

2018-2024年中国婚庆行业 市场调研与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国婚庆行业市场调研与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/224128PFZN.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

婚庆产业，又叫婚庆消费产业，是为处于家庭生命周期中的新婚阶段（包括婚前准备、婚礼庆典、婚后蜜月等时期）的新婚人群提供系列产品和全面服务的各种行业的集合，是传统意义上仅注重婚庆典礼的婚庆行业的延伸与扩充。

国外婚庆形式

1、草坪婚礼

在国外，草坪婚礼又被称作花园婚礼，一般都在自家的花园或公园举行。往往选用白色玫瑰等浅色系花艺，打造出白色圆形顶棚，并用纱质的帘子来烘托浪漫的氛围。在草坪婚礼上，白色拱门一样是不可或缺的浪漫元素。婚礼主持，在国外是牧师或者律师，而在国内，一般是婚庆主持人。

2、教堂婚礼

教堂婚礼是国外婚礼里最常见的一类，是婚姻神圣的象征。现在在国内，一些有宗教信仰的年轻人，也开始加入教堂婚礼一族。

3、乡村婚礼

乡村婚礼顾名思义，就是在乡村里举办的带有浓厚乡村气息的婚礼，这类婚礼在中国和国外都有一个共同点，就是讲求热闹，但是在婚礼的形式上又有很大的区分。西式婚礼仪式新鲜、浪漫，很符合80后新人们追求个性的潮流。

4、沙滩婚礼

现在有些新人已经开始选择在大海边举行自己的婚礼。阳光，海风，蔚蓝的大海，白色的沙滩，舒适浪漫。在这类婚礼上，新人们应该顺应沙滩文化，挑选比较性感的婚纱和服饰。

2011-2016年我国婚庆产业的结构形态资料来源：智研数据中心整理

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2016年中国婚庆产业发展态势分析 1

第一节 婚庆产业的相关概述 1

一、婚庆产业的概念 1

二、婚庆产业链的内涵	1
三、中西婚庆的特色比较	2
四、婚庆经济呈现三大突出特点	2
五、婚庆产业的商业模式	2
第二节 国外婚庆产业的发展概况分析	3
一、国外婚庆形式及成本概述	3
二、西班牙婚庆服装业发展迅猛	3
三、西班牙华人婚庆业发展局势分析	4
四、日本婚庆公司抢夺中国婚庆市场	4
五、美国婚庆及其摄影市场发展现状	5
第三节 中国婚庆产业总体发展概述	6
一、建国60年婚庆行业的变化分析	6
二、中国婚庆行业发展的四大阶段	9
三、中国婚庆产业市场规模统计	10
四、中国婚庆产业的结构形态	11
五、中国婚庆产业发展特征解析	11
六、中小民营企业成为婚庆行业主导者	11
第四节 中国婚庆行业存在的问题分析	12
一、我国婚庆产业发展的制约因素	12
二、婚庆公司面临的困境与挑战	12
三、中国婚庆产业发展的突出问题	13
四、婚庆行业投诉问题层出	13
五、婚庆行业专业人才紧缺	14
第五节 中国婚庆产业发展的对策分析	14
一、婚庆产业专业市场的选址要点透析	14

婚庆产业是由于现代人群的消费习惯、生活方式或者是市场的发展趋势而产生的。目前国内的专业的婚庆用品城大多数是由某一类特色的婚庆产品如婚纱而建立的市场，需要较大的城市规模，同时在生产制造上具有很强的地区优势，或在产品销售流通上有很强的辐射力。因此婚庆产业的专业市场在选址的时候一般要注意以下几个要点：

- (1) 当地是否在婚庆用品的生产制造上具有很强的地区优势，或在产品销售流通上有很强的辐射力
- (2) 地理位置是否具有便利的交通条件；

- (3) 是否靠近著名旅游景点、文化商圈、公园等休闲购物商圈；
- (4) 当地婚庆行业的经营成本承受能力，商户由于经营面积需求较大，不能承担过高的租金单价；
- (5) 当地婚庆类市场的基本状况、市场规模以及竞争状况，是否拥有足够的行业商家资源；
- (6) 当地新婚消费者以及影楼、摄影爱好者的消费习惯和消费需求；
- (7) 当地婚庆产业链的结合程度以及商品流通特性；
- (8) 当地政府商业规划以及政策影响；
- (9) 是否拥有熟悉婚庆行业的人才进行商场运营及招商。

二、国内婚庆公司发展的出路探讨 15

三、婚庆行业的根本出路在于不断创新 15

四、日本婚庆龙头企业经验借鉴及战略路径探析 16

第二章 2016年中国婚庆市场发展格局分析 17

第一节 2016年中国婚庆市场发展概况分析 17

一、中国婚庆市场蓬勃兴旺 17

二、中国婚庆市场发展特点 18

三、大城市婚庆市场发展态势 19

四、婚庆市场发展带热婚博会 19

五、中国婚庆市场的开发策略 21

第二节 2016年中国婚庆消费市场分析 24

一、消费需求分析 24

二、消费结构分析 26

三、消费区域特征分析 27

四、消费需求趋势分析 27

五、我国婚庆网购市场消费特征分析 28

当前在网上购物的消费者中，有80%正处于适婚年龄。在这部分人群中，网购对于他们来说已成为生活中不可缺少的一部分。不过网购婚庆用品的高潮虽然已经到来，但并未出现量价齐升的现象。相反，结婚用品的购买人数涨势迅猛，每个人花的钱却更少了。

据数据分析人士表示，由于近年来物价飞涨，结婚成本也是逐年飙升。越来越多的人选择网购的方式准备结婚用品，很大一部分诉求来源于“省钱”。以婚戒为例，本是作为定情的信物，应由男方赠予女方。有62%的女性购买珠宝，而男性仅占38%。另外，其他婚庆用品里，女性购买者也占到了63%。无论是婚庆床品、婚纱礼服还是布景、婚庆服务等，女

性都亲历亲为，以压倒性数量超过男性。

另外一则有趣的数据来自地域。虽然坐拥义乌商品市场，浙江地区网购一直处于全国前列，对商机的嗅觉也最强。

婚庆用品成交最大的地区是浙江省，但婚庆布景和道具类的商品，成交最盛的是山东地区。

另外，江苏因为拥有婚纱生产基地之誉的苏州，也成为婚庆礼服类销量最多的地区。广东，作为另一个网购大省，则以珠宝成交额最大。而从买家方面来说，网上“淘婚”最多的地方是广东，最热衷购买的用品是，床品、婚纱、鲜花以及珠宝。

婚庆还有一大讲究就是创意。近年来，婚礼创意策划、沙画、开场视频制作等个性定制位居婚庆服务搜索的前列。一淘网数据显示，通过沙画讲述新人浪漫故事，类似新闻联播等搞笑婚礼预告片销量最高。大多选择沙画的消费者通过与卖家沟通创意脚本，制作出沙画视频在婚礼现场播放。沙画视频的价格跨度也较大，从几十到几千都有。数据表明，价格在1000-2000元区间的购买者最多。

除了婚礼现场别有匠心之外，婚礼用品也更讲究个性化。数据显示，银行卡式的定制请柬、果味钻戒喜糖、婚纱蜡烛、新人调味罐答礼等，都是淘宝上热销的创意婚品。

第三节 2016年中国婚庆市场的营销分析 29

- 一、婚庆公司营销策略研究 29
- 二、婚庆市场概念营销风潮 31
- 三、婚庆公司网络营销策略 32

第三章 2016年中国各区域婚庆市场分析 34

第一节 东北地区 34

- 一、东北地区结婚登记人数 34
- 二、哈尔滨市婚庆产业现状 34
- 三、沈阳婚庆行业发展现状 35
- 四、沈阳出台新规规范婚庆服务市场 35

第二节 华北地区 35

- 一、华北地区结婚登记人数 35
- 二、北京婚庆消费市场透析 36
- 三、天津婚庆行业发展现状综述 38
- 四、太原婚庆市场存在的问题分析 39

第三节 华东地区 40

- 一、华东地区结婚登记人数 40

二、南京婚庆业发展轨迹	40
三、温州婚庆市场消费水平较高	41
四、福州婚庆产业发展概况	41
五、上海市婚庆市场消费状况剖析	42
六、济南婚庆市场呈现的特征	42
七、苏州打造国内最大婚庆产业基地	43
第四节 中南地区	43
一、中南地区结婚登记人数	43
二、湖南婚庆经济发展状况	44
三、河南省婚庆消费状况透析	44
四、武汉婚庆市场高速增长	45
五、深圳婚庆市场发展情况	45
六、东莞婚庆产业发展现状及主要问题分析	46
七、凤岗将大力打造婚庆文化名镇	46
第五节 西南地区	46
一、西南地区结婚登记人数	46
二、重庆婚庆市场进入转折时期	47
三、成都婚庆用品市场发展特点剖析	47
四、昆明婚庆市场消费水平及潜力分析	48
五、云南积极谋划婚庆市场领先品牌	48
第六节 西北地区	49
一、西北地区结婚登记人数	49
二、西安婚庆产业发展现状剖析	49
三、西安婚庆产业项目建设动态	50
四、兰州婚庆市场透析	50
第四章 2016年中国婚纱礼服市场营运形势分析	51
第一节 2016年中国婚纱礼服市场发展概况分析	51
一、中国婚纱市场现状剖析	51
二、中国婚纱市场发展趋向透析	52
三、婚纱礼服市场的消费特征透析	52
四、婚纱礼服市场迈向标准化时代	53

五、品牌婚纱降价抢夺山寨市场蛋糕	54
第二节 2016年中国部分地区婚纱市场的发展分析	54
一、青岛婚纱市场发展状况分析	54
二、高价位阻碍苏州婚纱市场发展	55
三、苏州婚纱行业的成长困扰与反思	55
四、济南婚纱礼服市场发展迅猛	56
五、广东婚纱晚礼服市场发展策略	57
第三节 2016年中国婚纱行业存在的问题与对策分析	58
一、中国婚纱行业面临品牌缺失难题	58
二、中国婚纱企业的出路探讨	58
三、中国婚纱市场的开发思路探析	59

第五章 2016年中国婚纱摄影市场运行态势分析 60

第一节 2016年中国婚纱摄影市场概述	60
一、中国婚纱摄影行业的发展壮大	60
二、婚纱摄影市场的变迁透析	60
三、当前婚纱摄影行业发展的特征	61
第二节 2016年中国主题婚纱摄影市场分析	61
一、MV主题婚纱摄影成行业新宠	61
二、剧情式婚纱照成为婚纱摄影流行新趋向	62
第三节 2016年中国部分地区婚纱摄影市场的发展分析	62
一、天津市婚纱摄影行业发展格局剖析	62
二、石狮婚纱摄影业发展情况	63
三、北京婚纱摄影市场生存状态分析	63
四、厦门婚纱摄影市场出现新业态	63
五、芜湖婚纱摄影市场发展新态势	65
六、三亚婚纱摄影市场现状	66
第四节 2016年中国婚纱摄影市场的经营战略探究	68
一、婚纱摄影市场的竞争形态剖析	68

随着我国国民经济的快速增长，人民群众的生活素质不断提高；随着着装观念的不断改进，人们追逐时尚的脚步也越来越快，新人对于结婚礼服亦有更高的期待和要求；同时这是一个东西方交融的时代，西方的社交礼仪也同时被我们认可、接纳并遵照执行，这一切表明我们

的装扮已进入一个全新的时代。因此，婚纱的市场需求量越来越大，婚纱的成衣率在逐年上升，婚纱的生产与销售成为众多企业追逐的热点。

据中国民营经济周刊28-3-8“婚纱市场有金可掘”中报道：“上世纪生育高峰直接导致了近几年的结婚高峰。全国结婚产业调查统计中心发布的《中国结婚产业发展调查报告》显示，近几年，中国每年大约有1万对新人喜结良缘，新婚人群愿意把积蓄的31%用于和婚庆有关的消费。

“据不完全统计，在新婚消费方面，有约9%的新人愿意花费整个婚庆支出预算的约15%，用来购买婚纱或租借婚纱拍摄婚纱照。较大的市场需求使得中国婚庆市场持续升温，也带动了婚纱消费市场。”

业内人士分析，现在婚纱市场在中国大部分城市的婚纱影楼中已经接近饱和状态，以后只会完善和整合上争取有所突破，婚纱在这一块市场的增长有限。但是婚纱个人消费市场却刚刚起步，而且有很大潜力。

我国婚纱企业应把握时机，从容应对，才能在这个婚庆产业“掘金”行业不断扩充，新婚消费蛋糕持续增大的市场中立于不败之地。

二、影楼婚庆企业提升运营管理能力 69

三、影楼婚庆经营状况及发展模式透析 70

第五节 2018-2024年中国婚纱摄影市场未来发展趋势分析 72

一、婚纱摄影市场发展的趋向透析 72

二、艺术V影取代婚纱照将是大势所趋 72

三、未来婚纱摄影业盈利模式趋势分析 72

四、未来婚纱摄影业的发展出路分析 73

第六章 2016年中国婚庆服务市场营运局势分析 76

第一节 2016年中国婚庆服务市场总体概况分析 76

一、我国婚庆服务产业化的时机来临 76

二、婚庆服务业的基本状况 76

三、婚庆服务市场发展的特点透析 77

四、婚庆服务行业存在的主要问题 78

五、促进婚庆服务业健康发展的对策 79

第二节 2016年中国婚礼策划市场分析 80

一、婚礼策划的基本要素 80

二、婚庆模式日益向多样化转变 82

三、婚礼策划步入个性化时代 84

四、婚礼操办的一般流程解析 84

第三节 2016年中国婚车市场分析 91

一、婚车租赁市场消费特征透析 91

1、婚车租赁渠道多样

婚车租赁渠道一：婚庆公司

婚庆公司通常会向新人提供包括各种礼车的“打包价”，通常是包括了主持策划、摄像、DVD、鲜花等的套餐，特别是一种包括了整个车队的套餐服务，价格看上去会很吸引人。

婚车租赁渠道二：传统租车公司

婚车租赁的第二个渠道是传统的租车公司，其实许多专业的礼仪用车出租公司也是从传统租车公司发展而来。由于婚车租赁的利润丰厚，所以许多传统租车公司都纷纷进入这一市场，设置了婚车的专项租赁服务，这些公司中，有的实力比较雄厚，从最普通的中高级级车到顶级的豪华车都有，可以提供的选择较多。但是由于自有车辆需要有养护、停车、专业司机等方面的支出，所以它的价格相对于消费而言，没有太大的商量余地。

婚车租赁渠道三：连锁租车公司

连锁租车公司，如深圳的至尊租车、北京的神州租车、上海的安飞士等。相对于专业的礼车出租公司，这些租车企业的价格在自驾的情况下比较有竞争力。如果对婚车的要求不高，一般中高级车即可胜任，而且无需代驾的话，选择连锁租车公司的服务是非常合算的。

婚车租赁渠道四：网络租车

随着网络技术和电子商务的不断发达，在结婚类专业网站上租借婚车，也成了婚车租赁的主要渠道之一。除了结婚类网站，电子商务网站如阿里巴巴、等也都有婚车租赁的信息，在这些网站上可以进行综合比较，来确定一个合理的价格。

2、婚车租赁价格因城市差异而存在不同，选用的成型均为中高档型。

现在每个城市的租车价格都是有区别的，消费水平高的城市婚车租赁价格相对高，但车型可选的样式多，消费水平较低的城市婚车租赁价格相对低，但可选样式少。而且，一般白色的汽车往往比黑色或者是银色的租赁费要贵。

二、婚车装扮市场显巨大商机 93

三、武汉婚车租赁市场发展综述 94

四、上海婚庆市场汽车租赁火热 94

第七章 中国婚宴及喜糖市场发展形势分析	96
第一节 中国婚宴市场发展概况分析	96
一、婚宴成国庆餐饮市场消费主力	96
二、武汉婚宴需求现状分析	97
三、大连市婚宴价格呈直线上升趋势	98
四、南京中秋、国庆婚宴市场需求状况	98
五、农村婚宴“蛋糕”引起关注	98
第二节 婚宴酒	99
一、中国白酒行业发展概况	99
二、白酒行业生产供给情况	112
三、中国葡萄酒行业发展概况	115
四、中国葡萄酒生产供给分析	119
五、婚宴酒市场发展态势剖析	120
六、品牌定位应成为婚宴酒市场发展重点	121
七、婚宴用酒的市场开发攻略解析	122
八、婚宴酒市场的机会与营销方案探析	124
第三节 喜糖	125
一、糖果及巧克力行业发展概况	125
二、喜糖市场的供需特点解析	127
三、喜糖市场品牌格局剖析	128
四、婚宴渐成糖果主要消费市场	129
五、国内喜糖市场开发前景广阔	130
六、喜糖市场有待整顿	131
七、喜糖市场的未来发展方向探析	131
第八章 2016年中国婚庆旅游市场运行格局分析	132
第一节 婚庆旅游的基本概况	132
一、蜜月旅游的市场开发价值剖析	132
二、婚庆旅游的消费动因解析	134
三、婚庆旅游的消费特征透析	135
四、婚庆旅游产品开发类型简介	136

第二节 2016年中国婚庆旅游市场发展状况分析	137
一、国外蜜月旅游市场特点剖析	137
二、我国新婚蜜月游市场的发展新格局	139
三、我国蜜月旅游市场特点	141
四、出境蜜月游市场渐受青睐	142
第三节 2016年中国婚庆旅游市场的综合开发策略	143
一、蜜月游市场应向专业化转轨	143
二、婚庆蜜月游市场的开发思路探讨	143
三、婚庆旅游产品的市场开发要点	147
四、婚庆旅游产品的市场运作思路解析	148
五、海南婚庆旅游发展面临的问题及发展建议	150
第九章 2016年中国婚庆其他关联行业分析	153
第一节 婚庆珠宝	153
一、婚庆珠宝市场趋向个性化发展	153
二、婚庆市场黄金饰品受追捧	153
三、婚庆珠宝的消费特征剖析	153
四、婚庆珠宝市场增势喜人	154
五、80后渐成婚庆珠宝消费主流	155
第二节 婚庆床上用品	155
一、中国床上用品行业发展概况	155
二、婚庆床上用品营销现状分析	160
三、传统婚庆床上用品成为市场热点	163
四、婚庆床上用品消费特征剖析	163
五、婚庆床上用品流行趋势	164
第三节 婚庆家电	164
一、中国家电行业发展现状分析	164
二、婚庆家电市场劲吹节能环保风潮	167
三、家电业积极应对婚庆家电消费高潮	168
四、婚庆家电购买选择建议	169
五、中国婚庆家电网购市场趋热	171
第四节 其他领域	171

一、婚庆高峰期玩具消费渐入佳境	171
二、数码印刷大肆掘金婚庆消费市场	171
三、婚庆鲜花装饰应用情况分析	172
四、婚庆杂志的发展现状与趋势	172
第十章 2018-2024年中国婚庆产业的投资及前景分析	173
第一节 2018-2024年中国婚庆产业的投资机会分析	173
一、婚庆连锁加盟成市场投资新热点	173
二、婚庆细分市场投资机会繁多	174
三、婚庆公司的投资要点剖析	175
四、中国婚庆市场的投资潜力挖掘	176
第二节 2018-2024年中国婚庆产业的发展前景展望	177
一、中国婚庆市场规模预测	177
二、婚庆产业的经营模式预测	177
三、未来我国婚庆产业的发展趋势探析	178
四、纵横联合是婚庆产业的发展方向	180---ZYXM

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/224128PFZN.html>