

2024-2030年中国近视治疗 市场深度评估与发展前景报告

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

《2024-2030年中国近视治疗市场深度评估与发展前景报告》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/202401/434198.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

中国近视人口超过6亿，初高中学生近视问题严峻。全球近视患者数量达到约14亿人，中国近视患病人数已超过6亿人。在近视患者年龄结构中，我国青少年近视人数总计约2.7亿，居世界首位。我国近视人口在2017年已经达到约6.5亿人，预计在2020年近视人数可达7.1亿人。从2010-2018年，初中、高中学生的近视率分别维持在70%、80%以上，小学生近视率由2014年的46%下降到36%，6岁儿童的近视率达到约15%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国近视治疗市场深度评估与发展前景报告》共十章。首先介绍了中国近视治疗行业市场发展环境、近视治疗整体运行态势等，接着分析了中国近视治疗行业市场运行的现状，然后介绍了近视治疗市场竞争格局。随后，报告对近视治疗做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国近视治疗行业发展趋势与投资预测。您若想对近视治疗产业有个系统的了解或者想投资中国近视治疗行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 近视治疗行业产品定义及行业概述发展分析

第一节 近视治疗行业产品定义

一、近视治疗行业产品定义及分类

二、近视治疗行业产品应用范围分析

三、近视治疗行业发展历程

四、近视治疗行业发展地位及影响分析

第二节 近视治疗行业产业链发展环境简析

一、近视治疗行业产业链模型理论

二、近视治疗行业产业链示意图及相关概述

第三节 经济环境

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、2022年我国宏观经济发展预测

第四节近视治疗行业税收及进出口关税

第五节 社会环境

一、人口数量及老龄化分析

二、网民规模情况

三、90后消费群体特点分析

第六节近视治疗技术发展现状

一、近视治疗行业技术发展

二、近视治疗生产工艺

一、近视治疗技术发展趋势

第二章 2024-2030年近视治疗行业国内外市场发展概述

第一节2024-2030年全球近视治疗行业发展分析

一、全球近视治疗经济发展现状及预测

二、全球近视治疗行业技术发展现状

三、全球近视治疗行业发展概述

第二节 2024-2030年全球近视治疗行业供需及规模分析

一、全球近视治疗行业市场供需情况

二、全球近视治疗行业市场规模及区域分布情况

三、全球近视治疗行业重点国家市场分析

四、全球近视治疗行业发展热点分析

五、2024-2030年全球近视治疗行业市场规模预测

第三节2024-2030年中国及全球近视治疗行业对比分析

一、中国近视治疗行业生命周期分析

二、中国近视治疗行业市场成熟度情况

三、中国和国外近视治疗行业对比SWTO

第四节2024-2030年全球近视治疗所属行业相关产品进出口情况

第三章 2024-2030年我国近视治疗行业发展现状

第一节 中国近视治疗行业发展概述

一、中国近视治疗行业发展现状

视力形成的敏感期、稳定期是近视防控的重要时间段。眼球从出生到18岁之间，会有一段生理性的成长。其中3岁之前，是眼球发育的关键期，这段时间眼轴由17mm增长至21.5mm。在4岁-14岁是眼球发育的敏感期，该段时间，眼轴依然以0.1mm/年的速度增长，在14岁眼球的生理特性接近成人，15岁-至18岁眼球发育进入稳定期，以0.01mm/年的速度增长。在眼轴正常生长发育的阶段，过度用眼导致的非良性眼轴增长将引发近视的形成、加深。

无创OK镜可通过控制眼轴非良性增长防控近视。近视防控的主要途径是透镜矫正治疗。框架眼镜分为普通单焦镜、多焦镜，简单安全，无创，主要通过即时近视矫正，防止过近距离用眼，预防近视加深。角膜接触镜主要有软性接触镜、RPG镜、OK镜，其中临床数据表明，8岁以上青少年或者成年人，长期佩戴OK镜可延缓眼轴非良性增长（约0.19mm/年），可以使近视的发生和发展延缓50%左右。药物治疗方面，主要是针对4岁以上青少年，通过使用低浓度阿托品以控制眼轴增长和延缓近视进展，但是具体的用药浓度与安全性问题有待解决，目前暂无以控制近视进展的适应症产品上市；矫正手术主要分为角膜激光手术、晶体植入，用于18岁以上度数稳定患者，预后效果明显，但价格相对高昂，风险相对较大。治疗近视的主要方法优缺点分析

治疗近视的主要方法	优缺点分析	矫正类型	分类	适用人群	优点	缺点
框架眼镜	普通单焦镜	所有人	无创	矫正不当易加重	渐进多焦点镜片	适用于有老花或是有视疲劳的人群，部分特殊的年轻近视患者

双光镜	一般解决老视眼患者，解决远视与近视问题	既有担任远视力矫正的功能，又有负担得起近视力矫正的作用	在镜片的分界处有突出的断裂现象，从而使佩戴者在视物时产生视物缺损或重叠的幻象，使用较少			
角膜接触镜	软性接触镜	18岁以上无眼部疾病的有晶体眼人群的近视	适用于矫正近视、散光，使用方便	每次配戴不应超过24小时，眼部炎症慎用		
硬性接触镜（RPG）	近视度数不断加深的青少年患者，屈光不正、散光、框架眼镜矫正效果不满意患者	用于矫正近视和远视，透氧系数高，佩戴时间长，对散光角膜的良好矫正作用、对疾病角膜如圆锥角膜等的屈光矫正	一般接触镜禁忌症；长期处于多风沙、高污染环境；经常从事剧烈运动者；眼睛高度敏感者			
角膜塑形镜（OK镜）	8岁以上儿童青少年及成人	夜间睡眠佩戴，可有效延缓青少年眼轴非良性增长，约0.19mm/年	眼部疾病、角膜屈光手术、角膜外伤患者、部分轴性近视患者慎用			
药物治疗	低浓度阿托品	4岁以上儿童、青少年	可控制眼轴增长，延缓近视发展	浓度越高，副作用越大，副反应可逆，具体机制不明确，停药后近视反弹也较快，大陆并没有用于儿童近视控制的阿托品滴眼液药品上市		
矫正手术						

角膜激光手术 18岁以上度数稳定，眼底条件好、无合并影响视力的其他眼病的单纯白内障患者 可一次性解决近视；可实现手术全程“无刀”，可矫正-10.00D以内的近视 黄斑病、视神经病变、角膜不规则高度散光、角膜形态显著差异；干眼症、前部基底膜营养不良等角膜不规则患者不适合做近视手术 晶体植入 18岁以上度数稳定，眼底条件好、无合并影响视力的其他眼病的单纯白内障患者 手术可逆，适用于不适合做角膜激光手术的患者 黄斑病、视神经病变、角膜不规则高度散光、角膜形态显著差异；干眼症、前部基底膜营养不良等角膜不规则患者；屈光手术后不适用

二、中国近视治疗发展面临的问题

三、2024-2030年中国近视治疗行业市场规模

四、中国近视治疗行业需求客户结构

第二节 我国近视治疗行业发展状况

一、2024-2030年中国近视治疗行业产值情况

二、2022年我国近视治疗产值区域分布分析

第三节 2024-2030年中国近视治疗行业产量分析

第四节 2022年近视治疗行业需求分析

一、2024-2030年我国近视治疗行业需求分析

二、2024-2030年我国近视治疗市场价格走势分析

第四章 近视治疗行业竞争态势分析

第一节 近视治疗行业集中度分析

一、近视治疗市场集中度分析

二、近视治疗企业分布区域集中度分析

三、近视治疗区域消费集中度分析

第二节 近视治疗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、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 近视治疗行业竞争格局分析

一、2022年近视治疗行业竞争分析

二、2022年中外近视治疗产品竞争分析

三、2022年我国近视治疗市场竞争分析

四、近年国内近视治疗行业重点企业发展动向

第五章 2024-2030年中国近视治疗所属行业运行及进出口分析

第一节 2024-2030年中国近视治疗所属行业总体运行情况

一、近视治疗企业数量及分布

二、近视治疗行业从业人员统计

第二节 2024-2030年中国近视治疗所属行业运行数据

一、行业资产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业利润情况分析

第三节 2024-2030年中国近视治疗所属行业成本费用结构分析

第四节 2024-2030年中国近视治疗所属行业经营成本情况

第五节 2024-2030年中国近视治疗所属行业管理费用情况

第六节 中国近视治疗所属行业或相关行业进出口分析

1、2024-2030年所属行业进出口数量及金额

2、行业进口分国家

3、行业出口分国家

第六章 2024-2030年中国近视治疗行业区域发展分析

第一节 中国近视治疗行业区域发展现状分析

第二节 2024-2030年华北地区

一、华北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 2024-2030年东北地区

一、东北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 2024-2030年华东地区

一、华东地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 2024-2030年华南地区

一、华南地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 2024-2030年华中地区

一、华中地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 2024-2030年西部地区

一、西部地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七章 近视治疗重点企业发展分析

第一节 海南国爱近视治疗中心有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第二节 金华视邦眼科门诊部(金华近视治疗中心)

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第三节 北京量子云图近视弱视预防治疗研究有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第四节云南梯古近视眼治疗中心有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第五节北京初荷一塘科技有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第六节重庆市爱成科技发展有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第八章 2024-2030年中国近视治疗行业上下游主要行业发展现状分析

第一节 2024-2030年主要上游产业发展分析

一、A行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、产品价格分析

3、产品生产情况

二、B行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、产品价格分析

3、产品生产情况

⋯⋯

第二节 2024-2030年主要下游产业发展分析

一、D行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

二、E行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

……

第九章 2024-2030年中国近视治疗行业发展预测分析

第一节2024-2030年中国近视治疗行业产量预测

第二节2024-2030年中国近视治疗行业需求量预测

第三节2024-2030年中国近视治疗行业规模预测

第四节 2024-2030年中国产业的前景及趋势

一、中国近视治疗市场发展前景乐观

二、2020年中国近视治疗市场消费趋势分析

第五节2024-2030年中国近视治疗行业发展趋势

一、中国近视治疗行业的发展前景

二、2024-2030年中国近视治疗产业规划分析

三、我国近视治疗行业的标准化发展趋势

第六节2024-2030年中国近视治疗行业“走出去”发展分析

第十章 近视治疗行业投资前景研究及销售战略分析

第一节 影响近视治疗行业发展的主要因素

一、影响近视治疗行业运行的有利因素

二、影响近视治疗行业运行的稳定因素

三、影响近视治疗行业运行的不利因素

四、我国近视治疗行业发展面临的挑战

五、我国近视治疗行业发展面临的机遇

第二节 行业投资形势分析

一、2024-2030年中国行业投资规模

二、行业投资壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2024-2030年近视治疗行业投资效益分析

第四节 2024-2030年近视治疗行业投资前景研究

第五节 近视治疗行业投资前景预警

一、2024-2030年近视治疗行业市场风险预测

二、2024-2030年近视治疗行业政策风险预测

三、2024-2030年近视治疗行业经营风险预测

四、2024-2030年近视治疗行业技术风险预测

五、2024-2030年近视治疗行业竞争风险预测

六、2024-2030年近视治疗行业其他风险预测

第六节 市场策略分析

一、近视治疗价格策略分析

二、近视治疗渠道策略分析

第七节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第八节 提高近视治疗企业竞争力的策略

一、提高中国近视治疗企业核心竞争力的对策

二、近视治疗企业提升竞争力的主要方向

三、影响近视治疗企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高近视治疗企业竞争力的策略

第九节 对我国近视治疗品牌的战略思考

一、近视治疗实施品牌战略的意义

二、近视治疗企业品牌的现状分析

三、我国近视治疗企业的品牌战略

四、近视治疗品牌战略管理的策略

第十节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

部分

图表目录：

图表：近视治疗行业历程

图表：近视治疗行业生命周期

图表：近视治疗行业产业链分析

图表：2024-2030年近视治疗行业产能分析

图表：2024-2030年近视治疗行业市场规模分析

图表：2024-2030年近视治疗行业产量分析

图表：2024-2030年近视治疗行业需求量分析

图表：2022年近视治疗行业需求领域分布格局

图表：2024-2030年近视治疗行业市场规模预测

图表：中国近视治疗行业盈利能力分析

图表：中国近视治疗行业运营能力分析

图表：中国近视治疗行业偿债能力分析

图表：中国近视治疗行业发展能力分析

图表：中国近视治疗行业经营效益分析

图表：2024-2030年近视治疗行业市场规模预测

图表：2024-2030年近视治疗行业产量预测

图表：2024-2030年近视治疗行业需求量预测

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/434198.html>