

# 2017-2022年中国数码相机行业市场发展现状及十三五发展态势预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国数码相机行业市场发展现状及十三五发展态势预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/280040280040.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

1996年数码相机初入中国市场之时，人们把它当做高端的稀罕珍品对待。十余年过去，如今它已成为百姓手中最寻常不过的一个玩物。在中国改革发展的前进道路上，数码相机市场在中国的火热场面，不仅反映了国人的生活和消费水平的提高，也让越来越多的人意识到，数码中国时代已然到来。

2013年我国全年数码照相机产量46,834,279.00台；2014年中国数码照相机产量为2467.44万台，同比下降49.2%。而随着产品生产工艺的成熟，产品的成本正逐步降低，因此产品降价并没有影响厂商的利润，但这使得相机产品特别是中高端产品在全球范围内进一步得到普及。2015年1-6月生产数码照相机966.28万台，同比下降20.23%

预计未来几年单反数码相机市场的需求仍将持续增长，单反数码相机将超越消费数码相机成为吸引最多消费者目光的数码相机产品。尤其是入门单反数码相机市场将会吸引更多大众消费者的加入。单电/微单数码相机产品将会不局限于比消费相机高端、比单反相机小巧的设定上，而是会向满足更多不同消费者的需求发展。

未来数码相机将会更加完善集成摄像功能。尤其是单反数码相机和单电/微单数码相机产品，其高清摄像功能将会更加完善和具备可操作性。

中国报告网发布的《2017-2022年中国数码相机行业市场发展现状及十三五发展态势预测报告》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。

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。

### 第一部分 数码相机行业发展分析

#### 第一章 数码相机基本概述

##### 第一节 数码相机行业定义与分类

###### 一、行业定义

###### 二、行业分类

##### 第二节 数码相机的主要技术指标

###### 一、分辨率

二、颜色深度

三、存储能力

四、连续拍摄

## 第二章 全球数码相机市场分析

### 第一节 全球数码相机市场概况

一、全球数码相机市场增长率分析

二、全球首款立体数码相机面世

三、2016年全球市场数码相机销量预测

四、2016年全球市场数码相机增长动力分析

五、2016年全球市场数码相机发展趋势

### 第二节 主要数码相机生产国市场分析

一、日本市场发展现状

二、德国市场现状

三、俄罗斯市场现状

## 第三章 中国数码相机行业发展情况分析

### 第一节 中国照相器材行业发展历程

一、中国照相器材行业发展历程

二、中国相机产业发展阶段分析

三、中国数码照相机工业的发展

四、中国照相器材行业发展特点

### 第二节 2014-2016年照相机产量分析

一、2015年照相机产量

二、2016年照相机产量

### 第三节 国产数码相机现状深度分析

一、国产DC市场：这块蛋糕有点大

二、市场规则显示潜力：核心竞争力

三、国产DC优势一：厂商大打价格牌

四、国产DC优势二：优秀的售后服务

五、数码相机销售渠道的双重后盾

六、发展预测：销售额与销量稳步增长

### 第四节 数码相机购买潜规则分析

一、“潜规则”之一：像素

二、“潜规则”之二：防抖

三、“潜规则”之三：单反

四、“潜规则”之四：感光度

## 第五节 数码相机市场“潜规则”及厂商突破策略

- 一、“潜规则”之一：民族品牌
- 二、“潜规则”之二：韩国品牌
- 三、“潜规则”之三：尼康和佳能
- 四、“潜规则”之四：DC和单反
- 五、摆脱“潜规则”

## 第四章 中国数码相机市场发展分析

### 第一节 中国照相机进出口分析

- 一、我国照相机及其零部件出口简况
- 二、进口照相机市场管理办法（修正）

### 第二节 2016年中国数码相机市场用户调查研究

- 一、用户特征概括
- 二、用户特征研究
- 三、用户上网行为研究
- 四、主流品牌用户特征研究

### 第三节 2016年中国数码相机市场分析

- 一、2016年中国数码相机消费市场分析
- 二、2016年中国数码相机市场价格
- 三、2016年中国数码相机市场发展趋势
- 四、2016年中国数码相机发展热点预测
- 五、2016年中国数码相机消费市场前景

### 第四节 2016年中国数码相机市场运行分析

#### 一、2016年市场概述及主要观点分析

- （一）市场概述
- （二）主要观点

#### 二、2016年数码相机市场结构研究

- （一）品牌结构
- （二）区域结构
- （三）产品结构

#### 三、2016年数码相机市场价格研究

- （一）价格指数研究
- （二）平均价格研究
- （三）细分价格研究

### 第五节 2016年中国数码相机市场发展阻碍

- 一、消费者关注度不高

二、售后服务差打击消费信心

三、经济不景气减少消费支出

第二部分 数码相机关联行业发展分析

第五章 数码相机关联产业分析

第一节 照相机综述

一、照相机的基本组成

二、照相机的种类

三、照相术与照相机的形成

第二节 镜头

一、数码相机镜头的类型和发展概况

二、镜头市场发展动向

第三节 其他关联产业

一、三角架

二、闪光灯

三、滤镜

四、其他附件

第六章 2016年照相机及器材制造行业经济运行数据分析

第一节 2016年照相机市场经济指标分析

第二节 2016年我国照相机及器材制造绩效分析

一、2016年行业产销情况

二、2016年行业规模

三、2016年行业盈利能力

四、2016年行业经营发展能力

五、2016年行业偿债能力

第三部分 数码相机行业竞争格局及企业分析

第七章 数码相机行业竞争格局分析

第一节 中国数码相机产业的竞争力分析

一、竞争力分析模型

二、产业需求状况及要素条件

三、支持性产业和相关产业

四、企业战略结构和竞争

五、政府政策及发展机遇

六、产业竞争战略选择

第二节 2014-2016年中国数码相机竞争分析

一、数码相机产品品牌竞争现状

二、2015年数码相机市场竞争状况

三、2016年数码相机竞争格局

四、2016年数码相机市场技术竞争状况

五、2016年长焦数码相机竞争态势分析

六、高端数码相机竞争下传统器材商转型

七、中国数码相机专利竞争国际市场简析

第三节 领先者市场竞争策略

一、维护高质量形象

二、扩大市场需求总量

三、保护市场份额

四、扩大市场份额

第四节 挑战者市场竞争策略

一、明确竞争对手

二、正面进攻

二、侧翼攻击

三、包围进攻

四、迂回攻击

五、游击战

第八章 数码相机行业主要外资企业分析

第一节 佳能株式会社

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 索尼公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 尼康公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 奥林巴斯光学工业株式会社

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 富士胶卷株式会社

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 柯达公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九章 数码相机行业国内主要企业分析

第一节 凤凰光学仪器集团公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 中国乐凯胶片集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 北京华旗资讯数码科技发展有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 上海海鸥照相机有限公司

第四部分 数码相机行业发展趋势及战略探讨

第十章 我国数码相机行业发展环境分析

第一节 2016年国际经济环境分析

一、2016年世界经济运行综述

二、2016年世界经济发展形势

三、2016年世界经济发展展望

第二节 中国数码相机行业经济环境分析

一、2016年我国宏观经济运行指标分析

二、2016年我国宏观经济景气指数分析

三、2016年居民消费价格分类指数分析

四、2016年中国宏观经济发展展望

五、2016年我国宏观经济形势分析

第三节 中国数码相机行业社会环境分析

一、2016年全国居民收入情况分析

二、2016年全国社会消费品零售总额

三、2016年全国居民消费价格分析

四、2016年消费者信心指数

第四节 中国数码相机行业政策环境分析

一、零关税影响分析

二、中国照相机行业自律公约

第十一章 2017-2022年数码相机市场发展趋势

第一节 2016年数码相机市场发展趋势预测

一、2016年数码相机市场品牌结构趋势预测

二、2016年数码相机市场产品发展趋势预测

三、2016年数码相机市场价格变化趋势预测

四、2016年数码相机市场渠道发展趋势预测

第二节 2016年数码相机市场发展趋势

一、照相器材的总体发展趋势

二、2016年数码相机产品发展预测

三、2016年数码图像传感器技术预测

四、2016年数码相机技术发展趋势

五、2016年数码相机行业消费趋势

第三节 2017-2022年数码相机行业发展预测

一、2017-2022年数码相机市场增长预测

二、2017-2022年数码单反相机销量预测

三、2017-2022年数码相机价格预测

四、2017-2022年数码相机市场竞争格局预测

五、2017-2022年数码相机区域市场发展预测

六、2017-2022年数码相机产品发展预测

## 第十二章 2017-2022年数码相机业发展战略分析

### 第一节 数码相机企业战略案例分析

- 一、BenQ数码相机以差异化战略抢占市场
- 二、富士数码相机中文化战略浅析
- 三、解读三星独具特色的数码相机发展策略
- 四、日韩数码相机形象代言人策略与产品策略
- 五、佳能汉化数码相机品牌施行深化本土化策略

### 第二节 数码相机厂商的建厂及其战略选择

- 一、数码相机厂商大陆建厂分布概况
- 二、中国数码产品市场发展空间巨大
- 三、各厂商在中国设厂的战略定位分析

### 第三节 2017-2022年我国数码相机企业发展策略

- 一、坚守核心文化
- 二、构建优质渠道
- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、采取有效措施
- 六、调整渠道策略

#### 图表目录

图表：2016年日本市场销售量最高的10款数码相机

图表：2016年日本市场销售量最高的20款二手数码相机

图表：2015年照相机产量全国合计

图表：2015年照相机产量北京市合计

图表：2015年照相机产量天津市合计

图表：2015年照相机产量上海市合计

图表：2015年照相机产量江苏省合计

图表：2015年照相机产量浙江省合计

图表：2015年照相机产量福建省合计

图表：2015年照相机产量江西省合计

图表：2015年照相机产量湖北省合计

图表：2015年照相机产量广东省合计

(GYZX)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/280040280040.html>