

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

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。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……

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