

2018--2023年中国婚纱摄影行业市场需求调研及 投资规划研究报告

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《2018--2023年中国婚纱摄影行业市场需求调研及投资规划研究报告》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/hunjiehungqing/294471294471.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

婚纱摄影是当代中国结婚的一种标志也是必然程序。登记、婚纱照、宴请亲朋好友，已经成为顺理成章的流程。我国的婚纱照从传统长马褂、红旗袍的中式风格逐渐演变成为西装、婚纱的西式风格，而当代的婚纱照已经不再拘泥于婚纱西装这种简单传统的模式时，现代时尚个性的婚纱摄影已经在婚纱市场逐渐占据主导地位。婚纱摄影目前正处在一个追求个性和回归自然的双重改变中。

一、婚纱照的起源和发展

婚纱照最早源于日本的明治时代后期，由于日本政府禁止日本人与西方人通婚，所以当时在海外打工的日本单身汉只能通过家乡寄来的女子照片这种方式找结婚对象，这种照片就是婚纱照的最初模型。随后，在1908年日本的新娘可以入境被美国政府所承认，并且新郎新娘会在牧师的面前宣誓拍照留念，并寄回家乡，这就是最早的婚纱照。随着时代的发展，这种方式逐渐被人们所认同，也逐渐演变成一种市场。

20世纪90年代初期，中国出现第一家婚纱影楼，吸引了人们的眼球，随后的几年里，婚纱摄影迅速流行，如雨后春笋般的婚纱影楼开满了全国的各个城市，婚纱摄影得以发展。现在的婚纱摄影俨然已经成为结婚的一种标志。

二、婚纱摄影的意义

在西方国家看来中国的结婚照是不可思议的，因为宗教信仰的原因，西方国家认为如果新郎在结婚前看见新娘的婚纱是会为婚姻带来不幸的，所以西方人在结婚前是不会拍摄婚纱照的，当然在结婚当天，为婚礼留下纪念的拍照是必不可少的，不过摄影师也是抓拍新婚夫妇在宴会期间的甜蜜时刻，是留下婚礼当天幸福时刻的一种方式。

而在中国每一个时期的结婚照都代表着不同时代的意义。20世纪初期，留学回国的年轻人为了反对封建家族安排的婚姻，会选择自由恋爱并跑去西洋照相馆按照西方的礼仪进行婚礼，那时的婚纱照是反对封建制度的一种表现。

新中国成立后，提倡自由恋爱，当时的结婚照只是去民政局照一张黑白照片。那个时候婚纱摄影是一种见证。而随着时代的发展，中式的婚纱摄影已经成为一种仪式，是结婚的一个必然程序，婚纱摄影是一种见证爱情的表现方式。

图：婚纱摄影服务行业发展趋势 资料来源：公开资料，中国报告网整理

三、如何拍出好的婚纱照

既然现在人们认为婚纱摄影是一种见证爱情的表现方式，那么消费群体就对婚纱摄影有了要求和想法。对拍出婚纱照好效果的要求也相对提高。

1.后期制作不是主体。虽然数码时代可以让照片变得更唯美，更有艺术效果，但是有的时候也适得其反。很多人在看到自己的婚纱照以后都认不出是自己，这就是后期制作的处理不当，虽然达到了艺术效果，但是失去了自然性和真实性。好的作品是通过摄影师的摄影技巧和对艺术的感觉所完成的。所以婚纱摄影的主体还是摄影本身所产生的魅力，而不是后期制作。

2.作品的时代感。每一个时代的婚纱照都有着截然不同的风格。从20世纪五六十年代黑白照片中新婚夫妻简单的工作服，到后来新婚夫妻站在简单的墙壁前面的西装婚纱照、彩色婚纱照和90年代兴起的影楼婚纱照，每一个时代都有着不同的摄影风格。所以好的婚纱照是代表一个时代。婚纱照的每一张都能讲述一个故事，很多人会被一张或几张照片所感动。

3.优秀的摄影技巧是关键。当代的婚纱摄影已经不局限于影楼内，内景和外景的拍摄都是考验摄影师的拍摄技巧。对于户外的强光和室内的弱光就要求摄影师对光源的准确掌握。而且在婚礼现场的抓拍也是考验摄影师经验的所在。优秀的作品要求在不同的场合抓住准确的时间拍摄出最优质的效果。

图：婚庆产业链 资料来源：公开资料，中国报告网整理

四、婚纱摄影的创新发展

现在，顾客对婚纱照的要求越来越高，越来越要展现自己的想法和个性的时候，他们接受产品、接受服务，但是绝对不接受平庸，因为他们认为婚纱照是爱情的象征，是爱情的一种表现形式。婚纱照的模式化、刻板化的时代已经不能满足现代人们对婚纱摄影的要求。更多的年轻人对“千人一面”的婚纱摄影提出了改变，他们更喜欢创新个性表现形式的婚纱照。所以现在婚纱摄影的主打风格也不再是笔挺的西装、华丽的婚纱和面带微笑的模式化照片。个性化、鲜明化、年代性十足的婚纱照已经成为主流。行业为了满足顾客对亲和感的认同，不再用专业的模特来打造完美的样片，而是在顾客中选择亲切感十足、能打动顾客心理的人做模特。让顾客更能通过样片感觉到婚纱摄影的幸福感和亲切感。

婚纱摄影工作室的出现成为拍摄婚纱照的另一种选择。在一些大的婚纱影楼要想完成一对一的婚纱摄影作品价格不菲，而婚纱摄影工作室以消费适当、创意个性十足和“一对一”服务等诸多优势迅速占领市场。量身定制婚纱摄影成为年轻人的首选，不同的人有不同的观点和要求，根据个人心理需求量身打造一个属于自己的婚纱照，是年轻人选择婚纱摄影工作室的主要原因。

五、婚纱照的个性创意

2010年陈小春和应采儿的婚纱照在网络上迅速走红，他们个性、不拘一格的婚纱照风格和表现力，成为年轻人争相模仿的对象。各种风格的婚纱摄影也应运而生。另类风格的婚纱照悄然流行，现在人已经不拘泥于婚纱西装的传统风格，甚至有些婚纱照前卫的不穿婚纱，也别具一格。

复古军装风格成为时尚，由于现在很多年轻人没有穿过军装，而借着拍婚纱照的机会学着老一辈人们结婚照的模式照一套军装照。复古的风格和现代摄影的表现手法，让年轻人过了一次军装瘾。

讲述情侣的爱情故事成为一种浪漫，用每一张照片表现一个时期的恋爱关系，是现在婚纱摄影的另一种风格。从相识、相知、相爱每一个时期的都用不同的背景、不同的表现手法呈现，让婚纱照更具有收藏价值。

私房婚纱，另类前沿的风格也是一种争议。很多人认为私房婚纱是色情的裸体照，其实不然，很多年轻人选择这种婚纱摄影方式是因为他们想在最幸福的时刻留下最美好的记忆。当然，现在这样的照片毕竟只是一些尝试，至于结果如何，目前也有不同的看法。

归根结底，婚纱摄影满足了人们对身份变换的愿望，一对新人可以在婚纱摄影中体验不同的虚幻角色，女孩可以成为万众瞩目的公主，可以成为辣妹或性感女神，而男人则可以成为皇室、状元等多种角色。所以新人们会选择多种风格的搭配，端庄高贵的风格和幸福搞笑的混合搭配，让婚纱照变得更多样、更生动。

诸多的创新风格让婚纱摄影更加丰富。创新意识是进步的开始，是发展的动力所在，婚纱摄影要创新是源于它要进步，它要发展。如果没有了创新，婚纱摄影必将没落，从历史的舞台中消失。

现在追求个性、追求艺术的年轻人对婚纱照照片陈旧画、模式化、“千人一面”的风格提出了自己的想法，做出了自己的想法，怎么改变统一的模式化，让婚纱摄影将每个人的独特气质和个性表现出来，这是婚纱摄影要研发的项目和内容。其实就老式的婚纱摄影而言，须要改变和能改变的地方很多。除了突破陈旧的观念、创新风格以外，还须要解决的问题有很多，只要能作出一些改变和创新，在婚纱摄影的道路上必将畅通无阻。

中国报告网发布的《2018--2023年中国婚纱摄影行业市场需求调研及投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

目录

第一章中国婚庆产业整体运行状况分析

第一节中国婚庆产业总况

- 一、婚庆业已成中国新兴产业
- 二、婚庆产业链正在逐步形成
- 三、中国婚庆服务业尚在成长期
- 四、国内婚庆企业迫切需要升级
- 五、高温之下婚庆产业淡中求精
- 六、婚庆团购普及尚需时日

第二节中国婚庆产业管理规范情况

- 一、婚庆行业亟待标准规范
- 二、婚庆行业将有“国标”
- 三、国家标准将禁用婚礼彩带
- 四、河南着手规范婚庆行业

第三节中国婚庆产业存在的问题

- 一、中国婚庆行业存在的问题

二、婚庆用品质量有待提高

三、婚庆投诉大幅上升

四、婚庆行业鱼龙混杂现象影响行业发展

五、旺季之后婚庆行业面临洗牌

第四节婚庆产业发展策略

一、多行业联手打造婚庆产业一条龙服务

二、品牌连锁机构将引领婚庆业发展

第二章中国婚庆消费市场运行动态分析

第一节中国婚庆消费市场概况

一、婚庆消费面面观

二、婚庆市场的非理性消费

三、婚庆消费市场待挖掘

第二节中国婚庆消费走势分析

一、中国婚庆消费市场新动态

二、婚庆消费市场从传统到个性

三、婚庆高峰消费者和商家开始向理性回归

四、婚庆时尚品成为消费新热点

第三节中国婚庆消费应注意的问题

一、婚庆消费市场的五大问题

二、婚庆市场的消费纠纷

三、婚庆消费要注意陷阱

四、婚庆消费存在的八大误区

第四节中国消费者婚礼消费情况调查分析

一、消费者对婚礼所持态度调查分析

二、消费者婚礼费用构成调查分析

三、消费者婚礼预计花费调查分析

四、消费者选择结婚方式调查分析

五、婚庆的主要项目及费用分配情况调查分析

第三章中国婚纱摄影市场运行环境解析

第一节国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节中国婚纱摄影行业政策环境分析

第四章中国婚纱摄影市场运行态势分析

第一节中国婚纱摄影市场运行总况

- 一、婚纱照整体市场规模
- 二、城乡的拍照率和拍照花费同比
- 三、新婚夫妇选择影楼比较看重的因素
- 四、婚纱摄影市场服务成为制胜法宝
- 五、台商盯上中国大陆婚纱摄影市场

第二节中国婚纱礼服市场分析

- 一、婚纱礼服市场需求分析
- 二、网上订购婚纱生意红火
- 三、冬季保暖婚纱市场面临空缺
- 四、定制婚纱市场看好
- 五、中国婚纱晚礼服行业出现新变局
- 六、买婚纱冲击婚纱租赁市场

第三节中国婚纱摄影行业存在问题分析

- 一、品牌繁杂
- 二、服务参差
- 三、营销保守

第五章中国婚纱摄影行业营销策略分析

第一节中国婚纱摄影行业主要经营模式探析

- 一、小作坊式的经营模式
- 二、传统影楼的经营模式
- 三、一站式的经营模式
- 四、品牌连锁经营模式

第二节中国婚纱摄影行业发展策略分析

- 一、构建连锁运营模式，建立标准体系
- 二、运用异业整合传播策略进行营销策划创新
- 三、多元化经营，增加利润源
- 四、整合景区资源

第三节中国婚纱摄影行业营销策略分析

第六章中国婚纱摄影行业竞争格局分析

第一节中国婚纱摄影竞争总况

- 一、婚纱摄影竞争激烈暗潮涌动
- 二、婚纱摄影市场竞争与经营思维变革
- 三、婚纱摄影的竞争由价格转为服务
- 四、婚纱摄影竞争的8大要素

第二节中国婚纱摄影重点区域市场竞争分析

- 一、婚纱摄影市场龙争虎斗
- 二、恶性竞争使厦门市婚纱摄影行业遭遇“深寒”
- 三、京城上演婚纱摄影大战

第七章中国婚纱摄影市场品牌连锁机构竞争力对比分析

第一节钟爱一生婚纱摄影

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第二节薇薇新娘婚纱摄影有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第三节法国卡罗国际连锁婚纱摄影

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节巴黎春天婚纱摄影

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第五节新新娘婚纱摄影

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第八章2018-2023年中国婚纱摄影行业投资前景预测分析

第一节2018-2023年中国婚纱摄影行业投资概况

- 一、婚纱摄影行业投资特性
- 二、婚纱摄影业投资盈利性分析
- 三、婚纱摄影投资环境分析

第二节2018-2023年中国婚纱摄影投资机会分析

- 一、婚纱摄影投资热点
- 二、婚纱摄影投资吸引力分析

第三节2018-2023年中国婚纱摄影投资风险及防范

- 一、技术风险分析
- 二、金融风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、竞争风险分析

（ GYZJY ）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hunjiehungqing/294471294471.html>