

2014-2019年中国太阳镜市场 监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国太阳镜市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaqinggong1404/278029G8XP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国太阳镜市场监测及投资前景研究报告》共十四章，报告对我国太阳镜的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

前言

据中国、美国、澳大利亚合作开展的防治儿童近视研究项目前期调查显示，全国近视眼人数已近4亿，我国人口近视发生率为33%，已经达到世界平均水平22%的1.5倍。而近视高发群体——青少年近视发病率则高达50%至60%，我国青少年近视发病率不断攀升，发病人数居全球首位。此外，我国老年人口达到1.94亿，老花眼、斜视都是困扰老人身体健康的重要因素之一。由此可见，我国对视力矫正行业的需求很大。

此外，眼镜消费的时尚动向随着我国经济水平和人们消费意识的提高，眼镜已经不仅仅是解决视力问题了，人们更关注眼镜的设计美感，而镜架的款式也趋向多元化，广受潮人喜欢，客观带动了对眼镜行业的需求。而且随着旅游业的飞速发展，防沙镜，太阳镜等诸多品种市场需求被激发，间接促进了眼镜行业的前进。

2012年我国太阳镜产业零售市场销售规模达到182亿元，2012年我国太阳镜进口约1.58亿美元，出口11.28亿美元。近几年我国太阳镜产业零售市场销售规模情况如下图所示：

数据来源：中国眼镜协会

目录

第一章 太阳镜相关概述 1

第一节 太阳镜特点及功用 1

第二节 太阳镜结构 3

一、染色镜片 3

二、偏光 5

三、镜面反射 6

四、防刮伤保护层 7

五、抗反射涂层 7

六、防紫外线涂层 7

第三节 太阳镜镜片 8

一、抗反光防护镜片 8

二、彩色镜片 8

三、涂色镜片 8

四、偏光镜片 9

五、变色镜片 9

第四节 技术指标 9

一、顶焦度偏差 9

二、棱镜度 9

三、光透射比（ τ_v ） 10

四、平均透射比 10

五、色极限 11

六、交通讯号透射比 11

七、标志 12

八、抗冲击性 12

第二章 2013-2014年世界太阳镜行业整体运营状况分析 13

第一节 2013-2014年世界眼镜行业运行环境分析 13

第二节 2013-2014年世界太阳镜行业市场发展格局 22

一、世界太阳镜特色分析 22

二、世界主要太阳镜品牌市场分析 23

三、世界太阳镜市场动态分析 23

四、印尼眼镜投资潜力巨大 26

第三节 2013-2014年世界主要国家太阳镜市场运行分析 27

一、意大利眼镜行业发展迅速 27

意大利是高档眼镜生产和出口的第一大国，眼镜出口占世界眼镜出口总量的25%以上。

其眼镜行业既代表全球流行款式的潮流，也掌握着最先进的设计和制造工艺；既生产诸多

的眼镜知名品牌，也拥有世界排名前列的眼镜生产商。由于眼镜业相当发达，带动了意大利米兰国际眼镜展的不断发展壮大，使之成为全球规模最大、影响力最大的眼镜专业展会。

2009年，受经济危机的严重影响，产销、出口均称两位数下滑，经营一度陷入低谷。

2010年以来在全球经济复苏的背景下，随着出口市场的活跃，该行业出现了明显的复苏迹象，各项经济指标快速回升。

据意大利全国光学仪器制造商协会（ANFAO）数据显示，意大利眼镜行业逐步从2009年的低谷恢复至金融危机前水平，2012年意大利眼镜制造业实现产值28.23亿欧元，同比增长7%。

资料来源：ANFAO

二、美国太阳镜消费市场分析 28

三、法国时尚眼镜蔚然成风 29

第四节 2014-2019年世界太阳镜行业发展趋势分析 30

第三章 2013-2014年中国太阳镜行业市场发展环境解析 31

第一节 2012年中国宏观经济环境分析 31

一、GDP历史变动轨迹分析 31

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 38

三、2013年中国经济发展预测分析 41

第二节 2013-2014年中国太阳镜市场政策环境分析 42

一、眼镜产品生产许可证实施细则 42

二、眼镜架国际标准的基本要求及试验方法介绍 42

三、太阳镜税收收入政策 46

第三节 2013-2014年中国太阳镜市场社会环境分析 46

第四章 2013-2014年中国太阳镜行业运行态势剖析 50

第一节 2013-2014年中国太阳镜产业动态分析 50

一、罗西尼进军眼镜市场 50

二、第二轮眼镜产品生产许可证申领 51

三、厦门获授“中国太阳镜生产基地” 52

第二节 2013-2014年中国太阳镜产业现状综述 53

一、中国已成为全球眼镜生产和消费大国 53

二、中国太阳镜产业规模 54

2012年我国太阳镜产业零售市场销售规模达到182亿元，2012年我国太阳镜进口约1.58亿美元，出口11.28亿美元。近几年我国太阳镜产业零售市场销售规模情况如下图所示：

数据来源：中国眼镜协会

三、眼镜企业面临发展软肋 54

第三节 2013-2014年中国眼镜行业的成本利润分析 55

二、眼镜行业成本分析 56

三、眼镜行业的暴利源于高销售成本 57

四、眼镜行业利润分析 59

第四节 中国眼镜产业热点问题探讨 60

第五章 2011-2013年中国太阳镜制造行业数据监测分析 62

第一节 2011-2013年中国太阳镜制造行业总体数据分析 62

一、2010年中国太阳镜制造行业全部企业数据分析 62

二、2011年中国太阳镜制造行业全部企业数据分析 64

三、2012年中国太阳镜制造行业全部企业数据分析 65

第二节 2011-2013年中国太阳镜制造行业不同规模企业数据分析 67

一、2010年中国太阳镜制造行业不同规模企业数据分析 67

二、2011年中国太阳镜制造行业不同规模企业数据分析 68

三、2012年中国太阳镜制造行业不同规模企业数据分析 68

第三节 2011-2013年中国太阳镜制造行业不同所有制企业数据分析 68

一、2010年中国太阳镜制造行业不同所有制企业数据分析 68

二、2011年中国太阳镜制造行业不同所有制企业数据分析 69

三、2012年中国太阳镜制造行业不同所有制企业数据分析 69

第六章 2011-2013年中国太阳镜产量数据统计分析 71

第一节 2011-2013年中国太阳镜产量数据分析 71

一、2011-2013年太阳镜产量数据分析 71

二、2011-2013年太阳镜重点省市数据分析 71

第二节 2012年中国太阳镜产量数据分析 72

一、2012年全国太阳镜产量数据分析 72

二、2012年太阳镜重点省市数据分析 72

第三节 2012年中国太阳镜产量增长性分析 72

一、产量增长 72

2011-2013年中国太阳镜产量增长性			年份	产量（亿副）		同比增长
2010年	2.22	13.12%	2011年	2.58		16.22%
2012年	3.12	20.93%				

数据来源：国家统计局

二、集中度变化 73

2011-2013年中国太阳镜产量分省集中度情况				省市	2010年	2011年
2012年	福建	20.11%	20.62%	20.46%		浙江
48.83%	48.35%	47.99%	江西	3.69%	3.87%	4.23%
	广东	26.53%	26.29%	26.40%	其他	0.84%
0.87%	0.93%	合计：	100%	100%	100%	

数据来源：国家统计局

第七章 2013-2014年中国太阳镜业市场运行运营格局分析 74

第一节 2013-2014年中国太阳镜市场动态分析 74

一、上海太阳镜产品抽样调查合格率分析 74

二、逐鹿“镜界”可得网独占鳌头 77

三、太阳镜消费待解价格迷局 78

四、网上购买眼镜已渐成流行趋势 80

第二节 2013-2014年中国太阳镜市场消费分析 81

一、中国太阳镜消费结构已发生变化 81

二、昆明迎来太阳镜销售旺季 82

三、时尚太阳镜俏销苏州 83

第三节 2013-2014年中国太阳镜产业区域价格差现象分析 83

第八章 2013-2014年中国太阳镜零售市场深度剖析 87

第一节 2013-2014年中国太阳镜零售业运行总况 87

- 一、中国太阳眼镜零售业正面临洗牌 87
- 二、互联网上太阳眼镜零售业的特点分析 87
- 三、太阳眼镜零售业企业的十大促销误区 89
- 四、平价太阳镜店生存状况分析 90
- 五、太阳镜零售业从“服务”走向“体验” 98
- 第二节 2013-2014年中国各地区太阳镜零售业发展状况 100
 - 一、东莞太阳镜市场经营有待规范 100
 - 二、金融危机下杭城太阳镜商家转向经济型产品 101
 - 三、广州太阳镜店增长迅速 102
 - 四、温州太阳镜零售业发展格局分析 103
 - 五、温州平价太阳镜超市发展展望 105
- 第三节 2013-2014年中国太阳镜连锁发展形势分析 107
 - 一、太阳镜连锁的概念 107
 - 二、太阳镜连锁店的主要优势 107
 - 三、太阳镜连锁店成功的重要因素 108
- 第四节 2013-2014年中国太阳镜零售业发展策略探究 109
 - 一、金融危机下太阳镜零售业的零供合作策略 109
 - 二、太阳镜零售企业的发展战略剖析 113
 - 三、太阳镜零售业的竞争策略 116
 - 四、打造太阳镜零售行业的核心竞争力 119

第九章 2013-2014年中国太阳镜市场消费全面调研 122

第一节 消费者基本情况调查分析 122

- 一、年龄 122
- 二、性别 122
- 三、职业分布 123

第二节 消费者购买太阳镜产品调查分析 123

- 一、镜框的色彩 123
- 二、镜框的规格 124
- 三、太阳镜的材料 125

第三节 消费者购买太阳镜的渠道调查分析 125

第四节 消费者购买太阳镜的品牌调查分析 126

第五节 消费者购买太阳镜的价位调查分析 127

第六节 影响消费者购买的因素分析 127

第十章 2013-2014年中国太阳镜重点产区运行状况透析 128

第一节 深圳 128

一、深圳眼镜产业发展迅速 128

二、深圳眼镜产业应两条腿走路 128

三、深圳欲将眼镜业作为重要经济增长点 129

第二节 东莞 129

一、做强是东莞眼镜行业对抗外来“入侵”的突破口 129

二、东莞眼镜市场有待规范 130

三、东莞过半眼镜店不达标 130

第三节 温州 130

一、温州眼镜没有巨人的原因分析 130

二、温州眼镜面临发展瓶颈 132

三、温州眼镜行业发展前景 133

第四节 厦门 134

一、厦门高档眼镜市场三国争雄 134

二、厦门瞄准“中国眼镜太阳镜生产基地”称号 134

三、眼镜直通车扩张震撼厦门眼镜业 135

四、厦门市整顿隐形眼镜市场秩序 135

第五节 江苏丹阳 136

一、江苏眼镜产业谋求可持续发展 136

二、丹阳眼镜产业现状 136

三、增产扩能凸显丹阳镜片五大隐患 137

四、丹阳眼镜产业发展目标及思路 139

第十一章 2013-2014年中国太阳镜市场竞争格局透析 140

第一节 2013-2014年中国太阳镜行业竞争现状 140

一、太阳镜前三大品牌竞争力透析 140

二、杭州菲狐再掀眼镜价格战 140

三、中国眼镜批发市场逐鹿群雄 141

第二节 2013-2014年中国太阳镜市场竞争态势分析 144

一、国外企业抢占我国高档眼镜市场 144

二、外资眼镜大鳄暗夺中国渠道 144

三、内外资争食搅热中国眼镜市场 146

四、眼镜巨头LUXOTTICA在华扩张 148

五、电子商务应用成为眼镜企业竞争的关键 148

第三节 2014-2019年中国太阳镜行业竞争趋势分析 149

第十二章 2013-2014年中国太阳镜优势企业竞争力分析 150

第一节 诚益光学（厦门）有限公司 150

一、企业概况 150

二、企业主要经济指标分析 151

三、企业盈利能力分析 151

四、企业偿债能力分析 152

五、企业运营能力分析 152

六、企业成长能力分析 152

第二节 厦门泰利眼镜工业有限公司 153

一、企业概况 153

二、企业主要经济指标分析 153

三、企业盈利能力分析 154

四、企业偿债能力分析 154

五、企业运营能力分析 155

六、企业成长能力分析 155

第三节 华茂光学工业（厦门）有限公司 156

一、企业概况 156

二、企业主要经济指标分析 156

三、企业盈利能力分析 157

四、企业偿债能力分析 157

五、企业运营能力分析 158

六、企业成长能力分析 158

第四节 浙江盈昌眼镜实业有限公司（浪特梦） 158

一、企业概况 158

二、企业主要经济指标分析 159

三、企业盈利能力分析 160

四、企业偿债能力分析 160

五、企业运营能力分析 161

六、企业成长能力分析 161

第五节 厦门亚东眼镜企业有限公司 161

一、企业概况 161

二、企业主要经济指标分析 162

三、企业盈利能力分析 163

四、企业偿债能力分析 163

五、企业运营能力分析 163

六、企业成长能力分析 164

第六节 厦门虹泰光学有限公司 164

一、企业概况 164

二、企业主要经济指标分析 164

三、企业盈利能力分析 165

四、企业偿债能力分析 166

五、企业运营能力分析 166

六、企业成长能力分析 166

第七节 温州展泰眼镜有限公司 167

一、企业概况 167

二、企业主要经济指标分析 167

三、企业盈利能力分析 168

四、企业偿债能力分析 168

五、企业运营能力分析 169

六、企业成长能力分析 169

第八节 厦门富明光学工业有限公司 169

一、企业概况 169

二、企业主要经济指标分析 170

三、企业盈利能力分析 171

四、企业偿债能力分析 171

五、企业运营能力分析 171

六、企业成长能力分析 172

第九节 来明工业（厦门）有限公司（靓点SHOWPOINT） 172

一、企业概况 172

二、企业主要经济指标分析 172

三、企业盈利能力分析 173

四、企业偿债能力分析 173

五、企业运营能力分析 174

六、企业成长能力分析 174

第十节 厦门全圣实业有限公司（保圣） 174

一、企业概况 174

二、企业主要经济指标分析 175

三、企业盈利能力分析 176

四、企业偿债能力分析 176

五、企业运营能力分析 177

六、企业成长能力分析 177

第十三章 2014-2019年中国太阳镜行业前景展望与趋势预测分析 178

第一节 2014-2019年中国太阳镜行业发展前景分析 178

一、眼镜制造业前景展析 178

二、太阳镜市场前景分析 178

三、太阳镜出口哈国市场前景看好 179

第二节 2014-2019年中国太阳镜行业发展趋势分析 179

一、眼镜行业未来发展趋势 179

二、太阳镜的流行新趋势分析 182

三、有色近视太阳镜发展趋势 183

第三节 2014-2019年中国太阳镜行业市场预测分析 184

一、眼镜成镜产量预测分析 184

二、太阳镜市场消费情况预测分析 185

三、太阳镜及其镜片进出口贸易预测分析 185

第四节 2014-2019年中国太阳镜市场盈利预测分析 186

第十四章 2014-2019年中国太阳镜行业投资战略研究 188

第一节 2013-2014年中国太阳镜行业投资概况 188

一、中国太阳镜投资环境分析 188

2012年中国太阳镜十大品牌

雷朋Ray-ban (始创于1930年美国,美国文化的象征,太阳镜十大品牌,专业的太阳眼镜企业,美国博士伦公司旗下品牌) 保圣Prosun (太阳镜十大品牌,中国南北极考察队独家专用产品,专业的太阳眼镜制造商,厦门全圣实业有限公司)

海豚PORPOIS (中国驰名商标,浙江省著名商标,浙江名牌产品,中国眼镜行业中的龙头企业之一,浙江信泰集团有限公司) 鹰视 (源自美国宇航局喷气推进器实验室,美国专利和世界范畴的国际专利,太阳镜十大品牌,世界品牌,美国宇航局)

暴龙 (太阳镜十大品牌,专业致力于生产设计眼镜太阳眼镜的企业,大型的眼镜架制造企业,厦门雅瑞光学有限公司) 派丽蒙PARIM (福建省名牌产品,太阳镜十大品牌,专业致力于生产设计眼镜太阳眼镜的企业,派丽蒙光学(厦门)有限公司)

奥克利Oakley (创于1975年,太阳镜十大品牌,国际知名品牌,专业致力于生产设计眼镜太阳眼镜的企业,美国奥克利公司)

古琦欧·古琦Gucci (于1923年意大利,意大利最大的时装集团之一,十大太阳镜品牌,世界著名品牌,意大利Gucci公司) 迪奥Dior (始于1946年法国,代表高贵典雅生活风格精华的品牌,世界知名品牌,路威酩轩香水化妆品(上海)有限公司)

宝姿PORTS (始于1961年加拿大,时尚服装品牌,国际知名品牌,太阳镜十大品牌,大型跨国集团,宝姿时装有限公司) 资料来源:博思数据研究中心整理

2012年我国太阳镜进口1.58亿美元,出口11.28亿美元。我国太阳镜行业出口逐渐扩大,取得了骄人的成绩。但目前我国太阳镜行业还存在一些问题,主要由于国产品牌的知名度以及国际竞争力的欠缺。

本土眼镜制造企业需要意识到品牌建设和科技元素在产品中的重要性,积极进行产品的核心技术研发和品牌培育。提高国际竞争力,努力实现国内市场以及国外市场占有率的双重突破。

目前我国太阳镜市场主要存在3方面的问题。

一是虚假宣传太阳镜功能的行为时有发生。太阳镜是否具有防紫外线的功能,消费者无法直接辨别,一些经营者趁机进行虚假宣传,称所售太阳镜具有紫外线防护功能。而有关的商品质量检测结果表明,在标称具有防紫外线功能的太阳镜中,相当一部分实际上并不具有该功能,即使在具有该功能的商品中,也普遍存在防紫外线率不足50%的问题。

二是假冒伪劣商品普遍存在。一些经营者采用假冒、仿冒或者“傍名牌”的手段

，生产、销售假劣名牌太阳镜。一些生产商或者零售商不规范使用商品质量标志，甚至以次充好，对消费者造成误导。

三是太阳镜价格标注混乱。据了解，目前国家对于太阳镜的销售价格等级未作出明确规定，也没有明确的价格上限规定。一些经营者趁机抬高价格，将进价很便宜的太阳镜标上较高的零售价格，侵害了消费者的合法权益。

分析太阳镜市场现状，上述问题的出现与经营者进货验收把关不严、忽视商品质量、自律意识不强等有直接关系。在进货环节，不少经营者只关心太阳镜的款式、价格以及是否能够获取最大利润，却未仔细检查太阳镜的质量，进货验收制度流于形式。一旦出现质量问题，零售商与批发商、生产商相互推诿，消费者的合法权益难以保障。

建议：

基层工商机关应加强行政指导，引导辖区经营者共同成立眼镜行业协会，大力推广太阳镜零售商进货验收制度、守法经营保证金制度等，全面加强行业自律。工商机关和消费者权益保护组织应加强宣传引导，提倡合理消费，通过开展咨询服务活动，让消费者掌握更多的太阳镜商品选购知识，做到正确、科学、合理地选购太阳镜。

在日常监管中，基层工商机关应注意与有关部门加强联系和沟通，加强部门协作，形成监管合力，严肃查处虚假宣传、以次充好、价格欺诈等违法行为。要努力畅通消费维权渠道，充分发挥“一会两站”的作用，及时受理和处理消费者申诉举报，努力营造放心消费环境。

二、眼镜行业的融资现状分析 190

第二节 2014-2019年中国太阳镜行业投资机会分析 190

一、眼镜业投资新热点分析 190

二、太阳镜投资潜力分析 191

三、与产业链相关的投资机会分析 192

第三节 2014-2019年中国太阳镜行业投资风险预警 192

一、宏观调控政策风险 192

二、市场竞争风险 193

三、进退入风险 193

四、市场运营机制风险 194

第四节 博思数据投资建议 195

一、向管理要利润向执行要利润 195

二、卓越品牌是企业核心竞争力 195

三、资源整合，抱团发展 195

四、创新是突破微利困局最有效的办法 196

本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、博思数据网、国内外相关刊物的基础信息以及太阳镜专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界后金融危机整体发展局势，对我国太阳镜行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对太阳镜行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaqinggong1404/278029G8XP.html>