

中国旅拍行业现状深度分析与投资趋势预测报告 (2022-2029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《中国旅拍行业现状深度分析与投资趋势预测报告（2022-2029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://www.chinabaogao.com/baogao/202210/614508.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

不知道大家还记不记得前段时间非常洗脑的旅拍广告，“婚纱照，去哪拍，想去哪拍就去哪拍！”但是旅拍，真的是想去哪拍就去哪儿拍么？

先来了解一下旅拍吧，旅拍，顾名思义，就是将拍摄写真和旅行揉合在一起，不拘泥于室内摄影棚和室外布景的限制，在旅途中，用光圈、快门记录邂逅的美景，留下珍贵的回忆。

旅拍原本是旅行过程中的一种普遍行为，但当部分人群旅行的目的就是进行旅行拍摄后，旅拍就成为了旅游中一个单独的市场。

从2012年唯一旅拍董事长贺军提出“旅拍”概念开始，行业已经走过了十个年头。

资料来源：企查查、观研天下整理

可以发现，在2013年，国内旅拍公司仅为18家，伴随着国内旅游市场的扩大，智能手机摄影技术的强大以及短视频社交的兴起，旅拍行业相关公司成立数量逐年上升，高光时刻发生在2019年，新成立的企业数量一跃而上突破500家，行业整体市场规模也达到了近千亿元。但2020年受疫情影响，一批公司兴起，更大批的公司死去。由此可见，生存与发展成了企业的另一个难题。

1、“旅拍”，一个近10年来兴起的行业

相较于其他主题的摄影，旅拍打破了传统婚纱摄影的认知，将婚纱摄影与蜜月旅行合二为一，受到很多正在备婚的年轻人喜爱，并且由于婚纱摄影意义重大，一般冠以一生一次的名义，因此新人往往更舍得在婚纱摄影上投入较大的资金，数据显示，2018年婚拍旅拍产品订单增长200%以上。

从市面上旅拍公司提供的产品来看，尽管旅拍公司在积极推动旅拍从婚纱走向多元化，诸如传统旅游写真、亲子旅游、户外运动等也开始加入拍摄服务元素，但是婚纱摄影始终占据国内旅拍市场80%的份额。

严格来说，旅拍属于享受型消费项目，其蹿红主要得益于时代的进步与发展。一方面，“敢赚又敢花”的90后新生代崛起，新一代人群对旅行、生活美学的理解和分享欲明显高于以往，这种“我拍、我传、我分享”的悦己式新潮旅拍消费理念盛行，为旅拍带来了更多的可能性；另一方面，也得益于中国成熟的旅游市场环境以及丰富的旅游资源，给旅拍提供了快速发展的土壤。

另外，这两年内内容平台的崛起，也为旅拍行业带来巨大的增长动力。诸如小红书、马蜂窝、知乎、携程论坛、微博等内容社交平台的兴起带火了“种草”文化，用户在社区内分享自己的旅拍照片，吸引了不少网友跟风拍摄同款照片。而为旅拍市场加大了筹码的，是明星效应，细数一下近年来结婚的明星夫妇：刘诗诗和吴奇隆、唐嫣和罗晋、张若昀和唐艺昕、玄彬和孙艺珍等都选择了旅拍结婚的方式。与此同时，契合产品“婚纱照”“旅拍”特性的节目《向往的生活》、《妻子的浪漫旅行》、《青春的花路》等旅行类综艺节目持续火热，跟着综艺去

旅行、“打卡”明星旅行路线成为很多年轻人的选择，短时间旅拍企业收获了非常大的流量红利，旅拍行业也逐渐走向“火爆”。

值得一提的是，不仅仅是C端的用户关注到旅拍，旅拍也开始在企业客户中火热“出圈”，例如，高光旅拍在2021年为三峡银行、泸州老窖等公司团建提供旅拍服务，2022年至今也接到了不少企业会议活动的拍摄订单。

由此可见，旅拍市场迎来了多元化、重品质、深耕细分市场的新业态。公开资料显示，目前旅拍在旅游消费者中的普及度已达到85%。

2、旅拍行业有什么特点？

据全球旅拍，旅拍加盟店单店投入一般在18-28万元，员工为1-5名。

全球旅拍加盟投资费用

全球旅拍加盟基础费用：16-25万元

全球旅拍加盟成本费用：2-3万

装修费

3-5万元

门店租金

8000-15000元/月

经营设备费

6-9万元

人员工资

1-2万元/月（5人）

首批进货费/原料费

6-9万元

水电杂费

500-1000元

广告宣传及开业费

1-2万元

流动/储备资金

6-8万

总投资费用：18-28万元（店铺面积按75m²）

资料来源：加盟费查询网、观研天下数据中心整理

可见，旅拍行业没有房屋、人员、设备等大笔的投资限制，不言而喻的是，传统影楼的资金投入往往更大，人力成本投入更高，这种时尚行业对于门店面积、装修等要求也更高，一般2-3年就要装修一次，总投资额偏高，是偏重资产的生意，而旅拍生意的门槛并不高，仅一台照相机，一个人单枪匹马也能干。

旅拍讲究的是：人景并重，其意义主要是三重，一重是说走就走的旅行、二重是珍贵回忆的

记录、三重是高质量的分享。分享是人类的天性，这种现象在当代年轻人中更为普遍，他们乐于分享自己热爱的东西，伴随着分享意愿提升的是用户对于优质旅游内容的需求，因此旅拍的内容不仅限于人，比如那些田野里大片的油菜花、农家餐桌上经典的美食、可遇不可求的户外运动精彩瞬间等都可能成为旅拍的场景。数据显示，当前，用户分享的内容以风景和美食为主，其中，打卡人文景观、拍摄自然风光是旅拍的必选项之一，人物照片、特色体验、娱乐活动分列三、四、五位。

资料来源：观研天下整理

在运营渠道上，许多旅拍机构企业采用“线上销售、线下服务”的O2O模式，这样的一站式体验类服务由机构完全安排行程与拍摄环节，虽然极大地缩短了服务流程，但由于行业目前并没有清晰的产品标准，“用户体验”成为了检验产品的唯一标准。

这也导致了旅拍市场上既有走极致性价比路线的旅拍企业在市场上呼风唤雨，也有一批“专精特新”的企业通过自己的品质、服务、创造力飞出自己的成本曲线。

以旅拍界的“一哥”伯爵旅拍为例，其在李佳琦直播间上架的套餐仅18分钟就卖出了10000+套，总销售额近3500万，真正做到了行业第一。基于“记录美好生活”的企业理念，在影像拍摄方面首次推出了“婚纱照+微电影”的新模式，但从内容来看，其轻旅拍产品可供选择的目的地只有厦门鼓浪屿、三亚香水湾和丽江束河古镇3个城市，在服务路线与环节设计上存在趋同性，加之本着薄利多销的原则，可供选择的服装与妆造仅为两套，直接后果就是导致拍出的客片大同小异，没有新鲜感，这样“批量”设计的产品虽然可以保持生意的平稳性，但新产品的独特性难以保持。

同为旅拍行业的翘楚，走高端定制路线的克洛伊旅拍则与之相反，公司极具原创和创新精神，致力于拍出别具一格的客片。例如：曾经一度爆火的旅拍标志性花瓣妆就是出自克洛伊的团队之手。从火星营地旅拍到房车旅拍，不仅得到了消费者极大的青睐和好评，引领了一股持续至今的时尚风潮，同时也引发了同行的跟风模仿。

可见，旅拍行业的发展核心在于用最精细化的服务和最具创造力的产品满足客户更加细致的需求，一味打价格战的时代已经过去，低价吸引来的顾客，势必会因为更低的价格而离开，与其追着蝴蝶跑，不如强大自身吸引蝴蝶主动来找才是旅拍企业迈向成功的关键。

3、“旅拍+”催生行业新业态

在旅拍市场上，全国性品牌凭借高质量的产品与服务占据了绝大部分市场份额，一些本地影楼、旅拍工作室等小微企业，也如雨后春笋般涌入市场，相较而言，地方性的品牌和个人工作室在价格上更具优势，但在年轻人的喜好、风格、研发方面都有局限性，国内第一批大型影楼的从业人群已经到了“干不动”的年纪，许多固有思维需要改变，在未来，“Z世代”将成为社会的中流砥柱和消费主力，传统影楼如果不创新与变革，富有特色的个人摄影工作室占据市场，那真要“我花开后百花杀”了。

旅拍的盛行，吸引了众多新兴企业，也有许多传统企业为了加快产业整合与企业升级跨越发

展开始增设旅拍业务，目前市场上已经出现了“旅拍+”新业态，催生行业新业态。例如：天年科养集团与旅拍集团共同推出了“旅拍+旅居+康养健康”全新的商业模式；伯爵旅拍面向全国婚礼堂、婚宴酒店开放合作，推出了“旅拍+婚礼堂”的商业模式；众多旅游机构也推出了“游玩+旅拍”一站式的产品，不仅满足消费者住宿需求，还涵盖娱乐、餐饮、购物、演绎等多种业态。

从另一个角度来看，在旅拍行业方兴未艾，备受资本青睐的时候，为什么国内没有上市的旅拍公司？让我们把内因和外因掰开来讲，先讲内因，旅拍公司属于技术性行业，例如摄影师、妆造团队、策划团队都是公司的核心，而且基本都是一对一服务，很难量产化。国内大部分旅拍公司属于自主经营或合作经营，体量较小，处于纵向发展单攻旅拍业务的阶段，上市公司的种种严苛要求，以创业板为例，公司股本总额不少于人民币五千万元，近一年营业收入不低于5000万元，近两年营业收入增长率不低于30%，只有非常少的旅拍公司能达到这一标准。

而那些具备上市资质的公司盈利“大头”并不单纯依赖旅拍业务，例如携程与飞猪，其核心业务在于交通票务、酒店住宿、商旅管理及广告，旅拍只是他们业务分支中体量非常小的一部分，并不能支撑整个企业在A股立足。

另外，旅拍市场的瓶颈也在制约行业发展，行业内批量化和公式化的流水线拍摄问题，口碑差，售后不佳等问题正在消耗掉这一新兴产业的“路人缘”，面对无处不在的“潜规则”和安全隐患，如何实现行业的良性发展是亟待解决的问题。

再看看外因，由于旅拍的跨地域性，行业波动性较大，尤其是政策的不确定性是行业面临的共同风险。具体来看，2020年的新冠疫情就对行业造成了巨大冲击，疫情以前，国内旅拍市场份额并不大，大理、云南等热门目的地旅拍企业数量较少，没有实现规模化发展，更多的旅拍公司业务聚焦在海外。例如：路图的旅拍业务覆盖包括东南亚、欧洲、中东、非洲等14个海外直营目的地城市，其中90%以上的生意都来自国内出境游客。2020年后，海外疫情的大环境和国内常态化疫情防控政策，出境游难以成行，众多旅拍机构面临资金链断裂的风险，企业生存变得愈发艰难。

值得一提的是，尽管出境游难以成行，原先冷清的国内旅拍市场却因为出境游客的回流迎来发展生机，更多的国内旅游目的地成为了人们的旅拍选择。近年来国内热门旅拍景点主要集中在浙江、西南、华南等地区，除了一些热门景区外，福州的平潭、四川的雅拉雪山和新疆的喀纳斯等一些小众旅拍目的地也逐渐开始人满为患。由此可见，旅拍的地点不仅在热门目的地，同时也有向小众目的地辐射的趋势。

4、小结

目前国内旅拍领域仍有较大的拓展空间。随着人们生活品质的提升，许多精细化的旅行拍摄需求也由此诞生，消费者对旅拍的需求不断升级，在“专业摄化服务”“精良后期制作”“轻松旅行体验”等方面，对旅拍市场不断提出着新的要求和更多机遇，赛道玩家需要不断发掘新的商业模式，让旅拍拥有更多的想象力。

另外，近年来，诸如游客在泰拍摄婚纱照被捕、海边旅拍造成伤亡等新闻层出不穷，对于旅拍企业而言，这也是一种警示，所谓人的名，树的影，企业在经营过程一定要依法合规经营，多多关注行业相关政策，例如：持旅游签证在境外进行旅拍行为是否合法，同时若不具备《旅游法》《旅行社条例》的资质限制，只具备摄影资质的机构从事住宿、交通等打包旅游产品业务，在国内经营旅拍业务是否合法等。

据飞猪报告，旅拍预订人群的年龄分布中，00后和70前的占比在迅速提升，在流量慢慢开始枯竭，尤其是面临消费者个性化倾向越来越显著的大环境下，旅拍企业一定要重新建构自己新的竞争能力，这个竞争能力主要分为两条基本线：

第一，你的研发池是不是足够大？有多少人力资本和创新能力来支撑企业源源不断地输送优质的产品。

第二，你是否了解自己的生产配置？有没有可能通过平衡生产线来降本增效，提高企业的核心竞争力？

目前这两条线限制了很多靠流量红利起家的旅拍企业发展，当市场进入注意力经济后，留给旅拍企业的时间是有限的，只有将消费者转化为忠实的客户，企业才可能迎来新的发展周期。（LZC）

观研报告网发布的《中国旅拍行业现状深度分析与投资趋势预测报告（2022-2029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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国旅拍行业发展概述

第一节 旅拍行业发展情况概述

- 一、旅拍行业相关定义
- 二、旅拍特点分析
- 三、旅拍行业基本情况介绍
- 四、旅拍行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、旅拍行业需求主体分析

第二节 中国旅拍行业生命周期分析

- 一、旅拍行业生命周期理论概述
- 二、旅拍行业所属的生命周期分析

第三节 旅拍行业经济指标分析

- 一、旅拍行业的赢利性分析
- 二、旅拍行业的经济周期分析
- 三、旅拍行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球旅拍行业市场发展现状分析

第一节 全球旅拍行业发展历程回顾

第二节 全球旅拍行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲旅拍行业地区市场分析

- 一、亚洲旅拍行业市场现状分析
- 二、亚洲旅拍行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲旅拍行业市场前景分析

第四节 北美旅拍行业地区市场分析

- 一、北美旅拍行业市场现状分析
- 二、北美旅拍行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美旅拍行业市场前景分析

第五节 欧洲旅拍行业地区市场分析

- 一、欧洲旅拍行业市场现状分析
- 二、欧洲旅拍行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲旅拍行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界旅拍行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球旅拍行业市场规模预测

第三章 中国旅拍行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对旅拍行业的影响分析

第三节中国旅拍行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对旅拍行业的影响分析

第五节中国旅拍行业产业社会环境分析

第四章 中国旅拍行业运行情况

第一节中国旅拍行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国旅拍行业市场规模分析

一、影响中国旅拍行业市场规模的因素

二、中国旅拍行业市场规模

三、中国旅拍行业市场规模解析

第三节中国旅拍行业供应情况分析

一、中国旅拍行业供应规模

二、中国旅拍行业供应特点

第四节中国旅拍行业需求情况分析

一、中国旅拍行业需求规模

二、中国旅拍行业需求特点

第五节中国旅拍行业供需平衡分析

第五章 中国旅拍行业产业链和细分市场分析

第一节中国旅拍行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、旅拍行业产业链图解

第二节中国旅拍行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对旅拍行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对旅拍行业的影响分析

第三节我国旅拍行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国旅拍行业市场竞争分析

第一节中国旅拍行业竞争现状分析

- 一、中国旅拍行业竞争格局分析
- 二、中国旅拍行业主要品牌分析

第二节中国旅拍行业集中度分析

- 一、中国旅拍行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国旅拍行业市场集中度分析

第三节中国旅拍行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国旅拍行业模型分析

第一节中国旅拍行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国旅拍行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国旅拍行业SWOT分析结论

第三节中国旅拍行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国旅拍行业需求特点与动态分析

第一节中国旅拍行业市场动态情况

第二节中国旅拍行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节旅拍行业成本结构分析

第四节旅拍行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国旅拍行业价格现状分析

第六节中国旅拍行业平均价格走势预测

一、中国旅拍行业平均价格趋势分析

二、中国旅拍行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国旅拍行业所属行业运行数据监测

第一节中国旅拍行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国旅拍行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国旅拍行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国旅拍行业区域市场现状分析

第一节中国旅拍行业区域市场规模分析

一、影响旅拍行业区域市场分布的因素

二、中国旅拍行业区域市场分布

第二节中国华东地区旅拍行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区旅拍行业市场分析

(1) 华东地区旅拍行业市场规模

(2) 华南地区旅拍行业市场现状

(3) 华东地区旅拍行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区旅拍行业市场分析

(1) 华中地区旅拍行业市场规模

(2) 华中地区旅拍行业市场现状

(3) 华中地区旅拍行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区旅拍行业市场分析

(1) 华南地区旅拍行业市场规模

(2) 华南地区旅拍行业市场现状

(3) 华南地区旅拍行业市场规模预测

第五节华北地区旅拍行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区旅拍行业市场分析

(1) 华北地区旅拍行业市场规模

(2) 华北地区旅拍行业市场现状

(3) 华北地区旅拍行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区旅拍行业市场分析

(1) 东北地区旅拍行业市场规模

(2) 东北地区旅拍行业市场现状

(3) 东北地区旅拍行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区旅拍行业市场分析

(1) 西南地区旅拍行业市场规模

(2) 西南地区旅拍行业市场现状

(3) 西南地区旅拍行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区旅拍行业市场分析

(1) 西北地区旅拍行业市场规模

(2) 西北地区旅拍行业市场现状

(3) 西北地区旅拍行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国旅拍行业市场规模区域分布预测

第十一章 旅拍行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国旅拍行业发展前景分析与预测

第一节 中国旅拍行业未来发展前景分析

一、旅拍行业国内投资环境分析

二、中国旅拍行业市场机会分析

三、中国旅拍行业投资增速预测

第二节 中国旅拍行业未来发展趋势预测

第三节 中国旅拍行业规模发展预测

一、中国旅拍行业市场规模预测

二、中国旅拍行业市场规模增速预测

三、中国旅拍行业产值规模预测

四、中国旅拍行业产值增速预测

五、中国旅拍行业供需情况预测

第四节中国旅拍行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国旅拍行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国旅拍行业进入壁垒分析

一、旅拍行业资金壁垒分析

二、旅拍行业技术壁垒分析

三、旅拍行业人才壁垒分析

四、旅拍行业品牌壁垒分析

五、旅拍行业其他壁垒分析

第二节旅拍行业风险分析

一、旅拍行业宏观环境风险

二、旅拍行业技术风险

三、旅拍行业竞争风险

四、旅拍行业其他风险

第三节中国旅拍行业存在的问题

第四节中国旅拍行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国旅拍行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国旅拍行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国旅拍行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 旅拍行业营销策略分析

一、旅拍行业产品策略

二、旅拍行业定价策略

三、旅拍行业渠道策略

四、旅拍行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202210/614508.html>