

行業概覽

下文一節的資料部分取自多個公開的政府來源、市場數據提供商及其他獨立第三方來源。此外，本節及本文件其他章節載有摘錄自一份供載入本文件的Ipsos報告的資料。本集團並無理由相信，有關資料在任何重大方面屬虛假或具誤導性，或遺漏任何事實而致使有關資料在任何重大方面屬虛假或具誤導性。除Ipsos對Ipsos報告中所載資料進行獨立核實外，本集團、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或本集團或其各自的任何聯屬人士、董事或顧問或任何參與[編纂]的其他人士並無對有關資料進行獨立核實，且並無對其公平性、正確性及準確性發表聲明。因此，閣下不應過度依賴有關資料或統計數據。

摘錄自Ipsos報告的資料反映根據樣本估計的市況，主要作為市場調查工具而編製。凡提及Ipsos不應視為Ipsos就任何證券價值或投資於本集團是否可取而發表的意見。董事相信摘錄自Ipsos報告的資料來源為有關資料的適當來源，並且在摘錄及轉載有關資料時已合理審慎行事。

資料來源及可靠性

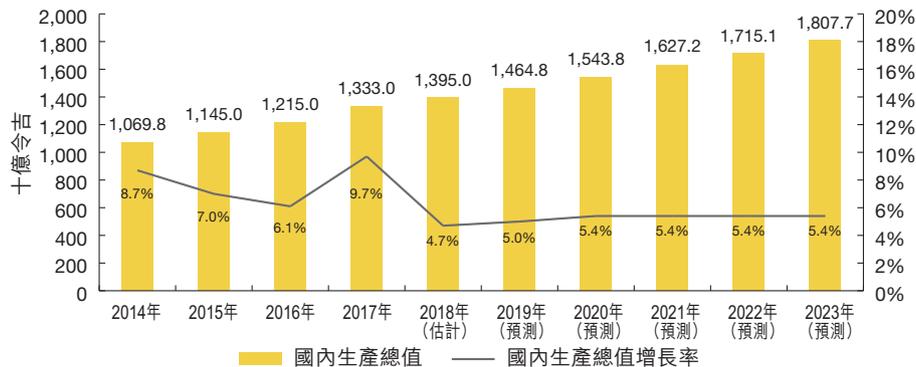
本集團已委聘獨立市場研究公司Ipsos分析及報告馬來西亞於2014年至2023年期間眼鏡零售市場的行業發展及競爭格局，委聘費用為350,000港元。Ipsos為獨立市場研究公司，是全球最大的研究公司之一，旗下員工約16,000人，遍及全球88個國家。Ipsos從事市場概況、市場規模分析、份額及板塊分析、分銷及價值分析、競爭對手追蹤及企業情報的研究。編撰Ipsos報告時，Ipsos按下列方式取得及收集數據和情報：(a)進行案頭研究，涵蓋政府及監管機構統計數據、Ipsos報告及分析報告、行業協會、行業期刊以及來自Ipsos研究數據庫的其他網上資料來源及數據；(b)進行客戶諮詢，以取得有關本集團的背景資料；及(c)透過訪問主要利益相關者及行業專家進行第一手資料研究。Ipsos收集的資料及數據已使用Ipsos的內部分析模型和技術進行分析、評估及驗證。Ipsos使用的方法乃以多個層面收集得來的資料為依據，因此能夠交叉比照有關資料，確保其準確性。除另有說明外，本節所載全部數據及預測乃來自Ipsos報告、各種政府官方刊物及其他刊物。

馬來西亞宏觀經濟環境概覽

於2014年至2018年，馬來西亞國內生產總值穩定增長。自2014年至2018年，經濟從約10,698億令吉增長至約13,950億令吉，複合年增長率約為6.9%。馬來西亞有利的司法框架、堅實的基礎設施、技術嫺熟的勞動力、穩定的政治環境及有利的稅收制度增強了馬來西亞的經濟競爭力。與2017年相比，2018年經濟增速同比放緩至約4.7%，主要受政府支出合理化及選舉後政策不確定性等一次性因素的影響。預計馬來西亞國內生產總值按複合年增長率約5.4%增長，從2019年的約14,648億令吉增加到2023年年底的約18,077億令吉。2019年之後，預計馬來西亞的經濟將保持彈性，反映出多年來成功緩解外部衝擊影響的多元化及開放的經濟。

行業概覽

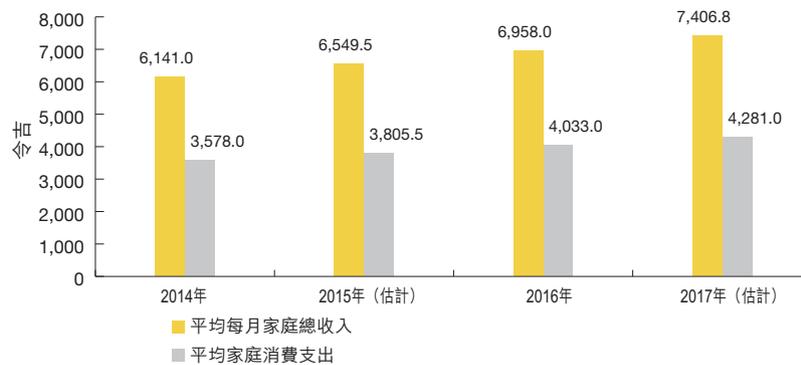
下表載列馬來西亞2014年至2023年國內生產總值及國內生產總值增長率：



資料來源：馬來西亞統計局；Ipsos研究及分析

隨著馬來西亞國內生產總值的增加，自2014年至2017年，平均每月家庭總收入亦穩定增長。馬來西亞平均每月家庭總收入由2014年的6,141.0令吉增至2017年的約7,406.8令吉，複合年增長率約為6.4%。馬來西亞的經濟發展，加上對眼部健康意識增長及對防護光學產品的需求亦促進了馬來西亞眼鏡零售市場的發展。同時，馬來西亞平均每月家庭消費支出由2014年的約3,578.0令吉增至2017年的約4,281.0令吉，複合年增長率約為6.2%。隨著家庭購買力增強，平均每月家庭總收入的增長可持續鼓勵更高的產品及服務消費。

下表載列自2014年至2017年馬來西亞的(i)平均每月家庭總收入及(ii)平均家庭消費支出：



資料來源：馬來西亞統計局；Ipsos研究及分析

附註：

- 2014年及2016年為馬來西亞統計局公佈的實際數字。由於數據不可使用，2015年及2017年的數據乃由Ipsos估計。「E」指Ipsos的估計。
- 2018年的數據目前尚未獲得，一旦獲得有關資料將會更新(2019年第4季度)。

馬來西亞眼鏡零售市場概覽

眼鏡零售市場由通過銷售不同光學產品及為視力障礙(如近視、遠視及老視)客戶提供定制光學產品處方從而提供眼科護理服務的專業眼鏡零售店組成。隨著對眼部健康意識的提高及對防護光學產品的需求，太陽眼鏡亦成為光學產品零售商提供的主要產品之一。馬來西亞的光學產品零售商通常會提供眼部檢查及處方服務，並向客戶銷售鏡框、太陽眼鏡、鏡片及隱形眼鏡等產品。

行業概覽

馬來西亞眼鏡零售市場之市場規模

馬來西亞眼鏡零售市場之市場規模自2014年的1,507.9百萬令吉增至2018年的1,892.3百萬令吉，複合年增長率約為5.8%。馬來西亞的經濟發展，加上眼部健康意識不斷增長及對防護光學產品的需求亦促進了馬來西亞眼鏡零售市場的發展。因此，光學產品（特別是被視為必需品的處方眼鏡及隱形眼鏡）的需求預期將持續增長。自2014年至2018年，該國近視及遠視率不斷上升亦促進眼鏡零售市場的穩步發展。由於部分著名的國際時尚品牌於該國內建立彼等專賣店，時尚意識不斷增強，光學產品成為消費者潮流及時尚的一種類型。

自2019年至2023年的預測期內，行業收益預期將以類似的速度增長，複合年增長率約為5.9%。馬來西亞眼鏡零售市場預計將在預測期內繼續增長，乃由於智能手機、平板電腦及計算機等技術設備的高使用率導致視力障礙情況持續增加。除此之外，紫外線防護、防藍光及及變色及漸進式等功能性鏡片的創新光學產品的推出預計將增加對光學產品的需求。隨著越來越多的人群需要進行視力矯正，由於創新光學產品的出現，預期的需求增長將繼續推動馬來西亞的眼鏡零售市場發展。

下表載列自2014年至2018年馬來西亞眼鏡零售市場之市場份額、市場分部類型明細及自2019年至2023年的預測：



資料來源：Ipsos研究及分析

高端分部

高端光學產品之增長主要由主要自海外進口的高端光學產品價格的不斷上漲及選擇知名奢侈品牌的人群越來越講究所推動。於預測期內，高端分部估計將以最慢的速度增長。增長率放緩可解釋為由於中美之間預計貿易爭端，馬來西亞林吉特的波動性可能推動優質產品價格上漲，其可能會影響對高端分部產品的需求。

中端分部

就中端分部而言，自2014年至2018年，市場發展落後於大眾分部及高端分部，乃主要由於消費者偏好的變化。一方面，由於產品價格較低，部分消費者對購買OEM/ODM光學產品更感興趣。另一方面，不斷增長的馬來西亞中產階級表明，部分擁有更強購買力的消費者更有興趣購買奢侈品牌的光學產品。於2023年，中端分部的增長預計將持續貢獻最大部分的行業收益，佔約37.3%的

行業概覽

市場份額。穩定增長預計受馬來西亞中等收入人群的不斷增長推動。隨著平均家庭收入持續增長，較大部分人口更願意選擇更優質及品牌光學產品，為中端分部的光學產品提供更穩定的需求。

大眾市場分部

大眾市場分部的增長可通過光學產品零售商不斷努力向市場提供大量OEM光學產品解釋，OEM光學產品與其他品牌產品相比價格通常較低。大眾市場分部預期將在三個市場分部中按約6.6%的複合年增長率錄得最強勁收益增長。同時，中端分部及高端分部預期將分別按約6.2%及約4.7%的複合年增長率增長。

按產品類型劃分的市場規模

下表載列自2014年至2023年馬來西亞按產品種類劃分的眼鏡零售市場的市場規模的明細：

年份	鏡片		鏡框		隱形眼鏡		太陽眼鏡		總計	
	金額	佔總收益百分比	金額	佔總收益百分比	金額	佔總收益百分比	金額	佔總收益百分比	金額	佔總收益百分比
	百萬令吉	%	百萬令吉	%	百萬令吉	%	百萬令吉	%	百萬令吉	%
2014年	534.2	35.4	385.8	25.6	261.3	17.3	326.5	21.7	1,507.9	100.0
2015年	561.3	35.4	401.7	25.3	282.9	17.8	339.9	21.4	1,585.9	100.0
2016年	588.4	34.9	417.2	24.8	307.2	18.2	370.8	22.0	1,683.7	100.0
2017年	623.7	35.1	438.1	24.7	328.8	18.5	385.6	21.7	1,776.2	100.0
2018年	667.4	35.3	464.4	24.5	351.8	18.6	408.7	21.6	1,892.3	100.0
2014年至2018年複合年增長率(%)	5.7%		4.7%		7.7%		5.8%		5.8%	
2019年(預測)	703.7	35.3	483.7	24.3	373.0	18.7	432.5	21.7	1,992.9	100.0
2020年(預測)	742.0	35.4	503.7	24.0	395.6	18.8	457.6	21.8	2,098.9	100.0
2021年(預測)	782.4	35.2	527.2	23.7	426.7	19.2	484.1	21.8	2,220.4	100.0
2022年(預測)	825.0	35.1	551.8	23.5	460.2	19.6	512.2	21.8	2,349.3	100.0
2023年(預測)	879.9	35.2	577.5	23.1	499.2	20.0	545.7	21.8	2,502.3	100.0
2019年(預測)至2023年(預測) 複合年增長率(%)	5.7%		4.5%		7.6%		6.0%		5.9%	

資料來源：Ipsos研究及分析

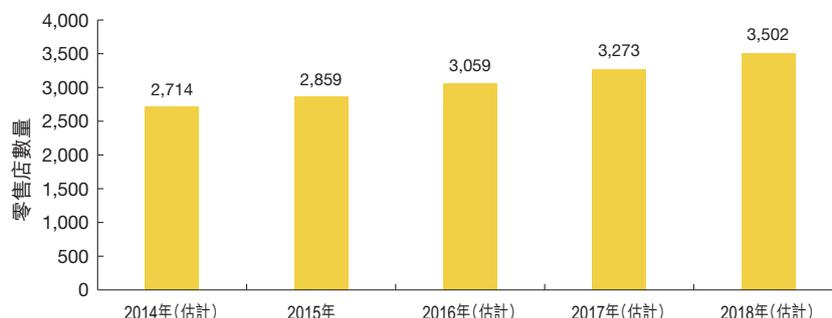
自2014年至2018年，於各類光學產品中，隱形眼鏡的增長最為強勁，而鏡框的增長則最為緩慢。鏡片的銷售量增長歸因於鏡片的額外功能(例如紫外線防護及抗藍光)。此外，視力障礙增長及人口老齡化導致更多人需要眼鏡，從而亦促進鏡片和鏡框的收益增長。同時，隱形眼鏡銷售價值增長乃很大程度上乃由於引入擁有更優特徵的先進鏡片(如透氣眼鏡，其向客戶提供更大的舒適感並解決長期使用導致的眼睛干涉及發紅等痛點)。就太陽眼鏡產品而言，銷售價值增長乃主要由馬來西亞對紫外線防護的意識的提高，太陽眼鏡的需求及銷售量不斷增加所推動。

展望未來，自2019年至2023年，於各類光學產品中，隱形眼鏡預計將持續錄得強勁增長，而鏡框的增長最為緩慢。密切追蹤整體眼鏡零售市場的增長，鏡片及鏡框的銷售量增加可歸因於人們視力損壞狀況不斷增加及人口老齡化。此外，鏡片的額外功能(如紫外線防護、防藍光及過渡鏡片)將增加鏡片的銷售價值。此外，隱形眼鏡將繼續由更新及價值更高的產品推動，該等產品的特徵為解決消費者因長期使用導致的痛點(如眼鏡干涉及紅腫)。此外，太陽眼鏡銷售價值的預期增長可由對紫外線防護意識的增長連同銷售太陽眼鏡的線上零售平台增多所闡釋。

行業概覽

馬來西亞眼鏡零售店數量

目前，約80%的眼鏡零售店乃位於馬來西亞西部，大部分馬來西亞人口聚集於此處，而餘下20%的眼鏡零售店乃位於馬來西亞東部。下表載列2014年至2018年馬來西亞眼鏡零售店數量：



資料來源：馬來西亞統計局；Ipsos研究及分析

附註：馬來西亞統計局進行的經濟普查中每五年報告一次馬來西亞眼鏡零售店的數量。2014年、2016年、2017年及2018年之數據乃由Ipsos基於眼鏡零售市場歷史數據的內部計算估計。「E」指Ipsos的估計。

馬來西亞眼鏡零售店數量由2014年的約2,714家店舖按約6.6%之複合年增長率增至2018年的約3,502家店舖。眼鏡零售店數量增長乃主要歸因於眼鏡零售市場的增長，乃主要由於透過推出新零售店擴張零售網絡來迎合不斷增長的客戶基礎及光學零售產品的需求。2014年至2018年新購物商場數量不斷增加亦為光學產品零售商在新開業商場內設立眼鏡零售店提供了機會。新開業商場通常於首年提供折扣租金以吸引租戶及增加入駐率。於2019年至2023年預測期間，據估計，眼鏡零售店的數目將按約5.6%的複合年增長率增長。儘管因中美貿易戰導致的經濟不確定性及較低的消費者情緒預期將略微減小增長動力，但於主要城市開設的數個大型新購物商場以及私營商業場所租金的預期下行壓力仍將作為主要光學產品零售商持續擴張零售網絡的關鍵推動因素，從而於近期增加眼鏡零售店的數目。

馬來西亞眼鏡零售市場成本分析

馬來西亞私人商業物業租金

下表載列2014年至2023年馬來西亞選定城市私人商業物業的最低及最高租金：



資料來源：Ipsos研究及分析

吉隆坡每平方米最低租金由2014年的約113.7令吉按約10.3%的複合年增長率增至2018年的約168.0令吉。然而，吉隆坡每平方米最高租金經歷較為緩慢的增長，由2014年的約204.6令吉按約8.5%的複合年增長率增至2018年的約283.5

行業概覽

令吉。同時，亞庇的每平方米最低租金由2014年的約64.6令吉按約-10.2%的複合年增長率減少至2018年的約42.0令吉。然而，亞庇的每平方米最高租金由2014年的約229.7令吉按約5.4%之複合年增長率增至2018年的約283.5令吉。於新山，每平方米最低租金按約6.3%的複合年增長率由2014年的約43.2令吉增至2018年的約55.1令吉，而其每平方米最高租金按約-2.2%的複合年增長率由2014年的約110.2令吉減少至2018年的約100.9令吉。2018年租金增長下降及減緩乃主要由於大量新物業湧入後供應增長以及現有的供應過剩。

於預測期間，吉隆坡每平米最低租金預計將以複合年增長率約2.3%從2019年的約169.5令吉緩慢增加至2023年的約185.4令吉。同時，吉隆坡每平米最高租金預期將以複合年增長率約2.9%從2019年的約286.1令吉略快速增加至2023年的約321.2令吉。於亞庇，每平米最低租金預計將以複合年增長率約1.6%從2019年的約42.4令吉增加至2023年的約45.1令吉，而每平米最高租金預期將以複合年增長率約1.0%從2019年的約286.0令吉增加至2023年的約298.1令吉。同時，新山每平米最低租金預計將以複合年增長率約1.2%從2019年的約55.4令吉增加至2023年的約58.2令吉。每平米最高租金預期將以複合年增長率約0.7%從2018年的約101.2令吉增加至2023年的約104.2令吉。展望未來，由於預計高供應量將繼續超過需求，預計馬來西亞私人商業物業租金的增長將放緩。新商場及商業開發的完工以及現有物業的擴建預計將增加租金的下行壓力。然而，年度租金上調及高端購物中心完工導致的租金率上漲預計將抵銷租金的價格壓力，使未來馬來西亞私人商業物業的租金溫和增長。

馬來西亞從事眼鏡零售市場僱員的平均月薪

馬來西亞眼鏡零售市場僱員主要由專業人士及銷售及服務人員組成。下表載列2014年至2023年馬來西亞(i)從事專業服務行業僱員，及(ii)從事銷售及服務行業僱員的平均月薪：



資料來源：馬來西亞統計局；Ipsos研究及分析

附註：

1. 平均月薪乃根據2013年馬來西亞標準職業分類(MASCO)進行劃分。
2. 2018年數據於研究後一年度第四季度公佈。
3. 服務及銷售工人包括於批發及零售店及相似設施內以及貨攤及市場中展示及銷售商品的工人。專業人士包括應用科學概念及理論的人士。驗光師及配鏡師被分類為其他健康專業人士小組。

行業概覽

於2014年至2018年，從事專業服務僱員的平均月薪按約5.5%之複合年增長率增長，而從事銷售及服務行業的僱員的平均月薪按約4.2%之較低複合年增長率增長。於2019年至2023年預測期間，從事專業服務的僱員的平均月薪將以複合年增長率6.0%快速上升，而從事銷售及服務行業的僱員的平均月薪將以複合年增長率4.5%增長。

專業人士月薪增長率更高乃主要由於專業服務需求增加。配鏡師及驗光師持續搶手，原因為僅持牌驗光師及配鏡師被允許進行眼部診斷測試、開具處方及配發光學產品。由於視力障礙的人數不斷上升及銷售光學產品的零售店的數量日益增加，故對持牌驗光師的需求不斷增加。日後，從事專業服務僱員平均工資預期將持續增長，並維持高於全國平均的水平，乃由對專業人士的需求增加所驅動。

與之相對，從事銷售及服務行業僱員的進入壁壘較低，教育或資格要求亦較低，從而導致平均月薪較少。由於政府持續透過最低工資等政策實施增加全國平均工資，預期從事銷售及服務行業僱員之平均月薪亦將有所增長。

馬來西亞眼鏡零售市場競爭分析

於2017年，馬來西亞共有1,243間光學產品零售商，且全國約有3,273家眼鏡零售店。馬來西亞眼鏡零售市場預期將持續受到馬來西亞穩定的經濟增長，需要視力矯正人群數量增長以及吸引光學產品更高需求的對創新光學產品的引入驅動。眼鏡零售市場的市場規模於2019年至2023年將按約5.9%之複合年增長率增長。

馬來西亞眼鏡零售市場綜合性極強，以大型眼鏡零售連鎖店為主。於2017年，前五大光學產品零售商共佔眼鏡零售市場市場規模約24.9%的市場份額。大型眼鏡零售連鎖店通過若干品牌於全國範圍內運營眾多店舖。通過在全國建立一個大型零售網絡，該等光學產品零售商可從規模經濟中受益並於從分銷商及品牌擁有人處訂購大宗訂單時從折扣中獲利。

儘管該行業以擁有強大品牌認可度及廣泛零售網絡的大型眼鏡零售連鎖店為主導，其餘光學產品零售商通常進行小規模運營，零售網絡發展欠缺。該等光學產品零售商通常以一至兩個獨立商店進行運營且僅佔眼鏡零售市場全部市場規模的極小部分，導致市場分散。由於該等光學產品零售商專注於迎合彼等各自店舖的周邊人群，故彼等的客戶基礎有限。

於2017年，本集團於馬來西亞運營的61家自家零售店、九家特許經營零售店及兩家許可零售店中錄得收益約115.5百萬令吉。本集團為馬來西亞第二大眼鏡零售公司，佔眼鏡零售市場市場份額的約6.5%。

行業概覽

下表載列2017年馬來西亞的五大光學產品零售商：

排名	公司	2017年零售額 (百萬令吉)	市場份額 (%)
1	公司A	145.3	8.2
2	本集團	115.5	6.5
3	公司B	106.1	6.0
4	公司C	39.8	2.2
5	公司D	36.2	2.0
	其他	1,333.3	75.1
	總計	1,776.2	100.0%

資料來源：Ipsos研究及分析、馬來西亞公司委員會

附註：

- 由於約整，若干總數可能與單獨數字的總和不一致。
- 競爭分析乃基於大部分光學產品零售商可獲得的最新曆年的財務資料。
- 本集團的收益摘錄自本集團截至2018年3月31日止年度的經審核財務資料。
- 2018年的數據暫無法獲得。

競爭的因素

品牌聲譽

光學產品零售商的聲譽仍為重要因素，尤其是眼鏡零售市場等專業化零售及服務行業。消費者往往關注產品的真實性、處方眼鏡的準確性、保修、光學產品可提供的範圍及服務質量。由於社交媒體及互聯網仍然十分重要，對眼鏡零售品牌的審核比較寬鬆。因此，良好的品牌聲譽對消費者的決策過程十分重要。強勁的品牌聲譽亦將提高品牌忠誠度及消費者的回購率。

店舖位置及便利性

眼鏡零售市場高度依賴于消費者銷售。因此，大型購物商場等客流量高且客流量大的戰略店舖位置乃為額外優勢。戰略位置及便利性將提高眼鏡零售店的可見性，便於消費者獲得新光學產品、回扣及推廣相關的信息。由於處方眼鏡僅由持牌驗光師或配鏡師開出及配發，處於戰略位置的眼鏡零售店將為處方眼鏡的消費者帶來更多便利。

光學產品的充足性

光學產品選擇範圍廣的眼鏡零售店比其他眼鏡零售店更具優勢。提供各類光學產品將提高滿足消費者偏好及需求的可能性。就價格及品牌而言，廣泛的光學產品將使眼鏡零售店能夠迎合不同經濟狀況的更大批消費者。提供高檔的國際光學產品將使眼鏡零售店滿足更高收入消費者的需求。此外，對受歡迎光學產品的獨家分銷權將增加光學產品零售商的優勢。

主要驅動力及機遇

視力障礙人口數量增加

視力障礙人口的增加（特別是近視情況、兒童及青少年）乃可能由於年輕人對智能手機、平板電腦及計算機等技術設備的使用增加。此外，馬來西亞的人口老齡化亦是導致視力障礙人口數量增加的另一關鍵因素。預計馬來西亞人口

行業概覽

將在2020年老齡化，屆時超過7.0%的人口年齡超過65歲。到2040年，馬來西亞65歲以上的人口預計將增長至約14.5%，並將馬來西亞人口的年齡中位數推高至約38.3歲。老齡人口更容易出現視力障礙，因此對更多光學產品（尤其是處方眼鏡及隱形眼鏡）的需求更高以矯正視力。此外，老齡人口中白內障的高患病率可能需要手術介入治療，從而增加術後對太陽眼鏡的需求。視力障礙人口數量的增加推動對馬來西亞眼鏡零售市場處方光學產品的需求。下表載列自2014年至2023年馬來西亞(i)近視、(ii)遠視及(iii)老視人口數量：



資料來源：Ipsos研究及分析

時尚趨勢

近年來，人們認為韓國流行文化等新流行文化的出現影響了消費者的喜好。由於消費者傾向於購買與最新時尚趨勢同步的新光學產品，預計新趨勢將推動對光學產品的需求。由於光學產品的美學價值成為消費者的關鍵決策因素，快速發展的時尚趨勢預計將推動眼鏡零售市場的增長。

眼部護理意識不斷提升

眼部護理意識不斷提升持續推動馬來西亞眼鏡零售市場的市場發展。隨著馬來西亞經濟更為發達，馬來西亞人正追求更高的生活質量且更為關注彼等眼部健康。自2014年至2017年，每月家庭總收入按6.4%的複合年增長率增長表明馬來西亞人如今擁有更強的購買力，從而促進更高的商品及服務消費，包括光學產品。此外，市場中部分領先的光學產品零售商提供更加全面的眼部檢查服務亦使得公眾更容易接觸到眼部檢查，從而有助於提升對定期進行眼部檢查及保持眼部健康的重要性的認識。因此，眼部護理意識不斷提升將促進對光學產品需求的提升，成為馬來西亞眼鏡零售市場的一項市場推動因素。

威脅及挑戰

新醫療手術

由於新技術將減緩對處方眼鏡、鏡框及隱形眼鏡的需求，因此預計糾正視力障礙的新技術的出現將對眼鏡零售市場產生不利影響。新技術包括LASIK（角膜切割激光矯視手術）、LASEK（激光角膜上皮磨鑲術）、PRK（鐳射屈光角膜切除術）及Epi-LASIK（上皮激光原位角膜磨鑲術）。該等新外科手術能夠永久性地矯正視力障礙，從而減少對處方眼鏡及隱形眼鏡的需求。此外，該等醫療手

行業概覽

術於馬來西亞的費用並不高昂。儘管目前該新醫療手術的採用率相對較低，但該等新醫療手術預計將於未來獲得更大的吸引力，因為其獲得了更好的認可，並為有視力障礙的消費者們提供了永久的解決方案。

依賴於驗光師

眼鏡零售店需滿足與執業持牌驗光師（可開具處方及配製眼鏡及隱形眼鏡）規定有關的相關法律及法規，且未能如此行事可能導致業務虧損，乃由於眼鏡零售店不能銷售處方眼鏡及隱形眼鏡。對持牌驗光師需求不斷增加。驗光師的短缺及高依賴性導致該職業的薪水更高。亦乃由於視力障礙的人數不斷上升及銷售光學產品的零售店的數量日益增加。

假冒產品

假冒產品的興起對眼鏡零售市場構成威脅，導致銷售原裝優質產品的光學產品零售商的銷售額下降。假冒光學產品（特別是假冒品牌太陽眼鏡及眼鏡框）的價格較低，對許多不瞭解假冒產品真實性的消費者很有吸引力。隨著在線零售平台的興起，銷售假冒產品已變得愈加廣泛，且許多消費者都容易買到假冒產品。假冒產品對消費者構成了健康威脅，因為該等產品可能由有害物質製成，並在佩戴時會引起刺激。這會影響眼鏡零售市場的可靠性，因為假冒產品與原裝產品混在一起。

進入壁壘

初始資本投資

馬來西亞的眼鏡零售市場主要由實體店組成。開設一家眼鏡零售店需要很高的初始資本投資。開設一家新店將需要投資，例如租賃店面、按金或購買商業物業的成本、裝修成本、採購用於銷售的光學設備。開設一家店面所需的高額初始資本投資將阻礙新進入者進入馬來西亞眼鏡零售市場。

驗光師及配鏡師

於馬來西亞，開具處方以及配眼鏡及隱形眼鏡僅能由持牌驗光師進行。儘管通過馬來西亞光學理事會所組織考試的配鏡師將獲得開具眼鏡及隱形眼鏡的權利，但該等持牌配鏡師的數量卻很少。因此，大部分眼鏡零售店高度依賴驗光師。目前人均持牌驗光師的低比例進一步增加了僱用持牌驗光師的難度。眼鏡零售市場的新進入者可能在僱用持牌驗光師方面遇到困難，因為現有的大型光學產品零售商被視為更為成熟的僱主。

依賴進口

由於大多數光學產品（如眼鏡鏡片、隱形眼鏡以及品牌眼鏡框及太陽眼鏡等高檔產品）都為進口，馬來西亞的眼鏡零售市場高度依賴進口。此外，馬來西亞只有少數光學產品供應商及分銷商主導著光學產品的進口。因此，沒有可靠往績記錄的新進入者可能難以與該等供應商及分銷商建立關係並購買產品。對進口光學產品的依賴亦使眼鏡零售市場面臨國際貿易的脆弱性風險，如匯率波動及貿易禁運。

本集團的競爭優勢

有關本集團的競爭優勢的詳情討論，請參閱本文件「業務一競爭優勢」。