18.4 公司营运能力分析
 - 13.18.5 公司获利能力分析
 - 13.18.6 公司成长能力分析
- 13.19 揭阳市新榕眼镜有限公司
 - 13.19.1 公司简介
 - 13.19.2 公司总体规模与盈利状况
 - 13.19.3 公司偿债能力分析
 - 13.19.4 公司营运能力分析
 - 13.19.5 公司获利能力分析
 - 13.19.6 公司成长能力分析
- 13.20 温州市顺威光学眼镜有限公司
 - 13.20.1 公司简介
 - 13.20.2 公司总体规模与盈利状况
 - 13.20.3 公司偿债能力分析
 - 13.20.4 公司营运能力分析
 - 13.20.5 公司获利能力分析
 - 13.20.6 公司成长能力分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略……

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/qitaginggong1401/D5719880H2.html>