

# 2022-2028年中国数码电子 行业前景展望与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国数码电子行业前景展望与产业竞争格局报告》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/202112/258548.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

电子数码，又叫数码相机（又名：数字式相机 英文全称：Digital Camera 简称DC）。早期产品早在20世纪60年代，就开始了CCD芯片的研究与开发，研制出航天事业用的数字化照相机，通过卫星系统从太空中向地面发送航天照片。1998年数字相机大发展1998年富士胶片公司推出首款百万级（150万像素）最轻小、普及型刀NEPIX700型数码相机；佳能与柯达公司合作开发了首款装有LCD监视器的数码单反相机EOSD2000型和EOSD6000型。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国数码电子行业前景展望与产业竞争格局报告》共十二章。首先介绍了数码电子行业市场发展环境、数码电子整体运行态势等，接着分析了数码电子行业市场运行的现状，然后介绍了数码电子市场竞争格局。随后，报告对数码电子做了重点企业经营状况分析，最后分析了数码电子行业发展趋势与投资预测。您若想对数码电子产业有个系统的了解或者想投资数码电子行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 数码产品行业相关概述

第一节 数码产品行业相关概述

一、产品概述

二、产品分类

第二节 2015-2019年中国数码行业用户属性调查

一、数码行业用户基本属性

（一）性别结构

（二）年龄分布

（三）区域分布

（四）职业结构

（五）学历结构

（六）收入分布

（七）消费结构

#### （八）兴趣爱好

### 二、数码产品使用及购买情况

#### （一）产品类别

#### （二）使用频率

#### （三）信息来源

#### （四）购买渠道

#### （五）购买意向

### 三、数码频道上网行为

#### （一）关注频率

#### （二）跳转方式

#### （三）关注目的

#### （四）关注内容

## 第二章 数码相机行业分析

### 第一节 2018年中国数码相机行业回顾

#### 一、2019年数码相机市场变化特点

#### 二、2019年日本数码相机市场分析

### 第二节 2019年中国数码相机市场分析

#### 一、2019年数码相机新品分析

#### 二、2019年数码相机市场变化特点

#### 三、2019年中国数码相机市场价格指数走势

#### 四、2019年京东占据数码相机B2C市场份额

### 第三节 中国数码相机市场存在的问题

#### 一、数码相机市场存在的主要问题

#### 二、2019年或将是全球数码相机市场的“寒冬”

### 第四节 中国数码相机行业的发展趋势

#### 一、数码相机行业发展方向

#### 二、数码相机智能化发展走势

## 第三章 2015-2019年中国数码相机市场关注度分析

### 第一节 2015-2019年中国数码相机市场关注度研究

#### 一、市场发展概述

二、品牌关注格局

三、产品关注格局

四、市场价格走势

五、主流厂商对比

第二节 2019年中国数码相机市场关注度分析

一、2019年中国数码相机市场总体概述

二、品牌关注格局

三、产品关注格局

四、案例分析-尼康

第三节 2015-2019年中国消费级数码相机市场研究

一、品牌关注格局

二、产品关注格局

三、市场价格走势

四、主流厂商对比

第四节 2015-2019年中国单反数码相机市场研究

一、品牌关注格局

二、产品关注格局

三、市场价格走势

四、主流厂商对比

第四章 数码摄像机行业分析

第一节 2015-2019年中国数码摄像机市场分析

一、2019年数码摄像机市场变化特点

二、2019数码影像行业年终总结

三、2019年中国数码摄像机行业价格指数走势

第二节 2019年中国数码摄像机市场关注度研究

一、品牌关注格局

二、产品关注格局

三、案例分析

第三节 2019年中国数码摄像机市场关注度分析

一、品牌关注格局

二、产品关注格局

### 三、主流厂商分析

## 第五章 镜头市场研究

### 第一节 2015-2019年中国镜头市场研究

#### 一、品牌关注格局

#### 二、产品关注格局

#### 三、主流厂商对比

### 第二节 2019年中国镜头市场分析

#### 一、品牌关注格局

#### 二、产品关注格局

#### 三、主流厂商分析

## 第六章 汽车导航市场分析

### 第一节 车载卫星导航系统基本概况

#### 一、汽车导航系统介绍

#### 二、我国车载导航产业发展历程

#### 三、汽车导航系统应用情况

### 第二节 2015-2019年我国GPS产业发展状况

#### 一、我国GPS车载导航现状

#### 二、四大因素加速车载导航产业发展

#### 三、车载导航产品应用凸显智能性

#### 四、2019年北斗应用市场有望全面启动

#### 五、2019年我国汽车导航系统正历自主研发转变过程

#### 六、2019年我国汽车后装产业发展分析

### 第三节 2015-2019年中国GPS市场关注度研究

#### 一、品牌关注格局

#### 二、产品关注格局

#### 三、市场价格走势

### 第四节 2019年中国GPS市场关注度研究

#### 一、品牌关注格局

#### 二、产品价格

### 第五节 2022-2028年汽车导航行业市场预测

- 一、2022-2028年卫星导航产业前景巨大
- 二、2022-2028年北斗卫星导航市场规模预测
- 三、2022-2028年汽车导航产业前景分析
- 四、2022-2028年GPS产品趋势预测
- 五、2022-2028年汽车前装电子导航市场预测
- 六、汽车导航市场需要政策积极引导多方导航

## 第七章 平板电脑市场研究

### 第一节 2015-2019年中国平板电脑市场研究

- 一、市场发展概述
- 二、品牌关注格局
- 三、产品关注格局
- 四、主流厂商对比

### 第二节 2019年中国平板电脑市场分析

- 一、品牌关注格局
- 二、产品关注格局

## 第八章 超极本市场研究

### 第一节 2015-2019年中国超极本市场研究

- 一、市场发展概述
- 二、品牌关注格局
- 三、产品关注格局
- 四、主流厂商对比

### 第二节 2019年中国超极本市场分析

- 一、品牌关注格局
- 二、产品关注格局

## 第九章 智能手机市场研究

### 第一节 2015-2019年中国智能手机市场研究

- 一、市场发展概述
- 二、品牌关注格局
- 三、产品关注格局

## 四、市场价格走势

### 第二节 2019年中国智能手机市场分析

#### 一、品牌关注格局

#### 二、产品关注格局

#### 三、案例分析

## 第十章 数码产品生产厂商竞争力分析

### 第一节 2019年全球数码产品市场韩国军团称雄

#### 第二节 佳能数码相机

##### 一、2019年度佳能数码相机市场与产品汇总分析

##### 二、2019年佳能经营情况分析

### 第三节 2019年三星数码相机技术产品及品牌市场解析

#### 第四节 奥林巴斯

##### 一、2019年奥林巴斯整合中国工厂 撤出低端相机市场

##### 二、2019年奥林巴斯将在欧美市场发行股票欲募资12亿美元

### 第五节 2019年尼康或进入智能手机市场

## 第十一章 数码电子销售渠道分析

### 第一节 数码卖场销售情况及未来发展方向

#### 一、市场现状

#### 二、原因：散户串货、电商冲击

#### 三、对策：单一零售转向卖服务

#### 四、三类交易市场下滑明显

### 第二节 2019年电脑城没落赛博数码新模式

#### 一、末路

#### 二、新模式

## 第十二章 电子数码消费市场消费行为调查及营销策略（一）

### 第一节 消费行为的研究理论及其分析

#### 一、电子数码市场消费行为的含义

#### 二、数码电子产品消费行为分析

#### 三、消费行为的研究方法

## 第二节 数码电子消费市场行为特征

一、电子数码产品是科技和时尚生活相结合的产物

二、电子数码市场发展速度快

三、电子数码产品消费行为的多层次性

四、数码产品牌影响消费者的消费观

## 第三节 我国数码电子企业针对消费者的营销策略

一、选择准确的消费目标市场

二、实施市场需求导向的产品策略

三、不断创新

四、建立渠道管理体系

## 第四节 结论（）

### 图表目录：

图表：2015-2019年数码相机市场价格指数走势

图表：2019年中国数码相机市场品牌关注比例分布

图表：2015-2019年中国数码相机市场品牌关注比例对比

图表：2019年中国数码相机市场品牌关注排名对比

图表：2019年中国数码相机市场产品型号关注排名

图表：2019年中国数码相机市场不同价格段产品关注与数量比例分布

图表：2019年中国数码相机市场不同机身特性产品关注与数量比例分布

图表：2019年中国数码相机市场不同机身特性产品关注比例走势

图表：2019年中国数码相机市场价格指数走势

图表：2019年中国数码相机市场平均价格走势

图表：2019年中国数码相机市场主流品牌价格对比

图表：2019年中国数码相机市场主流品牌关注比例走势

图表：2019年中国数码相机市场主流品牌市售产品数量对比

图表：2019年中国数码相机市场主流品牌单品关注率对比

图表：2019年中国数码相机市场品牌关注比例分布

图表：2019年中国数码相机市场品牌关注比例对比 排名

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/258548.html>