



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国照相器材行业 调研及投资预测报告

# 一、调研说明

《2009-2012年中国照相器材行业调研及投资预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/118686.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

随着数码相机市场的日益成熟和消费者购买心理的日益理性，数码相机消费的季节性差异日益减弱，由促销和新品推出带动的销量增长将呈现下降趋势。2008年，奥运商机、人们消费能力的增强、数码相机性价比的提高以及二次购机群体的换机行为都将推动数码相机市场规模的节节高升。虽然2008年市场增长率相对2007年会有所下降，但增长仍将保持在20%以上，预计在2008年中国市场有望实现千万台的突破，2008年全年销量将达到1025万台。高像素、大变焦、高成像品质的数码相机的销量会高速增长；同时，专业和准专业的数码单反相机随着技术进步、新品增多、价格下降，将被越来越多的家庭所接受，数码单反相机会有较大增长，成为2008市场新的争夺点。

2006年1-12月，中国照相机及器材制造行业实现累计工业总产值59,331,691千元，实现累计产品销售收入59,263,321千元，实现累计利润总额1,438,131千元。

2007年1-11月，中国照相机及器材制造行业实现累计工业总产值54,815,285千元，实现累计产品销售收入55,324,583千元，实现累计利润总额1,541,975千元。

2008年1-11月，中国照相机及器材制造行业实现累计工业总产值57,998,497千元，实现累计产品销售收入54,463,855千元，实现累计利润总额1,611,663千元。

中国照相机企业必须抓住新的发展形势，借鉴国产手机的成功经验，把外观做成优势，切合大众消费实际，不盲目追求跃进，提升技术，抓住渠道转变时机，注重售后服务的增值，加强合作，只有这样才能在新形势下立于不败之地。

本报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、轻工业统计局、中国光学学会、中华全国商业信息中心、中国消费电子行业协会、中国摄影中心等单位提供的大量资料，对我国照相器材市场的全球市场、产量及进出口、细分市场、竞争格局、国内外重点企业等进行了深入分析。在对我国照相器材整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国照相器材行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

## 目录

### 第一章 2008-2009年全球照相机行业分析

#### 第一节 2008-2009年国际照相机行业总体概述

##### 一、2007年全球数码相机出货量分析

##### 二、2008年三星计划成为全球第三大数码相机厂商

##### 三、全球数码相机零部件平湖生产占了70%

##### 四、中国照相器材产量世界第一

## 五、拍照手机对照相机器材冲击日益增大

### 第二节 日本照相机行业发展分析

- 一、2008年日本八大数码相机厂商全球出货量分析
- 二、日本单反数码相机市场竞争分析
- 三、日本国内单反数码相机供货量创单月历史最高纪录

### 第三节 2008-2009年美国照相机行业发展分析

- 一、柯达失美国数码相机老大位置
- 二、2008年美国市场数码相机销售量分析
- 三、金融危机下美国数码相机发展分析

### 第四节 俄罗斯照相机行业发展分析

- 一、俄罗斯数码相机市场总体概述
- 二、俄罗斯数码相机市场发展迅猛
- 三、俄罗斯数码相机市场前景可观

## 第二章 2008-2009年中国照相器材产量及进出口分析

### 第一节 2008-2009年全国及重点省市照相机产量分析

- 一、2008年全国及重点省市照相机产量分析
- 二、2009年全国及重点省市照相机产量分析

### 第二节 2008-2009年我国照相机及器材进出口统计

- 一、2008年中国照相机及器材进出口统计
- 二、2009年中国照相机及器材进出口统计

### 第三节 2008-2009年重点省市照相机及器材进出口统计

- 一、2008年重点省市照相机及器材进出口统计
- 二、2009年重点省市照相机及器材进出口统计

## 第三章 2006-2009年中国消费类数码相机市场发展分析

### 第一节 2006年1-12月中国数码相机市场分析

- 一、2006年1-12月中国数码相机品牌结构分析
- 二、2006年1-12月中国数码相机品牌关注度分析
- 三、2006年1-12月中国数码相机市场价格分析
- 四、2006年1-12月中国数码相机市场走势分析

### 第二节 2007年1-12月中国数码相机市场分析

一、2007年1-12月中国数码相机整体市场概况

二、2007年1-12月中国数码相机市场结构分析

三、2007年1-12月中国数码相机市场价格分析

四、2007年1-12月中国数码相机竞争格局分析

第三节 2008年中国数码相机市场发展分析

一、2008年上半年国内数码相机市场特点分析

二、2008中国数码相机市场热门机型分析

三、2008年广角机型的发展分析

四、2008年长焦数码相机发展分析

第四节 2009年一季度中国数码相机市场发展分析

一、市场概况

二、市场结构

(一)品牌结构

(二)区域结构

(三)产品结构

三、市场价格

四、市场发展趋势预测

第五节 2009年中国数码相机市场发展分析

一、2009年4月数码相机品牌调研

二、2009年5月数码相机品牌调研

&hellip;&hellip;

第六节 2008-2009中国数码相机市场用户调查分析

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

第七节 数码相机行业存在的问题及对策

一、中国数码相机遭遇发展瓶颈

二、数码相机常见问题及对策

第四章 2006-2009年中国单反类数码相机市场发展分析

第一节 2006年中国单反数码相机市场分析

一、2006年单反数码相机日渐受青睐

二、2006年11月国内单反数码相机零售销量分析

## 第二节 2007年中国单反数码相机市场分析

一、单反数码相机的二次变革

二、2007年9月中国市场最受关注单反数码相机产品排行

三、2007年10月中国市场单反数码相机品牌关注度排行

四、2007年11月中国市场单反数码相机品牌关注度排行

## 第三节 2008年中国单反数码相机市场分析

一、2008年1-4月中国单反数码相机市场分析

二、2008年5月单反类数码相机关注排行榜

三、2008年6月最受用户关注的单反类数码相机品牌排行

四、2008年7月单反类数码相机关注排行榜

五、2008年8月中国单反类数码相机市场用户关注度

六、2008年中国单反数码相机市场分析

## 第四节 2009年中国单反数码相机市场分析

一、2009年1月单反数码相机排行分析

二、2009年2月单反数码相机排行分析

三、2009年3月单反数码相机排行分析

# 第五章 2008-2009年中国照相机及器材制造业经济指标分析

## 第一节 2008-2009年照相机及器材制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

一、2007年照相机及器材制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

二、2008年照相机及器材制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

## 第二节 2008-2009年中国照相机及器材制造行业规模情况

一、2008-2009年中国照相机及器材制造企业单位数

二、2008-2009年中国照相机及器材制造全部从业人员平均人数

## 第三节 2008-2009年中国照相机及器材制造产销情况

一、2008-2009年中国照相机及器材制造产成品

二、2008-2009年中国照相机及器材制造工业总产值（当年价格）

三、2008-2009年中国照相机及器材制造产品销售收入

## 第四节 2008-2009年中国照相机及器材制造行业效益情况

一、2008-2009年中国照相机及器材制造利润总额

- 二、2008-2009年中国照相机及器材制造产值利税率
- 三、2008-2009年中国照相机及器材制造成本费用利润率
- 四、2008-2009年中国照相机及器材制造资金利润率
- 五、2008-2009年中国照相机及器材制造产成品资金占用率
- 六、2008-2009年中国照相机及器材制造亏损单位数
- 七、2008-2009年中国照相机及器材制造亏损企业亏损总额

#### 第五节 2008-2009年中国照相机及器材制造成本费用情况

- 一、2008-2009年中国照相机及器材制造销售成本
- 二、2008-2009年中国照相机及器材制造销售费用
- 三、2008-2009年中国照相机及器材制造管理费用
- 四、2008-2009年中国照相机及器材制造财务费用

#### 第六节 2008-2009年中国照相机及器材制造资产负债情况

- 一、2008-2009年中国照相机及器材制造资产总计
- 二、2008-2009年中国照相机及器材制造负债合计
- 三、2008-2009年中国照相机及器材制造资本负债率
- 四、2008-2009年中国照相机及器材制造保值增值率

### 第六章 照相机用其他器材、零件、附件介绍

#### 第一节 照相机用镜头

- 一、数码相机镜头的类型和发展概况
- 二、进口镜头引导市场动向

#### 第二节 照相机用闪光灯

- 一、闪光灯定义
- 二、闪光灯工作原理

#### 第三节 照相机用三脚架

### 第七章 中国主要数码相机销售渠道分析

#### 第一节 尼康数码相机中国销售渠道分析

- 一、尼康数码相机中国销售渠道分布
- 二、尼康数码相机经销商七大区域分布
- 三、重点区域经销商分布
- 四、尼康数码相机核心渠道数量对比

## 五、尼康相机北京、上海、广东消费者关注度比较

### 第二节 佳能数码相机中国销售渠道分析

#### 一、佳能数码相机中国销售渠道分布图

#### 二、佳能数码相机经销商七大区域分布

#### 三、七大区域渠道分布特征

#### 四、产品线简析

### 第三节 索尼数码相机中国销售渠道分析

#### 一、索尼数码相机中国销售渠道分布

#### 二、索尼数码相机渠道七大区分布

#### 三、重点区域经销商分布

#### 四、索尼数码相机核心渠道数量对比

#### 五、索尼数码相机渠道总体评价

#### 六、索尼相机北京、上海、广东消费者关注度比较

### 第四节 柯达数码相机中国销售渠道分析

#### 一、柯达数码相机中国核心渠道分布

#### 二、柯达数码相机渠道七大区域分布

#### 三、重点区域分布特征

#### 四、其他区域分布

### 第五节 奥林巴斯数码相机中国销售渠道分析

#### 一、中国销售渠道分布及规划

#### 二、七大区域分布图

#### 三、重点区域分布

#### 四、其他区域分布

#### 五、核心渠道分布

## 第八章 2008-2009年照相器材行业竞争分析

### 第一节 2008年数码相机市场竞争分析

#### 一、数码相机竞争激烈厂家转战"增值服务"

#### 二、单反相机将成2008年市场主流

#### 三、数码单反相机市场竞争激烈

### 第二节 数码相机市场售后服务成核心竞争力

#### 一、国内数码相机市场返修率高



## 二、售后服务质量成为数码相机市场消费者关注焦点

## 第九章 照相器材主要外资企业分析

### 第一节 柯达公司

#### 一、公司概况

#### 二、2008-2009年财务分析

#### 三、柯达中国市场现状调查分析

#### 四、柯达的中国推广战略

### 第二节 富士胶卷株式会社

#### 一、公司概况

#### 二、2008-2009年财务分析

#### 三、富士胶片公司调整年度运营的盈利预期

#### 四、2008年富士胶片重塑DC市场

### 第三节 佳能株式会社

#### 一、公司概况

#### 二、2008-2009年财务分析

#### 三、2008年经营发展预计

#### 四、佳能卖出1亿台数码相机

#### 五、佳能产品掘金"后奥运时代"

### 第四节 奥林巴斯光学工业株式会社

#### 一、公司概况

#### 二、2008-2009年财务分析

#### 三、奥林巴斯在华推进新策略

### 第五节 索尼公司

#### 一、公司概况

#### 二、2008-2009年财务分析

#### 三、索尼数码相机瞄准第一

### 第六节 尼康公司

#### 一、公司概况

#### 二、2008-2009年财务分析

## 第十章 照相器材国内主要企业分析

## 第一节 凤凰光学仪器集团公司

### 一、公司概况

### 二、2008-2009年财务分析

### 三、2008年综合产能进世界四强

### 四、投资与风险分析

## 第二节 中国乐凯胶片集团

### 一、公司概况

### 二、2008-2009年财务分析

### 三、2008年产品提价

## 第三节 天津三星光电子有限公司

## 第四节 上海海鸥照相机有限公司

## 第五节 北京华旗资讯科技发展有限公司

### 一、公司概况

### 二、爱国者独辟巧径的奥运营销策略分析

### 三、爱国者相机成消费者购买首选国产品牌

## 部分图表目录

图表 2008年全国照相机产量及增长情况

图表 2008年北京市照相机产量及增长情况

图表 2008年天津市照相机产量及增长情况

图表 2008年上海市照相机产量及增长情况

图表 2008年江苏省照相机产量及增长情况

图表 2008年浙江省照相机产量及增长情况

图表 2008年福建省照相机产量及增长情况

图表 2008年江西省照相机产量及增长情况

图表 2008年广东省照相机产量及增长情况

图表 2008年中国照相机；照相闪光灯装置及闪光灯泡出口统计

图表 2008年中国照相机；照相闪光灯装置及闪光灯泡进口统计

图表 2008年中国照相及电影洗印设备；负片显示器；银幕等出口统计

图表 2008年中国照相及电影洗印设备；负片显示器；银幕等进口统计

图表 2008年上半年中国数码相机市场销售情况

图表 2008年上半年中国数码相机市场品牌销量结构

图表 2007,H1-2008,H1数码相机像素级市场销售量增长

图表 2008年7月最受用户关注的15大数码相机品牌降价产品比例统计

图表 2008年7月整体数码相机市场价格指数走势

图表 2008年7月数码相机市场均价走势监测

图表 2008年7月消费类与单反类数码相机降价产品对比状况

图表 2008年7月消费类与单反类数码相机价格指数走势对比

图表 2008年7月消费类与单反类数码相机价格指数走势对比

图表 2008年7月累计降价幅度最大的前20款消费类数码相机

图表 2008年7月单反类数码相机共有20款产品降价情况

图表 2008年6月-8月整体数码相机市场价格指数走势

图表 2008年8月数码相机市场均价走势监测

图表 2008年8月消费类与单反类数码相机降价产品对比状况

图表 2008年8月消费类与单反类数码相机价格指数走势对比

图表 2008年7月消费类与单反类数码相机价格指数走势对比

图表 2008年8月15大数码相机品牌降价产品数量统计

图表 2008年8月佳能、富士和索尼数码相机价格指数走势

图表 2008年8月累计降价比例最大的20款消费类数码相机

图表 2008年8月单反类数码相机共有17款产品价格情况

图表 2008年上半年不同时段数码相机新品发布数量对比

图表 2008年上半年各品牌数码相机上市新品数量对比

图表 2008年上半年最新最受用户关注十大上市新品品牌关注分布

图表 2008年上半年不同类型相机新品数量与最新关注比例对比

图表 2008年上半年不同像素消费类新品数量与最新关注比例对比

图表 2008年上半年不同像素单反类新品数量与最新关注比例对比

图表 2008年上半年不同光学变焦新品数量与最新关注比例对比

图表 2008年上半年不同价位消费类新品数量与最新关注比例对比

图表 2008年上半年不同价位单反类新品数量与最新关注比例对比

图表 2008年上半年最受用户关注的上市消费类新品排行榜

图表 2008年上半年上市消费类新品参考报价及主要参数分布情况

图表 2008年上半年最受用户关注的上市单反类新品排行榜

图表 2008年上半年上市单反类新品排行榜参考报价及主要参数分布

图表 2008年1月-4月不同类型数码相机关注比例走势对比

图表 2008年5月最受用户关注的单反类数码相机品牌关注分布

图表 2008年5月最受用户关注的前十款单反类数码相机排行榜

图表 2008年5月上榜的产品及主要参数分布状况

图表 2008年6月最受用户关注的单反类数码相机品牌分布

图表 2008年4月-6月单反相机品牌关注排行榜前三大品牌关注比例走势

图表 2008年7月最受用户关注前10款单反类数码相机排行榜

图表 2008年7月上榜的产品的参考价格及主要参数分布状况

图表 2008年8月最受用户关注的单反类数码相机品牌分布

图表 2008年8月单反类数码相机品牌竞争力水平聚类图

图表 2008年7月与8月不同像素单反类数码相机关注比例对比

图表 2008年7月与8月不同机身防抖功能单反类相机关注比例对比

图表 2008年8月不同价位单反类数码相机关注比例对比

图表 2008年7月与8月不同价位单反类数码相机关注比例对比

图表 2008年8月最受用户关注前10款4001-6000元单反相机排行

图表 2008年8月上榜产品的主要参数分布及参考报价状况

图表 2008年中国照相机及器材制造产成品

图表 2008年中国照相机及器材制造总产值（当年价格）

图表 2008年中国照相机及器材制造产品销售收入

图表 2008年中国照相机及器材制造销售成本

图表 2008年中国照相机及器材制造销售费用

图表 2008年中国照相机及器材制造管理费用

图表 2008年中国照相机及器材制造财务费用

图表 2008年中国照相机及器材制造资产总计

图表 2008年中国照相机及器材制造负债合计

图表 2008年中国照相机及器材制造资产负债率

图表 2008年中国照相机及器材制造资本保值增值率

图表 2008年中国照相机及器材制造企业单位数

图表 2008年中国照相机及器材制造全部从业人员平均人数

图表 2008年中国照相机及器材制造利润总额

图表 2008年中国照相机及器材制造产值利税率

图表 2008年中国照相机及器材制造成本费用利润率

图表 2008年中国照相机及器材制造资金利税率

图表 2008年中国照相机及器材制造产成品资金占用率

图表 2008年中国照相机及器材制造亏损单位数

图表 2008年中国照相机及器材制造亏损企业亏损总额

图表 2008年2月照相机及器材制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2008年5月照相机及器材制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 尼康数码相机中国销售渠道分布图

图表 尼康数码相机经销商七大区域分布图

图表 尼康数码相机华东区经销商分布图

图表 尼康数码相机华北区经销商分布图

图表 尼康数码相机中关村卖场经销商分布图

图表 尼康数码相机华南区经销商分布图

图表 尼康数码相机核心渠道数量对比

图表 尼康数码相机北京、上海、广东地区消费者关注度比较图

图表 佳能数码相机中国销售渠道分布图

图表 佳能数码相机经销商七大区域分布图

图表 佳能数码相机华北区经销商分布图

图表 佳能数码相机山东、河北地区经销商分布图

图表 佳能数码相机华东区经销商分布图

图表 佳能数码相机浙江、江苏经销商分布图

图表 佳能数码相机华南区经销商分布图

图表 佳能数码相机广东、福建经销商分布图

图表 佳能数码相机东北区经销商分布图

图表 佳能数码相机华中区经销商分布图

图表 佳能数码相机河南、湖北经销商分布图

图表 佳能数码相机西南区经销商分布图

图表 佳能数码相机西北区经销商分布图

图表 索尼数码相机中国销售渠道分布图

图表 索尼数码相机经销商七大区域分布图

图表 索尼数码相机华北区经销商分布图

图表 索尼数码相机中关村卖场分布比例图

图表 索尼数码相机华东区经销商分布图

图表 索尼数码相机华南区经销商分布图

图表 索尼数码相机核心渠道数量对比图

图表 索尼数码相机北京、上海、广东消费者关注度比例图

图表 柯达数码相机中国销售渠道分布图

图表 柯达数码相机经销商七大区域分布图

图表 柯达数码相机华南区经销商分布图

图表 柯达数码相机广东地区经销商分布图

图表 柯达数码相机华东区经销商分布图

图表 柯达数码相机浙江、江苏地区经销商分布图

图表 柯达数码相机华北区经销商分布图

图表 柯达数码相机北京、上海、广州消费者关注度比较图

图表 柯达数码相机核心经销商西北、西南区分布图

图表 柯达数码相机核心经销商华中区、东北区分布图

图表 奥林巴斯数码相机中国销售渠道分布图

图表 奥林巴斯数码相机经销商七大区域分布图

图表 奥林巴斯数码相机华东区经销商分布图

图表 奥林巴斯数码相机华南区经销商分布图

图表 奥林巴斯数码相机华北区经销商分布图

图表 奥林巴斯数码相机西南区经销商分布图

图表 奥林巴斯数码相机西北区经销商分布图

图表 奥林巴斯数码相机东北区经销商分布图

图表 奥林巴斯数码相机华中区经销商分布图

图表 奥林巴斯数码相机辽宁、四川、陕西、上海地区渠道分布图

图表 奥林巴斯数码相机浙江、江苏、北京、广东地区渠道分布图

图表 奥林巴斯数码相机核心渠道数量对比图图表

图表 是否已拥有数码单反相机调查

图表 是否打算在2008年购买单反相机调查

图表 最中意的单反数码相机品牌调查

图表 用户可接受价位调查

图表 计划选购什么档次的单反相机调查

图表 是否会选择单反套机调查

图表 计划购买什么规格的单反相机调查

图表 用户最关心的数码单反新技术调查

图表 用户关注与可接受价位区间分布对比

图表略。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/118686.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。