

2008年中国照相器材行业研究咨 询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国照相器材行业研究咨询报告》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.cction.com/report/200807/3854.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

内容简介

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，数码单反相机会较大增长，成为2008市场新的争夺点。

2007年数码相机全球供货量比上年增长27%，达到1亿36万部，预计2008年全球供货量将比上年增长11%，达到1亿1194万部。目前全球销售的相机中，75%为数码相机。全球对数码相机的需求短期内仍很旺盛，预计2008年数码相机的出货量将达到1.1亿部。到2010年，预计将有90%的专业照片是通过数码相机拍摄的，而目前这一比例为70%，且亚太地区及ROW地区将是全球数码相机销售增长的推动力，这些地区将占全球数码照相机出货量的40%。零关税为数码市场带来的机遇大于挑战。零关税的实行将使国内数码产品种类更加丰富，营造更好的消费氛围。消费者选购数码相机考虑的因素会更全面，数码相机将走出“像素至上”的时代。2007年国际品牌通用首次进入相机市场，而国产品牌爱国者的各条产品线都得到了极大丰富，据悉2008年将推出爱国者品牌的数码单反相机。至于原有的主要相机厂商，则基本都在原有的基础上再求进步。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、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、国内外数百种相关刊物杂志的基础信息以及照相机行业专业研究单位等公布和提供的大量数据，结合在全国十多个大城市进行市场调查的一手资料，和照相器材行业相关专家的指导。报告对国际国内照相器材行业发展现状、市场供需情况以及行业未来发展趋势等进行了分析；对照相器材各子行业以及消费者行为做了深入探讨，重点分析了数码照相机市场的现状与发展趋势，并对照相器材行业优势企业做了透彻研究。报告还对我国照相器材目前的竞争格局进行了专项分析，对我国相关的产业政策进行了研判，分析明确了其在发展过程中的优势和劣势，提出了我国照相器材行业现存的一些主要问题，并对解决之道加以探索，通过我国照相器材行业与国外照相器材行业的对比，提出了一些新颖独特的建设性意见。本报告是照相器材生产企业、科研单位、照相器材零售企业等机构和单位准确了解目前照相器材行

业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状分析

第一章 照相器材制造市场基本概况分析 1

第一节 照相器材行业定义与分类 1

一、行业定义 1

二、行业分类 1

第二节 照相器材产品特性与投资特性 2

一、照相器材产品特性 2

二、照相器材投资特性 4

第三节 2007-2008年我国宏观经济发展分析 5

一、2007年我国宏观经济发展分析 5

二、2008年中国经济增长趋势预测 12

第四节 照相器材制造市场发展环境分析 17

一、零关税影响分析 17

二、中国照相机行业自律公约 20

第二章 全球照相器材市场分析 23

第一节 全球照相器材市场概况 23

一、全球照相器材市场现状 23

二、2007年全球数码相机供货量分析 23

三、全球数码相机市场增长率分析 24

四、2008-2011年世界性相机市场发展趋势 24

第二节 主要照相机生产国市场概况 25

一、日本市场概况 25

二、美国市场概况 32

三、德国市场概况 35

四、俄罗斯市场概况 40

第三章 中国照相器材行业发展概况 42

第一节 中国照相器材行业发展历程 42

一、中国照相器材行业发展历程 42

二、中国传统照相机工业的发展 49

三、中国数码照相机工业的发展 58

四、中国照相器材行业发展特点 63

第二节 中国照相器材行业现状 65

一、2007年中国市场单反数码相机品牌分析 65

二、2007年数码相机市场的特点分析 68

第二部分 市场发展现状分析

第四章 2007年照相器材行业经济运行分析 71

第一节 2007年照相器材市场经济指标分析 71

一、2007年照相机产量分析 71

二、2007年照相机及器材制造销售收入前十家企业 75

三、2007年照相机及器材制造主要经济指标分析 76

第二节 2007年我国照相机及器材制造绩效分析 96

一、2007年行业产销情况 96

二、2007年行业规模 104

三、2007年行业盈利能力 110

四、2007年行业经营发展能力 128

五、2007年行业偿债能力 137

第五章 中国照相器材市场分析 147

第一节 中国照相器材进出口分析 147

一、2007年我国照相机及其零部件进出口分析 147

二、进口照相机市场管理办法（修正） 147

第二节 数码相机市场消费者调查分析 151

一、调查对象基本情况 151

二、市场拥有率分布状况 156

三、实际用户的消费行为调查分析 156

四、潜在用户消费行为调查分析 169

第三节 2007-2008年中国数码相机市场分析 189

- 一、2007年数码相机关注度分析 189
- 二、2008年1月中国数码相机市场关注分析 202
- 三、2008年中国数码相机市场预测 223

第六章 照相器材主要子产业分析 225

第一节 照相机综述 225

- 一、银盐相机的结构 225
- 二、照相机的种类 226

第二节 数码照相机 230

- 一、2008年数码相机市场发展特点 230
- 二、国内数码相机市场无规范标准约束 231
- 三、数码相机市场未来发展分析 234

第三节 胶片 236

- 一、胶片在中国依旧存在大市场 236
- 二、胶片相机发展预测 238

第四节 胶卷 240

- 一、胶卷市场监管应加强 240
- 二、数码相机发展加速胶卷行业萎缩 240

第五节 镜头 241

- 一、数码相机镜头的类型和发展概况 241
- 二、进口镜头引导市场动向 244

第三部分 竞争格局及优势企业分析

第七章 照相器材竞争格局 247

第一节 数码相机竞争分析 247

- 一、2007年数码相机市场竞争激烈 247
- 二、2007年数码相机竞争现状分析 249
- 三、2007年数码相机与照相手机竞争分析 254

第二节 胶片市场竞争分析 264

第八章 照相器材主要外资企业分析 267

第一节 柯达公司 267

一、公司概况 267

二、公司推广战略 270

三、2007年公司财务状况 279

第二节 富士胶卷株式会社 280

一、公司概况 280

二、2007财年公司财务状况 281

三、公司动态 283

第三节 佳能株式会社 286

一、佳能公司概况 286

二、2007年公司财务状况 290

三、公司动态 291

第四节 奥林巴斯光学工业株式会社 295

一、公司概况 295

二、2007年公司财务状况 300

第五节 索尼公司 301

一、公司概况 301

二、2007年公司财务状况 304

三、公司动态 305

第六节 尼康公司 307

一、公司概况 307

二、2007年公司财务状况 308

第九章 照相器材国内主要企业分析 310

第一节 凤凰光学仪器集团公司 310

一、公司概况 310

二、2007年公司经营情况 312

三、公司动态 317

第二节 中国乐凯胶片集团 318

一、公司概况 318

二、2007年公司经营情况 320

三、公司动态 324

第三节 天津三星光电子有限公司 327

第四节 上海海鸥照相机有限公司 328

第五节 北京华旗资讯科技发展有限公司 329

一、公司概况 329

二、爱国者独辟巧径的奥运营销策略分析 332

三、公司动态 337

第四部分 行业发展趋势分析

第十章 照相器材市场发展趋势 339

第一节 照相器材销售模式现状及发展趋势 339

一、目前照相器材销售模式及其变化 339

二、电子商务对照相器材销售的影响 340

第二节 照相器材市场发展趋势 340

一、照相器材的总体发展趋势 340

二、手机相机取代数码相机的可能性分析 341

图表目录

图表：常用照相器材分类表 2

图表：主要照相器材行业属性 3

图表：2007年我国GDP增长11.4% 5

图表：2007年我国农业生产稳定发展 6

图表：2007年全国社会消费品零售总额同比增长16.8% 6

图表：2007年我国CPI上涨4.8% 7

图表：2007年全国居民收入快速增长就业增加较多 7

图表：2007年我国货币供应量增长较快 8

图表：2007年我国工业生产增长加快企业效益提高 8

图表：2007年我国固定资产投资快速增长 9

图表：国内外综合因素推动2007年CPI涨幅创11年新高 9

图表：2003-2007年CPI增长与PPI的两波增长比较 12

图表：1979-2007年GPD缩减指数和CPI年度增长率变化趋势 13

图表：1983-2007年GDP增长与投资 and 消费增长的周期关系 13

图表：2001-2010年全球数码相机销量走势图 24

图表：2006-2010年世界相机市场预测 25

图表：2003-2008年美国数码相机产量趋势 34

图表：2000-2005年中国数码相机销售量及增长率 62

图表：2005年中国数码相机市场份额 62

图表：2005年度最受用户喜爱的数码相机品牌 63

图表：2007年11月中国市场单反数码相机品牌关注度排行榜 66

图表：2007年11月中国市场单反数码相机品牌关注比例分布 67

图表：2007年中国数码相机市场销售量 68

图表：2006年各季度中国数码相机市场销售量及同比增长率 69

图表：2007年前三季度中国数码相机市场不同像素产品结构情况 69

图表：2007年2-12月照相机产量全国合计 71

图表：2007年2-12月照相机产量北京市合计 71

图表：2007年2-12月照相机产量天津市合计 72

图表：2007年2-12月照相机产量上海市合计 72

图表：2007年2-12月照相机产量江苏省合计 72

图表：2007年2-12月照相机产量浙江省合计 73

图表：2007年2-12月照相机产量福建省合计 73

图表：2007年2-12月照相机产量江西省合计 74

图表：2007年2-12月照相机产量广东省合计 74

图表：2007年2月照相机及器材制造销售收入前十家企业 75

图表：2007年5月照相机及器材制造销售收入前十家企业 75

图表：2007年8月照相机及器材制造销售收入前十家企业 75

图表：2007年11月照相机及器材制造销售收入前十家企业 76

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标全国合计 76

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标北京市合计 78

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标天津市合计 79

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标辽宁省合计 80

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标上海市合计 82

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标江苏省合计 83

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标浙江省合计 85

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标福建省合计 86

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标江西省合计 87

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标山东省合计 89

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标湖北省合计 90

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标广东省合计 92

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标四川省合计 93

图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标宁夏区合计 94

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产成品 96

图表：2007年1-11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 97

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售收入 98

图表：2007年1-11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 99

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售成本 100

图表：2007年1-11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 101

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售费用 102

图表：2007年1-11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 103

图表：2007年1-11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 104

图表：2007年1-11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 105

图表：2007年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计企业单位数 106

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计亏盈企业单位数 107

图表：2007年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计工业总产值 108

图表：2007年1-9月全国各省市照相机及器材制造累计工业总产值比上年同期增长 109

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计利润总额 110

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造上年本月止累计利润总额 111

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业亏损总额 112

图表：2007年1-11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 113

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产值利税率 114

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产值利税率最好水平 115

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资金利税率 116

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资金利税率最好水平 117

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造成本费用利润率 118

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造成本费用利润率最好水平 119

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造人均销售率 120

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造人均销售率最好水平 121

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率 122

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率最好水平 123

图表：2007年1-11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 124

图表：2007年1-11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比上年同期增长 125

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计税金总额 126

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计税金总额比上年同期增长 127

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率 128

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率最好水平 129

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资本保值增值率 130

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资本保值增值率最好水平 131

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造流动资产周转次数 132

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造流动资产周转次数最好水平 133

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计管理费用 134

图表：2007年1-11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 135

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计财务费用 136

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计流动资产平均余额 137

图表：2007年1-11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 138

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计固定资产净值平均余额 139

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计固定资产净值平均余额比上年同期增长 140

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计资产总计 141

图表：2007年1-11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 142

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计负债合计 143

图表：2007年1-11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 144

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资产负债率 145

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资产负债率最好水平 146

图表：2006年不同性别的消费群体分布状况 152

图表：不同年龄段消费群体分布状况 152

图表：不同受教育程度的消费群体分布状况 153

图表：不同职业的消费群体分布状况 154

图表：不同月均收入的消费群体分布状况 155

图表：数码相机市场占有率分布状况 156

图表：实际用户购买产品所属品牌与二次换机用户计划更换产品品牌分布对比 157

图表：佳能用户二次换机品牌分布 158

图表：2006年索尼用户二次换机品牌分布 159

图表：2006年柯达用户二次换机品牌分布 160

图表：2006年尼康用户二次换机品牌分布 160

图表：2006年三星用户二次换机品牌分布 161

图表：奥林巴斯用户二次换机品牌分布 162

图表：拥有产品时间分布 162

图表：购机时间选择分布状况 163

图表：计划购买到实际购买的时间差距分布特征 164

图表：像素分布状况 165

图表：价位区间分布状况 165

图表：实际用户购买的数码相机在价位与像素上的分布状况 166

图表：数码相机特征分布状况 167

图表：数码相机的使用频率分布特征 168

图表：受影响的信息来源分布状况 169

图表：计划购买时间分布状况 170

图表：不同选购时间分布比例对比 171

图表：计划购买产品时间分布对比 172

图表：不同类型产品分布状况 173

图表：不同机型分布比例对比 173

图表：不同类型产品的品牌分布状况 174

图表：计划选购数码相机特征分布状况 175

图表：实际用户与潜在用户选购数码相机外观分布特征对比 176

图表：潜在用户计划购买产品外观色彩分布状况 177

图表：潜在用户对不同数码相机技术关注分布状况 178

图表：可接受价位区间分布状况 179

图表：实际用户与潜在用户计划购买产品价位区间分布对比 180

图表：像素分布状况 180

图表：实际用户与潜在用户购买产品像素分布比例对比 181

图表：主流价位区间不同像素产品分布状况 182

图表：不同价格差距对潜在用户的购买影响分布状况 183

图表：获知产品信息的渠道分布状况 184

图表：影响购买行为的主要信息来源分布 184

图表：不同传播渠道对实际用户与潜在用户的影响分布对比 185

图表：选购数码相机地点分布状况 186

图表：不同促销方式分布状况 187

图表：2007年度数码相机品牌关注度对比状况 190

图表：2007年度数码相机品牌关注度对比分析 190

图表：2007年数码相机品牌关注度前10位排名 191

图表：2007年不同像素区间数码相机产品的关注度对比分析 192

图表：2007年各季度最受关注像素数码相机走势图 192

图表：2007年不同显示屏尺寸数码相机产品的关注度对比分析 193

图表：2007年度最受关注前20位数码相机产品对比分析 194

图表：2007年度最受关注前10位长焦数码相机产品对比分析 195

图表：2007年各季度长焦数码相机榜首排名 196

图表：2007年最受关注前10位单反数码相机产品对比分析 197

图表：2007年各季度单反数码相机榜首排名 198

图表：2007年度最受关注前10位家用数码相机产品对比分析 199

图表：2007年各季度家用数码相机榜首排名 199

图表：2007年度最受关注前10位卡片数码相机产品对比分析 200

图表：2008年1月最受用户关注的前十款产品分布状况 203

图表：2008年1月前十款产品主要参数对比及价格查询 204

图表：2008年1月最受用户关注的十大数码相机品牌分布 206

图表：2008年1月消费类相机品牌和单反类相机品牌排行榜 207

图表：2008年1月中国七大区域数码相机市场关注比例分布 209

图表：2008年1月数码相机七大区域市场品牌格局 210

图表：2008年1月不同价位消费类数码相机关注比例分布 211

图表：2008年1月不同价位单反类数码相机关注比例分布 212

图表：2007年12月与2008年1月不同相似产品关注比例对比 213

图表：2008年1月与2月数码相机关注指数对比 215

图表：2008年1月与2月不同机身类型数码相机关注比例对比 215

图表：2008年2月中国市场最受用户关注的十大数码相机品牌分布 216

图表：2008年1月与2月数码相机十大品牌排行榜 217

图表：2008年1月与2月数码相机最受关注消费类相机厂商 218

图表：2008年2月中国七大区域数码相机市场关注比例分布 219

图表：2008年2月数码相机七大市场最受关注品牌排名分析 220

图表：2008年1月与2月不同价位消费类数码相机关注比例对比 221

图表：2008年1月与2月不同价位单反类数码相机关注比例对比 222

图表：2008年1月与2月不同像素产品关注比例对比 222

图表：常见照相机及性能简介 228

图表：各类非常用照相机及性能简介 229

图表：2007年7月2000元及以下与2000元以上数码相机关注比例对比 255

图表：2007年7月2000元内不同像素手机关注比例分布对比 256

图表：2000元内数码相机与照相手机选择状况调查分布 257

图表：2001-3000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布 258

图表：2007年7月2001-3000元之间不同像素照相手机关注比例对比 259

图表：2001-3000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布 260

图表：3001-4000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布 261

图表：2007年7月3001-4000元之间不同像素照相手机关注比例对比 262

图表：3001-4000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布 262

图表：柯达中港台业务概况 270

图表：奥林巴斯组织结构图 300

图表：2007年4月1日至2008年3月31日索尼公司财务状况 304

图表：2007年二季度凤凰光学仪器集团公司主营业务构成图 312

图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司主营收入季度分布图 312

图表：2007年三季度凤凰光学仪器集团公司利润总额构成图 312

图表：2007年二季度凤凰光学仪器集团公司主营构成表 313

图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司每股指标 313

图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司获利能力表 313

图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司经营能力表 314

图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司偿债能力表 314

图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司资本结构表 314

图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司发展能力表 314

图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司现金流量分析表 315

图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司利润分配表 315

图表：2004-2007年凤凰光学仪器集团公司光加工业务收入及毛利率状况 316

图表：光加工产业价值链分布 317

图表：2008年凤凰光学仪器集团公司利润预测表 317

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司主营收入季度分布图 320

图表：2007年三季度乐凯胶片股份有限公司利润总额构成 321

图表：2007年二季度乐凯胶片股份有限公司主营构成表 321

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司每股指标 321

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司获利能力表 322

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司经营能力表 322

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司偿债能力表 322

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司资本结构表 322

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司发展能力表 323

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司现金流量分析表 323

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司利润分配表 323

图表：北京华旗资讯数码科技有限公司销售网络 332

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/3854.html>