

中国数码相机消费市场监测与竞争战略研究报告 (2014-2019)

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《中国数码相机消费市场监测与竞争战略研究报告（2014-2019）》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/195012195012.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

报告目录

第一章 2013-2014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、数码相机的基本情况介绍

二、数码相机的发展特点分析

第二节 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分析

第三节 数码相机行业生命周期分析

一、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、数码相机行业附加值的提升空间分析

三、数码相机行业进入壁垒与退出机制分析

第二章 2013-2014年世界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 2013-2014年全球数码相机行业市场规模分析

第三节 2013-2014年全球数码相机行业市场区域分布情况

第四节 2013-2014年数码相机行业亚洲地区主要市场分析

第五节 2013-2014年数码相机行业欧盟主要国家市场分析

第六节 2013-2014年数码相机行业北美地区主要市场分析

第七节 2014-2019年世界数码相机发展走势预测

第八节 2014-2019年全球数码相机行业市场规模预测

第三章 2013-2014年中国数码相机产业发展宏观环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、我国GDP历史变动轨迹分析

二、我国消费价格指数CPI、PPI分析

三、我国外汇储备情况分析

四、我国财政收入情况统计分析

五、工业发展形势（季度更新）

六、我国进出口总额统计分析

七、我国社会集资规模统计分析

八、全国居民收入情况统计分析

九、我国固定资产投资情况统计分析

十、2014-2015年中国宏观经济环境预测分析

第三节 中国数码相机行业政策环境分析

第四节 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 2013-2014年中国数码相机产业运行情况

第一节 中国数码相机行业发展状况情况介绍

一、中国数码相机行业发展历程回顾

二、中国数码相机行业技术现状分析

三、中国数码相机行业发展特点分析

第二节 2013-2014年中国数码相机行业市场规模分析

一、2012年中国数码相机行业市场规模回顾

二、2013年中国数码相机行业市场规模分析

第三节 2013-2014年中国数码相机行业市场供需情况分析

一、2013-2014年中国数码相机行业产能情况分析

二、2013-2014年中国数码相机行业产值分析

一、2013-2014年中国数码相机行业产量统计与分析

二、2013-2014年中国数码相机行业需求量分析

第四节 2013-2014年中国数码相机行业发展趋势分析

第五章 2013-2014年中国数码相机市场格局分析

第一节 2013-2014年中国数码相机行业竞争现状分析

第二节 2013-2014年中国数码相机行业集中度分析

一、2013-2014年中国数码相机行业市场集中度分析

二、2013-2014年中国数码相机行业企业集中度分析

三、2013-2014年中国数码相机行业区域集中度分析

第三节 2013-2014年中国数码相机行业存在的问题

第六章 数码相机发展环境分析

第一节 2013-2014年中国数码相机技术环境分析

一、千万像素开始普及

二、光学防抖成为标配

三、高感光度下的画质问题

四、高清摄影与单反的结合成为焦点

五、数码艺术滤镜功能的前景分析

第二节 2013-2014年中国数码相机社会环境分析

一、中国互联网及电脑的普及分析

二、数码相机在中国城镇家庭中的消费分析

第七章 2013-2014年中国数码相机市场深度剖析

第一节 2013-2014年中国数码相机市场运行状况

一、中国数码相机消费进入千万台时代

二、2013年中国数码相机销量增长分析

三、2013年中国数码相机需求大幅提升

四、2013年数码相机消费呈现多元化需求

第二节 2013年中国数码相机市场分析

一、单电相机渐盛中低端单反相机市场面临挑战

二、高清视频成标配亮丽彩壳价格新低吸引消费者

三、数码相机使用满意度低消费者购买更加理性

第三节 2013-2014年中国单电相机市场运行态势分析

一、单电数码相机相关概述

二、单电相机引领数码相机消费新潮流

三、单电相机掀波澜DV进入后时代

四、2013年尼康公司即将推出单电相机

五、2013年单电数码相机市场价格分析

六、中国数码相机市场价格走势分析

第八章 2013年中国数码相机行业重点生产企业分析

第一节 佳能珠海有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 索尼数字产品（无锡）有限公司2

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节尼康光学仪器（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节柯达电子（上海）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节奥林巴斯（深圳）工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节天津三星光电子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节彩晶光电科技（昆山）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节信泰光学（深圳）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节英保达资讯（天津）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节伟创力科技（珠海）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章2014-2019年中国数码相机行业发展前景分析与预测

第一节2014-2019年中国数码相机行业未来发展前景分析

一、2014-2019年中国数码相机行业国内投资环境分析

二、2014-2019年中国数码相机行业市场机会分析

三、2014-2019年中国数码相机行业投资增速预测

第二节2014-2019年中国数码相机行业未来发展趋势预测

第三节2014-2019年中国数码相机行业市场发展预测

一、2014-2019年中国数码相机行业市场规模预测

二、2014-2019年中国数码相机行业市场规模增速预测

三、2014-2019年中国数码相机行业产值规模预测

四、2014-2019年中国数码相机行业产值增速预测

第四节2014-2019年中国数码相机行业供需情况预测

- 一、2014-2019年中国数码相机行业供需平衡预测
- 二、2014-2019年中国数码相机行业产量规模预测
- 三、2014-2019年中国数码相机行业产量增速预测
- 四、2014-2019年中国数码相机行业需求规模预测
- 五、2014-2019年中国数码相机行业需求增速预测

第五节2014-2019年中国数码相机行业盈利走势预测

- 一、2014-2019年中国数码相机行业毛利润同比增速预测
- 二、2014-2019年中国数码相机行业利润总额同比增速预测

第六节2014-2019年中国数码相机行业价格走势预测

第十章 2014-2019年中国数码相机行业投资风险与营销分析

第一节2014-2019年中国数码相机行业进入壁垒分析

- 一、2014-2019年中国数码相机行业技术壁垒分析
- 二、2014-2019年中国数码相机行业规模壁垒分析
- 三、2014-2019年中国数码相机行业品牌壁垒分析
- 四、2014-2019年中国数码相机行业其他壁垒分析

第三节 2014-2019年中国数码相机行业投资风险分析

- 一、2014-2019年中国数码相机行业政策风险分析
- 二、2014-2019年中国数码相机行业技术风险分析
- 三、2014-2019年中国数码相机行业竞争风险
- 四、2014-2019年中国数码相机行业其他风险分析

第十一章 2014-2019年中国数码相机行业发展策略及投资建议

第一节2014-2019年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

第一节2014-2019年中国数码相机行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第三节 观研天下专家投资建议

一、2014-2019年中国数码相机行业投资区域分析

二、2014-2019年中国数码相机行业投资产品分析

图表详见正文•••••

特别说明：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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/195012195012.html>