



呵护精彩“视”界，多元化护眼正当时

——中国眼健康全行业全品类洞察报告

魔镜分析师团队

2025年8月

Contents 目录

01 护眼需求以何持续增长?

02 谁在为护眼买单?

03 护眼成分趋势扫描

04 机会总结

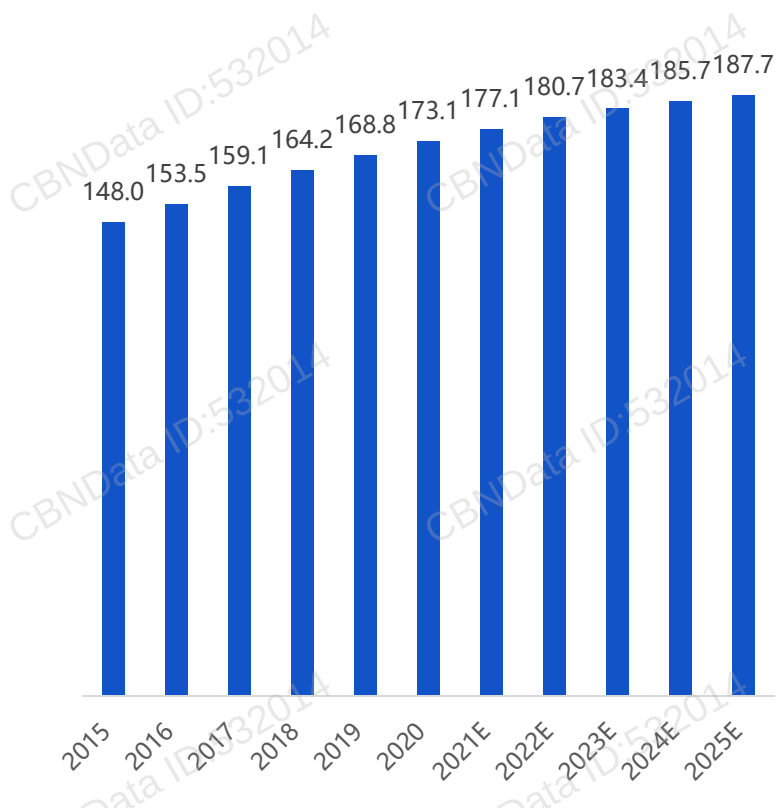
Part1 护眼需求以何持续增长?

行业政策 | 近视患病群体连年增长，眼健康、近视防控是我国重要政策之一



- 近年来，我国20岁以下近视患病人数逐年增长，预计在2025年将达到1.9亿人。国家不断出台多项眼健康相关政策，从健康宣传、近视防控措施、治疗干预手段等多方面提高近视防控的规范水平，不断加强我国近视防治工作。
- 人群体量的增长、国家政策的出台，都预示着眼健康已逐渐成为大众关注的共性问题，市场需求体量也在快速增长。

2015-2025年中国20岁以下近视患病人数（百万）



数据来源：Frost&Sullivan、公开资料整理

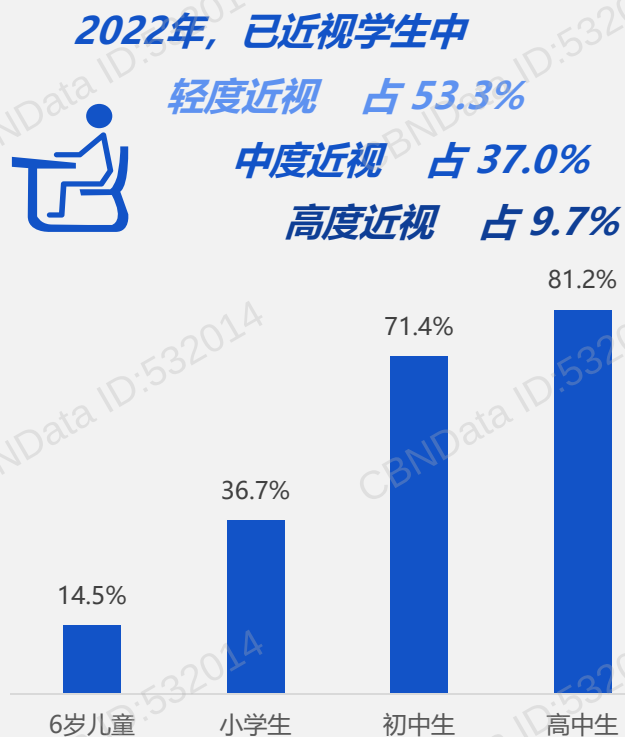
近年来我国眼健康相关政策和核心内容

时间	政策名称	主要内容
2024年	《近视防治指南（2024年版）》	进一步提高近视防控和诊疗的规范化水平，推动和加强我国近视防治工作
2023年	《儿童青少年近视防控公共卫生综合干预技术指南》	从公共卫生维度提出推进儿童青少年近视防控适宜技术和综合干预措施，以科学指导儿童青少年近视防控工作
2022年	《“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）》	关注儿童青少年、老年人两个重点人群，聚焦近视等屈光不正、白内障、眼底病、青光眼、角膜言等重点眼病，推广眼病防治适宜技术与诊疗模式，提高重点人群眼健康水平
2021年	《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021—2025年）》	健全完善儿童青少年近视防控体系，到2025年每年持续降低儿童青少年近视率
2021年	《学前、小学、中学等不同学段近视防控指引》	明确不同学段儿童青少年近视防控要点，着力提高儿童青少年用眼行为改进率和近视防控知识知晓率
2020年	《全国综合防控儿童青少年近视工作评议考核办法（试行）》	开展儿童青少年近视工作评议考核，并明确了评议考核原则、内容、步骤、要求和结果运用
2019年	《儿童青少年近视防控适宜技术指南》	指导科学规范开展防控工作，提高防控技术能力
2018年	《综合防控儿童青少年近视实施方案》	到2030年，实现全国儿童青少年新发近视率明显下降，儿童青少年视力健康整体水平显著提升

眼健康疾病 | 眼健康涵盖全年龄阶段，眼部病症不可逆催生预防护理需求

- 不同年龄阶段均存在特定高发的眼部疾病，近视是学生群体的主要眼部疾病。已近视学生中，轻、中度近视占比达90%，高中生群体的近视率高达81.2%。针对50岁以上的人群，老年黄斑变性、青光眼、白内障等疾病较常见，对日常生活带来诸多不便。
- 多数眼部疾病需要手术治疗才能缓解病症及治愈，该特点也导致大众对于眼部疾病的预防措施更为重视，前期预防、提升眼健康的需求也在不断增加。

2022年中国各类人口近视率



数据来源：《眼科诊疗行业简析报告》、新华社

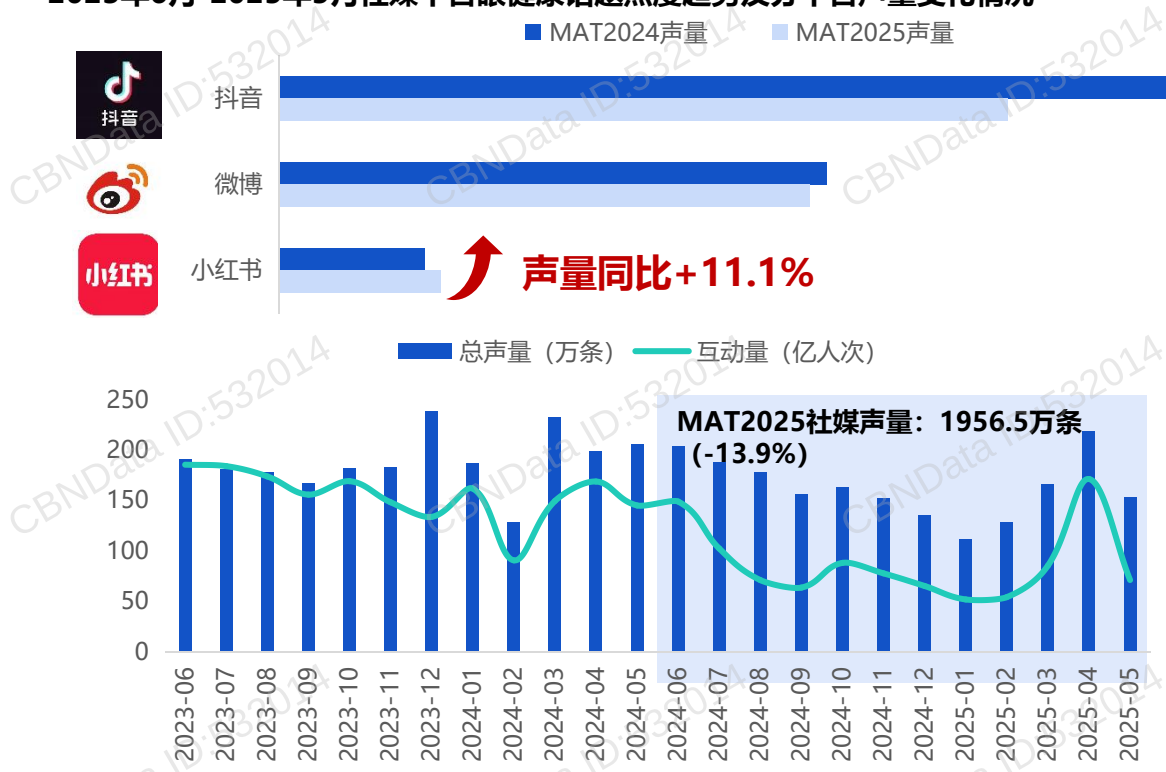
个人生命周期主要眼疾



社媒热度 | 小红书讨论热度提升，眼健康以医学科普、预防措施分享内容为主

- 近一年眼健康社媒话题声量接近2000万条，但热度呈现小幅下滑趋势，但眼健康话题在小红书平台声量热度却呈现增长趋势，大众更倾向于在小红书平台询问眼部不适、分享利于眼健康的生活习惯、饮食习惯、预防措施等。从热门话题来看，医学科普、预防措施分享类内容居多。

2023年6月-2025年5月社媒平台眼健康话题热度趋势及分平台声量变化情况



2024年6月-2025年5月眼健康话题下热门话题榜单

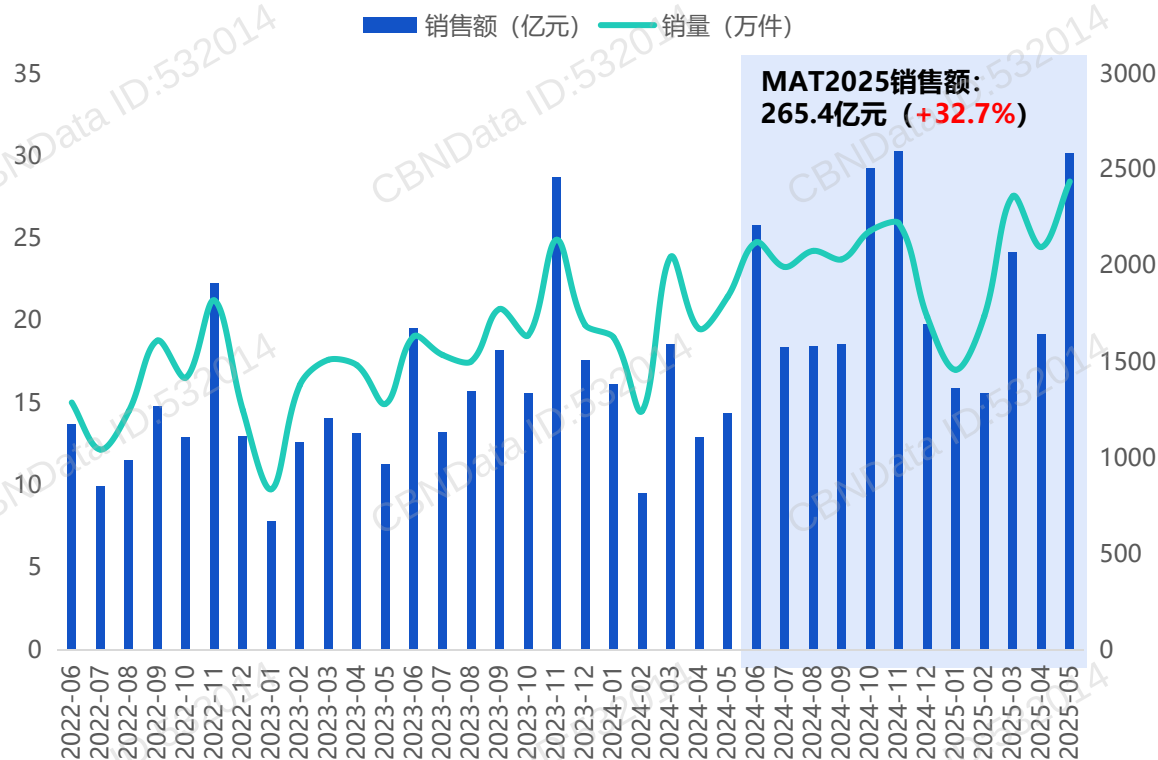
热门社媒话题	互动量	互动量同比	推文示例
#近视手术	4279.1万	164.5%	为什么很多医生不做近视手术 近视手术真的安全吗? 到底该不该做?
#icl晶体植入	2447.9万	305.5%	17年眼镜妹生涯, 到此结束! 摘镜了家人们~ #icl晶体植入
#医学科普	821.8万	27.2%	眼睛也会得带状疱疹! 不及时治还会影响视力 #医学科普
#硬核健康科普行动	686.7万	320.5%	担心孩子视力问题的, 这3个运动可以从小培养一下 #宝宝视力 #硬核健康科普行动
眼疲劳	665.5万	64.6%	总是眼干, 莫名其妙流眼泪, 眼睛不舒服, 是吃点叶黄素就好了吗? #抖出健康知识宝藏 #眼干 #眼疲劳
育儿经验分享	565.2万	70.1%	孩子的视力发展是一个长期的过程, 了解清楚才好帮助他保护视力 #育儿经验分享
让孩子远离手机	248.1万	195.3%	户外对眼睛好的玩具, 真心推荐这个手拉飞盘, 操作简单孩子爱玩, 一拉就飞, 放松视疲劳还能锻炼调节力 #让孩子远离手机
眼干	212.9万	3680.0%	别小看这几点, 当心视力损伤, 越来越看不清 #眼疲劳 #眼干
全飞秒	169.6万	106.1%	做近视眼手术之前一定要谨慎选择 #近视手术 #全飞秒
全民护眼	127.5万	219.6%	近视多看远处的好处 多多✓ #爱护眼睛 #全民护眼

数据来源: 魔镜洞察; 2025MAT表示2025年6月至2025年5月, 主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音; 主流社媒平台指微博、抖音和小红书

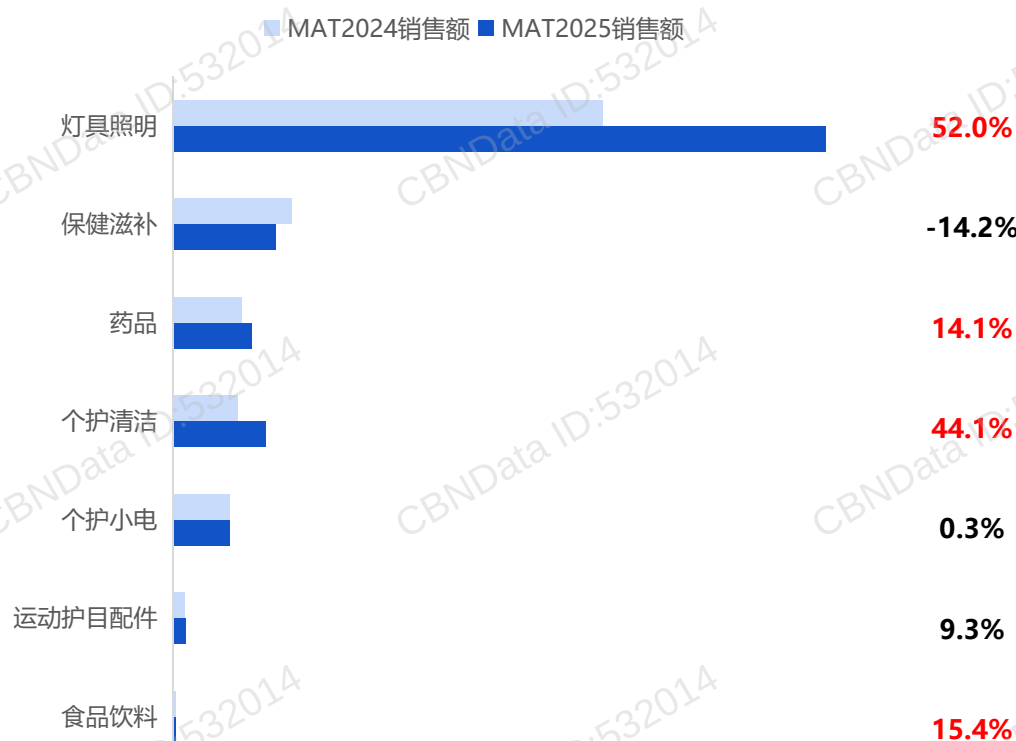
品类表现 | 眼健康线上市场体量持续攀升，药品、个护、食品饮料增长突出

- 近一年眼健康线上市场规模达265.4亿元，同比增长32.7%，双十一大促迎来销售峰值，销售高点逐年增长，市场体量持续稳定提升。
- 从品类分布来看，灯具照明最大，其品类均价最高，品类规模同比增长52%。个护清洁品类增长较快，主要为护眼贴、蒸汽眼罩、洗眼液等产品，品类规模同比增长44.1%。

2022年6月-2025年5月 眼健康线上市场销售趋势



2023年6月-2025年5月 眼健康线上市场品类销售规模分布变化情况

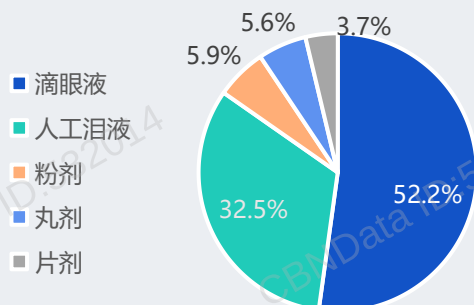


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

增长品类 | 功效性成分带动眼罩眼贴品类增长，护眼奶粉、粉类冲饮增速亮眼

药品

药品品类销售占比

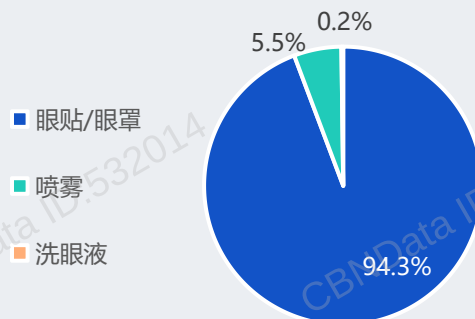


滴眼液TOP产品销售表现

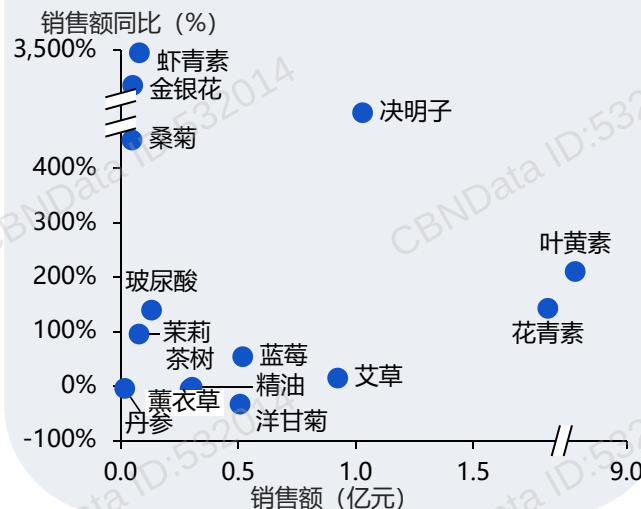


个护清洁

个护清洁品类销售占比



眼贴产品成分销售表现情况

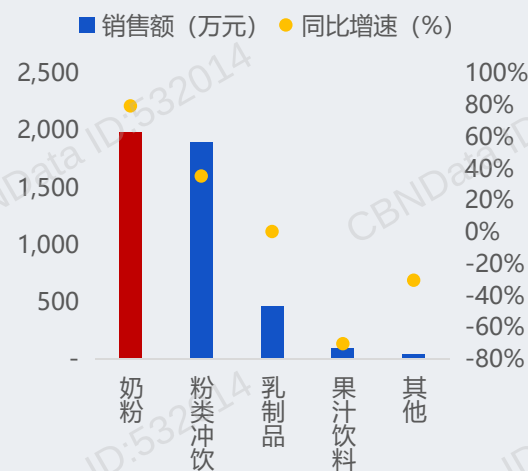


零食饮料

食品饮料品类销售占比



饮料冲饮细分品类销售表现情况

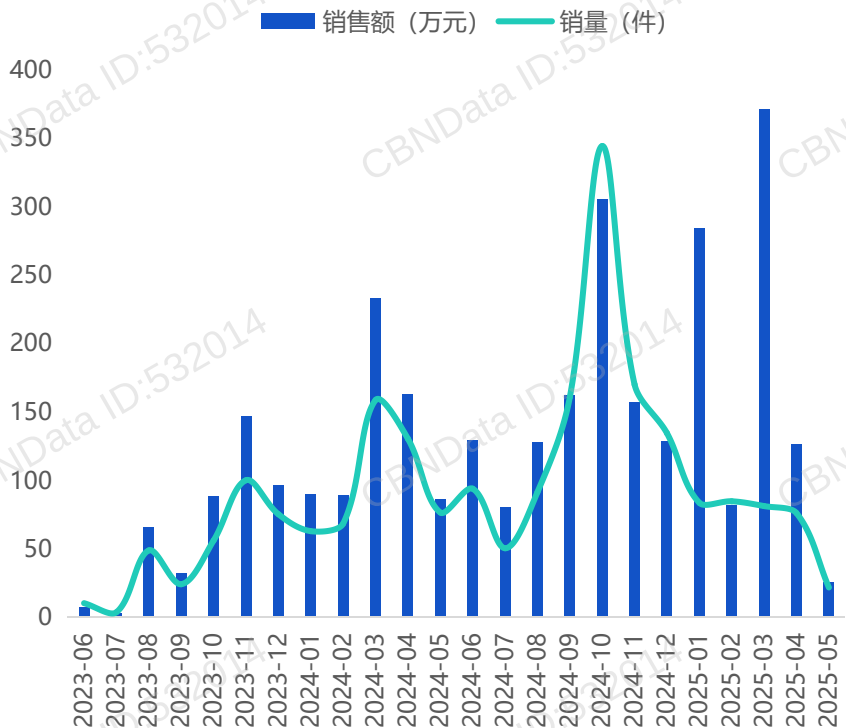


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

护眼奶粉 | 叶黄素为核心成分卖点，学生群体增长快，存在多种复合功效诉求

- 护眼奶粉市场规模近2000万元，同比增长79.4%，25年3月销售规模创新高，主要是受宜品叶黄素奶粉单品所带动，多周期套装均价达1000元以上，对当月销售规模有较大提振作用。
- 从产品卖点来看，叶黄素是护眼奶粉的核心成分卖点，青少年、儿童也是核心人群。DHA、学生概念增速较高，学生人群存在护眼+补脑的双重功效需求，部分产品也在护眼的基础上叠加补脑、增高补钙等功效卖点。

MAT2024-2025护眼奶粉市场销售趋势



MAT2025眼健康奶粉市场产品概念销售分布情况



商品名：
宜品亮晶晶叶黄素营养奶粉

参考价：
498元/800g

关键词：
抵御蓝光、护眼专研配方、
叶黄素+蓝莓+DHA



商品名：
雀巢真视高学生奶粉

参考价：
52元/350g

关键词：
叶黄素+DHA+ARA、多
175%钙

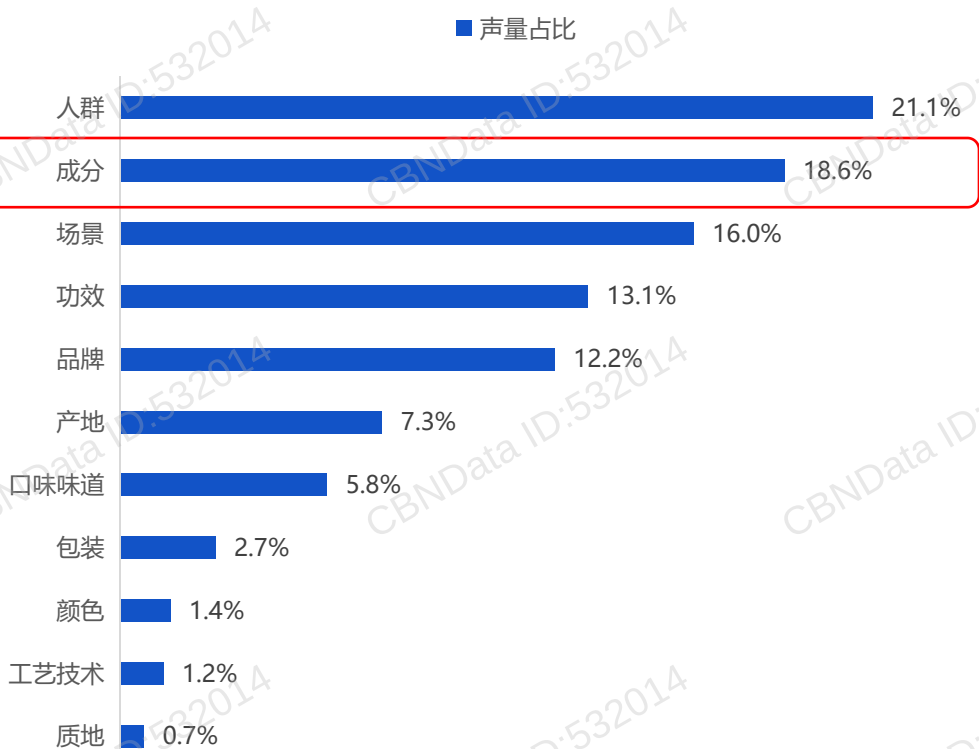
数据说明：本页奶粉数据不包含婴幼儿奶粉品类数据

数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

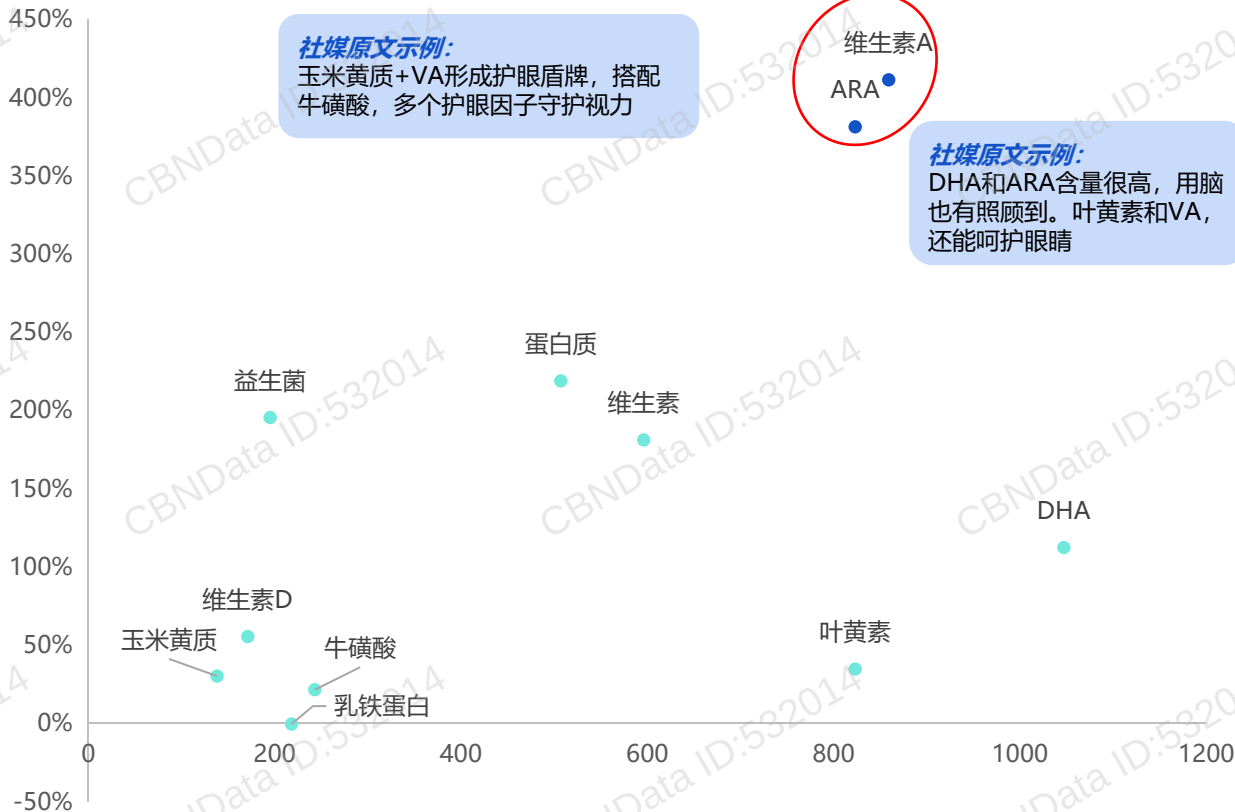
护眼学生奶粉 | 成分是大众核心关注点，维生素A、ARA等成分增速亮眼

- 社媒平台上大众对于护眼学生奶粉的讨论除了聚焦于适用人群，成分也是核心关注点，不同的成分搭配、组合功效是大众的热议话题。从声量热度来看，叶黄素、DHA依然是认知度最高的成分，但维生素A、ARA、益生菌等成分增速均达到200%以上，大众对于一些新兴成分及搭配关注热度较高，如玉米黄质+维生素A等。

MAT2025社媒平台护眼学生奶粉话题大众关注维度分布情况



MAT2025社媒平台护眼学生奶粉话题成分维度声量分布情况



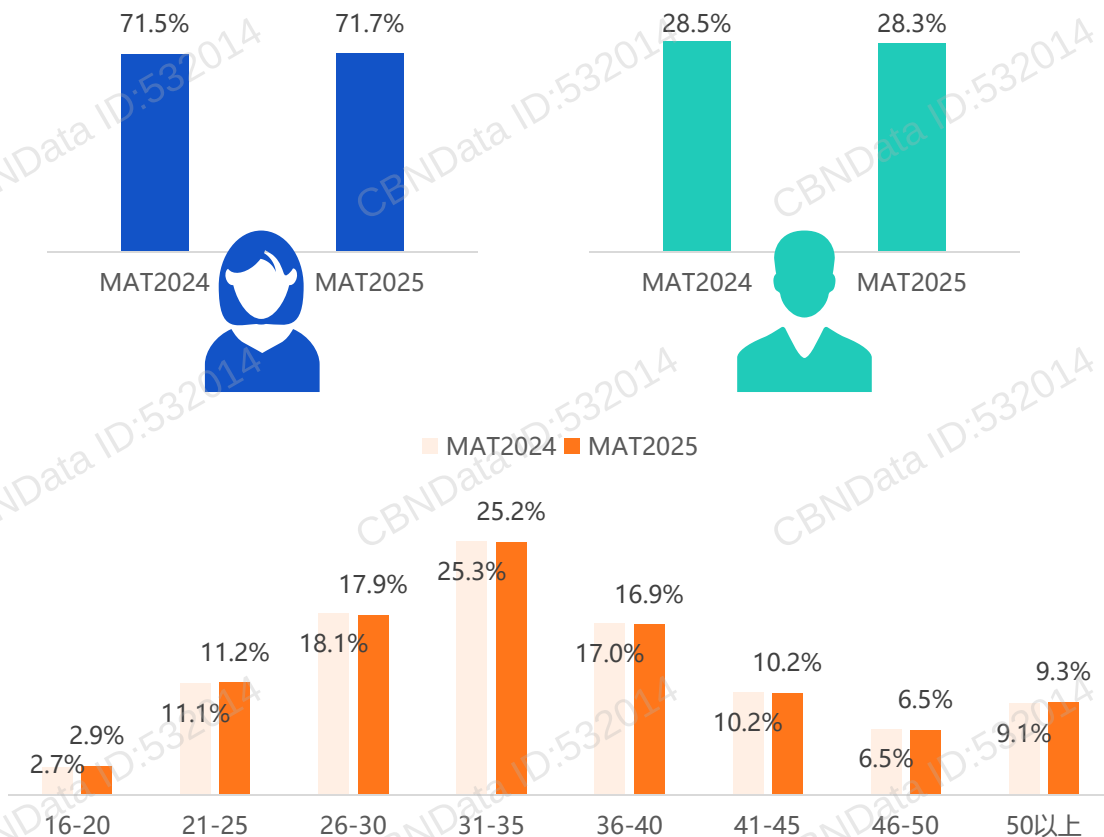
数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

Part 2 谁在为护眼买单

受众画像 | 年轻化与精准化趋势显著，女性主导健康消费的格局持续强化

社媒数据显示，护眼健康话题的关注人群呈现明显的代际更替特征：21-35岁群体合计占比达53.4%，成为核心讨论力量，其中**职场上班族**和**在校学生党**构成两大主力军。

MAT2024-2025社媒平台眼健康话题关注人群变化情况（性别、年龄）



数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

育儿家长



- 科学护眼法，预防视力滑坡
- 护眼“大路灯”，灯光辅助防控近视
- 幼儿常见眼疾，预防及治疗措施

在校学生党



- 电子产品防沉迷，防蓝光护眼
- 食疗护眼，药食同源养生茶包、多吃水果蔬菜等护眼食物
- OK镜、RGP等近视矫正手段

夜猫子联盟



- 边熬边养生，蒸汽眼罩舒缓双眼
- 食疗保健品，叶黄素等补剂为健康加分
- 数码产品屏幕采用护眼设计，熬夜党友好

银发中老年



- 老年人也沉迷手机，七旬奶奶熬夜玩手机近视2300度
- 黄斑病变、白内障等眼疾治疗经验分享、科普宣传
- 保健补剂补充营养元素，预防眼疾发生

职场上上班族

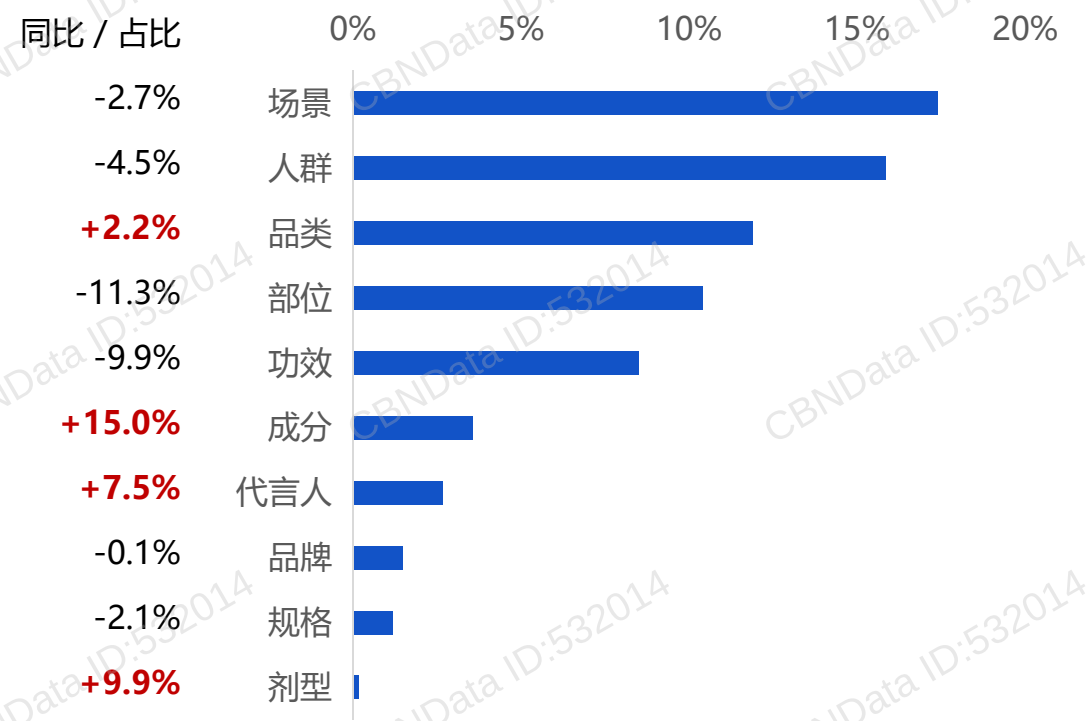
- 数码产品屏幕护眼设计
- 眼贴舒缓双眼，赵露思明星同款带动热度；
- 保健补剂刚需，鱼肝油+叶黄素+人工泪液成为脆皮打工人成为热门搭配

消费者讨论 | 从泛场景向专业成分转型, 需求集中于近视防控与数字生活场景

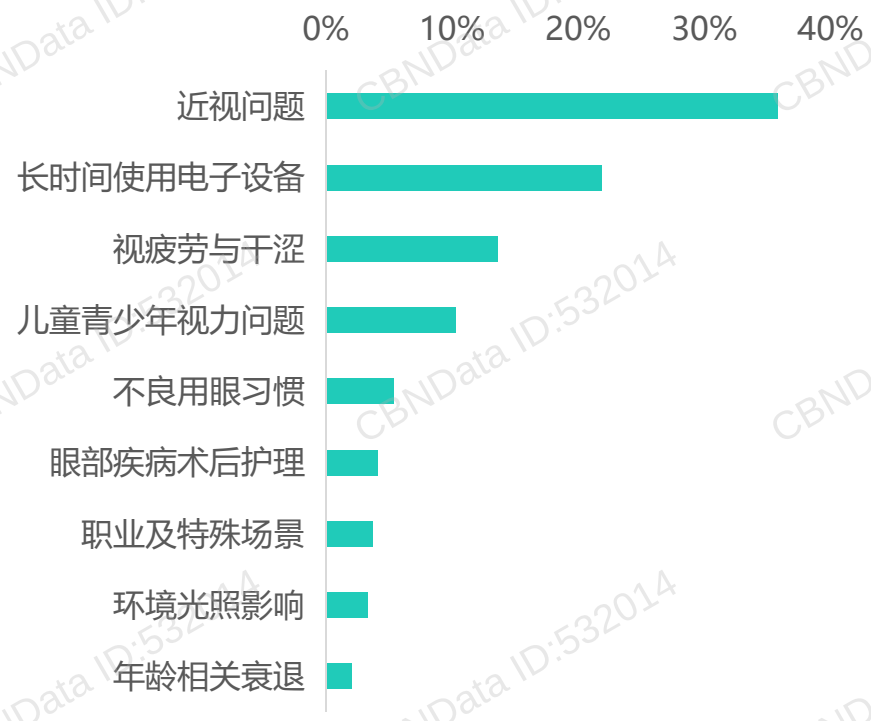


- 护眼话题下，**专业成分 (+15.0%)** 与 **剂型 (+9.9%)** 成为增长最快的议题，尽管"场景"仍以17.4%的占比位居第一，但其声量同比下滑2.7%，反映消费者对"熬夜护眼" "办公疲劳"等泛场景讨论的疲劳。
- 消费者护眼需求呈现显著的两极集中特征：近视问题（35.8%）与电子设备使用（21.8%）合计占比近60%，构成核心痛点领域。其中，儿童青少年视力问题（10.3%）作为独立子类目的声量表现突出，反映家长群体对近视防控的深度焦虑。值得注意的是，"视疲劳与干涩"（13.6%）虽位列第三，但讨论多集中在症状描述而非解决方案，暗示消费者对护眼的认知已从被动防护转向主动健康管理。

MAT2025 主流社媒平台护眼相关帖子讨论维度分布占比和同比



MAT2025 引发眼部疾病或者激发护眼需求的底层原因分布

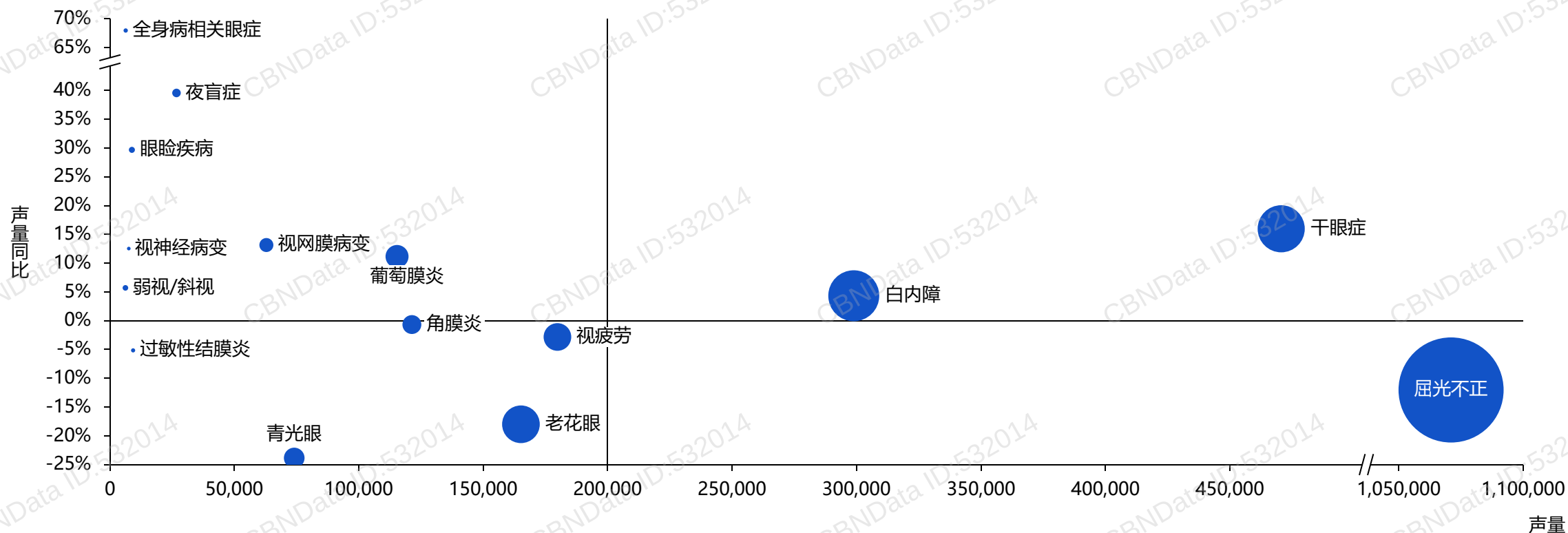


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

眼部疾病分布 | 眼部疾病讨论聚焦三大核心问题，干眼症增长显著

- 社媒数据显示，消费者对眼部疾病的讨论主要集中在**屈光不正**（107万声量）、**干眼症**（47万声量）和**白内障**（29.8万声量）三大领域，其中干眼症以16%的声量同比增速成为增长最快的核心疾病。
- 值得注意的是，**夜盲症**（+39.6%）和**眼睑疾病**（+29.7%）等小众病症的讨论增速显著，而传统高关注度的屈光不正（-12%）和老花眼（-18%）声量明显下滑，反映消费者对眼部健康的关注正从普遍性视力问题向**特定病理化需求**转移。

MAT2025 主流社媒平台不同眼部疾病的讨论声量分布（气泡大小表示互动量）

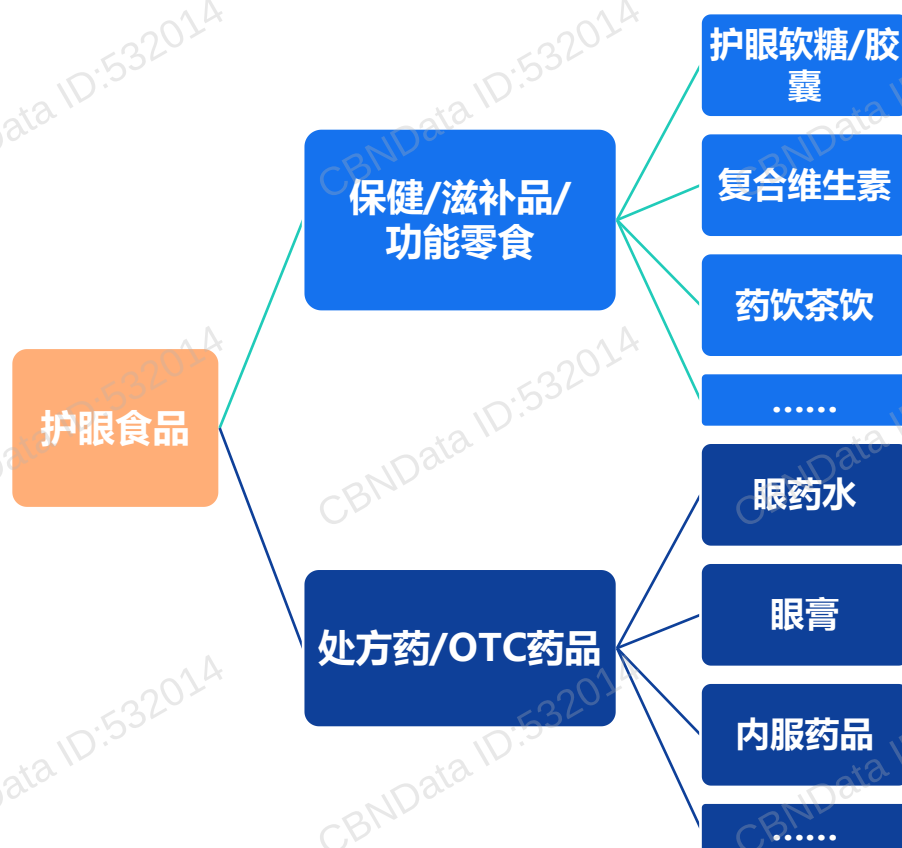


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

Part 3 护眼成分趋势扫描

护眼食品分类 | 药品量价齐升，保健品向更高质量或更高附加值的产品集中

- 当前护眼健康食品市场呈现多元化的品类结构，核心品类包括**护眼食品**（如功能性零食、保健食品）、**护眼药品**（含处方药与OTC药品），并延伸至**复合维生素**、**药饮茶饮**等相关领域。MAT2025，**护眼保健品**市场面临显著挑战，销售额为20.0亿元，同比大幅下滑16.2%，然而产品均价逆势上涨19.5%，达到105.9元/件，表明市场正在进行结构性调整，消费者可能向更高质量或更高附加值的产品集中，低价产品需求锐减。
- 护眼药品**市场表现强劲且健康，销售额达18.7亿元，同比增长22.3%。销量也保持稳健增长，上升8.8%至3416.0万件。同时，均价上涨12.3%至54.7元/件，反映出该品类不仅用户基础在扩大，消费者支付意愿和产品价值也在同步提升，呈现量价齐升的积极局面。



MAT2025 护眼保健品

销售额：**20.0亿元 (-16.2%)**

销售量：1884.5万件 (-30.0%)

均价：105.9元/件 (+19.5%)

MAT2025 护眼药品

销售额：**18.7亿元 (+22.3%)**

销售量：3416.0万件 (+8.8%)

均价：54.7元/件 (+12.3%)

01

保健/滋补品/功能零食

02

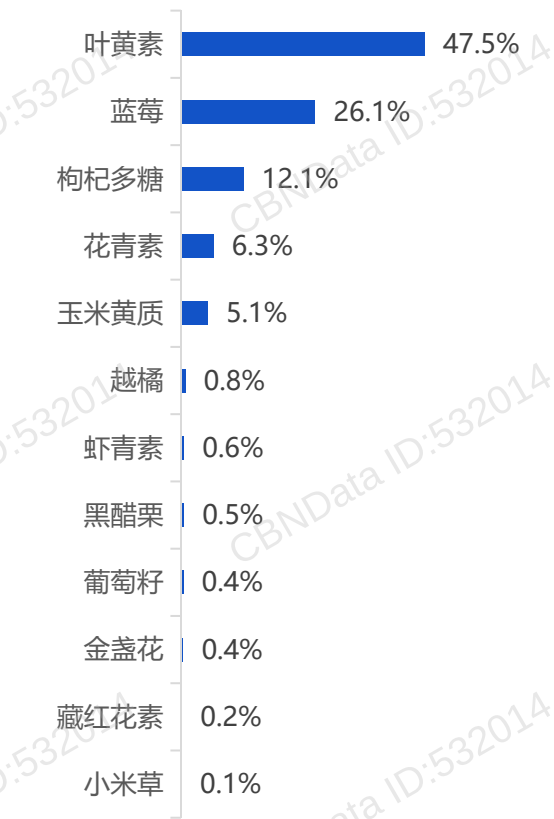
处方药/OTC药品

专业护眼成分 | 叶黄素、蓝莓认知度最高

- 专业护眼成分的判断标准很明确：必须有直接的眼部作用机制（如黄斑保护、睫状肌调节），且消费者认知高度聚焦护眼。比如叶黄素、玉米黄质这类视网膜专属成分就是典型。

类别	成分名称	核心功效	作用机制
类胡萝卜素	叶黄素	延缓黄斑变性，过滤蓝光	沉积于视网膜黄斑区，吸收415-455nm高能蓝光，中和自由基
	玉米黄质	提升视觉对比敏感度	与叶黄素协同增强黄斑色素密度（MPOD），保护中心视力
花青素类	花青素	强化毛细血管，减轻眼浮肿	抑制VEGF通路，减少血管渗漏，抗氧化应激
	越橘	改善夜视力，缓解视疲劳	含25%-36%花青素（OPCs），促进视紫质再生，加速暗适应
	蓝莓	缓解屏幕光损伤	提升视网膜微循环，减少光感受器细胞凋亡
	黑醋栗	消除短暂性近视	松弛睫状肌，调节晶状体焦距
	葡萄籽	保护视网膜微血管	95%高纯度原花青素（OPCs），降低毛细血管脆性
类胡萝卜素衍生物	虾青素	缓解重度视疲劳	穿透血视网膜屏障，清除自由基（抗氧化力为维E的500倍）
草本提取物	小米草	抗炎收敛，减少红血丝	含黄酮苷和单宁酸，抑制组胺释放，缓解结膜炎
	金盏花	提高叶黄素生物利用率	天然叶黄素载体，促进脂溶性成分吸收
	藏红花素	增强亮度敏感性	调节视网膜感光细胞Ca ²⁺ 通道，改善明暗适应能力
	枸杞多糖	保护视神经，延缓萎缩	激活视网膜神经节细胞BDNF通路，抑制氧化损伤

MAT2025 主流社媒平台消费者对专业护眼成分认知提及度分布

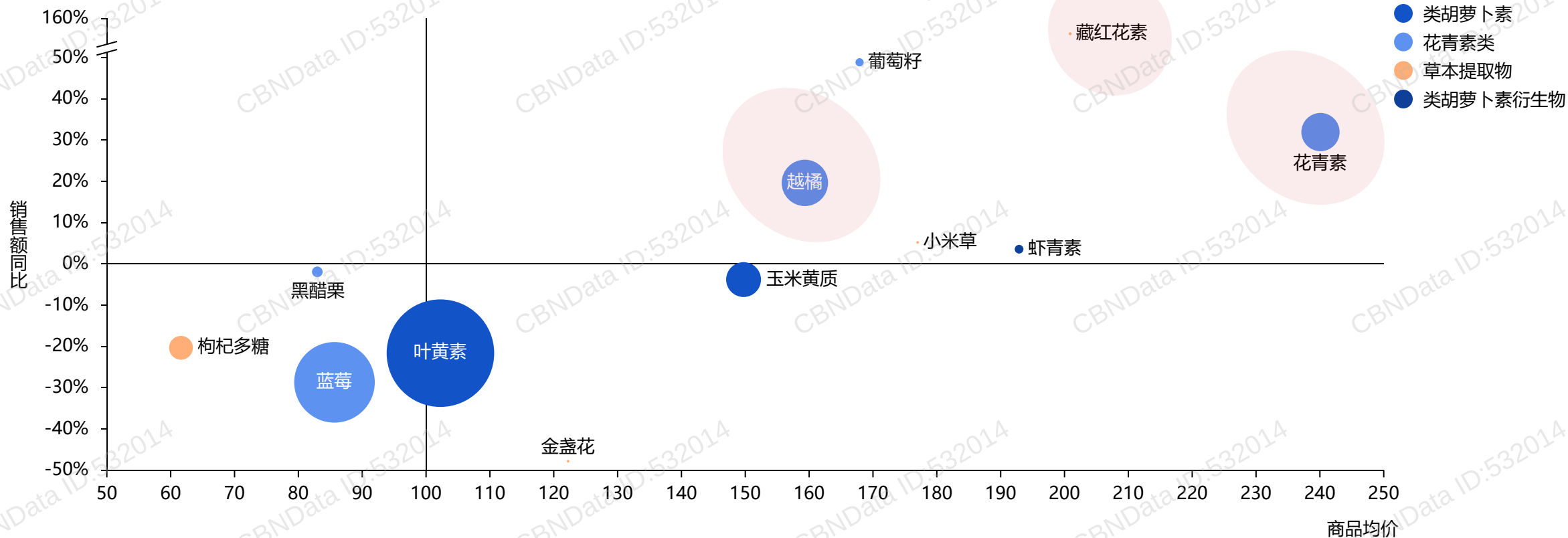


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

专业护眼成分 | 传统主力成分叶黄素承压，高端花青素成分爆发增长

- 当前护眼食品市场呈现显著的结构分化。**类胡萝卜素（以叶黄素、玉米黄质为主）**贡献近半市场（叶黄素单成分销售额达16.0亿元），但整体增长乏力：叶黄素销售额同比下滑21.6%，玉米黄质微降3.8%。传统明星成分**蓝莓（花青素类）**销售额跌28.7%至9亿元，反映同质化竞争下的市场疲态。
- 与之形成鲜明对比的是**高端花青素成分的爆发**：越橘等花青素实现双位数增长，且均价高达159元/件，显示高附加值成分的强劲需求。小众成分中**藏红花素（+156.3%）**和**葡萄籽（+48.8%）**的爆发式增长，进一步印证市场向专业化、高端化升级的趋势。

MAT2025 主流电商平台保健/滋补品/功能零食下专业护眼TOP成分概念气泡图（气泡大小表示销售额大小）



数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

成分：越橘 | 北欧野生越橘护眼产品19.6%高增长，进口品牌49%份额垄断

- 越橘成分护眼产品以3.0亿元销售额实现19.6%的显著增长，与传统护眼食品市场萎缩形成鲜明反差，产品均价159元锚定消费升级群体，其“北欧野生越橘”的原料叙事（花青素浓度达蓝莓15倍）成功构建高端信任状。
- 从品牌来看，TOP10品牌集中度高达66.5%（前10名份额总和），市场呈现深度分化：进口三巨头双心、优思益、斯维诗以49%的垄断性份额把控高端市场。国产品牌则较为碎片化，健视佳（3.8%）、汤臣倍健（2.3%）等本土玩家合计份额不足15%，且分散于中低价带。



欧洲越橘

越橘（*Bilberry*）作为花青素类成分的核心代表，其果实中富含高浓度花青素，含量可达普通蓝莓的15倍以上。临床研究证实，越橘花青素能高效穿透血视网膜屏障，通过抑制光感受器细胞氧化损伤、促进视紫红质再生、改善微循环，显著缓解视疲劳并提升暗适应能力。

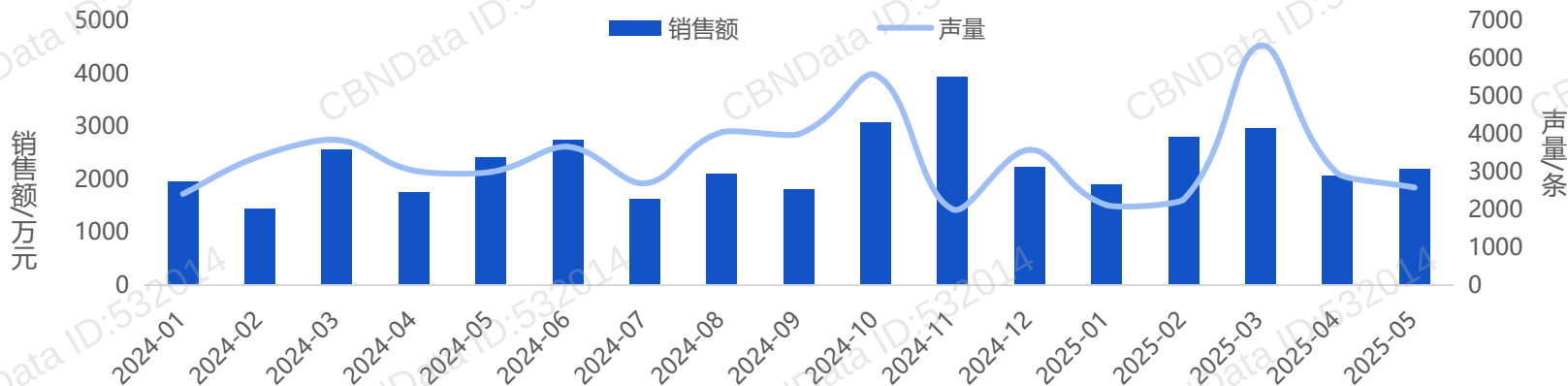
MAT2025

销售额：

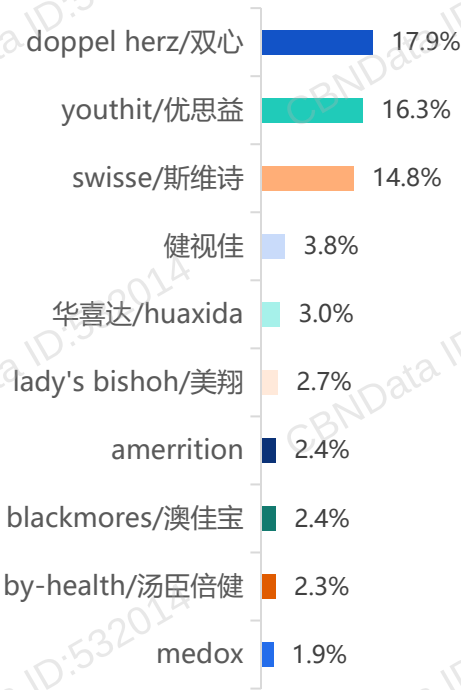
3.0亿元

同比增长：

+19.6%



MAT2025 越橘成分护眼产品TOP10品牌份额分布

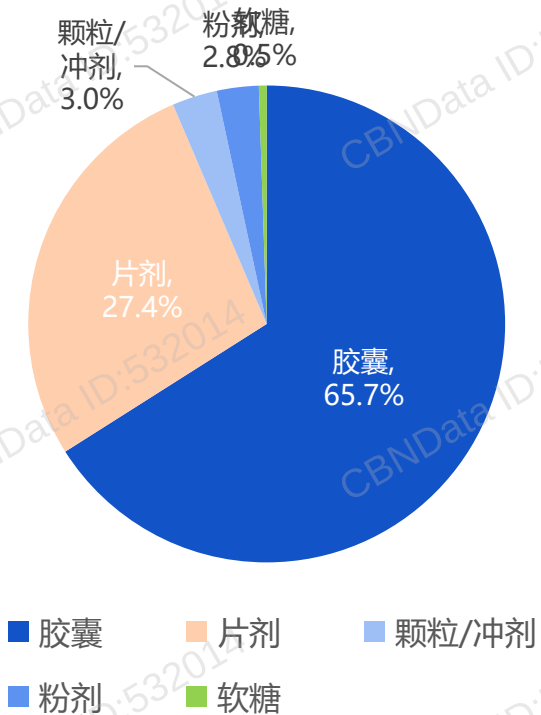


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

成分：越橘 | 以胶囊和片剂剂型为主，热销产品均为多成分复配

- 当前越橘成分护眼产品的胶囊剂型以65.7%的绝对占比主导市场，片剂紧随其后占27.4%。胶囊与片剂能最大程度保留越橘花青素活性（避免冲剂/粉剂的热水解损失），契合消费者对高效吸收的诉求，同时硬胶囊外壳可兼容复配油脂成分（如双心添加鱼油Omega3），支撑**多功能复合配方**的开发。
- 从TOP产品来看，均为海外品牌且采用胶囊/片剂形态，且全部进行**越橘+叶黄素/玉米黄质**的复配设计，依托“原产地+专利技术”构建高溢价壁垒。

MAT2025 越橘成分护眼产品的剂型分布



商品名：
优思益叶黄素护眼丸

参考价：
169元/60粒

关键词：
澳洲进口，叶黄素，欧洲越橘，6合1配方



商品名：
双心高端护眼宝胶囊

参考价：
298元/120粒

关键词：
25mg北欧越橘，叶黄素20mg，鱼油omega3



商品名：
斯维诗叶黄素成人护眼片

参考价：
378元/2瓶

关键词：
叶黄素+玉米黄质，越橘提取物



商品名：
Amerition共晶叶黄素护眼片

参考价：
268元/1瓶

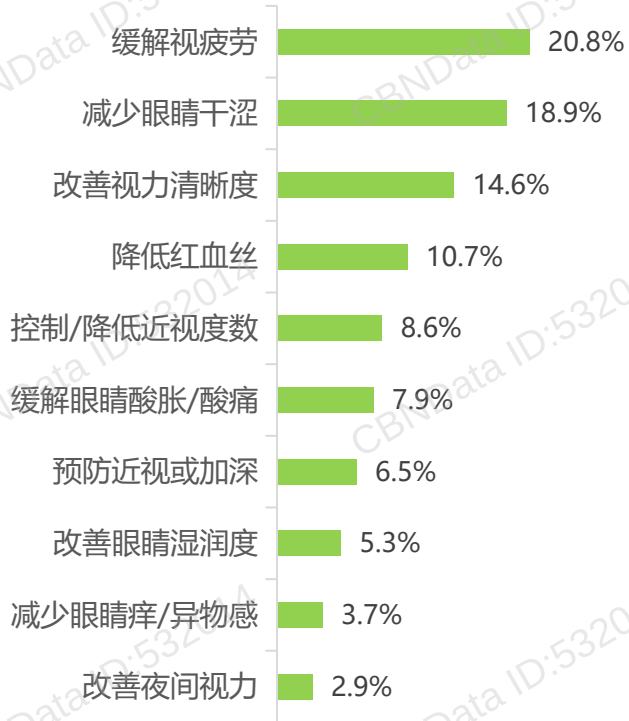
关键词：
20mg共晶叶黄素，越橘提取物，5+1组合成分

数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

成分：越橘 | 缓解视疲劳为核心诉求，大众市场对于越橘功效需场景化翻译

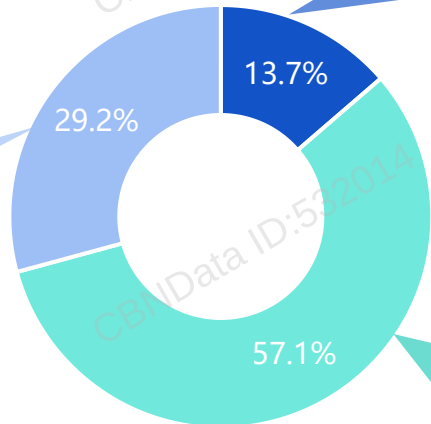
- 消费者对含越橘成分的护眼产品的功效需求高度聚焦于 **基础症状缓解**：缓解视疲劳、减少眼睛干涩、改善视力清晰度三大基础诉求，合计占比超54%。
- 从消费者对越橘的护眼成分认知度分布来看，消费者对越橘的认知已跨越“知道名字”阶段，进入“功效关联期”，但深层机理理解仍不足，超六成用户常将越橘与普通蓝莓混淆（如误认为“蓝莓升级版”），购买决策多基于“含越橘成分”的粗放标签，建议品牌通过**具象场景绑定**（如“熬夜追剧眼不酸”）降低大众的机理理解门槛。

MAT2025 消费者对含越橘成分产品反馈的Top10功效



MAT2025 消费者对越橘的护眼成分认知度分布

- 高认知度（成分党/高知群体）**
- 中认知度（功效导向型）**
- 低认知度（模糊认知型）**



仅知越橘护眼，常与蓝莓混淆；购买因“含越橘”而非具体功效：

“买越橘因为听说它是蓝莓的升级版”
“还没开始吃，日期挺好。物流快。含量足。添加了越橘成分。”

清楚越橘的花青素机制、专利原料和临床功效，主动对比成分差异：

“对比了下价格，还是这家比较实惠，汤臣倍健的越橘叶黄素吃完有效果，眼睛疲劳有缓解，不像其他国外品牌不适合中国人体质，含量也不高。”

明确越橘缓解疲劳/干涩等核心作用，但不明原理；依赖品牌/KOL推荐：

“看博主推荐来的，蓝莓里面的花青素和叶黄素都是护眼成分，这个效果肯定比单个叶黄素的产品效果好，还有越橘等，后面效果不错会继续回购”

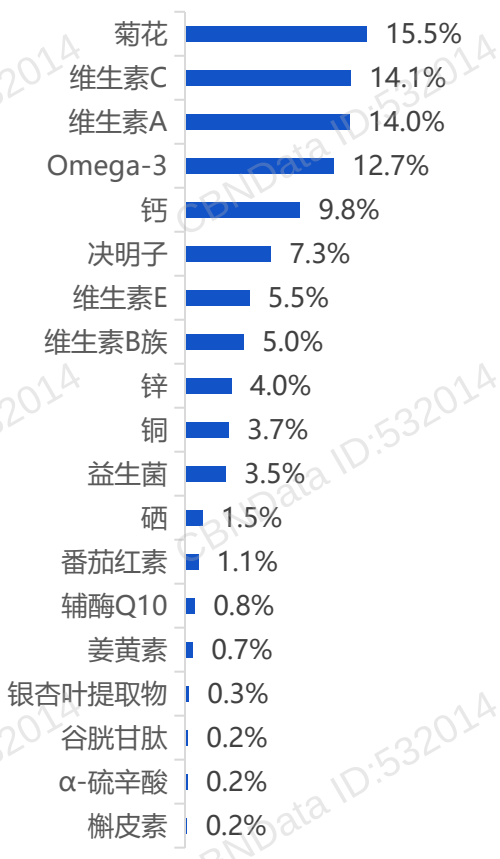
数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

泛护眼成分 | 维生素、矿物质、鱼油的护眼认知度较高

- 泛护眼成分的关键在于多功能性。比如白藜芦醇虽然能抑制视网膜血管增生，但消费者更熟悉它的抗衰老功效；益生菌对干眼症有调节作用，但主要认知还是肠道健康。

类别	成分名称	核心功效	护眼关联机制	首要消费认知
维生素类	维生素A	防夜盲症，维持角膜健康	合成视紫红质，保障暗视觉	皮肤健康/免疫支持
	维生素C	抗氧化，巩固结缔组织	降低白内障风险，维持角膜胶原结构	美白/免疫力
	维生素E	脂溶性抗氧化，延缓衰老	保护视网膜DHA/叶黄素不被氧化	抗衰老/生育支持
	维生素B族	能量代谢，神经传导	B2防角膜血管增生，B12护视神经	抗疲劳/情绪调节
矿物质	锌	免疫调节，伤口愈合	AREDS2配方核心，防黄斑病变	免疫力/男性健康
	硒	抗氧化酶组分，防癌辅助	保护眼微血管，延缓糖尿病视网膜病变	防癌/甲状腺功能
	钙	骨骼强健，肌肉收缩	增强巩膜韧性，延缓轴性近视发展	骨骼健康/儿童发育
	铜	铁代谢辅助，抗氧化	维持视神经髓鞘完整性	贫血辅助/抗氧化
脂肪酸	Omega-3	抗炎，心血管保护	DHA占视网膜50%，EPA缓解干眼	心脑血管/脑健康
抗氧化剂	辅酶Q10	细胞供能，心脏保护	为高耗能视网膜供能，缓解眼压型胀痛	心脏健康/抗疲劳
	番茄红素	前列腺健康，防晒伤	抗紫外线损伤，降低黄斑变性风险	男性健康/皮肤防护
	姜黄素	抗炎护肝，关节保护	减轻青光眼视神经炎症	关节护理/肝脏解毒
	α-硫辛酸	控血糖，神经保护	防糖尿病视网膜病变，水脂双溶抗氧化	血糖管理/减肥辅助
	谷胱甘肽	肝脏解毒，美白	延缓白内障，维持晶状体透明度	美白/排毒
中药成分	决明子	清肝明目，润肠通便	传统“目赤肿痛”用药，缓解眼干涩	通便/降火
	菊花	清热解毒，平肝明目	缓解屏幕眼干、红血丝	降火/夏季饮品
	银杏叶提取物	改善记忆，促循环	增加眼周血流量，缓解视疲劳	健脑/中老年保健
	槲皮素	抗过敏，呼吸道防护	缓解过敏性结膜炎瘙痒	鼻炎/过敏缓解
微生物	益生菌	肠道菌群平衡，免疫调节	调节眼表菌群，缓解干眼症（专利菌株）	肠胃健康/免疫力

MAT2025 主流社媒平台消费者对专业护眼成分认知提及度分布

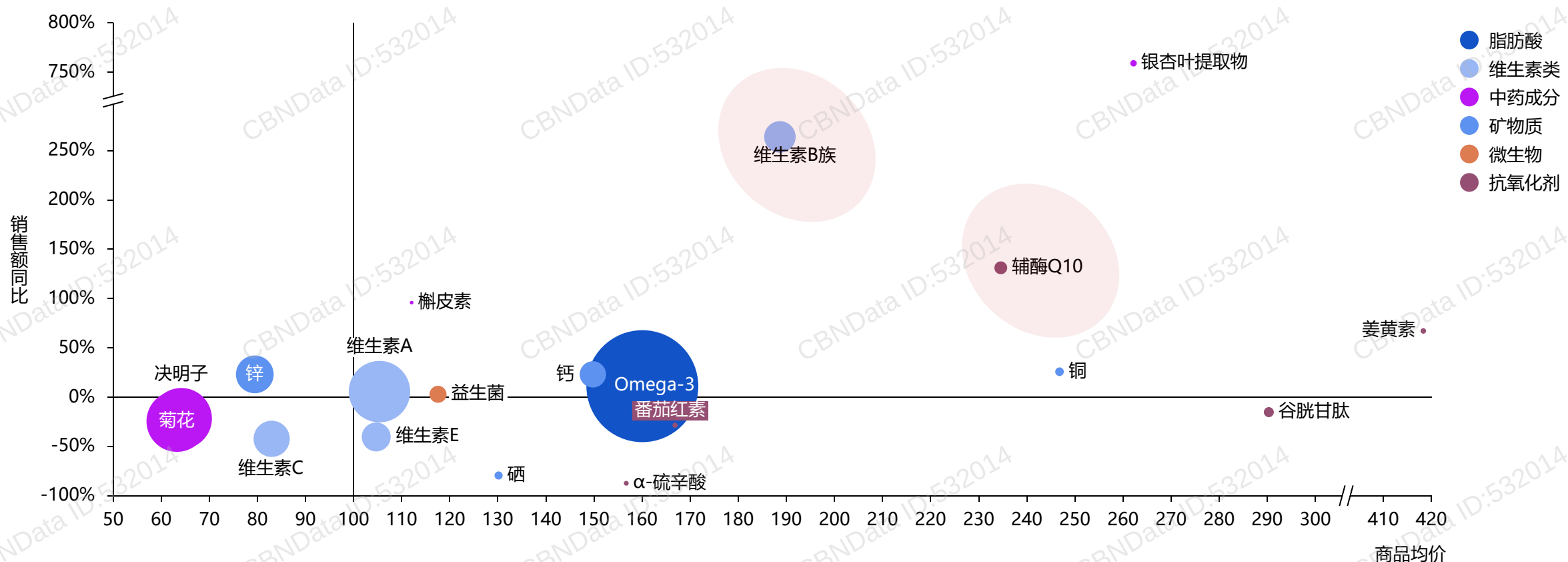


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

泛护眼成分 | 成分增长两极分化：精准功能成分崛起，传统基础营养承压

- 泛护眼市场呈现 **鲜明的结构性升级趋势**，**维生素B族**高价跃升黑马，**辅酶Q10**、**姜黄素**等高端抗氧化剂也切入抗衰老护眼赛道并获得增长；**矿物质组合（锌、钙）** 因青少年近视防控需求扩张稳健增长。反观下跌品类，**同质化基础营养**遭遇严重萎缩：维生素C、维生素E等通用成分，以及未科技化的传统中药（决明子、菊花）均因功效模糊性被边缘化。

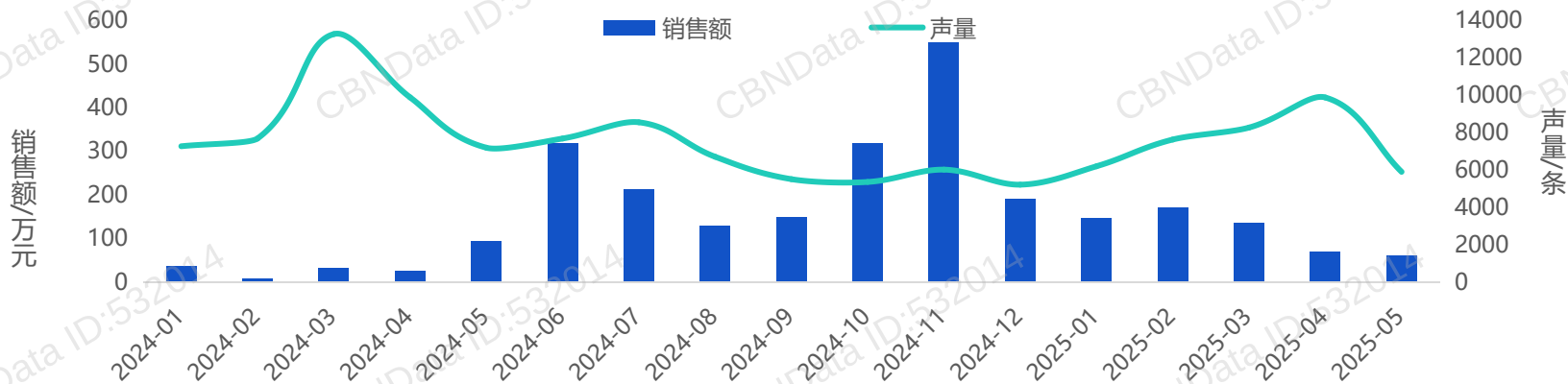
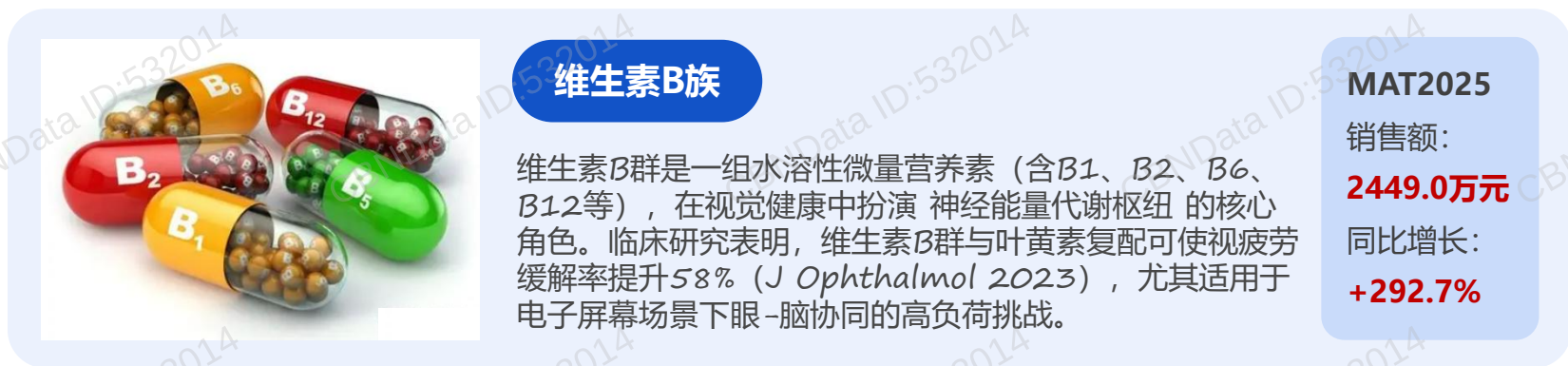
MAT2025 主流电商平台保健/滋补品/功能零食下泛护眼TOP成分概念气泡图（气泡大小表示销售额大小）



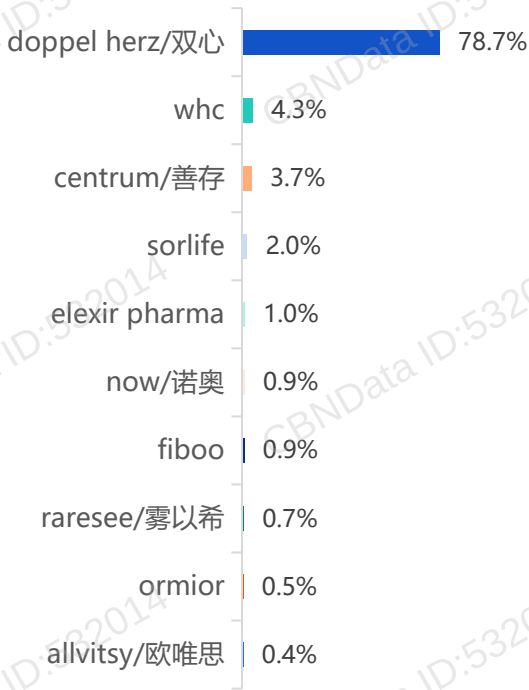
数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

成分：维生素B | 市场快速成长，但护眼的临床价值与消费认知存在断层式割裂

- 维生素B护眼产品以**近三倍的爆发式增长**印证其神经护眼价值的市场认可，但**规模不足护眼市场的1.3%**，临床验证的“视神经能量枢纽”角色（B群+叶黄素复配提升58%视疲劳缓解率）尚未转化为独立品类认知，多为综合维生素品牌跨界搭售，消费者仍将其视为综合维生素的附属成分。
- 从品牌分布来看，双心以**78.7%的绝对垄断份额**，依托“高端护眼宝”复配产品（B族+叶黄素+鱼油）收割市场，但消费者视维生素B为**神经保健附属成分**（非独立护眼因子）。



MAT2025 维生素b成分护眼产品TOP10 品牌份额分布

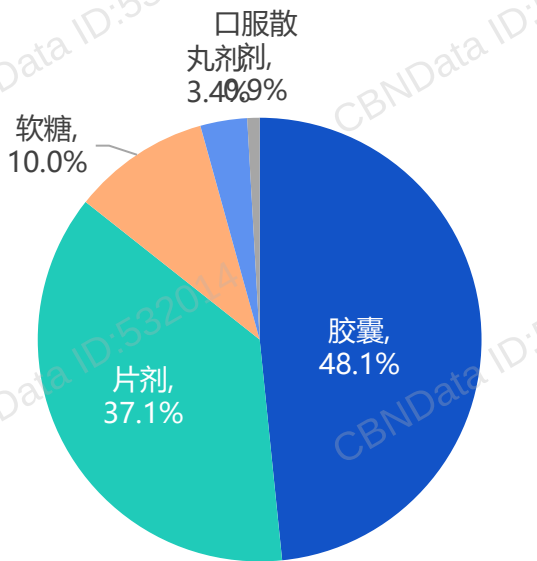


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

成分：维生素B | 以胶囊和片剂剂型为主，维B主要以辅助成分存在

- 维生素B护眼产品主要以 **胶囊（48.1%）与片剂（37.1%）** 的剂型为主，二者合计占比85.2%。胶囊/片剂能有效保护维生素B的水溶性活性（如B2光敏性），同时兼容油脂成分（如鱼油Omega-3），支撑复方配方的稳定性。
- 热销产品中，双心高端护眼宝胶囊与WHC护眼片均采用**维生素B群+叶黄素+Omega-3**的三重复配架构，通过"神经-视网膜-眼表"全链路设计实现溢价，定价显著高于单一成分产品（如普存男士银片172元）。

MAT2025 维生素b成分护眼产品剂型分布



■ 胶囊 ■ 片剂 ■ 软糖 ■ 丸剂 ■ 口服散剂



商品名：
双心高端护眼宝胶囊

参考价：
298元/120粒

关键词：
越橘，叶黄素，omega3，
多种维生素(b2、ve、vc)



商品名：
WHC专利叶黄素鱼油维
生素B族护眼

参考价：
549元/2盒

关键词：
护眼+护脑，专业叶黄素，
omega3，维生素b族



商品名：
善存中老年男士银片

参考价：
172元/1瓶

关键词：
复合维生素 (VC\VB\VE)
叶酸，多种矿物质



商品名：
elixir pharma蓝莓叶黄
素护眼片

参考价：
349元/1盒

关键词：
越橘，叶黄素，玉米黄质，
维生素A\B2\E，锌，硒

数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

01

保健/滋补品/功能零食

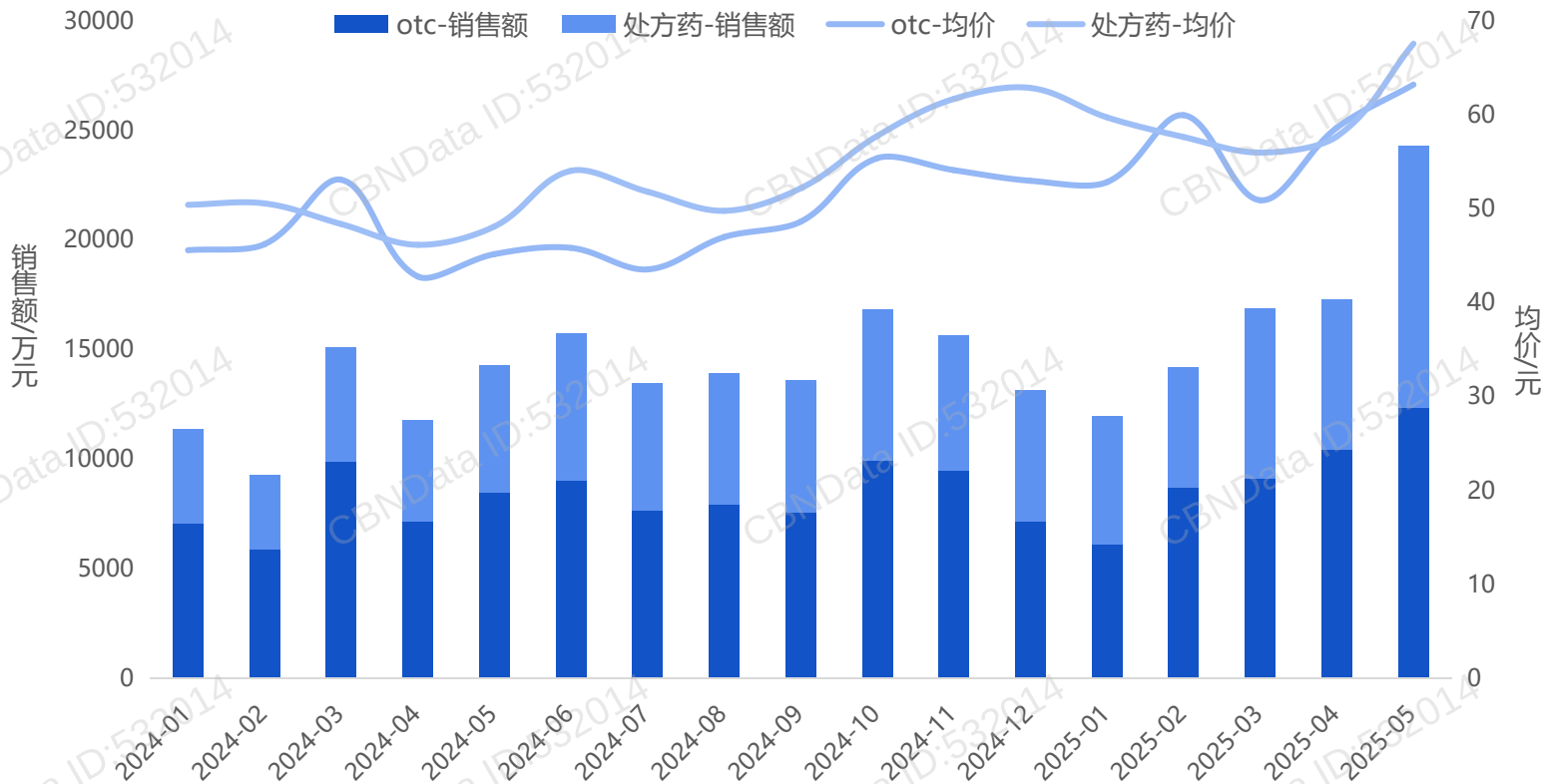
02

处方药/OTC药品

护眼药品 | 护眼药品市场双轨分化：OTC稳健增长，处方药加速放量

- 当前护眼药品市场呈现明显的**稳健增长趋势**，OTC药品以7.7亿元规模（+10.1%）占据主导，但处方药正以**36.8%的增速**快速扩容。值得注意的是，OTC市场呈现“**量减价增**”趋势，反映消费者向中高端产品集中的升级倾向；而处方药则实现“**量价齐升**”，凸显电商渠道的放量效应。

MAT2025 主流电商平台护眼药品（OTC\处方药）销售趋势



MAT2025 护眼OTC药品

销售额：**7.7亿元 (+10.1%)**

销售量：1492.7万件 (-2.0%)

均价：51.9元/件 (+10.6%)

MAT2025 护眼处方药品

销售额：**3.0亿元 (+36.8%)**

销售量：567.6万件 (+18.5%)

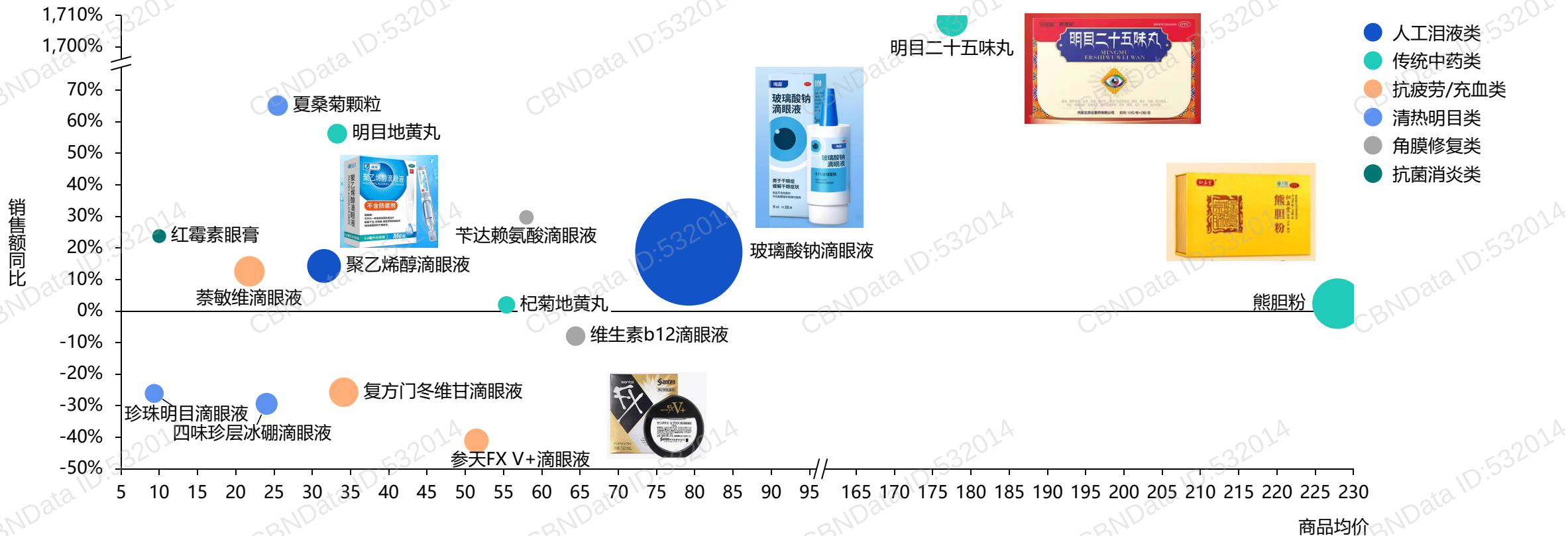
均价：53.6元/件 (+3.4%)

数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

护眼OTC药品 | 玻璃酸钠体量最大，中药类成分增长突出

- OTC护眼药品市场呈现显著的**功效分层特征**：人工泪液类产品（玻璃酸钠滴眼液、聚乙烯醇滴眼液）以合计3.9亿元销售额占据主导，其中**玻璃酸钠滴眼液**以79.2元高均价实现18.7%增长，反映干眼症患者对长效滋润的刚需；而传统中药呈现两极分化——**明目二十五味丸**以十倍同比的爆发式增长（均价177.5元）成为黑马，但熊胆粉（227.9元）仅微增2.4%。值得注意的是，**抗疲劳类化学滴眼液**（萘敏维、复方门冬维甘）普遍面临萎缩，而中成药颗粒/丸剂（夏桑菊+65.1%、明目地黄丸+56.2%）快速崛起，印证"药食同源"理念的回归。

MAT2025 主流电商平台OTC药品下TOP药品销售气泡图（气泡大小表示销售额大小）

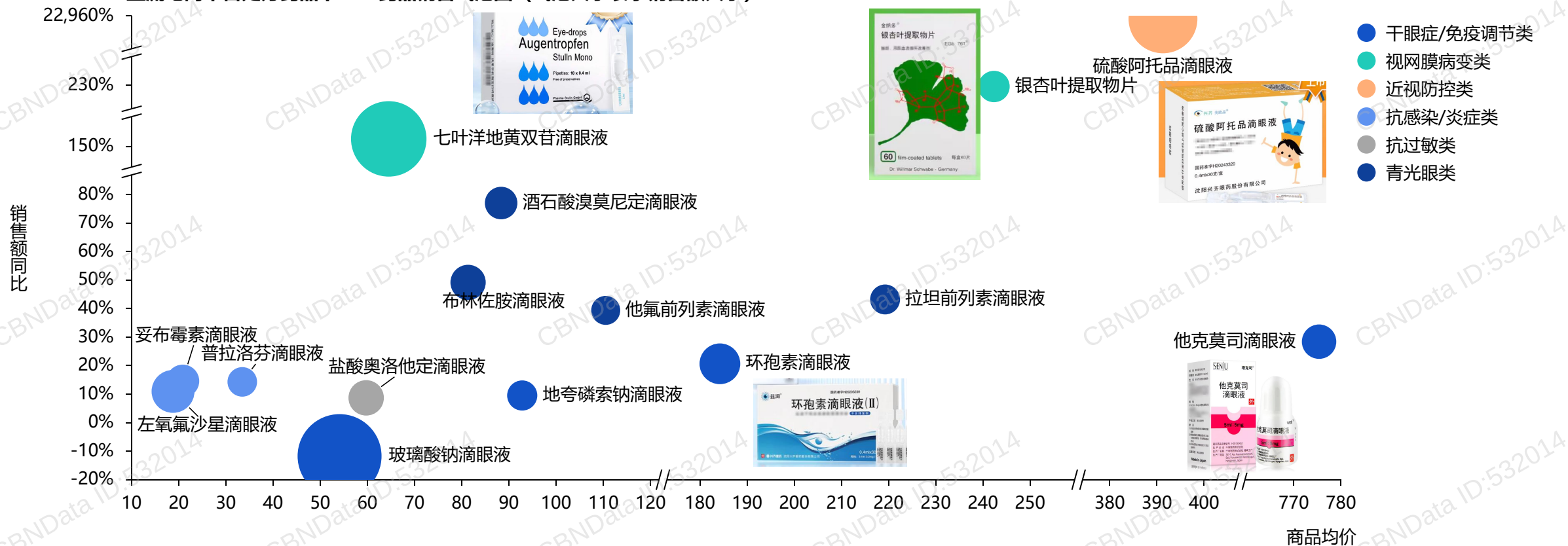


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

护眼处方药品 | 近视防控和视网膜疾病治疗领域成为增长引擎

- 护眼处方药市场呈现显著的结构性分化，**近视防控和视网膜疾病治疗领域**成为增长引擎。硫酸阿托品滴眼液快速成长逐步领跑市场，销售额达7981.9万元，其391.3元的高均价印证了家长对儿童近视防控的强烈支付意愿。七叶洋地黄双苷滴眼液（+152.7%）和银杏叶提取物片（+229.5%）的爆发式增长，则反映了老龄化背景下视网膜疾病治疗的巨大需求。值得注意的是，传统的人工泪液代表**玻璃酸钠滴眼液**（-11.7%）出现下滑，而创新干眼症药物环孢素（+20.6%）和他克莫司滴眼液（+28.4%）持续增长，表明中重度干眼症治疗正从**基础润滑**向**免疫调节**升级。

MAT2025 主流电商平台处方药品下TOP药品销售气泡图（气泡大小表示销售额大小）

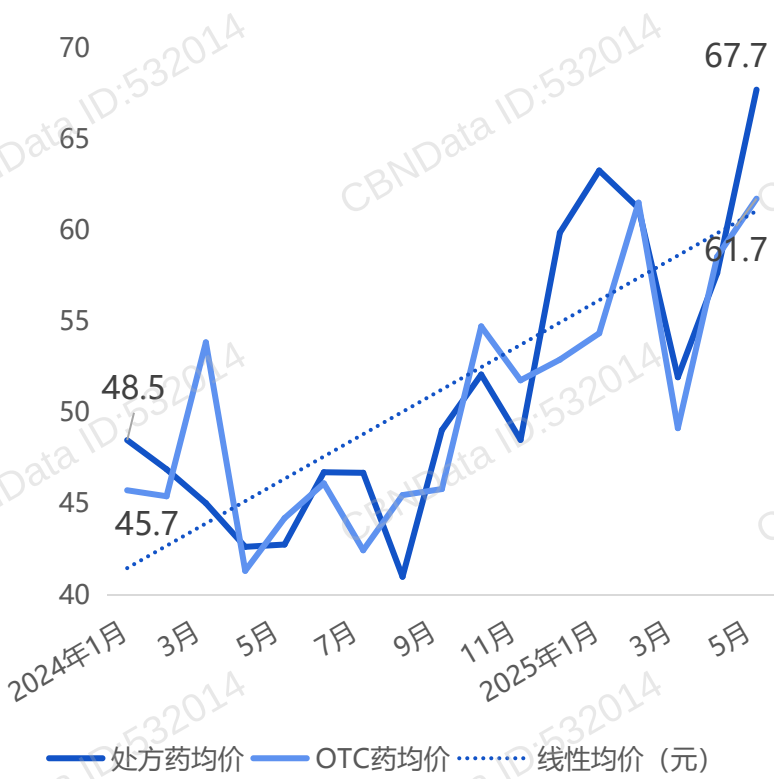


数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

价格段分析 | 护眼药品市场均价持续攀升，OTC与处方药价格分化加剧

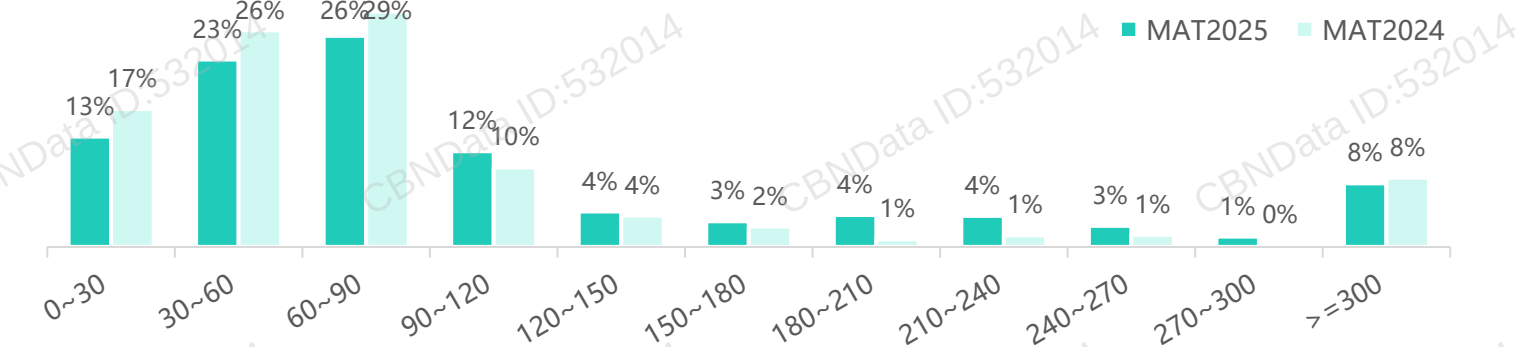
- 数据显示，护眼药品市场均价呈现**稳步上升趋势**，其中处方药均价显著高于OTC药物。分价位段来看，OTC药品的50-100元价格带成为竞争焦点，企业通过剂型创新（如缓释滴眼液）和成分升级（如添加透明质酸钠）争夺市场；处方药的高价段产品占比显著提升，尤其是200元以上细分市场增速显著，对应硫酸阿托品滴眼液等专科药物的爆发式增长，显示市场对高价值治疗方案的认可度提升。

2024年1月-2025年5月 护眼药品市场均价走势

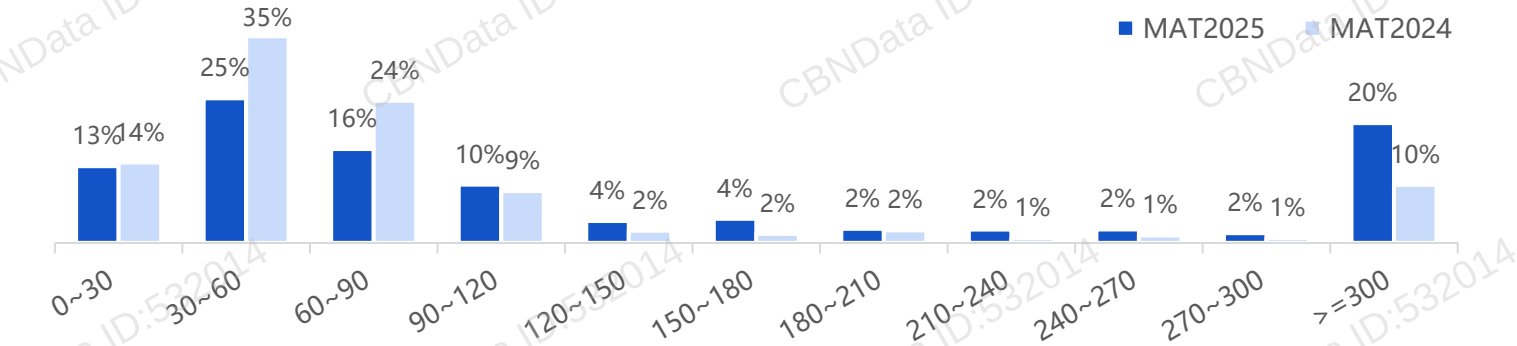


数据来源：魔镜洞察

OTC护眼药品分价格段市场占比变化



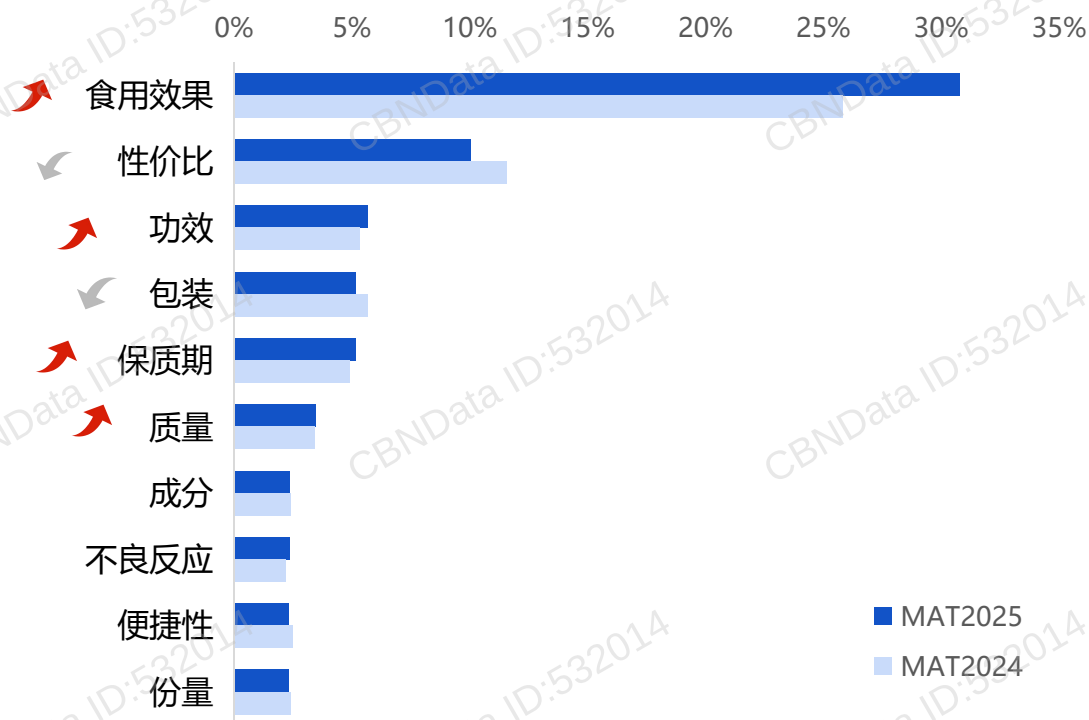
处方护眼药品分价格段市场占比变化



消费者反馈 | 消费者聚焦实际效果与性价比，功效宣称需落地验证

- 数据显示，护眼药品购买中**使用效果**（30%）和**性价比**（10%）是最核心的考量因素，远超其他维度。消费者评论中频繁出现"效果非常好"、"眼睛亮亮的"等直观描述，同时反复比价行为（如对比医院/电商价格）凸显务实倾向。
- 值得注意的是，**成分**关注度占比较小，讨论多集中于"无防腐剂"等基础安全属性，反映市场仍处于成分教育的初级阶段。负面评价主要针对**使用体验**（如"滴口设计刺痛眼球"），提示工业设计成为产品差异化的新突破口。

天猫平台护眼OTC和处方药的消费者购买产品关注维度TOP10



天猫护眼OTC和处方药的消费者电商评论原文示例

使用效果

- 和医院购买的一样，鼻炎导致眼睛痒，效果非常好
- 价格比之前买的划算一点，但是滴在眼睛里有一点凉爽，整体刺痛

性价比

- 很好用，价格比本地便宜！

功能功效

- 一直都有在给宝宝吃这个，眼睛一直都亮亮的。

保质期

- 质感跟在医院买的差不多，感觉应该是正品。现在还没用过，具体的效果可能用过之后再追评。生产日期比较新鲜，是今年年初生产的。

成分

- 一直在用参天的人工泪液，整体比国产的好，成分不含防腐剂。618的价格比平时五折还低，性价比超高

外观设计

- 一次性设计并不是很好，手感掰开滴眼口不光滑，容易刺痛眼球

数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

Part 4 机会总结

机会总结

机会品类	高端花青素护眼产品	复合维生素B护眼产品	儿童近视防控药品	中老年视网膜保健药品	功能性护眼食品
核心趋势	越橘等花青素成分增长显著 (+19.6%)，进口品牌垄断高端市场	维生素B族增长292.7%，但市场认知需强化“神经-视觉”链路	硫酸阿托品滴眼液增速突出，政策推动需求爆发	七叶洋地黄双苷 (+152.7%)、银杏叶提取物 (+229.5%) 增长，老龄化需求显著	护眼奶粉 (叶黄素+DHA) 增长79.4%，药食同源成分 (枸杞、菊花) 受青睐
代表商品示例	双心越橘叶黄素胶囊、斯维诗越橘护眼片	双心高端护眼宝 (B族+叶黄素+鱼油，78.7%份额)	低浓度阿托品滴眼液、护眼奶粉 (叶黄素+DHA，79.4%增长)	银杏叶提取物片、视网膜营养素胶囊	宜品叶黄素奶粉、枸杞明目冲饮
目标人群	高知女性、职场精英	高强度用眼人群 (程序员、学生)	学生家长、育儿群体	50岁以上银发人群	学生、亚健康白领
落地推荐方案	强调北欧野生越橘原料稀缺性，绑定熬夜护眼场景，提供临床数据背书	开发眼脑协同复配剂型 (如B12+叶黄素缓释片)，主打“会议持久专注”场景	联合医疗机构去推出近视防控套装，搭配视力监测服务	线下药房专柜推广，搭配黄斑病变筛查公益讲座	捆绑早餐场景，强调“护眼+补脑”双效配方

数据来源：魔镜洞察；2025MAT表示2025年6月至2025年5月，主流电商平台指天猫淘宝、京东和抖音；主流社媒平台指微博、抖音和小红书

版权声明

本报告为魔镜洞察制作，其版权归属魔镜洞察，未经允许，任何组织和个人不得以任何形式复制或传播

Mktindex.com

联系我们

北京淘幕科技有限公司

北京市朝阳区望京SOHO塔1A座2005

联系电话：400-015-1696

如有任何疑问或业务需求，欢迎通过此二维码添加顾问企微，我们将为您提供专业、高效的服务支持。

关注我们



魔镜洞察
-顾问



魔镜洞察
微信公众号



魔镜洞察小程序
海内外高增长市场趋势

Moojing Market Intelligence



魔镜洞察

Moojing Market Intelligence