

# 中国运动相机行业发展深度分析与投资前景研究 报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国运动相机行业发展深度分析与投资前景研究报告（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/202411/734318.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

随着全球户外运动爱好者人数持续上升和短视频用户规模扩大，全球运动相机市场规模和出货量持续上升，预计到2027年将分别达到513.5亿元和6907.3万台。我国运动相机行业发展动因充足，2017-2023年市场规模年均复合增长率高于全球及北美等地区。从竞争来看，全球运动相机行业存在技术、品牌、渠道、成本和知识产权等壁垒，进入门槛较高，前五家企业占据了大部分市场份额。其中，GoPro、影石创新和大疆市场份额分别位列前三。

### 1.全球运动相机行业发展空间广阔，市场规模及出货量持续上升

运动相机是一种专门设计用于在运动场景中使用的相机，通常以第一人称视角进行拍摄。它通常通过配件固定在自拍杆、身体部位、头盔、滑板、自行车把手上等，其不仅适合旅行记录或日常生活分享，还适用于滑雪、冲浪、跳伞、攀岩、极限运动等多种运动场景。近年来，随着各种各样形式的户外运动和比赛在全世界如火如荼的开展，全球户外运动爱好者人数规模不断扩大，由2017年的4.2亿人上升至2023年的12.2亿人，年均复合增长率达到19.45%，预计到2027年其爱好者人数将达到17.7亿人。全球户外运动爱好者人数规模的扩大为运动相机行业发展提供了广阔的市场空间，也为运动相机行业发展带来了强劲动力。同时随着互联网在全世界普及和社交媒体新兴，全球短视频用户规模也在不断扩大，使得人们更加热衷于记录和分享自己的运动瞬间或旅行记录，也进一步推动了全球运动相机行业的发展。

数据来源：Frost&Sullivan、观研天下整理

近年来，随着全球户外运动爱好者人数持续上升和短视频用户规模扩大，全球运动相机市场规模不断扩大，由2020年的150.2亿元上升至2023年的314.4亿元，年均复合增长率达到27.92%；同时其出货量也在持续上升，由2020年的1800.7万台上升至2023年的4461.0万台，年均复合增长率达到35.31%。未来，全球运动相机行业仍具备较大的增长空间。根据预测，到2027年其市场规模有望突破500亿元大关，达到513.5亿元，2023-2027年的年均复合增长率达到13.05%；出货量或将达到6907.3万台，2023-2027年的年均复合增长率达到11.55%。

数据来源：Frost&Sullivan、观研天下整理

数据来源：Frost&Sullivan、观研天下整理

### 2.我国运动相机行业发展动因充足，市场规模年均复合增长率快于全球

近年来，我国运动相机行业发展迎来多重利好：一是居民人均可支配收入和人均消费支出增加为运动相机消费提供了良好的经济基础；二是户外运动兴起，利好运动相机市场需求增长；三是短视频用户规模扩大，有助于为运动相机行业带来了更多需求；四是技术进步和发

展，使得运动相机功能不断完善，应用场景不断拓展，可以满足骑行、滑雪、Vlog、潜水、旅行记录等多种应用场景，助力了行业的发展。

资料来源：观研天下整理

在上述利好因素推动下，近年来我国运动相机行业发展快速，市场规模年均复合增长率高于全球及北美等地区。数据显示2017-2023年我国全景相机市场规模年均复合增长率达到41%，远高于全球的14.5%、欧洲的11%和北美的9.5%。不过，由于我国运动相机行业起步较晚，目前其市场规模还比较小，在全球市场中的占比不足10%，上升空间较大。

数据来源：Frost&Sullivan、观研天下整理

### 3.全球运动相机行业集中度高，竞争格局或将改变

全球运动相机行业属于技术密集型行业，对技术要求高，同时还存在着较高的品牌、渠道、成本和知识产权等壁垒，行业进入门槛较高。这也使得全球运动相机行业集中度高，2023年CR5达到74%。目前，全球运动相机市场参与者主要有GoPro（美国）、AKASO（美国）、大疆（中国）、影石创新（中国）等企业。其中，GoPro是全球运动相机市场中的先行者，其于2004年研发出全球第一款运动相机“Hero 35毫米相机”。凭借着先发优势和强大的品牌影响力，GoPro长期在全球运动市场中处于领先地位，为行业龙头企业。同时，近年来影石创新和大疆凭借价格优势、创新功能和独特的产品定位，在全球市场中脱颖而出，2023年市场份额分别位列第二和第三。

资料来源：观研天下整理

值得一提的是，面对日益激烈的市场竞争和国产运动相机的冲击，GoPro竞争优势逐渐被削弱，且自2022年起营业收入逐渐下滑，2023年降至10亿美元，同比下降8.26%；2024年继续下跌，达到3.41亿美元，相较2023年同期同比下降18%。而影石通过多元化的产品策略，在全球运动相机市场逐步建立了自己的地位，竞争优势不断凸显，同时其市场份额正逐渐与GoPro缩小差距，未来几年有望超过GoPro，成为全球运动相机市场中的龙头企业。

数据来源：GoPro财报、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《中国运动相机行业发展深度分析与投资前景研究报告（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策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年中国运动相机行业发展概述

#### 第一节 运动相机行业发展情况概述

##### 一、运动相机行业相关定义

##### 二、运动相机特点分析

##### 三、运动相机行业基本情况介绍

##### 四、运动相机行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售/服务模式

##### 五、运动相机行业需求主体分析

#### 第二节 中国运动相机行业生命周期分析

##### 一、运动相机行业生命周期理论概述

##### 二、运动相机行业所属的生命周期分析

#### 第三节 运动相机行业经济指标分析

##### 一、运动相机行业的赢利性分析

##### 二、运动相机行业的经济周期分析

##### 三、运动相机行业附加值的提升空间分析

### 第二章 2019-2023年全球运动相机行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球运动相机行业发展历程回顾

#### 第二节 全球运动相机行业市场规模与区域分布情况

#### 第三节 亚洲运动相机行业地区市场分析

- 一、亚洲运动相机行业市场现状分析
- 二、亚洲运动相机行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲运动相机行业市场前景分析
- 第四节北美运动相机行业地区市场分析
  - 一、北美运动相机行业市场现状分析
  - 二、北美运动相机行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美运动相机行业市场前景分析
- 第五节欧洲运动相机行业地区市场分析
  - 一、欧洲运动相机行业市场现状分析
  - 二、欧洲运动相机行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲运动相机行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界运动相机行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球运动相机行业市场规模预测

### 第三章 中国运动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运动相机行业的影响分析
- 第三节中国运动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
- 第四节政策环境对运动相机行业的影响分析
- 第五节中国运动相机行业产业社会环境分析

### 第四章 中国运动相机行业运行情况

- 第一节中国运动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
- 第二节中国运动相机行业市场规模分析
  - 一、影响中国运动相机行业市场规模的因素
  - 二、中国运动相机行业市场规模
  - 三、中国运动相机行业市场规模解析
- 第三节中国运动相机行业供应情况分析
  - 一、中国运动相机行业供应规模

## 二、中国运动相机行业供应特点

### 第四节中国运动相机行业需求情况分析

#### 一、中国运动相机行业需求规模

#### 二、中国运动相机行业需求特点

### 第五节中国运动相机行业供需平衡分析

## 第五章 中国运动相机行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国运动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、运动相机行业产业链图解

### 第二节中国运动相机行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对运动相机行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对运动相机行业的影响分析

### 第三节我国运动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年中国运动相机行业市场竞争分析

### 第一节中国运动相机行业竞争现状分析

#### 一、中国运动相机行业竞争格局分析

#### 二、中国运动相机行业主要品牌分析

### 第二节中国运动相机行业集中度分析

#### 一、中国运动相机行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国运动相机行业市场集中度分析

### 第三节中国运动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年中国运动相机行业模型分析

### 第一节中国运动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

## 第二节中国运动相机行业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、中国运动相机行业SWOT分析结论

## 第三节中国运动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年中国运动相机行业需求特点与动态分析

### 第一节中国运动相机行业市场动态情况

### 第二节中国运动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

### 第三节运动相机行业成本结构分析

### 第四节运动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

### 第五节中国运动相机行业价格现状分析

### 第六节中国运动相机行业平均价格走势预测

- 一、中国运动相机行业平均价格趋势分析
- 二、中国运动相机行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国运动相机行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国运动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

### 第二节中国运动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

### 第三节中国运动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年中国运动相机行业区域市场现状分析

### 第一节中国运动相机行业区域市场规模分析

- 一、影响运动相机行业区域市场分布的因素
- 二、中国运动相机行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区运动相机行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区运动相机行业市场分析
  - (1) 华东地区运动相机行业市场规模
  - (2) 华东地区运动相机行业市场现状
  - (3) 华东地区运动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、华中地区运动相机行业市场分析
  - (1) 华中地区运动相机行业市场规模

(2) 华中地区运动相机行业市场现状

(3) 华中地区运动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、华南地区运动相机行业市场分析

(1) 华南地区运动相机行业市场规模

(2) 华南地区运动相机行业市场现状

(3) 华南地区运动相机行业市场规模预测

#### 第五节 华北地区运动相机行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区运动相机行业市场分析

(1) 华北地区运动相机行业市场规模

(2) 华北地区运动相机行业市场现状

(3) 华北地区运动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、东北地区运动相机行业市场分析

(1) 东北地区运动相机行业市场规模

(2) 东北地区运动相机行业市场现状

(3) 东北地区运动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、西南地区运动相机行业市场分析

(1) 西南地区运动相机行业市场规模

(2) 西南地区运动相机行业市场现状

(3) 西南地区运动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、西北地区运动相机行业市场分析

(1) 西北地区运动相机行业市场规模

(2) 西北地区运动相机行业市场现状

(3) 西北地区运动相机行业市场规模预测

## 第十一章 运动相机行业企业分析（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年中国运动相机行业发展前景分析与预测

### 第一节中国运动相机行业未来发展前景分析

- 一、运动相机行业国内投资环境分析
- 二、中国运动相机行业市场机会分析
- 三、中国运动相机行业投资增速预测

### 第二节中国运动相机行业未来发展趋势预测

### 第三节中国运动相机行业规模发展预测

- 一、中国运动相机行业市场规模预测
- 二、中国运动相机行业市场规模增速预测
- 三、中国运动相机行业产值规模预测

四、中国运动相机行业产值增速预测

五、中国运动相机行业供需情况预测

第四节中国运动相机行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国运动相机行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国运动相机行业进入壁垒分析

一、运动相机行业资金壁垒分析

二、运动相机行业技术壁垒分析

三、运动相机行业人才壁垒分析

四、运动相机行业品牌壁垒分析

五、运动相机行业其他壁垒分析

第二节运动相机行业风险分析

一、运动相机行业宏观环境风险

二、运动相机行业技术风险

三、运动相机行业竞争风险

四、运动相机行业其他风险

第三节中国运动相机行业存在的问题

第四节中国运动相机行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国运动相机行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国运动相机行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国运动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

第三节运动相机行业营销策略分析

一、运动相机行业产品策略

二、运动相机行业定价策略

三、运动相机行业渠道策略

四、运动相机行业促销策略

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/202411/734318.html>