

国产镜头逆袭记

本报记者 朱双健

随着技术不断革新,随时随地可拍的全民影像时代已经到来,专业相机成为不少人出行必备,作为核心部件的镜头也进入越来越多消费者的视野。可提起相机镜头,很多人第一时间想起的概率会是尼康、富士等国外的几个品牌。有成熟的国产镜头吗?产品质量如何?品牌竞争力如何?其实,近年来国产镜头正迎来快速发展时期,在行业承压的背景下逆势崛起。

曾经,“长枪短炮”是专业摄影人士和“发烧友”的专属,但随着消费水平的提升,这些装备也开始进入千家万户,成为人们记录美好生活的趁手工具。镜头作为数码相机成像系统的核心部件,被誉为摄影器材的“眼睛”,镜头的好坏直接影响成像质量。当越来越多的人开始入手摄影器材时,人们对镜头的关注度也与日俱增。

镜头市场长久以来多被国外品牌垄断,但经过多年发展和积累,国产镜头已经出现了比较成熟的品牌,并在行业面临多重压力以及传统优势品牌的竞争夹缝中,抢抓契机逆势崛起。

成熟国产镜头崭露头角

过去数十年,相机镜头市场大多被日本、德国品牌所垄断。彼时,我国摄影光学发展速度缓慢,只能生产简单的中小孔径普及型民用镜头,镀膜水平差,反光较严重,整体水平较低。2000年后,起步较晚的国产光学行业奋起直追。经过多年发展与积累,国产镜头已经取得长足进步,全球光学镜头产业正逐渐向中国转移,初步打破了原有的垄断局面。

同时,随着“90后”“95后”等群体成为新消费主力,国货品牌整体迎来新的发展窗口。许多年轻人追求品质化、个性化和性价比,倾向于购买文化属性更强的产品,追捧本土文化和本土产品成为潮流。“国货崛起”浪潮给国产镜头品牌带来了发展契机。

对许多摄影爱好者而言,购买国产镜头是情怀,更是现实需求。近年来,多家相机厂商发力无反相机(即微单相机),其发展迅速并抢占了部分传统相机的市场份额。为了迎合当前相机小型化趋势,镜头越做越小,要求的精度越来越高。但原厂相关镜头产能跟不上,产品种类少、价格不断上涨,让微单相机爱好者无所适从。国内外市场需求量巨大,消费者渴望国产镜头崛起,让大家可以购买到质量过硬、价格适中的国货精品。

庞大的消费需求,催生国内器材市场水涨船高。近几年,一些国产镜头厂商崭露头角,在众多

国内外展会上都能看到中国镜头的身影,如老蛙、七工匠、中一光学、永诺、唯卓仕、岩石星等。

国产镜头在国内市场叫好又叫座,销售额不断提升的同时,使用场景也不断增加,不少摄影爱好者主动为其代言,在各大社交平台发布体验视频和样片,国产镜头的影响力不断扩大。

在布局国内市场的同时,国产镜头厂商还积极开拓海外市场。唯卓仕是深圳市爵影科技有限公司旗下品牌。“目前唯卓仕生产的镜头已销往100多个国家和地区,海外市场占比七成左右,有不少镜头受到国外用户追捧。”深圳市爵影科技有限公司总经理戴锦辉说。安徽长庚光学科技有限公司旗下镜头品牌老蛙镜头在国外不仅受广大摄影爱好者喜爱,职业摄影师也在广泛使用,BBC纪录片《绿色星球》、好莱坞电影等都曾选择老蛙镜头来呈现独特的视觉效果。

全行业面临多重压力

国产镜头交出这份成绩单绝非易事,因为整个镜头行业的日子都不太好过。

“1亿像素”“30倍变焦”“超大广角”“3个摄像头”……近年来,智能手机的拍摄能力突飞猛进,手机使用场景和可拍摄题材越来越多,借助便携、操作简单等优势,逐渐成为人们日常摄影的主流设备。这种变化直接带来相机和相机镜头市场份额的下降。数据显示,相机市场从2012年的1亿台大幅下降至2021年的830万台。相应的,全球相机镜头的销售数量也从2012年的3110万支下降至2021年的980万支。

除了手机产品的挤压外,受芯片短缺和新冠肺炎疫情疫情影响,各大传统摄影器材厂商纷纷出现供货不足、价格上涨等现象,整个行业似乎都慢了下來。

富士今年一季度曾发布公告称,受全球芯片紧缺以及疫情散发对零部件乃至商品供应链的影响,富士部分商品供应紧张甚至缺货,并且此种状况仍将延续一段时间。

部分厂商的新品遇到了未上市即延期的尴

尬,索尼今年3月份发布了一支全新电动电影镜头,但随后宣布仅能在夏季上市,另外多数器材也持续缺货。

“芯片和原材料短缺不但导致镜头等摄影器材缺货,也减缓了各大厂商的产品更新速度。供货能力跟不上,新品一等就是好几年。”北京马连道摄影器材城肥猫摄影器材店员工王亚鑫说。记者近日走访北京五棵松摄影器材城和马连道摄影器材城时发现,商场内十分清冷,只有零星的摄影爱好者在选购产品,大部分经销商都处于半休息状态。记者询问多家经销商后得知,多家厂商的数款镜头都处于缺货状态,且无法预估到货时间。

让本就不太景气的镜头市场更加雪上加霜的是,部分产品价格上涨。

一方面,镜头厂商因原材料和运费上涨等原因提高镜头出厂价格。比如,今年4月1日起,佳能中国对部分产品进行价格调整;尼康对北欧地区全面涨价;索尼也宣布修改、提高产品出货价格,调价幅度为3%至31%。

另一方面,部分经销商拿到镜头货源后绑定套餐溢价出售。部分有实力和资源的经销商拿到货源后,根据商品热度,加价300元至1000元不等。抢购、溢价等在一定程度上打击了消费者的购买热情,部分消费者选择放弃购买。记者采访的一名消费者就曾多次熬夜参与抢购一款镜头,均以失败告终,最终通过经销商购买了加价400元的套餐产品。

原厂镜头缺货导致二级市场活跃度增加,价格倒挂现象较为普遍。记者调研部分二手转卖平台发现,部分缺货的镜头,二手镜头标价均有不同程度的溢价,有部分九成新镜头的二手价格甚至远超出厂价。这也让不少摄影爱好者调侃“靠摄影挣得的第一桶金就是卖机器的段子成了现实”。

夹缝中寻得崛起发力点

正在爬坡期的国产镜头遭遇整个镜头行业的困难期,面临的困难可想而知。但危中寻机,国产镜头在行业困境中找到了发力点,在夹缝中迅速生长并得到市场认可。

近期,国产镜头不断发力,频频发布新品镜头。如七工匠5月6日正式发售“文”系列M28mm F5.6镜头,铭匠光学7月15日开售APO-M 35mm F2镜头,老蛙继5月29日发布可360度旋转的24mm T14转角镜头后,7月18日又发布超广角新品镜头CF 10mm F4.0 Cookie。

根据对焦方式的不同,目前国产镜头可分为两类。一类充分发挥手动优势,通过差异化路径获取市场,生产一些难以做成自动对焦的超常规镜头,如老蛙的超级微距100mm F2.8镜头和大光圈33/50 F0.95镜头,七工匠的180度超大广角7.5mm F2.8镜头。岩石星走品牌差异化路线,赋予镜头趣味性,发布的移轴摄影镜头广受好评。另一类拥有自动对焦技术,主打性价比。这类镜头大多是轻量化镜头,小型定焦,价格却远低于原厂镜头。如广受摄影爱好者喜爱的唯卓仕85mm F1.8,价格不到原厂镜头的一半。

老蛙特种微距镜头24mm F14在社交平台上广受关注,长达408mm的镜头可以深入玩具内部、饮料瓶等狭小空间。众多国内外摄影师发布使用其拍摄的照片和视频,电影《奇迹·笨小孩》《唐人街探案3》等摄影剧组采用此款探针镜头,其独特的视觉效果令人难忘。珠宝摄影师叶广杰说,“这是全球唯一一款探针式镜头,能深入很多常规镜头无法到达的地方。可以用它拍摄一些有创意的画面,其纵深感、穿透感是其他微距镜头所无法达到的”。

斩获过多个国际奖项的国产品牌老蛙镜头还跟随神舟十三号登上太空,完成以中国空间站为题材的纪实巨幕影片《飞越苍穹》的拍摄,影片发布后受到广大网友的好评。老蛙镜头品牌营业总监范旭明兴奋地向记者介绍:“老蛙多款不同规格的镜头被采用到此次拍摄中,跟随宇航员一起翱翔太空,首次在太空完成了8K超高清拍摄。”

七工匠则是将品牌定位在产品差异化、高性价比,为摄影爱好者提供更多选择。2016年,7位摄影发烧友在深圳创立了深圳市七工匠光电科技有限公司。目前,七工匠已研发出多个

布局产品线。还要注意提升自动对焦技术在镜头上的使用,以满足非专业摄影人群对高效成像的需求。

再次,品牌要打得响。国产镜头的良好品质逐渐深入人心,但厂商在品牌打造上仍有较大提升空间。记者在走访摄影器材城时发现,国产镜头很少有独立柜台供消费者体验了解。此外,部分国产镜头产品包装不甚用心,对于追求消费体验的年轻消费者来说会影响品牌美誉度。对于扬帆出海的镜头厂商而言,更需要打响品牌,在竞争激烈的海外市场分得一杯羹。

当然,消费者也要有耐心。高性价比的国产镜头是消费者的美好期待,但好产品需要研发周期。国产镜头正在蒸蒸日上,相信在不久的将来能看到更多优质的国产镜头大放异彩。



唯卓仕Z卡口系列定焦镜头产品。(资料图片)

镜头小常识

按画幅分

C画幅镜头、中画幅镜头、全画幅镜头

按焦距大小分

鱼镜头、微距镜头、广角镜头、标准镜头、长焦镜头、超长焦镜头、变焦镜头等

系列近50款镜头,多款获得业内奖项。公司总经理刘家昌说,“我们的镜头因为高性价比,广受消费者好评,目前已达到14.5%的市场占比”。

北京摄影文化协会副会长、摄影器材专家陈曦认为,“国产镜头如此快速的发展是很多人没有预料到的,从只能做UV镜等配件到生产国产镜头,不仅产品附加值大大提高,打破了国外品牌对镜头市场的垄断,也通过差异化发展弥补了部分市场空缺”。

以研发转接环起步的唯卓仕,在发展中意识到自动对焦镜头的市场需求大,于是在弥补国内市场相关产品空缺的同时,着力满足消费者对自动对焦镜头国产化的需求。“作为为数不多的国产自动对焦镜头厂商之一,我们对标国际厂商,目前已推出30余款镜头,工艺、品质和产品性能都经得起市场考验。”戴锦辉说,“我们的定位是高性价比,让消费者能用更低的价格买到更好的产品。”

北京摄影文化协会副会长、摄影器材专家陈曦认为,“国产镜头如此快速的发展是很多人没有预料到的,从只能做UV镜等配件到生产国产镜头,不仅产品附加值大大提高,打破了国外品牌对镜头市场的垄断,也通过差异化发展弥补了部分市场空缺”。

国产镜头虽然起步晚,却在重重挑战下迎头赶上,并迅速在国内外市场站稳脚跟,用高品质和高性价比回应市场需求,为国产光学进一步发展奠定了基础。

创新研发夯实发展底气

当前,我国已拥有完整的光学产业链,能够满足各个阶段光学产品的研发与生产,逐步成为全球光学元件、组件与整机的加工制造中心。

对光学及镜头行业发展,国家给予了大力支持。“十三五”产业技术能力创新发展规划中提出,推动光学各细分领域的技术创新和发展,提高我国在光学加工设备、光学器件、光学镜头、光学仪器等方面的设计和整体制造能力;“十四五”规划纲要中提出,要在一线科研能力较强的城市建立国家创新中心,推动技术之间的合作共享。

老蛙镜头2016年获得国家“高新技术企业”证书,范旭明说,“这个证书不仅是企业综合实力达标的有力证明,更是对长庚光学和老蛙镜头产品影响力的肯定”。“对唯卓仕这样的创新研发型企业,国家政策支持力度很大,有力推动了企业的发展成长。”戴锦辉说。

除了政策支持,自身的研发创新能力也是国产镜头跨越式发展的底气。唯卓仕拥有200多人的研发团队,产品迭代速度较快。“从光路设计、材料生产到最后组装,都由自己的工厂完成,几乎每个环节都把控在自己手上。”戴锦辉说。唯卓仕在镜头方面已经拥有31项相关专利。

研发费用比重较大的还有老蛙镜头。“我们营销费用很少,资金基本上都用来研发了。”范旭明说,“只有不断研发新产品,才能符合市场需求和公司发展定位,否则营销再多也没有用。”目前,老蛙镜头自主研发的超广角、人像、微距、变形等镜头获得国家知识产权局颁发的发明专利授权证书共13个,实用新型专利授权证书19个。

七工匠镜头的创新研发速度是其核心优势的重要来源。除了民用镜头外,七工匠还针对工业用户和特定



摄影爱好者在体验七工匠光谱系列新品电影镜头。刘文杰摄

用好产品回应期待

调查手记

起步晚、相关人才稀缺、技术壁垒等挑战,仍然是国产镜头绕不过去的坎。要想弯道超车,国产镜头仍有较长的路要走。

首先,研发要跟得上。国产镜头厂商从一开始就十分注重研发,不但产品技术标准高,外形设计、材料质感等也都让消费者感受到满满的匠心。但不得不说,与日本、德国等国家相关行业上百年的积淀相比,国产镜头技术积累和研发人才相对较弱,一些核心技术依旧受限。因此,仍需在研发上下苦功夫,由中国制造向中国智造逐步迈进。

其次,贴近现实需求。部分国产镜头的差异化发展路线比较成功,但不能过分追求独树一帜而忽略消费者的现实需求。摄影市场庞大,但特定场景使用的特殊镜头需求量有限,普通摄影爱好者对于拍摄人像、风景等镜头需求量较大,国产镜头厂商要抓准需求,



老蛙已发布的部分镜头产品。(资料图片)