

中国影楼市场需求现状及盈利战略研究报告（2014-2018）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国影楼市场需求现状及盈利战略研究报告（2014-2018）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/175622175622.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

对于影楼现代人的理解不仅仅再像过去:拍照片的地方.正是因为消费者自身综合素质的不断提升,社会经济的飞速发展,人们开始重视服务性行业,注重这些行业内在的品质.影楼算是其中的一个代表。

前些年,我国的影楼数量还不是很多,即便在大城市,摄影行业也没有建立起完善的市场运营体系.但近几年,我国影楼数目急剧增加,市场运营体制也随之不段完善.正是数目的快速增长,让许多老业主大叹:生意越来越难做.不断挤进的新生力量让整个行业的竞争越来越激烈,大大小小的影楼工作室都开始思考如何在行业中生存.

在市场分级的大趋势下,一些知名婚纱影楼成为了人们消费的主要对象.这些影楼渐渐注意到企业形象在经营中的重要性.在不断提高产品质量,加强内部管理的同时,经营者更加注重产品的创新和服务的优化细致。

在竞争越来越激烈的情势下,各影楼力求通过各种方法将服务做得更加周到、细致入微。售前,包括影楼的装修、氛围、格调、接待、介绍等都要充分考虑到消费者的需求;售中,从化妆、服装到摄影、取景、后期制作等也力求满足消费者要求;售后,包括镜框制作、保修、补拍等也尽量让消费者满意。到这时,由照相馆发端的婚纱影楼也步入了品牌期。

中国报告网发布的《中国影楼市场需求现状及盈利战略研究报告(2014-2018)》。首先介绍了影楼相关概述、中国影楼市场运行环境等,接着分析了中国影楼市场发展的现状,然后介绍了中国影楼重点区域市场运行形势。随后,报告对中国影楼重点企业经营状况分析,最后分析了中国影楼行业发展趋势与投资预测。您若想对影楼产业有个系统的了解或者想投资影楼行业,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:

第一章影楼产品基本概述12

第一节影楼的概念12

第二节影楼的发展历程12

第二章2013年全球影楼行业整体环境分析15

第一节2013年全球影楼产业发展分析15

一、国际影楼产业环境分析15

二、影楼行业发展现状环境分析15

三、世界影楼产业链研究分析17

第二节全球影楼市场发展19

- 一、全球影楼市场规模发展情况19
- 二、世界影楼市场发展趋势19
- 第三章2013年中国影楼行业发展环境分析27
 - 第一节2013年中国影楼行业经济环境分析27
 - 第二节2013年中国影楼政策环境分析30
 - 第三节2013年中国影楼行业社会环境分析33
- 第四章2013年中国影楼行业发展形势分析36
 - 第一节中国影楼产品行业结构36
 - 一、中国影楼品牌行业结构36
 - 二、中国影楼产业驱动因素36
 - 三、中国影楼市场前景看好的原因37
 - 第二节2013年中国影楼产业现状分析38
 - 一、中国影楼产业的发展背景38
 - 二、中国影楼产业发展现状39
 - 一、中国影楼区域行业结构41
 - 第三节2013年影楼生产设备发展现状分析41
 - 一、中国影楼制造设备现状分析41
 - 一、中国影楼制造设备现状分析41
 - 二、全球影楼制造设备发展状况43
 - 三、影楼制造设备热点44
 - 四、中国影楼制造设备行业销售分析46
 - 五、影楼制造设备及技术发展趋势分析46
 - 第四节2013年影楼行业发展上下游深度报告47
 - 一、上游对行业供给量研究47
 - 二、下游对行业需求量分析48
 - 三、上下游产业发展整体结构分析48
- 第五章2013年中国部分地区影楼市场发展格局分析（也可按客户需求）49
 - 第一节上海49
 - 第二节北京49
 - 第三节广东50
 - 第四节浙江51
- 第六章中国影楼市场销售策略分析52
 - 第一节中国影楼市场销售终端的基本类型52
 - 一、中国影楼市场终端的基本特点52
 - 二、各类影楼终端的分布格局52

- 三、影楼市场的主要销售模式53
- 第二节影楼企业主要渠道模式分析63
 - 一、区域代理63
 - 二、买断品牌63
 - 三、特许经营63
- 第三节中国影楼在不同渠道销售情况66
 - 一、渠道策略分析66
 - 二、代理商选择策略66
 - 三、渠道的本土化策略66
 - 四、品牌联合策略66
- 第四节影楼在中国的营销策略变化67
 - 一、传播策略67
 - 二、渠道策略67
 - 三、产品线组合策略67
 - 四、厂商关系67
 - 五、营销渠道下沉67
 - 六、OEM合作模式67
 - 七、体验营销策略68
- 第七章影楼的报告发现与启示69
 - 一、影楼消费群69
 - 二、影楼的消费动机69
 - 三、影楼购买驱动力69
 - 四、影楼基本购买行为69
 - 五、影楼基本消费行为69
 - 六、影楼包装风格偏好70
 - 七、影楼知识的培育70
 - 八、影楼市场品牌格局81
 - 九、品牌形象与个性82
 - 十、影楼品牌与市场需求84
- 第八章2012-2013年中国影楼产业竞争态势分析87
 - 第一节2012-2013年中国影楼行业竞争分析87
 - 一、进入者的威胁87
 - 二、购买者分析87
 - 三、替代品分析88
 - 四、行业竞争分析88

第二节2012-2013年中国影楼企业盈利研究分析89

一、核心竞争力89

二、战略发展思考90

第三节2012-2013年中国影楼企业竞争策略研究91

二、业务延伸及扩张策略91

三、品牌管理策略91

四、多元化经营策略91

五、影楼企业员工绩效策略92

第九章2014-2018年中国影楼行业投资发展趋势分析94

一、影响因素94

二、2014-2018年中国影楼产业投资规模分析96

三、2014-2018年中国影楼产业投资结构分析97

四、产业递进与变迁97

五、建议总结100

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/175622175622.html>