

2022-2028年中国数码相机 市场发展趋势与行业竞争对手分析报告

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

《2022-2028年中国数码相机市场发展趋势与行业竞争对手分析报告》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/shuma/U72719DB4G.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

数码相机，英文全称：Digital Still Camera (DSC)，简称：Digital Camera (DC)，是数码照相机的简称，又名：数字式相机。数码相机，是一种利用电子传感器把光学影像转换成电子数据的照相机。

按用途分为：单反相机，微单相机，卡片相机，长焦相机和家用相机等。数码相机与普通照相机在胶卷上靠溴化银的化学变化来记录图像的原理不同，数字相机的传感器是一种光感应式的电荷耦合器件（CCD）或互补金属氧化物半导体（CMOS）。在图像传输到计算机以前，通常会先储存在数码存储设备中（通常是使用闪存；软磁盘与可重复擦写光盘（CD-RW）已很少用于数字相机设备）。

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国数码相机市场发展趋势与行业竞争对手分析报告》共十二章。首先介绍了数码相机行业市场发展环境、数码相机整体运行态势等，接着分析了数码相机行业市场运行的现状，然后介绍了数码相机市场竞争格局。随后，报告对数码相机做了重点企业经营状况分析，最后分析了数码相机行业发展趋势与投资预测。您若想对数码相机产业有个系统的了解或者想投资数码相机行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 数码相机基本概述

第一节 数码相机行业定义与分类

一、行业定义

二、行业分类

第二节 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 全球数码相机市场分析

第一节 全球数码相机市场概况

- 一、全球数码相机市场增长率分析
- 二、全球首款立体数码相机面世
- 三、2020年全球市场数码相机销量预测
- 四、2020年全球市场数码相机增长动力分析
- 五、2020年全球市场数码相机发展趋势

第二节 主要数码相机生产国市场分析

- 一、日本市场发展现状
- 二、德国市场现状
- 三、俄罗斯市场现状

第三章 中国数码相机行业发展情况分析

第一节 中国照相器材行业发展历程

- 一、中国照相器材行业发展历程
- 二、中国相机产业发展阶段分析
- 三、中国数码照相机工业的发展
- 四、中国照相器材行业发展特点

第二节 2016-2020年照相机产量分析

- 一、2019年照相机产量
- 二、2020年照相机产量

第三节 国产数码相机现状深度分析

- 一、国产DC市场：这块蛋糕有点大
- 二、市场规则显示潜力：核心竞争力
- 三、国产DC优势一：厂商大打价格牌
- 四、国产DC优势二：优秀的售后服务
- 五、数码相机销售渠道的双重后盾
- 六、发展预测：销售额与销量稳步增长

第四节 数码相机购买潜规则分析

- 一、“潜规则”之一：像素
- 二、“潜规则”之二：防抖
- 三、“潜规则”之三：单反
- 四、“潜规则”之四：感光度

第五节 数码相机市场“潜规则”及厂商突破策略

- 一、“潜规则”之一：民族品牌
- 二、“潜规则”之二：韩国品牌
- 三、“潜规则”之三：尼康和佳能
- 四、“潜规则”之四：DC和单反
- 五、摆脱“潜规则”

第四章 中国数码相机市场发展分析

第一节 中国照相机进出口分析

- 一、2020年我国照相机及其零部件出口简况
- 二、进口照相机市场管理办法

第二节 2020年中国数码相机市场用户调查研究

- 一、用户特征概括
- 二、用户特征研究
- 三、用户上网行为研究
- 四、主流品牌用户特征研究

第三节 2020年中国数码相机市场分析

- 一、2020年中国数码相机消费市场分析
- 二、2020年中国数码相机市场价格
- 三、2020年中国数码相机市场发展趋势
- 四、2020年中国数码相机发展热点预测
- 五、2020年中国数码相机消费市场前景

第四节 2020年中国数码相机市场运行分析

- 一、2020年市场概述及主要观点分析
 - (一) 市场概述
 - (二) 主要观点
- 二、2020年数码相机市场结构研究
 - (一) 品牌结构
 - (二) 区域结构
 - (三) 产品结构
- 三、2020年数码相机市场价格研究
 - (一) 价格指数研究

(二) 平均价格研究

(三) 细分价格研究

第五节 2020年中国数码相机市场发展阻碍

一、消费者关注度不高

二、售后服务差打击消费信心

三、经济不景气减少消费支出

第五章 数码相机关联产业分析

第一节 照相机综述

一、照相机的基本组成

二、照相机的种类

三、照相术与照相机的形成

第二节 镜头

一、数码相机镜头的类型和发展概况

二、镜头市场发展动向

第三节 其他关联产业

一、三角架

二、闪光灯

三、滤镜

四、其他附件

第六章 2020年照相机及器材制造行业经济运行数据分析

第一节 2020年照相机市场经济指标分析

第二节 2020年我国照相机及器材制造绩效分析

一、2020年行业产销情况

二、2020年行业规模

三、2020年行业盈利能力

四、2020年行业经营发展能力

五、2020年行业偿债能力

第七章 数码相机行业竞争格局分析

第一节 中国数码相机产业的竞争力分析

一、竞争力分析模型

二、产业需求状况及要素条件

三、支持性产业和相关产业

四、企业战略结构和竞争

五、政府政策及发展机遇

六、产业竞争战略选择

第二节 2016-2020年中国数码相机竞争分析

一、数码相机产品品牌竞争现状

二、2020年数码相机市场竞争状况

三、2020年数码相机竞争格局

四、2020年数码相机市场技术竞争状况

五、2020年长焦数码相机竞争态势分析

六、高端数码相机竞争下传统器材商转型

七、中国数码相机专利竞争国际市场简析

第三节 领先者市场竞争策略

一、维护高质量形象

二、扩大市场需求总量

三、保护市场份额

四、扩大市场份额

第四节 挑战者市场竞争策略

一、明确竞争对手

二、正面进攻

二、侧翼攻击

三、包围进攻

四、迂回攻击

五、游击战

第八章 数码相机行业主要外资企业分析

第一节 佳能株式会社

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司经营状况

四、公司最新发展动态

五、公司发展展望

第二节 索尼公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司经营状况

四、公司最新发展动态

五、公司发展展望

第三节 尼康公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司经营状况

四、公司最新发展动态

五、公司发展展望

第四节 奥林巴斯光学工业株式会社

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司经营状况

四、公司最新发展动态

五、公司发展展望

第五节 富士胶卷株式会社

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司经营状况

四、公司最新发展动态

五、公司发展展望

第六节 柯达公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司经营状况

四、公司最新发展动态

五、公司发展展望

第九章 数码相机行业国内主要企业分析

第一节 凤凰光学仪器集团公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业财务数据分析
- 四、企业发展动态及策略
- 五、企业发展展望与战略

第二节 中国乐凯胶片集团

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业财务数据分析
- 四、企业发展动态及策略
- 五、企业发展展望与战略

第三节 北京华旗资讯数码科技发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业财务数据分析
- 四、企业发展动态及策略
- 五、企业发展展望与战略

第四节 上海海鸥照相机有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业财务数据分析
- 四、企业发展动态及策略
- 五、企业发展展望与战略

第十章 我国数码相机行业发展环境分析

第一节 2020年国际经济环境分析

- 一、2020年世界经济运行综述
- 二、2020年世界经济发展形势
- 三、2020年世界经济发展展望

第二节 中国数码相机行业经济环境分析

- 一、2020年我国宏观经济运行指标分析
- 二、2020年我国宏观经济景气指数分析
- 三、2020年居民消费价格分类指数分析
- 四、2020年中国宏观经济发展展望
- 五、2020年我国宏观经济形势分析

第三节 中国数码相机行业社会环境分析

- 一、2020年全国居民收入情况分析
- 二、2020年全国社会消费品零售总额
- 三、2020年全国居民消费价格分析
- 四、2020年消费者信心指数

第四节 中国数码相机行业政策环境分析

- 一、零关税影响分析
- 二、中国照相机行业自律公约

第十一章 2022-2028年数码相机市场发展趋势

第一节 2020年数码相机市场发展趋势预测

- 一、2020年数码相机市场品牌结构趋势预测
- 二、2020年数码相机市场产品发展趋势预测
- 三、2020年数码相机市场价格变化趋势预测
- 四、2020年数码相机市场渠道发展趋势预测

第二节 2020年数码相机市场发展趋势

- 一、照相器材的总体发展趋势
- 二、2020年数码相机产品发展预测
- 三、2020年数码图像传感器技术预测
- 四、2020年数码相机技术发展趋势
- 五、2020年数码相机行业消费趋势

第三节 2022-2028年数码相机行业发展预测

- 一、2022-2028年数码相机市场增长预测
- 二、2022-2028年数码单反相机销量预测
- 三、2022-2028年数码相机价格预测
- 四、2022-2028年数码相机市场竞争格局预测

五、2022-2028年数码相机区域市场发展预测

六、2022-2028年数码相机产品发展预测

第十二章 2022-2028年数码相机业发展战略分析

第一节 数码相机企业战略案例分析

- 一、BenQ数码相机以差异化战略抢占市场（ ）
- 二、富士数码相机中文化战略浅析
- 三、解读三星独具特色的数码相机发展策略
- 四、日韩数码相机形象代言人策略与产品策略
- 五、佳能汉化数码相机品牌施行深化本土化策略

第二节 数码相机厂商的建厂及其战略选择

- 一、数码相机厂商大陆建厂分布概况
- 二、中国数码产品市场发展空间巨大
- 三、各厂商在中国设厂的战略定位分析

第三节 2022-2028年我国数码相机企业发展策略

- 一、坚守核心文化
- 二、构建优质渠道
- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、采取有效措施
- 六、调整渠道策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shuma/U72719DB4G.html>