

## 行業概覽

本節所載的資料及統計數據摘自官方政府刊物及其他公開來源，以及由Euromonitor International Limited (「歐睿國際」) 編製的獨立行業報告。本公司委聘歐睿國際就[編纂]編製獨立行業報告。

來自官方政府來源的資料未經本集團、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們或彼等的任何聯屬人士或彼等各自的任何董事、高級職員、僱員或代理或任何參與[編纂]的其他人士或各方獨立核實，且未就其準確性或完整性作任何聲明。

董事、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]認為，本文所載資料來源於適當的信息來源，並且我們在提取及複製該信息時已採取合理謹慎措施。我們並無理由相信該信息為虛假或具誤導性，或任何事實被遺漏致令該信息為虛假或具誤導性。

歐睿國際已採用其制定的最佳研究實踐、市場研究技術及方法論，因此，歐睿國際認為其已使用適用於本研究的資料來源及方法論，且並無知悉市場信息中存在可能對本文所載資料的準確性造成重大影響的信息不足或缺失。

### 浙江省及甘肅省宏觀環境概覽

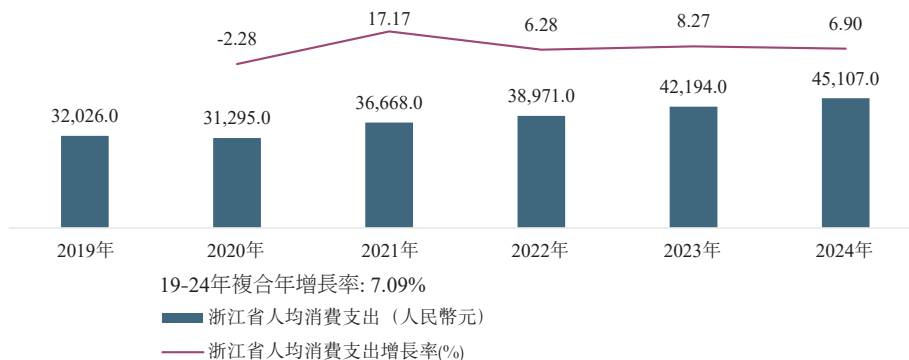
#### 浙江省：高收入及高度城鎮化的消費市場

浙江省為中國經濟較發達省份之一，其特點為居民購買力強勁、城鎮消費者群體龐大，以及零售環境相對成熟。於2024年，浙江省居民人均可支配收入為人民幣67,013元，而人均消費支出達人民幣45,107元。該等指標反映該省消費能力相對較強，消費者亦更願意為優質產品及服務買單。

浙江省同時擁有龐大且高度城鎮化的人口基數。於2024年，全省常住人口達66.7百萬人，其中城鎮人口佔75.46%。其為現代零售業態及服務密集型消費的發展奠定良好的宏觀經濟及人口基礎。

於浙江省內，杭州及紹興為兩大代表性的地級消費市場。作為省會及長三角地區主要增長極，杭州市的人均可支配收入為人民幣76,777元，人均消費支出為人民幣52,996元，常住人口為12.6百萬人。紹興市的人均可支配收入為人民幣72,898元，人均消費支出為人民幣46,849元，常住人口為5.4百萬人。整體而言，杭州及紹興均具備較高收入水平及穩固的本地消費基礎，為浙江省內品牌化、專業化及高附加值零售業態的發展提供重要支持。

浙江省人均消費支出(2019年至2024年)



資料來源：中國國家統計局

## 行業概覽

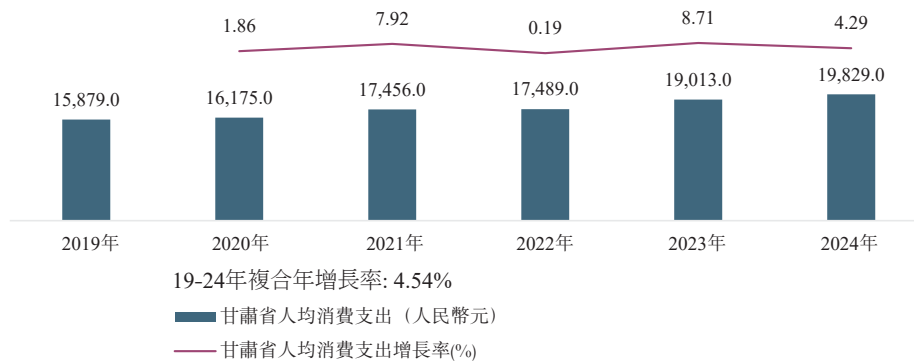
### 甘肅省：消費能力持續提升的發展中消費市場

甘肅省為中國西部具代表性的內陸省份。儘管其絕對收入及消費水平仍低於較發達的沿海省份，但近年居民消費基礎持續改善。於2024年，省內居民人均可支配收入及人均消費支出分別為人民幣26,612元及人民幣19,829元，顯示居民購買力及消費潛力逐步提升。

於2024年末，甘肅省常住人口為24.6百萬人，城鎮化率為56.83%，反映該省仍處於城鎮化持續推進及零售市場逐步發展階段。因此，隨著收入增長及城鎮擴張，該省消費需求持續擴大，為連鎖零售及高性價比消費產品進一步滲透提供有利的宏觀環境。

於甘肅省內，蘭州市為主要地級消費市場。作為省會及中國西北地區重要交通物流樞紐，2024年蘭州市城鎮居民人均可支配收入為人民幣50,489元，人均消費支出為人民幣32,312元。同年，蘭州市常住人口達4.4百萬人，城鎮化率為85.83%。蘭州市相對集中的城鎮人口基礎及樞紐地位，支持甘肅省連鎖化、專業化及服務型零售業態持續發展。

甘肅省人均消費支出(2019年至2024年)



資料來源：中國國家統計局

### 中國眼鏡零售行業概覽

眼鏡零售行業指通過線下實體店、線上平台或全渠道模式，向終端消費者銷售各類眼鏡及相關產品，並提供驗光配鏡及交付相關的專業服務的零售活動。

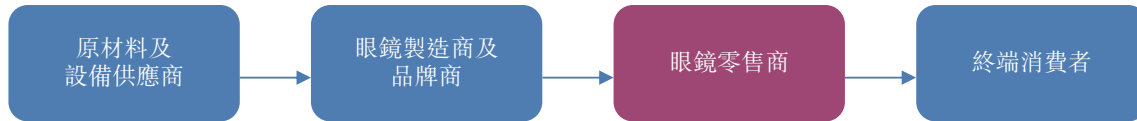
產品通常包括處方眼鏡、成品眼鏡、以及隱形眼鏡及護理液。服務通常包括驗光及參數採集、產品選擇及試戴指導、鏡片裝配／加工及交付、佩戴調整以及售後維護及隨訪。

此定義不包括由醫院眼科或其他醫療機構提供的診療服務產生的醫療服務收入。就「驗配中心／視力中心」而言，主要由眼鏡零售商／連鎖店運營且以眼鏡驗配為主要服務的納入本行業範圍；而由眼科醫院或其他醫療機構系統運營的，則視為醫院渠道。

### 價值鏈分析

中國眼鏡零售行業價值鏈，從上游供應到終端消費市場，可大致劃分為四個環節：(i) 源頭環節，包括眼鏡製造所需的原材料及設備供應商；(ii) 上游環節，包括眼鏡製造商及其自有眼鏡品牌；(iii) 中游環節，包括眼鏡零售商；以及(iv) 下游環節，包括終端消費者。

## 行業概覽



### I. 源頭：原材料及設備供應商

源頭供應環節主要包括鏡片及鏡架材料／耗材的供應商，以及眼鏡生產及終端驗配／驗證所需的設備／儀器供應商，為製造及零售／服務運營提供基本投入。

### II. 上游：眼鏡製造商及品牌商

上游製造環節主要涵蓋鏡片、鏡架、隱形眼鏡及某些成品眼鏡(例如太陽鏡及老花鏡)的生產及品牌運營。製造商通常通過直銷、分銷及／或定制合作模式向零售商供貨。部分廠商還發展自有品牌，並通過直營店或合作夥伴渠道觸達消費者。

### III. 中游：眼鏡零售商

中游零售及服務交付環節是眼鏡零售價值鏈的核心。價值創造超越產品交易本身，延伸至基於驗光及裝配的專業能力、店內體驗及信任建立，以及由此產生的複購及客戶管理。

市場目前仍以線下店舖為主導，實體店承擔大部分驗光、試戴及交付功能。主要零售業態包括：

- **專業連鎖眼鏡零售商：**專注於視力保健驗配及專業服務，流程相對標準化，售後及會員運營能力較強。
- **快時尚眼鏡零售商：**強調時尚／配飾屬性及產品上新速度，定價多面向大眾市場，並通過多樣款式引導消費者購置多副眼鏡。
- **倉儲式眼鏡零售商：**定位於性價比及促銷，通過規模化陳列及直接採購優化成本結構。
- **獨立店舖：**單店業主自營為主，較為分散，服務於有本地驗配需求及基本售後服務的社區及下沉市場。

在連鎖擴張中，直營店與加盟店相結合的模式較為常見，能夠以較輕的資本投入實現更快的網絡覆蓋。中國眼鏡零售行業的加盟模式，涵蓋從輕量的純供貨、品牌授權、區域代理安排，到總部對採購、營運及服務標準具有較強管控力的管理模式。由於對驗光準確度、配鏡品質及售後服務的要求較高，且隨著競爭日益轉向更專業化、品牌化及標準化的營運，領先從業者通常會對加盟店施加更強的控制，以提升服務一致性、維持定價紀律、保護品牌聲譽，並支持加盟網絡的長期穩定性。

中國相當大比例的線下及加盟眼鏡店乃由獨資經營者或中小型企業實體營運。由於其規模相對有限且財務系統較不標準化，部分此類營運商在開立企業銀行賬戶時可能面臨實際困難。在此背景下，透過第三方付款人進行結算在業內較為普遍，此舉有助於促進及時的付款結算並提高交易效率。

與此同時，線下主導的零售商正在加強線上觸達及交易能力，逐步形成O2O模式：線上渠道逐步支持標準化品類的直銷，而對於需驗光參數的處方驗配產品，線上觸點主要促進內容觸達、預約引流及優惠券／支付，驗光、試戴、加工／交付及售後則在線下門店完成。電商平台的發展也支持了線上主導型供應，提高了價格透明度及消費者觸達，並進一步推動了行業內的全渠道協同及服務能力升級。

## 行業概覽

### IV. 下游：終端消費者

下游終端用戶需求是眼鏡零售價值創造的最終歸宿。消費需求的變化直接塑造上游製造及中游零售的發展方向。按年齡結構及需求劃分，核心消費群體包括青少年近視防控群體、中老年群體以及有多元化需求的年輕消費者。

#### 成本分析

中國眼鏡零售商核心成本項目	佔銷售收入比例
已售商品成本	30–35%
租金開支	15–20%
人工成本	15–20%
營銷開支	3–10%
經營開支	~5%

資料來源：歐睿國際

眼鏡零售商的核心成本項目主要包括已售商品成本、租金開支、人工成本、營銷開支及經營開支。

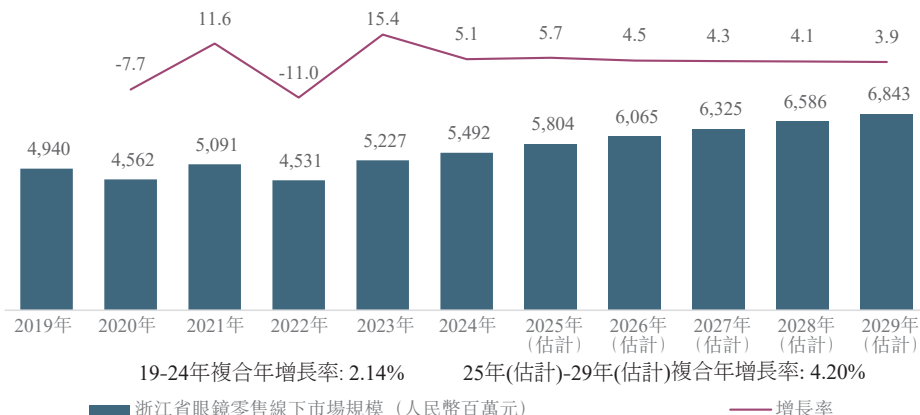
- (1) 已售商品成本通常是最大的成本項目，主要受採購模式、產品組合及定價策略驅動。
- (2) 租金開支主要取決於門店位置、門店模式及商圈質量。
- (3) 人工成本主要包括門店經理、銷售人員、驗光師及眼鏡裝配和磨邊人員的薪酬。
- (4) 營銷開支主要包括為獲取客流量、客戶轉化及會員運營產生的開支。
- (5) 經營開支主要包括日常門店營運及後台支持成本。

#### 市場規模分析

##### 浙江省線下眼鏡零售市場

浙江省是中國重要的眼鏡產業集群地區之一。溫州甌海、台州等產業帶在設計、生產、銷售及相關配套服務方面具備相對完整的能力，這在款式迭代、供應響應及補貨效率方面提升了該省的零售市場水平，同時也為區域加工中心及快速響應供應鏈模式提供了產業基礎。按零售額計，浙江省線下眼鏡零售市場由2019年的人民幣4,940百萬元波動增長至2024年的人民幣5,492百萬元，複合年增長率約為2.14%。其預計於2029年(估計)將進一步擴大至約人民幣6,843百萬元，2025年(估計)至2029年(估計)的複合年增長率約為4.20%。2024年，全省約有8,100家眼鏡零售店。

2019年至2029年(估計)浙江省線下眼鏡零售行業市場規模(按零售額計)



資料來源：歐睿國際

## 行業概覽

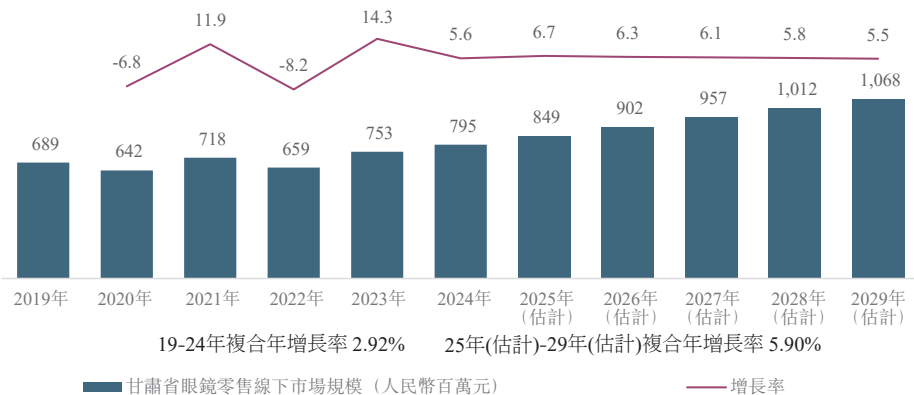
浙江省內的城市層面，杭州及紹興為兩大代表性眼鏡消費市場。作為省會及長三角重要城市，杭州市居民收入水平相對較高，青年就業人群較為集中，且近距離用眼場景頻繁，共同支撐了視光矯正、功能性鏡片、舒適型鏡架及驗配服務等方面的相對穩定需求。同時，杭州在青少年近視防控、數字化零售與線上線下融合等方面的發展相對較快，有望進一步帶動本地眼鏡零售市場在產品與服務模式上的持續迭代。紹興的人口基礎與居民消費結構較為穩定，近年來隨著居民收入水平提升、標準化驗配服務接受度提高，以及兒童青少年視力健康管理工作的持續推進，當地市場需求正逐步從一次性交易，轉向更重視專業服務、復購管理與長期視光服務的模式。

展望未來，浙江省線下眼鏡零售市場有望持續受益於青少年近視防控體系進一步完善、居民消費升級、人口老齡化以及功能性產品滲透率提升。除傳統的視力矯正需求外，功能性鏡片、漸進多焦點鏡片、抗疲勞產品及個性化定製驗配服務有望實現更廣泛的滲透。同時，線下門店或將從基礎驗配功能，進一步向篩查、複查、視疲勞管理等增值服務延伸，進而支撐行業穩健增長。

### 甘肅省線下眼鏡零售市場

總體來看，甘肅省線下眼鏡零售市場規模相對較小，市場供給仍以分散型門店為主。然而，隨著民眾眼健康意識不斷提升、行業監管逐步規範，以及連鎖化、標準化運營模式的逐步滲透，省內市場仍具備進一步發展的空間。從零售額來看，甘肅省線下眼鏡零售市場從2019年的6.89億元人民幣增長至2024年的7.95億元人民幣，複合年增長率約為2.92%，預計到2029年將進一步擴大至約10.68億元人民幣，預計2025年至2029年的複合年增長率約為5.90%。2024年，全省約有2,000家眼鏡零售門店。

2019年至2029年(估計)甘肅省線下眼鏡零售行業市場規模(按零售額計)



資料來源：歐睿國際

在甘肅省內，蘭州是主要的地級市場。作為甘肅省省會及西北地區重要的交通物流樞紐，蘭州人口基礎較為集中，城市消費基礎相對紮實，為更規範化、專業化的眼鏡零售服務提供了發展條件。近年來，隨著青少年視力篩查、校園視力健康管理及相關行業監管工作的持續推進，蘭州眼鏡零售市場的剛性需求基礎進一步鞏固。同時，隨著當地消費者對專業驗光、合規配鏡服務及知名品牌的關注度提高，矯正類產品、青少年產品、耐用型鏡架及部分功能性鏡片的需求也有望持續增長。

## 行業概覽

從全省範圍來看，甘肅省眼鏡零售市場仍處於持續規範化、逐步升級的階段。未來，隨著近視防控、眼健康教育與行業標準化等相關政策的不斷推進，消費者對專業服務、合規門店及品牌產品的重視程度有望進一步提升。同時，線下零售商或將從單一的产品銷售，逐步拓展至涵蓋驗光、配鏡、複查與舒適度管理等更全面的服務能力，數字化工具亦有望助力門店提升獲客、復購、補貨效率與優化庫存管理。在基數相對較低、下沉市場持續滲透、供給端逐步優化的共同支撐下，甘肅省線下眼鏡零售市場預計在預測期內將保持相對較快的增長。

### 零售商分析

中國線下眼鏡零售市場的不同零售業態，在服務深度、目標客群與客單價等方面呈現出較為明顯的差異，以適配不同的消費場景與消費者需求。

維度	專業連鎖 眼鏡零售商	快時尚 眼鏡零售商	倉儲式 眼鏡零售商	獨立 眼鏡店
地理分布	全國性連鎖與區域龍頭連鎖共存；跨市/跨省擴張較為常見	通常覆蓋全國，但門店更集中在消費力較強、商場資源成熟的城市群	地理分布多為區域性或地方性，門店通常圍繞價格敏感型客群建立	全國佈局廣但高度分散，門店通常服務於當地社區或縣級市場
服務與設備能力	通常具備較完整的驗光、配鏡、鏡片加工/交付，售後配套服務體系完備	通常具備標準化驗光和常規配鏡能力，更強調效率與購物體驗，而非深度視力健康篩查	通常具備基本驗光和常規配鏡能力，人員配置較精簡，服務流程更簡單，設備投資更受控	通常提供基本驗光及售後維修服務；服務深度及設備差異較大，高度依賴店主/驗光師
目標客戶	家庭、學生及家長、上班族，以及對度數準確性、漸進鏡片或服務保障更敏感的消費者	年輕消費者、學生、白領，以及有造型或多副配鏡需求的用戶	價格敏感型家庭、有眼鏡更換需求的消費者及務實型購買者	附近居民、老年消費者、本地回頭客及便利性導向型購買者
平均眼鏡購買價格	通常約為人民幣800-1000元	通常約為人民幣600-800元	通常約為人民幣300-400元	通常約為人民幣300-400元

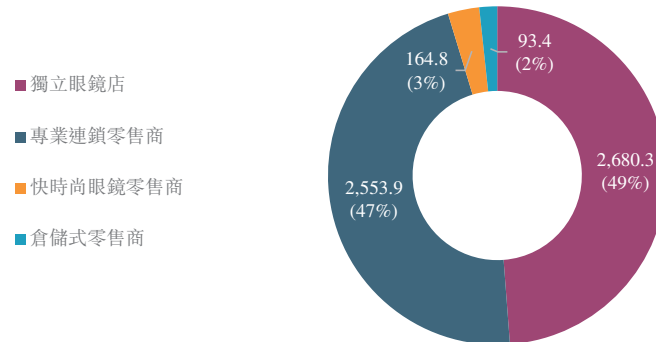
浙江省線下眼鏡零售市場呈現出較為均衡的雙元主導結構，其中獨立門店與專業連鎖零售商分別佔據約49%與47%的市場份額。

這主要受到兩方面因素推動。首先，浙江省擁有相對成熟的眼鏡產業基礎，為市場提供了高效的產品供給效率、補貨靈活性及款式更新速度，進而惠及獨立門店與專業連鎖零售商。其次，浙江省消費者對處方精準度、服務標準化及售後保障的重視程度相對較高。在行業監管加強與服務標準提升的背景下，專業連鎖零售商憑藉標準化運營與較為完善的服務體系，取得了較高的市場份額；與此同時，獨立門店則依託社區覆蓋、本地客群關係與經營靈活性，持續保持競爭力。

## 行業概覽

未來，隨著消費者對專業服務、功能性產品及售後保障的重視程度不斷提高，市場份額預計將持續向具備更強專業服務能力與更完善標準化運營體系的零售商集中。

### 2024年浙江省眼鏡零售行業的零售商劃分情況(按零售額計)



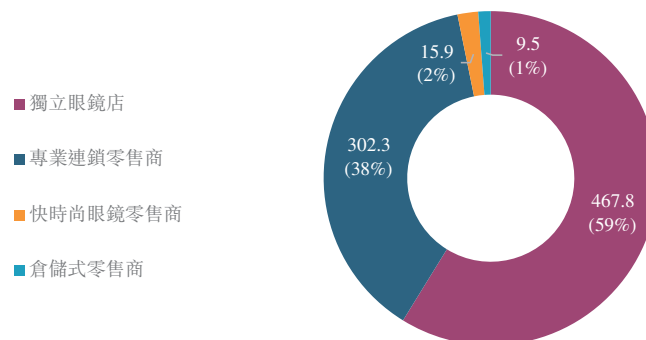
資料來源：歐睿國際

甘肅省線下眼鏡零售市場仍以獨立眼鏡店為主導，佔據約59%的市場份額，而專業連鎖零售商已形成可觀的市場佈局，佔比約為38%。

這一市場結構主要由以下因素推動。首先，甘肅省市場基礎仍較為分散，社區型與臨街獨立眼鏡店依托其較強的便利性在核心城區以外及下沉市場仍具有較強優勢，支撐其相對較高的市場佔比。其次，隨著行業監管及計量、驗光、配鏡等合規要求持續強化，專業連鎖零售商憑藉更為標準化的運營模式與更完善的服務能力，在核心城市與重點商業區的市場份額逐步提升。相比之下，快時尚與倉儲式業態對購物中心網絡、年輕消費群體及高客流零售環境的依賴度較高，因此在甘肅省內的規模仍然相對有限。

總體而言，甘肅省線下眼鏡零售市場仍處於從分散化向標準化逐步轉型的階段。隨著消費者對專業服務與合規經營的重視程度不斷提高，品牌辨識度較強、專業能力突出、標準化運營體系較為完善的零售商，有望獲得更多的增長機會。

### 2024年甘肅省眼鏡零售行業的零售商劃分情況(按零售額計)



資料來源：歐睿國際

## 市場驅動因素分析

### 多元化的消費者需求

眼鏡消費正從單一用途的視力矯正，演變為涵蓋近視管理、視覺舒適度及時尚搭配的更廣泛需求。根據國家疾病預防控制中心發佈的監測數據，2022年全國兒童青少年總體近視率為51.9%，支撐了相對穩定的需求基礎以及功能性鏡片與複查等服務型消費。與此同時，勞動年齡層消費者頻繁使用電子屏幕，增加了對細分解決方案(如濾藍光及抗疲勞)的需求，而人口老齡化則提高了對漸進多焦點鏡片等更複雜配鏡解決方案的興趣。

## 行業概覽

### 提升線上觸達及流量獲取

在過去3至5年，獲取客戶的方式已日益從自然到店流量轉向「線上觸達→預約／領取優惠券→店內驗光及服務」的模式。短視頻、本地服務及社交平台已成為門店更具可控性的流量入口。電商渠道亦提高了更標準化類別的購買便利性。整體而言，線上渠道並未取代線下驗光及服務，但其已實質重塑獲客及轉化流程。

### 政策支持及監管標準化

《眼鏡製配計量監督管理辦法》等規定加強了對驗光配鏡計量器具及檢測設備的要求，提升了服務交付的合規性及準確性。《醫療器械監督管理條例》將隱形眼鏡及角膜塑形鏡等受醫療監管的產品納入更為嚴格的監管範圍，提高了專業及合規門檻。此外，《「十四五」全國眼健康規劃(2021-2025年)》及《近視防治指南(2024年版)》等政策文件加強了對科學驗光、合規配鏡及隨訪管理的預期，為零售商拓展近視管理及眼健康服務提供了政策方向。

### 限制因素分析

#### 分散的競爭格局加劇同質化競爭

市場呈現門店長尾效應，且集中度相對較低。基礎矯正類產品通常差異化程度有限，因此更容易面臨同質化競爭。網上比價及低價引流的盛行進一步增加價格敏感度，進而可能對缺乏差異化服務能力或品牌溢價支持的門店毛利率空間及盈利穩定性造成壓力。

#### 加大對專業人才及標準化營運的投入

隨著消費者日益重視驗光準確度及服務專業性，零售商對持證人員及專業培訓的依賴程度持續增加。為確保各門店的服務質量保持一致，營運商通常需要在培訓及學徒機制、質量檢查、設備配置及維護，以及基於SOP的流程管理方面持續投入。該等投資在跨區域擴張及特許經營網絡中更為顯著，對資本實力及組織能力提出了更高要求。

#### 消費趨於理性下的增長壓力

眼鏡(尤其是成人處方鏡框)具有耐用品特徵，更換週期較長；因此，行業增長更依賴於功能性產品滲透率、提升客單價及渠道覆蓋等結構性驅動因素。同時，線下流量日益與付費獲客掛鉤，推高了客戶獲取成本及波動性，並對內容營運、媒體優化及到店履約協調能力提出了更高要求。線下渠道優化(關店、遷址及新開門店)亦可能導致一次性成本及短期經營波動。

#### 線下門店網絡優化帶來的過渡性波動

連鎖營運商一直透過關閉或整合表現欠佳的門店、調整選址結構，以及將新增開業門店分配至人流量較穩定的黃金商圈或購物中心，並配合門店形象及體驗升級，以優化其線下門店網絡。雖然該等舉措於中長期內或會提升經營質量，但於短期內或會涉及一次性成本及過渡期影響(例如：關閉及開業／翻新開支、較高的租金／按金及員工調整)，這可能導致收入、盈利能力及現金流量出現暫時性波動及壓力。

### 市場准入門檻分析

#### 合規及牌照壁壘

隱形眼鏡及角膜塑形鏡等受醫療規管的類別需要更為嚴格的經營資質、設施及人員，以確保合規銷售。此外，眼健康相關政策對零售終端的設備標準、流程合規及信息管理提出了更高要求，增加了整體合規成本及准入門檻。

## 行業概覽

### 專業人才及培訓體系壁壘

由於眼鏡零售行業結合了消費零售屬性與專業驗光服務特點，門店端的服務質量較程度上取決於持證驗光及加工技術人員的供應。專業人才培養及認證通常涉及較長週期，而規模化擴張往往需要標準化的培訓及質量控制體系，新進入者難以在短期內複製。

### 品牌及信任壁壘

鑒於眼鏡產品的專業性質及較長佩戴週期，購買決策受品牌背書及店內服務體驗所影響。行業頭部營運商受益於在質量控制、供應鏈及門店營運方面累積的聲譽及系統能力，從而增加了新進入者獲取客戶及消費者教育的初始成本。

### 資本要求及可擴展的複製壁壘

門店開業投資通常涵蓋租金、裝修、專業設備、人員配置、營銷及存貨；優質地段及專門設備會進一步增加前期資本開支。跨區域規模擴張亦需要對選址模型、供應鏈系統、人才複製及數字化工具進行投資，此對資本實力及管理能力的要求均提出更高要求。

### 競爭格局分析

#### 按線下零售銷售價值計之浙江省眼鏡零售商品牌排名

按2024年線下零售銷售價值計，毛源昌品牌為浙江省最大的眼鏡零售商品牌，市場份額約為8.8%。

排名	品牌名稱	簡介	2024年線下零售 銷售價值* (人民幣百萬元)	市場份額
1	毛源昌		480.8	8.8%
2	品牌A	一家總部位於杭州的區域性專業連鎖眼鏡零售品牌	417.2	7.6%
3	品牌B	一家總部位於杭州的區域性專業眼鏡連鎖眼鏡零售品牌	368.5	6.7%
前三大			<b>1,266.5</b>	<b>23.1%</b>
總計			<b>5,492.3</b>	<b>100.0%</b>

\*附註：包括自營店及加盟店的銷售額

資料來源：歐睿國際

浙江省的線下眼鏡零售市場呈現競爭格局，多家區域龍頭企業並存，且長尾市場高度分散。整體而言，頭部品牌的市場份額有限，2024年前三大品牌的市場份額為23.1%，且各個品牌的市場份額均低於10%，顯示市場份額仍廣泛分佈於眾多區域連鎖店及獨立門店，尚未形成單一的區域龍頭。

#### 按線下零售銷售價值計之甘肅省眼鏡零售商品牌排名

按2024年線下零售銷售價值計，蘭科達品牌(前稱科達，於2026年3月更名)為甘肅省最大的眼鏡零售商品牌，市場份額約為10.2%。

## 行業概覽

排名	品牌名稱	簡介	2024年線下零售 銷售價值* (人民幣百萬元)	市場份額
1	蘭科達		80.7	10.2%
2	品牌C	一家總部位於西安的全國性專業連鎖眼鏡零售品牌	38.5	4.8%
3	品牌D	一家總部位於蘭州的區域性專業連鎖眼鏡零售品牌	32.5	4.1%
前三大			151.7	19.1%
合計			795.5	100.0%

\*附註：包括自營店及加盟店的銷售額

資料來源：歐睿國際

甘肅的線下眼鏡零售市場同樣呈現出集中度低，且市場參與者之間分層較為清晰的特點。總體而言，行業頭部的份額仍處於較低水平，前三大經營主體於2024年合共佔市場份額的19.1%，表明供應仍然分散，中小型門店基數龐大，且競爭相對開放。展望未來，競爭格局的演變預計將更多地取決於本地門店覆蓋範圍、專業驗光及履約能力，以及圍繞近視管理等差異化需求組織產品及服務的能力。

### 資料來源

我們已委託獨立市場研究公司Euromonitor International Limited(「歐睿國際」)就中國眼鏡零售業進行分析並編製報告(歐睿報告)，以供本文件「行業概覽」之用。歐睿報告由我們委託編製，費用為人民幣250,000元，並經歐睿國際同意後予以披露。上述費用並非視其研究或分析結果而定。

於編纂及編製歐睿報告時，歐睿國際採用下列方法收集多方面來源、驗證所收集的數據及資料，並以其他各方資料及意見交互核對各調查對象的資料及意見：

- 次級研究涉及審核已刊發的來源及官方來源、專業行業刊物、行業協會及公司報告(包括可取得的經審核財務報表)以及獨立調查報告。本報告亦利用了歐睿的專有數據庫Passport。
- 初步研究涉及與抽樣選出的領先行業參與者及專家進行訪談，以掌握最新數據及對歷史與未來趨勢的見解，輔以核實與交叉查證數據及研究估算，確保一致性。
- 審閱及核對所有來源，並進行獨立分析以得出最終估計。該等因素包括影響眼鏡零售業的規模、形態、驅動因素、未來趨勢及競爭格局。

於編製歐睿報告時，歐睿國際採納了下列假設：

- 中國眼鏡零售業預計於預測期內將保持穩定增長；
- 預期社會、經濟及政治環境於預測期間維持穩定；及
- 預期主要市場驅動因素將繼續支持行業發展。

除另有說明者外，本節所有資料及預測乃取自歐睿報告。我們的董事確認，經合理謹慎考慮後，本節所用資料的來源乃屬可靠且概無誤導性，並且自歐睿報告日期起，整體市場資料並無發生重大不利變動，以對有關資料造成重大保留、抵觸或影響。