

2022-2028年中国商业摄影 市场深度评估与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国商业摄影市场深度评估与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202112/257566.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

商业摄影，顾名思义是指作为商业用途而开展的摄影活动。从广义上讲，它包括一切用于出售商品、撰写事件或介绍书籍的图像的生产，而狭义上的商业摄影人们通常意会为广告摄影，这不仅因为广告摄影在其中占有举足轻重的地位，且在于广告摄影本身所具有的天然而浓厚的商业色彩。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国商业摄影市场深度评估与行业竞争对手分析报告》共十三章。首先介绍了商业摄影行业市场发展环境、商业摄影整体运行态势等，接着分析了商业摄影行业市场运行的现状，然后介绍了商业摄影市场竞争格局。随后，报告对商业摄影做了重点企业经营状况分析，最后分析了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。

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。

报告目录：

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2019年国际商业摄影行业运行状况分析

第一节2019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2019年美国商业摄影市场发展现状分析

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2019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2022-2028年国际商业摄影趋势探讨

第三章2019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、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节2019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2019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2019年中国商业摄影行业发展社会环境分析

第四章2019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2019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2019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2019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2019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2019年中国人像摄影行业发展特点分析

第二节2019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2019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2019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2019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2022-2028年中国人像摄影业趋势探讨

第六章2019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2019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2019年中国时装摄影市场发展现状分析

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2019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2019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2019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2019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2019年中国广告摄影行业市场供需分析

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2019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2019年中国商业摄影器材市场动态分析——数码相机

第一节2019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、2019年数码相机市场竞争分析
 - 1、高清数码相机竞争激烈
 - 2、长焦数码相机竞争力分析
 - 3、数码相机竞争已跨入品牌时代

第二节2019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2019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2019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2019年中国商业摄影器材市场发展概况分析——摄影灯

第一节2019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、2019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2019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2022-2028年中国摄影灯行业发展预测分析

第十章2019年中国商业摄影器材市场发展概况分析——数码摄像机

第一节2019年中国数码摄像机运行总况

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

第二节2019年中国数码摄像机市场动态分析

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

第三节2019年中国数码摄像机市场现状分析

- 一、国内数码摄像机市场仍处在初级阶段
- 二、数码摄像机市场销售情况分析

第四节2019年中国数码摄像机行业存在的问题分析

- 一、数码摄像机市场存在的主要问题
- 二、国内数码摄像机市场的三大瓶颈
- 三、数码摄像机市场遭遇的规模难题

第五节2019年中国数码摄像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2022-2028年中国数码摄像机行业的发展趋势

一、中国数码摄像机市场前景展望

二、家用数码摄像机向高清晰发展

三、数码摄像机存储介质发展方向

第十一章2019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2022-2028年中国商业摄影行业发展趋势预测分析

第一节2022-2028年中国商业摄影行业趋势预测分析分析

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2022-2028年中国商业摄影细分领域趋势分析与趋势探讨

一、人像摄影行业发展趋势预测分析

二、时装摄影行业趋势预测分析分析

三、广告摄影行业发展趋势预测分析

第三节2022-2028年中国摄影器材行业趋势预测分析分析

第十三章2022-2028年中国商业摄影行业前景调研分析（）

第一节2019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2022-2028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2022-2028年中国商业摄影行业投资前景分析

一、市场风险分析

二、竞争风险分析

三、其他风险分析

第四节投资建议（）

部分图表目录：

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：2019年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2019年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2019年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2019年中国GDP增速预测

图表：2019年中国广告摄影市场供应状况

图表：2019年中国广告摄影市场价格状况

图表：2019年中国广告摄影市场需求状况

图表：2019年中国数码相机行业沿革与生命周期

图表：2019年中国数码相机市场规模及增长状况

图表：2019年中国数码相机市场供应状况

图表：2019年中国数码相机市场产品结构

图表：2019年中国摄影灯行业竞争程度

图表：2019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：2022-2028年中国商业摄影行业趋势预测分析

图表：2022-2028年中国人像摄影行业发展趋势预测

图表：2022-2028年中国时装摄影行业趋势预测分析

图表：2022-2028年中国摄影器材行业趋势预测分析

图表：2022-2028年中国广告摄影行业发展趋势预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/257566.html>