

中国商业摄影市场动态分析与投资价值研究报告(2011-2015年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国商业摄影市场动态分析与投资价值研究报告(2011-2015年)》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/110033110033.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

商业摄影分支极为丰富，是一个极具创新和科技的行业。从高楼大厦，到房产经理；从学校教育到行业培训；从酒店旅馆到食品生产；从公共事件到政府组织；从会谈到网站，几乎所有的商务市场与广告宣传资料都离不开商业摄影。从传统到数码的转变给这一百亿美元的产业带来了巨大变化，给世界各地的从业人员带来新的挑战和机会。尽管大多数人仍将摄影视作一种兴趣爱好，但是已经有越来越多的人将商业摄影视作商业和社交活动中有效促进工具。以美国为代表的高度发达国家市场来看，人们正在积极开发新的商业项目以求进一步扩大市场。而在发展中国家，商业摄影还被视作一个新兴行业，随着未来经济或旅游业等发展大有可为之处。

《中国商业摄影市场动态分析与投资价值研究报告(2011-2015年)》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对商业摄影行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

第一篇 商业摄影基础篇

第一章 商业摄影行业概述

第一节 商业摄影涵义分析

一、狭义涵义

二、广义涵义

第二节 常见的商业摄影细分及领域特点

一、专职的汽车摄影师

二、人物摄影师

三、数码产品摄影师

四、化妆品摄影师等等

第三节 商业摄影行业发展历程分析

第四节 商业摄影所使用的设备分析

第二章 2010-2011年国际商业摄影行业运行状况分析

第一节 2010-2011年国际商业摄影行业发展概况分析

一、国际商业摄影行业发展特点分析

二、国际商业摄影运行环境分析

三、金融危机对国际经济的影响

第二节 2010-2011年美国商业摄影行业发展态势分析

一、照相馆的专业摄影

二、好莱坞的电影明星照和电影剧照

三、人体摄影和模特摄影

四、商业广告摄影

五、美国当代新闻摄影

第三节 2010-2011年其他地区、国家商业摄影行业发展概况分析

一、英国

二、法国

第四节 2011-2015年国际商业摄影趋势探讨

第二篇 中国商业摄影现状篇

第三章 2010-2011年中国商业摄影行业运行环境解析

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国服务产业在国民经济中的地位分析

三、消费价格指数分析

四、城乡居民收入分析

五、社会消费品零售总额

六、全社会固定资产投资分析

七、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国商业摄影行业发展政策环境分析

一、商业摄影行业标准

二、相关产业政策法规

第三节 2010-2011年中国商业摄影行业发展技术环境分析

一、激光照排技术发展分析

二、电子分色技术发展分析

三、电脑设计发展分析

四、印刷技术发展分析

第四节 2010-2011年中国商业摄影行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、广告行业发展

第四章 2010-2011年中国商业摄影行业发展概况分析

第一节 2010-2011年中国商业摄影业热点点评

一、首届国际商业摄影艺术大展聚焦

二、探讨商业摄影的美学价值

第二节 2010-2011年中国商业摄影业综述

一、传统摄影形式占据着主导地位

二、数码摄影正逐步增加市场份额

三、以印刷品为载体的广告摄影正随着技术的提高正逐步升温

四、广告摄影存在着较大的市场潜力

五、通过网络营销图片已成为摄影界的新兴产业

六、以拍摄、出售摄影作品为业的职业摄影师及自由摄影人也已出现

七、跨门类业务成为摄影业新的经济增长点

八、摄影器材营销规模空前、种类繁多

第三节 2010-2011年中国商业摄影品牌网络宣传存在问题分析

一、主流顾客对互联网的依赖性

二、摄影机构对互联网利用率低下

三、摄影机构宣传的单调性

四、摄影机构对于网络的理解观念落后而不全面

第四节 2010-2011年中国商业摄影行业重点城市动态分析

一、北京

二、上海

三、广州

四、深圳

第三篇 中国商业摄影细分领域篇

第五章 2010-2011年中国商业摄影行业细分市场发展概况分析——人像摄影

第一节 2010-2011年中国人像摄影行业发展特点分析

第二节 2010-2011年中国人像摄影行业运行简况

一、人像摄影行业呈现出多种经营业态

二、人像摄影行业城乡多层次网络体系正在逐步形成

第三节 2010-2011年中国婚纱摄影业发展现状分析

一、婚庆消费市场不断升温

二、以影楼为核心的婚纱摄影业成为一个快速发展的行业

三、企业数量正在迅速增加连锁化经营正在迅速形成

第四节 2010-2011年中国儿童摄影业动态分析

一、儿童经济热潮撬动银川大市场

二、儿童摄影发展迅猛

三、儿童消费潮提前热龙城

四、中国专业儿童摄影年会热点聚焦

第五节 2010-2011年中国人像摄影其他行业发展分析

一、证件照

二、人像艺术摄影

三、写真魅态摄影

第六节 2011-2015年中国人像摄影业趋势探讨

第六章 2010-2011年中国商业摄影行业细分市场发展概况分析——时装摄影

第一节 2010-2011年中国时装行业发展概况分析

一、时装摄影的特点分析

二、时装摄影的器材选择

三、时装摄影的模特选择与指导

第二节 2010-2011年中国时装摄影行业发展态势分析

一、中国国际时装周对时装摄影业的影响

二、时装摄影行业规模

第三节 2010-2011年中国时装摄影发展优势城市分析

一、广州

二、深圳

三、香港

第七章 2010-2011年中国商业摄影行业细分市场发展概况分析——广告摄影

第一节 2010-2011年中国广告摄影行业发展概况分析

一、广告业飞速发展对广告摄影拉动作用

二、广告市场竞争愈演愈烈并已趋于无序的竞争

三、广告摄影行业的“红海战略”与“蓝海战略”

第二节 2010-2011年中国广告摄影行业市场动态分析

一、广告摄影热点聚焦

二、广告摄影设计\传播

第三节 2010-2011年中国广告摄影行业市场运行态势分析

一、中国广告摄影市场需求状况分析

二、中国广告摄影市场供应状况分析

三、中国广告摄影市场价格状况分析

第四节 2010-2011年中国广告摄影行业发展战略分析

一、从大环境、大背景的动态趋势去分析市场的变化与需求

二、整体的策划和设计制作，更需要一站式的、专业的、更加快捷而又负责任的服务

三、市场产品价格战的竞争，更需要提供高性价比的优质产品

四、广告摄影拍摄，需要有策划，有产品的定位和诉求方面的重点

五、商业摄影师要培养现代服务业的理念和意识

第四篇 中国商业摄影专用器材篇

第八章 2010-2011年中国商业摄影器材市场动态分析——数码相机

第一节 2010-2011年中国数码相机业运行总况

一、中国数码相机消费情况

二、2010-2011年中国逐渐普及的相机新功能—高清视频成风

三、数码相机重点销售区域市场分析

四、2010-2011年数码相机市场竞争分析

1、高清数码相机竞争激烈

2、长焦数码相机竞争态势分析

3、数码相机竞争已跨入品牌时代

第二节 2008-2010-2011年中国数码相机竞争状况分析

一、数码相机竞争激烈国产品牌前景堪忧

二、DSC市场竞争激烈单价下滑 品牌商皆临窘境

第三节 2010-2011年中国数码相机技术分析

一、千万像素开始普及

二、光学防抖成为标配

三、高感光度下的画质问题

四、数码单反成为焦点

第四节 2010-2011年中国数码相机主要厂商发展态势分析

一、佳能(中国)有限公司

二、索尼(中国)有限公司

三、柯达

四、尼康

五、奥林巴斯

第九章 2010-2011年中国商业摄影器材市场发展概况分析——摄影灯

第一节 2010-2011年中国摄影灯行业需求与消费状况分析

一、中国目前摄影灯行业消费的主要特征分析

二、中国摄影灯行业消费者消费偏好调查分析

三、2010-2011年中国摄影灯行业消费状况分析

四、中国摄影灯行业消费者对其价格的敏感度分析

第二节 2010-2011年中国摄影灯行业竞争格局分析

一、摄影灯竞争阶段

二、摄影灯竞争力体现

第三节 2010-2011年国内外摄影灯行业优势企业竞争力分析

一、环球摄录影器材有限公司

二、富士通摄影器材(香港)实业公司

三、佛山市海光摄影器材有限公司

四、深圳市麦莎科技有限公司

五、珠海市集利发展有限公司

第四节 2011-2015年中国摄影灯行业发展预测分析

第十章 2010-2011年中国商业摄影器材市场发展概况分析——数码摄像机

第一节 2010-2011年中国数码摄像机运行总况

- 一、中国数码摄像机发展回顾
- 二、数码摄像机增长幅度下降
- 三、数码摄像机市场变化特点
- 四、数码摄像机市场主要新技术

第二节 2010-2011年中国数码摄像机市场动态分析

- 一、数码龙头佳能交付苏宁新品首销权
- 二、主流数码摄像机新品遭消费者冷遇
- 三、本土数码摄像机品牌无力回天

第三节 2010-2011年中国数码摄像机市场现状分析

- 一、国内数码摄像机市场仍处在初级阶段
- 二、数码摄像机市场销售情况分析

第四节 2010-2011年中国数码摄像机行业存在的问题分析

- 一、数码摄像机市场存在的主要问题
- 二、国内数码摄像机市场的三大瓶颈
- 三、数码摄像机市场遭遇的规模难题

第五节 2010-2011年中国数码摄像机行业优势企业分析

- 一、索尼
- 二、佳能
- 三、松下
- 四、JVC
- 五、三星

第六节 2011-2015年中国数码摄像机行业的发展趋势

- 一、中国数码摄像机市场前景展望
- 二、家用数码摄像机向高清晰发展
- 三、数码摄像机存储介质发展方向

第十一章 2010-2011年中国商业摄影其它设备分析

第一节 照相设备

- 一、照相机
- 二、大型机背取景相机

第二节 广告摄影的胶片

- 一、胶片的规格、特性
- 二、胶片的尺寸规格

三、胶片宽容度与曝光宽容度

四、波拉一次成像胶片

五、装散页胶片

第三节 广告摄影的照明工具

一、钨丝灯

二、闪光灯

三、特殊效果灯

四、泛光灯

五、聚光灯

六、伞灯

七、柔光罩

八、雾灯

十、蜂巢导光罩

十一、柔光箱

第五篇 中国商业摄影投资与前景篇

第十二章 2011-2015年中国商业摄影行业发展趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国商业摄影行业发展前景预测分析

一、商业摄影趋势预测分析

二、商业摄影数码化的最新走向探讨

第二节 2011-2015年中国商业摄影细分领域前景预测与趋势探讨

一、人像摄影行业发展趋势预测分析

二、时装摄影行业发展前景预测分析

三、广告摄影行业发展趋势预测分析

第三节 2011-2015年中国摄影器材行业发展前景预测分析

第十三章 2011-2015年中国商业摄影行业投资前景分析

第一节 2010-2011年中国商业摄影行业投资概况

一、商业摄影投资特性

二、商业摄影投资环境分析

第二节 2011-2015年中国商业摄影行业投资机会分析

一、商业摄影行业投资潜力分析

二、商业摄影行业投资吸引力分析

第三节 2011-2015年中国商业摄影行业投资风险分析

一、市场风险分析

二、竞争风险分析

三、其他风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2010年10月20日中国人民币利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2010年中国广告摄影市场供应状况

- 图表：2010年中国广告摄影市场价格状况
- 图表：2010年中国广告摄影市场需求状况
- 图表：2010年中国数码相机行业沿革与生命周期
- 图表：2010年中国数码相机市场规模及增长状况
- 图表：2010年中国数码相机市场供应状况
- 图表：2010年中国数码相机市场产品结构
- 图表：2010年中国摄影灯行业竞争程度
- 图表：2010年中国摄影灯行业消费状况
- 图表：中国摄影灯行业消费者消费偏好调查
- 图表：中国摄影灯行业消费者对其价格的敏感度
- 图表：中国目前摄影灯行业消费的主要特征
- 图表：“红海战略”与“蓝海战略”
- 图表：国内数码摄像机市场的三大瓶颈
- 图表：2011-2015年中国商业摄影行业发展前景预测
- 图表：2011-2015年中国人像摄影行业发展趋势预测
- 图表：2011-2015年中国时装摄影行业发展前景预测
- 图表：2011-2015年中国摄影器材行业发展前景预测
- 图表：2011-2015年中国广告摄影行业发展趋势预测

《中国商业摄影市场动态分析与投资价值研究报告(2011-2015年)》系统全面的调研了商业摄影的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/110033110033.html>