

2009年中国眼镜行业市场分析及 发展前景预测报告

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

《2009年中国眼镜行业市场分析及发展前景预测报告》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/200812/9497.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

第一章 2008年中国眼镜行业市场发展环境综述

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国眼镜行业政策环境发展分析

- (一) 眼镜验光员职业技能鉴定所考场设置标准
- (二) 眼镜设计部新产品评审基本标准
- (三) 国家标准：配装眼镜GB13511-1999

三、2008年中国眼镜行业社会环境发展分析

- (一) 居民消费
- (二) 消费观念
- (三) 中小学生普遍视力不达标
- (四) 中国居民迅速进入老龄化

第二章 2008年全球眼镜行业发展现状分析

一、2008年全球眼镜行业发展态势

二、2008年全球眼镜行业市场特征

三、2008年全球眼镜市场运营状况分析

- (一) 全球眼镜市场供给情况
- (二) 全球眼镜市场需求情况

四、2008年主要国家运行分析

- (一) 美国
- (二) 法国
- (三) 意大利

第三章 2008年中国眼镜行业市场发展现状解析

一、2008年中国眼镜产业发展现状分析

二、2008年中国眼镜行业市场分析

- (一) 中国眼镜市场供给分析
- (二) 中国眼镜市场需求分析

三、2008年中国眼镜市场消费分析

（一）儿童眼镜市场消费调查分析

（二）眼镜消费结构已经发生变化

（三）平价眼镜扩张改变消费格局

四、2008年眼镜市场存在的问题分析

（一）眼镜制造凸现四大命门

（二）中国眼镜市场尚缺营销“营养大餐”

（三）眼镜品牌混乱鱼目混珠

第四章 2007-2008年中国眼镜制造行业相关数据分析

一、2007-2008年中国眼镜制造业总体数据分析

（一）2007年中国眼镜制造业全部企业数据分析

（二）2008年中国眼镜制造业全部企业数据分析

二、2007-2008年中国眼镜制造业不同规模企业数据分析

（一）2007年中国眼镜制造业不同规模企业数据分析

（二）2008年中国眼镜制造业不同规模企业数据分析

三、2007-2008年中国眼镜制造业不同所有制企业数据分析

（一）2007年中国眼镜制造业不同所有制企业数据分析

（二）2008年中国眼镜制造业不同所有制企业数据分析

第五章 2008年中国眼镜行业市场的营销策略分析

一、2008年中国眼镜行业营销模式分析

二、2008年中国眼镜行业营销渠道分析

三、2008年中国眼镜行业营销策略分析

（一）眼镜市场的文化营销战略

（二）传统眼镜企业整合网络营销的策略

（三）价值、品牌和营销模式的三重进攻

（四）眼镜企业公益营销的策略

（五）把握眼镜营销中的价格攻略

第六章 2008年中国眼镜市场功用性能所占市场份额与营运状况

一、近视镜

- (一) 学生近视镜发展方向
- (二) 近视镜销售情况分析
- (三) 近视镜市场占有率分析
- (四) 隐型眼镜所占市场份额分析

二、老花镜

- (一) 老花镜发展方向
- (二) 老花镜销售情况分析
- (三) 老花镜市场占有率分析

三、太阳镜

- (一) 太阳镜发展方向
- (二) 太阳镜销售情况分析
- (三) 太阳镜市场占有率分析

第七章 2008年中国玩具市场消费者调查状况分析

- 一、不同年龄段孩子近视程度范围调查分析
- 二、不同性别年龄孩子戴镜比例调查分析
- 三、不同消费者平均更换眼镜的周期调查分析
- 四、消费者购买眼镜的渠道调查分析

- (一) 医院
- (二) 眼镜连锁店
- (三) 眼镜城
- (四) 百货公司
- (五) 其他地方

五、消费者购买新眼镜的原因调查分析

- (一) 跟上潮流
- (二) 眼镜度数不合适
- (三) 商家优惠活动
- (四) 旧的眼镜破损

六、消费者购买的眼镜价位调查分析

- (一) 消费者购买学生近视镜的价格
- (二) 消费者购买老花镜的价格
- (三) 消费者购买太阳的价格

七、影响消费者购买的因素考虑

- (一) 安全因素
- (二) 价格因素
- (三) 时尚性因素
- (四) 购买方便因素

第八章 2008年中国眼镜行业市场竞争态势剖析

一、2008年中国眼镜行业竞争格局分析

- (一) 集中度分析
- (二) 进入退出壁垒分析
- (三) 替代品分析

二、2008年市场竞争力总体变化分析

三、主要的生产基地竞争格局分析

四、2008年眼镜行业热点分析

- (一) 外资眼镜大鳄暗夺中国渠道
- (二) 眼镜批发市场群雄逐鹿
- (三) 中国眼镜制造优势竞争的关键
- (四) 国内眼镜市场将迎来前所未有的挑战和竞争
- (五) 丹阳在对视中寻长论短

第九章 2008年中国眼镜行业重要产区运行态势

一、深圳

- (一) 深字号眼镜打造中国品牌形象
- (二) 深圳眼镜产业应两条腿走路
- (三) 深圳欲将眼镜业作为重要经济增长点

二、东莞

- (一) 做强是东莞眼镜行业对抗外来“入侵”的突破口
- (二) 东莞眼镜市场有待规范
- (三) 东莞过半眼镜店不达标

三、温州

- (一) 温州眼镜的破壁之举
- (二) 温州眼镜面临发展瓶颈

（三）温州眼镜行业发展前景

四、厦门

（一）厦门高档眼镜市场三国争雄

（二）厦门瞄准“中国眼镜太阳镜生产基地”称号

（三）眼镜直通车扩张震撼厦门眼镜业

（四）厦门市整顿隐形眼镜市场秩序

五、江苏丹阳

（一）江苏眼镜产业谋求可持续发展

（二）丹阳眼镜产业现状

（三）增产扩能凸显丹阳镜片五大隐患

（四）丹阳眼镜产业发展目标及思路

第十章 全球知名品牌眼镜企业分析

一、OAKLEY

（一）品牌介绍

（二）品牌营销策略分析

二、JudithLeiber

（一）品牌介绍

（二）品牌营销策略分析

三、donnakaran

（一）品牌介绍

（二）品牌营销策略分析

四、yvessaintlaurent

（一）品牌介绍

（二）品牌营销策略分析

五、唐纳·卡兰

（一）品牌介绍

（二）品牌营销策略分析

六、LouisVuitton

（一）品牌介绍

（二）品牌营销策略分析

七、夏奈儿

- (一) 品牌介绍
- (二) 品牌营销策略分析

八、卡地亚

- (一) 品牌介绍
- (二) 品牌营销策略分析

第十一章 中国眼镜行业内优势企业分析

一、北京博士伦眼睛护理产品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

二、上海凯帅眼镜有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

三、上海宝利徕光学眼镜有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

四、临海市视康眼镜有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

五、东莞恒惠眼镜有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

第十二章 2008年中国眼镜行业市场周边产品发展态势

一、隐型眼镜护理液

- (一) 市场倡销护理液优势分析
- (二) 价格走势

（三）护理液的安全隐患

二、眼镜原料

（一）目前市场主导原材料

（二）价格走势

（三）优缺点分析

三、眼镜配件

（一）眼镜配件低价背后的隐忧

（二）市场需求分析

第十三章 2009-2012年中国眼镜行业市场前景及投资分析

一、2009-2012年中眼镜市场发展预测分析

（一）中国眼镜供给预测分析

（二）中国眼镜需求预测分析

二、2009-2012年中国眼镜行业市场投资机会分析

（一）无框镜架的市场潜力不可估量，将是眼镜配装的趋向

（二）当前儿童眼镜产品 and 市场提升的空间很大

（三）隐型眼镜护理液市场利润丰厚

（四）眼镜装饰功能催生眼镜市场新的商机

三、2009-2012年阻碍眼镜行业向高端产品发展的因素

（一）眼镜产品结构不合理，多以中低档为主

（二）高技术含量、高附加值的高档产品不足

（三）眼镜行业的装备和工艺水准普遍较低

（四）设计和原创能力薄弱

四、2009-2012年中国向高端产品迈进的解决策略

（一）中国科技人员自主创新

（二）技术转让和技术合作

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/9497.html>