

2016-2022年中国儿童摄影行业发展趋势及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国儿童摄影行业发展趋势及投资前景分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201511/356371.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

前言

目前，整个摄影行业正处于转型升级的关键阶段。随着摄影工具的普及，以及传播渠道的丰富便捷，人们对摄影的需求呈现出多元化的态势，这带来了整个摄影行业的蓬勃发展。据中国人像摄影学会统计，2014年底，中国人像摄影行业总产值达2060亿元，比上年增长24.2%，产值增速远高于国家GDP增速。但与此同时，国内传统摄影行业现状并不乐观，人力成本、房租成本和获客成本都日趋高涨，造成了不少传统影楼经营困难。

儿童摄影在整个摄影行业中异军突起，平均每年以16%的发展速度递增，目前中国儿童摄影市场产业规模已突破250亿元/年。根据前面所述商务部统计情况，儿童摄影企业数量增长8.4%，企业营业收入增长28.38%，企业儿童摄影数量在摄影行业中占比11%，营业收入占比10.7%。摄影行业平均利润率10.8%，儿童摄影子行业利润率15%，高于行业平均水平。儿童摄影无论是企业数量还是营业收入都快速增长，成为拉动行业产值增长的另一个引擎。

2009-2014年我国儿童摄影行业总体规模

资料来源：国家统计局

本儿童摄影行业研究报告共十四章是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国儿童摄影行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国儿童摄影行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国儿童摄影行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国儿童摄影行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 儿童摄影概述 1

第一节 儿童摄影定义 1

第二节 儿童摄影行业发展历程 1

第三节 儿童摄影分类情况 2

第四节 儿童摄影产业链分析 2

如今，随着生活水平的提高，花费几百几千甚至上万给孩子拍套写真，越来越受到年轻父母的追捧，儿童摄影机构在六七年的时间里从无人问津迅速发展遍地开花，竞争日趋白热化。

随着中国国民经济的快速发展，儿童产品项目，属于正在勃勃升起的一个新星，在未来社会里6个成年人养育1个孩子的消费环境下，儿童消费将占据家庭消费的重要开支，儿童摄影行业必将大放异彩。

儿童摄影的产业链

资料来源：智研数据中心整理

第二章 2014-2015年中国儿童摄影行业发展环境分析 3

第一节 2014-2015年中国经济环境分析 3

一、宏观经济 3

二、工业形势 5

第二节 儿童摄影行业相关政策 13

一、国家“十二五”产业政策 13

二、其他相关政策 14

第三节 2014-2015年中国儿童摄影行业发展社会环境分析 15

一、居民消费水平分析 15

二、社会消费品零售总额 21

第三章 中国儿童摄影市场现状分析 25

第一节 儿童摄影行业总体规模 25

目前，整个摄影行业正处于转型升级的关键阶段。随着摄影工具的普及，以及传播渠道的丰富便捷，人们对摄影的需求呈现出多元化的态势，这带来了整个摄影行业的蓬勃发展。据中国人像摄影学会统计，2014年底，中国人像摄影行业总产值达2060亿元，比上年增长24.2%，产值增速远高于国家GDP增速。但与此同时，国内传统摄影行业现状并不乐观，人力成本、房租成本和获客成本都日趋高涨，造成了不少传统影楼经营困难。

儿童摄影在整个摄影行业中异军突起，平均每年以16%的发展速度递增，目前中国儿童摄影市场产业规模已突破250亿元/年。根据前面所述商务部统计情况，儿童摄影企业数量增长8.4%，企业营业收入增长28.38%，企业儿童摄影数量在摄影行业中占比11%，营业收入占比10.7%。摄影行业平均利润率10.8%，儿童摄影子行业利润率15%，高于行业平均水平。儿童摄影无论是企业数量还是营业收入都快速增长，成为拉动行业产值增长的另一个引擎。

2009-2014年我国儿童摄影行业总体规模

资料来源：国家统计局

第二节 儿童摄影发展概况 26

一、2011-2014年儿童摄影发展分析 26

二、2016-2022年市场规模预测 27

第三节 儿童摄影机构市场容量概况 27

目前中国有2亿4千万儿童，面对庞大的市场人群，近几年婴童行业的火热大家有目共睹。儿童影楼行业因门槛低、利润高成为投资热点，加上一些婚纱影楼的直接转型，也加速了儿童摄影的行业化进程，市场竞争变得异常激烈。遵循优胜劣汰的生存法则，可以预见不久的将来儿童摄影行业将进行一次洗牌。

基于我国历次人口普查的数据（国家统计局发布），从1982年以来，14岁以下人口数量逐年减少，直到2011年才有所回升，至2014年我国14岁以下人口达到22246万人。这是当前国内潜在儿童市场规模的基本面。其次，由于参与现代户外运动的人口主要在城镇，从人口的城乡结构来看，我国城镇化比例持续上升，2014年底全国城镇常住人口为74916万人，比2013年底增加1805万人，占总人口比为54.77%。

中国儿童摄影机构市场容量测算		名称	市场容量（亿元）
2014年中国儿童人数（亿人）：2.22		2014年人均消费金额（元/人）：114.9	255
人均消费金额（元/人）：200	444	人均消费金额（元/人）：300	666
人均消费金额（元/人）：400	888	人均消费金额（元/人）：500	1110
人均消费金额（元/人）：600	1332		

资料来源：智研数据中心整理

从上表，我们可以看出，我国儿童摄影市场容量巨大，未来发展空间较大，行业前景看好。

第四节 儿童摄影产业的生命周期分析 28

初创期：这一时期的市场增长率较高，需求增长较快，技术变动较大，产业中的企业主要致力于开辟新用户、占领市场，但此时技术上有很大的不确定性，在产品、市场、服务等策略上有很大的余地，对产业特点、产业竞争状况、用户特点等方面的信息掌握不多，企业进入壁垒较低。

行业生命周期理论 初创期 成长期 成熟期 衰退期 市场需求 狭小 快速增长 缓慢增长或停滞 缩小 竞争者 少数 数目增加 许多对手 数目减少 顾客 创新的顾客 市场大众 市场大众 延迟的买者 现金流表 负的 适度的 高的 低的 利润状况 高风险、低收益 高风险、高收益 低风险、收益降低 高风险、低收益

资料来源：智研数据中心整理

成长期：这一时期的市场增长率很高，需求高速增长，技术渐趋定型，产业特点、产业竞争状况及用户特点已比较明朗，企业进入壁垒提高，产品品种及竞争者数量增多。

成熟期：这一时期的市场增长率不高，需求增长率不高，技术上已经成熟，产业特点、产业竞争状况及用户特点非常清楚和稳定，买方市场形成，产业盈利能力下降，新产品和产品的新用途开发更为困难，产业进入壁垒很高。

衰退期：这一时期的市场增长率下降，需求下降，产品品种及竞争者数目减少。

2010-2014年我国儿童产业市场增速 年份 市场规模：亿元 同比增长 2009年 125 - 2010年 142 13.6% 2011年 165 16.2% 2012年 190 15.2% 2013年 220 15.8% 2014年 255 15.9%

资料来源：智研数据中心整理

从儿童行业发展来看，行业规模经历了高速发展期后，近年来增速逐步回落。目前我国袜子产业处于成长期。

第五节 儿童摄影产业供需情况 30

第四章 儿童摄影国内价格走势及影响因素分析 32

第一节 国内儿童摄影2010-2014年价格回顾 32

第二节 国内儿童摄影当前市场价格及评述 36

第三节 国内儿童摄影价格影响因素分析 38

第四节 2016-2022年国内儿童摄影未来价格走势预测 39

第五章 2011-2014年我国儿童摄影行业发展现状分析 41

第一节 我国儿童摄影行业发展现状 41

一、儿童摄影行业品牌发展现状 41

二、儿童摄影行业需求市场现状 42

三、儿童摄影市场需求层次分析 43

四、我国儿童摄影市场走向分析 44

第二节 中国儿童摄影行业存在的问题 45

一、国内儿童摄影产品市场的三大瓶颈 45

二、儿童摄影产品市场遭遇的规模难题 45

第三节 对中国儿童摄影市场的分析及思考 46

一、儿童摄影市场特点 46

二、儿童摄影市场分析 47

三、儿童摄影市场变化的方向 48

四、中国儿童摄影行业发展的新思路 49

第六章 2012-2014年中国儿童摄影行业发展概况 52

第一节 2012-2014年中国儿童摄影行业发展态势分析 52

第二节 2012-2014年中国儿童摄影行业发展特点分析 54

第七章 儿童摄影行业市场竞争策略分析 57

第一节 行业竞争结构分析 57

一、现有企业间竞争 57

二、潜在进入者分析 57

三、替代品威胁分析 57

四、供应商议价能力 58

五、客户议价能力 58

第二节 儿童摄影市场竞争策略分析	58
一、儿童摄影市场增长潜力分析	58
二、儿童摄影产品竞争策略分析	59
三、典型企业产品竞争策略分析	59
四、儿童摄影主要发展策略	60
第三节 儿童摄影企业竞争策略分析	61
一、2016-2022年我国儿童摄影市场竞争趋势	61
二、2016-2022年儿童摄影行业竞争格局展望	61
三、2016-2022年儿童摄影行业竞争策略分析	63
第八章 儿童摄影行业投资与发展前景分析	65
第一节 2012-2014年儿童摄影行业投资情况分析	65
一、2012-2014年总体投资结构	65
二、2012-2014年投资规模情况	65
三、2012-2014年投资增速情况	65
四、2012-2014年分地区投资分析	66
第二节 儿童摄影行业投资机会分析	66
一、儿童摄影投资项目分析	66
二、可以投资的儿童摄影模式	67
三、2014-2015年儿童摄影投资机会	68
四、2014-2015年儿童摄影投资新方向	68
第三节 儿童摄影行业发展前景分析	69
第九章 2016-2022年中国儿童摄影行业发展前景预测分析	70
第一节 2016-2022年中国儿童摄影行业发展预测分析	70
一、未来儿童摄影发展分析	70
二、未来儿童摄影行业技术开发方向	70
三、总体行业“十二五”整体规划及预测	71
第二节 2016-2022年中国儿童摄影行业市场前景分析	71
一、产品差异化是企业发展的方向	71
二、渠道重心下沉	72
第十章 2016-2022年儿童摄影行业发展趋势及投资风险分析	73
第一节 当前儿童摄影存在的问题	73
第二节 儿童摄影未来发展预测分析	75
一、2016-2022年中国儿童摄影行业发展规模	75
二、2016-2022年中国儿童摄影行业发展趋势预测	75
第三节 2016-2022年中国儿童摄影行业投资风险分析	76

- 一、市场竞争风险 76
- 二、政策和体制风险 77
- 三、进入退出风险 78
 - 1、进入壁垒 78
 - 2、退出壁垒 78
- 第十一章 儿童摄影国内重点生产厂家分析 79
 - 第一节 小鬼当佳国际时尚儿童摄影连锁机构 79
 - 一、企业基本概况 79
 - 二、公司经营与财务状况 79
 - 1、企业偿债能力分析 79
 - 2企业运营能力分析 80
 - 3企业盈利能力分析 80
 - 第二节 芭迪国际儿童摄影连锁机构 81
 - 一、企业基本概况 81
 - 二、公司经营与财务状况 81
 - 1、企业偿债能力分析 81
 - 2企业运营能力分析 82
 - 3企业盈利能力分析 82
 - 第三节 卡芮娜国际儿童摄影连锁机构 83
 - 一、企业基本概况 83
 - 二、公司经营与财务状况 83
 - 1、企业偿债能力分析 83
 - 2企业运营能力分析 84
 - 3企业盈利能力分析 84
 - 第四节 香港皇家宝贝专业儿童摄影连锁机构 84
 - 一、企业基本概况 84
 - 二、公司经营与财务状况 85
 - 1、企业偿债能力分析 85
 - 2企业运营能力分析 86
 - 3企业盈利能力分析 86
 - 第五节 上海爱儿美专业儿童摄影连锁机构 86
 - 一、企业基本概况 86
 - 二、公司经营与财务状况 87
 - 1、企业偿债能力分析 87
 - 2企业运营能力分析 87

3企业盈利能力分析 88

第十二章 儿童摄影地区销售分析 89

第一节 中国儿童摄影区域销售市场结构变化 89

第二节 儿童摄影“东北地区”销售分析 89

第三节 儿童摄影“华北地区”销售分析 91

第四节 儿童摄影“中南地区”销售分析 93

第五节 儿童摄影“华东地区”销售分析 96

第六节 儿童摄影“西北地区”销售分析 98

第七节 儿童摄影“西南地区”销售分析 100

第十三章 2016-2022年中国儿童摄影行业投资战略研究 103

第一节 2016-2022年中国儿童摄影行业投资策略分析 103

一、儿童摄影投资策略 103

二、儿童摄影投资筹划策略 103

三、2016-2022年儿童摄影品牌竞争战略 105

第二节 2016-2022年中国儿童摄影行业品牌建设策略 105

一、儿童摄影的规划 105

二、儿童摄影的建设 106

三、儿童摄影业成功之道 108

第十四章 市场指标预测及行业项目投资建议（ZYCSM） 109

第一节 中国儿童摄影行业市场发展趋势预测 109

第二节 儿童摄影产品投资机会 109

第三节 儿童摄影项目投资建议 110

一、行业投资环境考察 110

二、投资风险及控制策略 110

三、项目投资建议 111

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201511/356371.html>