

## 影楼：不能只是“看起来很美”

经济日报·中国经济网记者 常理

如今，各类摄影产品充斥着人们的眼球，各式影楼生意红火。婚纱照、结婚纪念照、孩子出生后每年的成长照等等，已成为多数家庭的刚性消费。

与火爆生意形成鲜明对比的，是当前人像摄影行业不规范、标准缺失现象较为严重。价格不透明，照片质量没有衡量标准，服务质量不尽如人意等现象十分常见。有不少读者反映，这不仅侵害了消费者的合法权益，也不利于行业健康长远发展。

究竟这个行业发展现状怎样？问题出在哪儿？如何破解？记者就此问题走访了北京一些专业摄影机构和消费群体，发现了行业中的一些现实问题。

问题一  
价格“水涨船高”

去年“十一”期间，家住北京海淀区的姜女士抢到一套“小鬼当家”的儿童摄影大礼包，价格近8000元。据姜女士介绍，这份“超值”套餐包括3套儿童写真，有效期很长，可以一年拍一次，也可给不同的小孩分别拍摄。

“他家很少有团购，基本是一出就被抢光。”在庆幸能以如此“优惠”价格抢到这样一份套餐的同时，姜女士也不无感叹，如今儿童摄影的价格真是“水涨船高”，小孩子的钱太好赚了。

记者随后跟着姜女士一起来到位于蓝色港湾的“小鬼当家”影楼，看到2000多元的单人拍照只是“入门级”，稍微好一些的要数千。尤其引人注意的是，该店推出的“儿童骑马跟拍套餐”，一套价格高达近万元。

对于儿童摄影的套路，相信有孩子的年轻父母们都不陌生。如今，在消费升级、二孩放开等因素影响下，家长们似乎也更舍得下“血本儿”为孩子消费。“毕竟每家就一两个孩子，一年花个几千元钱拍次照，记录孩子成长经历，也是值得的。我女儿今年4岁了，每年都拍一套。”姜女士笑道。

记者调查发现，在北京，品牌型影楼多处在闹市区，如婚纱摄影集中在西单附近的黄金地段，儿童影楼则分布在蓝港、世贸天阶、大悦城等适合年轻人和孩子们吃喝玩乐的场所中。这些地方具有人流量大、租金贵、成本高等特点。这些因素都与日益增长的摄影价格不无关系。

商务部的调查数据也印证了这一现象，2016年人像摄影行业人力与租金等成本继续上涨，典型企业4项费用合计同比增长8.0%。其中，平均工资增长6.7%，税金增长6.5%，房屋租金增长12.3%，营销费用增长6.5%。

此外，不少消费者反映，为了吸引眼球，一些摄影机构在宣传中有误导消费的现象。比如，推出免费拍照，发放低价优惠卡等，但在实际拍摄过程中则以各种名义加收费用。

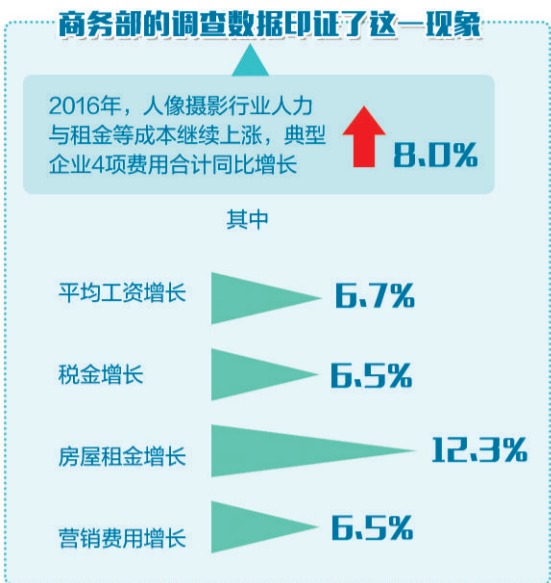
同时，客服人员会极力渲染不同主题的完美效果，通过后后期修图、定制专属款、高端体验等切入点，说服消费者从低端升级到高端。在这样的层层诱导下，很多消费者自然而然地追加了较大的费用。

行业的快速增长，虽然拉动了消费升级，满足了老百姓的物质精神生活需要，但是也留下了一些隐患，比如行业竞争激烈，同质化现象较为严重。某公司职员小张新婚归来，给单位同事展示自己在北京某摄影机构拍摄的婚纱照。看了几张后，另外两名已婚女同事傻眼了，怎么跟自己的婚纱照那么相似呢？

询问之后，她们恍然大悟，原来彼此都在同一家影楼选择了同等价位的套餐。所以，从场景到服装再到姿势，基本如出一辙。

“挡上脸基本看不出来是谁！”小张略有遗憾地表示。

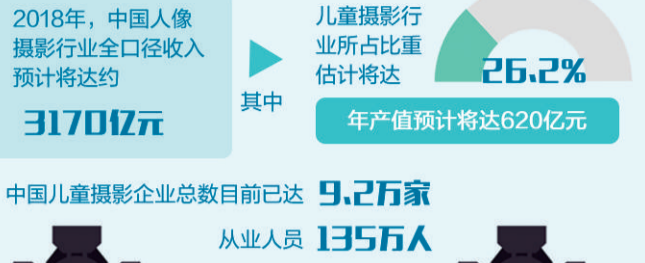
大人的拍照尚且如此，小孩子更是一样的。记者在影楼“小鬼当家”注意到，不大的店面里有三个摄影棚，每间都有不同的场景和道具，事先选好套餐后，小朋友们就进入到相应的影棚里排队拍照，拍完一处再出去拍外景，然后再回来拍全家福。从摄影师疲惫的眼神中不难看出，这样高频次的“流水线”作业，不仅孩子累，大人更累，最痛心的是，拍出来的效果千篇一律。



## 人像摄影行业要想健康发展

需要在专业化上立稳，在多元结构上求进，在服务体验上立稳，在互联网上求进，在产品价格上立稳，在消费价值上求进。同时，还要拍好片、服务好，稳定质量，突出特色，加强标准化建设等

## 数据显示

问题三  
服务参差不齐

家住西城区的邢女士自从有了孩子后，每年都会到王府井的中国照相馆拍全家福和孩子的特写照。然而，去年年底的一次不愉快经历，让她从此寒了心。

孩子生日那天，邢女士一家来到店里拍照。临近中午，还没轮到拍照的邢女士一家决定先出去吃个饭再回来等号，结果在下楼时，孩子一不小心摔倒，头撞到台阶上血流不止。

邢女士一家人吓坏了，赶紧抱起孩子，旁边排队的顾客纷纷过来帮忙，递纸巾，给孩子止血，安抚孩子。但是，一旁的几位工作人员却始终没有一个人过来问候。“照相馆里的楼梯很陡而且边角锋利，没有经过防滑或圆角处理，丝毫没有考虑到老人和孩子上下楼梯的安全问题。”邢女士回忆。

第二天，孩子爸爸去退费，照相馆的工作人员也没有问一句“孩子怎么样了”。如此这般的服务意识和态度实在让人心寒。其实，顾客到知名摄影机构拍照，获取高品质照片是一方面，另一方面也是想在拍摄过程中享受乐趣，感受贴心的服务。

记者认为，人像摄影行业今后应在差异化、个性化、定制化上培育新的优势和发展动能。从基础做起，大幅提高服务水平和能力，用产品造品牌，用服务创品牌，用口碑树品牌。

业内人士表示，人像摄影行业要通过提升服务消费品质，完善产品消费结构，带动相关产业协同发展，将人像摄影行业打造为集商品消费、服务消费、旅游消费、文化消费为一体的多元化综合消费模式。鼓励企业“精致生产”，最大限度发挥“工匠精神”，通过品质升级吸引中高端消费者。提升服务意识，强化过程管理，将客户需求快速反馈到服务端、产品端，以满足广大客户的多样化、个性化需求。

最后，笔者从原来的3999元一直升级到1万多元。这其中有人意志不坚定因素，但商家条款中没有详细约定的细节，的确留下了很大的“挖坑”空间。虽然前期承诺得很美好，但中期和后期设置的“隐形消费”陷阱才是关键所在。

由于拍摄婚纱照的大多是初涉社会的年轻人，生活经验、社会阅历都不够丰富，因此需要擦亮眼睛，提前做好功课，多咨询身边的亲戚同事，考察商家口碑，注意合同细节。如此，才可能避免让婚纱照这件喜事变闹心事。

片库里的500多张照片完全打乱，根本不按套系来划分，而且无法看到原文件，不能把一个套系的照片放在一起比较。选片过程非常辛苦，看着相似的照片总不确定是否见过。同时，耳边还响起服务人员的话语：“您的照片都很好，都留下吧，毕竟婚纱照一辈子只照一次。”结果，笔者额外多选了几十张照片。除了合同中约定的赠送40张底片外，多选的照片是要加钱的。

另一个化妆师却说，“其实昨天室内用一瓶就行，但今天室外，出汗多，需要用4瓶”。工作人员前后的自相矛盾，争相推荐定妆液，只因为价格不菲，一小瓶定妆液就要160元。第二天当笔者提出只用1瓶定妆液后，化妆师的态度和服务也跟着大打折扣。拍摄下来，仅定妆液笔者就多花了近1000元，事后笔者在网上搜索发现，同款同型号的定妆液花50多元可以买到好几瓶。

然后再回来拍全家福。从摄影师疲惫的眼神中不难看出，这样高频次的“流水线”作业，不仅孩子累，大人更累，最痛心的是，拍出来的效果千篇一律。

有些消费者为了避开影楼的同质化，选择有针对性的摄影工作室拍照。家住朝阳区的陈女士就是其中一位，她在网上选择了一家私人工作室上门拍照。

然而，陈女士很快发现，看似低廉的网上报价实际上水很深。最便宜的套餐299元，一般只是吸引眼球用的，因为配套的册子太差了，只能放几张照片，很少有人会选用。

而如果需要增加服务，价格一下就从几百元上升到一两千甚至数千元，比如提升相册档次，增加服装、画框等。

更让人难以接受的是，最终的拍摄质量难以保障。半个多月后，陈女士收到了期盼已久的孩子百日照，但是打开以后她很是失望，因为照片品质和宣传册里的差别太大了。一家人的合影摆台，背景加了个白色帷帐，看上去怪怪的。

实际上，在人像摄影行业，保质又保量是一件很难实现的事情，每个人的身材、长相、拍照时的心情都千差万别，很难用一个统一的标准去评判。

对此，中国人像摄影学会主席闫太昌认为，中国儿童摄影将进入优胜劣汰的调整期和优化配置的创新期。行业里要淘汰出局一批劣质经营、违规经营、粗暴经营、投机经营、失信经营的企业或个体，只有把这些“乱象、乱事和乱人”淘汰掉，才能给行业带来更好的生态环境和发展机会。

业内人士指出，人像摄影行业要想健康发展，需要在专业化上立稳，在多元结构上求进，在服务体验上立稳，在互联网上求进，在产品价格上立稳，在消费价值上求进。同时，还要拍好片、服务好，稳定质量，突出特色，加强标准化建设等。

## 警惕婚纱摄影二次消费“陷阱”

徐子虚

员带到一家影楼展位前时，笔者还在犹豫到底是选择影楼还是工作室。了解到笔者想法后，影楼销售人员便不断强调与工作室相比，影楼自身的优势，向笔者描绘非常美好的画面：上百套豪华服装免费供选，且都是台湾高级设计师的原创设计，化妆造型师、摄影师也都是斩获过国际大奖的人才，优惠力度也非常大，只要3999元。同时，还声称只有当天才有这样的力度，名额有限，再犹豫可能就没了。于是，被“洗脑”后的笔者当时就稀里糊涂地交了钱，开始了自己的“升级”之路。

首先是选择摄影服装。笔者第一次见识了所谓的台湾原创是何等“低调华丽”，在西单大厦地下室的一间小屋里，两排衣架上挂着几十套旧衣服，有些上面还有灰尘，让人完全没有想穿上的欲望，更别提摄影了。看到笔者不满意，工作人员立刻把笔者夫妇带到另一个房间，灯光聚焦下，各式裁剪得体的新款服装时尚大气，与刚才的

场景形成鲜明反差。但这里的衣服属于升级版，已经在订单之外，需要加880元到1500元不等。于是，原本赠送的7套服装没说完，笔者升级了3套衣服，多花了2000多元。

接下来是正式拍摄前的化妆。化妆师“创收”的重点放在了定妆液上，第一天的化妆师称，“今天拍摄5套室内照，需要用4瓶才能保证妆容持久。第二天用一瓶就行”。第二天拍户外，另一个化妆师却说，“其实昨天室内用一瓶就行，但今天室外，出汗多，需要用4瓶”。工作人员前后的自相矛盾，争相推荐定妆液，只因为价格不菲，一小瓶定妆液就要160元。第二天当笔者提出只用1瓶定妆液后，化妆师的态度和服务也跟着大打折扣。拍摄下来，仅定妆液笔者就多花了近1000元，事后笔者在网上搜索发现，同款同型号的定妆液花50多元可以买到好几瓶。

好不容易拍摄完成，进入到选片阶段，笔者却发现存在的问题更多。图

## 节后上班快收“心”

叶金福

一年一度的春节长假结束了，大家又像往常一样开始上班。笔者发现，有些人节后上班的状态不是很正常，还处于“过年状态”的模式。有人甚至认为，春节假期起码要放到元宵节。

按理说，春节长假结束了，应该及时投入到日常工作中，对自己分内之事尽早谋划，从紧安排，这样才能有条不紊、按部就班地做好和做实新一年的工作。可事实上，有些人节后上班了，却依然沉醉于节日假期的氛围里，上班心不在焉，工作时提不起精神，节奏慢，工作质量明显降低。有人认为还在正月里，上班考勤没那么严格，于是出现迟到早退现象，甚至有的人上班签到后便去找朋友喝酒打牌。更有甚者，干脆不去上班，也不请假，还继续悠闲地过着“春节”。这无形中损害了单位的形象 and 个人的声誉。

常言道：“一年之计在于春”。笔者以为，每个人都应尽快调整好心态，把“心”尽快收回来，以饱满的热情、充沛的精力投入到各自的工作中。

## 绷紧“安全过节”这根弦

李长安

春节假期结束了。回想过去的这几天，作为一名在纪委工作的共产党员，笔者认为，有必要梳理几根需要一直紧绷着的“弦”。

警惕土特产里的“糖衣炮弹”，不乱“承诺”。春节期间会遇到左邻右舍、亲戚朋友送土特产，甚至送“礼品礼金”的情况。这个时候，作为共产党员需要保持冷静。对朋友的困难应该帮助，但必须在组织原则范围内，违纪违规的事情不能做。乱承诺是违纪违规的源头，要从源头上堵住“乱用权”。同时，谢绝“土特产”，俗话说“吃人家嘴软，拿人家手软”，收下“土特产”就为自己违反组织纪律埋下了“地雷”，乱收“礼品礼金”更是违纪违规。

警惕酒风坏了作风。平时跟朋友聚少离多，难得有团聚的机会。“一起喝几杯应该没事吧。”看起来没问题，其实问题不小。很多人都有这样的经历，一喝酒，组织原则自然也就抛到了九霄云外。党员的形象没了，造成很坏的影响。

警惕“赌”为快。各地都有党员“禁赌”的规定，然而一到过节，赌兴又蠢蠢欲动，经不住同学、朋友邀约，一“赌”为快，失去了共产党员的底线。

如今，每逢佳节倍思“清”早已成为常态。每位共产党员都应时刻牢记党规党纪，时刻绷紧“安全过节”这根弦。

## 教孩子管好“压岁钱”

周荣光

在刚刚过去的春节假期里，很多小孩子都收到了过年“压岁钱”。

说实话，过年给小孩子们发几个“压岁钱”是人之常情，是长辈们对孩子的情意表达，不宜也无需一味拒绝。不过，从有益于孩子身心健康成长的角度讲，需要让孩子对“压岁钱”有正确的认识。

长辈可以通过和孩子一起查阅相关资料，帮助孩子搞清楚“压岁钱”的来历、意义，懂得其文化底蕴，特别是体会和感受“压岁钱”背后蕴含的期望与呵护。家长可以和孩子一起整理“压岁钱”，鼓励孩子先制订理财计划，然后和孩子一起结合“压岁钱”的数目完善理财使用规划，引导孩子科学使用“压岁钱”。学校也可以在新学期开学时，将“如何花好压岁钱”当作新学期入校教育的重要内容，通过班会、校园广播和黑板报等形式，引导孩子管理、使用好自己每年收到的“压岁钱”。

## 喝酒应讲究“一桌两规”

马洪利

今年春节期间，笔者发现，在许多饭局中人们都“心照不宣”地奉行一条不成文的饮酒规矩，那就是“一桌两规”。

所谓“一桌两规”，就是“一桌酒席，两种规矩”。亲朋好友们如果聚集在一桌宴席上吃饭，可以根据各自的“喜好”程度与酒量大小来酌情饮酒，相互尊重，互不干涉。这样减少了推杯换盏、猜拳行令等不文明现象，还可杜绝酒驾醉驾的出现。

倡导“一桌两规”，形成了喜人的酒席新风，谢绝了“祝酒论英雄”的“劝酒宴”“陪酒宴”“逼酒宴”“派酒宴”。在节日宴席上都尽力以茶代酒、以奶代酒、以饮料代酒，甚至以矿泉水、白开水代酒，杜绝“贵气醉酒”闹剧的重演。

春节期间，很多党员干部做到滴酒不沾。他们减少了酒瘾“口福”，却找回了健康的身体和文明的形象，以及安全感与自信心。这样做，少了些浓浓的“酒香味儿”，但有了优质、美好、平安的新年味。

## 劝酒需有度

廖卫芳

春节假期，笔者的一位同事和朋友在饭店小聚。席间，几位朋友相互不停地“劝酒”，个个喝得面红耳赤，东倒西歪，其中有一位还被送进了医院输液。同事对此解释说，席间相互“劝酒”显示朋友间的热情和真诚。笔者不禁有些疑惑：难道非得“劝酒”才能显出热情吗？

过年，朋友相聚喝点小酒，对加深情感、增进友谊，应该说是个不错的方式。不过，俗话说得好：“饭有饭量，酒有酒量。”每个人对酒精的承受能力不同，喝酒的量也不同。如果非要强人所难，喝得酩酊大醉，喝进了医院甚至喝出人命，那又有什么意义呢？近年来，喝酒喝出人命引发官司的报道不时见诸报端，这应该引起警觉。

以喝酒作为是否热情的说法，只是一种借口，是为陋俗旧风作辩护的托词。酒席上真正的热情和真诚，应该是随意和适可而止。宴席不“劝酒”，这是文明的表现。春节的温度还未完全散去，希望朋友聚餐时，文明“劝酒”，切实把“劝酒”当作热情。

本版编辑 许跃芝 梁剑箫

《读者》投稿邮箱 jrbdbd@163.com

jjrbdbsh@163.com