

# 2016-2022年中国数码相机产业现状分析及十三五 发展策略分析报告

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《2016-2022年中国数码相机产业现状分析及十三五发展策略分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/250310250310.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国数码相机产业现状分析及十三五发展策略分析报告》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。

### 报告简介

#### 第一部分行业发展分析

##### 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、2016年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2014-2016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zhai能力

第三部分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、2016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ling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、佳能公司概况

二、2015财年公司财务状况

三、2016年公司经营状况

四、2016年公司zui新发展动态

五、未来佳能中国发展展望

### 第二节索尼公司

一、公司概况

二、2014-2016年公司财务状况

三、2016年公司zui新发展动态

四、未来公司发展展望

### 第三节尼康公司

一、公司概况

二、2016年公司财务状况

三、2016年公司动态

四、2016年公司产品计划分析

### 第四节奥林巴斯光学工业株式会社

一、公司概况

二、2016年公司财务状况

三、2016年公司动态

四、公司发展战略分析

### 第五节富士胶卷株式会社

一、公司概况

二、公司技术发展状况

三、富士胶片模拟模式

四、2016年公司财务状况

五、2016年公司zui新动态

### 第六节柯达公司

一、公司概况

二、2016年公司经营状况

三、2016年公司发展动态

四、未来柯达发展展望

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、2014-2016年企业经营情况分析

三、2014-2016年企业财务数据分析

四、2016年企业发展动态及策略

五、企业未来发展展望与战略

第二节中国乐凯胶片集团

一、企业概况

二、2014-2016年企业经营情况分析

三、2014-2016年企业财务数据分析

四、2016年企业发展动态及策略

五、企业未来发展展望与战略

第三节北京华旗资讯数码科技发展有限公司

一、公司概况

二、爱国者独辟巧径的奥运营销策略分析

三、2016年公司发展形势分析

第四节上海海鸥照相机有限公司

第四部分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2016-2022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2016-2022年数码相机行业发展预测

一、2016-2022年数码相机市场增长预测

二、2016-2022年数码单反相机销量预测

三、2016-2022年数码相机价格预测

四、2016-2022年数码相机市场竞争格局预测

五、2016-2022年数码相机区域市场发展预测

六、2016-2022年数码相机产品发展预测

第十二章2016-2022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2016-2022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zui高的10款数码相机

图表：2016年日本市场销售量zui高的20款二手数码相机

图表：2016年1-6月照相机产量全国合计

图表：2016年1-6月照相机产量北京市合计

图表：2016年1-6月照相机产量天津市合计

图表：2016年1-6月照相机产量上海市合计

图表：2016年1-6月照相机产量江苏省合计

图表：2016年1-6月照相机产量浙江省合计

图表：2016年1-6月照相机产量福建省合计

图表：2016年1-6月照相机产量江西省合计

图表：2016年1-6月照相机产量湖北省合计

图表：2016年1-6月照相机产量广东省合计

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

图表：爱国者推出“阳光服务”的阳光承诺

图表：2015年中国数码相机用户性别分布

图表：2015年中国数码相机用户年龄分布

(GYYS)

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/250310250310.html>