iResearch
艾 瑞 咨 询

2024年
中国眼健康行业研究报告

部门：消费二部　　署名：研究二组

©2024 iResearch Inc.

摘要

整体概览

- 眼健康行业是包括**预防教育、屈光矫正、医疗诊疗和营养护理**等在内的视觉健康行业。
- 中国眼健康行业经历起步、初步发展和高速发展阶段，目前**正处于高速发展的阶段**。
- **政策支持、国人护眼意识觉醒、需求激增和数字技术赋能**是眼健康行业发展**驱动力**。

市场洞察

- **医疗类服务市场**，服务涵盖眼病诊疗、视力矫正和基础眼病预防与康复等内容，**眼科医院和眼科门诊是主要的服务主体**，其中，眼科医院正向人才培育、数字化诊疗和视光与眼科融合发展，眼科门诊正向品牌多样化、资源精细化、服务便捷化和智能化发展。
- **视光类服务市场**，消费者对眼健康视光服务的**需求呈现出专业化、细致化和个性化等特征**，不同人群对眼健康服务的需求存在差异。视光中心是眼健康视光类服务的重要载体，提供视力检查、屈光矫正、视力保健等服务，**正朝着专业、细分、个性、智享、便捷及合规等方向发展**。
- **产品类服务市场**，主要产品**包括眼镜产品、眼部训练工具 / 系统产品、营养保健产品和眼部护理产品**等。眼镜产品市场中，离焦防控型镜片和渐进多焦点镜片是眼镜产品的重要发力方向。眼健康产品市场**正向国产品牌崛起、场景化产品创新、市场规范化以及社区化服务**等方向发展。

趋势展望

- 眼健康**需求**市场近视防控将在稳定发展后回落，**干眼护理与成人渐进市场的发展潜力可观**。
- 眼健康**产品**市场将随着数字化和个性需求推荐，**向更加舒适、智能、个性的方向发展创新**。
- 眼健康**服务**将以人才培养、数字化建设和教育宣导为基础，**向更高质量和效率的供给演进**。
- 眼健康**营销拓展**市场将基于社媒渠道，衍生出**全方位、多层次、精准触达**的营销矩阵模式。
- 眼健康行业将**以资源整合为基盘、技术进步为抓手**，实现国内国际市场扩容和可持续发展。

目录

01 中国眼健康行业发展概览梳理

02 中国眼健康医疗类服务市场分析

03 中国眼健康视光类服务市场分析

04 中国眼健康产品类服务市场分析

05 中国眼健康行业发展趋势洞察

01 中国眼健康行业发展概览梳理

眼健康行业定义

眼健康行业是一个关注于维护和提升人们视觉健康的产业，包括眼科疾病的预防与教育、屈光矫正等服务内容

眼健康是国民健康的重要组成部分，涉及全年龄段人群全生命期。包括眼盲在内的视觉损伤严重影响人民群众身心健康和生活质量，加重家庭和社会负担，是涉及民生福祉的公共卫生问题和社会问题。眼健康行业是以眼科医院/门诊、视光中心、眼镜店、镜片镜架/检查或诊疗设备/训练和康复仪器/营养或护理产品供应商等为核心供应主体，为人们提供眼科疾病预防、眼健康教育科普、屈光矫正、医疗诊断治疗、营养或护理等在内的综合视觉健康服务。

眼健康行业服务主体与涵盖内容归纳

核心主体：眼科医院、眼科门诊，视光中心，眼镜店...

涵盖定期的眼健康筛查、眼部疾病预防教育和科普。

- **预防**：医院/视光机构/眼镜店等服务主体进行社区、校园眼健康筛查等，助力人们眼部疾病预防。
- **教育**：在公开活动中传递正确的眼保健知识与技巧，包括预防和控制眼部疾病教育，知识科普等，如针对儿童青少年的近视预防专题讲座。

核心主体：视光中心，眼镜店，视保机构，镜片供应商...

涵盖验光诊断、视力防控、视觉矫正等眼健康服务。

- **屈光矫正**：通过医学验光、视功能检查，为屈光患者提供框架眼镜（含功能性眼镜）等矫正方案，来帮助患者达到屈光矫正目的。
- **视觉矫正**：建立视觉健康档案，借助眼部训练工具/仪器/系统，对近视、斜弱视眼病患者进行长期规划性训练，来帮助患者提升或改善视力。



核心主体：眼科医院、眼科门诊，仪器/设备供应商...

涵盖手术与非手术治疗等专业的院内眼健康服务。

- **手术**：眼科医院为患者提供的屈光手术、白内障手术、青光眼手术、视网膜手术等。
- **非手术**：眼科医院或眼科门诊提供药物治疗（如低浓度阿托品）、眼镜或隐形眼镜（如角膜塑形镜、RGP）、激光治疗、低视力康复等。

核心主体：营养护理产品供应商，仪器/设备训练供应商...

涵盖眼部健康营养补充、护理等眼健康产品供给。

- **营养补充**：通过眼部营养保健企业提供的叶黄素、胡萝卜素、维生素、鱼油等产品来补充眼部营养，改善人们眼健康问题。
- **健康护理**：通过眼部护理企业提供的按摩仪、蒸汽眼罩、热敷贴、冷敷贴、滴眼液等产品来缓解人们诸如眼部干涩、疲劳等眼健康问题。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康行业发展历程

中国眼健康行业目前正步入技术提升、市场全面扩张、眼健康服务多样化的高速发展时期

中国眼健康行业经历了三个发展阶段：2015年前正处于起步阶段的眼健康行业市场规模小，产品和服务种类有限；2016年-2018年的初期发展阶段，国家对眼健康的支持加深，特别是儿童青少年近视防控上升至国策，眼健康产品和服务不断拓展；进入2019年后，眼健康行业进入高速发展阶段，市场规模快速扩张，不仅表现在预防教育更加全面和有深度、屈光矫正方案更加多元和成熟、医疗诊疗技术不断突破创新、眼部营养补充和护理产品愈加多元，而且远程视觉诊疗和在线屈光矫正服务开始兴起，为消费者眼健康提供更多便捷选择。

中国眼健康行业的发展历程概览

	起步期 (2015年及以前)	初步发展 (2016-2018)	高速发展 (2019及以后)
里程碑事件	国家参与世界卫生组织“视觉2020”计划 国家层面颁布《全国防盲治盲规划（2006-2010年）》和《全国儿童青少年近视防控计划》	国家发布“十三五”眼健康规划，明确眼健康目标 国家将儿童青少年近视防控上升至眼健康发展战略	国家发布“十四五”眼健康规划，推动眼健康服务高质量发展 国家卫健委继《近视防治指南（2018）》后，于2024年进行修订和更新《近视防治指南（2024）》，推动近视防治工作
要点特征	**产品和服务种类有限、市场规模小** • **预防教育**：仅在学校和社区推广，普及程度有限。 • **屈光矫正**：传统眼镜验配是主要手段，聚焦于眼镜验配和销售。 • **医疗诊疗**：眼科医疗服务主要集中在大城市，基层服务能力较弱，屈光手术开始引入。 • **营养护理**：公众对眼部营养和护理的认知较为有限。	**产品和服务不断拓展、国家支持加深** • **预防教育**：更加系统化、覆盖更广泛，利用数字媒体和社交平台开始眼健康教育。 • **屈光矫正**：离焦眼镜、角膜塑形镜等矫正方式开始流行，视光中心类等机构更加丰富。 • **医疗诊疗**：屈光手术（如飞秒激光手术）取得显著进步，眼科医疗服务开始向基层和社区延申。 • **营养护理**：眼部营养补充和护理产品市场开始兴起。	**产品和服务种类愈加多元、市场规模扩张** • **预防教育**：全面展开、公众参与度提高，利用大数据和人工智能技术进行个性化预防教育。 • **屈光矫正**：屈光矫正方案更加多元和成熟（离焦镜片、低浓度阿托品等），个性服务成为趋势，远程视觉诊疗和在线屈光矫正服务开始出现。 • **医疗诊疗**：诊疗技术不断创新（如人工晶状体植入手术），患者体验持续提高。 • **营养护理**：眼部营养补充和护理产品更加丰富，市场竞争愈发激烈。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康行业所服务的人群

屈光不正人群、斜弱视患者、近用视觉障碍（老花）及眼科疾病诊疗需求患者是眼健康行业核心服务群体

眼健康服务致力于为各类眼健康需求人群提供个性化的支持和干预措施，通过针对不同群体的具体需求提供多层次、多样化的解决方案以达到眼部健康状态。例如，屈光不正患者需要通过框架眼镜与隐形眼镜的验配来实现有效的屈光矫正；斜视和弱视患者则需要科学化和标准化的视觉训练来提高眼部协调能力和改善视力；眼部疾病（如白内障、青光眼等）患者需要专业的手术操作及科学的术后护理及指导来确保治疗效果。

眼健康服务的五大核心群体

屈光不正人群

临床表现：
主要类型包括远视、近视、散光。
远视按照度数分类为：≤300度的低度远视， 300~500为中度远视，≥500度为高度远视。
近视按照度数分类为：≤300度的低度近视， 300~600为中度近视，＞600度为高度近视。
散光主要分为：不规则散光和规则散光，我们日常可矫正的为规则散光部分。

视力健康需求：
学龄儿童：眼部肌肉放松、屈光矫正、眼部训练、营养补充。
成年群体：屈光矫正、眼部保健或放松、营养补充。

斜弱视人群

临床表现：
眼位出现异常（如向内或向外斜视等），矫正视力无法达到0.8及以上。

视力健康需求：
屈光矫正、视觉训练、营养补充等。

视疲劳人群

临床表现：
眼部干涩，阶段性视物模糊或重影，泪液分泌异常等症状。

视力健康需求：
眼部肌肉放松、定期眼部检查、服用护眼保健品等。

近用视觉障碍（老花）

临床表现：
主要是35岁及以上人群出现的眼部干涩、视力模糊、眼睛疲劳、近远视物难以快速聚焦等表现。

视力健康需求：
定期检查、屈光矫正、眼部保健或放松、营养补充。

眼科疾病诊疗需求患者

临床需求：对于白内障、青光眼、斜弱视和准分子手术的患者而言，术后正确使用眼药、掌握更换药物敷料、视力检查和术后效果评估都能对术后恢复效果产生影响。

视力健康需求：斜视、准分子术后视觉训练、白内障等术后用药换药、复查与随访。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康行业发展驱动因素

眼健康政策加码、国人护眼意识觉醒、眼健康需求激增与数字技术赋能是推动眼健康行业发展的核心驱动力

近年来，随着国务院等相关政府部门对儿童青少年近视防控、老年人眼健康管理、眼病防治政策的不断出台与落地，助力全年龄段眼健康的视觉健康行业也迎来了蓬勃发展的契机，催生出诸如眼科门诊、视光中心等眼健康服务机构的快速发展。同时，随着国人健康意识的不断觉醒，医疗保健消费支出也水涨船高，国人对眼健康的关注也逐渐增加，并越来越认识到良好视力的重要性，而愿意购买眼健康产品或服务。加之数字化赋能服务升级，推动了眼健康行业高质量且蓬勃发展。

政策驱动：
全年龄段眼健康政策出台落地

➢ 《“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）》要求：

- 有效推进儿童青少年近视的防控和科学矫治，目标是0-6岁儿童每年眼保健和视力检查的覆盖率要达到90%以上（目前覆盖率达到95.1%）。
- 提升白内障患者的复明手术能力，目标是全国每百万人口中白内障手术的数量要达到3500例以上。
- 增强基层医疗卫生机构对糖尿病视网膜病变等眼底疾病的筛查能力。

➢ 卫健委印发《儿童青少年近视防控适宜技术指南（更新版）》，要求建立中小学生视力定期筛查制度，并要求筛查频率每学年不少于2次。

居民认知驱动：
有关眼健康的健康护理意识逐渐觉醒

- 据相关数据显示，2023年我国居民人均医疗保健消费支出2460元，同比增长16.0%，占人均消费支出的比重为9.2%。与此同时，随着居民对良好视力重要性认知度的增加，在眼健康相关产品或服务上的支出也在增加，居民有关眼健康护理意识逐渐觉醒。



需求驱动：
全年龄段护眼需求推动眼健康行业稳定增长

➢ **儿童青少年近视率居高不下**

- 据悉2023年0-6岁儿童眼保健和视力检查覆盖率已达93.6%。2022年全国儿童青少年总体近视率为51.9%，较2018年下降1.7%，总近视人口数量接近1亿。《近视与不同矫治方法对患者心理的影响》显示在小学到高中的发育期间，近视及戴框架眼镜对心理发育有不良影响。

➢ **中年人高频用眼加深视力损伤**

- 《2023年中国老花眼人群洞察报告》显示，我国35岁以上人口中，有近用视觉障碍（老花）问题人群占比56.9%，达3.9亿。
- 《世界视力报告》显示，40岁以上人群中，干眼症发病率超过30%，而美国仅为8%。

➢ **老年人视力疾病频发**

- 白内障、老年性黄斑变性、老年性糖尿病视网膜病变是常见的中老年视觉问题且患病率会随着年龄增长而显著增加。

技术驱动：
数字化赋能助力眼健康行业高质量发展

- 数字赋能眼科医院、视光中心和眼镜零售门店经营管理提效，为消费者提供更专业、更持续和更便利的眼健康服务。

来源：卫健委，国家疾控局，爱尔眼科《2023年中欧屈光性白内障手术白皮书》，世界卫生组织《世界视力报告》及公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

驱动力1：政策加码推动眼健康行业蓬勃发展

国家、政府多部门持续发文加码国人眼健康，尤其是儿童青少年眼健康管理已上升至新高度

随着国家对青少年近视、中老年眼健康问题的重视和相应策略的出台，眼健康行业得到了强有力的支持与推动，官方文件不断加码青少年儿童的近视防控任务，强调执行力度，强调从儿童到老年人的全周期视力健康管理的重要性。不仅如此，儿童近视防控还强调了家庭、学校和社会共同参与的重要性，据《2023年全国综合防控儿童青少年近视重点工作计划》指出，青少年儿童近视防控效果也已成为衡量政绩的重要指标之一。

2021-2023年中国视力防控相关政策

出台时间	印发部门	文件名称	政策细则
2023年8月	国家疾控局	儿童青少年近视防控公共卫生综合干预技术指南	**加强一级预防**，提出近视风险行为监测评价与干预、学校-家庭-社区视觉环境改善、日间户外活动2小时和体育锻炼1小时、师生家长全员健康教育等具体公共卫生干预技术。**推进二级预防，**注重视力健康筛查，加强近视分级管理，做到早预警、早发现、早诊断。**落实三级预防，**做好近视分级与矫正，科学佩戴眼镜。
2023年7月	国家卫生健康委办公厅	防控儿童青少年近视核心知识十条	建议青少年儿童坚持**每天日间户外活动不少于2小时，或者每周累计达到14小时**；对于戴镜视力正常者，学龄前儿童及小学生每3-6个月，初高中学生每6-12个月进行复查，根据具体情况决定是否更换眼镜等。
2023年3月	教育部	2023年全国综合防控儿童青少年近视重点工作计划	明确地方教育行政部门**督促和落实学生健康体检制度和每学期视力监测制度**，及时把视力监测结果记入儿童青少年视力健康电子档案，并按规定上报全国学生体质健康系统，**将儿童青少年近视防控工作、总体近视率和体质健康状况纳入政府绩效考核。**
2022年1月	国家卫生健康委	十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）	**推进儿童青少年近视防控和科学矫治工作**，进一步提升白内障复明能力，逐步提高基层医疗卫生机构对糖尿病视网膜病变等眼底疾病的筛查能力，推动角膜捐献事业有序发展 **强化低视力诊疗康复平台建设。**鼓励有条件的三级综合医院眼科和眼科专科医院开展视功能评估、康复需求评估、制定并实施康复计划等低视力康复工作。
2021年4月	教育部办公厅等十五部门	《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021-2025年）》	减轻学业负担，规范使用电子产品，确保到2030年实现中国儿童青少年视力健康整体水平显著提升。工作方案要求**落实视力健康监测**，包括**建立儿童青少年视力健康监测数据库**，**每年开展全国儿童青少年视力动态监测**；应强化户外活动和体育锻炼等。
2018年6月	国家卫健委	《近视预防指南》	指出病理性近视视网膜病变已成为我国不可逆性致盲眼病的主要原因之一，近视防控迫在眉睫。
2016年10月	国家卫生计生委	十三五”全国眼健康规划（2016—2020年）	明确提出以**防治主要致盲性眼病为核心**；提升白内障手术能力，**提高百万人口白内障手术率（CSR）**；提倡**加强儿童青少年近视防控和科学矫治工作**，提升基层医疗卫生机构对糖尿病视网膜病变等眼底疾病的筛查能力。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

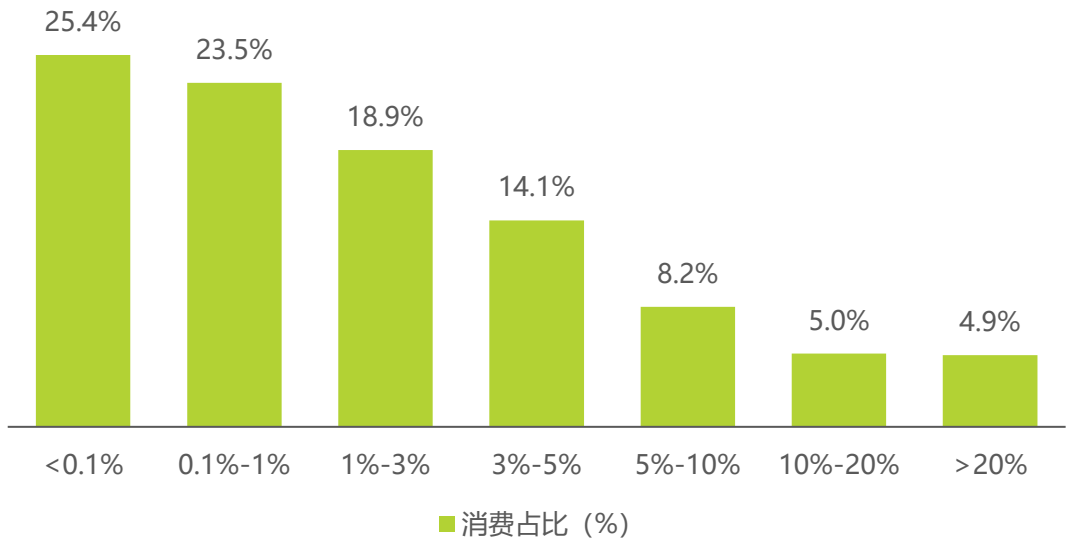
©2024.12 iResearch Inc.

驱动力2：居民健康意识提升激发眼健康需求释放

在居民对健康关注度提升的驱动下居民眼健康需求得以释放，伴随眼健康市场教育渗透而逐渐增强

艾瑞调研结果显示，消费者家庭年度总消费中，超六成消费者在包含医疗和非医疗在内的眼健康消费支出比例低于3%，可见消费者在眼健康领域的消费还有较大的释放空间。艾瑞分析师认为，2023年中国全体居民消费水平约34964元/人，预估人均消费总额中涵盖医疗与非医疗的眼健康消费支出约能达到1202.76元，未来随着消费者眼健康关注度的提升与消费意识的增强，居民的眼健康消费需求将会进一步得到释放，眼健康消费支出也会进一步提升。

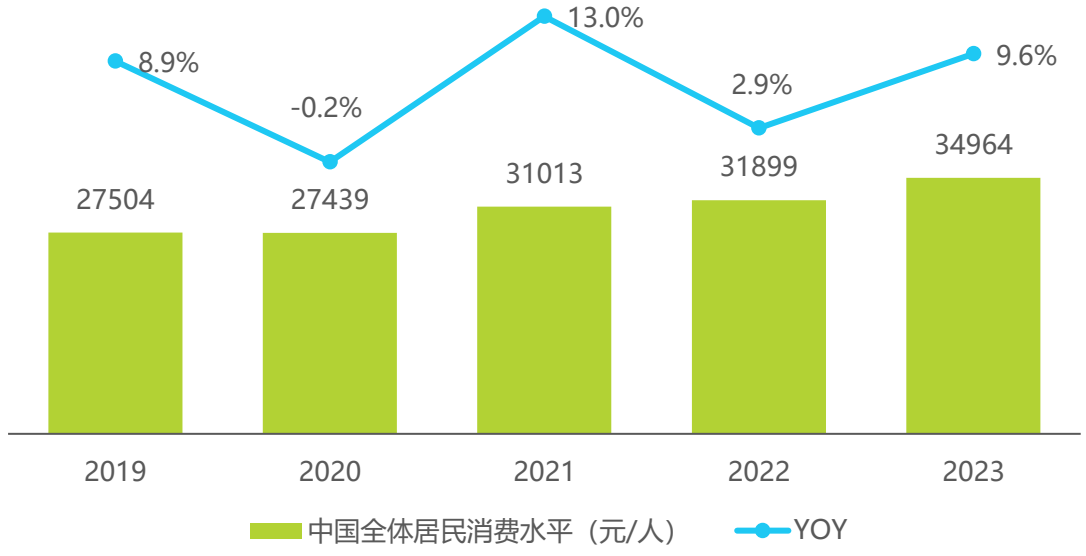
家庭年度总消费中，眼健康（含医疗和非医疗）消费占比



来源： N=790 ，于2024年10月通过艾客帮调研平台获得。

©2024.12 iResearch Inc.

2019-2023年中国居民消费水平情况



来源：国家统计局公布数据，艾瑞咨询研究院自主绘制。

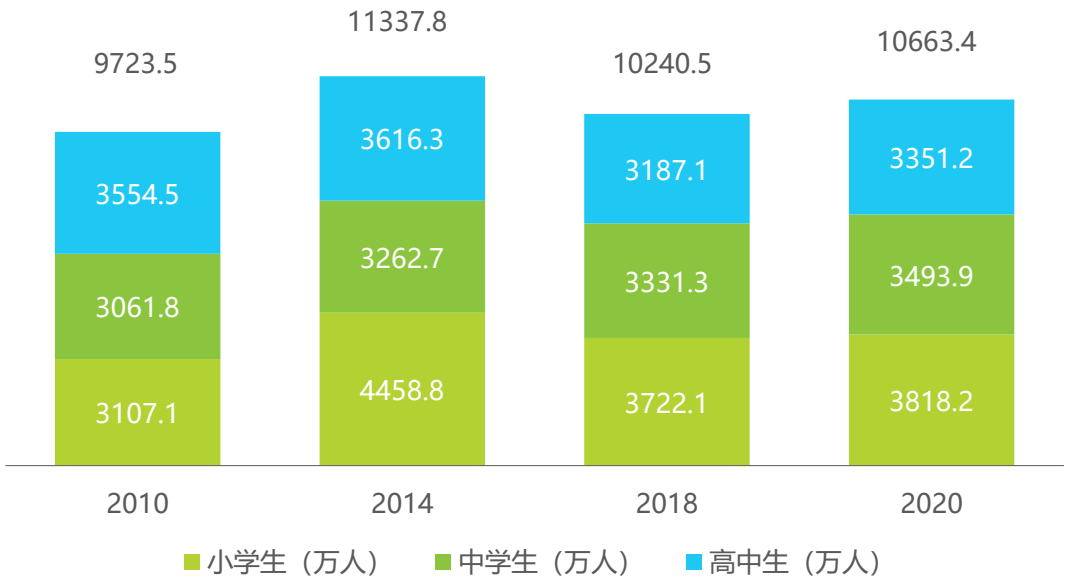
©2024.12 iResearch Inc.

驱动力3：高近视率将儿童青少年眼健康提至新高度

目前，中国儿童青少年近视防控形势相比全球较为严峻，与2030年的防控要求相比仍有较大差距

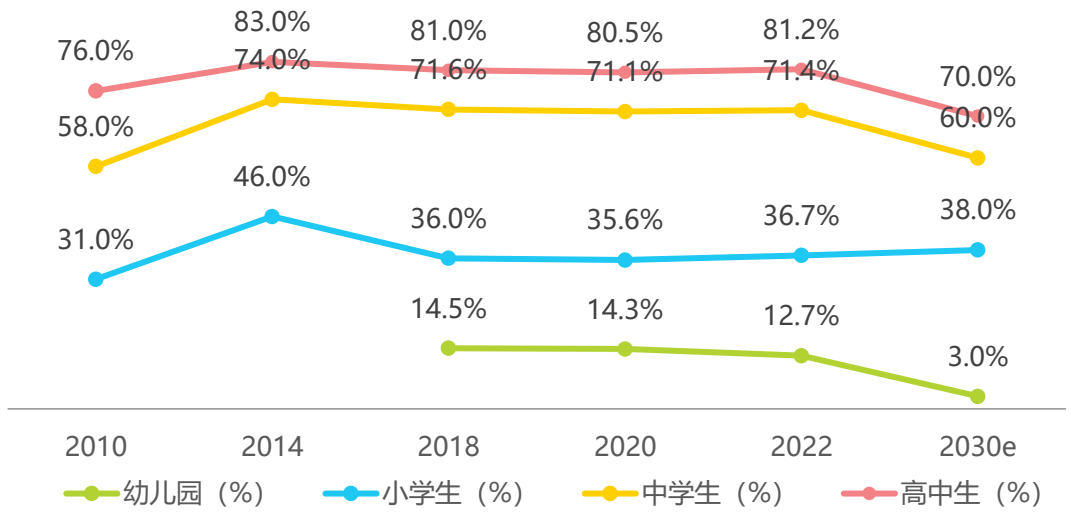
世界卫生组织相关研究数据显示，亚洲近视发生率高于欧美，而中国近视发生率居亚洲前位，达48.5%，其中青少年近视率居世界第一，我国儿童青少年近视防控形势依然严峻。根据国家疾控总局发布的数据，2022年全国儿童青少年总体近视率为51.9%，小学生、初中生、高中生总体近视率分别为36.7%、71.4%、80.2%。根据江苏省中医院王育良教授《近视与不同矫治方法对患者心理的影响》研究结果显示小学高中期间中国学生心理发育关键期，近视及戴框架眼镜对心理发育有不良影响。由此可见，儿童青少年近视防控仍面临严峻挑战，政府近年来对儿童青少年的视力健康给予了前所未有的重视，关注儿童青少年视力健康问题也上升至新高度。

2010-2020全国小学、初中、高中生近视总人数



来源：卫健委最新公布数据，艾瑞咨询研究院自主绘制。

2010-2022年中国幼儿园、小学、初中、高中学生近视率



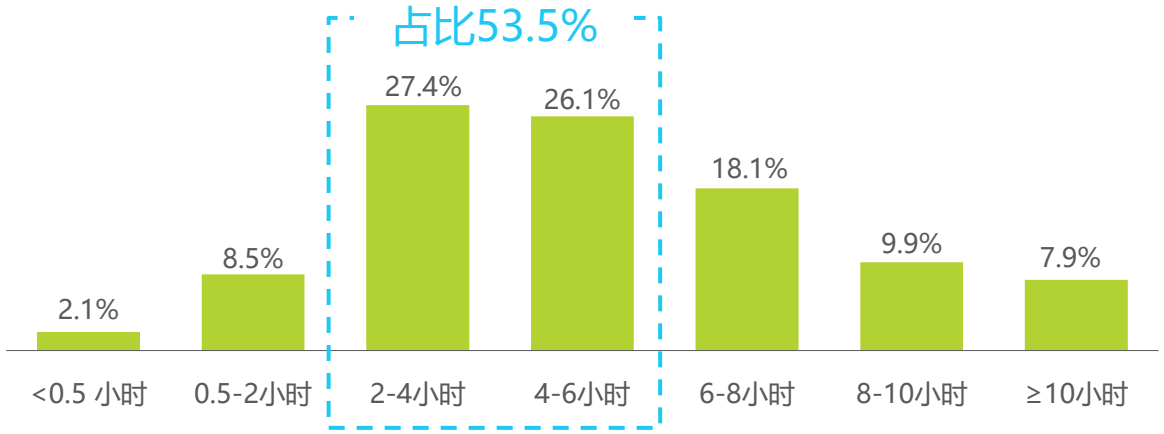
来源：卫健委、国家疾控总局，艾瑞咨询研究院自主绘制。

驱动力4：过度依赖电子设备加剧成年人视力伤害

超过五成的成年人每天使用电子设备的时间在2-6小时之间，而且越年轻对电子设备的依赖程度越高

根据艾瑞调研数据，我国成年人使用电子设备的平均时长大多在2到6小时之间，占比超过50%。从不同年龄段的人群来看，30岁以下的年轻人使用电子设备的平均时长最长，而随着年龄的增长，对电子产品的使用时长逐渐减少，这表明年轻职场人对电子设备的依赖更为显著。此外，长时间使用电子设备更容易对眼睛造成不可逆的伤害，加剧视力下降、眼睛干涩疲劳等问题，并增加患眼底疾病的风险。由此可见，随着国人对电子设备依赖程度的加深，电子产品对人们的视力健康造成了显著的影响，因此保护成年职场人士的眼健康在日常生活中变得尤为重要。

成年人电子设备平均使用整体情况



年龄	18-24岁	25-30岁	31-34岁	35-40岁	41-44岁	45-50岁	51-60岁	60岁+
平均使用小时数	5.4	6.3	4.3	6.2	4.0	5.0	3.8	1.5

长时间使用电子设备对眼部的危害

视力下降

- 手机持续发射出的有害蓝光和辐射，会导致近视或近用视觉障碍（老花）进一步加深。
- 《2023中国老花眼人群洞察报告》显示，我国35岁以上人口中有近用视觉障碍（老花）问题人群占56.9%，达3.9亿人。

眼部易疲劳和衰老

- 长时间紧盯着屏幕造成眼表干涩、发痒情况会引发干眼症等眼科疾病。
- 《中国干眼专家共识(2020年)》与2020年《国人干眼多中心大数据报告》显示，我国干眼症发病率约为21%~30%，预计干眼症患者数目年增速可达10%。

增加眼底疾病患病风险

- 2022年《华厦眼科招股说明书》显示，在60至89岁的人群中，白内障的患病率高达80%；而对于75岁及以上的高龄人群来说，黄斑变性的患病率也达到约11%。

来源：N=811，于2024年7月通过艾客帮调研平台获得。信息来源于《国人干眼多中心大数据报告》、《华厦眼科招股说明书》、《2023中国老花眼人群洞察报告》。

©2024.12 iResearch Inc.

驱动力5：老龄化凸显中老年人群眼健康的重要性

中老年人调节力衰退加剧、60周岁及以上人口比例上升催化中老年人群对眼健康预防和治疗的需求日益增长

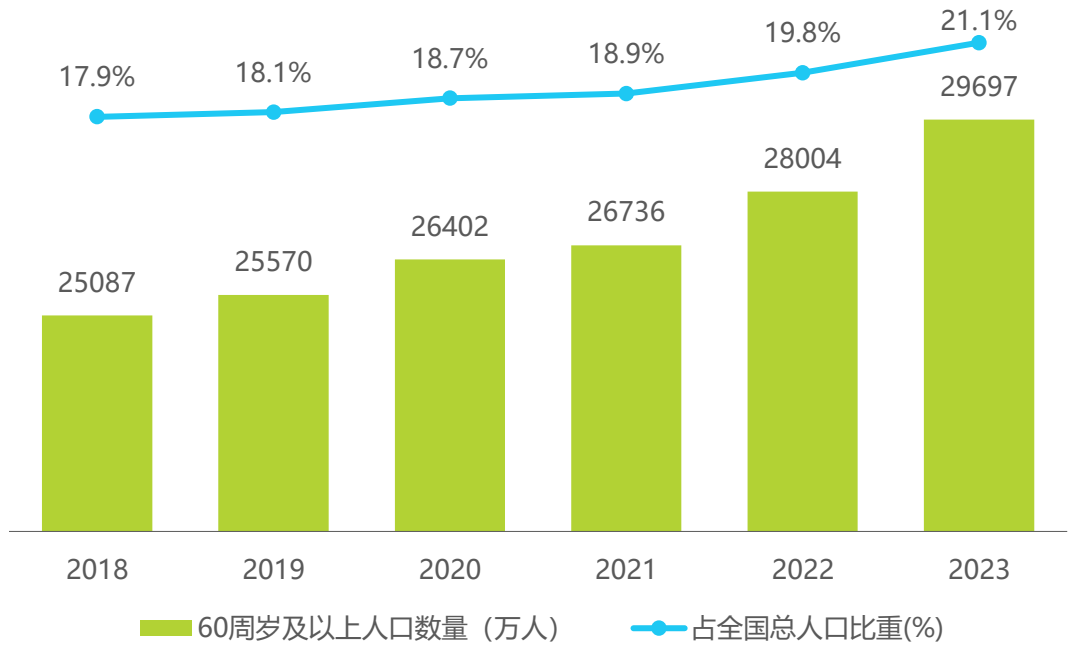
眼健康研究表明，随着年龄增长，中老年调节力衰退程度逐渐加剧。中度和重度视力下降的发病率从50岁之前的0.81%～0.99%、0.06%～0.07% 在50岁之后分别上升至4.65%～5.78%、0.44%～0.59%；70岁之后上述发病率更是明显增加，分别为14.30%～19.11%、1.64%～2.42%。同时，50岁以上中老年还面临近用视觉障碍（老花）、白内障、部分眼底疾病等高发病率威胁，75岁以上人群黄斑变性患病率约达11%。截至2023年，我国60岁及以上老年人口占比约达总人口的21%，预计到2035年我国60岁以上老年人口将突破4亿大关，届时其在全国总人口中的占比将超过30%，这预示着未来加强对我国中老年眼病的预防和治疗显得尤为重要。

中老年常见眼部问题的发病率

	35-50岁	50-60岁	60岁以上
	初步调节力衰退	普遍有近用视觉障碍（老花），视力下降	白内障等眼病多发
视力下降发病率	• 中度 0.81%-0.99% • 重度 0.06%-0.07%	• 中度 4.65%-5.78% • 重度 0.44%-0.59%	70岁后 • 中度 14.3%-19.11% • 重度 1.64%-2.42%
视功能衰退表现	• 近用视觉障碍（老花）38岁左右开始发病，42-44岁达发病高峰	• 近用视觉障碍（老花）52岁后发病率近100% • 飞蚊症50岁以上发病率58%	• 白内障60岁以上发病率约80% • 眼底疾病75岁以上黄斑变性患病率约11%

来源：《中华眼视光学与视觉科学杂志》，《年龄相关视功能和眼健康管理白皮书》，《华厦眼科招股说明书》。

2018-2023年全国60周岁及以上人口数量与占全国人口比重



来源：民政部《2022年度国家老龄事业发展公报》。

驱动力6：数字化赋能助力眼健康行业高质量发展

数字化技术的高速发展促进眼健康行业线上与线下业态持续创新发展，推动眼健康行业高质量发展

随着数字化技术的不断进步，视光中心和零售门店也都开始通过数字化手段赋能自身经营管理。无论是在客户管理、进销存管理，还是在线下体验、服务营销等方面，数字化技术都为眼健康行业线下业态提供了更高效的管理效率，并大幅提升了其竞争力。以大明眼镜和北京同仁为例，二者均在近两年开始加快数字化转型步伐，在各自的线下业态中融入ERP、CRM、AI等技术。在此背景下，国内数字化技术服务厂商也在不断发力，例如以鹏升科技为代表的视光信息化企业推出了AI角塑、AI智能销售机器人等产品，帮助视光中心及零售门店为客户提供更专业、更持续的服务。

数字化技术赋能眼健康行业线下业态



数字化技术应用典型案例

1.大明眼镜

大明眼镜智慧门店将眼视光健康检查和视光产品销售与**综合管理系统、各级管理者看板、客户管理系统**等数字化系统有机融合，并于门店内开辟出大面积的顾客体验区域，利用**VR/AR技术**将虚拟现实与眼视光技术结合，为需要配框架眼镜的顾客提供镜架和镜片虚拟试戴

2.北京同仁

北京同仁不仅实施城乡一体数字化眼科医院区域协同医疗示范工程，在国内**率先**建立了互联网上的**眼科影像数据库（PACS）、临床信息系统（CIS）**，连接全国眼科专家的**远程会诊体系**。而且建立和完善了配镜中心、视光中心和眼科诊所间的**分级诊疗体系**，线上线下**一体化的智慧门诊诊疗服务模式**，为患者提供全生命周期眼健康管理与服务 。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康行业重要参与主体

眼健康服务、眼健康产品、设备与系统是眼健康行业的重要参与主体，四者相辅相成共同保障国人眼健康

眼健康服务行业的构成主体繁多，本报告主要从眼健康服务、眼健康产品、设备与系统支持的重要参与方这四个方面来阐释眼健康服务行业。眼健康服务重要参与方包括具有医疗资质的眼科医院或眼科门诊、不具有医疗资质的视光中心或眼镜店及其他主体；眼健康产品重要参与方包括眼镜产品、训练工具/产品、眼部营养保健食品、眼部护理产品等供应商；设备和系统重要参与方包括为眼健康提供检查矫正的仪器设备供应商、视力矫正供应商。这些重要参与方共同组成了眼健康事业的合作主体，并相辅相成地保障了国人的眼健康。

眼健康行业重要参与主体分类图谱

眼健康服务

医院/门诊：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、天津市眼科医院 TIANJIN EYE HOSPITAL、中山大学中山眼科中心 ZHONGSHAN OPHTHALMIC CENTER, SUN YAT-SEN UNIVERSITY、首都医科大学附属北京同仁医院 BEIJING TONGREN HOSPITAL、东南眼科 SOUTHEAST EYE、复旦大学附属眼耳鼻喉科医院、爱尔眼科 AIER EYE HOSPITAL、华厦眼科 HUAXIA EYE、何氏眼科、普瑞眼科 BRIGHT EYE HOSPITAL、OVCTEK 欧普康视、爱成眼科

视光中心：OVCTEK 欧普康视、新眼高科 中山博士团队 疑难眼病专家、医加医、威沃眼视光诊所 WEO、雷诺眼镜 LEINUO GLASSES

眼镜店：宝岛眼镜 博士眼镜、上海三联集团 SHANGHAI SANLIAN GROUP CO., LTD.（旗下：吴良材眼镜、茂昌眼镜）、光合作用 PHOTOSYNTHESIS（旗下：梵、AOJO）、博士眼镜、Best 宝视达、千叶眼镜 QIANYE、LOHO STYLE UP、JINGGONG 精功眼镜、大明眼镜 DAMING OPTICAL、OPO 王鹏、毛源昌眼镜、GBV 大光明眼镜、BesTV 百视通、LENSCRAFTERS、JINS

眼健康产品

眼镜镜片产品：
- 外资：ZEISS、essilor 依视路（旗下 WANXIN 万新眼镜片）、新天鸿光学 NEW TIANHONG OPTICAL、HOYA、Nikon
- 内资：明月镜片、汇鼎镜片 多功能·优品质、康耐特、HONGCHEN 鸿晨集团

训练工具/系统：福盛康 Fulerum、保视佳 BAO SHI JIA、欧普特、视明科技 SHIMING TECHNOLOGY、seein 视欣 专注儿童眼视光，始创1997年！

保健/护理产品：Sumeon 舒目、Visine 优能、leve 小心眼、Bausch & Lomb B+L、好视力、ZSM 珍视明、OCUFACE 欧科生物、OVCTEK 欧普康视

设备&系统

设备：TOPCON Healthcare、NIDEK、ZEISS、佳乐普 CHAROPS、COT、FARLIAO、天乐 TIANLE、Supore、SUOER、Lamex

系统：SAP、PASEEN 鹏升科技、HENCEGO 杭州汉高、华博软件 HUABO SOFTWARE、e5

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

注：以上仅为部分企业/品牌展示，排名不分先后。

©2024.12 iResearch Inc.

02 中国眼健康医疗类服务市场分析

中国眼健康医疗类服务产业图谱

上游：药物和设备原材料供应商→中游：产品和设备生产商→下游：眼科医疗服务机构

在眼健康医疗类服务产业链中，眼科器械（包括耗材和设备）以及眼科药物是关键组成部分。上游产业由元器件及材料供应商构成，中游则主要是耗材和设备生产商，这一部分通常由国外企业占据主导地位。而眼科药物产业链的上游主要由活性药物成分等原料药供应商组成，中游为药物生产商。作为原料药生产和药品制造的大国，中国在眼科医疗领域的眼科药物产业链上中游扮演着重要角色。整个眼健康医疗类服务产业链的下游则由眼科医院及视光中心等眼科医疗服务机构组成。

眼健康医疗类服务产业链图谱



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康医疗类服务主体与内容

眼健康医疗类服务涵盖眼病诊疗、视力矫正和基础眼病预防与康复等内容，为国人眼健康保驾护航

医疗类眼健康服务一种深度融合眼科医学专业知识与现代健康管理理念的服务体系。主要依托眼科医院、眼科诊所等专业医疗机构，运用先进的眼病诊疗技术与扎实的视光医学理论基础，为儿童青少年、中青年与老年人提供全方位、个性化的视觉健康解决方案。该服务方式不仅涵盖眼病的精准诊断，还针对近视、远视、散光、弱视以及低视力等常见视觉障碍，提供专业的矫正与康复服务。同时，医疗类眼健康服务还积极介入全年龄段人群的基本眼部健康问题的预防和干预，通过眼健康档案、定期眼部检查来保障人们的视觉健康。

眼健康医疗类服务主体与服务内容概览

眼病诊疗

服务主体：眼科医院

- **儿童青少年：**儿童青少年在眼科医院就诊的眼部疾病主要包括屈光不正、弱视、斜视与一些先天性眼部疾病
- **中青年：**就诊的眼部疾病主要包括屈光不正、干眼症、青光眼、视网膜脱落等
- **老年人：**老年人的眼病多为严重影响生活质量的视力下降或致盲，主要包括白内障、近用视觉障碍（老花）、干眼症、视网膜脱落、黄斑部病变等疾病

视力矫正及屈光手术

服务主体：眼科医院、眼科门诊部/诊所

- **儿童青少年：**视觉训练、角膜塑形镜验配、低浓度阿托品和眼镜验配
- **中青年：**框架眼镜、接触镜验配、屈光手术
- **老年人：**近用视觉障碍（老花）、近视

眼病预防与康复

服务主体：眼科门诊部/诊所

- **儿童青少年：**集中于控制近视的发展视力档案建档、定期视力筛查等
- **中青年：**注重缓解由于长时间工作引起的眼部疲劳和干眼症，做好眼底检查等相关保健
- **老年人：**帮助建立眼健康档案，重点关注白内障和青光眼等常见疾病的发病概率，帮助预防或延缓影响生活品质的眼部疾病发生

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康医疗类服务基础支持（设备/系统）

眼健康医疗类服务是基于检查类和治疗类设备建立起来的眼部健康诊疗、矫正服务

大多数眼科疾病的诊断需要进行从眼表到眼底的综合检查。眼底检查设备能够提供更为精确的分辨率及更多结构特征，可帮助眼科专业人员进行诊断及术前评估。眼底病的诊断和眼科医疗治疗器械可分为手术器械和非手术器械，其中手术器械包括眼科手术设备及手术辅助配件，而眼科手术设备按能量来源可分为超声手术设备和激光手术设备。在临床上，用于白内障、青光眼、近视等常见眼科疾病的诊断、治疗设备大多需要进口，例如用于屈光手术的飞秒激光手术仪等设备大多依赖拓普康、尼德克、蔡司等进口品牌。

眼健康医疗类服务-重要支持设备/系统介绍

检查类设备



综合验光仪

产品说明：可提供全面的综合验光，完成主动验光及视功能检查。



电脑验光仪

产品说明：测量球镜度、柱镜度、散光轴位、曲率半径、角膜屈光度、角膜散光度、角膜散光轴角度。



焦度计

产品说明：测量所有类型的镜片，包括渐进镜片和隐形眼镜的度数、瞳距等。



眼底照相机

产品说明：在不散瞳的前提下，提供清晰、准确的眼底图像，为医生提供可靠的诊断依据。



数码裂隙灯

产品说明：通过高亮度的裂隙光带照射到眼的被检部位，形成光学切面，再通过双目显微镜观察被检部位的细节。



角膜内皮显微镜

产品说明：角膜内皮检查仪器，自动聚焦和获取内皮细胞图像。自动拍摄并可获取全景内皮细胞分析图像。



眼压计

产品说明：用于测量和检测眼内压。



角膜地形图

产品说明：用于检测角膜前表面形态。

治疗类设备



超声乳化仪、超乳玻切机

产品说明：治疗白内障最新手术设备



准分子激光/飞秒激光治疗仪

产品说明：能以“照射”方式对人眼角膜组织进行精确气化，达到“切削”和“雕琢”角膜的目的而不损伤周围组织和其他器官，多用于治疗近视、远视和散光

代表品牌： 拓普康、尼德克、蔡司、佳乐普、索维、雄博、天乐、法里奥、LAMEX

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

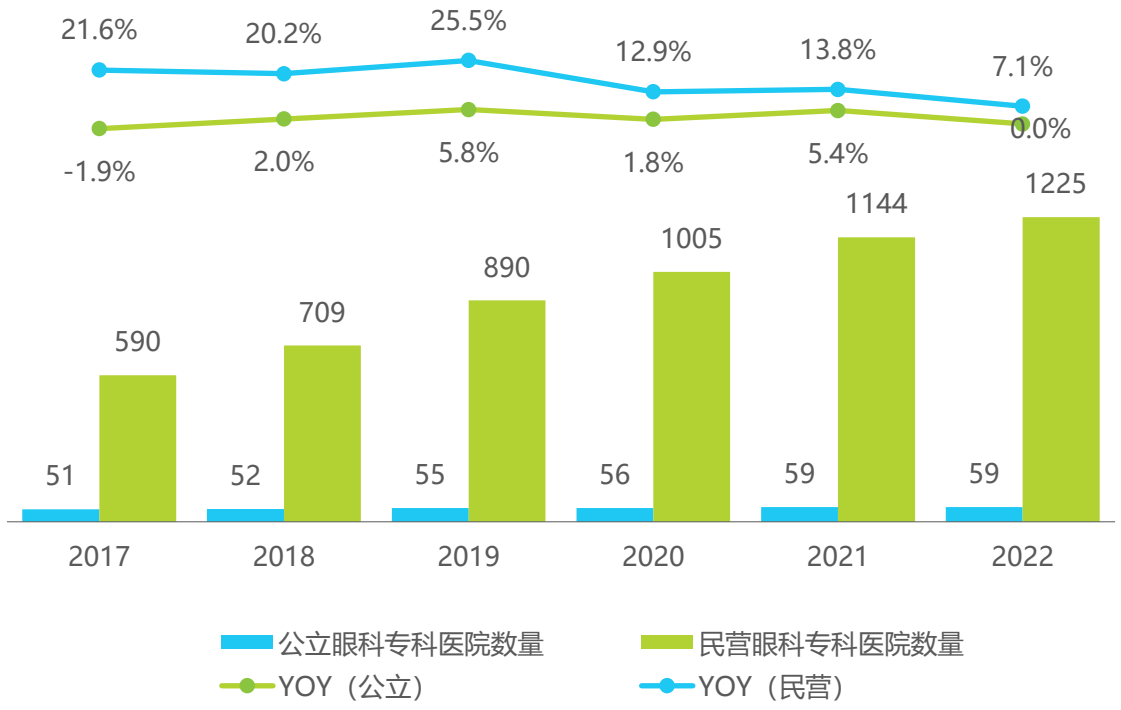
©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康医疗类服务中眼科医院发展现状

目前，眼健康医疗类服务呈现出民营眼科医院规模快速增长、高端诊疗设备规模不断突破等重要发展特征

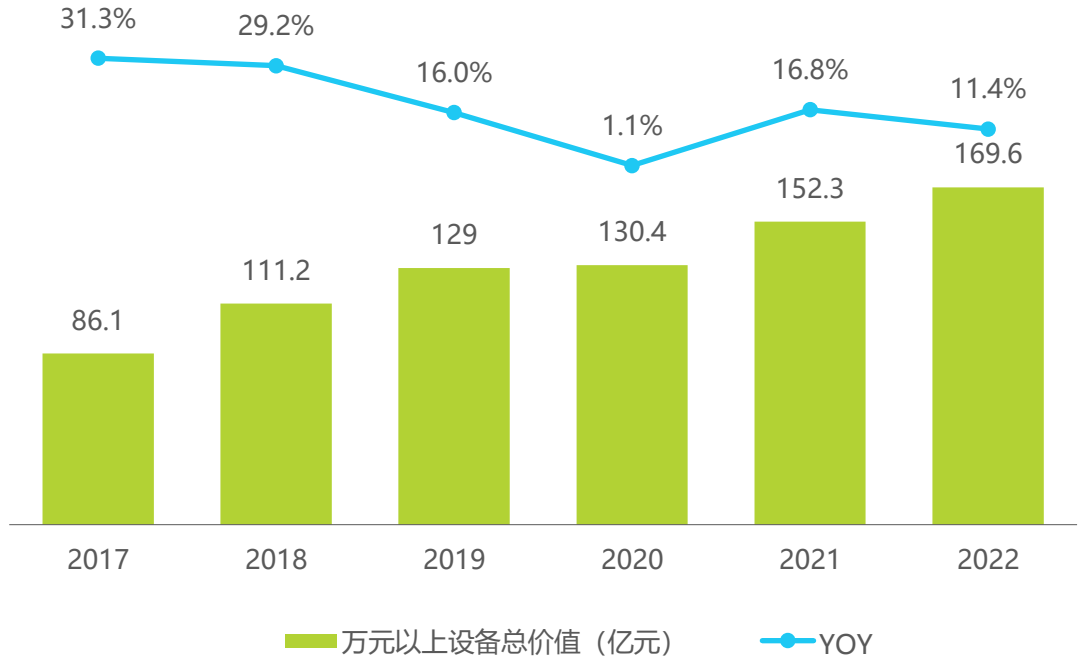
随着国人对眼健康关注度的加深，加之眼健康市场教育的催化，促使人们遇到眼健康问题时更加积极地寻求眼科医疗服务，而眼科医院作为眼科医疗服务的重要载体，增长态势明显。截至2022年，眼科专科医院从2017年的641家增加至2021年的1284家，其中民营眼科专科医院达1225家。另外，由于眼科诊疗的精细化、微创化程度高，对高端诊疗设备要求和依赖程度较高，眼科医院持续加大建设医疗服务基础设施，以适应不断增长的市场需求。截至2022年我国专科眼科医院万元以上设备总价值达169.6亿元。

2017-2022年中国眼科专科医院数量及增速



来源：中国卫生健康委员会《2023年中国卫生健康统计年鉴》，艾瑞咨询研究院自主绘制。

2017-2022年中国专科眼科医院万元以上设备总价值



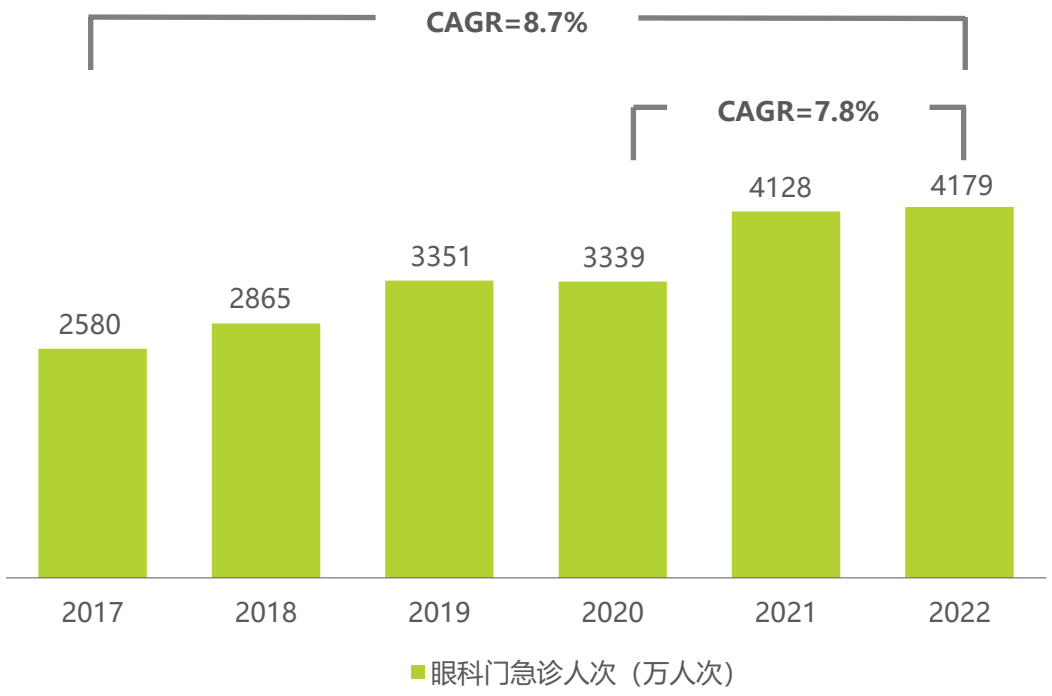
来源：中国卫生健康委员会《2023年中国卫生健康统计年鉴》，艾瑞咨询研究院自主绘制。

中国眼健康医疗类服务中眼科门诊发展现状

并且，眼健康医疗类服务中眼科门诊被信任度逐步加深，眼科门诊显著性扩张，以承载更多国人眼健康需求

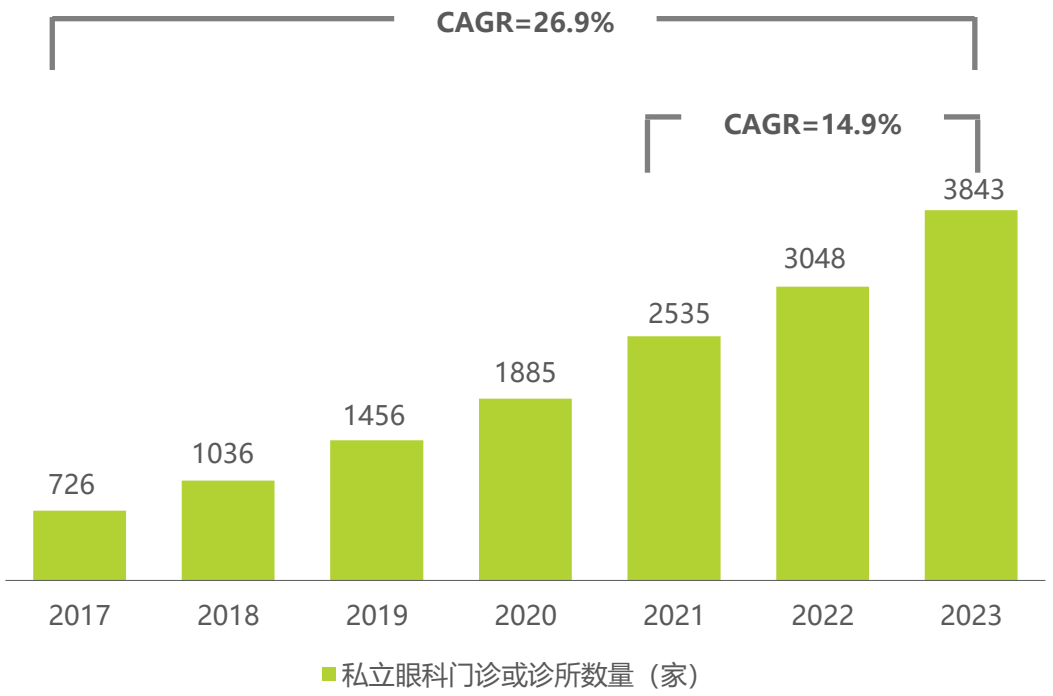
近年来，消费者对眼健康重视度逐渐提升，中国眼科医院门急诊人次快速升高，供需关系逐渐失衡，而随着消费者对眼视光诊所的信任度提升和眼科诊疗需求量的增加，促使传统眼镜零售企业向视光中心和眼科诊所等延伸，由单纯的售卖眼镜及相关产品向为用户提供整体的视光解决方案升级。检索企查查“眼科门诊、眼科诊所”发现，截止至2023年，我国私立眼科门诊和诊所的数量已增至3843家，2021-2023年年复合增长率达14.9%，可见中国眼科门诊正在显著性发展与扩张。

2017-2022年中国眼科医院门急诊人次



来源：中国卫生健康委员会《2023年中国卫生健康统计年鉴》，艾瑞咨询研究院自主绘制。

2017-2023年中国私立眼科门诊或诊所数量



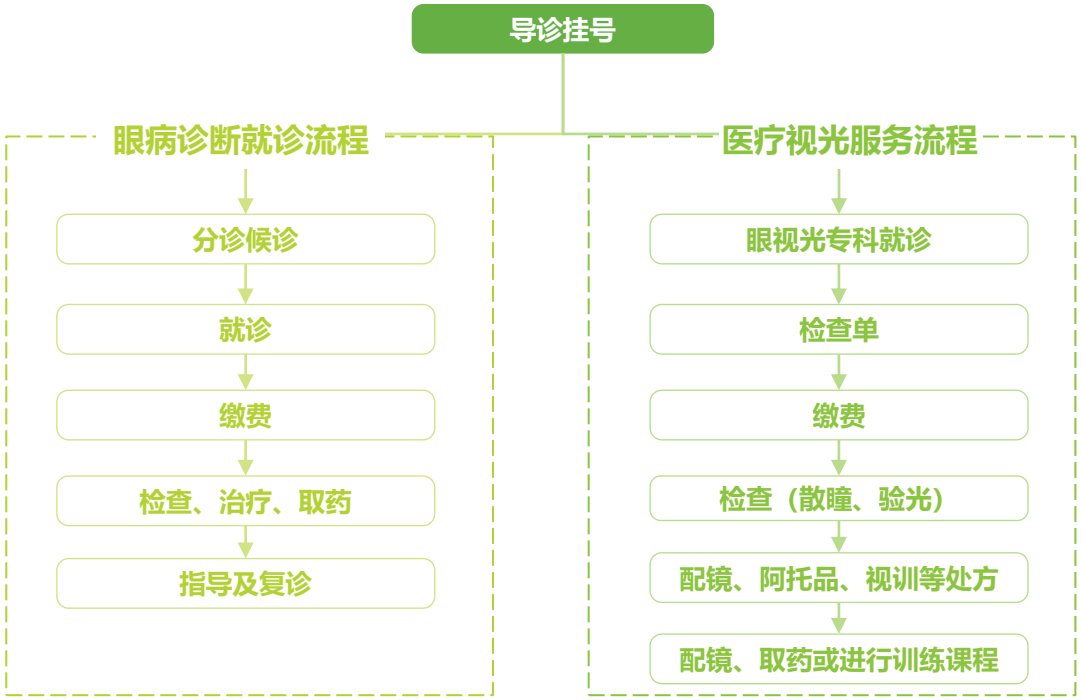
来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。数据统计渠道“企查查”；统计时间2017年1月1日-2023年12月31日；统计关键词“眼科门诊、眼科诊所”

中国眼健康医疗类服务中眼科医院服务流程

在眼健康医疗服务中，眼病诊断侧重于疾病发现与治疗，医疗视光侧重健康维护与屈光矫正

眼健康医疗类服务涵盖眼病诊断、医疗视光两块服务内容，其中眼病诊断服务主要为患者提供检查、治疗、配药及复诊类服务；医疗视光主要为患者提供配镜、阿托品处方开具、视力训练矫正类服务，二者在流程上存在一定的差异性。眼科诊断服务侧重于疾病发现与治疗，医疗视光则更加侧重于患者视觉健康维护和屈光不正的矫正，通过一系列专业的检查和评估，为患者提供科学的屈光矫正服务，以保障和提升患者的视觉健康。以青少年儿童近视防控为例，一般需要进行散瞳验光，确认眼底眼轴增长情况后采用配镜矫正和开具低浓度阿托品处方的形式延缓近视度数增长。

中国眼科医院眼病诊断治疗流程 VS. 医疗视光服务流程



差异点：服务侧重点存在本质差异

眼病诊断

- **特点：** 诊疗范围广、强医疗属性与专业性、耗时长
- **服务侧重点：** 侧重于疾病发现与治疗

医疗视光

- **特点：** 科室针对性强、医疗属性相对较弱、流程简单
- **服务侧重点：** 侧重于视觉健康的维护和屈光不正的矫正，诊疗解决方案聚焦于验光配镜、验配低浓度阿托品与进行视觉训练等

共同点：以提升功能性视觉健康为导向

就诊过程都涉及屈光状态的检查和矫正，评估患者的视觉功能

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康医疗类服务中眼科医院服务内容

在眼健康医疗服务中，公立眼科医院服务更全面、侧重诊断治疗，民营眼科医院服务更高端、侧重屈光矫正

公立眼科医院与民营眼科医院是承担眼健康医疗类服务的重要载体。在服务对象上，公立医院覆盖所有社会群体，民营医院则主要面向高收入人群。在经营模式上，公立医院主要由政府出资设立和管理，承担社会基本医疗服务和社会责任；民营眼科医院则由私人投资或公司运营，依靠市场化运作自负盈亏。在服务业态上，公立医院提供含急诊的综合性服务、教学科研和临床并重；民营医院以非急诊类专科服务为主，注重客户体验和高端服务。在服务范围上，二者有共同点亦有差异点，差异在于公立医院眼镜配镜更多以承包或第三方主体提供，能提供全面眼科健康医疗服务；民营医院自主提供眼镜配镜服务，专注高端治疗与屈光矫正服务。

不同类型眼科医院的服务内容差异性介绍

维度	公立眼科医院	民营眼科医院
服务对象	广泛覆盖所有社会群体	主要面向中高收入群体
经营模式	由政府出资设立和管理，承担社会责任，提供基本医疗服务	由私人投资者或公司运营，自负盈亏，依靠市场化运作和多元化收费模式
服务业态	综合性眼科服务 教学、科研和临床并重 提供急诊服务	专科性服务为主 注重客户体验和高端服务 通常不提供急诊服务
服务范围	门诊服务 住院服务 眼镜配镜（承包形式或者第三产业形式） 眼科研究和培训 覆盖全面，涵盖所有眼科疾病，包含基础和复杂的眼科手术	门诊服务 住院服务 眼镜配镜 眼科研究和培训 集中于常见眼科疾病和高端治疗，强调屈光手术和视觉训练服务
机构举例	**天津眼科医院、华西医院**	**爱尔眼科、华厦眼科、欧普康视**

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康医疗类服务中眼科门诊服务内容

眼科门诊以角膜接触镜、功能性眼镜为盈利点，且品牌力量与个性化服务拉动眼科门诊服务进一步细分

随着诊所数量的增加，门诊服务类型日益精细化。眼科门诊品牌以其对角膜接触镜和功能性镜片验配等服务作为盈利点，根据其经营策略和服务重点，大致可分为三类：上市眼科门诊部/诊所、普通连锁眼科门诊部/诊所、独立品牌眼科门诊部/诊所。上市眼科门诊部/诊所通常隶属于上市医院的门诊部或诊所，能与私立眼科医院共享部分医疗资源，凭借强大的品牌效应和广泛的市场覆盖占据行业领先地位；普通连锁眼科门诊部/诊所的经营基本已实现经营标准化，能够提供相对全面的眼科服务；独立品牌眼科门诊部/诊所则以公立医院知名医生的流动坐诊为特色，专注于提供高品质的个性化视光解决方案。

不同类型眼科门诊的服务内容差异性介绍

维度	上市眼科医院门诊部/诊所	普通连锁眼科门诊部/诊所	独立品牌眼科门诊部/诊所
服务对象	全年龄段	全年龄段或只针对儿童青少年	全年龄段
经营模式	全国连锁	一般为区域性直营连锁	个人品牌门店、区域性直营连锁
业态描述	隶属于民营眼科品牌，专业性强，能够提供能够提供全面的眼科医疗服务，包括但不限于视力检查、屈光手术前检查、近视防控，斜弱视视觉训练，部分门诊部也具备手术资质。	服务相对全面&经济，门店位置相对便利，门店具备专业的医疗团队与强大的品牌影响力与外院专家联合看诊。只提供儿童青少年的机构一般能对斜视、弱视等进行诊断和治疗，同时也提供儿童视力保健、视力矫正等服务。	医疗眼科基础相对薄弱，眼科服务类目相对有限，门店以视光服务为主，能提供标准化的成人与青少年近视防控解决方案，包括医学验光、配镜和接触镜服务，弱视视力训练。
视光服务范围&特点	**产品&服务**：面向全年龄段提供眼健康服务，分流部分眼科医院到院压力。 **医生资源**：**共享民营眼科医院部分医生资源**，医学验光会由视光师和验光师共同完成。具备完善的门诊向上转诊制度。	**产品&服务**：能为成年人和儿童青少年提供近视防控与眼病治疗方案，如ok镜验配，低浓度阿托品验配，RGP验配、干眼症治疗等。 **医生资源**：**门店有眼科医生坐诊**，由验光师进行医学验光。	**产品&服务**：无法配置低浓度阿托品。针对成年人提供RGP验配服务。 **医生资源**：**周一~周四无眼科医生坐诊**，仅在周五、周末由1-2名公立医院眼科名医看诊或者海外视光师远程协助看诊，医学验光一般由验光师进行。
盈利点	**以角膜接触镜、功能性眼镜验配为核心盈利点**		
机构举例	**爱尔眼科、华夏眼科、何氏眼科、普瑞眼科、欧普康视**	**尖峰眼科、佰视佳眼科、威沃眼视光眼科、上海未来视界**	**德目眼科、兰荷视光眼科门诊部**

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

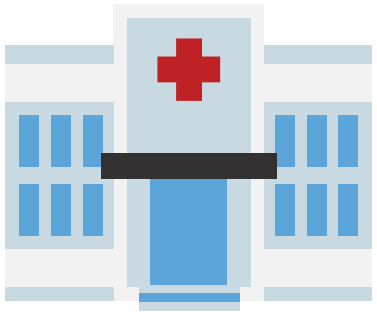
©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康医疗类服务之眼科医院发展趋势

未来，眼科医院在基础诊疗与设备支持上将持续加深、构建立体人才培育方式，向视光与眼科融合方向递进

近年来，在眼科医院不断深化数字化诊疗技术，致力于实现精准治疗，不断提升眼病诊断与治疗的效率和精度的同时，视光服务需求的迅速增长，为市场带来了巨大的发展潜力。为了适应这一趋势，眼科医院积极进行战略转型，将眼科诊疗与视光服务相结合作为发展规划的重点方向，并积极打造集科研、临床、数字化能力、教学能力、领导力为一体的复合型人才，打造依托眼科医院的视光门诊部/诊所，为患者提供更优质、更全面的眼科服务，满足患者日益增长的眼健康管理需求。

眼健康医疗类服务中眼科医院领域发展趋势



01 支持加深：眼科医疗设备投入加大

- 眼科医院将加大对眼科医疗设备的投入力度。据统计，我国眼科专科医院万元以上设备总价值从2017年的86.1亿元增长至2022年的169.6亿元（2017-2022年CAGR=14.95%）。

02 诊疗升级：数字化、智能化诊疗应用

- 数字化诊疗持续改变眼科医院的运作方式。如，通过远程诊断和在线问诊，患者可在家中与专家进行基础眼病的交流和咨询，提高医疗资源的利用效率。又如依托数字化智能技术，构建“居家自筛-社区筛查-医院转诊”的“新三级诊疗”模式。

03 培育加码：眼科精英立体化培养

- 在人才培育上，眼科医院开始着重培育全能“五力（包括临床能力、科研能力、教培能力、数字化能力以及领导力）”复合型人才，通过专业培训和实践锻炼为眼健康事业输送具备前瞻视野和创新能力的中坚力量，如，爱尔眼科发布“人才‘北斗计划’”“博士后‘引培计划’”两项培育计划，立体化培养眼科精英。

04 视光升级：眼科与视光融合并进

- 市场需求推动视光与眼科融合并进、眼视光诊所迅速起势，得益于诊所备案制的放开及国家对眼健康行业支持加码。随着视疲劳、斜弱视等眼并问题多发，眼科医院主动打通便民眼科“最后一公里”，纷纷升级视光中心为视光诊所，如北京同仁医院视光中心和天津市眼科医院视光中心升级为视光诊所，提供眼病诊疗与视光服务。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康医疗类服务之眼科门诊发展趋势

而眼科门诊将朝着品牌多样化、资源精细化、服务便捷化和智能化等方向发展，以推动基层医疗服务体验升级

随着消费者对医疗服务的需求越来越倾向于高品质和个性化，眼科门诊实现品牌化可以让消费者感受到更专业和可信赖的服务，来满足他们对高品质医疗服务的需求。同时，在医疗技术的发展、市场竞争的加剧以及政策的支持等多方面综合因素的作用下，为提高眼科医院的效率和患者满意度，眼科门诊开始向着资源精细化、一站式服务模式等方向进步。此外，在智能技术的加持下，眼科门诊通过引入智能化屈光验配设备等来提升患者验配体验及满足其个性化服务需求。总而言之，眼科门诊为能积极响应患者需求，为患者提供优质高水平服务，正向着品牌化多样化、资源精细化、服务便捷化和智能化等方面发展，以推动眼科基层医疗服务体验升级。

眼健康医疗类服务中眼科门诊领域发展趋势

01 品牌眼科门诊涌现

- **公立眼科医院视光中心升级**：视光中心打通便民眼科服务的最后一环，升级成为提供眼健康服务的“视光+眼科”门诊综合体。
- **民营眼科医院发力眼科门诊**：上市眼科在视光蓝海中疯狂掘金，如爱尔眼科在股东大会上曾表示要“建设1000家视光诊所”。此外眼科服务上游欧普康视也定增15亿元拓展视光终端市场（眼科诊所和视光中心）。

02 门诊资源精细化

- **垂类门诊机构精细化**：随着社会发展和人口结构的变化，与儿童和中老年眼科领域相关的医疗机构进一步分化，形成少儿眼科、中老年眼科专科机构等，以更好地应对一少一老年眼病的高发态势和解决需求。
- **视光人才资源精细化**：不仅有眼科医生、视光师和验光师各司其职，还出现了专注于特定领域的专项人才培训。如，天津职业大学已开设眼视光技术专业，深耕眼视光专业人才的培养。

03 一站式门诊就医

- **服务可及性提升**：签约家庭眼科医生机构，帮助进行眼健康预防保健、健康教育和长期跟踪随访等，提高近视防控与眼病就诊效果和满意度。
- **一站式门诊就医**：患者可以在同一地点完成从初步检查、眼部诊疗、镜片试带等全流程的就医，如惠州市市中心人民医院门诊眼科医学中心将专科诊室、检查室与治疗室整合至同一区域，让患者更便捷完成就诊流程。

04 智能化屈光验配

- **一体化验光**：在拓普康、尼德克等品牌的一整套检查设备的帮助下，医生或视光师能通过一台仪器设备获取屈光度、眼轴、角膜地形图、干眼等数据。
- **精准定制验配**：为提升离焦镜片、角膜塑形验配体验和效果，近年来，诸如欧普康视等头部企业都推出了智能化验配及生产模式，鹏升科技等科技企业推出了AI智能角塑验配产品，提高精准验配并简化患者验配流程。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

03 中国眼健康视光类服务市场分析

中国眼健康视光类服务产业图谱

上游：设备供应商、镜片、镜架原材料供应商；中游：镜架和镜片制造商与品牌商；下游：线上下销售渠道

眼健康视光类服务的上游产业集中于基础材料与技术的创新，涵盖了精密的眼科设备制造商以及高品质镜片和镜架原材料的供应商。这些企业通过提供尖端的技术支持和稳定的物资保障，为整个产业链奠定坚实的基础。中游产业则由国内外知名镜片、镜架的制造商和品牌商构成。下游产业则主要由线下线上销售主体构成，包括专业的视光中心、眼镜零售商、互联网验配渠道、线上新零售渠道等，直接面向终端用户，提供全方位的眼健康检查及配镜服务。

眼健康视光类服务产业链图谱



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

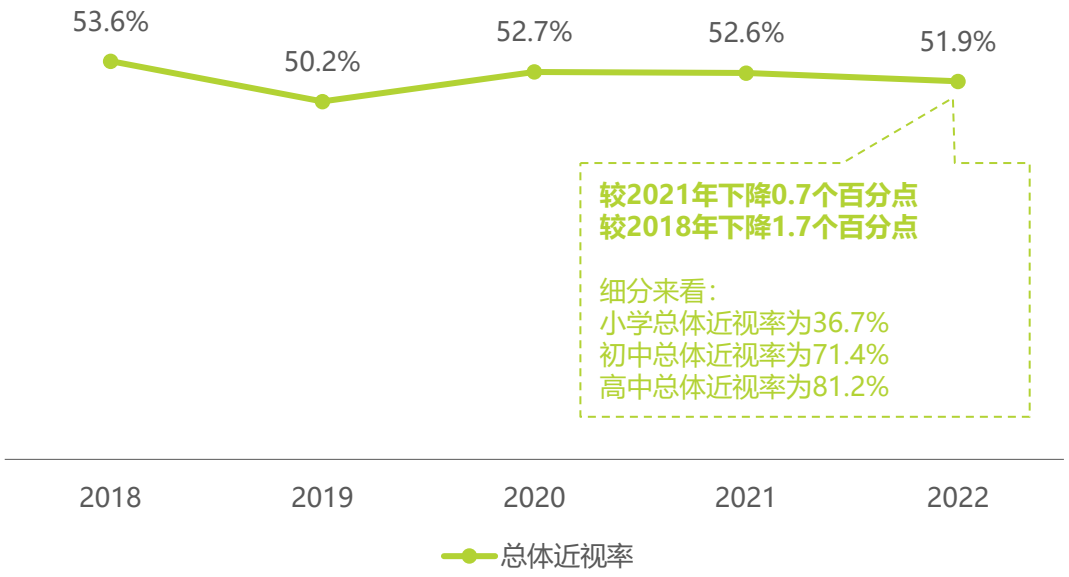
©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康视光类服务消费需求（整体）

屈光不正等视觉健康问题已成为影响国人素质的眼病问题，眼健康视光类服务中视力矫正或将成为新增长点

视觉是五种感官中最主要的感官，在我们生活各方面都起着至关重要的作用。而我国国民视力损害患病率较为突出且高于全球平均水平，尤其是“近视眼”视力问题已经成为影响当代和未来人口素质的眼病问题，同时，远视、散光、斜弱视等视力问题对国人眼健康的影响程度正在加剧。以儿童青少年为例，中国儿童青少年近视率持续居高不下，在2018年时总体近视率已居世界第一。另一方面，以斜弱视为例，中国儿童斜弱视高发、呈现出低龄化趋势，且目前市场治疗矫正方式有待丰富。

2018-2022年中国儿童青少年总体近视率居高不下



中国斜弱视呈现年轻化特征

斜弱视：儿童青少年斜弱视高发、低龄化趋势

- 人民卫生出版社2019年新书《斜视与弱视》显示，**斜视与弱视患者占人口比例在3-5%之间，这意味着国内至少有4000万斜视与弱视患者。**①
- 《中国儿童斜弱视数字治疗现状白皮书（2022）》显示，目前针对斜弱视还缺乏全国范围的大型流行病学调查数据，根据梅斯平台近五年发表的以人群为基础的流行病学研究结果，**预估中国弱视的整体患病率为0.82%～9.60%，斜视的患病率约在0.18%～5.56%。**②
- 公立综合医院眼科、公立眼科专科医院和非公立眼科专科医院斜弱视患者门诊总量占比分别为**38.8%，41.3%， 38.6%。**③

来源：卫健委、德邦研究所。

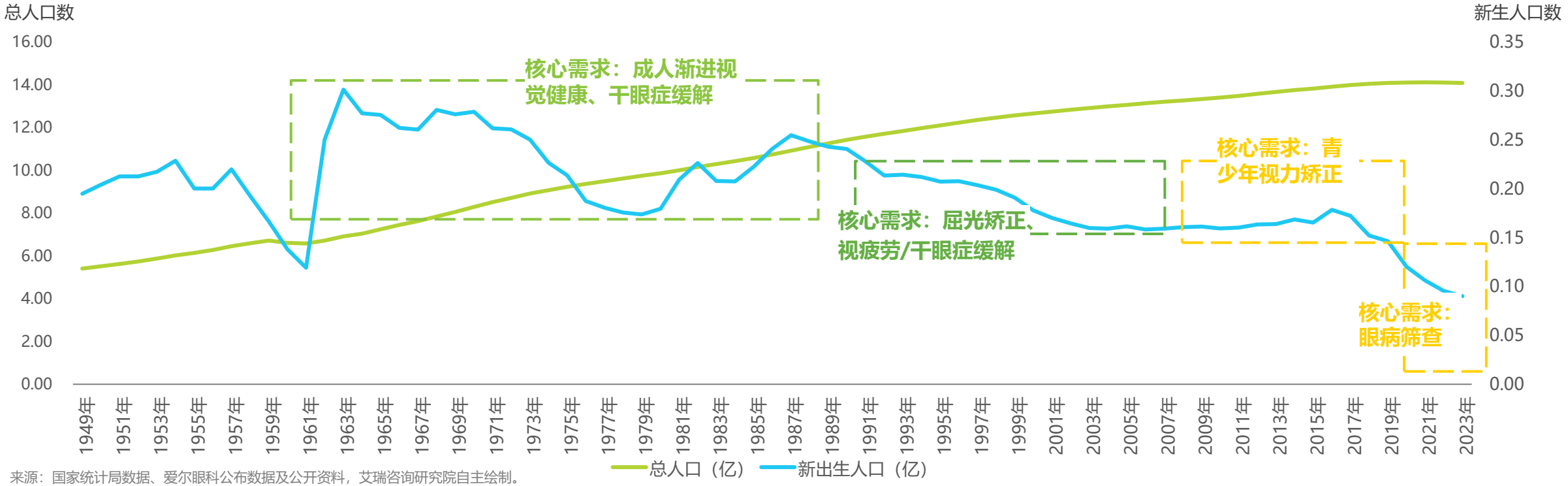
来源：①人民卫生出版社2019年新书《斜视与弱视》；②&③梅斯医学《中国儿童斜弱视数字治疗现状白皮书（2022）》

中国眼健康视光类服务消费需求（分人群）

从消费者眼健康视光需求来看，不同人群因用眼习惯、用眼需求不同，对眼健康视光服务表现出差异化需求

从消费者眼健康视光类服务需求来看，不同年龄人群受职业、生活习惯等外部因素的影响，用眼程度不同、遇到的眼健康问题不同，而表现出对眼健康服务的差异性需求，以获得更好的视力。如，儿童青少年作为眼健康服务的重点人群，主要面临近视等视力问题，因此更迫切需求视力矫正或提升的眼健康服务，如果非医疗类的眼健康机构能够提供专业的视力检查、科学的视力纠正手段与方法，可在一定程度上帮助他们减少跑医院频率而规避就医过程中带来的排队等待、路程遥远等麻烦。

按年龄或特殊性划分，不同人群非手术类眼健康需求



来源：国家统计局数据、爱尔眼科公布数据及公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

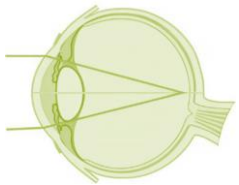
©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康视光类服务消费需求（分人群）

如，近视人群追求视力管理，近用视觉障碍（老花）人群期待缓解看近障碍，斜弱视人群则渴望获得科学矫正

同时，从不同视力群体来看，不同的视力问题群体对视力矫正服务的诉求也表现出一定差异性。如，对于近视人群而言，他们期待通过非医疗类视力保健机构的科学干预对自己的视力进行有效管理，有效控制近视度数并改善视力近视问题；对于近用视觉障碍（老花）人群而言，他们更期待能够缓解现有的看近障碍问题，便于日常近距离活动；对于斜弱视人群而言，他们则更希望能够获得非医疗视力保健机构科学、有效、专业的视力功能恢复与矫正训练等。

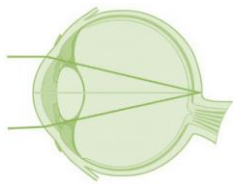
按眼健康问题划分，不同人群的非手术类眼健康需求



屈光不正人群

核心需求：矫正视力、管理视力，让自己看的清楚“控制或延缓近视度数增长”

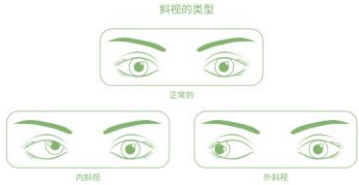
更多需求：围绕核心需求的解决方案，期待能够获得解决看清问题的最佳方案，比如，看的清的方案，电子产品使用的多效防护方案...



近用视觉障碍（老花）人群

核心需求：随着年龄增加，调节力下降，看近和看远的广都不一致，需要解决看远看近分别的光度矫正

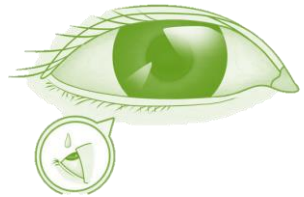
更多需求：以提升调节力为目标，视觉训练方案为辅助，期待更专业的视觉健康咨询服务，比如，关于近用视觉障碍（老花）的信息和保健知识科普...



斜弱视人群

核心需求：能够通过治疗来提升斜弱视患者的视力

更多需求：治疗训练方式科学、治疗训练成本合理、治疗训练有效果、治疗训练周期合理、有后续追踪回访、有科学用眼科普...



干眼人群

核心需求：缓解眼睛干涩、疼痛等不适的感觉

更多需求：获得眼科医生的专业指导与建议，有效减轻症状

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康视光类服务主体与内容

“视光中心、眼镜店”是眼健康视光类服务的核心主体，共同为消费者提供视力矫正、知识普及等多元服务

然而，目前以“屈光矫正” 为主要服务宗旨的机构很多，从服务机构类型上来看，大致可以分为以“视光中心”为主的屈光矫正机构和以“眼镜店”为主的屈光矫正机构，这些屈光矫正机构能够为消费者提供丰富的眼健康服务，具体眼健康服务覆盖眼部健康知识普及、专业视力检查或筛查服务、提供科学的屈光矫正方案、建立视力健康档案等服务内容，从眼健康教育到屈光矫正实现全方位非医疗类屈光服务覆盖，以保障大众眼健康。

眼健康视光类服务主体与服务内容

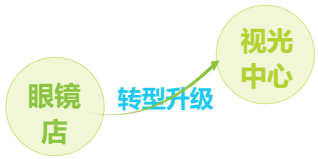
主要服务主体

视光中心

提供近视、斜弱视的训练矫正服务为主，部分也提供检测服务、眼镜验配服务等

眼镜店

提供检测服务、眼镜验配服务为主，部分大型连锁眼镜店已开始布局视光中心



主要服务范围

提供眼部健康知识普及

- 非医疗视力保健机构担任着宣教和普及“眼保健”重任，借助线上线下的讲座、培训和宣传活动等普及眼健康与眼保健知识，尤其需建立好线上链接。

提供视力屈光矫正方案

- **视光中心：**屈光不正矫正，近视防控，弱视、低视力康复训练，传统光学框架眼镜和角膜接触镜（软性&硬性）验配，其他视功能方面的训练和矫正等。
- **眼镜店：**屈光不正矫正，近视防控，传统光学框架眼镜验配，隐形眼镜零售等。

专业视力检查服务

- 提供定期的视力检查服务，包括裸眼视力、矫正视力、屈光度数等检测，以及眼病筛查，发现潜在眼部问题，并及时转诊至专业医疗机构。

建立视力健康档案

- 为每位客户提供视力健康档案，记录视力检查结果和训练与保健方案执行情况，借助SCRM等系统与患者保持良好的沟通，定期跟踪和评估，确保眼健康训练或保健效果的持续性。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康视光类服务基础支持（设备/系统）

验光类设备、检查或诊断类设备、视功能训练类设备等是眼健康视光类服务的基础支持

眼健康服务支持设备是机构类眼健康服务中心提供高质量眼健康服务的基础设施，这些设备不仅能够对眼部疾病进行精确诊断，还能提供有效的治疗与康复支持。机构类眼健康服务支持设备大致可归纳为检查类设备、视功能训练类设备，其中在检查类设备上主要包括综合验光仪、电脑验光仪、焦度计、裂隙灯显微镜、MYAH生物综合测量仪、佩戴数据测量仪等，在视功能训练设备上主要包括传统手工工具、小仪器、数字化视觉训练仪器等。

眼健康视光类服务-重要支持设备/系统介绍

检查类设备



综合验光仪

产品说明：可提供全面的综合验光，完成主动验光及视功能检查。



电脑验光仪

产品说明：客观测量眼睛屈光度，包含近视、远视度数，散光度数及散光方向，角膜曲率半径等。



焦度计

产品说明：测量所有类型的镜片，包括渐进镜片和隐形眼镜的度数、瞳距灯。



裂隙灯显微镜

产品说明：用于观察眼睛的前段结构，包括角膜、结膜、晶状体等，适用于隐形眼镜配戴者的眼部健康检查。



MYAH生物综合测量仪

产品说明：角膜地形图、眼轴、干眼、动态瞳孔测定四合一，测量速度快，对患者友好，节省空间且易于操作。



佩戴数据测量仪

产品说明：单眼瞳高，瞳距，单眼瞳距，镜眼距，倾斜角，鼻梁距等，全自动对焦，全自动采集，AI计算。

视功能训练设备（视光中心特色）



传统手工工具（如，翻转拍）

产品说明：手动视物能力调节工具，用户通过观察一定距离的视标，在不用屈光度下快速切换，如翻转拍、直线仪的。



小仪器（如，眼动训练器）

产品说明：包含一系列视觉目标和追踪练习，训练眼部肌肉，提高眼肌的调节能力和视轴运动的灵敏度。常见的训练仪器包括训练图、训练调节卡、训练调节设备。



数字化视觉训练仪器（如，VR视觉训练系统）

产品说明：用于提高深度感知能力，对于日常活动至关重要。这类训练可能包括立体图像、3D眼睛和专门的立体视训练软件（如裸眼3D训练系统）。

代表品牌： 拓普康、尼德克、蔡司、佳乐普、索维、雄博、天乐、法里奥、LAMEX、福胜康、保视佳

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康视光类重要载体-视光中心介绍

视光中心作为眼健康视光类服务重要载体，有“服务主体或范围”、“经营模式或性质”两种分类方式

近年来，随着中国消费者眼健康意识和对视光服务需求的提升，以“一站式眼部护理服务”为核心的视光中心异军突起。艾瑞基于对视光中心服务主体和范围、经营模式和性质的深度了解，梳理出视光中心的分类：按服务主体或范围划分，包括青少年视光中心、成年人视光中心、综合性视光中心；按经营模式或性质划分，包括多级医疗类视光中心（有向上转诊能力）、连锁型的视光中心、独立类型的视光中心。

机构类眼健康主体“视光中心”的分类

按服务主体或范围划分

青少年视光中心（儿童青少年） 01

- 该类视光中心专注于儿童和青少年的视力发展和近视防控，环境设计通常更加吸引年轻患者，服务人员需要具备与儿童沟通的技巧，提供包括视力检查、近视防控、配镜服务、视觉训练等服务。

成年人视光中心（职场人士和老年人） 02

- 该类视光中心服务于成人群体，包括职场人士和老年人，提供全面的视力矫正和眼部健康服务，注重成人眼部疾病筛查和成人视力问题。服务包括视力检查、眼部健康评估、职业眼病预防和治疗、近用视觉障碍（老花）矫正和多焦点镜片的验配等。

综合性视光中心（全年龄段） 03

- 该类视光中心提供全年龄段的视光服务，从儿童到老年人，服务范围广泛，设备齐全，专业人员多样，包括全年龄段的视力检查、眼部疾病的筛查和治疗建议、视力保健和眼健康教育、特殊需求的视力矫正等。

按经营模式或性质划分

多级医疗类视光中心（有向上转诊能力） 01

- 该类视光中心通常有医疗资质，从医院分离出来的眼科门诊或与医院合作成立的眼科门诊，主要以诊疗服务为主，可根据患者眼病严重程度或复杂性，将其引导至医院总部或高级医疗机构进行治疗。

连锁类型的视光中心 02

- 该类视光中心通过直营、加盟等方式，将多个视光中心连接起来，形成一个统一的品牌和经营模式。这类视光中心具有统一运营、规模效应、品牌影响力、培训和发展、服务网络、产品供应链和市场竞争力特征。

独立类型的视光中心 03

- 该类视光中心可能由多位视光师或眼科医生创建与运营，可以提供一系列全面的眼视光服务，包括验光配镜、视觉训练、青少年近视预防检测、缓解视力疲劳等眼保健服务。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康视光类重要载体-视光中心服务概览

视光中心作为“眼健康管家、眼睛专属医疗站”，为消费者提供了全面且丰富的眼健康产品和眼健康服务

视光中心是以改善视觉品质，提高眼健康，恢复视觉的清晰度、舒适度、持久度为目的的专业视光机构，是人们眼健康管家、人们眼睛专属医疗站。视光中心以服务为支撑、以产品盈利为抓手，不仅为人提供视力检测与评估、眼镜验配等基础服务，而且为人们提供诸如“青少年近视防控”等产品与“斜弱视诊断和康复、视功能训练、眼睛保健、家庭眼保健指导”等服务。此外，视光中心还为人们提供眼睛健康科普知识讲座与宣导服务，提升人们对眼睛健康的重视与关注。

视力保健机构产品和服务介绍

视光中心“眼健康”产品

眼镜产品：普通近视眼镜、远视眼镜、单光或双光老花眼镜、近视防控眼镜、成人渐进多焦点眼镜、隐形眼镜、其他眼镜产品及配件。

训练仪器或器械：针对近视、斜弱视、眼科术后人群提供诸如反转拍、睫状肌训练仪、直线机、斜弱视综合治疗仪等仪器或器械。

训练系统或课程：针对近视、斜弱视、眼科疾病术后人群提供电子训练档案、视功能训练系统使用权限或训练课程等，包括多媒体训练系统、裸眼3D训练系统、VR虚拟现实训练系统等使用权限或制定训练矫正训练课程。

眼部护理产品：眼药水、眼膏、洗眼液、热敷眼罩/贴等。

眼健康食品：叶黄素、蓝莓素、胡萝卜素、鱼肝油等。

视光中心“眼健康”服务

视力检查服务：从视力检测和评估，到角膜曲率、晶状体厚度等的详细检测，再到眼轴长度检测，以及干眼症、近用视觉障碍（老花）的检查，视光中心都能提供。

视力保健服务：斜弱视诊疗和康复训练、视功能训练、按摩理疗、家庭眼保健指导等。

视力保健科普：定期组织眼健康讲座，邀请专业人士为大众讲解眼部健康知识，提升大家对眼部健康的重视度。如上海东方医院眼视光中心组织“小小眼视光医生”职业体验“睛”彩不断活动，在寓教于乐的过程中进行爱眼护眼科普活动。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

视光中心的近视管理服务

视光中心近视管理服务中，以针对不同群体结合其近视前后发展期给予差异化健康解决方案为主要核心内容

公开资料显示，近视是世界范围内的高发疾病，当前全球近视患病率超28.3%，预计到2050年将达到49.8%。而随着近视度数的增加，由近视引发的视网膜脱落、近视性黄斑变性等眼科疾病并发症的风险也随之增加，可见，近视管理不容忽视。目前市场上针对近视管理除了眼健康医疗类服务外，还有以视光中心为核心的眼健康视光服务。以儿童青少年近视管理为例，这些眼健康视光服务机构会结合儿童青少年近视前、后期发展进程而提供科学非医疗/药物类解决方案，助力尚未近视的儿童青少年和已经近视的儿童青少年科学地预防和管理近视进展情况，具体如下：

眼健康视光类服务-儿童青少年近视的非医疗/药物解决方案



来源：《近视管理白皮书（2022）》、上海市市场监督管理局发布的《儿童青少年裸眼视力和屈光度评价规范》及公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

视光中心的近用视觉障碍（老花）解决方案

视光中心较多以渐进多焦点眼镜来满足近用视觉障碍（老花）患者一镜看近看远的健康用眼服务需求

随着老龄化的发展和眼睛调节功能下降的年轻化，近用视觉障碍（老花）成为当下中老年群体的主要用眼问题，目前全球约21亿人患有近用视觉障碍（老花），到2050年预计将增至40亿人（约为全世界人口的40%）。 2023年，我国45岁以上的近用视觉障碍（老花）患者约4.61亿，较2022年增加了约0.15亿人，预示着近用视觉障碍（老花）市场有巨大的发展潜力。未来，市场上针对近用视觉障碍（老花）患者的非药物或手术类解决方案中，渐进多焦点眼镜或将成为满足近用视觉障碍（老花）患者一镜看近看远的最佳解决方案。

眼健康视光服务-近用视觉障碍人群的非医疗/药物解决方案



40岁+

01 多副单光眼镜或一副近用成品老花镜解决

- **适用人群：**所有人群，包括急需解决看近/看远问题、讲究经济实惠、追求看近视野范围等要求的人群。也包括对远近光度有不同需求、对镜片即刻需求较高、看远看近大视野有需求的人群。
- **原理&方法：**患者根据近处阅读、远处视物等不同需求选择多副单焦点镜片，或者一副近用成品老花镜以实现度数的矫正。
- **产品优点：**价格低，对验配要求低，易适应，易获取，患者根据度数选购验配不同度数的框架眼镜，佩戴者的适应周期较短。
- **产品缺点：**部分单光产品只能解决近处的视野模糊问题，对远处无作用；部分双光产品存在度数过渡不够平滑，患者视线转换时容易出现头晕的情况。

02 一副渐进多焦点眼镜解决

- **适用人群：**所有人群，包括对远近光度有不同需求，期望一副眼镜搞定且便捷实用，以及想获得近用清晰视力等要求的人群。
- **原理&方法：**一个镜片同时具有多个焦点，度数从上往下逐渐平缓过渡，不会有视物跳跃现象。
- **产品优点：**一副眼镜可看远、中、近，可解决“既近视又老花”的问题，光学过渡平滑，实现看远看近自由切换，达到完美的自由视觉体验。
- **产品缺点：**售价高、对验配要求高，佩戴者需要改善用眼习惯，具备较强的镜片适应能力，适应期可能比较长。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

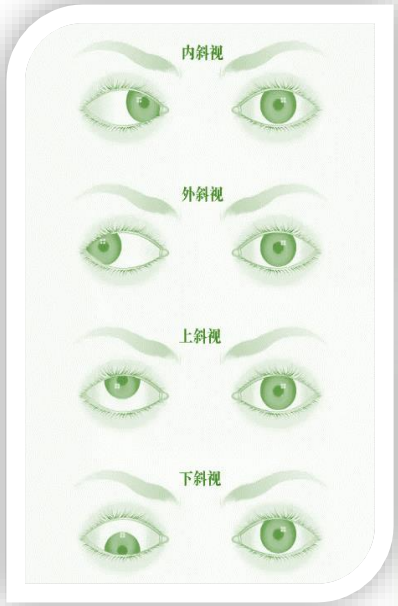
©2024.12 iResearch Inc.

视光中心的斜弱视矫正服务

视光中心斜弱视管理服务中，数字疗法类视觉训练成为斜弱视群体视力健康的主要治疗与矫正手段

近年来，随着视光行业的不断发展，视觉训练逐渐被人们所熟知，视觉训练也渐渐成为眼科专家治疗斜弱视的重要手段之一，在提升斜视患者的双眼功能上起着重要的作用，通过视觉针对性训练可增强双眼融合功能，锻炼双眼的聚散能力，更好地重建双眼视。除此之外，进行视觉训练还能缓解视疲劳、锻炼眼外肌的调节功能，防控近视、改善弱视。因此，视觉训练是视力保健的重要组成部分，视觉训练适用于斜弱视、近视、重度视疲劳、斜视术后康复患者等多种人群。

眼健康视光服务-斜弱视人群的非医疗/药物解决方案



01 遮盖疗法

- **原理：** 通过给患者戴眼罩遮盖优势眼、强迫弱视眼，训练患者视觉功能，帮助治疗儿童青少年斜弱视。
- **方法：** 需要佩戴眼镜及眼镜遮盖布。
- **特点：** 操作简单、易掌握，需在专业眼科医生/视光师指导下进行。

02 视觉训练（传统工具/仪器）

原理： 是一种针对视觉系统功能障碍的非手术性治疗。

方法： 利用传统工具或仪器进行聚焦训练、眼肌协调训练、立体训练、手眼协调训练、视觉感知训练、融合训练等。

特点： 需专业视光师指导进行，需要患者在家中完成训练作业

03 视觉训练（数字治疗法）

- **原理：** 基于双眼分视与视知觉学习理论，结合计算机视觉技术，将视功能障碍的康复治疗与计算机多媒体或游戏相结合。借助合适的知觉学习任务、各种生物刺激，增强患者视觉信息储存、认知、加工、处理能力，并提高患者眼、脑、手的协调水平，全面改善患者的视觉功能。
- **方法：** 正位训练数字治疗包括双眼分视训练、交互式双眼治疗、双眼推拉式训练、VR虚拟现实头戴式显示器训练、多媒体训练系统治疗等。
- **系统：** 常见的训练系统与软件包括Luminopia One治疗系统、CureSight弱视治疗系统、多宝视、视多星、视琦、双琦、思明堂等。
- **流程：** 视功能训练 → 屈光度降低或控制 → 三年内视力追踪。
- **特点：** 有专属电子档案用于长期追踪管理、患者依从性高。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康视光类服务体验市场现状

从服务体验看，眼健康视光服务在行业监管、供应商产品与服务供应、消费者教育与指导方面任重道远

从大众获得的眼健康视光类服务的体验来看，直观上主要表现为服务体验感知度不高、品牌机构难以抉择、服务质量难以衡量等方面。归纳总结来看主要表现是行业侧监管难题仍然存在、统一标准有缺失；供应侧提供的产品或服务价值体验感知度低、能够辐射的地理范围有限、品牌尚未形成规模效应以及专业从业人员稀缺；消费侧大众对眼健康视光类服务的认知比较低，既表现在需求难以表达又表现在视光机构了解不足，以及由于视光服务处于行业发展初期消费者尚未表现出明显的消费信心。基于此，未来眼健康视光服务在行业监管、供应商产品与服务供应、消费者教育与指导方面任重道远，需要不断解决，营造良好的市场发展环境。

眼健康视光类服务-服务体验痛点梳理

行业侧：监管难题仍在、标准缺失

- **行业监管难题仍在**：虽然监管机构已采取一系列措施来规范市场，但仍然存在一些挑战，包括如何更有效地区分和传达不同产品和服务的价值、更有效地约束误导性信息传播等，以确保消费者能够获得高质量、可靠的眼健康视光服务。
- **行业统一标准缺失**：目前行业内缺乏统一的眼视光和配镜相关标准，导致市场上出现质量参差不齐的产品和服务，存在以次充好的现象。

消费侧：消费认知度低、信心不足

- **消费者认知较低**：消费者普遍缺乏对视光服务的全面认知和了解，不清楚自己的视力问题需要什么样的健康服务，导致他们在选择产品或服务时难以做出明智的选择。
- **消费者信心不足**：行业处于发展初期，消费者难以判断商家服务和产品质量的可靠性，进而影响消费决策。

01

02

03

供应侧：体验感不高、辐射限制、品牌及专业不足

- **服务体验感知度不高**：供需信息不对称、需求期望管理不足因素等，导致消费者对供应侧的产品或服务期望获得的价值、效果得不到满足，而产生对供应侧服务价值体验感知度低的现象。
- **地理辐射半径制约**：物理距离是消费者获取眼健康视光类服务的一大障碍，当前眼健康视光服务机构尚未实现规模化，存在大量服务网点分布不均、消费者无处消费的情况，下沉市场尤为明显。
- **品牌效应暂未建起**：眼健康视光服务在市面上的机构类型很多，尚未形成品牌效应，不同机构提供的服务内容较为分散，消费者难以评估供应侧服务的专业性和价值性。
- **优质从业人员稀缺**：眼健康视光人才培养与供给不足，导致视光从业人员的专业素质参差不齐，部分供应侧甚至缺乏视光师等专业资质人员背书。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康视光类服务市场发展趋势

未来，眼健康视光服务市场将面向大众向专业、细分、个性、智享、便捷及合规等方向健康有序地发展递进

近年来，随着眼健康构成主体各方长期不断的知识教育，以及国人眼健康问题日益凸显和大众眼健康意识的逐渐觉醒，对眼健康视光类服务的需求也呈现出更专业化、细致化、个性化等需求特征。同时，在需求驱动与技术加持下，更符合国人的眼健康服务模式以及社区或异业联动的服务业态将在眼健康行业发展起来，并会在国家层面政策支持与监管收紧的作用下朝着健康、有序的繁荣发展方向演进。

眼健康视光类服务的市场发展趋势

内容：专业、细致、个性化服务渐成趋势

- 通过专业培训、招募专业化人才、以及将培训课程纳入医学院校视光专业等方式提升视光从业人员专业性，为大众提供专业的眼视光服务。
- 眼健康服务市场正逐渐细分，包括健康诊疗、眼镜验配、体质调理、视功能训练等多种方式，以满足不同人群眼健康差异化需求。
- 随着大众眼健康需求日益多元化、个性化，如依托远程系统帮助眼视光门店精准验光和眼部检查服务开始兴起，又如针对大众用镜需求提供运动、工作不同场景下的眼镜产品等，都为大众提供更加个性化的近视防控方案。

方向：服务技术能力与服务模式迭代升级

- 随着诸如远程眼科技术等眼健康服务技术的持续革新，借助AI技术等实现眼视光门店更精准验光与眼部检查，为消费者提供更加个性化的近视防控方案已经成为当下重要的眼健康提升方式。
- 多家眼镜品牌尝试从单一产品销售向综合服务供给转变，满足消费者多元化眼健康需求。不仅提供专业、便捷和全面的近视防控服务，还借助如鹏升科技SCRM系统等建立长期触达客户的通道、追踪服务质量与体验。



业态：社区服务或异业联动业态初现端倪

- 《2023中国老花眼人群洞察报告》显示我国35岁以上人口中近用视觉障碍（老花）眼人群占比56.9%，达3.9亿，意味着中老年人群视力健康有庞大的需求基础。未来，随着我国老龄化人口增加，能够提供便捷、高效眼健康服务的社区化视光中心将成为中老年人群全生命周期眼健康服务中非常重要的部分。
- 同时，诸如与齿科、保险机构等建立异业联盟，为眼健康患者提供更便利、更安心、更专业的眼视光服务也是眼健康视光服务重要的发展手段与思路。

支持：政策支持力度与政策监管持续加深

- 随着《“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）》提出，到2025年，力争实现0-6岁儿童每年眼保健和视力检查覆盖率达到90%以上，儿童青少年眼健康整体水平不断提升的目标，大力发展眼健康视力保健矫正服务发展已上升至国家层面。
- 同时，随着国家在眼健康领域监管力度的加强，行业内参差不齐的现象正逐渐改善，服务质量在持续提升。以及国家对国产眼健康设备的支持，正加速国产仪器设备在视光服务市场的占比逐渐增加。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

04 中国眼健康产品类服务市场分析

中国眼健康产品概览

眼健康服务中产品较为多元，涵盖眼镜产品、眼部训练类工具或系统产品、营养保健产品、眼部护理产品等

近年来，随着医疗服务消费性支出增加、眼疾发病率的上升及居民健康关键的增强，眼健康市场的认知与重视度也随之增加，在一定程度上推动了眼健康市场的快速与蓬勃发展，催生了众多眼健康产品来满足人们的眼健康需求。目前，眼健康市场是一个多元化和快速发展的领域，涵盖了从日常护眼到专业护眼的各类产品，具体可将市场上的眼健康产品大致归纳为四类，主要包括眼镜及镜片产品、眼部训练工具/仪器产品、眼部健康营养保健食品、眼部护理用品等。

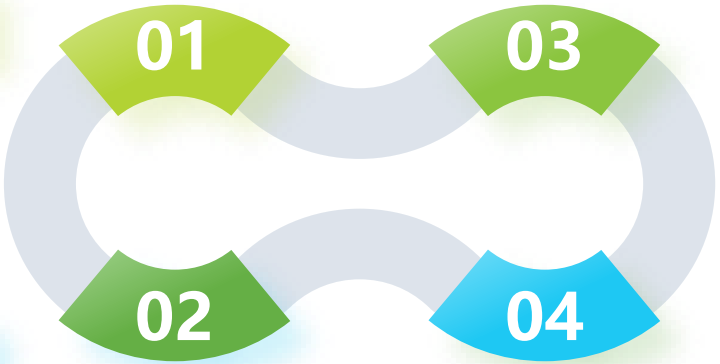
中国眼健康市场产品分类（以消费者视角划分）

产品分类1：眼镜及镜片产品

- 眼镜产品是用于矫正视力、保护眼睛或作为时尚配饰的多样化产品。眼镜产品包括单光光学眼镜、功能性光学眼镜（框架离焦眼镜、角膜塑形镜、渐进多焦点眼镜 ）、太阳镜、角膜接触镜（软性）等。

产品分类2：眼部训练工具/系统

- 主要用于改善视力、缓解眼部疲劳、治疗特定眼部疾病如弱视等，包括传统手工工具、传统训练小仪器、数字/智能训练小仪器、数字化/智能化训练系统、数字化/智能化管理系统等



产品分类3：眼部营养保健食品

- 补充眼部健康所需的营养素，如维生素A、C、E、DHA、叶黄素等，以支持眼部健康，包括维生素类、矿物质类、类胡萝卜素类、多酚类化合物、Omega-3脂肪酸、益生菌等。

产品分类4：眼部护理用品

- 眼部护理类产品是针对眼部肌肤的专业护理措施，旨在改善眼部肌肤状态，预防和解决各种眼部问题，如黑眼圈、眼袋、细纹等。包括护理液、滴眼液、护眼贴、眼罩、护理仪器、眼霜或眼部精华、护眼智能硬件等。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康产品：眼镜镜片产品介绍

其中，目前市场上的眼镜产品比较丰富，大体可以划分为单光眼镜、功能性眼镜及其他眼镜产品这三类

随着市场消费者对眼镜产品需求的不断演进，眼镜产品的种类也愈加丰富。目前，市场上眼镜不仅是视力矫正的工具，更是一种时尚配饰，在保护消费者眼睛健康的同时担负着消费者个人品味彰显的重要功能。不同的眼镜有不同的设计和功能，用于满足消费者不同的需求，目前市场上的眼镜产品的镜片大致可以归纳为单光镜片、功能性镜片及其他眼镜镜片这三类。单光镜片的核心功能是视力矫正，而功能性镜片是在单光镜片满足基础屈光的基础上可满足不同消费人群产生的某些特殊需求的对应解决方案，单光镜片和功能性镜片目前是市场上重要的眼镜产品镜片类型。

中国眼健康产品-眼镜镜片市场分类（以消费者视角划分）

主要眼镜产品分类

单光眼镜镜片

单光镜片，也成为单焦点镜片，是指只有一个光学中心的镜片，主要用于矫正单一视力问题，如近视、远视或散光等。

以下为重要的单光眼镜产品：

球面镜片 | 非球面镜片 | 双非球面镜片 | 自由曲面镜片 | 自由环曲面镜片...

功能性眼镜镜片

功能性镜片是在普通单光镜片满足基础屈光度矫正的需求上，可满足不同消费人群产生的某些用眼需求的对应解决方案。

以下为重要的功能性眼镜产品：

全年龄段光线防护镜片（如，蓝光/紫外线/强光/炫光防护镜片）| **儿童青少年近视管理镜片**（如，框架离焦类镜片）| **成年人附加度数渐进镜片/染色镜片/偏光镜片**（如，近视太阳镜）**/变色镜片** | **特殊功能镜片**（如，棱镜镜片/帽子镜）...

其他眼镜镜片

除了单光眼镜和功能性眼镜外，随着用户需求的不断变化，市场上还有很多其他类型的眼镜产品。

如针对避光需求的太阳眼镜、针对智能需求的智能眼镜、针对美观度需求的隐形眼镜或美瞳等。

以下为其他眼镜产品列举：

无度数的太阳镜镜片 | 普通隐形眼镜镜片 | 智能眼镜镜片 | 时尚眼镜镜片...

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

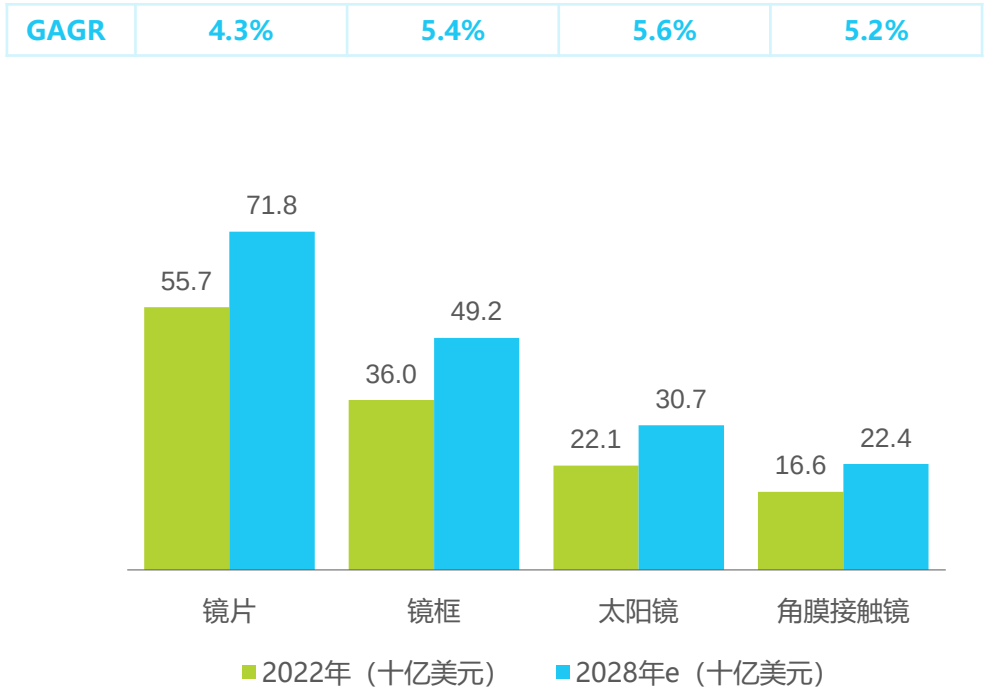
©2024.12 iResearch Inc.

眼镜镜片产品市场表现（零售端）

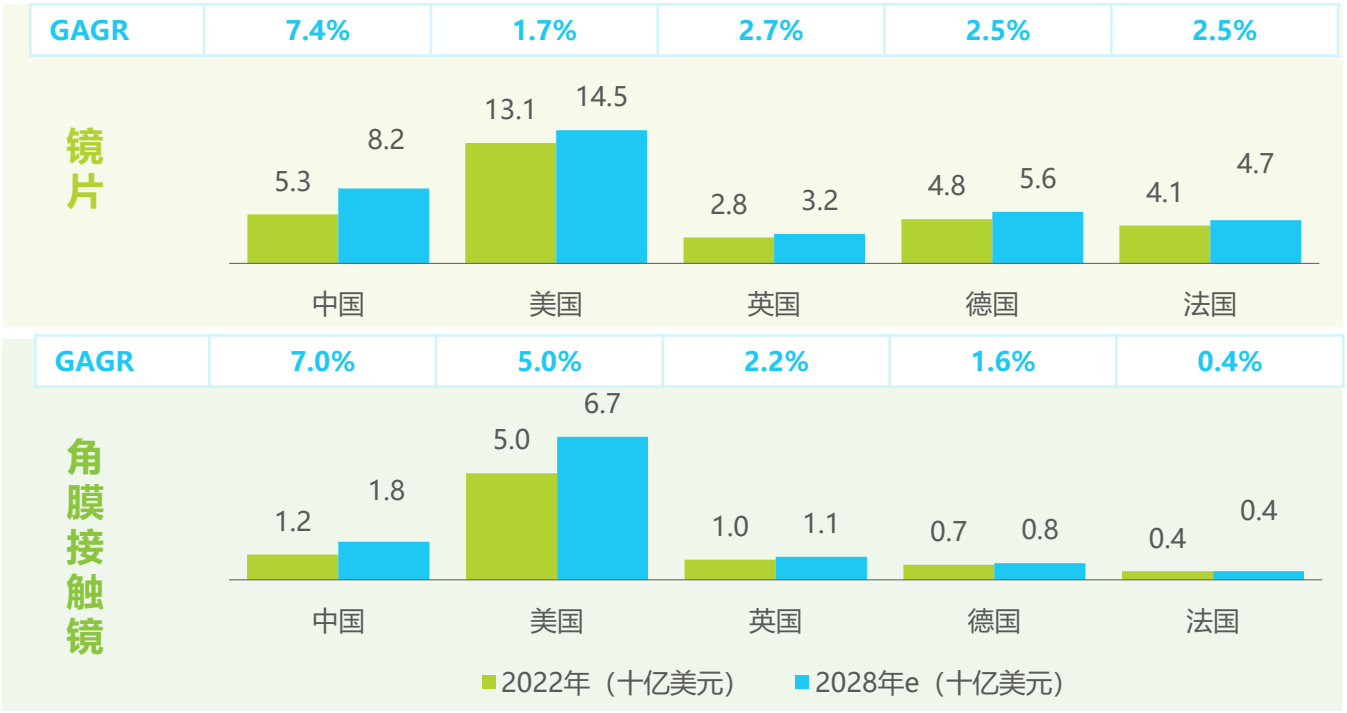
从全球镜片市场来看，在市场零售额上中国镜片、角膜接触镜①市场未来几年的增速显著高于其他国家

从眼镜镜片市场零售额来看， Statista数据显示， 2022 年眼镜市场收入达到 1302.1 亿美元，其中眼镜镜片作为眼镜产品最大的细分市场，2022年市场规模为 557.1 亿美元。2022到2028年，镜片市场收入每年将增长4.3%，而中国每年将以7.4%的速度增长，增速明显高于其他国家。角膜塑形镜2022年市场的收入达到 165.6 亿美元，2022年到2028年，角膜接触镜市场收入每年将增长5.2%，而中国每年将以7.0%的速度增长，增速显著高于其他国家。

全球镜片、角膜接触镜零售规模（销售额）



2022、2028e年不同国家镜片、角膜接触镜零售规模（销售额）



来源：Statista发布的《Eyewear : market data analysis & forecast (Market Insights Report)》。①此页中的角膜接触镜，既隐形眼镜，既包括软性角膜接触镜，也包括硬性角膜接触镜（如角膜塑形镜等）

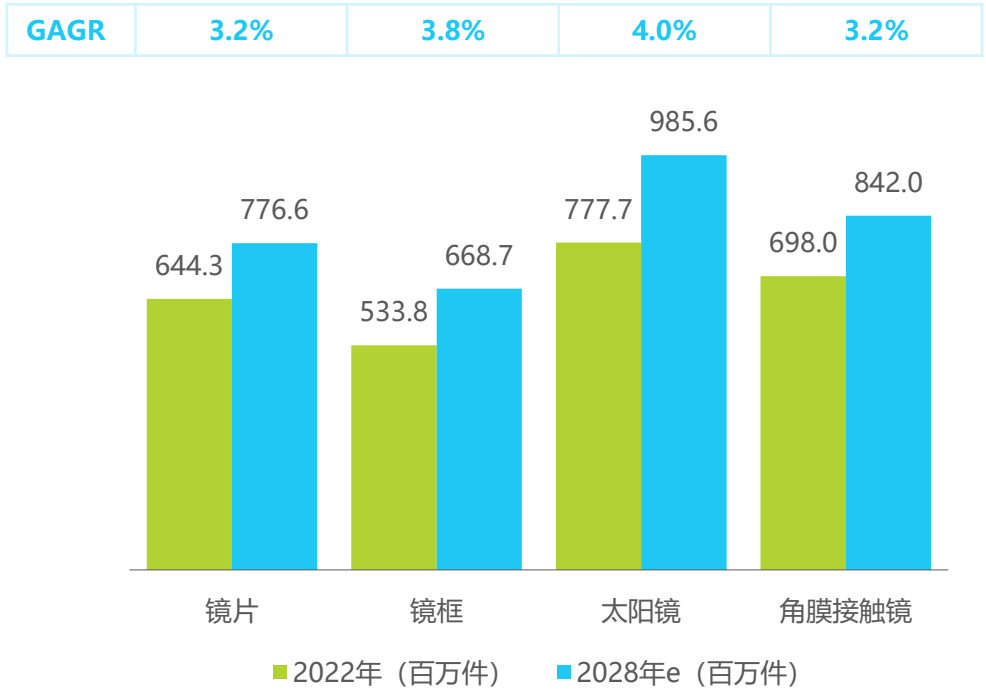
©2024.12 iResearch Inc.

眼镜镜片产品市场表现（零售端）

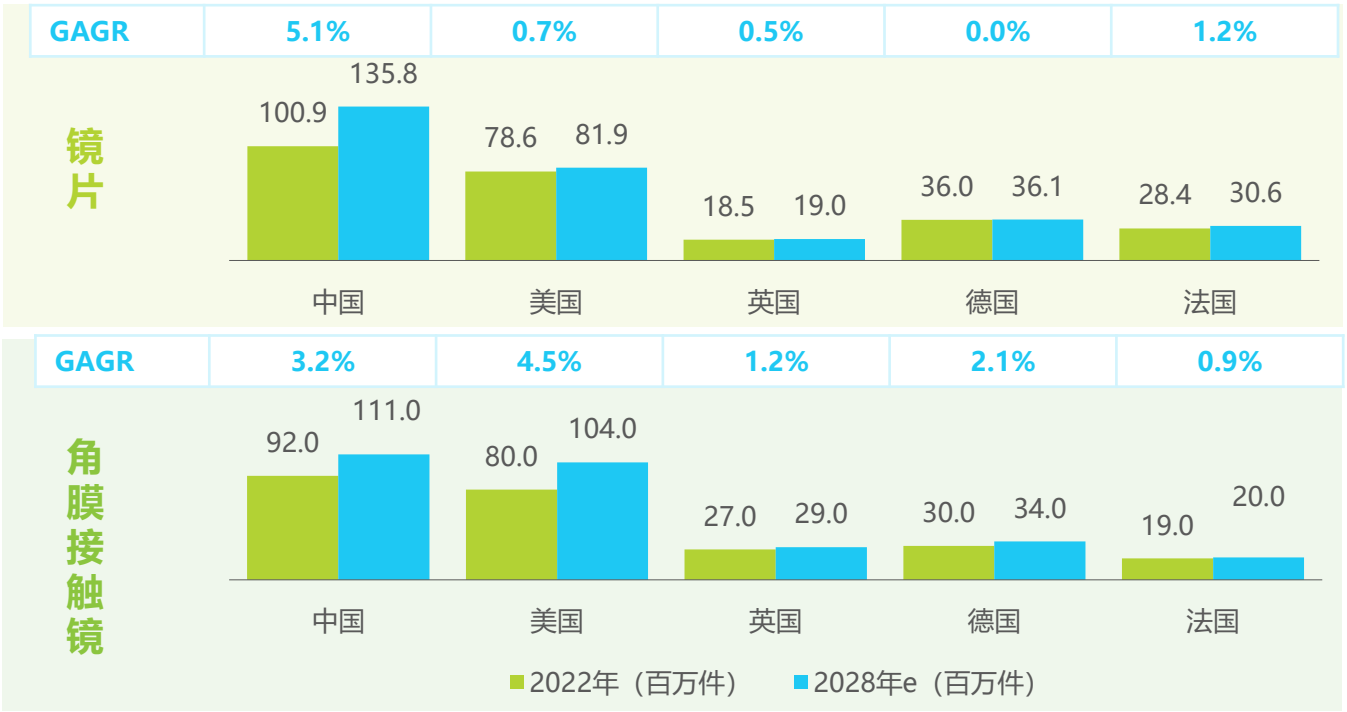
在市场零售量上中国市场，镜片增速显著高于其他国家，角膜接触镜①增速位居第二，未来市场潜力巨大

从眼镜镜片市场零售量来看，Statista数据显示，2022 年眼镜市场销量将达到 9.1亿件。眼镜镜片2023年市场销量规模为 6.4亿件，从2022到2028年镜片市场销量每年将增长3.2%，而中国每年将以5.1%的速度增长，增速明显高于其他国家。角膜塑形镜2022年市场销量约7.0亿件，从2022年到2028年的角膜接触镜市场销量每年将增长3.2%，而中国每年将以3.2%的速度增长。由此可见，无论是在镜片市场、还是角膜接触镜市场，中国未来发展潜力巨大

全球镜片、角膜接触镜零售规模（销售量）



2022、2028e年不同国家镜片、角膜接触镜零售规模（销售量）



来源：Statista发布的《Eyewear : market data analysis & forecast (Market Insights Report)》。①此页中的角膜接触镜，即隐形眼镜，既包括软性角膜接触性，也包括硬性角膜接触镜（如角膜塑形镜等）

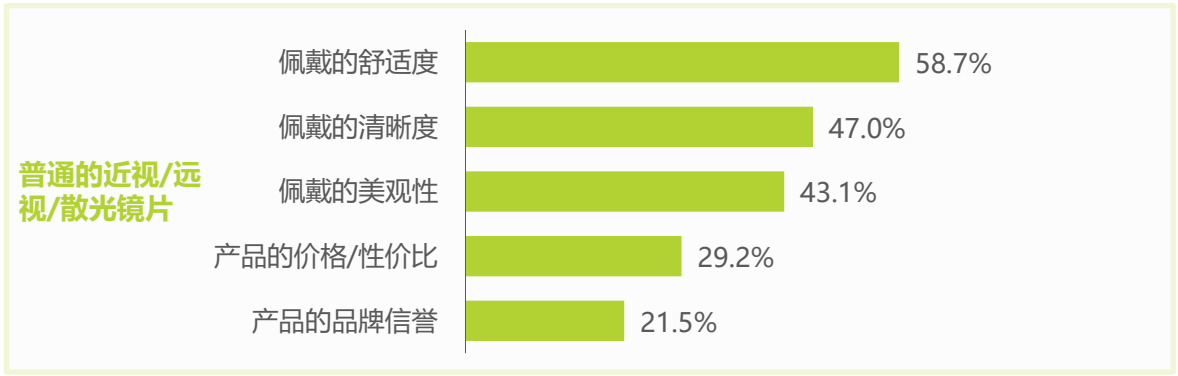
©2024.12 iResearch Inc.

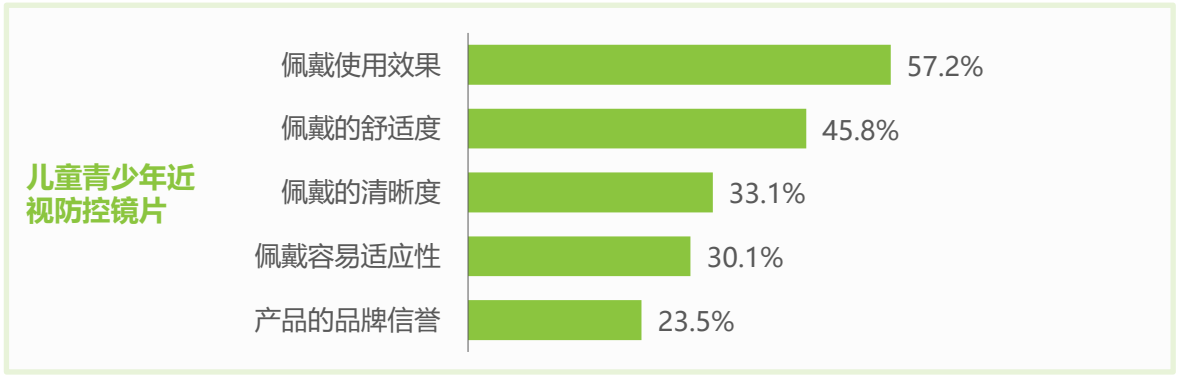
眼镜镜片产品市场表现（需求端）

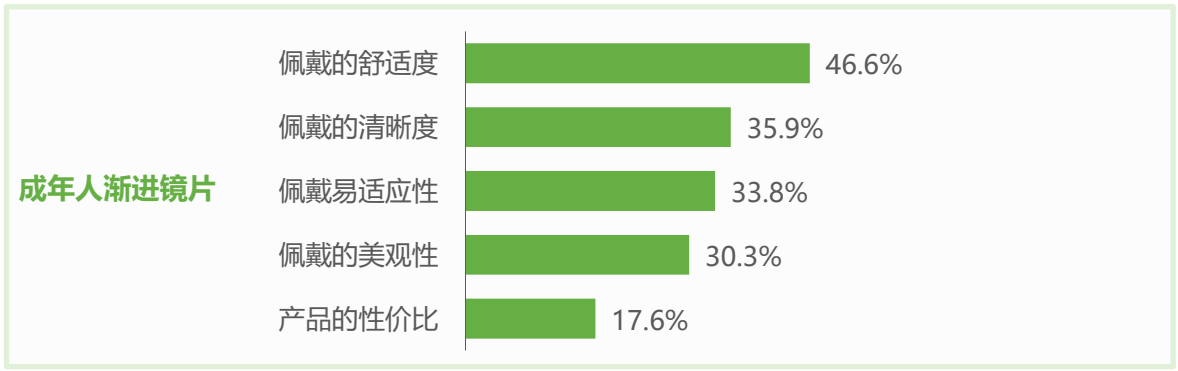
产品自身维度是光学镜片核心购买驱动因素，而角膜接触镜消费者受医生推荐影响更显著

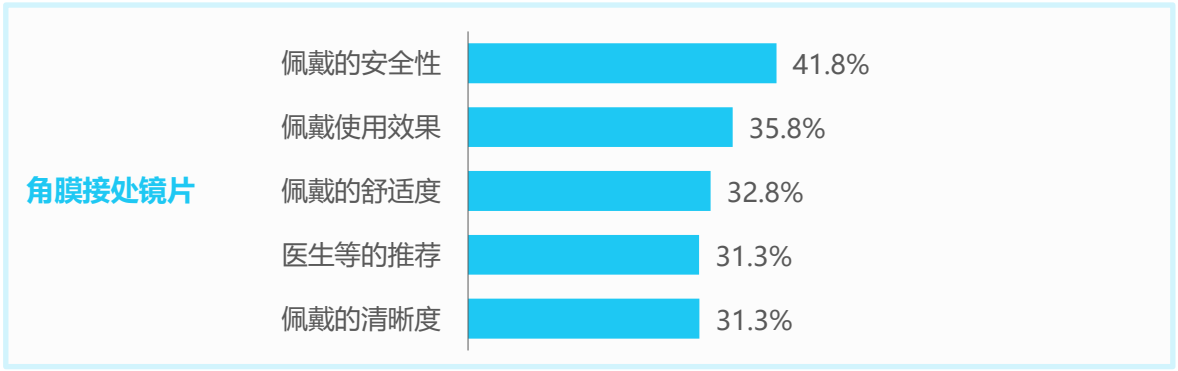
从需求端来看，艾瑞调研结果显示，产品自身维度是消费者选购光学镜片的核心驱动因素，而对于更高要求的功能性镜片和角膜接触镜片而言，效果、舒适度和安全性是选购主要因素， 同时角膜接触镜消费者受医生等推荐影响更显著。艾瑞分析师认为，对于普通镜片品牌而言，眼镜制造商可以通过在销售渠道中运用具有吸引力的“功能、款式、技术”标签、精心设计的营销材料展示，来提升消费者对产品的认知度，从而提高购买转化率。对于功能性眼镜和角膜接触镜的品牌来说，建立和维护产品安全性高、佩戴舒适或效果显著的形象是促进消费者购买决策的关键策略，同时角膜接触镜品牌应当在营销过程中增加与医生等专业人士的联动。

消费者购买不同类型眼镜镜片驱动因素









来源： N=704，于2024年10月通过艾客帮调研平台获得。

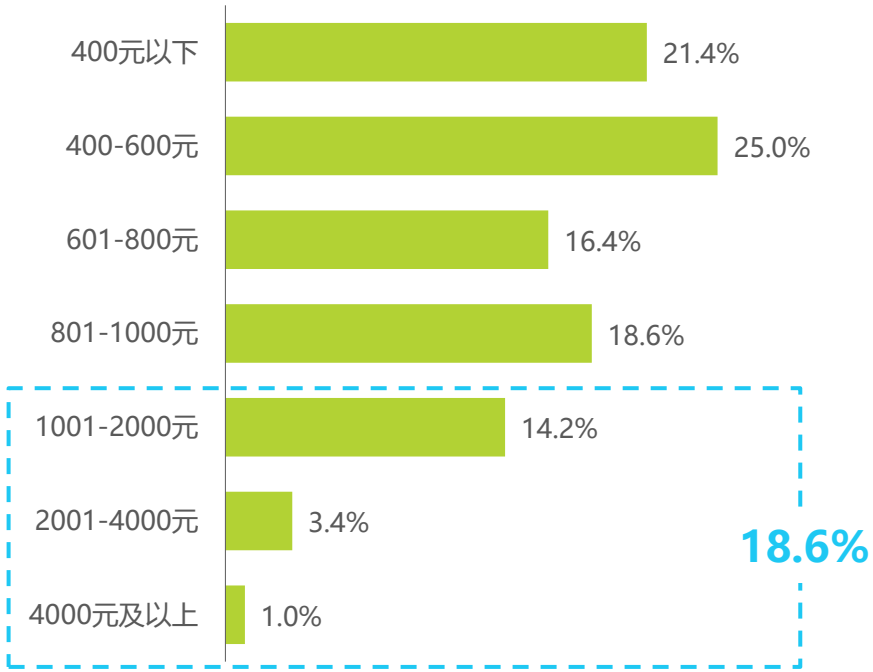
©2024.12 iResearch Inc.

眼镜镜片产品市场表现（需求端）

同时，从消费金额和更换频次来看，大多数消费者购镜预算在千元内，且超半数消费者换镜周期在18个月内

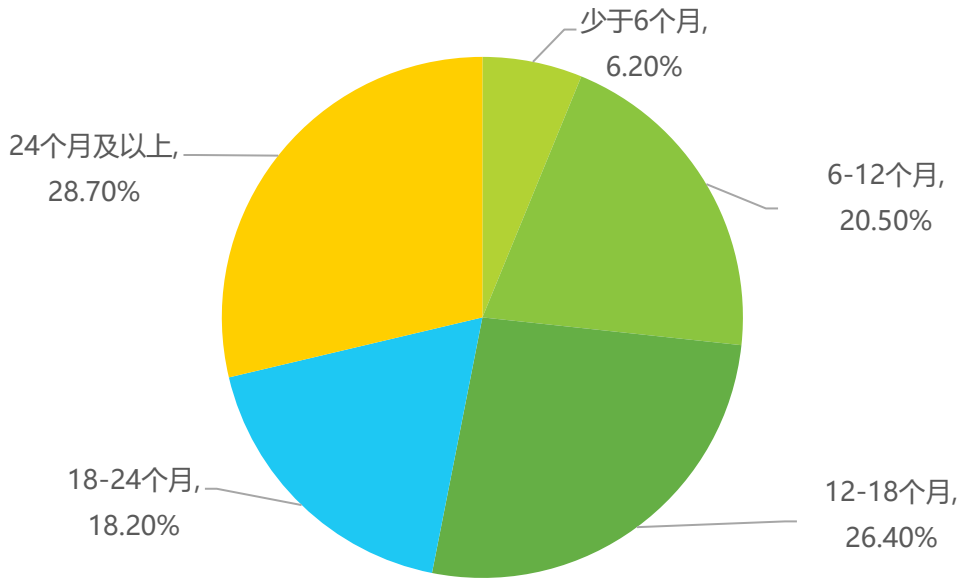
同时，艾瑞调研结果还显示，在光学眼镜市场，大多数消费者的购买预算集中在千元以内，超过半数的消费者会在18个月内更换他们的光学镜片，有近三成的消费者更换镜片周期在1年以内。艾瑞分析师认为，鉴于消费者对价格的敏感性和相对宽松的换镜周期，镜片服务提供商应更加注重提升售后服务质量，例如定期提供免费的视力检测服务、专业的镜片清洗和镜架调整，以增强消费者的品牌忠诚度。

消费者购买光学镜片愿意支付的金额



来源：N=697，于2024年5月通过艾客帮调研平台获得。

消费者更换光学镜片的周期



来源：N=697，于2024年5月通过艾客帮调研平台获得。

©2024.12 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

单光眼镜片产品的发展动态

在眼镜发展历程中，技术不断创新，单光镜片的技术已由普通非球面设计，逐步转向更高阶的自由环曲面设计

单光镜片作为眼镜产业中的重要构建部分，其发展历程见证了光学技术的不断进步与人们视觉需求的日益精细化。从最初以水晶材料的简单打磨，到具有理性光学性能的玻璃材料，再到工业化树脂材料的应用，技术的不断发展，推动产品不断迭代。为满足人们精细化的视觉需求，镜片的光学面型设计从基础的球面设计，到非球面设计（双非非球面设计），到自由曲面设计，再到现在的自由环曲面设计，经历了多轮的技术发展与革新，产品的持续创新也为单光镜片市场带来了新的发展机遇。

单光眼镜产品-单光镜片市场发展动态

19世纪初

球面设计镜片

结构简单，像散明显

技术要点：镜片表面曲率一致，类似一个球体内或外表面的一部分。利用折射成像，矫正视力，存在一定像差问题。

核心优势：设计简易，制造便捷。

主要厂商：市场众多，不做详细列举。

20世纪初 → 20世纪中后期

非球面设计镜片

减少畸变，视野更广

技术要点：镜片表面曲率由连续、可变化的曲率形成的旋转面，不是标准的球面，而是根据复杂的数学公式计算，以优化光线聚散，实现矫正视力。

核心优势：减少部分像差，提供清晰的视力和宽广的视野。

主要厂商：厂商众多，不做详细列举。

双非球面设计镜片

双重优化，球差更低

技术要点：在上一代非球面设计的基础上进一步发展，前后表面均为非球面设计，进一步消除像差，提供高质量视觉。

核心优势：提供清晰的视力和更宽广的视野，镜片厚度降低佩戴更美观舒适。

主要厂商：包含豪雅、尼康等。

21世纪初

自由曲面设计镜片

个性定制，像差矫正

技术要点：通过数字化计算、高精度设备独立加工的无轴对称的非球的曲面。实现个性化视觉需求。

核心优势：可多元化设计，研磨自由高，精准度高。

主要厂商：包括蔡司、尼康等。

自由环曲面设计镜片

动态优化，全方位矫正

技术要点：镜片表面具有相互正交，曲率不等的主子午线的表面，且两个主子午线的横截面都是圆形。

核心优势：较大程度消除像差，提供锐利清晰的视力和更宽广的视野。

主要厂商：包括蔡司、汇鼎等。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

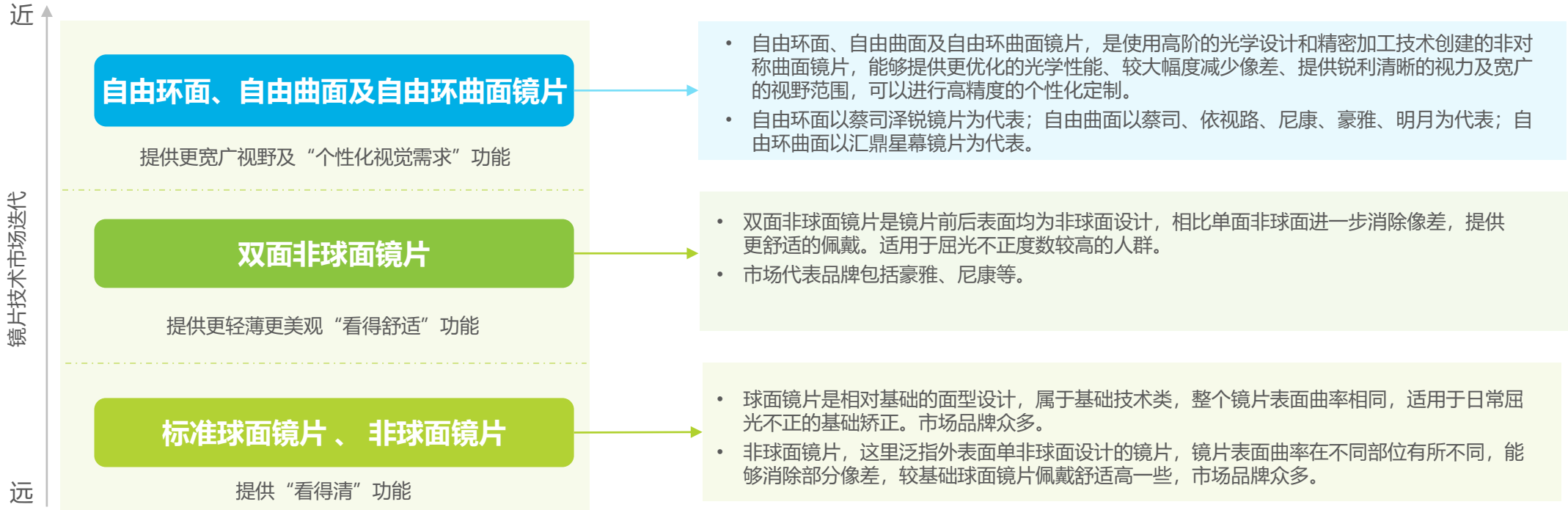
©2024.12 iResearch Inc.

单光眼镜片产品的品牌格局

目前，自由环面、自由曲面及自由环曲面镜片是当下镜片市场中能够给消费者带来更好视觉体验的镜片类型

根据艾瑞的梳理及归类，中国单光眼镜片产品大致可分为标准球面镜片和非球面镜片、双面非球面镜片、自由环面和自由曲面及自由环曲面镜片三个大类。自由环面、自由曲面及自由环曲面镜片是目前最新技术镜片，能够提供更优的光学性能、锐利清晰的视力和宽广的视野范围，用户佩戴的体验感更好。自由环面以蔡司泽锐镜片为代表，自由曲面以蔡司、依视路、尼康、豪雅、明月为代表，自由环曲面以汇鼎星幕镜片为代表。汇鼎作为中国自由环曲面镜片的开创者，成功实现了自由环曲面镜片的中国首创，提供了更优质、更贴合需求的镜片选择，也为行业发展注入新活力。双面非球面镜片、非球面镜片、标准球面镜片发展较早不做过多赘述。

单光眼镜产品-不同单光镜片技术下品牌分布及特征描述



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

典型单光眼镜片-自由环面与自由环曲面镜片介绍

目前，自由环面镜片以“蔡司泽锐”为代表，自由环曲面镜片以“汇鼎星幕”为代表

在单光镜片产品领域，自由环面与自由环曲面是先进的光学镜片技术，自由环面镜片、自由环曲面镜片独特的设计能够完美贴合消费者的面部轮廓，无论是正面还是侧面，都能提供舒适、稳定的体验感觉。而且这两类镜片具有超薄的边缘设计、卓越的光学性能、更清晰宽广的视野范围，能够增强消费者佩戴轻盈舒适度，有效减少眼镜疲劳和不适感，让消费者获得清晰舒适的佩戴体验的特点。此外，这两类镜片还具备优异的抗反射和防眩光功能，能保护消费者的眼睛不受刺激帮助消费者适应不同的光线环境并获得清晰的视觉体验。目前，中国镜片市场中自由环面镜片以“蔡司泽锐”为代表，自由环曲面镜片以“汇鼎星幕”为代表。

典型单光镜片产品-“自由环面与自由环曲面镜片”介绍

外资品牌

适用人群：不同年龄段人群

蔡司“泽锐”系列

技术：采用“**自由环面**”的光学设计原理，对**700多个点进行优化**，并在生产过程中**使用三坐标仪进行面型检测**，实现光学性能和美学设计的双重优化。并且设计时考虑了眼球旋转中心，优化了眼镜片后顶点与旋转中心间的距离，使**镜片周边视觉效果更清晰。**

特点：清晰视野扩大、更扁平、更轻薄、美学与光学双重突破

- **清晰视野扩大：**相比蔡司普通库存镜片，泽锐镜片事业清晰度区域扩展至镜片周边，视野范围扩大了3倍。
- **更扁平：**相比蔡司普通库存镜片，泽锐镜片更为扁平，平坦度提升了32%。
- **更轻薄：**相比蔡司普通库存镜片，泽锐镜片更加轻薄，轻薄度提升了8%。

内资品牌

适用人群：18-40岁人群

中国自由环曲面眼镜片 开创者

汇鼎“星幕”系列

技术：根据人眼的视物特征，采用“**光线追踪技术**”和“**最小失真技术**”的光学设计原理，镜片**前后表面**均采用**国内镜片品牌首创的自由环曲面技术**设计最大程度减少人眼最为敏感的斜向像差，有效消除镜片周边畸变现象，确保镜片的光学性能从中心到周边都能达到 **影院级的最优视觉体验。**

特点：更清晰、更轻薄、更美观、更适合大框时尚人群

- **更清晰：**和普通非球面镜片对比，镜片清晰视野范围更为广阔。
- **更轻薄：**和普通非球面镜片对比平均厚度减少近1/10，更为轻薄。
- **更美观：**和普通非球面镜片对比镜片表面平坦度平均减少约1/3；降低镜片度数感，大框型镜架搭配更美观。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

注：“中国自由环曲面眼镜产品开创者”是基于“自由环曲面”技术定义，通过公开资料查询（国家知识产权局网站）、行业数据分析（专家访谈、企业调研、艾瑞行业数据库）等综合方法分析得出。与2024年12月完成调研

©2024.12 iResearch Inc.

功能性眼镜片产品的市场动态

而功能性镜片市场中近视防控型镜片（框架离焦镜片、角膜塑形镜片）、渐进多焦点镜片等是重要发力方向

近年来，在国家政策的支持与引导下，为不断提升消费者体验，同时寻求新的企业增长点，各大镜片生产商纷纷聚焦功能性眼镜市场领域，积极探索包含近视防控型镜片（框架离焦镜片、角膜塑形镜片）、渐进多焦点镜片等在内的功能性眼镜市场。近年来这些市场也表现出了较为明显的活跃态势，例如，在框架离焦镜片市场，2024年全国综合防控青少年近视宣讲团发布形成《儿童青少年近视防控三十问答（2024年版）》；在角膜塑形镜片市场，2024年不仅有角膜塑形镜护理专家共识更新，而且有《环曲面角膜接触镜验配使用指南》发布；在渐进多焦点镜片市场，无论是验配技术和体验还是渐进多焦点镜片，多家企业创新升级推出新技术或新产品。

功能性眼镜产品-镜片市场发展动态

框架离焦镜片市场

- 2022年，豪雅牵头就评估离焦镜片的建议组织形成《离焦微透镜近视防控镜片的效果评估专家共识》。
- **2024年6月，**全国综合防控儿童青少年近视宣讲团发布形成形成了**《儿童青少年近视防控三十问答（2024年版）》。**

渐进多焦点眼镜镜片市场

- 2024年国际眼镜展览会上，蔡司和依视路等眼镜行业领导者展示利用人工智能和3D模拟技术预测用户行为和视力变化，进一步完善渐进多焦点镜片验配过程与准确性。
- 2024年，暴龙、蔡司、豪雅、汇鼎、依视路等多家镜片企业推出渐进多焦点镜片新品，满足患者看近看远自由切换的视觉体验。

角膜塑形镜片市场

- 截至2024年3月，国家药品监督管理局共颁发了30张角膜塑形镜产品注册证，其中我过角膜塑形镜行业有效注册证数量达20张，已经过期注册证数量为10张。
- 2024年，中华医学会眼科学分会眼视光学组 中国医师协会眼科医师分会眼视光学专业委员会共同发布**角膜塑形镜护理专家共识（2024）。**
- **2024年5月17日，**由中国眼镜协会主办、全国视光职业教育教学指导委员会、国际隐形眼镜教育者学会IACLE专业支持、库博光学支持的《环曲面角膜接触镜验配实用指南》在温州成功发布。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

重要功能性眼镜片-框架离焦镜片发展历程

框架离焦镜片市场随着国内外品牌厂家的纷纷涌入，已进入高速发展阶段，市场呈现出白热化竞争状态

框架离焦眼镜是一种专为儿童青少年设计的视力矫正产品，旨在控制和减缓近视的发展。该产品自2010年前诞生以来，已经历了四代技术革新，其中第一代采用减少周边远视性多点离焦镜片设计，第二代引入非对称离焦镜片，第三代采用微结构多点离焦镜片，第四代推出分区式渐变动态微结构多点离焦镜片，为消费者提供更精准的视力矫正。目前，随着国内儿童青少年近视问题的日益严重，国内外品牌纷纷加入了中国框架离焦眼镜赛道的布局，国际品牌包括依视路、蔡司、豪雅、尼康等品牌，国内品牌包括万新、明月、汇鼎、伟星等品牌，框架离焦眼镜至此进入高速发展阶段，市场竞争更加白热化，技术迭代升级将会成为未来发展突破的关键。

重要功能性镜片产品- “框架离焦镜片”市场发展历程

萌芽阶段

2010年以前

- 框架离焦眼镜的概念还未成熟，但已有初步的理论和实践探索。如，第一代框架离焦眼镜产品基于“调节滞后理论”，通过渐进多焦点、双光、双光+棱镜等手段来尝试控制近视发展。

初步发展阶段

2010年-2018年

- 随着对近视发生的进一步研究，开始出现了更为科学的设计。2010年，蔡司利用周边离焦技术推出了首款框架离焦眼镜产品“成长乐”，2015年尼康推出了“逸学”。

高速发展阶段

2018年-今

各大眼镜品牌纷纷推出了各自的框架离焦眼镜产品，框架离焦镜片市场竞争加剧、进入高速发展期：

- 2018年，国内外品牌加速了框架离焦眼镜的布局，最早布局的豪雅采用多点渐进离焦技术推出了“新乐学”。
- 2020年，依视路推出了主打产品“星趣控”。
- 2021年，明月推出了“轻松控”。
- 2022年，蔡司推出“小乐圆”、、新天鸿推出“贝悦星焦点”
- 2023年，万新柯学优、明月轻松控、汇鼎跑跑因子和灵动因子系列框架离焦眼镜新品发布。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

重要功能性眼镜片-框架离焦镜片近期新品

2023年有包括暴龙、汇鼎、明月、万新、奥拉·怒放在内的多家镜片厂商推出近视防控型镜片新品

随着现代生活节奏的加快，电子产品的普及，以及学习压力的增大，越来越多的人面临近视的困扰，尤其是儿童青少年群体近视率居高不下，促使各大眼镜厂商纷纷发力近视防控眼镜市场，目前市场上的近视防控眼镜产品多达十余种，且仍在持续不断推出新产品。2023年共有五家眼镜品牌推陈出新了近视防控眼镜产品。由此可见，近视防控眼镜市场仍处于一个快速发展的阶段，各大眼镜厂商都纷纷积极响应市场需求革新技术和新产品，这在一定程度上加剧了近视防控眼镜市场的竞争。

重要功能性眼镜片- “框架离焦镜片”近期新品介绍

品牌	产品/系列	发布时间	产品说明
奥拉·怒放	奥拉怒放	2023	采用以色列技术，通过**放射状的透镜排布及留白布局**，保持眼球在不同注视方向、不同镜片位置微透镜区域的等量、一致的像跳，确保良好的视觉质量。
暴龙	小星同学	2023	适合6-18岁儿童青少年使用。通过10圈940个微透镜+3.5D~+4.5D递增离焦量，在视网膜前形成更贴合其弧度且稳定的近视离焦信号牵引眼轴来减缓近视增长。采用PC太空片材质，具有出色的抗冲击性能、安全且不易碎。
汇鼎	灵动因子	2023	适合6-18岁儿童青少年使用。产品分区式离焦精准布局，除中心光区外，还包括强力干预区、缓冲干预区、辅助干预区三个动态离焦光区，更符合青少年用眼习惯；渐变多点动态离焦设计使得使用者视觉柔和和更舒适；镜片设计贴合人眼工程学，有13个圈环、1199个微透镜，离焦区域覆盖更广，可动态离焦近视管理，近视管理效果更精准。
	跑跑因子	2023	采用5个分区的差异化设计，远用中心区保证远用清晰且稳定的视力，周边通过1088个微小的凸透镜排布形成了远用区、近用区、颞侧区和鼻侧区4个分区阵列，通过微小凸透镜的汇聚原理，将周边成像都能落在视网膜之前形成近视离焦区。分区度数差异化设计，更能满足不同场景的用眼需求。
明月	轻松控Pro	2023	采用C.A.M.D技术，在镜片内部雕刻了高达1295个高非微透镜，使周边区域成像在视网膜前，形成膜前离焦，从而控制眼轴增长。2023年明月在Vision China2023学术会议上发布了轻松控Pro D71TF和D71TFL新品，主要是指折射率覆盖的新增，使得明月轻松控Pro系列折射率从1.60扩展到1.71，提供了全面的折射率，满足不同需求的人群配镜。
万新	柯学优	2023	柯学优镜片采用**点扩散近视控制技术**，通过柔和的散射光线降低对比度，减少视网膜感光细胞检测到的高对比度信号及其向眼睛发出的伸长信号，从而延缓眼轴增长，延缓近视加深。
	易百分·小雨伞	2023	采用第三代**连续点阵离焦技术**；兼顾干预近视发展和佩戴舒适性；采用PC材料，轻薄坚固耐冲击、不易碎裂；滤减紫外线；折射率高，轻薄舒适。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。上述排列按照品牌的拼音首字母正序排列。

©2024.12 iResearch Inc.

重要功能性眼镜片-角膜塑形镜镜片发展历程

角膜塑形镜市场经过四代迭代，目前呈现高集中度、高认可度态势，未来将进一步增长与迭代升级

角膜塑形镜也称为OK镜，是一种特殊的硬性透气隐形眼镜，患者通过夜间睡眠时佩戴，来实现改变角膜形状矫正近视和散光的目的，使其能够在白天不佩戴眼镜的情况下拥有清晰的视力。角膜塑形镜的发展最早可追溯到20世纪50-70年代，主要是PMMA镜片、一弧设计，具有透气性差、佩戴舒适度低，市场参与供给主体少、认可度低的特征。目前，角膜塑形镜已经更新迭代至第四代，各方面体验均得到提升，市场供应主体高度集中，市场认可度和接受度快速提升。国内最早获批角膜塑形镜的生产厂家是欧普康视，为我国角膜塑形镜产业的发展与推动做出了极大贡献。未来，公开资料显示角膜塑形镜市场将继续保持增长并持续迭代升级。

重要功能性眼镜镜片- “角膜塑形镜镜片” 市场发展历程

20世纪50-70年代

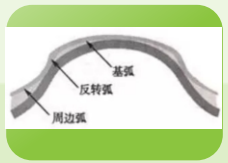


第一代

市场玩家极少、认可度极低

- PMMA镜片，一弧设计，透气性差、佩戴舒适度低，故不适合长期佩戴，且矫正效果不明显。
- 市场供应主体极少，主要是早期进入该领域的创新型企业。消费者认知有限，市场认可度极低。

20世纪70-90年代

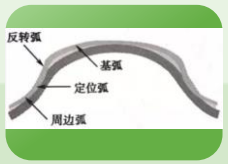


第二代

市场开始扩张、认可度提升

- 依然是PMMA镜片，但镜片内表面设计为三个弧面，佩戴3-4个月内需更换3-4副镜片，循序渐进矫正，最大限度可矫正300度左右。
- 市场开始扩张，吸引了一些知名眼科医疗器械公司。相比第一代，市场认可度逐渐提高。

20世纪末-21世纪初

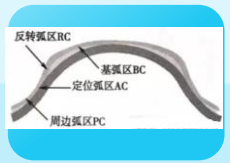


第三代

市场玩家多样、认可更广泛

- 使用RGP材料，镜片内表面四个弧面，分为基弧、反转弧、定位弧和周边弧。无需定期更换多副镜片，矫正近视的最大限度达400度，镜片稳定性增强。
- 市场供应主体开始多样，包括国际品牌、地区强势品牌等，市场认可度进一步提升，开始获得更广泛的消费者基础。

21世纪初及以后



第四代

市场高度集中度、高度认可

- 使用高透氧系数材料，镜片内表面四个弧段升级为四个区域，分为基弧区、反射弧区、定位弧区、周边弧区。镜片夜戴，镜片稳定性增强，佩戴舒适度提升，治疗效果增强，使用主体人群为青少年。
- 市场供应主体高度集中，主要包括欧普康视、欧几里得、亨泰光学等，产品获得专家和消费者的高度认可。

来源：国盛证券及公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。PMMA镜片是由聚甲基丙烯酸甲酯制成的，这种材料也被称为亚克力或有机玻璃。RGP材料指采用透气性硬质角膜接触材料。

©2024.12 iResearch Inc.

重要功能性眼镜片-角膜塑形镜镜片主流产品

目前角膜塑形镜市场中产品品牌与种类比较丰富，多是以中国产地、日韩产地、美国产地为代表的头部品牌

目前，市场上角膜塑形镜视力矫正方法在儿童青少年人群中较为流行，主要是因为角膜塑形镜多用于夜间佩戴，患者白天不戴任何眼镜或隐形眼镜的情况下可以拥有清晰的视力，具有控制近视发展的作用。目前市场上几种主流的角膜塑形镜主要集中在中国产地、日韩产地、美国产地，而中国具有代表性的角膜塑形镜产品包括欧普康视梦戴维系列（国内首款获批的角膜塑形镜产品），亨泰的迈儿康、爱博诺德的普诺，尤其是欧普康视的角膜塑形镜结合了中国人的眼部结构特点，并结合独特的设计技术，产品具有舒适度高、透气性好、交付周期短、易摘取等特征。

重要功能性眼镜片-“角膜塑形镜镜片（夜戴）” 主流产品介绍

品牌	产地	产品/系列	发布上市时间	产品说明
亨泰	中国台湾	迈儿康	2021	标准非球面镜片、支持个性化定制、提供散光设计和数字验配，透氧性好、舒适度高。镜片参数可选择性多、屈光度低，适合大E值人群。每副价格范围9800-13800元，主要近视400度以内，顺归散光150度、逆归散光75度以内人群。
爱博诺德	中国	普诺瞳	2019	透氧率高、反转弧RC采用非同心设计，利用高精度的非球面加工技术，使RC弧曲率半径可控，从而控制反转弧与基弧屈光力之差的稳定性。价格范围在6800-13800元，主要适用于近视≤600度、眼睛敏感、大E值的人群。
库博光学	美国	CRT	2017	CRT5.0采用独特多曲面设计，使用氟硅丙烯酸酯材料。CRT6.0采用更加先进的多层设计和高透氧材料。镜片薄、透氧率高、中心定位好，佩戴舒适、控制效果好。价格范围在11800-14800元，主要适用于近视≤400度、散光≤150度的人群。
C&E	美国	菁视	2011	采用4弧段以上设计，材料是高透氧合成材料，舒适度较高。具有安全性、有效性、舒适性和稳定性四个特征，夜间佩戴。每副价格范围在7800-15800元，主要适用于近视≤600度、散光≤150度的人群
阿迩法	日本	ALPHA	2009	专为亚洲人眼部结构而设计，使用Boston EM专属优选高透氧原材料，支持个性化定制以满足不同患者的需求。透氧率、精确度高、舒适度、定位好，控制效果好，每副价格范围在7800-10800元。主要适用于近视≤400度的人群。
露晰得	韩国	Lucid	2009	舒适度好、环曲设计、适应范围光，其角膜塑形镜及RGP在韩国市场占主导地位，以“优越的舒适性”为特点，进行大样本临床研究。每副价格范围7000-10000元。主要适用于近视≤500度、散光≤200度的人群。
欧普康视	中国	梦戴维/DreamVision	2005/2017	梦戴维是国内首款获批的角膜塑形镜产品，设计结合了中国人的眼部结构特点，个性化定制，塑形后视力稳定；DreamVision是智能化和个性化相结合设计，数字化全自动加工。欧普康视塑形镜产品从验配、定制、生产、物流、售后全流程可追溯，每副价格范围5400-12800元，主要适用于近视≤600度、散光≤150度的人群
欧几里得	美国	Euclid	2004	采用高透氧材料PC材质制作，产品通过与角膜接触来改变角膜曲率来暂时矫正近视。安全稳定性高、控制效果好。每副价格范围在7800-12800元，主要适用于近视≤500度、普遍角膜和比较特殊的高曲率或小角膜、散光大于150度的人群。
Procornea（隶属库博光学）	荷兰	Dream Lite	/	具有欧洲CE和中国食品药品监督管理局双重认证，使用高透氧材料且具有高品质、低敏感性的特征，支持运动或其他活动时佩戴、支持个性化验配。每副价格范围9000-12000元。主要适用于近视≤450度、大E值、泪液状态较差及敏感人群的人群。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。上述按照产品上市时间倒序排列。

©2024.12 iResearch Inc.

重要功能性眼镜片-渐进多焦点镜片发展历程

随着我国近用视觉障碍（老花）人群增加，渐进多焦点镜片市场近年来表现出多品牌纷纷布局的快速发展态势

渐进多焦点镜片的发展历程是一段融合了光学技术与人体工程学的创新史，大致可以划分为几个关键阶段：最初的概念萌芽，技术探索实践，市场认可与需求扩张。如今，渐进多焦点镜片市场主要由依视路、蔡司等国际知名品牌为主导，同时，如汇鼎等国内品牌也纷纷加入该市场，并推出星幕自由视觉渐进多焦点镜片。未来，渐进多焦点镜片市场将会随着老龄人口的增长和消费者对个性化、极致体验需求的提升，而进入爆发式增长阶段，表现出越来越多地聚焦于技术突破、个性化设计和智能化创新以满足更广泛用户群体的需求的发展态势。

重要功能性眼镜镜片- “成人渐进镜片”市场发展历程



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

重要功能性眼镜片-渐进多焦点镜片近期新品

2023年以来，涵盖蔡司、汇鼎、依视路在内的头部镜片品牌在渐进多焦点镜片上纷纷推出了新品

为了不断提升消费者的用镜体验、提升消费者在多场景下的戴镜舒适度，多家镜片厂商积极创新并升级眼镜产品，将渐进镜片新品的研发重点聚焦在远中近距离视物的清晰度、视物距离变化时的调节力、视物的视野开阔程度、移动状态下视物感受、个性化定制、对智能化的应用等方面，以提升消费者尤其是35岁及以上的消费者戴镜视物的舒适度。近一年，市场发布的渐进多焦点镜片新品如下：

重要功能性眼镜片- “渐进多焦点镜片”近期新品介绍

品牌	产品/系列	发布时间	产品说明
暴龙	菁英视界	2024	暴龙菁英视界渐进片，多焦设计、远中近无压力切换，辅助减缓视力衰退负担，缓解身心压力，使用者可保持菁英形象，获得清晰的视野。
蔡司	睐光2.0	2024	睐光2.0渐进镜片，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。
豪雅	三维X系列渐进镜片	2024	豪雅“三维”渐进镜片是基于豪雅分析了现有全部数据研发的渐进镜片其临床试验及产品满意度调查结果被评价为合理反映现代人视觉需要的舒适产品，充分考虑渐进佩戴者常见适应性的前提下， 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，让消费者随心所欲选择各类时尚镜框
汇鼎	星幕自由视觉产品	2024	自由视觉Ⅲ代光学设计的渐进多焦点镜片，远用区最大程度打开，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。
依视路	万里路XR系列	2023	渐进镜片万里路®XR系列，是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，可以获得更加自然和流畅的视觉体验。能够满足消费者多种生活场景的不同需求，提升生活品质

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。上述按照品牌首字母正序排列。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康产品：训练工具/系统产品介绍

眼健康训练工具/系统产品中主要包括传统手工工具、训练小仪器和数字/智能化仪器、训练及管理系统等

视觉训练工具和系统主要分为传统手工类、小仪器和数字化类工具。其中，数字化矫正是基于双眼治疗与视觉学习理论，通过结合计算机视觉技术，将眼病治疗与计算机多媒体或计算机游戏相结合，通过各种生物刺激，提高患儿视觉信息的处理能力，并提高患儿眼、脑、手的协调水平，能全面改善患儿的视觉功能。数字疗法具有趣味性强、训练模式多样化、治疗时间短、患者依从性高等优势。与数字疗法相匹配的是数字化/智能化管理系统，诸如鹏升科技等软件系统供应商，不仅助力视觉训练机构包括验光配镜、进销存管理、客户管理、营销管理、线上商城、视功能分析等在内的管理，而且监测消费者训练进程提升患者训练依从性。

中国眼健康产品“训练工具/系统”类产品介绍

分类	主要产品	产品效果	代表品牌
传统手工工具	如手动反转拍、调节训练卡、聚散球、立体视觉训练卡片、立体镜 、视觉训练卡片、视力表等	旨在训练眼部调节能力、协调能力、立体视觉感知能力、视觉识别和处理能力等，帮助患者改善和提升视觉功能	技术壁垒低，无明显代表品牌
传统训练小仪器	如睫状肌训练仪器、眼动力训练仪器、直线机训练仪、近视弱视综合/复合治疗仪器等	旨在提升使用者视物、眼部肌肉调节、集合能力，从而改善双眼视力异常的康复训练设备。这类辅助训练类仪器主要适用于近视、斜弱视等患者	保视佳、亮博士、明目医疗、视正、眼博士、视立美、迈斯医疗、舒目（健智优）等
数字/智能训练小仪器	如智能反转拍、近视弱视综合/复合治疗仪器等	旨在通过智能技术或数字化技术的运营，提升训练仪器在眼部肌肉调节、集合能力等方面的训练效果，并减少手动带来的麻烦，从而更好的改善患者视物能力，这类仪器较多适用于近视、斜弱视类患者	阿米尔眼康、保视佳、思明堂、未来视界、爱络博、明目视光、迈斯医疗等
数字化/智能化训练系统	如交互式双眼治疗系统、双眼推拉式训练系统、多媒体训练、VR虚拟现实头戴式显示器训练等	旨在综合运用神经生物学、心理物理学及计算机视觉的理论和方法，借助数字化、智能化等技术手段，利用大脑神经系统的可塑性，建立精细训练、红光闪烁训练、视觉刺激训练、双眼视觉训练、融合训练、立体视训练的同时，增强训练的游戏性和参与性，常具有较高的趣味性、多样的训练模式，患者的依从性较高，训练的效果较为明显	视景医疗、双琦视佳、思明堂、视多星、视明科技、视明星、视琦等
数字化/智能化管理系统	视光ERP系统、眼健康档案管理系统、AI智能验配、视光客户运营管理平台、店长好帮手等	实现各地区分店集中管理，人财物一体化、业务规范 统一化。能够高效收集和整理庞大的顾客信息和数据，让客户门店或机构服务人员能够跟顾客保持良好的互动增强数据准确性与时效性，为管理者提供可靠精准的数据依据。	思爱普（SAP）、鹏升科技、杭州汉高、易拓科技、华博科技、舒目（健智优）等

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康产品：眼健康营养保健食品介绍

眼健康营养保健产品多以维生素、矿物质、类胡萝卜素、多酚类化合物、Omega-3脂肪酸、益生菌类产品为主

眼健康营养保健食品是指专门针对眼部健康设计的补充品，这些补充品通常包含维生素A、C、E、锌、Omega-3脂肪酸等成分，对维持视力和眼部健康有益。目前，市场上的眼健康营养保健食品按照成分划分大致可分为维生素类、矿物质类、类胡萝卜素类、多酚类化合物类、Omega-3脂肪酸类、益生菌类及其他成分类，且不同的成分有不同的功效作用，对维护眼睛健康至关重要。随着消费者对眼健康关注度的增加，眼部疾病发病率的提升，市场对有效且便捷的眼部保健解决方案的需求也在增长，诸如舒目针对糖尿病或青少年人群研发的无糖叶黄素、囊微技术的叶黄素产品，为眼健康营养保健食品提供了广阔的发展空间。

中国眼健康产品“眼健康营养保健食品”类产品介绍

分类	主要产品	产品效果	代表品牌
维生素	如维生素A、维生素B族（尤其是B6、B12）、维生素C、维生素E类胶囊等	维生素对眼睛健康至关重要，如维生素A有助于维护视网膜健康，维生素C和E有抗氧化作用，可以保护眼睛免受自由基的损害	斯维诗、汤臣倍健、康宝莱、善存、仙乐、澳佳宝、国珍等
矿物质	如钙、锌、硒类片或胶囊等	硒是维持视力的重要微量元素，钙有助于神经传导，锌则能增强视神经的敏感度	康宝莱、纽崔莱、Sogar、诺奥、光明、Doctor’ s Best等
类胡萝卜素	如叶黄素/玉米黄质、α-胡萝卜素/β-胡萝卜素、番茄红素、虾青素胶囊等	叶黄素/玉米黄质是构成黄斑色素重要成分，能抗氧化、滤蓝光，提高视觉系统信号 β-胡萝卜素可以分解成维生素A和视黄醇或视黄酸，对眼睛健康有益 番茄红素抗氧化、抗炎，降低年龄相关性黄斑变性风险 虾青素抗氧化、抗炎，参与视色素合成，改善视网膜功能，缓解视疲劳	斯维诗、健安喜、澳佳宝、健美生、博士伦、普丽普莱、舒目（睛乐宝）、梦视清等
多酚类化合物	如花青素、原花青素、白藜芦醇、姜黄素、越橘提取物、蓝莓提取物胶囊等	多酚类化合物具有强抗氧化作用，可以预防白内障和保护眼睛微血管	康宝莱、汤臣倍健、自然之路、美泰、舒目（睛乐宝）等
Omega-3脂肪酸	如DHA、EPA胶囊等	DHA、EPA是视网膜中含量最丰富的长链多不饱和脂肪酸，是构成视网膜光感受器细胞膜的主要脂肪酸、抗氧化、抗炎，对视力发育至关重要	斯维诗、康宝莱、汤臣倍健、健安喜、北欧自然、卡尔森实验室、旺旺等
益生菌	益生菌或益生菌制品	某些特定益生菌可以支持眼睛健康，通过帮助诱导调节性细胞因子和支持平衡的免疫反应，能有助于减少眼部疲劳和其他不适	汤臣倍健、养生堂、合生元、好医生、纽曼斯、伊利、蒙牛等
其他	如辅酶Q10等 如枸杞、菊花、决明子等种草药	如辅酶Q10在促进人体产生能量方面有重要作用，对视网膜健康也有一定帮助 如中草药成分可以清肝明目，缓解眼睛疲劳	汤臣倍健、帝斯曼、华尔药业、同仁堂、云南白药、百瑞源、三江雪等

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康产品：眼部护理产品介绍

眼健康产品中眼部护理产品主要覆盖护理/滴眼液、眼贴/眼罩、护理仪器、眼霜/精华、智能硬件等产品

随着国民经济的快速发展，居民可支配收入的提高，眼部护理产品作为日用消费品已经被越来越多的消费者所接受。同时，伴随着长期电子工作环境的影响，诸如视疲劳、眼睛干燥、眼袋和黑眼圈等眼部亚健康问题越来越明显，带动了中国眼部护理产品市场的快速发展。目前，市场上的眼部护理产品大致可分为护理液和滴眼液、护眼贴和眼罩、眼部护理仪器、眼霜和眼部精华、护眼智能硬件产品、其他护眼产品等，其中护眼贴和眼罩、护眼智能硬件产品尚处于发展初期，不同品牌产品差异较大，不同档次产品的市场竞争形式也迥然不同。

中国眼健康产品“眼部护理”类产品介绍

分类	主要产品	产品效果	代表品牌
护理液和滴眼液	滴眼液、护理液、洗眼液、眼药水、人工眼泪	主要用于缓解眼部疲劳、干燥和不适，提供滋润和营养，有时还包含抗炎或抗菌成分	强生、爱尔康、安视优、诺华、参天、乐敦、闪亮、舒目等
护眼贴和眼罩	热敷贴、冷敷贴、蒸汽眼罩	通过冷敷或含有特定成分的贴片，缓解眼部疲劳、眼袋和黑眼圈	珍视明、好视力、花王、闪亮、云南白药|TB泰邦、舒目（睛乐宝）、迪士尼等
眼部护理仪器	眼部按摩仪、热敷眼罩、护眼仪	利用物理按摩、热敷、振动等方式，促进眼部血液循环，缓解眼部疲劳	倍轻松、SKG、松下、奥佳华、飞利浦、志高、攀高、舒目等
眼霜和眼部精华	眼霜、眼胶、眼精华、眼膜	是护肤类化妆品之一，具有滋润眼部周围肌肤，减少细分和皱纹，改善眼部肌肤的弹性、紧致度、黑眼圈、眼袋、细纹等问题	雅诗兰黛、兰蔻、科颜氏、AHC、欧莱雅、丸美、资生堂等
护眼智能硬件产品	云夹、智能眼镜、Fitkid坐姿提醒器、护眼灯	监测用眼习惯并进行预警，如智能眼镜、护眼灯、坐姿提醒器等	坐姿佳、小米、欧普康视、小心眼、眼蜜、爱尔眼科（云夹）、Fitkid、舒目（健智优）等
其他护眼类产品	护眼宝、护眼大师等APP的蓝光过滤功能； 小心眼、eYenurse自主训练; 眼部熏蒸仪器、手持雾化润眼仪、眼镜式润眼仪、箱式雾化润眼仪	如，过滤电子设备屏幕发出的蓝光的护眼产品 如，线上客户端/公众号的眼保健操、眼镜运动小游戏类自主训练产品 如，缓解眼部干涩疲劳、助力营养渗入，促进眼部	护眼宝、护眼大师、小心眼、eYenurse|眼护士、小米、OES、未来视界、舒目等

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

中国眼健康产品市场发展趋势

国产品牌崛起、场景化产品创新、市场规范化以及社区化服务推动眼健康产业迈向精准、便捷和创新发展

在眼科健康产业的广阔领域内，眼镜类产品、训练工具/系统以及眼部护理产品市场正展现出勃勃生机与创新活力。在国产眼镜类产品市场尤为显著，特别是诸如明月、汇鼎等国产品牌以强劲之姿崛起，引领市场新潮流，同时，场景化应用与个性化、精准验配的眼镜产品应时而生，以满足消费者不同场合用镜需求。此外，市场监管的规范化不断加强，为行业的健康发展保驾护航。与此同时，在眼健康训练、护理市场，随着技术的创新升级，训练工具/器械产品和多样丰富的眼部护理与营养产品不断涌现，以及社区化训练服务的推广大幅提高了服务的可及性，一定程度上提升了公众护眼意识，为眼健康预防性保健营养学的创新注入了新动力。

眼健康产品市场发展趋势

眼镜类产品

国产近视防控镜片品牌崛起

近视管理镜片市场正从外资品牌主导逐渐转变为国产品牌主导研发创新。

眼镜场景化的应用逐渐显现

为迎合不同场合和需求选择功能性眼镜，如专为运动设计的防摔防雾运动眼镜、为长时间电脑工作设计的防蓝光眼镜的应用逐渐加深并细化。

个性化定制的解决方案加深

多眼镜品牌商开始提供镜片镜框一体化定制化服务，实现带度数验配，使得带度数的验配变得更加精准和便捷，以提供更好的用镜体验。

监管规范营销“擦边球”

监管机构收紧了监管力度，对违反市场监管规定的虚假宣传和违规行为如禁止使用“康复”“恢复”“降低度数”“近视治愈”“近视克星”“度数修复”等误导性表述实施严格的处罚措施，为眼健康行业营造了良好的市场发展环境。



训练工具、系统&眼部护理、营养品

训练工具向智能化加速迭代

智能化训练工具逐步取代传统训通过数据分析和人工智能算法，为有矫正训练需求患者提供定制更科学、更有效的训练计划。

训练服务向社区化大步迈进

家庭、学校和医疗机构在预防近视、视觉训练等活动上的协同，形成全方位的保护网络，视力训练服务将更加贴近居民生活，为屈光不正等类别的患者提供便捷的视觉训练服务。

护眼意识拉动预防性保健营养学创新

诸如护理液、眼贴、叶黄素等日常护理与保健品成为日常眼部护理必需品，进一步拉动食品科学与营养学、医疗健康与科技产品的融合与创新。

来源：《国人干眼中心大数据报告》及公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

05 中国眼健康行业发展趋势洞察

趋势洞察：中国眼健康行业人群需求剖析

眼健康是贯穿全年龄段的健康问题，随着消费者眼健康意识提升，眼健康产品消费需求市场未来可期

根据公开资料显示，眼部疾病是贯穿全年龄段国人的健康问题，其中，早期视网膜病变等、先天性白内障是婴幼儿主要眼病问题，斜弱视、屈光不正是儿童主要眼病问题，近视是青少年主要眼病问题，干眼症、近视是成年人的主要眼病问题，白内障、青光眼等是中老年人群主要眼病问题。近年来，随着这些眼病问题的高发，针对眼健康产品购买需求旺盛。艾瑞调研结果显示，以普通光学眼镜、功能性眼镜、角膜塑形镜为主的眼镜矫正产品是消费者首选的眼健康产品，其次是以维生素A/C/E、类胡萝卜素、花青素、DHA等为代表的营养保健食品，以及护理液、蒸汽眼罩、热/冷敷贴等眼部护理舒缓类产品。可见，眼健康产品消费需求市场未来可期。

中国眼健康行业人群需求洞察

不同群体眼部疾病发病情况介绍

0-1岁
- 早产儿视网膜病变，发病率约为7-10%
- 先天性白内障，发病率0.02%-0.05%

1-3岁
- 斜视、弱视，发病率3%

4-6岁
- 屈光不正，发病率不详
- 弱视，发病率3%

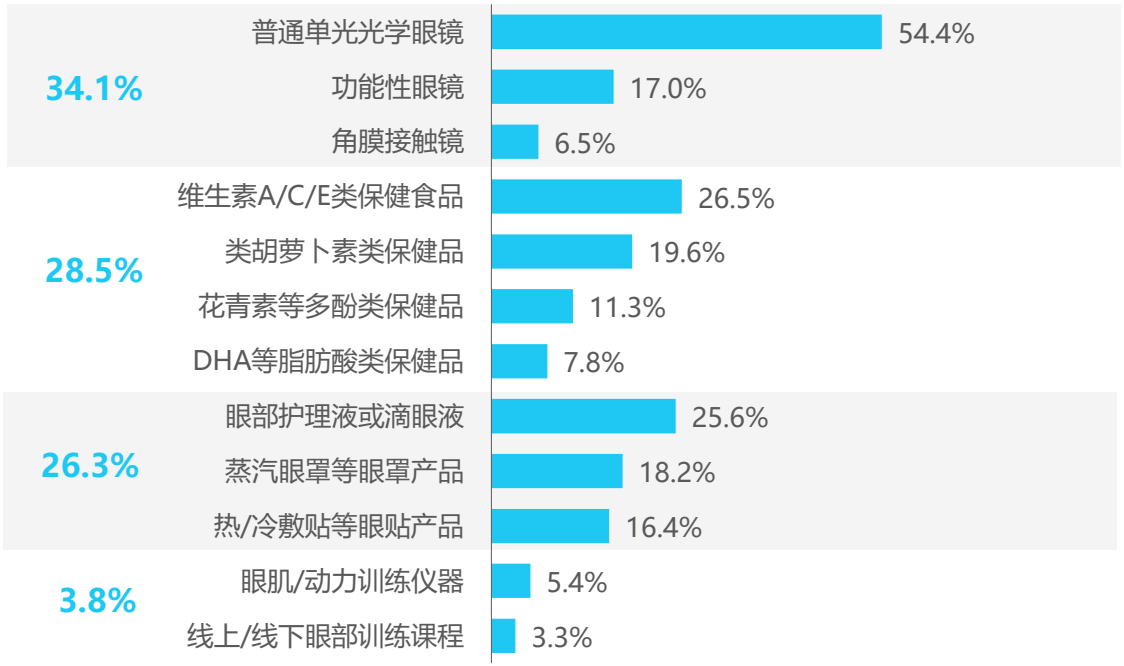
7-18岁
- 近视，发病率52.7%

20-40岁
- 干眼症，发病率21-30%
- 近视，发病率34%

40岁+
- 白内障，发病率80%
- 青光眼，发病率2-3%
- 黄斑变性，发病率10.6%
- 糖尿病视网膜病变，发病率33%

来源：爱尔眼科及公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

消费者曾经购买过的眼健康产品



来源： N=811 ，于2024年7月通过艾客帮调研平台获得。

趋势洞察：中国眼健康行业市场潜力评估

中国眼健康行业面临多方面的挑战和机遇，在成人干眼护理、渐进视觉健康管理领域发展潜力尤为可观

从国人全生命周期眼健康需求管理来看，中国眼健康行业面临多方面的挑战和机遇。在儿童青少年眼健康市场，随着儿童青少年近视率逐步向国家2030年防控目标的靠近，以框架离焦镜、角膜塑形镜为核心的儿童青少年视力矫正市场也将趋于饱和，市场规模将呈现出个位数字地缓速增长态势；在成人眼健康市场，随着干眼症等眼部疾病发病率的增加、屈光手术渗透率的加深、近用视觉障碍（老花）发病年轻化，成人干眼护理、屈光矫正与渐进视觉管理市场将表现出良好的发展势头；在老年人眼健康市场，随着渐进视觉眼健康管理认知加深，以渐进视觉健康管理、白内障与青光眼等综合眼病诊疗为主体的眼健康市场将表现出可观的发展空间。

中国眼健康行业市场发展潜力洞察



来源：何氏眼科ESG报告、《2023年中国老花眼人群洞察报告》、国家统计局数据等公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

趋势洞察：中国眼健康行业产品创新挖掘

眼健康产品市场将随着数字化推进与个性需求增加，向更加舒适、智能、个性的发展方向不断升级创新

中国眼健康行业在近年来得到了快速发展，尤其是在产品创新方面表现出了显著的活力。得益于国家政策的扶持、市场需求的增长以及科技进步的推动，眼健康行业在产品和服务上都经历了革新。目前存在原材料创新复配上持续突破、技术创新与融合上高速发展、个性化与定制化上广泛应用等特征，旨在为用户提供更有效果、更高效、更贴合个人需求的产品解决方案。未来，随着数字化与线下业态的融合、眼健康行业主体针对眼病疗法与屈光矫正的积极探索以及训练矫正设备/系统的研发，能够给大众带来更舒适、更便捷、更智能与更个性的眼健康提升产品解决方案将会不断突破与创新，也将成为眼健康产品创新发展的重要方向。

中国眼健康行业产品创新洞察

原材料创新复配不断突破

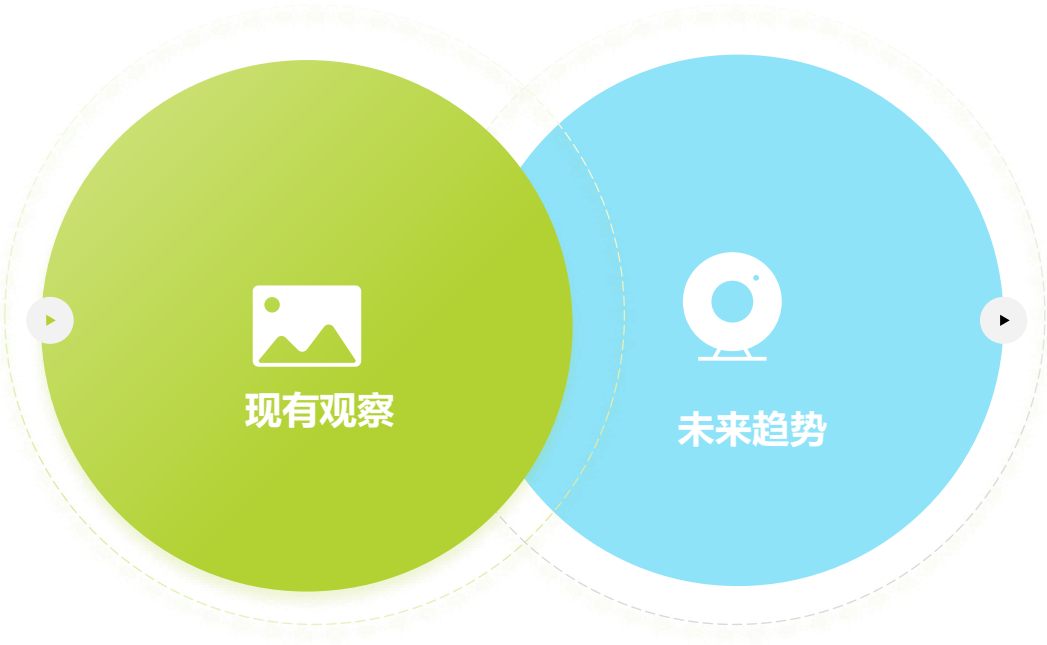
- 如，在眼部营养保健品领域，目前除了已熟知的叶黄素等成分外，后生元、海岸松树皮提取物类原料应用于眼部营养保健产品，以及诸如舒目针对糖尿病或青少年人群研发的无糖叶黄素、囊微技术的叶黄素产品。

技术创新与融合高速发展

- 如，在眼病诊疗领域，眼科医疗技术持续创新，借助AI技术进行眼病诊断的辅助工具等大幅提高眼健康服务的便捷性和准确性。

个性化与定制化广泛应用

- 如，在眼镜产品验配领域，会基于大数据分析和人工智能技术精准识别用户的视觉习惯、用镜场景以及潜在眼健康问题，诸如蔡司、依视路等会根据个体脸型设计与定制眼镜，又如眼科医院根据个体眼部特征定制低异物感角膜塑形镜等，以提升大众用镜的体验。



数字化与线下业态融合

- 如，视光中心及零售门店正在积极推动数字化转型，通过将CRM、ERP、AI等技术融入进线下经营管理，以此获得更高效的管理效率，并提升竞争力。

眼病疗法与屈光矫正的探索

- 如，研发针对常见眼病如眼底病和干眼症的新药物和治疗方法，探索生物制剂和基因疗法在遗传性和难治性眼病治疗中的应用。又如汇鼎与中国科学院合肥物质科学研究院合作，探索针对屈光人群的科学有效的矫正方法的尝试。

眼健康提升设备/系统的创新

- 如，针对近用视觉障碍（老花）和屈光不正人群，多样的矫正产品和智能化辅助设备得以创新，来满足大众需求和提供更便捷的日常活动支持。以及视觉训练设备/系统走进大众视野，并在数字技术的加持下增加大众选择使用面。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

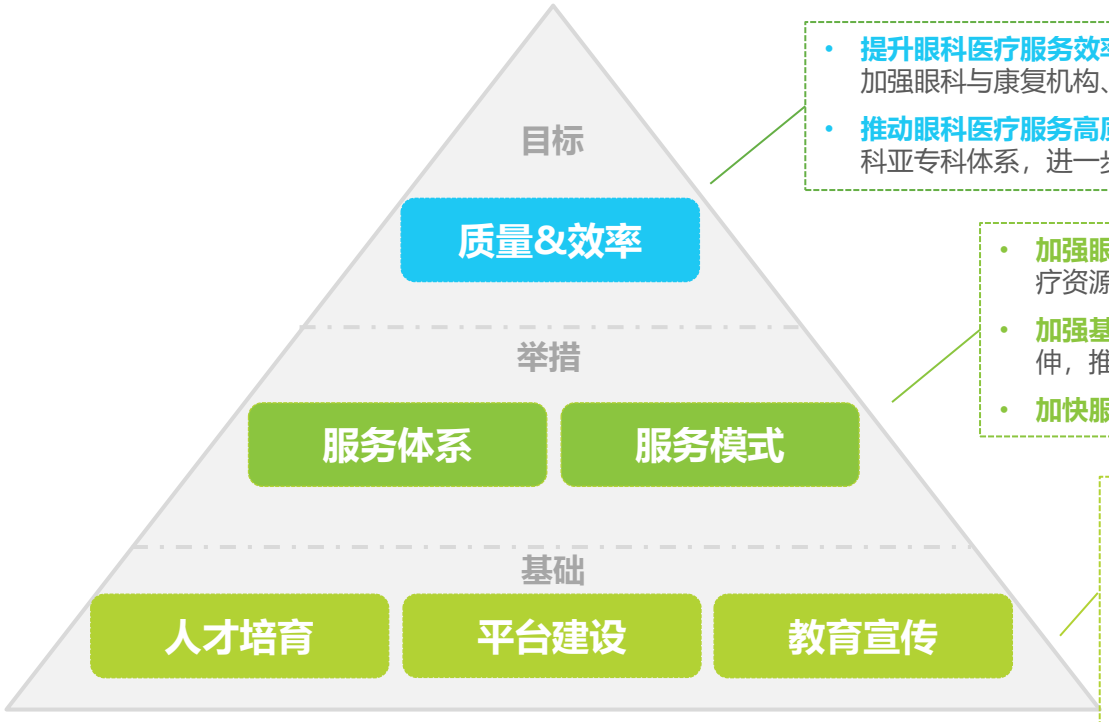
©2024.12 iResearch Inc.

趋势洞察：中国眼健康行业服务演进分析

眼健康行业服务供给市场，将以人才培养，数字化建设与教育宣导为基础，向更高质量和效率的服务供给演进

随着眼健康行业的发展，以“人才培育、平台建设、教育宣传”为基础、以“优质服务体系和服务模式”为抓手、以“服务质量与服务效率”为核心的眼健康服务将会成为眼健康服务重要演进方向。尤其是在《“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）》明确推动优质医疗资源下沉至基层的国策支持下，推动眼科医疗服务的高质量发展，满足人民群众多层次、多样化的眼健康需求，减少患者跨区域就医，提高医疗服务效率和质量，同时加强人才培养和科学研究，以及提升公众的眼健康意识和自我保健能力的眼健康服务方式将会日益凸显，或将成为未来眼健康行业服务发展的重要方向。

中国眼健康行业服务发展演进洞察



- **提升眼科医疗服务效率**：构建“急慢分开”模式，完善日间手术相关工作制度和工作流程，提升日间手术占择期手术的比例，加强眼科与康复机构、基层医疗机构协作，完善双向诊转机制，提升医疗服务效率。
- **推动眼科医疗服务高质量发展**：按照《“十四五”国家临床专科能力建设规划》，支持眼科临床重点专科建设，完善相关眼科亚专科体系，进一步提升眼科临床专科服务能力。

- **加强眼科医疗服务建设**：根据《“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）》，未来将推动眼科相关优质医疗资源扩容并下延，逐步建立完善国家-区域-省-市-县五级眼科医疗服务体系，优化医疗资源布局。
- **加强基层服务能力建设**：鼓励有条件的社区医院逐步提供眼科医疗服务，引导眼病防治适宜医疗技术向基层延伸，推动有效视力筛查、眼底筛查技术等在基层应用，落实眼病防治措施。
- **加快服务的数字化建设**：如借助客户管理系统、订单管理系统等，提高线下业态的经营管理效率和服务体验。

- **强化眼科专业人才队伍建设**：通过加强眼科医务人员培养与培训，建设稳定、合理的眼科专业人才梯队，提升眼科医师临床技术能力与水平。
- **搭建眼健康服务支撑平台**：强化0-6岁儿童眼健康服务平台建设，推进儿童青少年视力健康电子档案建立，加强眼健康信息化平台建设，利用信息化技术提升眼科医疗服务可及性。
- **强化眼健康科普宣传平台建设**：建立完善公益性眼健康科普知识库和科普宣传平台，加强眼健康宣教，增强公众眼病防治意识，如针对不同细分人群、下沉市场进行体验式教育宣导。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

趋势洞察：中国眼健康行业营销拓展探究

眼健康营销拓展市场，将基于社媒渠道覆盖不同用户群体，衍生出全方位、多层次、精准触达的营销矩阵模式

随着多元化年轻代群体的崛起，以及眼健康市场供应与零售商紧贴目标用户的个性且多元化的需求，基于多元化的渠道输送富含价值的眼健康信息，辅以丰富多彩用眼场景，借助IP、私域（如有赞、鹏升SCRM）、衍生服务等捕捉用户注意力并实现转化的营销方式将更加明显，眼健康产品营销方式也将迈入新纪元。诸如广泛覆盖老、中、青、少年群体，运用科普教育、行业推广、专家共识以及政策解读等多种内容形式传播教育，从不同生活场景切入并凭借与保险等合作的跨行业协同联动的营销方式将屡见不鲜。在为不同群体提供眼健康教育的同时，构建一个全方位、多层次、精准触达的全域营销矩阵将是未来眼健康市场的重要发展方向。

中国眼健康行业营销拓展洞察

三大对象&特需痛点：

- **儿童：** 处于视力发育的关键时期，特别需要关注预防视力衰退和眼部疾病；
- **青少年&成年人：**高学业压力、工作压力和频繁使用电子产品导致用眼过度，极易产生眼部疲劳、干涩和红痒等不适；
- **中老年：**随年龄增长导致近眼疲劳，更容易受到眼部疾病的侵袭。

丰富的内容形式：

- 含教育性与互动性的图文、短视频、长视频，以及临床试验结果。

多样的宣导内容：

- 科普宣导活动、行业指南推广、专家共识宣发、医保政策解读、下沉市场公益、视力筛查。

N大核心消费场景：

- **生活场景：**运动、办公、户外出行…
- **焦虑场景：**工作、升学、寒暑假…
- **垂直赛道场景：**母婴、康养…
- **礼遇场景：**父亲节、母亲节…
- ……

创新衍生服务：

- **跨界合作保障：**通过保险等形式，分散因视力矫正和眼部疾病带来的心理负担，增加产品与服务的附加价值；
- **异业服务联动：**齿科与眼科服务联动。



基于社媒渠道覆盖特定人群、内容与营销场景，在渠道规范管理加持下，借助IP、私域、衍生服务形式实现全域增长

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©2024.12 iResearch Inc.

趋势洞察：中国眼健康行业未来趋势总结

未来，眼健康行业将以资源整合为基盘、技术进步为抓手，实现国内与国际市场的扩容和可持续发展

未来，眼健康行业将以构建服务和人才双驱动、资源渠道整合创新、跨学科交流合作的发展模式为基盘，借助技术进步推动行业向更高效、更精准的诊断和治疗方法转型，改变传统服务方式并提供个性化眼健康服务解决方案，建设促进公众眼健康意识提升和市场扩容的有力抓手，在政策支持和国际合作推动下，塑造行业的可持续发展和长远未来。总而言之，未来眼健康行业将以资源整合为发展基盘、技术进步为扩容抓手，实现国内与国际市场的扩容和持续发展。

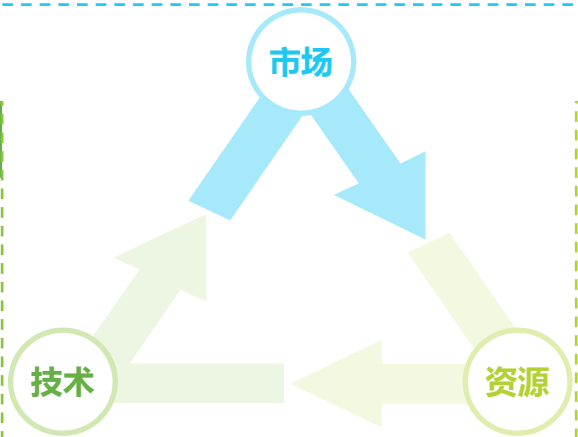
中国眼健康行业未来发展趋势总结

市场扩容与市场突破

- **公众眼健康意识提升：**公众眼健康认知持续提高，促进预防和早期干预下眼病的发生率下降或治愈率提升，促进市场扩容。
- **政策将推动市场扩容：**受益于国家政策支持，优质医疗资源将向基层下沉，眼健康服务扩容和完善，满足更广泛人群需求。
- **全球化合作交流加深：**在全球视野下，国际合作将促进眼健康知识和技术的交流、资源共享等，提升全球眼健康服务水平。
- **可持续发展目标构建：**未来将致力于追求可持续发展，并注重环境保护和履行社会责任，构建眼健康行业长远发展的蓝图。

技术进步与服务创新

- **技术迭代升级的推动：**随着技术迭代与进步，特别是在诊断、治疗和康复上的创新，将为眼健康带来新的解决方案和治疗方法。
- **加快数字化转型步伐：**数字化技术赋能下，借助数字化工具和平台，将极大提升线下业态的经营管理效率和公众的服务体验。
- **个性化健康服务兴起：**随着消费者个性化需求增加，眼健康行业将提供更加定制化的预防、治疗和康复方案来满足个体的需求。



行业发展与资源整合

- **服务和人才的双驱动：**通过建立高标准的服务体系和培养高素质的医疗人才，为患者提供更加专业和个性的眼健康服务。
- **资源整合与渠道创新：**探索新服务模式和渠道，如远程医疗服务和数字化诊疗技术，这将极大地提高服务效率和可及性。
- **跨学科交流合作突破：**与其他医疗领域、科研机构及技术创新企业更广泛、深度地合作，跨学科整合提高行业服务能力。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

©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

www.iresearch.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