

# 2017-2022年中国婚庆行业 市场监测与投资机遇研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国婚庆行业市场监测与投资机遇研究报告》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/77412860FP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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，具体来说指的是婚礼庆典策划。婚礼策划是指为客人量身打造的婚礼。它涵盖各种婚礼形式或是各种婚礼形式的组合体，它是根据每位新人的不同爱好、追求或诉求点而不同为新人量身定做的婚礼。

婚庆包括，婚纱摄影，婚宴酒席，婚庆策划，主持司仪，婚车出租，婚礼跟拍，婚礼摄像，蜜月旅游等相关行业。

世界各地都刮起了复古的热潮，而婚礼也是一样，中国传统的中式婚礼以古朴，礼节周全，喜庆，热烈的张扬气氛而受到了人们的喜爱，而本身中式婚礼是我国传统文化的象征和代表，其中的和、敬、礼等基础元素，更是现代人心灵里面所缺少的重要环节，因此中式婚礼的红火，不仅仅是表面上的追风或者求新求异，而是一种更高层次上的，对婚姻稳定和幸福的追求，所以才会受到多方的追捧。中式婚礼的现场布置很关键，在婚宴场地布置上强调主题和细节，中国文化传统源远流长，有着东方特有的诗情画意和文化内涵，通常以传统的吉祥器物比如龙凤以及中国特有的图纹作为素材，以华贵、典雅、大气为主要的方向，让每个来宾都体会着团圆美满的吉祥氛围，而中西合璧的新的婚礼理念，更加适合新人不同的风格要求。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国婚庆行业市场监测与投资机遇研究报告》共十章。首先介绍了婚庆行业市场发展环境、婚庆整体运行态势等，接着分析了婚庆行业市场运行的现状，然后介绍了婚庆市场竞争格局。随后，报告对婚庆做了重点企业经营状况分析，最后分析了婚庆行业发展趋势与投资预测。您若想对婚庆产业有个系统的了解或者想投资婚庆行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2014-2016年国内外婚庆产业发展分析

#### 1.1 婚庆产业的相关概述

##### 1.1.1 婚庆产业的概念

##### 1.1.2 婚庆产业链分析

##### 1.1.3 中西婚庆的特色比较

- 1.1.4 婚庆经济的突出特点
- 1.1.5 婚庆产业的商业模式
- 1.2 2014-2016年国外婚庆产业发展概况
  - 1.2.1 婚庆形式及成本
  - 1.2.2 婚庆电商的创新
  - 1.2.3 德国婚庆市场
  - 1.2.4 美国婚庆市场
  - 1.2.5 日本婚庆市场
  - 1.2.6 韩国婚庆行业
- 1.3 中国婚庆产业总体发展概述
  - 1.3.1 行业变化分析
  - 1.3.2 行业发展阶段
  - 1.3.3 产业结构形态
  - 1.3.4 行业发展特点
- 1.4 2014-2016年中国婚庆产业运行现状
  - 1.4.1 行业模式创新
  - 1.4.2 行业发展态势
  - 1.4.3 产业规模现状
- 1.5 互联网时代婚庆行业发展分析
  - 1.5.1 婚庆平台及婚庆店铺
  - 1.5.2 O2O平台发展
  - 1.5.3 线上结合线下
  - 1.5.4 结婚人群分析
  - 1.5.5 困境及解决方案
- 1.6 中国婚庆行业存在的问题
  - 1.6.1 行业主要问题
  - 1.6.2 行业制约因素
  - 1.6.3 企业困境分析
  - 1.6.4 专业人才紧缺
- 1.7 中国婚庆产业发展的对策
  - 1.7.1 产业发展建议
  - 1.7.2 专业市场选址要点

1.7.3 企业发展出路探讨

1.7.4 用品店的经营策略

## 第二章 2014-2016年中国婚庆市场发展分析

2.1 2014-2016年婚庆市场发展现状

2.1.1 婚庆市场蓬勃兴旺

2.1.2 婚庆市场现状透析

2.1.3 婚庆市场流行风潮

2.1.4 婚庆市场服务模式

2.2 中国婚庆消费市场分析

2.2.1 消费需求分析

2.2.2 消费结构分析

2.2.3 消费区域特征分析

2.2.4 消费需求趋势分析

2.3 2014-2016年婚庆市场的营销分析

2.3.1 网络搜索营销

2.3.2 口碑营销

2.3.3 差异化营销

2.3.4 微喜帖营销

2.3.5 企业营销策略

2.3.6 网络营销策略

2.4 婚庆服务市场的问题及应对策略

2.4.1 面临问题分析

2.4.2 主要原因分析

2.4.3 市场发展建议

## 第三章 2014-2016年各区域婚庆市场分析

3.1 东北地区婚庆市场

3.1.1 吉林省

3.1.2 黑龙江省

3.1.3 辽宁省

3.2 华北地区婚庆市场

- 3.2.1 北京市
- 3.2.2 天津市
- 3.2.3 河北省
- 3.2.4 山西省
- 3.3 华东地区婚庆市场
  - 3.3.1 山东省
  - 3.3.2 江苏省
  - 3.3.3 浙江省
  - 3.3.4 安徽省
  - 3.3.5 福建省
- 3.4 中南地区婚庆市场
  - 3.4.1 湖北省
  - 3.4.2 广东省
  - 3.4.3 海南省
  - 3.4.4 香港地区
  - 3.4.5 澳门地区
- 3.5 西南地区婚庆市场
  - 3.5.1 云南省
  - 3.5.2 贵州省
  - 3.5.3 四川省
  - 3.5.4 重庆市
- 3.6 西北地区婚庆市场
  - 3.6.1 青海省
  - 3.6.2 陕西省
  - 3.6.3 甘肃省
  - 3.6.4 宁夏自治区
  - 3.6.5 新疆自治区

#### 第四章 2014-2016年婚纱礼服市场分析

- 4.1 中国2014-2016年婚纱礼服市场发展概况
  - 4.1.1 市场现状剖析
  - 4.1.2 市场发展趋向

- 4.1.3 市场以外销为主
- 4.1.4 电子商务新动态
- 4.1.5 行业联盟应运而生
- 4.2 中国婚纱礼服市场需求状况分析
  - 4.2.1 市场消费规模
  - 4.2.2 市场需求状况
  - 4.2.3 消费模式转变
- 4.3 中国定制婚纱的发展分析
  - 4.3.1 基本综述
  - 4.3.2 市场存在的问题
  - 4.3.3 市场发展的建议
  - 4.3.4 市场发展的前景
- 4.4 中国婚纱行业区域市场分析
  - 4.4.1 区域分布
  - 4.4.2 广东
  - 4.4.3 大连
  - 4.4.4 沈阳
  - 4.4.5 芜湖
  - 4.4.6 武汉
- 4.5 中国婚纱行业存在的问题与对策
  - 4.5.1 面临品牌缺失难题
  - 4.5.2 婚纱设计存在的问题
  - 4.5.3 婚纱企业的出路探讨
  - 4.5.4 市场开发思路探析
  - 4.5.5 婚纱设计相关建议
- 4.6 中国婚纱礼服市场的发展趋势分析
  - 4.6.1 高级定制趋势
  - 4.6.2 生产经营模式细分化
  - 4.6.3 利用互联网趋势

## 第五章 2014-2016年婚纱摄影市场分析

### 5.1 婚纱摄影行业发展环境分析

- 5.1.1 政策环境
- 5.1.2 技术环境
- 5.2 中国婚纱摄影市场概述
  - 5.2.1 行业概念界定
  - 5.2.2 行业价值链分析
  - 5.2.3 行业发展现状
  - 5.2.4 行业发展特征
  - 5.2.5 行业利润空间
  - 5.2.6 行业O2O发展
- 5.3 部分地区婚纱摄影市场的发展
  - 5.3.1 北京市
  - 5.3.2 天津市
  - 5.3.3 芜湖市
  - 5.3.4 海南省
  - 5.3.5 青岛市
  - 5.3.6 昆明市
  - 5.3.7 济南市
- 5.4 中国婚纱摄影行业“波特五力”竞争模型分析
  - 5.4.1 上游议价能力
  - 5.4.2 下游议价能力
  - 5.4.3 新进入者威胁
  - 5.4.4 替代产品威胁
  - 5.4.5 行业内部竞争
- 5.5 婚纱摄影市场的竞争状况分析
  - 5.5.1 我国婚纱摄影市场的竞争状况
  - 5.5.2 大型影楼和婚纱摄影工作室的对比分析
  - 5.5.3 婚纱摄影机构大型品牌简介
- 5.6 婚纱摄影市场的营销分析
  - 5.6.1 影楼婚庆经营状况及发展模式透析
  - 5.6.2 传统影楼的移动APP营销新渠道分析
  - 5.6.3 移动互联网时代下婚纱摄影的营销
  - 5.6.4 婚纱摄影市场营销策略分析



## 5.7 婚纱摄影市场未来发展趋势分析

### 5.7.1 市场发展趋向透析

### 5.7.2 未来发展出路分析

### 5.7.3 未来发展方向探讨

## 第六章 2014-2016年婚庆服务市场分析

### 6.1 婚庆服务市场总体概况

#### 6.1.1 行业发展现状分析

#### 6.1.2 行业发展标准现状

#### 6.1.3 行业存在的主要问题

#### 6.1.4 行业健康发展的对策

#### 6.1.5 行业发展趋势分析

### 6.2 婚礼策划市场分析

#### 6.2.1 婚礼策划的基本要素

#### 6.2.2 婚礼策划花费占比

#### 6.2.3 婚礼策划流行趋势分析

#### 6.2.4 婚礼操办的一般流程解析

#### 6.2.5 婚庆策划行业发展现状

#### 6.2.6 婚庆策划行业前景预测

### 6.3 婚车市场分析

#### 6.3.1 婚车租赁市场消费特征透析

#### 6.3.2 婚车装扮市场显巨大商机

#### 6.3.3 部分地区婚车租赁市场分析

#### 6.3.4 婚车租赁市场的问题分析

## 第七章 2014-2016年婚宴及喜糖市场分析

### 7.1 中国婚宴市场发展综合分析

#### 7.1.1 市场消费特点

#### 7.1.2 市场规模现状

#### 7.1.3 市场发展策略

### 7.2 “80、90后”婚宴市场诉求的分析

#### 7.2.1 中国新婚市场分析

- 7.2.2 “80后”的消费行为特征和婚宴市场诉求
- 7.2.3 “90后”的消费行为特征和婚宴市场诉求
- 7.2.4 星级酒店婚宴市场存在的问题
- 7.2.5 星级酒店的应对策略
- 7.3 婚宴酒市场分析
  - 7.3.1 品牌定位成为婚宴酒市场发展重点
  - 7.3.2 婚宴酒的市场渠道剖析
  - 7.3.3 婚宴葡萄酒市场潜力分析
  - 7.3.4 婚宴白酒市场潜力分析
  - 7.3.5 婚宴用酒的市场开发攻略解析
  - 7.3.6 婚宴酒市场的机会与营销方案探析
  - 7.3.7 拓展婚宴酒市场的创新策略
- 7.4 喜烟市场分析
  - 7.4.1 喜烟市场品牌格局
  - 7.4.2 影响婚庆用烟市场消费的因素
  - 7.4.3 婚庆用烟消费渠道
  - 7.4.4 主要地区喜烟市场发展分析
  - 7.4.5 喜烟企业市场营销存在的问题
  - 7.4.6 人性化服务助推婚庆用烟营销
  - 7.4.7 喜烟品牌培育的作用与策略分析
- 7.5 喜糖市场分析
  - 7.5.1 喜糖市场的供需特点解析
  - 7.5.2 喜糖市场品牌格局剖析
  - 7.5.3 江南地区喜糖市场发展现状
  - 7.5.4 国内喜糖市场开发前景广阔
  - 7.5.5 喜糖市场的未来发展方向探析
  - 7.5.6 未来喜糖市场供需预测

## 第八章 2014-2016年婚庆旅游市场分析

- 8.1 婚庆旅游的基本概况
  - 8.1.1 婚庆旅游产品的类型及特征
  - 8.1.2 我国婚庆旅游市场细分化

- 8.1.3 婚庆旅游的消费动因及特征
- 8.1.4 我国婚庆旅游发展现状
- 8.2 2014-2016年蜜月旅游市场发展态势
  - 8.2.1 蜜月旅游市场开发价值剖析
  - 8.2.2 蜜月旅游产品消费需求分析
  - 8.2.3 我国蜜月旅游市场的发展特点
  - 8.2.4 出境蜜月游市场渐受青睐
  - 8.2.5 蜜月旅游产品发展策略
  - 8.2.6 蜜月旅游线路创新建设的策略
  - 8.2.7 我国蜜月旅游市场的变化趋势
- 8.3 部分地区婚庆旅游发展分析
  - 8.3.1 海南
  - 8.3.2 安徽
  - 8.3.3 桂林
- 8.4 婚庆旅游市场的综合开发策略
  - 8.4.1 我国婚庆旅游市场开发对策分析
  - 8.4.2 婚庆旅游市场的开发思路探讨
  - 8.4.3 婚庆旅游产品的市场开发要点
  - 8.4.4 婚庆旅游产品的市场运作思路解析
- 8.5 婚庆旅游市场营销策略分析
  - 8.5.1 完善婚庆旅游服务一体化服务
  - 8.5.2 提升婚庆旅游品质与价值
  - 8.5.3 强化营销传播手段
  - 8.5.4 实现婚庆旅游品牌化经营

## 第九章 2014-2016年婚庆其他关联行业分析

- 9.1 婚庆珠宝
  - 9.1.1 珠宝首饰市场规模及现状
  - 9.1.2 婚庆珠宝市场需求状况
  - 9.1.3 婚庆珠宝市场钻石需求分析
  - 9.1.4 婚庆珠宝市场铂金需求分析
- 9.2 婚庆家纺

- 9.2.1 传统婚俗文化与现代婚庆家纺设计
- 9.2.2 我国婚庆家纺市场发展势头迅猛
- 9.2.3 婚庆家纺市场主要品牌的发展分析
- 9.2.4 传统婚庆床上用品成为市场热点
- 9.2.5 婚庆床上用品的消费特征剖析
- 9.2.6 婚庆家纺产品促销的特点和策略
- 9.3 婚庆家电
  - 9.3.1 婚庆家电市场劲吹节能环保风潮
  - 9.3.2 家电业积极应对婚庆家电消费高潮
  - 9.3.3 婚庆家电市场热潮持续升温
  - 9.3.4 我国婚庆家电网购市场趋热
- 9.4 婚庆博览会
  - 9.4.1 婚庆博览会概况
  - 9.4.2 婚博会品牌塑造的重要意义
  - 9.4.3 中国婚博会品牌塑造存在的问题
  - 9.4.4 中国婚博会品牌塑造对策建议
- 9.5 其他领域
  - 9.5.1 中国婚庆网站的发展状况分析
  - 9.5.2 婚庆高峰期玩具消费渐入佳境
  - 9.5.3 婚庆鲜花市场的发展状况分析
  - 9.5.4 数码印刷大肆掘金婚庆消费市场
  - 9.5.5 婚庆杂志的发展现状与趋势

## 第十章 对婚庆产业的投资及前景分析（ZYPX）

- 10.1 婚庆产业的投资现状及机会
  - 10.1.1 市场投资热点
  - 10.1.2 市场投资机会
  - 10.1.3 企业投资要点
  - 10.1.4 市场投资潜力
- 10.2 婚庆产业的发展前景展望
  - 10.2.1 市场发展前景分析
  - 10.2.2 产业经营模式预测

- 10.2.3 产业发展趋势探析
- 10.2.4 市场流行趋势分析
- 10.2.5 市场未来发展方向
- 10.3 对2017-2022年中国婚庆市场规模预测分析
  - 10.3.1 对中国婚庆市场发展因素分析
  - 10.3.2 对2017-2022年中国结婚登记人数预测
  - 10.3.3 对2017-2022年中国婚庆市场规模预测

图表目录：

- 图表1 北京各类结婚商户单次人均价格
- 图表2 2014-2016年香港人各类结婚项目开支比较
- 图表3 2016年香港人各类结婚项目市场总开支估计
- 图表4 2010-2016年香港人结婚平均开支趋势
- 图表5 2010-2016年香港人结婚人情价格指针（中位数）
- 图表6 2016年香港人结婚摆酒地区排名
- 图表7 信息渠道统计
- 图表8 吸引因素统计
- 图表9 产品关注点统计
- 图表10 风格偏好统计
- 图表11 色系偏好统计
- 图表12 款式偏好统计
- 图表13 供应状况统计
- 图表14 存在问题统计
- 图表15 中国婚纱摄影行业相关政策列表
- 图表16 2005-2016年摄影技术相关专利申请数量变化
- 图表17 2005-2016年摄影技术相关专利公开数量变化图
- 图表18 截至2016年摄影技术相关专利申请人构成
- 图表19 截至2016年摄影技术相关专利申请人综合比较
- 图表20 截至2016年摄影技术相关专利的技术比重
- 图表21 婚纱摄影行业发展阶段
- 图表22 婚纱摄影行业价值链分析
- 图表23 婚纱摄影行业利润最大的环节或部分

图表24 婚纱摄影行业上游议价能力

图表25 婚纱摄影行业下游议价能力

图表26 婚纱摄影行业新进入者威胁

图表27 婚纱摄影行业替代产品威胁

图表28 婚纱摄影行业内部竞争分析

图表29 大型影楼和婚纱摄影工作室的选购因素分析

图表30 大型影楼和婚纱摄影工作室的市场成功要素对比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/77412860FP.html>