

# 2018-2024年中国数码相机 市场全景调查与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

# 一、报告报价

《2018-2024年中国数码相机市场全景调查与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/U7271938MG.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

目前国内数码相机市场，佳能、尼康、索尼依然是三大主力品牌，佳能今年始终保持在40%左右的市场，而且较去年有小幅度提升。尼康今年虽然仍然为第二位，但是却持续走低，而索尼的正稳步向上。单反在整体上要高于无反相机产品，2016年，消费者对于旗舰产品和高像素产品的关注度较高。索尼A7RII成为关注度排名第二位。整体来看，2016年有尼康D5、佳能1DX Mark II和佳能80D等不少新品上榜。

数码相机产品的消费者大多为中青年人，20岁-40岁时对相机产品关注度最高的区间。这也符合实际的环境表现，20岁人群以大学生和刚工作的青年人为主，摄影爱好者较多。而中年人群的消费力较高，是影像行业的重要消费力量。未来数码相机一定是分为专业及消费两条路线平行发展，专业级单反或无反相机更加注重成像质量、对焦性能等，像素也会越来越高；而消费级产品则会注重互联网分享的乐趣，或者通过搭载智能系统和可穿戴化，实现更多样化的拍照体验。

### 报告目录

#### 第一章 数码相机行业相关概述

##### 第一节 数码相机行业相关概述

###### 一、产品概述

###### 二、产品性能

###### 三、产品用途

##### 第二节 数码相机行业经营模式分析

###### 一、生产模式

###### 二、采购模式

###### 三、销售模式

##### 第三节 数码相机产品分类

###### 一、单反相机

###### 二、卡片相机

###### 三、长焦相机

##### 第四节 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 2015-2017年中国数码相机行业市场发展环境分析

### 第一节 2017年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2018年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2015-2017年中国数码相机市场政策环境分析

一、中国数码相机关税政策解析

二、数码相机行业相关标准

三、《进口照相机市场管理办法》

### 第三节 2015-2017年中国数码相机市场技术环境分析

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、数码单反成为焦点

五、数码相机新锐技术大盘点

### 第四节 2015-2017年中国数码相机市场社会环境分析

## 第三章 2010-2017年中国数码相机市场供需分析

### 第一节 中国数码相机市场供给状况

一、2010-2017年中国数码相机产量分析

二、2018-2024年中国数码相机产量预测

### 第二节 中国数码相机市场需求状况

一、2010-2017年中国数码相机需求分析

二、2018-2024年中国数码相机需求预测

### 第三节 2017年中国数码相机市场价格分析

## 第四章 2015-2017年世界数码相机十大品牌企业竞争力及趋势分析

### 第一节 佳能

一、品牌概述

- 二、品牌建设现状
- 三、品牌核心竞争力
- 四、品牌竞争策略

## 第二节 索尼

- 一、品牌概述
- 二、品牌建设现状
- 三、品牌核心竞争力
- 四、品牌竞争策略

## 第三节 尼康

- 一、品牌概述
- 二、品牌建设现状
- 三、品牌核心竞争力
- 四、品牌竞争策略

## 第四节 富士

- 一、品牌概述
- 二、品牌建设现状
- 三、品牌核心竞争力
- 四、品牌竞争策略

## 第五节 三星

- 一、品牌概述
- 二、品牌建设现状
- 三、品牌核心竞争力
- 四、品牌竞争策略

## 第六节 松下

- 一、品牌概述
- 二、品牌建设现状
- 三、品牌核心竞争力
- 四、品牌竞争策略

## 第七节 奥林巴斯

- 一、品牌概述
- 二、品牌建设现状
- 三、品牌核心竞争力

#### 四、品牌竞争策略

##### 第八节 徕卡

###### 一、品牌概述

###### 二、品牌建设现状

###### 三、品牌核心竞争力

###### 四、品牌竞争策略

##### 第九节 卡西欧

###### 一、品牌概述

###### 二、品牌建设现状

###### 三、品牌核心竞争力

###### 四、品牌竞争策略

##### 第十节 柯达

###### 一、品牌概述

###### 二、品牌建设现状

###### 三、品牌核心竞争力

###### 四、品牌竞争策略

#### 第五章 2015-2017年中国数码相机行业消费者偏好调查分析

##### 第一节 数码相机目标客户群体调查

###### 一、不同收入水平消费者偏好调查

###### 二、不同年龄的消费者偏好调查

###### 三、不同地区的消费者偏好调查

##### 第二节 数码相机的品牌市场调查

###### 一、消费者对数码相机品牌认知度宏观调查

###### 二、消费者对数码相机的品牌偏好调查

###### 三、消费者对数码相机品牌的首要认知渠道

###### 四、消费者经常购买的品牌调查

###### 五、数码相机品牌忠诚度调查

###### 六、数码相机品牌市场占有率调查

###### 七、消费者的消费理念调研

##### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

###### 一、价格敏感程度

- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度

## 第六章 中国数码相机行业产业链分析

### 第一节 数码相机行业产业链概述

### 第二节 数码相机上游产业发展状况分析

- 一、上游原料市场发展现状
- 二、上游原料生产情况分析
- 三、上游原料价格走势分析

### 第三节 数码相机下游应用需求市场分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、行业生产情况分析
- 三、行业需求状况分析
- 四、行业需求前景分析

## 第七章 2010-2017年数码相机进出口数据分析

### 第一节 2010-2017年数码相机进口情况分析

- 一、进口数量情况分析
- 二、进口金额变化分析
- 三、进口来源地区分析
- 四、进口价格变动分析

### 第二节 2010-2017年数码相机出口情况分析

- 一、出口数量情况
- 二、出口金额变化分析
- 三、出口国家流向分析
- 四、出口价格变动分析

## 第八章 国内数码相机重点企业竞争力分析

### 第一节 索尼数字产品(无锡)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 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

## 第三节 奥林巴斯广州工业有限公司

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

## 第四节 厦门松下电子信息有限公司

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 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



## 第六节 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

## 第七节 东莞信泰光学有限公司

- 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 北京华旗资讯数码科技有限公司

- 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 天瀚科技（吴江）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 宾胜(广州)光机电有限公司

- 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

## 第十章 数码相机企业投资战略与客户策略分析

### 第一节 数码相机企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业强做大做的需要
- 三、企业可持续发展需要

### 第二节 数码相机企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

### 第三节 数码相机企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

### 第四节 数码相机企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

## 第十一章 中国数码相机行业的国际比较分析

### 第一节 中国数码相机行业竞争力指标分析

### 第二节 中国数码相机行业经济指标国际比较分析

### 第三节 全球数码相机行业市场需求分析

- 一、市场规模现状

## 二、需求结构分析

## 三、市场前景展望

### 第四节 全球数码相机行业市场供给分析

#### 一、市场价格走势

#### 二、重点企业分布

## 第十二章 2018-2024年我国数码相机行业发展趋势预测

### 第一节 未来行业技术开发方向

#### 一、行业新技术应用状况

#### 二、行业技术发展趋势

### 第二节 行业市场需求预测分析

### 第三节 行业供给因素预测分析

### 第四节 行业发展趋势数据预测分析

#### 一、2018-2024年中国数码相机行业需求空间预测

#### 二、2018-2024年中国数码相机行业供给能力预测

## 第十三章 2018-2024年我国数码相机行业发展策略建议

### 第一节 我国数码相机行业市场策略简析

### 第二节 我国数码相机行业营销策略分析及建议

#### 一、行业营销策略分析

#### 二、行业销售模式分析

#### 三、企业营销策略建议

### 第三节 我国数码相机行业企业经营发展分析及建议

#### 一、行业企业发展存在问题与瓶颈

#### 二、行业企业应对策略及建议

## 第十四章 2018-2024年我国数码相机行业投资建议

### 第一节 投资环境与机会

### 第二节 投资风险与收益

### 第三节 投资策略与建议

## 图表目录

图表：数码相机产业链分析  
图表：国际数码相机市场规模  
图表：国际数码相机生命周期  
图表：中国GDP增长情况  
图表：中国CPI增长情况  
图表：中国人口数及其构成  
图表：中国工业增加值及其增长速度  
图表：中国城镇居民可支配收入情况  
图表：2014-2017年我国数码相机供应情况  
图表：2014-2017年我国数码相机需求情况  
图表：2018-2024年中国数码相机市场规模预测  
图表：2018-2024年我国数码相机供应情况预测  
图表：2018-2024年我国数码相机需求情况预测  
图表：2014-2017年我国数码相机市场规模统计表  
图表：2018-2024年中国数码相机行业市场规模预测  
图表：2018-2024年中国数码相机行业资产规模预测  
图表：2018-2024年中国数码相机行业利润合计预测  
图表：2018-2024年中国数码相机行业盈利能力预测  
图表&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/U7271938MG.html>