

2013-2017年中国数码相机 市场竞争态势分析及未来前景研究报告

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

《2013-2017年中国数码相机市场竞争态势分析及未来前景研究报告》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/X05043GF65.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

中国已成为世界最大的照相机器材制造国，照相机年产量近亿架，居世界首位，数码相机的市场容量已经超过1000万台，占全球市场份额的四分之一以上。目前在中国的大中城市中，数码相机的占有率已经超过70%，其中卡片机与单反数码相机的比例分别为87.7%和12.3%，特别是2008年，单反相机较2007年提升一倍有余。目前，日系品牌仍占据中国主要市场，但本土品牌爱国者、美国品牌柯达近期在产品方面也做出了很多尝试，如爱国者DC-P1,加入了GPS导航功能，提高了相机产品使用频次。2010年，单反数码相机出现加速普及的态势，不断侵蚀消费数码相机的关注比例，同时单反数码相机市场均价也呈现稳定的下降走势，价格因素成为单反市场发展主要推力。消费者对于更为专业、画质更优秀的相机的更新需求成为2010年数码相机市场的主要需求方式。另外，2010年单电数码相机已经渡过起步期，进入快速发展期。索尼NEX系列和松下GF系列等兼顾优秀画质和轻薄机身的产品吸引了越来越多消费者的关注。2011年，过去占据数码相机市场绝对优势的消费数码相机明显失去了部分领土，单反数码相机和单电/微单数码相机则在2011年出现明显的向上发展态势。尤其是单反数码相机的关注比例提高非常明显，越来越多的消费者开始青睐更专业同时价格更低廉的入门级单反数码相机。另外，2011年受到日本地震、泰国水灾等影响，数码相机市场的价格水平多数时间保持高位运行。2012年全年数码照相机产量70,026,211台，同比增长-6.23%。中国数码相机市场中以佳能和尼康形成两大巨头，优势地位难以撼动。在细分领域市场中，单反数码相机和消费级数码相机展开追逐战，最终单反数码相机完胜，关注度超过消费级数码相机，开始走向主导地位。预计未来几年单反数码相机市场的需求仍将持续增长，单反数码相机将超越消费数码相机成为吸引最多消费者目光的数码相机产品。尤其是入门单反数码相机市场将会吸引更多大众消费者的加入。单电/微单数码相机产品将会不局限于比消费相机高端、比单反相机小巧的设定上，而是会向满足更多不同消费者的需求发展。智研数据研究中心发布的《2013-2017年中国数码相机市场竞争态势分析及未来前景研究报告》共十二章。主要依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家轻工业局、中国光学学会、国内外相关刊物的基础信息以及数码相机行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界数码相机行业整体发展大势，对中国数码相机行业的发展情况、经济运行数据、竞争格局、行业优势企业等进行了分析及预测，并对未来数码相机行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了数码相机行业今后的发展与投资策略。本数码相机市场调查报告，为数码相机生产、科研、零售等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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、2012年全球首款立体数码相机面世三、2013年全球市场数码相机销量预测四、2013年全球市场数码相机增长动力分析五、2013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 2011-2012年照相机产量分析一、2011年照相机产量二、2012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、2012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（修正）第二节 2012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 2012-2013年中国数码相机市场分析一、2012年中国数码相机消费市场分析二、2012年中国数码相机市场价格三、2013年中国数码相机市场发展趋势四、2013年中国数码相机发展热点预测五、2013年中国数码相机消费市场前景第四节 2012年中国数码相机市场运行分析一、2012年市场概述及主要观点分析（一）市场概述 105（二）主要观点 105二、2012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、2012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 2012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 2012年照相机及器材制造行业经济运行数据分

析第一节 2012年照相机市场经济指标分析第二节 2012年我国照相机及器材制造绩效分析一、2012年行业产销情况二、2012年行业规模三、2012年行业盈利能力四、2012年行业经营发展能力五、2012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 2011-2012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、2011年数码相机市场竞争状况三、2012年数码相机竞争格局四、2012年数码相机市场技术竞争状况五、2012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、佳能公司概况二、2011财年公司财务状况三、2012年公司经营状况四、2012年公司最新发展动态五、未来佳能中国发展展望第二节 索尼公司一、公司概况二、2011-2012财年公司财务状况三、2012年公司最新发展动态四、未来公司发展展望第三节 尼康公司一、公司概况二、2012财年公司财务状况三、2012年公司动态四、2012年公司产品计划分析第四节 奥林巴斯光学工业株式会社一、公司概况二、2012财年公司财务状况三、2012年公司动态四、公司发展战略分析第五节 富士胶卷株式会社一、公司概况二、公司技术发展状况三、富士胶片模拟模式四、2012财年公司财务状况五、2012年公司最新动态第六节 柯达公司一、公司概况二、2012年公司经营状况三、2012年公司发展动态四、未来柯达发展展望 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、2011-2012年企业经营情况分析三、2011-2012年企业财务数据分析四、2012年企业发展动态及策略五、企业未来发展展望与战略第二节 中国乐凯胶片集团一、企业概况二、2011-2012年企业经营情况分析三、2011-2012年企业财务数据分析四、2012年企业发展动态及策略五、企业未来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、公司概况二、爱国者独辟巧径的奥运营销策略分析三、2012年公司发展形势分析第四节 上海海鸥照相机有限公司 第十章 我国数码相机行业发展环境分析第一节 2012年国际经济环境分析一、2012年世界经济运行综述二、2013年世界经济发展形势三、2013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、2012年我国宏观经济运行指标分析二、2012年我国宏观经济景气指数分析三、2012年居民消费价格分类指数分析四、2013年中国宏观经济发展展望五、2013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、2012年全国居民收入情况分析二、2012年全国社会消费品零售总额三、2012年全国居民消费价格分析四、2012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

2013-2017年数码相机市场发展趋势第一节 2013年数码相机市场发展趋势预测一、2013年数码相机市场品牌结构趋势预测二、2013年数码相机市场产品发展趋势预测三、2013年数码相机市场价格变化趋势预测四、2013年数码相机市场渠道发展趋势预测第二节 2013年数码相机市场发展趋势一、照相器材的总体发展趋势二、2013年数码相机产品发展预测三、2013年数码相机图像传感器技术预测四、2013年数码相机技术发展趋势五、2013年数码相机行业消费趋势第三节 2013-2017年数码相机行业发展预测一、2013-2017年数码相机市场增长预测二、2013-2017年数码单反相机销量预测三、2013-2017年数码相机价格预测四、2013-2017年数码相机市场竞争格局预测五、2013-2017年数码相机区域市场发展预测六、2013-2017年数码相机产品发展预测 第十二章 2013-2017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 2013-2017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

图表目录
图表：2012年日本市场销售量最高的10款数码相机
图表：2012年日本市场销售量最高的20款二手数码相机
图表：2011年1-12月照相机产量全国合计
图表：2011年1-12月照相机产量北京市合计
图表：2011年1-12月照相机产量天津市合计
图表：2011年1-12月照相机产量上海市合计
图表：2011年1-12月照相机产量江苏省合计
图表：2011年1-12月照相机产量浙江省合计
图表：2011年1-12月照相机产量福建省合计
图表：2011年1-12月照相机产量江西省合计
图表：2011年1-12月照相机产量湖北省合计
图表：2011年1-12月照相机产量广东省合计
图表：2012年1-12月照相机产量全国合计
图表：2012年1-12月照相机产量北京市合计
图表：2012年1-12月照相机产量天津市合计
图表：2012年1-12月照相机产量上海市合计
图表：2012年1-12月照相机产量江苏省合计
图表：2012年1-12月照相机产量浙江省合计
图表：2012年1-12月照相机产量福建省合计
图表：2012年1-12月照相机产量江西省合计
图表：2012年1-12月照相机产量湖北省合计
图表：2012年1-12月照相机产量广东省合计
图表：爱国者推出“阳光服务”的阳光承诺
图表：2011年中国数码相机用户性别分布
图表：2011年中国数码相机用户年龄分布
图表：2011年中国数码相机用户所在区域分布
图表：2011年中国数码相机用户婚姻状况分布
图表：2011年中国数码相机用户个人月收入分布
图表：2011年中国数码相机用户家庭月收入分布
图表：2011年中国数码相机用户受教育程度分布
图表：2011年中国数码相机用户所在行业分布
图表：2011年中国数码相机用户所在单位人员规模分布
图表：2011年中国数码相机用户

所在单位年产值规模分布图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--音乐图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--电影图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--电视图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--游戏图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--阅读图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--艺术图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--体育图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--购物图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--旅游出行图表：2011年中国数码相机用户兴趣爱好分布--路线信息图表：2011年中国数码相机用户上网地点分布图表：2011年对中国数码相机用户最具吸引力的广告形式分布图表：2011年主流品牌数码相机用户年龄分布图表：2011年主流品牌数码相机用户个人月收入分布对比图表：2011年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--音乐图表：2011年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--电影图表：2011年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--电视图表：2011年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--游戏图表：2011年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--阅读图表：2011年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--艺术图表：2011年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--体育图表：2011年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--购物图表：2011年主流品牌数码相机用户兴趣爱好分布对比--旅游出行图表：2011年8月-12月中国消费相机市场价格指数走势对比图表：2011年12月中国消费数码相机市场均价走势图表：2011年8月-12月中国单反相机市场价格指数走势对比图表：2011年12月中国单反数码相机市场均价走势图表：2011年12月主流消费数码相机厂商产品均价对比图表：2011年12月主流单反数码相机厂商产品均价对比图表：2011年12月五大涨价及降价消费数码相机排行榜图表：2011年12月五大涨价及降价单反数码相机排行榜图表：2011年11月-2012年12月上市及即将上市的广角数码相机数量走势图表：2011年11月-2012年12月上市及即将上市的高清摄像数码相机数量走势图表：2011年11月-2012年12月中国市场旋转屏数码相机数量走势图表：2012年第一季度中国市场最受关注的十大数码相机品牌图表：2012年第一季度中国市场最受关注的十大消费数码相机品牌图表：2012年第一季度中国市场最受关注的十大消费单反数码相机品牌图表：2012年第一季度十大数码相机品牌七大区域关注度分布图表：2012年第一季度十大数码相机主流品牌七大区域关注度排行图表：2012年第一季度卡片机关注比例排行图表：2012年第一季度长焦机关注比例排行图表：2012年第一季度广角机关注比例排行图表：2012年第一季度消费与单反数码相机价格指数走势对比图表：2012年第一季度消费与单反数码相机均价走势对比图表：2012年第一季度不同价位消费数码相机关注比例走势图表：2012年第一季度不同价位单反数码相机关注比例走势图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标全国合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标北京市合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标天津市合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标辽宁省合计图表：2012年1-12月照相机及器

材制造主要经济指标上海市合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标江苏省合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标浙江省合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标福建省合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标江西省合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标湖北省合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标广东省合计图表：2012年1-12月照相机及器材制造主要经济指标四川省合计图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产成品图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产成品比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售收入图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售收入比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售成本图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售成本比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售费用图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售费用比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计全部从业人数平均个数图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计全部从业人数平均比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计企业单位数图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业单位数图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计利润总额图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造利润总额比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业亏损总额图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业亏损总额比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售税金及附加图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计管理费用图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计管理费用比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计财务费用图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计财务费用比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计流动资产平均余额图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计流动资产平均余额比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计资产总计图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计资产总计比上年同期增长图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计负债合计图表：2012年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计负债合计比上年同期增长图表：2000-2005年中国数码相机销售量图表：中国数码相机的支持产业和相关产业图表：2012年中国消费者MP4品牌满意度统计图表：2012年中国消费者数码相机品牌拥有度统计图表：2012年中国消费者数码相机品牌预购度统计图表：2012年中国市场最受关注的十大长焦机品牌图表：2012年中国市场最受关注的十款长焦机产品图表：2012年至2012年中国市场十大长焦机品牌关注比例走势图：2012年国内各长焦厂商10倍以上光变上市产品数量及均价图表：2012年富士和松下数

数码相机其中四款价格对比图表：2012年中国六款最受关注长焦产品对比图表：佳能公司概况
图表：索尼在中国运营历史概况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shuma/X05043GF65.html>