

# 中国人像摄影行业 发展报告

## 2014

商务部服务贸易和商贸服务业司  
中国人像摄影学会

2014年 6月

## 前 言

按照商务部统一部署，自 2011 年开始在全国范围内开展了行业统计工作，建立了商务部商贸流通行业统计信息平台，由此，我们取得了全国 32 个省市区、计划单列市商务厅（局）报送的人像摄影行业 704 家典型企业的统计数据，本报告主要依据该统计数据进行测算和定性分析。报告力求准确反映 2013 年人像摄影行业的发展现状、存在问题，并结合我们对人像摄影行业发展情况的判断，预测行业的发展趋势，指导行业的发展，同时提出相关政策建议，为政府主管部门和行业提供参考。鉴于典型企业统计方法的局限性，考虑到行业尚存在非法人经营单位、从业人员流动性大不易统计等因素，行业发展的实际规模可能大于该报告测算的结果，因此在报告中对部分数据加注了行业的统计估算数据供参考。

## 一、行业发展基本状况

人像摄影是商业与艺术相结合的产业，同时也是一个给人们带来美丽、幸福和快乐的行业。和传统照相业相比，现代人像摄影行业的内涵已经发生了巨大变化，形成了以摄影企业为龙头，以专业摄影为主体，以关联产业为依托的完整的产业链。专业摄影以专门从事某种业态的摄影为特征，主要包括：婚纱摄影、儿童摄影，婚庆摄影、旅游摄影、创意摄影、立体摄影、动态摄影、微摄影、图片摄影、产品摄影、宠物摄影等。关联产业是指为拍摄活动提供服务和保障，最终完成产品的企业集群，主要包括：婚纱制作、化妆、数码输出与制作、镜框相册设计与制作、新型照片载体研发与生产、摄影基地、场景设计与施工、摄影器材生产与销售、教育培训、管理与营销咨询服务、网商电商、会展等。

人像摄影行业在推动经济发展、扩大就业方面，在提升人民的文化艺术修养、传播精神文明方面，在建设和谐社会、实现中国梦等方面都发挥了积极作用。

人像摄影行业是在党的改革开放政策的指引、政府行业主管部门的支持、以及行业从业者辛勤耕耘下，随着国家经济的发展和人们文化生活需求的提高而壮大和繁荣起来的。特别是在上世纪八十年代中后期至九十年代后期，以婚纱摄影为龙头，引领行业取得了跨越式的发展。在此时期，专业摄影和产业分工逐步细分并形成各自体系。目前我国的婚纱摄影无论是在大众的婚庆观念中、还是在消费层次上均超过了婚纱摄影的发源地欧美国家，同时也成就了我国婚纱摄影企业在规模和档次上领先国际同行的地位。近几年，儿童摄影发展较快，成为行业的主营业态之一。婚庆摄影、旅游摄影、微电影等新的专业摄影业态正在形成。

大型摄影基地、婚庆基地的建设快速发展，吸引了房地产商、风投资本等的加入。摄影企业的发展极大地促进了相关产业的大发展。近几年，人像摄影行业在经济发展换挡期依然保持了较快地增长，成为拉动社会经济发展、扩大就业的积极力量。

### （一）行业规模分析

#### 1、总体情况

根据中国人像摄影学会统计估算，截至 2013 年底全行业企业数量约 35 万家，从业人员约 560 万人，年产值在 2160 亿元以上。

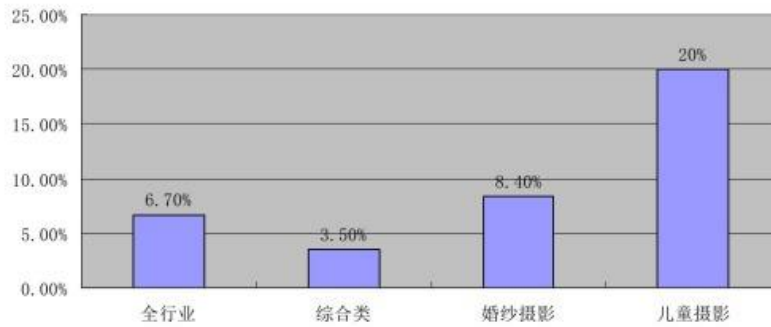
根据商务部典型企业统计数据，2013 年全行业企业法人数量为 10.14 万家，企业从业人员为 33.06 万人，法人企业营业收入为 1114.75 亿元。商务部统计数据与行业统计数据存在差别的主要原因在于统计口径的差别。商务部的统计口径主要是直接从事人像摄影经营的法人单位，未包含以下企业和人员：从事婚庆摄影、图片摄影、产品摄影、宠物摄影的企业和人员；从事婚纱礼服出租与定制、摄影器材与道具租赁的企业和人员；使用电子商务营销不设门店的企业或人员；没有注册登记的单位；部分关联产业的企业和人员，如后期制作、婚纱制作、会展等。商务部典型企业统计数据与行业统计数据均具有重要的参考价值。

#### 2、企业数量变动情况

（1）全行业情况与按行业结构统计情况。根据商务部统计数据，2013 年全行业企业数量同比增长 6.7%。其中，综合类企业数量同比增长 3.5%，婚纱摄影企业数量同比增长 8.4%，儿童摄影企业数量同比增长 20%。见表一、图一。

表一 企业数量同比变动情况表

类 别	变动值
全 行 业	6.7%
综 合 类	3.5%
婚 纱 摄 影	8.4%
儿 童 摄 影	20%

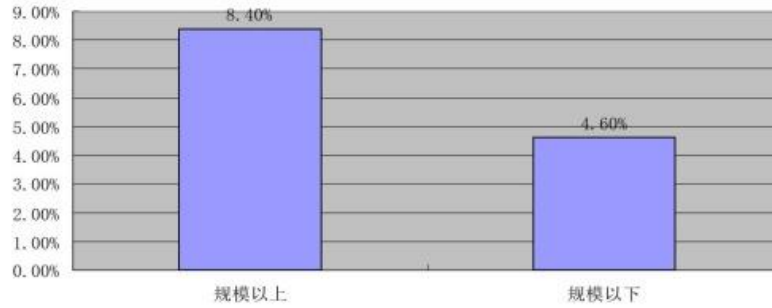


图一 企业数量同比变动情况

(2) 按企业规模统计,企业数量变动情况。根据商务部统计数据,2013年规模以上(年产值2000万元以上,下同)企业数量同比增加8.4%,规模以下企业同比增加4.6%,见表二、图二。

表二 按规模企业数量变动情况表

类 别	变动值
规模以上	8.4%
规模以下	4.6%



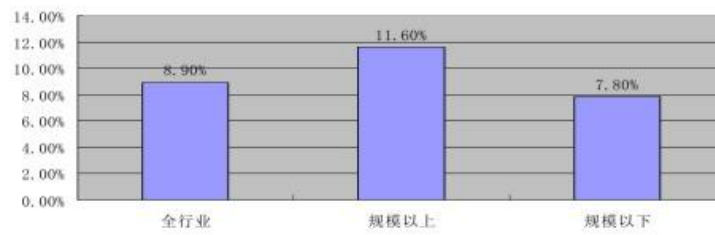
图二 按规模企业数量变动情况

### 3. 企业从业人员数量变动情况

根据商务部统计数据，2013 年全行业企业从业人员数量增长 8.9%，其中，规模以上企业从业人员数量同比增加 11.6%，规模以下企业从业人员数量同比增加 7.8%。见表三、图三。

表三 从业人员数量同比变动情况

类别	变动值
全行业	8.9%
规模以上	11.6%
规模以下	7.8%



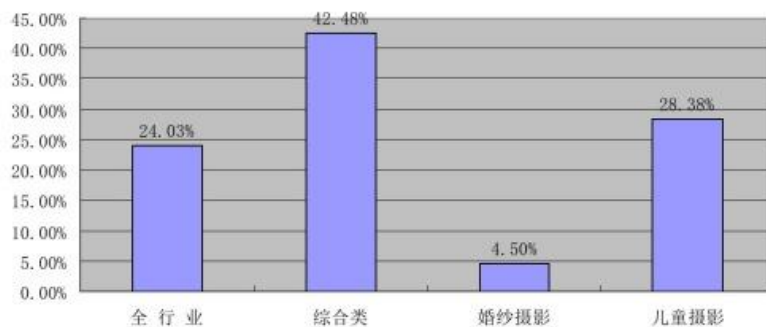
图三 从业人员数量同比变动情况

#### 4. 企业营业收入变动情况

(1) 全行业及按行业结构统计企业营业收入变动情况。根据商务部统计数据，2013 年全行业企业营业收入同比增加 24%，其中，综合类企业营业收入同比增加 33.7%，婚纱摄影企业营业收入同比增加 0.5%，儿童摄影企业营业收入同比增加 24.9%。见表四、图四。

表四 企业营业收入同比变动情况表

类别	变动值
全行业	24.03%
综合类	42.48%
婚纱摄影	4.5%
儿童摄影	28.38%



图四 营业收入变动情况

(2) 按行业结构及企业规模统计，企业营业收入变动情况。根据商务部统计数据，有关数据情况如下：

全行业：规模以上企业营业收入同比增加 30.61%，规模以下企业营业收入同比增加 17.63%。

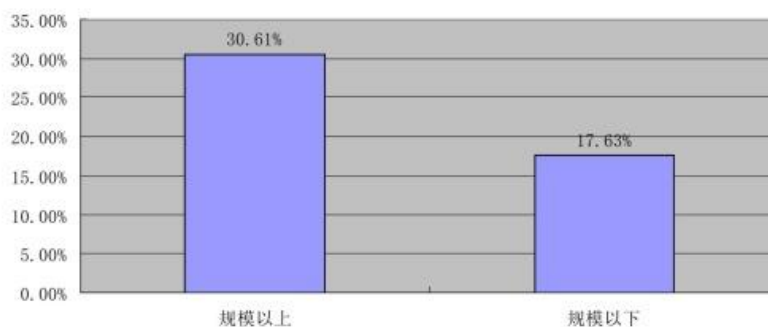
综合类：规模以上企业营业收入同比增加 40.9%，规模以下企业营业收入同比增加 3.68%。

婚纱摄影：规模以上企业营业收入同比减少 3.16%，规模以下企业营业收入同比减少 14.21%。

儿童摄影：规模以上企业营业收入同比增加 4.9%，规模以下企业营业收入同比 75.58%，见表五、图五-1~4。

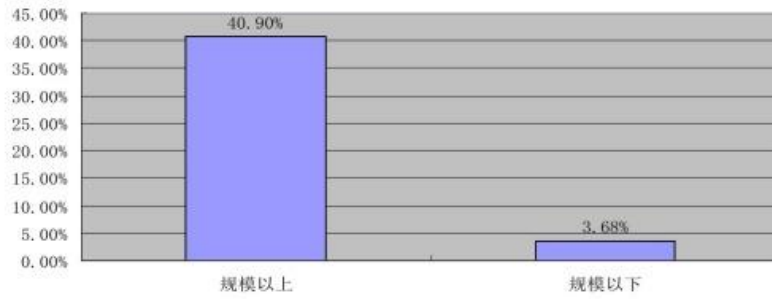
表五 按行业结构及规模企业营业收入同比变动情况表

类别	规模以上	规模以下
全行业	30.61%	17.63%
综合类	40.9%	3.68%
婚纱摄影	-3.16%	14.21%
儿童摄影	4.9%	75.58%

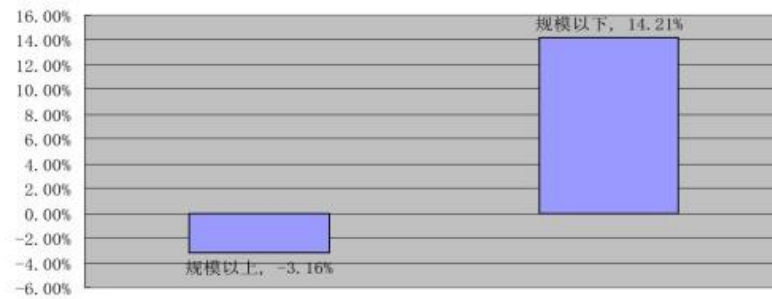


图五-1 全行业

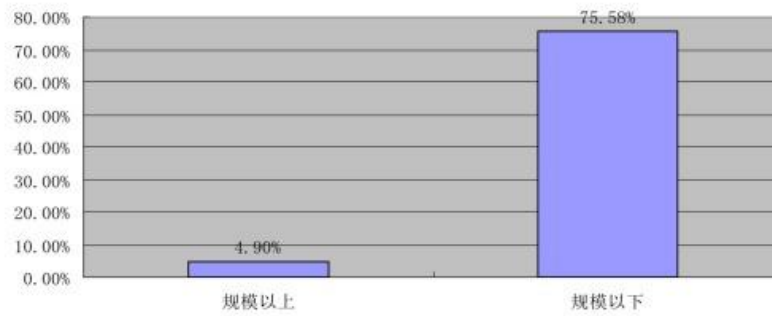




图五-2 综合类



图五-3 婚纱摄影



图五-4 儿童摄影

## (二) 行业结构分析

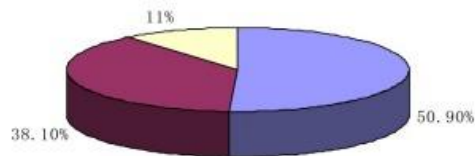
根据商务部统计方法，人像摄影行业的结构主要分为三大类：综合类、婚纱摄影、儿童摄影。

### 1、企业数量分布情况

(1) 按行业结构统计，企业数量分布情况。根据商务部数据，综合类企业数量占全行业企业总数的比率为 50.9%，婚纱摄影企业数量占全行业企业总数的比率为 38.1%，儿童摄影企业数量占全行业企业总数的比率为 11%。见表六-1、图六-1。

表六-1 按行业结构企业数量分布情况

类别	分布情况
综合类	50.9%
婚纱摄影	38.1%
儿童摄影	11%

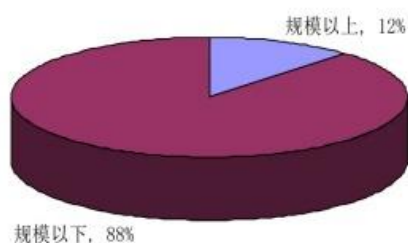


图六-1 按行业结构企业数量分布情况

(2) 按企业规模统计，企业数量分布情况。根据商务部统计数据，规模以上企业占全行业企业总数的 10%，规模以上企业占全行业企业总数的 90%，见表六-2、图六-2

表六-2 按规模企业数量分布情况

类别	分布情况
规模以上	12%
规模以下	88%



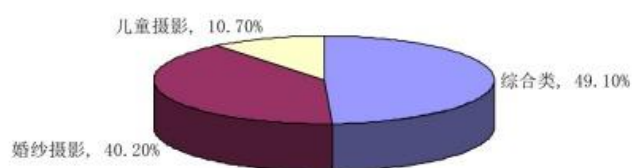
图六-2 按规模企业数量分布情况

## 2. 营业收入分布情况

(1) 按行业结构，营业收入分布情况。根据商务部统计数据，2013 年综合类营业收入占全行业营业收入比率为 49.1%、婚纱摄影为 40.2%，儿童摄影为 10.7%，见表七-1、图七-1。

表七-1 按行业结构营业收入分布情况

类 别	分布情况
综合类	49.1%
婚纱摄影	40.2%
儿童摄影	10.7%

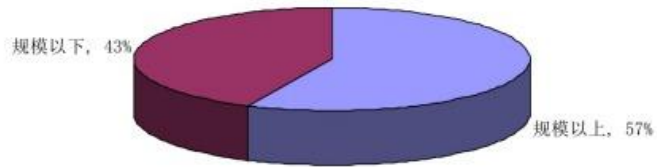


图七-1 按行业结构营业收入分布情况

(2) 按企业规模统计,企业营业收入分布情况。根据商务部统计数据,规模以上企业营业外收入占全行业营业收入的 57%, 规模以下企业的营业收入占全行业营业外收入的 43%, 见表七-2、图七-2。

表七-2 按规模营业收入分布情况

类 别	分布情况
规模以上	57%
规模以下	43%



图七-2 按规模营业收入分布情况

(3) 按行业结构及企业规模统计，企业营业收入分布情况。根据商务部统计数据，计算结果为：

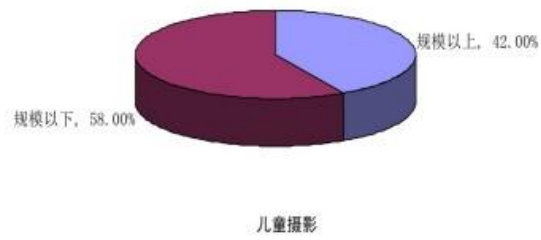
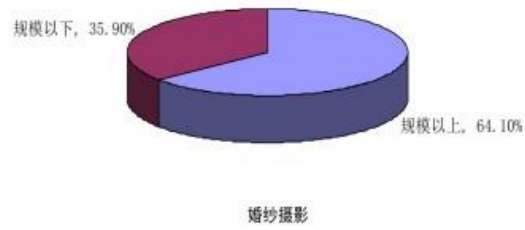
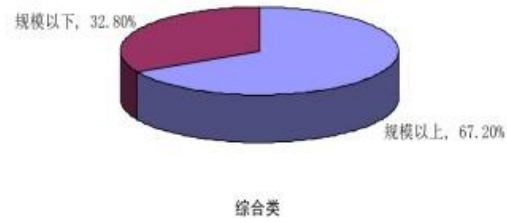
综合类：规模以上企业营业收入占综合类企业总营业收入的 67.2%，规模以下企业营业收入占综合类企业总营业收入的 32.8%。

婚纱摄影：规模以上企业营业收入占婚纱摄影总营业收入的 64.1%，规模以下企业营业收入占婚纱摄影总营业收入的 35.9%。

儿童摄影：规模以上企业营业收入占儿童摄影总营业收入的 42%，规模以下企业营业收入占儿童摄影总营业收入的 58%，见表八、图八。

表八 按行业结构及规模营业收入分布情况

类别	规模以上	规模以下
综合类	67.2%	32.8%
婚纱摄影	64.1%	35.9%
儿童摄影	42%	58%



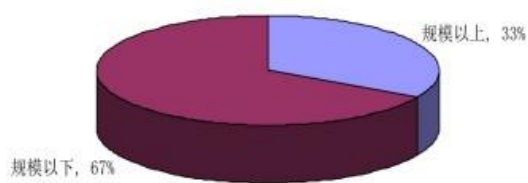
图八 按行业结构及规模营业收入占比情况

### 3. 企业从业人员分布情况

根据商务部统计数据，2013 年企业从业人员分布情况为：规模以上企业的从业人数占全部企业从业人数的 33%，规模以下企业的从业人数占全部企业从业人数的 67%，见表九、图九。

表九 企业从业人员分布情况

类别	分布情况
规模以上	33%
规模以下	67%



图九 企业从业人员分布情况

### (三) 行业效益分析

根据中国人像摄影学会统计估算，2013 年主要效益情况如下：

- 1、行业平均利润率约为 10.8%，其中，综合类的平均利润率约为 11%，婚纱摄影的平均利润率约为 9%，儿童摄影的平均利润率约为 15%。
- 2、行业的平均利润率同比下降约 2 个百分点。
- 3、行业平均工资同比增长约 15.45%。

4、行业三项费用（营业、管理、财务）同比增长约 7%。

通过以上的计算结果的综合分析可以得出以下结论：

2013 年人像摄影行业的总产值的增长速度达 24%，远高于同期 GDP 的增长速度，成为推动经济发展的积极因素。

在产值方面，大型企业占据行业的统治地位。大型企业以 12% 的数量占有的行业总产值接近 60%。分类来看，综合类、婚纱摄影大企业占主导地位，而儿童摄影以小企业占主导地位。

综合类企业的产值增加显著（40.48%），是 2013 年全行业总产值显著增加的主要贡献者。增加值主要分布在摄影基地的大规模投资及其运营收入，以及摄影企业开展婚庆、婚礼摄影、旅游摄影等跨界经营带来的新增收入。

婚纱摄影总产值基本稳定，年产值占行业总产值的 40%，是人像摄影行业最大的业态。2013 年企业数量有所增加，竞争加剧，行业利润率有所下降。2013 年婚纱摄影的产值小幅增加，但大企业营业额的产值有所下降，而小企业的产值增加较快。

儿童摄影无论是企业数量还是营业收入都出现了快速增长，成为拉动行业总产值增长的另一个引擎。

#### **（四）行业现代化程度分析**

##### **1、电子商务情况**

目前，人像摄影行业的消费群体以 80 后为主，企业使用电子商务的普及率较高。其中，规模以上的企业使用率在 90% 以上，规模以下企业约为 50%。全行业均使用网络技术进行照片传输、客户服务等业务活



动。据中国人像摄影学会统计估算，行业平均网络营业额约占总营业额的 30%，大城市比中小城市高约 20%。移动网络营业额约占 3%。

## 2. 连锁经营情况

连锁经营在行业内认知度较高，大型企业、品牌企业采用连锁经营方式较多。特别是近二年，以摄影为入口以连锁方式进入婚庆、旅游等业态的跨界经营发展迅猛。根据商务部统计数据推算，2013 年全行业连锁经营企业数占行业企业总数的 15.8%，产值约占行业总产值的 30%。

## 3. 专业化经营情况

2013 年人像摄影行业继续保持较高的专业化经营水平，产业结构进一步细化。行业的关联产业已经基本实现了专业化、规模化经营。据行中国人像摄影学会统计估算，专业化经营企业的产值约占行业总产值的 70%以上。

## 4. 新技术新设备使用情况

一直以来，高新技术始终青睐于人像摄影行业。目前，全行业的设备、设施和技能水准均处于国际先进水平。

## 5. 产品与理念创新

人像摄影的产品，不仅是物质产品，同时也是集人文理念和艺术欣赏为一体的产品。因此行业十分注重对新理念、新表现形式的研究、创新，积极开展技艺交流，并注重汲取美术、戏曲、电影等艺术行业的养分，主动尝试与他们的交流和协作。

# (五) 行业贡献度分析

## 1. 产值情况

根据中国人像摄影学会统计估算，2013 年全行业年产值约为 2160

亿元以上，同比增加 30.1%。

## 2. 创造就业情况

根据中国人像摄影学会统计估算，2013 年全行业创造的就业机会约为 560 万个。

## 3. 贡献税收情况

根据中国人像摄影学会统计估算，2013 年全行业贡献税收约为 250 亿元以上。

## 二、存在的问题及原因

### (一) 存在的问题

1、企业经营压力继续增大。一是来自国家总体经济调整的影响，二是网络渠道的垄断造成网络推广费用急剧增加，三是各类婚博会、展销会费用涨幅过快。

2、企业经营成本继续增加。主要体现在房租、工资、原材料等价格的上涨。

3、外界纷纷抢占行业市场，竞争加剧。如房地产、婚庆、商业百货等行业把人像摄影看作文化业态，纷纷介入，与行业争抢市场。

4、法规、标准不够健全，宣传贯彻不够，市场规范比较困难。存在不良竞争、违规经营、损害消费者权益等问题。

### (二) 原因分析

1、经济发展进入换挡转型期，国民收入、消费意愿、消费观念均会受到一定的影响，从而给企业的经营造成压力；网络营销是摄影企业必备的营销方式，但近年来网络运营商凭借其垄断地位，对企业的收费大幅提高。不少企业反映，其收费甚至有5倍以上的增加，给企业造成严重负担；各地婚博会、展销会是吸引消费者的平台，已成为企业争取客源的重要途径，但参展费快速增长，加之在会展期间被迫参加价格战，严重蚕食了企业的利润。

2、人力成本、原材料价格等不断上涨，而行业又很难通过涨价向外传递压力，造成成本增加、效益下降。

3、外界争抢市场的原因，一是受国家扶持文化产业的影响，在税收、拿地等方面可以享受一定的优惠，二是部分产业出现不景气，资金

缺乏出口，从而进行转型投资人像和婚庆行业。

4、行业的规范管理比较困难的原因，一是进入人像摄影行业门槛较低，技术设备不足，难以保障产品质量，二是从业人员素质有待提高，法制观念、诚信经营观念欠缺。三是法规、标准不健全。四是行业组织缺少执法职权。

### 三、行业趋势预测

#### (一) 趋势预测

1、今后几年行业继续保持平稳发展。我国消费需求平稳，国民经济稳中向好，为行业发展提供了根本保障。

2、行业总产值持续提升，但利润率会持续下降。外界投资、跨界经营等因素将会拉升行业产值，但随着竞争加剧、成本增加，会造成行业利润率的下降。

3、新的商业模式、盈利模式将应运而生。主要来源于摄影与婚庆、服装、旅游等业态的跨界经营。

4、大资源、大规模、大联合趋势已成行业共识。通过兼并重组、连锁经营、品牌输出等方式进行资源整合与优化，实现优势互补、共同发展。

5、个性化、多样化经营和产品将满足消费者不同需求，引领行业技艺和管理发展的方向。人像摄影的主要消费群体为 80 后，他们思想活跃、善于接受新生事物，追求彰显个性的生活，满足他们的消费需求将成为企业的重要课题。

6、行业自律水平、职业化程度将快速提高。在市场竞争加剧、经营压力加大的情况下，企业的生存与发展必需依靠过硬的企业素质和专业化的经营管理，那些法制观念淡漠、管理水平不高，追求短期效益，损害消费者权益的企业必将很快被市场淘汰。

7、网络化、电商化将成为行业销售的主渠道。

#### (二) 主要依据及影响因素分析

1、政策因素。党的十八大和十八届三中全会制订的方针政策为国

家经济稳定健康发展提供了坚实保障，各级政府对行业的发展给予了大力支持，商务部出台了《关于促进人像摄影业发展的指导意见》，大力推进行业规范化、标准化、科学化发展，这为行业的发展奠定了坚实基础。

2、经济因素。在新的经济发展时期，会出现一些新问题、新情况，及时研究和适应这些新情况，解决出现的新问题，是行业不断发展进步的必备能力。

3、创新能力。包括商业模式与盈利模式的创新、个性化服务的创新、经营管理的创新、艺术理念的创新等，创新是推动行业发展成长的核心动力。

## 四、促进行业发展的主要对策及政策建议

### (一) 促进行业发展的主要对策

1、提高认识，加强领导。要按照党的十八大和十八届三中全会的精神、商务部《关于促进人像摄影业发展的指导意见》及时研究解决行业发展过程中出现的新问题新情况，为行业持续健康发展创造良好条件。

2、发挥行业组织作用，引导行业发展。要加强学会的自身建设，打造一支高素质的队伍，为政府当好助手，为企业做好服务。发挥专家作用，研究提出指导行业发展的意见，为行业的发展引路导航。

3、健全法规标准，强化行业自律。建立健全国家、行业、地方和企业标准相互衔接的行业标准体系；贯彻落实行业规范和标准；加强行业监督检查；强化行业自律，维护消费者合法权益。

4、强化促进体系，夯实发展基础。建立健全行业统计制度，档案管理制度、行业评价体系；加强对行业发展情况及重点企业运行情况的跟踪监测，及时发布行业发展报告和相关信息；积极开展职业教育、技能培训，提高从业人员的素质；大力推进行业诚信体系建设，完善信用评价体系和公示制度。

5、积极搭建平台，开展行业交流与协作。继续开展优质服务活动和品牌创建活动，促进企业交流经验共同提高；组织企业通过共同行动等方式进行集体采购、产品定制，协助企业降低成本；引导企业开展延伸服务、跨界经营，拓展业务模式，增加盈利；引导企业开展资本运作、强强联合、以强带弱，支持优势企业上市融资，把企业做大做强。

6、积极开展国际交流与合作，协助企业开拓视野加速发展。

7、加强教育培训，提高从业人员职业操守和技艺水平。

## (二) 政策建议

1、增加在新技术开发、技术改造、节能环保、基础调研等方面的政策支持和财力支持。

2、加强对行业协会的支持力度，提升行业协会的服务能力和影响力。

3、加强行业法规标准制订工作，继续搞好行业统计普查等工作。加强法规标准的宣传贯彻力度。

4、开展有利于行业诚信经营，提升服务水平和产品质量的活动。