



中国人像摄影行业蓝皮书

# 中国人像摄影行业 发展报告 ( 2018 )

主 编/闫太昌 执行主编/陈 意



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

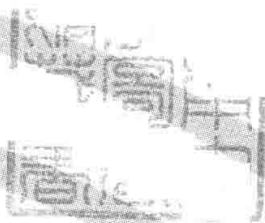


中国人像摄影行业蓝皮书

# 中国人像摄影行业 发展报告

( 2018 )

主 编/闫太昌 执行主编/陈 意



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国人像摄影行业发展报告. 2018/闫太昌主编. —北京: 经济管理出版社, 2018.6  
ISBN 978-7-5096-5864-2

I. ①中… II. ①闫… III. ①人像摄影—服务业—研究报告—中国—2018 IV. ①F726.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 143068 号

组稿编辑: 宋 娜  
责任编辑: 范美琴 张 昕 赵亚荣 高 娅 田乃馨  
责任印制: 黄章平  
责任校对: 张晓燕

出版发行: 经济管理出版社  
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: [www.E-mp.com.cn](http://www.E-mp.com.cn)  
电 话: (010) 51915602  
印 刷: 三河市延风印装有限公司  
经 销: 新华书店  
开 本: 720mm×1000mm/16  
印 张: 10.5  
字 数: 178 千字  
版 次: 2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷  
书 号: ISBN 978-7-5096-5864-2  
定 价: 98.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

# 编委会名单

顾 问：肖寿斌 罗昌智 陈 斌

主 编：闫太昌

执行主编：陈 意

编 委：杨 阳 邢 峥 陆晓玲 黄利明 李程明 马志霞  
付中南 祝乾松 冀运表 周 圳 刘 磊 熊梦龙  
张信健 庄毅宏 黄雅玲 林呈铭 严 瑾

# 前言

中国人像摄影行业作为服务业，具备文化融合、品牌创新、资源共享、服务民生等特点，一直致力于满足人民日益增长的对美好生活的需求。经过30余年的发展，人像摄影行业已成长为一个庞大的生活服务类刚需产业。

中国人像摄影行业跨入新时代，中国人像摄影行业始终按照商务部《居民生活服务业发展“十三五”规划》对人像摄影行业提出的发展要求，按照“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局的要求，坚持“稳中求进”的总基调、“诚信兴商”的总要求、“转型升级”的总思路，以及“创新发展”的总目标，抓住促消费、保增长的大环境、大趋势，积极从提高产品及服务供给质量出发，培植创新能力、激发企业活力、优化业态结构、完善发展环境。2017年，我国人像摄影行业稳健发展，行业全口径收入达3745.4亿元，同比增长18.2%；行业经营单位43.6万家，同比增长5%；从业人员609.22万人，同比增长1.2%。人像摄影行业对拉动经济增长、扩大社会就业、满足人民群众对美好生活的需要做出了积极贡献。

本书力求准确反映2017年中国人像摄影行业的发展概况及存在问题，并结合行业发展趋势，提出相关政策建议，为政府政策决策、企业经营管理及相关投资决策提供参考。为了突出人像摄影行业发展的重点及篇幅有限，本书在行业概论的前提下重点突出了婚纱摄影、儿童摄影业态的内容，供业界人士借鉴。

# 目 录

## 第一篇

### 2017年中国人像摄影行业发展概况

第一章 人像摄影行业总体发展概况 .....	003
一、人像摄影行业进入发展新时代，继续保持稳健增长 .....	004
二、人像摄影行业致力于解决人民日益增长的美好生活需要，已成长 为一个庞大的生活服务类刚需产业，行业结构显著优化 .....	005
三、行业效益同比稳步增长，服务产能继续扩大 .....	007
四、创新成为行业发展第一动力，行业新增长点不断涌现 .....	008
五、“走出去”，参与国际市场竞争，行业国际化程度不断增强 .....	009
六、移动互联网加速整合人像摄影行业 .....	009
七、人像摄影行业继续为“稳增长、保就业、惠民生、促改革” 做出贡献 .....	010
第二章 人像摄影行业发展的困难与不足 .....	011
一、行业正处于转型升级的关键阶段，整体利润率增长放缓 .....	011
二、行业集中度低，企业规模小，核心竞争力不强 .....	013
三、人才成为制约行业健康发展的重要因素 .....	014
第三章 人像摄影行业发展趋势预测 .....	015
一、新科技革命将重构人像摄影行业 .....	015

二、行业进一步分化, 优胜劣汰, 行业独角兽企业加快上市进程 ...	016
三、新媒体时代, 人像摄影行业充满机遇与挑战 .....	016
四、摄影师个体价值提升, 自由摄影师将成为行业的有益补充 .....	017
<b>第四章 人像摄影行业持续发展的对策 .....</b>	<b>019</b>
一、加大政策扶持, 完善行业监管, 加强行业自律, 营造行业发展的良好环境 .....	019
二、坚持行业创新驱动, 跨界融合, 提质增效 .....	020
三、重视产品创新开发, 树立企业品牌, 增强企业综合竞争力 .....	021
四、加强人才队伍建设, 提供智力支撑 .....	022
五、加强国际合作交流, 提升国际竞争力 .....	022

## 第二篇

### 婚纱摄影行业发展篇

<b>第一章 2017 年中国婚纱摄影行业发展概况 .....</b>	<b>027</b>
一、婚纱摄影行业发展总体概况 .....	027
二、婚纱摄影行业发展存在的问题 .....	038
三、婚纱摄影行业发展趋势预测 .....	043
四、婚纱摄影行业健康发展的对策 .....	046
<b>第二章 婚纱摄影行业发展市场概况 .....</b>	<b>049</b>
一、婚纱摄影行业企业数量 .....	049
二、婚纱摄影行业从业人数 .....	050
三、婚纱摄影行业总销售收入分析 .....	050
<b>第三章 婚纱摄影行业发展商业模式 .....</b>	<b>053</b>
一、婚纱影楼新生态 .....	053
二、婚纱摄影 O2O 模式 .....	053

三、婚纱摄影互联网连锁经营 .....	054
四、婚纱摄影大数据平台运营 .....	055
<b>第四章 婚纱摄影行业发展创意融合 .....</b>	<b>059</b>
一、婚纱摄影 5D 新媒体 .....	059
二、婚纱摄影蜜月旅行拍摄 .....	059
三、婚纱摄影个人定制 .....	060
四、婚纱摄影传奇故事 .....	061
<b>第五章 国外婚纱摄影行业经验借鉴 .....</b>	<b>063</b>
一、欧美婚纱摄影行业经验借鉴 .....	063
二、日本婚纱摄影行业经验借鉴 .....	065
三、韩国婚纱摄影行业经验借鉴 .....	068
<b>第六章 婚纱摄影行业发展风向 .....</b>	<b>071</b>
一、全球婚纱摄影潮流 .....	071
二、国内婚纱摄影潮流 .....	073
三、婚纱摄影市场趋势 .....	074

### 第三篇

## 儿童摄影行业发展篇

<b>第一章 2017 年中国儿童摄影行业发展概况 .....</b>	<b>079</b>
一、儿童摄影行业发展总体概况 .....	079
二、儿童摄影行业发展存在的问题 .....	083
三、儿童摄影行业发展趋势预测 .....	086
四、儿童摄影行业健康发展的对策 .....	089

<b>第二章 儿童摄影行业发展市场概况</b> .....	093
一、儿童摄影行业的总体业绩 .....	094
二、儿童摄影行业的企业数量 .....	094
三、儿童摄影的区域市场分析 .....	095
四、儿童摄影行业市场供需分析 .....	097
<b>第三章 儿童摄影行业发展商业模式</b> .....	099
一、儿童摄影市场发展动因和潜力分析 .....	099
二、儿童摄影市场主体的类型及特性分析 .....	101
三、儿童摄影 O2O 模式 .....	104
四、儿童摄影互联网连锁经营 .....	107
五、儿童摄影大数据平台运营 .....	109
<b>第四章 儿童摄影行业发展创意融合</b> .....	111
一、儿童摄影细分市场的创意 .....	111
二、儿童摄影主题创意 .....	113
三、儿童摄影拍摄手法创意 .....	115
四、儿童摄影风格的创意发展 .....	116
<b>第五章 儿童摄影行业发展风向</b> .....	119
一、中央厨房模式 .....	119
二、家庭旅行拍摄项目 .....	120
三、儿童微电影 .....	122
四、“最后一公里”服务 .....	123
五、个人定制服务 .....	124

## 第四篇

# 中国人像摄影行业发展策略

<b>第一章 中国人像摄影行业市场四维洞察</b> .....	127
一、中国人像摄影行业的市场特性 .....	128
二、中国人像摄影行业市场四维洞察 .....	129
<b>第二章 中国人像摄影行业营销策略</b> .....	135
一、目标消费群体画像 .....	135
二、创新市场营销策略 .....	137
<b>第三章 中国人像摄影行业销售模式</b> .....	139
一、摄影 O2O 销售模式 .....	139
二、旅行拍摄模式 .....	141
三、一站式会馆经营模式 .....	142
四、与电商合作零售模式 .....	143
五、线上品牌运营模式 .....	143
六、线下体验+线上平台新零售模式 .....	144
<b>第四章 中国人像摄影行业经营模式</b> .....	145
一、积极推广互联网营销模式，全方位铺开获客渠道 .....	145
二、打造客感至上服务模式，利用客群分享扩大传播渠道 .....	146
三、优化企业内部流程，扩大企业的利润空间 .....	147
四、推进产业链一体化，推广综合式经营模式 .....	148
五、运营 O2O 商业模式，发挥线上线下集合功能 .....	149
<b>第五章 中国人像摄影行业投资建议</b> .....	151
一、摄影 O2O 投资 .....	151

二、亲子摄影投资 .....	152
三、AR 技术的应用和投资 .....	153
编后语 .....	155

# Part 1

## 第一篇

# 2017 年中国人像摄影行业 发展概况



# 第一章

## 人像摄影行业总体发展概况

为科学、高效测算 2017 年度中国人像摄影行业发展情况，本报告主要采用以下三种行业数据测算方法：一是典型企业调查法。在全国范围内选取人像摄影行业五大门类——婚纱摄影类、儿童摄影类、综合摄影类、产品制作类、影像服务类等典型企业，通过实地调研与电话、网络邮件调研沟通获取 2017 年企业发展数据。二是文献研究法。查阅 2011~2017 年，商务部服务贸易和商贸服务业司与中国人像摄影学会发布的《中国人像摄影行业发展报告》获取相关行业发展数据。此外，利用国家统计局、民政部、商务部等政府部门官网查询行业发展相关历史数据。三是数值研究法。使用分析软件 Origin9.1 版，结合获取到的典型企业调研数值，基于人像摄影行业经营辅助分析决策支持系统，采用关键假设以及固化历史数据，构建测算模型。

鉴于典型企业统计方法的局限性，考虑到行业中小微企业数据披露机制不健全、行业尚存在非法人经营单位等不易统计因素，相关统计数据可能存在偏差，2017 年人像摄影行业发展的实际规模可能大于本报告测算的结果。

2017 年中国人像摄影行业发展主要呈现以下特点：人像摄影行业进入发展新时代，继续保持稳健增长；人像摄影行业致力于解决人民日益增长的美好生活需要，已成长为一个庞大的生活服务类刚需产业，行业结构显著优化；行业效益同比稳步增长，服务产能继续扩大；创新成为行业发展第一动力，行业新增长点不断涌现；“走出去”，参与国际市场竞争，行业国际化程度不断增强；移动互联网加速整合人像摄影行业；人像摄影行业继续为“稳增长、保就业、惠民生、促改革”做出贡献。

## 一、人像摄影行业进入发展新时代，继续保持稳健增长

2017年，中国人像摄影行业认真学习领会和贯彻落实中共十九大精神，按照“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局的要求，积极适应经济发展新常态，践行创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念，开启了高质量发展时代新征程。行业整体规模持续扩大，业态结构趋于合理，行业效益稳步增长，服务质量和水平不断提升。

据不完全统计，2017年中国人像摄影行业全口径收入增加576.7亿元，达3745.4亿元，同比增长18.2%，行业经营单位43.6万家，同比增长5%，从业人员609.22万人，同比增长1.2%（见图1-1和图1-2），新增就业7.22万人。人像摄影行业对拉动经济增长、扩大社会就业、满足人民群众对美好生活的需要做出了积极贡献。

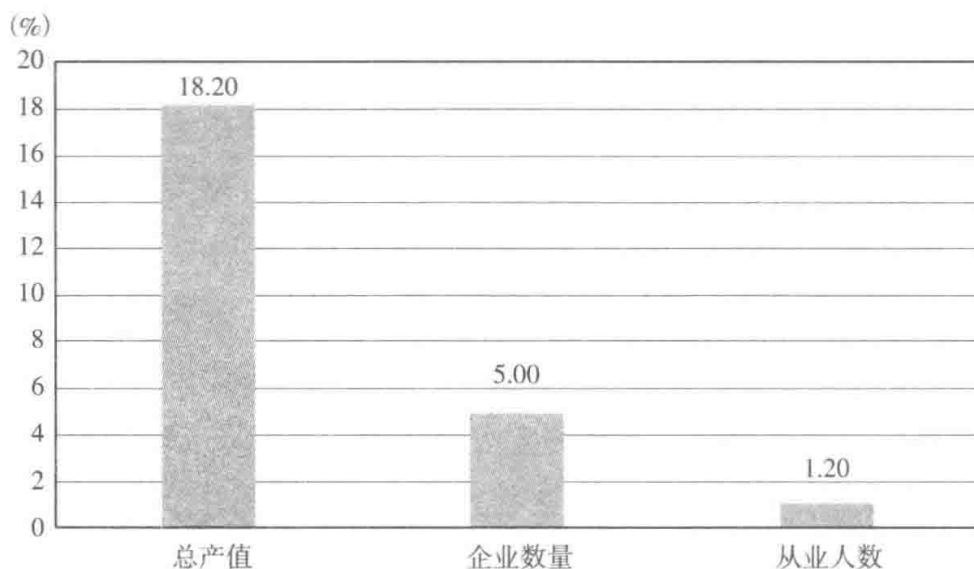


图 1-1 2017 年中国人像摄影业规模结构一览

资料来源：根据商务部流通服务业典型企业统计数据及行业会员企业调研数据测算。

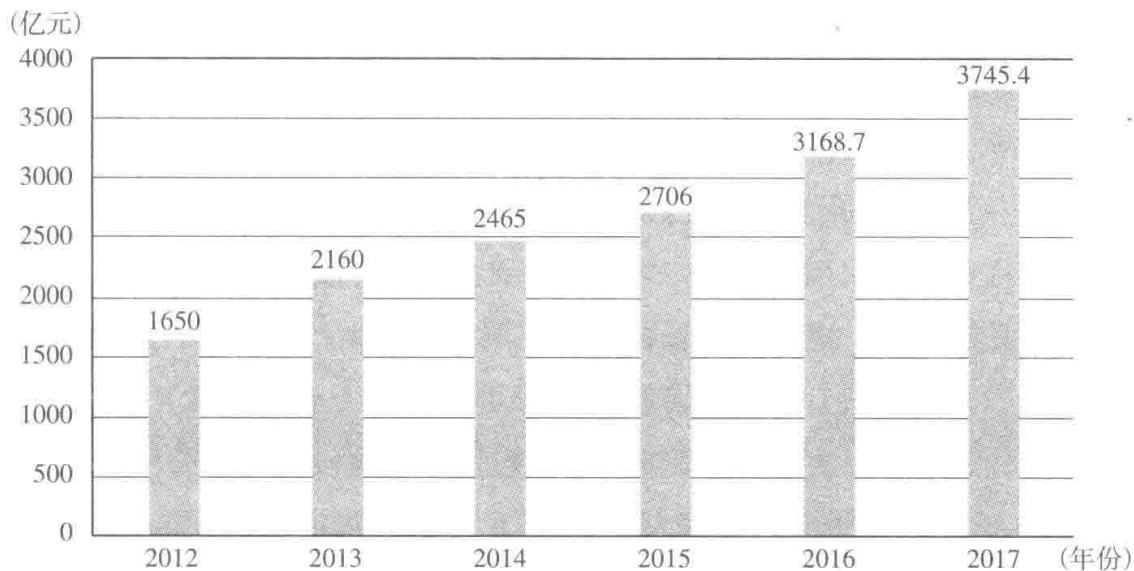


图 1-2 2012~2017 年中国人像摄影行业产值

资料来源：根据 2012~2016 年《中国人像摄影行业发展报告》数据及行业会员企业调研数据测算。

## 二、人像摄影行业致力于解决人民日益增长的美好生活需要，已成长为一个庞大的生活服务类刚需产业，行业结构显著优化

中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。我国社会主要矛盾的变化是关系全局的历史性变化，人像摄影行业作为服务业，将更好地满足人民摄影方面日益增长的需要，提升人们的生活幸福指数。

随着移动互联网的大发展、智能手机的爆发、社交媒体的盛行，人类创造的影像数据正在全方位地呈指数级增长，人人都在生产影像，人人都是媒介，人人都在传播影像，人人都在消费影像，摄影行业迎来了全民摄影时代。人像摄影行业作为服务业，具备了文化融合、品牌创新、资源共享、服务民生的特点，经过三十余年的发展，人像摄影行业已经成为一个与人民大众日常生活密切相关的重要组成部分。婚前拍摄婚纱照、孕后拍摄儿童亲子照和全家福摄影等，也早已经成为人们生活中影像消费的刚需产品。

2017 年，人像摄影行业业态结构更加专业化和细分化，总体分为五类：

婚纱摄影类、儿童摄影类、综合摄影类、产品制作类、影像服务类。婚纱摄影类包括婚纱摄影、婚礼摄影、结婚纪念照摄影、旅游婚纱摄影、私人定制婚纱摄影等；儿童摄影类包括儿童摄影、新生儿摄影、婴童摄影、亲子摄影等；综合摄影类包括证件照摄影、团体照摄影、艺术写真摄影、毕业照摄影、孕妇摄影、全家福摄影、广告摄影、产品摄影、微电影等；产品制作类包括婚纱礼服生产、摄影摄像器材销售、照片材料生产与冲印、相册相框制作、场景设计制作等；影像服务类包括摄影基地、专业（职业）教育培训、摄影与婚礼展会、专业软件开发生产、互联网平台建设与服务等。

2017年，人像摄影行业经营单位43.6万家，同比增长5%，从业人员609.22万人，同比增长1.2%，新增就业7.22万人。人像摄影行业结构稳步优化调整，五大门类业态更加细分化、专业化。婚纱摄影类、儿童摄影类、综合摄影类、产品制作类、影像服务类占比分别为31.4%、29.5%、15.3%、19.6%、4.2%（见图1-3）。从人像摄影行业五大业态占比来看，婚纱摄影类比重较2016年下降3.4个百分点，儿童摄影类增长3.3个百分点。值得注意的是，2015年以来儿童摄影类行业收入、行业企业数、就业人口增速领跑人像摄影全行业，大有超越婚纱摄影类之势。

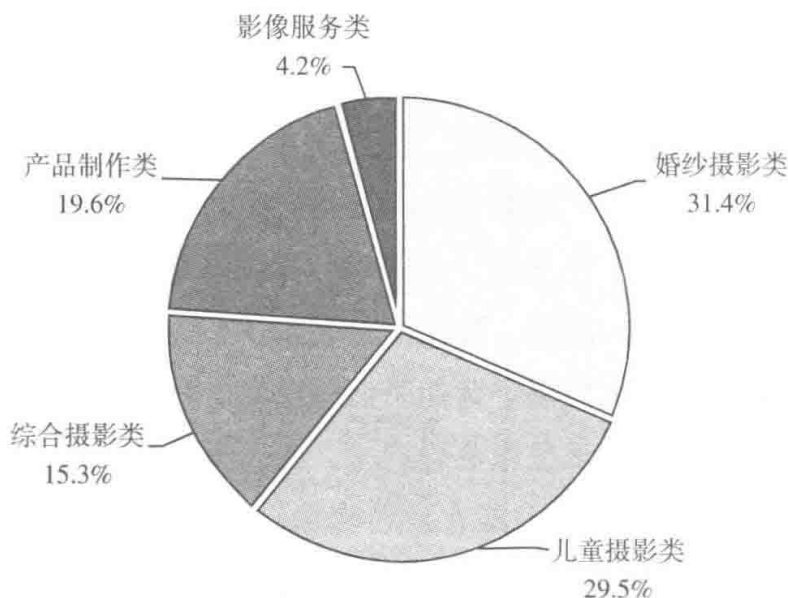


图 1-3 2017 年中国人像摄影业业态结构分类

资料来源：根据商务部流通服务业典型企业统计数据及行业会员企业调研数据测算。

从区域发展看，我国人像摄影行业区域发展体现了我国经济分布的特点，呈现“东南沿海发达、中西部欠发达”的局面。以北京、上海、江苏、