



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005-2006年中国数码相机市场研究年度报告

## 一、调研说明

《2005-2006年中国数码摄像机市场研究年度报告》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/39823.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

**报告推荐** 数码摄像机的价格不断下降使得数码相机更加平民化了，中国对数码摄像机的需求也越来越大，数码相机得到更多的消费者更多关注。自2002年以来中国的数码相机市场在以每年100%以上的速度增长。可以说，中国数码相机市场的初级阶段已经结束，2005年后将中国市场将会是一个超高速的增长的时期。为满足数码相机和潜在进入者精准把握市场现状与发展趋势的需要，研发了《中国数码相机市场年度报告》。报告将通过以下几方面的研究内容给客户创造价值。

1、通过科学规范的调查，获取2005-2006年中国数码相机市场发展的第一手资料，通过翔实的数据和专业的分析，从多个维度揭示中国数码相机市场结构与特点，帮助主要厂商和潜在进入厂商纵览市场全局；

2、全面分析中国数码相机市场主要厂商的品牌定位、渠道和营销策略，使本报告用户中的主要厂商做到知己知彼，在竞争博弈中取得优势地位，使本报告用户中的潜在进入者得以借鉴主力厂商策略，从追赶到超越；

3、通过科学抽样、精心实施的消费行为调查，对消费者的购买行为、使用行为以及品牌偏好等进行了条分缕析的精细研究，帮助主要厂商和潜在进入者更好地洞察用户需求，修正产品、渠道、价格和促销策略；

4、全面分析未来影响中国数码相机市场发展的关键因素，并对市场发展趋势做出定性与定量相结合的分析预测，帮助主要厂商和潜在进入者科学地评估市场机会与风险。

**报告亮点** 愿与业界分享以下部分研究发现，更细致的研究发现请洽客户经理：

1、详细分析了数码摄像机的功能演变和价格演变过程。

2、对中国数码相机市场进行实地调研，分析影响购买数码摄像机的主要因素，并对消费者群体进行细分。以帮助数码相机厂商根据不同的细分市场设计不同的产品。

3、分析潜在市场参与者进入数码相机市场存在的机遇和挑战。

4、对主流厂商进行点评，并对他们在2006年可能的战略调整进行了分析。

研究对象 1

主要结论 1

一、2005年全球数码相机市场发展概述 2

(一) 发展现状 2

(二) 基本特点 3

1、技术与产业链 3

2、产品走向 3

3、应用走向 4

(三) 主要厂商策略 5

- 1、索尼 5
- 2、松下 6
- 3、佳能 6
- 4、JVC 7
- 5、三星 7

## 二、2005年中国数码摄像机市场规模与结构 9

### (一) 市场规模与增长 9

- 1、市场规模 9
- 2、增长率 9
- 3、季度销量 10

### (二) 产品结构 11

- 1、不同产品类型结构 11
- 2、不同像素级别结构 12
- 3、不同产品价格结构 13

### (三) 品牌结构 14

- 1、整体市场品牌结构 14
- 2、区域 - 品牌市场结构 16

### (四) 市场结构 16

- 1、区域市场结构 16
- 2、渠道市场结构 17
- 3、用户市场结构 19

### (五) 市场基本特征 19

- 1、市场发展阶段 19
- 2、市场集中度 20

## 三、2005年中国数码摄像机市场重点厂商市场策略分析 21

### (一) 主力厂商市场策略分析 21

- 1、索尼 21
- 2、佳能 23
- 3、松下 26
- 4、三星 28

## 5、JVC 31

### 四、2005年中国数码摄像机市场预期购买行为分析 34

- (一) 品牌偏好 34
- (二) 价格偏好 35
- (三) 渠道偏好 36
- (四) 信息获取渠道偏好 37
- (五) 创新功能需求 38

### 五、2006 - 2010年中国数码摄像机市场趋势分析与预测 39

#### (一) 影响未来市场发展的主要因素 39

- 1、经济与社会发展 39
- 2、政策环境 39
- 3、互补性产品 40
- 4、竞争性产品 40
- 5、产业链和技术 41

#### (二) 市场发展趋势分析 42

- 1、产品与技术 42
- 2、市场竞争格局 44
- 3、渠道与终端 44
- 4、价格走势 45

#### (三) 市场规模预测 45

- 1、销量预测 45
- 2、销售额预测 46

#### (四) 市场结构预测 47

- 1、产品市场结构 47
- 2、区域市场结构 48
- 3、渠道市场结构 49

### 六、建议 50

- (一) 产品策略：加快新品研发 50
- (二) 价格策略：主动适度降价 50

(三) 渠道策略：继续拓宽渠道 51

(四) 服务策略：加强服务体系 51

(五) 品牌策略：准确品牌定位 52

报告说明 53

## 表目录

表1 2002 - 2005年全球数码摄像机市场销量和销售额及增长情况 2

表2 2002 - 2005年中国数码摄像机市场销量和销售额情况 9

表3 2005年各季度中国数码摄像机市场销量和销售额情况 10

表4 2005年中国数码摄像机市场结构 12

表5 2005年中国数码摄像机市场不同价格段产品销售结构 14

表6 2005年中国数码摄像机市场销量前五品牌的销量及占有率情况 15

表7 2005年中国数码摄像机区域品牌市场结构 16

表8 2005年中国数码摄像机区域市场结构 17

表9 2005年中国数码摄像机市场渠道销量结构 18

表10 2005年索尼数码摄像机中国市场前五款畅销型号 23

表11 2005年佳能数码摄像机中国市场前五款畅销型号 25

表12 2005年松下数码摄像机中国市场前五款畅销型号 28

表13 2005年三星数码摄像机中国市场前五款畅销型号 30

表14 2005年JVC数码摄像机中国市场前五款畅销型号 33

表15 2005年中国数码摄像机市场前五大偏好品牌分布情况 34

表16 2005年中国数码摄像机市场不同价格段偏好情况 35

表17 2005年中国数码摄像机市场渠道偏好分布情况 36

表18 2005年中国数码摄像机消费者信息获取渠道偏好 38

表19 2005年中国消费者创新功能需求 38

表20 由预测模型得到的2006 - 2010年中国数码摄像机市场销量预测 45

表21 调整后的2006 - 2010年中国数码摄像机市场销量预测 46

表22 调整后的2006 - 2010年中国数码摄像机市场销售额预测 46

表23 2006 - 2010年中国数码摄像机市场结构预测(按摄影元件分) 47

表24 2006 - 2010年中国数码摄像机不同像素级别产品结构预测(按像素级) 47

## 图目录

图1 2002 - 2005年全球数码摄像机市场销量及增长情况	2
图2 2002 - 2005年中国数码摄像机市场销量和销售额的增长率	10
图3 2005年各季度中国数码摄像机市场销售量及同比增长率	11
图4 2005年中国数码摄像机不同像素产品的市场结构	13
图5 2005年中国数码摄像机市场不同价位产品的销量比重	14
图6 2005年中国数码摄像机市场品牌销量结构	15
图7 2005年中国数码摄像机区域市场销售量结构图	17
图8 2005年中国数码摄像机市场销售渠道结构	18
图9 2005年中国数码摄像机不同像素产品的市场结构	19
图10 2002 - 2005年中国数码摄像机市场集中度变化	20
图11 2005年中国数码摄像机市场前五大偏好品牌结构	35
图12 2005年中国数码摄像机市场不同价位价偏好结构	36
图13 2005年中国数码摄像机市场渠道偏好分布结构	37
图14 2006 - 2010年中国数码摄像机市场产品价格结构预测	48
图15 2006 - 2010年中国数码摄像机市场区域市场结构预测	48
图16 2006 - 2010年中国数码摄像机市场销售渠道结构预测	49

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39823.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。