

2018年中国数码相机市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国数码相机市场分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/320035320035.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

第一台数码相机诞生于1975年，当时的照片是一张100×100分辨率的黑白照片。从1975年到2018年初，数码相机经历了43年的发展历程，相机的像素数量在期间经历了数次爆发。在这相机发展的任何阶段，像素发展一直是数码相机的核心话题，而高像素则是代表了相机发展的技术水平。

数码相机发展历史与四次像素爆炸

相机的核心在于图像拍摄，因此只要图像的展现形式不发生变化，相机像素多少将会是不会改变的话题。首先，我们先来看一下135画幅之下，民用相机发展历史上的最高像素进化过程（表中数据仅统计135相机系统，1987年以后上市产品为准，未统计原型机）。根据43年历程，数码相机的发展其实可以分为3个阶段。

数码相机发展历史和像素变化 资料来源：公开资料整理

第一阶段：从1975年到1987年。这是数码相机的发展初期，相机发展以原型机和卡片机为主，相机的形态可以说五花八门，存储介质也是各不相同，而且很少有真正上市的相机产品。1981年，索尼发布了第一台真正意义的数码相机Sony Mavica，1984-1986年间，富士、松下、佳能、尼康等等纷纷加入数码相机研发，为日后数码相机爆发打下了基础。在第一阶段，相机像素发展从最开始的1万像素，发展到几十万像素，但算上原型机，最高像素也不过百万左右。

第二阶段：1988年到1998年。在这一阶段，虽然相机发展在此时还是形态各异，但是相机发展的大方向得以确认。1988年，富士在Photokina上发布了DS-1P，这是第一台采用闪存介质的数码相机；1989年，柯达开始进军数码单反行业，并且设计了第一台百万像素级别的数码单反相机原型机，专业数码相机时代就此拉开序幕。这十年间，以闪存媒介为存储介质，以卡片机与单反为相机形态，这两件事确定了数码相机的发展基调，从1988到1998年，相机像素从不足百万，跃升至600万像素级别，第二阶段，为相机专业化和市场化做好了准备。

第三阶段：1999年至今。这是相机发展的第三阶段，也是我们熟知的现代数码相机时代。从1999年开始，专业数码相机市场迎来了佳能和尼康两大巨头，数码相机奠定了高端产品为全画幅单反相机，入门产品为卡片机的发展基调。随着CMOS逐步取代CCD，全画幅成为可能，而且相机成本快速下降，像素发展也进入了新的时期。

这一时期，1999年尼康发布第一台单反相机D1，262万像素（同年最高像素为柯达610万像素）；2002年佳能发布全画幅单反1Ds，采用1110万像素（同年最高像素为柯达的1370万像素）；2008年，索尼发布A900，而尼康发布D3X，像素同为2460万（同期佳能1Ds Mark III与5D Mark II为2110万像素）；再到2012年，尼康D800/D800E将像素飙升至3630万，2015年佳能5DSR的5060万像素成为目前135画幅最高像素。从1999年到2015年，像素从600万像素飙升至5000万级别，135系统的最高像素水平追平中画幅入门水平。

2017年中国数码相机市场份额分布 资料来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国数码相机市场分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国数码相机行业发展概述

第一节 数码相机行业发展情况概述

一、数码相机行业相关定义

二、数码相机行业基本情况介绍

三、数码相机行业发展特点分析

第二节中国数码相机行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、数码相机行业产业链条分析

三、中国数码相机行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国数码相机行业生命周期分析

一、数码相机行业生命周期理论概述

二、数码相机行业所属的生命周期分析

第四节 数码相机行业经济指标分析

一、数码相机行业的赢利性分析

二、数码相机行业的经济周期分析

三、数码相机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国数码相机行业进入壁垒分析

一、数码相机行业资金壁垒分析

二、数码相机行业技术壁垒分析

三、数码相机行业人才壁垒分析

四、数码相机行业品牌壁垒分析

五、数码相机行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球数码相机行业市场发展现状分析

第一节 全球数码相机行业发展历程回顾

第二节全球数码相机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲数码相机行业地区市场分析

一、亚洲数码相机行业市场现状分析

二、亚洲数码相机行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲数码相机行业市场前景分析

第四节 北美数码相机行业地区市场分析

一、北美数码相机行业市场现状分析

二、北美数码相机行业市场规模与市场需求分析

三、北美数码相机行业市场前景分析

第五节 欧盟数码相机行业地区市场分析

一、欧盟数码相机行业市场现状分析

二、欧盟数码相机行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟数码相机行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界数码相机行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球数码相机行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国数码相机产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国数码相机行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国数码相机产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国数码相机行业运行情况

第一节 中国数码相机行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国数码相机行业市场规模分析

第三节 中国数码相机行业供应情况分析

第四节 中国数码相机行业需求情况分析

第五节 中国数码相机行业供需平衡分析

第六节 中国数码相机行业发展趋势分析

第五章 中国数码相机所属行业运行数据监测

第一节 中国数码相机所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国数码相机所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国数码相机所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国数码相机市场格局分析

第一节 中国数码相机行业竞争现状分析

一、中国数码相机行业竞争情况分析

二、中国数码相机行业主要品牌分析

第二节 中国数码相机行业集中度分析

一、中国数码相机行业市场集中度分析

二、中国数码相机行业企业集中度分析

第三节 中国数码相机行业存在的问题

第四节 中国数码相机行业解决问题的策略分析

第五节 中国数码相机行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国数码相机行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国数码相机行业消费特点

第二节 中国数码相机行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 数码相机行业成本分析

第三节 数码相机行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国数码相机行业价格现状分析

第五节 中国数码相机行业平均价格走势预测

一、中国数码相机行业价格影响因素

二、中国数码相机行业平均价格走势预测

三、中国数码相机行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国数码相机行业区域市场现状分析

第一节 中国数码相机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区数码相机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区数码相机市场规模分析

四、华东地区数码相机市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区数码相机市场规模分析

四、华中地区数码相机市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区数码相机市场规模分析

四、华南地区数码相机市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区数码相机市场规模分析

四、华北地区数码相机市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区数码相机市场规模分析

四、东北地区数码相机市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区数码相机市场规模分析

四、西部地区数码相机市场规模预测

第九章 2015-2017年中国数码相机行业竞争情况

第一节 中国数码相机行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国数码相机行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国数码相机行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 数码相机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国数码相机行业发展前景分析与预测

第一节 中国数码相机行业未来发展前景分析

- 一、数码相机行业国内投资环境分析
- 二、中国数码相机行业市场机会分析
- 三、中国数码相机行业投资增速预测

第二节 中国数码相机行业未来发展趋势预测

第三节 中国数码相机行业市场发展预测

- 一、中国数码相机行业市场规模预测
- 二、中国数码相机行业市场规模增速预测
- 三、中国数码相机行业产值规模预测
- 四、中国数码相机行业产值增速预测
- 五、中国数码相机行业供需情况预测

第四节 中国数码相机行业盈利走势预测

- 一、中国数码相机行业毛利润同比增速预测
- 二、中国数码相机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国数码相机行业投资风险与营销分析

第一节 数码相机行业投资风险分析

- 一、数码相机行业政策风险分析
- 二、数码相机行业技术风险分析
- 三、数码相机行业竞争风险分析
- 四、数码相机行业其他风险分析

第二节 数码相机行业企业经营发展分析及建议

- 一、数码相机行业经营模式
- 二、数码相机行业销售模式
- 三、数码相机行业创新方向

第三节 数码相机行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国数码相机行业发展策略及投资建议

第一节 中国数码相机行业品牌战略分析

- 一、数码相机企业品牌的重要性
- 二、数码相机企业实施品牌战略的意义
- 三、数码相机企业品牌的现状分析
- 四、数码相机企业的品牌战略
- 五、数码相机品牌战略管理的策略

第二节 中国数码相机行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国数码相机行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国数码相机行业发展策略及投资建议

第一节 中国数码相机行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国数码相机行业定价策略分析

第二节 中国数码相机行业营销渠道策略

一、数码相机行业渠道选择策略

二、数码相机行业营销策略

第三节 中国数码相机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国数码相机行业重点投资区域分析

二、中国数码相机行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/320035320035.html>