

# 威海婚纱摄影的魅与惑

纵有蓝天碧海天然景棚,也不能老“靠海捞”



□本版策划 陶相银 □本报记者 赵兵

随着夏季到来,威海也到了最美的季节。不经意间,在公园、海边、大学校园,你总会看到一对对幸福的新人在拍婚纱照。威海已成为婚纱摄影的热点地区,不少外地游客甚至首选威海作为婚纱照外景地,但因为尚未形成完整的产业链,威海婚纱摄影还缺一张“浪漫名片”。



## 现象 影店档期都挺挤

3日、4日,记者利用两天的时间走访威海各大公园、海滩和高校校园,发现随着夏季的来临,婚纱照拍摄也“热”了起来。3日下午,在金海岸国际海水浴场,就有3对正在拍摄婚纱照的新人。在与之相邻的山大(校园)内,也有两对新人在拍摄婚纱照。在幸福门公园、威海公园内,也有

不少新人在拍摄婚纱照。3日当天,记者走访市区10家婚纱摄影馆,几乎每家都有两对新人正在咨询拍照事宜。巴黎春天婚纱的门市顾问倩倩介绍,得益于得天独厚的环境,威海的婚纱摄影一直比较红火,旺季从4月份一直能持续到11月份。新新娘·凯瑟琳婚纱的顾问卫星介绍,因为环境优美,冬天拍婚纱的人也不在少数,

到了夏季,他们的拍摄日程需要提前三个月预约,“现在我们的拍摄任务已经排到了7月份”。

一婚纱店的工作人员介绍,他们通常会带着几对新入一起外出拍摄,但摄影师只有一个,新人们只能排队干等。这名工作人员说,这基本上是每个婚纱店的“潜规则”,而新人则只有等待,“因为订单太多了”。



## 单一 大海总是主题

新人选择拍摄婚纱照,为的就是能留下最美丽的瞬间,因此,不少人都会来到婚纱摄影馆,向专业的摄影师询问最佳拍摄地点。而几乎所有的婚纱店都会选择环海路作为婚纱拍摄的主要地点。

“因为威海海岸线绵长,为拍

摄婚纱照提供了天然的便利”,钟爱一生婚纱馆的一名工作人员说,他们一般会选择沿海一线的幸福门公园、威海公园、阅海公园,还有环海路一线作为拍摄地的首选。“海誓山盟嘛,新人求得就是个好兆头,我们靠着海,正好能利用起来”。

艾诺影舍本身就位于海边,所

以他们比较倾向于在环海路一带为新人拍摄婚纱照,“一般情况下,我们都会带着新人走一遍环海路,哪里的景色好,我们就在哪里拍摄”。因此,无论在哪里拍摄,大海都是永恒的主题。新新娘·凯瑟琳婚纱门市顾问卫星说,他们选择央视威海影视城作外景基地,但拍摄时,还会有重点地选大海作背景。

趋势:

## 外地订单 越来越多

不少外地游客甚至组团来威海拍摄婚纱照。

4日上午,记者随机询问了5对拍摄婚纱的新人,就有2对是从外地来的。不少婚纱摄影楼都表示,外地新人来威海拍摄婚纱照已现端倪,外地订单越来越多。巴黎春天门市顾问倩倩证实,几乎每个月她们都要接待外地客户,最远的来自东北、内蒙、北京。倩倩说,每年五一、十一假期是外地新人来威海拍摄的高峰期,每100对新人中,大约就有20多对是外地来的。

为了招揽外地客户,威海的影楼也推出了优惠活动。在新新娘·凯瑟琳婚纱,外地客户通过网上预约来威海后可优先安排拍摄。艾诺影舍也在团购网上推出了摄影套餐,全国客户都可以提前预约,据了解,他们在高峰期接待的外地客户已高达60%。

4日下午,在山大(威海)拍摄婚纱照的新人李先生说,他3年前在山大(威海)上学,女友也是在学校认识的,因此两人相约婚纱照也回到威海拍摄。艾诺影舍的工作人员说,他们单位挨着山大(威海),每年都会接到不少这样的订单,“因为在威海上学,毕业后的学生对威海感情很深,再加上威海风景优美,许多人选择回到威海,留下最美好的瞬间”。

大多数新人是慕名而来的。在海水浴场拍摄婚纱照的刘先生来自山西,他是听说威海风景优美,与女友商议后才来威海度蜜月,同时也预约了威海的婚纱馆,在威海完成了婚纱照的最后拍摄。

记者综合各大影楼的反馈信息发现,外地来威海客户主要以北京、内蒙等地居多,上海、东北等地的客户也越来越多了。

## 公告

威海泰腾翔贸易有限公司经股东会研究决定,拟向公司登记机关申请注销登记,请债权人自本公告登报之日起45日内向本公司申报债权。

威海市宝倍康贸易有限公司经股东会研究决定,拟向公司登记机关申请注销登记,请债权人自本公告登报之日起45日内向本公司申报债权。

威海鑫达金属制品有限公司经股东会研究

决定,拟向公司登记机关申请注销登记,请债权人自本公告登报之日起45日内向本公司申报债权。

威海金地医疗器械有限公司经股东会研究决定,拟向公司登记机关申请注销登记,请债权人自本公告登报之日起45日内向本公司申报债权。

威海达达家具有限公司营业执照副本丢失,声明作废。

2013年6月6日

## 献策

### 做好婚纱游市场 细节特色待加强

幸福门公园是婚纱店拍摄的必去之地,不少新人也选择在此处拍摄多套照片,因此,公园内的公厕成了新人换装的的首选。3日中午,在此拍摄婚纱照的一对新人便遭遇了幸福的尴尬,因为新娘的衣服比较长,在厕所换衣时不慎拖在了地上,白色婚纱被沾湿了一大片。

威海的婚纱游渐成气候,但目前各单位还是单打独斗。想要把婚纱游的蛋糕做大,需要各个行业协同努力。威海

市旅游局市场科的一工作人员说,因为婚纱游是一个新兴旅游项目,目前市场比较混乱。酒店接待的婚宴比较多,但能提供的服务有限,没能与旅行社、婚纱摄影楼形成良好的互动。

这名工作人员认为,婚纱摄影楼如果想提高婚纱游的附加值,还需提升自身服务水平,“目前一些婚纱摄影漫天叫价,非常不利于婚纱游的长远发展和威海整体形象的提升。他认为,在做好服务的同时,还需发挥威海的特色,比如

推介海上婚礼等旅游线路,拉长威海婚纱摄影档期。

威海职业学院旅游系教师韩颖认为,威海要想从青岛、烟台等地争夺客源,就需要发挥自己的特色,“海草房、游艇、灯塔等都是威海比较独特的地方,威海还需利用好这些优势”。

就具体操作,韩颖认为,环海路一线处处都是风景,是一个完美的摄影圣地,完全可以作为一条精品线路,打造成“婚纱海岸”。

# SUV今朝, 还看Jeep

6月初,Jeep旗下的旗舰产品进口全新大切诺基在中国市场震撼上市。

在整体高端全尺寸豪华SUV市场中,全新大切诺基,以其独有的经济驾驶模式,以其独步汽车行业的连续三年荣获“全球十佳发动机”的Pentastar 3.6L发动机,配备ZF8速手自一体变速箱,创造了综合工况油耗10.4升/百公里的记录(中国国家工信部数据)。在高端豪华SUV市场,这是第一款综合工况油耗下探到11升以下的车型,这样的油耗水平,可以与中高级轿车相媲美。

这还不够,进口全新大切诺基以8速变速箱和7种驾驶模式为核心技术重点,凭借更全能、更高

效、更精湛的家族全新产品理念,以及领先同级的“十宗最”产品优势,全面超越同级竞争车型,再次成为豪华SUV的标杆。

### SUV市场的创造者:Jeep

1941年,Jeep品牌的诞生,有一个最实用的目的:帮助盟军赢得二战。世界汽车史上经典的Wyllie's诞生了。二战胜利后,盟军总司令艾森豪威尔曾说过:“Jeep、飞机和登陆艇,是我们赢得这场正义战争的三样法宝。”

Jeep品牌是全球SUV的鼻祖,是极致专业四驱越野车的代名词。1963年,凭借一款Jeep瓦格尼尔,Jeep创造了高端豪华SUV的细分市场和产品概念。

一直以来,Jeep不断挑战着汽车行业的技术高度,过去如此,今天更是如此。凭借终极动力表现——Jeep大切诺基SRT创造了SUV百公里加速4.9秒的记录,让人类可以同时拥有极速的乐趣和SUV的出色掌控感。

过去三年,Jeep品牌在全球和美国市场的销量每年均保持两位数增长。从2009年底开始,Jeep品牌实施了一系列措施,旗下车型迅速更新换代,在保持Jeep传奇性能的基础上,融合日常驾驶舒适性、出色燃油经济性与世界一流的精湛工艺。

### SUV今朝, 还看Jeep

2012年Jeep品牌在全球销量

达701,626辆,同比增长19%,创年度销量新高,超过了1999年所创造的最佳销售成绩,开创史上最佳年度销售记录。而这一数字也令Jeep成为当年的全球SUV销量冠军。

进入2013年,Jeep品牌在中国SUV市场上将成为规则制定者,和竞争引领者。

从日前上市的油耗低达10.4L/百公里的进口全新大切诺基,到上海车展上首次亮相的Jeep家族新成员自由光,昭示着Jeep品牌正向着“更全能、更高效和更精湛”的方向大步迈进,这一通过产品战略传递的品牌变化,为当下SUV市场,如何更快速地适应节能减排的社会发展趋势,

如何让 SUV更好地融入都市生活,树立了典范和做出了回答。

就在今年的上海车展上,Jeep品牌的全球首席执行官宣布,Jeep品牌重归中国SUV前三强的决心。SUV今朝,还看Jeep!雄心壮志溢于言表,而实现梦想需要强大的品牌实力作为支撑,“四个之最”为品牌实力做了强力的背书:

——全世界SUV销量冠军:卖得最多的SUV品牌。

——全世界百年来首次使用9速变速箱:最领先技术。

——全世界驾驶模式最丰富的品牌:最强劲的全路况实力。