

2018-2024年中国摄影器材租赁市场投资市场运营 趋势分析及投资潜力研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国摄影器材租赁市场投资市场运营趋势分析及投资潜力研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/326613.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

报告目录：

第一部分 行业运行现状

第一章 中国摄影器材租赁概况 1

第一节 摄影器材简介 1

一、摄影器材定义 1

二、摄影器材种类 1

第二节 摄影器材租赁概况 1

一、摄影器材租赁起源 1

二、摄影器材租赁在中国的发展 2

三、摄影器材租赁生命周期 2

第二章 摄影器材租赁环境分析 4

第一节 宏观环境分析 4

一、经济环境 4

二、社会环境 6

三、政策环境 11

第二节 电子商务环境分析 16

一、电子商务发展分析 16

二、电子商务发展对摄影器材租赁影响 22

第三节 相关产业环境分析 25

一、摄影器材市场发展分析 25

二、摄影器材价格分析 35

三、摄影器材价格与消费水平分析 36

第四节 摄影服务市场现状 38

第三章 摄影器材租赁市场需求分析 49

第一节 商用租赁市场分析 49

一、商用租赁市场现状 49

二、商用租赁应用分析 49

三、商用租赁服务分析 49

四、商用租赁发展前景分析 50

第二节 个人租赁市场分析 51

一、个人租赁市场现状 51

二、个人租赁需求分析 52

三、个人租赁规模分析 52

四、个人租赁前景分析	53
第二部分 市场发展分析	
第四章 摄影器材租赁市场运行分析	54
第一节 摄影器材租赁整体发展分析	54
一、赢利性分析	54
二、成长速度分析	54
三、附加值的提升空间	54
四、风险性分析	54
五、竞争激烈程度分析	55
第二节 2017年摄影器材租赁运行分析	55
一、摄影器材租赁市场规模	55
二、摄影器材租赁渠道分析	56
三、摄影器材租赁服务流程分析	57
第三节 摄影器材租赁集中度分析	59
一、需求市场集中度分析	59
二、供给市场集中度分析	60
三、用户结构分析	60
第五章 摄影器材租赁区域市场分析	61
第一节 国际市场摄影器材租赁分析	61
一、美国市场分析	61
二、英国市场分析	61
三、日本市场分析	62
第二节 中国摄影器材租赁区域分析	63
一、上海市场分析	63
二、北京市场分析	65
三、广州市场分析	65
第六章 中国数码照相机行业商业模式创新转型分析	66
第一节 互联网思维对行业的影响	66
一、互联网思维三大特征	66
二、基于互联网思维的行业发展	68
第二节 互联网时代七大商业模式	71
一、平台模式	71
1、构成平台模式的6个条件	71
2、平台模式的战略定位	72
3、平台模式成功的四大要素	72

4、平台模式案例 73

二、免费模式 74

1、免费商业模式解析 74

2、免费战略的实施条件 75

3、免费战略的类型 78

(1) 产品模式创新型 78

(2) 伙伴模式创新型 78

(3) 族群模式创新型 80

(4) 渠道模式创新型 81

(5) 沟通模式创新型 81

(6) 客户模式创新型 82

(7) 成本模式创新型 82

(8) 壁垒模式创新型 83

三、软硬一体化模式 84

1、软硬一体化商业模式案例 84

2、软硬一体化模式受到市场追捧 85

3、软硬一体化模式是一项系统工程 88

4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措 89

四、O2O模式 90

1、O2O模式爆发巨大力量 90

2、O2O模式分类 90

3、O2O模式的盈利点分析 95

4、O2O模式的思考 96

五、品牌模式 98

1、品牌模式的内涵及本质 98

2、成功的移动互联网品牌 98

3、如何推进品牌经营 99

六、双模模式 99

1、双模模式概述 99

2、移动互联网：用户规模是关键 99

3、双模模式案例 101

七、速度模式 107

1、什么是速度模式 107

2、速度模式的主要表现 107

3、速度模式应注意的几个问题 107

第三节 互联网背景下数码照相机行业商业模式选择 108

一、数码照相机行业与互联网思维的结合 108

二、互联网背景下数码照相机行业商业模式选择 109

第三部分 竞争策略分析

第七章 摄影器材租赁市场竞争格局分析 110

第一节 三道视觉影像文化公司 110

一、企业概况分析 110

二、主营业务分析 110

三、摄影器材租赁业务发展分析 111

第二节 四川火鸟文化传播有限公司、 111

一、企业概况分析 111

二、主营业务分析 112

三、摄影器材租赁业务发展分析 112

第三节 北京上广传媒拍摄制作公司 112

一、企业概况分析 112

二、主营业务分析 113

三、摄影器材租赁业务发展分析 114

第四节 广州品租信息技术有限公司 118

一、企业概况分析 118

二、主营业务分析 118

三、摄影器材租赁业务发展分析 118

第五节 上海影视器材租赁网 123

一、企业概况分析 123

二、主营业务分析 123

三、摄影器材租赁业务发展分析 124

第六节 北京众合影视器材租赁有限公司 126

一、企业概况分析 126

二、主营业务分析 126

三、摄影器材租赁业务发展分析 126

第七节 杭州立冠影视器材有限公司 128

一、企业概况分析 128

二、主营业务分析 128

三、摄影器材租赁业务发展分析 129

第八节 杭州天风摄影摄像有限公司 130

一、企业概况分析 130

二、主营业务分析	130
三、摄影器材租赁业务发展分析	131
第八章 2018-2024年摄影器材租赁行业发展前景分析	132
第一节 摄影器材租赁需求前景分析	132
一、婚庆租赁前景分析	132
二、旅游租赁前景分析	134
三、企业/团体租赁前景分析	135
第二节 摄影器材租赁行业趋势分析	137
一、行业应用趋势分析	137
二、市场规模情况分析	139
三、行业市场潜力分析	140
第三节 摄影器材行业渠道发展分析	140
一、实体租赁模式前景分析	140
二、网络平台模式前景分析	141
三、O2O模式发展方向分析	141
第九章 2018-2024年摄影器材租赁企业竞争策略分析	143
第一节 2018-2024年摄影器材租赁市场竞争策略分析	143
一、摄影器材租赁市场增长潜力分析	143
二、现有摄影器材租赁竞争策略分析	144
三、典型企业租赁业务竞争策略分析	146
第二节 摄影器材租赁行业产品定位及市场推广策略分析	147
一、产品市场定位	147
二、推广策略	148
三、产品促销策略	148
四、网络推广策略	149
第三节 行业投资风险分析	152
一、行业宏观调控风险	152
二、行业竞争风险	152
三、行业供需波动风险	153
四、行业技术创新风险	153
五、行业经营管理风险	153
第十章 研究结论及建议	154 (AK LT)
第一节 摄影器材租赁行业研究结论及建议	154
第二节 摄影器材租赁细分行业研究结论及建议	156
第三节 摄影器材租赁行业竞争策略总结及建议	157

部分图表目录：

图表：行业发展周期 2

图表：行业生命周期图 3

图表：2017年年末人口数及其构成 7

图表：中国数码相机全国市场分销渠道零售额同比增长变化趋势 29

图表：普通商业摄影器材租赁价格参考 35

图表：摄像器材租赁报价表 35

图表：摄影器材订单额分布 37

图表：我国摄影器材个人租赁市场分析 52

图表：2014-2017年摄影器材租赁市场规模分析 56

图表：北京某摄影器材租赁公司价表目录1 57

图表：北京某摄影器材租赁公司价表目录2 58

图表：摄影器材租赁市场区域集中度分析 59

图表：摄影器材租赁行业市场份额分析 60

图表：北京三道视觉影像文化公司基本信息 110

图表：北京上广传媒业务流程 113

图表：上海影视器材租赁网模式分析 124

图表：杭州立冠影视器材有限公司租赁器材分类 129

图表：天风影像租赁业务情况 131

图表：2017年我国摄影行业器材微门微单/单电来数码相机品牌市场份额分析 137

图表：2017年十大热门单反相机产品 138

图表：2017年三大热门数码相机品牌关注比例 138

图表：2017年数码相机产品类型关注比例 139

图表：2018-2024年我国摄影器材租赁行业市场规模分析140

图表：2017年摄影行业结构分类 144

图表：摄影器材租赁业务流程分析 148

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/326613.html>