

2015-2020年中国商业摄影 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国商业摄影市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1501/T12853SMI0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-29

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国商业摄影市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了商业摄影行业概述、中国商业摄影行业运行环境等，接着分析了中国商业摄影行业发展的现状，然后介绍了中国商业摄影行业细分市场发展概况、中国商业摄影器材市场发展概况。最后分析了中国商业摄影行业发展趋势与投资预测。您若想对商业摄影产业有个系统的了解或者想投资商业摄影行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

商业摄影在这么多年的成长历程中，无时无刻都与现代发展有着密切联系。发展到了今天，更是让摄影进入了一个全新“影像时代”。总而言之，商业摄影已不仅是原有概念的意义了。所以，在现在竞争激烈的年代，商业摄影的运作方式跟随时代的变迁发生着的变化。

传统的摄影是药水与照片的时代。影像时代的摄影无论从多样化的拍摄工具上，还是媒体传播等多方面都在发生着变化。

摄影传播的方式多种多样。主要表现在：摄影画册，照片，报刊，印刷品等表现方式。现在影响更大的是网络传播，使商业摄影交流速度快，范围广。电视传播形式为摄影的传播开辟了广阔的路子，成为不可缺少的传播载体。最科学的还属存储方式，轻便，快捷，简单。通过上面所讲，现代的商业摄影的市场，已经通过科学的技术和一流的摄影水平超越了传统意义上的商业摄影。在新的市场中确立了一定的地位。

第一章 商业摄影行业概述

第一节 商业摄影涵义分析

一、狭义涵义

二、广义涵义

第二节 常见的商业摄影细分及领域特点

一、专职的汽车摄影师

二、人物摄影师

三、数码产品摄影师

四、化妆品摄影师等等

第三节 商业摄影行业发展历程分析

第四节 商业摄影所使用的设备分析

第二章 2014年国际商业摄影行业运行状况分析

第一节 2014年国际商业摄影行业发展概况分析

一、国际商业摄影行业发展特点分析

二、国际商业摄影运行环境分析

第二节 2014年美国商业摄影行业发展态势分析

一、照相馆的专业摄影

二、好莱坞的电影明星照和电影剧照

三、人体摄影和模特摄影

四、商业广告摄影

五、美国当代新闻摄影

第三节 2014年其他地区、国家商业摄影行业发展概况分析

一、英国

二、法国

第四节 2015-2020年国际商业摄影趋势探讨

第三章 2014年中国商业摄影行业运行环境解析

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、中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014年中国商业摄影行业发展政策环境分析

一、商业摄影行业标准

二、相关产业政策法规

第三节 2014年中国商业摄影行业发展技术环境分析

一、激光照排技术发展分析

二、电子分色技术发展分析

三、电脑设计发展分析

四、印刷技术发展分析

第四节 2014年中国商业摄影行业发展社会环境分析

第四章 2014年中国商业摄影行业发展概况分析

第一节 中国商业摄影业热点点评

一、首届国际商业摄影艺术大展聚焦

二、探讨商业摄影的美学价值

第二节 2014年中国商业摄影业综述

一、传统摄影形式占据着主导地位

二、数码摄影正逐步增加市场份额

三、以印刷品为载体的广告摄影正随着技术的提高正逐步升温

四、广告摄影存在着较大的市场潜力

五、通过网络营销图片已成为摄影界的新兴产业

六、以拍摄、出售摄影作品为业的职业摄影师及自由摄影人也已出现

七、跨门类业务成为摄影业新的经济增长点

八、摄影器材营销规模空前、种类繁多

第三节 2014年中国商业摄影品牌网络宣传存在问题分析

一、主流顾客对互联网的依赖性

二、摄影机构对互联网利用率低下

三、摄影机构宣传的单调性

四、摄影机构对于网络的理解观念落后而不全面

第四节 2014年中国商业摄影行业重点城市动态分析

一、北京

二、上海

三、广州

四、深圳

第五章 2014年中国商业摄影行业细分市场发展概况分析——人像摄影

第一节 2014年中国人像摄影行业发展特点分析

第二节 2014年中国人像摄影行业运行简况

一、人像摄影行业呈现出多种经营业态

二、人像摄影行业城乡多层次网络体系正在逐步形成

第三节 2014年中国婚纱摄影业发展现状分析

一、婚庆消费市场不断升温

二、以影楼为核心的婚纱摄影业成为一个快速发展的行业

三、企业数量正在迅速增加连锁化经营正在迅速形成

第四节 2014年中国儿童摄影业动态分析

- 一、儿童经济热潮撬动银川大市场
 - 二、儿童摄影发展迅猛
 - 三、儿童消费潮提前热龙城
 - 四、中国专业儿童摄影年会热点聚焦
- 第五节 2014年中国人像摄影其他行业发展分析
- 一、证件照
 - 二、人像艺术摄影
 - 三、写真魅态摄影
- 第六节 2015-2020年中国人像摄影业趋势探讨

第六章 2014年中国商业摄影行业细分市场发展概况分析——时装摄影

- 第一节 2014年中国时装行业发展概况分析
- 一、时装摄影的特点分析
 - 二、时装摄影的器材选择
 - 三、时装摄影的模特选择与指导
- 第二节 2014年中国时装摄影行业发展态势分析
- 一、中国国际时装周对时装摄影业的影响
 - 二、时装摄影行业规模
- 第三节 2014年中国时装摄影发展优势城市分析
- 一、广州
 - 二、深圳
 - 三、香港

第七章 2014年中国商业摄影行业细分市场发展概况分析——广告摄影

- 第一节 2014年中国广告摄影行业发展概况分析
- 一、广告业飞速发展对广告摄影拉动作用
 - 二、广告市场竞争愈演愈烈并已趋于无序的竞争
 - 三、广告摄影行业的“红海战略”与“蓝海战略”
- 第二节 2014年中国广告摄影行业市场动态分析
- 一、广告摄影热点聚焦
 - 二、广告摄影\设计\传播
- 第三节 2014年中国广告摄影行业市场运行态势分析

一、中国广告摄影市场需求状况分析

二、中国广告摄影市场供应状况分析

三、中国广告摄影市场价格状况分析

第四节 2014年中国广告摄影行业发展战略分析

一、从大环境、大背景的动态趋势去分析市场的变化与需求

二、整体的策划和设计制作，更需要一站式的、专业的、更加快捷而又负责任的服务

三、市场产品价格战的竞争，更需要提供高性价比的优质产品

四、广告摄影拍摄，需要有策划，有产品的定位和诉求方面的重点

五、商业摄影师要培养现代服务业的理念和意识

第八章 2014年中国商业摄影器材市场动态分析——数码相机

第一节 2014年中国数码相机业运行总况

一、中国数码相机消费情况

二、中国逐渐普及的相机新功能——高清视频成风

三、数码相机重点销售区域市场分析

四、2014年数码相机市场竞争分析

1、高清数码相机竞争激烈

2、长焦数码相机竞争态势分析

3、数码相机竞争已跨入品牌时代

第二节 2014年中国数码相机竞争状况分析

一、数码相机竞争激烈国产品牌前景堪忧

二、DSC市场竞争激烈单价下滑 品牌商皆临窘境

第三节 2014年中国数码相机技术分析

一、千万像素开始普及

二、光学防抖成为标配

三、高感光度下的画质问题

四、数码单反成为焦点

第四节 2014年中国数码相机主要厂商发展态势分析

一、佳能(中国)有限公司

二、索尼(中国)有限公司

三、柯达

四、尼康

第九章 2014年中国商业摄影器材市场发展概况分析——摄影灯

第一节 2014年中国摄影灯行业需求与消费状况分析

- 一、中国目前摄影灯行业消费的主要特征分析
- 二、中国摄影灯行业消费者消费偏好调查分析
- 三、2014年中国摄影灯行业消费状况分析
- 四、中国摄影灯行业消费者对其价格的敏感度分析

第二节 2014年中国摄影灯行业竞争格局分析

- 一、摄影灯竞争阶段
- 二、摄影灯竞争力体现

第三节 2014年国内外摄影灯行业优势企业竞争力分析

- 一、环球摄录影器材有限公司
- 二、富士通摄影器材(香港)实业公司
- 三、佛山市海光摄影器材有限公司
- 四、深圳市麦莎科技有限公司
- 五、珠海市集利发展有限公司

第四节 2015-2020年中国摄影灯行业发展预测分析

第十章 2014年中国商业摄影器材市场发展概况分析——数码相机

第一节 2014年中国数码相机运行总况

- 一、中国数码相机发展回顾
- 二、数码相机增长幅度下降
- 三、数码相机市场变化特点
- 四、数码相机市场主要新技术

第二节 2014年中国数码相机市场动态分析

- 一、数码龙头佳能交付苏宁新品首销权
- 二、主流数码相机新品遭消费者冷遇
- 三、本土数码相机品牌无力回天

第三节 2014年中国数码相机市场现状分析

- 一、国内数码相机市场仍处在初级阶段
- 二、数码相机市场销售情况分析

第四节 2014年中国数码相机行业存在的问题分析

- 一、数码相机市场存在的主要问题

二、国内数码相机市场的三大瓶颈

三、数码相机市场遭遇的规模难题

第五节 2014年中国数码相机行业优势企业分析

一、索尼

二、佳能

三、松下

四、JVC

五、三星

第六节 2015-2020年中国数码相机行业的发展趋势

一、中国数码相机市场前景展望

二、家用数码相机向高清晰发展

三、数码相机存储介质发展方向

第十一章 2014年中国商业摄影其它设备分析

第一节 照相设备

一、照相机

二、大型机背取景相机

第二节 广告摄影的胶片

一、胶片的规格、特性

二、胶片的尺寸规格

三、胶片宽容度与曝光宽容度

四、波拉—次成像胶片

五、装散页胶片

第三节 广告摄影的照明工具

一、钨丝灯

二、闪光灯

三、特殊效果灯

四、泛光灯

五、聚光灯

六、伞灯

七、柔光罩

八、雾灯

十、蜂巢导光罩

十一、柔光箱

第十二章 博思数据关于中国商业摄影行业发展趋势预测分析

第一节 2015-2020年中国商业摄影行业发展前景预测分析

一、商业摄影趋势预测分析

二、商业摄影数码化的最新走向探讨

第二节 2015-2020年中国商业摄影细分领域前景预测与趋势探讨

一、人像摄影行业发展趋势预测分析

二、时装摄影行业发展前景预测分析

三、广告摄影行业发展趋势预测分析

第三节 2015-2020年中国摄影器材行业发展前景预测分析

第十三章 2015-2020年中国商业摄影行业投资前景分析

第一节 2014年中国商业摄影行业投资概况

一、商业摄影投资特性

二、商业摄影投资环境分析

第二节 2015-2020年中国商业摄影行业投资机会分析

一、商业摄影行业投资潜力分析

二、商业摄影行业投资吸引力分析

第三节 2015-2020年中国商业摄影行业投资风险分析

一、市场风险分析

二、竞争风险分析

三、其他风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：2013年中国广告摄影市场供应状况

图表：2013年中国广告摄影市场价格状况

图表：2013年中国广告摄影市场需求状况

图表：2013年中国数码相机行业沿革与生命周期

图表：2013年中国数码相机市场规模及增长状况

图表：2013年中国数码相机市场供应状况

图表：2013年中国数码相机市场产品结构

图表：2013年中国摄影灯行业竞争程度

图表：2013年中国摄影灯行业消费状况

图表：中国摄影灯行业消费者消费偏好调查

图表：中国摄影灯行业消费者对其价格的敏感度

图表：中国目前摄影灯行业消费的主要特征

图表：“红海战略”与“蓝海战略”

图表：国内数码摄像机市场的三大瓶颈

图表：2015-2020年中国商业摄影行业发展前景预测

图表：2015-2020年中国人像摄影行业发展趋势预测

图表：2015-2020年中国时装摄影行业发展前景预测

图表：2015-2020年中国摄影器材行业发展前景预测

图表：2015-2020年中国广告摄影行业发展趋势预测

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1501/T12853SMIO.html>