

2025 手持智能影像设备 需求洞察

2025.11 艺恩出品



CONTENTS

- 手持智能影像设备市场概况
- 手持智能影像设备社媒洞察
- 手持智能影像设备品牌表现

01

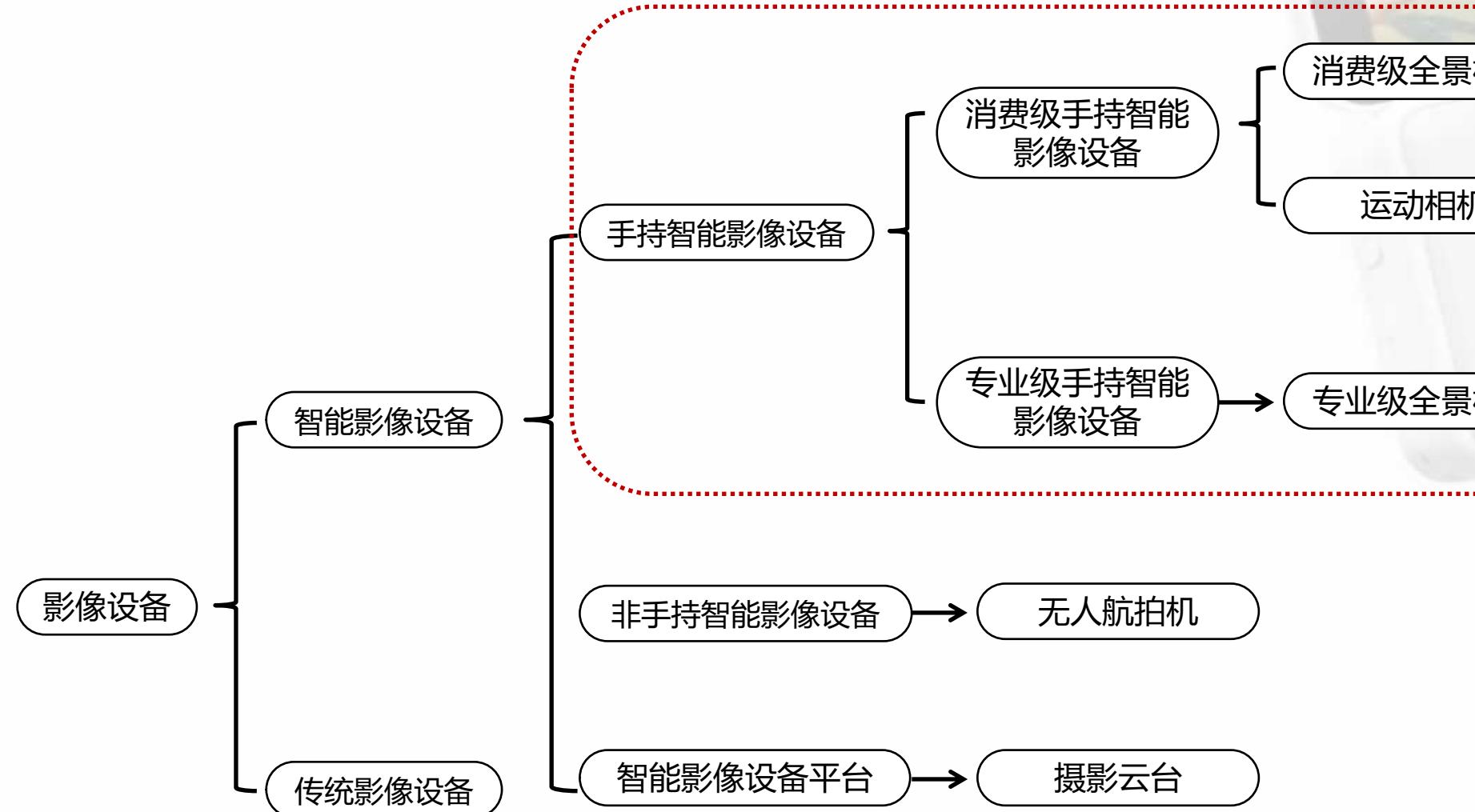
手持智能影像设备 市场概况



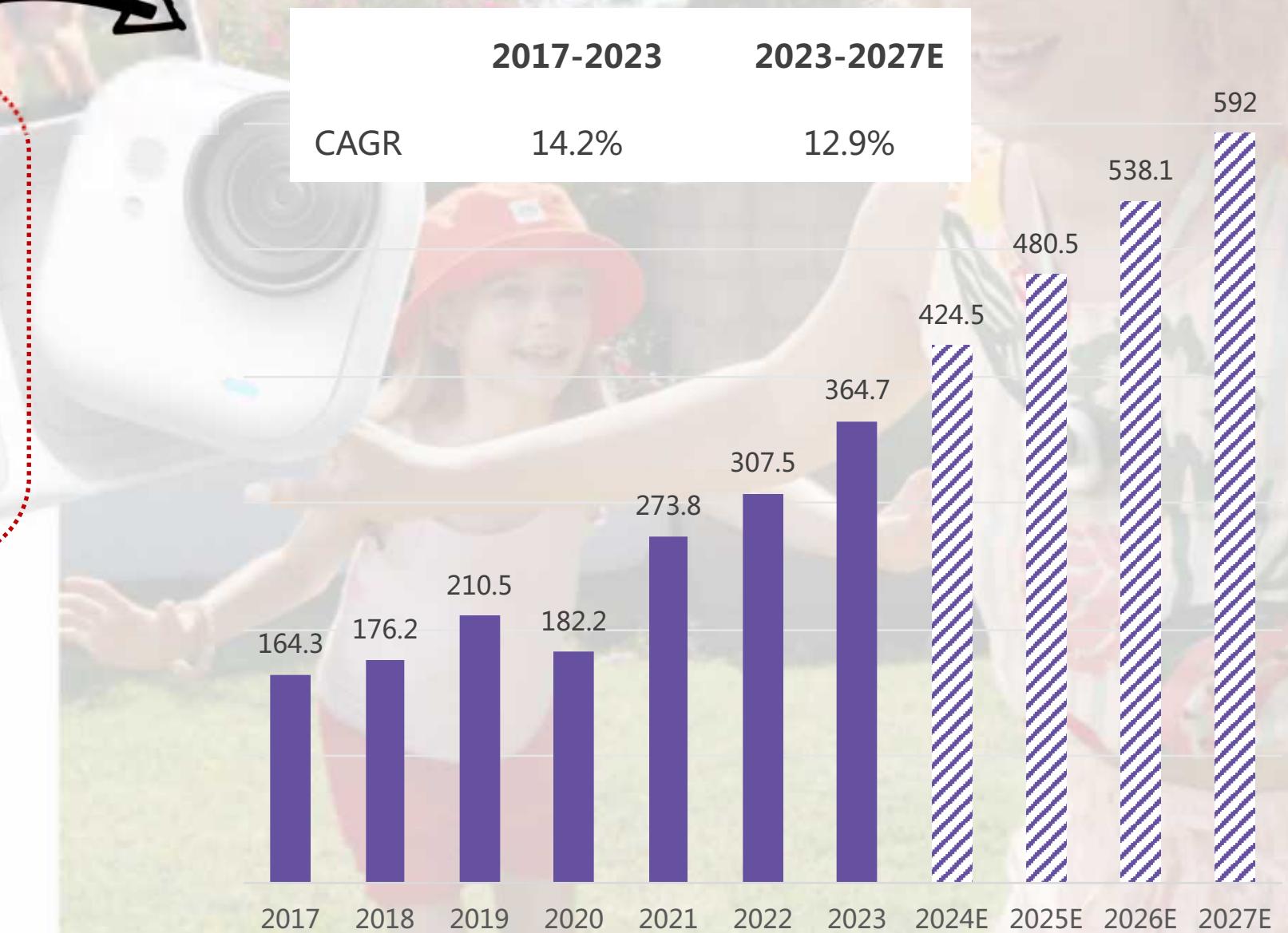


影像设备智能化升级，手持智能影像设备市场规模持续增长，预计到2027年市场规模接近600亿元

影像设备分类示意图



2017年-2027年手持智能影像设备市场规模（亿元）





手持智能设备影像以运动相机及消费级全景相机为主，年出货量到2027年预计超7000万台

运动相机



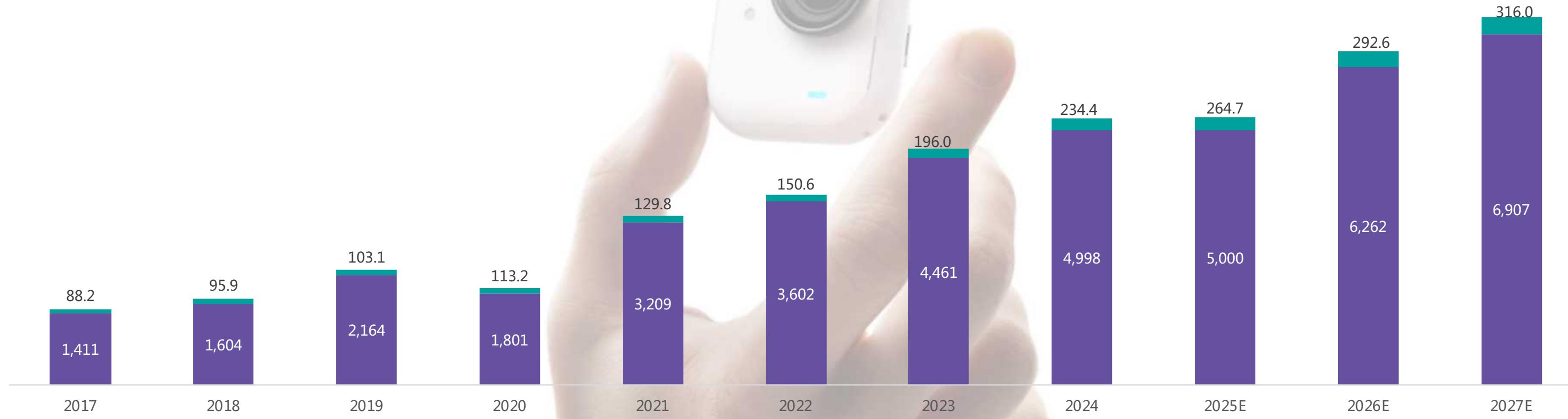
运动相机是指一种可以用于记录运动过程的相机，其可固定在自拍杆或身体某部位、头盔、滑板、自行车把手上，可用于满足拍摄第一人称视角运动场景的需求。运动相机相比传统相机拍摄视角更广，且对于抗震、防水、防尘、耐热、耐掉等性能的要求更高。

消费级全景相机



消费级全景相机360°影像功能的实现依赖于两个高精度鱼眼镜头同时交互拍摄，并需要通过图像拼接技术，生成全景图像。除特殊的全景拍摄功能之外，消费级全景相机还具备方便携带、操作简单等优点，通常被用于人们的日常出行旅游记录、极限运动拍摄、创意视角拍摄等领域。

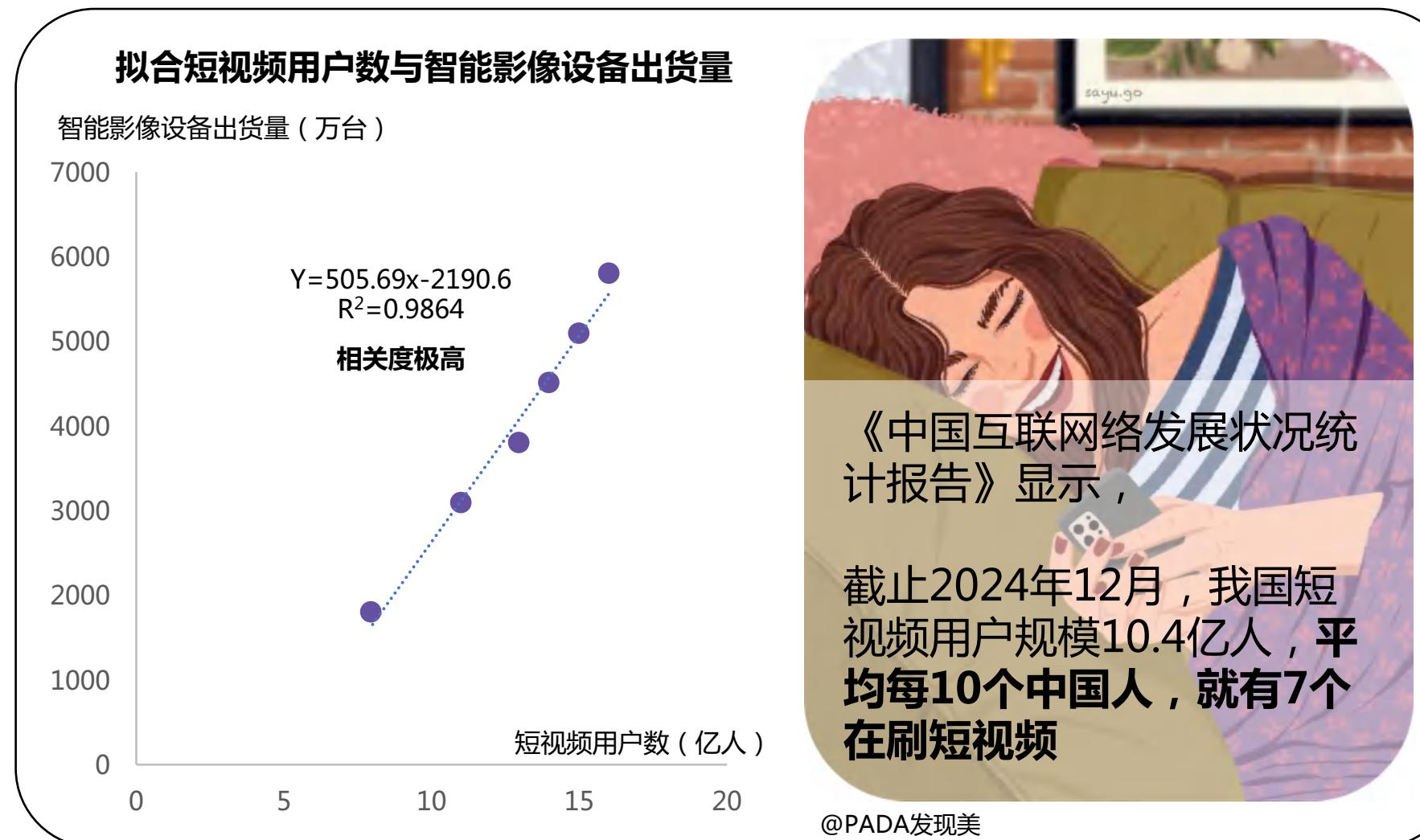
全球市场运动相机和全景相机出货规模（万台）





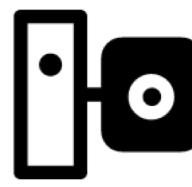
短视频的发展与户外运动的流行极大地拉动了手持智能影像设备的发展

短视频的发展



户外运动的流行

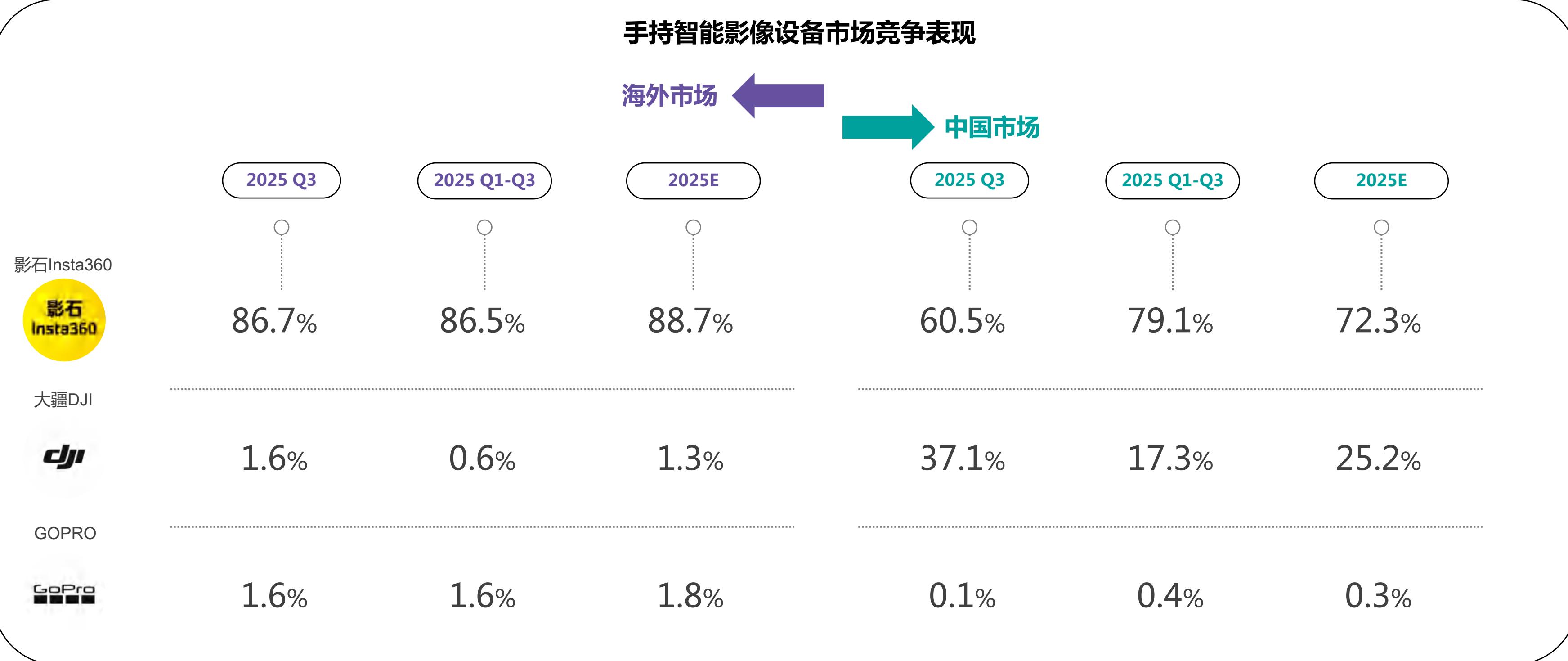




手持智能影像设备领域，中国品牌强势崛起，影石在海内、外市场强势领跑，并与大疆共同构成了国内市场的两强格局

手持智能影像设备市场竞争表现

海外市场 ← → 中国市场



02

手持智能影像设备 社交媒体洞察

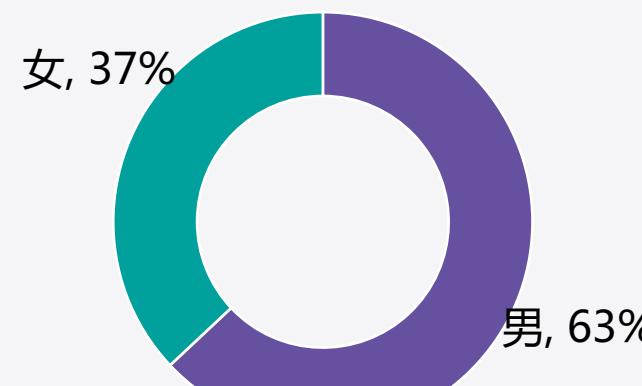




25-34岁的年轻男性是关注「手持智能影像设备」的核心群体，偏好生活记录与旅行摄影类内容，展现强烈的关注并分享生活的态度

「手持智能影像设备」人群画像

男性占比超60%



25-34岁群体占主导



偏好日常分享型内容



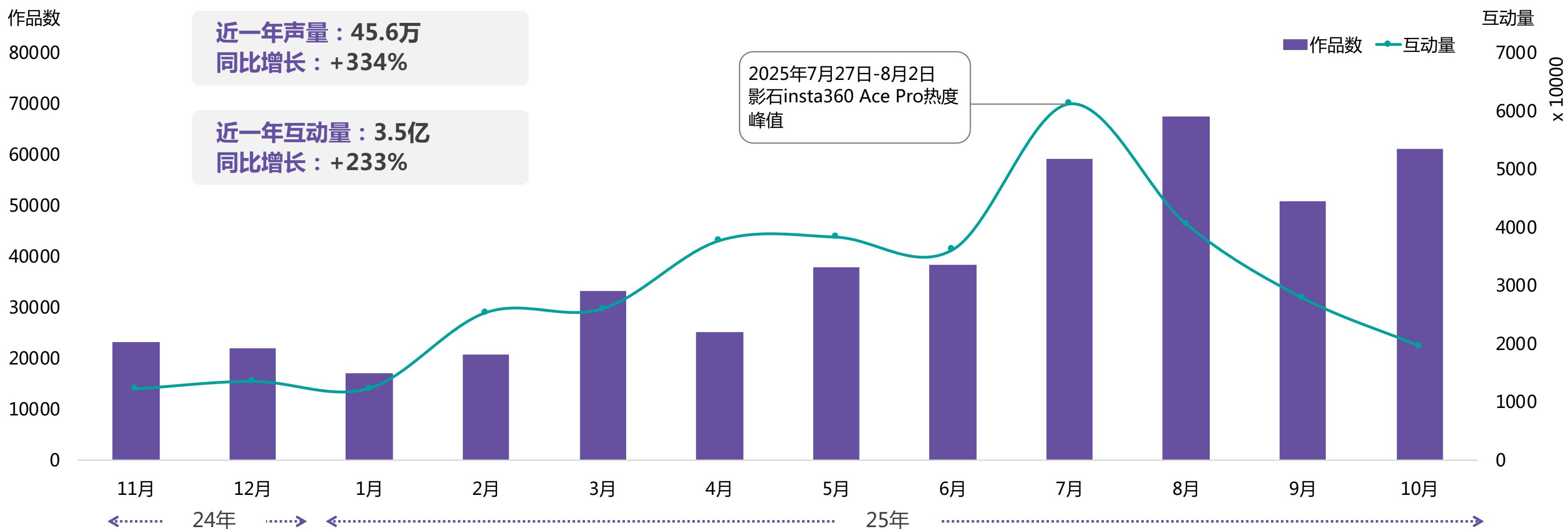
@艺文搭搭



产品完成市场教育，「手持智能影像设备」市场热度持续攀升，新品发布引发消费者关注

- 近一年手持智能影像设备相关声量超40万，同比实现超300%的提升；互动量超3亿，消费者积极关注设备相关内容；
- 2025年7月，影石发布ACE PRO，新品发布及技术迭代引发消费者关注

「手持智能影像设备」近一年社交媒体热度趋势





25年手持智能影像设备内容在抖音突破3亿互动，影石、大疆占领抖音用户心智，强势占领热点话题榜单



- 2025年抖音相关话题声量超16万，互动量超3亿，热点话题中除品类大类外，均被影石、大疆占领，深度占领抖音用户心智。同时，第一视角成为热门创作内容。



「手持智能影像设备」抖音相关内容热度趋势

抖音热度表现

2025年「手持智能影像设备」
内容声量

16.4 万

2025年「手持智能影像设备」
内容互动量

3.2 亿

2025年 抖音「手持智能影像设备」热点榜单

热点名称	声量	热点名称	声量
1 #运动相机	30,000	6 #大疆action4	6,010
2 #影石insta360	14,000	7 #大疆action5pro	4,565
3 #大疆	9,433	8 #insta360	3,384
4 #全景相机	6,969	9 #第一视角	3,208
5 #acepro2运动相机	6,872	10 #影石全景相机x5	3,110



25年手持智能影像设备在小红书内容声量超20万，大疆pocket3成为社交流行符号

- 2025年小红书手持智能影像设备相关声量超23万，互动量达2000万量级，大疆占领小红书热门话题，深入用户心智，成为生活化影像设备。



「手持智能影像设备」小红书相关内容热度趋势

小红书热度表现

2025年「手持智能影像设备」
内容声量

23.9 万

2025年「手持智能影像设备」
内容互动量

2,085.5 万

2025年 小红书「手持智能影像设备」热点榜单

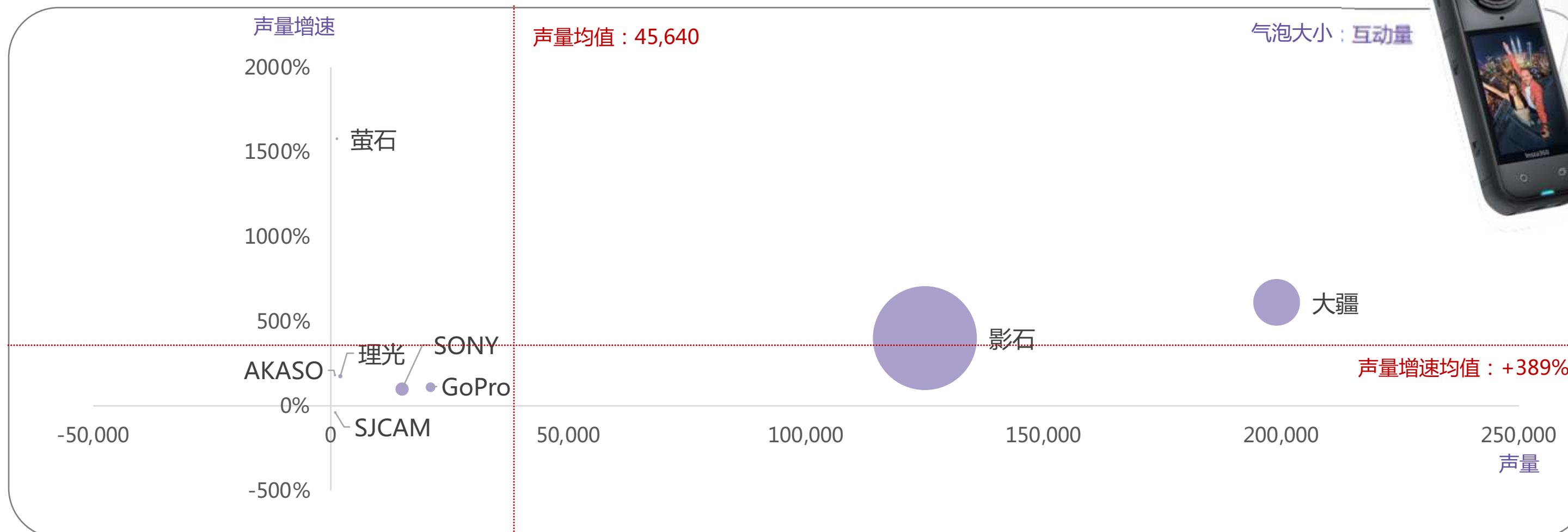
热点名称	声量	热点名称	声量
1 #运动相机	7,203	6 #全景相机	1,659
2 #运动相机拍摄	3,294	7 #旅游自拍神器	1,091
3 #大疆	2,874	8 #影石	925
4 #大疆pocket3	2,717	9 #大疆action4	701
5 #我的Vlog神器	2,401	10 #影石Insta360	626



大疆、影石凭借高话题度占据行业社交媒体主导地位，影石凭借优质内容引发了强烈的用户共鸣，品牌互动表现尤为亮眼

- 手持影像设备行业整体品牌集中度较低，国产品牌影石、大疆社媒热度遥遥领先，萤石增速显著。

「手持智能影像设备」主要品牌表现





手持智能影像设备为用户提供了观察世界的全新视角，多样的视角、艺恩 沉浸式的体验成为内容创作的基调

「手持智能影像设备」热门内容方向

旅行转场



标题：当我用杀死比尔的方式打开旅行转场

互动量：31.5万

技术解读



标题：大疆action5都升级了啥？

互动量：24.8万

宠物视角



标题：拜拜啦我要回家吃汤圆哦先走一步

互动量：701.5万

第一视角



标题：第一视角跳楼，惊险六连跳，你能坚持多久

互动量：21.0万

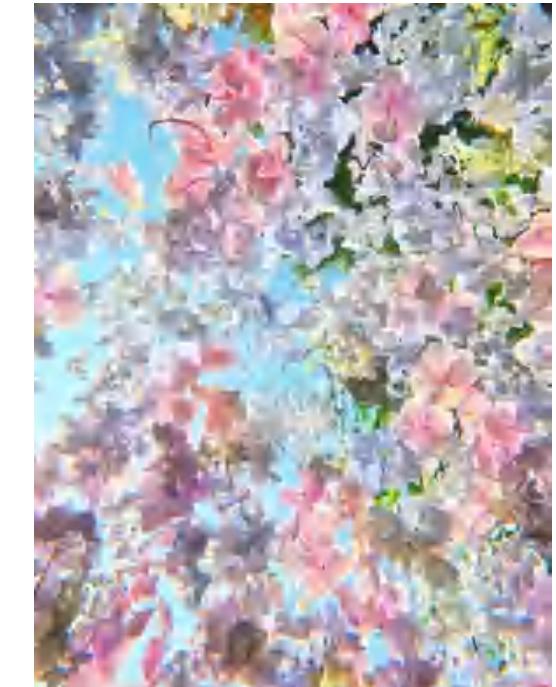
运动记录



标题：跑步这么拍，看了都说好

互动量：133万

沉浸式体验



标题：相机不小心掉进了水里...邂逅了水里的无尽夏

互动量：937.1万



随时随地记录是手持智能影像设备的重要价值，运动与旅行是核心场景，并有明确的“防抖”诉求，出片效果成为购买决策关键因素

- vlog是手持智能影像设备的核心关键词，随时随地记录生活成为手持智能影像设备的重要价值，旅途及运动过程是重要的记录场景；用户对于“防抖”、“续航”的功能最为关注；手持智能影像设备的出片效果成为用户核心关注，影响用户的购买决策。



「手持智能影像设备」热门讨论





- 对于手持智能影像设备，部分用户认为拥有手持智能影像设备让他们重新发现生活的美好，并且普通人平凡的生活也值得记录，普通人也能成为生活的主角；同时，持相反意见的用户在拥有后对其“祛魅”，认为手持智能影像设备并没有想象中的实用，对于普通人的生活，手机完全能够覆盖需求。

「手持智能影像设备」用户情绪感知

- 记录和浓缩了“我”的生活，重新发现生活的美好；
 - 普通人也是生活的主角。

A close-up photograph of a person's hand holding the DJI Osmo Pocket. The device is black with a small color screen displaying a preview of the video feed. Below the screen are several buttons and a joystick. The background is a blurred outdoor scene with green and yellow foliage.

- 消费主义的陷阱，没有想像中实用；
 - 普通人的生活没有那么多精彩值得记录。

运动相机
其实并没有
想象中实用

03

手持智能影像设备 品牌社交媒体观察



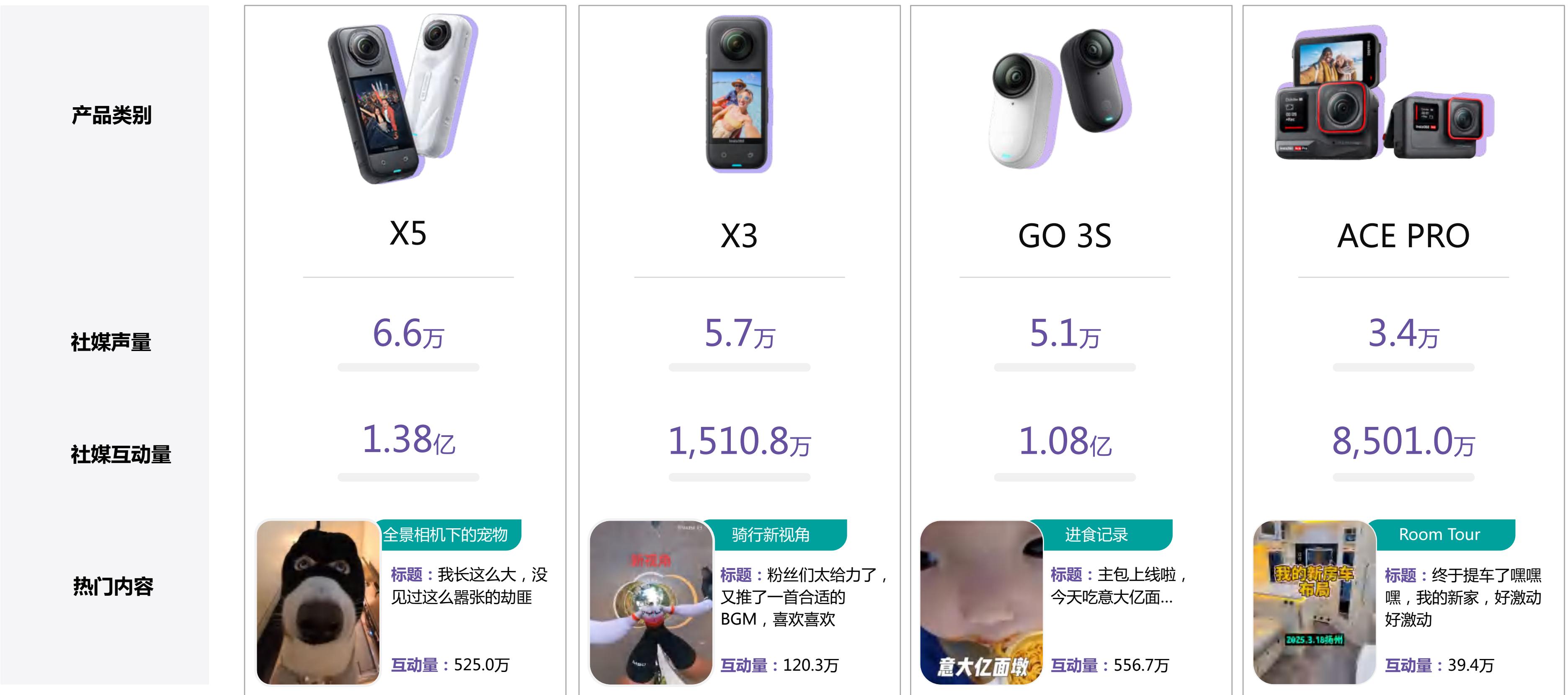


影石：品牌25年社交媒体热度一路走高，新产品发布引发市场关注





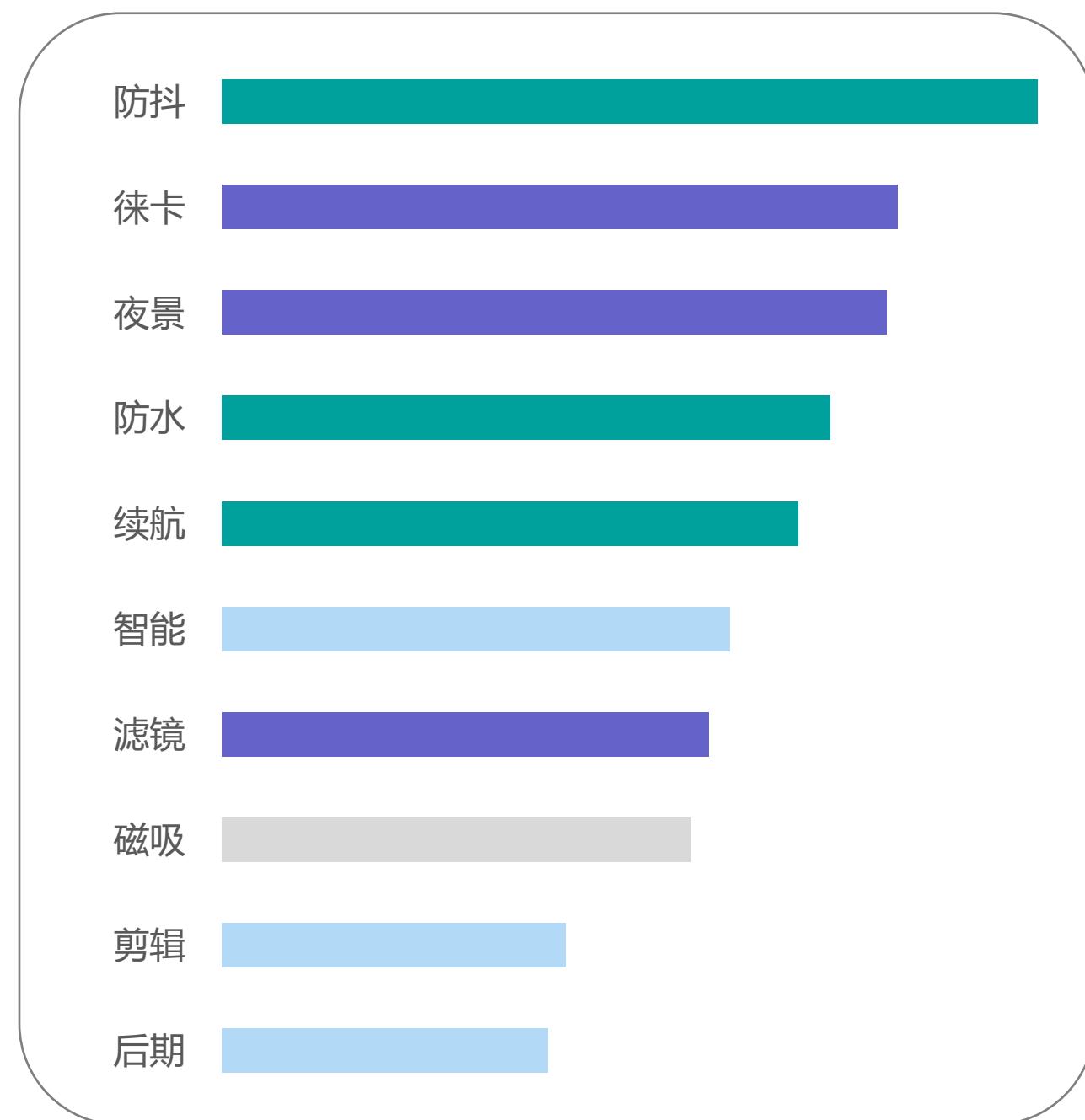
影石：全新升级的x5系列成为人气单品，全景相机成为观察生活的 新视角，全新视角下的日常内容引发高互动



影石：可靠性是用户对于影石设备的首要考量，徕卡级别的成像效果及智能化的后期处理共同构成了吸引用户的核心驱动力

- 用户对于影石手持影像设备功能的主要关注点集中于可靠性功能、成像效果及智能的后期功能，防抖科技、徕卡级别的成像效果成为吸引用户的核心驱动力。

「影石」功能社媒主要关注点（声量）



可靠性
“够用。手持很稳，基本不存在问题。磁吸挂在胸前拍摄，走动起来还是会有些晃动的感觉”



后期功能

“x4每次剪片子真的身心俱疲尤其用手机APP剪的时候”



标题：我的珠峰“跟拍摄影师，有了它，出门再也不用摄影师了

互动量：7.1万

功能点传递：“当我要拍摄第一人称视角的时候，我也会手持相机拍摄，这时候将自拍杆上扬一定的角度朝前拍摄，需要通过全景相机本身自带的**超强防抖**和**手臂带来的减震**才能拍出你们想要的平顺画面。”

成像功能

“不愧是年轻人的第一台徕卡相机相机到第一时间就拿去拍了这才搞好，首先感觉影石的屏幕是会骗人的，虽然拍完再看相机感觉不咋滴，但导到手机真的很清晰”



标题：这相机可玩性太强了，该火！

互动量：1.9万

功能点传递：“要说全景相机最痛的一点，还是后期操作难度太高，拍片一时爽，剪片泪两行。影石X5新的动态跟拍模式，自动跟踪拍摄主体，**拍完直出平面视频，即刻分享朋友圈，还会自动保存全景素材**，留下“人生底片”肆意创作。”

影石：影石占领运动场景，品牌运动场景相关声量超50%，建立起强大的品牌场景需求关联

- 影石社媒主要讨论场景为运动、日常记录、旅行及街拍。其中运动场景占据53%的声量讨论，品牌与场景深度绑定。

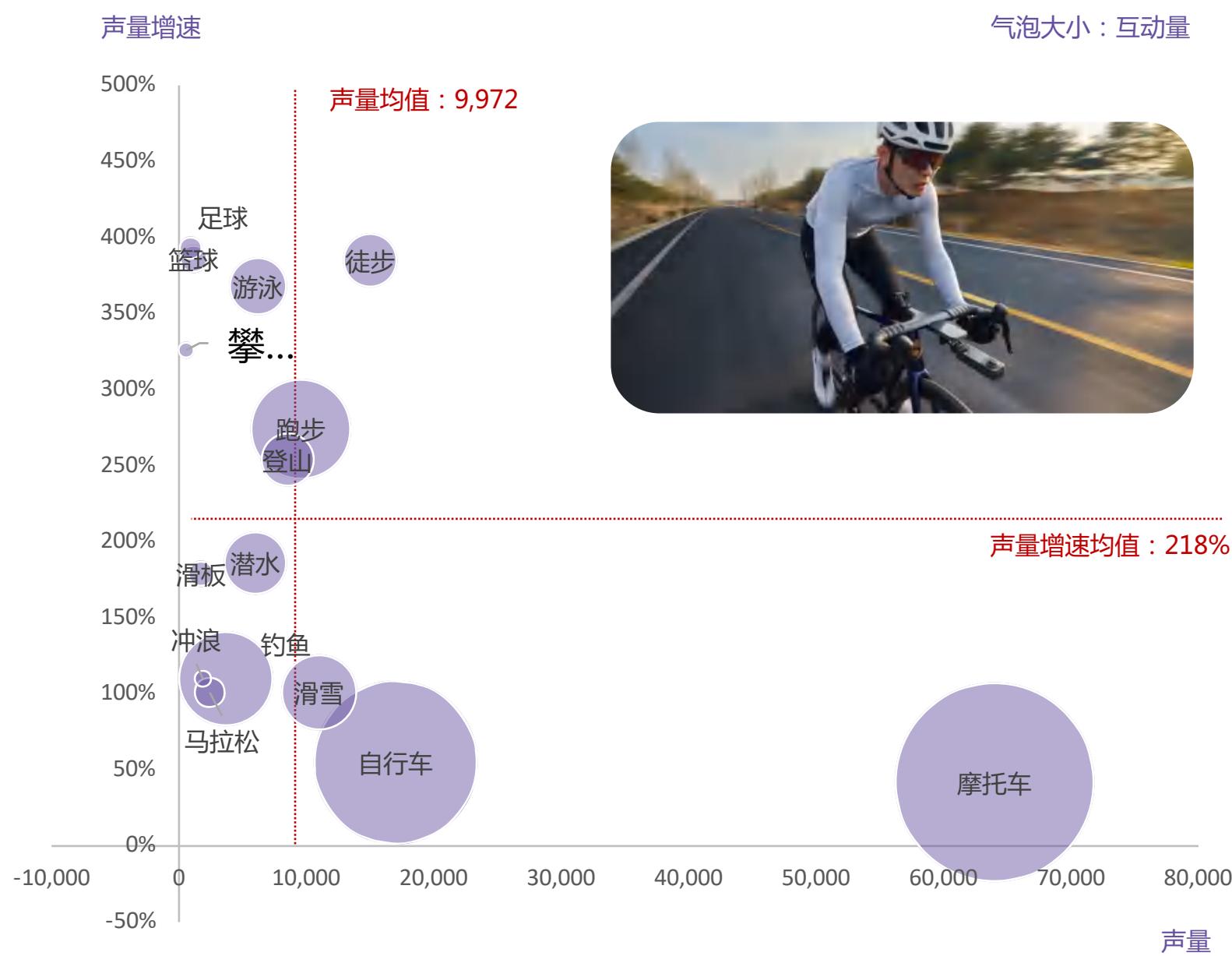
「影石」主要使用场景



影石：骑行是影石相机最核心的应用场景。记录运动日常，第一视角的沉浸式体验是运动场景下最主要的内容形式

- 摩托车、自行车骑行是影石相机的核心使用场景，影石运动相关的高互动话题均与骑行相关；徒步、登山等运动声量增长潜力突出，运动爱好者也逐渐用影石相机记录运动过程

「影石」热门运动场景



运动场景热门话题及内容维度



影石：影石通过富有创意的“蚊子视角”，激发用户灵感，引领他们从全新的角度记录生活、观察世界

- 影石带动“蚊子视角”相关内容创作，互动量超4000万，用户利用“蚊子视角”记录生活，观察人类幼崽视角下的世界，并为转场开发新角度。

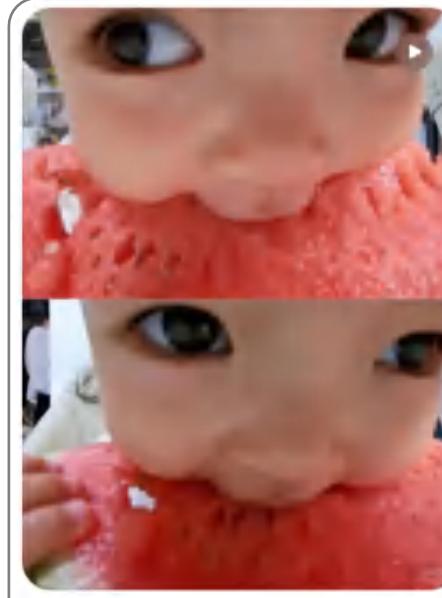


影石的GO Ultra萌宝视角模式，是专为记录宝宝世界设计的趣味拍摄模式。配合专用帽夹与人像对焦镜使用，可捕捉面部清晰、富有故事感的超低角度“蚊子视角”画面。这一独特观察视角，激发了用户的创作热情，引领他们以全新的方式记录生活点滴。

4,391.9万

互动量

「影石」热门话题

蚊子视角下的日常记录	人类幼崽视角	转场新角度	换个角度看自然
 <p>出来玩这样拍！蚊子视角记录太可爱了</p> <p>标题：出来玩这样拍！ 蚊子视角记录太可爱了</p> <p>互动量：1.5万</p>	 <p>蚊子视角下的人类幼崽吃甜甜大西瓜</p> <p>标题：蚊子视角下的人类幼崽吃甜甜大西瓜</p> <p>互动量：2,241</p>	 <p>五一出游要拍的转场又多了一个！！</p> <p>标题：五一出游要拍的转场又多了一个！！</p> <p>互动量：794</p>	 <p>昆虫视角下抬头看花</p> <p>标题：昆虫视角下抬头看花</p> <p>互动量：906</p>



大疆：品牌25年通过一系列主题推广，实现声量与互动率的持续攀升





大疆：pocket3爆火，推动了产品的广泛普及与市场渗透，新品 Nano引发市场关注

产品类别



Pocket 3



Action 4



Action 5 Pro



Nano

社媒声量

*因产品的高辨识度，所以声量、互动量计算不进行品类、品牌限定

77.4万

17.5万

14.2万

2.5万

社媒互动量

2.2亿

9,144.5万

4,109.1万

518.6万

热门内容



Pocket3的抽象用法

标题：pocket3的正确用法

互动量：114.9万



摄影转场

标题：静涌动远，暮潮生辉#水面转场#摄影日记

互动量：325.7万



特定视角

标题：当我把我的运动相机交给学生就会得到

互动量：124.7万



宠物视角

标题：当我把Osmo Nano放进猫咪碗里，就会得到...

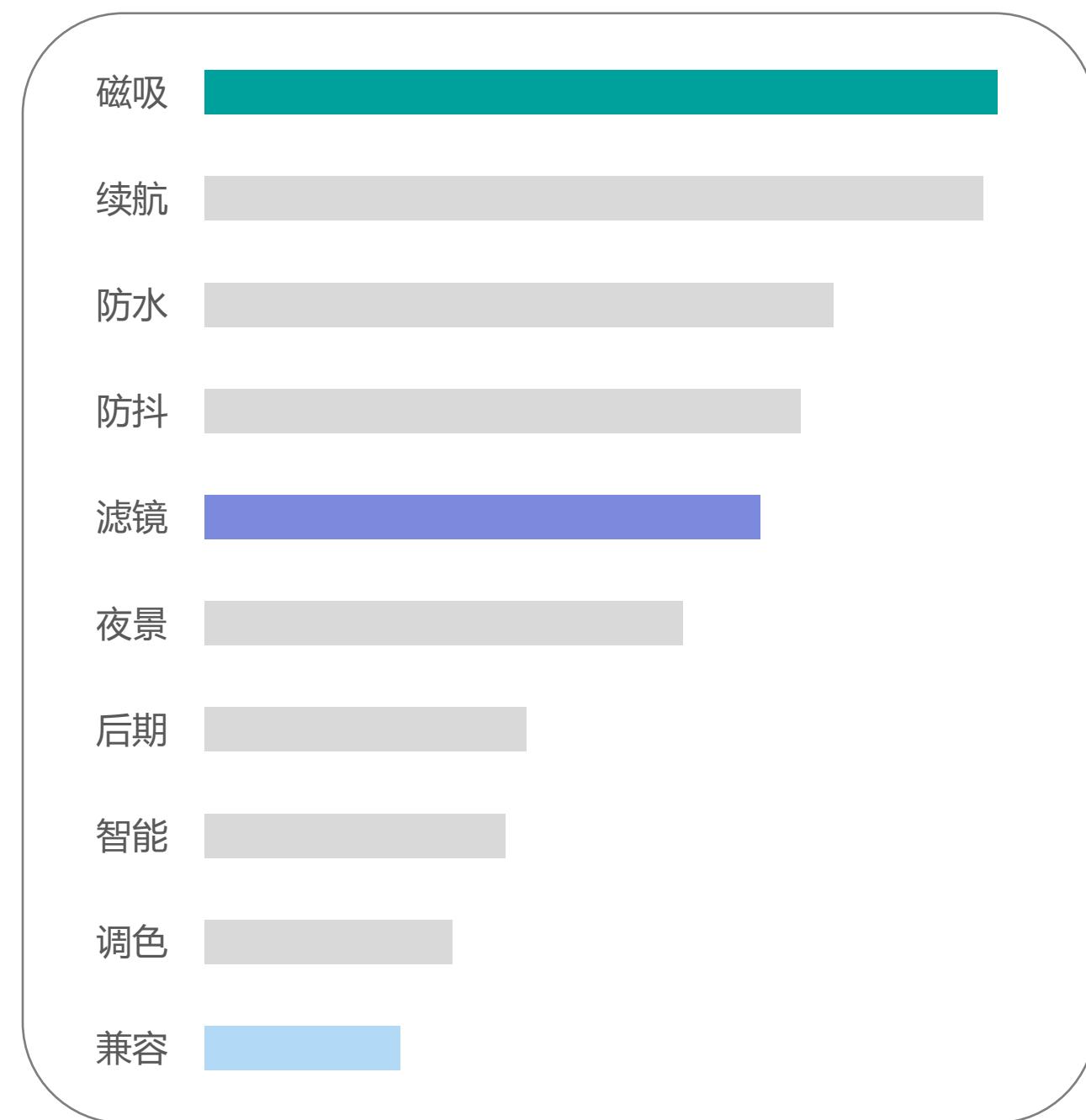
互动量：29.4万



大疆：大疆相机的配件及兼容性更受到用户的关注，完整生态所实现的拍摄便捷性及高效成为关键购买驱动因素

- 大疆相机所含有的磁吸、滤镜配件被用户重点关注，同时大疆完整生态所呈现出的便捷性和高效成为吸引用户的关键因素。

「大疆」功能社媒主要关注点（声量）



磁吸
“磁吸也是相当稳当，不用怕掉下来。旅行党十分推荐，几乎无感”



兼容
“大疆生态的延续性才是最大杀招，用着省心/省力又省钱，不得不说新机器能接上老配件生态的感觉，太美妙了！”



标题：大疆发布Osmo 360 8K超旗舰画质全景相机
互动量：1.5万

功能点传递：“采用**磁吸快拆设计**，同时兼容传统配件；更有 OsmoAudio™双麦克风直连，捕捉每一个动人时刻，精彩内容一气呵成”



标题：拍摄只带Action5pro够用吗？新手直出设置分享
互动量：1,531

功能点传递：“四个**大师滤镜**都很出片”

滤镜
“外面要套的是滤镜片（主要是针对强光和一些特定环境）内置的滤镜可以根据光线情况调整的”

标题：大疆全景相机来了！Osmo 360好玩爱玩！
互动量：1,006

功能点传递：“大疆Osmo 360全景相机1英寸大底+8K画质，内置105G存储还能**无缝兼容DJI生态**！”



大疆：大疆相机成功锚定日常场景，聚焦于生活记录与旅行拍摄，深入用户心智

- 大疆在社媒使用场景的讨论上集中于日常生活、旅行、运动及演唱会记录，其中生活记录及旅行拍摄成为大疆手持相机主要用途，深入日常场景中。

「大疆」主要使用场景



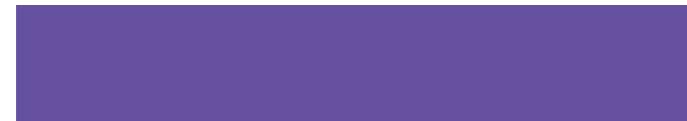


大疆：大疆用户将镜头转向生活本身，记录那些普通而又珍贵的日常，重构生活化的仪式感

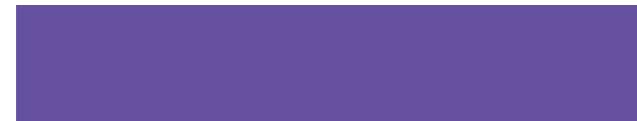
- 校园生活和日常风景是大疆相机用户最常记录的场景，学生们记录着平凡而又珍贵的校园生活；普通人将镜头转向那些日常而又珍贵的风景；重新用宝宝和宠物的视角观察生活，在独特的低角度视野中，发掘出生活的另一面温情与奇趣。

「大疆」热门日常场景

校园生活



日常风景



宝宝视角



宠物视角



平凡又珍贵的校园生活



标题：挑战两口吃完一桶泡面

互动量：253.4万

不普通的 生活风景



标题：当我开始用大疆记录生活

互动量：63.2万

宝宝视角下的治愈生活



标题：如何随手把日常遛娃拍成治愈电影？

互动量：1.2万

哈基米的生活日记



标题：用了 Osmo 360，才发现地球转动离不开小狗
互动量：1,549

大疆：大疆深入校园生活的肌理，pocket3成为记录青春的热门之选。收录着那些平凡的、盛大的及真实的青春生活

- 大疆与校园生活场景强关联，top话题达到千万互动，pocket3成为记录生活热门设备选择。高中生成为利用大疆记录校园生活的主力；除了平凡的校园生活外，大疆还参与着最具仪式感、最真实的校园片段

「大疆」校园生活热门话题



Top1

#校园生活

互动量：1,060.5万

Top2

#大疆pocket3

互动量：895.6万

Top3

#高中

互动量：463.6万

Top4

#第一视角

互动量：555.9万

Top5

#校园vlog

互动量：312.4万

「大疆」校园生活热门内容

「平凡」

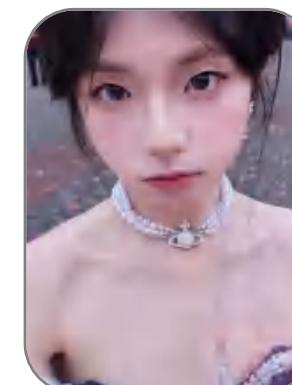
最简单的快乐



标题：挑战两口吃完一桶泡面
互动量：253.4万

「仪式」

最盛大的青春仪式



标题：未成十八先成礼，成人礼一镜到底
互动量：67.3万

「纪实」

最真实的参与视角



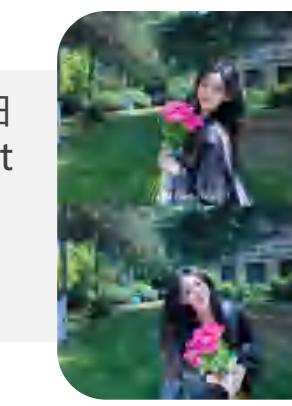
标题：当我把我的运动相机交给学生就会得到...
互动量：124.7万

最平凡的生活



标题：教室ASMR_@第一集
#校园生活
互动量：179.7万

最重要的阶段时刻



标题：用大疆拍毕业照已经next level
互动量：3,756



标题：我的相机里装的不止是风景
互动量：20.3万

大疆：交互玩法与用户共创，激发了用户的全新灵感，使其成为用户在旅行场景中的必备“神器”

- 大疆技术所支撑的用户交互玩法和用户共创的旅行参数让大疆成为用户在旅行场景中的必备“神器”。

「大疆」旅行场景热门内容

丝滑转场



滑屏转场

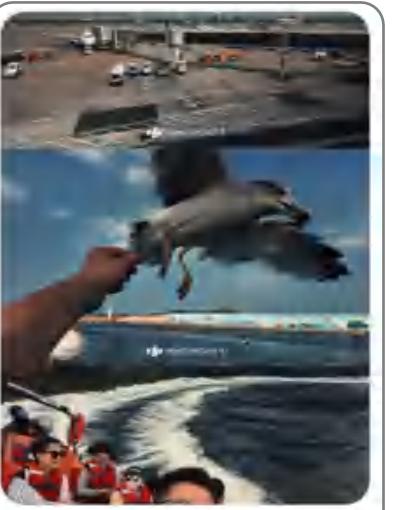
大疆Pocket3旋转屏“翻转即开机”的交互设计，为旅行转场打造标志性动作。



电影感vlog

大疆以盗梦空间、慢动作、希区柯克变焦、大疆进行曲等拍摄手法为旅行内容提供更多灵感。

旅行参数



三拼live图

三拼live图以“横屏临场感”打造旅行沉浸式内容呈现。



旅行参数

用户分享大疆旅行万能调色参数，一键出片。

12个场景调色参数



Pocket 3万能调色参数 | 12个场景
一键出片！

大疆：#大疆水印#成为品牌热门话题，用户将其戏称为“电子内裤边”，成为社交货币及身份标签的体现

「大疆」热门话题



#大疆水印，CK内裤边#

9.8万

互动量

#大疆水印#话题成为2025年大疆手持运动相机新热门话题，用户将其戏称为“电子内裤边”，如同CK品牌边的刻意展示，这背后是产品演变为社交货币与身份标签的体现。



“
大疆水印是必须漏出来的电子边边。以前不理解有的男的把内裤边边漏出来，买了大疆以后立刻理解了共情了加入了，所有加了水印的照片不管构图参数咋样，立刻变得咋看咋顺眼，大疆水印是摄影人必须漏出来的电子内裤边边。

”