

2025



眼镜行业 消费趋势报告

▶ 2025年8月 艺恩出品



前言



2025年中国眼镜行业正迎来全面升级阶段，市场规模持续扩大且细分领域差异化发展明显。随着消费者需求日益多元化和场景化，行业呈现出鲜明的技术革新与营销变革特征。在产品端，框架眼镜材质从早期的牛角、玳瑁等天然材料逐步升级为钛合金、TR90高分子等高科技材料，轻量化和智能化成为主流方向；隐形眼镜则通过提升透氧性和含水量技术（如仿生泪膜科技）解决长时间佩戴的舒适度问题。

消费需求方面，框架眼镜消费者最关注佩戴舒适度、镜片适配度和时尚属性，其中减轻鼻梁压迫感和镜腿夹耳问题是核心痛点；墨镜消费受明星效应影响显著，王鹤棣等代言的同款产品带动销售热潮，同时功能性需求如偏光、UV防护也备受重视；隐形眼镜则以舒适度和品牌口碑为关键决策因素，婚礼、约会等社交场景需求增长迅速。

营销层面，小红书和抖音成为主要阵地但策略各异，小红书侧重科普类内容和场景化种草，通过穿搭/美妆类达人传递产品价值；抖音则依托剧情类内容实现破圈传播，腰尾部达人的高性价比投放成为品牌普遍选择。

CONTENTS

01

框架眼镜市场概况与营销趋势

02

墨镜市场概况与营销趋势

03

隐形眼镜市场概况与营销趋势



Part 01

框架眼镜市场 概况与营销趋势





眼睛框架材料持续升级，耐用性与舒适度不断提升

1920年代，眼镜行业在中国起步，主要依赖手工制作

框架材质与工艺：主要采用天然材料，如水晶、牛角、玳瑁等；手工制作，工艺复杂且粗糙

框架产品特征：仅满足基础功能（固定镜片）需求

产业萌芽期：20世纪初~1978年

民营眼镜企业涌现，市场竞争逐渐加剧

框架材质与工艺：引入金属与塑料材质，如铜、镍等；工业化生产

框架产品特征：产品仍以功能性为主，耐用性得到提升

快速发展期：1978~2000年

市场规模迅速扩大，眼镜行业向专业化、规模化发展

框架材质与工艺：开始采用复合材料与高科技材质，如钛合金、记忆合金、TR90高分子材料等轻质高强度材料；轻量化和抗腐蚀性成为技术重点

框架产品特征：产品向个性化与智能化演进，不断提升耐用性与舒适度

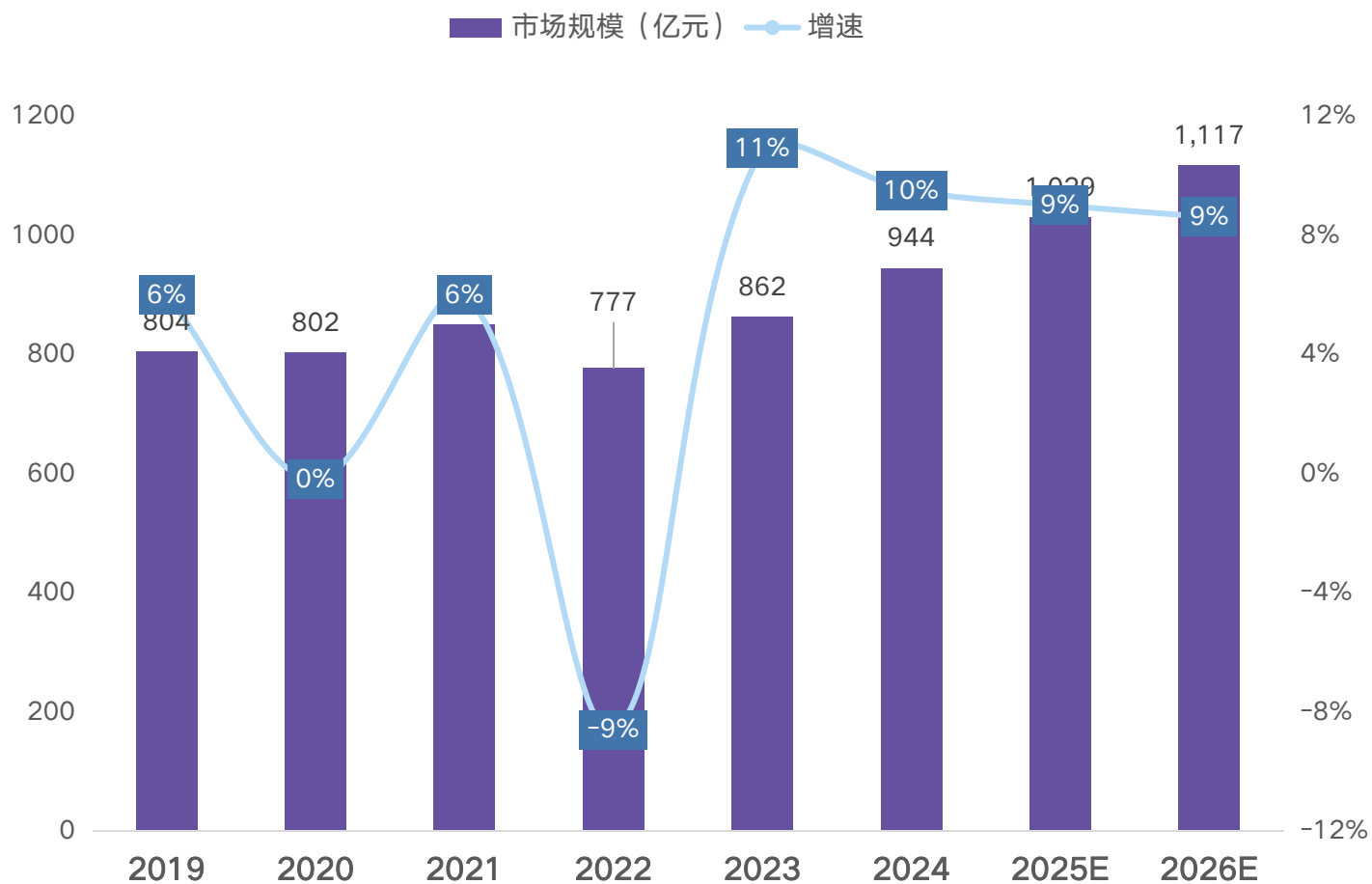
规模扩张期：2000年至今



眼镜市场持续稳定增长，消费者在不同场景有差异化配镜需求



2019-2026E年中国眼镜行业零售市场规模



场景切换需求促进市场增长

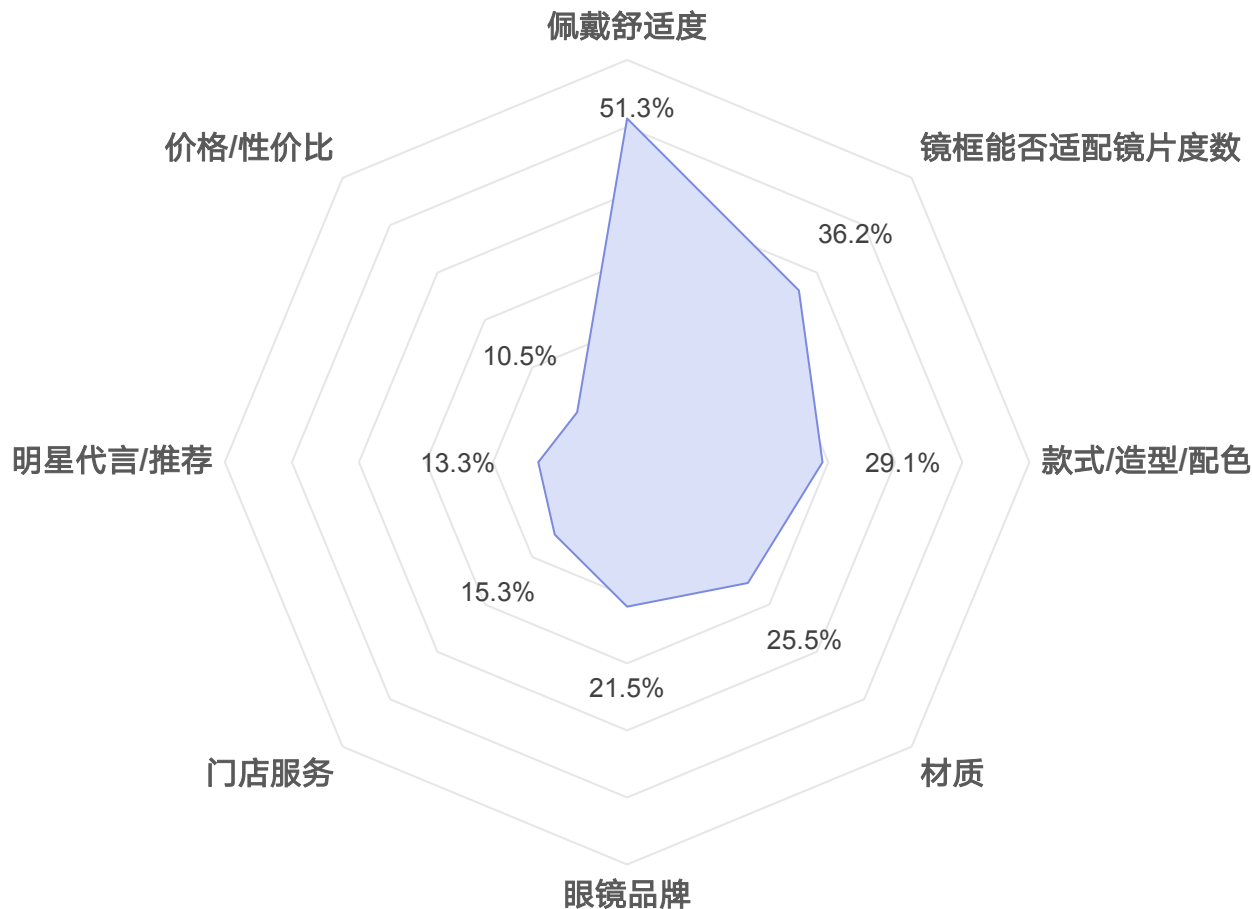




选购关注点：佩戴舒适度、镜片度数适配度和款式配色是消费决策关键



框架眼镜消费者选购关注重点



佩戴舒适度



现在戴了一段时间，以前最受压迫的鼻梁终于得到了呼吸！再也不会眼镜一摘就全是红印子了！



我之前配眼镜都要在店里调整好久戴上去才不会晕，还怕没有试戴调整会晕，结果到了之后戴上去没有任何不适！镜框也很轻，戴上耳朵不会痛。

镜框能否适配镜片度数



家人们谁懂啊 高度近视选镜框真的太容易踩雷了！镜片厚得像酒瓶底、戴久了压鼻梁、夏天还总往下滑



高度近视眼镜
好难找到适合的镜框救命啊，别问我为啥这个框大，其实这是眼镜店拿出来最小的了

款式/造型/配色



一共挑了三个镜框，这个茶色的特别好看又显白！镜片是看他们推荐的，价格也很合适！



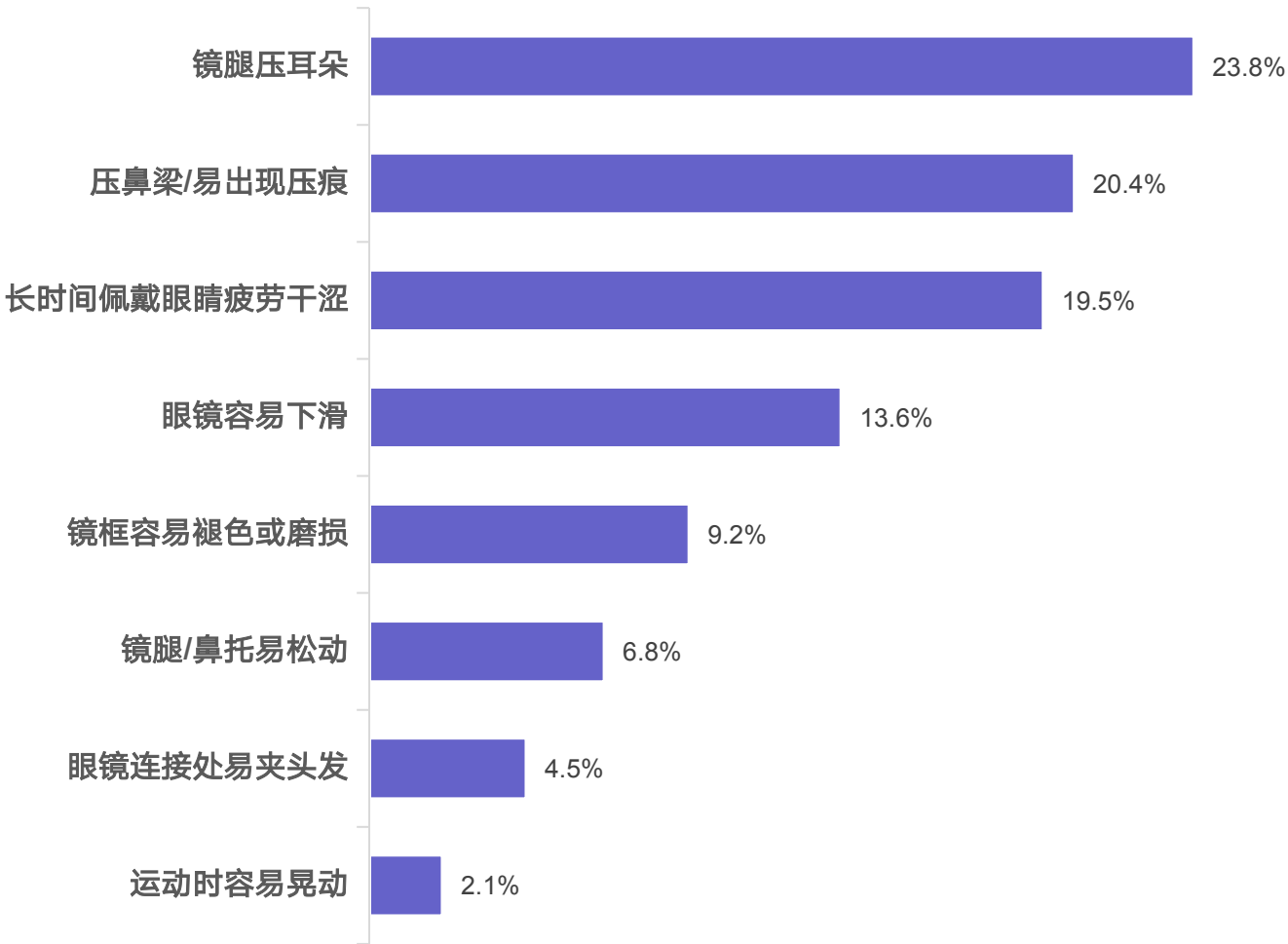
一般来讲我会选择深色，收缩色会更显脸小。这次选的橄榄绿，颜色会比黑色更活泼灵动一些



使用痛点：压耳朵、压鼻梁、长时间佩戴引发眼镜疲劳成为核心痛点



框架眼镜消费者佩戴主要痛点问题



镜腿压耳朵



配新的眼镜那个镜腿儿部位夹的耳朵后边痛，怎么缓解？？各位镜友，支个招吧



新配的眼镜，明明比旧眼镜还轻，但就是压的耳朵疼。

压鼻梁/易出现压痕



有能让眼镜不压鼻梁的好办法吗？每次戴眼镜，鼻托都把鼻梁压的疼…



戴了一年了，这个月突然开始出现红印，换过鼻托也不行，咋回事

长时间佩戴眼睛疲劳干涩



新配的眼镜带了感觉很干涩。第一天感觉晕，第二天晕到是不晕了，感觉眼睛很酸涩，很干。但我带老的就不会有这种感觉，这是什么原因？



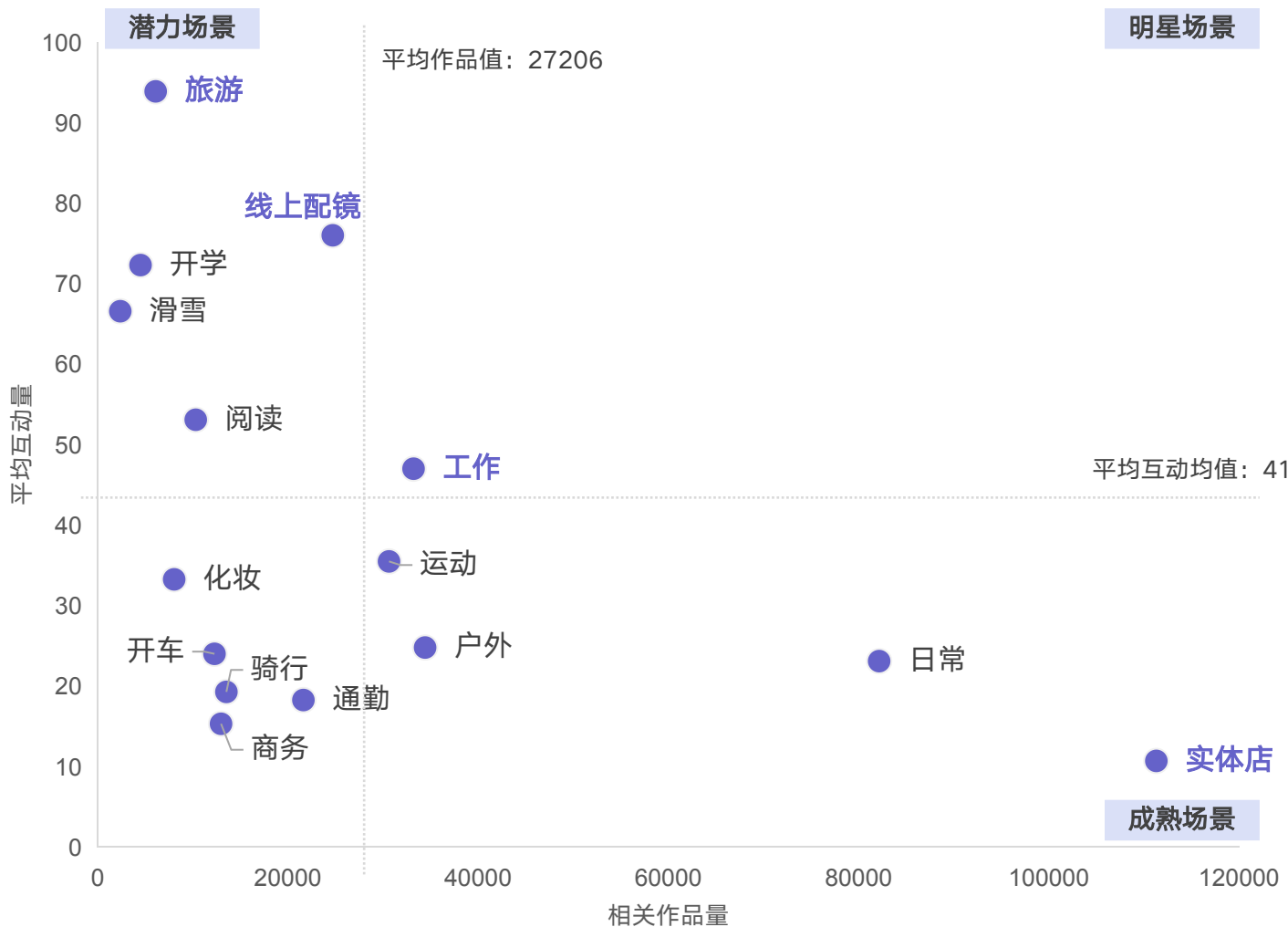
为什么我戴框架，眼睛很容易累，反而戴隐形眼镜12个小时都不累？



佩戴场景：实体店仍是配镜最主要场景，但线上配镜具备增长潜力



框架眼镜消费者主要渗透场景



消费者选择线上配镜的原因

价格优势
73%



一共挑了三个镜框，这个茶色的特别好看又显白！镜片是看他们推荐的，价格也很合适！

选择多样
59%



把验光结果发给客服，客服会推荐镜片和眼镜框，选择比线下多很多，镜片我配的是凯米的

消费者线上配镜的主要顾虑

验光精准
75%



建议我到医院去验光，说即省钱又验光准，感觉的确比普通眼镜店专业仔细一些

保障舒适度
63%



网上看图永远不知道适不适合自己脸型！现场试了十几副，最后选了这款无边框的。超级轻！戴一整天都不压鼻梁

方便快捷
41%



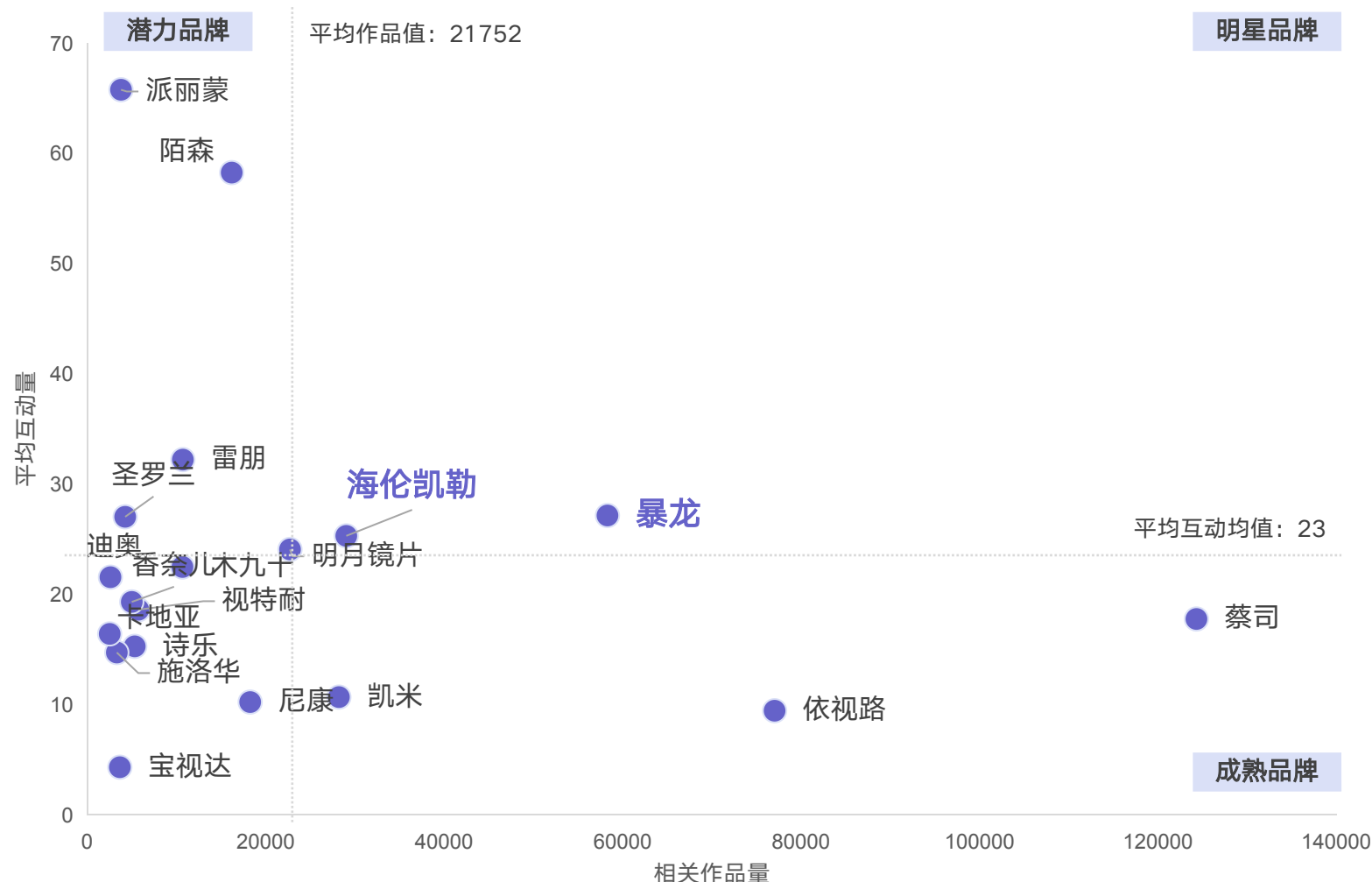
帅哥老板调镜架超细致：“耳钩弯5度才不压太阳穴”。急着赶路选了钛框+1.74镜片，十分钟拿到手



热门品牌：暴龙、海伦凯勒、派丽蒙等品牌凭借明星代言收获较高热度



框架眼镜品牌热度竞争格局



暴龙眼镜

前几天突然想起棣棣代言了暴龙，果然有他的同款镜框！速去专柜配了一个，又轻便又好看，盒子也好看，最重要的是它是王鹤棣同款啊



海伦凯勒

谁懂啊！来店里试眼镜，一眼瞅见海伦凯勒这副。和破破同款的眼镜框戴上瞬间get酷盖同款氛围感



派丽蒙

新入派丽蒙，为了立牌买的别说，双11凑单，性价比不错，折下来250，还送立牌，吴磊同款，上脸很好看



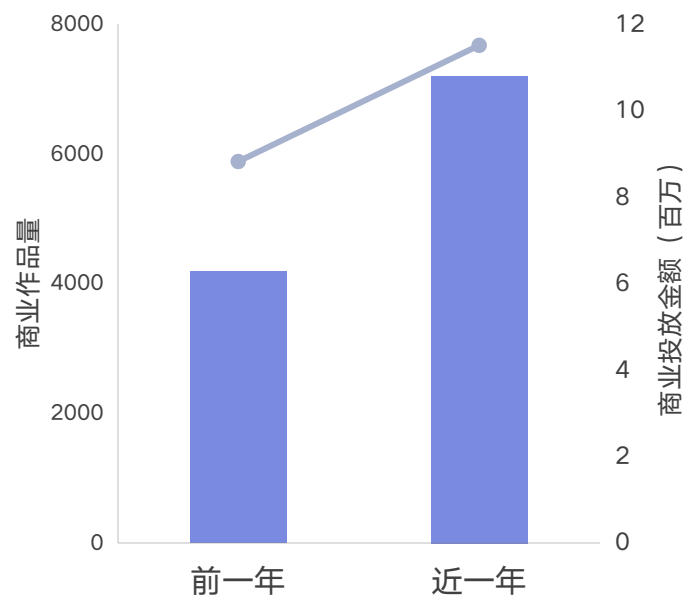
红书营销趋势：商业投放同比增长，生活记录和穿搭类达人应用最广泛



框架眼镜商业投放笔记数量与金额

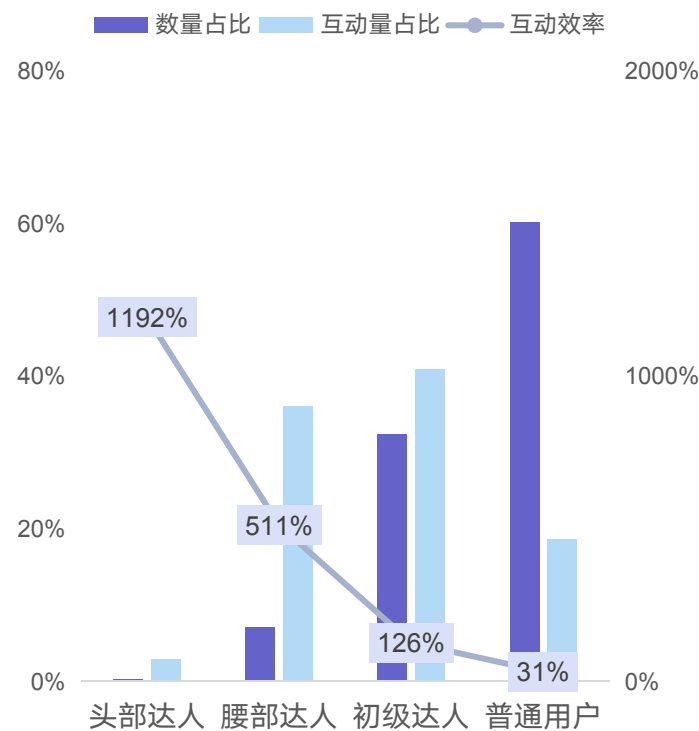
近一年商业作品量：7202 (+72%)

近一年商业互动量：1151万 (+31%)



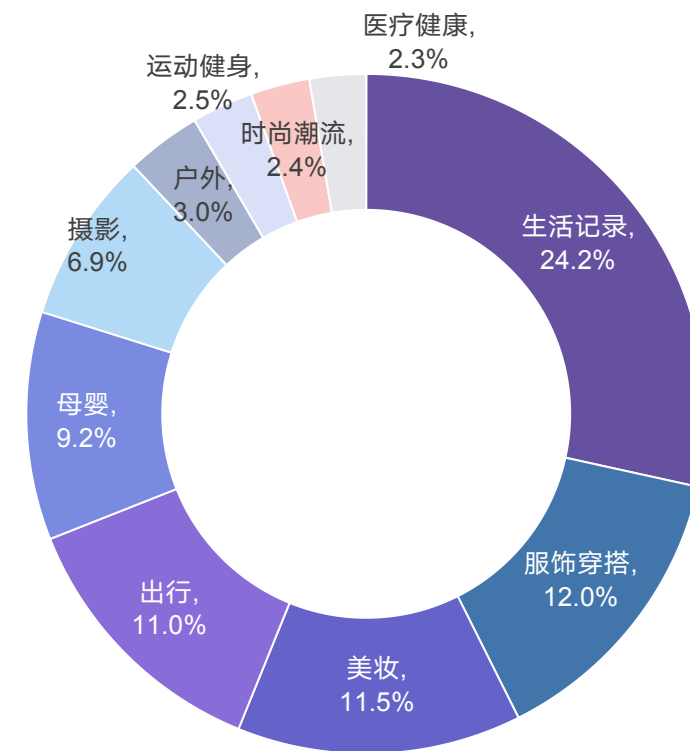
框架眼镜商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性
价比来看，初腰部达人更具优势



框架眼镜商业投放达人类型

生活记录和穿搭类达人应用最为广泛





红书营销内容：配镜科普类和眼镜妆容类内容互动效果更好



小红书高互动达人TOP榜单



Heikepai
初级达人
科技数码类



一个大不刘
头部达人
母婴类



中年美妆博母
杨光
腰部达人
美妆类



一是溪溪呀-
头部达人
母婴类



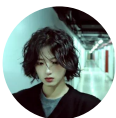
一对大小王
腰部达人
生活记录类



努力学习的汪
梦涵
腰部达人
生活记录类



朱绰盈
Kimberlie
腰部达人
生活记录类



Russell爱打呼
腰部达人
服饰穿搭类

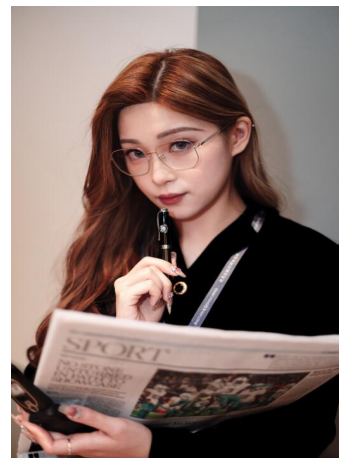
高互动笔记类型

配镜科普类内容



标题：毁了三幅ok镜 近视眼镜避雷帖
种草单品：蔡司小乐园
KOL：中年美妆博母杨光
互动量：3.4w

眼镜妆容类内容



标题：班味 姐身上那是Office siren
种草单品：蔡司智锐
KOL：朱绰盈Kimberlie
互动量：2.0w

场景化内容



标题：与弟弟共赏北平之秋 秋意氛围感拉满
种草单品：明月镜片
KOL：肾肾同学
互动量：1.0w

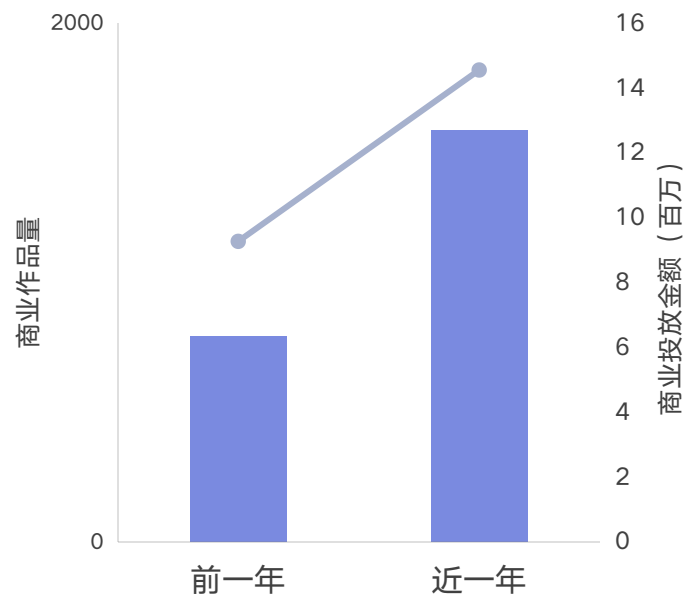


抖音营销趋势：商业投放同比增长，剧情和随拍类达人应用最广泛

框架眼镜商业投放笔记数量与金额

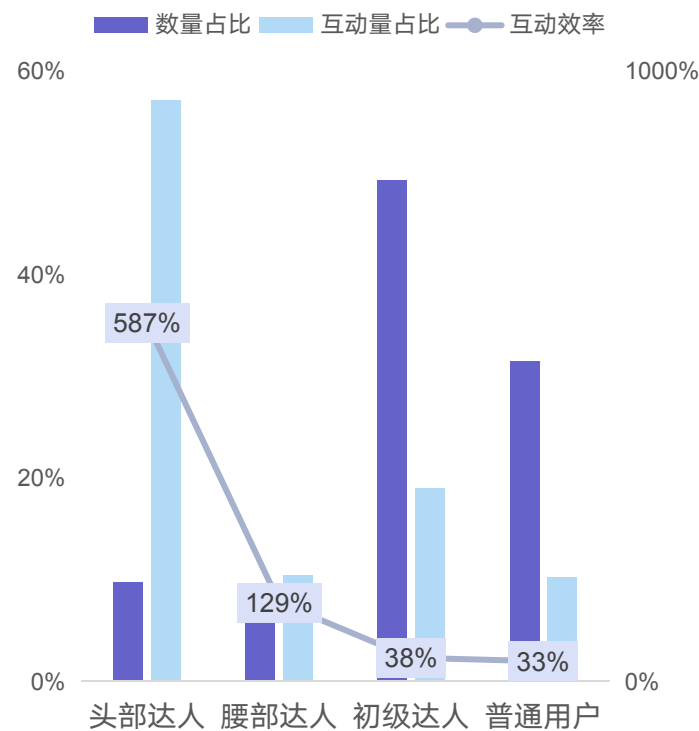
近一年商业作品量：1585 (+100%)

近一年商业互动量：1456万 (+57%)



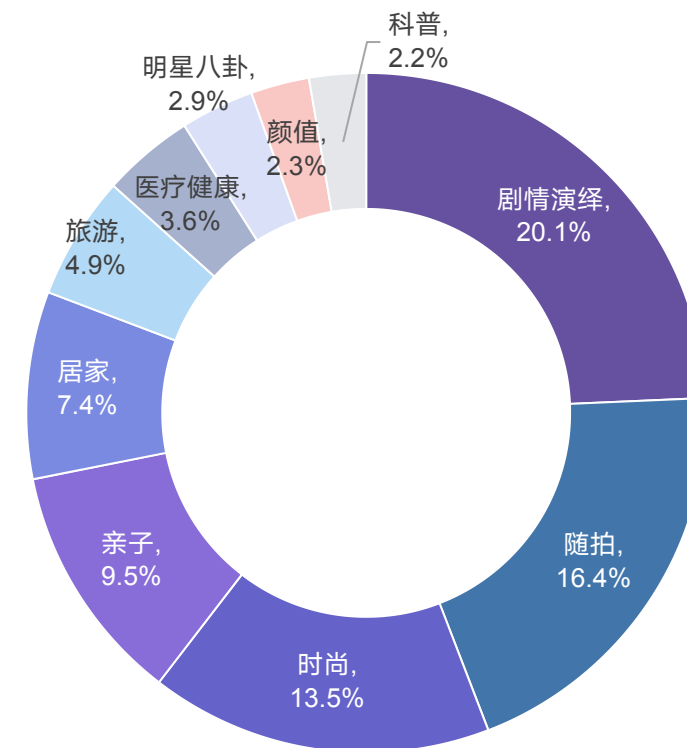
框架眼镜商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性价比来看，腰部达人更具优势



框架眼镜商业投放达人类型

随拍和旅游类达人应用最为广泛





抖音营销内容：生活剧情类、眼镜妆容类和科普类内容互动效果更好

抖音高互动达人TOP榜单



刘一朵
头部达人
剧情类



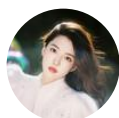
河野华
头部达人
生活记录类



秀才探影
头部达人
影视解说类



肉肉
头部达人
随拍类



何子怡
头部达人
随拍类



饶多多
初级达人
生活记录类



玲玲和王王
头部达人
亲子日常类



左老师要温柔
头部达人
生活记录类

高互动笔记类型

剧情类内容



标题：我不是凡人 我是班主任…… #班主任 #反差
KOL：左老师要温柔
互动量：3.9w

眼镜妆容类内容



标题：你老婆。#暴龙眼镜
KOL：肉肉
互动量：5.9w

科普测评类内容



标题：得罪了！内行人揭秘护眼行业背后真相！别再被骗了！#护眼#眼睛#
KOL：药学博士若彤师姐
互动量：2.3w



暴龙眼镜以腰尾部达人眼镜妆容类和干货类内容，渗透配镜需求人群



种草案例

暴龙眼镜-框架眼镜

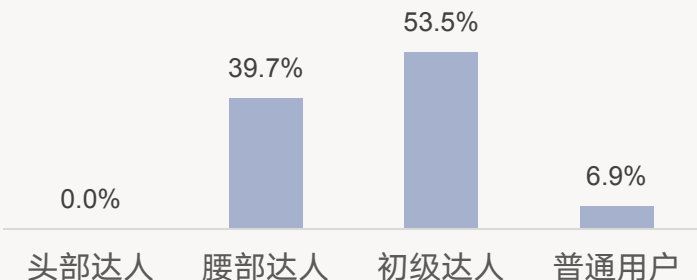


近一年商业笔记：58

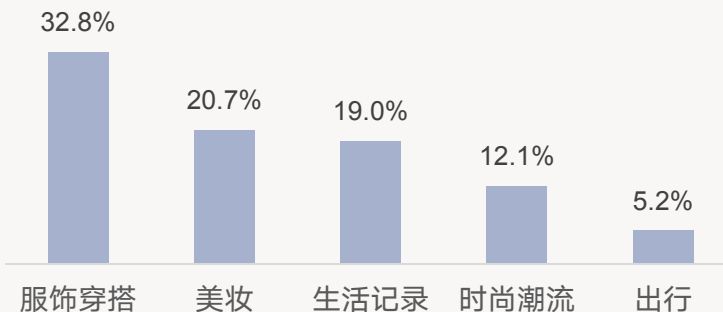
近一年商业互动：8.4万

达人策略：腰尾部达人为主，穿搭和美妆类达人种草眼镜妆容类内容为主

KOL等级分布



KOL类型分布



内容策略：眼镜妆容类，凸显镜框修饰脸型

86% 眼镜妆容类，凸显镜框修饰脸型



以眼镜妆容作为种草核心内容，强调眼镜修饰脸型、颜色适配、轻便不压妆等核心卖点

14% 配镜干货类，科普向避坑指南



以专业配镜知识科普、开箱测评类内容为主

Part 02

墨镜市场 概况与营销趋势

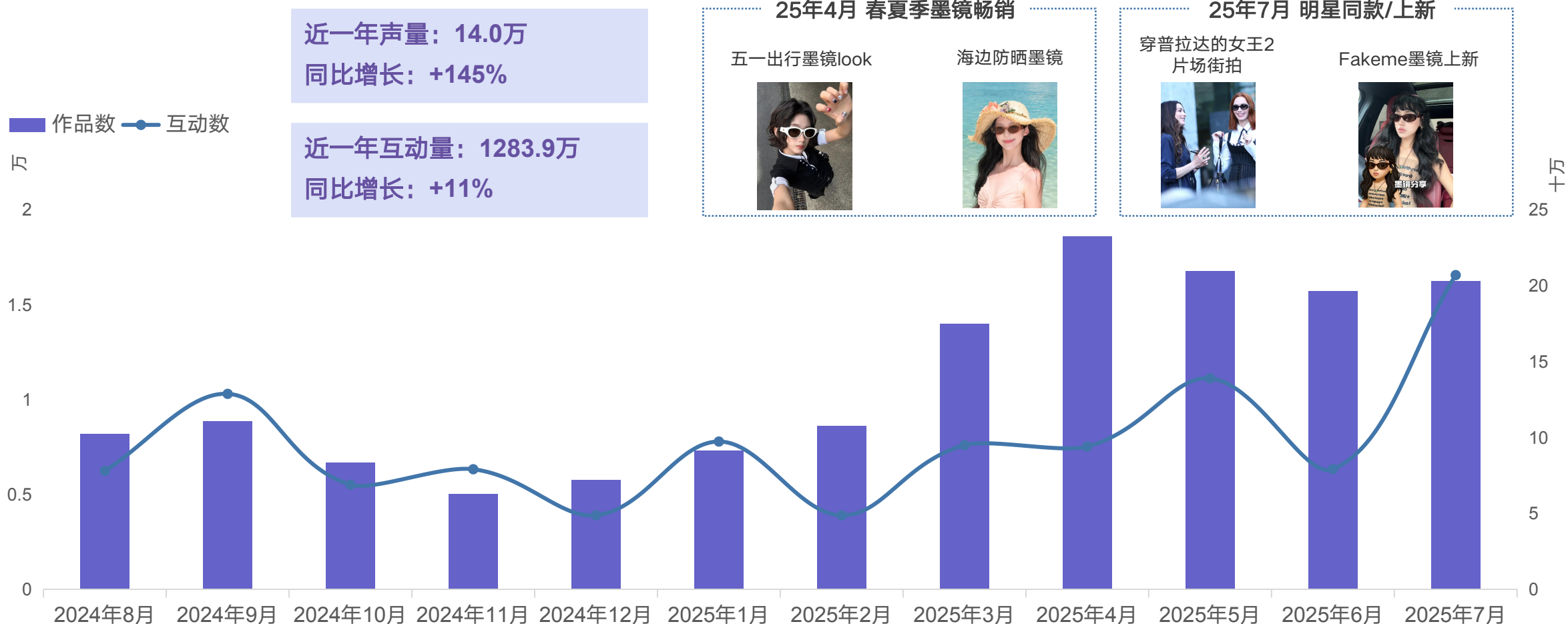




墨镜热度攀升，春夏季品牌集中上新，热度趋势最高



墨镜/太阳镜近一年社媒声量趋势

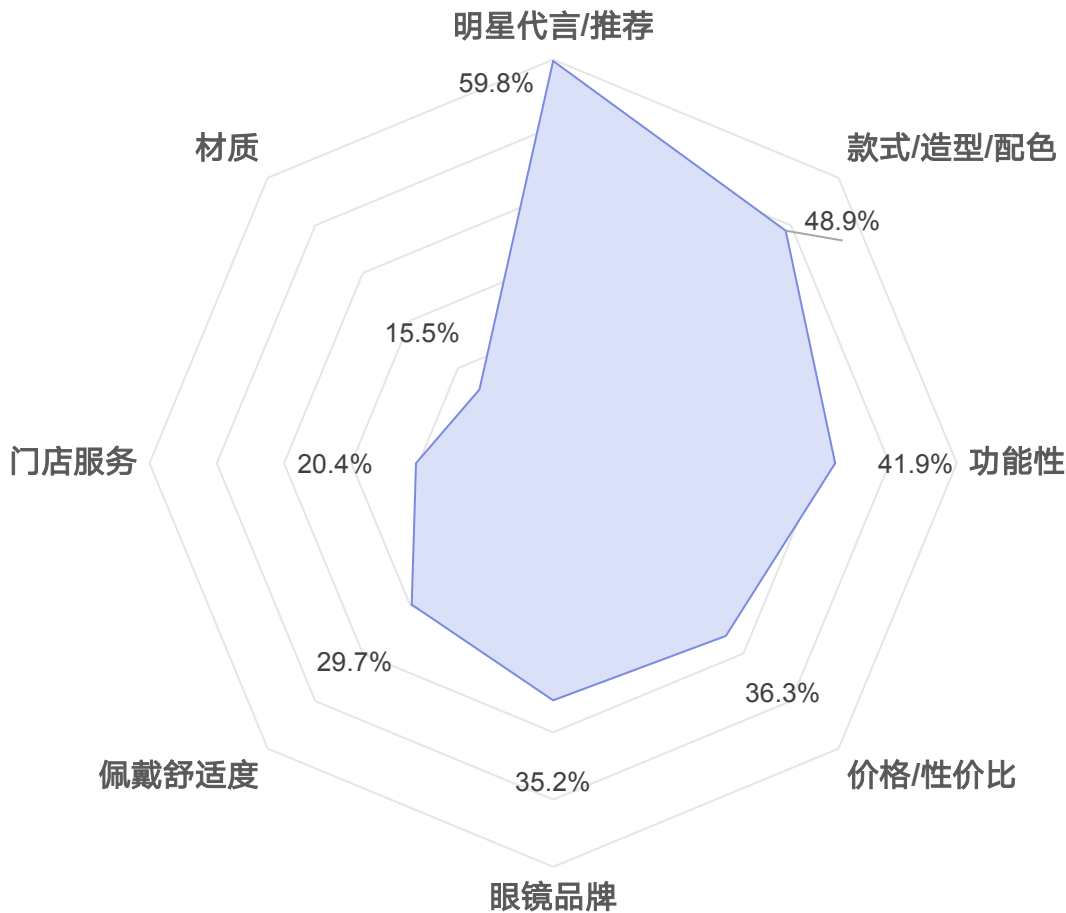




选购关注点：明星代言效应极大地影响着消费者墨镜的决策购买



墨镜消费者选购关注重点



明星代言/推荐



幸运的是在成毅代言期间入手了两款墨镜，还是代言人同款，我可太喜欢这两幅墨镜了



Nineaccord这个真的很秀气很好看，而且居然是明浩和珉奎同款，感觉他们好像挺有品味的

款式/造型/配色



海伦凯勒是最好看的，可能比较适合我的脸型吧，镜框镜架比较圆，大概跟颧骨同宽



这个墨镜真的好显脸小啊 还遮颧骨 又素又酷的风格很适合本i人 淡妆就戴上墨镜就能出片

功能性



好的墨镜只会遮阳 但是不会影响清晰度 不是加了黑色滤镜就是太阳镜

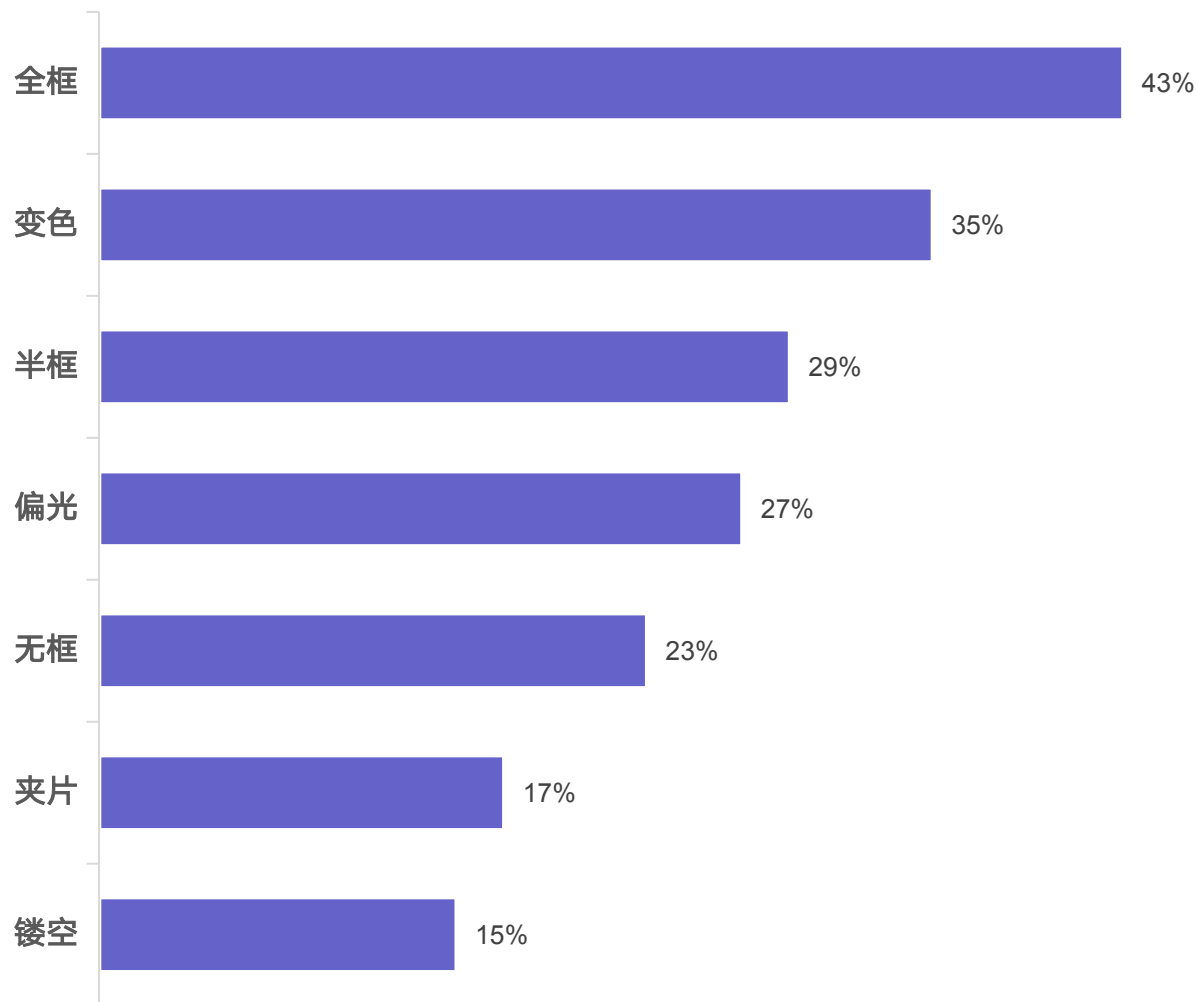


我个人觉得偏光墨镜更好用，看东西更清楚一点，是把光线变柔和的那种



款式偏好：经典全框款仍是主流，无框、半框、偏光等个性需求显现

墨镜消费者款式偏好类型



半框墨镜热门单品



Fakeme 半框墨镜

通勤/逛街随便戴都好出片
银色椭圆半框设计 提升线条感，时髦又显脸小~
戴着 出行也太舒服啦

无框墨镜热门单品



MIUMIU 无框墨镜

这款本身都比较修饰脸型，特别是太阳穴那一块遮的很好。简单来说浅灰色更适合带妆的时候带，很清冷高级

偏光墨镜热门单品



暴龙 偏光墨镜

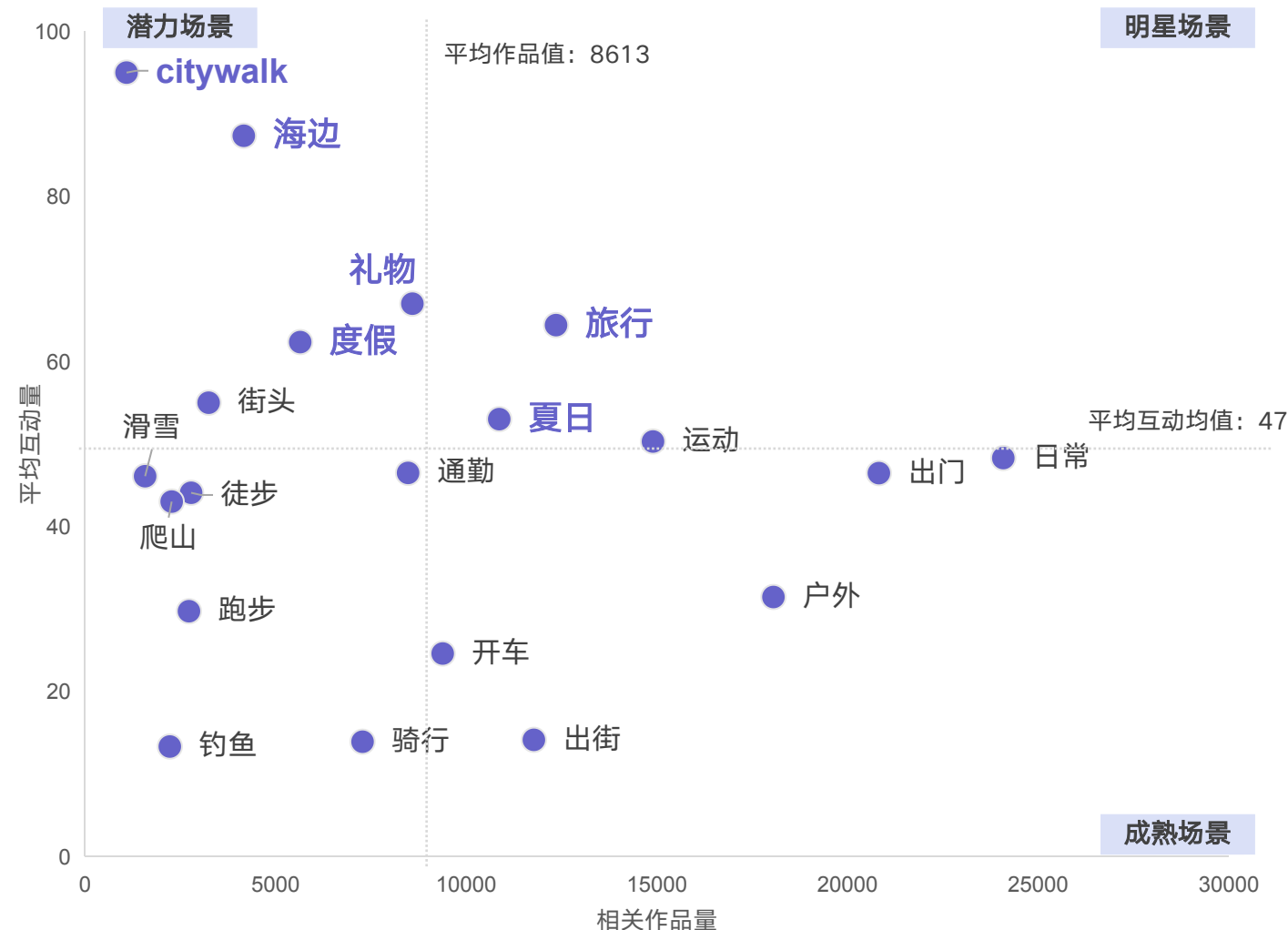
带偏光的墨镜和普通的真的差别。而且戴起来看的也非常清晰，我戴起来非常合适，也不会掉，妥妥的卡在脸上！



佩戴场景：夏季、旅行等是主流场景，海边、度假、送礼等场景热度高



墨镜消费者主要渗透场景



明星场景

夏日



谁能懂在炎炎夏日被太阳晒得睁不开眼的苦啊这时候有一副好眼镜的重要性

旅行



来香港啦抓住了好天气！今天戴了新买的BOLONBX8005墨镜！好适合今天的穿搭港港的超上镜！

潜力场景

citywalk



不过今天我有不一样的citywalk搭子~ 墨镜一带谁也不爱

度假



海边防晒墨镜就得选陌森！！幸好这次我提前买好了又能遮阳又能凹造型的墨镜

礼物



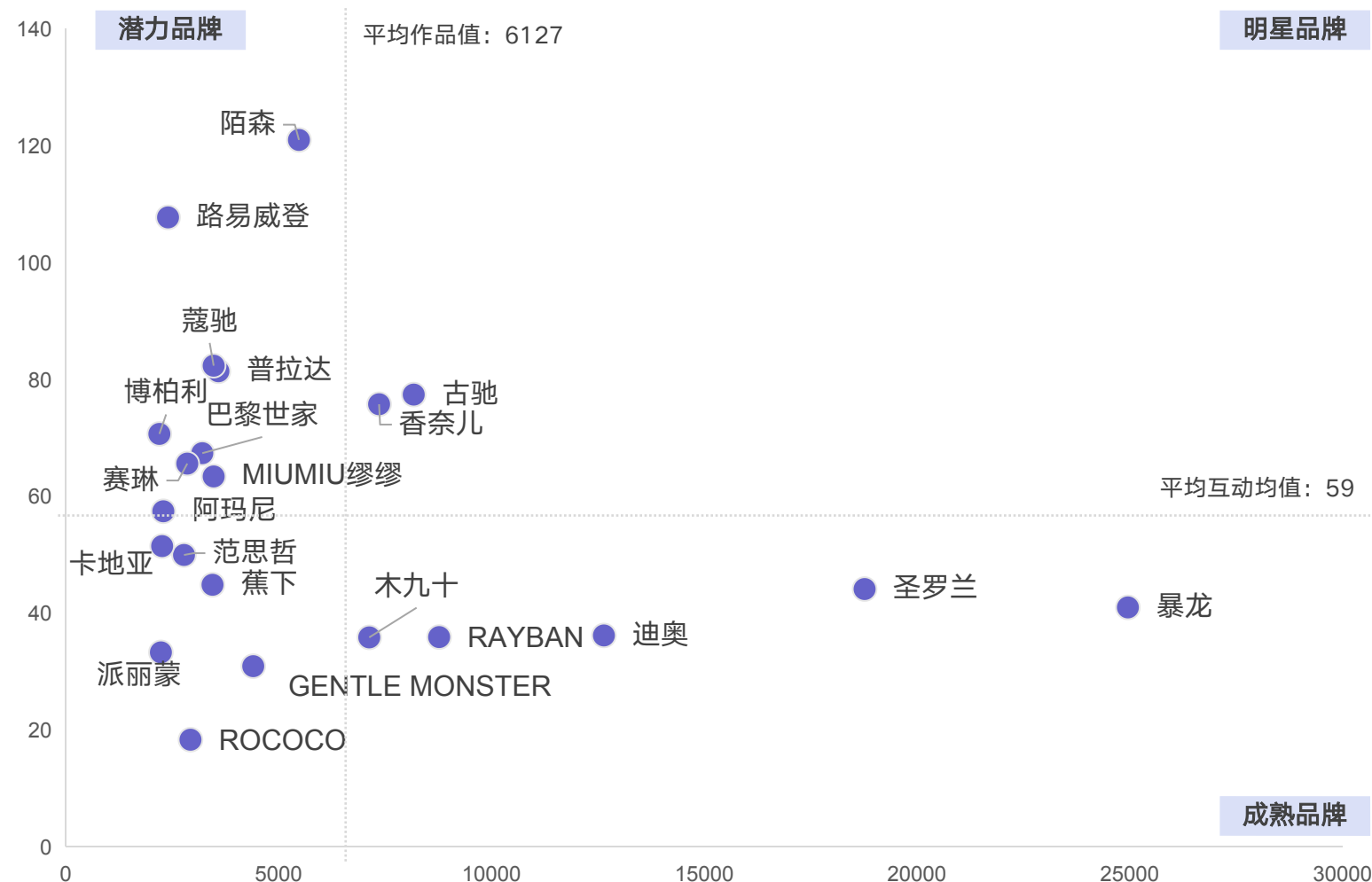
13种礼物送男友 样样王炸送到心坎上



热门品牌：暴龙、古驰、陌森等品牌热度高，明星代言成种草利器



墨镜品牌热度竞争格局



暴龙墨镜

#王鹤棣 泰国演唱会超炫酷
舞台上的棣棣又帅又燃
#BOLON 联名款墨镜搭配起来绝了



陌森墨镜

依旧是肖老师同款~图片版repo
不管是肖老师的小脸还是主包的大脸都很合适的一款墨镜



Gucci墨镜

倪妮的GUCCI墨镜被我扒到了! 酒红镜框+皮夹克, 帅到没朋友!



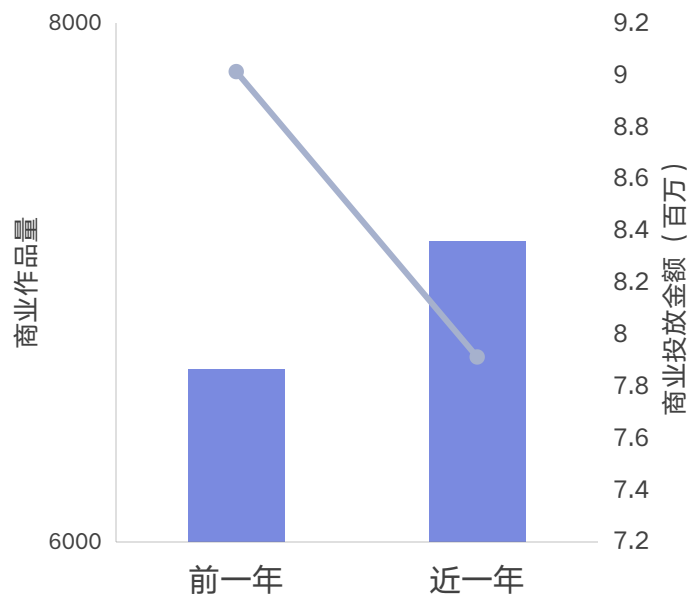
红书营销趋势：商业投放量级基本持平，穿搭和美妆类达人互动效果好



墨镜商业投放笔记数量与金额

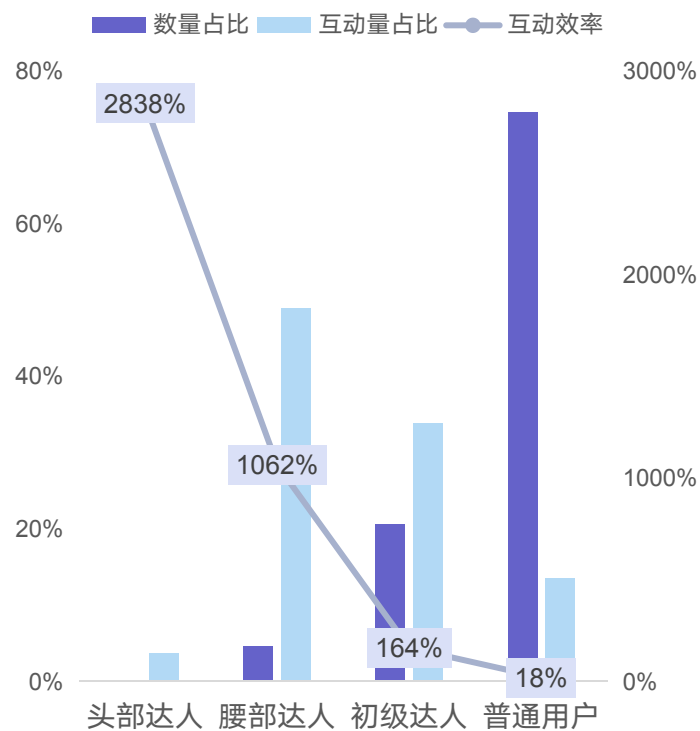
近一年商业作品量：7157 (+7.4%)

近一年商业互动量：791万 (-12%)



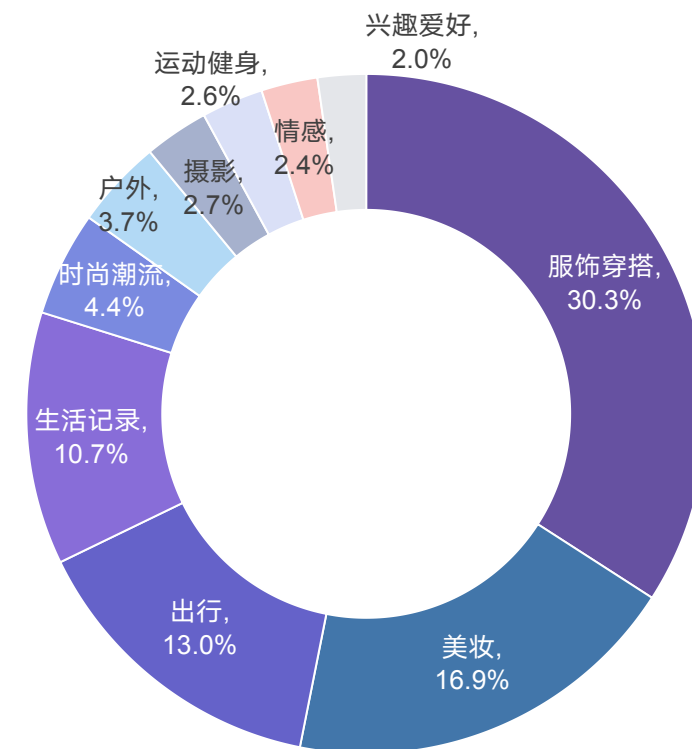
墨镜商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性
价比来看，初腰部达人更具优势



墨镜商业投放达人类型

服饰穿搭和美妆类达人应用最为广泛





红书营销内容：不同脸型墨镜推荐和墨镜穿搭类内容互动效果更好



小红书高互动达人TOP榜单



咖喱面包鸡
腰部达人
美妆类



小里的房子
腰部达人
美妆类



小扎sos
腰部达人
美妆类



特长秦秦。
腰部达人
美妆类



十七盎司
腰部达人
美妆类



不是锐角
腰部达人
美妆类



是吕不是吕
腰部达人
时尚潮流类



夕二口木
腰部达人
服饰穿搭类

高互动笔记类型

不同脸型墨镜推荐类内容



标题：找到了属于方圆脸的本命墨镜们 ☁️ ☆ +
种草单品：陌森
KOL：咖喱面包鸡
互动量：5.1w

墨镜穿搭类内容



标题：戴上BOLON潮流墨镜的我显得尤为鲜活
种草单品：暴龙
KOL：小谷小谷
互动量：2.2w

选镜攻略类内容



标题：方圆脸选镜攻略
显脸小又时髦！
种草单品：陌森
KOL：是吕不是吕
互动量：3.7w



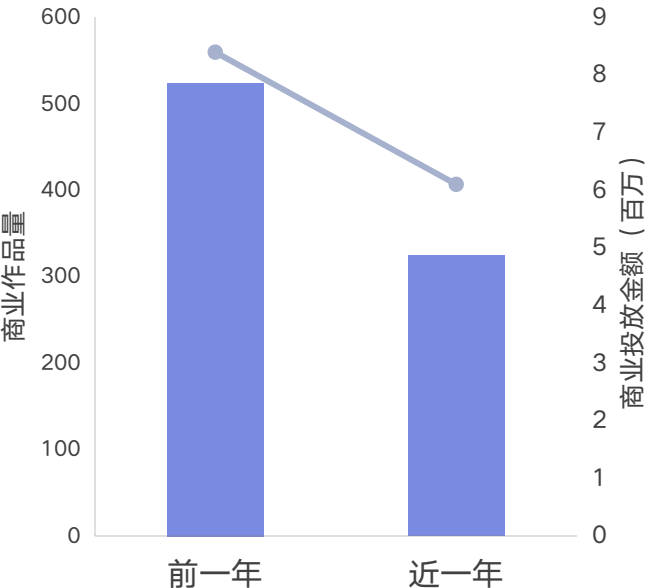
抖音营销趋势：商业投放量级下降，墨镜品牌更多转向小红书进行种草



墨镜商业投放笔记数量与金额

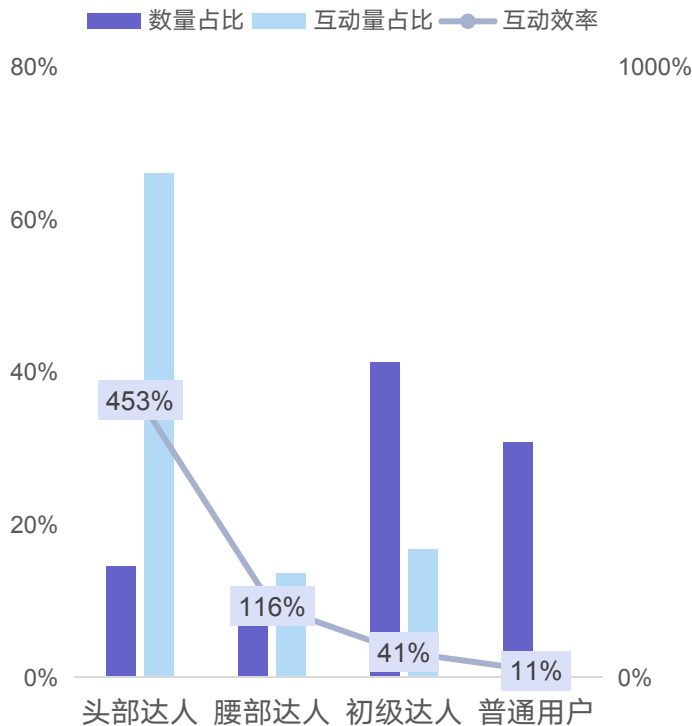
近一年商业作品量：325 (-38%)

近一年商业互动量：610万 (-27%)



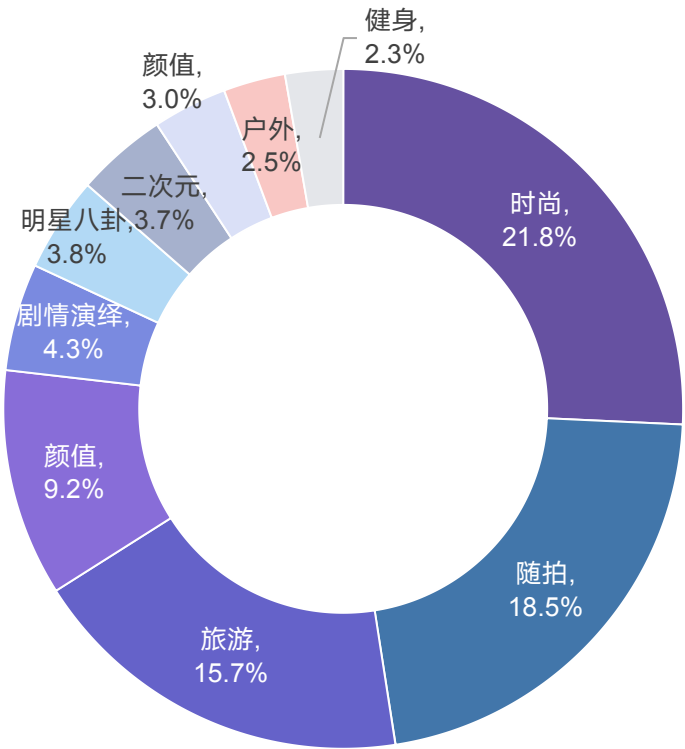
墨镜商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性价比来看，腰部达人更具优势



墨镜商业投放达人类型

时尚和随拍类达人应用最为广泛





抖音营销内容：出游场景类内容和墨镜穿搭类内容互动效果更好



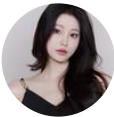
抖音高互动达人TOP榜单



Effiee大瘦瘦
头部达人
生活记录类



骚拳超人
头部达人
剧情类



林涵Ruby
腰部达人
美妆类



鹏鹏和丁满
头部达人
生活记录类



么三三
腰部达人
美妆类



丝丝垞
腰部达人
生活记录类



刘思瑶nice
头部达人
穿搭类



今晚
初级达人
生活记录类

高互动笔记类型

场景化内容



标题：总要在夏日出逃，去巴厘岛看一次海吧！
种草单品：暴龙
KOL：Effiee大瘦瘦
互动量：6.6w

墨镜穿搭类内容



标题：普通人穿搭进阶思路！基础款穿出时髦感！
种草单品：陌森
KOL：章鱼小碗子
互动量：1.3w

脸型选镜攻略类



标题：方圆脸墨镜分享来啦！！！！ #墨镜 种草单品：陌森
KOL：方脸王大可
互动量：1.3w



陌森墨镜以初级达人和KOC分享的方圆脸选镜攻略和穿搭类内容为主

种草案例

陌森墨镜

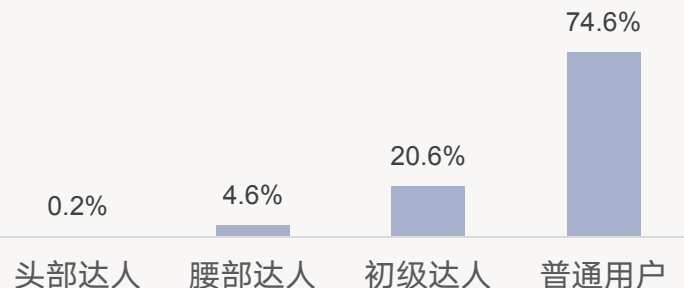


近一年商业笔记：143

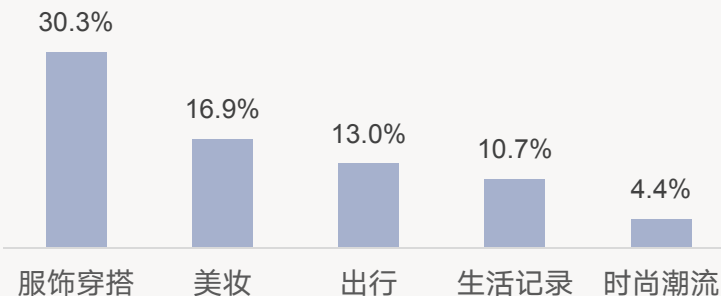
近一年商业互动：75万

达人策略：初级达人和KOC为主，穿搭和美妆类达人种草墨镜穿搭类内容为主

KOL等级分布



KOL类型分布



内容策略：眼镜妆容类，凸显镜框修饰脸型

67% 方圆脸选镜攻略类，拿捏氛围感



瞄准方圆脸戴墨镜显脸大等痛点问题，种草产品百搭显脸小、上脸打造伪素颜的核心卖点

23% 墨镜穿搭类内容分享，种草多元风格



春夏场景为核心，通过穿搭内容展示墨镜多元风格适配度，甜酷风、辣妹风、复古风等轻松驾驭

Part 03

隐形眼镜市场 概况与营销趋势

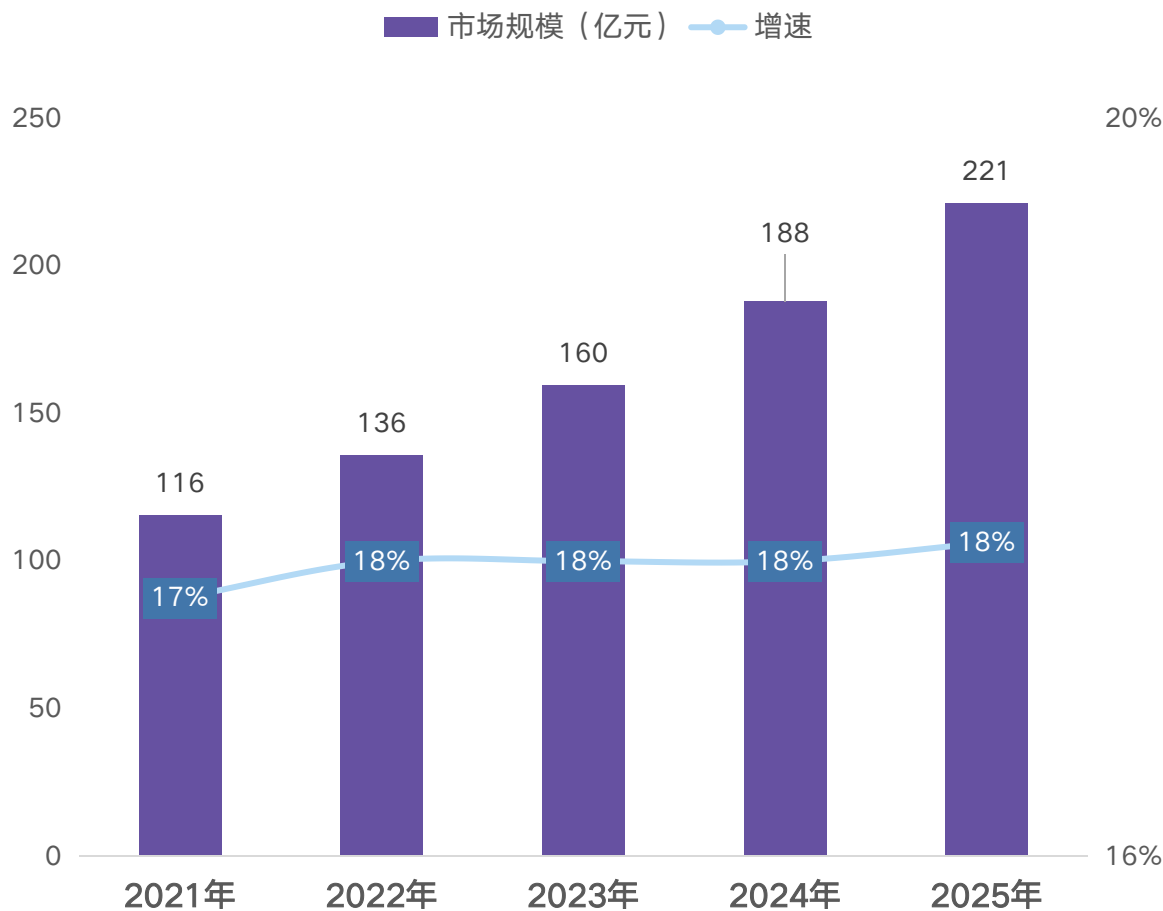




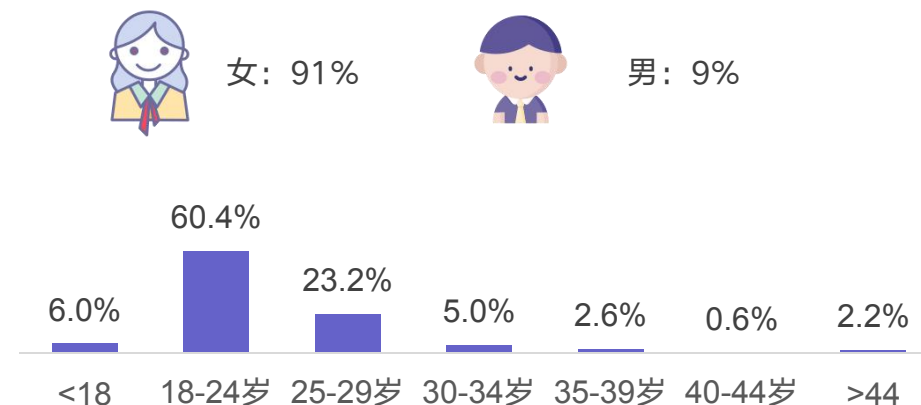
隐形眼镜市场在五年内快速增长，2025年预估市场规模将突破200亿元



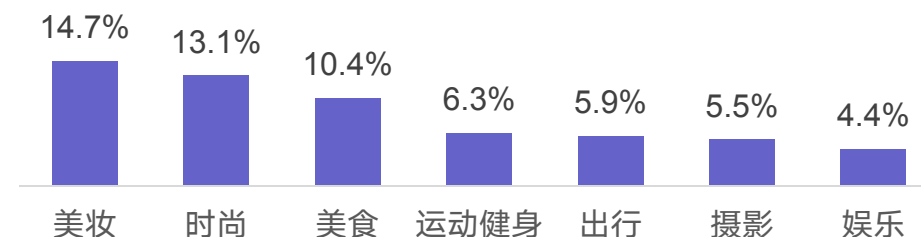
2021年-2025年中国隐形眼镜行业零售市场规模（亿元）



隐形眼镜需求人群



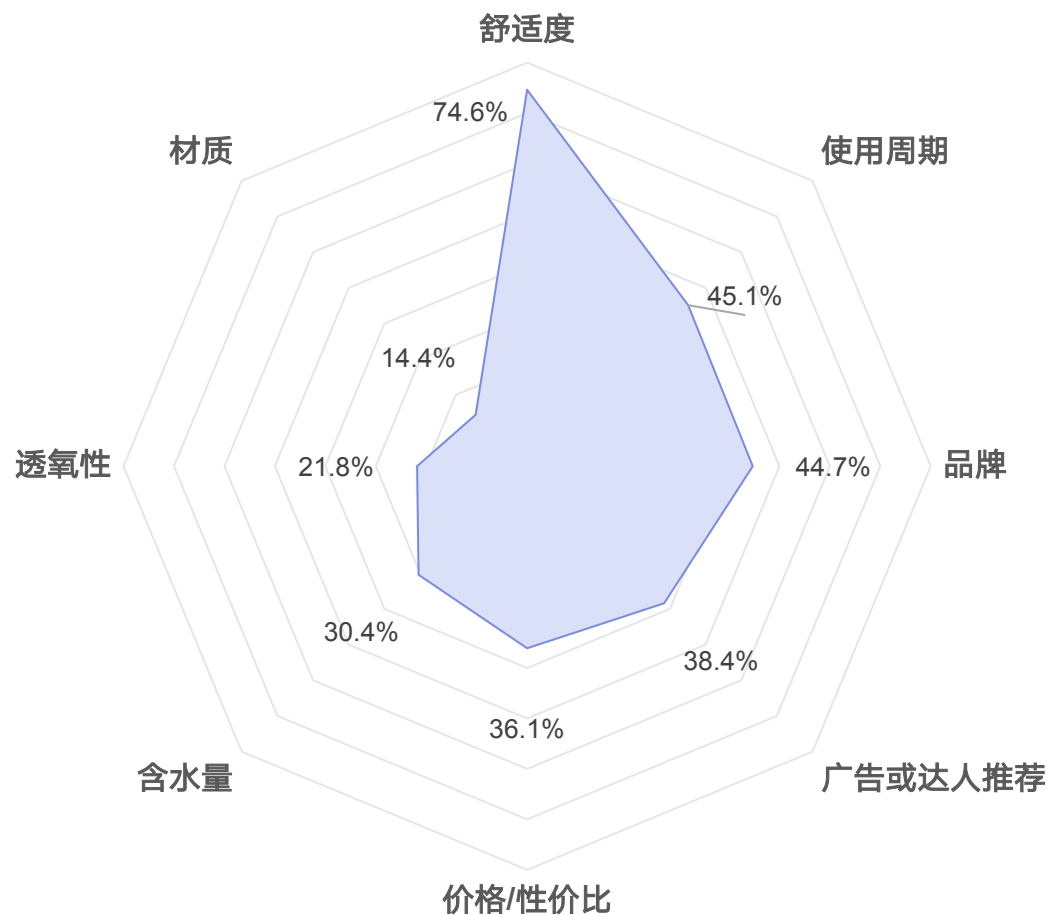
人群兴趣特征：偏爱时尚美妆





选购关注点：舒适度、使用周期和品牌口碑是消费者核心选购要素

隐形眼镜消费者选购关注重点



舒适度



作为一个高度近视 + 散光 + 干眼症，在过去的十多年里吃尽了隐形眼镜的苦，图上的这两款是我用来比较舒适的两款



大家有没有舒适度高的隐形眼镜推荐的，老是有异物感好难受

使用周期



有没有舒服的月抛隐形眼镜推荐？之前用海昌的月抛隐形，眼睛特别红，磨得慌，我前面有帖子写了



1是润眸双周抛，刚开始觉得戴着没啥感觉，也还是挺舒适的

品牌或口碑



给大家推荐几个口碑很好、几乎不会出错的品牌



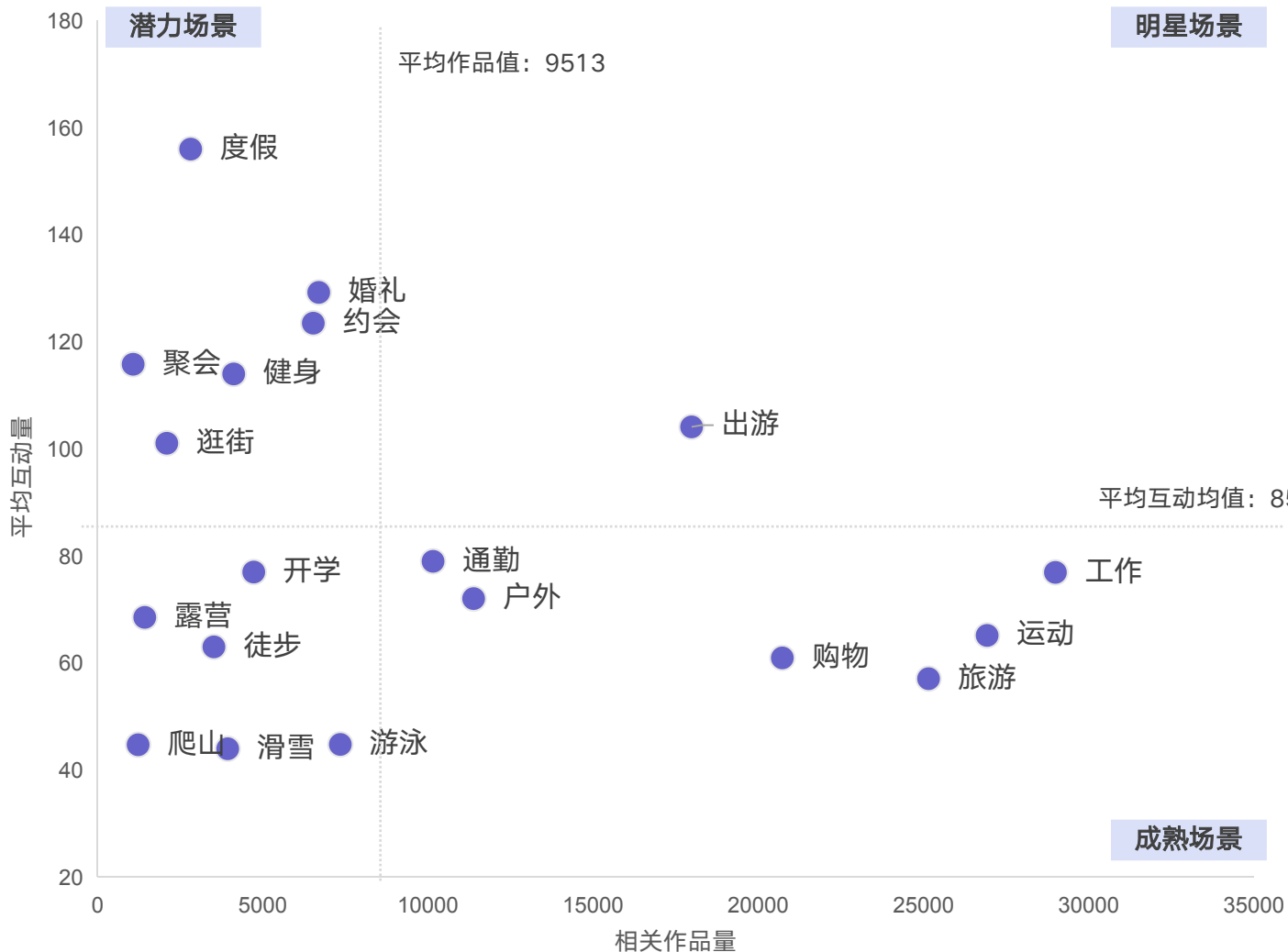
散光275 推荐这个牌子 带过海昌的 巨磨眼睛不舒服 卫康都是老牌子了 性价比也很高



佩戴场景：度假、婚礼、约会等场景热度攀升，更具潜力



隐形眼镜消费者主要渗透场景



成熟场景

工作通勤



因为上班需要用眼精细操作，所以一直有些抗拒，今天第一次挑战戴隐形眼镜上班，期待效果！！

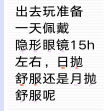
运动



经过相关专家医生的咨询和亲身体验过，跑步的时候，是可以戴隐形眼镜，但不建议大家经常戴。

潜力场景

度假



出去玩准备一天佩戴隐形眼镜15h左右，日抛舒服还是月抛舒服呢

婚礼



想给全世界备婚的姐妹分享我的婚礼小心机

约会



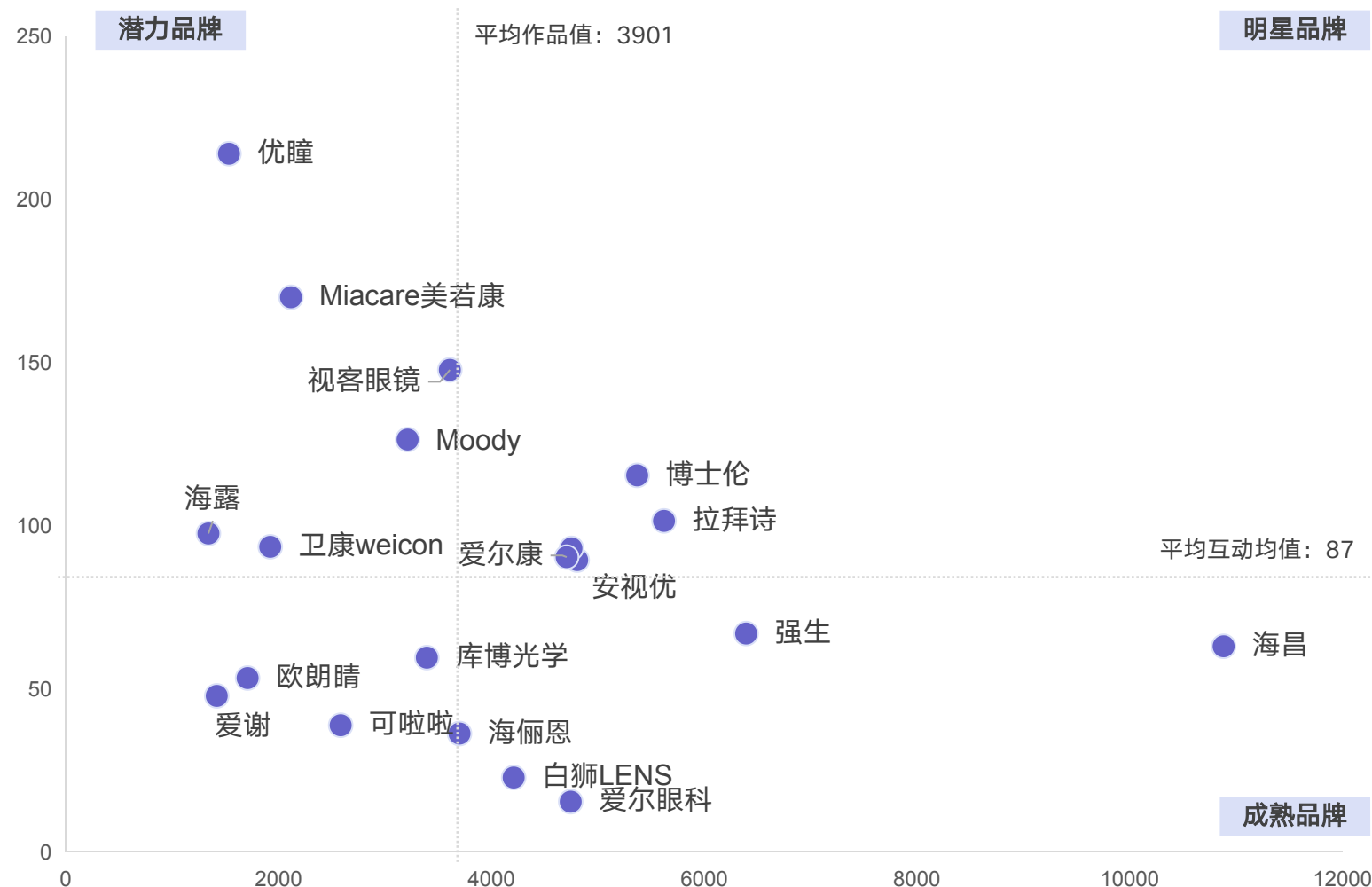
一整个温柔清透住啊啊！我见犹怜的程度约会必带！



热门品牌：海昌、强生、博士伦等老品牌热度高，品牌背书收获信赖



隐形眼镜品牌热度竞争格局



博士伦

添加了仿生科技，78%高含水量让敏感眼戴起来都很柔软舒适，还有仿泪膜锁水科技牢牢锁住镜片水分



强生

平时面对电子屏幕时间久，戴上了欧舒适MAX，视觉超级清晰，从早戴到晚都很舒适



海昌

海昌蓝buff隐形眼镜 真的很适合我这种长时间戴隐形眼镜的 超级轻薄 高含水量



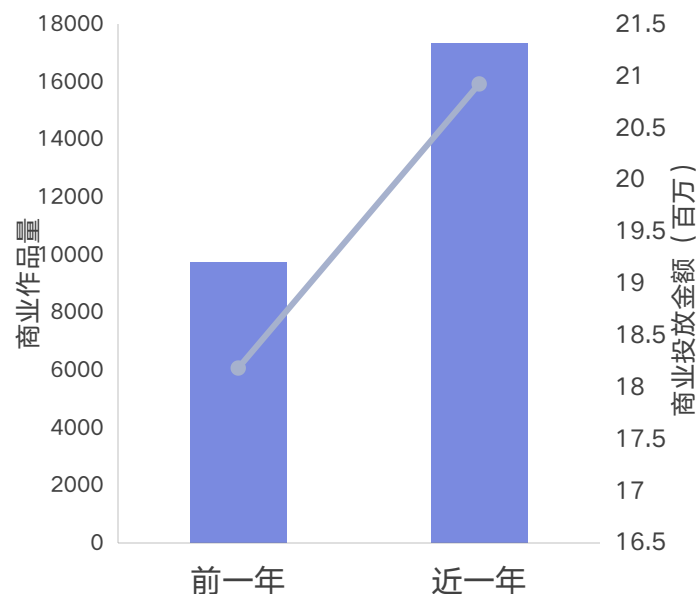
红书营销趋势：商业投放量级攀升，美妆和生活记录类达人互动效果好



隐形眼镜商业投放笔记数量与金额

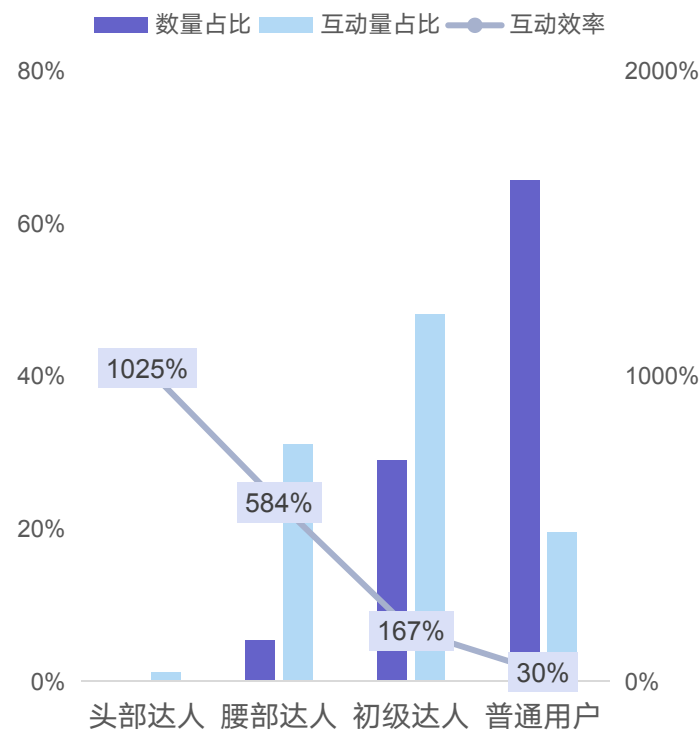
近一年商业作品量：1.7万（+78%）

近一年商业互动量：2093万（+15%）



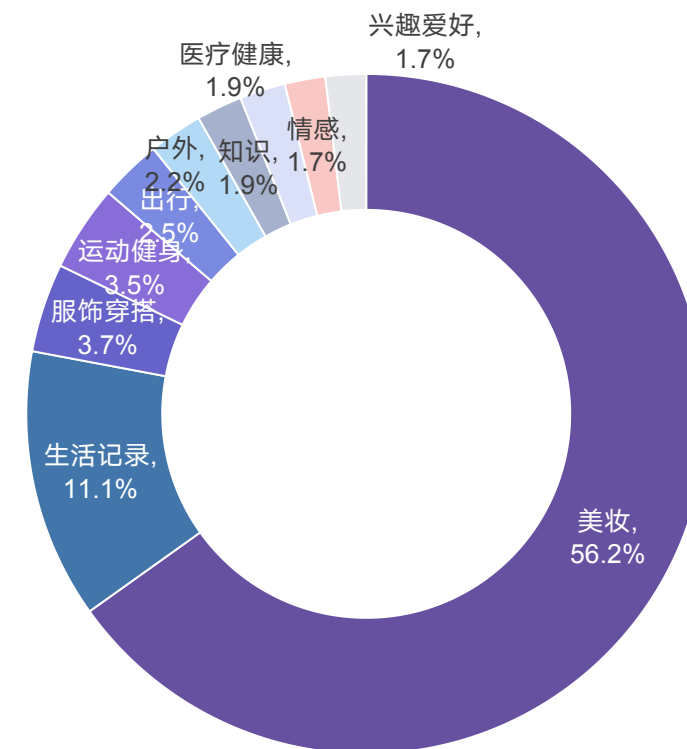
隐形眼镜商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性
价比来看，初腰部达人更具优势



隐形眼镜商业投放达人类型

美妆和生活记录类达人应用最为广泛





红书营销内容：隐形眼镜选购指南、科普类内容互动效果更好



小红书高互动达人TOP榜单



小豹少爷
腰部达人
美妆类



陈思琦sily
头部达人
美妆类



邪恶小酥肉
腰部达人
美妆类



野原香菜
腰部达人
生活记录类



开心姐有点烦躁
腰部达人
美妆类



经纬Sunny
腰部达人
美妆类



堆堆
腰部达人
美妆类



小张随时发疯
腰部达人
美妆类

高互动笔记类型

隐形眼镜选购指南类内容



标题：比裸眼更舒服！3招挑对隐形眼镜水润10小时
种草单品：库博光学
KOL：陈思琦sily
互动量：8.4w

科普类内容



标题：新手隐形速成班 不会分正反疯狂爱眨眼的进！
种草单品：库博光学
KOL：小兔宝盖
互动量：4.5w

佩戴妆造类内容



标题：敏敏眼专场2.0|舒适度性价比我都要！
种草单品：美若康
KOL：包青天大人
互动量：3.7w



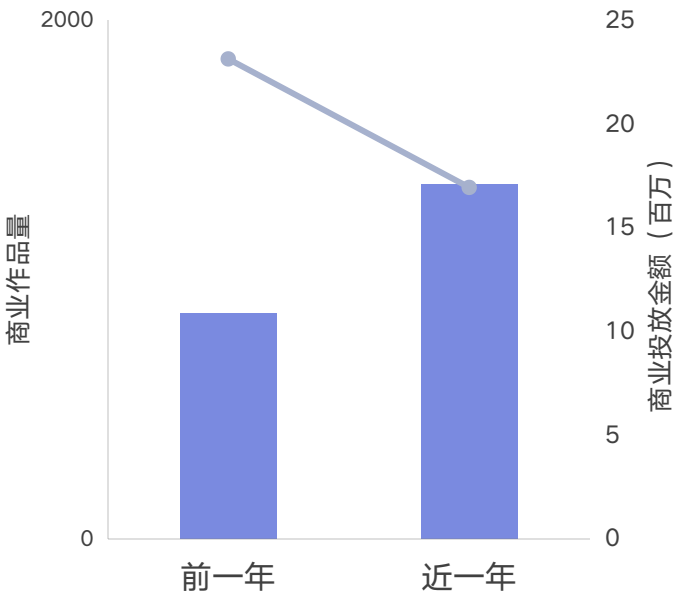
抖音营销趋势：商业投放量金额下降，应用更多高性价比腰尾部达人



隐形眼镜商业投放笔记数量与金额

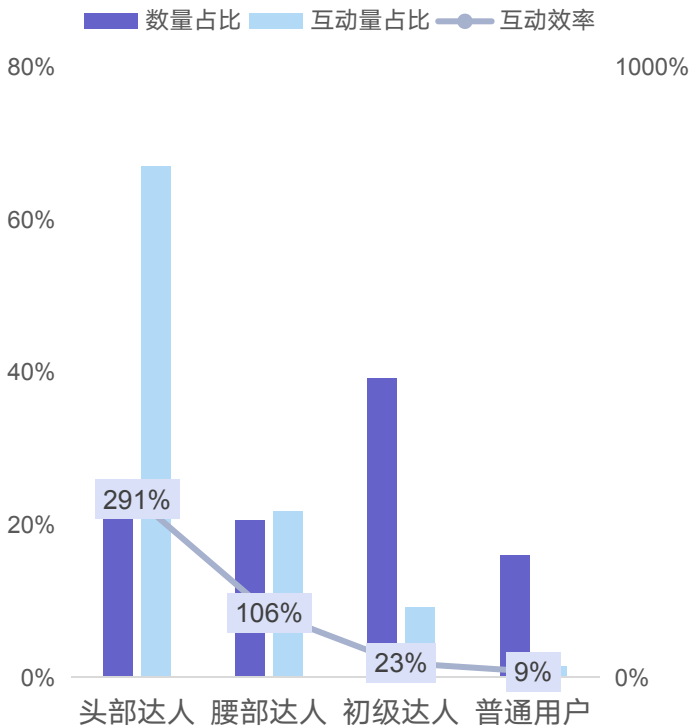
近一年商业作品量：1366 (+57%)

近一年商业互动量：1695万 (-27%)



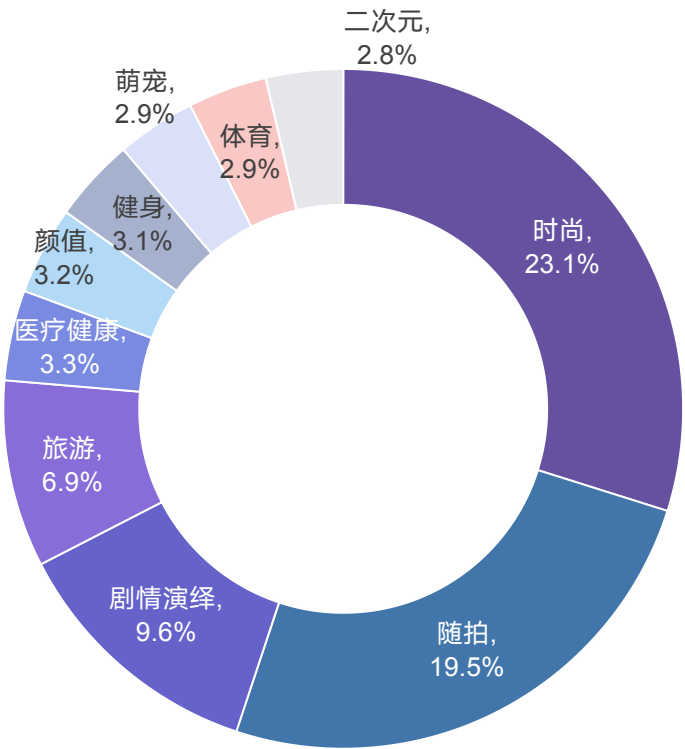
隐形眼镜商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性价比来看，腰部达人更具优势



隐形眼镜商业投放达人类型

时尚和随拍类达人应用最为广泛





抖音营销内容：出游场景类内容和创意剧情类内容互动效果更好

抖音高互动达人TOP榜单



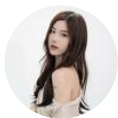
你心中的小可爱
头部达人
生活记录类



周小闹
头部达人
剧情类



追剧少女韩芳芳
腰部达人
二次元类



李诗雨
头部达人
剧情类



哦吼小闪电
头部达人
生活记录类



沐公子和julia
头部达人
生活记录类



一个芋头
腰部达人
美妆类



仙姆
SamChak
头部达人
美妆类

高互动笔记类型

场景化内容



标题：33岁精致女生第一次坐高铁软卧套房有多忙
KOL：沐公子和julia
互动量：70.5w

创意剧情类内容



标题：做我的闺闺 为你征战四方
种草单品：拉拜诗
KOL：小纹子
互动量：19.2w

佩戴妆造类内容



标题：我的老板，今天怎么.....好像变可爱了？
KOL：李诗雨
互动量：17.2w



海俪恩隐形眼镜以初腰部达人分享的颜值改妆和科普类内容为主



种草案例

海俪恩隐形眼镜

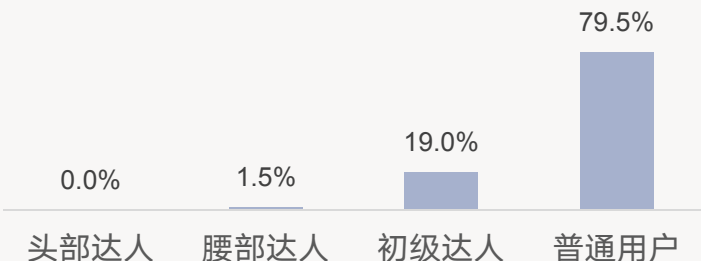


近一年商业笔记：691

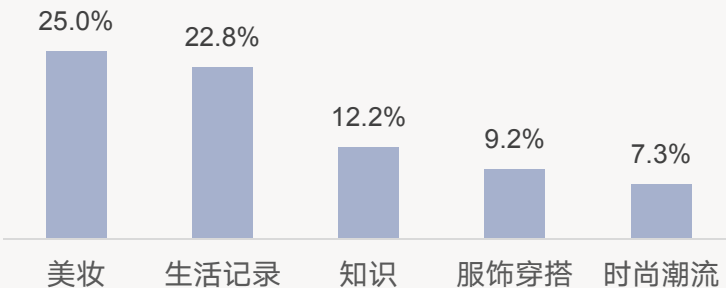
近一年商业互动：22万

达人策略：初级达人和KOC为主，穿搭和美妆类达人种草墨镜穿搭类内容为主

KOL等级分布

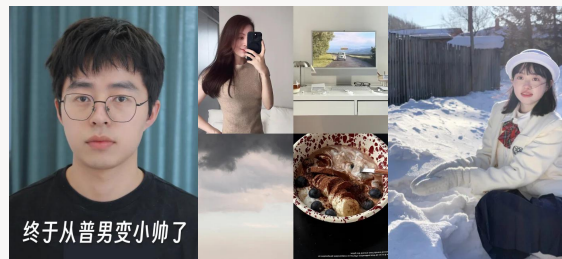


KOL类型分布



内容策略：眼镜妆容类，凸显镜框修饰脸型

53% 颜值改造类，近视眼快速提速颜值



近视镜片会在视觉上缩小眼眶，还会挡住眼神光，换成隐形眼镜真的一秒还原颜值

37% 佩戴科普类内容，强调舒适度与透气



三倍透氧力久戴一点都不会闷巨透气眼睛呼吸的感觉~柔滑力水凝胶材质不易破损用的更放心太舒服了



www.endata.com.cn

