

旅拍走红 彰显青春个性

行业环境仍需净化

■中国城市报记者 张亚欣文图

近年来,随着社交媒体的蓬勃发展以及游客对个性化体验的追求,旅拍服务正成为热门景区发展的新风口。无论是在丽江的古巷,还是在三亚的碧海沙滩,专业摄影师的跟拍服务不再是明星专属,而是逐渐成为普通游客的标配消费。

据统计,2024年,2500多万人次的消费需求,撑起了中国旅拍接近400亿元的新赛道。这一现象背后,既是“颜值经济”的持续发酵,也体现出旅游消费从观光向体验升级的深刻变革——游客不仅要“到此一游”,更要“美美地出游”。

然而,在现实中,旅拍火爆的背后也伴生了景区管理秩序混乱、价格乱象频出等问题。如何平衡商业开发与游览体验的关系,正成为各目的地景区管理的新课题。

旅拍为何爆火

旅拍是由婚纱摄影从城市影楼转向以旅游目的地为拍摄场景后,衍生出的新概念,是一种将摄影与旅游相结合的体验形式,通过影像的方式记录下旅行者的游玩过程,以及与当地文化场景的互动。

旅拍不仅关注景物的呈现,更注重情感的表达和故事的叙述。在地域特色鲜明的目的地变装拍照打卡,这种体验感满满的沉浸式旅游方式深受年轻游客青睐,在社交媒体上火爆出圈。

据途牛旅游网数据,2024年订购旅游产品的10%女性用户选择了附带旅拍服务的跟团游产品,洱海骑行旅拍、汉服或少数民族服饰体验等格外受欢迎。

“我特别喜欢穿少数民族服饰拍照,这让我有一种穿越时空,体验不一样人生的感觉。”旅拍爱好者吴佳佳告诉中国城市报记者,因工作原因,她总是四处出差。这些年,借助出差的机会,她体验了很多不同年代、不同少数民族的女性妆造,有“晋商少奶奶”款,有“清朝格格”款等。最近的一次,吴佳佳在贵州省兴义市拍摄了一组苗族妆造照片,她觉得“体验感拉满”。

“旅拍的火爆,源于其精准戳中了现代消费者对于个性化体验与社交分享的双重

需求。”广州眺远营销咨询公司总监高承飞在接受中国城市报记者采访时分析,一方面,旅游不再仅仅是走马观花式的观光,人们尤其是年轻群体渴望通过更具创意和美感的方式记录旅程。而旅拍能够将自然风光、人文景观与个人形象展示巧妙融合,打造出独一无二的“大片”,满足了消费者对美的追求和对自我价值的彰显。另一方面,在社交媒体盛行的当下,精美的旅拍照片和视频成为人们社交互动的重要素材,能够吸引点赞和关注,从而使主体获得社交满足感。再加上,随着人们生活水平的提高和审美观念的转变,游客对于旅游消费品质的要求也不断提升,旅拍作为一种升级的旅游服务,自然受到青睐。

景区与旅拍服务“相互成就”

消费者需求增加,也让国内旅拍企业存量激增。

企查查数据显示,国内现存旅拍相关企业6019家。近10年,旅拍相关企业注册量整体呈显著增长态势。其中2023年,受文旅热潮的带动,旅拍相关企业全年注册量增长271.23%,达到2116

家,达近10年注册量的增速高峰;2024年,全年注册量同比增长22.54%,达到2593家;今年截至目前,已注册382家。从成立年限来看,七成旅拍相关企业的成立年限在3年内,其中成立年限在1—3年的相关企业最多,占比39.18%。

作为旅游消费的主力军,95后和00后热爱追逐流行、簇拥时尚,有时仅旅拍一项便可成为他们打卡旅游某个地方的原因。

中国城市报记者在张家界市七十二奇楼景区发现,每隔几米就有一家旅拍店,店内陈列着苗族、彝族、白族、土家族等少数民族特色服饰,还有不少类似美人鱼、精灵等角色扮演服饰。一家旅拍店主告诉记者,一到旅游旺季,店内的生意就十分红火,不少年轻女性游客都是通过小红书、抖音等社交平台慕名而来。另外,该店主还称,七十二奇楼有独特的风格——整个建筑群由72栋独立楼宇组成,错落有致地分布在青山绿水之间,其中最引人注目的就是高达109.9米的洞天吊脚楼。这座主楼建筑造型奇特,中央镂空门洞高达38米,宽28米,进深21米。门洞两侧悬挂着18栋原汁原味的湘西吊

脚楼。“在夜晚灯光的照射下,特别出片。”店主说。

除了旅拍店,整个七十二奇楼景区内,还有一些只摆摊的“散户”。这种“散户”一般只提供服饰租赁,不提供拍照服务,因此对于旅拍游客而言,费用方面相对划算很多。中国城市报记者了解到,这些摊位租赁服装,每套收费为25元—50元不等,半个小时起步。

在短视频等新媒体平台的传播下,旅拍也让很多景区找到了新的引流点。本身依附于景区才生长起来的旅拍,这时候又成了一种“活招牌”,开始反哺景区发展。旅拍带火一个景区的现象不在少数。

“旅拍服务为景区及周边业态带来了积极的影响,不仅增加了景区的吸引力和客流量,还带动了周边餐饮、住宿等服务业的发展。”中国金融智库特邀研究员余丰慧在接受中国城市报记者采访时表示,通过提供一站式的旅拍服务,景区不仅能够延长游客停留时间,增加消费机会,还能促进当地文化的传播和经济的增长。

以福建省泉州市蟠埔村为例,据了解,早年该村簪花写真馆只有六七家,但自从“簪花旅拍”火了之后,村里

已经开了近300家簪花馆,一条街上遍布簪花馆。再如延吉市也已发展出一条集朝鲜族服装租赁、美妆、摄影等于一体的新兴产业链。作为吉林省延边朝鲜族自治州的首府,延吉有着独特的朝鲜族文化和浓郁的民族风情,不少人更是为了一套写真,专程奔赴这座边境城市。此外,有数据显示,湖南湘西凤凰古城至今已涌现出1026家旅拍店,拥有直接从业人员5000余人。

多方合力规范市场发展

尽管景区发展与旅拍服务崛起形成了双向赋能,不过,旅拍行业也存在不少乱象。

此前就有媒体曝光,在福建省泉州市大开元寺内,不少旅拍业者为了追求新奇、“出圈”的角度,在拍照时指导游客攀爬文物建筑、古树,踩石凳石桌;有的甚至直接抢占了原本属于游客的步行通道。

为进一步加强世界遗产保护管理,引导从业者及游客安全、文明、有序进行旅拍。去年9月,泉州大开元寺发布了《关于在泉州大开元寺内开展商业性拍摄登记的公告》和《商业性拍摄“十禁止”规范公约》,明确提出,根据《“泉州:宋元中国的世界海洋商贸中心”世界遗产保护管理条例》相关规定,禁止未在泉州大开元寺进行商业性拍摄申请,并且未通过文明规范培训取得临时商拍登记证的人员进入寺院开展商业性拍摄。

旅拍市场的规范发展需要多方共同努力。高承飞建议,相关部门应加强对旅拍行业的监管,制定明确的行业规范和行为准则,对攀爬文物建筑等破坏性行为进行严厉处罚,提高违法违规成本。景区也应加强管理,设置醒目的警示标识,安排专人巡逻监督,及时制止不文明行为。同时,旅拍企业也应主动承担起社会责任,加强对从业者的培训教育,提高其对传统文化的敬畏之心和保护意识,引导从业者遵守景区规定,文明拍摄。此外,还可以通过宣传引导,提高游客的文明意识,鼓励游客对不文明行为进行监督和举报,共同营造良好的旅拍环境。



湖南张家界七十二奇楼景区主建筑,是当地旅拍店主眼里最出片的场景。