

市场简报：即时成像的生态构建：拍立得如何打造用户粘性护城河？

Briefing Report: The ecosystem Construction of Instant Imaging: How does Polaroid Build a User Stickiness Moat?

市場速報：インスタント画像の生態構築:ポラロイドはどうやってユーザーのステイックリーなお堀を作るのでしょうか？

报告标签：拍立得、即时成像、品牌忠诚度
2025年6月

Q1：市面上的拍立得都有哪些类型？与专业数码相机相比，拍立得有何成像特点？

■ 广义上拍立得可分为传统拍立得、电子拍立得和手机照片打印机

按照成像原理等特征不同，广义上拍立得可分为传统拍立得、电子拍立得和手机照片打印机三类。其中传统拍立得是经典的即时成像相机，代表品牌有富士instax、宝丽来等，通过胶片感光 and 化学显影实现即拍即得，成像自带复古质感，深受胶片爱好者青睐；电子拍立得属于数模一体机产品，既保留了传统拍立得“即时出片”属性，又兼具数码相机“预览-编辑”功能，解决了传统拍立得废片率较高的问题；手机照片打印机则是纯粹的数码打印设备，它们不具备拍摄功能，需通过蓝牙或Wi-Fi接收手机中的数字图像，再以热敏、喷墨或热升华等技术将照片打印出来。从功能上看，手机照片打印机因不符合拍立得“即拍即得”的核心特征，严格意义上不属于拍立得产品，可看作是数码时代下对拍立得产品的延伸与拓展。

■ 传统拍立得与专业数码相机相比成像质量相对较差

传统拍立得相机因其即时成像的核心特征而受到众多摄影爱好者的青睐，但与专业数码相机相比，传统拍立得的成像质量仍存在一定差距。首先，传统拍立得采用胶片感光并通过化学显影成像，胶片的感光宽容度较低，在强光或暗光等光线复杂的环境中容易出现过曝或欠曝；其次，传统拍立得的镜头多为固定焦距或简易变焦设计，光圈和快门调节范围有限，在画面清晰度和对焦准确性方面不及专业数码相机，具体表现为图像分辨率低、细节表现比较粗糙，尤其是拍摄远景或高对比度画面时，景物边缘易模糊，纹理层次也会有明显损失；此外，拍立得的色彩还原能力较弱，拍摄出来的照片色调偏暖或偏暗，且由于拍立得无法进行RAW格式保存和数字后期处理，无法像专业数码相机一样实现后期对曝光、白平衡等参数的精细调整。

图表1：拍立得的分类及特征对比

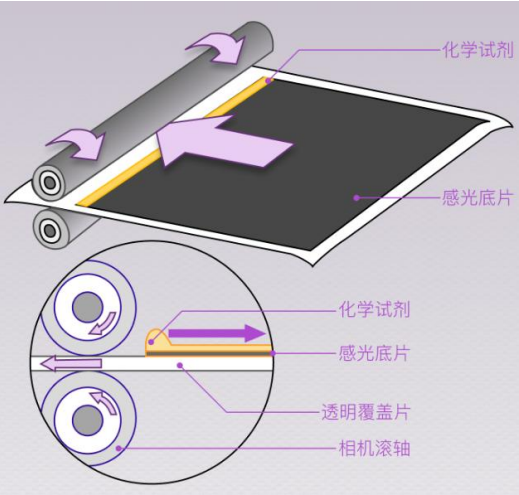
对比维度	传统拍立得	电子拍立得（数模一体机）	手机照片打印机*
成像原理	胶片感光+化学显影	数码感光+数码打印	数码感光+数码打印
图像预览	无预览，即拍即得	自带屏幕预览，可删除/重拍	手机预览，可删除/重拍
后期编辑	不可编辑	支持滤镜、裁剪、调色等	支持滤镜、裁剪、调色等
耗材成本	相纸含化学药剂，成本较高	打印纸/色带成本相对较低	打印纸/色带成本相对较低
技术核心	光学设计+化学工艺	数码传感器+数码打印	无线传输+数码打印
代表品牌	富士、宝丽来、柯达、乐魔等	富士、汉印等	惠普、爱普生、小米等

*手机照片打印机本身没有显示功能，需与手机相连接后实现照片打印，严格意义上不满足拍立得“即拍即得”的特征。

来源：太平洋科技，头豹研究院

Q2：拍立得是如何实现“即拍即得”的呢？其具体成像原理是怎样的？

图表2：拍立得的成像原理



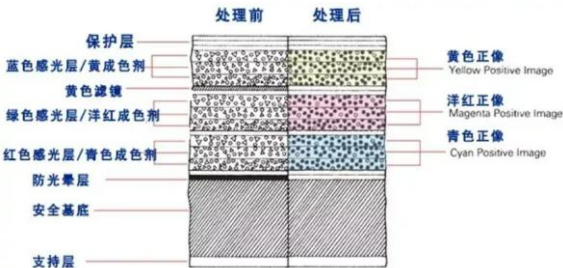
■ 拍立得成像步骤拆分

- 开始拍照，光线通过镜头聚焦
- 快门开启，光线投射至相纸感光层
- 感光层中的卤化银吸收光子，形成潜影
- 相纸从相机出口片推出，受一对相机滚轴挤压，破裂位于相纸边缘的显影药囊
- 显影液渗透至感光层与显影层间，将潜影处的卤化银还原为金属银颗粒，形成影像的高密度区域
- 基于暴露的金属银颗粒，三层感光乳剂（感蓝层、感绿层、感红层）分别与偶合剂反应生成黄、洋红、青色染料，三层染料叠加形成彩色影像
- 显影液中的定影剂与未感光的卤化银反应，生成可溶性络合物并从相纸中溶出，避免后续曝光导致影像模糊
- 显影液中的酸性缓冲剂和碱性环境，终止显影反应，同时明胶基质脱水固化，稳定影像结构，最终成像完成

■ 拍立得成像主要依赖于化学反应

拍立得的成像原理可分为1) 按下快门，底片感光；2) 相机口滚轴挤破试剂包；3) 化学试剂均匀涂抹，化学反应成像三个阶段。成像的核心是胶片内的系列化学物质在曝光后发生的化学变化。以彩色胶片的显影过程为例，彩色胶片薄膜中有蓝色、绿色和红色三层感光层，当胶片曝光时，每一层中暴露在光线下的卤化银在化学试剂作用下变成金属银颗粒，曝光层的染料会停止向上移动，只有未曝光层的染料会向上移动到图像层，例如蓝色层曝光，绿色与红色染料会结合成黄色染料进入图像层，在图像表面形成黄色正像。与此同时，酸层同试剂中的碱和遮光剂发生反应，使遮光剂变得透明，图像最终显影可见。

图表3：彩色胶片的基本组成及显影过程



来源：HowStuffWorks, BiDL, 洞察化学, 头豹研究院

Q3：拍立得是什么时候诞生的？经历了怎样的发展过程？在数字时代下，为何消费者仍热衷于传统拍立得？

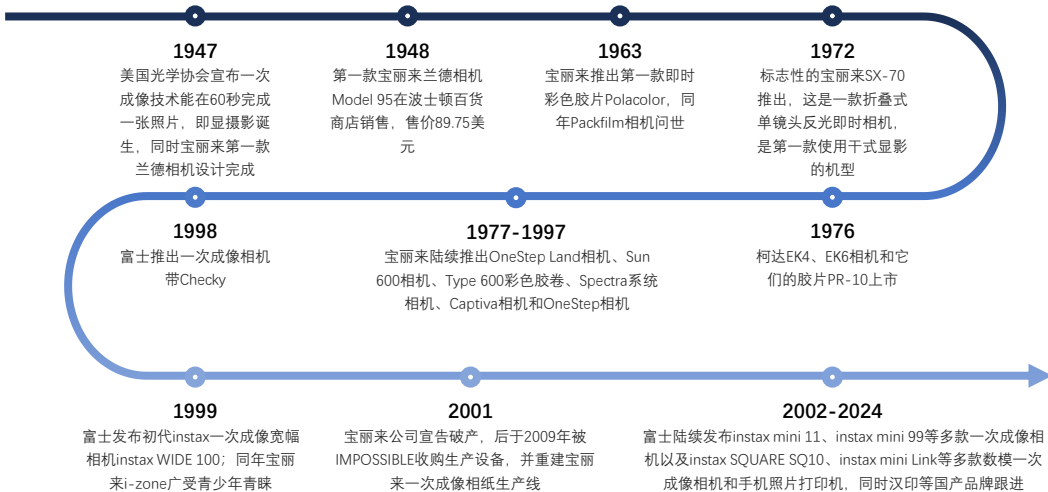
■ 拍立得最早于20世纪40年代由美国宝丽来公司推出

拍立得起源于20世纪40年代，1948年美国宝丽来公司推出全球首款商业化的即时成像相机——宝丽来兰德相机 Model 95，开启即时摄影时代。此后，宝丽来不断进行技术革新并陆续推出多款新产品，1972年推出的SX-70折叠式单镜头反光即时相机备受瞩目，截至1977年宝丽来销售超过10亿美元，其创始人兰德获得第500项专利。20世纪90年代末，日本富士开始投身拍立得领域，于1998年推出首款一次成像相机带Checky，随后发布初代instax一次成像宽幅相机instax WIDE 100，并于2001年将instax一次成像正式引入中国。然而，随着数码相机兴起，拍立得的市场份额受到严重挤压，宝丽来甚至于2001年宣告破产。近些年来，富士持续推出多款适用不同场景、满足多样拍摄需求的instax机型，并于2017年和2019年先后发布拍立得的衍生产品数模一次成像相机instax SQUARE SQ10和手机照片打印机instax mini Link，凭借与数码技术和无线传输等现代科技的融合以及外观设计和主题合作方面的不断创新，拍立得行业再次引来消费新浪潮，同时汉印、小米等国产品牌也纷纷发布自主研发的拍立得新品。

■ 传统拍立得凭借独特的即时成像体验而饱受现代消费者青睐

在数字时代下，消费者热衷于传统拍立得的原因主要有以下几点：首先，传统拍立得药水显影使得成像画面带有一定灰度和颗粒感，打印出来的照片带有独特的复古色调和质感；其次，传统拍立得的一次成像特性不同于现代互联网与智能手机模板化、广泛化、生产线式的“造颜”，能够让使用者体验到不同光影明暗下拍摄效果的不确定性，更具摄影乐趣；再者，传统拍立得的即拍即得能够给予拍摄的瞬间以物理形态，实体照片更便于承载使用者珍贵的记忆；最后，传统拍立得作为一种“慢媒介”的代表，对过程的强调以及与相册、胶带纸等配件的配套使用为使用者提供了更为丰富的视觉、听觉和触觉体验。

图表4：拍立得的发展历程



来源：影相视觉，快懂百科，东南传播，头豹研究院

Q4：2024年中国拍立得市场规模有多大？头部厂商富士是否仍占据绝对领先地位？

2024年，中国拍立得（包含相机、相纸和相机包等周边）市场规模

≈20亿元

截至2025年4月，富士instax（包含相机和打印机）全球累计销量

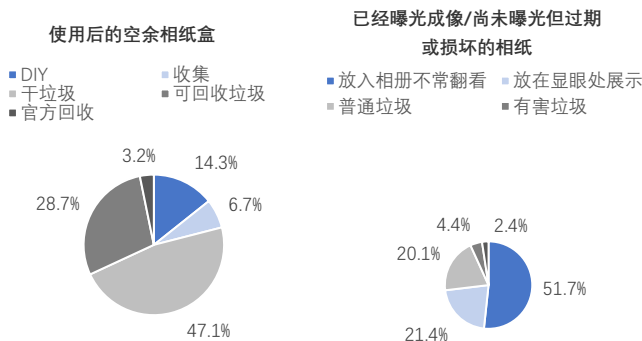
> 1亿台

■ 目前富士仍然是全球和中国拍立得行业的绝对头部企业

2024年，在中国拍立得市场，拍立得相机、相纸和相机包等周边产品合计销售额约20亿元，其中富士销售额约占70%-80%，宝丽来销售额约占10%，柯达和乐魔销售额各自约占5%，国产品牌汉印销售额约占3%-5%。由此可见，国外品牌竞争优势突出，尤其是富士占据绝对优势地位，国产品牌发展较为缓慢。自富士涉足拍立得业务以来，其凭借旗下mini、方形、宽幅三个系列的多元化产品矩阵满足了消费者的个性化需求，同时还积极与时尚品牌和热门IP开展合作，通过创意性的外观设计与主题合作持续拓展消费群体，配合持续销售的相纸形成了长期稳定的盈利模式。2023年富士的拍立得业务销售额再次创造新纪录，宣布取得了1500亿日元的销售额，自2020年起增长趋势呈现明显加快态势。从销售范围来看，目前富士instax系列拍立得相机和手机照片打印机已在100多个国家销售，截至2025年4月，富士instax系列拍立得相机和手机照片打印机全球累计销量已超过1亿台。由于富士在拍立得领域的先发优势，其构建了从技术到市场的全方位护城河，拍立得相纸的技术壁垒较高，且市场生态构建完善，消费者对品牌的忠诚度在短期内不会改变，因此，我们判断未来5-10年内富士仍将主导拍立得市场。

Q5：相纸盒和相纸是拍立得的主要耗材，在拍立得快消式摄影的情境下，耗材将以何种形式处理？是否会给行业带来环境污染挑战？

图表5：拍立得主要耗材的去向统计*



■ 拍立得耗材的回收率较低

拍立得耗材所产生的最终产物主要有使用后的空余相纸盒和已经曝光成像/尚未曝光但过期或损坏的相纸两大类，对于空余相纸盒，仅有21%的消费者留存进行DIY或收集，79%选择丢弃的消费者中，仅3.2%得到官方回收循环利用；对于已成像/损坏相纸，仅有21.4%的消费者选择放在显眼处展示，20.1%的消费者仅将相纸作为普通垃圾丢弃。由此可见，消费者对于拍立得耗材的有效留存率较低，而由于拍立得相纸含有银盐等有害物质，未经回收和恰当处理容易引发环境污染问题，需要进一步提升用户回收行为意识及完善企业回收体系。

*数据统计自2023年同济大学设计创意学院的拍立得项目问卷调查（n=431）

来源：相机Beta，奇旗交流，BiDL，头豹研究院

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和
百万数据，提供数据库
API接口服务

定制报告

行企研究多模态索引
引擎及数据库，募投可研、
尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行
现状梳理和趋势洞察，
输出全局观深度研究报
告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+
核心产业，内容可授权
引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评
估和调研确认，助力企
业品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，
帮助学生掌握行业研究
能力，丰富简历履历

报告作者



陈夏琳
首席分析师
sharlin.chen@leadleo.com



许哲玮
行业分析师
jarvis.xu@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



商务咨询与深度合作

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街
道华润置地大厦E座4105室

邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号
会德丰国际广场 2701室

邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济
开发区兴智科技园B栋401

邮编：210046