

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

情定水舞中－民眾對於水中婚紗認知度之探討

作者：

林宜萱。私立葳格高級中學。觀光事業科三年甲班
唐可欣。私立葳格高級中學。觀光事業科三年甲班
黃羽臻。私立葳格高級中學。觀光事業科三年甲班

指導老師：

劉幸姍 老師

江馨以 老師

壹、前言

一、研究動機

「噹～噹～噹～噹～」教堂內奏起幸福樂章，伴隨著新人的步伐，一起墜入兩人的甜蜜愛情裡。一生一次的婚禮當中，少不了佳人們最甜蜜的婚紗照，但「近年台灣少子化、經濟疲弱，整體婚紗市場蕭條，因此，市場逐漸轉型拍攝創意婚紗，爭取客源。」（中國時報，2017）。為了突破傳統的拍攝方式，業者們推陳出新不同的拍攝風格，以符合現代人的偏好，如風景外拍、水中拍攝及電腦後製 P 圖等手法；其中又以水中婚紗更是獨樹一幟，不論是話題性和挑戰性，皆顛覆著以往傳統婚紗的形式，藉此，提高本研究小組的研究動機，探討民眾對於水中婚紗的認知度及其選擇意願的要素探討。

二、研究目的

- （一）了解婚紗的起源
- （二）了解台灣婚紗產業發展流程
- （三）探討水中婚紗意涵
- （四）分析民眾對於水中婚紗之認知度及選擇意願的要素探討

三、研究方法

- （一）文獻探討法：透過網路資訊及書籍資訊蒐集相關資料，並加以統整。
- （二）問卷調查法：採用網路問卷發放，時間是 106 年 9 月 12 日至 19 日，發放份數 160 份，採不記名方式回收，無效問卷 12 份，回收率 92%。

四、研究流程



圖一：研究流程
（圖一：本研究團隊自行整理）

貳、正文

一、婚紗歷史

「1499 年法國法王路易十二與布列塔尼的安妮的新娘禮服，是第一次有文獻記載的婚紗。」(林卉祺，2010)，一般傳統婚紗為白色，可追溯至英國女皇維多利亞的婚禮，當時照片被廣泛刊登，不少女孩子希望穿著類似的婚紗步入禮堂，這傳統一直流傳至今。白色代表內心純潔及如孩童般的天真無邪，現今演變成童貞的象徵。一戰後，女性社會地位改變，使婚紗風格大異從前，而有了短裙的設計。後因二戰緣故，婚紗製作取得不易，因此風格由華麗轉為樸素，許多母親也將自己的婚紗當作傳家寶，讓女兒在結婚時穿上。

自從攝影發明後就被廣泛運用，因為攝影可以多種目的使用，創造多元化運用，而婚紗攝影就是其中一項，攝影與婚紗禮服租借的同時，深深影響婚紗攝影產業的發展模式。婚紗攝影起源甚早，根據文獻的考據，婚紗攝影在清朝治臺時期就已開始萌芽發展至日治時期，因中西文化交流，西方婚紗風格就此引入，臺灣婚紗業不斷吸收新知、技術，接受多元的外來文化，形成文化大熔爐。

二、台灣婚紗產業發展流程

「依據美國哈佛大學教授雷蒙德·弗農(Raymond Vernon)1966 年提出生命週期主要分為五個階段，含導入期、成長期、震盪期、成熟期及衰退期」(MBI 智庫百科，2017)，每個階段皆象徵整個產業的演化流程。本研究針對臺灣婚紗產業製作生命週期，藉此從中了解臺灣婚紗的產業發展沿革，如表一所示。

表一：臺灣婚紗產業發展生命週期

階段名稱	導入期	成長期	震盪期	成熟期
期間	1972—1978 年	1978—1987 年	1987—1997 年	1997—2004 年
重要紀事	◎黑白相片時代正式邁入彩色相片。 ◎臺灣經濟進入起飛期。	◎愛國東路婚紗街形成。 ◎國民所得每人平均超過五千美元。	◎臺灣經濟進入中度成長。 ◎國民所得每人平均超過一萬美元。	◎臺灣經濟能力下滑。 ◎包套服務及量身訂做。

(表一資料來源：邱文科，(2004)。《**台北市婚紗攝影業經營策略之研究**》(54)。元智大學管理研究所碩士論文。)

三、婚紗拍攝方式

甜蜜的新人，穿著美麗的婚紗，藉由鏡頭的捕捉，記錄美好的瞬間。隨著時代演進，舊式黑白婚紗照演變成彩色華麗的頁面；拍攝場景的選擇也由棚內的搭景增廣至觀光景點、婚紗基地、近年流行的水中婚紗及電腦後製 P 圖。其中以水中婚紗最備受關注，「**水中攝影中，按下快門的瞬間真的不易掌握。作品也得來不易，任一環節都必須很講究**」（布萊恩，2013），因需高專業技術和特殊材質婚紗拍攝，使不少新人被此新穎手法而吸引。

四、水中婚紗

（一）水中婚紗定義

水中婚紗意即在水中完成拍攝，拍攝新人必須克服無重力及水對於五官充斥的不舒服感；但水中獨特的光影與水流更能拍攝出有別於傳統婚紗攝影的唯美感。「**現今談起創意婚紗照，其中必定包含這一個充滿震撼效果和藝術感的水中婚紗。**」（劉幸彥，2014）這種令新人為之瘋狂的攝影效果，完全顛覆現今社會對攝影的既定想像，因此水中婚紗於二十一世紀瘋迷全球，越來越多人開始關注，使水中婚紗攝影同時得到了大幅度的發展！

（二）臺灣水中婚紗發展現況

「『中視新娘世界』，開創臺灣首間結合禮服與攝影的公司。」（溫芳齡，2013），進而打造獨一無二的台灣婚紗王國。然而「**如模板般唯美的婚紗照，已無法滿足尋求創新和獨特的新人們**」（中國時報，2017），因此市場逐漸轉型拍攝創意婚紗，如：漂浮婚紗、極地婚紗及水中婚紗等。水中婚紗拍攝也漸受新人重視，「**臺中婚紗業者甚至斥資千萬打造全臺第一個水底婚紗基地，新人不需潛水執照，花四萬多元即可拍浪漫水底婚紗。**」（蘋果日報，2013），本研究依據婚紗雜誌整理水中婚紗拍攝場地，如表二所示。

表二：臺灣可拍攝水中婚紗之場地

地點	適合新人
臺灣離島地區 （資料來源：weddingDay（2013）。2017 年 10 月 5 日，取自 https://goo.gl/Cuq8CV ）	適合能水中游泳自由上下潛換氣的新人
婚紗業者自備泳池 （資料來源：weddingDay（2013）。2017 年 10 月 5 日，取自 https://goo.gl/Cuq8CV ）	會游泳及不會游泳者皆適合（有專業教練陪伴）

續下表

承上表

地點	適合新人
臺中中正游泳池 (資料來源：蘋果日報 (2013)。2017 年 10 月 5 日，取自 https://goo.gl/HTwZ4i)	適合不會游泳與不會換氣的新人

(表二資料來源：研究團隊自行整理)

(三)、水中婚紗 SWOT 分析表

「SWOT 又稱市場情勢分析。優勢與劣勢是分析產品內部；機會與威脅是分析企業面對外在環境。」(張膜紹，2017)。本研究針對於水中婚紗做出了 SWOT 產品分析，如表三所示。

表三：水中婚紗 SWOT 分析

	優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
內部	1. 在水中拍攝唯美婚紗 2. 量身打造屬於自己的特色 3. 擁有與眾不同的拍攝手法	1. 拍攝風險較高 2. 婚紗材質較難選擇 3. 價格較一般婚紗昂貴
	機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
外在	1. 往個人藝術照發展 2. 開發臺灣水中婚紗景點 3. 為新興產業，尚有許多潛在客戶 4. 多舉辦婚紗展覽、推廣水中婚紗	1. 拍攝地點選擇性低 2. 與傳統婚紗相互衝突 3. 臺灣不婚族比例提升

(表三資料來源：研究團隊自行整理)

五、傳統婚紗與水中婚紗的比較

隨著科技的推陳出新及時代的進步，婚紗照所呈現出的畫面及內容的豐富度比起以往更顯多元。傳統婚紗照的定義廣泛，本研究小組採只要以拍攝過程中，人物站立於某個點，未經任何外力所擠壓，靜態式或短暫跳躍式讓攝影機捕捉鏡頭等手法即為傳統婚紗攝影。

本研究針對傳統婚紗與水中婚紗兩類拍攝手法之間的拍攝風格、套裝價格、拍攝風險、拍攝地點及婚紗樣式選擇等五大項度進行比較，整理如表四所示。

表四：傳統婚紗與水中婚紗之比較

	傳統婚紗	水中婚紗
拍攝風格	陸地景點搭配，強化人物的互動	藉由水波的襯托，顯現飄逸的唯美感
套裝價格	2 至 4 萬	4 至 5 萬
拍攝風險	較低 考量到達該景點的交通，及場地的安全性	較高 考量到達該景點的交通，及場地的安全性外，更需學習在水中憋氣及放鬆
拍攝地點	選擇性較多、可及性高	選擇性較少、可及性低
婚紗樣式	款式多元、材質不限	以輕型雪紡、絲綢、紗料較佳

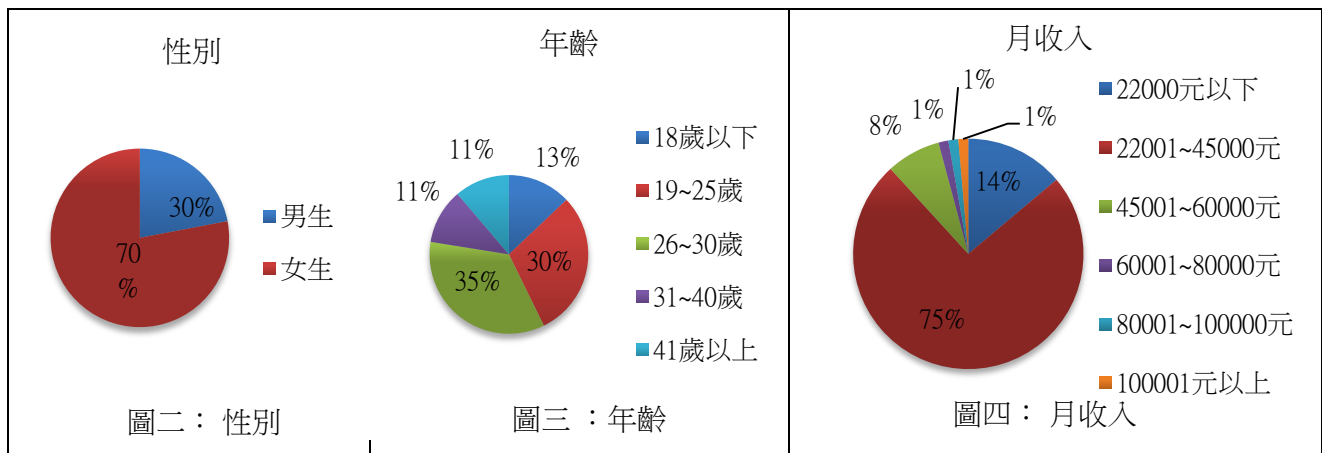
（表四資料來源：研究團隊自行整理）

六、分析民眾對於水中婚紗之認知度及其拍攝意願的可能性

（一）基本資料

根據本研究結果顯示，性別方面，女性占七成，男性占三成（圖二）；年齡部分以 26 歲至 30 歲占最多比例，為三成五（圖三）。月收入部分 22001 元至 45000 為最多比例，占七成五（圖四）。

表五：基本資料



（表五資料來源：研究團隊自行整理）

（二）民眾對水中婚紗的認知探討

根據本研究結果顯示，認為水中婚紗屬於創新婚紗的一種，同意以上比例含非常同意高達八成（圖五）。認為水中婚紗需考量區域安全性，以非常同意為最多，占六成八；其次為同意，占三成（圖六）。認為拍攝過程中需要優越技巧以非常同意六成三最多（圖七）。了解收費價格高於傳統婚紗，以同意比例五成占最多數（圖八）。認為水中婚紗在拍攝過程中，新人所面臨到的挑戰比傳統婚紗大，同意以上比例含非常同意高達九成

(圖九)。願意實際嘗試水中婚紗的民眾，持普通態度者為最多，占五成六(圖十)。

表六：民眾對於水中婚紗的認知

水中婚紗是創新婚紗的一種 圖五：屬於創新婚紗一種	水中婚紗需考量區域安全性 圖六：需考量安全	水中婚紗需要優越拍攝技巧 圖七：需優越拍攝技巧
水中婚紗收費價格高於傳統婚紗 圖八：價格高於傳統婚紗	新人對於在水中拍攝婚紗的挑戰遠比傳統婚紗大許多 圖九：新人面對的挑戰大	我會想去嘗試水中婚紗的拍攝 圖十：會想嘗試拍攝

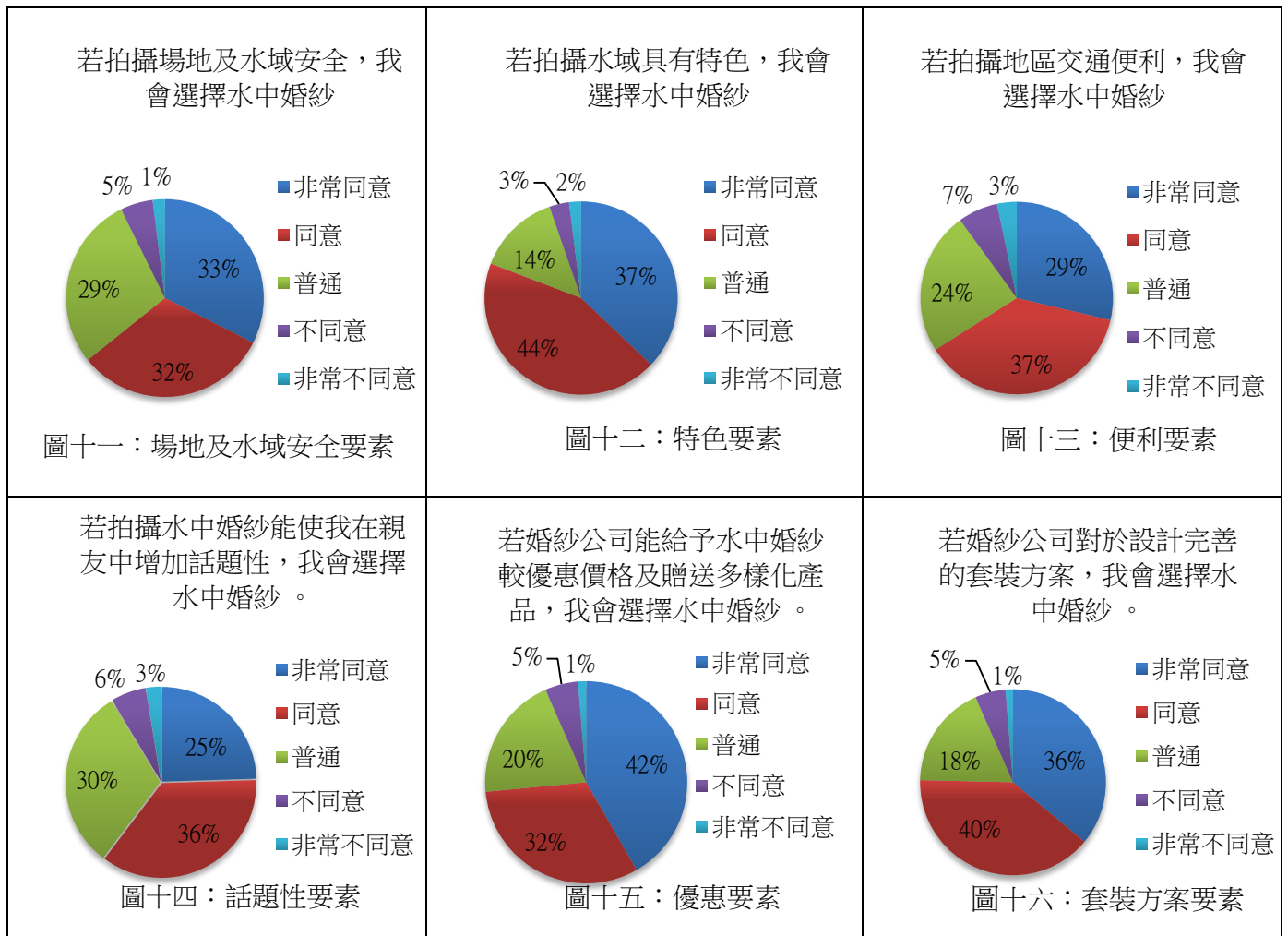
(表六資料來源：研究團隊自行整理)

(三) 水中婚紗具備要素與民眾選擇意願間的關係

根據本研究結果顯示，若拍攝場地及水域安全，有五成五的民眾有意願選擇拍攝水中婚紗(圖十一)；若拍攝水域具有特色，則有近八成一的民眾願意嘗試(圖十二)；若拍攝地區交通便利，則有近六成六的民眾願意拍攝水中婚紗(圖十三)。

除此之外，拍攝水中婚紗如果能在親友間增加話題性，則有六成一的民眾願意嘗試(圖十四)；婚紗公司如能提供優惠的價格並贈送多樣化產品，願意嘗試的民眾達七成四(圖十五)；最後，如果婚紗公司能針對婚紗攝影提供完善的套裝方案，同意以上含非常同意的民眾也有七成六居多。由此可知，民眾對於婚紗業者之行銷策略亦抱持著相對期待。

表七：水中婚紗具備要素與民眾選擇意願間的關係



（表七資料來源：研究團隊自行整理）

參、結論與建議

一、研究結論

（一）多數女性對於婚紗的憧憬及對水中婚紗的選擇前提要素。

根據本研究統計顯示，填寫此問卷多數為女性（圖二中占 70%），因此可了解現代女性仍對拍攝婚紗抱著極大的憧憬；如今社會面臨著經濟不景氣的情況下，多數青年月收入不高，約二萬二到四萬五中間不等（圖四中占 75%），造成許多民眾不願意砸下重金，拍攝高風險的水中婚紗照。研究顯示，當水中婚紗的前提如果在交通便利（圖十三中約 66%，同意加非常同意的比例）、場地及水域安全性佳（圖十一中約 65%，同意加非常同意的比例），且婚紗公司願意給予較優惠之方案（圖十五中約 74%，同意加非常同意的比例）下，民眾選擇意願的比例才會提高。

（二）民眾對水中婚紗的認知及接受度。

過半比例的民眾非常明瞭水中婚紗是新新時代的創新拍攝手法（可從圖五的 79% 看出，同意以上含非常同意），但因水能載舟亦能覆舟的相對理論，對於在水中憋氣拍攝的過程，心中產生極大的挑戰性，可從圖九和圖六的對應比例可以看出民眾對於安全的考量極高。無形的水壓對流，雖能創造美麗的唯美波瀾，但一不小心恐成遺憾，這對於即將辦喜事的新人來說，創新婚紗的嘗試意願，仍以普通程度比例的接受度為居多（可從圖十的 56% 看出）。

（三）婚紗公司給予的配套方案。

民眾認為婚紗公司若能給予設計完善的配套方案並提供多樣化產品，便能提高民眾的體驗意願，這樣的數據可以從圖四和圖八的比例可以推估而出。對於小資女孩來說，如果可以用較優惠的價格，體驗創新的婚紗拍攝手法，這也是非常值得開心的事情。

二、研究建議

（一）給台灣政府的建議

自古以來，台灣即有著福爾摩沙美麗之島的封號，但隨著環境汙染的日益嚴重，垃圾開始不客氣地徜徉在海岸線的周遭甚至是飄向沒有邊際的海洋。這樣的風貌對於海島型國家的台灣來說，無一是一大破壞及推拒遊客前往的最佳原因。設立嚴謹破壞環境的罰則、明確訂立維護海岸的政策、宣導市民共同愛護台灣，增加台灣觀光資源的豐富度，迫在眉睫。

（二）給婚紗業者建議

對於水中婚紗，因在台知名度不高，且價格比傳統婚紗來得較為高昂，拍攝風險也較一般婚紗高，建議相關部門可以對此做縝密推廣，如廣告宣傳、口碑建立、邀請部落客撰寫文章等；並做出優惠專案，搭配完整的安全配套服務，如拍攝一個月前，教導新人水中換氣技巧、如何和水相處及水中拍攝姿勢教學等課程，將服務精緻化，降低其拍攝風險性，讓民眾能更加深入了解水中婚紗，並提高其拍攝意願。

「在少子化、國內結婚對數逐年銳減下，婚紗業者可往港澳、新馬及大陸，透過參展吸收當地新人來台拍婚紗兼旅遊，將婚紗產業推向國際化。」（中國時報，2017），婚紗業者除了在台拓展商機之外，也可藉由網路的推廣及行銷，讓水中婚紗的作品可以被海外的民眾所欣賞，增加海外旅客來台拍攝婚紗的可能性。

（二）給未來研究者建議

國際間臺灣享有婚紗王國的美譽，「**臺灣婚紗業已打出品牌形象。吸引不少美國、香港、新加坡華人來台拍照，聲名遠播。**」（天下雜誌，2011），建議未來研究方向，可朝水中婚紗遊程規劃方面進行，因目前全臺拍攝地點選擇性較少且分散，如能串起婚紗拍攝景點一條龍措施，讓民眾拍婚紗之餘，也能享受套裝式的觀光景點，想必能為台灣婚紗產業帶來另一觀光新高峰。

肆、引註資料

一、書籍

劉幸彥（2014）。**漂浮，水的魔法攝影，一瞬凝結人像張力**。台北市：創意市集。

藍星沙（2016）。**我的婚禮我做主：主題選擇×禮服挑選×私房景點×婚禮小物，專業新娘祕書教你打造個人專屬風格婚禮**。新北市：和平國際。

張腴紹（2017），**餐旅概論**。台北市：全華圖書股份有限公司。

溫芳齡、林信益（2013）。台灣婚紗產業發展之探討。**臺北城市運動健康休閒學刊**，2(1)，25-36。

二、電子網路資料

化身美人魚和空中飛人，創新婚紗秀（2017）2017年10月5日，取自
<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20170904002767-260405>

台灣首座基地拍水底婚紗，四萬元搞定（2013）2017年10月5日，取自
<https://goo.gl/HTwZ4i>

三、網站資料

Paise Wed 國際時尚婚禮雜誌。2017 年 8 月 29 日，取自
<https://www.praisewed.com/?p=780>

Underwater wedding-熊的水中婚紗攝影工作室.海底婚紗.婚禮紀錄.水中人像.商業攝影。2017 年 9 月 18 日，取自
<http://ryukyu0986.blogspot.tw/>

臺灣婚紗業，稱霸世界第一（2011）2017 年 8 月 29 日，取自
<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5010750>

全球市佔七成，臺灣婚紗王國解密（2016）2017 年 8 月 29 日，取自
<http://realblog.zkiz.com/greatsoup38/186542>

產品生命週期理論。2017 年 9 月 1 日，取自
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E4%BA%A7%E5%93%81%E7%94%9F%E5%91%BD%E5%91%A8%E6%9C%9F%E7%90%86%E8%AE%BA>

四、博(碩)士論文

邱文科（2004）。台北市婚紗攝影業經營策略之研究。元智大學管理研究所：碩士論文。