

相关企业注册量和消费者需求变化显著，仍需行业自律与政策监管结合

旅拍行业，能否成就文旅新赛道？

刚下过雨的南长街，氤氲的水汽弥漫在青石板路上。一位头戴步摇、身着素白汉服的姑娘，轻执一柄纸伞，在斑驳的古墙与潺潺流水间款款而行。刹那间，快门声响起，定格下这如诗如画的瞬间——在周末的各个景区，这样的场景司空见惯。

“旅拍，绝不仅仅是按下快门那么简单。它是帮客人把旅途中的情绪、故事，甚至是一瞬间的心动，都‘存’进镜头里。”歪猫公社创始人贺丰告诉记者。这位手握多项国际摄影大奖的“空中飞人”，一年中有超过200天辗转于国内外拍摄地，足迹遍布沙漠、冰川、古城，亲身见证了旅拍行业从萌芽到火爆的全过程。“市场需求呈现爆发式增长，根本停不下来。”他说。

市场火爆 新锐行业如春笋勃发

市场的火热有迹可循。途牛旅游网2024年数据显示，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，骑行旅拍、民族服饰体验等新颖形式成为热门选项。更直观的是企业端的活跃：近十年来，旅拍相关企业注册量呈显著增长态势，特别是2024年，全年注册量同比激增22.37%，达到2593家。

这股旅拍热潮的兴起，根植于消费者行为和心态的深刻转变。“游玩体验”不再是唯一的出行目标，“出片”，即拍摄出高质量、有格调的照片或视频成为旅行中的“刚需”。网友“手里有锤儿”的一句调侃精准戳中要害：“玩的、吃的、住的都可以将就，但朋友圈里的照片绝对不能将就！”在业内人士看来，这种需求升级有着更深层次的动因：“旅拍已经超越了简单的个人记录功能，演变成自我表达工

具。消费者通过分享精心策划的影像，在社交媒体上寻求关注、互动与认同，同时也为旅行赋予了独特的仪式感和情绪价值。”

这种变化直接驱动了行业服务模式的创新。走进南长街的女书书院国风体验馆，上万套中国历朝历代的精美服饰琳琅满目，其中不乏复刻古画精粹的复原款，令人仿佛置身时光长廊。“客人早已不满足于‘穿个样子’拍张照片。”主理人尤秀渊解释道：“我们要求工作人员在客人挑选服装时，同步讲解对应的年代背景、形制特点、传统礼仪，让汉服旅拍真正成为一次深度的文化沉浸体验。”

这种对体验深度的追求，近年来体现得越发淋漓尽致。“我记得樱花季的时候，十几个化妆师同时开工，清晨六点就开始忙碌，单日就能轻松破百单，有的客人甚至提前一

年来跟我预约服务。”从尤秀渊所描述的工作室日常中，可以体会到旅拍火爆的程度。

个性化定制成为另一大亮点。贺丰将镜头对准了更广阔的自然奇观，“我们带客人深入地质公园、沙漠腹地，甚至追逐极端天气。以星空银河为穹顶，以喷薄日出或狂暴沙尘为幕布，只为定格那些独一无二、充满力量感的瞬间。”贺丰分享着他的创作理念。

需求的升级也体现在消费者的投入意愿上。“有的客人下了火车，拖着行李箱就直接找上门了，目标非常明确——就是冲着‘出片’来的！”一位资深业内人士告诉记者：“几千元拍一天的价格现在已是常态，只要最终效果满意，客户接受度很高。甚至一些定位高端的定制项目，单笔费用达到两三万元，档期也排得满满当当。”

繁荣之忧 野蛮生长下的“阴影”

旅拍行业虽然逐渐进入“高光时刻”，但并非没有隐忧。不少景点景区因为旅拍数量的增加，出现了影响旅游体验的情况。今年3月，无锡鼋头渚樱花盛放，长春桥、赏樱阁、樱花谷等核心赏樱点却上演了不和谐的一幕：众多摄影团队长时间占据最佳拍摄位置，部分摄影师甚至架起梯子抢占高处，严重影响了普通游客的游览体验和公共秩序。

“说实话，现场不少举着相机的，可能连张像样的职业资格证都没有。”一位不愿透露姓名的摄影师私下向记者坦言，他自己的本职工作是会计，只是在暑期开始前“紧急补了课”，就加入了旅拍大军。对于这类缺乏资质的“野拍”人员，无锡市文化

市场综合行政执法支队联合市交通运输综合行政执法支队、景区管理部门进行了多次文明劝导，有效遏制了现场的混乱。但这些场面只是行业乱象的冰山一角。

“除了无证经营问题，同质化竞争也非常严重，大家扎堆拍类似的场景和风格照片。更致命的是‘恶性低价竞争’，一些机构用超低价吸引客户，最终只能通过压缩服务时间、降低拍摄质量或增加隐性消费来弥补，严重损害消费者体验和行业声誉。”无锡市摄影家协会相关负责人表示，部分小型工作室或个体经营者抗风险能力弱，一旦经营不善导致资金链断裂，消费者预付的拍摄费用就可能“打水漂”，维权也困难重重。

发展之道 自律筑基，政策引航

面对行业发展的需求和痛点，专家和行业协会呼吁构建更完善的行业体系。“首要的是建立‘资金托管机制’，确保消费者的预付款项安全。其次，应建立‘行业名单’制度，对良莠不齐的从业者进行规范化管理。”业内人士还建议，在热门景区（点）可以科学规划“专门拍摄区域”和“公共游览区域”，并进行时段管理，既能满足专业创作需求，又能保障大众游览及拍摄需求，平衡各方利益。

令人振奋的是，政策层面对旅拍趋势有了更多关注。近日，人力资源和社会保障部正式向社会公示第七批新职业信息，并在“商业摄影师”职业下增设“旅拍定制师”工种，意味着这份融合了旅游策划、形象设计、摄影技术与客户服务的复合型职业，首次获得了国家层面的“官方认证”。

“这绝对对是行业规范发展的里程碑事件！”无锡一家头部

旅拍工作室的负责人难掩兴奋，“官方认证”释放出强烈信号，推动我们从‘民间自发行为’向‘标准化服务业态’转型。未来，‘持证上岗’不仅是对专业能力的认可，更将成为从业者的核心竞争力和客户的信任基石。”

“‘旅拍定制师’职业的诞生，是市场需求自下而上推动与国家政策主动引导新业态健康发展‘双轮驱动’的完美体现。”业内人士表示，要让旅拍这束“高光”持续照亮文旅融合的新路径，未来仍需“双管齐下”：一方面，行业自身要苦练内功，尽快建立清晰的服务标准、质量规范和伦理公约，加强自律；另一方面，监管部门也需创新思路，探索适应新业态特点的“柔性监管”模式，让无锡的镜头，既能捕捉到江南的诗意与世界的壮美，也能映照出这个新兴行业的诚信、专业与有序。

（韩玲、黄梦羽）

图片提供：歪猫公社

锡博7月日均接待量近5000人次

文化场馆何以更出彩？

无锡城 江南意

今夏，文博景区熙熙攘攘，文化场馆人头攒动，就连图书馆也是一座难求。在这个全年最长的旅游黄金期里，不管是毕业游、研学游，还是避暑游、亲子游，文化场馆都是文化深度体验的核心场景。眼下正值我市一年一度的文化场馆月，除了集章打卡、精品展览、惠民演出、亲子阅读、非遗体验等传统活动项目，锡城场馆还在通过内容升级、场景重构、服务优化，逐步构建起“可感知、可参与、可传播”的文化体验新生态。

■主题展览的深度策划

从“到此一游”转向“深度游”，供给侧加速升级迭代，锡城场馆精准适配观众个性化、品质化的游览期待。“‘元’朱元璋行书手谕、为何是元代？”“这是朱元璋做吴王时写的，当时明朝

还未建立，是元末。”“唐寅的画和华察的字同框展出，唐伯虎到底有没有在华太师家打过工？”“没有。华太师原型为明代无锡进士华察，华察比唐寅小27岁，他中进士时唐寅已去世。”……近日，“金匮遗珍——无锡博物院典藏精品文物展”登上央视《新闻直播间》，持续引发锡博参观热潮。据统计，7月份，锡博开放26天，接待游客超12万人次，日均接待量近5000人次，锡博也趁热打铁，线上线下与粉丝积极互动，深度“安利”一系列特展。

锡博馆藏文物3.4万余件，作为全国知名的藏画大馆，其书画藏品是一大特色。“我们撷取院藏精品文物60余件策划了该展，书画区是一大看点，朱元璋行书手谕、邵宝行书自书诗卷、张大千为台静农六十大寿所作

出行图等均难得一见，凸显无锡作为书画之乡、收藏重镇的风采。”锡博相关负责人告诉记者，为满足市民游客反复观展需求，该展已由临展改为长期展览，并将定期更换馆藏珍品，动态巡展一级文物。

展览是文化场馆的核心竞争力，高质量的展览设计和内容呈现，能够实现文物价值的深度挖掘，从而与观众产生有效互动。无锡博物院中区四层展厅，“潮起江南——上海大都市圈近代爱国实业家展”的集章处，放置着一沓留言纸，上面写满了观后感，句句情深意切。上海游客许女士感叹：“在上海没看到的展览，在无锡看到了！”据了解，该展精选了包含锡博在内的长三角地区9家博物馆近百件文物，以场景互动、数字化等方式展现近代实业家做强企业、造福

地方、回馈社会、为国分忧的卓越贡献，激发了观众强烈的爱国热情。

■体验更多元，服务更贴心

暑期，锡城文化场馆在延长开放时间的同时，不断拓展服务领域、创新服务模式，为人们创造差异化的体验。7月28日晚，无锡市图书馆一楼共享大厅传出了《无锡景》的悠扬曲调。这是该馆打造的“艺起乐读”阅美课堂首场活动，无锡民族乐团带来了专场音乐会。音乐会前，还有木刻拓印、手绘团扇、钤印书签等活动，备受欢迎。

“我们在探索将音乐会、展览、市集等形式与场馆深度融合。”市图相关负责人介绍，文化场馆月期间，该馆与本地乐团合作，还将在8月21日、8月28日晚举办两场音乐会。“在图书馆

听音乐会，这种奇妙的体验谁懂啊？”“看书看累了，还能听音乐，太享受了。”令读者们感到贴心的还有市图划分了“读者食堂”区域，方便全天在馆的读者。

从单向输出到多元参与，从“参观打卡”到“全链条式体验”，锡城的文化场馆正变得“可感知、可参与、可传播”：在无锡美术馆不仅可以席地而坐，还能在专业画师的指导下临摹创作，甚至能够参加画展；换上汉服，捧起经典，孩子们化身小小书童，在东林书院，听风穿回廊，执笔轻挥洒，触摸传统文化；钱锺书故居内，游客们阅读文学作品，观看全息投影，切身感受钱氏家族敦厚质朴、勤勉奋进的文风；走进鸿山遗址博物馆，“小小讲解员”的童声让厚重的历史变得生动起来，设计精美的文创产品更是让人爱不释手……

■文化认同与品牌共建

暑期是文旅消费旺季，也是文化场馆吸引公众参与、提升社会影响力的重要时段。“今年的文化场馆月，我们与小红书‘邂逅生活’IP合作，以‘甜滋滋的锡式生活’为主题，将更多沉浸式体验融入文化场馆，带领市民游客探究分享身边的美好生活。”市文广旅游局相关负责人介绍，场馆月期间，无锡博物院、无锡市图书馆、无锡市公共文化事业发展中心、无锡美术馆、东林书院和名人故居管理中心、无锡大剧院、锡剧艺术中心及各市（县）区文化场馆联动，推出400余场活动，线上线下打造多个话题，凝聚文化认同，彰显城市形象。

《无锡市繁荣文化旅游业若干政策措施》实施以来，锡城文化场馆加强与社会力量合作，探

索以市场化的方式举办精品特展、临展，打造活动品牌，开发文创产品，提升活动的专业性与吸引力，满足公众文化需求。“锡博终于出文创雪糕了！”无锡博物院一楼文创区，市民小杨举起“元春水玉带扣·海盐味雪糕”拍照打卡。“文创产品的开发已经从纪念品转向了‘情感符号’。”锡博相关负责人表示，文创产品的热销折射出公众对文化符号的情感认同，该院长期面向社会征集文创合伙人，期待企业与设计团队与其共建锡博文创品牌。

在文化认同与品牌共建中，锡城文化场馆正逐渐从“文化容器”向“文明对话平台”转型。专家指出，未来，文化场馆需持续探索“文化+生活方式”的融合路径，真正实现从“流量入口”升级为“文化生态构建者”。

（张月）