

消费日报

2025年6月27日
星期五
总第8964期
第6023期
本刊第4期
今日4版

新消费

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

旅拍定制师纳入新职业 为行业升级按下“加速键”

□ 本报记者 王紫茜

6月,炽热的阳光为故宫镀上了一层耀眼的金边。转角处,身着汉服的姑娘轻摇团扇走过光影斑驳的宫墙,快门声此起彼伏。

当“说走就走的旅行”成为生活常态,人们对记录旅途的需求愈发强烈,在热门景点拍摄一组专属旅行照片,已成为不少游客的“必选项”。“旅拍定制师”这一新兴职业也随之兴起。

“00后”小李便是这个新兴职业群体中的一员。记者在故宫见到小李时,他正一边为挂在脖子上的专业相机调整参数,一边为来自外地的情侣讲解着拍摄景点的独特之处。“作为一名旅拍定制师,我的工作就是为每一位客人量身打造独一无二的旅行拍摄方案,帮他们把旅途中的美好转化为可以珍藏一生的回忆。”小李扭头对记者说。

旅拍行业正以蓬勃之势席卷旅游市场,成为消费新宠。数据显示,仅2024年就有2500多万人次的消费需求催生近400亿元的旅拍市场。在此背景下,“旅拍定制师”这一职业也得到了官方认证。2025年5月8日,随着“旅拍定制师”被列入人力资源和社会保障部为17个新增职业之一,不仅意味着很多像小李这样的从业者,将以更规范的态度,为万千游客的旅途增添独特的光影印记,也将让旅拍行业朝着更专业化、职业化的方向稳步发展。

从“偶然”到“热爱” 兴趣驱动下的职业转型

不同于传统摄影师或导游,旅拍定制师通过个性化路线设计、专属妆造服务和故事化影像记录,为游客打造独特的旅行记忆。

来自不同领域的人士,用自己的专业与热爱,在旅拍行业中书写着别样精彩。ROTO路图旅拍CEO杭海军的职业转折始于2016年的巴厘岛之旅。“当时我发现旅拍需求快速增长,我知道这是个机会,就决定从事这个行业。”杭海军果断入局,从海外门店试水到国内版图扩张,带领团队成为行业早期开拓者,如今已构建起覆盖国内外的旅拍服务网络。

与杭海军的商业视角不同,荔枝旅



拍店店长杨豆豆则是凭借自身专业优势另辟蹊径。因热爱化妆技术入行的她,“在接触到年轻游客对北京格格妆等特色妆造旅拍的强烈需求后,创立了这家旅拍店。”杨豆豆表示。

事实上,旅拍定制师们在服务过程中,逐渐实现了从“偶然发现商机”到“深度热爱职业”的转变,也在一次次服务中找到了职业价值的真谛。杭海军曾接到一份特殊订单——为客户的父母策划结婚周年旅拍。他和团队精心筹备,最终这次旅拍不仅为客户留下了珍贵回忆,还收到了客人的感谢信。“正是这份认可,让我更加坚定要在这个行业深耕下去。”杭海军感慨道。

从“探索”到“精进” 新消费浪潮下的职业进阶

从偶然邂逅机遇,到在旅拍中收获价值与热爱,从业者们对职业的坚守,正推动着行业商业模式的成熟与迭代。当新消费浪潮下的个性化需求持续释放,旅拍定制师们不仅打磨服务细节,更在探索多元盈利路径与创新竞争策略,让这一职业从新兴走向成熟。

新消费趋势下,年轻群体成为旅拍消费主力军,他们不再满足于千篇一律的“游客照”,转而追求极具个人风格的拍摄体验。在云南丽江,苗族、彝族等少数民族主题旅拍吸引了大量年轻人;在北京,明制、宋制、旗袍等特色服饰成为

热门选项。为满足不同的消费需求,旅拍门店不断拓宽风格边界,从服饰造型到拍摄场景多维升级,这也让擅长需求对接、风格设计的旅拍定制师成为行业刚需。

记者注意到,蓬勃发展的市场催生出日趋完善的商业模式。服装租赁、专业化妆、跟拍、Vlog短视频拍摄等服务成为旅拍门店重要的收入来源。而在获客渠道上,从业者积极拥抱社交媒体,如在抖音定时直播,在小红书上分享客片案例,同时打造企业官方账号和旅拍定制师个人IP,定期发布潮流拍摄风格和创意文案,构建起立体的线上营销矩阵。

面对激烈的市场竞争,从业者通过差异化策略谋求突破。据杭海军介绍,其团队自主研发的智能交付系统,实现手机二维码一键看片功能,覆盖国内及东南亚、日本等海外市场。该系统整合了门店管理、智能派单等功能,并向行业开放使用,旨在提升其运营效率。此外,他们在热门旅游城市开设门店,深度挖掘当地文化,开发特色旅拍产品,以吸引更多多的用户。目前平台已积累超十万私域用户,形成了独特的竞争优势。

从“个人实践”到“行业规范” 职业化进程的蜕变与突破

“这个月有位客人来拍照,说上个月在故宫花低价拍的照片像景区快照,只好换家重拍。”小李的话道出了行业隐

痛:当旅拍行业从野蛮生长步入竞争深水區,从业者逐渐意识到,单纯的价格战正在透支行业未来。不少从业者在经营中发现,无序降价带来的连锁反应已危及产业根基,而职业化转型才是破局的关键。

“现在有些廉价套餐看着挺划算,背后全是坑。”小李告诉记者,“一套便宜的旅拍套餐,扣除服装租金、化妆师提成、旅拍师报酬,剩下的钱也买不来像样的道具。最后只能给客人用廉价化妆品化妆,随便拍几张照片就交差。”

利润缩水更是让一些商家举步维艰。在杨豆豆看来,价格降低直接导致单套旅拍套餐利润减少,若无法实现足够的销量,旅拍店难以覆盖房租、人力等成本,经营压力增大,甚至可能面临亏损倒闭的风险。更令人担忧的是消费者信任的流失,“部分旅拍店为弥补降价损失,会设置隐形消费,比如化妆时推销额外饰品,选片时强制购买精修照片等,这会让消费者感到被套路了,对旅拍店乃至整个旅拍行业产生不信任感,影响店铺口碑和长期发展。”杨豆豆说。

“虽然旅拍行业入局者众多,品质参差不齐。但你看现在做得好的店,不是靠低价,而是靠品质。”小李表示。他认为,随着“旅拍定制师”列入职业清单,职业化趋势不应只是喊喊口号,而应做出看得见的改变。

“规范化、职业化意味着将有专业培训和标准化流程,促使从业者提升专业技能,在路线策划、服装造型、摄影技术等方面提供更优质的服务,为客户打造更满意的旅拍体验。规范化、职业化也有助于建立健全行业标准和评价体系,规范市场秩序,减少恶性竞争和不良经营行为,推动旅拍行业与旅游产业深度融合,形成更完善的产业链,实现可持续发展。”杨豆豆在接受记者采访时表示。

旅拍定制师职业的发展,本质是文旅产业从“硬件驱动”向“内容驱动”转型的缩影。当每一次快门都承载着文化解码的使命,每一组客片都成为地域故事的传播载体,这份职业便不再局限于商业服务,而真正成为联结人与文化、人与情感、人与目的地的精神纽带——这既是行业升级的必然方向,也是从业者在时代浪潮中应坚守的价值坐标。

不少企业也正加快探索。“无论未来人工智能技术发展的方向和节奏如何变化,高效基础设施、高效算法以及应用落地依然是主旋律。”中兴通讯首席发展官崔利称,企业将进一步以创新为引擎,全力打造“网络、算力、能源”三位一体的智能底座;围绕数据、算法和技术融合,多维进化提升智能效益。

中国铁塔董事长张志勇表示,中国铁塔致力于打造智能、绿色、安全的新型基础设施。采用AI等智能化手段,通过平台和算法加快推进设备设施的无人巡检、远程管理、智能运维,使210万个点多面广的站址资源“看得见、管得住、维护好”,并将这种能力应用到铁路巡线、交通管理、国土监测、电力等多种场景。

(经济参考报)



新中式服饰、国货美妆、创意潮玩……如今,各类彰显中国审美应用的国潮产品销售火热,成为引领消费市场的重要力量。顾客在位于北京潘家园的“国家文化产业创新实验区·国潮文创店”内挑选商品。(中国商报)

声音

在社交媒体的助力下,旅拍已成为文旅消费领域的热门现象。数据显示,2024年旅拍催生出几百亿元的市场。从繁华都市到小众景点,身着特色服饰的游客们在镜头下定格美好瞬间。这一融合记录、社交与文化表达的新业态,正成为推动文旅深度融合发展的重要引擎。但在行业飞速发展的背后,因缺乏旅拍摄影师职业资格认证体系,也制约着行业的高质量发展。因此,推动职业资格规范化对提升服务品质、释放产业潜力、破解行业可持续发展瓶颈具有关键意义。

从现实价值来看,旅拍为文旅融合开辟了新的探索路径。传统的文旅融合方式相对有限,而旅拍让游客能够沉浸式感受地域文化。游客穿上汉服在西安古城墙下拍摄,或是身着少数民族服饰在云南古镇中留下身影,他们从文化的旁观者转变为参与者,这种亲身参与比单纯的观光更能让游客体会到地域文化的独特魅力。

从产业发展角度来看,旅拍有力推动了文旅产业链的延伸与拓展。在供给端,旅拍带动了摄影、化妆、服装租赁等相关产业的发展。以大理为例,随着旅拍热潮的兴起,当地涌现出大量专业旅拍工作室,同时带动了民族服饰租赁、特色妆造等配套产业的发展,形成了完整的旅拍服务产业链。大理文旅官方数据显示,2024年,大理举办目的地婚礼超5000场次,新人旅拍服务超20万对,其中90%以上的顾客来自省外,年行业产值近18亿元。在需求端,旅拍激发了游客更多的消费意愿。游客在拍摄过程中,除了支付拍摄费用,还会购买具有本土特色的文创产品、品尝风味独特的小吃,进一步丰富了当地文旅消费场景,为文旅产业注入了新的活力。

然而,在旅拍与文旅融合快速发展的背后,也隐藏着深层矛盾,其中最突出的问题便是文化表达的浅表化倾向。部分商家为了追求短期利益,将地域文化简单地理解为“服饰+地标”的拼贴。在一些热门旅游城市,游客穿着千篇一律的古装在仿古街道拍照,拍摄内容缺乏文化内涵和创意,仅仅是形式上的模仿。再如某些古镇,商家提供的旅拍服务只是让游客穿上民族服饰在固定场景拍照,没有对当地民族文化的历史背景、独特内涵进行任何讲解和呈现,使得旅拍沦为空洞的拍照打卡行为。这种浅表化的文化表达,不仅无法展现地域文化的精髓,还可能导致游客对当地文化产生误解,不利于文化的传承与发展。

此外,在小红书等社交平台上,也不乏游客吐槽旅拍乱收费的情况。有的游客反映,商家在拍摄前未明确告知额外收费项目,拍摄结束后却要求支付高额的选片费、加修费等;有的游客遭遇服装租赁加价、妆造质量与宣传不符仍被收取高价费用等问题,这些乱象严重影响了游客的旅拍体验。

要解决上述问题,推动旅拍与文旅产业的高质量融合,需要多方协同发力。旅拍从业者应主动深入挖掘地域文化,将当地的历史故事、民俗风情等元素巧妙融入拍摄内容,打造出具有深厚文化底蕴和鲜明特色的旅拍产品。例如在敦煌旅拍中,可以充分结合莫高窟的壁画艺术,设计以飞天、九色鹿等经典元素为主题的拍摄场景,通过专业的讲解和引导,让游客在拍摄过程中深刻感受敦煌文化的博大精深。同时,相关部门和行业协会应加强对旅拍市场的规范和监管,将旅拍摄影师职业资格认证纳入行业管理体系,制定完善的服务标准,提高行业准入门槛,加强对从业者的专业培训,以此保障游客的合法权益,从而促进旅拍市场健康、有序发展。

旅拍作为文旅融合的新兴业态,具有较大的发展潜力。它不仅为游客带来了独特而难忘的旅行体验,也为地域文化的传播和文旅产业的发展创造了新的机遇。只有不断创新发展模式、提升服务品质,切实解决现存问题,旅拍才能在文旅融合的道路上行稳致远,真正“拍”出地域文化的独特魅力,为文旅产业的高质量发展贡献更大的力量。

(王紫茜)

提速职业资格认证 助力旅拍师规范发展

前5月旅游专列发车次数同比增长20.2%

记者日前从中国国家铁路集团有限公司获悉,今年1至5月,全国铁路发送旅客18.6亿人次,同比增长7.3%,创历史同期新高。1至5月,铁路部门与文化和旅游部门、酒店及景区联动,拓展消费新场景,累计开行旅游专列630列,同比增长20.2%,有效助力了旅游经济、银发经济发展。

1至5月,铁路部门积极落实国家全面放宽优化过境免签政策等,为外籍旅客出行提供便利,累计发送外籍旅客766.5万人次,同比增长29.0%。铁路部门积极满足旅游观光、生态康养、红色研学等市场需求,精心设计线路,打造特色旅游列车和适老化银发专列,推动“火车向着景区开”;组织跨境旅客运

输,广深港高铁发送跨境旅客1257.9万人次,同比增长16.7%,中老铁路发送跨境旅客12.4万人次,同比增长24.2%,开好中蒙、中俄、中越国际旅客列车,促进跨境人员往来和经贸交流。

1至5月,铁路部门还不断优化铁路12306功能,推出老年常旅客会员积分优惠等新举措,计次票、定期票等新型票制已拓展至71条线路,静音车厢服务拓展到92趟动车组列车,京津城际铁路8个站点实现刷第三代社保卡乘车;强化老幼病残孕等重点旅客服务品质,提供全流程服务;加强文明出行引导,开展“我的铁路风景”主题宣传月活动,丰富旅途文化生活等。

(中国旅游报)

● 消费日报社出版

● 监督电话:67600827

● 社长、总编辑:赵 曦

● 总编室:67605115

● 副总编辑:刘 丁

● 经营中心:67604888

● 张丽娜

● 发行部:67604545

● 主编:卢 岳

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

● 责编:王紫茜

● http://www.xfxb.com.cn

● 地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 北京市丰台区定安东里20号楼

● 照排:网络照排中心

● 邮编:100075

● 零售价:2元