

2020-2026年中国婚庆行业 市场分析与发展前景评估报告

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

《2020-2026年中国婚庆行业市场分析与发展前景评估报告》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/wenhua tiyu/Y161892ZIE.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。

- 1.1.4 婚庆经济的突出特点
- 1.1.5 婚庆产业的商业模式
 - (一) 产品服务性商业模式
 - (二) 品牌型商业模式
 - (三) 整合型商业模式
- 1.2 2013-2017年国外婚庆产业发展概况
 - 1.2.1 婚庆形式及成本
 - 1、 国外结婚成本
 - 2、 国内结婚成本
 - 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 2013-2017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2011-2016年中国婚庆市场规模
- 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

- (三) 举行大型促销活动, 打造销售声势
- (四) 进行情感营销, 推广多样的婚庆文化

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

- (一) 无照经营时有发生
- (二) 服务水平良莠不齐
- (三) 不正当竞争屡出现
- (四) 侵权行为频频发生

2.4.2 主要原因分析

- (一) 高额利润驱使诱惑
- (二) 培训不足素质较差
- (三) 法律盲区监管困难

2.4.3 市场发展建议

- (一) 规范主体资格
- (二) 加强巡查力度
- (三) 强化行业自律
- (四) 推行示范文本
- (五) 加大执法力度
- (六) 增强维权实效

第三章 2013-2017年各区域婚庆市场分析

3.1 东北地区婚庆市场

3.1.1 吉林省长春市

3.1.2 黑龙江省

3.1.3 黑龙江省哈尔滨市

3.1.4 黑龙江省大庆市

3.1.5 辽宁省沈阳市

3.1.6 辽宁省大连市

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 河北省石家庄市
- 3.2.4 山西省大同市
- 3.3 华东地区婚庆市场
 - 3.3.1 上海市
 - 3.3.2 山东省
 - 3.3.3 山东省泰安市
 - 3.3.4 江苏省无锡市
 - 3.3.5 浙江省
 - 3.3.6 安徽省
 - 3.3.7 福建省厦门市
 - 3.3.8 福建省福州市
- 3.4 中南地区婚庆市场
 - 3.4.1 湖北省武汉市
 - 3.4.2 广东省
 - 3.4.3 广东省深圳市
 - 3.4.4 海南省
 - 3.4.5 香港地区
 - 3.4.6 澳门地区
- 3.5 西南地区婚庆市场
 - 3.5.1 云南省
 - 3.5.2 四川省成都市
 - 3.5.3 重庆市
- 3.6 西北地区婚庆市场
 - 3.6.1 青海省西宁市
 - 3.6.2 陕西省西安市
 - 3.6.3 甘肃省兰州市
 - 3.6.4 宁夏回族自治区银川市
 - 3.6.5 新疆自治区

第四章 2013-2017年婚纱礼服市场分析

- 4.1 2013-2017年婚纱礼服市场发展概况
 - 4.1.1 市场现状剖析

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

- 1、在烟草营销过程中缺乏先进的创新性营销理念
- 2、烟草企业缺乏创新营销系统
- 3、烟草企业缺乏创新型人才
- 4、烟草企业缺乏产品创新

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

第八章 2013-2017年婚庆旅游市场分析

8.1 婚庆旅游的基本概况

8.1.1 蜜月旅游市场开发价值剖析

8.1.2 婚庆旅游产品的类型及特征

8.1.3 我国婚庆旅游市场的细分

8.1.4 婚庆旅游的消费动因及特征

- (一) 旅游服务需求细
- (二) 旅游消费档次高
- (三) 季节性明显，停留时间长
- (四) 对目的地资源要求高

8.1.5 婚庆旅游产品开发策略分析

- (一) 深挖细分市场需求
- (二) 产品主题鲜明有特色
- (三) 产品内容丰富多彩且注重细节
- (四) 产品开发强调强强联合

8.1.6 开发婚庆旅游产品应注意的问题

- (一) 以独特性推出产品系列

- 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 其他领域
 - 9.4.1 中国婚庆网站的发展状况分析
 - 9.4.2 婚庆高峰期玩具消费渐入佳境
 - 9.4.3 婚庆鲜花市场的发展状况分析
 - 9.4.4 数码印刷大肆掘金婚庆消费市场
 - 9.4.5 婚庆杂志的发展现状与趋势

第十章 济,研咨,询:婚庆产业的投资及前景分析

- 10.1 婚庆产业的投资现状及机会
 - 10.1.1 婚庆连锁加盟成市场投资新热点
 - 10.1.2 婚庆细分市场投资机会繁多
 - 10.1.3 婚庆公司的投资要点剖析
 - 10.1.4 中国婚庆市场的投资潜力挖掘
- 10.2 婚庆产业的发展前景展望
 - 10.2.1 我国婚庆市场未来前景广阔
 - 10.2.2 婚庆产业的经营模式预测
 - 10.2.3 我国婚庆产业的发展趋势探析
 - 10.2.4 我国婚庆市场流行趋势分析
 - 10.2.5 我国婚庆市场的发展方向分析
 - 10.2.6 纵横联合是婚庆产业的发展方向
- 10.3 2020-2026年中国婚庆市场规模预测分析
 - 10.3.1 未来中国婚庆市场发展影响因素分析
 - 10.3.2 2020-2026年中国结婚登记人数预测
 - 10.3.3 2020-2026年中国婚庆行业服务营业额预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/Y161892ZIE.html>