

经济日报携手京东发布数据——

透过镜头看商机



相机市场百花齐放

随着内容社交时代用户出游需求提升以及全民Vlog风潮持续发酵，各式摄影装备受到热捧。其中，微单相机、数码相机消费增长明显；下沉市场成为摄影器材消费新增长点

总体消费情况

主要摄影器材2022年上半年与2021年的成交额占比差值



消费者画像

年轻消费者已成为摄影器材消费的主力。其中，女性消费者的消费潜力还有待挖掘；男性消费者对专业器材的偏好值得商家重点关注

各年龄段消费者偏好指数 注：偏好指数越高说明越愿意购买该品类

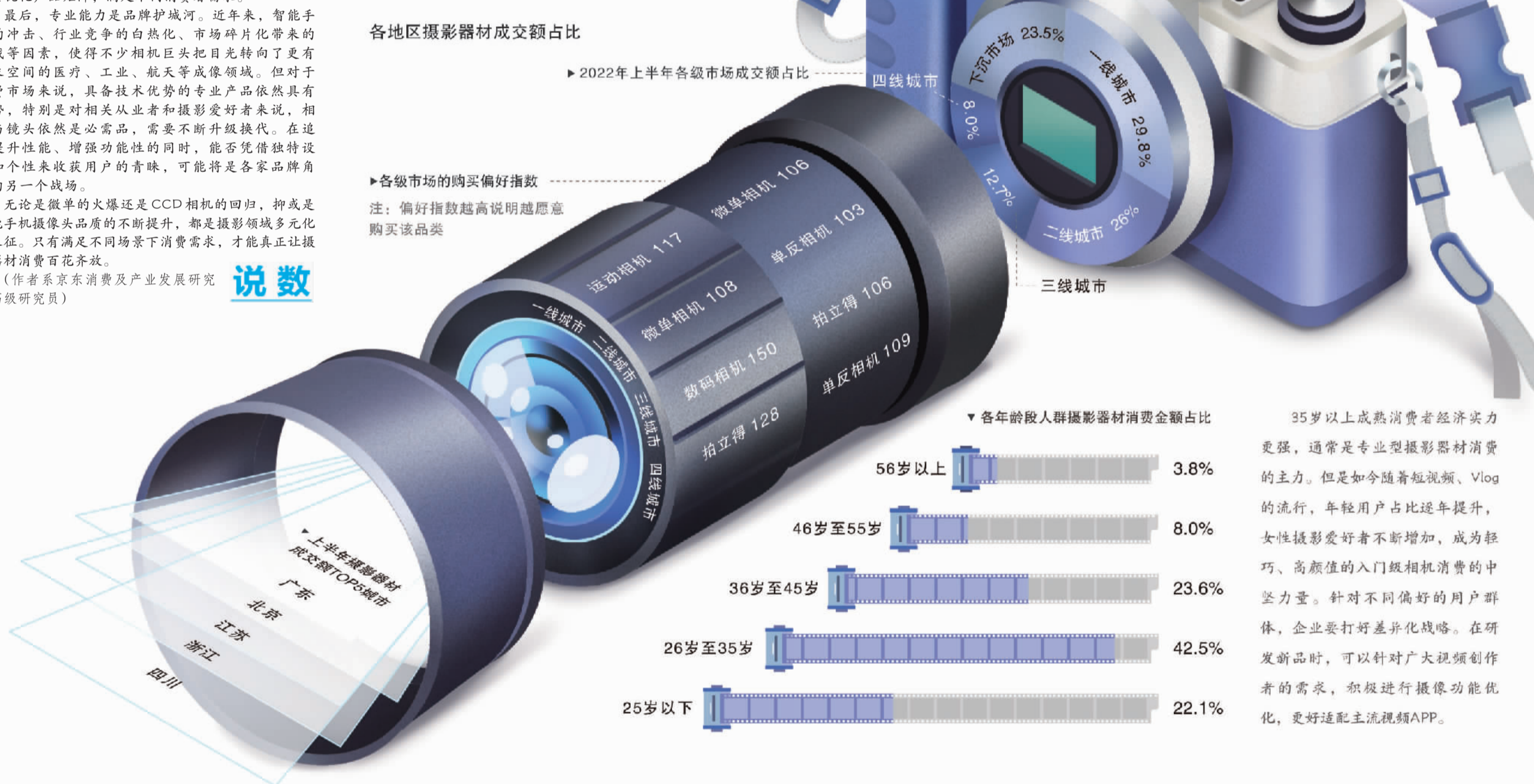


各地区摄影器材成交额占比

2022年上半年各级市场成交额占比

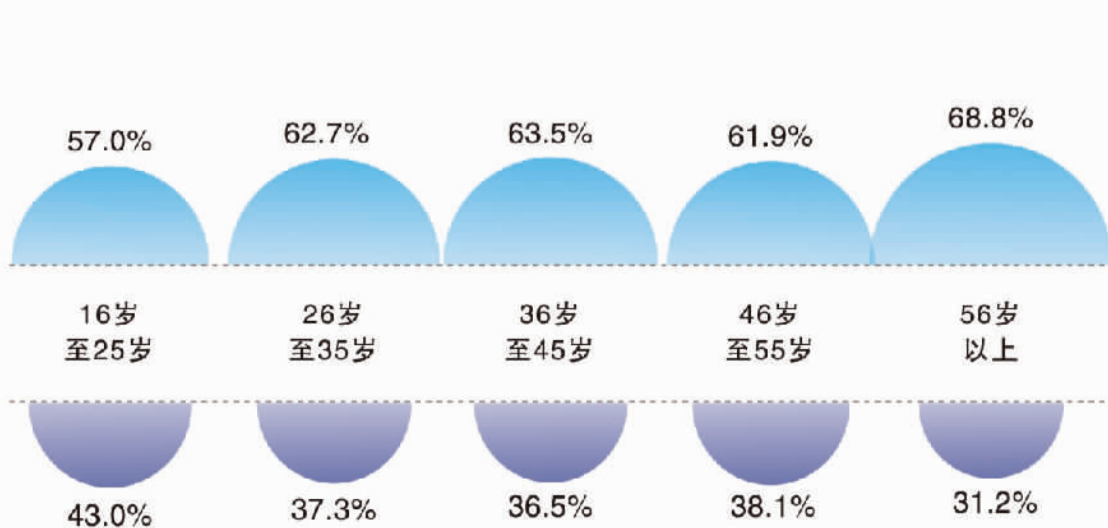
各级市场的购买偏好指数

注：偏好指数越高说明越愿意购买该品类

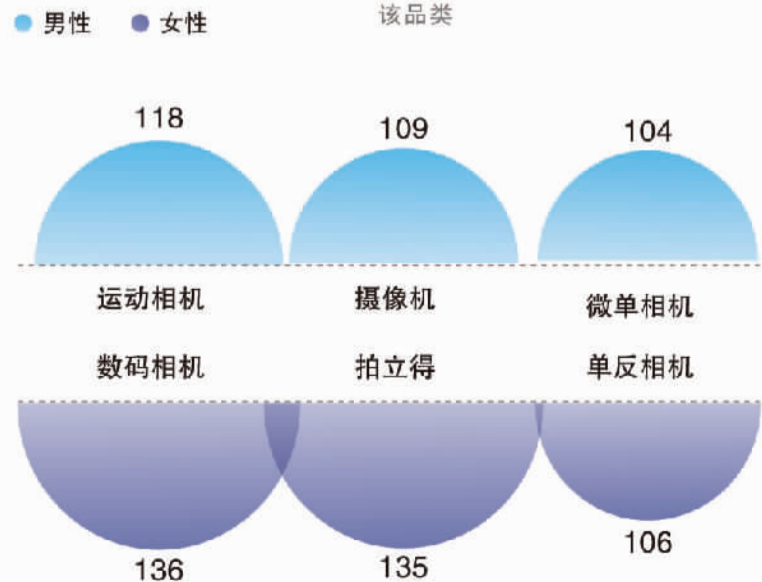


35岁以上成熟消费者经济实力更强，通常是专业型摄影器材消费的主力。但是如今随着短视频、Vlog的流行，年轻用户占比逐年提升，女性摄影爱好者不断增加，成为轻巧、高颜值的入门级相机消费的中坚力量。针对不同偏好的用户群体，企业要打好差异化战略。在研发新品时，可以针对广大视频创作者的需求，积极进行摄像功能优化，更好适配主流视频APP。

不同消费群体的摄影器材消费金额占比



不同性别消费者的偏好指数



柴闪闪

短视频、直播以及内容社交媒体的火爆，带动年轻消费者成为摄影器材消费的增长动力源。而不同消费群体在选择相机时的偏好也大不相同。女性摄影爱好者偏爱购买轻巧、高颜值的入门级相机；男性消费者则更青睐专业器材。因此，商家在新品开发和制定营销策略时，应注意优化产品矩阵，满足不同消费者需求。

最后，专业能力是品牌护城河。近年来，智能手机的冲击、行业竞争的白热化、市场碎片化带来的挑战等因素，使得不少相机巨头把目光转向了更有想象空间的医疗、工业、航天等成像领域。但对于消费市场来说，具备技术优势的专业产品依然具有优势，特别是对相关从业者和摄影爱好者来说，相机与镜头依然是必需品，需要不断升级换代。在追求提升性能、增强功能性的同时，能否凭借独特设计和个性来收获用户的青睐，可能将是各家品牌角逐的另一个战场。

无论是微单的火爆还是CCD相机的回归，抑或是智能手机摄像头品质的不断提升，都是摄影领域多元化的象征。只有满足不同场景下消费需求，才能真正让摄影器材消费百花齐放。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

虽然智能手机拍照功能不断完善，但是在拍摄专业性、场景适配性方面，专业摄影器材依然具备强大优势。随着技术发展，相机产品进一步多样化，从单反相机、微单相机到运动相机、拍立得，满足消费者不同需求的各类产品应运而生。总体来看，轻量化和便携性是相机发展的重要趋势。具备丰富设计经验、能够独立进行研发生产，不断强化技术研究能力的厂商将在市场竞争中取得优势。



更多内容 扫码观看

数据周期：2022年上半年