

中国眼镜行业白皮书

©2022.11 iResearch Inc.

1

眼镜是用于矫正视力、眼睛保护或作装饰用途的光学器件。2021年，全国眼镜产品零售市场规模**850亿元**，以镜片与光学镜架为市场主力，2021年零售市场规模分别达到**345亿元**与**309亿元**。受益于消费升级及功能性镜片的供需成熟因素，未来镜片市场有望保持高速增长态势，预计2025年国内镜片零售市场规模将突破**470亿元**。镜架作为眼镜产品的核心元件，在流行佩饰化趋势下将保持平稳增长，预计2025年国内镜架零售市场规模将达到**376亿元**。

2

国内镜片市场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近**85%**，**卡尔蔡司、依视路、万新、豪雅**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约35%的销量**。国内镜架市场集中度相对分散，以产品价位来看，可分为中高端镜架厂商与中低端镜架厂商。早年间**中高端镜架厂商集中在陆逊梯卡、霞飞诺、开云集团等国际品牌手中**，而在国产品牌转型步伐下，**暴龙、海伦凯勒等国货品牌已成功进军中高端产品线**，获得更多消费者青睐。

3

受消费者终端需求驱动与镜片厂商追求收入增长的双重推力，**功能性镜片**承接更多消费者需求。其中，**渐进多焦点镜片**较早进入大众视野，产品适配与人口结构将进一步释放中老年市场需求。近年来，中国儿童青少年近视呈现高发、低龄化趋势，家长为子女购买眼镜时，最关注护眼抗疲劳与延缓近视发展，**青控产品**愈加受到市场青睐，各家头部镜片厂商集中发力，纷纷布局不同技术原理下的青控产品线，以**蔡司、依视路、豪雅、万新**为主要品牌，青控品牌认知逐渐形成。

4

2022年上半年以来，国际环境更趋复杂严峻，国内疫情多发散发，眼镜制造业出现了**从产业链下游逐渐向上游传递的销售冲击**，量化来看，2022年3-5月上海及周边区域零售营业额减少**80-90%**，中小零售商年订货量的**60%以上**受影响。面对疫情与线上化浪潮影响，眼镜厂商可打造**线上线下一体化趋势**，在线上通过活动促销与知识推送达成引流，并在线下完成客户转化。在零售端加强“四个专业”投入培养的持续努力下，消费者**对眼镜店专业认可度有所提升**。国货认可度上涨明显给予从业者们更多机会引导消费者认可国产眼镜品牌和质量，以期实现**国货崛起**。

中国眼镜产品概述

1

中国眼镜行业发展情况

2

中国眼镜产业发展动态演变

3

中国眼镜用户研究

4

中国眼镜行业发展洞察

5

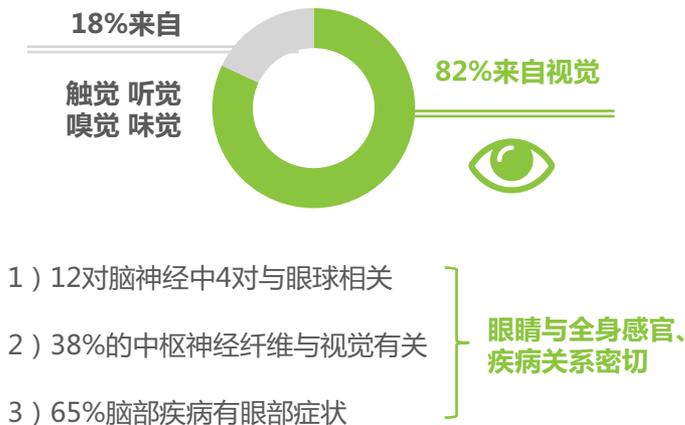
眼睛是最重要的感知器官

视觉在人类生活方方面面都至关重要，提供多样感知功能

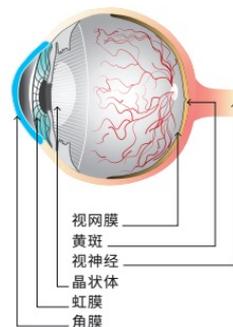
视觉是五种感官中最主要的感官，在人类日常生活中起着至关重要的作用。在信息通过非语言提示（例如手势和面部表情）传递的情况下，视觉是面对面交流中人际交往和社会互动的组成部分，人类从外界获得信息的渠道有82%来自视觉。人类视觉系统核心包括包括眼球、视神经以及连接大脑中不同结构的视路，为人类提供近视力、远视力、色觉、立体视觉、对比敏感度、周边视野视觉等视觉功能。

眼睛对人体的重要性

视觉是人类从外界获得信息的主要渠道



视觉系统构成



“视觉系统包括眼球、视神经以及连接大脑中不同结构的视路。眼球前部的结构（角膜和晶状体）将进入眼球的光线聚焦到视网膜上。在视网膜上光被转换为神经冲动，这些冲动通过视神经和视路到达大脑的特定部位，即视觉皮层。随后这些冲动被传输到大脑的许多其他部位，在这里它们与其他输入信息（例如来自听觉或记忆的信息）相结合，使人能够了解周围环境并做出相应的反应。”

常见眼睛健康问题

作为人体机能的一种，眼健康问题随年龄增长而有所变化

人类的视觉功能与身体机能一样，会随着年龄增长而有所变化，因此在人生不同的阶段，人们需要关注的 eye 健康问题也有所不同。在0-18岁的儿童青少年时期，身体机能与视觉功能均处于生长发育阶段，遗传因素、外部不稳定因素与自身用眼过度等现象均易导致远视、近视、弱视、斜视等视觉问题产生，需尽早察觉并进行干预治疗；在19-44岁的青年人群时期，视觉功能基本发育成熟，核心眼睛健康问题将集中在工作办公用眼过度后引发的视觉疲劳、结膜炎与干眼症等问题；在45岁以后，随着年龄增长，眼内的晶状体逐渐老化或变性，中老年人群易出现老花眼等常见问题，而晶状体浑浊将引发老年性白内障，需定期检查及早应对，以防更多并发症风险。

常见眼睛健康问题



儿童青少年（0-18岁）学习生活

易感人数：25.4亿

主要问题：远视（易并发弱视、斜视）、近视、斜视、弱视、圆锥角膜、过敏性眼病等

青年人群（19-44岁）打造生活

易感人数：27.7亿

主要问题：近视、远视、视觉疲劳、结膜炎、干眼症



中年人群（45-64岁）管理生活

易感人数：15.2亿

主要问题：老花、青光眼、干眼、高血压血糖高引发的眼底问题



老年人群（≥65岁）享受生活

易感人数：6.3亿

主要问题：白内障、AMD（年龄相关性黄斑变性）、青光眼、干眼、眼底病

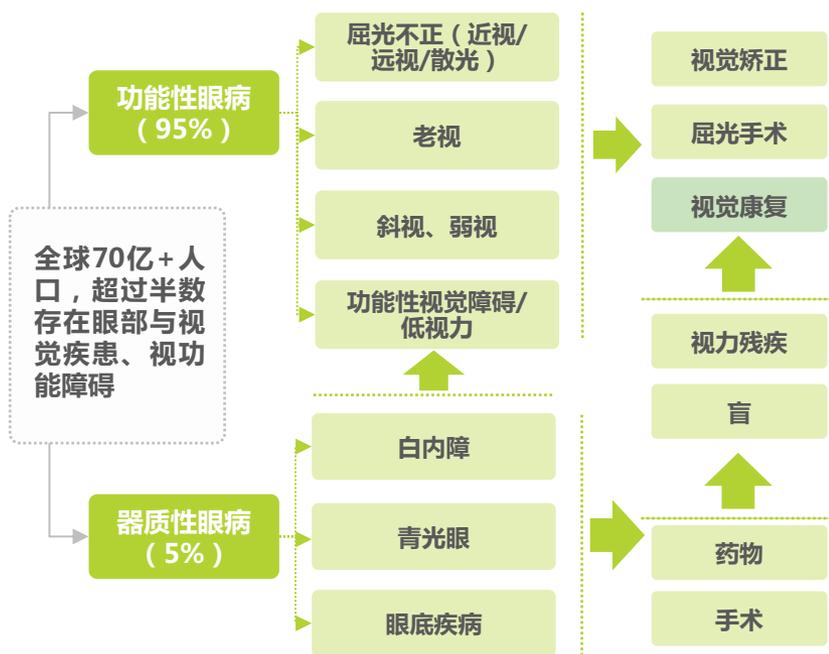


眼睛健康问题分布与矫正手段

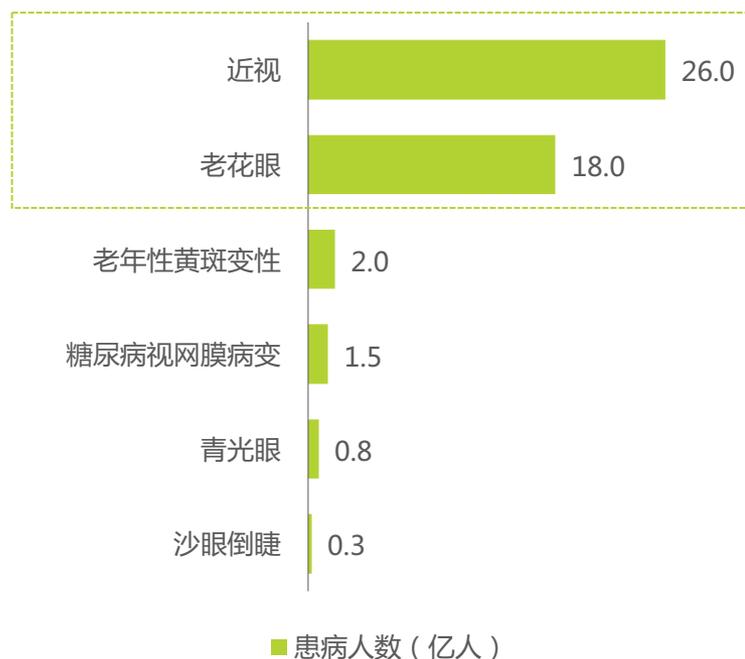
近视与老花眼成为人类眼睛健康的集中性问题

从问题分类上来看，视力健康问题主要分为功能性眼病与器质性眼病，其中95%的问题集中在功能性眼病中，包括屈光不正引起的近视、远视、散光，老花、斜视、弱视等。根据2020年世界卫生组织公布的《世界视觉报告》，全球超70亿人口中，约有26亿人存在眼部近视问题，18亿人患有老花眼，这两类已成为人类眼健康的集中性问题。而面对这些视力健康问题，一般可采取视觉矫正、药物治疗与手术手段达到视物功能部分好转的目的。

视力健康问题及矫正方法



2020年全球视力健康问题人数分布



来源：中华人民共和国教育部全国综合防控儿童青少年近视宣讲团，艾瑞研究院自主研究绘制。

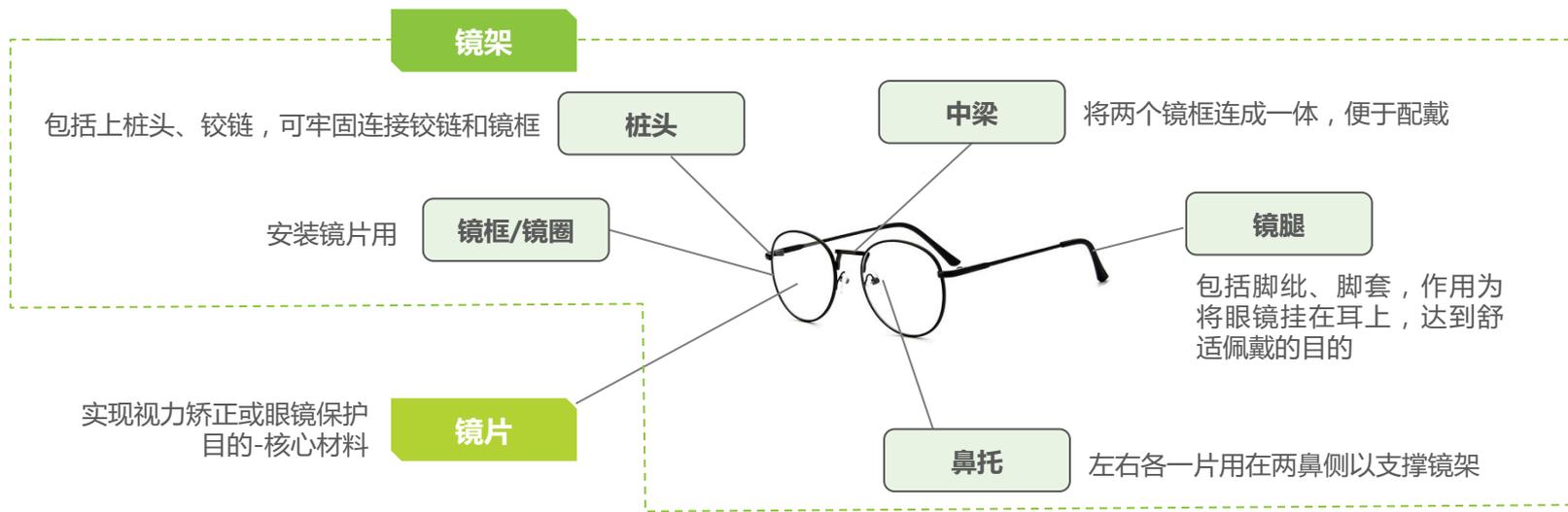
来源：《世界视觉报告》，WHO世界卫生组织，艾瑞研究院自主研究及绘制。

眼镜为眼睛保护与视觉矫正的主要手段 iResearch 艾瑞咨询

由镜片和镜架组合，用以视力矫正、保护眼睛并作装饰用途

眼镜是用来矫正视力、眼睛保护或作装饰用途的光学器件，主要由镜片和镜架构成。镜片是眼镜功能属性的核心载体，用以实现视力矫正与眼睛保护功能。镜架通常由镜框/镜圈、桩头、中梁、镜腿与鼻托等部分组成，其核心功能与镜片配套构成眼镜，佩戴在面部起支架作用。另外在流行时尚趋势下，镜架带来的美观性、时尚度与脸型修饰功能也更加被人们所重视。本篇报告的研究对象即为眼镜，从眼镜、镜片、镜架三大维度展开，探究中国后疫情时代下眼镜行业的发展环境、产业格局、消费者需求变化等，为产业从业者及终端消费者提供信息参考。

眼镜产品构成图



注：镜片与镜架为眼镜构成的核心要素，但镜架构成随眼镜及镜架类型或有不同，例如无框架眼镜则不会有镜框/镜圈。

来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

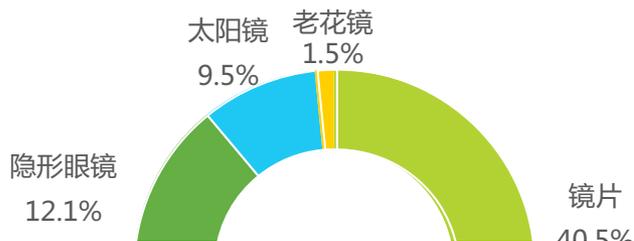
眼镜市场的规模分布

镜片与光学镜架为市场主力，隐形、老花零售规模小幅上升

从产品维度来看，眼镜产品可分为框架眼镜与接触镜两大类，框架眼镜往下细分包括近视眼镜、远视眼镜、老花眼镜、散光眼镜、太阳镜等，接触镜核心指代隐形眼镜产品。从产品构成来看，镜片与光学镜架仍是眼镜市场的核心产品，占总体规模的比重分别为40.5%与36.4%；受益于线上渠道铺展，隐形眼镜触达客群更加广泛，零售规模占比提升至12.1%，太阳镜占比有所下滑，约占9.5%；老花镜占比仍较小，但得益于60后、70后对老花眼镜需求逐渐增加、该年龄层消费者对专业配镜认可度较高的利好因素，老花镜零售规模占比相比去年有小幅提升。

中国眼镜市场产品构成

2021中国眼镜市场产品分布



眼镜市场以镜片与光学镜架为市场主力

- 镜片:眼镜产品的镜片部分，包括单光镜片与功能性镜片。
- 镜架:眼镜产品的镜架部分，是固定光学元件的机械框架元件。
- 以上两类不包括以下细分产品对应的镜片镜架份额。

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_49194

