

# 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](http://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、yvesaintlaurent

(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发展前景及投资分析

### 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) 当前儿童眼镜产品和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：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

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