

2009年中国眼镜市场研究报告

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

《2009年中国眼镜市场研究报告》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/200905/17620.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

引言

目前，我国已成为名副其实的眼镜生产和消费大国，产品以价廉物美享誉世界。中国眼镜行业市场容量达400亿人民币。近5年来，中国眼镜产业年均增幅达17%。在全国，老年人已超过了1.3亿，这些人中90%都需要眼镜。全国的在校大学生为2000多万人，其中至少80%的人需要眼镜。按照市场上每3年就更新眼镜的周期计算，中国眼镜市场每年约需要1亿副眼镜，中国眼镜市场的需求潜力是很大的。中国经济发展迅猛，消费者可支配收入不断增加，对眼镜产品的个性化消费日趋明显。我国眼镜行业小型企业较多，大中型企业较少，且多为外商和港澳台投资企业或是股份制企业。眼镜除了实用功能，还被赋予装饰功能，这进一步催生了中国眼镜市场新的商机。

伴随着改革开放的步伐，我国眼镜行业获得了飞速发展。然而，透过繁荣的背后不难发现，我国眼镜制造业长期以来沿袭的低档次、低附加值的发展模式所导致的严重弊端，如企业利润空间狭小、技术进步和产业升级缓慢，在相当程度上制约了行业整体水平的提升。尤其是近年来，随着能源、原材料、劳动力价格以及企业管理成本的持续上升，国内外市场竞争空前加剧所导致的产能过剩以及国家宏观调控政策（人民币升值、出口退税政策调整）的实施等诸多因素影响，我国眼镜制造业面临着众多企业利润大幅度缩水、部分企业生存艰难甚至面临倒闭的困局。对此，我国眼镜生产重要集中地的温州、广东、丹阳等地的眼镜生产企业在增加产品附加值、提高产品品质和服务水平的前提下，合理地提高产品价格，对企业乃至整个行业产生了重要影响。“涨价”已是眼镜制造企业化解成本困局的必然选择。同时，“涨价”也是眼镜行业适应国家宏观调控的明智之举。

当前儿童近视的发病率在我国逐年上升，正严重危害少年儿童的健康。中国儿童近视率现在自小城镇、中等城市到大城市都有逐步上升的趋势，并且明显从儿童高龄组向低龄组发展。学龄前儿童的近视比率较十年前大幅增长二至三倍，其中六至七岁的幼儿园大班儿童的近视比率，由十年前的百分之七，大幅上升至百分之十八，几乎五个学童中就有一个近视。可以看出近年来幼儿近视年龄呈现直线下降的趋势，除了视力保健问题刻不容缓外，也显示出儿童眼镜市场发展前景广阔。

本报告依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、全国商业信息中心、中国眼镜协会等单位提供的大量资料，对我国眼镜市场的发展现状、产量及进出口、细分市场、区域市场、重点企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国眼镜整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国眼镜行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目录

第一章 眼镜定义及相关概述

第一节 眼镜

- 一、眼镜的定义
- 二、眼镜的种类及功能
- 三、眼镜的发展历史及其应用

第二节 镜架

- 一、镜架的结构
- 二、眼架的种类
- 三、镜架材料及特性
- 四、眼镜架的选择

第三节 太阳镜

- 一、太阳镜的种类及选择
- 二、太阳镜功能分析
- 三、太阳镜的原理

第四节 运动眼镜

- 一、运动眼镜的定义及使用保养
- 二、运动眼镜的类型
- 三、佩戴运动眼镜的必要性

第二章 世界眼镜行业发展分析

第一节 世界眼镜行业发展概述

- 一、世界眼镜发展史
- 二、世界品牌眼镜简介

第二节 美国眼镜行业发展分析

- 一、2007年美国百年连锁眼镜品牌进入温州
- 二、2008年美国研发电子隐形眼镜
- 三、美国太阳眼镜消费市场分析

第三节 法国眼镜市场发展分析

- 一、法国眼镜市场稳定增长
- 二、法国光学眼镜市场极具潜力

第四节 意大利眼镜市场发展分析

- 一、2007年意大利眼镜业出口分析

二、2008年意大利眼镜业出口态势良好

三、2008年意大利眼镜业市场分析

四、意大利眼镜业产值占全球份额分析

五、意大利眼镜巨头看好中国市场

第五节 其他国家和地区眼镜市场发展分析

一、日本眼镜强攻中国高端市场

二、中东眼镜市场现状和发展趋势

三、波兰眼镜市场前景看好

第三章 2007-2008年中国眼镜市场综合发展分析

第一节 2007-2008年中国眼镜市场发展分析

一、2007年眼镜业发展分析

二、2007年中国眼镜行业十大新闻

三、2008年中国眼镜行业的十大新闻

四、眼镜行业新一轮质量风暴加剧行业新洗牌

五、珠三角眼镜业发展现状

六、金融危机下眼镜业借“机”重整

第二节 中国眼镜业产业现状分析

一、行业规模

二、眼镜制造业

三、眼镜零售业

（一）产品结构

（二）产业集群与市场分布

第三节 眼镜行业利润分析

一、行业形势分析

二、成本分析

三、利润分析

第四节 2008年眼镜行业暴利调查分析

一、暗查东莞加工厂

二、广州眼镜城

三、市面眼镜店

四、业内人士申辩

第五节 2008年我国眼镜市场存在的问题及监管法

一、眼镜市场存在的问题

二、眼镜市场存在问题的成因

三、眼镜市场监管立法的现状

四、眼镜市场监管法的立法思路

第七节 2008-2009年眼镜企业多元化经营发展分析

一、眼镜企业多元化经营概述

二、眼镜企业多元化经营趋势原因

三、眼镜企业多元化经营注意事项

四、眼镜企业如何实现多元化经营分析

第七节 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

第八节 眼镜市场竞争分析

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

第九节 眼镜市场的营销策略分析

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、眼镜行业内销成功的四大关键

四、把握眼镜行业渠道终端

五、把握眼镜营销中的价格攻略

第四章 2007-2008年中国眼镜产量及进出口分析

第一节 2007-2008年全国及重点省市眼镜产量数据

一、2007年全国及重点省市眼镜产量数据

二、2008年全国及重点省市眼镜产量数据

第二节 2007-2008年全国眼镜架及其零件进出口数据分析

一、2007年全国眼镜架及其零件进出口数据统计

二、2008年全国眼镜架及其零件进出口数据统计

第三节 2007-2008年全国矫正视力、护目等用途的眼镜、挡风镜等物品进出口数据

一、2007年全国矫正视力、护目等用途的眼镜、挡风镜等物品进出口数据

二、2008年全国矫正视力、护目等用途的眼镜、挡风镜等物品进出口数据

第四节 2007年我国眼镜业出口分析

一、按出口品种分析

二、按出口国别分析

三、按出口省市分析

四、按出口贸易方式分析

五、按出口企业性质分析

第五节 我国眼镜市场进出口现状分析

一、进口时尚奢侈眼镜品牌在中国的概括

二、进口眼镜过季货占八成

三、国产镜架出口遭遇反倾销

四、香港成为全球第二大眼镜出口地

五、厦门眼镜占全国出口半壁江山

六、2008年丹阳成为“中国眼镜出口基地”

七、2008年浙温州眼镜出口分析

第五章 2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造业经济数据分析

第一节 2007-2008年光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

一、2007年光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

二、2008年光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

第二节 2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造行业规模情况

一、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造企业单位数

二、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造全部从业人员平均人数

第三节 2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造产销情况

一、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造产成品

二、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造工业总产值

三、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造产品销售收入

第四节 2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造行业盈利情况

一、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造利润总额

二、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造产值利税率

三、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造成本费用利润率

四、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造资金利税率

五、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造产成品资金占用率

六、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造亏损单位数

七、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造亏损企业亏损总额

第五节 2007-2007年中国光学仪器及眼镜制造成本费用情况

一、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造销售成本

二、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造销售费用

三、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造管理费用

四、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造财务费用

第六节 2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造资产负债情况

一、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造资产总计

二、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造负债合计

三、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造资产负债率

四、2007-2008年中国光学仪器及眼镜制造资本保值增值率

第六章 镜片市场发展分析

第一节 镜片种类及其他相关介绍

一、镜片的种类

二、镜片的材料

三、树脂镜片的主要参数和术语

四、树脂镜片膜层特点解析

五、2009年中国发布关于验光镜片的国家标准

第二节 中国树脂镜片市场发展分析

一、中国树脂镜片行业现状

二、树脂镜片市场症结所在

三、发展建议

第三节 镜片市场调查分析

一、眼镜批发商：价格的加速器

二、眼镜生产商：满足买家一切所需

三、消化成本让消费者买单

第四节 镜片企业营销分析

一、传统营销背景下的不同营销方式

二、关系营销就在身边

三、营销新思考

第五节 镜片企业打造综合竞争力分析

一、生产竞争力涵盖范围广泛

二、综合竞争力凸显竞争优势

第六节 镜片品牌与产品创新分析

一、自主品牌，重在创新

二、创新把脉2008年镜片市场新趋势

第七章 隐形眼镜及护理产品市场发展分析

第一节 隐形眼镜相关介绍

一、隐形眼镜的种类

二、软性隐形眼镜的生产工艺及特点

三、隐形眼镜技术参数

第二节 隐形眼镜及其材料的发展

一、隐形眼镜发展介绍

二、数字化角膜塑形隐形眼镜发展史

三、隐形眼镜材料的发展及特性介绍

第三节 隐形眼镜市场分析

一、隐形眼镜品牌介绍

二、隐形眼镜市场彰显“3法则”

三、隐形眼镜将成为时尚快消品

四、隐形眼镜“隐性经营”存隐患

五、隐形眼镜遭遇信任危机

第四节 隐形眼镜护理液

一、隐形眼镜护理液市场事故频发

二、隐形眼镜护理液注意的问题

第五节 滴眼液

一、眼睛护理市场中药产品将成主导

二、国内滴眼液产品市场格局及破局分析

三、品牌滴眼液产品市场实战策划方案

第八章 眼镜其他细分及相关产品市场发展分析

第一节 太阳眼镜

一、太阳镜市场变化分析

二、中国太阳镜抢占德国市场

三、2008年太阳镜抽样合格率分析

四、2008太阳眼镜流行趋势

第二节 老花镜

一、老花镜的选择

二、中国科学家让老花镜进入智能时代

三、广东市场近八成老花镜不合格

第三节 眼镜仪器

一、眼镜行业中仪器的技术革新

二、眼镜光学仪器创新分析

三、国产眼镜仪器产业现状

四、眼镜业国产仪器产业升级之路

第九章 眼镜行业主要产区发展分析

第一节 深圳眼镜行业发展分析

一、全球五成眼镜产自深圳横岗

二、深圳横岗眼镜占70%欧洲市场

三、“奥运眼镜”深圳造

四、深圳眼镜企业勇拓品牌之路

五、深圳眼镜企业抱团取暖度“寒冬”

第二节 东莞眼镜行业发展分析

一、东莞眼镜市场现状

二、东莞眼镜市场有待规范

第三节 温州眼镜行业发展分析

一、温州马屿“中国眼镜之都”概况

二、2008年经济型眼镜成温州市场“新主流”

三、温州眼镜零售分析

四、2008年温州眼镜行业处境尴尬

五、温州眼镜启动外贸转内销营销战略

第四节 厦门眼镜行业发展分析

一、鹭达眼镜“低价”撼动高档眼镜市场

二、厦门瞄准“中国眼镜太阳镜生产基地”称号

三、外资眼镜店首入厦门

四、厦门市规范隐形眼镜市场秩序

第五节 江苏丹阳眼镜行业发展分析

一、2008年1-7月丹阳眼镜业销售分析

二、2008年丹阳眼镜市场萧条

三、丹阳眼镜告别暴利

四、丹阳眼镜锁定产业服务配套

五、丹阳眼镜从做品牌到做标准

六、丹阳眼镜企业“突围”对策

第十章 眼镜零售业发展分析

第一节 2007-2008年眼镜零售业发展状况

一、眼镜零售的发展历程

二、我国眼镜零售市场年产值已超160亿

三、2007年眼镜零售业关注点分析

四、眼镜零售业从“服务”走向“体验”

五、中国眼镜零售业的链状成长

六、中国眼镜零售业的细分之路

第二节 眼镜零售业现状分析

一、在混乱与迷茫中洗牌

二、三大误区影响眼镜零售业健康发展

三、中国眼镜零售市场有多大

第三节 眼镜零售企业发展分析

一、眼镜零售企业成长路径分析

二、眼镜零售企业的战略选择

三、中小型眼镜零售企业的有效管理

四、新商家跻身于眼镜零售市场的对策

五、夫妻眼镜店占据眼镜零售业半壁江山的原因

第四节 “眼镜直通车”发展模式分析

一、眼镜直通车经营模式分析

二、平价眼镜店生存状况分析

三、平价眼镜连锁加速行业变革

四、平价眼镜连锁还须市场检验

第五节 眼镜零售业竞争分析

一、同一地段竞争，店堂制胜

二、外功三要诀

三、竞争在外功在内

第六节 眼镜零售业的营销策略分析

一、中国眼镜零售行业现象分析与推广宣传策略

二、眼镜零售中的关键销售问题

三、眼镜零售店的拉客式营销分析

四、眼镜零售店组合式营销策略

五、眼镜零售连锁门店进入新市场的战略规划

第十一章 部分眼镜业重点企业分析

第一节 依视路集团

一、企业概况

二、依视路镜片成本分析

三、发展策略

第二节 HOYA（豪雅）集团

一、企业概况

二、公司产品及特点

三、2008年财务分析

四、依视路VS.豪雅

第三节 苏拿光学集团

一、企业概况

二、苏拿中国

三、苏拿产品

第四节 卡尔.蔡司公司

一、企业概况

二、蔡司三坐标顶级品牌的代表

第五节 美国博士伦公司

一、企业概况

二、2007年博士伦部分召回隐形眼镜护理液

三、华平投资完成收购博士伦

四、护理液公关让博士伦趋于隐形

第六节 宝岛眼镜有限公司

一、企业概况

二、宝岛眼镜在大陆迅速扩张的秘密

三、宝岛眼镜零售企业面临拐点

四、宝岛眼镜制度创新谋效益

五、2008年宝岛眼镜傻瓜镜片系列上市

六、“宝岛眼镜”遭遇“宝岛”包围战

第七节 北京大明眼镜股份有限公司

一、企业概况

二、中国验光配镜第一品牌

第十二章 中国眼镜品牌发展分析

第一节 眼镜品牌发展概况

一、眼镜企业品牌快速成长的法则

二、研究眼镜品牌学的意义

三、国内眼镜行业品牌状况

第二节 中国眼镜品牌存在的问题分析

一、中国眼镜行业的品牌危机

二、国产眼镜没有大品牌的根本原因

三、制约品牌发展的三大障碍

四、眼镜行业多品牌管理的误区

第三节 中小眼镜企业品牌发展策略

一、产品品牌分析

二、品牌定位分析

三、实现产品特点与品牌的一致性

四、注重品牌概念的塑造

五、统一产品在市场上的视觉表现

第四节 眼镜企业运作品牌的战略

一、要树立强烈的品牌战略意识

二、选准市场定位，确定战略品牌

三、运用资本经营，加快开发速度

四、利用信息网，实施组合经营

五、实施规模化、集约化经营

六、营造优良的开发环境

第五节 眼镜行业的品牌发展对策

一、眼镜产业突破“品牌”命门的对策

二、中国眼镜行业创品牌才有出路

三、眼镜品牌建设的三层突破

四、弱势品牌正确实施通路促销的建议

五、构建高端眼镜品牌价值的支点

六、中小眼镜企业应对品牌挑战

第十三章 眼镜行业发展趋势及策略分析

第一节 未来眼镜行业的变化及发展分析

一、重新建立眼镜行业的技术体系

二、产业链各产业段的分工变化及引发的产业模式变化

三、新的产业模式变化对行业链的影响分析

四、新的产业模式将产生国际辐射效应

第二节 国内眼镜业“中线趋势”分析

一、成本上升迫使制造企业调整

二、消费者将掌握绝对话语权

三、零售市场细分化更加明显

四、盲目求大将得不偿失

五、批发市场逐步淡出主流舞台

六、销售管理地位上升

七、眼镜技术体系将得到规范

八、塑料模具大行其道

九、时尚化将成眼镜消费主流

第三节 中小型眼镜企业发展的策略

一、生存现状不容乐观

二、未来发展策略

（一）专精战略

（二）差异化战略

（三）“找空白”战略

（四）营销关系战略

（五）品质战略

第四节 眼镜企业的发展战略分析

一、尽快制定眼镜企业的国际化战略

二、找到进入国际市场的捷径

三、全球化战略目标的设计和制定

第五节 金融危机下中国眼镜制造行业投资建议

一、眼镜制造行业投资风险分析

二、眼镜制造行业投资建议

（一）向管理要利润向执行要利润

（二）卓越品牌是企业核心竞争力

（三）资源整合，抱团发展

（四）创新是突破微利困局最有效的办法

部分图表目录

图表 2008年全国眼镜产量及增长情况

图表 2008年北京市眼镜产量及增长情况

图表 2008年上海市眼镜产量及增长情况

图表 2008年江苏省眼镜产量及增长情况

图表 2008年浙江省眼镜产量及增长情况

图表 2008年福建省眼镜产量及增长情况

图表 2008年江西省眼镜产量及增长情况

图表 2008年山东省眼镜产量及增长情况

图表 2008年广东省眼镜产量及增长情况

图表 2008年1-12月全国眼镜架及其零件出口数据统计

图表 2008年1-12月全国眼镜架及其零件进口数据统计

图表 2008年1-12月全国矫正视力、护目等用途的眼镜、挡风镜等物品出口数据

图表 2008年1-12月全国矫正视力、护目等用途的眼镜、挡风镜等物品进口数据

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造产成品

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造总产值（当年价格）

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造产品销售收入

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造销售成本

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造销售费用

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造管理费用

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造财务费用

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造资产总计

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造负债合计

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造资产负债率

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造资本保值增值率

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造企业单位数

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造全部从业人员平均人数

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造利润总额

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造产值利税率

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造成本费用利润率

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造资金利税率

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造产成品资金占用率

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造亏损单位数

图表 2008年1-12月中国光学仪器及眼镜制造亏损企业亏损总额

图表 2008年2月光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2008年5月光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2008年8月光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2008年11月光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造产成品

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造工业总产值（当年价格）

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造产品销售收入

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造销售成本

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造销售费用

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造管理费用

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造财务费用

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造资产总计

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造负债合计

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造资产负债率

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造资本保值增值率

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造企业单位数

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造全部从业人员平均人数

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造利润总额

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造产值利税率

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造成本费用利润率

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造资金利税率

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造产成品资金占用率

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造亏损单位数

图表 2007年中国光学仪器及眼镜制造亏损企业亏损总额

图表 2007年2月光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年5月光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年8月光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年11月光学仪器及眼镜制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年全国眼镜产量及增长情况

图表 2007年北京市眼镜产量及增长情况

图表 2007年上海市眼镜产量及增长情况

图表 2007年江苏省眼镜产量及增长情况

图表 2007年浙江省眼镜产量及增长情况

图表 2007年福建省眼镜产量及增长情况

图表 2007年江西省眼镜产量及增长情况

图表 2007年山东省眼镜产量及增长情况

图表 2007年广东省眼镜产量及增长情况

图表 2007年1-12月全国眼镜架及其零件出口数据统计

图表 2007年1-12月全国眼镜架及其零件进口数据统计

图表 2007年1-12月全国矫正视力、护目等用途的眼镜、挡风镜等物品出口数据

图表 2007年1-12月全国矫正视力、护目等用途的眼镜、挡风镜等物品进口数据

图表 2007年1-12月我国眼镜产品出口情况

图表 2007年1-12月我国眼镜按品种来分出口金额情况

图表 2007年1-12月我国眼镜按出口国别/地区来分出口金额情况

图表 2007年1-12月我国眼镜按出口省市来分出口金额情况

图表 2007年1-12月我国眼镜按出口贸易方式来分出口金额情况

图表 2007年1-12月我国眼镜按出口企业性质来分出口金额情况

图表 眼镜架（金属眉毛架）的结构及组成部分

图表 复合镜架结构

图表 三蒙特溴化物架结构

图表 按镜脚固定方式分类

图表 按镜圈形状分类

图表 儿童使用眼镜架各部位参考尺寸

图表 成人使用眼镜架各部位参考尺寸

图表 美国太阳镜市场价格会览

图表 各种市场销售能力一览表

图表 儿童配镜的地点

图表 儿童配镜看重的因素

图表 面对增值服务儿童配镜更看重哪些优惠项目

图表 现有儿童眼镜产品对于儿童眼镜消费需求的满足情况

图表 全国专业眼镜批发市场一览表（部分）

图表 眼镜店的销售构成图

图表 眼镜店产品构成表

图表 消费人口年龄结构图表

图表 日前眼镜产品的年需求构成表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200905/17620.html>