

2009-2012年眼镜行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年眼镜行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200908/23461.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

伴随着改革开放的步伐，我国眼镜行业获得了飞速发展。然而，透过繁荣的背后不难发现，我国眼镜制造业长期以来沿袭的低档次、低附加值的发展模式所导致的严重弊端，如企业利润空间狭小、技术进步和产业升级缓慢，在相当程度上制约了行业整体水平的提升。尤其是近年来，随着能源、原材料、劳动力价格以及企业管理成本的持续上升，国内外市场竞争空前加剧所导致的产能过剩以及国家宏观调控政策（人民币升值、出口退税政策调整）的实施等诸多因素影响，我国眼镜制造业面临着众多企业利润大幅度缩水、部分企业生存艰难甚至面临倒闭的困局。对此，我国眼镜生产重要集中地的温州、广东、丹阳等地的眼镜生产企业在增加产品附加值、提高产品品质和服务水平的前提下，合理地提高产品价格，对企业乃至整个行业产生了重要影响。“涨价”已是眼镜制造企业化解成本困局的必然选择。同时，“涨价”也是眼镜行业适应国家宏观调控的明智之举。随着个人电脑和国际互联网的迅猛发展，一个互联的、全球的商业时代已经到来。不断提高企业自身的效率及应变能力，迅速感知市场的变化情况，已经成为每个眼镜企业不懈的追求，越来越多的眼镜企业已经认识到利用电子商务已经成为他们在未来竞争中保持领先的关键。眼镜电子商务是整个眼镜企业电子化和信息化的过程。它推动的是整个眼镜企业组织流程和核心竞争力的调整和提高。受全球经济危机的影响，2008年以来，中国眼镜市场整体销售出现了下滑，全年零售额只有230亿元左右。但是，眼镜行业从来就不是一个周期性的行业，眼镜消费中的刚性需求依然存在，这就需要我们真正地把专业技术运用到商品的附加值上去，拉动需求，创造市场。

我国的眼镜产品消费存在着一个大规模升级的过程，需要我们把专业技术运用到商品的附加值上去，拉动需求，创造市场。眼镜属于一种生活耐用必需品，它涉及到千家万户，又要求购买便利，所以几乎所有的地方都有大大小小的眼镜店。中国有近3万多家眼镜零售企业。但是配装眼镜(不包括隐形眼镜和成镜)零售总额却不足200亿元，平均单家眼镜零售门店的零售总额不足50万元。13亿人口的中国大陆眼镜市场，年零售总额尚不及拥有1亿多人口的日本，甚至比不上不足7000万人口的法国。这从另一个侧面又可以窥见中国眼镜市场可拓展的空间之巨大。眼镜有别于一般的标准化商品，严格意义上它是介于医疗和商业之间的产品。众所周知，眼镜顾客的需求最直接的来源是视力问题，眼镜销售的切入点首先是视力问题而不是其他诸如价格、款式等次要的销售元素。在眼镜的营销模式上，主要有产品分类和销售形态两个特点，在产品分类上，眼镜主要分为三大类，即配装眼镜、成镜(快速消费品)、奢侈品(品牌眼镜、太阳镜)。销售形态上，眼镜销售主要分布于传统眼镜店、医院配镜中心及超市渠道、隐形眼镜专卖店和网络等，他们针对的消费群有所不同，销售的方法亦就有所区

别。

目前看来，我国的眼镜产品消费存在着一个大规模升级的过程，这主要反映在以下几个方面：从单一功能向多功能方向发展。眼镜自发明之日起，其主要功能就是用来矫正视力的，但随着生活的多样化，眼镜会逐渐用来完善生活。未来的发展趋势是所有的人都有眼镜需求，而不仅仅是视力患者，同时拥有几副不同用途眼镜的消费者也越来越多，比如，在电脑前工作，长时间近距离视物，视疲劳已经成为困扰都市人群新的视力障碍，而带有缓解视疲劳方面的眼镜产品将有巨大的前景。从需要维护向免维护方向发展。人们都追求舒适、卫生、便利的生活，过去用的手帕已经被现在的餐巾纸所替代。随着隐形眼镜在以日抛为代表的免维护隐形镜片技术上的不断成熟，以前需要不断维护的年抛、半年抛和季抛将会被日抛所替代。同样在普通眼镜片上由于智能离子技术的应用，镀膜层在抗污和抗尘方面的性能也不断地提高，使消费者在一段时间内不需要维护就可以体验到卓越的视觉清晰度，所以，眼镜在免维护方面的卖点亦将层出不穷。从单焦点向多焦点方向发展。人眼在注视不同距离的时候需要不同的调节力，单焦点眼镜从舒适性上讲已经不能满足人眼的使用需求。目前已经开发出来的青少年人群的渐进眼镜、中青年人群的抗疲劳眼镜和中老年人群的渐进眼镜都不是传统的单一焦点的眼镜。随着光学技术的不断进步，满足人们更高舒适度，更便利使用的多焦点眼镜将最终淘汰现在广泛使用的单一焦点眼镜。从大众化向个性化方向发展。眼镜不论是从功能性还是时尚性上，都应该是个性化的东西。随人们对个性化的追求越来越强烈，从人种、脸型、视觉习惯和服饰搭配的差异上，眼镜都需要从不同设计、款式和舒适性上来满足人的不同需求。过去全球市场和视光技术研发中心大多数集中在欧美地区，技术上尽量偏向欧美人群特征也是不争的事实。近期面世的根据亚洲人眼的构造、屈光状态、部轮廓特征和阅读姿势而精心设计的眼睛，是眼镜设计在个性化方面取得的重大突破，未来眼镜设计的方向一定是向个性化方向发展。从矫正视力向视力健康方向发展。人接受的信息中有76%是通过眼睛得到的，可见眼睛在生命健康和生活质量上的重要性。所以，眼镜不仅涉及到视力矫正的问题，更关乎到人们的生命质量。同时，视力矫正是一个静态的过程，而健康维护是一个长期的、动态的呵护内容。视力健康是一个系统，如果能真正研发出既能符合科学的临床试验又能满足顾客视力健康需求的科技产品，市场的空间必将放大许多。从一副眼镜向多副眼镜方向发展。我们常说戴眼镜、穿服装。不同的季节、不同的场合，人们有不同的时装，然而，眼镜还是一人一副，多少年一贯制。为什么不能像穿服装一样“穿”眼镜呢？这在发达国家已经是司空见惯的眼镜购买行为相信总有一天会在国人消费中实现。眼镜的需求必将从单一化向时装化方向发展，一人多镜的情况已经为时不远了。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国眼镜协会、中国经济景气监测中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊

杂志的基础信息、眼镜专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国眼镜行业的发展状况、市场需求、营销状况、消费变化、眼镜企业的战略选择以及眼镜市场发展趋势进行了详细的分析和预测，并对眼镜行业集中度、赢利能力、成长能力等着重进行了分析。与此同时，报告还介绍了该行业企业的整体概况和营销策略。本报告是眼镜企业寻找新的发展机会和借鉴新的操作模式的重要资料，也是欲在眼镜行业从事生产投资的经济实体等单位准确了解目前中国眼镜市场发展动态，把握企业定位和发展方向的重要参考资料。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 眼镜行业发展概述

第一节 眼镜的概念

一、眼镜的定义

二、眼镜的特点

三、眼镜的分类

第二节 眼镜行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 眼镜市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 国际眼镜市场发展分析

第一节 世界眼镜行业发展分析

一、2007年世界眼镜行业发展分析

二、2008年世界眼镜行业发展分析

三、2009年世界眼镜行业发展分析

第二节 全球眼镜市场分析

一、2009年全球眼镜需求分析

二、2009年欧美眼镜需求分析

三、2009年中外眼镜市场对比

第三节 2008-2009年主要国家地区眼镜行业发展分析

一、2008-2009年美洲眼镜行业分析

二、2008-2009年亚洲眼镜行业分析

三、2008-2009年欧洲眼镜行业分析

四、2008-2009年瑞士眼镜行业分析

第三章 我国眼镜行业发展分析

第一节 国内眼镜行业发展现状

一、我国眼镜行业消费状况

二、我国眼镜行业生产状况

三、我国眼镜行业面临的问题

四、我国眼镜行业产品结构

五、中国眼镜行业技术发展

第二节 中国眼镜市场供需状况

一、2009年中国眼镜行业供给能力

二、2009年中国眼镜市场供给分析

三、2009年中国眼镜市场需求分析

四、2009年中国眼镜产品价格分析

第三节 我国眼镜市场分析

一、2008年上半年眼镜市场分析

二、2008年下半年眼镜市场分析

三、2009年上半年眼镜市场分析

四、2009年眼镜市场的走向分析

第四章 眼镜产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国眼镜产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国眼镜产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国眼镜产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国眼镜产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国眼镜产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国眼镜产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国眼镜产业利润总额分析

一、2008-2009年中国眼镜产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国眼镜产业进出口分析

第一节 我国眼镜产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国眼镜产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国眼镜产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年眼镜进口预测

四、2009年眼镜出口预测

第六章 我国眼镜市场发展分析

第一节 我国眼镜市场存在的问题及监管法

一、眼镜市场存在的问题

二、眼镜市场存在问题的成因

三、眼镜市场监管立法的现状

四、眼镜市场监管法的立法思路

第二节 我国眼镜零售业发展分析

一、中国眼镜零售业发展现状

二、眼镜零售业发展问题分析

三、中国眼镜零售市场前景分析

四、中国眼镜零售行业现象分析与推广宣传策略

第三节 我国眼镜批发市场发展分析

一、我国眼镜批发市场发展概况

二、我国眼镜批发市场起步发展历史

第四节 2008-2009年眼镜企业多元化经营发展分析

一、眼镜企业多元化经营概述

二、眼镜企业多元化经营趋势原因

三、眼镜企业多元化经营注意事项

四、眼镜企业如何实现多元化经营分析

第七章 我国眼镜主要产区发展分析

第一节 深圳

一、深圳企业占国际眼镜市场份额情况

二、2008年深圳眼镜企业自创品牌情况

三、深圳横岗眼镜业发展分析

第二节 温州

一、温州眼镜行业总体概况

二、2008年温州眼镜行业质量分析

三、2009年温州眼镜市场动态

四、温州眼镜包装业发展分析

第三节 江苏丹阳

一、丹阳眼镜业发展现状

二、2008年丹阳眼镜销售情况

三、2009年1-6月丹阳眼镜市场分析

四、金融危机对丹阳眼镜发展的影响分析

第四节 厦门

一、厦门眼镜行业的总体概述

二、厦门眼镜品牌发展分析

三、厦门眼镜发展的隐忧

第八章 相关产业发展分析

第一节 镜片分类以及产业发展现状

一、眼镜镜片的分类

二、纳米镜片技术原理及功能

三、我国PMMA工业发展现状

四、树脂镜片的优缺点分析

第二节 眼镜架的构成以及工业发展现状

一、镜架结构

二、镜架材料

三、眼镜架的种类

四、钛镜架和钛工业发展分析

五、金属眼镜材料发展趋势

六、2009年深圳市场镜架质量情况

第三节 眼科手术发展概况

一、我国眼科学发展现状

二、眼科屈光手术的新发展

三、近视眼激光手术发展和应用分析

第四节 眼镜设备市场发展分析

第二部分 行业竞争格局

第九章 眼镜行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 眼镜行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年眼镜行业竞争格局分析

一、2008年眼镜行业竞争分析

二、2008年中外眼镜产品竞争分析

三、2008-2009年国内外眼镜竞争分析

四、2008-2009年我国眼镜市场竞争分析

五、2008-2009年我国眼镜市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要眼镜企业动向

第十章 眼镜企业竞争策略分析

第一节 眼镜市场竞争策略分析

一、2009年眼镜市场增长潜力分析

二、2009年眼镜主要潜力品种分析

三、现有眼镜产品竞争策略分析

四、潜力眼镜品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 眼镜企业竞争策略分析

一、金融危机对眼镜行业竞争格局的影响

二、金融危机后眼镜行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国眼镜市场竞争趋势

四、2009-2012年眼镜行业竞争格局展望

五、2009-2012年眼镜行业竞争策略分析

六、2009-2012年眼镜企业竞争策略分析

第十一章 眼镜行业营销策略分析

第一节 中国眼镜市场营销的战略问题

第二节 未来眼镜企业营销的主流分析

- 一、利基化生存法则分析
- 二、中国眼镜零售业的进程
- 三、专注细分市场求效益探讨
- 四、学生眼镜的细分市场分析
- 五、细分市场与细分产品分析

第三节 我国眼镜业营销策略研究

- 一、眼镜产业营销策略综述
- 二、把握眼镜营销中的价格攻略研究
- 三、眼镜企业公益营销战略研究
- 四、中国眼镜企业的体验营销战略研究
- 五、眼镜市场的文化营销战略研究

第四节 我国眼镜零售店营销分析

- 一、眼镜零售店的拉客式营销分析
- 二、眼镜零售店组合式营销策略探讨

第五节 我国眼镜网络营销分析

- 一、眼镜企业实施网络营销的核心
- 二、大型眼镜企业的网络营销问题
- 三、眼镜企业如何认清网络营销环境
- 四、网络营销对眼镜企业发展的意义
- 五、传统眼镜企业如何整合网络营销分析

第十二章 主要眼镜企业竞争分析

第一节 依视路集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 HOYA（豪雅）集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 宝岛眼镜有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 北京大明眼镜股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 广州明廊眼镜有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 江苏东方光学有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 上海野尻眼镜有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 眼镜业其他优势企业分析

一、镇江万新光学眼镜有限公司

二、北京博士伦眼睛护理产品有限公司

三、浙江大光明眼镜有限公司

第三部分 行业前景预测

第十三章 眼镜行业发展趋势分析

第一节 2009年发展环境展望

一、2009年宏观经济形势展望

二、2009年政策走势及其影响

三、2009年国际行业走势展望

第二节 2009年眼镜行业发展趋势分析

一、2009年技术发展趋势分析

二、2009年产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

第三节 2009-2012年中国眼镜市场趋势分析

一、2008-2009年眼镜市场趋势总结

二、2009-2012年眼镜发展趋势分析

三、2009-2012年眼镜市场发展空间

四、2009-2012年眼镜产业政策趋向

五、2009-2012年眼镜技术革新趋势

六、2009-2012年眼镜价格走势分析

第十四章 未来眼镜行业发展预测

第一节 未来眼镜需求与消费预测

一、2009-2012年眼镜产品消费预测

二、2009-2012年眼镜市场规模预测

三、2009-2012年眼镜行业总产值预测

四、2009-2012年眼镜行业销售收入预测

五、2009-2012年眼镜行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国眼镜行业供需预测

一、2008-2012年中国眼镜供给预测

二、2009-2012年中国眼镜产量预测

三、2009-2012年中国眼镜需求预测

四、2009-2012年中国眼镜供需平衡预测

五、2009-2012年中国眼镜产品价格预测

六、2009-2012年主要眼镜产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 眼镜行业投资现状分析

第一节 2008年眼镜行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年眼镜行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十六章 眼镜行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年眼镜行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第十七章 眼镜行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 眼镜行业投资效益分析

- 一、2008-2009年眼镜行业投资状况分析
- 二、2009-2012年眼镜行业投资效益分析
- 三、2009-2012年眼镜行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年眼镜行业的投资方向
- 五、2009-2012年眼镜行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响眼镜行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响眼镜行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响眼镜行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响眼镜行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国眼镜行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国眼镜行业发展面临的机遇分析

第五节 眼镜行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年眼镜行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年眼镜行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年眼镜行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年眼镜行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年眼镜同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年眼镜行业其他风险及控制策略

第十八章 眼镜行业投资战略研究

第一节 眼镜行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国眼镜品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、眼镜实施品牌战略的意义

三、眼镜企业品牌的现状分析

四、我国眼镜企业的品牌战略

五、眼镜品牌战略管理的策略

第三节 眼镜行业投资战略研究

一、2008年眼镜行业投资战略研究

二、2009年眼镜行业投资战略研究

三、2009-2012年眼镜行业投资形势

四、2009-2012年眼镜行业投资战略

图表目录

图表：眼镜产业链分析

图表：国际眼镜市场规模

图表：国际眼镜生命周期

图表：2008-2009年中国眼镜行业市场规模

图表：2008-2009年全球眼镜产业市场规模

图表：2008-2009年眼镜重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国眼镜行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国眼镜行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国眼镜行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国眼镜竞争力分析

图表：2009-2012年中国眼镜产能预测

图表：2009-2012年中国眼镜消费量预测

图表：2009-2012年中国眼镜市场前景预测

图表：2009-2012年中国眼镜市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国眼镜发展前景预测

图表：2008年1-12月眼镜产量全国合计

图表：2008年1-12月眼镜产量北京市合计

图表：2008年1-12月眼镜产量天津市合计

图表：2008年1-12月眼镜产量河北省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量山西省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量吉林省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月眼镜产量上海市合计

图表：2008年1-12月眼镜产量江苏省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量浙江省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量安徽省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量福建省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量江西省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量山东省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量河南省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量湖北省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量湖南省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量广东省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量广西区合计

图表：2008年1-12月眼镜产量海南省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量重庆市合计

图表：2008年1-12月眼镜产量四川省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量贵州省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量云南省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量陕西省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月眼镜产量新疆区合计

图表：2008年1-12月眼镜产量内蒙古合计

图表：2009年1-6月眼镜产量全国合计

图表：2009年1-6月眼镜产量北京市合计

图表：2009年1-6月眼镜产量天津市合计

图表：2009年1-6月眼镜产量河北省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量山西省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量辽宁省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量吉林省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量黑龙江合计

图表：2009年1-6月眼镜产量上海市合计

图表：2009年1-6月眼镜产量江苏省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量浙江省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量安徽省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量福建省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量江西省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量山东省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量河南省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量湖北省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量湖南省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量广东省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量广西区合计

图表：2009年1-6月眼镜产量海南省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量重庆市合计

图表：2009年1-6月眼镜产量四川省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量贵州省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量云南省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量陕西省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量甘肃省合计

图表：2009年1-6月眼镜产量新疆区合计

图表：2009年1-6月眼镜产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月眼镜行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月眼镜行业收入前十家企业

图表：2008年5月眼镜行业收入前十家企业

图表：2008年8月眼镜行业收入前十家企业

图表：2008年11月眼镜行业收入前十家企业

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标全国合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-6月眼镜行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月眼镜进口数据

图表：2008年1季度眼镜进口数据

图表：2008年1月眼镜进口数据

图表：2008年2月眼镜进口数据

图表：2008年3月眼镜进口数据

图表：2008年2季度眼镜进口数据

图表：2008年4月眼镜进口数据

图表：2008年5月眼镜进口数据

图表：2008年6月眼镜进口数据

图表：2008年3季度眼镜进口数据

图表：2008年7月眼镜进口数据

图表：2008年8月眼镜进口数据

图表：2008年9月眼镜进口数据

图表：2008年4季度眼镜进口数据

图表：2008年10月眼镜进口数据

图表：2008年11月眼镜进口数据

图表：2008年12月眼镜进口数据

图表：2008年1-12月眼镜出口数据

图表：2008年1季度眼镜出口数据

图表：2008年1月眼镜出口数据

图表：2008年2月眼镜出口数据

图表：2008年3月眼镜出口数据

图表：2008年2季度眼镜出口数据

图表：2008年4月眼镜出口数据

图表：2008年5月眼镜出口数据

图表：2008年6月眼镜出口数据

图表：2008年3季度眼镜出口数据

图表：2008年7月眼镜出口数据

图表：2008年8月眼镜出口数据

图表：2008年9月眼镜出口数据

图表：2008年4季度眼镜出口数据

图表：2008年10月眼镜出口数据

图表：2008年11月眼镜出口数据

图表：2008年12月眼镜出口数据

图表：2009年1-6月眼镜进口数据

图表：2009年1季度眼镜进口数据

图表：2009年1月眼镜进口数据

图表：2009年2月眼镜进口数据

图表：2009年3月眼镜进口数据

图表：2009年2季度眼镜进口数据

图表：2009年4月眼镜进口数据

图表：2009年5月眼镜进口数据

图表：2009年6月眼镜进口数据

图表：2009年1-6月眼镜出口数据

图表：2009年1季度眼镜出口数据

图表：2009年1月眼镜出口数据

图表：2009年2月眼镜出口数据

图表：2009年3月眼镜出口数据

图表：2009年2季度眼镜出口数据

图表：2009年4月眼镜出口数据

图表：2009年5月眼镜出口数据

图表：2009年6月眼镜出口数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/23461.html>