

# 2017-2023年中国数码相机市场分析预测与发展 趋势分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国数码照相机市场分析预测与发展趋势分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201709/562920.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

数码相机是集微电子、光电子、传感技术、存储技术等高新技术于一体的高科技产品,因其具有对图像信息的数字化采集、存储、处理、传输等多方面优越性而被广泛应用。数码相机市场伴随其品种的增加、质量的提高和价格的降低而迅速扩张,世界市场年需求增长率已达50%以上。

2011年我国数码照相机产量为8051.25万台,而2015年下降为1922.7万台。

2011-2015年我国数码照相机产量(单位:万台)

数据来源:国家统计局

虽然我国数码照相机的产量逐年减少,但是我国数码照相机品牌竞争依然激烈。佳能继续领跑2016年产品关注度,关注度占比接近40%。而尼康占比25%排名第二,关注度相比于去年有所下滑,索尼关注度为13.2%,较去年也有下滑,主要是新品较少的缘故。从总体数据来看,三大厂依然领跑,其余厂商分摊剩下的市场关注度。

2016年我国数码照相机品牌关注度

数据来源:智研咨询整理

### 1、用户年龄分析

年轻用户关注度提高,消费主力仍是中年用户

在2016年国内相机市场上,虽然影像产品有不少更新,但是在关注人群上并没有太多变化。相机产品的受众依然面向中青年,20岁-40岁时对相机产品关注度最高的区间。这也符合实际的环境表现,20岁人群以大学生和刚工作的青年人为主,摄影爱好者较多。而中年人群的消费力较高,是影像行业的重要消费力量。

数码照相机年龄分布

数据来源:智研咨询整理

### 2、地域分布

经济发达地区关注度更高

在地域分布上,一线城市和经济发达省份的用户关注度依然很高。以北京市为例,人口相较于各个大省并不多,但是关注度高居全国第二位,而且北京市内的摄影活跃用户也非常多。

2016年,影像产品普遍涨价,这也影响着人们对相机的关注与需求。

### 3、数码照相机的发展趋势

#### (1) 运动年推动技术进步 新旗舰带来更多新技术

2016年是运动年,奥运会,欧洲杯等世界顶级赛事促使各个厂商在年初就对旗舰级产品进行了更新。随着四年一个周期的更新,未来的数码相机在对焦、连拍、感光度、视频性能

等很多方面都将有长足进步，未来很多技术会被下放到次一级相机机身上，而且在入门机身上也会看到更多新技术的应用。对于普通消费者来说，虽然现在很多技术还无法立刻体验到，但是未来的入门相机上也可以看到很多新技术的广泛应用。

### （2）无反相机势头迅猛，无反相机高端市场动力十足

另一个趋势是无反相机的发力。无反相机在2016年有诸多新品发布，而且其中大多为高端机型。在此之前，很多厂商的无反产品主要走入门路线，采用相对较低的售价，如今无反相机的高端机型频频发力，使用了更好的技术，并且采用更好的外观设计，为资金充足的高端用户提供了新的选择。

### （3）相机分类日益丰富 运动相机、全景相机和专业卡片机逐渐受到青睐

随着消费级卡片机市场的消沉，在单反相机和无反相机之下，卡片机市场的重心正逐渐转向大底不可换镜头的专业级卡片机。与此同时，随着运动相机的盛行，运动相机、全景相机等等，正逐渐发展壮大。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

## 第一章 数码照相机行业国内外发展概述

### 1.1 全球数码照相机行业发展概况

#### 1.1.1 全球数码照相机行业发展现状

#### 1.1.2 主要国家和地区发展状况

#### 1.1.3 全球数码照相机行业发展趋势

### 1.2 中国数码照相机行业发展概况

#### 1.2.1 中国数码照相机行业发展历程与现状

#### 1.2.2 中国数码照相机行业发展中存在的问题

#### 1.2.3 主要省市和地区发展状况

##### （1）区域市场分布状况

##### （2）重点区域市场需求分析

##### （3）区域市场需求变化趋势

## 第二章 2013-2014年中国数码照相机行业发展环境分析

### 2.1 宏观经济环境

### 2.2 国际贸易环境

### 2.3 宏观政策环境

### 2.4 数码照相机行业政策环境

## 2.5 数码照相机行业技术环境

### 第三章 数码照相机行业市场分析

#### 3.1 市场规模

##### 3.1.1 2009-2013年数码照相机行业市场规模及增速

##### 3.1.2 影响数码照相机行业市场规模的因素

##### 3.1.3 2014-2018年数码照相机行业市场规模及增速预测

#### 3.2 市场特点

##### 3.2.1 数码照相机行业所处生命周期

##### 3.2.2 技术变革与行业革新对数码照相机行业的影响

##### 3.2.3 差异化分析

### 第四章 细分行业分析

#### 4.1 主要数码照相机细分行业

#### 4.2 各细分行业需求与供给分析

#### 4.3 细分行业发展趋势

### 第五章 数码照相机行业竞争分析

#### 5.1 重点数码照相机企业市场份额

#### 5.2 数码照相机行业市场集中度

#### 5.3 行业竞争群组

#### 5.4 潜在进入者

#### 5.5 替代品威胁

#### 5.6 供应商议价能力

#### 5.7 下游用户议价能力

### 第六章 数码照相机行业主导驱动因素分析

#### 6.1 国家政策导向

#### 6.2 关联行业发展

#### 6.3 行业技术发展

#### 6.4 行业竞争状况

#### 6.5 社会需求的变化

### 第七章 数码照相机行业重点企业分析

#### 7.1 \*\*\*公司

### 7.1.1 企业简介

### 7.1.2 产品/服务特点及市场表现

### 7.1.3 企业经营状况

## 7.2 \*\*\*公司

### 7.2.1 企业简介

### 7.2.2 产品/服务特点及市场表现

### 7.2.3 企业经营状况

## 7.3 \*\*\*公司

### 7.3.1 企业简介

### 7.3.2 产品/服务特点及市场表现

### 7.3.3 企业经营状况

## 7.4 \*\*\*公司

### 7.4.1 企业简介

### 7.4.2 产品/服务特点及市场表现

### 7.4.3 企业经营状况

## 7.5 \*\*\*公司

### 7.5.1 企业简介

### 7.5.2 产品/服务特点及市场表现

### 7.5.3 企业经营状况

## 第八章 数码照相机行业投资机会分析

### 8.1 数码照相机行业发展前景预测

#### 8.1.1 用户需求变化预测

#### 8.1.2 竞争格局发展预测

#### 8.1.3 渠道发展变化预测

#### 8.1.4 行业发展前景及市场机会分析

### 8.2 数码照相机企业营销策略

#### 8.2.1 价格策略

#### 8.2.2 渠道建设与管理策略

#### 8.2.3 促销策略

#### 8.2.4 服务策略

#### 8.2.5 品牌策略

### 8.3 数码照相机企业投资机会

#### 8.3.1 子行业投资机会

#### 8.3.2 区域市场投资机会

### 8.3.3 产业链投资机会

## 第九章 数码照相机行业风险分析

### 9.1 数码照相机行业环境风险

#### 9.1.1 国际经济环境风险

#### 9.1.2 汇率风险

#### 9.1.3 宏观经济风险

#### 9.1.4 宏观经济政策风险

#### 9.1.5 区域经济变化风险

### 9.2 产业链上下游及各关联产业风险

### 9.3 数码照相机行业政策风险

### 9.4 数码照相机行业市场风险

#### 9.4.1 市场供需风险

#### 9.4.2 价格风险

#### 9.4.3 竞争风险

## 第十章 数码照相机行业投资战略研究

### 10.1 数码照相机行业发展战略研究

#### 10.1.1 战略综合规划

#### 10.1.2 技术开发战略

#### 10.1.3 业务组合战略

#### 10.1.4 区域战略规划

#### 10.1.5 产业战略规划

#### 10.1.6 营销品牌战略

#### 10.1.7 竞争战略规划

### 10.2 对我国数码照相机品牌的战略思考

#### 10.2.1 数码照相机品牌的重要性

#### 10.2.2 数码照相机实施品牌战略的意义

#### 10.2.3 数码照相机企业品牌的现状分析

#### 10.2.4 我国数码照相机企业的品牌战略

#### 10.2.5 数码照相机品牌战略管理的策略

### 10.3 数码照相机经营策略分析

#### 10.3.1 数码照相机市场细分策略

#### 10.3.2 数码照相机市场创新策略

#### 10.3.3 品牌定位与品类规划

10.3.4 数码照相机新产品差异化战略

10.4 数码照相机行业投资战略研究

10.4.1 2015年数码照相机行业投资战略

10.4.2 2017-2022年数码照相机行业投资战略

10.4.3 2017-2022年细分行业投资战略

第十一章 研究结论及投资建议

11.1 数码照相机行业研究结论

11.2 数码照相机行业投资价值评估

11.3 数码照相机行业投资建议——ZYCY

11.3.1 行业发展策略建议

11.3.2 行业投资方向建议

11.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/562920.html>