

# **中国人像摄影行业 发展报告 2017**

商务部服务贸易和商贸服务业司

2017年8月

# 目 录

前言.....	1
一、典型企业调查统计分析.....	2
(一) 行业整体规模持续扩大, 业态结构趋于合理.....	2
(二) 行业效益稳步增长, 服务产能继续扩大.....	5
(三) 行业新增长点不断涌现, 多元发展速度加快.....	6
(四) 行业总体盈利状况有所改善, 盈利能力不断提升.....	7
(五) “互联网+”助力行业发展, 信息化技术进一步催生行业新的业态 变革 .....	8
(六) 人像摄影行业为“稳增长、惠民生、保就业、促和谐”做出了新的 贡献.....	9
二、行业发展基本情况分析.....	9
(一) 积极推进供给侧结构性改革, 释放新需求, 创造新供给.....	10
(二) 以创新驱动为引擎, 切实转换发展动能.....	10
(三) 以减负增效为重点, 激发企业发展活力.....	11
(四) 以“诚信兴商”为抓手, 推动行业健康有序发展.....	11
(五) 不断丰富产品文化内涵, 提升行业文化影响力.....	11
(六) 培育优秀品牌, 引领行业发展.....	12
(七) 通过细致的专业分工, 提升了行业整体服务水平.....	12
(八) 加强国际间活动交流, 学习、引进新技术和管理经验 .....	13
三、行业存在的主要问题及原因分析.....	13
(一) 部分企业创新能力不强, 有效供给不足.....	13
(二) 宏观整体利润空间趋势向窄, 运营效能偏低.....	14

(三) 部分企业不重视企业文化和团队建设,核心竞争力不强... 14

(四) 行业竞争集中度水平偏低,均衡发展不够..... 15

(五) 人像摄影行业具有独特优势未能充分发挥,企业对消费者的引导不足..... 15

**四、行业发展趋势预测..... 15**

(一) 人像摄影行业未来发展动力强劲,行业前景美好..... 16

(二) 消费市场对摄影产品和服务的要求越来越高,创新、诚信、精品将成为今后人像摄影企业的致胜法宝..... 16

(三) 在调整中求生存,在变革中求发展,新的服务方式将大行其道... 17

(四) 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..... 18

(五) 走出国门,走向世界,在参与世界竞争中强大自己,将是更多摄影企业的选择方向..... 18

(六) “互联网+”战略影响加深,人像摄影产业现代化将持续推进..... 18

**五、促进行业发展的主要对策及政策建议..... 19**

(一) 主要对策..... 19

1. 改革推动..... 19

2. 创新驱动..... 20

3. 融合互动..... 20

4. 协同联动..... 20

5. 人才带动..... 21

(二) 政策建议..... 21

1. 加强政策引导..... 21

2. 完善平台支撑.....	22
3. 开展示范推广.....	23

## 前 言

本报告主要依据 2016 年商务部商贸服务典型企业统计数据进行测算，鉴于典型企业统计方法的局限性，考虑到行业非法人经营单位、从业人员的流动性和不宜统计等因素，相关统计数据可能存在偏差。本报告由中国人像摄影学会起草，力求准确反映 2016 年人像摄影行业发展现状、存在问题，并结合行业发展趋势，提出相关政策建议。

## 一、典型企业调查统计分析

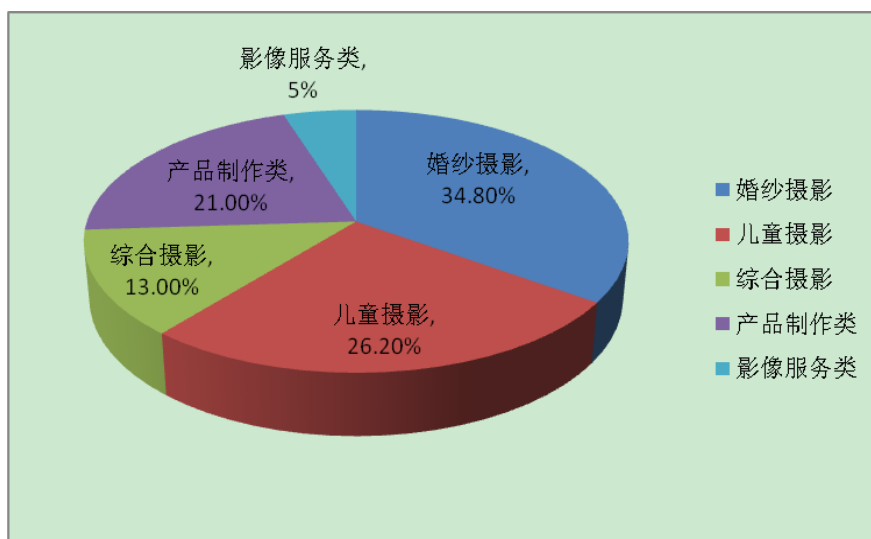
2016年是“十三五”规划的开局之年。在宏观经济下行压力加大的背景下，中国人像摄影行业按照商务部《居民生活服务业发展“十三五”规划》对人像摄影行业发展要求，深入学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神和治国理政新理念新思想新战略，按照“五位一体”总体布局和“四个全面”的战略布局要求，积极适应经济发展新常态。坚持“稳中求进”总基调，坚持“诚信兴商”总要求，坚持“转型升级”总思路，坚持“创新发展”总目标，抓住促消费保增长大环境大趋势，积极从提高产品及服务供给质量出发，培植创新能力，激发企业活力，优化业态结构，完善发展环境，全行业实现17.1%的高速增长，实现“十三五”良好开局。2016年，全行业总收入3168.7亿元，同比增长17.1%。行业经营单位41.6万家，同比增长3%。从业人员602万人，同比增长0.9%，新增就业5.2万人。人像摄影行业再次为国家“稳增长、惠民生、保就业、促和谐”做出了新的贡献。

### （一）行业整体规模持续扩大，业态结构趋于合理。

2016年，人像摄影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。行业由婚纱摄影类、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。婚纱摄影类含婚纱摄影、婚礼摄影、结婚纪念照摄影、旅游摄影等；儿童摄影类包括儿童摄影、新生

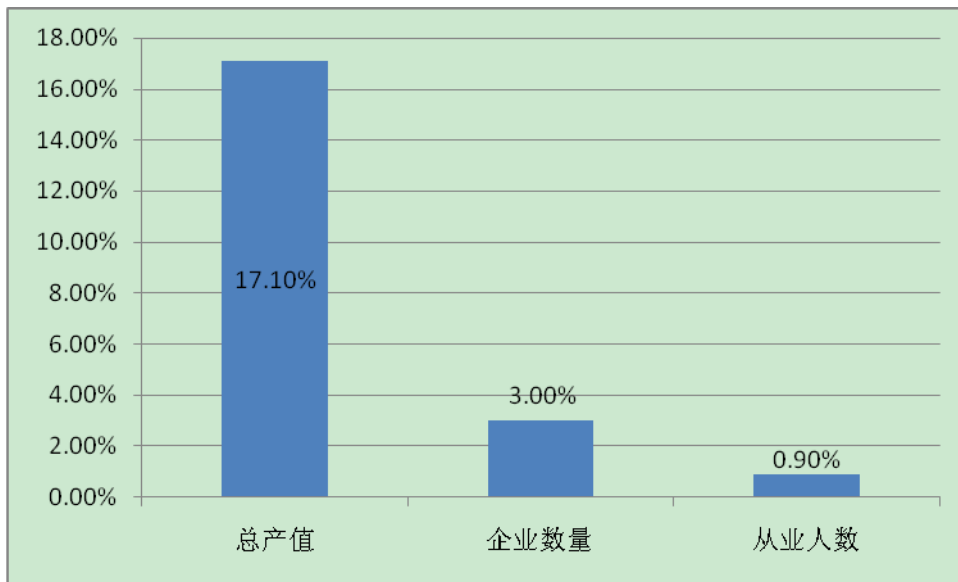
## 中国人像摄影行业发展报告

儿摄影、婴童摄影、亲子摄影等；综合摄影类含证件照摄影、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；产品制作类含婚纱礼服生产、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；影像服务类含摄影基地、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。行业经营单位达 41.6 万家，同比增长 3 %；从业人员为 602 万人，同比增长 0.9%，人像摄影行业结构稳步优化调整，整体规模不断扩大，各业态细分发展，主体业态稳步增长，新业态发展迅速，相关配套企业及区域发展渐趋协调。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%。从区域发展看，以北京、上海、广州、江浙地区为中心的东部沿海地区是最为集中的发达地区，中西南地区是带动行业增长的重要力量，西北地区增势良好。



图一：2016年中国人像摄影业业态结构分类图

数据来源：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



图二：2016年中国人像摄影业规模结构一览

数据来源：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

## （二）行业效益稳步增长，服务产能继续扩大。

依据商务部典型企业数据和行业会员企业调研数据测算，2016年，全行业总收入增加462.7亿元，达3168.7亿元，同比增长17.1%，经营单位数量增长1.23万家，达41.6万家，增速为3%，从业人数增长5.2万人，总人数为602万人，增速为0.9%。其增长因素分析：一是政策端：国家经济结构调整政策有力，措施到位，消费对国民经济作用超过60%，大环境对行业发展具有强大推动力。供给侧结构性改革深入进行，全面建成小康社会目



标有利于服务消费持续快速增长。相继出台了加快服务业发展的一系列文件和优惠政策，推动了人像摄影业的建设与发展。国家二孩政策为儿童摄影企业需求提供了高景气度的市场需求，政策红利释放明显。二是需求端：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。三是供给端：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+”人像摄影、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+”为人像摄影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。

### **（三）行业新增长点不断涌现，多元发展速度加快。**

人像摄影行业在大众创业、万众创新的双创浪潮中，激流勇进。多业态经营，多元素体验，大力实施企业产品到行业产品的产业链自我增项连接；以企业自身多品、多项、多业务的消费升级带动行业产业升级。消费精致化、个性化、多样化渐成主流。新产品、新业态、新产业蓬勃发展，

新的业务和产品不断涌现，市场主体不断壮大，创新动力和市场活力进一步增强。业态创新加速，创新企业不断增加。市场需求、生产要素、技术进步、资源环境进一步优化，催生和培育了一批新的增长点。

旅游摄影从国内到国外全面展开，继续保持高速增长。国内三亚、厦门、丽江等地引领，全国特色旅游地摄影紧随其后，个性化、定制化拍摄快速增长；“全球旅拍”需求增速加快，周边地区、欧洲、新加坡、马来西亚、泰国等地旅游摄影持续增长。以旅游为载体的婚纱摄影、蜜月旅行摄影、亲子游摄影、全家游摄影、特色休闲摄影等等正在兴起，将会成为人像摄影发展的一支新力量。特色摄影联接文化创意加快服务拓展，如西藏的民俗、内蒙的草原、东北的雪景、杭州的西湖等，在提升行业独特卖点的基础上带动城市的旅游和文化发展，建立各地的摄影名片。

婚礼摄影与以摄影为入口的婚庆产业链加速形成，有利于链条信息的有效互通、资源共享，不仅可以降低成本，提高利润率，更可以降低消费者的决策流程，达成多方共赢。

综合摄影以“一体化”、“一条龙”、“一站式”服务为导向，集各业态摄影、生产、服务、研发为一体，呈现快速发展。同时，一、二线城市摄影综合基地建设数量（含改造和再建）同比增长；城镇化建设、农村摄影市场增量加速；O2O+特色、平台+专业、智能+人像、物联网+产品和服务及大数据、云计算催生新业务、新工种、新业态快速发展，逐渐成为形成新的优势。

#### （四）行业总体盈利状况有所改善，盈利能力不断提升。

2016年我国人像摄影产业链结构不断优化，经营管理水平提高，附加值显著提高。产品升级成为内容原创动力。受“互联网+”等技术创新推动，规模化、集约化生产水平大幅度提升。企业诚信经营、品牌建设促进行业运营潜力得到进一步释放，节能降耗、减负增效效果明显。低价竞争有所改变，产品与服务的精致化、差异化、个性化、多样化渐成主流，正在系统性提升核心竞争实力和整体行业盈利水平。2016年，行业平均利润率为11.3%，同比上升2.3个百分点。其中婚纱摄影平均利润率约为8.2%，同比上升1个百分点；儿童摄影平均利润率15.8%，同比上升2.2个百分点；综合摄影平均利润率8.7%，同比上升0.8个百分点，产品制作摄影平均利润率为16.5%，影像服务类摄影平均利润率为10.8%。

随着互联网在行业的广泛应用，运行成本大幅增加，人力成本与租金继续上涨，经营压力加大。根据商务部典型企业调查和会员企业调查数据测算，典型企业四项费用合计同比增长8.0%。其中平均工资增长6.7%，税金增长6.5%，房屋租金增长12.3%，营销费用增长6.5%。

详见附表

附表：2016年人像摄影业典型企业基本情况统计表

指标	同比增长
总收入	17.1%
企业总量	3%

从业人员	0.9%
平均利润	11.3%
四项费用占营业额平均比重	8.0%
税金占营业额平均比重	4.1%

**（五）“互联网+”助力行业发展，信息化技术进一步催生行业新的业态变革。**

2016年，科技革命加速企业变革，信息化互联网技术方兴未艾。运用SaaS服务、图片传输、大数据、云计算、移动互联网等进一步提升了人像摄影业的规模与水平，提供了创新动力和技术支撑。

“互联网+”助力人像摄影业进入新的发展时代，加速融合实现传统产业的在线化、数据化，产业跨界融合，多元供给创造多样需求。在互联网思维影响下，企业越发追求回归行业本质，专注产品和服务，强化诚信与素质，积极塑造企业品牌，借助互联网传播企业口碑，在变革过程中实现品牌价值升级。从整合、营销、传播、支付、消费者体验各个环节重新定义行业的运营和发展模式，加速以“互联网+”为代表的行业现代化进程，全面提升品牌价值和专业能力。

**（六）人像摄影行业为“稳增长、惠民生、保就业、促和谐”做出了新的贡献。**

人像摄影行业作为服务产业，具备了文化融合、品牌合作、资源共享、服务民生的特点，成为人民大众日常生活重要组成部分的特征更加凸显。依托“消费聚集、产业发展、生态提升、幸福回报，增进民生福祉”等要

素，进一步推动了人像摄影行业服务供给能力更加丰富完善，对增强国民幸福感，提升国民家庭和谐有着十分重要的战略意义。2016年，人像摄影业营业额占全年国内生产总值74.4万亿元的0.4%，新增就业人数占全国城镇新增就业人口1314万人的0.4%。人像摄影事业在促进就业、拉动内需、增进国民幸福感获得感写下了生动注脚，做出了新的贡献。

## 二、行业发展基本情况分析

人像摄影行业积极贯彻落实党的十八届三中、四中、五中、六中全会和中央经济工作会议精神，按照《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》的有关要求，以转型升级、提质增效为主题，以创新引领为导向，以提升供给侧服务质量为重点，在产品服务升级、创新政策贯彻落实、业态协调发展、服务载体打造、服务体系建设等方面扎实推进，促进了全行业持续稳步发展。

### （一）积极推进供给侧结构性改革，释放新需求，创造新供给。

我国经济发展进入新常态，站在新发展阶段的历史起点上，人像摄影行业以更高境界、更大格局、更宽视野理顺供给端，提高有效供给，创造新的生产力，产业整体呈现快速、稳定的良好发展态势。人像摄影行业主动转变观念、转变思路、转变方式、转变方法，建立新的思维方式创新服务供给。通过提升服务消费品质，完善产品消费结构，带动相关产业协同发展，将人像摄影行业打造为集商品消费、服务消费、旅游消费、文化消费为一体的多元化综合消费模式。鼓励企业“精致生产”、最大限度发挥

“工匠精神”，通过品质升级吸引中高端消费者。提升服务意识，强化过程管理，将客户实际需求快速反馈到服务端、产品端，满足客户多样化、个性化需求。

### **(二) 以创新驱动为引擎，切实转换发展动能。**

积极推动技术创新，不断引进最新的摄影器材和技术，将最新的前沿产品与消费者实际需求相结合，加快实现电子商务、“互联网+”在人像摄影行业的应用。在组织创新方面，从全国连锁经营企业、大型摄影综合体，到传统影楼、工作室，再到各类自由摄影师，人像摄影行业通过提供差异化服务满足消费者多样化需求。各流程之间分工不断明确，合作日益紧密，大量后期制作、人员培训等专业配套服务机构的出现，使人像摄影行业服务提供的模式更加多元化。通过各方的创新，为人像摄影行业提供了新的动能，共同推进人像摄影行业发展。

### **(三) 以减负增效为重点，激发企业发展活力。**

积极利用国家支持服务业发展，支持创新创业的各项产业、金融、税收等方面政策，降低创新创业成本，通过加强管理、提高效率，降低管理成本。政府和行业组织一方面积极创造良好发展环境，鼓励诚信经营、良性竞争，同时共同抵制一些恶性竞争，避免对行业发展产生不良影响，有效降低了行业发展的制度性交易成本，使企业保持再造能力。

### **(四) 以“诚信兴商”为抓手，推动行业健康有序发展。**

积极参加国家 18 部委组织开展的商贸服务业“诚信兴商”活动，有力

推进行业管理体系不断健全，人像摄影行业管理办法和行业服务规范标准得到充实完善。积极开展诚信评价体系建设工程、安全生产专项整治等活动，有效规范了市场秩序，缩小了不同企业间产品质量和服务水平存在的差距，有效促进了企业提高服务质量的力度和广度。逐步形成政府监管、行业引导、企业自律的行业管理体系，有效避免了企业存在违规经营、不良竞争、损害消费者权益等行为，推进行业实现持续高效健康发展。

### **（五）不断丰富产品文化内涵，提升行业文化影响力。**

随着人民生活水平和审美意识的提升，摄影作品的内涵与艺术品位越来越受到顾客的重视，人像摄影作品在传播信息、表达思想、提供审美等领域均发挥着巨大作用。一方面通过加强培训，使摄影工作者的文化素养有了很高的提升，同时通过推动行业技术比赛和专业展览，普及摄影文化知识，更多更好地满足消费者的情感、文化、精神需求。

### **（六）培育优秀品牌，引领行业发展。**

加强人像摄影业品牌建设，大力实施品牌战略，支持骨干企业加强技术研发、设备改造与新技术应用，积极发展现代经营方式，提升摄影艺术水准，提高企业品牌知名度、信誉度和市场占有率，形成一批社会信誉好、竞争实力强的优势品牌企业。加强行业交流，加大对优秀企业品牌、服务品牌的宣传推广力度，充分发挥其引领示范作用，推动行业创先争优，全面提升行业整体水平。高度重视品牌的概念和价值，在注重品牌建设同时，积极引导消费者树立品牌意识，通过科技提升产品质量，通过优质服务提升品牌质量，通过提升品牌文化内涵，加强品牌与消费者之间的情感连接。

### **（七）通过细致的专业分工，提升了行业整体服务水平。**

全国范围内大量涌现出专业儿童摄影机构、写真摄影机构、旅拍摄影机构。其中，专业的儿童摄影机构迎合了我国生育政策调整之后的消费需求，专业的写真摄影为消费者精神需求提供了更好的产品，专业的旅拍婚纱摄影这几年蓬勃发展如日中天，毕业照、全家福、证件照等摄影门类不断生成行业新业态。这些精致化、专业化的新态势，不仅提升了人像摄影行业整体的服务水准，同时还成为行业提升的主要增长点。

### **（八）加强国际间交流活动，学习、引进新技术和管理经验。**

人像摄影行业高度重视与国际同行业的交流与合作，发起成立亚洲专业摄影联盟并担任常任主席国，成功举办“成功之道 中国之行”走进台湾和韩国活动。组织来自中国大陆、中国台湾、马来西亚、日本、泰国、韩国、新加坡七个国家地区的代表，分别在各国召开了亚洲摄影联盟（UAPP）会议，并开展专业技术交流活动。以上海国际摄影器材展为契机，发起多项合作交流，会员企业与富士、尼康、惠普等国际知名公司合作建立合作关系。组织会员参与世界杯摄影大赛（WPC），并获得了世界杯摄影大赛开赛以来的亚洲最好成绩。促进会员企业引进国外最新的产品和技术，学习和借鉴国外先进的管理经验，及时有效的获取行业最新动态，拓展企业经营思路，引进优秀人才，合作开拓国际市场。

## **三、行业存在的主要问题及原因分析**

人像摄影行业经过多年的建设发展，总体建设发展状况良好。但仍面临



新的挑战与困难，依然存在不少问题，需全面把握，科学统筹加以改进。

### **（一）部分企业创新能力不强，有效供给不足。**

大众消费新时代，人们对摄影消费服务的及时性、便利性、品质性、多样性等要求不断增强，传统的一般性的服务难以满足现实人们的需求；部分企业转型升级战略方向不够清晰，对互联网+人像摄影战略前景的不确定性难以把握，人才建设缺口制约了企业发展；行业同质化现象较为突出，部分企业管理服务质量不高等造成了行业服务有效供给和大众居民的获得感不足。

### **（二）宏观整体利润空间趋势向窄，运营效能偏低。**

受物价持续上涨因素影响，房租、水电及人工成本继续提高，直接原材料成本，产品加工制作成本费用、企业管理和运营费用仍在增加，致使企业内部利润空间不断收窄。行业营业成本持续攀升。直接原材料成本，产品加工制作成本费用、企业互联网应用的管理运营费用占比也将大幅增加。一些企业存在重建设轻管理，重硬件轻软件建设现象，精细化服务程度不高，企业盈利模式有待改善等等，造成行业整体运营效能仍偏低。

### **（三）部分企业不重视企业文化和团队打造，核心竞争力不强。**

人像摄影企业入行门槛偏低，缺乏从业资质认证。规模以下中小企业占比较高，约占 70%。部分企业缺乏前瞻性、战略性经营理念，整合、联合、重组等现代化管理模式认识不足，企业优化、整合不力，企业规模不大。

部分企业重眼前，轻长远，不重视企业品牌的长期打造，未形成全体员工所共同认同、遵守、带有本企业特色的价值观念，缺乏经营准则、企业精神、道德规范、发展目标，抵御经营风险能力差。经营项目单一，摄影产品品质参差不齐，发展后劲不足，竞争能力不强。

### **（四）行业竞争集中度水平偏低，均衡发展不够。**

人像摄影业态区域结构均衡发展相对分散，东部与西部、城市与农村、发达地区与欠发达地区由于经济发展水平、文化理念、消费观念等存在较大差异，人像摄影企业在发展规模、运营业绩、产品品质、服务质量等方面存有差距，一定程度上制约了行业整体的均衡发展。

### **（五）人像摄影行业独具优势未能充分发挥，企业对消费者的引导不足。**

人像摄影作为真实记录和反映人生每一个时期的生活轨迹具有无可替代性作用，但作为专业从事人像摄影行业的企业却对人像摄影作为一种文化传承的重要性理解不够，缺少从摄影文化的层面进行正确引导，从而减弱了人们对摄影的兴趣与重视程度，降低了对摄影消费的需求。

## **四、行业发展趋势预测**

“十三五”时期是我国转变经济发展方式的关键时期，重构世界经济政治格局的“一带一路”战略稳步实施，为人像摄影业发展提供了新空间；宏观经济步入新常态，消费升级成为主基调；社会需求不断增长，人像摄影的发展空间日益扩大。当前，服务消费迅速增长，信息消费方兴未艾，

绿色消费深入人心，时尚消费渐成主流，品质消费潜力巨大，农村消费更趋活跃。服务消费的升级换代，科学技术的不断进步，为人像摄影行业的发展注入了新动力。未来人像摄影行业将呈现以下发展趋势：

### **（一）人像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，人像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人像摄影消费的关注度和需求量增加。人像摄影行业未来发展动力强劲，行业前景美好，大有作为，人像摄影行业仍将继续保持稳中向快的发展趋势。

### **（二）消费市场对摄影产品和服务的要求越来越高，创新、诚信、精品将成为今后人像摄影企业的制胜法宝。**

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，将成为今后人像摄影企业的制胜法宝，人像摄影行业将在档次与品质上有一个快速的跃升。人像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。

### **（三）在调整中求生存，在变革中求发展，新的服务方式将大行其道。**

人像摄影行业已进入大变革时期，今后不会再按过去的模式发展，而是在调整中求生存，在变革中求发展。目前和未来一段时间，人像摄影的消费人群主要是80后、90后和00后的青年人，他们喜欢接受新事物，反对一成不变的服务模式，善于利用新的手段进行交易。顾客也会由单纯注重产品转向产品与体验并重。顾客到摄影机构拍照，不仅是为了得到一套好照片，同时还是为了在接受服务的过程中获得乐趣和享受贴心的关照，将来服务过程变得更加重要，让顾客参与拍摄制作会广受欢迎。另外，亲近自然是当前以至未来顾客摄影消费的追求目标，具有上述优势的自然风光摄影等会越来越受欢迎，并获得长足的发展。

### **（四）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。人像摄影行业也是如此，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。但是如今人像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人像摄影行业。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。

### **（五）走出国门，走向世界，在参与世界竞争中强大自己，将是更多摄影企业的选择方向。**

“走出去”是中国经济发展的国家战略，摄影行业寻此方向发展已成必然。当今世界各国各地区普遍将发展人像摄影业作为参与市场分工、提升国际竞争力的重要手段之一，纷纷出台促进摄影业发展的政策措施，推动摄影市场全球化，摄影行业竞争国际化。竞争领域从争夺客源市场扩大到人像摄影业发展的各个方面。中国人像摄影行业过去从境外引进技术、产品和资本，中国台湾、香港地区，日本、韩国、美国等曾对中国大陆的人像摄影行业产生较大影响。目前中国的摄影技术水平已赶上或超越发达国家和地区，中国生产的摄影用品已大量走出国门，参与世界竞争中国部分摄影企业已在全球知名的人文或自然景区设立拍摄站点或基地，以接待国内顾客进行旅行拍摄。随着中国国际影响力的不断增强，随着国家“一带一路”战略的不断推进，中国文化、中国的生活方式与消费方式也会影响到更多的国家，中国人投资经营为当地消费者服务的摄影机构会不断出现，中国制造的摄影用品将遍布全球，“中国人像摄影”这张名片将洒向更多的国家和地区。

### **（六）“互联网+”战略影响加深，人像摄影产业现代化将持续推进。**

互联网目前在向人像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，将是人像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人像摄影行业发展的必然趋势。

### 五、促进行业发展的主要对策及政策建议

牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享发展理念，以转型升级、提质增效为主题，加快推进供给侧结构性改革，努力实现由摄影大国变成摄影强国战略转型，为实现中华民族伟大复兴的中国梦做出新的贡献。

#### （一）主要对策

1. **改革推动。**深化行业改革，释放人像摄影业发展活力，形成调控有力、放宽搞活的发展局面。统筹国际国内两个大局，用好两个市场、两种资源，形成内外联动、相互促进的发展格局。打造一批发展潜力大、团队精神优、技术力量强、行业引领性广、文化特色浓的知名品牌，培育一批拥有自主知识产权和国际竞争力的自主品牌。引导品牌企业建立健全现代企业制度，进一步完善管理、技术、服务、产品标准体系，强化诚信体系建设，支持和引导品牌企业开发特色突出、质量上乘、符合大众需求的产品与服务，推动人像摄影业由服务产业向服务产业与文化产业并重的改革转型。

2. **创新驱动。**实施业态创新和科技创新“双轮驱动”战略，把创新作为推动人像摄影发展的强大引擎，使创新成为摄影业发展的不竭动力。推动人像摄影行业发展理念创新、业态创新、模式创新，依靠创新驱动塑造

行业发展新优势。鼓励企业制度创新、机制创新、标准创新、营销方式创新、技术创新、产品创新。中小企业可以多项、单项创新，大型品牌企业要全方位创新。通过创新，满足消费者不断丰富的生活需求，刺激消费者的消费欲望，引导大众的精神文化需求，提升行业持续发展潜力。

**3. 融合互动。**注重人像摄影业供给侧与需求侧的融合，增加供给与扩大消费的融合，注重产业结构的内部融合，注重人像摄影业与其他业态的融合，注重营业环境与诚信建设的融合。用创意、设计、品牌等文化要素拓展价值、提升内涵，有效提升产业附加值，形成人像摄影产业与科技、金融、旅游等相关产业高水平、深层次、宽领域的融合发展格局。

**4. 协同联动。**深层次、宽领域、全方位对人像摄影业发展进行统筹规划和合理布局，构建企业行业协同发展格局。加强规划与布局，支持龙头企业整合利用国内外技术、人才等资源，加快大数据技术研发和产品创新，提高产品和服务的国际市场占有率和品牌影响力，形成一批具有国际竞争力的综合型、专业型龙头企业。支持中小企业深耕细分市场，加快服务模式创新和商业模式创新，提高中小企业的创新能力。形成区域间产业合理分布和上下游联动机制，整合提升资源使用效率，推进要素资源有序流动、市场开放互通和全产业链条分工协作。结合“一带一路”、长江经济带、京津冀协同发展的重大战略部署，加快建设和缩小东、西部，发达地区与欠发达地区的差距。创造有利于开放发展的环境，打造开放型共享平台，构建公正、合理的市场运行规则。进一步夯实发展基础。强化区域合作，拓展国际合作，战略对接，优势互补，共享经营理念，共享品牌，共享资源，共享信息，共享技艺，共享产品，形成架构科学、合作顺畅、互相促

进、包容共赢、全面发展的良好局面。

**5. 人才带动。**加快高端化、复合型人才的培养和引进，建设“经营管理人才+专业技术人才+技能人才”的人像摄影业人才发展体系。开展有针对性的人才培训。鼓励行业组织积极搭建国际交流平台，提高人才流动的便利化水平。提升人才的国际视野与专业能力。拓宽人才引进渠道，以市场价值回报人才价值，全面激发人才创业创新动力和活力。加大力度培养和吸引各类人才，通过大中专院校、培训学校培养人像摄影人才，积极创造就业机会，加快人像摄影业的人才队伍建设，夯实人才基础。大力倡导工匠精神，弘扬潜心钻研技艺、精益求精的良好风尚，不断提高人像摄影行业的专业化水平，全面提升行业战略性发展能力。

## （二）政策建议

### 1. 加强政策引导

进一步强化对人像摄影行业的政策支持，全力打造有利于人像摄影行业建设发展的政策体系。将人像摄影行业体系建设发展纳入国家国民经济发展总体规划。重视人像摄影业的文化元素，从商业服务产业、人民文化精神产业两个视角加强对人像摄影业全面领导。落实国家财政、税收、金融、土地、价格等在人像摄影行业的优惠政策。利用现有资金渠道积极支持人像摄影行业的发展。发挥好“营改增”推动服务业发展的积极作用。鼓励金融机构创新人像摄影行业发展的金融产品和服务，鼓励社会资本参与人像摄影企业服务创新，健全完善市场化收益共享和风险共担机制。逐步完善统计调查体系，探索开展人像摄影行业建设标准和评价体系研究制订和应用推广。



### 2. 完善平台支撑

大力支持各级社会组织、行业协会的引领、服务、推动能力建设，加快推进政府向行业组织购买服务的机制，充分发挥行业协会在制定相关法规、规划、行业标准、行业数据统计分析、诚信建设、打造品牌、资源整合、异业沟通、对外联通等方面的优势和作用。推动完善信息基础设施，创建一批面向人像摄影业的专业服务平台，瞄准价值链高端环节，完善研发设计、产业技术基础、协同制造、定制化服务、供应链管理、信息增值服务和融资租赁等领域的公共服务，支撑企业提升服务创新能力。支持有条件的企业走向国外开店，逐步建立面向全球的开放式服务网络。取得国际认可的服务资质，努力打造中国品牌。

### 3. 开展示范推广

统筹社会组织、研究机构和企业等多方资源，开展示范企业、示范项目和创新模式总结和经验推广。大力表彰先进，树立典型。鼓励各级地方政府，加大推广和支持力度，结合行业发展实际开展企业分级试点和诚信企业、标准化建设等示范工作，充分发挥示范引领作用，增强产业支撑能力和辐射带动能力。