

# 2015-2020年中国婚庆行业 深度调研与投资战略研究报告

## 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

《2015-2020年中国婚庆行业深度调研与投资战略研究报告》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/qiyeguanli/E17161YZ5S.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

婚庆产业链属于以产品与服务结合的需求拉动型产业链，而且有多种产品与服务。婚庆产业的核心活动是新建家庭，其产业链主要是围绕着婚前准备、婚礼庆典及婚后蜜月三个阶段形成。

婚庆产业链在一定的地理区域内，以新人消费需求为导向，所有企业部分或完全围绕新婚消费主题，以产品、服务为纽带结成的一种具有价值增值功能的战略关系网链。

婚庆产业正逐渐成长为一个新的朝阳产业，婚庆消费市场的婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务、婚宴、珠宝首饰等行业的发展日趋成熟，并与新婚消费的其它行业如家电、家具、床上用品、室内装修、房地产、汽车、银行保险等40多个关联行业，逐步形成令人瞩目的婚庆产业链，充满了巨大潜在商机。

在婚庆产业快速发展的过程中，相关企业也越来越注重品牌服务和规模经营，婚庆的高层次服务也在增多，整个行业都在为满足当代青年多元化、时尚化、个性化、追求浪漫服务的需求而努力，婚庆产业大的产业链正在逐步形成。

登记结婚的新人数量	指标	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	2009年	结婚登记(万对)
		1,365.00	1,346.93	1,323.59	1,302.36	1,241.00	1,212.40	内地居民登记结婚(万对) -
		1,341.43	1,318.27	1,297.48	1,236.10	1,207.50		内地居民初婚登记(万人) -
		2,361.17	2,309.88	2,200.90	2,168.80			涉外及港澳台居民登记结婚(万对) -
		4.90	4.92					5.50 5.33 4.88

资料来源：国家统计局

全国2006年因婚礼而产生的消费接近3000亿元，到2008年上升至5000多亿元。目前每对新人花销大约在8-20万元之间，以平均每对10万元左右的花费计算，2014年全国有1365万对新人登记结婚，可测算出因结婚产生的消费总额约达1.36万亿元。

我国结婚产业在婚礼服务、婚纱摄影、婚纱礼服生产、婚宴服务四大行业龙头企业带动下，76个关联行业相互连接，逐步形成了以结婚消费产品和服务为核心的行业集群。婚庆消费市场的婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务、婚宴、珠宝首饰等行业的发展日趋成熟，并与新婚消费的其他行业如家电、家具、床上用品、室内装修、房地产、汽车、银行保险等40多个关联行业，逐步形成令人瞩目的婚庆产业链，充满了巨大潜在商机。2014年我国婚庆产业规模约1.36万亿元。

婚庆行业研究报告共七章是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完

善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。婚庆行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了婚庆行业市场潜在需求与市场机会，报告对婚庆行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国婚庆行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第1章 中国婚庆产业背景分析	1
1.1 婚庆产业定义及产业链分析	1
1.1.1 婚庆产业定义	1
1.1.2 婚庆产业的特征	1
1.1.3 婚庆产业链结构分析	1
1.2 婚庆产业消费群体分析	2
1.2.1 登记结婚的新人数量分析	2
1.2.2 登记结婚新人结构分析	2
1.2.3 登记结婚新人消费群体消费能力分析	2
1.2.4 登记结婚新人消费群体消费需求分析	3
1.2.5 登记结婚新人人均消费费用分析	4
1.3 婚庆产业消费特征分析	5
1.3.1 新婚消费需求现状分析	5
1.3.2 新婚消费需求结构分析	6
1.3.3 区域结婚消费差异分析	6
1.3.4 结婚消费需求趋势分析	6
1.4 婚庆产业相关政策分析	7
1.4.1 《婚纱和礼服行业标准》	7
1.4.2 《婚姻庆典服务》	7

## 第2章 中国婚庆产业发展状况分析 9

### 2.1 婚庆产业发展分析 9

#### 2.1.1 婚庆产业发展规模分析 9

#### 2.1.2 婚庆产业发展特点分析 9

(1) 产业链逐步形成 9

(2) 供给总量不断扩大 10

(3) 企业规模较小 10

(4) 企业区域性强 11

(5) 地域性行业品牌正在形成 11

(6) 婚庆产业高度分散 11

#### 2.1.3 婚庆产业市场规模分析 12

### 2.2 婚庆产业商业模式分析 12

#### 2.2.1 产品服务性商业模式 12

#### 2.2.2 品牌型商业模式 13

#### 2.2.3 整合型商业模式 13

### 2.3 婚庆产业区域市场分析 14

#### 2.3.1 北京婚庆市场分析 14

(1) 北京年结婚人口规模分析 14

(2) 北京婚庆市场规模分析 14

(3) 北京婚庆服务需求分析 15

(4) 北京婚庆市场前景预测 15

#### 2.3.2 上海婚庆市场分析 16

(1) 上海年结婚人口规模分析 16

(2) 上海婚庆市场规模分析 16

(3) 上海婚庆市场发展前景预测 16

#### 2.3.3 广州婚庆市场分析 17

(1) 广州年结婚人口规模分析 17

(2) 广州婚庆市场规模分析 17

(3) 广州婚庆市场发展前景预测 18

#### 2.3.4 深圳婚庆市场分析 18

(1) 深圳年结婚人口规模分析 18

(2) 深圳婚庆市场规模分析	19
(3) 深圳婚庆市场发展前景预测	19
2.3.5 苏州婚庆市场分析	20
(1) 苏州年结婚人口规模及预测	20
(2) 苏州婚庆市场规模分析	20
(3) 苏州婚庆市场发展前景预测	21
2.4 婚庆博览会发展分析	21
2.4.1 婚庆博览会简介	21
2.4.2 婚庆博览会营销体系分析	21
2.4.3 主要大型婚庆博览会分析	22
(1) 北京婚庆博览会	22
(2) 上海婚庆博览会	22
(3) 深圳婚庆博览会	23
(4) 广州婚庆博览会	23
2.5 华德培婚礼有限公司经营情况分析	24
2.5.1 华德培发展历程分析	24
2.5.2 华德培主营业务分析	24
2.5.3 华德培经营情况分析	25
2.5.4 华德培经营策略分析	25
2.5.5 华德培在华竞争分析	26
2.5.6 华德培给中国企业的借鉴	28
第3章 中国婚庆产业婚纱摄影市场分析	30
3.1 婚纱摄影行业发展分析	30
3.1.1 婚纱摄影行业发展现状	30
3.1.2 婚纱摄影行业规模分析	30
3.1.3 婚纱摄影行业发展趋势分析	30
(1) 一对一VIP服务	30
(2) 主题摄影将成主流	31
(3) 动态产品需求增加	31
(4) 数码制作日趋重要	31
(5) 营销渠道网络化	33

(6) 数码化时代的来临	38
3.2 婚纱摄影市场分析	38
3.2.1 婚纱摄影市场需求分析	38
3.2.2 婚纱摄影市场规模分析	39
3.2.3 婚纱摄影市场竞争格局分析	39
(1) 北京婚纱摄影市场竞争格局分析	39
(2) 上海婚纱摄影市场竞争格局分析	42
(3) 广州婚纱摄影市场竞争格局分析	42
(4) 深圳婚纱摄影市场竞争格局分析	43
(5) 苏州婚纱摄影市场竞争格局分析	44
3.2.4 婚纱摄影市场主要特点分析	45
3.2.5 婚纱摄影市场发展前景预测	45
3.3 婚纱摄影行业市场营销分析	46
3.3.1 婚纱摄影行业营销方式分析	46
(1) 直营模式	46
(2) 展会模式	47
(3) 网络模式	47
3.3.2 婚纱摄影行业营销策略分析	49
(1) 特色优先策略分析	49
(2) 价格适应策略分析	49
(3) 品牌提升策略分析	49
(4) 刺激促销策略分析	50
(5) 现身说法策略分析	50
(6) 媒体组合策略分析	50
(7) 单一诉求策略分析	50
(8) 口碑营销策略分析	51
第4章 中国婚庆产业珠宝首饰市场分析	52
4.1 婚庆珠宝首饰市场分析	52
4.1.1 婚庆珠宝首饰市场需求分析	52
4.1.2 婚庆珠宝首饰市场规模分析	52
4.1.3 婚庆珠宝首饰市场竞争格局分析	53

4.1.4 婚庆珠宝首饰细分市场的需求分析	54
(1) 黄金首饰市场需求分析	54
(2) K金首饰市场分析	54
(3) 铂金首饰市场需求分析	54
(4) 钻石市场需求分析	55
(5) 玉石市场需求分析	55
4.1.5 婚庆珠宝首饰市场发展前景预测	55
4.2 婚庆珠宝首饰消费环境分析	56
4.2.1 婚庆珠宝首饰市场调查	56
(1) 新人采购珠宝首饰的比例分析	56
(2) 新人采购珠宝的平均预算分析	56
4.2.2 婚庆珠宝首饰消费者特征分析	57
(1) 婚庆珠宝首饰消费者规模分析	57
(2) 婚庆珠宝首饰消费者经济实力分析	57
(3) 婚庆珠宝首饰消费者喜好分析	58
(4) 婚庆珠宝首饰80后消费群体分析	59
1) 80后占婚庆珠宝首饰市场的份额分析	59
2) 80后购买婚庆珠宝首饰的花费分析	59
3) 80后群体珠宝首饰的消费观念分析	59
4) 80后群体珠宝首饰的关注点分析	59
5) 80后群体珠宝首饰的购买渠道分析	60
4.3 婚庆珠宝首饰销售渠道分析	61
4.3.1 商超渠道	61
4.3.2 专卖店渠道	61
4.3.3 网络渠道	62
(1) 网络销售的优劣势分析	62
(2) 网络销售案例分析	63
1) 钻石小鸟“鼠标+水泥”模式	63
2) “鼠标+水泥”发展趋势分析	64
第5章 中国婚庆产业其他细分市场分析	66
5.1 婚纱礼服市场分析	66



5.1.1 婚纱礼服市场发展分析	66
(1) 婚纱礼服市场需求分析	66
(2) 婚纱礼服市场规模分析	66
(3) 婚纱礼服市场竞争格局分析	67
(4) 婚纱礼服市场发展前景预测	68
5.1.2 婚纱礼服地区市场分析	69
(1) 虎丘婚纱礼服市场分析	69
(2) 广州婚纱礼服市场	69
5.1.3 婚纱礼服销售渠道分析	70
(1) 批发渠道	70
(2) 婚纱影楼渠道	70
(3) 商场渠道	70
(4) 网络渠道	71
5.2 中国婚宴市场分析	71
5.2.1 婚宴市场发展分析	71
(1) 婚宴市场需求分析	71
(2) 婚宴市场规模分析	71
(3) 婚宴市场特点分析	72
1) 时间选择的集中性	72
2) 服务对象的复杂性	72
3) 菜品选择的特殊性	73
(4) 婚宴价格分析	73
(5) 婚宴市场竞争格局分析	73
(6) 消费者选择婚宴酒店的因素分析	73
(7) 婚宴市场发展前景预测	74
5.2.2 婚宴地区市场分析	75
(1) 北京婚宴市场分析	75
(2) 上海婚宴市场分析	76
(3) 广州婚宴市场分析	76
(4) 深圳婚宴市场分析	78
5.2.3 高星级酒店婚宴市场分析	78
(1) 高星级酒店优势分析	78

- 1) 市场优势 78
- 2) 资源优势 79
  - (2) 高星级酒店经营策略分析 79
- 1) 婚宴服务专业化 79
- 2) 拓展婚宴外延 80
- 3) 加强与婚庆公司合作 80
- 4) 体现人本管理 81
- 5) 做好客户关系管理 81
- 5.3 中国婚礼服务市场分析 82
  - 5.3.1 婚礼服务市场发展分析 82
    - (1) 婚礼服务市场需求分析 82
    - (2) 婚礼服务市场规模分析 83
    - (3) 婚礼服务市场竞争格局分析 83
  - 1) 北京婚礼服务市场竞争格局分析 83
  - 2) 上海婚礼服务市场竞争格局分析 84
  - 3) 广州婚礼服务市场竞争格局分析 85
  - 4) 杭州婚礼服务市场竞争格局分析 85
  - 5) 成都婚礼服务市场竞争格局分析 86
    - (4) 婚礼服务市场发展前景预测 86
  - 5.3.2 婚礼服务需求趋势分析 88
    - (1) 婚礼主题化 88
    - (2) 婚礼个性化 89
    - (3) 婚礼仪式化 89
    - (4) 婚礼品质化 89
- 5.4 中国婚庆旅游市场分析 90
  - 5.4.1 婚庆旅游市场发展现状分析 90
  - 5.4.2 婚庆旅游消费特点分析 90
    - (1) 旅游服务需求细 90
    - (2) 旅游消费档次高 90
    - (3) 季节性明显, 停留时间长 91
    - (4) 对目的地资源要求高 91
  - 5.4.3 婚庆旅游产品开发策略 91

- (1) 深挖细分市场需求 91
- (2) 产品主题鲜明有特色 92
- (3) 产品内容丰富多彩且注重细节 92
- (4) 产品开发强调强强联合 93
- 5.4.4 婚庆旅游产品营销策略 93
  - (1) 以独特性推出产品系列 93
  - (2) 设置产品进入壁垒 94
  - (3) 产品品牌化经营 94
  - (4) 旅游目的地加大对婚庆市场的投入 94
- 5.4.5 婚庆旅游市场发展前景预测 95

## 第6章 中国婚庆产业主要企业生产经营分析 98

### 6.1 婚纱摄影行业领先企业个案分析 98

#### 6.1.1 金夫人实业有限公司经营情况分析 98

- (1) 企业发展简况分析 98
- (2) 企业服务结构分析 99
- (3) 企业销售网络分析 99
- (4) 企业经营状况SWOT分析 100
- (5) 企业最新发展动向分析 101

#### 6.1.2 深圳市天长地久文化产业股份有限公司经营情况分析 101

- (1) 企业发展简况分析 101
- (2) 企业服务结构分析 102
- (3) 企业销售网络分析 102
- (4) 企业经营状况SWOT分析 109
- (5) 0000企业最新发展动向分析 109

#### 6.1.3 广东色色婚纱摄影有限公司经营情况分析 109

- (1) 企业发展简况分析 109
- (2) 企业服务结构分析 110
- (3) 企业销售网络分析 110
- (4) 企业经营状况SWOT分析 111
- (5) 企业最新发展动向分析 112

### 6.2 婚庆珠宝首饰行业领先企业个案分析 112

## 6.2.1 周生生集团国际有限公司经营情况分析 112

- (1) 企业发展简况分析 112
- (2) 主要财务指标分析 113
- (3) 企业偿债能力分析 113
- (4) 企业运营能力分析 115
- (5) 企业盈利能力分析 115
- (6) 企业发展能力分析 116
- (7) 企业产品结构分析 117
- (8) 企业销售渠道与网络 118
- (9) 企业经营状况SWOT分析 118
- (10) 企业投资兼并与重组分析 119
- (11) 企业最新发展动向分析 120

## 6.2.2 周大福珠宝集团有限公司经营情况分析 120

- (1) 企业发展简况分析 120
- (2) 企业产销能力分析 120
- (3) 企业偿债能力分析 121
- (4) 企业运营能力分析 122
- (5) 企业盈利能力分析 123
- (6) 企业发展能力分析 124
- (7) 企业产品结构分析 124
- (8) 企业销售渠道与网络 125
- (9) 企业经营状况SWOT分析 126
- (10) 企业投资兼并与重组分析 127
- (11) 企业最新发展动向分析 128

## 6.2.3 六福集团（国际）有限公司经营情况分析 129

- (1) 企业发展简况分析 129
- (2) 主要财务指标分析 129
- (3) 企业偿债能力分析 130
- (4) 企业运营能力分析 132
- (5) 企业盈利能力分析 132
- (6) 企业发展能力分析 133
- (7) 企业产品结构分析 134

(8) 企业销售渠道与网络	134
(9) 企业经营状况SWOT分析	134
(10) 企业投资兼并与重组分析	134
(11) 企业最新发展动向分析	135
6.3 婚纱礼服行业领先企业个案分析	135
6.3.1 广东名瑞集团股份有限公司经营情况分析	135
(1) 企业发展简况分析	135
(2) 企业产销能力分析	135
(3) 企业偿债能力分析	136
(4) 企业运营能力分析	136
(5) 企业盈利能力分析	136
(6) 企业发展能力分析	137
(7) 企业产品结构分析	137
(8) 企业销售渠道与网络	138
(9) 企业经营状况SWOT分析	138
(10) 企业最新发展动向分析	138
6.3.2 潮州市金嘉德服饰有限公司经营情况分析	140
(1) 企业发展简况分析	140
(2) 企业产销能力分析	140
(3) 企业偿债能力分析	140
(4) 企业运营能力分析	141
(5) 企业盈利能力分析	141
(6) 企业发展能力分析	141
(7) 企业产品结构分析	142
(8) 企业销售渠道与网络	142
(9) 企业经营状况SWOT分析	142
(10) 企业最新发展动向分析	142
6.3.3 潮州市龙宝工艺服装有限公司经营情况分析	144
(1) 企业发展简况分析	144
(2) 企业产销能力分析	144
(3) 企业偿债能力分析	145
(4) 企业运营能力分析	145

(5) 企业盈利能力分析	145
(6) 企业发展能力分析	146
(7) 企业产品结构分析	146
(8) 企业销售渠道与网络	146
(9) 企业经营状况SWOT分析	146
(10) 企业最新发展动向分析	147
6.4 婚宴酒店行业领先企业个案分析	147
6.4.1 上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营情况分析	147
(1) 企业发展简况分析	147
(2) 主要财务指标分析	148
(3) 企业偿债能力分析	148
(4) 企业运营能力分析	149
(5) 企业盈利能力分析	150
(6) 企业发展能力分析	151
(7) 企业特色服务分析	151
(8) 企业销售网络分析	152
(9) 企业经营状况SWOT分析	153
(10) 企业投资兼并与重组分析	158
(11) 企业最新发展动向分析	160
6.4.2 华天酒店集团股份有限公司经营情况分析	161
(1) 企业发展简况分析	161
(2) 主要财务指标分析	161
(3) 企业偿债能力分析	162
(4) 企业运营能力分析	163
(5) 企业盈利能力分析	163
(6) 企业发展能力分析	165
(7) 企业特色服务分析	165
(8) 企业销售网络分析	166
(9) 企业经营状况SWOT分析	166
(10) 企业投资兼并与重组分析	171
(11) 企业最新发展动向分析	172
6.4.3 深圳新都酒店股份有限公司经营情况分析	173

(1) 企业发展简况分析	173
(2) 主要财务指标分析	173
(3) 企业偿债能力分析	174
(4) 企业运营能力分析	175
(5) 企业盈利能力分析	176
(6) 企业发展能力分析	177
(7) 企业特色服务分析	177
(8) 企业销售网络分析	178
(9) 企业经营状况SWOT分析	178
(10) 企业投资兼并与重组分析	180
(11) 企业最新发展动向分析	181
6.5 婚礼服务行业领先企业个案分析	181
6.5.1 北京舒欣婚礼策划公司经营情况分析	181
(1) 企业发展简况分析	181
(2) 企业服务结构分析	182
(3) 企业销售网络分析	182
(4) 企业经营状况SWOT分析	182
(5) 企业最新发展动向分析	183
6.5.2 北京经典时光婚庆有限公司经营情况分析	183
(1) 企业发展简况分析	183
(2) 企业服务结构分析	183
(3) 企业销售网络分析	184
(4) 企业经营状况SWOT分析	184
(5) 企业最新发展动向分析	185
6.5.3 北京美薇亭婚礼顾问公司经营情况分析	185
(1) 企业发展简况分析	185
(2) 企业服务结构分析	186
(3) 企业销售网络分析	186
(4) 企业经营状况SWOT分析	186
(5) 企业最新发展动向分析	187
6.6 婚庆旅游行业领先企业个案分析	187
6.6.1 中国国旅股份有限公司经营情况分析	187

(1) 企业发展简况分析	187
(2) 主要财务指标分析	188
(3) 企业偿债能力分析	189
(4) 企业运营能力分析	190
(5) 企业盈利能力分析	190
(6) 企业发展能力分析	192
(7) 企业景区资源分布	192
(8) 企业主营业务分析	193
(9) 企业经营状况SWOT分析	194
(10) 企业投资兼并与重组分析	196
(11) 企业最新发展动向分析	197
6.6.2 中青旅控股股份有限公司经营情况分析	198
(1) 企业发展简况分析	198
(2) 主要财务指标分析	198
(3) 企业偿债能力分析	199
(4) 企业运营能力分析	200
(5) 企业盈利能力分析	200
(6) 企业发展能力分析	201
(7) 企业景区资源分布	202
(8) 企业主营业务分析	202
(9) 企业经营状况SWOT分析	203
(10) 企业投资兼并与重组分析	203
(11) 企业最新发展动向分析	204
6.6.3 黄山旅游发展股份有限公司经营情况分析	205
(1) 企业发展简况分析	205
(2) 主要财务指标分析	205
(3) 企业偿债能力分析	206
(4) 企业运营能力分析	207
(5) 企业盈利能力分析	208
(6) 企业发展能力分析	209
(7) 企业景区资源分布	209
(8) 企业主营业务分析	209



- (9) 企业经营状况SWOT分析 210
- (10) 企业投资兼并与重组分析 212
- (11) 企业最新发展动向分析 213

## 第7章 中国婚庆产业发展趋势与前景预测 214

### 7.1 婚庆产业发展前景预测 214

#### 7.1.1 婚庆产业驱动因素分析 214

- (1) 适婚人口规模庞大 214
- (2) 婚庆消费观念趋势 215
- (3) 婚庆消费能力发展 216
- (4) 婚庆消费水平走向 217

#### 7.1.2 婚庆产业发展前景预测 217

### 7.2 婚庆产业链整合分析 218

#### 7.2.1 婚庆产业链整合现状 218

#### 7.2.2 婚庆企业产业链整合分析 218

- (1) 深圳天长地久婚纱摄影公司 218
- (2) 金夫人实业有限公司 219

#### 7.2.3 婚庆产业链整合前景分析 220

### 7.3 婚庆产业发展策略分析 (ZY LXY) 221

#### 7.3.1 婚庆产业存在问题分析 221

#### 7.3.2 婚庆产业发展策略分析 222

- (1) 渠道规模化 222
- (2) 产业链一体化 223
- (3) 目标市场多元化 224

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/E17161YZ5S.html>