

線上開賣5分鐘斷貨 大疆影石靠技術強勢突圍 中國雲台相機 日民眾排隊9小時搶購

新聞故事



近日，國產影像設備品牌影石 Insta360 雲台相機 Luna Ultra 在日本東京澀谷線下首發，大批日本民眾凌晨抵達門店排隊等候，最長等候時長逾9小時，有愛好者專程從橫濱、大阪跨城赴店。活動發放450張限量入場券，開售僅30分鐘即全部申領完畢；線下開售12小時便登頂銷量榜，線上白色版本上線5分鐘迅速斷貨。

此番熱銷並非單次營銷個案。數據顯示，中國品牌已在日本視頻相機細分賽道建立顯著領先優勢，在日本，大疆、影石兩大中國品牌合計佔據視頻相機85%市場份額，依託自主三軸雲台精密結構、AI智能算法、一體化軟硬件生態構築獨有技術壁壘，降低用戶視頻創作門檻，憑藉技術實力、獨特功能、使用體驗在包括日本在內的全球市場強勢突圍。

據了解，影石 Insta360 Luna Ultra 日本首發現場，排隊的既有專業攝影人、影視內容創作者，也有在校年輕學生，不少中老年人亦到場選購，計劃以輕便雲台設備記錄出遊、家庭日常。此外還有當地知名藝人、數碼博主到場搶購。

大公報記者 郭若溪



▲中國品牌影石 Insta 雲台相機新品 Luna Ultra 在日本東京澀谷首發，引發日本民眾排隊搶購

網絡圖片

▲日本科技愛好者第一時間體驗影石 Insta 智能便攜相機。

數讀中國相機品牌 在日市場份額

- 2024年，大疆 Pocket 3 推動大疆以48.1%的品牌份額首次奪得日本數碼攝像機年度第一。
- 2025年，大疆64.7%的品牌份額令其蟬聯日本數碼攝像機年度榜首。
- 2026年4月，日本零售數據機構BCN+R數據顯示，中國品牌大疆在日本視頻相機市場的銷量份額達到72.5%。
- 2026年4月日本視頻相機銷量前四名全部由大疆包攬，分別為 Osmo Pocket 4、Pocket 3、Action 4 和 Nano。
- 大疆、影石兩家中國品牌合計佔據日本便攜攝像市場約85%份額。

大公報整理

中國雲台相機 暢銷日本秘訣

產品實力構築技術壁壘
● 自研三軸機械雲台防抖、AI智能跟蹤、全景成像算法，兼顧便攜機身與電影級畫質，多項技術為行業首創。

不靠低價主打高端價值
● 產品摒棄早年低價內捲路線，依靠獨特功能、使用體驗形成溢價，用戶願意通宵排隊高價購入新品。

本地售後服務體系完善
● 日本全境布局線下體驗門店、官方維修網點，系統適配日語，配套本地社交平台一鍵分享功能，海外產品售後無門檻。

搶佔賽道領跑行業標準
● 率先開創口袋雲台相機新品類，定義全民移動影像創作工具形態。

大公報記者郭若溪整理



▲據介紹，首發當日活動在下午3點開始，有人凌晨就到達現場排隊。

昔國人赴日爆買 今變日客苦等中國貨

智造升級

十幾年前，中國遊客赴日旅遊，秋葉原電器城搶購單反、鏡頭、卡片機是常態；時至2026年，東京門店凌晨便排起長隊，只為購入中國產雲台相機，中日影像消費市場攻守徹底逆轉。專家指出，這正是中國製造轉型升級的縮影，從過去



▲在深圳，消費者線下試用體驗大疆 Pocket 系列智能相機產品。

雲台相機 VS 傳統相機

話你知



傳統相機包含單反、微單、卡片機，核心主打靜態拍照，雖支持視頻錄製，但機身笨重、搭配鏡頭繁多，各類專業參數操作門檻很高，單人外出自拍、隨身記錄十分不便，新手中老年用戶很難快速上手。雲台相機是國產品牌開創的一體化新型影像設備，機身自帶三軸機械防抖雲台，無需額外搭配穩定器，整機小巧可直接放進口袋。設備整合鏡頭、圖像傳感器與AI運算系統，自帶智能跟拍、一鍵剪輯、人形追蹤功能，主打移動視頻創作，適配Vlog、出遊、日常隨手記錄等場景，大幅降低移動拍攝難度，受眾覆蓋學生、家庭、內容創作者。

跟隨模仿、代工生產，到如今創造全新產品品類、參與輸出行業技術標準，中國智能影像品牌已經完成關鍵產業躍遷，未來還將持續撼動全球傳統影像巨頭佔據多年的市場版圖。國家高端智庫CDI資深研究員宋丁認為，曾經國產影像設備出海只能依靠低價價格爭奪低端市場，核心光學器件與影像算法大多依賴海外供應。如今大疆與影石搭建起機械雲台搭配AI影像算法、全景成像、智能機內剪輯的一體化技術體系，核心技术均實現自主研發。同時，國產影像品牌抓住了短視頻的時代風口，開闢出口袋雲台相機這一全新細分賽道。此外，成熟完整的供應鏈與本地化服務體系，為產品長期扎根海外市場保駕護航。珠三角完備的消費電子產業鏈支撐品牌快速迭代新品，兩大品牌亦在日本搭建覆蓋廣泛的線下門店與官方維修網點，操作系統適配日語，打通本地社交平台一鍵分享通道，打消海外消費者對於售後、使用適配的諸多顧慮。

大公報記者郭若溪



▲位於深圳華強北的大疆旗艦店成為了外國遊客的打卡地。



▲影石 Insta360 Luna Ultra 技術指標兼顧民用記錄與專業影視製作。

大疆奪日本市場銷冠 打破美國十年壟斷

市場登頂

日本權威機構最新零售與出貨數據顯示，大疆創新已穩坐日本數碼攝像機、運動相機兩大細分品類年度銷量榜首，在運動相機賽道，首度打破美國GoPro長達十年的日本本土銷量壟斷，重塑便攜運動影像市場格局。

在日本視頻相機賽道，大疆2026年4月市場份額達72.5%，較2025年64.7%大幅提升近8個百分點，形成斷層領先。爆款產品帶動日本攝像機市場規模翻番增長，單月銷量、銷售額同比增幅均超130%，創造日本便攜影像品類近年最高增速。在運動相機市場，過去十年，美國GoPro長

期把持全球、日本運動相機銷量冠軍席位，而近年大疆Action系列憑藉機身雲台防抖、智能人形追蹤、超低功耗小型化設計，持續搶佔市場份額。在日本本土市場，大疆Action 4常年穩居運動相機單品銷量第一，疊加雲台相機用戶轉化，正式終結GoPro長達十年的壟斷地位。

產業分析指出，大疆依靠無人機領域多年技術沉澱，核心技术全部復用至手持攝像設備，形成難以複製的技術護城河。日廠廠商僅深耕靜態光學成像，缺少雲台、AI跟蹤軟件研發積累；GoPro側重極限運動硬件，智能化、輕量化、日常拍攝適配性不及大疆。

大公報記者郭若溪

中國汽車歐洲市場份額首超日本

【大公報訊】據中通社報道：歐洲汽車製造商協會最新公布的新車銷量統計數據顯示，今年5月，中國汽車在歐洲的市場份額首次超過日本。

據媒體7月3日根據該統計數據報道，中國汽車與日本汽車的市場份額已發生逆轉。五家中國汽車製造商在31個歐洲國家共售出13.841萬輛汽車，同比增長65%。五家車企分別是比亞迪、上海汽車集團、浙江吉利控股集團、奇瑞汽車公司以及浙江零跑科技公司。

另一方面，六家日本汽車製造商在歐洲31國

的汽車銷量為13.0424萬輛，同比下降3%。六家車企分別是豐田、日產、鈴木、馬自達、本田和三菱汽車公司。中國車企銷量比日本車企高出6%。

《日本經濟新聞》報道稱，日本企業在混合動力汽車的燃油效率方面有較高口碑，但電動汽車產品線有限，難以享受到歐洲各國優惠政策紅利。報道引用德國汽車研究中心業務發展總監貝姬特麗克絲·凱姆的話說：「歐洲消費者在考慮購買電動汽車時，不會將日本車列為備選。」