iResearch
艾 瑞 咨 询

2024年
中国眼镜片行业白皮书

部门：消费二部　　署名：研究二组

©2024 iResearch Inc.

摘要

整体概览

- 2023年眼镜市场持续稳定扩张，全国眼镜产品零售市场规模**862亿元**，镜片市场零售额约**378亿元**，受益于功能镜片消费需求增长，未来眼镜镜片市场仍保持增长态势。

消费概况

- 离焦框架镜市场，消费者主要在连锁眼镜零售店和医院眼科验配，**偏好蔡司、依视路、明月、汇鼎等品牌**。
- 运动眼镜市场，消费者偏好中等价位产品，但愿意为高品质或品牌的运动眼镜支付溢价。
- 成人渐进镜市场，尚处于发展初期，消费者通过专业人士推荐了解，**愿意为高品质或功能产品支付溢价**。

典型品牌

- **蔡司重视产品研发和创新升级**，产品覆盖全年龄段，提供全生命周期视力矫正与保护。
- **依视路**持续技术研发突破，**拥有丰富的产品矩阵**，为用户提供全面的视力矫正和保护。
- **明月**深耕镜片行业，积极探索**适合国人的镜片产品矩阵**，布局镜片产品多元使用场景。
- **欧克利**专注**将科学与艺术融合到运动镜开发**，产品矩阵丰富，提供专业舒适用镜体验。

趋势展望

- **镜片定制化将成为行业重要发展方向**，能够提供更好的视力矫正效果和佩戴体验。
- 社会人口结构变化将推动**成人渐进眼镜、运动眼镜和离焦框架眼镜市场持续增长**。
- 体验性需求的萌发将**催生更多智能眼镜新产品**，带动镜片设计及生产进一步革新。

目 录

01 中国眼镜片行业发展概览

02 中国眼镜片细分市场洞察

03 中国眼镜片典型品牌介绍

04 中国眼镜片行业发展趋势

01 中国眼镜片行业发展概览

- 中国眼镜行业发展历程介绍
- 中国眼镜行业产业图谱概览
- 中国眼镜行业零售市场规模
- 中国眼镜片行业零售市场规模
- 中国眼镜片行业市场竞争格局
- 中国眼镜片行业的发展驱动力

中国眼镜行业发展历程介绍

中国眼镜行业的发展大致可归纳为初现萌芽期、逐步成长期、高速发展期、充分竞争期四个阶段

中国眼镜和镜片行业自20世纪初起步，经历了手工制作到机械化生产的转变。1978年改革开放后，行业迅速成长，市场扩大，技术与管理经验得到显著提升。进入21世纪，技术创新和产品多元化成为发展核心，树脂镜片和功能性镜片技术成熟，产品矩阵更加多元。2010年至今，行业以技术创新和产品多元化为驱动，迈向高端化和国际化，同时，环保材料的应用推动了可持续发展。

眼镜端

20世纪初-1978年 初现萌芽期

行业起步，初步发展

- 1920年代，眼镜行业**在中国起步，主要依赖手工制作**
- 1950年代，国家开始重视眼镜行业，逐步建立国营眼镜厂，但生产**技术落后，行业市场规模小、发展缓慢**

1978年-2000年 逐步成长期

开始发展，逐步扩张

- 1978年改革开放政策实施，眼镜行业复苏
- **引入国外技术和管理经验**，提高生产效率
- **民营眼镜企业开始涌现**，市场竞争逐渐加剧
- 中国开始与WTO进行谈判，为眼镜行业国际化铺平道路

2000年-2010年 高速发展期

加速扩张，品牌塑造

- **市场规模迅速扩大**，眼镜消费需求增长
- **国内眼镜品牌开始崛起**，眼镜企业注重品牌建设和市场扩张
- 眼镜行业开始**转向专业化、规模化**方向发展

2010年-至今 充分竞争期

产品多元，渠道多元

- 出现儿童、少年、成人、老年人更丰富且精细的产品矩阵，**产品更加多元**
- 电子商务和移动互联网的兴起，**出现线下+线上零售模式**
- 技术和材料创新，**行业向高端化发展**

镜片端

玻璃片为主，手工生产

- 20世纪初至1970年代，**以玻璃镜片为主要材质**，设计主要基于简单的光学原理（如单光镜片），达到视力矫正目的
- 1920年代，镜片技术开始引入中国，**主要以来手工制作，技术落后**

树脂片初现，机器生产

- 1970年代，以轻巧、不易碎特点著称的**树脂镜片开始引入中国市场**
- 1980年代，镜片生产技术**开始引入国外设备**，提高生产效率和质量
- 1990年代，民营镜片企业开始**尝试生产特殊功能（如防紫外线）镜片**，但技术尚不成熟

树脂片主导，设计多元

- **树脂镜片技术成熟并主导市场。**2000年代初，出现防蓝光等功能性镜片和渐进多焦点镜片
- 2005年，随着体育赛事增多，**运动眼镜镜片开始受到关注**且需求得到增长
- 2008年随着奥运会的举办，**运动眼镜镜片和渐进镜片得到进一步推广**

技术创新，产品更多元

- 玻璃镜片市场占比下降，**树脂镜片继续主导市场，高折射率、抗冲击、防刮擦、洁清膜层等技术创新出来**，环保材料和节能生产技术出现
- 2012年，**离焦框架镜技术得到发展**
- 2015年，**智能眼镜兴起**，AR/VR镜片

来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼镜行业产业图谱一览

iResearch 艾瑞咨询

上游 / 中游 / 下游

上游

镜片原材料

玻璃：FPT 星星科技、Mdk 美迪凯、SCHOTT glass made of ideas

PC：covestro、MITSUBISHI、WANHUA、TEIJIN

树脂：KOC SOLUTION、三井化学集团、明月镜片、视科新材 SHIKEXINCAI

镜架原材料

金属 塑料 碳纤维等：idemitsu、SABIC、JIMEI PLASTIC、EMS EMS-GRIVORY、Wonderful Spectacles、boway 博威合金

设备供应商

satisloh、Leybold、nevac、ZEISS Seeing beyond、essilor 依视路、TOPCON

中游

镜片生产

离焦框架镜镜片：essilor 依视路（包含 WANXIN 万新眼镜片）、ZEISS Seeing beyond、Nikon、新天鸿光学 NEW TIANHONG OPTICAL、明月镜片、汇鼎镜片、KODAK Lens、HONGCHEN 鸿晨集团、HOYA

运动眼镜镜片：RUDY PROJECT、OAKLEY、adidas、Julbo The world needs your vision、uvex、SPY、NIKE、UNDER ARMOUR、WILEY X

成人渐进镜镜片：essilor 依视路（包含 WANXIN 万新眼镜片）、ZEISS Seeing beyond、HOYA、Nikon、明月镜片、汇鼎镜片、康耐特、凯米 CHEMILENS、HONGCHEN 鸿晨集团

其他镜片：Bausch&Lomb 博士伦、Alcon 爱尔康、OVCTEK 欧普康视、海昌 HYDRON、iBright 普诺瞳、BRIGHTEN VISION、PROCORNEA、Menicon 目立康、Euclid、Lucid Korea 露晰得

镜架生产

SEIKO、GUCCI、Safilo GROUP、MOLSION、SEROVA、PRSR、Ray-Ban GENUINE SINCE 1937、京东京造、侘寂 chajii、HALF CIRCLE POINT 半圆点、TOMATO GLASSES、THOMAS & FRIENDS、HAN、DIOR、BOLON、Jeep EYEWEAR、PARIM、QINA 亓那、Helen Keller、FANS·U ARROW FEATHER、RUYI wishful、SUOFEIA

下游

零售

眼镜零售商：宝岛眼镜、GBV 大光明眼镜、Best 宝视达、QIANYE 千叶眼镜、大明眼镜 DAMING OPTICAL、JINGGONG 精功眼镜、吴良材眼镜、JINS、LOHO STYLE UP、博士眼镜 DOCTORGLASSES、毛源昌眼镜、LENSCRAFTERS

眼科医院/门诊：EYE 爱尔眼科、新视界眼科、何氏眼科 He Eye Specialist Hospital、普瑞眼科 BRIGHT EYE HOSPITAL、华厦眼科 HUAXIA EYE、OVCTEK 欧普康视

综合医院配镜中心/视光中心：天津医科大学眼科医院 眼视光学院 眼科研究所、中山大学中山眼科中心、温州医科大学附属眼视光医院 浙江省眼科医院 Eye Hospital, WMU Zhejiang Eye Hospital、北京同仁医院 BEIJING TONGREN HOSPITAL、天津市眼科医院 TIANJIN EYE HOSPITAL、视光中心 OPTOMETRIC CENTER、同仁验光配镜 1906

线上零售渠道：天猫、淘、抖音、小红书、微信、支付宝、美团、京东

行业展会

SIOF、VISION EXPO、CIOF、IOFT INTERNATIONAL OPTICAL FAIR TOKYO、SILMO LE MONDIAL DE L'OPTIQUE、opti、MIDO、diops、warsaw opti expo

HKTDC Hong Kong International Optical Fair 香港國際眼鏡展

协会/机构

COOA 中国眼镜协会 China Optometric And Optical Association

SOOA 上海市眼镜行业协会 Shanghai Optometric & Optical Association

北京眼镜协会、CTEHS

GEHA 广东省眼健康协会 Guangdong Province Eye Health Association

来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

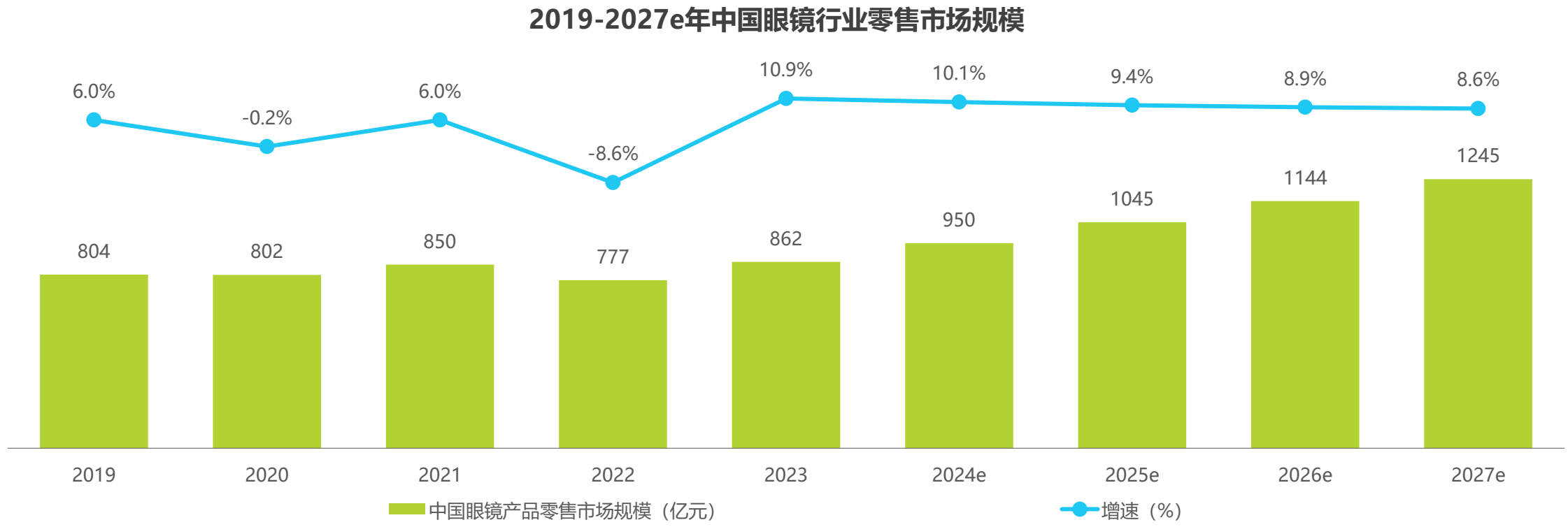
注释：以上仅为部分企业/品牌展示，排名不分先后。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼镜行业零售市场规模

2023年眼镜市场持续稳定扩张，市场规模总量达862亿元，市场前景良好

2023年中国眼镜零售市场呈现出稳定增长的趋势，眼镜行业市场规模约862亿元，基本反弹恢复至2021年的水平。未来，随着消费者对视力健康重视程度的提高与消费升级，眼镜作为消费者时尚配饰单品，预计到2027年中国眼镜产品市场零售额将达到1245亿元，2023年至2027年的年均复合增长率预估约为9.6%，尤其在离焦眼镜、运动眼镜、成人渐进眼镜市场将表现出较好的增长态势。



来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

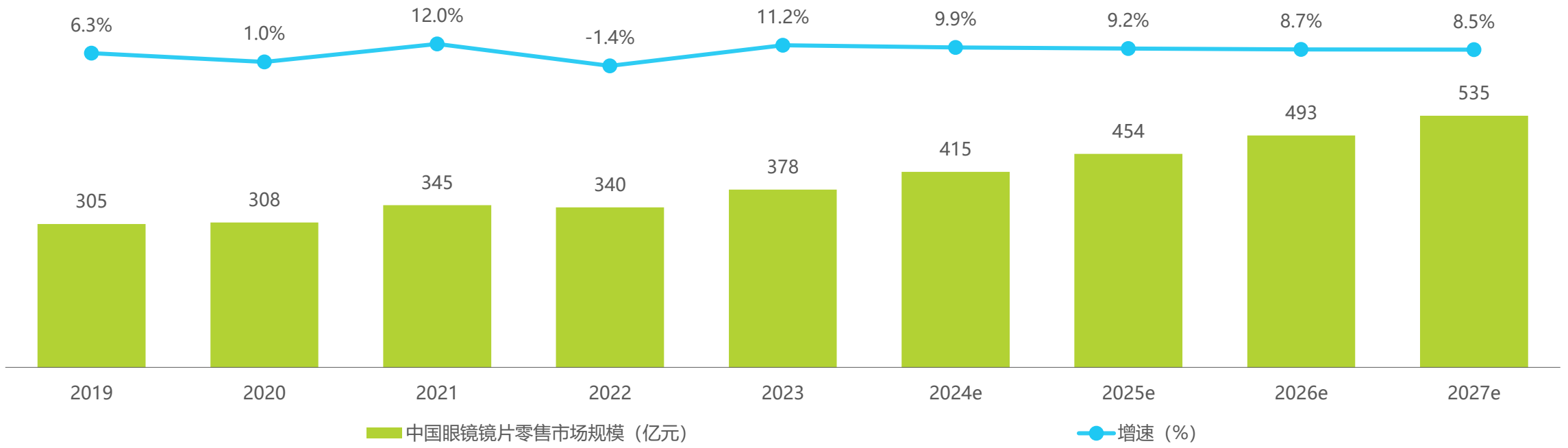
©2024.12 iResearch Inc.

中国眼镜片行业零售市场规模

镜片行业市场规模随着功能镜片市场需求增长而增长，2023年镜片行业市场零售额约378亿元

国人消费力的提升和消费需求向多元化升级推动了镜片行业稳定增长。2019年-2023年镜片行业平均年均复合增长率约5.5%，零售额从305亿元增长到378亿元。尽管2022年增速略有下降，但镜片作为视力矫正的主要产品元素构成，于2023年快速反弹并恢复至378亿元的零售规模。未来，随着功能眼镜需求旺盛增长，镜片行业预计到2027年将会达到535亿元的市场规模，2023年至2027年的年均复合增长率约为9.1%。

2019-2027e年中国眼镜片行业零售市场规模



来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼镜片行业发展驱动-政策支持加深（1）

国字号文件的持续发布及两会提案，促进国人眼健康市场释放活力，助力与眼镜行业高质量发展

随着十三五、十四五眼健康规划的发布以及2024年全国两会期间关于眼健康的建议和提案，国家对国人眼健康重视度显著提升，为与国人眼健康相关的市场注入活力，这将带动整个眼健康产业链全面升级。眼镜作为眼健康行业重要的组成部分，在国家眼健康规划和政策的支持下，市场规模将持续增长、行业结构不断优化、持续创新与发展，将进入高质量的发展状态。

2016年

“十三五”

国家卫健委《“十三五”全国眼健康规划（2016-2020）》提出，**坚持预防为主，防治结合，**将人人享有基本眼科医疗服务、逐步消除可避免盲和视觉损伤、提高人民群众眼健康水平作为开展眼病防治工作的出发点和落脚点。

市场教育 | **眼病治疗** | **服务体系** | **队伍建设** | **…**

- 深入开展眼健康宣传教育与工作，提高特定眼病防治和低视力康复知识的知晓度；
- 以分级诊疗制度为基础，探索建立糖尿病视网膜病变早期筛查、诊断、转诊与治疗的有效模式。落实国家基本公共卫生服务中老年人、0-6岁儿童视力检查工作；
- 完善眼病防治服务体系，构建适合我国国情、较为完善的眼科医疗服务网络；
- 加强人员队伍建设，推动可持续发展。

2022年

“十四五”

中国《“十四五”全国眼健康规划（2016-2020）》提出，以人民健康为中心，以推动高质量发展为主题，以满足人民群众多层次多样化的眼健康需求为出发点和落脚点，**构建优质高效的眼健康服务体系，提供覆盖全生命期的眼健康服务。**

医疗体系 | **重点人群** | **支撑平台** | **…**

- 推动眼科医疗服务体系高质量发展：加强眼科医疗服务体系、医疗服务能力和专业人才队伍建设以及眼科医疗质量管理；
- 加强重点人群重点眼病防治：提升近视防控和矫治、白内障复明水平，提高眼底病、青光眼等眼病的早诊早治和角膜盲救治能力，提升其他眼病的防治水平；
- 搭建眼健康服务支撑平台：强化0-6岁儿童眼健康服务、低视力诊疗康复、眼健康信息化、眼健康科普宣传和科研平台建设。

2024年

“全国两会”

2024年全国“两会”期间，**“小眼镜”问题、全民眼健康问题**，再次成为委员们热议的话题之一。包括关注**青少年近视防控提案、聚焦“老年人”与“视力”问题**两个方面。

儿童青少年 | **中老年人群** | **…**

- 针对儿童青少年，人大代表建议或提案：
  - 李世杰呼吁，筑牢儿童青少年视力健康“防护墙”；
  - 范先群建议强化防控手段，聚焦防控政策措施的落实；
  - 孙丰源建议，全面做好青少年近视防控 提高眼健康水平；
  - 韩宝生建议，规范青少年近视防控市场；
  - 倪闽景建议，青少年近视率应做为“双减”第一成效指标。
- 针对老年人群，人大代表建议或提案：
  - 李丰建议，聚焦“老年人”与“视力”问题，突破“九针”的报销限制，为提高老年人生活质量助力。

来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

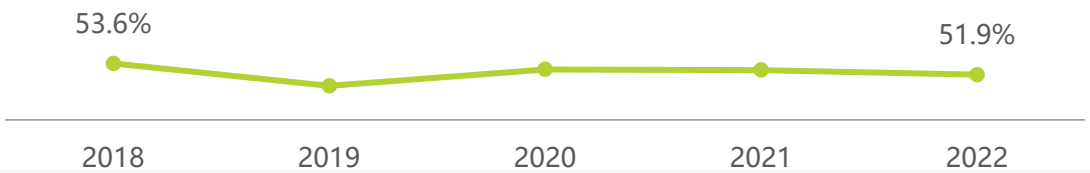
中国眼镜片行业发展驱动-社会消费升级（1）

一方面，国人眼健康问题日益凸显和轻量化运动健康新风尚方式的加深，激发了眼镜行业市场发展潜力

眼健康是全民健康的重要组成部分，涉及全年龄段人群的全生命周期。近视是儿童青少年眼健康主要问题、干眼症和视疲劳是青年人群眼健康主要问题，视力下降、老花眼和白内障等是中老年人群眼健康重要问题。随着不同眼健康问题在不同年龄段人群中的凸显，国人眼健康关注度也日益凸显。与此同时，随着“轻量化运动”成为国人健康新风尚，以儿童青少年近视离焦眼镜、中老年成人渐进眼镜以及运动眼镜为代表的眼镜行业将迎来无限发展的潜力，给眼镜行业带来巨大发展空间。

中国居民眼健康现状

儿童青少年眼健康：近视率



青年人群眼健康：

干眼症：

- 《中国干眼专家共识（2020年）》显示，亚洲干眼发病率居全球前列，其中中国发病率约为21-30%。
- 《现代都市人生活方式与健康》显示，21-40岁人群干眼症用户占比超60%。

视疲劳：

- 《全生命周期眼健康管理》显示，71.3%的干眼症患者会出现视疲劳的症状，而视疲劳患者中有51.4%的人符合干眼诊断标准。

中老年人群眼健康

视力下降：

- 公开资料显示，50岁之前中等度以上视力下降的发病率为0.97%，在50岁之后上升至5.73%，70岁之后更是明显增加为18.74%。

老花眼：

- 公开资料显示，38岁左右开始发病，42 - 44岁达发病高峰，52岁后发病率近100%。

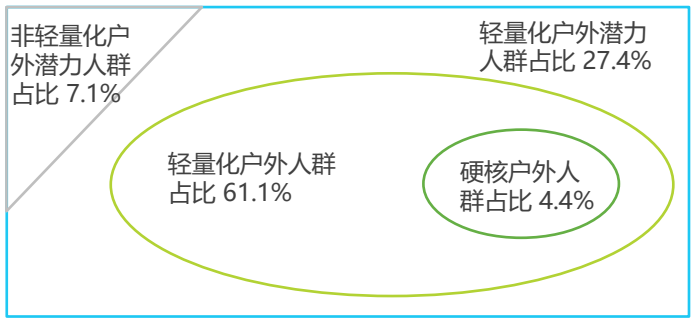
白内障：

- 公开资料显示，我国50-60岁老年人白内障发病率约35%，60-70岁老年人发病率约80%，80岁以上老年人白内障的发病率几乎达100%。

来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。儿童青少年指6-18岁，青年人群指18-40岁，中老年指40岁以上

中国居民健康新风尚——轻量化运动

户外运动市场规模



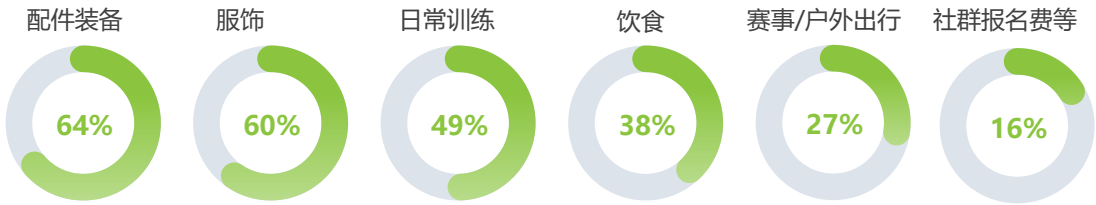


- 当前轻量化运动人群规模 **5亿**
- 轻量户外潜力人群总量 **2.3亿**



- 未来轻量化运动人群规模达 **7.3亿**

户外运动消费情况



来源：《轻量化户外行业白皮书》《2023中国健身行业数据报告》等公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

02 中国眼镜片细分市场洞察

- 消费者调研说明
- 细分市场样本说明
- 青少年 - 离焦框架眼镜市场洞察（规模格局 | 主要产品 | 消费洞察）
- 中青年 – 运动眼镜市场洞察（规模格局 | 主要产品 | 消费洞察）
- 中老年 – 成人渐进眼镜市场洞察（规模格局 | 主要产品 | 消费洞察）

离焦框架镜市场主要镜片产品介绍

离焦框架镜镜片各具特色，除了主流镜片技术与产品外，2024年离焦镜片市场产品愈加丰富

近年来，随着各大镜片及非镜片厂商纷纷加入近视防控镜片的生产队列中来，市场上的离焦镜片技术和产品更加多样，且各具特色，为近视防控提供了多种有效的解决方案。目前，多数主流品牌离焦镜片1到2年临床结果的等效球镜度减缓率主要集中在59%-67%之间，眼轴减缓率主要集中在 51%-60%之间，由此可见，离焦镜片在延缓近视加深上效果显著，其中周边离焦、多区正向光学离焦、多点近视离焦、同心环带微柱镜离焦及高非球为头镜星控制技术等为代表的产品效果明显且是主流。

离焦框架镜市场镜片产品与技术介绍

离焦镜片主流技术与产品介绍

周边离焦技术

周边离焦镜片采用周边视力控制技术，减少旁中心离焦，不但矫正敏锐的中心视力，而且也将周边视觉影像清晰地展现在周边视网膜前方，可延缓儿童眼轴变长，延缓近视发展的速度。

蔡司成长乐　依视路·万新-易百分　明月轻松控

多区正向光学离焦技术

多区正向光学离焦技术是通过在镜片上分布多个微透镜的设计，实现镜片上同时实现屈光矫正与近视离焦，达到延缓近视度数加深的效果。

豪雅新乐学

多点近视离焦技术

多点近视离焦技术是在镜片内部雕刻多个正度数微透镜，使周边区域成像形成膜前离焦，从而抑制眼轴增长，达到延缓近视度数加深的效果。

明月轻松控Pro

同心环带微柱镜离焦技术

同心环带微柱镜离焦原理与角膜塑形镜（通过表面不规则的环状密集分布带来像散）原理类似，通过柱镜加光，连续的圆环形成周边超高阶像差，来达到离焦效果。

蔡司小乐圆

高非球为头镜星控制技术

高非球微透镜星控技术可使光线在视网膜前方形成非聚焦的光束带，产生减缓眼轴增长的信号区，从而达到延缓近视进展的效果。

依视路星趣控

连续点阵离焦技术

连续点阵离焦技术通过在镜片上分布多个非球面微透镜，形成连续的点阵离焦区域，以延缓眼轴增长而控制近视发展。

依视路·万新易百分-孔雀版
依视路·万新易百分-小雨伞

点扩散近视控制技术

点扩散近视控制技术以光扩散点扩散光线，降低对比度，从而起到延缓近视加深的作用。

尼康控优点
依视路·万新柯学优

分区式多点离焦近视管理技术

分区式多点离焦近视管理技术通过分区设计和排布微凸透镜，实现延缓眼轴过度增长或减缓近视加深。

汇鼎-灵动因子
汇鼎-跑跑因子

其他技术与产品介绍

多元透镜分区离焦优化技术（D.S.D.O）：针对视网膜黄斑中心凹10-20°核心区域合理设计加光和透镜尺寸，放射状扫雷通道样微透镜排布，充分留白，保证佩戴者的适应性而达到防控效果，代表产品奥拉怒放（2024上市）。

多点星环离焦设计：表面有10圈940个微透镜，确保中心视力矫正并还原镜片真实成像，离焦设计让物像透射到周边视网膜上或前方，避免远视性离焦出现的可能，来达成近视控制的成效，代表产品暴龙小星同学（2024上市）。

双核驱动技术：结合了点阵离焦眼轴控制与雾镜成像迭代技术，通过864个微透镜与9圈层分布，确保任意角度的光线都能聚焦在视网膜前方，形成稳定的离焦信号，从而延缓眼轴增长，代表产品新知控离焦镜片（2024上市）。

榫卯偏心动态离焦技术（M.A.T.E）：离焦快且周边离焦量大，通过2：4距离分割和1：5面积配比，形成榫卯明暗清晰互补融像，最大程度上实现视网膜近视离焦刺激，达到近视防控的目的，代表产品是Mueyeco目爱可双元智构离焦镜片（2024上市）。

来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

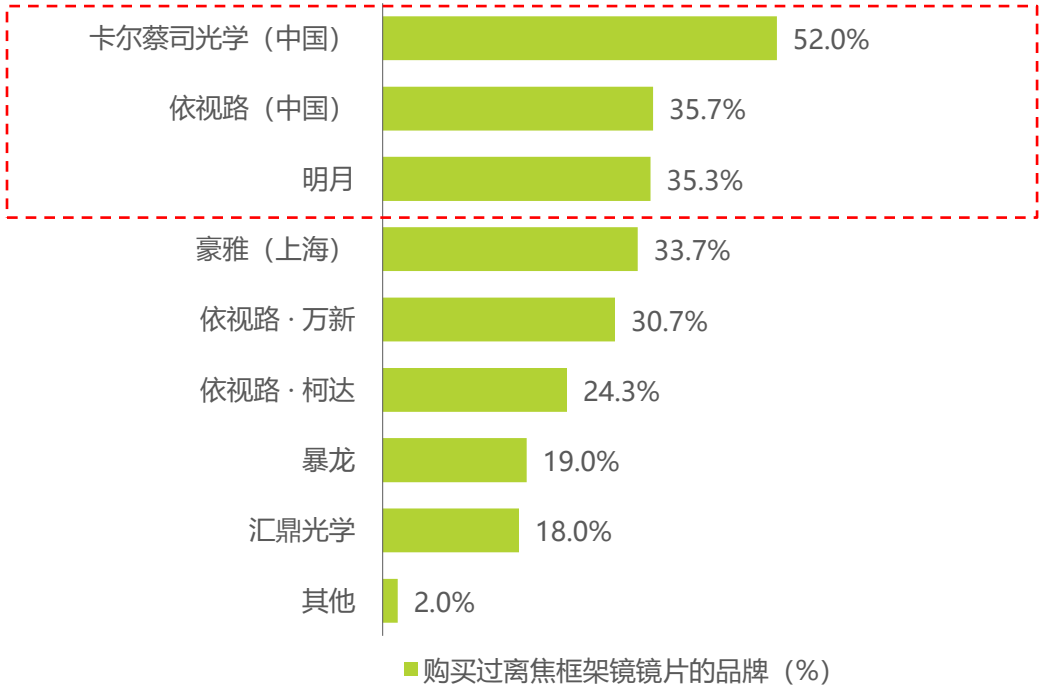
©2024.12 iResearch Inc.

离焦框架镜市场消费洞察—品牌与产品购买

离焦框架眼镜市场品牌集中度较高，消费者更多偏好购买蔡司、依视路、明月品牌旗下的产品系列

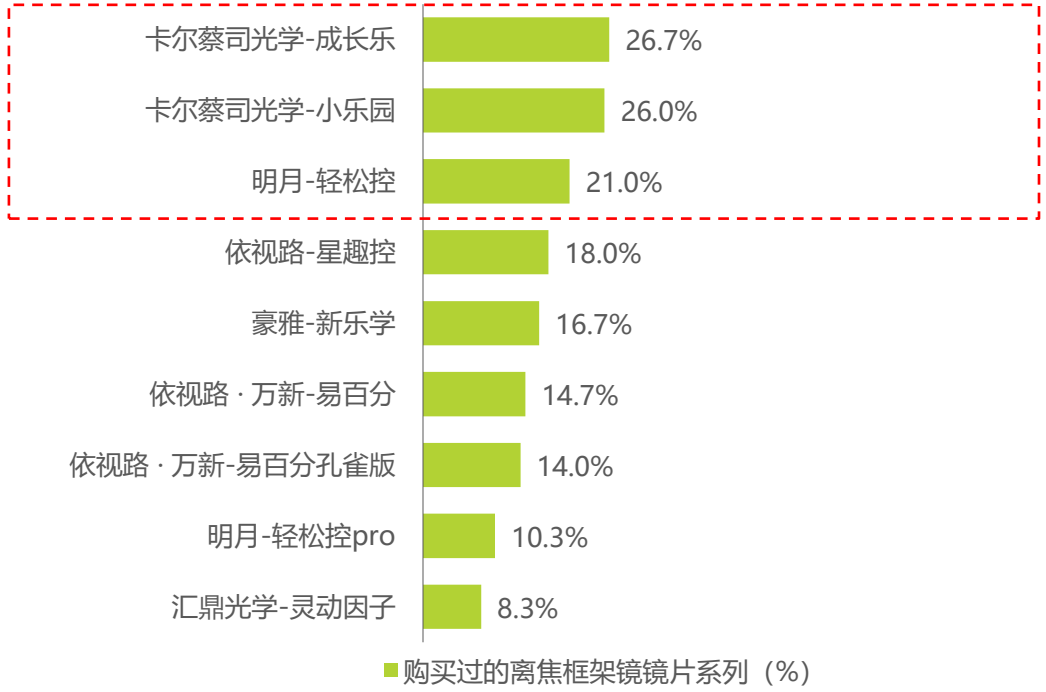
艾瑞调研结果显示，在品牌表现方面，离焦框架眼镜品牌集中度较高，蔡司、依视路、明月等品牌是消费者更倾向于选择的品牌，蔡司尤为明显；在产品系列方面，蔡司的成长乐和小乐园、明月轻松控是消费者目前较多购买的产品系列，选择占比均在20%以上。由此可见，消费者对品牌的忠诚度和对产品特性的认可是影响其购买决策的重要因素。

消费者为孩子购买过的离焦框架镜镜片品牌



来源：样本量N=300，于2024年10月通过艾瑞click平台获得。

消费者为孩子购买过的离焦框架镜镜片系列



来源：样本量N=300，于2024年10月通过艾瑞click平台获得。

©2024.12 iResearch Inc.

©2024.12 iResearch Inc.

运动眼镜市场主要产品介绍

运动光学眼镜、运动太阳镜、运动护目镜和AR运动眼镜的镜片是运动眼镜镜片市场的主要镜片产品

近年来，随着国人对户外运动兴趣度的提升，运动配件市场，尤其是运动眼镜市场表现出良好的发展态势。并且随着消费者对运动专业化、个性化和技术创新的追求愈加明显，运动眼镜市场正逐渐细分以满足运动其运动场景和消费需求。主流的运动场景包括滑雪、摩托车骑行、自行车骑行、跑步、游泳、徒步等场景，随之衍生出运动光学眼镜、运动太阳镜、运动护目镜、AR运动眼镜等镜片品类，以满足消费者多元运动场景的用镜需求。

运动眼镜主要应用场景及眼镜产品形态

应用场景



产品形态、特点

运动护目眼镜

- 提供额外的眼部保护，特别是在高风险的运动中，如滑雪、摩托车骑行等。



- 目标群体为参与高风险运动的人群
- 价格带区间广泛

运动光学眼镜

- 专门设计用于特定运动，如跑步、骑行等，具有轻便、防刮擦和适应快速移动的特点。



- 目标群体为专业运动员或运动爱好者
- 价格带区间广泛

运动太阳镜

- 适合在阳光强烈的户外环境中使用，通常具有偏光镜片以减少眩光。



- 强光换镜的户外运动爱好者
- 价格带区间广泛

AR运动眼镜

- 集成了增强现实技术，可以在用户的视野中叠加数字信息，如导航指示、运动数据等



- 科技产品爱好者或新事物高接受度者
- 价格带区间较高

来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

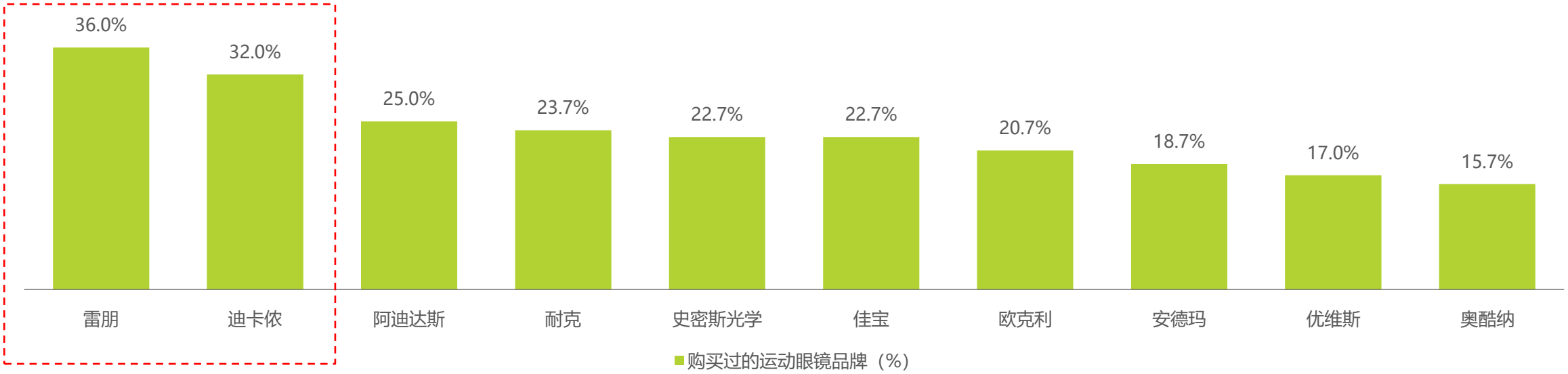
©2024.12 iResearch Inc.

运动眼镜市场消费洞察—购买的眼镜品牌

运动眼镜镜片的品牌消费比较集中，消费者更倾向于选择有较高品牌认知度和良好市场口碑的品牌

艾瑞调研结果显示，在运动眼镜品牌中，购买选择比例均超30%依次是雷朋、迪卡侬，购买选择比例均在20-30%之间的依次是阿迪达斯、耐克、斯密斯光学、佳宝、欧克利，购买选择比例在10-20%之间的依次是安德玛、优维斯、奥酷纳。由此可见，消费者对雷朋、迪卡侬的品牌认可度和偏好更高。在运动眼镜市场中，消费者偏好选择那些具有较高品牌认知度和良好市场口碑的品牌。

消费者所购买过的运动眼镜品牌（TOP10）



注：此处问卷中提到的运动眼镜包含运动光学眼镜和运动太阳镜

来源：样本量N=300，于2024年10月通过艾瑞click平台获得。

©2024.12 iResearch Inc.

成人渐进镜市场主要镜片产品介绍

成人渐进镜片市场正在加速崛起，不仅有各大厂商积极研发新品，而且有新的厂商加入该类镜片的生产

随着消费者对眼镜佩戴体验的追求越来越高，能够满足他们一镜看近看远需求的成人渐进镜片市场正加速崛起。各大镜片厂商纷纷加入成人渐进镜片的研发与生产的队列中来，不仅有蔡司、依视路、豪雅等头部镜片品牌升级成人渐进镜片产品系列，而且有汇鼎等品牌新加入成人渐进镜片的研发与生产队列，推出成人渐进镜片产品，丰富消费者的选择。未来，随着我国老龄化趋势越加明显，加之新老人对戴镜体验的极致追求，成人渐进镜片市场将会进入蓬勃发展的状态。

品牌	产品	产品详情
依视路	万里路®X系列	可以让戴镜者在一臂之内以及更远的范围都可**清晰捕捉细节**；双眼视觉信息同步技术和纳米光学技术确保达到**宽广视野**的视觉效果。
依视路	万里路XR系列	依视路**首款**具备视觉动态响应的渐进镜片，**首次**纳入人工智能技术设计镜片概念，使用者在移动中能拥有更清晰的即时敏锐视觉，获得自然流畅的视觉体验。
依视路	万里路睿视3.0	消除了镜片的高阶像差，使戴镜者的视觉可以**轻松地无缝转换**，运动状态**视觉也不受影响。**
蔡司	新典锐渐进镜片	通过特别优化的近用区域，配合消费者的视觉习惯，实现针对性设计，使渐进眼镜更便于查看数码设备，在不同的视线距离之间**舒适切换。**
蔡司	新纯锐渐进镜片	配戴者可以像旧镜架那样向下查看近用区域，**不再需要过渡期**，尽可能保证了**配戴者的适应度。**
蔡司	睐光2.0	采用**黄金比例平衡设计**，带给使用者远、中、近清晰视觉体验，**易对焦设计**便于初戴时快速适应，瞳孔感光平衡2.0，适用范围**覆盖35+人群。**
万新	酷龄系列渐进镜片	采用数码镜片设计技术，**逐点地对镜片表面进行设计和处理，更定制化、更精准**；针对每种下加光进行独特的设计计算，保证各种下加光视力都能保持同样优秀的镜片性能；**提供超大中央适配区，视野更宽阔。**
豪雅	三维®5S/4S	帮助配戴者适应多任务快节奏的用眼需求，一副镜片搞定远中近，阅读时频繁的左右交替或是运动时均能**快速对焦，不眩晕。**
豪雅	三维®7S/6S	充分考虑渐进配戴者常见适应问题的前提下，打破传统渐进镜片只能选择特定镜框的局限，**增加“潮流镜框参数”设计技术**，可随心所欲选择各类时尚镜框。
明月	维适渐进系列	既满足老视人群远、中、近距离**清晰视物**的需求，也能使眼睛在不同距离视物**切换时过渡更自然，更舒适。**
汇鼎	星幕自由视觉产品	**远用区打开接近180度**，近用区满足使用，**有效光区的散光基本为0**，鼻侧像散小于颞侧像散，支持远近视觉自由切换，使用者可以获得良好的动态视觉。具有更宽广的视远区、足够用的视近区、更自由舒适的视觉转换、外观美观、光度精准的特征，核心适用范围覆盖35-55岁人群。
新天鸿	视博渐进镜片 万里鸿™渐进	更贴合斜向视觉习惯，平衡双眼视觉，**可视区更大，更容易适应。**
尼康	渐进多焦点系列	适用于老视眼的用户。提供优质的光学性能，**更好的配戴感和舒适感。**
凯米	益视外渐进系列	镜片上轻微的下加光变化使配戴者轻松视物。非球面设计，**视野更宽阔。**采用加减反射膜，**视物更清晰。**配戴后无明显影像晃动，佩戴者能**更好的适应。**

来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

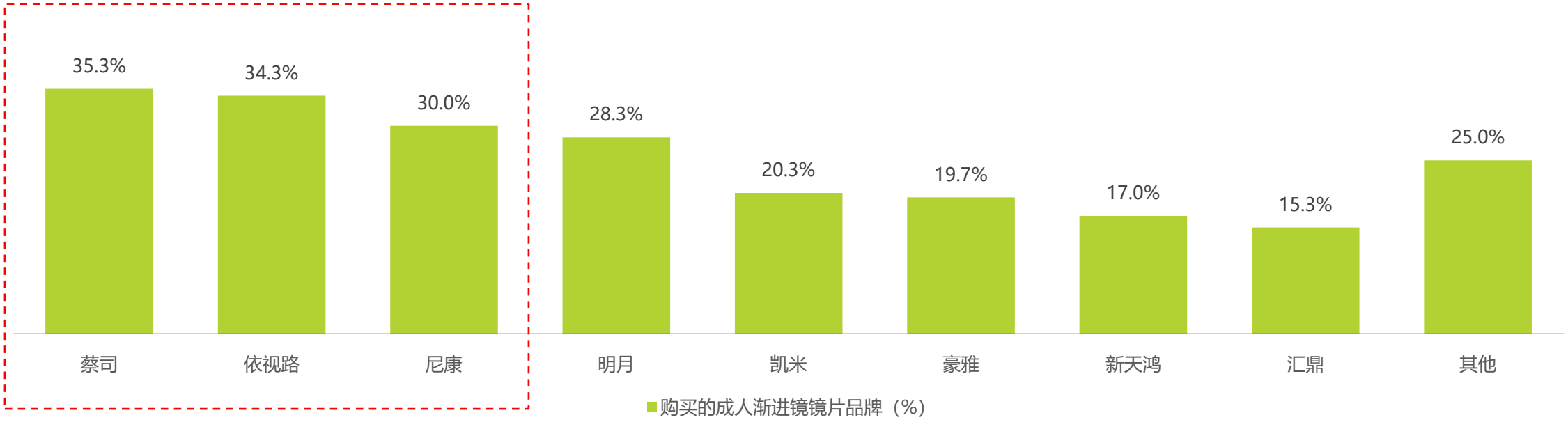
©2024.12 iResearch Inc.

成人渐进镜市场消费洞察—购买的镜片品牌

成人渐进眼镜市场的品牌集中度比较高，消费者更偏好选择知名度高的大品牌镜片产品

艾瑞调研结果显示，在成人渐进眼镜片的品牌中，购买选择比例均超30%依次是蔡司、依视路、尼康，购买选择比例均在20%-30%之间的依次是明月、凯米，购买选择比例在10-20%之间的依次是豪雅、新天鸿、汇鼎。由此可见，成人渐进眼镜镜片市场的品牌集中度较高，随着消费者对成人渐进镜片认知度的提升，他们更倾向于选择知名度高的品牌。

消费者所购买过的成人渐进镜镜片的品牌



来源：样本量N=300，于2024年10月通过艾瑞click平台获得。

©2024.12 iResearch Inc.

03 中国眼镜片典型品牌介绍

- 中国镜片市场典型品牌概览
- 典型品牌：卡尔蔡司介绍
- 典型品牌：依视路介绍
- 典型品牌：明月介绍
- 典型品牌：欧克利介绍

中国眼镜片市场部分典型品牌概览

中国镜片市场高端线仍然以国际品牌为主导，本土品牌更多依托性价比突围

目前国内市场中，以蔡司、依视路为代表的国际品牌，凭借其技术优势以及品牌影响力在中国镜片市场中占据主要地位。而随着国内工业制造水平的不断提高以及国家扶持政策的不断推出，本土品牌凭借自身产品的性价比优势，开始逐步抢占国际领先品牌的市场份额。

离焦框架眼镜

近年来，中国青少年近视防控市场需求持续增长，推动了相关眼镜企业的快速发展。目前市场上，蔡司、依视路等品牌在近视防控镜片领域占据主要地位。

典型企业

蔡司：于2010年推出首款离焦镜片，在国内市场积累了丰富的经验和良好的口碑。其产品以高品质和有效的近视防控效果赢得了消费者的信赖。

豪雅：最早布局多点渐进离焦技术，推出的“新乐学”离焦镜片尤其受到关注近视防控的儿童青少年及其家长的青睐，在市场中占据重要的市场份额。

运动眼镜

以欧克利为代表的国际品牌凭借先进的技术和品牌影响力，占据国内高端市场主流地位。而近年来，本土品牌凭借产品质量和性价比，也在不断扩大市场份额。

典型企业

欧克利：欧克利作为全球知名的运动眼镜品牌，凭借其卓越的技术和创新设计，在中国高端运动眼镜市场占据重要地位。

霍尼韦尔：霍尼韦尔的产品以高端化、品牌化和安全性著称。在中国市场，霍尼韦尔的运动眼镜主要应用于滑雪、游泳、骑行等户外运动领域。

成人渐进眼镜

国内市场中，国际品牌在高端市场占据主导地位。近年来，国产品牌如万新光学和明月镜片在渐进多焦点镜片领域积极布局，市场占有率逐步提高。

典型企业

依视路：“万里路”系列自进入中国市场以来，以卓越的性能和创新设计赢得了国内用户的信赖与喜爱，并在成人渐进镜片市场具有一定的领导地位。

明月镜片：明月镜片作为中国领先的眼镜镜片品牌，在成人渐进镜片市场表现出色，并推出了多款适合不同消费者需求的成人渐进镜片。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究与绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

典型品牌介绍：卡尔蔡司

重视产品研发、持续创新升级，光学镜片产品覆盖少、中、老不同人群，提供全生命周期视力矫正与保护

蔡司以其在光学和光电子领域的产品而闻名，包括眼镜镜片、相机镜头、显微镜、天文望远镜等。产品全面覆盖儿童青少年、青年人群、中老年人群，为人们提供全生命周期视力矫正与保护。旗下明星产品包括针对儿童青少年延缓近视进展的“蔡司小乐园” “蔡司成长乐” ，针对中老年人群近用视觉障碍的“睐光2.0渐进镜片”等。此外，蔡司输出专业的眼底照相机等设备，帮助眼科医生进行眼底检查，有助于提高眼健康服务的整体质量。

卡尔蔡司品牌概况与旗下明星产品介绍

企业特征：重视产品研发，驱动产品创新升级

基本情况	➢ 是全世界眼镜镜片的领导生产商，蔡司致力于为客户提供视觉舒适度。 ➢ 蔡司的摄影机和相机镜头、天象仪技术、双筒望远镜和单筒望远镜为客户提供优异的光学质量。 ➢ 在眼镜行业主要产品包括单光镜片、数码型镜片、蔡司渐进镜片、太阳镜镜片、 时尚型镜片、 驾驶型镜片、室内型镜片。
经营情况	➢ 2022/23财年，蔡司集团销售额达到101.08亿欧元，较2021/22财年增长了15%，也是公司历史上首次超过100亿欧元。 ➢ 通过品牌眼科镜片创新和数字消费旅程的扩展，实现了增长。增长刺激主要来自亚太地区和欧洲、中东和非洲地区。 ➢ 大中华区也为收入的增长做出了积极贡献，截至报告日收入为134.90亿人民币，较上一财年增长了22%。
研发情况	➢ 通过建设苏州研发制造基地及启用东莞质量卓越中心，开启了在中国创新领域的新征程 ➢ 新推出的近视管理解决方案ZEISS Myo200以及数字平台ZEISS Myopia Workplace Pro均在上海市设计开发，并在苏州工厂制造 ➢ 在2022/23财年的研发支出为15.45亿欧元，占营收的15%

明星产品：覆盖全年龄段用户，提供全生命周期视力矫正和保护

明星产品

小乐园 | 成长乐 | 智锐单光 | 睐光2.0渐进 | ...

➢ **针对儿童青少年：**

- **小乐园/小乐园S版：**同心环带微柱镜技术（C.A.R.E.），使用蔡司小乐园镜片，7-9岁儿童的眼轴长度增长平均接近眼睛的正常生理发展的63%；使用蔡司小乐园镜片S版，10-12岁儿童的眼轴长度增长平均接近正常视力儿童的86%。
- **成长乐：**周边离焦技术，1年临床结果是屈光度增长减缓0.29D/年，平均减缓30%，眼轴维度无显著差异。包括成长乐个性化版、加强版两种类型。

➢ **针对中老年人群**

- **睐光2.0渐进镜片：**具有轻松聚焦设计、瞳孔感光平衡技术、数码优化、轻薄设计、3D双眼融像、个性化定制的特点，能够减少视觉压力，轻松对焦。有针对35岁以上用户的睐光2.0轻渐进、针对45岁以上用户睐光2.0渐进系列。

➢ **针对全年龄段人群：**

- **智锐单光镜片系列：**适合全天使用的镜片，采用智能动态光学设计，线上线下覆盖所有用眼距离，轻松实现视线在屏幕和真实世界之间由近到远的切换。智锐系列包括单光型、数码型、渐进镜型。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究与绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

04 中国眼镜片行业发展趋势

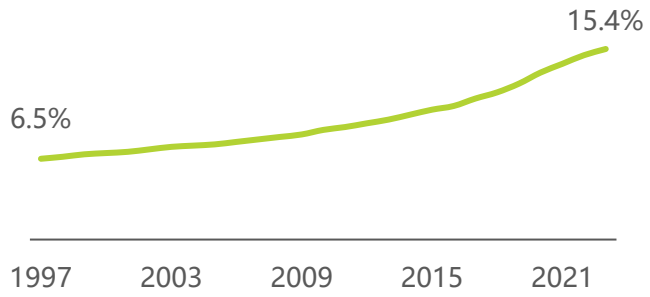
- 趋势洞察：镜片定制化或带来新增长点
- 趋势洞察：社会因素将成行业发展强力催化剂
- 趋势洞察：体验性需求推动镜片革新

趋势洞察-社会因素将成行业发展强力催化剂

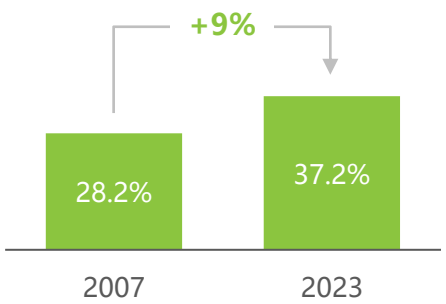
随着国内社会人口结构变化、健康运动认知变化等，针对不同人群的镜片三大赛道或将维持高速增长态势

过往以来，中国社会人口结构发生了较大变化，包括中老人口比例攀升、运动人群增加、青少年近视率超过一半等现象。根据过往数据预判，首先随着老龄化趋势延续，成人渐进眼镜将作为老花眼患者的重要选择；第二，过往十年里国家积极推广并鼓励户外运动，受此影响居民参与体育锻炼的比例持续提高，并将持续带动运动眼镜市场；最后，2022年中国儿童青少年近视率达到51.9%，与2030年国家防控目标仍有较大缺口，近视防控镜片市场有望进一步增长。

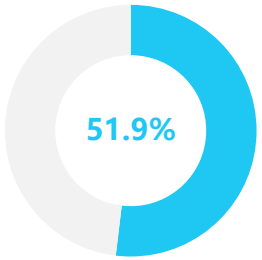
1997-2023年中国65岁及以上人口占比



中国经常参与体育锻炼的人口占比变化



2022年中国儿童青少年总体近视率



社会老龄化

2023年中国65岁及以上人口数量占比已达15.4%，较1997年上升近9%。随着我国**人口老龄化趋势**的延续，老花眼患者数量增加，加之消费者**对眼健康的重视**以及**科技创新**带来的产品体验的提升等综合因素的推动下，成人渐进镜片市场有望持续增长。

运动人群占比提高

2023年中国经常参与体育锻炼的人口数量占比达到37.2%，较2007年上升9%。随着人们**健康意识的提高**和**户外运动文化的普及**，运动眼镜的需求不断增加。预计未来随着**产品功能**的不断丰富和**市场渗透率**的提高，这一市场将继续保持快速增长的势头。

青少年近视防控缺口大

2022年，中国儿童青少年总体近视率为51.9%，与2030年国家近视防控目标**仍有较大的目标缺口**。在青少年**高近视率**以及家长对子女**视力保护重视提高**的情况下，叠加一系列**支持政策**，青少年近视防控市场有望进一步增长。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究与绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

业务合作

官　网

微信公众号

新 浪 微 博

企 业 微 信

联系我们

400 - 026 - 2099

ask@iresearch.com.cn

www.idigital.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

iResearch
艾 瑞 咨 询

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能