

中国眼镜镜片行业白皮书

独立市场研究

版权所有©2024 弗若斯特沙利文。本文件提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文公司独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经沙利文公司事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，沙利文公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。

©2024 Frost & Sullivan. All the information contained herein (including without limitation data, words, charts and pictures) is the sole property of Frost & Sullivan, treated as highly confidential document, unless otherwise expressly indicated the sources in the report. Should no one copy, reproduce, diffuse, publish, quote, adapt, compile all or any part of the report without the written consent of Frost & Sullivan. In the event of the violation of the above stipulation, Frost & Sullivan reserve the right of lodging claim against the relevant persons for all the losses and damages incurred.

2024年4月

FROST & SULLIVAN

沙利文



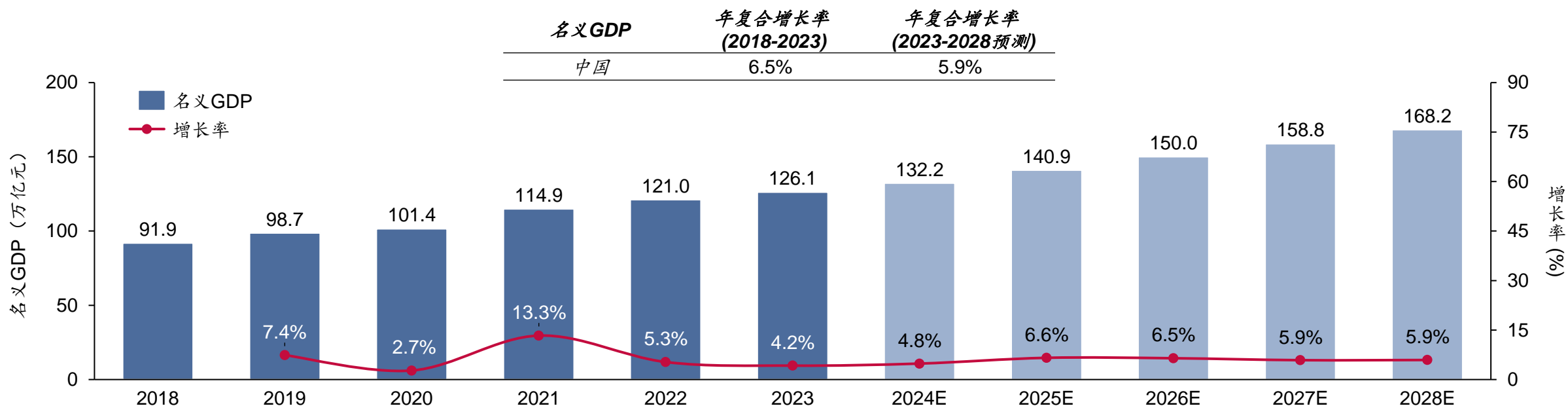
目录

- 1 中国眼镜行业发展环境概览
- 2 中国镜片行业概览
- 3 中国青少年近视管理镜片行业概览
- 4 附录



政府通过实施一系列经济刺激政策，成功维持了经济稳定增长，预计未来将持续推进经济结构调整和创新驱动发展，将进一步促进眼镜行业的发展。

名义GDP（中国），2018 – 2028预测

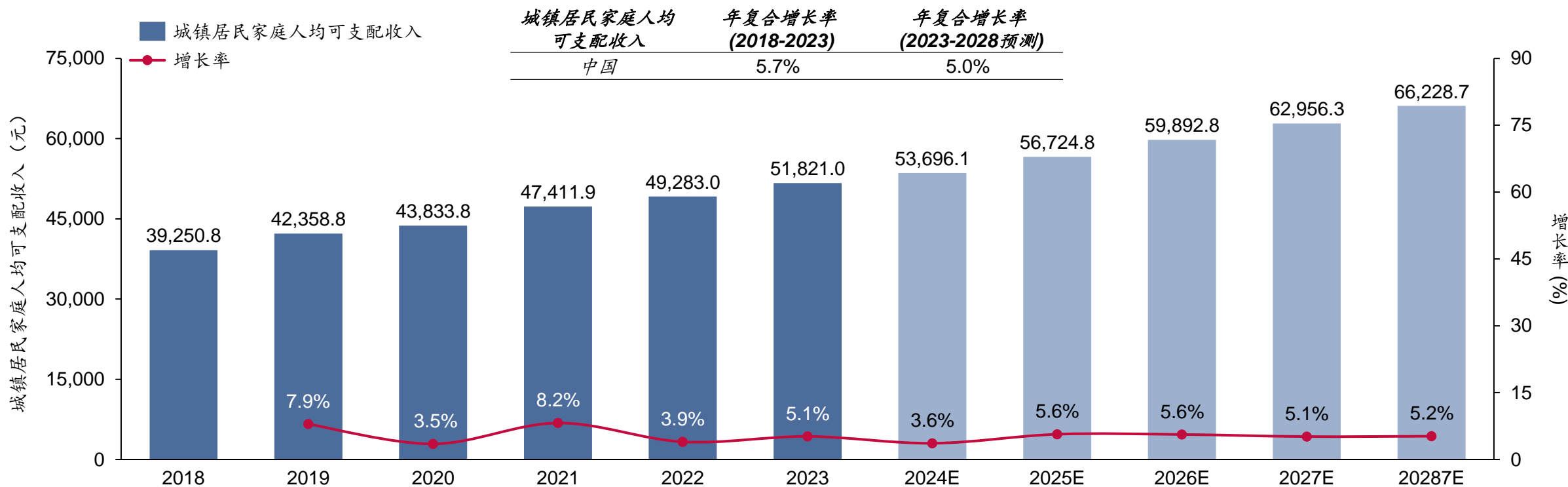


关键发现

- 根据中国国家统计局数据，中国政府采取了有效的刺激政策，维持经济稳定增长。在“十大重点产业振兴计划”及“十四五”规划和2035年远景目标纲要等一系列经济刺激政策的推动下，中国名义国内生产总值（GDP）在2018年至2023年期间以6.5%的年复合增长率实现了较为强劲的增长，从2018年的人民币91.9万亿元增长到2023年的人民币126.1万亿元。
- 展望未来，中国政府将进一步保持宏观经济政策的一致性和稳定性，以维持宏观经济稳定。同时，预计中国政府将大力推进经济结构调整，以提高经济发展的质量和效率。中国经济将从投资驱动模式转为消费驱动模式。在这种趋势下，中国经济将会保持健康良好的发展。进入“十四五”时期，在全球经济疲软和俄乌冲突等外部事件带来的不确定性中，坚持创新驱动发展、加快发展现代产业体系、完善新型城镇化战略将成为中国GDP未来增长的推动力。2020年，新冠疫情的爆发导致了第一季度的延迟复工和经济活动的暂停，这使得2020年中国GDP增长放缓。根据国际货币基金组织（IMF）预测，从2023年到2028年，中国名义GDP将保持5.9%的年复合增长率，并将在2028年增加到人民币168.2万亿元。

随着中国经济持续增长，城镇居民家庭人均可支配收入稳步提升，预计至2028年将达人民币66,229.7元，年复合增长率达到约5.0%，人均可支配收入的增长带动眼镜产品市场的增长。

城镇居民家庭人均可支配收入（中国），2018 – 2028预测

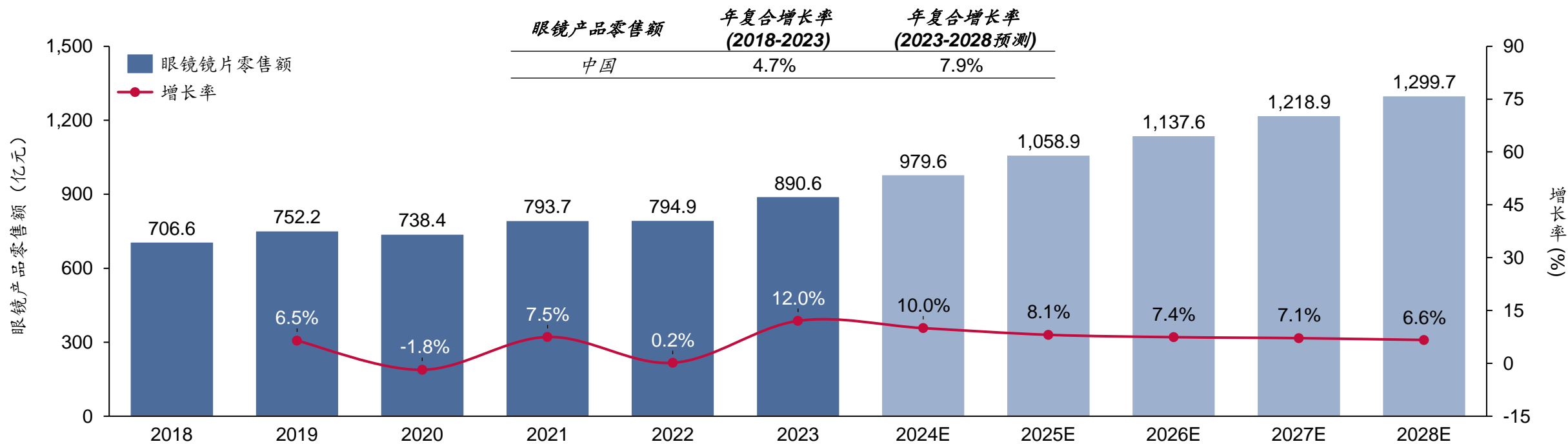


关键发现

- 随着中国经济的持续增长，近年来中国家庭的平均收入水平也不断提高。中国城镇居民家庭人均可支配收入从2018年的人民币39,250.8元增加到2023年的人民币51,821.0元，在此期间的年复合增长率约为5.7%。根据弗若斯特沙利文预计，到2028年，随着中国经济的持续增长，城镇居民家庭人均可支配收入预计将进一步增长至人民币66,228.7元，2023年到2028年期间的年复合增长率约为5.0%。

随着防蓝光眼镜、太阳镜、老花镜等功能性镜片需求的快速增加，预计2028年中国眼镜产品零售额将达到人民币1,299.7亿元。

眼镜产品零售额（中国），2018 – 2028预测

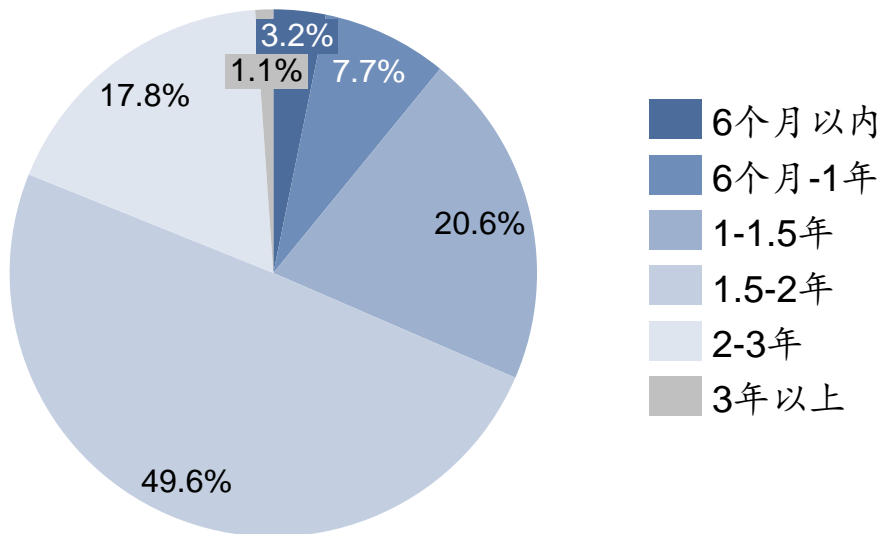


关键发现




- 眼镜产品最主要的为镜片产品，其次包含镜架、太阳镜、隐形眼镜以及老花镜。随着近年来近视人数的不断升高，中国眼镜产品零售额从2018年的人民币706.6亿元增长至2023年的人民币890.6亿元。由于疫情的爆发，太阳镜等眼镜产品在2020年的销售受到较大冲击，随着2023年消费需求的恢复，中国眼镜产品零售额也随之增长。
- 未来，随着防蓝光眼镜、太阳镜、老花镜等功能性镜片需求的快速增加，预计2028年中国眼镜产品零售额将达到人民币1,299.7亿元，2023年至2028年的年复合增长率大约为7.9%。

2023年中国消费者平均更换眼镜的频率约为1.7年/次，不同年龄人群呈现不同的换镜周期。

消费者换镜周期（中国），2023



年龄段	视力变化情况	换镜周期	建议换镜原因
-----	--------	------	--------

 0-18岁	近视度数变化大	1年	身体成长与视力变化
 18-45岁	近视度数相对稳定	1-2年	产品品质损耗
 45岁以后	老花度数变化	2-3年	视力变化

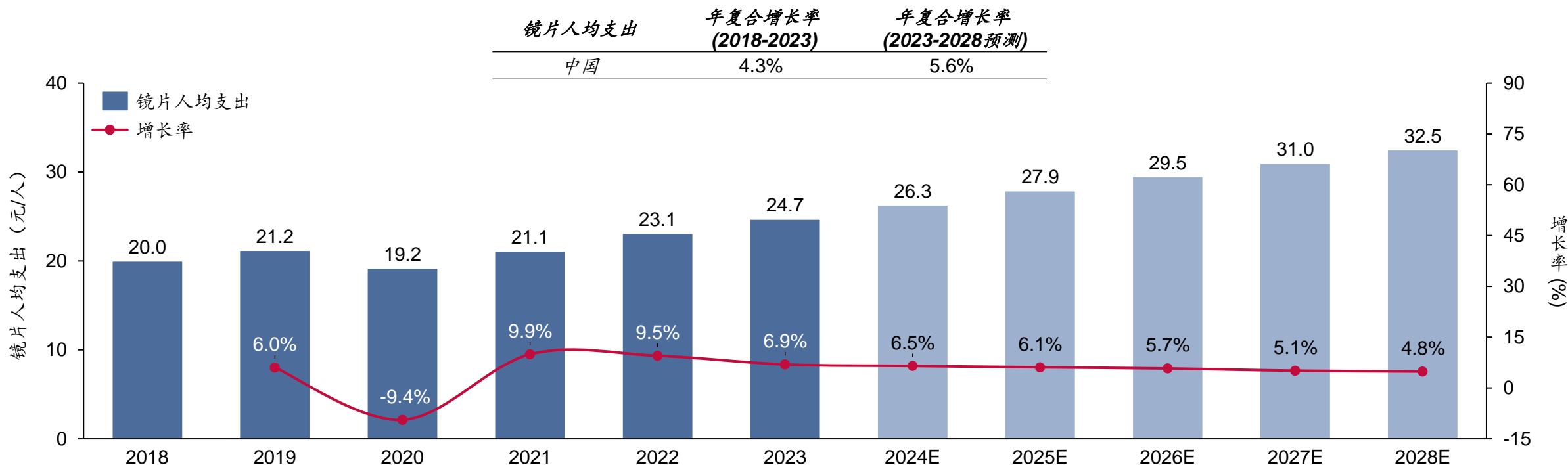
关键发现

•随着城镇居民家庭人均可支配收入的增长和消费观念的转变以及对镜片功能性需求的增加，消费者意识到定期更换镜片的必要性，根据弗若斯特沙利文分析，于2023年中国消费者平均更换眼镜的频率约为1.7年/次，预计未来镜片更换频率的周期将逐渐缩短，镜片需求将持续扩容。

•而消费者的换镜周期的主要影响因素是消费者的年龄。儿童及青少年处于身体成长阶段和近视的发展阶段，近视度数还未稳定，因此，其眼镜产品的使用周期一般不超过1年。相比之下，18岁-45岁期间，近视度数相对稳定，换镜周期相应调整为1-2年。而45岁以后，老花的度数有一定的变化，但相较于青年人，对功能性镜片的需求性相对较小，其换镜周期为2-3年。

中国居民对各类眼镜产品的购买需求不断增长，随着功能性镜片需求量不断提升，预计2028年中国镜片人均支出将达到32.5元/人。

镜片人均支出（中国），2018 – 2028预测

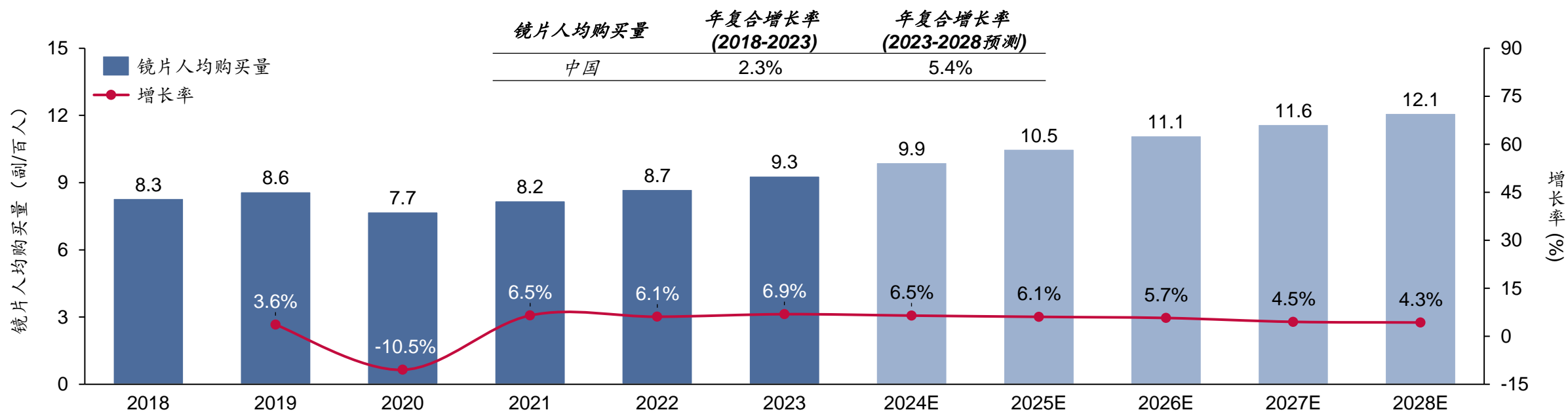


关键发现

- 随着人们生活水平的提高和视光矫正需求的提升，中国居民对各类眼镜产品的购买需求不断增长。中国镜片人均支出从2018年的人民币20.0元/人增加到2023年的人民币24.7元/人，2018年到2023年的年复合增长率约为4.3%。2020年，由于新冠疫情对线下零售端的销售有一定的冲击，中国镜片市场明显受挫，中国镜片人均支出有一定幅度的下跌，但随着疫情的恢复，2021年中国镜片人均支出恢复至正常水平。儿童及青少年处于身体成长阶段和近视的发展阶段，近视度数还未稳定，更换频次较高，而对于成年人，度数相对更为稳定，更换镜片的频次相对较缓慢。于此同时，随着功能性镜片需求量不断提升，预计2028年中国镜片人均支出将达到32.5元/人，2023年至2028年的年复合增长率约为5.6%。

随着中国眼镜行业的发展，消费者对眼镜产品的认知逐渐加深，镜片人均购买量预计在2028年将进一步增长至12.1副/百人，2023年到2028年期间的年复合增长率约为5.4%。

镜片人均购买量（中国），2018 – 2028预测



关键发现

- 中国镜片人均购买量逐步提升，从2018年的8.3副/百人增长至2023年的9.3副/百人，2018年至2023年的年复合增长率为2.3%。由于新冠疫情的影响，中国镜片线下零售端的销售受到阻碍，导致2020年镜片人均购买量下降10.5%，而随着疫情的恢复，镜片人均购买量于2022年恢复至疫情前的水平。在镜片购买人群中，成年人度数相对更为稳定，更换镜片频次比青少年更缓慢。
- 未来，随着中国眼镜行业的发展，消费者对眼镜产品的认知逐渐加深，镜片人均购买量预计在2028年将进一步增长至12.1副/百人，2023年到2028年期间的年复合增长率约为5.4%。

目录

- 1 中国眼镜行业发展环境概览
- 2 中国镜片行业概览
- 3 中国青少年近视管理镜片行业概览
- 4 附录



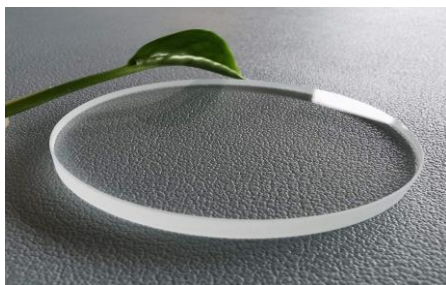
随着消费者对镜片的光学性能以及佩戴舒适度的要求提高，不同的镜片材料被研发并应用，目前树脂镜片以优质的特性占据镜片材料的主流应用市场。

镜片材料及技术分析



天然水晶镜片

- **镜片材料：**天然水晶镜片的主要成分是二氧化硅，镜片分为无色和茶色两种。
- **优点：**水晶镜片的优点是坚硬、不易磨损、不易潮湿、热膨胀系数小。
- **缺点：**水晶属于天然矿石，密度不匀，同时水晶无法阻挡红外线和紫外线，对眼睛不起防护作用。



玻璃镜片

- **镜片材料：**玻璃镜片的主要成分是二氧化硅，在此基础上再加上其他普通材料。
- **优点：**折射率稳定、透光性能较好、硬度适当、热稳定性好。
- **缺点：**玻璃片易碎，重量较重。



PC镜片

- **镜片材料：**PC的化学名称叫聚碳酸酯（polycarbonate）。
- **优点：**抗冲击力强、适合青少年和运动型成年人、阻断紫外线。
- **缺点：**加工较困难，表面易刮伤，热稳定性差。



树脂镜片

- **镜片材料：**由三井，KOC等公司推出的高性能镜片树脂材料，原材料为高分子聚合单体。
- **优点：**相比PC等材料合成的产品，阿贝数等光学性能有了较大突破。抗冲击性强、加工性良好、染色性、耐候性，适用度广，可用于制造各种品类的镜片。
- **缺点：**价格高于PC镜片。

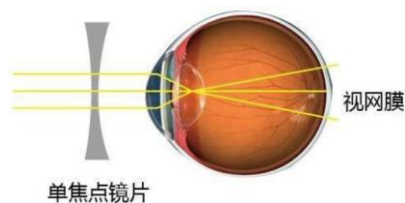
关键发现—技术分析

- 在眼镜镜片行业中，镜片通常通过基础的半成品基片加工而来。不同的镜片生产商会采用不同的设备与质量管理体系，但核心的生产技术较为相似。半成品基片的加工流程包括镜片原材料配置、模具准备及组装、原料浇筑、固话开模、边缘修整及清洗、二次与三次固化检查、镀膜以及包装。镜片生产商可根据消费者个性化的验配数据，将半成品基片进一步加工，生产定制镜片。在镜片生产过程中，镜片原料的属性、模具的精度和流程工艺都至关重要。镜片原料需保证原料的物理性能较好，否则会导致成品镜片有内应力，膜层附着性不强。模具的精度需保持准确，否则会导致生产出来的镜片光度不准。未来，镜片厂商将会加大研发投入，根据消费者视觉需求，提供多种定制加工服务。

随着镜片行业新工艺、新技术不断涌现，渐进多焦点、周边离焦、多点近视离焦等技术的广泛运用推动功能性镜片市场快速发展，进一步提升镜片产品附加值。

镜片光学设计技术原理及特点

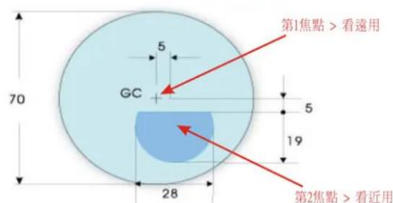
单焦点镜片



单焦点镜片

- **技术特点:** 一个光学中心，仅能用于看近或看远。
- **典型产品:**
 - ✓ 明月镜片 日常通用系列
 - ✓ 蔡司 单光镜片
 - ✓ 依视路 钻晶系列

双焦点镜片



双焦点镜片

- **技术特点:** 由两片焦距不同的透镜合起来，上半片看远处，下半片看近处。
- 目前国内无典型产品，其设计局限性和佩戴舒适性，国内普及度有限，随着新型多焦点镜片的普及，逐渐淡出市场。

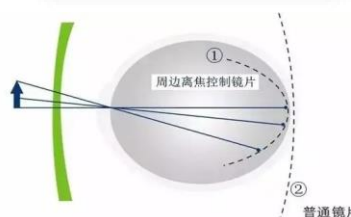
渐进多焦点镜片



渐进多焦点镜片

- **技术特点:** 3个视觉区域，分远用视力区、中间视力区、近用视力区，可用于近视防控、舒缓视疲劳、老花镜。
- **典型产品:**
 - ✓ 明月镜片 学生读写系列
 - ✓ 依视路 万里路系列
 - ✓ 豪雅 三维系列

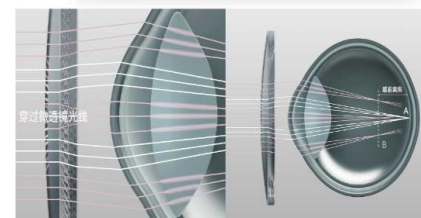
周边离焦镜片



周边离焦镜片

- **技术特点:** 周边镜片度数比中心区域低，使得中心部位投射到视网膜上，周边部位投射到视网膜前，抑制眼轴变长，延缓近视发展。
- **典型产品:**
 - ✓ 明月镜片 轻松控
 - ✓ 蔡司 成长乐

多点近视离焦镜片



多点近视离焦镜片

- **技术特点:** 镜片分为中心区域和多点离焦区域，多点离焦区域分布多个微透镜形成近视离焦，使得周边区域成像在视网膜前，抑制眼轴变长，延缓近视发展。
- **典型产品:**
 - ✓ 明月镜片 轻松控Pro
 - ✓ 豪雅 新乐学
 - ✓ 依视路 星趣控

中国镜片产业链上游环节主要包括原材料与设备供应商，中游由镜片品牌商与生产商组成，下游环节则为终端消费市场。中国镜片产业链上下游环节发展时间较长，成熟企业众多。

镜片产业链分析

产业链上游

树脂单体等原材料供应商



BRUNO BOCK THIOCHEMICALS



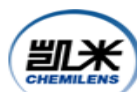
SCHOTT glass made of ideas

设备供应商



产业链中游

镜片品牌商与生产商



产业链下游

眼镜零售商



眼科医院及综合医院配镜部

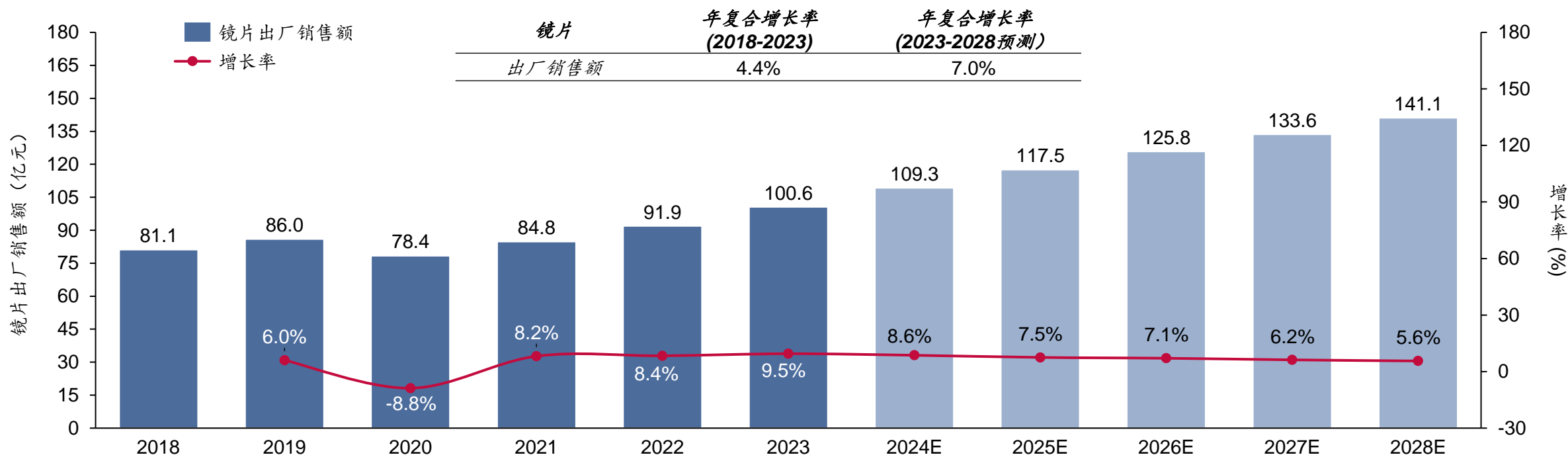


关键发现

- 中国镜片产业链由上游的原材料与设备供应商、中游的镜片生产商以及下游终端消费市场组成。
- 镜片产业链上游为原材料及设备供应商，主要为中游品牌商与生产商提供树脂、玻璃、塑料及模具、验配设备等。
- 镜片产业链中游为镜片品牌商与生产商，主要负责镜片的加工生产工作，同时为终端销售提供验配设备、售后以及视光师培训等支持工作。镜片产业链中游参与者较多，市场竞争激烈，少数头部镜片生产商涉及自主研发生产树脂单体材料，并掌握核心技术。
- 镜片产业链下游为终端消费市场，主要包括眼镜零售商、医院配镜中心等零售渠道，下游零售商直接面对消费者，提供验光、配镜、试戴体验及维修等专业服务。

中国镜片出厂销售额从2018年的81.1亿元增长至2023年的100.6亿元，年复合增长率约为4.4%。2028年中国镜片出厂销售额预计将达到141.1亿元。

镜片出厂销售额（中国），2018 – 2028预测



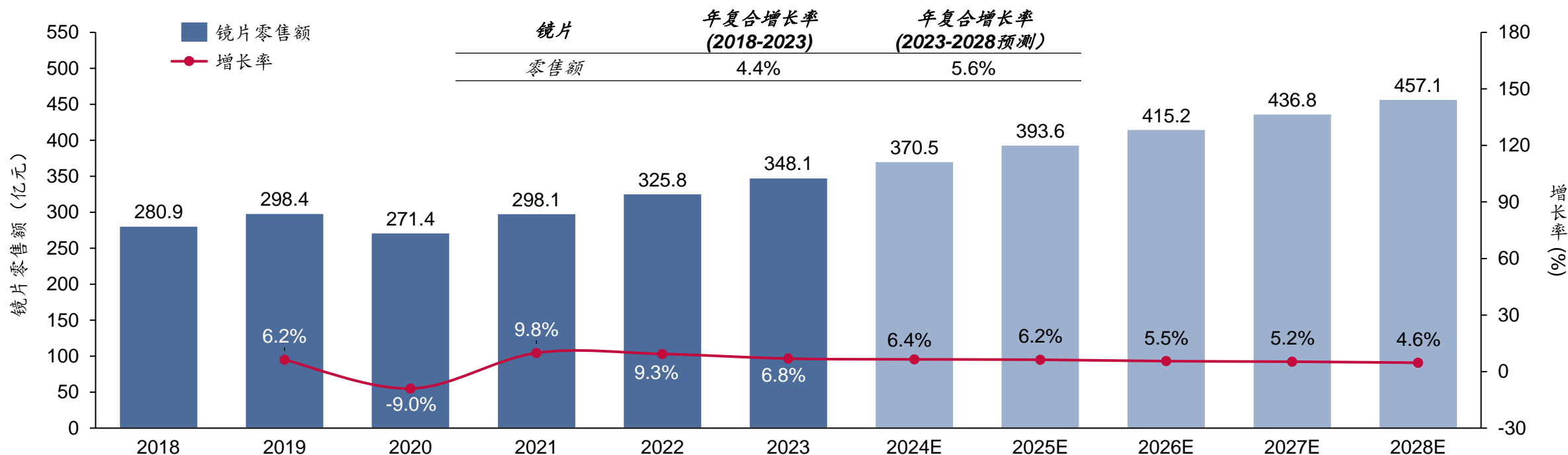
关键发现

- 中国是全球最大的镜片生产国，经过多年的发展，逐渐形成了以江苏丹阳、浙江温州、福建厦门等为主要生产基地的产业格局，镜片行业的参与企业众多。2018年至2023年，中国镜片出厂销售额从81.1亿元增长至100.6亿元，年复合增长率约为4.4%。2020年受疫情影响，行业开工率降低，增长率下降约8.8%。2021年疫情得到有效控制后，镜片行业有序复工复产，镜片出厂销售额在随后几年保持稳定增长。
- 未来，随着镜片企业的生产技术升级，镜片产品更新换代，镜片出厂销售额将会持续增长。预计到2028年，中国镜片出厂销售额将达到141.1亿元，2023年至2028年的年复合增长率约为7.0%。

注：出厂销售额不包括镜片出口的销售额。

2023年，中国镜片零售额达到约348.1亿元，2018年至2023年的年复合增长率约为4.4%。2028年中国镜片零售额预计将达到约457.1亿元。

镜片零售额（中国），2018 – 2028预测

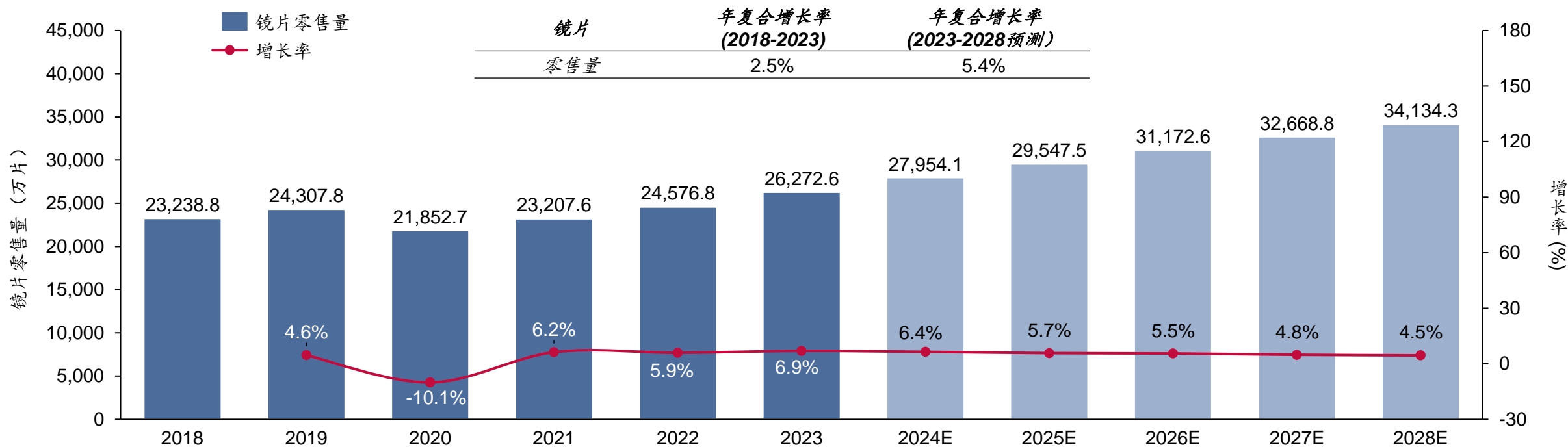


关键发现

- 近年来，随着消费者的购买能力提高，消费需求越来越多元化，镜片行业市场规模稳定增长。2018年至2023年，中国镜片零售额从280.9亿元增长至348.1亿元，年复合增长率约为4.4%。2020年，线下镜片零售渠道受到冲击，镜片零售额同比下降9.0%。由于镜片行业具有刚性需求的特征，2021年疫情好转后，被压抑的需求集中爆发，镜片行业在随后几年持续增长。
- 在消费升级、功能性镜片需求增强的趋势下，镜片零售额在未来5年将会持续增长。预计中国镜片零售额在2028年将达到457.1亿元，2023年至2028年的年复合增长率约为5.6%。

中国镜片零售量在2023年达到约26,272.6万片，预计2028年镜片零售量将达到34,134.3万片，期间年复合增长率约为5.4%。

镜片零售量（中国），2018 – 2028预测



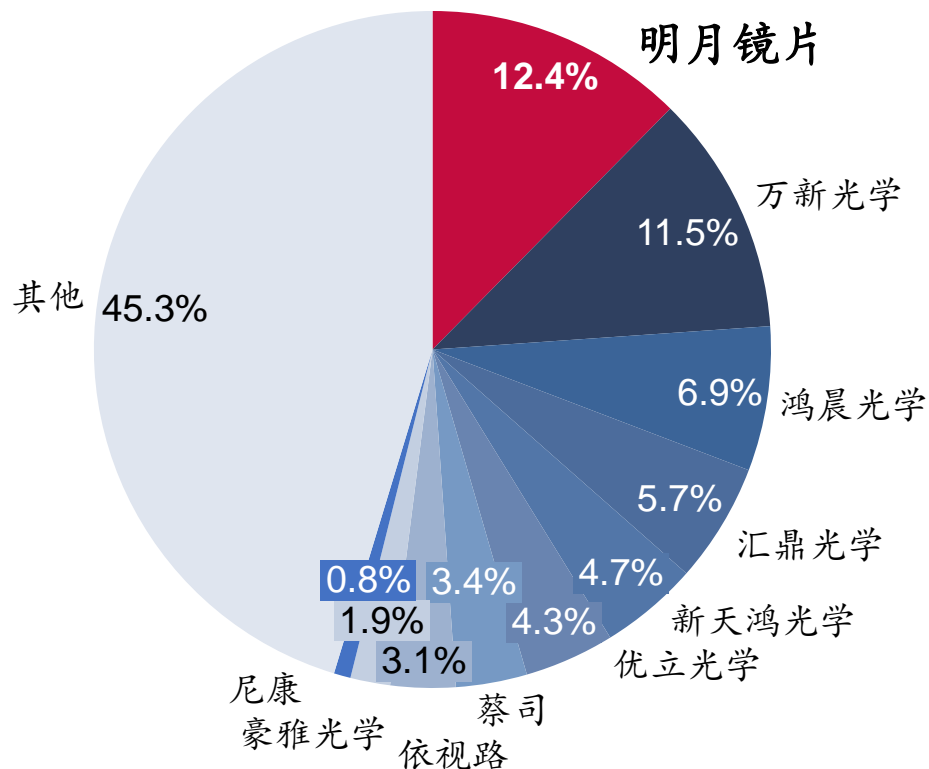
关键发现

- 2018年至2023年，中国镜片零售量从23,238.8万片增长至26,272.6万片，期间的年复合增长率约为2.5%。2020年受疫情影响，配镜需求减少，中国镜片零售量同比下降10.1%，2021年，镜片市场迅速恢复活力，镜片零售量回升至23,207.6万片。
- 随着一人多镜的趋势增强，线上零售渠道兴起以及功能性镜片需求增加，未来镜片零售量将会稳步上升。预计至2028年，中国镜片零售量将达到34,134.3万片，2023年至2028年的年复合增长率约为5.4%。

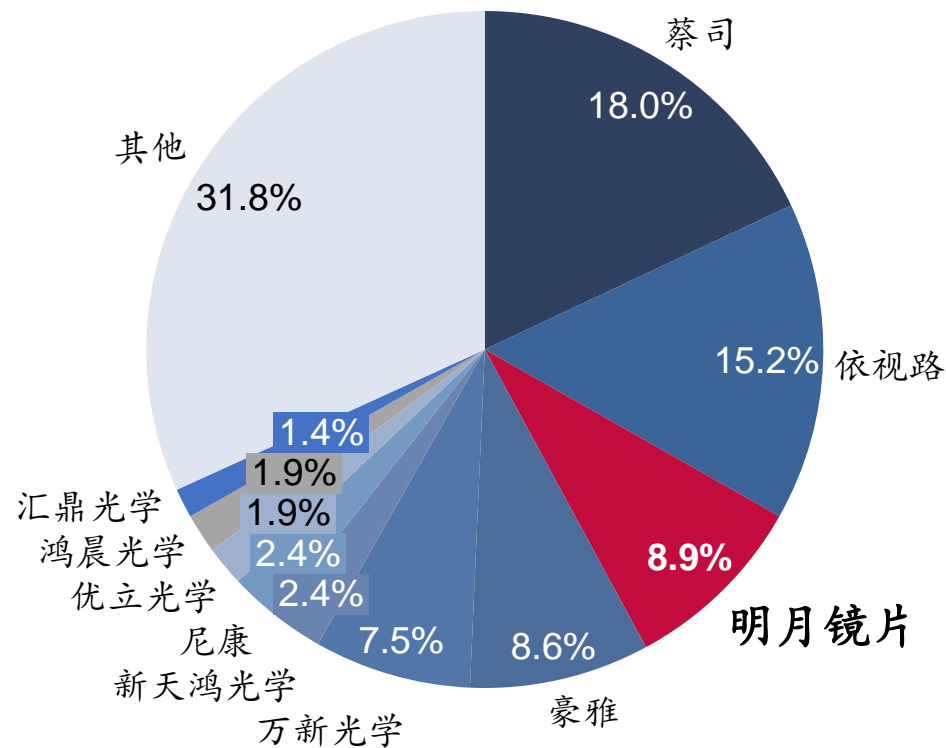
注：零售量指镜片品牌商的出厂销售量

中国市场的镜片品牌众多，其中以明月镜片、蔡司、依视路为代表的头部企业，集研发、生产与销售为一体。2023年按零售量计，前十大主流镜片品牌集中度约为54.7%。

镜片品牌市场份额（中国），按零售量计，2023



镜片品牌市场份额（中国），按出厂销售额计，2023



关键发现

























- 2023年，按镜片零售量计，中国镜片市场的前十大主流品牌集中度约为54.7%，其中明月镜片的市场份额为12.4%，位居第一。按镜片出厂销售额计，前十大主流品牌集中度约为68.2%。以明月镜片、蔡司、依视路等为代表的头部企业，在技术研发、渠道布局、生产成本等方面具有明显优势。未来，随着镜片产品制造标准趋严，消费者对镜片质量以及佩戴舒适度的要求提高，部分小规模、技术水平低、质量不达标企业将会被淘汰，预计未来镜片行业集中度将会进一步提升。

注：

1. 主流镜片品牌商（不含其关联企业）的出厂销售额与销售量指以主品牌在中国销售获得的销售量与销售额

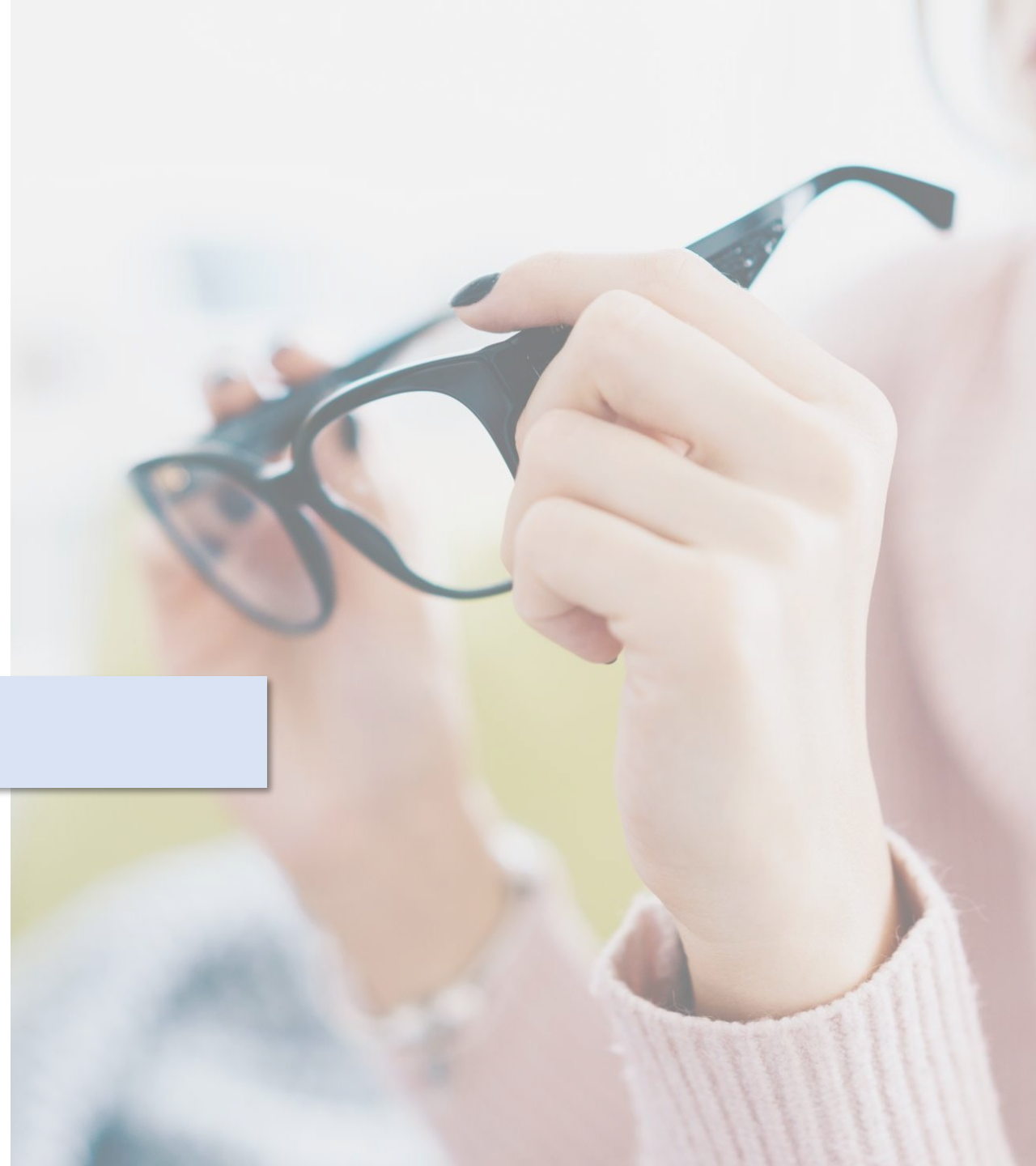
2. 零售量指品牌商的出厂销售量

在中国镜片行业中，明月镜片持续加大技术研发投入，销售渠道覆盖较广，在中高端价格带享有良好的品质口碑，在国内品牌中处于领先地位。

公司类型	公司名称	产品设计	技术研发	品牌营销	公司定位
国内企业	 明月镜片 技术先进·全国销量领先				✓ 中国镜片领导品牌，技术先进，全国销量领先。
	 WANXIN 万新眼镜片				✓ 国内镜片生产领军企业。
	 HONGCHEN 鸿晨集团				✓ 集研发、生产和销售于一体的全球化优质镜片供应商。
国外企业	 ZEISS				✓ 全球领先的光学与光电行业科技集团。
	 essilor 依视路				✓ 全球领先的视光企业，专注于设计、制造并销售品类丰富的镜片产品。
	 HOYA				✓ 豪雅集团始终致力于光学技术研发，是全球光学技术领域创新引领者。

目录

- 1 中国眼镜行业发展环境概览
- 2 中国镜片行业概览
- 3 中国青少年近视管理镜片行业概览
- 4 附录



近年来，中国政府及相关部门越来越重视青少年儿童的眼健康问题并持续推出相关有利政策，促进中国近视管理镜片市场健康发展

法规名称	发布时间	发布部门	关键信息
《国家卫生健康委办公厅关于印发防控儿童青少年近视核心知识十条的通知》	2023	国家卫生健康委办公厅	<ul style="list-style-type: none"> 倡导和推动家庭及全社会重视儿童青少年近视防控工作，做到早预防、早发现、早干预。鼓励家长要从孩子出生就树立近视防控意识，给孩子一个健康视觉环境，帮助孩子养成良好用眼习惯。
《2023年全国综合防控儿童青少年近视重点工作计划》	2023	教育部	<ul style="list-style-type: none"> 系统谋划和扎实推进新时代儿童青少年近视防控工作，坚持切实增强合力、部门分工协作的原则，确保实现《综合防控儿童青少年近视实施方案》明确的定期开展视力监测、完成年度评议考核、近视率核定等儿童青少年近视防控工作主要任务
《“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）》	2022	国家卫生健康委	<ul style="list-style-type: none"> “十四五”期间，着力加强眼科医疗服务体系建设、能力建设、人才队伍建设，持续完善眼科医疗质量控制体系，推动眼科优质医疗资源扩容并下延，有效推进儿童青少年近视防控和科学矫治工作，实现儿童青少年眼健康整体水平不断提升。
《儿童青少年近视防控适宜技术指南（更新版）》	2021	国家卫生健康委	<ul style="list-style-type: none"> 坚持防控为主，实施经典的三级预防措施。一是普及近视防控核心知识，培养健康用眼行为；二是筛查视力不良和近视患病率，发挥视力健康管理效应；三是倡导已经近视的儿童青少年增加更多的日间户外活动时间、减少近距离用眼行为、及时佩戴眼镜或采取其他矫治方法。
《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021-2025年）》	2021	教育部等15个全国综合防控儿童青少年近视工作联席会议机制成员单位	<ul style="list-style-type: none"> 健全完善儿童青少年近视防控体系，到2025年每年持续降低儿童青少年近视率，有效提升儿童青少年视力健康水平。
《学前、小学、中学等不同学段近视防控指引》	2021	教育部	<ul style="list-style-type: none"> 涵盖防控近视关键点，各有重点，措施精准，操作性强，便于传播和普及。进一步明确不同学段儿童青少年近视防控要点，着力提高儿童青少年用眼行为改进率和近视防控知识知晓率。
《眼镜行业“十四五”高质量发展指导意见》	2021	中国眼镜协会	<ul style="list-style-type: none"> 儿童青少年近视防控也将成为眼镜行业“十四五”发展的一项重要任务，行业将严格执行国家关于青少年验配标准，积极开展青少年视力筛查，发挥眼健康状况哨点作用。在新技术、新设备自主研发工程中，眼镜行业将优先进行与儿童、青少年近视相关的学术和防控技术研究，开发具备自主知识产权的高功效近视控制方案和在镜片、框架眼镜等产品上的应用。
《关于进一步规范儿童青少年近视矫正工作切实加强监管的通知》	2019	国家卫生健康委、市场监管总局等6个部门	<ul style="list-style-type: none"> 进一步规范儿童青少年近视矫正工作，加强市场监管，维护儿童青少年健康权益。落实主体责任，切实规范近视矫正工作，加强科普宣传，科学认知儿童近视矫正行为。
《综合防控儿童青少年近视实施方案》	2018	教育部、国家卫生健康委等8个部门	<ul style="list-style-type: none"> 到2023年，力争实现全国儿童青少年总体近视率在2018年的基础上每年降低0.5个百分点以上，近视高发省份每年降低1个百分点以上。

近视防控管理手段较多，主要分为光学防控和药物防控等，其中光学防控可分为离焦镜片和角膜塑形镜。离焦眼镜最容易获得且最方便使用的青少年近视控制产品

离焦镜

离焦框架眼镜



- 主要运用“近视性离焦”设计，改变了传统近视眼镜的光学原理，通过周边离焦或者多点离焦技术，使周边区域成像在视网膜前，形成膜前离焦，从而抑制眼轴过快增长，达到延缓近视加深效果。

离焦软镜



- 日戴软性角膜接触镜，不需要改变角膜形态，而是通过镜片自身采用“离焦环”设计，将远视性离焦转变为正焦或近视性离焦状态，来减缓近视度数的增长速度。

角膜塑形镜



- 夜间睡觉时佩戴的隐形眼镜，角膜塑形镜使中央角膜变平坦、中周角膜变陡峭，这些改变可能通过周边视网膜近视性离焦信号和高阶像差变化延缓配戴者的近视进展。

低浓度阿托品滴眼液




- 阿托品是一种非选择性的毒蕈碱受体拮抗剂，目前认为其作用可能机制为：①M受体学说：阿托品直接作用于视网膜和巩膜M受体，阻止巩膜成纤维细胞转分化和眼轴增长；②改善脉络膜血供；③阿托品使瞳孔扩大，接受的光照增加，从而阻止眼轴增长。

关键发现

- 多种近视控制方法中，光学矫正和药物矫正是两个主要类别。光学矫正主要包括使用离焦镜和角膜塑形镜（OK镜），而药物矫正通常采用低浓度的阿托品眼药水。离焦镜主要是指运用近视性离焦设计的离焦框架眼镜和离焦软镜。OK镜，又称为角膜塑形镜，通过改变角膜曲率来纠正视力问题。
- 在目前的医疗设备分类中，OK镜和离焦隐形眼镜被归为第三类，因此它们必须在医疗机构中进行专业配制。至于低浓度阿托品，尽管在国内尚未获准上市，但医院可以通过内部制剂的形式进行使用，这种使用仅限于该医院。跨区域使用这种药物需要获得省级或国家卫生健康委员会的批准。随着《互联网诊疗监管细则（试行）》的实施，通过互联网医院销售低浓度阿托品的途径已经关闭，使得低浓度阿托品成为了近视控制中最难以获取的产品之一。因此，离焦眼镜成为了最容易获得且最方便使用的青少年近视控制产品。

根据各离焦镜片主要品牌的临床实验结果，目前主流品牌的离焦镜片1到2年临床结果的等效球镜度减缓率在59%-67%之间，眼轴减缓率在51%-60%之间，说明离焦镜片在延缓近视加深上效果显著

主要品牌	主要产品	技术路径	临床试验结果
	轻松控PRO	多点近视离焦眼轴控制技术 (C.A.M.D)	1年临床结果：延缓等效球镜度增长的效果为 60% ，延缓眼轴增长的效果为 51% ，戴镜第4季度，延缓近视加深有效率达到 82% 。
	成长乐	周边离焦技术	1年临床结果：屈光度增长减缓0.29 D/年，平均减缓 30% ，眼轴维度无显著差异。
	小乐园	同心环带微柱镜技术 (C.A.R.E.)	1年临床结果：H版延缓眼轴增长的相对正视眼有效率为 63%
	新乐学	多区正向光学离焦技术 (D.I.M.S)	2年临床结果：近视加深减慢 59% ，眼轴增长速度减慢 60% 。
	星趣控	高非球微透镜星控技术 (H.A.L.T.)	2年临床结果：每日戴镜时间超过12小时，延缓近视加深 67% (0.99±0.12D)，延缓眼轴增加至 60% (0.41±0.05mm)。

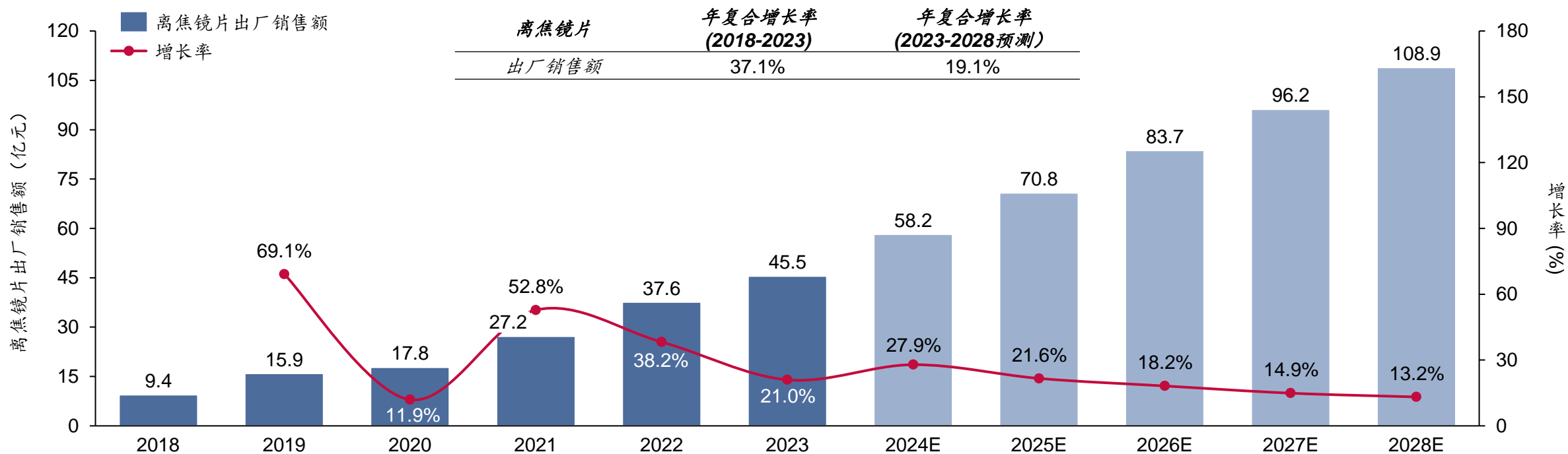
关键发现

- 根据《亚洲近视管理共识2021》，近视是一种屈光不正，即当眼睛调节放松时，远处物体的光线（相当于平行于光轴）进入眼睛，聚焦在视网膜前方。近视通常是由于眼轴太长造成的，但也可能是由过度弯曲的角膜或屈光力增加的晶状体造成的，或二者兼而有之。从等效球镜度（SE）来看的话，近视通常定义为当眼睛调节放松时SE≤-0.50D。因此可以通过比较不同近视管理产品的在临床试验中的等效球镜度减缓率（%）和眼轴减缓率（%）来判断不同产品的有效性。
- 根据各离焦镜片主要品牌的临床实验结果，目前主流品牌的离焦镜片1到2年临床结果的等效球镜度减缓率在59%-67%之间，眼轴减缓率在51%-60%之间，说明离焦镜片在延缓近视加深上效果显著。多点近视离焦眼轴控制技术（C.A.M.D）、同心环带微柱镜技术（C.A.R.E.）、多区正向光学离焦技术（D.I.M.S）及高非球微透镜星控技术（H.A.L.T.）等多点离焦镜片技术路径由于临床效果较为出色，其效果已经过市场验证，目前已成为市场的主流。

注：因各品牌产品临床试验的标准、方法、统计方式等存在差异，有效性数据可能无法进行对等性比较。部分市场品种如轻松控PRO的临床在21-22疫情期间开展，受高强度网课等因素影响，测得有效性数据比真实情况偏低。

2023年，中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按出厂销售额计达约45.5亿元，年复合增长率约为37.1%。2028年中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按出厂销售额计将达到108.9亿元

青少年近视管理离焦镜片市场规模，按出厂销售额计（中国），2018 – 2028预测

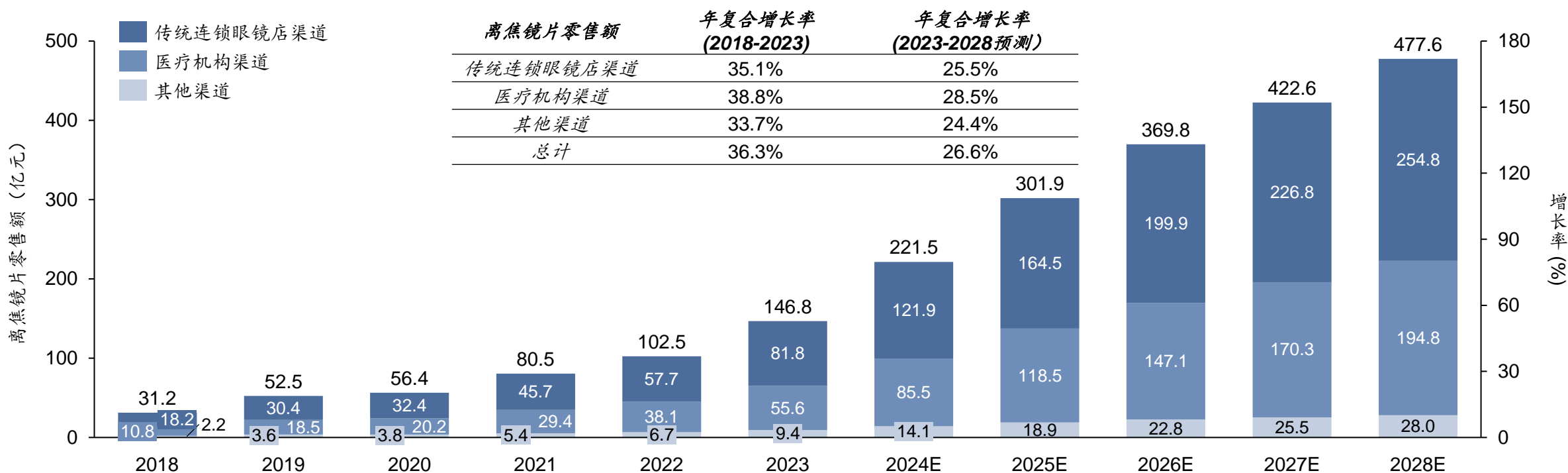


关键发现

- 2018年以前，中国离焦镜片市场参与者较少，主要以外资品牌为主，例如外资品牌蔡司2010年推出的首款近视管理离焦镜片“成长乐”。2018年以后，不断有国产品牌加入离焦镜片市场，例如，2021年明月镜片推出“轻松控”周边离焦镜片和“轻松控PRO”多点离焦镜片，自此中国青少年近视管理离焦镜片市场进入高速发展阶段。中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按出厂销售额计从2018年的9.4亿元快速上升到2023年的45.5亿元，年复合增长率约为37.1%。其中，2020年受疫情影响，增长率下降至11.9%，但市场仍处于快速增长阶段。
- 随着离焦镜片需求不断提高，预计2028年，中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按出厂销售额计将达到108.9亿元，2023年至2028年的年复合增长率约为19.1%。

**2023年，中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按零售额计达约146.8亿元，年复合增长率约为36.3%。
2028年中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按零售额计将达到477.6亿元**

青少年近视管理离焦镜片市场规模，按零售额计（中国），2018 – 2028预测



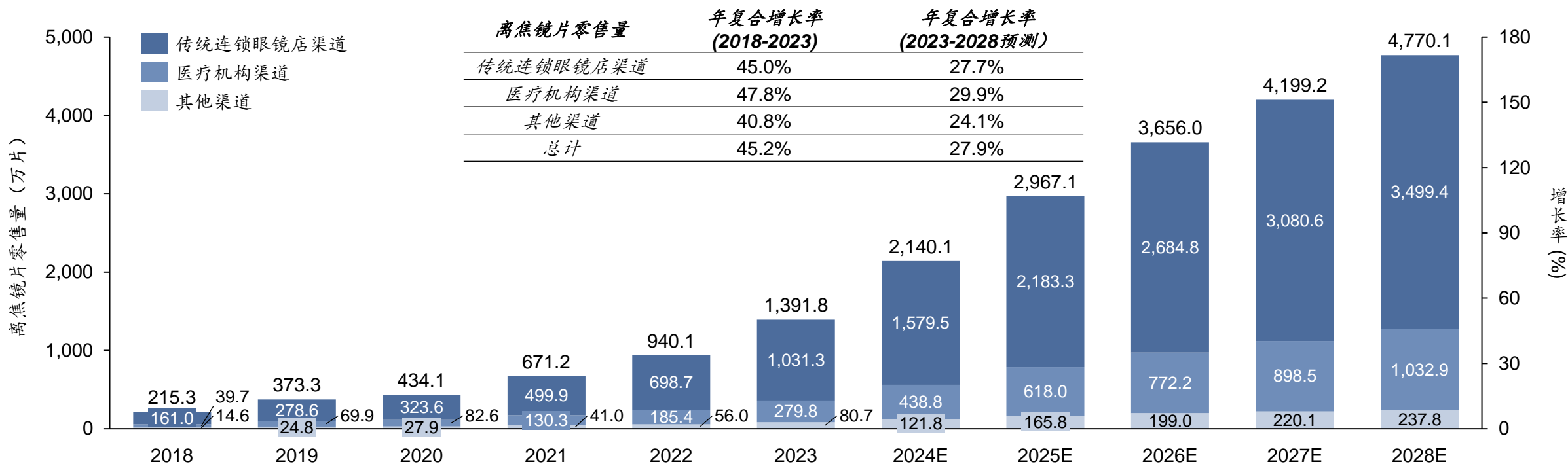
关键发现

- 2018年至2023年，不断有镜片制造厂商开始布局离焦镜片市场，因此大量的近视管理需求被释放，市场迎来高速增长。2018年至2022年中国青少年近视管理离焦镜片市场处于高速发展阶段。中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按零售额计从2018年的31.2亿元快速上升到2023年的146.8亿元，年复合增长率约为36.3%。在此期间，传统连锁眼镜店渠道和医疗机构渠道零售额分别以35.1%和38.8%的年复合增长率增长。
- 近年来，国家多次出台近视防控矫治、眼健康等相关政策，社会层面上持续推出护眼护眼科普活动，引发家长、学校对青少年儿童视力保护的关注与重视，而离焦镜片的市场认知度亦在不断提升。预计2028年，中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按零售额计将达到477.6亿元，2023年至2028年的年复合增长率约为26.6%。在此期间，传统连锁眼镜店渠道和医疗机构渠道零售额将分别以25.5%及28.5%的年复合增长率增长。

注：其他渠道包括电商等渠道

2023年，中国青少年近视管理离焦镜片零售量达约1,391.8万片，年复合增长率约为45.2%。2028年中国青少年近视管理离焦镜片零售量将达到4,770.1万片

青少年近视管理离焦镜片市场规模，按零售量计（中国），2018 – 2028预测



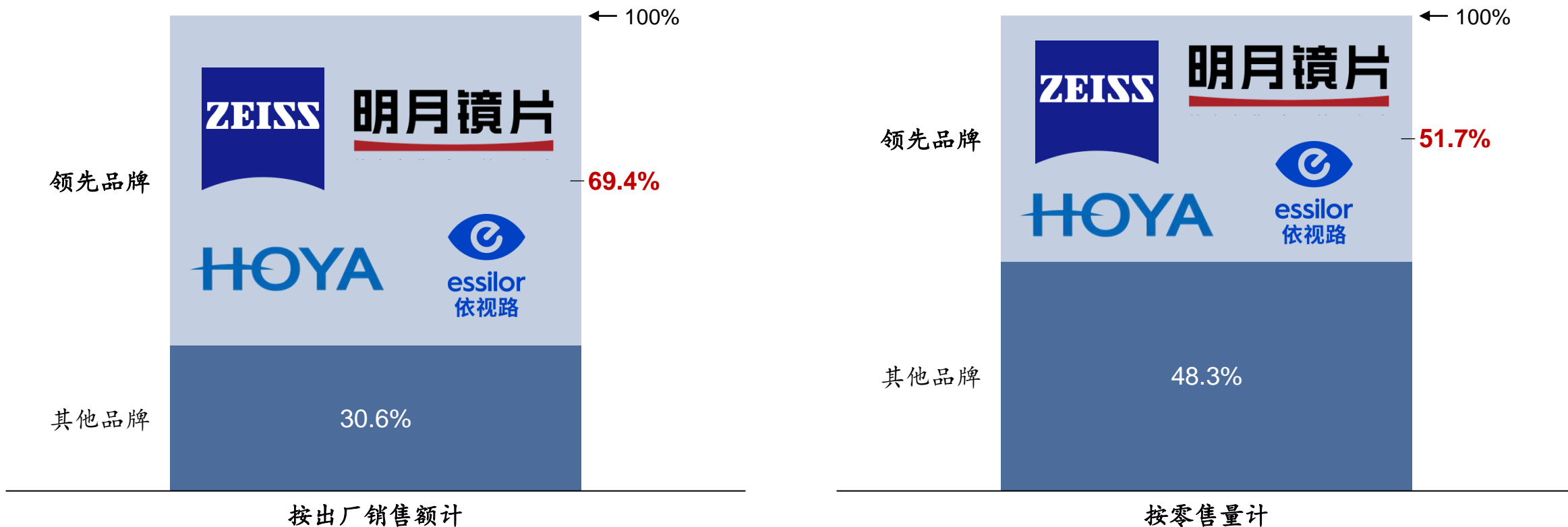
关键发现

- 中国青少年近视管理离焦镜片市场零售量主要指离焦镜片生产企业在国内市场获得的零售量。2018年至2023年，由于不断有新进入者加入离焦镜片市场，中国青少年近视管理离焦镜片市场处于高速发展阶段。中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按零售量计从2018年的215.3万片快速上升到2023年的1,391.8万片，年复合增长率约为45.2%。期间，传统连锁眼镜店渠道和医疗机构渠道零售量分别以45.0%及47.8%的年复合增长率增长。2020年受疫情影响，增长率放缓，但由于离焦镜片需求具有一定刚性，整体市场仍保持增长。
- 随着离焦镜片在青少年近视人群中的渗透率不断增加，预计2028年，中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按零售量计将达到4,770.1万片，2023年至2028年的年复合增长率约为27.9%。在此期间，传统连锁眼镜店渠道及医疗机构渠道零售量将分别以27.7%和29.9%的年复合增长率增长。

注：其他渠道包括电商等渠道；零售量指品牌商的出厂销售量

中国离焦镜片市场较为集中，2023年多点离焦镜片按出厂销售额计，前四大主流品牌集中度约为61.9%。未来，随着国产离焦镜片品牌逐步获得消费者认可，预计国产离焦镜片品牌市场份额将进一步扩大。

青少年近视管理多点离焦镜片市场竞争概览，2023



关键发现

- 中国离焦镜片市场较为集中，2023年，按多点离焦镜片出厂销售额计，前四大主流品牌集中度约为69.4%；按零售量计，前四大主流品牌集中度约为51.7%。以蔡司、豪雅、依视路等外资企业由于更早进入离焦镜片市场，其市场份额相对较高。但近年来，随着以明月镜片等为代表的头部国产镜片品牌进入离焦镜片市场，凭借着高质量及高性价比迅速抢占市场份额。未来，随着国产离焦镜片品牌逐步获得消费者认可，预计国产离焦镜片品牌市场份额将进一步扩大。

注：零售量指品牌商的出厂销售量

收入提高与市场需求增加、技术创新与产品优化、近视低龄化及品牌力提升成为今年推动中国离焦镜片市场发展的主要驱动因素

收入提高与市场需求增加



➤ 离焦镜片通常价格较高，且针对视力变化速度较快的青少年儿童来说其换镜周期更高，因此其使用成本比普通镜片更高。而近年来，随着中国经济的持续增长和人民生活水平的提升，消费者的购买力得到显著提升。在眼镜市场，这种趋势表现为对价格更高的离焦镜片的高需求，特别是在青少年近视防控方面。

技术创新与产品优化



➤ 技术进步是推动离焦镜片市场发展的关键因素。在多点离焦技术未出现以前，周边离焦技术因为其有效性较低，并未受到消费者的认可。而随着各镜片品牌不断提升投入离焦镜片研发，成功孕育出多点离焦镜片等新一代产品，其延缓近视加深有效率能达到60%以上。由此，消费者对离焦镜片需求提升，带动行业规模提高。

近视低龄化



➤ 近视低龄化是指近视发生的年龄越来越早，这一现象在中国尤为明显。近年来，随着互联网的普及，儿童青少年的触网年龄越来越小，儿童青少年花在收集、平板电脑和电视等屏幕上的时间大幅增加。由此，患屈光不正的儿童青少年年龄越来越小，使家长意识到儿童青少年应更早使用近视防控产品，由此推动离焦镜片市场扩张。

政策支持



➤ 政府对于儿童青少年近视防控的重视程度不断提高，相关政策的出台有助于推动整个行业的发展。例如，《国家卫生健康委办公厅关于印发防控儿童青少年近视核心知识十条的通知》倡导和推动家庭及全社会重视儿童青少年近视防控工作，做到早预防、早发现、早干预。这些政策为离焦镜片的推广提供有力的支撑。

渠道拓展与零售创新、以品牌力为中心发展及国产化替代将成为中国离焦镜片行业的未来主要发展趋势，促进离焦镜片行业健康高质发展。



渠道拓展与零售创新

随着消费者对高品质视光产品的需求日益增长，离焦镜片的销售渠道也在不断创新。线上平台，如电商网站和社交媒体，已成为品牌推广和销售的重要渠道。此外，线上线下融合的新零售模式正在成为趋势。品牌可以通过线上预约服务、线下体验和购买，以及线上线下一体化的售后服务，来提供无缝的购物体验。这种模式不仅提高了销售效率，还增强了消费者的满意度和忠诚度。未来，离焦镜片品牌将不断探索和创新销售渠道，以适应消费者的变化和市场的变化。通过线上线下结合的方式，离焦镜片品牌将更好地满足消费者的需求，提高品牌的市场竞争力。



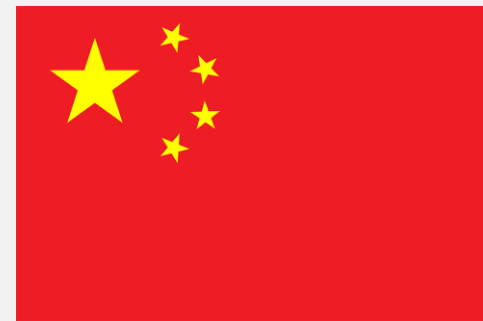
以品牌力为中心发展

消费升级的逻辑下，消费者更倾向于选择品牌力强、质量可靠的产品。长久以来，中国消费者对离焦镜片品牌的了解仅限于部分外资品牌。而近年来，随着如明月镜片等的国产品牌坚持自主创新和加大品牌建设投入，中国消费者对品牌离焦镜片的信任大幅增加。未来，提升品牌力将成为离焦镜片品牌商的主要发展趋势。通过增强品牌力，提高下游渠道的推广力度，能够提升消费者对产品的认知度和信任感。随着品牌知名度提升，离焦镜片品牌附加值将逐渐提高，镜片品牌商能在供应链中占据更有利的位置，从而提高利润率。



国产化替代

离焦镜片的国产化替代是未来发展的一个重要趋势。长久以来，中国离焦镜片市场份额主要由外资品牌占据，如蔡司、依视路和豪雅等，但国内品牌如明月镜片等在积极布局品牌离焦镜片，推出了具有竞争力的产品。国产离焦镜片的发展得益于消费者对于高性价比产品的需求，以及国内企业在技术研发和品牌建设方面的不断投入。随着技术进步和市场认知度的提升，国产离焦镜片有望在未来取得更大的市场份额。此外，国内市场对于近视防控产品的需求巨大，特别是在青少年人群中，这为国产离焦镜片提供了广阔的发展空间。



目录

- 1 中国眼镜行业发展环境概览
- 2 中国镜片行业概览
- 3 中国青少年近视管理镜片行业概览
- 4 附录



研究方法

- 弗若斯特沙利文于1961年在纽约成立，是一家独立的国际咨询公司。弗若斯特沙利文提供行业研究和市场战略，并提供增长咨询和企业培训。弗若斯特沙利文在中国的行业研究范围包括汽车和交通、化学品、材料和食品、商业航空、消费品、能源和电力系统、环境和建筑技术、医疗、工业自动化和电子、工业和机械以及科技、媒体和通信。
- 弗若斯特沙利文报告内容主要包括中国眼镜行业发展环境概览、中国镜片行业概览及中国青少年近视管理镜片行业概览。
- 弗若斯特沙利文报告的市场研究过程主要通过详细的一手调研和二手研究进行，一手调研包括与主要行业参与者和行业专家讨论行业现状；二手研究主要包括研究整理公司报告、独立研究报告以及基于弗若斯特沙利文内部研究数据库的数据。
- 总市场规模的预测是基于分析历史数据与宏观经济数据以及特定的相关行业驱动因素的变量关系所得出。
- 弗若斯特沙利文报告的撰写基于以下假设：
 - 全球及中国经济在未来十年将保持稳定增长；
 - 在预测期内，全球及中国的社会、经济和政治环境将保持稳定；
 - 城镇化率提高、政策支持以及需求增长等市场驱动因素；
 - 新冠疫情对全球及中国宏观经济的稳定发展造成短期影响。