

中国手持云台行业研究报告

2018年



报告说明

研究范畴及数据指标说明

研究范畴

本报告研究范畴为电子型手持云台产品，研究范围为手持云台一体机、手机/微单/单反/运动相机适用型手持云台，报告中出现的品类描述及数据统计，均不包含应用于大型摄影器材的机械型云台。

数据来源

艾瑞电商销量监测平台ECTracker数据、艾瑞iClick网民调研数据；企业访谈及行业公开资料等。

数据指标解释

TGI：某群体选择某项的比例/其他群体或总体选择该项的比例，TGI值越高代表该群体中特征越明显。



行业概述

- 手持云台是脱胎于无人机技术的便携摄影器材，其核心功能是防抖防震。
- 目前行业在经济、技术和社会环境均有的积极影响因素，未来两年可能迎来行业爆发期。



市场现状

- 手持云台在全球市场发展迅猛，国内市场规模虽小，但未来爆发力强大。
- 国内电商成熟发展和短视频/直播的火热，为手持云台在国内市场提供成长环境和助力。
- 专业摄影与大众市场并存，千元区间产品助力行业由专业向大众市场渗透。



人群划分

- 21-25岁年轻男性是手持云台强认知玩家，注重理性消费和愿意尝试新事物。
- 35岁以下中高收入年轻女性在手持云台的高潜力消费人群中表现更加显著，推断其具有强大的消费能力，能为自身生活摄影（亲子/家庭等）/视频/直播等兴趣爱好提供坚实的消费基础。



未来趋势

- 未来，产品硬件结构更加精细强大。在生产出符合大众消费水平、手感轻便产品之余，也会出现适合大型镜头的产品，以满足各类消费人群的使用场景。
- 软件技术将继续向功能丰富化、贴近用户体验方向进行创新。

手持云台行业概述

1

手持云台市场行业发展现状

2

手持云台消费者画像

3

手持云台领军企业介绍

4

手持云台行业前瞻

5

脱胎于无人机技术的便携摄影器材

防抖防震是手持云台的核心功能

手持云台的概念：手持云台又称为手持稳定器，它是无人机产业的一个衍生开发产品，把无人机上运用的自动稳定协调系统的技术运用转移到手机（或相机）拍摄上，是一种高科技的便携式移动摄影器材。

硬件配置

- **传感器**感测手机（相机）的位置变化，将变化反馈至电机，**三轴电机**同时工作，在发生手部抖动时及时作出抖动补偿来提高画面稳定性。
- **材质结构**采取轻便的复合材料，降低使用过程中的负重感。
- **功能区**以适合单手操控为原则，设计出手动调焦、拍摄模式选择、自动补光、实时分享等多种功能。

手持云台产品示意图



算法控制

- 利用PMSM FOC算法实现精准顺滑的伺服控制**无刷电机**。
- 利用即时的三维的**姿态解算**和**姿态控制**，对采集到相机固定装置板上的MEMS陀螺仪和加速度传感器的数据进行处理，来实现相机的稳定和各種跟随操作。

手持云台 应用场景



专业场景

节目跟拍、影视视频拍摄、新闻采访等



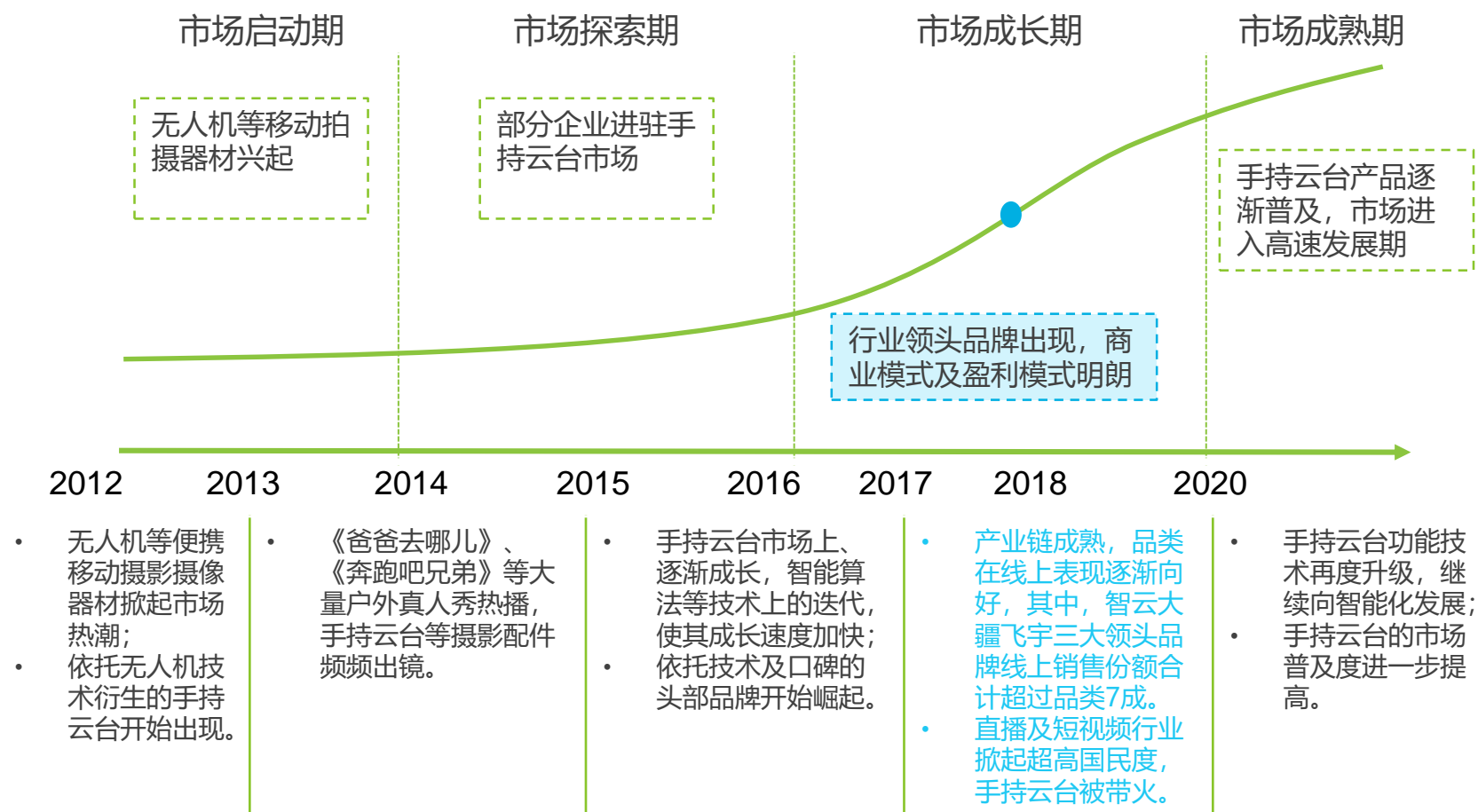
生活场景

业余拍摄、运动自拍、参与直播等

我国手持云台的市场现状

我国手持云台行业处于市场成长期，领头品牌已经出现

2013-2020年中国手持云台行业市场发展趋势



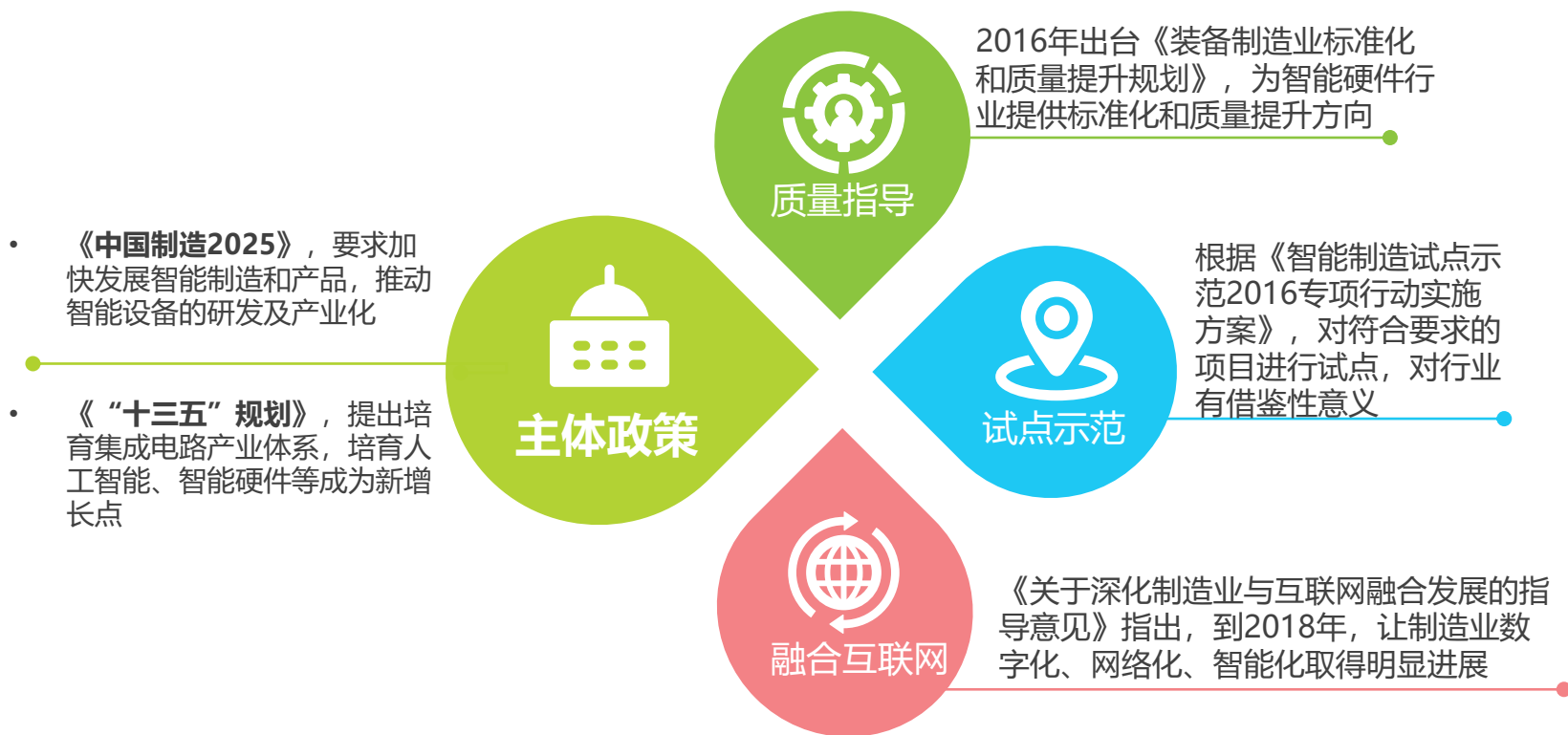
来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

我国手持云台政策环境

我国智能硬件行业备受重视，指导性政策为产业指明方向

目前，受到《中国制造2025》以及“十三五规划”的指导，智能硬件大行业受到惠及，而手持云台作为智能产品的分支行业，政策环境相对完善良好。

中国智能硬件政策环境概览



来源：国务院、国务院办公厅等公开资料，艾瑞艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

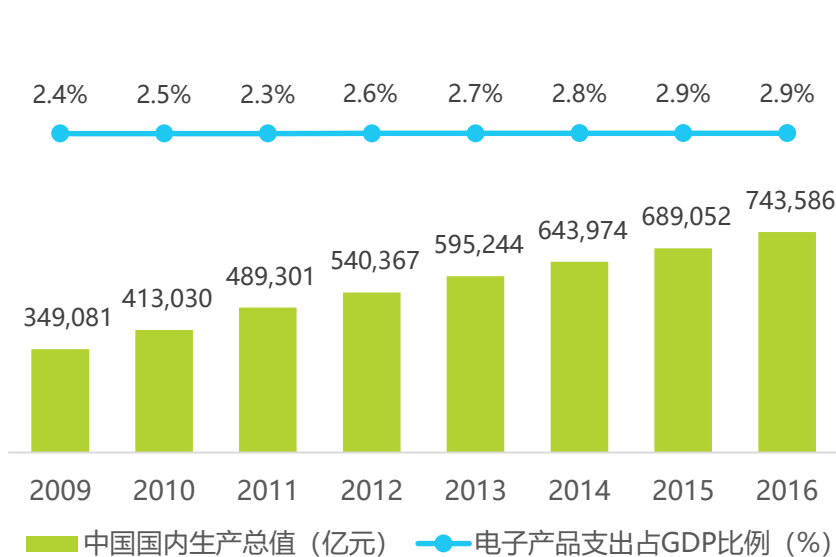
我国手持云台行业经济环境

国内市场对电子产品需求稳定，为中国智造提供良好环境

近几年我国的GDP持续增长，随着国民收入的稳健提升，国民的生活质量亦相应提高，对电子产品的消费形成基础环境。艾瑞咨询认为，在稳定的电子产品需求推动下，手持云台的市场潜力将逐渐释放。

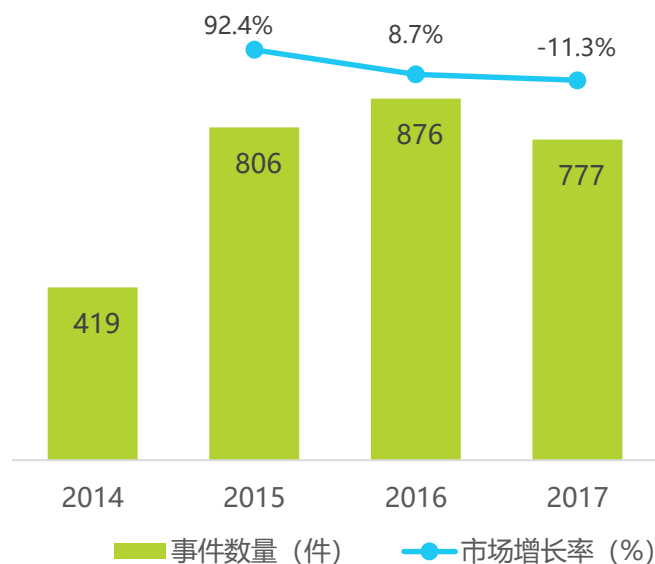
而另一方面，目前国内硬件行业的投融资数目仍维持在每年700件以上的状态，随着“中国制造2025”、“十三五规划”等政策对硬件行业的发展指导，我国资本市场对硬件行业，尤其是智能硬件将给予更高的重视态度。

2009-2016年我国GDP及电子产品支出占GDP比例



来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

2014-2017年国内硬件行业投融资数目



来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

备注：“硬件”包含以下子品类——智能家居、消费电子、芯片半导体、机器人、3D打印、传感器及中间件、飞行器、车载及出行、综合硬件、其他硬件服务、可穿戴设备、新能源新材料。

我国手持云台行业社会环境

用户内容消费习惯转移至视频，拍摄配件工具需求更加旺盛

随着互联网的普及和成熟，消费者对基于互联网的内容消费和网络社交需求不断增大，消费习惯逐渐成熟，传统的文字和图片形式已经不能满足当下的用户需求，视频成为用户更加偏好的内容传播方式。

艾瑞咨询认为，随着社交平台上的分享模式越来越情景化，用户对于视频内容的要求更高，同时对于拍摄工具及配件的使用意愿也相对走高。

各分享阶段代表性媒体展示



来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。上述平台为各阶段网络分享时期代表性平台，但各平台实际功能不局限于单类别分享。

我国手持云台行业技术环境

产品硬件技术相对成熟，而在算法及智能化上仍亟待突破

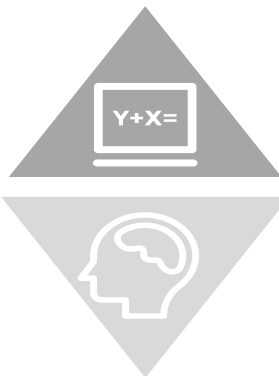


产品硬件及结构技术相对成熟



- **硬件材质：**硬件材质从原来的全金属或合金革新到更加符合人体工学的复合材料，大大减轻了使用过程中的负重感。
- **结构技术：**传感器及轴转技术和传输技术上也越发成熟，使产品的技术成本相对下降，同时增加产品科技附加值。

算法及智能化技术壁垒尚需要继续突破



- **算法缺陷：**当拍摄动作过于复杂（如进行极限运动摄像）时，容易导致死机。
- **智能化诉求：**消费者对于产品的智能化要求日益提高，手持云台产品在市场上需要避免同质化的同时，需要在智能技术上寻求创新。

来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

手持云台行业概述

1

手持云台市场行业发展现状

2

手持云台消费者画像

3

手持云台领军企业介绍

4

手持云台行业前瞻

5

我国手持云台产业链示意图

我国手持云台产业链概述



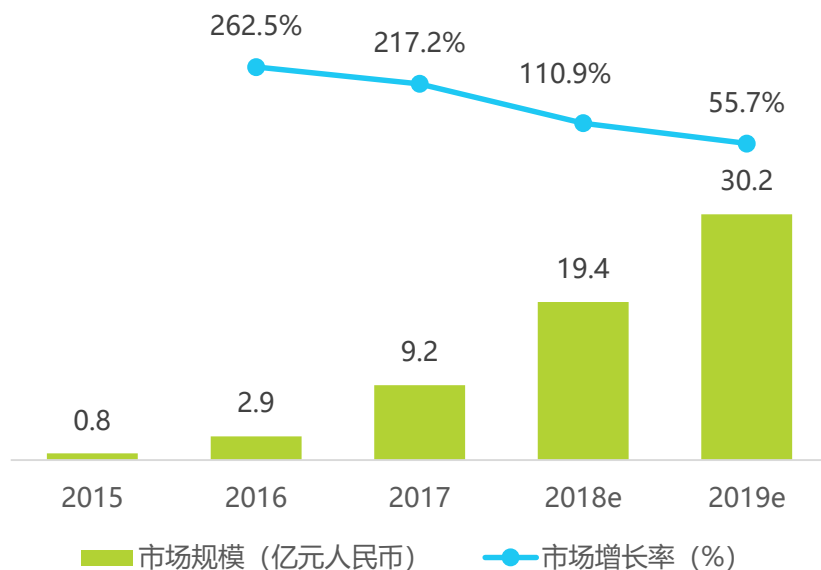
来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

手持云台全球市场规模将突破10亿

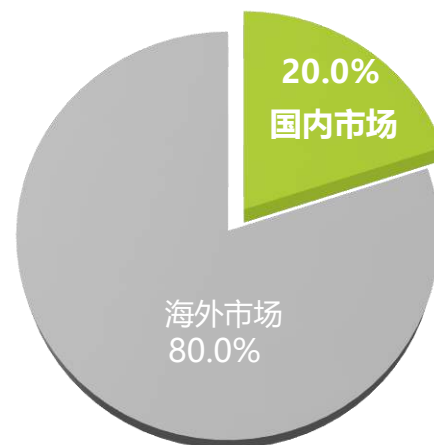
品类今年发展迅猛，国内市场仍亟待企业开发

手持稳定器从诞生起，短短几年间历经爆发式增长，而随着智能手机深度普及与更新换代，移动互联网技术发展，短视频社交的崛起，摄影视频需求进一步爆发，均为摄影配件行业发展利好因素，处于行业风口的手持稳定器将迎来进一步跃迁。目前国内手持稳定器头部企业在生产效能，算法技术等方面相较全球均具有领先优势，国外更为成熟摄影消费环境为国内头部品牌出海提供稳定发展空间，中国市场目前状态虽然相对滞后，但具备主场优势的中国企业预期在未来将更进一步扩大行业领导力，且随着社交娱乐兴起，庞大的国内消费市场在企业悉心培育下可产生极强爆发力。

2015-2019年手持云台全球市场规模及增速



2017年手持云台全球市场份额分布



来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

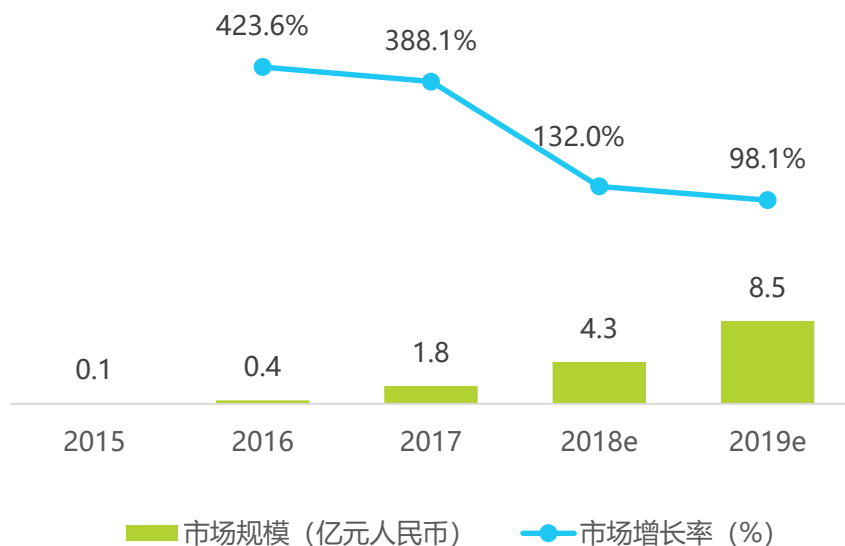
来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

手持云台国内市场规模将持续扩大

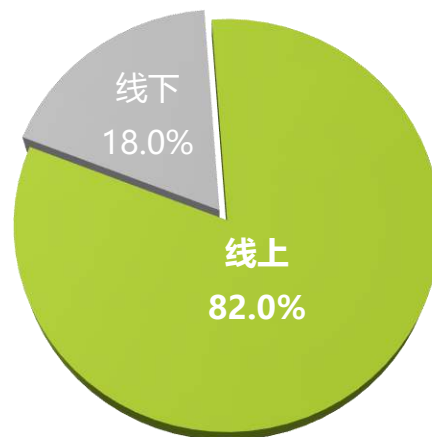
品类国内市场成长迅速，线上渠道将成主要爆发区

近几年来，我国手持云台的市场规模虽小，而增速一直持续健康增长。随着我国直播、短视频分享平台的成熟及普及化，作为摄影配件的手持云台将在国内迎来增长机会，预计到2019年，国内手持云台市场规模将达到8亿元以上。

2015-2019年手持云台我国市场规模及增速



2017年手持云台我国线上下市场份额分布



来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

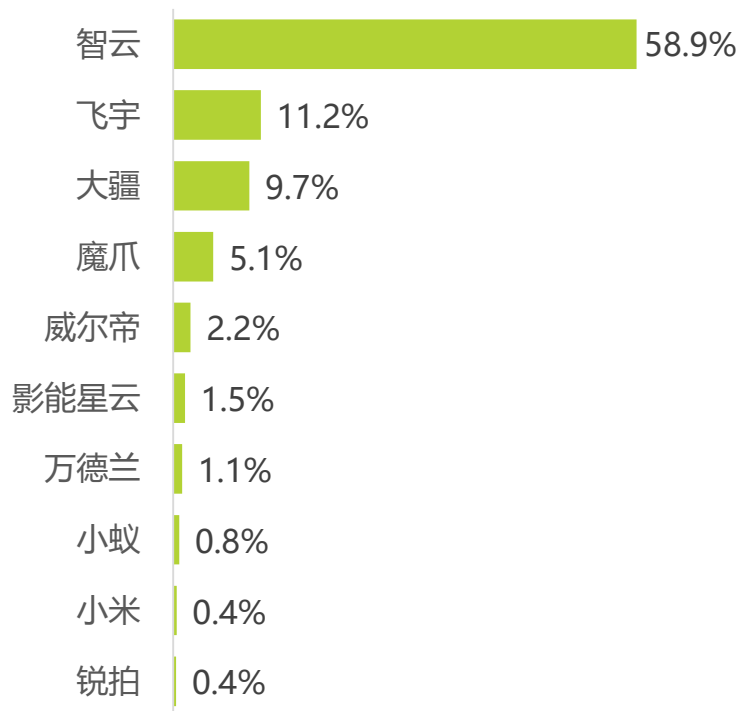
来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

两大线上综合平台品牌集中度高

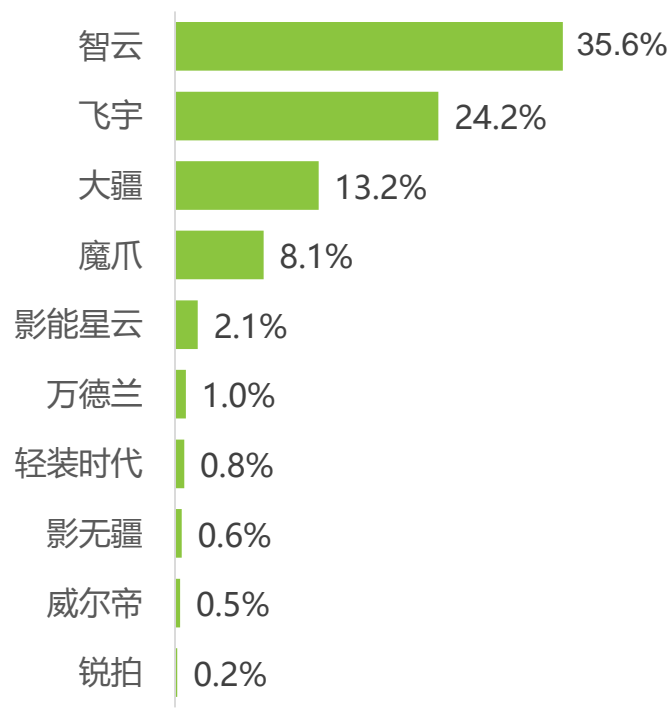
智云、飞宇、大疆及魔爪，占据两大平台头部位置

根据2017年艾瑞ECT销量数据显示，京东和天猫在手持云台销售上，头部前四品牌均为智云、飞宇、大疆和魔爪。其中，天猫的品牌集中度稍高于京东，智云以58.9%的平台销售份额占据首位，其余品牌间竞争较为激烈。

2017年天猫手持云台销售份额排行TOP10



2017年京东手持云台销售份额排行TOP10



来源：艾瑞电商销量监测平台ECTracker2017年手持云台品类数据。

来源：艾瑞电商销量监测平台ECTracker2017年手持云台品类数据。

手持云台兼顾专业高单价与大众亲民化 iResearch 艾瑞集团

多功能产品大受线上市场欢迎，热销产品多在千元区间

								
产品品牌	智云	大疆	智云	飞宇				
4月销售额	1,700,076 元	1,288,267 元	972,334 元	406,360 元				
4月销量	1641 件	1433 件	193 件	678 件				
4月成交均价	1036 元	899 元	5038 元	599 元				
产品 功能卖点	顺滑变焦	材质轻便	顺滑变焦	材质轻便	追踪跟随	续航持久	追踪跟随	轨迹延时
	追踪跟随	多模式拍摄	追踪跟随	轨迹延时	机械防抖	电子跟焦	多模式拍摄	
	双向供电，续航持久		双向供电，续航持久		高承重力	专属APP	双向供电，续航持久	
	轨迹延时	专属APP	竖拍模式	智能美颜	三轴360°全景		一键拼接全景照片	
	一键拼接全景照片		一键拼接全景照片		可视化参数		专属APP	关机缓降
	希区柯克变焦	社区交流			拓展接口	快速装卸	自带延长杆	自动调平
	第七代蜂窝电机算法				社区交流			

产品基础功能

产品特色功能

来源：艾瑞电商销量监测平台ECTracker2018年4月销量数据，根据线上全网销售额排序得出SKU排名。

备注：上述功能描述均源于产品页面信息。

手持云台行业概述

1

手持云台市场竞争格局表现

2

手持云台消费者画像

3

手持云台领军企业介绍

4

手持云台行业前瞻



5

专业摄影与大众消费市场并存

千元区间产品助力行业由专业向大众市场渗透

手持云台产品的主要面向从事摄影行业或有摄影爱好的消费者，但当前产品在整体市场受认知度较低，除对品类具有强认知的玩家群体有消费场景外，对手持稳定器未具认知的摄影爱好者预期会成为潜力庞大的消费市场。

人群画像细分条件

人群名称	强认知玩家群	高潜力消费群
		
基本特征	从事摄影行业/网络主播或爱好摄影、录影、网络直播、短视频拍摄	
人群差异	认知手持云台	不认知手持云台
人群占比	24.2%	37.2%

来源：艾瑞ECT2018年iclick问卷数据，总体样本量=1000，人群占比=研究对象数量/样本量总体。

人群分类基础条件：从事摄影行业或摄影爱好者——职业题S4选择“主播（网络主播/游戏主播等）或摄影从业人员”或业余爱好题S5选择“网络直播（参与主播）/摄影/录像（长视频录制/小电影等）/拍摄短视频（30秒内的小视频）”。

基于符合上述S4和S5的特定选项的人群，在S6中选中“手持云台”则为强认知玩家，而在S6中没有选择“手持云台”，则为高潜力消费群。

强认知玩家群多为中等收入年轻男性

乐于分享、理性消费的新事物尝鲜者

强认知玩家人群基础画像



强认知玩家人群基础特征

男性	95.9%	TGI=177.1
21-25岁	17.4%	TGI=107.3
3k-5k元	16.5%	TGI=131.7

生活态度——愿意尝试新事物，追求高品质生活

对于新事物，我愿意第一个去尝试 88.8% TGI=115.2

我讲究生活质量，追求高品质生活 84.7% TGI=103.9

消费态度——要买就买性价比高、知名度高的产品

我倾向于购买品牌知名度大的产品 84.7% TGI=103.4

性价比是我最看重的东西 84.3% TGI=103.6

社交行为——乐意分享个人见解

我乐于跟朋友分享我的见解 90.5% TGI=108.9

购物决策习惯——理性消费，不轻易为冲动买单

我会压制冲动，多方查询资料，再决定是否购买一件商品 71.9% TGI=104.4

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。

Base：手持云台强认知玩家群，242人。

备注：态度题C2、C3、C4、C5，同意度百分比=5分百分比+4分百分比，此处仅展示满意度>70，且TGI>100的指标；此处收入是指个人月收入。

强认知玩家群中，高级玩家占比超4成

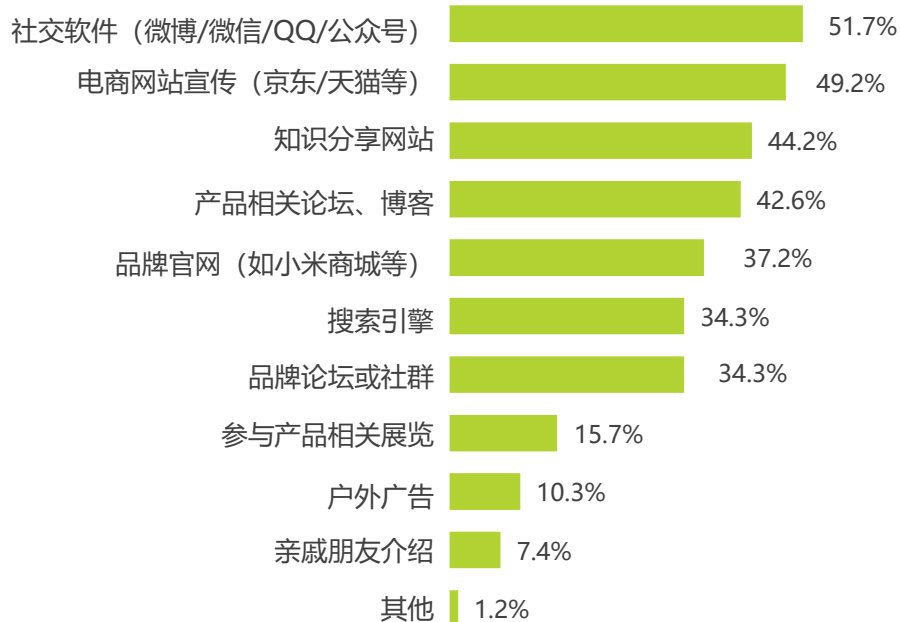
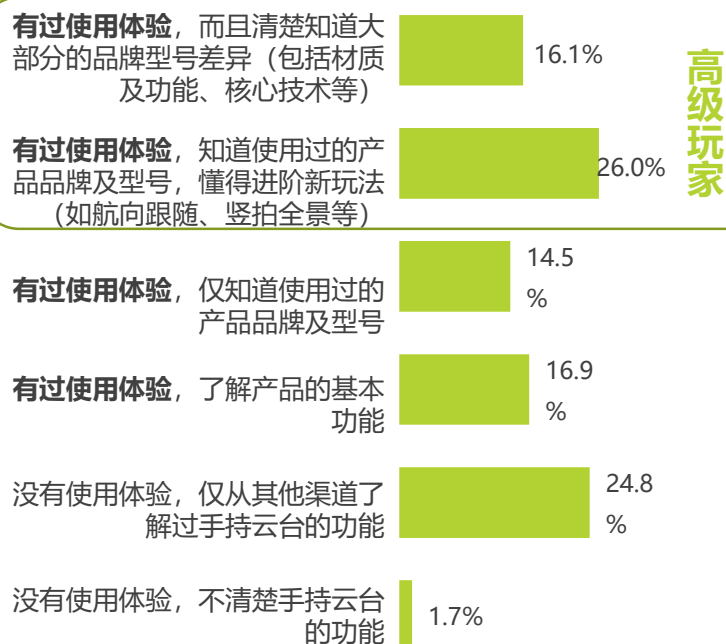
人群中7成有过使用经验，社交软件为首要产品资讯获取渠道

强认知玩家群中，超过7成人有过产品使用经验；而了解品牌型号及进阶玩法的高级玩家，占该人群的42%。

社交软件为强认知玩家群获取产品资讯的首要渠道，其次电商网站宣传及知识分享网站也是其了解资讯的重要渠道。

2018年强认知玩家群对手持云台的了解程度

2018年强认知玩家群了解手持云台的渠道分布



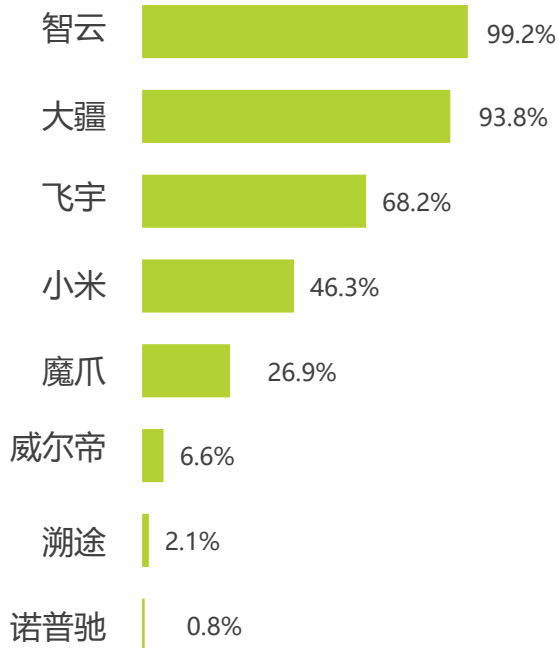
来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：手持云台强认知玩家群，242人。

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：手持云台强认知玩家群，242人。

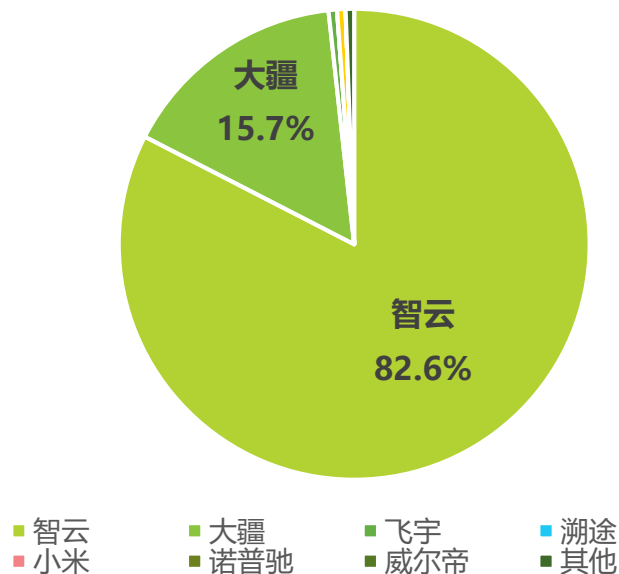
智云大疆飞宇在认知心智中稳占前三

智云为8成强认知玩家群的首要选购品牌

2018年强认知玩家群对手持云台品牌的
认知度分布



2018年强认知玩家群未来半年计划购买的首
选品牌分布



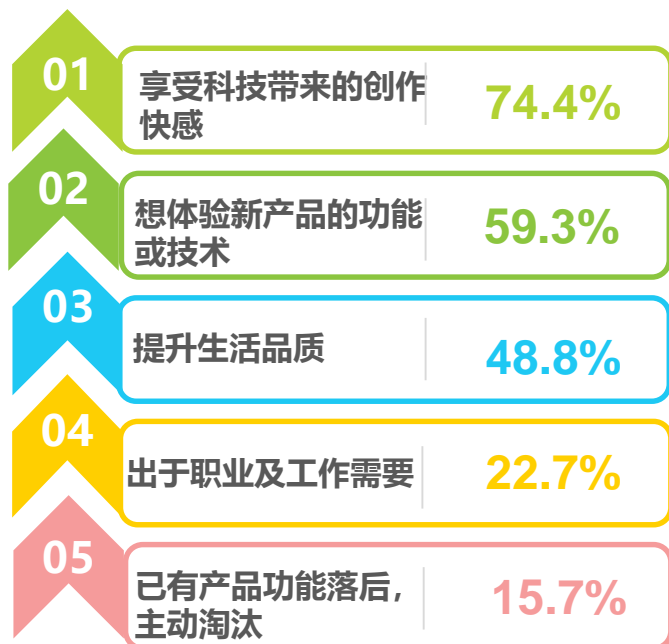
来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：手持云台强认知玩家群，242人。

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：未来半年计划购买手持云台的强认知玩家群，172人。

购买动机及考虑因素离不开科技功能

科技感驱动购买，产品功能是强认知玩家群考虑的首要因素

2018年强认知玩家群购买手持云台的动机



2018年强认知玩家群选购手持云台产品的考虑因素



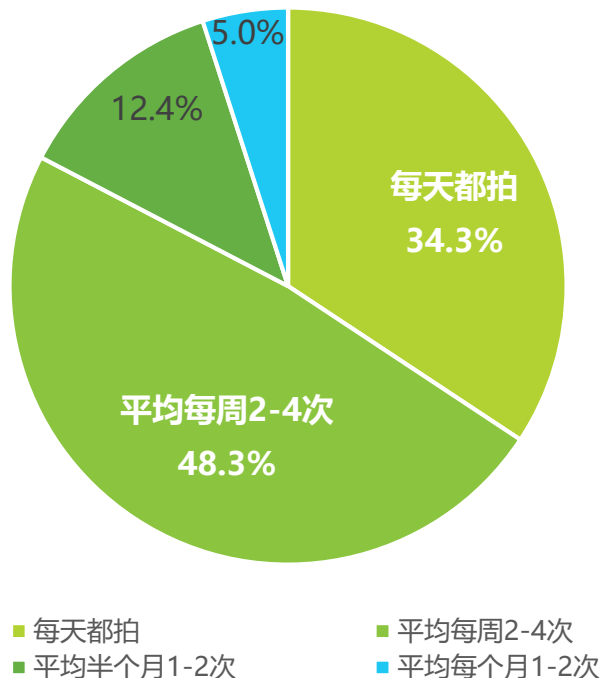
来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：未来半年计划购买手持云台的强认知玩家群，172人。
备注：仅展示高于7%的数据。

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：未来半年计划购买手持云台的强认知玩家群，172人。
备注：仅展示高于7%的数据。

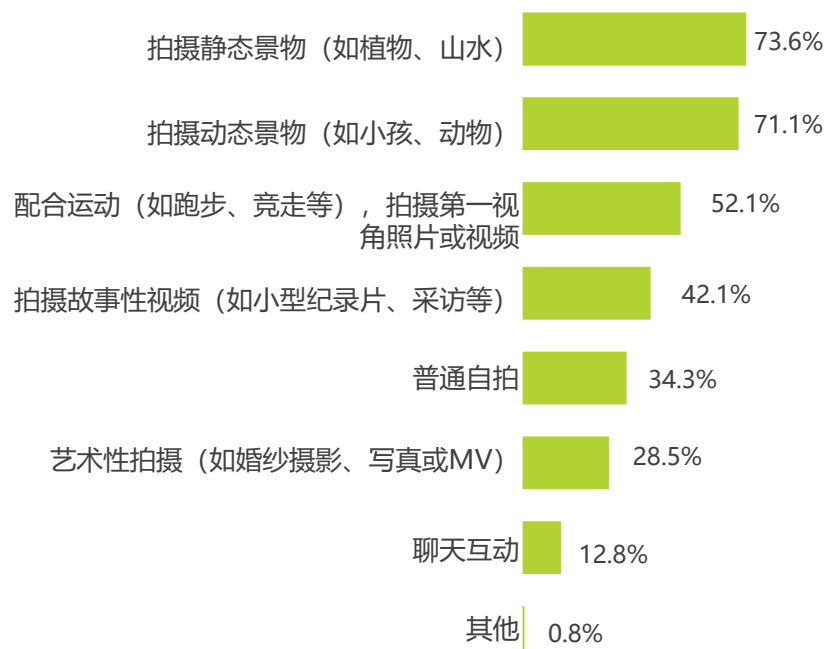
强认知玩家每周拍摄录像频率多于4次

拍摄或录像的主题以山水、动物等动静景物居多

2018年强认知玩家群拍照或录像的频率分布



2018年强认知玩家群拍照或录像的主题分布



来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：手持云台强认知玩家群，242人。

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：手持云台强认知玩家群，242人。

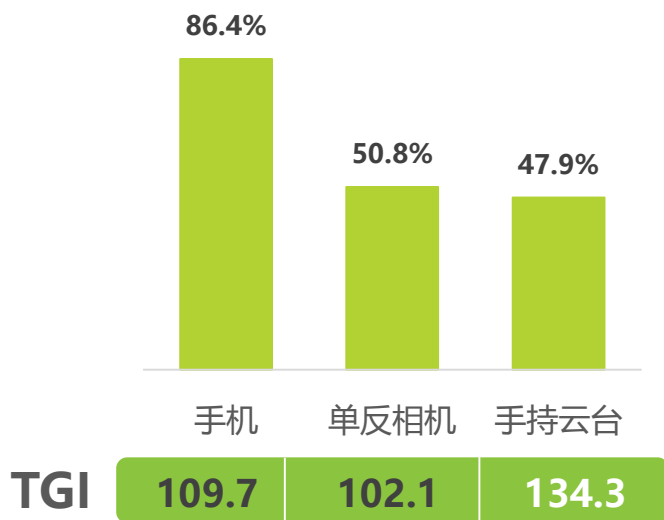
常用拍摄工具：手机、单反、手持云台

录制视频是手持云台最常见的使用场景

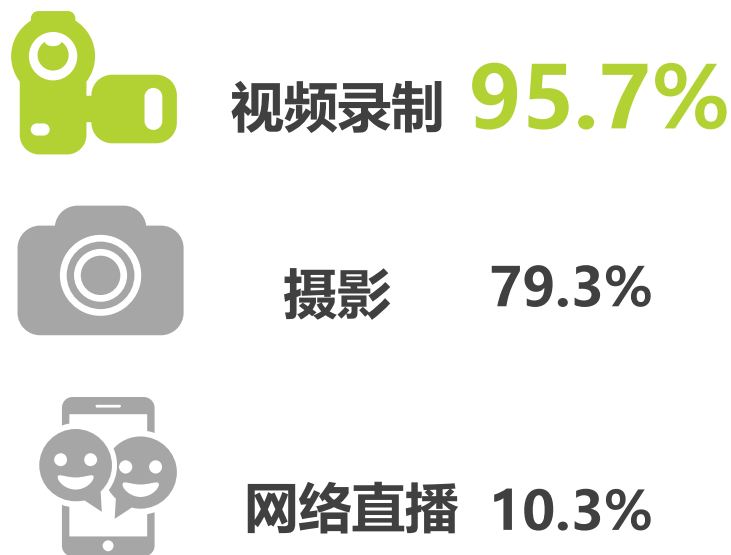
强认知玩家群近三个月最常用的拍摄工具TOP3分别是手机、单反机手持云台。

最近三个月使用手持云台的强认知玩家群中，录制视频是最为常用的使用场景，其次是摄影。

2018年强认知玩家群近三月常用拍摄器材TOP3



2018年强认知玩家群手持云台使用场景



来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：手持云台强认知玩家群，242人。

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：近三个月内使用过手持云台的强认知玩家群，116人。

改善内置功能是产品制胜的核心方向

强认知玩家群对产品的内置功能缺陷最难容忍

强认知玩家群对于手持云台拥有专用APP扩展功能及多种拍摄模式最为期待。

在强认知玩家群使用困惑方面，内置功能设计的缺陷是产品当前需要规避或修复的核心方向。



强认知玩家群对产品的期望TOP3

- | | | |
|------------------------------|-------|-----------|
| ✓ 支持多种拍摄模式（如全景拍摄，动态延时，物体追踪等） | 81.9% | TGI=121.3 |
| ✓ 有专用的APP扩展功能 | 79.3% | TGI=136.1 |
| ✓ 更加轻巧，便于携带 | 58.6% | TGI=100.1 |



强认知玩家群使用产品时的困惑TOP3

- | | | |
|---|-------|-----------|
| ※ 内置功能设计缺陷大（如自动调焦或追踪功能失灵等） | 58.6% | TGI=127.6 |
| ※ 轴转角（如不能满足360平移轴转、俯仰轴动作角度较小、横滚轴角度较小或无） | 47.4% | TGI=77.3 |
| ※ 度不足调节平衡的过程比较麻烦 | 38.8% | TGI=72.9 |

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。

Base：近三个月内使用过手持云台的强认知玩家群，116人。

小结:强认知玩家群对产品功能追求极致

iResearch

艾 瑞 集 团

强认知玩家人群画像

● 高度的品类认知



- 7成有过使用体验;
- 品类资讯获取源于社交软件和电商宣传;
- 智云大疆飞宇占据认知心智前三

● 痛点在于内置功能缺陷



- 最大使用痛点在于内置功能的缺陷;



- 最大产品期望在于拍摄模式多样化

● 功能导向型消费



- 享受科技带来的创作快感;
- 购买手持云台时首先考虑产品功能

● 高频拍摄, 偏爱景物摄影



- 超8成每周拍摄录像的频率高于4次;
- 拍摄主题多为动静景物;
- 常用器材为手机、单反、手持云台

21-25岁中等收入男性;
乐于分享、注重理性消费的新事物尝鲜者

来源: 艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base: 手持云台强认知玩家群, 242人。

高潜力消费群中高收入女性表现显著

生活有规划，注重质量和产品口碑的网络社交热衷者

高潜力消费群中，男性人群比例虽较高，但31-35岁的中高收入女性指数浓度更高。

高潜力消费群基础画像



高潜力消费群基础特征

女性	36.3%	TGI=133.4
男性	63.7%	TGI=85.7
31-35岁	30.9%	TGI=114.1
3k-8k元	45.4%	TGI=107.4

生活态度——注重生活规划，吸取亲友建议

生活必须有长远的规划 82.8% TGI=103.1

对亲友的推荐或建议很看重 68.3% TGI=108.0

消费态度——优先考虑产品质量，看重性价比

愿意花更多钱购买质量更好的产品 84.7% TGI=100.6

性价比是我最看重的东西 81.7% TGI=100.4

社交行为——愈发融入网络社交

网络已经成为我进行社交的新渠道 83.6% TGI=102.0

购物决策习惯——参考产品评论是购买前的第一步

我会在网络社区或电商平台查看用户评论之后决定购买 82.5% TGI=101.0

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。

备注：态度题C2、C3、C4、C5，同意度百分比=5分百分比+4分百分比，此处仅展示满意度 > 70，且TGI > 100的指标；此处收入是指个人月收入。

Base：手持云台高潜力消费群，372人。

常用拍摄工具：手机、自拍杆、单反

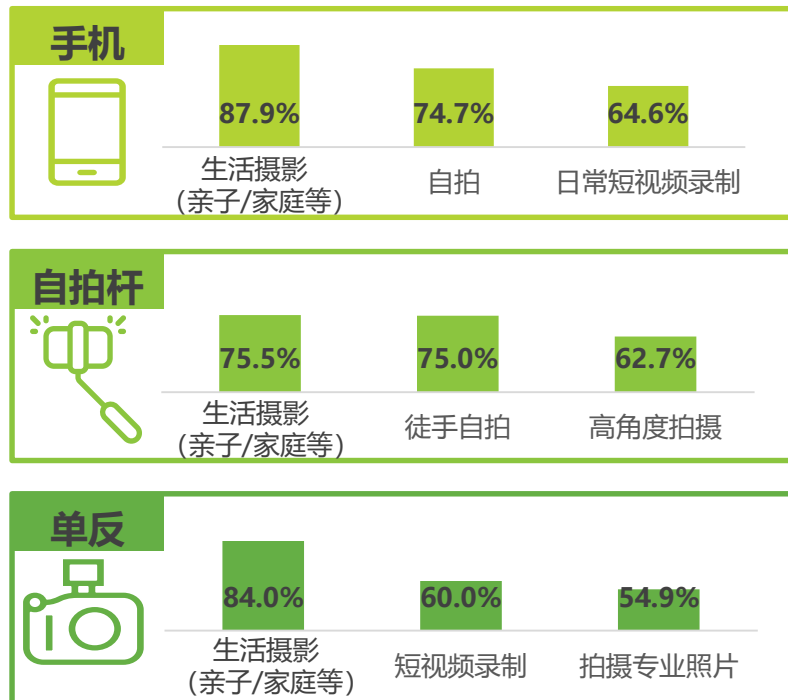
高潜力消费群主要利用上述摄影器材进行生活摄影

对于便携性型的摄影器材（手机及自拍杆），高潜力消费群偏向于在生活摄影（亲子/家庭等）和自拍时使用。

2018年高潜力消费群近三月常用拍摄器材TOP3



高潜力消费群最常用拍摄器材的使用场景TOP3



来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：手持云台高潜力消费群，372人。

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。
Base：使用手机的高潜力消费群，297人；使用自拍杆的高潜力消费群，220人；使用单反的高潜力消费群，175人。

常用拍摄工具使用痛点探究

拍摄过程中晃动的不良体验是高潜力消费群较为显著的痛点

高潜力消费群在使用常用拍摄工具过程中，多数人对不方便携带、镜头晃动、抖动存在不良体验。

针对在拍摄过程中遇到抖动不良体验的高潜力消费群，其使用手持云台以改善问题的意愿达到89%。

单反使用痛点

※ 不方便携带	57.7%
※ 价格较高	49.1%
※ 镜头需要特殊护理	47.4%
※ 耗电量较大	38.3%
※ 防抖效果较差，镜头晃动导致成像模糊	37.7%
※ 有一定的使用门槛	37.1%
※ 难以捕捉特殊角度	28.0%
※ 容易产生噪音	21.1%

手机使用痛点

※ 防抖效果较差，镜头晃动导致成像模糊	55.9%
※ 长时间手持，易疲惫	53.9%
※ 续航性能差	51.2%
※ 难以拍摄特殊角度	47.5%
※ 清晰度欠佳	46.5%

自拍杆使用痛点

※ 稳定性差，易晃动	67.7%	※ 占收纳空间	40.9%
※ 扩展功能少	52.7%	※ 对型号的兼容性窄	40.5%
		※ 耗电量大	21.4%

——针对改善拍摄过程中镜头晃动的不良体验，是否愿意使用手持云台？

2018年高潜力消费群使用手持云台的意愿

愿意
89.0%

来源：艾瑞2018年iclick问卷数据。

Base：使用单反的高潜力消费群，175人；使用手机的高潜力消费群，297人；使用自拍杆的高潜力消费群，220人。

小结:高潜力消费群愿为改善体验而尝试

iResearch

艾 瑞 集 团

高潜力消费群画像

最爱生活摄影



- 最常使用的摄影器材为手机、自拍杆和单反;
- 主要使用场景为生活摄影 (亲子/家庭等)

晃动、难携带都是不良体验



- 使用手机和自拍杆时,晃动抖动为主要痛点;
- 单反的不良体验在于笨重, 不便携

高意愿使用手持云台



- 89%的高潜力人群愿意使用手持云台, 以改善拍摄器材带来的不良体验

35岁以下的中高收入魅力女性;
生活有规划, 注重质量和产品口碑的网社交热衷者;
消费能力强, 为满足自身在摄影/视频的兴趣爱好提供经济基础。

手持云台行业概述

1

手持云台市场竞争格局表现

2

手持云台消费者画像

3

手持云台领军企业介绍

4

手持云台行业前瞻

5

领军企业介绍：智云科技



起家于火炮及雷达稳控等军事技术，产品追求极致苛刻

智云科技创始团队源自于军工企业，基于火炮控稳和舰载雷达防抖系统等技术原理，将电机控制系统与防抖系统结合打造手持稳定器产品；

执着于产品精度的极致要求，前后更换过三家代工厂，甚至开设独立工厂，从产业上游保证产品质量稳定；稳定器产品涵盖手持类、穿戴类、机载类。

智云稳定器产品历程



来源：艾瑞摘自品牌官网及其他公开资料，未经审核。

领军企业介绍：智云科技



创新性搭建短视频社区，营造助力品牌成长的生态系统



莱塔社——智云旗下的特色短视频社区

- 2017年，由智云品牌全新打造的首个以稳定器设备为主的**社交、分享、教学**为一体的短视频社区“莱塔社”正式上线。
- 创新性地将手持云台用户和产品有机联系在一起，形成以**产品为核心的视频生态系统**，利用产品用户群的扩张反哺品牌发展，形成良性循环。



领军企业介绍：大疆创新

持续迭代技术基础，实现增稳技术精进迁移

大疆手持云台产品发展历程

手持产品形成阶段

- 基于禅思Z15的大量技术测试，尝试将航拍技术引渡到地面影像增稳上；
- 于2014年推出满足专业级用户使用的手持云台“如影”，并逐渐将手持云台增稳作为技术应用方向，使大疆在手持云台市场上快速开拓。

技术萌芽阶段

- 2007年起对直升机挂载摄像机抖动问题开始尝试解决对策，包括生产舵机云台等；
- 2009年，尝试用无刷电机直驱的方式制造云台，试水航拍增稳产品；
- 2012年推出民用高精度云台禅思Z15，解决高空摄影抖动问题，为日后地面摄影增稳技术打下基础。

精进迭代阶段

- 对市场需求见解独到，逐渐兼顾大众消费市场和专业市场，其后根据市场细分变化，对产品进行精进迭代；
- 2015年推出面向大众消费的手持云台一体机“灵眸”。
- 2018年推出分别适用于微单、单反和手机的产品，逐步完善品牌产品线。

大疆创新

于2006年成立，是全球领先的无人飞行器控制系统及无人机解决方案的研发和生产商。经过阶段性的技术革新后，将无人机技术优势移植到手持云台上，于2014年推出专业级手持云台，于2015年推出面向普通消费者的手持云台一体机。

领军企业介绍：飞宇科技



专业化、高品质、精益求精，专注研究稳定技术

飞宇稳定器产品范围

运动相机稳定器

配合操控运动相机，连接控制GoPro/RX0等运动相机，配合强续航能力电池，针对户外极限拍摄场景。

智能手机稳定器

配合智能手机使用，主要以横竖拍切换，延长伸缩杆，人脸追踪等技术丰富娱乐拍摄应用场景。

微单相机稳定器

为微单相机配件，以轻巧结构支撑微单，结合电机横臂无工具调节实现稳定拍摄。

专业摄像机稳定器

针对中型摄影器材使用，根据不同拍摄场景切换单双手提/持操作。

飞宇科技

成立于2007年，从航模平衡仪起家，逐渐将稳定器技术过渡至无人机与运动相机稳定器领域，2013年起，通过运动相机手持稳定器进入市场，目前在**运动相机、智能手机、微单相机、专业摄像机**等领域拥有主打产品。

手持云台行业概述

1

手持云台市场竞争格局表现

2

手持云台消费者画像

3

手持云台领军企业介绍

4

手持云台行业前瞻

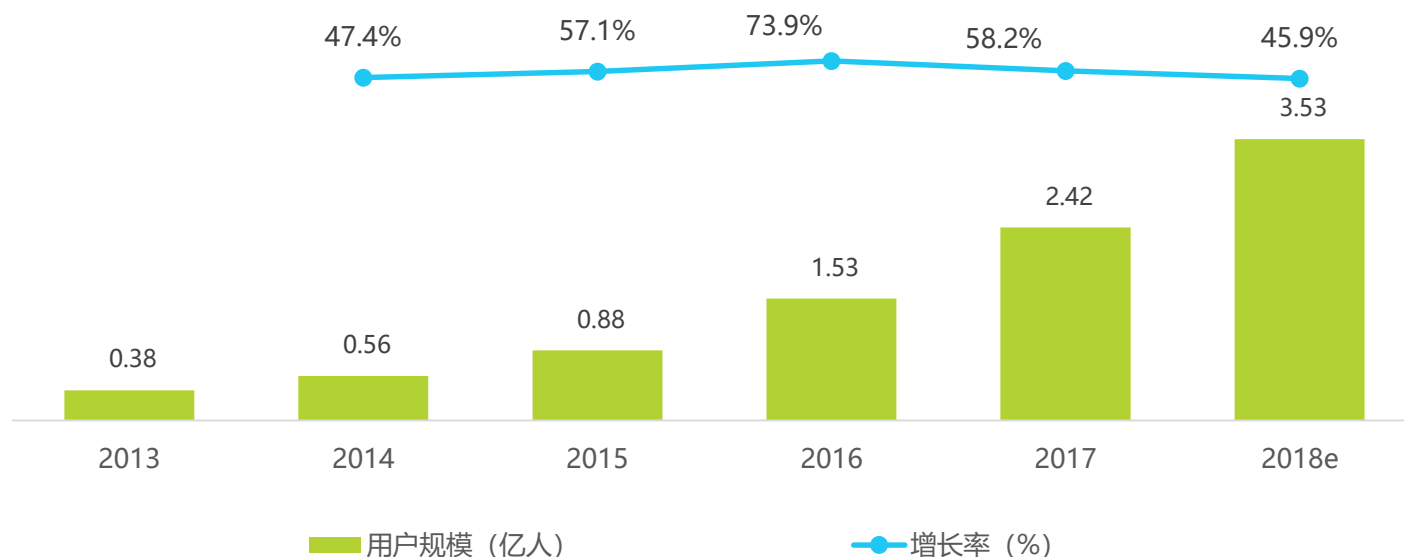
5

趋势1：潜在用户因短视频火热而增长

短视频持续火热，扩大手持云台用户基础

随着我国对短视频行业的规范化，短视频行业将迎来良性发展，而短视频产品由于其碎片化、高传播、低门槛的特性，在用户规模上也将获得持续增长，预计今年将达到3.53亿人。在此庞大的用户基础上，将会为摄影配件行业带来红利，推动手持云台市场规模的良性增长。

2013-2018年中国短视频用户规模



来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

趋势2：硬件进化满足多元化使用场景

材质结构工艺迭代迅速，进一步满足大众化/专业化需求场景

随着手持云台行业成长，品牌商在材质运用及产品结构上的投入度加强。产品核心技术走向成熟，产品结构及材质运用将成为品牌间的新竞争点。

在产品的选材上，复合金属取代全金属，质量更加轻便，并具备了诸如防溅、易散热等功能，满足大众消费群体日常使用；在产品结构上，电机运动幅度加大，续航能力更强，将能适应更多中大型摄像器材。其适用范围将延展至更多专业领域（如新闻、电影行业等），逐步可覆盖传统机械稳定器的应用范围。

手持云台产品硬件结构变化趋势



来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

趋势3：软件功能丰富，玩法趣味提升

内置功能更全面，产品玩法丰富多样

三轴技术作为产品的核心技术已经成熟，产品的软件功能成为了品牌商提升自身产品科技附加值的首要途径。

在内置功能上，产品的玩法更加多样，用户在使用过程中增添更强的趣味性。

在用户体验上，越来越多品牌商就产品开发出专用APP，实现在手机上对拍摄成果进行编辑，及多设备联动等功能。

手持云台产品软件技术变化趋势



趋势4：核心技术迁移，跨界开拓产品线

Research

艾 瑞 集 团

三轴稳定技术和伺服电机技术的成熟，使其应用领域更广阔

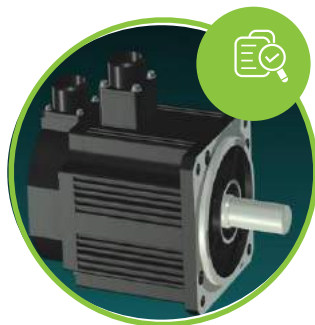
手持云台的三轴稳定技术和伺服电机技术为产品的核心技术，两种技术已逐渐成熟，并向更多的领域延伸。

手持云台的伺服电机指的是无刷电机中的同步电机，其功率范围大，最高转动速度低，且转速随着功率增大而快速降低，能够满足低速平稳的运动应用，对医疗，游戏，机械等领域均可带来助力价值。



三轴稳定技术应用范围延伸

- 医疗领域：帕金森病人专用餐具、肠胃内视仪器.....
- 电子领域：可调节监控摄像头、手机感应、手机定位.....
- 游戏娱乐领域：体感游戏控制.....



伺服电机技术应用范围延伸

- 医疗领域：监护仪、CT控制箱、B超机、心电图（脑电图）测试仪.....
- 电梯行业：电梯的门控制、楼层控制.....
- 机械行业：数控冲床、各种汽车检测设备控制.....

来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

汇聚智慧 成就价值
INTELLIGENCE CREATES VALUE



艾 瑞 集 团