# 学术类论文范文眼镜推荐6篇

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2025-04-20

*学术类论文范文眼镜 第一篇 特定问题的描述Q5问题：眼镜沉重,压制鼻梁、耳朵导致痕迹和疼痛.施加物：眼镜；承受物：脸部支撑点、鼻梁、耳朵；力：眼镜重量产生的压力；后果：压出痕迹,导致红肿、疼痛.冲突分析如下：矛盾：眼睛近视须戴眼镜,但其压迫...*

**学术类论文范文眼镜 第一篇**

特定问题的描述

Q5问题：眼镜沉重,压制鼻梁、耳朵导致痕迹和疼痛.施加物：眼镜；承受物：脸部支撑点、鼻梁、耳朵；力：眼镜重量产生的压力；后果：压出痕迹,导致红肿、疼痛.冲突分析如下：

矛盾：眼睛近视须戴眼镜,但其压迫鼻梁和耳朵.

冲突：眼镜压迫鼻梁和耳朵而导致红肿、疼痛.技术冲突问题：近视眼镜解决了近视问题,但因存在重量而对头部的鼻梁和耳朵支撑产生压迫伤害.

物理冲突问题：眼镜要有一定的强度和结构稳定性因而具有一定重量,有重量就会产生压力,因此重量是物理冲突因素,如图2所示.

冲突问题一般化

基于技术冲突分析,选择改善的参数和恶化参数,以及隐含其中的物理冲突如下：

1. 改善的参数A：静止物体的重量,对应着39个通用工程参数中的.改善的目的是减小重量.

2. 恶化的参数B：结构稳定性或强度,对应着39个通用工程参数中的和.恶化的结果是稳定性或强度下降.

3. 物理冲突参数C：眼镜的重量,解决冲突的目的是既希望重量小改善舒适性又要保持一定的稳定性或强度.

将以上冲突定义为一般化向量（A2,B13）或（A2,B14）. 基于发明原理的冲突问题解决分析

基于(A2,B13)查询冲突矩阵,获得发明原理：复制（26）、惰性环境（39）、分割（1）、复合材料（40）.

基于（A2,B14）查询冲突矩阵,获得发明原理：机械系统的替代（2 8）、分离（2）、预操作（10）、低成本不耐用物质的应用（27）.

从通解中得到启发并获得特定解

从通解中给出的定义和提供的案例参考,应用于眼镜问题解决上,得到提示方案如下：

基于分割原理（1）的提示方案：去掉镜框减少重量,采用镜腿和镜片直接连接.如无框眼镜,镜腿直接通过铰链和桩头连接在镜片上.其它可参考方案有吸盘式保健眼镜架（）.

1. 基于分离原理（2）的提示方案：只留有镜片,承托部分全部去掉,减轻重量.如配戴博士伦眼镜.2. 采用低成本不耐用物质的应用原理（27）的提示方案：一次性眼镜,采用轻便低成本骨架如纸质镜框,短时间不变形,镜片可重复使用,使用几天后可丢弃纸质镜框.3. 基于机械系统的替代原理（28）的提示方案：采用柔性替代,将重的镜片材质更换成轻的材质.如采用树脂眼镜代替玻璃镜片.

4. 基于复合材料原理（40）的提示方案：采用轻质而不易碎的高分子材料代替金属架和玻璃片,减轻重量.如采用树脂材料做镜片,采用板材做镜架.

5. 基于物理冲突的提示方案可以采用空间分离原理和整体与部分分离原理,其中发明原理（1）和（2）与空间分离原理相对应,（28）与（40）和整体与部分分离原理相对应,（27）与条件分离原理相对应.

基于功能分析与裁剪的问题解决

Q5问题的功能分析如图3所示,眼镜分解为鼻托、镜圈、桩头铰链、镜腿和镜片5个基本元件,超系统为鼻梁、脸颊、耳朵和眼睛.制品是调焦后的图像,未在图中画出.从功能分析上可以看出,压迫是有害作用,其它都是标准作用,如图3所示.

运用裁剪和功能替换,可以得到提示方案如下：

1. 只保留镜片,裁剪掉其它４种元件,提示方案为：博士伦眼镜.2. 裁剪掉镜腿和桩头铰链,提示方案为：鼻托眼镜,需增加一种粘胶直接将鼻托粘在人的鼻子上.3. 裁剪掉镜圈,提示方案为：无框眼镜.

4. 裁剪掉镜腿、桩头铰链和鼻托,增加头部支架,提示方案为：头盔眼镜.

基于技术进化问题分析的问题解决

产品进化的四个阶段1）为系统选择零部件；2）改进零部件；3）系统动态化；4）系统的自动控制.

近十年来,眼镜的发展以材料的更新和外观、颜色变化为主,降低重量和增加美观,属于弥补缺陷阶段；目前在第3）阶段发展和第4）阶段结合中.Altshuller指出,技术进化经历着由低级向高级进化发展,并提供了技术预测的功能.技术系统进化共有9条定律,每个定律中又有不同的进化路线.其中动态化增长定律中的向流体或场传递路线对眼镜问题的分析和解决具有较好的指导性.

基于动态化增长定律的问题解决

增加柔性化的过程通常包含固定或刚性部件被活动或柔性部件代替的过程.眼镜发展的进化路线如图4所示,从进化的路线可以看出眼镜的发展的确是向着结构更加柔性化的方向发展着.基于流体的系统和基于场的系统的眼镜发展还存在未知性,因此可以基于此作出预测提示方案.

预测提示方案如下：

1. 基于流体的系统的提示方案：设计基于气体和流体的结构和形状可调整的鼻托、镜片,以及度数可调整的眼镜.如气垫式眼镜鼻托（专利号）,无级变度眼镜（专利号）.

2. 基于场的提示方案：设计磁场可控的磁流变液体的人工睫状体植入式系统,代替已经失效的人体睫状肌调节晶状体,恢复视力调节作用.

基于理想解的问题解决

理想解有如下四个特点：1）消除了原系统的不足；2）保持原系统的优点；3）没有使系统更复杂；4）没有引入新的缺陷.

眼镜的发展理想情况是能够取消眼镜,提示方案：手术消除近视、药物消除近视.

最终理想解,根本性的不发生近视,提示方案：从DNA控制上抑制近视的发生,即抑制睫状体和晶状体的衰老和失去活性.

**学术类论文范文眼镜 第二篇**

1946年,前苏联阿奇舒勒(G．S．Altshuller)等人从250万件发明专利中归纳提炼出的一套体系化的、实用性的发明创新理论——TRIZ理论,也称为发明问题解决理论或者萃智理论.TRIZ理论主要包括突破惯性思维的创新方法、技术系统进化论、40个发明原理、39个通用技术参数及矛盾矩阵、物理矛盾的分离原理、物—场分析模型、发明问题标准解、发明问题解决算法(ARIZ)、科学效应和现象知识库等内容.

TRIZ理论可理解为：（1）为发明类问题提供分析方法、解决方法和理论,属于创新和创造层次；（2）为发生类问题提供分析方法、解决方法和理论,属于改善和提升层次.在实际应用中,两种理解应用过程分别为高端层次应用——直接开展理解（1）的创新研究,和解决问题层次应用——基于理解（2）开展问题分析研究,在解决问题的基础上可以引出理解（1）的创新研究.

TRIZ理论体系结构包括概念层、问题分析方法层、问题解决方法层、系统化方法层+CAI系统.基于提供的问题解决方法可以减少试错法的盲目基于知识库所组成的概念层可以消除个人自身的知识和能力方面的局限性.通过运用TRIZ创新方法,可以提高创新和解决问题的机会、效率和质量.

**学术类论文范文眼镜 第三篇**

眼镜行业报告

眼睛是人体最重要的器官之一。但随着人们生活方式的改变，如电视机、电脑等的普及，是人们的视力明显下降，尤其是新生一代经常与电子产品打交道，视力下降更为迅速。这就促使了中国眼镜行业的迅猛发展。中国眼镜协会分析，近5年来，中国眼镜产业年均增幅达17％。目前，我国眼镜生产企业超过4000家，有一定规模的验光配镜店超过2万家。同时，中国不仅是世界潜力最大的眼镜消费大国，而且已成为世界领先的眼镜生产大国。据不完全统计，20\_年，中国眼镜工业总产值超过160亿元人民币，同比增长10％；出口额达

>亿美元，同比增长18％，进口额亿美元，同比增长％。据保守估计，中国约有3亿人配戴眼镜（矫正屈光镜），按每3年更新一付来计算，每年的市场需求量就达1亿付，如果加上太阳镜，市场需求量就更为可观。除了实用功能，眼镜还被赋予装饰功能，眼镜消费的个性化、时尚化、品牌化、高档化的趋势日益显著，这进一步催生了中国眼镜市场的商机

虽然中国眼镜产业虽然发展迅猛，但也存在诸多弱点，譬如：产品结构不合理，以中低档为主，高技术含量、高附加值的高档产品不足；装备和工艺水准较低，设计和原创能力薄弱，，虽然塑造了一批国内品牌，但尚无国际品牌。因此，中国要从眼镜生产大国变成生产强国，还有很长的路要走。另外，随着市场潜力的不断增加，参与这块蛋糕分成的企事业店也越来越多，竞争愈趋于激烈。如何在激烈的

市场竞争中争取更多的市场份额，立于不败之地，成了所有眼镜店所思考的首要问题。

鉴于此，我走访了永川眼镜的一家连锁店华诚眼镜。

华诚眼镜是一家以验光、配镜、理疗于一体的专业眼镜连锁店。于今年元旦落户于永川，位于西大街，是一所专业连琐店，现在永川已经是第五家连锁店。一直秉承“以人为本、诚信经营、质量第

>一、顾客至上”的经营理念，始终坚持“一次消费、终身维护、免费验光、义务咨询”的服务准则。刚落户就取得广大新老顾客的信赖和支持。华诚设备先进齐全，在当地率先独家引进目前国内外最先进的高精密组合验光仪、电脑验光仪采用日本尼德克、焦度计采用日本托普康、中心仪、裂隙灯、眼底镜、检影镜、全自动电脑磨边机等专业设备，为合格验配好一副眼镜提供了十分可靠的质量保证。并且技术力量雄厚，特别擅长各种高难度近视，远视以及散光的验配，对斜视，弱视的诊断和治疗有独到之处。所有装配工均经过严格培训，持证上岗。该店的营销和管理方式有其独特的特点。

传统的眼镜零售业态往往采用旺街旺铺的开店形式，导致眼镜销售成本远远超过材料成本，例如，在商业黄金地段，一间60平方米的旺铺，月租约15~20万，转手费动辄几十万，每天仅费用就高达6000~7000元，若按每天卖20付计，每付眼镜分摊费用约300元。

另外，由于租金昂贵，店面较小，第一维持经营需要较高的毛利要求；第二店面小，展示产品数量有限。因此，传统的业态店只适合售卖高价位的产品以利养店。中国作为世界眼镜工厂，而大多数厂

家为外国贴牌生产做苦力，主要原因是性价比极高的国产品牌在传统业态环境中得不到应有的推广，国人较多地消费昂贵的国产洋品牌，而少机会消费真正物美价廉的国货，正是墙内开花墙外香，中国人低收入却消费贵眼镜，加深人们了对眼镜昂贵的印象。传统业态采用柜台一对一或多对一的服务方式，顾客往往得到过分热情的服务，它适应了旧业态便于推销高价位商品的需要，实际上，选择眼镜架像选时装一样简单，传统的服务方式剥夺了人们选择的自由，在传统业态店，品种太少，质优价廉的商品难有机会陈列，想买平眼镜也有障脸面，往往出现迫人买贵眼镜的经营氛围，强化了人们暴利的印象，也因此增加了无谓的劳务成本。由于单付眼镜零售成本居高不下，加之传统业态在营销手段创新上严重不足，造成“贵族价位草根经营”的现象，使得广大消费者误认为眼镜行业是暴利。

如今，日用品平价零售超市比比皆是。眼镜零售平价华诚眼镜公司。虽然眼镜华诚模式是在传统眼镜零售业态结合其他先进的零售模式的基础上创新而成，但是，眼镜华诚模式最终零售的还是华诚模式的品质（包括营销品质和产品品质）。“好东西便宜卖，卖便宜的东西一定要好！”这才是眼镜华诚模式的精髓所在。为了塑造眼镜华诚模式的核心竞争力，达到“好东西便宜卖，卖便宜的东西一定要好！”的目的，眼镜华诚从以下五个方面对其经营模式进行了全新的业态设计，重造眼镜零售业的成本系统。

>1、全方位节省成本。其中重要的一项就是转移经营空间，用极低廉的经营空间代替传统业态旺街旺铺的昂贵空间，使主要经营

成本（如租金）大幅下降，为成本战略奠定先决条件，同时也构成了低成本的独特营销卖点。

>2、着力整合眼镜制造业的优质资源，最大限度减少中间环节，大幅降低进货成本。目前的眼镜业是严重的供大于求。眼镜制造业的优质资源还是“露天煤矿”，整合成本极低，而中低端消费的潜力巨大，只要两者之间搭一座桥，就有极好的经营前景。整合优质过剩资源，创造物美价廉的消费局面，真正做到好东西便宜卖，迎合消费者的实际需求，就是最好的卖点，这一点与“开贵铺、卖贵货、三分货、七分租”的珠宝店式经营模式相比，显然具有极大优势，合乎行业和社会发展的潮流。

>3、低成本扩大经营规模，形成专业大卖场格局，构建更加专业化、规范化的专业经营形象。传统店受“租贵店小”的局限，规模小、产品少、专业布局受到限制、购物选择不自由，面积大了就入不敷出，与华诚这种规模大、品种多、丰廉由人、自由购物、休闲舒适和更专业规范的服务形象相比较，华诚当然更显优越。同时，华诚也在低成本的前提下，极大地增强了时尚消费的吸引力。

>4、大量引进质优价廉的国产品牌与洋品牌同台共舞，让顾客充分比较性价比，为国货营造公平竞争平台。同时，让眼镜真正实现时尚化、大众化。而眼镜实现时尚化、大众化是行业繁荣的前提，也是行业的必然趋势。

>5、刀刃用钢，简约化、人性化，进一步节省成本，突出优势。华诚的装修概念是最大限度地突出产品品类的优势，产品就是装

饰，所以设计上大胆废除喧宾夺主的装修，强调产品的集约化系列化陈列，灯光也主要集中在产品上。所以华诚的装修成本只有传统店的20%~30%左右，但显得更人性和时尚；在服务形式上，首创全面开放的自选超市形式，这不但让消费者可以自由地选择，丰廉由人，自由购物，避免了传统店柜台式一对一强化推销给消费者造成的压力。同时，大幅提高了店铺的接待服务效率和能力，大幅节省了劳务成本。

>6、成本可以降，品质不打折。由于眼镜摆在柜台上仍然是半产品，一副眼镜要戴在消费者的脸上，还需要专业人员为消费者提供高品质的专业服务，华诚在其他方面力求降低成本，但在设备和专业方面的投入却是不惜成本的。

>7、通过华诚项目的运作，他们力图改变现有局面，使得消费者、销售商、厂家信息趋于对称，使行业协调良性发展，为“构建和谐社会”作出相应的贡献。同时，通过增强自主创新能力，使得企业竞争能力大大增强。超市的形式并不是华诚的核心竞争力，他们的核心竞争力体现在对成本的控制能力、资源的整合能力和经过千锤百炼的营销本领，同时致力于专业服务水平的提升。

通过一些了解，我充分了解到了华诚的全心全意为顾客着想的意图，尤其是其将营销主体放在学生身上，为学生提供周到的服务。我相信其通过这样的营销理念，其会进一步的做大做强，其模式也会被更多的地方效仿，争取为中国眼镜行业做出更大的贡献！

**学术类论文范文眼镜 第四篇**

当前，中国社会消费结构发生了重大变化，广大群众对当前的精神文化产品生产提出了更多更高的要求，同时也为文化事业与文化产业的发展提供了前所未有的机遇和良好的发展空间。 健康消费、体验消费；时尚消费；整合消费已经成为现代人崭新的消费观念。不仅如此，眼镜在现代消费中已经成为珠宝消费的组合物，成为时装消费的整合物，成为健康消费的必备物，成为休闲消费的时尚物。因此，其消费空间必将大大的放大。

顺应这种消费观念的变化，国外已经有大量的新品出世。 比如：眼枕和眼罩在日本就倍受青睐。日本Tokyo Hands公司针对当前使用计算机的人正在增多的现实，推出了眼枕，帮助长期使用计算机者消除眼睛疲劳，产品上市以后受到消费者的欢迎，特别受到年轻妇女的青睐。 枕形状各异，大部分带有熏衣草、薄荷或其它草药抽提物的香味，放在眼睛上能起到按摩作用。另外还有一种致冷眼罩也很畅销，这种眼罩不用时存放在电冰箱内，使用时充填液体能使眼睛感到凉爽。能够起到消除眼镜疲劳的作用。 这种眼镜消费的多元化的发展趋势使眼镜的生产、创新、销售、流通和市场发展也呈现了多元化的发展趋势。这种多元化表现在：

>1、眼镜品种多元化；

当前的眼镜品种已经百花齐放，五彩缤纷。当你走进北京贵友大厦一层眼镜柜台时简直令你眼花缭乱。各种品牌价位的镜架、镜片品种繁多，应有尽有。既有登喜路、鳄鱼、凯旋门、浪琴、迪尚奇、尼康等世界知名品牌，也有野尻、时尚经典、威龙、东方鳄鱼等中档眼镜。更有水晶镜、变色镜、抗疲劳老花镜等。 树脂片有普通的、加硬的、加膜的、超薄加硬加膜的，它们都具备轻且不易碎的优点，现又推出树脂变色等特殊性能的镜片。玻璃镜片有各种加膜、变色等种类。还推出具备防水、防尘作用的克雨能镜片和适合高度数的超薄镜片。

其太阳镜由大到小，不仅颜色多样，而且镜框镜腿在设计上也风格各异。充分的体现了多元的文化色彩。但是，在这多元的眼镜世界里要经营出自己的特色来，没有对眼镜文化的深刻理解是不行的。

>2、眼镜材质多元化；

现代科技的发展，使眼镜的材质越来越丰富。越多彩了。现代眼镜文化的发展带给眼镜材质的最大变化不是材质本身的变化。而是材质使用观念的变化。这种变化主要体现在三个方面。就是： 要注重材质的功能性； 要讲究材质的搭配性； 要强调材质的环保性。 要通过材质的搭配，或是板材与金属的复合设计，使造型单纯的眼镜更富层次变化，更富文化内涵；更具时尚气息；更显高雅大方。 这种反应在材质上的文化观念对比我国“卖眼镜就是卖材质”的认知来说，明显的显现出差距来了。

>3、眼镜功能多元化；: 科技的飞速发展，不仅使眼镜的功能进行了扩展，功能和用途更加多元化，而且向产业链的上下游进行了大规模的延伸。不仅出现了许多具有特殊功能的眼镜，而且出现了以眼镜为特征的扩展型产品线和产品链。比如： 1）司机防强光眼镜

随着生活水平的不断提高，购买汽车的人越来越多，但汽车强光常常是驾车者夜间行驶的一个难题，尤其是冬天，地冻路滑，强光耀眼，极易发生交通事故。司机防强光眼镜，解决了这一难题。它只挡强光，不挡路面，而且眼镜落地不碎，遇有事故不伤眼睛，并可以按驾驶者眼睛的度数配置。成了司机的安全保护神。 2）“鹰健”抗辐射眼镜

针对高频电磁波对大脑及眼睛的伤害，我国科技人员研制了“鹰健”抗辐射眼镜。这种眼镜内嵌在鼻架及镜脚套的4个芯片是用一种对高频辐射具有吸收和偏折作用的特殊航天复合金属材料制造的。受到辐射时，芯片中的一种特殊物质（Tourmaline）立刻释放出红外线及大量负离子，在芯片周围形成一个衡定的能量场。该电磁能量透过芯片后被降低到安全标准值以内。负离子还能促进血液循环、提高脑细胞的新陈代谢，从而达到消除疲劳、保护眼睛的作用。 该技术于20\_年通过了美国联邦通讯委员会的检测认证以及全球SGS质量认证，并通过了北京眼镜商品质量监督检测中心认证。20\_年又通过了浙江大学光与电磁波研究中心,中国计量院的检测和论证。是我国自主研制的高科技眼镜产品。 3）让盲人重见光明的眼镜

最近，美国的医学家研制出了一种特殊的眼镜，这种眼镜看起来和普通眼镜没什么两样，它将一个数码摄象机与一部电脑联结起来，安装在镜片上的摄像头负责抓取外界图象，数字图象信号植入盲人大脑里变成电信号，从而让大脑“读出”摄像头所拍摄的外界景象。这样使用者可以判断出外界物体的大体轮廓影像，并能分辨出最基本的颜色。 4）世界上第一款数字式音乐眼镜

OAKLEY THUMP是世界的第一数字式音乐眼镜，以高品质的光学性能与目前先进水平数字式音像引擎相结合。没有导线可以和计算机链接，在任何地方倾听美妙音乐， 以全新的方式让你感受和体验美妙的生活。 5）眼镜影院

这种“眼镜影院”没有通常的大银幕、放映机和观众席，而是由一种奇怪的眼镜式微显示器（但内有超大液晶显示屏）和便携式影碟机组成，其重量仅200克。该产品首先出现在美国，是一种由红外夜视技术发展而成的视听产品。既可以连接各种输出设备，又可以播放VCD、SVCD、DVD、CD、MP3等。屏幕上放映的内容别人根本看不到，具有独特的隐私保护性。戴上眼镜后，眼前2-3米处就会出现一个40英寸大小的屏幕，配上双声道立体声耳机，视听效果逼真，就像身临其境在电影院一样。

>4、眼镜批销渠道多元化

眼镜文化的发展，眼镜市场的扩展使眼镜的批销渠道也发生了重大变化。这种多元化文化影响下的市场发展也具有多元的特色。这种特色表现在： 1）市场覆盖的广域化

眼镜批发市场是眼镜销售的集散地。是吸引国外客商的聚资地。因此，近年来各地建立了大量的眼镜批发市场。全国已经形成北京、上海、深圳、温州、丹阳、武汉、广

州、长沙、西安、郑州。南宁、石家庄、南京、重庆、杭州、义乌等20多个大中型眼镜批发市场。各个市场之间已经拉开了竞争的序幕。服务的比拼、人气的争夺、质量的优劣、价格的高低将成为比拚的重点。 2）零批扩展的链状化

与此同时，批零为主的另一支眼镜大军则把市场比拚的重点放在了销售链的扩展上。

他们拚命的实行区域覆盖，着力的扩展市场控制点，以图形成品牌优势和龙头优势。 其中，扩张速度最快的宝岛眼镜，目前已有连锁店250余家，年销售额达到亿元人民币。 3）贴牌生产的扩展化

眼镜市场的多元化发展,给了很多人一个启示：搞半套活的产品既可以加强市场的适应性又可以降低产品成本。因此，贴牌生产大行其道。成了一招眼镜市场竞争中的高棋。 大有扩展化的趋势。

>5、眼镜经营理念的多元化

生产国内眼镜业的迅速发展，带来了眼镜消费市场的不断扩大，但也形成了激烈的竞争态势。在这种情况下，国内中小眼镜配售企业和眼镜生产厂商想要保持已有的市场份额，就必须转换经营思路，进行多种营销模式和经营理念的探索。 以往那种“名牌眼镜秀活动”已经不足以吸引市场的张力。特别是在眼镜的价格已趋于透明，靠传统的价格战来获得更多顾客已不可能，顾客对商家的服务需求也不仅局限于简单的店内服务和传统的售后服务的情况下，商家只能依靠多变的市场策略、多样化的服务策略和更新的营销模式来吸引更多的回头客。 当前尽管一些商家为此付出了不少心血，做出了不少努力。但是，具有突破性的招法不多。营销理念的进展和现代营销模式的探索更没有明显的突破。比如，美国所广泛采用的“眼镜选购管理系统（Optical Try-on System）等信息化、电子化营销模式等都还没有引起中国眼镜企业家的关注和重视。电脑选镜、模拟佩戴的信息化营销系统对很多企业还很遥远。科研的投入和新技术的投入还相对较少。因此，目前眼镜行业应用信息化管理系统实现：顾客数据输入；镜架数据录入、修改，销售分类管理、销售统计管理、客户关系管理等现代化管理手段的还不多见。 对跟进世界眼镜文化的快速崛起认识不足。 眼镜文化充分反映了一个国家、民族的思想意识、道德、价值观、信仰、风俗习惯、时尚追求等文化特点，更富含了科技的底蕴和技术的支撑。 眼镜文化是民族的：他承载了历史的传承和社会的文明； 眼镜文化又是世界的：他既有世界文化的厚重又有现代科技的光彩 特别是：当前，全球眼镜市场快速发展中的一个重要特点是世界眼镜文化的崛起。 这种眼镜文化的崛起具有四个最明显的特征： 既有西方新浪漫主义美学的思维特征，又有东方复古主义的历史情思； 既注意了时代个性的充分展现，又注重了关联饰物的协同组合； 既延展了品牌的价值厚重；又依托了科技含量的技术支撑；既注重了艺术美学的充分张扬，更体现了引领消费潮流的时代走向。 特别是，这种新浪漫主义文化的快速崛起，已经成了促进眼镜经济快速发展的重要动因。在日本已经形成了一种“扮靓你”的日流”。在这种时尚潮流下，大街小巷穿梭着黄头发、灯笼裤、松糕鞋的年轻人。他们谈的是木村拓哉、中山美穗，读的是村上春树的《挪威的森林》之类。眼镜，自然成为他们的一种风靡的时尚和追求。

“哈日族”便是那些狂热追求日本流行娱乐文化、连穿着打扮、思想行为都效仿的人。在中国，“哈日族”们佩带日本眼镜已经形成一种极大的风潮，成为新新人类的流行时尚。

不仅如此，日本还十分注重把眼镜经营和眼镜审美结合起来。让眼睛销售成为一种文学审美的愉悦。因此，在日本就出现了“童话配镜店”。走进这样的配镜店，你在等待配镜期间.，可以听到小川未明的童话:月夜和眼镜。这样的眼镜店以其特有的童话魅力吸引了孩子们。

在美国好莱坞、香港娱乐圈，早就把“酷毙了”、“帅呆了”的概念所指物当作产业来经营。用产业化的方法，制造出各种“酷毙了”、“帅呆了”的消费体验，让消费者从中获得“非理性的”价值满足。眼镜就是这种“酷毙了”、“帅呆了”的典型饰物。

在这种浪潮的影响下，今天的典型美女已经不一定指漂亮的美国金发女郎。新潮、时尚的眼镜已经成了性感、时尚、妩媚女性的主要装饰品。比如那种镜框向上吊的魔鬼型眼镜、以至那种又圆又大的染xxx头鹰眼镜等，都已经成为“魔鬼身材”们吸引男性的磁力配饰。

**学术类论文范文眼镜 第五篇**

什么叫“不立体”

几年前，罗杰・鲍尔在设计头盔时发现，西方惯用的尺码体系并不适合亚洲人。于是他产生了建立中国人头部数据库的念头。

他们搜集了超过20\_名中国人的头形和脸形三维数据，结果发现，中国男人的头并不大，其平均头围约为570毫米，比西方人小10～20毫米。同时，中国人的头又比西方人圆，从头顶往下看，西方人的头颅是椭圆形的，中国人则更圆。这就造成了一个“悲剧”，中国人头围更小，但正面宽度――也就是脸，比例却偏大。

更悲剧的是，中国男性面部的长宽比约为1∶，比西方人的1∶明显更宽――因此才会给人脸又大又圆的印象。

除了脸的轮廓，最能体现“立体感”的器官无疑是鼻子。20\_年，华中科技大学和四川大学共同完成了一次汉族人面部特征调查，他们测量了3000名汉族人的身体数据，然后与美国数据进行对比。结果发现，与美国男性相比，中国男性的脸更宽、更短，嘴更大，鼻子更塌。

中国男人的身材――富态

国家体育总局体科所20\_年的调查报告显示，韩国男性平均身高米，排全球第18位；日本男性平均身高米，排名第29位；而中国男性平均身高只有米，排名第32位。

虽然在过去的14年中，中国男性，特别是年轻一代的平均身高已有明显增加，20\_年的调查数据已变为米，但身高绝不能和身材画等号。

据《中国成年人人体尺寸》报告，中国25～35岁男性的平均肩宽是厘米，刨除身高因素，比日本男性窄2厘米，比美国男性窄3厘米。

一组来自于服装行业的数据显示，1985年中国城市男性平均腰围只有厘米，而最近国家体育总局通过对全国近46万人的体质监测得到的数据表明，25～29岁青年平均腰围接近82厘米，40岁以上男性的平均腰围超过85厘米。

至20\_年，中青年男性超重肥胖率达，而且中国男人最容易胖起来的部位就是腰部和肚子。有了这么一个粗腰和大肚子，恐怕腿的长短就不再重要了。

而且中国男性根本没有健身的习惯。截至20\_年年底，全国商业健身俱乐部只有约5000家，根本不能和有着健身传统的欧美国家相比。

对龋齿、近视和脱发无动于衷

外貌方面，中国男性似乎习惯破罐子破摔。

中国男性中有2/3吸烟，烟草不但会损害健康，还会让牙齿失色。中国中年男性平均每人有颗龋齿，但他们只会修补治疗其中的颗。

中国男性近视率高于40%，但他们不喜欢隐形眼镜，宁愿常年戴着一副可能既不那么美观也不那么舒适的眼镜。世界视力学会统计发现，美国佩戴隐形眼镜的近视患者中有近40%是男性；香港的比例是26%；台湾是17%；而中国大陆地区男性佩戴隐形眼镜的比例实在太低，根本没有上榜。

中国医师协会20\_年在5座城市展开的一次调查发现，男性脱发发病率达到25%。但中国的男士们往往在发病之初投入很少的金钱和精力，摆出一副不愿意治疗的样子，短期没看到效果后就会停止治疗。

穿衣打扮一点儿也不上心

20\_年，一份针对北京17家大商场中服装销售情况的报告显示，女装品牌共有481个，男装品牌共有236个，女装占用楼层是男装的3～6倍。20\_年，男装行业的上市公司总结是“不乐观”；20\_年，总结是“业绩恶化”；20\_年上半年，继续恶化……

男装品牌一定会羡慕男性化妆品市场的增速。20\_年，中国男士专用美容护肤产品的销售额增长了7%，比女性化妆品增长更快。早在20\_年，《风尚指数调查报告》就显示，超过33%的中国家庭拥有男性美容护肤品，而在月收入5000元以上的家庭里，备有男性专用美容护肤品的占50%以上。

一家国外调查公司最新数据显示，截至20\_年年底，韩国男性护肤品销售额居世界第一，中国已经紧随其后名列第二。平均每个韩国男性每年消费额是美元，约合人民币69元。中国人能排在第二，还是占了人多的便宜。平均算下来，每个中国男性每年花在化妆品上的钱还不到1美元――3个人的消费额凑在一起，能勉强购买一瓶最便宜的洗面奶。

（摘自《壹读》20\_年15期）

**学术类论文范文眼镜 第六篇**

二、认为“戴上眼镜会越戴越深”的说法是错误的

配了眼镜,不注意用眼卫生,也会使眼镜度数加深；而不戴眼镜更会导致近视度数的加深,比如像有些学生眯着眼睛看也会使度数加深.

过了一个周末,再观察这些近视眼的学生,有两个已经把眼镜戴起来了,但仍然有一个学生没有佩戴眼镜,在借别人的眼镜看.我告诉他：你知道戴别人的眼镜有哪些危害吗?你的度数怎么可能与别人的刚好一样呢?不能认为看得清黑板就完事了,佩戴眼镜的度数不当会加深度数,戴别人的眼镜就伤眼睛.他的回答让我惊讶：妈妈不让他配.

深思一下这个防治近视眼的问题,我认为应该在以下三个层面努力：即家长配合、学校宣传和学生自觉.

第一：家长该全面了解近视眼的预防和如何正确合理戴近视眼镜

第二：学校方面也该做好学生合理用眼、注意用眼卫生的宣传

班主任和任课老师平时要注意观察学生,提醒他们注意用眼卫生.这两年学校发的作业本的纸张都是淡论文范文的益视纸,教育部已经开始重视青少年学生的近视眼问题了.注意写字姿势正确等,就很少会造成眼睛疲劳.现在教室的采光、灯光基本都是符合合理用眼的标准,黑板也是过几年就更换或刷新——为了防止反光厉害.

只有家校联合,家长和学校一起重视和关注青少年学生的用眼卫生问题,一起努力,才能更好的防止青少年近视眼的进一步严重.家长和学校的努力要转化为学生自己的认识,在平时学习和生活中养成良好的用眼习惯,防止视疲劳.

第三：学生自己要科学用眼,努力防止近视

(1)避免连续用眼时间过长.

(2)在学习中注意适当选择使用听来替代阅读,以减轻眼睛负荷.

(3)注意改善需要较长时间看近的环境.教室光线要明亮,桌面、黑板不要反光过强,定期调换坐位；孩子在家的书桌应放在外面无遮挡物的窗前,台灯应放在左前方,光线要柔和,位置以不直接照射眼睛为宜.

(4)纠正不良看近姿势.阅读和操作电脑时,要注意眼睛与书的距离要保持在约33厘米,眼睛距离35厘米大的电脑屏幕不应少于60厘米,距离38厘米大的电脑屏幕不应少于70厘米.姿势要端正,不能躺着看书或边走边看.

(5)尽量少玩需要长时间看近的游戏.家长及老师应鼓励孩子改变游戏方式,多做室外活动.

(6)如果在持续看近的时候出现眼睛干涩、发红,有灼热感或异物感,眼皮沉重,看东西模糊,甚至出现眼球胀痛或头痛,说明已经出现视觉疲劳症状,要立即停止看近,可以做眼保健操.实践表明,坚持做好眼保健操,对保护视力,预防近视具有一定的意义.

(7)为避免发生近视,合理营养,不可偏食,少吃糖果和高糖食品.研究表面,预防近视可补充蛋白质、钙质、磷质、胡萝卜、红枣等蔬菜水果.多吃水果、蔬菜、豆类、动物肝脏等,合理地获得天然糖分、微量元素和维生素.

(8)适当锻炼、充足睡眠,以加强抗疲劳能力.因为眼睛在睡眠状态下,肌肉放松最充分,最易消除疲劳.

(9)定期进行标准的视力检查,及时了解视力状况.

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！