

摄影服务 头豹词条报告系列



程希 · 头豹分析师

2024-01-30 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[居民服务、修理和其他服务/居民服务/摄影扩印服务](#)

[服务/影视传媒](#)



词目录

行业定义

摄影服务是指摄影师运用照相机及相关器具，为顾客...

[AI访谈](#)

行业分类

摄影服务行业根据应用场景可以划分为婚纱类摄影、...

[AI访谈](#)

行业特征

手机摄影的快速发展推动了全民摄影格局的逐步形成...

[AI访谈](#)

发展历程

摄影服务行业目前已达到 **3个** 阶段

[AI访谈](#)

产业链分析

[上游分析](#)

[中游分析](#)

[下游分析](#)

[AI访谈](#)

行业规模

摄影服务行业规模暂无评级报告

[AI访谈](#)

[SIZE数据](#)

政策梳理

摄影服务行业相关政策 **5篇**

[AI访谈](#)

竞争格局

摄影服务行业市场集中度较低，行业呈现以下梯队分...

[AI访谈](#)

[数据图表](#)

摘要

摄影服务是指摄影师运用照相机及相关器具，为顾客提供专业摄影和服装、化妆、造型等相关技能服务及其服务过程结果——照片。手机摄影的快速发展推动了全民摄影格局的逐步形成，行业经营主体数量的增长、“颜值时代”催生新的消费需求，带动摄影服务市场持续升温。未来优秀品牌的引领示范作用，“互联网+”助力摄影服务满足消费者个性化需求将带动行业市场规模持续扩大。

摄影服务行业定义^[1]

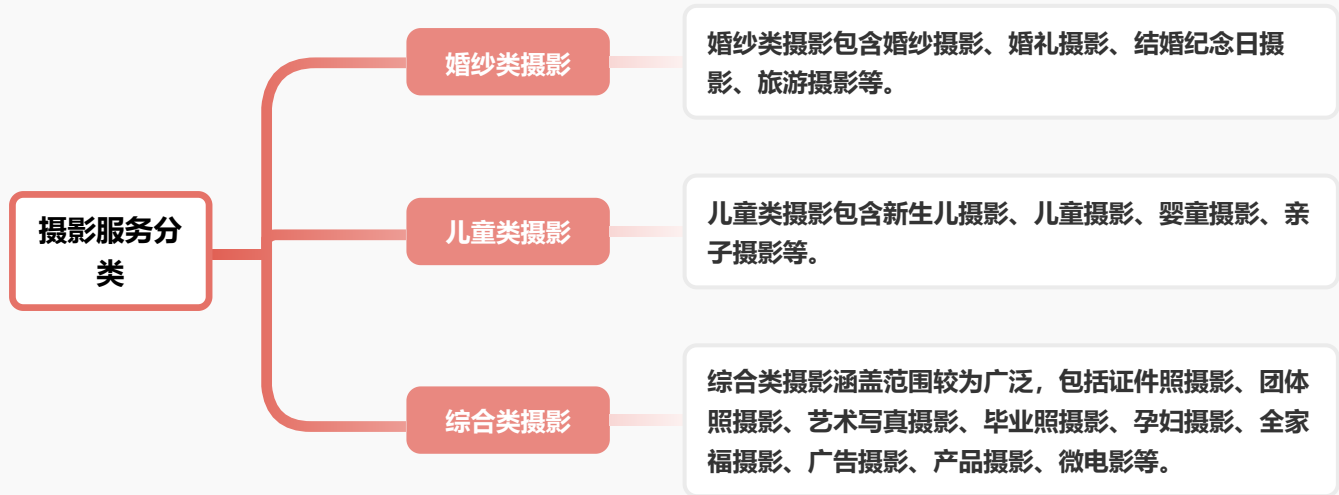
摄影服务是指摄影师运用照相机及相关器具，为顾客提供专业摄影和服装、化妆、造型等相关技能服务及其服务过程结果——照片。摄影服务主要包括七个工作阶段，即门市接待、形象造型、拍摄、看样、后期制作、取件、顾客意见分析改进。摄影服务行业是由提供摄影服务及其他相关产品的服务组织群体的集合，主要包括各种类型照相馆、摄影工作室、摄影公司、影楼、摄影社等。

[1] 1: 商务部

摄影服务行业分类^[2]

摄影服务行业根据应用场景可以划分为婚纱类摄影、儿童类摄影和综合类摄影三大类。

按照应用场景划分：



[2] 1: <https://www.dabei...> | 2: <https://s.visitbeijin...> | 3: <https://www.sohu...> | 4: 大北照相馆 中国照相馆 ...

摄影服务行业特征^[3]

手机摄影的快速发展推动了全民摄影格局的逐步形成，“颜值时代”的到来催生了新的消费需求和动力，带动影像市场持续升温。在互联网技术的加持下，互联网与传统产业加速融合，实现了在线化、数据化，“互联网+”摄影产品供应领域快速增长，线上线下交互逐渐成为主流。新媒体传播环境不仅为摄影服务提供了展示的空间，还为品牌出圈提供了重要条件，而品牌出圈则相应带动了新产品、新业态的发展。

1 “颜值时代”带动影像市场持续升温

手机摄影的快速发展推动消费者观念的调整，“颜值时代”的到来催生了新的消费需求，带动影像市场持续升温。

手机人像摄影推动了全民摄影格局的逐步形成，用镜头记录美好、见证爱意、传递情感的影响需求日益进入了消费者的日常生活。进入颜值时代，个体对于美的追求催生了新的消费需求和动力，且年轻一代消费群体追求个性表达，喜欢用照片、视频记录精彩瞬间。

2 “互联网+”摄影产品供应领域快速增长，企业经营多元化发展

互联网技术的加持加速融合实现传统产业的在线化、数据化，多元供给创造多样需求，“互联网+”摄影产品供应领域快速增长，线上线下交互逐渐成为主流。

在互联网技术的加持下，“互联网+”摄影产品供应领域快速增长，加速融合实现传统产业的在线化、数据化，产业跨界融合，多元供给创造多样需求。现阶段企业大多采用线下服务与线上服务相结合的经营模式，摄影更多作为一种线下服务活动，对时间、空间有特殊要求，线上服务是顾客通过门店线上渠道约定具体时间，确保双方合作的顺利开展，以此压缩等待、推迟等不必要的时间成本。

3 新媒体传播环境为品牌出圈提供了条件

新媒体传播环境不仅为摄影服务提供了展示的空间，还为品牌出圈提供了重要条件。

新媒体传播环境给摄影艺术、摄影创作提供了展示的空间，为品牌出圈提供了发展温床。以海马体为例，海马体专注于证件照拍摄，“最美证件照”在新媒体传播环境下成功出圈。截至2022年8月，小红书上已有34w+篇关于“海马体”的笔记，抖音“海马体”话题下有3.6亿播放量。海马体的成功出圈带动了“最美证件照”这一新产品、新业态的发展。

[3] 1: <https://cn.chinadai...>

2: <https://www.cbnd...>

3: 中国日报中文网 第一财...

摄影服务发展历程^[4]

19世纪中期，中国摄影服务行业进入萌芽阶段。1845年，中国的首家照相馆由美国人乔治·韦斯特创办于中国香港。进入20世纪，摄影已经逐步从中国香港传入广东、上海、天津等内陆省市，照相馆数量剧增，中国摄影亦逐渐摆脱了欧洲的影像风格，中式园林背景和道具的使用逐渐增多。

20世纪90年代，中国摄影服务进入启动阶段，从中国台湾引入了婚纱影楼模式，改变了中国只有照相馆的状况，此阶段大型影楼为主要市场主体，是公认的中国影像服务业的第一个黄金发展期。1993年，中国大陆第一家婚纱影楼出现。20世纪末，由婚纱影楼衍生出第一家写真馆。

进入21世纪，数码摄影技术的发展给整个行业带来了颠覆性的变化，中国摄影服务业进入高速发展期。2000年后，数码摄影技术取代了胶片技术，催生了小型工作室的发展，同时衍生出儿童亲子类摄影以及孕妇照等细分品类。2003年，爱儿美国国际儿童摄影集团在北京成立了中国第一家5A数码儿童影楼。2010年后，以海马体为代表的新型摄影美学服务公司出现。

萌芽期 · 1845~1990

1845年，中国的首家照相馆由美国人乔治·韦斯特创办于中国香港。1870年，中国香港已有十多家中国开设的照相馆。进入20世纪，摄影已经从香港传入广东、上海、天津等内陆省市，进入北方的士大夫阶层。1920年后，上海照相馆数量剧增。1921年成立的大北照相馆于1954年开始承担中南海怀仁堂和人民大会堂大合影拍摄任务。

此阶段为中国摄影服务行业的萌芽期，照相馆在19世纪传入中国后快速发展，20世纪照相馆已逐渐摆脱了欧洲的影像风格，中式园林的背景和道具的使用逐渐增多。

启动期 · 1991~2000

1990年后，中国大陆从中国台湾引入了婚纱影楼模式，改变了中国只有照相馆的状况。1993年，中国大陆第一家婚纱影楼出现，婚纱照开始渐渐流行，这时的影楼不仅引进了专业的摄影器材，亦吸收和培养了一批专职的摄影人才，较为专业的婚纱摄影服务开始出现。20世纪末，由婚纱影楼衍生出第一家写真馆。

此阶段为中国摄影服务行业的启动期，婚纱摄影这一影像服务业一出现就迅速迎合了中国消费者的需求，显示出极强的生命力，发展迅猛，逐步培养了中国人拍摄婚纱照的消费习惯，此阶段市场主体以大型影楼为主，是公认的中国影像服务业的第一个黄金发展期。

高速发展期 · 2001~2023

2000年后，数码摄影技术逐渐取代胶片技术，并迅速得到大范围的普及，催生了小型工作室的发展，同时衍生出儿童亲子类摄影以及孕妇照等细分服务品类。2003年，爱儿美国国际儿童摄影集团在北京成立了中国第一家5A数码儿童影楼，标志着中国国内儿童类细分摄影服务的出现。2008年，高品质婚礼纪实摄影需求增长，中国自由摄影师群体开始出现并壮大。2010年后，以海马体为代表的新型摄影美学服务公司出现，部分企业开始注重品牌建设。

此阶段为中国摄影服务行业的高速发展期，数码摄影技术的发展改变了过去只有大型影楼才有实力购买昂贵拍摄设备和后期加工设备的历史，电脑后期处理技术的发展亦给整个行业带来了颠覆性的变化，技术门槛愈低，技术标准愈加多元化，此阶段中国的影像服务业不断发展、壮大、繁荣。

摄影服务产业链分析^[5]

摄影服务行业产业链上游为摄影器材设备、服装道具生产销售环节，主要为中游提供设备、道具等；产业链中游为摄影服务环节，主要为消费者提供专业摄影等相关技能服务；产业链下游为照片处理、冲印及终端消费者。摄影服务产业链有以下三个核心研究观点：

1.产业链上游摄影设备器材行业发展时间长，市场集中度高，议价能力较强。数码相机行业市场集中度高，五家日系厂商尼康、佳能、索尼、松下、富士占据全球数码相机90%以上市场。**2.产业链中游摄影服务企业规模较小，市场集中度较低，地区发展不均衡。**企查查数据显示，截至2023年12月，中国共有超过298万家摄影照相相关企业，79.1%的摄影照相相关企业注册资本在200万元以下，广东省、江苏省、上海市、北京市等经济发达地区摄影照相相关企业数量占比约28.6%。**3.产业链下游结婚登记人数降低，应届毕业生数量增长，摄影服务需求结构发生变化。**2022年中国结婚登记量为683.3万对，较2021年763.6万对同比下降10.5%。2022年应届毕业生数量达到1,076万人，首次突破1,000万人，较2021年激增167万人。人群数量变化导致摄影服务需求结构发生相应改变，婚纱照、结婚登记照等品类需求下降，而毕业生证件照需求大幅上涨。

上 产业链上游

生产制造端

摄影器材、服装道具生产销售等

上游厂商

索尼（中国）有限公司 >

佳能（中国）有限公司 >

富士胶片（中国）投资有限公司 >

[查看全部](#) ▾

产业链上游说明

摄影服务产业链上游为摄影器材、服装道具的生产销售等，产业链上游呈现出以下特点：**1.摄影器材设备行业发展时间长，市场集中度高。**数码相机行业市场集中度高，五家日系厂商尼康、佳能、索尼、松下、富士占据全球数码相机90%以上市场。2022年度全球数码相机、摄像机总销量为720万台，其中佳能的市场份额最高，达到46.5%，共售出335万台，远远领先于第二名索尼的26.1%和188万台。紧随其后的是尼康，销量为84万台，市场占比11.7%，富士占比5.8%，松下占比4.2%。

2.摄影器材设备行业议价能力强，设备造价高，配套产品昂贵，企业毛利率较高。2022年全球数码相机平均单价约为人民币4,300元，尼康2022年毛利率为46.0%，佳能毛利率为45.3%，索尼毛利率为37.8%，松下毛利率为27.0%，富士毛利率为39.8%。

中 产业链中游

品牌端

摄影服务

中游厂商

杭州海马体摄影有限公司 >

深圳天真蓝影像创意有限公司 >

湖南盘子女人坊文化科技股份有限公司 >

查看全部 ▾

产业链中游说明

摄影服务产业链中游的主要参与者类型包括照相馆、摄影工作室、摄影公司、影楼、摄影社等，产业链中游呈现以下特点：**1.摄影服务行业市场集中度偏低，地区发展不均衡。**企查查数据显示，截至2023年12月，中国有超过298万家摄影照相相关企业。摄影服务行业小规模企业较多，市场集中度低，79.1%的摄影照相相关企业注册资本在200万元以下。地区发展不均衡，广东省、江苏省、上海市、北京市等经济发达地区摄影照相相关企业数量较多，广东省摄影企业约25万家，北京市、上海市摄影企业均超过21万家，江苏省摄影企业数量超18万家，四个省市占比约28.6%。

2.摄影服务行业企业开始注重品牌建设，优秀品牌引领行业发展。中国现阶段已经出现了一批品牌知名度较高的企业，以海马体为例，截至2023年12月，海马体在中国已拥有594家门店，覆盖中国86个城市，凭借“最美证件照”打开市场，带动了证件照行业的整体发展，之后每年推出400-500款照片风格，每年的营收规模达到约20亿元，优秀品牌的出圈带动摄影服务行业创先争优，引领行业发展。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

照片处理、冲印及下游消费者

渠道端

奥多比系统软件（北京）有限公司 >

厦门美图网科技有限公司 >

深圳泼辣科技有限公司 >

查看全部 ▾

产业链下游说明

摄影服务产业链下游的主要参与者包括照片处理、冲印企业及终端消费者，产业链下游呈现出以下特点：**1.结婚登记人数不断降低，婚纱摄影行业市场需求下降。**2023年上半年中国结婚登记人数为392.8万对，同比增加了19.6万对，人口专家何亚福认为2022年第四季度受公共卫生事件影响，一部

分原本打算第四季度结婚的人推迟到2023年结婚导致了2023年上半年结婚人数小幅上升。2022年中国结婚登记量为683.3万对，较2021年的763.6万对同比下降10.5%。结婚登记人数整体呈下降趋势，婚纱摄影市场需求下降。

2.随着95后、00后等消费主体步入社会，开展求职就业、办理各项手续等社会活动，证件照拍摄的需求持续扩大。2022年应届毕业生数量达到1,076万人，首次突破1,000万人，较2021年激增167万人。且主力消费群体95后、00后更加追求个性和美感，对证件照拍摄的需求持续扩大，为证件照拍摄市场增添了活力。

[5] 1: <https://www.manfr...> 2: <https://www.cano...> 3: <https://www.sonys...> 4: <https://mp.weixin...>
5: <https://mp.weixin...> 6: <https://mp.weixin...> 7: <https://mp.weixin...> 8: 曼富图, 威登达影音 (...)

摄影服务行业规模^[6]

摄影服务行业市场规模由2018年的3,922.5亿元增长至2022年的5,254.5亿元，预测至2028年市场规模将达到8,058.2亿元，2023-2028年年复合增长率为6.9%。

中国摄影服务行业近年来保持增长趋势，主要得益于以下两方面原因：**1.行业经营主体数量持续增长，拉动行业整体规模扩大。**企查查数据显示，截至2023年12月，中国有超过298万家摄影服务相关经营主体，较2022年增加40.8万家，同比增长15.9%，2016-2023年复合年均增长率为32.5%。经营主体数量的增加使得行业服务产出能力持续扩大，拉动行业整体规模增长。**2.“颜值时代”催生新的消费需求，带动摄影服务市场持续升温。**特殊的成长背景造就了Z世代崇尚个性、喜爱高“颜值”的特点，“颜值时代”催生了新的消费需求，天猫发布的《95后玩家剁手势力榜单》报告显示，95后最烧钱的五大爱好是手办、潮鞋、电竞、摄影和Cosplay，其中摄影同比增长30%，愈来愈多的消费者使用照片、视频记录生活的精彩瞬间，带动摄影服务市场持续升温。

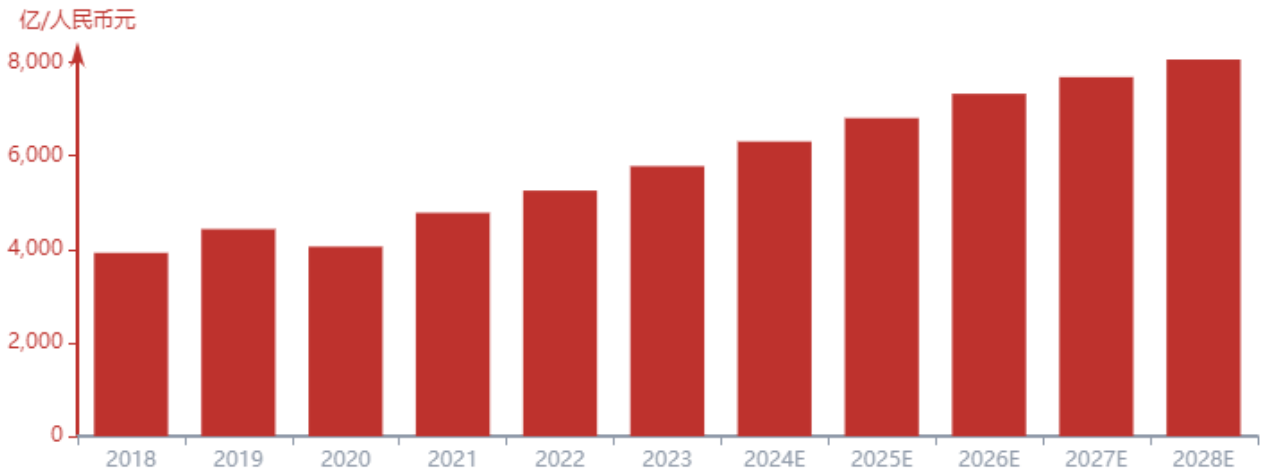
未来摄影服务行业市场规模有望持续增长，主要有以下两大驱动因素：**1.优秀品牌发挥引领示范作用，推动行业持续发展。**摄影服务行业现阶段出现了部分代表性品牌，以海马体、天真蓝为例，截至2024年1月，海马体在中国已拥有601家门店，覆盖86座城市，天真蓝拥有106家门店，已覆盖全国36座城市。优秀代表品牌的出圈，积极引导消费者需求，推动行业创先争优、持续发展。**2.“互联网+”助力摄影服务行业进入新的发展阶段，借助互联网精准推送，满足消费者个性化需求。**互联网的快速发展，摄影服务行业借助小红书、微博、抖音等线上平台进行营销推广、精准推送，小红书月活用户达2.6亿，其中90后占比高达70%，微博月活跃用户达到6.05亿，日活跃用户达到2.6亿，抖音月活用户达到7亿，线上流量为摄影服务行业线上推送打下坚实基础，线上平台的精准推动能够满足消费者的个性化需求，带动行业规模进一步增长。

摄影服务行业规模

摄影服务行业规模



摄影服务行业规模



数据来源：国家统计局、商务部服务贸易和商贸服务业司

[6] 1: 企查查、海马体官网、...

摄影服务政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于深化艺术专业人员职称制度改革指导意见》	人力资源社会保障部、文化和旅游部	2020-09-29	6
政策内容	该政策就深化艺术专业人员职称制度改革提出指导意见，政策包含总体要求、主要内容、组织实施三大板块，其中总体要求包括指导思想和基本原则，主要内容包括健全制度体系等。			
政策解读	该政策遵循文艺规律和艺术专业人员成长规律，健全完善符合摄影专业人员职业特点的职称制度，畅通职业发展渠道，更加科学客观公正地评价人才，推动艺术行业多出精品、多出人才。专业的摄影人才为摄影服务行业发展奠定了人才基础。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《摄影服务业管理办法（征求意见稿）》	中华人民共和国商务部	2014-02-08	7
政策内容	该文件提出了十五条管理办法，其中规定了包含适用范围、负责部门、摄影服务部门应遵守的法律法规、对于消费者影像资料的保护等内容。			
政策解读	该办法规范了摄影服务业市场秩序，维护了摄影服务业经营者和消费者的合法权益，使得摄影服务行业有法可依，有利于行业规范发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步促进人像摄影业发展的指导意见》	中华人民共和国商务部	2010-10-27	6
政策内容	该政策提出人像摄影业在发展中亦存在部分亟需解决的问题，主要表现为行业法规标准不健全、业态结构有待优化、网点布局不尽合理、服务规范化水平有待提高等。政策主要包括指导思想及工作目标、工作任务、保障措施三大板块。			
政策解读	该政策指导摄影服务业解决现有问题，健全行业法规标准，促进摄影服务业更好更快发展，全面提高行业服务质量和水平。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”文化发展规划》	中共中央办公厅、国务院办公厅	2022-08-16	6
政策内容	规划指出要在新的历史起点上进一步推动社会主义文化繁荣兴盛，建设社会主义文化强国。提出加强对文学、戏剧、电影、电视、音乐、舞蹈、美术、摄影、书法、曲艺、杂技以及民间文艺、群众文艺等创作的规划引导。			
政策解读	该政策能够加强对摄影等文艺创作的规划引导，办好摄影创作等活动，摄影等文艺创作的规范发展有利于摄影服务行业的高质量健康发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《摄影业服务规范 第1部分：摄影服务规范》	商务部	2008-03-01	6
政策内容	该标准规定了摄影服务组织在服务场地、设施等方面应具备的条件，摄影服务流程，并对服务场地和用品的卫生、从业人员等方面提出了要求。			
政策解读	该标准对摄影服务组织、服务场地、设施等方面提出了要求，并明确了摄影服务组织、感觉性质量等术语的相关概念，标准的提出有利于摄影服务行业规范发展。			
政策性质	规范类政策			

[7] 1: <http://www.mofco...> 2: <https://www.gov.c...> 3: <https://code.fabao...> 4: <https://www.mct.g...>
5: 中华人民共和国商务部 ...

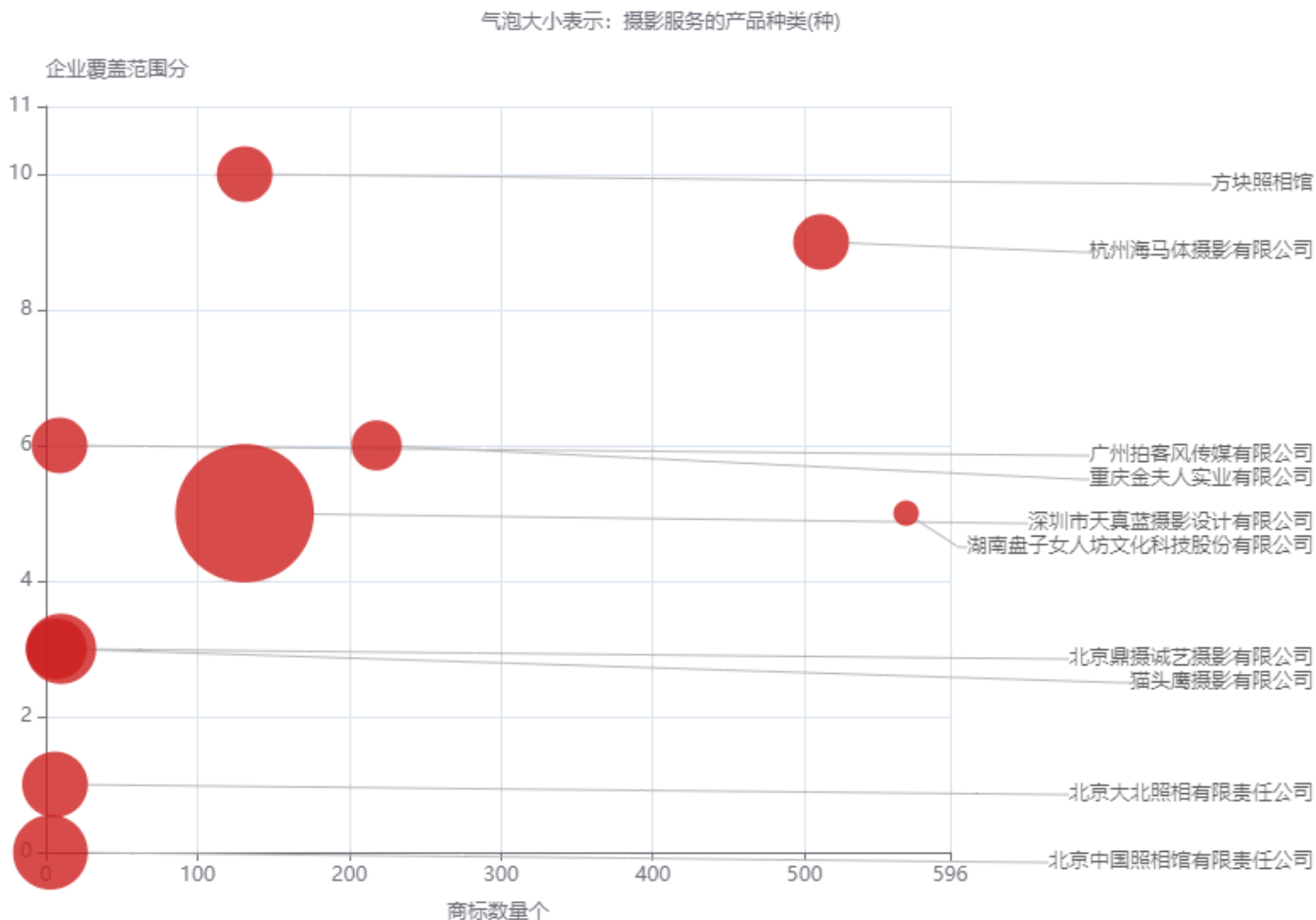
摄影服务竞争格局^[8]

摄影服务行业市场集中度较低，行业呈现以下梯队分布情况：第一梯队公司门店数量较多、覆盖城市范围较广且其摄影服务具有显著标识度，主要包括海马体、天真蓝、方块照相馆、盘子女人坊、金夫人摄影等公司；第二梯队公司门店数量在10家以上，覆盖城市范围在1座城市以上但摄影服务标识度较差，主要包括拍客风、猫头鹰摄影、鼎极摄影等公司；第三梯队公司是深耕于1座城市的老牌照相馆，主要包括大北照相馆、中国照相馆等公司。

摄影服务行业形成当前竞争格局的原因主要为：**1. 数码技术的发展降低了设备成本，行业进入门槛降低，经营主体数量大幅增加，市场集中度低。**企查查数据显示，截至2023年12月，中国有超过298万家摄影照相相关企业，较2022年增加40.8万家，同比增长15.9%，2016-2023年复合年均增长率为32.5%。摄影服务行业小规模企业较多，市场集中度低，79.1%的摄影照相相关企业注册资本在200万元以下。**2. 摄影服务受到地区经济发展水平影响，企业大多分布于经济发达地区。**企查查数据显示，截至2023年12月，中国一线城市有约47.5万家摄影服务相关企业，较2022年增加6万家，同比增长14.5%，占中国摄影相关企业数量的15.9%。

未来随着摄影服务行业不断发展，未来市场集中度有望提升，主要原因有以下两点：**1. 连锁品牌的发展促进行业市场集中度进一步提升。**随着摄影服务行业的发展，逐渐出现了部分优秀连锁品牌，以海马体、天真蓝、方块照相馆为例，截至2023年12月，海马体覆盖86座城市，门店数量达594家，天真蓝覆盖30座主要城市，门店数量超100家，方块照相馆覆盖128座城市，门店数量达到550家。连锁品牌的发展推动企业规模不断扩大，行业市场集中度进一步提升。**2. “互联网+”促进行业资源整合优化，马太效应明显，尾部企业突围较为困难。**互联网技术的发展，使得摄影服务行业借助线上平台精准推送满足消费者的个性化需求，促进行业资源整合优化。且

摄影行业马太效应明显，截至2023年12月，海马体微博粉丝数量为122.9万，小红书粉丝数量13.9万，抖音粉丝数量71.0万，远高于第二梯队拍刻风，拍刻风抖音粉丝数量仅3,055人，小红书粉丝数量9.8万，微博粉丝数量仅39人，马太效应导致尾部企业突围困难，市场集中度将持续提升。



上市公司速览

山东全影网络科技有限公司 (872368)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

山东尚视觉摄影股份有限公司 (872902)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

时代出版传媒股份有限公司 (600551)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	62.2亿元	15.47	9.39

深圳市天长地久文化产业股份有限公司 (518000)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

湖南盘子女人坊文化科技股份有限公司 (6960011)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

北京中国照相馆有限责任公司 (839886)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

视觉(中国)文化发展股份有限公司 (000681)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.7亿元	8.82	53.08

[8] 1: 企查查、公司官网、微...

[9] 1: 海马体官网, 门店信息...

[10] 1: 公司官网

[11] 1: 公司官网

摄影服务企业分析

1 湖南盘子女人坊文化科技股份有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	5091.85万人民币
企业总部	长沙市	行业	研究和试验发展
法人	杨健	统一社会信用代码	914301115530227877
企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	成立时间	2010-04-06

品牌名称	湖南盘子女人坊文化科技股份有限公司
经营范围	影像设备的研发、技术咨询；信息科技技术咨询；网络技术、陶瓷、电子产品、文化产品、... 查看更多
主要产品	以东方女性美为创作源泉进行主题创作的摄影服务

· 融资信息



A轮

未披露
2016-06-01

C轮

近亿人民币
2018-10-30

B轮

数亿人民币
2017-07-10

战略融资

亿元人民币
2021-03-24

2 上海纯蓝影像科技有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	561.3696万人民币
企业总部	市辖区	行业	科技推广和应用服务业
法人	周扬	统一社会信用代码	91310230MA1K03PE9H
企业类型	有限责任公司(中外合资)	成立时间	2017-11-27
品牌名称	上海纯蓝影像科技有限公司		
经营范围	摄影摄像、计算机、网络技术领域的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务, 摄影服... 查看更多		

· 融资信息



A轮

4500万人民币
2019-11-08

3 杭州海马体摄影有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1298.5417万人民币
企业总部	杭州市	行业	居民服务业
法人	黄逸涵	统一社会信用代码	913301015832427993

企业类型	有限责任公司(台港澳与境内合资)	成立时间	2011-11-10
品牌名称	杭州海马体摄影有限公司		
经营范围	一般项目：摄影扩印服务；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、... 查看更多		

融资信息



天使轮

未披露

2020-01-01



法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。