

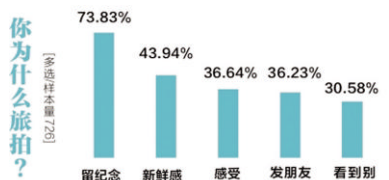
出游=出片

年轻人为什么爱上旅拍?

上周日上午九点,气温5℃。很多人还在被窝里不想起床,而在北京王府世纪大厦门前,已经有20个“格格”整装待发。

这里距离故宫步行不到500米,因为地理优势,很多旅拍店聚集于此,一栋楼里有上百家,每天从这里走出去的“格格”比几百年前的故宫都多。从前几年大火西安“大唐贵妃”照,到年初的哈尔滨“冰雪公主”照,再到下半年火出圈的泉州“簪花女”照……来到旅游目的地,经过一通“爆改”,拍下自己的“人生照片”,已经成为一种新型旅游方式。在小红书上搜索“旅拍”,有610万+篇相关笔记,热门笔记均点赞过万。旅拍虽火,但行业本身正在经历大洗牌。今年下半年,很多地方的旅拍店出现倒闭关店潮。

旅拍爆火,旅拍店为什么干不下去了?旅拍是怎么火起来的?通过调查我们发现,旅拍这件事不只“出片”那么简单。



为什么选择旅拍? 新鲜感

世界是一场游戏,人类就是NPC(游戏角色)。尤其是90后和95后,“爱演”这件事是刻进DNA的。调查显示,旅拍人群中,90后和95后占比近六成。那么,为什么选择旅拍?三个字:新鲜感。

旅游本身就是寻找新鲜感的过程,近几年小众目的地成热门,独特的民族文化和地域特色更加吸引猎奇的年轻人。映射到旅拍,调查显示,在所有风格中,大唐公主/贵妃、簪花女、苗疆少女、西域公主/古国公主、藏族卓玛排名前五。

今年五月,陈曦在湖北荆州拍摄了一组战国袍。“在历史书上学到春秋战国,只知道那是一个动荡变革的年代,但来到楚国都城所在地荆州,穿上战国袍,走近2000多年历史的古城墙,一秒穿越回战火纷飞、英雄美人的年代,那种宿命感和破碎感一下就来了。”

除新鲜感和深度体验外,年轻人爱上旅拍还因为便宜。这里的便宜是相对于写真。目前市面上的写真产品价格大多在1000—3000元之间。而调查显示,旅拍的花费在200—500元的占比超半数,千元以内的占比超九成。相比写真的人工布景、定点拍摄,旅拍是真景、真体验,真正的高性价比。

同时,年轻人爱上旅拍还因为旅拍容易“出片”,具有社交属性。调查显示,在旅拍的目的中,发朋友圈等社交平台占比近四成,其中95后、00后为发社交平台而旅拍的人占比近半数。

近年来,社交网络上流行一个词——营业,是指在社交平台的个人账号分享化妆、拍照、买衣服等生活方式,从而打造人设。分享旅拍照片就是“营业”的一种,更成为近几年的流量密码,在小红书旅拍热门笔记点赞数有10万+。

旅拍是个坑,一步一个坑?

那么为了“出片”,现在的旅拍卷成什么样了?

首先是卷价格。今年以来,随着行业玩家增多,竞争激烈,旅拍市场打起价格战。如沈阳故宫附近的旅拍店,去年还要399元的妆造+拍摄,今年几乎是199元、169元、149元就能拿下,甚至还有99元、88元的。

但是在调查中,我们发现消费者并不是无脑追低价。在旅拍花费中,0—100元极限低价排在最后,只有6%的人选择,价格在100—200元的占比13%,反而不如选500—1000元的人多。

调查显示,在旅拍过程中,被认为最重要的三个环节是妆造、摄影和服装。

对于商家而言,效率第一,半小时内完成全套妆发是平均水平,价格越低,妆发越快,做得越粗糙。有网友吐槽,有旅拍商家五分钟

都没到就化好一个妆,结果就是“急头白脸”“化完老十岁”。

如果说妆容是旅拍的面子,那么摄影就是旅拍的里子,旅拍的成败多取决于此。旅拍连锁品牌余笙海棠创始人吉军说,摄影师不只会拍照,更需要集构图取景、动作表达、光线运用等技术于一身,一个成熟的旅拍摄影师通常需要5年从业经验。而一些低价旅拍店,因为没什么利润,往往只能雇用初入行的摄影师及大学生摄影爱好者。

除了妆发、摄影、服装这些基本要素,旅拍的卷还体现在年轻人的要求越来越高,旅拍变得越来越细分。

调查显示,在“你会在旅拍过程中额外看重哪些卖点”一题中,排名前三的是价格透明无附加消费、妆造不浮夸拍摄自然和后期审美高级。此外,摄影师有想法拍摄有特色,拍摄有故事感(如还原历史、影视剧中的名场面等)占比也在半数上下。

不过,在吉军看来,个性化创新的玩法虽好,但很难规模化。“时间、人力成本高,导致价格不会便宜。一些剧情设定对顾客的表现力要求也高。”

旅拍行业仍有前景

尽管吐槽频频,但通过调查我们发现,消费者对于旅拍的满意度尚可。满意或比较满意的占比53%,认为踩坑和后悔拍摄的占比仅不到6%。

对旅拍的包容度高,或许是因为旅拍的意义。调查显示,超七成人旅拍是为了留纪念,近半数人是追求新鲜感,近四成人是为了感受当地生活体验当地文化。

映射到市场,旅拍的规模还在逐步扩大,数据显示2024年我国旅拍市场规模将达到400亿元。携程数据显示,2023年2月—2024年2月,旅拍订单同比增长63%,目前海内外旅拍产品和商家数较2023年同期增加30%以上。今年以来,00后、90后旅游订单占比54.9%,较2019年同期提升8个百分点。

旅拍对年轻人的吸引力大,行业规模不断扩大,也意味着竞争更加激烈。企查查数据显示,2023年全年旅拍相关企业注册量猛增273.59%,今年前8个月,累计注册企业数量为1869家,同比增长50%,云南、贵州、山西位列前三。

吉军说:“2022年的时候,旅拍刚刚火起来,靠小红书的自然流量就能出爆款,但现在需要真金白银的推广投入,这就考验运营能力和市场能力。有些人看到行业火了就进来,只有技术,不懂运营,不懂客户需求,花了钱也无收获;销售团队能力差,成交率低;没有钱,无法可持续推广,活跃度低。这些都是旅拍店倒闭的原因。”

旅拍店卷生卷死,但在业内看来,行业依然有一定发展空间。艾媒咨询首席分析师张毅表示,旅拍流行是为了满足消费者个性化和多样化体验的追求,同时满足记录自己的出行,和好友进行分享的需求。它结合了旅行的自由和摄影的艺术,让旅行不仅仅是观光,同时也形成一种情感的表达和个人故事的记录。旅拍和旅行是相辅相成的,既是旅行中的一个环节,也是旅行的升级。旅拍行业不断创新,市场不断细分,还可以延伸出更多服务。

来源:武汉晚报

