

2025年 中国眼镜镜片行业白皮书 独立市场研究

2025年4月

版权所有©2025 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。

©2025 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.

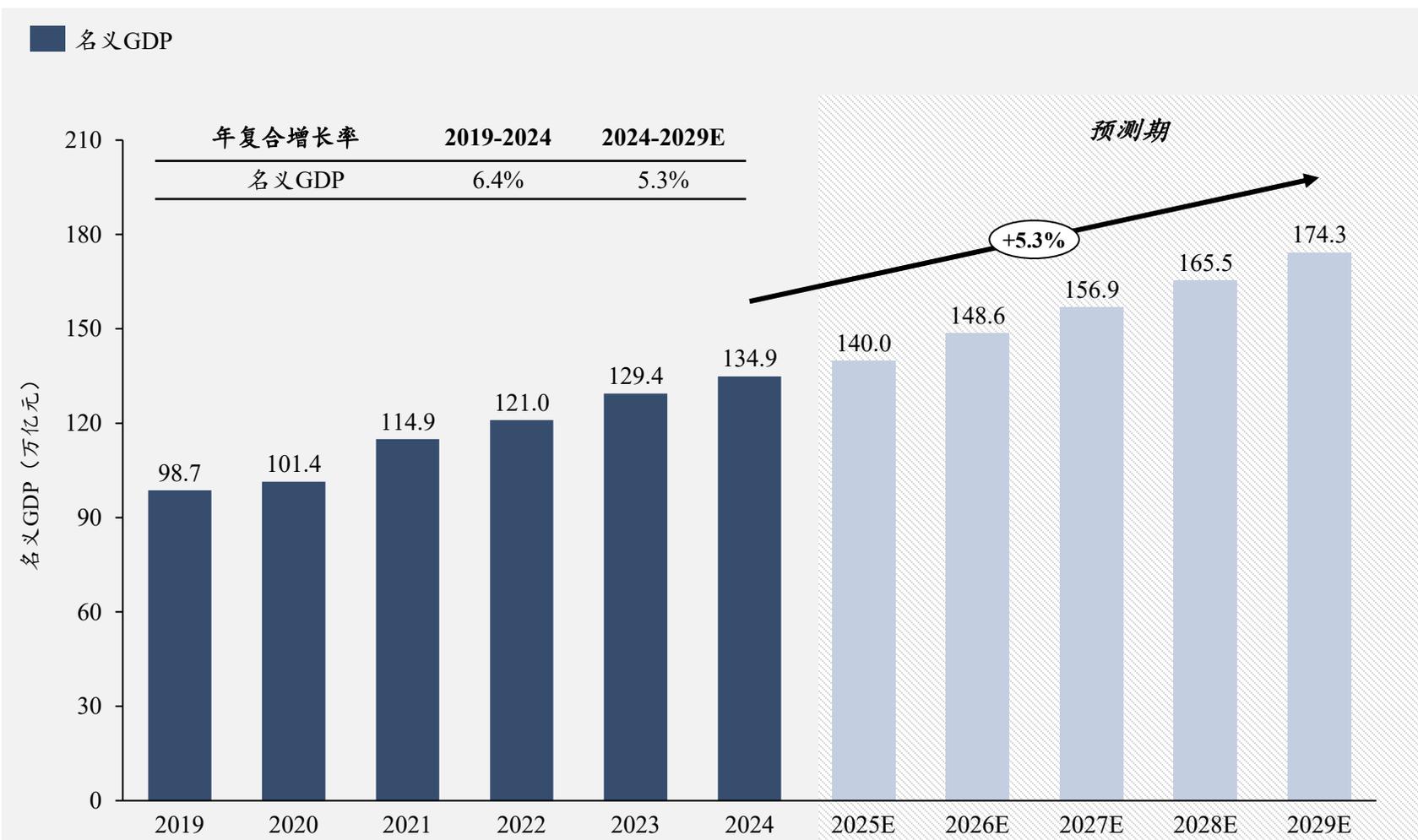
- 1 中国眼镜行业发展环境概览
- 2 中国镜片行业概览
- 3 中国青少年近视管理镜片行业概览
- 4 附录



中国经济稳健增长为眼镜行业带来发展机遇，未来我国将持续推进经济结构调整和创新驱动发展，进一步促进眼镜行业的发展。

中国名义GDP

万亿元，2019-2029E



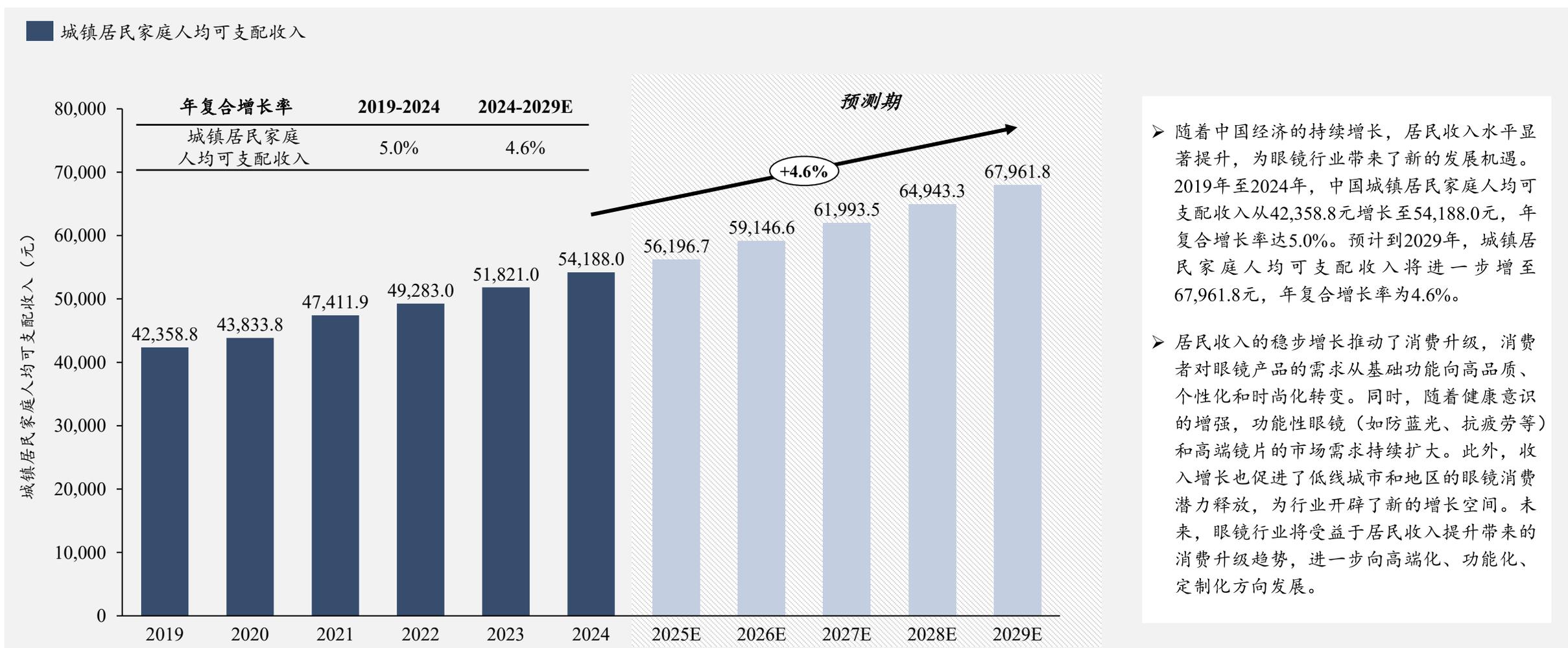
➤ 在中国政府“十大重点产业振兴计划”及“十四五”规划和2035年远景目标纲要的推动下，中国经济保持了稳定增长，2019年至2024年名义GDP年复合增长率达6.4%，从2019年的人民币98.7万亿元增长到2024年的人民币134.9万亿元。这一增长趋势为眼镜行业带来了广阔的发展机遇。随着中国经济从投资驱动转向消费驱动，居民消费能力不断提升，眼镜作为日常生活必需品和时尚配饰，市场需求持续扩大。尤其是在“十四五”期间，创新驱动和现代产业体系的建设将推动眼镜行业向智能化、个性化方向发展。此外，新型城镇化战略的推进也将带动低线城市和农村地区的眼镜消费增长。

➤ 预计到2029年，中国名义GDP将达到174.3万亿元，从2024年到2029年，中国名义GDP将保持5.3%的年复合增长率，眼镜行业有望在这一过程中实现高质量发展，满足消费者对高品质、多功能眼镜产品的需求。

经济增长促进居民增收，中国城镇居民家庭人均可支配收入2024年达到54,188.0元，预计至2029年将达人民币67,961.8元，年复合增长率达到约4.6%，人均可支配收入的持续增长将推动眼镜行业发展。

中国城镇居民家庭人均可支配收入

元，2019-2029E



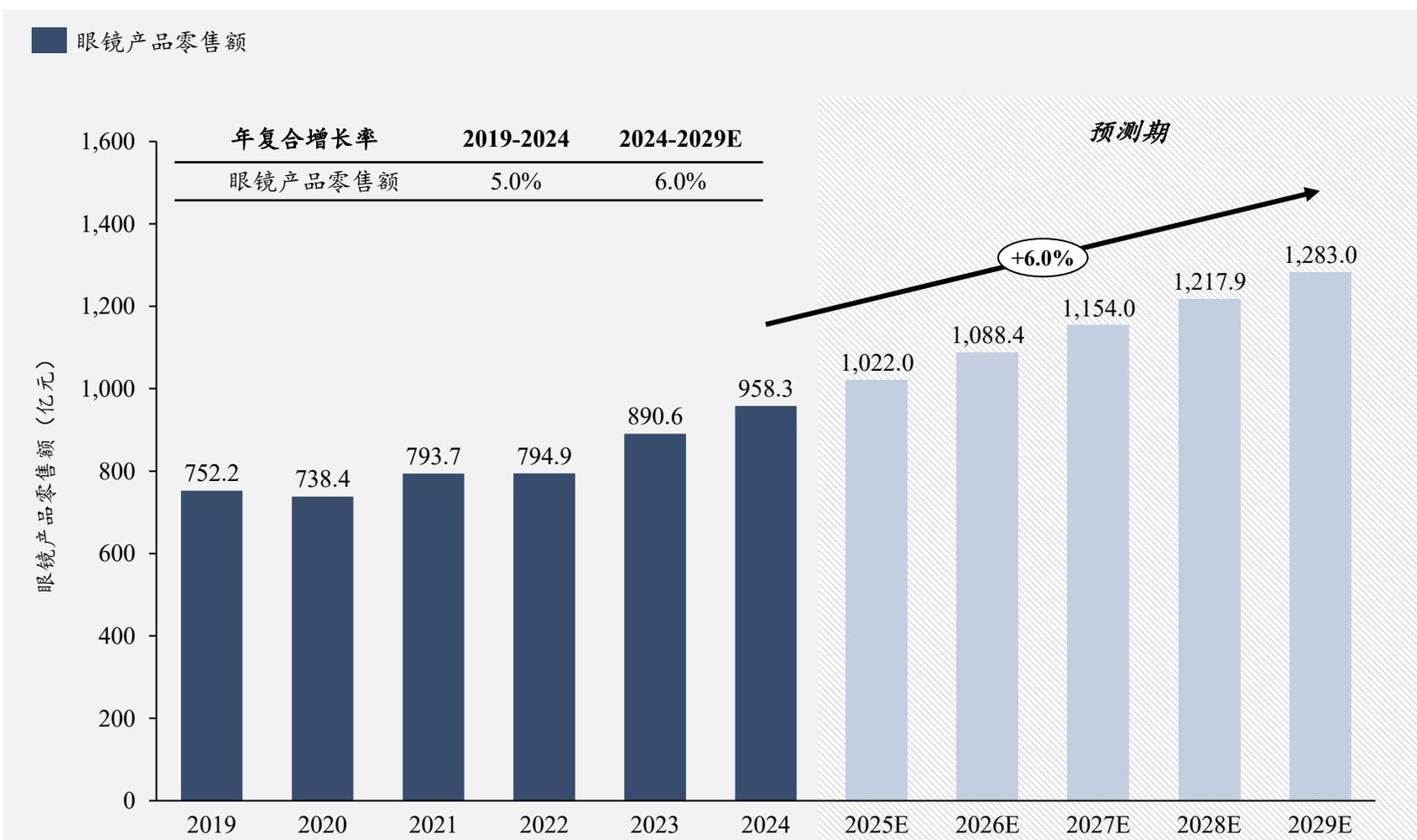
➤ 随着中国经济的持续增长，居民收入水平显著提升，为眼镜行业带来了新的发展机遇。2019年至2024年，中国城镇居民家庭人均可支配收入从42,358.8元增长至54,188.0元，年复合增长率达5.0%。预计到2029年，城镇居民家庭人均可支配收入将进一步增至67,961.8元，年复合增长率为4.6%。

➤ 居民收入的稳步增长推动了消费升级，消费者对眼镜产品的需求从基础功能向高品质、个性化和时尚化转变。同时，随着健康意识的增强，功能性眼镜（如防蓝光、抗疲劳等）和高端镜片的市场需求持续扩大。此外，收入增长也促进了低线城市和地区的眼镜消费潜力释放，为行业开辟了新的增长空间。未来，眼镜行业将受益于居民收入提升带来的消费升级趋势，进一步向高端化、功能化、定制化方向发展。

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2029年中国眼镜产品零售额将达到人民币1,283.0亿元。

眼镜产品零售额

亿元，2019-2029E

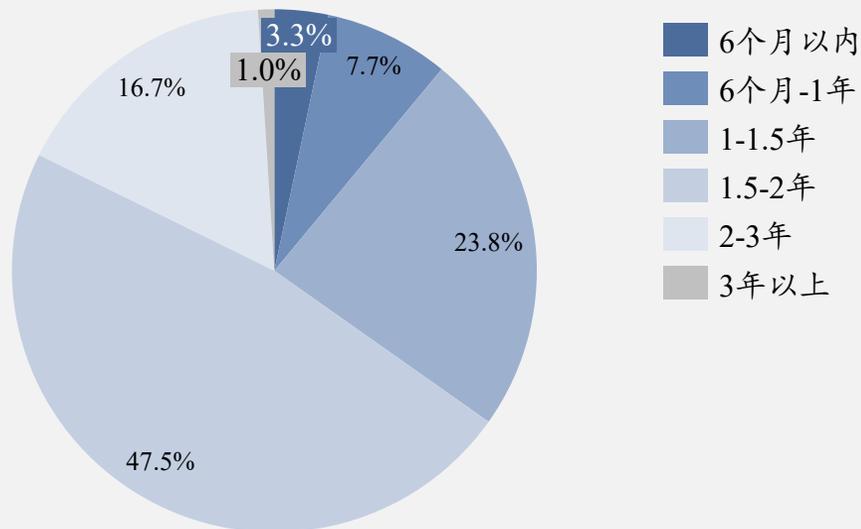


► 眼镜产品市场日益多样化，其中最主要的为镜片产品，其次还包含了各式各样的镜架、时尚太阳镜、便捷的隐形眼镜以及专为中老年人设计的老花镜。近年来，随着近视人数的持续攀升，中国眼镜产品市场也迎来了快速增长。据统计，中国眼镜产品零售额从2019年的人民币752.2亿元，已增长至2024年的人民币958.3亿元。疫情期间，太阳镜等产品的销售一度受到冲击，但随着2023年消费需求的逐步恢复，市场也迎来了反弹。

► 展望未来，防蓝光及抗疲劳等功能性镜片及高端镜片的需求将快速增长，预计至2029年，中国眼镜产品零售额将达到人民币1,283.0亿元，2024年至2029年的年复合增长率预计将保持在大约6.0%的水平。

中国消费者更换眼镜的频率不断缩短，1.5年以内更换镜片的消费者占比在2024年达到34.8%，不同年龄人群呈现不同的换镜周期。

消费者换镜周期（中国），2024



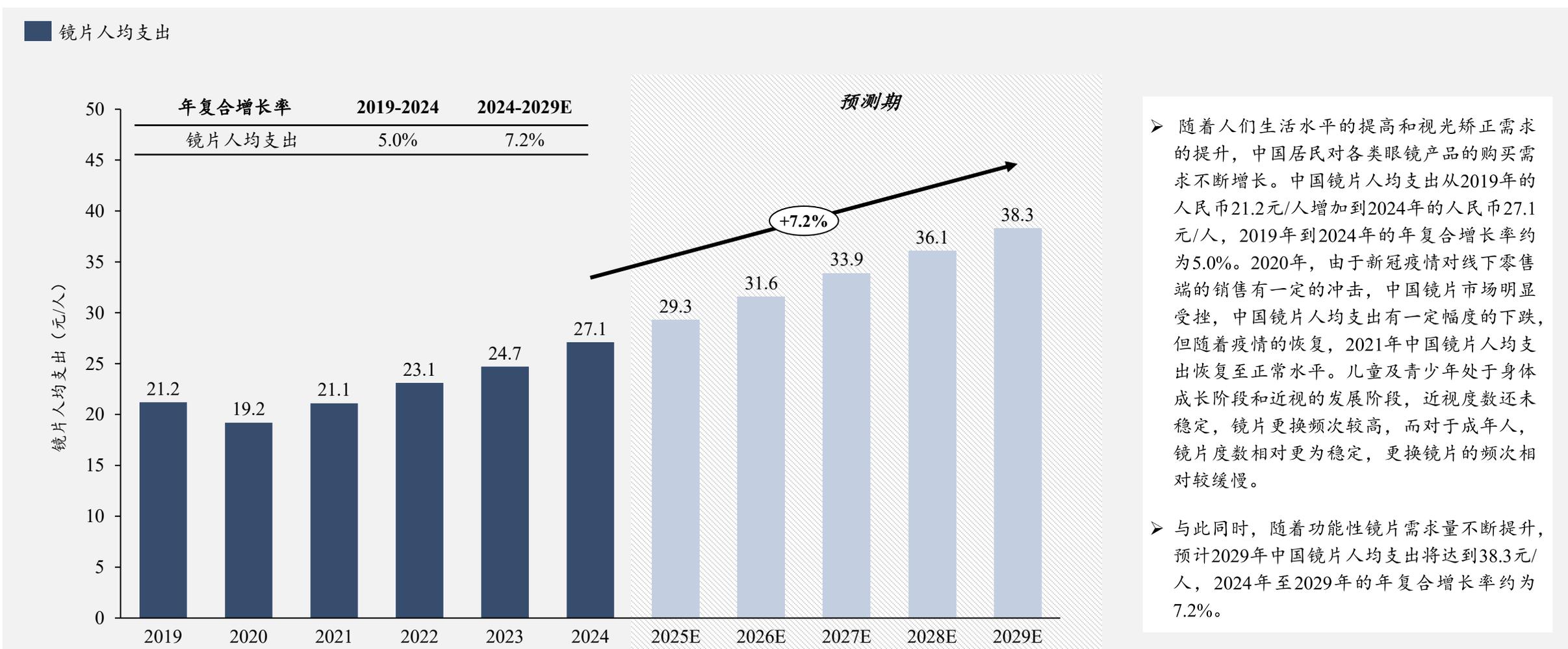
年龄段	视力变化情况	实际换镜周期	建议换镜原因
0-18岁	近视度数变化大	1年	身体成长与视力变化
18-45岁	近视度数相对稳定	1-2年	产品品质损耗
45岁以后	老花度数变化	2-3年	视力变化

- 随着城镇居民家庭人均可支配收入的稳步增长，消费观念的逐步转变，以及对功能性镜片需求的日益提升，消费者开始更加深刻地意识到定期更换镜片对于保护视力、提升生活品质的重要性。据弗若斯特沙利文的深入分析，中国消费者更换眼镜的频率不断缩短，1.5年以内更换镜片的消费者占比从2023年的31.5%增长至2024年的34.8%，这一数据不仅反映了当前市场需求的旺盛，也预示着未来镜片更换频率的周期有望进一步缩短，镜片市场的整体需求将持续扩容，展现出广阔的发展前景。
- 消费者换镜周期的主要影响因素是消费者的年龄。对于儿童及青少年群体而言，他们正处于身体快速成长的阶段，同时也是近视的高发期。由于近视度数在这一时期往往尚未稳定，因此，他们的眼镜产品使用周期相对较短，一般不超过1年，甚至需要更频繁地更换镜片以适应视力的变化。相比之下，18岁至45岁之间的成年人，其近视度数相对较为稳定，视力状况也趋于成熟。因此，他们的换镜周期为1-2年，既满足了日常使用的需求，又合理控制了更换成本。而对于45岁以上的中老年群体，虽然老花的度数会有一些变化，但相较于青年人，他们对功能性镜片的需求相对较小。这一年龄段的消费者更加注重眼镜的舒适度和实用性，换镜周期因此延长至2-3年。然而，随着老龄化社会的到来和对生活品质追求的提升，未来中老年群体对功能性镜片的需求也有望逐渐增加，为镜片市场带来新的增长点。

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2029年中国镜片人均支出将达到38.3元/人。

镜片人均支出

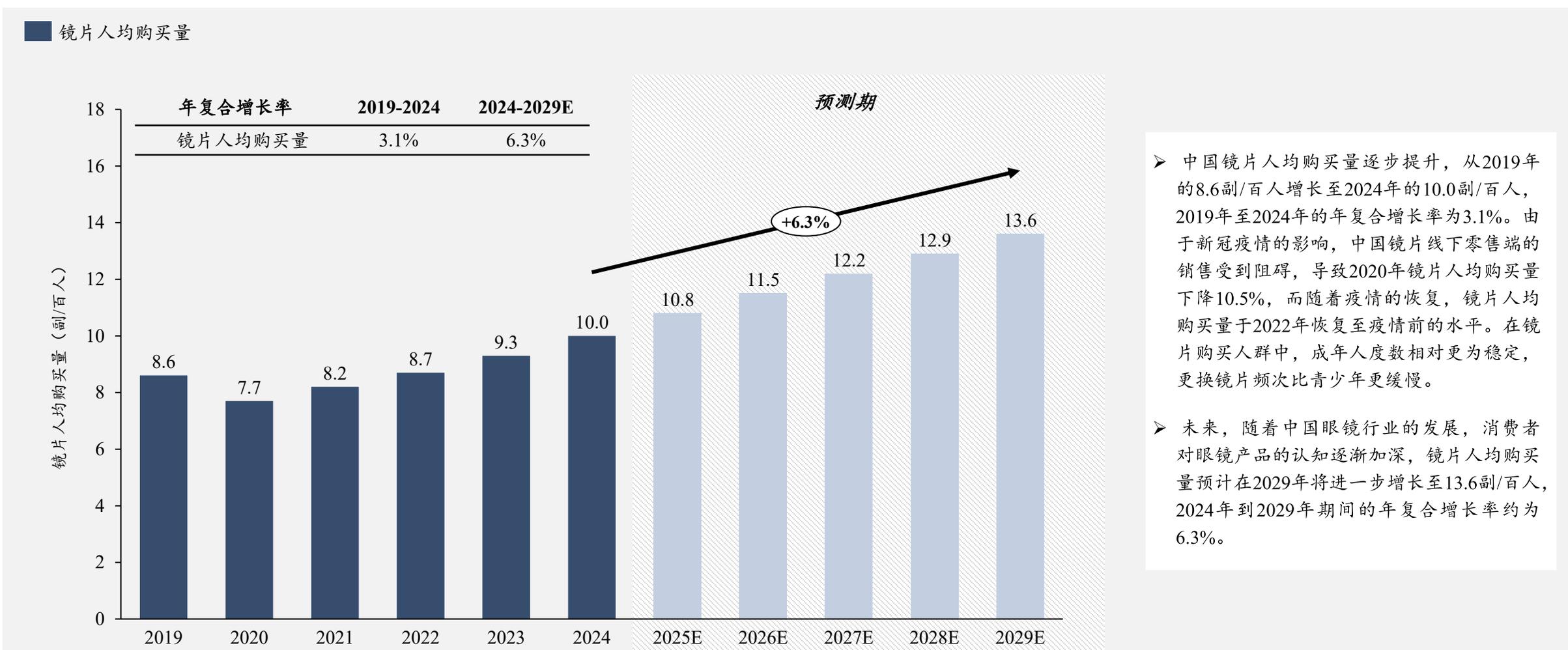
元/人，2019-2029E



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2029年将进一步增长至13.6副/百人，2024年到2029年期间的年复合增长率约为6.3%。

镜片人均购买量

副/百人，2019-2029E



| 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



中国镜片材料历经从天然水晶、玻璃、PC到新型树脂材料的迭代，未来镜片材料将向轻量化、智能化及环保化方向纵深发展，为视力健康提供更优解决方案。

➤ 中国镜片材料的发展历程以早期的天然水晶和玻璃材料为主，但因重量大、易碎等缺点逐渐被树脂材料取代，树脂材料的开发标志着镜片进入轻量化时代。随后，在80年代，高折射率树脂材料问世，使镜片更轻、更薄。近年来，随着科技的持续创新，镜片材料在光学性能、重量和功能上不断取得突破。未来，镜片材料将更加注重轻量化、智能化和环保化，为视力健康提供更优质的解决方案。

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：**坚硬、不易磨损、不易潮湿、热膨胀系数小。
- **缺点：**密度不匀，无法阻挡红外线和紫外线，无防护作用。



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。
- **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：**阿贝数低、加工较困难、表面易刮伤、热稳定性差。长时间受紫外线辐照容易黄变，寿命短。



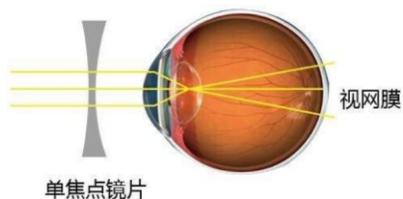
新型树脂镜片

- **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：**阿贝数高、抗冲击性强、透光性强、紫外线防护能力强、耐磨性强、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。

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

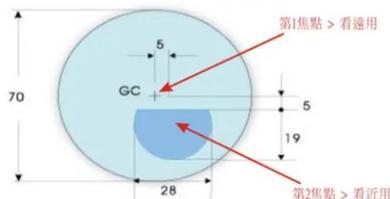
单焦点镜片



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

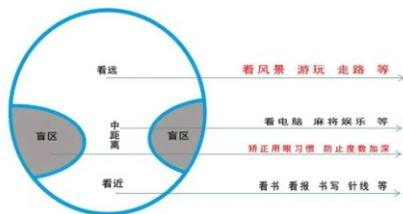
双焦点镜片



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。

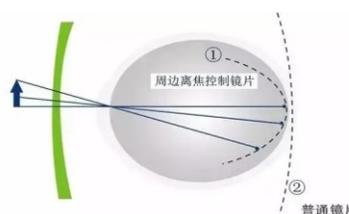
渐进多焦点镜片



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、维适渐进系列
 - ✓ 依视路 万里路系列
 - ✓ 豪雅 三维系列

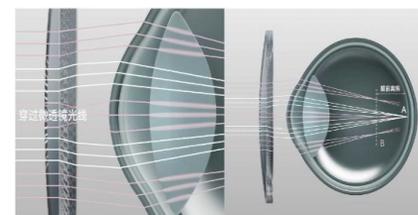
周边离焦镜片



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



电商平台



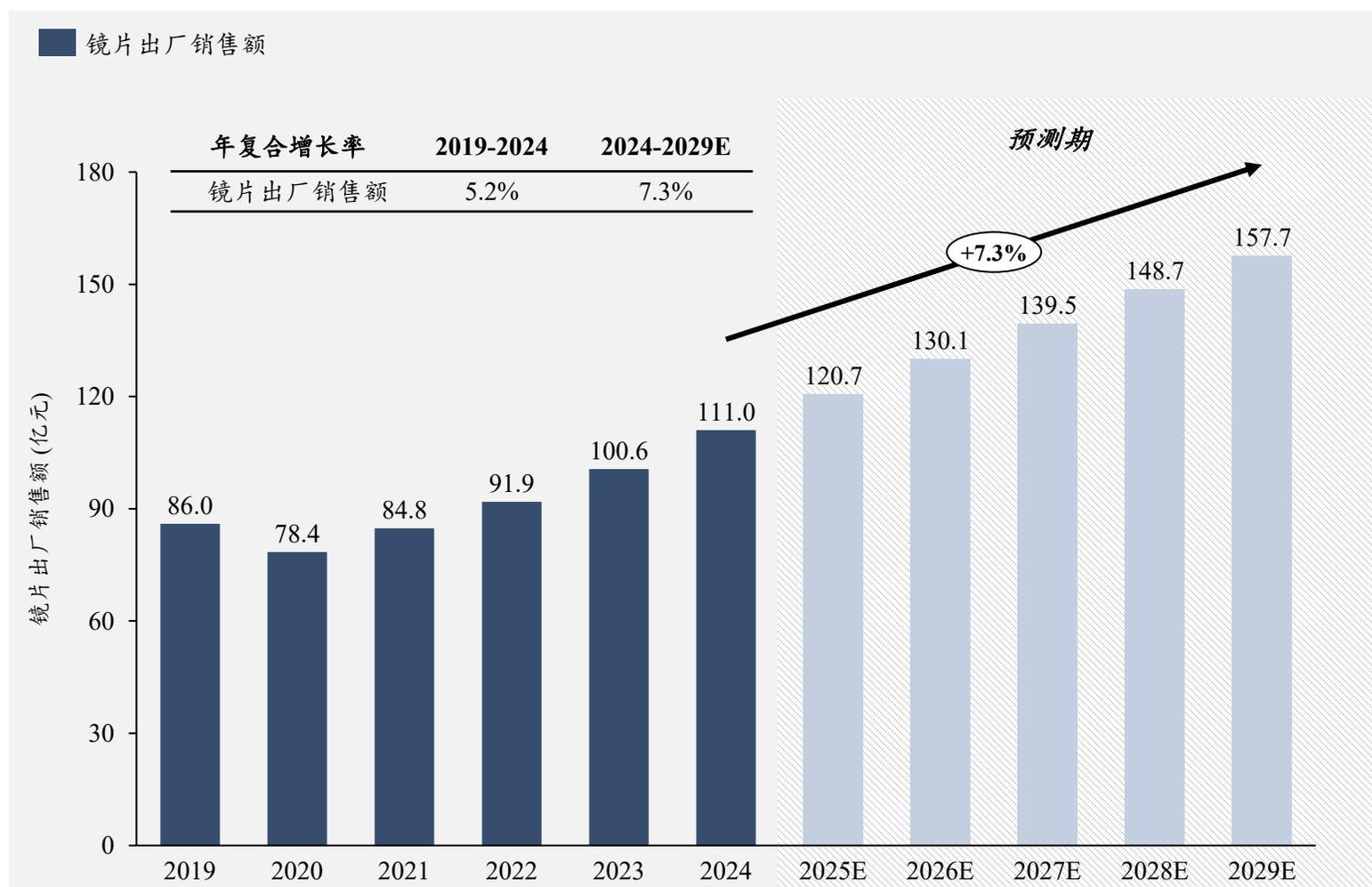
关键发现

- 中国镜片产业链由上游的原材料与设备供应商、中游的镜片品牌商与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、电商平台等零售渠道，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。

中国镜片生产企业依托光学技术与材料科学的进步，致力于高质量、高性能镜片产品的研发，预计2029年中国镜片出厂销售额将增长至157.7亿元，2024年至2029年期间年复合增长率达约7.3%。

中国镜片市场规模，按出厂销售额计

亿元，2019-2029E



- 中国作为全球最大的镜片生产国，经过多年的快速发展，已经形成了以江苏丹阳、浙江温州、福建厦门等地为核心的多元化生产基地布局。这些地区聚集了大量的镜片制造企业，构建了一个涵盖设计研发、原材料供应、成品制造及销售服务的完整产业链条，展现了高度的专业化和规模化生产能力。2019年至2024年，中国镜片市场的出厂销售额实现了稳步增长，由86.0亿元增长至约111.0亿元，年复合增长率约5.2%。2020年受疫情影响，镜片工厂开工率下降，出厂销售额同比下降8.8%。然而，随着疫情在中国得到有效控制，自2021年起，镜片生产企业逐步恢复正常运作，并采取了一系列应对策略，包括优化供应链管理、加速产品创新以及拓展销售渠道等，推动了整个行业的复苏与发展。
- 随着光学技术和材料科学的不断进步，中国镜片生产企业将不断推出高质量和高性能的产品，满足市场需求，保持市场竞争力。预计未来中国镜片出厂销售额将会持续发展，中国镜片出厂销售额预计将从2024年的111.0亿元增长至2029年的157.7亿元，期间年复合增长率为7.3%。

注：出厂销售额不包括镜片出口的销售。

随着人口老龄化和消费者对视力健康的日益重视，中国镜片零售市场未来将保持稳定增长，预计2024年至2029年镜片零售销售额将从381.5亿元增长至537.1亿元。

中国镜片市场规模，按零售销售额计

亿元，2019-2029E

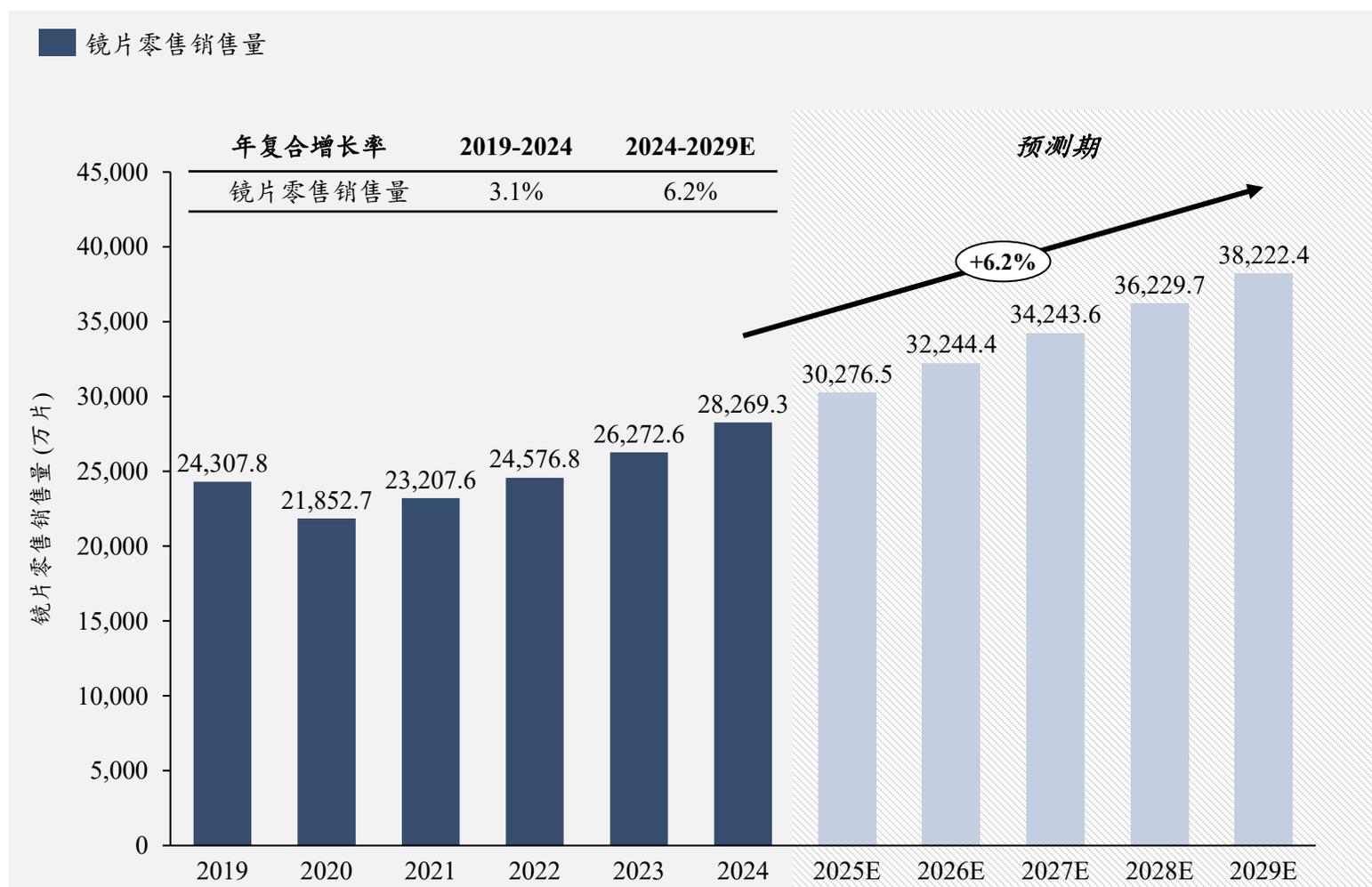


- 中国镜片零售市场近年来呈现出蓬勃发展的态势，这主要得益于消费者对高品质光学产品的需求增加以及健康意识的提升。随着光学技术的进步和新材料的应用，市场上不断推出更加轻薄、耐用且具有多种功能的镜片，如防蓝光、渐进多焦点等镜片，满足了不同消费群体的需求。2019年至2024年，中国镜片市场的零售销售额实现了稳步由298.4亿元增长至约381.5亿元，年复合增长率约5.0%。2020年，受疫情影响，线下镜片零售渠道受到较大冲击，镜片零售销售额同比下降9.0%。随着疫情的逐步稳定，镜片零售市场迅速回暖。2021年，刚需释放使得镜片市场较快复苏，镜片零售销售额同比上升9.8%。
- 未来，得益于人口老龄化，以及消费者对视力健康重视程度的提高，中国镜片零售市场将保持稳定增长。中国镜片零售销售额预计将从2024年的381.5亿元增长至2029年的537.1亿元。

技术进步持续推动镜片产品升级，满足多元化需求，中国镜片零售销售量预计将从28,269.3万片增长至38,222.4万片，年复合增长率约6.2%。

中国镜片市场规模，按零售销售量计

万片，2019-2029E

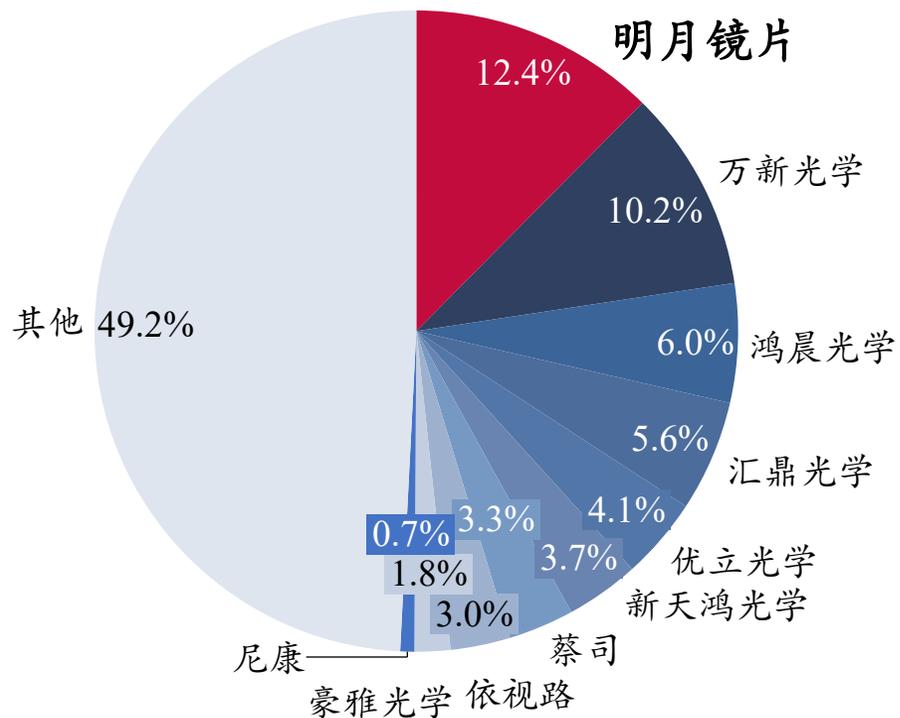


▶ 随着居民收入水平提升和健康意识增强，消费者对镜片的品质、功能及个性化需求显著提高，推动市场向高端化、专业化方向升级。例如，防蓝光镜片、渐进多焦点镜片、青少年近视防控镜片等功能性产品市场需求快速增长，成为行业增长的核心驱动力。2019年至2024年，中国镜片市场的零售销售量从24,307.8万片增长至28,269.3万片，年复合增长率约3.1%。2020年受疫情影响，镜片零售销售量同比下降10.1%。然而，得益于镜片产品的刚性消费属性，在疫情得到有效控制后，镜片市场于2021年得到快速恢复，镜片零售销售量同比上涨6.2%。

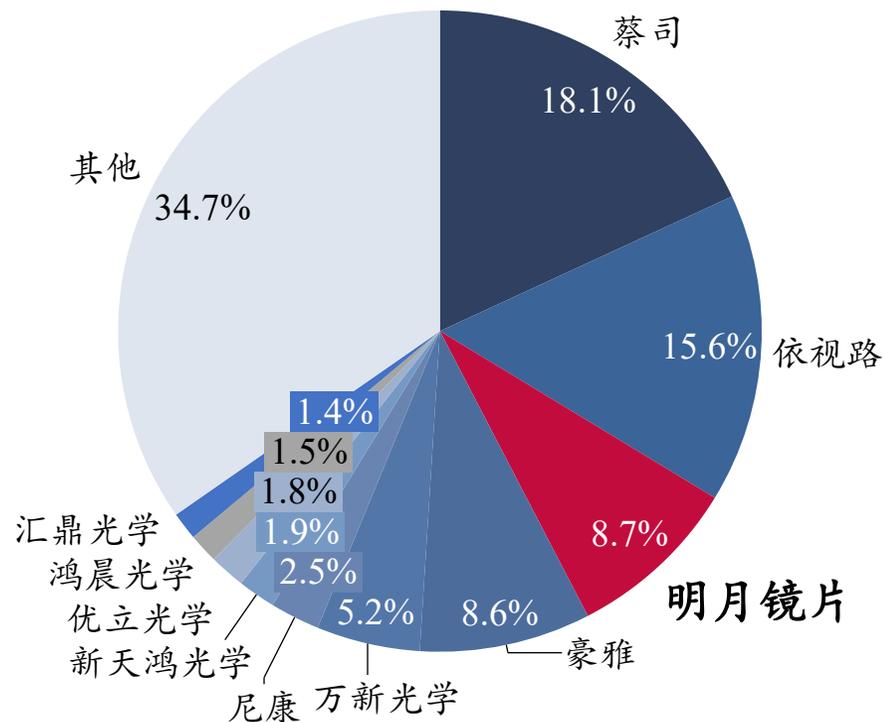
▶ 未来，镜片生产的技术进步将持续推动镜片产品不断升级，个性化、智能化的镜片将满足更多元化的需求。预计2024年至2029年，中国镜片零售销售量将从28,269.3万片增长至38,222.4万片，期间年复合增长率约为6.2%。

中国镜片市场竞争激烈，其中以明月镜片、蔡司、依视路为代表的头部企业，依托生产技术、品牌能力以及销售渠道的综合优势持续扩大市场份额。2024年按零售量计，前十大主流镜片品牌集中度约为50.8%。

镜片品牌市场份额（中国），按零售量计，2024



镜片品牌市场份额（中国），按出厂销售额计，2024



关键发现

- 2024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50.8%，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65.3%。以明月镜片、蔡司、依视路等为代表的头部企业，凭借强大的研发能力、丰富的行业经验以及卓越的品牌能力，在行业中占据一定的市场地位。中国镜片市场竞争激烈，头部品牌依托技术、品牌和渠道的综合优势，持续扩大市场份额。本土品牌以性价比为突破口，结合技术创新，加速在中高端及细分市场的布局，推动市场集中度进一步提升。

注：
 1. 各镜片品牌的出厂销售额与销售销量指以主品牌在中国销售获得的销售量与销售额
 2. 上市企业的出厂销售额与销售销量包含内部关联交易部分
 3. 零售量指品牌商的出厂销售量

| 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的眼健康问题并持续推出相关有利政策，促进中国青少年近视管理镜片市场健康发展。

相关政策

《中共中央国务院关于加强青少年体育增强青少年体质的意见》：将加强青少年近视眼防治列为学校卫生最重要的任务之一。

《中小学学生近视眼防控工作方案》：坚持预防为主原则。把近视眼防控（以下简称“防近”）的重点放在预防工作上，面向全体学生实施防控措施，有效预防近视眼的发生，降低学生近视眼新发病率。

《教育部办公厅关于开展中小学生视力保护宣传活动的通知》：要求各地各校要高度重视这项工作，增强紧迫感和责任感，要将其作为贯彻教育规划纲要、推进素质教育、促进青少年健康成长的重要内容。

《“十四五”全国眼健康规划（2021-2025）》

坚持预防为主、防治结合。重视眼病前期因素干预，注重医防协同、急慢分治，推动眼健康事业发展从以治病为中心向以人民健康为中心转变。聚焦重点人群、重点眼病。关注儿童青少年、老年人两个重点人群，聚焦近视等屈光不正、白内障、眼底病、青光眼、角膜盲等重点眼病。

《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021-2025年）》：合力开展儿童青少年近视防控光明行动，克服新冠肺炎疫情影响，健全完善儿童青少年近视防控体系。

《2023年全国综合防控儿童青少年近视重点工作计划》：有效推进儿童青少年近视防控和科学矫治工作。

2016年以前

2016-2020

《“十三五”全国眼健康规划（2016-2020）》

坚持科学发展眼健康事业，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。

《综合防控儿童青少年近视实施方案》：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。

《儿童青少年近视防控适宜技术指南》：对0至6岁儿童和中小学生进行定期视力检查，建立儿童青少年视力健康档案，确保“一人一档”。

《儿童青少年防控近视系列手册》：有针对性地知道各年龄段近视防控，进一步推动全社会行动起来，共同呵护好孩子们的眼睛。

2021-2023

2024

近视防控成“两会”热门话题

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。

《近视防治指南（2024年版）》：对2018年版本《近视防治指南》进行更新和完善，体现新形势下儿童青少年近视防治的新技术和新措施。

《2024年全国综合防控儿童青少年近视重点工作》：开展儿童眼保健特色专科建设，支持儿童青少年近视防控技术和产品创新研发。

《关于切实抓牢幼儿园和小学近视防控关键阶段防控工作的通知》：抓牢幼儿园和小学近视防控关键阶段，有效减少幼儿和小学生近视发生，推动全国和各地儿童青少年近视率以更快速度下降。

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框架眼镜和角膜塑形镜，离焦框架眼镜是最容易获得且最方便使用的青少年近视控制产品。

主要产品	离焦框架眼镜	角膜塑形镜	离焦软镜	低浓度阿托品滴眼液
产品例图				
防控原理	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。	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。	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。	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。
费用	2,000-4,000元	8,000-12,000元	一年费用1-2万元	一年费用500-4,000元
便利性	高 ●	低 ●	中 ●	低 ●
安全性	高 ●	中 ●	中 ●	低 ●

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%-74%之间，眼轴增长的减缓率在51%-70%之间，说明离焦镜片在延缓近视加深上效果显著。

主流离焦镜片产品概览

主要品牌	主要产品	技术路径	临床试验结果
	轻松控 PRO2.0	非对称多点正向离焦镜 (AMDT)	1年临床结果：延缓近视加深有效率为 73.82% ，延缓眼轴增长有效率为 69.3% 。
	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)。

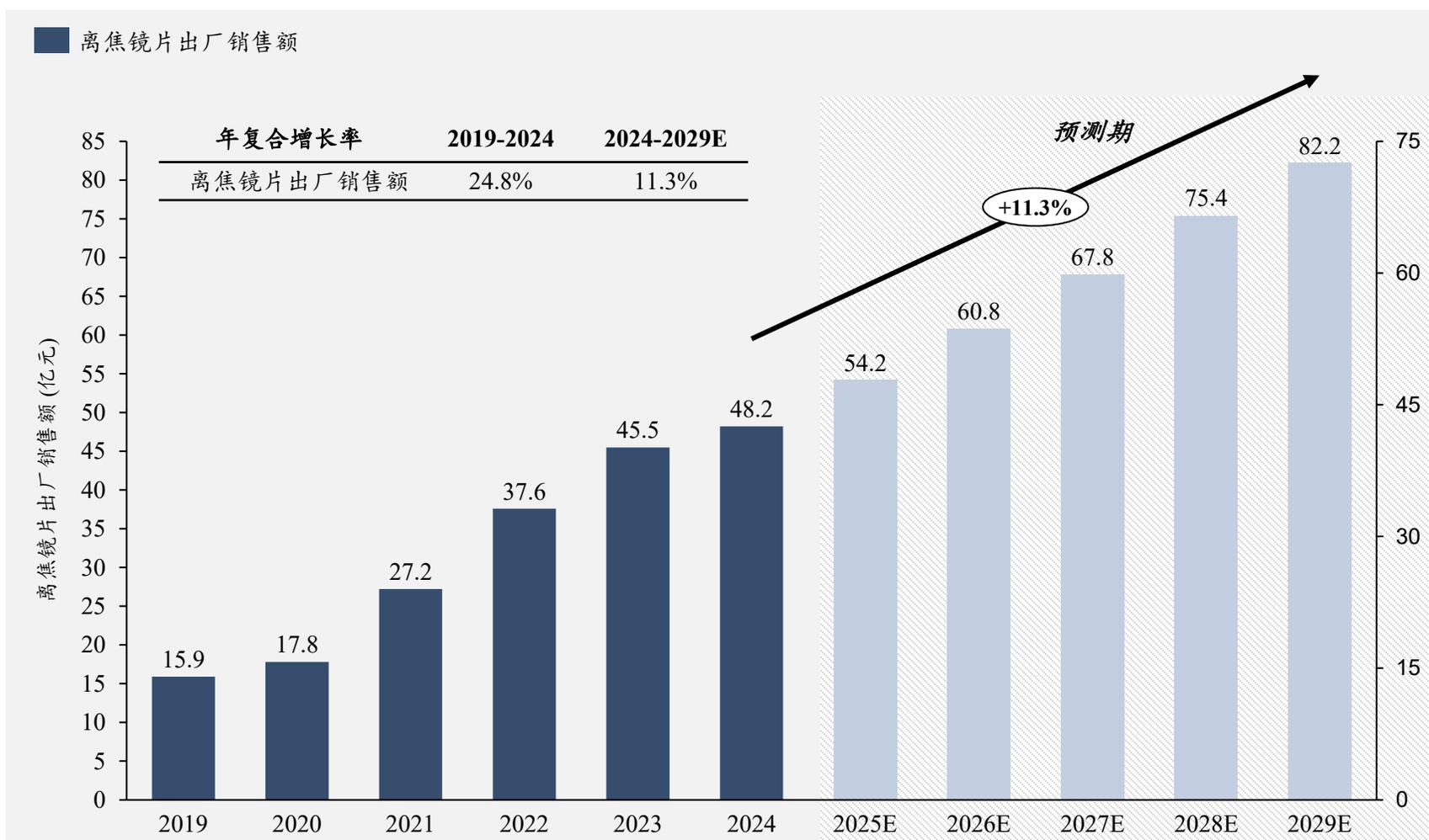
➤ 近视是世界范围内最常见的屈光不正，未经治疗的进行性近视会导致各种并发症，甚至导致失明。近视的发生受遗传、环境及不良用眼习惯等多因素的综合影响。目前，其确切的发病机制仍在探索中。近年来，我国近视发生率呈明显上升趋势，近视已成为影响我国国民尤其是儿童青少年眼健康的重大公共卫生问题，并且近视也被列为世界三大疾病之一。近视通常是由于眼轴太长造成的，但也可能是由过度弯曲的角膜或屈光力增加的晶状体造成的，或二者兼而有之。从等效球镜度 (SE) 来看的话，近视通常定义为当眼睛调节放松时 $SE \leq -0.50D$ 。因此可以通过比较不同近视管理产品在临床试验中的等效球镜度减缓率 (%) 和眼轴增长的减缓率 (%) 来判断不同产品的有效性。

➤ 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%-74%之间，眼轴减缓率在51%-70%之间，说明离焦镜片在延缓近视加深上效果显著。非对称多点正向离焦技术 (AMDT)、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。

2024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48.2亿元，预计2029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82.2亿元。

中国青少年近视管理离焦镜片市场规模，按出厂销售额计
亿元，2019-2029E

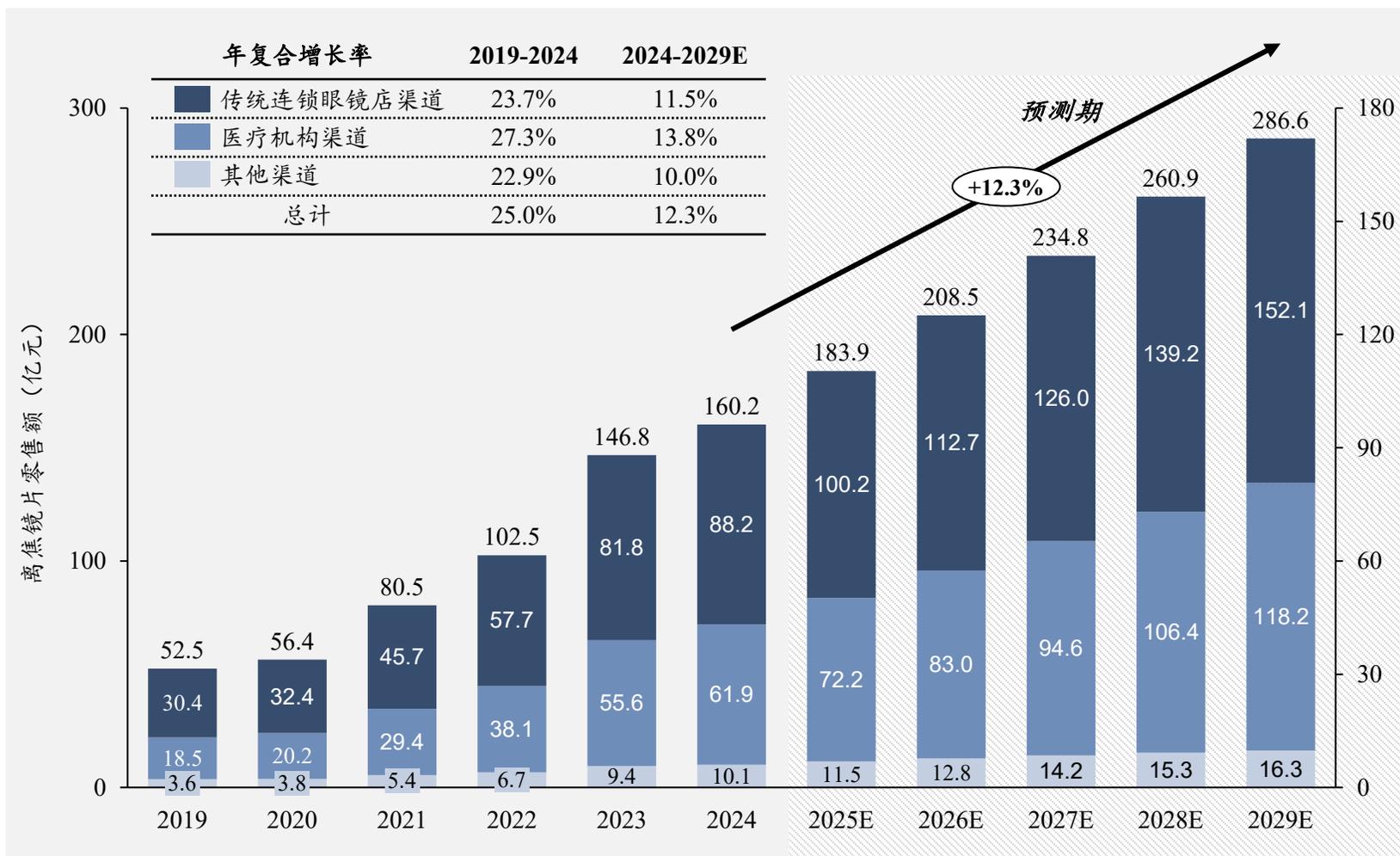


在2019年之前，中国离焦镜片市场参与者数量相对有限，市场格局主要由外资品牌主导，例如外资品牌蔡司2010年推出的首款近视管理离焦镜片“成长乐”。随着市场认知度的逐步提升以及消费潜力的释放，越来越多的国产品牌开始布局这一领域，例如，2021年明月镜片推出“轻松控”周边离焦镜片和“轻松控PRO”多点离焦镜片，2024年明月镜片推出“轻松控PRO2.0”，标志着国产品牌在近视管理离焦镜片领域的研发与生产能力达到了新的高度。中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按出厂销售额计从2019年的15.9亿元快速上升到2024年的48.2亿元，年复合增长率约为24.8%。

随着离焦镜片需求不断提高，预计2029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82.2亿元，2024年至2029年的年复合增长率约为11.3%。

2024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160.2亿元，预计2029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286.6亿元。

中国青少年近视管理离焦镜片市场规模，按零售额计
亿元，2019-2029E

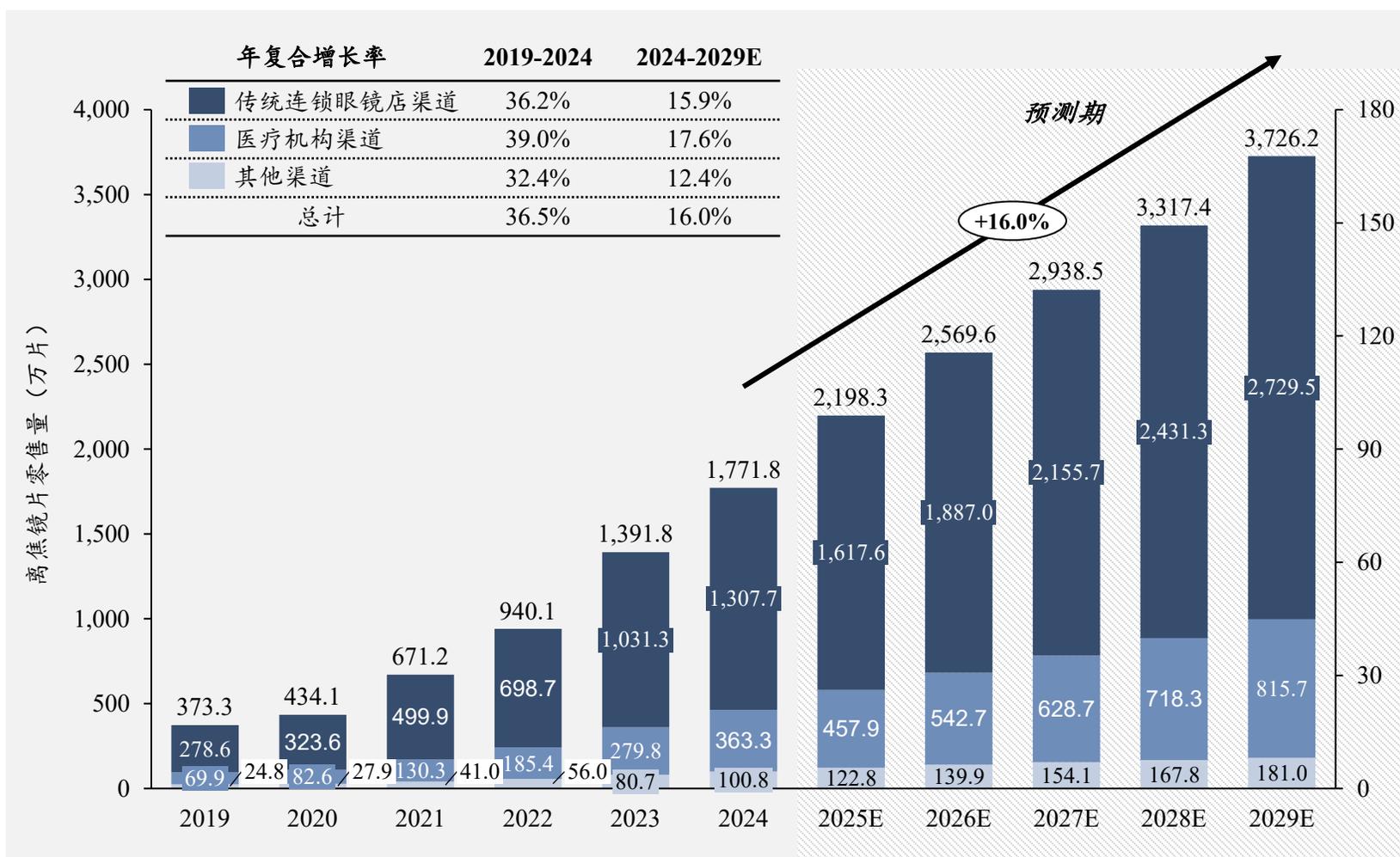


- ▶ 我国儿童青少年近视发生率居高不下，尤其体现在初高中学生当中，呈现高发化、重度化趋势。面对广阔的目标市场群体，不断有镜片制造厂商开始布局离焦镜片市场，市场迎来高速增长。中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按零售额计从2019年的52.5亿元快速上升到2024年的160.2亿元，年复合增长率约为25.0%。在此期间，传统连锁眼镜店渠道和医疗机构渠道零售额分别以23.7%和27.3%的年复合增长率增长。
- ▶ 近年来国家出台多项眼健康相关政策，采取多项措施引导儿童青少年近视防控。2024年《近视防治指南》经国家卫健委重新修订后重磅发布，进一步加强了离焦镜片的市场认知度。预计2029年，中国青少年近视管理离焦镜片市场规模按零售额计将达到286.6亿元，2024年至2029年的年复合增长率约为12.3%。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11.5%及13.8%的年复合增长率增长。

注：其他渠道包括电商等渠道

2024年，中国青少年近视管理离焦镜片零售量达约1,771.8万片，预计2029年中国青少年近视管理离焦镜片零售量将达到3,726.2万片。

中国青少年近视管理离焦镜片市场规模，按零售量计
万片，2019-2029E



➤ 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。2019年至2024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2019年的373.3万片快速上升到2024年的1,771.8万片，年复合增长率约为36.5%。期间，传统连锁眼镜店渠道和医疗机构渠道零售量分别以36.2%及39.0%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2029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3,726.2万片，2024年至2029年的年复合增长率约为16.0%。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15.9%和17.6%的年复合增长率增长。

注：其他渠道包括电商等渠道

中国离焦镜片市场较为集中，2024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64.5%。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。

2024年中国青少年近视管理离焦镜片市场竞争格局，按多点离焦镜片出厂销售额及零售量计



中国离焦镜片市场较为集中，2024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64.5%；按零售量计，前四大主流品牌集中度约为55.3%。在市场竞争格局中，蔡司、豪雅、依视路等外资企业凭借更早的市场进入时间与先发优势，在市场份额与品牌影响力方面占据相对较高的位置。近年来，以明月镜片为代表的头部国产镜片品牌强势入场，通过持续的研发投入与技术创新，不断提升产品质量与性能，以高性价比为核心竞争力，在市场中迅速打开局面，成功抢占了一定的市场份额。这一变化标志着国产离焦镜片品牌正在崛起，逐步打破外资品牌的垄断地位。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

政策支持力度加大、行业标准持续优化以及技术创新促使产品优化成为今年推动中国离焦镜片市场发展的主要驱动因素。



政策支持力度加大

政府对儿童青少年近视防控的重视程度不断提高，出台了一系列相关政策来推动行业发展。例如，《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021-2025年）》合力开展儿童青少年近视防控光明行动，克服新冠肺炎疫情影响，健全完善儿童青少年近视防控体系。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，预计未来将有更多有利政策颁布。这些政策的实施为青少年近视防控眼镜镜片市场提供了良好的发展环境，促使更多企业进入该领域，加大技术创新和产品研发力度。

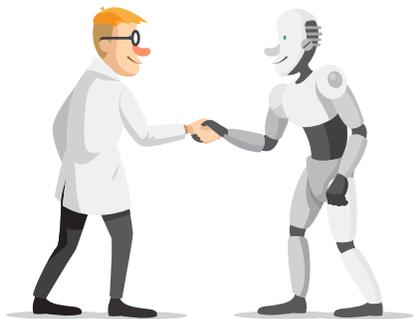
行业标准持续优化

行业标准的持续优化为青少年近视防控眼镜镜片市场的发展提供了有力保障。2024年1月1日实施的微结构眼镜镜片（青少年近视防控镜片）系列团体标准，包括T/COOA 7—2023《微结构眼镜镜片 微透镜阵列镜片》、T/COOA 9—2023《微结构眼镜镜片 环带结构型镜片》和T/COOA 11—2023《微结构眼镜镜片 复合结构型镜片》，对产品的设计、制造和质量控制提出了更高要求，规范了市场行为，提升了产品质量和安全性，增强了消费者对产品的信任度，促进了市场的健康发展。

技术创新促使产品优化

近年来，随着各眼镜镜片品牌纷纷推出面向青少年近视防控的产品，行业竞争日益激烈。在此背景下，头部企业通过持续的技术创新和产品迭代，不断优化产品性能，以期在竞争中占据优势。目前，市场上青少年近视防控镜片的延缓近视加深有效率最高可达70%以上。随着产品性能的不断优化和消费者对近视防控重视程度的提高，青少年近视防控镜片在儿童青少年群体中的渗透率逐步提升，推动了整体市场的快速发展。

AI技术驱动市场扩张、青少年全周期眼健康管理及全渠道融合发展带动市场增长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。



AI技术驱动市场扩张

- ▶ 未来，随着AI技术在青少年近视防控眼镜验配环节的逐步渗透，行业需求将快速扩大。与传统验光方式相比，AI验光通过先进的算法和大数据分析，能够快速、精准地测量出青少年的眼部参数，不仅极大地缩短了验光时间，还显著提升了验配的准确性，确保了镜片的度数与佩戴者的实际需求高度匹配。例如，明月镜片联合VISUMALL发布的AI验配整体解决方案，以AI技术赋能门店运营，引领行业发展新趋势。随着技术持续创新和市场认知度提升，中国青少年近视防控镜片市场前景广阔，将为保护青少年视力健康发挥更大作用。



青少年全周期眼健康管理

- ▶ 中国青少年近视防控镜片市场正逐步从单一的“配镜”需求向“预防-矫正-康复”全周期眼健康管理转变。随着近视问题的日益严重，家长和学生对于近视防控的重视程度不断提高，对全周期眼健康管理的需求也日益增长。政策的推动和市场认知度的提升，促使企业不断拓展服务范围，提供更全面的近视防控解决方案，如建立眼健康档案，定期跟踪监测青少年视力变化，为产品优化升级提供数据支持。未来，这种全周期管理模式不仅有助于提升青少年的视力健康水平，也将为市场带来更广阔的发展空间，促进中国青少年近视防控镜片市场的持续繁荣。



全渠道融合发展带动市场增长

- ▶ 在抖音、小红书等新兴内容平台蓬勃兴起的当下，青少年近视防控镜片品牌将积极借助这些平台，打造“近视防控科普+产品种草”的闭环营销模式。具体而言，品牌方会在内容平台上进行前期的产品曝光和消费者种草，随后引导消费者前往线下专业的连锁眼镜店或眼视光医疗机构进行精准验配。这种线上线下协同、全渠道融合的模式，不仅能够有效整合资源，还能为品牌带来更广阔的市场空间，助力其实现市场份额的扩大。



| 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。

F R O S T  S U L L I V A N

沙利文

FROST & SULLIVAN, THE GROWTH CONSULTING GROUP



沙利文全球官网 www.frost.com

沙利文中国官网 www.frostchina.com

沙利文