

中国摄影行业发展深度研究与投资前景分析报告 (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《中国摄影行业发展深度研究与投资前景分析报告（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/202205/597751.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

摄影一词是源于希腊语 phos (光线) 和 graphis (绘画、绘图) 或 graph，两字一起的意思是“光线绘图”。摄影是指使用某种专门设备进行影像记录的过程，一般我们使用机械照相机或者数码照相机进行摄影。有时摄影也会被称为照相，也就是通过物体所发射或反射的光线使感光介质曝光的过程。

一、摄影行业市场规模

我国摄影行业经过多年的发展，已经形成巨大的规模，无论是新闻摄影的高频率使用和商业摄影的高价值带来的市场的提升，都对整个行业的规模提升产生了巨大的推动作用。经测算，2018年我国摄影行业市场规模达到3982.51亿元，2019年增长至4319.66亿元，同比上涨约8.46%，2020年，由于新冠疫情的影响，尤其是上半年行业受到巨大的冲击，尽管下半年迅速恢复过来，但总体来看摄影产业仍然面临巨大的收缩，市场规模仅为2688.71亿元，跌幅约为37.76%。

资料来源：观研天下数据中心整理

2019年我国新闻摄影和商业摄影市场规模分别达到1141.71亿元和3174.945亿元。

2015-2020年新闻摄影和商业摄影市场规模走势

年份	新闻摄影	商业摄影
2015年	760.43	2545.78
2016年	844.13	2673.07
2017年	935.57	2806.72
2018年	1035.45	2947.06
2019年	1144.71	3174.95
2020年	1025.61	1663.10

资料来源：观研天下数据中心整理

我国摄影行业区域市场规模分布如下，其中，华东地区占比29.6%，华中占比10.8%，华南占比20.6%，华北地区占比18.61%，东北地区占比4.89%，西部地区占比15.5%。

资料来源：观研天下数据中心整理

二、摄影行业供需规模

1、行业供应情况

(1) 新闻采编

一直以来，传统媒体都是党和人民的喉舌，在我国占据着舆论的主导权。在大众媒介时代，传统媒体是党和国家发布重要新闻最主要的渠道，在很长一段时间内，都拥有着极高的新闻首发权，其地位不可取代。同时，传统媒体也是宣传主阵地、思想主控室。传统媒体发出的声音具有权威性，在思想上有着极强的引领性。

新闻采编队伍是新闻媒体中的重要组成部分，决定着新闻采编的质量，影响着新闻传播的效果。新闻采编队伍的总体情况主要包括新闻采编队伍的人口结构特征、收入及劳动关系、流动性等方面。就媒体队伍的整体性情况来看，采编队伍人员数量较多，因媒体的性质不同，其类别和知识结构也有所差异。如，报社和期刊的采编人员即为采写和编辑加工人员，而电

台、电视台的采编人员包括采、编、播等人员，涉及到不同的学科以及不同的专业。据调查，当前我国新闻采编人员年龄结构以25-45岁为主，学历以大学本科为主。用工形式上，有事业编制的人员越来越少，而合同聘用形式的人员却越来越多。由于工种的特殊性，劳务派遣人员大部分集中在广播电视台，近年来，劳务派遣这种形式逐渐在报刊业得到使用，且人数呈现出一种上升趋势。

（2）商业摄影工作室

随着人们的生活水平的提高，以及摄影需求的不断扩大，各类婚礼、儿童成长、纪实写真等服务的需求，让摄影工作室不断壮大。摄影工作室行业通过创新着力培育壮大市场主体，通过细分行业业态加快产业链条延展，推动行业经营项目整合，经营模式创新，培养新型业态，保持整体规模持续扩大和科学联动发展。据统计，2020年我国摄影工作室总数达31万家左右，从业人员约425万人。

2、行业需求情况

（1）新闻采编的需求来自于各传媒细分行业。近年来，我国互联网的发展给我国传媒领域的新闻采编需求带来巨大的需求，据测算，六成以上的摄影采编的需求来自于互联网相关的媒体机构，此外广播电视和平面媒体等也是摄影的巨大需求方。

资料来源：观研天下数据中心整理

（2）摄影工作室行业目前的发展已经由婚纱摄影类、儿童摄影类、综合摄影类三类扩展细分为五类：即婚纱摄影类、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、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34.8%、26.2%、13.0%、21.0%、5%。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、行业供需平衡分析

在科技欠发达的早些年间，客观环境限制了摄影技术的大众化发展，核心的技术和设备只掌握在部分群体和机构的手中，老百姓想照张相便只能亲自前往那些传统的照相馆，别无他选，这在很大程度上促进那个年代为数不多的照相馆蓬勃发展。将传统照相馆同如今的数码照相相比，虽前者对技术的要求更高，但灵活性和便捷性远远不及后者。随着数码技术的进步和网络时代的到来，摄影已经成为零门槛的一项技术，自主性、互动性和主观想象得到了空前的发展，短短几年就彻底颠覆了旧社会的摄影格局。供大于求的行业现状迫使传统照相馆必须踩着时代的节奏不断变革创新。

三、摄影行业竞争格局

当前我国摄影行业竞争十分激烈，城市里大大小小的影楼和工作室数不胜数，市场集中度非常低，不同企业的规模、运营、产品和服务水平也层次不齐，行业亟需整合发展。

摄影摄像行业的发展前景广阔，利润空间巨大，行业内摄影企业数量众多，竞争较为激烈，

且行业本身门槛较低，未来行业规模会持续扩张。在新的竞争环境下，各大品牌都开始进行新型商业模式的探索，争取在未来的竞争中取得先发优势。未来更多的资本进入摄影行业，会使行业竞争加剧，对企业的风险控制能力、盈利能力提出了更高的要求。

1、市场集中度

从2020年摄影行业市场集中度来看，CR4为0.059%，CR8为0.086%；结合美国贝恩对市场结构进行的分类分析，目前摄影行业属于竞争型市场格局。

2020年摄影行业市场集中度情况

集中度类型	市场集中度指标值 (%)	CR4	CR8
		0.059	0.086

资料来源：观研天下数据中心整理

2、企业集中度

从区域上来看，我国摄影行业企业分布存在一定的地域差异，由于摄影服务是一个典型的随收入增加而消费增加的行业，经济发达的地区消费能力会更强，因而我国摄影工作室在经济发达的地区分布也明显高于欠发达地区。

资料来源：观研天下数据中心整理

四、摄影行业发展趋势

1、摄影行业未来发展动力强劲，行业前景美好

随着全面建成小康社会持续推进，摄影作为服务与幸福产业，已成为人民群众日常生活的重要组成部分。中国的经济虽然增速放缓，但经济发展长期看好的基本面没有改变。当今人们的摄影消费风尚已经形成，结婚办婚礼、拍婚照，儿童出生后拍不同年龄段的纪念照已成为必选项，已成为每个家庭的刚性消费。虽然个人拥有相机量快速增加，手机拍照功能在不断增强，但受制于拍摄技术和灯光设备，个人摄影爱好替代不了影楼规范摄影，消费者的影像消费习惯短期内不会有改变，甚至还会刺激大众对摄影消费的关注度和需求量增加。摄影行业未来发展动力强劲，行业前景美好，大有作为，摄影行业仍将继续保持稳中向快的发展趋势。

2、消费市场对摄影产品和服务的要求越来越高，创新、诚信、精品将成为今后摄影企业的致胜法宝

人民群众高品质需求快速增长，对摄影设施、服务、环境的要求，以及对个性化、特色化、多样化摄影产品和服务的要求越来越高，摄影需求的品质化和中高端化趋势日益明显。随着市场的变化、竞争的加剧，尤其是近些年政府和行业组织积极引导企业进行诚信与标准化建设，企业自省自律和品质意识不断增强。从改善管理、改进工艺、提升品质、树立口碑入手，推进诚信服务、精致化服务、标准化服务，将成为今后摄影企业的制胜法宝，摄影行业将在档次与品质上有一个快速的跃升。摄影企业在改善服务品质的同时，也将更加关注树立自己的社会形象，关心公益事业，践行绿色、环保、低碳，将成为越来越多的企业提升服务、树立形象的有效措施和手段。

3、各种要素共同发力，多项目经营、跨领域发展将成为企业做强做大的主要途径

当今是一个多元化、个性化的时代，任何观点都会有拥趸，任何权威都会受到挑战。摄影行业也是如此，再小众的企业都会有客人，再成功的企业也独占不了市场。摄影企业在到达一定规模后，就要考虑加快发展的问题了。如今摄影行业已经在变革调整，传统经营方式受到挑战，依靠单一的摄影服务将很难得到大跨步发展，一个企业只做好一个项目或一件事情，只能取得小成功，而各种要素共同发力才会取得大发展。开辟新的项目和领域，整合资源，资本助力，跨界融合，才能做强做大。业外有不少企业投资经营影楼或影视基地，将跨界经营的模式带进了摄影行业。未来以摄影为入口的跨界整合，向关联领域延伸，以至与资本市场对接，资产证券化，将是摄影企业融合发展的路径。

4、“互联网+”战略影响加深，摄影产业现代化将持续推进

互联网目前在向摄影行业的各个环节延伸，未来，线上接单-影棚拍照(外景拍摄)-云端看片-物流送件-渠道传播，将是摄影企业的基本服务流程。后期制作借助互联网直接与消费者联通，也会形成新的服务流程。云计算、物联网、大数据、智能科技等现代信息与科技技术在摄影业的应用将更加广泛。产业体系的现代化将成为摄影行业发展的必然趋势。

五、摄影行业市场发展预测

1、市场规模预测

随着经济的发展，将带动我国摄影市场的不断发展，其市场规模也将在未来保持持续增长，预计到2027年市场规模将达到6876.34亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、产值规模预测

随着我国摄影行业的发展，行业相关企业、人员都将不断增长，同时摄影行业广阔的前景也将吸引更多的投资来促进行业的发展，未来其产值规模将保持持续增长，预计到2027年产值规模将达到7536.47亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、供需情况预测

供给端，主体创新升级，经营多元发展。旅游摄影、婚礼摄影、个性摄影、定制摄影、家庭摄影、摄影基地建设、“互联网+”摄影、摄影产品供应等领域快速增长。满足消费、创造消费在供给侧改革中实现创新与突破。生产、供应、服务及教育培训领域促使企业资源整合规模化发展。“互联网+”为摄影产业发展创造边际与可能，促进行业资源共享与产融结合。资本投资建设的规模显著，优质资源并购整合步伐加快，新型竞争格局正在形成。在创新与投资双向拉动下，行业发展的进程加快，行业服务产出能力持续扩大，总体绩效平稳增长。

需求端，影像市场持续升温，婚纱摄影保持平稳，儿童摄影增长较快，艺术摄影、肖像摄影、全家福摄影、亲子摄影、旅游摄影需求旺盛，手机人像摄影推动全民摄影格局形成。用

镜头记录着美、见证着爱、传递着情的影像需求日益进入百姓生活，成为人民群众精神文化生活的一部分。人像摄影已成为零到百岁的高频和刚性需求。另外，在非人像摄影领域，各类型的摄像产品和服务在互联网端持续发酵，也带来的更多的财富和收益，越来越多的人对于摄影产品的需求增加，未来行业的需求将保持继续增长。（WWTQ）

观研报告网发布的《中国摄影行业发展深度研究与投资前景分析报告（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年中国摄影行业发展概述

第一节 摄影行业发展情况概述

- 一、摄影行业相关定义
- 二、摄影特点分析
- 三、摄影行业基本情况介绍
- 四、摄影行业经营模式
 - 1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、摄影行业需求主体分析

第二节中国摄影行业生命周期分析

一、摄影行业生命周期理论概述

二、摄影行业所属的生命周期分析

第三节摄影行业经济指标分析

一、摄影行业的赢利性分析

二、摄影行业的经济周期分析

三、摄影行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球摄影行业市场发展现状分析

第一节全球摄影行业发展历程回顾

第二节全球摄影行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲摄影行业地区市场分析

一、亚洲摄影行业市场现状分析

二、亚洲摄影行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲摄影行业市场前景分析

第四节北美摄影行业地区市场分析

一、北美摄影行业市场现状分析

二、北美摄影行业市场规模与市场需求分析

三、北美摄影行业市场前景分析

第五节欧洲摄影行业地区市场分析

一、欧洲摄影行业市场现状分析

二、欧洲摄影行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲摄影行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界摄影行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球摄影行业市场规模预测

第三章 中国摄影行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对摄影行业的影响分析

第三节中国摄影行业政策环境分析

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

第四节政策环境对摄影行业的影响分析

第五节中国摄影行业产业社会环境分析

第四章 中国摄影行业运行情况

第一节中国摄影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

第二节中国摄影行业市场规模分析

一、影响中国摄影行业市场规模的因素

二、中国摄影行业市场规模

三、中国摄影行业市场规模解析

第三节中国摄影行业供应情况分析

一、中国摄影行业供应规模

二、中国摄影行业供应特点

第四节中国摄影行业需求情况分析

一、中国摄影行业需求规模

二、中国摄影行业需求特点

第五节中国摄影行业供需平衡分析

第五章 中国摄影行业产业链和细分市场分析

第一节中国摄影行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、摄影行业产业链图解

第二节中国摄影行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对摄影行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对摄影行业的影响分析

第三节我国摄影行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国摄影行业市场竞争分析

第一节中国摄影行业竞争现状分析

一、中国摄影行业竞争格局分析

二、中国摄影行业主要品牌分析

第二节中国摄影行业集中度分析

一、中国摄影行业市场集中度影响因素分析

二、中国摄影行业市场集中度分析

第三节中国摄影行业竞争特征分析

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年中国摄影行业模型分析

第一节中国摄影行业竞争结构分析（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

第二节中国摄影行业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、中国摄影行业SWOT分析结论

第三节中国摄影行业竞争环境分析（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年中国摄影行业需求特点与动态分析

第一节中国摄影行业市场动态情况

第二节中国摄影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

第三节摄影行业成本结构分析

第四节摄影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

第五节中国摄影行业价格现状分析

第六节中国摄影行业平均价格走势预测

- 一、中国摄影行业平均价格趋势分析
- 二、中国摄影行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国摄影行业所属行业运行数据监测

第一节中国摄影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

第二节中国摄影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

第三节中国摄影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年中国摄影行业区域市场现状分析

第一节中国摄影行业区域市场规模分析

- 一、影响摄影行业区域市场分布的因素
- 二、中国摄影行业区域市场分布

第二节中国华东地区摄影行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区摄影行业市场分析
 - (1) 华东地区摄影行业市场规模
 - (2) 华南地区摄影行业市场现状
 - (3) 华东地区摄影行业市场规模预测

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、华中地区摄影行业市场分析
 - (1) 华中地区摄影行业市场规模
 - (2) 华中地区摄影行业市场现状
 - (3) 华中地区摄影行业市场规模预测

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、华南地区摄影行业市场分析
 - (1) 华南地区摄影行业市场规模
 - (2) 华南地区摄影行业市场现状
 - (3) 华南地区摄影行业市场规模预测

第五节华北地区摄影行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区摄影行业市场分析

- (1) 华北地区摄影行业市场规模
- (2) 华北地区摄影行业市场现状
- (3) 华北地区摄影行业市场规模预测

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、东北地区摄影行业市场分析
 - (1) 东北地区摄影行业市场规模
 - (2) 东北地区摄影行业市场现状
 - (3) 东北地区摄影行业市场规模预测

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、西南地区摄影行业市场分析
 - (1) 西南地区摄影行业市场规模
 - (2) 西南地区摄影行业市场现状
 - (3) 西南地区摄影行业市场规模预测

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、西北地区摄影行业市场分析
 - (1) 西北地区摄影行业市场规模
 - (2) 西北地区摄影行业市场现状
 - (3) 西北地区摄影行业市场规模预测

第十一章 摄影行业企业分析（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

第六节 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年中国摄影行业发展前景分析与预测

第一节 中国摄影行业未来发展前景分析

一、摄影行业国内投资环境分析

二、中国摄影行业市场机会分析

三、中国摄影行业投资增速预测

第二节 中国摄影行业未来发展趋势预测

第三节 中国摄影行业规模发展预测

- 一、中国摄影行业市场规模预测
- 二、中国摄影行业市场规模增速预测
- 三、中国摄影行业产值规模预测
- 四、中国摄影行业产值增速预测
- 五、中国摄影行业供需情况预测
- 第四节中国摄影行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国摄影行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国摄影行业进入壁垒分析

- 一、摄影行业资金壁垒分析
- 二、摄影行业技术壁垒分析
- 三、摄影行业人才壁垒分析
- 四、摄影行业品牌壁垒分析
- 五、摄影行业其他壁垒分析

第二节摄影行业风险分析

- 一、摄影行业宏观环境风险
- 二、摄影行业技术风险
- 三、摄影行业竞争风险
- 四、摄影行业其他风险

第三节中国摄影行业存在的问题

第四节中国摄影行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国摄影行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国摄影行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国摄影行业进入策略分析

- 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 摄影行业营销策略分析

- 一、摄影行业产品策略
- 二、摄影行业定价策略
- 三、摄影行业渠道策略
- 四、摄影行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/597751.html>