

中国全景相机行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2026-2033年）

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《中国全景相机行业现状深度研究与发展前景分析报告（2026-2033年）》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.chinabaogao.com/baogao/202512/771983.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、技术持续突破下应用边界不断拓宽，消费需求驱动全景相机市场发展

全景相机是继运动相机之后另一种手持智能影像设备，其凭借机身前后双鱼眼镜头的配合，能够捕捉全空间不同视角的影像，并通过算法拼接技术输出360度全景图片或视频。这种设备具备全方位、真实性、三维性的独特优势。与传统相机设备需大量投入才能获取画面真实感不同，全景相机极大降低了360度全景拍摄的门槛，让更多普通用户得以轻松实现创意影像创作。

曾经，全景相机不仅价格高昂，动辄数万元的售价让普通消费者望而却步，而且操作复杂，需要专业的后期拼接软件和技术知识才能生成完整的全景内容。不过如今，随着芯片技术、图像算法和传感器技术的进步，全景相机实现了“轻量化”“智能化”和“低成本化”的转变，使得消费市场大大拓展，为其向大众市场渗透提供了核心支撑。此外，防抖技术、低光拍摄能力的持续优化，进一步拓宽了全景相机的适用场景，使其不再局限于户外强光环境，在城市夜景、室内弱光等复杂光线条件场景下也能表现出色。

资料来源：公开资料，观研天下整理

而技术的持续突破与低成本化，更从根本上打破了全景相机的应用局限，使其应用边界不断拓宽，为市场注入了强劲动力。在“新消费”浪潮下，年轻一代消费者成为市场主力，其内容表达需求正在发生深刻转变——不再满足于传统平面图像的记录方式，转而追求更具沉浸感、互动性和创意性的体验。这种消费需求的升级，成为全景相机从专业设备向大众创意生产力工具转变的核心驱动力。用户对“全方位记录”“沉浸式分享”的需求，促使全景相机快速渗透到个人消费与商业应用的多个场景。

资料来源：公开资料，观研天下整理

二、全景相机正从极限运动小众设备向大众创意生产力工具“破圈”，“新消费”属性打开广阔蓝海市场

随着户外运动的兴起、社交媒体内容的超速增长以及VR/AR的逐步成熟，近年全景相机作为捕捉和分享动态瞬间与沉浸式体验的关键设备，正逐步从极限运动玩家的小众影像设备，“破圈”成为广大户外运动爱好者、短视频用户的创意生产力工具，产品的“新消费”属性日益凸显。

数据来源：公开数据，观研天下整理

作为一个新兴行业，当前全景相机市场渗透率仍处于低位水平。预计随着行业驱动因素持续发力及产品功能不断完善，市场渗透率有望持续提升，行业正进入快速增长阶段，未来发展

空间广阔。数据显示，2023年全球全景相机市场规模达到50.3亿元，预计到2027年将增长至78.5亿元，2023-2027年复合年增长率（CAGR）为11.8%。从出货量来看，全球全景相机出货量从2017年的88.2万台增加至2023年的196万台，2017-2023的CAGR达到14.2%，预计2027年将增加到316万台。

数据来源：沙利文《全球手持智能影像设备市场发展白皮书》，观研天下整理

不过值得注意的是，当前在行业发展历程中，全景相机与运动相机的边界正逐渐模糊。如2016年尼康推出的Keymission360全景相机首次引入全景运动相机概念，融入防水、耐冲击等运动设备特性，使得全景相机集运动（防水、防尘）和360度全景拍摄于一身，在短视频时代为消费者提供了更具创意的生活记录方式。这种产品形态的融合，进一步降低了消费者的选择门槛，推动全景相机向更广泛的运动场景渗透。

三、应用范围广泛，短视频/在线直播行业的快速增长成为推动全景相机市场发展的重要引擎

目前，全景相机应用范围已拓展至日常拍摄与分享、新闻播报、赛事直播、影视内容制作、游戏内容制作、短视频、在线直播等众多领域，为市场发展注入了强劲动力。其中，短视频/在线直播行业的快速增长更是成为推动全景相机市场发展的重要引擎。

根据《中国网络视听发展研究报告（2025）》，截至2024年12月，我国短视频用户规模达10.40亿人，使用率93.8%，连续6年位居网络视听应用细分领域首位，用户规模与使用时长均保持第一。截至2025年6月，我国短视频用户规模达到10.68亿人，占网民整体的95.1%，相比2024年底的10.40亿人增长了2800万人。全景相机作为创新型视频拍摄工具，支持全景视频拍摄、智能剪辑及社交平台一键分享，深受短视频爱好者青睐，其快速发展将进一步推动全景相机市场增长。

数据来源：中国互联网络信息中心（CNNIC），观研天下整理

与此同时，新生代消费需求升级与互联网娱乐习惯形成，推动在线直播成为日常娱乐主流。截至2024年12月，我国网络直播用户规模达8.33亿人，同比增长1737万人，占网民总数的75.2%，占比同比提升0.5个百分点。除娱乐直播外，VR全景相机已广泛应用于电视台节目及赛事直播，满足观众对沉浸式内容的需求。

数据来源：中国互联网络信息中心（CNNIC），观研天下整理

四、市场格局正在重构：影石领跑全局，大疆差异化突围成行业第二

得益于市场向好，近年影石创新、大疆、Kandao等企业相继进入全景相机赛道，使得市场竞争不断激烈。当前全球及中国市场均已形成清晰的竞争格局——全球市场呈现“一超多强”态势，国内市场则呈现“影石领跑、大疆追赶”的鲜明特征，具体如下：

作为行业绝对龙头，影石创新Insta360的领先地位稳固，全球市占率连续8年位居第一：202

4年其销售额占全球消费级全景相机市场的75.3%，2025年前三季度全球市占率进一步攀升至85.8%，其中海外份额达87.5%，国内份额接近80%，均实现断层式领先；单看2025年三季度，影石全球市占率为75%，国内市占超60%，核心竞争力持续凸显。

新入局者大疆于2025年7月首次切入该赛道，凭借差异化价格策略快速突围，三季度拿下17.1%的全球份额，成功取代GoPro（同期全球份额仅1.4%）成为行业第二，在国内市场更是通过频繁降价斩获37.1%的份额，展现出强劲的追赶势头，而Kandao等企业则构成市场第二梯队。

数据来源：沙利文，观研天下整理

2025年三季度全球全景相机企业市场份额情况

企业名称	市场份额
影石Insta360	75%
DJ大疆创新	17.1%
GoPro	1.4%

数据来源：沙利文，观研天下整理

2025年前三季度我国全景相机企业市场份额情况

企业名称	前三季度	三季度
2025年全年预测 影石Insta360	79.1%	60.5%
72.3%	DJ大疆创新	17.3%
37.1%	25.2%	GoPro
0.4%	0.1%	0.3%

资料来源：沙利文，观研天下整理

展望未来，全景相机市场的竞争热度将持续升温：一方面，随着更多品牌跨界入局及行业新品迭代速度加快，第二梯队企业的市场份额争夺将更为激烈，行业竞争格局有望迎来动态调整；另一方面，核心竞争逻辑将围绕技术创新、场景化解决方案及性价比展开全方位多维度博弈。而业内人士分析指出，大疆作为新入局者，“以价换市”的策略虽短期内快速实现了市场份额的突破，但低价竞争模式背后往往伴随显著的利润牺牲，长期可持续性或将面临挑战；而影石创新凭借长期积累的核心技术壁垒、全场景覆盖的产品矩阵及全球化渠道布局优势，其行业龙头地位预计将持续巩固。在此背景下，行业资源将进一步向具备技术研发实力、场景深耕能力及规模效应的头部企业集中，市场集中度有望持续提升。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国全景相机行业现状深度研究与发展前景分析报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，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，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。

行业报告是业内企业、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。

目录大纲：

【第一部分 行业基本情况与监管】

第一章中国全景相机 行业基本情况介绍

第一节 全景相机 行业发展情况概述

- 一、全景相机 行业相关定义
- 二、全景相机 特点分析
- 三、全景相机 行业供需主体介绍
- 四、全景相机 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

第二节 中国全景相机 行业发展历程

第三节 中国全景相机行业经济地位分析

第二章 中国全景相机 行业监管分析

第一节 中国全景相机 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国全景相机 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对全景相机 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章中国全景相机 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国全景相机 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国全景相机 行业环境分析结论

第四章 全球全景相机 行业发展现状分析

第一节 全球全景相机 行业发展历程回顾

第二节 全球全景相机 行业规模分布

一、2021-2025年全球全景相机 行业规模

二、全球全景相机 行业市场区域分布

第三节 亚洲全景相机 行业地区市场分析

一、亚洲全景相机 行业市场现状分析

二、2021-2025年亚洲全景相机 行业市场规模与需求分析

三、亚洲全景相机 行业市场前景分析

第四节 北美全景相机 行业地区市场分析

一、北美全景相机 行业市场现状分析

二、2021-2025年北美全景相机 行业市场规模与需求分析

三、北美全景相机 行业市场前景分析

第五节 欧洲全景相机 行业地区市场分析

一、欧洲全景相机 行业市场现状分析

二、2021-2025年欧洲全景相机 行业市场规模与需求分析

三、欧洲全景相机 行业市场前景分析

第六节 2026-2033年全球全景相机 行业分布走势预测

第七节 2026-2033年全球全景相机 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国全景相机 行业运行情况

第一节 中国全景相机 行业发展介绍

一、行业发展特点分析

二、行业技术现状与创新情况分析

第二节 中国全景相机 行业市场规模分析

一、影响中国全景相机 行业市场规模的因素

二、2021-2025年中国全景相机 行业市场规模

三、中国全景相机行业市场规模数据解读

第三节 中国全景相机 行业供应情况分析

一、2021-2025年中国全景相机 行业供应规模

二、中国全景相机 行业供应特点

第四节 中国全景相机 行业需求情况分析

- 一、2021-2025年中国全景相机 行业需求规模
- 二、中国全景相机 行业需求特点
- 第五节 中国全景相机 行业供需平衡分析
- 第六章 中国全景相机 行业经济指标与需求特点分析
- 第一节 中国全景相机 行业市场动态情况
- 第二节 全景相机 行业成本与价格分析
- 一、行业价格影响因素分析
- 二、行业成本结构分析
- 三、2021-2025年中国全景相机 行业价格现状分析
- 第三节 全景相机 行业盈利能力分析
- 一、全景相机 行业的盈利性分析
- 二、全景相机 行业附加值的提升空间分析
- 第四节 中国全景相机 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
- 第五节 全景相机 行业的经济周期分析
- 第七章 中国全景相机 行业产业链及细分市场分析
- 第一节 中国全景相机 行业产业链综述
- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、全景相机 行业产业链图解
- 第二节 中国全景相机 行业产业链环节分析
- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对全景相机 行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对全景相机 行业的影响分析
- 第三节 中国全景相机 行业细分市场分析
- 一、中国全景相机 行业细分市场结构划分
- 二、细分市场分析——市场1
- 1. 2021-2025年市场规模与现状分析
- 2. 2026-2033年市场规模与增速预测
- 三、细分市场分析——市场2
- 1.2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

（细分市场划分详情请咨询观研天下客服）

第八章 中国全景相机 行业市场竞争分析

第一节 中国全景相机 行业竞争现状分析

一、中国全景相机 行业竞争格局分析

二、中国全景相机 行业主要品牌分析

第二节 中国全景相机 行业集中度分析

一、中国全景相机 行业市场集中度影响因素分析

二、中国全景相机 行业市场集中度分析

第三节 中国全景相机 行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第四节 中国全景相机 行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第九章 中国全景相机 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国全景相机 行业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 中国全景相机 行业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 中国全景相机 行业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

第十章 中国全景相机 行业区域市场现状分析

第一节 中国全景相机 行业区域市场规模分析

一、影响全景相机 行业区域市场分布的因素

二、中国全景相机 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区全景相机 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区全景相机 行业市场分析

1、2021-2025年华东地区全景相机 行业市场规模

2、华东地区全景相机 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区全景相机 行业市场规模预测

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、华中地区全景相机 行业市场分析

1、2021-2025年华中地区全景相机 行业市场规模

2、华中地区全景相机 行业市场现状

3、2026-2033年华中地区全景相机 行业市场规模预测

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、华南地区全景相机 行业市场分析

1、2021-2025年华南地区全景相机 行业市场规模

2、华南地区全景相机 行业市场现状

3、2026-2033年华南地区全景相机 行业市场规模预测

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、华北地区全景相机 行业市场分析

1、2021-2025年华北地区全景相机 行业市场规模

2、华北地区全景相机 行业市场现状

3、2026-2033年华北地区全景相机 行业市场规模预测

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、东北地区全景相机 行业市场分析

1、2021-2025年东北地区全景相机 行业市场规模

2、东北地区全景相机 行业市场现状

3、2026-2033年东北地区全景相机 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区全景相机 行业市场分析

1、2021-2025年西南地区全景相机 行业市场规模

2、西南地区全景相机 行业市场现状

3、2026-2033年西南地区全景相机 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区全景相机 行业市场分析

1、2021-2025年西北地区全景相机 行业市场规模

2、西北地区全景相机 行业市场现状

3、2026-2033年西北地区全景相机 行业市场规模预测

第九节 2026-2033年中国全景相机 行业市场规模区域分布预测

第十一章 全景相机 行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

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、公司优势分析

第二节 企业2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 中国全景相机 行业发展前景分析与预测

第一节 中国全景相机 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国全景相机 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国全景相机 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国全景相机 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国全景相机 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国全景相机 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国全景相机 行业成本与价格预测

一、2026-2033年成本走势预测

二、2026-2033年价格走势预测

第五节 2026-2033年中国全景相机 行业盈利走势预测

第六节 2026-2033年中国全景相机 行业需求偏好预测

第十三章 中国全景相机 行业研究总结

第一节 观研天下中国全景相机 行业投资机会分析

一、未来全景相机 行业国内市场机会

二、未来全景相机行业海外市场机会

第二节 中国全景相机 行业生命周期分析

第三节 中国全景相机 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国全景相机 行业SWOT分析结论

第四节 中国全景相机 行业进入壁垒与应对策略

第五节 中国全景相机 行业存在的问题与解决策略

第六节 观研天下中国全景相机 行业投资价值结论

第十四章 中国全景相机 行业风险及投资策略建议

第一节 中国全景相机 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第二节 中国全景相机 行业风险分析

一、全景相机 行业宏观环境风险

二、全景相机 行业技术风险

三、全景相机 行业竞争风险

四、全景相机 行业其他风险

五、全景相机 行业风险应对策略

第三节 全景相机 行业品牌营销策略分析

一、全景相机 行业产品策略

二、全景相机 行业定价策略

三、全景相机 行业渠道策略

四、全景相机 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202512/771983.html>