

2022-2028年中国近视治疗 仪市场深度分析与投资战略研究报告

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

《2022-2028年中国近视治疗仪市场深度分析与投资战略研究报告》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/202201/261437.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

近视治疗仪，是指具有远视化“离焦”作用的特殊眼镜或仪器，如各种远化镜或眼灵敏度训练仪等。低度近视加深为高度近视后，相关眼科疾病的发病率远高于正常视力的人群。随着近视的度数加深，眼轴不断拉长，当眼轴拉的过长至近视度数超过600度时，眼睛的正常生理结构会发生变化，眼部疾病发生率也会明显增加。比较正常人群来看，青光眼的发病率升高14.4倍，视网膜病变升高7.8倍，白内障发病率升高3.3倍，继发性视网膜脱落等致盲性眼病的风险升高4-100倍。因此及时、正确地矫治近视，防控高度近视的形成关乎患者的正常生活与潜在眼健康。单纯性近视人群为主要矫治目标，发病率约20%-33%，矫治效果好。单纯性近视主要因近距离用眼，用眼负荷过大，多在小学、高中后发病，在近视度数基本稳定后，眼轴长度小于28mm，经过矫正后视力可达1.0以上；病理性近视的发病率约1%-2%，基本为常染色隐性遗传，主要是小学、初中前发病，近视度数随着年龄增长加深，眼轴长度大于28mm，经过矫正后视力不足1.0。

近视眼分类情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国近视治疗仪市场深度分析与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了中国近视治疗仪行业市场发展环境、近视治疗仪整体运行态势等，接着分析了中国近视治疗仪行业市场运行的现状，然后介绍了近视治疗仪市场竞争格局。随后，报告对近视治疗仪做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国近视治疗仪行业发展趋势与投资预测。您若想对近视治疗仪产业有个系统的了解或者想投资中国近视治疗仪行业，本报告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：第一部分 产业环境透视第一章 近视治疗仪行业发展综述第一节 近视治疗仪行业发展综述一、近视治疗仪基本概述 近视治疗仪，是指具有远视化“离焦”作用的特殊眼镜或仪器，如各种远化镜或眼灵敏度训练仪等。从80年代的第一代非光学按摩仪发展到90年代第二代光学性质远化镜，再进展到2000年的第三代近视仪（近视灵敏镜远化镜、谐振灵敏度远化镜）。2000年之后发展到第四代的自动远化镜、台式记忆远化镜。近年来再进展到第五代近视优化训练仪（由自动远化镜与灵敏镜综合组成）近视优化训练仪（直线训练机）是目前帮助300度近视学生提高裸眼视力度达1.0以上并避免戴眼镜的近视治疗仪。近十年国内外对学生近视及近视动物模型大量研究提示，学生后天性近视发生、发展主要与一个主要病因：看近，及两个关键环节：看近后离焦及后调焦（即调节滞后）有关。中国原学生近视防治组组长徐广第教授也指出，“看近”如看书写字、看电视电脑是近视发生、发展的主要动因。人眼看近时，中央区清楚，但周边视野不清，处于周边视野后离焦状态，可导致眼轴发育变长，每长1mm

，约增加300度近视。同时，人眼长期看近，可引起眼内晶状体调节“凝固”而出现调节滞后的后调焦现象，也可导致眼轴变长，近视发生发展。因此，任何近视治疗必须要能很好的控制学生看近，或有效阻断看近视网膜周边后离焦，或阻断看近视网膜后调焦（调节滞后），才能获得良好的远期效果。作用原理包括三个方面

- 1 抵消“看近”这一近视主要原因：如远化镜、自动远化镜等，可以提供远视棱镜，或变焦远视镜，将看近虚拟成看远休息，从而防止近视发生发展。
- 2 阻断“后离焦”这一近视第一关键环节。如利用远化镜中的远视镜或自动变焦远视镜产生的前离焦作用，阻断看近时的后离焦，促进眼轴向前（即缩短方向）发育。从而防止近视发生发展。
- 3 阻、断“后调焦”这一近视第二个关键环节：即利用调焦灵敏镜或调节-集合训练器，训练、提高调焦灵敏度，从而防止近视发生发展
- 4 强制性视远对远处的被视物，看不清也要看，看得困、看得累也要看，要用“力”看，以看清为目的。其距离以看远处（尽量保持5米或5米以远）被视物有些模糊、费劲，却又勉强看得清为宜。练习的目标很多，但应以有突出的形状特征或特定含义的目标为佳，如视力表，树木。预防近视每天练习时间应不少于1.5小时，如果治疗近视或要提高远视力，则每天应不少于2.5小时。

二、近视治疗仪发展历程三、近视治疗仪发展特点及功能第二节 最近3-5年中国近视治疗仪场所属行业经济指标分析一、赢利性二、成长速度三、附加值的提升空间四、进入壁垒 / 退出机制五、风险性六、行业周期七、竞争激烈程度指标第三节 近视治疗仪行业产业链分析一、产业链结构分析二、近视治疗仪行业上游设备分析三、近视治疗仪供应链环节 分析四、下游应用市场分析 第二章 近视治疗仪行业市场环境分析（PEST）第一节 近视治疗仪行业政策环境分析（P）一、行业管理体制分析二、近视治疗仪发展规划解读三、政策环境对行业的影响第二节 近视治疗仪行业经济环境分析（E）一、中国GDP增长情况二、经济环境对行业影响第三节 近视治疗仪行业社会环境分析（S）一、中国居民收入增长分析二、中国城市化进程分析三、中国人口环境分析四、社会环境对行业影响第四节 近视治疗仪行业技术环境分析（S）一、近视治疗仪技术分析1、技术水平总体发展情况2、我国近视治疗仪行业新技术研究二、近视治疗仪技术发展水平三、近年来近视治疗仪专利技术分析四、行业主要技术发展趋势 第三章 全球近视治疗仪所属行业发展分析第一节 全球近视治疗仪行业发展分析一、全球近视治疗仪行业发展历程二、全球近视治疗仪行业发展现状三、全球近视治疗仪行业发展预测第二节 2015-2019年全球近视治疗仪市场分析一、2015-2019年全球近视治疗仪市场回顾二、2015-2019年全球近视治疗仪需求分析三、2015-2019年全球近视治疗仪产销分析四、2015-2019年全球近视治疗仪市场环境第三节 2015-2019主要国家地区近视治疗仪市场分析一、2015-2019年美国近视治疗仪市场分析二、2015-2019年欧洲近视治疗仪市场分析三、2015-2019年日本近视治疗仪市场分析四、2015-2019年韩国近视治疗仪市场分析五、2015-2019年其他国家近视治疗仪市场分析 第二部

分行业深度分析第四章 我国近视治疗仪所属行业发展现状第一节 我国近视治疗仪行业发展现状一、我国近视治疗仪行业发展历程二、我国近视治疗仪行业发展现状三、我国近视治疗仪行业发展预测第二节 2015-2019年全国近视治疗仪市场分析一、近视治疗仪数量及增长分析二、近视治疗仪覆盖率分析四、近视治疗仪行业投资规模分析五、近视治疗仪市场规模分析第三节 2015-2019年近视治疗仪市场需求分析一、2015-2019年近视治疗仪市场销量分析二、2022-2028年近视治疗仪市场销量预测第四节 对中国近视治疗仪市场的分析及思考一、近视治疗仪市场分析二、近视治疗仪市场变化的方向三、中国近视治疗仪产业发展的新思路四、对中国近视治疗仪产业发展的思考第五章 我国近视治疗仪所属行业整体运行指标分析第一节 2015-2019年中国近视治疗仪所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、人员规模状况分析三、所属行业资产规模分析四、所属行业市场规模分析第二节 2015-2019年中国近视治疗仪所属行业产销情况分析一、我国近视治疗仪所属行业工业总产值二、我国近视治疗仪所属行业工业销售产值三、我国近视治疗仪所属行业产销率第三节 2015-2019年中国近视治疗仪所属行业财务指标总体分析一、我国近视治疗仪所属行业盈利能力分析二、我国近视治疗仪所属行业偿债能力分析三、我国近视治疗仪所属行业营运能力分析四、我国近视治疗仪所属行业发展能力分析第四节 我国近视治疗仪所属行业价格走势分析一、近视治疗仪成本构成分析三、2015-2019年近视治疗仪价格分析四、2022-2028年近视治疗仪价格走势预测 第三部分 市场全景调研第六章 近视治疗仪行业产业结构分析第一节 近视治疗仪产业结构分析一、市场细分充分程度分析二、各细分市场领先企业排名三、各细分市场占总市场的结构比例四、领先企业的结构分析（所有制结构）第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析一、产业价值链的构成二、产业链条的竞争优势与劣势分析第三节 产业结构发展预测一、产业结构调整指导政策分析二、产业结构调整中消费者需求的引导因素三、中国近视治疗仪行业参与国际竞争的战略市场定位四、产业结构调整方向分析第七章 近视治疗仪行业上下游行业分析第一节 近视治疗仪行业上游行业分析一、主要原材料介绍二、重点上游行业发展现状三、重点上游行业发展趋势预测四、行业新动态及其对近视治疗仪行业的影响五、行业竞争状况及其对近视治疗仪行业的意义第二节 近视治疗仪行业下游行业分析一、主要应用领域分析二、主要下游行业发展现状三、主要下游行业发展趋势预测四、主要下游行业市场现状分析五、行业新动态及其对近视治疗仪行业的影响六、行业竞争状况及其对近视治疗仪行业的意义 第四部分 行业竞争格局第八章 2015-2019年近视治疗仪所属行业区域市场分析第一节 2015-2019年中国近视治疗仪区域市场分析一、2015-2019年所属行业区域发展现状分析二、2015-2019年区域市场格局情况分析第二节 2015-2019年华东地区近视治疗仪市场分析一、2015-2019年所属行业发展现状分析二、2015-2019年市场需求情况分析第三节 2015-2019年华北地区近视治疗仪市场分析一、2015-2019年所属行业发展现状分析二、2015-2019年市场需求情况分析第四节 2015-2019年

中地区近视治疗仪市场分析一、2015-2019年所属行业发展现状分析二、2015-2019年市场需求情况分析第五节 2015-2019华南地区近视治疗仪市场分析一、2015-2019年所属行业发展现状分析二、2015-2019年市场需求情况分析第六节 2015-2019东北地区近视治疗仪市场分析一、2015-2019年所属行业发展现状分析二、2015-2019年市场需求情况分析第七节 2015-2019西南地区近视治疗仪市场分析一、2015-2019年所属行业发展现状分析二、2015-2019年市场需求情况分析第八节 2015-2019西北地区近视治疗仪市场分析一、2015-2019年所属行业发展现状分析二、2015-2019年市场需求情况分析第九章 近视治疗仪行业竞争格局分析第一节 近视治疗仪行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力第二节 近视治疗仪行业集中度分析一、市场集中度分析二、企业集中度分析三、区域集中度分析第三节 中国近视治疗仪行业竞争格局综述一、近视治疗仪行业集中度二、近视治疗仪行业竞争程度三、近视治疗仪企业与品牌数量第四节 中国近视治疗仪行业国际竞争力比较一、生产要素二、需求条件三、相关和支持性产业四、企业战略、结构与竞争状态第五节 近视治疗仪企业竞争策略分析一、提高企业核心竞争力的对策二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径三、提高企业竞争力的策略第十章 近视治疗仪行业领先企业经营形势分析第一节 西安华亚电子有限责任公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第二节 深圳市明目医疗科技有限公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第三节 广州市视加医疗仪器设备有限公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第四节 青岛市蓝天视力保健有限责任公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第五节 深圳市欣欣视觉医疗技术有限公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第六节 深圳市赛亿科技开发有限公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第七节 广州市视正医疗器械有限公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第八节 苏州六六视觉科技股份有限公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第九节 龙口金达药械科技有限公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第十节 北京明仁视康科技有限公司一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态第五部分 发展战略研究第十一章 2022-2028年近视治疗仪行业面临的困境及对策第一节 2019年近视治疗仪行业面临的困境第二节 近视治疗仪企业面临的困境及对策一、重点近视治疗仪企业面临的困境及对策二、中小近视治疗仪企业发展困境及策略分析三、国内近视治疗仪企业的出路分析第三节 中国近视治疗仪行业存在的问题及对策一、中

国近视治疗仪行业存在的问题二、近视治疗仪行业发展的建议对策1、把握国家投资的契机2、竞争性战略联盟的实施3、企业自身应对策略三、市场的重点客户战略实施1、实施重点客户战略的必要性2、合理确立重点客户3、重点客户战略管理4、重点客户管理功能

第四节 中国近视治疗仪市场发展面临的挑战与对策

第十二章 2022-2028年近视治疗仪行业发展战略研究

第一节 近视治疗仪行业发展战略研究一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、产业战略规划五、营销品牌战略

第二节 对我国近视治疗仪品牌的战略思考一、企业品牌的重要性二、实施品牌战略的意义三、企业品牌的现状分析

第三节 近视治疗仪企业经营管理策略一、成本控制策略二、定价策略三、竞争策略四、并购重组策略五、营销策略

第四节 近视治疗仪行业投资战略研究一、2022-2028年近视治疗仪行业投资战略二、2022-2028年近视治疗仪行业投资战略三、2022-2028年近视治疗仪行业投资战略四、2022-2028年细分行业投资战略

第六部分 投资前景预测

第十三章 2022-2028年近视治疗仪行业发展趋势预测分析

第一节 我国近视治疗仪行业前景与机遇分析一、我国近视治疗仪行业发展前景二、我国近视治疗仪行业发展机遇分析三、2022-2028年近视治疗仪行业的发展机遇分析

第二节 2022-2028年中国近视治疗仪市场趋势分析一、2019年近视治疗仪行业市场趋势总结二、2022-2028年近视治疗仪行业发展趋势分析三、2022-2028年近视治疗仪市场发展空间四、2022-2028年近视治疗仪产业政策趋向五、2022-2028年近视治疗仪行业技术革新趋势

第三节 未来近视治疗仪市场规模预测一、2022-2028年近视治疗仪行业消费需求预测二、2022-2028年近视治疗仪市场供给规模预测三、2022-2028年近视治疗仪所属行业销售收入预测四、2022-2028年近视治疗仪行业主要产品进出口预测

第十四章 2022-2028年近视治疗仪行业投资机会与风险防范

第一节 影响近视治疗仪行业发展的主要因素一、有利因素分析三、不利因素分析

第二节 近视治疗仪行业投资机会分析一、近视治疗仪行业投资项目分析二、可以投资的近视治疗仪模式三、2019年近视治疗仪行业投资机会

第三节 2022-2028年近视治疗仪行业发展预测分析一、未来近视治疗仪行业发展分析二、未来近视治疗仪行业技术开发方向三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第四节 行业投资收益率比较及分析一、2019年相关产业投资收益率比较二、2022-2028年行业投资收益率分析

第五节 近视治疗仪行业投资风险及控制策略分析一、2022-2028年近视治疗仪行业市场风险及控制策略二、2022-2028年近视治疗仪行业政策风险及控制策略三、2022-2028年近视治疗仪行业经营风险及控制策略四、2022-2028年近视治疗仪行业技术风险及控制策略五、2022-2028年近视治疗仪行业同业竞争风险及控制策略

第六节 中国近视治疗仪行业投资建议一、近视治疗仪行业未来发展方向二、近视治疗仪行业主要投资建议三、中国近视治疗仪企业融资分析1、中国近视治疗仪企业IPO融资分析2、中国近视治疗仪企业再融资分析

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 近视治疗仪行业研究结论及建议

第二节 近视治疗仪子行业研究结论及建议(一)

第三节 近视治疗仪行业投资建议一、行业发展策略建议二、行业

投资方向建议三、行业投资方式建议() 部分图表目录：图表：近视治疗仪行业生命周期图表
：近视治疗仪行业产业链结构图表：2015-2019年全球近视治疗仪所属行业市场规模图表
：2015-2019年中国近视治疗仪所属行业市场规模图表：2015-2019年近视治疗仪所属行业重要
数据指标比较图表：2015-2019年中国近视治疗仪市场占全球份额比较图表：2015-2019年近视
治疗仪所属行业工业总产值图表：2015-2019年近视治疗仪所属行业销售收入图表：2015-2019
年近视治疗仪所属行业利润总额更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/261437.html>