

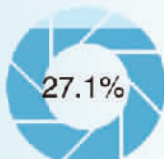
在这里读懂中国消费

“拍照搭子”消费需求攀升

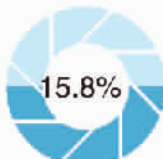


1 整体消费情况

摄影摄像产品成交量占比TOP5品类



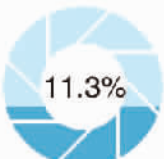
影棚器材



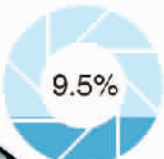
微单相机



镜头

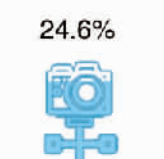


拍立得

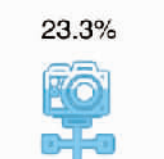


运动相机

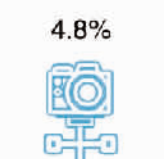
摄影摄像产品成交量占比TOP10省份



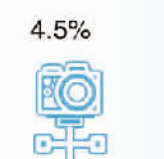
重庆



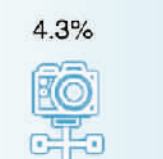
广东



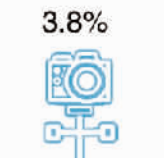
北京



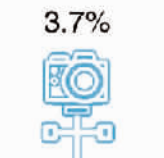
江苏



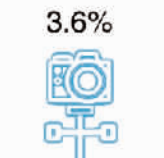
上海



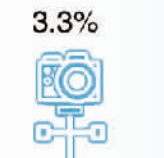
河南



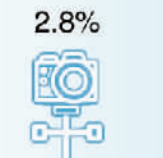
浙江



山东



四川



河北

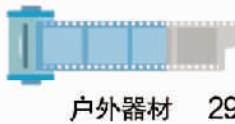
2 消费者特征

热点省份消费情况

广东成交额同比增速TOP3



运动相机 3.1倍



户外器材 294%



数码相机 252%

重庆成交额同比增速TOP3



单反配件 超10倍



运动相机 259%



数码相框 219%

辽宁成交额同比增速TOP3



户外器材 超10倍

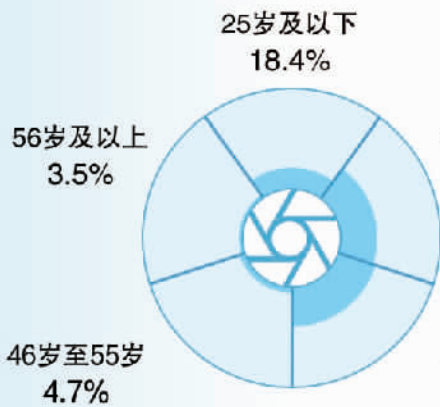


数码相机 4.0倍

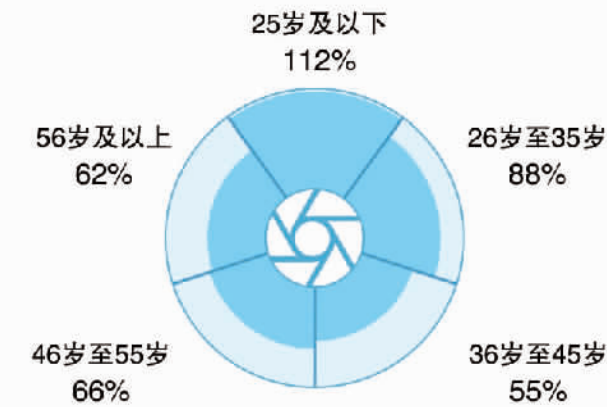


运动相机 3.0倍

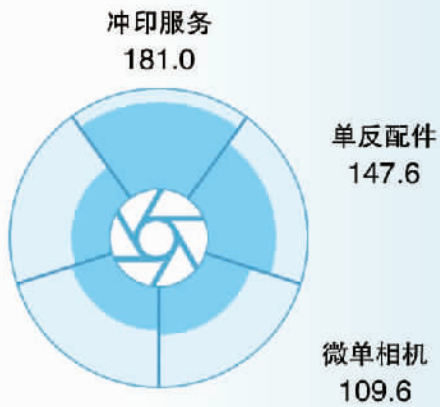
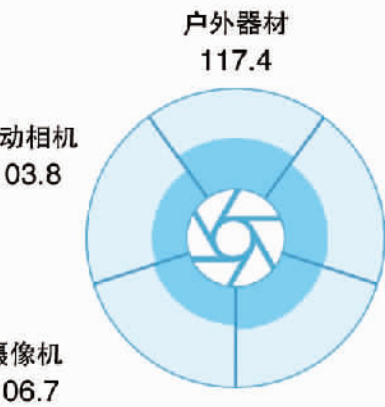
不同年龄段消费者的摄影摄像产品成交量占比



不同年龄段消费者的摄影摄像产品成交额同比增速



不同性别消费者的摄影摄像产品成交额占比



尽管手机摄影技术突飞猛进，但在画质、操控性和专业功能等方面，相机依然保持着明显优势。特别是演唱会和体育比赛远景拍摄、自然风光抓拍、水下拍摄等专业场景下，一款好相机带来的体验感备受消费者关注。

不同性别消费者的摄影摄像产品成交额占比



女性消费者



男性消费者

说数

近年来，用影像记录美好生活正成为人们日常生活的一部分，随着消费者“出片”需求不断提升，摄影摄像器材消费热度持续攀升。

从需求场景看，专业设备与场景化产品并重。外出游玩、户外运动等场景下，不少人边走边玩要求照片拍得好、发得快，售价相对不高的微单相机等，凭借便携性和多功能性，成为年轻用户社交媒体内容创作的“新宠”，部分热门款式的相机甚至一度卖断货。尽管户外摄影器材爆发式增长，但影棚器材仍稳居榜首，这反映出专业摄影与短视频制作需求的持续升温。

从消费者特征看，消费群体年轻化趋势明显，25岁以下用户增速领先，“Z世代”消费增长潜力巨大。虽然他们目前的消费占比不是最高，但112%的成交额增速远超其他年龄群体。男性和女性的消费偏好呈现出明显差异。男性消费者更关注

设备的硬件，如户外器材、运动相机，对摄影器材本身研究颇深；而女性消费者更关注成像的最终效果和过程体验，对冲印服务、拍立得、微单相机等能直接带来优质成品的品类表现出更强偏好。这种基于性别和兴趣的细分市场正成为新增长点，需要相关企业的产品定位和营销沟通更具针对性，以满足不同消费群体的精准需求。

同时，相比动辄上万元的购买价格，不少消费者可以通过设备租赁，以较低成本体验到最新的摄影器材。今年国庆中秋假期，租台无人机、便携式运动相机作为“旅游拍照搭子”，“以租代买”逐渐成为不少消费者的新选择。

摄影器材作为改善型、兴趣型消费的代表，其普及程度往往与地区经济活力、居民消费信心密切相关。看好这一成长性市场的企业需结合不同地域消费者个性化需求，在精准响应、优质服务上下功夫。



更多内容 扫码观看

数据周期：
2025年8月17日
至10月10日