

中国眼镜镜片行业白皮书

2020年



海量行研报告免费读

1

中国是眼镜及镜片的生产大国与消费大国，规模庞大的眼镜佩戴人群赋予国内眼镜及镜片市场广阔的空间。2019年，全国眼镜产品零售市场规模超过**800亿元**。镜片作为眼镜功能属性的核心载体，在眼镜产品构成中占据极为重要的位置，2019年，全国眼镜镜片零售市场规模为**305亿元**。受疫情影响，2020年眼镜及镜片市场规模会不可避免的出现下滑，随着刚性购买需求的延后释放，眼镜及镜片市场将会较快复苏，预计2023年市场规模将分别突破900亿元与350亿元。

2

国内镜片市场在销售额方面的行业集中度较高，头部企业的销售额占行业总额的比重**接近八成**，**依视路、卡尔蔡司、万新、明月**分列前四，国际品牌仍占据优势；相较于销售额，国内镜片市场在销售量上的分布更为分散，**万新销量领先，明月次之**，销售额头部企业之外的**中小企业贡献了超过三成销量**。随着中国居民收入水平的不断提升，消费升级的持续推进，中小企业生存空间受到挤压，镜片市场集中度将进一步提升，**国内头部品牌**迎来崛起良机。

3

消费者对眼镜及镜片的需求集中在**改善视力、缓解视觉疲劳、避免有害光刺激眼睛**等，为子女选择镜片时则格外注重对孩子眼睛的保护及**近视防控**功能。**眼镜零售店**仍是消费者购买眼镜及镜片的首选渠道，且消费者对**眼镜店的品牌认知度明显高于眼镜及镜片**。消费者认为眼镜的价格在**300-800元**的区间较为合理，大部分消费者拥有**1-2副**眼镜，更换频率大多在**半年至两年之间**。

4

“暴利行业”标签对眼镜行业的健康成长是极大的阻碍，产业上中下游各方应努力消除产业内外部的信息不对称现象，重视**市场教育**，向社会大众普及眼健康知识与眼镜的功能与价值。此外，为缓解生产端资金和存货压力大、零售端核心价值未完全体现等眼镜行业面临的核心痛点，生产端应通过向下游零售商提供更多的**专业设备及人员培训**等**赋能**方案，帮助实力较弱的零售商提升服务专业性和市场教育能力；零售端则要在开拓新型营销模式的同时，通过**标准、规范的服务流程**为用户提供**全面、专业的消费体验**，展现线下零售端的**专业服务价值**，提升消费者满意度。

中国眼镜镜片行业发展背景

1

中国眼镜镜片行业发展现状

2

中国眼镜镜片用户群体洞察

3

中国眼镜行业的痛点及建议

4

中国眼镜行业发展趋势洞察

5

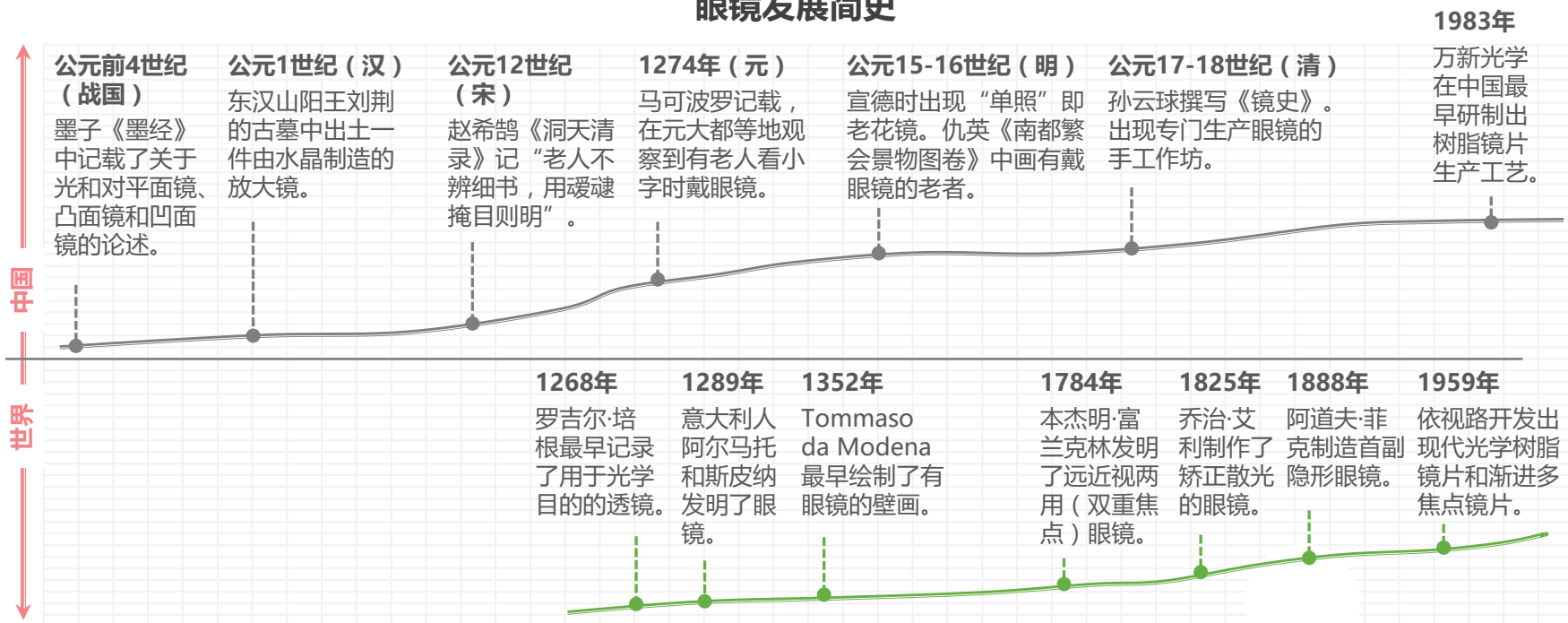
眼镜的定义与由来

用以矫正视力问题、保护眼睛的光学器件

眼镜是用于视力矫正，为眼睛提供各种保护，或做装饰用途的光学器件，主要由镜片和镜架组成。

眼镜是由放大镜逐步演变而来，考古成果证实，我国早在东汉时期（公元一世纪）就出现了磨制水晶光学镜片，即眼镜的雏形，据马可波罗记载，于1274年左右在元大都等地观察到有老人看小字时戴有眼镜。而在西方，最早的眼镜出现在意大利，由Alessandro di Spina of Florence引入，1268年罗吉尔·培根最早记录了用于光学目的的透镜，最早有眼镜的画像由Tommaso da Modena于1352年绘制。身患近视和远视的美国发明家本杰明·富兰克林，于1784年发明了远近视两用眼镜；1825年，英国天文学家乔治·艾利发明了能矫正散光的眼镜；1888年，首副隐形眼镜诞生。

眼镜发展简史



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

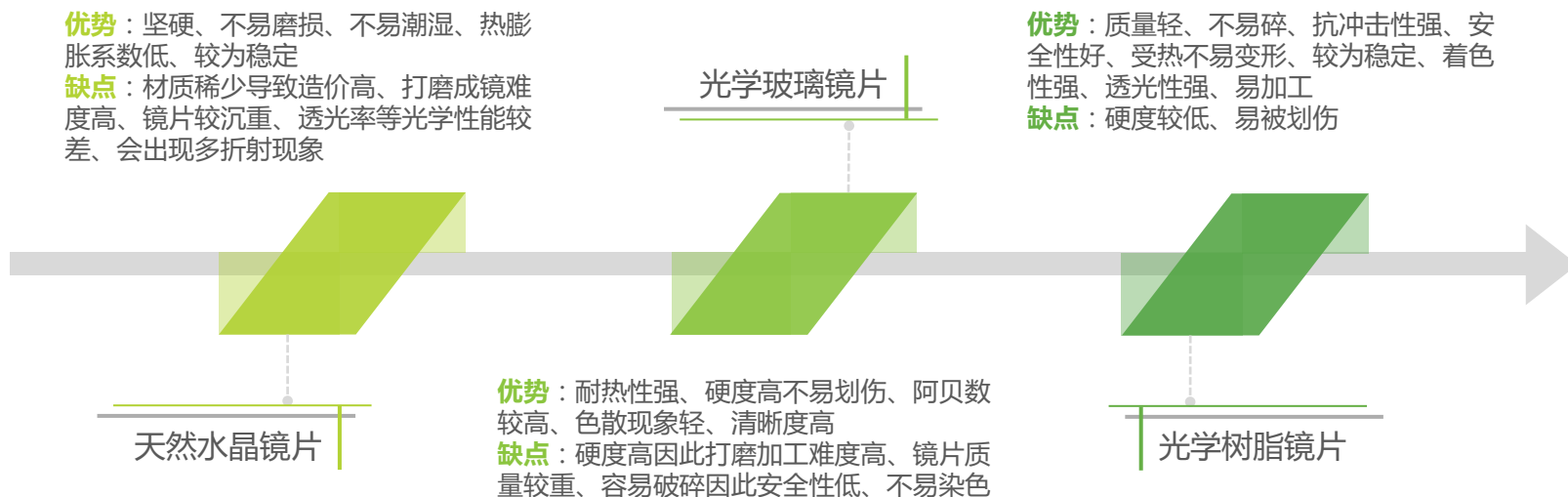
眼镜镜片的定义与功能

镜片是眼镜功能属性的核心载体

眼镜的核心功能主要体现在镜片上。镜片是一种融合了数学、光学、有机化学、表面及结构物理、机械加工、医学等学科的产品，对于矫正视力、调节进入眼睛的光量、保护眼睛安全具有至关重要的作用，是眼镜功能属性的核心载体。镜片的技术含量和品质主要体现在材料、光学设计和镜片膜层三个方面。

眼镜镜片从功能性上可以分为日常普通镜片和功能性镜片；从设计上可分为球面镜片、单非球面镜片、双非球面镜片以及自由曲面镜片等。从材质上，镜片经历了天然水晶镜片、光学玻璃镜片、光学树脂镜片三大发展阶段，其功能与形态也随之不断变化升级。其中树脂镜片由于具有质量轻、不易碎、安全性高、容易加工、较好的化学稳定性和透光性等优势，是目前最常用的镜片。

镜片材质的三大发展阶段

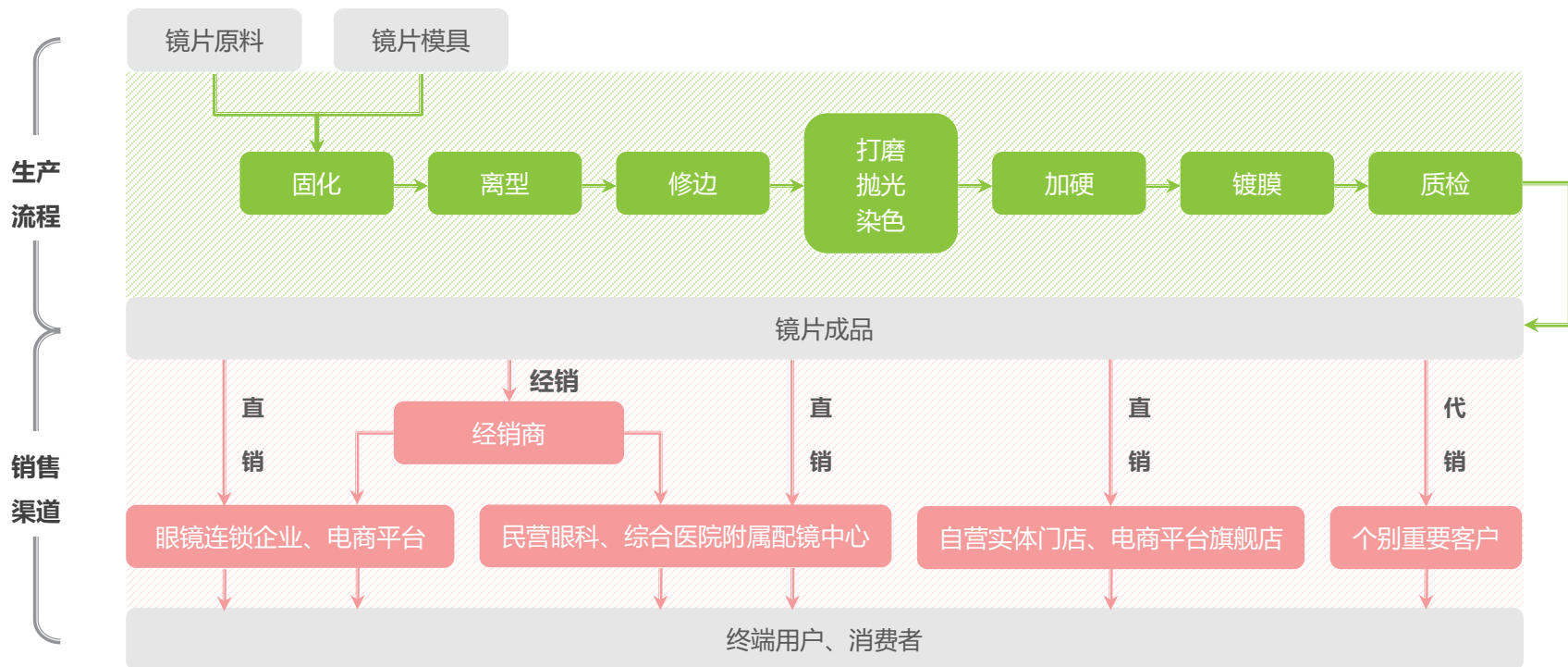


眼镜镜片的生产及销售路径

镜片的生产流程较长，销售渠道以直销与经销为主

镜片的生产需要经历一系列严格且复杂的流程，镜片的成品还需要根据消费者的屈光度情况和其他要求进行进一步的裁切等工序才能最终装配到消费者选购的镜架上。镜片的销售模式主要分为直销、经销和代销，其中直销和经销占较大比例。直销是指生产企业直接开设实体门店或电商品牌旗舰店或者将镜片产品销售给下游眼镜连锁企业、电商平台和民营眼科、综合医院附属配镜中心，而经销是指生产企业将镜片产品销售给经评估选取的区域经销商。

镜片的生产及销售路径



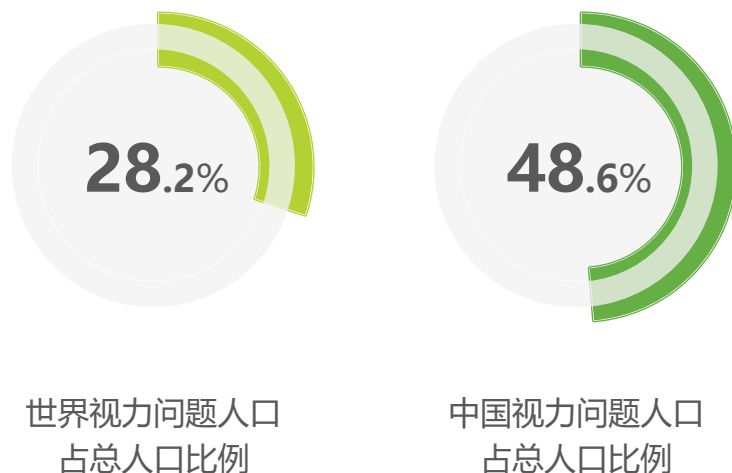
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国眼镜受众群体规模庞大

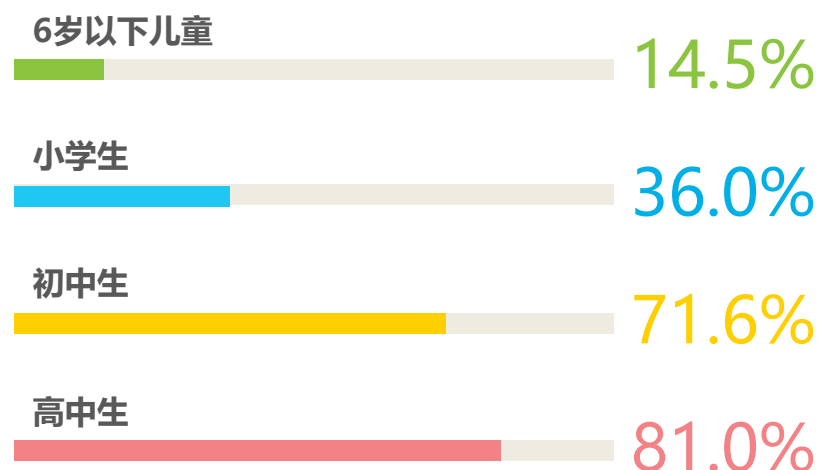
近视患病率将超过50%，且呈现低龄化趋势

中国健康发展研究中心发布的《国民视觉健康报告》数据显示，预计到2020年，中国近视人口将达7亿，5岁以上人口的近视患病率将超过50%，且呈现低龄化发展趋势。儿童及青少年本就是近视高发人群，而突如其来的疫情又进一步加剧了学生近视发生率。教育部2020年6月对9省市中小学生视力情况调查结果显示，受疫情期间长期上网课及使用电子产品影响，2020年上半年，中小学生近视率较2019年年底增加11.7%。在青少年视力问题愈发受到政府部门及社会各界重视的背景下，儿童及青少年近视防控和矫正需求将得到进一步释放。此外，由于人的视力会因年龄增长出现几乎不可避免的减弱，随着消费意识先进且消费能力较强的1960-70年代生育高峰期出生的人群逐渐步入中老年，解决中老年同时看远和看近视觉需求的渐进多焦点眼镜的受众人群也将呈上升趋势。在整体受众规模极为庞大的背景下，我国的眼镜市场仍有较大潜力。

中国与世界视力问题人口比例对比情况



2018年全国儿童及青少年近视发生率



来源：人口数据来源于联合国World Population Prospect；世界视力问题人口数据来源于世界卫生组织2020年发布的《World Report on Vision》；中国视力问题人口数据来源于中国健康发展研究中心2019年发布的《国民视觉健康报告》。

来源：国家卫健委、教育部，由艾瑞咨询整理绘制。

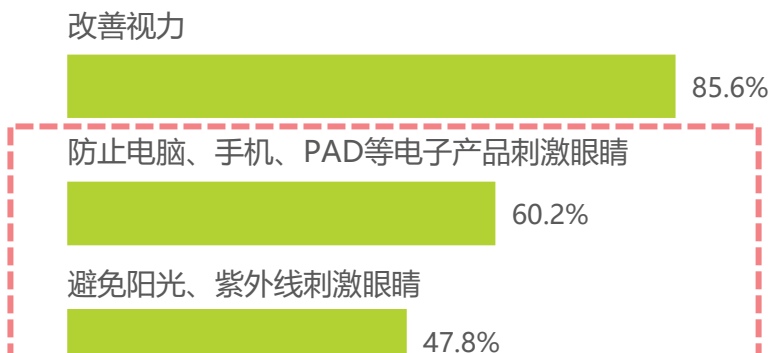
眼镜的功能性需求与更换频率不断提升

艾 瑞 咨 询

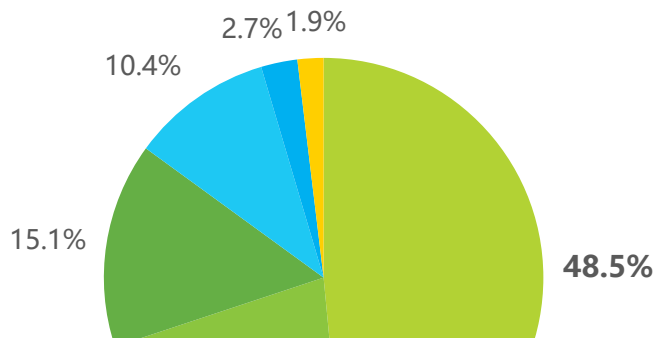
消费者对眼镜的需求不断升级，更换频率达到1.3年/次

随着电子产品渗透率、使用频率和时长持续提升，消费者视光保护意识不断增强，防蓝光、缓解眼疲劳以及儿童眼镜等功能性眼镜产品同样适用于视力健康人群，带来更大的潜在受众规模。根据艾瑞开展的中国眼镜佩戴用户调研数据，当前消费者对眼镜的需求除了最基本的改善和矫正视力外，还在向防蓝光、缓解眼疲劳、光敏感等功能不断升级。在消费能力提升且眼镜需求越来越丰富和差异化的背景下，消费者更换眼镜的周期呈现逐渐缩短的趋势，平均更换或新购入眼镜及镜片的频率达到1.3年/次。

消费者对眼镜功能的需求



消费者更换眼镜的频率



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20800

