



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年-2008年中国手机相机模组行业发展趋势研究及深度调研报告

一、调研说明

《2005年-2008年中国手机相机模组行业发展趋势研究及深度调研报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/70795.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

2005年-2008年中国手机相机模组行业发展趋势研究及深度调研报告

报告目录

1. 管理者摘要 9

1.1. 研究背景 9

1.2. 研究内容 10

1.3. 研究方法 12

2. 手机相机模组定义 14

2.1. 手机相机模组概念 14

2.2. 手机相机模组技术组成 14

3. 手机相机模组市场发展情况 15

3.1. 全球手机相机模组市场规模与趋势分析 15

3.1.1. 手机相机模组部件生产 18

3.1.2. 手机相机模组产业趋势分析 20

3.1.3. 中国手机相机模组市场规模与趋势分析 26

4. 手机相机模组主导厂商发展策略分析 28

4.1. 三星电子 28

4.1.1. 技术实力 28

4.1.2. 投入资源 31

4.1.3. 经营状况以及年出货量 32

4.1.4. 发展策略 33

4.1.5. 合作关系 33

4.2. 三菱电机 34

4.2.1. 技术实力 34

4.2.2. 经营状况以及年出货量 35

4.2.3. 合作关系 36

4.3. 松下电子 36

4.3.1. 技术实力	36
4.3.2. 投入资源	37
4.3.3. 经营状况以及年出货量	38
4.3.4. 发展策略	39
4.3.5. 合作关系	40
4.4. 索尼	40
4.4.1. 技术实力	40
4.4.2. 投入资源	42
4.4.3. 经营状况以及年出货量	43
4.4.4. 发展策略	44
4.4.5. 合作关系	45
4.5. 夏普	45
4.5.1. 技术实力	45
4.5.2. 投入资源	46
4.5.3. 经营状况以及年出货量	47
4.5.4. 发展策略	48
4.5.5. 合作关系	48
4.6. 东芝	48
4.6.1. 技术实力	48
4.6.2. 投入资源	49
4.6.3. 经营状况	50
4.6.4. 合作关系	51
4.7. 三洋 (SANYO)	52
4.7.1. 技术实力	52
4.7.2. 投入资源	53
4.7.3. 经营状况以及年出货量	53
4.7.4. 发展策略	54
4.7.5. 合作关系	54
4.8. 科胜讯 (CONEXANT)	54
4.8.1. 技术实力	54
4.8.2. 投入资源	55
4.8.3. 投入资源	56

4.8.4. 经营状况 56
4.8.5. 合作关系 58
4.9. 豪威科技 (OMNIVISIONTECHNOLOGIES) 58

4.9.1. 技术实力 58
4.9.2. 投入资源 60
4.9.3. 经营状况以及年出货量 61
4.9.4. 发展策略 62
4.9.5. 合作关系 62

4.10. 原相 62
4.10.1. 技术实力 62
4.10.2. 经营状况以及年出货量 64
4.10.3. 发展策略 65
4.10.4. 合作关系 65

4.11. 锐相科技(ICMEDIA) 66
4.11.1. 技术实力 66
4.11.2. 投入资源 67
4.11.3. 经营状况以及年出货量 68
4.11.4. 发展策略 68
4.11.5. 合作关系 68

4.12. 泰视科技 (TASC) 68
4.12.1. 技术实力 68
4.12.2. 发展策略 69
4.12.3. 合作关系 69

5. CCD、COMS技术比较和市场趋势 70

5.1. CCD、CMOS技术比较分析 70

5.1.1. CCD技术 70
5.1.2. CMOS技术 72
5.1.3. CCD、CMOS区别 72

5.2. CCD、CMOS市场趋势分析 76

5.2.1. CCD市场发展分析 76
5.2.2. CMOS市场发展分析 80

5.2.3. CCD/CMOS市场现状和预测 82

5.2.4. CCD/CMOS主要生产厂商 84

6. 全球相机模组厂商比较分析 85

6.1. 投入资源比较分析 85

6.2. 价格比较分析 85

6.3. 生产能力比较分析 87

7. 国内手机厂商采用相机模组情况 88

7.1. 波导 88

7.1.1. 年产量 88

7.1.2. 供应商 89

7.2. 康佳 89

7.2.1. 年产量 90

7.2.2. 供应商 91

7.3. 科健 91

7.3.1. 年产量 91

7.3.2. 供应商 92

8. 未来对于相机模组技术发展的影响因素分析 93

8.1. 影响手机相机模组发展的技术因素：镜头 93

8.2. 影响手机相机模组发展的技术因素：传感器 94

8.2.1. 成像品质和拍摄的限制 94

8.2.2. CMOS传感器技术改良 95

9. 未来中国相机模组的需求量预测 96

10. 结论与建议 97

10.1. 产业趋势 97

10.2. 全球照相手机普及给手机配套的相机模组产业提供了充足发展空间 97

10.3. 中国本土企业手机相机模组供应的发展前景非常好 97

10.4. 全球手机相机模组组装市场继续中国台湾主导 98

- 10.5. CCD传感器模组日本厂商主导、CMOS传感器模组美国、韩国厂商主导 98
- 10.6. 多媒体手机和3G网络的发展，对手机相机模组产业既是风险也是机会 99
- 10.7. 目前三百万像素以内的照相手机仍是照相手机的主导 99

表格目录

- 表格1：中国国内主要手机厂商 10
- 表格2：中外合资企业(含中港合资企业)名单 10
- 表格3：中国台湾、香港厂商独资企业名单 10
- 表格4：外商独资企业名单 10
- 表格5：照相手机模组功能 14
- 表格6：2007年中国手机市场典型的可拍照手机对比分析 26
- 表格7：2007年中国手机相机模组的主要供应商 27
- 表格8：三星电子在手机相机模组方面主要技术成果 28
- 表格9：2004-2007年三星电子在相机模组方面的重要合作 33
- 表格10：三菱电机在手机相机模组方面的主要技术成果 34
- 表格11：三菱电机在相机模组方面的重要合作 36
- 表格12：松下电子在手机相机模组方面的主要技术成果 37
- 表格13：松下电机在相机模组方面的重要合作 40
- 表格14：索尼CCD传感器技术成果 40
- 表格15：索尼公司手机相机模组方面的主要技术成果 42
- 表格16：索尼公司截止2006年6月30日第一季度综合财政业绩 43
- 表格17：索尼公司截止2007年6月30日第一季度综合财政业绩 44
- 表格18：索尼在相机模组方面的重要合作 45
- 表格19：夏普公司在手机相机模组方面主要技术成果 46
- 表格20：夏普在相机模组方面的重要合作 48
- 表格21：东芝公司在手机相机模组方面主要技术成果 49
- 表格22：东芝在相机模组方面的重要合作 51
- 表格23：三洋公司在手机相机模组方面主要技术成果 52
- 表格24：三洋在相机模组方面的重要合作 54
- 表格25：科胜讯公司在手机相机模组方面主要技术成果 55
- 表格26：科胜讯在相机模组方面的重要合作 58
- 表格27：豪威科技公司在手机相机模组方面主要技术成果 58

表格28：豪威科技在相机模组方面的重要合作	62
表格29：原相公司在手机相机模组方面主要技术成果	63
表格30：原相在相机模组方面的重要合作	65
表格31：锐相公司在手机相机模组方面主要技术成果	66
表格32：Magnachip在手机相机模组方面主要技术成果	66
表格33：锐相在相机模组方面的重要合作	68
表格34：泰视公司在手机相机模组方面主要技术成果	69
表格35：安国公司在手机相机模组方面主要技术成果	69
表格36：泰视在相机模组方面的重要合作	69
表格37：CCD和CMOS的对比	72
表格38：CCD和CMOS主要技术特性对比	75
表格39：CCD技术发展一览	76
表格40：生产CMOS传感器的厂商	84
表格41：相机模组厂商比较	85
表格42：科健手机相机模组业务收入情况	91

图表目录

图表1：1997年 - 2007年6月中国移动用户数发展情况	9
图表2：咨询研究的数据/信息采集方法	13
图表3：本次研究的数据/信息分析方法	13
图表4：2005-2008年全球图像传感器市场规模	15
图表5：2005-2008年全球拍照手机占全部手机销量比	17
图表6：2005-2008年韩国拍照手机占全部手机销量比	17
图表7：2005-2008年照相手机30万与百万像素产品比例	22
图表8：2005-2008年全球拍照手机销量	24
图表9：2005-2008年全球拍照手机占全部手机销量比	24
图表10：2007年全球各大手机市场可拍照手机出货量对比	25
图表11：电解油-水混合物形成“液体镜头”	30
图表12：2007年三星电子手机相机模组销量	32
图表13：2007年第二季度三星电子按部门划分净利润明细	32
图表14：2007年三菱电机手机相机模组出货量	36
图表15：2007年第一季度松下各部门销售额	39

图表 16：2007年第二季度夏普营业收入及净利润 47

图表 17：2007年第二季度东芝营业收入及运营利润 51

图表18：2000年—2007年三洋销售情况 53

图表19：科胜讯公司2005-2007年第三季度经营情况 57

图表20：科胜讯公司销售毛利润比较 57

图表 21：2007年上半年豪威科技营业收入 61

图表 22：原相科技CMOS占营业收入的比重 64

图表 23：2007年原相科技营业收入及税后净利 64

图表24：CCD内部结构 71

图表25：CCD传感器和CMOS传感器的结构示意图（下附英文注释） 74

图表 26：2005 -2008年CMOS市场销售总额 82

图表27：2006年不同价位区间百万像素级手机相机模组关注比例情况 86

图表28：2007年不同价位区间百万像素级手机相机模组关注比例情况 86

图表29：2007年相机模组组装厂家市场占有率 87

图表30：2000-2007年波导手机销售量及增正率 88

图表31：2001-2007年康佳手机销量 90

图表32：康佳集团供应商网上查询系统办理流程 91

图表33：光宝与科健在手机相机模组方面的合作 92

图表34：2003-2007年中国国内手机相机模组需求量 96

纸制版2000美金；电子版2300美金；

纸制版 + 电子版 = 2500美金

A020

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70795.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。