

2019年中国手机镜头行业分析报告- 市场深度研究与发展动向研究

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《2019年中国手机镜头行业分析报告-市场深度研究与发展动向研究》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/dianzishebei/439058439058.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

移动端摄像头经历五轮升级，光学创新之路永不停歇。移动端的摄像头经历了五轮创新，第一轮是夏普开始在手机上装载摄像头，开启了移动端的光学市场；第二轮是 iPhone 4 开创的手机前置摄像头，单机摄像头数量提升至两个；第三轮是前置摄像头不断升级，像素水准要求越来越高，接近后置水平；第四轮是双摄的引入，单机摄像头增加至三个；第五轮是 3D 感知模组的引入，模组数量再度增加。未来 10 年的光学升级，移动端将继续向 AR 升级，车载摄像头向高水准自动驾驶发展，安防、机器人、增强现实设备逐步兴起。

手机摄像头的五轮创新

资料来源：Yole

未来 10 年的光学创新之路

资料来源：Yole

如今智能手机进入存量时代，各大手机厂商都在寻找新的手机性能以谋求差异化的竞争优势和销量突破。随着消费者对高质量拍照、录像的需求日益增加，摄像头模组的进化是智能手机发展的必经之路。伴随着双摄、三摄渗透率的提高，市场将会开启新的成像变革。中国产业信息网数据显示，2015 至 2017 年中国双摄渗透率分别为 2%、5%、15%，整体呈快速增长态势，旭日大数据预计 2018 年双摄渗透率将达 35%。智研咨询预计 2020 年双摄渗透率将超 60%。

继华为之后其他品牌逐渐发力，双摄渗透持续增长。从 2017 年品牌双摄手机总出货量情况看，双摄主要集中在苹果、华为、OPPO、vivo、小米、LG、三星等品牌身上，其中华为（包含荣耀系列）是全球双摄手机渗透率最大的手机品牌厂商，双摄机型价格下探至千元机。vivo 手机是继华为之后双摄渗透率第二的手机厂商，自 2016 年开始 vivo 便切入双摄，并率先推出了前置双摄，去年，vivo 的双摄渗透率超越苹果，达到四成以上。而相比之下，三星的双摄渗透率仅达 2.6%。

三摄成为趋势，苹果摄像头数量稳步增加。苹果的三摄预计呈三角形，预计是三颗 1200 万像素的镜头，届时能够实现更高倍的光学变焦，更好的拍照效果和夜间成像。我们预计 2019 年将是三摄快速起量的一年，苹果三摄也是其中重要的推动力。2019 iPhone LCD 款也将升级成双摄。

2014 -2019 年全球手机摄像头模组消费量（亿颗）

数据来源：IDC

2014 ~ 2019 年国内手机摄像头模组产量（亿颗）

数据来源：IDC

全球智能手机双摄及三摄渗透率预计

数据来源：IDC

高像素占比迅速提升，像素提升之路仍在持续。根据 Yole 数据，从 CIS 出货数据分析，手机高像素镜头出货量占比越来越多，2017 年 13MP 及以上占比达到 51%，8MP 以上占比达到 78%，千万像素成为普遍现象。目前主摄像头普遍在 24MP 及以上，部分搭载 48MP。

不同价位手机摄像头像素分布

数据来源：Yole

手持设备 CIS 出货量按像素分布（亿个）

数据来源：Yole

手机镜头和手机影像模组领域，公司已经具有华勤、闻泰、龙旗等国内重要的手机 ODM 客户，以及中兴等品牌手机客户。手机镜头和手机影像模组正在逐步起量中。（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国手机镜头行业分析报告-市场深度研究与发展动向研究》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。

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家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 2016-2019年中国手机镜头行业发展概述

第一节 手机镜头行业发展情况概述

- 一、手机镜头行业相关定义
- 二、手机镜头行业基本情况介绍
- 三、手机镜头行业发展特点分析

第二节 中国手机镜头行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、手机镜头行业产业链条分析
- 三、中国手机镜头行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国手机镜头行业生命周期分析

- 一、手机镜头行业生命周期理论概述
- 二、手机镜头行业所属的生命周期分析

第四节 手机镜头行业经济指标分析

- 一、手机镜头行业的赢利性分析
- 二、手机镜头行业的经济周期分析
- 三、手机镜头行业附加值的提升空间分析

第五节 中国手机镜头行业进入壁垒分析

- 一、手机镜头行业资金壁垒分析
- 二、手机镜头行业技术壁垒分析
- 三、手机镜头行业人才壁垒分析
- 四、手机镜头行业品牌壁垒分析
- 五、手机镜头行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球手机镜头行业市场发展现状分析

第一节 全球手机镜头行业发展历程回顾

第二节 全球手机镜头行业市场区域分布情况

第三节 亚洲手机镜头行业地区市场分析

- 一、亚洲手机镜头行业市场现状分析
- 二、亚洲手机镜头行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲手机镜头行业市场前景分析

第四节 北美手机镜头行业地区市场分析

- 一、北美手机镜头行业市场现状分析
- 二、北美手机镜头行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美手机镜头行业市场前景分析

第五节 欧盟手机镜头行业地区市场分析

- 一、欧盟手机镜头行业市场现状分析
- 二、欧盟手机镜头行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟手机镜头行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界手机镜头行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球手机镜头行业市场规模预测

第三章 中国手机镜头产业发展环境分析

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、全社会消费品手机镜头总额
- 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 中国手机镜头行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国手机镜头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 中国手机镜头行业运行情况

第一节 中国手机镜头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 中国手机镜头行业市场规模分析

第三节 中国手机镜头行业供应情况分析

第四节 中国手机镜头行业需求情况分析

第五节 中国手机镜头行业供需平衡分析

第六节 中国手机镜头行业发展趋势分析

第五章 中国手机镜头所属行业运行数据监测

第一节 中国手机镜头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 中国手机镜头所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国手机镜头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 2016-2019年中国手机镜头市场格局分析

第一节 中国手机镜头行业竞争现状分析

一、中国手机镜头行业竞争情况分析

二、中国手机镜头行业主要品牌分析

第二节 中国手机镜头行业集中度分析

一、中国手机镜头行业市场集中度分析

二、中国手机镜头行业企业集中度分析

第三节 中国手机镜头行业存在的问题

第四节 中国手机镜头行业解决问题的策略分析

第五节 中国手机镜头行业竞争力分析

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 2016-2019年中国手机镜头行业需求特点与动态分析

第一节 中国手机镜头行业消费市场动态情况

第二节 中国手机镜头行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 手机镜头行业成本分析

第四节 手机镜头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

第五节 中国手机镜头行业价格现状分析

第六节 中国手机镜头行业平均价格走势预测

一、中国手机镜头行业价格影响因素

二、中国手机镜头行业平均价格走势预测

三、中国手机镜头行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国手机镜头行业区域市场现状分析

第一节 中国手机镜头行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区手机镜头市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区手机镜头市场规模分析

四、华东地区手机镜头市场规模预测

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、华中地区手机镜头市场规模分析

四、华中地区手机镜头市场规模预测

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、华南地区手机镜头市场规模分析

四、华南地区手机镜头市场规模预测

第九章 2016-2019年中国手机镜头行业竞争情况

第一节 中国手机镜头行业竞争结构分析（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 中国手机镜头行业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 中国手机镜头行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 手机镜头行业企业分析（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
- 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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国手机镜头行业发展前景分析与预测

第一节 中国手机镜头行业未来发展前景分析

一、手机镜头行业国内投资环境分析

二、中国手机镜头行业市场机会分析

三、中国手机镜头行业投资增速预测

第二节 中国手机镜头行业未来发展趋势预测

第三节 中国手机镜头行业市场发展预测

一、中国手机镜头行业市场规模预测

二、中国手机镜头行业市场规模增速预测

三、中国手机镜头行业产值规模预测

四、中国手机镜头行业产值增速预测

五、中国手机镜头行业供需情况预测

第四节 中国手机镜头行业盈利走势预测

一、中国手机镜头行业毛利润同比增速预测

二、中国手机镜头行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国手机镜头行业投资风险与营销分析

第一节 手机镜头行业投资风险分析

一、手机镜头行业政策风险分析

二、手机镜头行业技术风险分析

三、手机镜头行业竞争风险

四、手机镜头行业其他风险分析

第二节 手机镜头行业企业经营发展分析及建议

一、手机镜头行业经营模式

二、手机镜头行业销售模式

三、手机镜头行业创新方向

第三节 手机镜头行业应对策略

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 2019-2025年中国手机镜头行业发展战略及规划建议

第一节 中国手机镜头行业品牌战略分析

一、手机镜头企业品牌的重要性

二、手机镜头企业实施品牌战略的意义

三、手机镜头企业品牌的现状分析

四、手机镜头企业的品牌战略

五、手机镜头品牌战略管理的策略

第二节 中国手机镜头行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国手机镜头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 2019-2025年中国手机镜头行业发展策略及投资建议

第一节 中国手机镜头行业产品策略分析

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 中国手机镜头行业定价策略分析

第三节 中国手机镜头行业营销渠道策略

一、手机镜头行业渠道选择策略

二、手机镜头行业营销策略

第四节 中国手机镜头行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国手机镜头行业重点投资区域分析

二、中国手机镜头行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishabei/439058439058.html>