

中国全景相机行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国全景相机行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202411/732632.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

随着短视频、户外运动拍摄兴起，全球全景相机出货量和市场规模持续上升，其中消费级全景相机市场规模占比超过九成。同时在四大因素推动下，我国全景相机行业也在快速发展，且出货量和市场规模出货量和市场规模年均复合增长率高于全球水平。虽然日本理光在全球全景相机市场中具有先发优势，但来自中国的影石创新凭借着专利和技术等优势，已成为全球全景相机市场中的领军企业。

1.全景相机概述

全景相机是相机光轴在垂直航线方向上从一侧到另一侧扫描时作广角摄影的相机，可达到360度无死角拍摄。这种相机利用小视场角镜头，镜头或其光学零件（如梭镜）运动扫描地物（运动方向与飞行方向垂直），相机光轴指向便连续改变，从而实现了扩大横向幅宽的全景摄影。

与传统相机相比，全景相机具有广角拍摄能力，同时可以通过特殊算法将多个照片或视频拼接在一起，形成连续、完整的全景图像或全景视频，被广泛应用于日常拍摄与分享、新闻播报、赛事直播、影视内容制作、游戏内容制作等领域。根据应用场景不同，其可以分为专业级全景相机和消费级全景相机。其中，消费级全景相机又可以分为立体独立全景相机、模块化相机和单眼独立相机。

全景相机分类情况

分类	概述
专业级全景相机	通常用于军事和科研等领域。
消费级全景相机	又可以分为立体独立全景相机、模块化相机和单眼独立相机三类，主要应用于日常拍摄与分享、新闻播报、赛事直播等领域。

资料来源：公开资料、观研天下整理

2.全球全景相机出货量和市场规模持续上升，以消费级全景相机为主

2015年，日本理光发布了全球第一款360°全景相机，拉开了全球全景相机行业发展的序幕；其后，影石创新、GoPro等企业相继推出全景相机产品；同时随着全球短视频、户外运动拍摄兴起以及人们对人们对图像和视频质量的要求越来越高，全景相机市场需求持续上升，推动出货量和市场规模不断增长。数据显示，其出货量由2018年的88.2万台上升至2023年的196万台，年均复合增长率达到14.2%；市场规模则由2017年的25.1亿元上升至2023年的50.3亿元，年均复合增长率达到12.3%。目前，消费级全景相机为全球全景相机市场中的主流产品，2023年市场规模占比超过90%。

数据来源：Frost&Sullivan、观研天下整理

数据来源：Frost&Sullivan、观研天下整理

数据来源：Frost&Sullivan、观研天下整理

3.四大因素推动我国全景相机行业发展，出货量和市场规模年均复合增长率高于全球水平
值得一提的是，我国全景相机行业也在快速发展，且出货量和市场规模年均复合增长率高于全球水平。数据显示，2017-2023年我国全景相机出货量和市场规模的年均复合增长率分别达到25%和23.40%，比全球市场分别高于10.8%和11.1%。我国全景相机行业之所以发展迅速，主要受到以下四大因素推动。

数据来源：Frost&Sullivan、观研天下整理

第一，我国是全球最大的短视频市场，近年来短视频用户规模不断扩大，由2017年的4.10亿人上升至2023年的10.53亿人。全景相机作为创新型视频拍摄工具，凭借着出色的拍摄性能、优异的影像体验并实现智能剪辑和社交平台轻松分享等优势，受到了越来越多的短视频爱好者的青睐。随着国内短视频用户规模扩大，带动了全景相机市场需求的上升。

数据来源：中国互联网络信息中心等、观研天下整理

第二，自2020年以来，东京奥运会、北京冬奥会、杭州亚运会、巴黎奥运会等国际赛事的热度，激发了户外运动的广泛参与。在大众需求和利好政策的双轮驱动下，国内冰雪、路跑、骑行、越野等户外运动持续火热，且已逐步走向生活化、全民化。数据显示，截至2021年底，我国户外运动参与人数超过4亿人次，两年间户外参与率快速提升至28%以上；截至2022年底，全国户外运动参与人数已超过4.5亿人；2023年1-10月我国户外用户日活环比增长超100%。随着户外运动盛行，全景相机等数码产品成为户外运动爱好者记录旅途和享受户外的热门选择，为行业带来了更多需求。

第三，随着经济不断发展，居民生活水平不断提高，人均可支配收入和人均消费支出持续上升，为全景相机消费提供了经济基础，利好行业发展。数据显示，2023年我国居民人均可支配收入39218元，比上年名义增长6.3%；人均消费支出26796元，比上年增长9.2%。第四，技术的不断进步推动着全景相机产品更迭与创新，使其应用场景不断深入及拓展，为消费者带来更好的拍摄及影像体验，进一步助力了行业的发展。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

4.影石创新为全球全景相机市场龙头企业

目前，全球全景相机市场参与者相对较少，主要有理光（日本）、影石创新（中国）、GoPro（美国）等企业，行业集中度高。其中，影石创新凭借着专利和技术等优势以及强大的品牌影响力，成为全球全景相机市场中的龙头企业。数据显示，在全球消费级和专业级全景相机市场，其2023年市场份额分别达到67.2%和61.4%，遥遥领先其他企业。

2023年全球消费级和专业级全景相机市场份额排名前三企业情况

排名	消费级全景相机	专业级全景相机
1	影石创新（67.2%）	影石创新（61.4%）
2	理光（12.4%）	深圳看到科技（14%）
3	GoPro（9.2%）	ZCAM（3.5%）

CR3 88.8% 78.9%

数据来源：Frost&Sullivan、观研天下整理(WJ)

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国全景相机行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国全景相机行业发展概述

第一节 全景相机行业发展情况概述

- 一、全景相机行业相关定义
- 二、全景相机特点分析
- 三、全景相机行业基本情况介绍
- 四、全景相机行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、全景相机行业需求主体分析

第二节 中国全景相机行业生命周期分析

- 一、全景相机行业生命周期理论概述
- 二、全景相机行业所属的生命周期分析

第三节 全景相机行业经济指标分析

- 一、全景相机行业的赢利性分析
- 二、全景相机行业的经济周期分析
- 三、全景相机行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球全景相机行业市场发展现状分析

- 第一节全球全景相机行业发展历程回顾
- 第二节全球全景相机行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲全景相机行业地区市场分析
 - 一、亚洲全景相机行业市场现状分析
 - 二、亚洲全景相机行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲全景相机行业市场前景分析
- 第四节北美全景相机行业地区市场分析
 - 一、北美全景相机行业市场现状分析
 - 二、北美全景相机行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美全景相机行业市场前景分析
- 第五节欧洲全景相机行业地区市场分析
 - 一、欧洲全景相机行业市场现状分析
 - 二、欧洲全景相机行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲全景相机行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界全景相机行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球全景相机行业市场规模预测

第三章 中国全景相机行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对全景相机行业的影响分析
- 第三节中国全景相机行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对全景相机行业的影响分析
- 第五节中国全景相机行业产业社会环境分析

第四章 中国全景相机行业运行情况

- 第一节中国全景相机行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国全景相机行业市场规模分析

一、影响中国全景相机行业市场规模的因素

二、中国全景相机行业市场规模

三、中国全景相机行业市场规模解析

第三节中国全景相机行业供应情况分析

一、中国全景相机行业供应规模

二、中国全景相机行业供应特点

第四节中国全景相机行业需求情况分析

一、中国全景相机行业需求规模

二、中国全景相机行业需求特点

第五节中国全景相机行业供需平衡分析

第五章 中国全景相机行业产业链和细分市场分析

第一节中国全景相机行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、全景相机行业产业链图解

第二节中国全景相机行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对全景相机行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对全景相机行业的影响分析

第三节我国全景相机行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国全景相机行业市场竞争分析

第一节中国全景相机行业竞争现状分析

一、中国全景相机行业竞争格局分析

二、中国全景相机行业主要品牌分析

第二节中国全景相机行业集中度分析

一、中国全景相机行业市场集中度影响因素分析

二、中国全景相机行业市场集中度分析

第三节中国全景相机行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国全景相机行业模型分析

第一节中国全景相机行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国全景相机行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国全景相机行业SWOT分析结论

第三节中国全景相机行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国全景相机行业需求特点与动态分析

第一节中国全景相机行业市场动态情况

第二节中国全景相机行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节全景相机行业成本结构分析

第四节全景相机行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国全景相机行业价格现状分析

第六节中国全景相机行业平均价格走势预测

一、中国全景相机行业平均价格趋势分析

二、中国全景相机行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国全景相机行业所属行业运行数据监测

第一节中国全景相机行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国全景相机行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国全景相机行业所属行业财务指标分析

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

第十章 2019-2023年中国全景相机行业区域市场现状分析

第一节中国全景相机行业区域市场规模分析

一、影响全景相机行业区域市场分布的因素

二、中国全景相机行业区域市场分布

第二节中国华东地区全景相机行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区全景相机行业市场分析

- (1) 华东地区全景相机行业市场规模
- (2) 华东地区全景相机行业市场现状
- (3) 华东地区全景相机行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区全景相机行业市场分析
 - (1) 华中地区全景相机行业市场规模
 - (2) 华中地区全景相机行业市场现状
 - (3) 华中地区全景相机行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区全景相机行业市场分析
 - (1) 华南地区全景相机行业市场规模
 - (2) 华南地区全景相机行业市场现状
 - (3) 华南地区全景相机行业市场规模预测

第五节华北地区全景相机行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区全景相机行业市场分析
 - (1) 华北地区全景相机行业市场规模
 - (2) 华北地区全景相机行业市场现状
 - (3) 华北地区全景相机行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区全景相机行业市场分析
 - (1) 东北地区全景相机行业市场规模
 - (2) 东北地区全景相机行业市场现状
 - (3) 东北地区全景相机行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区全景相机行业市场分析

- (1) 西南地区全景相机行业市场规模
- (2) 西南地区全景相机行业市场现状
- (3) 西南地区全景相机行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区全景相机行业市场分析
 - (1) 西北地区全景相机行业市场规模
 - (2) 西北地区全景相机行业市场现状
 - (3) 西北地区全景相机行业市场规模预测

第十一章 全景相机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国全景相机行业发展前景分析与预测

第一节中国全景相机行业未来发展前景分析

- 一、全景相机行业国内投资环境分析
- 二、中国全景相机行业市场机会分析
- 三、中国全景相机行业投资增速预测
- 第二节中国全景相机行业未来发展趋势预测
- 第三节中国全景相机行业规模发展预测
 - 一、中国全景相机行业市场规模预测
 - 二、中国全景相机行业市场规模增速预测
 - 三、中国全景相机行业产值规模预测
 - 四、中国全景相机行业产值增速预测
 - 五、中国全景相机行业供需情况预测
- 第四节中国全景相机行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国全景相机行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国全景相机行业进入壁垒分析
 - 一、全景相机行业资金壁垒分析
 - 二、全景相机行业技术壁垒分析
 - 三、全景相机行业人才壁垒分析
 - 四、全景相机行业品牌壁垒分析
 - 五、全景相机行业其他壁垒分析
- 第二节全景相机行业风险分析
 - 一、全景相机行业宏观环境风险
 - 二、全景相机行业技术风险
 - 三、全景相机行业竞争风险
 - 四、全景相机行业其他风险
- 第三节中国全景相机行业存在的问题
- 第四节中国全景相机行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国全景相机行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国全景相机行业研究综述
 - 一、行业投资价值
 - 二、行业风险评估
- 第二节中国全景相机行业进入策略分析
 - 一、行业目标客户群体
 - 二、细分市场选择
 - 三、区域市场的选择

第三节全景相机行业营销策略分析

一、全景相机行业产品策略

二、全景相机行业定价策略

三、全景相机行业渠道策略

四、全景相机行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202411/732632.html>