

2015-2020年中国照相器材 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国照相器材市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/dianqi1503/Q87504FVUF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-03-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国照相器材市场监测及投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了照相器材行业相关概述、中国照相器材产业运行环境、分析了中国照相器材行业的现状、中国照相器材行业竞争格局、对中国照相器材行业做了重点企业经营状况分析及中国照相器材产业发展前景与投资预测。您若想对照相器材产业有个系统的了解或者想投资照相器材行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

产品的更新换代，本应是技术进步成为第一推动力量。在数码相机走向普及的头5年中，每一次更新换代，我们都能看到产品的大幅革新——从外观设计，到功能模式，再到照片品质。而2005年之后，这种由技术推动型的换代频率变得越来越快，许多过去一年多才更新一次的产品线，变成了一年固定要升级一回。到如今，很多数码相机产品变成了半年就要升级一次。2010年的头两个月，影像器材行业内的大厂商们共发布了超过90款新型号数码相机。

其中除了佳能、尼康、索尼这三家巨头之外。奥林巴斯、富士、三星、松下、宾得、卡西欧、柯达也纷纷拿出新品，想要趁着PMA2010的开幕，早早从市场上抢一杯羹。在这90多款相机中，除了三星的NX10是全新系统的首次亮相，其余绝大部分都是原有机型“小改小动”换了个名称又拿出来的产品。过快的更新速度导致所有的影像器材厂商都在不断增加自己的产品线。

但这样的举措到头来还是只会影响到那些已被边缘化的品牌市场占有率。而真正处于业内的几大厂商却不会受其影响，反倒有可能借势进一步蚕食小厂商的市场占有率。因为从产品的成熟度、研发实力的强弱、品牌的忠诚度、售后服务体系的完备等多方面考量我们可以得知，佳能、尼康、索尼等顶级大厂已经基本控制了影像器材市场的绝大多数份额，从而在市场发展、技术研发的方向上拥有着别人无法获得的话语权和领导力。如此一来，其他厂商若想“异军突起”几无可能。反倒是过快的更新换代会进一步加剧它们的实力消耗，甚至有可能让它们失去最后的占有率。

第一部分 产业环境透视

第一章 照相器材行业发展综述

第一节 照相器材行业相关概念概述

一、行业概念及定义

二、行业主要产品分类

第二节 最近3-5年中国照相器材行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 行业产业链分析

- 一、行业产业链简介
- 二、行业下游产业链分析
 - 1、中国人口发展现状与消费水平
 - 2、旅游业发展现状及趋势分析
 - 3、影楼行业发展现状及趋势分析
 - 4、广告传媒业发展现状及趋势分析
 - 5、新闻出版业发展现状及趋势分析
- 三、行业上游产业链分析
 - 1、感光材料行业发展现状及趋势分析
 - 2、传感器行业发展现状及趋势分析
 - 3、闪存卡行业发展现状及趋势分析
 - 4、玻璃行业发展现状及趋势分析
 - 5、有色金属行业发展现状及趋势分析
 - 6、OLED行业发展现状及趋势分析

第二章 照相器材行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 照相器材行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、照相器材行业相关标准
- 四、行业相关发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、照相器材产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、照相器材产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、照相器材技术分析

二、照相器材技术发展水平

三、2013-2014年照相器材技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国照相器材行业运行现状分析

第一节 我国照相器材行业发展状况分析

一、我国照相器材行业发展阶段

二、我国照相器材行业发展总体概况

三、我国照相器材行业发展特点分析

四、照相器材行业经营模式分析

第二节 2013-2014年照相器材行业发展现状

一、2013-2014年我国照相器材行业市场规模

1、我国照相器材营业规模分析

2、我国照相器材投资规模分析

3、我国照相器材产能规模分析

二、2013-2014年我国照相器材行业发展分析

1、我国照相器材行业发展情况分析

2、我国照相器材行业研发情况分析

三、2013-2014年中国照相器材企业发展分析

1、中外照相器材企业对比分析

2、我国照相器材主要企业动态分析

第三节 2013-2014年照相器材市场情况分析

一、2013-2014年中国照相器材市场总体概况

二、2013-2014年中国照相器材产品市场发展分析

第四章 我国照相器材行业整体运行指标分析

第一节 2013-2014年中国照相器材行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2013-2014年中国照相器材行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第三节 我国照相器材市场供需分析

一、2013-2014年我国照相器材行业供给情况

1、我国照相器材行业供给分析

2、我国照相器材行业产量规模分析

3、重点市场占有率

二、2013-2014年我国照相器材行业需求情况

1、照相器材行业需求市场

2、照相器材行业客户结构

3、照相器材行业需求的地区差异

三、2013-2014年我国照相器材行业供需平衡分析

第四节 照相器材行业进出口市场分析

一、照相器材行业进出口综述

二、照相器材行业出口市场分析

1、2013-2014年行业出口整体情况

2、2013-2014年行业出口总额分析

3、2013-2014年行业出口产品结构

三、照相器材行业进口市场分析

- 1、2013-2014年行业进口整体情况
- 2、2013-2014年行业进口总额分析
- 3、2013-2014年行业进口产品结构

第三部分 市场全景调研

第五章 中国照相器材行业细分产品分析

第一节 行业主要产品结构特征

第二节 数码相机产品市场分析

一、产品产销规模

二、产品地区分布

三、不同品牌产品关注度分析

1、总体情况

2、消费数码相机市场

3、单反数码相机市场

4、单电数码相机市场

四、不同机身类型产品关注度分析

五、不同价位段产品关注度分析

1、消费数码相机市场

2、单反数码相机市场

六、产品价格走势分析

1、消费数码相机市场

2、单反数码相机市场

3、单电数码相机市场

七、产品市场发展趋势及前景预测

第三节 传统相机产品市场分析

一、产品产销规模

二、产品市场发展趋势分析

第四节 照相器材组件产品市场分析

一、镜头

二、数码冲印设备

三、照相闪光灯装置

四、其他组件产品

第四部分 竞争格局分析

第六章 2015-2020年照相器材行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、照相器材行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、照相器材行业企业间竞争格局分析

三、照相器材行业集中度分析

四、照相器材行业SWOT分析

第二节 中国照相器材行业竞争格局综述

一、照相器材行业竞争概况

二、中国照相器材行业竞争力分析

三、中国照相器材竞争力优势分析

四、照相器材行业主要企业竞争力分析

第三节 2013-2014年照相器材行业竞争格局分析

一、2013-2014年国内外照相器材竞争分析

二、2013-2014年我国照相器材市场竞争分析

三、2013-2014年我国照相器材市场集中度分析

四、2013-2014年国内主要照相器材企业动向

第四节 照相器材市场竞争策略分析

第七章 2015-2020年照相器材行业领先企业经营形势分析

第一节 佛山普立华科技有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业销售渠道与网络
- 四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第二节 佳能珠海有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第三节 索尼数字产品（无锡）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第四节 广东尼康照相机有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五节 苏州富士胶片映像机器有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第六节 厦门松下电子信息有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第七节 天津三星光电子有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第八节 柯达电子（上海）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第九节 奥林巴斯（广州）工业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第十节 奥林巴斯（深圳）工业有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第八章 2015-2020年照相器材行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年照相器材市场发展前景

- 一、2015-2020年照相器材市场发展潜力
- 二、2015-2020年照相器材市场发展前景展望
- 三、2015-2020年照相器材细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年照相器材市场发展趋势预测

- 一、2015-2020年照相器材行业发展趋势
- 二、2015-2020年照相器材市场规模预测
 - 1、照相器材行业市场规模预测
 - 2、照相器材行业营业收入预测
- 三、2015-2020年照相器材行业应用趋势预测
- 四、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2015-2020年中国照相器材行业供需预测

- 一、2015-2020年中国照相器材行业供给预测
- 二、2015-2020年中国照相器材行业产量预测
- 三、2015-2020年中国照相器材行业销量预测
- 四、2015-2020年中国照相器材行业需求预测
- 五、2015-2020年中国照相器材行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第九章 2015-2020年照相器材行业投资机会与风险防范

第一节 照相器材行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、照相器材行业投资现状分析

第二节 2015-2020年照相器材行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、照相器材行业投资机遇

第三节 2015-2020年照相器材行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国照相器材行业投资建议

一、照相器材行业未来发展方向

二、照相器材行业主要投资建议

三、中国照相器材企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十章 2015-2020年照相器材行业面临的困境及对策

第一节 2014年照相器材行业面临的困境

第二节 照相器材企业面临的困境及对策

一、重点照相器材企业面临的困境及对策

二、中小照相器材企业发展困境及策略分析

三、国内照相器材企业的出路分析

第三节 中国照相器材行业存在的问题及对策

一、中国照相器材行业存在的问题

二、照相器材行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第四节 中国照相器材市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国照相器材市场发展面临的挑战
- 二、中国照相器材市场发展对策分析

第十一章 照相器材行业发展战略研究

第一节 照相器材行业发展战略研究

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

第二节 对我国照相器材品牌的战略思考

- 一、照相器材品牌的重要性
- 二、照相器材实施品牌战略的意义
- 三、照相器材企业品牌的现状分析
- 四、我国照相器材企业的品牌战略
- 五、照相器材品牌战略管理的策略

第三节 照相器材经营策略分析

- 一、照相器材市场细分策略
- 二、照相器材市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、照相器材新产品差异化战略

第四节 照相器材行业投资战略研究

- 一、2015年照相器材行业投资战略
- 二、2015-2020年照相器材行业投资战略
- 三、2015-2020年细分行业投资战略

第十二章 博思数据研究结论及发展建议

第一节 照相器材行业研究结论及建议

第二节 照相器材子行业研究结论及建议

第三节 照相器材行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2010-2014年照相器材行业经营效益分析

图表：2010-2014年中国照相器材行业盈利能力分析

图表：2010-2014年中国照相器材行业运营能力分析

图表：2010-2014年中国照相器材行业偿债能力分析

图表：2010-2014年中国照相器材行业发展能力分析

图表：2011-2014年中国照相器材行业进出口状况表

图表：2011-2014年中国照相器材行业月度主要出口产品结构表

图表：2011-2014年中国照相器材行业出口产品结构

图表：2011-2014年中国照相器材行业月度主要进口产品结构表

图表：2011-2014年中国照相器材行业进口产品结构

图表：2015-2020年照相器材行业市场规模预测

图表：2015-2020年照相器材行业营业收入预测

图表：2015-2020年中国照相器材行业供给预测

图表：2015-2020年中国照相器材行业产量预测

图表：2015-2020年中国照相器材行业销量预测

图表：2015-2020年中国照相器材行业需求预测

图表：2015-2020年中国照相器材行业供需平衡预测

本报告由博思数据的资深专家和研究人員通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个照相器材行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据照相器材行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国照相器材行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国照相器材行业将面临的机遇与挑战，对照相器材行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是照相器材企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1503/Q87504FVUF.html>