

2020-2026年中国眼镜行业 发展趋势与市场供需预测报告

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

《2020-2026年中国眼镜行业发展趋势与市场供需预测报告》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/202007/174497.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、老花或斜视等。眼镜由镜片、镜架组成。分近视眼镜、远视眼镜、老花眼镜及散光眼镜四种。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，但眼镜仍然是最普遍的矫正视力工具。中企顾问网发布的《2020-2026年中国眼镜行业发展趋势与市场供需预测报告》分析了眼镜行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，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。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 2017-2019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 美国推出电子调焦眼镜2.2.4 2017-2019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 2017-2019年中国眼镜行业分析3.1 2017-2019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 2017-2019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 2013-2019年眼镜制造业销售规模4.1.2 2013-2019年眼镜制造业利润规模4.1.3 2013-2019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 2013-2019年眼镜制造业亏损面4.2.2 2013-2019年眼镜制造业销售毛利率4.2.3 2013-2019年眼镜制造业成本费用利润率4.2.4 2013-2019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 2013-2019年眼镜制造业应收账款周转率4.3.2 2013-2019年眼镜制造业流动资产周转率4.3.3 2013-2019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 2013-2019年眼镜制造业资产负债率4.4.2 2013-2019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 2017-2019年中国眼镜市场分析5.1 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年眼镜市场竞争分析5.3.1 中国眼镜市场的竞争现状5.3.2 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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 澳门消费者委员会制定眼镜零售行业守则 第八章 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年全国及主要省份眼镜成镜产量分析8.3.1 2019年全国及主要省份眼镜成镜产量分析8.3.2 2019年全国及主要省份眼镜成镜产量分析8.3.3 2019年全国及主要省份眼镜成镜产量分析 第九章 2017-2019年眼镜零售业分析9.1 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年中国眼镜行业品牌分析11.1 2017-2019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 2020-2026年中国眼镜制造业预测分析12.3.1 2020-2026年中国眼镜制造行业产品销售收入预测12.3.2 2020-2026年中国眼镜制造行业利润预测12.3.3 2020-2026年中国眼镜制造行业产值预测12.3.4 2020-2026年中国眼镜制造行业产量预测（）12.3.5 2020-2026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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174497.html>