

投稿類別：商業類

篇名:

親愛的，說好的「婚紗」要怎麼圓？

作者:

張庭維。台南市私立崑山高級中學。應用外語科三年級 A 班

蔡鼎廉。台南市私立崑山高級中學。應用外語科三年級 A 班

陳冠廷。台南市私立崑山高級中學。應用外語科三年級 A 班

指導老師：

董幸正 老師

吳婷芳 老師

壹●前言

一、研究動機

「婚紗」代表著結婚新人對於成家的期待與嚮往。不可否認地，婚紗攝影向來被視為資本主義商品化的產物，提供制式化的拍攝腳本給予結婚新人婚宴會場驚鴻一瞥般的豔麗（梁郁翎，2013）！過往的婚紗禮服樣式或是攝影方式無法反應結婚新人獨自鮮明特色！若再參雜雙方家人干預婚紗以及照片樣式，「婚紗」對於結婚新人而言，僅是步入禮堂前按表操課的流程之一！然而，近年來社會風氣漸開放，結婚新人雙方對於婚紗選擇以及拍照意向，漸產生多面向的「社會互動」（羅慧卿，2006）。也就是說，新人透過婚紗公司影像拍攝，產生多層次的回憶封存以及開啓（例如結婚新人以婚紗拍攝來記錄他們一路以來相識相戀的美好回憶地點）！而婚紗攝影業者也結合旅遊業，規劃「沙龍攝影與蜜月旅行」活動，將台灣婚紗攝影業的「軟實力」推向國際舞台（方暉旻，2013）。既然婚紗攝影業的設計以及行銷創意不斷更迭提昇，我們也想透過此次的專題研究，並訪談台南市婚紗攝影公司專業人員，來了解這兩年來（2012 年至 2013 年）結婚新人對於婚紗以及攝影樣式的規劃態度。

二、研究目的

根據上述研究動機，本次專題研究將往底下三大研究目的進行訪查與分析：

- （一） 調查近兩年（2012 至 2013 年）結婚新人預估的婚宴開銷。
- （二） 探索近兩年結婚新人選擇的婚紗禮服以及攝影類型。
- （三） 了解近兩年結婚新人製作婚紗相本的需求以及家長參與程度。

三、研究方法

本次專題研究主要是採取「口頭調查法」。透過專業婚紗業者寶貴的口頭回應意見，完成我們專題三大研究目的。原先我們規劃運用「問卷調查法」，隨機選取台南市婚紗攝影公司的客戶（也就是結婚新人）進行書面調查。但考量顧客的隱私權以及受試對象樣本數，我們最後採取「口頭調查法」，並根據上述三大研究目的，將訪談問題分為底下三大類別：（1）結婚新人預估的婚宴開銷（題 1 及題 2）、（2）結婚新人選擇的婚紗禮服以及攝影類型（題 3 至題 8）、以及（3）結婚新人製作婚紗相本的需求以及家長參與程度（題 9 及題 10）。之後，我們很幸運地獲得一間台南市婚紗攝影業者接受訪談（於民國 102 年 12 月 17 日星期二晚上 6 點整到 7 點於台南市 CD 婚紗攝影公司，共計一小時訪談）。我們根據業者訪談結果，進行書面記錄以及整理。

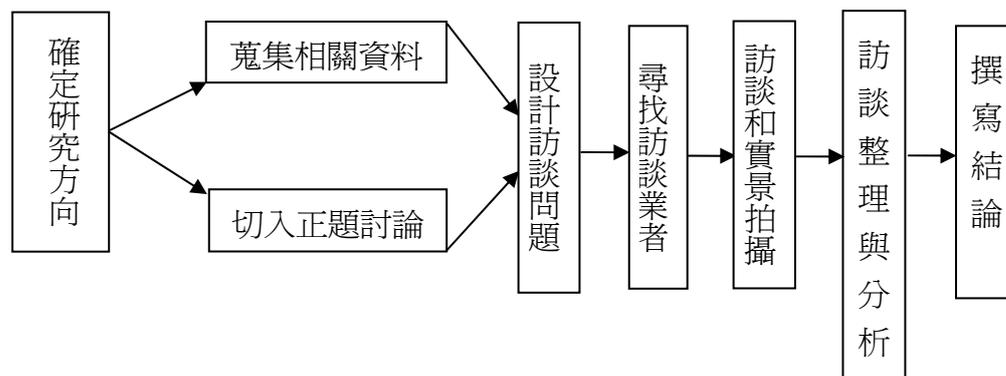
四、研究限制

本次專題研究，有幾項研究限制簡述如後。首先，就尋找願意接受訪談的婚紗攝影業者來說，實屬不易！由於現在婚紗產業競爭激烈，各家業者均有吸引顧

客的獨門秘技。也因此，基於商業機密考量，我們很難覓得願意接受採訪的業者。經歷一番波折後，我們總算找到一家願意出手協助我們研究的婚紗攝影業者，完成此次專題研究的訪談以及提供適切實用的資料。接下來，根據本次的研究目的（二）「結婚新人選擇的婚紗禮服以及攝影類型」，我們希望能獲得婚紗攝影業者提供適當的禮服款式來進行拍攝。但由於實地拍攝婚紗禮服會影響到客戶的隱私問題，所以大部分的業者也不太有意願協助我們完成這項請求。最後我們透過此次願意協助我們的婚紗攝影業者穿針引線，才能夠進行婚紗禮服的實地拍攝（於民國 102 年 12 月 21 日星期六下午兩點至四點於 CD 婚紗攝影公司進行實體拍攝）。然而，這項艱難的任務，還是要考量該家業者及他朋友的商業機密，所以有些「必殺獨門秘技」絢麗婚紗，無法提供我們拍攝。

五、研究流程圖

根據我們前述的研究動機、研究目的、以及研究方法，底下呈現一研究流程圖來勾勒我們專題整體的製作與執行過程：



貳●正文

一、近兩年台灣結婚新人預估的婚宴開銷

本項正文文獻整理，主要是依據研究目的（一）「調查近兩年（2012 至 2013 年）結婚新人預估的婚宴開銷。」提供相關文獻資料進行比對與分析。西元 2012 年恰巧為龍年，也是結婚新人繼 2011 年「結婚百年潮」後次要偏愛的一年（期待能產下象徵吉祥龍的貴子與靚女）。然而，2012 至 2013 這兩年也是台灣整體經濟尚待努力提升的階段，眾人荷包緊縮，對於婚宴開銷肯定錙銖必較。平均來說，「結婚百年潮」當年（也就是西元 2011 年），約三成結婚新人願意投資 50 至 70 萬新台幣來籌辦婚禮。然而，結婚百年潮退燒之後，婚禮籌備金約減少 10 至 15 萬新台幣（也就是大約 40 至 50 萬元）（veryWed 非常婚禮網站，無日期）。雖然從知名婚紗網站「veryWed 非常婚禮網站」提供相關數據報告可得知，台灣在 2012 年以及 2013 年婚禮籌備朝「簡約風」進行。但相較於彼岸盛行的「裸婚」（也就是只登記而不辦婚宴），台灣結婚新人堅信一生一次的婚禮還是要進行！接下來，有那些要素會影響整體婚禮開銷估計呢？底下簡要呈現相關因素如下：

1. 結婚新人工作收入：承上所述，這兩年（西元 2012 和 2013 年）婚禮開銷約 40 至 50 萬元新台幣。若以台灣年輕人 22K 薪資方案來計算，一對結婚新人若合力籌資婚禮，大約要一年左右的薪資才有可能進行（44K 乘以 10 個月薪資）。當然，工作收入越豐裕，婚禮排場也就越體面。
2. 繁瑣結婚禮俗：除了基本婚紗拍攝和婚宴開銷，不同地區的結婚禮俗都有可能使結婚新人的預算隨時調整。例如，傳言娶台南女子需豐厚聘金，男方家人也必須因禮俗所限而增加結婚預算。
3. 黃金價格波動：金飾為結婚新人不可或缺的要項之一。若以西元 2012 至 2013 年台灣黃金價格居高行情，結婚新人恐要倚賴雙親或是親友餽贈，才能減少婚禮籌備金開銷。以 veryWed 非常婚禮網站問卷報告結論，百年結婚潮選購結婚金飾的新人比例，遠高於接下來兩年結婚新人的金飾選購意願（也就是後續兩年結婚新人金飾來源，不少比例來自長輩贈送）。
4. 婚紗攝影方案：婚紗攝影方案，會隨著政府相關計畫推動或是結婚新人個人偏好而有所調整。例如，台灣交通觀光局曾推行「2008-2009 旅行臺灣年」六項不同主題的結婚旅遊主題活動，吸引了國內外結婚新人（約 5000 對）進行婚紗旅遊活動，開拓了台灣婚紗攝影海外市場（方暉旻，2013）。而專就「婚紗攝影方案」本身，也包括了「平面攝影」單項，或是「平面攝影搭配音響錄影等」，而有不同的選擇性（veryWed 非常婚禮網站，無日期）。
5. 贈送親友的婚禮小禮物：除了一般約定成俗的喜餅或是喜宴，結婚新人也會依其自我經濟能力，自行或是請婚紗公司選購紀念性婚禮小禮物來餽贈親友。一般來說，結婚新人於婚宴會場發放他們婚紗攝影的小卡片給赴宴貴賓，永保紀念。

二、婚紗禮服以及攝影照拍攝選擇意向

接下來的文獻探討，主要是呼應本次專題研究目的（二）「結婚新人選擇的婚紗禮服以及攝影類型」以及研究目的（三）「結婚新人製作婚紗相本的需求以及家長參與程度」。

（一）婚紗禮服選購意向

婚紗禮服樣式，可說是包容著不同文化以及社會意象。根據尹常年(1997)對於婚紗造型的特色，歸類為底下三大特性：心象性、消費者屬性、以及機能性屬性。底下將這三大屬性特色做一簡述：

1. 心象性屬性：代表結婚、幸福、浪漫。
2. 消費者屬性：著重在價格、服務、以及質感。
3. 機能性屬性與功能：象徵舒適性、塑造身材、漂亮與自信。

除了婚紗所代表的三大屬性之外，「女性」實為選擇婚紗類型的主要因

素。而女性選購婚紗類型，可藉由底下因素而有所不同（鍾佳閔，2007）：

1. 教育程度：教育程度越高，越側重品牌知名度、品牌形象、及權力距離。
2. 女性個人鮮明特色：一般來說，越具代表女性鮮明特色婚紗品牌，越獲得女性消費者重視。
3. 職業與個人主義：女性個人職業水平越高，對婚紗的要求更有其獨立性。
4. 文化特性：文化特性象徵女性對於中西式婚紗創新包容接受程度。

（二）婚紗攝影考量要素

承襲上述婚紗類型款式以及可能的象徵意義，本項文獻整理主要是聚焦在搭配的婚紗攝影業者相關考慮因素。基本上，對於婚紗攝影消費行為，可根據「消費者」以及「潛在消費者」兩項要素進行考量（張月惠，1992）。表一將這兩類消費者的選購行為特性，整理如下：

表一 婚紗攝影「消費者」以及「潛在消費者」選購行為比較

比較項目	消費者	潛在消費者
購買動機	婚紗攝影公司專業服務	影視戲劇或音樂節目推薦
訊息來源	親友介紹與店面廣告	親友介紹、影視媒體推薦
購買行為	禮服款式、服務態度、攝影技巧、以及店面廣告	(1) 府上拍全家福與錄影 (2) 偏好西式禮服 (3) 偏愛粉紅色系禮服 (4) 喜好現代風格照片

（整理自張月惠，1992）

根據表一，婚紗「消費者」較倚賴攝影公司本身的專業（如婚紗款式、專業拍攝技巧、以及行銷服務等），而「潛在消費者」多受到影視媒體節目推波助瀾以及攝影公司創意巧思。換句話說，前者意指的「消費者」較偏向保守安定型，而後者的「潛在消費者」可能屬於追求時尚型或是面面俱到型（也就是婚紗以及攝影等服務一把罩）（黃瑞銑，1994）。其中，「潛在消費者」（也就是追求時尚型或是面面俱到型）的選購意向更是引起婚紗業者投注的主要行銷目標類型（黃瑞銑，1994）！除了消費者本身可與業者在婚紗行銷創意激盪起驚喜的火花外，他們的消費金額以及拍攝組數（因為時尚創意驅使）也較為可觀！甚至在婚紗攝影服務一項更是受到教育程度在大學以上的結婚新人所側重（藍珮禎，2007）。這也是目前婚紗業者在百家爭鳴中必須要脫穎而出的要因之一（多吸引追求時尚型或是面面俱到型的顧客）。

除了「消費者」本身為選購婚紗攝影類型主要的因素，其它相關要素，也是婚紗攝影考量相關要因：

1. 結婚新人教育程度：一般來說，結婚新人的教育程度越高，對於婚紗攝影所牽動的「社會互動性」越多層次（羅慧卿，2006），以及越注重婚紗業者的服務性（藍珮禎，2007）。

親愛的，說好的「婚紗」要怎麼圓？

2. 文化認同性：所謂的文化認同性，除了不同風俗的婚紗禮服外，也包含現代女性對於婚紗文化的認同度。例如，傳統婚紗拍攝較著重女性物化以及性感要素。然今日對於婚紗樣式選擇，展現其自我獨立性(藍珮禎，2007)。此外，婚紗攝影的取景點，也牽涉到文化的認同度。例如偏好西式婚紗樣式新人，不排斥將攝影場景拉到國外名勝景點。
3. 性別要素：性別要素包含兩性在婚紗攝影中所蘊含的社會地位。過往的婚紗攝影必定涵蓋男性英雄主義以及女性艷麗性感特色。如今，兩性社會平等，結婚新人也不排斥角色替換等婚紗拍攝概念。
4. 婚紗蘊含的浪漫愛要素：「浪漫愛」要素，包含紀錄新人甜蜜相戀地點或時光。而新人要求的全裸入鏡等也是一種前衛浪漫愛的表現。

三、訪談結果分析與討論

(一) 近兩年(2012至2013年)結婚新人預估的婚宴開銷

1. 結婚新人對於整個婚宴花費、場地布置、預算金額的範圍

本項議題主要為研究目的(二)「結婚新人選擇的婚紗禮服以及攝影類型」預先做開場白。根據前述文獻(veryWed 非常婚禮網站，無日期)，台灣結婚新人於2012至2013這兩年願意投資約40至50萬元舉辦婚宴。此與婚紗業者的口頭回應有何種程度差異？表二呈現整理結果如下：

表二 婚宴開銷：業者訪談結果

問題二 請問自2012年至2013年，結婚新人對於整個婚宴花費、場地布置、預算金額在何種範圍內(例如50萬以內、100萬以內等)？	
婚宴開銷整體金額	盡量在50萬元內預算完成(包含場地佈置與婚宴花費)
理由	1. 以最簡單隆重為主。 2. 酒席一桌8000元新台幣起跳。如果宴客30桌加上額外的水果汁、糖果等需要花費30萬至40萬元。

表二業者訪談的結果與前述文獻相仿，甚至再低於10萬元左右的婚宴預算(文獻：40萬至50萬元；業者：30萬至40萬元)。此項訪談結果也反映台灣過去兩年整體經濟景氣尚待提升，再加上結婚百年潮退燒，多半台南市結婚新人希望能以30萬至40萬元的簡約風，舉辦婚宴。

2. 結婚新人拍攝婚紗套系列預算範圍

承襲表二，如果台南市結婚新人近兩年的婚宴預算至多在40萬元以內，他們願意支付的婚紗套系列預算範圍為何？依據張月惠(1992)調查民國80年代結婚新人的婚紗合理預算，大約在新台幣20001元至30000元。二十年後(也就是西元2012年至2013年)，台南市結婚新人拍攝婚紗套系列預算金額大約為多

親愛的，說好的「婚紗」要怎麼圓？

少？表三呈現整理結果如下：

表三 拍攝婚紗套系列預算：業者訪談結果

問題一 請問自 2012 年至 2013 年，結婚新人拍攝婚紗套系列預算大概多少錢（例如 30000-40000 元左右）？	
婚紗套系列整體金額	平均一對新人會花新台幣 10000 至 15000 元左右
理由	1. 基本套系價錢 30 組大約 39800 元。 2. 若結婚新人對婚紗拍攝成品滿意，都會加選照片。

表三所呈現的預算趨勢，與上列表二相似，均有減少的情況。也就是說，二十年後台南市結婚新人的婚紗套系列拍攝預算，比過往金額（新台幣 20001 元至 30000 元）砍半（新台幣 10000 至 15000 元）。反映這兩年經濟環境以及國人薪資所得倒退現象，促使結婚新人對於婚紗套拍攝預算也必須捉襟見肘！

（二）近兩年結婚新人選擇的婚紗禮服以及攝影類型

1. 選擇的婚紗禮服類型

婚紗禮服類型，我們根據尹常年(1997) 婚紗造型特色屬性，並搭配鍾佳閔（2007）女性婚紗選擇類型特色，來與業者訪談結果作一整禮與分析。表四呈現業者訪談結果如下：

表四 選擇的婚紗禮服類型：業者訪談結果

問題三 請問自 2012 年至 2013 年，結婚新人選擇的婚紗禮服類型為何（時尚、前衛或典雅）？	
婚紗禮服類型	深 V、露背、細肩帶
理由	一般新人喜愛時尚且跟得上流行的樣式，都是新娘能接受與喜愛。

根據表四，「時尚」與「浪漫」為台南市女性選擇婚紗類型要素。若再從業者所述的婚紗類型著重深 V、露背、以及細肩帶，我們推論台南市女性選擇婚紗造型首重機能性屬性（象徵舒適性、塑造身材、漂亮與自信），並兼具心象性屬性（代表結婚、幸福、浪漫）以及（尹常年，1997）。而從此次業者的回應，我們也發現，台南市女性選擇婚紗比較沒有職業或是女性獨立等特色。她們還是希望像公主般地穿著浪漫婚紗，與另一半共攜未來。底下呈現這三類型的婚紗圖示以及業者的描述，來確認我們的推論（這些婚紗圖皆為實體拍攝，由同意受訪的此家婚紗攝影公司提供婚紗禮服樣式）。

表五 各類型婚紗代表特色：業者訪談結果

婚紗類型	特色
露背式婚紗（圖 1）	1. 突顯新娘背後美；2. 柔和女性形體美； 3. 突顯新娘典雅氣質
深 V 魚尾裙婚紗（圖 2）	1. 款式特色在魚尾裙擺的地方和深 V； 2. 加入了花朵皺摺的設計以增添華麗感

親愛的，說好的「婚紗」要怎麼圓？

蛋糕裙婚紗（圖 3）	<ol style="list-style-type: none"> 1. 長長的多層次裙擺； 2. 加入了花朵的設計，增添華麗感
華麗的公主裙擺（圖 4）	<ol style="list-style-type: none"> 1. 達到澎裙效果 2. 多層次感的公主裙擺款式更顯提升臀部線條
A 字型簡單剪裁婚紗（圖 5）	<ol style="list-style-type: none"> 1. 挑選婚紗時盡量選擇像這樣 A 字型婚紗款式 2. A 字型款式的婚紗禮服能延伸新娘的身形曲線
多層次裙擺婚紗（圖 6）	<ol style="list-style-type: none"> 1. 長長的多層次裙擺； 2. 加入了花朵的設計，增添華麗感



圖 1 露背式婚紗圖



圖 2 深 V 魚尾裙婚紗圖



圖 3 蛋糕裙婚紗圖



圖 4 華麗公主裙婚紗



圖 5 A 字型簡單剪裁婚紗



圖 6 多層次裙擺婚紗

根據我們實際拍攝的婚紗照類型（從圖 1 至圖 6），並依據業者在表五口述結果，完全與我們的推論有相呼應之處：造型首重機能性屬性（象徵舒適性、塑造身材、漂亮與自信），並兼具心象性屬性（代表結婚、幸福、浪漫）以及（尹常年，1997）。

親愛的，說好的「婚紗」要怎麼圓？

2. 結婚新人與與新娘秘書溝通造型的主動性

這項訪談議題主要是討論這兩年來台南市結婚新人主要的消費選購行為(請見表一；張月惠，1992)。表六呈現業者訪談結果整理：

表六 結婚新人與與新娘秘書溝通造型的主動性：業者訪談結果

問題四 請問自 2012 年至 2013 年，您認為結婚新人拍攝婚紗或禮服前，會先與新娘秘書溝通造型嗎？還是由結婚新人自我主導他們想要的婚紗拍攝造型？	
業者訪談回應	新娘拍照前，造型師都會先主動與新娘做溝通，並建議結婚新人議適合的造型與臉粧。
可能的消費選購行為	消費者選購行為：重視婚紗攝影公司專業服務、禮服款式、服務態度、以及攝影技巧(張月惠，1992)

根據表六，近兩年台南市結婚新人主要是貼近「消費者」而非「潛在消費者」選購行為。也就是說，結婚新人首重婚紗攝影公司的專業，願意先聽取造型師的建議來選擇適合的造型與臉粧。結婚新人較無強烈的自我主導婚紗拍攝造型。基本上，結婚新人教育程度越高，越注重婚紗業者的服務性(藍珮禎，2007)。而「潛在消費者」額外服務(如赴府上拍全家福與錄影)不是台南市結婚新人首重的消費選購行為要素。

3. 結婚新人較為著重的室內外拍攝場景

接下來的訪談議題，主要是探討近兩年台南市結婚新人對於婚紗攝影場景的文化認同性(藍珮禎，2007)。表七呈現相關訪談結果如下：

表七 結婚新人較為著重的室內外拍攝場景：業者訪談結果

問題五 請問自 2012 年至 2013 年，您所接的案子中，結婚新人較為講究的室內布景為何(素雅或豪華背景)？	
問題六 請問自 2012 年至 2013 年，您所接的案子中，結婚新人較為講究的室外場景為何(大自然、古蹟、建築物、校園、或新人初次相戀地點等)？	
室內布景類型	內景一般都較喜好素雅，比較著重於外景。
室外布景類型	新人喜歡多變的外景，大自然、古蹟、建築物、初次相戀地點或海邊，都是選擇較多的景點之一。

根據表七結果，室外布景成爲這兩年台南市結婚新人拍攝婚紗照的主要需求。跳脫過往傳統室內固定布景的巢臼以及女性物化的意象，結婚新人傾向多層次的「社會互動性」(羅慧卿，2006)，以及多元的文化接受度(藍珮禎，2007)。希望透過婚紗攝影，紀錄結婚新人過往甜蜜回憶(如業者所述的初次相戀地點或海邊)或是個人成長背景(如台南市古蹟)。而我們這樣的推論，也許可以再從底下有關結婚新人的特殊需求再次得到驗證。

4. 結婚新人對婚紗拍攝的其他需求或是新奇創意概念

此項訪談議題主要還是探討結婚新人對於婚紗照所呈現的「社會互動性」層次以及婚紗照所呈現的兩性社會地位態度。表八呈現訪談結果如下：

表八 結婚新人對婚紗拍攝的其他需求或是新奇創意概念：業者訪談結果

問題七	請問自 2012 年至 2013 年，您所接的案子中，結婚新人對婚紗有哪些其他的特殊需求（如水中婚紗拍攝、全裸入鏡等）？
問題八	請問自 2012 年至 2013 年，您所接的案子中，曾有過結婚新人對於婚紗或禮服照拍攝有新奇的創意概念嗎（例如男生扮成新娘，女生扮成新郎等）？
婚紗其他特殊需求	有特殊拍照需求（例如我們曾接過水中攝影、全裸入鏡等拍照 case）都盡量為新人服務滿意為止。
新奇創意概念	有些新人喜歡搞創意或搞笑（男扮女或女扮男）都是為了一些趣味性與留念，會依客人的喜愛而服務。

很明顯地，這兩年台南市結婚新人對於婚紗拍照，越來越有自我創意。業者反倒是配合結婚新人的腳本演出。這也再次證實我們前述的多層次「社會互動性」（羅慧卿，2006），以及多元文化接受度（藍珮禎，2007）。結婚新人不再只限於單一腳本拍攝模式（如固定姿勢，展現生澀微笑），而逐漸展現自我創意。此外，從問題八的訪談，我們也感受到台南市結婚新人也逐漸透過婚紗照拍攝而展現兩性平等與尊重的認同。他們不忌諱兩性角色互換，或是添增創意搞笑，讓婚紗拍攝的「社會互動性」層次更貼近生活化。

（三）近兩年結婚新人製作婚紗相本的需求以及家長參與程度

此項議題主要是再次了解現今結婚新人婚紗拍攝受到傳統因素束縛的程度。表九呈現訪談結果如下：

表九 結婚新人製作婚紗相本的需求以及家長參與程度：業者訪談結果

問題九	請問自 2012 年至 2013 年，結婚新人對於拍攝製作婚紗相本，有何特殊需求（素雅、多變化、滿頁照片等）？
問題十	請問自 2012 年至 2013 年，在您的印象中，結婚新人的雙親會參與他們的婚紗或禮服拍照的前置作業（或之後的照片挑片）嗎？
製作婚紗相本需求	新人愛多變（如亮面、霧面或組合式）照片與數位相本。
雙親干預婚紗照程度	有些新人會有家長陪同、看照片、拍照、挑婚紗，擔心家長喜愛與新人有太大差落，但家長還是會以新人喜愛為主。

根據表九結果，這兩年台南市結婚新人對於婚紗相本需求，漸趨多元以及個人特色。這也再次符合現代結婚新人對於婚紗照拍攝所投射的創意以及紀念。同時也希望透過數位相本，進行永久保存。此外，我們也透過業者口述，了解目前結婚新人家長，還是對於婚紗照表現適度地關心。原則上，家長還是尊重結婚新人的安排，但台南市結婚新人多半還是會聽取長輩的意見。

參●結論

透過本次專題研究，讓我們感受到婚紗拍攝的繁瑣。而我們也再次於結論處

整理並重新組織我們此次的訪談結果如下：

1. 近兩年受到台灣整體經濟環境表現以及百年結婚潮退燒因素，結婚新人對於婚宴的開銷以及婚紗拍攝的預算，都有緊縮的趨勢（表二以及表三）。尤其是婚紗拍攝預算竟是二十年前（民國八十年代）的一半（表三）。
2. 台南市女性結婚新人對於婚紗選擇，首重機能性屬性（象徵舒適性、塑造身材、漂亮與自信），並兼具心象性屬性（代表結婚、幸福、浪漫）（表四及表五）。
3. 近兩年台南市結婚新人對婚紗的選購行為，偏向「消費者」選購型態。也就是結婚新人尊重婚紗攝影公司造型師的造型與臉粧（表六）。
4. 相較於造型，結婚新人但對於婚紗拍攝場景以及婚紗相本製作，呈現多層次的「社會互動性」，以及多元文化接受度（表七及表八）。代表近兩年台南市結婚新人透過婚紗拍攝，融合他們相戀回憶以及出生地背景，並尊重兩性平等。
5. 近兩年台南市結婚新人雙方家長均尊重結婚新人對婚紗照的安排，但結婚新人多半還是會聽取長輩的意見（表九）。

伍●引註資料

- 尹常年（1997）。**產品造形與消費者反應之研究--以婚紗禮服為例**。淡江大學國際貿易學系碩士論文，未出版，新北市。
- 方暉旻（2013）。**臺灣婚紗旅遊關鍵成功因素之探討**。高雄餐旅大學旅遊管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- veryWed 非常婚禮網站（無日期）。2013年11月17日，取自：<http://verywed.com/>
- 梁郁翎（2013）。**現代台灣新娘主體意識的探討--從婚紗現象面向來分析**。國立清華大學臺灣研究教師在職進修碩士學位論文，未出版，新竹市。
- 張月惠（1992）。**台中婚紗攝影之消費行為與潛在消費行為研究**。靜宜大學管理科學研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 陳逸文（2013）。**婚紗服務中之消費者社會化：紮根理論之運用**。朝陽科技大學企業管理系碩士論文，未出版，新竹市。
- 陳麗凌（2014）。**婚紗美學行銷策略之創新研究**。國立暨南國際大學管理學院經營管理碩士學位學程碩士論文，未出版，南投縣。
- 黃瑞銑（1994）。**高雄市民婚紗攝影消費行為之研究**。國立中山大學企業管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 羅慧卿（2006）。**見證愛情-台灣當代婚紗攝影之社會學分析（1970年~）**。元智大學資訊社會學研究所碩士論文，未出版，桃園縣。
- 藍珮禎（2007）。**消費者對婚紗攝影之研究—以女性角色及攝影形式為例**。龍華科技大學商學與管理研究所碩士論文，未出版，桃園縣。
- 鍾佳閔（2007）。**女性角色描繪、品牌知識與文化特性之相關研究—以台北市婚紗攝影為例**。龍華科技大學商學與管理研究所碩士論文，未出版，桃園縣。