

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自我們委託弗若斯特沙利文就[編纂]獨立編製的行業報告。此外，除另有指明外，若干資料乃基於、援引或摘錄自(其中包括)不同政府機關及內部組織的刊物、市場統計數據提供商、與多個中國政府機關的通訊，或其他獨立第三方來源。我們認為有關資料及統計數據的來源適當，並已在摘錄及轉載有關資料時採取合理審慎措施。我們並無理由相信有關資料及統計數據存在虛假或誤導成分，或遺漏任何事實而可能導致有關資料及統計數據失實或誤導。來自官方政府來源的資料及統計數據並未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]，或彼等各自的任何董事、顧問及聯屬人士，或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，亦無就其準確性發表任何聲明。

出行專用的便攜式智慧影像設備行業概覽

定義

出行專用的便攜式智慧影像設備是指專為出行、戶外運動及內容創作場景所設計的獨立運算硬件終端。彼等涵蓋用於車輛記錄的後裝市場車載智慧影像設備、專為運動及探險活動設計的戶外及運動智慧影像設備，以及用於視頻日誌等內容創作場景的手持智慧影像設備。該等設備通常以核心影像硬件為基礎，結合算法與AI賦能的增強功能，並透過配套應用程式及雲端服務提供支援，以實現從拍攝、管理、編輯到分享的一體化體驗。

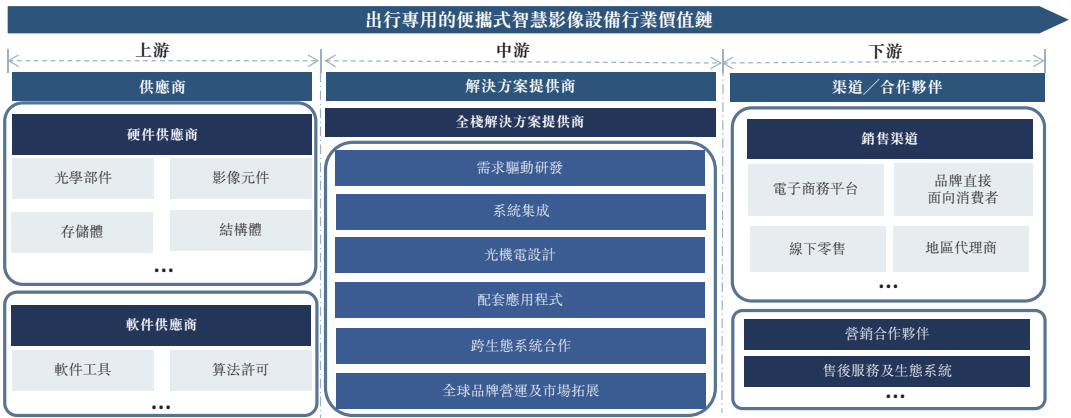
價值鏈

上游分部包括提供影像設備基礎組件的專用硬件及軟件供應商。硬件供應商提供關鍵的實體元件，如影像傳感器、SoC及高效能儲存模組，而軟件供應商則提供必要的算法許可與軟件開發工具。該等供應商賦予原始的拍攝和處理能力，而這兩項能力決定最終硬件終端的基本性能。

中游從業者作為核心協調者，透過需求驅動的研發與精密的系統工程，將硬件與軟件整合至獨立的運算終端中。彼等負責複雜的光機電設計、配套應用程式的開發及跨生態系統合作的管理。除製造業務外，該等企業還透過針對地區獨特需求量身打造專業影像解決方案，推動全球品牌營運及市場拓展。

下游分部管理多元化的銷售渠道，涵蓋全球電子商務平台、直接面向消費者(DTC)網站、線下零售網絡及地區代理商。該分部亦整合關鍵的營銷合作夥伴與售後服務生態系統，以促進用戶生成內容及社群互動。透過運用策略性的企業對企業(B2B)聯盟及數碼營銷，下游實體確保廣泛的市場滲透率及持久的客戶忠誠度。

行業概覽



資料來源：弗若斯特沙利文

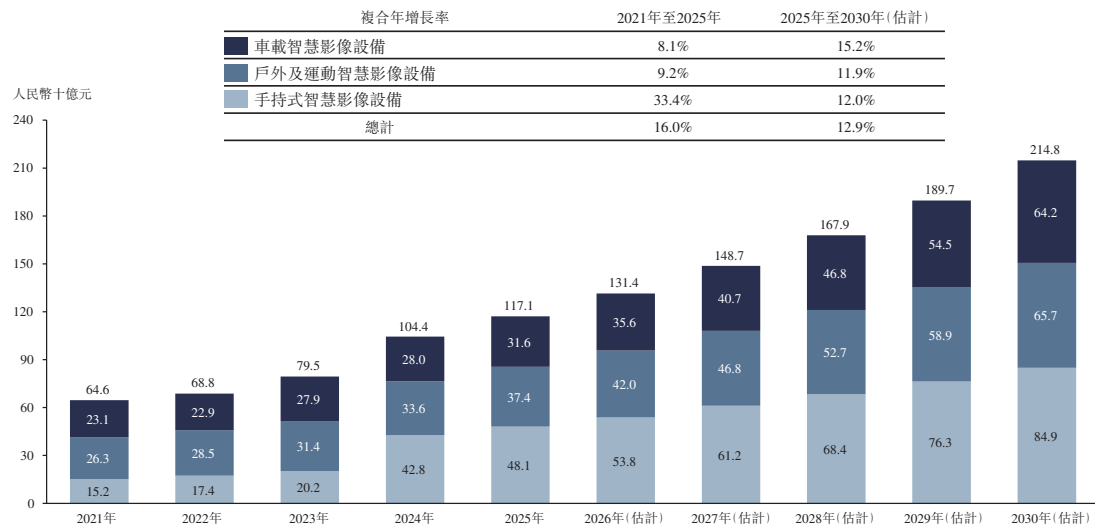
出行專用的便攜式智慧影像設備行業全球市場規模

於2021年至2025年，出行專用的便攜式智慧影像設備行業的全球收益由人民幣646億元增長至人民幣1,171億元，複合年增長率為16.0%。同期，車載智慧影像設備分部由人民幣231億元增長至人民幣316億元，複合年增長率為8.1%。戶外與運動型智慧影像設備分部則由人民幣263億元擴增至人民幣374億元，複合年增長率為9.2%。手持式智慧影像設備分部由人民幣152億元增長至人民幣481億元，複合年增長率為33.4%，乃主要受熱門產品上市所推動。在出行及戶外場景內容化趨勢帶動下，該行業於歷史期間保持穩步擴張，與此同時，影像硬件持續升級及更強大的計算攝影技術提升在惡劣環境下的利用便利性及輸出穩定性，促使專用設備更廣泛應用於智能手機作為補充功能。

於2025年至2030年，行業總收益預計將由人民幣1,171億元增長至人民幣2,148億元，複合年增長率為12.9%。車載智慧影像設備分部預計將增長至人民幣642億元，複合年增長率為15.2%。戶外與運動型智慧影像設備分部預計將擴增至人民幣657億元，複合年增長率為11.9%。手持式智慧影像設備分部預計將穩步增長至人民幣849億元，複合年增長率適中，為12.0%。增長勢頭將由車載及戶外拍攝場景需求持續擴展、AI賦能視頻處理及創作技術降低編輯門檻，以及不斷優化的配套應用程式及雲端服務提升媒體管理、加速內容輸出及提高跨平台分享效率所帶動，從而使競爭重心轉向硬件、軟件及服務的整合能力。

行業概覽

2021年至2030年(估計)出行專用的便攜式智慧影像設備行業市場規模(按收益計)



附註：

- 1) 根據中國外匯交易中心，本報告所用匯率為1美元兌人民幣7.14元。
- 2) 市場規模反映零售值。

資料來源：美國消費科技協會(CTA)、弗若斯特沙利文

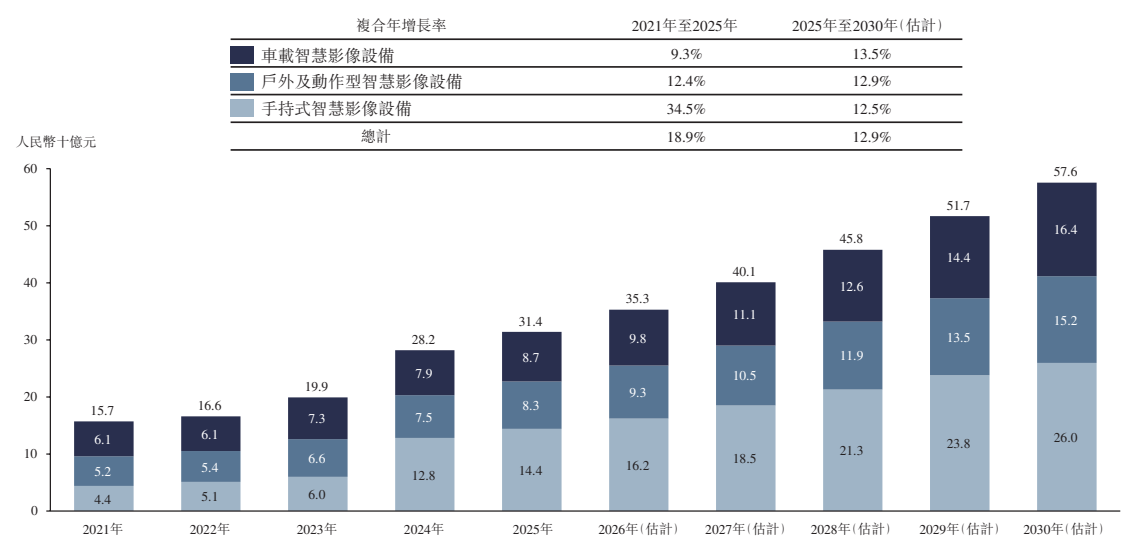
中國出行專用的便攜式智慧影像設備行業市場規模

於2021年至2025年，中國出行專用的便攜式智慧影像設備行業由人民幣157億元增長至人民幣314億元，複合年增長率為18.9%。車載智慧影像設備分部由人民幣61億元增長至人民幣87億元，複合年增長率為9.3%。戶外與運動型智慧影像設備分部由人民幣52億元擴增至人民幣83億元，複合年增長率為12.4%。手持式智慧影像設備分部由人民幣44億元增長至人民幣144億元，複合年增長率為34.5%，有關增長乃受熱門產品上市所推動。過往的增長有賴於中國高度活躍的本土內容生態系統的強力支撐，其中短視頻及社交平台增強高頻率拍攝、編輯及分享行為，加上本土出行及自駕遊愈來愈普及，持續拉動車載及戶外場景的需求。與此同時，中國成熟的消費電子供應鏈和製造基礎促進產品的快速迭代，使得影像硬件升級與計算攝影能力能夠擴展至更廣泛的產品層級，並推動專用設備的更廣泛應用。

於2025年至2030年，總收益預計將增長至人民幣576億元，意味著複合年增長率達12.9%。車載智慧影像設備分部預計將達到人民幣164億元，複合年增長率為13.5%。戶外與運動型智慧影像設備分部預計將增長至人民幣152億元，複合年增長率為12.9%。手持式智慧影像設備分部預計將增至人民幣260億元，複合年增長率適中，為12.5%。增長將得到車載及戶外拍攝場景持續擴展、內容創作與分享流程日益頻繁，以及AI賦能視頻處理技術結合配套應用程式與雲端服務提升創作效率及媒體管理的支持。行業競爭正向綜合硬件、軟件及服務能力演變。

行業概覽

2021年至2030年(估計)中國出行專用的便攜式智慧影像設備行業市場規模(按收益計)



附註：市場規模反映零售值。

資料來源：中國電子信息產業發展研究院(CCID)、弗若斯特沙利文

市場驅動因素

影像技術持續升級

出行專用的便攜式智慧影像設備供應端的升級，得益於影像硬件的改進及更強大的計算攝影技術，使該等設備能更好地滿足消費者在各種惡劣環境下的多種需求。在硬件方面，持續優化更高性能的視頻SoC與影像感測器，不斷提升高動態範圍(HDR)、低光及動態場景下的基礎影像質素。在軟件方面，透過算法及AI賦能的增強功能(例如多幀融合、降噪、HDR、防震及場景優化)，提升了拍攝穩定性及利用便利性。整體而言，硬件升級較易透過供應鏈實現標準化，而計算攝影則更依賴軟件能力及長期迭代，使其成為領先品牌的重要差異化優勢。

出行及戶外記錄需求攀升

需求增長根本上源自日益強烈的自我探索及個性化表達慾望，促使出行及戶外場景日益「內容化」。隨著自駕遊、單車騎行及露營成為主流，用戶對在複雜環境下穩定記錄的需求日益增加，特別是在涉及高震動、惡劣天氣、水下環境或長時間拍攝等智能手機往往不太適用的場景下。同時，短視頻平台及視頻日誌的普及大幅縮短了內容創作週期，用戶日益形成「拍攝—輕度剪輯—即時分享」的連續行為模式。這一轉變正帶動對快速剪輯及無縫分享能力的更強需求，加速影像設備從純記錄工具向內容創作工具的轉型。

行業概覽

中國品牌的全球擴張

得益於中國強大的製造生態系統，中國品牌的全球擴張正為便攜式出行智能影像設備創造新的增長機遇。除了傳統的供應鏈效率及規模化交付優勢外，中國企業日益利用對全球生活趨勢的更深理解，推出更貼合消費者對自我表達及戶外出行體驗需求的產品。通過精細化產品定義及強化本地化營運，領先品牌正加速海外渠道拓展及軟件生態整合，以提升用戶參與度及長期留存率。隨著海外對車載及運動影像需求持續增長，行業競爭正從單一硬件性能轉向「硬件 + 軟件 + 服務」綜合能力，這將助力中國品牌在全球市場搶佔更大份額。

未來趨勢

AI賦能視頻處理及創作

未來旅行者將追求無需費力、故事已生成的視頻：彼等不再需要錄製冗長的原始素材，再花費數小時剪輯，而是期待能近乎即時地獲得一段精煉的敘事片段，完整捕捉彼等在意的每個瞬間。AI能透過在拍攝與後期製作全流程中嵌入智慧功能來實現這一目標：拍攝時實時防震、自動構圖及主體追蹤；後期製作中自動完成鏡頭分割、語義亮點擷取以及一鍵故事合成；此外，系統還能透過學習用戶偏好來實現個性化，選取特定場景及情感基調。透過設備感測器、用戶及車輛元數據，以及簡短問卷的多模態融合，系統能生成富含情境資訊且符合平台格式的片段(如Reels對比Stories)，並配上AI推許的配樂、字幕和節奏。用戶僅需進行少量操作，即可構建一個隨時待命、跨設備運作、能夠將原始旅行素材轉化為易於分享且情感貫徹的視頻的AI智能體。

硬件－軟件－雲端平台整合

用戶需要一個無縫且統一的平台，以管理並發佈橫跨車載、戶外及手持式設備的媒體內容，從而消除分散的工作流程與手動檔案協調。AI可實現此目標，方式為透過自動彙整與同步拍攝素材、利用內容感知標籤及語義索引生成豐富的元數據，以及提供智慧搜尋及自動策展功能來呈現相關片段。在雲端環境中，AI驅動的算圖與格式轉換可產出高品質且針對平台優化的輸出檔案，同時自適應傳輸與儲存策略能將延遲及成本降至最低。自動化的私隱及權限管理將在各設備間執行用戶偏好設定及法規限制。該等功能相結合，打造出一致的跨設備體驗，不僅減輕用戶操作負擔、縮短發佈時間，且加強用戶留存率及變現機會。

車載智慧影像設備行業概覽

定義

車載智慧影像設備是一種安裝於車輛內的專用電子設備，用於在行駛過程中擷取並儲存即時影音資料。作為道路場景的「數碼證人」，其主要設計功能是記錄交通狀況、車輛動態，以及碰撞或糾紛等突發事件。連同配套的軟件系統、配件及增值服務，行車記錄儀已從基礎的錄影工具演變為整合娛樂、聯網及人工智能功能的多功能設備，在確保行車安全、保障用戶權益及提升車內體驗方面扮演著日益重要的角色。

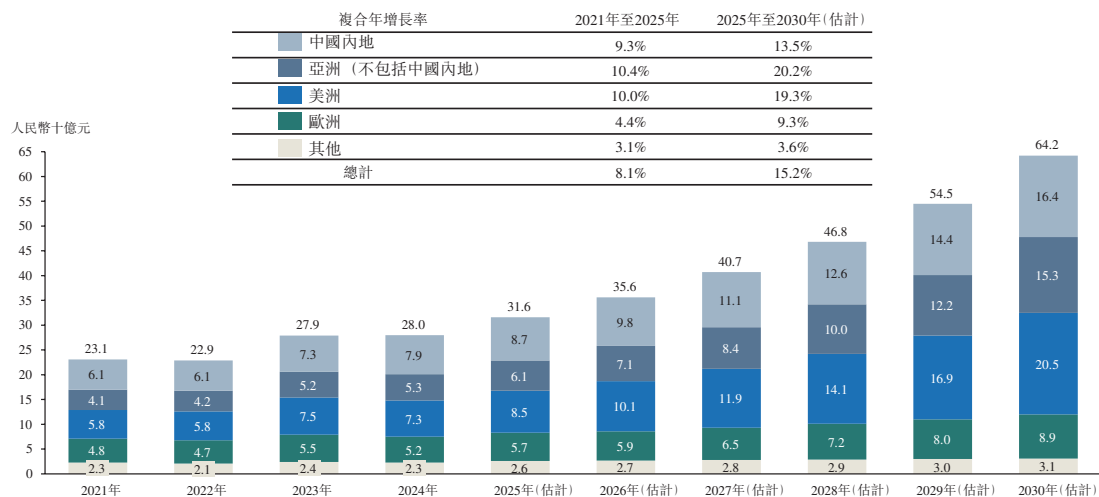
行業概覽

全球車載智慧影像設備行業市場規模

於2021年至2025年，全球車載智慧影像設備行業規模由人民幣231億元擴張至人民幣316億元，複合年增長率為8.1%。在地區分部中，中國內地成為核心增長動力，市場規模由人民幣61億元增長至人民幣87億元，複合年增長率達9.3%。美洲市場緊隨其後，規模由人民幣58億元擴張至人民幣85億元，複合年增長率為10.0%，而亞洲（不包括中國內地）市場規模則由人民幣41億元增長至人民幣61億元，複合年增長率為10.4%。作為成熟市場的歐洲，市場規模從人民幣48億元溫和增長至人民幣57億元，複合年增長率為4.4%，而「其他」分部（包括非洲等）則由人民幣23億元小幅增長至人民幣26億元，複合年增長率為3.1%。此階段的增長主要受關鍵市場中乘用車對基礎駕駛安全及記錄系統的應用率持續提升所驅動。

到2030年，全球車載智慧影像設備市場規模預計將由2025年的人民幣316億元飆升至人民幣642億元，在AI整合與智慧出行需求帶動下，複合年增長率將加速至15.2%。中國內地市場規模預計將按13.5%的複合年增長率增長至人民幣164億元。美洲市場將按19.3%的複合年增長率擴增至人民幣205億元，而亞洲（不包括中國內地）市場規模預計將達人民幣153億元，複合年增長率為20.2%。歐洲分部預計將按9.3%的複合年增長率穩步增長至人民幣89億元，而「其他」分部預計將加速增長至人民幣31億元，複合年增長率為3.6%。該預期擴張將受到以下因素支撐：AI賦能創意功能深度整合、智慧座艙的普及以及後疫情時代對個性化旅行視頻內容的需求上升。

2020年至2030年（估計）全球車載智慧影像設備行業市場規模按地區劃分明細（按收益計）



附註：

- 1) 其他主要包括澳洲及非洲
- 2) 根據中國外匯交易中心，本報告所用匯率為1美元兌人民幣7.14元。

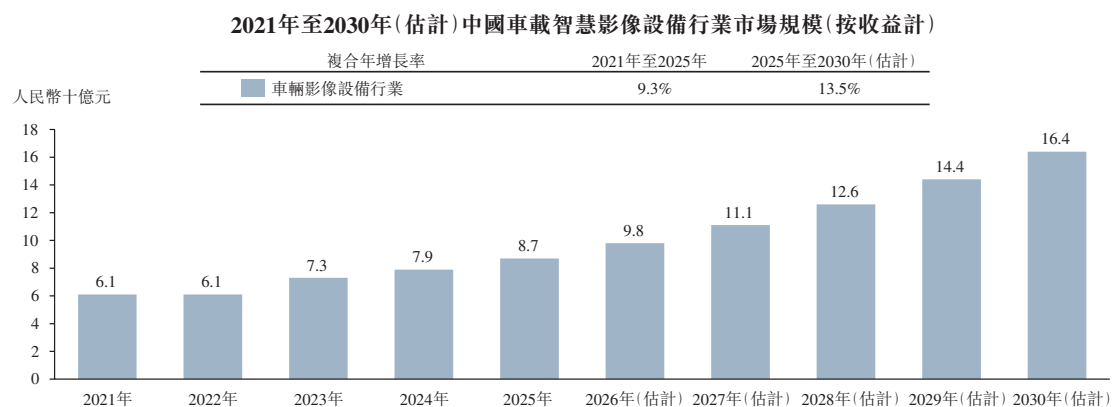
資料來源：國際汽車製造商協會(OICA)、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國車載智慧影像設備行業市場規模

於2021年至2025年，中國車載智慧影像設備行業規模由2021年的人民幣61億元擴張至2025年的人民幣87億元，該期間複合年增長率為9.3%。增長主要得益於中國汽車保有量的持續增加及新車銷量的不斷攀升，同時消費者對駕駛安全的意識亦日益增強。

到2030年，中國車載智慧影像設備行業市場規模預計將達人民幣164億元，於2025年至2030年按13.5%的複合年增長率擴張。與全球市場相比，國內後裝市場的整體增長步伐相對溫和，但其發展將持續穩步推進。這一趨勢得益於汽車作為移動第三空間角色的不斷演變，以及人工智能與智能互動功能在後裝影像產品中的深度融合，旨在豐富車內的駕乘體驗。預期該等發展將推動對更高價值產品的需求增長。



資料來源：深圳市汽車電子行業協會(AEIA)、弗若斯特沙利文

市場驅動力

汽車演變為移動第三空間

於2025年，中國乘用車保有量達366百萬輛，而全球機動車保有量普遍估計為16億至17億輛，為車載智慧設備奠定了龐大的基礎用戶群。隨著智能汽車的廣泛普及，汽車已從傳統的交通工具演變為移動第三空間，成為用戶除家庭與工作場所之外的重要日常場景。這一轉變催生了以娛樂、放鬆及智能互動為核心的汽車文化，進而推動了對車載智慧影像設備的強勁需求。這一趨勢因蓬勃發展的智慧座艙產業而進一步加速，該產業規模預計將由2025年的約人民幣4,784億元飆升至2030年的人民幣13,305億元，為整合式視覺系統創造了龐大的增量市場。因此，該等設備已不再僅是可選配件，而是成為用戶記錄智能出行旅程、監控車輛狀態以及與周邊駕駛環境互動的關鍵組件，進而推動車載智慧影像設備行業的市場增長。

從被動記錄到主動防護

車載智慧影像設備的市場增長邏輯日益聚焦於其核心安全效用的提升，從單純的被動記錄演變為全方位的主動防護系統。該等設備最初主要用於記錄交通意外以釐清責任歸屬，如今則憑藉其事前預防與事後追溯的雙重能力而正被重新定義。一方面，

行業概覽

先進傳感器及AI算法的整合使設備能提供主動預防功能，如實時ADAS預警可提醒潛在碰撞或車道偏離，大幅降低意外發生機率。另一方面，在事後追溯方面，焦點已轉向高精準度的證據調取，透過提升影像解析度與雲端同步儲存，實現更快速準確的事件搜尋及時間線重組。設備實用性安全價值的持續強化始終是市場滲透及產品迭代的推動因素。

以內容為導向的出行記錄場景

出行記錄場景已逐漸變得習以為常並以內容為導向，標誌著車載智慧影像設備從純功能性工具轉型為重要的內容載體。隨著人們生活水平提升及社交媒體普及，記錄並分享出行體驗已成為現代生活方式不可或缺的一部分。駕駛者現不僅將車載智慧影像用於記錄交通事故，更用於捕捉日常通勤的精彩瞬間、週末逸致及自駕樂趣。所生成的內容在社交平台上廣泛分享，形成獨特的出行內容生態系統。這一趨勢因全球車載C端社群SaaS產業的快速增長而進一步強化。該產業規模從2021年的人民幣44億元擴張至2025年的人民幣134億元，複合年增長率達32.1%，預計到2030年將達人民幣444億元，凸顯了對車載內容分享與社群互動日益增長的需求。隨著用戶追求更清晰的影像質素、更便捷的內容編輯及分享功能，這顯著推升了對高性能、易於利用的車載智慧影像設備的需求，從而推動市場的持續發展及升級。

AI驅動智慧影像設備

車載智慧影像設備的演進正從被動記錄轉向能夠感知並解讀實體世界的智能代理，成為人類視覺的重要延伸。目前的終端設備不僅執行被動錄影，還能主動實時辨識及理解環境。透過運用端側輕量化大模型及雲端大模型之間的協作，該等設備將作為感官延伸，協助駕駛者感知超出視覺範圍的隱藏風險與複雜路況語義資訊，如超長距離障礙物偵測與360度盲區警示。此外，AI能夠分析出行習慣及實時路況，從而推薦最優路線及鄰近服務。作為智能座艙的關鍵互動組件，AI驅動影像設備持續豐富實用功能，並在各種出行場景中為用戶創造實質價值。

未來趨勢

多視角聯動與多終端協作拍攝的普及

多視角聯動與多終端協作拍攝的普及將成為車載智慧影像設備市場的大勢所趨。隨著智能駕駛技術持續進步以及對全方位出行感知的需求提升，單一視角已無法滿足用戶對全方位場面記錄的需要。隨著每輛汽車的平均攝像頭數量由2020年約2.1個增加至2030年約6至8個，未來的車載智慧影像設備將形成涵蓋前、後、側及車內視角的多鏡頭聯動系統，實現多角度影像的無縫拼接，呈現完整的出行場面。與此同時，車載

行業概覽

影像終端與行動設備、智慧穿戴設備及其他終端之間的協作拍攝將進一步強化。用戶可利用多重設備同步記錄出行內容，並實現實時數據共享與整合編輯，這不僅豐富了出行記錄的形式，亦拓展了車載智慧影像設備的應用場景。

AI賦能的智能編輯及內容分發的深化

AI賦能將推動車載智慧影像設備市場在智能編輯及內容分發領域的深度發展。透過整合電腦視覺與自然語言處理等先進AI算法，車載智慧影像設備將能自動識別出行視頻中的關鍵資訊，如景點、人物及精彩駕駛時刻，並在無需人工干預的情況下完成片段篩選、背景音樂配樂及字幕生成等智能編輯工作。在內容分發方面，AI將根據用戶喜好及社交平台特性，實現出行內容的精準推送，協助用戶快速將優質出行內容分享至相關平台。AI與內容製作及分發的深度整合將大幅提升用戶體驗、增強車載智慧影像設備的價值，並促進市場的可持續發展。

AI智能體及智慧出行生態

在AI、物聯網及車聯網技術快速發展的推動下，車載智慧影像行業正從單一硬件產品的競爭轉向集成生態平台的競爭。預計到2030年，全球聯網汽車保有量將超過8億輛，形成一個高度互聯的出行網絡，涵蓋車內記錄、全場景出行、智能互動及生活服務，並在用戶全生命週期中實現設備、數據、內容與服務的深度融合。與此同時，快速增長的AI智能體市場(2025年至2030年的複合年增長率超過30%)，以及大語言模型、多模態感知及機器人技術的突破，正在加速車載智慧影像設備轉變為基於AI智能體服務的關鍵介面。作為使汽車能夠作為移動第三空間的關鍵切入點，其將為廣泛的現有存量車型及燃油車帶來智能座艙體驗、AI驅動的互動及智慧出行服務，從而縮小現有老牌傳統車輛與新一代智能汽車之間的智能化差距。

行 業 概 覽

競爭格局

排名

1. 全球車載智慧影像設備公司排名 (按以收益¹計量的市場份額計) (2025年)

排名	公司	上市狀況	於全球車載智慧影像 設備行業的市場份額 (2025年)
1	公司A ²	上市	3.3%
2	公司B ³	非上市	3.2%
3	公司C ⁴	非上市	2.9%
4	公司D ⁵	非上市	2.0%
5	本公司	非上市	1.5%
五大公司小計			12.8%

附註：

- (1) 收益按出貨價計量。
- (2) 總部位於韓國，創立於1997年，為先進汽車電子產品的重要參與者，專門從事整合ADAS功能的車載智慧影像設備；其主要市場覆蓋亞洲、歐洲及北美。
- (3) 總部位於英國，創立於1999年，其專注於具有簡單易用設計特點的車用安全電子產品 (主要為車載智慧影像設備)；其產品廣泛分銷於歐洲、北美及亞太地區。
- (4) 總部位於中國，創立於2016年，其專注於智能汽車電子產品 (如車載智慧影像設備及車用配件)；其高性價比產品在中國、東南亞及歐洲消費市場廣受歡迎。
- (5) 總部位於中國，創立於2020年，為全球汽車電子產品市場中快速成長的創新品牌。專精於高清智慧行車記錄儀及測距儀，其主要市場覆蓋北美及歐洲電子商務市場。

資料來源：年報、弗若斯特沙利文

行業概覽

2. 全球車載智慧影像設備公司排名(按以出貨量計量的市場份額計)(2025年)

排名	公司	上市狀況	於全球車載智慧影像設備行業的市場份額 (2025年)
1	公司C	非上市	7.6%
2	本公司	非上市	4.9%
3	公司E ¹	上市	4.8%
三大公司小計			17.3%

附註：

- (1) 總部位於中國，創立於2001年，是視頻監控及車輛影像解決方案(包括車載智慧影像設備及車內監控系統)的全球領先企業之一；其產品供應全球汽車、安防及工業市場所需。

資料來源：年報、弗若斯特沙利文

3. 全球無屏幕車載智慧影像設備公司排名(按以出貨量計量的市場份額計)(2025年)

排名	公司	上市狀況	於全球無屏車載智慧影像設備行業的市場份額 (2025年)
1	本公司	非上市	7.0%
2	公司C	非上市	6.4%
3	公司E	上市	3.7%
三大公司小計			17.1%

資料來源：年報、弗若斯特沙利文

行業概覽

4. 中國市場車載智慧影像設備公司排名(按以於中國產生的收益計量的市場份額計)(2025年)

排名	公司	上市狀況	於中國車載智慧影像設備行業的市場份額 (2025年)
1	公司E	上市	3.8%
2	公司F ¹	上市	3.1%
3	本公司	非上市	2.4%
4	公司C	非上市	1.6%
5	公司G ²	非上市	1.2%
五大公司小計			12.2%

附註：

- (1) 總部位於中國，創立於2005年(原為網絡安全公司)，業務已擴展至智能汽車電子產品(包括車載智慧影像設備)；其汽車產品以中國消費市場為對象，並整合了網絡安全功能。
- (2) 總部位於中國，創立於2010年，是入門級至中階車載智慧影像設備領域的重要參與者；其核心市場為中國國內，並在新興市場進行分銷。

資料來源：年報、弗若斯特沙利文

5. 中國市場車載智慧影像設備公司排名(按以於中國產生的出貨量計量的市場份額計)(2025年)

排名	公司	上市狀況	於中國車載智慧影像設備行業的市場份額 (2025年)
1	公司E	上市	10.3%
2	公司F	上市	8.9%
3	本公司	非上市	7.7%
三大公司小計			26.8%

資料來源：年報、弗若斯特沙利文

准入壁壘

技術及研發壁壘

車載智慧影像設備的智能化轉型大幅提高了技術門檻，使先進的研發能力成為核心的行業准入壁壘。現代車載智慧影像設備整合多項尖端技術，包括高解析度影像傳感器、AI晶片、多傳感器融合及5G/V2X通訊模組。高端產品需要高性能的CIS，以確保在複雜的光照條件下仍能清晰影像，同時還需具備足夠運算能力的專用AI晶片，以

行業概覽

支援ADAS、疲勞駕駛識別及實時意外分析等先進功能。開發該等功能的核心算法(例如高精準度的車道偏離預警與前方碰撞預警)需要長期累積的技術專業知識以及大量真實路面數據訓練。領先企業通常在研發上投入大量資源，並已建立成熟的技術生態系統，而新加入參與者則面臨著彌合技術差距、累積研發資源及實現產品性能對等方面的巨大挑戰。

品牌及本地化壁壘

除硬件能力之外，進入全球車載智慧影像設備市場的主要壁壘在於對當地市場的深入理解及建立品牌信任度。成功進入市場不僅需要標準化產品，更需要與地區文化的細微差異、法律框架及消費者行為深度契合。品牌必須應對不同地區的私隱法規，例如歐洲的《通用數據保護條例》，同時調整營銷策略以迎合當地價值觀，例如西方國家重視「可靠性及安全性」，而亞洲地區則崇尚「社交連繫及科技創新」。此外，打造可持續的品牌形象對於克服「商品化陷阱」至關重要。領先參與者透過超越純粹的硬件規格，藉由本地化服務生態系統及專業分銷網絡來建立情感連繫，從而脫穎而出。歸根結底，能否將全球技術優勢轉化為符合當地需求的品牌故事，正是區分持久市場領導者與短期參與者的關鍵所在。

政策及合規壁壘

全球車載智慧影像設備市場受到嚴格的政策及技術標準規範，對新加入參與者構成重大准入壁壘。主要市場的政府及監管機構已建立強制性認證制度及技術規格，以確保產品安全、數據準確性，並符合交通管理要求。例如，歐盟則已頒佈《通用安全法規》(GSR)第二階段及eCall等相關法規，對涉及行車安全和資料保護的車載智慧影像設備施加了相應要求。為了符合該等多元化且不斷演變的法規，必須在產品測試、認證程序及法律諮詢方面投入大量資源。新加入參與者往往面臨漫長的認證週期及高昂成本，若未能符合監管要求，則可能導致產品遭禁售或被迫退出市場，令市場進入門檻進一步提高。

資料來源

我們已就[編纂]委聘弗若斯特沙利文對車載智慧影像設備行業進行詳細分析並編製市場研究報告。弗若斯特沙利文為獨立全球市場研究及諮詢公司，於1961年創立，總部設於美國。弗若斯特沙利文提供的服務包括市場評估、競爭基準以及各行業的戰略及市場規劃。就編製及利用弗若斯特沙利文報告而協議付予弗若斯特沙利文的費用為人民幣480,000元。[編纂]是否成功或弗若斯特沙利文報告的結果並非支付有關費用的條件。除弗若斯特沙利文報告外，我們並無就[編纂]委託編製任何其他市場研究報告。我們已將弗若斯特沙利文報告的若干資料載入本文件，原因為我們相信該等資料有助有意投資者了解車載智慧影像設備行業。除另有註明外，本節的市場估計或預測代表弗若斯特沙利文對車載智慧影像設備行業未來發展的看法。弗若斯特沙利文依據其內部數據庫、獨立第三方報告及知名行業組織的公開數據編製弗若斯特沙利文報告。如

行業概覽

有必要，弗若斯特沙利文會與經營有關行業的公司聯繫，以收集和綜合有關市場、價格和其他相關資訊的資料。弗若斯特沙利文在收集及審視所收集的資料時已採取應有的謹慎措施，並相信編製弗若斯特沙利文報告時所利用的基本假設(包括用於作出未來預測的基本假設)乃基於事實、屬正確且無誤導成分。弗若斯特沙利文對該等資料進行了獨立分析，但其審閱結論的準確性在很大程度上取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文在編撰和籌備研究時，已假設相關市場的社會、經濟及政治環境在預測期間很可能維持穩定，並確保車載智慧影像設備行業的穩健發展。此外，弗若斯特沙利文制定的預測乃基於以下理據及假設：(i)全球經濟於未來十年很可能會維持穩定增長；及(ii)預期車載智慧影像設備行業會根據對經濟的宏觀經濟假設而成長。弗若斯特沙利文的研究或會受到該等假設的準確性以及該等一手和二手資料來源選擇的影響。除另有註明外，本節所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。