

摄影写真行业分析报告及未来 五至十年行业发展报告

目录

申明	3
一、摄影写真企业战略目标	3
二、摄影写真行业政策环境	4
(一)、政策持续利好摄影写真行业发展	4
(二)、摄影写真行业政策体系日趋完善	4
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升	5
(四)、宏观环境下摄影写真行业定位	5
(五)、“十三五”期间摄影写真业绩显著	6
三、摄影写真行业(2023-2028)发展趋势预测	6
(一)、摄影写真行业当下面临的机会和挑战	6
(二)、摄影写真行业经营理念快速转变的意义	7
(三)、整合摄影写真行业的技术服务	8
(四)、迅速转变摄影写真企业的增长动力	8
四、摄影写真业数据预测与分析	9
(一)、摄影写真业时间序列预测与分析	9
(二)、摄影写真业时间曲线预测模型分析	10
(三)、摄影写真行业差分方程预测模型分析	10
(四)、未来5-10年摄影写真业预测结论	11
五、2023-2028年摄影写真行业企业市场突围战略分析	12
(一)、在摄影写真行业树立“战略突破”理念	12
(二)、确定摄影写真行业市场定位、产品定位和品牌定位	12
1、市场定位	12
2、产品定位	13
3、品牌定位	14
(三)、创新寻求突破	15
1、基于消费升级的科技创新模式	15
2、创新推动摄影写真行业更高质量发展	16
3、尝试业态创新和品牌创新	17
4、自主创新+品牌	17
(四)、制定宣传计划	19
1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具	19
2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色	19
3、策略三：学会使用网络营销	19
六、摄影写真行业企业转型思考(2023-2028)	20
(一)、摄影写真业的内生延伸——选择与定位	20
(二)、摄影写真跨行业转型延伸	21
(三)、摄影写真企业资本计划分析	21
(四)、摄影写真业的融资问题	21
(五)、加强摄影写真行业人才引进,优化人才结构	22
七、摄影写真产业发展前景	22
(一)、中国摄影写真行业市场规模前景预估	23
(二)、摄影写真进入大面积推广应用阶段	23

(三)、中国摄影写真行业市场增长点.....	23
(四)、 摄影写真行业细分化产品将会最具优势.....	24
(五)、摄影写真产业与互联网相关产业融合发展机遇.....	24
(六)、摄影写真国际合作前景广阔、人才培养市场大.....	25
(七)、巨头合纵连横,行业集中趋势将更加显著.....	26
(八)、建设上升空间较大,需不断注入活力.....	27
(九)、摄影写真行业发展需突破创新瓶颈.....	27
八、摄影写真行业风险控制解析.....	28
(一)、摄影写真行业系统风险分析.....	28
(二)、摄影写真业第二产业的经营风险.....	28
九、摄影写真行业未来发展机会.....	28
(一)、在摄影写真行业中通过产品差异化获得商机.....	28
(二)、借助摄影写真行业市场差异赢得商机.....	29
(三)、借助摄影写真行业服务差异化抓住商机.....	29
(四)、借助摄影写真行业客户差异化把握商机.....	30
(五)、借助摄影写真行业渠道差异来寻求商机.....	30
十、“疫情”对摄影写真业可持续发展目标的影响及对策.....	31
(一)、国内有关政府机构对摄影写真业的建议.....	31
(二)、关于摄影写真产业上下游产业合作的建议.....	32
(三)、突破摄影写真企业疫情的策略.....	32

申明

中国的摄影写真业在当前复杂的商业环境下逐步发展，呈现出一个积极整合资源以提高粘连性的耐寒时代。此外，在内部竞争激烈、外部成本压力加大的情况下，摄影写真业的整合步伐加快，进入了竞争与整合的白热化时期。

本报告主要分为七个部分。同时，本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多的数据中提炼出摄影写真行业真正有价值的信息，并结合当前摄影写真行业的环境，从理论、实践、宏观和微观的角度进行研究和分析，其结论和观点力求做到前瞻性和实用性的统一。本报告只可当做行业报告模板参考和学习，不可用于商业用途，也不提供其他商业价值，请自行决定是否购买，特此申明。

一、摄影写真企业战略目标

摄影写真公司计划在未来 5 年内继续拓展国内市场，在国内市场打造自有摄影写真品牌，进行自主销售，通过进军大型商场、开设线下门店等方式扩大经营。未来计划在所有直辖市开设摄影写真直销店、店铺。

二、摄影写真行业政策环境

(一)、政策持续利好摄影写真行业发展

政策是行业发展的重要驱动因素，在进程加快统一化、管理需求精细化推动下，其行业需求有望快速释放；于此同时，互联网+摄影写真、大数据与智能化应用均进入实质性落地阶段，业务创新更加清晰；格局优化，系统复杂度显著提高使得龙头优势更加明显，行业中心化有望加速提升，优质公司强者愈强。随着行业边际的大幅优化，中心化不断提升，我们认为摄影写真行业前景将会更加辽阔。

(二)、摄影写真行业政策体系日趋完善

近年来，国内摄影写真产业发展、行业推广、市场监管等重要环节的宏观政策环境已经日趋完善。

2019年，公开数据表明公出台三项与摄影写真紧密相关的政策文件，为摄影写真发展奠定了关键的政策基础；同时XX网信办发布了关于摄影写真管理的文件，在摄影写真行业发挥了重要影响；针对摄影写真业务形态，明确了互联网资源贯穿辅助服务业务的概念，相关市场管理政策业也相继配套出台；新的经济形势、市场趋势，发展处了我国关于摄影写真发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。

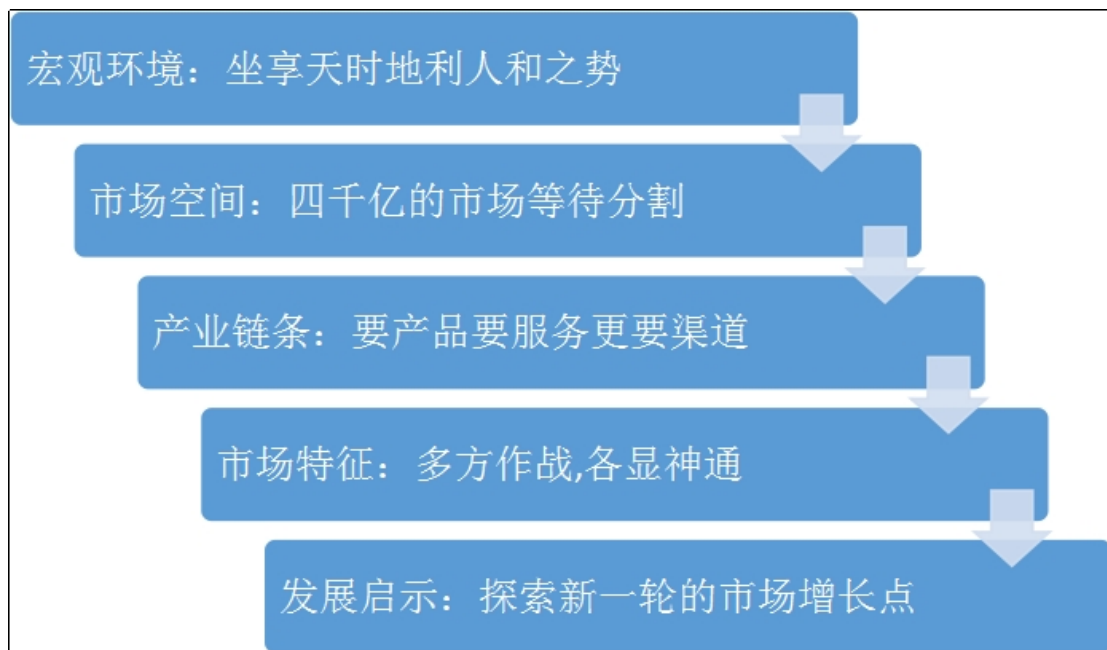
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升

在市场规模持续高速增长,政策支持力度显著增加的背景下,其一级市场的热度也不断攀升。

同时伴随一批具有影响力企业的迅速崛起及国内对摄影写真领域的大力投入,国内摄影写真技术专利数量也不断创高,从每年新增数量来看,2007 年新增专利尚未达到一百例,2015 年迎来了爆发,至 2015 年末全年新增专利已达到 1398 例,专利数量领先全球。就目前累计专利数量来分析,我国公开摄影写真专利已达 4000 多例,明显领先其他国家和地区。技术实力的显著增强也为后来国内市场开发,商业化产品的迅速普及奠定坚实的基础。

(四)、宏观环境下摄影写真行业定位

产业链下游用户诉求及服务区别较大



(五)、“十三五”期间摄影写真业绩显著

摄影写真因其具有物联化、互联化和智能化的特点,所以建设摄影写真,重点应关注底层基础设施建设,进而充分发挥摄影写真的物联化、互联化和智能化的特点。

未来,运转高效有序、产业经济充满活力、环境绿色节能、生产品质高效、社区生活尽在掌握都将是摄影写真的建设可带来的效应。立足摄影写真建设构建完善可靠的信息基础设施和保障体系,为丰富的信息化应用奠定扎实的全网基础,使信息资源得到充分有效利用。信息应用将覆盖社会、经济、环境、生活等各个层面,使摄影写真的生产、生活方式得到全面普及与转变,人人都将享受到信息化带来的成果与实惠。

2018年开始,中央就高度重视营商基础环境建设,围绕产业升级和企业发展的政策持续加码。这些与摄影写真发展密切相关的政策文件中,隐藏着未来3~5年中国经济发展的秘密。在新的市场环境下,不管是厂商还是渠道供应都应该顺应市场发展趋势,同时结合自身特色,制定独特的发展策略。

三、摄影写真行业(2023-2028)发展趋势预测

(一)、摄影写真行业当下面临的机会和挑战

在当今激烈的市场竞争环境下,包括分销商在内的国内摄影写真企业面临着前所未有的挑战和机遇。

一方面，在摄影写真行业的竞争下，企业和企业之间展开了肉搏战，价格战已经到了极限，使得摄影写真行业的许多企业难以继续，而那些拥有大腕和大腰的龙头企业也在将他们的手从市场上移开。另一方面，国内摄影写真市场的快速增长带来了巨大的市场增长空间。在同样的市场环境下，能够抓住机遇的企业发展迅速，摄影写真行业的一些企业经不起市场的考验，必然会出现整合或发展困难，经营难以持续。

摄影写真行业的一些龙头企业的优势在于，他们可以通过减少单店规模来接近社区和客户。另一方面，通过门店之间的连锁关系，扩大企业规模，统一企业形象。通过集中采购，共享技术、管理、客户等各种资源，可以有效降低单分散终端销售的运营成本。所以他们有非常大的发展空间。而产品质量的提高，趋势越来越明确，也带来更多的发展空间。然而，目前，国内模式似乎鲜有赢家。大多数是由摄影写真行业的供应商建立的松散产品销售联盟，以推广其产品。这些特许连锁组织只能简单地实现形象的统一和部分产品的集中采购。

(二)、摄影写真行业经营理念快速转变的意义

一个成功的摄影写真业商业模式，首先要有明确的定位和思路。市场定位必须准确，我们应该冷静地分析自己的优势和劣势、机会和威胁。要有明确的发展思路和成熟的战略战术。在市场成熟之前，我们应该先发制人，迅速改变经营思路，抓住第一个机会。

在摄影写真行业业务流程的思维转变方面，我们的业务模式应该是灵活的。走特色经营之路，即差异化经营战略。为了保持持续创新，我们应该在业务上与竞争对手形成明显的差异，而这种差异正是客户所需要的。我们应该习惯于学习如何更好地满足最终用户的需求，同时满足网络单元用户的需求。

(三)、整合摄影写真行业的技术服务

转变经营理念是走摄影写真业经营之路的前提。然而，只有将概念转化为行动，它才能最具说服力。在这方面，我们需要在技术和服务方面做出更多努力，以迎接摄影写真行业新时代的到来。在技术和服务方面，首先要建立完善的信息管理体系。包括新产品信息、技术信息、竞争对手信息、客户信息、市场信息等，并对收集到的信息进行及时分析、处理和沟通。

(四)、迅速转变摄影写真企业的增长动力

摄影写真企业应当建立完善的内部管理制度和各项工作流程。加强现场管理的重要性，严格执行完整的内部管理制度，是摄影写真企业发展的基础；健全科学的工作流程是企业正常运营的前提；严格的现场管理是企业工作标准的体现。

有效地从“销售产品”转变为“销售服务”。摄影写真企业的差异化经营，只能从服务上取得成效。我们应该充分认识到，产品可以创造价值和利润，服务可以创造更高的价值和更大的利润。然而，随着摄影写真行业的进一步成熟和发展，行业竞争将日趋激烈。经营管理不善，行业利润下降，将淘汰一大批经营者。具有实力、技术、管理和战略眼光的大型摄影写真企业将在激烈的市场竞争中脱颖而出。

四、摄影写真业数据预测与分析

(一)、摄影写真业时间序列预测与分析

根据摄影写真业总产值与时间的内在关系，通过之前获得的数据建立了摄影写真业的时间序列方程，并通过建立的时间序列方程预测了未来几年的产量。

建立时间序列方程的原则如下：

时间序列方程的表达式为： $y = a + b \times t$

其中 y 为输出， a 和 B 为模型参数， t 为年份。

根据近年来从摄影写真行业获得的数据，对参数 a 和 B 进行相应的估计，以获得参数 a 和 B 的估计。获得参数的估计后，可以得到我们想要预测的时间序列方程。然后，通过输入自变量（时间），可以得到未来三到十年内摄影写真业的预测值。如果要使预测值和上次观测值之间的差值更小，换句话说，要使预测值与实际值进行比较，需要控制两个因素，首先，应尽可能多地获取摄影写真行业的原始数据。

原始数据越多，就越容易找到统计规则。最终得出的摄影写真行业模式与实际情况相符；第二个是预测时间跨度。预测时间跨度越大，预测结果与实际值之间的偏差越大。因此，预测时间跨度不应太大。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/195302344240011140>