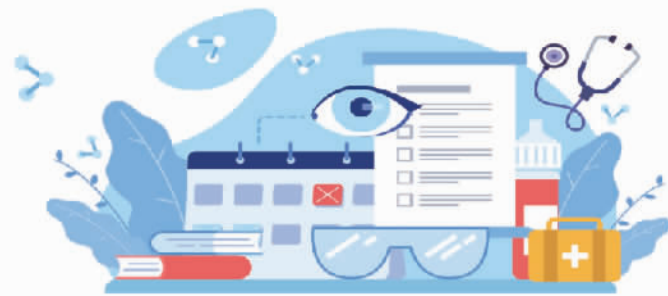


经济日报携手京东发布数据——

# 护眼市场风口何在



## 用心爱眼晴

随着电子产品在日常生活中使用日渐上升，眼湿、眼痛等眼部问题高发，眼部健康越来越受重视。看得见、看得清、看得舒服，成为广大消费者的强烈需求，给护眼市场带来巨大发展空间。

一方面，用户对更高质量、更专业化的眼部医疗和咨询服务的需求日益迫切。一个很明显的趋势是，眼科在线诊疗服务的用户群体已经从年轻人逐步发展到全年龄段，在线问诊的分诊作用和辅助作用正在得到进一步认可。相关机构可以借助互联网、人工智能等技术手段，更便利、更精准地做好患者的全流程问诊管理，为病患提供更高质量的服务。

另一方面，眼部健康管理产品种类越来越丰富。数据显示，各类内服型和外用型护眼产品销售增长迅速。由于眼部健康的特殊性，护眼产品的质量和安全性成为消费者更关心的问题，对于企业来说，加强产品工艺和质量把控才能赢得消费者信赖。

消费群体和消费场景的扩展也是推动护眼市场快速增长的重要因素。不只有老年人会关注眼部问题、预防眼部老化疾病，年轻人对于缓解视疲劳的需求也在大幅提升，特别是长时间用眼的学生和白领，成为护眼产品的购买主力军。同时，眼部问题一般需要长期和随时护理，家庭、办公、学校、户外运动、开车等场景都存在护眼需求。针对不同的消费群体以及消费场景，相关企业在产品研发上还有很大拓展空间，需要不断完善和延伸产品生态。

目前，护眼消费市场在细分定制与精准普及方面，还有众多风口有待发掘，从整个行业来看，叫得响的品牌和过硬的拳头产品还不算多。对于消费者来说，面对琳琅满目的护眼产品和服务，还要理性选择。对于各类企业来说，要充分考虑产品安全性、实用性和效果，在研发、推广护眼产品和服务的过程中，避免出现虚假宣传、混淆视听、不实承诺、诱导消费等问题。

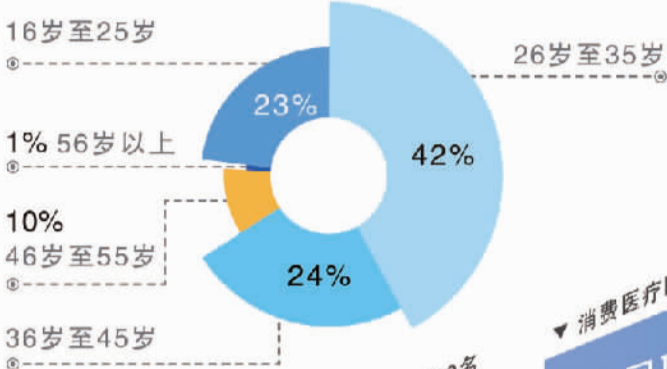
(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

## 说数

### 医疗护眼需求增加

通过线上渠道咨询、图文问诊、预约眼部检查等，已成为时下人们爱眼护眼的重要途径

▼各年龄段消费医疗眼科服务用户占比

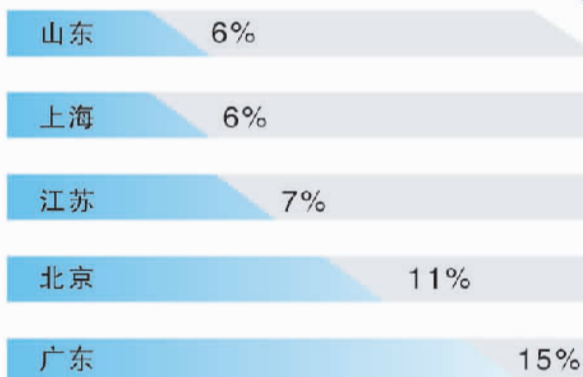


▼眼科问诊主诉词前10名

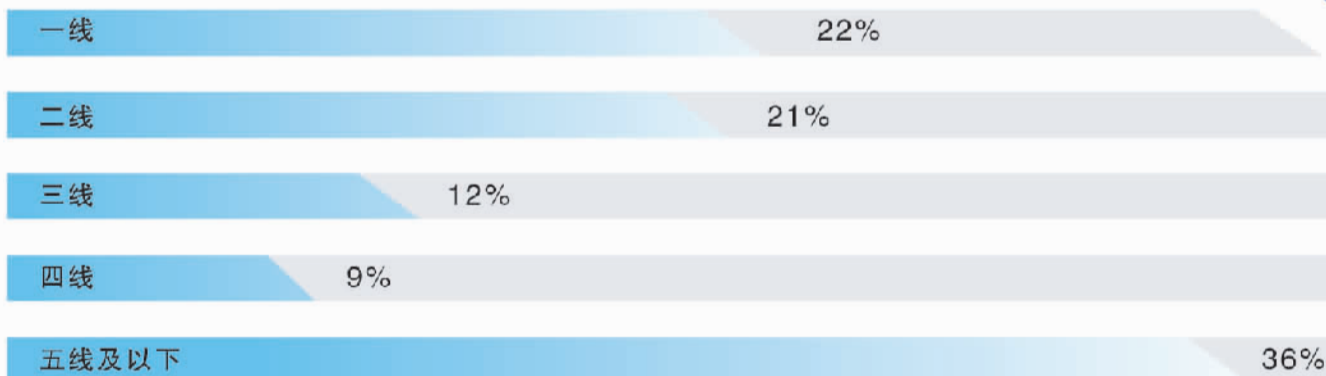


### 内服类产品受欢迎

▼各省份成交额占比

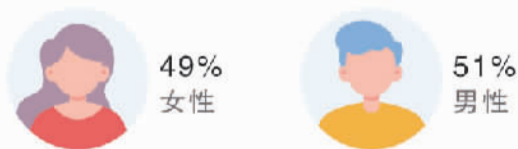


▼各级市场用户数占比



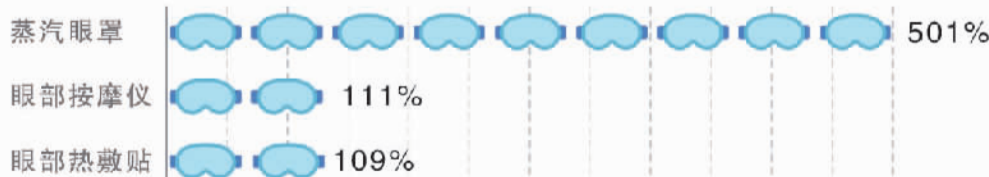
明目类内服产品的男性用户占比更高，但女性人均购买金额是男性的1.6倍

▼不同性别用户数占比



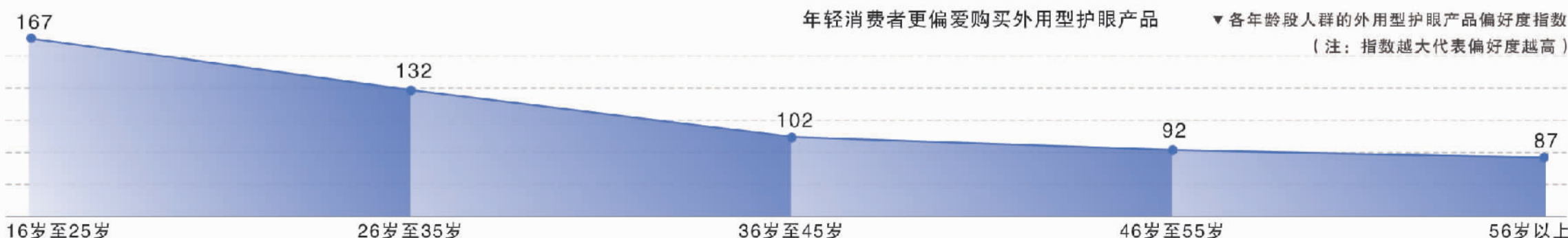
### 外用型护眼产品受青睐

▼各类外用型护眼产品销量同比增速



年轻消费者更偏爱购买外用型护眼产品

▼各年龄段人群的外用型护眼产品偏好度指数 (注：指数越大代表偏好度越高)



- 消费医疗眼科服务订单量TOP3: 1. 近视飞秒手术, 2. 角膜塑形镜验配, 3. 眼科术前检查服务
- 眼科问诊订单量同比增长超 **90%**
- 外用型护眼产品销售额同比增长 **210%**
- 内服类护眼产品销售额同比增长 **173%**
- 含有叶黄素/越橘提取物的产品销售额同比增长 **3倍**



更多内容 扫码观看

数据周期：2022年1月至5月