



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国数码相机市场 调查及未来前景预测研究报告

# 一、调研说明

《2011-2015年中国数码摄像机市场调查及未来前景预测研究报告》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/190715.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

数码摄像机就是DV，DV是Digital Video的缩写，译成中文就是"数字视频"的意思，它是由索尼、松下、胜利、夏普、东芝和佳能等多家著名家电巨擘联合制定的一种数码视频格式。然而，在联合制定的一种数码视频格式。然而，在绝大多数场合DV则是代表数码摄像机。按使用用途可分为：广播级机型、专业级机型、消费级机型。按存储介质可分为：磁带式、光盘式、硬盘式、存储卡式。

目前国内数码摄像机消费市场空间虽然充裕，但普通消费者对数码摄像机的认知度提升缓慢，统一标准的缺失造成了制造企业各自为阵的混乱市场状况，这是阻碍中国数码摄像机市场规模化发展的根本原因。此外，本土品牌先天不足而抗争力虚弱，消费市场市场向国外品牌倾斜的状态短期仍难以回旋。

2010年我国数码摄像机销量突破245万台。其中我国一线城市占据数码摄像机销量总量的30%，达到73.5万多万台。未来几年一线城市还将是数码摄像机主要消费区域。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国数码摄像机市场调查及未来前景预测研究报告》报告指出：未来几年，以下因素将影响数码摄像机市场的发展。

第一，消费需求增长推动数码摄像机进一步普及；第二，价格成为未来数码摄像机市场发展的重要引擎；第三，家庭消费市场将是数码摄像机市场发展的新增长点。

### 目录

#### 第一章 数码摄像机（DV）相关概述 1

##### 第一节 数码摄像机基础概述 1

###### 一、数码摄像机特点 1

###### 二、数码摄像机 - 工作原理 1

###### 三、数码摄像机优势 2

##### 第二节 数码摄像机技术指标 2

###### 一、图象质量 2

###### 二、变焦性能 2

###### 三、功能多少 2

##### 第三节 数码摄像机类别划分 3

###### 一、广播级机型 3

###### 二、专业级机型 3

###### 三、消费级机型 3

#### 第四节 数码摄像机存储介质 4

##### 一、磁带式 4

##### 二、光盘式 4

##### 三、硬盘式 4

##### 四、存储卡式 5

#### 第二章 世界数码摄像机行业整体运营状况分析 6

##### 第一节 世界数码摄像机行业市场格局 6

##### 一、全球数字摄像机市场进入成熟发展阶段 6

##### 二、世界数码摄像机新产品亮点聚焦 6

##### 三、世界主要数码摄像机品牌动态分析 10

##### 四、世界数码摄像机市场需求与消费情况 12

##### 第二节 世界数码摄像机主要国家地区运行分析 12

##### 一、美国 12

##### 二、日本 12

##### 二、欧洲 13

##### 第三节 2011-2015年世界数码摄像机行业发展趋势分析 13

#### 第三章 中国数码摄像机行业市场发展环境解析 15

##### 第一节 国内宏观经济环境分析 15

##### 一、GDP历史变动轨迹分析 15

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 16

##### 三、2011年中国宏观经济发展预测分析 19

##### 第二节 中国数码摄像机市场政策环境分析 24

##### 一、扩大内需保增长政策解析 24

##### 二、高清数码摄像机标准 31

##### 三、数码摄像机进出口政策 35

##### 1、俄罗斯对进口数码摄像机实行无限期免税政策 35

##### 2、中国对数码摄像机进出口税率情况 35

#### 第四章 中国数码摄像机行业市场运行态势剖析 37

##### 第一节 中国数码摄像机市场动态分析 37

- 一、数码龙头佳能交付苏宁新品首销权 37
- 二、主流数码摄像机新品遭消费者冷遇 38
- 三、本土数码摄像机品牌无力回天 38
- 第二节 中国数码摄像机市场现状分析 39
  - 一、国内数码摄像机市场仍处在初级阶段 39
  - 二、数码摄像机市场销售情况分析 41
    - 1、市区数码摄像机销售 41
    - 2、乡镇等二、三级市场销售情况分析 41
- 第三节 市场热销五款硬盘DV卖点分析 42
- 第四节 数码摄像机的主流那种储存介质 48
- 第五节 中国数码摄像机市场规模化发展三大瓶颈分析 49

## 第五章 中国数码摄像机细分产品市场分析 51

### 第一节 DVD数码摄像机 51

- 一、DVD数码摄像机定义 51
- 二、DVD数码摄像机发展历程 51
- 三、日系厂商投入开发DVD摄像机 51
- 四、DVD数码摄像机市场透析 53
- 五、未来DVD数码摄像机发展前景 56

### 第二节 硬盘式数码摄像机 58

- 一、硬盘摄像机定义 58
- 二、硬盘摄像机特点 58
- 三、硬盘式摄像机主流配置 59
- 四、硬盘式摄像机市场销售情况分析 62
- 五、硬盘式摄像机发展前景 63

### 第三节 MINI DV 64

- 一、MINI DV定义 64
- 二、MINI DV同DV的区别 65
- 三、MINI DV的局限性 66
- 四、MINI DV市场产销情况分析 67
- 五、MINI DV发展前景 67

## 第六章 中国数码摄像机市场消费调查分析 68

### 第一节 数码摄像机消费者认知渠道分析 68

### 第二节 数码摄像机满意度调查分析 68

#### 一、品牌 68

#### 二、价格 69

#### 三、功用 69

#### 四、服务 69

### 第三节 中国数码摄像机市场品牌喜爱度分析 70

#### 一、索尼 70

#### 二、三星 70

#### 三、松下 70

#### 四、佳能 71

#### 五、JVC 71

### 第四节 数码摄像机价位调查分析 71

#### 一、3000元以下 71

#### 二、3000-5000元 72

#### 三、5000-8000 72

#### 四、8000元以上 72

### 第五节 影响消费者购卖的因素分析 72

#### 一、价格 72

#### 二、实用性 73

#### 三、品牌 73

#### 四、服务 73

## 第七章 中国数码摄像机市场竞争格局透析 74

### 第一节 中国行业竞争总况 74

#### 一、介质之争凸显——硬盘OR闪存 74

#### 二、品牌提升关键：勇气与眼光 75

#### 三、摄像机与照像机的竞争分析 75

### 第二节 中国数码摄像机产业集中度分析 76

#### 一、数码摄像机市场集中度分析 76

#### 二、区域集中度分析 76

### 第三节 2011-2015年中国数码摄像机行业竞争趋势分析 76

## 第八章 世界数码摄像机品牌企业浅析 78

### 第一节 索尼 78

### 第二节 佳能 79

### 第三节 松下 82

### 第四节 JVC 83

### 第五节 日立 85

### 第六节 三洋 87

### 第七节 三星 88

## 第九章 中国数码摄像机优势企业竞争力及关键性数据分析（企业可自选） 90

### 第一节 天津三星电子有限公司 90

#### 一、企业概况 90

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析 91

#### 三、企业资产及负债情况分析 91

#### 四、企业成本费用情况 92

### 第二节 深圳开发光磁科技有限公司 92

#### 一、企业概况 92

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析 93

#### 三、企业资产及负债情况分析 93

#### 四、企业成本费用情况 94

### 第三节 天津方进电子有限公司 94

#### 一、企业概况 94

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析 94

#### 三、企业资产及负债情况分析 95

#### 四、企业成本费用情况 95

### 第四节 深圳市乐视视频技术有限公司 96

#### 一、企业概况 96

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析 97

#### 三、企业资产及负债情况分析 97

#### 四、企业成本费用情况 98

第五节 悠克电子(深圳)有限公司	98
一、企业概况	98
二、企业销售收入及盈利水平分析	99
三、企业资产及负债情况分析	99
四、企业成本费用情况	100
第六节 深圳市旺博科技有限公司	100
一、企业概况	100
二、企业销售收入及盈利水平分析	101
三、企业资产及负债情况分析	101
四、企业成本费用情况	102
第七节 中国华录集团有限公司	102
一、企业概况	102
二、企业销售收入及盈利水平分析	103
三、企业资产及负债情况分析	104
四、企业成本费用情况	104
第八节 深圳市博亚时代科技有限公司	105
一、企业概况	105
二、企业主要产品	105
三、企业发展历程	105
四、企业竞争优势	106
第十章 2011-2015年中国数码摄像机行业发展趋势与前景展望	107
第一节 2011-2015年中国数码摄像机行业发展前景分析	107
一、中国数码产品前景展望	107
二、中国数码摄像机市场规模继续扩大	108
第二节 2011-2015年中国数码摄像机行业发展趋势分析	108
一、数码摄像机的流行趋势分析	108
二、光学防抖技术提上日程	109
三、家用数码摄像机向高清晰发展	110
四、数码摄像机存储介质的发展方向	111
第三节 2011-2015年中国数码摄像机行业市场预测分析	113
一、未来数码摄像机市场供给情况分析	113



- 二、未来数码相机市场销售量预测分析 113
- 三、数码相机进出口贸易预测分析 114
- 第四节 2011-2015年中国数码相机市场盈利预测分析 114

## 第十一章 2011-2015年中国数码相机投资前景预测 116

### 第一节 2011-2015年中国数码相机行业投资概况 116

- 一、数码相机投资环境 116
- 二、数码相机投资价值研究 116

### 第二节 2011-2015年中国数码相机行业投资机会分析 117

- 一、区域投资潜力分析 117
- 二、投资吸引力分析 117

### 第三节 2011-2015年中国数码相机行业投资风险预警 118

- 一、宏观调控政策风险 118
- 二、市场竞争风险 118
- 三、技术风险 118
- 四、市场运营机制风险 118

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/190715.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专业提供投资咨询报告、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。