

中国摄影器材租赁产业态势观察及十三五投资环境分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国摄影器材租赁产业态势观察及十三五投资环境分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanongshebei/233336233336.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

摄影器材是照相机、镜头及其相关附件、与摄影活动相关的各种设备、物品的统称。包括胶卷这样的消耗品和大多数摄影器材经营者所经营的摄影用坎肩、摄影包等都属于摄影器材范畴。进入千禧之年，中国第一批进行器材租赁服务店面在上海诞生；早期的租赁产品仍以影棚灯具为主，由摄影师或广告公司进行租用拍摄大型广告。随之而来的中国步入了经济腾飞的高速时期。国际时尚产业入驻扎根：时装、杂志、设计行业蓬勃发展，以此带动商业摄影并滋生出一批走向国际的专业摄影师；在大量的商业拍摄需求面前，中国的摄影器材租赁便依托着大环境不断壮大成长。

2014年，我国摄影器材租赁市场规模在10亿元左右。其中，商业用途占据2/3的市场份额。上海之所以发展为全国摄影器材商用租赁的核心，主要有以下几个原因：1、从商业拍摄项目上说，整个中国大型广告商业片的拍摄大部分习惯在上海进行拍摄，而北京和上海大部分是时尚杂志片拍摄为主2、相对于其他城市来说，上海的大型企业有时候会邀请国外摄影团队进行拍摄，所以人员的流动性也相对较大3、上海地区的摄影师竞争十分激烈，很多时候他们为了节省成本更愿意租用好的器材去拍摄。除上海外，其它的主要供给市场为北京、广州等一二线城市。

随着移动互联网对现代各行业发展的影响日益深入，在各行业相继迈入移动互联网之际，已经有先见之明的租赁公司开始尝试在移动互联网的拓展，如前期上线运作的“租赁公司”3G平台便是租赁公司在移动互联网领域的尝试。该平台的上线，将进一步推进租赁行业业务范围的拓展以及提升租赁行业信息化水平。通过3G/4G平台的带动，我国租赁行业已经开始重视与移动互联网的融合发展，新市场的开辟、销售渠道的拓展、信息化水平的提升以及经济效益的提升，移动互联网无疑为我国租赁行业的发展注入了新的动力。随着租赁行业与移动互联网产业的进一步融合，租赁行业将迈入全新的发展时期。

中国报告网发布的《中国摄影器材租赁产业态势观察及十三五投资环境分析报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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战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。

报告大纲：

第一部分摄影器材租赁行业运行现状

第一章中国摄影器材租赁概况

第一节摄影器材简介

一、摄影器材定义

二、摄影器材种类

第二节摄影器材租赁概况

一、摄影器材租赁起源

二、摄影器材租赁在中国的发展

三、摄影器材租赁生命周期

第二章摄影器材租赁环境分析

第一节宏观环境分析

一、经济环境

二、社会环境

三、政策环境

第二节电子商务环境分析

一、电子商务发展分析

二、电子商务发展对摄影器材租赁影响

第三节相关产业环境分析

一、摄影器材市场发展分析

二、摄影器材价格分析

三、摄影器材价格与消费水平分析

第四节摄影服务市场现状

第三章摄影器材租赁市场需求分析

第一节商用租赁市场分析

一、商用租赁市场现状

二、商用租赁应用分析

三、商用租赁服务分析

四、商用租赁发展前景分析

第二节个人租赁市场分析

一、个人租赁市场现状

二、个人租赁需求分析

三、个人租赁规模分析

四、个人租赁前景分析

第二部分摄影器材租赁行业市场发展分析

第四章摄影器材租赁市场运行分析

第一节摄影器材租赁整体发展分析

一、赢利性分析

二、成长速度分析

三、附加值的提升空间

四、风险性分析

五、竞争激烈程度分析

第二节2014年摄影器材租赁运行分析

一、摄影器材租赁市场规模

二、摄影器材租赁渠道分析

三、摄影器材租赁服务流程分析

第三节摄影器材租赁集中度分析

一、需求市场集中度分析

二、供给市场集中度分析

三、用户结构分析

第五章摄影器材租赁区域市场分析

第一节国际市场摄影器材租赁分析

一、美国市场分析

二、英国市场分析

三、日本市场分析

第二节中国摄影器材租赁区域分析

一、上海市场分析

二、北京市场分析

三、广州市场分析

第六章中国数码照相机行业商业模式创新转型分析

第一节互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节互联网时代七大商业模式

一、平台模式

1、构成平台模式的6个条件

2、平台模式的战略定位

3、平台模式成功的四大要素

4、平台模式案例

二、免费模式

1、免费商业模式解析

2、免费战略的实施条件

3、免费战略的类型

(1) 产品模式创新型

(2) 伙伴模式创新型

(3) 族群模式创新型

(4) 渠道模式创新型

(5) 沟通模式创新型

(6) 客户模式创新型

(7) 成本模式创新型

(8) 壁垒模式创新型

三、软硬一体化模式

1、软硬一体化商业模式案例

2、软硬一体化模式受到市场追捧

3、软硬一体化模式是一项系统工程

4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

1、O2O模式爆发巨大力量

2、O2O模式分类

3、O2O模式的盈利点分析

4、O2O模式的思考

五、品牌模式

1、品牌模式的内涵及本质

2、成功的移动互联网品牌

3、如何推进品牌经营

六、双模模式

1、双模模式概述

2、移动互联网：用户规模是关键

3、双模模式案例

七、速度模式

1、什么是速度模式

2、速度模式的主要表现

3、速度模式应注意的几个问题

第三节互联网背景下数码照相机行业商业模式选择

一、数码照相机行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下数码照相机行业商业模式选择

第三部分摄影器材租赁行业竞争策略分析

第七章摄影器材租赁市场竞争格局分析

第一节三道视觉影像文化公司

一、企业概况分析

二、主营业务分析

三、摄影器材租赁业务发展分析

第二节四川火鸟文化传播有限公司、

一、企业概况分析

二、主营业务分析

三、摄影器材租赁业务发展分析

第三节北京上广传媒拍摄制作公司

一、企业概况分析

二、主营业务分析

三、摄影器材租赁业务发展分析

第四节广州品租信息技术有限公司

一、企业概况分析

二、主营业务分析

三、摄影器材租赁业务发展分析

第五节上海影视器材租赁网

一、企业概况分析

二、主营业务分析

三、摄影器材租赁业务发展分析

第六节北京众合影视器材租赁有限公司

一、企业概况分析

二、主营业务分析

三、摄影器材租赁业务发展分析

第七节杭州立冠影视器材有限公司

一、企业概况分析

二、主营业务分析

三、摄影器材租赁业务发展分析

第八节杭州天风摄影摄像有限公司

一、企业概况分析

二、主营业务分析

三、摄影器材租赁业务发展分析

第八章2016-2020年摄影器材租赁行业发展前景分析

第一节摄影器材租赁需求前景分析

一、婚庆租赁前景分析

二、旅游租赁前景分析

三、企业/团体租赁前景分析

第二节摄影器材租赁行业趋势分析

一、行业应用趋势分析

二、市场规模情况分析

三、行业市场潜力分析

第三节摄影器材行业渠道发展分析

一、实体租赁模式前景分析

二、网络平台模式前景分析

三、O2O模式发展方向分析

第九章2016-2020年摄影器材租赁企业竞争策略分析

第一节2016-2020年摄影器材租赁市场竞争策略分析

一、摄影器材租赁市场增长潜力分析

二、现有摄影器材租赁竞争策略分析

三、典型企业租赁业务竞争策略分析

第二节摄影器材租赁行业产品定位及市场推广策略分析

一、产品市场定位

二、推广策略

三、产品促销策略

四、网络推广策略

第三节行业投资风险分析

一、行业宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、行业供需波动风险

四、行业技术创新风险

五、行业经营管理风险

第十章结论及建议

第一节摄影器材租赁行业研究结论及建议

第二节摄影器材租赁细分行业研究结论及建议

第三节摄影器材租赁行业竞争策略总结及建议

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/233336233336.html>