

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。

“挡上脸基本看不出是谁！”小张略有遗憾地表示。



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

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。

问题二
质量难以保障

日益高涨的人像摄影价格也反映出国内旺盛的需求以及行业的快速发展现状。数据显示，2018年，中国人像摄影行业全口径收入预计将达约3170亿元，其中儿童摄影行业所占比重估计将达26.2%，年产值预计将达620亿元。中国儿童摄影企业总数目前已达9.2万家，从业人员135万人。

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，每个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。

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元甚至数千元，比如提升相册档次，增加服装、画框等。



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元甚至数千元，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

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套服装没用完，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。

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。

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和个人的声誉。

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，赌瘾又蠢蠢欲动，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“贵妃醉酒”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