



头豹
LeadLeo

2025年 全景相机行业词条报告

头豹分类/制造业/计算机、通信和其他电子设备制造业/非专业视听设备制造/影视录放设备制造

视界无界——全景相机在短视频与户外新消费场景中的爆发式增长路径 头豹词条报告系列



梁霄同·头豹分析师

2026-02-05 未经平台授权，禁止转载

行业分类：制造业/影视录放设备制造

摘要 全景相机是基于全景技术的智能影像设备，能捕捉多视角画面并生成全景内容，具有机身轻巧、操作简单等特点，应用于国防、旅行、自媒体创作等领域。其行业特征包括核心消费群体年轻化、人工智能技术依赖度高、应用场景多元化。2019-2024年，行业市场规模由2.24亿增至7.36亿，年复合增长率26.87%，这得益于短视频普及、专业级应用、旅游业复苏、户外运动普及等因素。预计未来，随着AI技术突破、微短剧发展及政府提振消费政策，行业规模将持续增长。

行业定义

全景相机是基于全景技术的智能影像设备，能捕捉全空间多视角画面，经算法自动拼接后，生成360度全景图片或视频。全景相机通常不设光学变焦与远摄功能，因此机身轻巧、结构简单。同时，全景相机的操作按键较少，需要搭配其他智能设备或对应的手机APP使用，主要应用场景包括国防、旅行、极限运动、体育赛事、自媒体创作等领域中。

行业分类

根据工作原理与应用场景，全景相机行业可以分为如下类别：

全景相机行业分类

基于工作原理与应用场景，全景相机行业可以分为半天球型全景相机与全天球型全景相机。

半天球型全景相机

半天球型全景相机仅配备一组超广角镜头，若用户想捕捉全景影像，需准备两部相机并通过后期制作合并影像。尽管该操作过程较为繁琐，但半天球型全景相机的优势是可自行调整拼接部位，让接缝处较为模糊，因此更适合专业摄影玩家使用。另外，半天球型全景相机制造成本较低，售价较为便宜。

全天球型全景相机

全天球型全景相机配备两组超广角镜头，可分别拍摄不同角度的画面，再借助内置的智能功能自动拼接，形成完整的360度全景影像。全天球型全景相机的优势在于无需额外借助其他软件，也不用通过繁琐步骤合成照片，更加适合初学者或刚入门的用户使用，但售价相对较高。

行业特征

全景相机的行业特征包括核心消费群体年轻化、人工智能技术依赖度高、应用场景高度多元化。

核心消费群体年轻化

与单反相机用户群体和消费需求不同，由于全景相机应用场景多为运动、旅行、VLOG拍摄等领域，因此消费级全景相机的核心玩家是注重动态拍摄性能的年轻户外运动爱好者。调研显示，国内该类产品的核心消费人群年龄集中在25-35岁，欧美地区玩家则集中在25-50岁，整体用户群体呈现年轻化特征，且规模正逐年扩大。

人工智能技术依赖度高

当前，智能化已成为全景相机行业的主流发展方向。以影石Insta360X5全天球型全景相机为代表，其搭载5nm人工智能三芯片，算力较前代提升140%，能实现自适应降噪、AI视频剪辑、画面矫正、动态范围优化等多项实用功能。同时，大疆Osmo 360全景相机同样可通过先进算法实现智能追踪、智能拼接等功能。由此可见，未来全景相机行业的竞争，将持续紧密围绕人工智能技术的迭代升级展开。

应用场景高度多元化

目前，全景相机应用场景之间存在巨大跨度。在消费级市场中，全景相机通常为一种创意生活工具，满足普通用户在旅行、运动、与Vlog拍摄等场景中对独特视角、沉浸式记录和便捷出片的需求，其价值在于降低创意门槛并提升社交分享的趣味性。而在专业级市场中，全景相机则演变为一种高效的生产力工具和解决方案，被广泛应用于房地产虚拟看房、新闻媒体现场直播、甚至公安执法记录以及国防领域的战场地形勘探等。

发展历程

2013年，日本理光（Ricoh）推出全球首款全景相机Theta，全景相机行业由此步入起步阶段。2016年起，影石Insta360、GoPro、三星、尼康等科技初创企业与行业巨头纷纷入局，推动行业进入迅猛发展阶段。2020年后，得益于软件技术与人工智能算法的升级，全景相机逐渐成为兼具创造力的个人影像解决方案，在全球范围内流行开来。如今，随着大疆创新开始布局全景相机业务，行业竞争逐渐迈入新的高度。

萌芽期 · 2013-01-01~2015-01-01

2013年11月，日本理光（Ricoh）公司在柏林国际广播展中发布Theta系列360°全景相机，为世界首款360°全景相机。2015年，日本理光公司发布理光Theta S全景相机，将像素由600万提升至1,400万。

理光（Ricoh）Theta系列为彼时尚处空白的消费级全景相机市场提供了成熟的硬件产品，不仅奠定了这类相机的基本形态，还吸引了更多品牌与资本入局该领域，助力市场完成初步形成。

启动期 · 2016-01-01~2021-01-01

2016年，影石Insta360公司发布Insta Nano全景相机，成为全球首款可使用户直连手机，一键拍摄全景照片或视频的全景相机。与此同时，三星公司开始布局全景相机业务，发布旗下首款全景相机Gear360。2017年，美国GoPro公司发布首款全景相机Fusion。2018年，各大企业开始推出防抖技术，使画面平稳度与流畅度得到进一步突破。

该阶段内，各大企业纷纷加大研发投入，新技术解决了消费级全景相机长期以来面临的画面抖动、自拍杆穿帮等多个痛点，并且全景相机由“记录工具”被重塑为“创意工具”，刺激了社交媒体内容创作者的需求。

高速发展期 · 2022-01-01~至今

2021年后，影石Insta360凭借强大的软件实力与AI算法，在全球全景相机市场中占据了较大的市场份额。其推出的FlowState防抖技术、“先拍摄后取景”模式、AI智能编辑功能，以及小行星、移动分身等AI创意模板，再次推动了全景相机领域的“技术内卷”。2025年7月，无人机巨头大疆创新发布Osmo 360全景相机，开始布局全景相机领域，市场预期有望占领相当一部分的市场份额。

这一阶段，AI技术显著降低了全景创作的门槛，同时提升了内容的趣味性与传播力，直接带动市场实现快速增长。截至2023年，影石创新在全球消费级全景相机市场的占有率已达67.2%，不过随着大疆的入局，其市场领先地位或将面临挑战。

产业链分析

全景相机产业链的发展现状

全景相机行业产业链上游为零部件与软件供应环节，主要作用为提供制造全景相机所需的物理基础与智能核心。产业链中游为整机制造环节，主要作用为将上游零部件转化为具有价值的全景相机产品。产业链下游为终端销售与应用环节，主要作用为决定产品的市场价值与生态活力。

全景相机行业产业链主要有以下核心研究观点：

AI成为行业竞争高地，算力需求呈爆炸式增长

1. 中游环节可通过AI技术实现更多功能。

AI技术在全景相机中的应用，显著降低了设备使用门槛，提升了操作便捷性。依托AI的深度学习能力，全景相机可对拍摄的相片或视频进行针对性优化，通过海量数据的学习与训练，AI算法能精准把握用户偏好的画面构成、色彩分布及成像风格，为用户输出观感更出色的影像作品。目前，AI技术已为全景相机赋能多项实用功能，比如根据场景内容优化照片中物体的色彩与细节，还能通过对大量RAW照片色彩还原数据的训练，实现AI自动调色、降噪、色彩还原及细节优化等效果。

2. 中游环节对算力相关上游环节需求度极高。

上游层面，AI算法的落地与迭代直接推动核心零部件需求升级，图像处理器、高算力GPU等硬件已成为适配AI功能的关键配套。通过剖析财务数据来看，行业内众多企业的采购数据可充分佐证这一趋势。例如在2021-2024年间，某头部企业IC芯片采购成本始终在其原材料总成本中占据较

高比重，其中2024年1-6月，IC芯片采购成本占比达到26.9%，不仅超过镜头模组采购成本，更成为公司原材料采购总成本中占比最高的项目。

上游硬件呈现垄断格局，下游应用出现市场分层

1. 上游核心零部件市场集中度极高。

光学镜头领域，日本企业依托先发优势与技术积累，长期占据市场垄断地位。据权威媒体数据显示，2024年全球光学镜头行业约49.3%的市场份额被三家日本企业包揽，其中腾龙公司光学镜头市占率达17.5%，适马公司与索尼公司的镜头市占率分别为16.8%和15%。图形处理器（GPU）方面，市场毫无悬念被美国英伟达公司与AMD公司所完全占据，其中2025年二季度英伟达公司GPU全球市占率更是达到94%。另外，如CMOS传感器、ASIC芯片、电池等一系列核心零部件均被中、美、日三个国家所主导，市场呈现“标准化寡占”格局，因此上游环节议价权极高。

2. 下游需求驱动产业链向解决方案与生态服务延伸。

全景相机产业链下游分化为两类需求差异显著的市场，这一趋势正推动品牌商从单纯的产品供应商向生态服务商转型。在消费级市场，行业发展高度依赖抖音、IG Reels、YouTube Shorts等社交媒体传播，市场需求集中于“创意便捷性”，品牌通过提供模板化剪辑工具和搭建用户社区，降低内容创作门槛，进而形成硬件-软件-内容的完整闭环。在专业级市场，产品应用广泛覆盖房地产、新闻、测绘等领域，需求核心聚焦“工作效率”，品牌需提供从采集设备到数据处理平台的全链路解决方案。以2022年北京冬奥会为例，影石创新借助“科技冬奥”重点专项，在场馆内部署了数十台4K或8K全景摄像机，成功突破传统定点、被动式的赛事观赏模式，让观众能够远程自主交互，通过连续改变视角和位置，获得身临其境的观赛体验。

产业链上游环节分析

生产制造端

零部件与软件供应

上游厂商

索尼（中国）有限公司

腾龙光学（佛山）有限公司

欧菲光集团股份有限公司

浙江舜宇光学有限公司

深圳豪威科技集团股份有限公司

英伟达半导体科技（上海）有限公司

上海高通半导体有限公司

深圳市海思半导体有限公司

宁波舜宇光电信息有限公司

上海韦尔半导体股份有限公司

影石创新科技股份有限公司

深圳市大疆创新科技有限公司

上游分析

上游环节核心零部件行业集中度极高

1. 日本与欧洲垄断光学市场，占据大部分市场份额。

光学镜头行业中，日本企业依托深厚的技术积累与显著的规模效应，已连续数十年主导全球市场。2024年日本BCN Awards公布的权威数据显示，**全球光学镜头行业约49.3%的市场份额被三家日本企业包揽，其中腾龙公司光学镜头市占率达17.5%，适马公司与索尼公司的镜头市占率分别为16.8%和15%。**与此同时，以德国徕卡、蔡司为代表的欧洲光学镜头企业，凭借极致的产品性能，在航空航天、广告拍摄等专业级应用市场成功占据一席之地。**数据显示，德国光学行业在欧洲大陆光学产业产值中的占比超过41%，在全球光学市场中则占据约6%的份额。**

2. 美国主导算力市场，中国加速国产替代。

随着AI成为全景相机行业竞争高地，图形处理器（GPU）、CMOS传感器（CIS芯片）、中央处理器（CPU）等一系列算力相关核心零部件需求迎来爆发式增长。当前算力市场中，美国企业处于垄断地位。**以GPU市场为例，美国英伟达与AMD公司瓜分了全球近100%的市场份额，其中英伟达GPU全球市场份额高达94%。**近年来，受地缘政治冲突风险上升影响，中国在人工智能芯片领域开始寻求自主

发展路径。依托国家“十四五”规划和“东数西算”战略的深入推进，以及AI大模型、具身智能等新兴领域催生的广阔市场需求，国产自主化浪潮与AI算力爆发正为国产GPU开辟前所未有的市场空间。2025年下半年，摩尔线程、沐曦股份先后过会，未来有望借助资本市场加速发展，为GPU芯片国产替代进程注入强劲动力。

头部整机制造厂商主导上游核心算法与软件供应环节

1. 中游厂商通过自研软件构建核心护城河。

上游环节的硬件（如芯片、传感器、镜头等）具有标准化属性且可通过采购获取，任何竞争对手都能通过不同渠道买到相似部件，因此仅靠硬件组装的企业，很容易陷入同质化价格战的困境。而大疆等头部整机制造厂商，通过自主研发算法与软件，陆续推出“Active Track”等特色功能，使全景相机可实现画面智能拼接、主体追踪与避障等效果，这些自研的软件与算法能力，共同构成了其产品的核心竞争力。另外，通过自研核心算法与软件可打造品牌差异化，使用户沉淀与品牌生态中，形成极高的转换成本。

2. 算法与软件自研可最大化价值链利润。

中游厂商通过参与上游环节，自主研发核心算法与软件，其商业模式可从“硬件一次售卖”升级为“生态持续变现”。独特的算法与软件体验，能让产品摆脱冰冷的参数堆砌，成为有价值的解决方案，进而支撑更高售价和利润率。比如影石创新在2025年推出“Insta360+”云服务，涵盖云存储、云分享、云播放、云剪辑、云导出等功能，并且可以适配Insta360X3/X4/X5全景相机。对于影视创新而言，强化云端服务不仅能大幅提升用户使用体验，提高用户粘度，还可将公司在软件算法上的优势进一步提升。

中 产业链中游环节分析

品牌端

整机制造

中游厂商

影石创新科技股份有限公司

深圳市大疆创新科技有限公司

高途乐科技（深圳）有限公司

理光（中国）投资有限公司

沈阳泰科易科技有限公司

圆周率科技（常州）有限公司

三星（中国）投资有限公司

深圳看到科技有限公司

中游分析

中游环节呈绝对垄断格局，行业集中度极高

1. 中国企业市占率极高，主导中游环节。

截至2025年三季度，全球超90%全景相机市场份额被影石Insta360与大疆创新所瓜分，呈现“影石领跑，大疆追赶”的格局。数据显示，**2025年前三季度影石Insta360全景相机全球市占率达到85.8%**，显著领先其他玩家。另外，**大疆创新今年刚刚进入全景相机市场，但凭借技术积累与品牌知名度，2025年前三季度全球市占率已达到5.6%**。与此同时，美国GoPro公司全景相机市场份额已经由2023年的9.2%跌至目前的1.3%。聚焦于中国市场来看，**影石Insta360在2025年Q3单季度全景相机市场份额为60.5%**，依然保持领先。另一方面，**大疆全景相机渗透成长速度惊人，单季度市占率已达到37.1%**，而GoPro全景相机市占率仅为0.1%，已处于被市场淘汰的边缘。

2. 中游环节产业分布同样呈现高度集中格局。

目前，全球全景相机市场的两大引领者品牌为影石Insta360与大疆创新，且两者均为中国企业。从产业分布来看，全景相机中游环节企业多集中于中国广东省，例如影石Insta360与大疆创新的总部或注册地均位于广东省深圳市。此外，2024年1-6月，影石Insta360的主要外协加工合作厂商包括东莞能率科技有限公司、立讯精密工业股份有限公司、东莞新能源科技有限公司、深圳鑫利特电路有限公司以及东莞市京冠卓电子有限公司，均坐落于粤港澳大湾区核心城市。

中游环节行业壁垒较高，新玩家难以跨越门槛

1. 技术壁垒涵盖计算机、传感器、网络等多个方面。

全景相机属智能影像设备行业，该行业为现代信息技术与传统影像设备融合催生的创新型行业，整合了计算机技术、数据处理技术、网络通讯技术、传感器技术等多领域技术，产品技术含量高，技术壁垒较高。全景相机作为消费电子领域的热门赛道，为确保产品充分契合消费者应用需求，防抖技术、图像采集与拼接技术、AI识别技术等需持续迭代升级，这就要求企业在技术研发、产品创新设计等方面进行不间断投入。业内企业需经过长期业务实践与自主研发才能掌握产品核心技术，新进入企业难以在短期内完成技术积累，这进一步抬高了行业新进入者的门槛。

2. 资金与人才门槛同样不可忽视。

资金壁垒方面，随着消费者对智能化设备的需求持续升级，企业为维持并提升自身竞争力，在产品研发阶段需投入大量资金，用于搭建专业研发团队、建设专业生产线，进而实现新产品开发与旧产品升级，这就要求企业具备较强的资本实力。与此同时，若企业研发的产品与市场需求不匹配、难以实现销售，前期投入的研发资金将无法收回，企业将面临亏损风险。人才壁垒方面，行业内的研发人员不仅需要掌握影像设备制造、先进计算机技术等多领域技术理论知识，还需具备持续研发能力与创新思路，这使得行业对技术人员的技术研发能力和产品开发能力有着较高要求。

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

终端销售与应用

渠道端

影石创新科技股份有限公司	深圳市大疆创新科技有限公司	浙江天猫技术有限公司	京東集團股份有限公司	百思买国际贸易（上海）有限公司
深圳市顺电连锁股份有限公司	抖音有限公司	上海哔哩哔哩科技有限公司	贝壳找房（北京）科技有限公司	深圳市乐有家控股集团有限公司
谷歌信息技术（中国）有限公司	中央电视台	新华通讯社	中华人民共和国公安部	

下游分析

需求侧呈多元化格局，消费级与专业级并行

1. 内容创作为驱动消费级产品需求增长的核心引擎。

近年来，短视频拍摄与分享愈发普及，用户内容创作热情持续高涨。数据显示，**2024年中国短视频用户规模达到10.4亿人，使用率高达93.8%**，并且短视频平台正加速扩张。全景相机作为创新型视频拍摄工具，能拍摄全景视频并实现智能剪辑，还可轻松分享至社交平台，深受广大短视频爱好者青睐，短视频行业的快速增长也将进一步带动全景相机市场发展。此外，在线直播已成为人们日常娱乐的主流方式之一。数据显示，**2024年中国网络直播用户规模达8.3亿人，微短剧用户规模达6.6亿人**。全景相机可借助3D引擎或智能拼接技术实现VR直播、VR拍摄，能为直播及微短剧创作者提供更多创新内容，帮助他们突破行业发展瓶颈。因此，直播与微短剧行业的增长潜力同样可助力全景相机市场发展。

2. 专业级市场已扩张至多个行业。

近年来，随着全景影像及相关技术的持续发展，全景相机正不断渗透到安防、节目直播、影视制作、智慧交通、房地产等多个行业。在节目直播领域中，新华社与中央电视台曾在2019年新中国成立70周年阅兵仪式直播中，采用VR全景相机进行拍摄。在房地产领域中，贝壳找房如视VR的累计用户使用次数已超5亿次，累计VR房源突破300万套，且如视Lite试点区域的房源成交量比普通房源高出30%。

在智慧交通领域中，影石Insta360于2017年与美国谷歌公司达成合作，其Pro系列全景相机成为Google Map街景地图项目首款官方推荐的专业车载街景认证产品。

中美欧为全景相机行业三大核心市场

1. 欧美地区为全景相机行业主要下游市场。

目前，欧美用户是全球全景相机产品的消费主力。以影石Insta360为例，自2021年以来，美国为影石Insta360最大的海外市场，公司有近四分之一的收入来自美国市场，主要通过Apple Store、Best Buy等渠道渗透。2024年1-6月期间，**欧洲地区是为影石Insta360第一大营收来源，消费金额达5.8亿元，占公司总销售额的24.2%。美国则是其第三大消费市场，同期销售额为5.5亿元，占总销售额的22.9%**。整体来看，**影石Insta360超过76%的营收来自海外市场**，其中美国、欧洲、日本是三大核心市场。

2. 消费升级推动中国全景相机市场扩张。

随着中国宏观经济平稳发展，居民人均可支配收入持续提高。**2025年前三季度，中国居民人均可支配收入达32,509元，同比增长5.2%，中国人均消费支出21,575元，同比增长4.7%**。居民购买力与消费水平的提升带动了消费观念转变，消费呈现出结构性升级趋势。而随着消费升级的不断深化，传统数码相机已难以满足新的消费需求。时代用户的影像需求，用户越来越注重对生活体验的捕捉和分享，如在户外运动或家庭活动中记录实时画面并进行快速编辑与分享。在居民收入提高和消费观念升级的双重推动下，人们对全景相机等新兴影像产品的需求将进一步提升。

行业规模

全景相机行业规模的概况

2019年—2024年，全景相机行业市场规模由2.24亿人民币元增长至7.36亿人民币元，期间年复合增长率26.87%。预计2025年—2029年，全景相机行业市场规模由9.60亿人民币元增长至21.56亿人民币元，期间年复合增长率22.42%。

全景相机行业市场规模历史变化的原因如下：

线上平台兴起，助推全景相机市场规模扩张

1. 短视频日益普及，内容创作热情推动全景相机行业得到市场关注。

2015年前后，快手、抖音等短视频平台陆续在中国推出，推动短视频行业快速发展并广泛渗透，用户规模持续扩大。**2018年中国短视频平台用户达5.9亿，占整体网民规模的74.1%，到2024年，用户规模已增至10.4亿，较六年前近乎翻倍，使用率更是高达93.8%**。短视频平台中，VLOG拍摄、极限运动等创意玩法备受关注。抖音、TikTok等平台对创意内容的算法推荐机制，极大激发了用户用全景相机创作吸睛内容的需求，也让视频创作者对独特拍摄视角和便捷拍摄方式的需求激增。而全景相机“先拍摄，后取景”的模式及丰富创意玩法，精准解决了创作者的核心痛点。因此，随着短视频的持续渗透，2018-2024年间中国全景相机行业市场规模实现了飞速扩张。

2. 专业级全景相机助力行业数字化转型过程。

在中国鼓励行业数字化转型的背景下，全景相机在专业级市场中，已成为企业数字化转型过程中用于空间数据采集与可视化的关键工具。近年来，它被广泛应用于房地产、新闻直播、赛事转播、影视制作、智慧交通、国防安全等多个领域，并且助力这些领域实现了业务规模的增长。以贝壳找房如视VR为例，**其累计用户使用次数已超过5亿次，累计VR房源突破300万套，且如视Lite试点区域的房源成交量，比普通房源高出30%**。因此，全景相机以其高效率、低成本、易操作和信息完整的特点，成为了企业构建数字资产、优化工作流程、实现远程协同的标准化工具，同时也为全景相机行业在2019-2024年间提供了坚实且持续的增长动力

居民户外出行兴趣猛增，带动全景相机需求侧扩张

1. 大流行结束，国内旅游业有序恢复。

由于大流行影响，**2020年中国国内旅游人数仅为28.8亿人次，同比下降52.1%**，国内旅游收入仅为2.2万亿元，同比暴跌61.1%。随着2021年大流行结束，中国旅游业开始稳步回升。**2021年中国国内旅游总人次为32.5亿，同比增长12.8%**。**2024年，中国国内出游人次已恢复至56.2亿，并且保持着同比增长14.8%的增速**。结合线上平台兴起，旅游业复苏催生了大批旅行内容创作。为了在众多内容中崭露头角，创作者会主动寻找更先进的拍摄设备，全景相机也自然成了他们的首选工具之一。因此，旅游业的重振直接带动了中国全景相机需求侧的扩张。

2. 国际体育赛事频繁举行，户外运动开始广泛普及。

2021年，日本东京成功举办2020夏季奥运会。2022年，中国北京、卡塔尔多哈先后成功举办2022冬季奥运会与足球世界杯。在此期间内，中国居民对于户外运动的兴趣被激发，国内冰雪、路跑、骑行、越野等户外运动持续火热，且逐步走向生活化、全民化。相关研究报告指出，**2024年中国冰雪运动产业总规模达9,700亿元，同比增长约9%；水上运动产业规模达4,386亿元，同比增长18.7%**；同时，航空运动、登山、攀岩、马术等运动产业规模同样保持高增长。随着社区分享文化在此期间内盛行，参与者通常希望通过全景相机来记录运动过程与户外景色。另外，全景相机的小型化、轻量化和丰富的配件，允许运动员在无干扰的情况下安全记录全程。

全景相机行业市场规模未来变化的原因主要包括：

人工智能革命深入，全景相机技术将继续突破

1. 国产大算力AI芯片预计将得到突破。

宏观层面来看，人工智能芯片已成为中国核心产业规划之一。相关文件指出，国家支持人工智能芯片攻坚创新与使能软件生态培育，加快超大规模智算集群技术突破和工程落地。优化国家智算资源布局，完善全国一体化算力网，充分发挥“东数西算”国家枢纽作用，加大数、算、电、网等资源协同。同时，以摩尔线程、沐曦股份、华为海思、寒武纪等为代表的中国算力芯片企业近年来不断取得突破。因此，未来AI芯片国产化替代有望打破国外厂商的溢价权，大幅降低整机BOM（物料清单）成本，并且高端功能（如8K全景、AI追踪等）将有望下沉到中端甚至入门级产品中，从而极大地刺激价格敏感型用户的购买欲望，快速扩大市场规模。

2. AI大模型升级将使全景相机实现更多功能。

近年来，中国在人工智能大模型开发领域已占据主导地位。截至2025年7月31日，在全球排名前十的开源大模型中，中国占据九席，这让市场对中国AI大模型的开发进程与技术突破普遍持乐观态度。随着未来AI大模型的持续升级，全景相机的产品定位、用户体验以及市场边界都有望被重塑，例如全景相机可借助AI实现轻量级3D模型生成、沉浸交互等功能。这种根本性的体验变革，不仅会强烈吸引原本对全景相机不感兴趣的庞大潜在用户群体，还能深度释放其在专业与商业领域的应用潜力。因此，AI大模型的升级无疑是推动全景相机市场规模扩张的最关键催化剂。

文娱与消费领域持续发力，推动需求侧扩张

1. 微短剧接棒短视频与直播，成为文娱下一增长点。

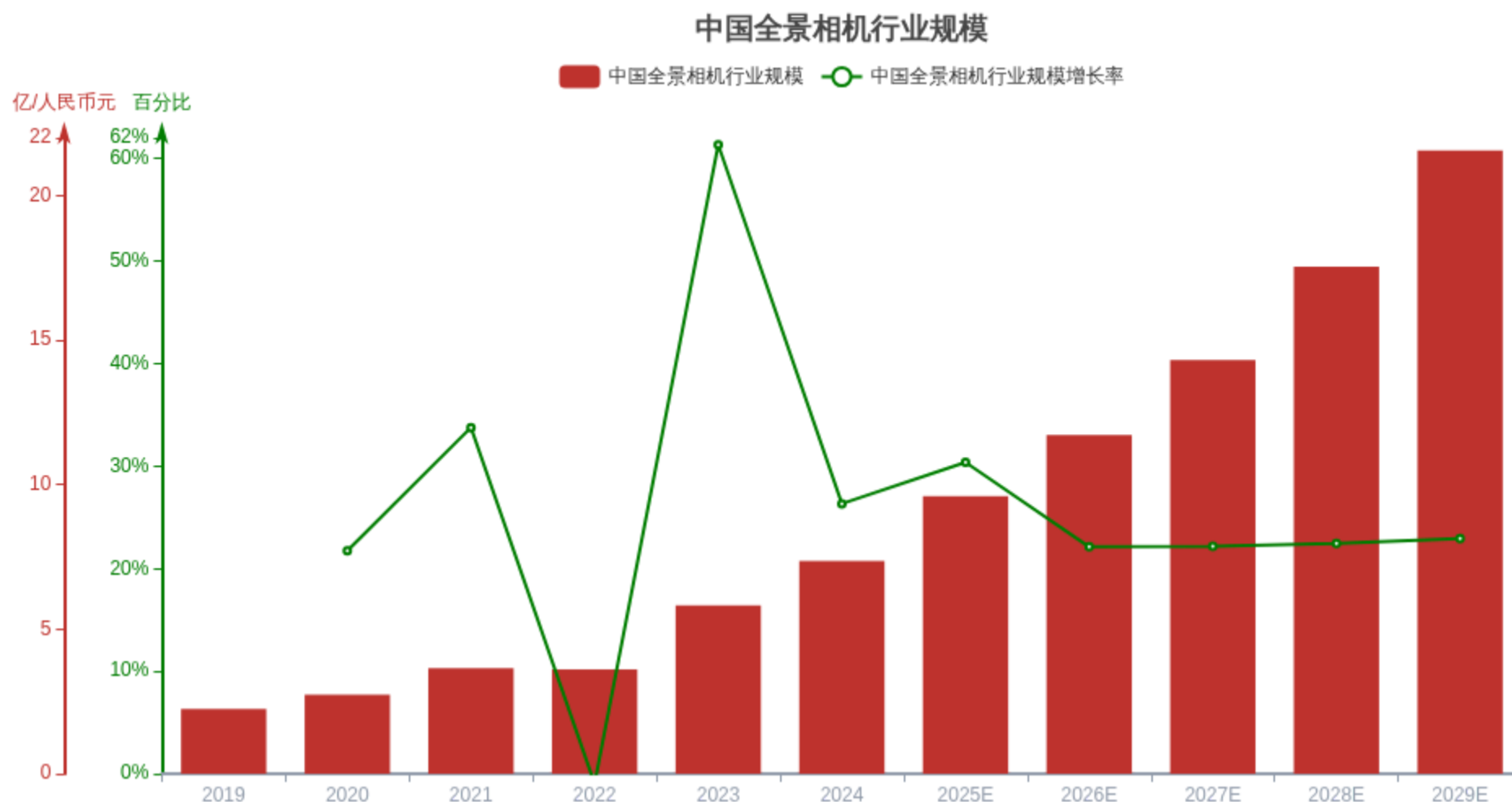
微短剧的飞速发展，是近年来中国文娱领域的热点细分板块。相关研究报告显示，**2024年中国短剧用户规模达到5.8亿人，占整体网民的52.4%**。其市场规模同样快速增长，**2021年至2023年分别为3.7亿元、101.7亿元、373.9亿元，2024年更是攀升至505亿元**，首次超过电影票房。经测算，中国微短剧市场仍将保持高速增长，**2025年预计达634.3亿元，2027年将达856.5亿元，年复合增长率为19.2%**。微短剧行业的爆发式增长，不仅为全景相机创造了强劲的B端采购需求和全新的内容应用场景，直接驱动行业规模扩张。同时，海量微短剧作品作为现象级媒介，极大地教育了消费者，降低了市场认知门槛，为全景相机从专业工具向大众消费市场渗透铺平了道路。

2. 促进消费成为政府工作重点方向。

从数据来看，**2024年中国居民消费支出占GDP的比率接近40%，而美国这一比率约为68%**，可见中国居民消费支出占比仍有显著提升空间。对此，“十五五”规划中中央已明确提出，将深入实施提振消费专项行动：一方面以放宽准入、业态融合为重点扩大服务消费，另一方面通过强化品牌引领、标准升级及新技术应用，推动商品消费扩容升级，并打造一批带动面广、显示度高的消费新场景。具体到全景相机领域，“十五五”规划若可精准发力于全景相机所在的数字经济、消费电子、智能家居普及等应用领域，将进一步改善需求侧基本面。不仅能扩大潜在用户基数，还能通过激活文旅、内容创作等下游产业创造源源不断的刚性需求，进而支撑全景相机行业规模在未来五年实现持续、健康增长。

规模预测

全景相机行业规模



政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》	国家发展和改革委员会	2024-06-13	4
政策内容	打造新生代潮玩聚集地，支持打造一批演艺新空间，促进虚拟现实（VR）体验等文娱业态场景创新。在明确标识和规范监管的基础上，探索利用人工智能大模型、虚拟现实（VR）全景和数字人等技术，拓展电商直播场景。鼓励探索反向定制、个性化设计和柔性化生产等新模式，创新电子产品应用场景。			
政策解读	该政策将全景相机定位为创造消费新场景的关键工具，通过鼓励发展沉浸式体验、智慧旅游等新业态，直接拓宽了全景相机的市场应用边界。政策支持线上线下融合消费模式，为全景相机在VR购物、线上看展等场景提供了规模化落地机会。其倡导的培育新型消费举措，从需求侧激发了消费者对全景相机作为创意内容生产工具的增长需求。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026年）》	中华人民共和国工业和信息化部	2022-10-28	3
政策内容	推广虚拟现实全景摄像机等设备，探索新型导演叙事、虚拟拍摄技术，在新闻报道、体育赛事、短视频等融合媒体内容制作领域，推动广播级高品质、大众化低门槛虚拟现实数字内容同步发展，以虚拟现实技术助力广播电视及网络视听业态更新，支持建设虚拟现实音视频专区与影院，探索基于虚拟化身等新形式的互动社交新业态。			
政策解读	该计划将全景相机明确为VR/AR内容生态的关键采集设备，为行业提供了清晰的上游定位和政策背书。其重点推动的工业、文旅、教育等领域深度融合应用，为全景相机从消费级市场向行业级解决方案转型开辟了规模化落地路径。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》	中华人民共和国工业和信息化部	2019-02-28	4
政策内容	支持面向超高清视频的SoC核心芯片、音视频处理芯片、编解码芯片、存储芯片、图像传感器、新型显示器件等的开发和量产。加强4K/8K显示面板创新，发展高精密光学镜头等关键配套器件。			
政策解读	该计划通过确立超高清技术路线图，为全景相机画质升级提供了明确的政策牵引和技术标准依据。其重点推动的4K/8K内容制作与传输生态建设，直接刺激了专业级全景相机在影视制作、赛事直播等B端市场的采购需求。同时，政策引导的终端普及与产业链协同，为消费级全景相机营造了有利的市场接受度和供应链支持环境。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》	中华人民共和国国务院	2025-08-21	5
政策内容	推动智能终端“万物智联”，培育智能产品生态，大力发展智能网联汽车、人工智能手机和电脑、智能机器人、智能家居、智能穿戴等新一代智能终端，打造一体化全场景覆盖的智能交互环境。			
政策解读	将全景相机行业直接纳入“人工智能+”赋能范畴，为行业通过AI技术升级提供了顶层政策依据。文件明确鼓励智能终端与AI大模型融合创新，直接推动全景相机在智能追踪、自动剪辑等核心功能的算法突破与体验优化。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快推进视听电子产业高质量发展的指导意见》	中华人民共和国工业和信息化部	2023-12-05	7
政策内容	提升摄像机等终端产品性能，鼓励开展个性化定制，形成场景化解决方案。发展轻量化、智能化超高清音视频网络直播系统，提升全景摄像机等产品性能，在网络直播和新媒体领域应用推广。突破CMOS图像传感等芯片，发展8K全画幅讯道和便携式摄像机、全景摄像机等高性能产品。			
政策解读	将全景相机行业直接纳入视听电子产业重点领域，为行业发展提供了明确的政策背书和发展路径。文件通过鼓励技术融合创新，为全景相机在画质提升、沉浸式体验及AI应用等方面提供了关键技术方向支撑。同时，政策引导的拓展行业应用场景等举措，为全景相机在B端市场的规模化落地创造了有利环境。			
政策性质	指导性政策			

竞争格局

全景相机竞争格局概况

全景相机行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有影石创新科技股份有限公司、深圳市大疆创新科技有限公司、高途乐科技（深圳）有限公司等；第二梯队公司有理光（中国）投资有限公司、三星（中国）投资有限公司、深圳看到科技有限公司等；第三梯队公司有沈阳泰科易科技有限公司、圆周率科技（常州）有限公司、南京泓众电子科技有限公司等。

全景相机行业竞争格局形成的历史原因如下：

外企巨头先行一步，中国企业后发赶超

1. 老牌光学巨头与西方运动相机鼻祖率先入局。

2010年代初期，全景相机行业尚处于“硬件集成阶段”，竞争核心聚焦于物理结构创新与基础功能的实现。彼时，以理光THETA、GoPro为代表的行业先驱企业，首要攻克的是如何将多个镜头与传感器精密排布在紧凑机身内的工程难题，同时满足全景图像采集的基础技术需求。以光学领域为例，日本光学行业起步早、积累深，其上游的零部件、原材料供应等环节长期被三井化学、日本大阪化学、日本合成橡胶等日本厂商垄断，中国企业短时间内难以突破这一行业壁垒，因此并未参与到全景相机行业初期的市场竞争中。

2. 依托算法优势，中国企业迅速崛起。

2015年后，中国企业开始入局。此时，行业竞争核心从硬件集成彻底转向软件算法。随着基础拼接技术普及，实时防抖、无缝拼接和画质优化等算法的优劣，成为决定产品体验和市场竞争力的关键。以影石Insta360为代表的新锐中国企业，凭借在算法领域的专注投入实现了“弯道超车”，通过推出“Flow State”、“隐形自拍杆”等颠覆性功能重新定义了产品形态。这一阶段标志着行业壁垒从可见的硬件制造，转向了无形的算法研发能力，奠定了当今市场格局的技术基础。截止目前，影石Insta360已连续多年成为全球全景相机行业领导者，并且全球市占率长期超过65%。

大疆入局全景相机行业，竞争加剧

1. 大疆急需寻找第二增长曲线。

尽管大疆创新已连续多年主导全球无人航拍机市场，但经过长期高速发展后，其正面临明显的发展瓶颈。一方面，大疆近期推出的多款产品相似度较高，被市场质疑存在“挤牙膏式创新”。例如，Mavic Air 2无人机的外观与前一代Mavic 2 Pro/Mini高度相近，避障功能也未升级为全向避障。另一方面，受全球地缘政治等因素影响，Mavic 4 Pro等新品未能在美国市场铺货上市，市场拓展受限。为突破增长困境、寻找新的创新方向，大疆开始跨界布局扫地机器人、全景相机等新赛道。2025年7月，大疆正式发布8K全景相机Osmo 360，该产品采用与影石运动相机一致的磁吸底座和双镜头设计，支持录制8K 30FPS或4K 120FPS的高质量360度全景视频。**目前，大疆Osmo 360全景相机单季度出货量已达29万台，销售额突破8.6亿元。**

2. 影石创新正在面临双重威胁。

2025年前三季度，影石Insta360在全球全景相机市占率已达到85%，依然维持在相当高的水平。但随着全景相机的应用场景愈加丰富，影石也正在逼近行业的天花板。2025年一季度，影石创新的业绩增速明显放缓。数据显示，**2022年-2024年，影石创新的营收分别为20.4亿元、36.4亿元和55.7亿元，近三年复合增长率为65.3%，其归母净利润由2022年的4.1亿元增至2024年的10亿元，复合年增长率约为56.3%。进入2025年一季度，影石创新实现营收13.6亿元，同比增长40.7%，归母净利润为1.8亿元，同比减少2.5%。**另外，大疆Osmo 360全景相机仅凭一个季度的时间，就拿下了全球市场17.1%的市占率，渗透速度惊人，已经与影石形成中国企业双雄争霸的格局。

全景相机行业竞争格局未来变化的趋势如下：

软件技术将成为必争之地，微型化成为发展趋势

1. 软件技术将成为智能影像设备厂商必争之地。

传统影像设备的技术重心多集中在光学镜头、传感器等物理层面，而随着影像设备向智能化方向发展，影像处理、编辑、特效等基于算法的软件技术，其重要性正持续提升。智能影像设备搭配专属视频处理插件，就能实现快速剪辑功能。同时，随着影像处理技术的日益成熟，智能影像设备还可通过内置软件，便捷高效地完成防抖、色彩强化、渲染等操作，大幅缩短后期防抖处理、剪辑、调色、加特效等繁琐流程。无论是内置软件还是外置软件技术，都正发挥着越来越关键的作用，已然成为智能影像设备厂商的必争之地。

2. 影像设备正向微型化、可穿戴化转型。

微型化、可穿戴化已成为影像设备的新趋势。近年来，传统影像设备制造商已经将研发重心的方向从单反产品转向了轻便的微单无反产品，相关数据显示，2019年微单相机的销量占传统影像设备销量的比重达到48%左右。在智能影像设备领域，品牌厂商推出的产品也逐步走向微型化、可穿戴化。Snap 2016年发布的Spectacle，小米2017年发布的米家小相机，大疆2018年发布的Osmo Pocket、2019年发布的Osmo Action以及影石创新2019年发布的GO都属于轻巧便捷、可携带或可穿戴的影像设备产品。未来的智能影像设备产品将继续朝着微型化、穿戴化方向发展。

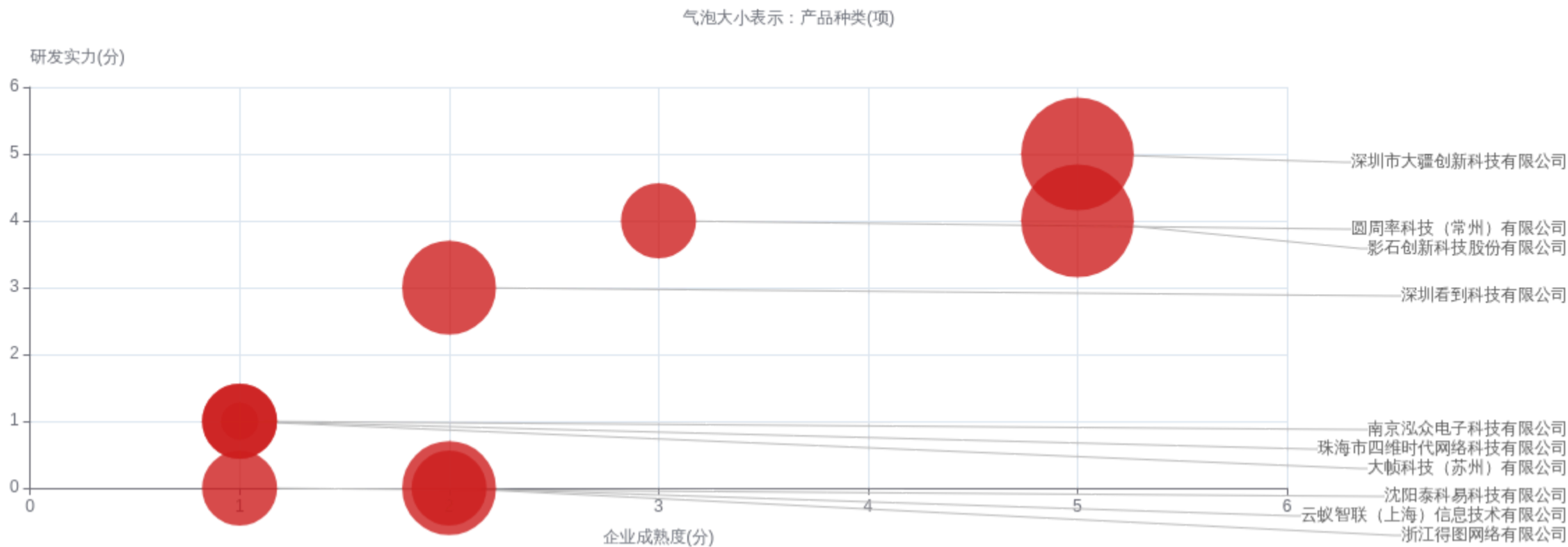
外企走向边缘化，中国彻底主导市场

1. 理光与GoPro全景相机业务显现颓势。

日本理光与美国GoPro作为光学与运动相机领域的领军者，虽最早涉足全景相机业务，但近年来已逐渐被中国企业拉开差距。以GoPro为例，**2024财年第二季度，其总收入达2.5亿美元，同比下降约13.8%，净亏损1500万美元，同比大幅扩大288%。GoPro全景相机全球市占率也持续下滑，从2023年的9.2%降至2024年的5.3%，2025年更是暴跌至仅1.3%。**日本理光的市场份额同样逐年走低，2025年推出的新品未能有效带动收入和份额增长。面对影石与大疆在全景相机行业的双重夹击，未来理光与GoPro很可能被迫缩减业务规模，转型聚焦部分专业级市场。

2. 影石与大疆将开启持久战，竞争将更为白热化。

未来，影石与大疆有望重现运动相机领域的竞争态势。**2025年前三季度，影石Insta360运动相机全球市占率达37.1%，大疆则以33.9%的份额紧随其后**，双雄争霸的格局愈发清晰。全景相机赛道上，影石虽长期占据主导地位，但大疆2025年刚刚入局，其全景相机推出不足半年，**全球市占率就已攀升至17.1%**，成长势头迅猛。加之大疆在无人航拍机、手持摄影设备领域深耕近20年，搭建了坚实的算法、软件、机械等技术壁垒，如今已成为影石在全景相机业务中最具威胁的对手。随着大疆在国内市场采取“以价换市”的策略，其全景相机的市场扩张速度或将进一步提升。



上市公司速览

影石创新科技股份有限公司 (688775)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	13.6亿元 >	-	-

欧菲光集团股份有限公司 (002456)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	46.5亿元 >	72.3	10.5

舜宇光学科技(集团)有限公司 (02382)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
480.6亿 >	316.8亿 >	-4.6	14.5

中科寒武纪科技股份有限公司 (688256)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.5亿元 >	-44.8	69.8

中芯国际集成电路制造有限公司 (688981)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	213.2亿元 >	-13.3	22.4

上海韦尔半导体股份有限公司 (603501)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	56.4亿元 >	30.2	27.9

立讯精密工业股份有限公司 (002475)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.6千亿元 >	7.3	11.8

北京君正集成电路股份有限公司 (300223)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	34.2亿元 >	-18.9	36.7

广东弘景光电科技股份有限公司 (301479)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	12.0亿元 >	51.6	24.2

歌尔股份有限公司 (002241)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	739.5亿元 >	-	8.4

企业分析

1 影石创新科技股份有限公司【688775】

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	40100万人民币
企业总部	深圳市	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	刘靖康	统一社会信用代码	91440300342470600P
企业类型	股份有限公司（港澳台投资、上市）	成立时间	1436371200000
品牌名称	影石创新科技股份有限公司	经营范围	网络技术研发；计算机软硬件的技术开发、销售；经营进出口业务。（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外；涉及行政许可的，须取得行政许可文件后方可经营）；计算机软硬件及外围设备制造。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）第一类增值电信业务；第二类增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）

■ 财务数据分析											
财务指标	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)	2025(Q2)	2025(Q3)
销售现金流/营业收入	0.96	1.01	1.08	1.04	1.04	1.04	1.01	1.02	1.1	1.09	1.09
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	93.575	34.211	20.4506	25.1495	24.7062	30.8305	28.2522	36.6422	33.226	30.4653	37.852
营业总收入同比增长(%)	/	61.9421	127.6441	44.5837	56.288	53.663	78.1555	53.2872	40.6988	51.1706	67.177
归属净利润同比增长(%)	/	194.4063	207.7627	113.9628	120.659	53.2968	103.6597	19.9107	-2.5043	0.2523	-5.951
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	23.6522	24.491	13.1531	10.4736	9.1439	6.42	6.5207	9.6212	13.3888	12.1638	10.894
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.0037	2.8573	4.8473	3.3201	3.5065	1.8822	2.1653	2.2352	2.457	2.9045	2.361
每股经营现金流(元)	0.79	-0.47	1.34	0.45	0.81	1.26	2.12	3.26	-1.0587	0.6013	2.319
毛利率(%)	51.3652	51.7117	54.0965	46.5905	50.4052	51.4935	55.9525	52.1977	52.9321	51.2166	49.627
流动负债/总负债(%)	99.9184	99.7216	99.7487	98.9375	95.8737	96.883	96.242	97.3594	96.587	96.8314	97.566
速动比率	0.7424	2.2725	4.0328	2.7104	2.854	1.2889	1.5685	1.6768	1.6904	2.2556	1.726
摊薄总资产收益率(%)	6.4026	10.5588	12.1243	15.3022	24.6515	25.1363	33.0074	24.6612	3.51	8.0861	11.134
营业总收入滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	/	34.43	15.34	19.9	/	/	/	/	/	/	/
基本每股收益(元)	0.13	0.15	0.17	0.33	0.74	1.13	2.3	2.76	0.49	1.43	2.1
净利率(%)	3.8954	7.0818	9.5742	14.1683	20.0039	19.9563	22.8131	17.8458	13.0144	14.16	11.975
总资产周转率(次)	/	1.491	1.2664	1.08	1.2323	1.2596	1.4469	1.3819	0.2697	0.5711	0.929
归属净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	0.2693	1.1905	3.9466	0.5238	0.4873	0.5275	0.5288	0.5308	0.5308	4.7328	4.749
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	110.0054	106.026	108.4387	98.5643	90.3433	99.2228	94.9868	100.9534	157.8394	125.6457	127.98
营业总收入(元)	159456096.93	258226516.22	587837419.65	849917200.5	1328318650.67	2041133641.28	3636392308.35	5574125641.15	1355033429.43	3670659266.01	66109367
每股未分配利润(元)	-0.8944	0.0332	0.5356	0.2943	1.0228	2.0269	4.0752	6.8384	7.3282	7.4354	8.113
稀释每股收益(元)	0.13	0.15	0.17	0.33	0.74	1.13	2.3	2.76	0.49	1.43	2.1
归属净利润(元)	6211471.74	18286961.22	56280451.98	120419239.35	265715894.3	407334001.38	829575113.43	994749149.77	176349310.42	519764776.06	79169789
扣非每股收益(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.79	-0.47	1.34	0.45	0.81	1.26	2.12	3.26	-1.0587	0.6013	2.319

公司竞争优势

竞争优势

全球全景相机行业龙头，连续六年取得行业领先地位，全球市占率达67.2%。影石创新拥有境内外授权专利800项，研发、技术人员共1,031人，占总人数的55.9%。2024年，公司获得《Fast Company》评选的“2024全球最具创新力公司”消费电子榜单第三名、谷歌（Google）、凯度（Kantar）评选的“中国全球化品牌50强”。

影石创新招股书

2 深圳市大疆创新科技有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	3000万人民币
企业总部	深圳市	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	罗镇华	统一社会信用代码	914403007954257495
企业类型	有限责任公司(港澳台法人独资)	成立时间	1162742400000
品牌名称	深圳市大疆创新科技有限公司	经营范围	航空电子设备、自动控制设备、无人驾驶航空器、无线电数据传输系统、电子元器件、计算机软件的生产（由分公司经营）及其应用的技术开发、批发、进出口及相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理及其他专项规定管理的商品，按国家有关规定办理申请）；软件技术信息咨询；教育信息咨询。智能机器人的研发；机械设备研发。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）^无

融资信息



公司竞争优势

竞争优势

全球消费级无人机与手持摄影设备行业龙头，其DJI Neo无人机荣获《时代周刊》2024年度最佳发明。公司在全球多地设有办公室，业务遍及100多个国家与地区，2023年营收超500亿元，利润率约为18%-20%。2025年，大疆进入全景相机行业，目前全球市场市占率已达17.1%。

大疆创新官网、投资界、彭博社、弗若斯特沙利文

■ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	4109.2342万美元
企业总部	上海市	行业	批发业
法人	吉岡俊行	统一社会信用代码	91310000710937447Y
企业类型	有限责任公司(外国法人独资)	成立时间	1034524800000
品牌名称	理光(中国)投资有限公司	经营范围	<p>一、在国家鼓励、允许的机械、电气设备、信息设备、光学仪器等行业进行投资。二、受所投资企业的书面委托，公司向其提供下列服务；1、协助或代理所投资企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备及生产所需的原材料，零部件，配件等，在国内外以代理或经销的方式销售所投资企业的产品，并提供售后服务；2、为所投资企业提供运输、仓储等综合服务；3、协助所投资企业进行员工录用，研修；4、对所投资企业进行技术培训，市场开拓，咨询；5、在外汇管理部门同意和监督下，在所投资企业间平衡外汇收支；6、协助所投资企业的借款，提供担保。三、为所投资企业的产品的国内经销商、代理商以及本公司、及其母公司签有技术转让协议的国内公司、企业提供相关的技术培训。四、在中国境内收购不涉及出口配额、出口许可证管理的商品出口。五、在中国国内成立科研开发中心，转让研究开发成果并提供相应的技术服务。六、为其出资方及其关联公司提供咨询服务。七、经中国人民银行批准，向所投资企业提供财务支持。八、购买所投资企业生产的产品进行系统集成后在国内外销售，如所投资企业生产的产品不能完全满足系统集成需要，在国内外采购系统集成配套产品（包括周边机器，软件，消耗品，维修理用零件）。但购买的系统集成配套产品的价值不超过系统集成所需全部产品价值的50%。九、为进行产品市场开发，经原审批部门批准，从本公司的投资者进口少量与所投资企业生产产品相同或相似的非进口配额管理的产品，在国内试销及进行相关的售后服务。十、为母公司生产的产品提供售后服务。十一、为所投资企业提供机器和办公设备的经营性租赁服务。十二、依照国家有关规定，参与有对外承包工程经营权的中国企业的境外工程承包。十三、为其进口的产品提供售后服务。十四、在国内销售（不含零售）投资性公司进口的母公司产品。十五、进口、批发母公司及其控股关联公司的产品以及同类产品、国内采购商品（特殊商品除外）的批发业务，提供相关配套业务。十六、办公自动化设备的经营性租赁。十七、理光品牌旧复印机的批发、经营性租赁；十八、计算机网络的系统集成及维护服务。十九、包装印刷、数字印刷。二十、医疗器械产品（第一类）的批发业务。二十一、办公自动化设备的融资性租赁。二十二、专用检测设备及无人机元器件的批发。二十三、化妆品及卫生用品的批发。二十四、计算机技术培训（不得针对非特定对象）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】</p>

公司竞争优势

竞争优势

全球全景相机行业鼻祖与光学巨头，其Theta系列全景相机已有10年以上历史。理光集团的主营业务为开发用于信息传输的设备，如复合机和打印机等，在图文影像及相关解决方案、网络系统解决方案、电子工业和消费品领域，同样有着广泛的涉猎。2023年，理光全景相机全球市占率为12.4%。

理光集团官网、华安证券

4 高途乐科技（深圳）有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	150万美元
企业总部	深圳市	行业	科技推广和应用服务业
法人	CHARLES LAFRADES	统一社会信用代码	91440300320510106H
企业类型	有限责任公司(港澳台法人独资)	成立时间	1415289600000
品牌名称	高途乐科技（深圳）有限公司	经营范围	一般经营项目：数码视像产品的设计、技术开发、技术咨询及品质控制信息咨询；国际贸易信息咨询；商务信息咨询；市场营销策划（不含人才中介、证券、保险、基金、金融业务及其他限制类、禁止类项目）。货物进出口；技术进出口；进出口代理；国内贸易代理；贸易经纪。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可经营项目：无。

公司竞争优势

竞争优势

全球运动相机行业鼻祖，曾连续多年保持霸主地位。2025年前三季度，GoPro运动相机业务全球市占率为18.7%，全景相机市占率为1.3%。2025年9月，公司被授予技术与工程艾美奖，这是GoPro公司第三次获得该奖项。

GoPro公司官网、弗若斯特沙利文

附录

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588