

2011年-2015年中国婚庆产业“十二五”规划发展指导报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011年-2015年中国婚庆产业“十二五”规划发展指导报告》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.bosidata.com/yule1011/V2504372SQ.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-11-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011年-2015年中国婚庆产业“十二五”规划发展指导报告》共十五章。首先介绍了中国婚庆产业相关概述，接着分析了中国婚庆产业全球市场发展状况，然后对中国婚庆产业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国婚庆产业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国婚庆产业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，本报告是您不可或缺的重要工具。

在新婚消费方面，88.4%的新人需要拍摄婚纱照；49.14%的新人计划请婚庆公司为他们举办婚礼；78.74%的新人准备到酒楼举办婚宴；36.83%的新人要为新娘购买婚纱；67.66%的新人安排蜜月旅游。但是，快速发展的婚庆产业也存在着一定的问题。中国婚庆产业品牌成长还处在蹒跚学步阶段。市场的良莠不齐、诚信缺失，使许多新人对新婚消费充满不信任。因此，从行业规律看，婚庆市场洗牌在即，亟须出现强势品牌来提升服务质量。婚庆行业要把握好市场脉搏，提升文化内涵，开发出符合市场的商品。对于日益壮大的婚庆市场，相关部门应加强管理，如对婚庆公司从审批注册到管理，从等级到价位，都应该有一套相应的规定和措施，并且严格把关，规范运作。要树立品牌意识，增强整个产业链的吸引力，树立行业整体信誉形象。

第一章 婚庆产业相关概述

第一节 婚庆产业定义及相关概述

一、婚庆产业的概念

二、婚庆产业链的内涵

三、中西婚庆的特色比较

四、婚庆经济呈现三大突出特点

五、婚庆产业的商业模式

第二节 婚庆产业发展历程与特征

一、行业发展历程

二、行业发展特征

第三节 婚庆产业生命周期分析

第二章 “十一五”期间婚庆产业全球发展状况分析

第一节 “十一五”期间国外婚庆产业的发展概况

- 一、金融危机下婚庆产业成为美国经济亮点
- 二、日本婚庆业积极向外扩张
- 三、2009年英国婚庆业逆市上扬
- 四、西班牙婚庆服装业发展迅猛

第二节 “十一五”期间婚庆产业全球发展趋势预测

第三章 “十一五”期间中国婚庆产业发展环境分析

第一节 国内宏观经济情况分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国婚庆产业政策环境分析

- 一、婚庆产业监管体制分析
- 二、婚庆产业相关政策分析

第四章 “十一五”期间我国婚庆产业运行状况分析

第一节 “十一五”期间中国婚庆产业发展概述

- 一、婚礼由自办走向婚庆公司代办
- 二、婚庆服务行业相关介绍
- 三、婚庆服务行业婚礼顾问介绍
- 四、婚庆服务新出职业“新娘秘书”
- 五、婚庆经济发展特点

第二节 “十一五”期间中国婚庆产业发展状况分析

- 一、婚庆业已成中国新兴产业
- 二、婚庆产业链正在逐步形成
- 三、中国婚庆服务业尚在成长期
- 四、国内婚庆企业迫切需要升级
- 五、高温之下婚庆产业淡中求精
- 六、婚庆团购普及尚需时日

第三节 “十一五”期间中国婚庆产业管理规范情况分析

- 一、婚庆行业亟待标准规范
- 二、婚庆行业将有“国标”
- 三、国家标准将禁用婚礼彩带

第四节 “十一五”期间中国婚庆产业存在的问题分析

- 一、婚庆用品质量有待提高
- 二、婚庆投诉大幅上升
- 三、婚庆行业鱼龙混杂现象影响行业发展
- 四、旺季之后婚庆行业面临洗牌

第五节 “十一五”期间中国婚庆产业发展策略探讨

- 一、多行业联手打造婚庆产业一条龙服务
- 二、品牌连锁机构将引领婚庆业发展
- 三、婚庆公司搭乘Web0顺风车促进网络拓展

第五章 “十一五”期间中国婚庆市场运行动态分析

第一节 “十一五”期间中国婚庆市场总体情况

- 一、婚庆市场发展特点
- 二、婚庆市场的多样化选择
- 三、一边婚庆价猛涨一边浪费严重
- 四、婚庆市场两大走势解析

第二节 “十一五”期间中国部分细分婚庆市场分析

- 一、春节婚庆礼品市场极其红火
- 二、二手婚庆用品市场解析
- 三、网上婚庆市场谁主风云
- 四、农村婚庆用品租赁市场大有潜力

第三节 “十一五”期间中国婚庆市场营销分析

- 一、婚庆市场的营销状况解析
- 二、浅析婚庆公司之网络营销
- 三、婚庆经济大蛋糕的营销策略
- 四、“五一”黄金周婚庆促销方略全解析

第四节 “十一五”期间中国婚庆市场品牌分析

- 一、中国婚庆市场缺乏婚庆主导品牌产品

二、中国婚庆产业品牌化建设

三、中国婚庆产业的品牌战略

第六章 “十一五”期间中国婚庆消费市场走势分析

第一节 “十一五”期间中国婚庆消费市场概况

一、婚庆消费面面观

二、婚庆市场的非理性消费

三、婚庆消费市场待挖掘

第二节 “十一五”期间中国婚庆消费走势分析

一、中国婚庆消费市场新动态

二、婚庆消费市场从传统到个性

三、婚庆高峰消费者和商家开始向理性回归

四、婚庆时尚品成为消费新热点

第三节 “十一五”期间中国婚庆消费应注意的问题分析

一、婚庆消费市场的五大问题

二、婚庆市场的消费纠纷

三、婚庆消费要注意陷阱

四、婚庆消费存在的八大误区

第七章“十一五”期间中国婚庆服务市场运行格局分析

第一节“十一五”期间中国婚庆服务市场概况

一、婚庆服务市场分析

二、婚庆公司推出个性服务

三、中国婚庆服务市场趋向规范、规模、品牌化

四、婚庆服务市场完善还需时日

第二节“十一五”期间中国婚礼策划市场分析

一、新颖婚庆形式悄然亮相

二、个性婚礼策划冲击婚庆市场

三、个性婚礼推动婚庆产业

四、中国“环保婚礼”意识初显

五、上海主题婚礼策划均已突破万元

第三节“十一五”期间中国婚车租赁市场解析

一、节前婚车租价水涨船高

二、婚车租赁市场消费状况

三、婚车租赁存在不少问题

四、青岛私家车激增出租车退出婚车市场

五、杭州婚车租赁市场有待规范管理

第四节“十一五”期间年中国婚车装扮市场透析

第八章“十一五”期间中国婚庆市场竞争格局分析

第一节“十一五”期间中国婚庆市场竞争分析

一、杭州特色婚庆市场围绕第一世界大酒店引发竞争

二、日本婚庆公司看好中国婚庆市场

三、“喜洋洋”来中国婚庆市场淘金

第二节“十一五”期间中国部分地区婚庆市场格局分析

一、上海

二、北京

三、广东

四、浙江

五、福建

六、山东

七、湖北

第九章 “十一五”期间中国婚纱礼服市场运行态势分析

第一节“十一五”期间中国婚纱礼服市场分析

一、婚纱礼服市场需求分析

二、网上订购婚纱生意红火

三、冬季保暖婚纱市场面临空缺

四、定制婚纱市场看好

五、中国婚纱晚礼服行业出现新变局

第二节“十一五”期间中国重点地区婚纱市场分析

一、虎丘婚纱市场分析

二、青岛婚纱市场分析

三、上海婚纱租赁市场暗淡

第三节“十一五”期间中国婚纱礼服市场竞争分析

- 一、买婚纱冲击婚纱租赁市场
- 二、婚纱行业企业竞争力解析
- 三、差异化创意产品抢夺上海婚庆市场

第十章 “十一五”期间中国婚纱摄影市场运行走势透析

第一节“十一五”期间中国婚纱摄影市场概况

- 一、婚纱摄影市场服务成为制胜法宝
- 二、台商盯上中国大陆婚纱摄影市场
- 三、北京婚纱摄影市场状况分析
- 四、重庆婚纱摄影市场分析
- 五、丽水婚纱摄影市场状况

第二节“十一五”期间中国地区婚纱摄影市场竞争状况分析

- 一、海口婚纱摄影市场竞争状况分析
- 二、厦门婚纱摄影市场存在恶性竞争
- 三、丽水婚纱摄影市场走向品牌竞争
- 四、湖城婚纱摄影竞争更加激烈
- 五、浚县婚纱摄影市场出现无序混乱竞争

第三节“十一五”期间中国婚纱摄影新动向分析

- 一、大型喷绘婚纱照受青睐
- 二、“另类”婚纱摄影打破传统演绎个性
- 三、外景婚纱摄影走入乡野

第四节“十一五”期间中国地区婚纱摄影新动向

- 一、新派婚纱摄影亮相济南
- 二、上海旅游婚纱摄影突起
- 三、厦门主题婚纱摄影看好

第十一章 “十一五”期间中国婚宴及婚宴酒市场分析

第一节“十一五”期间中国婚宴市场分析

- 一、浅析中国婚宴形式的变迁
- 二、婚宴市场消费特点分析
- 三、婚宴需求价格分析

第二节“十一五”期间中国地区婚宴市场分析

二、上海婚宴市场情况

三、杭州主题餐厅做大婚宴市场

四、天津婚庆业尚未进入成熟期

五、湛江婚宴市场问题较多

第三节“十一五”期间中国婚宴酒市场分析

一、女儿红走俏婚庆市场

二、婚宴市场葡萄酒的发展

三、成都婚宴市场红酒挑战白酒

第四节“十一五”期间中国婚宴酒发展策略及前景

一、中国婚庆酒与婚文化结合发展策略

二、白酒婚庆市场推广战略分析

三、白酒的婚庆市场运作思路

四、婚宴酒细分应注重品牌定位

五、酒企运作婚宴市场策略分析

六、长春婚宴白酒市场分析

第十二章 “十一五”期间中国蜜月旅游市场运行局势分析

第一节“十一五”期间中国蜜月旅游市场概况

一、蜜月旅游市场的特点

二、蜜月游已成旅游市场新宠

三、结婚高峰带火蜜月游市场

四、节后蜜月旅游市场火热

第二节“十一五”期间中国地区蜜月旅游市场浅析

一、上海新人蜜月旅游开始重实惠

二、泉州蜜月旅游市场正逐渐启动

三、景德镇旅行社争抢蜜月游市场

四、哈尔滨蜜月旅游带火黄金周后市场

第三节“十一五”期间中国蜜月旅游线路分析

一、蜜月游主打休闲度假力推深度游

二、“十一”黄金周特色出境旅游线路纷纷试水

三、温州度假型特制蜜月旅游线路难寻

第四节“十一五”期间中国蜜月旅游面临的挑战及对策

一、旅行社蜜月游存在的问题

二、蜜月旅游市场待开发

三、蜜月游市场发展策略

第十三章“十一五”期间中国喜糖市场运行格局透析

第一节“十一五”期间中国喜糖市场分析

一、喜糖消费市场现状

二、喜糖市场新动向探析

三、喜糖市场竞争及渠道分析

第二节“十一五”期间中国地区喜糖市场分析

一、杭州喜糖市场状况

二、东莞喜糖做成礼品大受市场欢迎

三、沈阳喜糖市场品牌欠缺

四、青岛喜糖市场被外地糖果占据

第三节“十一五”期间中国喜糖市场发展策略及方向

一、打造婚庆市场有特色的喜糖包装

二、喜糖市场品牌拓展机会

三、婚庆喜糖店未来的发展方向

第十四章 “十二五”规划期中国婚庆产业发展前景展望分析

第一节“十二五”规划期中国婚庆行业发展前景分析

一、中国婚庆市场前景广阔

二、杭州婚庆产业潜力大

三、婚庆用品市场迎来高潮

第二节“十二五”规划期中国婚庆行业发展趋势分析

一、中国婚庆服务行业未来发展趋势

二、婚庆行业未来发展特征

三、婚庆市场流行趋势

第三节“十二五”规划期中国婚庆行业市场盈利预测分析

第十五章 “十二五”规划期中国婚庆行业投资机会与风险分析

第一节 “十二五”规划期中国婚庆行业投资操作分析

一、婚庆创业流程操作

二、婚庆产业投资过程全解析

三、投资婚庆行业要重视规范操作

第二节 “十二五”规划期中国婚庆产业投资机会分析

一、中国大城市婚庆市场大有商机

二、旅行社与婚庆公司联手市场潜力大

三、上海婚庆市场投资前景及建议

第三节 “十二五”规划期中国婚庆产业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1011/V2504372SQ.html>